

国内でものづくりができなくなったら 日本の国力は衰えてしまう

【東京・芝公園発】言うまでもなくキヤノン電子はキヤノンの子会社であり、最大の取引先はキヤノン本体ということになる。ところが意外なことに、キヤノンに対する売上高は全売上高の50%を割っている（2022年度、連結ベース）。つまり、残り半分の売り上げは自前でつくっているというわけだ。それが、橋元さんの言葉の端々から、ものづくりや新たな市場開拓に対する熱意が伝わってきた理由なのだろう。東証プライム上場企業といえども、泥くさいベンチャースピリットは失われていないと感じた。

（本紙主幹・奥田芳恵）



同じカテゴリーの製品でも 魅力的な付加価値を つけることが大切

芳恵 今回開発されたalbos Light & Speakerですが、光学系のイメージの強いキヤノンが「音」を扱うことについては、特に障害はなかったのでしょうか。

橋元 私自身も、複写機やプリンタなどの事務機をずっとやってきたため、音については専門外です。そして、社内に音の専門家はいません。ただ、かつて日本には、たくさんのオーディオメーカーがありました。そこで、今回のalbos Light & Speakerの開発にあたっては、そうした会社にな

籍していた研究者や技術者の力を借りたのです。

芳恵 社内に専門家がいなくても、外部の力を借りたり、リクルーティングしたりすれば、そのところは補えるわけですね。

橋元 そして、他社からはいくつかランタン付きのスピーカーが出ていますが、当社は照明にこだわりました。かつてEMSビジネスで卓上ライトを手がけたことがあり、こちらは社内にノウハウがあったからです。

機能としては、暖色と白色の2種類の光をそれぞれ3段階の明るさに調節できるようしています。これならば、たとえば明るいきりびんぐやダイニングでも、あるいは就寝前の落ち着いたベッドルームでも使えます。幅広い層に、さまざまな状況で使って

いただけるようにした、差異化要素の一つです。

芳恵 いまある技術を組み合わせて新たなソリューションを生み出すというお話がありましたが、それには、自社に蓄積された技術と外部から調達する技術の組み合わせもあるのですね。

ところで、こうした新製品の開発において、重要視していることは何ですか。

橋元 まずは、世の中に残り続けるもの、使われ続けるものをつくるということですが、たとえばオーブントースター一つをとっても、3000円ほどの廉価なものから2万円以上する高価なものまで、その価格には大きな差があります。

ただ「トーストする」というトースターと「まるで焼きたてのパンのようにおいしくトーストする」



PROFILE 1962年9月、鹿児島市生まれ。85年4月、キャノン入社。2000年1月、キャノン電子へ出向。07年3月、取締役LBP事業部長。09年3月、常務取締役。12年1月、事務機コンボ事業部長。12年3月、専務取締役。13年12月、生産技術センター所長。13年3月、取締役副社長。18年7月、代表取締役副社長。20年6月、秩父事業所長兼美里事業所長兼赤城事業所長。21年3月、代表取締役社長に就任。

構成／小林茂樹
text by Shigeki Kobayashi

撮影／長谷川博一
photo by Hirokazu Hasegawa
2023.7.14／東京都港区のキャノン電子東京本社にて

トースターでは価値がまるで異なります。前者のようにコモディティ化した製品のマーケットはレッドオーシャンであり、ここに行くことは避けなければなりません。つまり、同じ製品でも何か魅力的な付加価値をつけることが、非常に大切なことなのです。

芳恵 だからalbos Light & Speakerも、音質や見た目の高級感にこだわったのですね。

自動化設備を自前でつくり 労働力不足にも対応

芳恵 ところで橋元さんは、新卒でキャノンに入社されたわけですが、キャノンを志望された理由はどんなところにあったのですか。

橋元 当時はいま以上に「カメラのキャノン」というイメージが強かったのですが、実は私は事務機の開発や設計をやりたいんです。あの頃は、コピーすることを「ゼロックスする」とか「リコピーする」などと言う人が多かったのですが、なぜか私が所属していた研究室にはキャノンの複写機がありました。

芳恵 それも運命だったのかもしれないね。

橋元 私は大学の工学部で精密機械を専攻していたのですが、当時優秀な学生はまず重電に進み、その後は鉄鋼、弱電、自動車、精密という順だったのです。でも、私は重電などには興味が持てず、この精密機械の世界に進みました。ちなみに卒業論文は旋盤がテーマで、まさに、ものづくりが研究対象でした。

芳恵 幼い頃から、そういうことがお好きでしたか。

橋元 そうですね。プラモデルをつくったり、工作をするのは好きでしたね。父はもともと、職人気質で、母も手先は器用だったようです。器用さが遺伝するのかわかりませんが、そういう点は家族みんなが似ていましたね。

芳恵 もちろん、お勉強はできるほうですよ。

橋元 どうでしょうか。できたのは数学と物理だけでしたね。本を読むのは好きでしたが、古文とか漢文は苦手でしたし(笑)。数学は必ず答えが出ることと、証明することが好きでした。

芳恵 やはりその頃から、ものづくりの萌芽があったのですね。

さて、今後のお話ですが、事業をどのように展開していけますか。

橋元 albos Light & Speakerについては、シリーズ化、そして海外展開を図るとともに、やや廉価なモデルと逆によりハイスペックなモデルの開発を進めています。

会社全体の舵取りという意味では、やはりメー

こぼれ話

albos Light & Speakerを知った弊社会長の奥田から、「キャノンの新ブランド、ワクワクするね。開発秘話が聞きたいなあ」と、ちょっと興奮気味のメールが入った。キャノンがスピーカーを手掛けたことへの驚きと新コンセプトへの挑戦が心を躍らせたのだろう。ほどなくしてこの製品をゲットした奥田は、枕元で音楽を聴きながら読書をするのに愛用しているそうだ。ただ困ったことに、心地よくてすぐに眠ってしまうのだとか…。

「心地よさ」は計算されたいくつもの要素の掛け合わせでつくり出されている。空間の雰囲気や大きく左右する光と音質にこだわったのはもちろんだが、アルミの削り出しのボディは、「きれい!」と、思わず触りたくなる美しさで洗練されている。置くだけでおしゃべりな部屋を演出してくれるデザインだ。ライト部分を動かしてみると、動作がとて滑らかでストレスがない。理想の角度も実現できる。「人が幸せを感じる快適な空間創り」をコンセプトに掲げているalbos。コンセプトを貫いた結果、一人一人の思う「心地よさ」を実現できているのだろう。

キャノン電子は、カメラや複写機のほか、得意とする光化学技術を用いて宇宙関連事業にも力を入れている。albos Light & Speakerも宇宙関連事業も共通しているのは、自分たちの手でつくることにこだ



わっているということだ。国内生産へのこだわりについて質問すると、橋元社長の語りはぐっと熱くなった。日本のものづくりを支えるメーカーとしての強い意志と誇りが溢れてくる。対談中は終始穏やかな表情であった橋元さんだが、眼光鋭く、一層言葉に力がこもった瞬間だった。

「次なる新製品が楽しみです」と言うと、「そうですね」と一転して笑顔がこぼれる。新製品誕生の裏で淘汰されたアイデアや開発への苦労の過程も、すべてキャノン電子の財産だ。こうして蓄積された財産と培われたものづくり精神は、また次の驚きを生み出すことだろう。橋元社長には、次なるワクワクがもう見えている気がした。あの笑顔は自信の現れに違いない。
(奥田芳恵)

カーであることにこだわり続け、国内でのものづくりにこだわり続けたいと考えています。そして、自分たちですべての製品をつくり上げるのが理想です。実際、新事業である宇宙ビジネスにおいて製作している人工衛星の8割から9割は内製しているんです。

芳恵 それはすごいですね。でも、国内でのものづくりにこだわるといっても、海外に生産拠点を置くメーカーはまだ多数派です。

橋元 そうですね。でも、海外の安い労働力を求めて出ていくだけで何が残るのでしょうか。もちろん、当社もマレーシアやベトナムに工場を持っており、100%国内生産とはいえませんが、現地で生産する製品の多くはout-outの取引であり、日本向けのものも一部の廉価な製品に限っています。

芳恵 なるほど。でも、どうしてそこまで徹底して考えられるのでしょうか。

橋元 かつて日本は資源がないゆえに、ものづくりによって経済発展を遂げました。ということは、ものづくりができなくなってしまうと、国力は弱まっていくということです。

ただその反面、国内の労働力不足はどんどん進んでいます。この問題を解決するため、自動化した製造設備を当社は自前でつくっています。これは自社工場で使用するだけでなく、他のメーカーにも販売しているんです。

芳恵 それも大事なソリューションですね。

橋元 また、今年からキャノングループのモーター事業を当社に集約し、付加価値の高いモーターについては、すべて国内生産することになりました。将来的になくならない製品、残り続ける高質な製品をつくり続けることが、私たちの役割と考えています。

芳恵 今後の新たな展開、そしてさらなる新製品の開発も楽しみにしております。

BCNは「ものづくりの環」を支え
育むメディア企業です



——「ものづくりの環」の詩——

ものを使う人がいます
ものを売る人がいます
ものをつくる人がいます

いつの時代も私たちは生活の心地よさを求めます
その意(おもい)が新しいものを生み出す

使う人、売る人、つくる人——
私たちは「ものづくりの環」のなかで
すべての人の心が豊かになることを願っています

株式会社 BCN

<http://www.bcn.co.jp/>

※この記事は、BCN+Rの「千人回峰(対談連載)」で公開中です。
<https://www.bcnretail.com/hitoarite/>