

May 2023

WACOM

STORY BOOK

ISSUE

1



今日だけは、ワコムのお話をさせてください。



Contents

04	ワコムが大切にしている「インク(Ink)」とは何か？
06	「今日だけは、ワコムの話をさせてください」 from 井出信孝 代表取締役社長 兼 CEO
18	【体験の旅】を届けるという約束
20	ワコムが届ける【体験の旅】とは ライフロング・インクの実現へ向けて追求する3軸
24	ETCチームが実現する、これからの製品開発 「Wacom® Cintiq® Pro 27」開発の舞台裏
28	ワコム製品を操るクリエイターたち
34	「新しいエコ・システム」の青写真
36	革新的協業の軌跡 新製品の共同開発を行うレノボ、サムスン
38	未来へ向けたコラボレーション Z会、パイロット、mui Labとワコムの取り組み
40	いつでもどこでもワコムがサポート 世界各地の日常に新たな【デジタルペン体験】を届ける試み
42	「世界は、まだまだ可能性に満ちている」 ビジネスソリューションの発想力
46	仲間と呼べるような「親しみ」を感じるテクノロジーを求めて ハードウェア会社から【体験の旅】を届ける存在へと進化を続けるワコム
48	デジタルインクが紡ぎ出す新たな可能性: 「KISEKI ART」 「Wacom Yuify」
50	未来の体験価値は技術革新から生まれ出る ワコムの根幹を担う開発リードが対談
54	世界を知る投資家・阿部修平は、なぜワコムに熱視線を注ぐのか
60	ワコムを取り巻くコミュニティ 多彩なパートナーと共創する未来
68	コネクテッド・インクは「クリエイティビティのおもちゃ箱」だ
70	ワコムの社会への取り組み 【心の灯り】を大切にしているワコム
72	ワコムの環境サステナビリティ 「テクノロジー・リーダーシップ・カンパニー」として推進する環境への取り組み
76	TCFD提言に基づく情報開示
78	ワコムグループのガバナンス グローバルに活動するワコムグループのガバナンスについて
82	会社概要
83	価値創造を実現する6つの資本
84	ワコムの歩み 1983年の創業から現在までのワコムの軌跡
86	【Meaningful Growth】という問いかけ 測定可能な評価軸だけではない世界を目指して
88	Work of Art: 「創作2023」 by Bunta
90	感謝の手紙
91	編集後記



COVER PHOTO
Photographer: Sho Kato(timeties)
Retoucher: Masaru Miyamoto(alpharobe)



WHAT IS INK THAT WACOM VALUES?

想いや心の有り様を留めるものは
決して無くならない

ワコムが大切にする「インク (Ink)」とは何か？

自分の子どもからもらった「ありがとう」のメモ書き。波打ち際に木の枝で描かれた落書きや告白。ノートの片隅に記された時や場所。指や道具で描き/書き付けられた線、そして線から成る文字や絵には表現の巧拙などはなく、触れるものの心に等しく小さな火を灯してくれる。こうした「想い」や「心の^あ有り様」の込められた^{ストローク}筆跡を指して、ワコムでは「インク (Ink)」と呼ぶ。道具屋・ワコムの仕事は、デジタルでインクを「描き付ける/書き付ける」「刻み込む」「削り出す」ための道具をつくること。人間の人間たる^{ゆえん}所以のひとつと言える【描く/書く】を支えるには、その書かれた線であるインクを大切に扱うのは当然のことと言える。

ワコムが手がける道具は、デジタルペンや液晶ペンタブレット/ペンタブレットといったデジタルツール。ペンにインクが必要のように、デジタルペンで線を引くにはデジタルインクが欠かせない。デジタルペンの技術を磨き上げるだけでなく、デジタルインク技術も進化させなくてはならず、「WILL™ (Wacom Ink Layer Language)」はワコムを代表するデジタルインク技術だ。一般的に、アナログインクは時間の経過や環境の変化によって影響を受け、次第に劣化し、いずれ消え去っていく。例えば『古事記』。現存する最古の写本は南北朝期に編まれたもの。この「真福寺本『古事記』三帖(国宝)」は成立から1,000年も経っていないが、細心の注意を払って保管・修復されなければ、そう遠くない未来には朽ち果てる運命にある。翻って、デジタルインクはどうだろうか。デジタルインクは時間と空間を超え、記録・保存・複製・移動など、アナログインクが苦手とする課題を解決してくれる。さらに、感情や思考といったアナログでは難しかった情報の捕捉・解析・保存をも可能にし得る。デジタルインクには、未だ私たちが知らない無限の可能性が秘められていると言えるだろう。

人間が存在する限り、【描く/書く】という行為が無くなることはない。技術の進歩によって「インクが記されるもの(対象物)」は土、石板、パピルス、羊皮紙、紙、ペンタブレットへと変化を遂げた。もしかしたら、近い将来、インクが記されるものはさらに変化し、最終的に何もなくなる可能性もゼロではない。しかし、人間がその想いを込めて【描く/書く】という本能・衝動は消えないはずだ。ワコムが寄り添いたいのは、この【描く/書く】という人間のひとつの本質。だからこそ、道具屋であるワコムはモノをつくるだけでなく、ペンを通じた体験を提供していくことに情熱を注いでいくのだ。

WACOM VISION

from NOBUTAKA IDE

一番のファンとして、僕が伝えられること
今日だけは、ワコムのお話をさせてください

ワコムに身を投じて以来、ひとつの生命体にも喩えらえるこの会社の持つ奥深さに触れることで、「誰よりも熱いファンになっていった」と語る代表取締役社長 兼 CEO・井出信孝。長く抱いてきた「人間を支えたい」という想いは、多くのチームメンバーと共に歩むなかで、着実に実現へと近づいている。ワコムの持つ価値とその先に広がる未来について、自らの言葉で語る。

Prologue

Wacom Story Book (以下ストーリーブック) を手に取っていただいたすべての方へ。これは僕らワコムの飾らない姿を、より広く、より深く知っていただくための、ひとつの新しい挑戦です。ここには「いまのワコム」を構成する人物たちが登場します。道具屋・ワコムが磨き上げた製品をご愛用いただいているお客様、未来に向かって一緒に【体験の旅】を創り出しているパートナー、厳しくも温かい目で常に叱咤激励してくださる投資家の方々、そして、日々共に歩むチームメンバー（ワコムでは従業員をこう呼びます）の面々。世の中の移り変わりに柔らかに対応しながら、姿を変え続ける【生命体・ワコム】にとって、誰一人欠くことのできない大切な仲間です。一人ひとりが紡ぐ言葉は、どれもが小さな「物語」でもあります。ワコムにまつわる物語に耳を傾けて欲しい。それぞれの物語に宿る温かな【心の灯り】を見つけてもらいたい。そうした想いを込め、このアンソロジー（撰集）に「ストーリーブック」という名を託しました。これから定期的に、ワコムの心躍るような冒険譚をお届けしたいと考えています。まずは「ワコムが一番のファン」を自認する僕が、尽きることのない魅力についてお話ししたいと思います。

僕はこうしてワコムのファンになった

僕はワコムを創業したわけでも、ワコムで特別な教育を受けたわけでもありません。その僕が「ワコムのファン」になったのは、ひとつの生命体ともいえるこの企業の全貌、

底知れぬ魅力に心を奪われたから。ワコムの使命、それは「【描く/書く】を実現するための道具づくりを続けること」。「ライフロング・インク (Life-long Ink)」という約束も、僕が考え続けてきた「人間を支えたい」という想いとも分ち難く結びついています。

「人間とは何か?」「人間を支える術はあるのか?」僕が長く考え続けてきた課題意識です。【描く/書く】は「人間をその人たらしめているもの」のひとつであり千差万別です。その行為と密接に関わるワコムのビジネスは「人間の本質」「人間の創造性」に関わることだと感じました。ワコムであれば、【描く/書く】を通じて人間のすべてを支えられるのではないか。こうした直感がワコムへの転身につながりました。

僕が「ワコムが一番のファン」を自負するに至った理由は、そのビジネスが秘める「無限の可能性」に気付いたことです。「ワコムの技術は人間のすべてを支えることができるのでは?」という直感はあったものの、入社後に配属されたのはワコムのテクノロジーをOEM提供先メーカーに提供する「テクノロジーソリューション事業」でした。それまで、【描く/書く】、特にデジタルツールでの【描く/書く】は、創作・作品づくりに関わる【クリエイター/アーティスト】だけの、ある種特別なものだと考えていました。ところがテクノロジーソリューション事業でのビジネスは、「描き付ける/書き付けるという行為は日常の至るところに溢れている」ということを教えてくれました。ワコムに入社して、この事業に携わったからこそ、僕はワコムの全貌を見ることができるようになっ

たと言っても良いかも知れません。

ワコムの魅力と奥深さ、その最大の要素は「お客様との距離が極端に近いこと」です。ワコムのお客様は、ワコムのディスプレイ（液晶ペンタブレット）やペンタブレットを使ってくれるユーザー、ワコムのテクノロジーを提供しているOEM提供先メーカー、未来の体験価値について語り合うパートナーなど多岐にわたりますが、すべてのお客様との距離がとても近いのです。それは、ワコムが明確な目的のために価値を提供していることに起因します。【描く/書く】を軸として「創造する」「記録する」「学ぶ」という目的があるからこそ、ワコムが果たす役割も明瞭になります。ワコムのテクノロジーが百人百様のお客様の目的に直接つながっているのは、大きな誇りです。

僕はワコムという集団を生命体のように感じています。誕生から40年間生き続けてきた「ひとつの生命体のような存在としてのワコム」。その行く末に興味が尽きません。CEOという立場でワコムを率いてはいますが、僕自身が動かすわけではなく、ワコムに突き動かされ、ワコムが進みたい方向に導く助けをしているにすぎないのでは? と思います。

この「ワコムに突き動かされている」という感覚は、振り返れば2019年の「コネクテッド・インク (Connected Ink)」(⇒P68&69 _コネクテッド・インクについて) で強く感じたこと記憶しています。コネクテッド・インクは、「創造的混沌」をテーマに「【問い】を立て、意見を交わし、次なる【問い】につなげること」により、創造性の未来を探求し続ける実験的空間。2019年のコネクテッド・インクで、「もはやこのイベントはワコムだけのものではな





【描く／書く】と密接に関わるワコムのビジネスは「人間の本质」「人間の創造性」に関わることだと直感したのです。

い」と感じました。参加してくださる一人ひとりに大切なものがあり、社会にインパクトを与える様子を見て、【生命体・ワコム】が僕らを動かし、大きな渦に巻き込んでいくような感覚に包まれました。それは、「新しい文化を創っていけるのではないか?」という強い予感でした。その場に集う人々が「次世代につながる文化の萌芽を大切に育てるという使命を帯びた」とも言えるかも知れません。「新しい文化を創る」というスピリットは、ワコムのなかで日々成長しているように思います。

ワコムは、「ライフロング・インク」(⇒P18&19_ライフロング・インクについて)という「約束」を掲げています。それは、「ワコムがお客様に対し、インクを通じて【体験の旅】を届けるという『約束』」です。その「旅」は、ワコムがお客様の生涯を通じて届ける「体験」から成るものであり、この「体験」を生み出すのは、ワコムが磨き上げているデジタルテクノロジーです。「インクに関わるデジタルテクノロジーが実現する体験を、お客様の生涯を通じて(＝ライフロング)提供し続けることで、お客様と共に旅をする」というのが、ライフロング・インクの意味するところになります。デジタルテクノロジーは時間と空間を超えます。製品と技術のみならず、「製品と技術を通じた体験を届ける会社」であると自覚し、すべての人生を「一生」という時間軸で支えるという意味表明をライフロング・インクという言葉に込めています。もしかすると一生さえも超え、死してなお続く物語を紡ぐことができるのです。

ワコムに感じる「4つの魅力」

ワコムに感じる魅力は数え切れないほどあります。ここでは「テクノロジーを追求する姿勢」「愛憎入り混じるお客様との関係性」「独立と協調の両立」「チームメンバーの想いや誇り」という4つの観点に絞ってお話します。

01 愚直なまでの技術追求の姿勢

ワコムの価値の源泉はテクノロジー。徹底的な技術追求の姿勢こそが「ペンを通じた新しい体験」を届けるために最も重要です。CEO就任後初意思決定も「ワコムは技術会社である」と宣言することでした。【中期経営方針 Wacom Chapter 3】の【5つの戦略軸】のひとつとして「テクノロジー・リーダーシップ(Technology Leadership)」を標榜しています。これは「技術開発に経営資源を集中的に投下し、圧倒的な体験を届ける」ことを指します。ワコムはテクノロジーそのものではなく、テクノロジーを「体験」に翻訳して届けます。この圧倒的体験の実現を目指し、テクノロジーへの投資に注力しているのです。

少し長い目で見ると、「【描く／書く】という行為の未来」についても考えておくべきかも知れません。人間が存在する限り、【描く／書く】の重要性は変わらないでしょう。一方で、「破壊的技術」の登場が、意味や定義を根本から覆すという可能性もゼロではありません。【描く／書く】と人間との関係も予想のつかないものになるかも知れません。それでも、【描く／書く】という行為は人間の根源的欲求のひとつ

です。いつ訪れるかもしれないその時のためにもテクノロジーを大切にし、次世代へ継承することが欠かせないのです。

デジタルテクノロジーが内包する「危うさ」から目を背けてはならないとも考えています。即時性、効率性、生産性、再現性といった恩恵をもたらすと同時に、誕生以来、人類が育んできた「人間性」や「人間の創造性」を毀損しうる、もっと言えば「いとも容易く無力化してしまうのではないか」という懸念を持っています。ワコムが関心を寄せるのは「もっと移ろいやすい、シグナル(重要な情報)とノイズ(雑音)が混在するような情報」です。それを捉えて可視化できれば、そこには新しい体験が生まれるはずだと考えています。時空を超えて揺蕩う情報、千々に乱れる想いや言霊をデジタルテクノロジーで捉え、価値を見出したい。その実現に自信があるからこそ、臆することなくこの課題意識を問いかけることができるのです。

ここでワコムがお客様に届ける【3つの体験】についてお話ししましょう。第1の体験は「『筆が走る体験』をクリエイターに届ける」こと。この体験を届けるのは「クリエイティブソリューション」であり、ワコムブランド製品群がその役割を担います。言うなれば「スピードのエース」。最強の一枚を持っているから、ワコムは【クリエイター/アーティスト】に最高のペン体験を届けることができます。第2の体験は「日常に溶け込む『ペン体験』」。世の中へ【デジタルペン体験】を広く深く浸透させていくのは「ビジネスソリューション」と「テクノロジーソリューション事業」。ビジネスソリューションはワコム製品をあらゆるビジネスシーンに浸透させること

で、テクノロジーソリューション事業はワコムの持つデジタルペンやデジタルインクの技術を通じてOEM提供先メーカーの製品に付加価値を与えることで、その体験を実現します。同じカードに喩^{たと}えるならば、多彩な数字とマークの組み合わせを取り揃えることで、あらゆる場面に対応できる最強の布陣を敷くというイメージです。そしてお客様に届ける第3の体験は『『道具体験』の先にあるもの』。文字や絵に宿る言霊を読み解き、新しい体験価値へと昇華させる。この体験を届けるのは「インクディビジョン」の役割となります。「一枚の最強のカード」と「多種多様な個性的なカード」。両方を揃えていることがワコムのストロングポイントなのです。

02 あまりにも、あまりにも熱いお客様の存在

ワコムの魅力、その2つ目は「愛憎が表裏一体となったお客様との関係性」。「愛して、愛して、愛しすぎる。それ故に、少しのボタンの掛け違いで、愛が憎しみへと転換しうる」という感情です。ワコムのお客様は実に多岐にわたります。ワコム製品を自らの身体の一部のように操る【クリエイター/アーティスト】たち。学びなどの道具として日常的にワコム製品を使っていた人たちが。ワコムのテクノロジーを通じて共に製品や体験を創っていくOEM提供先メーカーやパートナー。誰もがワコムに対して「愛憎が表裏一体となった感情」をぶつけてくれるのです。

創作に携わる人たちは作品に命をかけています。その道具を手がけるワコムは、ある意味で彼ら・彼女らの「命を預かっている」とも言えま

す。命を預ける相手であるからこそ、そこに向けられる感情の激しさの度合いは必然的に高まらざるを得ない。OEM提供先メーカーについても同じことで、ワコムのテクノロジーが「ビジネスの命運を握っている」のです。【クリエイター/アーティスト】は「魂を込めて創作する」という使命、OEM提供先メーカーは「最上の製品を届ける」という使命、ワコムは「その情熱に応えるために全力で貢献する」という使命を帯びて真剣に対峙しています。互いの使命に忠実であろうとするからこそ、そこには損得を超えた親密な関係が生じるのでしょう。

CEO就任からほどなくして、あるクリエイターから厳しい言葉をいただいたことがありました。「ワコムは私たちクリエイターの覚悟というもの^{もの}を全く理解していない。言いたいことは山ほどあるが、言葉にする気にもならない。今後はもうワコムの製品は使わない」と。返す言葉もありませんでした。その言葉を胸に刻んで取り組んだのが【Wacom Cintiq Pro 27】(⇒P24-27_クリエイターに届ける最高の道具体験)の開発でした。お客様の声に応えることを至上目的に据えて開発した渾身のフラッグシップモデル。先のクリエイターはこの製品に触れた時、「私たちの声を聞いてくれましたね。これこそが欲しかったもの。素晴らしい製品をつくってくれてありがとう」と仰ってくださったのです。思わずその場で涙しました。

OEM提供先メーカーとは技術的要求や納入コストについて、お互いに神経をすり減らすような厳しい交渉が続きます。あるお客様の社内で圧倒的な実績と存在感を放つ「伝説のエンジニア」が、引退後、「これまでたくさん難しい注文を出

してきたが、ワコムは共にイノベーションを起こしてくれた」という言葉を掛けてくださいました。これ以上の褒め言葉があるでしょうか。

ワコムの製品や技術は【描く/書く】という目的特化型のため、好きも嫌いも一瞬で判断され、あらゆるフィードバックが迅速に届けられます。そのため、技術開発サイクルを高速で回すことができます。【描く/書く】という行為が極めて個人的な感覚であるため、すべての人から高く評価されるテクノロジーは、永遠に完成することのない、まさに「終わりのない宿題」のようなもの。それが僕らのやりがいにつながっているのです。

03 【ひとり歩む】と【共に歩む】が並び立っていること：パートナーとの共創

ワコムの魅力、その3つ目は独立と協調の両立、すなわち「【ひとり歩む】と【共に歩む】が並び立つ」という特徴です。【ひとり歩む】とは「自分たちの信じる道を、覚悟を持って進む様子」を指します。ワコムで言えば、デジタルペンやデジタルインクの技術を突き詰めてきたことが該当するでしょう。技術や製品を磨き上げるだけでなく、未知の市場をも切り拓いてきました。一方の【共に歩む】は「外部との関係性を築き、コミュニティを創ること」。【ひとり歩む】と【共に歩む】の並立が、ワコムの強みであり魅力です。

先駆者たちとパートナーシップを築けるのは、【ひとり歩む】ことをひたむきに続けてきたからに他なりません。ワコムのテクノロジーは唯一無二であるため、全く異なる分野からも注目と関心を集めます。真に価値のあるテクノロジーを育ててきた

ワコムのパートナー候補
アライアンスの機会
はほぼ無限に存在しているのです。
これはワコムにとって福音であり
最高の事業環境と言っているでしょう。





「ライフロング・インク」とは
ワコムがお客様に対して
【体験の旅】を届けるという「約束」です。

から、あらゆる世界のトップとも対等な立場で組むことができます。

ワコムと【共に歩む】パートナーには「技術パートナー」「ビジネスパートナー」「文化共創パートナー」という3つのカテゴリーが存在します(⇒P60_ワコムを取り巻くコミュニティ)。もちろん、この区分けは厳密なものではなく、パートナーによっては複数のカテゴリーに含まれる場合もありますが、パートナーとの連携が「ワコムだけでは知り得なかった世界」を見せてくれているのは間違いない事実です。パートナーとの関係から、ワコムは多くのことを学んでいるのです。

デジタルテクノロジーの最大の特徴、それは「掛け算の可能性」です。技術と技術の掛け合わせが起こりやすいということは、次々と現れる新たな製品・サービスを見れば明らかです。ふと見渡せば、実に多くの分野で技術のイノベーションが誕生しています。そしてワコムは、デジタルペンやデジタルインクの分野でのイノベーションを誘発する可能性を秘めた突き抜けた存在でもあります。ワコムの技術は他のどんな技術とでも組み合わせられる。ワコムのパートナーになり得る相手は、ほぼ無限に存在しています。これは最高の事業環境と言っていいでしょう。

04 チームメンバーの 想い・誇り = 心の灯り

ワコムの魅力、その4つ目はそれぞれのチームメンバーが持つ【心の^{あか}灯り】です。CEO就任後、世界中の拠点を回ってチームメンバーと対話しました。その時に感じたのが「一人ひとりがそれぞれの使命感を持ってワコムでの仕事に取り組ん

でいる」ということ。それぞれのお客様の期待に応えようと「1mmずつの進歩」に誇りを持って進んでいる。彼らの言葉から矜持とも言えるものを強く感じ取りました。際立った「個」の集合体。これこそが【生命体・ワコム】の正体ではないかと思っています。

ワコムに溢れる小さな【心の灯り】に光を当て、後押しする活動が「社会への取り組み(Social Initiatives (⇒P70_ワコムの社会への取り組み))」です。それは、喜び、怒り、哀しみ、楽しめといったチームメンバーの心の奥底から湧き上がる想いを原動力としたもの。そのどれもが、誰に強要されるでもなく、チームメンバー自身の信念や情熱に支えられています。一つひとつの活動は、必ずしも世の中を変えるような驚くべき取り組みではないかも知れません。それでも信念に従い、自分ができることに自分のやり方で対峙している「小さな物語」です。ビジネスと社会貢献の境界線が曖昧になり、ほとんど溶け合っているような取り組みも少なくありません。【心の灯り】が「社会への取り組み」の世界を押し広げていければと考えています。

「道具屋」であることを 決して忘れない

僕らは【体験の旅】を届けるという約束をしています。その体験はワコムがつくる道具を通じて実現するもの。ワコムは「道具屋」であることを忘れず、使い手を支え続ける自覚を持っています。「筆を止めないこと」「筆が走る体験を提供すること」「創造性を加速させること」は道具屋・ワコムのプライドなのです。

ワコムの立ち位置は、あくまでも「道具屋(instrument provider)」です。「道具」の英訳に“tool”ではなく“instrument”を充てたのは、手に馴染む感覚や、使い手に寄り添う存在でありたいという願いを込めているから。要素技術のみを提供するソリューションカンパニーではなく、あくまで「道具屋」でありたい。技術だけを切り出すのは難しくありませんが、ワコムが届けたいのは「道具を通じた体験」なのです。

道具屋としてワコムが守りたいことがあります。まずは「(使い手の)筆を止めないこと」。ワコムの道具が原因・障害となってクリエイターの創作や思考を止めるようなことがあってはなりません。そのために「デジタルインクの遅延」を極限まで減らし、「液晶画面に生じる視差」をゼロに近づけるなどの挑戦を続けているわけです。次に「筆が走る体験を提供すること」。頭で考えることなく自ずと筆が走るような感覚を提供するのが、僕らの守るべきことです。最後に「創造性を加速させること」。「筆が走る」ことから「思考が深まる」「創造性が豊かになる」という、これまでにない体験が実現できたら素晴らしいことです。「創造性に刺激や閃きを与える道具」をワコムが届けたいのです。もちろん、「筆を止めないこと」はクリエイティブな領域に限ったことではありません。ビジネスシーンにおいても道具が原因で筆を止めることがないよう、ワコムはテクノロジーを磨き続けています。

道具屋自身は、果たしてクリエイターになり得るのでしょうか？ 創作の主役は言うまでもなくクリエイターやアーティストです。才能ある存在を支えるのがワコムの使命で

はありますが、その「才能を支える仕事」も、ある種のクリエイティビティに満ちた仕事であるという自信を持っています。

ワコムが向かう未来

ワコムの使命は「【描く/書く】を実現するための道具づくりを続けること」。しかしながら、この使命も不変ではなく、世の中の移り変わり、技術の進化、競争環境の変化などに合わせて常に形を変えていくもの。これこそ、40年にわたって生き続けてきた【生命体・ワコム】の真骨頂だと思うのです。

変わり続ける【生命体・ワコム】は、道具屋としての誇りを失うことなく、「総合的な体験価値を提供する会社」へと変貌を遂げようとする途上にあります。クリエイターに新たな閃きをもたらす「KISEKI ART（キセキアート）」（⇒P48_デジタルインクが紡ぎ出す新たな可能性）、クリエイターの権利を保護する「Wacom Yuify（ワコムユイファイ）」（⇒P49_デジタルインクが紡ぎ出す新たな可能性）、生徒の学びの過程と特徴を可視化して学びを支えるサービスなど、千態万状の挑戦が動き始めており、すべてが「ライフロング・インクの実現」という一点において明日のワコムを支えます。言わば、テクノロジーを中心に配した曼荼羅です。

財務指標は40年にわたるワコムの存在証明のひとつだと捉えています。その数字の浮き沈みも【生命体・ワコム】が生き抜いた証しのようです。【中期経営方針 Wacom Chapter 3】では、資本や事業活動の効率性を軸として、ROE

（自己資本利益率）とROIC（投下資本利益率）の各指標をガイドラインとして掲げ、2025年3月期までの「成長のイメージ」をお伝えするとともに、株主様への還元策も示しています。

世の中では「ESG経営」への注目が集まっていますが、「何のためにESG経営を意識するのか?」という点を強く意識したいと思います。ワコムにとって「Environment（環境）」「Social（社会）」「Governance（企業統治）」への取り組みは、あくまで「【体験の旅】を届ける」というライフロング・インク実現のためのプロセスです。2023年4月にはTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）へ賛同し、その提言に基づいたレポートを公開しました。「ESG経営への対策が求められているから」という社会的要請のみによるものではなく、すべての人間を支えるために必要だから取り組むのです。それ故、ワコムらしさを大切にしつつ、環境・社会・企業統治へのアプローチを練り上げていくべきだと考えています。

ワコムの使命は「【描く/書く】ための道具づくりを続けること」。しかし、この使命も時代や社会を映すものであり、使命が変われば、求められる経営のあり方も形が変わるでしょう。僕は現在の経営体制、特に社外取締役の顔ぶれには誇りを持っています。それぞれがワコムの使命に共感し、専門性やスキルを活かして経営にアプローチしている。ゴールイメージを共有し、オープンで、時には厳しい議論ができていくという絶対的な信頼感があるのです。

現在を冷静に見極め、現体制でやるべきことを計画・遂行する。これは当然のことですが、それだけでは十分ではありません。急激か

つ予測不可能な変化が絶えない時代にあっては、硬直化した経営体制は恐怖でありリスクです。僕は経営者としての自分自身のタイムリミットに強い自覚があります。そのために「次世代のワコム」を思い描いて、未来の軸となるプロジェクトの推進に全力を注いでいます。技術開発は一朝一夕で成果が出るものではありません。次の世代にバトンを受け継ぐその時まで、「明日のワコムを創るための、いまのワコムを輝かせる挑戦」が続きます。それぞれの使命に向けて、底知れない情熱を胸にプロジェクトをリードするチームメンバーたちを目の当たりにし、その冒険が素晴らしい結末を迎えたと信じて疑いません。

Epilogue

ワコムのストーリーブック、その最初の一步がいよいよ始まります。ページを捲った先に始まる物語は「いまのワコム」を読み解く鍵となるでしょう。これまでにお話ししてきた夢や未来がどのように実現されていくのか。その道筋をはっきりと理解していただけるのではないかと思います。現在のワコムには「すでに実現できていること」「これから実現できそうなこと」「まだ実現できていないが、懸命に取り組んでいること」「いつか実現してみたいこと」が渾然一体となって渦巻き、それらはすべてライフロング・インク達成の途上に現れるワンシーンとなることでしょう。【生命体・ワコム】のこれからに、僕自身、期待せずにはられないのです。



井出信孝 | Nobutaka IDE

株式会社ワコム
代表取締役社長 兼 CEO

1970年 東京都生まれ。国際基督教大学大学院行政学研究科（当時）修了後、日本の家電メーカーに入社。米国での商品企画やマーケティング、中国での携帯電話ビジネスの事業開発などに携わり、2013年、株式会社ワコムに入社。テクノロジーソリューションビジネスユニット、シニア・バイスプレジデントなどを経て、2018年、代表取締役社長兼CEOに就任。2021年には、人間の新しい表現と学びを支える一般社団法人コネクテッド・インク・ビレッジを設立し、代表理事就任。読書、楽器演奏と作詞を好み、休日はパフォーマーの娘とコラボ創作に取り組む。好きな作家は三島由紀夫、好きな音楽はチャイコフスキー、シオン。

CEOメッセージは、Wacom Chapter 3の5つの戦略軸（P87 中期経営方針）（「Technology Leadership」「Community Engagement」「New Core Tech, New Value Proposition」「Tech Innovation for Sustainable Society」「Meaningful Growth」）に集約されます。この戦略軸に呼応する形でマテリアリティを設定しています。

ワコムのマテリアリティ（重要課題）

- | | |
|---|--|
| 1 | 技術会社として技術や商品、サービスのポートフォリオを拡大し、新たな価値や事業を創出
(事例参照先:技術革新と新たな体験価値創出 P24、P34、P42、P46、P48、P50) |
| 2 | ワコム一社の活動のみならず、コミュニティを形成しながら価値創造と社会的責任を遂行
(事例参照先:コミュニティ連携と共創 P60、P68) |
| 3 | 環境への取り組み(TCFDやJCIフレームワークへの賛同など)と併せて、技術と商品を通じて持続可能な社会の実現に貢献
(事例参照先:サステナビリティへの取り組み P72、P76) |
| 4 | 個の尊重をベースとした成長空間の提供
(事例参照先:人材への成長空間の提供 P24、P70) |
| 5 | 多様な視点による質の高いガバナンス体制を構築
(事例参照先:価値創造を支えるガバナンス P78) |



「ライフロング・インク (Life-long Ink)」というコンセプトは、僕自身が常に考え続けてきた「一人ひとりの人生を深く支えるには、どうすべきか？」という問いそのものです。振り返ると、ワコムに入社した当時から、アニメーションやマンガといったプロフェッショナルでディープな【クリエイター / アーティスト】だけを支えるのみならず、「すべての人間の表現に寄り添うのがワコムの在り方ではないか？」という考えを持っていました。僕自身、「必ずしも美しいものばかりではない、人間の抱える暗い深淵」を覗きながら「人間とは何か？」という【問い】を立て続けてきたということもあります。稲妻に打たれたかのように降りてきたライフロング・インクという言葉。渋谷のスクランブル交差点を歩き交う人々、その一人ひとりの背中から色とりどりで太さもさまざまな「人生の一筆描き」が紡ぎ出されている様子が本当にはっきりと見えたのです。

ライフロング・インクという言葉に託した想い

ライフロング・インクは僕の造語です。この言葉を構成する「ライフロング (Life-long)」と「インク (Ink)」という2つの要素を紐といてみます。まずはライフロング。その語義は「(人間の) 一生」「(ある人の) 生涯・人生」。しかし、僕がこの言葉から想起するのは最大公約数的な不特定多数の人生ではなく、やはり、自分そして自分に関わってくれた人々の人生です。そして、その人生には「明るい面 (bright side)」だけでなく、筆舌に尽くし難い「暗い面 (dark side)」も含まれているはず。記憶の欠片のような時間の集合体すべてを包み込むものが、僕にとってのライフロングという言葉です。アノニマス (匿名) ではなく「自分自身の物語」「自分と関わりのある人たちの物語」。僕らワコムが取り組むのは、実際のお客様の顔を思い浮かべながらの価値創造です。

そしてインク。インクという言葉からイメージされるのは、単なる文字や線というよりも、

もっと重みのあるもの。僕は「draw-in / write-in」という表現を好んで使いますが、そこには「描き付けられたもの / 書き付けられたもの」「刻み込まれたもの」「削り出されたもの」という「頭と心を使って生み出されたもの」という想いを込めています。インクには「魂」や「想い」が宿っている。ワコムとして、この「描き付ける / 書き付ける」「刻み込む」ための道具をつくりたいという想いを込めて、僕はこのインクという表現を使っています。このインクは長い人生を通じて記録され続け、保存され、時間と空間を超えて人から人へと引き継がれていきます。それこそが【言霊】と呼ばれるものかもしれません。

A Drop of Ink Will Make “Your” Life Meaningful

「一滴のインクが『あなた』の人生を彩るかもしれない」。僕の中にはこうしたイメージがあります。そのインクの色は美しいかもしれないし、そうではないかもしれませんが、もしかしたらその一滴のインクが「あなた」の人生を変えるかもしれない。それは「祈り」のようなものです。「世界を変えたい」などという大それたものではなく、「あなた」の世界が変わるかもしれないという感覚。人生は必ずしも輝く瞬間だけで満ちているわけではありません。浮き沈みがあり、時に波風も立ち、良い時があれば必ず悪い時もあります。ワコムは、人生の明るい部分だけでなく暗い部分も含めて、そこに寄り添いながら「祈り」を届けるような会社でありたいと思っています。人生に少しの彩りが与えられることは、それがどんな色であっても意味があるはずです。ライフロング・インク、それは「インクが紡ぐ、一人ひとりのライフロングを描いた一編の物語」と言い換えてもいいでしょう。

お客様の生涯を通じて提供することで共に旅をする

ワコムにとってのライフロング・インク、それは「僕とお客様との約束」です。どんな約束かと言えば、それは「お客様に対して【体験の旅】を届けるという『約束』」です。ライフロング・インクは「ワコムのテクノロジー」でもなく「ワコムのビジョン」でもなく「約束」です。この約束は「不特定多数との漠然とした約束」ではなく、「顔の見える個人と、個としてのワコムとの、とてもパーソナルな約束」に近いイメージです。お客様に約束する旅は、お客様の生涯を通じて僕らが届け続ける体験から成るもの。この体験を生み出すのは、もちろん、ワコムが磨き上げているテクノロジーです。「インクに関わるテクノロジーが実現する体験を、お客様の生涯を通じて提供し続けることで、共に旅をする」のです。ワコムのベースはあくまでもテクノロジー。そのテクノロジーが価値ある新しい体験につながると考えています。

この数年、ワコムはライフロング・インクという言葉や概念を説明するよりも、【体験の旅】を具現化した「手に触れられるもの」をつくり上げることを通じてライフロング・インクのイメージを共有しようとしてきました。創作の過程を可視化する「KISEKI ART (キセキアート)」や、クリエイターの創作の証しや作品のストーリーを残し続ける「Wacom Yuify (ワコムユイファイ)」、生徒の学びの過程と特徴を可視化して支えるサービス。これらのプロジェクトに触れることで、ライフロング・インクが意味するところを体感できる方も増えてきたのではないのでしょうか。一方で強調したいのは、液晶ペンタブレットやペンタブレットをはじめとしたワコムのデジタルデバイス、つまり道具そのものを通じてクリエイターを支えるという熱い想い、それもまさにライフロング・インクそのものであるということです。

ワコムがこれまで大切にしてきた「【クリエイター / アーティスト】というプロフェッショナル・ユーザーに寄り添うという姿勢」は、遥か

昔からライフロング・インクを体現していたのだと僕には思えます。プロフェッショナルに寄り添えば寄り添うほど、その要望に^{ひが}応えていくことが仕事の目的のすべてになり、彼^{ひが}の境界が消えてほとんど一体化するという状態にもなります。そうすると、ともすればライフロング・インクとの距離が離れてしまうように感じることもあるでしょう。ただ、僕がライフロング・インクという言葉に自信を持てたのは、「ライフロング・インクをワコムがすでに表現できているという自負があったから」という面も大きいのです。

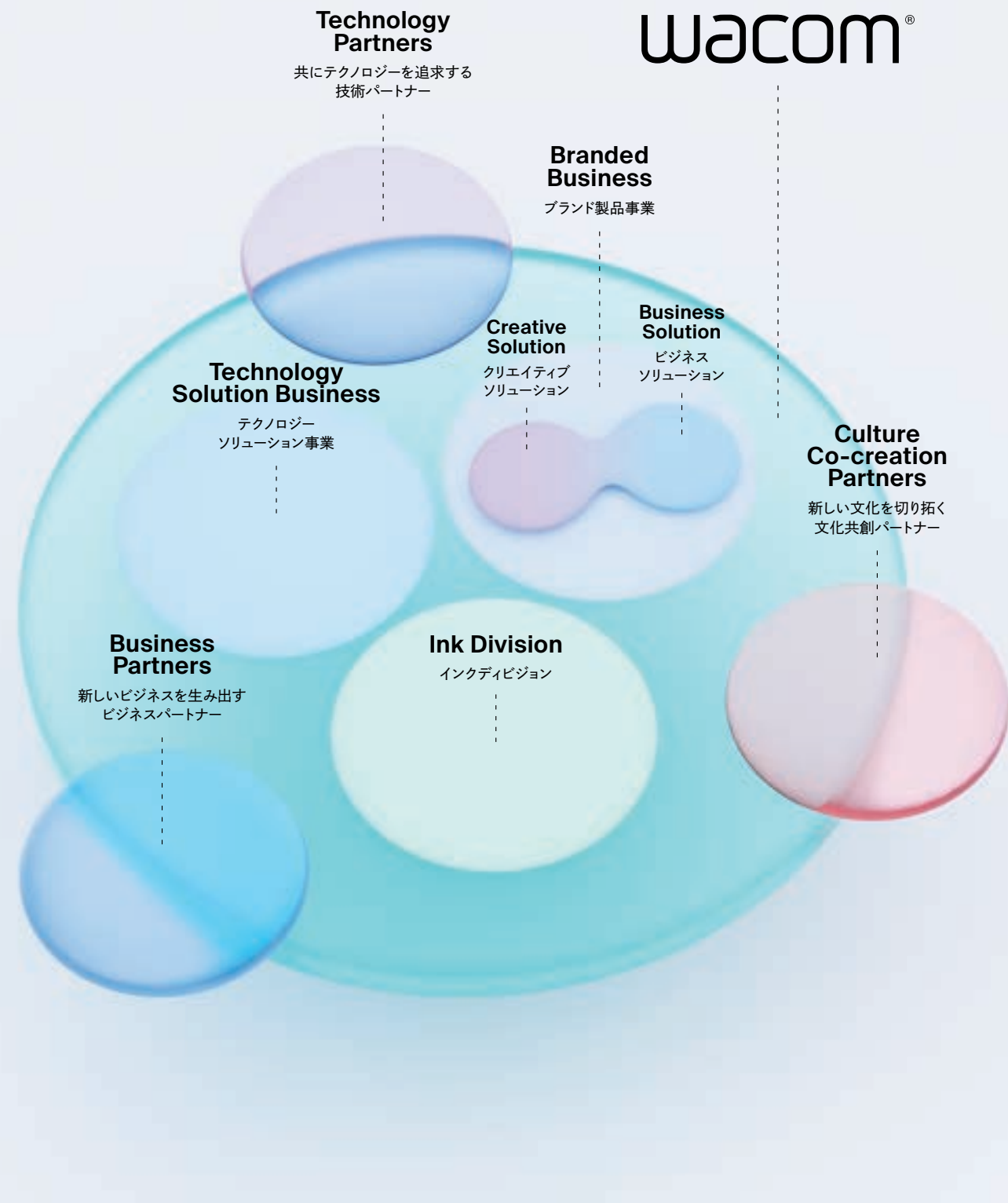
【体験の旅】の記憶の中にワコムの道具があって欲しい

「旅」という言葉を用いたのは、そこに秘められたイメージを大切にしたいからです。旅には、明確な目的地に向かって最速の移動手段、最短距離で到達するのではなく、「辿り着きたい方向だけを決めて、途中さまざまな困難に逢いながらも、少しずつでも歩みを進めていく」というニュアンスが含まれています。茫^{ぼうぼう}漠とした終着点だけを共有し、そこに辿り着くための方法や道のりは人それぞれで構いません。その選択に個性が現れる。旅の楽しみ、旅の喜びは、終着点に辿り着くことだけではありません。新しい発見や気づき、予期していなかった縁や出会い、思ってもみなかった自分自身の新しい顔。そうした数多くの小さな驚きこそが、旅の醍醐味なのではないでしょうか。お客様に、もしかするとワコムのチームメンバーたちにも、そうした「予期せぬ体験」と数多く巡り合ってもらいたい。そして、その【体験の旅】の記憶の中に道具屋である僕らワコムが手掛けた道具が存在していて欲しい。そんな想いを強く抱いているのです。

【体験の旅】を届けるという約束

それは「創作を支える仕事」と「テクノロジーを提供する仕事」の間をつなぐような、まさに天啓だった。「一生・生涯・人生」を意味する「ライフロング (Life-long)」と「描き付けられたもの / 書き付けられたもの」を指す「インク (Ink)」からなるこの言葉。【体験の旅】を届けるような数々のプロジェクトがヴェールを脱ぎ始めたいま、それは単なる概念ではなく、確かな手触りを宿し始めている。創作を支え続けてきたこと自体がライフロング・インクの実現そのものと言っても過言ではない。つまりは、長く、長く息づいてきたワコムの「魂」を^{こゝろ}言^{ことば}の葉に乗せたものこそがライフロング・インクという「約束」と言えるのかもしれない。井出の語る「ライフロング・インクに込めた想い」とは。

Life-long Ink story



WACOM'S PROMISE

ワコムが届ける【体験の旅】とは

ワコムは日々のビジネスを推進していくうえで、以下の3軸を追求している。「クリエイターに最高のデジタルペン体験を届ける」「ワコムのテクノロジーで幅広い顧客に貢献する」「ワコムの命であるテクノロジーを洗練させる」。この3軸を突き詰め、新しい体験価値を生み出した先に、ライフロング・インクの実現が待っているのである。

「ワコムがお客様に対して【体験の旅】を届けるという『約束』であるライフロング・インク。その実現に向けて、日々歩みを進めている。「ブランド製品事業」「テクノロジーソリューション事業」「インクディビジョン」という、3つの柱から整理していこう。ブランド製品事業は「クリエイティブソリューション」と「ビジネスソリューション」の要素によって構成されている。

ブランド製品事業を構成するクリエイティブソリューションとビジネスソリューションは、共にワコム製品を扱いながらも、その性格は大きく異なる。しかし、それぞれが相互に好影響を与えていることは確かだ。ビジネスソリューションは基本的にB2B2Cビジネス。そのため、実際のユーザーではなく、サービス提供者が導入決定権を握る。導入を後押しする要因は「ビジネスへの貢献」が第一だが、その際にクリエイティブソリューションが積み上げてきたペンタタブレット/液晶ペンタタブレットでの知名度や信頼が後押しになることも少なくない。「板タブ/液タブとえばワコム」という信頼度が、ワコム製品を社会に浸透させる助けとなっている。逆もまた然りであり、日常生活でワコムブランドに触れる機会が増えれば、いざデジタルクリエイティブツールを手に入れたいと思った時に、ワコムのクリエイティブソリューションが手掛ける製品を真っ先に想起してもらえる機会が増える。

ワコムブランドを取り扱うブランド製品事業と、ワコムのテクノロジーをOEM提供先パートナーに提供するテクノロジーソリュー

ション事業は、ともすれば同じ市場におけるライバルにもなりかねない関係でもあるが、テクノロジーソリューション事業から見れば、ブランド製品事業が築き上げた信頼・実績はOEM提供先パートナーの開拓を優位に進める福音となる。また、ブランド製品事業にとってもテクノロジーソリューション事業が開拓するOEM提供先パートナーの広がりや実績が【クリエイター/アーティスト】に対しても訴求力を持つ。長らく門外不出とされてきたブランド製品事業専用のテクノロジーに関しても、テクノロジーソリューション事業への共有が進みつつある。反対に、OEM提供先パートナーからの厳しい要求に応じて鍛え上げたテクノロジーソリューション事業の知見が、今度はブランド製品事業へと環流することも少なくない。これら両事業の間の技術交流を促進する「ワコム工房」という新たな取り組みも始まり、連携して技術を高め合う流れはますます加速するだろう。

インクディビジョンは、デジタルインクに関わる技術開発を通じてブランド製品事業とテクノロジーソリューション事業の両ビジネスを支える。自社製品であるか、OEM提供先パートナー製品であるかを問わず、技術的要望に対応して解決策を提案するのがインクディビジョンの果たす一番大切な役割だ。ブランド製品事業との間で蓄積した経験が、テクノロジーソリューション事業のプロジェクトに派生するシーンも珍しいことではなくなった。さらには、求めに応じるのみならず、インクディビジョンが開発したテクノロジーが入り口となって新たなビジネスが芽吹くこともあ

る。デジタルインクで記した言葉の意味を認識・処理することができる「セマンティック・インク」の技術により、テクノロジーソリューション事業が舵を取る教育分野での取り組みはさらなる広がりを見せている。ビジネス側が欲するテクノロジーを開発すると同時に、テクノロジー主導で新しいビジネスを生み出す。こうした相互の関係が、この数年のうちに、目に見える成果としてさらに形を現す見込みだ。

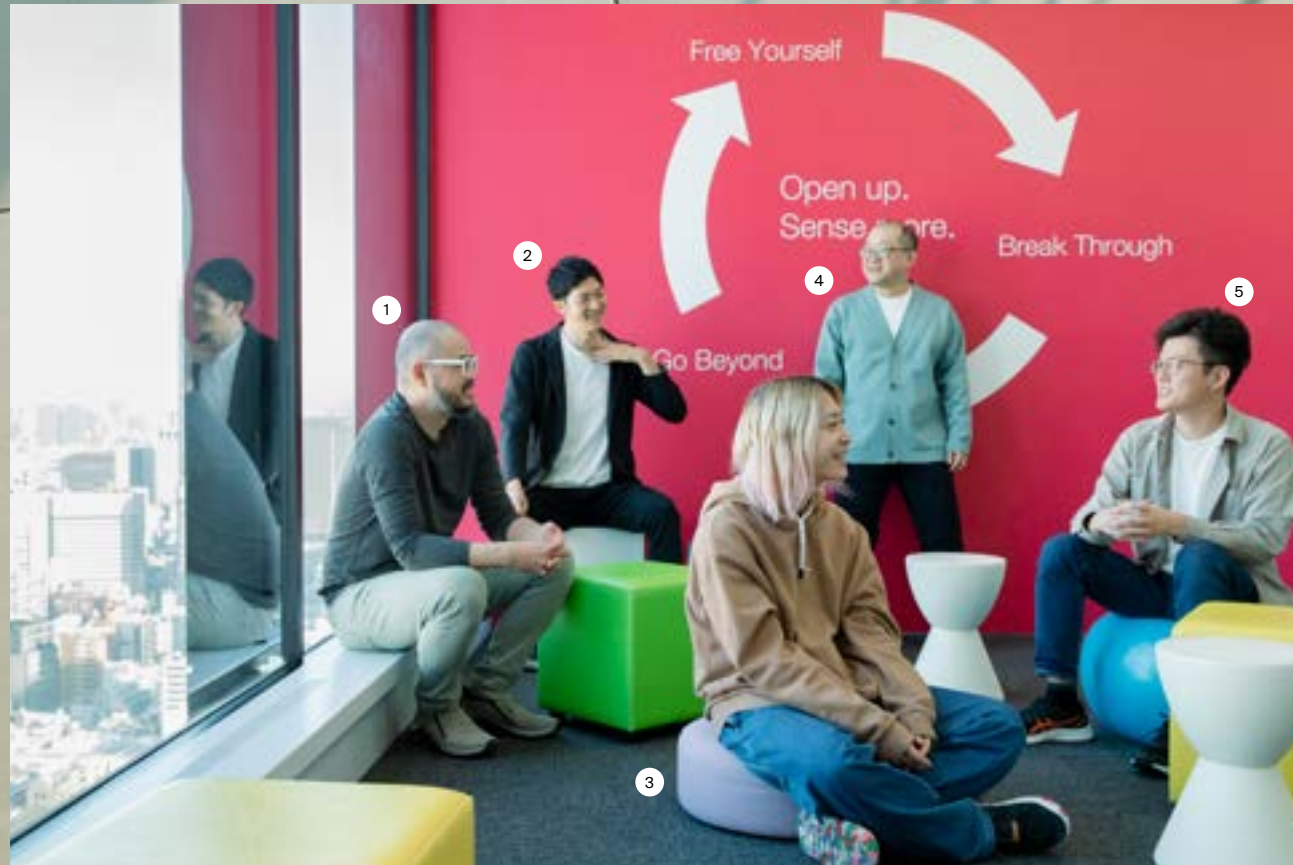
現在のワコムは、これまでに培った知識と経験を活かしながら、モノづくりの会社から「体験を届ける会社」へと変貌を遂げる途上にある。その「新しい体験」は、ブランド製品事業、テクノロジーソリューション事業、インクディビジョンという三者が連携して互いに影響を及ぼすことで生み出されていく。その代表的なものが、現時点ですでに形となっている「『筆が走る体験』をクリエイターに届ける」「『日常に溶け込む『ペン体験』』『『道具体験』の先にあるもの』という【3つの体験】だろう。どの体験も、特定の事業が生み出しているのではなく、貢献し合うことで生まれる相乗効果が重要となるのは言うまでもない。

ブランド製品事業、テクノロジーソリューション事業、インクディビジョン。三者は有機的に連携し、ワコムが届ける体験の質をより一層高めていくだろう。ここからは、「『筆が走る体験』をクリエイターに届ける」「日常に溶け込む『ペン体験』』『『道具体験』の先にあるもの』という【3つの体験】について、ひとつずつ紐といていきたい。

for creators

『筆が走る体験』をクリエイターに届ける

「Wacom® Cintiq® Pro 27」に代表されるワコムブランドの「顔」とも言うべき製品を通じてクリエイターに「最高のデジタルペン体験」をもたらすべく、ワコムのチームメンバーは日々挑戦を続けている。



CROSSTALK

ETCチームが実現する、これからの製品開発
慣習や前例にとらわれないモノづくりを目指して

イノベーションを起こすためには、遠いところにある知と知を引き合わせる事が何よりも重要だ。新しいアイデアを組織的に生み出そうというのが、ワコムが新しく取り入れたETCチームという新たな取り組み。この導入で何が起きているのか。Wacom® Cintiq® Pro 27を送り出したチームをモデルケースに解き明かしてみたい。

1. 西澤 直也 | Naoya NISHIZAWA

テクノロジー アンド エクスペリエンス
ディレクター オブ デザイン

2012 年入社。主にコンシューマー向けスタイルス、スマートパッドや小型ペンタブレットなどのデザインを担当。今回ETCメンバー兼デザイナーとしてプロジェクトに参加。Wacom Cintiq Pro 27開発では製品デザインおよびパッケージデザインディレクションを担当。

2. 塩川 浩章 | Hiroaki SHIOKAWA

クリエイティブ ビジネス ユニット
エンタープライズ/デザイン教育グループ
マネージャー

2007年入社。量販店営業にてB2C向けに、その後ソリューション営業を経て現エンタープライズ/デザイン教育グループへ異動しB2B向け活動をするとともに、ETCチームに参加。顧客の声を直接聴き、社内へ届けていく。

3. 田内 文太 | Bunta TAUCHI

テクノロジー アンド エクスペリエンス
エキスパート

2018年入社。液晶ペンタブレット製品の電気設計チームを経てETCチームに参加。技術者としての視点と、一人のユーザーとしての視点から製品開発に携わる。現在はワコム関連イベントなどのアート作品制作も手掛ける。

4. 加藤 龍憲 | Tatsunori KATO

ソフトウェア エンジニアリング
シニアマネージャー

2017年入社。タブレット内部で動作するソフトウェア開発に従事するとともに、ETCチームに参加。前職でのエンターテインメントロボットや組込機器向けOSの開発経験を活かして、クリエイティブな活動を下支えるベストな方法・システムを日々模索している。

5. 松本 健太郎 | Kentaro MATSUMOTO

JPAPカスタマーエンゲージメント
テクニカルサポート シニアスペシャリスト

2013年入社。法人営業および量販店営業に従事し、現在はコールセンターのサポート業務をしつつETCチームに参加。社内外問わず中継地点のような役割を担い、幅広くお客様の声を収集し製品に反映している。

創造性を解き放ち、すべてを超越する。液晶ペンタブレットのフラッグシップモデルである「Wacom Cintiq Pro 27」は、プロフェッショナルの声を反映した洗練されたデザインと直感的な操作感でクリエイターの創造力を羽ばたかせ、没入感のある制作環境を実現する。

今後のモノづくりを支える ワコムの新たな取り組み

ETCチーム。これは、ワコムが近年採用している製品開発プロセスとそれをリードするメンバーたちのこと。Extended Coreチームの略称であり、部門を横断して集まった有志から構成されるチームを指す。特定の課題解決のための時限的組織、いわゆるタスクフォースだ。「日常業務で培った専門領域の知識・経験を持ち寄り、ある一つの製品を開発する」ことを任務とする。メンバーは本来の業務と並行して、ETCチームでの新たなプロジェクトに参加することになる。すべての製品開発でETCチームが発足するわけではないが、その割合は年々増加している。

ETCチームを取り入れた背景には、モノづくりの新しい潮流がある。あらゆる製品が急速にコモディティ化する現代において、私たちは「その製品でなければ得られない体験」を重視するようになってきた。多種多様な新機能を盛り込めば喜ばれた時代とは隔世の感がある。「体験」を得るために「モノ」を求め

る時代となったことは、モノづくりのプロセスが根本的に姿を変えていることを意味する。ETCチームの発足も、時代の流れを汲んだ必然的な挑戦と言えるだろう。

最高の製品をつくるために Wacom Cintiq Pro 27 ETCチームの発足

2022年10月12日に発売した液晶ペンタブレット「Wacom Cintiq Pro 27」は、ETCチームによる取り組みから生まれた最新のフラッグシップモデルだ。開発が始まったのは2019年12月のこと。世界がコロナ禍に見舞われる直前のことだ。【クリエイター/アーティスト】に最高の【デジタルペン体験】を届けるべく、代表取締役社長 兼 CEOである井出信孝はETCチームによる新製品開発を宣言した。ワコムユーザーから寄せられる貴重な声を反映させるには、従来のやり方を根本的に変える必要があった。

あるコードネームで呼ばれたプロジェクトに、社内の各部署から5名のチームメンバーが抜擢された。誰一人として同じ背景を持たない、





多様性に富んだ人員構成だ。この ETC チームを主導する立場であった田内文太は、入社以前からのワコムユーザーであり、現在もワコム製品での作品づくりに勤しむ。「作品をつくる側の人間として、最高のワコム製品を手掛けたいという想いを持ち続けてきた」ことがこの ETC チームへの参加を後押しした。

プロダクトデザインを担ったのは西澤直也。プロジェクト発足時、井出に掛けられた言葉が忘れられないと言う。『『守るものなんて何もない』と。これまでの開発プロセスの焼き直しでは意味がないのだと強く感じました」。

塩川浩章は、クリエイティブ・ビジネス・ユニットで法人顧客に対応している。今回の ETC チームへの参加について「開発段階から関わることで、カタログスペック以上の製品特徴を自分の言葉で伝えられる。創作やコンテンツではなく、製品を軸に顧客と話せるのは大きな強み」と振り返る。

テクニカルサポート担当として日々多くのユーザーの声に触れてきた松本健太郎。自主的にユーザーボイスや課題を集約して井出に報告したこともあるという。「Wacom Cintiq Pro 27」に限らず、ETC チームへの参加は新しい知見を得る機会。技術情報を深く知ることは、日常業務にも必ず活かされる」と、ETC チーム参加の価値に触れる。

加藤龍憲は、ソフトウェアに詳しいメンバーが欲しいとの要請に応

え、この ETC チームに途中参加した。保存されていた議論の過程すべてに目を通し、「それぞれのメンバーがどんな想いを抱えていたのか。普段は見るできない一面に触れ、とても多くの気づきがあった」と語る。

すべてに根拠を—— ETC チームだからできた ゼロベース思考

ETC チーム導入以前、「製品のコンセプトを決める企画部門と設計・開発部門の連携が有効に機能していない状況が見られた。その結果、本来は常時タイムリーに行われるべきユーザーやチームメンバーのフィードバックを、製品の仕様や提供価値として落としこむことが難しくなってしまうていた」(田内)という。トレンドへの対応を重視するが故に、ユーザーの実情に合わない仕様を採用することも少なくなかった。

「Wacom Cintiq Pro 27」の製品開発では徹底的にユーザー視点に立ち、「本当に求められている製品とは何か?」という議論を重ねた。当然のことながら、ワコムの製品は世界中で販売される。同じ製品があるゆる場所で、あらゆる人に使われるため、ともすれば「誰のための製品をつくればいいのかわからない」ということにもなりかねない。その点において、「Wacom Cintiq Pro 27」の ETC チームは明確なゴールを持っていた。それは「自分たちが

思い描ける、身近に存在する特定の一人のユーザーに喜んでもらえる製品をつくる」こと。万人に受け容れられる製品は、誰も欲しくない。この考え方を参加メンバーで共有することで、結果的に「非常に尖った製品に仕上げられた」(西澤)。太さや重さ、重心をカスタマイズできるデジタルペン「Wacom Pro Pen 3」も、ユーザーの声に耳を傾け、使用実態を観察した貴重な情報を反映したからこそ実現できたものだ。

製品開発の方向性に関する ETC チーム内での議論は極めて自由で、制限らしい制限はなかった。議論の拡散を防ぐため、「stability (安定性)」「immersive (没入感)」「amplifying (増幅)」という3つの基準を設けた程度だ。日頃の業務が違えば、モノづくりの視点も異なる。多様な知見が触媒となり、予期せぬ化学変化を生み出した。ETC チームのメンバーは必ずしもモノづくりの専門家ではない。だからこそ、曇りなき眼であるべき姿を見つめることができる。慣習や前例踏襲で決定されていた細かな項目に至るまでゼロベースで考え、専門外から見ても理解できるよう、後で遡ってその意図が確かめられるよう、すべてに根拠を与えた。結果としてこの姿勢が製品の完成度を高め、「完成した Wacom Cintiq Pro 27」についても、微に入り細に入り、その特徴を語ることができるようになった」(塩川)という。



イメージを形にするにはエンジニアとの信頼関係は欠かせない。とはいえ、ETC チームの中には技術に関しては門外漢のメンバーもいた。最初は専門用語を理解することままならなかったが、「技術的説明に対して真摯に耳を傾け、少しずつ共通言語を増やしていったことで、ある時から熟練のエンジニアらも対等に話をしてくれるようになった」(松本)という。元来、「ユーザーに喜ばれる製品をつくりたい」という想いは、ETC チームのどのメンバーもエンジニアと何ら変わりがない。「技術的には本当に難しく、挑戦の塊のような製品となった」(加藤)という「Wacom Cintiq Pro 27」誕生の裏には、モノづくりに懸ける熱い想いの交換が重ねられていた。完成した「Wacom Cintiq Pro 27」は、国内外の関係者から高い評価を受けた。開発過程で侃侃諤諤の議論を交わした海外チームからも賞賛の声が届けられた。

感覚的表現を技術的言語へ ETC チームという取り組みが もたらすものとは

ETC チームという新たな取り組みは、ワコムの製品開発にどのような革新をもたらすのであろうか。最大の功績は「ユーザーを見てモノづくりを進めるのだという『気概』がワコムの中に定着しつつあること」(田内)だろう。これまで、ユーザーから届く声は「ブレずに描きたい」「ピタッと描けるようにしてほしい」といった感覚的なものが多く、技術開発に反映することが難しかった。「Wacom Cintiq Pro 27」の ETC チームでは「感覚的表現を技術的

言語に翻訳する」ことに積極的に挑戦した。この試みを社内の新しい文化として根付かせることができれば、ワコムの製品開発は一つ上の段階に達するに違いない。ユーザーを対象とした体験会も、これまで以上に活気を帯びている。過去のやり方にとらわれることなく、挑戦を繰り返した ETC チーム。この実験的プロジェクトに参加したメンバーたちが残したものは、後に続く者たちへ有形無形の恩恵を与えることだろう。

「Wacom Cintiq Pro 27」を送り出した後でも、「もっと追求できたと感じることもある」(田内)という。しかしながら、これは「伸びしろ」だ。実験的性格を帯びる ETC チームによる取り組み。その成功要因の可視化が、次のプロジェクトの精度を高めることにつながる。今、ワコムでは数多くの ETC チームが立ち上がっている。その一つひとつが、想いが込められた愛すべき製品を世に送り出すまでの「小さな物語」なのだ。



ワコムの
新しい旅の始まり

ファイブ・カラオグル | Faik KARAOGU
ブランド製品事業
エグゼクティブ バイスプレジデント

お客様のフィードバックを真摯に受け止めることは、製品に説得力を与える重要な要素です。「Wacom Cintiq Pro 27」は、クリエイティブのプロのフィードバックを得ながら、クリエイティブのプロに向けて、ワコムならではの付加価値をご提供する旅の始まりに過ぎません。私たちは、テクノロジー、お客様の視点、経験を組み合わせることで、将来のイノベーションに違いを生み出しています。

GEMI

げみ

ストレスフリーで
よりクオリティの
高い作品制作を
実現する

「今回の進化はとても良く、理想にかなり近づきました」。開口一番そう答えてくれたのは書籍の装丁をはじめさまざまなフィールドで活躍するイラストレーターのげみ氏。まるでアナログ画材で制作したかのような繊細さと独特の世界観で数多くのファンを持つ。

げみ氏は、『Wacom® Cintiq® Pro 27』を使い始めてまだ数カ月の段階というが、そのポジティブな違いを日々感じているという。「特に魅力的に感じたのは画面サイズの大きさです。全体はコンパクトになったのに画面の大きさは変わらない。ストレスなく、クオリティの高い絵が描けるというのは大きな魅力です。例えばキャンパスに絵を描いているとき、一度その絵から離れて検証する作業をするじゃないですか。それはデジタルでも必要だと思っていますが、小さいサイズではやっぱり限界があります」

また近年は、広告関連の制作依頼も数を増しているというが、ここでも画面サイズの大きさがプラスの効果を発揮しているという。「広告となるとポスターなど大きな媒体に印刷されることを前提に作品のクオリティを保つことが要求されます。当然、『なんか雑』という印象を与えてしまうと、仕事になりません。その意味でもこのサイズで作品を隅々までチェックできるのは嬉しいですね」

さらには、「ペン先と液晶の距離感が離れ過ぎてしまうと、液晶のガラス越しに作品が浮いているように感じて気持ちが悪いのですが、それも全くないです。またペンも軽くて持ちやすく、充電も不要なのでとても気に入っています」。



げみ | GEMI

書籍の装画、企業広告などを制作。教科書「新しい国語」(東京書籍)、内閣府修学支援制度「学費のエール」、代々木ゼミナール、近畿日本鉄道ラッピング列車「ならしかトレイン」、ポケモンカードゲームのイラストレーションなど。著書に画集『夜の隙間に積もる雨』ほか乙女の本棚シリーズなどがある。

STUDIO
COLORIDO

スタジオコロリド

「これ以上何を
望むのか？」
そう思えるほどの
仕上がりで満足

『雨を告げる漂流団地』や『泣きたい私は猫をかぶる』『ペンギン・ハイウェイ』などのアニメーション作品を世に送り出してきたスタジオコロリド。ポルトガル語で「色彩に富んだ」との意味をもつこの名を冠したスタジオでアニメーション監督を務めるのが石田祐康氏だ。これまでも映画制作でワコムの液晶ペンタブレットを駆使してきた人物としても広く知られている。

日本アニメのクリエイティブ最前線で活躍する石田氏。その観点から『Wacom Cintiq Pro 27』についてのファーストインプレッションを聞いてみると……。 「(性能面で)これ以上何かしてほしいと言えないくらいの仕上がり」とのこと。「27型という画面サイズがあるので、縦軸でレイヤーを確認して、横軸でタイムラインも確認できるのが嬉しいです。監督としての仕事においては、複数人の仕事の受け渡しなどで扱う情報量が増えます。作画監督や演出など異なる仕事の進捗を把握しながら、適切な絵をいれていくという作業をしなくてはならないので、大画面化の恩恵はありますね」と石田氏。「特に気に入ったのは、新しいペンのWacom Pro Pen 3です。アニメ業界は紙と鉛筆の文化が根強いので、ペンも細いほうが好きという人は多い。Wacom Pro Pen 3は、Wacom Pro Pen slimよりさらに細くなっていて、軽さも細さも鉛筆のような状態で描けるのが嬉しいですね。ペン先も鋭角になっていて、デッサンのように寝かせた描き方ができるのも良いですね」。



石田 祐康 | Hiroyasu ISHIDA

スタジオコロリド所属のアニメーション監督。大学在籍中の2009年に発表した自主制作作品『フミコの告白』で注目を集める。2013年に『陽なたのオアシス』で劇場デビュー。2018年に監督を務めた初の長編映画『ペンギン・ハイウェイ』では第42回日本アカデミー賞 優秀アニメーション作品賞を受賞。最新作は2022年公開の映画『雨を告げる漂流団地』。



Phillip Boutte Jr.

from US

コンセプト・アーティスト

フィリップ・ブーテ Jr.は、米国をベースに活躍するコンセプト・アーティスト。『ブラックパンサー』をはじめとするマーベル映画や歌手・マドンナのコスチュームデザインなども手がけている。「ワコム製品を選ぶ理由は、ワコムはペンタブレットづくりにおける経験が豊富で製品のクオリティが高いから。僕たちアーティストに寄り添って、こちらのニーズを実際に聞いてくれる。『Wacom Cintiq Pro 27』の印象は、まず第一にペン先の精度が格段に高くなっていると感じる。ものすごく自然で、まるで紙に描いているかのようなんだ。またペンの重量を好みの重さに変更できるのも気に入ってる。いかにもプロ専用のペンといった趣きで、直感に従って作業できるのがいいね」。



Massimo Borrelli

from ITALY

自動車デザイナー

数々の名車を世に送り出してきた自動車の名門デザイン会社、イタルデザイン。ここでシニア・デザイナーを務めるマッシモ・ボッレリは自らを「ワコムの“アーリーアダプター”」と呼び、胸を張る。「自動車デザインの世界が、マーカーペンやパステルといった伝統的な手法からデジタルの時代へとシフトするのを目の当たりにしました。まず最初は『Intuos』から始まり、その後自身も『Cintiq Companion』『Wacom MobileStudio Pro』を入手しました。現在、新しく出た『Wacom® Cintiq® Pro 27』のポテンシャルを試していますが、小さなデスクでも収まるサイズながら十分なスクリーンサイズを確保し、また先代モデルのソリッド感もそのままで満足しています」。



Tony Washington

from US

アーティスト、音楽プロデューサー

コミック、ビデオ・ゲーム、長編映画など幅広いジャンルにおいて、コンセプトアーティスト、イラストレーター、さらには音楽プロデューサーとしてマルチな才能を発揮するトニー・ワシントン。「無限のクリエーションを可能にするため、ミュージックやコンセプトチュアルアートの制作においてはアナログとデジタル双方のツールを使います。音楽がもつ波長や、アートを描く際のスケッチが、制作の過程で自ずと大きさやスタイルを変えて、僕が思い描く世界に自然とフィットして作品へと昇華するのです。音楽やデジタルアートで描く世界が形になっていく過程で、ワコムの液晶ペンタブレットを使用することで限らない創造力が刺激され、音やビジュアルコンテンツのそれぞれに没頭することができています」。



Kang Gyoung Hun

from SOUTH KOREA

ウェブトゥーンアーティスト

「ウェブトゥーン」と呼ばれる、韓国で始まったデジタルコミック・ウェブコミックを制作するKENAZに所属するカン・ギョンフン。KENAZは、約400名のアーティストを擁し、ハイクオリティのアートワークで韓国内外から高い評価を得ている。『『Intuos』『Cintiq 21UX』『Cintiq 22HD』『Wacom Cintiq Pro 32』など15年以上にわたってワコム製品を使っています。ワコム製品の特徴は、優れた筆圧性能にあると思います。特に私は、作品を制作する際、ペンのストロークが描き出す線にこだわっているので、この点はとても重要です。今はデリケートかつセンシティブに筆圧をコントロールできるワコムしか使っていません!」。

Raj Khatri

from INDIA

ポスター・アーティスト

インド・ムンバイで、映画やテレビ番組のポスター制作を主に手がけるラージ・カトゥリ。創作活動はもちろんのこと「TED Talks」でスピーチするなど精力的に活躍しているアーティストの一人だ。「ワコム製品を最初に入手したのは、2010年6月です。そのときのことを今でも鮮明に覚えています。ワコムのペンタブレットを購入しようと貯金をしていたのですが、当時のガールフレンド（現在の妻）が、誕生日プレゼントにと『Intuos 4』を買ってくれたのです。その瞬間、私の世界は一変しました。のちに『Cintiq 27QHD』も購入しました。ワコム製品の強みは、究極の耐久性と安定性。さらにはアーティストに制作のインスピレーションをも与えてくれるのです」。





日常に溶け込む『ペン体験』

ワコムは、自社製品はもちろん、OEM提供先メーカーのプロダクトにもワコムが磨き上げたテクノロジーを組み込むことで、日常生活のありとあらゆる場面に「価値あるデジタルペン体験」が浸透した未来を描く。

for
daily life

WINNING HEARTS & MINDS

「ペン体験」の心臓部を握る

ワコムテクノロジーで築く「新しいエコ・システム」の青写真

ワコムの技術が息づくのは、ブランド製品の中だけではない。さまざまなデジタルデバイスに入り込んで【デジタルペン体験】を支えるワコムのテクノロジーは、IT業界や文房具業界、教育関係などのパートナー企業やOEM提供先メーカーの製品に付加価値を与え、存在感を増し続けている。



ワコムが届ける直感的かつ精緻なペン体験

デジタルペンに対応したデバイスは枚挙にいとまがない。直感的かつ精緻なペン体験を実現するのがデジタルペン/デジタルインクのテクノロジー。しかし一般的なセットメーカー（調達した部品を組み立てPCやスマートフォンなどの完成品を販売する企業）や文房具メーカーの多くはこのテクノロジーを持たない。そこで、ワコムの持つ技術が意味を成す、つまりOEM（受託者が委託者のブランドで設計・生産業務を請け負うこと）を通じて、より多くの人に【デジタルペン体験】を届けることが「テクノロジーソリューション事業」の役割となる。

テクニカルマーケティング担当シニアディレクターを務めるカイリン・チャン (Kaelin Chang) は、米・サ

ンフランシスコを拠点として、日本、台湾、中国を飛び回る。米国市場とアジア市場において、主要顧客にPCメーカーやスマートフォンメーカーを抱えながら新規顧客開拓も任務とする。

営業担当者と連携して、ユーザーインサイトの観点から顧客の期待に応える価値を提供する。チームは台湾人、日本人、米国人からなり、人種も性別も多様。働く時間も場所も問わない。業務面でのテクノロジーソリューション事業の特徴、それは「食らいつく姿勢」だ。顧客の要望に応えるべく、社内の知見を総動員して最善策を提案することを厭わない。では、具体的にテクノロジーソリューション事業のビジネスを見ていこう。

トップランナーにかけられる期待

テクノロジーソリューション事業のビジネスは、端的に言えば「OEMでのコンポーネント（部品）ビジネス」だが、単なる技術の切り売りではない。提供するのは「テクノロジーを通じた【デジタルペン体験】」。製品ごとに要求される【デジタルペン体験】をデジタルデバイスに組み込み、顧客に納入する。

OEM提供先メーカーとの関係構築には、ブランド製品事業で積み上げてきた技術や体験、認知度が助けとなる。多くの顧客が他にはない【描き味/書き味】に興味を示し、自社製品への採用に向けた扉を開く。デジタルペンは搭載デバイスごとに個別のカスタマイズが求められるが、使用環境に応じてパフォーマンスを発揮させる対応力も、ワコムが選ばれる大きな理由だ。「顧客も、私たちを単なるデジタルペンメーカーとは見ていません。ワコムのテクノロジーを導入することで、自社製品の魅力をさらに高めようとしているのです」。

市場ではOEM提供先メーカー製品とワコムブランド製品とが競合する場面もあるが、世界的に拡大する【デジタルペン体験】への期待に応えるには、スピードと供給量の面からもワコムだけでは難しい。OEM提供先メーカー製品は数量も多く、クリエイティブ用途以外にもリーチできるため、「ワコムのテクノロジーが搭載された製品を世の中に行き渡らせる」ことにつながる。ワコムの【デジタルペン体験】を提供するのは、必ずしもワコムブランドでなくても構わないという考え方だ。

ワコムはOEM提供先メーカーのパートナーであると同時に、自らも最先端テクノロジーに明るいパー

トナーの発掘を重視する。「ハプティクス」（皮膚感覚のフィードバックを得る技術。画面上に表示されたボタンが選択された際に手応えを感じさせるなど活用が期待される）や「ジャイロ」（角速度を検出する装置。回転や向きなど、人が感知しにくい変化を測定する。空中でのペンの動きをコマンドに変換する技術などに応用される）など、デジタルペンの性能を拡張する技術を積極的に探索する。「手を組む企業は、10社候補があれば1社いるかいないか。ダイヤの原石と巡り合うために、多くの企業と対話を続けているのです」。

「驚き」を与え、どんな要望にも食らいつく

時に、顧客からの要望が合理的な範囲から逸脱しても、テクノロジーソリューション事業が「食らいつく姿勢」を崩さないのは、その想いや期待を何よりも大切にしているからだ。厳しい要求にも多くの部署が一丸となって解決の道筋を探る。「通常とは全く違った開発プロセスを要求されるケースもありますが、なんとか食らいつくことで私たちも鍛えられます。ワコムが持つ知見を提供し、プロジェクトを進めることもあり、お互いに多くのことを学んでいるのです」。

競合企業の技術レベルも上がるなか、顧客を惹きつけるために心がけているのが「驚きを与える」ということ。テクノロジーをプレゼンター

ションする仕掛けを用意し、あらゆるアイデアで好奇心を刺激する。顧客開拓にあたるリタ・チェン (Rita Chen) はこう語る。「時にはワコムの知を総動員して、ブランド製品事業が開発している技術や体験も顧客に披露し、デジタルペンの世界の奥深さを感じていただきます。退屈させてしまったら何も始まりませんからね。営業担当者、テクニカルマーケティング、エンジニア…。職域を超えて緊密に連携できるのがワコムの強みです」。

「5年後」を先読みするワコムの技術戦略

「技術トレンドの先読み」も重要なテーマだ。薄霧の向こうの未来を見通すべく、技術の方向性を可視化する。加えて、OEM提供先メーカーや業界トップメーカーと定期的に意見交換を行い、それぞれに最適な技術開発方針を描く。「次に来るテクノロジー」には、後から需要が追いついてくる場合も少なくない。先を見て、いま動く。テクノロジーソリューション事業のビジネスは、そのほとんどが「未来」のできているのである。

未来を見据えた取り組みという観点では「ユニバーサル・ペン・フレームワーク (Universal Pen Frame-work：以下UPF)」が典型だ。この数年、アクティブES®方式を通じたエコシステムの構築を目指して各方面に精力的なアプローチを続け、競合他社を含めた新し

い協力圏を創ろうとしている。ディスプレイ領域で起きている継続的イノベーションもUPFを後押しする。TDDI (Touch Display Driver Integration：タッチセンサーICとディスプレイドライバーICをひとつのチップに統合する技術。液晶ディスプレイモジュールの低コスト化や、滑らかなタッチセンシングを実現する)が注目されるなか、ディスプレイメーカーもデジタルペン技術への関心を示す。

ワコムは、磨き上げたテクノロジーを自社のみで囲い込むのではなく、広く世界に開放し、事実上の「業界標準」の構築を目指している。あらゆるデジタルデバイスで、ワコムのデジタルペンが使われる。そうした未来も、あながち夢ではないと言えるだろう。



秀逸の【デジタルペン体験】をより多くの人に

小峰 明武 | Sayatake KOMINE

テクノロジーソリューション事業
エグゼクティブ バイスプレジデント

私たちの存在価値は、多様なエンドユーザーに「秀逸の【デジタルペン体験】」を提供すること。これは体験価値を定義し、その体験を実現する技術を磨き続けることで可能になります。ハードウェア・ソフトウェア双方で多様なエンジニアを育成・採用し、パートナー企業とのコミュニティを構築することで、変化に強い体制を整備しています。「デジタルペンは生体情報や心理状態を捕捉する」という仮説の先に広がる新たな事業領域を見据えています。



Far Left:

カイリン・チャン | Kaelin CHANG

テクノロジーソリューション事業
シニアディレクター

台湾の国立大学でインダストリアル・エンジニアリングおよび技術ライセンスプログラムにおける工学管理の修士号を取得後、2007年に台湾のディスプレイメーカー大手AUOに入社し営業を担当。2013年、ビジネス・ディベロップメント担当マネージャーとしてワコムに入社後、テクノロジーソリューション事業のテクニカル・マーケティングチーム強化で中心的役割を果たし、現在は同チームを率いる。

Left:

リタ・チェン | Rita CHEN

テクノロジーソリューション事業
シニアマネージャー

2014年、ワコムに入社。テクノロジーソリューション（製品）の企画から新規ビジネスモデルの構築、戦略的パートナーシップの管理まで幅広く携わる。

TECHNOLOGY SHINES THROUGH

case_1

LENOVO

ソリューションの
付加価値を増大する



Q: デジタルペンスソリューションのパートナーとして、ワコムを採用していただいている理由をお聞かせください。

A: ワコムにはデジタルペンスソリューションの業界リーダーとして、タッチ基板、ファームウェア調整、テストレポート、ペンモジュール設計製造、認証、デバイスドライバそして集中購買管理まで一貫通貫で質の高いソリューションを提供していただいております。

量産製品の開発においては質の高い設計に加え、問題発生時にも高い技術力で素早く対応いただき、部品不足もなく安定した供給を実現していただいております。そのうえデジタルペンを活用したユーザー体験や生産性向上を目指したソリューションに向けたブレインストーミングやプロトタイプ開発の段階から協業し力強いサポートをいただき、「ThinkPad」をはじめとしたレノボが目指す高品質ソリューションに貢献していただいております。

2020年に世界初の折り畳みPCを発売した際には、早い段階からワコムとの共同開発を通じて折り畳みディスプレイ上でのペンサポートを実現することができました。これはワコムの技術力があったからこそだと考えています。



塚本 泰通 | Yasumichi TSUKAMOTO

レノボ・ジャパン合同会社
執行役員常務

2002年日本IBMに入社後、2005年レノボ・ジャパンに移籍。入社後20年間ThinkPad開発一筋で数々の製品を世に送り出す。2017年4月 ThinkPad 開発部長に就任し全ThinkPad製品開発を主導、2020年には5年間にわたる開発期間のうち世界初の折り畳みPCであるThinkPad X1 Foldを発売。

ワコムの長年のパートナーとして新製品の共同開発にも参画するレノボとサムスン。デジタルデバイスの世界をリードする両社の担当者に、ワコムとの協業の軌跡について聞いた。

Q: デジタルペンというデバイスがもたらす付加価値は何であるとお考えですか。

A: 近年、働き方改革、ハイブリッドワーク、デジタル教育などの流れからデジタルトランスフォーメーションが加速しており、コンピュータへの期待値も変化し活用方法も進化しています。オンライン会議、オンライン授業やクリエイター向けなどデジタルペンがユーザー体験・お客様の生産性を高められる場面がますます増えてきており、レノボのコンピューティングソリューションの付加価値として重要性を増しています。

さまざまなデバイスで共通のデジタルペンが使える、より多くのアプリにおいて素晴らしいユーザー体験を提供していくことが共通のゴールになります。ワコムが持つ業界リーダーとしての知見とエコシステムにおけるリーダーシップを活かしたペンプロトコルを含めたデジタルペンエコシステムの改善、そして高い技術力を生かした高品質で使いやすいペンスソリューションを目指し、共同開発を続けていきたいと思えます。



case_2

SAMSUNG

「比類ないモバイル体験」を
ともに届ける

カタリーナ・チョウ | Catarina CHO

Samsung Electronics / Technology Strategy Group
シニアプロフェッショナル

サムスン電子のモバイル・エクスペリエンス事業におけるテクノロジー戦略チームで、パートナーシップ・マネジメントを担当。目下の注力領域は、Sペン（ワコムが技術提供するペンのGalaxyシリーズにおける名称）とその関係領域におけるパートナーとの連携強化。



Q: デジタルペンスソリューションのパートナーとして、ワコムを採用していただいている理由をお聞かせください。

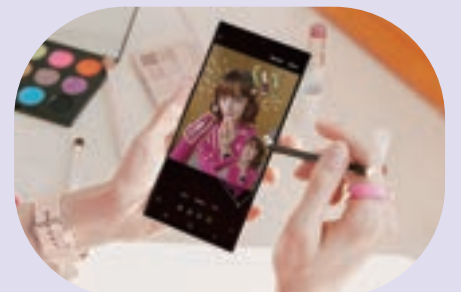
A: 2011年に「Galaxy Note」を初めて発売したとき、私たちはモバイル市場でスマートフォンとタブレットの特性を組み合わせた“ファブレット”という新しいカテゴリの開拓を進めていました。その際、他社製品とNoteシリーズのアイデンティティを差別化する決定的機能の搭載が不可欠でした。最終的に小さなペンを搭載すると決めたとき、デジタルペンの技術を持つパートナーが必要だったのです。これが今日まで12年間におよぶパートナーシップの最初の一步です。

ワコムがライティング・ソリューション・パートナーとして唯一無二の存在であることは自明のことでした。デジタルペン技術の研究開発で特許を取得しているだけでなく、1990年代から多くの有名な多国籍企業がワコム製品を採用しているという確固たる事実があります。しかし、最も重要なことは、ワコムが提供するクオリティの高さでした。品質は弊社が掲げるコアバリューのひとつであり、妥協をせず、常に真剣に取り組んでいます。デジタルペン技術のリーディングカンパニーであるワコムにも、このコアバリューが意味する重大さを共感してもらうことができました。



Q: デジタルペンというデバイスがもたらす付加価値は何であるとお考えですか。

A: 何と言っても、「コンパクトかつパワフル」なことでしょう。ワコムのペン技術は、スマホに見事に収まるほど小型でありながら、紙にペンで書くのと変わらない書き心地を実現してくれます。ペンは充電が不要で、いつでもどこでもクリエイティビティを発揮する道具として最適です。折り畳み式スマホGalaxy Z Foldシリーズの開発では、ディスプレイの折り畳み部でペン信号をうまくとらえることは、かなりチャレンジングでしたが、センサーを2枚に分けて信号を補完することで解決できました。まさに、「マジック」でした。この先も、ワコムとデジタルインクの世界を切り拓き、10年後にもまだ強固な関係が続いていることを願っています。



PROJECTS TO LOOK OUT FOR

case_1

Z会

デジタルインクで
答案作成過程までも可視化する
Z会とワコムとの新しい挑戦

渡辺 淳 | Jun WATANABE

株式会社Z会
情報システム部 システム開発課 課長
2001年、Z会入社。添削部門・学習支援
部門・事業戦略部門を経て、新規事業開発
部門でZ会アステリアを企画・リリース。



90年を超える歴史を誇り、今も通信教育界を牽引するZ会は、一貫して「書いて、学ぶ」ことを大切にしてきました。「百の聴講よりも一の実践」という創業以来の原点を守りつつ、学習環境や技術革新にも柔軟に対応する。その会員は幼児から大学受験生まで実に幅広い。

デジタル領域への進出を見据えてパートナーを探していたZ会がワコムを指名したのも、「手書きの価値」を重んじる点で響き合う感覚があったから。

「見立ては正しく、デジタルインク技術『WILL™』をご紹介いただき、共同研究の幅も広がりました。タブレットでも紙同様に書ける『アナログの再現性』に加え、技術的裏付けによって新たな発想が生まれました。セマンティック（意味論的な）領域の研究はその代表例です」（渡辺氏）と確かな手応えをつかんだ。初の成果は「中学生タブレットコース」。Z会が長年積み上げてきた良問・添削指導のノウハウをAIに組み込み、人の指導と掛け合わせることで、自宅にいなから「最短ルートでの完全習得」へと導くタブレット学習サービスで、2021年にリリースされた。

現在の共同研究は「個別最適化された学習の実現」に欠かせないテーマに沿って進められている。それは、子どもたちが答案用紙に「何を書いたのか？」と、その解答を「どう書いたのか？」という2つだ。現状は「どう書いたのか？」というテーマが先行して研究開発が進む。具体的には、学習指導を組み立てる際にベースとしている「人間の思考プロセス」を可視化しようとするものだ。回答に辿り着くまでに、どの部分で深く考え、迷い、躊躇い、勇気を持って進んだのか。学習の軌跡がデジタルインクによって描き出される。

添削指導者は回答の正誤を判定するだけでなく、答

デジタルインク技術が持つ可能性を拡張し、未来へ向けた革新的テクノロジー・プロダクトを生み出すコラボレーションの数々。ここではZ会、PILOT、mui Labとワコムの取り組みを紹介する。

案に込められた子どもたちの考えを解きほぐし、一人ひとりに応じた発展的な指導を答案用紙に託して返信する。思考過程を遡り、「どこに理解の誤りがあったのか」「出題の意図を十分につかめなかった原因は何か」にまで気を配りながら、添削指導者の言葉で朱筆を入れていく。デジタルインク技術は書かれた線だけでなく時間、場所、筆圧なども記録するため、子どもたちがどの問題の、どの部分に、どれだけの時間を要したかを把握できる。

Z会とワコムが取り組むのは、添削指導者の「経験知」とも言える「思考プロセスの読み解き」を、デジタルテクノロジーによって誰にでもわかる形の「集合知」に転換する試みだ。デジタルインク技術が答案作成と添削指導の時間差を埋めてくれるとも言えるだろう。

2023年3月、この取り組みの成果の第一弾として「Replay & Heat Map」がリリースされた。子ども自身の復習に役立つ機能として提供するが、可視化された情報を活用することで、Z会が誇る添削指導者の学習指導は今後更なる進化を遂げるに違いない。

Z会が大切にしている価値観のひとつが「不易流行」。不易と流行は対立するものではなく、新しさを求めて絶えず変化する流行性こそが、永遠に変化することのない不易の本質であるとも説かれる。Z会にとっての不易流行とは何か。それは「書くことの積み重ねが真の学力をつくる」という「人間の経験則」とも言える価値観を守るために、子どもたちの学びの助けとなる最先端テクノロジーを含めた「新たな智慧」を常に取り入れることではないだろうか。ワコムとの共創がその一助になると信じて。

case_2

PILOT

人間の本質たる【描く/書く】を超え
パイロットとワコムを目指す
「明日の筆記具」

「水先案内人」の名を冠する株式会社パイロットコーポレーション。先端技術をいち早く市場投入する革新性で知られ、技術と伝統で「新しい筆記文化」を創ってきた。

いま、アナログ文具の巨人が見据える「デジタル文具への進出」。パイロットとワコムの共同研究は、コネクテッド・インク 2020を機に始まった。8時間（「一日の平均的創作時間」として想定したもの）以上使い続けられるデジタルペンのあり方について、開発を進め、目下、「筆記音が書き味に与える影響」に取り組む。この視点は「コネクテッド・インクでの気づきがきっかけ。パイロットが目指す『究極の書き味』は、時代や社会によって変化するもの。この新しい試みも、アナログとデジタルの融合から生まれた恩恵のひとつです」（岩見氏）。

進行中のプロジェクトは、デジタル技術で筆記具と筆記音の多様な組み合わせを生み出し、筆記音と書き味の関係性を探ろうというもの。万年筆や鉛筆などの「筆記具」とノートやキャンバスなどの「対象物」の組み合わせごとに耳に残る筆記音があり、その刺激が創作時の感情に影響することも直感的に理解できる。ソフトウェアによる制御は、同じ筆記具で複数の筆記音の表現を可能にする。アナログの筆記音の再現はもちろん、意外な組み合わせで未知の体験を生み出すことも期待される。

未来には、体調や感情、創作意欲、創作段階などに合わせ、最適な「筆記音」を示唆する筆記具が誕生するかもしれない。

岩見 純一 | Junichi IWAMI

株式会社パイロットコーポレーション
産業資材営業部 部長
1991年、株式会社パイロット入社。産業資材営業部部長として、デジタルペン領域におけるワコムとの新たなコラボレーションを指揮する。



case_3

mui Lab

「家族の未来の風景」をつくる
無為自然なテクノロジー

mui Labは、スマートホーム領域でいま最も注目を集める企業のひとつ。人の心に寄り添う「無為自然なデジタルテクノロジーの佇まい」の実現を目指す。人間も自然の一部として変化を続けながら技術との関係性を追求する姿勢には、「カム・テクノロジー」の設計思想と日本的・東洋的美意識との融合が色濃く現れる。

mui Labとワコムの出会いから生まれたのが【柱の記憶】。子どもの成長を柱に刻む文化は広く伝わるが、【柱の記憶】はこの「家族の記憶の原点」に着想を得たもの。昔ながらの暮らしの一場面をデジタルに変換することで、「新しい家族のコミュニケーションのあり方を描き出そうとしている」（廣部氏）。大黒柱を模した外観で住空間に溶け込む【柱の記憶】には文字を書き付けることができ、デジタルインクデータとして記録・蓄積される。これは、デジタルペン、デジタルインク、タッチセンサーというワコムの知見が実現するものだ。手書き文字の意味や内容を解析する「セマンティック・インク」。この技術が、文字と文字の緩やかな関係性を紡ぎ出し、時間と空間を超えて思いもなかったつながりや文脈を届けてくれる。

検索性と正確性を重視したデータ処理とは一線を画し、「新しい体験の可能性が潜む『余白』がある」。引き出しの奥で眠るいつかのメモ。古いアルバムに見つけた、一枚の色褪せた写真。忘れかけた記憶との再会が人の心を温めるように、【柱の記憶】に漂う人間らしさに溢れた情報が「家族の風景の未来」を織りなす。

廣部 延安 | Nobuyasu HIROBE

mui Lab株式会社
共同創業者、クリエイティブディレクター
インハウスデザイナーを経て、心地の良い暮らしを情報テクノロジーを用いて実現するために、自然素材である木を使ったmuiボードを発案する。日常に存在する手触りを通じて人の生活と情報テクノロジーとの接点を探求する。



EVERYWHERE IN DAILY LIFE

いつでもどこでもワコムがサポート

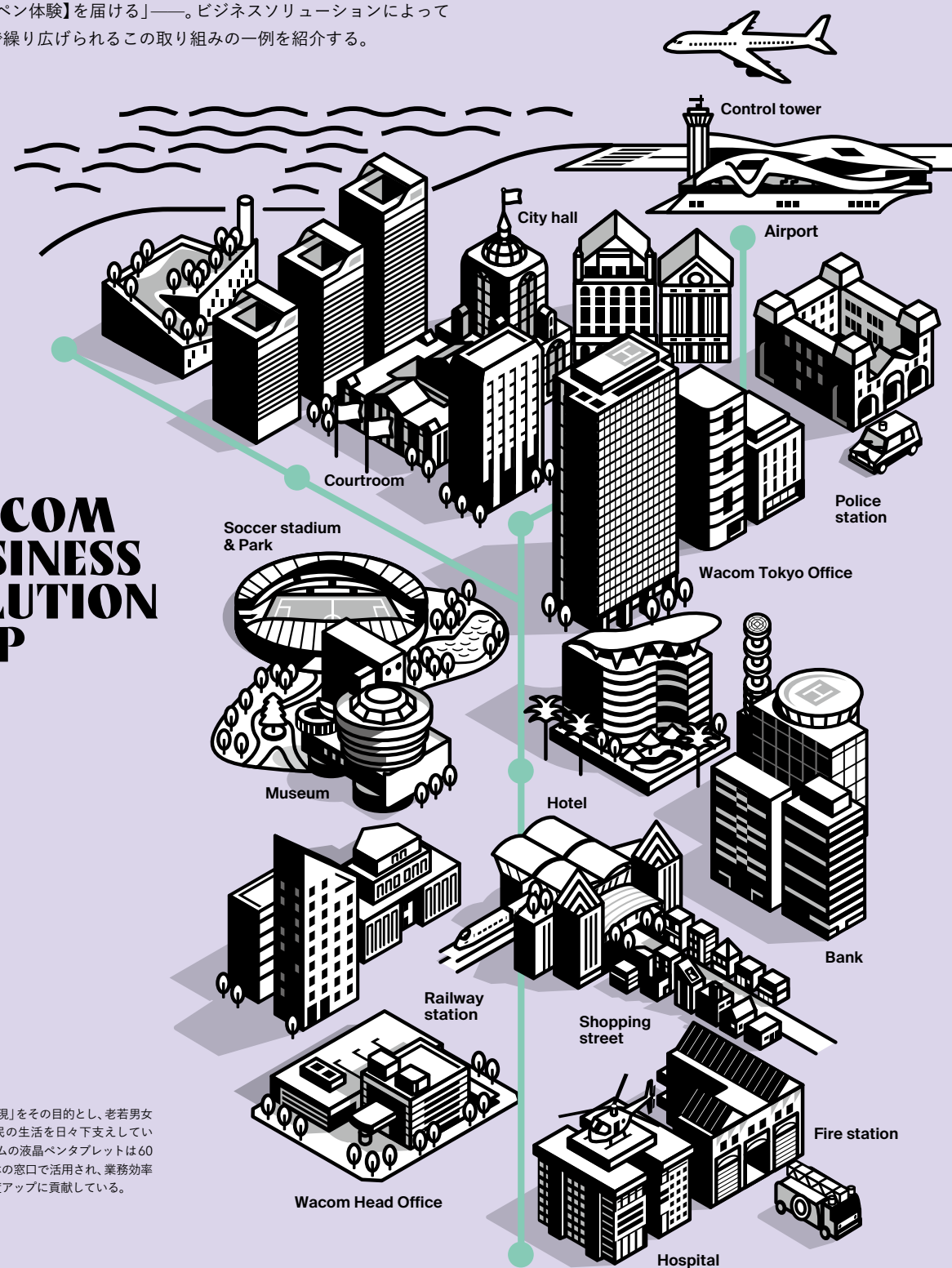
「あらゆる場面にワコム製品を浸透させ、日常の風景に新たな【デジタルペン体験】を届ける」——。ビジネスソリューションによって世界各地で繰り広げられるこの取り組みの一例を紹介する。

WACOM BUSINESS SOLUTION MAP

60

自治体

「公共の福祉実現」をその目的とし、老若男女を問わず全住民の生活を日々下支えている自治体。ワコムの液晶ペンタブレットは60を超える自治体の窓口で活用され、業務効率&住民の満足度アップに貢献している。



1000

医療関係

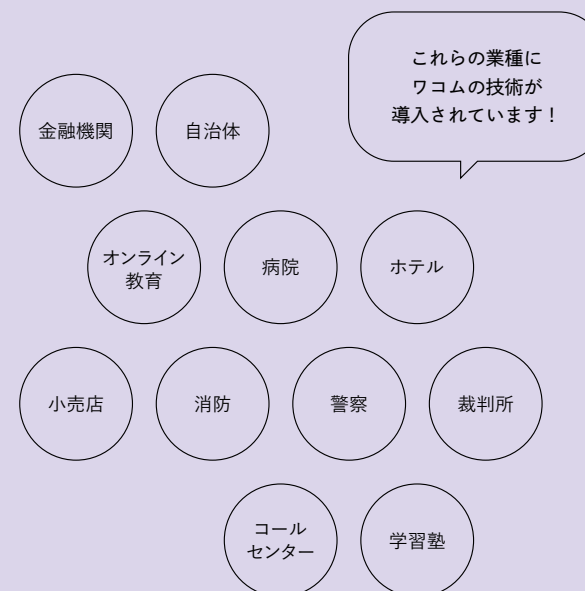
病院をはじめとする医療分野もまた事務処理のデジタル化が加速的に進んでいる分野の一つ。患者情報・カルテ・治療に関する患者の同意書など、数多くの場面でワコムの液晶ペンタブレットが活躍している。現在までの導入件数は1000件を超える。

800

ホテル

これまで紙とペンによる手書きが主流だった宿泊者情報の記入など宿泊施設でのチェックイン業務も、ワコム製液晶ペンタブレットの活用によるデジタル化が進んでいる。日本だけ見ても現在、全国800以上のホテルでワコム製品が導入されている。

デジタル技術の進化と浸透が急速に進む現代。同時に、私たちの普段の生活や仕事の場面でもペーパーレス化が進んでいる。その背景には、液晶ペンタブレット・デジタルペンへの移行による業務の効率アップ、各種手続きの簡略化、コスト削減、セキュリティ強化など多くの効果が期待され、導入の引き金となっている。そして世界的に見られるこの傾向は、ワコムがさらにビジネスを広げていくチャンスが存在することを意味している。役所や銀行などでの書類手続き、クレジットカードのサイン決済、宿泊施設でのチェックイン、さらには医療機関でのカルテ入力など、その用途も業界も多種多様だ。実際、これまですでに導入が実現している業種の一部を挙げてみると……



そして「あらゆる場面にワコム製品を浸透させ、日常の風景に新たな【デジタルペン体験】を届ける」取り組みが成功すれば導入先はさらに広がっていくことが期待されている。

CASE STUDIES

世界に広がるワコム



オリスライン・デンタル (イタリア)

イタリア北部の都市・ミラノを拠点に、IT&ソフトウェアサービスを活用して歯科医院の経営をデジタル化するソリューションを提供しているのがオリスライン・デンタル。患者情報登録、カルテの記入、治療に関する同意書の署名などのワークフローをデジタル化するため「Wacom DTU-1141B」「Wacom Ink SDK for multi-display」を導入、事務手続きの効率化および患者の満足度アップを実現している。世界各国で提供する同社のデジタル・ソリューション事業はすでに20年以上の歴史を誇り、現在ではイタリアとポルトガルに事業所を構えている。



インド最高裁判所 (インド)

法廷での膨大かつ煩雑な書類作業の負担軽減と速やかな法の執行を目的として2016年に導入されたインドの「e-Courts」。ワコムの液晶ペンタブレットを採用し、裁判官・原告・被告をはじめとする法廷関係者が裁判に必要な書類・資料・記録をデジタルデバイスで共有することを可能にした。さらに裁判官は審理の過程で必要な情報をメモ書きする際にも同様にデジタルデバイスを活用することができるシステムになっている。これら先進的なデジタル化の試みによりインドの裁判所は時短および作業効率のアップを実現している。



山梨中央銀行 (日本)

1941年創業、山梨県甲府市に本店を構える。長期ビジョンとして「Value Creation Bank」を掲げ、「地域社会に豊かさを」「お客さまに笑顔を」「職員に働きがい」そして「株主の皆さまに満足」を実現し、あらゆるステークホルダーの期待に応える金融グループを目指している。業務のデジタル改革の一環として、「Wacom One 液晶ペンタブレット 13」を導入して、伝票記入の削減を実施。デジタル化による窓口業務の効率化、ペーパーレス化の進展により、紙伝票に関する一連の業務負担を65%削減し、営業店の生産性を大幅に向上させた。

SOLUTION ENABLER

世界は、まだまだ可能性に満ちている

虎視眈々と研ぎ澄ます「発想力」と
「世の中を見通す眼」

日常に^{あまた}数多存在している【描く/書く】という情景。その選択肢にデジタルペンとタブレットを加えていきたい。ビジネスソリューションの部隊は、かつてSF作品で見聞きしたような世界を叶えようと、独自の発想・アイデアと明日を見抜く洞察力で試行錯誤を重ねている。



中達隆司 | Takashi NAKATSUJI

ビジネスソリューション ジャパン
シニアディレクター

ビジネスソリューション事業に20年近く携わり、ワコムが持っているコアテクノロジーをさまざまなビジネスシーンに活用して新たな価値や体験を顧客に提供。現在、公共分野や医療分野への新規需要開拓を推し進めるとともに、新たなソフトウェアの提供を通じて顧客の付加価値の向上に取り組む。

常に探し続けている
「ワコムが入り込む余地」

私たちは一日にどれくらい【描く/書く】のだろうか？ふと頭に浮かんだことのメモ、手帳やカレンダーへの予定の書き込み、病院での問診票の記入、ホテルのチェックイン、公的書類の申請など、改めて意識すると日々の生活は驚くほど【描く/書く】に溢れている。そのすべてを好機と捉え、液晶ペンタブレットや液晶サインタブレットの導入を目指して動いているのが「ビジネスソリューション」である。

あらゆる場面にワコム製品を浸透させ、日常の風景に新たな【デジタルペン体験】を届けること。これがビジネスソリューションの掲げるミッション。「ワコムが入り込む『余地』をいつでも探しています」と語るのは、日本国内のセールスおよびマーケティングのヘッドを務める中達隆司。セールス、マーケティング、ソリューション・コンサルタント、インターナル・セールスから成る16名のチームを率いて、社会にワコム製品を浸透させようと日々アイデアを練り続ける。

日本における「電子カルテの先駆け」からその歩みを始めたビジネスソリューション。現在では、日本国内での売上のおよそ半分は医療分野が占めるなど、ワコムの液晶ペンタブレットは日本全国で1,000を超える医療機関(病院・大学病院など)、800を超える宿泊施設(ホテル・旅館など)、60を超える自治体窓口で導入されるまでに拡大した。こうした「ビジネスユースでのワコム製品の導入獲得」がビジネスソリューションの仕事である。

「経験値」を活かして
課題を解決する
仕事の醍醐味

ビジネスソリューションの事業を展開するにあたって、ワコムはソリューション・イネーブラー(Solution Enabler)を自負している。顧客である導入決定者が構築するシステムが成果を上げるための環境を整え、支援する役割を担うためだ。ワコム製品を実際に使用するのは、その先にいるエンドユーザーなので、導入決定者がエンドユーザーとイコールにはならない。その点が同じブランド製品事業を構成するクリエイティブソリューションと異なる特徴だ。

導入決定者がワコムに期待するのは、他ならぬ「ビジネスへの寄与」である。ここでは、エンドユーザーの利便性向上のみならず、いかに導入決定者のビジネスを改善するかが求められる。ワコム製品を導入した場合の業務効率化、コスト削減、ビジネスプロセスの簡略化などについて仮説を立て、実証実験を通じてその効果を証明して初めて採用されるのである。「導入決定者である企業のビジネスを深く理解する。これが、私たちが最も大切にしていることです。その企業の属する業界を取り巻く環境や、業界特有の業務プロセスを速やかに理解し、私たちに求められる提供価値を把握することを最優先に考えています。そのためにはヒアリングの徹底が欠かせない。ビジネスの最前線の声から『本当に解決したいこと』を探り出します。ビジネスソリューションでの仕事の醍醐味は、『経験値』を活かして企業の困りごとを明らかにすること。簡単ではありませんが、その点が一番面白い。このスキルを駆使して仕事に取り組むところにこの事業の価値があります。もちろん、実際に利用されるユーザーの方に強いる負担は最小限に抑えることも必要です。いくら業務効率が上がろうと、ユーザーが対応できなくては意味がない。今まで紙に手書き(手描き)で行っていた申請内容の記入などが、すべ

て急にPC入力に変わったら…。デバイスの扱いに慣れていない方たちの戸惑いは推して知るべし、です。その点、手書き(手描き)に関する知見が豊富なワコムには、少なからぬ優位性があると考えています」

製品導入後もプロジェクトは続く。ワコムが大切にしているのは「体験」を届けること。導入企業からのフィードバックは「知見の宝庫」。体験をアップデートするため、評価された点も改善すべき点も含めて、開発部隊への共有を欠かさない。また、築いた実績は同業界への営業ツールであり、導入を促進する論拠にもなる。現場からしか得られない貴重な声を知見として蓄えられ、新規導入先開拓での説得力をも高めてくれる。

「発想力」で勝負し
社会情勢を見極め
好機を逃さない

新しい市場開拓の検討に用いるのが「業界・業種」「業務上の用途」「デジタルペン単体 or デジタルペン&タッチの技術用途」の3つの視点。この掛け合わせから「まだ見ぬ大海原」を探すことをいつでも意識する。「ビジネスソリューションが誇る最強の武器は『発想力』です。あるアイデアを全く異なる領域へと転用するなども、その好例。今すぐにビジネスにつながなくても、数年先の世の中を想像して、業界内で影響力のある個人・企業・団体と関係性を築く。これも発想力から生まれるアプローチのひとつです。実際に、電子カルテの合法化以前から、先進的な取り組みに興味と理解を持った医療従事者にはワコム製品を使っていたいていましたから」

発想力に加えて重要な要素となるのが社会環境の変化、特に法改正への対応だ。「紙と印鑑の文化」が根付く日本でもさまざまな分野でペーパーレス化が徐々に進展し、地方選挙や不動産契約などは先行した実証実験も含めてデジタル化が進められている。「法改正の動向は常に注視しています。特に日本においては、行政での

動きが民間企業に大きく影響するため、公共機関におけるデジタル化加速は、ビジネスソリューションにとっての絶好の機会と捉えています。目に見えるものすべてを液晶ペンタブレットに置き換えて考えてみる。そのくらいの気持ちです。もちろん機会ばかりではありません。例えば、『個人の意思表示とは何か』という問題。『個人の意思表示する方法として(手書きの)サインでなくとも構わない』となると、私たちににとっては非常に脅威。なぜサインなのか。利便性や文化的側面を含めて、その価値を訴求し続けていくことも私たちの大切な仕事なのです」

こうした動きは海外含めて共通のもの。国や地域により文化や商習慣は異なるが、「紙を使っている場所はすべて可能性がある」というのは事業全体で共有している考えであり、他国・他地域での事例からインスピレーションを受け、次の展開の「種」としている。

3つの重点分野と
教育のポテンシャル
先の可能性を見つめて

この事業がフォーカスするセグメントは医療、金融、公共機関。そこに新たに加わるのが教育だ。教育に関しては、ビジネスソリューション単体ではなく「テクノロジーソリューション事業」や「インクディビジョン」とも連携しながら精力的に動く。ワコムとして主眼を置くのは「モノ」より「体験」。液晶ペンタブレットや液晶サインタブレットの導入ではなく、「セマンティック・インク(コンピューターが、文脈や背景などからある情報の意味や関連性などを理解し、その理解に基づいて自律的に処理を行うことを可能にする)」などのデジタルインク技術を軸とした「新しい体験価値の提供」を目指す。ビジネスソリューションの売上は約44億円(2022年3月期)。これはワコム全体(連結売上1,088億円)の約4%。世界には「ワコム製品に置き換わる場所」が無数に存在しているという可能性を考えると、この比率はこれから先、



さらに伸ばしていく余地がある。

ワコム製品を通じてどのような社会をつくりたいのか。中達は、現実の延長線上に浮かぶ「サインの未来」について語る。「個人認証の手法を『手書きサイン』によって統合できたら面白いですね。閉じたシステム上の世界において、IDとパスワードで個人を認証することは簡単です。とはいえ、閉じたその世界ごとにそれぞれの認証方法が求められる。この煩わしさは皆さんよくご存知だと思います。私は、手書きサインですべての個人認証、すなわち『個人の意思表示』が可能になる未来を夢見ています。世界中のどこにいても、サインひとつで、その人がその人であることを証明できる社会。これが私たちが思い描く究極の完成形かもしれません」。

(数字は特に記載がないかぎり2022年12月末時点のもの)

for the future

『道具体験』の先にあるもの

ワコムは、デジタルペンやデジタルインクに関わるテクノロジーを研究・開発するという技術会社の本分を果たすと同時に、そのテクノロジーから生み出されるこれまでになかった「新しい体験の可能性の探求」へも歩み始めている。

BE INNOVATIVE

デジタルインクが変える【描く/書く】という体験

仲間と呼べるような「親しみ」を感じるテクノロジーを求めて

インクディビジョンは、デジタルインクを熟知し、コミュニティを構成するパートナーと共に【描く/書く】という体験価値を高める役割を担う。ハードウェア会社から【体験の旅】を届ける存在へと進化を続けるワコム。いま、「人に寄り添うテクノロジー」の追求を進めている。



製品チームと歩調を合わせ イノベーションを実現する

「インクディビジョン」はワコムのなかでもユニークな存在。デジタルインクの活用に関する技術開発を担いながら、新しい体験を提供するクラウドサービスやアプリケーションの開発、ライセンスの付与など、その業務範囲は広範におよぶ。デジタルペンやデジタルインクの利用シーンを定義し、改善を図るのも、この部門の役割だ。

100名近いこのチームを率いるのは、台湾にルーツを持ち、ドイツで育ったハイジ・ワン。ワンはインクディビジョンについて「【中期経営計画 Wacom Chapter 2】の一環として、2018年に発足した新しいチーム。ブランド製品事業やテクノロジーソリューション事業と共にビジネスモデルの変革を推進していま

す。ハードウェア中心の事業を一步進め、体験を届けるサービスへと進化させるサポートが私たちの役割です。そのため、組織編成上もブランド製品事業とテクノロジーソリューション事業の両方に重なる位置に存在しているわけです。各事業部門、部署との連携が不可欠なため、CEOをはじめ、各部門のリーダーとは日常的に密接なコミュニケーションを取っています」と語る。

これまでインクディビジョンは、各事業部門が求める技術を開発してきたが、近年は異なる動き方も増えている。実験的テクノロジーを提示し、そこから「新しい体験」を生み出すということが、現実起こりつつあるのだ。創作過程で生まれる多元的なデータ、例えば、筆さばきの癖、筆圧の掛け方、【クリエイター/アーティスト】の感情の推移などを可視化する「KISEKI ART」(⇒P48 _



「KISEKI ART」について)などは、その典型だ。「テクノロジーはフィードバックを受けて進化するもの。具体的な用途が見えなくても、未来の可能性を広げるための挑戦を続けることに意義があるのです」。

【手描き/手書き】に宿る情報を解き明かすデジタルインクというテクノロジー

デジタルインクは「厳密に言えばソフトウェアであり、接着剤のようなもの」。デジタルペンとアプリケーションをつなぐのがデジタルインクという存在である。ワコムが提唱し、普及を促進する「WILL™ (Wacom Ink Layer Language)」は、物理的なインクと同様の自然な【描き味/書き味】を、デジタルデバイスの画面上でも実現する。「誰もが使えるものにしたかったので、Language (言語)という言葉を使いました」というワンは、このテクノロジーの名付け親だ。

ユーザーの思考、感情の推移、その背後にある物語までも捉えるデジタルインクは、それ自体がコンテンツでもある。具体的体験と紐づけて理解できる情報は未だ少ないものの、デジタルインクには無限の可能性が秘められている。「【手描き/手書き】に対する思い入れが強いのは、漢字文化圏に出自を持つことに起因するのではないかと思います。

表音文字であるアルファベットとは異なり、表意文字である漢字は、文字により多くの情報が込められています。しかし、人が書く文字、人が描く線には、書き手の感情やその場の状況に起因する目には見えない情報が存在するので、デジタルインクであればアルファベットで

も、漢字でも、絵でも、付加される情報のレベルが上がるのです」

大きな価値を認めるからこそ、その保護にも必然的に目が向く。インクディビジョンが開発を主導した「Wacom Yuify」(⇒P49_「Wacom Yuify」について)は、デジタルインクで描かれた作品に創作の証を付与し、権利保護の支援を行う仕組み。自己主権型IDを活用し、永続的な創作の証を残すことを実現した画期的なシステムである。いつ、どこで、誰が創ったものか。描かれた刹那にその情報が作品に埋め込まれる。一人ひとりが持つ創造性や独創性を作品に刻み付け、その「証」を伴った作品データこそが唯一無二の価値を持つ。Wacom Yuifyが普及すれば、【クリエイター/アーティスト】は安心してデジタルでの創作活動に没頭できるに違いない。【手描き/手書き】の価値を大切にするワコムらしい試みと言えるだろう。

デジタルインクが捉える「感情の共有」を通じて新しい自分を発見する

インクディビジョンの目指すところ、それは「感情の共有です」と語るワン。ワコムが志向するのは、捉えた情報をユーザーに開放し、新たな気付きにつなげること。未知の情報によって、ユーザーの潜在意識にある「何か」を呼び覚まし、新しい発見を促そうという考え方だ。「もしかしたらあなたの心の中でこのようなことが起こっているかもしれません。それを見て、あなたは思いますか?」と問いかけるようなイメージだろう。「感情はあくまで個人のもの。それを勝手に解釈することは傲慢です。反応や交流を生み出し、新しい発見に役立ててもらうことに、私たちのテクノロジーを役立てたいのです」

新しい発見を届けるために、大切にしている言葉がある。それは「お客様視点に立ち返る」「創造的混沌を楽しむ」「形にして届ける」の3つだ。「お客様視点に立ち返る」ことが、紛糾した議論の着地点を見

極め、拡散する発想を収束させる原点となる。「創造的混沌」はワコムを象徴する言葉のひとつ。「たしかに創造的混沌はストレスも大きく、物事が進むのに時間も要します。でも、最終的には創造的混沌が必ずやクリエイティブな方向に働くと信じています。だから私たちは、意識的に創造的混沌という言葉を用いているのです」。

「形にして届ける」はお客様やパートナーに対する姿勢を示すもの。イノベーションを起こすには、誰もやったことのない実験的な取り組みが欠かせない。一方で、その努力が実を結び、世の中に体験価値として提案されて初めて存在が認められるのも、また事実だ。「面白い挑戦であっても、価値を提供できなければ意味がない。だから私は、経験の浅いチームメンバーであっても成果を出すことを求めます」

さまざまなプロジェクトに深く関与するインクディビジョンから、ワコムはどのように見えているのか。「ワコムは決して特別ではありません。ビジョンを持ち、コミュニケーションを密にし、試行錯誤し、想像力と勇気を持つ。それ自体に難しいことはない。ユニークであるとすれば、『個人の成長を促すことに熱意を注いでいる』ということ。私はヒーローでも天才でもない。そうなりたいとも思っていません。大切なのは個人の成長を促すこと。チームメンバーが成長し、新しい価値を提供するのを目の当たりにする。それこそが、私にとって最もインスピレーションが湧く体験なのです」

親しみが湧くような自由なテクノロジーで「人に寄り添いたい」

テクノロジーに対するワンの想いには、「人に寄り添いたい」という温かい感情が滲む。「今よりもっと自由なテクノロジーを作りたいと考えています。単に付加価値をもたらすだけではなく、人を助けるものにしたい。それが私の夢です。子どもでも、芸術家でも、作

家でも、その人がなりたいと願う姿へと成長する助けになって欲しいのです。次から次に誕生する新しいテクノロジーは、とすると、私たちに命令するかのように振る舞い、しばしば違和感を覚えます。AIについても、人間との競合が懸念されていますが、いかに人間と人工知能(AI)が仲間になれるのか? という哲学的な側面から探求したいですね。テクノロジーは人々にとって親しみが湧くもの、仲間のようなものであるべきだと思っているのです」「私にとっての創造性とは、異なるものの間にある『つながり』を発見すること。ユーレカ! の瞬間ですね」と語るワン。【生命体・ワコム】が、これから先、どのようにイノベーションを起こしていくのか。インクディビジョンの飽くなき挑戦は続く。



ハイジ・ワン | Heidi WANG

インクディビジョン
シニアバイスプレジデント

インクとイノベーションに情熱を注ぎ、インクを魂と心を反映し、反応するものであると感じている。インクディビジョンの責任者として、ワコムのインク技術とサービスを指揮。モットーは「価値はつながりによって生まれる」であり、そのためにパートナーシップを重視する。

NEW VENTURES

case_1

KISEKI ART

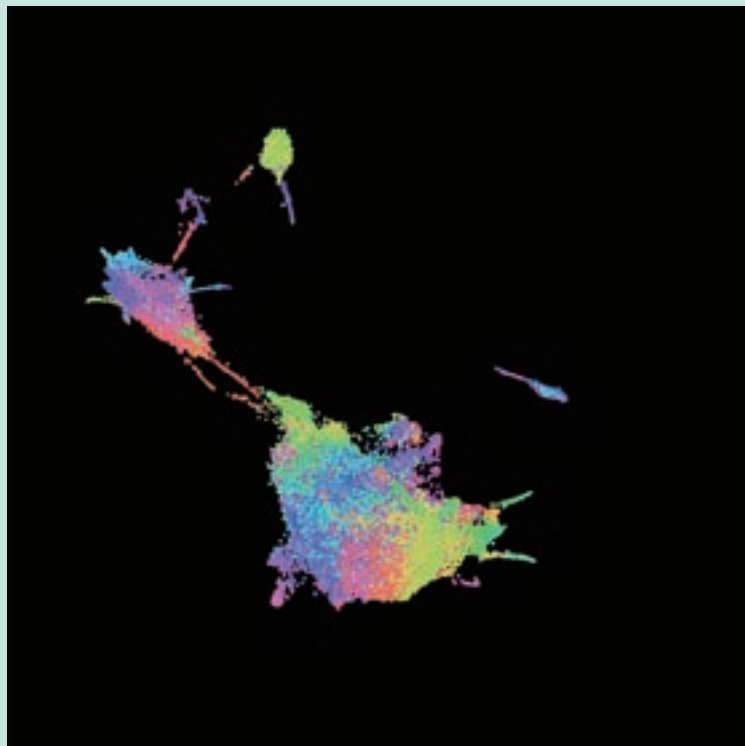
キセキアート

創作の“軌跡＝KISEKI”が
付加価値の概念に
「奇跡的」変化をもたらす

クリエイターが脳内に持つ創造のアイデアを、作品として具現化する役割を担うワコム製品。まさに作者と一心同体といえる近距離にあるからこそ可能となる画期的な取り組み、その名も「KISEKI ART」とは？



ジェフ・コウ | Jeff KO

インクディビジョン
ビジネス開発マネージャー

ワコムという企業を端的に表す言葉があるとすれば、その一つは「道具屋」ということになるだろう。

そしてこの「道具屋」であること——つまりクリエイターが想像力をたくましくし、未知の作品を制作する過程にダイレクトに寄り添う存在であること——が、誰も想像し得なかった次世代の付加価値を生む土台となる。その強い信念のもと2021年に立ち上げられたのが「KISEKI ART」と呼ばれる取り組みだ。

ワコムの代表取締役社長兼CEOを務める井出信孝も、「ペンで入力された情報を単なる線として捉えるのではなく、時間、場所、さらには文脈などの情報を付加することで、創造の軌跡を可視化することができます。この情報をクリエイターに還元する体験をつくることができれば、大きな価値が生まれるはず」と語っている。

この取り組みの中で大きな役割を果たすのが、デジタルインクデータを表示・保存する技術「WILL」だ。

アーティストの筆圧、ペン角度・スピード・ストローク、描き直しの履歴など、まさに創作の“軌跡”(＝KISEKI)を記録することができるのである。

「創作に関する各種情報をRAWデータとして収集し、さらに人工知能(AI)を駆使することで、アートのような視覚的表現へと変換する“絵紋”^{えもん}がその一例ですが、創作の背景やストーリーを可視化するサービスを生み出せると考えています」と語るのは、インクディビジョンでビジネス開発マネージャーを務めるジェフ・コウ。AI開発で高い評価を得るPreferred Networksと、イラストやアニメーションの制作アプリで、世界中のクリエイターをサポートするセルシスを含めた3社のコラボレーションで、“軌跡”が内包する無限の可能性の探求が進んでいる。

クリエイターへの還元を端緒に始まったプロジェクトではあるが、ユーザーテストなど開発の過程で

新たなビジネスの息吹も見えてきたという。「その一つが、アニメーターの新人教育です。アニメ業界では、プロの経験を若い世代へと継承し、共有するのが難しいという課題があります。こういった点においても、KISEKIの有用性が高いと考えています」。

プロジェクト開始より2年。今後は、具体的なサービス・ソリューションへと磨き上げる作業が続くが、アウトプットの形を突き詰めていく過程においては、コウの個人的な想いも方向性を左右する。「どんな形になるにしろ、究極的には15年前に絵を描く練習を始めたときの自分に喜んでもらえるサービスを提供したい。同時に今の時代に日々絵を描く人々・友だちを本当に支えることができるサービスに仕上げたいというのが常々感じている私個人の想いです」。

KISEKIの次なる展開にぜひとも注目したい。

日進月歩のスピードで技術革新が続くテック業界。なかでも急速に注目度が上昇しているのが「Web3」だ。このWeb3の世界では、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)などに代表されるプラットフォーム事業者にも必ずしも頼ることなく、個人の間で情報やコンテンツのダイレクトなやりとりが可能になるP2P(＝Peer to Peer：Peerは「同僚・仲間」の意)が現実のものとなる。例えば、自分で創作したデジタルアート作品のライセンス提供をする際、これまではアセットストア(＝プラットフォーム)などを介して行われるのが一般的であったが、Web3では、クリエイター個人が希望するユーザーに直接ライセンス提供することもできるようになるのである。

しかし、このとき問題となり得るのが、真贋や来歴だ。実際には他人が創作したアート作品を不正に入手しライセンス取引をしている可能性も払拭できない。信頼できる創作者証明情報と合わせて作品の権利管理やライセンス取引、さらには共同制作プロジェクトの管理を可能にするため、ワコムが開発を進めているサービスがある。「Wacom

Yuify」だ。

「Web3の世界ではすでに広がっている(改ざん困難な)ブロックチェーン技術を使って作品の独自性や権利の保護に貢献するというプロジェクトとして始まりました」。そう語るのは、Wacom Yuifyのプロジェクト・マネージャーを務める石井亮次。「個人間で作品の使用許諾のようなライセンス契約を行ったり、チームで共同制作した際、メンバーごとの担当した作業に関する記録や役割の管理が可能になります」。

個々の作品に振り当てたユニークなIDを、作品の画像データに埋め込む独自技術を活用したこのサービス。「マイクロマーク」と呼ばれる“電子透かし”を埋め込むことで、いつどこで作品を公開しても、IDに紐づいた創作の証明、権利情報、ライセンシングの条件などを常に確認・参照できる仕組みになっているという。

「デジタルデータの場合、いくらでもコピーできてしまうし、それ自体はデジタルの良いところであるとは思いますが、独自性の証しや制作の背景にあるクリエイター固有のストーリーと『相即不離』になっているデー

タ(作品)にこそ唯一無二の価値がある——。そういう世界観を作っていきたいと思っています」。

文字通り“クリエイターのエコシステム”を創造する試みと位置付けられたWacom Yuify。しかし同時に、現時点のワコムにとって未知のビジネスチャンス創造する可能性を秘めると石井は力説する。「今まだワコムが着手していない事業への足掛かりとしての役割をWacom Yuifyが担うこともできると考えています。ワコムのビジョンと親和性があり、シナジーもある関連ビジネスの企業が一緒になって事業を拡大していく展開も模索できるのではないかと。周辺への広がりをもたせていくことができれば、会社や投資家が期待する新規ビジネスへの拡大や成長という期待値に対して、Wacom Yuifyが解を提供できる可能性も高まると思っています」。

現在、エンジニア、デザイナー、マーケティング、ビジネス開発、ファイナンス、カスタマーサービス、法務などワコム社内の部署の垣根を超えて集められたチームが、2023年度内の第一弾リリースを目指して、懸命に開発に取り組んでいる。

case_2

Wacom Yuify

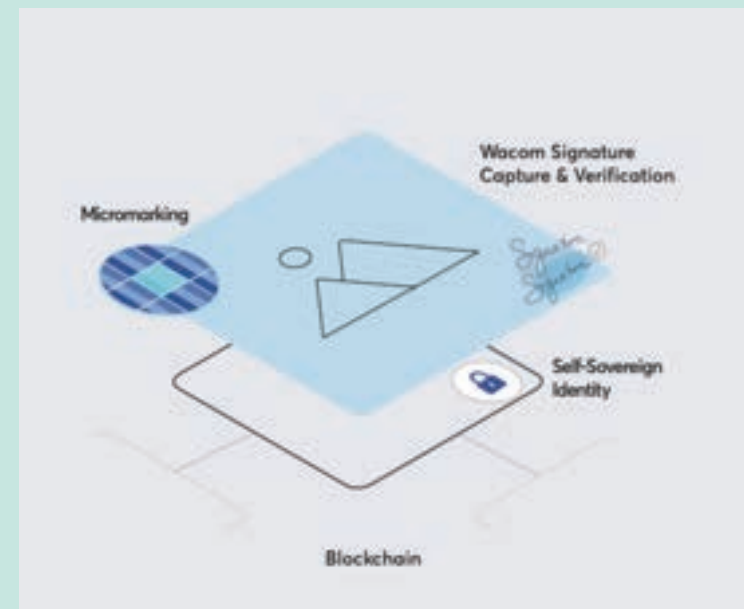
ワコムユイファイ

クリエイターの権利を守る
エコシステム構築の挑戦

「Web3」の登場によってデジタル世界の可能性が急速に拡大する一方、創作に関するクリエイターの権利保護の必要性もかつてないほど大きくなっている。この現状に解をもたらすのが急ピッチで開発が進む「Wacom Yuify」だ。



石井亮次 | Ryoji ISHII

Wacom Yuify
プロジェクト・マネージャー



Joohoon Lee

Hideyuki Hara

SHALL WE TALK?

未来の体験価値は技術革新から生まれ出る

ジュフン・リと原英之。それぞれ、EMR®（Electro-Magnetic Resonance／電磁誘導方式）とアクティブES®（AES：アクティブ静電結合方式）というワコムの根幹を担うテクノロジーの開発リードを務めるトップエンジニアだ。ふたりは口を揃えて言う。「ワコムは技術の会社である」と。その言葉に秘められた矜持——エンジニアは、ビジネス志向ではなく、技術オリエンテッドで未来を切り拓くチャレンジをしなければならない——を、ふたりの言葉から紐とく。



Wacom® Cintiq® Pro 27 と共に新開発された「Wacom Pro Pen 3」。製品の描き味を大幅に向上させることに加え、ユーザーの作業スタイルに合わせて付属パーツを入れ替えることで、グリップの太さ、サイドスイッチの有無、ペンの重心をカスタマイズできるのが特徴（EMR技術を使用）。

テクノロジーソリューション事業の顧客の一つ、富士通クライアントコンピューティング株式会社の「FMV LOOX」で最初に採用された「Wacom Linear Pen」。シャープなペン先で描画ポイントが見やすく、さまざまなペンの持ち方に対応する（アクティブES技術を使用）。

理系だった子ども時代とワコムへの入社

——まずは、りさんの経歴について教えてください。

リ 生まれも育ちも韓国のソウルです。大学に入るまでずっと江南区で暮らしていました。10代のころはソウルの喧噪がちょっとイヤになり、大学はソウルから離れている工科大学へ進学しました。専攻はマテリアルサイエンスです。

——子どものころから理系だったのですか？

リ 小さいころは、絵画やピアノといったひと通りのお稽古事をやりましたが、どうやら数学が一番得意だったようで、自然と理系の大学を選ぶようになりました。

——どのような経緯でワコムに入社されたのでしょうか？

リ 前職の会社はサムスンなのですが、あるとき、「自分がこの会社でやりたいことはやり尽くした」と感じたのです。そして、開発者として未知なる領域にもっとトライできる環境で働きたいと思っていたときに、以前からお付き合いがあったワコムの井出社長から声をかけてもらいました。時間をかけて悩んだ末、目の前に広がる可能性に強い魅力を感じ、日本へ来ることを決めたのです。

——原さんの子ども時代も理系ですか？

原 私は、島根県の大社町という、出雲大社から徒歩5分くらいの町で生まれ育ちました。小さいころから人に言われて何かをすることが嫌いで（笑）、習い事とかクラブ活動は全然やらずに、本を読んだり虫を捕ったり、あとはずっと工作をしていました。

授業も算数や理科が好きで、そのころに読んだ相対性理論の科学マンガに興味を持ち、結局、大学院まで進んで理論物理学の研究に打ち込みました。

——研究畑だった原さんがワコムに入社したきっかけは？

原 研究も好きだったのですが、小さなころからものづくりが大好きだったので、心のどこかで「何かものをつくってみたい」という欲求が溜まっていたのだと思います。一方で、高校時代に人生初のパソコンを親に買ってもらったとき、パソコンで絵が描けるということに興味してペンタブレットを手に入れたのです。実はそれが当時「Bamboo」という商品名で販売されていたワコムのペンタブレットで、就職活動のときに「そういえばワコムっていう会社があったな」と思い出し、結局入社することになりました。それが2008年なので、社歴は15年になります。





アクティブES®とは？

——原さんが開発リードを務めているアクティブES（アクティブ静電結合方式）について教えてください。

原 端的に言うと、リさんが開発のリードを担当しているEMR（Electro-Magnetic Resonance／電磁誘導方式）は、タブレットや液晶側から出す磁界によってデジタルペン内のコイルに発生する誘導電流を使い、ペンの位置や傾き、筆圧などの情報を伝えています。そのため、ペンはバッテリーを必要としません。一方、アクティブES（アクティブ静電結合方式）はデジタルペンにバッテリーが入っており、そのペン先から出る静電気でペンの位置、傾き、筆圧などの情報を伝達するという特徴があります。EMRは、ペン本体にバッテリーが入っていないというメリットがあるものの、タブレットの内部や液晶の裏側に磁界を発生させるセンサーが必要になります。一方、アクティブESではこのペン専用のセンサーは不要になります。

——アクティブESの大きな特徴は？

原 汎用性の高さが挙げられます。スマートフォンの登場以降、タッチデバイスがパソコンですら当たり前になりました。どうせタッチセンサーが付くのであれば、そのセンサーでペン先の位置情報を取った

ほうがシステムとしてシンプルということもあり、さまざまなパソコンメーカーでアクティブESを使っているようにになりました。実際、アクティブESの売り上げはパソコンやタブレットのOEM（相手先ブランド名製造）向けになります。

——ほかの類似技術と比較してどのような強みがあるのでしょうか？

原 正直に申しますと、デジタルペンの信号に使っているプロトコル名というのはあくまで名前であり、言語みたいなものです。例えば中国語が話せるとかドイツ語が話せることと同じように、プロトコル自体にはそれほど大きな優劣はありません。大事なのは、ペンからどういう信号を出すかより、出した信号でどういうパフォーマンスを実現するかです。なので、ワコムとしては、自分たちの技術をどれだけ向上させていくかという点にフォーカスし、そこに責任を持ち続けていくことが重要だし、それこそがわれわれの強みではないかととらえています。

——アクティブESは相対的に汎用性が高い技術だからこそ、いまデジタル化されていない領域にも今後どんどん広がっていく可能性がありますね。

原 そうですね。タッチセンサーとコントローラーさえあればシステムとして完結するアクティブESは、プ

ロトコルの互換性をとることで使用可能な領域を広げやすく、部品の供給面や製造面でのリスクもある程度制御しやすい。よって、例えば教育用途のような社会インフラに近い領域にも適している技術といえるでしょう。

独自技術EMRをどう育んでいくか

——リさんは、EMR技術を今後どのように発展させていきたいとお考えですか？

リ そもそもワコムという会社自体、EMRの技術開発からスタートしています。原さんが言うように、デジタルペンの採用がどんどん広がっているなかで、ワコムの力、ワコムのシナリオで、EMR技術の世界をいかに豊かなものにしていけるのか。もっと言うなら、すでに完成の域にある技術を、どうやって未来の技術にすることができるのか。それが、いま私が挑戦していることです。プロフェッショナル向けのペンという技術価値をどう活用し、EMR技術でどういったソリューションを提供することが可能なのかを考えることが、当面のフェーズになります。

私は開発者なので、新しいマーケットにリーチしていくというビジネス志向ではなく、純粋に技術オリエンテッドでスタートし、ビジネスへと融合していくビジョンを掲げています。

——ビジネスや市場開拓も大切ですが、何よりも技術革新を最重要事項として、そこから未来の体験価値を描いていくというわけですね。

リ はい。ワコムは技術の会社ですから、ワコムにしかない技術を掘り下げることによって価値を創造していくことはとても重要だと思いますし、まさにそこが、この会社へ来て私がやりたかった部分でもあります。そのプロセスを経ることによって、「これがワコムのペンです」という次なるストーリーを見いだせると思います。開発者側が結果を出せば、きっとボタンを受け取るビジネス側が応えてくれると信じています。

原 その点にはすごく共感します。チャレンジをしない／できない環境

が生まれてしまうと、優秀なエンジニアほど嫌になって辞めてしまいます。チャレンジする文化があると人は育ちますし、自然と職場に残りたくなりますから。

——実際、ワコムの開発環境に漂う「ワコムイズム」みたいなものはあるのでしょうか？ 例えばクリエイティブにもごとを考え、技術革新を起こすにあたっては「大局観」「論理」「直観」のどれもが不可欠と言われています。

原 大局的にものごとをとらえている人が意見を出し、それを開発に盛り込んでいける環境を整えることが重要だと思います。私自身は、当然エンジニアなので周りの人から見たらものすごくロジカルなのかもしれませんが、技術ロードマップが自分のなかにはあって、その達成に向けてチームメンバーを適材適所に配置する傾向がある気がします。

——リさんはどうでしょう？ エンジニアとして大事にしている哲学は？

リ 広い視野を持つことです。「ワコムのエンジニアだから」「ワコムのデバイスだから」という発想ではなく、いろいろな知識と感性を動員して問題意識を持ち、何ならこれまでの慣習や歴史を超えてでも、自分が納得できるレベルまでチャレンジしていく必要があります。特に若いエンジニアは、そうした認識を持たないと成長できません。

——リさんから見た、ワコムの若手エンジニアの印象は？

リ 最初は「みんな大人しいから大丈夫かな？」と思っていましたが、話をしたら、気骨のあるいいエンジニアがかなりいることがわかって嬉しくなりました。みんな、それぞれに能力と情熱を持っています。彼らの中から、次のワコムを担うリーダーが必ず登場するはずです。

【描く／書く】という行為に未来はあるのか？

——最後に、「ペンで何かを【描く／書く】」という行為に、この先どのような可能性があると考えていますか？

原 産業革命が終わったのが1860年代、ノートパソコンの登場が1990年前後、そしてスマホの登場が2000年代初頭と考えると、わずか1世紀半ほどで人類が創り出す科学技術はものすごい進歩を果たしました。今後、現在使っているパソコンレベルの処理性能は、非常に小さなデバイスに収められるでしょう。どんどん便利になり、人間が煩わされることも減っていくと思います。ただ、それでも感じるのが、「確かに便利だしラクにはなっているけれど、何となく疲れる」という社会になってきているのではないかと思います。情報をどこでも得られるからこそ疲れるし、考えているヒマがあったらほかのこともやらなきゃ、みたいにせかせかしている気がしてならない。

そうしたなかで、やはり【描く／書く】行為は、思考をまとめるうえで非常に重要なものだと思います。今後、テクノロジーによってますます効率化が進んでいくと、どこかで、【描く／書く】という行為が改めて重要視される時代が来るのではないかと。デジタルというと、即時性も強く、エラーも隙もないイメージですが、今後、揺り戻しが来るかもしれません。不便な体験や「これはどう

いうことなんだろう？」と戸惑わせる体験が、戻ってくるかもしれません。そうしたなかで【描く／書く】というアナログな行為がより大きな意味を持ち、デジタルの利便性が重なることで人々に豊かさをもたらせるのであれば、そこを支える技術を考えていくことがワコムの果たすべき役割であると考えています。

——リさんはいかがでしょう？

リ この先に待っているのは、情報もデバイスもすべてがつながったコネクテッド・ソサエティだと思います。デバイスの制御は人工知能（AI）が司り、コマンドも音声入力へと切り替わっていくかも知れない。そう考えると、ペンで【描く／書く】という行為が今後どうなるのか不安になってもおかしくありません。

しかし、AIによって人間のクリエイティビティを100%カバーすることは、この先もできないと思っています。つまり、クリエイティビティ、あるいはイマジネーションを、ワコムはどうサポートしていけるのか……。そんな課題と向き合い、まだ見ぬデジタルペンの将来に向かってチャレンジしていくことが、ワコムのエンジニアが今後取り組むべき命題であると思います。



デザインは細部に宿るね

手を動かすことで未来に伝えたいね

「次の30年を代表する企業になれ」

世界を知る投資家・ 阿部修平は、 なぜワコムに 熱視線を注ぐのか

ジョージ・ソロスの薫陶を受け、数えきれないほどの経営者と企業を見てきたスパークス・アセット・マネジメント代表取締役社長CEO 阿部修平の目に、今のワコムはどのように映っているのか。ワコムに向けられる温かくも厳しい言葉の端々からは、「世界のトップと伍する企業へと成長できる」という期待が感じられた。

SPECIAL

CONVERSATION

ビジネスにおける「アート」の意味

井出 信孝 今日は「Wacom Story Book (以下ストーリーブック)」のためにお越しいただき、ありがとうございます。阿部さんとお話できるのをとても楽しみにしていました。このストーリーブックは、今年から新たに始めた取り組みです。ステーキホルダーとのコミュニケーションツールとするにあたり、「ワコムのデジタルペンを使っていただいているお客様、価値を共創しているパートナーの方々、一人ひとりのチームメンバーが紡ぐ無数の物語を伝えたい」という願いを込め、ストーリーブックというタイトルを付けました。投資家や株主様に読んでもらいたいという気持ちと同じくらい、自分たちでもこの物語を読みたい。そして、ワコムで働くチームメンバーが誇りを持って自分の会社や仕事について語る時、そこにストーリーブックがあってほしい。そう思っています。

阿部 修平 私がわずか5人で独立した時、仲間の中にも大企業から名も知れない小さな会社に転職したことを気恥ずかしく思う人もいました。それ以来、私は「家族や友人に自慢できる会社になりたい」と言い続けてきました。「誇りを持てる会社で働きたい」という想いは、日本でも海外でも変わりませんね。

井出 情熱を持って仕事に取り組む個人の集積が、企業として大きな価値を生み出す。そのためには何が求められるのか。今日はそのあたりをぜひお伺いできればと思います。最初にお話したいのが、ビジネスにおける「アート」の意味についてです。企業経営では設定したゴールに向かって最短距離で進む効率性や生産性が求められます。これは社会で存在するために必要



な要素ですが、一方で、一見すると無駄とも映りかねない感覚的要素、アートの部分が大きな意味を持つのではないかという意識も持ち続けています。

阿部 私は投資家として、多くの経営者の話を聴いてきたという点では誰にも負けないと自負しています。投資家として企業を見る判断軸は、効率性や生産性などよりも、極めて感覚的な部分が大きい。投資家に必要なのは「価値を見極める力」です。他人には見えない価値を見つけること。何かを見て「綺麗だな」と感じる感覚と同じです。アーティストであれば個人的感覚を作品として表現するでしょう。それはビジネスにも通じますよね。ワコムで言えば、「道具をつくる」というロジックに、いかにアーティスティックな気付きを組み合わせるかということですよね。伝説的投資家であるウォーレ

ン・バフェットさんも、自らをビジネスマンであり、投資家であり、アーティストであると言っています。

井出 阿部さんもスパークス・グループを経営するビジネスマンであり、もちろん投資家でもあり、ご自身でも音楽や絵画などのクリエイションも行われるアーティストでもいらっしゃるんですね。

阿部 「直感」はとても大切です。私が高校生の頃、『Let It Be』という映画がありました。ビートルズの4人がスタジオに籠り、段々と音をつくっていく様子を追ったドキュメンタリーです。それぞれのアーティストが直感に従いながら、それぞれに敬意を払って、徐々に形になっていく。あの4人でなければできないことです。

井出 『Let It Be』を見ても「創作の過程が持つ価値」を感じます。なぜあのコード進行に行き着いたのか。何かを生み出すまでの苦しみにこそ、「表現の真の価値」が宿るのではないのでしょうか。いまワコムで進めている「KISEKI ART」(⇒P48_「KISEKI ART」について)というプロジェクトは、まさに「創作の過程」に焦点を当てています。創作の成果である作品だけでなく、創作の過程そのものもアートであるという新しい問いかけです。これにより、過程が価値を持ち、その対価をクリエイターやアーティストに還元することができれば、創作に関わる層の拡大につながる。その信念を持って取り組んでいます。

阿部 そこから新しいビジネスが生まれるのではないのでしょうか。私が証券アナリストになりたての頃、ワープロが普及し始めました。これによって起こったのが「小説家の若返り」でした。大学生などの若者が名だたる文学賞を獲得し始めた。つまり、新しい道具の登場がクリエイティブな活動を進化させたわけです。その面からも、私はワコムに興味を持っているのです。ワコムのデジタルペンには「言語の壁」がありませんよね。そして、同じ場所にいなくても創作を共有できます。言語の制約も空間的な制約も受けない、知的創造力を変質させる道具が生まれると期待しています。

井出 デジタルテクノロジーの最大の特徴は「時空を超える」ことです。時間と空間の制約を取り払うことがワコムの使命だと思っています。

これからの30年に不可欠な
「人々を幸せにする」という視点

阿部 優秀なビジネスマンはプラグマティック(実利的)です。「未来」を見つつ、「今」やるべきことがわかっている。10年後のことを嬉々として語り、資金調達の相談に来る経営者もいますが、そういう人に限って実態は赤字続きということもあります。経営者としての賢さがあれば、今でも利益を出すことができるはず。一生懸命であり、小さな工夫を凝らすこと。これが大切ですね。

井出 よくわかります。『千夜一夜物語(アラビアンナイト)』では、シャフリヤール王に殺められないよう、妻であるシェヘラザードが毎晩命懸けで物語を語ります。王は妻を亡き者にしたい一方で、物語の続きを聞きた

いがために妻を翌晩まで生かすしかない。その切迫感のある毎日の積み重ねが、結果的に千日間の壮大な物語につながったわけです。最初から千日後に面白い話をする約束するのではなく、振り返ると千日間の物語になっていたんですね。これはビジネスでも同じことが言えると思ったのです。千日後の物語を語るには、今日この一日の物語を語れなければならない。ある種の切迫感を伴った「今」が、「未来」につながっていくのではないかと思います。

阿部 ビジネスとアートの間に境界線があるとしたら、「今があるか?」という点かもしれません。「今」を生き抜く現実主義的な面。それと同時に、先を見据えた使命感も持っていたい。使命感がなければ、単なる利益追求になってしまいます。外から見たら成功しているように見えても、自分の得や利益のためにだけビジネスをやっている人たちをたくさん見てきましたから。

井出 その部分をもっと深くお聞きしたいです。阿部さんは30年以上にわたり、謂わば「資本主義の中心地」で生き抜いて来られました。資本主義の真髄を知りながら、個人としてクリエイションに真剣に取り組んでいるのは、どのような関係性があるのでしょうか。

阿部 それは私たちも懸命に考え続けているテーマです。学究的ではありませんが、少なくともこの30年間のことは語ることができる。私が思うのは、やはり「歴史は繰り返す」ということ。資本主義が変わると言われていますが、世の中というものは本質に向かうものです。およそ30年前、テクノロジーの進化によって世界がひとつになりました。いわゆるグローバリゼーションの進展です。これによりスケールからクオリティ



へと判断軸が変化しました。では、次に何が起こるでしょうか。直近30年はデフレーション、つまりモノやサービスの価格が下がる時代でした。価格が下がるから多く売らなければいけなかった。これからの30年は、「量」に対して「価値」が重視される時代へと移っていくでしょう。さらに言えば、「利潤」よりも「人間性」が大切になると考えています。「人々を幸せにする」という視点、「プロフィット・トゥ・ヒューマニティ」ですね。

井出 やはり阿部さんとワコムにはレゾナンス(共鳴)があると感じます。ワコムでは「意味深い成長(Meaningful Growth)」というコンセプトを立ち上げました。財務的な成長の最大化はもちろん目指しますが、あわせて、「人間の成長に寄与したい」という想いから生まれた考え方です。ワコムに関わるすべての人



新しい道具の登場が
クリエイティブを進化させる。
だからワコムに興味があるのです。

たちが、自分にとっての意味深い成長を遂げる。そのためにワコムが伴走するという挑戦です。

阿部 私も共感します。ワコムのように、世界のトップを狙える潜在能力を持った会社には、自らの限界を設定することなく、ぜひ積極的に多くの人々に製品やサービスを届けてもらいたいですね。

ワコムに抱いてもらいたい
「世界を変える」という野望

阿部 私は若い頃、天才投資家として知られるジョージ・ソロスさんと知遇を得て、およそ3年間、彼の傍について投資に関する理論や信念を学びました。彼はハンガリー系ユダヤ人で、16歳の時に英国に渡りました。第二次世界大戦が終結した直後のことです。彼が1992年に行ったのが巨額のボンド売りでした。当時の英国は経済成長が後退する一方で、英国政府は効果的な金融政策を打ち出せずにいました。英国政府はボンド下落を食い止めるために一時買い支えましたが、断念するに至りました。英国経済は、結果的にこの「ボンド危機」を契機として改善に向かったのです。彼は、自分に教育を与えてくれた英国に大きな恩義を感じていました。「英国の窮状を救いたい」という想いが、彼をボンド売りへと導いたのです。もしかしたら、彼は金儲けのために通貨投機を行ったと考えている人もいるかもしれませんが、決してそんなことはない。彼の行動は「プロフィット・トゥ・ヒューマニティ」と言えるものです。彼は英国政府を相手にたった一人で闘っていました。その彼がロンドンの街を歩く後ろ姿を見て、心から感動したことを覚えています。若い人たちには彼のような志を抱いてもらいたいですし、ぜひワコムにも「この世界を変える」という野望を持ってほしいですね。

井出 嬉しいと同時にとても重要な使命を感じますね。人間が何万年もこの手で握ってきた道具をさらに進化させて、ヒューメインな（人間味のある）ものにしていく。誇大妄想と言われるかもしれませんが、その覚悟があります。決して万雷の拍手で迎えられるわけではないと思いますが、ソロスさんや阿部さん突き動かすのも、その使命なのだと思います。

阿部 ソロスさんからは、そうした気迫や気概といったものを教えてもらいました。そして日々を生き抜くセンス。サバイバル・スピリットと呼んでもいいかもしれません。ワコムはそうした期待をさせてくれる会社です。私たちは機関投資家として年間約3,000件の企業調査を行っていますが、そのように感じさせる企業はなかなかいません。



我を忘れて集中する感覚は
私たちを幸せにしてくれる

井出 敢えてお聞きますが、ワコムへの箴言・諫言をいただけないでしょうか。

阿部 やはり小さな成功に満足してもらいたくはないですね。尊敬する経営者を見ると、「考え続ける力」が秀でています。彼らは常に同じことを考え続けている。その量が圧倒的ですね。加えて、成功している企業には色があります。センスと言い換えてもいいかもしれません。それは経営者の色でありセンスなのです。その点においては、私は井出さんに素養を感じています。

井出 小さな成功に酔いしれていないか。考える量は足りているのか。自分自身に問いかけます。

阿部 そして最後は「正しく考える」。これが大切です。成功したように見える経営者のなかには、正しく考えているとは言えない人もいます。ですが、社会はその振る舞いを見えています。ビジネスというのは人間を相手にやること。その意味で世の中はフェアですね。正しく考えている会社は、長く存続することができるでしょう。ワコムが扱うのはデジタルインクというソフトウェアではありますが、そこにはリアルがあります。そして言語の壁がない。米国中心の経済が終焉を迎えつつあると言われる今、日本の立ち位置を見極める時が来ています。

阿部修平 | Shuhei ABE

スパークス・グループ株式会社
代表取締役社長 グループCEO
スパークス・アセット・マネジメント株式会社
代表取締役社長CEO

1954年北海道札幌市生まれ。1978年上智大学経済学部卒業。1980年バブソンカレッジでMBA取得。帰国後、株式会社野村総合研究所入社。企業調査アナリストとして日本株の個別企業調査業務に従事。1982年ノムラ・セキュリティーズ・インターナショナル(ニューヨーク)に出向し、米国機関投資家向けの日本株セールス業務に従事。1985年ニューヨークでアベ・キャピタル・リサーチを設立。ジョージ・ソロス氏のクオンタムファンドなど欧米資金による日本株の投資運用・助言業務を行うとともに、欧米の個人資産家の資産運用を行う。1989年に帰国後、スパークス投資顧問(現スパークス・グループ株式会社)を設立。2001年上場。2005年ハーバード大学ビジネススクールでAMP修了。2011年政府のエネルギー・環境会議コスト等検証委員会委員、2012年需給検証委員会委員に就任。2012年国際協力銀行(JBIC)リスク・アドバイザリー委員会委員に就任。プライベートでは作詞、作曲、ギター演奏に加え、絵画も描く。



後世、その先鞭を付けた企業のひとつとしてワコムが語られる日が来るかもしれません。

井出 ありがとうございます。人間の手は無数の神経系が張り巡らされた器官です。「構造が複雑すぎるから、決してメスを入れてはいけない」という意味で、医師はかつて「ノーマンズランド (no man's land)」とも呼んだそうです。その「^{なんごころ}掌」で扱う道具をつくっている道具屋だという誇りを持ち、さらに大きな価値、体験の旅を提供するという使命感を忘れないようにします。

阿部 欧米経済は統計と数字で判断します。この40年、米国では「モノを生み出す」ということへの投資がほとんど行われず、経済の中心は消費にありました。消費財を売り、買い、捨てる。これにより繁栄してきたわけです。中国もそうなっていくでしょう。翻って日本はどうするか。誰も想像していなかったリアルな価値を生み出せば、人間はもっとクリエイティブになりますよね。クリエイティブな作業をしている時、私たちはやはり幸せを感じますから。

井出 私たちも「忘我」や「没入」という感覚について考えています。周りが見えなくなることは、生物的な生存という観点からはむしろリスクにもなります。それでも、この感覚が我々に備わっているということは、何か意味があるはずですよね。学びの時間であっても、創作の時間であっても、忘我の域と没入の空間を私たちのテクノロジーによってつくり出す。これが夢見る道具屋・ワコムが目指すものです。僕は「足るを知る」ことも大切だと思っています。半永久的で財務的な成長を是とする「資本主義の中心地」を生きる方々から見れば、

この言葉は異議を唱えられそうですが、僕の考える「足るを知る」は少し意味合いが異なります。それは「今以上の成長を諦める」「自ら限界を設定する」ということではなく、「自分たちにとって何が必要で、何を捨てるべきなのか」という問いかけであり覚悟です。真に重要な価値を見極め、そのために邁進するという姿勢が重要だと考えています。

阿部 私もそう思います。世界のトップを狙える技術を持ち、ユニークなリーダーに率いられたワコムのような企業には、簡単に「足るを知る」と言わずに、もっとアグレッシブであってほしいと願っています。まもなく、これからの30年のあり方を決めるような企業が台頭することでしょう。ワコムはそのひとつになれると思っています。今日はここに來られて本当に良かったです。ありがとうございました。

ワコムは今後30年の

あり方を決める企業のひとつになれる。

WACOM COMMUNITY

【解説】ワコムを取り巻くコミュニティ

多彩なパートナーと共創する未来

“友人を見れば、あなたがどんな人間かがよくわかる”
企業にとってのパートナー、それは夢を語らう友人のようなものだ。
パートナーの総体である「コミュニティ」の姿には、
ワコムという人格が確かな輪郭を持って浮かび上がる。

ワコムは、自社としてデジタルペンやデジタルインクの技術を突き詰めながら、外部パートナーとの関係性構築も重要な要素と考えている。高度に複雑化し、専門領域の細分化が加速する現代社会では、経営や事業に関わるすべてを自社のみで賄うのは現実的とは言えない。さまざまな領域を牽引する企業・団体・学術機関とのパートナーシップ構築は、新たな視点を社内に取り込み、最先端の知識や技術を捕捉し、予期せぬ変化にも柔軟に対応できるしなやかさを身に付けることにつながる。その意味で、パートナーとの関係性は中長期的なビジネスの成功における、ひとつの生命線と言えるだろう。ワコムでは、「技術パートナー」「ビジネスパートナー」「文化共創パートナー」という3つのカテゴリーのパートナーと共に、新しい価値や体験の共創を続けている。ワコムを取り巻く「コミュニティ」とは、このような「パートナーとの関係性の総体」を指す。

Technology Partners

共にテクノロジーを追求する
技術パートナー

自社ですべてを整え、囲い込むのではなく、各分野のトップランナーとの協調にこそ、ワコムのテクノロジーのさらなる可能性が宿る。あらゆる領域との掛け算が成立するのも、デジタルテクノロジーの特徴だ。

Business Partners

新しいビジネスを生み出す
ビジネスパートナー

遠く離れたところにある「知」と「知」。一見すると関係性が薄く映るような異質な才能が結びつき、新しいビジネスが芽吹くことも少なくない。ワコムは、【ひとり歩む】ことを続けながら常に外の世界に目を向け、いつか来る【共に歩む】機会を逃さないよう、先を見通したパートナーシップ構築を図る。

Culture Co-Creation Partners

新しい文化を切り拓く
文化共創パートナー

「文化」とは何か？ それは「人間の行動や考え方の指針となる価値体系」だ。これからの私たちの行動、価値観、倫理、理想などに、少しでも影響を与えるような新しい文化を共に生み出すことを目指し、ワコムはパートナーとの多様な取り組みを続ける。ここには「人間の表現と学びを支えたい」というワコムの信念が色濃く現れている。

ワコムを取り巻くコミュニティは、実に多くのパートナーに支えられ形づくられている。パートナーとのつながり、その一つひとつが未来への種だ。すでに芽を出し、花を付け、実を結んでいるものもあれば、土に身を潜め、風雪を耐え忍び、長い冬を越すものもあるだろう。しかし、そのどれもが希望という名の種に違いない。

Technology Partners

共にテクノロジーを追求する
技術パートナー

wacom®

Culture Co-Creation Partners

新しい文化を切り拓く
文化共創パートナー

Business Partners

新しいビジネスを生み出す
ビジネスパートナー

TECHNOLOGY

PARTNERS

共にテクノロジーを追求する技術パートナー



from JAPAN

株式会社 Preferred Networks

「現実世界を計算可能にする」というミッションを掲げ、ロボティクスやディープラーニング（深層学習）などの最先端技術の実用化を行う Preferred Networks (PFN)。ワコム、セルシスとの協働プロジェクトである「KISEKI ART（キセキアート）」では、PFNが開発するAI技術を使って、人だから、手書きだからこそ現れる創作過程における迷い、手直し、経験の蓄積、偶然の重なりなど、あらゆる要素を抽出した“創造の軌跡”を活用した新しい価値を提供するサービスの展開を模索している。

www.preferred.jp/ja

from US

デジタル文具協会

「デジタル文具」という新しいカテゴリーの市場形成を目指して、世界各国のパートナー企業と共に活動を推進するデジタル文具協会 (DSC)。メンバーには、ワコムのほか、サムスン、モンブランなども名を連ねる。「WILL™ (Wacom Ink Layer Language)」をベースとしたデジタルインク技術の推進のみならず、デジタル文具に体験を支えるスマートでオープンなスタンダード確立を目指している。

digitalstationeryconsortium.org



from AUSTRIA

Ars Electronica

アルスエレクトロニカはオーストリア・リンツに拠点を置く、世界的なクリエイティブ機関。毎年9月にアート・テクノロジー・社会をテーマに行われる「アルスエレクトロニカ・フェスティバル」、美術館・科学館としての「アルスエレクトロニカ・センター」、メディアアートの最先端コンペティションである「ブリ・アルスエレクトロニカ」、R&D機関である「フューチャーラボ」の4部門を軸に、未来の人類と社会を描き続けている。過去3年余りにわたり、フューチャー・インクの研究プロジェクトをワコムと共に推進。

ars.electronica.art



from JAPAN

国立研究開発法人 情報通信研究機構

個々人が学習をする際の効果を測るパラメーターとして「脳波」を基準にした共同研究をワコムと進めるのが、国立研究開発法人である「情報通信研究機構 (NICT)」。

従来のインクペン、デジタルペン、キーボードの異なる3種の書字ツールを用いた記憶定着の効果測定実験で、参加者の脳波を計測。得られた脳波指標の結果から、手書きと同様、デジタルペンを用いた場合、パソコンのキーボードタイピングに比べて記憶の定着が良いとの示唆が得られた。

www.nict.go.jp/brain

Ihara, A.S., Nakajima, K., Kake, A., Ishimaru, K., Osugi, K. and Naruse Y. Advantage of handwriting over typing on learning words: Evidence from an N400 event-related potential index. Frontiers in Human Neuroscience 15:6791919 (2021)



BUSINESS

PARTNERS

新しいビジネスを生み出す ビジネスパートナー

from JAPAN

エスディーテック株式会社

利用者を中心に置いたモノづくりを掲げ、「デザイン」「テクノロジー」「データサイエンス」の力を一体運用する「デザインエンジニアリング」を持って、先進的な自動車 HMI（ヒューマンマシンインターフェイス）の開発やカラオケリモコン端末 UI（ユーザーインターフェイス）などの開発を行う。ワコムとは、教育をはじめさまざまな分野において人工知能(AI)を活用した「手書き×デジタル」による革新的な新サービスを実現するための共同開発を行っている。

www.sdtech.co.jp



from BULGARIA

Adcom

東欧の国・ブルガリアにおけるワコムプロダクトのセールspartnerとして10年以上にわたって販路拡大に寄与してきたアドコム。ワコム製品のアウェアネス向上を目的に、地元クリエイティブコミュニティを対象としたワークショップ「Wacom Day」を開催している。最近では、新型コロナウイルスによるパンデミックを契機にオンライン授業の価値が認識されつつある教育現場への参入も積極的に行い、学校教師向けのサポートを強化するなど、ワコムとのシナジーを最大化すべく新たなマーケット開拓に注力している。

www.adcom.bg

from JAPAN

株式会社セルシス

イラスト・マンガ・Webtoon・アニメーション制作アプリとしてプロフェッショナル・アマチュアを問わず多くのファンを抱える「CLIP STUDIO PAINT」の開発や、創作活動を支えるサービスの提供を行うセルシス。ワコムとは2022年4月に資本業務提携を締結したクリエイティブ・コミュニティの発展を支えるパートナーであり、「KISEKI ART（キセキアート）」や神奈川県大磯町の「ニューノーマル・デジタル・クリエイティブ教育」をはじめとして多種多様なプロジェクトに共同参画している。

www.celsys.com



from JAPAN

一般社団法人 教育イノベーション協議会

(Edvationの主催者)

「Edvation」とは、Education（教育）とInnovation（発明）を組み合わせた造語。文部科学省による「GIGAスクール構想」に代表されるとおり、教育分野を対象に積極的な最新テクノロジー導入を進めることで、学びをアップデートする試みが検討・実施されているが、これをさらにレベルアップさせ、画期的なイノベーションにつなげていこうとする試みだ。なかでも「官」によるトップダウンではなく、「民による新たな挑戦」は、テクノロジーがもたらす教育の未来に大きな示唆と貢献をもたらすと期待されている。ワコムとEdvationは、ともにSTEAM（Science, Technology, Engineering, Art, Mathematics）教育に注目をするパートナー同士として、お互いが主催するイベントでも協力している。

www.edvationxsummit.jp



from CHINA

USI Universal Scientific Industrial

エレクトロニクス製品やモジュールなどの設計、製造、部材調達、配送などを請け負うUSI。ワコムのデジタルペンを製造する重要なパートナーでもある。通常、電子部品をプリント基板に固定するために使われる「鉛フリーはんだ」の融点は220℃。電気リフロー炉で製造の際に行う加熱と冷却に多くの電力を要する。ワコムとUSIは、錫とビスマスの合金による低温はんだ（LTS）を開発、融点が140℃のためエネルギーを節約、CO₂排出量の削減につなげている。

www.usiglobal.com

CULTURE CO-CREATION

PARTNERS

新しい文化を切り拓く 文化共創パートナー



from PORTUGAL

Trojan Horse was a Unicorn

ポルトガルでCGの専門学校を運営していたアンドレ・ルイスが、2013年に立ち上げたデジタルクリエイターのためのコミュニティ組織がTrojan Horse was a Unicorn（通称：THU）。3D、VFX、ゲーム、コンセプトアートなど業界の垣根を超えて世界中のクリエイターがネットワークを広げることのできるエコシステムとして機能している。年に一度のフェスティバルに初年度からスポンサーとして名を連ねるワコムは、約1週間のフェス期間中に開催される「Infinity Canvas」「Art Battles」「The Co-Labs」といった人気イベントや各種ワークショップを通してCintiq Pro、MobileStudio Pro、Intuos Proなどの製品を提供し、世界各国から集まるクリエイティブコミュニティを草の根からサポートする活動が続けている。

www.trojan-unicorn.com

from JAPAN

株式会社ヘラルボニー

「異彩を、放て。」をミッションとし、福祉を起点に新たな文化の創造を目指す実験ユニット。日本全国および海外の障害のある作家とアートライセンス契約を結び、2,000点以上のデータから作品をプロダクト化するアートライフスタイルブランド「HERALBONY」、建設現場の仮囲いに作品を転用する「全日本仮囲いアートミュージアム」など、福祉領域の拡張を見据えた事業を展開している。ワコム、そして一般社団法人コネクテッド・インク・ビレッジと連携し、異彩作家たちの作品からの『呼びかけ』に呼応したアーティストたちが、さまざまな境界を越え、新たな表現を紡ぐことで創作活動の可能性を広げる「Call & Response（コール・アンド・レスポンス）」という意欲的な試みを進めている。

www.heralbony.jp



from JAPAN

株式会社ピーエイアイエヌティ

株式会社ピーエイアイエヌティが運営する「LIMITS」とは、アートやクリエイティブ制作などの創作活動をもっと気軽に楽しめるようにしたいという想いから生まれた、クリエイティブ界のフリースタイルバトル。2016年に日本でスタートし、以後、アジア大会そして世界大会と徐々にその規模を拡大、さまざまなジャンルのクリエイターが参加して、デジタルドローイングのバトルを繰り広げている。2023年には、この「LIMITS 高校生大会」が始動予定。そのプレイベントとして、1チーム3名のチーム戦で競うエキシビジョンマッチが2022年11月に開催された。

limits.jp
「LIMITS 高校生大会」limits.jp/lp/highschool-tournament-2023/



from JAPAN

大磯町

【描く/書く】ことをサポートしたいという想いのもと、ワコムが神奈川県大磯町と推進しているのが教育の質のさらなる向上を目指す「ニューノーマル・デジタル・クリエイティブ教育」だ。ペンや筆などで紙に描いて行われてきたアナログの創作活動をデジタル環境で行うことで、教育の世界にもデジタルならではのメリットを生かしたクリエーションを積極的に取り込もうというもの。自然な形でデジタル技術に触れ、仮想世界における道徳観などを育みつつ、同時に初・中等教育の早い段階から生徒の創造性を刺激し、クリエイティビティを開花させることで、将来にわたってアートに親しみ続ける素地を養うことを目的としている。

www.town.oiso.kanagawa.jp

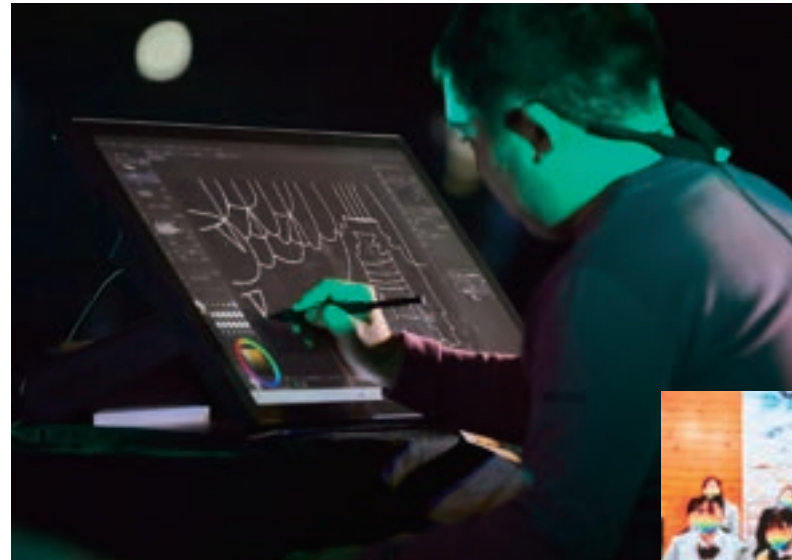


CONNECTED INK

「アート、学び、テクノロジー」を持続的に支える

コネクテッド・インクは「クリエイティビティのおもちゃ箱」だ

コネクテッド・インクは、いまのワコムを象徴する試みのひとつ。【ひとり歩む】なかでテクノロジーを磨き抜き、その唯一性を持って多様な分野の先駆者たちと【共に歩む】。この実験的空間では、その両方が並び立ち、入り混じり、次の体験を生み出す姿が体感されるだろう。



異分野の最前線を駆け回る創造性あふれる人たちが持ち寄る「知」の衝突。その【創造的混沌】から生じる「驚き」や「気づき」、そして、さらに先に姿を現す新しい文化の萌芽を分かち合う。2022年の「人間は、その起源以来、本当に進化してきているのだろうか?」「ワコムの道具は、本当に人間の創造性に寄与していると言えるだろうか?」など、「コネクテッド・インク」はその時々立てられる【問い】を軸として、これまでに7度の開催を重ねてきた。

コネクテッド・インクのクリエイティブな分野を幅広くサポートするのは、一般社団法人コネクテッド・インク・ビレッジ(2021年2月発足)。創作に関わる「個」に着目し、「アート、学び、テクノロジー」を持続的に支えるという目的から生まれており、独立性を持って運営される。「芸術およびアートを通じて表現される、人間としての深みの追求」「新しい学びの価値観の探求と推進」「それらを支えるためのテクノロジーの実装や、さまざまなコミュニティとのコラボレーション」を模索するなか

で、数々のプロジェクトを支援している。

ワコムは、【描く/書く】を通じて人間とその創作をアシストする。一方で、「すべての人間を支える」という使命を果たそうと考えると、デジタルツールを通じた【体験の旅】の提供だけでは、必ずしもその情熱を満たし切れない。さらに高い視座からクリエイティブに関わる人たちを支え、まだ見ぬ舞台へと押し上げたい。そのために開催されているのがコネクテッド・インクという文化装置の位置付けだ。この実験的空間には、未来が垣間見える「創作の最先端」が並び、さながら「クリエイティビティのおもちゃ箱」といった様相を呈す。「人間の表現と学び」をデジタル・テクノロジーで支え、「アートを生み出し、愛で、楽しむ文化」の新しい側面に光を当てる。STEAM教育などを通じた「未来の子どもたちの学び」が、多様性や柔軟性を取り込んでさらに豊かになる。そのためにはどのような取り組みが考えられるか。コネクテッド・インクは、【問い】を立て、議論し、新たな【問い】を追求する場となっている。

「表現をしたい」という想いを支えていく



奥山 晶子 | Akiko OKUYAMA
一般社団法人コネクテッド・インク・ビレッジ
理事

コネクテッド・インク・ビレッジという存在は、ワコムが持つさまざまな側面をきらきらと映し出す、ミラーボールのようだと思います。コネクテッド・インクの中で体現されている、人間表現の奥深さ、有名か、無名かに関係なく、ただ表現をしたいという想いを、ビレッジは、表となり、裏となり支えます。ビレッジはある時はワコムと共に、またある時は個性あふれる表現集団として、そこでの出会いで生まれるご縁を大切に育て、意味深い取り組みを追求していきたいと考えています。



コネクテッド・インクについての詳しい情報は左のQRコードからご覧いただけます。



SOCIAL INITIATIVES

【心の灯り】を大切にする ワコムを取り組み

CEO 就任を控え、世界各地のオフィスを巡ってチームメンバーとの対話を重ねていた井出信孝には、ある一つの仮説が浮かんでいた。それは「それぞれの胸の中に、小さな【心の灯り】のようなものがあるのではないか」ということ。チームメンバーたちは、製品であれ、事業であれ、サービスであれ、体験であれ、ワコムが提供する価値を通じて社会や身近な誰かの役に立ちたいという想いを持っている。それは決して会社から要請されるものでも、売上や利益のためという打算から生まれるものでもなく、自分の中から湧き上がってくる強い動機に支えられている。

チームメンバーの【心の灯り】は、長い時間、ワコムのあらゆる場所で静かに燃え続けてきた。その【心の灯り】を掘り起こし、物語として紡ぎ、広く世の中に伝えることで、ワコムがチームメンバーの一人ひとりを支えていく。この一連の活動を「Social Initiatives (社会への取り組み)」と名付けたのが2019年のことだ。以来、Social Initiativesでは20を超える【心の灯り】を紹介してきた。その一つひとつに光を当てることで、ワコムがチームメンバーの取り組みを大切にしていることを伝えと同時に、小さな灯りがまた次の灯りを点すように広がってほしいという願いを込めている。そして、それぞれの【心の灯り】が「ワコムがお客様に対し、インクを通じて【体験の旅】を届けるという約束」である「ライフロング・インク(Life-long Ink)」の実現につながっていくことも、ここで書き加えておきたい。

これからも、ワコムの中でそっときらめく【心の灯り】を探し出す試みは続いていく。ここでは、数多ある【心の灯り】の中から、米・ポートランド、中国・北京、神奈川県大磯町の物語を紹介する。



from PORTLAND, US

誰もが創造力を発揮できる場をつくり、提供する取り組み

米国北西部の街、ポートランドにある「ワコム・エクスペリエンス・センター」。その名が示す通り「筆が走る“体験”」を地元クリエイティブコミュニティのもとへと届ける役割を果たすハブとして機能している。

ここでシニア マネージャーを務めているのがメーガン・デビス。ワコムと地元コミュニティをつなぐ大車輪として日々活動しているチームメンバーだ。「私たちのミッションは、地元のコミュニティと深く関わり、クリエイティブな思考やイノベーションのアイデアを生み出すためのセーフスペース（安全な空間）を提供することです。有名無名に関係なくクリエイティブに関わる人々のマインドを刺激し、また同時に、各人が何の縛りもなく自由に創造力を発揮できる環境を提供しています」。

年間を通して多種多様なイベントやフェスが開催されるポートランドだが、その一つが2016年にスタートした「スニーカー・ウィーク」。「ナイキ」「アディダス」「キーン」などが本



メーガン・デビス | Megan DAVIS

ワコムテクノロジー (米国)
シニア マネージャー

社機能を構えるこの街ならではのイベントだ。実はこのスニーカー・ウィークの発起人の一人に名を連ねるのがデビス。開催期間中、エクスペリエンス・センターはハブの一つとして、スニーカーファンとフットウェア業界をつなぐ橋渡し役を務めている。

またアニメ・マンガ関連のスタジオも多いことからコミコン文化も盛んで、「ローズ・シティ・コミコン」も広く知られている。ここでワコムは、若手アーティストの作品紹介やデモなどのサポートを提供している。

近年のエクスペリエンス・センターの進化について聞くと次のような答えが返ってきた。

「飛び抜けた才能を持つクリエイターが来てくれるようになったことが最大の進化だと思います。『グローバルに考え、ローカルに行動せよ』とよくいわれますが、なぜ地元コミュニティが大切なかは、この言葉に集約されていると思います。自分たちの地元コミュニティをサポートしなければ、結果的にその先にある世界ともつながることはできないのですから。この言葉を胸に私たちは今後もレベルアップしていきます!」。



from BEIJING, CHINA

デジタルインク技術の普及と付加価値向上のために

インクディビジョンに所属するラニー・ジャン。北京にてグローバル・プロダクト・マネージャーとして日々の業務をこなしている。

「中国のマーケットとお客様にとっても近いポジションでやりがいがあります」と語るジャン。「着任当初はリージョナル・プロダクト・マネージャーの役割で、スタッフの数が少なかったことから、スタイラスペン、液晶ペンタブレット、ペンタブレットなどさまざまな製品を担当し、たくさんのお客様の元を訪れました。そこで彼女ら・彼女らのワコム製品に対する愛・不満・期待について率直なフィードバックを聞き、市場のニーズをより深く理解していったのです。これは貴重な経験であり、グローバル・プロダクト・マネージャーの役割に転換した今でも大いに役立っています」。

そんなジャンの言葉から感じられるのは、中国におけるビジネスコミュニティに真摯に寄り添おうとする姿勢。単なるプロダクト・サプライヤーとしてではなく、デジタルインク技術が生む付加価値としてハードウェア、ソフトウェアそしてソリューションのすべてを包括的に顧客へと届けるモデルへの進化を続けているという。ここで大きな役割を果たすのが前述のインクディビジョンだ。

「インクディビジョンは言ってみれば、ワコムの“イノベーション・センター”です。デジタルインク技術の普及とその付加価値の向上のため研究開発を進めています」。

また地元とのつながりをさらに深化すべくジャンが注力しているのが、デジタル文具協会とコネクテッド・インクの活動。どちらもワコムがグローバルに進める取り組みだが、中国に合わせてローカライズすることで、地元パートナーとのつながりを強めているという。

「どちらもグローバルなテーマは維持しつつも、ローカルで独自の活動を行ったり、中国語のチャットグループをつくってコミュニケーションするなど、デジタルインク技術の可能性を共に考えていくパートナーシップの拡大に向け、新たなお客様、パートナー、そしてチームメンバーの誘因に役立てています。文字通り“Chinese Way”ですね(笑)」。



ラニー・ジャン | Lannie ZHANG

ワコムチャイナ
グローバルプロダクト マネージャー

from OISO TOWN, JAPAN

【描く/書く】を支え続ける 大磯町とのパートナーシップ

2020年11月、ワコムは、神奈川県大磯町、株式会社セルシス、株式会社アイネットと共に、大磯町の教育の質的向上を目指すパートナーシップ協定を締結した。「絵を描くことが好きな気持ちを支え続けたい」「描き続けることの先に広がる世界を子どもたちに見せたい」という想いに支えられた大磯町との取り組みを牽引するのは、クリエイティブビジネスユニットに所属する坪田直邦。新宿にあるオフィスと大磯町を往復すること、実に100余回。この取り組みに注ぐ情熱の程がうかがえる。

中学校でのデジタル作品制作を支えるところから始まったこの活動。心の底から楽しみながら創作に励む子どもたちの姿が呼び水となり、現在では多くの町民が参加する。「絵を描くこと」から始まった大磯町での取り組みは「文字を書くこと」にも広がった。次々と生まれる小さな体験や反応が人から人へと伝播し、大磯町全体を巻き込む大きなうねりとなっているのだ。

本業はリテールパートナーシップであり、その任務はワコム製品を一台でも多く売ることだが、坪田を突き動かす原動力は少し異なる。「取り組みを通じた製品体験をきっかけに、ワコムの液晶ペンタブレットやペンタブレットを購入していただくこともあります。私の仕事はワコム製品を通じて多くの人の【描く/書く】を支えること。『ワコム製品を使ってよかった』と思ってもらえることが私にとってのゴールです」。

「学校という場所が得意ではない子が作品制作の時に『すごく楽しかった』と言ってくれた時には、もう、泣いてしまいましたね。この取り組みのない自分は想像ができません。私にとってライフワークと言えるもの。大磯のみなさんに私が支えられているのです」。



坪田直邦 | Tadakuni TSUBOTA

クリエイティブセールス ジャパン
アカウント マネージャー



ECO SUSTAINABILITY

ワコムの環境サステナビリティ

ESGタスクフォースの立ち上げ、環境に配慮した開発から製造、そしてロジスティクスにいたるまで、「テクノロジー・リーダーシップ・カンパニー」としてワコムが推進するさまざまな環境への取り組みをご紹介します。

1 | ワコムが貢献できる環境に配慮した持続可能な世界とは

ワコムでESG外部評価の改善のため、ESGタスクフォースが立ち上がったのは2019年のこと。これを起点に、品質環境方針やISO認証情報に加え、リサイクル活動、環境パフォーマンスなども公開を始めました。そのなかで、GHG（温室効果ガス）のスコープ1と2の各データ開示に取り組み、2023年3月には、企業活動から間接的に排出されるGHGスコープ3データの開示も実現するにいたりました。

これらの環境情報公開の取り組みとあわせて、2021年4月にJCI（気候変動イニシアティブ）へ参加を表明。現在は、2014年を基準年として2030年までに48%（年率で毎年約4%）削減することを目標に掲げています。

また、国際的な環境NGOのCDPによるワコムの環境情報開示のスコアは、2019年時点で「D」でしたが、2020年以降は「C」にアップ。これは、全世界やアジア地域、電機電子機器セクターの平均と同レベルに達したことを意味しています。このように、GHG削減など環境への配慮に取り組む姿勢や計画を示すことで、適切な外部評価獲得にも着実につながっています。

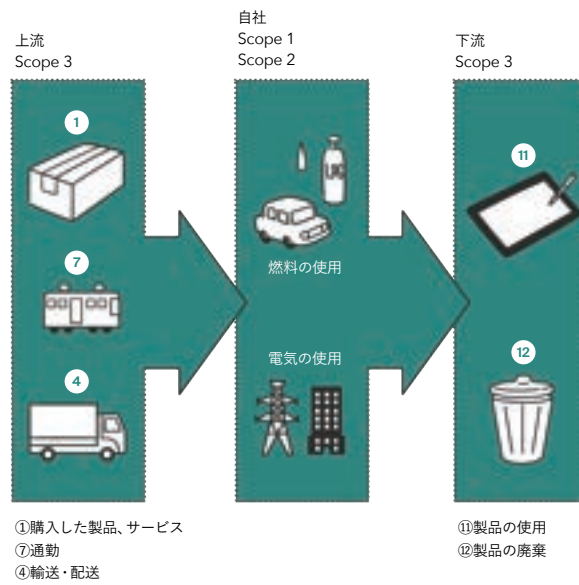


富塚英省 | Hidemi TOMITSUKA

クオリティ アシュアランス
クオリティ エンジニアリング
レギュレーション アンド ISOグループ
シニアマネージャー

元来、ワコムのデジタルペンとインクは、紙とペンを代替するものです。つまり紙使用量削減という側面からワコム製品の普及が環境負荷低減に寄与できる余地は大きいと考えています。またワコムの企業活動としては、最新フラッグシップモデル「Wacom® Cintiq® Pro 27」では、PCRプラスチック（リサイクル材）の使用、製品重量の削減と包装材料体積の削減による輸送効率向上、環境に配慮した包装材料の使用などを実現。オフィス環境面では、再生可能エネルギーの導入を始め、チームメンバーの環境意識を高めるためe-Learningの教材を作成し、オンラインによる講習も実施しています。

今後に向けたワコムの環境活動としては、「ワコムとして何を環境配慮と考えるか」という基準やガイドライン設定および製品ライフサイクルアセスメント（Life Cycle Assessment = LCA）の実施、さらにはGHGに関する第三者評価を行うことなどがタスクとなっています。



①購入した製品、サービス
⑦通勤
④輸送・配送

燃料の使用
電気の使用

⑪製品の使用
⑫製品の廃棄

最新の環境パフォーマンスは、ワコムのウェブサイト内「環境活動」をご覧ください。
<https://www.wacom.com/ja-jp/eco-initiatives>



温室効果ガス (GHG) 排出量スコープ3(2021年度)

カテゴリー	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)
1. 購入した製品・サービス	764,349
2. 資本財	4,472
3. スコープ1・2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	191
4. 輸送・配送(上流)	2,115
5. 事業から出る廃棄物	6*
6. 出張	303
7. 雇用者の通勤	439
8. リース資産(上流)	-
9. 輸送・配送(下流)	-
10. 販売した製品の加工	-
11. 販売した製品の使用	25,476
12. 販売した製品の廃棄	240
13. リース資産(下流)	-
14. フランチャイズ	-
15. 投資	-

*5. 事業から出る廃棄物は、日本のみの数値で算定

2 | 製品LCAの実施を目指して

メカニカルテクノロジーでは、担当する設計・開発段階での環境面のサステナビリティに着目し、取り組むべき中長期のロードマップを策定。現在は、そのなかで定義した最終ステップの前段階に当たる環境配慮の製品への適用に取り組んでいます。具体的には、PCRプラスチックやリサイクル可能なアルミ使用率を上げることなどが含まれており、2025年頃に製品への定着化に向けた目標を持っています。また、LCAの実現を見据えた設計も進めており、製品サービスのライフサイクル全体（資源採取—原料生産—製品生産—流通・消費—廃棄・リサイクル）での環境負荷を定量的に評価していきたいと考えています。

今後は、バイオプラスチックなど新しい材料の登場にあわせ、ワコムも環境に配慮した材料を多方面で使用している状況にしたいし、大学とのバイオ材料の研究も進めていきたいと考えています。



金田剛典 | Takenori KANEDA

ヘッド オブ メカニカル テクノロジー
エグゼクティブ メカニカル テクノロジスト



3 | 本社工場の製造ラインが取り組む日々の環境活動

ブランド製品事業の製品で使われるEMR方式デジタルペンの主要部品の生産を担う本社工場の製造ラインでは、省資源化や廃棄物削減に日々取り組んでいます。

例えば、ISO14001における環境目標として、作業ミスを抑制することにより、作業中に発生する部材の廃棄ロス抑止に努め、不良率（自社責任相当）の目標を3ppm（100万個につき3個）未満にすることを掲げています。

2023年1月時点で、不良計上（自社責任相当）が無く0ppmを達成。今後も不良率0ppmを維持することによる廃棄ロス抑止に努めたいと思います。また、2022年11月から「彩の国ふるさとでんき」の導入を開始し、工場を含めた本社のCO₂排出量はゼロになっています。



大橋正 | Tadashi OHASHI

SCM インハウス マニファクチャリング
マネージャー



4 | ロジスティクスを通じたCO₂排出削減への挑戦

ロジスティクスでは、GHGであるCO₂削減に向けて、まず流通の各パートナーとともにCO₂排出量を把握していく取り組みを始めています。

また、CO₂削減に関しては、ワコム製品の海外輸送を船で原則的に行っています。それでも、お客様に商品を届けるということを一番の目的にすると、航空便の使用が不可避な場合も発生しますが、その際には効率よく積載するなどの工夫に努めています。

さらに、流通の各パートナーには、環境への配慮を一層高めるために、例えば、国内配送での環境対応車導入や大型集約施設を経由した配送手配による配車の効率化、委託先の倉庫の従業員によるペットボトルリサイクルのユニフォーム着用などにもご対応いただいています。



依田淳子 | Atsuko YODA
ブランド ロジスティクス ブランド SCM
ディレクター



5 | フラッグシップモデルで挑戦する環境への取り組み

「Wacom Cintiq Pro 27」の開発においては、サステナビリティやSDGsが大きなトピックスとなるような社会の価値観の変化に対応すべく、「つくる責任、つかう責任」(SDGs #12目標)も意識し、「どうつくるか」を含むLCAがこれからは重要な視点になると考えました。

その一例として、プラスチックは石油由来ではなく、植物原料のものに置き換えを図るとともに、技術部門のチームメンバーやサプライヤーによる協力のもと、PCRプラスチックの比率を上昇させています。また、環境面での定量的な計測は難しいですが、例えば、ユーザーの多様なニーズに合わせて複数のペンを用意するのではなく、ニーズに合わせた各部をモジュール化することでペン1本のままで組み替え交換可能な構造を採用しました。このような取り組みはさまざまな面で効率化につながるとともに、ユーザーに委ねられる余白を設けることで自由度を高め「各々の好みに合わせて仕立て上げられる製品」としてお届けすることができたと考えています。



西澤直也 | Naoya NISHIZAWA
テクノロジー アンド エクスペリエンス
ディレクター オブ デザイン



Wacom Cintiq Pro 27における環境に配慮した取り組みの一例

1. 製品の軽量化、包装の小型化の実現

本体：前モデル(Wacom Cintiq Pro 24)と比較して製品サイズを約20%小型化。パッケージサイズも(容積比)33%小さくすることにより輸送効率を33%改善
スタンド：重量は前モデル(Ergo Stand 24)と比較して52%軽量化。パッケージサイズも、(容積比)70%小型化し輸送効率を3倍に改善

2. 再生プラスチックと金属の活用

本体：筐体等主な樹脂部品に再生プラスチックを使用。再生プラスチックの重量はプラスチック総重量の59%
スタンド：リサイクルのし易さと堅牢性を考慮して主な部品には金属を採用。樹脂部品には再生プラスチックを使用。プラスチック部品に占める再生プラスチックの重量比は58%

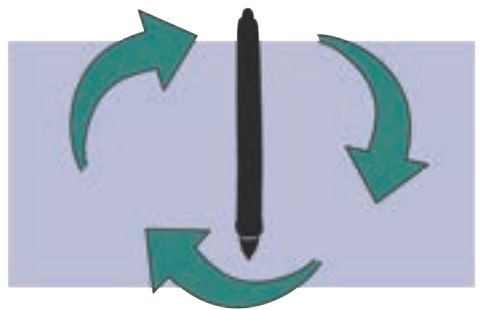
6 | OEM提供先メーカーの要請に応える環境への取り組み

テクノロジーソリューション事業では、OEM提供先メーカーからのさまざまな環境配慮への要請に応えるべく、先んじた取り組みを進めています。

その内容のひとつが、中国のアルミメーカーと連携し、工場の製造工程内で出た端材などの廃棄物を再溶解したリサイクルアルミを開発。75%～90%のリサイクルアルミを使ったペンボディのサンプル化を進めています。

また、中国のプラスチックメーカーと連携したPCRプラスチック開発のほか、梱包バッグの材質をPE(ポリエチレン)からPBAT+PLA(生分解性プラスチック)材質へと変更するなどにも取り組んでいます。

現状は、OEM提供先メーカーの製品向けへの活動ですが、ゆくゆくはブランド製品にも採用される日が来ると考えて、サプライヤーの開拓や連携に励んでいます。



ベン・ワン | Ben WAN
ワコム チャイナ
ソーシング
マネージャー



横山賢治 | Kenji YOKOYAMA
クオリティ アシュアランス
クオリティ エンジニアリング
エンバイロメント &
サーティフィケーション
ディレクター

7 | サプライヤーと取り組む水資源の保全

ワコムの製品に使われるプリント基板(PCB)の主要なサプライヤーは中国にあり、政府直轄の生態環境部が設ける「工業排水新基準」のもとで、厳格に排水処理の基準が遵守されています。また、ワコムが取引するPCBサプライヤー工場のすべてにおいて「排水許可書」が取得されていることを確認しています。さらに、ワコムは自主的に、工場の排水設備や排水フローまでを点検し、有害物質を含んだ排水の管理や処理が適切に行われているかもチェックしています。

PCBサプライヤーに対して、さまざまな制約により環境と水資源の保全を意識した排水フローを設定している企業は限られているようですが、ワコムは今後もこの取り組みを続けていきたいと考えています。



大川健一 | Kenichi OKAWA
ソーシング本部
マネージャー

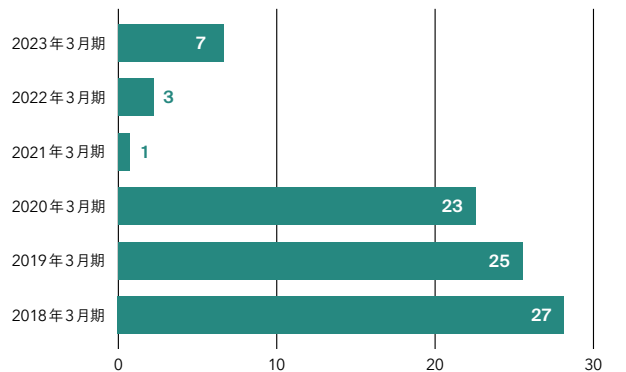
8 | 「ワコム サプライヤー行動規範」の理解と浸透に向けた取り組み

ワコムは、責任ある調達活動の一環として、RBA (Responsible Business Alliance = 責任ある企業同盟) が策定・公表しているRBA行動規範(RBA Code of Conduct)に準拠した「ワコム サプライヤー行動規範」を定めています。

本規範に記載の各項目が示す指針に沿い、サプライヤー自身の自発的なCSR活動に加え、自社のサプライチェーンと下請業者(派遣従業員の派遣元会社を含む)に対しても、本規範への賛同と実践を要請いただいています。さらに、その理解を促し、遵守を確かなものにするため、新規取引先に対しては、与信調査、品質・環境システムの調査、工場視察などを実施。また、主要取引先に対しては、最新版の「ワコム サプライヤー行動規範」を配布することで、ワコムのESGに関する取り組みへの理解促進も図っています。

加えて、販売国の法律や顧客要求により規制されている有害物質を製品へ混入させないために、新規取引先および主要取引先に対して環境監査を実施しています。

環境(主に有害物質管理)監査の実績件数



注) 2021年3月期から2023年3月期はコロナ禍が要因により件数減少

TCFD DISCLOSURE (as of May 31,2023)

TCFD 提言に基づく情報開示

(2023年5月31日時点)

1.目的

ワコムは、持続的な企業価値の向上を図るとともに、持続可能な社会の実現に貢献するにあたり、気候変動問題を重要な要素の一つとして捉え、2023年4月13日にTCFD（気候変動関連財務情報開示タスクフォース）提言への賛同を表明いたしました。TCFDの提言に基づき、「ガバナンス」、「戦略」、「リスク管理」、「指標と目標」に関する情報開示を推進し、今後ともサステナビリティに関連した内容の充実を図ってまいります。

2.ガバナンス

ワコムでは、気候変動をはじめとするサステナビリティ関連の重要課題に関して取締役会が適切に監督・助言を行うため、ESGタスクフォースを設置しています。定期的に開催するESGタスクフォースでは、サステナビリティ関連の具体的な方針や戦略、施策、環境目標への達成状況などが検討され、代表取締役社長兼CEO、取締役兼CFO、環境推進責任者、コンプライアンス リスク コミッティ事務局、IR担当者などが参加しています。ESGタスクフォースで議論された内容のうち、特に経営上のリスクや機会に関わる重要事項については、社外取締役を含む取締役会に年次をベースとして適宜報告されます。

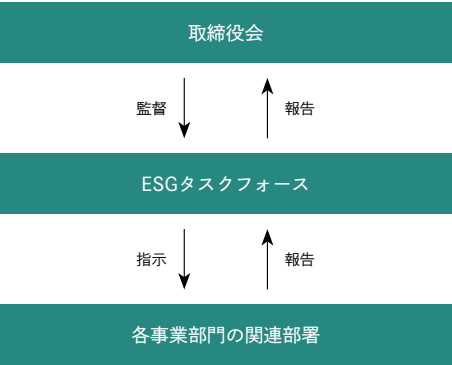
3.戦略

ワコムでは、ESGタスクフォースにて気候変動関連リスクおよび機会の特定・評価に必要なデータやパラメータの収集を行い、事業への影響度の分析を行っています。事業への影響度と対応策の考察・分析にあたっては、国際エネルギー機関(IEA)や気候変動に関する政府間パネル(IPCC)が公表するシナリオを用い、異なる2つの将来・世界観に基づいた2030年時点の影響を分析しています。

4℃シナリオ	1.5℃シナリオ
経済活動が優先され、気候変動対策に関しては消極的なシナリオ 政府による気候変動関連の政策・規制は進展せず、今世紀末時点で世界の平均気温は産業革命期と比較して4℃上昇し、慢性的な気象変化や異常気象災害による物理的な影響が拡大する。	脱炭素社会実現に向けた取り組みが積極的に進められるシナリオ 今世紀末時点で世界の平均気温の上昇が産業革命期と比較して1.5℃に抑えられるよう、2050年カーボンニュートラル達成を目指して政策・規制の強化が進むとともに、市場においてもエシカル消費をはじめとした購買行動変化や技術革新など、脱炭素化への移行が進む。
(参考シナリオ) IPCC第5次評価報告書(AR5) RCP8.5 IEA WEO2021 STEPS	(参考シナリオ) IPCC第5次評価報告書(AR5) RCP2.6 IEA WEO2019 SDS、NZE2050



ガバナンス体制図



< 4℃シナリオにおける影響評価 >

4℃シナリオ分析では、自然災害の発生頻度が高まることによる拠点の直接的被害や営業停止に伴う損失、平均気温上昇による空調コストの増加などが想定されます。特に自社拠点だけでなく製造委託先工場への被害も考えられ、主に洪水をはじめとした異常気象災害による直接的な被害は重大な影響リスクの一つとして評価しています。一方で、異常気象の激甚化や平均気温上昇の影響によりウェブ会議システムなどが活用される場合、自社製品の需要増加に伴う増収につながると考察しています。今後、サプライヤーとのエンゲージメントを通して気象災害に対するレジリエンス性向上を進めるほか、BCP対策の継続的な見直しを通じて対応策を検討してまいります。

< 1.5℃シナリオにおける影響評価 >

1.5℃シナリオ分析では、炭素税導入や電力価格の高騰に伴う費用の増加など、支出の増加を主なリスクとして想定しています。ワコムの事業形態やCO₂排出量実態を踏まえた分析では、これらの直接的な追加支出増による財務影響は軽微だと判断しているものの、国境炭素税の導入による追加支出や、製造・輸送に関わる業務委託先でも同様の影響から追加支出分の価格転嫁が想定され、間接費の増加を想定しています。一方で、省エネ性能の高い製品や環境に配慮した素材を使用した製品の需要増加やエシカル消費をはじめとした社会問題や地球環境に配慮したサービスへの需要増加は、そのニーズに対応した製品・サービスの提供が事業機会となり得る可能性を認識しています。例えば、社会全体でペーパーレス化が推し進められた場合、企業、自治体、教育現場、クリエイターなどさまざまな場面で各種ペナプレットの需要が増加することが想定されます。ワコムでは、かねてより再エネの活用などを進め、CO₂排出量の削減に取り組んでいますが、今後これらの取り組みを一層促進させていくとともにさらなる対応策を検討してまいります。

区分	要因	事象	分類	時間軸	評価		対応策
					4℃シナリオ	1.5℃シナリオ	
移行リスク	カーボンプライシング	・炭素税をはじめとするカーボンプライシングの導入により操業にかかるコストの増加	リスク	長期	－	小	・再生可能エネルギーの導入 ・CO ₂ 排出量目標設定 ・照明のLED化をはじめとする省エネ対策
		・国境炭素税及び製造や輸送に関わる業務委託先での炭素税導入に伴う価格転嫁による間接費の増加	リスク	長期	－	小*	・業務委託先の再エネ促進
	エネルギーコストの変化	・再生可能エネルギーへの転換に伴う電力コストの増加	リスク	長期	－	小	・照明のLED化をはじめとする省エネ対策 ・省電力の設備への入れ替え
	顧客行動の変化	・環境に配慮した製品の需要増加 ・ペーパーレスの推進による各種ペナプレット需要の増加	機会	中期	－	中*	・省エネ性能の高い製品などの開発、販売 ・教育現場やビジネスなどへのターゲットの拡大 ・ペーパーレス化に伴う顧客ニーズへの対応
物理的リスク	異常気象の頻発化	・洪水や高潮による自社拠点への直接的な被害 ・拠点被害による営業停止に伴う損害	リスク	短期	大	中	・BCP整備による店舗・事業所のレジリエンス強化 ・リモートワーク制度の整備
		・在庫を保有している委託先工場への洪水や高潮による被害 ・委託先工場被害による営業停止に伴う損害	リスク	短期	大*	中*	・安定した調達手段の検討 ・サプライチェーン全体のBCP対策状況の把握
		・外出機会の減少により、リモートワークの増加	機会	長期	小*	小*	・教育現場やビジネスなどへのターゲットの拡大
	平均気温の上昇	・空調使用量の増加	リスク	長期	小	小	・高効率な空調システムの導入

<時間軸の定義>
短期：0~1年 中期：1~5年 長期：5~10年

<影響度評価の指標>
「大」「中」「小」は影響度の評価結果を表しています。評価結果に*がついているものは、定性評価による評価結果です。なお、各事象における影響度の評価は個別の条件の元で記載したものであり、相互間の関係性については考慮していません。

4.リスク管理

ワコムではリスク管理体制として、グループのCEOを委員長としたコンプライアンス リスク コミッティを設けており、ワコムの海外現地法人を含めた各部門の管理者は、リスクの発生および予測されるリスクに重要な変化があった場合、当組織に報告することを定めています。気候変動問題リスクの特定・評価はESGタスクフォースが実施しており、ワコムに重大な影響を与え得るリスクについてはコンプライアンス リスク コミッティと共有および連携のうえ、最小限に抑えるため適切に管理・監督を行っています。これらの活動はグループのCEOから取締役会へ定期的に報告されています。

5.指標と目標

気候変動への対応については、気候変動イニシアティブ(JCI)に参加するとともに、2050年のカーボンニュートラルの達成に向けて、中間目標として2030年度に達成すべきCO₂排出量目標を設定し公表しています。再生可能エネルギーの早期導入を検討するとともに、2014年度を基準年として2030年までに48%のCO₂を削減し、715 t-CO₂以下にすることを目指します。

CO₂排出量削減活動

2021年度は、本社の照明のLED化やテレワーク等を推進することにより、CO₂排出量が914 t-CO₂となり、目標値(1032 t-CO₂／目標変更前の目標値は、1151 t-CO₂)を超えて大きく削減することができました。エネルギー原単位の削減は目標として設定していませんが、実績の推移を公開していきます。2012年度～2021年度のCO₂排出量推移につきましては、環境パフォーマンスの項目をご覧ください。尚、2021年度から海外拠点の環境パフォーマンスデータの収集を開始いたしました。収集可能なデータがほぼ特定できましたので、把握できたものから順次公開いたします。今後は、CO₂排出量削減のために実行可能な施策を検討するとともにグローバルでの目標設定を検討していきます。

2022年11月8日から本社にて彩の国ふるさとでんき(卒FITの自然エネルギー電力活用)の導入利用を開始いたしました。これにより2022年11月以降の本社のCO₂排出量(Scope2)はゼロになる見込みで、2022年度の環境パフォーマンスデータに反映される予定です。最新の環境パフォーマンスは、ワコムのウェブサイト内「環境活動」をご覧ください。
<https://www.wacom.com/ja-jp/eco-initiatives>

1. 稲積憲 社外取締役
 2. 町田洋一 取締役 チーフ ファイナンシャル オフィサー
 3. 細窪政 社外取締役 監査等委員
 4. 嘉村孝 社外取締役 監査等委員
 5. 井出信孝 代表取締役社長 チーフ エグゼクティブ オフィサー
 6. 稲増美佳子 社外取締役
 7. 東山茂樹 社外取締役 監査等委員(常勤)
 8. 薄田幸生 取締役 IT、法務、知的財産、経営企画担当
 9. 山本定雄 取締役 チーフ テクノロジー オフィサー
- (2023年3月現在)



Corporate GOVERNANCE

ワコムグループのガバナンス

東京証券取引所プライム市場に上場している株式会社ワコム(以下、ワコム)と海外の子会社が一体となったグループ(以下、ワコムグループ)としてグローバルに活動するワコムのガバナンスについてお伝えします。

グローバルポリシーをもとに活動

ワコムのガバナンスは、グループのCEOを筆頭に、各国・各地域の現地法規制等を遵守しながら、グローバルに展開されています。ワコムの具体的な活動のルールも、ワコムグループ共通のグローバルポリシーを中心として定められており、世界中で同じポリシーのもと活動しています。

ワコムグループの各社は、現地のチームメンバーが代表を務めるなど、現地採用されたメンバーが中心となって活動しています。また、すべての子会社が現地のメンバーによる運営を前提としつつ、現地の代表者とワコムから派遣された取締役で構成された取締役会の下でグループ全体の戦略や方針との整合を図り、ガバナンスを維持する体制がとられています。

そして、ワコムグループにおける売上高や従業員数の海外比率の高さを鑑みると、海外の子会社のガバナンスはワコムグループの重要な経営課題になっています。

グローバルな意思決定

ワコムの事業活動の意思決定において、法令で定められた事項や重要性の高い事項の決定は、株主から委託を受けたワコムの取締役会で行います。海外の子会社の事業活動であっても重要性が高いものは、現地の取締役会での決議に加えて、ワコムの取締役会においても決議することにより、ワコムの取締役会がグループ全体の重要事項の審議と決定を行う仕組みになっています。

ワコムグループの重要事項については、ワコムの取締役会において決定することでガバナンスに万全を期する面と、一定程度の権限を業務執行者に委譲して迅速に効率的な業務執行を行うことで競争力を高めようとする面とを合わせて考慮し、ワコムグループの運営に最もふさわしいルールを定めています。

業務執行に当たっては、ワコムグループに共通の職務権限規程を定めており、グローバルのどの職場で行う業務であっても、グループで統一したルールに基づき意思決定者が決まります。また、一定の承認のもとで下位職位への権限の委譲を認め、柔軟で効率的な業務の推進も図っています。

ガバナンスと競争力の強化

ワコムは、日本で設立され、2万人強の個人と国内外の多くの機関投資家からなる株

主に支えられています。日本の会社法でいう監査等委員会設置会社にあたり、法定の機関として、株主総会のほかに取締役会と監査等委員会を有しています。また、任意の機関として、指名委員会と報酬委員会を設置し、各委員会を最適に運営することでガバナンスを強化し競争力を高めることを目指しています。

2023年3月現在、取締役会は9名で構成され、社外取締役は5名で過半数を占めます。2021年6月にワコムでは初となる女性の社外取締役も選任されました。

監査等委員会は自らも取締役である監査等委員3名(全員が社外取締役で、内1名は常勤)で構成されており、取締役会での意思決定への参画や業務執行の監督を行っています。

指名委員会は社外取締役を委員長とし、ワコムの取締役および重要な幹部社員の選解任についての方針を定め、実際の選解任についても取締役に助言や提言を行っています。現社長も指名委員会の検討を経て選出されています。今後も、次世代の経営者や幹部社員の選任について検討を行い、サクセッションプランを策定して、当社の理念や価値を次世代につないでいくという橋渡しの役割が期待されています。

報酬委員会は社外取締役を委員長とし、取締役の報酬の枠組みについて検討し取締役に助言や提言を行っています。現在導入している取締役(社外取締役を除く)に対する譲渡制限付株式報酬制度の設計に当たっても報酬委員会がその任を担いました。今後も多様化する取締役への期待に応じて、報酬制度の在り方も見直しつつ、ワコムグループの競争力強化を図っていくことが期待されています。

取締役会の特徴

取締役会の特徴の一つは「スピード感」です。ワコムが活動している市場は変化が速く、その中で戦っていくには意思決定のスピードが不可欠です。取締役会において、ガバナンス面での検討やリスク分析も十分に行ったうえで、可及的速やかに意思決定し、執行につなげていくことを常に心がけています。また、緊急を要する場合においても、臨機に取締役会を開催し、議論を尽くしたうえで意思決定を行っており、柔軟かつスピーディーな意思決定が行われる風土が醸成されています。

取締役会は、ワコムグループで働くチームメンバーとの距離を近くすることも常に意識しています。国内外のチームメンバーが取締

役会で意見を述べる機会も多くありますし、それに対して取締役会も真摯な姿勢で臨み、質問や助言も提供されます。社外取締役が自らその知識や経験をチームメンバーと共有するような機会も積極的に設けられており、ワコムの取締役会は、フラットでオープンな社風をそのまま反映していると考えています。

取締役会の進化への取り組み

ワコムは、取締役会実効性評価を毎年行い、取締役会の活動をさらに良いものにするための取り組みを行っています。この調査は事務局が作成するアンケートに取締役全員が回答し、それに基づき全員に対してインタビューを行うもので、その結果を分析して取締役会で議論し、問題点を抽出して、その後の取締役会のテーマ選定や運営にも役立てています。この評価活動を通じて、会社の重要課題への取り組みや、経営者の後継者計画の議論の推進も後押しされており、今後もこの評価活動を継続して行っていく方針です。

また、サステナビリティについての議論の重要性も認識しており、ワコムのESGタスクフォースチームがその活動を取締役に定期的に報告することで、取締役会の意見に反映していきます。

後継者の育成と選任

ワコムの中長期的な発展を見据えた場合、経営における後継者の育成と選任は重要な課題です。取締役会の全員が、自身の職責を果たすことはもちろん、後継者の育成を図り、橋渡ししていくことを意識しつつ職務にあたっています。例えば、社外取締役の2名は勉強会の開催などを通じて自らチームメンバーへ知識や経験の継承活動も継続的にを行っています。

組織の中で責任ある仕事を課し、成長を促していくことで、将来のワコムグループを率いていく人材も育ってきており、取締役会においては、後継者に必要な資質の議論や具体的な候補者情報の共有といった過程を経ながら、候補者の人物と能力を見極める機会を増やし、後継者選任をより具体的に進めていきます。

Q&As WITH Our DIRECTORS

ワコム取締役とのQ&A

中期経営方針に沿って、技術をもとに価値ある体験を創り、お客様に届け、多様なコミュニティとともに学び、そして技術革新を持続可能な社会の実現につなげる——。これらすべてが多くのパートナーや多様で多面的な社会全体の成長をもたらすと信じ、施策の立案・実行を指揮するワコムの取締役(2023年3月現在)を、代表取締役社長である井出からの一問一答で紹介します。



代表取締役社長 兼
チーフ エグゼクティブ オフィサー
井出 信孝 | Nobutaka IDE



取締役 チーフ ファイナンシャル オフィサー
町田 洋一 | Yoichi MACHIDA

Q：ワコムが企画する新事業で、個人的に惹かれるものは？
A：もし、人気グルメ番組の主人公に、技術の粋を凝らした「寿司」「蕎麦」「天麩羅」どれに惹かれる？ と聞けば、即座に全部に惹かれる！ と答えるでしょう。私が興味を持つのは脳のメカニズムです。脳の働き——情緒のようなものにも——の背後にメタ論理があるのではないか、つまり、脳の働きは論理で一元的に説明可能ではないか、と考えています。ワコムの新規事業の興味深さは、神秘のベールに包まれた脳のメカニズムを解き明かすアプローチのひとつ、もしくはそれを補完するような技術になり得る可能性を秘めていることだと思います。なので、各々の新規事業の旬の時期は違うかもしれませんが、個人的に全部に惹かれます。



取締役
薄田 幸生 | Yukio USUDA
IT、法務、知的財産、経営企画担当

Q：日々進化するITシステム、薄田さんの最大注力ポイントは？
A：刻々と進化するITシステムですが、技術トレンドをよく理解し、最適なタイミングで自社にあったサービスを導入することが重要だと考えております。また革命的な人工知能(AI)の進化は、個人的にも注目しています。IT投資は、攻めと守りのバランスが重要ですが、直近では守りのITにより重点を置いています。昨年、オンラインストアへの不正アクセス問題でご迷惑およびご心配をお掛けしました。サイバー攻撃はますます高度化し、脅威も増しております。IT部門としては、社内、社外のネットワーク上に最新のセキュリティ対策を重層的に追加することで、サイバー攻撃の兆候を早期に発見・対処し攻撃を防ぎ、リスクを減らすことができると考えております。



取締役 チーフ テクノロジー オフィサー
山本 定雄 | Sadao YAMAMOTO

Q：ワコムの技術で絶対に誰にも負けないものをひとつ挙げるとしたら？
A：他社に負けない技術として、EMR製品では低消費電力IC技術や座標計算手法、アクティブES製品では高S/Nのセンシング技術や独自のプロトコル開発・拡張技術などがあると思います。ただ、それ以上に他社に負けないものとして、設立からずっと電子ペンに特化して技術開発・製品開発に取り組んできていること、それ自体ではないでしょうか。仕様の数値を良く見せるとかではなく、本当の性能を実現するために真摯に技術・製品の開発を行い、ユーザーにベストな製品を届け、使って喜んでもらう。そのような考え方をもって製品をつくり続けていく限り、ワコムはどの会社にも負けないと思います。



社外取締役
稲積 憲 | Ken INAZUMI

Q：他社で役員を務める稲積さんから見た、ワコムの際立つユニークさとは？
A：「ハードウェアを使ってデジタル上に描く・書く」というバリバリのテクノロジー企業でありながら、「ステークホルダーとの距離感が近くて温かみのある」カルチャーが際立ってユニークだと思います。例えば「経営幹部とワコムメンバーがフラットに議論できる場所」「顧客の創作活動を積極的にサポートしているところ」「顧客の体験向上に向けて多方面のパートナーと一体となって進んでいるところ(コネクテッド・インクはその象徴)」「投資家と積極的に対話を行うところ」「各社外取締役の強みに応じてワコムメンバーとの交流機会を設けているところ」など近い距離感でたくさんの共創によって進化を生み出しているところがワコムの強みになっていると感じます。



社外取締役
稲増 美佳子 | Mikako INAMASU

Q：組織のプロである稲増さんから見た、ワコムがもっと成長すべきところは？
A：会社は、未来ビジョン(目標)を設定し、事業＝ビジネスに関する定量・定性目標を社内外に発信します。では、その事業目標実現のために、いったい「どんな組織デザイン、カルチャー＆マネジメントであるべきなのか?」。つまり、組織ビジョンを考えることが必要になります。誰も正解は持っていない時代です。目標によって、ヒエラルキー型／マトリックス型／ホラクラシー型／トップダウン型など、多様なスタイルが存在します。だからこそ、未来に向けて“どんな組織でありたいのか”が問われます。“ワコムらしいマネジメント”をWacom Styleとして見える化し、メンバーが自走進化する組織へと成長していくのが楽しみです。



社外取締役
嘉村 孝 | Takashi KAMURA
監査等委員

Q：社外取締役歴が一番長い嘉村さん、ワコムの変化をどう見えていますか？
A：「創業は易く、守成は難し」。中国の古い言葉を噛みしめています。当初の「創業者の意気」が残っていた時代、強力なリーダーシップによるグローバル経営から試行錯誤を経て、現執行部による時価総額1000億円を超える会社になるまでを見てきました。現在、低位、中位いずれの製品も外部環境の変化が激しく、一方で、部品ビジネスが強力な柱になっています。勝ち抜いていくための努力に怠りはありません。世界的なSDGsなどにも対応せねばならず、グローバル企業なればこそ地域による発想の違いもあります。これらの「違い」をむしろダイバーシティによる飛躍につなげるべく、努力とそれによる魅力を創造していきたいと思います。



社外取締役
東山 茂樹 | Shigeki HIGASHIYAMA
監査等委員(常勤)

Q：社内で過ごす時間も多い東山さん、チームメンバーの印象は？
A：監査等委員として、日頃オフィスでワコムのチームメンバーと接していることは、ワコムチームメンバーのワコムへの愛です。まず、何よりも自社製品への愛。そして、製品を通じてのお客様やそのコミュニティへの愛。そして一緒に働いているチームメンバーや家族への愛です。とにかく、ワコムのチームメンバーは、ワコムのプロダクトやワコムに関わって働いている人たちが大好きで、デジタルペンで自らがクリエイティブな作業をしたり、デジタルペンやタブレットの可能性をお客様と一緒に考えるのが大好きです。私たち取締役は、ワコムのチームメンバーのワコムへの愛を、ワコムの企業価値の向上につなげるのが最大のミッションだと考えています。



社外取締役
細窪 政 | Osamu HOSOKUBO
監査等委員

Q：投資会社も経営されていた細窪さん、ワコムのどこにベットしたいですか？
A：ワコムの強みは、「マーケットリーダー」「グローバル経営」「コミュニティエンゲージメント」であり、もし私が投資家であれば、この3点にベットします。言い換えると、高い技術力に裏付けられた魅力のある製品を、長年にわたリグローバル市場に投入し続ける数少ない日本メーカーの1社であり、日本人としては是非とも応援したいです。さらに、ワコムはその地位に固執して進歩を止めることなく、常にユーザーコミュニティに寄り添って、新技術・新製品・新サービスの創出に挑み続けており、私はその点も高く評価します。今後もより多様性に富んだ筋肉質な企業体質を実現し、時代の数歩先を見据えて未来に挑戦する企業であり続けて欲しいです。

取締役会の スキルマトリックス

氏名	経営	海外事業	財務・会計	人材・組織開発	Diversity & Inclusion ^{*1}	法務・コンプライアンス	リスクマネジメント	固有技術	Community Engagement ^{*2}	デジタルサービス ^{*3}
井出 信孝	○	○	—	—	○	—	—	○	○	○
町田 洋一	—	○	○	—	—	—	—	—	—	—
山本 定雄	—	—	—	—	—	—	—	○	—	○
薄田 幸生	—	○	—	—	—	○	○	—	—	○
稲積 憲	○	—	—	—	—	—	—	—	○	○
稲増 美佳子	○	—	—	○	○	—	—	—	—	—
東山 茂樹	—	○	—	○	—	—	—	—	—	—
嘉村 孝	—	—	—	—	—	○	○	—	—	—
細窪 政	○	○	○	—	—	—	—	—	—	—

※1「Diversity & Inclusion(ダイバーシティ&インクルージョン)」は、一般的に多様性と包括などに訳され、多様な人材がお互いに認め合い、受け入れ合う機会と風土作りなどを意味しています。
※2「Community Engagement(コミュニティエンゲージメント)」は、中期経営方針「Wacom Chapter 3」の重要な要素であるコミュニティ構築、エコシステム開発などの知見を基準としています。
※3「デジタルサービス」は当社でのIT経験に加え、業界や技術についての知見を基準としています。

COMPANY DATA

会社概要

株式会社ワコム

		
設立年月日	1983年7月12日	
資本金	4,203 百万円 (2022年3月31日現在)	
発行済株式総数	166,546,400株 (2022年3月31日現在)	
連結社員数/単体社員数	1,069 / 410名 (2022年3月31日現在)	
社員平均年齢(単体)	44.5 歳 (2022年3月期現在)	
社員平均勤続年数(単体)	10年7ヶ月 (2022年3月期現在)	
社員平均年間給与(単体)	1,123 万円 (2022年3月期現在) (注) 上記の社員平均年間給与は2022年3月期の年間平均給与であり、その中には前期 (2021年3月期) の業績賞与及び特別賞与が含まれています。	
事業内容	ブランド製品事業 コンピュータ入力機器の開発・製造・販売 テクノロジーソリューション事業 コンピュータ入力部品やモジュールの開発・製造・販売	
決算日	3月31日	
取引銀行	みずほ銀行 三菱UFJ銀行 埼玉りそな銀行 三井住友信託銀行	
本社／工場	〒349-1148 埼玉県加須市豊野台2-510-1	
支社・営業所(日本)		
東京支社	〒160-6131 東京都新宿区西新宿8-17-1 住友不動産新宿グランドタワー31階、35階	
大阪営業所	〒531-0072 大阪府大阪市北区豊崎5-4-9 商業第2ビル6階	
海外子会社		
ワコムヨーロッパ(ドイツ)	Zollhof 11-15 40221 Dusseldorf Germany	
ワコムテクノロジー(米国)	1455 NW Irving Street, Suite 800 Portland, OR 97209, USA	
ワコムチャイナ(中国)	518, West Wing Office, China World Trade Center, No. 1 Jianguomenwai Avenue, Chaoyang District, Beijing 100004, China	
ワコムコリア(韓国)	Rm#1211, 12FL,KGIT Sangam Center, 402 Worldcup Bukro, Mapo-gu, Seoul, Korea, 03925	
ワコムオーストラリア(豪州)	Ground floor, Building 1, 3 Richardson Place, North Ryde NSW 2113 Australia	
ワコムホンコン(香港)	Unit 1610, 16/F., Exchange Tower, 33 Wang Chiu Road, Kowloon Bay, Hong Kong	
ワコムシンガポール(シンガポール)	88 Market Street, #40-01CapitaSpring, Singapore 048948	
ワコムタイワンインフォメーション(台湾)	9F-1, No.237 Songjiang Rd., Zhongshan Dist. Taipei 104 Taiwan	
ワコムインドア(インド)	426, Tower B, DLF Building, Jasola District Centre, Mathura Road, New Delhi 110025 India	
ワコムベトナムサイエンスアンドテクノロジー(ベトナム)	Bac Ninh City, Hanoi Area Vietnam (2023年5月26日設立)	

2023年3月31日現在

SIX CAPITALS
FOR VALUE CREATION

価値創造を実現する6つの資本(データ編)

ワコムは、これまで築いた「6つの資本」を戦略的に活用し、社会の変化に対応して持続的な成長を目指します。ここで示す「6つの資本」のデータは、ワコムの成長の原動力の一例となります。

これらの資本を活用して、ESG視点での取り組みやステークホルダーとの積極的な対話を進め、価値創造の実現につなげるとともに、人間と社会にとって意味深い成長も追求していきます。

また、これらを具体的な行動へと移していくにあたり、法令遵守はもちろんのこと倫理的で責任ある事業活動を行っていくための基礎となる「ワコム 倫理・行動規範」を設けています。「ワコム 倫理・行動規範 (Wacom Code of Ethics and Business Conduct)」の概要等は、ワコムのウェブサイト内「サステナビリティに関連した当社の規範、方針、体制等」をご覧ください。

<https://www.wacom.com/ja-ip/about-wacom/social-initiatives/policy#1>



ワコムの中期経営方針における資本政策(キャピタルアロケーション等)は、ワコムのウェブサイト内「IR・投資家情報 開示資料およびIR資料」の「中期経営方針 Wacom Chapter 3 アップデート 二次レポート」をご覧ください。

<https://investor.wacom.com/content/dam/investor/pdfs/2023/2023-2025%20Wacom%20Chapter%203%20Investor%20Update.pdf>



※1 集計対象となる従業員には臨時雇用者などを含む

※2 厚生労働省令または内閣府令に基づく提出書類での記載は、全従業員単位での全体比較となっていますが、ここではワコムが人事制度の根幹として取り入れている職務制度、すなわち仕事の責任や難易度、革新性、責任地域範囲などに鑑みて設定される「職務レベル」ごとに比較した賃金の差異を提示しています。

※3 各年度における正社員採用実績中における中途採用数の割合を表示しています。

1:財務資本	
①総資産	733億円 (2022年3月期)
②自己資本	435億円 (2022年3月期)
2:製造資本	
①製造パートナー等(EMS、ODM、本社工場)	製造拠点数 22拠点 (2023年3月現在) 所在地別分布割合 (2023年3月現在) 中国 63%、ベトナム 13%、日本 9%、台湾 5%、カンボジア5%、インドネシア5% 約3億本 (2023年3月現在)
②デジタルペン出荷累計本	
3:知的資本	
①技術者割合 (グローバルベース)※1	26% (2023年3月時点)
②技術者所在地別分布割合	日本 64%、台湾 12%、ブルガリア 8%、中国 6%、米国 5%、英国 3%、韓国 2%
③知的財産件数	特許登録及び出願件数 2,925件 (2023年3月現在) 意匠登録及び出願件数 1,265件 (2023年3月現在) 商標登録及び出願件数 940件 (2023年3月現在)
④開発投資額	55億円 (2022年3月期)
4:人的資本	
①男性正社員の賃金を100とした時の女性正社員の賃金の割合※2 (日本国内ベース)※1	男性 女性 (2023年3月期) 一般職 100 87 マネージャー職 100 96 ディレクター職 100 97 96% (2023年3月期) 98% (2022年3月期) 100% (2021年3月期)
②中途採用率※3	
③男性産後育児休業取得件数	取得期間の傾向 3名 (2023年3月期) 1ヶ月未満から半年程度 3名 (2022年3月期) 1ヶ月未満から3ヶ月以内 0名 (2021年3月期)
④男女比率 (グローバルベース)※1	男性 女性 65% 35% (2023年3月現在)
⑤管理職比率 (グローバルベース)※1	77% 23% (2023年3月現在)
⑥経営戦略会議出席者の女性比率	20% (2023年3月現在)
5:社会関係資本	
①コネクテッド・インク参加のパートナー数	40 (2023年3月期)
②エクスペリエンス・センターでのイベント数	319回(2022年 ポートランド(米国)、デュッセルドルフ(ドイツ)における実績)
③寄付活動等	寄付金 札幌国際芸術祭 12百万円 (2023年3月期)
④ウクライナ支援	国連UNHCR協会を通じた寄付金 30百万円 (累計) Stand Together基金の設定 20百万円 (社内基金としての拠出額)と現地支援活動件数 14件
6:自然資本	
①CO ₂ 排出量	Scope1+2 1,337.2 t-CO ₂ (2021年3月期) 注) Scope3 データはP72 を参照
②水の消費	2,454㎥ (2021年3月期)

THEN TILL NOW

ワコムの歩み

1983年に設立したワコム。当時から現在までの軌跡を、
テック業界の進化とともに振り返る。

ワコムの歴史

1980s

- 1983年 7月
●株式会社ワコム設立
(埼玉県上尾市・資本金48百万円)
ペンタブレット製品及び電気設計用CADの
事業を開始
- 1984年 4月
●世界初のコードレスカーソルのペンタブレット
WTシリーズ発売
- 1987年 9月
●世界初のコードレスペンタブレット
SDシリーズ発売
- 1988年 4月
●ワコムコンピュータシステムズ
(現ワコムヨーロッパ) 設立(ドイツ)



1987



1989



1984



1998

1990s

- 1990年 5月
●はじめての液晶ペンタブレット
(10.7型2階調液晶搭載) 発売
- 1991年 7月
●ワコムテクノロジー設立(米国)
- 1992年 4月
●マイクロソフト社のWindows for Pen
Computingリリースに伴い、ワコム初のペン
入力コンピュータ発売
- 1994年 10月
●ArtPad発売 (グラフィック用途の省スペース
ペンタブレット)
- 1998年 9月
●プロフェッショナル向けペンタブレット
「Intuos®」発売
- 1999年 11月
●普及価格帯ペンタブレット
「FAVO/Graphire」発売

2000s

- 2000年 3月
●ワコムチャイナ設立(中国)
- 2001年 9月
●液晶ペンタブレット「Cintiq®」発売
- 2003年 4月
●日本証券業協会JASDAQ市場上場
- 2004年 4月
●ワコムデジタルソリューションズ
(現ワコム 코리아) 設立(韓国)
- 2005年 4月
●ワコムオーストラリア設立(オーストラリア)
- 2005年 12月
●東京証券取引所市場第一部上場
- 2006年 4月
●ワコムホンコン設立(香港)
- 2006年 5月
●ワコムシンガポール設立(シンガポール)
- 2007年 5月
●コンシューマ向け新シリーズ
「Bamboo™」発売
- 2008年 9月
●ワコムタイワンインフォメーション設立
(台湾)

2010s

- 2010年 10月
●ワコムインディア設立(インド)
- 2011年 10月
●サムスンスマートフォンの「Galaxy Note」に
ワコムのデジタルペン技術採用
- 2013年 8月
●ワコム初のO S 搭載モバイル製品
「Cintiq® Companion
(現Wacom® MobileStudio Pro)」発表
- 2014年 2月
●デジタルインク技術「WILL™」発表
- 2014年 3月
●デジタルペンのアクティブES方式発表
- 2016年 1月
●第1回 コネクテッド・インク開催
- 2017年 6月
●マイクロソフト社のペンプロトコルに対応した
スマートスタイルスペン「Bamboo Ink」発売
- 2017年 12月
●エンジニアリングソリューション (ECAD)
事業を日東工業株式会社へ譲渡
- 2018年 4月
●ワコムグループ中期経営計画
「Wacom Chapter 2」
(2018年4月～2022年3月) スタート
- 2018年 10月
●ワコム初の31.5型液晶ペンタブレット
「Wacom® Cintiq® Pro 32」発売
- 2019年 1月
●エントリーモデルの液晶ペンタブレット
「Wacom® Cintiq® 16」発売
- 2019年 11月
●常設体験型ストア「ワコムブランドストア」を
新宿マルイアネックスにオープン

2020s

- 2020年 1月
●デジタル初心者向け液晶ペンタブレット
「Wacom® One」発売
- 2020年 8月
●三菱鉛筆株式会社、株式会社セルシスとの3
社で初となるコラボレーションにより、鉛筆
「Hi-uni (ハイユニ)」の描画体験をデジタル
で再現
- 2020年 11月
●大磯町、株式会社セルシス、株式会社アイネット
と「デジタルクリエイティブ教育」を推進する
パートナーシップ協定締結
- 2021年 1月
●サムスン「Galaxy S21 Ultra 5G」にワコムの
デジタルペン技術搭載
同社スマートフォンSシリーズとして初採用
- 2021年 2月
●一般社団法人コネクテッド・インク・ビレッジ
発足
- 2021年 5月
●ワコムグループ中期経営方針
「Wacom Chapter3」
(2021年4月～2025年3月) スタート
- 2021年 8月
●サムスン「Galaxy Z Fold3 5G」に
ワコムのデジタルペン技術搭載
- 2021年 11月
●ワコム、ヘラルポニー、コネクテッド・インク・
ビレッジでアーティスト同士が境界を越えて
呼応し作品を生み出す新たな取り組みを提案
- 2022年 1月
●5G (第5世代移動通信システム) を活用し、
モバイル通信でリモートからアニメやCGを
制作する実証実験に成功
- 2022年 2月
●サムスン「Galaxy S22 Ultra」と「Galaxy Tab
S8」シリーズにてワコムのデジタルペン技術
搭載
- 2022年 3月
●アクティブES®ペンの第2世代技術が富士通
クライアントコンピューティング「FMV
LOOK」で世界初採用
- 2022年 4月
●株式会社セルシス (旧アートスパークホール
ディングス株式会社)と資本業務提携
東京証券取引所プライム市場に移行
- 2022年 10月
●「Wacom® Cintiq® Pro27」発売
- 2023年 2月
●サムスン「Galaxy S23 Ultra」と「Galaxy Book3
Pro 360」にワコムのデジタルペン技術搭載
- 2023年 5月
●「Wacom Story Book Issue 1」発行

ワコム連結売上高推移イメージ図
(2022年3月期 1,088億円まで)

IT業界の歴史

1990

- CAD
- 電子出版

1990s

- インターネット
- CGによる映画制作
- ブロードバンド
- デジタルカメラ
- 携帯電話
- 携帯型ゲーム機

2000s

- パソコン
- 家庭用プリンター
- デジタルカメラ
- モバイル通信普及
- スマートフォン
- 電子書籍
- タブレットPC
- 3D映画
- 電子サイン
- 3Dプリンター
- 4Kテレビ

2010s

- IoT
- VR
- AR

2020s

- メタバース
- Web3



1992



1994



2001.09



2007.05



2013.08



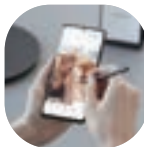
2018.10



2020.01



2021.08



2022.01



2022.10



MEANINGFUL GROWTH

【Meaningful Growth(意味深い成長)】という問いかけ

測定可能な評価軸だけではない世界を目指して

現在、ワコムは【中期経営方針 Wacom Chapter 3】という段階を歩んでいます。Wacom Chapter 3では「5つの戦略軸*」を掲げていますが、特に挑戦的なのが【Meaningful Growth(意味深い成長)】という新しい概念です。財務的な成長は事業会社として存在する限りは当然の責任ですが、一方で、「財務指標の改善を追いかけだけの経営に未来はあるのか?」という課題提起も込めて、意味深い成長を追い求めたいと考えているのです。

お客様、パートナー、そしてチームメンバー。ワコムを取り巻くすべての人々から「ワコムがいたから新しい体験を生み出すことができた」というエピソードを積み重ねていきたい。そのように語られるのであれば、ワコムという会社も存続を許されるはずであり、それこそが【Meaningful Growth】と言えるのではないのでしょうか。【Meaningful Growth】は明確に数値化された目標ではないので、その評価は難しいと思います。それでも、ワコムはこの問いかけを続けていきます。

願わくは、チームメンバー一人ひとりの仕事【Meaningful Growth】につながって欲しい。個人

の視点で言えば、「成長」は「進歩」「向上」「深化」と言い換えられるかもしれません。経営陣ができるのは、チームメンバーの【Meaningful Growth】につながるような環境を整えることだけです。働く場所、働く時間の裁量を拡大し、チームメンバーに権限を委譲し、経営陣は支えていく。これだけです。

「その成長は果たして、自分にとって、他者にとって、社会にとって、意味深いか?」この【問い】は僕らワコムだけでなく、これからの社会においても重要な視点になると信じています。

ストーリーブックの刊行は、今年から始まった新たな試みです。「ワコムがお客様に対して【体験の旅】を届けるという『約束』」である「ライフロング・インク(Life-long Ink)」の実現に向けて、【心の灯り】を持ったチームメンバーたちの熱意と行動力に支えられ、数々のプロジェクトが着々と推し進められています。これから定期的に、ストーリーブックを通じて「【生命体・ワコム】の生きた証」をみなさんにお伝えできることを楽しみにしています。ワコムが追い求める【Meaningful Growth】を、ぜひ一緒に体感してください。

★中期経営方針 Wacom Chapter 3における「5つの戦略軸」

1
Technology Leadership
技術開発に集中し、圧倒的な体験を届ける

2
Community Engagement
顧客・コミュニティ・パートナーと共に体験を創る

3
New Core Technology, New Value Proposition
新しい価値を開発し、新しい価値を届ける

4
Technology Innovation for Sustainable Society
持続可能な社会に貢献する技術開発

5
Meaningful Growth
人間と社会にとって意味深い成長を目指す

to be continued...



WORK OF ART

TITLE:

「創作2023」

ARTIST:

Bunta

COMMENT:

創作することに悩み葛藤する混沌とした脳内をありのままに描きました。

PROFILE:

SNSを中心に創作イラスト・漫画を制作。細部まで緻密に描き込む画風。趣味は廃墟探索と読書。

Wacom Cintiq Pro 27で制作

IDE'S LETTER

謝辞に代えて

例えその全てが諸行無常であってあ

ここまで読んで頂いてありがとうございました！

このStorybookを作ろうと決めたから約1年間、編集チームを始めと
する多数の方々による怒涛の努力により、まことに手に取れる形で
ワコムの物語が浮かび上がりました。本当にありがとうございました。

どこを讀んでもわたしの愛と誇りが詰まっていることを感じます。
同時に、ここに刻まれた物語は、時の流れと共に、色あせたり、
大きく変質していくのかなという強い予感があります。それでも、全然
いじやないかなと思います。

例えその全てが諸行無常であって、僕たちは日々を生きていく。

かけがえのない仲間たちと共に。

ありがとうございました！

井出信孝 2023 4月



THANK YOU FOR EVERYONE

Editorial Team

Wacom

Nobutaka Ide (Editor-in-chief)
Koji Tamiya (Deputy editor-in-chief)
Emiko Yoshikawa
Tetsuo Kanno

Chikara Kawakami
Asuka Nakao (Publicgood)
Yasumasa Isobe (WRANC)
Shogo Hagiwara (WRANC)
Mina Harada (WRANC)
Kanae Morishita (Publicgood)
Yuma Yotsuhashi (Publicgood)

Ryo Tomizuka (Art Director / OAK)
Sho Kato (Photographer / timeties)
P3, 6-18, 54-59, 78, 86, 89

Editorial Committee

Wacom

アイデア会議メンバー	スーパーバイザー
Miki Amano	Shigeki Higashiyama
Hideyuki Hara	Yoichi Machida
Takahiko Hoen	
Kenichiro Ishizaki	And more.
Takenori Kaneda	(名字アルファベット順)
Hiroaki Kimura	
Junichi Kodama	
Sayatake Komine	
Rie Kuroda	
Jooheon Lee	
Yoshiaki Matsumoto	
Takashi Nakatsuji	
Takahiko Nishimura	
Naoya Nishizawa	
Kenichi Okawa	
Akiko Okuyama	
Naoto Onoda	
Hidemi Tomitsuka	
Shinya Ueda	
Koji Yano	

Contributors

Ryohei Oizumi (Photographer)
P4, 28, 42, 49-53, 72-73, 82
Misa Shinshi (Photographer)
P24-27, 35, 69, 71, 73-75
Jochen Manz (Photographer) P46-47
Haggie K (Illustrator) P36-39, 72-75
Hirotaka Kawai (Illustrator) P40
Mizuho Hayashitani (Hair & Make)
P6-17, 54-59, 78
Chiharu Yada (Hair & Make) P78
Naoki Shoji (Illustrator)
P80-81
OCTA (CG artist)
P20, 60
Keiko Kimura (DTP Operator / tsukuru vision)
Junko Fukunaga (Printing Director / JBF)
Haruka Tanagi (Editorial Assistant)

WACOM

STORY BOOK

May 2023
ISSUE 1



旅はまだ始まったばかり

2022年9月に社内外から編集チームのメンバーが集結し始動した「Wacom Story Book」の制作。記念すべき創刊号に内包されるコンテンツの企画立案からスタートし、それに続くインタビュー取材、写真撮影、原稿執筆、誌面デザインなどの制作・編集作業は9カ月もの長期におよんだ。総ページ数も当初70ページほどを想定していたが、蓋を開けてみれば「100」の数字が見え隠れするほどのボリュームに膨らんでいった。

そんな制作の過程は、まさにワコムという世界に渦巻く「熱い想い」「揺るぎない使命感」そして「唯一無二の価値観」を文字通り肌で体感する“旅”であったと言っても過言ではないだろう。「Issue 1」の発行をもってこの旅は一つの区切りを迎える。が、しかし「Wacom Story Book」の現在地は、まだ出発点に過ぎないと編集チームは信じて疑わない。なぜなら、ワコムはそれほどまでに奥深く、興味の尽きない企業である、という事実を間近に目撃したからだ。

改訂履歴: P76-77 「TCFD 提言に基づく情報開示」を2023年5月31日付最終版に更新
P88-89 「Work of Art:『創作2023』 by Bunta」を6月に新規に掲載



「Wacom Story Book」Web アンケートフォーム
<https://forms.office.com/e/ExxSbr5CyZ> QRコードは(株)デンソーウェーブの登録商標です。

□資料対象期間: 2023年3月期(2022年4月1日・2023年3月31日)一部対象期間以外の内容も記載 □資料対象範囲: 株式会社ワコム及びグループ会社 □参考としたガイドライン等: GRIサステナビリティレポーティングスタンダード、ISO26000(社会的責任に関する手引き)、SASBスタンダード、国連グローバルコンパクトとSDGs、IIRC(国際統合報告フレームワーク)、TCFD提言等

本資料の取り扱い上の注意点: 本資料に含まれる将来の見通しに関する記述は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済や当社の関連する業界動向、新たな技術の進展などにより変動することがあります。実際の業績などが本資料に記載されている将来の見通しに関する記述と異なるリスクや不確実性があることをご了承ください。会社名、製品名などの固有名称は各所有者の商標あるいは登録商標です。掲載内容等へのお問い合わせ先
<https://support.wacom.com/hc/ja/articles/1500004114281>

wacom®