

# キヤノンのイノベーション

経営・技術・知財・デザイン

2004年3月26日 キヤノン(株) 総合デザインセンター 菅藤昌広

# キヤノンのビジョン

---



真の  
「グローバル エクセレント カンパニー」を  
目指そう!



## 4つの目標設定

1. 全ての主力事業が  
世界No. 1である

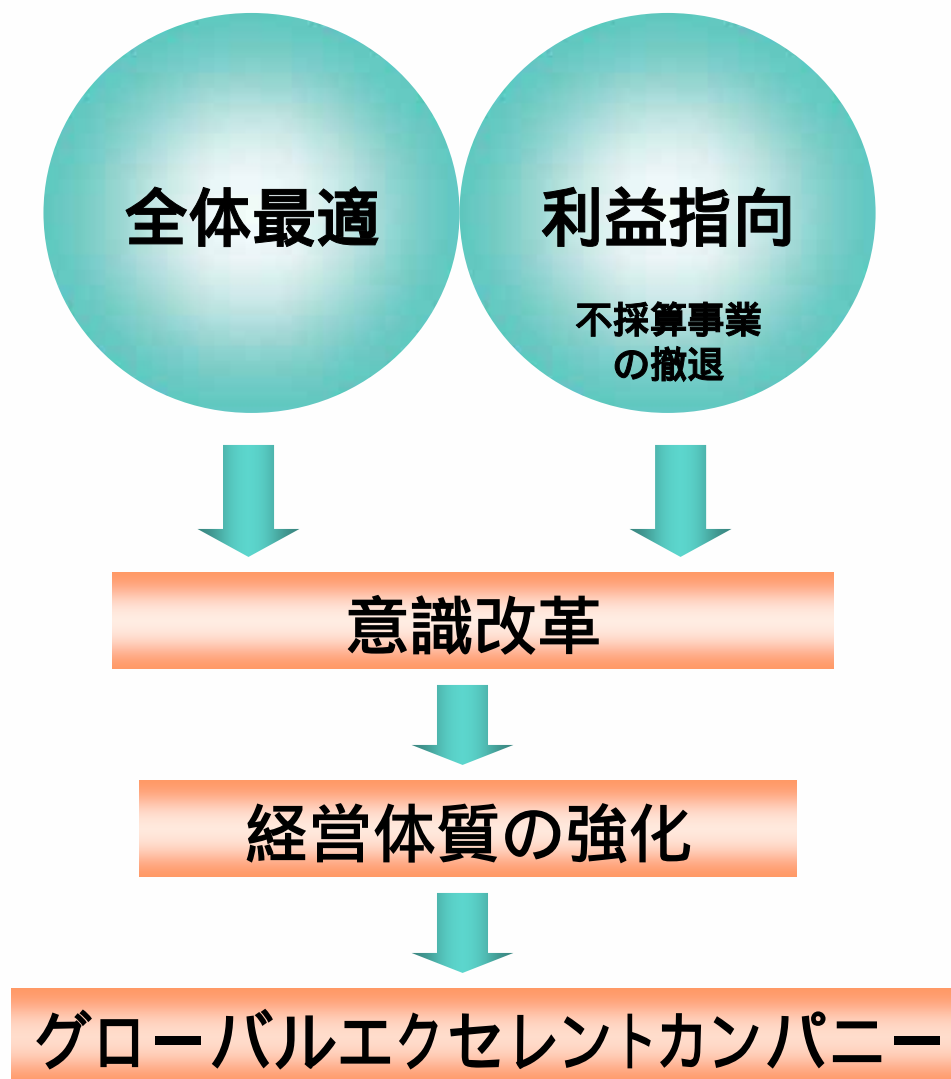
2. 次々と新しい事業を創出  
する研究開発力を有する

**真のグローバルエクセレントカンパニー**

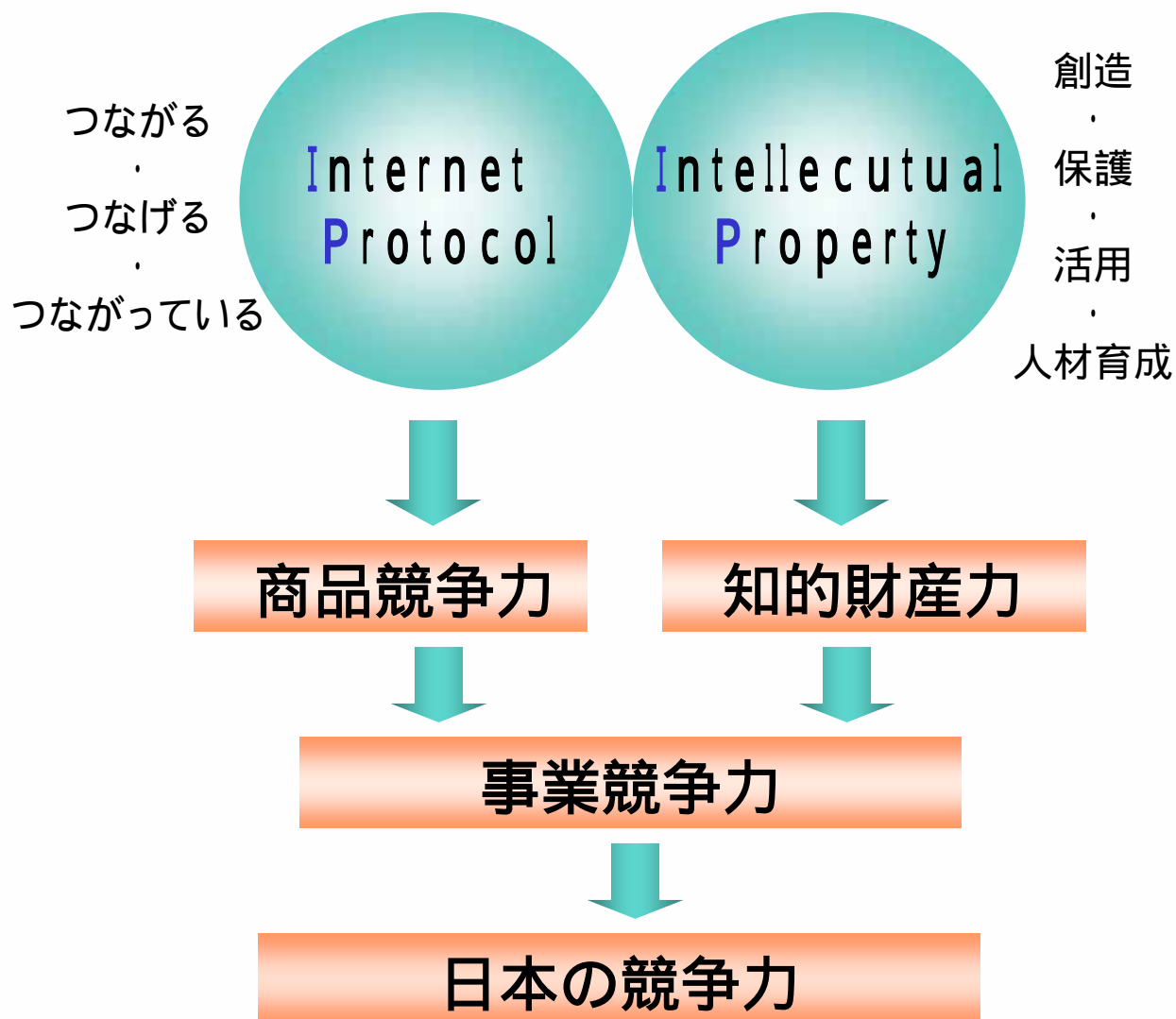
3. 長期投資に耐えられる  
強靱な財務体質を有する

4. 全社員が理想に  
向かって挑戦する気概に溢れ  
自らの仕事に誇りを持つ

# グローバルエクセレントカンパニーを目指す



# Canon Over IP 戦略



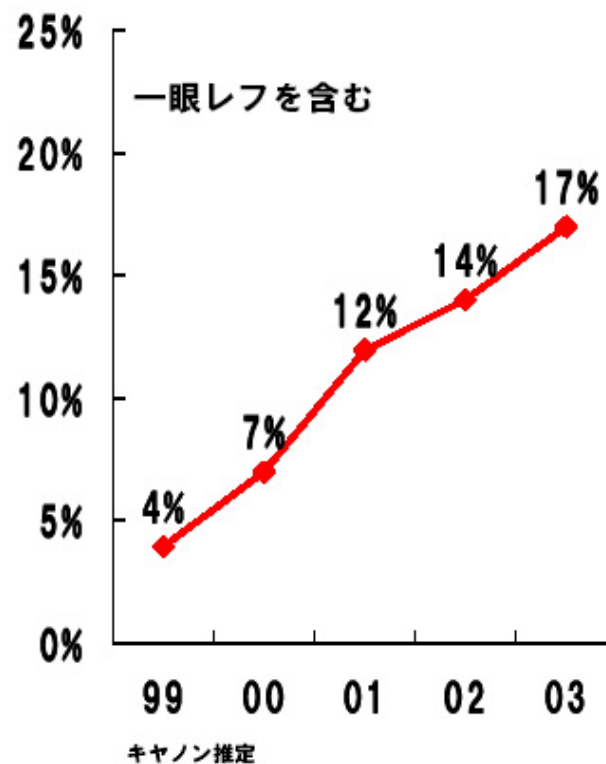
# デジタルカメラ No.1



## EOS Kiss Digital

- 自社開発 約630万画素 CMOSセンサ搭載
- DIGIC搭載

## 世界台数シェア推移



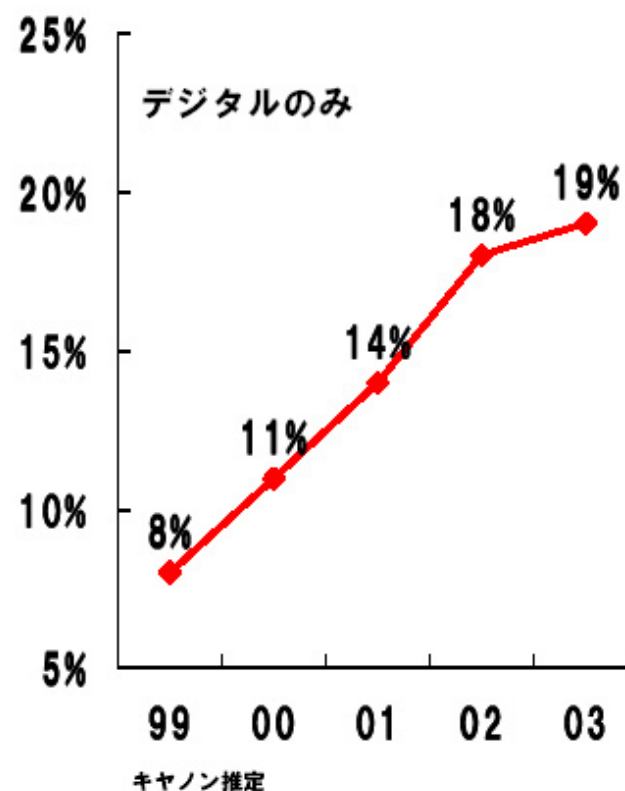
# デジタルビデオカメラ No.1



## IXY DV M2

- 自社開発 約220万画素 CCDセンサ搭載
- 光学10倍ズーム
- DIGIC DV搭載

## 世界台数シェア推移



# 複写機 No.1



**iR C3200**

■ 32/32 ppm

## 世界台数シェア

|      | 02年 | 03年 |
|------|-----|-----|
| モノクロ | 33% | 32% |
| カラー  | 21% | 22% |

キヤノン推定

## 2003年年間米国市場 モノクロ全セグメントNo. 1\*

| Segment           | Share | Rank |
|-------------------|-------|------|
| Seg. PC (1-10ppm) | 74.8% | 1    |
| Seg. 1 (11-20ppm) | 47.7% | 1    |
| Seg. 2 (21-30ppm) | 28.0% | 1    |
| Seg. 3 (31-40ppm) | 23.4% | 1    |
| Seg. 4 (41-69ppm) | 26.4% | 1    |
| Seg. 5 (70-90ppm) | 31.1% | 1    |
| Seg. 6 (91+ppm)   | 56.7% | 1    |
| Total             | 40.1% | 1    |

\*メーカー別シェア (OEM含む)

出典：ガートナー データクエスト (2004年3月) GJ04086

# LBP No.1



**カラーLBP5800**

■ 22/22ppm

## 世界台数シェア

|      | 02年 | 03年 |
|------|-----|-----|
| モノクロ | 60% | 60% |
| カラー  | 40% | 40% |

キヤノン推定

# インクジェットプリンター No.1



**PIXUS 560i**

■ 最量販機

## 世界台数シェア

|     | 02年 | 03年 |
|-----|-----|-----|
| SFP | 16% | 20% |
| MFP | 5%  | 5%  |

キヤノン推定

# 半導体機器 No.1



## FPA-6000AS4

- 光源 ArF
- NA 0.85~0.55
- スループット 毎時140枚 (300mm)



## MPA-7800

- 基板サイズ 1,200mm×1,300mm
- スループット 毎時680枚 (15インチ)

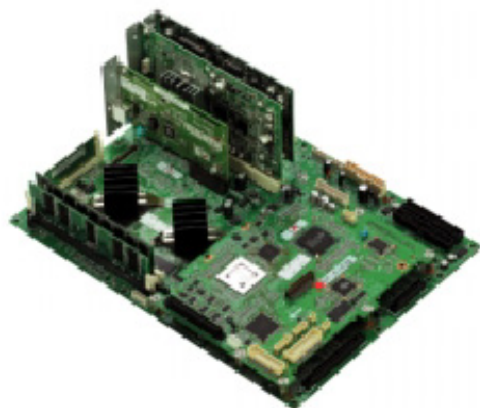
## 世界台数シェア

|      | 02年  | 03年   |
|------|------|-------|
| 半導体用 | 21%  | 21%   |
| 液晶用  | 約60% | 70%以上 |

キヤノン推定

# 独自開発キーコンポーネント No.1

カラー複合機用  
iRコントローラ



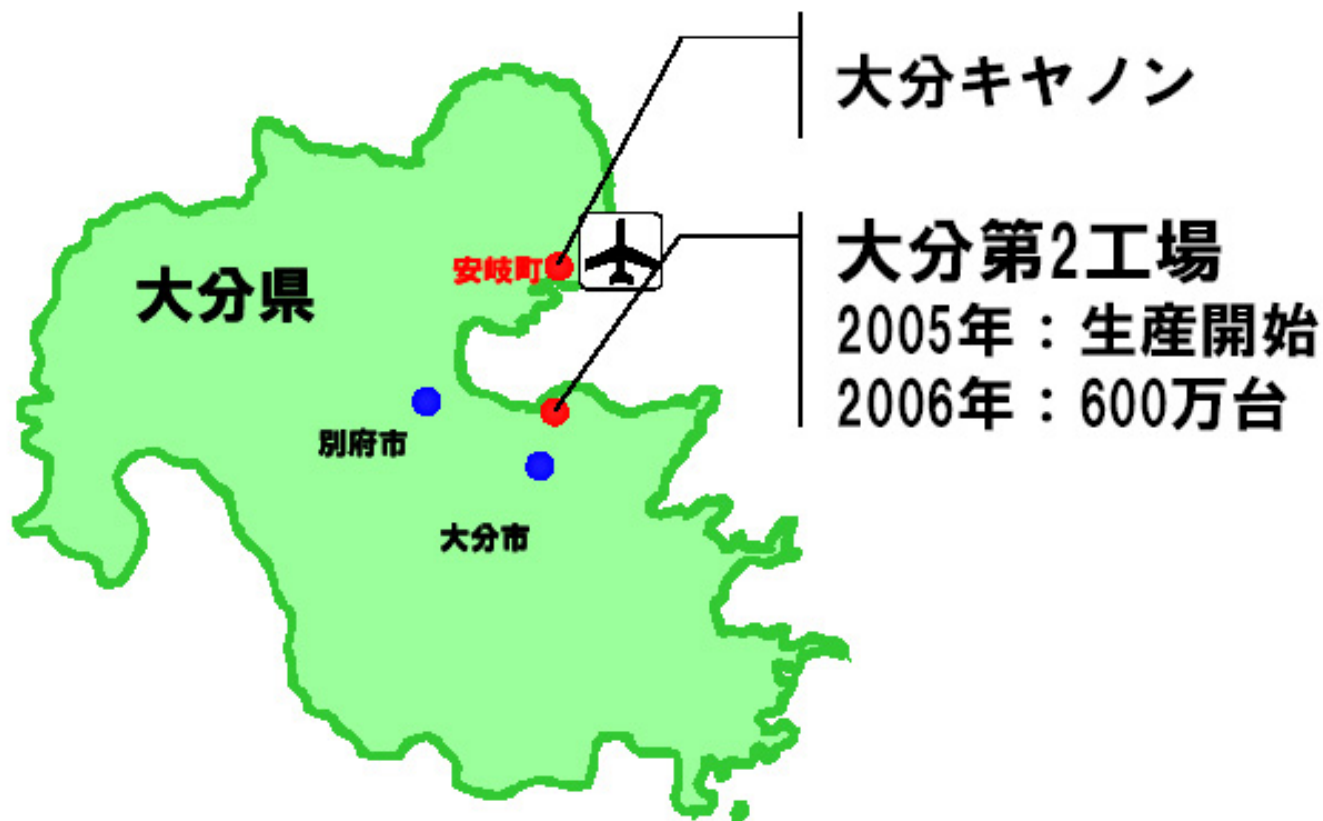
DIGIC  
デジタルカメラ用  
画像処理プロセッサ



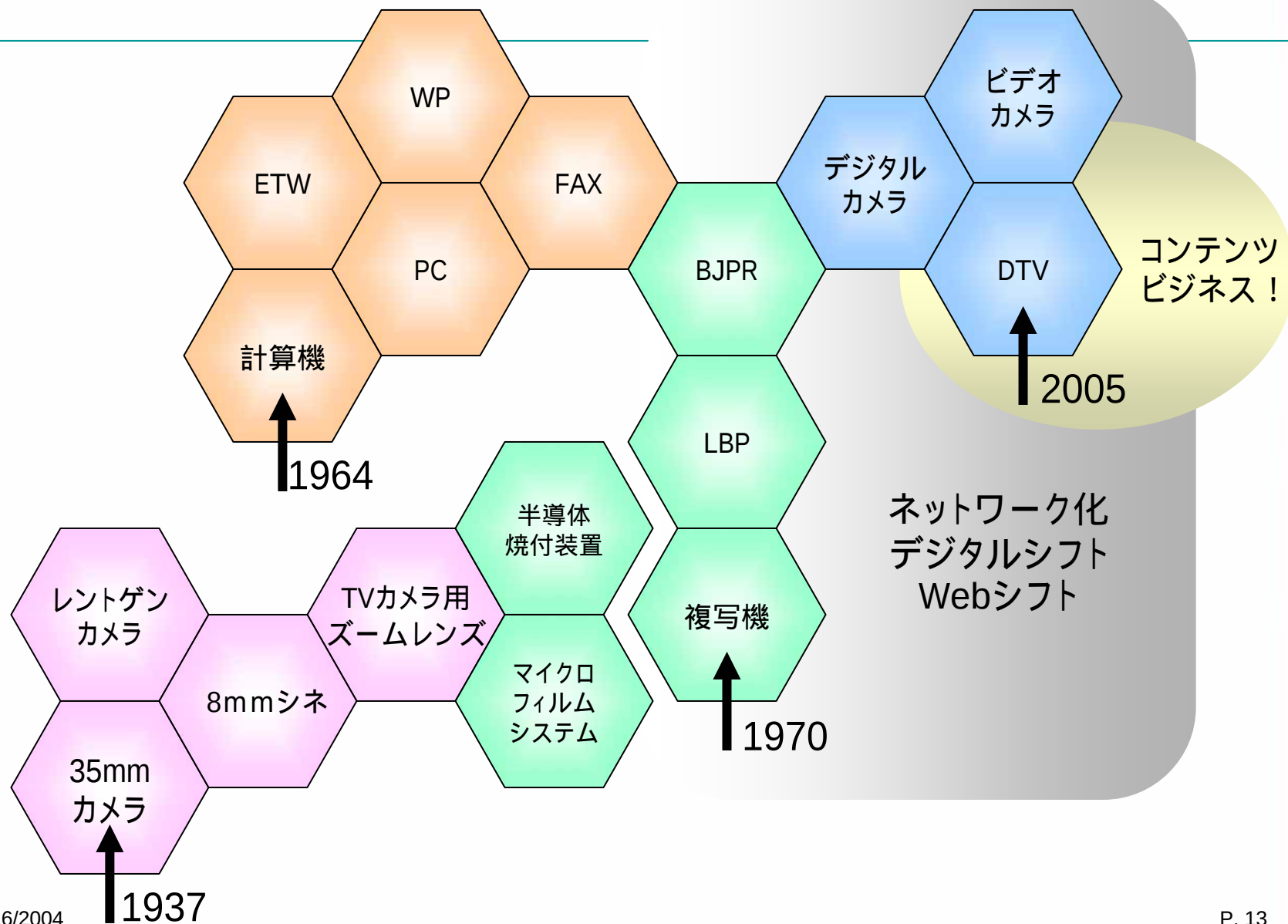
CMOSセンサ



# 国内生産の強化(デジタルカメラ、ビデオカメラ)



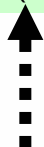
# 関連多角化戦略



# アドバンスデザインによるイノベーション

## ■ 事業部からのデザイン委託

(AD) → 次期商品企画(シーズ・ニーズの整合) → 設計 → 生産 → 販売 → 使用



## ■ アドバンスデザイン(デザイン部門からの提案)

ユーザーが本当に必要なモノ・コト  
をプロ感覚で察知！



モックアップ → 経営者・開発者へ  
提案パネル プレゼン

- 事業部次次期製品の仮説提示 (Design Expo)
- 経営層、事業部、設計者への提案
- 製品の早期検討、方向性をさぐる
- デザイン(造形、インターフェース等)の方向性をさぐる
- 商品イメージの共有
- 早期知財化による競争優位

# キヤノンのイノベーションのキーポイント

- 関連多角化 → カメラから事務機へ
- 収益安定確保 → 面積型ビジネス (本体+消耗品+メンテ) の展開
- 「肝」 → 独自技術による世界初の製品、生産革新
- 選択と集中 → 強いところをより強く (光学技術+精密加工技術)
- 知恵で独占 → 特許で製品・事業を守る
- センス → デザインによる商品価値向上、ブランド貢献

# 競争力あるイノベーションのまとめ

- トップがビジョンを持つ、具体的な目標設定、全員のベクトルを合わせる
- 世界オンリーワン
- 知恵の知財化
- デザイン部門からの先行提案、商品価値の向上
- 産学官連携によるイノベーション