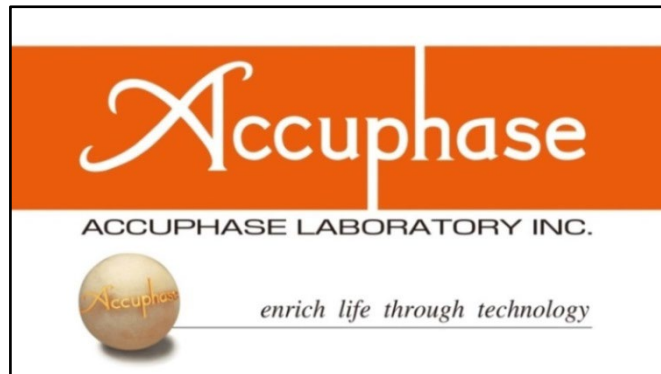


■経営方針・企業ポリシー

アキュフェーズは、単なる技術指向ではなく、お客様に『満足感』を与えることが最も重要という考えから、心を大切に作る製品創り、販売方法、アフターサービスに至るまで、全てに徹底した『こだわり』を貫いています。そして、社是・基本理念の下、創業時より一貫した独自の**経営方針・企業ポリシー**を掲げ、モノ創りを続けています。



- 会社規模を拡大しない、少数精鋭主義に徹する
- デザインを余り変えない
- 製品はできる限りロングランをする
- 壊れにくい設計、直し易いモノを作る：内部も整然と美しく
- 量より質を追求した、多品種少量生産方式の確立
- 正しく設計・製造したモノを正しく販売する
- 《製造⇔販売店⇔ユーザー》三位一体の完全なトレーサビリティを確立
- 長期保証とライフタイム・アフターサービスの確立
- 売り上げ比率は、国内 70%・海外 30%を基本としてきたが、海外自然増を許容する
- 自己資本比率の向上を図る（現在 85%以上）
- 無借金経営の堅持
- 資本は社内で保有
- 納税義務、社内留保などを堅守する

①会社規模を拡大しない

アキュフェーズ創業からの経営方針の一つに、会社規模の拡大を追わない事があります。自由経済の中で企業は成長を追うのが通例です。しかし無限の需要などありえません。会社を大きくして『数量を追うだけの価格競争』を続けていたら、ハイエンド・オーディオは成り立ちません。

このためアキュフェーズは、従業員数を増やさないように（少数精鋭主義、現在も創業時とあまり変わらず 80 名位）、会社規模を拡大しないようにして、経営方針として『量より質の追求』を掲げ、年間生産・販売台数 5000 台程度の少量生産方式を確立しています。そして、音に、性能に、品質に、デザインに『こだわり』を持ったモノを、納得が行くまで徹底的に創り込み、希少価値を守り、アキュフェーズ・ブランドをしっかりと堅持して行きます。

②デザインを余り変えないで、可能な限りロングラン

お客様が満足を得られる、付加価値の高いものを作り出すにはお金が掛かります。それでも、その価値を認めて下さったお客様は喜んで買ってくださいます。但し、高価なお買物をお願いしたら、高品質を維持し、その価値を可能な限り長期に持続させることがメーカーの責務です。このためアキュフェーズは、デザインの独自性を守り、ロゴの色やパネル形状・色などのデザインを余り変えません。そして、モデル・チェンジのサイクルも長く、最低でも 4 年、長い製品では 10 年以上のモノもあります。

その結果として、長期間お持ち頂いても価値も下がらず、古さを感じることはありません。そのため、独自のアフターサービス体制と相まって、中古市場でも高い人気を頂戴しています。

③高品質な製品開発と、価値を理解した正しい販売

壊れにくい設計で、万一壊れても直し易いモノを創ると、必然的に内部も整然と美しくなります。『自らが感動できて、お客様が、アキュフェーズを持つ喜びを得られる製品を』…、この『こだわり』と自信を持って開発した高品質の製品を、その価値を十分理解して頂いた販売店の皆様に、適正に売って頂くことが理想です。量を追って価格競争に陥っては、間違いなく質・価値ともに低下してしまい、売る方・買う方共に不幸になってしまいます。

アキュフェーズ製品の販売は、お客様とのコミュニケーションを大事にして、アキュフェーズの経営方針・企業ポリシーにご賛同頂いたお店にお願いしています。この価値を理解した適正な販売は、必ずや販売店の皆様の堅実な経営と、お客様の満足度貢献に繋がって行くものと確信します。

④強固なトライアングルで、完全なトレーサビリティを確立

ハイエンド・オーディオは高価な趣味製品ですから、見て・聴いて・触って、これが必ず必要となります。車を買う時と同じです。お客様は、販売店で十分な情報交換をして製品知識を共有し、使い方のノウハウを習得、如何に最高の音質を作り出すかを研鑽します。

アキュフェーズ製品の販売は《メーカー⇄販売店⇄お客様》へと、三位一体となった強固なトライアングルで、購入後のサービスを含め、トレーサビリティをしっかりと確立する必要があります。従ってアキュフェーズ製品は、《販売店⇄お客様》との対面販売をお願いしています。

⑤長期保証とライフタイム・アフターサービスの実現

厳重な品質管理の下で設計・製造されたアキュフェーズ製品は、信頼性・安全性の大変高い製品ですから、長期間の動作保証をいたします。そして、今までに製造した機種全ての主要部品を保管することにより、お客様がご使用の間、可能な限り修理・オーバーホールを受け付ける、徹底したライフタイム・アフターサービスを実現しています。

⑥販売比率は、国内：70%・海外輸出：30%を基本にしてきたが、海外自然増を許容する

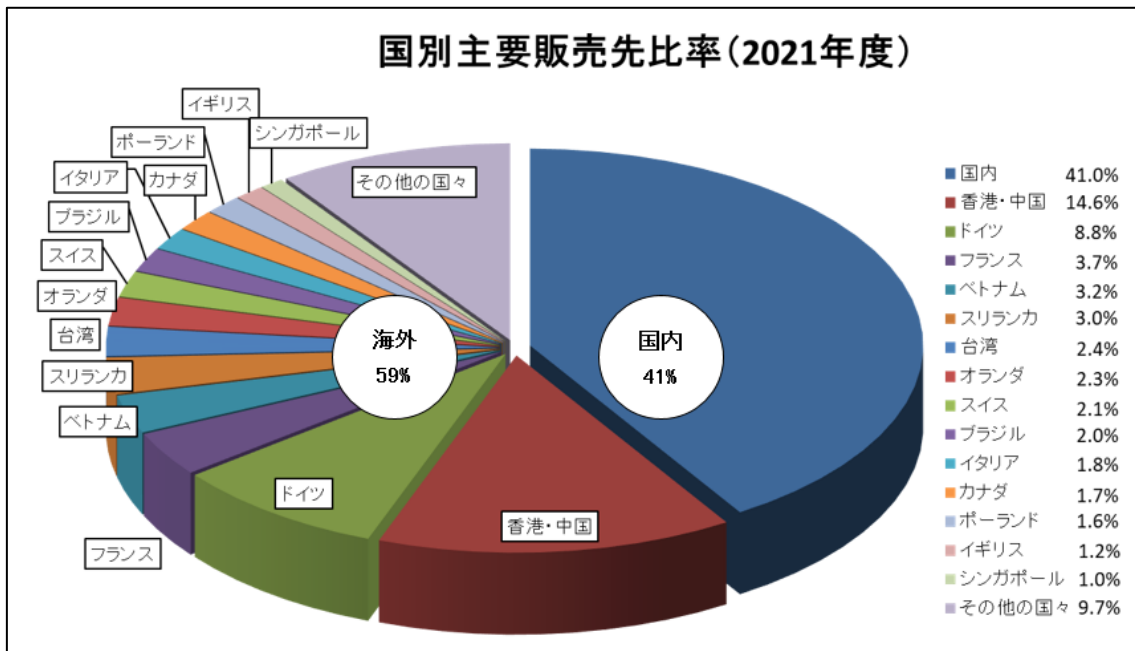
国内へは、日本全国の有名オーディオ販売店の中から、[アキュフェーズの『正規取扱店』約100社（約150店舗）](#)を通して、オーディオ愛好家へ販売しています。



日本国内での、アキュフェーズ『正規取扱店』のパナー

そして海外での販売は、[ヨーロッパ、東南アジア、アメリカなど世界の主要国（60を超える国や地域）](#)に存在する、ハイエンド・オーディオ・ディストリビューターへ直接輸出し、そこから有名販売店を経由して、最終ユーザーへお渡ししています。

アキュフェーズの年間販売台数は、為替の影響を受け易い海外の販売比率を30%以下として、リスクをコントロールし易い国内販売に重点を置いてきました。しかし近年、海外の多くの代理店でアキュフェーズ・ブランドは最重要品目となっており、慎重に状況判断をしつつ自然増（下図参照）を許容しています。



⑦資本は、社内で保有

アキュフェーズは株式を公開していません。このため、外部株主の意向(利害)を意識することなく、こだわりを重視した製品開発など、長期的視野に立った自由な会社経営が可能となります。

おかげさまで、現在の自己資本比率は85%以上を確保し、20年以上無借金経営を続けています。そして、決算時には納税義務を果たし、研究投資や社内留保などに努めます。