



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 2011

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 .....	18
環境経営 .....	39
情報セキュリティ .....	66
社会貢献活動 .....	92
ステークホルダーとともに .....	108
お客さまとともに .....	110
ビジネスパートナーとともに .....	117
株主・投資家とともに .....	122
従業員とともに .....	125
ステークホルダーエンゲージメント .....	134
CSR活動の報告について .....	136



はじめに、このたびの東日本大震災により被災された皆さまに謹んでお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

キヤノンマーケティングジャパングループでは、2011年～2015年の「長期経営構想フェーズⅡ」をスタートさせました。そのミッションとして「安心安全で豊かな“暮らし、しごと、社会”の実現に向けてマーケティング・イノベーションを行い、最高の価値を提供する」を掲げ、従業員一人ひとりが取り組みを開始したさなかに、このたびの大震災が起こりました。

「安心・安全」「豊かさ」が一瞬のうちに奪われてしまう現実を目の当たりにし、その大切さを痛感しました。お客さまのため、取引先様・パートナー様のため、そしてなにより被災された方々、地域に、今後、私たちが事業活動を通じて「安心・安全」や「豊かさ」を実現するために、何ができるのか、何をすべきなのかをしっかりと見定めた上で、キヤノンマーケティングジャパングループとしての社会的責任と役割を果たしていきたいと考えています。

## 今あらためて、本業であるマーケティングを通じたCSR活動が重要であると実感しています。

このたびの大震災の影響で、東日本では深刻な電力不足に見舞われ、個人・企業・公共の枠を超えて節電対策が求められました。省エネルギーにつながる製品やサービス、ソリューションを選択することが、社会に対する責任を果たすことになるということは今ほど強く実感している時はないと思います。今やお客さまは、デザインや機能、価格だけではなく、環境保全や社会貢献などさまざまな社会的な視点を加えてそれらを選択することが、社会的課題の解決の一助となるという判断基準を明確に持たれています。そして企業もそれらに対して正面から、まさに事業活動を通じて応えていくことが重要です。

また被災地の方が、津波で流され、汚れてしまった写真を探し出し、残された思い出はこれしかない大切に手に取られている報道をご覧になった方も多いと思いますが、創業以来、常に映像という世界に関わってきた私たちの事業は、お客さまの暮らしや心と切り離せないものであるということをあらためて強く感じました。キヤノンマーケティングジャパングループでは日頃から「CSR活動は、マーケティングそのもの」と言っています。CSRの本質には、変わりゆく世の中の要請や期待にきちんと応えていくということがありますので、私たちのマーケティングに社会的な視点をより一層加えて、「サービス創造企業」として、時代にふさわしい新たな事業の創出を目指していきます。

## グローバルな視点を持って、常に自社のCSR活動を検証しています。

企業として成長し続けるためには、新しい製品やサービス、新しい市場形成など、常に新しい何かを生み出していかなければなりません。これがマーケティング・イノベーションであり、企業価値を左右するものとなります。キヤノンマーケティングジャパングループは、国内市場の拡充を今後とも行いますが、さらに飛躍するためには海外、特にアジアを視野に入れた企業活動を構築しなければならないと考えています。

その意味で、中期経営計画では「Beyond CANON, Beyond JAPAN」を掲げています。アジアでは、既にキヤノン製品の販売を担当しているキヤノングループの企業がありますので、私たちキヤノンMJグループは、国内で培ってきたキヤノンブランド以外の製品・サービス、ソリューションをこの新たな市場で展開したいと考えています。また、



キヤノンには「共生」の理念があり、この「Beyond CANON, Beyond JAPAN」には私たちが社会的責任を果たす際に、グローバルな視野と姿勢が不可欠であり、国境を越えた多様性を養い、世界的な課題解決に向けて取り組む必要があるという意味もあわせて込めています。

私たちは2009年に国連グローバル・コンパクトに署名を行い、その意思を表明しました。そして今後のCSR活動全般については、昨年発行されたISO26000の項目に照らして検証を行いながら、さらなる進展を図りたいと考えています。

## 自社のノウハウを活かし、環境保全や情報セキュリティの分野で新たな価値を提供します。

キヤノンマーケティングジャパングループでは環境保全に対して、私たち自身の事業所におけるCO<sub>2</sub>削減と製品やITソリューションの提供によるお客さま先でのCO<sub>2</sub>削減、そして社会貢献活動の3つの側面で貢献するというテーマを掲げています。具体的には、「お客さま先でのCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>排出量とお客さま先でのCO<sub>2</sub>削減貢献量との比率を「グリーンレシオ」と呼んでいます。2010年は自社事業所のCO<sub>2</sub>削減を進めるとともに、お客さまに省エネ効果の高い製品やサービス、ソリューションをご提供しました。さらに、お客さまのCO<sub>2</sub>削減の取り組み実態を「見える化」するノウハウも開発し、削減を実感していただくことで、より効果的な対策を講じるお手伝いも進めています。またデータセンター事業への取り組みも重要です。現在、2012年の竣工に向けてデータセンター新設工事が始まっています。データセンター機能の増強は、企業や個人のサーバーをデータセンターに集約することで、お客さまのCO<sub>2</sub>排出の総量を抑制するとともに、情報セキュリティや事業継続などの課題を解決することができます。これはまさに、事業活動を通じて「環境保全」と「安心・安全」という社会のニーズに応えることであり、私たちの目指すCSR経営の側面からも有意義なことと考えています。

## 「顧客主語」と現場主義を徹底し、CSR経営を実践していきます。

私たちキヤノンマーケティングジャパングループは、常にお客さまの立場で思考し、行動することを意味する「顧客主語」という考え方を大切にしています。私たちが提供する製品やサービス、ソリューションが、実際にどのような働きをするのかを、現場でしっかりと把握することが重要です。その上で「お客さまが求めているものは何か?」「社会が求めているものは何か?」を、想像力を発揮して追求していく。これをグループすべての従業員に徹底しています。私も自ら現場に出向き、お客さまや従業員との直接の対話を行っています。

キヤノンマーケティングジャパングループでは、お客さまの現場をしっかりと見つめ、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、“CSR要素”を融合させた、製品・サービス、ソリューションを提供していくことを、“Business with CSR”というコンセプトで推進しています。基本的なCSRを徹底した上で、事業を通じて社会に恩恵をもたらす、企業も存在意義を発揮する。こうして企業と社会の持続的な相乗発展を実現していくことによって、サステナビリティに資する。私は、それがCSR経営だと考えています。



## 「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(以下、キヤノンMJグループ)は、安心安全で豊かな「くらし、しごと、社会」の実現に向けて、事業を通じたCSR活動を真摯に実践しています。

### フォトライフを楽しく豊かに

カメラの使い方や撮影テクニックを学ぶ「EOS学園」、仲間と交流しながら写真の魅力を分かち合える会員制コミュニティの「フォトサークル」、多くの方に写真の楽しさや喜びをお伝えするためワークショップやイベントの開催など、フォトライフを楽しく豊かにするためのさまざまな活動を行っています。



✧ 写真を学び、分かち合う喜び



✧ フォトライフの楽しみを知る



### 環境にやさしい社会へ

キヤノンMJグループの環境ビジョンである『未来の森』2015の実現に向けて、自らの環境負荷低減活動はもとより、製品やITソリューションの提供を通じてお客さまと一緒に取り組むCO<sub>2</sub>削減活動や社会貢献活動を推進することで、環境にやさしい社会づくりに貢献しています。



自社における環境負荷低減

お客様先での環境負荷低減

## 安心・安全な社会へ

災害時の状況をいち早く把握するための防災用高所カメラシステムや、人にやさしい医療を実現するX線デジタル撮影システム、オフィスにおける情報漏えいリスクを低減するソリューションなど、安心・安全な社会の実現に向けた社会基盤に、事業を通じて貢献していきます。



社会基盤整備への貢献

## 「くらし、しごと、社会」での価値提供写真を学び、分かち合う喜び

キヤノンマーケティングジャパングループは、カメラの使い方や撮影テクニックを学ぶ「EOS学園」や、仲間と写真の魅力を分かち合える会員制コミュニティ「キヤノンフォトサークル」など、フォトライフを楽しく豊かにするためのさまざまな活動を行っています。

### プロの写真家から撮影テクニックを学び上達する喜びを知る「EOS学園」

カメラの使い方や撮影テクニックを楽しく学ぶことを通じて、より多くの方に上達する喜びを知っていただくために、写真スクール「EOS学園」を運営しています。EOS学園では、写真を基礎からじっくり学べる「撮影テクニック講座」をはじめとして、お持ちのカメラの使い方をレクチャーする「使い方講座」、じっくり学ぶ時間のない方に向けた「1日集中講座」、撮影テーマ別に約30のコースをそろえた「テーマ別講座」など、お客さまのニーズにあわせた幅広い講座を用意しています。

講師には、各ジャンルに精通した50名を超えるプロ写真家を起用。旅行や子育てなどの大切な思い出を写真で残したいといったカメラ初心者の方から、鉄道写真や航空写真を趣味としているベテランの方まで、それぞれに必要なスキルを身につけてもっと写真を楽しみたい方をサポートしています。

2010年には、東京・大阪・名古屋の常設3校に加え、北海道・東北・中国・四国・九州地区で地域別講座を開催し、あわせて約12,000名の方々が受講されました。今後も「写真を上手に撮りたい、きれいに印刷したい」といったお客さまの思いに応え、豊かなフォトライフに貢献していきます。



EOS学園「デジタルカメラの使い方教室」

### 受講生の声

#### 自分らしい表現で写真を楽しむ

「料理の写真をもっと上手に撮りたい」と思い入学しました。先生も熱心に指導してくれます。それまでは家で撮影することが多かったのですが、撮影実習を通じてスナップ撮影の楽しさに気付きました。



竹下直子さん

#### 刺激的な環境でスキルアップを

モータースポーツが好きで、撮影用に購入したカメラの「使い方講座」を受講後、「独学より体系的な講座で学んだほうが上達が早い」と感じ、入学しました。いろんな趣味を持った仲間がいて、刺激になります。



尾池昌さん

#### 切磋琢磨し、次のステージへ

好きな写真をもっと楽しみたい、勉強したいとの思いから入学しました。EOS学園は、設備も整った快適な環境で、先生から一人ひとりの作品に添削・講評がいただけるので、大変勉強になります。



宇野雅夫さん

## 写真の楽しさを分かち合う会員制コミュニティ「キヤノンフォトサークル」

会員制コミュニティ「キヤノンフォトサークル」では、50年以上にわたり写真愛好家の皆さまに写真を学ぶ場、作品を発表する場、仲間と交流する場を提供し、写真の魅力や楽しさを伝えてきました。2010年には、月刊会報誌を「moments」という名称に刷新し、内容の充実を図りました。2006年にスタートした「キヤノンフォトサークルウェブ」では、ウェブサイトの特性を活かしたコンテンツを提供。著名写真家がウェブサイトを通じて応募された会員の皆さまの写真を選定し、コメントを付けて公開する「フォトセッション」は、「初心者でも気軽に応募できる」ことから、多くの会員にご利用をいただいています。また、カメラの使い方や撮影テクニックを動画で解説した「学習Movie」も、「製品マニュアルを読まなくても操作が覚えられる」と好評です。「キヤノンフォトサークル」は、2010年12月末時点で、レギュラー会員、ウェブ会員をあわせて、総会員数が約24,000名に上っています。今後も、より多くの方々に写真の楽しさを知っていただくためにコンテンツの拡充に努め、会員の皆さまの満足度向上を図っていきます。

## 毎月お届けする会報誌「moments(モーメンツ)」

会報誌「モーメンツ」では毎月、写真に関するさまざまなテーマを取り上げる特集や著名写真家のギャラリー、月例コンテスト、製品情報などを掲載し、お届けしています。



## ウェブで気軽に作品応募「フォトセッション」

「フォトセッション」では、「花」や「どうぶつ」など、ジャンル別に作品を募集し、著名写真家が選定、コメントを付けて公開しています。



## 動画で学ぶ「学習Movie」

「学習Movie」では、デジタル一眼レフカメラの基本的な使い方から高度な撮影テクニック、各種セミナーの様子までさまざまな動画を随時追加しています。



## 「くらし、しごと、社会」での価値提供フォトライフの楽しみを知る

キヤノンマーケティングジャパングループは、どなたにも気軽にフォトライフを体験し、その楽しさに触れていただくために、ショールームでのワークショップやウェブコンテンツ、各種イベントなどを提供しています。

### フォトライフを誰もが体験できるショールーム

パーソナル向けショールームである「キヤノンプラザ S コンシューマ・プロダクツ」(品川)と「キヤノンデジタルハウス」(銀座・名古屋・梅田)では、カメラやプリンターなど最新の製品を実際にお手にとり、さまざまな体験をしていただけます。

また、「キヤノンプラザ S コンシューマ・プロダクツ」(品川)では、中学生・高校生向けに、ショールーム見学や製品の体験ができる学習プログラムも用意し、修学旅行時や課外学習の一環としてご利用いただいています。



キヤノンプラザ S(品川)

### 女性向けや子育てパパ・ママ向けワークショップも充実

キヤノン製品の展示だけでなく、使い方や楽しみ方を紹介する無料のワークショップを開催しています。2010年からは趣味の一環で上手に写真を撮りたい女性や、子どもを可愛らしく撮りたい子育て中のお父さん・お母さんに向けたワークショップを充実させ、ご好評をいただいています。

2011年4月には、品川のキヤノンプラザ Sを会場に、未就学児の親子を対象にした「エンジョイ！子育てパーク～パパ・ママ撮ってね！運動会～」を開催。講師にプロ写真家の佐藤かな子氏を迎え、かけっこや玉入れをする子どもたちを被写体に、運動会における撮影テクニックを学んでいただきました。

イベントには、午前・午後の2回あわせて、45組・134名の親子が参加。参加者からは、「知りたかったことを気軽に講師の方に聞いて良かった」「撮影のコツがつかめました」など嬉しい声が寄せられました。

エン

## エンジョイ！子育てパーク～パパ・ママ撮ってね！運動会～



「EOS Kiss X5」を一台ずつ貸し出し、カメラの持ち方から最新の機能まで丁寧に解説



動く被写体にピントをあわせるコツを学んだ後、実際にかけっこをする子どもを撮影



玉入れでは、露出補正などを自由に調整できるPモードで、自分好みの設定を追求



撮影した写真を「SELPHY CP800」を使ってプリントし、講師が一人ひとりにアドバイス

ジョイ！子育てパーク～パパ・ママ撮ってね！運動会の様子

### さらに利便性が向上した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は、キヤノンの対象製品をご購入いただいたお客さま向けのウェブサービス(登録無料)です。ご登録いただいたお客さまに、ウェブ画面上で簡単に写真入り年賀状やカレンダーなどを作成できる「PIXUS プリント プロジェクト

ト」や製品の活用提案コンテンツやイベント情報のご案内など、デジタルフォトライフをもっと豊かにするサービスを提供しています。

2010年には、ウェブ上に自分のアルバムを作る「オンラインアルバム」をブログやSNSサービスと連携させることで、さらなる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、会員の皆さまからご応募いただいた作品を多数公開しています。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致します。



キヤノンイメージゲートウェイ



オリジナル写真製本サービス  
「Photobook」(有料)

## 気軽に参加できる多様な写真イベント

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など、楽しくて役に立つ催しを数多く開催しています。これから写真を始めたい方から、上質な趣味として写真を極めたい方まで、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く場を提供しています。



横浜でのワークショップ「おさんぽ風景  
写真の撮り方講座」講評風景

## 「くらし、しごと、社会」での価値提供自社における環境負荷低減

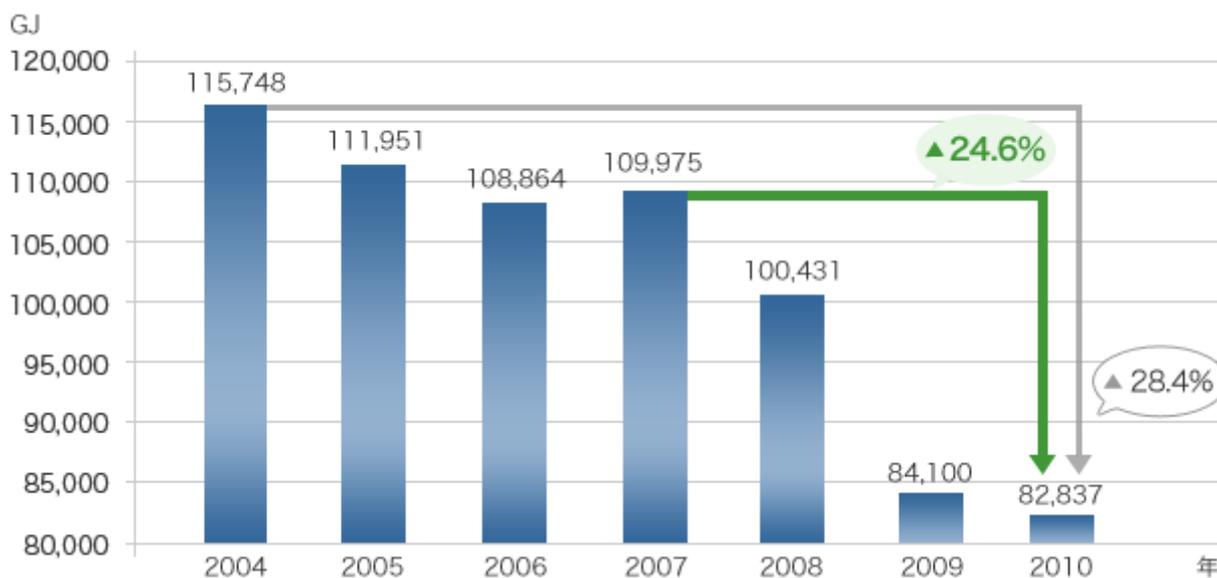
キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、環境ビジョンである『未来の森』2015の実現に向けて、本社 S タワーなど全国各地の事業所で省エネをはじめとした環境負荷低減活動を推進しています。

### 本社 S タワーにおける省エネへの取り組み

キヤノン S タワーは2003年4月に竣工しましたが、設計段階による省エネ対策により、2004年1年間のエネルギー消費量が同規模のビルの平均値よりも10%以上少ない、非常に省エネが進んだビルでした。その水準からさらに省エネを進めることは、まさに「乾いた雑巾をしぼる」ように、きめ細かな取り組みが必要でした。

省エネが進んだビルとはいえ、S タワーのエネルギー計測ポイントはビルの低層・中層・高層の3系統しかなかったため、当初はその限られた情報の中で、まずはできることから始めました。現場に足を運び、各スペースを細分してチェックし、徹底的にデータを収集。それらのデータを活用し、「いつ・どこで・何を」行ったか日誌に記し、その対策として「いつ・どこで・何を」行えば良いか、一覧表を作成しました。この一連の“見える化”を基にさまざまな運用面での改善を行ったのです。

BEMS<sup>※</sup> などによる設備面での省エネ向上も有意義ですが、S タワーでは設備投資をほとんど行わず運用の改善だけで、2008年1月から2010年12月までの3年間でエネルギー消費量を24.6%削減、約4,400万円のコストダウンを実現しました。これらの省エネ活動はビル管理会社と総務部門が中心になって行いましたが、従業員の協力も欠かせないものであり、各自の環境意識向上のたまものといえます。



S タワーにおけるエネルギー消費量の推移

※ BEMS: Building and Energy Management Systemの略。建物全体の使用エネルギー、および温湿度や照度などの室内環境を把握し、これをエネルギー消費量削減に役立てていくためのシステム。

### 日々の小さな気づきを積み上げ、大きな効果へ — 担当者の声

当ビルの省エネは「足」で獲得した成果だといえるほど、担当者は各フロアを歩きまわりました。ビルにおける電力消費の実態を自ら実感することで、省エネの糸口を一つひとつ見出したのです。例えばビル回りの外灯は、定時に自動的に点灯・消灯を行います。ところがその時刻は、変化する日の出・日の入り時刻と合っていなかった——つまり点灯・消灯時の無駄に気づくことが、省エネとなりました。実はビル設計段階の初期設定のまま外灯が作動していたことを把握していなかったのです。このような気づきは、日々の小さなことを丹念に確認することから生まれます。現在では、“見える化”をさらに推し進め、キヤノンITソリューションズが提供する「省エネオフィス支援ソリューション」を



導入し、運用だけで気付かなかったことを日々のデータから読み取って改善につなげています。「省エネオフィス支援ソリューション」を活用すれば、どの会社でも効率的に省エネを図ることができます。省エネの進化に、私たち自身が目をみはっています。

キャノンMJ 総務本部  
総務部 品川総務課  
課長 斉藤金弥

## 高まる企業ニーズに応える「省エネオフィス支援ソリューション」

2010年4月1日より完全施行された改正省エネ法により、それまで「事業所」単位で行われてきたエネルギー管理が、「事業者」単位での管理となりました。そのため規制対象となる企業数は、改正前の5倍程度まで拡大するとみられ、企業の省エネ対応がますます加速すると思われまます。

「省エネオフィス支援ソリューション」は、電力状況の「計測」「見える化」「削減」をワンストップで提供することで、効率的な省エネを実現します。「計測」は、分電盤に簡単な計測装置を取り付けるだけで居室や設備などポイント単位で測定ができ、きめ細かな省エネ対応が可能です。「見える化」は、電力の利用状況をさまざまな観点からグラフィカルに表示することで、実感型の省エネ活動が促されます。「削減」では、センサーとの連動により照明・空調が自動制御できるため、電力経費とともに人件費の削減にも貢献します。

「省エネオフィス支援ソリューション」は、「計測」「見える化」「削減」を段階的にも部分的にも導入できるため、お客さま本位の省エネ活動が可能となります。

### 省エネオフィス支援ソリューション導入の流れ



## オフィスの省エネ化は、ITシステムの新たな課題 — 担当者の声

このたびの改正省エネ法の施行や、東京都環境確保条例における規制対象となる事業所の適用基準の詳細化など、企業の省電力への取り組みはもはや「本業」の一部ともいえる傾向が強まっています。

私たちはITを軸に各種サービスをご提供している関係上、多くの場合、お客さまは情報システム部の担当の方々ということになります。「システム」というと、これまでは営業系や経理系などのシステムに関してお付き合いすることが主でしたが、今後は省エネのシステム開発や運営も重要課題になると確信しています。

私たちはキャノンMJグループの一員として、グループシナジーやスケールメリットを十分に発揮して、常に時代の先を行く「省エネオフィス支援ソリューション」を開発し、ご提供したいと考えています。



キャノンITソリューションズ  
システムマネジメント事業本部  
事業企画部  
担当課長 船越宗男(右)  
ICTサービス営業部  
山本誠(左)

## 「くらし、しごと、社会」での価値提供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、製品・ソリューションの提供を通じて、お客さまとともに社会全体の環境負荷低減に取り組んでいます。省エネ・省資源に寄与する製品・ソリューションの提供はもちろん、省エネ・省資源につながる便利な機能の紹介、使用済み製品のリサイクルなど、事業を通じてお客さま先の環境負荷低減に貢献しています。

### オフィス・家庭でのエコを体験できるウェブサイト「GREEN NAVI」

キヤノンMJグループは、お客さま先の環境負荷低減効果をよりわかりやすく、より広く紹介するために「GREEN NAVI」をキヤノンのウェブサイト公開しました。

「GREEN NAVI」では、オフィスや家庭でキヤノンの製品・ソリューションを使った場合の環境負荷低減効果を、CO<sub>2</sub>換算の数値などでわかりやすく紹介しています。

#### オフィス編

オフィス編では、省資源対応用紙や再生複合機などの環境配慮製品や、消費電力の抑制や無駄な用紙の削減につながる複合機の機能などを紹介。そのほかに、「省エネ・省資源シミュレーター」や「カートリッジ回収シミュレーター」では、省エネ製品への入れ替え効果やカートリッジのリサイクル効果の目安をCO<sub>2</sub>換算数値で確認することができます。



複合機を買い替えた場合の省エネ・省資源シミュレーション

#### ホーム編

ホーム編では、未来を担う子どもに、環境について興味や関心を持っていただくために、家庭でよく使われる製品のライフサイクル(つくる→はこぶ→かう→つかう→つかいおわったら)における環境配慮をクイズ形式で紹介。環境にやさしい製品の選び方や使用済み製品の回収方法などを楽しみながら学ぶことができます。クイズに全問回答すると「修了証」が発行されるため、子どもの環境学習にも活用いただけます。



環境にやさしい製品をつくるための工夫などをクイズ形式で紹介

#### ITソリューション編

ITソリューション編では、お客さま先の業務効率改善やコスト削減とともに環境負荷低減を両立するITソリューションをイラストなどを用いてわかりやすく解説しています。

ソリューションは、「開発・生産」「物流・在庫管理」「IT基盤」「オフィス

管理」などのカテゴリー別に紹介されているほか、「資源・エネルギー削減」「物流エネルギー削減」「スペース削減」などの環境負荷低減効果から検索することもでき、お客さまの課題にあわせて活用いただけます。



「省エネオフィス支援ソリューション」などもわかりやすく解説

## お客さまに環境負荷低減効果を実感していただくために — 担当者の声

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で、お客さまとともに環境負荷を低減する活動を進めてきました。しかし、これまでお客さまが「つかう」部分の環境負荷低減効果をお客さまにお伝えし、実感していただく機会が少なかったのが実情です。

そこで、キヤノンMJグループでは、お客さま視点で環境負荷低減効果が確認できるコンテンツを作成することになりました。「GREEN NAVI」の企画・開発にあたっては、製品・ITソリューション活用方法やその効果をわかりやすく伝えることを重視。専門的な用語を避け、イラストやアニメーションを用いてわかりやすく表現しました。

2009年に公開した「GREEN NAVI」は、お客さまに環境配慮した製品やソリューションを導入いただく際の有効な判断材料として高い評価を受け、「第12回グリーン購入大賞」において大賞(大手企業部門)を受賞しました。今後も、製品の進化、お客さまのニーズに従い、継続的にコンテンツを拡充するほか、海外の販売会社でも同様のコンテンツを展開する予定です。



キヤノンMJ CSR推進本部  
CSR企画推進部  
商品環境推進グループ  
笠嶋太(右)  
梶田桃代(左)

## 「くらし、しごと、社会」での価値提供社会基盤整備への貢献

キヤノンマーケティングジャパングループは、万が一の災害に備える防災用高所カメラシステムや人にやさしい医療を実現するためのX線デジタル撮影システム、オフィスの情報セキュリティを支える製品・サービスなどの提供を通して、安心・安全な社会の実現に貢献していきます。

### 万が一の災害や事故への備え

#### 災害対応として不可欠となった防災用高所カメラシステム

近年、火災や地震・津波など災害時の状況をいち早く把握できる装置として、また道路の混雑・渋滞状況を常時監視する装置として、自治体やケーブルテレビ局などで「防災用高所カメラシステム」を導入する動きが広がっています。

こうした社会的ニーズに応え、キヤノンMJグループは、小型・軽量のハイビジョン情報カメラ「BU-41H/45H」と高速光無線システム「CANOBEAM」を組み合わせた高品質システムの提案・提供を行っています。本システムの導入により、災害地の地表や海面の状態を遠隔地にいる専門家が詳細に観察・判断できるなどその有用性がさらに高まりつつあります。

東京都杉並区では、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、民間ビルの屋上にキヤノンの防災用高所カメラが4台導入されています。これらの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、迅速かつ的確な被害状況の把握を可能にし、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



高速光無線システム「CANOBEAM」

### “人の目”に近づく高精細なカメラシステムを目指して — 担当者の声

人は見ることでたくさんの情報を読み取ることができるため、災害時も遠隔地から映像で現状把握したいというニーズがありました。また、災害現場での活動は危険を伴い、直接現場に行くことにより二次災害に巻き込まれる可能性があることもこの防災用高所カメラシステムの導入を後押ししています。

近年、カメラシステムの進化は目をみはるものがあり、キヤノンMJは、ハイビジョン情報カメラ「BU-41H/45H」の導入を進めています。このハイビジョン情報カメラは、従来機の6倍の画素数をもつ高精細映像を撮影することができ、まさに“人の目”を代行するシステムになると期待しています。本システムでは遠隔地から災害状況を正確に把握できるため、状況によっては次の事態の予兆を判断する材料も得られます。現状の把握とともに、二次災害の回避によって、大切な人命を守ることができるよう、今後も提案を続けていきます。



キヤノンMJ 映像システム営業本部 映像システム営業部  
映像ソリューション販売課  
課長 馬淵孝之

### 人にやさしい医療機器の充実

#### 医師にも患者さんにも負担の少ないX線デジタル撮影システム

キヤノンは創業当時から胸部疾患の早期発見に威力を発揮するX線カメラを製造販売し、予防医学に貢献してきました。

1998年には世界初のデジタルラジオグラフィ「CXDI」シリーズを発売。X線撮影をデ

デジタル化することで、撮影後すぐに画像が確認できるようになり、患者さんをお待たせする時間が少なくなりました。また、蛍光体の材質や光センサー、画像処理技術を駆使することにより、従来のフィルム撮影に比べて撮影感度を高くできるため、X線の被曝線量の軽減を実現しています。

2003年には、自力では歩けず、撮影室に足を運べない患者さんのところに行ってX線撮影をしたいという医療現場の声を受け、自由に持ち運べるハンディータイプの「CXDI-50G」を発売。その後も、小型・軽量化した製品ラインナップを充実させるなど、ユーザビリティの向上を目指してきました。

最新型のワイヤレスモデル「CXDI-70C Wireless」は、ケーブルをなくすことで撮影時の使い勝手がさらに向上。狭い病室でも他の医療機器のケーブルなどを気にせず、さまざまな方向から撮影できるようになりました。また、撮影時にケーブルが床に接触することがないため、衛生面での課題も解決しています。X線撮影装置には、今後も低被曝・高画質化などさらなる進化が求められます。キヤノンMJは、医療関係者や患者さんの声に真摯に向き合いながら、「人にやさしい医療」の充実に貢献していきます。



ワイヤレスモデル「CXDI-70C Wireless」

## パッケージ化された撮影システムが災害現場で活躍

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た「CXDI-55G」は、病院外でのX線撮影を可能にし、在宅医療や災害医療の分野で貢献しています。

また、ハイチ大地震やニュージーランド地震の災害現場においては、JICA(独立行政法人 国際協力機構)や自衛隊、日本赤十字社の災害派遣医療チームがこのCXDIシステムを使用しています。

日本では、以前は、X線撮影に関する指針が整備されておらず、屋外での使用が制限されていましたが、2009年1月に厚生労働省が、「災害時の救護所などにおけるエックス線撮影装置の安全な使用について」を通知したことを機に、活躍の場がひろがりました。キヤノンMJは、独立行政法人国立病院機構 災害医療センターの医師らとともに、このガイドラインの策定にも協力しました。

2011年3月に起きた東日本大震災では、キヤノン(株)が、被災地への支援策として、「ポータブルX線デジタル撮影システム」5セットを日本赤十字社に寄贈しました。キヤノンMJは、現地での医療活動が円滑に行われるよう、操作指導や修理対応などのサポートを行っています。



東日本大震災の被災地へ贈られた「ポータブルX線デジタル撮影システム」

## オフィスの情報セキュリティに貢献

### 電子メールからの情報漏えいリスクを低減する「GUARDIANWALL」

電子メール(以下、メール)は、誰でも手軽に利用できる半面、送信先やファイル添付の際の間違いにより、個人情報や機密情報が漏えいしてしまうリスクがあります。キヤノンITソリューションズが独自開発・販売する「GUARDIANWALL」<sup>※</sup>は、このようなメールを通じた情報漏えいリスクを、フィルタリングとアーカイブという2つの機能で低減するソフトウェアです。

そのひとつであるフィルタリングとは、メールの中身を検査し、不適切な内容のメール送信を制御する機能です。

「GUARDIANWALL」では、メールのヘッダー、本文、添付ファイルに含まれるテキストについて、事前に設定したキーワードが含まれるかどうか検査し、該当の情報を含んだメールを保留・削除することができます。さらに、2011年1月に販売を開始したVer7.4では、「メールの一時保留機能」や「添付ファイル自動暗号化機能」を新たに搭載。メール送信が一時保留されるため、送信者が誤送信に気付いた場合に、メール送信を中止することができるとともに、万一誤送信してしまった場合でも、添付ファイルが暗号化されているため、被害を最小限に抑えることができます。

もう一方のアーカイブとは、送受信されるすべてのメール本文や添付ファイルのコピーを保存する機能です。保存されたメールを上司や監査担当者がチェックすることで、企業の内部統制などの実現に寄与します。

「GUARDIANWALL」は、こうしたメールのフィルタリング機能とアーカイブ機能を一体化していることが特長です。アーカイブしたメールの内容をチェックした上で、フィルタリングの対象とする情報について検討を行えば、セキュリティレベルを段階的に向上することができます。また、柔軟性のある細かいフィルタリング設定が可能であるため、お客さまの実態に即したルールづくりが可能です。

## アーカイブとフィルタリングによるセキュリティレベルの向上



### 社会の変化やお客さまの期待に応える製品開発

キヤノンITソリューションズでは、社会の変化やお客さまのニーズに応える製品開発が重要と考えています。例えば中小オフィス向けに、社内に専用のサーバーを設置することなく「GUARDIANWALL」の機能を利用できる「GUARDIANWALL ASPサービス」や、独自のフィルタリング技術を活かして、ウェブメールや掲示板・ブログ・SNSサイトなどへの書き込みを制限する「WEBGUARDIAN」なども提供しています。

2010年からは、お客さまの声を製品開発にフィードバックするため、導入をいただいているお客さまへの訪問活動をスタートしました。これまで延べ200社以上を訪問し、お客さまがどのように製品を使われているか、どのような新機能を望まれているかなどを直接お聞きし、その内容を製品開発に活かしています。

近年では、漏えい事故に対して従業員への厳しい懲戒処分が行われる事例が増えています。キヤノンITソリューションズが提供するセキュリティソリューションは、会社の情報を守ると同時に、会社で働く従業員を守る役目もあります。キヤノンMJグループは、今後も質の高い製品・ソリューションの提供を通じて、誰もが安心して働ける環境の実現に貢献していきます。

## 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推進に関する2010年重要テーマと成果

#### CSR行動計画

- キヤノンMJグループCSR行動計画(2011年～)

### 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](http://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」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

する階層別教育やグループ全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

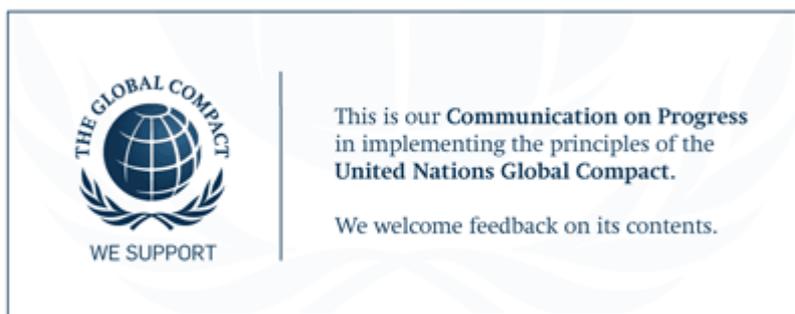
キヤノンMJは、国連が提唱する「人権・労働基準・環境・腐敗防止」に関する普遍的原則「グローバル・コンパクト」に署名しています。

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。

## Communication on Progress (COPs) の提出に関して

Communication on Progress (COPs)とは、自社のProgress (改善・進捗)、すなわち、「グローバル・コンパクト」の原則をどのように実施し、どのような成果を得たかをステークホルダーに報告するレポートです。

キヤノンMJは2010年、署名後初となるCOPsとして本報告書(CSR活動ウェブサイト)を提出しました。



「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。

### キヤノンマーケティングジャパングループ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

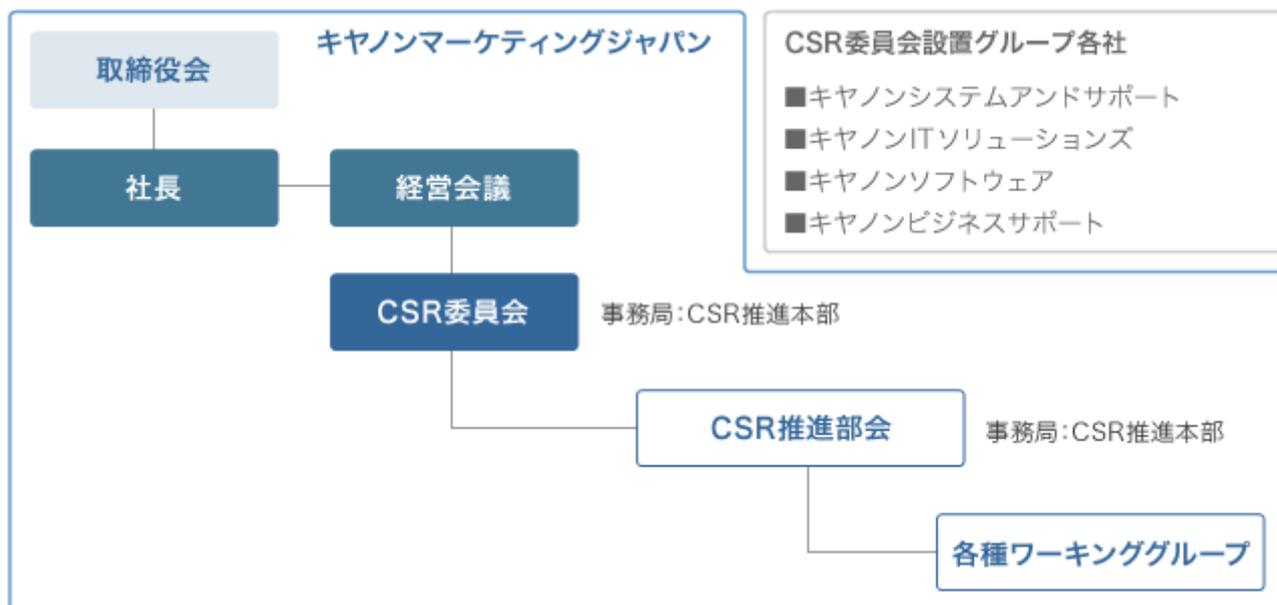
代表取締役社長

## CSR推進体制

キャノン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、キャノン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(2011年4月現在)

### キャノン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 (キャノンシステムアンドサポート、キャノンMJアイティグループホールディングス、 キャノンITソリューションズ、キャノンソフトウェア、キャ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あげるべく、2010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2010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	国連グローバル・コンパクト署名後初のCommunication on Progress (COPs)として「CSR報告書2010」を提出。	<a href="#">CSRの考え方</a>
社会的責任の遂行に対するグループ共有の行動計画を策定	「キヤノンMJグループ CSR行動計画」を策定。(2011年から実行)	<a href="#">CSR行動計画</a>

#### 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
メールマガジン「今週のコンプライアンス」の配信	グループ全従業員に、タイムリーなコンプライアンス情報を毎週配信(配信回数:合計52回)。	<a href="#">コンプライアンス</a>
コンプライアンス・ミーティングの実施	上期:職場のリスク洗い出しと対策チェック 下期:ケースを用いた組織予防策討議 グループ各社の各職場で、実施(実施組織数:約2,200課)	
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、意識・知識・行動と施策評価の調査を実施(回答率:92%)。	

#### 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)の効率化と効果的な運用	1. EMS文書管理のシステム化 2. キヤノングループ統合マネジメント認証の維持	<a href="#">環境マネジメント</a>
事業所の環境負荷低減	グループ会社を含め、各拠点で削減活動を推進。2010年CO <sub>2</sub> 排出量実績:38,726t-CO <sub>2</sub> (2007年比で総排出量比21.5%削減、従業員比24.4%削減) 1. オフィスの省エネ運用の徹底 2. 自動車の効率的な利用と省エネ自動車の導入 3. 紙資源のリサイクル 4. グリーンITの推進	<a href="#">事業所での環境負荷低減</a>
環境配慮製品の提供および環境配慮物流の推進	環境配慮製品の提供 1. オフセットクレジットを利用して製造段階までのCO <sub>2</sub> 排出量ゼロ <sup>※</sup> を実現したRefreshedシリーズ新機種「iR C3380F-R」を発売。 2. キヤノンMJグループが推進する社会貢献活動「未来につながるさとプロジェクト」に対して、その販売数量に応じた金額を寄付する環境対応用紙「PB PAPER」を発売。 物流効率化・梱包材削減	<a href="#">お客さま先での環境負荷低減</a>

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 家電量販店向け他社との共同配送適用範囲を拡大し、従来比で155t-CO<sub>2</sub>削減。</li> <li>2. 製品の梱包材削減の活動を継続。製品修理配送、量販店・ルート配送、保守用サービスパーツにおける削減活動で327t-CO<sub>2</sub>削減。</li> </ol>	
お客様の環境配慮活動支援	<p>お客さま先の環境負荷低減につながる情報を発信</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. お客様環境配慮活動を支援するウェブサイト「GREEN NAVI」にホーム編、ITソリューション編を追加。</li> <li>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」の適用製品拡大により、2010年の公開件数は17品目165機種。</li> </ol>	<a href="#">お客さま先での環境負荷低減</a>
生物多様性への対応	日本経団連・「生物多様性 民間参画イニシアティブ」へ参加(2010年10月)	<a href="#">未来につなぐふるさとプロジェクト</a>

※ 製造段階までに発生するCO<sub>2</sub>排出量に相当するCO<sub>2</sub>排出枠を購入してオフセット(相殺)することにより、理論上、CO<sub>2</sub>排出量がゼロになるという意味です。

#### 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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「グループ情報セキュリティ基本方針」と「グループ情報セキュリティマネジメント規程」の制定。</li> <li>2. 「インシデント管理システム」の導入開始。</li> </ol>	<a href="#">情報セキュリティマネジメント</a>
第三者認証による客観的評価と改善	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ISMS認証取得範囲の拡大(新規取得会社:キヤノンカスタマーサポート、キヤノンプリントスクエア、キヤノンビズアテンダ)。</li> <li>2. ISMS認証の部分統合(キヤノンMJグループ4社、キヤノンITソリューションズグループ2社)。</li> </ol>	<a href="#">第三者認証の効果的な活用</a>
個人情報保護の継続的強化・改善	国内グループ会社19社のうち、15社でプライバシーマークの認証を取得(新規取得会社:キヤノンプリントスクエア、オーエーエル)。	<a href="#">第三者認証の効果的な活用</a>
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(2010年12月時点)。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ISMS推進担当者:3,333名</li> <li>2. ISMS内部監査員:485名</li> <li>3. 個人情報保護キーパーソン:380名</li> </ol>	<a href="#">情報セキュリティ人材の育成</a>
情報セキュリティ活動の積極的な情報開示	「キヤノンMJグループ情報セキュリティ報告書2010」を発行。	<a href="#">積極的な情報開示と社会への貢献</a>

#### 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	首都直下地震・新型インフルエンザを想定したBCPの定期的な訓練や計画の見直し、評価などをPDCAマネジメントサイクルに沿って実施	<a href="#">リスクマネジメント</a>

#### 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
キヤノン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開示	<ol style="list-style-type: none"> <li>「キヤノンMJグループ CSR報告書2010」(ダイジェスト版を含む)を発行。</li> <li>CSR活動情報の開示媒体の主体を冊子からウェブサイトへ移行。</li> </ol>	<a href="#">CSR報告書</a>
ステークホルダーへのCSRコミュニケーションと啓発	<ol style="list-style-type: none"> <li>お客さま、ビジネスパートナーに向けたキヤノンMJグループCSR活動紹介セミナーを実施(延べ35回)。</li> <li>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、キャリア入社者など)。</li> </ol>	<a href="#">お客さまとともにCSRの考え方</a>

## 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)
- 安全で健康に働けることは幸せ

実施項目	実施内容と成果	掲載ページ
自己健康管理力のベースアップを図る取り組み	「健康処方箋～天使の習慣・悪魔の習慣～」を発行(2010年9月)。	<a href="#">働きやすく快適な職場環境の整備</a>
労働災害削減の取り組み	5S強化月間の実施(2010年4月、8月、12月)	
救命救急体制の整備	救命講習受講者1,638名(2011年2月現在)	

## 重要テーマ 8：キヤノン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
社会貢献活動における独自のプロジェクトの実践	<p>ステークホルダー参加型プロジェクト「未来につなぐふるさとプロジェクト」を2010年5月より開始</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ボランティア活動 <ul style="list-style-type: none"> <li>・2010年に延べ35回のボランティア活動を実施し、延べ796名が参加。</li> <li>・全国9つのNPO団体と連携しプログラムを推進。</li> </ul> </li> <li>カーボン・オフセットの取り組み <ul style="list-style-type: none"> <li>・使用済みカートリッジ回収時にトラックなどから排出するCO<sub>2</sub> 265t<sup>※</sup>を、釜石地方森林組合の森林吸収クレジット(J-VER)購入によりオフセット。</li> <li>・「RefreshedシリーズiR C3380F-R」製造段階までに発生するCO<sub>2</sub> 110t<sup>※</sup>を、三重県大台町の森林吸収クレジット(J-VER)購入によりオフセット。</li> </ul> </li> </ol>	<a href="#">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</a>

※ キヤノン独自の方法で算出

## CSRマネジメントCSR行動計画

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、2011年度より「キヤノンマーケティングジャパングループ CSR行動計画」を定め、具体的な行動と目標を明文化して、社会的責任を果たすとともに、社会的価値を生み出す為の取り組みを行っています。これらの行動の成果や実績を組織的に把握し、評価を行ない、見直しと改善を続けます。以下に、「価値提供」「セキュアな社会」「人とくらし・しごと・社会」「環境との共存」のテーマ別に取り組みをご紹介します。

### キヤノンMJグループCSR行動計画 (2011年～)

なお、  
以下の計  
画は



2011年1月よりスタートしておりますが、2011年3月の東日本大震災の発生に伴う社会情勢の変化に応じて、計画の修正・見直しを行ってまいります。修正・変更に関しましては、随時、本ページに反映致します。

## 価値提供

### 本業による社会的課題解決

#### 医療機器のラインアップを拡充します

成熟社会の医療サービスに役立つ検査・診断機器のラインアップを拡充し、システムの性能を強化します。在宅や災害医療現場での課題の解決と医療基盤整備を実現する商品サービスを提供します。

#### エネルギー消費を可視化するサービスを提供します

お客さまのエネルギー消費量の計測・可視化、省エネ制御やレポート作成など、環境経営を支援する総合サービスを2015年までに構築します。

#### 地域やNPOを関連づけた製品・サービスを提供します

地域密着型商品や、寄付付き商品、カーボンオフセット商品などを企画・販売し、コミュニティやNPOをバリューチェーンに関連づけます。2015年までにベースとなるビジネスモデルを確立します。

## 品質

#### 新・製品安全教育プログラムを実施します

「キヤノンMJ製品安全自主行動計画」に基づき、重点組織向けの製品安全教育プログラムを作成し、2012年までに実施を開始します。

#### 品質管理レベルの向上を図ります

「品質・PL委員会」が中心となって品質関連規程・ガイドラインを見直し、2012年までに新たな品質管理基準を適用します。

#### お客さまの声を製品・サービスにつなぐ新たなしくみをつくります

製販共同のプロジェクトにより、「お客さまの声」の収集分析、商品化や事業計画への反映、恒常的な改善のしくみをつくり、2013年までに主力商品について軌道にのせます。

## 知財の創出、活用

#### 知的財産の取得を推進し知財ポートフォリオを構築します

2010年は、前年比で約90件増の特許出願をしています。今後も、特許出願件数を増加させ、知識社会においてお客さまや社会のニーズに応えるための知財ポートフォリオを構築します。

## 情報のユーザビリティ

## ポータルサービスによる情報配信を拡大します

「キヤノンお知らせメッセージ」「CANON IMAGE GATEWAY」「キヤノンフォトサークル」の利用者拡大とサービス連携を推進していきます。

## ホームページをJIS X8341-3:改訂版に準拠させます

2013年までに、ホームページを「JIS X8341-3:改訂版」に準拠した仕様にリニューアルし、アクセシビリティを向上させます。

## バリューチェーンネットワーク

### お取引先やお客さまのバリューチェーンをつなげます

ユーザー会やパートナー会を通じて、お取引先やお客さま同士のバリューチェーンネットワークの形成を支援します。

### 「本社部門・無形資産活用セミナー」を開催します

キヤノンMJのノウハウを紹介する「本社部門・無形資産活用セミナー」をお客さまやお取引先を対象に開催し、お取引先やお客さまのバリューチェーンの強化を支援します。3年間で150回を目標とします。

## コミュニケーション

### 写真文化を体験する参加型コミュニケーションを推進します

写真の楽しさや喜びを体験していただける、撮影会・トークショー・セミナーなど参加型の催しを多数企画していきます。体験や交流を写真文化の高揚につなげます。

## セキュアな社会

### CSR調達

#### CSR調達ガイドラインへの協力を取引先に要請します

2012年までに主要サプライヤーにCSR調達ガイドラインへの協力要請を完了し、取組み状況を把握して、結果に基づいた是正・支援活動を適切に行うことができる体制を整えます。

### BCM

#### 首都直下地震と新型インフルエンザ対応のBCPを強化します

首都直下地震および新型インフルエンザ対応のBCPを、訓練などを通じたPDCAサイクルにより改善・強化し、ISO規格(2012年規格化予定)取得レベルの危機管理体制をつくります。

#### DRP(Disaster Recovery Plan)を策定します

2012年までに、ディザスター・リカバリー・プラン(DRP)を策定します。

## 情報セキュリティ

### ISMSとPMSの推進と運用の効率化を進めます

情報セキュリティ成熟度の向上のため情報セキュリティマネジメントの均質化の手段としてISMSとPMSのグループ展開を図ります。また、グループ統合化により運用の効率化を図ります。

### 情報セキュリティ対策を最適化します

グループ共通のベースライン対策と事業特性に応じた対策の双方の最適化を行います。また人的セキュリティの向上のための教育にも取り組みます。

## コンプライアンス

### 多面的なコンプライアンス教育・啓発活動を継続します

メールマガジンによる情報配信や、研修教育、コンプライアンス意識調査の実施など、多面的な活動を継続的に実施して、従業員のコンプライアンス意識・知識を強化します。

## 職場ごとのコンプライアンス・ミーティングを、すべての部門で実施します

各職場が主体のコンプライアンス・ミーティングを年2回、すべての課で実施します。現場の業務に呼応したコンプライアンスリスク対策を継続して話し合い、職場のコンプライアンスリスク対策の基盤を固めます。

## 救急救命

### 延べ3万人以上にAEDによる心肺蘇生法の講習をします

AEDを拡販するとともに、全国各地でAEDによる心肺蘇生法の講習会を実施し、AEDによる救急救命法を広く普及させます。2010～2012年の講習受講者数として、延べ3万人以上を目標とします。

## 人と「くらし、しごと、社会」

### サステナブル人材の育成

#### 参加体験型教育プログラムによる社会教育を実施します

参加体験型教育プログラムを導入し、社会的課題を理解し仕事に活かすサステナブルな人材を育成します。2013年までに重要な個別テーマについて、組織的な取り組みを実践できる人員数にします。

※1 上記以外に、従業員の健康、職場の安全衛生などのテーマについては、別途、「安全衛生委員会」の活動により、目標と計画を定めて取り組んでいます。

## 環境との共存

### 事業と環境のバランス

#### 事業活動におけるエネルギー使用量・CO<sub>2</sub>排出量を削減します

社員の環境意識を喚起し、オフィス内や社有車利用における環境配慮の行動を定着させます。また、輸送・梱包の省資源化を進め、物流に関わるエネルギー消費を削減します。

#### お客さまのCO<sub>2</sub>排出量を年間10万t削減します

省エネデバイスやITS商品をお客さまにお使いいただくことにより、お客さまのCO<sub>2</sub>排出量を削減します。

#### 環境ボランティア活動に、延べ3,000人が参加します

従業員をはじめ、お客さま・お取引先など外部のステークホルダーもともに参加するボランティア活動を継続して展開します。2010～2012年に延べ3,000人以上の参加を目指します。

#### 2012年までに純正PPC用紙を森林認証紙に切り替えます

生物に由来する商品について、自然保護関連商品の優先調達を拡大し、生物多様性の保全に貢献します。

#### 2012年の再資源化率99.5%以上を維持します

回収した使用済み商品の再資源化と有効利用の推進により、資源の開発に伴う環境破壊のリスクを低減し、生物多様性の保全に貢献します。



## 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は、経営における透明性の向上と経営目標の達成に向けた経営監視機能の強化が極めて重要であると認識し、コーポレート・ガバナンスの充実に向けてさまざまな取り組みを実施しております。

## 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。高い意識を持ち続けるために、さまざまな方法で意識啓発を行っています。

### 経営層からの啓発メッセージ発信

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、直接経営トップから従業員に向けて、啓発メッセージを発信しています。

### コンプライアンス意識共有のための行動規範と「コンプライアンス・カード」

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

### 対面形式によるコンプライアンス意識啓発教育の実施

意識啓発のための教育はあえて対面形式にこだわり、新入社員研修や新任ライン管理職研修など、それぞれの立場に応じたコンプライアンス意識啓発教育を実施しています。

#### 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「今週のコンプライアンス」の毎週配信

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月よりメールマガジン「今週のコンプライアンス」を毎週

欠かさず配信しています。

「今週のコンプライアンス」は、朝礼や課ミーティングなどでも積極的に活用され、従業員からは、「業務視点で多面的にリスクが解説され、わかりやすい」、「担当業務外のことも勉強になる」、「月曜日朝に配信されるので気が引き締まる」などの意見が寄せられています。

## 2010年度の主な配信内容

- 独占禁止法が改正されました
- 「下請事業者との適正取引」を推進する
- 「これってどうなの・・・著作権侵害!？」
- ケースで考えるセクシュアルハラスメント
- 業務の見直しをしましょう! ～内部統制活動を通じて～

※1 2010年実績:合計52回配信(2010年12月末までの累計実績:337回)

## コンプライアンス事例集「実践!企業倫理読本」の配布

「実践!企業倫理読本」とは、具体的な場面を事例で解説した冊子です。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。

## 正しい知識を効果的に身につけるウェブ教育

全従業員を対象に、設問診断形式のウェブ教育を年1回実施しています。この教育形式は、設問・選択肢・解説それぞれに理解すべき事柄が埋め込まれており、正解を導き出す過程で必要な知識が習得できます。また、解説を読むことで正解だけでなく不正解の理由をその場で確認することができます。

## 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、職場ごとに「コンプライアンス・ミーティング」を実施しています。このコンプライアンス・ミーティングでは、職場のコンプライアンスリスクと予防策を全員で話し合い、次回ミーティングまでの実施事項を確認します。そして、次回ミーティングでその成果をチェック、改善や新たな課題を設定しています。コンプライアンス・ミーティングを一つのきっかけとして、各職場で従業員一人ひとりがコンプライアンスリスクを認識・共有し、コンプライアンス意識をもって業務を遂行しています。



コンプライアンス・ミーティング

## 2010年度のミーティングテーマ

- 上期(4～6月)  
内容:職場のコンプライアンスリスク洗い出しと対策議論
- 下期(10～12月)  
内容:ケース(事例)を使った話し合いー登場人物の問題点と組織としての予防策の議論

## 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の実施

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。

## 2010年度の調査結果

### 設問について

コンプライアンスに関する「意識」・「知識」・「行動」について無記名式で調査を実施しました。また、「今週のコンプライアンス」やコンプライアンス・ミーティングなど、各コンプライアンス施策の有効性について初めて調査を実施しました。

### コンプライアンス「意識」・「知識」・「行動」レベルの調査結果

2010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。また、完全肯定回答（「そう思う」）で見ると、「意識」・「知識」・「行動」レベルのそれぞれで前年度より改善傾向がみられました。しかし、「意識」レベルの高さに比べ、「知識」・「行動」レベルはやや劣り、また各社・各部門でばらつきがみられました。

この結果を受け、2011年度のコンプライアンス活動は、コンプライアンス「知識」・「行動」レベルの一層の向上に向けた取り組みを強化します

### コンプライアンス施策の有効性調査結果

各施策で肯定回答が90%前後となり、多くの従業員から高い支持を得ていることがわかりました。

## 内部通報制度の運営

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

## 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 ※ 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、2010年にBCM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、PDCAマネジメントサイクルの管理などを行っています。

※ Business Continuity Plan: 事業継続計画

### BCPの取り組み

2010年は、安否確認システムによる安否確認訓練、各BCPの定期的な訓練や計画の見直し、評価などを、PDCAマネジメントサイクルに沿って実践しました。

### 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。

### 新型インフルエンザへの対応

強毒性の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、社会機能維持事業者を中心としたお客さまへのサービス提供業務を継続する体制を整備しています。

## 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製品やサービス、サポートについて、キヤノンクオリティを保証し、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に関する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体制の構築と管理を行っています。



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<sup>※</sup>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、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](http://canon.jp)】

キヤノン(株)とキヤノンMJは、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、両社のウェブサイトを統合し、ウェブブランド「[canon.jp](http://canon.jp)」を共同運営しています。

「canon.jp」では、スピーディーな企業情報の提供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きようデザインを再構築し、すべての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できるよう常に改善に取り組んでいます。具体的には、誰もが理解しやすき文書の構造や情報の配置への統一を進めるとともに、高齢の方や障がいのある方々でも必要な情報にアクセスしやすきよう、音声読み上げや画面拡大を行うしくみを導入しています。

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の出願公開件数は、2007年に87件だったものが、2010年には161件となり、それに伴って、特許登録件数も2007年の29件から、2010年の79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。



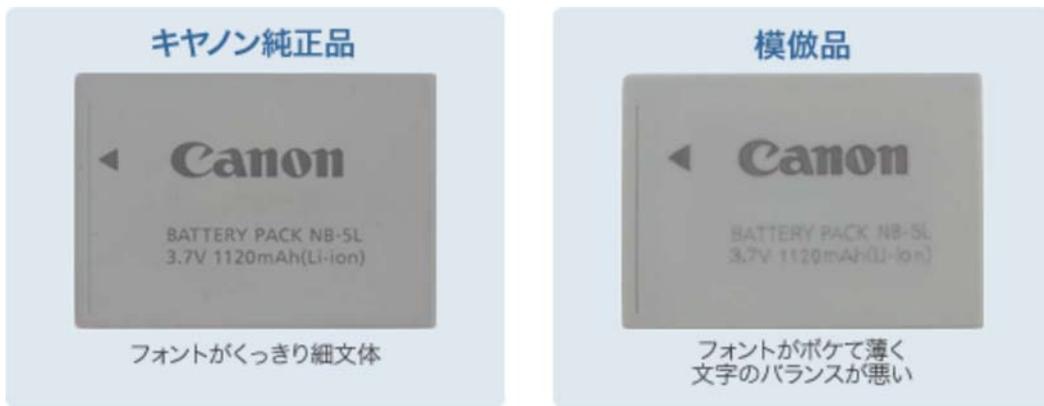
特許の出願公開件数と登録件数

## 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、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では、製品本体に記載されている文字のフォントが、純正品と異なる模倣品が発見されています。また、キヤノン(株)とキヤノンMJの共同の対策として、ネットオークションにデジタルカメラ・デジタルビデオカメラ用バッテリーパックの模倣品を出品していた者に対し警告書を送付し、供給ルートの開示やキヤノンに対する権利侵害の停止などを約束する書面を得るなど、一定の成果をあげています。



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
- 事業所や物流におけるCO<sub>2</sub>排出量削減
- 製品・ITソリューションでお客さまのCO<sub>2</sub>排出量削減に大きく貢献
- 環境分野で社会に貢献
- CO<sub>2</sub>削減目標を設定
- 2010年トピックス

#### 環境マネジメント

- キヤノングループ統合環境マネジメントのスコープ
- キヤノンMJグループ環境マネジメント運営組織
- 2010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CO<sub>2</sub>排出量の低減
- オフィスコントロールの取り組み
- 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

- 製品回収におけるお客さまの利便性向上と効率化
- より環境負荷の少ないリサイクルフローの推進
- お客さまとの取り組み

#### 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CO<sub>2</sub>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、こちらのページでご覧いただけます。

## 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)では、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。

#### 『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、私たちの提供する商品やITソリューションを通じてともに環境負荷低減活動を行います。



### 『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、次の3つの活動を行います。



### 事業所や物流におけるCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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様のCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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

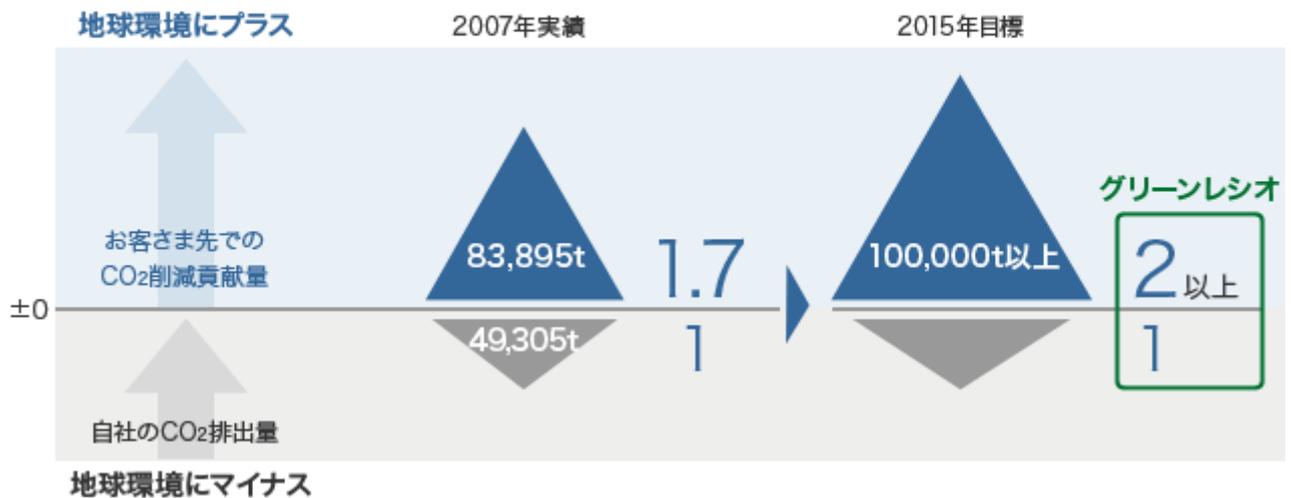
## 「未来につなぐふるさとプロジェクト」スタート

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月には、「未来につなぐふるさとプロジェクト」をスタートしました。

## グリーンレシオを設定

キヤノンMJグループは、事業所や物流におけるCO<sub>2</sub>削減量とお客さま先でのCO<sub>2</sub>削減貢献量について、「お客さま先でのCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>排出量とお客さま先でのCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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」



## 2010年のグリーンレシオ達成状況

2010年グリーンレシオ

1:2.9

- オフィスや物流の省エネ活動による自社のCO<sub>2</sub>大幅削減
- 新製品「imageRUNNER ADVANCE」の販売拡大によるお客さま先でのCO<sub>2</sub>大幅削減

2010年は、自社のCO<sub>2</sub>排出量削減では、オフィスや物流の省エネ活動を一層推進したことにより、CO<sub>2</sub>排出量を絶対量で大幅に削減できました。また、お客さま先のCO<sub>2</sub>削減活動への貢献では、新製品「imageRUNNER ADVANCE」の販売拡大などにより、CO<sub>2</sub>削減貢献量を大幅に増やすことができました。これにより、グリーンレシオは、「1:2.9」となりました。

なお、2015年におけるグリーンレシオ「1:2以上」は、2012年の新データセンター稼働を勘案し、計画しています。

## 2010年トピックス

### 日経「環境経営度調査」商社部門で3位

日本経済新聞社が2010年に実施した第14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366点を獲得し、3位に入りました。これは、企業における環境保全活動と経営効率の向上の両立を評価するものです。

## 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、『未来の森』2015を実現するために、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、自社CO<sub>2</sub>排出量の削減とお客さまや社会の環境負荷低減に取り組んでいます。

### キヤノングループ統合環境マネジメントのスコープ

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、「つくる」「つかう」「いかす」の3つのステージで環境負荷低減に取り組んでいます。



お客さま接点に立つキヤノンMJグループは、「つくる」のステージでは、マーケティング活動において使用する事業所や物流の省エネを推進するため、オフィスコントロールやワークスタイルの変革、エコ物流に取り組んでいます。「つかう」のステージでは、お客さま先の環境負荷低減につながる製品やITソリューションの提案、関連する環境情報の発信を行っています。「いかす」のステージでは、回収・リサイクル活動として、使用済みの複合機やカートリッジなど消耗品の回収を行い、リサイクルにつなげています。

※ 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。

### マネジメントシステムの効率化への取り組み

#### キヤノングループ統合環境マネジメントによる効果

キヤノングループ各社の環境マネジメントシステムを統合化することで、グループガバナンスの強化を図るとともに、方針・規程類の整備やマネジメント業務の重複廃除などの効率化も実現しました。

#### 環境マネジメントシステム文書の電子化による効果

環境マネジメントシステムを運用する際に発生する膨大な管理文書を電子化することで、ペーパーレスによる省資源化、ワークフローの効率化を実現しました。

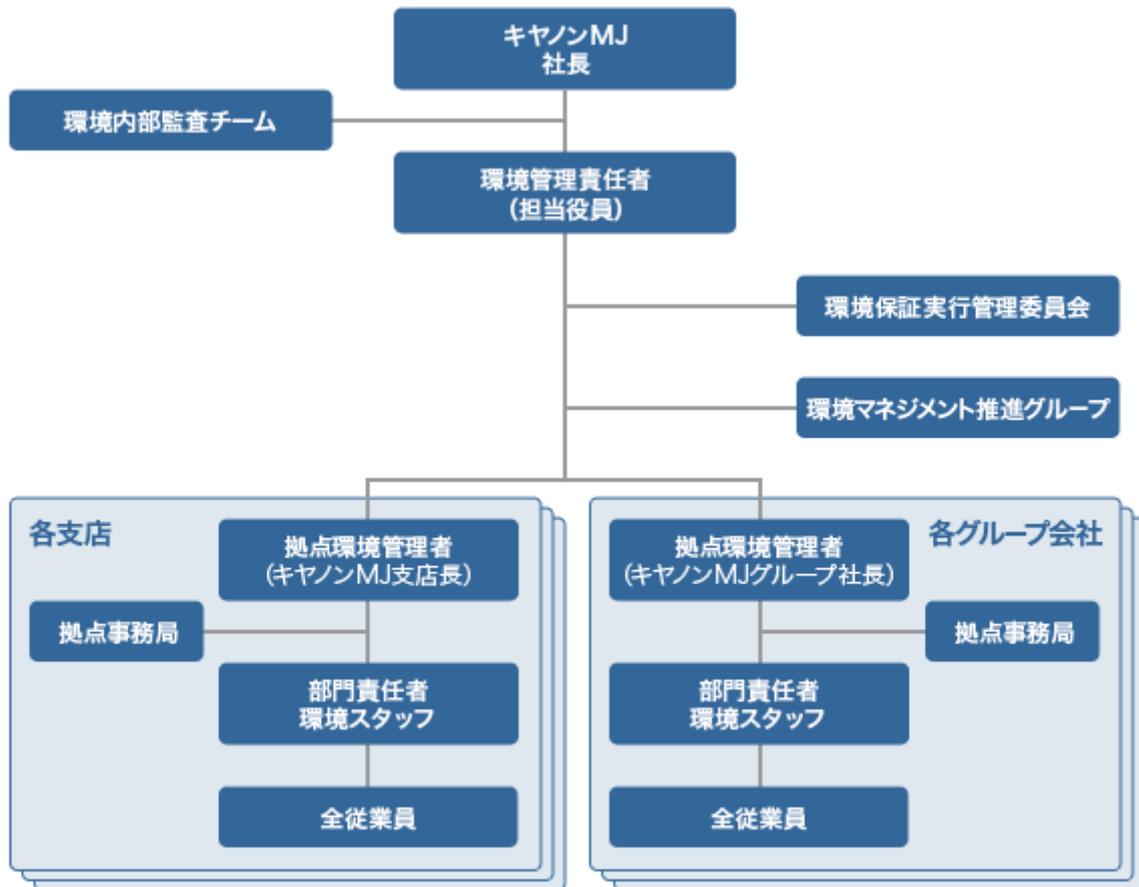
## ISO14001:2004統合認証を取得した企業(2011年6月現在)

- 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
  - 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
  - エス・エス・ジェイ株式会社
  - 株式会社AES
  - ガーデンネットワーク株式会社
  - クオリサイトテクノロジーズ株式会社
- 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
- キヤノンプリントスクエア株式会社
- エディフィストラーニング株式会社
- キヤノンカスタマーサポート株式会社
- キヤノンフィールドアシスト株式会社

## キヤノンMJグループ環境マネジメント運営組織

キヤノンMJグループでは、キヤノンMJ社長、環境管理責任者(キヤノンMJ担当役員)のもとに、環境方針や環境目的・目標の策定などを行う「環境保証実行管理委員会」と、各拠点を総括する「環境マネジメント推進グループ」を設置しています。キヤノンMJの各支店やグループ会社に、拠点環境管理者、拠点事務局を設け、グループ全体の環境活動を全員参加で推進しています。

(2010年:キヤノンMJ全拠点およびグループ会社16社の従業員約19,000名)



## 2010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

2015年までに、お客さま先でのCO<sub>2</sub>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

#### 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を支援する情報発信

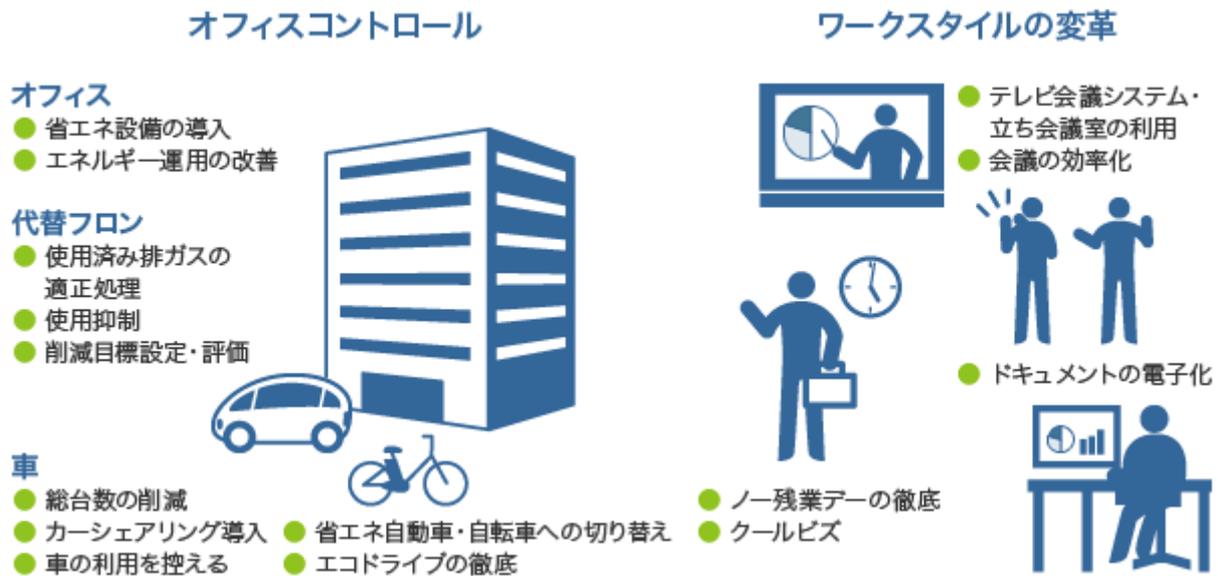
2010年度GREEN NAVI活動の推進

## 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CO<sub>2</sub>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。



### 2010年のCO<sub>2</sub>排出量の削減目標と実績

2010年におけるキヤノンMJグループのCO<sub>2</sub>排出量は、38,726トンでした。2007年比の削減実績は以下の通りです。



キヤノンMJグループCO<sub>2</sub>排出量の推移

#### 2010年のCO<sub>2</sub>排出量の削減実績(2007年比)

総排出量比	21.5%削減
従業員原単位比	24.4%削減
売上原単位比	5.4%増加
エネルギーコスト比	16.4%削減

## 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CO<sub>2</sub>排出量を削減

キヤノンMJの本社ビルであるキヤノン S タワーは、2003年の竣工当初より省エネ設計のビルですが、それに甘んじることなくビルのCO<sub>2</sub>排出量を削減するため、エネルギー運用改善の徹底により大きな成果をあげることになりました。

その結果、2008年から2009年の2年間で22%のCO<sub>2</sub>排出量を削減し、この取り組みが評価され「関東経済産業局長賞」を受賞しました。現在、さらなるCO<sub>2</sub>削減に向けて「省エネオフィス支援ソリューション」を導入し、従業員が一丸となって省エネ活動を推進しています。

※「省エネオフィス支援ソリューション」は、キヤノンITソリューションズが支援し、提案しています。

### 2010年にキヤノン S タワーで実施したオフィスコントロール

- 「省エネオフィス支援ソリューション」導入によるエネルギーの見える化
- 風量調整、給気温度の調整によるエネルギー使用効率の向上
- 自動ドアの開閉調整による外気取り入れ量の抑制
- 空調の運転スケジュールの見直しによるエネルギー使用効率の向上
- 従業員への啓発と従業員の協力による省エネ活動（ノー残業デーの徹底・昼休み一斉消灯・事務所内の一部消灯ほか）

#### 「省エネオフィス支援ソリューション」の導入

「省エネオフィス支援ソリューション」の導入により、従業員のパソコンでオフィスの電力使用量が確認できるようになり、過去データや他部門のデータと比較することで、従業員一人ひとりの省エネ意識向上と改善活動に結び付けています。さらに、そういった活動事例を社内で紹介し、水平展開しています。

また、人感センサーと連動した自動照明制御システムの機能により、無駄な点灯を制御し、会議室あるいは応接室の効率的な管理運用が可能になりました。

この省エネソリューションは、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。

### キヤノン S タワー、2010年「関東経済産業局長賞」を受賞

キヤノン S タワーの省エネ活動は、2010年3月3日に(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による省エネ活動

### 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、社有車の効率的な利用を促進するために、社内カーシェアリング制度を導入しています。従業員は、社有車の利用状況を専用ウェブ画面から確認でき、無駄なく利用できます。

この結果、自動車保有台数の削減、CO<sub>2</sub>排出量の削減、環境にやさしい移動手段へのシフトを実現しました。

### テレマティクスシステムの導入

キヤノンMJでは、「エコドライブ」を徹底するために、テレマティクスシステムを導入しています。各自動車にテレマティクスシステムを搭載し、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、ドライバーと車両管理者へフィードバックしています。

この結果、安全運転・環境に配慮した運転が徹底され、事故・違反が減少しました。

### 省エネ自動車の導入

キヤノンMJでは、省エネや環境負荷の低減のために、社有車をリースアップのタイミングでハイブリッド車、電気自動車、燃費の良いコンパクトカーへ入れ替えています。

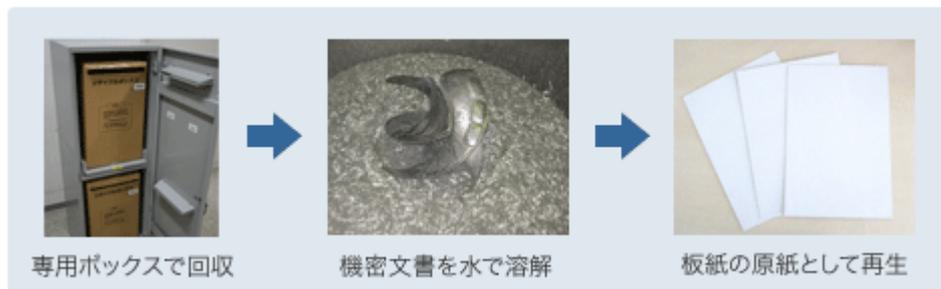


品川地区に導入した電気自動車

## 紙資源のリサイクル

キャノンMJグループでは、オフィスで発生する機密文書の廃棄にあたり、資源の有効活用と廃棄物削減に取り組んでいます。具体的には、機密文書回収ボックスに集まった機密文書を、キャノンMJグループ会社のオーエーエルが提供している「機密文書リサイクルサービス」を利用して、製紙工場へ搬入して溶解し、ダンボールの中芯やティッシュ箱などの板紙に再生しています。

### 材料リサイクルの例



機密文書リサイクルの流れ

## グリーンITの推進

キャノンMJでは、2010年度に基幹業務システムが稼働するサーバーとストレージのリプレースを実施し、仮想化環境への移行・統合を行いました。これにより、物理的なサーバー台数の削減やストレージの有効利用が促進し、電気代・空調代の削減はもとより、CO<sub>2</sub>排出量を抑制しました。グリーンIT活用による2010年の効果は、以下の通りです。

### 2010年のグリーンIT活用による効果(2009年比)

	基幹ストレージ	基幹システムサーバー
CO <sub>2</sub> 排出量	81%削減	82%削減
電気代・空調代	64%削減	63%削減

## ワークスタイルの変革

### テレビ会議システムやテレビ電話の利用



テレビ会議システムを利用して開催した拠点EMS事務局連絡  
会

CAOCAOをモニターにつなげて開催した責任者会議(キャノ  
ンS&S)

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CO<sub>2</sub>削減にも大きな効果があるため、キャノン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。キャノンMJでは全拠点、キャノンMJグループでは使用頻度の高い拠点に導入しています。

2010年は、キャノンMJ単体で23,577.1時間の利用がありました。

また、キャノンシステムアンドサポート(以下、キャノンS&S)では、ASPを利用したテレビ電話システム「CAOCAO」を主要な拠点に導入することで、社内コミュニケーションの活性化につなげています。

2010年4月から12月に利用した通話回数は3,847回、通話時間は147,059.9分になりました。

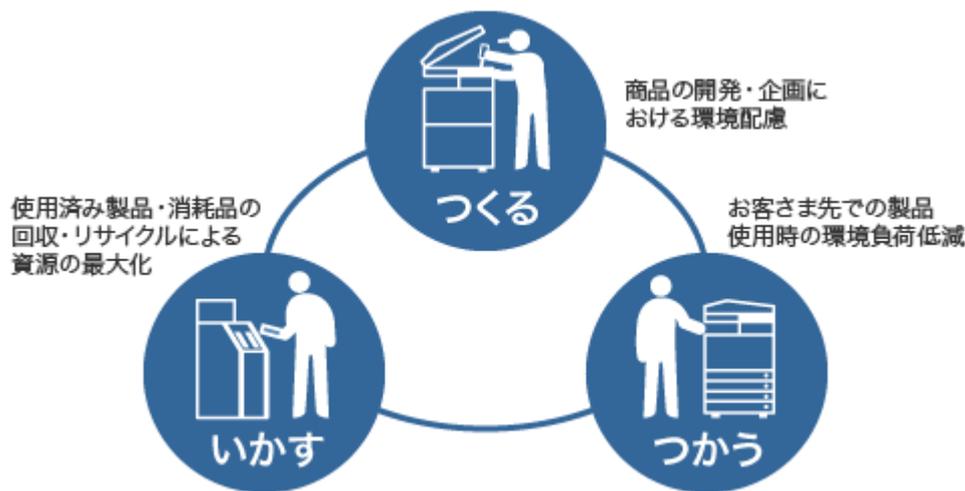
## 環境経営製品ライフサイクルにおける環境配慮

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、独自商品の企画・開発はもちろん、お客さま先での使い方、使用後の回収・リサイクルなどトータルで考え、お客さまや社会全体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、地球温暖化防止、資源の効率的な活用、有害物質の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時の環境負荷低減や、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に貢献していきます。



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。

また、製品本体における環境配慮だけでなく、オフセット・クレジットを利用した商品や、売り上げの一部を社会貢献活動に寄付する商品など多様な取り組みも行っています。

### 製造段階までに発生するCO<sub>2</sub>をオフセット—Refreshedシリーズ「iR C3380F-R」

キヤノンは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シリーズの新機種「iR C3380F-R」を2010年11月に発売しました。

Refreshedシリーズ「iR C3380F-R」は、キヤノン独自の再生技術により質量比で平均84%の部品リユース率を達成し、製造段階までのCO<sub>2</sub>排出量を新品製造時と比べ平均80%削減<sup>※1</sup>しています。

さらに環境省創設のオフセット・クレジット制度を利用して、製造段階までのCO<sub>2</sub>排出量ゼロを実現<sup>※2</sup>しています。

キヤノン独自の算出方法にて算出。

※1

※2 製造段階までに発生するCO<sub>2</sub>排出量に相当するCO<sub>2</sub>排出枠を購入してオフセット(相殺)することにより、理論上、CO<sub>2</sub>排出量がゼロになるという意味です。



Refreshedシリーズ「iR C3380F-R」

## 売上の一部を社会貢献プロジェクトに寄付—PPC用紙「PB PAPER」

キヤノンMJは、2010年12月に社会貢献型PPC用紙「PB PAPER」を発売しました。

PPC用紙「PB PAPER」は、販売量に応じた金額を社会貢献プロジェクト「未来につながるふるさとプロジェクト」に寄付しています。

また、A4サイズ of 用紙に5,000枚入り大容量パッケージを採用することで、配送頻度の低減による物流時のCO<sub>2</sub>排出量削減やゴミの削減にも貢献しています。



PPC用紙「PB PAPER」

## 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、ドキュメントソリューションをはじめさまざまなITソリューションを提供しています。これらITソリューションの活用は業務効率化やコストダウンだけでなく、人や物の移動削減、資源の消費抑制など環境負荷低減につながることができます。

#### キヤノンMJグループが提供する主なITソリューションとその環境負荷低減効果

カテゴリー	主なソリューション	環境負荷低減効果
リー		

ドキュメン ト	電子帳票システム、ドキュメントマネジメントシステム、出力管理システム、ECMソリューション	無駄な紙消費の削減、書類保管スペースの削減など
IT基盤	サーバー仮想化	消費電力の削減、設置スペースの削減など
アウトソー シング	データセンターサービス、オフィスIT支援サービス	効率的運用可能なデータセンターへの集約による消費エネルギー、設置スペースの削減など
業種向け	開発・生産管理ソリューション、輸配送計画ソリューション、物流効率化ソリューション	開発・生産効率化による資源・エネルギー消費削減、倉庫スペース削減、物流効率化によるエネルギー消費削減など

## 省エネオフィス支援ソリューションの提供を開始：キヤノンITソリューションズ

キヤノンマーケティングジャパンとキヤノンITソリューションズは、2011年2月から「省エネオフィス支援ソリューション」の提供を開始しました。

「省エネオフィス支援ソリューション」は、電力の「計測」「見える化」「削減」をワンストップでご提供します。

また、従来のビルエネルギー管理システム(BEMS)とは異なり大規模なカスタマイズが不要で、低コストで既存の施設にも導入できるため、小規模なオフィスにも対応可能です。

### 省エネオフィス支援ソリューション導入の流れ



省エネオフィス支援ソリューション導入の流れ

## お客さま先の環境負荷低減につながる情報の発信

### お客さまの環境負荷低減活動を支援するウェブサイト「GREEN NAVI」

キヤノンMJグループでは、お客さまの環境負荷低減活動を支援するウェブサイト「GREEN NAVI」をキヤノンホームページ上で公開しています。

2009年公開のオフィス編、2010年8月公開のホーム編に続き、2010年12月にITソリューション編を追加しました。「GREEN NAVI」は今後もお客さまの環境負荷低減活動に役立つコンテンツを充実していきます。



「GREEN NAVI」のトップ画面

GREEN NAVIは、お客さまのグリーン購入に役立つ情報発信と評価され、第12回グリーン購入大賞において大賞(大

手企業部門)を受賞しました。

## 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、製品の有害化学物質廃除、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。



The image shows a screenshot of the Canon Green Profile data sheet for a product. The document is titled 'Canon' and '製品環境データシート' (Product Environmental Data Sheet). It contains a table with various environmental and safety specifications, including sections for '製品概要' (Product Overview), '環境配慮' (Environmental Considerations), and '安全情報' (Safety Information). The table lists numerous items with corresponding 'Yes' or 'No' indicators, such as '有害化学物質の含有' (Presence of hazardous chemicals), '省エネ' (Energy saving), and 'リサイクル' (Recycling). The bottom of the page includes a disclaimer and contact information.

製品環境データシート「GREEN PROFILE」

GREEN PROFILEは、お客さまのグリーン購入に役立つ情報発信と評価され、第12回グリーン購入大賞において大賞(大手企業部門)を受賞しました。

## 商品配送における環境負荷低減

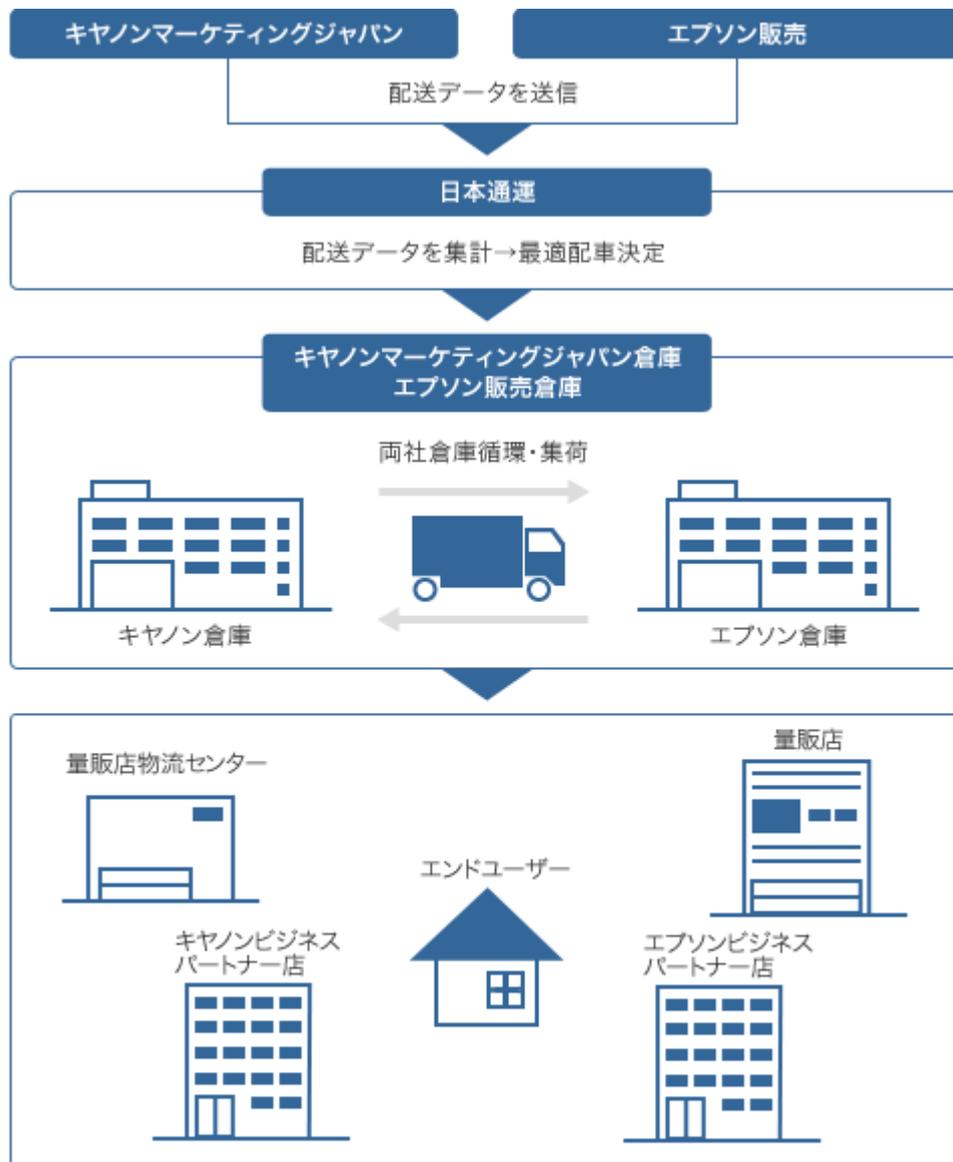
### 他社との共同配送による環境負荷低減

キヤノンマーケティングジャパン株式会社は2009年6月より、エプソン販売株式会社との間で共同配送を実施しています。両社の荷物を積み合わせて配送することにより、単独での配送では難しかった積載率の向上・配送車両の削減につながっています。

現在は、共同配送開始当初からの取り組みである、貸切便による同一配送先への共同配送に加え、都市部特定エリアの小口貨物を共同でルート配送する“エリア共同配送”も実施しています。

これは、開始当初家電量販店向けだけであった共同配送の対象を、同一エリアの一般顧客などに拡大したものです。こうした取り組みにより、2010年は年間約155トンのCO2削減効果をあげることができました。

なお、この取り組みは、社団法人日本物流団体連合会の第12回物流環境大賞「物流環境特別賞」を受賞しました(キヤノンビジネスサポート株式会社・エプソン販売株式会社・日本通運株式会社 3社共同受賞)。



共同配送のしくみ

## 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CO<sub>2</sub>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

## 2010年度の梱包材削減の実績

対象	実施内容	効果
<p>コンシューマ製品修理配送時の循環梱包化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● キヤノンMJの修理受付拠点・修理拠点間で、修理機を複数台収納可能な循環梱包箱を採用</li> </ul>	<p>2010年CO<sub>2</sub>削減効果:約130トン削減</p>
<p>量販店配送・ルート配送時の循環梱包化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>	<p>2010年CO<sub>2</sub>削減効果:約38トン削減</p>
<p>保守サービス用パーツの簡易梱包化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>	<p>2010年CO<sub>2</sub>削減効果:約159トン削減</p>

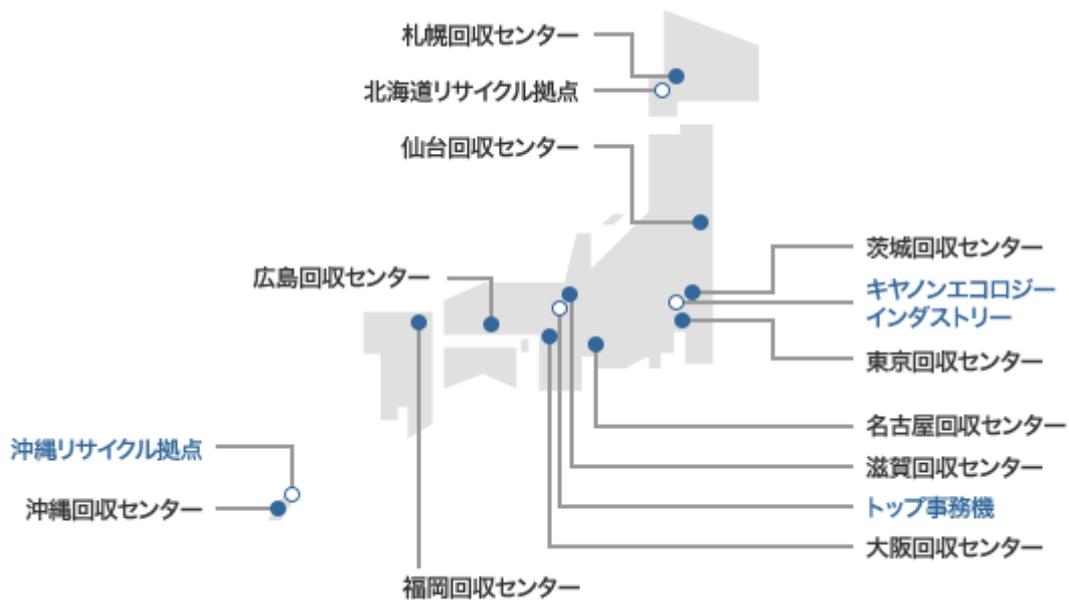
## 環境経営製品の回収・リサイクル活動

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)では循環型社会構築に貢献するため、キヤノンの使用済み本体製品・消耗品の回収・リサイクル体制の構築においてさまざまな取り組みを行っています。

### 製品回収におけるお客さまの利便性向上と効率化

#### 使用済み本体製品の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。



キヤノンリサイクルネットワーク

#### 使用済み本体製品を適正に回収する「キヤノングリーンリサイクルサービス」

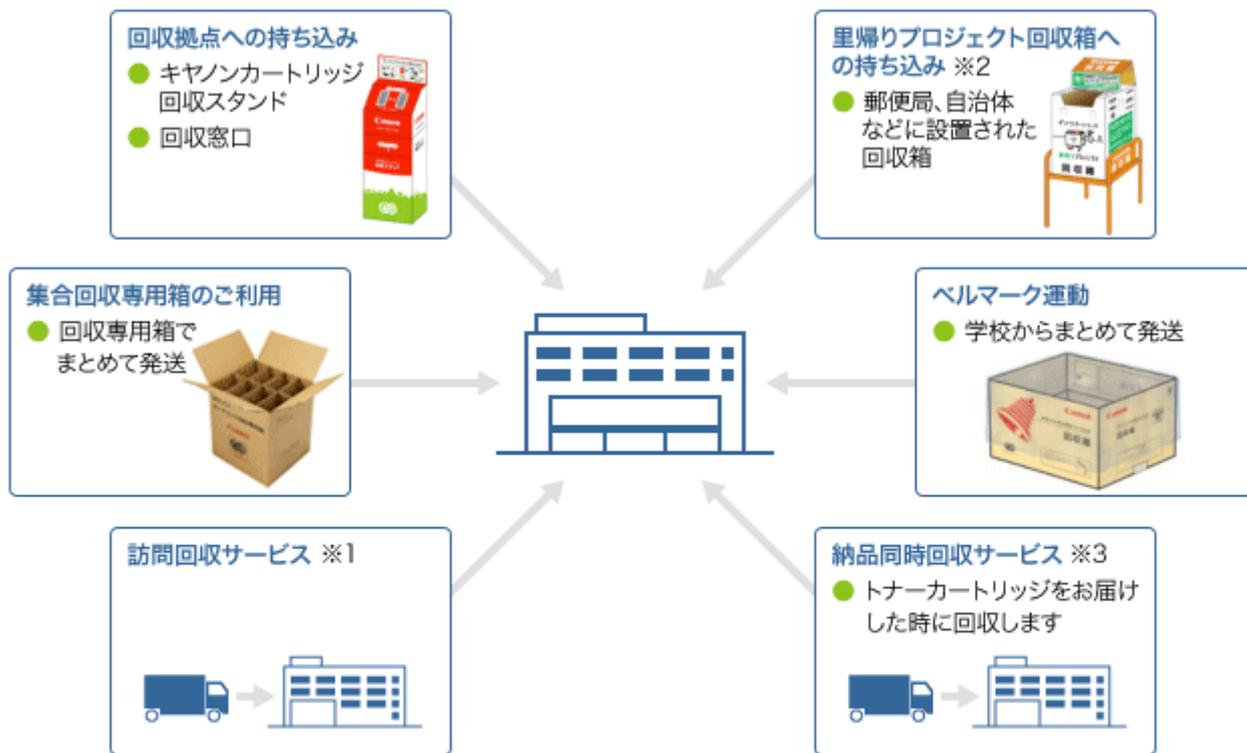
キヤノンの使用済み本体製品を産業廃棄物として排出する際に、お客さまがマニフェスト伝票の交付や管理を必要としない「キヤノングリーンリサイクルサービス」を広域認定制度に基づいて有償で行っています。

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。

#### 使用済み消耗品の回収ルートの充実

使用済みカートリッジの回収は、お客さまのご協力によって成り立っています。キヤノンMJグループでは、カートリッジ使用量の多いお客さま向け集合回収専用箱のご用意や、お持込みいただくお客さま向けの全国回収拠点設置など、使用済みカートリッジ回収にご協力いただくお客さまの利便性向上のため、さまざまな回収ルートを展開しています。

キヤノンホームページでは、こうした回収サービスのお申し込みや回収拠点の検索などができます。



※1 訪問回収サービスは、一本から使用済みトナーカートリッジの訪問回収を承っています。対象製品はトナーカートリッジのみとなります。大口になる場合は集合回収箱をご利用ください。

※2 里帰りプロジェクトの対象製品は、インクカートリッジのみとなります。

※3 納品同時回収サービスは、ご希望に添えない場合があります。対象製品は、トナーカートリッジのみとなります。

## より環境負荷の少ないリサイクルフローに貢献

キヤノンMJグループでは、キヤノングループ内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、より環境負荷の少ないリサイクルフローに貢献しています。市場から回収した使用済み本体製品・消耗品をできるだけ環境負荷の少ない方法で有効活用するため、キヤノングループ全体でさまざまな取り組みを行っています。

## 再生複合機「Refreshedシリーズ」

市場から回収した複合機を分解し、リユースできる部品と摩耗・劣化した部品を選別後、洗浄・部品交換などのリフレッシュ工程を経て新品と同等の画像品質・稼働品質基準を保証した再生モデル「Refreshedシリーズ」を販売しています。

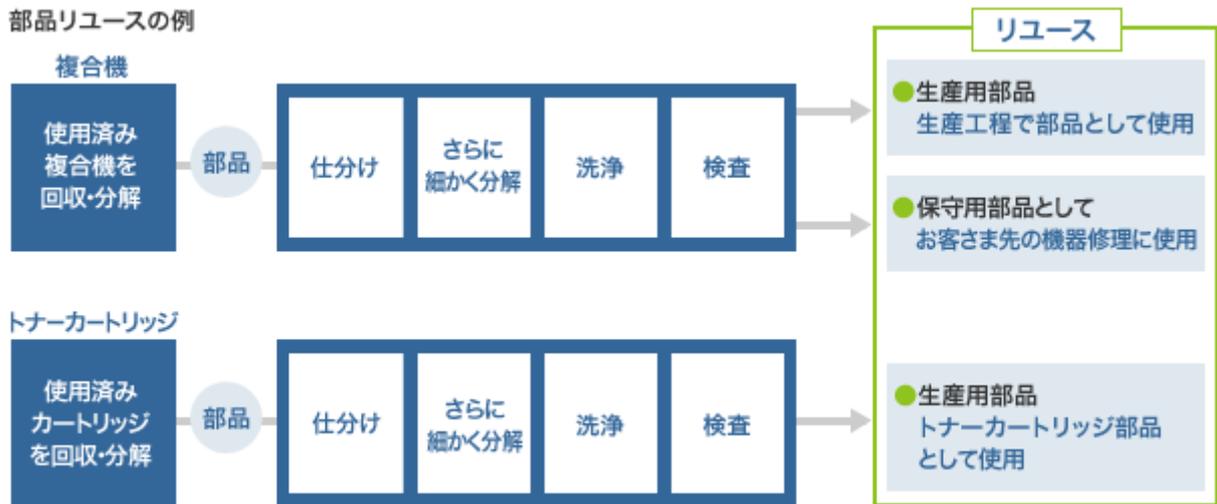
2010年発売の「iR C3380F-R」は、キヤノン独自の再生技術により質量比で平均84%の部品リユース率を達成し、製造段階までのCO<sub>2</sub>排出量を新品製造時と比べ平均80%削減※しています。

※ キヤノン独自の算出方法で算出。



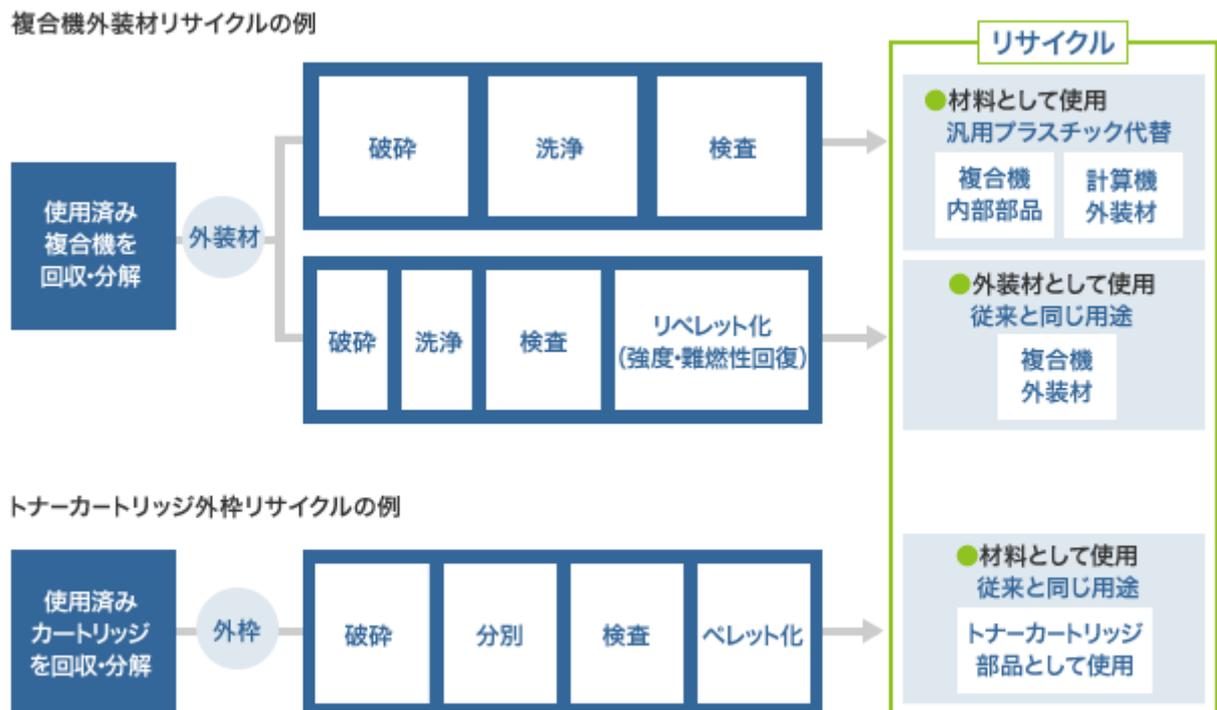
## 部品のリユース

回収後、部品のリユースを行う使用済み本体製品・消耗品は、ユニット・部品ごとに分解・洗浄されます。そして新品と同じ厳しい品質基準検査に合格した部品は生産用部品などにリユースされます。



## 材料リサイクル

市場から回収した使用済み本体製品・消耗品は、リユースができない部品なども、キヤノン製品の材料として使用するよう努めています。



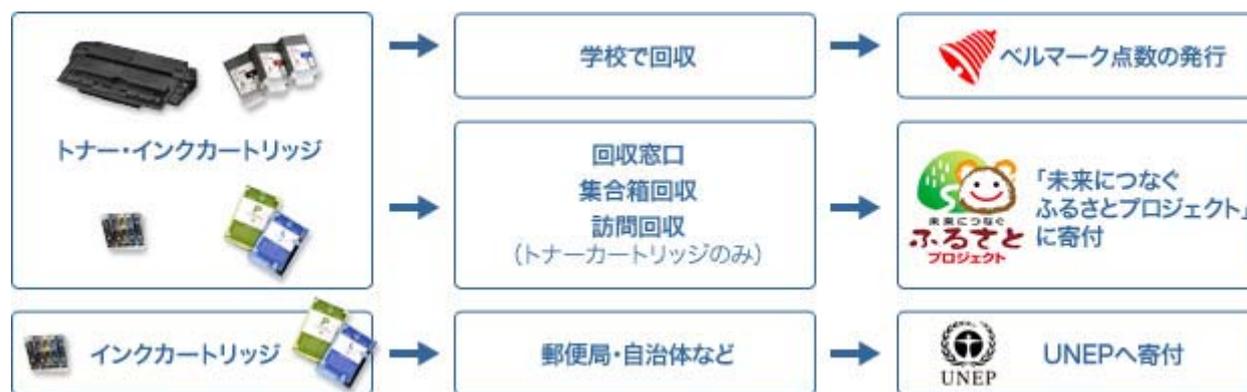
## お客さまとの取り組み

お客さまのご協力によって回収された使用済みカートリッジは、資源の有効活用に役立てられているほか、環境保全や社会貢献にも役立てられています。

## 環境保全と社会貢献との連動

使用済みカートリッジの回収は、さまざまな活動と連動して環境保全や社会貢献へと役立てられています。使用済みカートリッジ回収はお客さまの利便性に応じた様々な方法が用意されており、その方法ごとに回収本数に応じて環境保全・社会貢献活

動への寄付やベルマーク点数発行などが行われる仕組みが構築されています。



## カートリッジ回収シミュレーター

使用済みカートリッジの回収・リサイクルの省資源効果をお客さまに実感していただくために、キヤノンMJではお客さまの環境配慮活動を支援するサイトGREEN NAVIにカートリッジ回収シミュレーターを開設しています。

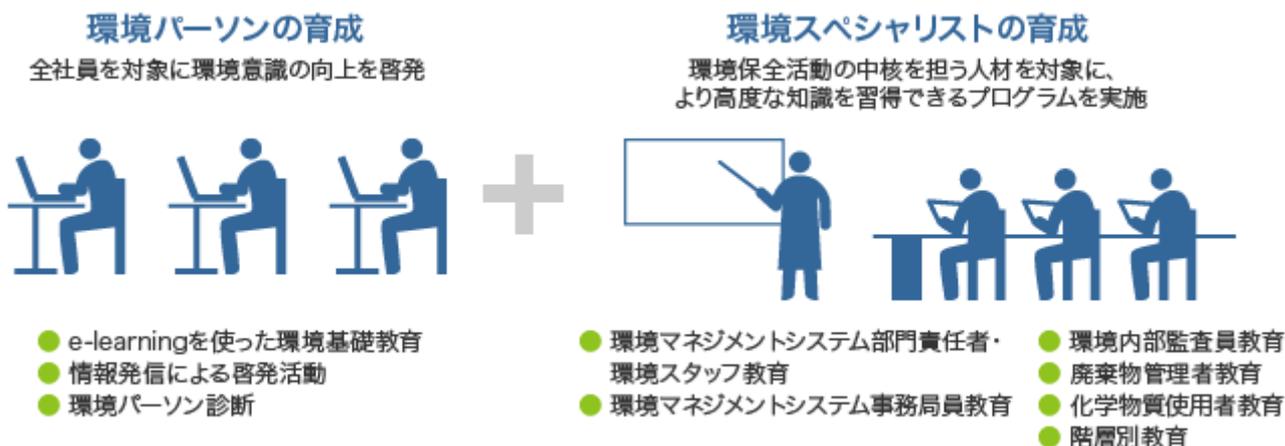
このシミュレーターでは、お客さまが回収にご協力いただいた使用済みカートリッジの数量と期間を入力すると、リサイクルによる環境負荷低減効果をCO<sub>2</sub>削減量に換算した数値で実感していただくことができます。

## 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<sup>※</sup>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むなど、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、環境にやさしい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発信しています。

#### 「環境トピックス」

世の中の環境関連のニュースや法令動向などの最新の外部環境情報を、全従業員へ毎月1回発信しています。

#### 連載コラム「コツコツ減らそうCO<sub>2</sub>！」

社内の環境保全活動や、製品を活用したお客さま先でのCO<sub>2</sub>排出量削減活動事例、家庭の中で役立つ情報を、全従業員へ発信しています。



イントラネットで連載しているコラム「コツコツ減らそうCO<sub>2</sub>！」

## 「コツコツ減らそうCO<sub>2</sub>！」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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>排出量削減活動の事例や、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CO<sub>2</sub>排出量削減活動を紹介。新環境ビジョン『未来の森』2015についても解説。

## 環境に関する販売支援情報「GREEN NAVI FOR SALES」

お客さまに対する営業活動上で必要な「製品含有化学物質情報」や「製品の回収・リサイクル情報」、「お客さまに役立つ環境情報」などの情報を、営業部門の従業員へ発信しています。

## 環境スペシャリストの育成

キヤノンMJグループでは、環境マネジメントシステムの運用・内部監査を担う従業員や、環境負荷の大きい産業廃棄物・化学物質を取り扱う従業員に対し、専門的な環境知識を習得してもらうため「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
- 階層別教育

### 環境マネジメントシステム運用・内部監査者(2010年12月末時点)

部門責任者	環境スタッフ	環境内部監査員
241名	783名	105名

## 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	2010年
グリーン購入法	54/57(95%)	56/61(92%)	50/57(88%)	48/48(100%)	49/50(98%)
エコマーク	39/51(77%)	42/54(78%)	34/48(71%)	41/43(95%)	40/47(85%)
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%)	40/41(98%)

※ 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CO<sub>2</sub>排出量削減実績

		2007年	2008年	2009年	2010年
ビルエネルギー	実績(t-CO <sub>2</sub> )	26,437	25,734	23,596	22,592
	対前年比	-	▲2.7%	▲8.3%	▲4.3%
	2007年比	-	▲2.7%	▲10.7%	▲14.5%
社有車	実績(t-CO <sub>2</sub> )	12,248	11,067	10,178	9,933
	対前年比	-	▲9.6%	▲8.0%	▲2.4%
	2007年比	-	▲9.6%	▲16.9%	▲18.9%
物流	実績(t-CO <sub>2</sub> )	7,834	7,230	5,689	5,998
	対前年比	-	▲7.7%	▲21.3%	5.4%
	2007年比	-	▲7.7%	▲27.4%	▲23.4%
代替フロン類	実績(t-CO <sub>2</sub> )	2,786	1,643	615	202
	対前年比	-	▲41.0%	▲62.6%	▲67.2%
	2007年比	-	▲41.0%	▲77.9%	▲92.7%
合計	実績(t-CO <sub>2</sub> )	49,305	45,674	40,078	38,726
	対前年比	-	▲7.4%	▲12.3%	▲3.4%
	2007年比	-	▲7.4%	▲18.7%	▲21.5%
	従業員原単位比	-	▲13.0%	▲24.2%	▲24.4%
	売上原単位比	-	1.3%	7.2%	5.4%

※ 2011年6月に、過去の報告数値を訂正しました。

#### 自社のCO<sub>2</sub>排出量とお客さま先でのCO<sub>2</sub>削減貢献量の実績

	2007年	2008年	2009年	2010年
自社のCO <sub>2</sub> 排出量(t-CO <sub>2</sub> )	49,305	45,674	40,078	38,726

お客さま先でのCO <sub>2</sub> 削減貢献量(t-CO <sub>2</sub> )	83,895	98,019	94,040	111,436
この自社CO <sub>2</sub> 排出量を1とした時の お客さま先でのCO <sub>2</sub> 削減貢献量の比率	1.7	2.15	2.35	2.88

## お客さま先でのCO<sub>2</sub>排出量削減

### 製品の省エネ性能向上によるCO<sub>2</sub>排出量削減実績

2007年	2008年	2009年	2010年
12,465トン	18,257トン	15,323トン	35,088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

※ 2005年時の同セグメント機種との消費電力比較で算出

### ITソリューション導入によるCO<sub>2</sub>排出量削減実績

2007年	2008年	2009年	2010年
28,932トン	28,304トン	31,876トン	31,526トン

※ ドキュメントソリューション・テレビ会議システムなど主要ITソリューションによる移動削減、資源消費の削減、スペース削減を独自にCO<sub>2</sub>換算で算出

### 使用済み製品・消耗品のリサイクルによるCO<sub>2</sub>排出削減量実績

2007年	2008年	2009年	2010年
42,498トン	51,458トン	46,841トン	44,822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	2010年
製品	14,586トン	14,844トン	15,442トン	11,994トン	11,462トン
消耗品	4,279トン	5,032トン	4,990トン	4,223トン	4,114トン
合計	18,865トン	19,876トン	20,432トン	16,217トン	15,576トン

### 資源再利用の割合

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
製品	99%	99%	99%	99%	99%
消耗品	100%	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	2010年
94%	95%	94%	93%	94%

### CO<sub>2</sub>集計の基本的な考え方

京都議定書で定める温室効果ガスのうち、エネルギー系温室効果ガスであるCO<sub>2</sub>を集計の対象としています。データ集計のさらなる精度向上などにより、過去のデータが修正される場合があります。

CO<sub>2</sub>換算係数については、環境省・電気事業連合会等の公表値の係数を使用しています。

## 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
- 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
- グループ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
- パートナー企業の情報セキュリティ品質向上に向けた取り組み
- インシデントの検知と発生時対応
- Action 2010 – 2010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 2010 – 2010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 2010 – 2010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 2010 – 2010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 2010 – 2010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)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

キャノン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」する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。

### 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. グループ共通対策と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

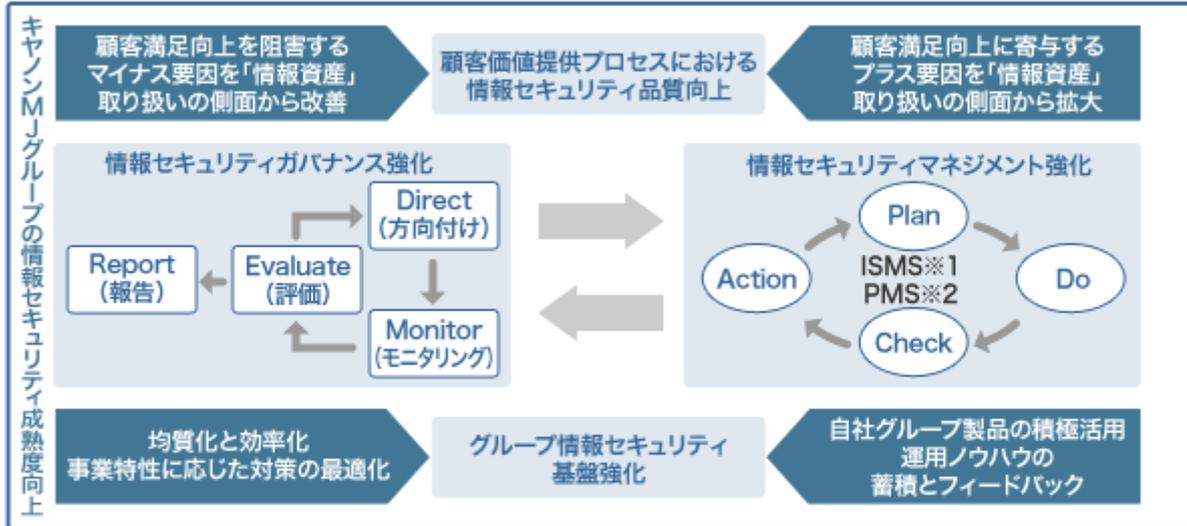
### 推進フレームワーク

キャノンMJグループの情報セキュリティ推進フレームワークは、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。

## 顧客満足度の向上

質の高い情報セキュリティソリューション  
(製品・サービス)

情報セキュリティ・個人情報保護に  
配慮したサービスメンテナンス



## セキュアな社会の実現

※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。

情報セキュリティガバナンス活動では、経営戦略やリスク管理の観点から情報セキュリティの「方向づけ(Direct)」を行い、活動の状況を可視化「モニタリング(Monitor)」し、「評価(Evaluate)」するサイクルを回しています。また、本報告書を通じて活動結果を利害関係者などへ「報告(Report)」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上がっています。

### グループ全員参加型のマネジメント体制

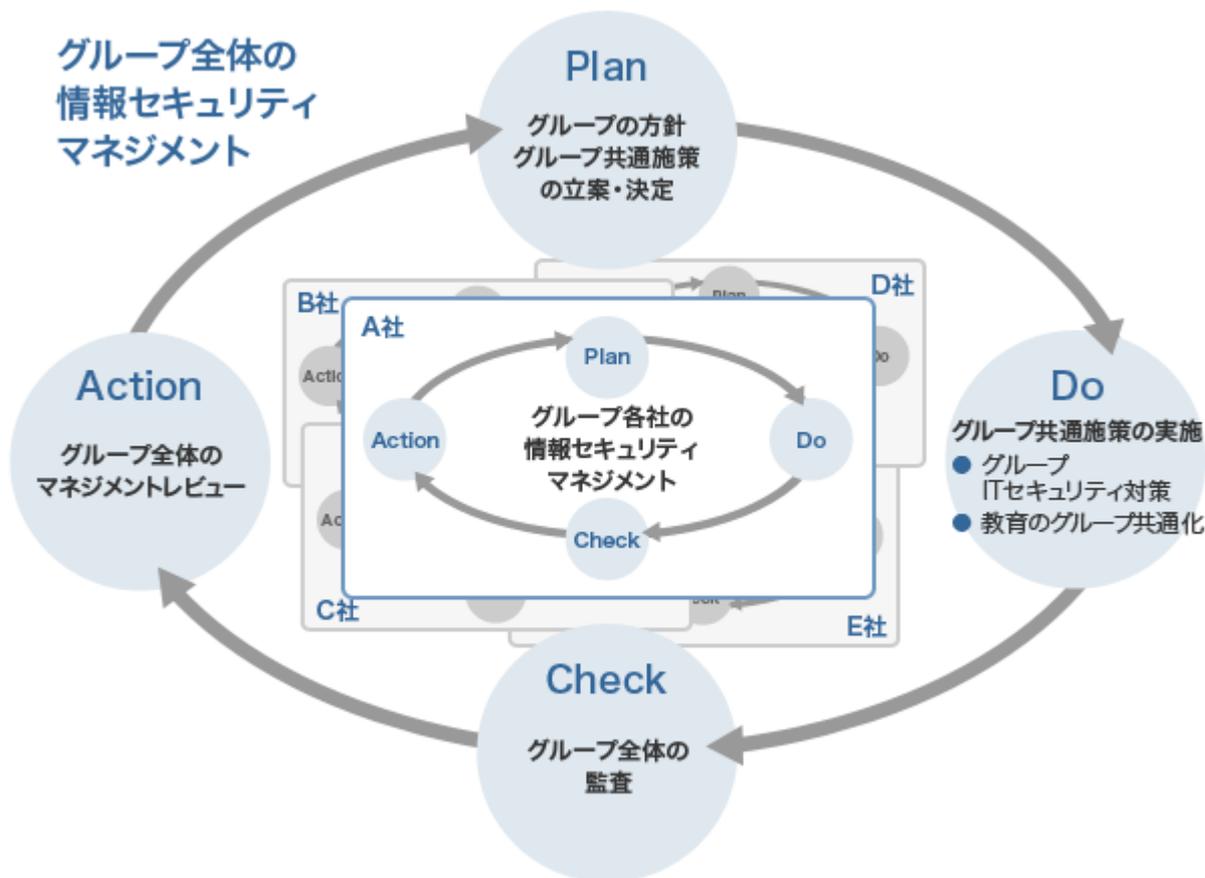
キヤノンMJグループでは、グループ全体の情報セキュリティマネジメント体制を整備しています。

キヤノンMJの情報セキュリティ主管部門がグループ統括事務局の役割を果たし、自社およびグループ全体の情報セキュリティマネジメントを推進しています。グループ各社にも情報セキュリティ主管部門を設置し、各社のマネジメントシステムを推進しています。推進にあたっては、グループ各社間の情報セキュリティ事務局業務の重複を解消し効率化を図っています。

グループ各社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PDCAの運用が行えるよう、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、グループ全員参加型の活動の定着を図っています。



キャノンMJグループ全体のPDCAとグループ各社のPDCA



キャノンMJ情報セキュリティマネジメント体制

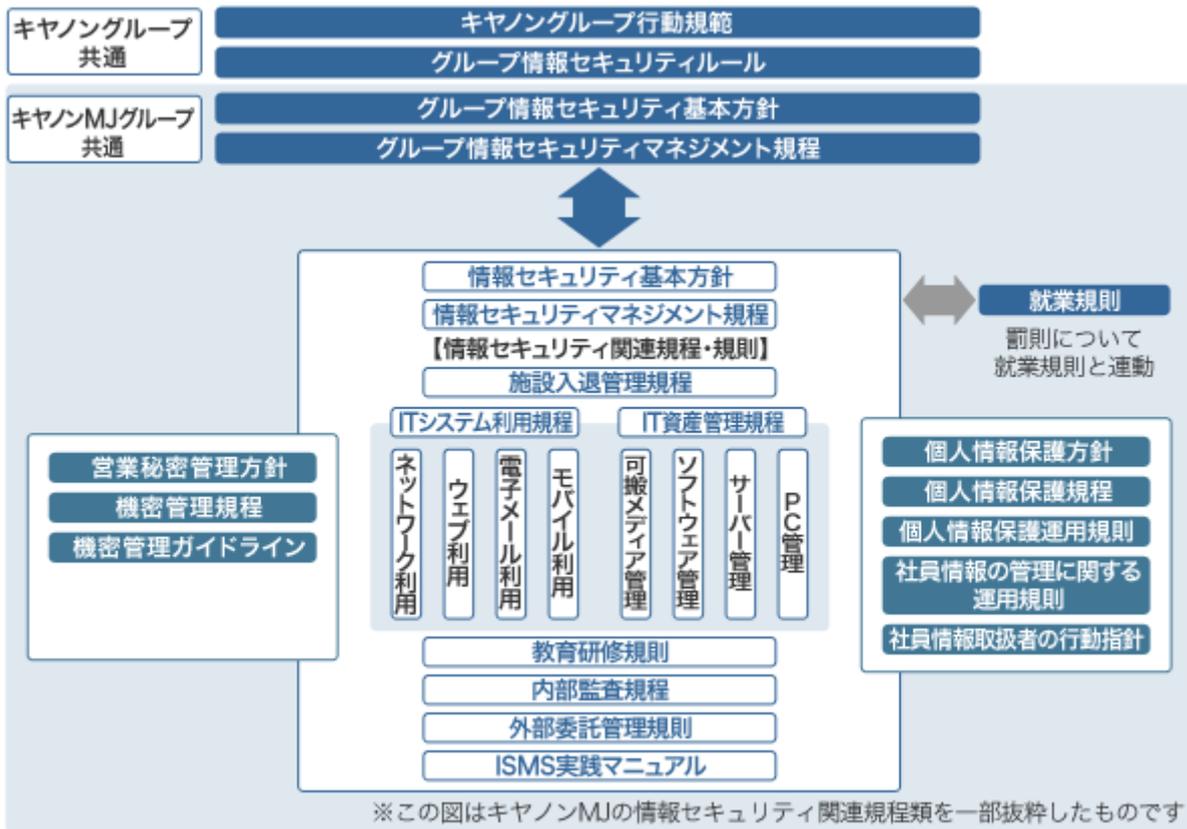
## 体系的にルールを整備

キャノンMJグループでは、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」(ISO/IEC27001:2005に準拠)を基軸としながら、グループ全体の情報セキュリティを推進するための幹となる「グループ情報セキュリティ基本方針」と「グループ情報セキュリティマネジメント規程」を制定しています。

その下で、グループ各社で均質化したマネジメントを運用するために各社ごとのルール体系を整備し、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。

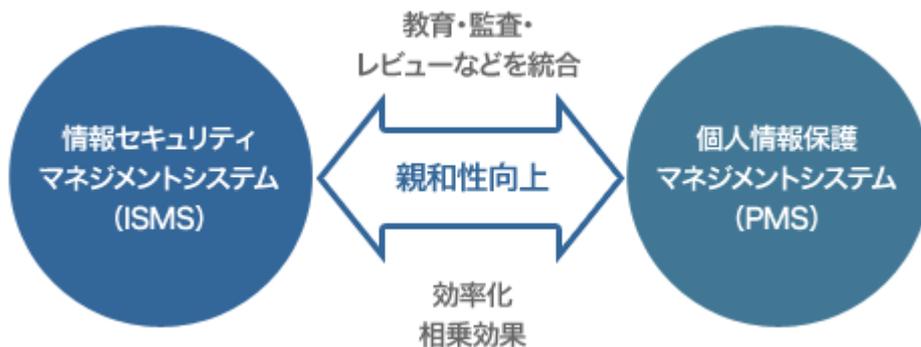


情報セキュリティに関するルール体系

## マネジメントシステムの連携による効果的な運用

キヤノン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も生み出しています。



マネジメントシステムの連携

## パートナー企業の情報セキュリティ品質向上に向けた取り組み

キヤノンMJグループでは、パートナー企業の情報セキュリティ品質向上のための取り組みを実施しています。

具体的には、複合機の保守サービス業務やソフトウェア開発業務などを委託しているパートナー企業に対して、委託業務に即した情報セキュリティへの実践的な留意事項を教育しています。

あわせて、情報セキュリティ状況を確認するために、定期的に現地調査を実施しています。

## 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、グループ全体で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、次のような監視を行っています。

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

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 2010 – 2010年の取り組み

### CSR委員会での情報セキュリティ関連テーマの報告・承認

2010年も四半期に一度CSR委員会を開催し、情報セキュリティに関する内外環境変化や活動状況などのレビューを行いました。2010年の主な報告・承認事項は、以下の通りです。

- ISMS認証グループ統合化の承認
- 法規制の動向報告(改正「不正競争防止法」など)
- 外部脅威への対策状況報告(ガンブラー攻撃への対応状況)
- 情報セキュリティ報告書の発行報告

### グループ方針・規程を制定し、グループ均質化を推進

キャノンMJグループは2010年に、「グループ情報セキュリティ基本方針」と「グループ情報セキュリティマネジメント規程」を制定し、グループ全体の情報セキュリティマネジメントの枠組みを確立しました。

### 情報セキュリティインシデント管理システムの導入

キャノンMJでは、2010年より情報セキュリティ・インシデントの管理をシステム化しました。

これにより、必要な関係者全員がインシデントの発生から顧客対応、発生原因の究明、是正・予防処置の実施までの一連の進捗状況をリアルタイムに情報共有し、迅速で適切なインシデント対応を実現しています。

このシステムを順次グループ会社に展開し、グループ全体のインシデント管理レベルの向上を図っていきます。

### パートナー企業への学習会の実施

複合機の保守サービス業務を委託しているパートナー企業向けに、安全なサービスメンテナンスをお客さまに提供するための情報セキュリティ学習会を実施しました。2009年7月～2010年8月までに243社、1,691名が受講しました。

また、ソフトウェア開発業務を委託しているパートナー企業の新規派遣社員向けに、月2回セキュリティルール徹底の

ための情報セキュリティ教育を実施し、約500名が参加しました。



情報セキュリティ学習会の様子

## 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、継続的に情報セキュリティ品質を高めていくこと」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。

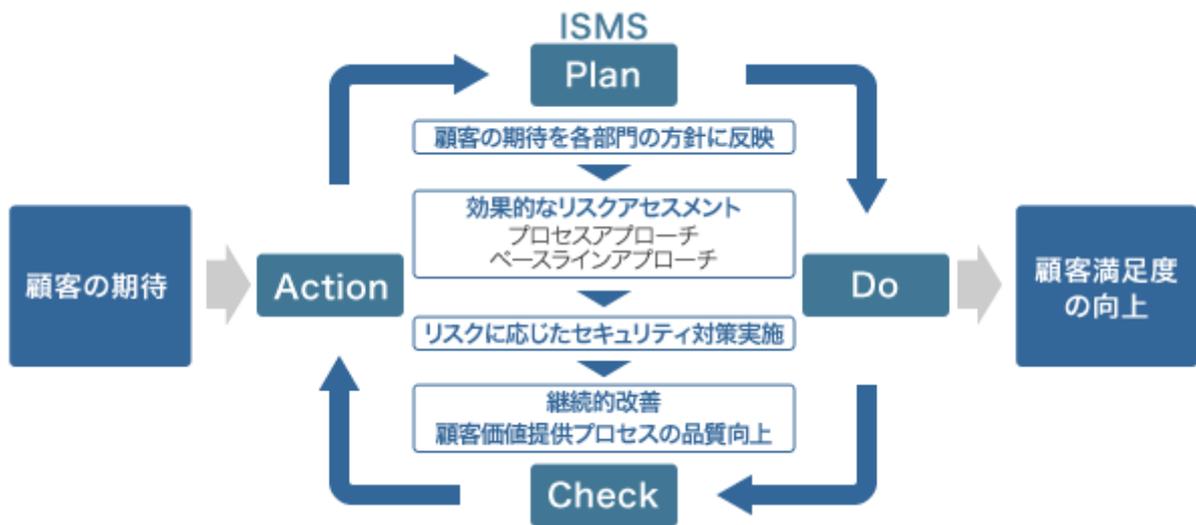
### ISMSを活用した顧客満足度の向上

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。

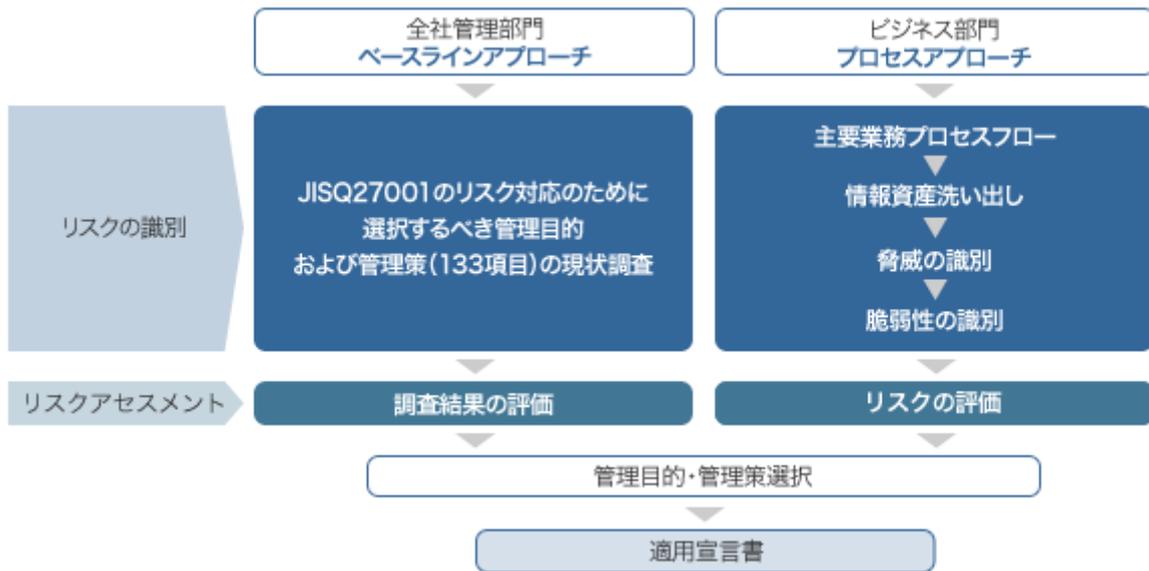
この目標を達成するために、営業・サービスや開発などのビジネス部門では「お客さまに価値を提供する主要な業務プロセス」に登場する情報資産の洗い出しとリスクアセスメントを行っています。

一方、全社管理部門では、グループ共通のセキュリティ基盤を強化するためのリスクアセスメントを行っています。

この2つの組み合わせにより、効果的かつ効率的なリスクアセスメントを実現し、顧客価値提供プロセスの業務改善を図りつつ、グループのセキュリティレベルの均質化と向上につなげています。



ISMSを活用したPDCAサイクル



ISMSにおける効果的なリスクアセスメント

## 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

キャノンMJグループでは、個人情報保護マネジメントを法律より一段高い管理レベルで実現するために、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

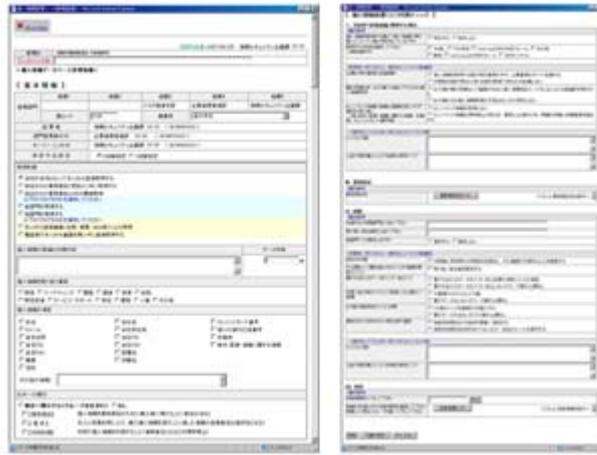
キャノンMJグループでは、従業員一人ひとりの個人情報の管理レベルの向上と均質化を図るために、「個人情報データベース管理システム」を独自に開発し、運用しています。

このシステムは、法律や規格、社内ルールを熟知していなくても、誰でもマニュアルレスで自然に適切な対応事項や、個人情報の取得から廃棄に至るプロセス内のリスクと対策項目の確認と手続きを行うことができます。特にリスクアセスメントでは、取り扱い方法によってリスクと対策が動的に変化するため必要な対策を漏れなく確認し、実施することができます。手続きが完了すると全社管理台帳が自動的に完成します。また、このシステムでは、個人情報の取り扱い業務を委託している委託先の評価や契約内容の一元管理を行うことができます。このしくみによって従業員の個人情報取り扱いレベルの均質化と管理業務の効率化を実現しています。

### 個人情報データベース管理システムの特長

- 法的要求事項やJIS規格に沿った運用のチェック
- 取得～廃棄までのライフサイクルにおけるリスクアセスメント
- 業務委託先の評価や契約内容の一元管理
- 全社管理台帳の自動生成と最新状態の維持

上記の機能を承認ワークフローの中で実現しています。



個人情報データベース管理システム

担当者は、システムの画面に沿って個人情報の取り扱い手順を確認します。

取得する手段を選択してください(複数選択可)  手渡し  FAX受信  Webフォーム  郵送  社内システム  その他

個人情報取得時の手段にWebフォームを選択すると、それに応じたリスクと確認項目を自動的に表示

お客様の誤入力	<input type="checkbox"/> メールアドレス等入力ミスを起こす可能性の高い項目は2度入力をお願いし、システムチェックする <input type="checkbox"/> 受け入れ可能なリスクなため対策しない
本人からインターネット経路上で取得する際の盗難	<input type="checkbox"/> SSL等の暗号化環境で送信する
Webサイトの脆弱性をついたデータ搾取・盗聴・改ざん	<input type="checkbox"/> Webサイトの脆弱性対策【例：クロスサイトスクリプティング対策等】をする

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

個人情報データベース管理システムによるリスクアセスメント(一部抜粋)

## 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		
キヤノンITソリューションズ	○	○
キヤノンITSメディカル		○
キヤノンビズアテンダ	○	○
エス・エス・ジェイ		○
AES		○
ガーデンネットワーク		○
クオリサイトテクノロジーズ	○	
佳能控制系统(上海)		—
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		—
エディフィストラーニング		
キヤノンビジネスサポート		○
オーエーエル		○
キヤノンプリントスクエア	○	○

会社名	ISMS認証	プライバシーマーク認証
キヤノンカスタマーサポート	○	○
キヤノンフィールドアシスト		○
ウイズフォト		

※ 2011年4月1日現在

## Action 2010 – 2010年の取り組み

### ISMSグループ統合認証の推進

新たにキヤノンカスタマーサポート、キヤノンプリントスクエア、キヤノンビズアテンダがISMS認証を取得し、グループ内のISMS取得企業は8社となりました。なお、2011年のグループ完全統合認証のステップとして、2010年はISMS認証の部分統合を行いました。

### プライバシーマークの認証取得と更新

新たにキヤノンプリントスクエア、オーエーエルがプライバシーマークを取得し、グループ内のプライバシーマーク取得企業は15社となりました。キヤノンシステムアンドサポート、キヤノンソフトウェアがプライバシーマーク認証の更新を行いました。

### 「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、8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(2011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

#### IDカードによる入退室管理とプリント制御

キヤノンMJグループでは、各事業所の入退室管理について、IDカードを用いた個人認証を基本とし、さらにセキュリティレベルに応じて、生体認証なども導入しています。入退室管理に使用しているIDカードは、キヤノンの「ICカード認証 for MEAP」と「Anyplace Print for MEAP」を導入し、印刷時の個人認証ならびに印刷ログ管理に使用しています。印刷時に個人認証を行うことにより、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ます。



IDカードを用いた入館チェック



個人認証プリントシステム

#### 「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。

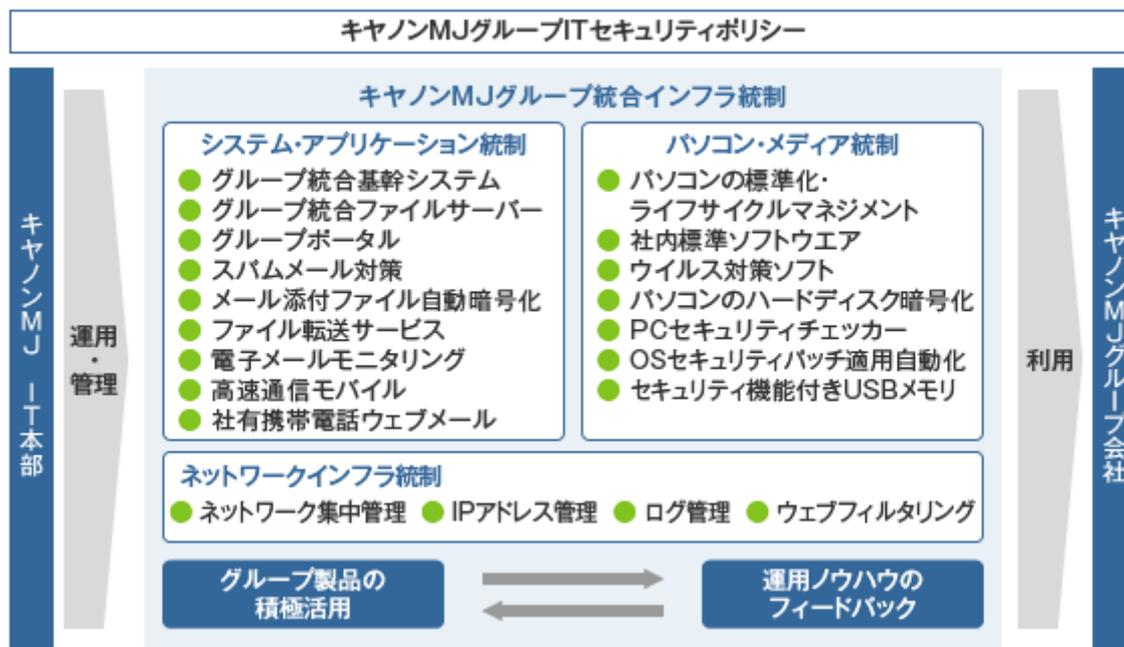


## グループ全体最適を考えたITセキュリティ

キャノン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。



キャノン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：キャノンITソリューションズ



#### パソコンのハードディスク暗号化

製品名：CompuSec  
 取扱会社：キャノンITソリューションズ



#### 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：キャノンITソリューションズ



### Action 2010 – 2010年の取り組み

#### PCセキュリティチェッカーを導入

キャノンMJグループでは、パソコンのOSや社内標準アプリケーションのセキュリティパッチの適用およびウイルス定義ファイルの更新を自動化していますが、一部のアプリケーションやオフラインのパソコンについては手動での適用が必

要です。

そこで、グループ標準のセキュリティ設定やセキュリティパッチの適用状況を利用者本人によって簡単に確認するためのツール「PCセキュリティチェッカー」のオンライン版、オフライン版を開発・導入しました。

#### **メール添付ファイル自動暗号化**

添付ファイルのついたメールを送信する際に、誤送信や通信経路上での盗聴を防止するため、メールサーバー上ですべての添付ファイルを自動的に暗号化して送信するしくみを、グループ内で導入しました。

#### **ファイル転送サービス**

電子メールでは送信や受信ができない大容量のファイルを、インターネットを介して外部のサーバーに読み書きできるファイル転送サービスを導入しました。通信経路上の情報が暗号化されているため、お客さまとの間で安全に情報の受け渡しが可能です。

## 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ち、正しい行動ができるよう、さまざまな場面で意識啓発や教育を実施しています。

また、情報セキュリティに関するマネジメントシステムを運用し継続的に改善するために、各職場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。経営者が自らの言葉で、全従業員に対して直接メッセージを発信することで、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

新しく社会人となる新入社員や職場のマネジメントを新たに担う新任管理職には、それぞれの立場に応じたセキュリティ意識をしっかりと持ってもらう必要があるため、対面形式にこだわって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毎年行っています。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。

キャノン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られると考えています。

## 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、キャノン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

キャノン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、その対策について協議しています。毎回、情報セキュリティに関連するテーマが数多く取り上げられ、各職場の特性に応じたリスク対策が協議されることによって、情報セキュリティリスクの低減につながっています。



コンプライアンス・ミーティング

## Action 2010 – 2010年の取り組み

### コンプライアンス・ミーティングに情報セキュリティのケーススタディを導入

2010年下期の「コンプライアンス・ミーティング」は、複数のケーススタディを用いて実施しました。この中で、7割近くの職場が「情報紛失」のケースを選択し、登場人物の問題行動と組織としての予防策について議論しました。ケーススタディ形式の採用により、具体的で積極的な意見交換につながり有効な活動となったことが、ミーティング開催後のアンケートで確認されました。

キャノンMJグループ全従業員を対象とした情報配信とスペシャリスト教育の実績は、以下の通りです。

### 情報セキュリティトレンドで配信したテーマ

- 個人情報漏えいインシデントの傾向【2009年上半期】
- 『国民を守る情報セキュリティ戦略』の策定
- 「情報セキュリティ2010」の策定

### 「今週のコンプライアンス」で配信したテーマ

- 社外に持ち出したPCの管理
- ソフトウェア管理
- 情報持ち帰りの危険性
- メール送信時のミスを防ぐための注意事項
- 個人情報の適正管理と有効活用
- 不正競争防止法の一部改正施行 営業秘密管理の強化ポイント
- ファイル転送サービスの活用

#### スペシャリスト育成の実績

対象者	実施人数	累計人材数
個人情報保護キーパーソン	31名	380名
ISMS推進担当者	1,825名	3,333名
ISMS内部監査員	66名	485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「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2011

### 「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タワーや各支店などで実施している「オフィスツアー」では、お客さまの目的に応じて、キヤノンMJグループの各種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しています。

情報セキュリティに関する取り組み事例としては、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認証への取り組み方法、セキュリティ対策の実践事例および人材育成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。

- 一般社団法人 情報サービス産業協会
- 財団法人 日本科学技術連盟
- 一般財団法人 日本情報経済社会推進協会
- 社団法人 日本情報システム・ユーザー協会
- 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 2010 - 2010年の取り組み

## 「情報セキュリティ報告書2010」の発行

「キヤノンMJグループ 情報セキュリティ報告書2010」を発行しました。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2009年に取り組んだ活動や成果をわかりやすく報告しています。



## 教育分野への協力

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の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3回(計6時間)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。



マルチメディア工学特別講義の様子

## 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。

### 安全で安心していただける保守サービスの実践

キヤノンシステムアンドサポート(以下、キヤノンS&S)は、全国に約200の拠点を展開し、営業・サービス・サポートが一体となり、コンサルティングから保守サービスまで一貫してお客さまの支援を行っています。キヤノンS&Sのカスタマーエンジニアは、お客さまに安心して複合機やプリンターなどの保守サービスを受けていただくために、そのプロセス上で考えられるリスクへの対応策を十分に検討し、実践しています。



カスタマーエンジニアによる保守の様子

### 保守サービスプロセスごとのリスクと情報セキュリティ対策事例

#### 外出前(社内)

リスク	情報セキュリティ対策事例
サービス工具(パソコン・USBメモリー)の紛失・ウイルス感染	外出前に最新のセキュリティパッチを適用し、ウイルスチェックを実施しています。 パソコンを持ち出す際にはPC社外利用申請システムにて所属長の承認を得ています。 USBメモリーは台帳管理を行い、日々の持ち出し・持ち帰り管理を行っています。

#### 修理受付(移動中)

リスク	情報セキュリティ対策事例
修理受付用の携帯電話の紛失	携帯電話にはオートロック機能、遠隔ロック機能、セキュリティ監視機能を実装しています。
サービス工具・伝票の紛失	パソコン・伝票類は工具カバンに収納し常に携帯しています。

#### 点検・保守(お客さま先)

リスク	情報セキュリティ対策事例
お客さまデータの漏えい ネットワーク接続時のウイルス流布	紙詰まり処理で取り除いた用紙や紙片には機密情報が含まれる可能性があるため、必ず処理方法をお客さまに確認しています。 お客さまのデータを預かる際やお客さまのネットワークへ接続する際には上長の許可を得た上で、お客さまに管理方法や作業内容を説明し、了承をいただいております。 代替機をお貸し出しする際には、本体内の情報確認と作業完了時に情報の全消去を実施していま

す。

## 帰社後(社内)

リスク	情報セキュリティ対策事例
お客さまよりお預かりしたデータの漏えい	お預かりしたデータは施錠環境に保管するなど適切に管理しています。
セキュリティ意識・知識の欠如	定期的に、サービスメンテナンス時に必要なセキュリティ対策に関する教育を実施しています。

## 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

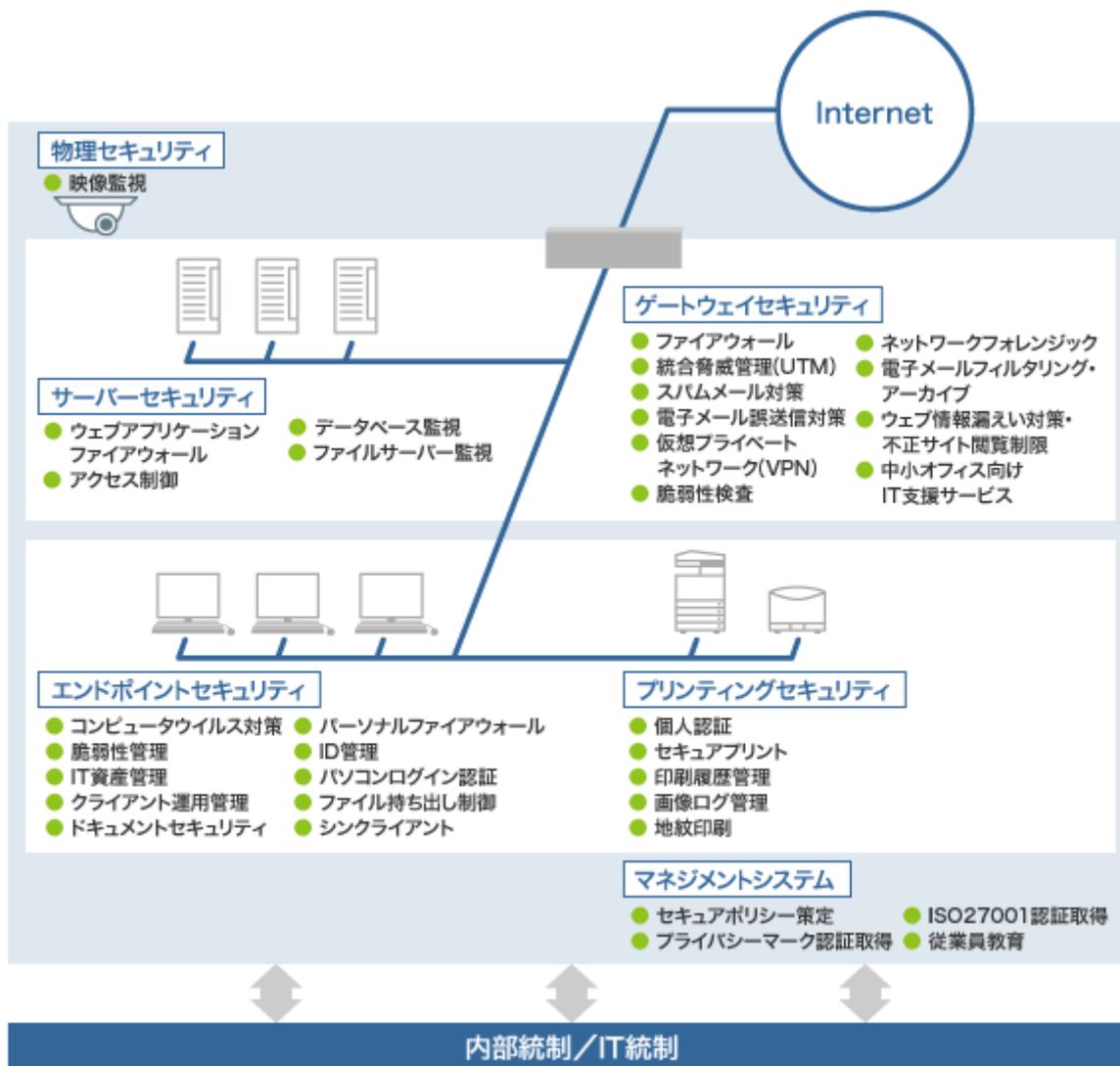
リスクマネジメントや内部統制の強化など、企業経営にとって重要な課題を解決するため、企業のIT化がますます加速しています。IT導入には、自社ネットワークへの不正侵入や、コンピューターウイルスによる感染被害など、さまざまな脅威への対応が必要不可欠です。

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、コンピューター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。

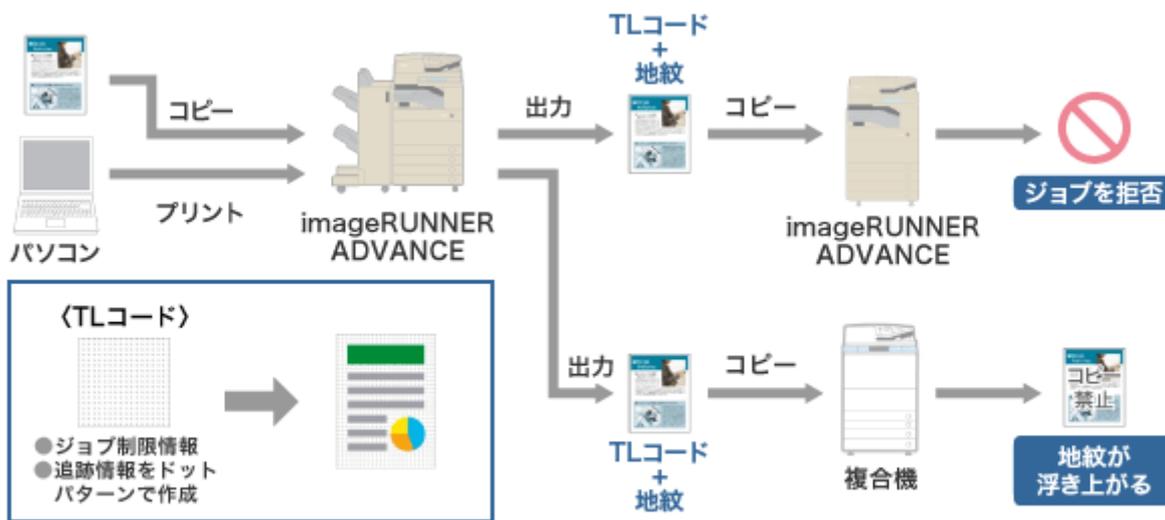
最新機種「imageRUNNER ADVANCE」のラインアップに搭載されている機能の一部を紹介します。

### 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、ジョブブロック未対応機器を利用した際にも「コピー禁止」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度を保証するISO15408(コモンクライテリア)認証(EAL3)を取得した「Canon MFP Security Chip 2.00」を搭載し、ハードディスク内のデータを自動的に暗号化します。

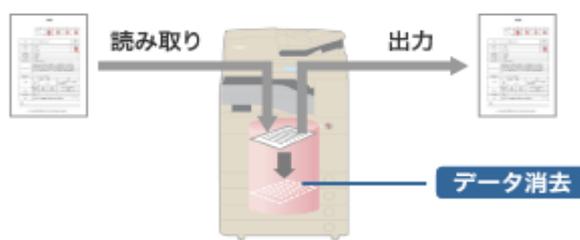
- ※ 「HDDデータ暗号化/ミラーリングキット・C1」が必要です。



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、不正侵入検知／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／防御	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。

「HOME」の詳細は、こちらのページをご覧ください。

[▶ 中小オフィス向け IT 支援サービス HOME](#)

### オフィス向けレーザービームプリンター「Satera」におけるセキュリティ対策

オフィス向けレーザービームプリンター「Satera」は、高速・高品質印刷により、業務の効率化や表現力の向上をサポートするだけでなく、優れたセキュリティ機能を搭載し、オフィスでのセキュアなプリント環境を実現しています。

#### 暗号化でセキュアなデータ通信を実現

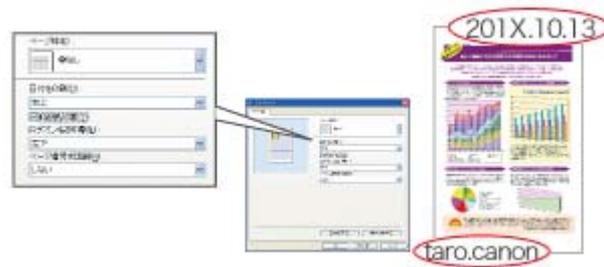
パソコンとプリンター間の伝送経路を暗号化して、情報漏えいを抑制するSSL通信に対応しています。離れた拠点への印刷も安全で、セキュアなプリント環境を構築することができます。



SSL通信概念図

#### 出力文書に印刷者情報の印字が可能

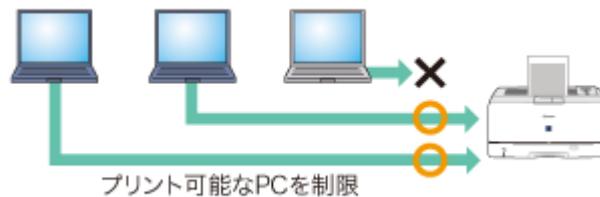
簡単な操作で、出力文書にユーザー名や日付などの情報を付加することができます。文書管理に役立つだけでなく、印刷物に対するセキュリティ意識を高めます。



ID印刷機能

## 印刷できるパソコンを制限

プリンター接続の許可・拒否について、IPアドレスとMACアドレスで制限することができます。特定のユーザーだけが印刷できるセキュアな環境構築をサポートします。



アドレス制限概念図

## 出力の放置をなくし、紛失・漏えいを予防

出力時にプリンタードライバーでパスワードを設定すると、プリントデータをプリンター本体内のハードディスクに一時待機させることができます。本体パネルでパスワードを入力すると、待機させたデータの出力がスタート。第三者に閲覧されることなく出力物を直接手にできるため、情報の漏えいを抑制することが可能です。



パスワード入力画面

オフィス向けレーザービームプリンター「Satera」の詳細は、こちらのページをご覧ください。

[✦ オフィス向けレーザービームプリンター「Satera」へ](#)

## 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グループの社会貢献活動

#### 社会貢献活動の考え方

- 社会貢献活動の基本的な考え方

#### 社会貢献活動のテーマ

- 重点テーマの設定

### キヤノンMJグループ 社会貢献活動プロジェクト

#### 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」

#### プロジェクトの活動実績

- 「未来につなぐふるさとプロジェクト」の活動実績

### 6つの分野での活動

#### 人道・災害

- 国内外で発生した災害に対する支援
- 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
- ライトダウンキャンペーンへの参加

#### 社会福祉

- AEDを使用した心肺蘇生講習
- ペットボトルキャップの収集活動

#### 地域社会

- 地域の環境美化活動
- イベントを通じた地域交流

#### 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

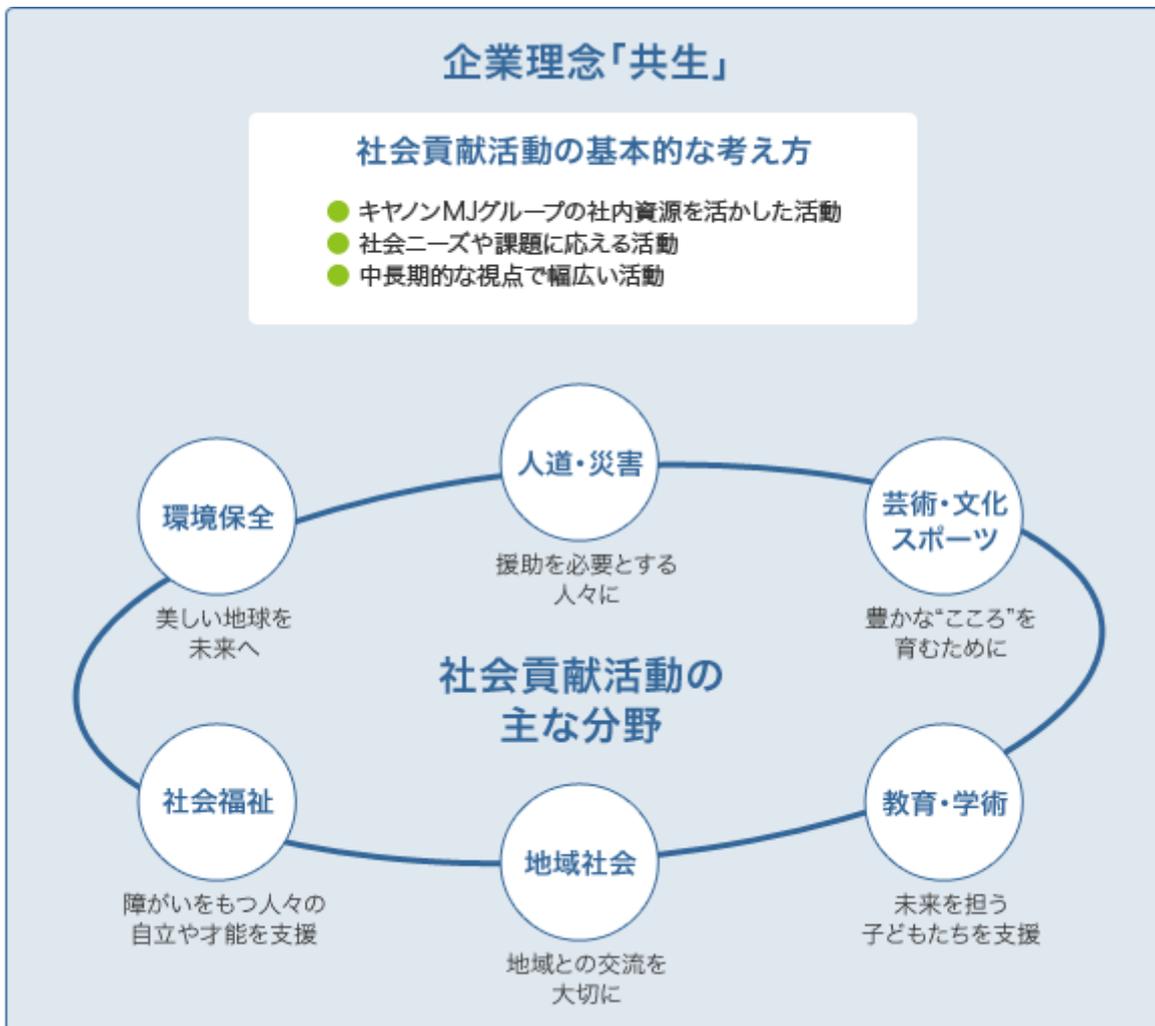
キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、事業を通じて社会への貢献を果たす一方、社会を構成する「良き企業市民」の一員として、「共生」の企業理念のもと、人類すべてが豊かに暮らしていきける社会を実現するための活動に力を注いでいます。

### 社会貢献活動の基本的な考え方

キヤノンMJグループでは、以下のような「社会貢献活動の基本的な考え方」で活動しています。

- キヤノンMJグループの社内資源を活かした活動
- 社会ニーズや課題に応える活動
- 中長期的な視点で幅広い活動

上記の基本的な考え方を踏まえ、「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、社会貢献活動を展開しています。



## 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とも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、マーケティング活動を通じて、さまざまなステークホルダーと接点を持っています。この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」を最大限に活かすとともに、「社会貢献活動の基本的な考え方」を踏まえ、重点テーマとして、「未来につなぐ環境づくり」と「人の未来づくり」を設定しました。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とも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」

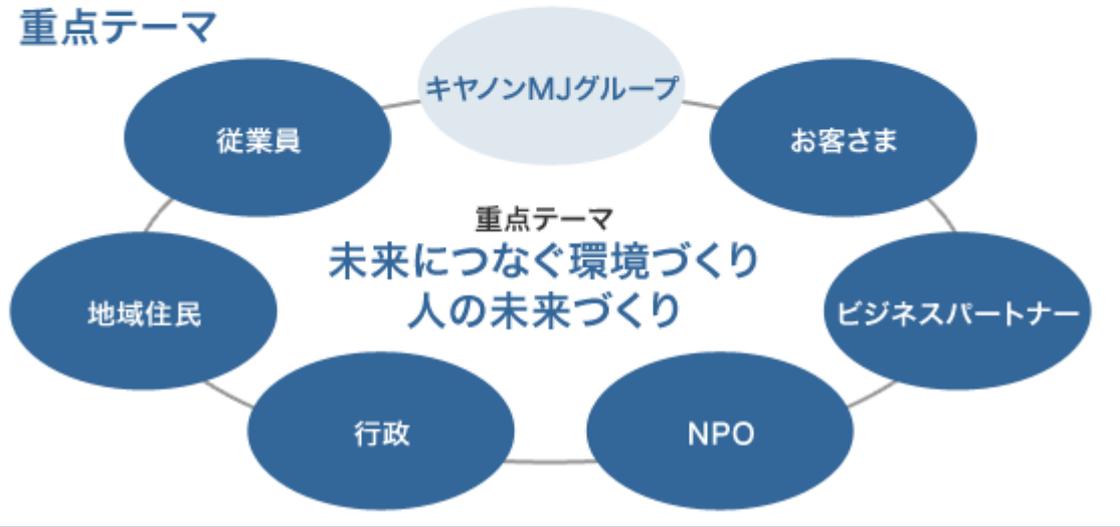
すべての人が互いの個性を尊重し合い、助け合い、そして未来へ「命」をつなげ、「夢」を持って生きていけるよう、次世代を担う世代や災害や貧困に苦しむ人々、日常生活や社会生活においてさまざまな制約を受ける人々を支援していきます。

## 企業理念「共生」

### 社会貢献活動の基本的な考え方

- キヤノンMJグループの社内資源を活かした活動
- 社会ニーズや課題に応える活動
- 中長期的な視点で幅広い活動

### 重点テーマ



社会貢献活動の基本的な考え方と重点テーマ

## 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、社会貢献活動の重点テーマである「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、「未来につなぐふるさとプロジェクト」を国内のさまざまな地域で展開しています。



- ステークホルダー参加型の自然再生活動
- カーボン・オフセット<sup>※</sup>による森林再生支援
- 東日本大震災の被災地復旧・復興に取り組むNPO・NGOへの支援

また、カーボン・オフセット<sup>※</sup>の取り組みを通じた地球温暖化対策への貢献と、国内の森林再生支援にも積極的に取り組んでいます。

※ カーボン・オフセット:自らのCO<sub>2</sub>排出量のうち、どうしても削減できない量の全部または一部を他の場所での削減・吸収量でオフセット(埋め合わせ)すること

「未来につなぐふるさとプロジェクト」の詳細は、こちらのページをご覧ください。



## 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「未来につながるふさとプロジェクト」を全国各地で展開しています。

### 「未来につながるふさとプロジェクト」の活動実績

#### カーボン・オフセット実績

2010年

オフセット対象	オフセット量	支援先
使用済みカートリッジ回収時にトラックなどの物流において発生するCO <sub>2</sub>	265トン	釜石地方森林組合
「Refreshedシリーズ iR C3380F-R」の製造段階までに発生するCO <sub>2</sub>	110トン	三重県大台町

#### 寄付実績

2010年

内容	寄付金総額
使用済みトナーカートリッジ/インクカートリッジ回収本数に応じた寄付	10,460,000円
「クリック募金」による寄付	610,872円

#### ボランティア活動参加実績

2010年

活動地域	連携団体(活動場所)	活動実施回数(回)	延べ参加人数(名)
北海道	NPO法人 森林遊びサポートセンター	4	45
山形県	NPO法人 共存の森ネットワーク	3	107
茨城県	NPO法人 アサザ基金	3	115
新潟県	NPO法人 共存の森ネットワーク	6	136
静岡県	NPO法人 グラウンドワーク三島	4	75
三重県	野原村元気づくり協議会	1	27
大阪府	NPO法人 樹木・環境ネットワーク協会	2	23
広島県	西条・山と水の環境機構	3	77
香川県	NPO法人 どんぐりネットワーク	4	49
福岡県	和白干潟を守る会	5	142
プロジェクトへの延べ参加人数合計(2010年12月末現在)			796

「未来につなぐふるさとプロジェクト」の詳細は、こちらのページをご覧ください。



---

© Canon Marketing Japan Inc. 2011

## 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。

### 国内外で発生した災害に対する支援

国内外で発生した災害に対し、従業員からの募金を実施しました。実績は、以下の通りです。

#### 寄付実績

- 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、56,000円をNPO法人アムダへ寄付(2010年3月)
- 中国青海省地震被災地支援  
234,430円を日本赤十字社へ寄付、9,000円をNPO法人アムダへ寄付(2010年5月)
- 宮崎県口蹄疫被害支援  
266,000円を宮崎県・宮崎県共同募金会へ寄付(2010年7月)
- 東日本大震災被災地支援  
総額11,431,551円を緊急支援を行うNPO/NGO(アムダ、ジャパンプラットフォーム、ジェン、難民を助ける会、ピースウィングス・ジャパン、日本国際民間協力会)、日本赤十字社、国連WFP協会、中央共同募金会へ寄付(2011年4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として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、2010年は、チャリティウォーク「ウォーク・ザ・ワールド」へ、従業員とその家族約120名が参加しました。



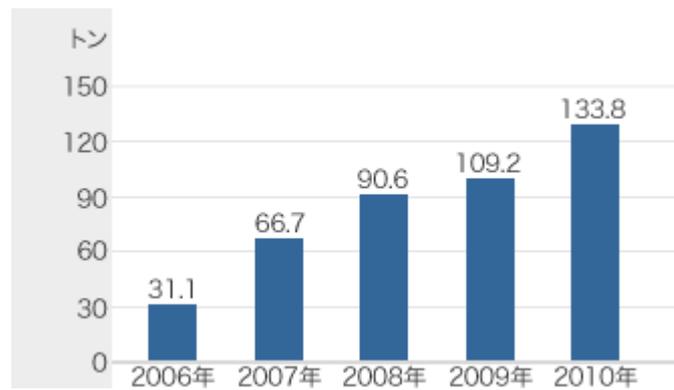
「ウォーク・ザ・ワールド2010」の参加者

## 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13,800校(2011年2月末現在)を超え、2010年には、合計で17,397,277点を参加校に進呈しました。



使用済みインク・トナーカートリッジの回収量の推移

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、2010年には133.8トンと活動の輪が広がっています。

### 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おり、2011年からは、「未来につながるふさとプロジェクト」の活動に加えしました。



高尾山の森林整備

### ライトダウンキャンペーンへの参加

キヤノンMJグループでは、地球温暖化防止のためのCO<sub>2</sub>削減/ライトダウンキャンペーン「夏至ライトダウン」「七夕ライトダウン」に全国12カ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。

### AEDを使用した心肺蘇生講習

日本国内では、1日あたり約100件近くの突然の心停止が発生しており、救命処置が間に合わずに命を落とすケースも少なくありません。キヤノンMJグループでは、一人でも多くの命を救い、社会に貢献する事業として2009年よりAEDの販売を開始しました。2010年からは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、そのメンバーが全国でお客さまをはじめとするステークホルダーの皆さま向けに心肺蘇生講習を実施するなど、一次救命活動の普及に取り組んでいます。



AEDを使った一次救命普及活動



心肺蘇生講習会実施風景

心肺蘇生講習	件数	人数
2010年上期(1月～6月)実績	417件	5,516名
2010年下期(7月～12月)実績	491件	7,549名
2010年実績合計	908件	13,065名
2011年(1月～3月)実績	183件	3,095名
累積	1,091件	16,160名

### 心肺蘇生講習への取り組みが東京消防庁から表彰されました

2010年9月9日(救急の日)に東久留米市スポーツセンターにおいて実施された「東京消防庁救急セミナー」への協力などが評価され、東京消防庁から「総監賞 感謝状」が授与されました。救急セミナーでは、「普通救命講習会」に集まった地域住民約1,000名に、キヤノンMJのインストラクターが心肺蘇生法のデモンストレーションを行いました。また、プロジェクトLV-7585の貸し出しや操作サポートも実施しました。



「救急セミナー」の様子



東京消防庁より当社芦澤副社長に感謝状が授与されました

### 関連情報を見る

AED(自動体外式除細動器)の詳細は、こちらのページでご覧いただけます。

### 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CO<sub>2</sub>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。

個数	ワクチン ※2
----	---------

	個数	ワクチン ※2
2010年末までの累計 ※1	736,104個	約920人分

※1 NPO法人エコキャップ推進協会が集計した回収実績(2010年12月28日)に限ります。

※2 ペットボトルキャップ800個で、ワクチン1人分が購入できます。



事業所に設置している回収ボックス

## 社会貢献活動地域社会

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

キヤノン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。

### 2010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
- 京都北大路鴨川周辺の清掃活動
- 大阪市「クリーンおおさか2010」
- 東京都港区品川駅周辺の清掃活動



品川駅周辺の清掃活動の様子



「クリーンおおさか2010」の参加者

### イベントを通じた地域交流

#### 「久辺テクノフェスタ2010」での地域交流:クオリサイトテクノロジーズ

クオリサイトテクノロジーズは、2010年11月、本社がある沖縄県名護市とNPO法人NDAが主催する「久辺テクノフェスタ2010」に参加しました。「久辺テクノフェスタ」では、金融特区・情報特区である久辺地区・豊原地区に立地する企業が、地域の方々の関心を高め、各企業・学校の連携を深めることを目的に、企業の施設を一般公開し、企業紹介や職場体験などのイベントを開催します。

クオリサイトテクノロジーズは、キヤノン製のカメラやプリンターを使い、来場者の記念写真やオリジナルのカレンダーを作成したり、ペーパークラフト工作教室などを開催して、地域の方々との交流を図りました。

## 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2010」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」「会社に勤めている人はとても忙しいことがよくわかりました」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3回(6時間)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。



大阪大学での特別講義の様子

### 慶応大学における「協創型ソフトウェア開発授業」：キヤノンソフトウェア

「協創型ソフトウェア開発授業」は、システム開発を行う企業と慶應義塾大学(以下、慶応大学)がIT技術者育成のために協力して行うプロジェクトです。学生はソフトウェア開発の一連の流れを経験し、企業の若いシステムエンジニアはプロジェクトマネージャー(以下、PM)としてプロジェクト管理手法を学びます。キヤノンソフトウェアはこの目的や意義に賛同し、2007年から参加しています。

2010年はビジネスソリューション開発本部の従業員が慶応大学の学生4名のチームにPMとして参加。オークションサイトのようにリアルタイムで価格が変わるショッピングサイトの開発を約4か月行いました。サイト開発の依頼者からは「こちらからの要望を聞くだけでなく、提案をしてもらえたことがとてもよかった」と高い評価をいただきました。キャノンソフトウェアはこの活動を通して、PM育成を目指すとともに、CSR活動の一環として学生のスキル向上に貢献しています。



慶応大学三田キャンパスで行われた最終発表会

## 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、2010年で17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の貸し出しと、大会期間中に使用するインクカートリッジ、用紙の提供をしています。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2010」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」では、長期の企画展を開催し、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、1,900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。

また、2010年は、公演会場においてユニセフ募金の呼びかけを行い、来場者から集まった募金約72万円を日本ユニセフ協会に寄付しました。



2010年の日本公演より

### 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.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。

2010年は、ギャラリーイベントとして、「チャリティフォト撮影会」「チャリティスイング診断」を開催して募金を集めるとともに、募金額と同額の寄付を会社が上乘せするマッチングギフトを行うことで、計1,650,400円を「社会福祉法人横浜市社会福祉協議会」に寄付しました。

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、地域社会とのつながりにも貢献しています。



地域の小学生を招待した社会科見学

## ステークホルダーとともに

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。

### お客さまとともに

#### 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

#### お客さまのビジネス支援

- ビジネスマッチングの支援
- お客さまの業務改善に役立つノウハウの提供
- 人材育成・健康管理の支援

### ビジネスパートナーとともに

#### 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

#### グリーン調達

- グリーン調達基準の周知・徹底

### 株主・投資家とともに

#### 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

### 従業員とともに

#### 従業員に関する方針

- キヤノン行動指針

#### 仕事にやりがいを感じる環境づくり

#### 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

#### CSR調達

- CSR調達ガイドライン
- 公正な取引と良好なパートナーシップの構築
- 仕入先の製品安全基準の遵守

#### 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

#### 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

#### 働きやすく快適な職場環境の整備

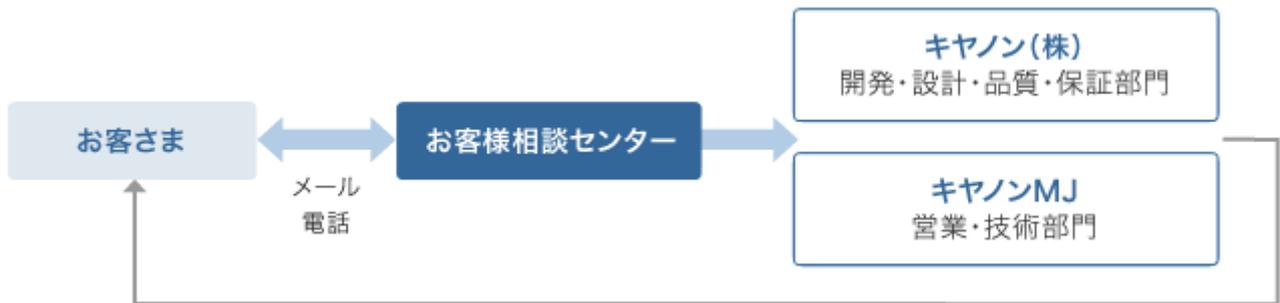
- 賃金制度・評価制度
  - 研修メニューの充実
  - 経営層と従業員のコミュニケーション
  - 労使関係の発展
- 安全衛生・健康管理の考え方
  - グループ内での安全衛生基準を統一
  - 地域・職場単位での安全衛生活動
  - 従業員の健康管理
  - 救命救急体制の整備
  - 安全運転への取り組み

## お客さまととも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お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<sup>※</sup>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

## お客さまととも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つとめ、「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。



サービスセンター横浜

#### 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の向上を図りました。

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。

2011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、お客さまの出力枚数（使用量）に応じて点検を実施することで、機器の安定稼働を実現した上で、同時にCEの生産性向上を図っています。

また、検針日にお客さま（捺印者）とのアポイントが取れないような場合もありますが、ネットアイを導入することで確実に検針日に検診が実施できるので、検針日厳守のお客さまニーズにも対応可能になっています。

さらに、機器の稼働状況データを分析することで、お客さまへの使用方法や機器配置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、2010年末現在で21.7万台と増え続けています（対前年比16%増）。

2009年9月に刷新した社内システムにより、2010年は各種品質情報の活用が促進され、各地域で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、お客さまの声をサービス品質の向上に活かすためにさまざまな活動を実施しています。

CEはお客さまとのよりよいコミュニケーションを目指し、訪問作業する際に心掛けるべき「6つの約束」を全国で実践しています。また、「お客さまに行こう」を合言葉に、お客さまの声（Voice of the Customer）を収集させていただき訪問活動を実施しています。

2010年は、キヤノンS&Sが創業30周年を迎えたこともあり、サービス部門の上長が日頃の機器のご使用の感謝とご挨拶をかねてお客さまを訪問しました。加えて、複合機の保守サービス対応に関するアンケートを実施し、貴重なご意見・ご要望を直接いただきました。

これらの活動を通じて、年間約15,000件のお客さまを訪問させていただきました。集まった声は、お客さま対応品質の向上に役立っています。



「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、お客さまとサービス部門や営業部門をつなぐ窓口として、電話受付を通してお客さま満足の向上に努めるとともに、CEの対応品質向上を後方で支援しています。

修理の受付・消耗品の受注に加えて、お客さまから寄せられたさまざまなご意見・ご要望を関係部署に適切に届け、お客さまとキヤノンとの良好な関係を築く重要な役割を担っています。

また、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。

今後も、お客さま満足につながるホスピタリティある応対を目指し、年間を通じ電話対応品質の向上に取り組んでいきます。

## お客さまとともにお客さまのビジネス支援

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、企業のお客さまにビジネスマッチングの機会創出や業務改善ノウハウの提供、各種研修サービスなどを通じて、お客さまのビジネスを支援しています。

### ビジネスマッチングの支援

#### お客さま同士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、2010年で5回目となり、これまで約3,000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1,200社1,800名に上ります。また、2011年からは、経営者の方々に経営に関するインタビューを行い、その内容を冊子にまとめ、配布するアフタープログラムを実施します。こうした「社長、曰く。」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。



「社長、曰く。」感謝の集い

#### お客さまの業務改善に役立つノウハウの提供

##### 業務改善を実体験できる「オフィスツアー」

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。2010年は、キヤノン S タワーで713回(2,931名)、支店で合計669回(2,494名)のオフィスツアーを実施しました。



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(2010年は35回開催)。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。

- 不祥事の防止、リスクマネジメント体制の推進力
- イノベーションの誘発とコストダウン効果
- 取引先とのCSR協働による競争力強化
- 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



CSRセミナーの事例～キヤノン長崎県感謝の集い(2010年12月1日)

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。

## 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、2009年度から各地で自社の専門のコンサルタントが講師となり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を行います。2010年は、このセミナーを30回開催し、225社269名(2009年度112社129名)の企業担当者様にご参加いただきました。

2010年からは、こうしたセミナーなどのコンサルティングサービスの一環としてプライバシーマークやISMSの内部監査員養成研修サービスもスタートしました。研修では、キヤノンMJグループでの情報セキュリティガバナンス推進における経験と、ISMS審査機関の審査員の視点での監査スキルを提供しています。

今後もこうした活動を通じて、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。



ISMS・プライバシーマークに関するセミナー



ISMSの内部監査員養成研修

## 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。

2010年は、年間計30ヵ所で開催し、合計2,712社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247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」などの人気セミナーに加え東京、広島、大宮ではユーザー会、大阪ではお客さま同士の異業種交流会を開催し、ビジネスマッチングを支援しました。



ITソリューションセミナーの様子

## 人材育成・健康管理の支援

### 要求開発のプロを育成する「BABOK®研修」の開発・運営:エディフィストラニング

組織における真のビジネスニーズを引き出し、システム構築のための要件定義を行う「ビジネスアナリシス」が注目されています。

BABOK®とは、このビジネスアナリシスにおけるシステム構築の超上流工程を担う人材に必要な知識体系であり、カナダで誕生した後、北米や欧州で普及し始めています。

人材育成ソリューションをご提供しているエディフィストラニングでは、世界標準となりつつあるBABOK®に取り組む国内企業を支援するために、各種研修を開発・実施し、経営とITの架け橋となる人材育成に貢献しています。



「BABOK<sup>®</sup>はじめの一歩」研修

## 従業員の働きがいや生きがいを高める「メンタルヘルス研修」の開発・運営：エディフィストラーニング

現在、産業界において強いストレスを受けている従業員が増加しており、モチベーションの低下や人間関係の希薄化などにより、メンタルヘルスに関する問題が深刻になっています。そこでエディフィストラーニングでは、企業の従業員の方々が、働きがいや生きがいを感じながら働くことができるための研修を開発・実施しています。

研修では、効果的なモチベーション・マネジメントやコミュニケーション・スキルアップ、メンタルヘルスの理解と実践について習得することができます。



メンタルヘルス研修

## ビジネスパートナーととも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グループ(以下、キヤノンMJグループ)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「グランドマスター」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。

2010年11月には、「グランドマスター」の認定を受けている方々を中心とした全国のSMC会員、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2010年グランドマスターカンファレンス

### 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。

2010年は、このコンテストに前年より400名以上多い、総勢1,532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CE20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2011年も実施し、11月に決勝戦を開催する予定です。





## ビジネスパートナーとともにCSR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、サプライチェーン全体でCSRに取り組むために、調達担当者に公正取引・企業倫理の徹底を図るための教育活動や、協力会社への説明会を行っています。

### CSR調達ガイドライン

キヤノンMJグループでは、持続可能な社会形成に向けてサプライチェーン全体でCSR活動に取り組むことが重要と考え、当社の考え方の指針となる「CSR調達ガイドライン」を2010年に制定しました。

CSRへの取り組みをお取引先さまにもお願いし、サプライチェーン全体で環境保全、安心・安全な社会づくり、職場の安全衛生、人権尊重などの社会的責任に取り組むことにより、社会の生産性向上や人々の豊かな暮らしの実現を目指します。また、これらへの取り組みの一環として、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。

### キヤノンマーケティングジャパングループ「調達基本方針」

キヤノンマーケティングジャパングループは、CSR調達活動の一環として下記の「調達基本方針」に基づき調達活動を実践します。

1. 安全性と品質を追求し、お客さまの満足度を高める価値ある製品・サービスの調達に取り組みます。
2. グリーン調達活動を通じて、お取引先さまとともに環境負荷の低減と、地球環境保全に努めます。
3. 法令および社会規範に則り、公平な取引機会の提供と公正な評価に基づいた調達を推進します。
4. CSR調達活動を通じて、お取引先さまと相互理解を深め、持続可能な社会の実現に貢献します。

### お取引先さまへのお願い

キヤノンマーケティングジャパングループはサプライチェーン全体でCSR活動を推進することにより、お取引先さまと長期的に相互繁栄できる取引関係を目指します。お取引先さまには以下の項目への取り組みをお願い申し上げます。



「CSR調達ガイドライン」説明会の様子

#### 1. 社会の生産性向上と、人の暮らしを豊かにする価値の提供

- サプライチェーンにおけるコストの最適化に常に取り組み、市場において優位性のある価格での製品やサービスの提供を実現する。
- 品質の維持・向上に努め、納期を守り、安全・確実に供給できる体制の構築に努める。

#### 2. 地球温暖化対策、環境保全への取り組み

- キヤノングリーン調達基準書を遵守し、製品に含有する有害化学物質の排除に努める。
- 環境保全に配慮した生産・供給体制の構築に努める。
- 環境負荷の少ない商品の開発や優先購入を推進する。

#### 3. 安心・安全な社会づくり

- 自由な競争を尊重し、公正で透明度の高い取引を行う。
- 反社会的な個人・団体との取引は行わない。
- お客さまに対して事業活動や品質、製品の安全に関わる情報を適切に開示する。
- 製品安全に関連する法令に従い、製品の安全性を確保する。

- 取引を通じて知り得た個人情報・機密情報を厳密に管理する。
- 外部からの不正アクセスを防止し、コンピューターおよびネットワーク上の脅威に防衛策を講じる。
- 独占禁止法、下請法、外為法や労働関連法規、環境関連法規などの事業活動に適用される法令などを遵守する。
- 著作権、特許権などの知的財産権を尊重し、侵害しない。

#### 4. 職場における安全衛生

- 従業員が安心して働ける安全で清潔な職場環境を提供する。
- 労働災害および労働疾病への適切な措置を講じるとともに防止策を設ける。

#### 5. 人権の尊重

- 基本的人権を尊重し、不当な差別や各種ハラスメントを行わない。
- あらゆる形態の強制労働、および児童労働を排除する。

## 公正な取引と良好なパートナーシップの構築

### 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開催し、下請法を遵守した調達活動への取り組みを行っています。

また、社内やグループ会社の従業員を対象にした「下請法セミナー」による教育活動や、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、「親事業者の義務と禁止事項」の理解と徹底に努めています。



下請法連絡会

### 協力会社向け「パートナー連絡会」：キャノンソフトウェア

キャノンソフトウェアでは、協力会社を対象に「パートナー連絡会」を開催し、事業の紹介や今後の事業展開など、会社が目指していく方向性や今後必要となる技術分野などを伝えました。

これは、2003年以降毎年開催してきた「コンプライアンス説明会」を発展させた取り組みの一環であり、ビジネスパートナーの位置づけや、協力会社に対する期待を明確にし、協力会社各社と良好なパートナーシップを構築することを目的としています。



協力会社を対象としたパートナー連絡会

### 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。

キャノン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ともにグリーン調達

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、生産委託品の原材料や部品・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

### グリーン調達説明会

「キヤノングリーン調達基準書」<sup>※</sup>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」をキヤノングリーン調達基準の改訂の都度開催しています。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も行っています。

2010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。

※ 取引基本契約書に基づき、キヤノンが地球環境保全活動の一環として行うグリーン調達活動における取引先への要求事項を規定したもの。



グリーン調達説明会

グリーン調達活動の詳細は、こちらのページでご覧いただけます。

▶ キヤノンマーケティングジャパングルーン調達活動

## 株主・投資家とともに積極的な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。



個人投資家向け会社説明会



「日経IRフェア2010」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。



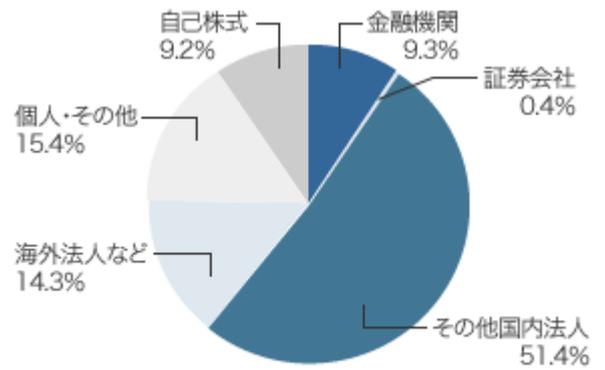
決算説明会



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

2010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9.3%、証券会社が0.4%、その他国内法人が51.4%(キヤノン(株)含む)、海外法人などが14.3%、個人・その他が15.4%、自己株式が9.2%となっています。



株主構成比(株式数)

## 2010年度の主なIRイベント

イベント	実施回数／社数
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)	2回
個別取材対応(機関投資家・アナリスト向け)	延べ約200社
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	3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など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、新製品情報などに関するメールマガジンを週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・投資家とともに社外からの評価

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、完全性など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。著作権など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、2010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 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サイトランキング2010 優秀企業」に選定されました。

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。



## 従業員ととも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)

## 従業員ととも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。

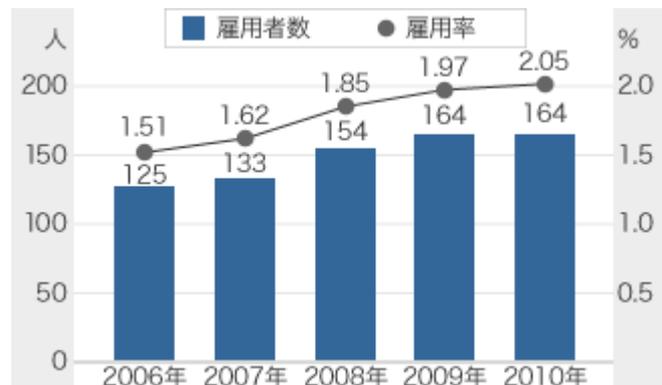
### ハラスメントへの対策

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。

新入社員研修や新任管理職研修では、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、面談形式だけでなく、メールや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



障がい者雇用状況の推移

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、2010年6月現在、2.05%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。

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
雇用者数(人)	125	133	154	164	164
雇用率(%)	1.51	1.62	1.85	1.97	2.05

※ 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

## 従業員ととも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報酬を決定する「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(2010年は264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。

2010年からは、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、2010年の参加人数は延べ268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、職場の上司とともに、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年下期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5回、各回約15名の従業員が参加しています。これまでは管理職を中心に開催していましたが、2011年からは一般職

を対象とした会も開催しています。

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<sup>※</sup>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。

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ャノン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。

## キャノンMJグループ従業員情報(2010年12月末時点)

### 1. 従業員構成(人)

	グループ	単体
男性	15,586	4,591
女性	2,985	707
合計	18,571	5,298

### 2. 管理職構成(人)

	グループ	単体
男性	3,688	1,188
女性	68	7
合計	3,756	1,195

### 3. 有給休暇取得率(%)

	単体
取得率	69.5%

※ 2010年実績

#### 4. 育児・介護休業取得者(人)

	グループ	単体
育児	93(7)	27(4)
介護	7	1

※ ()内は、男性の育児休業取得者数

※ 2010年実績

#### 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	142	84
再雇用	76	46

※ 2010年実績

#### 6. 平均年齢(歳) 単体

単体
43.1

#### 7. 平均勤続年数(年) 単体

単体
19.4

## 従業員ととも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

キヤノンMJグループは、社員が快適に働ける職場環境の整備を行うために、「Human Security(人の安全)」「健康で働けることは幸せ」をキーワードとし、「Broken Windows Theory(破れ窓理論)<sup>※</sup>」に基づいた安全衛生活動に積極的に取り組んでいます。

※ 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

キヤノンMJグループ統一の安全衛生管理規程を定め、さらにグループ全体で具体的な活動を展開していくために安全衛生活動方針を毎年策定し、各社・各地域に委員会活動を積極的に展開しています。

- 労働災害撲滅への取り組み
- 「やさしい運転」の徹底による交通事故・違反撲滅への取り組み
- 5S活動の強化
- 防災、救命体制の推進
- 法定健康診断と事後措置の徹底
- がん検診受診の強化
- 睡眠・栄養・運動をキーにした自己健康管理力向上の取り組み
- 喫煙率削減の取り組み
- フィジカルおよびメンタルヘルスの傷病者・休業者対応の充実
- 予防と安全を第一とする総合的な感染症対策(強毒性インフルエンザなど)

### グループ内での安全衛生基準を統一

キヤノンMJグループでは労災の発生を未然に防止するために、これまでに起きた労災や作業環境、実態に照らし合わせて関係部門と議論・検討し、グループ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)を策定してきました。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、これからもグループ一体となった活動を推進していきます。

### 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、安全衛生活動をグループ各社・各地区・各職場単位で組織的に展開しています。各社・各地区に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設け、従業員一人ひとりが積極的に安全衛生活動に取り組んでいます。

### 「5S」活動の取り組み

毎日が安心・安全・快適な職場環境で仕事ができることを目的として、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取り組んでいます。良好な5S状態を維持するために課題箇所の迅速な改善活動を実施し、加えて、4月・8月・12月の年3回をグループ統一の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」をキーワードに、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。

## 各種健康診断の実施

キャノンMJでは、全従業員が定期健康診断を毎年受診し、精密検査や受診が必要な方には保健師によるフォローや産業医面談などのサポートがあります。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、受診の習慣化に向けて全社的に啓発活動を展開しています。

## 自己健康管理のベースアップを図る取り組み

キャノンMJでは、生活習慣病予防改善のための各種プログラム、禁煙や睡眠改善プログラムなどを実施しており、キャノンMJ全従業員とその家族向けの自己健康管理読本「健康処方箋」(43頁)の発行など、自己健康管理のベースアップを図る取り組みに力を入れています。また、健康相談については、全国5ヵ所にある健康管理室の各産業医と保健師による個人面談、電話・メール相談、出張相談などさまざまなサポート体制があります。

## 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<sup>※</sup>(キャノン健保契約「こころとからだの健康相談」)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。

## 強毒性新型インフルエンザ対策

キャノンMJグループでは、強毒性インフルエンザをはじめ、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。

グループ全従業員に「強毒性インフルエンザ対策読本」を配布し、感染防止を目的とした啓発活動と感染者発生を想定した実践的な訓練を実施しています。

## 救命救急体制の整備

緊急に救命すべき事態が発生した場合に備え、救命講習会の定期開催・AED(自動体外式除細動器)の設置などの体制整備を進めています。

- 従業員50名以上の事業所にAED(自動体外式除細動器)を設置

2011年2月現在、キャノン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  
2011年2月現在、1,638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)



キャノン 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(2010年12月末現在)の四輪車を保有するキャノン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。

キャノン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：キャノンS&S

全国に約3,200台(2010年12月末現在)の車両を保有するキャノン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、安全な街づくりに貢献することを目的に、毎年、春と秋に行われる「全国交通安全運動」に積極的に参加しています。2010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。

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。



地域住民と「交通安全」「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」

キャノン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。

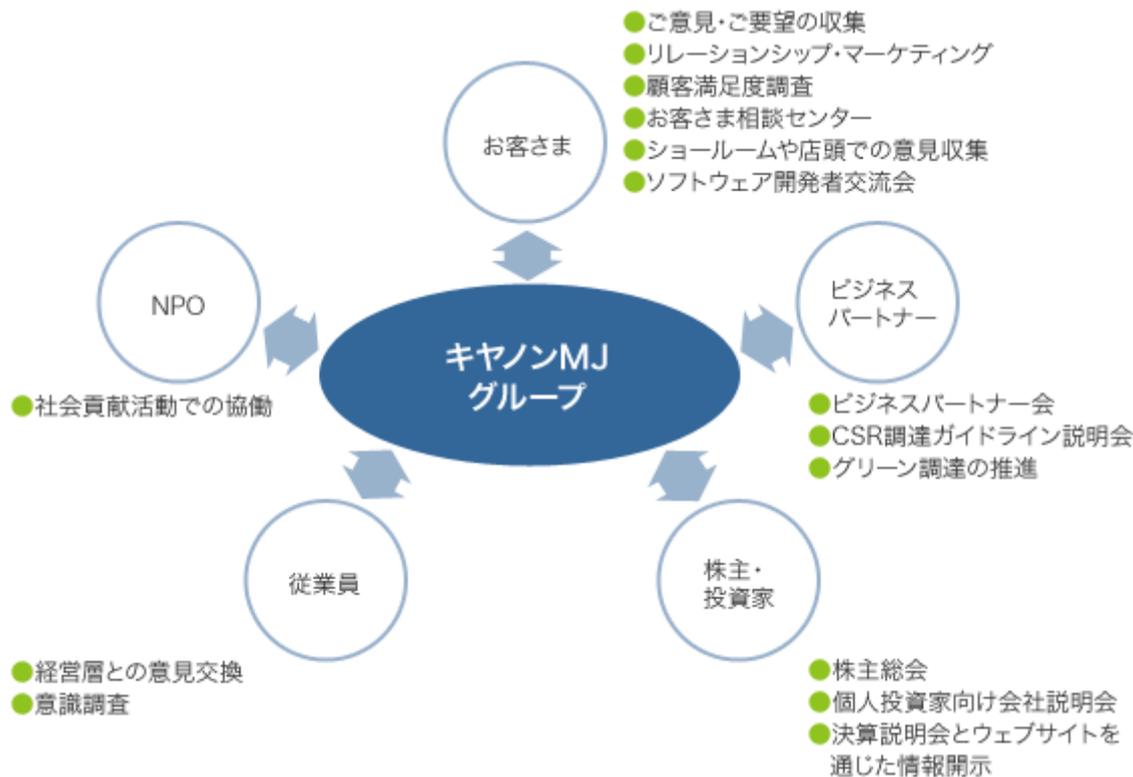
このシステムにより、運行状況が「見える化」されるため、車両の効率的な運用が可能となり、200台以上の車両を削減することができました。

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、2010年度は、事故が前年比で22%、違反が34%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10%削減することができました。

## ステークホルダー・エンゲージメント

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、さまざまなステークホルダーと継続的にコミュニケーションを行い、相互理解を深めるとともにその要請や期待を企業活動の意思決定に活かしていく取り組みである「ステークホルダー・エンゲージメント」を重視しています。



### 主な取り組み

ステークホルダー	活動概要	関連ページ
お客さま	<p><b>ご意見・ご要望の収集</b></p> <p>お客さまと接する営業やカスタマーエンジニアをはじめとする担当者が定期的な訪問やお電話でいただいたご意見・ご要望をデータベースに記録し、営業部門や企画部門、サービス部門などへフィードバック。迅速な対応を図るとともに製品・サービスの改善に活かしている。</p>	<a href="#">社会基盤整備への貢献</a> <a href="#">お客さまの声を活かすしくみ</a> <a href="#">お客さまサポートの充実</a>
	<p><b>リレーションシップ・マーケティング</b></p> <p>お客さま企業への当社の役員や役職者が定期的に訪問することにより、相互の信頼を深めるとともに、そのご要望をいち早く製品やサービス、ソリューションに反映させている。</p>	
	<p><b>顧客満足度調査</b></p> <p>製品をご利用いただいているお客さまに対して満足度調査を実施。製品の品質向上や、カスタマーエンジニアの応対力向上に役立っている。</p>	
	<p><b>お客様相談センター</b></p> <p>お客様相談センターに寄せられる情報を、キヤノンとキヤノンMJの関連部門が共有し、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っている。</p>	
	<p><b>ショールームや店頭での意見収集</b></p> <p>ショールームや家電量販店の店頭で寄せられるご意見・ご要望を、定期的にキヤノンMJの販売・企画部門へフィードバックし、今後の製品・サービスの改善に活かしている。</p>	

	<p>ソフトウェア開発者交流会</p> <p>ソフトウェア開発担当者がお客さまのご意見、要望を直接お聞きすることに留まらず、お客さま同士で開発事例を中心とした情報交換・共有ができる場を提供している。</p>	
ビジネス パート ナー	<p>ビジネスパートナー会</p> <p>キヤノンMJの事業方針や施策を共有するとともに、一年間にわたるキヤノン製品の販売・サービスにかかわる取り組み成果を発表し、パートナーシップを強化するための会合。ビジネスパートナーの経営課題解決のヒントとなるような外部講師による特別講演も毎回行っている。</p>	<a href="#">CSR調達</a> <a href="#">グリーン調達</a>
	<p>CSR調達ガイドライン説明会</p> <p>CSR調達ガイドラインをお取引先さまに直接説明し、公正取引や企業倫理の遵守をお願いするとともに、よりよいパートナー関係を構築している。</p>	
	<p>グリーン調達の推進</p> <p>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を推進。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」も開催している。</p>	
株主・投 資家	<p>個人投資家向け会社説明会</p> <p>個人投資家向け会社説明会や、IRイベントへの出展などを通じて、継続的な情報提供と意見収集を実施している。</p>	<a href="#">積極的なIR活 動の推進</a>
	<p>決算説明会とウェブサイトを通じた情報開示</p> <p>四半期決算ごとの決算説明会とウェブサイトを通じて、株式情報や経営計画、財務データなどの情報を迅速に公開している。</p>	
従業員	<p>経営層との意見交換</p> <p>経営層が部門や拠点の訪問や、イントラネットを通じて、従業員との意見交換を実施。従業員のモチベーション向上や経営との一体感醸成に寄与している。</p>	<a href="#">仕事にやりが いを感じる環 境づくり</a>
	<p>意識調査</p> <p>組織の状態や個人の意識レベルについて、グループ全社員から意見や実感を聞く調査を定期的に行い、その結果からより働き甲斐のある組織とするための改善に結びつけている。また、コンプライアンス意識レベルを定量的に把握し、改善につなげるための調査も実施している。</p>	
NPO	<p>「未来につなぐふるさとプロジェクト」をはじめとする社会貢献活動において、ボランティア活動や寄付活動を通じて協働している。</p>	<a href="#">未来につなぐ ふるさとプロ ジェクト</a> <a href="#">人道・災害 社会福祉</a>

## 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](#)

立教大学 経営学部 教授のデイヴィス・スコット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

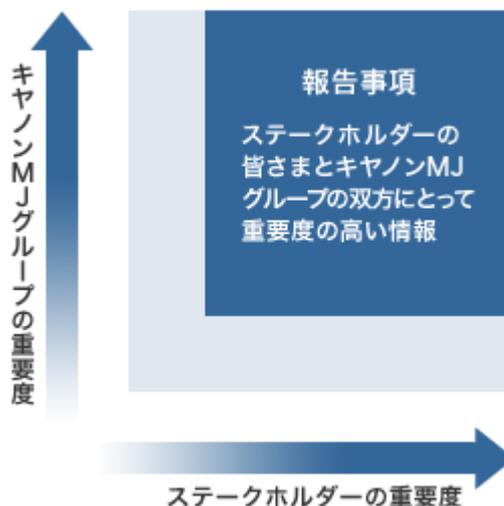
キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、ウェブサイトとPDFそれぞれのツール特性を考慮した上で最適な報告方針を定め、より伝わりやすいCSR報告を目指しています。

### 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、環境に配慮し、冊子(紙媒体)としての発行からウェブサイトでの報告に切り替えました。

### 報告事項についての考え方

ステークホルダーの皆さまから寄せられるご意見を参考として、ステークホルダーの皆さまとキヤノンMJグループの双方にとって重要度の高い情報を掲載しています。



### ウェブサイト・PDF(ダイジェスト)における報告範囲

ウェブサイトでは幅広いステークホルダーからの開示期待に応えるために情報の網羅性と更新性の側面を重視し、またPDF(ダイジェスト)では当社のCSR活動の全体像をわかりやすくお伝えするために、年次報告と読みやすさの側面を重視して編集しています。



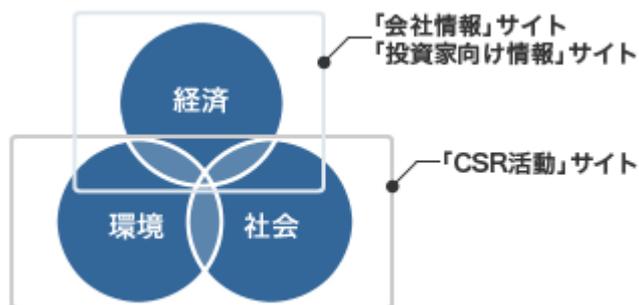
「CSRサイトトップページ」



PDF(CSR報告書ダイジェスト版)表紙

なお、本報告にはCSR活動における環境面・社会面の情報を中心に掲載しています。経済面の情報につきましては、ウェブサ

イトの「会社情報」および「投資家向け情報」にて詳しく開示しておりますので、そちらをご参照ください。



## 報告対象期間

2010年1月～12月を基本とし、それ以降の情報に関しても、ステークホルダーの皆さまにとって重要と判断した情報については、ウェブサイトにて適宜更新していきます。

## 前回の報告

2010年6月

## 報告サイクル

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ティング 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活動に対し客観的な評価を得るために、立教大学 経営学部 教授 デイヴィス・スコット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報告書2011」を読んで

キヤノンMJグループのCSR報告書2011は、洗練されたデザインと明確な構成内容を持った包括的な報告書です。短期的、長期的に事業に関わってきたすべての関係者がお客さまの豊かさに貢献するために、十分に計画され実行されてきた事業戦略を、事実に基づき簡潔に示しています。お客さまの豊かさに貢献するために、実質的かつ持続的な価値を生み出すという誠実な目標を事業の根底に据えた企業のみが、このような質の高い報告書を作成できるのです。



立教大学 経営学部 教授  
デイヴィス・スコット氏

トップメッセージでは、2011年の東日本大震災が大きなテーマとなっています。津波の被害を受け、泥や瓦礫に埋もれた家の残骸の中で、残されたものを探す人たちの痛ましい姿に、心を動かされなかった人はいません。被災者の方が、泥水まみれの写真を、倒壊した自宅の中から拾い上げる姿も見られ、その写真は多くの場合、震災前の生活を思い出させる唯一のものになります。この光景にキヤノンMJグループの従業員は特に心を揺さぶられたことでしょう。

また、トップメッセージでは、報告書全体の方向性が打ち出されています。メッセージの中で社長は、お客さまの「安心、安全、豊かさ」の促進というキヤノンMJグループのコミットメントについて明確に示しています。日本を襲った大災害により、あらためてその意義について問い直し、確信に至ったことが述べられています。

さらに、具体的な事業活動の目標として、企業価値をはっきりと指し示しています。俯瞰的に持続可能性をとらえ、相互に利益をもたらすべく、お客さまのニーズに応えていくことがミッションであると明示した上で、このミッションに基づいて打ち立てられた短期・中期の事業戦略について述べられています。ここまで直接的でシンプルに社会的責任を事業として果たしているのは、日本の企業では非常に稀です。

報告書の中で、キヤノンMJグループのCSR活動とは、マーケティングそのものと位置づけており、この報告書のコンセプトづくりと情報開示の質を高めています。CSR活動を8つの重要テーマごとにわけ、それぞれの目標と成果についてバランスの取れたわかりやすい概要が報告されています。これにより、読者に対しCSR活動の目的とその成果についてわかりやすく示しています。

報告書の中で、特に興味深いのは、以下のセクションです。

#### コンプライアンス

従業員の間でコンプライアンスに対する意識をどのように高めているかについての詳しい説明があるので、コンプライアンスに対し真剣に、広範囲に取り組んでいることがわかります。コンプライアンスの遂行力を高めるために、従業員が話し合った結果や改善提案についての説明が加わると、このセクションがさらに良くなると思います。

#### 環境

このセクションでは、以下の2点について意欲的な目標をクリアするための活動が述べられています。

1. 自社の環境負荷の低減活動の報告。
2. お客さまの環境負荷の低減活動をサポートするために提供する多岐にわたる技術、製品、リサイクルサービスについての報告。

多くの企業が環境問題に対してさまざまなアプローチをしていますが、キヤノンMJグループの総合的な環境への取り組みは素晴らしいものです。生産性を高めるために、他社が実施しているような断片的な施策に比べると、技術革新と業務プロセスの改善に基づいたキヤノンMJグループの総合的なアプローチは、非常に有効です。特定の産業や事業の事例を示し、製品やサービスを導入することで得られるメリットを説明すれば、キヤノンMJグループの能力や可能性についての理解が促進されるでしょう。

#### 情報セキュリティ

多くの企業は、データの量や流れを制限し、情報セキュリティを高めようとしています。一方、キャノンMJグループでは、情報をマーケティング活動の中で適切、かつ自由に使えるようにするため、情報リスクの効果的なマネジメントを促す取り組みをしています。また、社内実践ノウハウも含め、お客さまへ包括的な情報セキュリティ課題の解決を可能にしています。このセクションもまた、特定の産業や企業における情報を革新的かつ安全に運用する上で、キャノンMJグループが貢献している具体的な事例を示すと、より良い内容になると思います。

### ビジネスパートナーとともに

製品とサービスのマーケティング担当者として、責任ある生産者とサプライヤーとの間の強い絆を作り、維持することは、キャノンMJグループとお客さまにとって非常に重要な責務です。「ビジネスパートナーとともに」というこのセクションは、そうした関係をいかに重視し、関係を築き、育むための多くの計画を詳しく述べています。相互のパートナーシップとその成果を高めるためにキャノンMJグループとそのパートナーが掲げた具体的な目標に関する情報が加われば、このセクションはさらに充実すると思われれます。

### ビジネスパートナーとともに

製品とサービスのマーケティング担当者として、責任ある生産者とサプライヤーとの間の強い絆を作り、維持することは、キャノンMJグループとお客さまにとって非常に重要な責務です。「ビジネスパートナーとともに」というこのセクションは、そうした関係をいかに重視し、関係を築き、育むための多くの計画を詳しく述べています。相互のパートナーシップとその成果を高めるためにキャノンMJグループとそのパートナーが掲げた具体的な目標に関する情報が加われば、このセクションはさらに充実すると思われれます。

この報告書では、全体を通して特徴あるCSR活動が体系的にまとめられており、広範囲にわたる包括的な報告がなされています。事業活動の一環として、社会価値を創造するための明確な計画を戦略に組み込み、積極的に実行する企業姿勢もうかがえます。企業が社会的責任に戦略的に取り組む際に参考となる報告書といってもよいでしょう。

## 第三者コメントを受けて

「長期経営構想フェーズⅡ」をスタートさせた節目となる本年は、デイヴィス・スコット教授に第三者ご意見をいただきました。キャノンMJグループを深くご理解いただき、ご対応くださいましたことに厚く御礼申し上げます。本報告書の制作の真ただ中に起きた東日本大震災。さまざまな支援策を講ずる中、現地の方々が、津波で流された家族や友人の写真を拾い集める光景に直面し、あらためて自社のDNAや存続意義を確認することができました。企業が存続することの重要性、その大前提となるサステナビリティ。事業を通じて社会課題の解決を図り、自社の特長を活かすことで存在意義が認められ、企業と社会の持続的な相乗発展を目指す。結果として企業価値の向上につなげる。この考え方にご共感をいただき、意を強くしました。2007年にCSR推進本部が発足した当初より、経営トップが「CSR活動は、マーケティングそのもの」と発信しており、その本質には、絶え間なく変化する社会の要請や期待に、キャノンMJグループらしく応えていく、という意味を込めています。サービス創造企業として、「ビジネスがCSRにつながる」「CSRをビジネスにつなげる」といった観点から、“Business with CSR”というコンセプトを推進してまいります。次年度の報告では、ご指摘いただいた、環境、情報セキュリティなどの分野における取り組み成果の具体的な事例をさらに充実させることを含め、地道ながらも、グッドプラクティスを蓄積できるよう活動して参る所存です。

キャ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

阪田 斉弘

## 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	<a href="#">トップメッセージ</a>
1.2	主要な影響、リスクおよび機会の説明	<a href="#">トップメッセージ</a> <a href="#">IR資料</a>

### 2. 組織のプロフィール

指標		掲載箇所
2.1	組織の名称	<a href="#">経営データ</a>
2.2	主要なブランド、製品および／またはサービス	<a href="#">事業内容</a>
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	<a href="#">IR資料</a>
2.4	組織の本社の所在地	<a href="#">経営データ</a>
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	<a href="#">経営データ</a>
2.6	所有形態の性質および法的形式	<a href="#">経営データ</a>
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)	<a href="#">私たちの役割</a>
2.8	報告組織の規模 <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員数</li> <li>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)</li> <li>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)</li> <li>提供する製品またはサービスの量</li> </ul>	<a href="#">経営データ</a> <a href="#">IR資料</a>
	推奨される追加情報 <ul style="list-style-type: none"> <li>総資産</li> <li>受益所有権(最大株主の身元、株式保有率など)</li> <li>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)</li> </ul>	<a href="#">IR資料</a>
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"> <li>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</li> <li>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)</li> </ul>	<a href="#">IR資料</a>
2.10	報告期間中の受賞歴	<a href="#">事業所での環境負荷低減</a> <a href="#">お客さま先での環境負荷低減</a>

### 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)	<a href="#">報告方針</a>

指標		掲載箇所
3.2	前回の報告書の発行日(該当する場合)	<a href="#">報告方針</a>
3.3	報告サイクル(年次、半年ごとなど)	<a href="#">報告方針</a>
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	<a href="#">お問い合わせ</a>
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"> <li>重要性の判断</li> <li>報告書内のおよびテーマの優先順位付け</li> <li>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</li> </ul>	<a href="#">報告方針</a>
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)	<a href="#">報告方針</a>
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	<a href="#">報告方針</a>
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	<a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
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	<a href="#">第三者コメント</a>

#### 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)	<a href="#">コーポレートガバナンス</a>
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)	<a href="#">コーポレートガバナンス</a>
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	<a href="#">コーポレートガバナンス</a>
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	<a href="#">コーポレートガバナンス</a>
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	<a href="#">コーポレートガバナンス</a> <a href="#">IR資料</a>

	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	<a href="#">コーポレートガバナンス</a>
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	<a href="#">コーポレートガバナンス</a>
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	<a href="#">トップメッセージ</a> <a href="#">CSRの考え方</a> <a href="#">活動方針と推進体制</a> <a href="#">CSR行動計画</a>
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	<a href="#">トップメッセージ</a> <a href="#">CSRの考え方</a> <a href="#">活動方針と推進体制</a> <a href="#">CSR行動計画</a>
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	<a href="#">コーポレートガバナンス</a> <a href="#">活動方針と推進体制</a>
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	<a href="#">コンプライアンス</a> <a href="#">リスクマネジメント</a> <a href="#">環境経営の考え方</a>
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	<a href="#">CSRの考え方</a> <a href="#">未来につなぐふるさとプロジェクト</a>
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"> <li>● 統治機関内に役職を持っている</li> <li>● プロジェクトまたは委員会に参加している</li> <li>● 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</li> <li>● 会員資格を戦略的なものとして捉えている</li> </ul>	<a href="#">積極的な情報開示と社会への貢献</a>
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	<a href="#">社会貢献活動のテーマ</a> <a href="#">ステークホルダー・エンゲージメント</a>
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	<a href="#">社会貢献活動のテーマ</a> <a href="#">ステークホルダー・エンゲージメント</a>
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	<a href="#">社会貢献活動のテーマ</a> <a href="#">ステークホルダー・エンゲージメント</a>
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	<a href="#">未来につなぐふるさとプロジェクト</a> <a href="#">ステークホルダー・エンゲージメント</a>

## 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
--	----	------

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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 経済的パフォーマンス</li> <li>• 市場での存在感</li> <li>• 間接的な経済的影響</li> </ul>	<a href="#">投資家向け情報</a>	
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	<a href="#">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フェーズII(2011年～2015年)</a> <a href="#">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(2011年～2013年)</a>	
方針			
	<p>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</p>	<a href="#">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フェーズII(2011年～2015年)</a> <a href="#">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(2011年～2013年)</a>	
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"> <li>• 主な成功事例と欠点</li> <li>• 組織の主要なリスクと機会</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>	<a href="#">IR資料</a>	
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	<a href="#">IR資料</a>
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	<a href="#">CSR調達</a>
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	—

指標		掲載箇所
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 <a href="#">社会貢献活動</a>
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		
		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 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 原材料</li> <li>• エネルギー</li> <li>• 水</li> <li>• 生物多様性</li> <li>• 排出物、廃水および廃棄物</li> <li>• 製品およびサービス</li> <li>• コンプライアンス</li> <li>• 輸送</li> <li>• 全般</li> </ul> <a href="#">環境経営の考え方</a>
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 <a href="#">重要テーマと活動実績</a> <a href="#">CSR行動計画</a> <a href="#">環境経営の考え方</a> <a href="#">環境マネジメント</a>
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 <a href="#">キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針</a> <a href="#">環境経営の考え方</a>
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 <a href="#">活動方針と推進体制</a>
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 <a href="#">環境人材の育成</a>
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 <a href="#">環境マネジメント</a> <a href="#">CSR調達</a>
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"> <li>• 主な成功事例と欠点</li> <li>• 課題に関連する組織の主要なリスクと機会</li> <li>• 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</li> </ul> —

指標		掲載箇所
	造の大きな変更 <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	
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	<a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
エネルギー		
	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	<a href="#">自社における環境負荷低減</a>
	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優先取り組みおよび、これらの優先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量	<a href="#">自社における環境負荷低減</a> <a href="#">事業所での環境負荷低減</a> <a href="#">お客さま先での環境負荷低減</a> <a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
	EN7. 間接的エネルギー消費量削減のための優先取り組みと達成された削減量	<a href="#">事業所での環境負荷低減</a> <a href="#">お客さま先での環境負荷低減</a> <a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
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	<a href="#">未来につながるさとプロジェクト特設サイト</a>
	EN13. 保護または復元されている生息地	<a href="#">未来につながるさとプロジェクト特設サイト</a>
	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	<a href="#">環境経営の考え方</a> <a href="#">未来につながるさとプロジェクト特設サイト</a>
	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、直接および間接的な温室効果ガスの総排出量	<a href="#">事業所での環境負荷低減</a> <a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
	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	<a href="#">事業所での環境負荷低減</a> <a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
	EN18. 温室効果ガス排出量の削減のための優先取り組みと達成された削減量	<a href="#">「くらし、しごと、社会」での価値提供:お客さま先での環境負荷</a>

指標		掲載箇所
		<a href="#">低減</a> <a href="#">事業所での環境負荷低減</a> <a href="#">環境経営:お客さま先での環境負荷低減</a> <a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
EN19.	重量で表記する、オゾン層破壊物質の排出量	<a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
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	—
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VII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	<a href="#">「くらし、しごと、社会」での価値提供:お客さま先での環境負荷低減</a> <a href="#">事業所での環境負荷低減</a> <a href="#">環境経営:お客さま先での環境負荷低減</a> <a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
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	<a href="#">環境経営:お客さま先での環境負荷低減</a> <a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
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	<a href="#">事業所での環境負荷低減</a> <a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
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"> <li>雇用</li> </ul>	<a href="#">従業員に関する方針</a> <a href="#">CSRの考え方</a>

指標		掲載箇所
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 労使関係</li> <li>• 労働安全衛生</li> <li>• 研修および教育</li> <li>• 多様性および機会均等</li> </ul>	
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	<a href="#">重要テーマと活動実績</a>
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	<a href="#">従業員に関する方針</a>
組織の責任		
	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	<a href="#">仕事にやりがいを感じる環境づくり</a>
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	<a href="#">CSR調達</a> <a href="#">グリーン調達</a>
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"> <li>• 主な成功事例と欠点</li> <li>• 組織の主要なリスクと機会</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>	—
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	<a href="#">人権の尊重と多様な人材の活躍</a>
	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	<a href="#">仕事にやりがいを感じる環境づくり</a>
	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		

指標		掲載箇所
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、欠勤の割合およ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	<a href="#">働きやすく快適な職場環境の整備</a>
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	<a href="#">働きやすく快適な職場環境の整備</a>
研修および教育		
LA10.	従業員のカテゴリー別の、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	<a href="#">仕事にやりがいを感じる環境づくり</a>
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	<a href="#">人権の尊重と多様な人材の活躍</a>
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"> <li>● 投資および調達慣行</li> <li>● 無差別</li> <li>● 結社の自由および労働協約</li> <li>● 児童労働の撲滅</li> <li>● 強制労働の防止</li> <li>● 苦情および不満に関する慣行</li> <li>● 保安慣行</li> <li>● 先住民の権利</li> </ul>	<a href="#">従業員に関する方針</a>
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	<a href="#">重要テーマと活動実績</a>
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	<a href="#">CSRの考え方</a> <a href="#">従業員に関する方針</a> <a href="#">人権の尊重と多様な人材の活躍</a>

指標		掲載箇所
	のため記載する	
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	<a href="#">人権の尊重と多様な人材の活躍</a>
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	<a href="#">CSR調達</a>
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"> <li>• 主な成功事例と欠点</li> <li>• 組織の主要なリスクと機会</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>	—
人権パフォーマンス指標		
投資および調達の慣行		
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	<a href="#">CSR調達</a>
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	<a href="#">CSR調達</a>
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		
	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 <ul style="list-style-type: none"> <li>• コミュニティ</li> <li>• 不正行為</li> <li>• 公共政策</li> <li>• 非競争的な行動</li> <li>• コンプライアンス(法規制遵守)</li> </ul>	<a href="#">コンプライアンス</a>
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	<a href="#">重要テーマと活動実績</a> <a href="#">CSR行動計画</a>
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)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	<a href="#">CSRの考え方</a> <a href="#">コンプライアンス</a>
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	<a href="#">コンプライアンス</a>
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	<a href="#">CSR調達</a>
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"> <li>• 主な成功事例と欠点</li> <li>• 組織の主要なリスクと機会</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>	—
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	<a href="#">コンプライアンス</a>

指標		掲載箇所
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	<a href="#">積極的な情報開示と社会への貢献</a>
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	—
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"> <li>顧客の健康と安全</li> <li>製品およびサービスのラベル表示</li> <li>マーケティング・コミュニケーション</li> <li>顧客のプライバシー</li> <li>コンプライアンス(法規制遵守)</li> </ul>	<a href="#">品質マネジメント</a>
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)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	<a href="#">品質マネジメント</a>
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	<a href="#">お客さまの声を活かすしくみ</a> <a href="#">お客さまサポートの充実</a>
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	<a href="#">お客さま価値創出のための協働CSR調達</a>
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"> <li>• 主な成功事例と欠点</li> <li>• 組織の主要なリスクと機会</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>	—
製品責任のパフォーマンス指標		
顧客の安全衛生		
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	<a href="#">品質マネジメント</a> <a href="#">お客様の声を活かすしくみ</a>
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	<a href="#">お客さま先での環境負荷低減</a> <a href="#">環境パフォーマンスデータ</a>
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	<a href="#">お客様の声を活かすしくみ</a> <a href="#">お客さまサポートの充実</a>
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	<a href="#">ブランドマネジメント</a>
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。	<a href="#">CSRの考え方</a> <a href="#">活動方針と推進体制</a>
	原則2	人権侵害に加担しない。	<a href="#">活動方針と推進体制</a> <a href="#">人権の尊重と多様な人材の活躍</a> <a href="#">CSR調達</a>
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。	<a href="#">仕事にやりがいを感じる環境づくり</a>
	原則4	あらゆる形態の強制労働を排除する。	<a href="#">CSR調達</a>
	原則5	児童労働を実効的に廃止する。	<a href="#">CSR調達</a>
	原則6	雇用と職業に関する差別を撤廃する。	<a href="#">活動方針と推進体制</a> <a href="#">人権の尊重と多様な人材の活躍</a> <a href="#">CSR調達</a>
環境	原則7	環境問題の予防的なアプローチを支持する。	<a href="#">活動方針と推進体制</a> <a href="#">CSR行動計画</a> <a href="#">環境経営の考え方</a> <a href="#">環境マネジメント</a> <a href="#">キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針</a> <a href="#">CSR調達</a>
	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。	<a href="#">トップメッセージ</a> <a href="#">環境経営の考え方</a> <a href="#">未来につながるさとプロジェクト</a> <a href="#">CSR調達</a>
	原則9	環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。	<a href="#">自社における環境負荷低減</a> <a href="#">「くらし・しごと・社会」での価値提供:お客さま先での環境負荷低減</a> <a href="#">製品ライフサイクルにおける環境配慮</a> <a href="#">環境経営:お客さま先での環境負荷低減</a> <a href="#">CSR調達</a>
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。	<a href="#">コーポレートガバナンス</a> <a href="#">コンプライアンス</a> <a href="#">CSR調達</a>