

社会が変わる、日立が変わる

●ソリューション企業への変革

日立製作所は、一九一〇年に日立鉱山の修理工場から、まさにベンチャー企業として産声をあげて以降、小平浪平創業社長の創業の精神である「和」「誠」「開拓者精神」を基本精神として事業を展開し、現在に至っている。この精神をさらに高揚させ、「日立社員としての誇りを堅持し、優れた自主技術・製品の開発を通じて社会に貢献すること」を基本理念に、「企業行動基準」が八三年に制定された。これが当社社員の行動規範となっている。

急激に変化する経営環境を踏まえて、当社は、昨年十一月に、二〇〇二年に向けての当社連結ベースの中期経営計画「i.e. HITACHIプラン」を策定した。本プランは、これまで培ってきた品質や生産性といった「製造業」の価値を活かしつつ、さらにサービス・システムの提供によってお客様に貢献する

日立ブランドプラットフォーム（全文）

私たちの理念は、知識と情報技術を中心とした先端技術によって、常に、新たな価値と可能性を持った製品、システム、サービスを提供し続け、豊かな人間生活とよりよい社会の実現を目指すことです。

私たちの使命は、社会とお客様の求めるものを敏感に察知し、自らの目標を定め、それを達成することです。従来の概念にとらわれず、新しい技術の開発・応用をします。特に、情報・サービス分野に注力します。未知の事業分野にも果敢に挑みます。よき企業市民として、環境保全と経済的成長が両立する活動を行います。

私たちが、提供し、守り高めていく価値は、お客様と社会の信頼に必ず応え、責任を全うすることです。複雑で多岐にわたるシステムにも知識と技術で対応します。部分的に見た際に最も優れているだけでなく、社会やシステム全体を視野においたときに、また、将来を見こしたときに、最も適した方法、本質的な解決策を用います。

社会が変わるとき、変えるのは日立でありたい。日立は、社会とともにこれからも変わっていきます。

「ソリューション企業」への質的・構造的な変革を目指すものであり、これまで以上に、「変化の創造」「スピード」「効率」を重視し、取り組んでいる。

●ブランドマネジメントの導入

当社は、こうした経営改革を進める中、さらに企業ビジョンの象徴であるブランドを、大競争時代を勝ち抜くための重要な経営資源の一つと捉えたブランドマネジメントを本年四月に導入した。当社のブランドマネジメントとは、HITACHIブランドがお客様、株主、社員などのステークホルダーに約束し提供する価値を明確化し、その価値へ向けて、商品開発、営業活動などといった企業実体を変革するものであり、「i.e. HITACHIプラン」実行のドライビングフォースとなる活動と考えている。

具体的には、HITACHIブランドのもとで行なわれる事業や提供する商品、システム、サービスが何を目指しているかを示すブランドプラットフォーム、およびHITACHIブランドの提供する価値を簡潔に示す企業スローガンとしてのコーポレートステートメントの二つを策定し、ブランド価値を高める企業活動の実行を経営方針の一つとしている。ブランドプラットフォームには、当社の企業行動基準の趣旨も踏まえ、日立のDNAである「信頼」と「技術」に加え、「社会が変わるとき、変えるのは日立でありたい」という強い意志を盛り込んでいる。また、コーポレートステートメント「Inspire the Next」は、「次の時代に新しい風を吹き込む」という意味である。

今後、ネット事業、デジタルメディア事業において、戦略製品のラインアップと連携させた新カテゴリブランドを展開するとともに、ブランド価値について体系的な教育プログラムを実施し、ブランド価値向上に向けて個々の社員の参画意欲、実行力の増進を図る計画である。