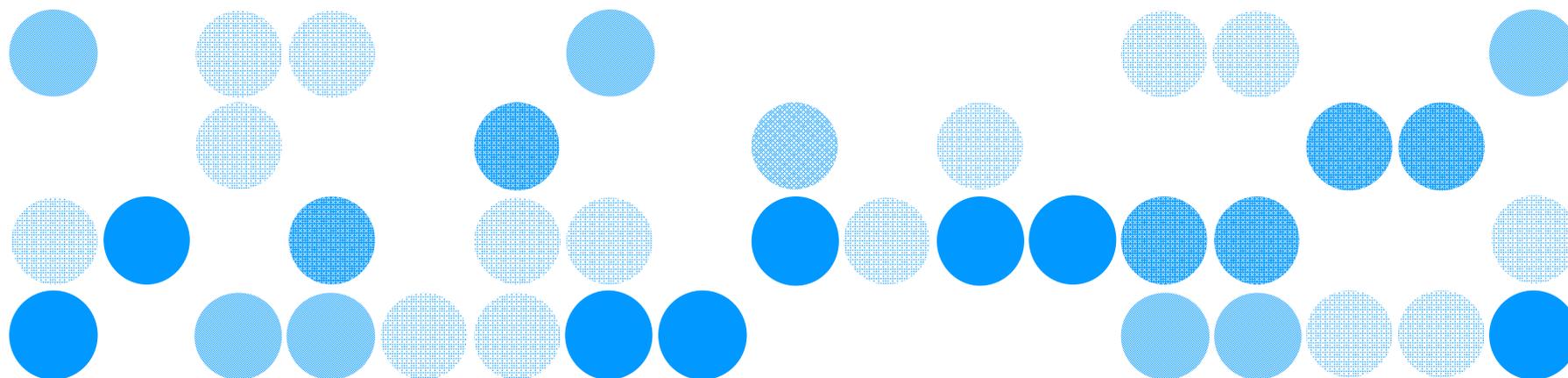

OMRON

Sensing tomorrow™

野村CEOカンファレンス2011

オムロンの強み

—主力事業の中長期戦略—



2011年11月29日

オムロン株式会社

現在の強み～その強みを今後さらに強化する

- (1) 制御機器(IAB)事業
- (2) 電子部品(EMC)事業
- (3) ヘルスケア(HCB)事業

強い事業をより強くする

「変革」を目指す

高い目標を掲げチャレンジする風土

経営のダイナミズムを強化

「イノベーションを起こす企業」

「チャレンジ精神旺盛で若々しく活力のある企業」

「グローバルに隆々と成長する企業」

➤ 主力事業を強化し、拡大する新興国市場での成長を目指す

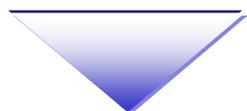


➤ 売上総利益率42%の目標達成にこだわり収益構造改革を加速する

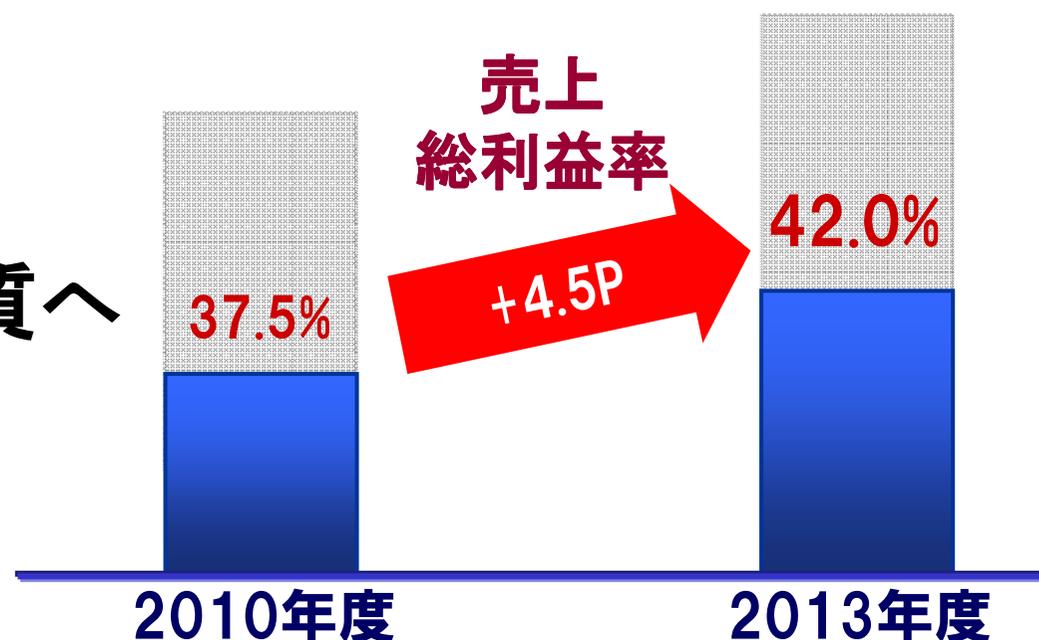
収益構造改革を加速



成長の原資を確保



変化に強い企業体質へ



現在の強み～その強みを今後さらに強化する

(1) 制御機器(IAB事業):

幅広い品揃えとカバレッジ力

(2) 電子部品(EMC)事業:

「ものづくり」技術力の高度化によるリレー事業拡大

(3) ヘルスケア(HCB)事業:

血圧計事業を基礎としたグローバル展開

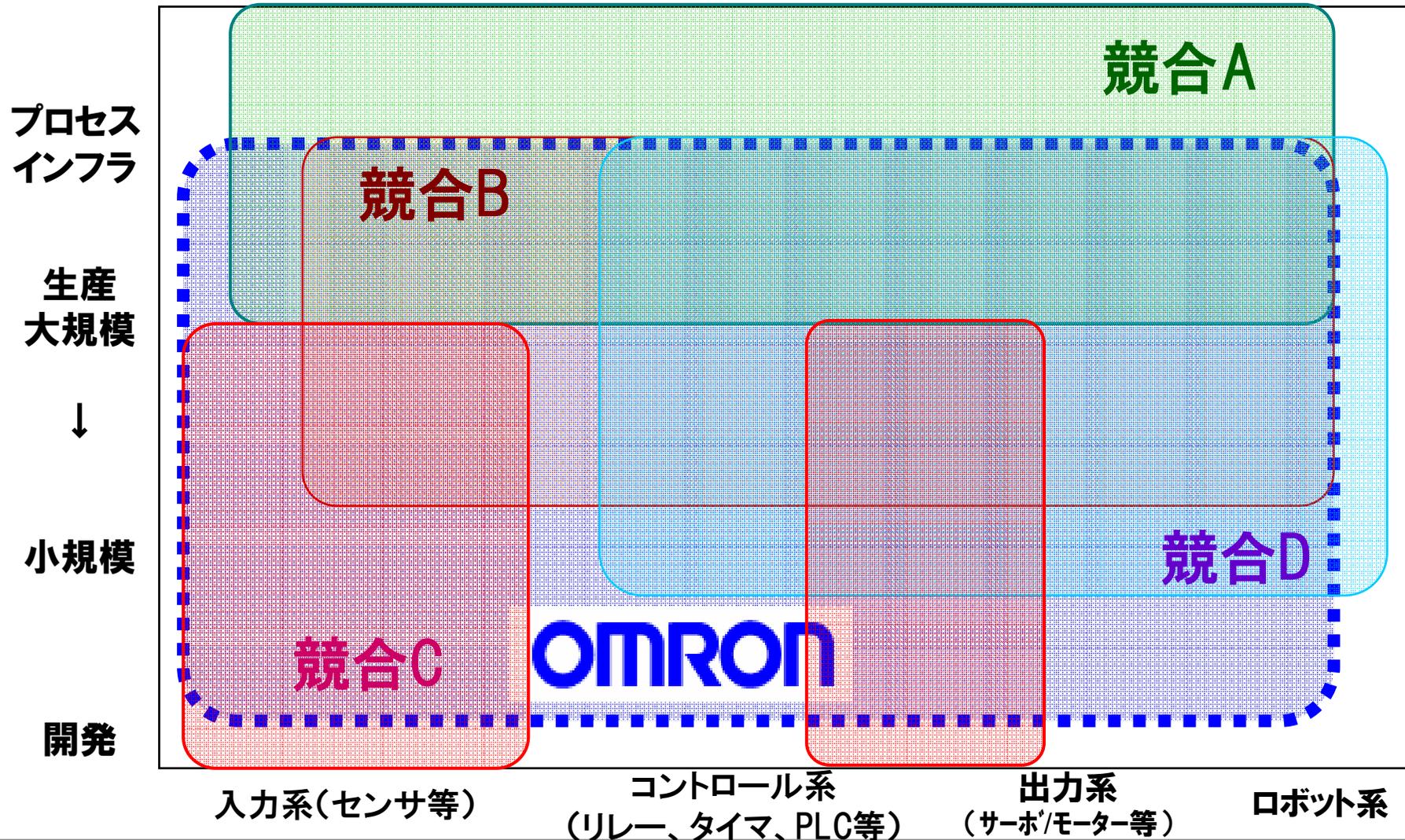
➤ 制御市場における幅広い品揃えとグローバルカバレッジ

幅広い品揃え



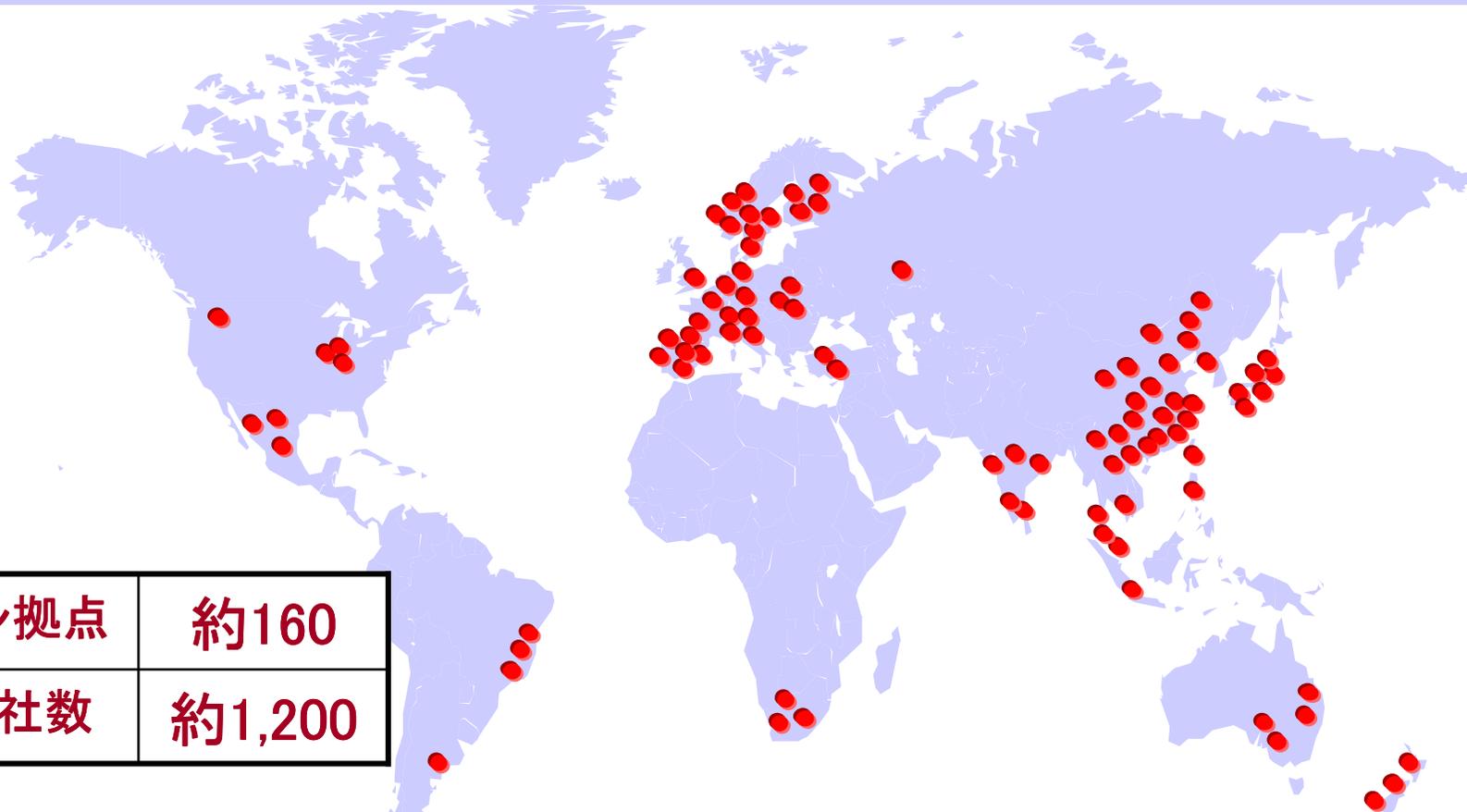
グローバル
カバレッジ

➤ 制御領域でグローバルで圧倒的な品揃えを有する



【制御機器事業】 現状の強み②カバレッジ

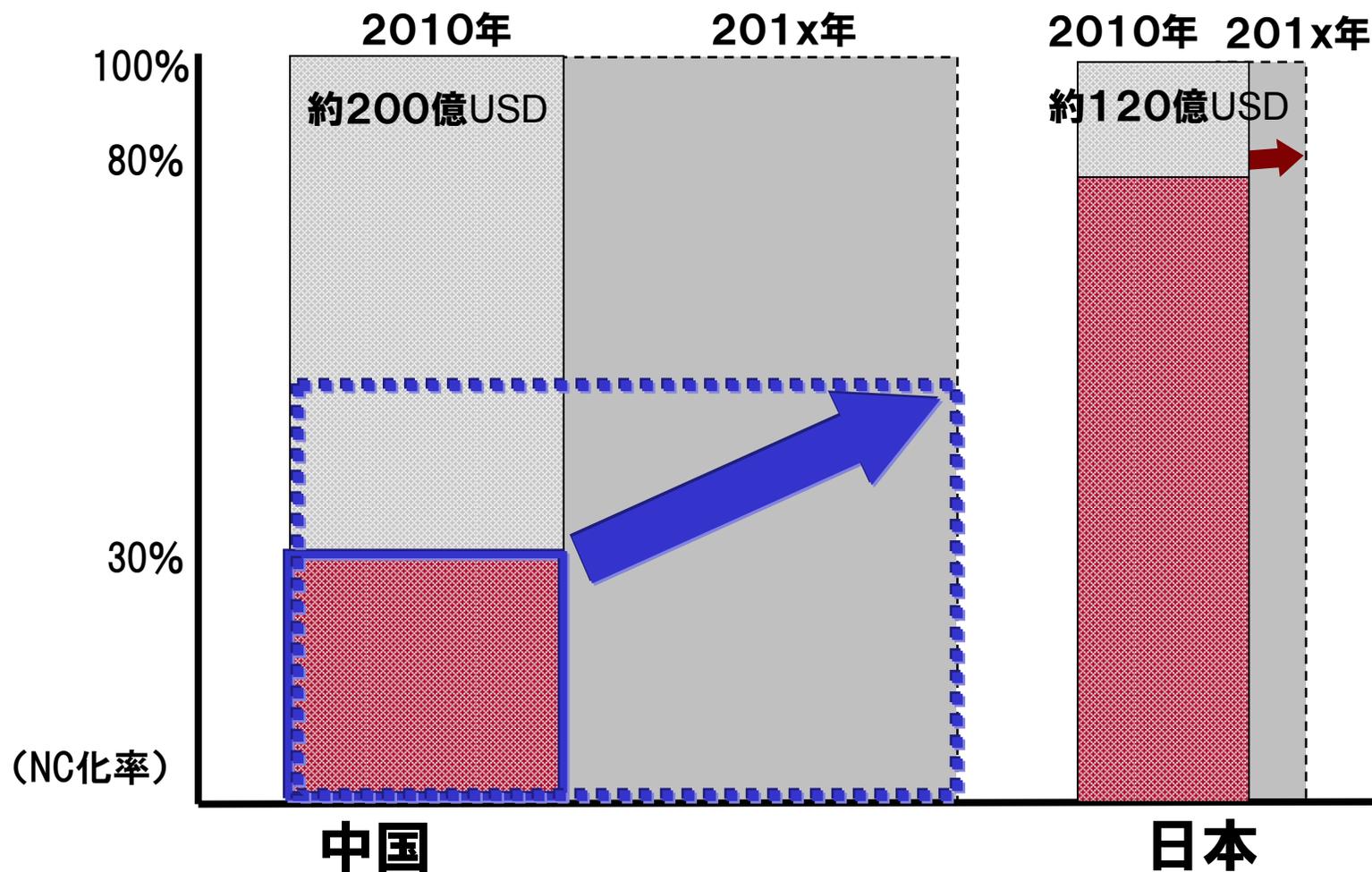
- グローバルに広い販売店網を有している。
- グローバルで均質なサービスサポートを提供可能



| | |
|--------|--------|
| オムロン拠点 | 約160 |
| 販売店社数 | 約1,200 |

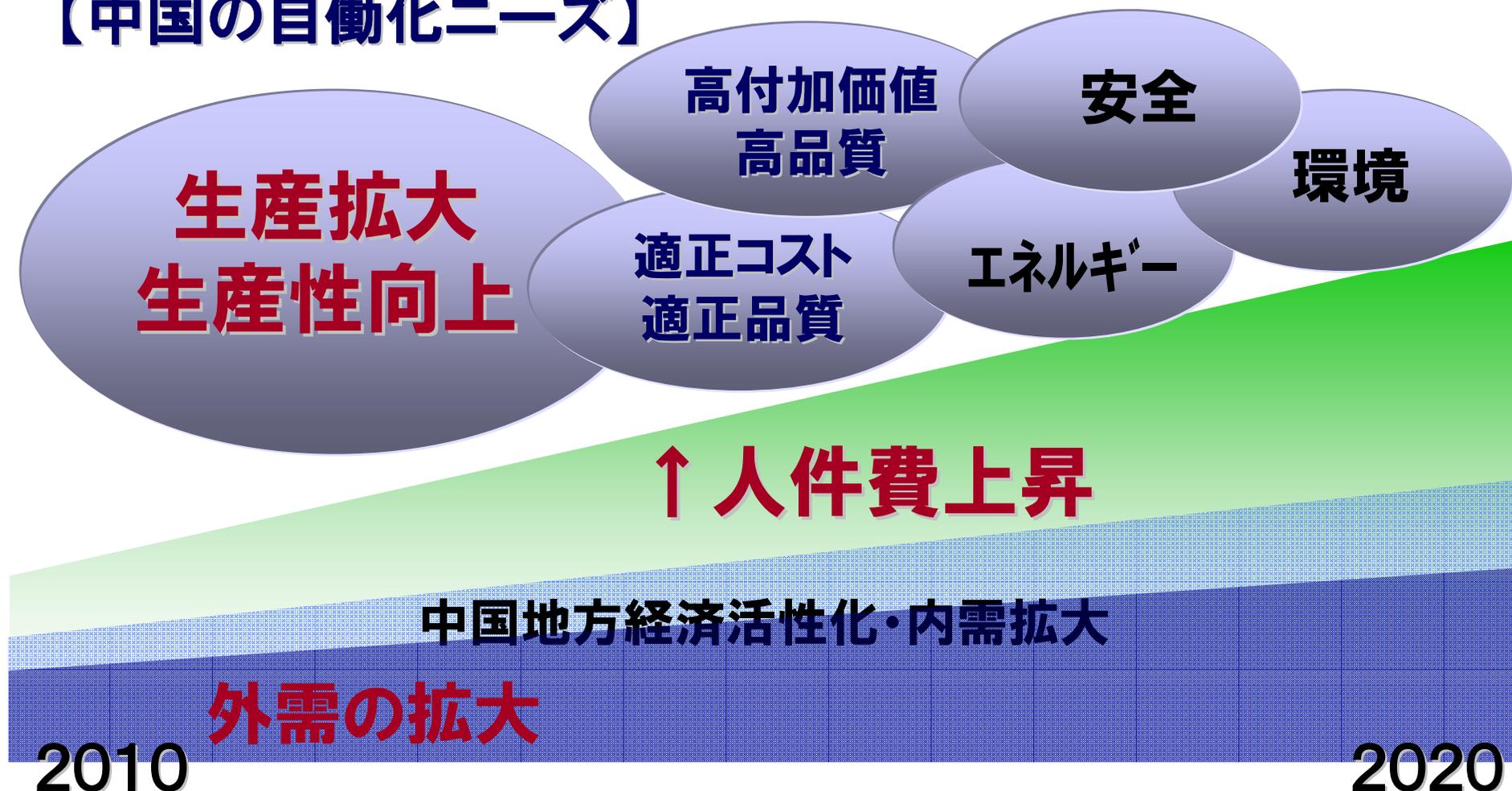
新規需要のみならず、保守・更新用の需要も取り込む体制(MRO_{メンテナンス・リペア・オーダー})

➤ 中国の製造業は生産の量的な拡大と工場自動化(高度化)の双方向で拡大



➤ 中国の市場環境の変化により、様々な工業自動化(自動化)への需要が拡大

【中国の自動化ニーズ】



➤ 現在の強みの強化を行い、商品とサービス体制も強化する

幅広い品揃え



グローバル
カバレッジ

拡大

先端規格に
対応する
商品



新興国ニーズに
マッチする商品



サービス体制拡充



新興国

現在の強み～その強みを今後さらに強化する

(1) 制御機器(IAB事業):

幅広い品揃えとカバレッジ力

(2) 電子部品(EMC)事業:

「ものづくり」技術力の高度化によるリレー事業拡大

(3) ヘルスケア(HCB)事業:

血圧計事業を基礎としたグローバル展開

▶ 高度な「ものづくり技術」 × 世界生産ネットワークが強み

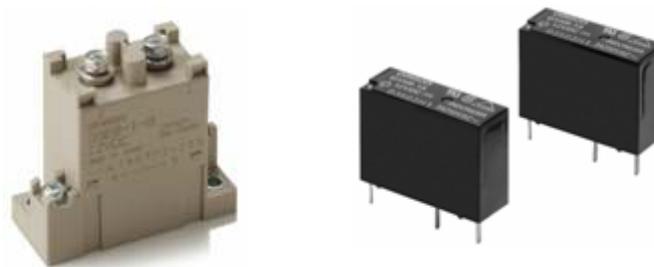
世界生産
ネットワーク



高度な
「ものづくり技術」



リレー
(グローバルシェアNo1)



➤「ものづくり技術の強化」でさらに競争力を高める

「ものづくり技術」力をさらに強化 (高品質、コスト競争力、環境負荷低減を実現)

ハイサイクル成形



成形時間 1/5

従来

ハイサイクルプレス



プレス時間 1/3

成果事例

部分メッキ



金メッキ量 1/2

成形材リサイクル



廃棄成形材 25%削減

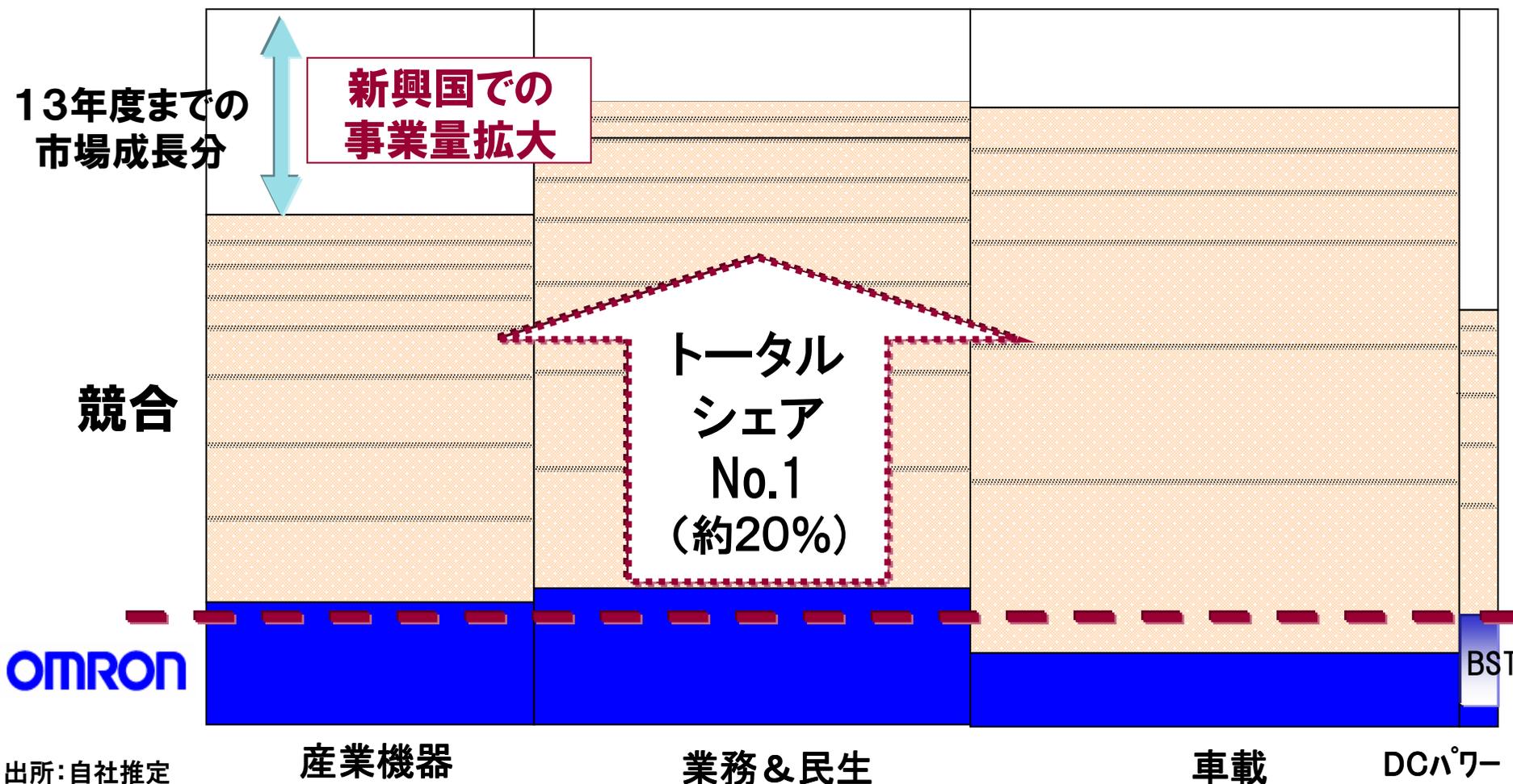
金型・工法改善



廃棄プレス材 20%削減

【電子部品事業】 市場認識と今後の戦略(リレー事業)

- 産機/DCパワーリレーは高い市場成長率を見込む
- 業務&民生/車載向け市場も相応の市場拡大を見込む



出所: 自社推定

市場は今後3年間の成長率を想定

©Copyrights OMRON Corporation, All Rights Reserved.

現在の強み～その強みを今後さらに強化する

(1) 制御機器(IAB事業):

幅広い品揃えとカバレッジ力

(2) 電子部品(EMC)事業:

「ものづくり」技術力の高度化によるリレー事業拡大

(3) ヘルスケア(HCB)事業:

血圧計事業を基礎としたグローバル展開

➤ 制御機器事業に次ぐ注力事業

◆ 血圧計（グローバルシェアNo1）



◆ グローバルカバレッジ

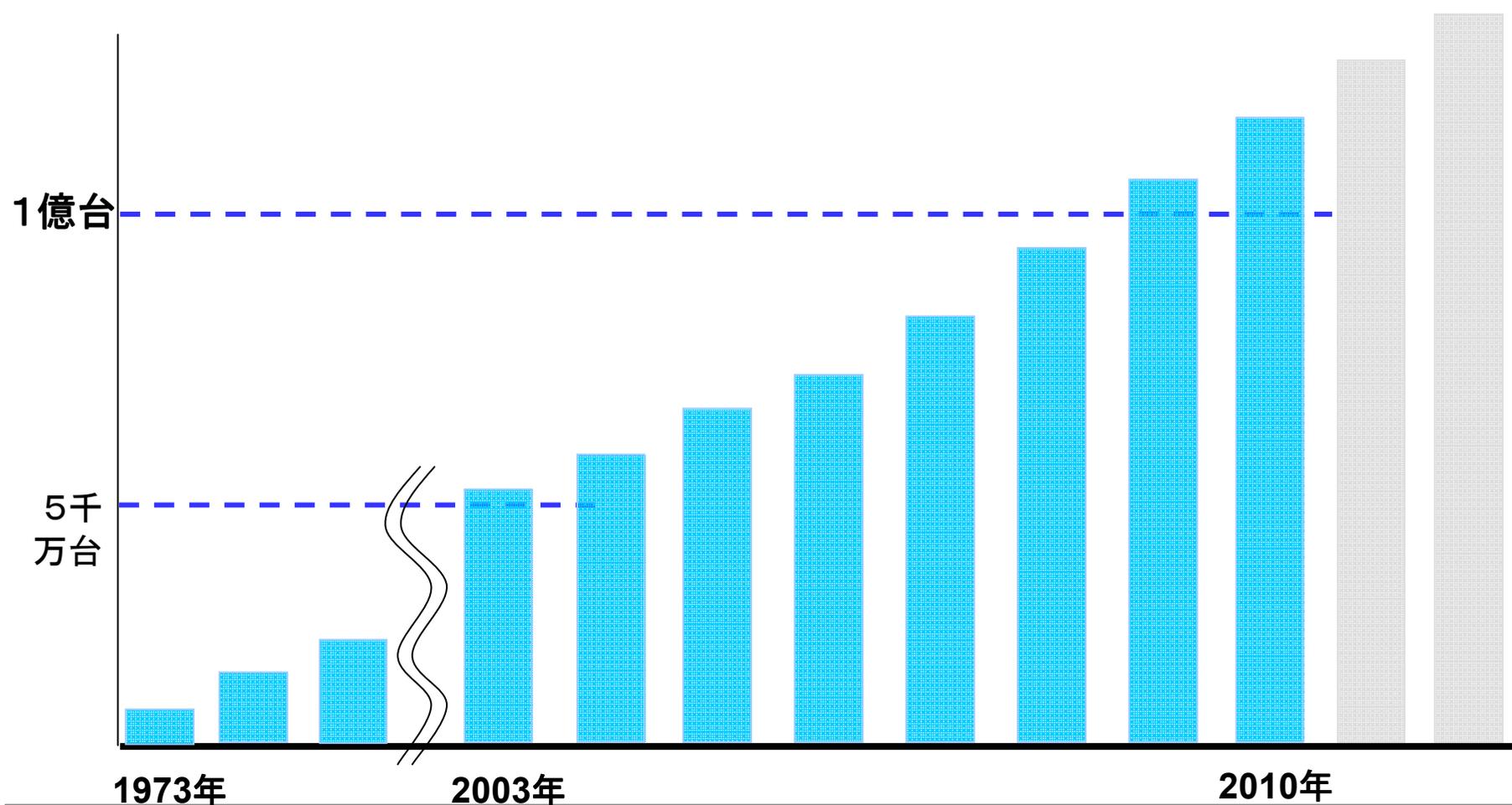
◆ 医学界でのブランド浸透



◆ 新興国で勝てるコスト構造

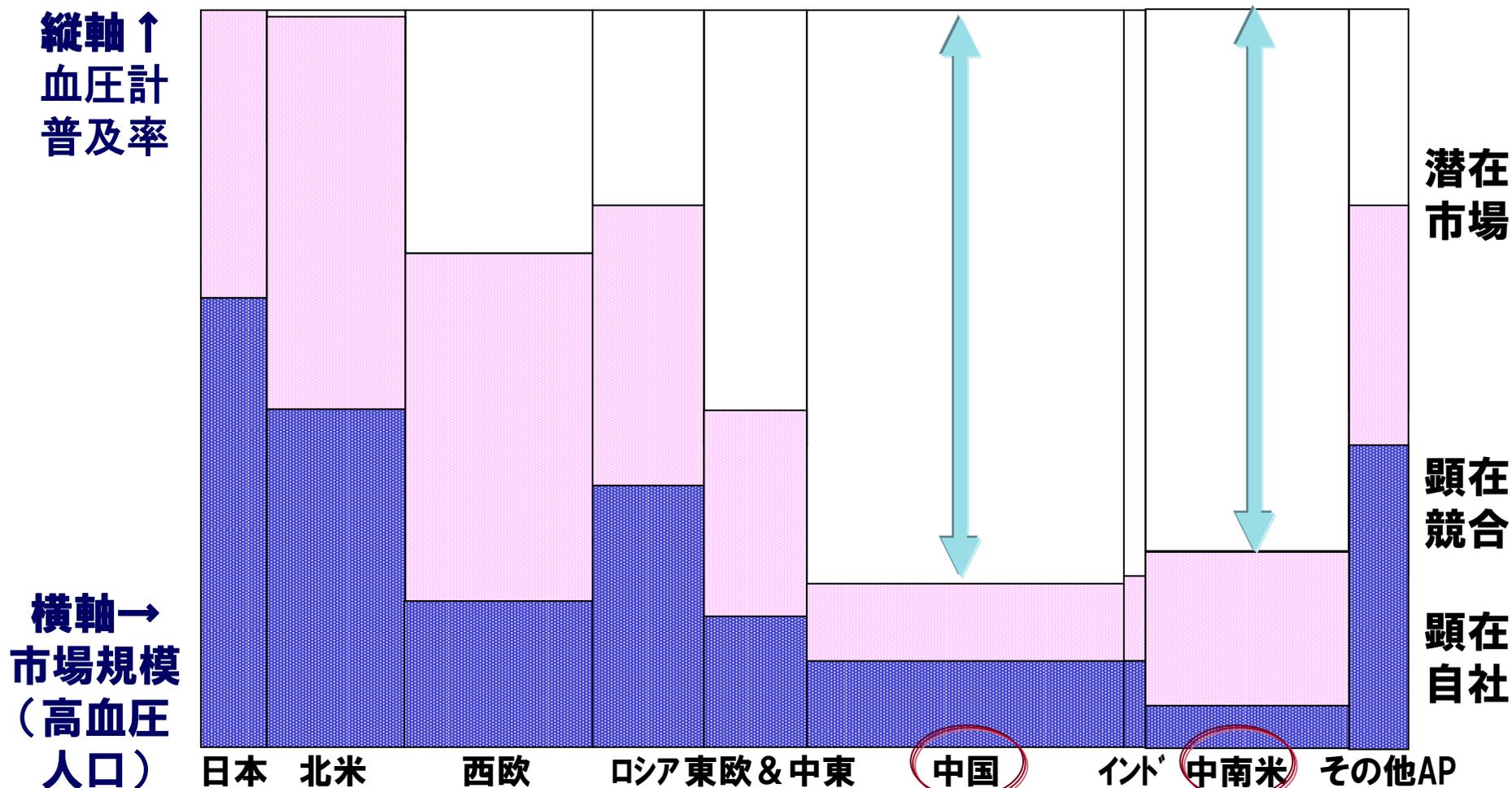
【ヘルスケア事業】 血圧計販売台数の推移

- 2009年9月に、血圧計の累計販売台数1億台を達成
- グローバルシェアNo.1(約50%)



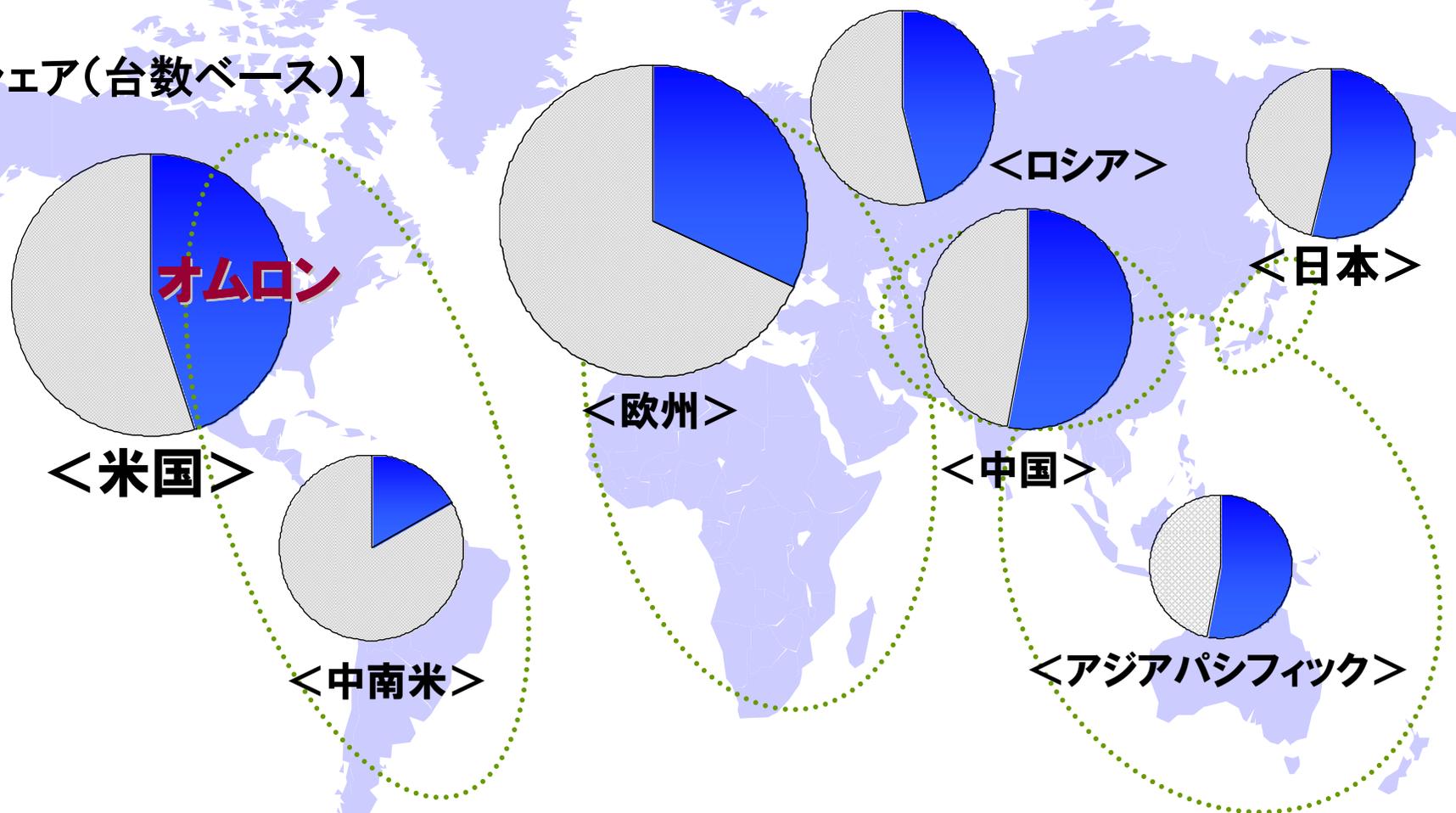
高血圧人口は今後も拡大。特に経済成長に伴い新興国の市場が拡大する

グローバル血圧計 市場規模(台数ベース)



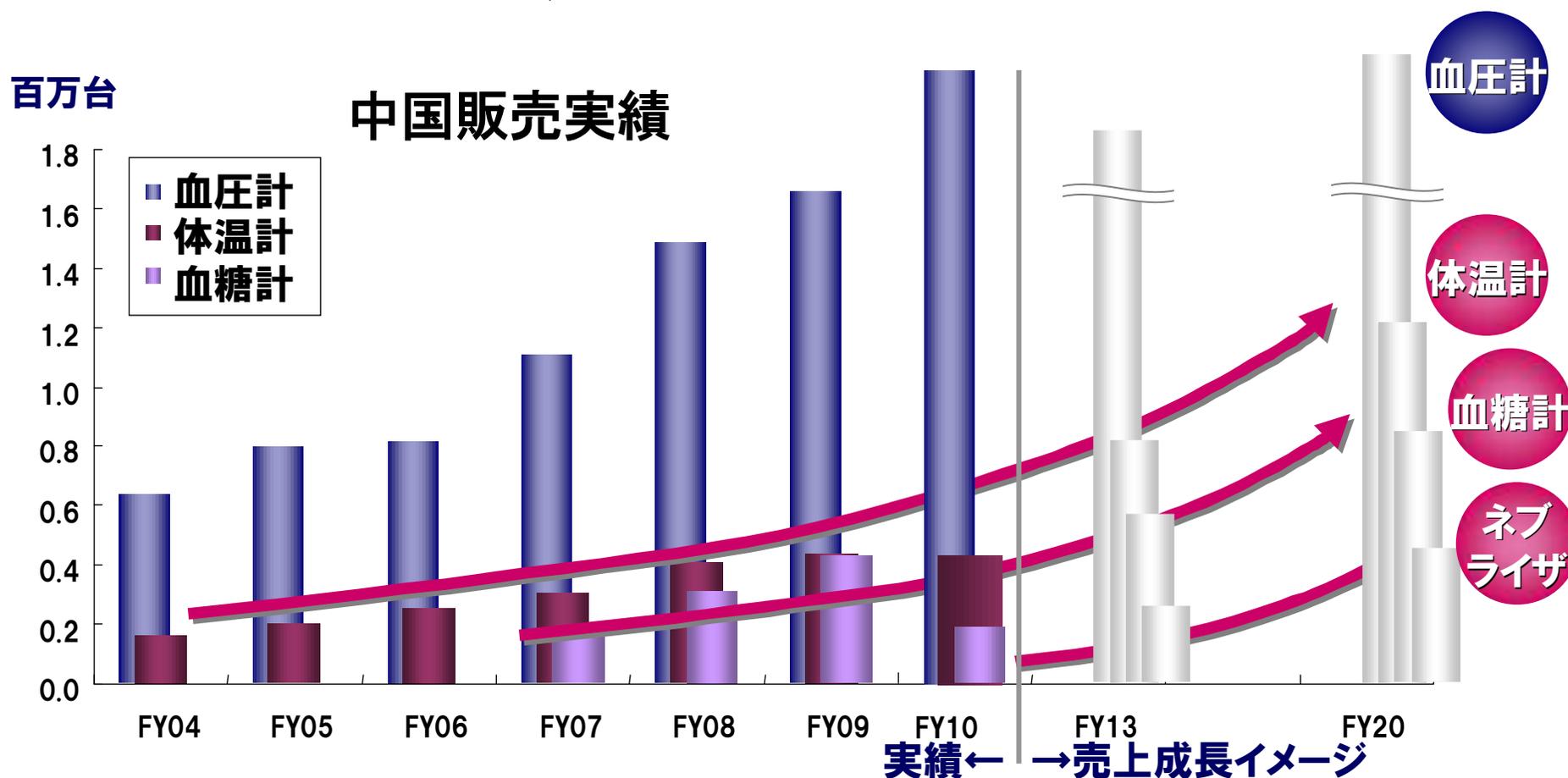
- ▶ 各地域で高いシェア
- ▶ グローバルで26万店の取り扱い店数を誇る

【シェア(台数ベース)】



➤ 血圧計で切り開いたチャンネルに、他のカテゴリを展開

中国の成功事例 ▶ インド・アジア・中南米・その他新興国へ



➤4つのコアカテゴリを中心に競争力の高い商品を投入

価格競争力

×

ブランド力

血圧計



血糖計



ネブライザ



体温計・他



- 主力事業に対して成長のための戦略投資を実行
- ヘルスケア事業でブランド認知を高め、他事業の展開を加速

【 戦略投資内容 】

制御機器事業 (IAB)

- ・グローバルニーズに対応する商品開発
- ・営業・サービス体制の拡充

電子部品事業 (EMC)

- ・生産の自動化拡大
- ・ものづくり技術の強化

ヘルスケア事業 (HCB)

- ・新興国チャネル増強
- ・ブランド認知の向上



<お問い合わせ>

オムロン株式会社

経営IR室 経営IR部

電話 : 03-6718-3421

E-mail : omron_ir@omron.co.jp

HPアドレス : www.omron.co.jp

<注意事項>

1. 当社の連結決算は米国会計基準を採用しています。
2. 業績見通し等は、当社が現時点で入手可能な情報と、合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等はさまざまな要因により、これら見通しとは大きく異なることがあります。実際の業績等に影響と与える重要な要因には、(i)当社の事業領域を取り巻く日本および海外の経済情勢、(ii)当社製品・サービスに対する需要動向、(iii)新技術開発・新商品開発における当社グループの能力、(iv)資金調達環境の大幅な変動、(v)他社との提携・協力関係、(vi)為替・株式市場の動向などがあります。なお、業績に影響を与える要因はこれらに限定されるものではありません。