

古河電工グループのグローバル市場と新製品

前川 幹衛*
Mikimori Maekawa



当社グループは、グローバル成長を方針に掲げて久しくなります。130年余の歴史の多くを国内外の社会資本整備への貢献に費やして生き抜いてきたわれわれにとって、世界の基盤形成ないしは成長過程にある諸国に、持てる技術で貢献していくことは、設立以来わが社の使命、グローバルプレーヤーとしてのNoblesse Obligeとさえ言えます。

現在の当社グループの、海外売上高比率は50%弱です(2016年度上期現在)。これを中期的に60%以上に持っていかうとしています。

グローバル化とは欧米化等を意味するものではなく、あくまで、日本の、古河電工のアイデンティティを堅持しての存在感を世界で発揮することです。グローバル成長して行くには、同時に、世の中が変化するスピードについていけなければなりません。どんなにすばらしい技術を開発してもタイミングを逸すれば、その価値も全く無に帰するところが本当に怖いところです。

一方、将来の事業発展につながるための活動はその何年も前の時点で始まっていなければなりませんし、以前にも増してスピーディーに実現しなければ

なりません。この一見矛盾するような状況を洞察しながら、研究・技術開発の方向性は、グローバル市場や顧客の目指す方向性に即したものでなくてはなりません。社会・技術変革の方向性を的確に把握し、グローバル・ビジネス・パートナーであり続けるための技術力・情報力・人財力が企業の今後を左右いたします。

「メタル」「ポリマー」「フォトニクス」という当社グループが長年培った3つのコア・テクノロジーをベースに、当社独自のポジションニングを設計し続ける必要があります。私の所属するグローバルマーケティングセールス部門は、当社がこれまで築いてきたグローバル・ネットワークを最大限駆使し、これまで以上に研究開発部門と密接に行動し、グローバル市場の中で当社グループが中長期的に目指すべき方向を常に、適時に示唆しうような羅針盤でありたいと強く考えています。

以上を私どもの中期経営計画Furukawa G Plan 2020の要諦として心得、今後もお客様目線に立って、更なる努力を続けて参ります。

* グローバルマーケティングセールス部門企画統括部企画1部 部長