



POWER UNIV. 

京都産業大学

大学院 マネジメント研究科 CCコース

# パナソニックの企業事例研究

野田ブランドコミュニケーションズ代表

野田 光一

# 自己紹介

野田 光一 のだ みつかず

- 野田ブランドコミュニケーションズ 代表
- 甲南女子大学 ブランド広報主幹 2008~2014
- 京都産業大学 大学院 マネジメント研究科講師 2009~2013
- 元・パナソニック(株) 本社 CC本部 総括部長  
パナソニック宣伝部長

宣伝 広報 ブランド戦略  
企画 調査

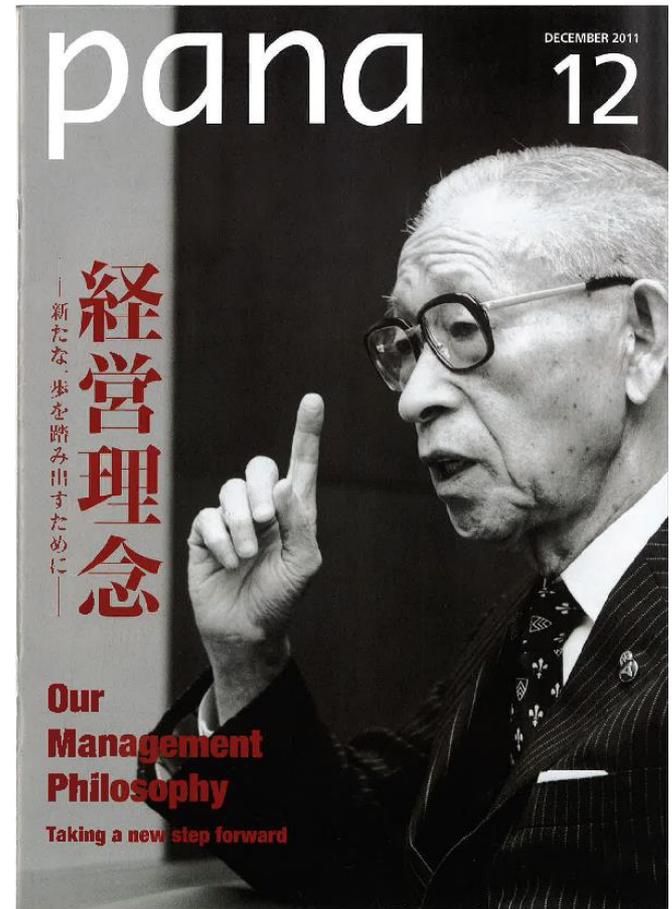
- 国際CCO交流研究所 常務理事
- 日本広報学会 会員



# なぜ、企業実例を学ぶのか

- 経営学は、**現実の企業**から離れては成り立たない
- 企業経営は、**生き物**である
- 成功から学ぶ、**失敗**から学ぶ
- 企業実例は「**ノウハウ**」の玉手箱
- 机上で泳ぎ方を勉強しても、泳げない
- 成功の第一歩は、まず「**強い思い**」を持つこと
- 経営成果は、「**汗**」と「**知恵**」と「**努力**」の結晶である

# 松下幸之助創業者 と経営理念



# パナソニックの経営理念

<綱領>



お客様第一  
日に新た  
衆知を集める

「企業は社会の公器」  
「事業活動を通じて社会に貢献する」

# 企業は社会の公器

## 松下幸之助創業者の言葉

個人企業も株式会社も、かたちや法律の上では個人や株主のものでしょう。しかし本質的には、特定の個人や株主だけのものではない、その人たちをも含めた社会全体のものだと思います。

そして社会から預かった、人・金・土地・物などを活用した企業活動により、社会の向上・発展に貢献する。

個人企業も株式会社も、より高い見地に立って考えれば、社会生活を維持し、文化を向上させるために存在している、いわゆる「**社会の公器**」だということになります。

# 綱領・信条・七精神

## 綱領

産業人タルノ本分ニ徹シ  
社会生活ノ改善ト向上ヲ図リ  
世界文化ノ進展ニ寄与センコトヲ期ス

## 信条

向上発展ハ各員ノ和親協カヲ得ルニ非ザレバ得難シ  
各員至誠ヲ旨トシ一致団結社務ニ服スルコト

## 七精神

- 一、産業報国の精神
- 一、公明正大の精神
- 一、和親一致の精神
- 一、力闘向上の精神
- 一、礼節謙讓の精神
- 一、順応同化の精神
- 一、感謝報恩の精神

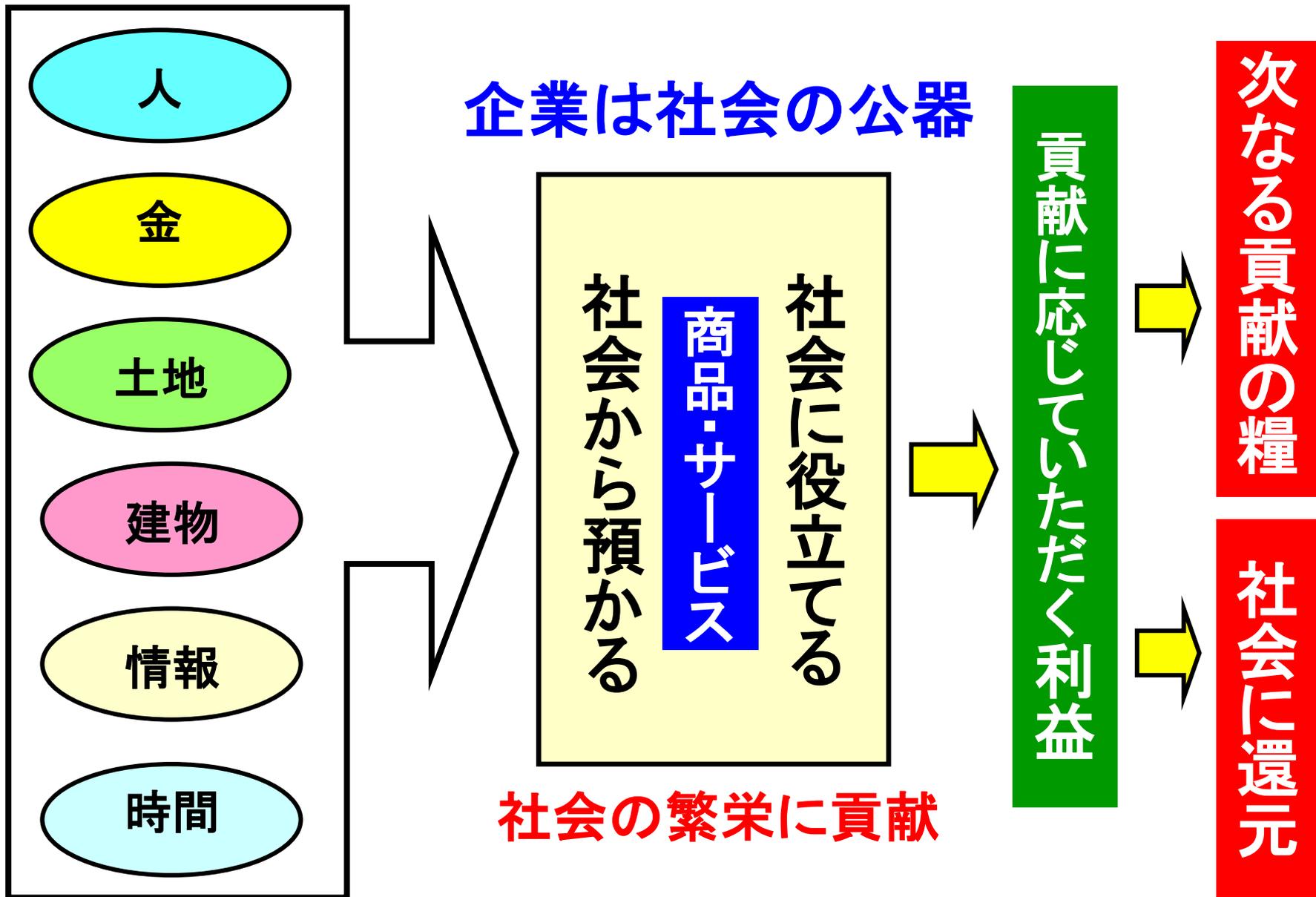
# 松下幸之助創業者 心の持ち方

素直な心

青春とは心の若さである

感謝する心

# パナソニックの経営理念



# パナソニックの経営理念

■ 企業は社会の公器

■ お客様第一

■ 日に新た

■ 衆知を集める

■ 自主責任経営

■ 専門に徹する

■ 公正な競争

■ 共存共栄

■ 雨が降ったら傘をさす

■ 松下電器は、製品をつくる前に  
人をつくる会社である

■ 利益とは、事業を通して社会に貢献した結果、  
社会から与えられる報酬である

# 松下幸之助創業者 不況克服の心得10か条

第一条 「不況またよし」と考える

第二条 原点に戻って、志を堅持する

第三条 再点検して、自らの力を正しくつかむ

第四条 不撤退の覚悟で取り組む

第五条 旧来の習慣、慣行、常識を打ち破る

第六条 時には一服して待つ

第七条 人材育成に力を注ぐ

第八条 「責任は我にあり」の自覚を

第九条 打てば響く組織づくりを進める

第十条 日頃からなすべきをなしておく

# 松下幸之助 創業者にみるCCの原点

## 宣伝の使命、CCの使命

企業は、製品についても企業内容についても、社会に訴えたいものがあれば、それを人びとに知らせる義務があります。

私はそういう意味で、正しい宣伝広告は善であり、社会にとってなくてはならないものだと思います。そこに宣伝の使命感があるわけです。

## 人心に潤いを与え、文化を高めること

広告宣伝というものは、今日、単に商品や販売、企業のために必要だということだけでなく、人々の心に潤いを与え、世の中を明るくし、さらには文化を向上させるという役割を担っているのです。

## 広告は、経営者自身が精神をこめてやる

広告代理店や宣伝部に任せっきりのところは、あきまへん。経営者が自分で精神をこめてやっているところは、みんな成功しています。



松下幸之助創業者の話から抜粋

# 松下幸之助のDNA

## 初めてのブランドプロミス

This is a large, multi-column newspaper advertisement for National lamps. It features a variety of text blocks, including headlines like '天賞堂のヒックリ特言!!' and '丸帯帯御の大處分目'. There are also illustrations of people and products, and logos for 'Pears' Soap and 'National Lamp'. The overall layout is very busy and typical of early 20th-century Japanese advertising.

松下幸之助創業者が創った  
ナショナルランプの三行広告  
1927年(昭和2年)

A vertical advertisement for National lamps. At the top is a circular logo featuring a lamp. Below it, the text 'ナショナルランプ' is written vertically in large, bold characters. To the right of the main text, there is smaller text: '買って安心・使って補用' and '自轉車用・手提用・最小型'. At the bottom, there is more text including '自電大' and 'NATIONAL LAMP'.



1925年竣工の  
ランプ組立工場

ナショナル  
商標出願広告

A newspaper advertisement for National lamps. It features the text '類九十六第' at the top, followed by 'NATIONAL ナショナル'. Below this, there is more text including '大正十四年六月二十九日' and '大正十五年五月十一日'. The advertisement is framed by a double-line border.

A vintage advertisement for National lamps. It features a central illustration of a lamp with a handle. The text 'ナショナルランプ' is written in large, stylized characters at the top. Below the illustration, there is text: '自轉車 手提兼用' and '光力強大 電池持久'. At the bottom, it says '元造 松 所作器具器電下松'.

ホーロー看板  
1927年4月  
(昭和2年)

# 2008年 企業の広告宣伝費 <単独決算>

日経広告研究所調査 有価証券報告書ベース

単位億円

順位	企業名	業種	宣伝費	売上高	比率
1(2)	パナソニック	電機	905	42492	2.1
2(1)	トヨタ自動車	自動車	882	92785	1.0
3(3)	本田技研工業	自動車	881	34046	2.6
4(4)	花王	化学	557	7321	7.6
5(6)	KDDI	通信	430	33070	1.3
6(7)	イトーヨーカ堂	小売業	424	14627	2.9
7(8)	サントリー	食品	422	8622	4.9
8(18)	NTTドコモ	通信	411	40027	1.0
9(5)	三菱自動車	自動車	405	14922	2.7
10(9)	シャープ	電機	405	22544	1.8

# 経営者に学ぶ



創業者 松下幸之助



中村邦夫(前会長)



大坪文雄(前社長)



森孝博(前副社長)

**Panasonic**  
ideas for life