

次期長期ビジョンの方向性について

2020～2021年度の位置づけ

オムロンは、2011年に10年間の長期ビジョン「Value Generation 2020 (VG2020)」を策定しました。2017年度からは、その最終ステージの4年間であるとともに、VG2020以降の社会の変化も見据えた成長戦略として中期経営計画「VG2.0」を開始しました。VG2.0は、世界の潮流や社会の変化を見通し、未来を予測するオムロン独自のSINIC理論や国際的な取り組みであるSDGs等を考慮して、未来を起点に戦略へ落とし込みました。VG2.0では、オムロンの強みを発揮しながら、社会的課題の解決を通じて、事業成長が見込める「ファクトリーオートメーション (FA)」、「ヘルスケア」、「ソーシャルソリューション」を注力ドメインとし、お客様やパートナーとの共創によるソーシャルニーズの創造に取り組んでまいりました。

新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、2020-2021年度の2年間で目の危機対応とアフターコロナを見据えた、「事業変革期」と位置づけ、ニューノーマル時代における持続的な成長を実現するための事業変革を加速させる期間としました。次期長期ビジョンは2022年度から開始します。

オムロンが捉えるこれからの10年

世界は、甚大化・頻発化する自然災害、超高齢社会への突入、経済格差の拡大、米中衝突による世界分断リスクの高まりなど、不確実で、これまでに経験したことのない多くの社会変化に直面しています。加えて、新型コロナウイルスの感染拡大は、「社会にとって、自身にとって何が必要か」という本質価値の追求や、「モノの豊かさ」から「心の豊かさ」を重視する価値観へと変革させ、持続可能な新たな社会・経済システムの構築が加速しつつあります。

オムロンは、これからの10年を、大量消費・大量生産による右肩上がりの成長を前提とした社会・経済システムから、持続可能な社会を追求する社会・経済システムへの移行期とみています。今後、持続可能な社会を実現する過程において、新・旧の価値観のぶつかり合いや、これまでの社会・経済システムが生み出したひずみにより、オムロンが解決すべき社会的課題が噴出すると捉えています。

オムロンの存在意義

過去を振り返ると、社会・経済システムが大きく変革する時代があり、その度に、オムロンは社会的課題を捉えソーシャルニーズを創造することで、事業を構築し成長してきました。高度経済成長期では、生産現場や移動インフラの現場における社会的課題を、人の作業を機械・システムで自動化する新たなソリューションで解決することで、人々の生活を革新し、安心・安全・快適に生活できる豊かな社会を創造してきました。また、高度情報化社会では、それまでに創出してきた価値を広く展開可能なシステムコンポーネントに落とし込み、グローバル市場に提供することで、生活・産業・社会の発展を支えてきました。このように、各時代で噴出する社会的課題を捉えて社会価値を創出し、経済価値に変えることで、社会と共に成長を遂げてきました。企業理念を原動力に、今日までのチャレンジを振り返ったとき、存在意義が明確に見えてきます。オムロンの存在意義は、「事業を通じて社会価値を創出し、社会の発展に貢献し続けること」です。持続可能な社会に向けて社会的課題が噴出する次の10年は、オムロンがオムロンであり続けるために、存在意義を発揮するときです。次期長期ビジョンでは、不確実性が高い社会においても変化に柔軟に対応しながら存在意義を発揮し、社会的課題を捉え、社会価値を創出すると同時に、社会価値を経済価値に変え、企業価値を最大化していくことを目指します。

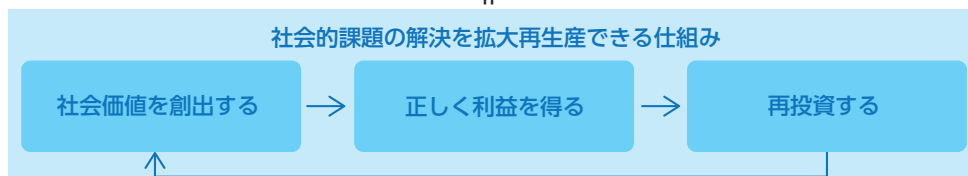
企業理念：われわれの働きで われわれの生活を向上し よりよい社会をつくりましょう

||

存在意義：事業を通じて社会価値を創出し、社会の発展に貢献し続けること

||

社会的課題の解決を拡大再生産できる仕組み



オムロンが取り組む社会的課題

次期長期ビジョンでは、オムロンの強みである技術や事業展開するドメインの観点から、「CO₂排出量の抑制」、「健康寿命の延伸」、そして「人と機械の協働・融和」を社会的課題として捉えています。

また、それらの社会的課題の解決に向けて、「製造現場の高度化」「1次・3次産業の自動化」「慢性疾患の予防医療支援」「カーボンニュートラルの実現に貢献するエネルギーソリューション」の4つをオムロンが捉えるべき事業機会と定め、価値創造を行ってまいります。

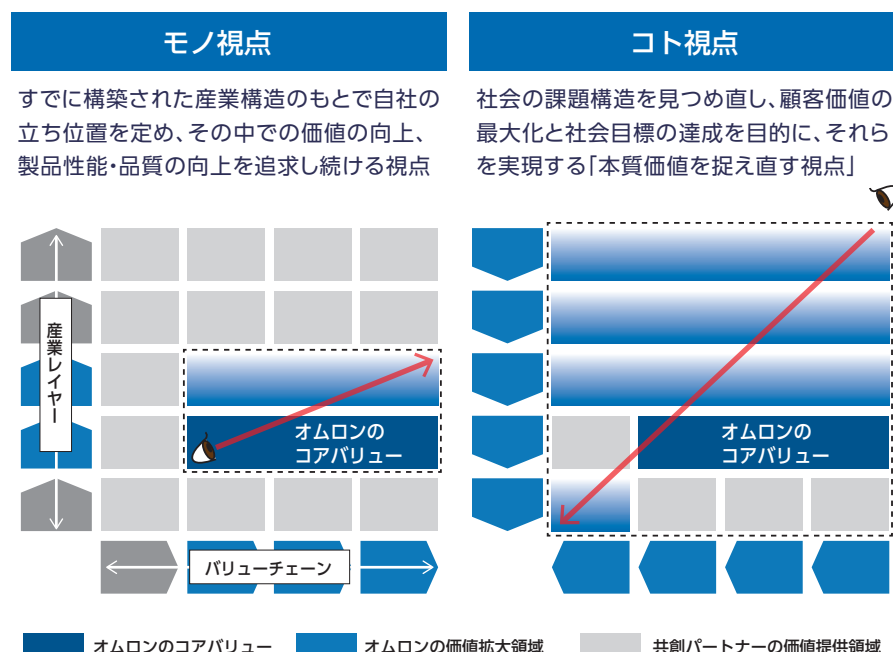


オムロンの価値創造

新たな社会・経済システムの移行期における価値創造に必要なのは、「視点」の変化です。産業構造が大きく変わり、価値の源泉も移り変わっていきます。これまでのモノを起点にした“モノ視点”の価値の創り方から、私たちが“コト視点”と呼ぶ「本質価値を捉え直す視点」によって課題の本質を見定め、市場を観ることが重要です。オムロンは、“コト視点”で顧客価値の最大化と社会目標の達成に取り組んでいきます。そのために、価値実装の形態も変えていきます。これまでの“モノ”への価値実装に限らず、事業ごとに、モノとサービスを組み合わせながら最も価値の高い実装形態を選択していきます。

また同時に、“コト視点”で社会の課題構造を俯瞰して捉えた時、持続可能な社会を実現するための要件は複雑で、ときには社会システム全体の再設計が必要であり、オムロンだけで社会的課題を解決し、新たな価値を創造することは困難です。そのため、パートナーとの共創を重視した価値創造のチャレンジを加速させてまいります。

■ 価値創造に必要な「視点」



■ 価値創造に必要な「価値実装形態」

モノの差異が重要であり続ける事業の価値の社会実装形態



モノの利用の価値が高い事業の価値の社会実装形態

