

各位

会社名 オムロン株式会社
代表者名 取締役社長 作田 久男
コード番号 6645
上場取引所 東証、大証、名証各市場第一部
問合せ先 グループ戦略室 コーポレートコミュニケーション部長
生越 多恵子
TEL 075-344-7175

長期経営構想「GD2010」第3ステージ経営計画策定のお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、2008年4月にスタートする当社グループの長期経営構想「GD2010」(グランドデザイン2010)第3ステージ(3年間:2008年度~2010年度)における経営計画を決議いたしましたのでお知らせします。

長期経営構想「GD2010」は、2001年4月より始まり、第1ステージ(3年間:2001年度~2003年度)を経て、現在第2ステージ(4年間:2004年度~2007年度)の最終年度にいたっています。

第1ステージ、第2ステージを通じてほぼ計画通りに増収増益基調で推移しており、2004年度末までの目標であったROE10%は、一年前倒しの2003年度末(第1ステージ最終年度)に達成しました。また、第2ステージの最終年度である今年度は、第2ステージの目標である「事業価値^{*1}の倍増」も達成できる見通しです。

2008年度にスタートする第3ステージ経営計画では、「事業価値の年平均10%以上向上」を中期目標に掲げました。既存事業においては、セグメント毎に選択した中核事業を「グローバルNo.1へのポジションシフト戦略」(市場において事業価値が最も高い事業となることを目指す)によって強化し、加えて中華圏での投資回収および更なる成長により、収益力を高めます。また、第3ステージからは、当社の強みであるセンシング&コントロール技術によって、10年以上先を見据え「安心・安全、健康、環境」に着目し、ソーシャルニーズを創造する新規事業の創出と拡大に取り組みます。

第3ステージの中期目標は「事業価値の年平均10%以上向上」ですが、業績指標として、売上高1兆円、営業利益950~1,000億円(営業利益率10%程度)を想定し、2010年までに収益を伴った成長企業の実現を図る所存です。

^{*1} 事業価値・・・各事業が将来に生み出すフリーキャッシュフローの現在価値の合計値

1. 長期経営構想「GD2010」第3ステージの背景

(1) 長期経営構想「GD2010」

当社グループでは、2001年度より2010年度までの10年間を対象に、グループ経営施策の基本方針を示す長期経営構想「GD2010」を定めています。当社のミッションである「社会発展への貢献」のもと、経営目標である「企業価値の長期的最大化」を達成し、21世紀企業の創造を目指します。なお、具体的な指標としては“ROE10%以上を維持し、成長し続けること”を掲げています。

(2) 第3ステージの位置づけ

長期経営構想「GD2010」の経営目標「企業価値の長期的最大化」の達成に向け、10年間を3つのステージに分けて経営を実践しています。

第3ステージは、長期経営構想「GD2010」の最終ステージとして、“収益を伴った成長企業の実現”への総仕上げの期間となります。

第1ステージ「収益体質づくり」	: 2001年度～2003年度
第2ステージ「収益と成長のバランス」	: 2004年度～2007年度
第3ステージ「成長構造の実現」	: 2008年度～2010年度

2. 長期経営構想「GD2010」第3ステージの概要

(1) オムロングループのありたい姿

長期経営構想「GD2010」では、オムロングループのありたい姿を「21世紀企業の創造」としています。第3ステージでは、これを「夢」、「誇り」、「自信」の観点から、次のように再確認しました。

- ・ 「夢」は、ソーシャルニーズの創造
安心・安全、健康、環境のニーズに着目し、市場に存在しない全く新たな商品を開発すること。また既存のものに手を加え、必要とされる人が、いつでも、どこでも、簡単に使用できるようにすること。これら2つのソーシャルニーズの創造を常に実践すること。
- ・ 「誇り」は、社会の公器として、社会に貢献
当社企業理念の基本理念「企業は社会の公器である」の考えに則り、事業を通じて、社会の持続的発展に貢献すること。
- ・ 「自信」は持続的な利益の創出
当社への期待が利益となって社会より還元されることから、社会からの高い信頼・評価を得て、自信につながる持続的な利益を創出すること。

(2) 第3ステージ中期目標

第3ステージの中期目標を「事業価値の年平均10%以上向上」とします。

なお、目標達成に向けた運営指標は次の通りです。

投資収益性	：投下資本利益率（ROIC）	12%以上
売上収益性	：売上高営業利益率（ROS）	10%程度
資本効率性	：投下資本回転率	10%改善

(3) 重点戦略

第3ステージの重点戦略は、既存事業における「グローバルNo.1に向けたポジションシフト戦略」の実行、および中華圏事業の継続強化に加え、10年以上先を見据えた新規事業の創出と拡大を図ります。

1) 既存事業の強化

グローバルNo.1に向けたポジションシフト戦略

各セグメントにおいて特に注力する事業にフォーカスし、グローバルNo.1のポジションを目指して収益を確実にあげていく施策を実行します。グローバルNo.1とは、その市場における事業価値が最も高いことを示し、現在の事業のポジションをよりグローバルNo.1に近づけるため、当社独自のPPM（事業ポートフォリオマネジメント）を用いて戦略策定します。各セグメント別の重点施策は次の通りです。

セグメント	重点施策	
工場自動化用 制御機器 (IAB)	アプリケーション領域 ^{*1} を主とするFA(ファクトリーオートメーション)の品質・安全、環境分野に注力。セーフティ事業 ^{*2} 、QLM事業 ^{*3} 、マイクロPLC事業など高付加価値型ビジネスに最注力する	【リレー事業】 リレーのものづくり力を最強化し、収益力強化とシェアNo.1を目指す
家電・通信用 電子部品 (ECB)	エレクトロメカニカル事業 ^{*4} では生産力強化による収益力向上、マイクロエレクトロニクス事業 ^{*5} では液晶バックライト事業の拡大を図る	
自動車用電子部品 (AEC)	EPS(電動パワーステアリング)市場で、収益を伴った事業拡大によりNo.1の成長を目指す	
社会システム (SSB)	駅務関連事業、交通管制事業で、センシングをコア技術に収益構造の盤石化とアプリケーションの拡大を図る	
健康・医用機器 (HCB)	生活習慣病の予防・改善事業を確立し、収益と成長を同時に実現する	

- *¹ アプリケーション領域：品質、安全、環境といった新たなニーズ、新技術などを通じて I A B セグメントの事業拡大に貢献する中核領域
- *² セーフティ事業：製造現場における作業員および設備・機器の安全を確保するための制御機器の生産販売、およびコンサルティング事業
- *³ Q L M 事業：機械に熟練者と同じような品質検査力を持たせると同時に、効率的・効果的な品質改善・管理を行うソリューション事業
- *⁴ エレクトロメカニカル事業：リレー、スイッチ等、既存の電子部品事業
- *⁵ マイクロエレクトロニクス事業：液晶バックライト等、先進技術領域の電子部品事業

中華圏での売上成長

第3ステージでは、第2ステージでの投資を踏まえて回収に取り組みながら、年平均20%以上の成長を目指します。2010年度の売上高は約1,800百万USDルを見込んでいます。

2) 新規事業の拡大

第3ステージでは、10年以上先を見据え「安心・安全、健康、環境」に着目し、ソーシャルニーズを創造する新規事業の創出と拡大に取り組めます。具体的な設定テーマは次の通りです。2020年度には、連結売上高における約15%の構成を目指します。

取組み領域		提供価値	設定テーマ
安心・安全	対産業	品質・効率化	レーザー微細加工、MEMS 他
	対社会	セキュリティ	顔認識システム、 ソーシャルセンサ 他
健康		ホームメディカルケア	ネットヘルスケア 他
環境・エネルギー		省エネ・省資源	電力計測、ソーラーパワーコン ディショナー 他

(4) 業績指標

第3ステージでは、事業価値向上に向けた業績指標として、2010年度の売上高、営業利益を次のように想定しています。

	2010年度
売上高	1兆円
営業利益	950～1,000億円
営業利益率	10%程度
EPS(一株利益)	約260円

業績および将来の見通しは、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。実際の業績等影響と与える重要な要因には、当社の事業領域を取り巻く日本および海外の経済情勢、当社製品・サービスに対する需要動向、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。

以上