

# 成長戦略としての アドバンストソリューション



浅見公一\*



朝日宣雄\*\*

Advanced Solutions to Realize Our Growth Strategy

Koichi Asami, Nobuo Asahi

## 要 旨

バブル経済崩壊後の失われた10年を経て、日本経済は徐々に競争力を取り戻しつつあるが、21世紀における厳しいグローバル競争に打ち勝つには、自らの強みを知り、これを徹底的に生かす戦略的な競争力強化が必要である。

三菱電機は、2003年度から“強い事業をより強く”するVI(Victory)戦略と“強い事業を核としたソリューション事業強化”を図るAD(Advance)戦略の2つの柱からなる成長戦略を推進しているが、これら二つの戦略は、“総花的でない総合電機メーカーのあり方”を模索する経営戦略上の取り組みの一つである。

AD戦略では、複数のビジネスユニットの連携によって、

営業面、技術面の強みを組み合わせた“アドバンストソリューション”を展開している。顧客ニーズや市場伸長率から選ばれたいくつかのプロジェクトによって運営し、開発、営業、販売促進等の全社支援も適用し、大きな伸びを示している。

アドバンストソリューションとして、現在進めているプロジェクトから、トータルセキュリティソリューション、映像ソリューション、地球温暖化対策ソリューション、街づくりソリューションを取り上げ、その背景とねらいについて述べる。



## 成長戦略の推進：VI戦略とAD戦略

VI戦略は、強い事業を更に強化し、確実な売上・利益拡大の実現を目指し、AD戦略は、市場優位性のある強い事業を核として、付加価値あるシステムソリューションによって事業拡大していくことを目指す。特に、AD戦略の推進には、各ビジネスユニットの枠を越えた全社的な協力によって、総合力を発揮する必要があるため、成長戦略を全社横断で協議する場として“戦略事業協議会”を設置している。