



Canon

キヤノンマーケティングジャパングループ

CSR報告書／情報セキュリティ報告書 2009

「くらし・しごと・社会」と共に



豊かな未来を 皆さまと共に

私たちは、お客さま、株主、お取引先をはじめとするステークホルダーの皆さまと多くの接点を持っています。「CSR（企業の社会的責任）」視点のさまざまな活動を通して、ステークホルダーの皆さまと共に、豊かで明るく暮らせる未来を目指したいと考えています。

「全員参加型のCSR」。それが、キヤノンマーケティングジャパングループのCSR活動の基本スタンスです。



「くらし」と共に

キヤノンマーケティングジャパン株式会社
コミュニケーション本部

川島真紀

「ENJOY PHOTO」を合い言葉に、デジタルカメラや
インクジェットプリンターなど、「写真」を中心とした製品を
もっと楽しく活用していただけるように、さまざまなサービス
をご用意しています。お客さまの「くらし」の中に、「写真」で
彩りを添えたい・・・そんな気持ちで仕事に取り組んでいます。





「しごと」と共に

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

ビジネスソリューションカンパニー ページプリンタ商品企画部

田中 久仁紀

お客さまがどのような課題をお持ちなのか、どのテーマから取り組むべきなのかを理解するには、お客さまとの信頼関係を築くことが大切です。お客さまとのコミュニケーションを大切にすることにより、課題もはっきり見え、お客さまが「しごと」を行う視点で、その解決策を考えることができます。

お客さまに心から「良かった」と喜んでいただけるソリューションを提案する。

私はそんな想いで、「しごと」をしていきたいと思っています。

「社会」と共に

キャノンマーケティングジャパン株式会社
産業機器カンパニー 医画像機器営業部

鈴木 幸 夕

X線撮影装置や眼底カメラなど、長い間培ってきた光学技術とデジタル技術を融合させた製品とサポートで「社会」の基盤である医療現場を支えています。患者さんと医療スタッフの皆さんの心が通いあう医療の実現のために、これからも貢献していきます。





すべての ステークホルダーの 皆さまと共に

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

代表取締役会長

代表取締役社長

村瀬 治男 川崎 正己

キヤノンマーケティングジャパングループは、CSR活動を、特別な活動ではなく、ステークホルダーの期待に応えるあらゆる活動と考えています。マーケティング会社として、お客様の集合体が社会であるとも考え、お客様の期待に応えることは社会の期待に応えることと同じ意味ととらえています。私たちはよく「CSR活動は、マーケティングそのもの」と言っています。お客様のためのビジネス活動と、社会貢献・環境保全のための活動はもはや切り離すことはできません。お客様への価値提供と社会への価値提供を両立させ、将来にわたってステークホルダーの皆さまから信頼され愛される企業グループを目指し、成長していきたいと考えています。

目次

CSR報告書 2009

12	キヤノングループ企業理念「共生」
13	お客さまとの接点に立つ、エクセレント企業グループを目指して
15	業績の推移
17	トップメッセージ
19	キヤノンマーケティングジャパングループにおけるCSRの考え方
21	2008年 CSRの重要テーマ
23	キヤノンマーケティングジャパングループのCSR活動
25	お客さまと共に 「くらし」での価値提供
29	「しごと」での価値提供
33	「社 会」での価値提供
35	 ビジネスパートナーと共に
37	 株主・投資家と共に
39	 従業員と共に
43	 社会と共に
47	 地球環境と共に
57	グループ・コーポレート・ガバナンス
57	コーポレート・ガバナンス体制
59	企業倫理・コンプライアンス推進
62	情報セキュリティ
63	品質マネジメント
64	環境
65	ブランドマネジメント
67	キヤノンマーケティングジャパングループ概要
69	第三者コメント
71	編集後記



情報セキュリティ報告書 2009

3	キヤノンマーケティングジャパングループにおける情報セキュリティの位置づけ
5	情報セキュリティ環境整備の全体像
7	情報セキュリティの基盤強化
11	効果的な第三者認証の活用
15	情報セキュリティ人材の育成
18	情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
19	質の高い情報セキュリティ関連ソリューションの提供
24	資料

編集方針

本書は、キヤノンマーケティングジャパングループのCSR活動について、「CSR報告書 2009」と「情報セキュリティ報告書 2009」の2つの構成で報告しています。昨今、CSR分野において関心の高い「情報セキュリティへの取り組み」をより詳しくお伝えするために、「情報セキュリティ報告書」としてまとめ、記載内容の充実を図りました。

・参考ガイドライン：GRI (Global Reporting Initiative)
「サステナビリティ レポートガイド ライン第3版」

・配色、デザイン：色覚の個人差に配慮したデザインを心掛けました。

対象期間および対象会社

■対象期間：2008年度(2008年1月～12月)

*この期間以降の活動も一部記載しています。

■前回の報告書発行月：2008年6月

■発行サイクル：2007年より毎年1回発行

■対象会社：キヤノンマーケティングジャパン株式会社
およびキヤノンマーケティングジャパン グループ会社
*詳細は、67ページ「キヤノンマーケティングジャパングループ概要」をご覧ください。

会社名の表記について

本書中、会社名を下記の略称で表記する場合があります。

キヤノンマーケティングジャパングループ → キヤノンMJグループ
キヤノンマーケティングジャパン株式会社 → キヤノンMJ
キヤノンシステムアンドサポート株式会社 → キヤノンS&S

キヤノンソフトウェア株式会社 → キヤノンソフト
キヤノンITソリューションズ株式会社 → キヤノンITS
キヤノンビジネスサポート株式会社 → キヤノンBS

キャノングループ 企業理念

「共生」

キャノンの企業理念は「共生」です。

共生は文化、習慣、言語、民族などの違いを問わずに、すべての人類が末永く共に生き、共に働いて、幸せに暮らしていける社会をめざします。

現在、地球上には共生を阻むさまざまなインバランスが存在しています。

なかでも、貿易インバランス、所得インバランス、そして地球環境のインバランスは、解決していかなければならない重要な課題です。

キャノンは共生の実践により、これらのインバランス解消に積極的に取り組んでいきます。真のグローバル企業は、顧客、地域社会に対してはもちろん、国や地域、地球や自然に対してもよい関係をつくり、社会的な責任を全うすることが求められます。

キャノンは、「世界の繁栄と人類の幸福のために貢献していくこと」をめざし、共生の実現に向けて努力を続けます。

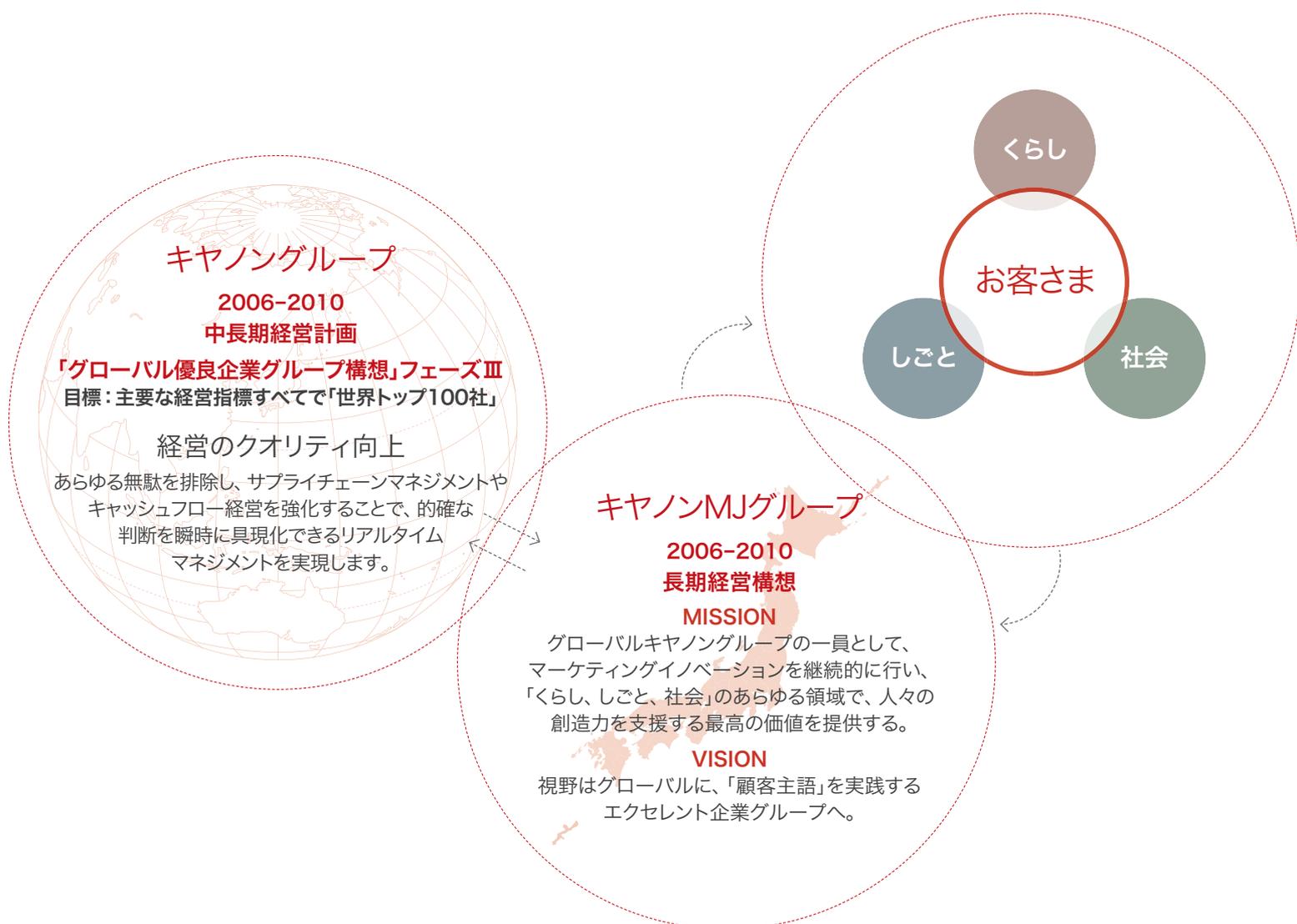
<行動指針>

三自の精神	自発・自治・自覚の三自の精神をもって進む
実力主義	常に、行動力(V) 専門性(S) 創造力(O) 個性(P)を追求する
国際人主義	異文化を理解し、誠実かつ行動的な国際人をめざす
新家族主義	互いに信頼と理解を深め、和の精神をつらぬく
健康第一主義	健康と明朗をモットーとし、人格の涵養につとめる

行動力(V: バイタリティ)、専門性(S: スペシャルティ)、創造力(O: オリジナリティ)、個性(P: パーソナリティ)

お客さまとの接点に立つ、 エクセレント企業グループを目指して

キヤノンマーケティングジャパングループは、グローバルにビジネスを展開するキヤノングループの一員として、国内市場における顧客接点を担っています。キヤノングループが、開発・生産した最先端のテクノロジーを持つ製品を中心に、付加価値の高いソリューションを通じて、「くらし、しごと、社会」の領域において、人々の暮らしを豊かにする価値を創造し続けていきます。



2008－2010 中期経営計画(5つの重点戦略)とCSRの位置づけ

キャノンマーケティングジャパングループは、国内市場におけるお客さまとの接点に立つ企業グループとして、事業活動を通じて「顧客主語」のポリシーのもと、お客さまをはじめとするステークホルダーに、最高の価値を提供し続けることを目指します。事業外においてもマーケティング視点で考え、ステークホルダーの集合体でもある社会への価値提供に貢献していくことが重要であると考えています。そこで、経営計画へCSR視点の取り組みを反映するため、中期経営計画の重点戦略の1つで

ある「経営品質の向上」を具現化する要素として「CSR推進体制の強化」を掲げ、取り組んでいます。

世界経済の大転換期を迎えたこのようなときこそ、企業の総合力や真価が問われます。CSR活動はその基盤であると認識し、企業市民としての社会的責任を果たすことはもちろんのこと、事業を通じて社会課題の解決にも積極的に取り組み、社会から信頼され愛され続けるエクセレント企業グループを目指していきます。

5つの重点戦略

顧客満足度NO.1の実現

ITS3000計画を推進

各事業の収益力向上

主要商品シェアNO.1の実現

経営品質の向上

- ・経営品質向上プログラム(経営品質協議会)の実施
- ・BCM(事業継続経営)体制の構築
- ・CSR推進体制の強化
- ・キャノンビジネスサポート(株)を核としたグループシェアードサービスの推進

CSR推進体制の強化(CSRの重要テーマ)

- ・グループCSR活動の基盤強化
- ・企業倫理・コンプライアンスの徹底
- ・環境経営の具現化
- ・グループ情報セキュリティガバナンスの強化
- ・CSR活動の社内外への情報発信とコミュニケーション強化
- ・キャノンMJグループらしい社会貢献活動の実践
- ・障がい者の自立に向けた雇用の積極的推進

業績の推移

億円

	2008	2007	2006	2005	2004
連結経営成績					
売上高	8,275	9,051	8,672	8,219	8,155
営業利益	254	369	339	297	293
経常利益	259	369	340	291	244
当期純利益	112	200	188	154	124
1株当たり当期純利益(円)	78.63	134.84	125.64	101.78	81.78
連結財政状態					
総資産	4,849	5,261	5,266	5,133	4,823
純資産	2,590	2,696	2,635	2,472	2,342
自己資本比率(%)	52.6	50.6	49.4	48.2	48.5
1株当たり純資産(円)	1,858.39	1,817.59	1,739.50	1,650.52	1,562.23
連結キャッシュ・フローの状態					
現金及び現金同等物期末残高	1,076	1,172	1,082	1,155	988
配当の状況					
1株当たり配当金(円)	40.00	40.00	36.00	28.00	22.00

事業セグメント・2008年売上構成比

ドキュメントビジネス



キヤノン独自のテクノロジーから生まれた多彩なビジネス機器を中心に、オフィスの快適性とお客様の競争力を高めます。

ITソリューション



ITの戦略的活用をトータルに支援し、お客様の競争力を効率的に向上させます。

コンシューマ機器



自分の創意工夫が手軽にカタチになる喜びを。イメージングの未来をもっと身近に、もっと豊かにしていきます。

産業機器



キヤノン独自の光学技術とデジタル技術を融合して、社会を支えるお客様に“成長の基盤”を提供します。

「写真」を楽しんでいただくために

キャノンフォトコレクション
収集点数 **45ページ**

写真甲子園応募募校
45ページ

2008年12月末現在

約 **1,800** 点 **252** 校

EOS学園年間受講者(各講座の受講者 延べ人数) **26ページ**

約 **8,000** 名(東京・大阪・名古屋の3校合計)

CSR ハイライト 2008

地球環境のために

キャノンMJグループ
CO₂排出量 **49ページ**

2008年実績

38,444 t-CO₂

総排出比

5.3% 削減
(2005年比)

売上比

6.0% 削減
(2005年比)

従業員人数比

22.8% 削減
(2005年比)

快適で環境にも配慮したオフィスのご提案

オフィスツアー年間来場者数 **30ページ、50～51ページ** **18ページ**

キャノン
Sタワー: **3,257** 名 支店: **3,377** 名

地域社会と従業員の安全のために

SD(Safe Driver)カードを取得している従業員数(キャノンS&S) **42ページ**

運転申請者

4,506 名のうち **3,569** 名

豊かな教育環境づくりのお手伝い

ベルマーク付与点数 **44ページ**

10,864,001 点
(サッカーボール 4,138 個分相当)

公正・誠実であり続けるために

コンプライアンス・ミーティング
実施率 **61ページ**

100%(年2回 約2,200部門)

■ CSR報告書
■ 情報セキュリティ報告書



キヤノンマーケティングジャパン株式会社
代表取締役会長
村瀬 治男

CSRという特別な
活動領域があるのではなく、
CSRは、ステークホルダーの
要請や期待に応える
あらゆる活動

「CSR活動は、マーケティング
そのもの」なのです

ITによって
1つに結ばれた世界の中で、
私たちは企業活動
を行っているのです

トップメッセージ

キヤノンマーケティングジャパングループは、グループ各社が専門分野別に機能を分担し、時代に適合した価値創造を目指しています。CSRはそれらの活動を結びつける「核」なのです。

Q1 まず、マーケティング企業としてのCSRに対する基本姿勢を教えてください。

村瀬：端的に言えば「本業を通じて社会に貢献すること」ではないでしょうか。企業は事業を行って利益を得ていますが、お客さまがあって初めて利益が成り立ちますし、製品やサービスを創り出すのは社員です。これが企業活動の基本ですよね。

そして、お客さまをはじめとするステークホルダーの集合体が社会とも言えますから、キヤノンMJグループにとって、「CSR活動は、マーケティングそのもの」とよく言っています。

従って、CSRという特別な領域があるのではなく、「この活動がCSRで、これは違う」という線引きはできません。少なくとも活動がマイナスの方向に行っていない限り、CSRとしては間違っていないのです。20年ほど前は、メセナやフィランソロピーに寄付や協賛をすることが社会的責任だと考えられがちでしたが、現在では、むしろ本業を通じた社会貢献が重視されるようになり、ずっと生活やビジネスに密着した考え方になってきました。私は常々社員に、「CSRは、もはや企業にとって潤滑油ではなく、『血液』である」と言っていますが、「空気」のようになれば理想ですね。

Q2 厳しい経済環境下、グループ経営の中で、CSRをどのように位置づけていますか？

川崎：現在のように厳しい環境になると、あらためて企業にとって、ビジネスの方向づけや基本的な姿勢が問われます。目まぐるしい変化にしなやかに対応し、変革することが経営の真髄であり、今こそそれが求められています。一方、企業は社会的存在であり、社会への責任の全うによって、その存在意義が認められます。だからこそ、CSRを経営の基盤に据え、足元を固める必要があるのです。

私たち、キヤノンMJグループ各社は、お客さまの多様化した要請や期待に応えていくため、プロフェッショナルな分野を担当し機能分化しています。それぞれの専門分野を活かしていく遠心力も必要ですが、いつの間にかそれらの活動がバラバラになっては、社会の中でのキヤノンMJグループのアイデンティティが見失われてしまいます。こういう時代だからこそ、「求心力」が不可欠であり、その「核」としての重要な要素になるのがCSRなのです。グループの全員がそれらを理解し、その上で主体的に各自の役割を果たしていくことが大切です。

Q3 中期経営計画にある「グローバルな発想で経営品質の向上を目指す」とは、どういう意味ですか？

村瀬：米国のサブプライムローン問題に端を発する危機は、瞬く間に世界に波及しました。そこから分かるように、21世紀の生活環境はまさしくグローバル化されています。世界の動きを見ていなければ、そもそも日本の中でも的確な判断はできません。

世界の流れの中で自分の位置をとらえる必要があるのです。キヤノンMJグループは、かねてより、グローバルキヤノングループの一員として、「視野は世界に、マーケットは日本」を標榜してきましたが、今、真価が問われるときといえます。

川崎：危機が瞬く間に広がった原因には、ITの驚くべき進歩があります。ITの発展は、金融工学の発展を促しましたが、金融危機がここまで広がった原因の1つにもなりました。ITによって1つにつながった世界の中で、私たちは企業経営を行っているのです。そのことをよく認識し、企業の社会的責任を果たしていかなければなりません。

Q4 情報セキュリティに対する取り組み姿勢を どうとらえていますか。

村瀬：情報セキュリティに関しては、まず、企業の社会的責任として取り組まなければならない重要な課題であると認識しています。情報通信社会においては利便性を享受する一方で脅威が存在しますから、私たちは被害者にもなり、加害者にもなる危険性があります。従って、グループ全体で情報セキュリティの基盤強化に取り組んでいます。

一方、私たちがお客さまに提供する製品・ソリューション・サービスの幅はますます広がってきました。お客さまのネットワークに組み込まれるものも多くあります。また、お客さまから個人情報や機密情報を多数お預かりして、各種のサービスやソリューションを提供しています。従って、私たちはお客さまに価値を提供するにあたって、そのプロセスにおける情報セキュリティ品質も高め、顧客満足度の向上につなげたいと考えています。

このようなことから、情報セキュリティ活動を重要な経営課題と位置づけ、グループをあげて取り組んでいます。

Q5 マーケティング視点から、環境に対する取り組み姿勢を 教えてください。

川崎：マーケティング会社としても、CO₂の削減は喫緊の課題です。その課題を解決する方法の1つは、お客さまに製品をお届けする物流のあり方の見直しです。もう1つは、省エネ性能の高い商品を販売すること。さらには、プリンターのカートリッジの回収・リサイクルなど、私たちは市場で使用済みとなった「製品・消耗品」を回収し、それらを貴重な資源としてリサイクルすることです。

また、オフィスの省エネ活動も重要な取り組みの1つです。キヤノンMJグループ全体では、CO₂削減目標として2010年までに2005年の売上に対するCO₂排出量に比べ10%削減を掲げています。これらの取り組みから得たノウハウは、お客さまへのソリューションとして提供することが可能になると考えています。

地球環境保全是大変重要な課題です。振り返れば1年前には世界経済が5%成長をしていたのですが、資源は有限ですから、今の技術レベルでは世界で5%成長を持続するのは無理なのではないでしょうか。そこで危機が訪れたのですが、これは神様が「こんな速さでの成長は無理だから少しスピードを落とせ」と語りかけているような気がしてなりません。世界の人々を豊かにするためには継続的な経済成長が必要ですが、一方で企業活動の中の無駄はなくさなければなりません。キヤノンMJグループとしても、環境制約と経済活動のバランスを意識しながら、さらに知恵を絞った考え方と行動が必要と考えています。



キヤノンマーケティングジャパン株式会社
代表取締役社長
川崎 正己

情報セキュリティに関しては、
「企業の社会的責任」と
「お客さまへの価値提供」の
視点から重要な経営課題と
認識し、グループをあげて
取り組んでいます

2010年までに
CO₂排出量の10%削減
(2005年売上比)
を目標にしています

キヤノンマーケティングジャパングループにおける CSRの考え方

キヤノンMJグループでは、常にお客さまの視点に立ち、キヤノン製品を中心にサービスやソリューションを組み合わせ、高い付加価値を多くのお客さまにお届けすることを目指しています。そして、このことと同じようにCSR活動においては、お客さま、ビジネスパートナー、株主・投資家、そして社会や地球環境など多くのステークホルダーの期待や要請に耳を傾け、それらに応える取り組みを真摯に実践していくことを目指しています。私たちにとって「CSR活動は、マーケティングそのもの」なのです。

従業員一人ひとりがCSR活動の担い手。 全員参加型でCSRを推進します。

さまざまなビジネスを展開するキヤノンMJグループが、企業市民として、社会への責任を果たしていくためには、一部の組織・従業員だけでなく、全従業員が、それぞれ接しているステークホルダーの立場で考え、「要請や期待」に応えていく事が重要です。

営業職、システムエンジニア職、サービスエンジニア職、企画職など、仕事は多岐にわたりますが、全従業員がキヤノンMJグループのCSRの考え方に基づき、それぞれの仕事を通じて「全員参加型CSR」を実践していきたいと考えています。

「三自の精神」

キヤノンの創業当時から掲げる行動指針で、キヤノンのDNAともいえます。何事にも自ら進んで積極的に行い（自発）、自分自身を管理し（自治）、自分が置かれている立場・役割・状況をよく認識して（自覚）行動すること。この「三自の精神」はCSR活動においても基本となります。

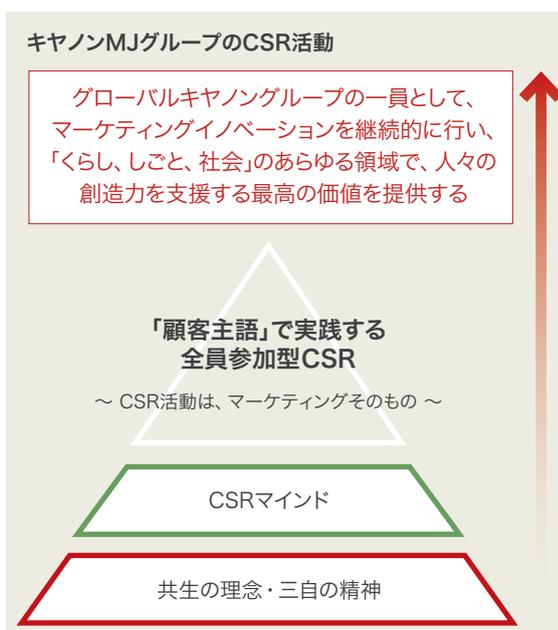
CSRマインドの醸成

従業員が全員参加でCSRに取り組むためには、キヤノンMJグループのCSRの考え方や取り組みについて全従業員が正しい知識を持つことが大切です。そのため、キヤノンMJ・CSR推進本部が中心となり、従業員向けのCSRセミナーやイベント、ウェブ教育などを実施し、従業員のCSRマインドの醸成に取り組んでいます。

「顧客主語」

多くのお客さまとの接点を持つキヤノンMJグループでは、「顧客主語」を実践しています。

“当社は・キヤノンMJは”ではなく、“お客さまは・お客さまの課題は”と主語を「お客さま」に換え、その要請や期待に応えていくことが重要である、と考えています。同様に、CSR活動においても、“ステークホルダーは・ステークホルダーの課題は”と置き換えて考えることを大切にしています。



CSR推進体制

キヤノンMJは、グループの社会的責任経営を強化するため、2007年4月に、従来の「企業倫理・コンプライアンス委員会」、「環境推進委員会」、「情報セキュリティ委員会」の3つの委員会を統合し、「CSR委員会」を設置しました。企業倫理・コンプライアンスの徹底、情報セキュリティガバナンスの強化、および環境対応の強化を中心に、諸施策を立案・実施しています。

また、主要グループ会社(キヤノンS&S、キヤノンソフト、キヤノンITS、キヤノンBS)においても、2007年末までにCSR委員会を設置しました。

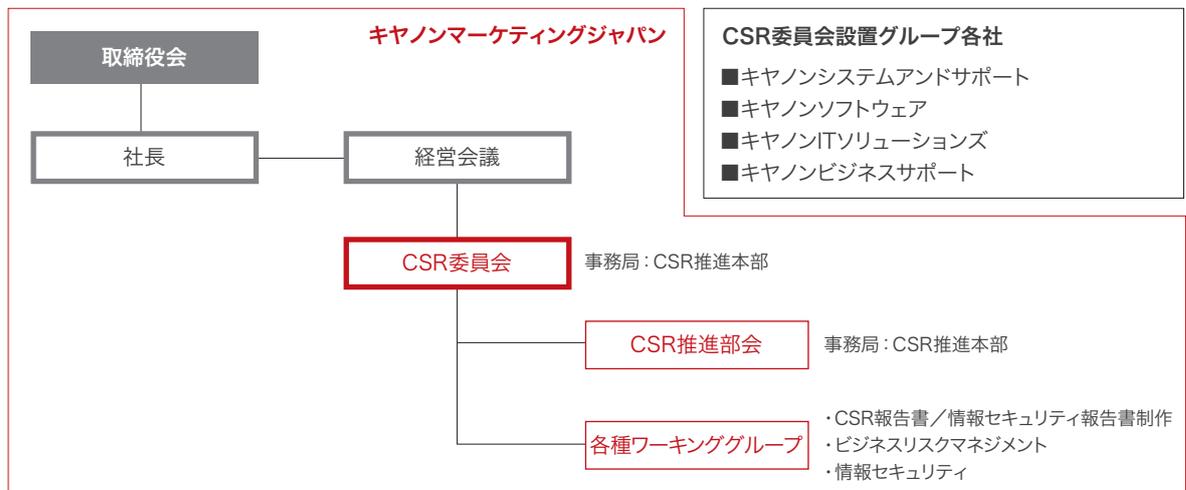
キヤノンMJ・CSR委員会が決定された施策などは、CSR委員会メンバーを通じて徹底されると同時に、キヤノンMJ各部門・グループ各社のCSR推進担当者を構成メンバーとする「CSR推進部会」を通じて、それぞれの組織で推進される体制となっています。

キヤノンMJ・CSR委員会の構成メンバーは、右図の通りです。

キヤノンMJ CSR委員会 構成メンバー

委員長	社長
副委員長	社長が指名
委員	全取締役 社長が指名するグループ会社社長 (キヤノンS&S、キヤノンソフト、キヤノンITS、キヤノンBS) 社長が指名する者
オブザーバー	全監査役 監査室長
アドバイザー	当社顧問弁護士

キヤノンMJグループ CSR推進体制



2009年4月現在

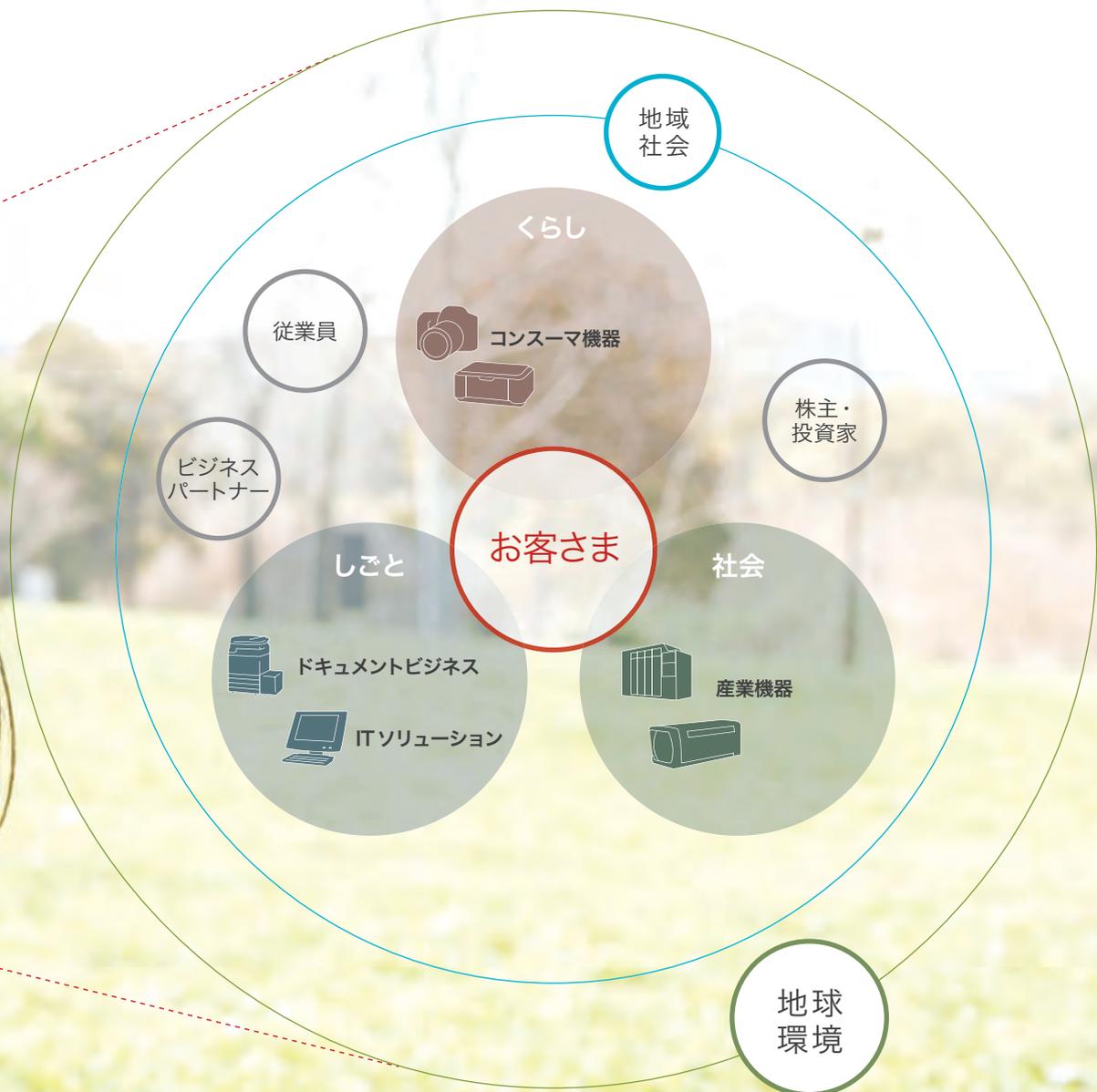
キヤノンマーケティングジャパングループにおける CSRの重要テーマと具体的実施事項、結果

2008年 CSRの重要テーマ	具体的実施事項
グループCSR活動の基盤強化	CSR関連組織・会議体の整備 CSR委員会、CSR推進部会の開催 CSR活動コストの分析
企業倫理・コンプライアンスの徹底	コンプライアンス情報配信 コンプライアンス・ミーティングの実施 コンプライアンス意識調査の実施
環境経営の具現化	環境マネジメントシステム(EMS)統合認証取得 CO ₂ 削減活動 エコロジーパーソン診断のグループ会社展開 事業活動における商品環境負荷低減
グループ情報セキュリティガバナンスの強化	情報セキュリティの基盤強化 ISMS認証部門の維持・拡大 個人情報保護の強化 情報セキュリティ人材の育成 情報セキュリティ活動の情報開示
CSR分野のリスクマネジメント強化	BCP(Business Continuity Plan: 事業継続計画) 対応
CSR活動の社内外への情報発信とコミュニケーションの強化	グループ従業員への啓発・浸透 CSR活動のステークホルダーへの情報開示
キヤノンMJグループらしい社会貢献活動の実践	社会貢献活動コンセプト・活動フレームワークの構築
障がい者の自立に向けた雇用の積極的推進	障がい者の積極的雇用

重点戦略の1つである「経営品質の向上」を踏まえ、「CSR推進体制の強化」の一環で、7つの重要テーマを設定し取り組みました。

結果	CSR報告書 関連ページ	情報セキュリティ 報告書 関連ページ
キヤノンS&S、キヤノンITSiに、CSR推進部を設置(2008年1月)。	20	—
CSR委員会、CSR推進部会を、各4回開催(2月、5月、8月、12月)。	20	—
社会要請や期待などを踏まえた、社会的責任に対する現状の活動関連コストを分析。	—	—
毎週1回、年間51回配信。2004年6月から2008年末までの累積配信回数は、233回。	60	16
上期と下期に各1回、グループ各社の全部門で実施(約2,200部門)。	41、61	17
コンプライアンス意識の浸透度を把握する目的で、9月に全グループの役員・従業員を対象に、ウェブで調査を実施(回答率:87%)。	61	—
キヤノンMJ全グループ会社で、認証取得(新規連結対象となったグループ会社は、認証取得に向け、活動を継続)。	64、67、68	—
グループ会社含め、各拠点でCO ₂ 削減活動を推進。2008年実績:売上比6%削減(総排出量5.3%削減・従業員人数比22.8%削減)。 品川本社(Sタワー)については、2009年4月施行の東京都条例に基づいたCO ₂ 削減目標に対応開始。	16、18、48、49、56	—
従業員一人ひとりの地球環境保全に対する意識と行動の喚起を目的として、「エコロジーパーソン診断」を実施。2008年は、キヤノンS&S、キヤノンソフト、キヤノンITSiへ実施(2,845名)、累計15,600名が受講。	50	—
使用済みカートリッジの回収 ▶インクカートリッジ里帰りプロジェクト開始。	54、55	—
梱包材の削減 ▶部品・修理品物流の循環梱包化。 - 複合機感光ドラム物流の循環梱包化:全サービス拠点とパーツセンター間の循環梱包化(2008年10月より)。 ▶複合機修理部品の簡易梱包発送。 ▶コンシューマー製品の修理物流の循環梱包化。	55	—
キヤノンMJグループのガバナンス体制・マネジメント体制を維持強化 ▶グループ各社の情報セキュリティ基本方針を統一化し、マネジメントルールの平準化を実施。 ▶キヤノン(株)との連携による、グローバルキヤノングループにおける国内のインシデント報告・管理体制を強化。	—	7、8
ビジネスソリューション分野におけるお客さまとの直接接点を持つ営業・サービス&サポート部門全体と主要なITソリューション分野の企画・開発部門へのISMSの組み込みと認証取得が完了。	—	14
キヤノンMJグループ全体にプライバシーマーク認証基準による個人情報保護を推進。 ▶国内グループ連結16社のうち13社がプライバシーマークの認証を取得(※国内グループ連結社数は2009年4月現在の数)。	—	14
ISMS構築者を450名、ISMS内部監査員を310名育成(キヤノンMJグループ全体、2008年12月末現在)。	—	17
「キヤノンMJグループ 情報セキュリティ報告書 2008」を創刊。	—	18
首都圏地震災害対策に加え、新型インフルエンザ対策への取り組み開始。 安否確認に関するインフラ整備と訓練の実施(2008年2回実施)。	58	12
お客さま、ビジネスパートナーへの、キヤノンMJグループ CSR活動紹介セミナーの実施(延べ62回)。 階層別教育の実施(対象は、新入社員、入社2年次、新任ライン管理職、キャリア入社)。	19	—
「第2回 CSRフォーラム」を開催(2008年5月)し、グループ従業員217名が参加。	—	—
「キヤノンMJグループ CSR報告書 2008」を発行。	—	—
「キヤノンMJ IRポリシー」を策定。	37、38	—
2009年中を目標に、方針の策定と実施スキームを構築。	—	—
障がい者雇用率:キヤノンMJ 1.85%(2008年6月現在)	42	—





キヤノンマーケティングジャパングループのCSR活動

マーケティング企業として、私たちにできること。しなければならないこと。

お客さま、株主、ビジネスパートナー、従業員、地域社会・・・
そして地球環境のために。

ステークホルダーの皆さまからの期待に応えるため、「暮らし、仕事、社会」の
あらゆる領域で、私たちらしく「全員参加型」で取り組んでいるCSR活動をご紹介します。



お客さまと共に
～「暮らし」での価値提供～



デジタルフォトを
あなたの暮らしの中に。
新たな楽しみと
新たな発見が
生まれます。



みんなが「きれいだね」と言ってくれるような花の
写真を撮りたい。
どこに行けば、上手な写真の撮り方を
教えてくれるのかな？

私たちがお手伝いします。

キヤノンマーケティングジャパン フォトカルチャー企画部
園田 庸子

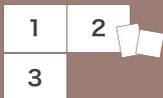
「キヤノンフォトサークル」にご入会いただければ、月刊で届く会員誌やさまざまなウェブ上のコンテンツを利用して、カメラや撮影テクニックの知識を深めたり、会員だけが参加できる体験イベントの情報が得られます。

また、基礎から写真の撮り方を学びたい方は「EOS学園」への受講をお勧めします。EOS学園では、花、風景、ペット、ポートレートなど、お客さまの関心に則した教室をご用意しています。きっと、同じ趣味を持った仲間と写真を楽しむことができるでしょう。





お客さまと共に
~「くらし」での価値提供~



- 1. EOS学園撮影風景
- 2. キヤノンイメージ
ゲートウェイと
フォトブック
- 3. フォトフェスティバル

私たちは、お客さまに、写真を楽しみ、日々の生活に新たな喜びを感じて頂きたいと思っています。
そのために、写真を楽しむさまざまなサービスをご用意し、仲間が集う多彩なイベントも開催しています。

【知る】

お客さまがカメラやプリンターなどの製品を選ばれる際、実際に触って楽しんでみて、製品に親しんでいただけるようにしたい。そんなアイデアを形にしたショールームが、「キヤノンプラザS」(品川)と「キヤノンデジタルハウス」(銀座・梅田・名古屋)です。

これらのショールームでは、最新のカメラを使って撮影し、プリンターで印刷して作品を手にするまでを、豊富なラインアップで体験できます。女性や親子向けの各種イベントも随時開催しており、キヤノン製品を使った楽しみ方の提案をしています。

また、キヤノンデジタルハウスでは、機種選びや簡単・便利な使い方をご紹介する約20種類の無料体験セミナーを日替わりで開催しています。

【学ぶ】

「写真を上手に撮りたい」というお客さまの願いに応えるのがEOS学園です。この教室では、キヤノンの一眼レフカメラとプリンターを使って、写真の撮り方からプリンターでの作品の印刷方法まで楽しく学べます。講師にはプロ写真家を迎え、東京・大阪・名古屋の3校を合わせて年間約8,000名もの方々が受講。初心者からハイアマチュアの方まで、撮影経験に応じた講座を選択できることも魅力の1つになっています。

受講希望者の増大に合わせ、2008年11月、常設校を新たに名古屋に開設しました。

【つくる】

「デジタルフォトをもっと楽しもう」をキーワードに、ウェブ上で「製品の活用提案コンテンツ」「デジタルフォトサービス」「製品サポート情報」を無償で提供しているのが、対象製品を購入していただいたお客さま向けのサービス「キヤノンイメージゲートウェイ」です。1冊単位で注文できるオリジナル写真集製本サービス「フォトブック」(有料)や、2008年12月から

新たに開始した、動画を手軽に楽しめる「ビデオポッドキャストサービス」など、きめ細かいサービスで、お客さまのデジタルライフを応援しています。

(キヤノンイメージゲートウェイ
<http://www.imagegateway.net/>)

【集う】

写真を撮り始めると、その素晴らしさや楽しさを仲間と分かち合いたくなります。そのようなときにはキヤノン製品のご愛用者が集う会員制のコミュニティ「キヤノンフォトサークル」にご参加ください。このサークルは交流の場として、また新しい技術や知識を身につけるステップアップの場として、50年以上にわたって写真愛好家の皆さまのお手伝いをしてきました。

2008年12月末時点で、レギュラー会員、ウェブ会員とを合わせて、総会員数は約16,000名に上っています。

会員向けのサービスである「キヤノンフォトサークルウェブ」では、インターネットを活用した新しい写真の楽しみ方を紹介するとともに、カメラの使い方や撮影テクニックを学べる「学習Movie」や「学習ドリル」などがあり、より多くの方々に写真の楽しさを知っていただくためのさまざまなコンテンツをご用意しています。

(キヤノンフォトサークル
<http://canon.jp/cpc/>)

【参加する】

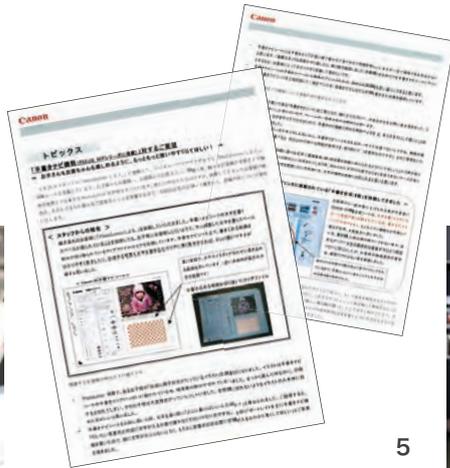
写真愛好家の方を対象としたイベント「キヤノンフォトフェスティバル」を開催しています。2008年は、「撮る、見る、楽しむ」をテーマに、著名人によるトークショー、写真作品の公募、撮影会やセミナーなどを多数企画して、延べ30,000名の写真愛好家の方々に参加していただきました。



お客さまと共に
～「暮らし」での価値提供～



4



5



6

- 4. お客様相談センター
- 5. お客さまの声が集められた月報
- 6. キヤノンデジタルハウス銀座

お客さまの声を活かした 製品・サービスづくり

≫ お客様相談センターの取り組み

お客様相談センターは、キヤノン製品に関する疑問やトラブルにお応えする窓口です。同センターでは、お客さまから届いた1つひとつのご意見やご要望を製品ごとに集計し、お客さまの満足や不満がどのように形成されるのかを分析しています。

その結果は、キヤノングループ全体の課題としてとらえ、①即座に対応できること ②関連部署との連携や調整が必要なこと ③製品機能や設計の検討が必要なことの3つに分類し、より良い製品の開発やサービスの提供に役立てられています。

その一例として、「機器の設置の手順が分からない」というお客さまの声をもとに、詳細なマニュアルとは別に設置手順を簡単にまとめた「簡単設置シート」を作成し、製品に同梱しました。また、「修理期間はできるだけ短く」というお客さまの声に応え、新しい修理メニュー「はやメンテ」が生まれました(詳細は28ページに記載)。今後も、お客さまの声を活かした工夫がお客さま満足につながるよう、努力していきます。

≫ ショールームの取り組み

「キヤノンプラザS」や「キヤノンデジタルハウス」などのショールームは、お客さまがキヤノン製品を実際に手に取り、触れていただく場であるだけでなく、お客さまから生の声を頂く重要な役割も果たしています。

お客さまの声を実際に集めるのは、ショールームで接客するソリューションナビゲーター。ソリューションナビゲーターは製品の説明を行うだけでなく、お客さま一人ひとりのご希望に耳を傾け、それを実現する方法をお客さまと一緒に考えます。そして、お客さまから直接頂く声はもちろん、お客さまと対面することで感じた「声にならない声」まで、データベースに記録します。それらは毎月月報にまとめられ、キヤノンMJの商品企画部門や、キヤノン(株)の開発スタッフが伝えられます。

これらの取り組みによって、大きなサイズで読みやすいデジタルカメラの取扱説明書の作成や、PIXUSでフォトレターを作る際に使用する「手書きナビシート」の改良など、お客さまの声を製品・サービスに反映させることができました。



サポート品質向上への取り組み

» サービスセンター・・・

その場で修理できる窓口をご用意

個人のお客さまを対象に、利便性やロケーションを考慮したさまざまな修理メニューや窓口をご用意しています。お客さまの「即時修理」のご要望に応えるため、全国7カ所(仙台・上野・新宿・横浜・名古屋・大阪・福岡)のサービスセンターにおいて、コンパクトデジタルカメラ、インクジェットプリンター、インクジェット複合機、コンパクトフォトプリンターを対象に、技術者がその場で修理し、その日のうちにお返しするサービスを実施しています。

» はやメンテ・・・

修理品のお引き取りとご返却をより速く

「はやメンテ」とは、キヤノンが考えるコンシューマー製品の修理に対する新たなコンセプトの総称です。「故障しても、土日を問わず最速で修理し、また気持ちよくご使用いただきたい」という気持ちから、ヤマト運輸とのコラボレーションを実現し、お客さまのお手元へ修理完成した製品をより速くお届けし、より速くお使いいただくことが可能になりました。

電話やインターネットでお申し込みいただくと最短で2時間で引き取りに伺う「呼んで はやメンテ」と、全国で5,000拠点のヤマト運輸営業所にお持ち込み

いただく「持って はやメンテ」の2種類があります。どちらも最短でお預かりしてから2日で修理完成品を返却致します。現在はインクジェットプリンターを修理対象としており、今後、対象製品の拡大を検討していきます。

» 修理期間の短縮と修理品質の向上を目指して

キヤノンマーケティングジャパン(株)、キヤノン(株)、大分キヤノン(株)のグループ3社は、デジタルカメラ生産工場の大分事業所に、集中修理拠点を設け、3社協業体制でお客さまの満足向上に取り組んでいます。デジタルカメラやデジタルビデオカメラを対象に、生産工場ならではの「セル方式」を修理に導入。部品の効率的活用や物流パートナーとの連携により、修理期間を短縮するとともに、生産工場の資産である検査体制を活かすことで修理品質の向上を実現しました。

また、この集中化により、故障原因や品質情報をいち早く収集し、精度の高い分析が可能となりました。

このことは、情報をタイムリーに開発や生産の現場にフィードバックすることを可能とし、現在生産している製品、次期製品への改善点の反映や、品質問題が発生した際の素早い市場対応へとつながっています。

- 7. サービスセンター新宿
- 8. ヤマト運輸とのコラボレーションで実現した「はやメンテ」
- 9. デジタルカメラ修理風景



お客さまと共に
～「しごと」での価値提供～

コスト削減や環境保全、セキュリティ対策…。
新しいソリューションは、
まずは私たちのオフィスで実践。
その品質やノウハウをお客さまに
体感していただけます。

「もっと、会社にとっても生産性が高く、従業員にとっても
気持ちよく働くことができるオフィスにしていきたい。
どんな取り組みから始めたらいいのかな。
ほかの会社の取り組みをヒントにしたいけれど・・・？」

私たちがお手伝いします。

キヤノンマーケティングジャパン 札幌支店

人は親しくなると友人を自宅に招待し、より深くおつき合いしたいと思うもの。それと同じで、私たちのオフィスにお客さまをご招待することで、もっとキヤノンのことを知っていただき、お客さまとのより良い関係をつくりたいと考えています。

おかげさまで2006年10月のオフィス移転後の2年間で、延べ約350社のお客さまにご来社いただきました。お客さまの中には何度も訪れる方も多く、つながりもさらに深まっています。

この「オフィスツアー」を始めてから、私たち従業員も心地よい緊張感の中、お客さまに「こんなオフィスで働きたい」と思っていただけのように、意識や行動を高めてきました。その結果、オフィス環境や職場の雰囲気ますますよくなっていくという好循環も生まれています。

左から
北海道マーケティング推進部 中村
札幌支店 支店長 鈴木
北海道マーケティング推進部 阿久津
札幌総務課 宮本

このように、「オフィスツアー」では私たちの日頃の取り組みをご覧いただいています。お客さまには気軽にお越しいただき、その中で「気づき」を得てもらえたら嬉しいですね。



キヤノンMJ札幌支店は、オフィスで働く人たちの取り組みや考え方といった「ソフト面」を高く評価され、2007年に第20回日経ニューオフィス賞で北海道ブロックの最も優れた取り組みに贈られる「北海道経済産業局長賞」を受賞しました。

お客さまと共に
～「しごと」での価値提供～



1 2



3



4

オフィスツアーは、キヤノンマーケティングジャパンの本社ビルであるキヤノンSタワーをはじめ、札幌、仙台、名古屋、大阪、広島、福岡の各支店でも実施しており、実施回数と来場されたお客さまの数は2008年の1年間で、キヤノンSタワーが768回 3,257名、支店が合計1,024回 3,377名に上っています。

キヤノンSタワーでの取り組み

キヤノンMJの本社(東京・品川)であるキヤノンSタワーでは、現在、業種を問わず企業の課題となっているコスト削減や生産性の向上、コンプライアンスや情報セキュリティ、環境保全などに対するさまざまな取り組みを行っています。それら業務改善から生まれたノウハウをいくつかご紹介します。

複合機の統合管理

総務部門では、オフィス内の事務用複合機を標準化することにより、レイアウト変更費用や運用管理コストの削減を目的とした効率的な投資を実施し、全社共通の働きやすい環境を整えました。また、全従業員のPCのプリンタードライバーの設定や社内でも稼働している約200台の複合機の管理などを、イントラネットを介して効率的に行えるシステムを導入し、人と時間のコストを削減することができました。

ドキュメント出力時の個人認証システム

ICカード付きの社員証とICカードリーダーを取り付けた複合機を連動させた個人認証システムにより「書類を取りに行くまでの間にほかの人の目に触れてしまう」という問題を解決できました。同時に、共有プリンターの課題となっていた放置文書の抑制を実現しました。

フリーアドレス

営業・サービス部門では、グループ型ワークデスク、IPアドレスの自動配布システム、構内PHSを採用することで、従来の固定席の概念を変えました。営業やカスタマーエンジニアなど外出機会の多い部門では、外出時にも通常業務が可能なモバイル環境を整え、オフィス内ではフロア就業人員の70%のデスクスペースでフリーアドレスの運用を行っています。

証憑管理

経理部門では、領収証などの証憑類を各部門から収集し、基幹システム上の会計データとの照合を行い、管理・保管する業務を行っています。証憑照合システムを会計システムと連携させることにより、決算のスピードや精度の向上を実現しました。

環境保全

オフィスのさまざまな場面において、環境保全に向け以下の取り組みを行っています。

- 電気使用量の削減
⇒19時以降1時間ごとの自動消灯と業務を行っている従業員周辺の部分点灯の実施など
- オフィスゴミの分別処理
⇒個人ゴミ箱の撤廃、分別マニュアルの工夫、機密文書のリサイクルなど
- 紙使用量の削減
⇒プロジェクター・TV会議の活用、印刷ログの管理、2in1印刷(1枚の用紙に2ページ分を印刷すること)の標準設定化、オフィスサプライやカタログの集中管理など

※「オフィスツアー」に関連する情報は、50ページ
や下記ホームページをご参照ください。
<http://cweb.canon.jp/solution/s-tower/>

1	2
3	
4	

1. 複合機の統合管理
2. ドキュメント出力時の個人認証システム
3. フリーアドレス
4. 証憑管理



お客さまと共に
～「しごと」での価値提供～



4



5



6

- 4. 新聞広告企画「社長、日く。」
- 5. CLUB BOSSカンファレンス
- 6. カメラサービスデスク
- 7. キヤノンサロン

新たな価値の創出

キヤノンMJは、全国各地で経営層の方々の交流やビジネスマッチングの機会を設け、企業と地域の活性化を支援しています。

≫ 「社長、日く。」の会

2007年、2008年と計3回を数えた新聞広告企画「社長、日く。」。この企画にご協力いただいた地域を代表する約2,800社の経営層の方々を対象に、人材戦略やマーケティングなどの経営者向けセミナーや交流会を実施しました。これまでにご参加いただいた地域経営層の方々は、延べ1,000社1,400名に上ります。

≫ CLUB BOSS

「CLUB BOSS」は、業種・業界の垣根を越えて情報交換を行い、新たな価値創出の場を共有する、中堅・大手企業の経営層が参加するビジネスマッチングの場です。「CLUB BOSSカンファレンス総会」、キヤノングループの海外工場見学を兼ねた「海外カンファレンス」、経営

課題をテーマにした「エグゼクティブセミナー」などを実施しています。2008年3月に開催した「CLUB BOSSカンファレンス2008」には、260社の経営層の方が参加されました。

お客さま対応品質向上への取り組み

キヤノンMJグループでは、「顧客主語」のもと、営業や接客の場面だけでなく、機器の保守や修理など、さまざまな場面における、お客さま対応品質を向上させるため、数多くの研修・トレーニングを実施しています。

≫ カスタマーエンジニアの取り組み キヤノンシステムアンドサポート

キヤノンMJグループにおいて、ビジネス機器の保守サービス業務を担うキヤノンS&Sでは、いつも快適な使用環境を提供するとともに、お客さまにとって相談しやすく、頼れるカスタマーエンジニア(以下、CE)を目指し、さまざまな取り組みを行っています。全CEを対象にしたコミュニケーション強化研修、各CEの保有スキルに合わせた教育・研修の実施、「顧客対応力アンケート」の実施と調査項目の数値管理などにより、コミュニケーション品質と技術品質の向上に取り組み、お客さまへの迅速な対応を実現しています。

また、お客さまからの声(苦情やお褒めの言葉など)や各地の良いアイデアを事例集にまとめ、朝礼や学習会での読み合わせ、イントラネットなどを通じて全国で紹介し、お客さま対応品質の向上に役立てています。

≫ CEを後方支援する

サービスオペレーションセンター キヤノンシステムアンドサポート

キヤノンS&Sのサービスオペレーションセンターは、CEの業務を後方で支援し、お客さま対応品質の向上に寄与しています。最短時間でお客さま訪問を実現するためのグループ統合情報システム「C21」の活用、「ネットアイ」による機器稼働状況の遠隔監視、必要部品の最善手配、売上処理を含むレポート入力など、さまざまな関係部門と連携しながら、活動しています。

≫ 保守受付窓口の電話応対力の向上 キヤノンシステムアンドサポート

キヤノンS&SのDOPサポートセンター(パソコン関連の保守受付窓口)では、お客さまのトラブルを素早く解決でき、「またここに電話をかけてみよう!」と思っただけのような、「お客さまが感動する応対」を目標にしています。音声付きの電話応対トレーニング資料を用いて従業員一人ひとりが学習し、応対力の向上に取り組んでいます。



グループの総合力を活かしたサポート体制

キヤノンMJグループでは、24時間／365日対応の保守メニューをはじめとして、グループ一体となり、サポート品質の向上に取り組んでいます。

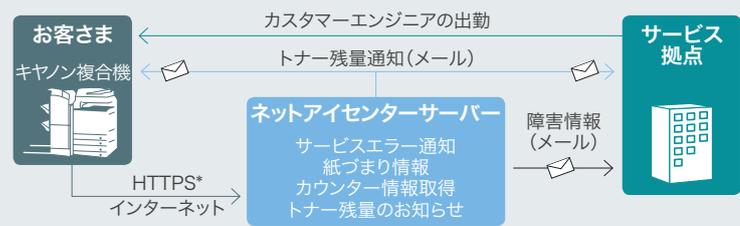
» ネットアイ

「ネットアイ」はインターネットを利用した遠隔監視システムで、複合機やプリンターのトラブルやトナー残量を自動検知し、お客さまの管理負荷を軽減し、機器のダウンタイムを削減します。また、機器の稼働状況のデータを参照することで、お客さまに機器使用におけるきめ細かく的確なアドバイスが可能となり、同時にサービスエンジニアの作業効率が向上。ネットアイに登録された機器の累計登録台数は、2008年末現在で16万台と増え続けています(対前年比33%増)。

» BtoBコンタクトセンター

ご契約いただいたお客さまから、さまざまな消耗品の注文、修理の依頼、当社担当営業への連絡などを同一窓口でお受けし、お客さまに最適なサポートを提供しているのが、「BtoBコンタクトセンター」です。ご利用いただいている機器やサービスの情報はグループ全体で共有し、カスタマーエンジニアや担当営業の訪問手配など、グループ全体の

ネットアイシステムの全体像



*HTTPS: 暗号化通信プロトコル

連携を深め、スピーディで最適なサービスを提供できる体制を整えています。

プロ写真家向けの支援

キヤノンMJは、フォトジャーナリストやプロ写真家の方々の活動を、写真機材の点検・整備や貸し出しなどでサポートするとともに、それらの方々のご意見やご要望を商品づくりに活かすための活動を行っています。

» カメラサービスデポ

洞爺湖サミットやJリーグの公式戦など、国内39回にわたり撮影機材の点検や整備、機材の緊急貸し出しなどを行い、フォトジャーナリストの円滑な取材活動を支援しています。

» プロ写真家の交流スペース

「キヤノンサロン」

「キヤノンサロン」は、プロ写真家のための交流スペースです。テストプリントや機材の試用貸し出し、新製品を中心としたプロ写真家向けの製品セミナーの開催(月2回)など、デジタルフォト表現における疑問やご要望にお応えするとともに、多くのプロ写真家の写真展やデジタルフォト全般の活動を支援しています。

BtoBコンタクトセンター・フロー図





お客さまと共に
～「社会」での価値提供～

誰もが安心できる
医療現場の実現を
先端のデジタル技術で
支えます。

これからの医療は病気の予防とそのための指導が
大事。受診者ともっとコミュニケーションをとりた
いけれど、検査結果の入力をはじめ、仕事がたく
さんあってなかなか時間をつくれな
い。
何とか改善できないかな・・・。

私たちがお手伝いします。

キヤノンITSメディカル 第一営業部 健診チーム
宇都木 祐二

「ICカードハンディ健診システム」を使えば、そうした問題を
改善できます。このシステムでは、検査機器のデータは人の
手を介さずに端末を通じ、受診者の方が持つ非接触カードに
書き込まれます。
データの誤入力やその後の事務処理の負担が減ることにより
看護師さんや栄養士さんの保健指導時間が増え、メタボリッ
クシンドロームなどの予防医療につながれば嬉しいですね。





1



2



3



4

1	2
3	
4	

1. ICカードハンディ健診システム
2. ポータブルX線デジタル撮影システム「CXDI-50G」
3. ポラール心拍計
4. フィリップス社 AED

お客さまと共に
～「社会」での価値提供～

高齢化の進展に伴い、医療は病気の治療から予防へと軸足を移しています。私たちはそうした社会的要請を受け止め、これまで培ってきた「光学技術」「画像処理技術」と結びつけることで、医療現場の問題解決や医療基盤の拡充に貢献します。

ICカードハンディ健診システム

2008年4月から健康診断の制度が変わり、生活習慣病を予防するため、特定健診・特定保健指導の実施が義務づけられました。この制度ではメタボリックシンドロームやその予備軍の早期発見を目指しています。

また、これまでの健診では通常、健診結果は紙で保管されてきましたが、新制度ではデジタルデータで保存することも義務づけられました。紙による保管では手作業での集計による入力ミスや転記ミス、健診後の事務処理の負荷が高い、などの課題がありました。

そこで、企業や学校に出張健診を行う健診センター向けに開発されたのが、堅牢な入力端末を使用した「ICカードハンディ健診システム」です。このシステムでは、受診者は1枚ずつICカードを持ち、健診項目が1つ終了することに、結果は検査機器からハンディターミナル「PRea(プレア)」にデータ送信されます。結果はICカードに直接書き込まれるため、手書きや転記の作業が不要になり、測定器の読み間違いに起因する入力ミスや転記ミスを防ぐことができます。また、健診後、ICカードのデータはPReaもしくはパソコンで回収されるため、集計時のデータの取り違いも防止できます。

結果として、これまで検査後のデータ処理の負荷が高く、看護師や栄養士が「本来の保健指導に時間が割けない」という問題の解決にも貢献することができました。

ポータブルX線デジタル撮影システム「CXDI-50G」

寝たきりの患者さんの在宅医療が増えていますが、その場合、限られた医療行為しか受けられないことがあります。また、遠隔地や離島の多い地域では、患者さんを病院へ搬送することも難しいのが現状です。

こうした医療格差を埋めることを目指して開発されたのが、ポータブルX線デジタル撮影システム「CXDI-50G」です。

これまでのX線移動撮影では、撮影はできてもその場での画像確認はできませんでした。このシステムでは、堅牢なケースに本体、ノートパソコン、UPS(無停電電源装置)、ケーブルなど必要な機材をパッケージしているので、どこへでも一式を持ち込んでX線撮影が可能になっただけでなく、その場で画像確認をすることもできるようになりました。

また、このシステムは、被災地で現地の医療機関が停止しているときでも活躍し、多くの被災者の病状把握に力を発揮しています。

キヤノンMJは社会的要請を技術と結びつけることで、問題の解決や医療基盤の拡充に貢献します。

健康づくりへの支援

キヤノントレーニングが国内販売するフィンランド・ポラールエレクトロ社のスポーツ心拍計は、多くのトップアスリートにご利用いただいています。また、日本ウオーキング協会や日本サッカー協会など数多くのスポーツ団体のトレーナーや選手に、心拍計を寄贈しています。

AEDの取り扱いを開始

日本国内では、1日あたり約100人に突然の心停止が発生しており、救命処置が間に合わないケースも少なくありません。キヤノンMJでは、一人でも多くの命が救われるよう、2009年からフィリップス社のAED(自動体外式除細動器)の販売を開始し、普及に取り組んでいます。



ビジネスパートナーと共に
～ビジネスパートナーとの協働～

ビジネスパートナーとの協働

グローバル化した現在の経済・社会において、ステークホルダーに信頼される企業を目指すには、社会の要請や期待に対し、自社だけではなく、ビジネスパートナー(販売パートナー、アライアンスパートナー、仕入先、協力会社)と協働して取り組むことが求められています。キヤノンマーケティングジャパングループでは、安全や品質、環境保全など社会が抱える課題への対応や、人材の育成、価値創造の支援など、企業の活性化につながる活動に、ビジネスパートナーと共に取り組んでいます。

販売パートナー、アライアンスパートナーとの協働

》ソリューションズマスターズクラブ(SMC)

中小企業のお客さまにとって、ITの活用方法が高度化、多様化するにつれ、ITにかかわる「身近な相談相手」である営業担当者・システム運用担当者の役割が重要になります。キヤノンMJでは、販売パートナーの従業員に体系的な研修プログラムをご提供する「ソリューションズマスターズクラブ(SMC)」を設立し、「身近な相談相手」となる営業・システム運用担当者を育成しています。研修では、コンサルティング手法やセキュリティなど、お客さま対応力やスキルの向上に役立つメニューを用意。お客さまの安心感につながるよう、一定のスキルを取得した方には「ソリューションマスター」の認定書を発行し、名刺印刷用の認定ロゴもご提供しています。また、各地で開催しているSMCカンファレンスではCSRセミナーも実施しています。



◆ソリューションズマスターズクラブ(SMC)

》キヤノンスキルコンテスト2008

「キヤノンスキルコンテスト」とは、「確かな技術・顧客視点でお客さまに感動のサービスを！」をスローガンに、お客さまの機器の保守・点検や修理を担当しているビジネスパートナーのカスタマーエンジニア(以下、CE)が、技術力、お客さま対応力、ソリューション提案力を競うコンテストです。

2008年はこのコンテストに214社、総勢495名が参加し、全国を8エリアに分けて予選を行い、決勝戦は10月21日に、東京・品川のキヤノンMJ本社ホールSで開催しました。各エリア代表となったビジネスパートナーのCE17名が、機器の故障を修復する技術力やお客さまへの提案力を競い合いました。スキルコンテストは2009年も実施し、11月に決勝戦を開催する予定です。



◆キヤノンスキルコンテスト2008



◆ 下請法連絡会



◆ コンプライアンス説明会
(キヤノンソフトウェア)



グリーン調達基準書 ◆

グリーン調達活動の内容

仕先の環境への取り組み

環境保全に対して積極的な
取り組み体制があること



商品自体の特性

環境に配慮されていること
(省エネ・省資源・
有害化学物質排除など)

仕先、協力会社との協働 ～サプライチェーンにおける 課題への取り組み～

≫ グリーン調達

キヤノンMJグループでは、地球環境保全のため、より環境負荷の少ない材料・部品・製品を優先的に調達・購入するグリーン調達に取り組んでいます。

企業活動に必要な備品・事務用品は、環境負荷のより少ない物を、

- (1) 環境汚染物質などの削減
- (2) 省資源・省エネルギー
- (3) 天然資源の持続可能な利用
- (4) 長期使用性
- (5) 再使用可能性
- (6) リサイクル可能性
- (7) 再生材料などの利用
- (8) 処理・処分の容易性

の8つの観点で判断して優先的に購入するとともに、製品の原材料や部品、副資材に至る環境影響物質の管理に取り組んでいます。具体的には、「グリーン調達基準書」に基づいた仕入商品に対する有害化学物質廃絶活動や、

それに伴う仕先への啓発と支援を目的とした「グリーン調達説明会」の開催、環境保全に関する取り組み体制について、定期的な自己チェックのお願いなどを行っています。2008年度も更新対象の仕先全社において、製品化学物質管理体制が維持されていることが確認されました。

グリーン調達ホームページ

<http://cweb.canon.jp/ecology/procurement/>

≫ 公正取引・倫理の遵守

キヤノンMJの調達本部は「プロキュアメントガイド」を策定し、社内イントラネットに掲載して、仕先との関係や自分自身の行動に不正がないよう常時確認できるようにしています。「プロキュアメントガイド」とは、調達の目的、調達担当部門の役割、調達基本方針、取引の原則、発注担当者の行動規範などを明確にした、調達活動における基本的考え方を示したガイドブックです。

仕先に委託する修理・役務や製造・プログラム作成に関しては、親事業者と下請事業者との公正な取引

を実現するため、社内やグループ会社の発注部門を集め、下請法講習会や下請法連絡会を開催しています。これらの活動により、下請法で規制されている親事業者としての禁止事項や義務の遵守徹底を図っています。

キヤノンソフトウェア

キヤノンソフトでは、協力会社を対象に、①コンプライアンス、②情報セキュリティ、③請負・派遣契約上の留意点に関する「コンプライアンス説明会」を開催し、キヤノングループが目指す企業倫理方針の共有と、法令遵守のお願いをしています。2003年以降毎年開催しており、2008年で6回目となりました。

≫ 品質・安全を守る

お客さまに安心してご使用いただける安全な製品を提供することは、最も重要な責務の1つです。キヤノンMJでは調達業務フローの中に、仕入商品が製品安全基準(電気用品安全法など)を遵守していることを確認するしくみを構築しているほか、仕先が製品安全基準を満たせるよう、運用支援などを行っています。



積極的なIR活動の推進

キヤノンマーケティングジャパンは、株主・投資家の皆さまに当社の企業価値を伝えるため、積極的にIR活動を行っています。当社ではこのIR活動の基本方針を定めた「IRポリシー」を2008年11月1日に制定しました。このポリシーは積極的にIR活動を行うことに加えて、皆さまのご意見に真摯に耳を傾け、活動に反映させることを基本方針としています。

IRポリシー <http://cweb.canon.jp/co-profile/ir/irpolicy/>

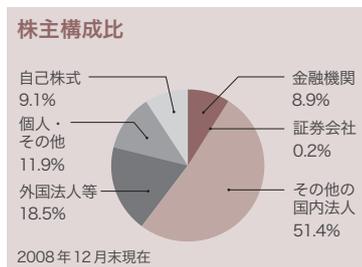
個人投資家向け活動

当社では、より多くの方々に株主になっていただきたいと考え、2006年5月、単元株式数を1,000株から100株に引き下げました。

個人投資家の皆さまに当社の概要や事業内容、業績などをよりご理解いただくため、個人投資家向け説明会を全国主要都市で年10回程度開催しているほか、個人投資家の皆さまを対象にしたイベントも年1回開催しています。

これらの活動は、単に「説明をする」場としてだけではなく、投資家の皆さまと直接コミュニケーションをとることのできる貴重な機会と考えています。

「投資家向け情報」ホームページでは、漫画による会社紹介や説明会で使用した資料に解説を加えて掲載し、当社の概要を分かりやすく解説しています。また、決算説明会の「音声解説付き資料」では、説明会をダイジェストにした概要を耳で聞いていただくことができます。この音声は「Podキャストイング」にも対応しています。



◆ 個人投資家向け証券会社店舗説明会

株主還元

利益配分につきましては、安定配当を重視するとともに、配当性向を連結ベースの30%程度としていきたいと考えています。自己株式については、事業拡大のためのM&Aなど、安定的な事業の成長・発展のために活用していきます。



◆ 日経IRフェア

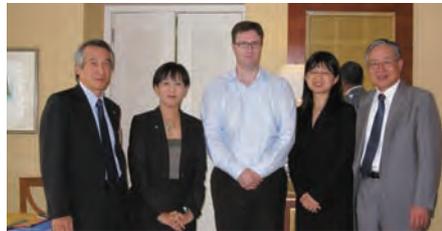


◆ 漫画による会社紹介





◆ アナリスト・機関投資家
向け決算説明会



◆ 海外機関投資家との
ミーティング

海外機関投資家向け
カンファレンスへの参加



株主向け報告書と
◆ アニュアルレポート



情報をお伝えするために

株主・投資家の皆さまからいっそうのご理解を得るために、さまざまなIRツールをご用意しています。プレスリリースによるマスコミを通じた発表や、株主の皆さま向けの「報告書」(年2回)、「アニュアルレポート」(英語版、年1回)などの発行に加え、最新の情報や経営計画、財務データなどの各種資料を当社ホームページの「投資家向け情報」に掲載しています。

なお、このページには皆さまからのご意見・ご要望をお受けする専用のフォーマットもご用意し、株主の皆さまと当社の間で双方向のコミュニケーションができるように取り組んでいます。

当社ホームページの「投資家向け情報」

<http://cweb.canon.jp/co-profile/ir/>



社内に向けて証券市場の 声を伝える

当社はIR活動により、株主・投資家の皆さまに事業計画や戦略、業績、将来の見通しなど、適切な時に適切な情報をご提供するよう努めています。

また、一方的な発信にとどまらず、皆さまのご意見に真摯に耳を傾け、IR活動に反映させていきます。さらに、キヤノンMJグループの役員・従業員に証券市場のお声を伝えることも、IR活動の重要な役割の1つと認識しています。

SRIインデックスへの採用状況

投資信託などの運用に際して、企業の財務状況だけでなく、社会や環境などへの対応も評価基準とする「社会的責任投資(SRI=Socially Responsible Investment)」が注目されています。当社も、CSRへの取り組みがSRI評価機関より評価を受け、以下のインデックスに組み入れられています。

- ・FTSE4Good Japan Index (FTSE社=英国)
- ・モーニングスター 社会的責任投資株価指数 (モーニングスター社=日本)

2008年度の主なIRイベント

決算説明会(機関投資家・アナリスト向け)	4回
中期経営計画説明会(機関投資家・アナリスト向け)	1回
事業説明会(機関投資家・アナリスト向け)	3回
施設見学会(機関投資家・アナリスト向け)	2回
機関投資家・アナリスト個別取材対応	200回程度
証券会社主催カンファレンスへの参加(海外機関投資家向け)	3回
個人投資家向け説明会	10回程度
個人投資家向けイベントへの参加	1回



キャノンマーケティングジャパングループの 従業員にとって大切なこと

【キャノン行動指針】

キャノンには創業当時より、「従業員が生涯を豊かに、幸せに」という経営哲学があります。この創業時の経営理念は、「三自の精神」「実力主義」「国際人主義」「新家族主義」「健康第一主義」という人間尊重主義を基本概念とした5つの行動指針となって今日まで受け継がれており、従業員一人ひとりがいきいきと誇りを持って仕事に取り組む企業風土の醸成を図っています。

実力主義を実現し、やりがいを持って仕事をするために

キャノンMJグループでは、年齢や性別に関係なく、重要な仕事、責任ある仕事につき努力した人を公平・公正に評価する実力主義の文化が根づいています。

この実力主義をベースとして、従業員がチャレンジ精神と自己啓発の姿勢を基本に、日々向上心を持って切磋琢磨していくことで、自らの成長と会社の発展に結びつけていけるような環境を整えています。

≫ 賃金制度・評価制度

賃金制度においては、仕事の役割と成果に応じて賃金を支払う「役割給制度」を導入。個々の担っている仕事の難易度に基づいた役割の大きさ（役割等級）によって、給与を決定しています。賞与についても、個人や会社の業績に連動する制度を採用しています。賃金制度を運用面で支える評価制度では、評価の分布を従業員に開示し、最終評価を明確にすることで、制度の透明性と従業員一人ひとりのモチベーション向上を図ってい

ます。さらに、年2回の面接と合わせ、日頃から上司と部下の相互コミュニケーションを促進し、従業員の納得性を高める運用に努めています。

≫ 研修メニューの充実

キャノンMJでは、三自の精神に基づき、将来のリーダー育成のために階層別研修を行っています。特に、新入社員・入社二年次社員・新任課長を対象とした各研修では、「CSR関連教育」を組み込んでいます。また、プロフェッショナル人材育成のためには、グループ全従業員を対象としたビジネススキル研修や職務系統別研修も実施しており、グループ共通の研修システムからオンラインで申し込みできるしくみを整えています。さらに、勤務地や業務を問わず、従業員の自己啓発を広く支援するため、通信教育講座（2008年は224講座）を提供しています。

≫ キャノンビジネスアカデミー

2008年2月からは、新たな取り組みとして、若手社員の「自ら学び」「よく考える」ことを訓練・習慣づけるための場を提供することを目的とした新自己

啓発プログラム「キャノンMJグループビジネスアカデミー」を開始しました。参加者の自主性を重んじる講座のため、終業後や休日などに実施しています。2008年度の参加者は221名。今後はネットワークを利用した同時開講なども目指していきます。

≫ キャリア開発自発塾

キャノンビジネスサポート

キャノンBSでは2008年、自律型人材になるためのキャリア開発ワークショップ「キャリア開発自発塾」を開催しました。満年齢30歳、40歳、50歳のグループ内異動者およびキャノンBS従業員を対象に、自分のキャリア（仕事・人生）を自分で切り開くようにするための支援活動を展開しています。従業員各自が自分のキャリアに対して考える気づきの場をつくることを目的に、キャリア開発についてのグランドデザイン、ワークショッププログラムを企画・実施し、部課長113名全員と満40歳の一般社員が受講しました。

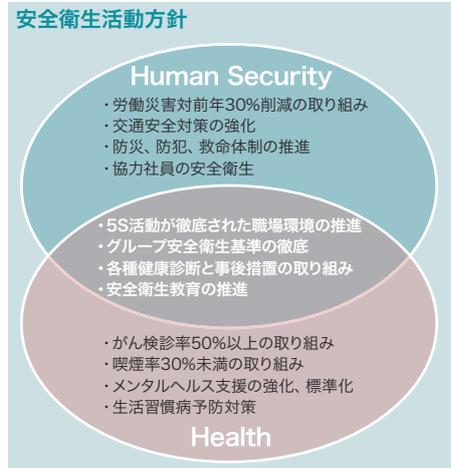
一方、派遣スタッフに対しては、キャリア上の悩みについてキャリアカウンセリングをスタートしました。



◆ ビジネスアカデミー



エリアミーティング ◆



全国各地域における経営層との双方向コミュニケーションを目指す、従業員と組織の活性化

» エリアミーティング

キヤノンMJグループでは、半期に1度、経営層が全国拠点をまわり、決算の説明と方針の徹底、従業員と経営層との双方向コミュニケーションを図る場である「エリアミーティング」を開催し、個人と組織の活性化を目指しています。

本社、全国の支店に加え、「できる限り多くの従業員と接したい」との経営層の意思に基づき、小規模な拠点でも開催しています。2008年は上期19回、下期25回、合計8,391名が出席しました。この場では時間の許す限り懇親会を設け、仕事の話だけでなく、さまざまなテーマについてフランクな意見交換が行われています。従業員からは「経営層が身近に感じられるようになった」「仕事のやる気につながった」「継続して開催してほしい」という声が多く寄せられています。

» ミニキャンプ・知恵出しポスト

キヤノンシステムアンドサポート

キヤノンS&Sでは、社長と従業員が、テーマに沿ってディスカッションする場「ミニキャンプ」を設けています。2008年は全本部で合計28回開催し、社長をはじめ各部門の従業員、延べ309名が参加しました。その結果、社長が従業員と直接対話して現場の課題を認識することができました。また、イントラネットを通じて、経営層にさまざまなアイデアを提言する「知恵出しポスト」が、よりいっそう活用されるようになりました。

働きやすく快適な職場環境の実現と、従業員の健康

体も心も充実し、健康であることは、いきいきと働いて成果を上げるために大切なことです。キヤノンMJグループでは、「ヒューマン・セキュリティ(人の安全)」「健康で働けることは幸せ」「Broken Windows Theory(破れ窓理論)」の3つの視点を軸に、労働災害の防止・削減とメンタルヘルスを含めた健康管理をグループ全社で積極的に推進することにより、安

全で健康に働き続けられる職場風土をつくり上げています。

Broken Windows Theory (破れ窓理論)

アメリカで考案された環境犯罪学上の理論で、軽微な犯罪も徹底的に取り締まることで凶悪犯罪を含めた犯罪を抑止できるという理論。「建物の窓が壊れているのを放置すればほかの窓もまもなくすべて壊されるだろう」との考え方からこの名がある。「割れ窓理論」、「壊れ窓理論」ともいう。

» 地域・職場単位での安全衛生活動

キヤノンMJでは北海道から九州まで全国に9つの地区安全衛生委員会を設置し、職場単位でも合計118の安全衛生委員会を設けています。全社安全衛生活動方針のもと、安全衛生活動は地区や職場単位で組織的に展開されています。

» グループ統一の安全衛生基準の推進

キヤノンMJグループでは、労災の発生を未然に防止し、安全で快適な職場環境の維持向上に向け統一した安全衛生活動を行うことで、従業



従業員と共に

～キヤノンマーケティングジャパングループの
従業員にとって大切なこと～



◆ 5S (整理、整頓、清潔、清掃、しつけ)



◆ 救急救命講習



◆ ひまわり CLUB

◆ くるみんマークを
取得



◆ やさしい運転
ポスター



員が仕事に打ち込めるよう、グループ安全衛生基準10種類(5S基準、重量物安全取扱基準、化学物質管理手順など)を策定し、2008年1月1日よりグループ全社で施行しました。

従業員の健康のために

» フィジカルヘルスケア

「健康で働けることは幸せ」をスローガンに、自己の健康管理に結び付く健康支援と健康に配慮した職場環境づくりに取り組んでいます。

毎年の定期健康診断の受診率は100%。生活習慣病予防プログラムも実施しています。日常の健康相談は全国5カ所の健康管理室の各専門産業医と保健師が、個人面談、電話・メール相談、出張相談を実施しています。

また、30歳以上の従業員を対象にしたがん検診(キヤノン健保によるがん検診費用補助制度あり)の受診率向上に向けて、全社的に啓発活動を展開しました。その結果、キヤノンMJの受診者数(受診率)*は2005年の699名(10%)から、2006年に1,132名(15.4%)、2007年は2,721名(37.6%)、2008年は4,447名(60.9%)と大きく上昇しています。

*受診数、受診率の集計期間はすべて同年4月～翌年の3月です。

» メンタルヘルスケア

メンタルヘルスの維持・増進のために、メンタル専門医の配置をはじめ外部EAP機関(キヤノン健保契約「こころの健康相談窓口」)を設置しています。また、職場復帰支援プログラムを導入し、新任課長・課長代理を対象にしたメンタルヘルス研修を実施しています。日常のメンタルヘルス相談については、健康管理室が、個人面談、電話・メール相談、出張相談、同行受診などのメニューをそろえ、きめ細かく丁寧に対応しています。

EAP機関

EAP(Employee Assistance Program)とは、職場のメンタルヘルスサービスなどを行う従業員援助プログラムのことであり、企業が自社内部で設置する場合と、外部のEAP会社に委託する場合とがある。

» ハラスメント対策

セクシュアルハラスメント、パワーハラスメントなどのトラブルを未然に回避するという視点から、さまざまな活動に取り組んでいます。新入社員研修や管理職研修の中でも、ハラス

メントについて触れることで啓発を行っているほか、企業倫理の観点に基づき職場単位で行っている「コンプライアンス・ミーティング」においても、ハラスメントについて話し合うことにより、従業員の意識の向上を図っています。

また、安心して相談できる専用窓口も設けています。

お客さま、地域社会にとっても 安全な体制をつくるために

» 救命救急体制の整備

事業所内において緊急に救命すべき事態が発生した場合に備え、次のようにお客さま・従業員などを対象とした人命救助体制の整備を進めています。

- ・従業員50名以上の事業所にAED(自動体外式除細動器)を設置(キヤノンMJグループ 2009年3月現在:23事業所、合計25台設置)
- ・社内救命講習会を通じた救命対応の体制づくり(2006-2008年度:開催数45回、参加者981名)
- ・全国5カ所の健康管理室の保健

キヤノンMJグループ従業員情報

2008年12月末現在

従業員構成

	キヤノンMJグループ	キヤノンMJ
男	15,916名	5,029名
女	2,912名	733名
合計	18,828名	5,762名

人事諸制度利用者数

	キヤノンMJグループ	キヤノンMJ
育児休業制度	126名	81名
介護休業制度	3名	0名

管理職構成比

	キヤノンMJグループ	キヤノンMJ
男	3,980名	1,330名
女	74名	10名
合計	4,054名	1,340名

再雇用状況

	キヤノンMJグループ	キヤノンMJ
定年退職者	148名	87名
再雇用従事者	83名	43名

障がい者雇用状況

2008年6月1日現在

	キヤノンMJ
雇用者数	154名
雇用率	1.85%

※雇用者数、雇用率は厚生労働省に提出している数値です。

師・産業医による救命体制の整備
・緊急救命対応フローの職場内掲示
(AED設置事業所)

安全運転への取り組み

全国に約4,300台(2008年12月末現在)の四輪車を保有するキヤノンMJグループでは、グループ全体で安全運転に取り組んでいます。「やさしい運転」をキーワードとして、業務利用にとどまらず、プライベートも含めた事故・違反の撲滅を目指しています。8月に開催した「夏休み子供見学デー」においては、警視庁の協力により、シートベルト体験車を借り、家族全員で事故の衝撃を体験する機会を設けました。最近問題になっている飲酒・酒気帯び運転に対しては、社有車の運転者に「運転前のアルコール検査」を義務づけ、二日酔い状態における無意識の酒気帯び運転防止の徹底も図っています。

SDカードの取得

キヤノンシステムアンドサポート

全国に約3,500台(2008年12月末現在)の四輪車を保有するキヤノンS&Sでは、運転申請者

4,506名のうち、3,569名が無事故無違反の証であるSD(Safe Driver)カードを取得しています。2008年には東北支店(盛岡事業所・花巻事業所・一関事業所)、中央支店(千代田事業所)、新宿アカウント推進部営業本部(渋谷東事業所・品川事業所・下丸子事業所)が警察署長、自動車安全運転センター長よりSDカード優良事業所として表彰を受けました。

安全優良事業所認定継続活動

オーエーエル

オーエーエルでは、安全運転をリードし、お客さまの取引先選定の指標となる企業として位置づけられることを目標に、一人ひとりの安全、環境に対する意識を高め、交通環境に貢献しています。具体的には、危険予知トレーニング、交通安全委員会、パートナー企業との会議を2カ月に1回ずつ開催することを目指して活動を展開し、自動車事故報告規則に該当する事故0件を継続しています。その結果、2008年1月に安全性優良事業所としての認定を更新しました。

育児関連制度

(2007年4月に制度改革)

キヤノンMJでは、次世代の育成とキャリア継続のため、下記の制度を実施しています。

- **産前・産後休暇**
産前は出産日前の6週間、産後については8週間取得可能。
- **マタニティ休業制度・短時間勤務制度**
妊娠判明期から産前休暇の前日まで休業取得や時間短縮勤務が可能。
- **育児休業制度**
対象となる子供が満3歳になる前日まで取得可能。
- **育児短時間勤務制度**
対象となる子供が小学3年生修了時まで1時間もしくは2時間勤務時間を短縮可能。
- **「ひまわりCLUB」**
育児休業者向けのポータルサイト。職場復帰を支援する研修メニューやキヤノンMJグループのニュースなどメニューを用意。



キャノンマーケティングジャパングループの社会貢献活動

キャノンマーケティングジャパングループは、豊かな社会の実現のために、さまざまな社会貢献活動を、積極的に行っています。

【人道・災害】【環境保全】【社会福祉】【地域社会】【教育・学術】【芸術・文化・スポーツ】の6分野において、社会の要請や期待に応える活動を行い、より良い社会づくりに貢献していきます。

人道・災害

▶ 被災地への支援

キャノンMJグループでは、2008年に国内外で発生した災害に対し、以下の支援を行いました。

● 2008年5月にミャンマーで発生したサイクロンの被害に対する支援

キャノンMJは、日本赤十字社とシンガポール赤十字社に対し、総額100万円を寄付しました。

● 2008年5月に中国・四川省で発生した大地震災害に対する支援

キャノンMJとキャノンソフトは、日本赤十字社に対し、総額750万円を寄付しました。

また、上記2つの災害に対し、キャノンMJグループ従業員から募金活動で集めた総額約120万円を日本赤十字社に寄付しました。

● 2008年6月に発生した岩手・宮城内陸地震災害に対する支援

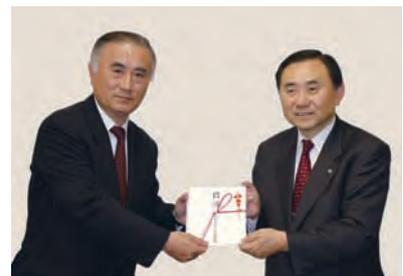
キャノンMJは、日本赤十字社に対し総額100万円を寄付しました。

▶ 国連WFP協会への支援

キャノンMJは、飢餓と貧困の撲滅を目的とした活動を世界的に行っている「WFP 国連世界食糧計画」の、日本における公式民間協力窓口である「国連WFP協会」に、2008年12月から評議員として参加しています。世界の飢餓人口は8億5千万人以上に上っており、キャノンMJグループは人道支援の立場から、国連WFP協会が行う活動を支援していきます。



◆ 日本赤十字社 感謝状
2008年9月に、キャノンMJグループからの寄付に対して日本赤十字社より感謝状が贈られました。



◆ 財団法人ベルマーク教育助成財団への寄付
キャノンMJ従業員から回収した使用済みインク/トナーカートリッジをベルマーク点数に換算し、その目録をベルマーク教育助成財団 森常務理事(左)にお渡ししました。(右はキャノンMJ CSR推進本部長)



◆「高尾の森づくりの会
第8回植樹祭」



◆ キャノンオープン
チャリティフォト撮影会
(戸塚カントリー倶楽部)

◆ 着物ウィーク in 萩

◆ クオリサイトテクノロジーズ(株)
によるビーチクリーン活動参加
(沖縄県名護市)



環境保全

» 環境保護と教育支援を同時に推進 「ベルマーク運動への協賛」

子供たちに資源の大切さを知ってほしいという願いを込め、キャノンMJは、2005年4月よりベルマーク運動に協賛しています。一般的なベルマークを集める協賛方法とは異なり、ベルマーク教育助成財団に登録されている学校が使用済みのインク/トナーカートリッジ(以下、カートリッジ)を集め、これをキャノンMJが回収して、それに相当するベルマーク点数を学校に進呈。回収したカートリッジはリサイクルされるため、子供たちの環境への関心を高めるきっかけになるとともに、ベルマークを集めることで、学校の備品や教育の充実に寄与しています。参加校はすでに10,988校(2008年12月末現在)を超え、2008年には、合計で10,864,001点を参加校に進呈しました。回収量は2007年比155%と、活動の輪が広がっています。また、従業員が家庭で使用したカートリッジを回収し、ベルマーク教育助成財団に点数分の金額を寄付しています。

» 高尾の森づくり

「キャノン環境ボランティアの会」

キャノンMJ体育文化会に所属する「キャノン環境ボランティアの会」は、キャノンMJが法人会員となっている「社団法人 日本山岳会 自然保護委員会 高尾の森づくりの会」の活動に企画しています。2008年4月13日の「高尾の森づくりの会 第8回植樹祭」には、「キャノン環境ボランティアの会」から23名が参加。その後の下草刈りや除間伐、歩道整備など地道な作業を続け、多様な森づくりを目指して活動しています。

社会福祉

» 「キャノンオープン・チャリティフォト撮影会」マッチングギフト

キャノンとキャノンMJは、男子プロゴルフトーナメント「キャノンオープン2008」のギャラリーイベントとして、「チャリティフォト撮影会」を開催しました。撮影会では、多くの方から、合計61万5,451円もの募金が寄せられました。ご参加いただいたすべての方の善意に感謝し、キャノンとキャノンMJは、募金と同額の合計123万902円を「社会福祉法人 横浜市社会福祉協議会」に寄付しました。

寄付金は、在宅高齢者支援や障がい者の社会活動促進のために役立てられます。

地域社会

» 各地域での環境美化活動

キャノンMJグループ各社では、地域の清掃活動に積極的に取り組んでいます。主な活動として、千葉県「幕張新都心クリーンの日」、富山駅北地区での環境美化清掃活動、沖縄県「ビーチクリーン」、大阪市「クリーンおおさか2008」、東京都「まちかどクリーンデー」などにグループ従業員が参加しています。

» 着物ウィーク in 萩

江戸時代の古地図がそのまま使えるほど美しい街並みが残る山口県萩市。この街をステージに、「和」を楽しみ・「和」を身につけ・「和」を身近に感じていただくイベント「着物ウィーク in 萩」に協力しました。デジタルカメラの機材貸し出しや写真プリントサービスを行い、多くの観光客の方に、街を背景に着物姿の女性の撮影や写真プリントを体験していただき、古都での思い出づくりに協力しました。



社会と共に

～キヤノンマーケティングジャパングループの社会貢献活動～



◆ キャリア教育先端技術体験プログラム (キヤノンMJ 幕張事業所)



◆ 写真甲子園

◆ Jリーグ ©J.LEAGUE PHOTOS



キヤノンギャラリー銀座 ◆



教育・学術

≫ 未来を担う子供たちのために

子供たちの進路をめぐる環境が大きく変化中、家庭、地域、産業界が一体となったキャリア教育の重要性が高まっています。キヤノンMJグループは、生徒・学生の科学技術や仕事に対する関心や興味を喚起し、勤労観や職業観を養うため、さまざまな活動を行っています。

- キヤノンMJ幕張事業所では千葉県教育庁が主催する「キャリア教育先端技術体験プログラム」に協力しました。中学生5名に、デジタルカメラの分解・組み立て、そのカメラでの撮影、プリントを体験していただきました。
- ガーデンネットワークでは、東京都杉並区立和田中学校のキャリア教育「よのなか」科NEXTに協力し、同校の中学生2名に、営業会議への出席、営業訪問への同行、機器の保守や導入、パソコンのセットアップ作業など、ITサービス産業の実務を体験していただきました。
- キヤノンS&Sでは、日立市立台原中学校の生徒の皆さんに、全国均一で高品質なサービスをお客さま

に提供するためのしくみなどを学んでいただきました。機器の分解・組み立て工程の見学では、大変感心を持たれ、その後、職場体験された方から、コピー機のしくみが理解できたことや、コピー内部の構造を実際に見て感動されたことのお手紙を頂戴しました。

- キヤノンITSでは、はこだて未来大学においてITベンダーなど5社との共同による寄付講座を実施し、研究開発部門所属の従業員が、システム開発の現場における実践的なノウハウや最新の技術を中心とした講義などの、教育支援を行いました。また、東京農工大学におけるアジア留学生を対象としたアジア人材育成プログラムでは、XML、Web2.0を中心とした集中講義を行い、岡山大学においては、ICTソフトウェアコースの仮想化技術特論の講義を行いました。

芸術・文化・スポーツ

≫ 「写真甲子園」

キヤノンMJは、「写真の町」北海道東川町で開催されている、高校生

の皆さんが写真の腕を競い合う「写真甲子園」(全国高等学校写真選手権大会)に協賛しています。この大会は1994年から毎年開催され、2008年で15回目を迎えました。本選では、東川町のほか美瑛町・上富良野町を会場とした実撮影によって優勝が競われ、キヤノンMJは、すべての本選出場校にデジタル一眼レフカメラやプリンターなどを貸し出しています。この協賛を通じ、高校生らしい創造性や感受性の育成とともに、地域活性化にも貢献しています。

≫ 写真・映像文化の発展を願って

キヤノンMJでは、「キヤノンギャラリー」を全国7カ所で展開しています。品川の「キヤノンギャラリーS」は、長期開催の企画展を開催し、その他6カ所の「キヤノンギャラリー」では、プロ・アマチュアを問わず公募作品の写真展を展開しています。

また「キヤノンフォトコレクション」として、日本国内の著名写真家の作品を収集し、順次展示公開をしています。2008年12月末現在、収集した作品数は1,800点を超えています。

キヤノンMJが協賛・支援する主な活動

分野	活動名	主催元	活動概要
地域社会	「倉敷フォトミユラル」イベントへの協力	倉敷フォトミユラル 実行委員会ほか	「倉敷フォトミユラル」は、街全体で写真を楽しむ機会や、小学生や高校生を対象として、若い感性を伸ばし、挑戦する場を提供しているイベントです。キヤノンMJは、写真文化の醸成を支援することを目的として、カメラやプリンターなどの貸し出しや、キヤノンMJ所有の「キヤノンフォトコレクション」貸与を行いました。
社会福祉	ペットボトルキャップ 収集活動への参加	NPO法人 Reライフスタイル	「ペットボトルキャップ収集活動」は、収集したキャップの売却益で世界の子供たちにワクチンが贈られる活動です。キヤノンソフトウェアでは、2008年10月～2009年3月の6カ月間で、ポリオワクチン27人分の寄付およびリサイクルによりCO ₂ 168kgの削減に貢献しました。
	関東車いす テニス大会への協力	関東車いすテニス協会	障がいを持つ人たちの体力向上・社会参加への積極性を養うとともに、一般プレーヤーや地域の方との交流を深めることを目的に毎年開催されている車いすテニス大会です。キヤノンMJは、大会会場で、撮影した写真をその場でプリントするサービスを実施しました。
	ピンクリボン テニス大会への協力	日本女子テニス連盟	世界的に活動が広まっている「ピンクリボン活動」。ピンクリボンテニス大会は、乳がんの早期発見、早期診断の重要性を訴え、乳がん撲滅運動の啓発を目的としています。1988年よりキヤノンMJは本大会に協賛し、ピンク色のコンパクトデジタルカメラの賞品提供を行いました。
	献血活動への協力	日本赤十字社	キヤノンMJグループでは、各地で継続的に献血に協力しています。
芸術・ 文化・ スポーツ	Jリーグ オフィシャルスポンサー	社団法人 日本プロサッカーリーグ	全国のクラブチームを通じて、地域に根ざした活動で地域の発展と活性化を目指すJリーグの意思に賛同し、1996年よりJリーグをサポートしています。毎年開幕に合わせてスペシャルイベントを開催するなど、さまざまな支援を通じてサッカー文化に貢献しています。
	ウィーン少年合唱団 日本公演への支援	ジャパン・アーツ TOKYO FM	「天使の歌声」ともいわれる澄んだ美しい声で世界中で愛されているウィーン少年合唱団。キヤノンMJは、数多くのファンを獲得してきた合唱団の公演活動を支援し、国際文化交流に貢献しています。
	ロイヤル チェンバーオーケストラ 演奏活動への支援	ロイヤル チェンバーオーケストラ	ロイヤルチェンバーオーケストラは、「公益法人として国内外の音楽文化の向上に努め、音楽を通じて青少年の健全な育成に寄与する」を基本理念に、1997年から現在に至るまで本格的な演奏活動を国内外で展開しています。キヤノンMJはその活動を支援しています。
	「世界報道写真展」への 支援	世界報道写真財団/ 朝日新聞社	「世界報道写真展」は、報道写真家を対象にしたコンテスト入賞作品を集めた写真展です。キヤノンMJでは、写真ジャーナリズムを支援するために、日本国内で開催される巡回展を支援しています。
	日本国内で開催される ロイター写真展への協力	ロイター・ジャパン 株式会社	ロイター通信が派遣したカメラマンが世界で撮影した、政治、戦争などさまざまな分野の写真を展示する写真展。キヤノンMJは、写真ジャーナリズムの支援を目的に、日本国内で開催された写真展に、機材提供や出力サービスで協力しました。
	「植田正治写真美術館」 イベントへの協力	伯耆町/財団法人 植田正治写真美術館	鳥取県の植田正治写真美術館で開催される、伯耆町/財団法人 植田正治写真美術館財団主催の小学生向けイベント。写真家・植田正治が生涯を通じてやってきた演出写真の作成を体験するイベントで、情操教育の一助として企画されたものです。キヤノンMJは、機材の貸し出しなどを行い、本イベントに協力しました。
	CG-ARTS協会への支援 および学生CGコンテスト への協力	財団法人 画像情報教育振興協会	文化庁メディア芸術祭の協賛事業として、CG-ARTS協会が主催するコンテスト。未来を担う若い才能の発掘と作品発表の場の提供を目的としています。キヤノンとキヤノンMJグループは、若者のCG技術の育成を目的として活動を行うCG-ARTS協会への支援とともに、本コンテストの賞品提供に協力しました。
	TAMA CINEMA FORUM 映画祭への協力	TAMA映画フォーラム 実行委員会	市民ボランティアを中心に、日本映画の活性化と映画を通じた21世紀の新たな地域コミュニティづくりを目指す映画祭で、1991年から毎年、東京都多摩地区で開催されています。キヤノンMJは、本映画祭に協賛しています。
	いぶすぎ学生(子ども)映画 祭への協力	学生(子ども)映画祭 IN いぶすぎ実行委員会	「子供たちの心をビデオ作品を通して理解しよう」という目的で2007年より開催されている映画祭。日・ベトナム特別大使の杉良太郎氏が発起人でもあり、ベトナムと日本の子供たちとの交流イベントでは、「ジュニアフォトグラファーズ in いぶすぎ」を開催しました。キヤノンとキヤノンMJは、日本とアジア地区の子供たちが作品制作のために使用するビデオカメラや賞品の提供を行いました。
	第16回 EU・ジャパンフェストの 活動への協力	EU・ジャパンフェスト 日本委員会	「地域社会への貢献」や「社会的責任」にかかわる、市民やアーティストの国境を越えた活動を支援する目的で、欧州や日本国内で写真・音楽・舞台・文学といった分野でさまざまなプログラムを展開しているEU・ジャパンフェストの活動を、キヤノンとキヤノンMJは、支援しています。



地球環境と共に

～キヤノンマーケティングジャパングループが地球環境のためにできること～

キヤノン製プリンター導入による 環境保全への配慮

— 明治安田生命保険様における新機種導入の事例 —

明治安田生命保険相互会社
情報システム部 ネットワーク基盤グループ
主席スタッフ **森 亮**様

明治安田生命保険相互会社は、2008年4月から3か年間の中期経営計画「明治安田チャレンジプログラム」の一環として、全国の支社・営業所のシステムインフラを大幅刷新し、新営業拠点システム「マイリンクnet2.0」を同年11月から稼働しました。「チャレンジプログラム」は、「お客さま満足度向上の徹底追求」と「CSR経営の推進」を大きな柱とし、今回、営業職員をサポートする最新のシステムを導入しました。同社にとってこのようなシステムの大幅刷新は5年ぶり。さまざまなお客さまとの取引状況を一括して把握できる照会機能、商品関連資料などをパソコン画面で参照できる機能など、お客さまサービスメニューを拡充させています。また、支社や営業所を光ブロードバンドネットワークでつなぎ、営業職員が支社、営業所にいながら本社からのライブ研修を受けたり、会議に参加したりすることも可能になりました。

さらに、同社は「マイリンクnet2.0」において、全国1,400の拠点にキヤノン製プリンターを2,300台導入しました。同社は以前からキヤノン製プリンターを導入していましたが、新機種は従来機種に比べ省エネ性能に優れ、全拠点合計で年間240トンのCO₂の削減が可

能となります。これは約17,000本のスギの木が1年間に吸収するCO₂の量に相当します。

一方、使用していたキヤノン製プリンター2,223台は、環境省の「広域認定制度」の認定を受けたキヤノンMJの「グリーンリサイクルサービス」により、ほぼ100%再資源化されました。キヤノンMJは使用済み製品を自治体の枠を超えて回収・運搬した後、関連会社のキヤノンエコロジーインダストリーなどで、部品のリユースやマテリアルリサイクルなどによって再資源化しました。

システムの大幅刷新、特にプリンターの配備・回収に携わった同社情報システム部の森亮氏は、「保守・点検などで長いおつき合いをしてきたこと、新機種の性能が今回のキヤノン製プリンター導入の決め手になりました。さらに、『グリーンリサイクルサービス』のご提案を頂き、『CSR経営の推進』への取り組み、環境保全へも配慮ができた」とおっしゃっています。

同社「マイリンクnet2.0」開発においても、開発資源の省力化を図りCO₂排出量抑制に取り組んでいるそうです。

キヤノンマーケティングジャパングループが地球環境のためにできること

キヤノンマーケティングジャパングループは、自社オフィスでの環境負荷低減はもちろんのこと、製品の輸送、お客さま先での使用、回収・リサイクルまでトータルに環境負荷低減に取り組んでいます。また、グループ独自の環境ソリューションの提案によって、お客さま企業における環境負荷低減にもお役に立っています。

環境方針と活動概要

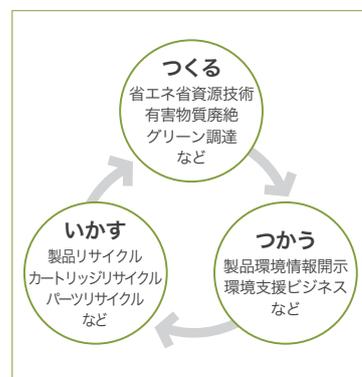
キヤノンMJグループは、環境保全に向けて具体的に取り組むため、2000年より「環境方針」を掲げ、従業員への周知徹底を図るとともに、ホームページなどでその内容を公開しています。その趣旨は、持続可能な経済の発展と地球環境との調和に貢献すること、そして環境保全活動を通じて多くの人々から尊敬される企業を目指すことです。

製品各ステージ(つくる・つかう・いかす)での環境負荷低減

キヤノングループは「製品企画－開発－製造－販売－リサイクル」という製品ライフサイクルを、「つくる」「つかう」「いかす」という3つのステージに分類し、すべてのステージでの環境負荷低減に取り組んでいます。

お客さまとの接点という重要な役割を担うキヤノンMJグループは、特に「つかう(=販売・使用・保守サービス)」と「いかす(=回収・リサイクル)」の部分を担当し、環境配慮製品や環境関連ソリューションを提供す

る販売活動、使用済み製品の回収と回収製品のリサイクル活動推進などを通じて、環境保全への貢献を図っています。



日経環境経営度調査 商社で3位

日本経済新聞社が2008年に実施した第12回「環境経営度調査」の商社部門の企業ランキングで、キヤノンMJは265点(最高点は300)を獲得し、3位に入りました。これは、企業における環境保全活動と経営効率の向上の両立を評価するもので、2007年の5位よりランクアップすることができました。

2008年キヤノンMJグループ環境目的・目標

環境目的

環境経営の推進

環境目標

地球温暖化防止対策の推進－2010年地球温暖化ガス排出量10%削減(対2005年売上比)

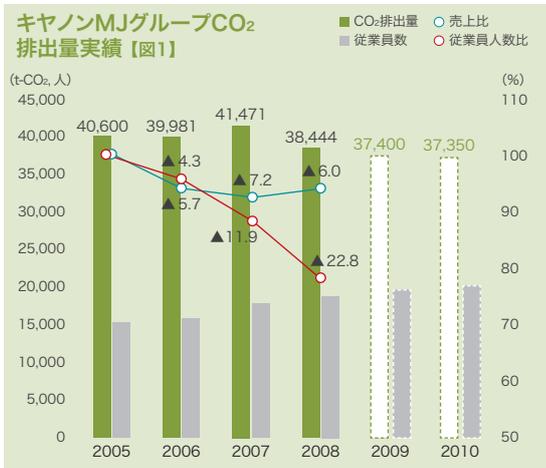
従業員向け環境教育プログラム構築

※環境方針は64ページ「キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針」をご覧ください。
ホームページ <http://cweb.canon.jp/ecology/policy>



地球環境と共に

～キヤノンマーケティングジャパングループが地球環境のためにできること～



◆ウェブ教育コンテンツ画面【写真1】



◆松山営業所の従業員【写真2】

地球温暖化ガス削減への取り組み

》地球温暖化防止対策の推進

2005年の京都議定書発効に伴い、産業界では日本経団連を中心として、地球温暖化ガスの排出削減に向け、各社が自主的な目標を掲げて取り組んでいます。

キヤノンMJグループにおいても、削減目標を自主的に設定し、『グループ目標2010年10%削減(2005年売上比)』に向けて取り組んでいます。

【図1】参照

キヤノンMJグループCO₂排出量実績

2008年実績	38,444 t-CO ₂
・総排出比	▲5.3%削減(2005年比)
・売上比	▲6.0%削減(2005年比)
・従業員人数比	▲22.8%削減(2005年比)

●カーシェアリング制度の導入

キヤノンMJでは、2008年に大阪支店とさいたま営業所でオリックス自動車のテレマティクスサービスを導入しました。2009年2月からは、カーシェアリング制度を全車両に導入していきます。

カーシェアリング制度は、キヤノンMJの社有車の効率的利用を進めるとも

に、安全と環境を守ることを目的としたしくみ。従業員は専用のウェブ予約画面で利用予約さえすれば、全国約50カ所の拠点から社有車を借り出したり返却したりできます。テレマティクスサービスでは、各車両から「安全運転」「エコ運転」「車の運行」情報をデータベースに送信、運転状況がデータで明らかになるため、運転者の意識向上を促します。

●環境にやさしいサービス活動

キヤノンシステムアンドサポート

キヤノンS&Sの千代田アカウントサービス推進部では、担当エリアの東京・千代田区全域で、一般のお客さま向けのサポートを行うカスタマーエンジニアの95%以上が、電動自転車を使用しています。これにより迅速な対応でダウンタイムを短縮するとともに、駐車場所の省スペース化も図っています。



◆保守サービスに活躍する電動自転車

従業員一人ひとりの取り組み

1. 会議の効率化
2. パソコンの省エネモード設定(離席時の蓋閉め励行)
3. 昼休み1時間消灯徹底
4. 週2回のノー残業デーの徹底
5. エコドライブの徹底(やさしい発進・停止、不要な荷物を積まない、1日1分のアイドリングストップなどの励行)
6. 車の利用を控える(週2回8kmの移動を自転車にする)
7. テレビ会議システムの利用

オフィスエネルギー削減活動

1. 空調稼働時間の短縮(一斉稼働の改善)
2. オフィスの温度調査/分析(細分化した温度調整)
3. 人感センサー取り付け
4. 共有フロアの空調停止
5. 空調省エネベルトへの切り替え
6. 照明などの消灯徹底



松山営業所では、 ガイドブックを参照しながらゴミ分別を実施【写真3】



札幌支店のリフレッシュルームにある透明のゴミ箱【写真4】



リサイクル文書を利用した牛舎のしきわら【写真5】

従業員向け環境教育プログラムの構築

» 従業員向け環境教育プログラムの実施とウェブ教育用のコンテンツの作成

従業員一人ひとりの地球環境保全に対する意識と喚起を目的とした「エコロジーパーソン診断」や「営業向け環境教育」をウェブ教育で実施しました。

また、環境基礎教育(全従業員教育)や環境マネジメント教育(部門責任者/環境スタッフ教育)については、楽しく受講できるように工夫をこらしたウェブ教育用コンテンツを新たに作成しました。【写真1】参照

» 「コツコツ減らそうCO₂!」毎月発信

グループ従業員に環境への関心をより高く持ってもらうために、「コツコツ減らそうCO₂!」を毎月発信しています。コツコツ減らそうCO₂! シリーズ1(2008年1月～7月)では、主に地球温暖化のメカニズムやその現状にスポットを当て、CO₂削減の必要性や一人ひとりの取り組みの大切さなどについて紹介しました。9月から発信を始めたシリーズ2では、各社・各

事業所・各人のCO₂削減のアイデアをキヤノンMJグループで共有することを目指し、キヤノングループ各社における事業所での取り組み、製品を活用したお客さまとの取り組みなどを紹介しています。

● お金をかけずにできることからコツコツ減らす

松山営業所では、「お金をかけずに、環境のために私たちができること」をモットーに身近な環境対策に取り組んでいます。【写真2-3】参照

その1つがお手製環境ポスター(キヤノンMJ岡山営業所が作成)。ポスターを掲示板に貼り、環境への配慮を呼びかけています。ポスターはキヤノンの大判インクジェットプリンター「imagePROGRAF」と「Poster Artist」を使って作成しており、見本として本業にもつながっています。

出口近辺にエコバッグを備え付けたのも工夫の1つ。所員が近隣のコンビニエンスストアを利用する際にはこれを持って行くので、レジ袋の使用は減少、マイ箸を持つ所員も現れ、所内に環境意識を浸透させるのに貢献しています。

そのほか、ゴミ箱の近くにゴミの分別表を貼り営業所一体となって細分化されたゴミの分別を推進する、ノー残業デーでは所員一人ひとりが「何時に帰るか」をみんなに公約する、営業車を減らしてハイブリッドカーに代えるなど、多くのアイデアを所員が自主的に提案し、実施しています。

● 「うちくる?」感覚のオフィスツアーから学ぶ環境活動

札幌支店では、アイデアを重視し全員参加型で環境活動に取り組んでいます。

リフレッシュルームに設置した透明のゴミ箱はその1つ。捨てたゴミがそのまま見えてしまうため、従業員はゴミを捨てる際に細心の注意を払うようになります。【写真4】参照

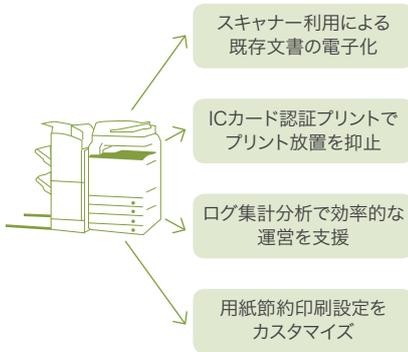
また、社有車は社内レンタカー制度を導入することで全体最適化を実現。ユニークなのは機密文書の処理方法。業者と契約し、機密文書を牧場の牛舎のしきわらとしてリサイクルしているのです。もちろんしきわらはワラが常識ですが、北海道ならではの発想で独自の解決策が生まれました。【写真5】参照



地球環境と共に

～キャノンマーケティングジャパングループが地球環境のためにできること～

複合機の活用でオフィスの環境負荷低減
【図1】



環境ソリューション「グリーン調達調査支援システムEcovation GreenN」
【図2】



札幌支店では、こうした取り組みを「オフィスツアー」でお客さまに紹介していますが、「キャノンの真摯な取り組みが分かった」との評価を頂いており、キャノンに対する信頼感が高まっています。

環境配慮製品・システム・サービスの提供

キャノンMJは環境配慮製品のご提供だけでなく、製品の使い方・業務フロー改善のご提案や、環境ソリューションのご提供を通じて、お客さまと共にオフィスにおける環境負荷低減に取り組んでいます。

》オフィスで実現できる

環境負荷低減

環境配慮製品は省エネ・省資源であるのはもちろんのこと、使い方を工夫することによってさらにオフィスの環境負荷を低減させることができます。

例えば複合機は、紙文書の電子化に活用するほか、コピー・プリントの使用状況集計・分析、印刷設定のカスタマイズ、放置プリント抑止策などを行うことにより、スペースの削減、用紙の節約な

どを実現することができます。【図1】参照
これらの事例はキャノンSタワー（東京・品川）のほか、札幌、仙台、大阪、広島、福岡の各支店におけるオフィスツアーでも実際にご覧いただくことができます。

キャノンSタワー オフィスツアー
<http://cweb.canon.jp/solution/s-tower/>

》環境ソリューション

キャノンITソリューションズ

キャノンITSは、キャノングループが長年にわたって培ってきた環境に関する技術・ノウハウをお客さまに提供する環境ソリューションシリーズ「Ecovation」シリーズを展開しています。

●グリーン調達調査支援システム【Ecovation GreenN】

製造業におけるグリーン調達調査回答業務はもとより、調査履歴管理・化学物質の自動集計・判定サポート・エビデンス管理など、さまざまなシーンで作業負荷を軽減し、大幅な効率化を実現します。【図2】参照

●マテリアルフローコスト会計（MFCA）導入支援システム【Ecovation MFCA】

マテリアルフローコスト会計は、製造業における資源生産性の向上とコストダウンを追求する上で有効な管理会計手法の1つです。

キャノンMJグループでは、MFCAの導入支援を行うコンサルティングサービスに加え、MFCAの導入・体系化を図るシステム「Ecovation MFCA」をご提供しています。

》その他のソリューションによる環境負荷低減

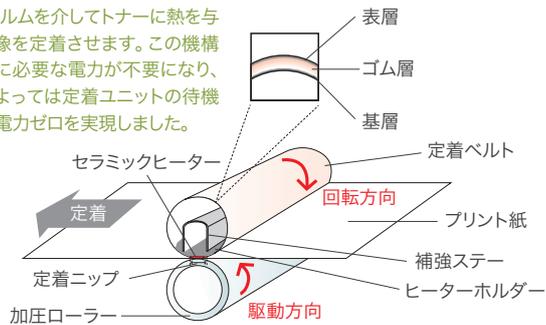
キャノンITソリューションズ

キャノンITSでは輸配送計画の自動化を中心に、物流の効率化・CO₂削減・省エネ向上などを支援するソリューション「RouteCreator」をご提供しています。

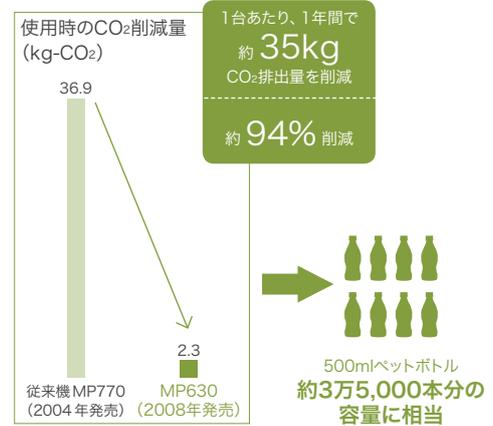
お客さまの実績データをもとに、輸配送の最適化シミュレーションを実施します。お客さまの実情に合わせて条件設定の細かい分析とチューニングを行い、事前に導入効果を把握することができます。シミュレーションサービスで得られた結果を元

カラーオンデマンド定着方式のしくみ【図3】

薄い定着フィルムとセラミックヒーターが接触する構造で、定着フィルムが回転するときだけヒーターが作動、フィルムを介してトナーに熱を与えて画像を定着させます。この機構で待機に必要な電力が不要になり、製品によっては定着ユニットの待機時消費電力ゼロを実現しました。



PIXUS MP630の使用時における省エネ効果【図4】



に、お客さまに合わせた輸配送計画システムを構築します。

≫ 環境配慮製品を生み出すしくみ

キヤノングループでは、製品の企画・開発段階から環境配慮項目を設定する「製品アセスメント」を確立しています。製品の開発段階で、製品がどの程度環境に負荷を与えるかをあらかじめ評価し、軽減するためのしくみです。

≫ 製品の省エネ・省資源技術

製品の環境負荷低減を目指し、キヤノンでは複写機・複合機、プリンターにおける「オンデマンド定着技術」や「IH定着方式」を開発し、新製品においては2000年比50%以上の消費エネルギーの削減を達成しました。

製品の小型・軽量化も開発段階から配慮し省資源化に努めています。

【図3】参照

●「エコプロダクツ大賞推進協議会会長賞（優秀賞）」を受賞

キヤノンのインクジェット複合機PIXUS MP630が、2008年11月、エコプロダクツ大賞推進協議会主催の「第5回エコプロダクツ大賞」エコ

プロダクツ部門において、「エコプロダクツ大賞推進協議会会長賞（優秀賞）」を受賞しました。

PIXUS MP630は 自社従来機と比較し、印刷解像度・印刷速度の向上などの機能アップを図る一方で、電力消費量の約94%削減や、製品の小型軽量化（重量比で約29%、容量比で約52%削減）などを進めた結果、製品ライフサイクルでCO₂を約82%削減していることが評価され、今回の受賞となりました。【図4】参照



PIXUS MP630

ピクサス 環境に配慮した設計

<http://cweb.canon.jp/pixus/eco/>

≫ 有害物質廃絶活動

キヤノングループでは、有害物質廃絶の観点から、1997年より環境影響物質の把握・管理を推進しています。

現在は、2007年6月から運用が始まったEUのREACH規則への対応を随時進めています。

キヤノングループでは、化学品については、使用する化学物質の調査／予備登録を行うとともに、アーティクルについては2011年届け出開始に向けて、業界によるしくみづくりに積極的に参画しています。その後は、そのしくみを社内体制に反映して、着実に法令に対応していきます。

≫ 調達基準・製品化学物質保証体制

キヤノンは、1997年に「グローバルキヤノングリーン調達基準書」および「グローバルキヤノングリーン調達ガイドブック」をいち早く発行し、グリーン調達を推進してきました。

キヤノンMJでは、キヤノングリーン調達基準に基づき、企業活動に必要な備品・事務用品は環境負荷のより少ない物を優先して購入しています。

またキヤノンMJグループにおいても有害化学物質の廃絶を目的として、商品化における企画段階より取引先調査と物品調査を行い特定有害物質の非含有を確認し商品の市場への提供を行っています。



地球環境と共に

～キヤノンマーケティングジャパングループが地球環境のためにできること～

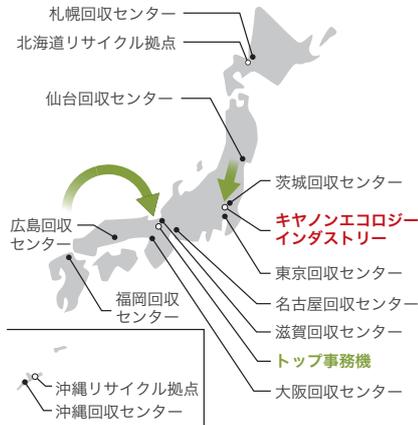
Refreshedシリーズ

製品段階での1台当りの環境負荷比較【図1】

(新しい部品から製造した場合と比較、CO₂換算)



キヤノンリサイクルネットワーク【図2】



環境規格適合と製品環境情報表示

キヤノングループでは、複写機・複合機、プリンターなどの各製品の企画段階から、環境規格への適合に取り組んでいます。

公的機関に環境負荷の少ない製品の購入を求めた「グリーン購入法」、機器の消費電力削減を目的とした「国際エネルギーステッププログラム」、ライフサイクル全体における環境負荷低減を目的とした「エコマーク」などへの適合を重視してきました。

キヤノンMJでは、お客さまに環境負荷の少ない製品を安心して選択していただけるよう、製品の環境配慮情報を積極的に開示しています。

キヤノン環境への取り組み

<http://cweb.canon.jp/ecology/products/>



環境配慮製品

≫ 環境配慮型デジタル複合機 (Refreshedシリーズ)

使用済みのデジタル複合機を再製造した「Refreshedシリーズ」を2005年8月から順次発売しています。独自のプラスト洗浄技術(粒子を噴射して表面の汚れを削り落とす技術)の確立により、外装部品の再利用も可能になりました。その結果、質量比で平均91%の部品再利用率を達成しました(iR6570N-Rの場合)。製造段階までに発生する環境負荷についても新しい部品のみで生産される機械と比べ大幅に削減することができました。【図1】参照

≫ 環境に配慮した電卓

2007年4月、グリーン購入法の対象品目に電卓が追加されました。キヤノンMJはそれに先駆け、2006年7月に業界初の「コピー機から生まれた電卓」を発売しています。環境に配慮した電卓として、使用済み複写機の素材をリサイクルした再生プラスチックを本体に採用し、省資源を実現。グリーン購入を推進されている官

公庁・教育機関など数多くのお客さまに選ばれています。



「コピー機から生まれた電卓」

キヤノングループで展開する回収・リサイクル活動

≫ 輸送における環境負荷低減

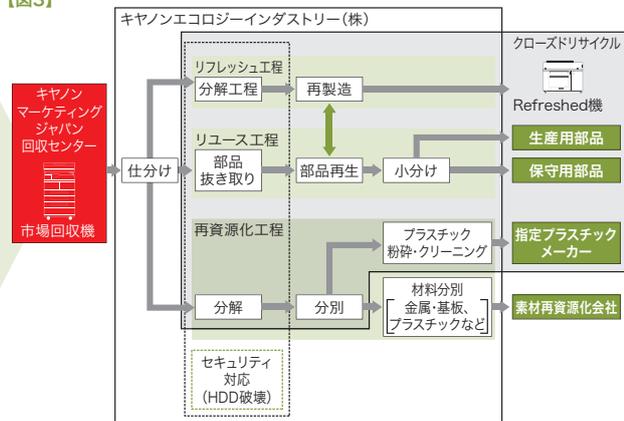
輸送段階では、積載効率の改善とともに「モーダルシフト」を使用済み製品の回収においても展開しています。使用済み製品回収の鉄道への代替で28トン(トラック比86%)、船舶への代替で73トン(トラック比55%)のCO₂削減を達成しました。

≫ 回収・リサイクルシステム

お客さまのもとで使用済みとなった機器は、全国10カ所の回収センターに集められます。1台ずつリサイクル会社で解体した後、プラスチックや鉄・銅などの素材ごとに分けられ、それぞれ原材料として再生利用されます。【図2】参照

製品リサイクルフロー

【図3】



郵便局での共同回収イメージ

【図4】



キヤノングループのリサイクル拠点であるキヤノンエコロジーインダストリーでは、回収機から取り出した部品やユニットのリユースも実施しています。機器1台ずつに貼付したバーコードで、回収から解体までの過程を追跡できます。

部品回収循環箱では、RFID(ICタグカード)で出入庫管理・期間分析を行っています。その他廃棄物排出時のマニフェストの電子化を推進するなど、回収・リサイクルオペレーションのシステム化を進めています。

製品リサイクルフロー

キヤノンMJはキヤノングループリサイクル会社と連携し、循環型社会形成に向けて、お客さまから回収した使用済み製品を次の2つのフローで再資源化しています。

①解体・分別後の再利用……

部品やユニットを洗浄・一部交換して再利用する「リユース」や、再使用できる部品を使って新しい製品を組み立てる「リマニファクチャリング」など。

②リサイクル……

分別後の部品・素材を原材料として利用する「マテリアルリサイクル」など。

【図3】参照

カートリッジリサイクルフロー

回収された使用済みカートリッジは、再利用できる部品の取り外し、洗浄を経て、新品生産のために再利用されます。残りの部材は破碎・材料分別機へ投入、分解され、再び有効な資源として生まれ変わります。こうして、埋め立て処理や産業廃棄物処理を行わず、100%資源として再利用しています。次ページ【図11】参照

パーツリサイクルフロー

キヤノンMJでは、複合機のパーツ資源を有効活用するとともにパーツにかかるコストを低減させるため、使用済みサービスユニットパーツを市場から回収し、キヤノンにて修理・再生を行った後、再度リサイクルパーツとして市場に投入しています。こうした活動により、出庫品に占めるリサイクル品の割合が80%に高まったほか、2008年下期には、新品のパーツを出庫する場合と比べて約20%のコストダウンを実現することができました。

業界協同での取り組み

キヤノンMJは、独自に環境保全活動を行うだけでなく、プリンターやオフィス機器の他メーカーとも協力して資源の再利用に尽力しています。

インクカートリッジ
里帰りプロジェクト

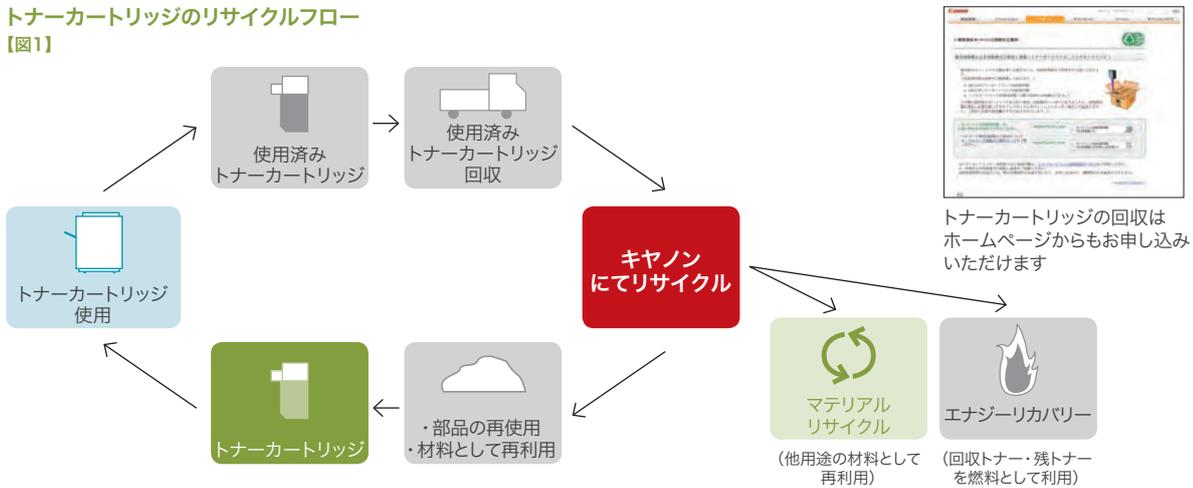
キヤノングループなど、インクジェットプリンターメーカー6社は、2008年4月から日本郵政グループと協力し、「インクカートリッジ里帰りプロジェクト」を実施しています。お客さまの利便性向上と回収率向上のため、全国で3,639局の郵便局に回収箱を設置し、家庭用プリンターの使用済みインクカートリッジを回収しています。お客さまが日常的に利用されることで、回収量も拡大しています。

なお、回収された使用済みインクカートリッジの集約・仕分けは、障がい者雇用施設ミズベ作業所(長野県諏訪市)が担当しています。この活動は、障がい者の雇用拡大という側面からも社会貢献に寄与しています。

【図4】参照



トナーカートリッジのリサイクルフロー
【図1】



≫ 回収機交換システムへの参加

資源有効利用促進法のもと、国内複写機メーカーはお客さまから下取りした他社の複写機を回収機交換センターに集め、それぞれが自社の複写機を持ち帰るシステムを運用しています。キヤノンMJもそのシステムに参加し、業界各社とともに、東北地区では回収物流の共同化を推進、沖縄地区では共同再資源化を実施するなど、環境負荷低減に努めています。

キヤノンMJ独自の取り組み

≫ 使用済み製品の広域回収サービス

キヤノン製品のより高度なリサイクル処理を目的として、事業所から排出された使用済みのキヤノン製事務機・医療機器を回収リサイクルする事業(グリーンリサイクルサービス)を推進しています。廃棄物処理に関する許可については、環境省から「広域認定制度」の認証を取得しました。「広域認定制度」とは、使用済み製品のメーカーなどが、回収・リサイクルを広域的に行うことにより、廃棄物の減量や適正な処理が確保されることを目的に、環境省がその事業を認定する制度です。

≫ 市場での梱包材削減取り組み

キヤノンMJでは、輸送包装材廃棄削減・輸送効率向上によるCO₂削減のため、簡易梱包・循環梱包化と梱包小型化を進めています。

● 小型商品の簡易梱包化 (2008年CO₂排出 約75%削減)

小型・軽量・薄型商品の出荷にはシート段ボール包装を使用しています。

● 保守サービス用パーツの簡易梱包化と循環梱包化 (2008～2010年平均CO₂排出 約62%削減見込み)

複合機の保守サービス用パーツは、工場出荷時点で1点ずつ耐衝撃配慮梱包が施されているため、パーツセンター出荷時のカートン包装をポリ袋による簡易梱包に切り替えました。

また、使用済みパーツなどの回収・リサイクル用梱包材も、繰り返し使用可能な循環梱包に切り替えています。

● コンシューマー製品修理配送時の循環梱包化

(2008年CO₂排出 約92%削減)
一ヤマト運輸様との協業による取り組み—

キヤノンMJの修理受付拠点と修理拠点との間では、修理機を複数台収納可能な循環梱包箱を利用しています。

また、お客さま先での修理引き取り・納品の際も循環梱包箱を使用しており、お客さま先で梱包材の廃棄が発生しないようにしています。

社会全体での環境保全活動への参加

≫ グリーン購入ネットワーク主催「GPN500万人グリーン購入一斉行動」などへの参加

キヤノンMJは「GPN500万人グリーン購入一斉行動」に第1回から参加しているほか、チームマイナス6%が推進する「1人、1日、1kg CO₂削減応援キャンペーン」に協賛するなど、環境保全活動に積極的に参画しています。

≫ 「エコポイントラリー」に参加

キヤノンMJは、環境省の委託事業としてJCBがプラットフォーム運営している「エコ・アクション・ポイント」に賛同し、2008年12月に開催された国内最大級の環境総合展示会「エコプロダクツ2008」のエコポイントラリー」に参加しました。

環境パフォーマンスデータ

<製品>

●環境規格取得率 2006年-2008年比較 環境規格適合と製品環境情報開示(53ページ参照)

規格	2006	2007	2008
グリーン購入法	54/57 (95%)	56/61 (92%)	50/57 (88%)
エコマーク	39/51 (77%)	42/54 (78%)	34/48 (71%)
国際エネルギースタープログラム	54/57 (95%)	55/61 (90%)	53/57 (93%)

※ 数値は規格適合機種数/発売機種数、()内は規格適合率

<キャノンMJ事業拠点>

●グループCO₂削減実績
地球温暖化ガスの排出量削減(49ページ参照)

(t-CO₂)

	2005			2006			2007			2008		
	実績	対前年比	2005年比	実績	対前年比	2005年比	実績	対前年比	2005年比	実績	対前年比	2005年比
ビルエネルギー	24,342	4.6%	8.6%	25,472	4.6%	8.6%	26,437	3.8%	8.6%	25,734	▲2.7%	5.7%
社有車	13,794	▲9.9%	▲11.2%	12,424	▲9.9%	▲11.2%	12,248	▲1.4%	▲11.2%	11,067	▲9.6%	▲19.8%
代替フロン類	2,464	▲15.3%	13.1%	2,086	▲15.3%	13.1%	2,786	33.6%	13.1%	1,643	▲41.0%	▲33.3%
合計	40,600	▲1.5%	2.2%	39,982	▲1.5%	2.2%	41,471	3.7%	2.2%	38,444	▲7.3%	▲5.3%
売上比 (対2005年比)	100%	—	—	93.3%	—	—	92.8%	—	—	94.0%	—	—

<お客さま先でのCO₂削減実績>

●製品の省エネ性能向上による
CO₂排出量削減実績
(52-53ページ参照)

	2007	2008
(トン)	12,465	18,257

※ 複合機・レーザービームプリンター・インクジェットプリンター
主要製品の販売実績台数で算出
※ 2007年、2008年の販売機種と2005年時の同セグメント機種との
消費電力比較で算出

●使用済み製品・消耗品の
リサイクルによるCO₂
排出削減量実績
(54-55ページ参照)

	2007	2008
(トン)	42,498	51,458

※ リサイクルせず廃棄した場合との比較で算出

<回収・リサイクル>

●回収量

資源再利用の実績推移、回収システム、インクカートリッジの回収方法の多様化(53-55ページ参照)

(トン)

	2006	2007	2008
製品	14,586	14,844	15,442
消耗品	4,279	5,032	4,990
合計	20,123	21,349	20,432

●資源再利用割合

資源再利用の実績推移(53-55ページ参照)

	2006	2007	2008
製品	99%	99%	99%
消耗品	100%	100%	100%

※ 資源の再利用とは、部品や素材として再び使用することをいいます
(一部エネルギーへの有効利用を含む)。

●グループ内処理率

資源再利用の実績推移(53-55ページ参照)

	2006	2007	2008
グループ内処理率	94%	95%	94%

コーポレート・ガバナンス体制

皆さまからの信頼を継続的に得るため、取締役会や経営会議で活発な議論を行い、監査役会や内部監査、会計監査のしくみの整備による経営監視機能の強化を通じて、経営の透明性の向上に努めています。

取締役会

取締役は16名で、経営の意思決定を合理的かつ効率的に行うことを目指しています。取締役の任期は1年で、経営環境の変化により迅速に対応できる経営体制を構築しています。現在、重要案件については、原則として月1回開催している取締役会に加え、必要に応じて開催する臨時取締役会や、役員および主要グループ会社社長が参加する経営会議で活発に議論した上で決定するしくみとなっています。

監査役、監査役会

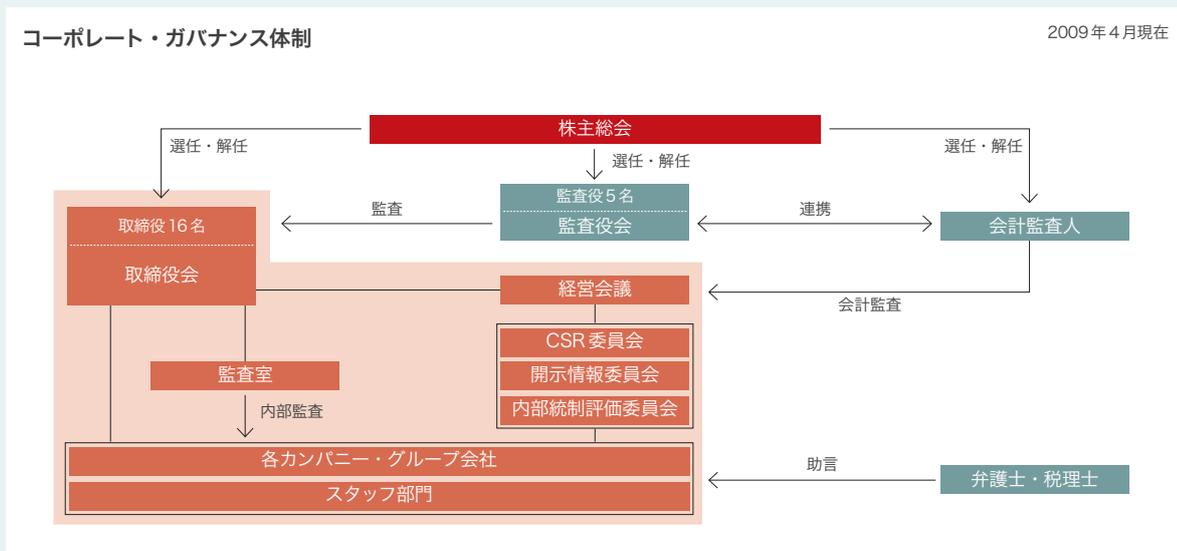
社外監査役3名を含む5名の監査役が監査役会において定めた監査の方針、業務の分担などに従い、取締役会への出席、取締役などからの聴取や重要な決裁書類などの閲覧、業務および財産の状況の調査などにより厳正な監査を実施しています。

内部監査

内部監査部門である監査室は独立した専任組織として当社ならびに全グループ会社を対象として、遵法、業務プロセス、内部統制システム、情報セキュリティなどの有効性、効率性を中心に監査を実施し、評価と提言を行っています。なお、主なグループ会社には監査室が設置され相互に連携しており、全監査スタッフはグループ会社で42名となります。

会計監査人

当社は、新日本有限責任監査法人と監査契約を結び、会計監査を受けています。同監査法人は業務執行社員について、自主的に、当社の会計監査に一定期間を超えて関与することのないよう措置をとっています。また、当社の会計監査業務にかかわる補助者は、公認会計士14名、その他34名です。



開示情報

重要な会社情報について公正かつ適時適切に開示する体制を強化するために、「開示情報委員会」を設置しています。これは、重要な会社情報について、適時開示の要否、開示内容、開示時期などの適時開示に必要な決定を迅速に行う役割を担っています。また、当社各部門および各関係会社に「開示情報取扱担当者」を置き、発生した重要な会社情報について、網羅的にかつ迅速に情報を収集する体制を構築しています。

内部統制

米国で「財務報告の信頼性」を強化するために施行された「サーベンス・オクスリー法」(米国企業改革法)に対応するために、2004年3月1日付で「内部統制評価プロジェクト」を設置し、内部統制の評価活動を開始しています。これは、ニューヨーク証券取引所に株式を上場しているキヤノン株式会社を中心としたグローバルキヤノンの取り組みであり、日本における販売部門を統括する当社におきましても同じ基準による内部統制のしくみの評価を行うことを目的にしています。さらに、2005年1月1日づけで「内部統制評価委員会」を設置するとともに、当社各部門および主要関係会社各部門に責任者を置き、その内部統制体制を全社的に継続しています。

取り組み例

営業所におけるCSA(統制自己評価)

キヤノンMJでは、2008年7月から全国40カ所の営業所に対してCSA(Control Self Assessment: 統制自己評価)を開始しました。CSAは、内部統制の有効性を確保するため、営業所における管理業務の実施状況を営業所長が自己チェックする活動です。監査室では、統制活動の必要性を記したガイドブックを配布し、営業所の統制活動を支援します。チェック結果は監査室で分析し、営業所へフィードバックし、管理業務の標準化ならびに効率化などについて改善支援を実施します。

CSR

キヤノンMJグループにおけるCSRの考え方および推進体制を19-20ページに掲載しています。ご参照ください。

BCP*専門委員会

BCP専門委員会はキヤノンMJグループの、事業継続マネジメントの構築と維持管理の統制を目的に、2007年7月に経営会議傘下の委員会として設置され、キヤノンMJグループ全社のBCP方針の審議などを行っています。

*Business Continuity Plan : 事業継続計画

取り組み例

首都直下地震への対応

首都直下地震を想定したBCPを策定し、被災状況下においても、お客さまへのサービス提供業務を継続し、早期に復旧できるよう準備しています。

2008年は、継続的な訓練や計画の見直しなど、PDCAのマネジメントサイクルを実践し、さらにシミュレーションとしてBCP対策本部要員によるキヤノンMJ品川本社からの徒歩帰宅訓練を実施しました。また、従業員の安否確認や緊急連絡を行う「安否確認システム」のグループ各社への導入も進め、6月14日の岩手・宮城内陸地震では、東北地区のグループ従業員への安否確認を行いました。



◆ BCP帰宅訓練の様子

新型インフルエンザ対策

「いつ発生してもおかしくない状況」と言われている新型インフルエンザ対策として、従業員の生命・安全の確保を第一に優先し、以下の取り組み(今後、予定しているものを含む)を構築・実施していきます。

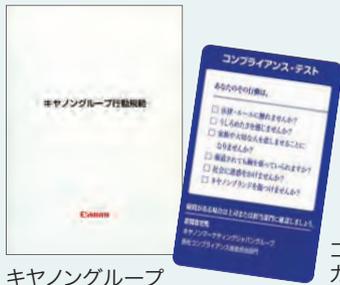
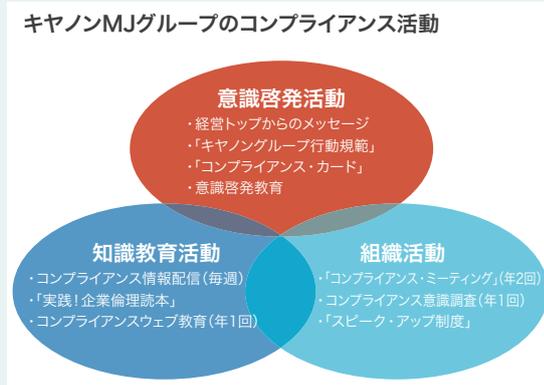
- 従業員向け対策読本の作成・配布
- 従業員向け教育の実施
- 安否確認システムによる訓練の実施
- 感染者発生を想定した訓練の実施
- 新型インフルエンザ版BCPの策定

企業倫理・コンプライアンス推進

コンプライアンス活動の考え方

キャノングループは、コンプライアンスを法令遵守にとどまらず、「法令や会社・社会のルールを守り、社会正義を堅持し、社会の期待に応え続けていくこと」ととらえ、グループをあげて取り組んでいます。

国内市場を担当するキャノンMJグループでは、コンプライアンス活動に全員が当事者意識を持って取り組むために、次の3つの活動(右図参照)を推進しています。



キャノングループ
行動規範

コンプライアンス・
カード

コンプライアンスへの取り組み

意識啓発活動

コンプライアンス活動の1つ目は、意識啓発活動です。コンプライアンス活動を進める上で最も基本となるものは、一人ひとりが高いコンプライアンス意識を持ち続けることと考えています。そこで、キャノンMJグループでは、経営層から従業員に対して機会あるごとに意識啓発を行っています。具体的には、経営層と従業員との対話集会「エリアミーティング」や、イントラネットなどを通じ、直接経営トップから従業員に向けて、企業倫理の確立に向けたメッセージを発信しています。

また、キャノングループ役員・従業員が業務遂行にあたり守るべき規準を示した「キャノングループ行動規範」や、「三自の精神」(12ページ)と「コンプライアンス・テスト」が書かれた「コンプライアンス・カード」を全役員・従業員へ配布しています。このほか、階層別教育などを行い、グループ全体でコンプライアンス意識の共有を図っています。

キャノングループ行動規範

経営姿勢

- 社会への貢献
優れた製品の提供/消費者保護/
地球環境保護/社会文化貢献/
コミュニケーション
- 公正な事業活動
公正競争の実践/企業倫理の堅持/
適切な情報提供

役員・社員行動規範

- 企業倫理と法の遵守
公正・誠実/適法な業務遂行/
ルールの適正解釈
- 会社資産の管理
資産の厳格管理/不正利用の禁止/
知的財産権の保護
- 情報の管理
ルールに基づく取り扱い/私利利用の
禁止/インサイダー取引の禁止/他社情報の
不正取得の禁止/他社情報の適切な取り扱い
- 利益相反と公私の区別
利益相反の回避/贈与・接待・
利益供与の禁止/未公開株式の取得禁止
- 職場環境の維持・回復
個人の尊重と差別の禁止/セクシャル
ハラスメントの禁止/銃刀・薬物の
持込禁止

●意識啓発教育

コンプライアンスの浸透と定着のため、階層別にコンプライアンス対面教育を実施しています。

階層	教育内容	実施時期
新任ライン管理職	コンプライアンスの重要性の再確認と 職場責任者としてのコンプライアンス上の立場・役割	毎年1月、7月
新入社員	市民生活と会社生活の違い、コンプライアンスリスクとインパクト、 キャノンMJグループのコンプライアンス活動紹介	毎年4月
入社二年次社員	入社二年次フォローアップ研修	随時
キャリア入社社員	コンプライアンスリスクとインパクト、 キャノンMJグループのコンプライアンス活動紹介	随時

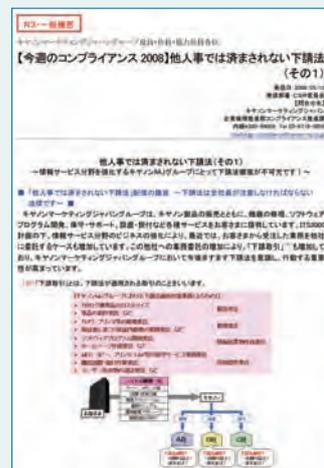
知識教育活動

2つ目は、知識教育活動です。従業員がさまざまな業務遂行の場面で正しい判断と行動ができるよう、各種方法で知識教育を行っています。

●コンプライアンス情報配信 (「今週のコンプライアンス」)

従業員が法令・ルール上の注意すべきポイントをより具体的に理解してもらうため、2004年6月より「今週のコンプライアンス」というメールマガジンを毎週配信しています。これまで、独禁法、下請法、製品安全、輸出管理、資産管理、知的財産、情報管理、ハラスメント、交通安全など広範囲にわたって配信し、従業員からは、「日常の業務で判断に迷った際に確認することができ役立つ」、「職場内でのコンプライアンス意識の継続に効果的である」といった意見が多く寄せられるなど、それぞれの業務において、コンプライアンス上の気づきにつながっています。

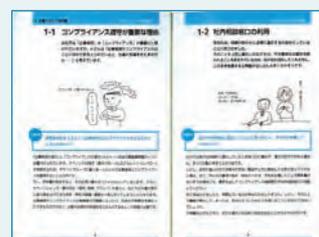
また、各職場において、朝礼や課ミーティングなどで「今週のコンプライアンス」をもとに自発的にコンプライアンス徹底、意識啓発が促されるなど、「今週のコンプライアンス」は、1つの有効な手法となっています。



◆ メールマガジン
 「今週のコンプライアンス」
 (延べ配信回数233回/2008年12月末現在)

●「実践! 企業倫理読本」

企業人・社会人として直面するかもしれない具体的なケース、そのポイントを解説した事例集「実践! 企業倫理読本」を全従業員に配布しました。全従業員がさまざまな場面でリスクに対する感度をアップさせるため、幅広い分野からケースを取り上げています。この読本を使って「コンプライアンス・ミーティング」(61ページ)で話し合われるなど、全従業員がコンプライアンス知識を深めています。



◆ 「実践! 企業倫理読本」

●コンプライアンスウェブ教育

階層別コンプライアンス対面教育(59ページ)のほか、全従業員教育として、設問診断形式のウェブ教育を、毎年1回実施しています。テスト形式により各自の理解度を把握でき、一定レベルに達しない者には再履修を義務づけています。

組織活動

コンプライアンス活動の3つ目は組織活動です。個人・職場・全社が一体となって、以下の取り組みを行っています。

●「コンプライアンス・ミーティング」

各職場で、企業倫理・コンプライアンスの視点から自分たちの意識・行動を定期的に見つめ直してもらうことを目的として、上期・下期の年2回、組織の最小単位である各課(2008年は約2,200部門)で「コンプライアンス・ミーティング」を実施しています。各課のライン課長を推進役に、自分たちが担当する業務に照らして誤って法令・ルール違反をしたり、社会の信頼を失ってしまうリスクはどんな場合か、そしてその予防策は何か、といったことを自ら考え、話し合い、次回までの実施事項を確認しあいます。実施結果は、CSR委員会(14、58ページ)へ報告されます。また、分析結果が全従業員にフィードバックされ、次回の「コンプライアンス・ミーティング」では予防対策の実施状況を確認、確実にPDCAサイクルが回る形で活用しています。

●コンプライアンス意識調査

キヤノンMJグループ各社・各部門のコンプライアンス意識レベルを定量的に把握するため、またそこから発見した課題を認識、改善することを目的として、年1回、グループ全従業員を対象にコンプライアンス意識調査を実施しています。

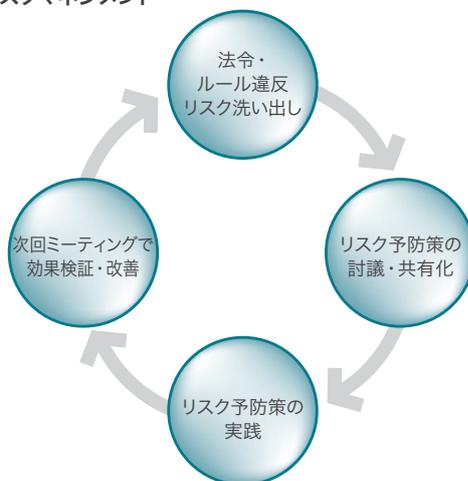
2008年の調査結果では、グループ全体で個人の意識は高かった一方、個人の知識・行動、自分の周囲・職場の環境面では、ばらつきがみられました。この結果を受け、2009年度のコンプライアンス活動は、「意識啓発」を継続するとともに、適切な判断や積極的な行動に結びつけるため、「必要知識の提供」と「組織活動の推進」の3つの軸で展開しています。

今後もPDCAによるコンプライアンス活動の実践のために、コンプライアンス意識調査を継続して実施していきます。

●「スピーク・アップ制度」

キヤノンMJグループは、不祥事を自ら発見し早期に是正すべく、自浄機能を向上させるため、法令違反などの不正行為に気付いた従業員が直接経営層に報告するための内部通報制度「スピーク・アップ制度」を設置・運営し

「コンプライアンス・ミーティング」による
リスクマネジメント



ています。この制度では、通報者・通報内容の秘密を守ること、通報したことで不利益な取り扱いを受けないことを保証しています。調査結果は、通報者にフィードバックされるとともに、CSR委員会に報告されます。

●人事評価制度との連動

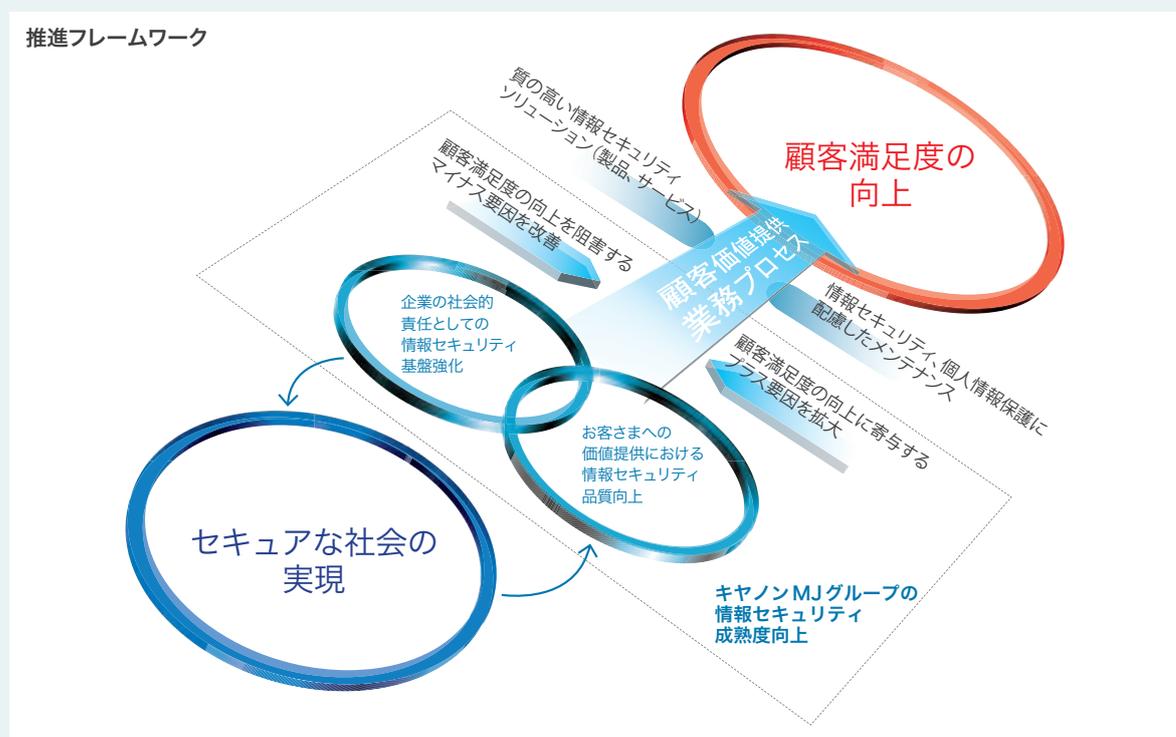
従業員一人ひとりが業務遂行にあたり、確実にコンプライアンスを意識した行動をとるために、会社が従業員に期待する「価値観・行動基準」にコンプライアンスの要素を含め、人事評価制度にも取り入れています。

情報セキュリティ

情報セキュリティ成熟度向上の基本的考え方と推進フレームワーク

キヤノンマーケティングジャパングループでは、「企業の社会的責任としての情報セキュリティ基盤強化」と「お客さまへの価値提供における情報セキュリティ品質の向上」という2つの視点から、情報セキュリティを重要な経営課題と位置づけ、グループをあげて成熟度の向上に取り組んでいます。

私たちは、情報セキュリティを“情報資産取り扱いの側面から業務改善を行う活動”であるととらえ推進しています。継続的に改善する業務プロセスを通じて、お客さまへ「質の高い情報セキュリティ関連ソリューション」や「情報セキュリティ・個人情報保護に配慮したサービスメンテナンス」をご提供することによって、顧客満足度の向上につなげていくことが、私たちの情報セキュリティの目的です。こうした活動は、セキュアな社会の実現の一助にもなると考えています。



主要注力テーマ

中期経営計画で掲げている主要注力テーマは、経営品質向上の一環として取り組んでいる5つのテーマと、事業拡大に関する1つのテーマです。

※情報セキュリティ活動の詳細は、本CSR報告書の後半部「情報セキュリティ報告書」をご参照ください。

主要注力テーマ:

1. 情報セキュリティの基盤強化
2. 第三者認証による客観的評価と改善
3. 個人情報保護の継続的強化・改善
4. 情報セキュリティ人材の育成
5. 情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
6. 質の高い情報セキュリティ関連ソリューションの提供

品質マネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループでは、お客さまに安心・安全にお使いいただける高品質な製品とサービスを提供するため、品質マネジメントシステムを構築・運用しています。

品質マネジメントシステム(QMS)

キヤノンMJグループでは、お客さまに提供するすべての製品やサービス、サポートについて、キヤノンクオリティ(キヤノン製品と同等の品質)を保証し、お客さまの満足度を向上させるために品質マネジメントシステム(QMS)を構築・運用しています。

QMSでは、対象となる製品やサービス、サポートに応じて、方針・目標を定め、PDCA(PLAN・DO・CHECK・ACTION)のサイクルを通じて改善を続けることにより、その目標達成に向けて責任と権限を明確にしたマネジメントを実行しています。

品質の危機管理システム

キヤノンMJグループでは、製品の安全性はもとより、製品・サービスの品質の危機管理も重要であるととらえています。そのため、経営会議傘下に「品質・PL専門委員会」を設置し、お客さまに提供する製品やサービスに、万一の事態が発生した際、適切・迅速に対処する体制を整えています。問題が発生した場合には、自社のホームページに「重要なお知らせ」として速やかに情報を開示。さらに、お客さまに重大な影響を及ぼすと判断した問題については、新聞各社を通じて広く情報を開示するようルール化しています。

品質ホットライン

お客さまに提供する製品やサービスについて、従業員が重要と認識した情報を経営層や品質担当者に速やかに伝達し、キヤノン(株)と情報を共有しながら、正確な判断に基づく的確な対応ができるよう、緊急連絡網「品質ホットライン」を整備しています。また、市場での製品品質状況に関しては、「サービス&サポート情報システム」を通して、キヤノン製品の製造を担うキヤノン(株)と連携し、お客さまへの迅速な対応を実施しています。

安心・安全な製品・サービスの提供

2007年7月に「製品安全に関する基本方針」を、2008年3月には「製品安全自主行動計画」を定め、方針の遵守と計画の実行に努めています。全文を下記ホームページに掲載しています。

●製品安全に関する基本方針

<http://cweb.canon.jp/safety/>

●製品安全自主行動計画

<http://cweb.canon.jp/safety/actionplan.html>

環境

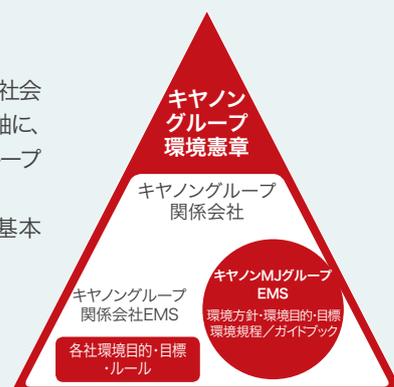
キヤノングループ環境憲章

キヤノングループは「共生」の理念のもと、地球環境保全と経済発展を両立し続ける社会を目指しています。キヤノンMJグループにおいても、「キヤノングループ環境憲章」を軸に、お客さまとの接点という役割に即して2000年より「キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針」を掲げ、環境保全活動への取り組みを進めています。

キヤノングループ環境憲章は、企業理念「共生」、環境保証理念、環境保証基本方針で構成されています。全文を下記ホームページに掲載しています。

●キヤノングループ環境憲章

<http://canon.jp/ecology/charter/charter.html>



キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針

キヤノンMJグループは、キヤノングループの一員としてマーケティングイノベーションを継続的に行う中で、環境保全活動に積極的に取り組み、持続可能な経済の発展と地球環境との調和に貢献します。環境保全活動を通じて多くの人々から尊敬される企業を目指すとともに、以下の項目について重点的に取り組んでまいります。

- | | | |
|--|---|--|
| <p>1. 環境配慮型製品・システム・サービスの提供
お客さまに、環境に配慮した製品・システム・サービスをお届けします。</p> <p>2. 商品開発・企画の環境配慮
商品開発・企画において、環境負荷低減と環境配慮に努めます。</p> <p>3. 汚染の防止
有害化学物質の使用などに配慮し、地球環境の汚染防止に努めます。</p> <p>4. グリーン調達
商品の仕入れ段階から環境対応に着目し、環境負荷の少ない製品・サービスを優先して調達します。</p> | <p>5. 業務の効率化
省資源・省エネルギー・リサイクル・効率的物流・効率的業務の推進など、業務の効率化に仕組み環境保全活動を推進します。</p> <p>6. 法令等の順守
環境に関連して適用する法令、及び、その他同意する要求事項を守ります。</p> <p>7. 社会貢献
国・行政の政策に協力し、また、地域社会への貢献に努めます。</p> <p>8. 情報公開
環境配慮型商品や環境保全活動について、情報を公開します。</p> | <p>9. 教育
社員一人ひとりの環境意識を高めるため、教育・啓発を行います。</p> <p>10. 環境管理体制の確立
環境マネジメントシステムを構築して、環境目的・目標を設定し、定期的に見直しを行い、継続的改善に努めます。</p> <p>この環境方針を、社員・役員に周知すると共に、一般にも公開します。
2009年3月27日
キヤノンマーケティングジャパン株式会社
代表取締役社長</p> |
|--|---|--|

川崎正己

環境活動を支える環境マネジメントシステム

キヤノンMJグループでは、2000年12月25日付で幕張事業所がISO14001 認証*を取得して以来、マルチサイト方式により認証範囲を拡大してきましたが、キヤノンMJグループ単独認証を返上し、2007年9月にキヤノングループとして『ISO14001 統合認証』を取得しました。統合認証により、キヤノン製品のライフサイクル全体『製品企画－開発－製造－販売－回収－リサイクル』での環境負荷低減および環境面での競争力強化、CSR視点での企業イメージ向上を図り、グループ全社での環境経営強化とビジネス拡大を図っていきます。

*ISO14001: ISO14001とは、企業活動、製品およびサービスの環境負荷の低減といった環境パフォーマンスの改善を継続的に実施するシステム「環境マネジメントシステム(EMS:Environmental Management System)」を構築するために要求される国際規格です。認証取得済のグループ会社につきましては、67-68ページ「キヤノンマーケティングジャパングループ概要」をご覧ください。

キヤノンブランドの価値向上に向けて

キヤノンマーケティングジャパンは、国内のブランド活動全般における統合的な計画、実施、管理運営を行う体制を持ち、キヤノンとキヤノンマーケティングジャパンブランドの価値向上に向けた活動を行っています。

ブランドマネジメント活動

主な業務は大きく2つあり、1つは標準管理活動で、キヤノンブランドの象徴であるロゴおよび社名・商品名称などの管理や、グループ会社を含む社名変更や新商品名などの名称審議とその運用管理です。

もう1つは、従業員にブランドの大切さを常に意識づける啓発活動と調査分析や活動方針の策定です。社内・グループ会社のブランドキーパーソンへブランド関連セミナーを実施し、企業イメージ調査などによるキヤノンブランドの分析やトピックスのフィードバックなどを行っています。また、ビジネスパートナーへの啓発活動を通じ、キヤノンとキヤノンMJブランドの価値向上に向けたブランド推進活動を行っています。

ブランドコミュニケーション活動に際して、知的財産や消費者保護などの視点から広告関連法規や業界自主規制を遵守し、ステークホルダーに商品や企業情報などを伝達する、広告などのメディアによるコミュニケーションは不可欠です。しかし、それだけではなく、マーケットや社会とかわる従業員一人ひとりの意識とその言動が大変重要です。「一人ひとりがキヤノンブランド」を合言葉に、階層別教育やさまざまな啓発活動を行い、意識・知識や価値観の共有を図っています。



キヤノンマーク
ガイドライン

ブランド管理委員会

ブランド管理委員会は、ブランド戦略上重要案件の審議・決定を行う最高機関で、社長が委員長となっています。通常の商品やサービスにつけられる名称については、名称審議会議にて名称案の審議から承認までを行い、商品名称委員会にて最終決定を行います。名称審議会議または商品名称委員会にて戦略上重要な案件と判断した場合には、ブランド管理委員会を開催し、審議・最終決定を行います。

ネットブランド【canon.jp】

インターネットの急速な普及により、企業のホームページはお客さまをはじめとするステークホルダーへの窓口として、大きな役割を担うようになりました。インターネットの大きな特徴は、双方向コミュニケーションが可能であり、ホームページにアクセスする方が、見る意識や目的を持って訪れることといえます。

キヤノンは、2001年12月、お客さまをはじめとするステークホルダーの利便性を最優先に考え、キヤノンとキヤノンMJ両社のホームページを統合し、ネットブランド「canon.jp」をスタートさせました。製品情報やアフターサービスなどのコンテンツやデザインを再構築し、スピーディな企業情報の発信とお客さまにとって使い勝手のよいホームページを実現しました。

「canon.jp」では、すべてのステークホルダーの利便性を考慮し、アクセシビリティ・ユーザビリティの観点から、視力障がいを持つ方々へは音声ブラウザでサイトを判読しやすいように情報の配置を工夫するとともに、文字拡大と音声読み上げのしくみなども取り入れています。また「canon.jp」に届いたお客さまの声に対して、社内関連部門（CSマネジメントセンター、総務、人事、広報、宣伝、CSRなど）と連携した双方向コミュニケーション体制を確立し、迅速な返信と対応を心掛けています。

知的財産活動

知的財産権に関する活動とその保護

社会におけるコンピューターのネットワーク化が急速に進み、機器単体の機能だけではなく、複数の機器をネットワークで連携させたソリューションサービスが大きな価値を持つようになってきました。そのため、キヤノンMJグループでは、ソリューションサービスの差異化を図り、かつ競争を優位なものとするため、特許権などの知的財産権の取得を積極的に行っています。

2005-2008年度においては、グループ全体の特許出願件数の中で、ソリューションサービス関連の発明についての出願が9割を占めています。各グループ会社の知的財産部門間で密接に連携しあうことにより、価値のある発明を発掘し、またその権利化に注力していくとともに、他者の権利を尊重するべく、設計・開発段階から第三者権利の調査を実施しています。

模倣品撲滅に対する取り組み

トナーカートリッジ、デジタルカメラ・デジタルビデオカメラ用バッテリーパックについて、キヤノンロゴを付した模倣品が日本国内で確認されています。模倣品は、純正品であるものと誤認して購入されたお客さまに対して、品質問題などのご迷惑をおかけするおそれがあります。実際に、トナーカートリッジの模倣品は印字品位の低下、印字不良やトナー漏れなどの原因になる場合があること、および、デジタルカメラ・デジタルビデオカメラ用バッテリーパックの模倣品は発火、破裂などの原因になる場合があり、最悪の場合は、火災、やけど、失明などの重大事故を引き起こすおそれがあることなどをホームページ上で公表し、お客さまに対して注意喚起をしています。キヤノンMJは、模倣品の氾濫によって生じるこれらの問題の発生・拡散を食い止めるべく、キヤノン(株)と共同でさまざまな対策に取り組んでいます。特にトナーカートリッジについては、模倣品の流通調査により、模倣品を販売していた複数の業者を特定し、これら業者から模倣品の供給ルートの開示やキヤノン(株)に対する権利侵害の停止などを約する書面を得るなど、一定の成果を上げています。

純正品と模倣品の違い



キヤノンマーケティングジャパングループ概要

専門分野別に機能分担した
グループ企業が連携し、
「くらし、しごと、社会」に最適な
ソリューションを提供しています。
グループの総合力で、
最高の価値をお届けします。

キヤノンシステムアンドサポート(株)

お客様の「ベストパートナー」であることを目指し、オフィス複合機やコンピューター機器を中心としたシステムやネットワークの構築からアフターサービスまでを、全国200カ所以上の拠点を活かし、地域に密着して提供しています。

従業員： 6,096名
取得認証規格：
CMMILレベル3
ISO9001
ISMS適合性評価制度
プライバシーマーク
ISO14001:2004

キヤノンソフトウェア(株)

主にキヤノン製品への組み込みソフトウェアの開発を行うエンジニアリング事業と、お客様のビジネス課題をサポートする各種コンサルティング、自社パッケージや個別アプリケーションの開発・運用/保守を行うソリューション事業を展開しています。

従業員： 1,385名
取得認証規格：
CMMILレベル3
ISO9001
ISMS適合性評価制度
プライバシーマーク
ISO14001:2004

キヤノンソフト情報システム(株)

2007年キヤノンMJグループの一員となり、蝶理情報システム株式会社からキヤノンソフト情報システム株式会社に社名変更。「通信ソフトウェア」や「ネットワーク/ソフトウェア」など、自社パッケージの開発・販売と業種別システム開発を展開しています。

従業員： 250名
取得認証規格：
ISO9001
プライバシーマーク
ISO14001:2004

Canon Software America, Inc.

ビジネスアプリケーションソフトウェアの開発を行っています。

従業員： 18名

エディフィストラーニング(株)

企業向けIT研修・マネジメント研修事業を行っています。

従業員： 49名

キヤノンITソリューションズ(株)

業種別にITソリューションを提供しています。エンベデッド、IT基盤構築、セキュリティ、ドキュメント、ERP、CRM、EDI、マイグレーションなどを手掛け、コンサルティング段階から運用・保守に至るまで広範囲にわたりサポートしています。

従業員： 3,242名
取得認証規格：
ISO9001
ISMS適合性評価制度
プライバシーマーク
ISO14001:2004

佳能控制系统(上海)有限公司

システムインテグレーションおよびコンサルティング、各種ソフトウェア、計測、制御機器の開発・販売を行っています。

従業員： 124名
取得認証規格：
ISO9001

エス・エス・ジェイ(株)

財務会計、人事・給与ソフトウェアの開発・販売、製品のトレーニングおよびサポート、システム導入のコンサルティングを行っています。

従業員： 94名
取得認証規格：
ISO9001
プライバシーマーク

クオリサイトテクノロジーズ(株)

JAVAに特化したシステム開発サービスおよびデータセンター運営、維持と付帯するサービスを展開しています。

従業員： 130名
取得認証規格：
ISMS適合性評価制度

ガーデンネットワーク(株)

石油販売業向け販売管理システム、ホテル・旅館向け宿泊管理、婚礼宴会システムの開発・販売・運用を行っています。

従業員： 36名
取得認証規格：
プライバシーマーク

キヤノンITSMメディカル(株)

電子カルテ、レセコン、健診システムなど、医療分野向けソリューションならびにサービスの提供を行っています。

従業員： 180名
取得認証規格：
プライバシーマーク
ISO14001:2004

キヤノンビズアテンダ(株)

BPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)、ITO(ITアウトソーシング)、人材派遣業務を行っています。

従業員： 267名
取得認証規格：
プライバシーマーク

(株)AES

各種IT技術研修、教育アウトソーシング事業、教材販売事業を行っています。

従業員： 22名
取得認証規格：
プライバシーマーク

※1 CMMILレベル3・・・キヤノンソフトウェア(株)映像事務機事業部・DS開発部が取得。
※2 ISO9001・・・キヤノンソフト情報システム(株)、佳能控制系统(上海)有限公司は全社取得。その他は部門取得。
※3 ISMS適合性評価制度・・・各社とも部門取得。
※4 ISO14001:2004・・・2007年9月、キヤノングループとして統合認証を取得。キヤノンITソリューションズ(株)は、(旧)アルゴ21の事業所を除く。

ビジネスソリューション カンパニー

オフィス複合機やコンピューター機器
などキヤノン製品を核に、その導入から
アフターサービスに至るまで、生産性の
向上やコストの削減に寄与する
ソリューションビジネスを
展開しています。

コンスーマ イメージングカンパニー

デジタルカメラやビデオカメラ、
インクジェットプリンターなど、
写真や映像を通じて生活シーンを
彩る製品とサービスで、楽しさと
喜びを提供しています。

キヤントレーディング(株)

官公庁、大手企業の従業員向けの職
域販売および輸入健康機器ポラール
社製品の販売を行っています。

従業員： 33名
取得認証規格： **プライバシーマーク**
ISO14001:2004

キヤノンレスポンス サービス(株)

キヤノン製品および関連機器のコー
ルセンター業務を行っています。

従業員： 519名
取得認証規格： **ISO9001**
プライバシーマーク
ISO14001:2004

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

設立： 1968年2月
資本金： 73,303百万円
本社： 東京都港区港南2-16-6 **CANON S TOWER**
上場取引所： 東京証券取引所第一部(証券コード：8060)
従業員： 5,816名
主要事業： キヤノン製品ならびに関連ソリューションの
国内マーケティング
グループ社数： 18社
取得認証規格： **ISO9001** **ISMS適合性評価制度**
プライバシーマーク **ISO14001:2004**

キヤノンビジネスサポート(株)

受注、キitting、納品、引き上げ、請回収、保管
などの請負サービス、プリントオンデマンドサービ
ス、人材育成などをキヤノンMJグループ各社から
受託しています。

従業員： 1,076名
取得認証規格： **ISO9001**
ISMS適合性評価制度
プライバシーマーク
ISO14001:2004

オーエーエル(株)

運送事業、倉庫内商品管理、メール事業をグ
ループ各社から受託しています。

従業員： 71名
取得認証規格： **ISO14001:2004**

ITSカンパニー

豊富なアプリケーションを持つ
グループ各社と協力しながら
業種・業務に最適なITソリューションを
ご提案し、お客さまの課題を
解決します。

産業機器カンパニー

半導体や液晶など各種製造装置や
X線デジタルカメラ、
眼底カメラなどの医療機器、
放送用テレビレンズなど、専門性が高い
業界向けの製品・ソリューションを
提供しています。

<2009年4月1日現在>

第三者コメント

～「キャノンマーケティングジャパングループ CSR報告書／情報セキュリティ報告書 2009」を読んで～



高岡 美佳氏

(Mika Takaoka)

1999年3月東京大学大学院博士課程卒業。同年4月より大阪市立大学経済研究所専任講師、助教授を経て2002年より立教大学経済学部助教授。2006年より同大学経営学部准教授、2009年より同大学経営学部教授。

専門分野は、消費者行動と流通システム、サステナブル社会の形成とコミュニケーション。経済産業省、環境省の委員等をつとめる。2006年よりグリーン購入ネットワーク理事。近著に『サステナブル・ライフスタイルナビゲーション ユビキタス技術による持続可能消費の最前線』（日科技連出版）、『CSRと企業経営』（学文社、2007年1月（共編著）など。

■評価できること

「CSR活動は、マーケティングそのもの」というキャノンMJグループのCSRに対する方針が、よりクリアに打ち出された良い報告書だと思います。また、扉にあるように、報告書全体を通じて、「全員参加型のCSR」という視点が貫かれており、キャノンMJグループの従業員が、日々、「くらし」「しごと」「社会」をキーワードとする本業の中で、どのような思いでステークホルダーに接しているかを丹念に拾い集めた、まさに、「従業員の顔が見える」誠実な報告書となっている点特徴です。

今回、中期経営計画(5つの重点項目)の中で、CSRがどのように位置づけられるかが明確に掲げられていますが、それとあわせて、2008年度のCSR重要テーマとアクションプラン(具体的実施項目)を策定し、その進捗状況と結果を開示している点は、キャノンMJグループのCSR意識の高さを示しており、前回からの着実な進展としてとらえることができるでしょう。

モノの製造ではなくマーケティング・販売に携わる企業が、CSRを通じて達成すべき地球環境への配慮の1つとして、お客さまに製品やソリューションを提供することで、どのようにお客さま側のCO₂排出量を削減するのか、使用済み製品の回収を通じてどのようにCO₂排出量を軽減するのか、という取り組みがあります。今回の報告書では、この点を意識して、2008年度にキャノンMJグループが取り組んだ実績が丁寧に描かれており、また、環境パフォーマンスデータとして、グループ内でのCO₂削減実績だけでなく、「お客様先でのCO₂削減実績」が新たに掲載されており、高く評価することができます。

■要望したいこと

従業員は、大切な社会の構成員です。その従業員一人ひとりのキャリアプランに配慮することは、より良い社会づくりに貢献します。前回の報告書では、従業員の各種制度の利用について、キャノンMJ単体の数値しか掲載されていない項目がありましたが、今回は、育児休業制度や介護休暇制度の利用者数について、キャノンMJグループ全体の数値が入り、情報公開が進みました。また、実際に、育児休業利用者数や障がい者雇用率など、多くの項目で、数値が改善したことも確認できます。次年度は、さらに一歩前に進み、目標値を設定してはいかがでしょうか。

サブプライムローンの破綻をきっかけとして、世界は大きく揺れ動いています。これは、単なる経済現象や景気問題にとどまらず、持続的な「くらし」とは、「しごと」とは、「社会」とはどうあるべきか、という既存の価値観を、見直す動きにつながっていくことでしょう。この機会をとらえて、キャノンMJグループは、企業として、社会の誠実な一員として、今後何をしていくべきかについて、中長期的・広域的な視野から再検討し、今後も、実りのあるCSR活動を継続していただくことを期待します。

■情報セキュリティ報告書について

情報通信技術の進展や関連製品・サービスの拡大に伴い、情報セキュリティの重要性はますますそのウエイトを増しています。報告書によれば、キャノンMJグループは、同グループの社会的責任として「情報セキュリティ基盤の強化」に取り組む一方で、「お客さまへの価値提供における情報セキュリティ品質の向上」を目標に掲げ、お客さまに価値を提供するプロセスを、より安全で、より確実で、より効率的にするための業務改善活動を推進しています。加えて、情報セキュリティソリューションを提供すべく力を注いでいます。

情報というものの性質を考えると、同時に達成することが容易ではない上記の2つの目標に、誠実に、正面から取り組んでいる姿勢は、大いに評価できるでしょう。また、今回、両者を達成するためのSTEP 1からSTEP 4までの手順を明確にし、各ステップにおいて2008年度に実施・改善した項目を、「Action 2008」として、分かりやすく説明したことで、報告書としての完成度が高くなった点も評価に値すると思います。

「誠実な企業を目指そう」という姿勢が感じられる報告書の構成と内容でした。「CSR活動は、マーケティングそのもの」、「顧客主語で実践する全員参加型CSR」と考え方も明快です。社外に向けては「修理メニューの拡充」、社内に向けては「グループCSR活動の基盤強化」、「コンプライアンス・ミーティングの実施」、「環境パーソン診断」、「事業継続マネジメント」、「社有車の運転者に対する運転前アルコール検査の義務づけ」などの具体的な取り組みにも進捗がありました。その上で、キャノンMJグループがCSRを企業価値になおいっそう、結実させるために、以下の意見を提出します。

1 「マーケティング企業としてのCSR」、「本業を通じた社会貢献」の姿をより明確に打ち出し、新たに着手した取り組みが何であるのかを紹介してください。「すべての企業活動がCSR」という考え方が可能である一方、「マーケティング企業ならではのCSR」という側面も存在します。「顧客の声を研究・開発・生産の現場へフィードバックする」機能や「知的所有権を適切に保護する」機能もその1つでしょう。こうした領域での取り組み成果をより積極的に報告していただきたいと考えます。

2 ES(従業員満足)測定やCS(顧客満足)測定は「マーケティング企業としてのCSR」の成果をはかる有効な経営指標であると考えます。「お客さまと共に」や「従業員と共に」の章に、こうした指標を積極的に導入して、その変化を報告してください。また、「従業員と共に」の章では、従業員や働き方の多様性、ワーク・ライフ・バランスの取り組みにもより積極的に言及していただきたいと考えます。

3 報告書冒頭には「地球上には共生を阻むさまざまなインバランスが存在しています」、「これらのインバランス解消に積極的に取り組んでいきます」という高い志が示されています。「法律の要請」や「業界の常識」から導かれる取り組みだけでなく、「インバランス解消」を能動的意志として掲げる取り組みを特定して、進捗を紹介してください。ときには、課題の大きさに対して進捗は道半ばかもしれません。しかし、目標と挑戦の姿勢こそを報告していただきたいと考えます。

4 インバランスは、国内はもとより、海外とりわけ発展途上国にも数多く存在しています。国内市場を対象とするキャノンMJグループではありますが、株主構成、サプライチェーンなどの観点ではグローバル化は確実に進展しています。「社会と共に」という視点で、海外とりわけ発展途上国における「企業に対する期待」をとらえ、取り組みを拡充していただきたいと考えます。

また、情報セキュリティ報告書は、キャノンMJグループならではの特徴ある報告書となっています。情報セキュリティ報告書は、企業の情報セキュリティの取り組みの中でも社会的関心の高いものについて情報開示することにより、当該企業の取り組みが顧客や投資家などのステークホルダーから適正に評価されることを目指すものですが、昨年に引き続き2回目の発行となる本報告書は、そのための説明責任を果たすものになっていると評価されます。特に社内の情報セキュリティに関する記述だけでなく、情報セキュリティ関連ソリューションの紹介を行っている点は特徴的です。今日、「セキュアな社会の実現」は社会の大きな期待となっています。同時に、情報ネットワーク社会の光と影という「インバランス」も大いに顕在化しています。こうした課題に対して、キャノンMJグループの役割を定め、ITソリューションを通じた貢献をはじめとして多面的な取り組みを講じられるとともに、それらを本報告書で、積極的に開示されることを期待いたします。



足達 英一郎氏
(Eiichiro Adachi)

株式会社日本総合研究所 主席研究員
経営戦略研究部、技術研究部を経て現在、ESGリサーチセンター長。金融機関に対し社会的責任投資や環境配慮評価融資のための企業情報提供を担当。環境経営とCSRの視点からの産業調査、企業評価を専門とする。

なお、これらのコメントは、本報告書が、一般に公正妥当と認められる環境報告書などの作成基準に準拠して正確に測定、算出され、かつ重要な事項が漏れなく表示されているかどうかについて判断した結論を表明するものではありません。

「CSR報告書/
情報セキュリティ報告書 2009」
制作ワーキンググループを
代表して

キヤノンマーケティングジャパン
株式会社

CSR推進本部 本部長
河口 洋徳

編集後記

“100年に一度”ともいわれる厳しい経済環境の中、「キヤノンマーケティング ジャパングループ CSR報告書/情報セキュリティ報告書 2009」は、おかげさまで3回目(情報セキュリティ報告書は2回目)の発行を迎えることができました。グループ各社・各部門の編集ワーキングメンバーと活動を開始したのは、2008年12月のキックオフ・ミーティングでした。

2009年版の報告書制作においては、トップメッセージにもあるとおり、「この ようなときだからこそ、CSRを経営の基盤に据え、足元を固めなければならない」との力強い決意表明を受け、身の引き締まる思いで編集を進めてまいりました。また、3回目の発行となる今回は「活動の深化と成果」を示し、「出来なかつ たことを可能な限り表現」し、「挑戦すべき方向を自ら明らかにして行こう」との 方針を持ち、制作に取り組んできました。そして、私たちのCSRの考え方や取 り組みがよりストレートに伝わるよう、各活動に取り組む従業員の声を随所に 取り入れ、構成いたしました。

しかし、実際には第三者コメントでもご指摘頂いたとおり、道半ばの点多 く残りました。今回頂いたコメントは私たちの「今後の取り組みの進め方」と、 「報告書のあり方」の両面で大変参考になるものと思っております。これからの キヤノンMJグループにおけるCSR活動にあたっては、ご指摘事項を念頭に 置いた推進計画を立て、実践していこうと考えています。

昨年に続いてコメントを頂いた高岡美佳さんには、2008年に実施した 「キヤノンMJグループ 第2回CSRフォーラム」の講師をお願いし、具体的 なご指導も頂戴いたしました。また、本年初めてのコメントを頂戴した足達英 一郎さんには、CSR推進本部メンバーとの意見交換の場にご参加頂くなどの 機会も頂戴いたしました。お二方にはこの紙面を借りてあらためて御礼申し上げ、 あわせて今後の取り組みへのご指導についてもお願いするものです。

今回からCSR報告書はダイジェスト版を作成し、広く皆さまにご覧いただく 機会を増やす試みを開始いたします。また、ホームページ(canon.jp)での公開 も昨年同様進めて参りますので、あわせてご活用頂ければ幸いです。

最後に、私たちの提供する製品やソリューション、そしてサービスサポートを ご利用いただいているお客さまに感謝申し上げます。またこの一年あらためて 私たちと一緒に歩み、ご協力いただいた多くのビジネスパートナーの皆さまに もあわせて感謝の意を表したいと思います。



キヤノンMJグループ「CSRフォーラム」



第8回 CSR委員会



本書制作キックオフ・ミーティング

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 CSR推進本部

TEL : 03-6719-9150 FAX : 03-6719-8360

〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 CANON STOWER

お問い合わせ用URL : <http://canon.jp/cmj-csr-report>

※本報告書記載のホームページ等のURLは、予告なく変更する場合がございます。

※本報告書記載の情報の一部または全部を無断で転載および複写することを禁止します。

Information Security Report 2009

キヤノンマーケティングジャパングループ
情報セキュリティ報告書 2009

- 3 キヤノンマーケティングジャパングループにおける情報セキュリティの位置づけ
- 5 情報セキュリティ環境整備の全体像
- 7 情報セキュリティの基盤強化
- 11 効果的な第三者認証の活用
- 15 情報セキュリティ人材の育成
- 18 情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
- 19 質の高い情報セキュリティ関連ソリューションの提供
- 24 資料

編集方針

本書は、キヤノンマーケティングジャパングループの情報セキュリティに関する活動をご報告することによって説明責任を果たすとともに、お客さまの課題解決のための参考情報をご紹介しますことを目的に発行致しました。

編集にあたっては、経済産業省発行の「情報セキュリティ報告書モデル」を参考にしました。また、2年目の発行となることから、キヤノンマーケティングジャパングループの情報セキュリティの取り組みに関し、定常的に報告する内容と、2008年に取り組んだ活動や成果を分かりやすく報告できるよう改善を行いました。報告内容については、主に2008年1月から12月の活動について掲載しています。

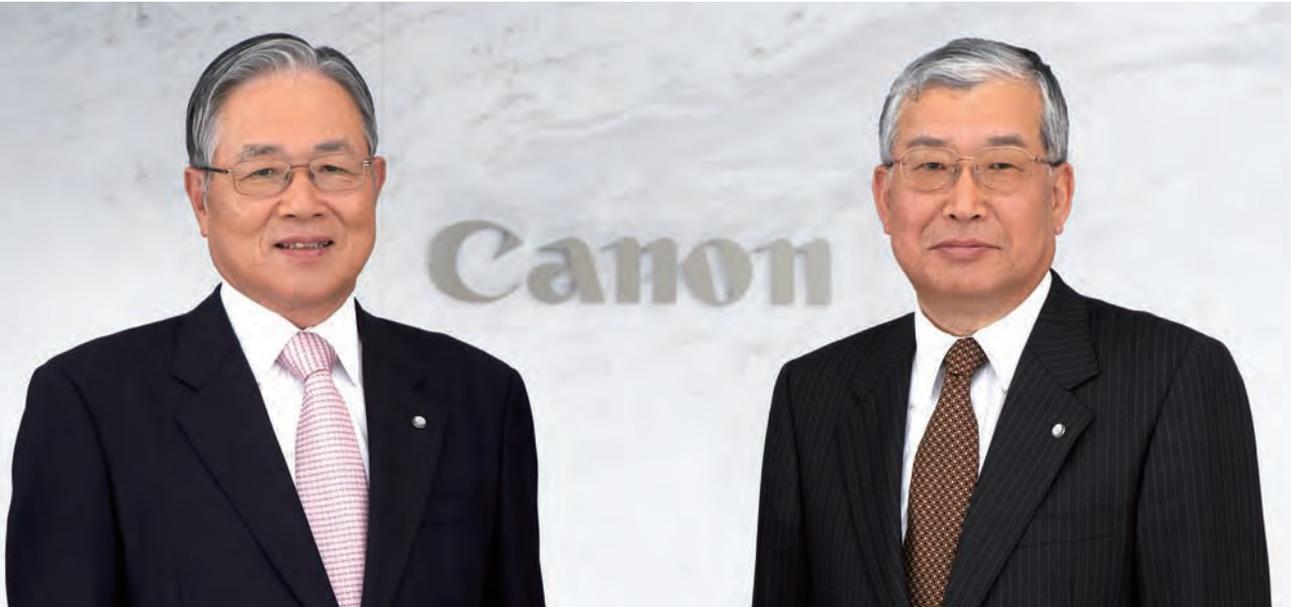
※「キヤノンマーケティングジャパン」は、略称として「キヤノンMJ」と表記する場合があります。



～顧客満足度の向上と セキュアな社会の実現に向けて～

情報通信技術の進展に伴って情報セキュリティへの取り組みがますます重要になっています。私たちはセキュアな社会の実現に向け企業の社会的責任として情報セキュリティの基盤強化に取り組む一方、お客さまの視点に立って「より安全に」「より確実に」「より効率的に」といった“顧客満足度の向上を支える業務改善活動”ととらえて情報セキュリティの成熟度の向上に努めています。

キヤノンマーケティングジャパングループにおける情報セキュリティの位置づけ



代表取締役会長 村瀬 治男

代表取締役社長 川崎 正己

「企業の社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」のために

情報通信技術が社会経済の神経系とも言われるようになった現在、「情報セキュリティ」は企業の重要な経営課題となっています。

キヤノンマーケティングジャパングループは、「企業の社会的責任としての情報セキュリティ基盤強化」と、「お客さまへの価値提供における情報セキュリティ品質の向上」という2つの視点で、グループをあげて情報セキュリティ成熟度の向上に取り組んでいます。

具体的には、グループ全体の情報セキュリティの基盤強化、プライバシーマークやISMSといった第三者認証の取得、人材育成、積極的な情報開示などを推進しています。

私たちの情報セキュリティの活動は、マイナス要素をゼロにするだけでなく、お客さまの視点に立って「より安全に」「より確実に」「より効率的に」といったプラス

効果を出すために、情報資産取り扱いの側面から“顧客満足度の向上を支える業務改善活動”ととらえて推進しています。取り組みにあたっては、CSR視点で環境やコンプライアンス活動などとの有機的な連動によって、相乗効果を出すようさまざまな工夫をしています。

このようなキヤノンマーケティングジャパングループの情報セキュリティ活動をご報告するために、昨年に引き続き本書を発行致しました。お客さまの情報セキュリティ課題解決のお役に立つ製品・ITソリューションについてもご紹介していますので、是非、ご一読くださいますようお願い申し上げます。

推進フレームワークと主要テーマ

キャノンMJグループの情報セキュリティ推進フレームワークは、お客さまへの価値提供のための業務プロセスに情報セキュリティを組み込み、業務改善を継続的に行いながら「質の高い情報セキュリティ関連ソリューション」や「情報セキュリティ・個人情報保護に配慮したサービスマンテナンス」をご提供することによって顧客満足度の向上につなげていくことです。

こうした活動はセキュアな社会の実現の一助にもなると考えています。



顧客満足度の向上とセキュアな社会の実現に向けて6つのテーマに取り組んでいます。

中期経営計画で掲げている主要注力テーマは、経営品質向上の一環として取り組んでいる5つのテーマと、事業拡大に関する1つのテーマです。

主要注力テーマ：

1. 情報セキュリティの基盤強化
2. 第三者認証による客観的評価と改善
3. 個人情報保護の継続的強化・改善
4. 情報セキュリティ人材の育成
5. 情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
6. 質の高い情報セキュリティ関連ソリューションの提供

情報セキュリティ環境整備の全体像

情報セキュリティの基盤を強化する 7ページ

1. CSR視点での情報セキュリティガバナンス体制を整備
～情報セキュリティ委員会からグループCSR委員会へ～
2. 全員参加型のマネジメント体制を整備
3. グループの情報セキュリティレベルを均質化するための
情報セキュリティ関連ルールを整備
4. グループに共通するセキュリティ対策の実装

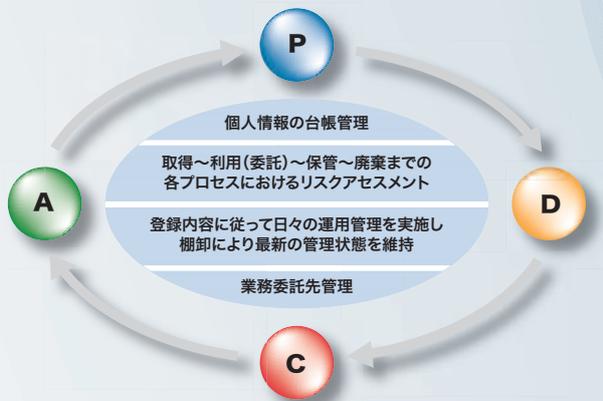
STEP 1

第三者認証制度のPDCAマネジメントサイクルを 構築・運用し継続的な改善を行う 11ページ

1. 顧客満足向上のために、ISMSを活用
～顧客価値提供プロセスへのISMSの組み込みをグループをあげて推進～



2. 個人情報保護法より一段高いレベルでのマネジメントシステムの運用
～プライバシーマークの取得をグループをあげて推進～



STEP 2

グループの情報セキュリティ構築
運用ノウハウを事業展開する ➡ 19ページ

お客さまへの価値提供における情報セキュリティ品質を
向上し、優れた関連ソリューションをお届けする

STEP 4

情報セキュリティ活動の積極的な
情報開示を行う ➡ 18ページ

1. 「キャノンMJグループ 情報セキュリティ報告書」を発行
～説明責任の遂行とお客さまの課題解決の
一助となるために～
2. 情報セキュリティ活動事例を具体的にお客様へ紹介
するオフィスツアーを実施

STEP 3

全員参加型の活動を支える
情報セキュリティ人材を
育成する ➡ 15ページ

1. 意識・知識・組織活動の視点から、効果的な活動を
繰り返し実施
～コンプライアンス推進活動や人事評価制度との連携
などにより情報セキュリティマインドや風土を醸成～
2. マネジメントシステムの運用を支える人材を育成し
職場ごとに配置

情報セキュリティの基盤強化

～CSR視点でグループ全体の情報セキュリティガバナンスを推進します～

グループCSR委員会によるガバナンス体制

キヤノンMJでは2007年4月にグループレベルのCSR視点に立ったガバナンス体制の強化を図るために、「情報セキュリティ委員会」「企業倫理・コンプライアンス委員会」「環境推進委員会」の3つの委員会を統合し、「キヤノンMJ CSR委員会」という体制にしました。

この委員会は、キヤノンMJ役員やCSR関連部門責任者、外部有識者のほかに、主要グループ会社の社長もメンバーに加わり、CSR関連分野の内外環境変化や経営の重要課題の審議を行い、方針・施策の決定、レビューなどの取り組みを行っています。

CSR委員会と情報セキュリティガバナンス機能



全員参加型の推進体制

キヤノンMJの情報セキュリティマネジメント体制は、全社管理体制・部門管理体制の2つの構造となっています。

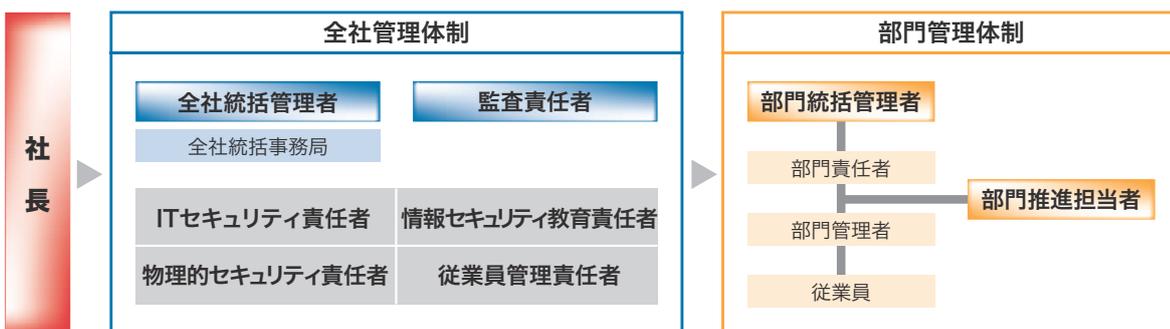
全社管理体制では、グループ本社機能を持つ組織がIT・物理・人的セキュリティ施策などのグループに共通するルールや対策の企画立案・推進を行っています。

部門管理体制では、各事業部門ごとにグループに共通するルールや対策を遵守するほか、事業特性に応じた追加の

対策の決定や運用を行えるよう部門統括管理者や推進担当者を配置しています。

このような体制と役割でマネジメントを推進することで、組織全体への浸透と全員参加型の活動の定着を図っています。

情報セキュリティマネジメント体制



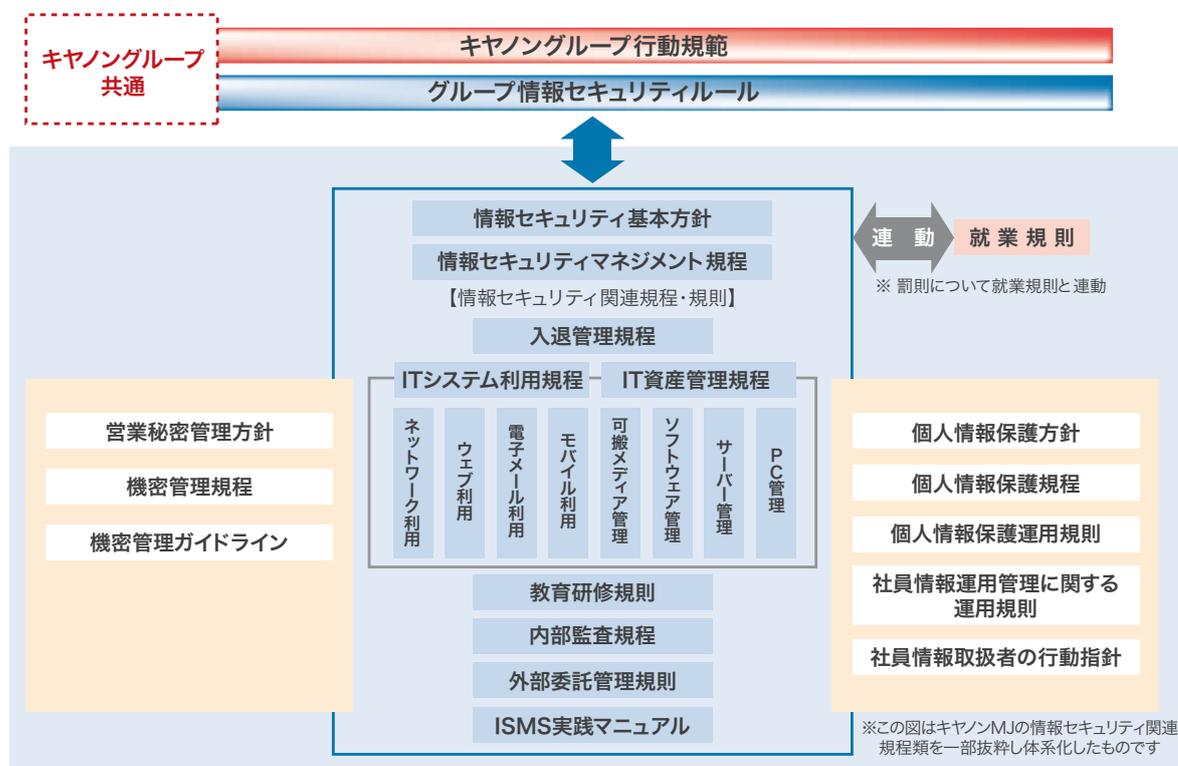
体系的にルールを整備

キヤノンMJグループでは、キヤノングループ共通の「グループ情報セキュリティルール」(ISO/IEC27001:2005に準拠)を基軸としながら、ルール体系を整備し、社内情報セキュリティマネジメントシステムを構築しています。

個人情報と営業秘密については、重要な情報資産である

ことから、個別の方針、ルールを整備しています。特に個人情報保護については個人情報保護法よりも一段高いレベルの管理を行うためにJISQ15001に準拠したマネジメントシステムを構築し運用しています。

ルール体系



! Action 2008 — 2008年の取り組み

ルール体系を見直しました

ITセキュリティ規則群を体系的に見直しました。

ルール体系のグループ均質化を推進しました

グループ各社の情報セキュリティに関する方針・規程・ガイドラインについて均質化を推進しました。

グループ情報セキュリティルールの適合性評価を実施しました

キヤノン(株)が制定したグローバルな「グループ情報セキュリティルール」への適合性について、キヤノンMJの全社統括事務局がグループ各社の評価を実施しました。

情報セキュリティの基盤強化

～CSR視点でグループ全体の情報セキュリティガバナンスを推進します～

“ 自社グループの製品や技術を活用して、
安全性と効率性を高めています。 ”



機密性の高いオフィス環境の構築

ICカード使用による入退館管理およびプリント制御

キヤノンMJグループでは、全国に点在する事業所でセキュリティレベルに応じた適切な入退館管理とプリント制御を行っています。

一定のセキュリティレベル以上の区画を常時施錠し、ICカード式IDカードを用いた個人認証などによる開錠のしくみを実装しています。

また、キヤノン複合機に搭載できる機能“MEAP”の「ICカード認証 for MEAP」と「Anyplace Print for MEAP」を活用し、ICカード式IDカードをかざして印刷指示を行うことにより、オフィスに配置されたどの複合機からでも自分

の印刷ジョブだけを印刷指示できます。これにより印刷物の取り忘れも減少し、印刷ログ管理と合わせて情報漏えいリスクの軽減効果を上げています。また、印刷の待ち行列が解消され仕事の効率も向上しています。



5S(整理・整頓・清掃・清潔・しつけ)の徹底によるクリアデスクの実践

クリアデスク・クリアスクリーンの実践によって、情報漏えいリスクを軽減させ、正しく情報資産を管理するために、安全衛生活動と連携した5S活動をグループ全体で推進しています。

年に3回の5S強化月間を設けて、「居室・会議室の5S」「セキュリティ対策の5S」の徹底・定着を図っています。



グループ全体最適を考えたITセキュリティ

ITセキュリティガバナンス

キヤノンMJグループのITセキュリティガバナンスの特徴は、ポリシーとルールをグループ全体で統一し、1万9千人のグループ従業員が利用するITインフラを統合管理していることと、自社グループが事業で取り扱っている製品を積極的に導入し、運用ノウハウの蓄積や製品改良に

活かしていることです。

ネットワークインフラ統制、システム・アプリケーション統制、パソコン・メディア統制などをグループ全体最適で実装し、安全性を高めるとともに、使いやすいしくみを提供しています。

グループ統一のポリシーとルール	
パソコン・メディア統制 メディア パソコン	メディアの標準化 セキュリティ機能付きUSBメモリーの導入 パソコン・ソフトの標準化 パソコン環境の標準化 ウイルス対策ソフトの導入 HDD暗号化ソフトの導入 OSセキュリティパッチ適用の自動化
システム・アプリケーション統制 モバイル 共通システム 電子メール	システムの統合 グループ統合基幹システム グループ統合ファイルサーバー グループポータル 電子メールの統合 スパム対策の実施 メールモニタリングの実施 モバイルの統合 高速なデータ通信カードの採用 社有携帯電話でのメール利用
ネットワークインフラ統制 ネットワーク インターネット	ネットワークの統合 ネットワークの集中管理 IPアドレスの管理 インターネットの統合 ログ管理 フィルタリング
自社グループの製品や技術を活用	



One Point

キヤノンMJのIT全般統制

キヤノンMJでは、J-SOXに先駆けて、2006年から米SOX法に対応した内部統制を確立しています。

IT全般統制に対応して開発部門と運用管理部門の明確な職務分離を行った上で、部門間のスムーズな連携を実現するために独自の運用管理システムを構築しました。運用業務においては、リスクと対応策を文書

化するとともに、システム管理者用アカウントの厳格なコントロールや操作ログの保管を行い、システム運用業務が正当に行われていることを明確にしています。

運用管理システムの構築と業務の文書化により、IT全般統制に求められている基準をクリアできただけでなく、業務の可視化、標準化、セキュリティ強化を実現しています。



Action 2008 — 2008年の取り組み

モバイル環境の安全性と利便性を向上しました

2008年はグループのモバイル環境を見直し、利用目的に応じた接続方法を複数準備することで安全性と利便性の向上を実現しました。

■モバイルの利用環境の改善

データ通信カードを高速化してモバイルアクセスの操作性を向上しました。また、接続時にセキュリティパッチの適用を自動的に行い、長期の出張時にも素早い脆弱性対策ができるようにしています。

■社外や海外からの安全かつ高速なアクセス環境の実現

データ通信カードが利用できない環境での勤務を考慮し、パソコンへのクライアントファイアウォールの導入とSSL-VPN接続の採用により、インターネットから安全にアクセスできる環境を提供しています。

■社有携帯電話へのウェブメール導入

社有携帯電話で社内メールを確認できる環境を構築し、外出時でもお客さまへの迅速な対応を可能にするとともに、携帯電話本体にデータを残さないしくみにより紛失時のリスクを低減しています。

ショールームでの可搬メディアウイルス対策を強化しました

2008年に急増した可搬メディアを介して感染を広げるコンピュータウイルスから、お客さまを守るための活動を全国各地のショールームで行っています。

ショールームには、お客さまご自身が撮影された写真などを展示されている家庭用のプリンターや、商用印刷の大判プリンターで実際にプリントし、ご覧になりたいというお客さまが多数ご来場されます。このようなとき、可搬メディアのご利用は不可欠ですので、可搬メディアをお持ちになったお客さまへ、次のような取り組みを行っています。

- ・ウイルス感染の脅威をお知らせする
- ・お客さまのご理解のもとで、専用パソコンでウイルスチェックを行っていただく
- ・ご自宅やお客さま企業でのウイルス確認方法をお知らせする

全国のショールームやデジタルハウスでは、デジタルフォトの入出力の楽しさやオフィス複合機を中心とした各種ビジネスソリューションの利便性をお客さまに安心して体感いただけるように努めています。

是非、お気軽にお越しください。



効果的な第三者認証の活用

～ベストプラクティスを業務プロセスに組み込み、継続的な改善を行います～

第三者認証を活用するにあたっては、「認証取得」が目的ではなく「ベストプラクティスを業務プロセスに組み込み、第三者による評価と指摘を受けて、継続的な改善のしくみとして活用すること」を目的として取り組むことが重要であると考えています。そして、その結果として取得した「認証」によってお客さまに客観的判断基準をご提供できると考えています。このような目的・考えを持って、「ISMS適合性評価制度」と「プライバシーマーク」の認証取得にグループ全体で取り組んでいます。

ISMSを活用した顧客満足度向上のための業務改善活動

ISMSの効果的な実装のためのリスクアセスメント

ISMSのリスクアセスメントは、大きく2つの手法で行っています。ビジネス部門が行うプロセスアプローチと全社管理部門が行うベースラインアプローチという手法です。

ビジネス部門が行うプロセスアプローチでは、基本方針で定義した「お客さまに価値を提供する主要な業務プロセス」のフローを書き出し、そのフローに登場する情報資産の洗い出しを行います。

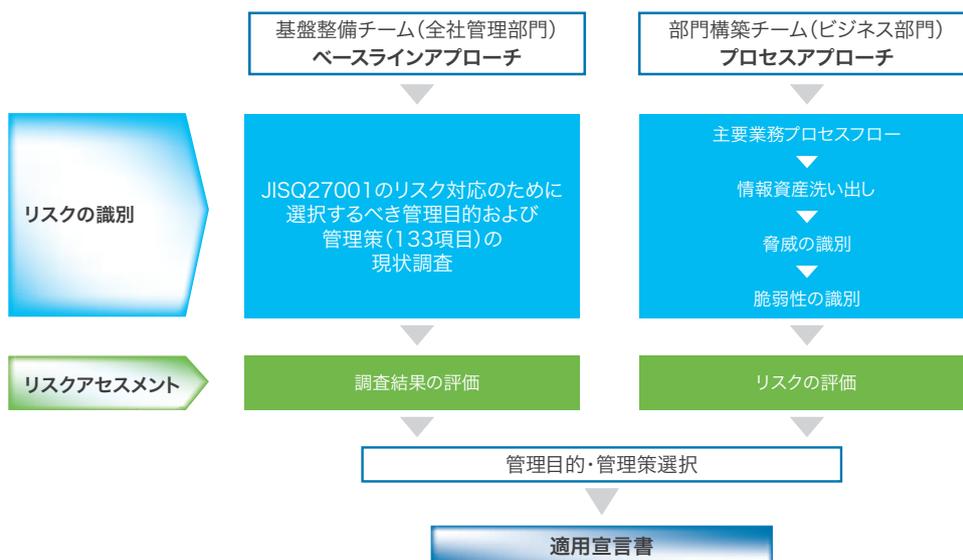
こうすることで、顧客価値提供プロセスで取り扱う情報資産が漏れなく効率的に洗い出され、それらの情報資産へのリスク対策を通じた業務改善を行うことができるため、顧客満足度の向上につながります。

これが、プロセスアプローチによるリスクアセスメントの概要と効果です。

一方全社管理部門が行っているベースラインアプローチは、JISQ27001に記載された133項目の管理策に対して、現状、会社全体でどのような管理策が実施されているかを調査および評価して、管理策を検討します。これがベースラインアプローチによるリスクアセスメントの概要です。

そして、これら2つの手法でリスクアセスメントをした結果、それぞれが採用した管理策を組み合わせることで適用宣言書という文書にまとめます。この際、ビジネス部門から挙げられた管理策を全体最適の視点から実施する必要がある場合は、全社管理部門が会社全体の管理策として実施します。

リスクアセスメントアプローチ方法



“ ISMSの運用を通じて情報セキュリティをスパイラルアップしています。”



🔒 情報セキュリティ・インシデント管理

情報セキュリティ・インシデント発生時には、適切な対応を迅速に行うために、インシデント管理体制を整備しています。

インシデント管理の重要な入り口となるのが、セキュリティ事象の検知です。キャノンMJグループでは、グループITガバナンスの中で、次の監視を行うことによりセキュリティ事象の検知を行っています。

- ① 電子メールのモニタリング
- ② ウェブ利用状況のモニタリング
- ③ ソフトウェアのインベントリ取得
- ④ コンピュータウイルスの侵入検知
- ⑤ 全社サーバーへの不正アクセス監視
- ⑥ IPアドレスの不正使用監視
- ⑦ モバイル利用状況
- ⑧ パソコンのハードディスク暗号化実施状況

また、次の事象については、従業員に報告を義務づけるとともに報告ルートを整備しています。

- パソコンのハードウェア故障・紛失・盗難
- 基幹システム、基幹ネットワークへの接続トラブル
- コンピュータウイルス検知・感染
- ソフトウェアのトラブル
- 社内業務用のアプリケーションや基幹システムのトラブル
- 個人情報や機密情報の漏えい

インシデント発生時には、発生原因の究明を行い、是正・再発防止策(予防処置)を速やかに行います。万が一、個人情報や機密情報が漏えいした場合には、お客さまへの報告、お詫び、二次被害防止などの救済措置に優先的に取り組み、是正処置・再発防止策(予防処置)を適切に実施し、関係省庁や関係機関への報告を行っています。

情報セキュリティ・インシデントの報告

2008年は、グループ内でパソコンの盗難・紛失事故、機器メンテナンス時のデータ消去ミスや伝票紛失および研修受講結果の誤送付が発生しました。盗難・紛失した社有パソコンには、暗号化などの高度な秘匿化が実装されていたため、被害報告は

ありません。また、他の事故においても二次被害などは発生していません。事故発生後、関係機関への報告、事故発生原因の特定と類似事故が発生する可能性を検証し、必要な是正処置・再発防止策(予防処置)を実施しました。

🔒 情報セキュリティ監査の体制

情報セキュリティ監査は、監査の客観性を維持するため、社長直轄の監査部門(監査室)が統括をしています。

部門監査は各部門にマネジメントシステムの定着・浸透を実現するために、配置している「ISMS内部監査員」や「個人情報保護キーパーソン」を監査人として任命し実施しています。

なお、監査項目はISMSの項目と個人情報保護の項目との重複を避けるため横断的に見直し設定することで監査の効率化と被監査部門の負担を軽減しています。

🔒 ITインフラの事業継続の取り組み

将来予想される首都直下地震に備えて、キャノンMJグループの事業継続に必要なITインフラの復旧計画の策定に取り組んでいます。2008年は、グループ全体で定めた復旧までの目標時間と対象となる事業範囲に従って、ITインフラ業務の基本計画書を策定し、必要な事前対策を明確に

するとともにシステム復旧手順を整備しました。

実際に災害が起きた場合でも、目標とする時間内にITインフラを回復しお客さまにサービスをご提供できるように、シミュレーションによる手順の検証を行っています。

効果的な第三者認証の活用

～ベストプラクティスを業務プロセスに組み込み継続的な改善を行います～

“ 個人情報保護法より一段高いレベルの管理に向けて、グループをあげて取り組んでいます。 ”



プライバシーマークを活用した個人情報保護の強化

キヤノンMJグループでは、個人情報保護法より一段高い管理レベルを実現するために、プライバシーマーク制度を活用して個人情報保護マネジメントシステムの運用を継続的に改善しています。

🔒 個人情報データベース管理システムの独自開発と活用

キヤノンMJグループでは個人情報の取り扱い状況を把握し、取得から利用(業務委託を含む)、保管、廃棄の各ライフサイクルにおけるリスクアセスメントが行える台帳管理のしくみを自社独自でシステム化した「個人情報データベース管理システム」で運用しています。

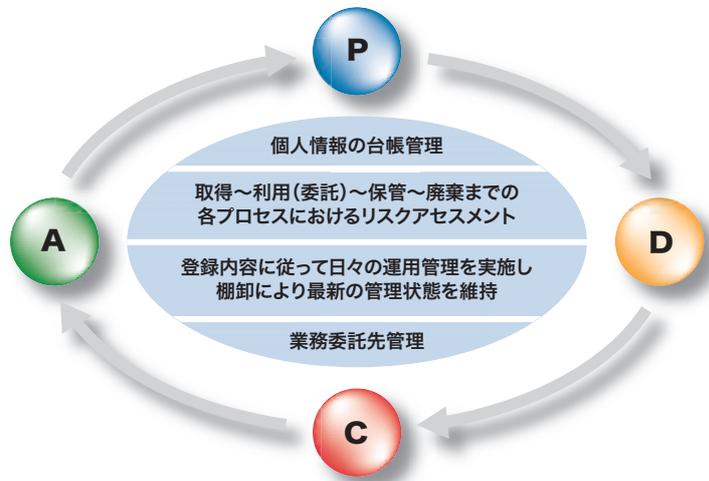
担当者は、個人情報の取り扱いを開始する前に、このシステムの新規登録画面を開き、画面に沿って入力していくことで、法律や規格、社内ルールを熟知していなかったとしても、自然に取得から廃棄までの各プロセスにおける遵守事項を確認しながら、適切なリスクアセスメントを行うことができます。

担当者が入力を終えて申請を行うと、「部門管理者→個人情報保護キーパーソン→本社統括事務局」というルートで申請内容のチェックと承認が行われ、すべての手続きが終了すると、本社管理台帳へ登録されます。

また、このシステムでは、個人情報の取り扱い業務を委託している委託先企業の評価や契約内容の管理も行えるしくみになっています。

キヤノンMJグループでは、このシステムをグループ統一の個人情報管理ツールとすることで、グループ均質な個人情報保護マネジメントシステムの運用を実現しています。

🔗 個人情報データベース管理システム



システムによるリスクアセスメント(一部抜粋)

担当者は、システムの画面に沿って個人情報の取り扱い手順を確認します。

取得する手段を選択してください(複数選択可)	<input type="checkbox"/> 手渡し <input type="checkbox"/> FAX受信 <input checked="" type="checkbox"/> Webフォーム <input type="checkbox"/> 郵送 <input type="checkbox"/> 社内システム <input type="checkbox"/> その他
個人情報取得時の手段にWebフォームを選択すると、それに応じたリスクと確認項目を自動的に表示	
お客さまの誤入力	<input type="checkbox"/> メールアドレス等入力ミスを起こす可能性の高い項目は2度入力をお願いし、システムチェックする <input type="checkbox"/> 受け入れ可能なリスクなため対策しない
本人からインターネット経路上で取得する際の盗聴	<input type="checkbox"/> SSL等の暗号化環境で通信する
Webサイトの脆弱性をついたデータ搾取・盗聴・改ざん	<input type="checkbox"/> Webサイトの脆弱性対策[例・クロスサイトスクリプティング対策等]をする。

選択した手順に応じて、動的に法令・規範および社内ルールに応じたリスクと対策項目が生成・表示されますので、担当者はこの内容を確認することで、適切なリスク対策および運用を実施することができます。

! Action 2008 — 2008年の取り組み

ビジネスソリューション分野でISMS認証範囲を拡大しました

2008年はキャノンMJグループのビジネスソリューション分野の直販営業、サービス・サポートのほぼすべての部門と、キャノンMJの全社管理部門やキャノンビジネスサポートのPODセンターなどに拡大しました。

認証の範囲拡大は、グループ全体の施策と各社の事業特性を考慮した上で、お客さまにこれまで以上の安心をお届けするために、今後も着実に推進したいと考えています。



プライバシーマークの認証取得会社を拡大しました

2008年は、キャノンソフトウェアとキャノンITSメディカル(旧FMS)が、新規にプライバシーマークを取得しました。

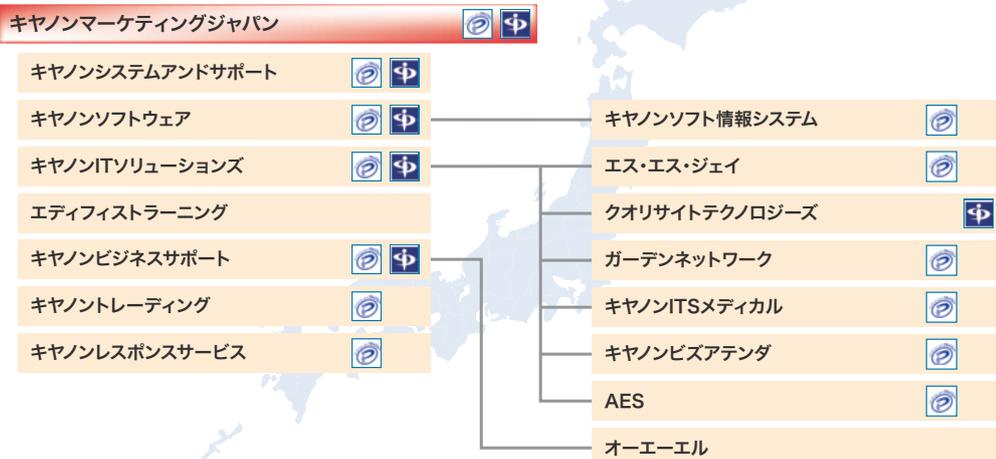
個人情報の委託先管理を強化しました

キャノンMJグループでは、個人情報の取り扱い業務を外部委託する際に、信頼性・安全性の高い委託先を選定するために、委託先の評価を行っています。併せて、委託先の個人情報の適正利用や安全管理などの運用確認と委託する業務のフローを確認し、個別のリスク軽減に努めています。また、情報の授受および返却・消去の確認を書面で行うほか、定期的に委託先の再評価や監査を実施し、委託元としての適切な管理・監督を行っています。

2008年は、個人情報保護法の経済産業分野を対象とするガイドライン改正に合わせて、ガイドラインの「必須事項」だけでなく「望まれる事項」までを委託先管理項目に追加し、事前評価や監査を実施しました。

🔒 キャノンMJグループ第三者評価・認証取得状況

(2009年4月1日現在)



🔒 プライバシーマーク 🏠 ISMS

他 海外関係会社 2社

※プライバシーマークは全社取得です。ISMSは部門取得です。

情報セキュリティ人材の育成

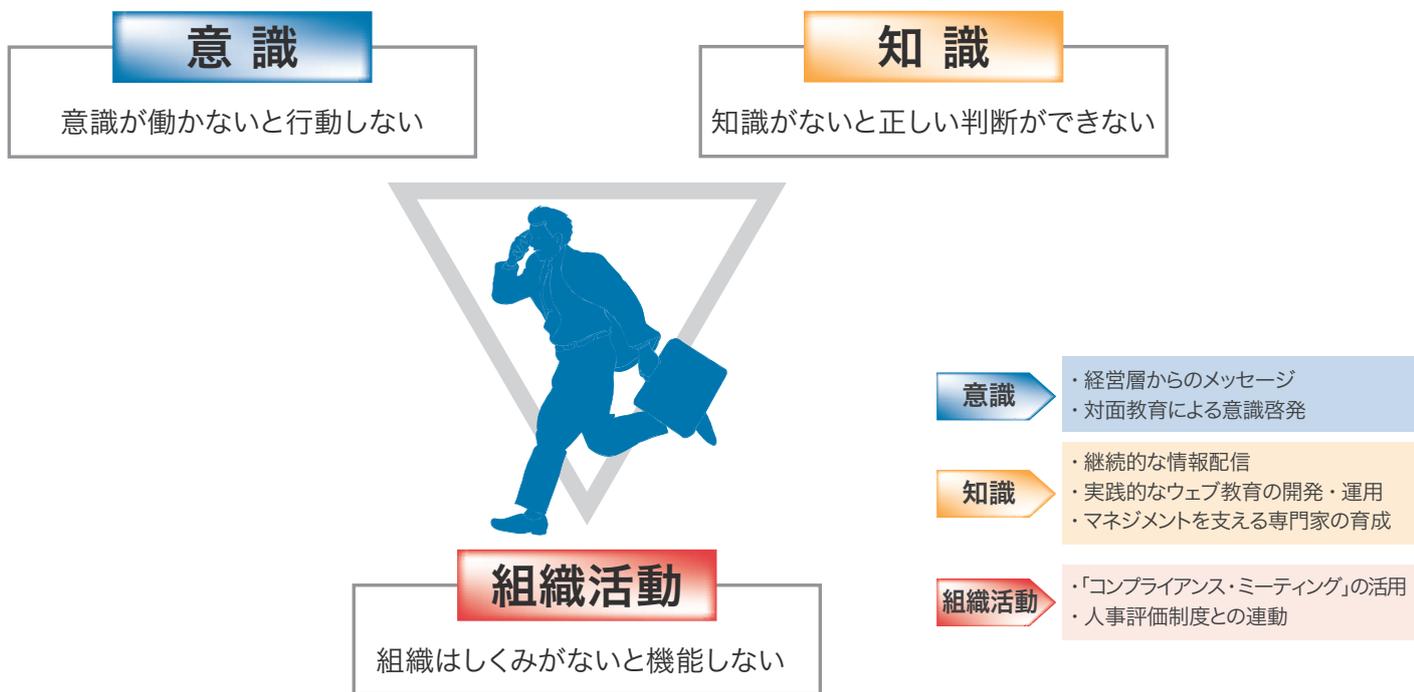
～情報セキュリティマインドの高い人材の育成に注力しています～

情報セキュリティ対策の中で、最も難しい領域が「人的セキュリティ」であると考えています。

人は「意識」が働かないと行動せず、「知識」がないと正しい判断ができません。また、組織はさまざまな人々の集合体ですので、「組織活動」というしくみがないと人的セキュリティが機能しません。

このようなことから、意識・知識・組織活動の3つの視点で、特に人材育成に力を入れて活動を推進しています。

意識・知識・組織活動の3つの視点で人的セキュリティを推進



意識

意識啓発の具体的事例

経営層からのメッセージ

従業員の意識醸成において、何よりも大切なのは、経営層からの繰り返しのメッセージです。

キャノンMJグループでは、社長が入社式・エリアミーティング・CSRフォーラムなどの場や、全従業員向けの月次メッセージの中で意識啓発を継続的に行っていますので、経営者の意思が直接伝わり、意識醸成に大きな影響を与えています。

対面教育による意識啓発

グループ共通で実施している階層別教育では、個人の意識高揚を図るために、対面形式にこだわって情報セキュリティに関する意識啓発教育を行っています。

- 新入社員研修 毎年4月
内容：情報セキュリティ・個人情報保護の重要性、個人情報保護の基礎など
- 新任ライン管理職研修 年2回(1月・7月)
内容：キャノンMJグループの考え方と主要注力テーマ、ライン管理職の役割など

知識 知識教育の具体的事例

継続的な情報配信

情報セキュリティに関する知識向上を目的として、世の中の動向などはイントラネットサイト(情報セキュリティトレンド)で定期的に配信しています。
また、コンプライアンス活動と連携してこれまで5年間、

毎週欠かさず月曜日の朝に全グループの役員・従業員宛に配信している「今週のコンプライアンス」というメールマガジンでも、関連情報を盛り込んでいます。
2008年も情報セキュリティ関連の知識習得のための内容を配信しました。

イントラネットサイト(情報セキュリティトレンド)

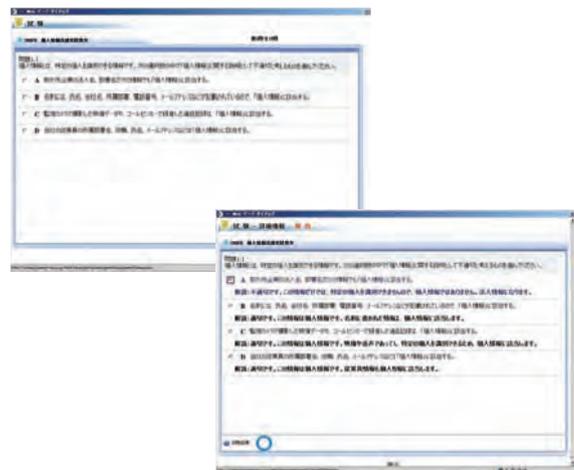


今週のコンプライアンス 2008年情報セキュリティ配信事例

- | | |
|---|-------------------------|
| 1 | 個人情報保護 委託先管理の重要性 |
| 2 | 「個人情報保護ガイドライン」改正施行されました |
| 3 | PC 社外利用時の遵守事項を再確認・再徹底 |
| 4 | USB メモリーなどの取り扱い |
| 5 | 営業秘密と機密管理ルール |
| 6 | 機密管理ルール Q&A |
| 7 | 個人資産ソフトウェアのインストールは厳禁 |
| 8 | インターネット上の情報管理 |
| 9 | 改正特定電子メール法 |

実践的なウェブ教育の開発・運用

毎年行う全グループの役員・従業員を対象とした「実践教育」は、設問診断形式という独特のウェブ教育を採用しています。
具体的には画面に表示される情報セキュリティや個人情報保護の実践的な質問や、営業・サービス・ソフトウェア開発などの業務遂行上のセキュリティ対応に関する質問を読んで考え、複数ある選択肢から回答を選び、1問ごとに正解・不正解の結果と理由を確認するというものです。
このプロセスを自分のペースで行い繰り返すことで、正しい知識を効果的に身につけられる点が大きな特徴です。
この教育方式は、教材が文字データのみで作成できるため追加・改訂などが迅速かつローコストで行えること、ネットワークへの負荷が低いこと、また受講者の受講記録や理解度の把握が簡単にできるなどのメリットがあります。



情報セキュリティ人材の育成

～情報セキュリティマインドの高い人材の育成に注力しています～

“意識・知識・組織活動を重視し、
人材育成を実施しています。”



マネジメントシステムを支える

専門家の育成

キヤノンMJグループでは、情報セキュリティマネジメントに必要な人材を育成するために、教育体系を整備し、継続的に改善しながら、専門家育成に取り組んでいます。

教育名	対象者	内容	形式
個人情報保護 キーパーソン説明会	個人情報保護 キーパーソン	キーパーソンの役割を習得	対面教育
ISMS基礎教育	ISMS認証取得 部門全員	ISMSに関する基礎知識を習得	ウェブ教育
ISMS構築者教育	ISMS部門構築者	ISMS構築の知識を習得	対面教育
ISMS内部監査員教育	ISMS内部監査員	ISMSの内部監査の知識を習得	対面教育

組織活動 ▶ 組織活動の具体的事例

「コンプライアンス・ミーティング」の活用

各職場での活動としては、通常のマネジメント活動のほかに、「コンプライアンス・ミーティング」という課別に自部門の業務リスクを洗い出し、対策を協議する会議を半期に1度全グループ全課で実施しています。この中でも、さまざまなコンプライアンスリスクとして営業秘密管理や個人情報保護に関する情報セキュリティリスクが数多く取り上げられ、対策の確認が行われています。



人事評価制度との連動

キヤノンMJグループでは、業務遂行にあたり会社が従業員に求める「価値観・行動基準」を明らかにしており、これを業績評価に加えて人事評価に反映しています。

「価値観・行動基準」の評価項目は、キヤノン創業当時の行動指針「三自の精神」を核として、「仕事に対する

価値観」「仕事に取り組む行動基準」からなる20項目です。

教育・啓発や就業規則に基づく罰則の適用だけでなく、この人事評価制度との連動によっても情報セキュリティ意識の高揚を支えています。

! Action 2008 — 2008年の取り組み

ISMS推進者と内部監査員を養成しました

キヤノンMJグループではISMSの適用範囲の拡大に伴い専門教育を実施し、必要な人材の教育を行いました。これまでの教育受講者数は下記の通りです。

※カッコ内は2008年に養成した人数です。

ISMS推進者数：450名(280名)

ISMS内部監査員数：310名(181名)



情報セキュリティ活動の積極的な情報開示

～お客さまの課題解決の一助となるような
情報セキュリティ活動事例をご紹介します～

情報セキュリティ報告書 2008発行

キヤノンMJグループでは、情報セキュリティ活動に関する情報開示の充実を図るべく、2008年より「情報セキュリティ報告書」として独立させ、CSR報告書と合冊形式で発行しました。



オフィスツアー(セキュリティ事例紹介)

キヤノンSタワーや各支店にて実施しているオフィスツアーは、キヤノンMJグループにて実践している各種の取り組み事例をプレゼンテーションやフロア見学によりご紹介する取り組みです。このメニューとして、情報セキュリティに関する実践事例もご用意しています。お客さまの目的に応じて、私たちの情報セキュリティガバナンス体制やプライバシーマーク、ISMS認証への具体的な取り組み方法、教育や監査の実践事例など具体的にご説明しています。



VOICE

オフィスツアーを体験されたお客さまの声

グンゼ株式会社
技術開発部 神山様



オフィスツアーで、情報セキュリティの取り組み事例を詳細に聴き、まず第一に参考になった点は、CSRの枠組みでのガバナンス体制を構築している点でした。情報セキュリティを推進する上では、物理的なセキュリティやコンプライアンスや事業継続の取り組みと密接に連携して取り組んでいく必要があり、IT部門だけでは解決することが難しいことが課題となってきます。CSR視点から組織化されたキヤノンMJのガバナンス体制はとても参考になりました。横断的な委員会組織などで運用していく自社の取り組みにフィードバックしていきたいと考えています。

また、実際のオフィス見学で感じたことは「本当に机の上がすっきりしていて、クリアデスクが実践され定着している」ということでした。当社でも紙情報の棚卸を行い保管棚の数が約1/3を削減し、機密情報との区分を推進して

きました。キヤノンMJでは、各自の紙の保管スペースがFAボックスというスペースに限られていて、会議に向かう社員がそれぞれパソコンを持って紙を持たずに移動しており、紙の削減も進んでいることが見て取れました。これを行う上では、お客さまも出入りできる会議室でのネットワークのセキュリティ対策も必要になりますが、こうした疑問点をディスカッションにて詳細に実践事例として説明を受けることができましたので、自社の取り組みへの参考とする有効な他社ベンチマークの機会となりました。



質の高い情報セキュリティ関連ソリューションの提供

～グループの総合力を活かした、セキュリティソリューションをご提案します～

■内部統制・ITガバナンス・リスクマネジメントなど、企業の重要課題をセキュリティ対策の視点で支援

リスクマネジメントや内部統制の強化など、企業経営にとって重要な課題を解決するため、企業のIT化がますます加速しています。IT導入には、自社ネットワークへの不正侵入や、コンピュータウイルスによる感染被害など、さまざま

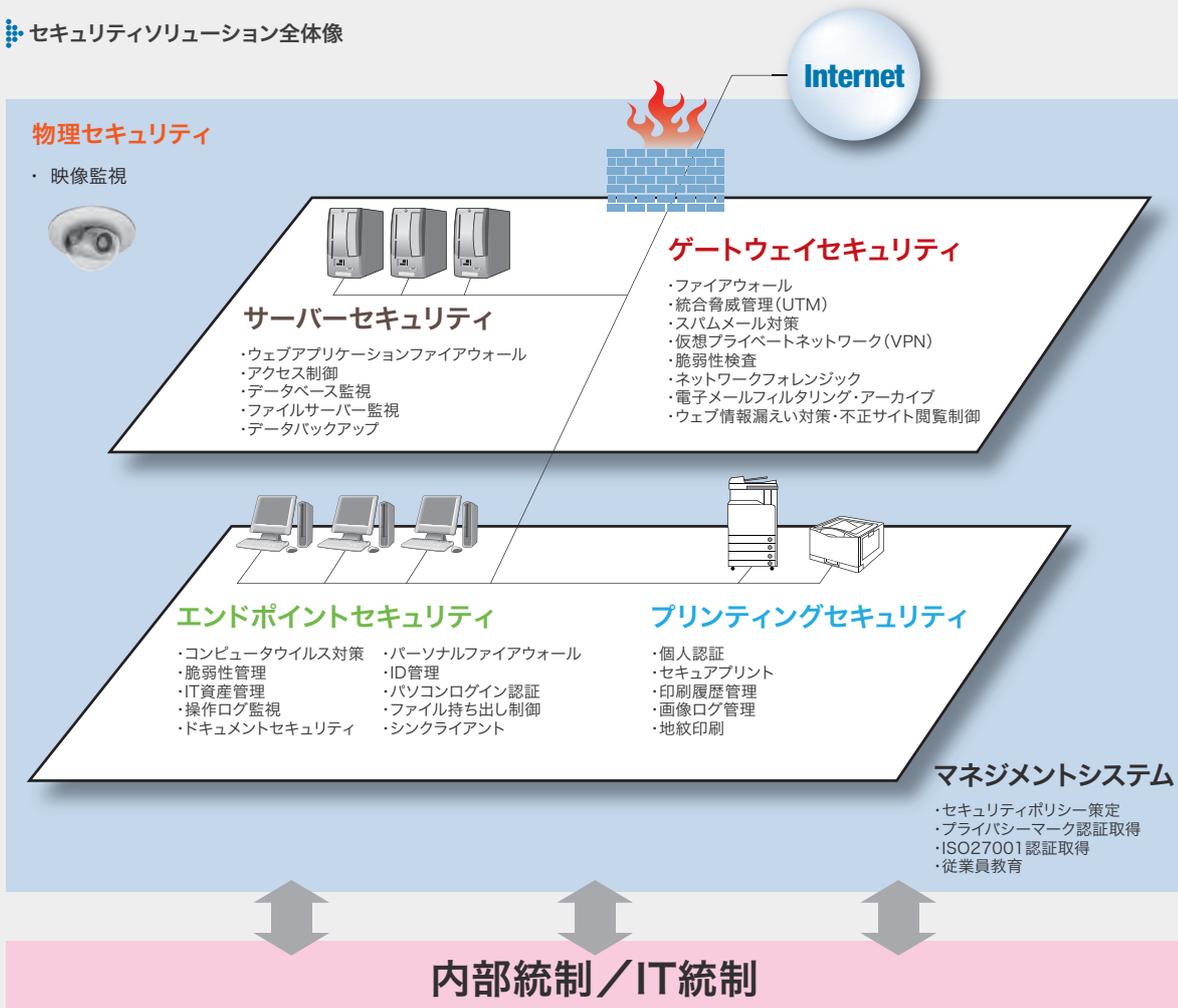
な脅威への対応も必要不可欠です。キヤノンMJグループは、ITガバナンスの確立や内部統制の強化を実現するIT全般統制の視点からセキュリティソリューションをご提案しています。

■トータルセキュリティソリューションの提供

セキュリティ対策に必要な要件を、「ゲートウェイ」「サーバー」「エンドポイント」「プリンティング」「物理」「マネジメントシステム」の6つのカテゴリに分けて体系化しています。

ITによるセキュリティ環境の構築はもちろんのこと、セキュリティマネジメント構築、セキュリティ監査、従業員教育、認証取得に至るまで、企業のセキュリティ強化に必要なソリューションをトータルにご提供しています。

セキュリティソリューション全体像



! Action 2008 — 2008年の取り組み

中堅・中小規模事業者さま向けにセキュリティ基盤構築を展開しました

中堅・中小規模事業者さまにおけるパソコンのウイルス対策や、インターネット経由による外部の脅威から社内LANを保護するファイアウォールなど、セキュリティ環境構築のための基盤整備を積極的に提案・構築しました。

ウイルス対策では、「ESET NOD32アンチウイルス」の特徴である高い検出率と軽快な動作がお客さまから高い評価を受け、売上金額対前年比138%という実績となりました。

インターネットからの脅威への対策としては、統合脅威管理(UTM)ソリューション「FortiGate」が、導入や管理が容易で優れたパフォーマンスを発揮する点で評価され、大きな実績を挙げることができました。



ESET NOD32 アンチウイルス V4.0
開発元：ESET, s.r.o.



FortiGate
開発元：FORTINET INC.

パソコンの盗難・紛失対策として、ハードディスク全体暗号化を提案・構築しました

パソコンの社外持ち出し時の盗難・紛失対策や、店舗など物理セキュリティ対策が難しい場所に設置されたパソコンの盗難対策として、ハードディスク全体暗号化を提案・構築しました。

ハードディスク全体暗号化ソフトウェア「CompuSec」では、パソコン使用中もバックグラウンドで高速に自動暗号化を行いますのでユーザーは暗号化をまったく意識せずにパソコンを利用することができ、かつ高いセキュリティを実現できる点が高い評価を受け、売上金額対前年比157%の実績を挙げました。

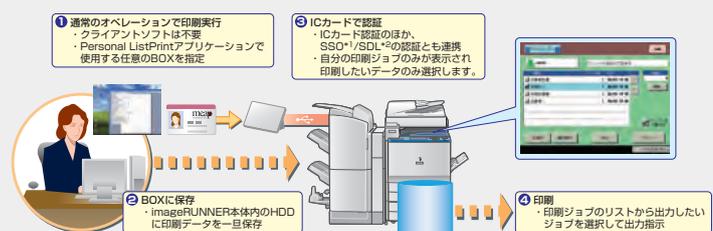


CompuSec
開発元：CE-Infosys Pte Ltd.

複合機・プリンターからの入出力時のセキュリティ構築を展開しました

後を絶たない情報漏えい。近年では紙媒体を経由した漏えいが大勢を占めています。キヤノンMJでは複合機・プリンターといった紙文書を扱う製品を活用したソリューション展開において、ドキュメントセキュリティとの複合提案を責務ととらえています。

ICカードを使って複合機の利用者を特定する「ICカード認証 for MEAP」、放置プリントを防止する「Personal ListPrint for MEAP」といったサーバーレス商材を中心に、多様なお客さまにご好評いただいています。



ドキュメントソリューションのご紹介

～企業にとって最適なソリューションをご提案します～

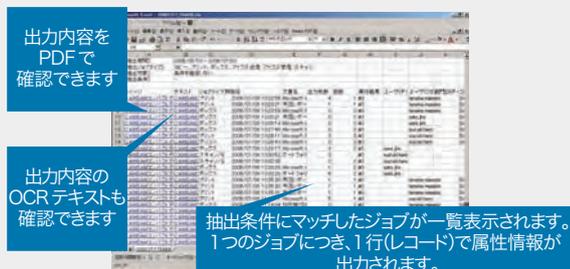
■情報セキュリティに配慮した製品・サービスの提供

複合機の入出力画像ログ管理

紙媒体を経由した情報漏えいを防ぐためには、各従業員が機密情報や個人情報を故意に、あるいは不用意にコピーや印刷を行っていないかをきちんと管理・確認できることが重要です。誰がどんな内容をコピー、印刷、FAXしているか、それらを管理者がすべて一元管理し、情報漏えいの未然抑止や、事件発生時の追跡を可能にすることができるシステムがimageWARE Secure Audit Managerです。

画像ログ管理を容易に実現

データベースなどの複雑なシステムを使わずに、画像ログ管理を容易に実現することができるシステムがimageWARE Secure Audit Managerコンパクトです。各ユーザーがいつ、どの複合機で、どんなドキュメントを印刷／コピーしたか、といった複合機を利用した際の内容を画像ログとしてサーバーに収集し、Excelを使って簡単に検索できるので、管理者は全従業員の出力内容やFAX送信内容を容易に閲覧することができます。

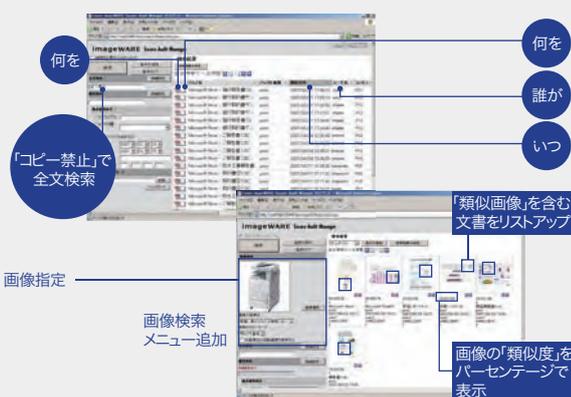


さらに強固なセキュリティ対策を実現

データベースにOracleを採用し、より強固な画像ログ管理を実現することができるシステムがimageWARE Secure Audit Managerフルです。

画像ログの収集・検索・閲覧に加え、出力内容をデータベースに蓄積することで、出力内容の中から「コピー禁止」などの文字列をキーワードとして全文検索し、該当ジョブをピックアップすることができます。

また、あらかじめ設定した監視ワードを含む文書が印刷、コピー、FAX、スキャンされた際には自動的に検知し管理者にメール通知します。オプションのイメージサーチ機能を利用すれば、出力ドキュメント中の文字列に加え、出力画像をキーにして検索することもできます。検索対象となる画像と特徴が似た画像を含むドキュメントを抽出することで、機密情報の管理を強力にサポートします。



FAX送信時のセキュリティ対策

FAX利用時のヒューマンエラーの防止に役立つセキュリティ性能を、複合機が実装しています。



【誤送信対策】

キヤノンの複合機では、テンキーダイヤル入力時に確認画面で宛先の「FAX番号確認入力」を行うことで誤送信が抑止できます。宛先登録の際に設定する「アクセス管理番号」を入力することで表示される宛先の絞り込みが可能で、不要な宛先を表示させないことで誤送信を抑える機能です。さらに登録外の宛先への送信を禁止する「新規宛先の制限」など、多彩なセキュリティ機能が装備されています。これらの標準機能のほかに、同報送信の確認／禁止およびコール(リダイヤル)の禁止なども設定可能です。

【放置紙対策】

FAXを受信した際に、紙に出力するのではなくパソコンの共有フォルダなどに受信FAXをPDFで転送することが可能で、FAXの転送を利用しなくてもウィークリーでタイマーを設定し、時間外や休日のFAX出力を禁止する設定が可能な「システムボックス」を搭載しています。

■出力スケジュール設定



セキュリティソリューションのご紹介

～企業が抱えるセキュリティリスクを軽減させるため、リスクに合わせて具体的にご提案します～

エンドポイント

総合セキュリティソフトウェア(ESET Smart Security)

コンピュータウイルス・スパイウェア対策機能を備えた「ESET NOD32アンチウイルス」にパーソナルファイアウォールと迷惑メール対策機能を搭載した総合セキュリティソフトウェアです。

開発元：ESET,s.r.o.



ゲートウェイ

統合脅威管理アプライアンス(SonicWALL)

さまざまな規模のネットワークにも対応するファイアウォール、IPS（侵入検知・防御）、ゲートウェイアンチウイルス、アンチスパイウェア機能などに対応します。

強力なUTM(統合脅威管理)ソリューションを優れた操作性と圧倒的なコストパフォーマンスで提供します。

開発元：SonicWALL, Inc.



ゲートウェイ

スパムメール対策アプライアンス (SpamChecker / SpamHunter)

SpamChecker

リーズナブルでありながら高度なスパムメール検知機能を持つPOP型スパムメール対策アプライアンスです。

開発元：NetBox Blue Pty. Ltd.

SpamHunter

ブリッジモードとプロキシモードの双方に対応したSMTP型のスパムメール対策アプライアンスです。

開発元：株式会社セキュアソフト



ゲートウェイ

電子メールフィルタリング・アーカイブ (GUARDIANWALL)

キヤノンITソリューションズが開発・販売する国内シェア59.3%^(*)のメールフィルタリングソフトです。個人情報や知的財産の漏えいを防ぐメールフィルタ機能と、内部統制やEディスカバリー対応に重要な役割を果たすメールの可視化／保全を実現するアーカイブ機能を搭載しています。

上司や監査担当者が、保存したメールに対し、監査を簡単に実施できる機能を活用することで、メールコンプライアンスの強化が実現できます。

^(*) 株式会社富士キメラ総研

2008 ネットワークセキュリティビジネス調査総覧より

GUARDIANWALL
ガーディアンウォール

ゲートウェイ

電子メール暗号化 (Voltage SecureMail Gateway)

電子メールセキュリティの重要課題となっている暗号化。しかし、コンピュータウイルスチェックやアーカイブ、フィルタリングとは異なり、電子メールの利用者に直接負担がかかるため、導入までに高いハードルがありました。

Voltage SecureMail Gatewayは革新的な鍵交換方式「IBE (Identity-Based Encryption)」を利用した全く新しいゲートウェイ型の電子メール暗号化システムです。従来、電子メール暗号化システムの導入で障害となっていた問題を克服しました。

開発元：Voltage Security Inc.

Voltage
security

ゲートウェイ

Web情報漏えい対策・不正サイト閲覧制御 (WEBGUARDIAN)

圧倒的シェアを誇るメールフィルタリングソフト「GUARDIAN WALL」の技術を応用して作られたのが、Webフィルタリングソフト「WEBGUARDIAN」です。Webの閲覧制限だけではなく、外部に送信するデータのコンテンツチェックや、アーカイブ機能を搭載しています。Webメールや掲示板・ブログ・SNSサイト、オンラインストレージサイトなどに送信するすべての内容を保存するため、内部統制の強化が容易に実施できます。

また、標準搭載のレポート機能を活用いただくことで、Webの利用実態や課題の発見ができます。

WEBGUARDIAN
ウェブガーディアン

エンドポイント

IT資産管理(QND Plus)

クライアントの現状把握から、台帳作成、自動インストール、脆弱性検査までをカバー。情報システム管理者の管理工数を削減し、コンピュータウイルスや情報漏えいなどのITセキュリティリスクから企業を守ります。

開発元：クオリティ株式会社

QND Plus

エンドポイント

ICカードによるパソコンログイン認証(ARCACLAVIS Revo)

サーバー/クライアント型の多機能ICカード認証ソリューションです。Windowsへのログオン認証のほか、フォルダ単位、ハードディスクドライブ単位の自動暗号化/復号や業務システムへのシングルサインオン、さらにはUSBメモリーなどの外部デバイス使用制御機能などを提供します。

開発元：株式会社アイ・ピー・イー・ネット・タイム

ARCACLAVIS Revo™

エンドポイント

クライアント操作ログ取得(QOH)

クライアントの操作ログ監視機能と従業員への適切なアナウンスにより、現在の利便性を維持しながら漏えいを抑止。重要なファイルの操作ログを残すことで、万が一の際に適切な措置を講じる証拠として利用できます。

開発元：クオリティ株式会社

QOH

エンドポイント

ドキュメントセキュリティ

(Adobe LiveCycle Rights Management ES)

PDFファイルの利用制限やアクセス権限などをサーバーにより一元管理することで、社内のみならず社外に配信されるPDFファイルのセキュリティポリシーを管理できるPDFドキュメントセキュリティソリューションです。

開発元：Adobe Systems Incorporated.



エンドポイント

シンクライアント(Citrix XenApp/XenDesktop)

サーバー(中央)でアプリケーションと情報を集中管理し必要に応じてエンドユーザーにクライアント環境を配信する仮想環境を構築することで、強固なセキュリティ、管理コスト削減、生産性向上を実現するWindowsアプリケーションデリバリー製品です。

開発元：Citrix Systems, Inc.

CITRIX®

サーバー

セキュリティアウトソーシングサービス

SiteScan2.0 Enterprise Edition

インターネットに公開しているお客さまのウェブサーバー・ファイアーネットに公開しているお客さまのウェブサーバー・ファイアーネットの脆弱性を定期的に検査、いち早くシステムリスクの評価・報告をすることで情報漏えい対策をサポートします。

リモートバックアップサービス

お客さまの大切なデータを遠隔地の「安全」なデータセンターへ「自動的」にバックアップします。

物理

映像監視

ネットワークカメラ

「ネットワークカメラVB」シリーズと「ネットワークレコーダーVK-64」により、コンピューター室や文書保管室など、重要な情報が保存されている場所に対しては、人の行動を監視し、記録する、といった物理的対策を行うことが可能です。



サーバー

【IT全般統制ソリューション】

キャノンMJでは、自社が米国SOX法に対応したIT全般統制事例を公開しています。

IT全般統制確立の核となる、ID管理、アクセス制御そしてデータベース監視ソリューションを中心にお客さまの課題に即した提案を行っています。

- ID管理(CA Identity Manager 開発元：CA, Inc.)
- アクセス制御(CA Access Control 開発元：CA, Inc.)
- データベース監視(Chakra 開発元：WareValley Co. Ltd)

キヤノンマーケティングジャパングループ 長期経営構想 (2006 ~ 2010)

<i>Mission</i>	グローバルキヤノングループの一員として、マーケティングイノベーションを継続的に 行い、「くらし、しごと、社会」のあらゆる領域で、人々の創造力を支援する最高の価値 を提供する。
<i>Vision</i>	視野はグローバルに、「顧客主語」を実践するエクセレント企業グループへ。

キヤノンマーケティングジャパン 情報セキュリティ基本方針	
<p>キヤノンマーケティングジャパン株式会社(以下「当社」といいます)は、キヤノングループ共通の企業理念「共生」の下、マーケティングイノベーションを継続的に、「くらし、しごと、社会」のあらゆる領域で、人々の創造力を支援する最高の価値を提供するための事業活動を展開しています。</p> <p>当社は、この事業活動において、情報資産を適切に取り扱うことがお客さまへの価値提供と企業の社会的責任の観点から重要な経営課題と認識し、以下の方針に基づき情報資産の有効活用と保護に努めます。</p>	
方針	
<ol style="list-style-type: none"> 法令及び規範並びに契約上の要求事項の遵守 当社は、日本国の情報セキュリティに関する法令、国が定める指針その他の規範、並びに契約上のセキュリティ義務を遵守します。 情報セキュリティマネジメントシステムの確立と実施及び継続的改善 当社は、キヤノン製品ならびに関連ソリューションの国内マーケティング活動の円滑な遂行を、情報セキュリティの側面から支えるためのマネジメントシステムを確立し、実施し、継続的に改善します。 教育の実施 当社は、全ての役員、従業員および当社業務に従事する者のうち必要と認められた者が、情報資産の正しい取り扱いに関して倫理はもとより、変りゆく環境に常に適合する感覚や知識およびスキルを持ち、行動するための情報セキュリティに関する教育を実施します。 事業継続管理 当社は、製品・サービス提供プロセスの中断を引き起こし得る情報セキュリティリスクを、特定、評価し、実効的なセキュリティの対策を講じるとともに、災害や事故等による事業停止に対する復旧手順を確立し、事業継続管理に努めます。 違反に対する処置 当社は、本方針に違反した者に対し、厳正な処置を行います。 	
制定日 2007年8月1日 キヤノンマーケティングジャパン株式会社 代表取締役社長 川崎 正己	

キヤノンマーケティングジャパン 個人情報保護方針	
<p>キヤノンマーケティングジャパン株式会社(以下「当社」といいます)は、キヤノングループ共通の企業理念「共生」の下、マーケティングイノベーションを継続的に、「くらし、しごと、社会」のあらゆる領域で、人々の創造力を支援する最高の価値を提供するための事業活動を展開しています。</p> <p>当社は、個人情報をこの事業活動に欠かすことの出来ない重要な情報資産として認識し、社会的責務の一つとして以下の方針に基づき、ご本人のプライバシー尊重のために個人情報の保護に努めます。</p>	
方針	
<ol style="list-style-type: none"> 個人情報保護に関する法令およびその他の規範遵守 当社は、日本国の個人情報の保護に関する法令、国が定める指針その他の規範を遵守します。 個人情報保護マネジメントシステムの確立 当社は、キヤノン製品ならびに関連ソリューションの国内マーケティング活動において、利用目的を特定した上で個人情報を取得し、その利用目的の範囲内で利用するとともに、適切な委託、提供、廃棄等の取扱いを行うために個人情報保護マネジメントシステムを確立します。 個人情報保護マネジメントシステムの実施と継続的改善 当社は、本方針を始めとした個人情報保護マネジメントシステムを全ての従業者に周知します。 当社は、個人情報保護マネジメントシステムを実施し、監査し、継続的に改善します。 個人情報の正確性・安全性の確保 当社は、個人情報の正確性および安全性を確保するため、取扱う個人情報のリスクに応じ、物理的セキュリティ、情報通信技術的セキュリティ、管理的セキュリティ、人的セキュリティの側面から合理的な安全対策を講じて、個人情報への不正アクセス、個人情報の紛失、破壊、改ざん、漏洩等の防止および是正に努めます。 苦情および相談への対応 当社は、個人情報の取扱いおよび個人情報保護マネジメントシステムに関して、苦情や相談およびご本人からの個人情報の利用目的の通知、開示、訂正、追加または削除、利用または提供の拒否に関する依頼を受け付けて、適切、かつ、迅速な対応を行います。 	
制定日 2002年4月1日 改定日 2005年11月2日 2007年1月25日 キヤノンマーケティングジャパン株式会社 代表取締役社長 川崎 正己	

本報告書の基本情報

対象期間	対象会社	お問い合わせ先
本報告書は2008年12月までの情報セキュリティに関する活動や取り組みを対象としています。	キヤノンマーケティングジャパン株式会社およびキヤノンマーケティングジャパングループ会社。	キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR推進本部 情報セキュリティ企画推進グループ 〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 CANON TOWER TEL: 03-6719-9032 FAX: 03-6719-8360

Canon

キヤノンマーケティングジャパングループ

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 CANON **S**TOWER ホームページ canon.jp

2009年6月発行

0609NK12 00377415