

シャープ通信

2025 年 5 月 vol.47

「シャープの今」をお届けします。

広報部

2025 年度入社式を開催しました

4 月 1 日(火)、402 名の新入社員を迎え、本社(堺事業所)の多目的ホールを会場に入社式を開催しました。(堺会場およびリモート参加)



祝辞を述べる社長 CEO の沖津さん



真摯に聞き入る新入社員の皆さん

入社式では、社長 CEO の沖津さんから、新入社員の皆さんに向け、3 つの話をされました。

1. 「経営理念・経営信条」

経営理念・経営信条は、当社の創業者 早川徳次の創業の精神を明文化したものです。

経営理念には、「事業」・「社員」・「ステークホルダー」の 3 つの観点から、当社の目指す姿、企業としての在り方が示されています。一方、経営信条「誠意と創意」には、理念の実現に向け、社員全員が堅持すべき心構えが記されています。この二つを大切にこそ、まねされる商品、つまり、独自の目の付けどころで数々の世界初・日本初・業界初を生み出してきた“シャープらしさ”を発揮することができます。

2. ブランド企業 “SHARP” の方向性

当社は 2024 年 5 月に発表した中期経営方針において、2024 年度を「構造改革」の一年と位置づけ、ブランド事業に集中した事業構造の確立に取り組んできました。2025 年度からは「再成長」へと舵を切り、新たな姿で飛躍的成長を目指します。

また、こうした取り組みを一段と加速することを狙いに、本日付で事業推進体制の見直しを行いました。これまでの 4 つのビジネスグループから、白物家電やテレビ、太陽電池などの事業を束ね、“暮らす”の領域で新たな価値創造を目指す「スマートライフビジネスグループ」と、オフィス機器やパソコン、スマートフォンなどの事業を束ね、“働く”の領域で新たな価値創造を目指す「スマートワークプレイスビジネスグループ」の 2 つに再編しました。

3. 皆さんに心がけてほしいこと

- ①お客様目線を大切に、②自社の商品に対する感度を高める、③現場、現物、現実の3現主義を実践
- ④先輩から学び、先輩を超す仕事にチャレンジ、⑤失敗を恐れるな！

これから「強いブランド企業“SHARP”」をともに創り上げていきましょう！

沖津社長が米国を訪問

社長 CEO の沖津さんが、2 月 25 日(火)から 2 月 28 日(金)にかけて米国を訪問し、国際見本市やパートナー企業、当社販売・生産拠点を訪問・視察しました。

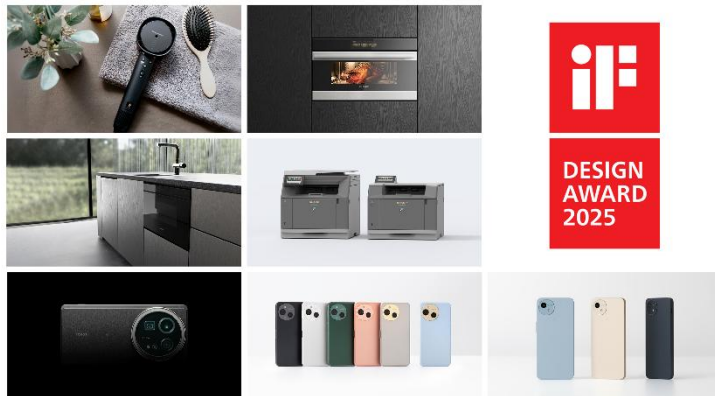
- ・2 月 25 日(火):KBIS 視察(ネバダ州ラスベガス)
- ・2 月 26 日(水):Les Olson IT 社訪問(ネバダ州ラスベガス)
- ・2 月 27 日(木):SMCA 訪問(テネシー州メンフィス)
- ・2 月 28 日(金):SEC 訪問(ニュージャージー州モントベール)



SEC 社員との集合写真

今回の沖津さんの米国訪問は、シャープ・アメリカの従業員に大きな刺激を与え、業務に対する意欲を高めるきっかけとなりました。従業員一同、沖津さんの訪問に感謝するとともに、今後のシャープのさらなるイノベーションに期待を寄せています。

「2025 年 iF デザイン賞」を 8 製品が受賞



上段左から、プラズマクラスタードレップフロードライヤー<900 シリーズ>、高速オープン<SW99 シリーズ>
中段左から、引き出し式電子レンジ<D33 シリーズ>、デジタルフルカラー複合機<BP-C131WD>/プリンター<BP-C131PW>
下段左から、スマートフォン「AQUOS R9 pro」、スマートフォン「AQUOS sense9」、スマートフォン「AQUOS wish4」

シャープの 8 製品が、「2025 年 iF デザイン賞」(主催:認定非営利団体 iF デザイン・ファウンデーション)を受賞しました。「iF デザイン賞」は、世界で最も権威のあるデザイン賞の一つであり、1953 年より開催されています。今年は 9 つの部門^{※1}において、66 カ国から約 11,000 点のエントリーがあり、造形だけでなくアイデア、機能、差別化、サステナビリティの評価基準で審査がおこなわれました。

当社は、今後も美しさや使いやすさだけでなく、利用体験を通じて人々を笑顔にするデザインの創出と、製品・サービス・ソリューションの提供に取り組んでまいります。

※1 プロダクト、パッケージ、コミュニケーション、インテリア・内装、プロフェッショナルコンセプト、サービスデザイン、建築、ユーザーエクスペリエンス(UX)、ユーザーインターフェース(UI)の 9 部門。

GetNavi・家電 Watch 共催の「家電大賞 2024-2025」で
「プラズマクラスターサーキュレーター」「プラズマクラスター衣類乾燥除湿機」
「プラズマクラスター加湿器」が金賞を受賞



左から、扇風機・サーキュレーター部門 金賞 プラズマクラスターサーキュレーター <PK-18S01>、
除湿機部門 金賞 プラズマクラスター衣類乾燥除湿機<CV-SH150>、
加湿器・暖房機部門 金賞 プラズマクラスター加湿器<HV-T75>

株式会社ワン・パブリッシングのモノ・トレンド情報雑誌「GetNavi (ゲットナビ)」と株式会社インプレス家電と暮らしの情報サイト「家電 Watch」が共同開催した「家電大賞 2024-2025」で、当社の「プラズマクラスターサーキュレーター」<PK-18S01>が扇風機・サーキュレーター部門、「プラズマクラスター衣類乾燥除湿機」<CV-SH150>が除湿機部門、「プラズマクラスター加湿器」<HV-T75>が加湿器・暖房機部門で、それぞれ金賞を受賞しました。

松田優作氏を起用したスマートフォン「AQUOS」のテレビコマーシャルが
「第 30 回 AMD Award」において優秀賞を受賞



第 30 回 AMD Award 授賞式にて、モノリス(盾)を受け取る
執行役員 Co-Coo 兼 スマートワークプレイス BG 長の小林さん

一般社団法人デジタルメディア協会(AMD)主催(後援:総務省)の「デジタル・コンテンツ・オブ・ジ・イヤー' 24 / 第 30 回 AMD Award」において、松田優作氏を起用したシャープのスマートフォン「AQUOS」のテレビコマーシャルが優秀賞を受賞しました。

「第 30 回 AMD Award」は、2024 年 1 月 1 日から 12 月 31 日までに発売もしくは発表されたデジタルコンテンツなどの中から、表現性、作品性、技術性に優れた作品やサービスを表彰するアワードです。

授賞式で小林さんは、「スマートフォンは必需品で当たり前の存在になっていますが、新しいものを選ぶ、ワクワク感・楽しさを伝えたい思いから、松田優作さんにブランドアンバサダーをお願いしました。このような賞をいただき光栄です」とスピーチしました。

プラズマクラスター衣類乾燥除湿機<CV-T190>を発売



左:プラズマクラスター衣類乾燥除湿機<CV-T190>、右:「感動タンク」使用イメージ

1日あたり定格 18.5L^{※2}の高い除湿能力と最短 74分^{※3}の速乾性能を備えながら、運転音を 45dB 未満の低騒音^{※4}で実現したプラズマクラスター衣類乾燥除湿機<CV-T190>を発売。排水の負担を軽減する新構造の「感動タンク」を搭載するなど、使いやすさにも配慮しました。

■主な特長

1. 18.5L/日の高い除湿能力と最短 74 分の衣類乾燥性能を低騒音で実現
2. 簡単に引き出し、傾けると水圧でふたが開き手軽に排水できる「感動タンク」搭載
3. 生活に合わせたさまざまな洗濯物の干し方に対応する「デュアルルーバー」や、衣類の生乾き臭を消臭^{※5}する「プラズマクラスター」搭載

※2 除湿「強」運転時。室温 27℃、相対湿度 60%を維持し続けたときの 1 日あたりの除湿量。60Hz 時。50Hz 時は 16.5L/日。

※3 衣類乾燥性能は一般社団法人日本電機工業会 自主基準(JEMA-HD090:2017)に基づき、以下の条件のもとで試験をおこなった値です。試験条件
●部屋の広さ 6 畳相当 ●室温 20℃、相対湿度 70%、60Hz ●洗濯物:2kg 相当(T シャツ 3 枚、Y シャツ 2 枚、パジャマ 1 組、下着 7 枚、靴下 2 足、タオル 3 枚) ●運転モード:衣類乾燥「速乾」運転時。

※4 除湿強運転時 42dB、衣類乾燥速乾運転時 43dB。

※5 <付着生乾き臭> ●試験機関:当社調べ ●試験方法:約 22m³(約 6 畳相当)の試験空間で部屋干し衣類の生乾きのニオイ成分を付着させた試験片で消臭効果を 6 段階臭気強度表示法にて評価。■試験結果:約 3 時間で気にならないレベルまで消臭。<CV-E71>(プラズマクラスター7000 搭載機種)のイオン送風「弱」運転で実施。

聴覚拡張型イヤホン「SUGOMIMI(スゴミミ)」^{※6}を発売



聴覚拡張型イヤホン

SUGOMIMI

「日常生活における“聞こえ”」に着目。対面での会話やコンサートの演奏音などさまざまな“音”が利用者の聞こえに応じて調整され、耳に届く聴覚拡張機能を備えたワイヤレスイヤホン「SUGOMIMI(スゴミミ)」<MH-L1SG>を発売。

■主な特長

1. 聴覚拡張機能を搭載。日常的に身に着けることで、対面での会話やコンサートの演奏音など、さまざまな“音”が利用者の聞こえに応じて調整され、耳に届く
2. 専用アプリから聞こえ方をチェック。音量や周波数帯などを自動で調整
3. 「標準」「外国語」「コンサート」など利用シーンに応じた設定が可能

※6 「SUGOMIMI」は非医療機器です。補聴器ではありません。聞こえの効果には個人差があります。聞こえに不安を感じる方は、補聴器を含めた製品のご検討をお勧めします。

★ WEB 社内報をご覧ください！！

URL: <https://blog.jp.sharp/family/>

または、こちらの QR コードからアクセスしてみてください！！ →

