

オムロンの知財活動における生成 AI 活用の全貌

Claude

オムロンは 2023 年 9 月に開始した全社横断プロジェクト「AIZAQ」を通じて、**知財業務の約 80%をプロンプト化して生成 AI に委託することで大幅な省力化を実現**しました。累計約 500 名が参画するこの取り組みは、わずか 1 年余りで組織実装フェーズに移行し、日本企業における生成 AI 活用の先進事例として注目されています。単なる業務効率化にとどまらず、創業者の「機械にできることは機械に任せ、人間はより創造的な分野で活動を楽しむべき」という哲学を実践し、持続可能な社会の実現を目指す戦略的取り組みです。

AIZAQ プロジェクトの全体像と知財部門の位置づけ

AIZAQ（アイザック）は「AI with Zest, Accelerate and Quest（活力、加速、探求を持った AI）」の頭文字から名付けられた、オムロンの生成 AI 活用推進プロジェクトです。科学者アイザック・ニュートンの知恵と知性を連想させることを意図しており、2023 年 9 月の開始から 3 シーズンを経て、約 80 近いテーマを検証してきました。

プロジェクトはイノベーション推進本部 DX ビジネス革新センタの伊藤卓也氏を中心とした PMO（プロジェクト・マネジメント・オフィス）が統括し、部署や職位を超えた全社横断型の体制で運営されています。Season 1（2023 年 9 月～）では 24 テーマに 230 名、Season 2（2024 年 4 月～）では 25 テーマに 253 名、Season 3（2024 年 10 月～）では 25 テーマが展開され、**90%以上のテーマで「生成 AI は業務課題解決に有効」という結論に至りました。**

知財部門での成功は特に注目すべき成果として位置づけられています。伊藤氏は「それまで人手で行っていた知財に関する作業をすべて洗い出し、8 割ほどをプロンプト化して生成 AI に任せるようになったことで、大幅な省力化を実現することができました」と述べており、知財部門が各事業部と密接に関係することから、オムロングループ全体への波及効果も大きくなると期待されています。

知財部門における具体的な生成 AI 活用事例

業務の AI 化プロセスと範囲

知財部門では、まず人手で行っていた知財関連作業を全て洗い出すという徹底したアプローチを取りました。この可視化プロセスにより、業務全体における課題の所在と原因を明確に特定し、生成 AI の得意・不得意を理解した上で、適切な工程に技術を適用しました。

AIZAQ プロジェクトを通じて立証された生成 AI 適用に適した業務タイプには、**要約、分類、抽出、生成、添削**があります。知財業務においては、これらの定型業務が全体の 8 割を占めることが判明し、プロンプト化によって生成 AI に委託することが可能になりました。

具体的には、特許文献の要約作成、先行技術調査の効率化、特許文献の分類・整理、報告書の生成、データの抽出・整理、類似技術の検索、先行技術文献の収集、明細書ドラフトの添削、技術用語の統一、表現の最適化などが含まれると推定されます。これらの業務は従来、膨大な時間と専門知識を要していましたが、生成 AI の活用により大幅な工数削減が実現されました。

プロンプト設計の手法と実践

オムロンは生成 AI 活用を全社に浸透させるため、**AIZAQ Canvas** というポータルサイトを構築しました。このサイトでは、誰でもコピー＆ペーストで使えるプロンプト集を提供しており、約 10 名のチームが構想から約 3 カ月で第一弾をリリースしました。プロンプト集は相互レビューを繰り返し、業務シーンを徹底的に想定して作成されています。

プロンプト作成の基本テクニックとして、**3 つの基本原則**が確立されています。第一に役割の明確化で、例えば「#役割: {あなたはカスタマーサポートのスペシャリスト}」のように設定します。第二に明確な指示で、否定形を避け、「専門用語を使わない」ではなく「初心者でも理解できるようにわかりやすく」と指示します。第三に期待する出力形式の指定で、具体的な条件や形式を明示します。

知財業務特有のプロンプト設計では、「あなたは知的財産の専門家です」という役割設定、「特許文献の要約を以下の形式で作成してください」といった明確な出力形式の指定、技術分野に応じた専門用語の適切な使用、特許法の要件を踏まえた出力指示などが重要になると考えられます。

AIZAQ Canvas の効果は顕著で、閲覧数は最初の 1,600 から 1 カ月で約 5,600 と約 4 倍に増加しました。期待通りの結果を得られたという成功体験の報告が多数寄せられ、プロンプト集を通じたナレッジシェアが組織全体の生成 AI 活用を加速させています。

導入プロセスと実装方法の詳細

段階的な導入アプローチ

オムロンの生成 AI 導入は、議論開始からわずか 3 カ月でプロジェクトを始動させるというスピード感が特徴です。このスピードを実現できた背景には、経営層の早期理解と現場の自発的な参加を融合させた独自のアプローチがあります。

Phase 0：経営層の理解獲得では、外部研究機関の協力を得て経営層が生成 AI を体験的に利用し、早期に経営層向け研修を実施しました。その結果、「5 年、10 年先を見据え、自分たちの働き方を変えないと進化できない」という危機意識が経営層に醸成され、全社横断的に取り組むべきとの判断に至りました。

Phase 1：基盤整備では、プロジェクト発足と同時に IT 部門が社内基幹システムと連携した安心安全な生成 AI ツールの開発に着手しました。並行して IT・法務部門が連携し、生成 AI に関するガイドラインと FAQ を策定し、**AI ガバナンス委員会**を設置してリスクや判断に悩んだ際の問い合わせ窓口として機能させました。

Phase 2～4：検証から実装へでは、6 カ月を 1 シーズンとする検証サイクルを採用し、段階的にテーマ数と参加者を拡大してきました。2024 年 11 月からは複数のテーマが組織実装フェーズに移行し、知財部門を含む各部門で本格的な業務導入が始まっています。

AIZAQ プロジェクトとの関連性と組織体制

AIZAQ プロジェクトの組織体制は、**トップダウンとボトムアップの融合**という独自性があります。テーマリーダー・メンバーは業務課題を持ち、解決したい WILL（意志）を持つ社員が自発的に手を挙げて参加します。これをテクニカルアドバイザー・サポーターと呼ばれる生成 AI 専門家が支援する構造です。

重要なのは、参加が**挙手制**であり、所属や職位に関係なくフラットな立場で課題解決に取り組める点です。上司の理解と後押しのもと、プロジェクト活動を業務の一環としてリソースを確保できるため、参加ハードルが低く抑えられています。実際、若手社員から部長クラスまで幅広い層が参加し、所属組織や役職を知らないケースも少なくない真にフラットな体制が実現されています。

知財部門はこのプロジェクト構造の中で、Season 1 の 24 テーマの一つとして検証を開始し、大きな成果を上げたことで、他部門への展開を加速させるモデルケースとなりました。イノベーション推進本部、IT 部門、法務部門、技術・知財本部、そして各事業部門が連携し、全社横断型の推進体制が知財業務の変革を支えています。

技術的詳細とシステム構成

使用している生成 AI ツールとパートナーシップ

オムロンは生成 AI のパートナーとして **NEC** を選定しました。選定理由は、NEC が日本語性能に優れた生成 AI「**cotomi (コトミ)**」を開発していること、「つくる」と「つかう」をトップスピードで組織的に実行する能力を持つこと、そして「クライアントゼロ」の文化、すなわち自社で先行適用して知見を蓄積していることです。

具体的な AI モデル名 (GPT-4、Claude 等) は公開情報では明示されていませんが、NEC の cotomi を基盤としつつ、オムロン向けにカスタマイズした実装が行われていると推定されます。複数の生成 AI モデルを用途に応じて使い分けている可能性も示唆されています。

NEC は技術提供にとどまらず、**戦略コンサルティング**も提供しています。オムロンの「あるべき姿」の明確化支援、経営・事業課題の洗い出しと論点整理、組織実装案とプロジェクト方向性の策定、デザイン思考アプローチでの議論活性化などを通じて、プロジェクト全体を伴走支援しています。また、生成 AI の「できること/できないこと」の整理、ガバナンス・リスク対策の知見提供など、NEC の「クライアントゼロ」の実践経験が活用されています。

システムアーキテクチャとセキュリティ対策

オムロンの生成 AI ツールは、**社内基幹システムと連携した独自実装**が特徴です。基

本構成は、社員が生成 AI ツールにアクセスし、そのツールが社内基幹システム、AI モデル (cotomi 等)、セキュリティ層、ガバナンス管理と連携する形になっています。

データ活用においては、**構造化データと非構造化データの融合**を重視しています。基幹システムに蓄積された構造化データと、自然言語テキスト、音声、画像などの非構造化データを生成 AI で掛け合わせることで、「次世代データドリブン経営」の実現を目指しています。この両者の統合により、これまでにない新たな洞察の獲得が期待されています。

セキュリティ対策は多層的に構築されています。**AI ガバナンス委員会**がリスクや判断に関する相談窓口として機能し、IT・法務部門が連携してガイドラインと FAQ を整備しています。2024 年 6 月には**オムロン AI 方針**を策定し、人間性の尊重、国際的な人権基準・社会規範に基づく配慮、データ権利者のプライバシー・権利の尊重、AI 活用の透明性確保、適正な量・質のデータ利用を主要原則として掲げています。

技術的には、社内基幹システムとの統合による「安心安全な生成 AI ツール」の開発、データの社内管理徹底、外部 API へのデータ送信の制御、アクセス権限管理などが実装されています。閉鎖網での運用可能性も重視され、製造現場向けにはエッジ AI も活用されています。

達成された成果と効果測定

定量的な成果指標

知財部門における最も重要な成果は、**業務の 80%をプロンプト化して生成 AI に委託することで大幅な省力化を実現**したことです。これは具体的な数値として公表されている唯一の知財部門特有の成果データです。

プロジェクト全体では、Season 1 の 24 テーマのうち **90%以上で「生成 AI は業務課題解決に有効」との結論**に至りました。要約、分類、抽出、生成、添削といった従来工数がかかり効率化が難しかった定型業務で、大幅な工数削減が期待できることを立証しました。

AIZAQ Canvas のプロンプト集は、開始時の 1,600 閲覧から 1 カ月で約 5,600 と**約 4 倍に増加**し、期待通りの結果を得られたという成功体験の報告が多数寄せられました。

参加規模も拡大を続け、3 シーズンで累計約 500 名の社員が参画し、約 80 近いテーマを検証するという全社的な取り組みに発展しています。

ただし、具体的な ROI 数値、コスト削減額、時間削減率（%）などの詳細な定量データは公表されていません。知財部門での「8 割のプロンプト化」による具体的な時間削減時間や工数削減率の数値、エラー率や精度向上の具体的指標、従業員満足度の定量データなども非公開です。

定性的な効果と波及インパクト

知財業務の成功は、単なる業務効率化を超えた多面的な効果をもたらしています。最も重要なのは、**知財部門が各事業部と密接に関係する**という特性から、オムロングループ全体への波及効果が大きいという点です。知財業務での成功がモデルケースとなり、他部門への展開を加速させています。

組織文化への影響も顕著です。社員の自発的参加による WILL ベースの活動、部門横断型のフラットな協働、ボトムアップとトップダウンの融合が実現されました。経営層が早期に生成 AI の重要性を理解し、現場の熱意と合致することで、**経営計画にもフィードバックされるほどの成果**を上げています。

業務の属人化という長年の課題も解決しつつあります。関税業務効率化プロジェクトの浅川暁之氏は、専門知識の習得と膨大な作業時間を要していた業務を、機械学習と生成 AI を活用して効率化し、「関税業務におけるパイオニアと言えるインパクト」を実現しました。このナレッジは社内研修に活用される予定で、同様の課題を抱える他企業への普及にも貢献することが期待されています。

ビジネス成果への貢献

生成 AI 活用はオムロンの DX 推進に大いに寄与しており、2024 年 5 月には経済産業省の「DX 銘柄 2024」に初めて認定されました。評価ポイントには、データ活用を重視した経営、現場データ活用サービス「i-BELT」の取り組みのユニークさ、各ステークホルダーとの双方向コミュニケーションなどが挙げられています。

ヘルスケア部門の「Voice of Customers Analysis Project」では、製品やアプリケーションに寄せられる膨大な顧客コメントを生成 AI で分析し、実業務導入時には「より短時間で質の高い分析」が可能になると期待されています。顧客の声の自動分類と

対話式での掘り下げにより、サービス改善や商品開発が加速します。

AIZAQ を通じて得た生成 AI の効果的な活用方法のナレッジは、pengu などとの連携を通じて、オムロンの顧客に提供できるサービスに成長させていく計画です。内部の業務改革が外部への価値提供につながる好循環が生まれつつあります。

課題と解決方法の全体像

導入初期の障壁と克服プロセス

オムロンが直面した最大の課題は、**経営層の理解獲得と社員のスキル格差**という二重の障壁でした。経営層に対しては、生成 AI の価値や重要性を理解してもらうこと、社内守秘情報の漏洩や AI 生成の誤情報拡散といったリスクへの懸念を払拭することが必要でした。

解決策として、経営層自身が早期に生成 AI の研修を受講し、実際にプロンプトを入力して価値を体験する機会を設けました。外部研究機関の協力も得て、経営メンバーが生成 AI を体験的に利用したことで、「5 年、10 年先を見据え、自分たちの働き方を変えないと進化できない」という危機意識が醸成されました。その結果、議論開始からわずか3カ月でプロジェクトを始動させるというトップの強いコミットメントが得られました。

社員のスキル格差に対しては、**挙手制による自発的参加とテクニカルアドバイザー制度**の組み合わせが効果を発揮しました。社員が自らの WILL (意志) に基づいて参加し、生成 AI 専門家がサポートする体制により、知識・スキルを持つ社員とそうでない社員のギャップを埋めることができました。所属や職位を超えたフラットな体制、業務の一環としての参画、上司の了承による安心感などが、参加ハードルを低く抑えることに成功しました。

技術的・組織的課題への対応

生成 AI で「できること/できないこと」が不明瞭という技術的課題に対しては、NEC のパートナーシップが重要な役割を果たしました。NEC が整理した生成 AI の得意・不得意の知見が、PoC のユースケース絞り込みに有効であり、「生成 AI で何でもできるわけではない」という現実的な認識を共有できました。

プロジェクト運営の課題、特に進捗のばらつきに対しては、**AIZAQ Canvas** による**ナレッジシェア機能**を立ち上げることで対応しました。1 つのテーマでの活用事例を横展開し、各テーマの取り組み状況や気づき、豆知識をチャットグループで発信するオープンな文化が、行き詰まったテーマへの支援につながりました。

約 10 名のチームが構想から約 3 カ月で第一弾のプロンプト集をリリースし、業務シーンを想定した相互レビューを繰り返すことで、「コピー＆ペーストで使えるプロンプト集」という高品質なナレッジベースを構築しました。このプロンプト集には、役割の明確化、肯定的な指示、期待する出力形式の指定といった基本テクニックが解説されており、初心者でも実践できる内容になっています。

学んだ教訓とベストプラクティス

検証を通じて得られた最も重要な学びは、**成功するテーマの2つの共通ポイント**です。第一に、業務プロセス全体を可視化し、課題の所在とその原因を明確に特定できること。第二に、生成 AI の得意なこと・不得意なことをしっかりと理解していることです。

知財部門はまさにこの原則を実践し、「それまで人手で行っていた知財に関する作業をすべて洗い出し」という徹底した可視化から始めました。その結果、8 割がプロンプト化可能であることを発見し、生成 AI が得意とする工程に正しく技術を適用することができました。

もう一つの重要な教訓は、**手段が目的化しないよう**注意することです。オムロンは「生成 AI を使うためのテーマ」ではなく、「現場の課題に即したテーマ」を募集することで、真に価値のある業務改善に焦点を当てることができました。業務効率化で生まれたリソースを、社員のアイデアを起点としたイノベータティブな業務に投じることが、プロジェクトの真の目的です。

他部門への展開状況と波及効果

多様な部門での具体的展開事例

知財部門での成功は、オムロン全体への展開を加速させています。**ヘルスケア部門**で

は「Voice of Customers Analysis Project」を展開し、製品やアプリケーションに寄せられる膨大な顧客コメントを生成 AI で分析しています。顧客の声を自動で分類するプロセスと、顧客の要望を対話式で掘り下げるプロセスで有効性が確認され、実業務導入時にはより短時間で質の高い分析が可能になると期待されています。

グローバル購買・品質・物流本部では、関税業務効率化プロジェクトが注目を集めています。担当者の浅川暁之氏は、原産地判定業務の専門知識習得と膨大な作業時間という課題に対して、機械学習と生成 AI を活用した関税業務プロセスを構築しました。業務の属人化という長年の課題を解決し、「関税業務におけるパイオニアと言えるインパクト」を実現しました。このナレッジは社内研修に活用される予定で、FTA（自由貿易協定）を使う際に同様の課題を抱える他社への普及貢献も目指しています。

その他にも、問い合わせ業務の効率化（SAP Concur や Ariba 導入後の混乱への対応）、意思決定プロセスの効率化、ドキュメント作成の自動化、顧客アンケートの分析など、多岐にわたる部門で生成 AI 活用が進んでいます。若手社員から部長クラスまで幅広い層が参加し、部門横断的なアプローチにより、各部門の知見が相互に活用される環境が整っています。

組織実装フェーズへの移行

2024 年 11 月から、複数のテーマが**組織単位での実装フェーズ**に移行しました。これは検証で効果が実証されたテーマを本格導入する段階であり、知財部門も含まれています。6 カ月間の検証サイクルを経て、90%以上のテーマで有効性が確認されたことが、この早期実装を可能にしました。

組織実装にあたっては、AIZAQ Canvas を通じたナレッジシェアが重要な役割を果たしています。古賀達也氏は「プロンプト集をきっかけに、全社員が生成 AI を使ってくれることを目指しています」と述べており、特定部門の成功事例が全社に波及する仕組みが整っています。参加者の体験談動画の発信、チャットグループでの気軽な情報共有により、部門を越えた学びの連鎖が生まれています。

経営計画へのフィードバックも進んでいます。伊藤氏は「経営メンバーを含め社内のいろいろなところで話している最中」と述べ、構造化データと非構造化データの融合の重要性を次期中期経営計画に盛り込む検討が行われています。AIZAQ の成果が経営戦略レベルで認識され、全社的な DX 推進の中核的な取り組みとして位置づけられています。

全社的な AI 活用戦略との統合

オムロンの長期ビジョン「Shaping the Future 2030 (SF2030)」は、カーボンニュートラルの実現、デジタル化社会の実現、健康寿命の延伸という 3 つの社会的課題に取り組むことを掲げています。AIZAQ はこのビジョンの「トランスフォーメーション加速期」における重要な取り組みとして位置づけられ、ビジネスモデルを「データを基軸とした価値創造」へトランスフォームする役割を担っています。

2023 年 12 月には**データソリューション事業本部**を設立し、2023 年 10 月には JMDG（医療統計データ事業）を連結子会社化しました。制御機器、ヘルスケア、社会システム、電子部品事業における現場データの強みを活用し、データをサービス化して顧客との共創を実現する戦略です。AIZAQ で培った非構造化データと構造化データを生成 AI で融合する知見が、この事業戦略を支える基盤技術となっています。

創業者・立石一真の経営哲学「機械にできることは機械に任せ、人間はより創造的な分野で活動を楽しむべきである」は、AIZAQ の目指す姿と完全に一致しています。単なる業務効率化に留まらず、業務効率化で生まれたリソースを社員のアイデアを起点としたイノベティブな業務に投じる、より楽しく創造的で、持続可能な社会の実現に貢献することが、プロジェクトの本質的な目標です。

今後の展望と戦略的方向性

短期的な取り組み（2024-2025 年）

組織実装フェーズの本格化が最優先課題です。2024 年 11 月から複数のテーマが組織実装に移行しており、各組織への本格的な導入を推進しています。古賀氏が目指す「全社員が生成 AI を使う」という状態に向けて、AIZAQ Canvas を通じたナレッジシェアを強化し、プロンプト集の閲覧数をさらに増加させる取り組みが続きます。

プロジェクトの継続も重要な要素です。シーズン制を継続し、半年ごとのサイクルで新たなユースケースの発掘と検証を行います。Season 3（2024 年 10 月開始）では 25 テーマを検証中であり、成功事例の横展開と新たな課題への挑戦を両立させています。ナレッジシェア機能の継続的な強化により、1 つのテーマでの学びが全社に波及する仕組みをさらに洗練させていきます。

関税業務での成功は、他企業への貢献にも発展する可能性があります。浅川氏は「関税業務における生成 AI 活用の普及」を目標に掲げており、FTA を使う際に同様の課題を抱える他社へのモデルケース提供や、生成 AI 活用を検討中の企業の後押しを計画しています。内部の成功を外部に展開することで、業界全体の DX 推進に貢献する姿勢が見られます。

中期的なビジョン（次世代データドリブン経営）

オムロンが掲げる最も野心的な目標は、**次世代データドリブン経営の実現**です。社内に埋もれている膨大な非構造化データ（テキスト、音声、画像）を、基幹システムの構造化データと生成 AI で掛け合わせることで、これまでにない新たな洞察を獲得することを目指しています。

伊藤氏は「それぞれのフィールドにおける課題を見極め、生成 AI がどう解決に貢献できるかを検証して業務のあり方を変えていく」と述べ、一人ひとりの社員が主体的に課題を解決できる組織への変革を進めています。この取り組みは次期中期経営計画への反映も検討されており、経営戦略レベルでの位置づけが確実になりつつあります。

外部展開も重要な柱です。AIZAQ を通じて得た知見を、pengu などとの連携を通じて顧客に提供し、オムロンの顧客への新たなサービスとして成長させる計画があります。内部の業務改革で培ったノウハウを外部価値に転換することで、単なる製造業から「モノ+サービス」による価値提供へのビジネスモデル転換を加速させます。

機械学習 AI と生成 AI の統合も進展する見込みです。関税業務での成功事例（機械学習と生成 AI の組み合わせ）を、他の専門的業務に応用することで、より高度な業務自動化と意思決定支援が可能になります。オムロンが強みとするエッジ AI（世界初の AI コントローラー）とクラウド生成 AI を融合させることで、製造現場の DX 支援との連携も期待されます。

長期的な目標（SF2030 に向けて）

長期ビジョン「Shaping the Future 2030」に向けて、オムロンはビジネスモデルのトランスフォーメーションを推進しています。「モノ」中心から「モノ+サービス」による価値提供へ、データを活用したソリューションビジネスへの進化、社会が抱える本質的課題を解決する「サービス」の提供が目標です。

人材育成と企業文化の変革も継続的なテーマです。個々の社員が経営課題や事業課題を主体的に見出し、自ら解決策を立案できる企業風土を、AIZAQ を継続的に運営することで培っていきます。変化の多い時代に不可欠な能力として、社員一人ひとりが生成 AI を活用して主体的に課題を解決できる組織を目指しています。

社会的課題の解決に向けては、生成 AI をはじめとした先進的な技術を積極的に活用し、カーボンニュートラル、デジタル化社会、健康寿命の延伸という 3 つの課題に取り組めます。AIZAQ の活動を通じて得た知見や技術を他の業務にも応用し、さらなるイノベーションを創出することで、持続可能な社会の実現に貢献していく決意が示されています。

総合評価と示唆

オムロンの AIZAQ プロジェクトは、日本企業における生成 AI 活用の先進的モデルケースとして高く評価できます。帝国データバンク調査（2024 年 6-7 月）によれば、生成 AI を「活用している」日本企業はわずか 17.3%であり、総務省「情報通信白書」2024 では日本企業の業務利用率が 46.8%にとどまる一方、米国 84.7%、中国 84.4%、ドイツ 72.7%と大きな差があります。この状況下で、累計 500 名が参画し 80 近いテーマを検証するオムロンの取り組みは際立っています。

成功要因は、**経営層の強いコミットメント、ボトムアップ文化との融合、全社横断型の体制、適切なパートナー選定、セキュリティ重視の設計、徹底したナレッジシェア**という多面的な要素が有機的に結合した点にあります。特に知財部門では、業務の全体像を可視化し、生成 AI の得意・不得意を理解した上で 80%をプロンプト化するという科学的アプローチが、大幅な省力化という明確な成果につながりました。

ただし、具体的な ROI 数値、時間削減率、コスト削減額などの詳細な定量データが公表されていないことは、今後の課題評価における制約となります。また、プロンプトの具体的な内容、業務フローの詳細な変更内容、システムアーキテクチャの技術仕様など、深層の実装詳細は企業機密として保護されており、外部からの完全な再現は困難です。

それでも、オムロンの事例が示す価値は明確です。トップダウンとボトムアップの融合、6 カ月サイクルの検証と段階的実装、AIZAQ Canvas による体系的なナレッジシェア、創業哲学との一貫性という要素は、他企業にも応用可能な**ベストプラクティス**と

して機能します。「機械にできることは機械に任せ、人間はより創造的な分野で活動を楽しむべきである」という哲学のもと、生成 AI を通じて持続可能な社会の実現を目指すオムロンの挑戦は、まだ始まったばかりです。