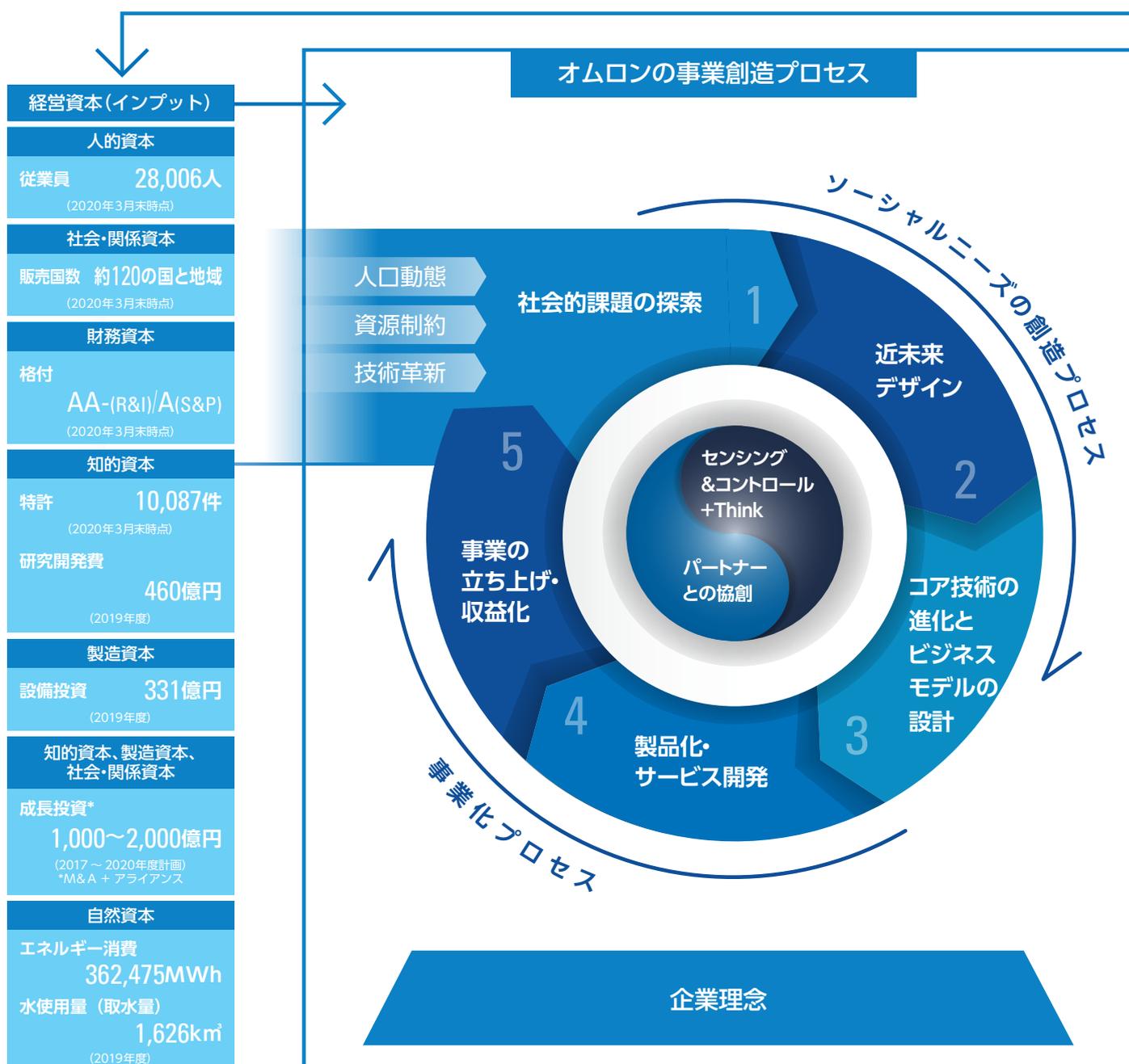


# 価値創造モデル

オムロンの価値創造は、よりよい未来の社会を描き、未来を起点にソーシャルニーズを創造することからはじまります。「ソーシャルニーズの創造」とは、社会的課題の解決への挑戦を通じて新たな価値を創造することを意味しており、オムロンが大切にしている企業理念と未来を予測するサイニク理論に基づいています。

よりよい社会の実現に向けて生み出された数々のイノベーションは、製品・サービスとしてお客様に届き、それらが社会に実装されていくことで社会の発展に貢献します。この価値創造の流れが、オムロン自身の成長と持続的な企業価値向上につながり、新たに投入すべき経営資本を増やし、オムロンの次なるソーシャルニーズの創造への挑戦を可能にしています。



# オムロンの事業創造プロセス

## ソーシャルニーズの創造プロセス

### ① 「社会的課題の探索」

世の中の変化の兆しをいち早く捉え、社会的課題(顧客の課題を含む)を起点に、全社で取り組むべき領域を探索する。

### ② 「近未来デザイン」

社会的課題や技術革新、科学進化の潮流といった未来観を起点に、3年から10年先の未来をデザインし、その実現に必要な戦略を、技術開発・事業化まで視野に入れてバックキャストして描く。

### ③ 「コア技術の進化とビジネスモデルの設計」

ありたい近未来像の実現のために必要なコア技術を進化させ、ビジネスモデルを設計する。

## 事業化プロセス

### ④ 「製品化・サービス開発」

社会・顧客に提供する製品やサービスを開発する。

### ⑤ 「事業の立ち上げ・収益化」

事業として育て、収益化し、社会的課題を解決するとともに、次なる社会的課題の探索につなげる。

ドメイン	製品・サービス(アウトプット)	社会的価値	
3 ド メ イン	<b>ファクトリーオートメーション</b> 制御機器事業 (IAB) P33 →  FA機器	お客様: 製造業 ・デジタル ・自動車 ・食品 ・インフラ ほか	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>i-Automation!</i> のアプリによる工場の生産性向上</li> <li>● <i>i-Automation!</i> による第二次産業の付加価値向上</li> <li>● 新興国(特にインド)における家庭血圧計測普及による脳・心血管疾患発症者の低減</li> <li>● オムロン製品による環境貢献量: 971kt-CO<sub>2</sub></li> <li>● 温室効果ガス排出量: 166kt-CO<sub>2</sub></li> </ul>
	<b>ヘルスケア</b> ヘルスケア事業 (HCB) P49 →  健康・医療機器	お客様: 医療関係者 一般消費者など ユーザー	
	<b>ソーシャルソリューション</b> 社会システム事業 (SSB) P45 →  駅務・交通機器 保守・サービス  パワーコンディショナほか	お客様: 鉄道、道路事業者 住宅メーカー ほか	
	<b>オムロンの発展を支えるデバイスモジュール</b> 電子部品事業 (EMC) P41 →  リレーほか  サーフェスマウント スイッチ	お客様: 家電メーカー ほか	
パートナーとの協創		 	
人財マネジメント	ものづくり・環境		リスクマネジメント
コーポレート・ガバナンス			