



# コーポレートスローガン制定について

シャープ株式会社  
ブランド戦略推進部

2025年9月

- 25年5月公表の中期経営計画では、今後も経営理念・経営信条にこだわりをもって事業活動に取り組むと宣言
- その中で示した「当社の目指す方向性」は、創業の精神を誠実に実践し、人々の日常に新たな体験をもたらすという 経営幹部の思いと、独創的なモノやサービスを通じて“新しい文化”をつくる会社を目指すという会社としての決意を表現
- その後、経営幹部が、こうした当社の企業姿勢や、事業活動を通じてすべてのステークホルダーにお届けする 「シャープらしい価値」をあらわす言葉として、「当社の目指す方向性」を踏まえた新たなコーポレートスローガンを開発



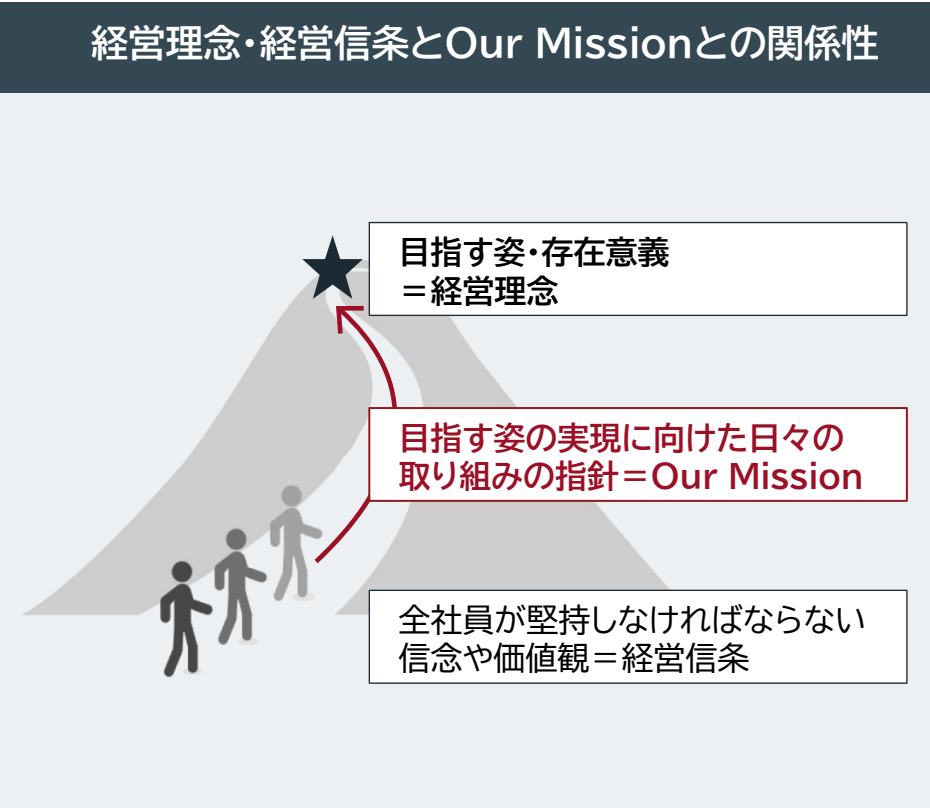
社長就任時から発信している「シャープらしさ」を取り戻す

■「当社の目指す方向性」 **独創的なモノやサービスを通じて“新しい文化”をつくる会社へ**

DNAである「目の付けどころ」と「特長技術」に加え、厳しいグローバル競争を勝ち抜くための「スピード」を一層強化。  
この3つを強みに、「あなたらしく暮らす」と「共創的に働く」の二つの領域を中心に、Our Mission「誠意をもって人々の日常を見つめ、創意をもって新たな体験を提案する」を実践。シャープらしい新たな価値を次々と生み出し、“新しい文化”の創造を目指す。



(2025-2027年度中期経営計画より抜粋)



ひとの願いの、半歩先。

## スローガンの言葉の成り立ち

### ひとの願いの、半歩先。

#### ■ひとの願い

- ・「誠意をもって人々の日常に向き合い、  
日々の困りごとや課題の中から「ひとの願い」を見出す
- ・ひらがなの「ひと」という表記には、もっとやさしく、もっと深く、  
願いに寄り添いたいという思いを込めている

#### ■半歩先

- ・ひとの願いに対して、創意をもってほんの少し先回りし、  
驚きと喜びをもたらす新たな体験を届ける
- ・新しい文化を見据えた未来へのベクトルを示す
- ・遠すぎず、近すぎず、そっと寄り添える“ちょうどいい距離感”にいる  
(まだ言葉になっていない願いにも気づける距離感)

#### ■句読点「、」「。」

- ・読点「、」は、“願い”と“半歩先”の間に静かな間をつくり、  
願いの重みと、それに応える姿勢を丁寧に伝える
- 句点「。」は、「半歩先」を単なる言葉ではなく、  
シャープの企業姿勢として印象づけ、信頼感を高める

特別な一日ではない。

シャープは、ふつうの一日を見つめています。

なぜならふつうの一日こそが、その人の人生になる。

名もなき日々の中にこそ、人々のすなおな感情、胸に仕舞っていた思い、  
夢や希望がたくさん詰まっていると思うからです。

ひとの願いをベースにしながら、ちょっとだけ驚きのあるものを。

意表をつくような先回りを。でも、あくまでも、ちょっとだけ。

言い換えるなら「半歩先」。

それは、小さな声がちゃんと聞こえる距離のこと。

何かがあれば手を握ることのできる、そんな立ち位置のこと。

思えば、朝起きてから夜寝るまでの、あらゆる時間に

寄りそっているシャープ。だからこそ、あなたの日常のすべてを、  
半歩ずつ、しっかり未来へお連れします。

誰ひとり、取り残すことなく。

### ひとの願いの、半歩先。



- コーポレートスローガンの開発には日本有数のコピーライターである岡本欣也氏を起用
- 沖津に加えて、当社ブランド事業の推進において重要な役割を担う執行役員種谷、菅原、小林のそれぞれが、岡本氏と面談を実施
- 岡本氏には、「当社の目指す方向性」をはじめ、これまでの当社の歴史や事業内容などを共有し、当社への理解を深めていただく
- 社内向けにはスローガン開発における過程や背景を可能な限りオープンに紹介する取り組みの一環で社内イントラネットで連載記事を掲載。

岡本欣也氏



1969年生まれ。  
1994年よりコピーライターとしてのキャリアを開始。  
サントリー、ホンダ、ミツカン、JTなどの大手企業  
向けに数多くのキャンペーンを手がけ、数々の  
権威ある広告賞を受賞した日本を代表する  
コピーライター。2010年(株)オカキン設立。

個別面談の様子



最終審議の様子



社内連載企画

①

<連載企画> 新しいコーポレートスローガンができるまで①

2025年07月24日  
ブランド戦略推進部

一年前の6月、沖津さんが社長に就任してから発信しつづけているメッセージ、「シャープらしさを取り戻す」。



2024年7月16日 (水) 開催の記者発表会より

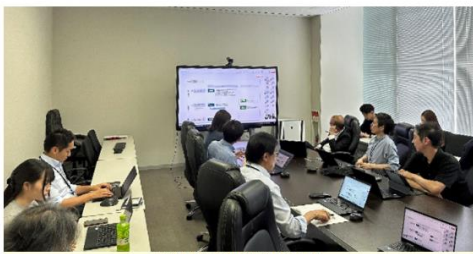
7月24日公開

②

<連載企画> 新しいコーポレートスローガンができるまで②

2025年07月30日  
ブランド戦略推進部

前回の記事で紹介したように、現在、私たちの新しいコーポレートスローガンづくりを進めています。今回は、「今、どのようなアイデアが上がっているのか」、もう少し踏み込んでお伝えします。



執行部門を交えた打ち合わせをしています

7月30日公開

③

<連載企画> 新しいコーポレートスローガンができるまで③

2025年08月20日  
ブランド戦略推進部

－ 執行役員会議のダイジェストを動画で公開します！ －



8月20日公開

④

<連載企画> 新しいコーポレートスローガンができるまで④

－ 新スローガン決定！ －

2025年09月09日  
ブランド戦略推進部

※ 本稿の執筆に当たっては、関係者に対しては、随時取材が行われ、随時更新されていきます。

新スローガン紹介 (沖津さんビデオメッセージ)

いよいよ、新しいコーポレートスローガンの内容も決まりました。9月10日 (月) の会社幹部会議後に決定し、9月10日 (水) にプレスリリースを発表します。広く世の中にスローガンを発信する前に、沖津さんから読者の皆さんに向けてビデオメッセージを公開していきます。



発表  
します

新  
スローガン

9月9日公開

- 9月10日から「東京2025世界陸上競技選手権大会」関連番組および中継番組で放映されるCMに当スローガンの掲出を開始（CM最後のシャープロゴと併記したカットで放映）

## TV CM



## <コーポレートスローガンの変遷>



当社ならではのユニークな商品を紹介する新聞広告のキャッチコピーとして開発されたが、当社の価値を表す言葉として、社内外に広く浸透



従来の概念にとらわれない「オンリーワン」という考えの下、液晶をはじめとした新しい基幹技術を柱に、ひとびとの暮らしや世の中をより良く変えていきたい、という思いを込めて開発



「誠意と創意」の精神を、私たちの『原点(オリジナル)』として受け継いでいくことと、当社の独自商品・サービスにより、お客様一人ひとりが自分らしさを実現できる、「あなたのための『オリジナル』」を創り続けること、という思いを込めて開発



誠意をもって人々の日常に向き合い、日々の困りごとや課題の中から“ひとの願い”を見出し、その願いに対して、創意をもってほんの少し先回りすることで、驚きと喜びをもたらす新たな体験を届けたい、という思いを込めて開発

ひとの願いの、半歩先。

**SHARP**