



お知らせ

2025 年 8 月 21 日

関西大学広報課 TEL: 06-6368-1131 FAX: 06-6368-1266

※本リリースは、キャノンマーケティングジャパン株式会社から配信しております。

キャノンマーケティングジャパン株式会社

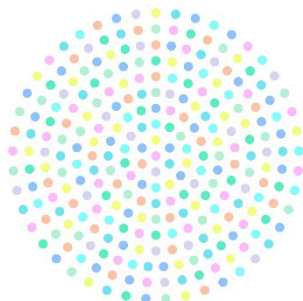
関西大学

立命館大学

近畿大学

未来を担う若者と新しいプリントの体験価値を創造 ichikara Lab が主催する関西 3 大学合同プロジェクトの最終発表会を開催

キャノンマーケティングジャパン株式会社（代表取締役社長：足立正親、以下キャノン MJ）の企業内起業 ichikara Lab（イチカララボ）と関西大学商学部横山恵子ゼミナール、立命館大学経営学部中原翔ゼミナール、近畿大学経営学部山縣正幸ゼミナールは、これまでのプリントのカタチにとらわれない新しい体験価値の創造を目指して ichikara Lab が主催する関西 3 大学合同プロジェクト（以下、本プロジェクト）を実施し、2025 年 7 月 18 日に関西大学梅田キャンパス KANDAI Me RISE（カンダイミライズ）にて最終発表会を開催しました。



ichikara Lab

ichikara Lab ロゴ



最終成果報告会の様子

本プロジェクトは、ichikara Lab が日本国内のマーケティングを手掛けるミニフォトプリンター「iNSPiC／SELPHY」を題材に、デジタルとアナログを融合させたこれまでのプリントの在り方にとらわれない新しい価値創造を目指して、2025 年 5 月 23 日より始動しました。ichikara Lab は、さまざまな若年層と恒常的に価値創造に取り組んでおり、このたびさらなる挑戦に向けて初めて、複数大学のゼミナールとのコラボレーションを実現しました。本プロジェクトでは関西大学商学部横山恵子ゼミナール、立命館大学経営学部中原翔ゼミナール、近畿大学経営学部山縣正幸ゼミナールに所属する学生計 13 名が大学ごとのグループに分かれて、「従来のプリントのカタチにとらわれないデジタルとアナログを融合させた新しい価値を創造する」という課題に取り組みました。参加学生は ichikara Lab が提供する実践的なインプットセッションを経て、7 月 18 日に開催した最終発表会にて新しい体験価値の提案を行いました。

関西大学のグループは、観光地やイベント会場だけで撮影できるオリジナルステッカーのアイデアを立案しました。これは、観光地などにミニフォトプリンターを設置し、その場で撮影した写真をスマホアプリと連携して、その土地ならではの背景をドット風やレトロ風など好みのデザインに加工して「ステッカー印刷」できるサービスです。プリントブースには「思い出ノート」が設置しており、現地に訪れた人だからこそ感じた気持ちや情報を記入したり、「おまけプリント」として追加印刷されたステッカーを「思い出ノート」に貼ったりすることでアナログのコミュニケーションも楽しめます。定量データに加え、自らの実体験や丁寧な N1 インタビュー※¹によって練り上げた企画を立案しました。

立命館大学のグループは、近年、アニメ、マンガ、映画やドラマなどの作品に登場する場所をファンが訪れる「聖地巡礼」が注目されていることに着目し、ファンが単に聖地を写真に収めるだけではなく、プリントした用紙を貼付することで「自分だけの『巡礼帳』」を作成するアイデアを立案しました。この提案では、アプリ経由で聖地にチェックインすると、推しのキャラクターや登場人物と一緒に写真を撮って印刷できる AR フォトフレームなど限定コンテンツが獲得できる工夫も凝らされ

ており、ファンに「推し時間」をより長く楽しんでもらうための創造的な体験価値の生成を目指しています。デジタル手段を前提としてアナログ体験を楽しみたい現代の若者らしい感性に寄り添った体験価値として、実際に制作した巡礼帳のプロトタイプも見せながら提案しました。

近畿大学のグループは、ライブハウスのような没入体験ができる特別な場所にミニフォトプリンターを設置して印刷体験を提供することで、非日常的瞬間の価値を延長させるというアイデアを立案しました。この提案では、デジタルが主流の日常生活のなかで写真を見返す時間が少ないことに着想を得て、撮影前後の体験を改めて掘り起こし、「非日常をすぐそばに」というコンセプトを設定しました。思い出を「撮って残す」だけでなく、プリントしてスマホケース内など「すぐそばに」置き続けることによるアナログの強みを再発見したアイデアで、導入場所へのサブスクリプション型サービス提供などビジネスモデルも提案しました。

参加学生からは、「大学の枠を超えて発表できる機会があまりない中で、プロジェクトを通して同じ世代と交流しながら切磋琢磨することができ非常によい経験となった」、「ワクワクする未来をともに切り拓くという ichikara Lab の想いに惹かれて今回参加したが、デジタルとアナログを融合させた新しい体験価値の検討は難しくとてもやりがいのある課題だった」、「元々マーケティングに興味があり参加したが、どうしてもモノ消費だけで考えてしまうという自分の思考のクセにも気づくことができとてもよい機会となった」「企業やビジネスパーソンと何か活動してみたいと思い参加したが、特有の経験をすることができて大変満足している」など、多数の好意的な意見が上がりました。

今後 ichikara Lab ではオープンイノベーションプログラムも活用しながら、本プロジェクトを通して大学生とともに創造した新しい体験価値や言語化したインサイトをワクワクする未来の実現へとつなげてまいります。

●ichikara Lab オープンイノベーションプログラム：

<https://corporate.jp.canon/profile/business/new-value-creation/ichikaralab/open-innovation>

※1. 特定の1人の顧客（ユーザー）に対して深く掘り下げてインタビューを行うことで、本質的なニーズや価値観、行動の背景を明らかにする方法。

〈プロジェクト実施の背景〉

近年のデジタル化により利便性が高まる現代において、プリントの在り方は大きく変化しています。ichikara Lab は、幅広い若年層と恒常的に活動する中で、デジタル時代に生まれ育った若年層にとってはプリントそのものが新鮮であり、物質感のあるアナログ体験だからこそその楽しさを提供できると実感しています。ichikara Lab では、従来のプリントのカタチを超えた価値創造を通じてワクワクする未来を実現していくために、若年層や ichikara Lab の想いに共感していただいた企業などと積極的な共創活動に取り組んでいます。

〈プロジェクト概要〉

期間：2025年5月23日（金）～7月18日（金）

内容：

DAY1 オリエンテーション・アイデア発想ワーク

第1部では、参加学生同士の交流を図るコミュニケーションタイムや本プロジェクト参加におけるマインドセットを経て、ichikara Lab の組織紹介や現在取り組んでいる課題など、今回のテーマ「自分たちも体験したいと思う新しいプリント体験の設計」の設定背景の理解を目的としたインプットセッションを実施しました。

第2部では、今回のテーマに対して「若者がプリントしたいと思わない理由」を起点に ichikara Lab が日頃活用しているフレームワークに沿ったアイデア発想ワークに取り組みました。

DAY2 マーケティングプランニングワーク

企画立案に必要なマーケティングに関するインプットセッションを実施しました。キャノン MJ グループの原点である「顧客主語」の実践を目指して人の心を捉えるマーケティング活動とは何か、体験価値の設計に必要な考え方やインタビューの手法など実践的な内容を経て、中間発表に向けたグループワークを行いました。

DAY3 中間発表・フィードバック

第1部ではグループの異なる学生同士で中間案の共有とフィードバックを実施しました。同じ若い世代としてさまざまな意見を聞き、アイデアのブラッシュアップに取り組んでももらいました。また提案側でありながらも別案へのフィードバックを経験することで、俯瞰的な視点を持つ重要性や審査員の視点を知り、最終発表への活用を目指しました。

第2部では、各グループがブラッシュアップしたアイデアを中間案として ichikara Lab へ発表しました。ichikara Lab 担当者より丁寧なフィードバックを行い、最終発表に向けてアイデアを練り上げるポイントをとともに言語化しました。

DAY4 最終発表・フィードバック

各グループより、自分たちも体験したいと思う新しいプリント体験について力強いプレゼンテーションが行われました。

〈関西大学について〉

大学名：関西大学

学 長：高橋 智幸

所在地：大阪府吹田市山手町3丁目3番35号

Web : <https://www.kansai-u.ac.jp/ja/>

〈立命館大学について〉

大学名：立命館大学

学 長：仲谷 善雄

所在地：大阪府茨木市岩倉町2-150（大阪いばらきキャンパス）

Web : <https://www.ritsumei.ac.jp/>

〈近畿大学について〉

大学名：近畿大学

学 長：松村 到

所在地：大阪府東大阪市小若江3丁目4番1号

Web : <https://www.kindai.ac.jp/>

〈ichikara Lab について〉

ichikara Lab は、若年層マーケティングの強化と新たな顧客層へのリーチを目指し、恒常的に幅広い若年層と活動しています。トレンドを生み出し波及する力のある若年層への本質的な理解を深め、いち早く未来につながるヒントを捉えています。「顧客の気持ちや生活に寄り添う新たな価値の提供」をミッションに若年層マーケティングから獲得したインサイトを活かした新規商品・サービスの企画・開発へ挑戦しています。

ichikara  *Lab*

●キヤノン MJ 企業内起業「ichikara Lab」WEB ページ：<https://cweb.canon.jp/personal/ichikaralab/>

●X アカウント：ichikara Lab/イチカララボ【公式】 (@ichikaraLab) <https://x.com/ichikaraLab>

ichikara Lab では、これまでのプリントのカタチを超えて、人々がワクワクする未来をともに生み出していけるサービスや技術、アイデアを募集しています。お問い合わせは、ichikara Lab WEB ページ最下部「CONTACT」よりお願いいたします。

-
- | | | |
|-----------------------|---|------------------|
| ● 報道関係者のお問い合わせ先 | ： キヤノンマーケティングジャパン株式会社広報部 | 03-6719-9093（直通） |
| ● ichikara Lab ホームページ | ： https://cweb.canon.jp/personal/ichikaralab/ | |
| ● 関西大学ホームページ | ： https://www.kansai-u.ac.jp/ja/ | |
| ● 立命館大学ホームページ | ： https://www.ritsumei.ac.jp/ | |
| ● 近畿大学ホームページ | ： https://www.kindai.ac.jp/ | |