

# 新中期計画 (FY2008-FY2011)

21 Nov. 2006

- 各FY (Fiscal Year) は当該年度末日3/31の属する暦年を持って表示。
- e.g. FY11は2010/4/1 ~ 2011/3/31を示す。

## 構成

- Part-1 Global Industry Context(ガラスの世界市場概観)
- Part-2 Glass – a growth Industry(市場の成長について)
- Part-3 NSG/Pilkington combined(2社統合について)
- Part-4 Medium-term Plan(新中期計画の概要)
- Part-5 Summary by Business(事業分野別のまとめ)

**Part-1**

**Global Industry Context  
(ガラスの世界市場概観)**

## Part-1-1 グローバル板ガラス市場

### ■ 市場規模約 41 百万トン (2005年)

- 25 百万 高品質フロート
- 3 百万 普通板
- 2 百万 型・網入り
- 11 百万 低グレード品 (主に中国式フロートなど)

### ■ 金額 (2005年)

- 約US\$ 190億 (2兆円台) …… 一次生産レベル (素板)
- US\$ 560億 (6兆円台) …… 加工レベル (付加価値品)

## Part-1-2 グローバル板ガラス - Routes to Market

### 全板ガラス市場

#### ■ Building Products 90%

- New Buildings 40%
- Refurbishment 40%
- Interior 20%

Market size:  
36 million tonnes

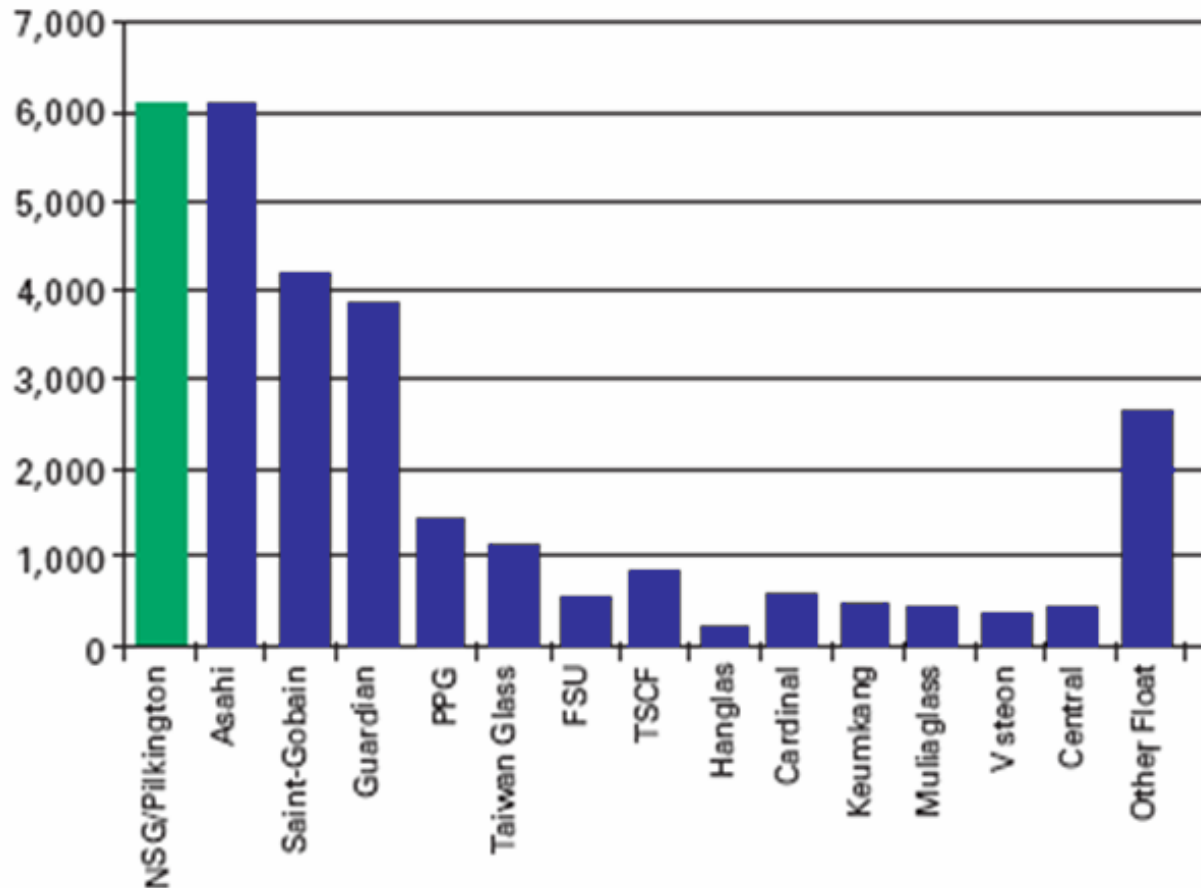
#### ■ Automotive 10%

- OE 83%
- Aftermarket 17%

Market size:  
5 million tonnes

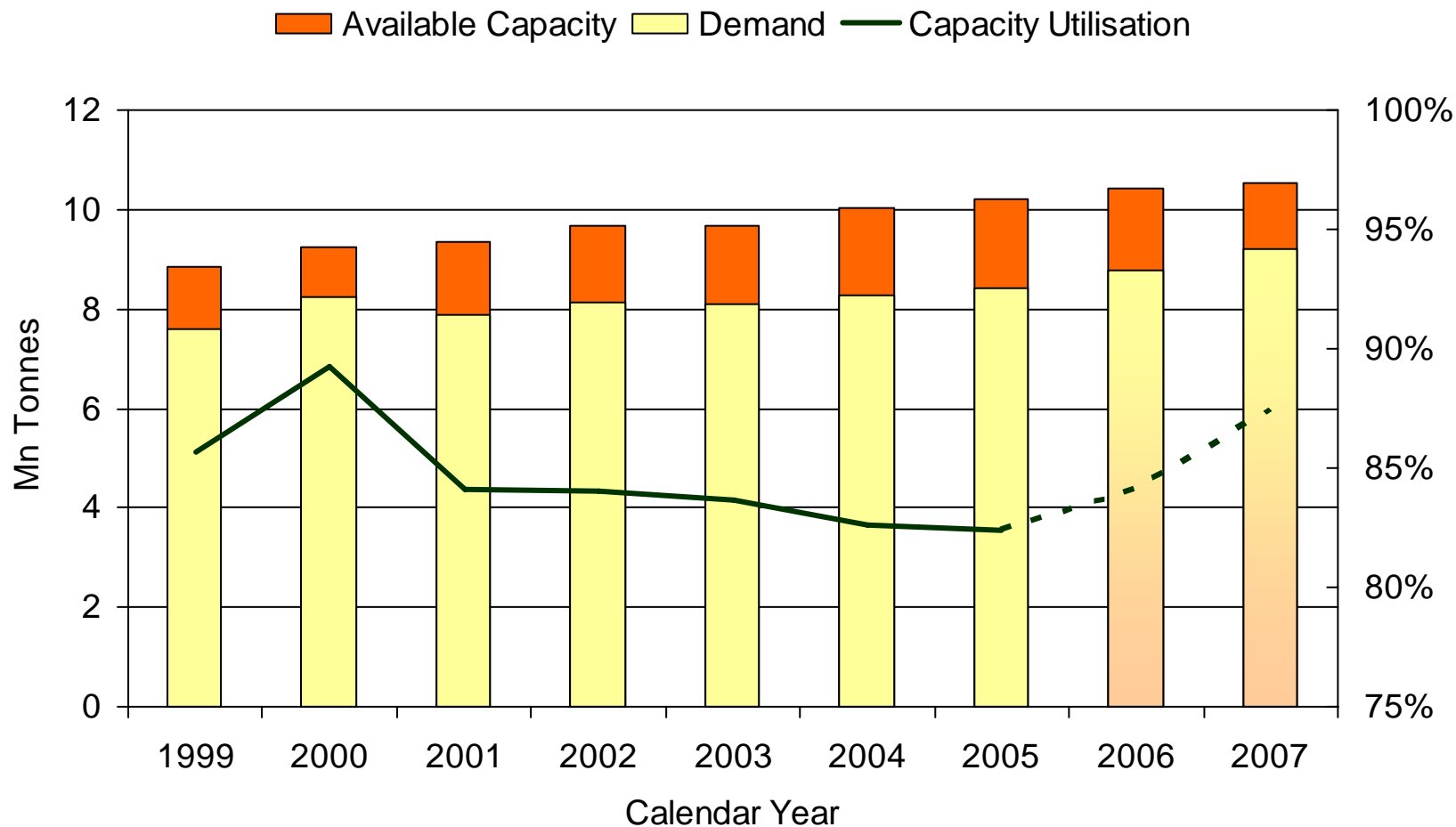
**Annual global market ~ 41 million tonnes**

## Part-1-3 世界の高品質フロート生産能力(2005)



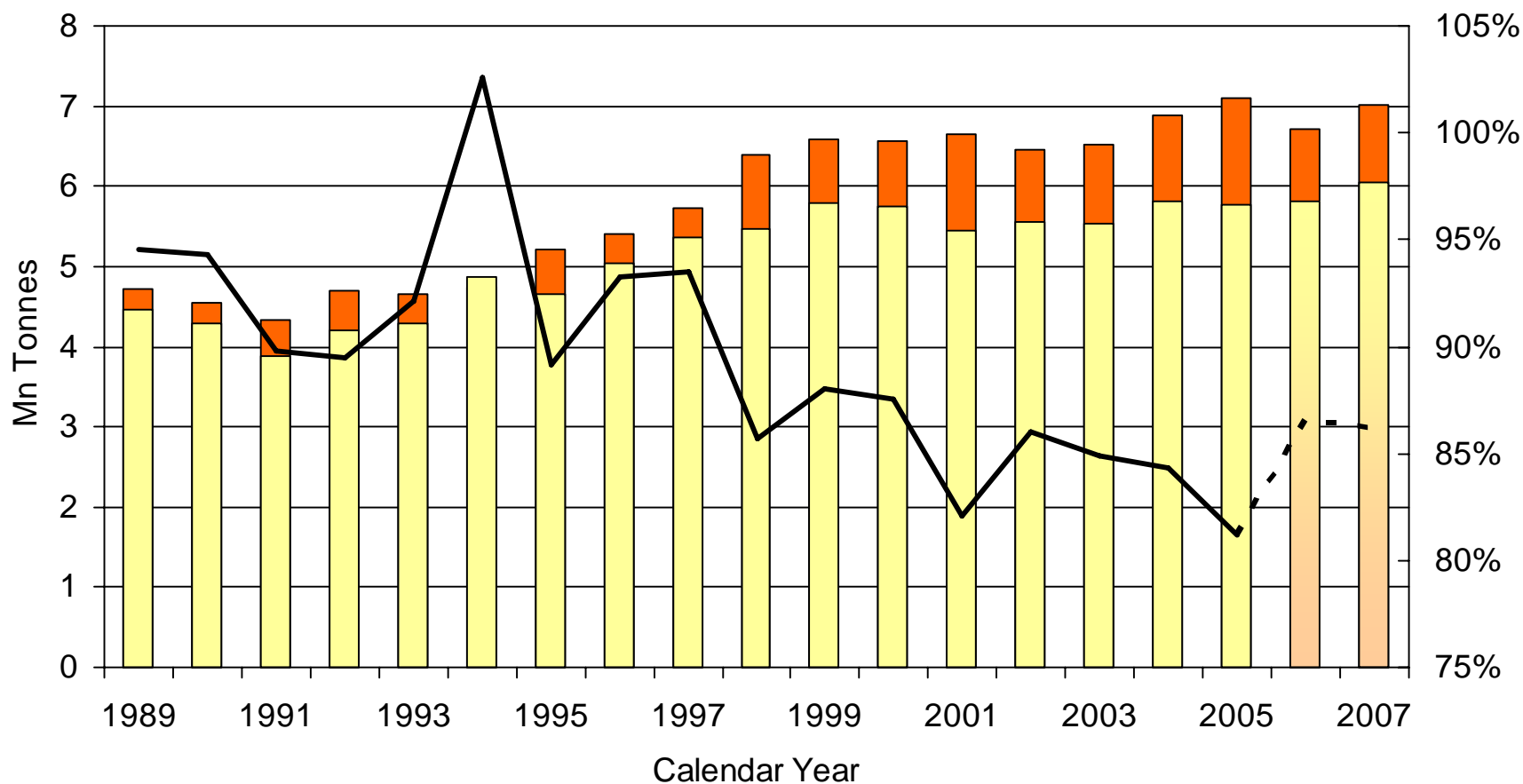
**NSG/Pilkington has approx. 20% of world capacity**

# Part-1-4 板ガラス生産能力と稼働率 -Europe



# Part-1-5 板ガラス生産能力と稼働率 -North America

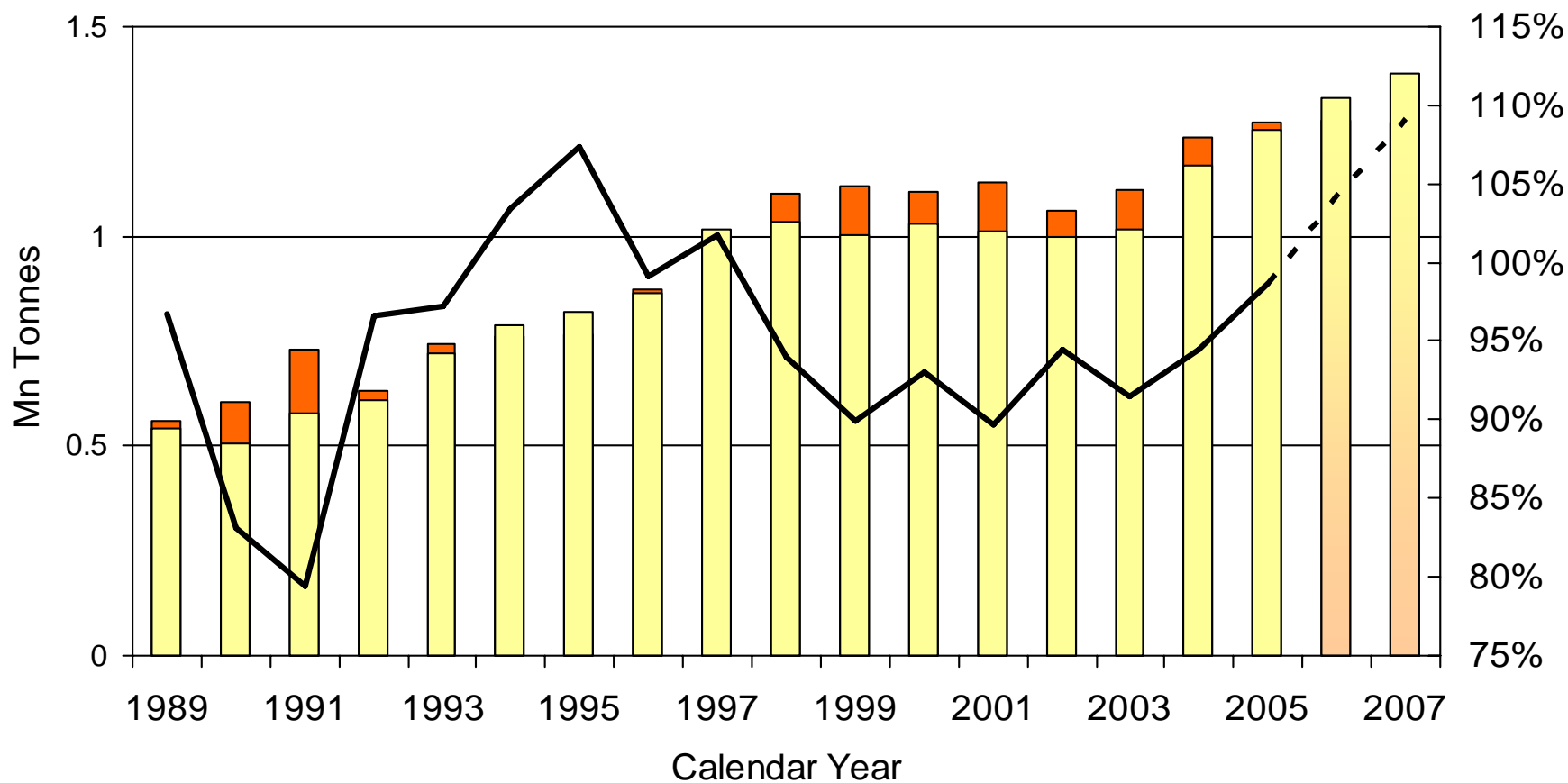
Available Capacity Demand Capacity Utilisation





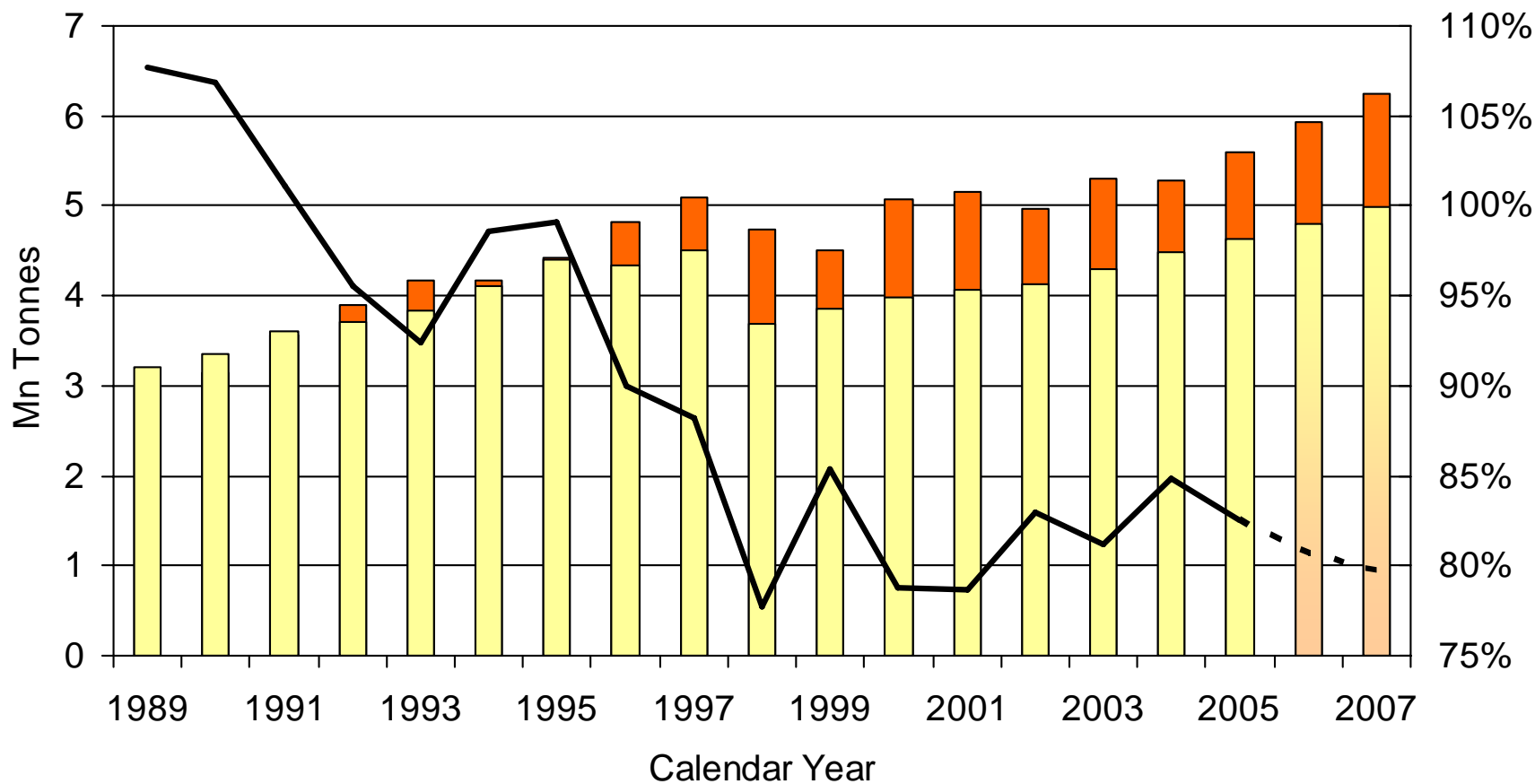
# Part-1-6 板ガラス生産能力と稼働率 - South America

Available Capacity Demand Capacity Utilisation



# Part-1-7 板ガラス生産能力と稼働率 - Asia Pacific (除く中国)

Available Capacity Demand Capacity Utilisation



## Part-1-8 世界の板ガラス産業

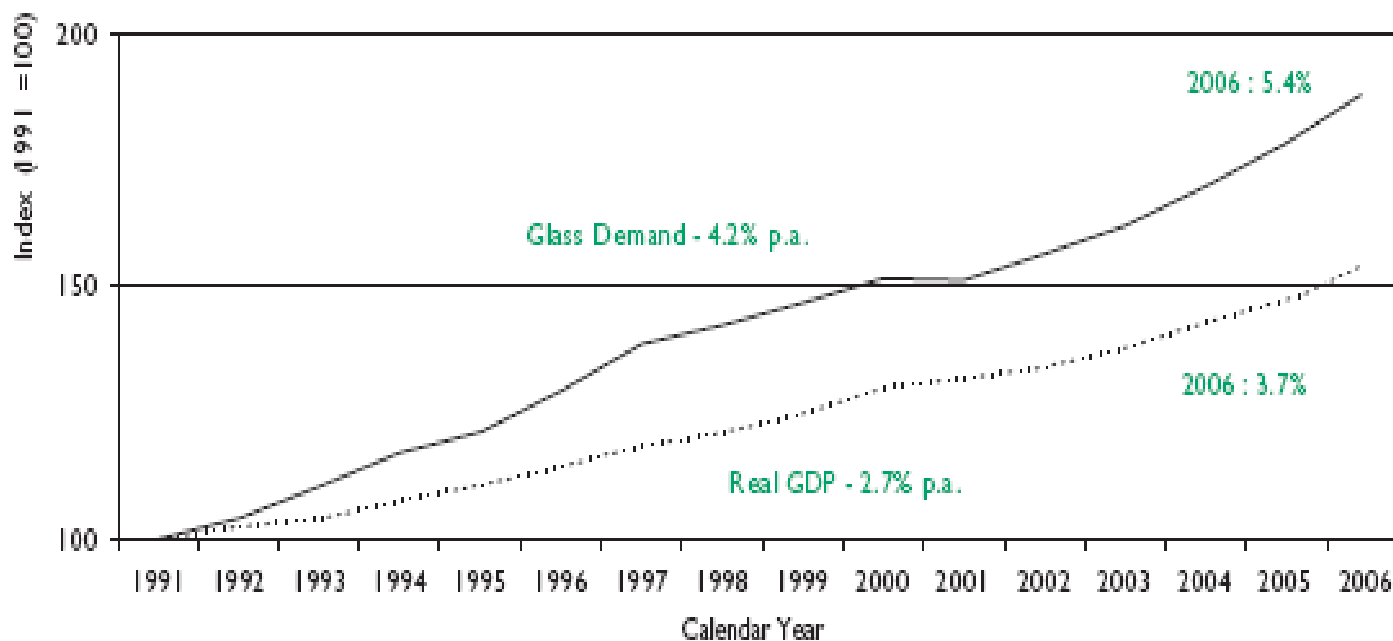
- 欧州、中国、北米で世界のガラス需要の75%を占める
- NSG+ Pilkington、旭、サンゴバン、ガーディアン  
の4グループで世界の高品質フロートの61%を生産
- NSG+ Pilkington、旭、サンゴバンとその提携先で世界  
の自動車用ガラスの76%を生産
- 板ガラス事業への集中 – 統合後の姿での87%  
旭社は50%、サンゴバンは13%のみ

**Part-2**

**Glass – a growth Industry  
(市場の成長)**

## Part-2-1 板ガラス - 世界GDP成長を上回る成長産業

Global Float Demand Grows c. 4.2% p.a. In 2005 Growth Rises to 5.4%



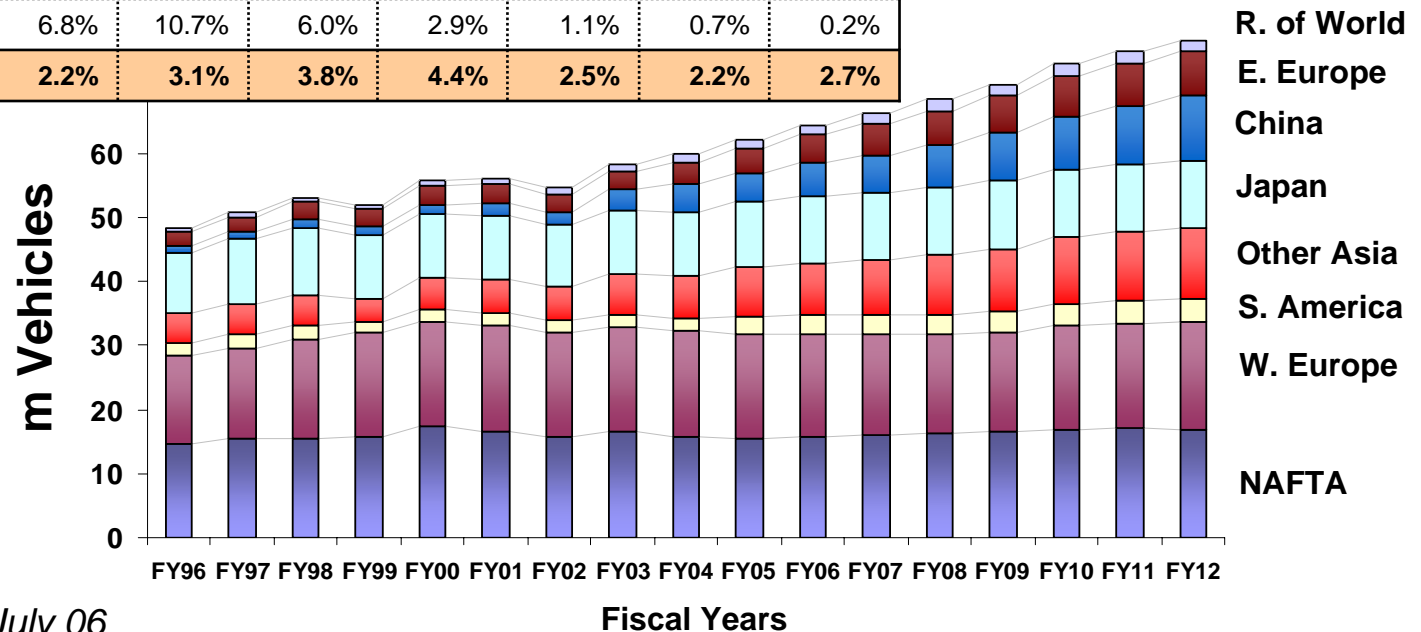
- [1]: Global GDP has accelerated
- [2]: Glass demand has increased faster
- [3]: China is driving global growth

**Global Float/Sheet Demand Growth**

**Float demand consistently exceeds GDP growth**

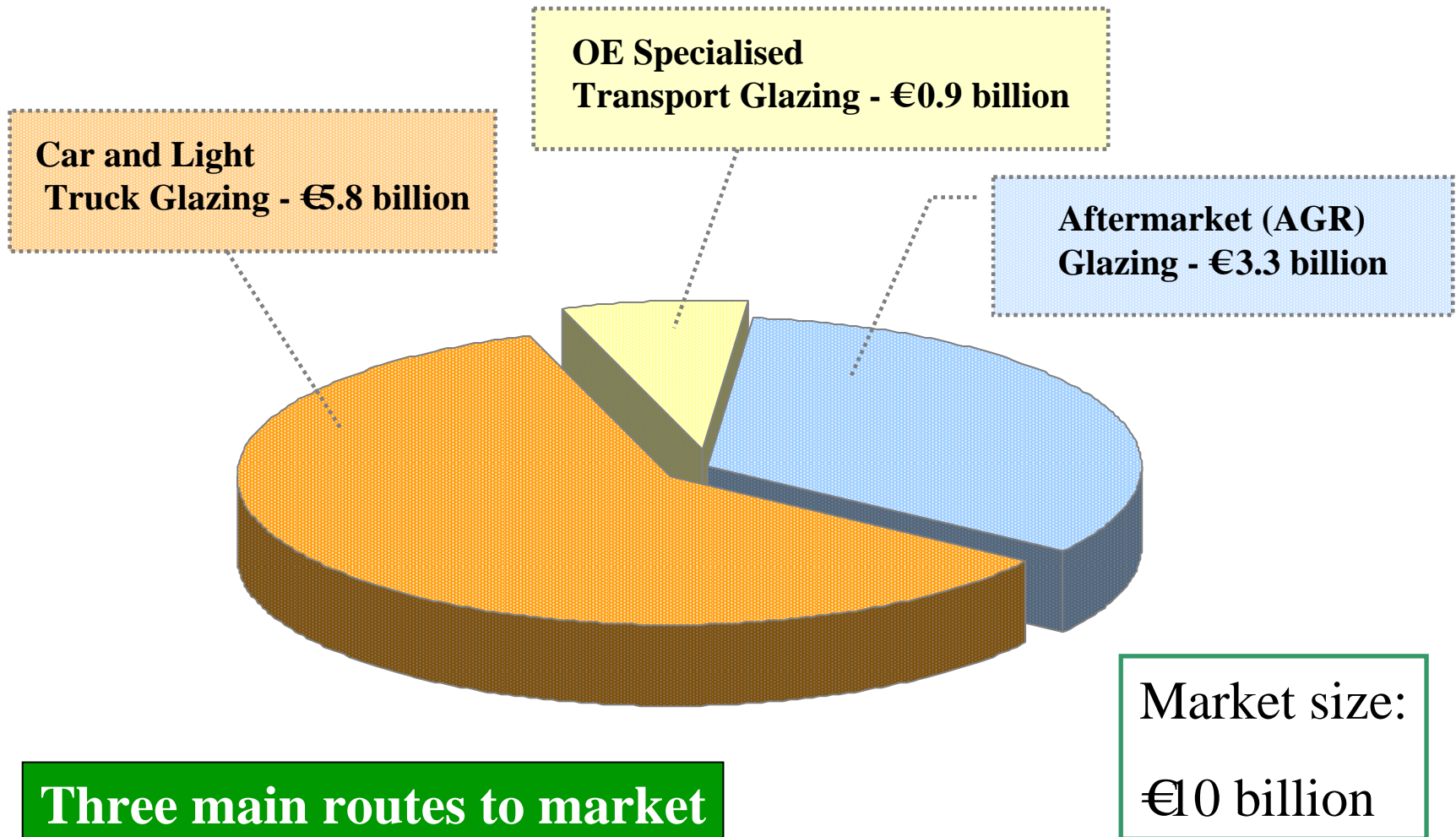
## Part-2-2 世界の乗用車組立台数：年2.2~4.4%成長見込み

| YoY %        | FY06        | FY07        | FY08        | FY09        | FY10        | FY11        | FY12        | FY13        |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| NAFTA        | 2.1%        | 0.0%        | 1.3%        | 2.3%        | 3.1%        | 1.1%        | -0.3%       | 0.1%        |
| WE           | -0.5%       | -3.5%       | -2.1%       | 0.8%        | 3.9%        | 1.0%        | 0.6%        | 2.5%        |
| SA           | 12.2%       | 5.7%        | 3.3%        | 3.6%        | 3.2%        | 1.7%        | 2.8%        | 0.8%        |
| Japan        | 1.0%        | 5.6%        | -0.9%       | -0.8%       | 0.2%        | -0.6%       | -0.1%       | 0.9%        |
| China        | 25.2%       | 2.9%        | 16.4%       | 12.9%       | 9.5%        | 10.3%       | 9.5%        | 9.1%        |
| Rest of Asia | 6.1%        | 4.6%        | 8.2%        | 6.1%        | 5.9%        | 4.2%        | 4.0%        | 3.8%        |
| EE           | 12.9%       | 14.0%       | 6.6%        | 10.5%       | 9.1%        | 3.4%        | 3.9%        | 3.4%        |
| RoW          | 8.1%        | 6.8%        | 10.7%       | 6.0%        | 2.9%        | 1.1%        | 0.7%        | 0.2%        |
| <b>Total</b> | <b>4.6%</b> | <b>2.2%</b> | <b>3.1%</b> | <b>3.8%</b> | <b>4.4%</b> | <b>2.5%</b> | <b>2.2%</b> | <b>2.7%</b> |



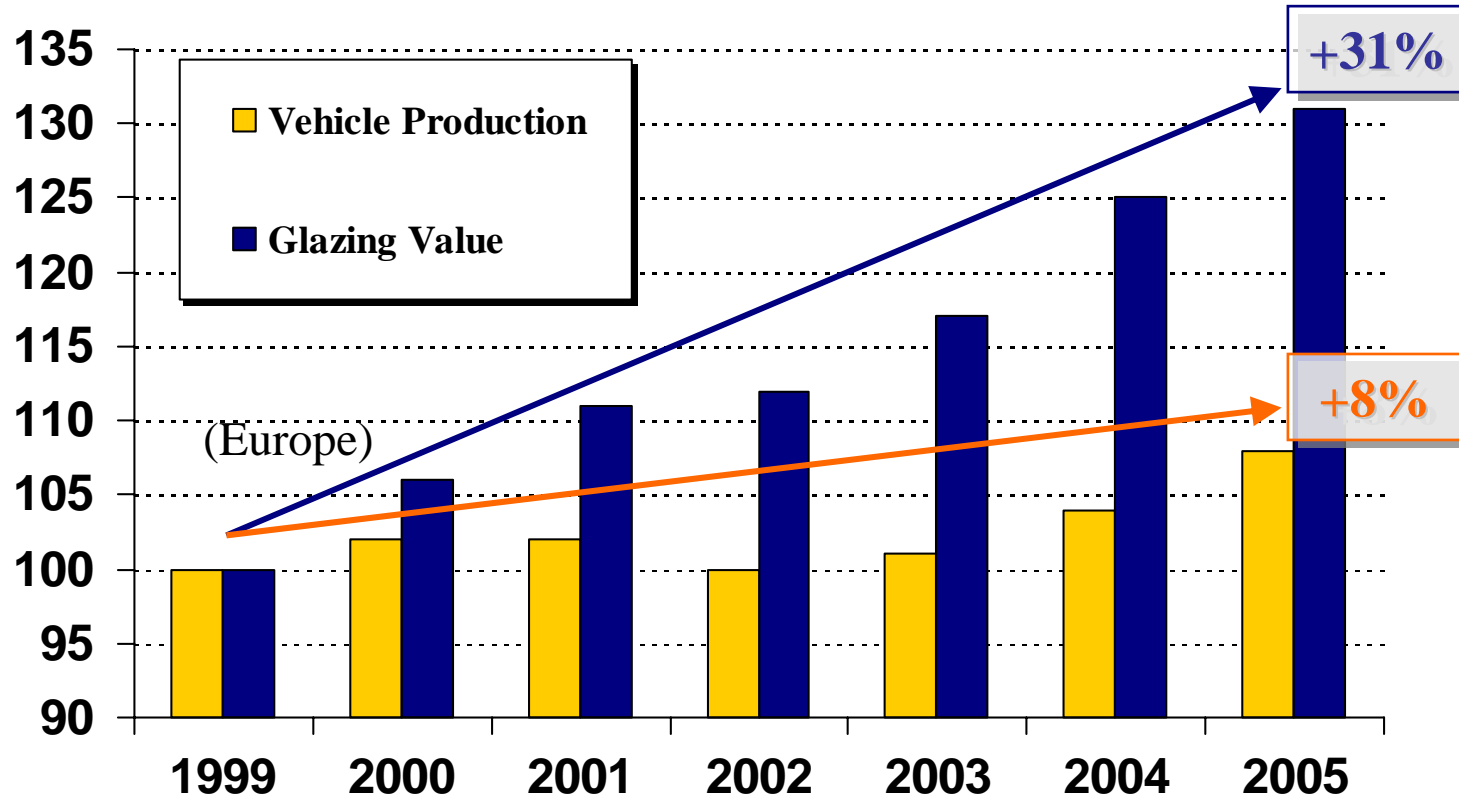
Data source – JDP July 06

## Part-2-3 世界の自動車ガラス市場規模



## Part-2-4 乗用車組立数vs.ガラス市場規模

1999-2005 Light Vehicle Production v Glazing Value ( base Y1999 = 100)



Glass area 60% increase in windshield glazed area 1979-2004

**Increased glazing value**



**Part-3**

**NSG/Pilkington combined  
(2社統合について)**

## Part-3-1 NSG+ Pilkingtonの統合により

- 板ガラス分野のグローバルリーダーに
- 年商は 8000億円規模に
- 板ガラス分野の規模、収益性で旭硝子と同格
- 世界46窯のフロートを所有、もしくは出資
- 年間の生産量は640万トン
- 自動車分野の顧客は世界に
- 全世界36,000人の従業員
- 世界26カ国で生産、130カ国以上で販売

## Part-3-2 統合の意義

- 事業規模の飛躍的拡大とグローバル戦略への展開
- ベストプラクティスの融合
- 株主価値創造
- グローバルな営業基盤の獲得

## Part-3-3 目標と戦略(Objective & Strategy) - 2006年7月制定

### 1 目指すべき目標

規模・財務内容において世界No.1の板ガラスメーカー

### 2 価値観と行動指針



### 3 戦略

3段階のステップ(詳細はスライド-23をご覧ください)

### 4 マネージメント方針

グローバルでの運営

## Part-3-4 基本戦略

# NSG + Pilkington

市場資産

技術資産

事業資産

- 3つの資産の最大限活用 & 発展 → 中長期に亘る事業領域の拡大
- 短期的Cashflowと中長期的事業発展に向けた施策のバランス

世界No. 1のガラスメーカー実現へ

## Part-3-5 目指すべき事業の姿

事業規模と利益・財務成績において、  
**世界No. 1の板ガラスメーカーになる**

NSG + Pilkington ➡ 真のグローバルリーダー企業を創造

- 両社の持つ人材と技術を最高、且つ最大限に活用
- 商品・サービス・生産技術における絶え間ないイノベーションの追求

- 顧客に信頼される企業
- 従業員に働きたいと思われる企業
- 株主に優良な投資先と思われる企業

## Part-3-6 長期ビジョンについて

3フェーズで、  
 着実に成長戦略を実行

新中期計画期間

フェーズⅠ <4年間>

財務の健全性を回復させつ  
 つ、生産性・品質の向上に  
 重きを置き、他社との差別化  
 で新会社の強みを確立

フェーズⅡ <3年間>

板ガラス事業の領域における  
 事業規模の拡大

- 新興市場への拡張投資による  
 地理的拡大
- 大型新商品の開発、R&D強化、  
 新しいテクノロジーの育成

フェーズⅢ <3年間>

新事業の開拓による成長の持続  
 既存領域に限定せず、市場・顧客資産、  
 技術資産、事業資産を活用した近隣  
 事業領域、新商品領域への進展。  
 M&A、アライアンスなども活用。

 日本板硝子

+



PILKINGTON

2007/4～

2011～

2014～

～2016

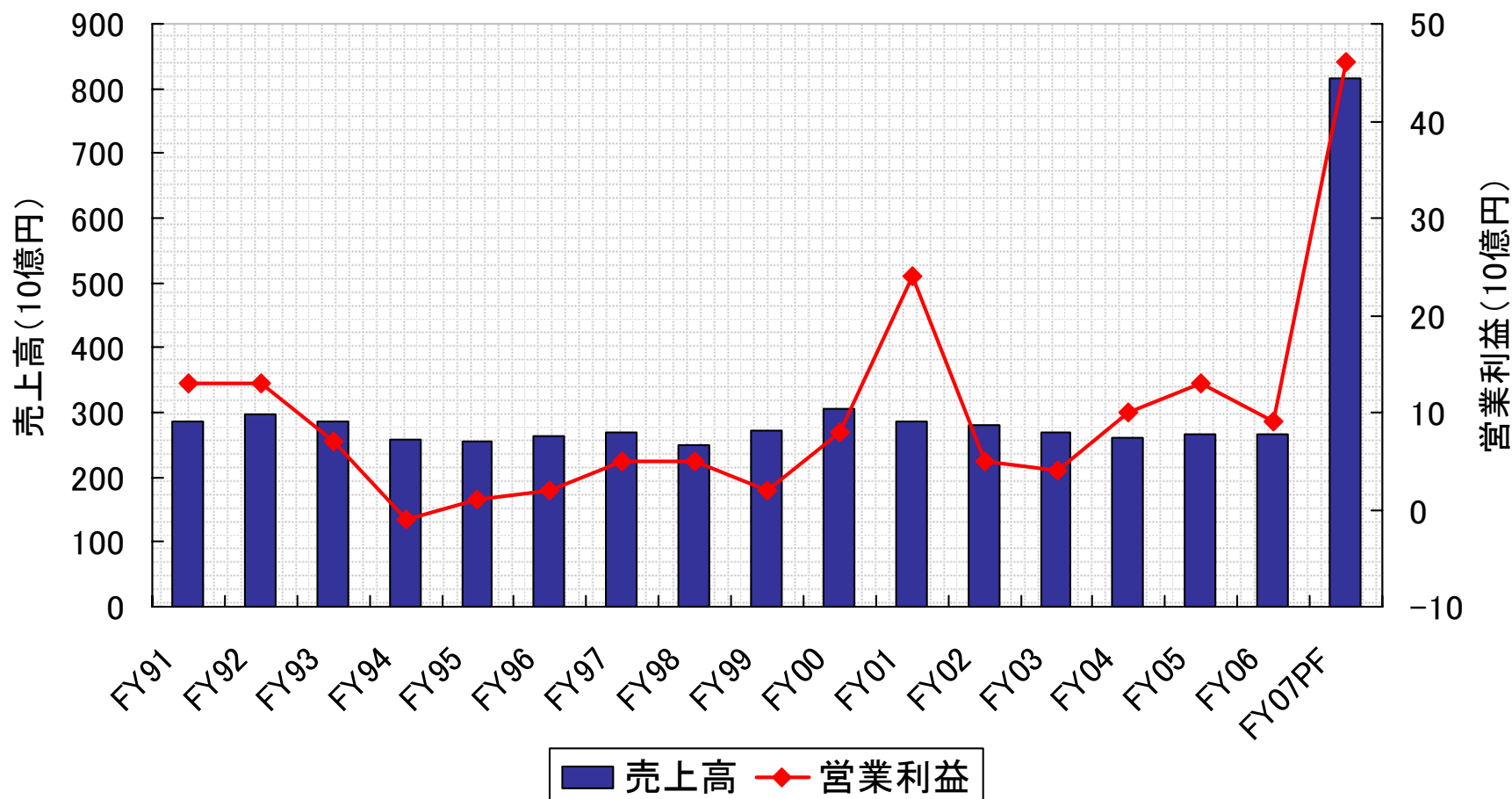
**Part-4**

**Medium-term Plan  
(新中期計画の概要)**



# Part-4-1 新しいステージへ

## NSG 業績推移



## Part-4-2 目標

### 目標

- ◆ 財務の健全性回復
- ◆ 生産性・品質を極限まで高め、他社より優れた存在になること

### 実現すべき4つの項目

- 品質・コスト・顧客サービス等における優位性や強みの一層の強化
- 予算・目標値の達成
- Phase2以降の成長に向けた投資の選択と集中
- 財務目標値 (Net Debt Ratio) の達成

新しい文化の創造

 日本板硝子



PILKINGTON

信頼関係の強化

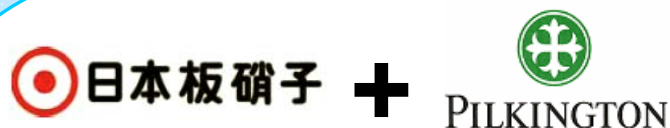
## Part-4-3 シナジー

### 市場・顧客

- クロスセリング
- グローバルネットワーク

### 地理的展開

- 生産拠点・物流網・販売網
- ネットワークの相互活用



### 技術分野

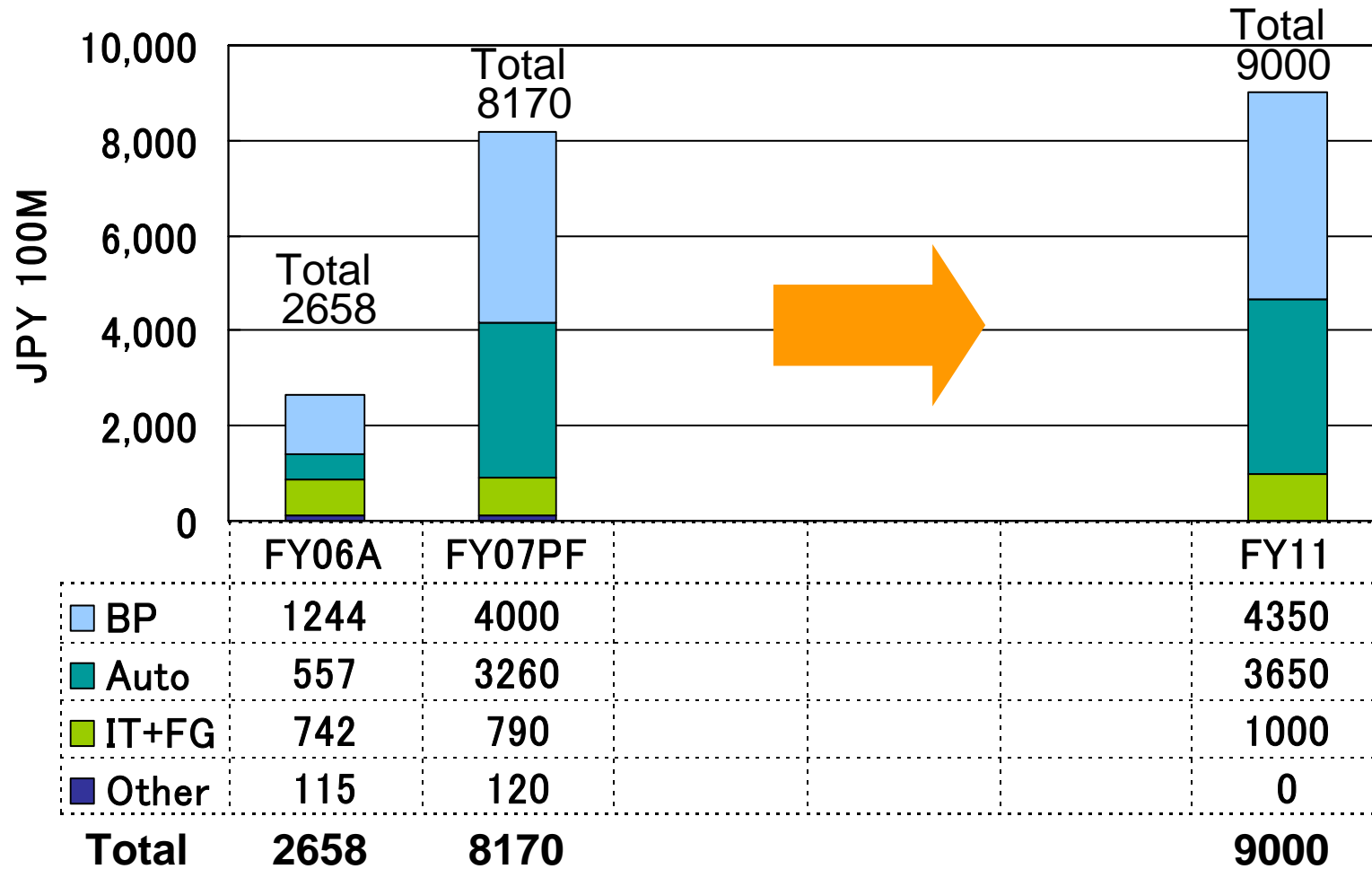
- 生産技術・新商品開発
- 標準化・長期的Pro.

### スケールメリット

- 集中購買・稼働率向上
- RD&Eの共有・分業

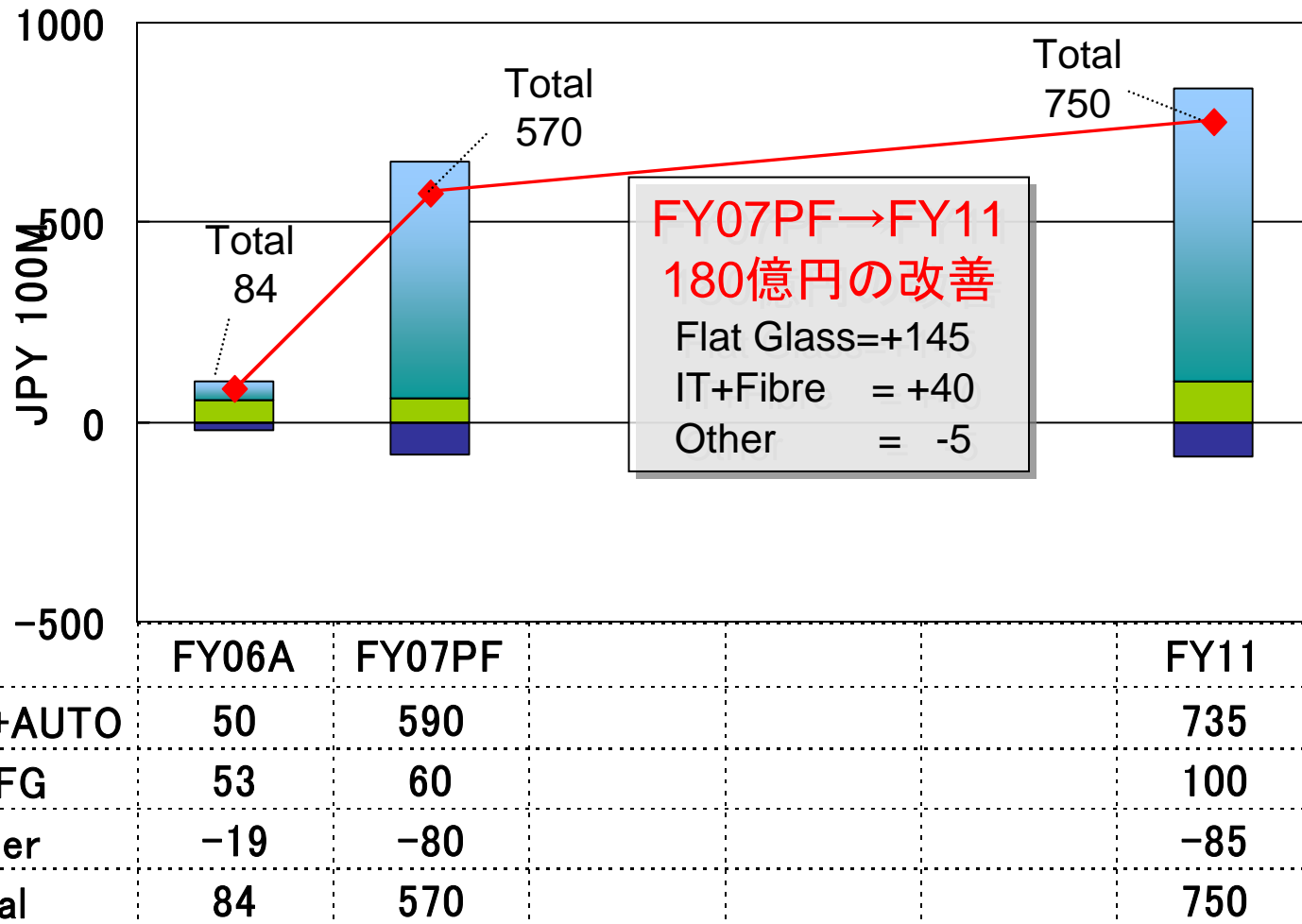
目標値： FY11：約100億円／年、FY14：約190億円／年

## Part-4-4 売上高(FY11Target)



※FY07PFは06.7.6開示値

## Part-4-5 暖簾償却前営業利益(FY11Target)



※FY07PFは06.7.6開示値

## Part-4-6 暖簾及び無形固定資産について

### ■ 資産再評価による、無形固定資産の計上と償却費の変化

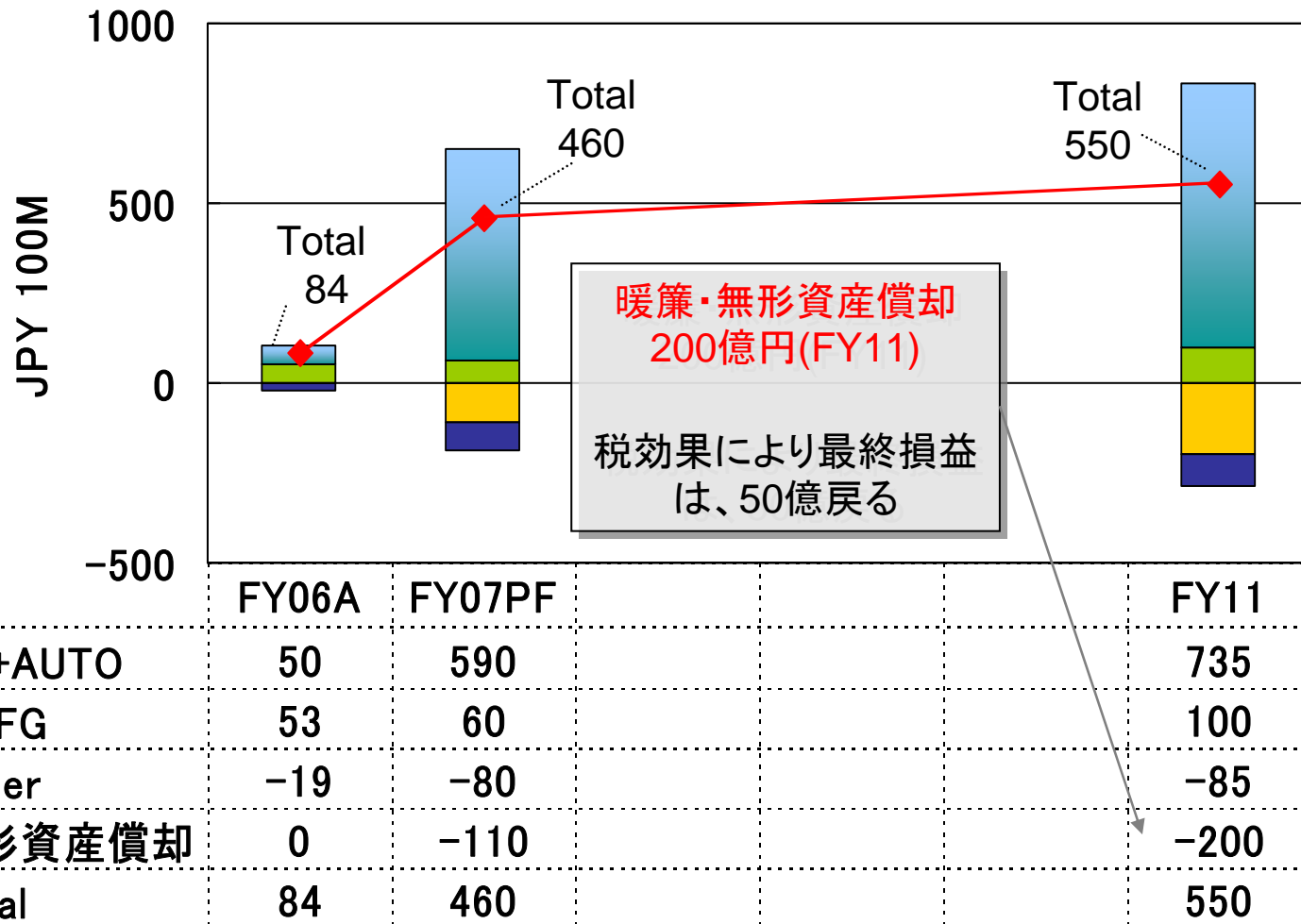
※1 ㉦=200円で換算

|           | 2006年6月末時点 | 今回(2006年9月末BSをベース) |
|-----------|------------|--------------------|
| 暖簾 ①      | 2,200億円    | 1,010億円            |
| 無形固定資産 ②  | ----       | 1,986億円            |
| ③         | ----       | △596億円(繰延税金負債)     |
| 総額 ①+②+③  | 2,200億円    | 2,400億円            |
| 20年間平均償却額 | 110億円/年    | 120億円/年平均          |

※実際は償却年数が資産内容によって異なる。

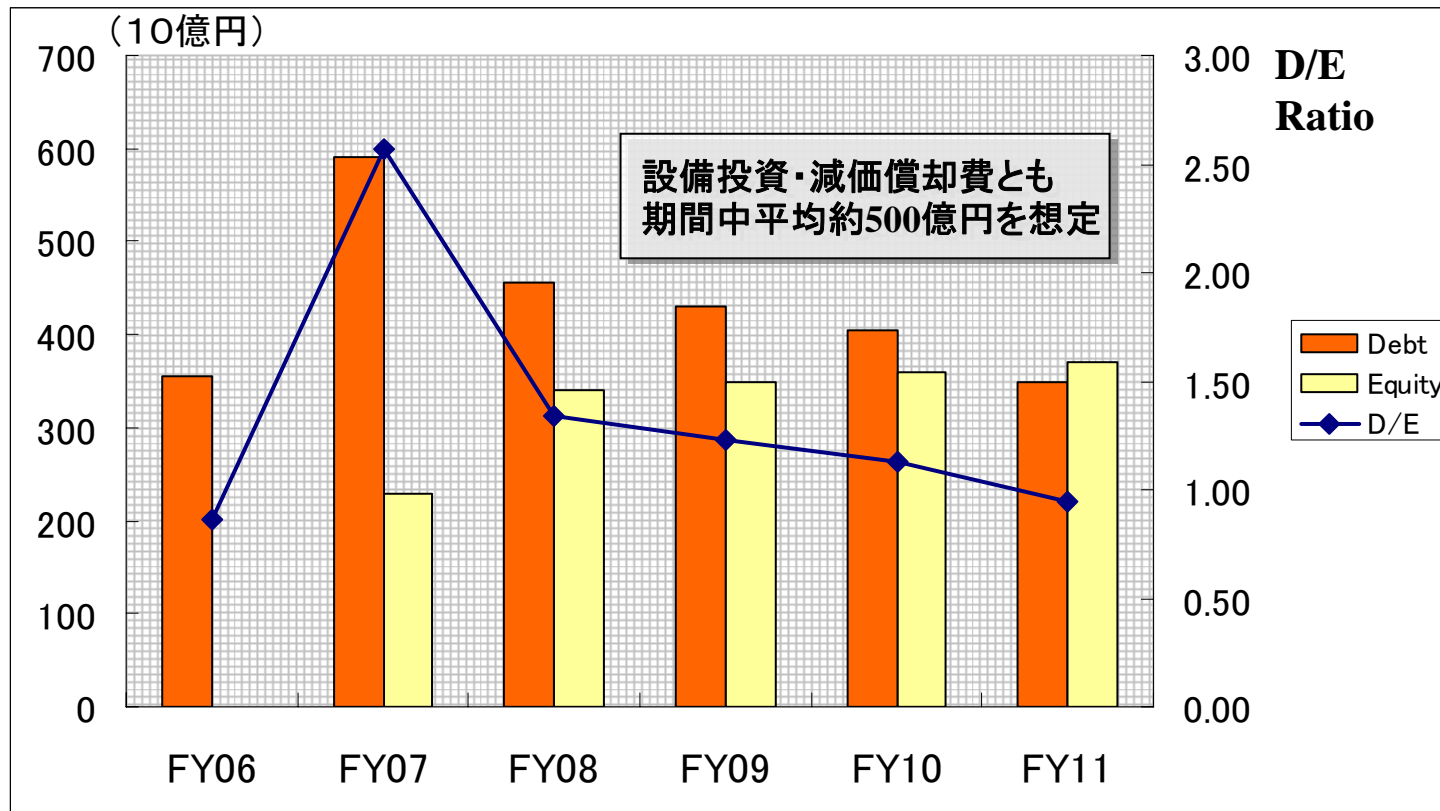
よって初年度の今年は169億円、FY11は150億円(営業費用200億円、  
税効果戻し△50億円)を想定している。

## Part-4-7 暖簾償却後営業利益(FY11Target)



※FY07PFは06.7.6開示値

# Part-4-8 Debt/Equity レシオ



買収手続き完了後の格付機関による格付では、想定通り投資適格を維持

- R&I(6/16)      BBB+ → BBB
- ムーディーズ(6/16)      Baa2 → Baa3



## Part-4-9 EPS、EBITDA及びROE

|                      |       | Mar.2006実績 | Mar.2011予想 |          |
|----------------------|-------|------------|------------|----------|
| 当期純利益                | (億円)  | 78         | 310        | 3.9倍に    |
| 発行済株式数(06/3末)        | (百万株) | 443        | 443        | 株数は1.5倍に |
| 転換社債型新株予約権付社債の転換株数予測 | (百万株) |            | ※ 223      |          |
| EPS(潜在株式調整後)         | (円)   | 17.5       | 46.5       | 2.6倍以上   |
| 暖簾・無形資産償却+税効果戻し      | (億円)  | -          | 150        |          |
| EPS(キャッシュ調整後)        | (円)   | 17.5       | 69.1       | 3.9倍以上   |
| EBITDA(営業利益+償却費+暖簾)  | (億円)  | 210        | 1,250      | 5.9倍以上   |
| ROE                  |       | 3.3%       | 6%以上       |          |

※ 06.11.17現在転換株数142百万株+未転換390億円転換価格478円での潜在的転換後=223百万株。

下限値(336.8円)で転換した場合の最大稀薄化株数258百万株の場合、EPS=44.2円となる。Cash調整後で65.1円。

**Part-5**

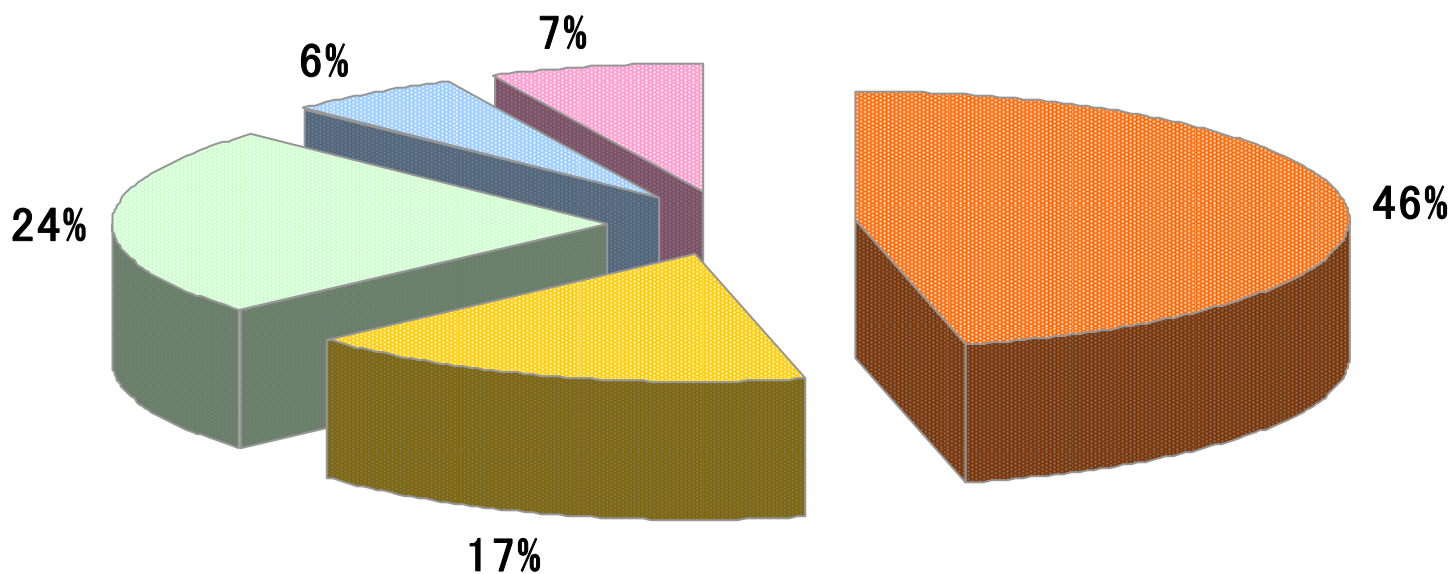
Summary by  
NSG/Pilkington Business  
(事業分野別のまとめ)

# 1. Building Products + Automotive (建築用ガラス+自動車用ガラス)

## Part-5-1-1 建築用ガラス分野での戦略的意義及び施策





- 地理的拡大した事業基盤により市場サイクルの影響を緩和。加えて、収益及びキャッシュフローも安定化。
- 中国、東南アジア、南米、ロシアをはじめとする多くの新興市場におけるプレゼンス向上により将来性の高い成長市場で優位性を確保。
- 川下加工事業における両社のノウハウの相互融通。
  - 日本顧客からの要求度の高い付加価値製品
  - 機能ガラス先進地域であるヨーロッパで培われた製造技術
  - 既存商品、新商品の相互販売
- 西欧市場及び現地の技術へのアクセスによる付加価値ガラス事業の強化。

Part-5-1-2 NSG/Pilkington: Flat Glass(BP+Auto) 地域別売上(FY07PF)



 Europe 
  North America 
  Japan 
  South America 
  Rest of the World

## Part-5-1-3 BP 製品群1

| 機能  | Pilkington  | NSG   |
|---|---|---|
| 断熱               | インシュライト, オプティサーム,<br>K-ガラス,<br>オプティフロート                     | へアマルチ, オフラインLow-E,<br>CVD Low-E,<br>スペーシア, フロート板ガラス             |
| 太陽光・<br>熱コントロール  | サンクール,<br>オプティフロート熱線吸収ガラス,<br>エクリプス アドヴァンティジ,<br>アクティック・ブルー | レフシャイン, レフイック, レフライト,<br>ブロンズペーン,<br>グレーペーン, グリーンペーン,<br>ブルーペーン |
| 防火              | パイロストップ°, パイロデュア,<br>パイロシールド°                               | 網入板ガラス, パイロクリア,<br>パイロストップ°                                     |
| 防音             | オプティラム フォン  | ソノガラス   |

## Part-5-1-3 BP 製品群2

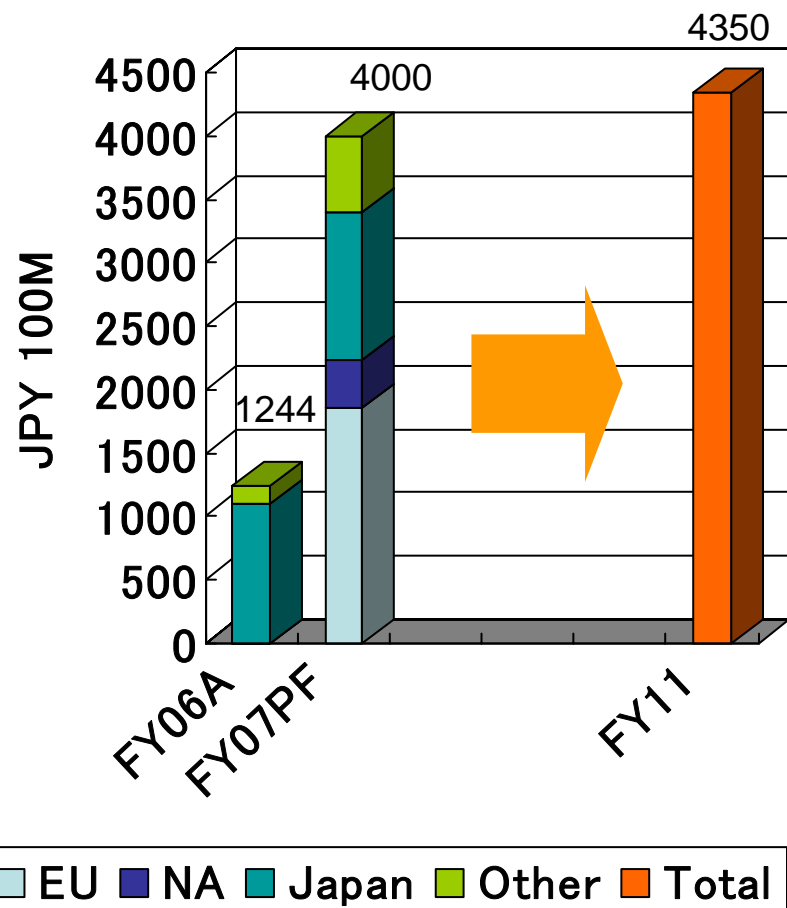
| 機能  | Pilkington  | NSG                               |
|---|---|-----------------------------------|
| 安全・<br>防犯   | オプティラム,T グラス  | ラミペーン, セキュオ, タフライト                |
| 装飾   | 型板ガラス, オプティフロート・サテン,<br>オリエル・コレクション,<br>オプティミラープラス,セラフィック | 型板ガラス, 網入型板ガラス,<br>イメージ, ハイミラー    |
| 特殊工法   | プレーナー, プロフィリット  | プレーナー, PFG, EPG,<br>プロフィリット       |
| セルフ・<br>クリーニング   | アクティヴ   | クリアテクト, レイボーク光                    |
| 特殊機能   | オプティホワイト, ミッド-X,<br>マイクロフロート,<br>ガレリア, プラトール, オプティビュ      | ピュアサイト, UFF, マグペーン,<br>アングル21, ウム |

## Part-5-1-4 NSG/Pilkington ユニークかつ強みの有る製品と技術

| Pilkington                                       | NSG                                       |
|--|---|
| 1958 画期的板硝子製法 フロート法開発                            | 1965 <b>アジア初</b> :ピルキントンからフロート法を導入        |
| 1970 DPG構法開発(“プレイナー”)                            | 1987 <b>世界初</b> :瞬間調光ガラス「ウム」発売            |
| 1986 CVDオンライン技術獲得                                | 1994 <b>世界初</b> :自動車用撥水ガラス「リペライト」を発売      |
| 1989 防火ガラスPyrostop上市                             | 1995 <b>日本初</b> :網なし防火ソーダライムガラス発売         |
| 1993 イタリアSIV社を買収。<br>現在サンサルボ工場は世界最大の自動車用ガラス製造拠点。 | 1997 <b>世界初</b> :真空ガラス「スペーシア」を発売          |
| 1998 酸素燃焼技術                                      | 1998 <b>日本初</b> :オンラインCVD導入               |
| 2001 <b>世界初</b> のセルフ・クリーニングガラス<br>”ピルキントン・アクティブ” | 2003 <b>世界初</b> :ディスプレイ用0.3mm厚フロート板ガラスを出荷 |
|  | 2004 <b>日本初</b> :セルフ・クリーニングガラス「クリアテクト」を発売 |
|  | 2006 <b>世界初</b> :自動車用熱暑感低減サイドガラスを発売       |



## Part-5-1-5 BP売上高目標



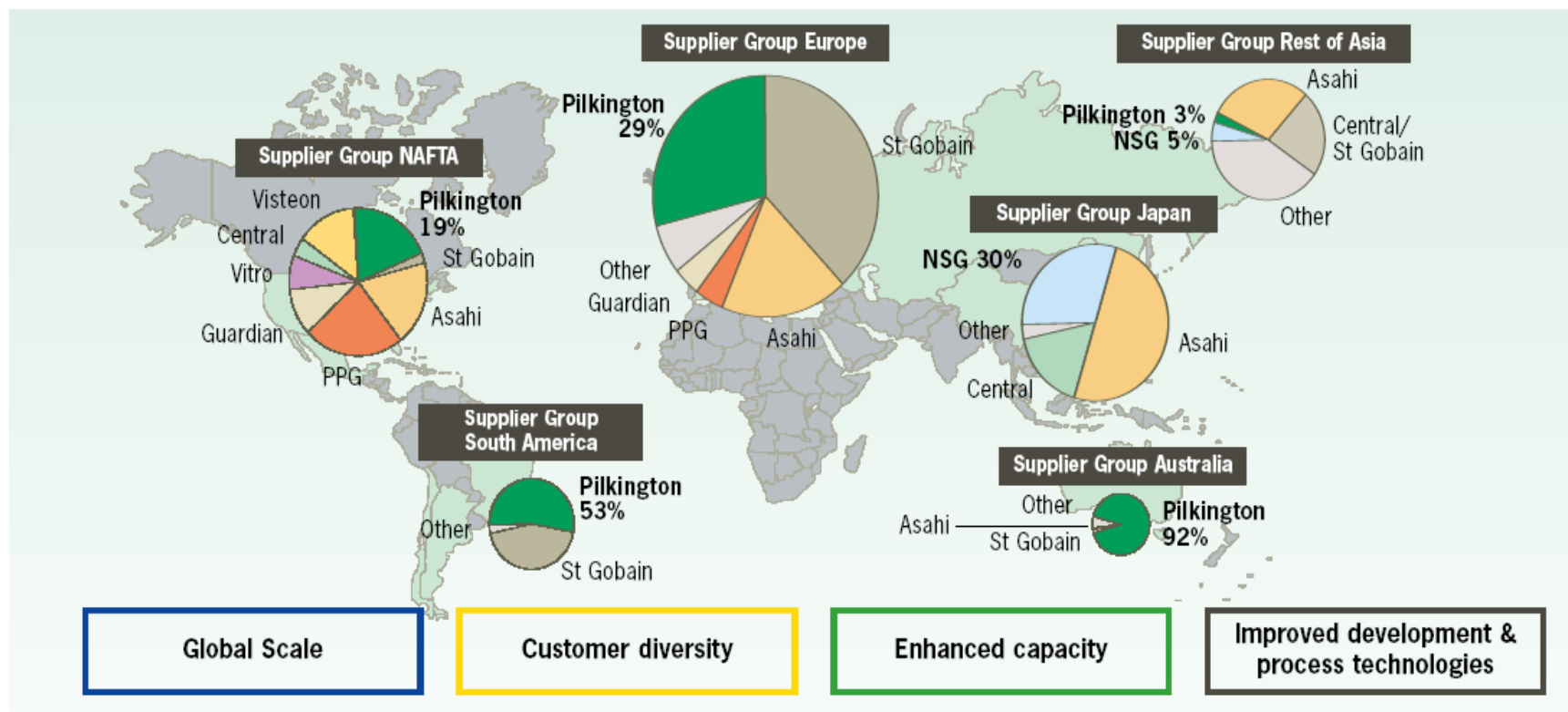
- **日本:**  
(環境)住宅着工・非住宅着工横ばい。  
(施策)機能ガラスNo.1の地位確立、拡大。
- **ヨーロッパ:**  
(環境)安定成長。市場回復、需給逼迫。  
(施策)川下での付加価値品シフトと市場に合せて生産能力増強。
- **北米:**  
(環境)住宅用は低調だがビル需要が旺盛。  
(施策)市場に合せて売上増。生産余力を生かす。
- **南米:**  
量的成長大。輸出を国内に向ける等して対応。
- **アジア:**  
量は拡大するが、中国品の影響あり、環境は厳しい。
- **その他:**  
新興市場への布石を打つ(CGH、UAE)。

※FY07PFは06.7.6開示値

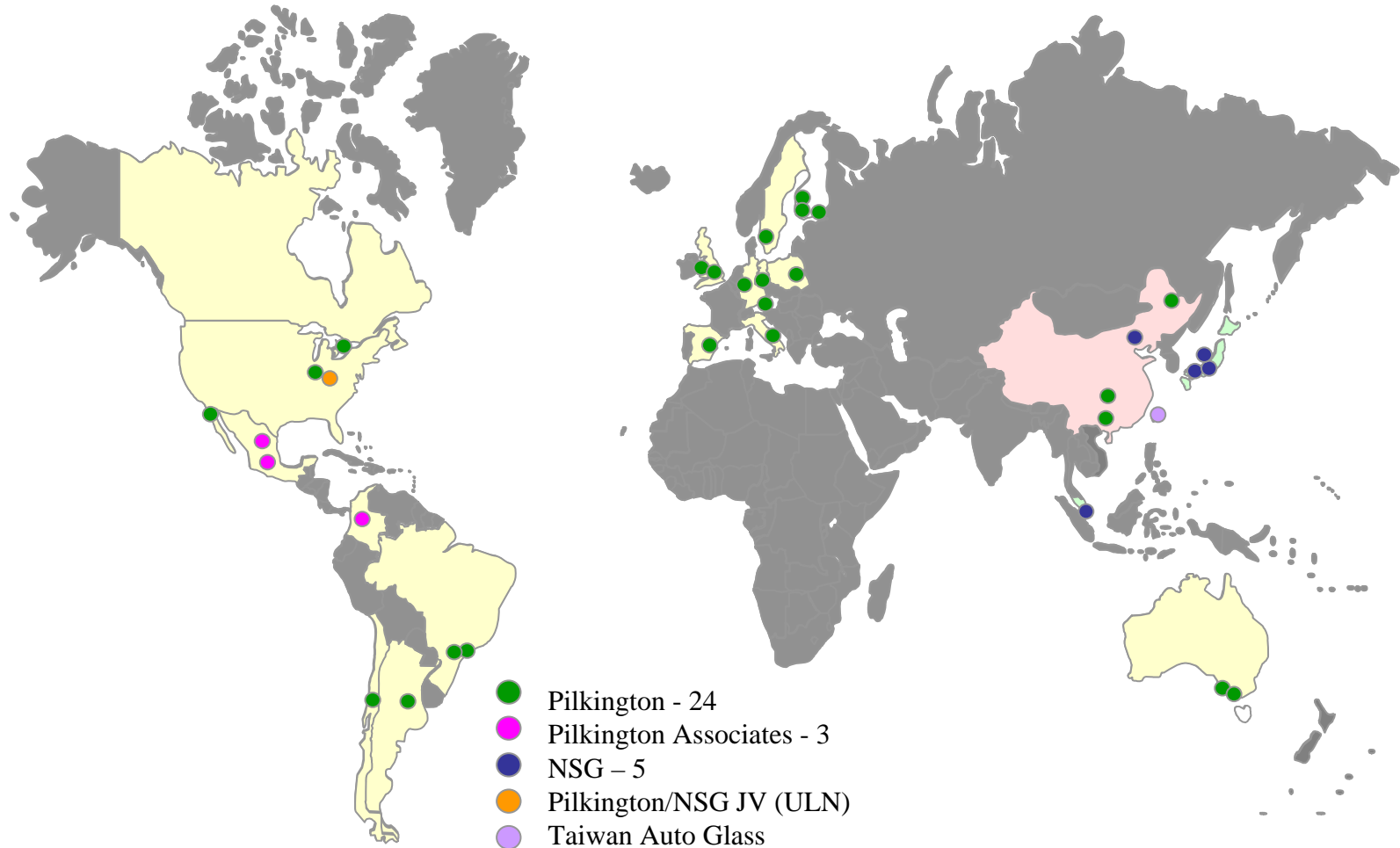
## Part-5-1-6 自動車ガラス分野では、事業エリアと強みが拡大

- 顧客接点の一元化
- グローバルに画一的な品質の提供
- 価格競争力

**NSG+ピルキントンは  
 自動車用ガラス分野で世界No.1**



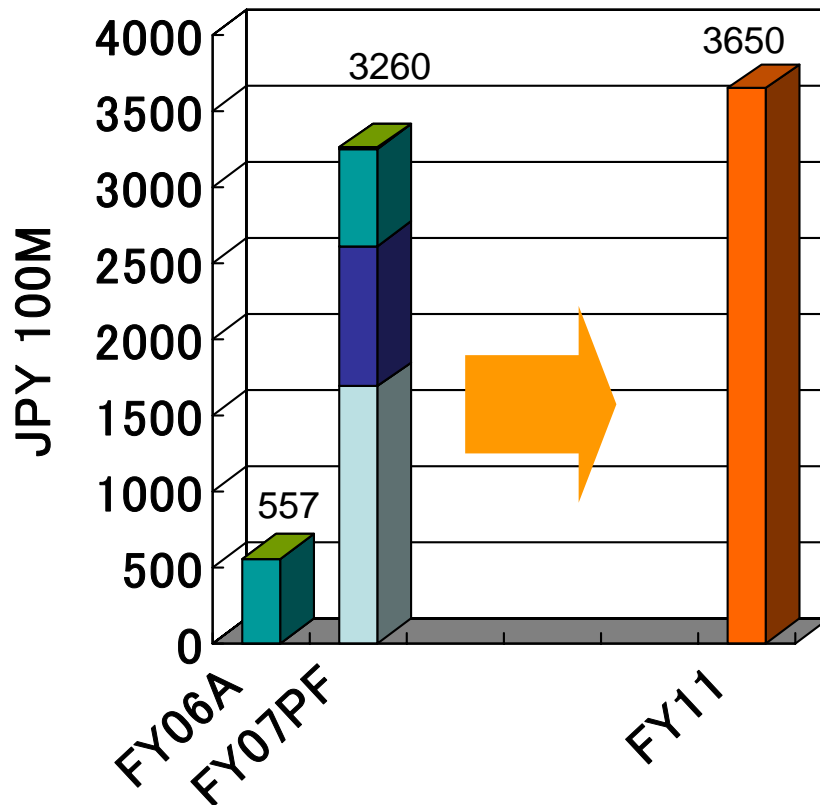
## Part-5-1-7 NSG/Pilkington 自動車ガラス製造拠点



## Part-5-1-8 自動車ガラスの成長

- 世界的な自動車需要の成長
- 1台当りガラス使用面積の増加
- ガラス形状の複雑化
- 自動車ガラス市場の増大

## Part-5-1-9 Auto売上高目標



- **日本:**  
(環境)国内生産横ばい。世界同一立上要求。
- **ヨーロッパ:**  
(環境)生産台数:西欧は安定・東欧が成長主導(年6~10%)。
- **北米:**  
(環境)安定(年0-3%成長)
- **南米:**  
年3-5%の堅調な伸び。
- **アジア:**  
生産台数伸びは中国主導(年約12-20%)。

EU
  NA
  Japan
  Other
  Total

※FY07PFは06.7.6開示値

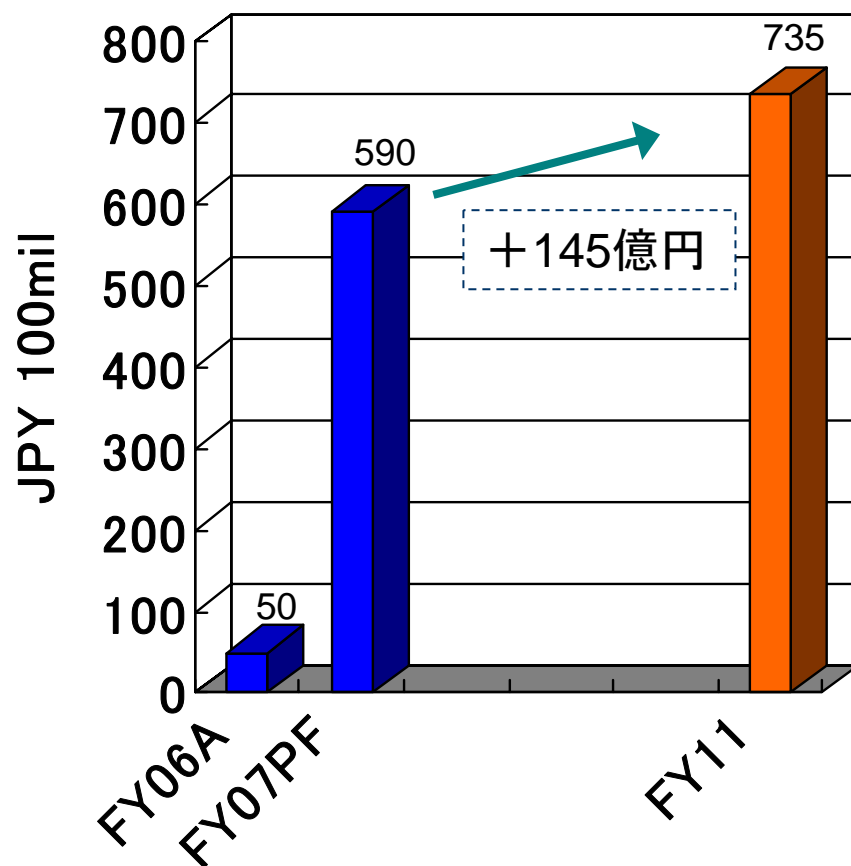
先進市場での高付加価値シフト、新興市場での量的拡大

## Part-5-1-10 Auto - 戦略目標

- 世界一の実現・地位強化
- 品質で世界No.1、コストで地域No.1
- 世界同一品質・同時立上
- 生産能率・稼働率の向上、設備投資最小化

## Part-5-1-11 Flat Glass 営業利益目標 (無形資産償却前)

Margin(OP/Sales):FY07:8.1%→FY11:9.2%



■ 売上増: 85億円

- 需要増
- クロスセリング
- 付加価値製品増
- MIX変化
- 他

■ コスト改善: 87億円

- 共同購買
- ベストプラクティス共有
- 他

■ 為替レート差: -27億円

- GBP/JPY:210→200

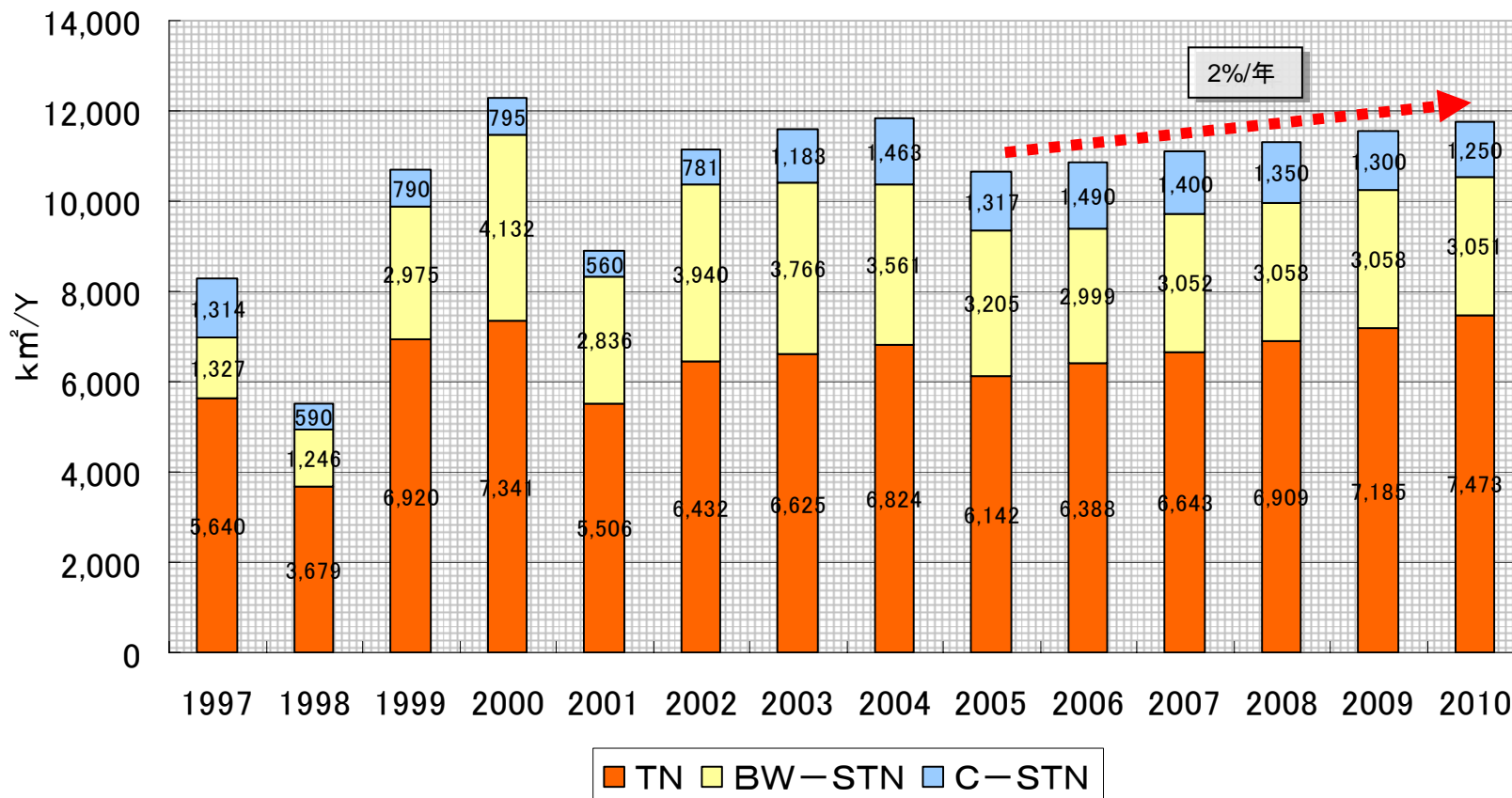
※FY07PFは06.7.6開示値

## 2.IT + Fibre Glass (IT + ガラス繊維)



# Part-5-2-1 PM LCD 市場

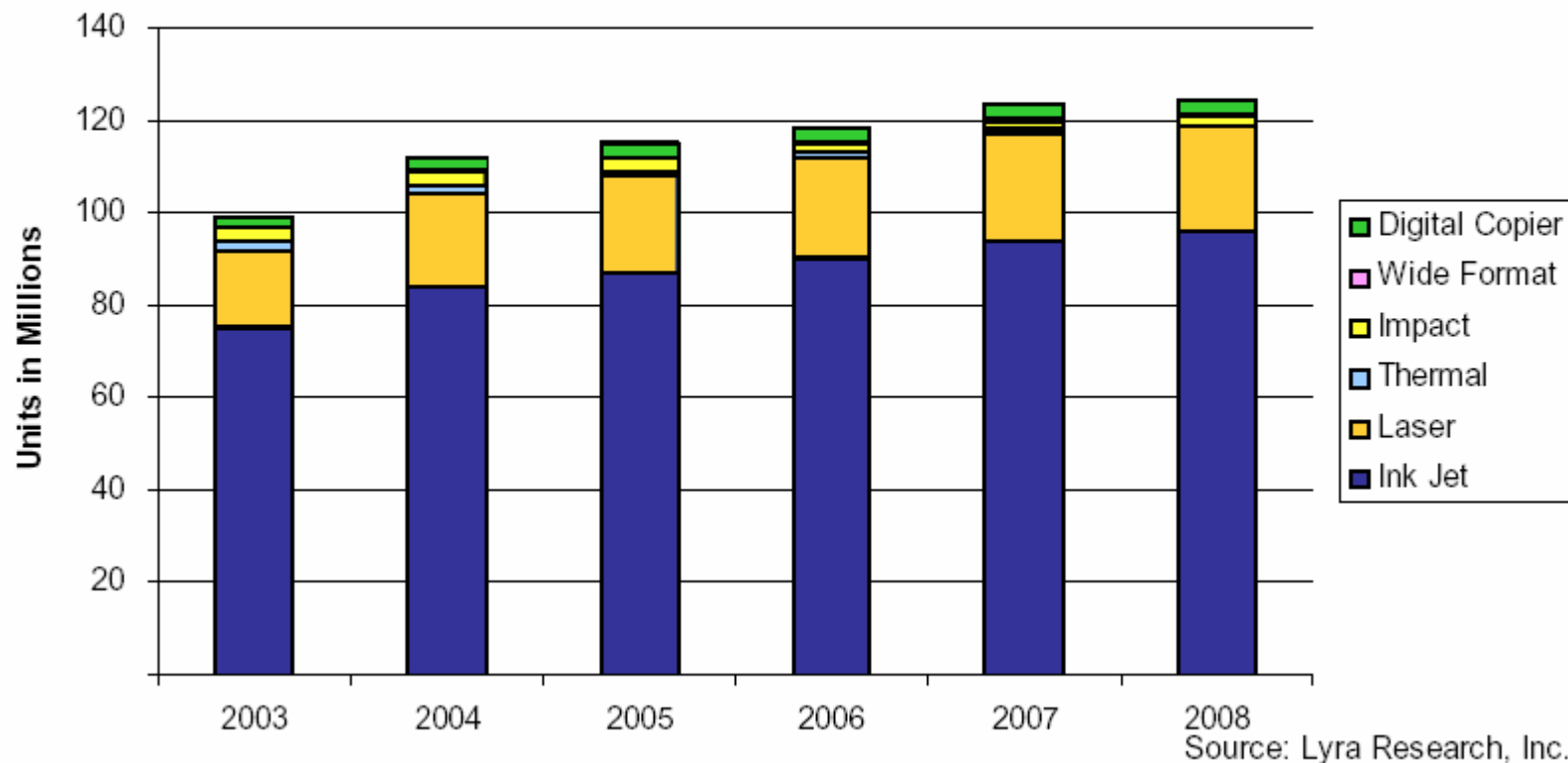
## PMLCD projection by use



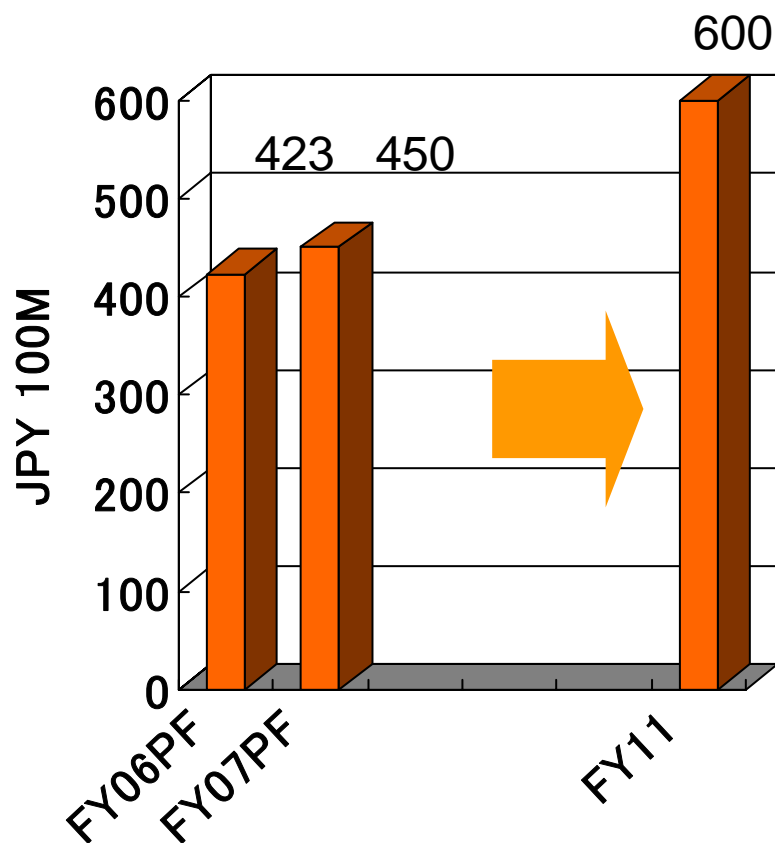
TNの安定的な需要、BRICs市場の下支えを背景に、2006年度以降 2%/年で推移

## Part-5-2-2 Hard Copy 市場予測

Worldwide Printer Unit Forecast  
 2003-2008



## Part-5-2-3 IT売上高目標

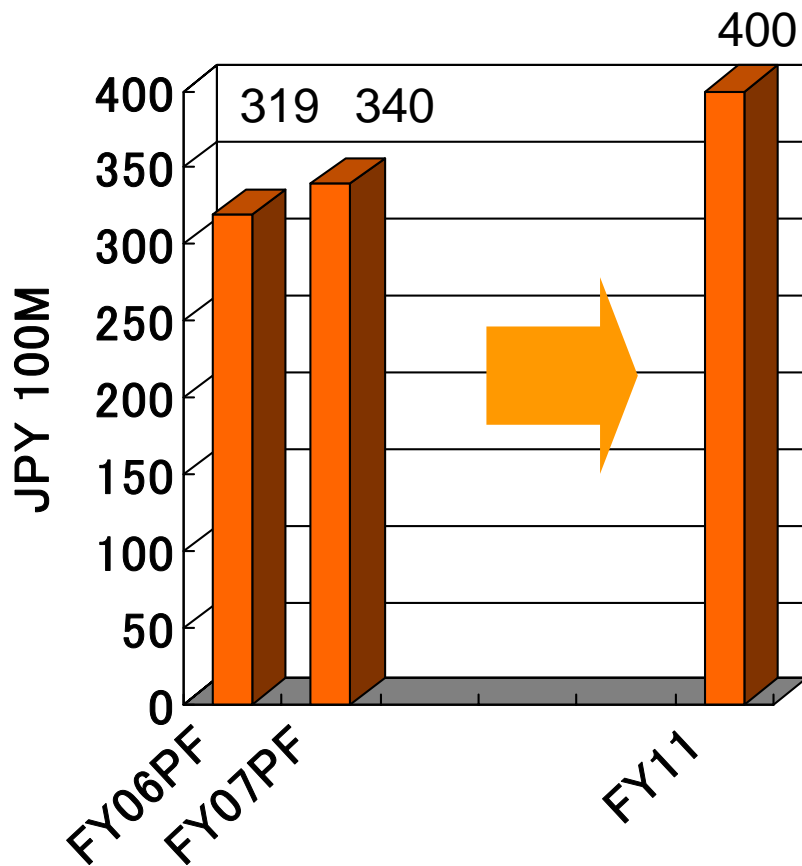


※FY07PFは06.7.6開示値

### STRATEGIC TARGET

- **全体:**  
既存ビジネスの安定キャッシュフローをベースに次世代商品開発を継続。
- **Information Devices:**  
家庭用・業務用のプリンター関連レンズ及び光源分野でのトップの地位を強化。
- **Telecommunication Devices:**  
レンズ単品から、コンポーネンツ化の流れを継続。
- **Displays:**  
新商品の開発。  
UFF,成膜等の付加価値向上。  
TFTアセンブリなど、新規分野の拡大。

## Part-5-2-4 Fibre Glass売上高目標



※FY07PFは06.7.6開示値

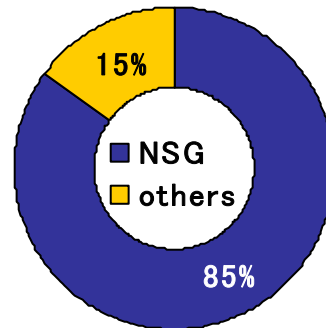
### STRATEGIC TARGET

- **全体:**  
ニッチマーケットでの優位性の強化と国際的連携強化。
- **ゴムコード:**  
商品開発力で高位の世界シェアをキープ。
- **フレーク:**  
化粧品等の新商品販売拡大。
- **セパレータ:**  
天津工場との生産連携によるコストダウン。
- **フィルタ:**  
既存分野に加え、海外販売、医薬用途を拡大。

## Part-5-2-5 ガラス繊維分野-事業環境、及び基本方針

### ■ ゴムコード

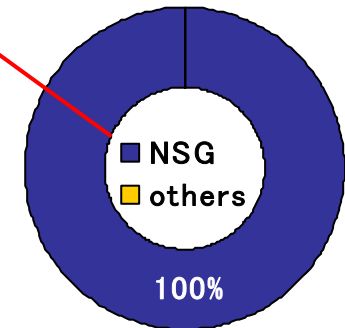
世界シェア85%



### ■ フレーク、メタシャイン

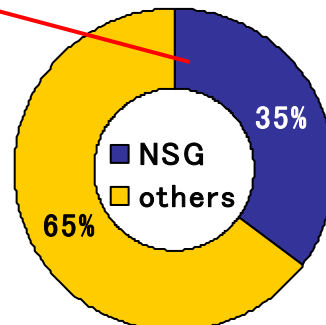
世界ONLY 1

- ・化粧品市場
- ・新市場にも用途開拓



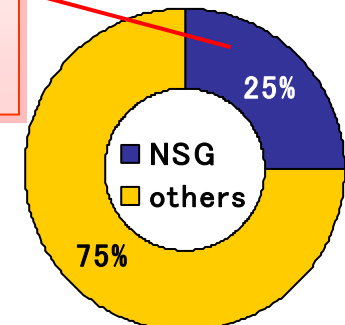
### ■ バッテリー用セパレータ

日本シェア : 90%  
 アジア内シェア : 35%

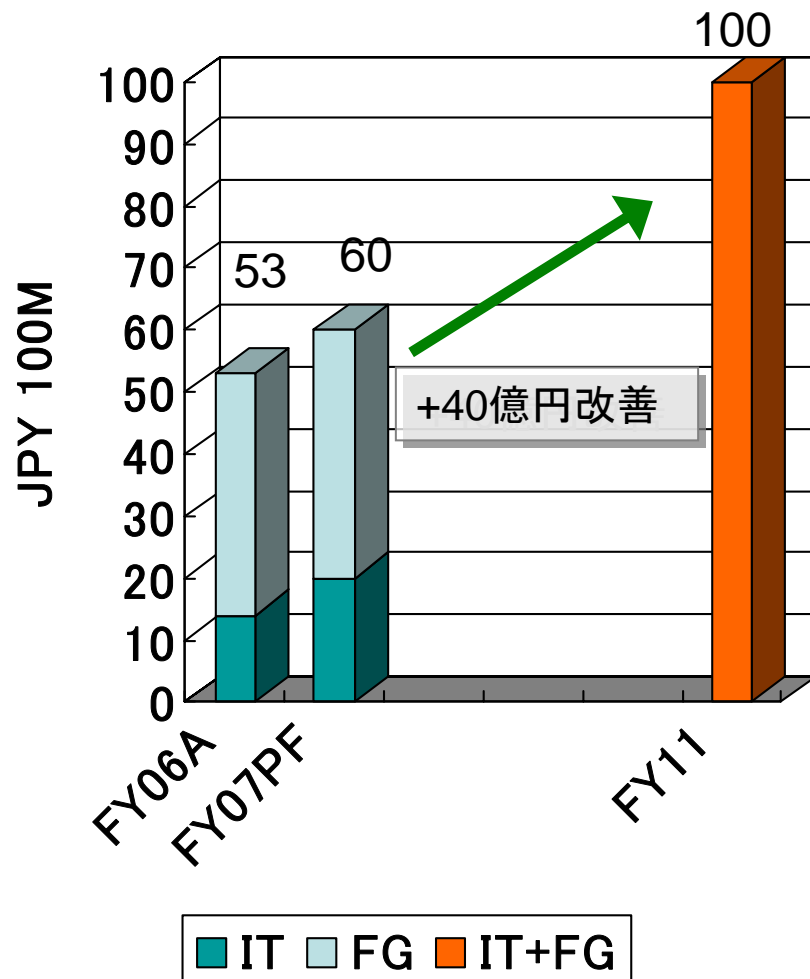


### ■ フィルター

日本シェア25%+(トップシェア)  
 ・半導体、液晶工場増設対応  
 ・新商品開発、新市場開拓



## Part-5-2-6 IT+FG: 営業利益目標



※FY07PFは06.7.6開示値

■ 利益率変化:  
 FY06: 7.1%  
 FY07: 7.6%  
 ↓  
 FY11: 10.0%

### ①通信

長距離系の回復を視野

### ②プリンタ関連

MFPの伸長

### ③ディスプレイ

高付加価値UFF、  
TFT関連部材


### ④ガラス繊維

着実な増益

## Part-5-2-7 全社業績目標まとめ

※FY07PFは06.7.6開示値

(億円)

|                 | FY07<br>(Pro Forma) |   | FY11<br>(償却影響反映前) | 償却影響 | FY11<br>(償却反映後) |
|-----------------|---------------------|---|-------------------|------|-----------------|
| 売上高             | 8,170               |  | 9,000             |      | 9,000           |
| 無形資産償却前<br>営業利益 | 570                 |   | 750               |      | 750             |
| 無形資産償却          | 110                 |   | -                 | -200 | 200             |
| 営業利益            | 460                 |   | 750               | -200 | 550             |
| 税前利益            | -                   |   | 700               | -200 | 500             |
| 法人税・少数持分控除      | -                   |   | -240              |      | -240            |
| 繰延税金            | -                   |   | -                 | +50  | 50              |
| 当期純利益           | 190                 |   | 460               | -150 | 310             |

各年のGBP/JPY想定レート： FY06=205.2, FY07=210, FY11=200

# 参 考 資 料



# 1. 自動車ガラスの変化

...yesterday



- Flat, clear glass
- No added-value features

...today



- Curved, tinted or coated glass
- Added value features
- Extreme shape, rain sensor, extrusion
- Infra-red reflective solar control

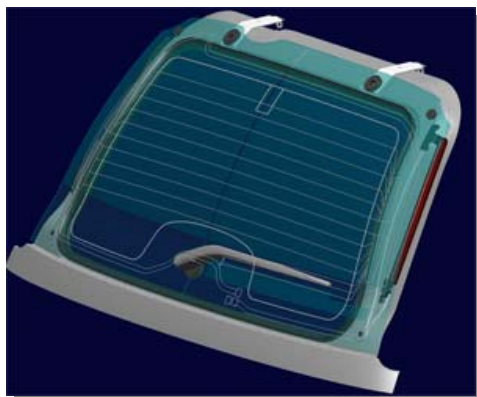
**Increasing component differentiation and complexity**

## 2. 自動車ガラスの未来トレンド



### Style

- Shape
- Colour
- Smoothness of fit



### Functionality

- Solar control
- Glass heating
- Antennas
- Rain/light sensors
- System integration

**Significant glazing value growth**

### 3. 中期計画の変遷

**Act21  
(FY02-05)**

- 成長の布石
- ニュービジネス創設
- 不採算事業の撤退
- 選択と集中

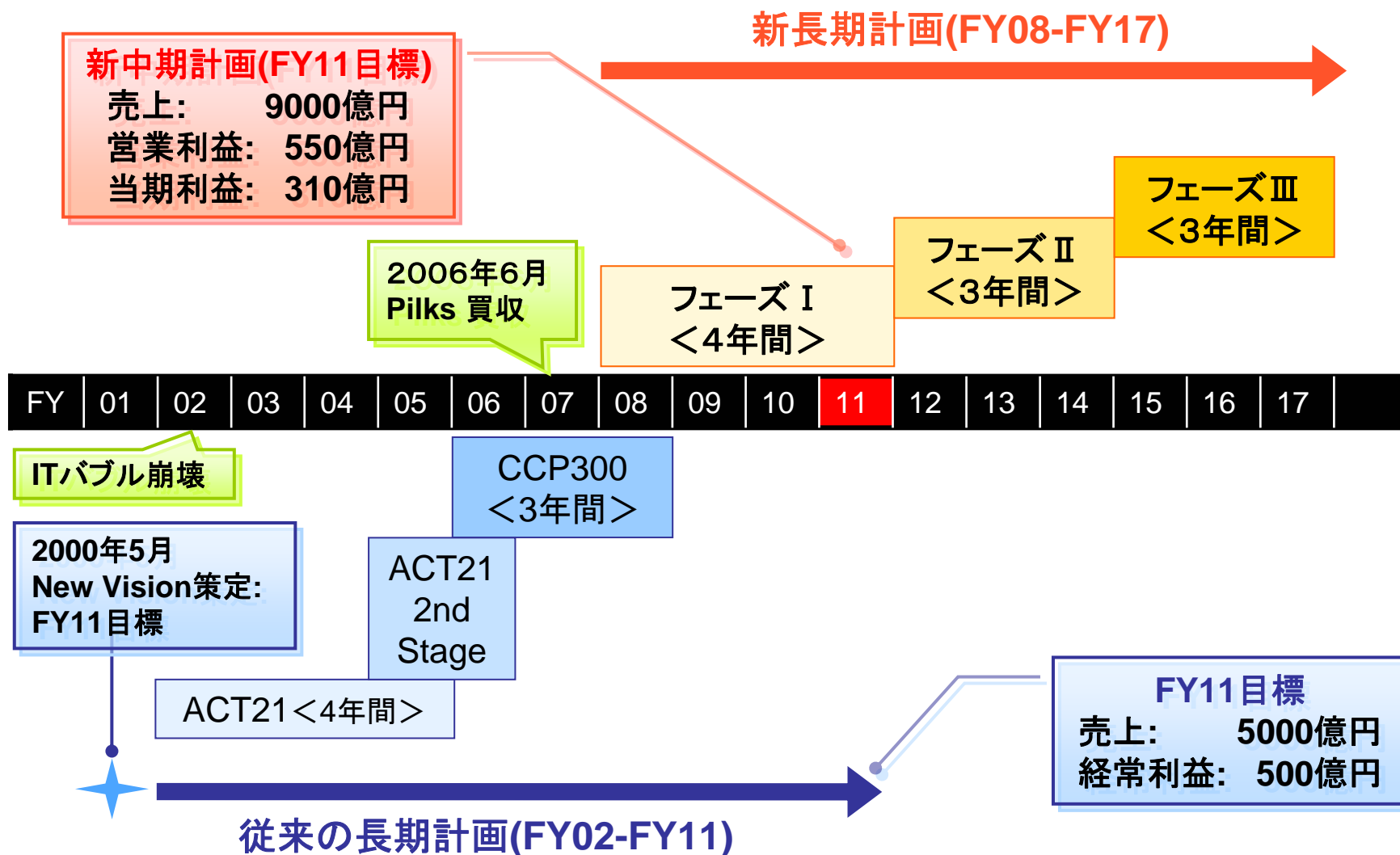
**CCP300  
(FY06-08)**

- 成長事業の拡大
- ニュービジネス拡大
- 海外事業強化
- 現場強化による  
収益改善

**新中期計画  
(FY08-11)**

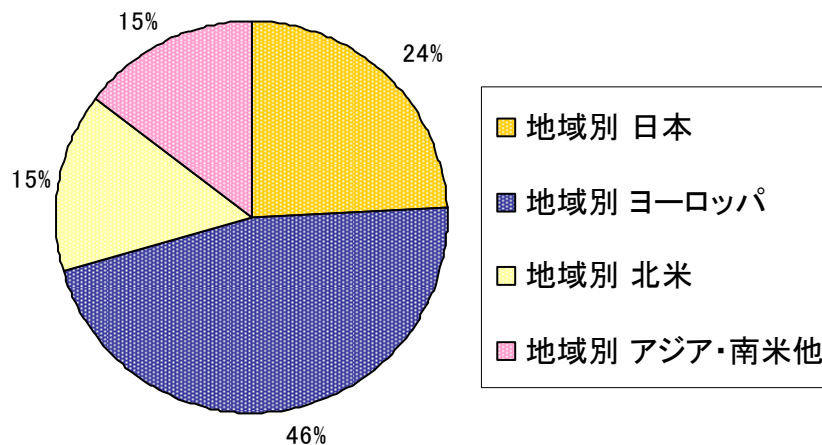
- 統合会社のもとで  
品質・コスト・サービスを再強化する。
- 予算財務目標の達成
- Phase 2, 3の成長  
準備の為選択的投資  
の実施。

## 4.新旧の中長期計画の流れ

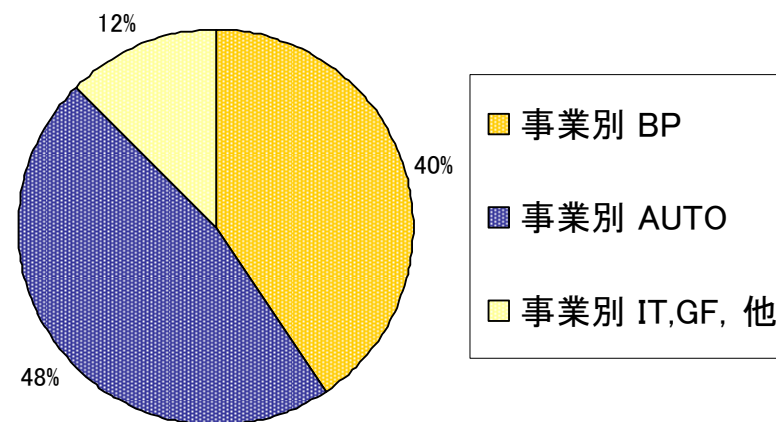


## 5.CAPEX見込み

地域別 (FY08 - FY11)  
 総額2000億円の投資計画

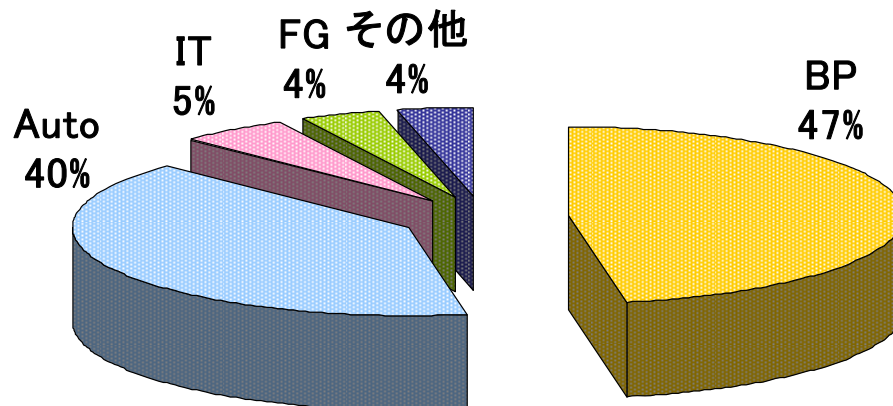


事業別 (FY08 - FY11)  
 総額2000億円の投資計画

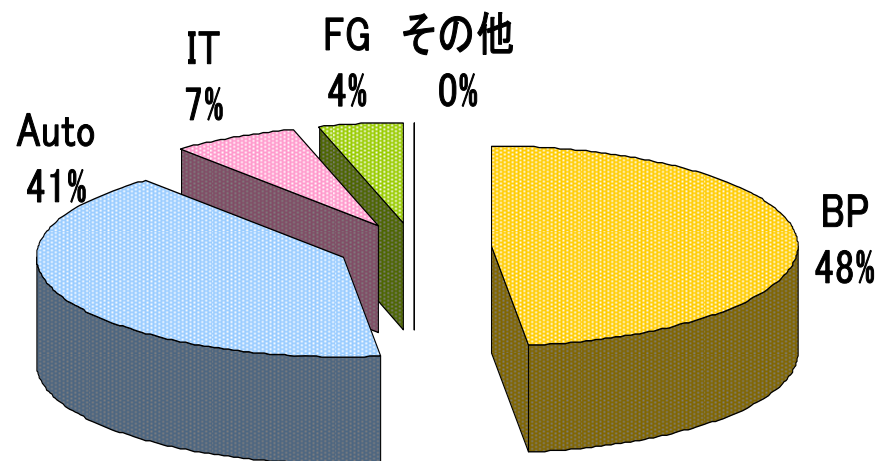


## 6.売上高構成比の変化

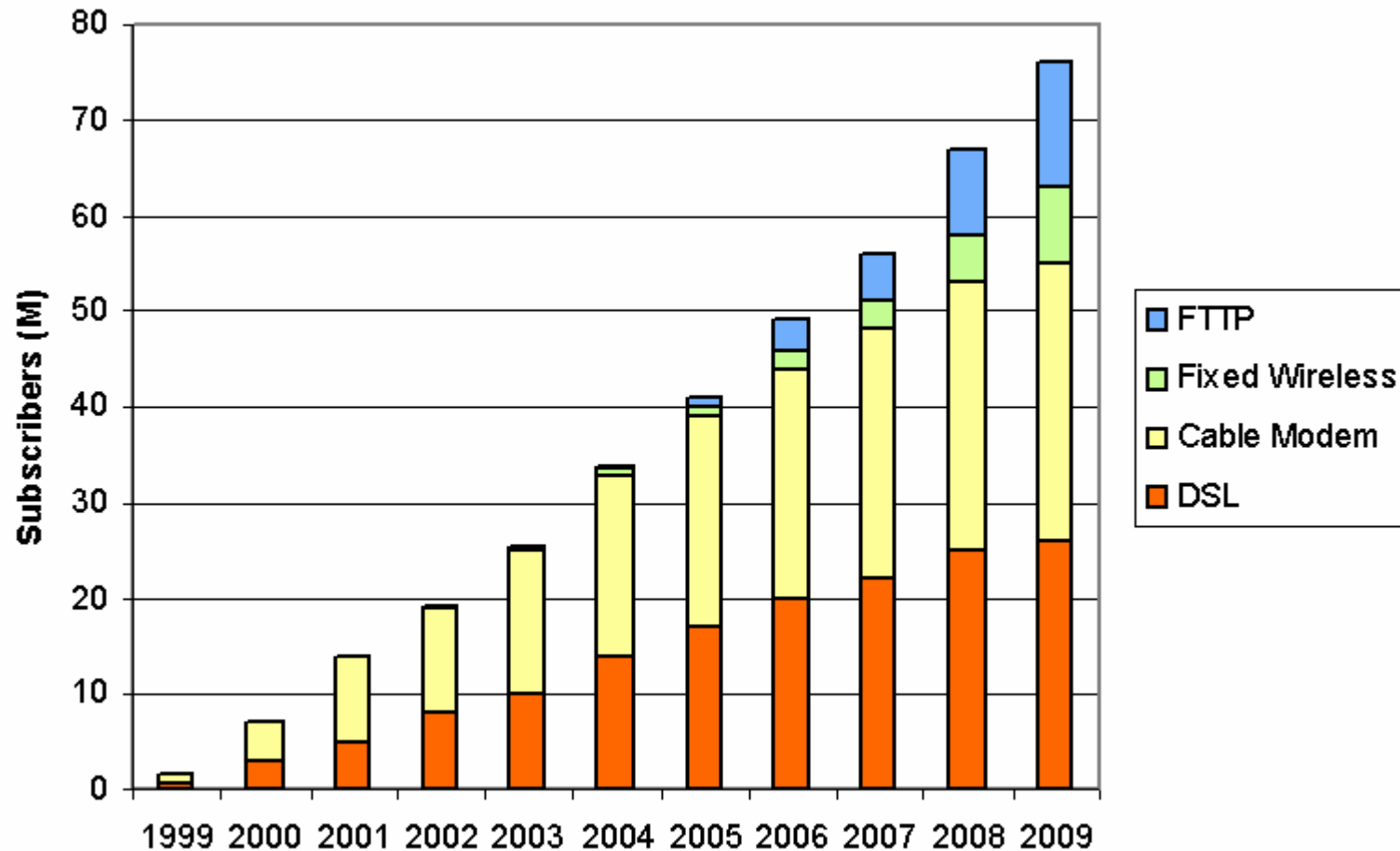
FY06 売上高—事業別



FY11 売上高—事業別



## 7. 米国・ブロードバンド加入者数の見通し





## NSG and Pilkington Values & Principles

英語版

### OUR SLOGAN

*First in Glass™*

### OUR MISSION

To be the global leader in the main supply of glass products, through of our people and technology and of innovation.

### OUR VALUES

People are the most important asset company.

We value:

- Trust and mutual respect
- Integrity and professionalism
- Team work and mutual support
- Open communication
- Initiative and creativity
- Passion and resilience
- Individual and social responsibility

### OUR STAKEHOLDERS

We aim to be judged as best in class

## NSG 和 Pilkington

### 价值观及原则

#### 我们的口号

*First in Glass™*

#### 我们的使命

通过最好的资源和技术的运用，不断创

产品制造和供应行业的领袖。

#### 我们的运营准则

人是我们公司最重要的资产。

我们珍视：

- 相互信任和理解
- 正直和专业性
- 团队合作和相互支持
- 开放沟通
- 主动与创意
- 热情与韧性
- 个人和社会责任感

#### 我们共担风险

我们的目标是要成为下述人群评价的最佳

中国語版

## NSG и Pilkington Ценности и принципы

ロシア語版

### НАШ СЛОГАН

*First in Glass™*

### НАША МИССИЯ

Быть мировым лидером в производстве и поставке стекловой продукции, наиболее эффективно используя наши кадры, технологии и стремление к инновациям.

### НАШИ ЦЕННОСТИ

Наиболее ценным активом компании являются наши кадры.

Мы ценим:

- Доверие и взаимное уважение
- Честность и профессионализм
- Работу в команде и взаимную поддержку
- Открытость в общении
- Инициативность и творческий подход
- Энергию и стойкость
- Индивидуальную и социальную ответственность

### ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ ЛИЦА

### НАШИ ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ПРИНЦИПЫ

Успех будет достигнут:

- Обеспечением того, что все наши решения и действия повышают ценность компании
- Пристальным вниманием к технике безопасности с верой в то, что все несчастные случаи можно предотвратить
- Развитием потенциала и повышением мотивации всех сотрудников, обеспечивая использование нужных людей в нужном месте
- Достижением установленных стандартов качества для удовлетворения потребностей клиентов
- Развитием и использованием ведущих технологий для производственных процессов и продукции
- *Минимизация*: стремлением достичь совершенства в производстве посредством сравнения, использования передового опыта и стандартных технологических процедур
- *Goeshi Genbutsu*: принятием решений после анализа первоисточника и понимания условий на производстве и других участках