

Canon



Canon Marketing Japan Group

キヤノンマーケティングジャパングループ

CSR報告書 2011

ダイジェスト版



キヤノンマーケティングジャパングループのCSR

～CSR活動は、マーケティングそのもの～

キヤノンマーケティングジャパングループは、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。

キヤノンマーケティングジャパングループにおけるCSRの考え方

「顧客主語」で実践する全員参加型のCSR

多くのお客さまとの接点を持つキヤノンMJグループでは、「顧客主語」の考え方にに基づき、事業活動を実践しています。

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

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

「顧客主語」で実践する全員参加型のCSR ～ CSR活動は、マーケティングそのもの～

従業員の
CSRマインド

共生の理念・
三自の精神

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、新入社員研修や新任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」

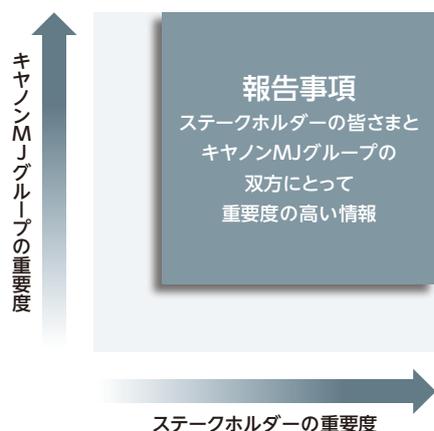
「三自の精神」は、キヤノンが創業当時から掲げる行動指針で、キヤノンのDNAともいえます。「三自」とは、従業員が何事にも自ら進んで積極的に行い(自発)、自分自身を管理し(自治)、自分が置かれている立場・役割・状況をよく認識して(自覚)行動することです。キヤノンMJグループにおいても、「三自の精神」は、CSR活動の基本となります。

報告方針

キャノン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ャノン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。

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。

会社情報

<http://cweb.canon.jp/co-profile/company/index.html>

投資家向け情報

<http://cweb.canon.jp/ir/index.html>

対象期間および対象会社

●報告対象期間

2010年1月～12月を基本とし、ウェブサイトではそれ以降の活動も適宜更新していきます。

●報告サイクル

毎年1回発行(前回の発行は2010年6月)

●報告対象会社

キャノンマーケティングジャパン株式会社およびキャ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

CONTENTS

3 トップメッセージ

5 「くらし、しごと、社会」での価値提供

フットライフを楽しく豊かに
環境にやさしい社会へ
安心・安全な社会へ

11 環境経営

13 情報セキュリティ

15 社会貢献活動

17 CSRマネジメント

22 第三者コメント

会社名の表記について

本書中、会社名を下記の略称で表記する場合があります。

キャノンマーケティングジャパングループ

➡ キャノンMJグループ

キャノンマーケティングジャパン株式会社

➡ キャノンMJ

キャノンシステムアンドサポート株式会社

➡ キャノンS&S

キャノンITソリューションズ

➡ キャノンITS

トップメッセージ

安心安全で豊かな 「暮らし、しごと、社会」の実現に向けて

キャノンマーケティングジャパン株式会社

代表取締役社長 川崎 正己

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。

キャ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きました。

「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、そしてなによりも被災された方々、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、キャ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



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を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。キャ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、国内マーケット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、私たちキヤノンマーケティングジャパングループは、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マーケット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CO₂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CO₂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CO₂削減貢献量年間10万トン以上を目指し、自社排出量比で2倍以上とする」という目標を設定しました。この自社CO₂排出量とお客さま先でのCO₂削減貢献量との比率を「グリーンレシオ」と呼んでいます。2010年は自社事業所のCO₂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CO₂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CO₂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け、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。

「暮らし、しごと、社会」での価値提供

安心安全で豊かな「暮らし、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」、会員制コミュニティの「キヤノンフォトサークル」、多くの方に写真の楽しさや喜びを伝えるワークショップやイベントなど、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 canon.jp/eos-school

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。



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作家のギャラリー、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。



「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。

 キヤノンフォトサークル canon.jp/cpc



「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。

フォトライフを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。

エンジョイ!子育てパーク 〜パパ・ママ撮ってね!運動会〜



①「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



③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



②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



④撮影した写真を「SELPHY CP800」を使ってプリントし、講師が一対一にアドバイス

環境にやさしい社会へ

環境ビジョン『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CO₂削減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。



本社 S タワーにおける省エネへの取り組み

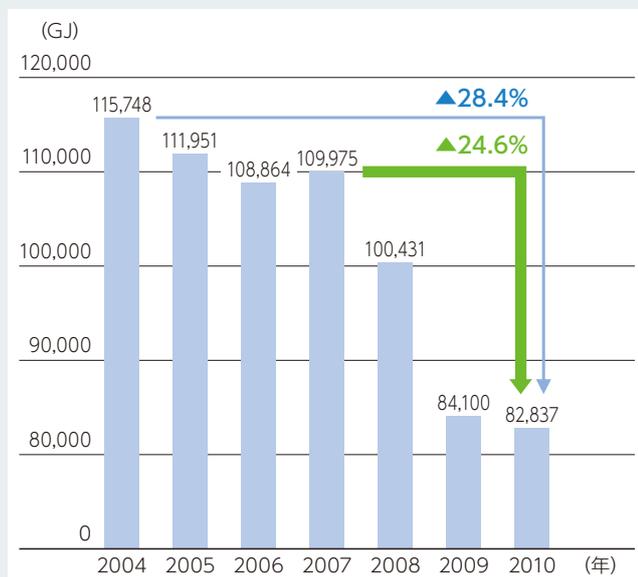
キャノンSタワーは2003年4月に竣工しましたが、設計段階による省エネ対策により、1年間のエネルギー消費量が同規模のビルの平均値よりも10%以上少ない、省エネビルでした。

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。「いつ・どこで・何を」行ったか日誌に記し、対策として「いつ・どこで・何を」行えば良いかを、一覧表にまとめました。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。

その結果 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



高まる企業ニーズにこたえる「省エネオフィス支援ソリューション」

キャノンITSが提供する「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を促します。「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
<http://www.canon-its.co.jp/environment/enecon/index.html>

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にて公開しました。



「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、CO₂換算の数値などでわかりやすく紹介しています。

「GREEN NAVI」のトップ画面

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CO₂換算数値で確認することができます。

 GREEN NAVI
canon.jp/green-navi

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。

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。

オフィスの省エネ化は、ITシステムの新たな課題

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。

私たちはキヤノン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。



キヤノン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)

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

キヤノングループは、これま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、環境負荷低減効果をお客さまに実感していただく機会は限られていました。

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。「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するために、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製品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していく予定です。



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)

安心・安全な社会へ

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・サービスなどを提供を通して、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



小型・軽量の情報カメラ



高速光無線システム「CANOBEAM」

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。

“人の目”に近づく高精細な カメラシステムを目指して

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ー「CXDI」シリーズを発売。X線撮影をデジタル化することで、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、画像処理技術などを駆使することにより、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、撮影室に足を運べない患者さんや医療現場の声を受け、ハンディータイプの「CXDI-50G」を発売。その後も、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、狭い病室でも、さまざまな方向から撮影できるなど、使い勝手が向上。さらに、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。

今後もキヤノン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）など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。

日本では、X線撮影に関する指針が整備されておらず、屋外でのX線カメラ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、「災害時の救護所等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、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

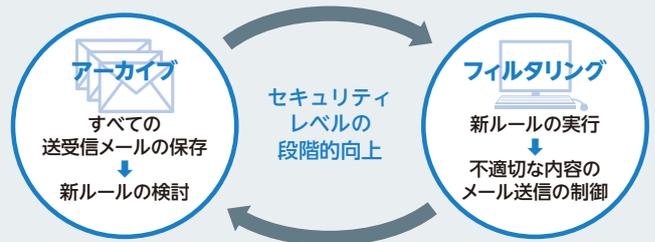
電子メールからの情報漏えいリスクを低減する 「GUARDIANWALL」

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するリスクがあります。キヤノンITSが独自開発・販売する「GUARDIANWALL」は、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。

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。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・削除できます。

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。また、アーカイブしたメールの内容をチェックし、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。

● 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



社会の変化やお客様の期待に応える製品開発

2010年からは、お客様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様への訪問活動をスタート。延べ200社以上を訪問し、お客様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。

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。

 GUARDIANWALL <http://canon-its.jp/guardian/product/gw/>

環境経営

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。

環境経営の考え方

● 環境ビジョン『未来の森』2015

キャノンの環境ビジョン「Action for Green」を受け、キャノン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

キャ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、豊かさや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。

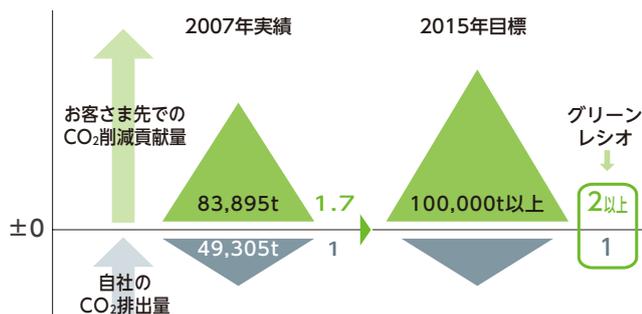


● グリーンレシオを設定

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

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

地球環境にプラス



地球環境にマイナス

● 2010年のグリーンレシオ達成状況

2010年は、自社のCO₂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、CO₂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CO₂削減活動への貢献では、新製品「imageRUNNER ADVANCE」の販売拡大等により、CO₂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CO₂大幅削減
- 新製品imageRUNNER ADVANCEの販売拡大によるお客さま先でのCO₂大幅削減

事業所での環境負荷低減

● オフィスコントロールの取り組み

P7-8「環境にやさしい社会へ」をご覧ください。

● 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は、複数の拠点間における人の移動にかかる時間や交通費を削減し、生産性の向上やコスト削減に大きく寄与しています。また、移動時のCO₂削減にも大きな効果があるため、キャノン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S&Sでは、ASPを利用したテレビ電話システム「CAO CAO」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。



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

お客さま先での環境負荷低減

● 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。



● 商品配送における環境負荷低減

キヤノンMJグループでは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。

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配送でルート配送する「エリア共同配送」も実施しており、これらの取り組みにより、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）。

製品の回収・リサイクル活動

● 使用済み製品のリサイクルネットワークを構築

お客さま先から回収された使用済み本体製品は、全国10カ所の回収センターやキヤノングループのリサイクル拠点「キヤノンエコロジーインダストリー」「トップ事務機」などを活用して効率的に再資源化が行われています。

また、使用済みカートリッジの回収はご協力いただくお客さまの利便性向上のため、全国各地の回収拠点・回収箱への持ち込み、宅急便を利用した集合回収箱など、ご利用状況に応じたさまざまな回収方法をご用意しています。

● 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グループが市場から回収した使用済み本体製品・消耗品は、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。

使用済み本体製品を分解・清浄などの後、再製造する再生モデルのほか、使用済み本体製品・消耗品の部品リユースや、外装・外枠を材料として再利用するなどの取り組みを行っています。

情報セキュリティ

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。

推進フレームワークと主要テーマ

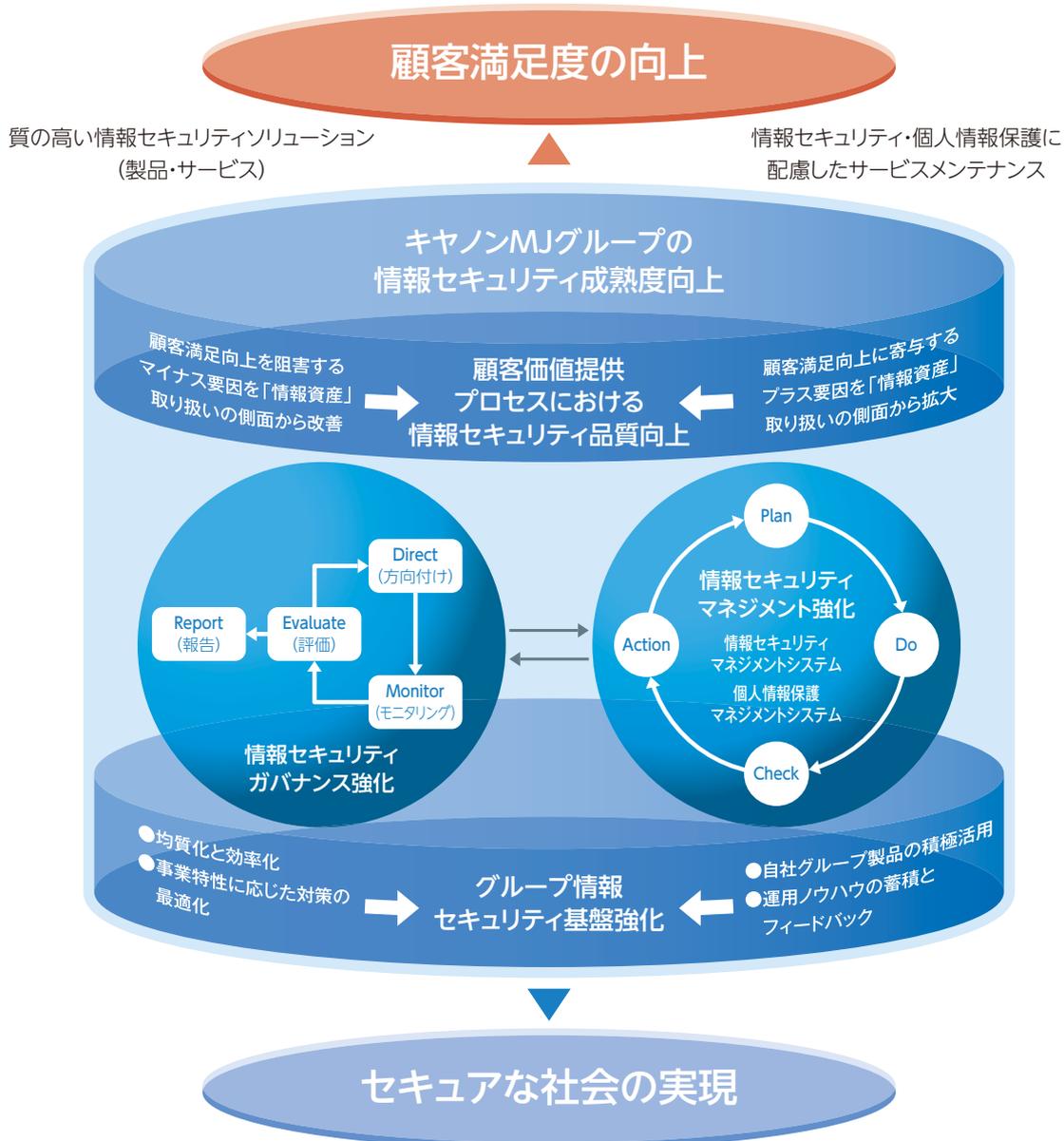
キャノンMJグループは、セキュアな社会の実現に向け、企業の社会的責任として「情報セキュリティ」の基盤強化に取り組んでいます。さらに「情報セキュリティ」を、お客さまへの価値提供プロセスの品質を「より安全に」「より確実に」「より効率的に」するための“顧客満足度の向上を支える業務改善活動”ととらえて、成熟度の向上に努めています。

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。

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

私たちの「情報セキュリティ」は顧客満足度の向上を支える業務改善活動です



※情報セキュリティ活動の詳細は、「情報セキュリティ報告書2011」をご参照ください。
<http://cweb.canon.jp/csr/security-report/index.html>

「主要注力テーマ」における主な取り組み事例

● ISMSグループ統合認証の推進

グループの情報セキュリティマネジメントの均質化と効率化を図るために、ISMSのグループ統合認証を推進しています。

2010年は、グループ方針・規程を制定し、共通の枠組みを整備しました。また、2011年の完全統合に向けて部分統合を実施し、グループ各社間の情報セキュリティ事務局業務の重複の解消による効率化と認証審査コストの低減を実現しました。

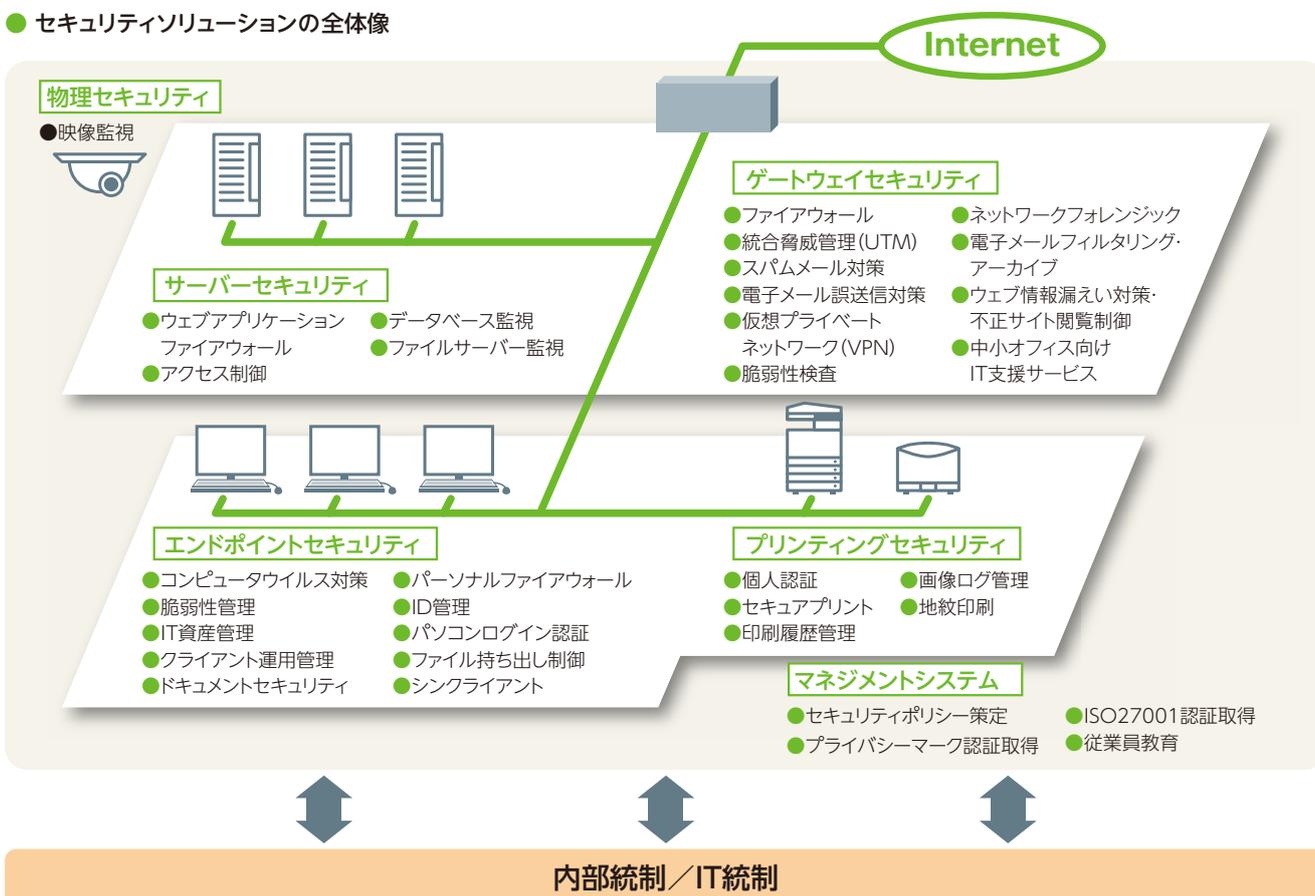
● グループ全体最適を考えたITセキュリティ

グループ共通対策の最適化を図るために、ネットワークインフラ統制、システム・アプリケーション統制、パソコン・メディア統制などを実装しています。

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。

● セキュリティソリューションの全体像



お客様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

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

キヤノンMJグループは、ITガバナンスの確立や内部統制の強化を実現するIT全般統制の視点からセキュリティソリューションを提案しています。

● トータルセキュリティソリューションの提供

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

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。

社会貢献活動

ステークホルダー参加型の社会貢献活動「未来につなぐふるさとプロジェクト」を全国各地で展開しています。

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。

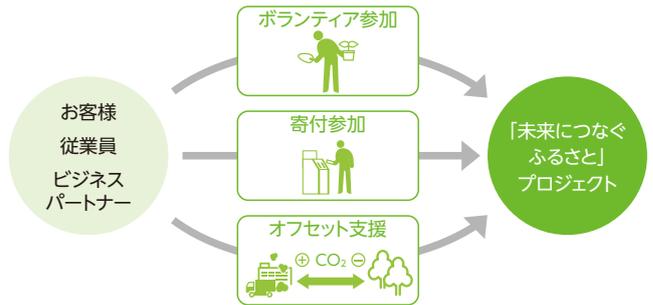
● 「未来につなぐふるさとプロジェクト」で推進する取り組み

- 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*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

* カーボン・オフセット: 自らのCO₂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。

プロジェクトを支援するしくみ

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



未来につなぐふるさとプロジェクト

キャノン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、ステークホルダー参加型の自然再生活動「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。

● 「未来につなぐふるさとプロジェクト」特設サイト
canon.jp/furusato-p

● ボランティア活動の内容と活動地域

地域	活動内容
山形県	森林保全 地域活性化
新潟県	棚田の保全 山村再生
山梨県	耕作放棄地再生 地域活性化
広島県	森林保全
福岡県	干潟保全
沖縄県	森林保全
北海道	森林保全 環境学習
栃木県	生物多様性保全 環境学習
茨城県	耕作放棄地再生 生物多様性保全
東京都	森林保全
静岡県	休耕地再生 森林保全
三重県	耕作放棄地再生 地域活性化
大阪府	里山再生
香川県	森林保全 環境学習

事業を通じた支援

● トナーカートリッジ・インクカートリッジの回収本数に応じた寄付

お客さまやビジネスパートナーから回収^{*1}したトナーカートリッジを1本あたり4円^{*2}、インクカートリッジを2円^{*2}で換算し、その回収量に応じた金額を「未来につなぐふるさとプロジェクト」へ寄付しています。トナーカートリッジの回収本数に応じた寄付は、レーザービームプリンター「サテラ」の広告キャンペーン「サテラの恩返し」と連動して活動を推進しています。

こうした使用済みカートリッジの回収活動を通じて、間接的に社会貢献活動に寄与することができます。

● トナーカートリッジ・インクカートリッジの回収時に発生するCO₂のカーボン・オフセット

使用済みカートリッジの回収輸送時にトラックなどから発生するCO₂^{*3}を、岩手県釜石地方森林組合の森林吸収クレジット(J-VER)でオフセットしています。2010年度は265トンをおフセットしました。



岩手県釜石の森林

● 再生複合機「Refreshedシリーズ」の製造段階までに発生するCO₂のカーボン・オフセット

「Refreshedシリーズ iR C3380F-R」は、部品リユース率を高めるなど、製造段階までのCO₂排出量^{*3}を新品製造時と比べ約80%削減するだけでなく、さらに残り約20%のCO₂排出量^{*3}を三重県大台町の森林吸収クレジット(J-VER)でオフセットし、製造段階までのCO₂排出量ゼロを実現^{*4}しています。2010年度は110トンをおフセットしました。



三重県大台町の森林

● PPC用紙「PB PAPER」販売数に応じた寄付

PPC用紙「PB PAPER」^{*5}1パッケージ販売につき4円を「未来につなぐふるさとプロジェクト」に寄付しています。

※1 ベルマーク教育助成財団に登録されている学校から回収したもの、および郵便局から回収したものは除く。

※2 2010年までトナーカートリッジは1本あたり3円、インクカートリッジは1円、PB PAPERは3円を寄付。2011年からは、東日本大震災の復興支援としてそれぞれ1円を増額しました。

※3 CO₂排出量はキヤノン独自の算出方法で算出。

※4 製造段階までに発生するCO₂排出量に相当するCO₂排出枠を購入し、オフセット(埋め合わせ)することにより、理論上、CO₂排出量がゼロになるという意味です。

※5 キヤノン初の5,000枚入り大容量パッケージ。配送頻度の低減により、物流におけるCO₂排出量削減やゴミの削減にも効果的です。

● さまざまな製品との関わり



CSRマネジメント

重要テーマと活動実績

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。

2010年CSR重要テーマ	実施項目
グループCSR活動の基盤強化	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 社会的責任の遂行に関するグループ共有の行動計画を策定
企業倫理・コンプライアンスの徹底	メールマガジン「今週のコンプライアンス」の配信 コンプライアンス・ミーティングの実施 コンプライアンス意識調査の実施
環境経営の具現化	環境マネジメントシステム(EMS)の効率化と効果的な運用 事業所の環境負荷低減 環境配慮製品の提供および環境配慮物流の推進 お客さまの環境配慮活動支援 生物多様性への対応
グループ情報セキュリティ活動の強化	情報セキュリティの基盤強化 第三者認証による客観的評価と改善 個人情報保護の継続的強化・改善 情報セキュリティ人材の育成 情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
リスクマネジメント強化	BCM(Business Continuity Management : 事業継続マネジメント)の構築と維持管理
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	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 ステークホルダーへのCSRコミュニケーションと啓発
安全衛生における二大理念の追求 ● 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	自己健康管理力のベースアップを図る取り組み 労働災害削減の取り組み 救命救急体制の整備
キヤノンMJグループらしい 社会貢献活動の実践	社会貢献活動における独自のプロジェクトの実践

実施内容と成果	CSR報告書 情報セキュリティ報告書
<p>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。</p>	
<p>「キャノンMJグループ CSR行動計画」を策定(2011年から実行)。</p>	
<p>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)。</p>	CSR報告書 P20
<p>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)。</p>	CSR報告書 P21
<p>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:約92%)。</p>	CSR報告書 P21
<p>1. EMS文書管理のシステム化 2. キャノングループ統合マネジメント認証の維持 グループ会社を含め、各拠点で削減活動を推進。 2010年CO₂排出量実績:38,726t-CO₂(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</p>	CSR報告書 P11
<p>● 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CO₂排出ゼロ*を実現したRefreshedシリーズ新機種「iR C3380F-R」を発売。 2. キャノンMJグループが推進する社会貢献活動「未来につなぐふ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 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-CO₂削減。 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-CO₂削減。 ※ 製造段階までに発生するCO₂排出量に相当するCO₂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、CO₂排出量がゼロになるという意味です。</p>	CSR報告書 P12
<p>お客さま先の環境負荷低減につながる情報を発信。 1. お客さま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。 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。</p>	CSR報告書 P8
<p>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)。</p>	
<p>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。 2. 「インシデント管理システム」の導入開始。</p>	情報セキュリティ報告書 P6
<p>1. ISMS認証取得範囲の拡大(新規取得会社:キャノンカスタマーサポート、キャノンプリントスクエア、キャノンビズアテンダ)。 2. ISMS認証の部分統合(キャノンマーケティングジャパングループ4社、キャノンITソリューションズグループ2社)。</p>	情報セキュリティ報告書 P11
<p>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:キャノンプリントスクエア、オーエーエル)。</p>	情報セキュリティ報告書 P11
<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)。 1. ISMS推進担当者:3,333名 2. ISMS内部監査員:485名 3. 個人情報保護キーパーソン:380名</p>	情報セキュリティ報告書 P16
<p>「キャノンMJグループ情報セキュリティ報告書2010」を発行。</p>	情報セキュリティ報告書 P17
<p>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。</p>	CSR報告書 P21
<p>1. 「キャノンMJグループ CSR報告書2010」(ダイジェスト版を含む)を発行。 2. 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。</p>	
<p>1. お客さま、ビジネスパートナーに向けたキャノンMJグループCSR活動紹介セミナーを実施(延べ35回)。 2. 社内・階層別教育の実施(対象は、新入社員、新任ライン管理職、キャリア入社者など)。</p>	
<p>「健康処方箋～天使の習慣・悪魔の習慣～」を発行(2010年9月)。</p>	
<p>5S強化月間の実施(2010年4月、8月、12月)</p>	
<p>救命講習受講者1,638名(2011年2月現在)</p>	
<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。 1. ボランティア活動 ・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。 ・全国9つのNPO団体と連携しプログラムを推進。 2. カーボン・オフセットの取り組み ・使用済みカートリッジ回収時にトラック等から排出するCO₂265t*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。 ・「Refreshedシリーズ iR C3380F-R」製造段階までに発生するCO₂110t*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。 ※ キャノン独自の算出方法で算出。</p>	CSR報告書 P15-16

CSR活動方針

キャノン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、「キャノンマーケティングジャパングループ CSR活動方針」を制定しました。

キャノンマーケティングジャパングループ CSR活動方針

キャノンマーケティングジャパングループでは、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
 キャノンマーケティングジャパン株式会社
 代表取締役社長
 川崎 正己

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。

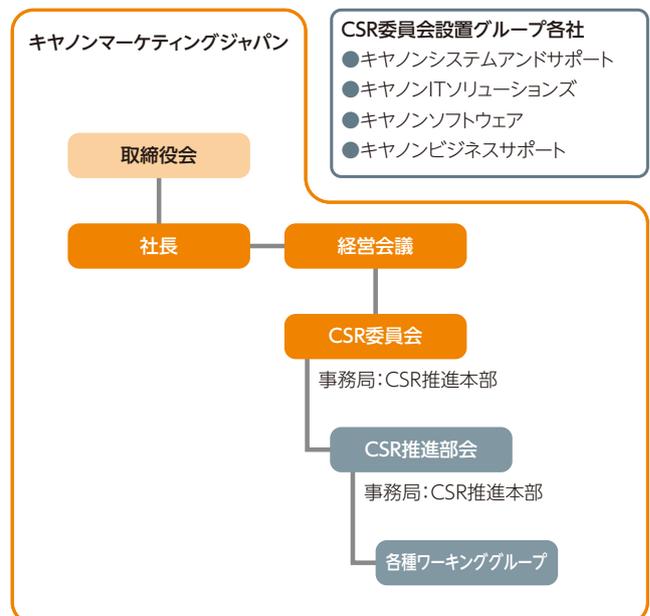
「CSR委員会」では、企業倫理・コンプライアンスの徹底、情報セキュリティガバナンスの強化、および環境対応の強化を中心に、諸施策を立案・決定しています。

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。

● 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推進体制(2011年4月現在)



コンプライアンス

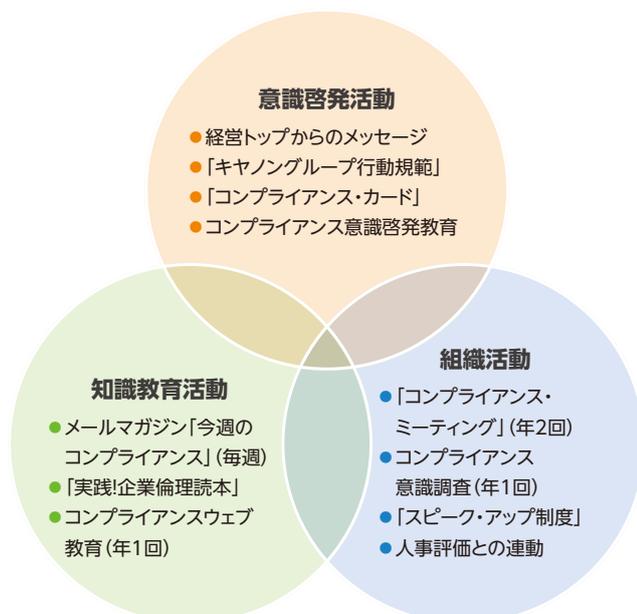
● コンプライアンス活動の考え方

キャノン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。



コンプライアンス・カード

● キャノンMJグループのコンプライアンス活動



● コンプライアンス意識啓発教育

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。



新入社員に対する対面教育

● コンプライアンス意識啓発教育の内容

● 新入社員研修(毎年4月)

市民生活と会社生活の違い、コンプライアンスリスクとインパクト、キャノンMJグループのコンプライアンス活動紹介

● 新任ライン管理職研修(毎年1月、7月)

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

● メールマガジン

「今週のコンプライアンス」の配信

コンプライアンス実践に必要な知識・情報の周知を図るため、2004年6月より「今週のコンプライアンス」というメールマガジンを毎週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。(累積配信回数337回/2010年12月末現在)

● 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～

● 「コンプライアンス・ミーティング」の実施

職場内での意識向上と具体的な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、次回ミーティングまでの成果をチェック、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

● 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。

● 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す。

リスクマネジメント

● 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、キャノン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

● 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。

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。

● 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。

第三者コメント

自社のCSR活動に対し客観的な評価を得るために、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。



立教大学 経営学部 教授

デイヴィス・スコット氏

キャノン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。

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。この光景にキャノン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」の促進というキャノン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、キャノン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、キャノン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ャノン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、キャノン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っ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活動ウェブサイトのご案内

本書では、2010年の活動を中心にCSR活動のダイジェストとして報告していますが、ウェブサイトでは、下記のような網羅的な情報を掲載しています。

また、「新着情報」などを通じて最新の情報を適宜更新していますので、詳しい情報をご覧になりたい方は、ウェブサイトをご利用ください。



ウェブサイト <http://cweb.canon.jp/csr/index.html>

ウェブサイト掲載項目一覧

「くらし、しごと、社会」での価値提供	社会貢献活動
フォトライフを楽しく豊かに	社会貢献活動の考え方
写真を学び、分かち合う喜び	社会貢献活動のテーマ
フォトライフの楽しみを知る	未来につながるさとプロジェクト
環境にやさしい社会へ	プロジェクトの活動実績
自社における環境負荷低減	人道・災害
お客さま先での環境負荷低減	環境保全
安心・安全な社会へ	社会福祉
社会基盤整備への貢献	地域社会
社会から信頼される企業を目指して	教育・学術
CSRマネジメント	芸術・文化・スポーツ
CSRの考え方	ステークホルダーとともに
活動方針と推進体制	お客さまとともに
重要テーマと活動実績	お客さまの声を活かすしくみ
CSR行動計画	お客さまサポートの充実
コーポレート・ガバナンス	お客さまのビジネス支援
コンプライアンス	ビジネスパートナーとともに
リスクマネジメント	お客さま価値創出のための協働
品質マネジメント	CSR調達
ブランドマネジメント	グリーン調達
持続可能な社会のために	株主・投資家とともに
環境経営	積極的なIR活動の推進
環境経営の考え方	社外からの評価
環境マネジメント	従業員とともに
事業所での環境負荷低減	従業員に関する方針
製品ライフサイクルにおける環境配慮	人権の尊重と多様な人材の活躍
お客さま先での環境負荷低減	仕事にやりがいを感じる環境づくり
製品の回収・リサイクル活動	働きやすく快適な職場環境の整備
環境人材の育成	ステークホルダー・エンゲージメント
環境パフォーマンスデータ	CSR活動の報告について
情報セキュリティ	報告方針
情報セキュリティの考え方	第三者コメント
情報セキュリティマネジメント	GRIガイドライン対照表
第三者認証の効果的な活用	国連グローバル・コンパクト対照表
情報セキュリティ対策の実装	報告書のダウンロード
情報セキュリティ人材の育成	CSR報告書
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
お客さまへの安心・安全の提供	CSRアンケート
	お問い合わせ
	新着情報