

3つの変革： 事業構造、商品、企業風土を変える

→ Initiative One:

事業構造の変革

2003年3月期に拠点再編、雇用構造改革と同時に、ものづくり改革、購買改革、物流改革など日々のオペレーション改革を進めて身軽になった結果、市場の変化に迅速に対応できる事業構造となりました。これにより、ビクター・JVCの経営規模ではマイナス要因ともなりうるリソースの限界を、スピードで補う体制が整ってきました。キー・サプライヤーとの関係を密にし、またグローバルな最適地生産体制の構築を進めた結果、現在市場で需要の高い商品は、適正な在庫を保ちながら切れることなく継続投入することが可能となりました。一方で、将来需要が伸びると見込んだ商品は予定通り開発を完了させ、商機を逃さず投入できる体制が整いつつあります。現実には、2003年3月期においては、6ヵ月ものづくりの徹底によるリードタイムの短縮や在庫圧縮などからキャッシュ・フローが増大しており、スピードによって時間を資金に転換できることを実証しました。

更なる経営体質改革の推進

	2002年度	▶	2003年度の取り組み・指標
原価創造	・ 民生購買機能一元化 ・ 国内サプライヤー集約スタート ・ 中国部品購買～上海ラボセンター設置 ・ グローバル購買コストダウン 446億円	▶	・ キーデバイス安定調達のためのキー・サプライヤー政策 ・ 02年度からの継続テーマの積極推進 (設計VE活動/国内サプライヤー集約/中国部品開発・購買) ・ グローバル購買コストダウン371億円
ものづくり改革	・ 6ヵ月ものづくり推進 ・ 「ものづくり総本山化」プロジェクトスタート	▶	・ 設計プロセス改革(2年目)のさらなる推進 ・ 「ものづくり総本山化」プロジェクトの取り組み加速 ・ 量産化技術の強化
物流改革	・ 物流拠点見直し ・ 米国：5→3 拠点構想スタート ・ 欧州：北欧拠点集約3→1拠点 ・ 国内：横浜新拠点構想スタート	▶	・ 物流拠点の集約実行 ・ 米国：(02/3)5→(04/3)4(→04年度3拠点化) ・ 欧州：プロ物流拠点統合 3 販社別在庫を1 拠点へ ・ 国内：横浜地区分散倉庫 9ヵ所を3ヵ所へ ・ 民生ロジスティクス改革スタート
SCM構築	・ 民生SCM体制準備 ～ルールづくり、専門組織化、情報システム構築など	▶	・ 民生SCM稼働/業務プロセス・ウィークリー化による高回転経営 日程ターゲット：(03/5)日本・アジア4工場スタート (03/9)米・欧・アジア6工場(民生全工場スタート)

→ Initiative Two:

商品の変革

家電製品の流通業界からは、利幅の薄い回転商品から、高付加価値でかつ売れる商品への転換が渴望されています。我々の目指すOnly1商品はまさにこのニーズに応えるものであり、また「音楽と映像で新しいコミュニケーションを実現する」という事業ビジョンの価値を表現するものです。我々はフルライン経営を捨て、価格競争に巻き込まれない、より付加価値の高い商品で高シェアを獲得し、その価値にふさわしい価格で高収益を生み出すという厳しい戦略をあえて選択しました。ビクター・JVCの価値がより活きるOnly1商品でNo.1マーケットシェアを獲得するという方針の下、市場におけるビクター・JVCの存在感、世界市場での高いブランドバリュー、そしてデジタル技術を超越した技術力、こだわりを持つ企業風土、それら持てる力のすべてを結集してOnly1商品を連打していく所存です。



高精細ディスプレイ 	• リアプロジェクションテレビ • プラズマテレビ • 液晶テレビ • D-ILAプロジェクター	• HDワールドの中核商品として、DETを核に高画質戦略で販売拡大
デジタルHDストレージ 	• D-Theater 対応デジタルハイビジョンビデオ • DVDレコーダー	• D-VHS=HD 記録システムとして、差別化戦略で販売拡大 • DVDレコーダー市場に、日・米・欧で参入
ネットワークAVシステム 	• 世界初 HD カムコーダー GR-HD1 • GR-DX95K • MP3 対応レシーバー • ドーム型監視カメラ	• DVCカムコーダー世界 No.1 戦略 • 世界初の民生用 HDカムコーダーを市場投入 • モバイル(カー)事業を積極拡大
部品事業 	• HDD用流体軸受モータ	• HDD用流体軸受モータ事業の立上げ • 偏向ヨーク事業の収益力強化と民生用展開
ソフト・メディア事業 	• HD 対応 Mini DV テープ • MINMI アルバム “Miracle” • サザンオールスターズ結成 25周年	• デジタルメディアへのシフトと、販売間口拡大 • パッケージビジネスから、権利・周辺ビジネスを含むマトリクス型経営へ

→ Initiative Three:

企業風土の変革

ビクター・JVCの再生を達成するためには、成長のための強いキャッシュ・フローを確実につくり出し、バランスシートの改善を進める必要があります。これらを実現するためには、社員全員が創造性を発揮し、新しいことに挑戦する気概、常に経営という視点でものごとを見る風土をつくりあげることが大切です。

上意下達、下意上達の双方向コミュニケーション、本音・本気・本質の議論を通じて、社員の自立性も大いに高まり、企業内に新たな風が吹き込み、企業風土に変化が出てきました。その結果は、社員全員参加型の経営、お客様第一の精神の浸透など良い影響をもたらしています。

また、松下電器産業グループの2003年1月の組織変更によって、グループの一員であるビクター・JVCの業績が、独立した1つのセグメントとなりました。この変更により、同グループにおけるビクター・JVCの位置付けと責任の所在が明白になり、好ましい環境になったと認識しています。セグメントとしては独立しましたが、技術、物流、購買におけるインフラの共用、商品の相互補完などにおいては、これまでどおりの協業を保つことで、松下電器産業グループとの連携を深めていきます。





我々の目指すもの： The Perfect Experience

最高の感動

私たちは、お客さまに最高の感動と100%の満足を提供することのできる、
真のハイパフォーマンス・グローバルカンパニーを目指します。