

サステナブルな社会の実現に貢献 お客さまと共に新たな価 値 を創造 7 きます

1960年神奈川県生まれ。82年キ

ヤノン販売(現・キヤノンマーケティ

ングジャパン) に入社。 ビジネスソ

リューションカンパニー 金融営業

本部長、MA販売事業部長を経て

2015年に取締役 常務執行役員

ビジネスソリューションカンパニー

プレジデントに。18年エンタープラ

イズビジネスユニット長(現任)、キ ヤノンITソリューションズ代表取締

役社長。19年キヤノンマーケティ

ングジャパン取締役 専務執行役員

を経て、21年3月26日に代表取締

役社長 社長執行役員に就任。

社長ご挨拶

このたびキヤ

ノンマ

拡大の影響も大き ださるお客さま、 化の中にいます。 謝申し上げます。 の皆さまのご支援とご厚誼に、 親です。弊社グルー といった社会課題に加え、 ヤノンMJ)の代表取締役社長に就任 い生活様式への移行や多様化す 私たちはかつてないほど目まぐるし 自然災害や気候変動、 パ プの製品・サ なっています。 新型コロナウ 企業の皆さま、 改めまして心より感 ービスをご愛顧く それにと る働き方への対 少子高齢化 ルス感染症 た足立 もない

い環境変 ン 投資家 プは、 ジョンを掲げました。 お客さまの課題を 化により、 して捉え、 エッショ

ンのイメ 術など時代に先んじる独自のI た高付加価値なソリ 小から大手企業まで広範で強固な顧客基盤を生かし ジング技術と、 私たちの強みである、 ョンを提供することで Ţ そして中堅・

テナブルな社会の実現に貢献してまいります

お客さまと共に新たな価値を創造することで、

不変の行動指針「顧客主語」を徹底

ヤノ

ンの企業DNAである「進取の気

社会も企業も、

既存の枠を超えた取り組み

一層求められています。

に取り組まれています。 DX(デジタルトランスフォ 多くのお客さまが事業変革を経営課題と AIや5Gなどデジタル技術の急速な准 ション)

このような状況の中、 2025年に向けた5カ年計画『2021 長期経営構想』を今年新たに策定し、「社会・ ナルな企業グ 私たちキヤ 人の力で解決するプ 」を目指す ンMJグル いら

システム構築力や数理技 長年培っ たキヤ 性」を胸に、 していきます。 これからも

して人類すべてが豊かに暮らしてい 事業活動を通じて、 ヤノングループの企業理 いうことです お客さまや社会の お客さま 事業を や社会 引

通じて課題解決に貢献することで、 「不」(不安・不満・不便など)を見つめ直し、 ビリティへの取り組みそのものだと感じています。 会・自然が調和 念である「共生」のもと、 にとって「なくてはならない存在」になることを目 き続き、「共生」の理念にもとづき、 この考えは、世界的にも機運が高まっているサステナ ける社会の実現を目指して取り組んでまいりました。 お客さまのDXを支援していくと これまでも私たちは、

32 世界遺産を旅する Vol.13 「大いなる水と貴重な動植物が共存する イグアス国立公園」 キヤノンマーケティングジャパン株式会社 ブランドコミュニケーション本部 広報部 制作スタッフ 疋田友亮、菅原研、山本ゆかり、丹啓、山内直治郎、 秋山高志(日経BPコンサルティング)、恩田由美、干場一彦(日経BP) 斉藤俊明、宇治有美子、藤田美菜子、北湯口ゆかり、小口梨乃、 千葉はるか、小泉森弥、山内史子 おおうちおさむ (ナノナノグラフィックス) 有村菜月(ナノナノグラフィックス) 木内和美 栗林頼之、木内和美、井上裕康

②「新社長ご挨拶」

4 100号記念特別企画

14 東京2020大会開催目前!!

写真家 髙須 力さん

への取り組み

30 Canon Topics

を発売しほか

[MREAL S1]

「中望遠単焦点レンズ

(31) ビジネスパーソンが今読みたいこの1 冊

16 imaging S

「『C-magazine』の想い」

「東京2020大会の感動を

写真を通じて世界へ伝える

(19) フォトなび (約キホンを知って写真を楽しく! 「夏の風物詩を写真で表現する」

20 ビジネスを変える 社会が変わる ITのチカラ Vol.20

24 Cのキセキ ~キヤノンが提供する価値~ Episode.32

「DX推進に不可欠な『データマネジメント』

『RF100mm F2.8 L MACRO IS USM』

「『本物』のサステナビリティ経営を指南」

プロフォトグラファーをサポート」

「サステナビリティがもたらすインパクト」

「表現者として、選手が輝く瞬間を追い求める」

※本誌で紹介している製品・サービスなどの名称は、 一般に各社の商標または登録商標です。

JOE OKADA (特集)、YUNE (Cのキセキ)

Tube Graphics (ITのチカラ)

Cover

写真が彩る日々 imaging S(P.16)出演

写真家 高須 力さんの作品「夢を跳ぶ。」のある空間

ングジャパン株式会社

ika

Masach 代表取締役社長

Adachi

2013年

事業内容に連動して記事も多角化

複雑かつ多様化した顧客課題に応えるべく、キヤノンMJグループでは、さらな る事業の多角化やサービス事業会社化などを推進。ITソリューションやセキュ リティなどの独自事業にも注力し始めた。それにともない『C-magazine』も 刷新。「くらし、しごと、社会を半歩クリエーティブにする雑誌」というコンセプト で、最先端のマーケティング事例紹介記事のほか、ビジネス上のIT活用の効 果を解説する企画、キヤノン製品や技術、ソリューションに込められた想いを 伝える「Cのキセキ」の連載も開始した。



2021年

DX時代も読者に寄り添い続ける

2016年には、「お客さまを深く理解し、お客さまとともに発展する」というグル ープビジョンの下、コンセプトを再定義。「新たな創造が広がる、つながるコミュ ニケーションマガジン」として、これまで以上に読者に寄り添い、そのビジネス・ 生活に役立つ情報を届けるべく、現在まで発行を続けてきた。DXの潮流によ り、マーケティングも新時代を迎えている昨今、キヤノンMJグループがマーケ ティングに注力することを示す証しとして、これからも『C-magazine』はより一 層の内容充実を目指していく。



これからも"創造"を支援する情報発信を

私たちキヤノンMJグループは、マーケティング企業として常にお客さまに 寄り添い、最適なソリューションを提供してまいりました。100号を迎えた 『C-magazine』は、そうした企業姿勢を示すメディアとして、時代の変化 に応じながら幅広いステークホルダーの皆さまに、マーケティングを軸とし た多彩な情報を発信し続けております。企業も社会も、既存の枠を超え た取り組みが一層求められている今、『C-magazine』はこれからも皆さま の"創造"を広げる価値ある情報をお届けしてまいります。

(C-magazine編集部)

『C-magazine』の変遷

2000年

『C-magazine』創刊

主に販売促進を目的に発行していたパートナー向 け情報誌『Canon Voice』を、マーケティング中心 の内容に刷新。キヤノン色を残しつつ変化を感じさ せたいという想いで名付けられた『C-magazine』が 創刊された。当時の発行は月刊で、新製品を多角 的に紹介する企画やパートナー企業の事業紹介、 ビジネスに役立つ情報の連載のほか、社内報として の機能も保持していたため、イベント情報なども含 めた多彩な誌面で構成されていた。



2003年

マーケティング誌としてリニューアル

2003年は、新本社ビル「キヤノン S タワー」の竣工やソリューションプロデュ ーサーへの変革、「顧客主語」「前線解決」「プロフェッショナルへの変革」と いう3つのスローガンを打ち出すなど、企業としての転換期を迎えた年。 『C-magazine』も季刊となり、社内報の機能を外してマーケティングをより重 視するなど、大きく変革。課題解決型のマーケティング手法に定評のある企 業を取り上げる企画や、キヤノン製品の歴史や開発秘話を紹介してモノづく りにかける想いを語る「神話の原風景」の連載もスタートした。



2006年

ターゲットをより幅広く

卸売業から情報サービス企業への脱皮を目指し、「キヤノン販売」から「キヤノ ンマーケティングジャパン」へと社名変更を行った2006年。ビジネスの主戦場 がハードウエアの販売からソリューションの提供へと移行する時代や市場の 変化を見据えて、顧客重視の姿勢をより強めるべく、『C-magazine』の発行 目的も再定義することに。その結果、パートナーだけでなく、幅広いステークホ ルダーに読者ターゲットを拡大。キヤノンのブランド価値訴求と共に、読者の 広がりを意識した記事などが掲載された。





『C-magazine』の想い

今号で100号の節目を迎えた企業広報誌『C-magazine』。マーケティングに関 する情報を軸に、時代に応じて装いや内容を変えながら発行を続けてきた。今

回は、そんな『C-magazine』創刊の経緯と変遷を、キヤノンマーケティングジャ パングループの姿勢と共に振り返りつつ、その時々に込められた想いを伝える。



〈「攻め」と「守り」を切り分ける〉



うになるには、

まだ数年かかるでしょう

意志を持って進めるよ 実際に成功している企

あるものの、

もっとも日本は、

ボト

ムアップ型の企

持っています。

半面、「守り」が順守さ

大手企業にはな

「攻め」

の

強さ

の変化について討議を重ねたりして

経営層の意識が変わっていくケ

業が多いため、

情報共有したリ外部環境

れていないケースも見られるため、

には注意が必要です。

同じ目標に向かって競合他社と連

今後は自社だけで解決しようと

という観点も必要になってくるで

そういう点でも、

中

小企業はス

に対応でき、

外部と連携しや

根幹に組み込まれ こで問題になるの 持続的に成長できる . の 概念が経営の が「時間

体制を構築しなくてはなりません

取り組みを維持・

継続して

分けて考えるのもポイントです

両者を

えも

前者は将来に向け 緒に考えるケー

じのズレを乗り越えられるかどうか

事業の成長にとっても必要だという視点

長期的には社会にとっても自社の

短期的にはコストとなる場合

事業を通じて社会価値を生み出してい

「攻め」の機能と、

アンスといっ

た「守り」の機能を切り

人権尊重やコンプラ

会価値を経営に組 7

していきます。 それを内外でコミュニケーショ このサイクルが循環す

を順調に上って

いる企業の特徴は、

経

ップがはっき

理想像とし

「攻め」と「守り」のバラン

スは、

小企業では変わってきます。

ものが社会性を帯び

な融合が可能です

ステナビリティ経営の進化のステッ

門が考えるといった切り 題として事業部門が考え、

分けを行えば

後者は機能

事業の

スム

しい点といえるで

も財務・非財務の双方で

めずに取り組む姿勢が重要です。 経営層の理解が得られない場合でも、 れば経営層も「この状況なのでやるしか し込むフェ しくありません。 半年そこそこで実現できるも ドになり、 ズに移行できます ィの一体化のアプ 一度腹落ちす 経営や事業

諦

いというアドバンテージがあります。

社員

「対話」が欠かせる

サステナビリティ経営を推進する

の際に重要なのが「パ 意識浸透に対する取り組みも必要です 経営の仕組みづくりと並行して、

ーパス」という

貢献しているという具体的なイメ 人ひとりが自分の仕事の 何らかの形で社会に

伊吹英子 いぶき・えいこ

野村総合研究所(NRI)、経営DX コンサルティング部 サステナビリテ 務を統合した経営管理制度構築、 ESG情報開示支援などのコンサル ティングに従事。

企業にとっても従業員 両者の接点を見 を分けて考えるケー 従業員との しかし、 働きます 現状は、 仕事へのモチ いだす 0 両者の

ンは上がります。 この会社での仕事を通じ

とができれば、 重なる部分が大きいほど、 も同じではありません。 生きていく中でやりたいことは、 般的ですが 必ず

サステナビリティ経営の実現に向けて に積極的に「対話」の場を設けること か」「それを、 「あなたが人生で成し遂げたいことは 掛けているといい

とっても大きくプラスに ある企業では、

*2 サステナビリティ:持続可能性。サステナビリティ経営とは 社会の持続可能性に配慮した経営のこと

サステナビリティ経営に

関連する社外動向把握

サステナビリティ経営に

関する社内事例・現状整理

社外動向および

社内の現状把握

営を目指している背景には、

社会課題に

多くの企業がサステナビリテ

体的に経営の仕組みに落とし込んでいく

を洗い出します。

自分たちの強みを見直

ながら対話を重ねるうちに、

が見えてくるはずです。

ンや理念として掲げ、



長期的視点と存在意義の再定義で

サステナビリティ経営を実現

過去20年ほど、日本企業ではCSR*1(企業の社会的責任)の重要性が語ら

れてきた。しかし近年、経営におけるCSRの位置付けが大きく変わり、「サス

テナビリティ経営^{*2}」という考え方が主流になりつつある。この新しい取り組

従来の

C S R

財務的な成果を強く

その

結果として社会的な価

企業風土に立ち返る必要があるで

しょう

して取り

組んでいる、

の図の

ビジョン・経営計画

への組み入れ・融合

価値創造ストーリー

PDCAサイクル構築

ステップ3

現在、

多くの日本企業が共

経営を実現するプロ

あります。

-チがあり

アリティの

)特定は、

将来に

お

度な資本主義への懐疑性も高まっており

短期的利益を追求する過

ともと日本企業が持って

サステナヒリティ

を特定してお

という高い志や長期志向の

事業展開をする上では、

上げや利益などの短期的な目標

く方向にベクトルが向

急激に外部環境の

世界の全ての課題を解決できるわけで

長期・社会課題視野

での事業機会の発掘

事業組織および社員への

ステップ4

事業機会発掘

情報閱示。

わゆる「マテリア

サステナビリティといっても

企業

乗り越えるのが成功の

時間軸のズレ」を

みの目的と手法について、野村総合研究所の伊吹英子さんに聞いた。

も表れてくるという考えが主流でした。

企業を取り巻くステー

世代の社会的貢献価値への意識が高まっ

企業には経済価値と社会価

業部門と人事や総務などの機能部門を巻

業界周リの未来予測を含む社

わけ投資家や株主、ミレニアル

経営や事業そのもの

となるため、

してい

くべきです。

このとき、

マテリアリティ (重要課題) 特定

経営層における

価値観・認識共有

ステップ2

方針・課題特定

的視点から重要な要素であり、 持続的成長を実現するための事業の

を同時に追求して

いく姿勢が問われて

そのためには、

社会価値の創出

会動向を見据え、

自社でやらなければ

〈サステナビリティ経営の進化のステップ〉

*1 CSR:企業活動において社会的公正や環境などへの配慮を組み込み、従業員。 投資家、地域社会などの利害関係者に対して責任ある行動を取り説明責任を果たすこと

完全統合

完全統合

general remarks

り組みが急務なのかぜ、サステナビリティ経営

^ の

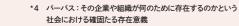
変化が否応なしに変革を求めているとい

きれいごとではなく

う二つの

成長に向けた戦略の一つとしてモチベ

「やらないと生き残れない」のです。一方で





新規事業提案制度「SWITCH」からは、規 格外野菜や余剰野菜をスムージーに利用 してフードロスの解決を目指す「CLEAN と消費者を直接つなぐサブスクリプション サービス「LIFULL FLOWER」などが事業 化されている



井上高志 いのうえ・たかし

て実現。内見から契約まで、

トで完結できる時代に導いた。

省との5年掛かりの交渉や実証実験を経

株式会社LIFULL 代表取締役社長

あらゆる人の"したい暮らし"を実現する 「ACTION FOR ALL」は、国籍、年齢、性別 などさまざまなバックグラウンドを持つ住宅 弱者と、相談に応じてくれる不動産会社をつ なぐプロジェクト。Webサイトの「FRIENDLY DOOR」から探せるほか、プロジェクトに参 加する不動産会社に「FRIENDLY DOOR」 のステッカーを配布し、目印にしてもらう

P CLEAN FOOD

クライアント

「公益志本主義」は、事業家・ベンチャーキャピタリストの原 丈人 氏が提唱した「公益資本主義」がベースになっている

る行動規範としてのガイドラインを設定

さらにその外側に、

理念を実行す

公益志本主義

社会

種施策・プロジェ

社是

地球環境

パートナー

多くの人々が心からの「安心」と「喜び」 「利他主義」を中心に、その外側に『より

を得られる社会の仕組みを創る』という

00年先を見据えた経営理念を設けて

FRIENDLY DOOR

> じた社会課題解決」を実現しているのだ. と落とし込むことによって、「事業を通 これらを具体的な施策やプロジェクト

まってくる。

「2025年までに、

世の中にあるさま

ざまな社会課題の解決に着手する」と井

上社長が宣言するとおり、

新たなプロジ

も続々と登場している。

面」とされてきた「不動産契約時の重要 挑んでいる。制度上これまで原則「対 「アナログな不動産業界を改革する」と 彼らに親身になってくれる不動産会社を 国籍・LGBTQ+・生活保護受給者と 「住宅弱者」の問題に注目。高齢者・外 事項説明のオンライン化」を、国土交通 つなぐ「ACT いう、創業当時からの課題にも引き続き いうプロジェクトを展開中だ。 いったバックグラウンドを持つ人々と 例えば、 不動産ポ I O N F O R タ ルの領域では また、

を考えるための場所が必要自分たちの仕事の「意義」

これまでに手掛けていない領域の事業

なれるムーブメントをつくっていく

を巻き込みながら、

あらゆる人が幸せに

これからも-

L は、

喜びは「利他」にあるビジネスの本質的な

当時は一部ありました。 件を自分で探してご紹介したのです。 ないものかと思い、 夫婦の担当になったことがきっかけだ。 営業を担当していた新人時代、 の業界を変えなくてはと思ったのです」 まよりも自社の利益を優先するケースも 差があり過ぎる。不動産のプロがお客さ ビジネスの本質的な喜びとはこういうと まが本当に喜んでくださったのを見て たのは良かったのですが、 のは、不動産デベロッパーで住宅販売の 上高志社長が経営の中核に「利他」を置く 「賃貸であれ売買であれ、 ころにこそあるはずだと実感したのです」 「お勧めした物件を気に入っていただけ の人にとって最も高額な支出。 自身の会社を立ち上げた背景にも、 には叱られました。それでも、 ンの審査が通らなかった。 自社の売り上げにならないので、 に対する「利他」の想いがあった 売る側と買う側の間に情報格 L(ライフル)の創業者、 最終的には他社の物 それを見て、こ 住まいとは多 残念ながら口 何とかでき にもか お客さ 上 当 ュ

LIFULL

「安心」「喜び」を得られる仕組みを創る

1995年の創業以来、「利他」を経営の中心に据えて成長してきたLIFULL。同社が掲

げる「公益志本主義」は、事業活動を通じた社会課題の解決が、自社も含めたあらゆ

るステークホルダーの「利」 になるという、まさに現在のサステナビリティの考え方に基

づいた経営モデルだ。中核事業である不動産・住宅情報サイト「LIFULL HOME'S」

100年先まで見据え、全ての人が

以外にも、幅広い領域で「公益 | の実現を目指す同社の取り組みに迫る。

を解消すべく、 不動産業界特有の「情報の非対称性」 -が無償で2時間、全国の不動産情報 -タルサイトをスタ· 紙媒体が主流の時代に物

> 回しにしないよう、 作やシステム開発の受注などで得た収益 かせながら、 のあるべき姿。『利他』の部分を決して後 高次元のレベルで両立させるのが、経営 盤』でいっているように、 年目のみです。 創業初年度から今に至るまで、 りました。その間は、ホ したのは計画赤字による投資を行った3 「事業として黒字化するまでに6年かか 26年間続けてきました」 渋沢栄一氏も『論語と算 タルに回していましたね。 自分自身にも言い聞 利潤と道徳を ムペー 赤字を出 ジの

サステナビリティの秘訣「八方よし」のバランスが

義」とは、 のルールを適用。 え方に基づき、 ダーの全てに配慮することで、経営の調 に税金として納め、 和が保たれるという考え方です。この考 体と自社も加えた計8つのステークホル ンシューマ われわれの場合は『八方よし経営』。 を追求する経営モデルだ(左ページ図)。 して同心円を描くように、 「よく『三方よ あらゆるステー - ・株主・地球環境に、 ・クライアント・従業員・ 営業利益にも『四分法』 の旗印である「公益志本主 し経営』といいますが、 利益が出れば、まず国 残りは従業員に対す クホルダー 等しく「利他」 社会全 \Box

「公益志本主義」の同心円では、 社 是

る賞与、株主に対する配当、

そして会社

従業員による新規事業提案制度「SW ゆるアイデアが、 「部活支援」「フラワーロス」など、 と判断すれば、 ことができ、 でも、「社会的なインパクトを生み出す CH」には、「子育てママの就労支援」

という。 社的なコミュニケー けて取り組む環境を実現す はいえ、このように全社で社会課題に向 ション」が不可欠 るには、「全

ディスカッションする場も設けています 在意義とは何か、働くとはどういうこと のモチベーションに直結すると考えて つながっていると実感することは、 自分たちの仕事が社会を良くすることに を考えるための取り組みも行っています。 が具体的にどういった行動ができるのか さらに、経営理念実現のために自分たち かといった根源的なテーマを年4回程度 また、全社の取り組みとして、 なのかを、私や役員から伝えています 社員が一堂に会し、なぜビジョンが必要 す。今はオンラインですが、 「当社では毎月、 何百人もの 会社の存

多くの

もともと高い志を持った人材が多い 経営理念やガイドラインと なおかつ事業性がある」 積極的に進出している。 全社総会を行ってい 年間150件以上も集 あら

「教育」と「関わり」を通じて 交通事故をなくす

> 表彰・内閣府特命担当大臣表彰 | を受賞した、徳島県の広 沢自動車学校。自動車学校の枠にとらわれず、継続的に顧 客に寄り添う姿勢は、人口減少社会における地域密着企

> > 長の祖川嗣朗さんは次のように語る。

を継続

安全意識の

はも

ちろ

た独自の施策

ŧ

「教習所はサービス業」という考えの下、どうしたら顧客の運

転スキルが上達し、交通事故ゼロを実現できるかを考えた結

へとつなげて

"卒業後 を掲げ

代表取締役社

ンで顧客との信頼関係の構築に注

護者には定期的に電話を

卒業

も運転状況をヒアリングするなど

―の育成を

本人だけでなく保護者も

して

日本一心温か

いう「広沢母

動車学校を目指す

ができるのか。 \mathcal{O} 本気で取り組んでいます」 通事故ゼロ』の実現です。 技能不足というより、 不確認や脇見運転などが原因で、 は、『安全運転教育によって交通事故を なくすことに寄与すべき場所』と捉えて 精神的・人間的成長の支えによる『交 運転免許取得に向けてのサポ 私たちの最終目標は、 交通事故のほとんどは、 自動車学校に求められる役割 その答えを全員で考え 広沢自動車学校で 心や意識の問題 そのために何 運転 安 全

開催や、

社内ネット

クを活用

全体会議の

ョンも重要視しており、

スタッフ間でのコミュニケ

校の大きな目標と.

年以内の交通事故率の減少〟

対話の機会を充実させるなどして

いる

「会社や社会をより良くして

自らの取り組みがいかに社会に役立っ スタッフに顧客の声を届けることで

いるかを伝えています。

広沢自動車学校独自の施策例

顧客の心を数値化

保護者ともコミュニケーション

大切な想いは伝え合う。

またその都度

·Web無記名アンケート/検定受験後アンケート実施

映像を活用した独自の学科講習や卒業式の実施

1年後、保護者に直接連絡し、運転状況を確認

全体会議、社長との勉強会、毎朝の朝礼を実施

3カ月後、6カ月後に、卒業生に事故、違反のヒアリンク

・アンケート、顧客の声が直接スタッフに届く仕組みを構築

アンケートで評価の高かった人に結果と感謝をプレゼント

(入校時、補習、検定合格、クレーム対応)

に何ができるか、

個々

~の立場で考え、くしていくため

代に即した新たな挑戦も必要だとい 献価値を〝揺るがない軸〟として持ち続 からこそ声を届けやす 地域密着企業である広沢自動車学校 い。それがわれわれの強みです」 経営理念や自社の社会的貢 社内外に発信し共感して 想いを共有 ヤマトホールディングス

リアルの強みと共創事業で "誰一人取り残さない"

ヤマトホールディングスでは、中長期的な企業価値の向上と持続 可能な社会の実現に向けて、経営構造改革プラン「YAMATO NEXT100」を2020年1月に策定し、その改革の一つとして、環 境・社会両面におけるサステナビリティ経営の強化を掲げてい

減少が著しい。乗客と荷物を同時に輸送 じて社会課題の解決に注力する「客貨混 重要課題の 本業である配送を通

つのビジョンを掲げた。 さない〃社会の実現への貢献」という二 「共創による、フェアで、誰一人取り残 値の向上を同時に実現してきたヤマトホ このビジョン達成に向けた各重要課題 2020年

case study 2

配送担当者の労働時間や環境面での改善

会中期計画2023」から構成されている。 市民活動の実施などを重要課題とした「社 での到達目標を定めた「ヤマトグループ サ ステナブル中期計画2023」を2021 に対する具体的な行動と、 と活躍できる職場環境、 物の削減などを重要課題と. 環境負荷を減らす 大気汚染防止、 一つ「地域コミュニティ」 いる。 地域に根差した企業 資源循環の推進・ ために気候変動の緩 内容は、 社員が生き生き 2023年ま した「環境 事業活動

ようにお手伝いをするのが、 域共創推進部で課長を務める松良信一さ

「地域の方々が安心・快適に生活できる 地域では契約件数を増や 全国で開始 家事代行などのサポ ニティの協力体制の構築」にあるという と配達業務の両面を効率化させている。 と指定先にお知らせメー する「一括配送」を実施し、 ネコサポの拠点として、 イトが一定時間オン/オフ検知されな ン」を設置し、 他の宅配業者の荷物も一緒に配 ト」を使った見守リサ し合える体制を整えています」 ービス提供の鍵は「地域コミュ 自治体や事業者の方々と連携 年2月には、 一人暮らしの高齢者が多い 宅内に設置したハ 地域情報の発信や トに応じる。 に「ネコサポステ 現在は東京・ ネコサポの 受け 多摩

これからも、社会から一番愛され信頼

ヤマト運輸株式会社 地域共創推進部 課長



松良信一 まつら・しんいち

持続可能な社会を実現するための共創基盤を構築 【パートナー】 【生活者】 【ヤマト】(対面接点を通じたリアルなプラットフォームとして価値を創出) 不動産 くらし相談 佐川急便·日本郵便 ● 家事サポート コミュニティスペース提供 電力 各種イベント開催 ● 移動外出支援 (健康、趣味、教育、ITなど) 自分に最適な 商品・サービスを 医療・ 自治体業務代行·物販代行 ① 地域住民の活躍(高齢者雇用など) ② お元気確認・見守り(自治体などとの連携) ③ 地域包括ケアマネジメントへのお役立ち

の最終目標を実現するために特に大切 消費者志向経営を進める同校が、 ルを握る責任を自覚してもらう。 困っていることをヒアリン 相手の立場に立った を心掛け ルで不

育」の精神で温かなフォロ コミュニケーションだ。 にしているのは、

case study 3

ROSAWA

祖川嗣朗 そがわ・しろう

株式会社広沢自動車学校 代表取締役社長









東京2020オリンピック・パラリンピックゴールドパートナー(スチルカメラ&デスクトップ・プリンター)

「表彰台から感謝の気持ちを伝えたい」

パラトライアスロン出場を目指す秦選手の想い

定した当初、葛藤を抱え



時は落胆しましたが、一方でホッとする気持ちもありました。 スポーツを心から楽しむには、安全あってこそだと考えたか らです

これまでの練習方法を変えなければいけない厳しい状況下 は、やはリストレスだったという秦さん。しかし、仲間たち の姿勢に心を動かされたと話します。

ねたことで、この苦境をみんなで乗り越えていくんだという 想いに至り、それが励みになりました。それに、やるべきこ とは変わりません。来るべきその日に万全の状態で臨めるよ うに、心身共に強くなり準備しておくことです」

やっていこうと、モチベーションは下がることなく続いてい ます。

「パラトライアスロンは、スイム・バイク・ラン3種目のス ピード感、競技用自転車のカッコよさ、体の不足を補う工夫 を凝らした義足や義手、タンデムバイク、ガイドとの絆とな るロープなど、見どころはさまざま。選手たちの気迫を感じ

秦選手は今、新たな目標に向け練習を重ねています。それ は支えてくれた人、応援してくれた人、そして夢を与えてく れた人たちに「表彰台の上から感謝の気持ちを伝える」こと。 その想いを胸に前に進み続ける秦選手の姿にぜひ注目してく



秦 由加子

1981年、千葉県生まれ。 パラトライアス ロン強化指定選手。キヤノンマーケティ ングジャパンに勤務。13歳の時に骨肉 腫を発症し右大腿部より切断。義足で の生活を送る中、2007年に幼少時代に 取り組んでいた水泳を再開し、多数の国 際大会に出場。13年にトライアスロンへ 転向し、リオデジャネイロ2016パラリン ピック競技大会では6位入賞を果たした。

最高のサポートを厳しい状況下でも

内の専門部門にも助言をあおぎながら

はまだ多い」と話す二人ですが、

本大会はコロナ禍の中での開催とな

来訪するフォトグラファ な感染症に関しては誰も経験がなく は入念に準備しましたが、 台風のような自然災害へのリスク管理 正明は、その難しさをこう語ります。 「過去の大規模イベントでは、 準備を進めているという仲野。 ひとつ手探りでの検討が必要です」 ス運営では、 柿崎と共に準備に当たる仲野 あらゆる可能性を想定しなが 従事するスタッフ 策にのっとり、社。大会組織委員会 -双方の安全 今回のよう 地震や

果たすべき役割歴史に残る大会で

とめた感染予防策にのっとり、

「大会開催までに準備を整えるべ

などから撮影可能です。 メラシステムCR-S 700R』は、 が立ち入れな

ション『ロボティッ

画角やアングルを変えられるリモ 安心して利用できるブースづくりとオ 撮影現場ではキヤ レーション構築を進めて レンズ交換式カメラを遠隔操作し ノン製のリモ い会場の天井 います」 クカ

と感じて に向けた想いは特別です 重要性は、これまで以上に大きくなる 「撮影された写真は、スポ 「過去の大会とは大きく状況が異なり 手伝いができれば、 一部として長く刻まれることになる しょう。そんな歴史をつくっ 競技の模様を世界へ伝える写真の 会場に来られない して記録するプロフォ います」(仲野) います」(柿崎) トの最高の 一瞬を感 観客のために て の歴史

ノンはその活動を万全の がある共

大会の思い出を写真と共に

大会期間中の選手村に「Photo Studio」を出店

キヤノンは、東京2020大会の開催期間中、選手村ビレッ ジプラザの「Photo Studio」でフォトサービスを提供する予 定です。選手村ビレッジプラザは、選手村に滞在する選手団 が、さまざまなサービスを利用できる施設です。

「Photo Studio」では、感染対策をとりながら、スタジオ撮 影やスマートフォンやタブレットに保存されている写真のプ リントサービスを提供する予定です。スチルカメラとデスク トップ・プリンターを活用することで、オリンピアン、パラ リンピアンに東京2020大会への出場という最高の思い出を、 写真という形にしてお持ち帰りいただきます。



理はお預かりから2時間以内に完了さ ロ・ダウンタイム』を掲げ、 止めてしまうことがな スタッフが常駐し、 「機材の不具合が原因で大切な撮影を 出しを行います」 ラやレンズの調整・修理、 大会期間中は毎日7時から2時まで のあらゆる要望に応えます。 内にキヤノンブースを開設し、 プロフォトグラフ 代替機の貸

でにない体制で対応します。 キヤノンマーケティングジャ ス(CPS)として、プロフォ そこで生まれる貴重な瞬間を写真に収 うスポーツの祭典、東京2020大会 ロフォトグラファ 世界最高峰のアスリ キヤノンを使用する全てのプロフォ ・メンテナンスを提供しているキヤ キヤノンプロフェッショナ ようと、この夏、 キヤノンMJ)の柿崎利樹は、 ーが使用するカメラとレンズの修 東京2020大会ではこれま トすると話します に、最良の機材コンディ を過去最高レベル トが競い合 ォトグラフ 担当する ルサ トグラ ン(以 減らします」 の「EOS-1D X Mark III」を中心に、 するプロフォトグラファー

スカメラ「EOS R5」「EOS R6」

ンズなど各種レンズ群を用

修理中の代替機は、

一眼レフカメラ

ーションエラーを極限まで

という使命感に他なり ることのないシャ タ

で撮影に臨んでいただくため、

東京ビ

グサイトに設置されるメインプレスセ



キヤノンマーケティングジャパン(株)カメラ統括本部グローバ ルスポーツイベントプロサポート課の仲野正明(右)と柿崎利樹

可能な限り短時間で修理するため、高 スタッフを配置し、 い修理技術を持つスタッフが社内各所 その間は代替機を貸し出します 機材お預かり時の との接点が多い

実現するためにゼロ・ダウンタイムを

後世に残る歴史的な瞬間を撮影

したサポー

トを続ける

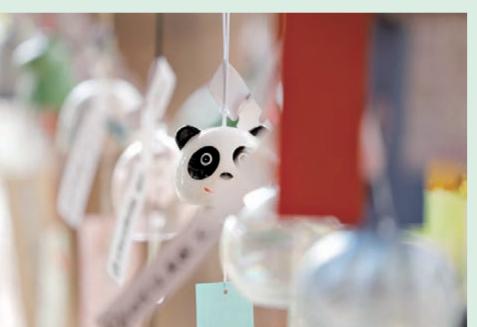


真とはひと味違った、夏の雰囲気を感じさ

せるおしゃれな写真になり



▲無意識に撮影すると、空と海の比率が半々くらいになってしまいがち。全体の8割程度を空が占 める配分にし、夏の海ならではの開放感を表現した



▲似たものがたくさんある場合は、パンダの風鈴のように"仲間はずれ"を探してみよう。被写体か ら1~2m離れて撮影すると、手前や奥の風鈴がボケて効果的なアクセントに



真正面ではなく横顔を撮影することで、より自 然なひまわりの雰囲気を表現できる

「白熱電球」モードに設定すると アートのような雰囲気に

いつもと違うひまわりの写真を撮りたい場 合は、ホワイトバランスを「白熱電球」モー ドに設定してみましょう。青みが増すため 緑色の葉がエメラルドグリーンになり、アー ト作品のような雰囲気に。植物や森など濃 い緑色の被写体を撮るときは、試してみま しょう。「EOS Kiss M2」なら画面にタッ チするだけで簡単に操作できます。

らではの風物詩を被写体にするという方法 主役となる子どもに寄った写真になりがち ではなく、 わりなど。 まで入れてみましょう。 例えば海で遊ぶ子どもを撮影する場合 季節を写真で表現するとき、 あえて離れた場所から広い空や海 離れた位置から全体の情景も確 その際に意識したい りたいものだけに注目するの 夏なら海水浴や風鈴、 ありがちな記録写 その時季な のが、視 ひ

このように、

見せたい順番に応じて、比率

夏の海ならではの開放感を表現しました。 い晴天が分かるよう空の割合を多くして、 ここでは空と海の比率を意識し、雲一つなに入ろうとしている写真はその一例です

左上の、

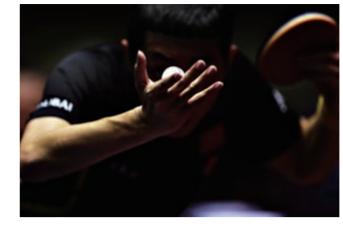
赤い浮き輪を付けた子どもが海

を探して被写体にすると、 なガラスの風鈴が並ぶ中で ダの風鈴を主役にしたものです。 らない構図を考えるのもポイントです。 を調整してみましょう。 左下の写真は、風鈴祭りで見つけたパン この場合も、 余計な人や物が入 、仲間はずれ 似たよう

> の光が差す午前11時ごろですが、実際の見 ダがカメラを見つけてこちらをのぞいて 風鈴に寄って撮るだけでは普通の写真に る写真になりました。 るようにも感じられる、スト なってしまうため、風に揺れた短冊が顔を スタイルを「ニュ た目よりさわやかな空気感を表現できるよ EOS K 分隠す瞬間を狙いました。 露出を少 し明るく調整しました。 ss M2J では、 ピクチャ

ひ雰囲気づくり 夏の強い光でも柔らかく表現できます。 を楽しんでください。 トラル」に設定すると 撮影したのは強い昼 性のあ

楽しいフォトライフのための日口5学康 canon.jp/eos-school





「写真はあくまで趣味で

した。

ただ

を目指して出版社に就職した

こ振り返る髙須 力さん。

のノンフィクションライタ

ーだった

学生時代に憧れていたのは、

スポ

いました。 なスポ う瞬間を撮る。 出た。選手が最高に″カッコイイ″と思 の言葉を思い出し、奮起すると結果が めるな』という、昔お世話になった方 影を覚えよう をきっかけに、 ものの、 れかけましたが、『焦るな、腐るな、諦 は3年ほどたったころ。 体とする競技も増やしていった。転機 に立ち会う仕事がしたかったのだと思 ったはずの、 けば、生でその魅力を感じ表現したか 「出版社に約1年、写真を送り続けて その後、 そんな″カッコ で働きながら写真を撮り続け、 諦めなかったとの1年の賜です」 ーツ誌に掲載されたことだった。 選手を撮影 ーツ大会が終わっていた。 写真家になる決意をしました 日々の業務に忙殺され、 なかなか採用されず心が折 とにかく現場でスポー 2002年冬季の世界的 との方向性が見えたの 自分はスポーツの現場 フ した作品が、 オトエージェ フィギュアス 著名な 被写 気付 それ · ツ 撮 ン

^続けるには、「常に表現者として挑戦

気持ちで競技と選手に向き合い、新た 技を撮っているのも、 な表現を追求すること。さまざまな競 することが大切」だと語る髙須さん。 「そのためには初心を忘れず、新鮮な ジの陸上ホッケー

初心を忘れずに

アスリー

トと向き合い

新たな表現を見いだす

水しぶきを狙い通りに写せました」 動感と共に捉えた一枚だ。 「ホッケ ちょうど横から夕日が差し込み 地面に腹ばいになって撮影しまし ーは選手が下を向きがちなの

撮影しますが、 武志選手の練習風景を収めたもの。 ㎜の単焦点レンズを使い、思い切って タイのプロリ いるのがセパタクロ 「普段は400 数あるスポーツの中で、 ーグに所属していた寺島 密着取材だったので ■のレンズで遠くか 右上の作品は 撮り続けて 40

画角で、 違和感のないブレを入れました。 たな表現に挑み続けていきたいですね」 の表現は僕にとって挑戦でした。今後 観る人に考える余地も与えられる。 過ぎないことで、 体が入るのは、自分にとって初めての トが合っていなくても、 ムのカッコよさを追求した。 「シャッタースピー 左上の作品は、ボ サイドに寄って撮りました。 新鮮な驚きを覚えました」 ・な構成で、 いっぱいに至近距離の被写 場の空気感が伝わり 卓球選手のフォ ・ドをあえて遅くし 写真家として新 ルを中 ハッキリ見せ -心にシン ピ フ

【主な撮影機材】



EOS-1D X Mark III



EF400mm F2.8L IS III USM



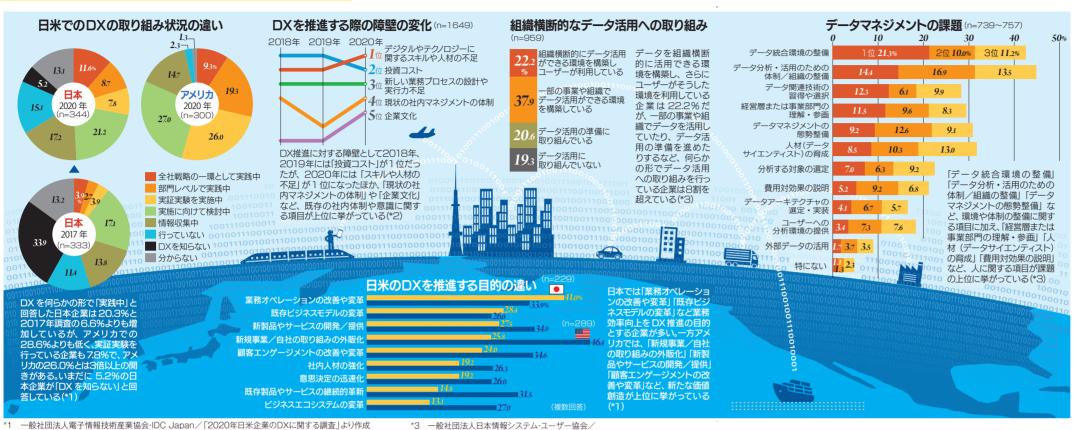
EF40mm F2.8 STM

水しぶきが上がった瞬間を、選手の躍 それが理由です」 の写真は

たかす・つとむ

1978年、東京都生まれ。2002年よ り独学で写真を始め、06年からフ リーランスに。 サッカーを中心にさま ざまな競技を国内外で撮影。FIFA ワールドカップは2006ドイツ大会か ら4大会連続取材中。ライフワークと して、セパタクロー日本代表を追い かけている。日本スポーツ写真協会 会員。日本スポーツプレス協会会員。





れて

しまうことが少なくありません。 夕の活用によって何ができそうか

デー

か」ですが 「"誰"の

このことが後付けで考えら

ビジネスを変える 社会が変わる

の

Vol.

DX推進に不可欠な 「データマネジメント」 への取り組み

企業の持続的成長のため、いまや不可欠ともいえるDX(デ ジタルトランスフォーメーション)。多くの企業では、DXを支え る取り組みとして、データの収集や分析などのデータマネジメ ントにも力を入れる動きが加速している。データマネジメント を推進する上で企業が抱える課題と解消のための施策につ いて、法政大学ビジネススクールの豊田裕貴さんに聞いた。

どう見ていますか。

日本企業の

の

現状につい

接点や、 とって 起こしたとい 積極的に取り のではないで (変革)」です。 ではなく「ト ますが、

えばデジタル技術の活用で、 に「変革」を目指すことが重要です。 化だけを目的にするのではなく、 の一つではあるでしょう。 を進めることは重要であり、 それらも「変革」といえるでしょう。 に「省力化」があります。 DXというとよく登場す 顧客の声を的確に収集・分析 ービスを創出できれば しか 確かに省力化 るキ 新たな顧客 DXの目的 その先 省力

その先にある「変革」を目指すDXの目的ではない。

ければ、 本企業はDXにおいて世界の中で遅れを は多いと思います。 済の利用など、 響を受け、 と前からDXに取り組んで 新型コロナウイ います。「日本企業もデジタル いるというのがコンセンサスにな コロナ禍に見舞われるよりずっ 業務のオンライン化や電子決 DXの本質は「デジタ える企業はまだまだ少な ランスフォ ´組んできた」という声も しょうか。 デジタル化により変革を デジタル化を進めた企業 ルス感染症の拡大の影 しか し世界に目を向 いま 化には ∃ 日

完成させるのか」です。 大事なのは「誰に向けてどんな料理を 素材の準備や調理をし どんなに良い素材で それをイメ

データを集め、 そこからどんな知見を引き出すのか。 それを考えるのは、 コンピューターではなく人間です。

*2 株式会社電通デジタル/「日本における企業のデジタルトランスフォーメーション調査(2020年度)」より作成

法政大学ビジネススクール イノベーション・マネジメント 研究科 教授

豊田 裕貴 さん

ビジネスデータ分析。

法政大学大学院博士課程修了。 博士(経営学)。リサーチ会社およ びシンクタンクでの研究員を経て、 多摩大学経営情報学部に助教授 として着任。同学部および大学院 教授を務め、2015年より現職(法 政大学ビジネススクール教授)。 専門はマーケティングサイエンス、

世界から遅れてはいますが、 ることもできるで こから学んで追い付くチ 先行事例が多くあるということです。 の基本といえます。 適切にデー タマネジメン しょう。 日本はDXにおいて ヤンスだと捉え ·を行ってD 逆に見れば そ

マネジメントでも最初に考えるべきは

"どんな課題"を解決

したい

 \mathcal{O}

には喜んでもらえないでしょう。

デ

料理をつくっても、その素材が嫌いな人

主観が求められるので 「コンピュー 例えばMB 推進につなげて くことも 企業の と思 いる「デ いますが、 れるもの」とイ 必要です。 ター 成功事例や A でケ に入力す いくには、 タ への誤解」を解 ・ススタデ デ 夕を読む れば結果を 多くの タと聞く 人が 導 と て

な料理があるのかを知らなければ、「こ

んな料理をつくり

ったい」とイ

どんな材料を用意すべ

多い

を知ることが必要です。

世界にどの

を考えるには、

DXで先行する事例など

持って

失敗事例を読

になり、

その上で「自社にどのようなデ

学ぶことで、

デ

夕活用によって実現

か分からないで

しょう。

他社事例を

たいことを具体的にイメ

ジできるよう

か」「それをどう補う

ったこと

夕は何

夕があるのか」「足りないデ

日本企業のDXは世界からさらに遅れを る経営陣の理解も必要です かつ自由な発想から取り組むことを認め とることになります。 仕組みづくりが重要です。 でしょう。 では」などと考えている人も少なくな クが落ち着けばオンライン会議も減るの 「仕方なく取り組んでいるが めざるを得ない」状況に置かれて 組みを単なる省力化で終わらせては、 日本企業はコロナ禍の中で「DXを進 DX化を不可逆なものとす DX推進を不可逆 また、 ンデミ その います。 取

何を実現するかが重ナータ活用によって が重要 は

何デデ

だと考えることができます。 ことで完成します。 考えると分かりやす まず素材を準備し、 トが な考え方について教えてくださ 素材の準備がデ タマ タを適切に管理して活用するこ 必要だとい 推進には、 ネジメン デ トは、 われます。 と思い - 夕の収集、 それを調理する タマネジメン デ 料理に例えて ます。 タマ 調理 料理 Ö ネ い 基

本的

D

ŧ

Solution Report

キヤノンMJグループ ソリューション

データの一元的な管理・見える化と先進技術での分析・活用で 企業のDX推進を支援する「データマネジメントサービス」

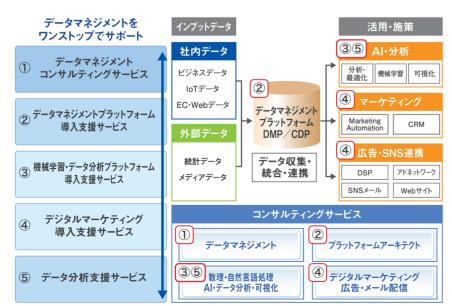
新たな環境で勝ち抜くため、企業は事業構造の転換が求 められています。そのために不可欠なDXですが、その成 否は増え続けるデータを一元的に管理・見える化し、経営 の意思決定をデータ分析に基づいて迅速に行うことにある といえます。

キヤノンITソリューションズ(以下、キヤノンITS)は、 企業のDX推進を支援することを目的に「データマネジメン トサービス」として、経験豊富なエンジニアによる「デー タマネジメントコンサルティングサービス」、膨大なデー タを蓄積し利活用できる「データマネジメントプラットフ オーム導入支援サービス」、お客さまのデータ資産を活用 し業務課題解決に導くAI/BIの導入・定着を支援する「機械 学習・データ分析プラットフォーム導入支援サービス」、 顧客行動を分析・理解し施策に生かす「デジタルマーケテ ィング導入支援サービス」、数理技術・自然言語処理技 術・映像認識技術などの独自技術を活用した「データ分析 支援サービス」を提供しています。

これらのサービスの一部はキヤノンITSが長年提供して きたもので、製造業、特に食品・化粧品メーカーで豊富な 実績があります。2020年にこれらのサービスを統合し、DX を支援する組織を立ち上げました。これにより、データ管 理を起点とするコンサルティングサービスを強化し、デー タマネジメントのワンストップサポートで、中長期的視点 に立った課題解決への提案を行う体制を確立。こうした取 リ組みは、DX推進の流れが加速する中、最適なソリューシ ョンを提供するにはお客さまの業務課題を経営課題として 捉え、経営層など上流への提案を通じてトータルで解決し ていくことが、効果の最大化に必須だと考えたためです。

キヤノンITSには、サービスを個々に提供するだけでな く、それらを運用する基盤となるシステムまでワンストッ プで提供できるという強みがあります。さらに基幹システ ムなども手掛けているため、既存システムとの連携が容易 であり、お客さまの目的を実現するシステムをトータルで 提供することが可能です。総合的なデータマネジメントサ ービスを提供する体制が整い、現在はAIやデジタルマーケ ティングなどの領域でキヤノンITSの社内事例を構築中で す。さらに、画像解析技術などキヤノングループの強みを 生かした新たなサービスの準備も進めています。さらなる サービス拡充を図り、データマネジメントをトータルでサ ポートすることで、お客さまのDX推進に貢献していきます。

キヤノンITSが提供する「データマネジメントサービス」



お客さまのデータマネジメントを ワンストップでサポートする「デー タマネジメントサービス」。 データ マネジメントコンサルティング、 データマネジメントプラット フォームや機械学習・データ分析 プラットフォーム、デジタルマーケ ティング導入支援、データ分析支 援のサービスを提供する。

例えば、 が必要で-ンでは最先端のポスレジと会員カードを ていくためには、 果が出なかった」ということになりかね 識がないままデ どんな知見を引き出すのかというのは つくって定着させること」だと思います められるのは「必要最低限のシステムを になっているように感じますが、 タマネジメントシステムが巨大かつ複雑 ませんので、 人間が考えなければならない」という認 昨 使いやす 一今の企業の取り組みを見ると、 今後デ 夕を集めてみたが期待していた結 やすいシステムに加えタマネジメントの推進には あるスー そこから得られるデータを分析 しょうか。 タの価値」の共有が必要 注意が必要です。 タマネジメン どの 夕活用に取り組むと , | マ ような取り ケットチェー を推進し まず求 組み

デ

ました。 ても、 のデ くの初心者でも分かるように説明できる のシステムが何のためにあるのかを、全 の専門家ではありません。 く考え過ぎてしまう弊害を生じさせてき 場合によっては、専門家だからこそ難し ムに詳しい人たちが担ってきましたが、 トを担う人材の多様化です。 多くの場合その利用者はシステム タマネジメントは主に情報システ どんなに高度なシステムであっ ですから、 。これまで

合

する高度なシステムを導入しました。と

卸しなど、 機能は手付かずの状態でした。 能のみが用いられ、

場のスタッフがデ Xの進展は望めませ 重要です。 最低限にして使いやすくすることに加え、 の状況を改善するには、 う事態に陥る可能性があるわけです。 かつ意義を感じられるシステムでなけれ あるのか」などと思われてしまいがちで 夕の収集・管理は「面倒だ」「何の意味が いないためではないかと思います。デ ムの複雑さや使い勝手の悪さに加え、 このようなことが起きるのは、 もう一つ重要なのは、 し意義がある」と思ってもらうことが 現場のスタッフが簡単に使え、 タは価値があるもの」「DXは面白 夕の収集さえおぼつかないとい この部分の理解が広がらなけ タマネジメント 夕の魅力に気付いて デ システムを必要 やその先のD タマネジメ なお 現

今までの業務を効率化する機 その他のほとんどの システ

「どのようなデ

夕を集めて、

そこから

考えながら活用する必要があるのです

の事実も、

主観を持って想像力を働かせ

ます。これと同様に、デ

-タが示す過去

たかを議論して新たなスト

-を考え

より良い結果を導くにはどうすべきだっ

ジメントの目的」を議論できる多様な人 詳しい人ばかりでなく、「デ 材で構成すべきでしょう。 マネジメントを担うチー メントがもたらす価値」や「デ ムはシステムに -タマネジ タマネ

共に価値創造を目指す短期的成果ばかり求めず外部の専門家の活用も一

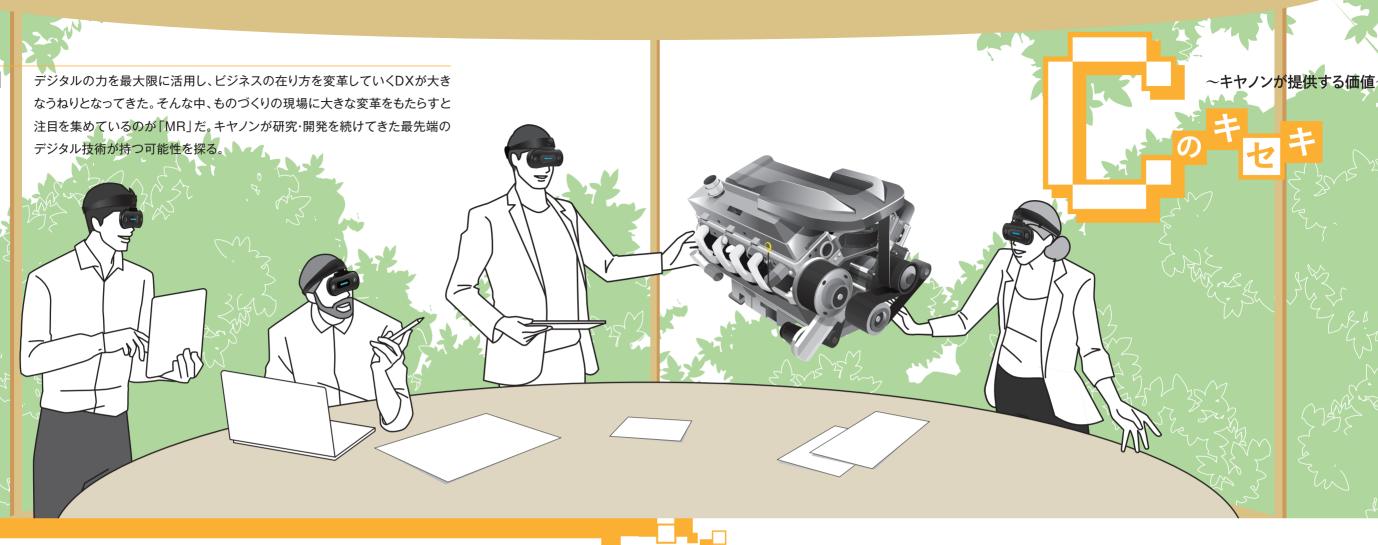
ず 法

べたい 緒に考えられるパ 創造していけるのか、 があるからうまく活用してほしい」と丸 が必要です。「うちの会社にこんなデー ためには、 けるのかについて、 用することでどのような明るい未来を描 投げするのではなく、 ただし外部の専門家を活用するには「食 を活用するの 理方法」を提案してくれる外部の専門家 成にも時間がかかります。 優秀な人材の採用は難しく 材不足という企業の悩みも聞かれます められます。外部の専門家を活用する場 社会全体で専門家が不足しているため DXを単なる省力化で終わらせない 料理」を決めてオ タマネジメントにつ 企業としてどう新たな価値を 短期的・定量的な成果ばかり ŧ 一つの解決方法です 自ら考えることが求 自社がデ ダ デ 社内での育 いては人 すること - 夕の 「調 -夕を活

豊田氏の注目POINT

#

- データマネジメントには「データ活用によって実現したいこと」の具体的なイメージが必要
- データマネジメント推進のために、現場が使いやすいシステムと「データの価値」の共有を
- データマネジメントを担うチームの組成において、人材の多様化は重要な視点



	AR Augmented Reality		MR Mixed Reality		VR Virtual Reality
	2Dカメラ映像+CG	光学シー	スルー3D	ビデオシースルー3D	CG表示のみ
デバイスイメージ	0.00 0.00 0.00			8	
見え方 (手と仮想物体 との見え方)	現実の手前に仮想を重畳	仮想物体が半透明		現実と仮想が融合	全で仮想
現実空間	0	0		0	×
自分の手	0	0		0	Δ
距離感の把握	Δ	Δ		0	Δ
実物大	Δ	0		0	Δ

○:表現可能 △:一部表現可能 ×:表現不可能

「xR」を構成する技術の特徴

「MREAL」が実現する「MR(複合現実)」は、現実空間と デジタルで作成した仮想空間とを融合させる技術。それ に対して「AR(拡張現実)」は、CGでつくったアイコンやキ ャラクターなどの仮想物体を現実空間に追加(拡張)して 表示する技術で、「VR(仮想現実)」は現実空間とは切り離 された仮想空間の中に入り込む技術のことを指す。これ ら技術を包括して「xR」と呼ぶ。

R (Virtual

-・ヤノンITソリューションズ (株)エンジニアリングソリュー **肯企画を担当する八木則明**

れたことで、 れるようになったことや、 を取り入れた多様なアプリケー ∝ (Augmented Reality: Reality:仮想現実)」がブー 機などで使われる「V トフォン向けに登場した。 拡張現実)」技術

りました。そして近年のDX推進の流れ MRを包括する『xR』という言葉が生ま 「VRやARがBtoCの領域で活用さ 社会的な認知も関心も高ま V R

いついていなかったという。 をどう用意するのかと した環境に変化が訪れたのが ″V



(エムリアル)』を発表したのは2012年

ノンがMRシステムの『MREAL

れていませんでしたが、導入した企業

MRという言葉すら知

当時から『MREAL』は光学、

画像

い評価を得ていました。

MREAL S 1

【エムリアル エスワン】

現実空間と仮想のデジタルデータとを違和感なく融合させ、自由な視 点から検証できるMRシステム「MREAL」。ヘッドマウントディスプレ イをはじめとしたハードウエアと、「MREAL Platform 2021」をはじめ とする各種ソフトウエアで構成される。新たに登場した「MREAL S1」 は、「いつでも、どこでも、どなたでも」利用できることを目指したエントリ ーモデルで、ヘッドマウントディスプレイは、手のひらに収まるコンパク トな本体で「MREAL」史上最小最軽量の約137グラムを実現している。

時代に先駆けて育まれた

ステム研究所」を設立し、MR技術の開 業省 (現・経済産業省) の基盤技術研究促 ノンは1997年に当時の通商産 と共同で、「エム・アー トさせた。その後、研究・開 ル・シ

を集めている 本語で

の現場では、

たお客さまからの問い合わせが増えてい

そんなMRと長く向き合ってきたのが、

ーションズ(以下)

そして製品化を進め、

活用領域を産

から企業の課題解決の手段の一つとし

ノンITS) の八木則明だ。

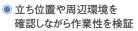
発表当

MRの提案を行ってきた。

利用シーン② 作業性検討

精度の高い作業性や レイアウトの検証を実現

工場での作業者の立ち位置や周 辺環境の確認、個人差を考慮し たレイアウトの検討、工場におけ る機器の配置の検証なども、実 際の作業者が「MREAL」を利用 することで、より高い精度で可能 になる。





● 大規模な 工場レイアウトを把握



● 点群データを活用した 事前検証



実寸大でのリアルな 検証や共有が可能

車や飛行機、建築物、部屋の内 装など、大きなサイズのものでも、 「MREAL」では実寸大のリアル な立体イメージとして見ること ができるため、設計図やパソコン の画面で行うよりも精度の高い デザインの検討が可能になる。

利用シーン ① デザイン検討

デザインのイメージを 実寸大で共有



● 施工前に 完成後の姿を体感



● モックアップとCGの組み合わせで● 気流や温度分布を よりリアルな検証



前の現実映像と、

用意した3D

CGのデ - 方式を

トディスプレイのカメラで撮影した目の

本当にそこに存在するかのように見るこ

利用しているため、3D

CGが透けず、

タを合成するビデオシースルー

利用され、

効果を発揮しているという。

実空間と仮想空間を融合させる技術だと

技術のこと。これらに対してMRは、現

いえます。『MREAL』では、

ヘッドマウン

経験などを加味して行っていましたが、

ルを使ったパソコンの画面上での検討に、

どうしても精度に限界がありました」

「MREAL」はこうした検証の精度向上に

Rは現実空間にデジタルの要素を追加 徴ですが現実空間とは隔離されます。

て表示することで、

現実空間を拡張する

直感的に体感



間を表示する技術です。

高い没入感が特

A

いるもの全てがCGで構成された仮想空

て説明が必要でしょう。

VRは、見えて

「まずxRを構成する技術の違いについ

な技術なのだろう

そんな注目が集まるMRとは、

ど

の

日本のものづくり革命

「MREAL」の活用で進む

点で共有できます。この機能を利用す の検証に利用している企業があり『MREAL』をユーザーインターフェ ているため、複数台をネッ また、『MREAL』は遠隔連携機能を搭載 つの3Dデータを複数の拠 トワー

クに接

従来は高

ます。

ませんでした」

味を持った企業からの問い合わせも増え ているという。 ことに制限がある中、遠隔連携機能に興 活用領域が広がる「MREAL」だが、

に扱える製品が欲しいという要望も少な フラッグシップ機。 た『MD-20』『MD-10』は、 「これまで『MREAL』として提供してき



キヤノン(株)イメージコ ミュニケーション事業本 部で「MREAL S1」のハ - ドウエア電気設計を担 当した竹谷明人

橋はより多くの人に利用してもらうため の施策の必要性も感じていたという。 インの検討ができるわけです」 -が同じ3D CGを見ながら同時にデザ コロナ禍で人の移動や一カ所に集まる 例えば、東京と大阪にいるデザイ そのため、より手軽 性能を追求した 高

コンパクトな「MREAL

S

含めた扱いやすさの向上を『MREAL S1』 竹谷明人は、 気関連部分の開発を担当したキヤノン 質量は約137グラムだ。半導体など電 「持ち運びできるコンパク 「MREAL S1」の特徴の一つが、 かつ軽量なヘッドマウントディスプレ 本体は手のひらに収まるサイズで、 その特徴をこう説明する。 た。 この本体に複数の高 コンパク 0

と高精細デ

高橋は、 価格です。 利用する場所が限られ、 井に光学式センサーやマー 準備にかかる手間です。従来は現実空間 ルに対する要望は多くありました」 くしてほしいというものです。 に時間がかかります。 る必要がありました。光学式センサー と3DCGの位置合わせのため、 してほしいという要望でした。二つ目は かかるためシステム全体をコンパクトに する必要がありましたが、移動に手間が 性能なデスクトップ型のパソコンを利用 「手軽さ」とはどのようなものだろう 「一つ目は機材のサイズです。 「MREAL」に関心を持つ企業が求め 大きく三つの要望があると話す 比較的安価なエント こうした制限をな マー

力

-を設置す

壁や天

カー

も準備

は

三つ目は

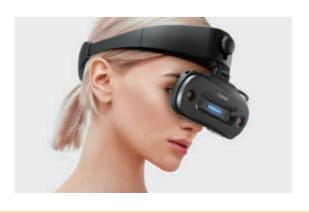
扱いやすさが進化し 「MREAL S1」だ。

そうした声に応えて開発され

たのが

「MREAL S1」ヘッドマウントディスプレイ

約137グラム(ユニットを含むと約338グラム)の小型・軽量化を実現しながら、高 い色再現性を持ったディスプレイを装備、さらには現実感覚と同じサイズ感や奥行 き感を実現するための光軸一致構造を採用するなど、高度な技術が盛り込まれてい る。また、装着ユニットには人間工学の知見を生かした調節機構を採用し、さまざま な頭部の形状やサイズに適応する。



キヤノンITソリューショ を担当する高橋哲人

ンズ(株)エンジニアリン グソリューション事業部 で「MREAL」のセールス

> そのため、 など、 長時間の作業でも辛い姿勢にならないか 率が良いか、 せません。従来の検証は図面や3Dモデ と簡単につくり直すことができません 「例えば、 産技術の分野での活用が進んでいる。 ざまなシー や距離の関係も正確に表示でき 先の位置を検知し、 オペレ した特徴を持つ「MREAL」はさ 機器をどう配置すれば作業効 工場の生産設備は一度つくる ンで利用できるが、 必要なボタンに手が届くか ーションの事前検証が欠か さらにユー Gとのサ 中でも生 の手

あります」 『MREAL』での検証を行うという企業 生産設備を立ち上げる際には、 企業が活用を始めていて、 ストや時間を大幅に削減できると多くの 点を見つけることができます。 「計画や設計の段階で、 ペレー していただければ、事前に修正すべき ターに『MREAL』を使ってテス 実際に作業する 中には新しい 開発のコ 必ず

担当する高橋哲人は、 を正確に表示できる特徴を生 3D CGと実際の手や指先との位置関係 も取り組みが進んでいると話す。 「自動車などの工業製品のデザイ TSで「MREAL」の営業を デザイン の分野で ンでも、 か

> 0 臨場感あふれる 実寸大の世界



複数人体験。 遠隔連携



2 見る位置を 選ばない



4



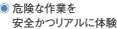
「MREAL」の特徴

MRシステム「MREAL」の特徴は、現実の映像と3D デジタルデータをリアルタイムで合成して映像をつく り出す「ビデオシースルー方式」を採用することで、目 の前の現実空間に、サイズや位置関係をデジタルデ ータで正確に表示できること。3Dマッピング技術を 活用した高精度な位置合わせを行うことで、リアルな 体験が可能となる。

自由な視点

利用シーン4 教育

● 実践に近い教育環境での 学習効果の向上







より実践的な環境での教育が可能

マニュアルや動画、完全な仮想空間での体験となるVRなどと 比較して、現実空間でのよりリアルで実践的な環境を用意で きることから、生産現場における技術の継承や、危険回避のた めの安全教育といったシーンでも活用が広がる。

高橋は話す。

用が広がっていくと期待しています。今後さらに多様な業界で『MREAL』の 「手軽に利用できるようになっ 建設や建築業界は、 とで、 例利

るは、

実際に「MREAL S1」への反響は大きい

指していきます」 けでなく、 していただける製品になっています。 した『MREAL S1』は、 したお客さまから届く声も取り 幅広い領域で活用される製品を目 新たな領域のお客さまに利用 従来のお客さまだ 入れな そ

が

り、

新しいニーズにも期待しているという。

竹谷は「MREAL S1」の登場で生まれる

「コンパクト化やポ

ータビリティを実現

ずに開発を進めることができました」

と考えています」 で利用される。そんな環境が実現できる のインフラの一つとして、 「MREAL」が日本のも いきます。 そんな言葉に力強い説得力を持たせ する。「MREAL S1」が示した可能性 近い将来『MREAL』がものづく のづく あらゆる産業 をア

「MREAL Platform 2021」

「MREAL S1」を動かすための基盤ソフトウエア ユーザーインターフェースを採用している。

















● 危険な作業を

複数のユーザーが同じ空間で デジタルデータを共有

ネットワークを介して、複数のユーザーが同じ空 間内でデジタルデータを共有することで、本社と 支店など異なる場所にいるプロジェクトメンバー での共同作業が可能になり、距離によるコミュニ ケーションギャップの課題を解決できる。



臨場感あふれる遠隔地との空間共有







ŀ

種センサ

支店

本社

学式センサー

やマ

特徴位置合わせ」と呼ばれる技術で、

ミュニケーション事業本 部で「MREAL Platform 021」のソフトウエア開 発を担当した武本和樹

キヤノン(株)イメージコ

用できるようになりました」 大きさのインターフェースボックスを介 ウントディスプレイをビジネス書程度の なっており、 して1本のケーブルで接続するだけで利 らにシステム全体も大幅にコンパクトに 準備の手間も大幅に軽減された。「空間 ・ウント る際の手間も軽減しています。 ルで簡単に調整できるヘッド が収まって ·ディスプ も新たに開発したことで、 トパソコンとヘッドマ います。 レイの装着位置を また、 マ さ ウ

装着す

トユニッ

合わせ用のカメラです。『MREAL Platform れているカメラ4台のうち、2台は位置 「ヘッドマウントディスプレイに内蔵さ カーが不要になった エア 光 2 ない 3 D データであれば、 レ 産設備を設置する場所での検証が容易に 要な手間が減ることで、 ながら色や形状の確認ができる。 が正確なため、例えば自動車のデジタル も新鮮だ。 ような仮想空間でのVRを経験していて 本物のように表示されるのは、 で見ていた空間に突然存在しない物体が なるなど、 とと合わせ、利用環境の制限や準備に必 「MREAL S1」のヘッドマウントディスプ イを装着すると、 システム全体がコンパクトになったこ CGが目の前に現れる。 現実空間との距離感やサイズ 柔軟な利用が広がったという 近づいたり離れたりし

現実空間には存在し

直前ま

ゲ

ムの

ゥ

「MREAL Platform 2021」の開発に携わ のだ。「MREAL」の最新制御ソフト

ノンの武本和樹が説明する。

ことで、 するため、 の薄型光学系を搭載 機器に近い厳密な基準に沿って設計する 置が正確に重なる必要があるため、 ヘッドマウントディスプ うにするには、 スイッチを押したりと ユーザ こうした操作を違和感なくできるよ 高い精度を実現している。 車内でハンドルに触れたり の手を自動的に認識して表示 実際の手と3D いった操作も可能 イには新設計 メラと目 $_{\mathsf{G}}^{\mathsf{C}}$ 計測 の位

間と正確に融合させて表示します」 プをつくります。 み取り、位置と距離を記録した3D壁の角、地面や床の模様などの特徴 ているかをリアルタイ 3 Dデー が現実空間のどこにいて、 位置と距離を記録した3Dマッ地面や床の模様などの特徴を読 現実空間 タのサイズや位置を現実空 そのデ の映像から、 ムで把握すること タを基にユー どこを見 天井や

MREALBRE 模类设备 (Dan

実際の工場で生

「MREAL」のシステム構成

「MREAL」システムは、ヘッドマウントディスプレイを はじめとしたハードウエアと、「MREAL」の基盤ソフト ウエアである「MREAL Platform」、3Dデータを表示 するための「MREAL Visualizer」をはじめとする 「MREAL表示アプリケーション」で構成される。



なったという。 きさや距離感がより自然に見える 離が近づいたことで、 自分の手などの

た大

ズが非常に高い分野です。特にこう場や屋外で×Rを活用したいという

というニ

L

た

領域では『MREAL S1』の特徴であるポ

ものづくりを支えていく 軽量かつコンパクトで、 利用環境の制

目として導入していただくことで活用

を導入済みのお客さまも、 人が進むでしょう。また、

2 台目、

台

ーンが広がります」

新しいインフラとして

タビリ

ティが生きます

から、

これから導

すでに『MREAL』

クスル の声」があったと武本は話す。 限が減った「MREAL S1」。大きなブレ 「『MREAL』は産業用途で先進的な取 を果たした背景には「ユーザ 1

組みをされているお客さまに利用されて えることを目標にすることで、 がうことができます。そうした要望に応 ことから、 に利用しているユーザー きました。『MREAL』の開発チー お客さまから直接要望をうか との距離が近い 寄り道せ -ムと実際

提案方法やプレゼンテーションのスタイ いるという。 ルを変えていくと感じています」 るようになったことから、 上がり、より手軽に多くの方が体験でき めます。『MREAL S1』でポー の場にあるかのように感じる『MREAL』 「例えばプレゼンテー 八木は、 新たな使い方にも注目しているという 体験者の理解を深め、意思決定を早 より大きなビジョンを描い ・ション。 お客さまへの タビリティが 現物がそ

『MREAL』が活用できる領域はさらに広 に応じてVRやARも提供することで ソリュー お客さまにとって最適な解決策を提供 「キヤノンI ション』の中核としつつ、必要 TSでは『MREAL』を『x DXの進展にともない

て

7

マーカー位置合わせ

は、









「MREAL Platform 2021」。位置合わせや各種 設定を行うほか、プレビューツール上から体験中 のさまざまな情報を確認できる。「MREAL S1」の 登場を機に予想される幅広いユーザーにも安心 して利用してもらえるよう、直感的で操作しやすい

「本物」のサステナビリティ経営を指南



SXの時代

W C

ブのコンサルタン

SXの支援を行って

究極の生き残り戦略としてのサステナビリティ経営

PwC Japanグループ 坂野俊哉・磯貝友紀 著 日経BP

(代表取締役社長) グスの新浪剛史氏 著者の坂野俊哉氏と磯貝友紀氏は共に 企 業 0 役 締役社長) 員

ビジネスパーソンが

今読みたいこの1冊

り結び付

国際社

成長するには、

と指摘す

イ経 経 \mathcal{O}

ビリティに取り組 ₺CSR などの切り口でサステ 業の 家の 競合他社と構 ESG(環境 いる。 会的責 利益にあ と環境 志による未来志向型のSXへの移行が不

場合に何が足り はクイ イ経営が についての豊 実現で重要視す 社会の価値を同時に高める「よ 「本物」 の発想であるとも語っている かどう 工夫を凝ら 実現す 社のサステナビ 組みは、 るのが、 か、 る企業や 本物ではな な

canon.jp/cmag

『C-magazine』はキヤノンホームページの 企業情報ページにも掲載。 過去の記事もご覧いただけます。



第 10

章は、

プの

青井

編集後記

おかげさまで『C-magazine』は創刊100号を迎えました。今号の特集は節目に 相応しいテーマということで、サステナビリティ経営です。経済価値と社会価値 の両立が待ったなしであることを少々強めの「インパクト」という言葉で表してい ます。コロナ禍の影響もあって、私自身も社会価値について考えることが多くな りました。企業広報誌として私たちの役割は何か? 自らに問い掛けつつ、今後も 編集部一丸となり皆さまのお役に立てる情報をお届けする所存です。(孫田)

『C-magazine』スペシャルページ

読者プレゼント

『C-magazine』スペシャルページから応募できます!

「新たな創造が広がる、つながるコミュニケーションマガジン」をコンセプトに、皆さまのビ ジネスや生活を豊かにする話題をお届けします。ご意見、ご感想を編集部までお寄せくださ い。アンケートにお答えいただいた方の中から抽選で、下記のプレゼントを差し上げます。

▲書籍

◆オンライン会議でも使えるプレゼンター 「PR7-HY」

※機種は都合により変更になる場合があります

1 名様

◆本誌「ITのチカラ」にご登場 豊田裕貴さん著書 『マンガでわかる ビジネスを成功に導く

データ分析-Excel対応』 3名様

『SXの時代 究極の生き残り戦略としての サステナビリティ経営』

応募締め切りは

2021年7月25日(日)です。 当選者の発表はプレゼントの発送をもって

SX の時代



最新のニュースリリースは キヤノンのホームページをご覧ください。 https://canon.jp/corporate/newsrelease



中望遠単焦点レンズ「RF100mm F2.8 L MACRO IS USM を発売

キヤノンは、「EOS Rシステム」の交換レンズ「RFレンズ」の新製 RF100mm F2.8 L MACRO IS USM 品として、中望遠単焦点レンズ「RF100mm F2.8 L MACRO IS USM」を7月下旬に発売します。本製品は、描写性能や操作性、堅牢(けんろう)性など で最高水準を追求したプロフォトグラファーやハイアマチュアユーザー向けの「L (Luxury)」レンズです。最大撮影倍率1.4倍のマクロ(近接)撮影と、ボケ描写を自由に 変えられる「SA*コントロールリング」により多彩な表現が可能です。RFレンズとして等 倍以上のマクロ機能を初めて搭載した本格的なマクロレンズをラインアップに加えるこ とで、「EOS Rシステム」の撮影領域を拡大し、ユーザーの幅広い表現を可能にします。 ※ Spherical Aberration (球面収差)の略

キヤノンMJ「サステナビリティ推進委員会」

キヤノンMJは、キヤノングループが掲げる企業理念である「共生」のもと、企 業の社会的責任を全うするために、コンプライアンス、情報セキュリティ、環境、 社会貢献など、社会に先駆けてさまざまな取り組みを行ってきました。このた び、当社と社会のさらなる持続的発展を目指し、サステナビリティ経営を経営 計画の中核に据え、企業価値向上施策の検討を行う場として、「サステナビリテ ィ推進委員会」を設置しました。キヤノンMJは、キヤノン製品関連事業に加え ITソリューション事業を拡大することにより、社会が直面する危機に対して当社 グループが解決できる領域を広げ、社会にとってなくてはならない存在となる ために、グループ全員参加型でサステナビリティ経営を進めてまいります。

「キヤノンフォトハウス銀座・大阪 」がオープン

キヤノンMJは、パーソナル向けショールームをリニューアルし、お客さまとの新たな コミュニケーション拠点として、「キヤノンフォトハウス銀座」「キヤノンフォトハウス大 阪」をオープンしました。コンセプトは、〈your EOS.〉。最新のカメラやレンズなどの撮 影体験だけではなく、編集、印刷までのワークフロー体験や、コンサルティングを行う



スペースを設置。また、最新技術を用 いた映像体験に加え、特別な写真展示 や、著名な写真家の写真集蔵書などの 鑑賞も可能で、お客さまの創造力を拡 げるお手伝いをしていきます。さらにさ まざまなセミナーやイベントのオンライ ン配信を通じ、全国のお客さまとのコミ ュニケーションも行っていきます。

日経コノビューダ

セキュリティー・骨板対策 製品/サービス

施設や店舗の密集回避を支援する 「AI密集アラート」の提供を開始

キヤノンMJは、キヤノン独自のクラウド映像解析技術とネットワークカメラ を活用し、公共施設や店舗、オフィス、医療施設などの混雑状況を可視化すると ともに、メールで通知することで密集回避を支援する「VisualStage Al密集ア ラート」の提供を開始しました。「AI密集アラート」は、ネットワークカメラで撮影 した対象エリアの混雑状況を、施設運営者へリアルタイムにメールで通知する ことで、施設利用者を誘導するなど迅速な密集回避策の実施を可能にします。 さらにサイネージに表示することで、施設利用者に対して混雑時間を避けた来 場を促し密集回避を促進します。本サービスは、キヤノン独自の映像解析技術 により、小規模から千人程度の大規模施設まで対応。さらにクラウドサービス のため、初期費用を抑えながら設置から稼働までの時間を短縮でき、手軽かつ 迅速な環境整備が可能です。

「日経コンピュータ パートナー満足度調査 2021」 セキュリティー・脅威対策製品/ サービス部門で2年連続1位獲得

キヤノンMJは、日経BP社による「日経コンピュータ 2021年2月18日号 パートナー満足度調査 2021」におい て、セキュリティー・脅威対策製品/サービス部門で2年連 続1位を獲得しました。国内総販売代理店を務める総合セキ ュリティソフト「ESETセキュリティ ソフトウェア シリーズ」や、

自社開発の総合情報漏えい対策ソリューション「GUARDIANWALLシリーズ」、中小 オフィス向けIT支援サービス「HOME」などに加え、お客さまのニーズに合わせたセキ ュリティ運用監視サービスやコンサルティングといった多彩なセキュリティ関連商品・ サービスを展開しています。また、サイバーセキュリティに関する研究を担う「サイバ ーセキュリティラボ」を中核に、セキュリティ対策に有益な情報をWebサイト「サイバ ーセキュリティ情報局」などで積極的に提供しています。今後もお客さまとパートナー の皆さまに満足いただける商品・サービスを提供していきます。

歴史・文化資源を活用した 「映像空間ソリューション」の提供を開始

キヤノンは、自治体向けに「映像空間ソリューション」の提供を開始しました。 本ソリューションは、地域が持つ歴史や文化などの魅力を先進の映像技術によ り、新しい体験価値を提供するものです。製品や技術の提供だけでなく、コンテ ンツの企画や制作、視聴環境の構築までをプロデュースします。

第一弾として、大阪府堺市の「百舌鳥古墳群ビジターセンター」内に体感型 映像空間を構築しました。仁徳天皇陵などを8K業務用カメラを乗せたヘリコ プターで広域に空撮。地上ではミラーレスカメラ「EOS R5」などで高精細映像

を撮影しました。これらにキヤノン独自の臨 場感変換を加え、幅約14m、高さ約3mの曲 面スクリーンと床面に、ネイティブ4Kプロジ ェクターなど6台の機材で写し出すことで、 没入感の高い空間をつくり出しています。今 後は公共施設以外にも、多様な業種に向け たソリューションの提供を目指していきます。



TOKYO FMラジオ番組内の単独提供コーナーがスタート

TOKYO FMのラジオ番組「ONE MORNING」内で、キヤノンMJが単独レギュラー提供するコー ナー「キヤノンマーケティングジャパン presents Solution in my life」がスタートしました。毎週月 曜日、朝8時38分からの10分間、パーソナリティのユージさん(タレント)と吉田明世さん(フリーアナ ウンサー)が、DXを進める先進的な企業の取り組みを通して、私たちの身近にあるデジタル化の動き をご紹介していきます。ぜひ、ご聴取ください。





Every Monday 8:38 ~ 8:48

https://www.tfm.co.jp/solution/







写真: gettyimages

左/ブラジル側からは滝の全体像を見渡 せる。滝壺に近づけるボートツアーも人気 右/シュラスコは多彩な部位が用意され、 好みの肉を好きなだけ切り取ってもらえる

大いなる水と貴重な動植物が共存する イグアス国立公園

ブラジルとアルゼンチンにまたがる世 界自然遺産「イグアス国立公園」は、東 京都とほぼ同程度の広さに、イグアスの 滝と呼ばれる大小300近い数の滝が点 在する。先住民の言葉であるイグアスは、 「大いなる水」という意味だ。北アメリカ のナイアガラの滝、アフリカのヴィクトリ アの滝と合わせて世界三大瀑布とされ、 滝全体の幅は約4キロにも及ぶ。

数ある滝の8割はアルゼンチン側に、2 割はブラジル側にある。滝全体を見るの なら、ブラジル側からアルゼンチン側を 見るのがお薦めだ。滝を巡るために整備

された約1.2キロの遊歩道が、平坦で歩 きやすいのもうれしい。最寄りのフォス・ ド・イグアス空港から国立公園の入口ま では車で約30分、遊歩道を歩き出すと、 滝が集まる場所が近づくにつれゴオーと いう音が次第に大きくなる。

その最も奥に位置する「悪魔ののど 笛」と名付けられた滝を前にすれば、轟 音と水量に誰しもが圧倒されるに違いな い。幅約150メートル、落差約80メート ルは、イグアスの滝最大の水しぶきでず ぶ濡れになるが、まぶしい日差しが描く 美しい虹にも魅せられ、離れがたい想い にかられるだろう。

滝を取り巻くのは濃密な熱帯雨林だ。 絶滅危惧種も多い貴重な生態系は、世 界遺産登録の際、力強い絶景とともに評 価された。滝に別れを告げた後は、色鮮 やかな蝶や鳥、数十種類もあるというラ ンなど、動植物の姿も胸に刻みたい。

散策を楽しんだら、牛や羊の肉を串刺 しにして焼いたシュラスコで空腹を満た してはいかがだろう。串付きのままテー ブルに運ばれた肉の塊をナイフで切り分 けるスタイル、口中にあふれる肉汁は、イ グアスの滝と同様にダイナミックだ。

※新型コロナウイルスの感染拡大にともなう渡航・外出制限など、事前に最新情報をご確認ください。

キャノン単独提供番組「 世 界 遺 産 」

www.tbs.co.jp/heritage/



イグアス国立公園近くのアーヴェス公園では、色鮮やかなコ ンゴウインコをはじめ一帯に生息する鳥を間近で観察できる

