

OLYMPUS

Your Vision, Our Future

映像事業戦略

2016年3月30日
オリンパス株式会社
映像事業ユニット
ユニット長
半田 正道

16CSP

1. 事業概要のご紹介

2. 現状認識

3. 市場動向

4. 事業戦略

5. 目標・指標

1. 事業概要のご紹介

2. 現状認識

3. 市場動向

4. 事業戦略

5. 目標・指標

映像事業の位置づけ



OLYMPUS グローバルオープンフォトコンテスト 2015 受賞作品

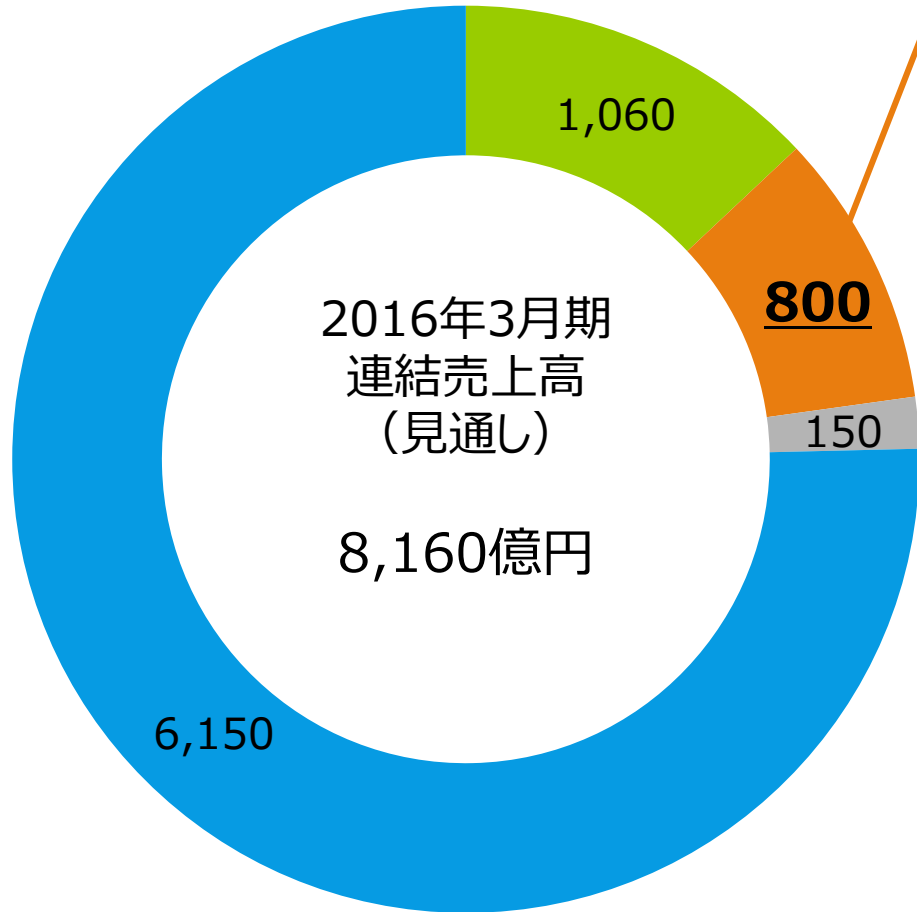
お客様に価値を認められる特徴あるブランドポジションを確立します。

OM-DやPROレンズの開発製造により先端デジタル・低コスト生産技術やモバイル技術を継続的に生み出し、他事業に展開することにより全社技術ドライバーとして貢献します。



売上高構成と位置づけ

2016年3月期売上高（見通し）



映像事業

ミラーレス



「OM-D E-M1」



「OM-D E-M5mark II」



「PEN-F」

交換レンズ



M. ZUIKO DIGITAL

その他

コンパクトカメラ：Toughシリーズ
ICレコーダー、双眼鏡

事業の強み (SWOT分析)

- ミラーレスへの集中により蓄積された独自技術
- 高性能レンズの小型・軽量化設計、製造力
- ミラーレス市場（日本）において
トップレベルのシェア

S

W

O

T

- ミラーレス市場の底堅い需要
- 非民生領域におけるカメラ用途の拡がり
とイメージング関連技術への需要拡大

- 高価格帯ミラーレス製品の販売体制（移行途上）
- 巨大市場である米国、中国での低シェア

- ミラーレス市場における競争激化
- スマートフォンやタブレット端末等の台頭

1. 事業概要のご紹介

2. 現状認識

3. 市場動向

4. 事業戦略

5. 目標・指標

■ 中期ビジョン（2013年3月期～）期間中の振り返り

(単位：億円)	2013年3月期		2015年3月期*1		2016年3月期
	目標水準	実績	目標水準*2	実績	見通し
売上高	1,490	1,076	1,528	794	800
営業利益	10	△231	68	△117	0
営業利益率	1%	—	4%	—	0%

施策

コンパクトカメラのリスク極小化

収益性の高いミラーレスへ
リソース集中

市場変化への対応力強化

事業規模に見合った
費用構造の構築

評価（2016年3月期）

- ◎ 機種数を大幅に削減し、差別化可能な機種への絞り込みが進んだ
- 高付加価値ミラーレス需要の高いチャネルへの販売比率のシフトが進んだ
- △ 在庫リスクの極小化と、適正な水準への費用コントロールが可能な体制構築に取り組み中
- △ 製造拠点の集約、コンパクトを中心とした機種絞込みによる研究開発費・要員等の削減、販売体制の再編、ミラーレスシフトによる原価率改善に取り組み中

*1 従来「映像」に含めていた新規事業を「その他」へ区分変更したため、2015年3月期の数字を修正しています

*2 目標水準は2012年6月中期ビジョン発表時の数値計画

課題

- 市場の縮小が継続する中、安定的に利益を生み出せる体制の構築に向けてさらなる選択と集中、費用削減の実現
- 収益を確保するため、オリンパスらしさに共感いただける特定の顧客像を再定義し、高い顧客満足が得られるような製品・サービスを継続的に提供してブランド価値を向上すること

1. 事業概要のご紹介

2. 現状認識

3. 市場動向

4. 事業戦略

5. 目標・指標

市場動向

分野	市場動向 (事業環境)	市場規模*1 (成長率見通し)	競合他社
<u>レンズ交換式 デジタルカメラ</u> (一眼レフ、 ミラーレス含む)	<ul style="list-style-type: none">■ 一眼レフは市場縮小が継続、ミラーレスは横這い■ ミラーレス比率が増加■ 高価格帯モデルの比率が増加■ 新規参入なし	2021年3月期： 1000～1300万台 (CAGR*：▲6.0%～0%)	<ul style="list-style-type: none">■ キヤノン■ ニコン■ ソニー■ 富士フイルム■ パナソニック 等

*当社調べ（現時点）

*期間平均成長率（CAGR）見通しは2016～2020年

1. 事業概要のご紹介

2. 現状認識

3. 市場動向

4. 事業戦略

5. 目標・指標

1

■ 選択と集中、市場縮小への備え：

- 安定的に利益を生み出すことのできる体制構築に向けた事業構造改革を推進する
- 市場変化に対して予め備え、販売体制変革（戦線の絞り込み）を適時実行する
- 在庫リスクの極小化を継続的に実行する

2

■ オリンパスらしさの明確化と徹底：

- 特徴的な価値を特定の顧客（Specialist）にフォーカスして提供する事業として、市場において確固たるポジションを保持する（映像Business to Specialist 戦略の推進）
- 先進デジタル・ネットワーク技術を開発し、オリンパスグループ全体にとっての技術のドライバーとしての役割を果たす

選択と集中、市場変化への備え

① 事業構造改革の継続的推進

- 高付加価値ミラーレス（主にOM-Dシリーズ）・交換レンズ（PROシリーズ）の開発に注力
- 製造機能集約による製造コスト上昇抑制および製品立ち上げ効率の向上
- 安定的に利益を生み出すことのできる体制の構築・費用構造の達成

② 市場変化への対応力向上

- 市場の変化や当社シェアの変動に応じた複数のシナリオを準備。市場規模・当社シェア等をモニターし、状況変化に応じてタイムリーにシナリオを変更し、販売機能の効率化、マーケットの選択と集中を進める

③ 在庫リスク極小化

- サプライ・チェーン・マネジメントのプロセス改善により、製品供給リードタイムや特定地域への偏在リスクを低減し、在庫回転日数を短縮する

オリンパスらしさの明確化と徹底【Business to Specialist 戦略の推進】

特徴的な価値を特定の顧客に提供する



OM-D E-M1



M.ZUIKO DIGITAL
ED 300mm F4.0 IS PRO



OM-D

Specialistを満足させる機動性と高画質を高次に実現した、一眼レフを超えるミラーレス



合成前（合焦範囲狭い）

複数画像合成後（合焦範囲広い）

特徴

- 1 「コントラストAF」と「像面位相差AF」による「DUAL FAST AF」& 快適な高速性能
- 2 手前から奥までフォーカスがあったマクロ撮影（花・昆虫・商品etc.）が可能な深度合成撮影モード
- 3 安心の耐環境性能（防塵・防滴・耐低温）

M.ZUIKO DIGITAL ED 300mm F4.0 IS PRO

今まで難しかった超望遠域での手持ち撮影（三脚不使用）を実現



小型・軽量の
優れた機動力

他社35mmフルサイズ
センサー搭載デジタル
カメラシステムと比較
して圧倒的な小型・
軽量性を実現。

M.ZUIKO DIGITAL ED 300mm F4.0 IS PRO

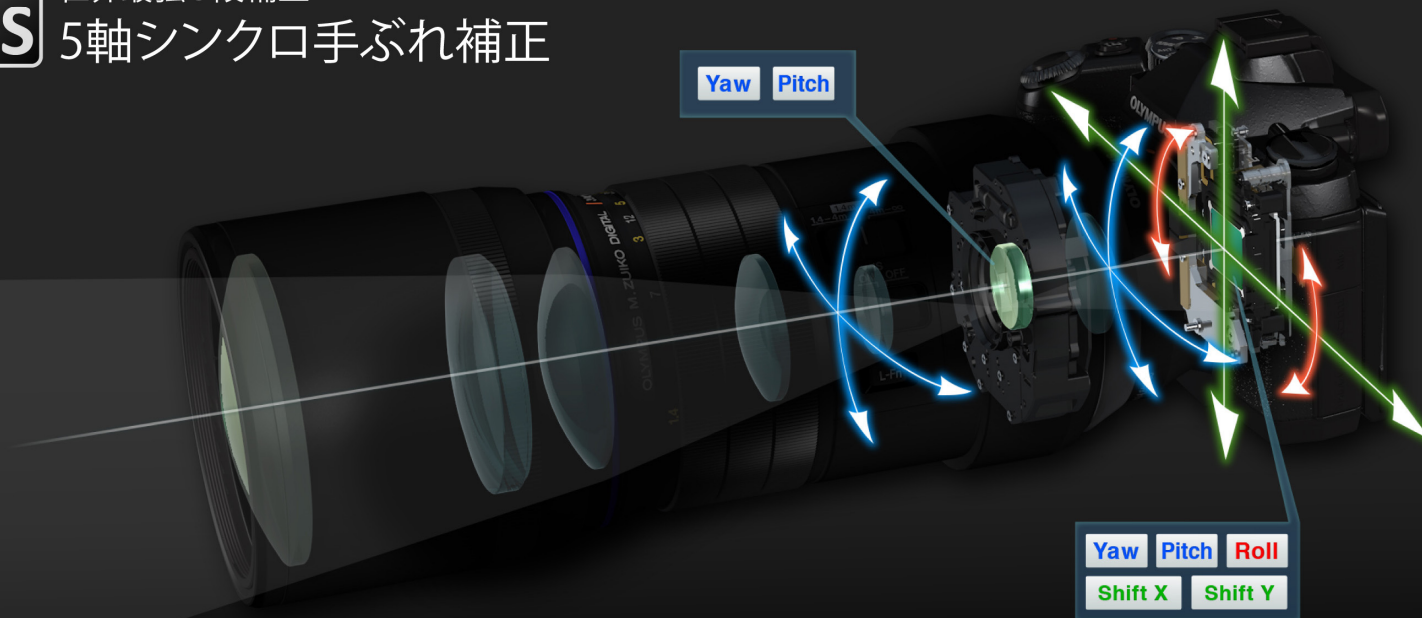
今まで難しかった超望遠域での手持ち撮影（三脚不使用）を実現

5軸シンクロ手ぶれ補正のテクノロジー

5 axis
Sync IS

世界最強6段補正*1

5軸シンクロ手ぶれ補正



*1 2015年12月時点 CIPA規格準拠

2軸加振時 (Pitch/Yaw)、半押し中手ぶれ補正: OFF 使用ボディ: OM-D E-M1 FW Ver4.0/E-M5 MarkII FW Ver2.0

ボディ内5軸手ぶれ補正機構と
協調させることで、世界最強6段
の補正性能を実現。

NEW

世界最強の補正段数6段*1を超望遠600mm*2で実現

*2 35mm判換算時

1. 事業概要のご紹介

2. 現状認識

3. 市場動向

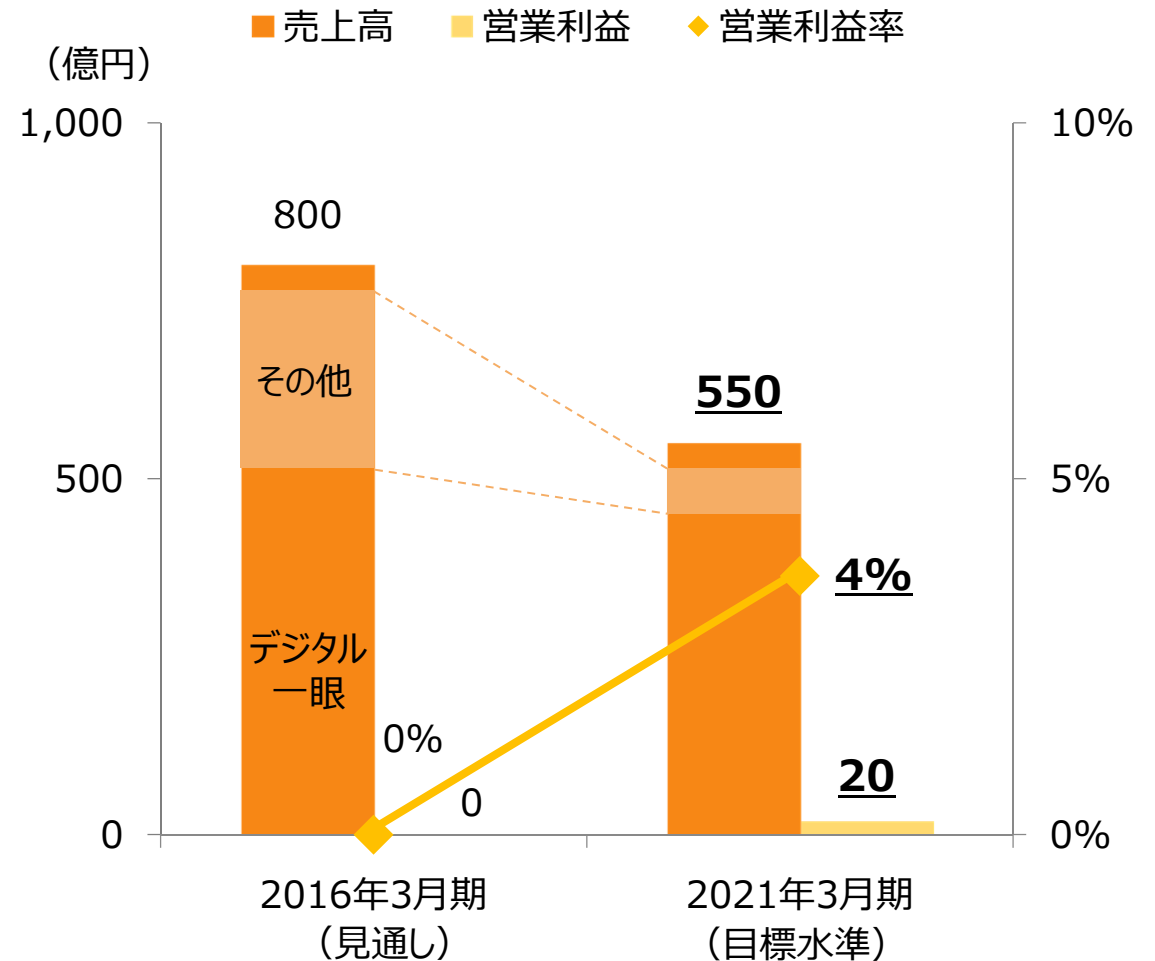
4. 事業戦略

5. 目標・指標

目標・指標（2021年3月期時点）

売上高が、コンパクトカメラの縮小を中心に、2016年3月期比で期間平均成長率が最大7%減少した場合でも
営業利益利率4%を確保できる事業構造を構築する

- 1 売上高 550億円
- 2 営業利益 20億円
(営業利益率 4%)



OLYMPUS
