

長期的な販売計画での見取り図

～ クラレの売上高 1 兆円戦略 ～

「ミラいにバケる新ソ材」・ミラバケッソでおなじみのクラレですか、新素材の開発と供給が主要事業で、消費財の完成品が少ないため CM 以外でクラレブランドはあまりなじみがありません。

2013 年 3 月期の売上高は、3,694 億円で営業利益は 492 億円です。2014 年 3 月期は、4,300 億円で営業利益は 600 億円を目指します。売上が伸びると予想する根拠は、アメリカ経済の回復で、それを支えに自動車のガソリタンク向け高機能樹脂や光学フィルムを拡販する計画です。また、世界シェア 8 割を占める液晶ディスプレイ用偏光板の主要部材「ポパールフィルム」は、中国やブラジルで液晶テレビ需要が増大することで、約 1 割の出荷増を見込んでいます。

2013 年 7 月、同社は水関連事業で研究部門と営業部門を統合し、商品ごとに組織を再編しました。クラレは 2018 年をめどに、売上高 1 兆円を目標に掲げており、水関連事業を中心とした新規事業の底上げに力を入れています(水関連事業は 2014 年度に売上高 1,050 億円を見込んでいます)。組織再編によって、市場ニーズの変化を製品開発に素早く反映できる体制を整えます。

研究部門である生産技術開発部と、営業・マーケティングを手がけていた商品開発部を統合し、「生産技術開発部」に名称を改め、営業部門から上がってきた顧客の要望などを迅速に研究開発に反映できるようにしました。

長期的な販売計画とは、単なる夢や目標を示すのではなく、次のステップのために何に力を入れて、そのために組織をどう変えるのかという見取り図を示すことなのです。



《クラレの企業ミッション(使命)》

私たちクラレグループは、独創性の高い技術で産業の新領域を開拓し、自然環境と生活環境の向上に寄与します。

■クラレの歴史

1926 年のレーヨンの事業化以来、ビニロン、クラリーノ、ポパールをはじめとして、世界に先駆けて新事業に挑戦する苦難に満ちた歴史でした。第二次世界大戦を挟むこの激動の時代に、独自技術で社会的価値の高い事業を創出する挑戦を通して培ったクラレの企業文化には、企業市民として「世のため、人のため、他人のやれないことをやる」という社会的責任の理念が刻み込まれています。

(出所：クラレの HP <http://www.kuraray.co.jp/>)