

キヤノンは「印刷」分野のリーディングカンパニーとして、家庭向けのインクジェットプリンターからオフィス向け複合機、カタログや雑誌、パッケージを作る商業・産業印刷機まで、あらゆる印刷機器に革新をもたらしてきた。デジタル化が進んでも、生活や仕事に欠かすことのできない「印刷」。コロナ禍を経て市場ニーズも多様化している。今後の戦略を本間利夫副社長に聞いた。



知を創る 「意のままプリント」

「働く場所が分散し、どこでも仕事場になる時代になりました。家庭向けプリンターは、ペーパーレスの流れで市場が縮小しましたが、コロナ禍では、在宅勤務での需要が高まったこと

—— コロナ禍で市場に変化はありましたか。
「働く場所が分散し、どこでも仕事場になる時代になりました。家庭向けプリンターは、ペーパーレスの流れで市場が縮小しましたが、コロナ禍では、在宅勤務での需要が高まったこと

—— キヤノンのプリンティング事業の強みとは何ですか。
「まず家庭向けプリンター、オフィス向け複合機、商業・産業印刷機と幅広い領域の印刷機を自社開発できる体制・技術を整えていることです。歴史を振り返れば1970年に国産初の普通紙複写機を発売して以降、レーザープリンターやパブルジェットプリンターなどを開発し市場を開拓してきました。2010年にはオランダのオセ社(現在のキヤノンプロダクションプリンティング)をキヤノングループに迎え、商業・産業印刷機市場に本格参入しました。そして2021年に『家庭』『オフィス』『商業・産業印刷』の3つの領域をプリンティング事業として名実ともに一つにまとめたことで、それぞれの知見や技術の融合が始まっています」

—— 全ての領域でお客様の「意のまま」に、いつでもどこでも印刷できる環境を提供することを重視してきました。個々のニーズに応えるためにはプリンター本体はもちろん、多様なアプリケーションも準備しなければなりません。キヤノンにはプリンティング以外にもカメラや半導体露光装置など様々な分野で磨き続けた基盤技術と、ものづくりの知見があります。この技術を活用しながら、安心・安全・快適にプリントができるよう、製品の付加価値を高めています。また省エネや資源循環の取り組みも企業の社会的使命です。省エネ・小型化設計を徹底し、回収した部品や素材を再生利用する取り組みも、他社に先駆けて行ってきました」

—— コロナ禍で市場に変化はありましたか。
「働く場所が分散し、どこでも仕事場になる時代になりました。家庭向けプリンターは、ペーパーレスの流れで市場が縮小しましたが、コロナ禍では、在宅勤務での需要が高まったこと

—— キヤノンのプリンティング事業の強みとは何ですか。
「まず家庭向けプリンター、オフィス向け複合機、商業・産業印刷機と幅広い領域の印刷機を自社開発できる体制・技術を整えていることです。歴史を振り返れば1970年に国産初の普通紙複写機を発売して以降、レーザープリンターやパブルジェットプリンターなどを開発し市場を開拓してきました。2010年にはオランダのオセ社(現在のキヤノンプロダクションプリンティング)をキヤノングループに迎え、商業・産業印刷機市場に本格参入しました。そして2021年に『家庭』『オフィス』『商業・産業印刷』の3つの領域をプリンティング事業として名実ともに一つにまとめたことで、それぞれの知見や技術の融合が始まっています」

—— キヤノンのプリンティング事業の強みとは何ですか。
「まず家庭向けプリンター、オフィス向け複合機、商業・産業印刷機と幅広い領域の印刷機を自社開発できる体制・技術を整えていることです。歴史を振り返れば1970年に国産初の普通紙複写機を発売して以降、レーザープリンターやパブルジェットプリンターなどを開発し市場を開拓してきました。2010年にはオランダのオセ社(現在のキヤノンプロダクションプリンティング)をキヤノングループに迎え、商業・産業印刷機市場に本格参入しました。そして2021年に『家庭』『オフィス』『商業・産業印刷』の3つの領域をプリンティング事業として名実ともに一つにまとめたことで、それぞれの知見や技術の融合が始まっています」

—— キヤノンのプリンティング事業の強みとは何ですか。
「まず家庭向けプリンター、オフィス向け複合機、商業・産業印刷機と幅広い領域の印刷機を自社開発できる体制・技術を整えていることです。歴史を振り返れば1970年に国産初の普通紙複写機を発売して以降、レーザープリンターやパブルジェットプリンターなどを開発し市場を開拓してきました。2010年にはオランダのオセ社(現在のキヤノンプロダクションプリンティング)をキヤノングループに迎え、商業・産業印刷機市場に本格参入しました。そして2021年に『家庭』『オフィス』『商業・産業印刷』の3つの領域をプリンティング事業として名実ともに一つにまとめたことで、それぞれの知見や技術の融合が始まっています」



キヤノン株式会社
代表取締役副社長 CTO
プリンティンググループ管掌
デジタルプリンティング事業本部長

本間 利夫

プリンティングは 創造に不可欠なツール

「印刷物は人々が情報を五感で感じて深く記憶し、『知』を形成するのに不可欠なものだと考えています。私たちはデジタルメディアにはない印刷の価値を、もっと極めなければなりません。商品戦略も汎用性の高いモデル中心ではなく、仕事によって異なる印刷ニーズにきめ細かく応える必要があると再認識できたのも、コロナ禍での印刷市場の変化を体験できたからだと思います。キヤノンの総合力があれば、それは可能だと考えています」

「印刷物は人々が情報を五感で感じて深く記憶し、『知』を形成するのに不可欠なものだと考えています。私たちはデジタルメディアにはない印刷の価値を、もっと極めなければなりません。商品戦略も汎用性の高いモデル中心ではなく、仕事によって異なる印刷ニーズにきめ細かく応える必要があると再認識できたのも、コロナ禍での印刷市場の変化を体験できたからだと思います。キヤノンの総合力があれば、それは可能だと考えています」

「印刷物は人々が情報を五感で感じて深く記憶し、『知』を形成するのに不可欠なものだと考えています。私たちはデジタルメディアにはない印刷の価値を、もっと極めなければなりません。商品戦略も汎用性の高いモデル中心ではなく、仕事によって異なる印刷ニーズにきめ細かく応える必要があると再認識できたのも、コロナ禍での印刷市場の変化を体験できたからだと思います。キヤノンの総合力があれば、それは可能だと考えています」

「印刷物は人々が情報を五感で感じて深く記憶し、『知』を形成するのに不可欠なものだと考えています。私たちはデジタルメディアにはない印刷の価値を、もっと極めなければなりません。商品戦略も汎用性の高いモデル中心ではなく、仕事によって異なる印刷ニーズにきめ細かく応える必要があると再認識できたのも、コロナ禍での印刷市場の変化を体験できたからだと思います。キヤノンの総合力があれば、それは可能だと考えています」

—— 印刷物は人々が情報を五感で感じて深く記憶し、『知』を形成するのに不可欠なものだと考えています。私たちはデジタルメディアにはない印刷の価値を、もっと極めなければなりません。商品戦略も汎用性の高いモデル中心ではなく、仕事によって異なる印刷ニーズにきめ細かく応える必要があると再認識できたのも、コロナ禍での印刷市場の変化を体験できたからだと思います。キヤノンの総合力があれば、それは可能だと考えています」

Future Focused. Always.
未来の可能性を、ひろげ続けよう



「Canon EXPO 2023」は、キヤノングループの目指す方向性を示す展示会です。時代の要請やビジネス環境の変化に応じ、事業ポートフォリオを大きく転換しつつあるキヤノンの姿や、最新の製品やサービス、それを支える技術、社会へ貢献するソリューションを展示します。さらに、これらの技術を活用した新領域での取り組みも紹介します。ぜひこの展示会でパワーアップしたキヤノンを体感してください。

【Canon EXPO 2023開催概要】

日時：2023年10月19日(木)・20日(金)
10時～18時(最終入場17時)

場所：パシフィコ横浜ノース
神奈川県横浜市西区
みなとみらい1丁目1番2号



※来場には、事前申し込み(無料)が必要です。 来場登録はこちらから

Canon

make it possible with canon