

2025 年 2 月 5 日

京セラ株式会社

## 「#誰かのためになれと願う」をテーマにした 京セラ発オリジナルアニメ PROJECT2025 が始動

SNS で人気のクリエイター6人と京セラがコラボ  
SNS で人気のクリエイターが「京セラの技術が活躍する未来の日常」を表現した縦型アニメを  
2025 年 2 月 5 日 (水) 午前 11 時から WEB にて順次公開

大学生・大学院生とその他世代の「働く意識・価値観」に関するアンケート調査も実施  
大学生・大学院生は「誰かのため」という貢献意識が高いことが明らかに  
「誰かのため」になる仕事や社会貢献できる仕事への興味関心も高い傾向

京セラ発オリジナルアニメ第 1 弾～第 3 弾の総集編も合わせて公開  
第 1 弾～第 3 弾アニメで描いてきた、主人公たちが未来に向き合う際の葛藤のセリフを  
若者へのエールとして東京メトロ各線で電車広告を掲出

京セラ株式会社は、将来に不安を感じる Z 世代の方々に寄り添い、「誰かのために」行動することで、自分の新たな一面や出会いを見つけ、前向きな一步を踏み出していただきたいという応援の気持ちを込め、第 1 弾 (2022 年)、第 2 弾 (2023 年)、第 3 弾 (2024 年) とオリジナルアニメを制作してきました。第 3 弾からはオリジナルアニメに加えて、電通若者研究部と共同で世代間のギャップを調査、公表するなどオリジナルアニメ制作だけにとどまらない多様な形で Z 世代の方々に寄り添いながら背中を押す施策を実施してきました。

4 年目となる今年は「#誰かのためになれと願う」をテーマに、「京セラ発オリジナルアニメ PROJECT2025」と題し、京セラから若者へ応援の気持ちを込めた施策を実施します。



「京セラ発オリジナルアニメ PROJECT2025」キービジュアル

まずは6人のアニメクリエイターと共に京セラの技術が活躍する未来の日常を描いた縦型アニメを2025年2月5日（水）午前11時から、京セラ発オリジナルアニメ特設サイト（<https://www.kyocera.co.jp/animation/>）で公開します。

縦型アニメの公開に合わせて、2022年に公開した第1弾『「あなたを一言で表してください」の質問が苦手だ。』、2023年に公開した第2弾『私のハッシュタグが映えなくて。』、2024年に公開した第3弾『今は将来に入りますか。』の総集編も公開します。ナレーションと楽曲は第3弾に引き続き suis from ヨルシカさんにご担当いただきました。また第1弾～第3弾アニメで描いてきた、主人公たちが漠然とした未来に向き合う際の葛藤のセリフを、今を生きる若者たちへのエールとした電車広告を、2025年2月17日（月）より東京メトロ各線で掲出します。



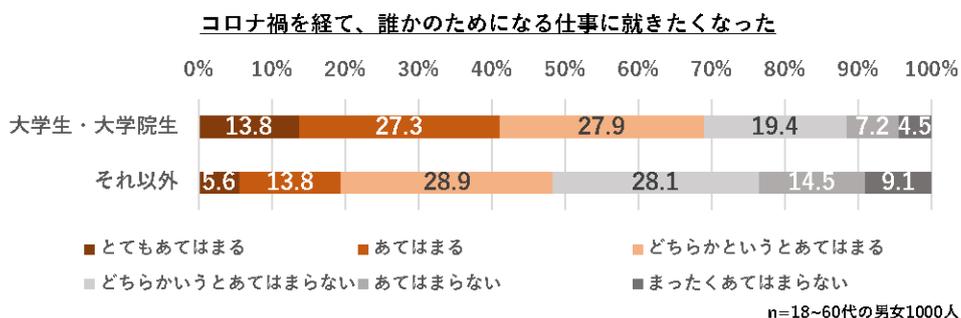
京セラ発オリジナルアニメ 第1弾～第3弾  
総集編キービジュアル



京セラ発オリジナルアニメ 第1弾～第3弾  
メッセージエール広告（一部）掲出イメージ  
※上記はイメージになります

また京セラ発オリジナルアニメを制作してきたこの4年間で、新型コロナウイルス感染症の流行などがあり、世間の価値観が大きく揺らぐ中、これからを生きる若者たちの「働く意識」も変化してきているのではと考え、男女1,000人を対象に大学生・大学院生（2025年1月6日時点）とその他世代における働く意識・価値観に関する調査を実施しました。

その結果、大学生・大学院生は他の世代と比べてコロナ禍を経て「誰かのため」という貢献意識が高くなっていることが明らかとなり、「誰かのため」になる仕事や社会貢献できる仕事への興味関心も高い傾向があることが明らかになりました。



今後とも、京セラは、さまざまな機会を通じて、Z世代をはじめとする若年層の皆様を応援する施策を実施し、京セラの経営哲学『京セラフィロソフィ』や幅広い事業内容をご理解いただけるよう努めてまいります。

## ■京セラの技術が活躍する“未来の日常”を6人のクリエイターが表現した縦型アニメ

### 第1弾『カラフルなお家』



環境負荷を大幅に低減した当社の捺染(なっせん)インクジェットプリンター「FOREARTH (フォレアス)」が世の中に普及した未来の日常です。イラスト内のカーテンや、皆さんが着る衣服へのプリントが、より自由に、より美しく、よりサステナブルになることを願います。

<登場する京セラの技術>

FOREARTHは、独自の水系顔料インクを使ったオール・イン・ワン方式により、1台で多様な生地に対して、生地本来の柔らかさを保ちながら高品質で多彩なプリントが可能です。また、小ロットへの対応力の高さから、繊維・アパレル業界の生産性向上に加え、プリント工程では水をほとんど使用しないため、マイクロファイバーによる水質汚染などの解決に貢献します。

※「FOREARTH」は、京セラ株式会社の日本またはその他の国における登録商標または商標です。

<参加クリエイター>

とろるとろろ



イラストレーター、アニメーター。2019年頃からSNSを中心に活動中。MVやループアニメーション、キービジュアルなどを手掛ける。情報量の多いイラストを得意としている。

### 第2弾『ワクワクする散歩』



独自開発のセンシング技術を用いたイヤホン、ウォッチ、シューズの3点によって3Dアニメーションで歩行を可視化できる未来の日常です。自分の歩き方を知ることによって、美しく正しい歩き方になり、毎日の散歩がもっと楽しくなります。

<登場する京セラの技術>

耳、手首、足首の3カ所に装着した小型ウェアラブルセンサから、歩行解析AIが歩行印象の評価と全身の歩行姿勢を推定します。ユーザーはアプリを通じて、リアルタイムな音声コーチングを聞き、自分の歩行姿勢をアニメーションで確認できます。

<参加クリエイター>

双森文



あたたかさや光を感じるやわらかい作品を制作。広告や装画、ループアニメーションなど幅広く手掛け、著書に「心ときめく世界の民族衣装」(産業編集センター)などがある。

### 第3弾 『メカが飛び回る空』



自動運転などに活かされる AI 測距カメラが搭載されたメカが飛び交う未来の日常です。こんなに大きなメカがたくさん空に浮かんでいても建物や他のメカに当たらず悠々と飛び回ることができます。

<登場する京セラの技術>

京セラの AI 測距カメラは、極小物体の距離と大きさを高精度（距離 10cm で誤差 0.1mm）で計測し、大きさ 1mm 程度の極小サイズの物体や、従来のカメラでは困難だった透明物体や反射物体の正確な距離計測を実現。製造現場や高度な物体識別を必要とする現場での活用が期待されます。

<参加クリエイター>

仁保知行



元アニメーター。現在は映像作家。オリジナルアニメーション『KAMIGOROSHI』を制作中。最近の作品は、『KAMIGOROSHI -Prologue-』、Penthouse の MV 『Taxi to the Moon』など。

### 第4弾 『ふわふわ美術館』



映し出されるモノが画面から飛び出て、空中に浮いているように見える「空中ディスプレイ」が普及した未来の日常です。美術品が空中にふわふわ浮かんでいたり、空中で触れることができたりする美術館がいつかできるといいですね。

<登場する京セラの技術>

京セラの空中ディスプレイは、独自の光学設計により小型化と高精細・高画質を両立。歪みを抑え、リアリティある映像を表示し、「思わず触りたくなる感動体験」を提供します。さらに、各種センサと組み合わせることでインタラクティブな非接触操作を実現します。

<参加クリエイター>

かずきおえかき



漫画・イラスト・アニメーション作家。某少年誌の漫画家として活動しつつ、メーカー勤務のデザイナーを経て現在はフリーのクリエイターとしても活動中。書籍や雑誌イラストだけでなく、アパレルコラボ、アーティストのジャケットやグッズデザイン、アニメーション MV など、幅広く制作。

## 第5弾 『海中都市』



電波が入らない海中でも無線通信できる「レーザーLi-Fi」が普及した未来です。Wi-Fiなどの電波は水に吸収されるので、現在は1メートルという短い距離の通信ですら難しいですが、未来では海の中でもっと自由に、高速に繋がれるようになるかもしれません。

<登場する京セラの技術>

光を使った無線通信技術で、高速で大容量の通信を実現します。高速通信や高いセキュリティ性能を備え、電波の通らない水中でも通信を可能に。水中ロボットの遠隔操作など、海中インフラの構築・整備での活用が期待されます。

<参加クリエイター>

津島ソラ



青森県むつ市出身の個人アニメーション作家・イラストレーター。埼玉県在住。どこか懐かしく感じる情景描写と、潜在意識に語りかけるような作品を得意としている。

## 第6弾 『キラキラな宇宙の街』



宇宙-地上間での高速通信が普及した、未来の宇宙の街です。国際宇宙ステーション(ISS)の通信機器の部品として、世界で初めて京セラのファインコージライトミラーが採用されました。いつか宇宙に住んでも、故郷の地球とすぐに繋がれる未来を願って。

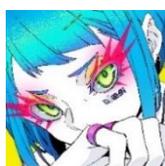
<登場する京セラの技術>

ファインコージライトミラーは、低熱膨張性により温度変化による変形を最小限に抑え、一般的な低熱膨張ガラスと比較して、高機械強度と高剛性を備えています。また、優れた長期寸法安定性と耐放射線性を持ち、宇宙空間での高精度・安定的な光通信を支えます。

※「ファインコージライト」は、京セラ株式会社の登録商標です。

<参加クリエイター>

ケイゴイノウエ



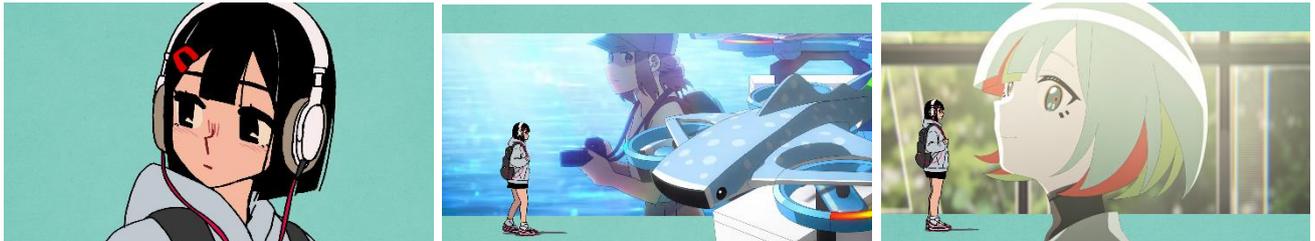
2020年SNSを中心に注目を集め、ビビットな色使いとモーショングラフィックスやエフェクト等を混ぜ合わせたサイバーパンクな世界観を表現したイラストを発表。Ado、Eve等のMV等を担当。『夜のピエロ』(Teddy Loid Remix)は世界の広告賞「D&AD Awards」の「Illustration Animated部門」を受賞。2023年にはTVアニメ『うる星やつら』のED映像をすべて一人で手掛けた。

## ■京セラ発オリジナルアニメ 第1弾～第3弾 総集編

### 【概要】

公開開始日 : 2025年2月5日(水) 午前11時  
 公開先 : 京セラ発オリジナルアニメ特設サイト  
 URL : <https://www.kyocera.co.jp/animation>  
 楽曲 : 『星めぐる詩』 歌: suis from ヨルシカ、作詞・作曲: Misumi  
 ナレーション : suis from ヨルシカ

### 【ストーリーカット】



## ■京セラ発オリジナルアニメ 第1弾～第3弾 メッセージエール広告

### 【概要】

掲出場所: 東京メトロ 丸ノ内線・日比谷線・東西線・千代田線・有楽町線・副都心線・半蔵門線・南北線車内  
 期間: 2月17日(月)～23日(日)  
 ※駅係員へのお問い合わせはご遠慮ください

### 【広告クリエイティブ】



## ■大学生・大学院生とその他世代における「働く意識・価値観」に関する調査結果

### ▼調査概要

調査対象：18～60代の男女1,000人

大学生・大学院生（2025年1月6日時点）：516人 / その他世代：484人

調査方法：インターネット調査

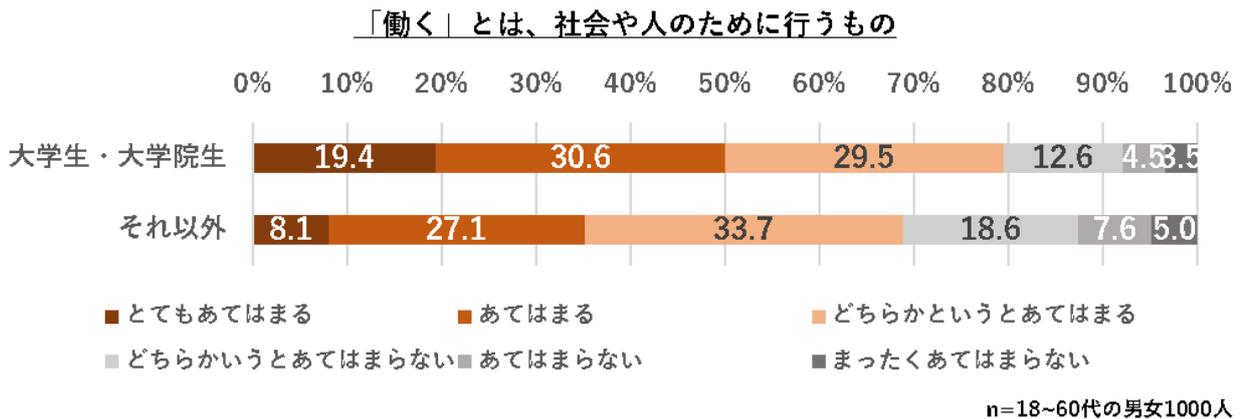
調査期間：2025年1月6日～9日

### 調査結果①：大学生・大学院生は、働くことを「社会や人への貢献」そして「成長や挑戦」のための機会と捉えている

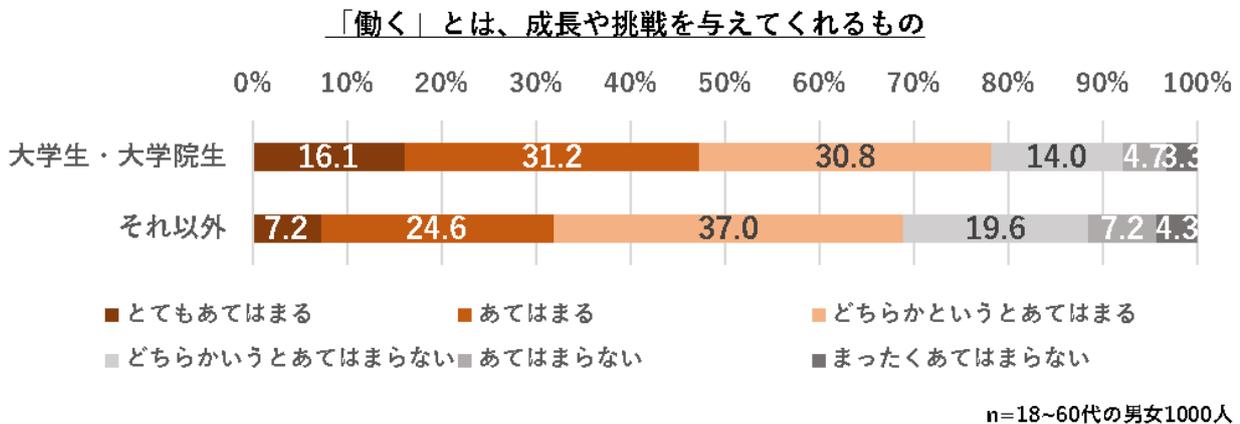
『働く』とは、社会や人のために行うもの」という質問に対して、大学生・大学院生は約8割があてはまると回答し、その他世代を上回りました。また『働く』とは、成長や挑戦を与えてくれるもの」という質問に対しても、大学生・大学院生は同じく約8割があてはまると回答し、大学生・大学院生は働くことを「社会や人」、そして「成長や挑戦」のための機会と捉えていることがうかがえました。

### ▼調査結果

Q. 「働く」とは、社会や人のために行うもの



Q. 「働く」とは、成長や挑戦を与えてくれるもの



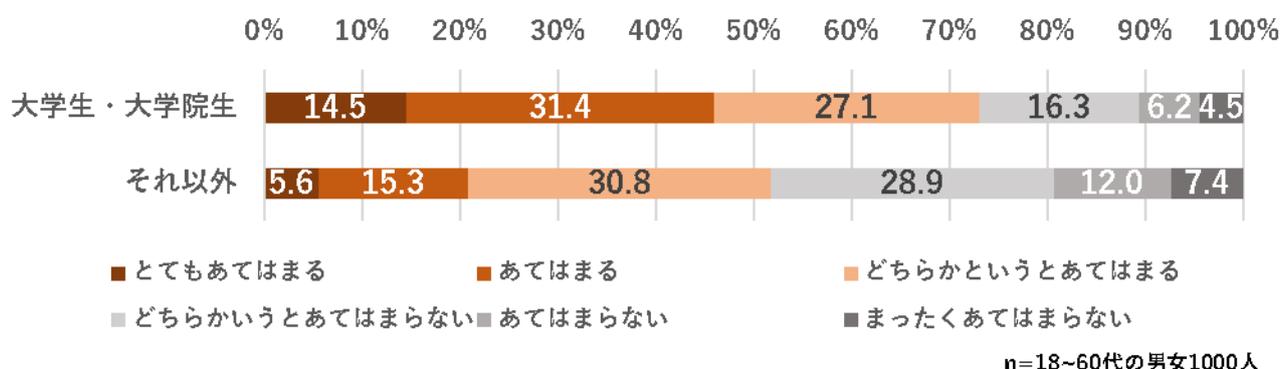
**調査結果②:大学生・大学院生は、その他世代と比べても、コロナ禍を経て、社会の役に立ちたい、社会をより良くしていきたいと考えるように**

「コロナ禍を経て、自分の体験、知識やスキルを、世の中のために使いたくなった」「コロナ禍を経て、世の中の困っている人のために貢献したいと思うようになった」という質問に対して、大学生・大学院生はいずれも合計で7割超があてはまると回答し、その他の世代を上回りました。コロナ禍で世の中の価値観が変化する中で、大学生・大学院生は社会の役に立ちたい、社会をより良くしていきたいと考えているようになってきていることがうかがえました。

▼調査結果

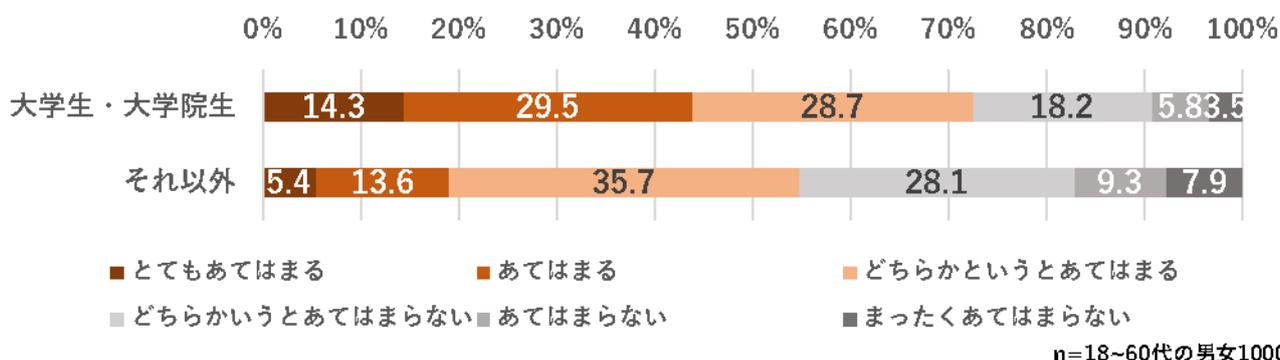
Q. コロナ禍を経て、自分の体験、知識やスキルを、世の中のために使いたくなった

**コロナ禍を経て、自分の体験、知識やスキルを、世の中のために使いたくなった**



Q. コロナ禍を経て、世の中の困っている人のために貢献したいと思うようになった

**コロナ禍を経て、世の中の困っている人のために貢献したいと思うようになった**



**調査結果③:大学生・大学院生は、コロナ禍を経て、社会をよりよくするために自分ができることを考え、挑戦するようになり、その挑戦で社会貢献を実感したいと思っていることも明らかに**

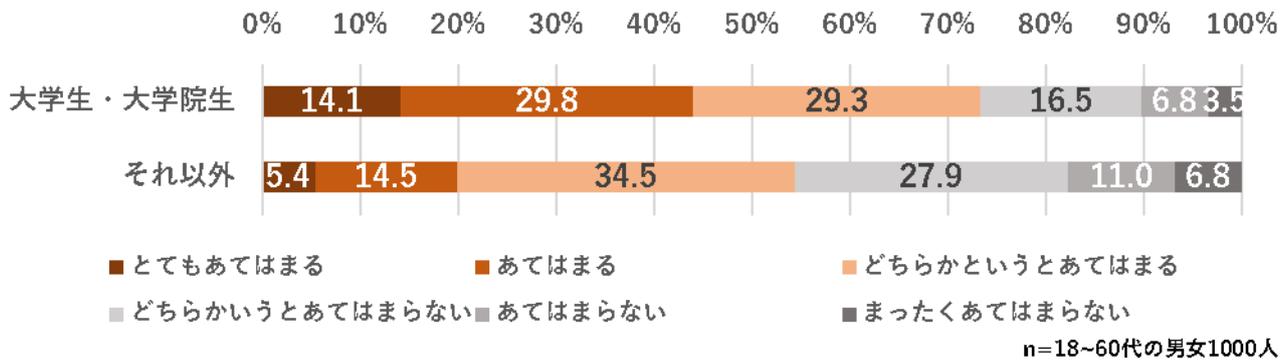
「コロナ禍を経て、社会問題に対して、自分ができることを考えるようになった」という質問に対しては、合計で7割超の大学生・大学院生があてはまると回答し、その他世代(54.4%)を大きく上回りました。また「コロナ禍を経て、これまでやりたいけどできなかったことへの挑戦に積極的になった」という質問に対しても、7割近くがあてはまると回答し、コロナ禍を経て、挑戦することへの積極性が増していることがうかがえました。また自分の挑戦が社会に貢献していることを実感したくなったか?という質問に対しては、その他世代はあてはまると回答したのが4割程度にとどまったのに比べて、大学生・

大学院生は7割近くがあてはまると答えました。コロナ禍を経て、自分が挑戦した結果、社会に貢献できているかをより意識するようになった大学生・大学院生たちの価値観が明らかとなりました。

▼調査結果

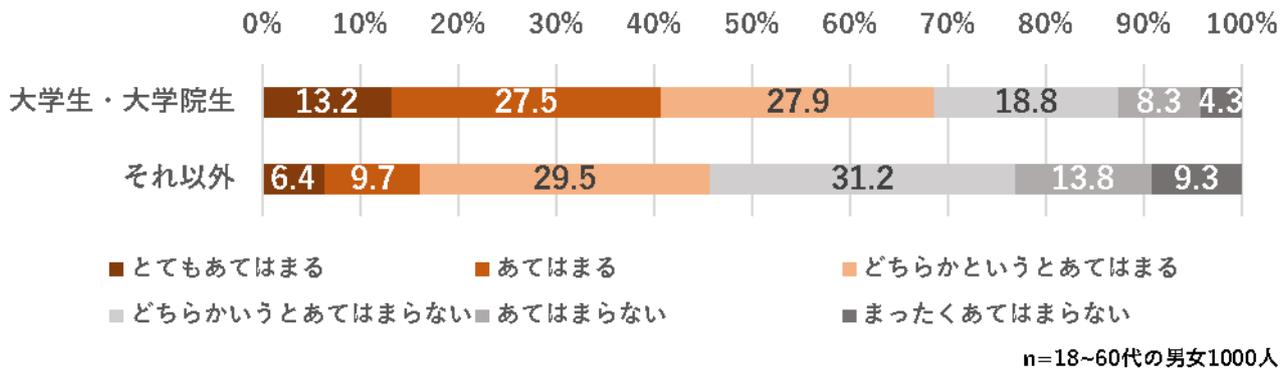
Q. コロナ禍を経て、社会問題に対して、自分ができていることを考えるようになった

コロナ禍を経て、社会問題に対して、自分ができていることを考えるようになった



Q. コロナ禍を経て、これまでやりたいけどできなかったことへの挑戦に積極的になった

コロナ禍を経て、これまでやりたいけどできなかったことへの挑戦に積極的になった



Q. コロナ禍を経て、自分の挑戦が社会に貢献していることを実感したくなった

コロナ禍を経て、自分の挑戦が社会に貢献していることを実感したくなった

