

READER SURVEY

読者アンケート
ご協力をお願い

今後の企画の参考にさせていただくために、
読者アンケートにご協力ください。

皆さまからの忌憚のないご意見・ご感想を
お待ちしております。

【ご回答方法】

以下のURL (QRコード) からご回答ください。



STIC × DREAM 読者アンケート

検索

<https://reg.canon-its.co.jp/public/application/add/19440>

次号STIC×DREAM Vol.10は、2023年春発行予定です。

<https://www.canon-its.co.jp/stic-dream/>

◆本誌の無断転載はお断りします。

◆本誌記載の社名、製品名およびシステム名は各社の登録商標または商標です。

Canon

キヤノン IT ソリューションズ株式会社

EDITOR'S NOTES

【編集後記】

DX 推進の課題解決や、DXを加速させる「次なる一手」を探るイベント「キヤノンITソリューションズ共創共創フォーラム2022」が2022年10月に開催されました。巻頭の特別企画では、その基調講演と特別講演の模様をダイジェストでお届けします。また、今号の特集では、「ローコード開発」に向けた企業の関心の高まりを受け、キヤノンITソリューションズが2023年早々にリリースする新ローコード開発プラットフォーム「WebPerformer-NX」の有用性に迫ります。本誌の内容が読者の皆さまのDX推進、生産性向上の一助となれば幸いです。

STIC × DREAM
[スティックバイドリーム]
Vol.09 AUTUMN/WINTER 2022

編集・発行 キヤノンITソリューションズ株式会社 企画本部 〒108-0075 港区港南2-16-6 キヤノンSタワー ☎03-6701-3603
発行人 山本明雄 / 制作 日経BP・日経BPコンサルティング / 印刷 株式会社フジシーズ

© 2022 Canon IT Solutions Inc.

STIC × DREAM
[スティックバイドリーム]

お客さまと共にデジタルイノベーションを創造する

by
Canon
IT Solutions

Vol.09
AUTUMN/WINTER
2022

特別企画

DXを加速させる
次なる一手

ビジネス成長を支えるITの役割とDXへの道筋



特集

新時代のローコード開発
「WebPerformer-NX」

クラウドプラットフォームで提供する開発・実行環境

[特別企画①]

DXを加速させる次なる一手

02

マイナビ
TECH+編集長
星原 康一氏

キャノンITソリューションズ
代表取締役社長
金澤 明

[特別企画②]

DX推進に必要なのは 何よりもマインドセット

06

圓窓 代表取締役 澤 円氏

[特集]

新時代のローコード開発

08

「WebPerformer-NX」——
クラウドプラットフォームで提供する開発・実行環境

[事例]

東映アニメーション株式会社 様

12

開発経験がなくても使いこなせる
WebPerformerでシステムを内製

[Pickup Solution]

地図上で高所カメラを操作
“カメラ地図連携アプライアンス”

14

[認定プロジェクトマネージャ/認定スペシャリスト]

16

榎本 和裕/稲山 一幸

[部門紹介]

ビジネスインキュベーションセンター

18

社内外と連携してサービス提供モデルの
拡大をめざすプロ集団

[3分で分かる! 注目キーワード]

19

インボイス制度
消費税の納付ルールが厳格に

Special Focus [特別企画①]

DXを加速 させる ビジネス成長を支える ITの役割とDXへの道筋 次なる一手

2022年10月6日~13日の平日5日間、オンラインイベント「キャノンITソリューションズ共創共創フォーラム2022」が開催されました。フォーラムでは多彩なゲストやパートナー、お客さまをスピーカーとしてお招きし、最新の技術や知見が共有されました。開催初日の基調講演は、「DX加速に向け、今何をすべきか」と題し、キャノンITソリューションズ代表取締役社長の金澤明と、マイナビTECH+編集長の星原康一氏による対談が行われました。その模様を採録してお届けします。(以下、敬称略)

コロナ禍と地政学リスク 不透明な時代のITの役割

星原 新型コロナウイルスについて、ビジネスや働き方への影響をどのように見ておられますか。

金澤 働き方改革の進行とともにテレワークへの対応が進みましたが、この流れは今後も続くでしょう。新型コロナウイルスが自分自身の働き方や働く環境、自分のスキルと今の仕事について考えるきっかけになったという人も多いのではないのでしょうか。

星原 激しく変動する環境の中で、企業が課題を解決する、あるいは成長を持続するためにITの役割は大きいと思います。

金澤 とりわけ切実な課題として、人材不足や社員の高齢化があります。ブラックボックス化した業務の可視化、自動化は、こうした課題への解決策になるでしょう。これは一例ですが、ITの貢献できる領域は広いと思います。

DXを進めたいが進まない 3つのパターン

星原 ビジネス環境の変化と企業の課題について伺いましたが、そのような環境の中で、お客さまのDXの推進状況について伺います。

金澤 経済産業省のレポートにもあるように、DXが進んでいる企業は、DXで何を実現したいかがはっきりして戦略的な活動をしています。一方、DXを進めたくても進められない企業もあります。こうした企業には3つのパターンがあると考えています。①IT基盤が確立されていない、②既存の基幹システムの制約がある、③DXで何を变えたいかが明確になっていない、という3つです。

星原 それぞれのパターンの課題と解決アプローチについて、詳しく教えていただけますでしょうか。

金澤 1つ目のパターンの場合、企業は業務効率化のためのシステムづくり、ビジネスプロセスのデジタル化、ITリテラシー

向上などの取り組みを進めている途上にあります。既存プロセスやシステムの制約は比較的小さいはずなので、他社事例を参考に、あるいはソリューションの活用などにより業務を改革することができるでしょう。DXを進めるためのパワーが足りない場合には、人材や予算などをDXに振り向ける経営の判断が求められると思います。

星原 第1のパターンの企業はある意味で、伸びしろが大きいともいえそうです。

金澤 そう思います。2つ目は既存の基幹システムの制約によって、データ活用基盤の構築が進まないといったパターンです。基幹システムの再構築が必要になることも多く、実際、そのためのプロジェクトとDXを並行して進めている企業は少なくありません。基幹システム再構築に伴い、既存プロセスの変更が必要になることもあります。

星原 その場合、従来のしがらみを断ち切る意思決定ができるか。経営者のリーダーシップが問われそうです。次は、3つ目のパターンですね。

金澤 DXを進めたいけれど、何を变えたいのかという目的があいまいなために、PoC(Proof of Concept: 概念実証)を実施してもビジネスプロセスの検証にならず、技術的な検証になってしまう。その結果、ビジネス効果もはっきりしないので実行に踏み切れないというパターンです。経営層が「何を变えるのか」を明確にし、KPIをしっかりと定めた上で改革を進める必要があると思います。

星原 3つのパターンに共通する部分もありますか。

金澤 すべてに共通するわけではありませんが、DXを改革と捉えていない経営者もおられます。多くの日本企業は業務を効率化するために、各現場の努力で個別業務プロセスの改善を進めてきました。それが組織全体のプロセス改善につながっていることもありますが、業務がタコソボ化して全体最適が失われてしまう場合も多く見受けられます。全社的な改革の視点が薄れると個別の業務プロセス改善に注意が向き、さらには部分最適化へと進むでしょう。DXを推進する際には、全体最適の視点を失わないよう注意が必要です。



株式会社マイナビ
TECH+編集長
星原 康一氏
Koichi Hoshihara

キャノンITソリューションズ株式会社
代表取締役社長
金澤 明
Akira Kanazawa



個別業務を精緻化するほど システムの維持は難しくなる

星原 日本企業では、現場では自発的に改善活動が進むようなところがあります。

金澤 自分の業務を少しでも改善したいという日本的な文化が関係しているかもしれません。ただ、個別業務を精緻化するほど、その業務システムの維持は難しくなり、やがてはプロセス改善にも対応できなくなります。従来の業務システムはできるだけ標準化して、維持運用の資源を極小化する必要があります。

星原 DXに成功する事例としては、リソースに余裕のある大企業の方が多いのでしょうか。

金澤 中小企業でもDX成功事例は少なくありません。DXの成否を決めるのは、危機感と改革への意識を会社全体で共有できるかどうかだと思います。

「DXで何を変えたいのか」 明確なビジョンと目的が重要

星原 先ほど「DXで何を変えたいかが明確になっていない」というお話がありました。この点について、具体例などを含めてもう少しお聞かせください。

金澤 DXが進まない原因はDXを主導する人材の不足、費用対効果が分かりにくいなどさまざまですが、突き詰めればこの問題に行き着く場合が多いと思います。それはDXだけでなく、改革全般に言えることでしょう。経営層が「こんな会社になりたい」というビジョンを明確にすることが極めて重要です。DXの目的、その先にあるビジョンを考え抜き明確に示すことができれば、おのずと次のアクションが見えてくるはずで。例えば、顧客満足度の向上により売上げを大きく伸ばしたいケースを考えてみましょう。顧客満足度を左右する要素として納品のリードタイムが重要との分析を踏まえて、現状では2日かかっている納期を、当日納品に変えたいとします。そこから在庫の持ち方や配送の仕組み、物流拠点の配置の見直しなどのアクションが決まります。各業務プロセスの改善だけでなく、受注から納品ま

でのプロセス全体の最適化に向けて全社的な取り組みが必要です。ここで大事なことは、KPIという数字への落とし込み。目標を数値化しなければ、それぞれの現場での活動はあいまいになりがちです。

星原 「PoC疲れ」という言葉があるように、「PoCは実施するのだが、それが新規ビジネスや改革につながらない」という声もよく聞きます。

金澤 その場合、PoCの考え方を疑ってみることも必要でしょう。DXは「D(デジタル)」と「X(トランスフォーメーション)」という2軸の掛け合わせです。活動の起点をトランスフォーメーションとするのが、本来の考え方ではないでしょうか。「デジタル技術で何かを変えよう」という意気込みは大切ですが、既存プロセスの置き換えにとどまっている場合が少なくありません。それでは技術的な適用可否は判断できても、経営判断による踏み込んだトランスフォーメーションの推進は難しい。プロセス変革の概念実証実験としてのPoCが、技術検証実験としてのPoT(Proof of Technology)に変質していないか。ここは注意すべきポイントだと思います。

星原 これまでの議論を踏まえて、金澤社長はDXに向けた「次の一手」として何が重要だとお考えですか。

金澤 明確なビジョンと思いついたヒトとカネの投資、経営者の覚悟。これらはさまざまな改革においてよく指摘されることですが、DXも同様でしょう。ただ、ヒトやモノに余力のある企業は多いとは言えず、できるだけ投資を抑えたいのが経営者の本音です。だからこそ、短期的な業績に惑わされないためにも、明確なビジョンを高く掲げる必要がありますし、経営者は腹をくくって投資を進めなければなりません。経営者が覚悟をもって改革の先頭に立たなければ、現場の活動は表面的なものになるでしょう。

星原 その際、経営者には具体的にどのようなことが求められるのでしょうか。

金澤 KPIの重要性に触れましたが、DX活動に参加する関係者がKPIを共有すれば、KPI達成に向けた各部門の活動は組織横断的に連動するようになります。ただ、KPIの設定は簡単ではありません。高い目標を設定して既存の考え方を壊すような改革をめざすのか、頑張ればできそうなレベルのKPIを設定するのか。このあたりは、企業のカルチャーや経営者の考え方にも影響されるように思います。どちらがいいのか、一概にはいえません。付け加えるとすれば、一点突破で攻めることです。

星原 リソースを分散させると、どの取り組みも中途半端になりがちですらね。

金澤 特に、複数の組織をまたがった改革活動は複雑で、なかなか進みにくいものです。そうした改革プロジェクトを並行して数多く走らせるのは極めて難易度が高い。経営者としては大きな成果が欲しいとしても、我慢が必要なものもあります。あれもこれも手を付けるのは考えものでしょう。一点突破の重要性は、KPIについてもいえることです。納期短縮活動でいえば、活動によって在庫やコストなど他のKPIが悪化する可能性はありますが、まずは重要度の高いKPIである納期の達成を

優先させるべきです。これには賛否両論あるかもしれませんが、基本的にKPIは1つに集中させ、その達成をめざすことでDXに駆動力を与えることができると私は考えています。

星原 一点突破は重要なキーワードですね。

金澤 自戒を込めて言いますが、多くの経営者は欲張りです。考え抜いたDXのプランが極めて有望だと思えば、社内やグループ会社で横展開して果実を拡大したくなるのも自然でしょう。しかし、横展開を実行する際の負荷は大きくなり、現場の混乱を招く可能性もあります。

企業のビジネス特性、各部門の置かれた基礎的な環境はそれぞれ異なります。そうした個別要因によって、改革活動が複雑化したり、推進スピードが遅くなったりすることはよくあります。このような事情を踏まえた上で、経営者は改革活動の優先度を判断しなければなりません。

3つの事業モデルで お客さまに伴走し支援する

星原 今回のお話を通じて、DXのポイントが整理され、具体的なイメージを描けたように思います。キャンノンITソリューションズは、どのような形で顧客企業のDXをサポートしているのでしょうか。

金澤 私たちは2025年を見据えた長期ビジョン「VISION2025」を策定し、「先進ICTと元気な社員で未来を拓く“共想共創カンパニー”」をキーマッセージとしてビジネス活動を進めています。DXのパートナーとしてお客さまのビジネスゴールを共有し、課題解決に伴走しつつお客さまの事業変革をお手伝いする。言い換えれば、お客さまが何をやりたいのか、何を変えたいのかを共に考え、お客さまの想いを起点にお客さまのビジネスを共に創り上げていく。これが「共想共創カンパニー」のイメージです。

星原 具体的な事業の中身を教えてください。

金澤 「ビジネス共創モデル」「サービス提供モデル」「システムインテグレーションモデル」という3事業モデルがあります。まず、DX活動の起点となるのがビジネス共創モデルです。お客さまの事業戦略や業界動向を深く理解した上で、DX戦略やITランドデザインの策定に伴走します。また、データドリブンによるビジネス課題の解決、ビジネスプロセスの最適化もサポートします。DX戦略を定めたら、サービス提供モデルやシステムインテグレーションモデルにバトンが渡されます。サービス提供モデルでは業界や業務に共通するITサービスを提供し、お客さまがコア業務に集中するための環境づくりをお手伝いします。そして、システムインテグレーションモデルでは、経営戦略と連動したシステムの価値を継続的に高め、お客さまの競争力強化を支えます。

星原 「共想共創」という言葉に、DXパートナーとしての本質が表現されているように思います。旧来のSIerは「言われたものをつくって終わり」と見られることもありました。そうではなく、顧客のビジネス発展を共に考え、伴走しつつ支援するということですね。

金澤 より強力な支援を行うためには、テクノロジーを磨き続

ける努力も欠かせません。例えば、製造業や小売業の現場におけるAIの活用。工場のラインでの目視検査をAIによる自動検査に置き換える、あるいはAIを用いてサイネージの広告効果を高める取り組みなどがあります。また、柔軟で強靱なサプライチェーンの構築をめざす企業の間では、AIによる需要予測の高度化への期待が高まっています。当社は需要予測の領域で長年ノウハウを積み重ねてきましたが、AIの活用には大きな可能性を感じています。この他にも、幅広い分野においてAIの実用化を推進しています。

星原 さまざまな課題を解決する上で、AIの活用は今後の重要なテーマになりそうです。ところで、DXを加速するためにITの内製化を進めている企業も目立ちます。内製化に関しては、どのようなサポートを行っているのでしょうか。

金澤 私たちも内製化の動きを実感しています。その際、重要になるのがノーコード開発やローコード開発で、できるだけ少ないプログラミング量で開発するための手法です。当社はローコード開発プラットフォーム「WebPerformer」を提供しており、開発環境の面からお客さまの内製化を支援しています。そして、開発環境の質を継続的に高めることで、お客さまの内製化をより強力にサポートしていきたいと考えています。また、内製開発で一般的なアジャイル開発についても、そのための環境づくりや開発プロセス全体のコンサルティング支援などを行っています。最近では「プロセス志向のアジャイル型ソリューション」として、業務プロセスの可視化とローコード開発を組み合わせ内製化を支援するケースも増えています。

星原 ITの内製化が進むと、「自分たちの出番が減る」と考えているITベンダーもいるかもしれません。

金澤 特定の既存領域の仕事は減るかもしれませんが、お客さまのビジネスが成長すれば私たちが貢献できる分野はより広がります。お客さまのチャレンジに伴走して一緒に悩んだり議論したりしながら、共に学びつつ、お客さまの新たな価値づくりを支えたい。そして、お客さまと一緒に私たちが成長したいと願っています。そんな気持ちをシンプルに表現したキーワードが「共想共創」なのです。





DX推進に必要なのは 何よりもマインドセット

株式会社圓窓
代表取締役
澤 円氏
Madoka Sawa



DXを自然な形で組織内に発生させるためのアプローチ

10月7日、「キヤノンITソリューションズ共想共創フォーラム2022」2日目の特別講演では、株式会社圓窓代表取締役の澤円氏が登壇し、「デジタルトランスフォーメーション(DX)を本当の意味で推進するために必要なマインドセット」と題した講演を行いました。「何をもちてDXというのか」「DX人材とはどんな人なのか」といった疑問をひもときつつ、DXを自分ごとにしていくための具体的なヒントが語られました。

ミッション達成のためにデジタルを使う すべての人が「DX人材」となる

「DX人材」とはどんな人たちでしょうか。よくデジタルネイティブ世代が中心になるといわれますが、彼らはDX人材というよりも「デジタルでないと耐えられない人たち」です。

ならばIT部門の人たちはどうでしょうか。彼らもデジタルに強く、有力な候補となることは間違いありませんが、必ずしもDX人材とイコールではありません。

DX人材について考えるためには、その前にまずビジネスそのものについて考える必要があります。私は「経営の3層構造」と呼んでいるのですが、ビジネスにおいては経営者、マネージャー、一般社員のそれぞれ3つの視点が必要です。

経営者に求められる視点は社会貢献です。社会に貢献しないビジネスは存在しないと私は考えています。より良い社会を実現するためのビジョンを描くことが、経営者の役割となります。

そしてそのビジョンを仕組み化し、運用していくのがマネージャーの視点です。

一方、最も解像度の高い世界を見ているのが一般社員の視点であり、社会に貢献するために各自に求められるタスクを実行していきます。

このようにビジネスの目的は常に一貫しており、会社に所属している全員が社会に貢献するために自分のリソースを使います。会社のミッション達成のために、デジタルを最大限に使おうとする人がDX人材です。決してプログラマーのことを指すわけでも、デジタルネイティブ世代の人たちだけを指すわけでもありません。社会に貢献したいと考え、組織としての目的を共有するならば、経営者もマネージャーも一般社員も、すべて

の人がDX人材となり得るのです。きれいごとには聞こえるかもしれませんが、この「きれいごと」を本気でやれる人こそが、本当に強いのです。

ですが、DX人材といえども、すべての物事を一人でこなせるわけではありません。自分のできることを行い、できないことを任せて、ミッション達成に貢献することが重要です。自分自身のパフォーマンスを最大化することで他の人たちに助け、一方で他の人たちに助けられることが、結局のところ「仕事ができる人」の定義になると私は考えます。

現場から生まれた「アイデア」を 組織の「仕組み」に組み込んでいく

ただし、デジタルに対するある程度のリテラシーもしくは知識は不可欠です。社内にはITを苦手としている人たちもいますが、自分が分からないのは他の誰のせいでもありません。厳しい言い方になるかもしれませんが、これまでのツケが回ってきたのではないのでしょうか。

しかし、今からでも間に合います。一番邪魔になるのは余計なプライドで、要は「教わる」勇気を持てるかどうかです。これができるかどうかで、今後が大きく変わってきます。デジタルはすでにビジネスや社会のインフラとなっているわけですから、そのインフラを使いこなせないというのでは、これからのキャリアにおいて致命傷になりかねません。

そして経営層の方々も、デジタルについてよく分からないのであれば、「黙って任せる」勇気を持つことが大切です。最悪なのは「口は出すけど金は出さない」経営者です。分からないのであれば、せめて黙りましょう。

ビジネスの現場では常に多くのことが起こっています。そうした中から生まれてくる現場のアイデアを、いかにして組織の仕組みに組み込んでいくのか。そこで重要な役割を果たすのが

デジタルです。ビジネスとデジタルはそれぞれ独立して存在しているわけではなく、両者が完全に融合した状態を作っていく必要があります。そうすることによってDXは自然な形で組織内に発生していくはずですが。

もちろん思い切ったことをやればやるほど、想定外のさまざまなことが起こりますが、そうした想定外の出来事に対する確かな判断を行うことが、まさに経営者の仕事であり真骨頂です。

そうした場面で決して行ってはならないのは、想定外の出来事への対応を「怒り」でコントロールしてしまうことです。怒りでコントロールした成功体験は習慣化するため、社員を委縮させてしまいます。ただでさえ人は「〇〇すべき」といった観念にとらわれがちなので、経営者は「心理的安全性をどうやって作るか」を考える必要があります。

思いついたアイデアを実行し 未来を創り続けよう

ここでピーター・ドラッカーの言葉を贈りたいと思います。ご存じのとおりピーター・ドラッカーは世界的な経済学者で多くの名言を残していますが、中でも私の最も好きな言葉の1つが「未来を予測する最良の方法は、未来を創ることだ」というものです。

どうにもならない過去や、今この瞬間に起こっている出来事に対処しなければならない現在に対して、未来はまだ何も決まっていませんので、私たちが生きている限りにおいてずっと創り続けることができます。

これは非常に重要なポイントであり、私も皆さまと共に多くのことをやっていきたいと思っています。ぜひ一緒に、素敵な未来を創っていきましょう。皆さまにおいても、思いついたアイデアをどんどん実行に移していただきたいと期待しています。



澤 円(さわ・まどか)
株式会社圓窓代表取締役/元日本マイクロソフト業務執行役員
立教大学経済学部卒業後、生命保険会社のIT子会社を経て1997年にマイクロソフト(現・日本マイクロソフト)に入社。2011年にマイクロソフトテクノロジーセンターセンター長に就任、業務執行役員を経て2020年に退社。2006年には世界中のマイクロソフト社員の中で卓越した社員にのみビル・ゲイツ氏が授与する「Chairman's Award」を受賞した。現在は、自身の法人の代表を務めながら、琉球大学客員教授、武蔵野大学専任教員のほか、スタートアップ企業の顧問やNPOのメンター、セミナー・講演活動を行うなど幅広く活躍中。

新時代のローコード開発

「WebPerformer-NX」—— クラウドプラットフォームで提供する開発・実行環境



環境変化への迅速かつ柔軟な対応を行うべく多くの企業がDX推進を掲げ、業務のデジタル化に取り組んでいます。デジタル化を担う開発現場の役割はますます高まっています。キャノンITソリューションズは、2005年にローコード開発プラットフォーム「WebPerformer」の提供を開始。2023年早々に、企業のDX推進に貢献する自由度の高いフロントシステム開発を特長とした新しいローコード開発「WebPerformer-NX」を、クラウドプラットフォームサービスとしてリリースします。

事業部門とIT部門との共創による デジタル化への取り組みが重要

今、多くの企業がDXに向けた動きを加速しています。経営方針の大きな柱に、DXを位置づけている企業も少なくありません。現場を鼓舞する経営者からのメッセージも、以前より熱を帯びてきたのではないのでしょうか。

キャノンITソリューションズの執行役員でデジタルビジネス統括本部 統括本部長の松本一弥は「VUCAの時代になり、各企業は競争力を高めるためにDXを加速させたいと考えています。特に、ビジネスをデジタル対応し収益に変えることを目的としたIT投資も拡大しています」と指摘します。

DX推進に向けて各企業の内製化への取り組みが高まっている一方で、IT部門のデジタル人材確保にも限界があります。DX推進部門を設置した企業、事業部内でDXに取り組む企業でも事情は同じでしょう。潤沢な予算を準備できたとしても、開発を担う人材を大幅に増員するのは難しい。デジタル人材不

足は、今や日本全体の課題と言っても過言ではありません。

「多くの企業では事業部門からIT部門に対して、『デジタルでこんなことをやりたい』という要望が多数寄せられていると思います。しかし、IT部門には基幹システムなど既存システムの運用管理という重要な業務もあるので、現場からの新たなニーズに応じるだけの余力があまり残っていません。新たなニーズ



キャノンITソリューションズ株式会社
執行役員
デジタルビジネス統括本部
統括本部長
松本 一弥
Kazuya Matsumoto



キャノンITソリューションズ株式会社
デジタルビジネス統括本部
デジタルビジネス営業本部
デジタルビジネス企画部 部長
高橋 嘉文
Yoshifumi Takahashi



キャノンITソリューションズ株式会社
デジタルビジネス統括本部
デジタルプラットフォーム開発本部
本部長
金子 雄貴
Yuki Kaneko

を聞いてもほとんど対応できない、と悩んでいるIT部門もあるのではないのでしょうか」と語るのは、キャノンITソリューションズ デジタルビジネス統括本部 デジタルビジネス営業本部 デジタルビジネス企画部 部長の高橋嘉文です。

課題解決の方策はいくつか考えられますが、開発の省力化は極めて重要なテーマです。そこで注目されているのが、ノーコード開発やローコード開発などの手法。プログラミングの工数を減らすことで生産性と品質を高め、かつコストを低減させるアプローチです。

キャノンITソリューションズは2005年、Webアプリケーション自動生成ツール「WebPerformer」をリリースし、日本市場におけるローコード開発プラットフォームの先駆けとしてすでに1327社への導入実績(2022年7月現在)があり、多くのお客さまにご好評いただいています。

ノーコード、ローコード、 スクラッチ開発の特性

一般に、開発手法にはノーコード開発、ローコード開発、一からプログラミングを行うスクラッチ開発があり、それぞれ開発方法には特性があります。

ノーコード開発ではプログラミングのスキルは不要。UIとロジックともにプログラムコードを作成する必要はなく、開発ツールの提供機能を組み合わせることで開発します。個人や部門に特化した業務のデジタル化には適していますが、自社固有の複雑なビジネスロジックを組み込む場合など機能拡張が難しい面も出てきます。また、事業部門主体でのシステム導入を進めると、ITガバナンスの観点でのリスク懸念もあります。

ローコード開発では、UIはノーコードでデザインし、業務固

有の複雑なビジネスロジックについては少ないコードで開発することが可能です。部門間、企業間にまたがる業務プロセスをデジタル化することもでき、将来の機能追加などを想定した拡張性も備えています。

そして、スクラッチ開発。今でも広く行われている開発手法であり、自由度や拡張性も高いのですが、生産性や品質は個人個人のスキルへの依存度が高くなります。DXの加速というビジネス変化に対し俊敏な対応を求めるには、エンジニアの増員なども考える必要があるでしょう。

このように開発方法にはそれぞれの特性があります。ITガバナンスの下、IT部門が関与し将来的な拡張性も視野に入れたローコード開発が、DX推進に向けたエンタープライズ領域や企業間取引などにおいて俊敏なデジタル化に適していると考えられます。

以上のようなメリットとデメリットを踏まえた上で、それぞれの企業が業務のデジタル化に最適な開発手法を選ぶ必要があります。Aシステムはスクラッチで、Bシステムはローコード、Cシステムはノーコードで開発するというように、開発手法を使い分けている企業も少なくありません。

その中で、当社はローコード開発の将来性に注目し、この分野に注力してきました。

「現行のWebPerformerは、特に基幹系とその周辺のSoR領域のシステム開発で多く適用されています。企業の中核となるこの領域のシステム改修や再構築は今後も必要不可欠であり、開発現場の生産性向上を図る上で、WebPerformerが役立つ場面はこれからも多いと考えています」(高橋)

一方で、冒頭で触れたように、DXのニーズが高まっています。DXではSoEを中心とした新たなアプリケーション開発が多く



なると考えます。例えば、PCやタブレット、スマートフォンを用いて業務を変革するアプリケーション、あるいは取引先等との顧客接点業務を変革するアプリケーションなどが求められています。

キャノンITソリューションズはDX領域を支援するローコード開発プラットフォームとして、「WebPerformer-NX」を2023年1月にリリースし、新たなラインアップに加えます。このWebPerformer-NXには、業務プロセスのデジタル化に不可欠なワークフロー機能も標準装備されます。

開発しやすさにこだわり 手間を省き時間短縮を実現する

ローコードおよびノーコードの開発プラットフォームの市場は拡大しています(図1)。今後はaPaaS(Application Platform as a Service)の急成長が予測されています。

aPaaSはアプリケーション開発および実行環境を提供するクラウドサービス。このカテゴリーに含まれるWebPerformer-NXも、クラウドサービスとして提供されます。キャノンITソリューションズ デジタルビジネス統括本部 デジタルプラットフォーム開発本部 本部長の金子雄貴はこう説明します。

「近年、開発者を取り巻く状況は厳しさを増しています。テクノロジーの急速な進化にキャッチアップするだけでも大変ですが、同時にスピード開発が求められています。こうした中で、導入する開発ツールのためだけに、新しいことを覚えるのは避けたいもの。また、できるだけ直観的な操作で簡単に使いこなしたいと考えているはず。こうした開発現場のニーズを踏まえて、WebPerformer-NXは開発されました」

開発しやすさを追求したWebPerformer-NXは、大きく3つの特長を備えています。

1つ目の特長は、デザイン性の高いアプリケーション開発が

容易なこと。そのために、UI部品群を豊富にそろえており、直感的に操作可能な開発エディタを搭載しています。最近広く使われている単一ページSPA(Single Page Application)の開発にも対応し、ユーザー体験を高めるUIづくりをサポートします。

また、データベースと切り離れたUI開発を実現します。従来は、データベース設計を元に画面を高速開発する方法を取ってきました。しかし、複雑な画面デザインが要求される場合、データベース設計の制約を受けてしまうこともあります。WebPerformer-NXでは、データベース設計とUI開発を切り離すことで、画面や遷移を設計したあとに自動でデータテーブルを作成することもでき、画面デザインの自由度が高まるとともに、開発のスピードアップにもつながるでしょう。

2つ目の特長は、自動生成を基本機能として搭載した上で、業務固有で複雑なビジネスロジックを組み込み可能なこと。ビジネスロジックの開発においては、独自言語ではなく、多くのエンジニアになじみのあるJavaScriptを採用しました。エンジニアの方が習得しているスキルをそのまま生かしてWebPerformer-NXを利用していただくことができます。

3つ目の特長として、クラウドネイティブなアプリケーション開発が可能であることと、セキュアなクラウド実行環境へ瞬時にデプロイ可能なことが挙げられます。開発したアプリケーションは、すぐに動作を確認することができます。こうした環境は開発のスピードアップだけでなく、DXにはつきものの改善とイノベーションのサイクルを促進することでしょう。開発ツールのインストールなど、環境構築のための作業は不要です。迅速なプロジェクトの立ち上げが可能で、開発者はブラウザーさえあれば仕事を進めることができます。

「WebPerformer-NXは開発環境の準備など手間のかかる作業から開発者を解放するとともに、UI部品群などさまざまな機能によって開発の生産性向上をサポート。同時に、開発品質

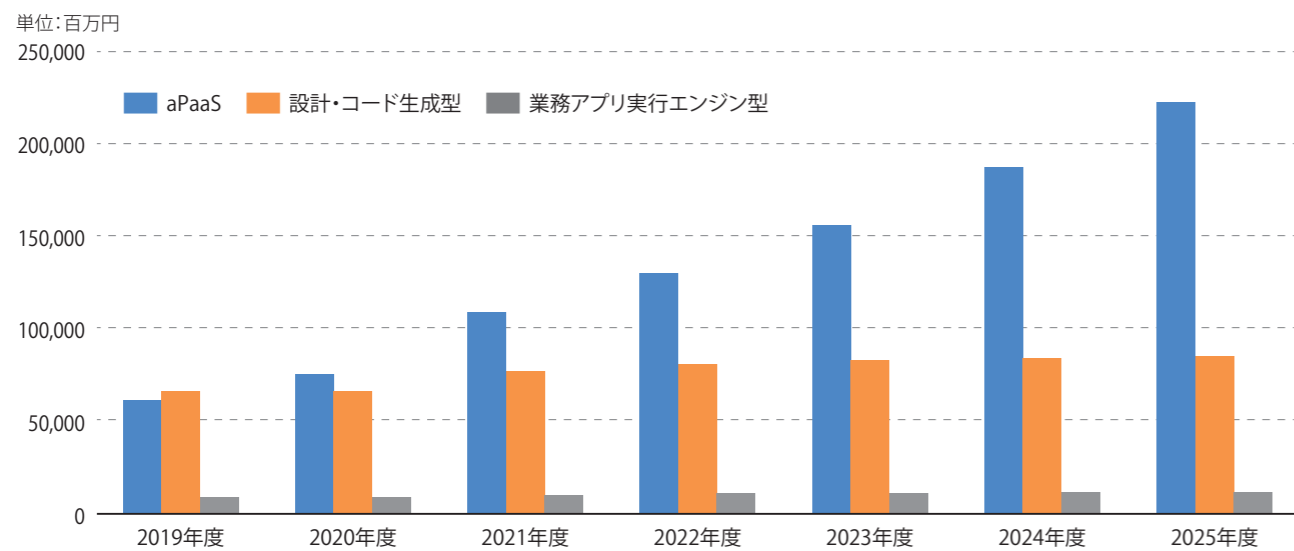
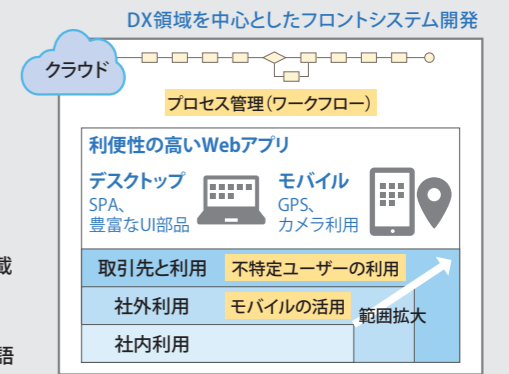


図1 ローコードプラットフォームソリューションの市場予測

*出典：デロイトトーマツ ミック経済研究所株式会社「ローコードプラットフォームソリューション市場動向 2022年度版(2022年6月10日発行)」
https://mic-r.co.jp/mr/02390/

WebPerformer-NX [aPaaS]

- ✓ 顧客のDXや業務デジタル化に貢献するローコード開発
- ✓ BtoBにおける不特定ユーザーが利用する際のユーザー数を考慮した課金体系
- ✓ DXに貢献できる自由度の高いアプリが開発でき、すぐにリリース・運用を開始できる
- ✓ 外部サービスと簡単につなげていくエコシステムを実現する
- ✓ ワークフローを標準搭載し、業務プロセスの管理を実現する。ユーザー管理機能も搭載
- ✓ ユーザー企業の開発者をターゲットとし、開発者にとって素直な考え方のローコード開発とする。独自言語ではなく汎用的な言語



WebPerformer [設計・コード生成型]

- ✓ 基幹系や周辺のSoR領域システムを生産性良く構築するローコード開発
- ✓ データベースのデータ構造を元に設計し、UIやロジックを生産性高く開発する
- ✓ 対応している実行環境が多く、顧客が自社環境に合わせて選択することができる



図2 WebPerformer-NXとWebPerformerの領域

の向上にも寄与します。結果として、開発者はより付加価値の高い業務にフォーカスすることができます」と金子は話します。

カスタマーサクセス部門と 技術推進ラボを新設

自由度の高いアプリケーションのスピーディーな開発・リリースを支え、DXの加速に貢献するWebPerformer-NXは、直観的な操作性に優れ、チュートリアルなどのコンテンツも充実させてまいります。例えば、試しにアプリケーションをつくってみたら、いつの間にか習熟したという形をめざしています。「ポイントは、開発者にとって直感的で分かりやすい開発環境、素早く開発と運用を立ち上げられるカスタマーサクセスの推進です。変化の激しい時代だからこそ、アジャイルにふさわしい製品にしていきたいと思います」(松本)

また、開発者をサポートするために従来のカスタマーサポート部門に加え、カスタマーサクセス部門を新設し、開発現場での導入から活用定着を支援します。お客さまの活用状況を分析した上で当社側から働きかける積極的なサポート体制を構築。お客さまの活用度を高め、より一層の価値提供を図ります。

新設組織はもう1つあります。それが技術推進ラボ。お客さまやパートナー向けに各種技術支援、トレーニングサービスなどを提供するチームです。

また、WebPerformer-NXは多くのパートナーを通じてお客さまに提供していきます。

「できるだけ多くのお客さまにWebPerformer-NXのよさ、DXを推進する上での有効性を知っていただくため、さらには実際にお客さまが価値を創造するために、パートナーの役割

は非常に重要です。当社としてはパートナーとの関係をさらに深めるとともに、広げていきたいと考えています」と高橋は語ります。

また、開発者がWebPerformer-NXに触れる機会も増やします。それが、無料で開発に活用できる「フリーエディション」です。当社はできるだけ多くの開発者に、その機能や使い勝手を体感してもらいたいと考えています。Webからのお申し込みですぐにWebPerformer-NXを体験していただくことが可能です。

現在、DXのスピードアップをめざして、企業が開発を内製化する動きも目立ちます。WebPerformer-NXは、こうした方向性にも合致するソリューションです。前述のように、開発環境の準備など面倒な作業は不要で、さまざまな機能で開発効率を高めることができる。内製化をめざす上でも、WebPerformer-NXは大きな役割を担うことでしょう。

最初のバージョンがリリースされる2023年1月以降にも、WebPerformer-NXはフロントエンド開発・実行のプラットフォームとして進化を続けます。その方向性は2つのキーワードで示されています。「つながる」と「創る」です。

基幹系システムやクラウドなどの既存システム、さまざまな外部サービスとつながるアプリケーションの開発と全体最適に資するシステム、およびエコシステムの安定した運用を支える。同時に、開発プラットフォームとしての利便性をさらに高めて、企業のDXと価値創造を支援する。近い将来には、AIによる開発支援、一層の自動化なども視野に入れています。

WebPerformerとWebPerformer-NXというローコード開発の2本柱を軸に、キャノンITソリューションズはお客さまの開発現場を強力に支えていきたいと考えています。



東映アニメーション株式会社

所在地 東京都中野区中野四丁目10番1号
中野セントラルパーク イースト5階

Webサイト https://corp.toei-anim.co.jp

事業内容 「世界の子ども達と人々に『夢』と『希望』を与える“創発企業”となることを目指す」という経営理念のもと、テレビアニメや劇場アニメなどの企画製作から、インターネットを通じたコンテンツ配信、DVD やBlu-rayといったパッケージの販売、さらには外部ライセンスに向けたアニメキャラクターの使用に関する版権ビジネス、催事・イベントにかかわる事業などを広く手掛けている。

© WebPerformerの
詳細はこちら

WebPerformer

検索

高速開発とMicrosoft Office資産の移行を推進

開発経験がなくても使いこなせる WebPerformerでシステムを内製

数々のアニメ作品の企画・製作で知られる東映アニメーション。人的リソースの制約などを背景に、現場から寄せられるシステム開発ニーズに迅速に対応することが困難という課題を抱えていました。そこでキャノンITソリューションズのローコード開発プラットフォーム「WebPerformer」を活用した内製開発を推進。アジャイル開発をベースに現場のニーズに迅速かつ的確に応えられる体制を整えました。

現場からの要求に迅速に応えられる 情報システム部門の実現に向けて

創立以来、世代を超えて親しまれる数々のアニメ作品を生み出してきた東映アニメーション。テレビアニメや劇場アニメなど、保有する総コンテンツ数は約1万3000点にもなります。それらのアニメ作品の企画・製作を中心にインターネットを通じたコンテンツ配信、DVDやBlu-rayなどの映像パッケージの販売、ゲームやキャラクターグッズの製造・販売を行う各メーカーへの版権の供給、そして、催事・イベントの開催など、多様な事業を手掛けています。日本のアニメは海外でも人気が高く、当然、同社のビジネスもグローバルに展開されています。

これらの事業を支えているのがERPを中心とするITシステムです。しかし、システムの開発や運用管理を担っている情報システム部は、ある課題を感じていました。

1つは開発スピードです。システムを利用して、現場からERPや周辺システムに対して改修や新機能追加などの要望が寄せられます。その要望にいかに対応できるかは情報システム部の重要なテーマとなります。

「部内の開発経験を持つメンバーが対応するという方法がありますが、彼らが開発に専念してしまうとほかの業務が滞ってしまう。そのため外部に委託せざるを得ないケースが多く、どうしてもリードタイムがかかってしまう状況でした」と東映アニメーションの上條

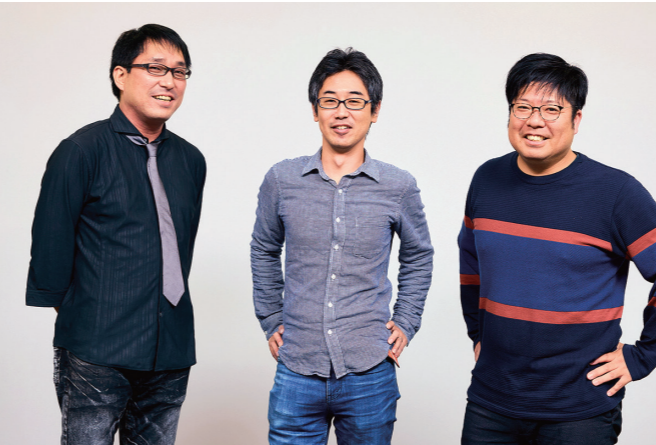
誠氏は語ります。

もう1つは、システム化されていない業務の非効率さです。

請求書や発注書の作成など、基幹システムに取り込まれていない業務については、現場の担当者がExcelやAccessなどのMicrosoft Officeツールを使って業務を行っていました。「結果、ファイルを作成した担当者しか保存場所を把握していない、フォームやマクロの内容が作成者にしか分からないなど、業務が属人化しやすい状況になっていました」と上條氏は続けます。

誰もが短期で習得できる上 スピーディにシステムをリリース可能

これらの課題を解決するために同社が決めたのがシステム開発の内製化で



東映アニメーション株式会社
経営管理本部 情報システム部 課長
榎原 健司氏 (写真右)

東映アニメーション株式会社
経営管理本部 情報システム部 部長代理
上條 誠氏 (写真中央)

東映アニメーション株式会社
経営管理本部 情報システム部
金子 竜也氏 (写真左)

す。「現場からの改修や追加開発の要求に迅速に対応し、Microsoft Officeツールなどで行っている業務もシステム化を推進する。そのためには内製化しかないと考えました。ただし、前述した通り開発経験を持つメンバーは限られています。したがって、高度な開発スキルや経験がないメンバーでも使いこなせる内製化のためのツールが不可欠でした」と上條氏は言います。

そこで東映アニメーションが導入したのがローコード開発プラットフォーム「WebPerformer」です。

簡単さをウリにはしているが、実際は使いこなすに時間がかかりそう。あるいはシンプルな機能しか実装できない。比較したほとんどの開発ツールが一長一短の特徴を持つ中、最もバランスが良いと判断したのがWebPerformerでした。

「ローコード／ノーコード開発ツールは、それぞれにクセのようなものがあり、実際に使いこなせるようになるには、独自のスクリプト言語を修得しなければなりません。一方、WebPerformerはクセが少なく、開発経験があってもある程度の画面作成ならすぐにできる。トライアルを通じて、そう手応えを感じました」と同社の金子竜也氏は語ります。

また、ローコード開発だけでなく、プログラミングによる開発を行うこともでき、それによって追加拡張を行いやすいことも高く評価しました。

アジャイル開発で工期を短縮 運用後の継続的な改修も可能に

システム内製化に向けて、まずは金子氏がWebPerformerの使い勝手を独学で修得してマニュアルを作成。さらに変数などの命名規約を含めた開発標準もまとめて、内製に向けた準備を行いました。

「開発標準を踏まえ、作成したチュートリアルに沿ってWebPerformerを利用すれば、誰でもシステム開発を進められる上、メンテナンス性などの品質が担保されるようになっています」と金子氏は語ります。既にExcelやAccessで行っていたリース物件管理、販売実績管理、海外子会社の給与支払実績管理、注文書や請求書などの帳票発行処理などがWebPerformerによって内製開発されています。

課題だった開発要求への迅速な対応という点では、WebPerformerによるアジャイル開発で対応しています。まず画面を開発してモックアップとして実装し、現場の担当者と実際に動く画面を見ながら操作性や機能を評価。そこで気付いた点を修正するという作業を繰り返し、手戻りの少ない開発を実現しているのです。「画面開発なら1週間程度、データの移行なども含めたシステム構築も簡単なものなら1カ月程

度で完了できます。工期が短縮されるだけでなく、現場の要求にフィットしたシステムをリリースできるようになった上、運用しながら継続的に改善を実施していくDevOpsの実践にもつながっています」と金子氏は言います。

アマゾンウェブサービス(以下、AWS)を使い 外部公開するWebシステムも開発

今後も東映アニメーションは、WebPerformerを活用した内製によって様々なシステムの開発に対応していく考えです。現在はERPの周辺のサブシステムやExcel、Accessで行っている業務のシステム化が中心ですが、今後は外部ユーザーに公開するWebシステムにも範囲を広げる計画です。

「外部に公開するならクラウドが最適。そう考えてAWSのサーバーレス環境をインフラに採用してPoCを進めています。将来、社内向けシステムをクラウドに移行する可能性も十分に考えられますから、それをにらんでSSL/TLSの暗号化通信やWAF(Web Application Firewall)などを、どのように使えば防御力を高められるかなどを検証しています。また、在宅ワークの推進などの働く場所を選ばないビジネス環境下でも、WebPerformerがゼロトラストの考え方にとってセキュアに動く仕組みとして、どんなつくりにならなければならないかなど検証しております」と同社の榎原健司氏は明かします。

このように同社は開発スピードやシステム化から取り残されている業務にまつわる課題をWebPerformerによる内製開発で解決しました。DXの実現に向けて、いかにデジタル人材を確保するか——。多くの企業が人材を経営課題の1つに掲げている現在、同社のチャレンジは、それを解決する大きなヒントになるのではないのでしょうか。

*本記事はキャノンITソリューションズのお客様導入事例パンフレット「東映アニメーション様」の内容を一部変更し、関係者の許可を得て転載しています。

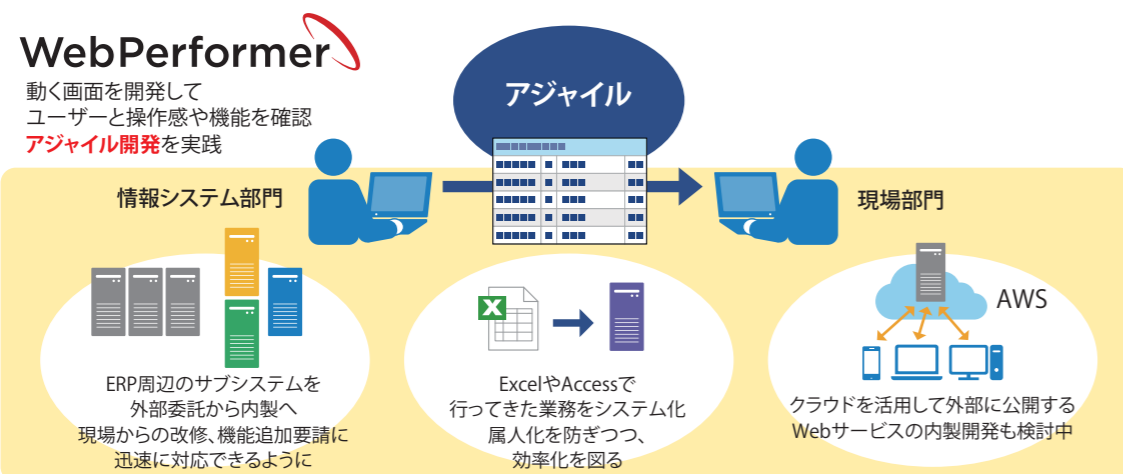


図1 東映アニメーションの内製化イメージ

地図上で高所カメラを操作

◎カメラ地図連携アプライアンスの詳細はこちら
<https://www.canon-its.co.jp/products/cameramap/>



「カメラ地図連携アプライアンス」

直感的なカメラ操作で自治体の防災活動と意思決定を支援

災害から住民の安全を守るため、国や自治体では地図ソフトウェアや高所カメラシステムを導入しています。しかし、遠隔操作するカメラがどこを向いているのかわからないといった声が聞かれるのも事実です。こうした課題を解決するのが「カメラ地図連携アプライアンス」です。災害発生時の正確かつ迅速な情報収集と意思決定を支援します。



(写真左) キヤノンITソリューションズ株式会社
ITプラットフォーム営業統括本部
ITサービス営業本部 ITサービス営業部 部長
田中 裕

(写真右) キヤノンITソリューションズ株式会社
ITサービス技術統括本部
ITサービス技術本部 NWサービス技術部
シニアITスペシャリスト
佐藤 岳志

防災カメラの課題を解決する汎用アプリケーションを開発

自然災害や大規模火災などに備え、多くの自治体では災害発生現場の状況を本庁舎などから確認するため、地図ソフトウェアやカメラシステムなどを導入しています。カメラシステムは自治体のエリアをできるだけ広範囲に見渡せる高所など複数箇所に設置されるケースが少なくありません。

その結果、「防災カメラの映像がどの方向を向いているのかわかりづらい」「複数カメラの遠隔操作が難しく、目標地点の映像を表示するのに時間がかかる」といった課題が自治体の防災担当部署からも指摘されていました。そこで、災害発生時などでいかに正確な情報収集

と迅速な意思決定を行うか、その解決策が求められていたのです。

「地図情報を用いた防災システムとカメラシステムを連携して、映像をリアルタイムに表示するニーズは十数年以上前からありました」と、ITサービス営業部 部長の田中裕は語ります。自治体ごとのニーズも異なるため、個別に開発を行い、映像ソリューションを提供してきた経緯があります。

個別開発はニーズにきめ細かく対応できるものの、要件定義を含めゼロから開発に着手するため完成までに時間がかかり、コスト負担も大きくなりがちです。「個別開発を続ける中で、お客さまである自治体のご要望も分かってきました。それまで個別に開発していた地図ソフトウェアとカメラシステムを連携するアプリケーションを開発・汎用化し、サーバーにセットアップして製品化したのが、『カメラ地図連携アプライアンス』です」(田中)。自治体ごとの要望に対しては、カメラ地図連携アプライアンス(以下、本アプライアンス)をベースに機能をカスタマイズして付加するなど、従来の個別開発同様のきめ細か

な対応が可能です。

目的地点の映像を瞬時に表示 意思決定の迅速化に貢献

本アプライアンスは、カメラ映像がどこを映しているのかわかりづらいという従来の課題を解決するために、「直感的にカメラを操作できるようにしたのが最大の特長です」と開発を担当したITサービス技術本部NWサービス技術部の佐藤岳志は強調します。

第1の特長は、地図上の地点を選択してクリックするだけで、目標地点の映像を表示できることです。本アプライアンスがカメラの設置場所から選択地点までの距離や高さを計算してカメラを制御し、最適なカメラ映像を表示する仕組みです。また、住所から検索した地点に向けてカメラを制御することも可能です。

第2の特長は、カメラの撮影方向を地図上に表示できることです。カメラの向きやズームに応じて撮影範囲の形を自動的に変えて調節し、どこを映しているのかわかりやすく表示します。こうした機能により従来のカメラ操作に要していた時間を大幅に短縮しました。

第3の特長は、地図ソフトがオフラ

インで利用可能なことです。本アプライアンスは地図ソフトウェアやアプリケーションなどをサーバーにインストールして提供します。そのため、「インターネットに接続する必要はなく、オフラインで利用可能です。自治体の皆さまに不可欠なセキュアな環境で本アプライアンスをご利用いただけます」と田中は説明します。

ハードとソフトの一体型提供で 短期間での導入が可能に

本アプライアンスは、映像管理ソフトウェア「XProtect」、地図ソフトウェア「MapFan SDK for Windows」、キヤノンITソリューションズが開発した地図連携アプリケーションをサーバーにセットアップし、ソフトウェアとハードウェア一体型のアプライアンスとして提供します。別途、ディスプレイを用意することで、本アプライアンスはカメラシステムのサーバー兼クライアントとして動作することも可能です。一体型で提供することで従来の個別のシステム開発と比較して短期間でのシステム導入が可能となります。また、サーバーには標準で約2週間のカメラ映像を録画できます。

本アプライアンスで利用している映像管理ソフトウェアはパン・チルト・ズーム操作が可能なPTZカメラ2000機種以上に対応。その利点として、「自治体は既設のPTZカメラを利用でき、既存資産を無駄にすることがありません」と佐藤は説明します。

なお、既設のPTZカメラが利用できるかを検証するために、本アプライアンスと同一のソフトウェアやアプリケーションが導入されたデモ機(ノートPC)を無償で貸し出しており、お客さまの既設カメラの接続確認や操作イメージを事前に確認することができます。

「ある自治体においては、災害現場での利用を想定し、職員がスマートフォンのカメラで撮影した映像と位置情報を本アプライアンスで受信・管理できないかといった要望や、他のシステムからもカメラを制御したいというニーズがあります」(佐藤)

こうした自治体のニーズに対応するため、スマートフォンの位置情報を利用した新機能や外部システムから本アプライアンス経由でカメラの制御や画像の取得が行えるAPI機能を近日リリースする予定です。

災害対応と一口に言っても、自治体のニーズは千差万別です。キヤノンITソリューションズでは個別のカスタマイズを含めたインテグレーションを通じ、お客さまのご要望に対応。自治体の正確な情報収集と迅速な意思決定を支援します。

特長

地図をクリックして目標地点の映像を表示

地図上の任意の地点を選択、クリックするだけで最適なカメラ映像を表示

カメラの撮影方向を地図上に表示

カメラが向いている方向やズームに応じ、自動的に撮影方向を変形して表示

地図はオフラインでの利用が可能

地図ソフトウェアはサーバーにインストールされ、セキュアな環境で利用可能

◎標準構成:本アプライアンスをカメラシステムのサーバー兼クライアントとして動作させることができます。



図1 カメラ地図連携アプライアンス概要



経験から培ったスキル・強みを生かし より良いサービス・商品を提供します

当社が認定したプロジェクトマネージャとスペシャリストをご紹介します

CANON IT SOLUTIONS CERTIFIED PROJECT MANAGER/SPECIALIST

認定プロジェクトマネージャ

榎本 和裕

スクラッチ開発された 基幹システムをモダナイズ

2000年に入社し、20代のうちは生産管理や販売管理などのシステム開発を主に担当してきた榎本和裕が、開発チームのリーダー役を任せられ、お客さまの業務により深く関わるようになったのは30代になってからのことです。そして40代となった現在では、お客さまと共に新たなシステムの構想を描くなど、より上流のコンサルティングへと仕事の軸足をシフトさせています。

榎本が認定プロジェクトマネージャとなったのは2019年のこと。背景にあったのは、ある大手電子機器メーカーの拠点工場の基幹システムをゼロから構築し直すという大規模導入案件を成功に導いた功績が認められたことです。

「お客さまは工場のレガシー化した基幹システムを『なんとかモダナイズ(近代化)したい』と考えていました。その要望を受け、当時から所属していた製造ソリューション事業部 製造ソリューション開発本部がその任を担うことになりました」と榎本は話します。

榎本が注力したのが、「とにかく早い段階で信頼関係を築いてお客さまに安心していただくこと」です。メンバーに対しても、どんな些細なことも常にお客さまの立場に立って考えるという意識を共有しました。

この真摯なお客さまとの向き合い方が奏功し、プロジェクトで成功を取めることができたのです。具体的には生産活動の起

点となる資材所要量計画や資材購買、資材在庫管理といった業務を統合。日本企業のモノづくりに適した国産ERPパッケージをベースに生産計画、手配状況、在庫状況の一元管理と可視化、および業務サイクル短縮を実現する新しい基幹システムの基盤を整備しました。

この成果は2016年に社内表彰を受けるに至りました。現在も、お客さまから大きな信頼を獲得しています。

モノづくりのあるべき姿や 新たなビジネスビジョンを考える

今では多くの製造業がDXをめざしたビジネスモデル変革や工場のスマート化に向けた取り組みを開始しています。「そうした中でITベンダーそのものも大きく変わっていかねばなりません」と榎本は話します。

これまで多くのITベンダーは、顧客のニーズを既存業務における「課題ありき」で捉え、それを解決するツールやシステムを提案することに終始してきました。しかし、それだけでは通用しない時代を迎えているのです。

「お客さまは今後自分たちの強みが発揮できる領域や市場がどこにあるのかを探し、これまでのビジネスそのものを見直して、新しいサービスを生み出そうとしています。そうなると、既存業務の枠内でしかソリューションを提案できないITベンダーに期待することはほとんどなくなってしまいます」と榎本は語り、「だからこそ私たちキヤノンITソリューションズは、今後のモノづくりのあるべき姿や新たなビジネスのビジョンなどを一緒になって考えるところから伴走していける、お客さまの相談相手にならなくてはなりません」と強調します。

その意味でも榎本が、今後も変わることのない自らのミッションと定めているのは、「お客さまのよき参謀役となるコンサルタント」です。

榎本は、「私一人では大きなことはできませんが、部門内の若いメンバーのパワーを最大限に引き出して、部門全体でお客さまの取り組みを支えています」と語ります。

「VUCA時代における工場のスマート化や製造DX、倉庫管理の最適化といった変革に向けて、ぜひ私どもにお声がけください」と呼びかけます。



キヤノンITソリューションズ株式会社
製造ソリューション事業部
製造ソリューション開発本部
第三開発部
部長
榎本 和裕
Kazuhiro Enomoto

認定スペシャリスト

稲山 一幸

放射線を学んだことから 画像処理の世界へ

認定スペシャリストである稲山一幸は製造業向けに「エンジニアリングDX」を提供する部門に所属し、現場の自動化や無人化を実現するためのマシンビジョンを中心としたイメージング技術と、各種センサー情報を基に設備の監視制御・自動化を行うファクトリーオートメーション技術の2つのIoT領域のチームを率いています。

大阪大学医学部卒という異色の経歴を持つ稲山が今の分野のスペシャリストになったきっかけは、放射線を専攻してレントゲン画像の世界に触れたことでした。「大学のゼミでは医療系の画像処理を研究していましたが、追求していくうちに、画像処理を極めたいと考えるようになりました」と語ります。

稲山が入社した1992年当時、親会社である住友金属工業(現・日本製鉄)ではカメラを使った外観検査システムの開発に取り組んでいました。画像処理に携わりたいと希望していた稲山は新入社員として入社後すぐに開発チームに加わります。そこで出会ったのが、今もキヤノンITソリューションズで提供しているカナダMatrox(現:Zebra)の製品でした。

「カメラ画像入力ボードと画像処理ソフトウェアから構成された製品で、当時から世界最高速のマシンビジョンシステムに必要な機能を持っていました」と話す稲山は、日本とカナダを行き来しながら最先端のプログラミング技術を身に付け、画像センシング技術のスペシャリストへと成長していきました。

2000年頃からマシンビジョンの普及のため精力的に講演活動をしたり、専門誌に論文を寄稿したりするようになりました。「それ以来、対外的な活動はずっと続けています」と稲山は話します。2007年からはキヤノン R&D本部の新規事業タスクフォースに加わり、2013年からはキヤノンで本格的なマシンビジョン製品の開発が始まり、3年間、本ソフトウェアの開発リーダーを務めました。

稲山は2018年10月よりキヤノンITソリューションズのコーポレートサイトにてコラムを連載しています。コラムでは、自社が扱う製品にこだわらずに新しい技術やその活用シーンについて取り上げています。実際にコンサルティングやソリューシ

ン開発では他社とコラボレーションすることも多く、さまざまな技術の組み合わせでソリューションが作られています。

「現場の自動化・無人化のためには、人の代替化が必要で、見ているものをカメラで映像化し、AI技術で映像の分析を行い、何であるかを認識します。また無人搬送車にカメラを搭載し自由に走行させたり、ロボットを制御したりします。そこでは、映像送受信に5Gなど高速な無線化技術も使われています」と稲山は他社とのコラボレーションの実例を挙げます。現在増えているのは、カメラの見ている位置を認識しながらAI機能で認識、識別していくことです。ロボットアームを移動させながら動作させたり、がれきを乗り越えられるロボット犬で異常を認識したり、ドローンにつけて巡視作業を無人化することも行われています。

画像イメージング技術が 自動化・無人化の中心になる

「今注目しているのはこうしたクロスインダストリー領域です。人に代わってサービスを提供するサービスロボットの市場規模は4兆円、物流業界では40兆円といわれています。イメージング技術がDXの中心になるのではないのでしょうか」と稲山は語ります。カメラを使って何かできないかと考える上では運用イメージが重要です。後からだ実装の壁に突き当たります。「逆に運用イメージさえあれば、それを実現する最適な対応を支援できる自信があります。お気軽にご相談ください」と稲山は語ります。



キヤノンITソリューションズ株式会社
製造ソリューション事業部
エンジニアリング第二技術本部
IoT技術部
IoT技術第一課
課長
稲山 一幸
Kazuyuki Ineyama



ビジネスインキュベーションセンター

社内外と連携してサービス提供モデルの拡大をめざすプロ集団

2022年1月に始動したビジネスインキュベーションセンター(以下、B-INC)。2025年を見据えた長期ビジョン「VISION2025」で掲げた“共想共創カンパニー”をめざし、そのミッションは「サービス提供モデルの確立と新規事業創出」です。

共想共創カンパニーでは、「ビジネス共創モデル」「サービス提供モデル」「システムインテグレーションモデル」の3つの事業モデルが互いに連携、補完することで価値提供の最大化を図っていきます。

現状ではシステムインテグレーションモデルがビジネスの大半を占めていますが、B-INCはサービス提供モデル

のビジネス拡大を担います。

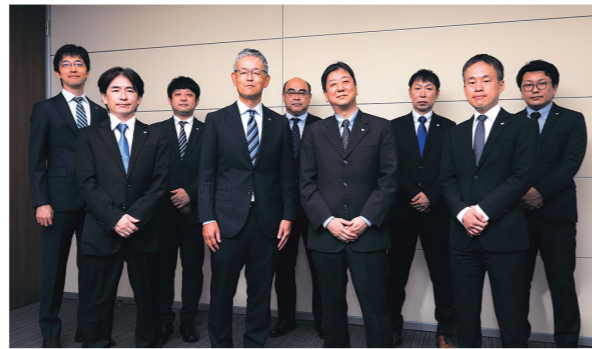
現在の組織はセンター長以下、少数精鋭の8人。社長直轄で全社横断の組織として、新規事業のインキュベーション(孵化)を支えています。

センター長の藤原

真一は、「B-INCの業務は大きく3つの分野に分かれます。事業化プロセスの整備、新規サービス事業化、全社啓蒙活動です」と業務内容を説明します。新たな取り組みとなるだけに、プロセスの定義やドキュメントの整備が第一の業務になります。その上で、各事業部門からのアイデアをもとに新規サービスの事業化に伴走します。さらに全社啓蒙活動として、ワークショップの開催やポータルサイトの運営を通じて、新規ビジネス創出に関わる社内人材の育成を進めます。

インキュベーション推進部 部長の亀田達也は、「プロセス標準化と社内の啓蒙に取り組んでいます。すでにプロセス定義書の第1版を整備し、必要なドキュメントとテンプレートを定めました。その上で、ポータルサイトに掲載して、事業部門のサービス創出の指針として活用が始まっています」とその役割を語ります。

一方、事業部との実際のやりとりをするのがサービス企画チームです。チームリーダーを務める安藤陽一郎は、「事業部門から新規事業アイデアを募集し、選定、事業構想としてスタートする取り組みを進めています。2022年10月に2案件、その後2案件が事業化に向けて動き出します。2023年には、新サー



ビスとして提供を始める予定です」と具体的な成果を説明します。

B-INCの特徴について、インキュベーション推進部の岡田雄大は「メンバーは元の所属部門も職種も多様です。各自の得意な領域を生かしながら、一体となって活動しています」と語ります。

さらに、「各事業部門と共創する上で、我々メンバーの努力も求められます。より良いサービス提供モデルを作るために、研究会を毎週実施して成長に努めています。当社のサービス創出のプロフェッショナル集団になることが目標です」(藤原)

B-INCでは、社内向けの取り組みだけでなく、社外のスタートアップ企業などと手を組むイノベーションにも目を向けています。「社内のサービス事業化アイデアと、社外の知見を組み合わせることで、スピード感をもって高い価値のあるサービスを創出します」(亀田)

B-INCを担当する執行役員の吉田尚弘は、「メンバーには、日本では例が少ない社内起業家に育ってほしいと思います」と期待します。さまざまなアイデアの種を、価値を提供できるより良いアイデアに育て、事業部に伴走しながらサービス提供モデルの成長を実現する取り組みは、第一歩を着実に歩み出しています。

キャノンITソリューションズ株式会社
執行役員
吉田 尚弘
Naohiro Yoshida



キャノンITソリューションズ株式会社
ビジネスインキュベーションセンター
センター長
藤原 真一
Shinichi Fujiwara



キャノンITソリューションズ株式会社
ビジネスインキュベーションセンター
インキュベーション推進部
部長
亀田 達也
Tatsuya Kameda



キャノンITソリューションズ株式会社
ビジネスインキュベーションセンター
サービス企画チーム
安藤 陽一郎
Yoichiro Ando



キャノンITソリューションズ株式会社
ビジネスインキュベーションセンター
インキュベーション推進部
岡田 雄大
Yuta Okada



3分で分かる! 注目キーワード

ITやビジネスの分野で
旬なキーワードを
簡潔に解説!

第2回

インボイス制度

消費税の納付ルールが厳格に

「インボイス」とは「適格請求書」のことです。適格請求書とは、ビジネスの取引で売り手が買い手に対して正確な消費税情報を伝えるもの。具体的には、現行の区分記載請求書に「登録番号」「適用税率」「消費税額等」の記載を追加した書類や電子データの中で、領収書やレシートなども含まれます。消費税情報のやりとりをルール化して、国が消費税を漏れなく徴収することを主目的とした制度です。

ビジネスのやりとりでは、事業者は消費税を一時的に預かっているだけで、最終的には受け取り分・支払い分を相殺して国に納税しなければなりません。図のように、課税事業者が330万円(30万円分が消費税)で仕入れた商品を、製品化するなどして550万円(50万円分が消費税)で売ったとすると、受け取った消費税分50万円と支払った消費税分30万円の差額20万円を国に納税します。

図の事業者が受け取った330万円のうち30万円は本来国に納めるべき消費税分ですが、現在年間売上高1000万円以下の小規模事業者は、それを納めなくてよい「免税事業者」とされています。

インボイス制度は2023年10月1日にスタートします。現在の免税事業者は同年3月までに課税事業者となるか免税事業者のままであるかを選択しなければなりません。課税事業者となる場合、申請して「登録番号」を受け取ります。しかし、免税事業者のままいると登録番号がないので適格請求書を発行できなくなり、取引相

手の課税事業者は仕入れの消費税額分の控除を受けられません。そうすると取引してもらえなくなる可能性が高くなるため、多くの免税事業者が課税事業者となることを余儀なくされるはずですが。

いわゆる“弱者”である免税事業者を「契約切り」から守るため、インボイス制度には経過措置期間があり、課税事業者が免税事業者から仕入れた場合でも、スタートから最初3年間は仕入税額相当額の80%、続く3年間は同50%の控除が可能です。

また課税事業者も、これまでは比較的緩いルールの下で不正確な消費税額を納付することが少なくないとの指摘もされてきました。しかし、インボイス制度開始後は適格請求書で納税額を厳密に算出しなければならないため、どうしても手続きが煩雑になりがちです。また、取引先が多い大手・中堅企業の経理部門には特に影響が大きい制度なので、経理・情報システムでの早急な対応が必要です。

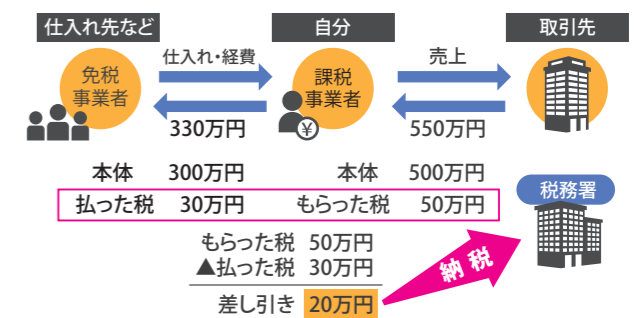


図1 現行の消費税のしくみ

from キャノンITソリューションズ



インボイス制度を一言で言えば、消費税をきちんと納めようという制度です。具体的には適格請求書(インボイス)として、現行の「区分記載請求書」に「登録番号」「適用税率」「消費税額等」を追記します。売り手である登録事業者はインボイスの交付と写しの保存を行い、買い手側は仕入税額控除の適用を受けるためにインボイスの保存が必要となります。また、今後はデジタルインボイス(Peppol)への対応も想定されます。バックオフィス業務全体の「デジタル化」を見据え、買い手側が仕入税額控除を受けられるように、まずはインボイス制度に対応しましょう。

スーパーストリーム株式会社
マーケティング本部マーケティング部
部長
山田 英樹
Hideki Yamada

◎スーパーストリームのインボイス対応会計ソリューション情報はこちら
<https://www.superstream.co.jp/product/keiri/invoice>

