ヘルスケア事業（HCB）

市場環境

世界の高血圧患者は12.8億人、心房細動患者数は4600万人いると言われています。これらの患者数は先進国での高齢化の加速や成長国における中間層の拡大を背景にグローバルで増加傾向にあり、健康機器の需要は拡大していく見通しです。中でも、インドやアジアなど成長国においては、血圧計の普及率が低く、成長ポテンシャルが高いと考えています。

また今後は、デジタル技術やAIの活用が加速し、個人の健康管理にとどまらず、治療や診断サポートなど新たな医療インフラとしての導入が進むと考えています。

一方、消費者の購買行動はグローバルでオンラインへシフトしており、新たなエコシステムの登場や異業種、新興企業の参入など、市場環境変化はさらに激しくなっています。

事業の強み

血圧計の普及を通じて築いた医療従事者や患者、消費者からの信頼が、私たちの強みの1つです。これは新たな取り組みである「家庭での心電図記録文化の創造」にも活かされています。心房細動が脳梗塞のリスク因子であることや家庭で心電図がとれることはあまり知られていません。そこで、関連学会などへの参加、消費者やメディア向けの疾病啓発や機器の認知向上に取り組んでいます。また、心房細動の早期発見や再発防止における家庭での心電図記録の有用性を京都府立医科大学と共同研究。94名の心房細動患者のうち、31名で心房細動の再発を検出することができました。

また、私たちは医療機器として必要な安全性と精度基準をクリアし、130以上の国と地域で血圧計を販売しています。一方でデバイスの普及に向けた規制緩和にもチャレンジしています。日本では今まで一般消費者向けに心電計の製品情報を提供できませんでした。今回、許認可取得活動を通じて構築した行政等との関係性を活かし「発作時心臓活動記録装置・発作時心臓活動記録装置用プログラムの適正広告・表示ガイドライン」の発行に携わりました。これにより、心電計付き上腕式血圧計や携帯型心電計の情報をダイレクトに消費者に提供できるようになりました。

「SF2030」実現に向けた成長戦略

私たちは「Going for ZERO 予防医療で世界を健康に」というビジョンを掲げ、循環器疾患、呼吸器疾患、慢性疼痛領域における健康課題の解決を目指しています。

基盤となるデバイス事業では、顧客が必要な時に最適な場所で製品を購入できるよう、オフライン、オンラインそれぞれで更なる販路強化に取り組みます。新規事業では、心電計の普及に注力。欧州では1500人以上の心臓専門医を訪問、年間約1600軒の売り場を開拓しました。

また、24年2月からは心房細動の疾病啓発キャンペーンをグローバルに展開。脳梗塞患者の実体験と心臓専門医による解説、心拍の不規則なリズムを音楽で表現し、疾病リスクを印象的に伝える動画を制作しました。

24年4月には、遠隔診療サービスを展開するオランダのルーシーヘルステック（Luscii Healthtech B.V. :ルーシー社）を完全子会社化。同社が医療機関に提供する150以上の診療支援プログラムの多くは、その導入効果が証明されています。また、同社が採用するフラット型の“ホロクラシー型組織”は今後の組織改革の参考にしていきます。デジタルヘルス領域では、現在世界130以上の国や地域で配信されている健康管理サービス「OMRON connect」を強化していきます。日本ではJMDC社の健康保険組合向け生活習慣改善ソリューションサービスとオムロンコネクトのデータ連携を開始しました。

そして、デジタルヘルス領域の顧客ニーズをいち早くとらえ、事業スピードをさらに高めるためデジタルヘルスサービスの企画・開発を1つの組織に集約し、北米を拠点としてスタート。今後は、グローバル横断的な視点でサービスを進化させていきます。

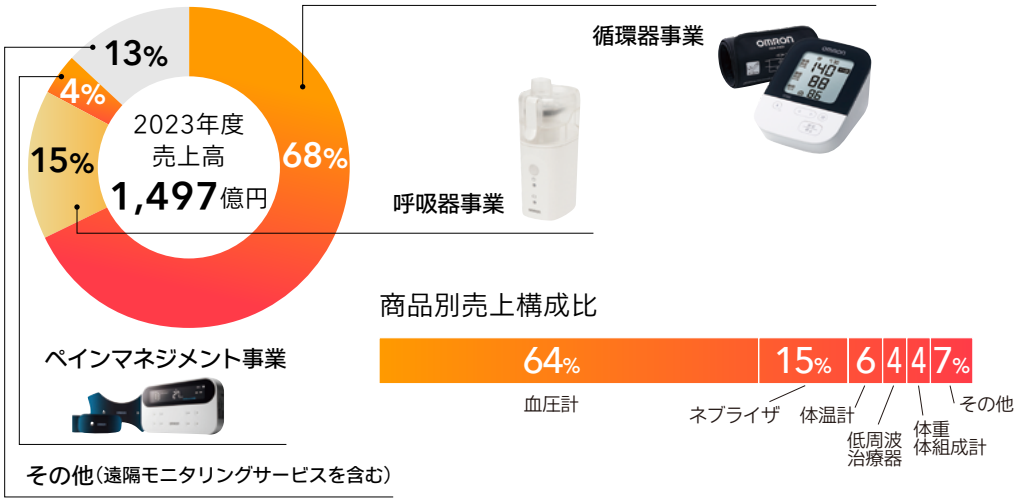
カーボンニュートラルの実現に向け、23年4月より、松阪事業所の事務スペースと生産ラインにエネルギー消費量の可視化システムおよび空調・照明制御システムを導入。DXを活用し、各スペースの稼働状況に合わせたエネルギー制御を行っています。

➡ SF2030トピックス「カーボンニュートラルの実現」

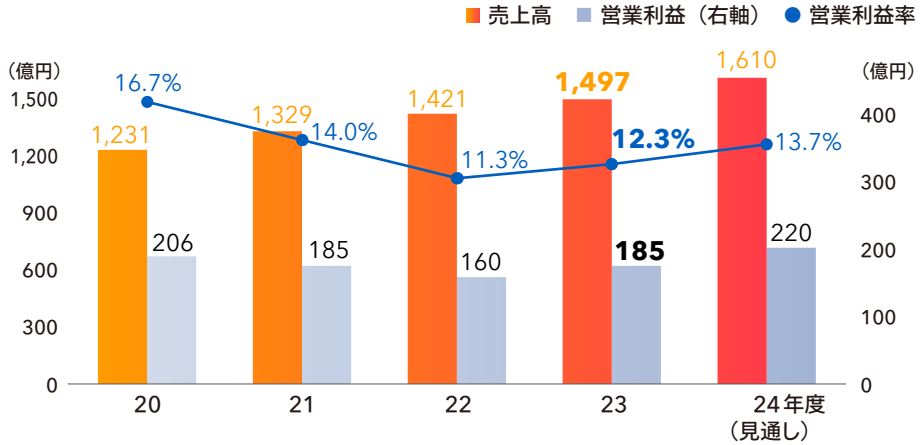
24年1月からは、経営チームと社員が自由に意見交換をする場「Vision Link Meeting」をスタート。顧客価値を創造できる風土づくりに取り組み、より早く柔軟に行動できる組織を目指します。

ヘルスケア事業では、これらの取り組みを通じて新しい予防医療を創出していきます。

事業別売上構成比



売上高/営業利益/営業利益率



2023年度の売上高の状況

欧州などの一部地域で主力製品である血圧計の需要が好調に推移しました。また、中国では肺炎など呼吸器疾患の増加により、ネブライザに対する需要が大きく増加しました。これらの結果に加え、円安による為替影響もあり、売上高は1,497億円となり前期比で増加しました。

2023年度の営業利益の状況

売上高の増加に加え、物流費や部材費のコストダウンにより、営業利益は185億円となり前期比で大きく増加しました。

INPUT

- 研究開発費：83億円（23年度実績）
- 設備投資費：39億円（23年度実績）
- スマートフォン健康管理アプリ「OMRON connect」とJMDC社のPHRサービス「Pep Up」間のデータ連携を開始。（23年4月）
- 松阪事業所の事務スペースと生産ラインにエネルギー消費量の可視化システムおよび空調・照明制御システムを導入。カーボンニュートラル実現に向け、各スペースの稼働状況に合わせたエネルギー制御を行う。（23年4月）
- 医師の診断に有用な心電図データを記録できる携帯型心電計を国内で発売（23年4月）
- 松阪事業所で生産する血圧計の部品における国内での調達を開始。温室効果ガス排出量の削減と地域社会との共存を目指す。（23年7月）
- 中国の大連工場の新工場が稼働開始。（23年8月）
- 心房細動啓発のグローバルキャンペーン「Listen to your Heart」スタート（24年2月）

OUTPUT

- 売 上 高：1,497億円（前期比　5.3%増）
- 営業利益：　185億円（前期比 15.3%増）
- グローバル血圧計販売：2,246万台（23年度）
- 携帯型心電計、心電計付き血圧計の販売国数45カ国

OUTCOME

- 慢性心疾患イベントの発症を未然に防ぐ予防医療の仕組みを創出し、世界中の人々の健康ですこやかな生活に貢献

SDGs ゴール3.4.1