



Canon Marketing Japan Group

キャノンマーケティングジャパングループ

CSR報告書 2010

詳細版

目次

トップメッセージ	2
「くらし、しごと、社会」での価値提供	4
CSRマネジメント	11
環境経営	27
情報セキュリティ	47
社会貢献活動	68
ステークホルダーと共に	81
お客さまと共に	82
ビジネスパートナーと共に	86
株主・投資家と共に	89
従業員と共に	92
CSR活動の報告について	102

**Q1：社会情勢が大きく変化する中で、CSR経営への考え方に変化はありましたか？**

これまで、キャノンマーケティングジャパングループのCSR活動は「本業であるマーケティングそのもの」と言ってきました。この基本的な考え方に変化はありません。

予断を許さない経済状況は当分続いていくでしょう。人々が安心と豊かさを求める中で、自然環境や生活環境などにおけるさまざまなインバランスが増してきています。そうした中でこそ、私たちがCSR経営としてなすべきことは、お客さまへの価値創造を支援していく際に、環境保全やコンプライアンス、情報セキュリティなど、社会のニーズや価値観の変化を敏感かつ的確に読み取り、事業を通じて対応していくことです。そのことが、結果としてさまざまなインバランスの解消にもつながるものだと思います。

Q2：CSR経営の基本は変えないということですが、今後の課題は？

私たちは既存事業を伸ばすとともに、新しい事業も創造していこうと思っていますが、その考え方やフレームワークの中で、「事業活動が本当に社会の求めているものと一体となっているか」という視点を持って、活動をより深めていく必要があると思います。それは社会が求めているくらしの豊かさや安心であり、環境保全であり、まさしくCSRのキーワードと一体のものだと考えています。キャノンマーケティングジャパングループは、「くらし、しごと、社会」という広範囲な事業領域の中で、お客さまのさまざまな価値創造を支援することをミッションとしていますが、例えばその中の「社会」の領域では、情報インフラの整備や地球環境、健康・医療に対してどう貢献していくのかということが課題です。

Q3：CSRにおける具体的な取り組みで、特に力を入れているものは？

まず、『環境経営』については従来にも増して取り組みを強化します。2010年、キャノンマーケティングジャパングループでは、新しい環境ビジョン『未来の森』2015を掲げ、私たちが事業活動を行う際に排出するCO₂を抑えることとあわせて、お客さまの製品使用時に、その利便性を向上させながらエネルギーをいかに減らすかという取り組みを今まで以上に強化することにしました。具体的には、2015年には、製品やITソリューションでお客さまのCO₂排出量削減への貢献量を10万トン以上、自社のCO₂排出量に対してお客さま先のCO₂削減貢献量を2倍以上にしたいと考えています。これを『グリーンレシオ』と呼んでいきたいと思っています。これからも単にハードを提供するだけではなく、使用環境や使い方を積極的にご提案していきます。一例としては、「GREEN NAVI」という、情報提供サイトを「canon.jp」上に立ち上げています。

もうひとつ、『情報セキュリティ』も重点課題だと考えています。

私たちは、事業活動の中で個人情報や営業秘密といった価値のある情報を取り扱います。しっかりした情報セキュリティ体制やマネジメントシステムなどの基盤を整備し、お客さまに安心・安全な業務プロセスで価値をご提供することがますます重要になるでしょう。

ITセキュリティの実装といった技術力を強化していくことも必要ですが、従業員一人ひとりのセキュリティマインドを高めることが大切です。そのために、コンプライアンス活動と連携して意識啓発を促し、その浸透・定着を定期的に確認しています。あわせて情報セキュリティのノウハウをお客さまに提供することにより、セキュアな社会の実現に貢献することも、欠かすことのできない私たちの使命です。

『社会貢献』としてはさまざまな分野に取り組んでおりますが、特に環境分野に注力していきます。

社会貢献全般の進め方については、マーケティング企業らしく、自社だけでなく、ビジネスパートナーやお客さま、NPOやNGO、地域の方々と一体となって活動できるフレームワークをつくり上げましたので、これを使って活動を拡大していきたいと考えています。私自身も、その活動のひとつである植林活動に、実際に参加しています。

Q4：本業を通じてどのように社会へ貢献していきますか？

今私たちの周りには、爆発的な情報量の増加という社会的状況があります。グローバルに広がっていく情報は、集められ、保管され、加工され、分析、伝達されていきます。しかし、これを利用者がそれぞれのシステムで対応すると、情報量が増えれば増えるほど、エネルギーの使用も膨大なものになってきます。また、情報セキュリティの観点での課題も出てきます。そうした課題を解決する答えの一つとして、いわゆる『クラウドコンピューティング』があります。これは、情報の活用や拡がりの面で、世界の人々の豊かさにもつながりますし、経済的な意味での生活水準を引き上げることに貢献できる新しい価値の提供だと思えます。キヤノンマーケティングジャパングループでは今も『データセンター』を持っていますが、私たちはこれをさらに発展させ、省エネ環境対応と、より高度なセキュリティレベルを実現するという最新技術を加え、『データセンター事業』と『クラウドコンピューティング事業』の展開を進めています。

Q5：グローバル・コンパクトに参加した経緯と意味は？

2009年12月、キヤノンマーケティングジャパンは、国連グローバル・コンパクトに参加しました。これは、私たちが今まで取り組んできた日々のCSR活動をあらためて検証していこうという考えからです。独自の方針、独自のPDCAで進んできたCSR活動が、世の中の流れと乖離してしまうリスクもあるため、必要な見直しとスパイラルアップをさらに進めることを意図しています。私たちの活動領域は国内を中心としていますが、従業員にはいつも「視野はグローバルに」と言っています。「あらゆる局面で広い視野を持って活動しましょう」と言っていることを絵空事に終わらせないという意味も持っています。

「くらし、しごと、社会」での価値提供

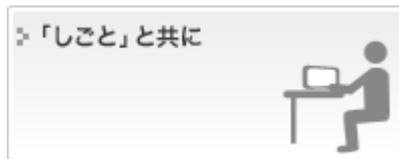
キヤノンマーケティングジャパングループは
本業を通じて社会的な課題の解決を目指し、
豊かな未来づくりに貢献していきます。



キヤノンマーケティングジャパングループは、「くらし、しごと、社会」のあらゆる領域で、最高の価値を提供することをミッションとしています。
各領域において、お客さまをはじめとするステークホルダーの要請や期待に耳を傾け、それらに応える取り組みを真摯に実践していきます。



写真を学ぶ楽しみや、仲間と集う喜びを感じていただける各種サービスを提供しています。



お客さまの課題を解決するソリューションを提供し、ビジネスをサポートしています。



防災システムや、医療機器の提供を通じて、安心・安全な社会基盤の整備に貢献しています。

「くらし、しごと、社会」での価値提供「くらし」と共に

写真の楽しみを知ること、日々のくらしの中に新たな感動や発見が生まれる。

そんな豊かなフォトライフをご提案するために、会員制コミュニティである「キヤノンフォトサークル」や、キヤノンユーザー向けデジタルフォトサービス「キヤノンイメージゲートウェイ」など、各種サービスの充実を図っています。

会員制コミュニティ「キヤノンフォトサークル」

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。2009年12月末時点で、レギュラー会員、ウェブ会員をあわせて、総会員数は約24,000名に上っています。

会員向けサービス「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しています。プロ写真家が会員の応募作品を選定し、コメントを付けて公開する「フォトセッション」や、カメラの使い方や撮影テクニックを学べる「学習Movie」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のロゴマーク

会報誌が創刊50周年を機にリニューアル

キヤノンフォトサークルの月刊会報誌が、2009年に創刊50周年を迎えたことを機にリニューアルしました。2010年1月号から名称を「moments (モーメンツ)」へ刷新するとともに、さらに多くの方に親しまれるよう内容の充実を図っています。



「moments」2010年1月号

写真教室「EOS学園」

「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、写真の撮り方から印刷方法までを楽しく学べます。

講師には50名を超える各ジャンルに精通したプロ写真家を起用。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つです。

2009年には、東京・大阪・名古屋の3校をあわせて約11,000名もの方々が受講されました。さらに、各地域における受講希望者の増加に合わせ、2009年7月からは、札幌・仙台・広島・福岡でも出張講座を開催しています。



EOS学園「デジタルカメラの使い方教室」

デジタルフォトサービス「キヤノンイメージゲートウェイ」

キヤノンイメージゲートウェイでは、キヤノンの対象製品をご購入いただき、ご登録(無料)いただいたお客さまに、製品の活用提案など、デジタルフォトライフをもっと豊かにするウェブサービスを提供しています。

2009年は、ウェブ上に自分のアルバムを作る「オンラインアルバム」の容量増(従来の100MBから2GBに変更)や、ウェブ画面上の簡単な操作だけで写真入りポストカードやカレンダーが作製できる「PIXUS プリント プロジェクト」のリニューアルなど、利

便性の向上を図りました。

また、注文したオリジナル写真集を公開する「みんなのPhotobookギャラリー」も好評で、会員の皆さまからのご応募により、2009年12月末時点で、200冊以上の作品を公開しています。

今後も、きめ細かいサービスで、お客さまのデジタルフォトライフを応援します。



CANON iMAGE GATEWAY



オリジナル写真製本サービス(有料)

デジタルフォトの感動を体感できる写真イベント

多くの方に写真の楽しさや喜びをお伝えするために、年間を通じてさまざまなイベントを企画しています。プロ写真家を講師に迎えての撮影会、トークショーやセミナーの開催など、楽しくて役に立つ催しを多数用意しています。これから写真を始めたい人から、上質な趣味として写真を極めたい人まで、幅広い層のお客さまにデジタルフォトの感動を体験していただいています。



名古屋でのワークショップ風景

「くらし、しごと、社会」での価値提供「しごと」と共に

付加価値の高いソリューションの提供やビジネスマッチングの機会創出、オフィス機器保守サービスにおける対応品質の向上などを通じて、お客さまの「しごと」をサポートし、頼れるパートナーとなることを目指しています。

お客さまのビジネスを支援

業務改善から生まれたノウハウを実体験できる「オフィスツアー」

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)では、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。これら自社の業務改善から生まれたノウハウを「オフィスツアー」を通じてお客さまにご紹介しています。「オフィスツアー」は、キヤノンMJ本社ビル(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います。2009年に実施したオフィスツアーは、キヤノンSタワーが943回(4,330名)、支店が合計868回(3,958名)に上っています。



キヤノンSタワーにおけるオフィスツアーの様子

お客さまのビジネスマッチングを支援する「社長、曰く。」の会

「社長、曰く。」は、日本全国で活躍されている経営者の方々の座右の銘を紹介した新聞広告企画で、2009年で4回目となり、これまで約2,800社にご協力いただきました。

キヤノンMJでは、同企画にご協力いただいた企業の経営層の方々を対象として、人材戦略やマーケティングに関するセミナーや交流会を実施しています。これまでにご参加いただいた地域経営層の方々は、延べ1,100社1,600名に上ります。こうした「社長、曰く。」の会の活動は、各地域においてお客さま同士の新たなコミュニケーションが生まれるビジネスマッチングの場としても活用されています。



新聞広告企画「社長、曰く。」



「社長、曰く。」感謝の集い

お客さまのCSRへの取り組みを支援するセミナー

キヤノンMJ・CSR推進本部では、これまでのCSRへの取り組みを通じて自社で培ったナレッジ・ノウハウを、お客さまやビジネスパートナー向けにセミナーを通じて公開しています(年間約50回)。テーマは、CSR全般をはじめ、コンプライアンス、環境、情報セキュリティなど各分野に及んでいます。

セミナーを受講された企業からは、主に以下の点について、経営の舵取りやビジネスのヒントになったという声が寄せられています。



日東精工(株)様幹部向けCSRセミナー

- ステークホルダーからの今日的評価の獲得
- 不祥事の防止、リスクマネジメント体制の推進力
- 取引先とのCSR協働による競争力強化

- イノベーションの誘発とコストダウン効果
- 従業員のロイヤルティとモチベーションアップ
- 優秀な人的資源の獲得
- レピュテーション(評判)の向上
- 企業価値やコーポレートブランド向上への寄与
- 業界や地域経済の活性化

一方、キヤノンMJグループの営業担当部門の従業員にとっては、こうした活動を通じて、お客さまにこれまで以上に、キヤノンMJグループへのご理解と新しい視点からのご評価をいただき、よき関係の進展にもつながるという、事業支援効果ももたらされています。あわせて、「全員参加型のCSR」を標榜するなかで、従業員自らがCSRの担い手であるという自覚と意識がますます高まり、モチベーションの向上にも結びついています。

中小オフィス向けIT支援

お客さまの立場で最適なソリューションを提案する「IT Solution Forum」：キヤノンS&S

キヤノンシステムアンドサポート(以下、キヤノンS&S)では、ITを中心としたソリューションを提案する場として、「IT Solution Forum」を開催しています。

2009年は、上期に東京・大阪・名古屋の3会場、下期に全国の9会場で開催し、上期780社、下期1,203社、合計1,983社もの企業の方々にご来場いただきました。同イベントでは、セミナーなどを通じて、生産性向上やコスト削減、セキュリティ対策など、お客さまの立場で各種ソリューションを提案しました。開催セミナー数は、延べ126回に上り、「Windows7最新動向」「ホームページ作成セミナー」「人事・労務問題解決」などのセミナーに多くの参加者が集まりました。



IT Solution Forum 2009の展示ブース

情報セキュリティに関するマネジメントシステムの構築・運用をサポート：キヤノンS&S

キヤノンS&Sでは、キヤノンMJグループにおけるISMSやプライバシーマーク認証取得などの構築と運用のノウハウを活かして、専門のコンサルタントが、各地で情報セキュリティに関するセミナーを開催しています。

セミナーでは、「情報セキュリティ簡易診断サービス」を無料で実施。後日、コンサルタントがお客さま先へ訪問し、診断報告書による具体的なアドバイスを行います。2009年は、西日本を中心にセミナーを12回開催し、112社129名の企業担当者にご参加をいただきました。

2010年は、東日本へも開催地を広げ、40回の開催を予定しています。今後も、セミナーを通じて、キヤノンMJグループにおける情報セキュリティガバナンスをご理解いただくとともに、お客さまの情報セキュリティ対策にもお役に立てるよう、活動の充実を図っていきます。



情報セキュリティに関するセミナー

「くらし、しごと、社会」での価値提供「社会」と共に

キヤノンならではの先端技術を活用した防災システムや、医療機器の提供を通じて、誰もが安心して生活できる社会基盤の整備に貢献しています。

地域の安全を支える

災害対応に活躍する防災用高所カメラシステム

近年、自治体などを中心に、火災や地震などの災害時の状況をいち早く把握できるカメラシステムを導入する動きが活発になってきています。

キヤノンマーケティングジャパングループでは、こうした社会的ニーズに対応するため、小型・軽量のネットワーク情報カメラ「NU-701N」と高速光無線システム「CANOBEAM」を組み合わせた高品質なシステムの提案活動を行っています。

東京都杉並区には、キヤノンならではの画像の鮮明度や地図表示の使い勝手の良さなど、総合的なメリットが評価され、民間ビルの屋上に防災用高所カメラを4台導入しています。カメラで撮影された映像は、杉並区防災センターや消防署、警察署にも送られ、迅速かつ的確に被害状況を把握し、行政一体となった災害対応に役立てられています。



小型・軽量の情報カメラ「NU-701N」



高速光無線システム「CANOBEAM」

医療現場の課題を解決する

優れた可搬性で医療格差の解決に貢献するポータブルX線デジタル撮影システム

在宅医療や遠隔地・離島での医療は、機器の不足から限られた医療行為しか受けられないことがあります。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-55G」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ができませんでした。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化しているため、撮影と画像確認の両方が可能となりました。

このシステムは、災害時に現地の医療機関が停止しているときなどにも利用でき、多くの被災者の病状把握に力を発揮します。

2010年1月に発生したハイチ大地震では、JICA(独立行政法人 国際協力機構)をはじめとした自衛隊や日本赤十字社の災害派遣医療チームがCXDIシステムを現地で使用しています。



海外の災害現場で活躍するCXDIシステム

健康診断の精度向上と効率化に寄与するICカードハンディ健診：キヤノンITSメディカル

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。また、新制度では、健診結果をデジタルデータで保存することも義務づけられました。

健診結果の手作業での集計は、入力ミスや転記ミス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、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、受診者にICカードを配り、健診項目が1つ終了するごとに、データが検査機器からハンディターミナル「PRea(プレア)」に送信されます。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。
さらに、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。



ICカードハンディ健診システム

CSR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(以下、キヤノンMJグループ)は、「キヤノンMJグループCSR活動方針」のもと、年度ごとに重要テーマを設定し、CSR活動の着実なステップアップを図っています。
また、CSRの基盤となる「コーポレート・ガバナンス」や「コンプライアンス」などのマネジメント体制を整備し、社会から信頼される企業を目指しています。

CSRの基本姿勢と重要テーマ

CSRの考え方

- キヤノングループ企業理念
- キヤノンMJグループのCSR
- 「グローバル・コンパクト」への参加

活動方針と推進体制

- CSR活動方針
- CSR推進体制

重要テーマと活動実績

- CSR推進に関わる2009年重要テーマと成果

マネジメント体制

コーポレート・ガバナンス

- コーポレート・ガバナンス体制

コンプライアンス

- 意識啓発活動
- 知識教育活動
- 組織活動

リスクマネジメント

- BCM専門委員会

品質マネジメント

- 品質マネジメントシステム
- 品質の危機管理システム
- 品質ホットライン
- 安心・安全な製品・サービスの提供

ブランドマネジメント

- ブランドマネジメント活動
- ブランド管理委員会
- ウェブブランド【canon.jp】
- 知的財産権に関する活動
- 模倣品撲滅に対する取り組み

関連情報を見る

キヤノンマーケティングジャパンのグループビジョンや基本情報は、会社情報ページをご覧ください。

CSRマネジメントCSRの考え方

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、キヤノングループの一員として、また、ステークホルダーと多くの接点を持つ企業グループとして、CSR活動をマーケティングの視点で捉え、従業員の全員参加で推進していきます。

キヤノングループ企業理念

共生

世界の繁栄と人類の幸福のために貢献すること
そのために企業の成長と発展を果たすこと

キヤノンMJ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掲げる「共生」の企業理念のもと、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、社会から信頼されるエクセレント企業グループを目指しています。

キヤノンMJグループのCSR ～CSR活動は、マーケティングそのもの～

キヤノンMJグループは、マーケティングの視点で社会のニーズや価値観の変化を的確に捉え、事業の側面においては、製品やITソリューションの提供を通じて、長年培ってきた技術・ノウハウを社会的な課題の解決に活かしています。

また、事業以外の側面においても、グループの経営資源を有効に活用した社会貢献活動に取り組んでいます。

「顧客主語」で実践する全員参加型のCSR

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」の考え方にに基づき、事業活動を実践しています。

“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」に置き換え、その要請や期待に応じ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。

こうした「顧客主語」のCSR活動を実践するためには、全従業員が個々の仕事で接しているステークホルダーの立場で考え、行動することが重要です。従業員の職種は、営業、システムエンジニア、カスタマーエンジニア、企画など多岐にわたりますが、全従業員がCSRの考え方を共有し、「全員参加型のCSR」を実践していきます。



キヤノンMJグループのCSR活動

従業員のCSRマインドの醸成

「全員参加型のCSR活動」を実践するためには、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価値観を共有し、正しい知識を持つことが大切です。

そのために、キヤノンMJ・CSR推進本部、グループ各社CSR推進部門が連携し、新入社員研修やライン管理職研修をはじめと

する階層別教育や全グループ従業員向けのウェブ教育、CSRに関するセミナーやイベントなどを実施し、従業員のCSRマインドの醸成に取り組んでいます。

CSR活動の基盤となる「三自の精神」

「三自の精神」は、キヤノンが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。「三自」とは、従業員が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)行動することです。「三自の精神」は、CSR活動の基本となります。

「グローバル・コンパクト」への参加

2009年12月、キヤノンMJは、国連が提唱する「人権・労働基準・環境・腐敗防止」に関する普遍的原則「グローバル・コンパクト」に署名しました。

企業の責任ある行動によってグローバルな課題の解決を目指すこの原則を、事業活動に反映させていくことで、持続可能でより良い社会の実現につなげていきます。



「グローバル・コンパクト」のロゴマーク

「グローバル・コンパクト」の10原則

人権

企業は、

原則 1: 国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、

原則 2: 自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。

労働基準

企業は、

原則 3: 組合結成の自由と団体交渉の権利の実効的な承認を支持し、

原則 4: あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、

原則 5: 児童労働の実効的な廃止を支持し、

原則 6: 雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。

環境

企業は、

原則 7: 環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、

原則 8: 環境に関するより大きな責任を率先して引き受け、

原則 9: 環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである。

腐敗防止

企業は、

原則 10: 強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。

CSRマネジメント活動方針と推進体制

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)では、CSR委員会が中心となってCSR活動の諸施策を定め、キヤノンMJ各部門・グループ各社が組織的に実行できる体制を整備しています。

CSR活動方針

キヤノンMJグループでは、「共生」の理念のもと、一段と明確な方向性を持ってCSR活動を推進するために、2009年8月、「キヤノンMJグループCSR活動方針」を制定しました。

キヤノンMJグループCSR活動方針

キヤノンMJグループでは、共生の理念のもと、その社会的責任をより良く果たし、持続的成長を続けるため、以下の方針に基づいた事業活動を行います。

方針

1. 社会の生産性を高め、人の暮らしを豊かにする価値を提供し続ける

- 商品・サービスを通じ、お客様やお取引先のイノベーションをもたらすソリューションを提供する。
- サプライチェーン、バリューチェーン、カスタマーリレーションシップを改革・向上させる。
- 社会に貢献する新しい価値を創造する。

2. 地球温暖化対策、環境保全にあらゆる方法で取り組む

- 事業により直接に生じる環境負荷を最小化する。
- 事業を通じて、顧客・取引先を含む社会全体の環境負荷低減の最大化を目指した活動を行う。
- 未来の環境保全のために社会投資活動を積極的に行う。

3. ステークホルダーと協力し、安全・安心な社会づくりに取り組む

- 企業市民として常に誠実で適正な行動をとるために、意識啓発、知識教育、組織活動を推進する。
- 情報資産の有効活用と保護のため、情報セキュリティに関わる適切な対策を迅速・確実に実施する。また、情報セキュリティに関わる業務改善活動に各職場で継続して取り組み、顧客満足につながるよりセキュアな価値を提供する。
- BCMの取り組みを進め、取引先や地域社会をはじめとするステークホルダーとよく連携し、大災害や重大事件事故などの緊急事態に強い継続性のある社会を作る。
- お客様、取引先、地域社会、NPO・NGOをはじめとする各ステークホルダーと協力し、社会の課題解決に実効性のある取り組みをする。

4. 自らの職場での、働く幸福を追求する

- 組織の目標と個人の目標を調和させ、成功へと向かうより高い動機づけを行う。それにより、困難へのチャレンジや変革への柔軟性に富んだ職場を作る。
- 健康と安全を保つ。
- 優れた決定や行動を導くために不可欠な、経験や情報の有効活用、学習、教育を行う。

5. 人権を尊重する

- 人権の保護を支持、尊重し、人権侵害に加担しない。

制定日：2009年8月1日

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

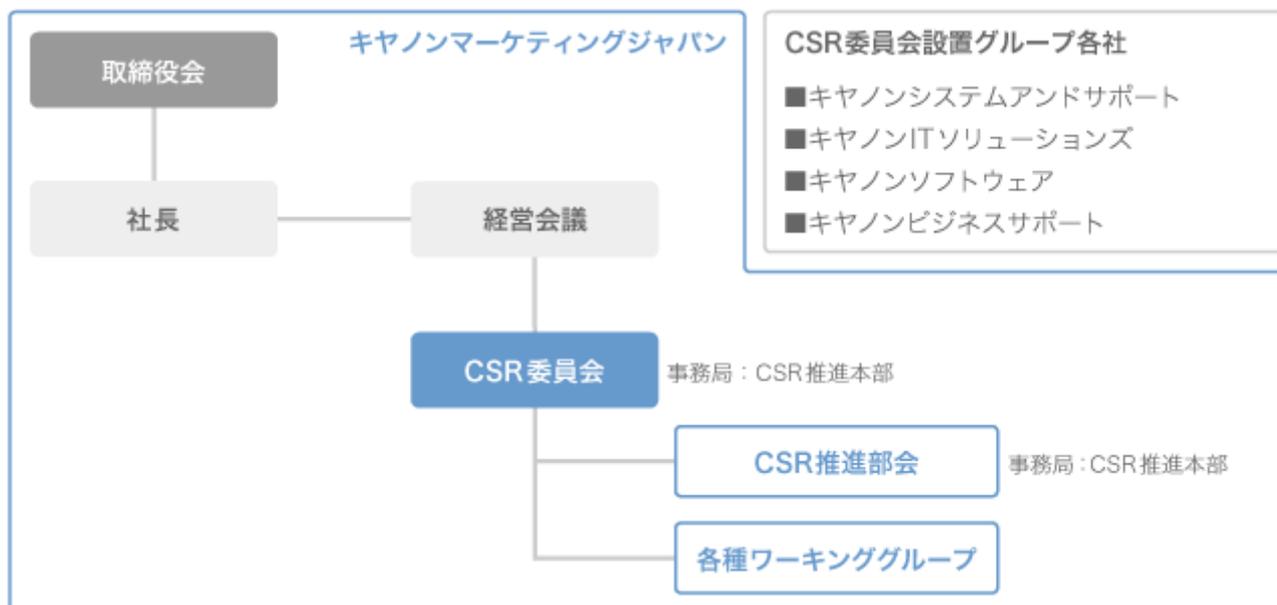
代表取締役社長

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「CSR委員会」を設置しています。

「CSR委員会」では、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・決定しています。

また、それら諸施策は、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ています。



CSR推進体制図(2010年4月現在)

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 (キヤノンシステムアンドサポート、キヤノンMJアイティグループホールディングス、キヤノンITソリューションズ、キヤノンソフトウェア、キヤノンビジネスサポート) 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

CSRマネジメント重要テーマと活動実績

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、CSR活動においてより着実な成果を挙げるべく、2009年においては8つの重要テーマを設定し、取り組みました。

CSR推進に関する2009年重要テーマと成果

重要テーマ 1 : グループCSR活動の基盤強化

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
社会的責任を果たすための国際的なイニシアティブへの参加	キヤノンマーケティングジャパンとして国連グローバル・コンパクトへ署名(2009年12月)。	CSRの考え方
社会的責任の遂行に対するグループ共有の体系的な考え方を表明	CSR活動方針を策定(2009年8月)。	活動方針と推進体制

重要テーマ 2 : 企業倫理・コンプライアンスの徹底

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
コンプライアンス情報の配信	週1回メールマガジンを配信、合計52回配信。	コンプライアンス
コンプライアンス・ミーティングの実施	グループ各社の約2,100課で、上期と下期に各1回実施。	
コンプライアンス意識調査の実施	グループ全従業員を対象に調査を実施(回答率:91%)。	

重要テーマ 3 : 環境経営の具現化

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
環境マネジメントシステム(EMS)統合認証取得	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、認証取得に向けて活動中)。	環境マネジメント
CO ₂ 削減活動	グループ会社含め、各拠点で削減活動を推進。2009年CO ₂ 排出量実績 : 34,520t-CO ₂ (2005年比で総排出比15.0%削減、売上比1.8%増加、従業員人数比31.8%削減)	事業所での環境負荷低減
事業活動における商品環境負荷軽減	環境配慮製品の提供 1. お客様先のCO ₂ 削減に貢献する複合機 imageRUNNER ADVANCEシリーズ、サテラレーザービームプリンターを発売。 2. 省資源対応用紙「GF-600」を発売。 物流効率化・梱包材削減 1. 家電量販店向けに他社との共同配送を実施。CO ₂ 排出量を従来比25%削減。 2. imageRUNNER ADVANCEシリーズで循環梱包を採用。	お客様先での環境負荷低減
お客様の環境配慮活動支援	お客様先の環境負荷低減につながる情報を発信 1. CO ₂ 削減につながる製品の使い方を提案するウェブサイト「GREEN NAVI」を開設。 2. 製品の環境配慮情報を提供する製品環境データシート「GREEN PROFILE」を公開。	お客様先での環境負荷低減

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
生物多様性への対応	「日本経団連生物多様性宣言推進パートナーズ」へ参加(2009年12月)。	未来につながるさとプロジェクト

重要テーマ 4 : グループ情報セキュリティ活動の強化

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
情報セキュリティの基盤強化	キャノン(株)のグローバル基準である「グループ情報セキュリティルール」に基づく、グループ各社のレベル評価を実施。	情報セキュリティマネジメント
第三者認証による客観的評価と改善	<ol style="list-style-type: none"> 1. ビジネスソリューション分野 お客さまと直接接点を持つ営業・サービス&サポートおよび商品企画・販売企画プロセス全体へのISMSの組み込みと認証が完了。ビジネスパートナー・システムパートナーなどの販売店への営業プロセスへ認証拡大を実施。 2. ITソリューション分野 主要なITソリューション分野の企画・開発プロセスへのISMSの組み込みと認証を取得。 3. 産業機器分野 半導体製造装置の企画・営業・サービスメンテナンスプロセスへのISMSの組み込みと認証を取得。 	第三者認証の効果的な活用
個人情報保護の継続的強化・改善	<ol style="list-style-type: none"> 1. 国内グループ会社20社のうち、13社でプライバシーマークの認証を取得(2010年4月までの延べ数)。 2. 個人情報データベース管理システムのグループ展開の拡大。 	第三者認証の効果的な活用
情報セキュリティ人材の育成	<p>グループ全体でこれまでに以下のスペシャリストを育成(2009年9月時点)。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ISMS推進担当者数：1,506名 2. ISMS内部監査員数：419名 3. 個人情報保護キーパーソン数：349名 	情報セキュリティ人材の育成
情報セキュリティ活動の積極的な情報開示	<ol style="list-style-type: none"> 1. 情報セキュリティガバナンスシンポジウム(主催:経済産業省、日本経済新聞社)において活動内容を講演。 2. 「キャノンMJグループ情報セキュリティ報告書2009」を発行。 	積極的な情報開示と社会への貢献

重要テーマ 5 : リスクマネジメント強化

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
BCM(Business Continuity Management:事業継続マネジメント)の構築と維持管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 首都直下地震を想定したBCPを策定し、定期的な訓練と計画の見直しを実施。 2. 新型インフルエンザ対策を実施。 	リスクマネジメント

重要テーマ 6 : 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

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
キャノンMJグループにおけるCSR活動のステークホルダーへの情報	1. 「キャノンMJグループ CSR報告書2009」(ダイジェスト版の創刊含む)を発行。	CSR報告書

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
開示	2. CSR活動情報の開示媒体の主を冊子からウェブサイトへ移行する準備を開始。	
ステークホルダーへのCSRコミュニケーションと啓発	1. お客さま、ビジネスパートナーに向けたキャノンMJグループCSR活動紹介セミナーを実施(延べ51回)。 2. 社内・階層別教育の実施(対象は、新入社員、新任ライン管理職、キャリア入社など)。	「しごと」と共にCSRの考え方

重要テーマ 7：安全衛生における二大理念の追求

安全衛生における二大理念

- 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

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
新型インフルエンザ対策	1. 新型インフルエンザ対策読本初版発行(2009年1月)、改訂版発行(9月)。 2. 職場安全衛生ミーティング開催による関連情報のグループ内共有(2009年1月～2月)。 3. 地区安全衛生委員会での月次の啓発活動実施(2009年6月～12月に計7回)。	働きやすく快適な職場環境の整備
労働災害削減の取り組み	5S強化月間の実施(2009年4月、8月、12月)	
救命救急体制の整備	救命講習受講者1,595名(2010年3月現在)	

重要テーマ 8：キャノンMJグループらしい社会貢献活動の実践

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
社会貢献における重点テーマの策定と実践	1. 重点テーマ「未来につなぐ環境づくり」「人の未来づくり」を策定。 2. NPO法人アサザ基金との連携を開始。 3. NPO法人共存の森ネットワークとの連携を開始。	社会貢献活動のテーマ 未来につなぐふるさとプロジェクト
従業員参加型社会貢献の推進	1. 従業員が寄付を通じて活動を支援できる「キャノンMJグループ オンライン寄付サイト」をオープン。 2. ペットボトルキャップの回収活動をキャノンMJ本社地区で開始。 3. グループの従業員がチャリティイベント「ウォーク・ザ・ワールド」に団体参加。	未来につなぐふるさとプロジェクト 人道・災害環境保全 社会福祉 地域社会



CSRマネジメントコーポレート・ガバナンス

キヤノンマーケティングジャパングループは、経営の透明性を高め、ステークホルダーからの継続的な信頼を得るために、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでいます。

コーポレート・ガバナンス体制

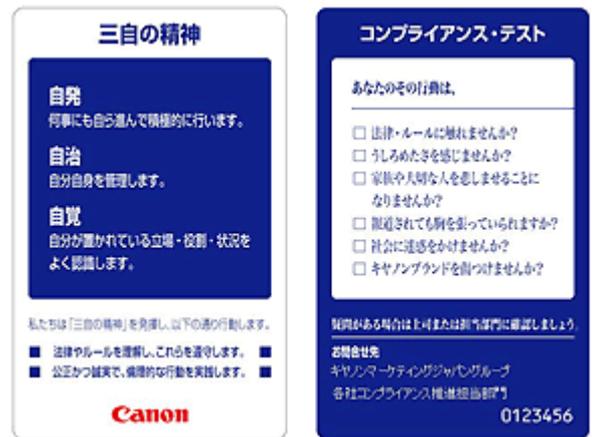
継続的に企業価値を向上させていくために、取締役会や経営会議で活発な議論を行い、監査役会や内部監査、会計監査などにおける経営監視機能の強化を通じて、経営の透明性の向上に努めています。

CSRマネジメントコンプライアンス

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJ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」と捉え、一人ひとりが高い倫理観と遵法精神を備えた個人として行動するよう、「意識啓発」、「知識教育」、「組織活動」の3つの視点でコンプライアンス活動を推進しています。

意識啓発活動

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。キヤノングループでは、全役員・従業員が業務遂行にあたり守るべき規準を示した「キヤノングループ行動規範」の周知徹底を図るとともに、「三自の精神」と、自らの行動をチェックするための「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」を配布し、全役員・従業員が携行しています。



コンプライアンス・カード

対話やイントラネットを通じたコンプライアンス意識の共有化

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「現場deトーク」や、イントラネットなどを通じ、直接経営層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、階層別に対面形式にてコンプライアンス意識啓発教育を行い、グループ全体でコンプライアンス意識の共有化を図っています。

- 新入社員研修 毎年4月
内容：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、キヤノンMJグループのコンプライアンス活動紹介
- 新任ライン管理職研修 毎年1月、7月
内容：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

知識教育活動

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、メールマガジンやウェブを用いた効果的な知識教育を行っています。

メールマガジンなどを利用したコンプライアンス情報の配信

コンプライアンス実践に必要な知識・情報の周知を図るため、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。

従業員からは、「さまざまなテーマが提供され、自己学習ができる」、「法令・ルールのポイントを確認できる」、「新たな気づきを与えてくれる」などの意見が多く寄せられています。

また、具体的な場面を事例で解説する「実践！企業倫理読本」を発行し、全従業員に配布するとともに、イントラネット上でも公開しています。

「今週のコンプライアンス」や倫理読本は、「コンプライアンス・ミーティング」でグループ討議に用いられているほか、各職場での朝礼や課ミーティングなどで自発的に知識習得や意識啓発がなされるなど、各職場で積極的に活用されています。

「今週のコンプライアンス」2009年度の主な配信内容

- その情報の取扱いは適切ですか？～Need to Knowの原則～
- これって「セクハラ」？／これって「パワハラ」？
- ソフトウェアの使用上・管理上の留意点
- 「下請取引」の適正化を考える
- 業務プロセスでみるコンプライアンスー営業編(提案／受注／納品／請求・回収 ほか)

※ 2009年実績:合計52回配信(2009年12月末までの累計実績:285回)

正しい知識を効果的に身につけるウェブ教育

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。この教育形式は、「設問を読み(学習し)」、「選択肢を選び(考え)」、「解説を読む(確認する)」というプロセスを通じ、正しい知識を効果的に身につけることができるのが特長です。受講者は、設問に対する自身の理解・不理解の確認(診断)と正しい知識の確認・修正を行うことができます。

組織活動

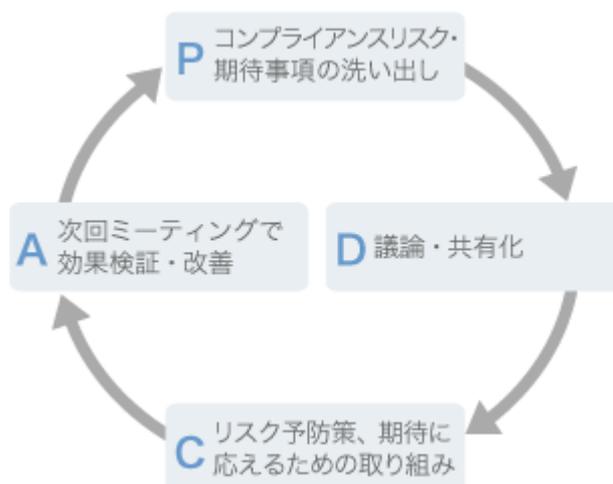
従業員一人ひとりの意識啓発・教育活動はもちろんのこと、個人・職場・全社が一体となって企業倫理の確立に取り組むべく、組織としての活動も強化しています。

職場単位で課題や改善策を議論・共有化する「コンプライアンス・ミーティング」

職場内での意識向上と具体的行動の促進およびコミュニケーション強化を目的として、上期・下期の年2回、組織の最小単位である課ごとに「コンプライアンス・ミーティング」を実施しています。

ライン課長を推進役に、自部門の業務に照らして、社会や顧客の信頼を失ってしまうリスクはどんな場合でその予防策は何か、あるいは社会からどのような期待が寄せられているかなどを考え、話し合い、次回までの実施事項を確認します。そして、次回コンプライアンス・ミーティングでは、その成果をチェックし、改善や新たな課題を設定します。

こうしてPDCAを回していくことにより、各職場で従業員一人ひとりがコンプライアンスリスクや期待事項を認識・共有し、業務を遂行しています。



「コンプライアンス・ミーティング」によるPDCA

グループ全従業員を対象としたコンプライアンス意識調査

コンプライアンス意識レベルを定量的に把握し、そこから発見した課題を認識、改善するために、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。

2009年度は、各設問で肯定回答(「そう思う」+「ややそう思う」)が大半を占め、コンプライアンスの浸透が調査結果から読み取れます。しかし、完全肯定回答(「そう思う」)で見ると、意識の高さに比べ、知識、行動で各社・各部門でばらつきがみられました。

この結果を受け、2010年度のコンプライアンス活動は、コンプライアンス知識と行動の一層の向上に向けた取り組みを強化します。

今後もコンプライアンスの浸透・定着状況を定期的にチェックし、諸施策の改善を図りながら、企業倫理の確立に向けて取り組んでいきます。

法令違反などの早期発見や是正を目的とした内部通報制度の整備

グループ内の事業活動や業務遂行に関して、法令や企業倫理に反する事態が生じた場合に、その違反事実を早期に発見し、是正、再発防止を図ることを目的として、内部通報制度「スピーク・アップ制度」を設置・運営しています。

「スピーク・アップ制度」では、通報者・通報内容の秘密を守ること、通報したことで人事上の不利益な取り扱いを受けないことを「スピーク・アップ制度規程」で明文化しているほか、通報者の利便性に鑑み、社内だけでなく弁護士事務所にも受付窓口を設置しています。

通報された内容は、直ちに事実関係などを調査し、通報者に対し適宜フィードバックするとともに、CSR委員会に報告されます。

CSRマネジメントリスクマネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、大規模地震や新型インフルエンザなど、経営に影響を及ぼすような危機に備え、BCM ※ 専門委員会が中心となって事業継続対策を推進しています。

※ Business Continuity Management: 事業継続マネジメント

BCM専門委員会

2007年7月、事業継続マネジメントの構築と維持管理を目的に、経営会議傘下のBCP ※ 専門委員会を設置しました。同委員会は、2009年にBCM専門委員会に改称し、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

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、早期に復旧できる体制を整備しています。

2009年は、定期的な訓練や計画の見直しなどを、PDCAのマネジメントサイクルに沿って実践しました。

新型インフルエンザ対策

新型インフルエンザ対策として、従業員と家族の生命・安全の確保を第一に優先し、以下の取り組みを実施しました。

2009年の主な取り組み

- 新型インフルエンザ対策基本計画書の策定
- 新型インフルエンザ対策BCPの策定・訓練
- 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
- 従業員向け対策読本の改訂および周知徹底

CSRマネジメント品質マネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、「製品安全に関する基本方針」のもと、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に、品質マネジメントシステムや品質の危機管理システムを整備しています。

品質マネジメントシステム

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

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するように努めています。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

従業員が重要と認識した製品・サービスに関する情報を、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、正確な判断に基づいた確か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、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

キヤノンMJは、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。

CSRマネジメントブランドマネジメント

キヤノンマーケティングジャパン(以下、キヤノンMJ)は、国内のブランド活動全般における計画、実施、管理運営を統合的に行う体制を持ち、キヤノンとキヤノンMJ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

キヤノンMJは、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において、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、ブランド価値の向上に寄与するコミュニケーション活動を推進しています。

ブランドの象徴であるロゴなどの標章管理活動

キヤノンブランドの象徴であるロゴおよび社名・商品名称などの標章管理活動を行っています。グループ会社の社名変更や新商品の名称審議とその適切な運用ができる体制を整備しています。



ロゴなどの使用規定を定めた「キヤノンマークガイドライン」

従業員の意識啓発活動

市場や社会と接する従業員は、日々の業務において高いブランド意識を持って行動しなければなりません。キヤノンMJグループでは、「一人ひとりがキヤノンブランド」を合言葉に、さまざまな教育や啓発活動を行い、意識や知識、価値観の共有を図っています。

キヤノンMJおよびグループ会社のブランドキーパーソン[※]を対象としたセミナーでは、企業イメージ調査によるキヤノンブランドの分析結果やトピックスなどをフィードバックしています。

また、ビジネスパートナーに対しても意識啓発活動を行い、キヤノンとキヤノンMJブランドの価値向上に向けた活動を広げていきます。

※ ブランドキーパーソン：所属する部門においてブランドに関する情報の共有化と課題解決を担当する従業員

ブランド管理委員会

ブランド管理委員会は、ブランド戦略上の重要案件について、キヤノンMJ社長が委員長となって審議・決定を行う最高機関です。

通常、商品やサービスにつけられる名称については、名称審議会が名称案の審議から承認までを行い、ブランド管理委員会傘下の商品名称委員会にて決定します。ただし、名称審議会または商品名称委員会が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。

ウェブブランド【canon.jp】

キヤノン(株)とキヤノンMJ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、両社のウェブ

ブサイトを統合し、ウェブブランド「canon.jp」をスタートさせました。

「canon.jp」では、スピーディな企業情報の発信を可能にするとともに、製品情報やアフターサービスに関する情報にアクセスしやすいようデザインを再構築し、ステークホルダーにとって使い勝手のよいウェブサイトを実現しています。

具体的には、アクセシビリティ・ユーザビリティの観点から、視力障がいのある方々が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、迅速かつ丁寧な返信と対応を心掛けています。

知的財産権に関する活動

キヤノンMJグループでは、ソリューションサービスでの差異化を図り、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。

キヤノンMJグループ全体の特許公開件数は、2007年に89件だったものが、2009年には128件となり、それに伴って、登録件数も2007年の29件から、2009年の70件へと年々増加しています。特許公開の内訳は、ソリューションサービス関連の発明が9割以上を占めています。

グループ各社の知的財産部門が密接に連携しあうことにより、価値のある発明を発掘し、その権利化に注力しています。あわせて他者の権利を尊重すべく、設計・開発段階から第三者権利の調査を実施しています。



特許の出願公開件数と登録件数

模倣品撲滅に対する取り組み

キヤノンMJは、模倣品の氾濫によって生じる問題の発生・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。

近年、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。

このような情報については、ウェブサイト上で公表し、お客さまに注意喚起しています。例えば、トナーカートリッジでは、製品パッケージに記載されている説明文の字体が、純正品と異なる模倣品が発見されています。

なお、トナーカートリッジの模倣品販売業者に対しキヤノンが提訴していた訴訟について、2009年に和解が成立しました。権利侵害の停止などを約束する謝罪広告を新聞に掲載させるなど、一定の成果を挙げています。



純正品と模倣品の違い(製品パッケージ)

環境経営

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、環境ビジョンやマネジメントシステムの整備を通じて環境経営の基盤を強化し、自社の事業活動やお客さま・社会の環境負荷低減に取り組んでいます。

環境経営の基盤強化

環境経営の考え方

- 環境ビジョン『未来の森』2015を制定
- 『未来の森』2015を実現する3つの活動
- 新たなCO₂削減目標を設定

環境マネジメント

- 統合認証による効果的なマネジメント体制
- 2009年キヤノンMJグループ環境目的・目標

環境負荷低減活動

事業所での環境負荷低減

- 事業所におけるCO₂排出量の低減
- オフィスコントロールの取り組み
- 自動車の効率的な利用と省エネ自動車の導入
- ワークスタイルの変革

製品ライフサイクルにおける環境配慮

- キヤノングループの環境負荷低減活動
- 商品の企画・開発における環境配慮

お客さま先での環境負荷低減

- 環境配慮製品の提供
- ITソリューションによる環境負荷低減
- お客さま先の環境負荷低減につながる情報の発信
- 商品配送における環境負荷低減

製品の回収・リサイクル活動

- 製品の回収・リサイクル体制
- より高度なリサイクルを目指して
- 広域認定制度に基づいた回収サービス
- 消耗品の回収・リサイクル
- 業界共同での回収・リサイクル活動

環境人材の育成

- 環境人材を育成するしくみ
- 環境パーソンの育成
- 環境スペシャリストの育成

環境パフォーマンスデータ

- 製品の環境配慮
- 事業拠点における環境負荷低減
- お客さま先でのCO₂削減
- 回収・リサイクル

関連情報を見る

キヤノングループの環境への取り組みは、こちらのページをご覧ください。

環境経営環境経営の考え方

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、新たな環境ビジョン『未来の森』2015を制定し、その実現に向けて、3つの活動をテーマに環境保全活動を実施しています。

環境ビジョン『未来の森』2015を制定

キヤノンの環境ビジョン「Action for Green」を受け、キヤノンMJグループでは、環境ビジョン『未来の森』2015を制定しました。日本国内でお客さまとの接点を持つキヤノンMJグループでは、自らの環境負荷低減はもとより、社会やお客さまと一緒に取り組むCO₂削減活動や社会貢献活動を推進することで、豊かさと地球環境を両立する社会づくりに貢献していきます。

『未来の森』2015

キヤノンマーケティングジャパングループは、「共生」の理念のもと、地球上のあらゆる生物の多様性に配慮し、森や故郷を後世に永遠に残すため、豊かさと地球環境を両立する社会づくりに貢献します。そのために、自らは、より少ない資源で効率的な事業活動(資源生産性の最大化)を実践し、社会やお客さまとは、私達の提供する商品やITソリューションを通じて共に環境負荷低減活動を行ないます。

環境負荷の低減活動は、将来にわたり、長期的な視点で考え、継続的に取り組むテーマです。また、キヤノンMJグループでは、長年、写真(印画紙)やOA用紙という商品を通じて森林資源と深いかかわりを持ってビジネスを進めてきたことから「未来」・「森」という言葉を環境ビジョンに採用しました

『未来の森』2015を実現する3つの活動

『未来の森』2015を実現するために、以下の3つの活動を行います。

- 事業所や物流におけるCO₂排出量削減活動
- 製品・ITソリューションでお客さまのCO₂排出量削減に大きく貢献
- 環境分野で社会に貢献

事業所や物流におけるCO₂排出量削減活動



キヤノンMJグループは、オフィスでの業務や物流段階で発生するCO₂を削減するために下記の活動を実施しています。



- 事業所での環境配慮活動推進
- 社有車の効率的な利用と電気自動車・電気自転車の導入
- 情報発信による従業員の環境意識・行動喚起
- 輸送効率の向上
- 輸送・梱包資材の省資源化

製品・ITソリューションでお客さまのCO₂排出量削減に大きく貢献





優れた省エネルギー性能を持つ複合機「imageRUNNER ADVANCE」などの環境配慮製品や、TV会議システムなどのITソリューションの提案を通じて、お客さま先のCO₂削減活動を支援しています。

また、お客さま先の環境負荷低減につながる情報をcanon.jp「環境への取り組み」ページの「GREEN NAVI」などで発信しています。

- 環境配慮製品の拡充と提供
- 環境ソリューション商品の提供
- お客さま先のCO₂排出量の見える化と製品の使い方提案
- 製品・消耗品の回収・リサイクル強化と効率化

環境分野で社会に貢献



さまざまな社会貢献活動の中でも、森林保全・保護活動分野での社会貢献活動を通してCO₂削減と生物多様性の保全に貢献していきます。

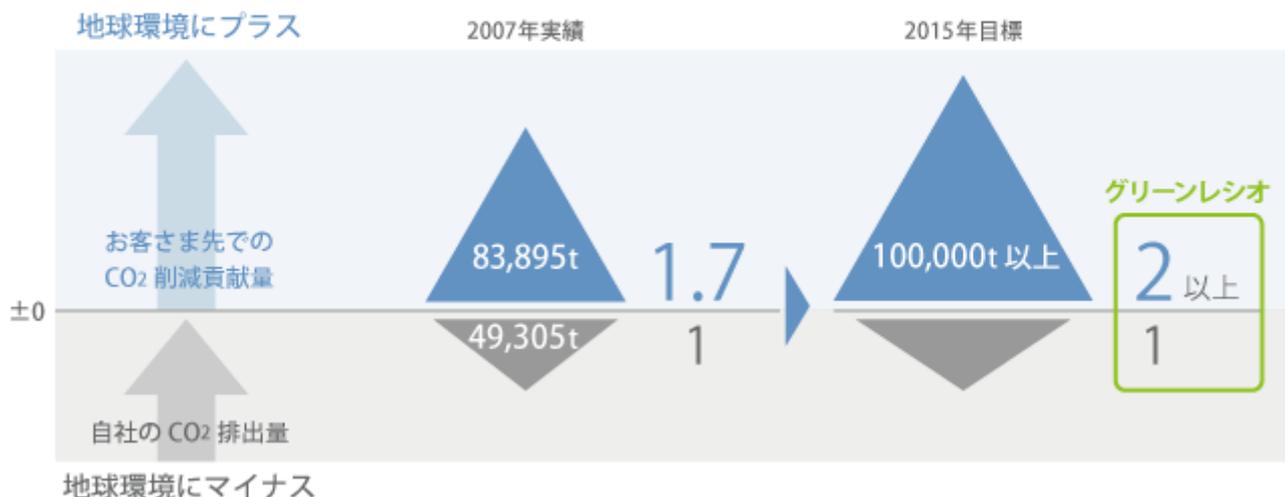
全国に営業拠点を待ち、また多くのパートナーと一体となって事業展開しているマーケティング会社ならではの特性を活かして、NPOとも積極的に連携しながら、パートナーやお客さまとともに環境保全活動を実施していきます。

- 直接的あるいは間接的な森林保全・保護活動推進
- 森を使った環境教育や社会事業の創出
- 森林関連商品の利用推進

新たなCO₂削減目標を設定

キヤノンMJグループは、事業所におけるCO₂削減量とお客さま先でのCO₂削減貢献量について、「お客さま先でのCO₂削減貢献量年間10万トン以上を目指し、自社排出量比で2倍以上とする」という目標を設定しました。この自社CO₂排出量とお客さま先でのCO₂削減貢献量との比率を「グリーンレシオ」と呼んでいます。

「お客さま先でのCO₂削減貢献量年間10万トン以上を目指し、自社排出量比で2倍以上とする」



2009年トピックス

日経環境経営度調査商社部門で2位

日本経済新聞社が2009年に実施した第13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360点（最高点は400）を獲得し、2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、2008年の3位よりランクアップすることができました。

環境経営環境マネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、キヤノングループの統合環境マネジメントシステムを効果的に運用し、製品のライフサイクル全体で環境負荷を低減していきます。

統合認証による効果的なマネジメント体制

キヤノンMJグループは、キヤノングループと一体となった環境マネジメントシステムを構築(ISO14001 ※ 統合認証)し、事業・製品のライフサイクル全体の環境負荷低減に取り組んでいます。



※ ISO14001

事業活動や製品・サービスの環境負荷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環境マネジメントシステムを構築するために要求される国際規格。

ISO14001:2004統合認証を取得した企業(2010年5月現在)

- キヤノンマーケティングジャパン株式会社
- キヤノンシステムアンドサポート株式会社
- キヤノンITソリューションズ株式会社
 - エス・エス・ジェイ株式会社
 - ガーデンネットワーク株式会社
 - キヤノンITSメディカル株式会社
 - キヤノンビズアテンダ株式会社
 - 株式会社AES
- キヤノンソフトウェア株式会社
 - キヤノンソフト情報システム株式会社

- キヤノンビジネスサポート株式会社
 - オーエーエル株式会社
- キヤノントレーディング株式会社
- キヤノンカスタマーサポート株式会社

2009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)

製品／消耗品の回収・リサイクル体制の強化

2010年新回収・リサイクル体制の整備

お客さまの環境配慮活動の支援

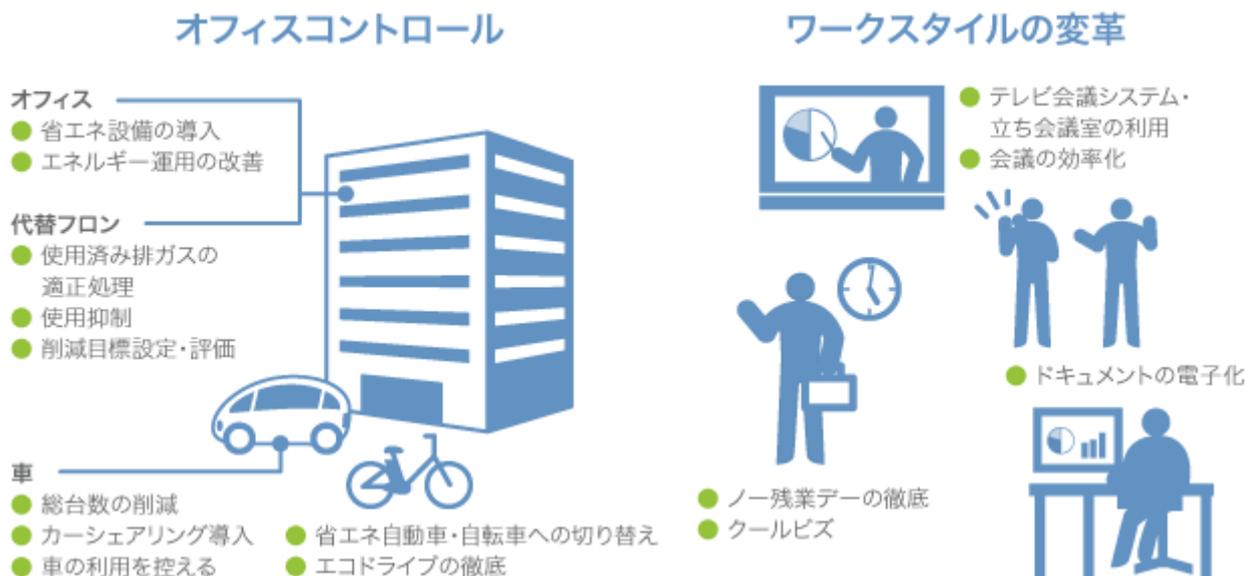
2009年クリーンナビ活動の推進<お客さまの環境配慮活動を支援する情報発信の新しい仕組み>

環境経営事業所での環境負荷低減

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、自社の事業活動における環境負荷を低減するために、全国の各事業所において、さまざまな取り組みを実施しています。

事業所におけるCO₂排出量の低減

キヤノンMJグループは、地球温暖化対策に真摯に取り組むために、「オフィスコントロール」と「ワークスタイルの変革」をテーマに環境活動を実施していきます。



2009年のCO₂排出量の削減目標と実績

2009年におけるキヤノンMJグループのCO₂排出量は、34,520トンで2005年比15.0%の削減となり、売上比では1.8%の増加、従業員人数比では、31.8%の削減となりました。



キヤノンMJグループCO₂排出量の推移

※ 自社CO₂排出削減目標(2005年売上比10%削減)の2010年実績につきましては、環境ビジョン『未来の森』2015の制定により、この活動も新しい目標の中に組み込まれますので実績値などはその中でお知らせします。

オフィスコントロールの取り組み

キヤノン S タワー、省エネ運用の徹底によりCO₂排出量を削減

キヤノンMJの本社ビルであるキヤノン S タワーでは、ビルのCO₂排出量を削減するために、「キヤノン S タワー省エネルギー運転マニュアル」を作成し、運用の徹底を行い新たな対策も実施しました。

その結果、2009年のCO₂排出量は対前年比で14.1%削減することができました。

2009年にキヤノン S タワーで実施した主な省エネ対策

- 空調の温度設定・運転スケジュールを場所ごと・月ごとに再設定
- 空調機の風量適正化による消費電力量低減
- 外気温度の変化にリアルタイムに対応した空調運転
- 低層階のスペース特性に沿った空調運転の実施
- 空調機の一時停止と電力デマンド(最大電力)のピークカット
- エレベータの夜間間引き運転
- 地下4階機械室の蒸気配管に断熱材布設
- 毎月の省エネミーティングで、消費エネルギー量のデータ検証
- 省エネ運転マニュアルの更新(蓄積データの反映)

キヤノン S タワーにおける省エネ対策は、オフィスツアーなどを通じて具体的な取り組みをお客さまに紹介しています。また、2009年には活動事例を論文としてまとめ、(財)省エネルギーセンター主催の「関東地区省エネ事例発表大会」にて、「関東経済産業局長賞」を受賞しました。

自動車の効率的な利用と省エネ自動車の導入

全国の拠点で社内カーシェアリング制度を導入

キヤノンMJでは、2009年2月に社内カーシェアリング制度を全国約50ヵ所の拠点に導入しました。社内カーシェアリング制度は、社有車の効率的な利用を促進するとともに、従業員の安全と地球環境を守ることを目的としたしくみです。従業員は専用のウェブ画面にて全国のどの拠点の社有車でも利用することが可能です。また、各車両にテレマティクスシステムの車載機を搭載することで、走行情報・燃費情報・車の稼働率などをデータとして取得し、安全運転・環境に配慮した運転を推進するためのツールとして役立てています。

品川地区に電気自動車を導入

キヤノンMJでは、2010年2月、従業員の移動時におけるCO₂排出量を削減するために、走行中にCO₂を排出しない電気自動車を品川地区に導入しました。



品川地区に導入した電気自動車

ワークスタイルの変革

テレビ会議システムの利用

テレビ会議システムやテレビ電話は、複数の拠点間における人の移動にかかる時間や交通費を削減し、生産性の向上やコスト削減に大きく寄与しています。また、移動時のCO₂削減にも大きな効果があるため、キヤノンMJグループでは、これらを積極的に導入し活用しています。

2009年は、キヤノンMJ単体で22,544.3時間の利用がありました。また、キヤノンシステムアンドサポート(以下、キヤノンS&S)では、ASPを利用したテレビ電話システム「CAO CAO」を利用し、社内コミュニケーションの活性化につなげています。



キヤノンS&S：CAO CAOをモニターにつなげて開催した責任者会議

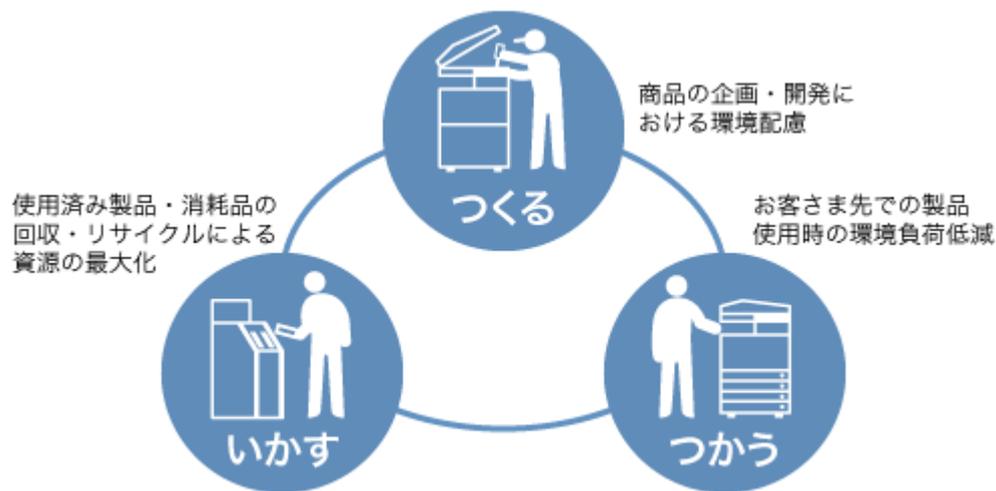
環境経営製品ライフサイクルにおける環境配慮

キヤノングループは、製品のライフサイクル全体で環境負荷の低減を図っています。キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）も、製品の開発から、販売、リサイクルまでをトータルで考え、お客さまや社会の環境負荷低減に貢献していきます。

キヤノングループの環境負荷低減活動

キヤノングループは、「つくる」「つかう」「いかす」の製品ライフサイクル全体を見据えて、資源の有効活用、CO₂排出量の削減、有害物質廃絶といった環境負荷低減に取り組んでいます。

その中で、お客さまとの接点という重要な役割を担うキヤノンMJグループでは、独自に企画・開発する商品の環境配慮はもちろんのこと、お客さま先での製品使用による環境負荷低減や、使用済み製品・消耗品の回収・リサイクルなどに特に重点的に取り組み、地球温暖化防止や生物多様性保全へ貢献していきます。



製品ライフサイクルにおける環境配慮

商品の企画・開発における環境配慮

お客さまに環境配慮製品をお届けするため、キヤノングループでは、製品の企画・開発段階から環境負荷を予め評価し、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。

キヤノンMJグループにおいても、独自に企画・開発する商品について製品アセスメントを実施し、省エネ・省資源化や有害物質廃除に取り組んでいます。

省資源対応用紙「GF-600」を発売

キヤノンMJは、2009年5月、FSC森林認証（認証番号：SGS-COC-001433）に適合した省資源対応用紙「GF-600」を発売しました。

GF-600は、従来の用紙と比較して、1枚あたりの原料パルプが6%少なくなり、A4・1箱あたりの重量が0.5kg軽減。箱自体の高さも2cm低くなります（当社GF-640比）。

原料パルプの削減により省資源はもちろん、輸送効率の向上、保管スペース削減、廃棄時の質量削減などで、CO₂排出量削減に貢献します。

また、FSC森林認証に適合していることから、森林を適正に管理し、生態系の変化を抑制することで、生物多様性保全にもつながっています。



- 原料パルプが6%少ない
 - A4・1箱あたりの重量が0.5kg軽減
 - 箱の高さが2cm低くなった
- (当社GF-640比)

省資源対応用紙GF-600

環境経営お客さま先での環境負荷低減

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、お客さま先の環境負荷低減に貢献するために、環境配慮製品の提供はもちろんのこと、便利な機能やITソリューションの活用でCO₂削減につながる使い方の提案も行っています。

環境配慮製品の提供

キヤノングループでは、バイオマスプラスチックや再生材料の使用、リサイクルしやすい設計、省エネ性能の向上など環境に配慮した製品をお客さまに提供しています。

キヤノンMJグループではオフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」やレーザービームプリンター「Satera」など省エネ製品をお客さまにご提供することで、使用時の消費電力削減を実現し、ひいては社会全体のCO₂削減を推進していきます。



オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」



レーザービームプリンター「Satera」

環境負荷低減につながる使い方を提案

キヤノンMJグループでは、製品の使い方の工夫によるオフィスの環境負荷低減を提案しています。

こうしたオフィスの環境負荷低減の実例をキヤノンMJの本社であるキヤノン S タワーなどでご覧いただくことができます。

取り組み事例

- 複合機とソフトウェアの連動によるコピー・プリントの使用状況集計・分析、印刷設定カスタマイズ、放置プリント抑止などで用紙を節約
- 複合機を利用した紙文書の電子化によるオフィスの省スペース化
- テレビ会議システムやプロジェクター導入による人移動や紙使用の削減 など



ITソリューションによる環境負荷低減

キヤノンMJグループでは、ITソリューションの活用によって、人・物の移動削減、紙などの資源消費の削減、オフィススペースの削減などを実現し、お客さま先の環境負荷低減に貢献しています。

また、キヤノングループが長年にわたって培ってきた、グリーン調達調査やマテリアルフローコスト会計など環境に関する技術・ノウハウをお客さまに提供する環境ソリューション「Ecovation」シリーズを展開しています。

物流の効率化を支援する「RouteCreator」：キヤノンITソリューションズ

キヤノンITソリューションズでは、輸配送の最適化シミュレーションを実施してお客さまに合わせた輸配送計画システムを構築

するソリューション「RouteCreator」を提供しています。

輸配送計画を自動化し、物流の効率化、車両台数の削減を図ることで、CO₂排出量の削減や省エネに寄与します。

お客さま先の環境負荷低減につながる情報の発信

CO₂削減につながる製品の使い方を提案するウェブサイト「GREEN NAVI」

キヤノンMJグループでは、お客さま先の環境負荷低減に貢献するため、CO₂削減につながるキヤノン製品の使い方をご紹介する「GREEN NAVI」を2009年11月、キヤノンのウェブサイト上に公開しました。

「GREEN NAVI」では、消費電力や紙を削減するための複合機の使い方を紹介したり、製品の買い替えや用紙の節約による省エネ・省資源をCO₂削減換算の目安で計算する「省エネ・省資源シミュレーター」などのコンテンツを用意しています。



「GREEN NAVI」のトップ画面

製品環境データシート「GREEN PROFILE」

お客さまが必要とされる製品環境情報は、「グリーン購入法」・「エコマーク」など環境規格への適合情報や、製品の有化学物質廃除、省エネ・省資源、使用後の回収・リサイクルに関する情報など多岐にわたり、それぞれの情報がウェブサイト上に公開されています。

こうした情報を一元的に確認できる製品環境データシート「GREEN PROFILE」を2009年12月よりウェブサイト上に公開しています。

「GREEN PROFILE」では、お客さまが環境負荷の少ない製品を安心して選択できるよう、今後も製品の環境配慮情報をわかりやすく開示していきます。



製品環境データシート「GREEN PROFILE」

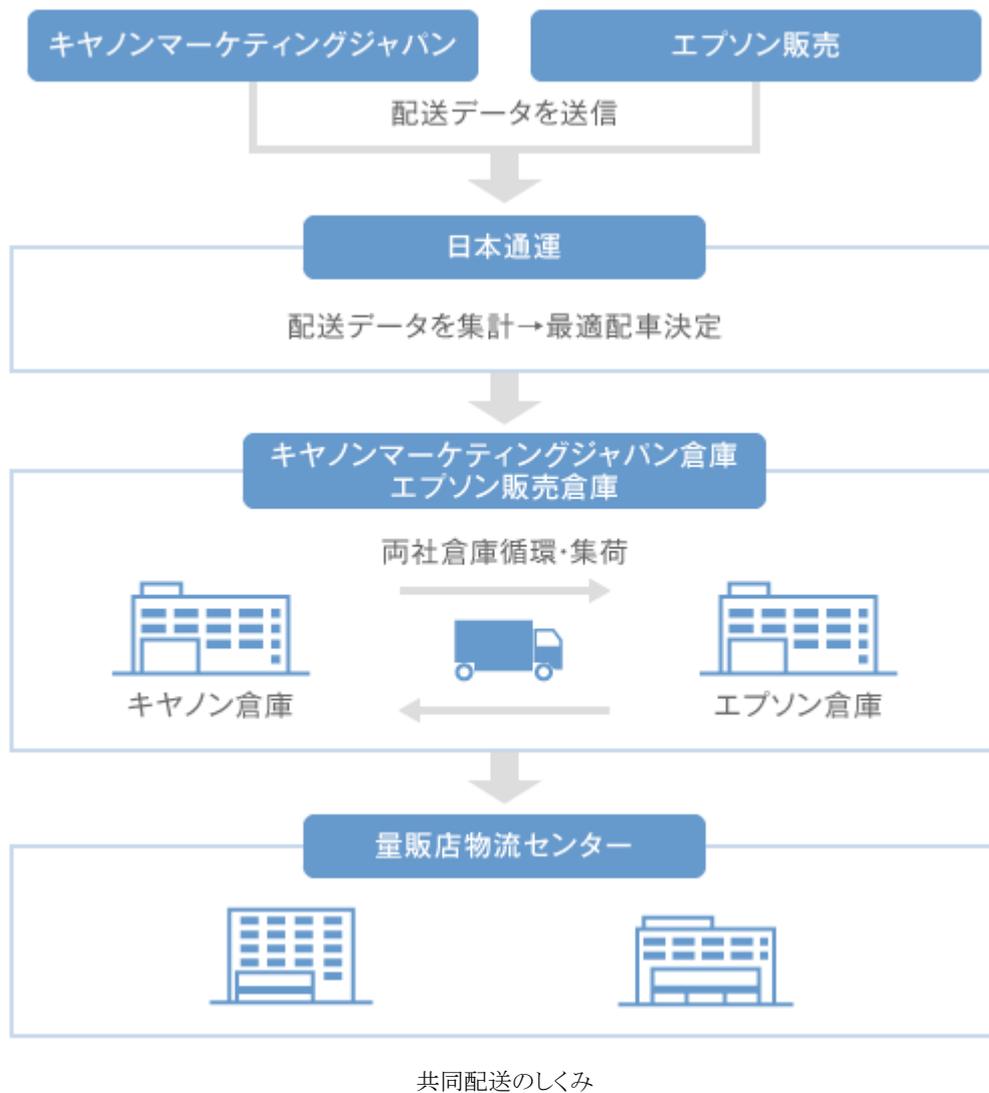
商品配送における環境負荷低減

他社との共同配送による環境負荷低減

従来は同じビジネスパートナーに各社の配送トラックが別々に商品を配送していましたが、家庭用プリンターなど家電量販店向け配送は、同じ配送先・配送条件であることから他社との共同配送の可能性を検討してきました。

その結果、キヤノンMJとエプソン販売との間で、両社が利用している物流会社である日本通運の配送網、配送システムを活用することで、トラック積載率・配送効率の向上を円滑に行えることが検証でき、2009年6月より共同配送を開始しました。

共同配送を実施したことにより、2009年6～12月の半年間で、約36トンのCO₂削減効果を挙げることができました。



製品の梱包材削減の取り組み

キヤノングループでは、輸送にともなうCO₂排出量を削減するために、製品の小型化はもちろん、製品の梱包材の削減にも取り組んでいます。

キヤノンMJグループにおいても、商品配送時や修理・保守時に使用する梱包材を削減することにより、環境保全に貢献していきます。



修理機を配送する際に使用する梱包箱



量販店への配送時に使用する梱包箱



保守サービス用のパーツを梱包するポリ袋

2009年度の梱包材削減の実績

対象	実施内容	効果
コンシューマ製品修理配送時の循環梱包化	<ul style="list-style-type: none"> お客さま先での修理引き取りおよび納品の際の循環梱包採用 キヤノンMJの修理受付拠点・修理拠 	2009年CO ₂ 削減効果：約13トン削減

対象	実施内容	効果
	点間で、修理機を複数台収納可能な循環梱包箱化	
量販店配送・ルート配送時の循環梱包化	<ul style="list-style-type: none"> ● 量販店への配送、ルート配送時の製品梱包に循環梱包箱を採用 	2009年CO ₂ 削減効果：約2.3トン削減
保守サービス用パーツの簡易梱包化と循環梱包化	<ul style="list-style-type: none"> ● 複合機保守サービス用パーツカートン包装をポリ袋による簡易梱包に切り替え 	2009年CO ₂ 削減効果：約165トン削減

環境経営製品の回収・リサイクル活動

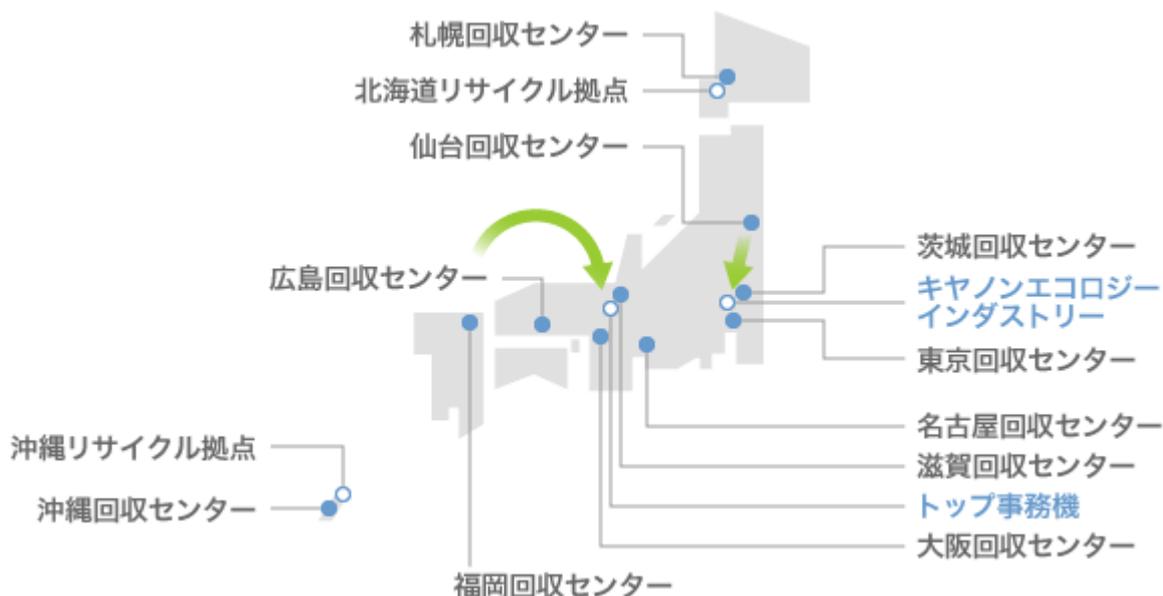
お客さま先で使用済みとなった製品・消耗品を回収し、再び資源として活用できるようリサイクルを行っています。キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、回収率の向上、回収・リサイクルの効率化を図ることで、CO₂削減と資源の有効活用に貢献していきます。

製品の回収・リサイクル体制

全国にリサイクルネットワークを構築

お客さま先で使用済みとなった製品を効率的に回収するため、全国10ヵ所に回収センターを設置。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」や「トップ事務機」などと連携して、使用済み製品の再資源化を行っています。

また、使用済み製品の回収輸送における環境負荷を低減するため、積載効率を改善するとともにモーダルシフトを導入し、CO₂の排出量の削減を図っています。



キヤノンリサイクルネットワーク

より高度なりサイクルを目指して

リサイクル拠点の一つである「キヤノンエコロジーインダストリー」では、解体した製品の再資源化処理だけでなく、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。

また、回収した使用済み複合機を厳密な品質基準に基づいて再生した「Refreshedシリーズ」を販売しており、2009年発売のiR 6570N-Rでは、質量比で平均91%の部品リユース率を達成。製造段階までの環境負荷をCO₂排出量換算で平均90%削減しました。



Refreshedシリーズ「iR 6570N-R」

広域認定制度に基づいた回収サービス

使用済みキヤノン製品を産業廃棄物として排出する際、お客さまがマニフェスト伝票の交付や管理を必要としない「グリーンリサイクルサービス」を広域認定制度に基づいて有償で行っています。

「広域認定制度」とは、製造メーカーなどが、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、環境省が認定する制度です。

消耗品の回収・リサイクル

カートリッジなど消耗品の回収は、お客さまのご協力によって成り立っています。キヤノングループでは、ご協力いただくお客さまの利便性向上を目的に、さまざまな回収方法を用意しています。

ビジネスパートナーと協力して全国に回収窓口を設置しているほか、集合回収箱を宅配便で送付いただく方法や、訪問回収サービス(トナーカートリッジのみ)などを展開しています。

1990年からスタートしたトナーカートリッジのリサイクルは、2010年で20周年を迎えました。

これを機に、使用済みカートリッジの回収・リサイクルにご協力いただいた際、どの程度のCO₂削減効果があるかをお客さま自身で計算できるコンテンツを、ウェブサイト「GREEN NAVI」で展開しました。

業界共同での回収・リサイクル活動

キヤノンMJは、独自の回収・リサイクル活動を行うだけでなく、他のプリンターやオフィス機器メーカーとも協力して資源の再利用に取り組んでいます。

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、お客さまの利便性向上と回収率向上のため、「インクカートリッジ里帰りプロジェクト」を推進しています。

2010年4月にはプロジェクトの一環として国連環境計画(通称UNEP)への寄付を開始したほか、多くの自治体にも参画していただくなど、活動内容が広がっています。

回収機交換システムへの参加

国内複写機メーカーは、資源有効利用促進法のもと、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、それぞれ自社の複写機を持ち帰るシステムを「回収機交換システム」として運用しています。

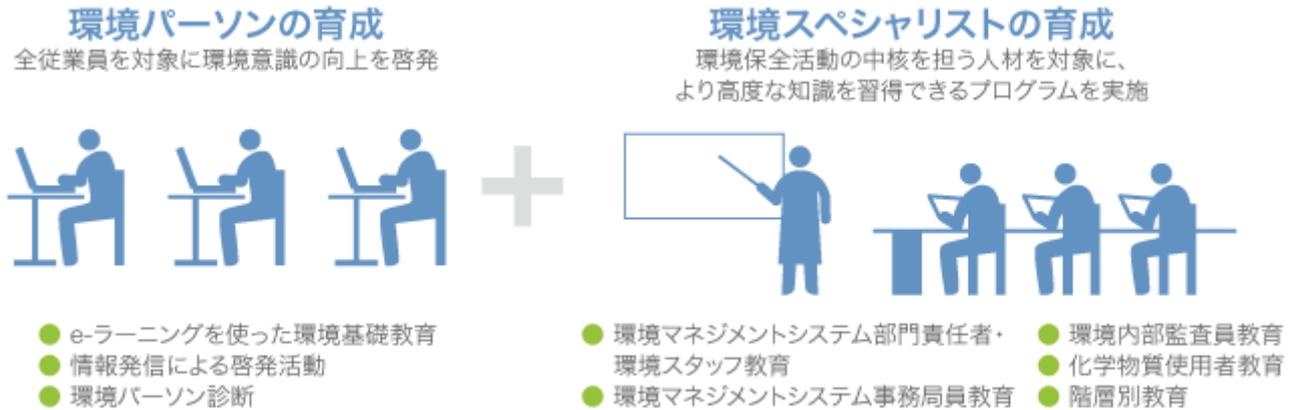
キヤノンMJもこのシステムに参加し、業界各社とともに、東北地区における回収物流の共同化や、沖縄地区における共同再資源化を実施しています。

環境経営環境人材の育成

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、環境保全活動を実践する従業員に対して、役割に応じた環境教育を実施し、お客さまや社会のために自発的に行動できる人材を育成しています。

環境人材を育成するしくみ

キヤノンMJグループでは、従業員一人ひとりが日々の業務を通じて、お客さまや社会の環境負荷低減活動に貢献できるよう、「環境パーソン[※]の育成」と「環境スペシャリストの育成」に取り組んでいます。



※ 環境パーソン

自らが環境問題と向き合い、環境に関する情報や知識の理解度を自覚・認識し、今後どのように自分自身が環境問題に取り組んでいくかなど、自発的に考え行動する人です。

環境パーソンの育成

キヤノンMJグループは、全従業員が、自ら環境問題と向き合い、自発的に考え行動できる環境パーソンになることを目指して、従業員の環境教育に取り組んでいます。

e-ラーニングによる環境基礎教育

「環境基礎教育」では、「地球問題とは何か?」といった基礎的なことから、キヤノンMJグループの環境方針・環境マネジメントシステムの重要性、従業員一人ひとりが果たすべき役割といった実践的なことを習得します。

教育方式は、環境に優しいe-ラーニングを採用しています。



環境基礎教育コンテンツ画面

メールやイントラネットを通じて環境情報を発信

キヤノンMJグループは、従業員の環境保全への意識を高めるために、環境情報を定期的に配信しています。

2006年からは、最新の環境情報を配信する「環境トピックス」を毎月メールで配信しています。

また、新たに2008年1月から、イントラネット上で連載コラム「コツコツ減らそうCO₂!」を発信。「コツコツ減らそうCO₂!」では、グループ各社の環境保全活動や、製品を活用したお客さま先でのCO₂削減活動などについて事例を交えて紹介しているほか、家庭の



「コツコツ減らそうCO₂！」の連載内容

第1シリーズ

環境問題への意識啓発を図ることを目的に、地球温暖化のしくみやその現状、そして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。

第2シリーズ

キヤノンMJグループ各社の事業所におけるCO₂削減活動の事例や、省エネルギーと快適なプリント環境を両立するレーザービームプリンターの活用方法などについて紹介。

第3シリーズ

事業活動、事業所における活動、家庭・地域における活動の3つの側面で、従業員が実践できる具体的なCO₂削減活動を紹介。新環境ビジョン『未来の森』2015についても解説。

環境スペシャリストの育成

キヤノンMJグループでは、環境保全活動の中核を担う人材、環境負荷の大きい業務を担当する従業員に、専門的な環境活動の知識を習得してもらうためにeラーニングなどを通じて「環境スペシャリストプログラム」を実施しています。



eラーニングによる環境スタッフ教育

環境スペシャリストプログラム

- 環境マネジメントシステム 部門責任者・環境スタッフ教育
- 環境マネジメントシステム事務局員教育
- 環境内部監査員教育
- 廃棄物管理者教育
- 化学物質使用者教育

環境経営環境パフォーマンスデータ

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、環境負荷の低減につながる環境パフォーマンスのデータを正確に把握し、活動成果の確認や新たな目標の設定に役立てています。

製品の環境配慮

環境規格取得率

規格	2006年	2007年	2008年	2009年
グリーン購入法	54/57(95%)	56/61(92%)	50/57(88%)	48/48(100%)
エコマーク	39/51(77%)	42/54(78%)	34/48(71%)	41/43(95%)
国際エネルギースタープログラム	54/57(95%)	55/61(90%)	53/57(93%)	48/48(100%)

※ 数値は規格適合機種数/発売機種数、()内は規格適合率

事業拠点における環境負荷低減

キヤノンMJグループのCO₂削減実績

		2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
ビルエネルギー	実績(t-CO ₂)	24,342	25,472	26,437	25,734	23,727
	対前年比	-	4.6%	3.8%	▲2.7%	▲7.8%
	2005年比	-	4.6%	8.6%	5.7%	▲2.5%
社有車	実績(t-CO ₂)	13,794	12,424	12,248	11,067	10,178
	対前年比	-	▲9.9%	▲1.4%	▲9.6%	▲8.0%
	2005年比	-	▲9.9%	▲11.2%	▲19.8%	▲26.2%
代替フロン類	実績(t-CO ₂)	2,464	2,086	2,786	1,643	615
	対前年比	-	▲15.3%	33.6%	▲41.0%	▲62.6%
	2005年比	-	▲15.3%	13.1%	▲33.3%	▲75.0%
合計	実績(t-CO ₂)	40,600	39,982	41,471	38,444	34,520
	対前年比	-	▲1.5%	3.7%	▲7.3%	▲10.2%
	2005年比	-	▲1.5%	2.2%	▲5.3%	▲15.0%

売上比	2005年比	100%	93.3%	92.8%	94.0%	101.8%
-----	--------	------	-------	-------	-------	--------

従業員比	従業員数(人)	15,369	15,813	17,823	19,034	19,165
	従業員比	100%	95.7%	88.1%	76.5%	68.2%

お客さま先でのCO₂削減

製品の省エネ性能向上によるCO₂排出量削減実績

2007年	2008年	2009年
12,465トン	18,257トン	15,323トン

※ 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

2007年	2008年	2009年
42,498トン	51,458トン	46,841トン

※ 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

回収量の実績

	2006年	2007年	2008年	2009年
製品	14,586トン	14,844トン	15,442トン	11,994トン
消耗品	4,279トン	5,032トン	4,990トン	4,223トン
合計	18,865トン	19,876トン	20,432トン	16,217トン

資源再利用の割合

	2006年	2007年	2008年	2009年
製品	99%	99%	99%	99%
消耗品	100%	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

	2006年	2007年	2008年	2009年
グループ内処理率	94%	95%	94%	93%

情報セキュリティ

キヤノンマーケティングジャパングループは、セキュアな社会の実現と顧客満足度向上のために、情報セキュリティ成熟度の向上に取り組んでいます。

情報セキュリティの基盤強化

情報セキュリティの考え方

- 顧客満足度の向上を支える業務改善活動の推進
- 2010年主要注力テーマ
- 推進フレームワーク

情報セキュリティマネジメント

- CSR委員会による経営レベルの推進体制
- 全員参加型のマネジメント体制
- 体系的にルールを整備
- マネジメントシステムの連携による効果的な運用
- インシデントの検知と発生時対応
- Action 2009 – 2009年の取り組み

情報セキュリティの具体的取り組み

第三者認証の効果的な活用

- 第三者認証の活用目的
- ISMSを活用した顧客満足度の向上
- 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グループにおける認証取得状況
- Action 2009 – 2009年の取り組み

情報セキュリティ対策の実装

- 安全で快適なオフィス環境の実現
- グループ全体最適を考えたITセキュリティ
- Action 2009 – 2009年の取り組み

情報セキュリティ人材の育成

- 情報セキュリティ人材を育成するしくみ
- すべての従業員を対象とした意識啓発と教育
- スペシャリストを育成する教育
- 職場におけるリスク管理意識の向上
- Action 2009 – 2009年の取り組み

積極的な情報開示と社会への貢献

- 「情報セキュリティ報告書」の発行
- 「オフィスツアー」によるセキュリティ事例紹介
- 情報セキュリティ関連団体への支援
- Action 2009 – 2009年の取り組み

お客さまへの安心・安全の提供

- お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質向上
- お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献
- 製品やサービスへの情報セキュリティ品質の組み込み

関連情報を見る

「情報セキュリティ報告書」のPDFデータをダウンロードしていただけます。

情報セキュリティ情報セキュリティの考え方

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、情報セキュリティを重要な経営課題としてとらえ、「情報セキュリティの主要注力テーマ」を設定し、さまざまな活動を実施しています。

顧客満足度の向上を支える業務改善活動の推進

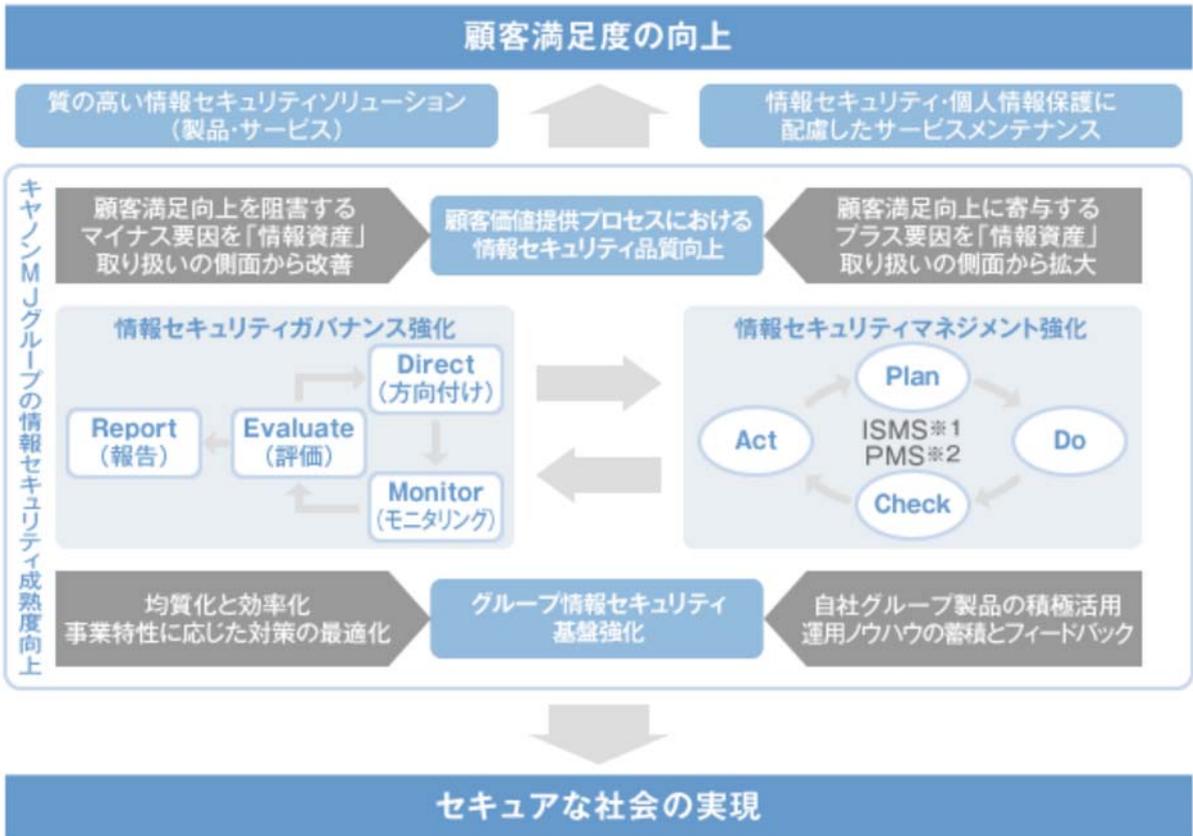
キヤノンMJグループは、「企業の社会的責任としての情報セキュリティ基盤強化」と「お客さまへの価値提供における情報セキュリティ品質の向上」という2つの視点で、グループをあげて情報セキュリティ成熟度の向上に取り組んでいます。私たちの情報セキュリティの活動は、情報資産の「機密性」「完全性」「可用性」を脅かすリスクやマイナス要素を軽減するだけではありません。お客さまの視点に立って業務プロセスを「より安全に」「より確実に」「より効率的に」といったプラス効果を出すために、情報資産取り扱いの側面から“顧客満足度の向上を支える業務改善活動”として推進しています。

2010年主要注力テーマ

1. マネジメントシステムのグループ均質化と効率化
2. グループ各社の事業特性に応じた対策の最適化
3. 情報セキュリティ人材の育成
4. 情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
5. お客さまへの安心・安全の提供
 - ・ お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質向上
 - ・ お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

推進フレームワーク

キヤノンMJグループの情報セキュリティ推進フレームワークは、グループ情報セキュリティ基盤強化によるセキュアな社会の実現と、お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上による顧客満足度の向上を目指しています。情報セキュリティ成熟度の向上にあたっては、情報セキュリティガバナンスとマネジメントシステムの有効性を継続的に向上させる取り組みを行っています。



※1 ISMS: 情報セキュリティマネジメントシステム
 ※2 PMS: 個人情報保護マネジメントシステム

情報セキュリティ推進フレームワーク

情報セキュリティ情報セキュリティマネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、「グループ」「CSR連携」「全員参加」の視点に留意し、効果的かつ効率的な情報セキュリティマネジメントを推進しています。

CSR委員会による経営レベルの推進体制

キヤノンMJでは、グループの情報セキュリティガバナンス体制の強化を図るために、キヤノンMJ役員、主要グループ会社社長、社外有識者をメンバーとした「キヤノンMJ CSR委員会」を設置しています。

CSR委員会で情報セキュリティガバナンスを取り扱うことによって、コンプライアンス、環境、労働安全など、関連分野との連携が加速するという効果が挙がっています。

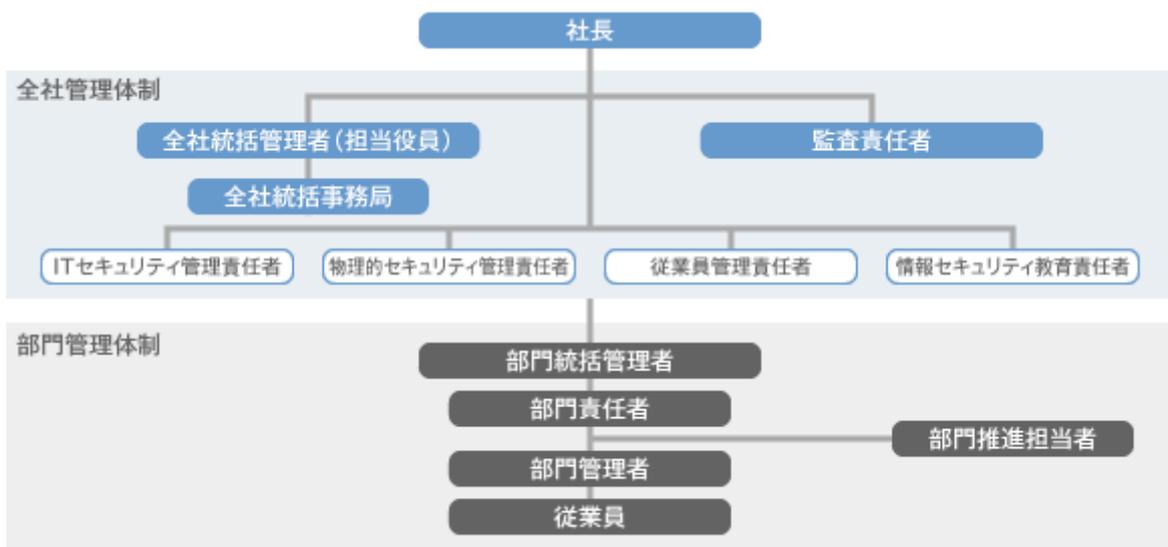
全員参加型のマネジメント体制

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

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、グループ共通の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共通のルールや対策を遵守するほか、事業特性に応じた対策の追加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。

このような体制でマネジメントを推進することで、全員参加型の活動の定着を図っています。

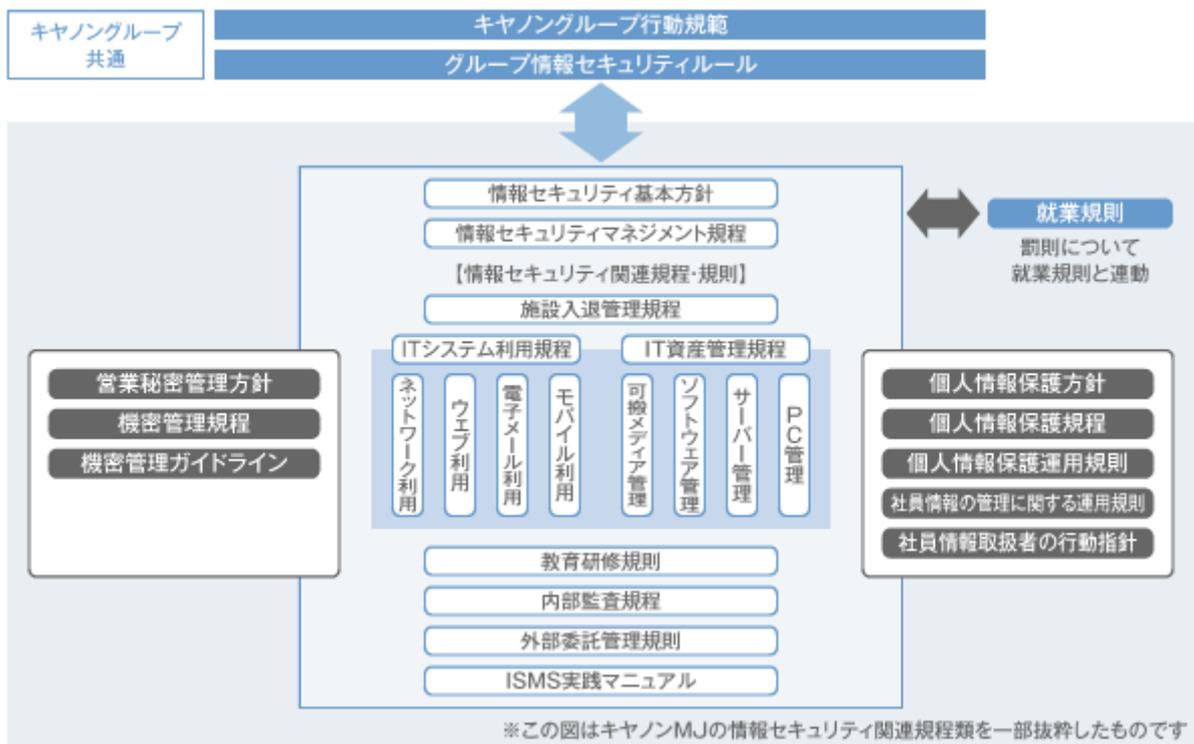


情報セキュリティマネジメント体制

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(株)のグローバル基準である「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、社内の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、JISQ15001:2006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。

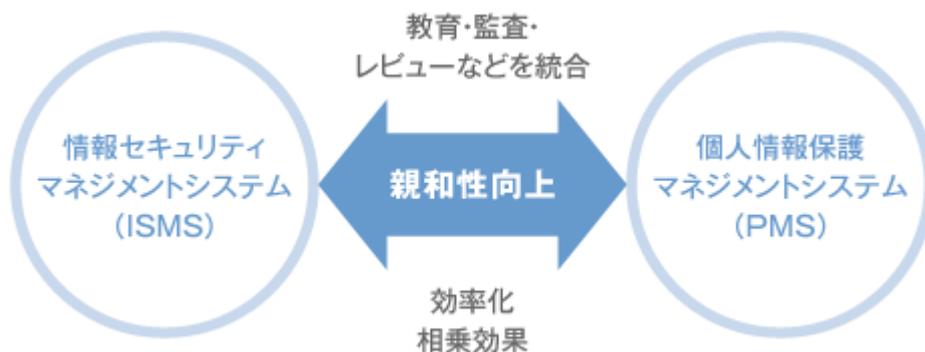


情報セキュリティに関するルール体系

マネジメントシステムの連携による効果的な運用

キャノンMJグループでは、情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)と個人情報保護マネジメントシステム(PMS)を両輪として、親和性を向上し、継続的な運用改善を行っています。

具体的には、教育・監査・レビューなどを統合し、リスクアセスメントなども重複しないよう連携して実施することにより、効率化だけでなく相乗効果を生み出しています。



マネジメントシステムの連携

インシデントの検知と発生時対応

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

インシデントの検知については、グループITガバナンスの中で、さまざまな監視を行っています。

また、従業員にインシデント発生時の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。

インシデント発生時には、発生原因を究明し、是正処置・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ます。あわせて、関係省庁や関係機関への報告も行っています。

Action 2009 – 2009年の取り組み

「グループ情報セキュリティルール」に基づく監査を実施

キヤノンMJは2009年に、グループ全体の情報セキュリティ管理状況を均質化するため、キヤノン(株)のグローバル基準である「グループ情報セキュリティルール」に基づく監査をグループ全社に実施しました。

情報セキュリティ第三者認証の効果的な活用

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、「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。

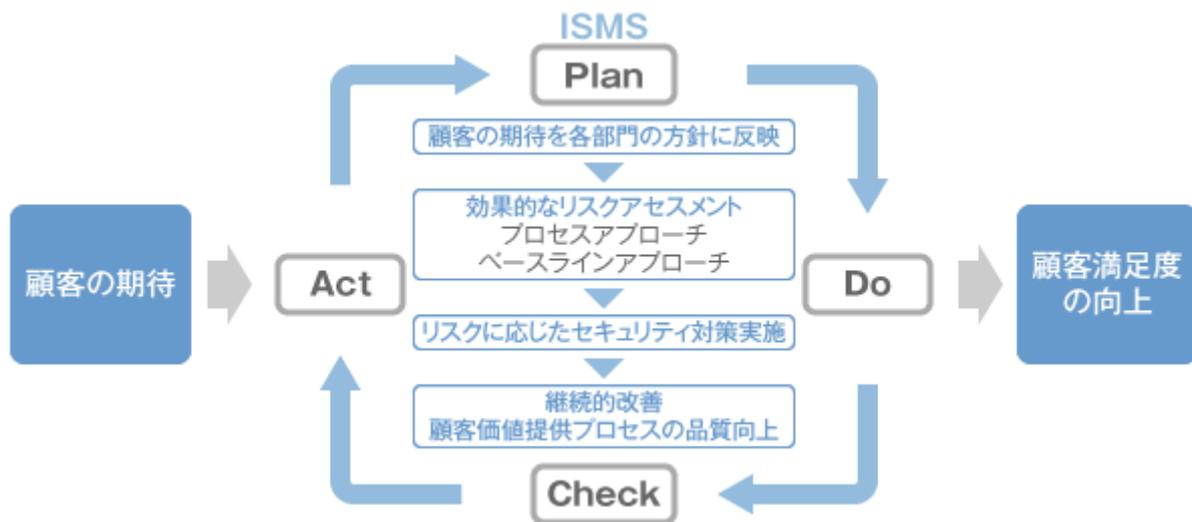
第三者認証の活用目的

キヤノンMJグループが第三者認証を取得する目的は、「ベストプラクティスを業務プロセスに組み込み、継続的に品質改善するしくみとして活用すること」です。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提供できると考えています。

ISMSを活用した顧客満足度の向上

キヤノンMJグループのISMS活動は、情報セキュリティ基盤強化に加えて、顧客価値提供プロセスの情報セキュリティ品質を向上し、顧客満足度を高めていくことを目標としています。

この目標を達成するために、グループ共通のセキュリティ対策のほか、お客さまの期待を明確化し、営業やサービスなどの業務プロセスごとにきめの細かいリスクアセスメントを行い、事業特性に応じたセキュリティ対策を実装しています。



ISMSを活用したPDCAサイクル

プライバシーマークを活用した個人情報保護の強化

グループ全社へのプライバシーマーク導入を推進

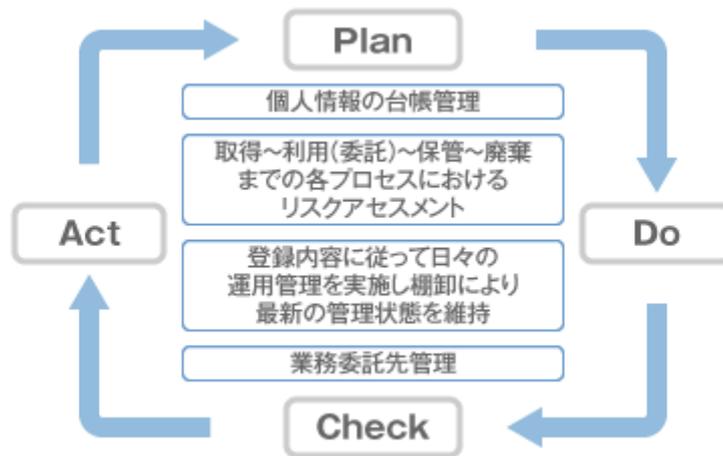
キヤノンMJグループでは、個人情報保護法より一段高い管理レベルを実現するために、グループ全社への「プライバシーマーク」導入を推進しています。

個人情報管理レベルの向上と均質化の工夫

キヤノンMJグループでは、従業員一人ひとりの個人情報の管理レベルの向上と均質化を図るために、「個人情報データベース管理システム」を独自に開発し、活用しています。

このシステムでは、個人情報の取得から廃棄までのライフサイクルのリスクアセスメントを誰でも漏れなく簡単に行うことができます。

あわせて、法令・規格・社内ルールの遵守状況をチェックしたり、委託先企業の評価や契約内容の管理、個人情報の台帳化などを行うことができます。



個人情報データベース管理システムが実現する効果

キヤノンMJグループにおける認証取得状況

会社名	ISMS認証	プライバシーマーク認証
キヤノンマーケティングジャパン	○	○
キヤノンシステムアンドサポート	○	○
キヤノンMJアイティグループホールディングス(2010年4月設立)		
キヤノンITソリューションズ	○	○
佳能制御系統(上海)		—
エス・エス・ジェイ		○
クオリサイトテクノロジーズ	○	
ガーデンネットワーク		○
キヤノンITSメディカル		○
キヤノンビズアテンダ		○
AES		○
キヤノンソフトウェア	○	○
キヤノンソフト情報システム		○
Canon Software America		—
キヤノンビジネスサポート		○
オーエーエル		
キヤノントレーディング		○
キヤノンカスタマーサポート		○
エディフィストラーニング(2009年4月グループ入り)		
キヤノンプリントスクエア(2009年7月設立)		

※ 2010年4月1日現在

Action 2009 — 2009年の取り組み

ISMS認証取得部門の維持・拡大

1. ビジネスソリューション分野では、お客さまとの直接接点を持つ営業・サービス&サポートおよび商品企画・販売企画プロセス全体へのISMS認証が完了し、ビジネスパートナー・システムパートナーなどの販売店への営業プロセスへ認証拡大を実施しました。
2. ITソリューション分野では、主要なITソリューション分野の企画・開発プロセスへのISMS認証が完了しました。
3. 産業機器分野では、半導体製造装置の企画・営業・サービスメンテナンスプロセスへのISMS認証が完了しました。

プライバシーマークの認証更新

国内グループ会社のうち、13社でプライバシーマークの認証取得が完了しました(2010年4月までの延べ数)。

「個人情報データベース管理システム」のグループ展開

国内グループ会社のうち、7社で「個人情報データベース管理システム」の導入が完了しました(2010年4月までの延べ数)。

情報セキュリティ情報セキュリティ対策の実装

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、情報セキュリティ対策の実装にあたり、自社グループの取り扱い製品や技術を活用して、安全性と効率性を高めています。

安全で快適なオフィス環境の実現

セキュリティレベルに応じた入退室管理

キヤノンMJグループでは、全国の各事業所でセキュリティレベルに応じた適切な入退室管理を行っています。

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や、生体認証などによる厳重な開錠のしくみを実装しています。



ICカードを用いた入館チェック

ICカードによるプリント制御

キヤノン製のオフィス向け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」の活用を展開しています。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することができます。

これにより印刷物の取り忘れも減少し、印刷ログ管理とあわせて無駄な印刷や情報漏えいリスクの軽減効果を上げているほか、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。



ICカードによる個人認証システム

「5S」の徹底によるクリアデスクの実践

安全衛生活動として5S(整理・整頓・清掃・清潔・しつけ)の強化月間を年に3回設け、「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。なかでもクリアデスクの実践では、帰宅する際にパソコンや書類を施錠付きのワゴンやロッカーボックスへ収納し、机の上下・周辺には物を置かない状態を継続しています。これにより、情報の紛失や漏えいリスクを軽減させ、適切な情報資産の管理に努めています。



クリアデスクの実践

ゴミステーション方式・機密書類回収ボックスによる廃棄

大規模な事業拠点を中心に、各デスクサイドに設置されていたゴミ箱をすべて撤去し、廃棄場所を各フロアの決められた場所に集約することで、ゴミの分別廃棄を促す「ゴミステーション方式」を採用しています。

また、機密情報や個人情報といった重要書類専用の機密書類回収ボックスも設置しています。

このような施策によって、機密情報などの重要書類が不用意に廃棄されることがなくなり、機密情報の安全な廃棄と適正分別による環境への配慮が両立できています。



ゴミステーション



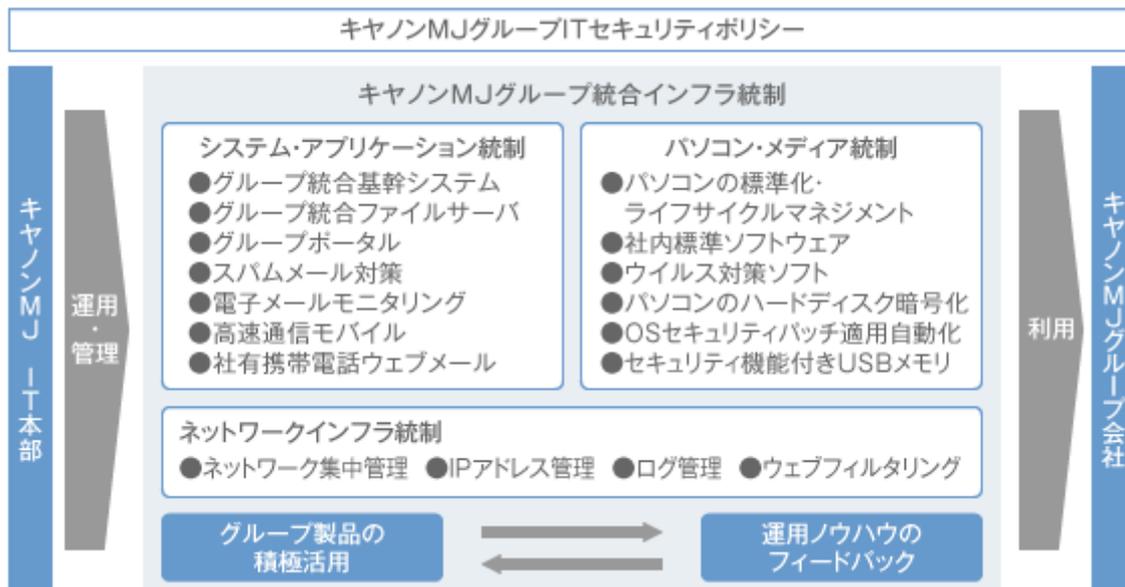
機密書類回収ボックス

グループ全体最適を考えたITセキュリティ

キヤノンMJグループでは、グループ統一のITセキュリティポリシーに基づき、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・メディア統制などのインフラの統合管理を行っています。

これにより、グループ内の対策レベルの均質化と運用コストの削減を両立し、安全で使いやすいIT環境を実現しています。

また、ITセキュリティの実装にあたっては、積極的にグループ取り扱い製品を導入することで、運用ノウハウの蓄積や製品改良に活かしています。



キヤノンMJグループITセキュリティガバナンスの全体像

積極活用しているグループ製品の例

電子メールモニタリング

製品名：「GUARDIAN」シリーズ
取扱会社：キヤノンITソリューションズ

GUARDIAN®シリーズ

パソコンのハードディスク暗号化

製品名：CompuSec
取扱会社：キヤノンITソリューションズ

CompuSec
コンプセック

ウイルス対策ソフト

製品名：ESET NOD32アンチウイルス
取扱会社：キヤノンITソリューションズ

ESET NOD32 Antivirus
イーセット エヌオーディー32 アンチウイルス

Action 2009 – 2009年の取り組み

パソコンのハードディスク暗号化をグループへ展開

万が一のパソコン盗難・紛失時などに対する情報漏えい対策として、主要グループ内で社外に持ち出すすべてのパソコンに、キヤノンITソリューションズの取り扱い製品であるハードディスク暗号化ソフトウェア「CompuSec」の導入を拡大しました。

パソコンのウイルス対策を強化

キヤノンMJグループでは、グループ内のパソコンのウイルス対策ソフトウェアをキヤノンITソリューションズの取り扱い製品である「ESET NOD32アンチウイルス」に変更しました。

遺伝子技術を応用したアドバンスドヒューリスティックという検査方法により、新種や亜種のウイルスへの対応が強化され、ウイルススキャン時にもパソコンのレスポンスが向上しました。

情報セキュリティ情報セキュリティ人材の育成

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、人的セキュリティが重要であると考え、さまざまな工夫によって情報セキュリティの意識と知識を持った人材を育成しています。

情報セキュリティ人材を育成するしくみ

従業員一人ひとりが、高い情報セキュリティマインドと情報資産を適切に取り扱うことができる基礎知識を持った人材になるよう、意識啓発や教育を実施しています。

また、情報セキュリティ環境を構築・維持するために、専門知識を持ったスペシャリストも育成しています。



情報セキュリティ人材を育成するしくみ

すべての従業員を対象とした意識啓発と教育

全従業員の「意識」に働きかけるトップメッセージ

経営者が毎月発信する月次メッセージの中で、適宜、情報セキュリティの意識啓発を行っています。経営者の意思を直接伝えることで、情報セキュリティマインドを醸成しています。

役割に応じた意識啓発を行う対面教育

新入社員や新任のライン管理職に対しては、それぞれの役割に応じて、きめ細かく意識を啓発する必要があるため、対面形式による教育を実施しています。



新入社員に対する対面教育

グループの全役員・従業員を対象としたウェブ教育

キヤノンMJグループでは、「設問診断形式」という独自のウェブ教育を行っています。これは、正解・不正解の結果を重視した教育ではなく、設問を読み、複数の選択肢から正答を導き出す過程で、自然と必要な知識を習得することができる実践的か

つ効果的な教育方法です。

情報セキュリティに関する情報配信

情報セキュリティマインドの定着には、定期的な教育だけでなく、日常的な意識啓発が重要です。

キヤノンMJグループでは、コンプライアンス活動の一環として、毎週月曜日に欠かさず全グループの従業員へ「今週のコンプライアンス」というメールマガジンを配信しています。この活動と連携し、情報セキュリティ知識の習得や意識啓発につながる内容を適宜配信しています。

また、イントラネットサイトの「情報セキュリティトレンド」というコンテンツで、情報セキュリティにまつわる世の中の動きを広く従業員に配信しています。

従業員が情報セキュリティに関心を払い、社会の共通課題を理解することで、お客さまへの価値提供にも結び付けています。

スペシャリストを育成する教育

情報セキュリティを組織ごとに異なる業務プロセスへ適切に組み込むためには、各組織に情報セキュリティに関するスペシャリストを配置し、推進することが有効であると考えています。

そこで、キヤノンMJグループでは、個人情報保護に関する専門的な知識を持つ「個人情報保護キーパーソン」、ならびにISMS取得部門では、「推進担当者」や「内部監査員」を育成しています。こうして育成された「スペシャリスト」が組織の情報セキュリティを推進しています。

職場におけるリスク管理意識の向上

キヤノンMJグループにて年2回各職場(課)で実施している「コンプライアンス・ミーティング」では、担当業務におけるコンプライアンスリスクの洗い出しと、その対策協議を行っています。

毎回、「営業秘密管理」「個人情報保護」といったテーマが数多く取り上げられ、各職場の業務における情報セキュリティリスクの低減にもつながっています。



コンプライアンス・ミーティング

Action 2009 – 2009年の取り組み

キヤノンMJグループ全従業員を対象とした情報配信の実績は、以下の通りです。

「情報セキュリティトレンド」における情報配信実績

配信月	配信した情報の概要
2009年1月	可搬電子媒体を経由したウイルス感染の危険
2009年3月	自宅のPCで業務を行うことを禁止する背景
2009年4月	「情報セキュリティガバナンスシンポジウム」での基調講演
2009年4月	「第二次情報セキュリティ基本計画」について
2009年6月	「情報セキュリティ報告書2009」の発刊
2009年7月	「セキュアジャパン2009」について
2009年10月	ISMSやプライバシーマーク認証取得の意義
2009年12月	個人情報保護に関する経産省ガイドラインの改正

「今週のコンプライアンス」で配信した情報セキュリティ関連テーマ

配信月	配信した情報の概要
2009年2月	社員情報の管理
2009年3月	情報持ち帰りの危険性
2009年4月	メール送信時のエラーを防ぐための注意事項
2009年5月	公共の場での情報管理
2009年6月	情報の閲覧権限は必要最小限の範囲に設定する

スペシャリスト教育の実績は、以下の通りです。

スペシャリスト養成の実績

対象者	形式	実施時期	実施人数	累計人材数
個人情報保護キーパーソン	対面教育	2009年1月、7月	46名	349名
ISMS推進担当者	対面教育	2009年4月	1,002名	1,506名
ISMS内部監査員	対面教育	2009年9月	131名	419名

情報セキュリティ積極的な情報開示と社会への貢献

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、「情報セキュリティ報告書」などを通じて、自社の取り組みを積極的に開示しています。また、自社の情報セキュリティに関するノウハウをお客さまへの価値提供に活かすことで、セキュアな社会の実現に貢献しています。

「情報セキュリティ報告書」の発行

キヤノンMJグループは、2008年から毎年1回「情報セキュリティ報告書」を発行しています。

この報告書は、情報セキュリティ活動について報告し、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提供することを目的としています。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」を参考にしています。

2010年より、環境にも配慮し冊子としての発行は行わず、ウェブサイトへの掲載による報告に切り替えました。ウェブサイトでは情報の更新性の側面を、PDFでは読みやすさの側面を重視して編集しました。



情報セキュリティ報告書2010

「オフィスツアー」によるセキュリティ事例紹介

キヤノン S タワーや各支店で実施している「オフィスツアー」は、キヤノンMJグループが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を通じて紹介する取り組みです。

ツアーのメニューとして、情報セキュリティに関する実践事例を用意しています。お客さまの目的に応じて、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について具体的に説明しています。



オフィスツアーのフロア見学の様子

情報セキュリティ関連団体への支援

キヤノンMJグループは、下記の情報セキュリティ関連団体への参画や賛助を行っています。

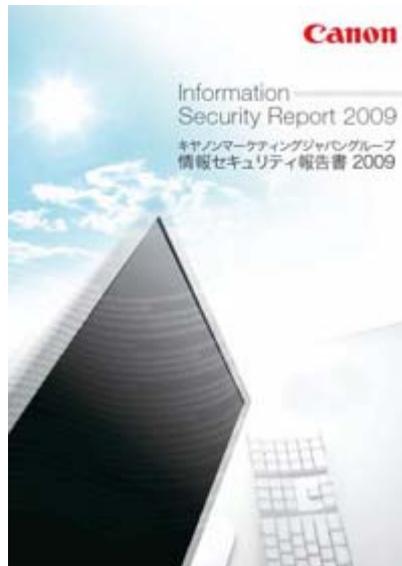
- 社団法人 情報サービス産業協会
- 財団法人 日本科学技術連盟
- 社団法人 日本情報システム・ユーザー協会
- 財団法人 日本情報処理開発協会
- 特定非営利活動法人 日本セキュリティ監査協会
- 特定非営利活動法人 日本ネットワークセキュリティ協会

(五十音順)

Action 2009 - 2009年の取り組み

「情報セキュリティ報告書2009」の発行

「キヤノンMJグループ 情報セキュリティ報告書2009」を発行しました。2年目の発行となることから、キヤノンMJ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に改善しました。



「情報セキュリティガバナンスシンポジウム」での講演

経済産業省と日本経済新聞社が主催する「情報セキュリティガバナンスシンポジウム2009」において、キヤノンMJ会長（当時社長）の村瀬治男が「企業価値向上と情報セキュリティガバナンス ～キヤノンマーケティングジャパンの事例～」というテーマで講演を行い、情報セキュリティに関する考え方と取り組み事例を紹介しました。



シンポジウムで講演する村瀬会長(当時社長)

教育分野への協力

キヤノンITソリューションズでは、大阪大学大学院の「マルチメディア工学特別講義」の一部で講義を行いました。情報セキュリティ分野に関する最新のトレンドや業界での技術動向について解説し、学生の研究分野についての理解をより深めることに貢献しました。

情報セキュリティお客さまへの安心・安全の提供

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、業務プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上や、質の高い情報セキュリティ製品・ソリューションを通じて、お客さまへ“安心”“安全”といった価値を提供しています。

お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質向上

キヤノンMJグループでは、営業やサービス、ソフトウェア開発などの業務プロセスごとに、お客さまの期待や情報セキュリティリスクをきめ細かく把握して、「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、業務プロセスの改善や必要な対策を継続的に行っています。

お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

企業の重要課題をセキュリティ対策の視点で支援

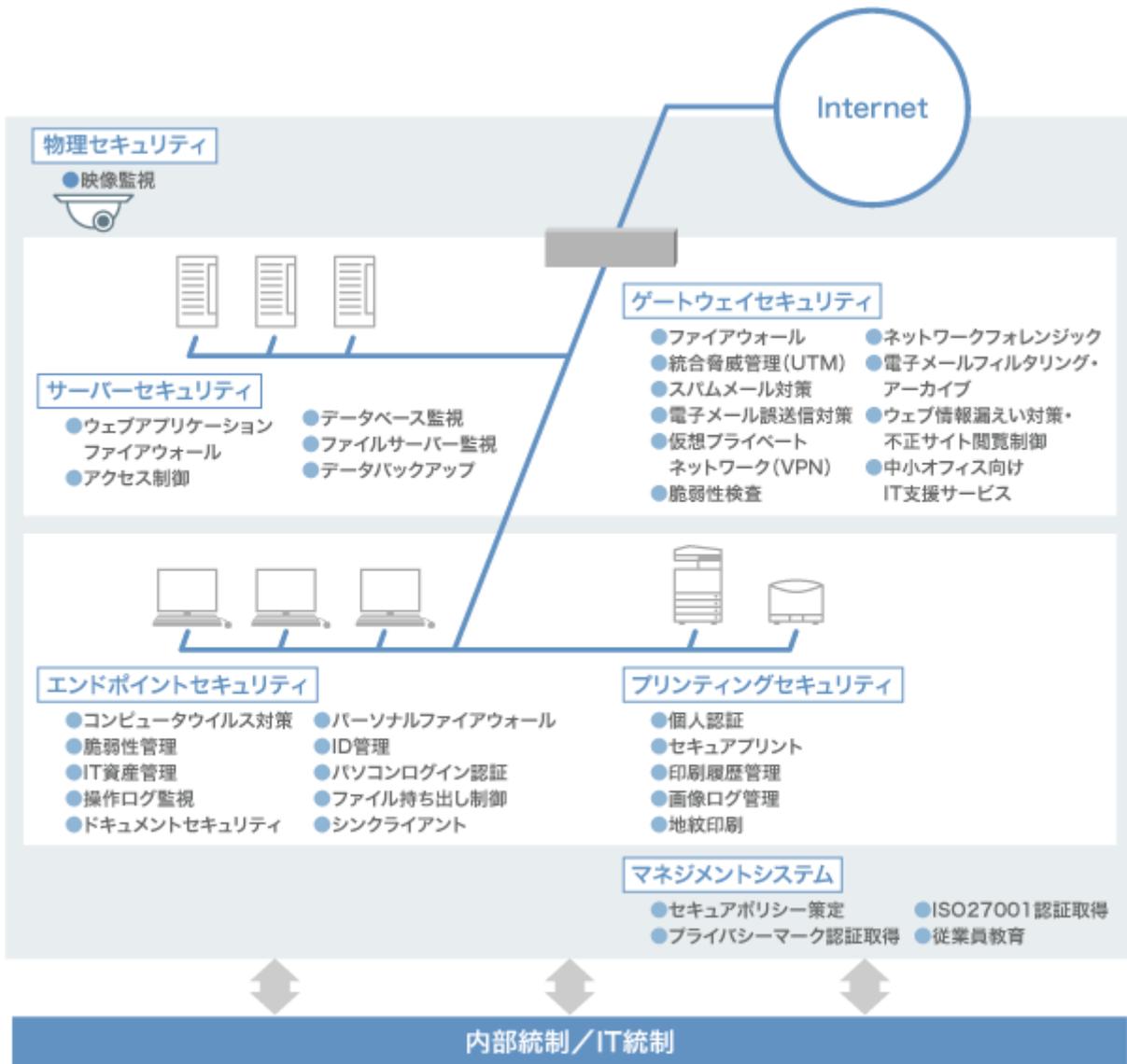
リスクマネジメントや内部統制の強化など、企業経営にとって重要な課題を解決するため、企業のIT化がますます加速しています。IT導入には、自社ネットワークへの不正侵入や、コンピュータウイルスによる感染被害など、さまざまな脅威への対応が必要不可欠です。

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つのカテゴリー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提供しています。



セキュリティソリューションの全体像

製品やサービスへの情報セキュリティ品質の組み込み

キヤノンMJグループが提供する製品やサービスの多くは、お客さまのオフィスネットワーク環境の中でご利用いただくものであるため、高い情報セキュリティ品質を備えていることが重要と考えています。

キヤノンMJグループは、製品やサービスに高い情報セキュリティ品質を組み込んで、お客さまの安心・安全への期待や要請に応えます。

オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」におけるセキュリティ対策

複合機は、コンピュータ機器と同様にお客さまの情報システム環境に接続され、情報ポータル機器としての活用が広がっています。

それに伴い、お客さまが守るべき機密情報が紙の出力物、内蔵ハードディスク、データ通信、電子化データ上に残存するケースが生じ、これらを放置すると情報漏えいの原因となるおそれもあります。

キヤノンでは、機密情報の不正利用、誤操作、盗難などのリスクに対するお客さまの要請に応えるべく、さまざまなセキュリティ技術を複合機に組み込んでいます。

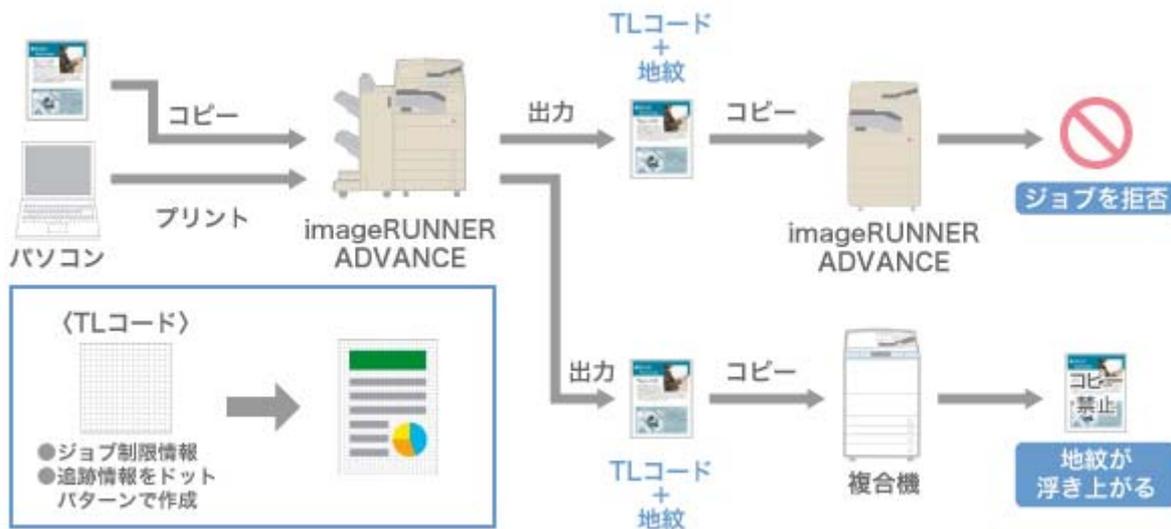
最新機種「imageRUNNER ADVANCE」のラインアップに搭載されている機能の一部を紹介します。

複合機から紙出力した機密情報の漏えい対策

コピーやプリント時に、TLコード(低可視のドットパターン情報)で作成されたジョブ制限情報や追跡情報を埋め込み、ジョブ動作のロックや追跡情報(5W1H)の取得を可能にします。

さらに地紋印字と組み合わせれば、ジョブロック未対応機器を利用した際にも「機密」などの地紋が浮き上がります。出力された機密文書の流出を抑止する効果があります。

- ※ ベタや写真などの原稿ではロックしない場合があります。
- ※ 「ジョブロック拡張キット・A1」「イメージ解析ボード・A1」が必要です。



出力文書の不正利用を抑止する「ジョブロック機能」

複合機に保存されている機密情報の漏えい対策

セキュリティ機能の評価適性を保証するISO15408 (COMMON CLAIR) 認証 (EAL3) を取得した「Canon MFP Security Chip 2.00」を搭載し、ハードディスク内データを自動的に暗号化します。

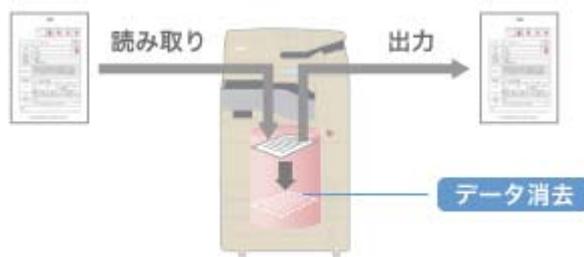
- ※ 「HDDデータ暗号化/ミラーリングキット・C1」が必要です。



本体データを守る「HDDデータ暗号化」

「自動消去」は、コピーやプリントなどの作業を行うたびに、一時的にハードディスク内に生成されるデジタルデータをジョブ終了と同時に自動的に消去する機能です。万一の盗難や本体廃棄後の情報漏えいリスクを低減します。

- ※ 「データ消去キット・C1」が必要です。



ジョブ終了後のデータを残さない「自動消去」

中小オフィス向けIT支援サービス「HOME」におけるセキュリティ対策

企業にとって取引先からの信頼獲得、生産性の向上、あわせてそれを実現するためのITの活用は重要な課題となっています。

「HOME」は、IT管理者不在の中小オフィスのお客さまに、「セキュリティの向上」、「コミュニケーションの活性化」、「運用管理の支援」を提供し、企業競争力向上を支援します。

複数のセキュリティ機能を統合的に管理する「HOME-UNIT」

外部からの攻撃、内部からの情報漏えいに備え、ファイアウォール機能をベースに、アンチウイルス、アンチスパム、ウェブコンテンツフィルタリング、不正侵入防御など、複数のセキュリティ機能を統合的に管理します。

「HOME-UNIT」のセキュリティ対策

ファイアウォール	外部からの不正なアクセスや侵入を防止し、内部のネットワークの安全を維持します。
アンチウイルス	シグニチャやヒューリスティック・エンジンを自動的に更新して、新種のウイルスやスパイウェアが社内に侵入することを防ぎます。
アンチスパム	多段階のフィルターでメールをチェックし、スパムの可能性があるメールを自動検知します。
ウェブフィルタリング	業務に不適切なウェブサイトへのアクセスを制御し、ネットワークセキュリティへの脅威と帯域の無駄遣いを防ぎます。
不正侵入検知／制御	WinnyなどのP2Pソフトの通信を遮断し、社内からの情報漏えいを防ぎます。

情報の有効活用を目的とした玄関口を提供する「HOME-PORTAL」

社内に分散しているさまざまなデータや情報（「スケジューラー」「設備/備品予約」「伝言メモ」「ファイル共有」「掲示板」「携帯アクセス」）を一括管理して、情報の効率的な利用が可能となる、キヤノンMJグループが提供するSaaS型アプリケーションです。

サービスの導入・運用を支援する「HOME-CC」

「HOME」導入後の運用サポートは、「HOME-CC（コンタクトセンター）」の専門スタッフが行います。お客さまからのお問い合わせに対し、電話だけのコミュニケーションでは伝えにくい操作や設定の方法などは、インターネットを利用したリモートツールでわかりやすくサポートします。

社会貢献活動

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は「共生」の企業理念のもと、より良い社会の実現を目指し、人道・災害、環境保全、社会福祉、地域社会、教育・学術、芸術・文化・スポーツなどさまざまな分野で、社会の要請や期待に的確に応える社会貢献活動を実施しています。

キヤノンMJグループ 社会貢献プロジェクト

社会貢献活動のテーマ

- 重点テーマの設定

未来につなぐふるさとプロジェクト

- 「未来につなぐふるさとプロジェクト」をスタート
- プロジェクトを支援するしくみ

プロジェクトの活動実績

- 各地域の活動紹介

6つの分野での活動

人道・災害

- 被災地への支援
- WFP 国連世界食糧計画への支援

環境保全

- ベルマーク運動
- 環境ボランティアへの参加
- ブラックイルミネーションへの参加

社会福祉

- ペットボトルキャップの収集活動
- AEDの普及活動

地域社会

- 地域の環境美化活動

教育・学術

- 未来を担う子供・学生たちの育成

芸術・文化・スポーツ

- 芸術・文化支援活動
- スポーツ支援活動

関連情報を見る

キヤノングループの社会・文化支援活動は、こちらのページでご覧いただけます。

社会貢献活動社会貢献活動のテーマ

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、社会貢献活動の重点テーマを設定し、ステークホルダーとより良い社会を共に支えるための活動を展開しています。

重点テーマの設定

キヤノンMJグループはこれまで、「共生」の企業理念のもと、人道・災害、環境保全、社会福祉、地域社会、教育・学術、芸術・文化・スポーツといったさまざまな分野で社会貢献活動を推進してきました。

2009年からは、従来の活動に加え、持続可能な社会の実現により貢献するために、「未来につなぐ環境づくり」と「人の未来づくり」を社会貢献活動の重点テーマに設定しました。

マーケティング企業の財産である「ステークホルダーとの接点」を最大限に活かし、従業員はもちろん、お客さま、ビジネスパートナー、NPO、行政、地域住民などさまざまなステークホルダーと共にテーマに沿った社会貢献活動に取り組んでいきます。

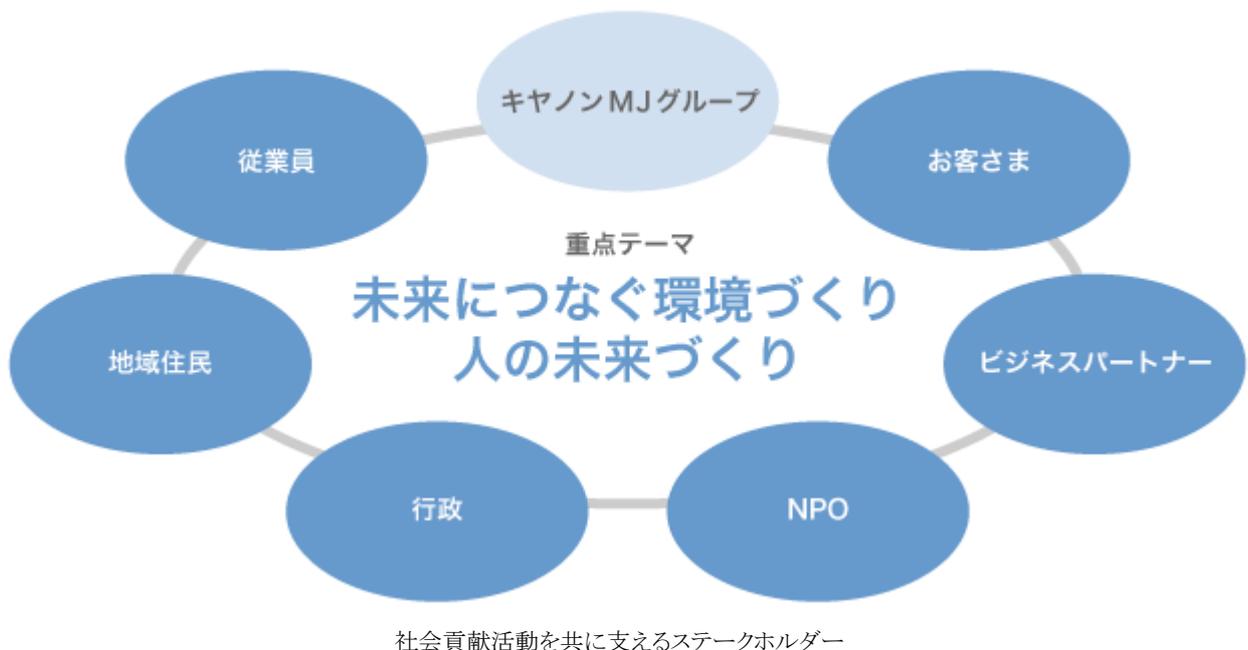
社会貢献活動の重点テーマ

「未来につなぐ環境づくり」

10年、50年、そして100年先の未来に、多様な生き物と美しい自然を残すため、地球環境やそこに生きる生物を守り、再生する活動を支援していきます。

「人の未来づくり」

すべての人が互いの個性を尊重し合い、助け合い、そして未来へ「命」をつなげ、「夢」を持って生きていけるよう、次世代を担う世代や災害や貧困に苦しむ人々、日常生活や社会生活においてさまざまな制約を受ける人々を支援していきます。



社会貢献活動未来につなぐふるさとプロジェクト

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、重点テーマである「未来につなぐ環境づくり」「人の未来づくり」を実現するための活動として、ステークホルダー参加型の社会貢献活動「未来につなぐふるさとプロジェクト」を全国各地で展開しています。

「未来につなぐふるさとプロジェクト」をスタート

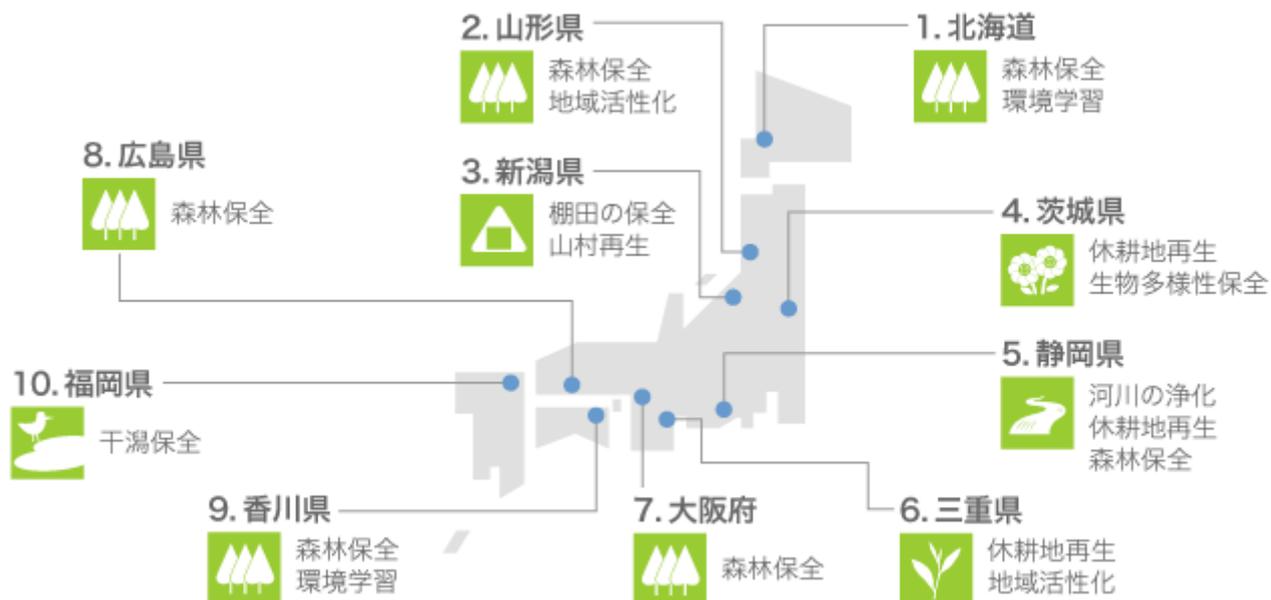
このプロジェクトは、子供たちの未来に美しく緑豊かな「ふるさと」を残していくことを目指し、2010年5月にスタートしました。従業員、お客さま、ビジネスパートナーなどのステークホルダーやNPOと連携し、全国10ヵ所において森林伐採地域での植林や過疎化が進む山村での棚田の保全、干潟の保全活動などに取り組んでいます。

また、キヤノンMJは日本経団連の「生物多様性宣言」の趣旨に賛同し、「宣言推進パートナーズ」に参加しています。この宣言を一段と実効性の高いものとするためにも、NPOや地域住民の方と協力し、このプロジェクトを通じて、生物多様性を育む社会づくりに貢献していきます。



「未来につなぐふるさとプロジェクト」のロゴ

全国10ヵ所の活動と協働パートナー

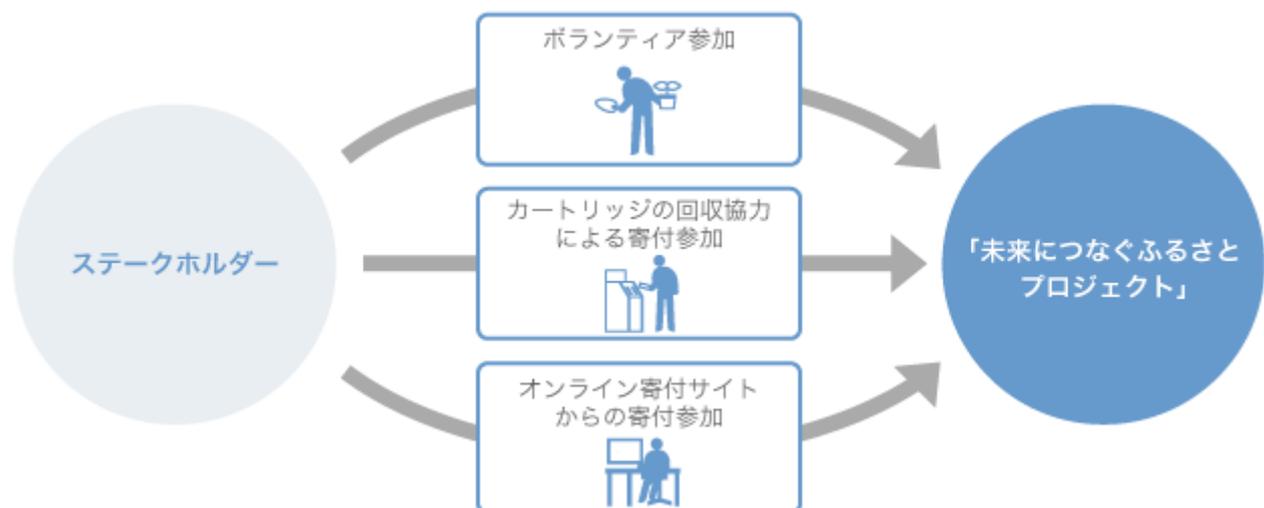


活動地域	活動内容	連携パートナー
1. 北海道	札幌市近郊の身近な森林で、人と森が触れ合いながら森を守ることを目指し、植樹・育林活動や森遊び・自然学習活動に参加します。	NPO法人森林遊びサポートセンター
2. 山形県	飯豊町中津川地区で、環境保全と地域活性化を目指し、地元住民の方と共に「未来の森」づくりや地域交流を行います。さまざまな動植物が生育でき、生物多様性が保たれた森林環境をつくり、育て、守っていきます。	NPO法人共存の森ネットワーク

活動地域	活動内容	連携パートナー
3. 新潟県	村上市高根集落で、棚田の美しい景観を未来に残すとともに山村の再生を目指し、地元の方や学生ボランティアの方と共にお米づくりや地域交流を行います。	NPO法人共存の森ネットワーク
4. 茨城県	霞ヶ浦とその流域の環境再生と生物多様性の保全を目指し、牛久市内で増加している耕作放棄地を再生し、霞ヶ浦の外来魚を肥料に油糧作物の栽培を行います。漁師や農家、福祉施設と連携して、作物からとれた油を使った煎餅づくりを行います。	NPO法人アサザ基金
5. 静岡県	「水の都・三島」の原風景を再生し、子供たちに継承していくことを目指し、源兵衛川での清掃活動や、植林、休耕地再生活動などに参加します。	NPO法人グラウンドワーク三島
6. 三重県	耕作放棄地の再生と地域活性化を目指し、三重県大紀町七保地区で取り組む「ブランド茶」栽培活動への参加や、地元の小学生との交流を行います。	野原村元気づくり協議会
7. 大阪府	交野市の民有地に隣接する交野市森林公園内で、人と自然、山と暮らしが密着した里山の再生を目指し、下刈や竹の伐採などの活動に参加します。	NPO法人樹木・環境ネットワーク協会
8. 広島県	古くから日本酒の産地として有名な西条で、美しい里山・水を未来につなぐことを目指し、水源となっている龍王山・憩いの森で山の手入れ作業に参加します。	西条・山と水の環境機構
9. 香川県	高松市にある森(ドングリランド)で、森と触れ合い守りながら自然の大切さを学ぶことを目指し、森づくり活動や森遊びに参加します。	NPO法人どんぐりネットワーク
10. 福岡県	東アジアの水鳥の渡りルート交差点にあたる博多湾・和白干潟で、美しい干潟とそこに生きるたくさんの生き物を守り、未来に残すことを目指し、清掃活動、自然観察会に参加します。	和白干潟を守る会

プロジェクトを支援するしくみ

「未来につなぐふるさとプロジェクト」は、ステークホルダーのボランティア参加や寄付参加によって支えられています。



使用済みカートリッジ回収協力による寄付参加

これまで、インク・トナーカートリッジの回収・リサイクル活動を通じて、資源の有効活用に取り組んできましたが、さらに昨今、資

源枯渇問題に加え、地球温暖化、生物多様性といった課題にも積極的に取り組むことがますます重要になってきました。そこで、2010年より、使用済みカートリッジの回収本数に応じて森林保護や自然再生活動に資金を支援するプログラムを開始しました。支援金は「未来につなぐふるさとプロジェクト」の各地連携NPOなどに寄付し、活動資金として活用されます。お客さまやビジネスパートナーから回収したカートリッジが資源の有効活用と共に、美しい自然を未来につなぐ活動への支援につながります。

従業員専用のオンライン寄付サイトを通じた寄付参加

従業員の社会貢献活動への参加手段を増やし、社会貢献に対する意識を高めることを目的に、「未来につなぐふるさとプロジェクト」などに、従業員が寄付を行うことができる「キャノンMJグループ オンライン寄付サイト」※を2010年2月にオープンしました。このしくみが従業員の社会貢献に対する意識を高め、社会を変える第一歩となるよう、有意義なサイト運営に努めていきます。なお、今後このサイトをお客さまやビジネスパートナーの皆さまに参加いただけるしくみへと展開していく予定です。



キャノンMJグループ オンライン寄付サイトの画面

※ 上記サイトのシステムおよびプログラム開発にはNPO法人パブリックリソースセンターが協力しています。

社会貢献活動プロジェクトの活動実績

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、ステークホルダー参加型の社会貢献活動「未来につなぐふるさとプロジェクト」を全国各地で展開しています。

各地域の活動紹介

「未来につなぐふるさとプロジェクト」における全国の活動の一部をご紹介します。

新潟県高根集落における「棚田のふるさと」づくり

新潟県村上市高根集落にある美しい棚田の風景を将来にわたり残すこと、そして、地域がより元気になることを目的に、従業員、地域住民、NPO、学生ボランティアと共に、お米づくりや廃校の再生に向けた取り組みなどを行っています。2010年5月1日～2日の田植えには、従業員とその家族・友人約50名がボランティア参加し、夜は集落内の方々の方に宿泊し、交流を深めるとともに、美しい棚田や森を未来に残すことの大切さを語り合いました。(NPO法人共存の森ネットワーク様との協働プログラム)



2010年の田植えの様子

山形県中津川地区における「未来の森」づくり

山形県飯豊町中津川地区では、従業員、地域住民、NPOなどが協働して、地域の植生に配慮した多様な広葉樹の植樹活動などを通じて「未来の森」づくりを行っています。2010年5月29日の植樹活動には、従業員とその家族・友人、パートナー企業の従業員総勢65名がボランティア参加し、広葉樹1,000本の植樹や、森の散策を行いました。「未来の森」づくりでは、森林の再生だけではなく、従業員と地域住民の方々との交流などを通じて、地域の活性化にもつなげることを目指しています。(NPO法人共存の森ネットワーク様との協働プログラム)



2010年植樹活動の様子

社会貢献活動人道・災害

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、災害や貧困で苦しむ多くの方々に対して、国際機関やNPOなどを通じたさまざまな支援を行っています。

被災地への支援

2009年、2010年に国内外で発生した災害に対し、従業員から集めた募金を寄付しました。寄付した団体と金額は、以下の通りです。

寄付実績

- スマトラ島沖・サモア諸島沖地震、フィリピン台風の被災地支援
総額370,713円を日本赤十字社へ寄付(2009年10月)
- ハイチ大地震被災地支援
総額780,625円を日本赤十字社へ寄付(2010年2月)
- チリ大地震被災地支援
432,788円を日本赤十字社へ寄付、55,000円をNPO法人アムダへ寄付(2010年3月)

WFP 国連世界食糧計画への支援

キヤノンMJは、飢餓と貧困の撲滅を使命に途上国で食糧支援を行うWFP 国連世界食糧計画を支援しています。

WFPの日本における公式支援窓口である「国連WFP協会」に、2008年12月から評議員として参加し、2009年は、学校給食支援キャンペーンへの寄付や、チャリティ・イベント「ウォーク・ザ・ワールド」への参加などを行いました。



「ウォーク・ザ・ワールド」の参加者

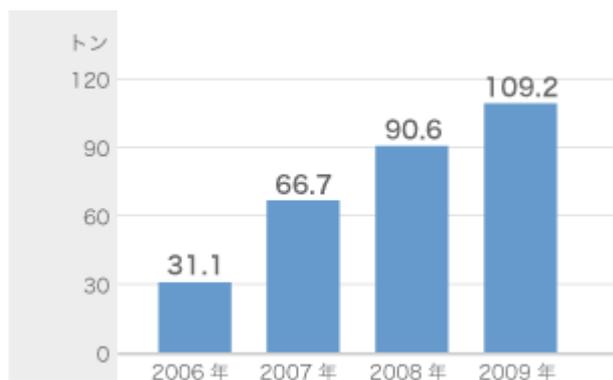
社会貢献活動環境保全

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、誰もが参加できる身近な活動から従業員の自主的な活動まで、環境保全に積極的に貢献しています。

ベルマーク運動

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、キヤノン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を集め、これをキヤノンMJが回収して、回収数に相当するベルマーク点数を学校に進呈しています。参加校はすでに12,800校(2010年3月末現在)を超え、2009年には、合計で14,925,872点を参加校に進呈しました。

インク・トナーカートリッジの回収量は、年々増加しており、2006年は、31.1トンでしたが、2007年に66.7トン、2008年に90.6トン、2009年には、109.2トンと活動の輪が広がっています。



使用済みインク・トナーカートリッジの回収量の推移

環境ボランティアへの参加

「キヤノン環境ボランティアの会」による森林保護活動

キヤノンMJの体育文化会に所属する「キヤノン環境ボランティアの会」は、キヤノン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」の活動に参画しています。

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。



植樹祭に参加した「キヤノン環境ボランティアの会」のメンバー

ブラックイルミネーションへの参加

キヤノンMJグループでは、地球温暖化防止のためのCO₂削減/ライトダウンキャンペーン「ブラックイルミネーション2009」「七タライトダウン」に全国18ヵ所の事業所が参加しました。

社会貢献活動社会福祉

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、ペットボトルキャップの収集活動やAED(自動体外式除細動器)の普及活動を全国各地で展開し、社会福祉の充実に貢献していきます。

ペットボトルキャップの収集活動

キヤノンMJグループでは、世界の子供にポリオワクチンを贈る人道支援とキャップの再資源化によるCO₂削減の2つの目的から、ペットボトルキャップの収集活動を各地で行っています。



事業所に設置している回収ボックス

AEDの普及活動

キヤノンMJグループでは、全国100ヵ所以上の事業所・営業所でAEDの販売活動やセミナーを行っています。

あわせて、その使用方法を指導するために、従業員のインストラクター(NPO法人大阪ライフサポート協会公認)を育成し、一次救命活動の普及に取り組んでいます。



AEDの使用法の指導

社会貢献活動地域社会

キャノンマーケティングジャパングループ(以下、キャノンMJグループ)の全国の事業所では、環境美化活動への参加などを通じて、地域住民の方々とコミュニケーションを深めるとともに、地域社会に貢献しています。

地域の環境美化活動

キャノンMJグループ各社では、事業所周辺の自主的な清掃や自治体主催のクリーンデーなどへの参加を通じて、地域の環境美化に積極的に取り組んでいます。

2009年に参加した主な環境美化運動

- 千葉県「幕張新都心クリーンの日」
- 富山県富山駅北地区での環境美化清掃活動
- 沖縄県名護市でのビーチクリーン活動
- 大阪市「クリーンおおさか2009」
- 東京都中央区「まちかどクリーンデー」



千葉県「幕張新都心クリーンの日」への参加



沖縄県名護市ビーチクリーン活動への参加

社会貢献活動教育・学術

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、未来を担う子供たちに科学に興味を持ってもらえるプログラムの提供や次世代の研究者や技術者を育成するための大学への講師派遣など、産学が連携した教育・学術活動に取り組んでいます。

未来を担う子供・学生たちの育成

子供や学生の進路をめぐる環境が大きく変化する中、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、子供や学生の科学技術や仕事に対する興味を喚起し、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。

「千葉県科学・先端技術体験スクール」に協力

キヤノンMJは、子供の科学に関する興味・関心を高め、科学的な見方や考え方を養ってもらうために、「千葉県科学・先端技術体験スクール2009」に協力しました。

同スクールでは、千葉県内の中学生6名に対して、体験プログラムを提供しました。

参加した中学生は、デジタル一眼レフカメラなど製品の内部構造やシャッター・レンズの性能を学ぶとともに、実写体験、撮影画像の出力体験を通じて、先端技術について理解を深めました。

小学校の体験プログラム「ゆめ・仕事ぴったり体験」に協力

子供がキヤノンの技術に触れることにより、科学技術に興味や関心を持ってもらうことを目的に、キヤノンMJとキヤノンビジネスサポートが千葉市立高洲第三小学校の「ゆめ・仕事ぴったり体験」に協力しました。

当日は、小学生10名を幕張事業所に受け入れ、カメラのレンズ磨きやスナップ写真のダイレクトプリント、自分たちの写真が入ったオリジナルノート作製などを体験していただきました。

生徒からは、「将来に活かせる体験ができた」「丁寧に教えてくれた」「とても楽しかった」との声をいただきました。



千葉市立高洲第三小学校の「ゆめ・仕事ぴったり体験」

大阪大学へ非常勤講師を派遣：キヤノンITソリューションズ

キヤノンITソリューションズでは、学生の研究分野について理解をより深めることを目的に、大阪大学大学院情報科学研究科の「マルチメディア工学特別講義」に講師を派遣し、情報セキュリティ分野の講義を行いました。

講義では、最近の情報セキュリティに関する潮流や産業界での技術動向について、解説しました。

社会貢献活動芸術・文化・スポーツ

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、芸術・文化・スポーツの振興をさまざまな形でサポートし、豊かな社会の実現に貢献していきます。

芸術・文化支援活動

写真文化の発展に寄与する「写真甲子園」への協賛

キヤノンMJは、“写真の町”北海道東川町で開催されている「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年より毎年開催され、2009年で16回目を迎えました。本戦では、全国の応募高校から選抜された18校によって、1市4町を会場とした実撮影によって優勝が競われます。

キヤノンMJでは、すべての本戦出場校にデジタル一眼レフカメラEOS、EFレンズ、インクジェットプリンターPIXUS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の育成や写真技術の向上と写真文化の発展に寄与するとともに、地域活性化にも貢献しています。



「写真甲子園」での撮影風景

写真展の開催を支援「キヤノンギャラリー」

キヤノンMJでは、写真作品を展示・発表する場として「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、その他の「キヤノンギャラリー」では、公募による写真展を開催しています。

また、「キヤノンフォトコレクション」として、1,800余点におよぶ日本国内の著名写真家の作品を収集し、順次展示公開しています。



キヤノンMJ本社ビルにある「キヤノンギャラリーS」

ウィーン少年合唱団の日本公演に特別協賛

「天使の歌声」ともいわれる澄んだ美しい声で、世界中の人々に愛され続けるウィーン少年合唱団。その日本公演に、2005年より特別協賛し、国際文化交流に貢献しています。



ウィーン少年合唱団の日本公演

スポーツ支援活動

オフィシャルスポンサーとしてJリーグをサポート

キヤノン(株)とキヤノンMJは、1996年よりオフィシャルスポンサーとしてJリーグをサポートしています。

毎年開催時期にあ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の魅力をお伝えしています。



Jリーグ ©J.LEAGUE PHOTOS

女子テニスプレーヤー森田あゆみ選手をサポート

世界を舞台に活躍する女子プロテニスプレーヤーの森田あゆみ選手。キャノンMJは、世界のトップを目指して戦う前向きで意欲的な森田選手を応援しています。



プロテニスプレーヤー森田あゆみ選手

男子プロゴルフトーナメント「キャノンオープン」を主催

キャノン(株)とキャノンMJは、2008年より男子プロゴルフトーナメント「キャノンオープン」を主催しています。

トーナメントの運営にあたっては、地域の方々がボランティアとして活躍しています。また、開催時期にあわせ、会場近隣の小学生を招待し、社会科学見学を実施するなど、日本ゴルフ界の発展はもちろん、地域社会の発展やつながりにも貢献しています。



会場近隣の小学生を招待した社会科学見学

ステークホルダーと共に

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、CSR活動をマーケティングそのものとしてとらえ、ステークホルダーの期待や要請に応える取り組みを真摯に実践していきます。

お客さまと共に

お客さまの声を活かすしくみ

- お客様相談センターの取り組み
- ショールームの取り組み

お客さまサポートの充実

- 修理期間の短縮
- 修理品質の向上
- 保守サービスにおける業務改善

ビジネスパートナーと共に

お客さま価値創出のための協働

- お客さま対応力やスキルの向上

公正取引・倫理の遵守

- 調達ルールの特約と遵守
- 仕入先の製品安全基準の遵守

グリーン調達

- グリーン調達基準の周知・徹底

株主・投資家と共に

積極的なIR活動の推進

- 株主・投資家との対話
- 迅速な情報開示
- 社内に向けて証券市場の声を伝える

社外からの評価

- SRIインデックスへの組み入れ状況
- IRサイトの外部評価

従業員と共に

従業員に関する方針

- キヤノン行動指針

人権の尊重と多様な人材の活躍

- 不当な差別の防止
- ハラスメントへの対策
- 障がい者雇用の取り組み
- 仕事と育児・介護の両立
- キヤノンMJグループ従業員情報

仕事にやりがいを感じる環境づくり

- 賃金制度・評価制度
- 研修メニューの充実
- 経営層と従業員のコミュニケーション
- 労使関係の発展

働きやすく快適な職場環境の整備

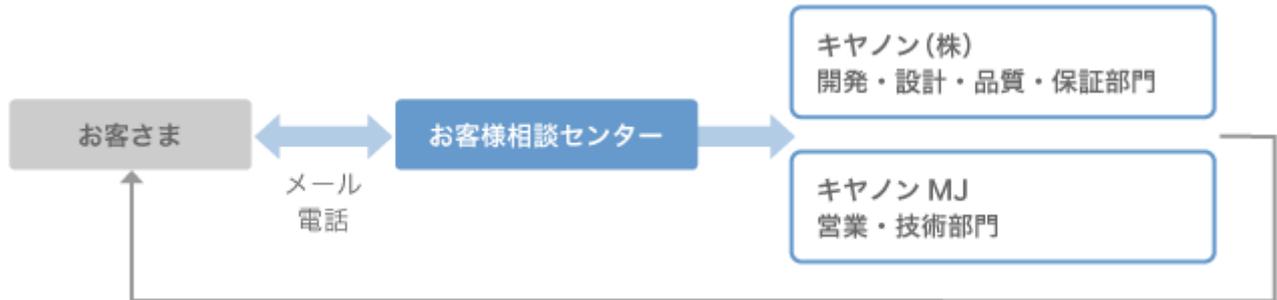
- 安全衛生・健康管理の考え方
- グループ内での安全衛生基準を統一
- 地域・職場単位での安全衛生活動
- 従業員の健康管理
- 救命救急体制の整備
- 安全運転への取り組み

お客さまと共にお客さまの声を活かすしくみ

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、お客様相談センターやショールームなどの窓口を通じて、お客さま一人ひとりのご意見に耳を傾け、より良い製品の開発やサービスの提供に活かしています。

お客様相談センターの取り組み

お客さまの声を大切にすしくみ



お客様相談センターにメールや電話で寄せられるご意見・ご要望は、キヤノンの開発・設計・品質・保証部門や、キヤノンMJの営業・技術部門へフィードバックし、お客さまに満足していただける製品・サービスの提供に役立てています。

お客さまへの適切な回答を導き出す「コールセンターフロントエンドシステム」

お客さまからのお問い合わせに対して、迅速かつ適切に対応するために「コールセンターフロントエンドシステム」を導入しています。このシステムでは、商品別にデータベース化された情報を即時に検索できるよう、操作画面が視覚的に工夫されています。また、お客さまから頻繁にお問い合わせいただく内容については、より迅速に対応できるよう、情報やノウハウを蓄積しています。

「情報分析システム」を用いた問い合わせ内容の分析

コールセンターで受け付けた問い合わせの記録をデータベース化し、件数の推移や内容の傾向を把握するために「情報分析システム」を導入しています。特に多くお寄せいただくお問い合わせについては、サポートページにQ&Aとして公開しています。

コミュニケーターのお客さま対応力向上

お客様相談センターでは、お客さまの状況を電話で把握し、お気持ちまで汲み取れる対応を常に心掛けるとともに、製品の故障に関する知識や想定されるQ&Aを共有化できるよう、徹底した教育活動を行っています。

その結果、電話対応を担当するコミュニケーターがお客さまの指摘している現象を正確に理解できるようになり、現認率[※]が大幅に改善され、不要修理を2007年比で約20%低減することができました。また、この活動はお客さまの製品ダウンタイムを最小限にとどめることにもつながりました。

※ 現認率:修理の申し出と実際の故障が一致しているかの指数

ショールームの取り組み

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、触れていただける場であるだけでなく、お客さまから生の声をいただく重要な役割も果たしています。

「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していただけます。

ショールームで接客を担当する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一緒に考えます。

そして、お客さまから直接いただく声はもちろん、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)の開発スタッフに伝えられます。

これらの取り組みの一例として、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・サービスに反映することができました。



ショールームで活躍するソリューションナビゲーター

お客さまと共にお客さまサポートの充実

キヤノン製品に高い付加価値を与え、お客さま満足度を向上させることは、キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)の重要な役割です。

機器の修理や点検などに関するお客さま対応品質の向上に努め、「キヤノン製品を使ってよかった」といっていただけるような、サポート体制の充実を図っています。

修理期間の短縮

その場で修理できる窓口をご用意

全国7ヵ所(仙台・上野・新宿・横浜・名古屋・大阪中之島・福岡)のサービスセンターでは、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、お持ち込みいただいた修理品を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。

あわせて、送付修理や出張修理など、お客さまのご要望に応じた修理方法もご案内しています。

また、窓口では、お客さまの製品購入に関するご相談や、使用方法のご説明なども行っています。

2009年からは、銀座・新宿・梅田のサービスセンターに「コンシェルジュルーム」を開設し、はじめてデジタル一眼レフカメラをお使いになる方に、操作方法をマンツーマンでご説明するサービスも始めています。



サービスセンター新宿

修理品の引き取りと返却をより早く。「はやメンテ」サービス

「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。

このサービスでは、ヤマト運輸との協働により、修理品をお預かりしてから最短2日で修理完成品を返却することができます。

「はやメンテ」には、電話やインターネットでお申し込みいただくと最短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。

現在はインクジェットプリンターを修理対象としていますが、今後、対象製品の拡大を検討していきます。



「はやメンテ」の告知ポスター

修理品質の向上

3社協働での修理体制の整備

キヤノンMJ、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社協業で修理体制を整備しています。

修理にあたっては、「セル方式」の導入や部品の効率的活用、物流パートナーとの連携などにより、修理期間を短縮。あわせて、生産工場の検査体制を活かすことで修理品質を向上しました。

また、修理拠点を集中化することで、故障原因や品質情報のいち早い収集、精度の高い分析、開発や生産の現場へのタイムリーなフィードバックが可能となりました。これにより、品質問題が発生した際の素早い市場対応や現在生産している製品、次

期製品への改善点の反映を実現しました。

2010年は、これまで修理対象であったコンパクトデジタルカメラやデジタルビデオカメラにデジタル一眼レフカメラを加え、取り組みを拡充しました。



セル方式による修理

複合機やプリンターの遠隔監視システム「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することで、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。

同システムの導入により、カスタマーエンジニア(以下、CE)のサービススタイルは、大きく変革しました。従来は、お客さま先を定期的に訪問して機器の点検を行っていましたが、現在は、リモート検針が可能となり、お客さまの出力枚数に応じた点検を実施しています。

その結果、CEの作業効率が向上し、検針日厳守のお客さまニーズにも対応できるようになりました。あわせて、機器の稼働状況のデータを参照することで、お客さまへの使用方法に関する的確なアドバイスが可能になっています。

ネットアイに登録された機器の累計登録台数は、2009年末現在で18.5万台と増え続けています(対前年比16%増)。

2009年は、社内の管理システムを刷新し、各種の品質情報を各地域でタイムリーに取得できるようになり、積極的な品質維持活動が可能になりました。

保守サービスにおける業務改善

お客さま対応品質向上へ向けたカスタマーエンジニアの取り組み：キヤノンS&S

キヤノンMJグループにおけるビジネス機器の保守サービス業務を担うキヤノンシステムアンドサポート(以下、キヤノンS&S)では、お客さまにとって相談しやすく、頼れるCEの育成を目指し、さまざまな取り組みを行っています。

CEのスキル向上を目的に、全CEを対象にしたコミュニケーション強化研修や、保有スキルに合わせた教育・研修を実施しています。また、修理・点検時にCEが心掛けるべき「6つの約束」を再認識するために、ポスターを作成し、全国の拠点に配布しています。さらに、修理・点検の業務を行った際には、お客さまに対して「顧客対応力アンケート」をお願いしています。2009年は、約7000件のお客さまの声が集まりました。いただいたご意見は事例集としてまとめ、朝礼・学習会での読み合わせやイントラネットなどを通じて全国のCEが共有し、お客さま対応品質の向上に役立てています。



「6つの約束」の徹底を図るポスター

お客さま満足の向上に寄与するカスタマーセンターの取り組み：キヤノンS&S

キヤノンS&Sのカスタマーセンターは、修理の依頼などを電話で受け付ける際のお客さま満足向上に努めるとともに、CEの対応品質の向上を後方で支援しています。

最短時間で最善のお客さま対応を実現するために、グループ統合情報システムの活用や機器稼働状況の遠隔監視、保守部品の最速手配、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。

2009年は、キヤノンS&S内で最大規模である東京カスタマーセンターの責任と役割を明確化し、そのノウハウを全国のカスタマーセンターに浸透させる活動を行いました。

ビジネスパートナーと共にお客さま価値創出のための協働

お客さまに最高の価値を提供し続けるためには、ビジネスパートナーと連携し、お客さまの要望に的確に応えることが重要です。

キヤノンマーケティングジャパン(以下、キヤノンMJ)では、ビジネスパートナーの従業員に対して、お客さま対応力の向上に寄与する各種プログラムを用意しています。

お客さま対応力やスキルの向上

「ソリューションマスターズクラブ」を通じて研修プログラムを提供

キヤノンMJでは、ビジネスパートナーの従業員に体系的な研修プログラムを提供する「ソリューションマスターズクラブ(SMC)」を設立し、営業・システム運用担当者を育成しています。

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、お客さまの「身近な相談相手」となる営業・システム運用担当者の役割が重要になります。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。CSRに関するセミナーも実施しています。

さらに、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。

2009年11月には、SMCの会員で「グランドマスター」の認定を受けている方々と、キヤノン(株)・キヤノンMJにおける商品企画の担当者が一堂に会し、グランドマスターカンファレンスを開催。取り組み事例の発表を中心に、幅広い情報交換を行いました。



SMC会員が集まった2009年春キャンプ

カスタマーエンジニアのスキル向上を目指した「キヤノンスキルコンテスト」

「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、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。

2009年は、このコンテストに前年の2倍以上の282社、総勢1,120名が参加し、全国8エリアに分けて予選を実施。決勝戦は11月に東京・品川のキヤノンMJ本社で開催され、各エリア代表の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。

キヤノンスキルコンテストは2010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」決勝戦



優勝した(株)イナハラの壺井雄一さん

ビジネスパートナーと共に公正取引・倫理の遵守

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)では、調達活動における公正取引や企業倫理の遵守を徹底するため、社内での発注担当者へ意識啓発・教育活動を行っているほか、協力会社に対しても説明会などを開催しています。

調達ルールとの共有と遵守

調達活動のガイドブック「プロキュアメントガイド」

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、仕入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、調達活動における基本的な考え方を示したガイドブックで、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記載しています。

下請法を遵守するための取り組み

下請取引の適正化・公正化を推進するために、社内やグループ会社の発注部門を対象にした下請法連絡会を定期的で開催しています。

また、グループ会社の従業員を対象にした「下請法セミナー」や、社内イントラネットを通じた下請法への注意喚起により、親事業者としての義務や禁止事項の徹底を図っています。



下請法連絡会

協力会社向け「コンプライアンス説明会」：キヤノンソフトウェア

キヤノンソフトウェアでは、協力会社を対象に、コンプライアンスや情報セキュリティ、請負・派遣契約の留意点を解説する「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、法令遵守の徹底をお願いしています。

コンプライアンス説明会は、2003年以降毎年開催しており、2009年で7回目となりました。



協力会社を対象としたコンプライアンス説明会

仕入先の製品安全基準の遵守

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、仕入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。

ビジネスパートナーと共にグリーン調達

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、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。

グリーン調達を実現するため、仕入先を適切に評価・選定することはもちろん、仕入先の管理体制の確認や運用支援なども行っています。

グリーン調達基準の周知・徹底

企業活動に必要な備品・事務用品は、より環境負荷の少ない物を8つの視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を適切に管理しています。

グリーン調達の8つの視点

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

さらに、「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、それに伴う仕入先への啓発と支援を目的とした「グリーン調達説明会」を開催。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も行っています。

2009年に取引先評価の更新対象となった仕入先全社においても、製品化学物質管理体制が維持されていることを確認しました。



グリーン調達説明会

株主・投資家と共に積極的なIR活動の推進

キヤノンマーケティングジャパン(以下、キヤノンMJ)は、株主・投資家の皆さまに企業価値を伝えるために、「IRポリシー」にのっとった積極的なIR活動を行っています。なかでも、皆さまのご意見に真摯に耳を傾け、IR活動に反映することを基本方針に据えています。

株主・投資家との対話

個人投資家向けの活動

キヤノンMJの事業戦略や直近の業績動向などを知っていただくために、個人投資家向け会社説明会の開催や、日経IRフェアなどのイベントへの出展を継続して行っています。

これらの活動は、単に「説明する」場としてではなく、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、いただいたご意見は、経営層にフィードバックしています。



証券会社の店舗で実施した個人投資家向け説明会



「日経IRフェア2009」での出店ブース

投資家・アナリスト向けの活動

国内では、証券アナリストや機関投資家向けの決算説明会を、四半期決算ごとに開催しています。説明会では、事業担当役員が出席し、質疑応答に応じています。

また、海外の証券会社が日本国内で開催するカンファレンスにも積極的に参加しています。



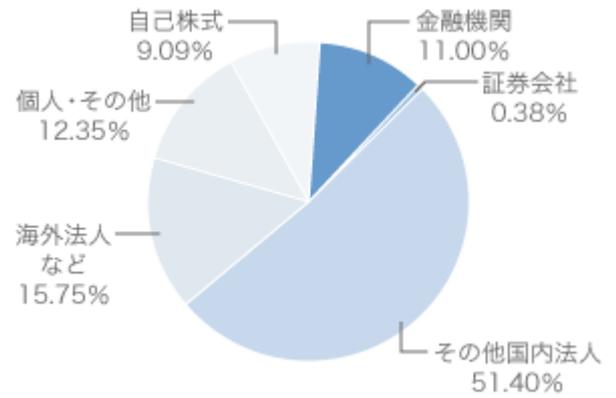
決算説明会



海外投資家向けカンファレンスへ参加した川崎社長

株主の構成

2009年12月末の時点で、キヤノンMJの株主構成比は、国内の金融機関が11.00%、証券会社が0.38%、その他国内法人が51.40%(キヤノン(株)含む)、海外法人などが15.75%、個人・その他が12.35%、自己株式が9.09%となっています。



株主構成比(株式数)

2009年度の主なIRイベント

イベント	実施回数
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)	5回
機関投資家・アナリスト個別取材対応	219回
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	4回
個人投資家向けイベントへの参加	1回

迅速な情報開示

ウェブサイトを通じた情報開示

キャノンMJの「投資家向け情報」のウェブサイトでは、公開情報を開示時刻と同時刻に掲載し、迅速な情報開示に努めています。アナリスト・機関投資家向けの説明会の資料も、説明会終了後に会場での質疑応答を加えて掲載しています。

また、株主の皆さま向けの「報告書」(年2回)や「アニュアルレポート」(英語版、年1回)などに加え、株式情報や経営計画、財務データなどの各種資料、個人投資家向け会社説明会等のイベント報告も掲載しています。

さらに、ウェブサイト上には、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を用意し、双方向のコミュニケーションに取り組んでいます。



「投資家向け情報」のウェブサイト

メールマガジンの配信

キャノンMJは、IR情報や最新のニュースリリース、セミナー情報、新製品情報などをメールマガジンを使って週1回配信しています。メールマガジンは、「投資家向け情報」のトップページから、登録することができます。

社内に向けて証券市場の声を伝える

キャノンMJは、IR活動を通じて寄せられた皆さまのご意見・ご要望を、経営層や従業員にフィードバックし、証券市場からの評価を全役員・従業員が理解していることが重要だと考えています。

経営会議では年2回、さまざまなIR活動の報告を行っているほか、キャノンMJグループの全従業員に対しても、社内報などを通じて、証券市場における自社の評価を継続して伝えています。

株主・投資家と共に社外からの評価

キャノンマーケティングジャパン(以下、キャノンMJ)は、株主・投資家の皆さまの関心が高い情報を積極的に開示し、SRI評価機関などの調査にも積極的に対応しています。

SRIインデックスへの組み入れ状況

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「SRI (Socially Responsible Investment) : 社会的責任投資」が注目されています。

キャノンMJ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継続して組み入れられています。

FTSE4Good Index

FTSE4Good Indexは、フィナンシャル・タイムズ紙およびロンドン証券取引所の保有する合資会社であるFTSE社(英国)が、世界23カ国の約2,400社の上場企業を組み入れ対象企業とし、環境・社会に関する国際基準に達した企業銘柄を選定したグローバルな責任投資指数です。対象企業は独立した調査機関により調査され、独立したFTSE4Good Policy Committeeによって最終的な組み入れ銘柄の選定が行われています。現時点では全世界で約900社の企業が選定されています。



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会的責任投資株価指数」は、モーニングスター株式会社(日本)が国内上場企業の中から「社会性に優れた企業」と評価する150社を選定し、その株価を指数化した国内初の社会的責任投資株価指数です。



※「モーニングスター社会的責任投資株価指数」は、それを構成する銘柄を含めて、将来のパフォーマンスを保証するものではありません。また、モーニングスター株式会社が信頼できると判断したデータにより指数の算出・管理を行っておりますが、その正確性、完全性等について保証するものではありません。前記事項を制限することなく、たとえ直接的損害、間接的損害、特別損害、懲罰的損害、拡大的損害その他あらゆる損害(逸失利益を含む)について通知されたとしても、モーニングスター株式会社では、このような損害賠償については、いかなる責任も負いません。著作権等の知的所有権その他一切の権利はモーニングスター株式会社並びにMorningstar, Inc.に帰属し、許可なく複製、転載、引用することを禁じます。

IRサイトの外部評価

キャノンMJは、2009年、日興アイ・アール(株)が行っている「全上場企業ホームページ充実度ランキング調査 最優秀サイト」、ゴメス・コンサルティング(株)が選定している「IR総合ランキング 優秀企業」、大和インベスター・リレーションズ(株)が発表している「インターネットIRサイトの優秀企業580社」として、それぞれ選定されました。

今後も投資家の皆さまにキャノンMJへの理解をよりいっそう深めていただくために、わかりやすいIRサイトの製作に努め、さらなる充実に取り組んでいきます。



従業員と共に従業員に関する方針

キヤノンマーケティングジャパングループの従業員は、キヤノンの5つの行動指針に則って日々の業務を遂行することで、従業員一人ひとりが仕事にやりがいを感じ、健康で豊かな生活を送ることを目指しています。

キヤノン行動指針

キヤ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。

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 : スペシャリティ)、創造力(O : オリジナリティ)、個性(P : パーソナリティ)

従業員と共に人権の尊重と多様な人材の活躍

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、従業員の不当な差別やハラスメントの防止に努め、多様な人材がいきいきと活躍できる企業風土を醸成しています。

不当な差別の防止

キヤノングループでは、役員・従業員一人ひとりが、お互いに人格、個性を尊重するとともに、人種、宗教、国籍、性別、年齢などを理由とした不当な差別をしないことを「キヤノングループ行動規範」に明記し、周知徹底を図っています。さらに、キヤノンMJグループでは、全従業員に送られるメールマガジン「今週のコンプライアンス」や職場単位で実施される「コンプライアンス・ミーティング」において、差別について取り上げることで、役員・従業員の意識啓発を行っています。

ハラスメントへの対策

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防止するために、さまざまな意識啓発活動を行っています。

新入社員研修や管理職研修では、ハラスメントについての研修メニューを用意しているほか、「コンプライアンス・ミーティング」においても、ハラスメントを身近な問題としてとらえ、職場単位で話し合いを行っています。

また、従業員がハラスメントについて安心して相談ができるよう、面談、メール、電話による専用窓口も設けています。

障がい者雇用の取り組み

キヤノンMJグループでは、障がい者雇用に積極的に推進するとともに、障がいの有無にかかわらず働くことができる職場環境の整備に努めています。

キヤノンMJの障がい者雇用率は、2006年に1.51%だったものが、2009年6月現在、1.97%と向上しています。

今後も新卒・中途採用とともに、障がい者の積極的な採用活動をグループ一体となって展開する予定です。



障がい者雇用状況の推移

	2006年	2007年	2008年	2009年
雇用者数(人)	125	133	154	164
雇用率(%)	1.51	1.62	1.85	1.97

※ 雇用者数、雇用率は、厚生労働大臣に提出している数値です。

仕事と育児・介護の両立

キヤノンMJでは、従業員が仕事と育児・介護の両立を図り、いきいきと働くことのできる環境づくりを目的として、本人のキャリアプランや生活環境に合わせた働き方をサポートするさまざまな制度を導入しています。2008年1月には、子育て支援企業として、東京労働局長より「事業適合一般事業主」の認定(認定マーク:くるみん)を取得。さらに、育児休業者向けのポータルサイト「ひまわりCLUB」をオープンし、職場復帰を支援するメニューやキヤノンMJグループのニュースなどを閲覧できるようにしました。



くるみんマークを取得



育児休業者向けのポータルサイト「ひまわりCLUB」

育児・介護関連制度(2007年4月に制度改革)

- 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。
- 介護休業制度
対象となる家族1人につき、最初の休業日から最大1年間取得可能。

キヤノンMJグループ従業員情報

1. 従業員構成(人)

	グループ	単体
男	16,076	4,929
女	3,089	737
合計	19,165	5,666

2. 管理職構成(人)

	グループ	単体
男	3,828	1,279
女	60	10
合計	3,888	1,289

3. 有給休暇取得率(%)

	グループ	単体
有給	51.8%	56.0%

4. 育児・介護休業取得者(人)

	グループ	単体
育児	92	35
介護	4	0

5. 定年退職者数/再雇用従事者数(人)

	グループ	単体
定年退職	158	86
再雇用	108	58

6. 平均年齢(歳)

単体
42.3

7. 平均勤続年数(年)

単体
18.5

※ 2009年12月末時点

従業員と共に仕事にやりがいを感じる環境づくり

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノン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付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

キヤノンMJグループは、仕事の役割と成果に応じて賃金を支払う「役割給制度」を導入しています。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。

また、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。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、上司と部下の年2回の面接を実施しているほか、日頃から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ています。

研修メニューの充実

キヤノンMJグループでは、三自の精神に基づき、将来のリーダー育成のために、階層別研修を実施しています。

特に、新入社員・入社2年目社員・新任ライン管理職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、各分野のプロフェッショナルを育成するために、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受講できる通信教育講座(2009年は240講座)のメニューを拡充し、従業員の自己啓発を支援しています。

若手社員の自己啓発プログラム「キヤノンMJグループ ビジネスアカデミー」

若手社員を対象とした自己啓発プログラムとして、2008年2月から「キヤノンMJグループ ビジネスアカデミー」を開催しています。

これは、自発の精神に基づいた若手社員の積極的なチャレンジ精神と自己啓発を育むプログラムであり、参加者の自主性を重んじて、終業後や休日などに行われます。2009年には、新たにTV会議形式を取り入れ、勤務地にかかわらず公平に学ぶ機会を享受できるように環境を整備し、参加人数は延べ203名に上りました。



キヤノンMJグループ ビジネスアカデミー

キャリア開発の支援「ビジネスパワーアップ・プログラム」：キヤノンビジネスサポート

キヤノンビジネスサポートは、2010年1月より従業員のキャリア開発をサポートする「ビジネスパワーアップ・プログラム」をスタートしました。このプログラムは、従業員が自らのライフキャリアをデザインし、いきいきと仕事ができる環境を職場の中につくり出していくのが目的です。対象となった従業員は、職場の上司と共に、専門スタッフによるセミナーを受講するほか、個別面談によるカウンセリングやコーチングを受けます。

今後は、プログラムを実施している期間以外でも、従業員が自身のキャリア開発や能力開発について、いつでも相談できるような体制の整備に取り組んでいきます。

経営層と従業員のコミュニケーション

キヤノンMJグループでは、従業員と経営層とのコミュニケーションの場を設け、個人と組織の活性化を目指しています。

2009年上期(1月～6月)までは「エリアミーティング」と称し、半期に1度、経営層が全国の拠点を訪問し、決算の説明と方針の徹底、従業員と経営層の双方向コミュニケーションを図りました。

2009年下期(7月～12月)からは、経営層がさまざまな部門や拠点を訪問し、小規模人数でフランクな意見交換を行う「現場deトーク」を実施。月に約7回、各回約15名の従業員が参加しています。

参加者からは「経営層がより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」「また開催してほしい」という声が多く寄せられています。



「現場deトーク」に参加した経営層と従業員

労使関係の発展

キャノンMJグループでは、労働組合が組織されている企業についてはユニオンショップ制[※]を採用しています。キャノンMJで毎月開催される「中央労使協議会」では、労使のトップがさまざまなテーマについての意見・情報交換を行います。また、各地域においても、地域責任者と労働組合による労使協議会や労使懇談会などの話し合いの場が持たれています。賃金や労働時間、安全衛生に関しては各種委員会を設置し、事前協議を基本として各種制度の新設・変更を行っています。

※ ユニオンショップ制：雇用された労働者は一定期間内に労働組合員にならなければならないとする制度。

従業員と共に働きやすく快適な職場環境の整備

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、安全で快適に働き続けられる職場環境を整備するために、事業所における労働安全衛生に取り組むとともに、従業員の健康管理にも注力しています。

安全衛生・健康管理の考え方

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、軽微な犯罪を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他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。

キヤノンMJグループ 安全衛生活動方針

「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」を高いレベルで維持することを目的に、グループ各社が実践すべき活動内容として、「キヤノンMJグループ 安全衛生活動方針」を定めています。

- 労働災害対前年30%削減の取り組み
- 交通安全対策の強化
- 防災、防犯、救命体制の推進
- 協力社員の安全衛生
- 5S活動が徹底された職場環境の推進
- グループ安全衛生基準の徹底
- 各種健康診断と事後措置の取り組み
- 安全衛生教育の推進
- がん検診率50%以上の取り組み
- 喫煙率30%未満の取り組み
- メンタルヘルス支援の強化、標準化
- 生活習慣病予防対策

グループ内での安全衛生基準を統一

キヤノンMJグループは、グループ各社の安全衛生基準を統一し、労災の発生を未然に防止する、安全で快適な職場環境を整備しています。

キヤノンMJグループは、統一の安全衛生基準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。

また、グループ各社の安全衛生・健康管理への取り組みを統一し、キヤノンMJグループ一体となった活動を推進しています。2010年も、グループ共通での管理体制・ルール統一のさらなる強化に取り組んでいきます。

地域・職場単位での安全衛生活動

キヤノンMJグループ安全衛生活動方針のもと、安全衛生活動を地区や職場単位で組織的に展開しています。日本全国に57の地区安全衛生委員会を設置するだけでなく、その下部組織として日常の職場における活動を推進する職場安全衛生委員会を429設けています。

事業所における「5S」の取り組み

安全衛生の基本である5S(整理・整頓・清潔・清掃・しつけ)活動にグループ全体で徹底して取り組んでいます。各事業所では、デスクまわりの5Sに日常的に取り組み、快適で効率的な職場環境を維持しています。また、4月・8月・12月の年3回を5S強化月間として定め、さらなる取り組み強化に努めています。



デスクまわりの5Sの徹底

従業員の健康管理

「健康で働けることは幸せ」をスローガンに、自己の健康管理に対する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。

健康診断やがん検診を通じたフィジカルヘルスケア

キャノンMJでは、全従業員が定期健康診断を毎年受診し、健診後のフォローや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ヵ所にある健康管理室の各産業医と保健師が、個人面談、電話・メール相談、出張相談を受け付けています。

また、がんの早期発見のために、30歳以上の従業員にはキャノン健保によるがん検診補助制度を設けており、受診率向上に向けて、全社的に啓発活動を展開しています。

メンタルヘルスケアの体制整備

メンタルヘルスの維持・増進のために、社内にメンタル専門医を配置するとともに、外部にEAP機関[※](キャノン健保契約「こころの健康相談窓口」)を設置しています。

日常のメンタル健康相談については、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。

また、長期療養からのスムーズな職場復帰をサポートする「職場復帰支援プログラム」も整備しています。

さらに、職場単位でのメンタルヘルス維持のために、新任課長・課長代理を対象に研修を実施しています。

※ 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。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。

新型インフルエンザ対策

キャノンMJグループでは、新型インフルエンザにかかわらず、感染症の予防と拡大防止は、「企業が果たすべき社会的責任の一つ」と認識し、積極的な対策を行っています。

2009年は、グループ全社員に「新型インフルエンザ対策読本」を配布し、インフルエンザに対する意識啓発を行いました。あわせて、職場安全衛生ミーティングの開催を徹底することで、グループ内の情報共有を確実なものとした。

新型インフルエンザA(弱毒性)の流行後も、より具体的な内容とした対策読本(改訂版)の配布、感染防止を目的とした継続的な啓発活動、感染者発生を想定した実践的な訓練を実施しています。

また、キャノン健保では、インフルエンザ予防接種の半額費用補助制度を設けるなど、予防促進にも力を入れています。

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、お客さまや従業員などを対象とした下記のような人命救助

体制を整備しています。

- 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
2010年3月現在、キヤノンMJグループの24事業所に合計27台を設置
- 社内救命講習会を通じた救命対応の体制づくり
2010年3月現在、キヤノンMJグループの従業員1,595名が講習会に参加
- 全国5ヵ所の健康管理室の保健師・産業医による救命体制を整備
- 緊急救命対応フローの職場内掲示(AED設置事業所)



キヤノン S タワー(品川)で行われた救命講習会

安全運転への取り組み

全国に約4,300台(2009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おり、毎年ポスターを作成し、事業所内に掲示して、その徹底を図っています。

また、社会的な問題になっている飲酒・酒気帯び運転を防止するために、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の防止を徹底しています。

キヤノンMJグループは、単に事故・違反の撲滅を目標とするだけでなく、地域社会の見本となるような安全運転を目指しています。



「やさしい運転」の啓発ポスター

「エコ安全ドライブ」の推進：キヤノンS&S

全国に約3,400台(2009年12月末現在)の四輪車を保有するキヤノンS&Sでは、従業員一人ひとりが交通安全に対する関心を高めることを目的に、毎年、春と秋におこなわれる「全国交通安全運動」に参加しています。2009年は、従業員が駅前や主要な交差点で、横断歩道での誘導や飲酒運転防止の呼び掛けなどを行いました(春に174事業所、秋に193事業所が参加)。

こうした取り組みが認められ、事業所や従業員個人に対して、各警察署から表彰を受けました。今後も継続して取り組んでまいります。



街中で「飲酒運転の防止」を訴える従業員

車両の運行状況を管理する「テレマティクスシステム」

キヤノンMJでは、2009年2月より「テレマティクスシステム」を導入しました。テレマティクスシステムとは、通信機能、GPS機能の

ついた機器を社有車に搭載し、車両ごとの運行情報をASPサービスを利用して取得するシステムです。

このシステムにより、運行状況が「見える化」されるため、車両の効率的な運用が可能となり、100台以上の車両を削減することができました。

また、速度超過の情報などがリアルタイムで車両管理者に配信されるため、事実に基づいた安全運転の指導が可能となります。そのため、事故や違反件数が大幅に減り、2009年度は、事故が前年比で34%、違反が46%削減できました。

また、運転者が急加速や急減速をしないエコドライブを心掛けるようになるため、燃料消費量を前年比で約20%削減することができました。

CSR活動の報告について

キヤノンマーケティングジャパングループは、第三者の意見やGRIガイドラインを参考にしながら報告方針を定め、充実を図るとともに、皆さまにわかりやすい報告に努めています。

CSR報告に関する基本的な考え方

[報告方針](#)

ウェブサイト・PDFにおける報告方針や、対象範囲、参考ガイドラインなどを掲載しています。

CSR活動に関する外部の方のご意見

[第三者コメント](#)

株式会社日本総合研究所 ESGリサーチセンター センター長の足達 英一郎氏から第三者コメントをいただきました。

各種対照表

[GRIガイドライン対照表](#)

GRIガイドラインの指標とCSR報告書の対照表はこちらからご覧ください。

[国連グローバル・コンパクト対照表](#)

国連グローバル・コンパクトの10原則とCSR報告書の対照表はこちらからご覧ください。

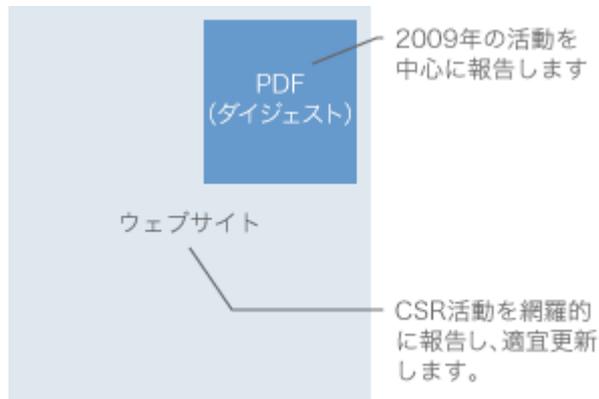
CSR活動の報告について報告方針

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、ウェブサイトとPDFそれぞれのツール特性を考慮した上で最適な報告方針を定め、より伝わりやすいCSR報告を目指しています。

ウェブサイト・PDFにおける報告方針

キヤノンMJグループでは、2007年からCSR報告書(冊子およびPDF)を発行し、ステークホルダーの皆さまへの情報開示を進めてきました。

2010年より、環境にも配慮し冊子としての発行は行わず、ウェブサイトへの掲載による報告に切り替えました。ウェブサイトでは情報の網羅性と更新性の側面を、PDF(ダイジェスト版)では年次報告と読みやすさの側面を重視して編集しました。この2つの媒体を通じ、さまざまな分野にわたるCSR活動をわかりやすくご紹介することに努めています。



報告対象期間

2009年1月～12月を基本とし、ウェブサイトではそれ以降の活動も適宜更新していきます。

前回の報告

2009年6月

報告サイクル

CSR報告：毎年1回

報告対象会社

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

参考ガイドライン

GRIサステナビリティレポートガイド 第3版

情報開示における工夫

- 色覚の個人差に配慮したデザインを心掛けました。
- 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が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も取り入れました。

CSR活動の報告について第三者コメント

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、自社のCSR活動を客観的に評価するために、2009年に引き続き、足達 英一郎氏から第三者コメントをいただきました。

「キヤノンマーケティングジャパングループ CSR報告」を読んで

昨年度に引き続き、CSR報告書2010、情報セキュリティ報告書2010を拝見しました。ウェブサイトでは情報の網羅性と更新性の側面を、PDF(ダイジェスト版)では年次報告と読みやすさの側面を重視して編集するという方針は時機を得たものと感じました。ただ、網羅性は向上したものの、自社が発信したい事項、社会からの期待に応える事項をより明確にする余地はまだ残っていると判断いたしました。

御社では、CSR全般やコンプライアンスや環境、情報セキュリティなど分野ごとのテーマで、これまで自社で取り組んできた内容を、「CSRセミナー」としてお客さまやビジネスパートナー向けに公開しているとしています。これらはマーケティング会社としての特徴あるCSR活動といえるでしょう。

同時に「CSR経営としてなすべきことが、結果としてさまざまなインバランスの解消につながる」というトップメッセージには大いに共感しました。今後はCSRが社会からの期待に対する応答能力であるという認識に立って、ステークホルダーからの期待の特定を強化していくことで取り組みの具体化を図ることができるでしょう。本書には「CSRマネジメント／重要テーマと活動実績」の記載がありますが、重要テーマとして特定するまでのプロセスは、ステークホルダーとの関係性からみて必ずしも明確ではありません。また、次号では、年度の実績や進捗の開示をより強化されることを期待します。

新たに制定された活動方針では「大災害や重大事件事故などの緊急事態に強い継続性のある社会をつくる」という事項が盛り込まれている点に、御社らしさを強く印象づけられました。「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、早期に復旧できる体制を整備しています」としていますが、顧客の取り組み支援、ソリューションをCSR活動の柱にさせていただくことを提案します。

2009年の国連グローバル・コンパクトへの署名は、御社のCSR活動が国際行動規範を尊重するという新たなステージに飛躍することを意味しています。次号以降、人権、ダイバシティ、腐敗防止に関する取り組みとその成果についても、情報開示を進めていただければ幸いです。

最後に、製品やITソリューションでお客さまのCO₂排出量削減への貢献量を2015年に10万トン以上、自社のCO₂排出量に対してお客さま先のCO₂削減貢献量を2倍以上にするという新しい環境ビジョン『未来の森』2015の意欲的な内容を評価いたします。次号では、貢献量と排出削減量を毎年どのようにして積み上げていくのか、取り組み別の内訳についても開示してください。それによって読者は業界内での御社の先進度を判断することができるようになるでしょう。

※ 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。

第三者コメントを受けて

昨年に続き第三者ご意見をいただいた、足達様に先ず心より御礼を申し上げます。頂戴したご意見のポイントは、取り組みのマテリアリティ(重点課題)が何であり、それを位置付けたプロセスや背景を示すことで、より強い意志表明をすべきとご指摘



足達 英一郎氏
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。

と受け取りました。

私たちは今年からウェブサイト(canon.jp)による報告を中心に据え、その上で補足ツールとして、見やすさや全体像の把握のためダイジェスト版を制作いたしました。さまざまなステークホルダーの皆さまとの接点で、このダイジェスト版をご覧いただく機会を数多くつくることで、当社のウェブサイトへ訪問いただき、当社グループの活動を広くご理解いただければ幸いです。

昨年暮れ、キヤノンマーケティングジャパンは国連グローバル・コンパクトへの署名を行い、世界的基準を意識した取り組みを進めることを内外に宣言致しました。また新環境ビジョンも整備し、新しい目標での環境貢献や、生物多様性の保全を具体的に展開して参ります。その1つとして、今年私たちは全国10ヵ所で、各地域で活動するNPOや自治体との協働による社会貢献の場づくりを行い、グループ従業員やその家族、さらにお客さまやビジネスパートナーの皆さまを対象とした活動を開始しました。これらの取り組みを含め、次年度の報告ではさらに皆さまの期待に応えられるよう活動して参る所存です。

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

CSR活動の報告についてGRIガイドライン対照表

1. 戦略および分析

指標		掲載箇所
1.1	組織にとっての持続可能性の適合性とその戦略に関する組織の最高意思決定者(CEO、会長またはそれに相当する上級幹部)の声明	トップメッセージ
1.2	主要な影響、リスクおよび機会の説明	トップメッセージ IR資料

2. 組織のプロフィール

指標		掲載箇所
2.1	組織の名称	経営データ
2.2	主要なブランド、製品および／またはサービス	事業内容
2.3	主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの、組織の経営構造	IR資料
2.4	組織の本社の所在地	経営データ
2.5	組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っているあるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	経営データ
2.6	所有形態の性質および法的形式	経営データ
2.7	参入市場(地理的内訳、参入セクター、顧客／受益者の種類を含む)	私たちの役割
2.8	報告組織の規模 <ul style="list-style-type: none"> 従業員数 純売上高(民間組織について)あるいは純収入(公的組織について) 負債および株主資本に区分した総資本(民間組織について) 提供する製品またはサービスの量 	経営データ IR資料
	推奨される追加情報 <ul style="list-style-type: none"> 総資産 受益所有権(最大株主の身元、株式保有率など) 以下に関して国・地域ごとの割合(総収入の5%以上を占める国/地域による売上／収入、総収入の5%以上を占める国/地域によるコスト、従業員) 	IR資料
2.9	以下の項目を含む、規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更 <ul style="list-style-type: none"> 施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 株式資本構造およびその資本形成における維持および変更業務(民間組織の場合) 	IR資料
2.10	報告期間中の受賞歴	事業所での環境負荷低減

3. 報告要素

指標		掲載箇所
報告書のプロフィール		
3.1	提供する情報の報告期間(会計年度／暦年など)	報告方針
3.2	前回の報告書の発行日(該当する場合)	報告方針

指標		掲載箇所
3.3	報告サイクル(年次、半年ごとなど)	報告方針
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	お問い合わせ
報告書のスコープおよびバウンダリー		
3.5	以下を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス <ul style="list-style-type: none"> 重要性の判断 報告書内のおよびテーマの優先順位付け 組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定 	重要テーマと活動実績
3.6	報告書のバウンダリー(国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤーなど)	報告方針
3.7	報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する	報告方針
3.8	共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列でのおよび/または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の理由	—
3.9	報告書内での指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤	—
3.10	以前の報告書で掲載済みである情報を再度記載することの効果の説明およびそのような再記述を行う理由(合併/買収。基本となる年/期間、事業の性質、測定の方法の変更など)	—
3.11	報告書に適用されているスコープ、バウンダリーまたは測定方法における前回の報告期間からの大幅な変更	—
GRI内容索引		
3.12	報告書内の標準開示の所在場所を示す表	本ページ
保証		
3.13	報告書の外部保証添付に関する方針および現在の実務慣行。サステナビリティ報告書の添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	第三者コメント

4. ガバナンス、コミットメントおよび参画

指標		掲載箇所
ガバナンス		
4.1	戦略の設定または全組織的監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造(ガバナンスの構造)	コーポレートガバナンス
4.2	最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す(兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す)	コーポレートガバナンス
4.3	単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび/または非執行メンバーの人数を明記する	コーポレートガバナンス
4.4	株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム	コーポレートガバナンス
4.5	最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬(退任の取り決めを含む)と組織のパフォーマンス(社会的および環境的パフォーマンスを含む)との関係	コーポレートガバナンス IR資料

指標		掲載箇所
4.6	最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	コーポレートガバナンス
4.7	経済的、環境的、社会的テーマに関する組織の戦略を導くための、最高統治機関のメンバーの適性および専門性を決定するためのプロセス	コーポレートガバナンス
4.8	経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション(使命)およびバリュー(価値)についての声明、行動規範および原則	トップメッセージ CSRの考え方 活動方針と推進体制
4.9	組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または遵守を含む	トップメッセージ CSRの考え方 活動方針と推進体制
4.10	最高統治機関のパフォーマンスを、特に経済的、環境的、社会的パフォーマンスという観点で評価するためのプロセス	コーポレートガバナンス 活動方針と推進体制
外部のイニシアティブへのコミットメント		
4.11	組織が予防的アプローチまたは原則取り組んでいるかどうかおよびその方法はどのようなものかについての説明	コンプライアンス リスクマネジメント 環境経営の考え方
4.12	外部で開発された、経済的、環境的、社会的憲章、原則あるいは組織が同意または受諾するその他のイニシアティブ	CSRの考え方 未来につなぐふるさとプロジェクト
4.13	組織が以下の項目に該当するような(企業団体などの)団体および/または国内外の提言機関における会員資格 <ul style="list-style-type: none"> • 統治機関内に役職を持っている • プロジェクトまたは委員会に参加している • 通常の会員資格の義務を超える実質的な資金提供を行っている • 会員資格を戦略的なものとして捉えている 	積極的な情報開示と社会への貢献
ステークホルダー参画		
4.14	組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	ステークホルダーと共に社会貢献活動のテーマ
4.15	参画してもらおうステークホルダーの特定および選定の基準	ステークホルダーと共に社会貢献活動のテーマ
4.16	種類ごとのおよびステークホルダー・グループごとの参画の頻度など、ステークホルダー参画へのアプローチ	ステークホルダーと共に社会貢献活動のテーマ
4.17	その報告を通じた場合も含め、ステークホルダー参画を通じて浮かび上がった主要なテーマおよび懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	—

5. マネジメントアプローチおよびパフォーマンス指標

経済

指標		掲載箇所
マネジメントアプローチに関する開示		
	下記の経済の側面を参照にして、マネジメントアプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する <ul style="list-style-type: none"> • 経済的パフォーマンス • 市場での存在感 • 間接的な経済的影響 	投資家向け情報

指標		掲載箇所
目標とパフォーマンス		
	経済的側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	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年～2010年) キヤノンマーケティングジャパングループ中期経営計画(2010年～2012年)
方針		
	上述の経済側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載するあるいは、これらが公表されている場所(Webのリンクなど)に記載する	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年～2010年) キヤノンマーケティングジャパングループ中期経営計画(2010年～2012年)
追加の背景状況情報		
	組織のパフォーマンスを理解するために必要な以下のような追加の関連情報 <ul style="list-style-type: none"> ● 主な成功事例と欠点 ● 組織の主要なリスクと機会 ● パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 ● 方針の実践またはパフォーマンスの達成のための主要な戦略 	IR資料
経済パフォーマンス指標		
側面:経済的パフォーマンス		
中核	EC1. 収入、事業コスト、従業員の給与、寄付およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出したおよび分配した直接的な経済価値	IR資料
中核	EC2. 気候変動による、組織の活動に対する財務上の影響およびその他のリスクと機会	—
中核	EC3. 確定給付(福利厚生)制度の組織負担の範囲	—
中核	EC4. 政府から受けた相当の財務的支援	—
側面:市場での存在感		
追加	EC5. 主要事業拠点について、現地の最低賃金と比較した標準的新入社員賃金の比率の幅	—
中核	EC6. 主要事業拠点での地元のサプライヤー(供給者)についての方針、業務慣行および支出の割合	—
中核	EC7. 現地採用の手順、主要事業拠点での現地のコミュニティから上級管理職となった従業員の割合	—
側面:間接的な経済影響		
中核	EC8. 商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図と影響	社会貢献活動
追加	EC9. 影響の程度など、著しい間接的な経済的影響の把握と記述	—

環境

指標		掲載箇所
マネジメントアプローチに関する開示		
	<p>下記の環境の側面を参照にして、マネジメントアプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> • 原材料 • エネルギー • 水 • 生物多様性 • 排出物、廃水および廃棄物 • 製品およびサービス • コンプライアンス • 輸送 • 全般 	環境経営の考え方
目標とパフォーマンス		
	環境的側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	重要テーマと活動実績 環境経営の考え方 環境マネジメント
方針		
	上述の環境側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載するあるいは、これらが公表されている場所(Webのリンクなど)を記載する	キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針 環境経営の考え方
組織の責任		
	環境的側面の経営責任を持つ最上位の役職。あるいは、これらの側面に関して上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	—
研修および意識向上		
	環境側面に関連した研修および意識向上に関する手順	環境人材の育成
監視およびフォローアップ		
	サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	—
追加の背景状況情報		
	<p>組織のパフォーマンスを理解するために必要な以下のような追加の関連情報</p> <ul style="list-style-type: none"> • 主な成功事例と欠点 • 課題に関連する組織の主要なリスクと機会 • パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 • 方針の施行または目標達成のための主要な戦略および手順 	—
環境パフォーマンス指標		
原材料		
	EN1. 使用原材料の重量または量	—
	EN2. リサイクル由来の使用原材料の割合	環境パフォーマンスデータ
エネルギー		

指標		掲載箇所
EN3.	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	—
EN4.	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	—
EN5.	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量	—
EN6.	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための率先取り組みおよび、これらの率先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量	事業所での環境負荷低減 お客さま先での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
EN7.	間接的エネルギー消費量削減のための率先取り組みと達成された削減量	事業所での環境負荷低減 お客さま先での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
水		
EN8.	水源からの総取水量	—
EN9.	取水によって著しい影響を受ける水源	—
EN10.	水のリサイクルおよび再利用が総使用水量に占める割合	—
生物多様性		
EN11.	保護地域内あるいはそれに隣接した場所および保護地域内で生物多様性の価値が高い地域に、所有、賃借、または管理している土地の所在地および面積	—
EN12.	保護地域および保護地域外で生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明	未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトの活動実績
EN13.	保護または復元されている生息地	未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトの活動実績
EN14.	生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置および今後の計画	環境経営の考え方 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトの活動実績
EN15.	事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息するIUCN(国際自然保護連合)のレッドリスト種(絶滅危惧種)および国の絶滅危惧種リストの数。絶滅危険性のレベルごとに分類する	—
側面: 排出物、廃水および廃棄物		
EN16.	重量で表記する、直接及び間接的な温室効果ガスの総排出量	事業所での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
EN17.	重量で表記する、その他の関連ある間接的な温室効果ガスの総排出量	事業所での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
EN18.	温室効果ガス排出量の削減のための率先取り組みと達成された削減量	事業所での環境負荷低減 お客さま先での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
EN19.	重量で表記する、オゾン層破壊物質の排出量	環境パフォーマンスデータ
EN20.	種類別および重量で表記するNOx、SOxおよびその他の著しい影響を及ぼす排気物質	—
EN21.	水質および放出先ごとの総排水量	—
EN22.	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	—

指標		掲載箇所
EN23.	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量	—
EN24.	バーゼル条約 付属文書 I、II、III および VIII で「有害」とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出あるいは処理の重量および国際輸送された廃棄物の割合	—
EN25.	報告組織の排水および流出液により著しい影響を受ける水界の場所およびそれに関連する生息地の規模、保護状況および生物多様性の価値を特定する	—
製品およびサービス		
EN26.	製品およびサービスの環境影響を緩和する率先取り組みと、影響削減の程度	事業所での環境負荷低減 お客さま先での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
EN27.	カテゴリー別の、再生利用される販売製品およびその梱包材の割合	お客さま先での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
遵守		
EN28.	環境規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	—
輸送		
EN29.	組織の業務に使用される製品、その他物品および原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響	事業所での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
総合		
EN30.	種類別の環境保護目的の総支出および投資	—

労働慣行とディーセント・ワーク(公正な労働条件)

指標		掲載箇所
マネジメントアプローチに関する開示		
	下記の労働側面を参照にして、マネジメントアプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する <ul style="list-style-type: none"> 雇用 労使関係 労働安全衛生 研修および教育 多様性および機会均等 	従業員に関する方針 CSRの考え方
目標とパフォーマンス		
	国際的に認められた普遍的基準への関係を含め、労働側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	重要テーマと活動実績
方針		
	労働側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載するあるいは、これらが公表されている場所(Webのリンクなど)に記載する。また、上述の国際的基準との関係を参考のため記載する	従業員に関する方針
組織の責任		

指標		掲載箇所
	労働側面の経営責任を持つ最上位の役職。あるいは、これらの側面に関して上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	—
研修および意識向上		
	労働側面に関連した研修および意識向上に関する手順	仕事にやりがいを感じる環境づくり
監視およびフォローアップ		
	サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	公正取引・倫理の遵守 グリーン調達
追加の背景状況情報		
	組織のパフォーマンスを理解するために必要な以下のような追加の関連情報 <ul style="list-style-type: none"> • 主な成功事例と欠点 • 組織の主要なリスクと機会 • パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 • 方針の施行または目標達成のための主要な戦略および手順 	—
労働慣行とディーセント・ワーク(公正な労働条件)のパフォーマンス指標		
雇用		
LA1.	雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	人権の尊重と多様な人材の活躍
LA2.	従業員の総離職数および離職率の年齢、性別および地域による内訳	—
LA3.	主要な業務ごとの、派遣社員またはアルバイト従業員には提供されないが正社員には提供される福利	—
労使関係		
LA4.	団体交渉協定の対象となる従業員の割合	仕事にやりがいを感じる環境づくり
LA5.	労働協約に定められているかどうかも含め、著しい業務変更に関する最低通知期間	—
労働安全衛生		
LA6.	労働安全衛生プログラムについての監視および助言を行う公式の労使合同安全衛生委員会の対象となる総従業員の割合	—
LA7.	地域別の、障害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合及び業務上の総死亡者数	—
LA8.	深刻な疾病に関して、労働者その家族またはコミュニティのメンバーを支援するために設けられている、教育、研修、カウンセリング、予防および危機管理プログラム	働きやすく快適な職場環境の整備
LA9.	労働組合との正式合意に盛り込まれている安全衛生のテーマ	働きやすく快適な職場環境の整備
研修および教育		
LA10.	従業員のカテゴリ別の、従業員当たり年間平均研修時間	—
LA11.	従業員の継続的な雇用適性を支え、キャリアの終了計画を支援する技能管理および生涯学習のためのプログラム	仕事にやりがいを感じる環境づくり

指標		掲載箇所
LA12.	定常的にパフォーマンスおよびキャリア開発のレビューを受けている従業員の割合	—
多様性と機会均等		
LA13.	性別、年齢、マイノリティーグループおよびその他の多様性の指標に従った、統治体(経営管理職)の構成およびカテゴリー別の従業員の内訳	人権の尊重と多様な人材の活躍
LA14.	従業員のカテゴリー別の、基本給与の男女比	—

人権

指標		掲載箇所
マネジメントアプローチに関する開示		
	<p>下記の人権側面を参照にして、マネジメントアプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> • 投資および調達慣行 • 無差別 • 結社の自由および労働協約 • 児童労働の撲滅 • 強制労働の防止 • 苦情および不満に関する慣行 • 保安慣行 • 先住民の権利 	従業員に関する方針
目標とパフォーマンス		
	上記の国際的宣言や基準との関係を示しつつ、人権側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	重要テーマと活動実績
方針		
	人権側面(労働組合または団体交渉に参加するという従業員の意思決定に影響を及ぼすと考えるのが妥当な方針を含む)に対する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載する。あるいは、これらが公表されている場所(Webのリンクなど)に記載する。また、上述の国際的宣言および基準との関係を参考のため記載する	従業員に関する方針 人権の尊重と多様な人材の活躍 CSRの考え方
組織の責任		
	人権の側面において経営責任を持つ最上位の役職。あるいは、これらの側面に関して上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	—
研修および意識向上		
	人権側面に関連した研修および意識向上に関する手順	人権の尊重と多様な人材の活躍
監視およびフォローアップ		
	サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	公正取引・倫理の遵守
追加の背景状況情報		

指標		掲載箇所
	<p>組織のパフォーマンスを理解するために必要な以下のような追加の関連情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主な成功事例と欠点 ● 組織の主要なリスクと機会 ● パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 ● 方針の施行または目標達成のための主要な戦略および手順 	—
人権パフォーマンス指標		
投資および調達への慣行		
HR1.	人権条項を含むあるいは人権についての適正審査を受けた、重大な投資協定の割合とその総数	—
HR2.	人権に関する適正審査を受けた、主なサプライヤー（供給者）および請負業者の割合ととられた措置	—
HR3.	研修を受けた従業員の割合を含め、業務に関連する人権的側面に関わる方針および手順に関する従業員研修の時間	—
無差別		
HR4.	差別事例の総件数ととられた措置	—
結社の自由		
HR5.	結社の自由および団体交渉の権利行使が著しいリスクにさらされるかもしれないと判断された業務と、それらの権利を支援するための措置	—
児童労働		
HR6.	児童労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、児童労働の防止に貢献するための対策	—
強制労働		
HR7.	強制労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、強制労働の防止に貢献するための対策	—
保安慣行		
HR8.	業務に関連する人権の側面に関する組織の方針もしくは手順の研修を受けた保安要員の割合	—
先住民の権利		
HR9.	先住民の権利に関係する違反事例の総件数ととられた措置	—

社会

指標		掲載箇所
マネジメントアプローチに関する開示		
	<p>下記の社会側面を参照にして、マネジメントアプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> ● コミュニティ ● 不正行為 ● 公共政策 ● 非競争的な行動 ● コンプライアンス(法規制遵守) 	<p>コンプライアンス</p>

指標		掲載箇所
目標とパフォーマンス		
	上記の側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	重要テーマと活動実績
方針		
	上述の側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載する。あるいは、これらが公表されている場所(Webのリンクなど)を記載する。また、上述の国際的宣言および基準との関係を参考のため記載する	コンプライアンス CSRの考え方
組織の責任		
	社会的側面の経営責任を持つ最上位の役職。あるいは、これらの側面に関して上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	—
研修および意識向上		
	上記社会側面に関連した研修および意識向上に関する手順	コンプライアンス
監視およびフォローアップ		
	サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	公正取引・倫理の遵守
追加の背景状況情報		
	組織のパフォーマンスを理解するために必要な以下のような追加の関連情報 <ul style="list-style-type: none"> • 主な成功事例と欠点 • 組織の主要なリスクと機会 • パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 • 方針の施行または目標達成のための主要な戦略および手順 	—
社会パフォーマンス指標		
コミュニティ		
	SO1. 参入、事業展開および撤退を含む、コミュニティに対する事業の影響を評価し、管理するためのプログラムと実務慣行の性質、適用範囲および有効性	—
不正行為		
	SO2. 不正行為に関するリスクの分析を行った事業単位の割合と総数	—
	SO3. 組織の不正行為対策の方針および手順に関する研修を受けた従業員の割合	コンプライアンス
	SO4. 不正行為事例に対応してとられた措置	—
公共政策		
	SO5. 公共政策の位置づけおよび公共政策開発への参加およびロビー活動	積極的な情報開示と社会への貢献
	SO6. 政党、政治家および関連機関への国別の献金および現物での寄付の総額	—
非競争的な行動		
	SO7. 非競争的な行動、反トラストおよび独占的慣行に関する法的措置の事例の総件数とその結果	—

指標		掲載箇所
遵守		
SO8.	法規制の違反に対する相当の罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	—

製品責任

指標		掲載箇所
マネジメントアプローチに関する開示		
	<p>下記の製品責任の側面を参照にして、マネジメントアプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> 顧客の健康と安全 製品およびサービスのラベル表示 マーケティング・コミュニケーション 顧客のプライバシー コンプライアンス(法規制遵守) 	品質マネジメント
目標とパフォーマンス		
	製品責任側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	—
方針		
	製品責任側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載する。あるいは、これらが公表されている場所(Webのリンクなど)を記載する。また、上述の国際的宣言および基準との関係を参考のため記載する	品質マネジメント
組織の責任		
	製品責任側面の経営責任を持つ最上位の役職。あるいは、これらの側面に関して上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	—
研修および意識向上		
	製品責任側面に関連した研修および意識向上に関する手順	お客様の声を活かすしくみ お客様サポートの充実
監視およびフォローアップ		
	サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	お客様価値創出のための協働
追加の背景状況情報		
	<p>組織のパフォーマンスを理解するために必要な以下のような追加の関連情報</p> <ul style="list-style-type: none"> 主な成功事例と欠点 組織の主要なリスクと機会 パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 方針の施行または目標達成のための主要な戦略および手順 	—
製品責任のパフォーマンス指標		
顧客の安全衛生		

指標		掲載箇所
PR1.	製品およびサービスの安全衛生の影響について、改善のために評価が行われているライフサイクルのステージ、ならびにそのような手順の対象となる主要な製品およびサービスのカテゴリーの割合	品質マネジメント お客様の声を活かすしくみ
PR2.	製品およびサービスの安全衛生の影響に関する規制および自主規範に対する違反の件数	—
製品およびサービスのラベリング		
PR3.	各種手順により必要とされている製品およびサービス情報の種類とこのような情報要件の対象となる主要な製品およびサービスの割合	お客様先での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
PR4.	製品およびサービスの情報ならびにラベリングに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	—
PR5.	顧客満足度を図る調査結果を含む、顧客満足に関する実務慣行	お客様の声を活かすしくみ お客様サポートの充実
マーケティング・コミュニケーション		
PR6.	顧客満足度を図る調査結果を含むマーケティング・コミュニケーションに関する法律、基準および自主規範の遵守のためのプログラム	ブランドマネジメント
PR7.	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	—
顧客のプライバシー		
PR8.	顧客のプライバシー侵害および顧客データの紛失に関する正当な根拠のあるクレームの総件数	—
遵守		
PR9.	製品およびサービスの提供および使用に関する法規の違反に対する相当の罰金の金額	—

CSR活動の報告について国連グローバル・コンパクト対照表

国連グローバル・コンパクトの10原則			掲載箇所
人権	原則1	企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。	CSRの考え方 活動方針と推進体制
	原則2	人権侵害に加担しない。	活動方針と推進体制 人権の尊重と多様な人材の活躍
労働	原則3	組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものにする。	仕事にやりがいを感じる環境づくり
	原則4	あらゆる形態の強制労働を排除する。	
	原則5	児童労働を実効的に廃止する。	
	原則6	雇用と職業に関する差別を撤廃する。	活動方針と推進体制 人権の尊重と多様な人材の活躍
環境	原則7	環境問題の予防的なアプローチを支持する。	活動方針と推進体制 環境経営の考え方 環境マネジメント キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針
	原則8	環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。	トップメッセージ 環境経営の考え方 未来につながるふさとプロジェクト
	原則9	環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。	製品ライフサイクルにおける環境配慮 お客さま先での環境負荷低減
腐敗防止	原則10	強要と賄賂を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む。	コーポレートガバナンス コンプライアンス