

OMRON

オムロン ヘルスケアの成長戦略

2014年1月30日(木)

オムロン ヘルスケア株式会社
代表取締役社長 宮田喜一郎

All for Healthcare

© Copyright OMRON HEALTHCARE Co.,Ltd. オムロン ヘルスケア株式会社

All for Healthcare

健康は人類共通の願いです。この願いに応えていくことが
オムロンヘルスケアの最大の使命であり、存在価値と考えています

【ミッション】

地球上の一人ひとりの
健康ですこやかな生活への貢献

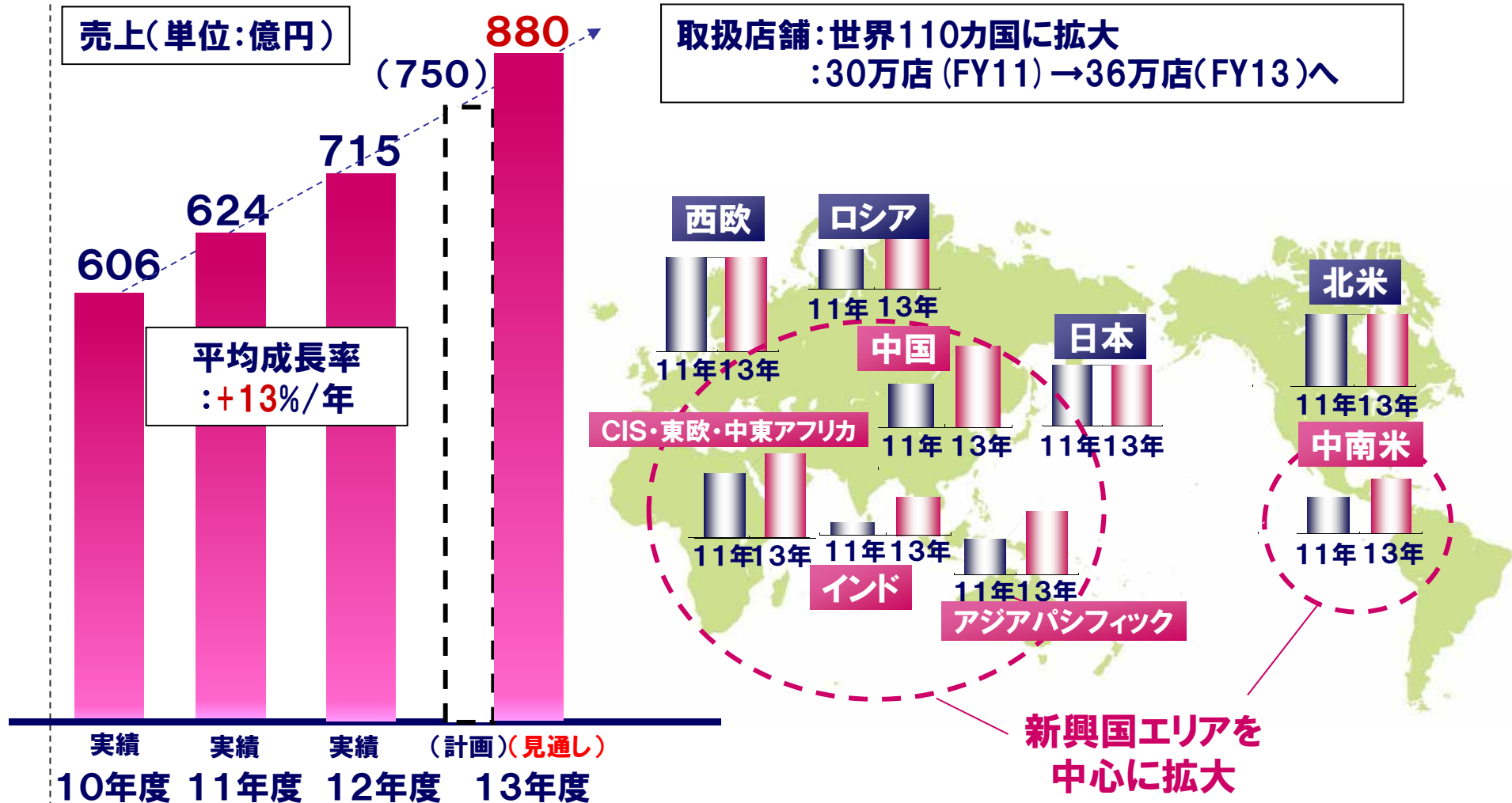


【事業ドメイン】

健康の維持、生活習慣病の予防・治療

- ① 13年度売上 880億円(見通し)
- ② 新商品カテゴリを立上げ、注力事業領域を強化。
- ③ 新興国を中心にブランド認知を向上。

売上高は、グローブステージ計画750億円を上回る成長を実現。
営業利益率も向上。



■睡眠計

非接触・非拘束で睡眠を測定。



■内臓脂肪測定装置

内臓脂肪の面積を安全、簡単に算出。



新技術 世界初

■歩行姿勢計

10歩歩くだけで歩行姿勢を測定。



世界初



■WellnessLINK

健康づくりを支援する健康サポートサービス。



TVCM、広告などを実施した結果、消費者からブランド認知を獲得し、地域社会における企業プレゼンスを向上した。

中国

家族向けをコンセプトとしたTVCM



インド

ハリウッドスターを起用した広告宣伝



ブラジル

空港看板広告、雑誌・新聞広告



<ブランド調査結果>

- ・ブランド認知度73%(2010年調査)
※2月新調査予定
- ・ネット(タオバオ)血圧計TOP10機種
にオムロン商品が8機種(13年6月)

- ・バンガロール・ムンバイ・デリーで
の新中間層(年収約50万ルピー
以上)の認知度調査
12年度 45%→13年度 58%
へ向上

- ・ブラジル(サンパウロ)で
20代~50代 ホワイトカラー 男性
の認知度調査
11年度22.0%→13年度30.0%
へ向上

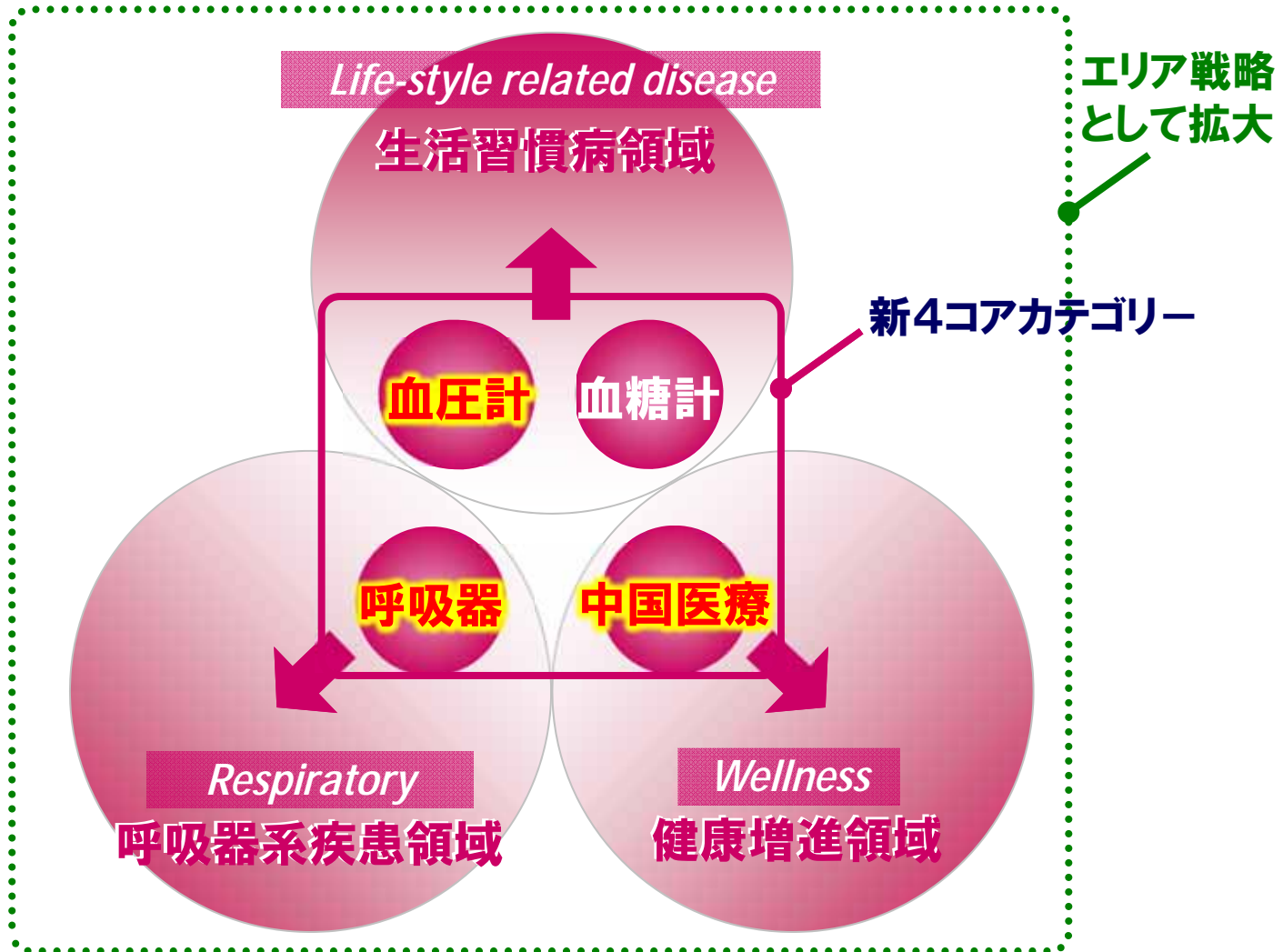


All for Healthcare INNOVATION
~今後の成長に向けて~

①既存事業の深耕強化

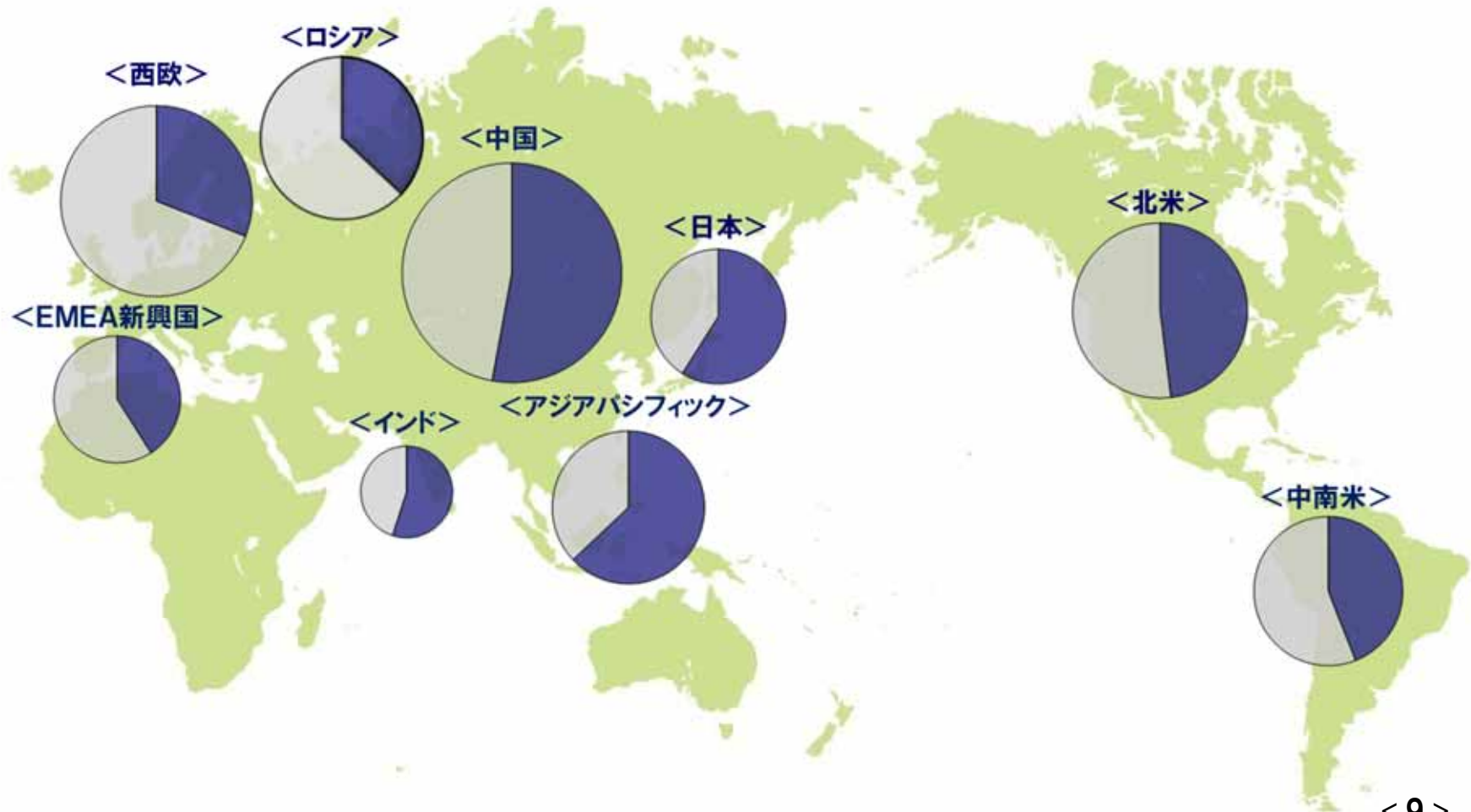
***GLOBE STAGEで立ち上げたカテゴリーの導入完遂。**

**②新興国エリア大成長戦略:アジア、中国、ブラジル
店舗数の継続拡大によるエリア深耕。****③ソリューション事業の創出。**



2016年度 血圧計の金額グローバルシェア55%(台数シェア45%)
 を実現し、事業基盤をより強固にする。

16年度 血圧計エリア別台数シェアイメージ



新興国の大気汚染は年々深刻度を増している。
呼吸器系機器のニーズが高まる

ローカルニーズに対応した商品の投入で呼吸器系事業を拡大。
ネブライザ: FY16にグローバルシェア No.1を目指す。

ヨーロッパ



中国



北米エリア



インド



小児喘息対応で販売台数3倍増

低価格化最注力で販売台数2倍増

ブラジル



品揃え強化
加湿器投入

- ・2014年1月 医療系販売会社(本社:北京)を設立し、販売力強化。
- ・循環器科を中心に、各科向けに品揃えを強化し、売上拡大を図る。

新会社の概要(設立時)
オムロン医療器械(北京)有限公司

- ・従業員数 70名
- ・営業拠点 8カ所
- ・2020年度売上目標 1200M RMB
(約200億円)

内科
循環器科



医家血圧計

糖尿病
内分泌科



動脈硬化(Form)

健診
センター



中心血圧(AI)

呼吸器



ネブライザ

全科共通



院内小型血圧計



電子体温計

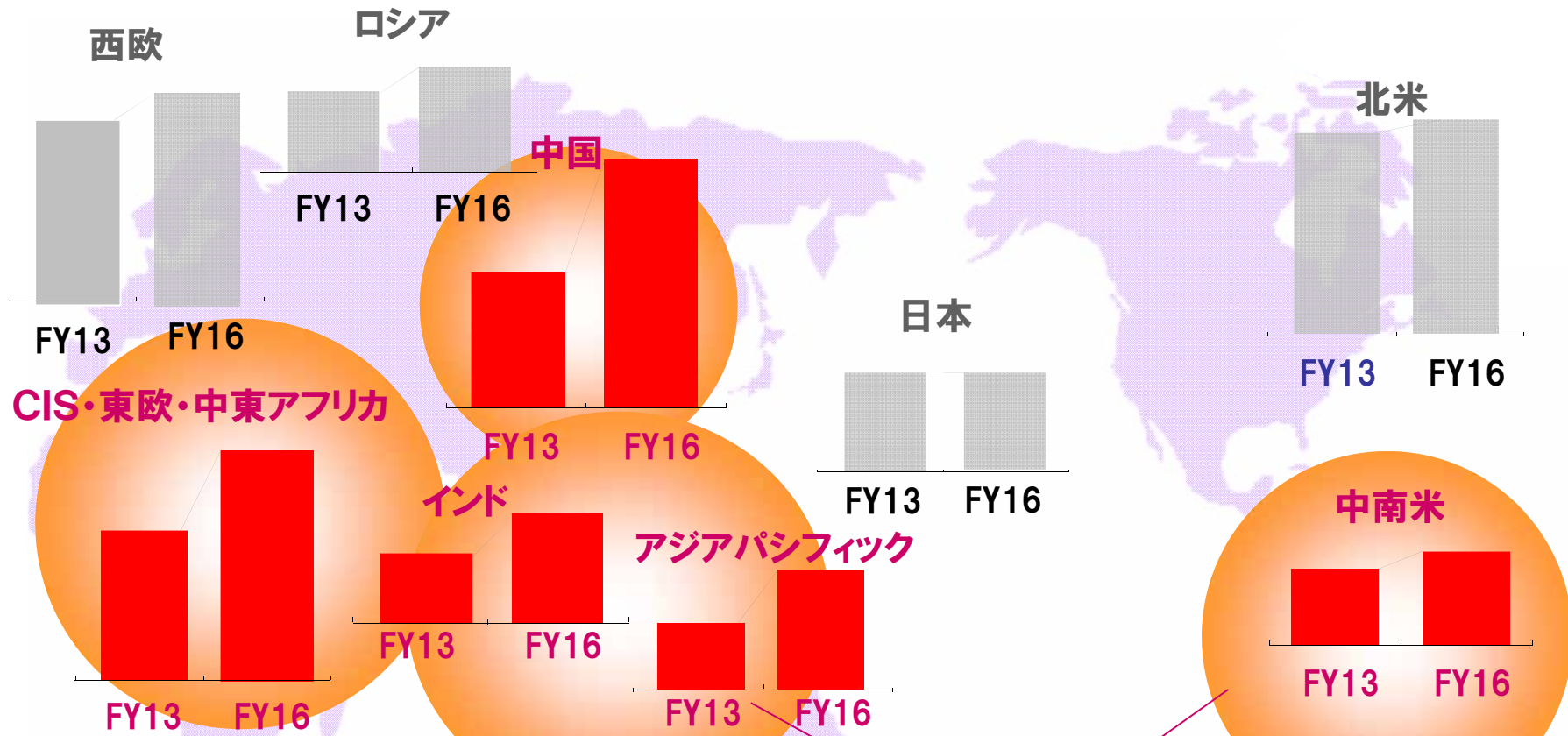


IT(ML)



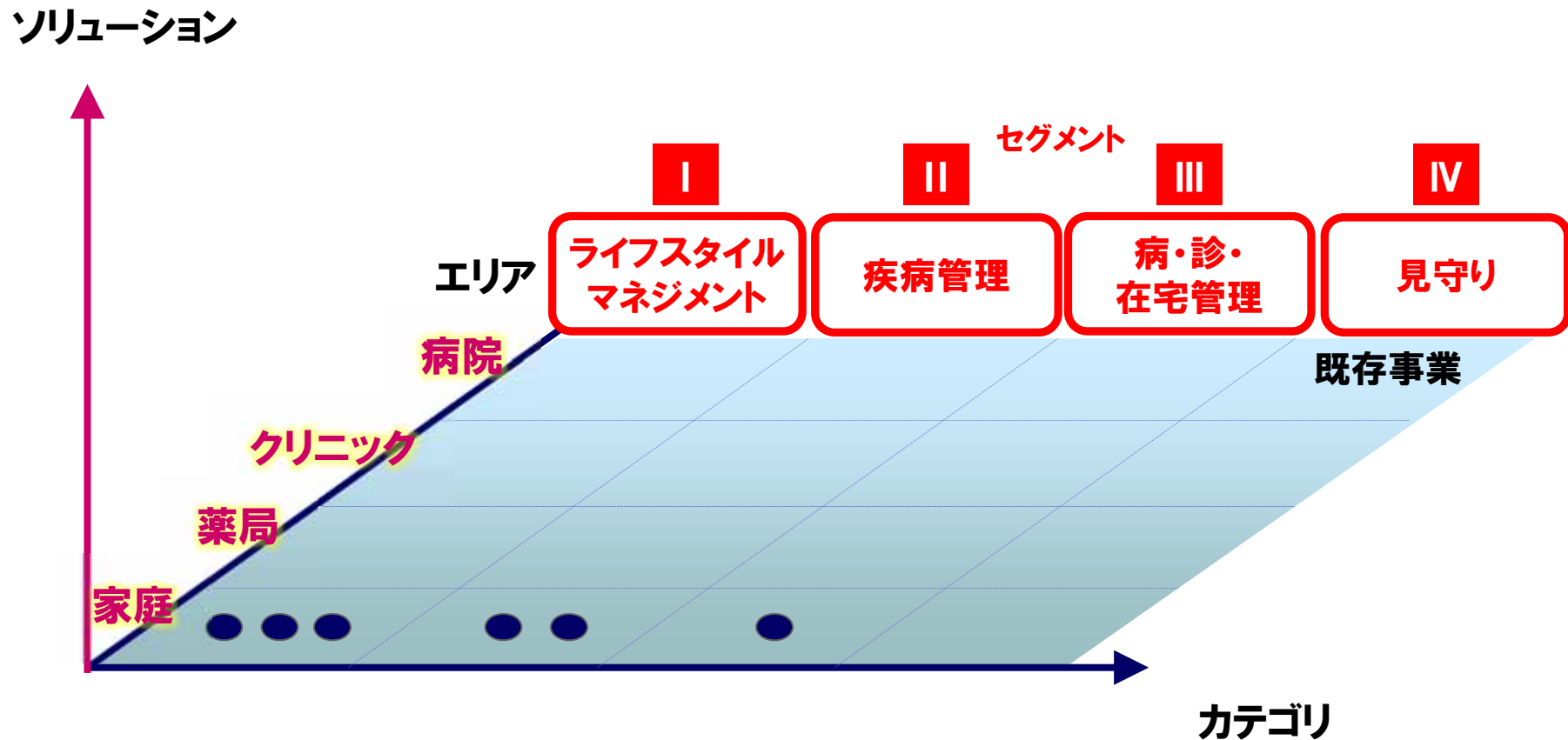
スポットチェックシステム

新興国、特にアジア、中国、インド、ブラジルの健康商品の取扱店舗をさらに拡大。
FY13 36万店 → FY16 43万店へ

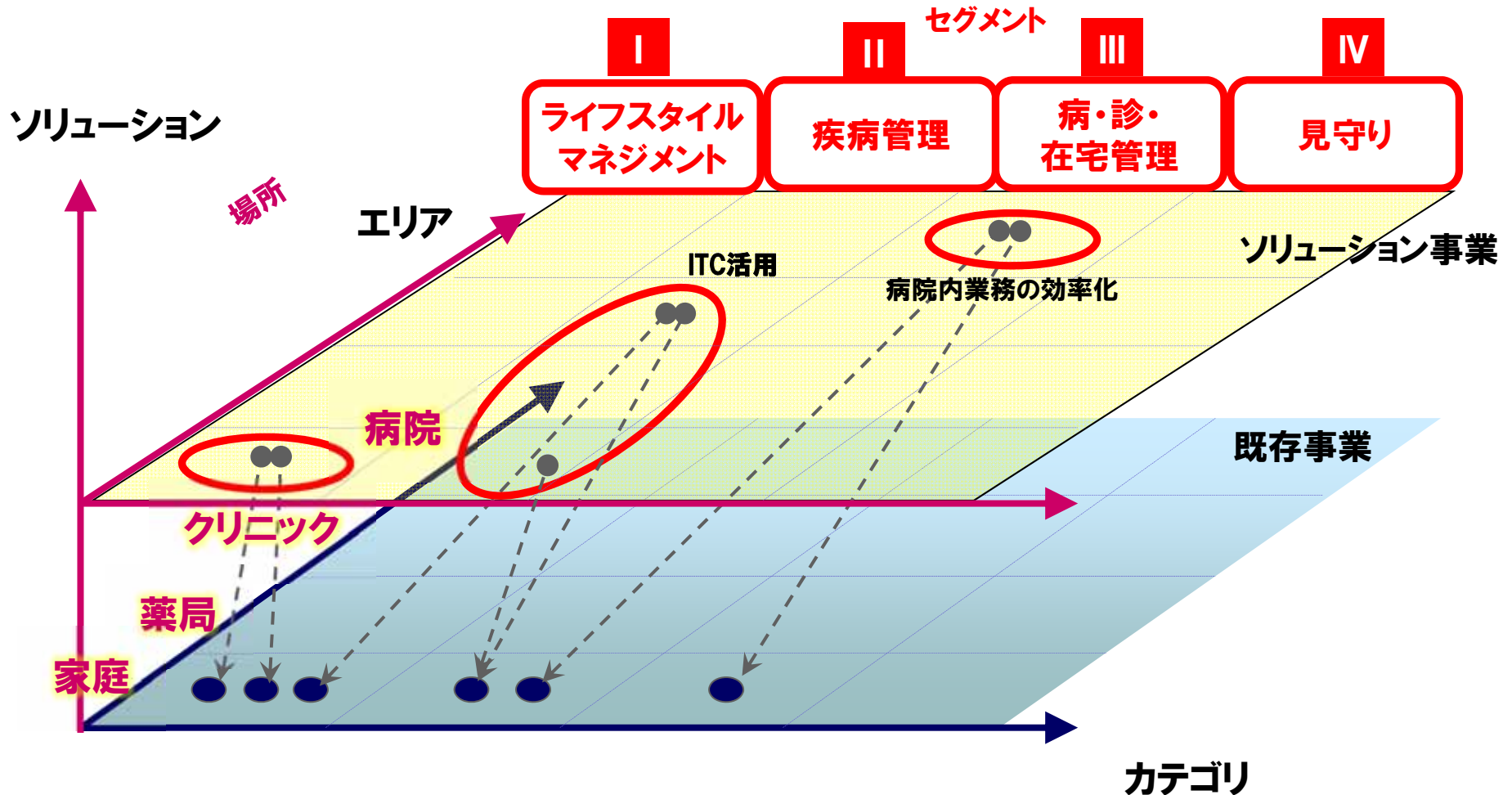


新興国エリアを
中心にさらに拡大

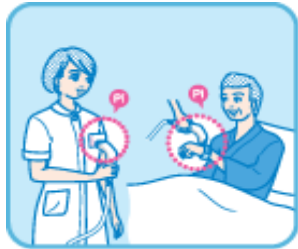
GLOBE STAGEでは、カテゴリ×エリアの拡大という2次元の事業戦略を実行してきた。



ユーザーは、「本質的な困りごとの解決」を求めており、またそれを提供できる企業のみが競争優位性を獲得できる。ソリューション事業を構築し、新しい価値を提供する。



～看護業務を“Automate”～



ID認証とバイタル
データの測定



バイタルデータ
の読み取り



データ送信と
電子カルテへの
反映

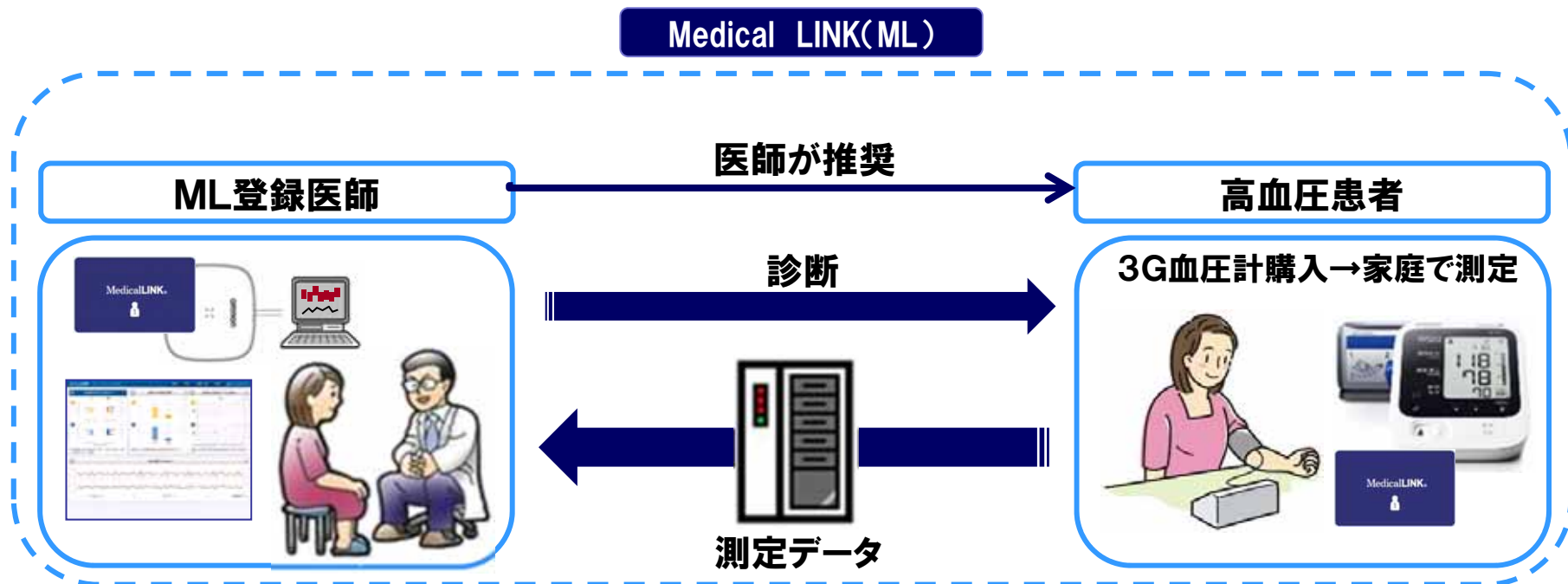


スポットチェックシステム

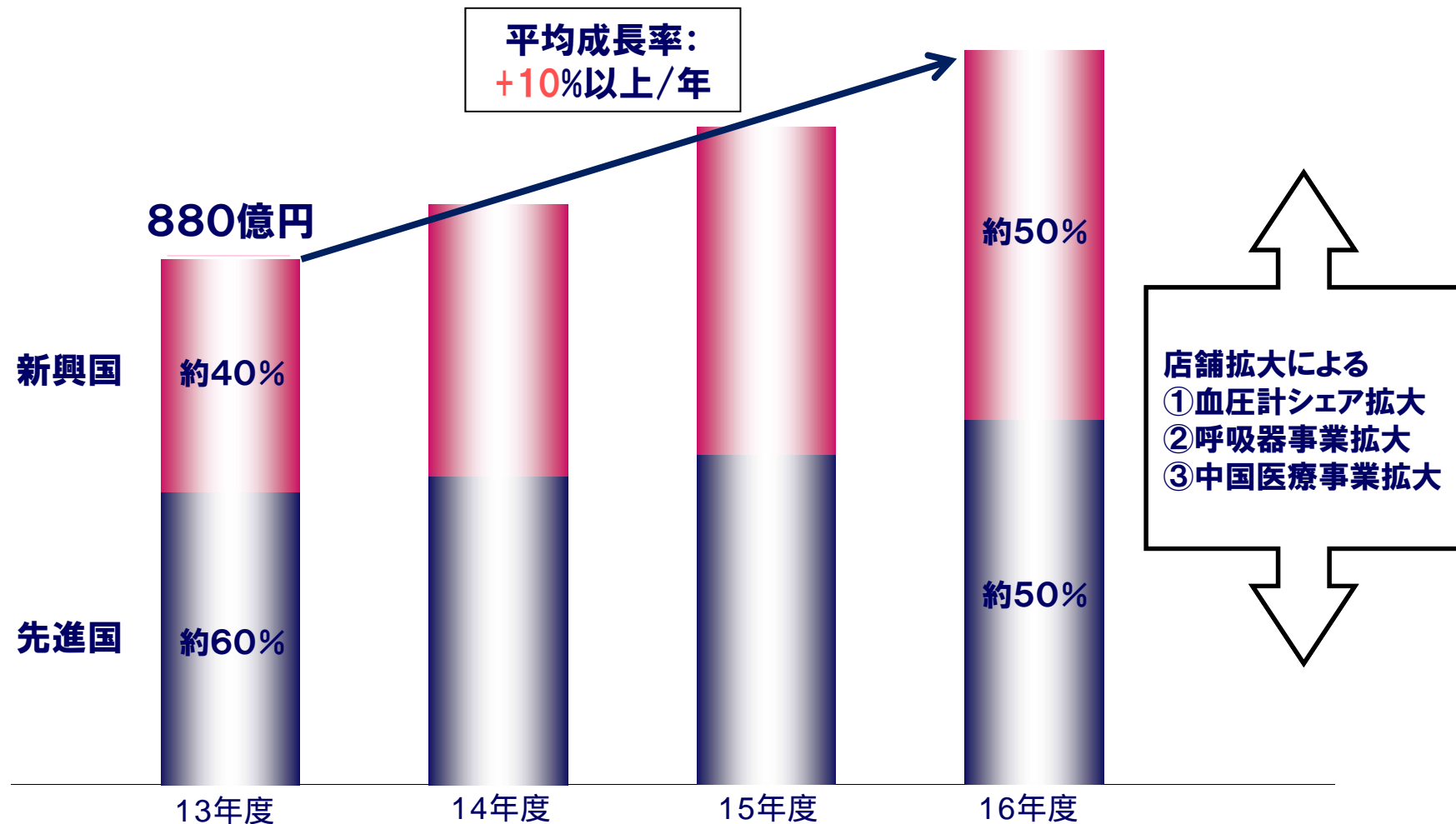
- ・家庭での血圧データを診療に活用し、高血圧症の重症化予防に貢献する。

＊2014年改訂版 日本高血圧学会 高血圧治療ガイドライン
診療室血圧よりも“**家庭血圧を優先して治療を行う**”ことが盛り込まれる見込み。

→ 高血圧症治療において 家庭血圧データの重要性がさらに高まる。



継続的な店舗拡大を基盤に①血圧計マーケットシェア、②呼吸器事業、
③中国医療事業の拡大を実現し、年率+10%以上の成長を目指す



地球上の一人ひとりの健康で健やかな生活へ貢献する中で
事業の成長を実現。

VG2020
ビジョン

「検査・健康管理をより生活者の身近にする」

スローガン

All for Healthcare INNOVATION
- Value Innovation - - Process Innovation -