



Дмитрий Зиловянский

БОГИНЯ В ОБЪЕКТИВЕ

В 2005 году японской компании Canon исполнится 70 лет

Семьдесят лет прошло с тех пор, как было подано официальное заявление на регистрацию торговой марки фирмы, занимавшейся производством фотоаппаратов. Но история Canon начинается чуть раньше.

В 1933 на третьем этаже здания Такекавая в Роппонги, район Азабу, Токио, открылась **Лаборатория Точных Оптических Приборов**. Вот такое скромное название, а не какой-нибудь «Мир линз» или «Планета объективов». И цель у предприятия была вполне скромная: делать высококачественные фотоаппараты.

Затеяли это предприятие некий молодой человек по имени Горо Йошида и его родственник Сабуро Учида. Йошида был страстным любителем фотоаппаратов и точной оптики, а Учида приходился ему то ли шурином, то ли свояком. Вместе они решили сделать фотоаппарат, который будет снимать не хуже немецкого. В те дни немецкие камеры считались технически самыми совершенными.

Начали старательно изучать лучшие образцы, достать которые было непросто. Методично и скрупулезно, шаг за шагом они исследовали внутреннее строение каждой камеры, ее механизм, чертили схемы и старались раздобыть отдельные детали. На все это нужны были деньги. Они приходили от некоего Такеши Митарай — близкого друга Учиды. Этот Митарай впоследствии стал основателем и президентом компании. Обычная, в принципе, си-

туация: один делает, другой руководит, третий дает деньги.

Йошида был полностью погружен в работу. Он постоянно сталкивался с разного рода трудностями, потому что хотел не только сделать точные копии «Лейки» и «Контакса», двух тогдашних лидеров рынка (что само по себе было непросто). Он пытался внедрить свои собственные оригинальные идеи в механическое устройство фотоаппарата.

Так как это была лаборатория, а не фабрика, детали надо было где-то заказывать. В Японии в то время точность обработки деталей была хуже, чем в Европе и Америке, но расположенный по соседству заводик принимал токарные, фрезеровочные, штамповочные и литейные заказы, выполнял шлифовку линз, гальванизацию и обеспечивал все прочие операции, необходимые для производства узлов и деталей фотоаппарата. То есть достать детали оказалось не так уж сложно, но для усовершенствования технологии потребовалось много усилий. Задача, стоявшая перед Йошидой, была не из легких. Со страстью он продолжал разрабатывать первую японскую 35 мм фотокамеру.

И в 1934 году Йошида создал прототип своей первой модели. Ортодоксальный буддист, он назвал ее «Кванон» в честь буддийской богини милосердия, и в июне того же года разместил рекламное объявление в журнале «Асахи Камера».

Тут же в дело вмешался шури (свояк?) Сабуро Учида. Название, видите ли, показалось ему не слишком современным и малопривлекательным. Не отражало идеи высокого качества, не соответствовало имиджу. «Мракобесие какое-то, — твердил Сабуро, — поповщиной отдает». И предложил название **Canon**. Слово «кэнон» в японском языке имеет несколько смыслов, в том числе «священный текст», что соответствовало вкусам Йошиды. Но, по мнению шурина, понятие «кэнон» каким-то образом выражало еще и идею высокоточной обработки деталей с малой степенью погрешности. Самое главное, что на слух, особенно на японский, слова «кэнон» и «кванон» звучат почти одинаково. Так что смена имени прошла довольно гладко, и в результате все остались довольны.

Двадцать шестого июня 1935 года было подано заявление на регистрацию торговой марки «Кэнон», обозначающей «фотографические аппараты, приспособления и части оных». Заявление подавал, естественно, Сабуро Учида. Торговая марка была зарегистрирована 19 сентября того же года. Регистрационный номер 278297.

Логотип был заказан у лучшего дизайнера по рекламе. Обратный наклон букв и лихой штришок на верхней оконечности «С» навсегда стали ассоциироваться с отличным качеством снимков.

Производство фотоаппаратов Canon продолжалось в спокойном, ровном ритме.

Коммерческое развитие предприятия шло более прихотливыми путями. В октябрьском номере «Асахи Камера» появилась реклама фотоаппаратов *Hansa Canon*, а в декабрьском было размещено объявление «о намерении продавать фотоаппараты *Hansa Canon*». Объявление было дано некоей фирмой «**Омийя Сашин Йоин**», без какого-либо упоминания **Лаборатории Точных Оптических Приборов**. Конечно, название лаборатории никому ни о чем не говорило, и сколько-нибудь значительных каналов реализации у нее тоже не было. Эксклюзивные права на продажу были переданы фирме «**Омийя**», и к названию **Canon** прибавилось слово *Hansa* — торговая марка «**Омийя**».

Камера *Hansa Canon* стоила 275 йен — в два раза дешевле «Лейки». Появление новой, доселе неизвестной фирмы, выпускающей качественные 35 мм камеры, произвело значительный эффект на японском рынке фотоаппаратов. Вместе с тем в лабораторию потекли деньги, и она стала постепенно развиваться: нанимать персонал, решать кадровые вопросы и создавать структуру управления. В здании Такекавая в Роппонги ей было уже тесно. Новый участок земли был арендован в Накане-се, в районе Мегуро. Там была построена небольшая фабрика, и в июне 1936 года предприятие переехало туда. При переезде название лаборатории слегка изменилось, теперь она называлась **Японская Лаборатория Точных Оптических Приборов**. Чтобы конкурентам было понятнее, с кем они имеют дело.

Но производство шло не шибко. Компания выпускала всего около десяти фотоаппаратов в месяц, а иногда — один в неделю. **Hansa Canon** раскручивала бизнес, но расходы на строительство и персонал съедали всю прибыль. Пришлось искать инвесторов. Десятого августа 1937 года была основана еще одна фирма, с названием «**Завод Точной Оптике**» и капиталом в один миллион йен. Через год этот завод выпустил новую модель фотоаппарата — *Canon Saishingata* (то есть «Кэнон нового типа») и мог выплачивать держателям своих акций дивиденды до 5%. Штат увеличился с 30 человек до 150.

В воздухе тем временем уже пахло войной. В феврале 1936 года в Японии произошел офицерский путч, а в тридцать седьмом случился известный нам Маньчжурский инцидент. Для войны нужны были деньги, и правительство подняло налоги на ряд товаров, в том числе на все фотоаппараты, кроме авиационных. Одновременно был запрещен импорт качественных камер иностранного производства. Послед-

ний пункт был для Canon благоприятен, потому что способствовал продажам отечественных моделей.

Далее японские источники излагают историю фирмы Canon несколько пунктирно. Известно, что компания занималась рентгеновскими фотоустановками, и это было очень кстати, потому что туберкулез представлял для японской армии огромную проблему, а аппараты Canon были способны переносить отпечатки на 35 мм пленку, и портативный рентгеновский аппаратик был не больше нашего армейского телефона. Известно, что были созданы 80 мм объективы, и... Дальше история продолжается уже после войны. Конечно, воображение рисует нам весьма неплохие фотоаппараты Кэнон, установленные на самолетах «Митсубиси Зеро» для точной съемки объектов на базе Перл Харбор — но об этом японские источники деликатно умалчивают. Поэтому мы тоже перейдем к послевоенному периоду.

Накопленный за время войны опыт не был потрачен впустую. Как только война закончилась, фирма начала стремительно возрождаться под руководством Такеши Митарай, который стал президентом Canon в 1942 году.

Митарай, по-видимому, был талантливым руководителем и яркой личностью. Когда **Лаборатория Точных Оптических Приборов** только начинала свой долгий путь, он выполнял функции аудитора. При этом имел медицинское образование, диплом Императорского Университета Хоккайдо. Митарай родился в 1901 году, в 1929-ом уже имел заметный пост в крупном госпитале и, продолжая заниматься медициной, вел финансовые дела оптической лаборатории, снабжая ее деньгами.

Даже став президентом Canon, Митарай продолжал работать доктором. В компании он ввел несколько передовых для Японии практик, в том числе ежемесячную выплату зарплаты, бесплатный медицинский осмотр служащих (в частности, рентгеноскопии), а в 1966 году первым в стране — пятидневную рабочую неделю.

Едва закончилась война, Митарай вновь поднял главный лозунг своей фирмы: «Догоним и перегоним Лейку». Он вообще обошел всякие лозунги, призывы и руководил компанией с изрядным «комсомольским» задором. В психологической классификации руководителей такой тип называется «заводила».

«Создадим идеальную компанию для обеспечения долгосрочного процветания! — призывал Митарай. — Ускорим культурный рост, производя лучшую в мире продукцию!». Он постоянно укреплял корпоратив-



ный дух, заботился о нравственном, духовном и физическом здоровье служащих и руководствовался философией сан-зи, которая опирается на спонтанность, автономность и самопознание вкупе с профессионализмом.

Между прочим, некоторые из упомянутых выше лозунгов носили вполне практический характер. В 1967 году, например, Митарай провозгласил: «Фотоаппараты — справа, офисная техника — слева!». Тем самым было положено начало диверсификации бизнеса, и для Canon открылись новые горизонты.

Такеши Митарай руководил компанией с 1942 по 1974 и превратил маленькую фирму (в японском оригинале — сочетание понятий «неоперившийся птенец» и «совместное предприятие») в глобальную международную корпорацию.

Итак, 15 августа 1945 года Япония приняла условия Потсдамской конференции, и война закончилась. Некоторые цеха «**Завода Точной Оптике**» были уничтожены, другие уцелели, в том числе головное предприятие в Мегуро и фабрики в префектуре Яманаси, куда было перенесено производство.

Офицеры и солдаты союзных войск, расквартированные в Японии, начали про-

являть живой интерес к японским фотоаппаратам. Победителям, конечно, хотелось сняться на фоне восточной экзотики и отправить снимки домой. Заметив это, Такеши Митарай пришел к выводу, что настало время для возобновления производства.

Он разослал приглашения с предложением вернуться к работе тем бывшим служащим, которые демонстрировали энтузиазм и преданность делу в духе сан-зи. Из тех, кто откликнулся, выбрали 156 человек, из них 43 женщины, и первого октября 1945 года «Завод Точной Оптики» вновь заработал.

Первой послевоенной моделью стала камера *JII* со среднефокусным объективом и плоским затвором-шторкой. Оккупантам, в том числе многим высокопоставленным офицерам, эта камера очень приглянулась, и продажи шли хорошо. В районе Гинза открылась первая мастерская по техническому обслуживанию фотоаппаратов **Canon**.

Пятнадцатого сентября 1947 года Такеши Митарай предложил переименовать «Завод Точной Оптики» в **Canon Camera Co.**, потому что фотоаппараты все равно назывались **Canon**. Так название компании и марка фотоаппаратов наконец-то совпали друг с другом. Это способствовало созданию более четкого корпоративного имиджа, к тому же слово «Сапоп» легко ложилось на слух американских солдат и офицеров, приезжавших на своих джипах в Мегуро за новенькими фотоаппаратами *JII* и *SII*.

Для японцев это название выглядело необычно, при его написании использовались фонетические иероглифы «катакана», предназначенные в Японии для слов иностранного происхождения. В 1949 году, когда фирма появилась в списках акций Токийской фондовой биржи, ее название выделялось среди прочих.

В 1947 году Япония возобновила экспорт своих товаров, и правительство предоставило фотоаппаратам **Canon** первостепенный экспортный статус. В 1949-ом камера *Canon IIB* получила первый приз на

международной выставке в Сан-Франциско. Акции **Canon**, как уже отмечалось, появились на Токийской бирже, едва начались первые послевоенные торги.

В 1950 году Такеши Митарай, занимаясь организацией экспорта в США, впервые отправился в Америку. Он встречался с Беллом и Хауэллом и, ознакомившись с американским производством, пришел к выводу, что деревянные японские здания цехов чрезвычайно пожароопасны. Вернувшись, он немедленно приступил к строительству новых фабричных помещений из негорючих материалов. В рамках этой же программы по переустройству были куплены здания, принадлежавшие ранее компании **Fuji Aviation Instrument**, в токийском районе Ота.

Организовать производство в новых зданиях Митарай поручил своему родственнику (шурина, конечно!) Сайо Митсуи (а может, это был его свояк?). Так или иначе, он стал управляющим и принялся за дело с энтузиазмом. В отличие от прошлого шурина-словесника, этот был преимущественно колористом. Для каждого отдела фирмы он выбрал свой цвет. Цветовая координация, по его словам, имела массу преимуществ, а фабрика приобрела суперсовременный вид. За этим последовала покупка еще нескольких цехов и целая серия переездов, в результате которых головной офис оказался в районе Симомаруко.

Корпорация росла. В Великобритании уже имелся эксклюзивный дистрибьютор. Знаменитый американский фотограф Роберт Капа лично посетил главный офис **Canon** в Симомаруко. В 1952-ом **Canon** выпускает первые в мире модели фотоаппаратов, в которых вспышка синхронизируется со скоростью света. В 1954 году **Canon** совместно с фирмой **NHK Science and Technical Research Laboratories** создает первые телевизионные камеры для японского телевидения.

В 1955-ом открывается представительство **Canon** в Нью-Йорке. Причем не где-нибудь, а на Пятой Авеню в Манхэттен-

не. В те времена, пишут японские историки, Соединенные Штаты были мировым лидером, а Япония с американской помощью все еще восстанавливала свою разрушенную войной экономику.

Сначала **Canon** пробовали продавать свою продукцию самостоятельно, но к 1958 году отказались от этого, переложив торговые дела на американские фирмы. Позднее, в 1966-ом, была создана дочерняя компания **Canon USA**. Еще позднее, в 1974-ом, **Canon** опять вернулся к практике прямых продаж. К тому времени ассортимент продукции фирмы значительно расширился. Кроме фотоаппаратов, **Canon** выпускали всевозможную офисную технику и оптические приборы. За десять лет с 1966 по 1976 год размер годовых продаж продукции **Canon** в Соединенных Штатах вырос с 3.7 миллиона долларов до 137 миллионов.

В Европе открылась дочерняя компания **Canon Europa** с центральным офисом в Женеве, Швейцария. В Японии сбытом продукции **Canon** сначала занималась фирма со смешным названием «Чичибу Эйкоша», впоследствии она была куплена производителем и стала называться просто **Canon Electronics**.

Что разрабатывали **Canon** в те годы? Отметим только продукцию, имевшую наибольший резонанс на рынке.

В марте 1955 года была выпущена первая 8 мм кинокамера. История ее появления достаточно традиционна. В обстановке строгой секретности японские умельцы до винтика разобрали несколько военных кинокамер, беззаботно выброшенных глупыми оккупантами, покумекали и под лозунгом «догнать и перегнать» выпустили свою собственную модель.

В ноябре 1956-ого камера *Canon Cine 8T* с 13 мм объективом F14 поступила в продажу за 48 тысяч иен. В 1958-ом к ней прибавился проектор *Canon P-8*, а в 1959-ом появилась первая камера с трансфокатором (зумом) *Flex-Zoom 8*. В Японии эта камера и фотоаппарат *L1* удостоились местного «знака качества» — премии за лучший продукт.



В 1958-ом фирма **Canon** выпустила объектив-трансфокатор для переносной телевизионной камеры и совместно с американской фирмой **Documat Inc** приступила к исследованиям в области микроразработки. В том же году они начали выпускать магнитные головки для записи аудио- и видеосигналов на пленку.

Система называлась «Синхроридер» и была по тем временам абсолютно новой и необычной. Идея состояла в синхронном отображении печатных материалов и звука. Коммерческое воплощение «Синхроридера» потребовало значительных капиталовложений. Через два года устройство появилось в продаже, но на сей раз фирма потерпела неудачу, и первый аудиовизуальный продукт был отозван.

Президент Митарай по-самурайски взял вину на себя. «Причиной стала моя беспечность, — говорил он, — никто, кроме меня, в этом не виноват. Но мы должны собраться и превратить поражение в победу». И действительно, тщательные исследования, проведенные в области электроники и магнитоэлектроники, позволили фирме выйти на рынок электронного офисного оборудования и преуспеть в этой сфере.

В 1959 году **Canon** в сотрудничестве с американской фирмой **Fairchild** разработали фотографический метод для производства интегральных микросхем.

В 1960 году **Canon** выпустил первую магнитную головку для видеомэгнитофона.

В 1961 произошел очередной прорыв, на этот раз в традиционном для фирмы фотобизнесе. В продажу был запущен фотоаппарат *Canonet*. «Канонетки» стоили дешевле 20 000 иен, то есть были доступны студентам и людям с низким уровнем доходов. При этом *Canonet* стал первой моделью с автоматической экспозицией, то есть им могли пользоваться люди без малейших навыков в фотографии. Фотоаппарат вызывал настоящий бум. В центральном универсаме Токио «Нихонбаси» весь запас раскупили за два часа. К концу года

было продано 210 000 единиц, а к июлю 1963 года — миллион.

В 1962 году **Canon** утверждает пятилетний план работ в области электронного офисного оборудования (возможно, Такеши Митарай при этом выдвинул лозунг «Пятилетку за три года!», а возможно, и нет). В том же году в Панаме открылся южноамериканский филиал фирмы. В 1963 году **Canon** приступил к исследованиям в области волоконной оптики. В 1964-ом фирма выпустила настоящее чудо — настольный персональный электронный калькулятор с десятью кнопками, размером с современный кассовый аппарат. В 1965-ом появилась популярная модель факса *Canofax 1000*.

Затем в Амстердаме открывается еще одно европейское представительство, а в Японии уже продается четырехдорожечная магнитная головка. В 1968-ом **Canon** создает прототип первого копировального аппарата, а в сентябре 1970-ого модель *NP-1100* появляется в продаже, знаменуя конец безраздельной монополии фирмы **Xerox** в этой области.

Xerox держали более 600 патентов на данное изобретение, и, чтобы избежать нарушения авторских прав, **Canon** создал совершенно новую технологию электрофотографического копирования. Мало того, одновременно с выпуском первого «не-ксерокса» **Canon** ввел систему полного гарантийного обслуживания, предоставляя покупателям все расходные материалы, запасные части и ремонт. Взамен, интересно отметить, фирма получала деньги по числу сделанных на аппарате копий.

Далее продукция **Canon** множится, прямо как в копировальном аппарате. Появляются профессиональные камеры типа SLR (*single-lens reflex*), растет точность электронной фотометрии, **Canon** делает кассовые аппараты, постоянно улучшает свои «ксероксы» (в 1973 году они уже цветные со сменными картриджами), открывает представительства в Австралии, Германии, Франции и еще в нескольких странах.

Объективы для кинокамер производства **Canon** получают от Американской киноакадемии «Оскар» за достижения в области кинотехники. В 1974 году появляются первые офисные миникомпьютеры: коммуникатор *Canonac 100/500*. В том же году завод **Canon** в Симомаруко посещает английская королева Елизавета. В 1975-ом выпущен первый лазерный принтер.

Случаются потери и провалы, но фирма успешно справляется и продолжает развиваться. В 1974 году президентом компании становится Такео Маеда, но ненадолго, в 1977 его сменяет Рюзабуру Каку. В фотоаппаратах появляются встроенные компьютеры. Еще один «Оскар» получен за 35 мм кинокамеру *Canon K-35*. В 1978-ом **Canon** выпускает объективы для видеокамер. В 1979-ом в продажу поступает полностью автоматическая маленькая фотокамера *AF-35M (Autobody)* — первая «мыльница». В 1980 **Canon** создает предвестник персонального компьютера — *word processor Canonword 55* с японским и латинским шрифтом. Копировальные аппараты уже множат со скоростью 135 копий в минуту.

К началу 90-х прогресс измеряется в гигагерцах, битах и пикселях. Цифровые камеры транслируют Олимпийские игры, а корпорация давно превратилась в глобальную международную империю. **Canon** занимается оптическими дисками, имидж-сенсорами, цифровой обработкой изображения, видеокамерами и еще массой технологий, не предназначенных для розничного потребителя и потому вовсе непонятных.

Чтобы завершить перечисление новых технологий и моделей, назовем последний, профессиональный цифровой фотоаппарат производства **Canon**: *EOS-1D* — SLR-камера с разрешением 11.1 мегапикселя!

Но, возможно, пока писалась эта статья, **Canon** выпустили аппарат еще круче. За ними не успеть.

