

Canon

キヤノンマーケティングジャパングループ



C a n o n M a r k e t i n g J a p a n G r o u p

CSR報告書 2013

ダイジェスト版

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、お客さま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。
- お客さま、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。

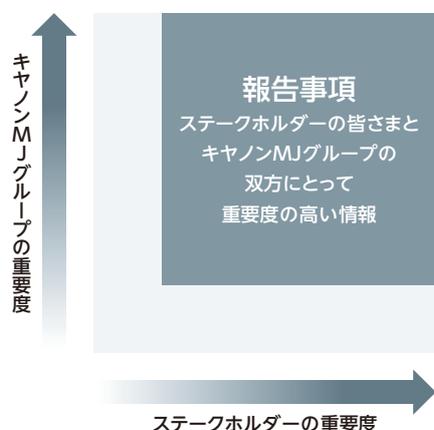
制定日：2009年8月1日
キャノンマーケティングジャパン株式会社
代表取締役社長
社長執行役員
川崎 正己

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や国連グローバル・コンパクト、ISO26000、日本経団連の企業行動憲章、さらには本報告書への第三者コメントを参考として、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、より重要な取り組みや特徴的な取り組みを中心に編集しています。

なお、本報告書には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

2012年1月～12月を基本とし、ウェブサイトでは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、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2012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 レポートガイド 第3版

CONTENTS

3 トップメッセージ

5 キャノンマーケティングジャパングループが考える「CSR経営」

7 CSR行動計画

9 特集

1 お客さまの安心・安全を実現する「西東京データセンター」

2 「人にやさしい医療」を実現するX線デジタル撮影装置

13 CSRコミュニケーション

15 環境経営

17 情報セキュリティ

19 事業継続

21 コンプライアンス

23 社会貢献活動

25 東日本大震災 復興に向けた取り組み

26 第三者意見

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ITソリューションズ

➡ キャノンITS

サービス創造企業グループとして、 社会課題の解決に取り組んでいきます



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
社長執行役員 川崎 正己

2012年を振り返ると、欧州を中心とする世界経済の減速や大幅な円高の影響が続く中、主要国トップの交代や中国需要の冷え込み、国内では政権交代に前後して経済に明るさの兆しが見えてくるなど、さまざまな出来事があった1年でした。

国内外問わず、解決すべき社会課題は数多く存在し、その種類は多岐にわたります。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)にとっても、さまざまな社会課題と向き合った1年となりました。

マーケティング・イノベーションで 社会に新しい価値を提供していきます。

私たちのCSR活動は、「キャノンMJグループ長期経営構想フェーズII(2011年~2015年)」に掲げている“サービス創造企業グループ”として、社会課題に取り組むということが軸になります。

商品・サービスの提供にとどまらず、お客さま先でどのように使われているのかという状態を把握し、そこから浮かび上がってきた課題を解決していく。すなわち、マーケティング活動によって、社会に新しい価値を提供していくこと。これこそが、サービス創造企業グループとしてのマーケティング・イノベーションです。

マーケティング・イノベーションによって社会課題の解決と同時に経済価値を生み出すことで、キャノンMJグループは存続していくことができるのです。そして存続すればこそ、持続可能な社会の実現に寄与していくことができると考えています。

社会全体の利益を見据え、多様な考え方を 受け入れ、取り組んでいきます

サービス創造企業グループとして社会に貢献していくためには重要なポイントがあると考えています。

1つは、社会全体の利益を見据えて取り組むことです。例えば、私たちのデータセンター事業の場合、多くの電力を消費しますが、社会全体で見ると、お客さまそれぞれがサーバーを設置・運用するより、データセンターにサーバーをお預けいただいたほうが、省エネや環境負荷低減につながります。さらに、より安全に情報資産を守ることができるのです。



もう1つは、多様な考え方があることを認識した上で、取り組むことです。キャノンMJグループでは、この1年余りの間に、台湾、タイ、フィリピンに新会社を設立するなど、グローバル展開を推進しています。これまでに培ってきたノウハウをベースに、その国、その地域に新しい価値を創り出していこうと考えています。そのためには、現地の文化・慣習・法令などを理解し、国連グローバル・コンパクトやISO26000などを活用しながら、ビジネスを進めていくことが大切です。

東日本大震災からの復興に向けて、 “キャノンにできること”に取り組んでいきます

今の日本にはさまざまな社会課題が存在しますが、東日本大震災からの復興なくして日本の再生はあり得ない、そう感じています。とはいうものの、震災直後の状況と、それから2年以上経った今とでは、復興支援として求められていることも、私たちが取り組むべきことも、変わってきていると思います。そこで、復興に向けて、“キャノンにできること”は何だろうかと考えました。

その1つは、私たちのビジネスの力で復興のお手伝いをしたいとの想いで設置した、「東北復興推進室」の活動です。被災各地に足を運び、その状況やニーズを把握するとともに、キャノングループとして、あるいは自治体、教育機関、企業、NPOなどと協働して、どのようなことができるのかを検討している最中です。この活動を通して、私たちの事業が果たせる役割とは何かを、従業員一人ひとりにも、あらためて感じてほしいと思っています。

もう1つは、被災地の人たちが子供たちを元気づけ、勇気づける「みんなの笑顔プロジェクト」です。写真撮影プログラムや自然体験プログラムを通して、人と人とのコミュニケーションづくりや、子供たちの心を育むお手伝いをしています。

ステークホルダーの皆さまの期待に応えて、 取り組んでいきます

私たちは、2011年に「キャノンMJグループ CSR行動計画」を策定し、その計画達成に向けて取り組んできました。これまでに一定の成果をあげていますが、本当にステークホルダーの皆さまの期待に応えているのだろうか、という視点で計画を見直していきます。

そのために、皆さまが私たちに何を期待されているのかについて、率直にお聞きするアンケートを実施します。その結果をもとに、事業を通じて実現できることを検討し、2014年以降の計画に反映させていこうと考えています。

そして、計画の実効性を高めていくためには、人材の育成が、今まで以上に重要になります。「新しいことにチャレンジし、世の中のさまざまな課題解決に取り組んでいきたい」、「誰かがやるだろうではなく、自分たちがやっていくのだ」という強い意志を持つ従業員を育てていきたいと考えています。

キャノンMJグループは、サービス創造企業グループとして、これからも社会の期待に応え、価値を生み出し続ける企業を目指していきます。



キヤノンマーケティングジャパングループが考える「CSR経営」

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、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し、企業も存在意義を発揮しながら、サステナビリティを目指します。それによって、私たち企業グループと社会の持続的な相乗発展を実現し、結果として、企業価値・コーポレートブランドの向上につなげていきます。

キヤノングループ企業理念：「共生」

キヤノングループは、創立51年目にあたる1988年、「共生」を企業理念とし、世界中のステークホルダーの皆さまとともに歩んでいく姿勢を明確にしました。共生とは、文化、習慣、言語、民族などの違いを問わずに、すべての人類が永く共に生き、共に働いて、幸せに暮らしていける社会を目指すものです。キヤノングループは、世界の繁栄と人類の幸福に貢献するためにサステナビリティを追求していきます。



ミッション・ビジョン

長期経営構想 フェーズIIより

● ミッション

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

● ビジョン

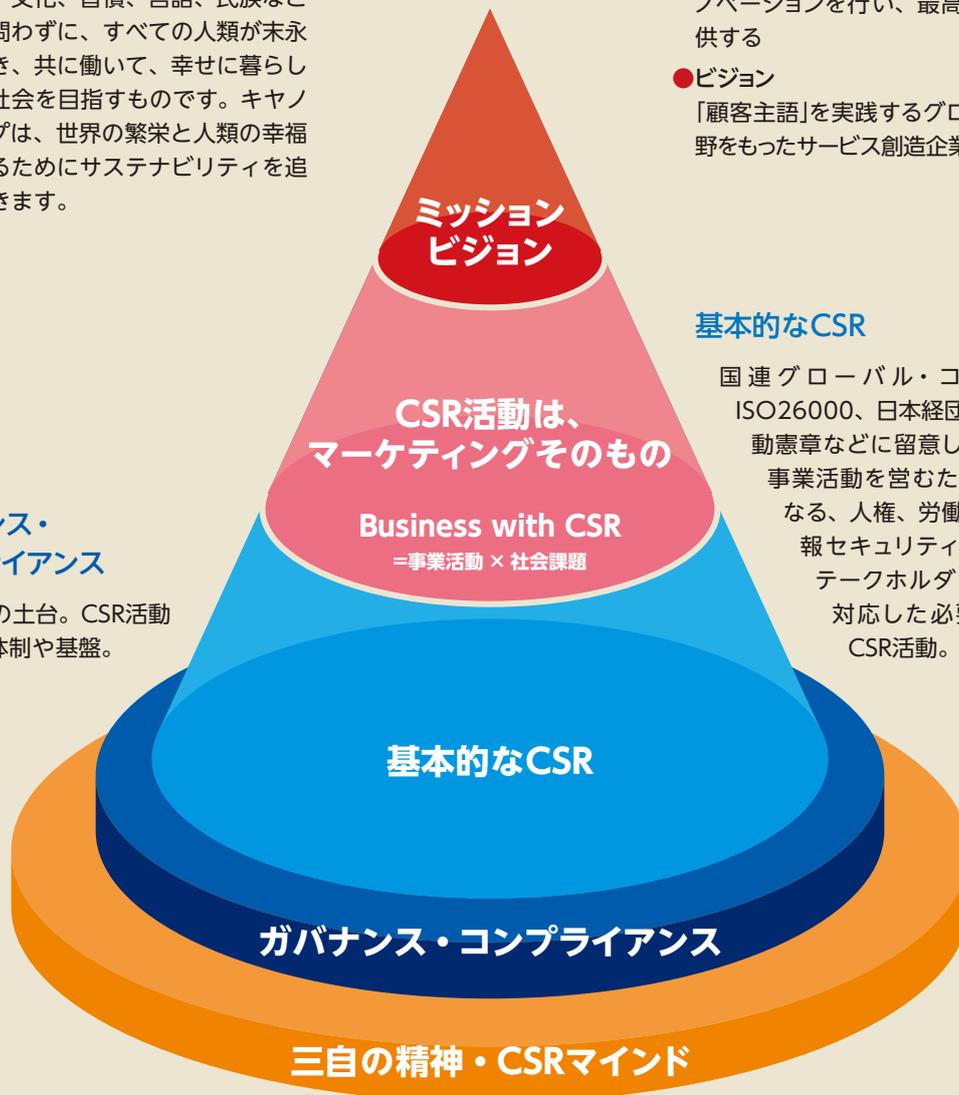
「顧客主語」を実践するグローバルな視野をもったサービス創造企業グループ

ガバナンス・コンプライアンス

事業活動の土台。CSR活動を支える体制や基盤。

基本的なCSR

国連グローバル・コンパクト、ISO26000、日本経団連・企業行動憲章などに留意した、健全な事業活動を営むための前提となる、人権、労働、環境、情報セキュリティなどの、ステークホルダーの要請に対応した必要不可欠なCSR活動。



三自の精神「自発・自治・自覚」

キヤノングループ行動指針の原点

自分が置かれている立場・役割・状況をよく認識し(自覚)、何事も自ら進んで積極的に行い(自発)、自分自身を管理する(自治)姿勢で、前向きに仕事に取り組むこと。

CSRマインド

従業員一人ひとりが、企業理念やミッション・ビジョン、自社らしさをしっかりと認識した上で、CSRを本質的・体系的に理解し、誇りと自覚をもって、その担い手として主体的・自発的に取り組む姿勢。組織風土の要となる。

CSR活動は、マーケティングそのもの

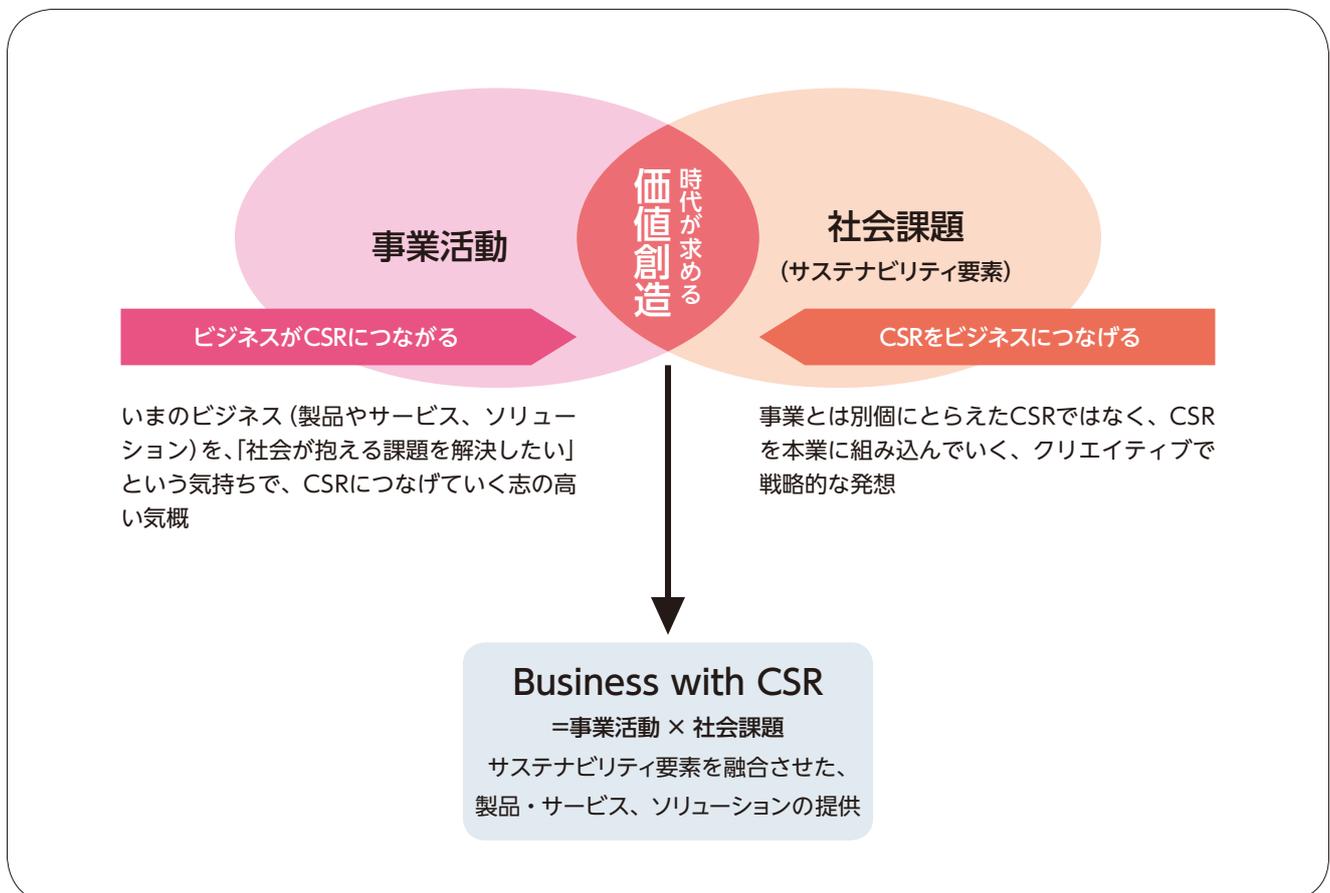
キャノンMJグループでは、マーケティング・イノベーションを行い、めまぐるしく変化する社会のニーズや価値観を敏感かつ的確に読み取り、社会とともに「新しい価値」を提案し、「新しい市場」を創造していくことを目指しています。CSRの本質には、本業を通じて、変わりゆく世の中の要請や期待にきちんと応え、信頼や支持を獲得する、ということがありますので、CSR活動のキーコンセプトを「CSR活動は、マーケティングそのもの」として取り組んでいます。

Business with CSR ～時代が求める、新しい価値を創造するCSR活動

「CSR活動は、マーケティングそのもの」というキーコンセプトに基づき、現代社会における要請や期待といえる、“サステナビリティ要素”を融合させた、製品・サービス、ソリューションの提供を目指しています。

事業活動を通じた、社会課題の解決や社会価値の提供こそが、一過性や断続的ではなく、企業と社会の持続的な相乗発展に結びつくと考えています。キャノンMJグループは、こうした時代が求める、新しい価値を創造するCSR活動を「Business with CSR」というスローガンのもとに展開していきます。

※サステナビリティ要素 …安心・安全/健康/環境保全/資源の有効活用/生物多様性/情報セキュリティ/労働安全衛生/高齢者対策/コミュニティ支援 など



CSR行動計画

テーマ	目標と取り組み項目
価値提供	
本業による社会的課題解決	<p>2013年までに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の拡充とシステム性能の強化 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の提供</p> <p>2015年までにエネルギー消費を可視化するサービスを提供します お客様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構築</p> <p>2015年までに地域やNPOを関連づけた製品・サービスを10以上提供します 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、ビジネスモデルを確立</p>
品質	<p>2012年までに新・製品安全教育プログラムを実施します 「キャンノム」製品安全自主行動計画に基づいた重点組織向けの製品安全教育プログラムを実施</p> <p>2012年までに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、新たな品質管理基準を適用</p> <p>2013年までにお客様の声を製品・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る「お客様の声」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の構築</p>
知財の創出・活用	<p>2013年までに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 特許出願件数を増加させ、知識社会においてお客様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</p>
情報のユーザビリティ	<p>2012年までにポータルサービスによる情報配信を拡大します 「キャンノムお知らせメッセージ」[CANON IMAGE GATEWAY]「キャンノムフォトサークル」の利用者拡大とサービス連携の推進</p> <p>2013年までにコーポレートサイト(canon.jp)をJISX8341-3:2010に準拠させます 適合対象ページを「JIS X8341-3:2010」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</p>
バリューチェーンネットワーク	<p>2013年までにお取引先やお客様のバリューチェーン形成を支援します ユーザー会やパートナー会を通じて、お取引先やお客様同士のバリューチェーンネットワークの形成を支援</p> <p>2013年までに「本社部門・無形資産活用セミナー」を150回以上開催します キャンノムJのノウハウを紹介する「本社部門・無形資産活用セミナー」をお客様やお取引先を対象に開催し、バリューチェーンの強化を支援</p>
コミュニケーション	<p>2012年までに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、来場・参加者数の前年比100%超を目指します 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・実施</p>
セキュアな社会	
CSR調達	<p>2012年までにCSR調達ガイドラインへの協力をお取引先に要請します 主要サプライヤーに対するCSR調達ガイドラインへの協力を要請。取り組み状況を把握し、その結果に基づいた是正・支援活動ができる体制を整備</p>
BCM	<p>2013年までに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 22301取得レベルの危機管理体制を構築。</p> <p>2012年までにDRP(Disaster Recovery Plan)を策定します BCM委員会と連携して、ディザスター・リカバリー・プランを策定</p>
情報セキュリティ	<p>2012年までに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(プライバシーマーク)をグループに展開。また、グループ統合により運用を効率化</p> <p>2012年までに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実施。また人的セキュリティの向上のための教育を実施</p>
コンプライアンス	<p>2015年まで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。</p> <p>2015年まで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。現場の業務に即したコンプライアンスリスク対策を継続して話し合い、職場の対策基盤を整備</p>
救急救命	<p>2012年までに延べ4万人以上に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による救急救命法の普及に尽力</p>
人と「くらし、しごと、社会」	
サステナブル人材の育成	<p>2014年までに参加体験型教育プログラムによる社会教育を実施し、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 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</p>
環境との共存	
事業と環境のバランス	<p>2015年までに事業活動におけるエネルギー使用量・CO₂排出量を削減し、CO₂排出量を5万t以下にします 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化 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</p> <p>2015年までにお客様のCO₂排出削減への貢献量を10万t以上にします 省エネデバイスやITS商品をお客様にお使いいただくことにより、お客様のCO₂排出量を削減</p> <p>2012年までに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、お客様・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</p> <p>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</p> <p>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</p>

キヤノンMJグループでは、「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4つのテーマに関連する26項目の計画を策定し、活動を行いました。2012年度における活動状況と今後の活動計画を取り組み項目別にご報告します。

達成度の表記：◎=目標以上、○=目標通り、△=目標未達

2012年の活動	目標の達成度	今後の活動計画
フルオート非接触眼圧計、高解像度・高速スキャンが可能な光干渉断層計、小型・軽量でコードレスの無散瞳眼底カメラなどをラインアップに追加。また、ヘルスケア事業領域の拡大、医療画像診断装置のデータの統合管理のためのPACS(医用画像システム)開発、低温滅菌機と分包機の開発から市場投入を実施。	△	引き続きグループシナジーを発揮し、新たな価値提供に取り組む。
当社グループで計3ソリューションの見える化を完了。環境効果と対応策に関する社内事例をウェブサイト「CSRナビ」にて発信。同じくcanon.jpの「グリーンナビ」のITソリューション欄を改定。	○	見える化活動を各部門のEMS目標に展開。見える化対象品目の拡大と対外的な販促に貢献する情報発信を強化。
連携団体を1団体追加し、合計21団体とした。事業連携モデルの拡大に関しては、再生MFP「リフレッシュシリーズ」1モデルを追加し、合計5モデルで連携。	○	事業連携モデル数の拡大。
商品・サービス企画および調達部門向けに製品安全講習会を実施。また、全グループ従業員を対象とした啓発活動として、製品安全に関するコンプライアンスメールを配信。	○	目標を見直した上で、製品安全の取り組みを継続。製品安全の実効性確保に向けた体制を強化。
事業計画部門、商品企画部門、調達部門を対象に、商標使用手続きに関する説明会を実施。	△	2013年までに品質管理レベルの向上を図る。
「お客さまの声」を収集分析し、レポートを定期的に経営幹部で共有する仕組みを構築。また、それらを元に、キヤノン株式会社と連動した製販一体の中期計画を策定。	○	引き続き「お客さまの声」を収集分析し、それらをキヤノン株式会社と連動した製販一体の中期計画に反映。
各グループ会社、各部門毎に年間の出願目標と出願計画を策定し、見直しをかけながら遂行した結果、目標値を大幅に上回る特許出願数を達成。	◎	年間出願件数の拡大を目標として取り組みを継続。
「キヤノンお知らせメッセージ」では、新製品情報やイベント、製品サポートなど、利用者に有益な情報を配信。「CANON IMAGE GATEWAY」では、オンラインアルバムをリニューアルし、保管容量の拡大、動画対応にするなど大幅に機能を向上。また、スマートフォン対応やSNSとの連携機能を強化して利便性も向上。	◎	目標を見直した上で、取り組みを継続。コンシューマ向けポータルを一新し、新しいサービスを提供。
モバイルファースト、コンテンツ&コンテキストファーストをコンセプトにしたコーポレートサイトのリニューアルプロジェクトを立ち上げ、設計を完了。	◎	リニューアル公開とともに、品質検査、ユーザビリティ検証を行い、あらためてJIS適合試験と自主宣言を実施。
ユーザー会やパートナー会を全国各地で20回以上実施。	○	引き続き、お取引先やお客さま同士のネットワーク形成を支援。
BCP、節電、CSR全般、コンプライアンス、環境、情報セキュリティ、社会貢献などをテーマに約100回のセミナーを実施。	◎	セミナー実施を継続し、お客さまやお取引先への価値提供を推進。
キヤノン大撮影会を大阪、名古屋、東京で開催。また、EOS学園の地域別講座を長野、新潟、鹿児島、函館、福岡、静岡、広島で開催。新たな講座として新カリキュラム「接写撮影講座」を設定。来場・参加者数は前年度比100%以上を達成。	◎	2015年までに写真を楽しむ参加体験型コミュニケーションの開催回数、地域の充実を図る。
主要サプライヤーに対し、CSR評価のためのアンケート調査を実施。また、「紛争鉱物に関する調査」に関する説明会をキヤノン株式会社と連携して開催。	○	目標を見直した上で、取り組みを継続。サプライヤー支援策の検討と個々のサプライヤーに対するアンケート分析・評価結果のフィードバックを実施。
キヤノンMJグループのすべてのBCP(30計画)について、訓練、見直し、評価、修正のPDCAサイクルを実施。全社安全確認訓練、グループ統一基準に基づく耐震対策および防災備蓄品整備、港区と帰宅困難者受け入れ協定に基づく受け入れ訓練などを実施。	◎	PDCAを継続し、グループ間の連携を強化。また、耐震対策および防災備蓄品整備を完了するとともに、期限切れ間近の防災備蓄品(水・ビスケット)のフードバンクへの寄贈を開始。
IT関連のインフラBCP基本方針書の見直しを完了するなど、体制・運用面を整備。	◎	目標を見直した上で、取り組みを継続。メインサーバーの西東京データセンターへの移転を実施するとともに、移転に伴うDRサイト稼働テストを計画・実施。
ISMS認証を拡大し、グループ26社中18社での統合認証を完了。PMSについては、ウイズフォト株式会社に新規取得を完了。	○	ISMS、PMSともに継続的な改善により、成熟度向上に取り組む。
インターネット接続環境(WEB)ガバナンス確立に関する対策を開始。標的型攻撃メール訓練実施と出口対策を実施。機密管理に関するラベリングソフトの2013年導入を目指した計画に着手。	○	新たな脅威や環境変化を踏まえてベースライン対策とグループ各社の事業特性に応じた対策の最適化を継続的に実施。
計画通り、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などを実施。	○	特に、新たにグループ入りした会社に対して、意識・知識の啓発のために、一層、支援を強化。
全課(約2,000課)でのコンプライアンス・ミーティングを完了。	○	引き続き上期・下期で各1回全課を対象に実施。
講習会を2010年からの累計で約2,900件、約43,000名に実施。	◎	目標を見直した上で、取り組みを継続。2017年度末までに10万人の受講を目標とし、引き続きヘルスケア事業の中核としてのAEDを拡販するとともに、救急救命法の普及・認知度向上に取り組む。
教育プログラムの企画・検討を行いました。試行の実施には未達。	△	対象ステークホルダーを従業員に加えて、学生・児童に拡大し、生物多様性や資源の有効利用に関する知識・体験のプログラムを実施。
省エネ委員会による節電に対する意識付けの徹底や他社との共同輸送エリアの拡大、物流における車格の適正運用、営業車両の削減などを実施。2012年のキヤノンMJグループCO ₂ 総排出量は36,233トン 対前年約0.7%の増加。	○	社会要請に対応したオフィスエネルギーに対する長期削減目標を新たに設定。物流に関連する梱包材の省資源化への取り組みを強化。
主要3ソリューションのCO ₂ 貢献性の解析を終了し、削減貢献数値に反映。また、ソリューションの貢献性をお客さま別に提案できる営業ツールの検討を進めた結果、2012年のお客さま先でのCO ₂ 排出削減量は115,576トン 対前年約5.3%の増加。	○	EMS組織単位での活動目標の見える化を実施し、全社目標との連動を強化。
活動拠点を15拠点に拡大し、合計40回のプログラムを実施。参加者数は年累計758名。	△	ボランティア活動による環境貢献性の有効な成果の把握が困難であり、参加者数の規模と貢献性との関係性が曖昧なため、新たな人材育成に向けた行動計画に統合。
純正PPC用紙の森林認証された原料への切り替えを完了。	○	森林認証紙への切り替えを終了したため、新たな目標を設定。自然保護・生物多様性の保全に寄与する用紙の開発と商品ラインナップの拡充を開始。
東北地区における処理拠点を変更するとともに、プラスチック資源の再利用施策の検討を開始。再資源化率は99.84%。	○	目標数値を99.8%として、計画を継続。

お客様の安心・安全を実現する「西東京データセンター」

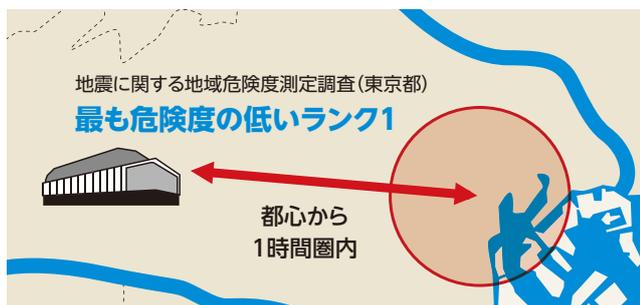


近年、経営環境の変化やクラウドコンピューティングの進展、事業継続計画(BCP)の策定・見直しにともない、データセンターを活用した情報システムの戦略的な再構築が注目されています。キャノンMJグループは、お客様のITインフラ基盤の安心・安全を実現するため、2012年10月に開設した「西東京データセンター」を中核に、より高い信頼性と運用性を提供するデータセンター事業を展開しています。

都心からのアクセスが良く、地盤が強固な立地にある新データセンター

1997年から15年にわたりデータセンター事業を行ってきたキャノンMJグループにとって、新設した「西東京データセンター」は、4拠点目のデータセンターです。武蔵野台地のほぼ

● 西東京データセンターの立地



中央に位置し、都心からは20km圏内。電車で1時間以内にアクセスできる場所にあります。

この場所は、東京都が実施した「地震に関する地域危険度測定調査」で建物倒壊危険度・火災危険度ともに最も危険度が低い「1」にランクされています。また、海岸から遠いため、津波や高潮のリスクが小さいことも、この地を選んだポイントとなりました。

西東京データセンターは、これまでに培ってきたデータセンター運営ノウハウを活かし、「ファシリティ」「セキュリティ」「環境」の3つの側面に配慮して設計されています。

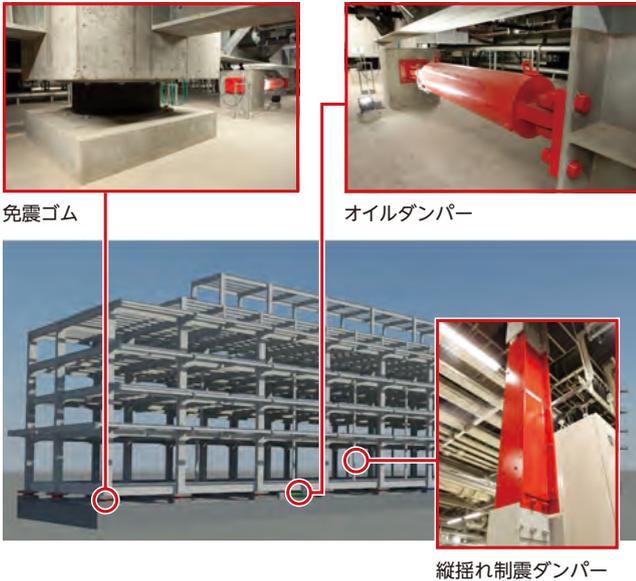
ファシリティ

震度6強の揺れにも耐える建物、止まらない設備

武蔵野台地の強固な立地に加えて、建物自体も国内最高クラスの頑強さを備えています。免震装置、オイルダンパー、縦揺れ制震ダンパーの採用で、震度6強の揺れにも耐えられるよう設計されています。また、万一にも止まらない設備を実現するため、通信回線や電源の冗長化などを行っています。

- 通信回線は、キャリアフリー(通信事業者はお客様が選択可)で2系統化
- 停電時に備えた無停止電源装置(UPS)、72時間稼働できる自家発電機を設置

● お客様のシステムを確実に守る耐震構造



セキュリティ

**持ち込ませない、持ち出させない
厳密なセキュリティ対策**

お客様の大切な情報資産をお預かりする施設として、セキュリティについては、厳密にして堅牢な対策をとっています。入退館の管理は24時間365日、有人で行うとともに、国内では珍しい3Dボディースキャナーやエックス線手荷物検査機を導入するなど、物の持ち込み・持ち出しを厳密にチェックする体制を構築しています。

また、敷地内は、「機密性」「重要性」といった情報セキュリティ要件に応じて、エリアごとに7段階のレベルを設定*1し、その境界を越えるには、ICカードと生体認証による管理を行っています。さらに、監視カメラを設置し、データセンター内外の状況を常時監視しています。

*1 日本の金融情報システムセンター(FISC)のガイドラインに準拠しています。

● 万全のセキュリティでお客様の資産を保護



環境

**自然エネルギーの活用と高い空調効率で
地球環境にも配慮**

データセンターはサーバーなどIT機器から発生する熱を冷却するために、空調設備に膨大な電力を使用します。西東京データセンターは、屋外の冷気を利用する「フリークーリング」や、地

下スペースの冷気を利用する「クールピット」など、自然エネルギーを活用する最新技術を導入し、消費電力を削減しています。また、LED照明に加え、自然採光を利用するなど、人にも優しい快適環境を実現しています。

地球環境に最大限の配慮を行うグリーンデータセンターとして、エネルギー効率の高さを示すPUE (Power Usage Effective) 値*2は、「1.4」を目指しています。

*2 データセンターにおけるエネルギー効率を示す指標で、「1.0」に近いほど高効率です。現在、国内では1.5~2.0が一般的です。

● 自然エネルギーを活用して消費電力を削減



● エネルギー効率PUE値の比較



**「沖縄データセンター」との連携で、
より一層の安心・安全を提供**

2011年3月11日の震災以降、BCPや災害復旧(DR)への対応が企業にとって喫緊の課題となっています。基幹システムは、地の利がよい首都圏にあるデータセンターでの運用が求められる一方、バックアップシステムについては、首都圏との同時被災の確率が低い“地方での運用ニーズ”が高まっています。

キャノンMJグループが運用している「沖縄データセンター」は、地震リスクが小さく、かつ西東京データセンターから約1,500kmの距離があり、同時被災のリスクが極めて低い環境にあります。キャノンMJグループは、両データセンターを組み合わせ、BCP・DR対策ニーズに応じていきます。



「人にやさしい医療」を実現する X線デジタル撮影装置



日本人の生活習慣の変化や高齢者の増加などにより、近年、糖尿病などの生活習慣病の発症者やその予備群といわれる人たちが増え続けています。国民医療費が年々増加している現状とも相まって、病気の発症を未然に防ぎ、あるいは病気を早期に発見して治療する予防医療の重要性が高まっています。

キャノンMJグループは、健診機関における各種検査機器やシステムの導入支援を通じて、予防医療に貢献しています。

公益財団法人パブリックヘルスリサーチセンターの健診体制を支える「健診車」

パブリックヘルスリサーチセンター（略称PHRF）は、心身の健康に及ぼすストレスの影響に関する研究などに加えて、その成果を疾病予防や健康増進に反映させるための事業を幅広く行っている公益財団法人です。

同法人附属健康増進センター（以下、健康増進センター）では、札幌・東京・大阪・福岡の4都市を拠点に全国健診ネットワークを構築し、一般健康診断や成人病健診などを行っています。2012年度は、労働安全衛生法および特定健康診査・特定保健指導制度に基づく健康診断を主体として、約40万人の健康診断を実施しました。

この健康増進センターの健診体制を支えているのが、特別仕様の「健診車」です。車椅子でも乗り降りできるよう、昇降用リフトを搭載したり、受診前の緊張を和らげられるよう、車内を

明るい色合いにするなど、受診者に配慮した設計がされています。また、外部コンセントを装備することで、災害時にも電気が使えるようにするなど、随所に独自の工夫が施されています。

この健診車の胸部X線撮影システムとして、キャノン製X線デジタル撮影装置「CXDIシリーズ」が利用されています。

「健診車」ニーズに応える キャノン製X線デジタル撮影装置CXDIシリーズ

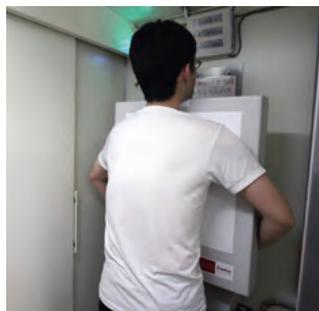
健診車の検査機器は、狭い車内で受診者に圧迫感を与えないよう、コンパクトな設計が求められます。CXDIシリーズは、デジタル化によりフィルムが不要となることから、従来のX線アナログ撮影装置に比べてコンパクトサイズを実現しています。また、フィルムの保管場所やフィルム交換のための暗室が不要となり、省スペース化の実現に貢献します。

さらに、車体の仕様が1台1台異なる健診車の車内で、受診者と診療放射線技師が動きやすい導線を確保することも求められます。キャノンMJグループは、診療放射線技師のご要望をお聞きしながら機器の最適配置を検討するなど、健診車にあわせた撮影環境の構築に貢献しました。

また、デジタル化にともないモーターなどの駆動部分が不要となったCXDIシリーズは、振動下においても安定した性能を保持し、湿度・温度にも強いなど耐環境性に優れている点も、健診車に適しています。



狭いスペースながら受診者に圧迫感を与えない撮影室



撮影した画像データをモニターで瞬時に確認することが可能



X線撮影のデジタル化により、 受診者はもちろん診療放射線技師の負担を軽減

X線撮影がデジタル化されることで、健診の現場にさまざまなメリットがもたらされています。

従来のアナログ方式では、その場で画像を確認できないため、撮影ミスによる再撮影を防ぐことを目的に、複数枚の撮影を行う場合があります。CXDIシリーズは、X線照射後、約3秒で撮影画像を確認できるため、再撮影が必要かその場で判断できるようになりました。受診者一人ひとりの撮影時間を短縮できるため、短時間で多くの人数が受診する集団健診の際には、大きな力を発揮します。

また、X線撮影において、受診者や診療放射線技師の被ばく線量を低減することも課題です。CXDIシリーズは、画像センサーや画像処理技術の改良により、被ばく線量を抑えながら高感度撮影を実現しています。

このように、X線撮影のデジタル化がもたらすメリットは、受診者はもちろん診療放射線技師の負担軽減にもつながっています。

CXDIシリーズは、1998年の発売以来、ハンディタイプ、ワイヤレスタイプを発売するなど医療現場の声をもとに進化を続けてきました。今後もキヤノンMJグループは、「人にやさしい医療」の実現を目指して、日本の健診医療に貢献していきます。

● CXDIシリーズと従来のアナログ方式の違い

CXDIシリーズ



アナログ方式



お客さまの声



公益財団法人
パブリックヘルスリサーチセンター
附属健康増進センター

診療放射線技師

吉田朋央さん(左)

古谷聡久さん(中)

河本雅司さん(右)

画像診断の分野で総合的な提案を期待しています。

健康増進センターでは、環境マネジメントシステムISO14001を認証取得している関係で、X線撮影装置のデジタル化を進めています。デジタル化により、フィルムや現像液が不要となり、産業廃棄物の削減とともにコスト削減に寄与しています。さらに、検査機器のコンパクト化は、小型の健診車の開発にもつながります。特に都心では駐車スペースを確保するのも大変ですので、小回りのきく健診車へのニーズは高まっていくと思います。

また、従来のアナログ方式の場合、受診者の体格によってフィルムのサイズを使い分けするなどしていましたが、デジタル化によって、診療放射線技師の勘というか経験が少なくても、同一の品質で撮影ができるようになりました。

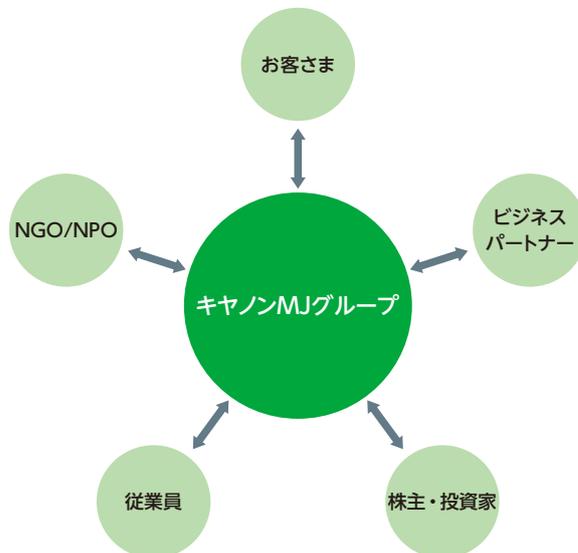
CXDIシリーズを制御するソフトウェアの操作性も魅力です。特に、画像を簡単に表示できることは、過去に撮影した画像と現在の画像とを比較する「比較読影」の際に、非常に役立っています。将来的には、クラウド環境への展開も関心事の一つですが、個人情報というデリケートな問題もあります。これからも私たちのパートナーとして、画像診断の分野で総合的な提案を期待しています。

CSRコミュニケーション

さまざまなステークホルダーとのCSRコミュニケーションを積極的に行っています。

ステークホルダーとの関わり

キヤノンMJグループは、さまざまなステークホルダーとの相互理解を深めるとともにその要請や期待を企業活動・CSR活動の意思決定に活かしていくために、継続的なコミュニケーションの強化に取り組んでいます。



2012年トピックス

眼科医療の発展に貢献するための取り組み

高齢化社会の進展に伴い、白内障や緑内障などの「目の病気」が増加しています。キヤノンMJグループは、眼科医療の発展に貢献するため、「一般社団法人 日本眼科医療機器協会」の会員企業として、同協会および同協会メンバーである医療機器メーカーとともに、さまざまな活動を行っています。

例えば、先端医療を研究する大学や眼科臨床医の方の声をお聞きし、医療機器の開発・改善につなげたり、最新検査のセミナーを開催するなど、医療従事者の情報共有のお手伝いをしています。一般の方に向けては、「医療機器市民フォーラム」※1の中で、「目の病気」に関する情報をわかりやすく伝えるなどの協力をしています。

2012年には、加齢黄斑変性の早期発見・早期治療を可能にする新たな検査「自発蛍光撮影検査」※2の重要性を厚生労働省に働きかけ、診療報酬点数化を実現することができました。加齢黄斑変性とは、網膜に老化物質が異常蓄積することにより見た

いところが歪んで見える病気で、主要な失明原因の1つです。健康保険の適用によって、この最新検査の受診機会が増えていくことが期待されます。

私たちの生活を豊かにするためには欠かすことができない目。キヤノンMJグループは、「日本人の目の健康寿命世界一」を目指し、今後とも事業を通じた活動に取り組んでいきます。

※1 最新の医療をわかりやすく伝える一般市民向けフォーラムで、日本医療機器産業連合会と医療技術産業戦略コンソーシアム(METIS)が主催しています。

※2 従来の検査手法の1つである「蛍光眼底造影検査」は、造影剤を静脈注射で投与する必要がありました。一方、「自発蛍光撮影検査」は、眼底自体が発する蛍光を観察するため、造影剤を必要とせず、患者さんへの負担が小さい検査です。



「医療機器市民フォーラム」の様子



自発蛍光撮影機能を搭載した「CR-2 PLUS AF」

計測分野で日本のモノづくりに貢献

携帯情報端末などの電化製品や自動車・航空機などに搭載される機器の小型化に伴い、電子部品や金型などの製造には、ナノ(10億分の1メートル)レベルの加工が求められています。このナノレベルの加工に欠かせない工程が、ナノレベルの計測です。製造業の分野では、“加工と計測は、モノづくりの両輪”と言われるほどです。

キヤノンMJグループは、1970年にキヤノンの出資により設立した米国Zygo社^{※3}とともに、超精密計測の技術向上、および普及啓発活動を通じて、日本のモノづくりの現場を支援しています。

例えば、先端技術を研究する大学・研究機関や製造業のお客さまの声をお聞きし、計測機器の開発・改善につなげたり、技術セミナーや展示会を通じて、計測分野に携わる方の情報共有のお手伝いをしています。特に、2003年から毎年開催している「Zygo Metrologyセミナー」は、計測分野に関する最新の技術情報を製造現場に提供するとともに、製造現場のニーズを研究者にフィードバックする機会にもなっています。第10回を迎えた2012年のセミナーには、119人が参加し、計測分野の人的ネットワークの基盤ともなっています。

今後ともキヤノンMJグループは、大学・研究機関と製造業のお客さまの技術交流の橋渡し役となり、新たな価値を生む高度なモノづくりに貢献していきます。

※3 米国Zygo社は、高精度、高効率な光計測技術を製品化し、光計測機器のシェアは40%を超え、業界のデファクトスタンダードになっています。



「第10回 Zygo Metrologyセミナー」
パネルディスカッションの様子



ナノレベルの計測を可能とする
[Zygo NewView™ 7300]

 Zygo製品のユーザーインタビューは、[こちら](http://cweb.canon.jp/indtech/zygo/interview/index.html)
<http://cweb.canon.jp/indtech/zygo/interview/index.html>

武蔵野大学 学生との意見交換会

キヤノンMJグループでは、コーポレートサイト「canon.jp」のCSRサイトにお問い合わせ専用フォームを設けるなど、ステークホルダーの皆さまのご要望にお応えするための体制を整えています。2012年は、さまざまなご意見のほか、キヤノンMJグループのCSR活動に関するアンケートや小中学生向け企業見学会のご依頼など、約60件のお問い合わせにお応えしました。

このような対応の一環として、2012年10月に、「ECO REPORT WAY21」プロジェクトを運営する武蔵野大学環境学部環境学科の学生との意見交換会を行いました。このプロジェクトは、CSR報告書を学生の視点で評価・分析し、学生ならではのアイデアを企業へ提案する活動で、学生にとっては、自身の職業観を養う機会となるとともに、企業にとっては、若い世代の意見を聞くことによって、より魅力のあるCSR報告書に変えていくきっかけとなっています。

意見交換会は、まず、CSR報告書の評価・分析結果についてのご報告を受け、続いて学生一人ひとりから、キヤノンMJグループに対する要請や期待を挙げていただき、それらを相互に確認していくというプロセスで進めました。

この意見交換会の実施が、学生にとっては、企業の視点や考え方に刺激を受け、専門的な知識や社会的な課題を積極的に調査する意識を持つ機会となりました。一方、キヤノンMJグループにとっては、情報開示のあり方や学生が期待する活動分野など、具体的な課題を認識することができました。



評価結果報告の様子



意見交換会の参加者一同

 「ECO REPORT WAY21」の詳細は、[こちら](http://www.ecoreport.jp/)
<http://www.ecoreport.jp/>

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、
 自社グループ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。

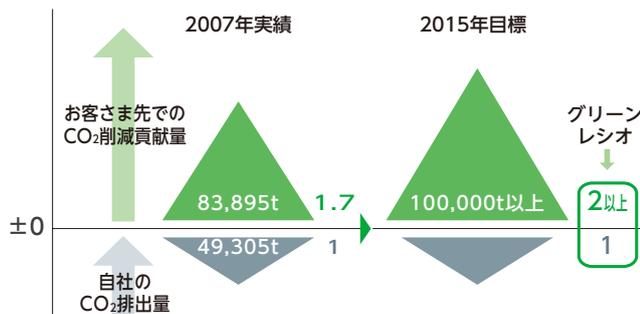


グリーンレシオを設定

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

2012年のグリーンレシオ達成状況

2012年グリーンレシオ **1 : 3.19**

2012年は、西東京データセンターの新規竣工や、新規グループ会社の増加などの増加要因がありましたが、自社のCO₂排出量削減は2011年比で0.7%の増加に抑えることができました。また、オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」の販売拡大などにより、お客さまのCO₂削減貢献量を増やすことができました。

※2015年におけるグリーンレシオ「1:2以上」は、西東京データセンターのフル稼働を勘案し設定しています。

自社グループでの環境負荷低減

オフィスコントロールの取り組み

キャノンSタワーでは、「エネルギーの見える化」と「電気設備の制御」が行える「省エネオフィス支援ソリューション」を導入しています。キャノンSタワーで働くすべての従業員はこの「エネルギーの見える化」を利用し、自分のフロアのみならず、各フロアの電力使用量を自分のパソコン上で、年・月・日・時間ごと、電力の種別ごと（照明・空調・床電力）など、自分が知りたい情報をグラフで誰もが簡単に見ることができます。このようなエネルギーの見える化を活用し、他のフロアとの比較による良い事例の水平展開や、過去データとの比較・分析による、一層の節電・省エネを可能にしています。「エネルギーの見える化」は従業員に気付きを与え、管理者には省エネの『ヒント』を与えてくれます。また、「電気設備の制御」を利用した居室照明の自動制御システムや会議室・応接の管理システムを導入し、オフィス環境の向上や効率化も実現しています。

ワークスタイルの変革

ビデオ会議システムやテレビ電話、Web会議を活用することで、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。

キャノンMJグループのWeb会議システム「アイシーキューブ」は、動画・音声のやりとり・テキストチャットの他に、パソコン上のファイルを全員に公開（データ共有）したり、特定のパソコンにインストールされたソフトウェアを全員で閲覧・操作（アプリケーション共有）することができます。データ共有やアプリケーション共有によって、通常は同じ空間でなければ実現できない「パワーポイント資料を見せながらのプレゼンテーション」など、遠隔地を結んだ情報共有をリアルタイムに行うことができます。



アイシーキューブを利用したWeb会議

物流での取り組み

キャノン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、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に加え、共同配送センターの推進も実施しています。

お客さま先での環境負荷低減

環境配慮製品の提供

キャノングループでは、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。

キャノン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 LBP」、スモールオフィス向け複合機「Satera MFP」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 LBP」



スモールオフィス向け
複合機
「Satera MFP」

製品の使い方提案

キャノン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ャノンMJの本社であるキャノン S タワーなどでご覧いただくことができます。



省エネに役立つソリューションの提供

キャノンMJとキャノンITSは、小規模なオフィスにも対応可能な「省エネオフィス支援ソリューション」を提供しています。

「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。

IT支援サービス「HOME」は、ITインフラを手軽・低コストで構築できるサービスです。クラウドサービスのため環境負荷を抑えた導入が可能であり、機能の一つである「HOME-ECO」は、パソコンの利用状況を学習し、自動で最適な省電力設定を行います。削減された電力量とコストを同時に見える化することも可能です。

また、出力機器管理システム「imageWARE Enterprise Management Console」は、オフィスで活用している複合機やプリンターなどの出力機器の稼働状況の確認や利用状況の集計などを一元的に管理することができ、追加機能である「ECO情報プラグイン」は出力機器の運用に伴う消費電力量やCO₂排出量を見える化します。

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ャノングループのリサイクル拠点「キャノンエコロジーインダストリー」「トップ事務機」などと連携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。

使用済みカートリッジ回収と社会貢献との連動

使用済みカートリッジ回収についてさまざまな方法を用意しており、それぞれの回収方法ごとにベルマーク点数の発行や「未来につなぐふるとプロジェクト」への寄付、「インクカートリッジ里帰りプロジェクト」を通じたUNEPへの寄付など、環境保全や社会貢献に役立てるしくみが構築されています。



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、さまざまな活動を実施しています。

情報セキュリティの考え方と推進フレームワーク

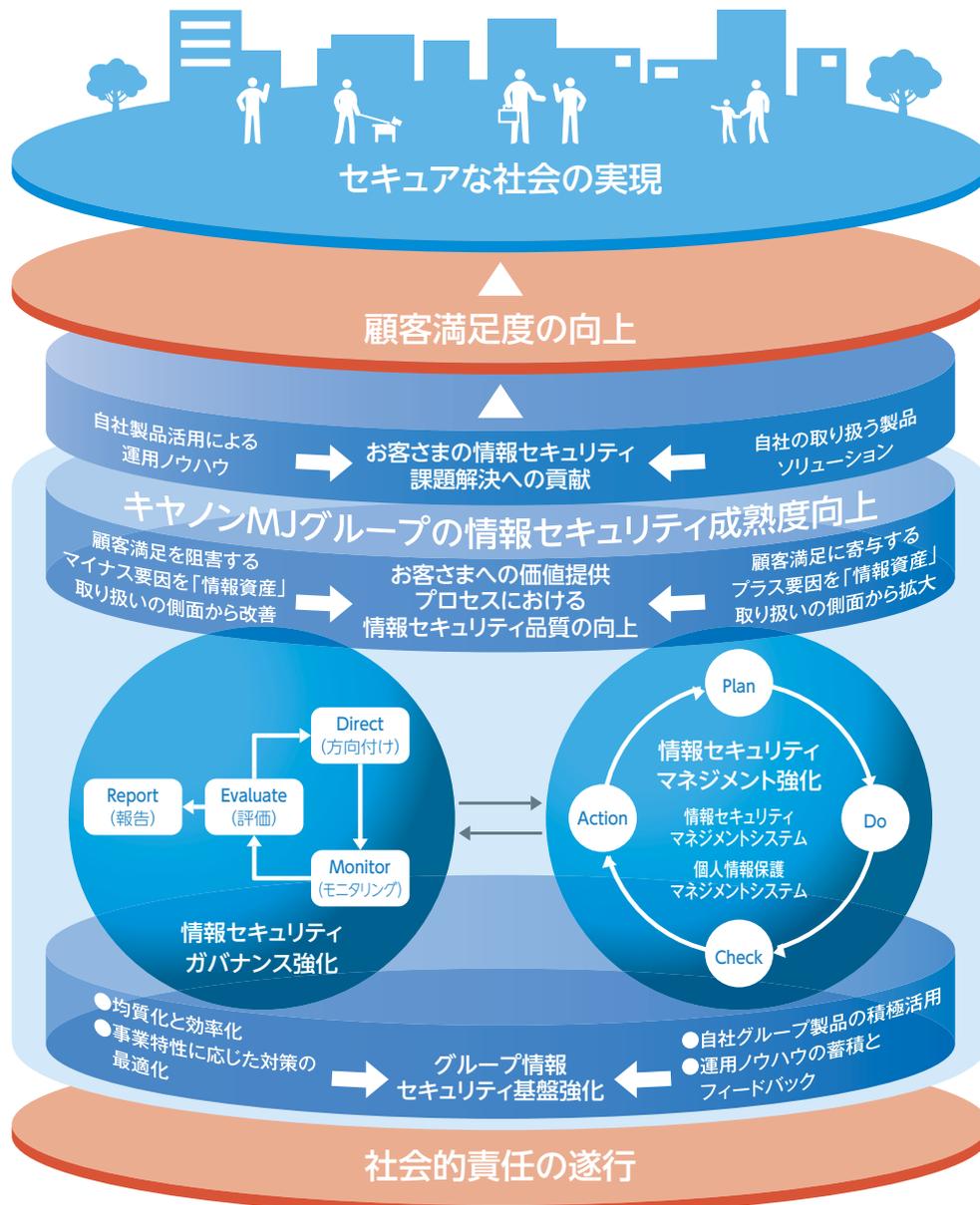
キャノンMJグループでは、セキュアな社会の実現に寄与するために、「企業の社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」の2つの目的を掲げて取り組んでいます。

「企業の社会的責任の遂行」では、グループインフラなどをより高いセキュリティレベルにするための「グループ情報セキュリティ基盤強化」に取り組む一方、「顧客満足度の向上」では、営業や保守サービス・ソフトウェア開発といった「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」を図るべく業務改善活動と位置付けて取り組んでいます。

これらの活動は、経営層による「情報セキュリティガバナンス」に基づき、「情報セキュリティマネジメントシステム」を推進して、その有効性を継続的に改善し、情報セキュリティ成熟度の向上を図っています。

また、ITセキュリティの実装においては積極的に自社グループが取り扱う製品・ソリューションを活用してその運用ノウハウを蓄積し、それをお客さまに提供することで「顧客満足度の向上」のもう一つの目標である「お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献」につなげています。

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2013」をご参照ください。 <http://cweb.canon.jp/csr/security-report/index.html>

「社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」の具現化に向けた取り組み

キャノンMJグループでは、ベストプラクティスであるJIS規格に基づいてマネジメントシステム (ISMSやPMS) の構築・運用を通じて、グループ共通の目的である「社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」を具現化しています。

情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) では、グループ均質化と効率化を図るため、グループの枠組みの中で方針・規程やPDCAサイクルなどの統合化を図る一方、各部門の目標設定にあたっては、「法令・契約の遵守」「全社ルールと事業特性に応じたセキュリティ対策の遵守」「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」「お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献」の4つの目標から部門の成熟度と事業特性に応じた目標を設定しています。

個人情報保護マネジメントシステム (PMS) では、独自に開発した「個人情報データベース管理システム」をグループ各社へ展開し、個人情報の全社台帳管理・取得から廃棄までのライフサイクルに沿ったリスクアセスメント・委託先管理等、個人情報保護法やJIS規格に準拠した個人情報保護のマネジメントを1つのシステム内で完結して均質化と効率化を図っています。

なお、これらのマネジメントシステムについて、事業上の必要性からお客さまに客観的判断基準のご提供が必要な場合は、「ISMS適合性評価制度」や「プライバシーマーク」といった第三者認証を活用し、各社各部門で取得しています。

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の向上
 - お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

キャノンMJグループは、お客さまへの安心・安全の提供に向けて、ISMS活動を通じた「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」に加えて、「お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献」に必要なソリューションを提供しています。

情報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」「映像監視」の5つのカテゴリに分けて体系化しています。

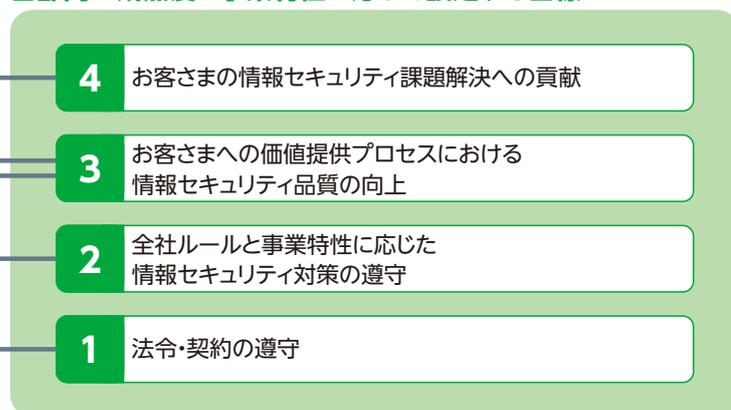
ITガバナンスの確立や内部統制の強化を実現するIT全般統制の視点から、お客さまの情報セキュリティ強化に必要なソリューションをトータルに提供しています。

● グループ共通の活動目的と部門の目標

グループ共通の情報セキュリティの目的



各部門の成熟度と事業特性に応じて設定する目標



事業継続

大規模地震や新型インフルエンザ対策など、経営に影響を及ぼすような危機に備えています。

BCP/BCMの考え方

BCP※1の考え方

災害の発生により業務の操業レベルが低下した場合、重要業務についてはあらかじめ策定されたBCPに基づいて「停止せずに継続させる」または、「停止後即時復旧させる」などの対応を行います。

※1 Business Continuity Plan：事業継続計画

BCM※2の考え方

BCMは、策定された事業継続計画が実際に機能するように継続的な運用を行っていくことです。具体的には、Plan (BCPの策定)、Do (教育・訓練・BCPの見直し)、Check (監査・評価)、Action (BCPの修正)のPDCAサイクル運用を行います。

※2 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体制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（2010年にBCM委員会に改称）を設置し、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。

キヤノンMJグループにおけるBCP

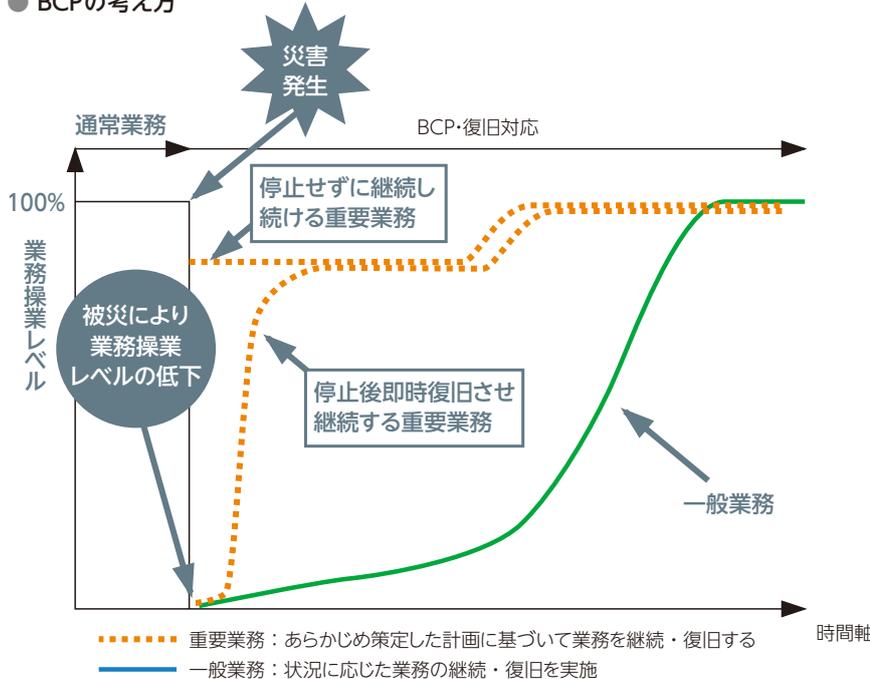
首都直下地震対応BCP

首都直下地震を想定したBCPを策定し、お客さまへのサービス提供業務を早期に復旧できる体制を整備しています。事業の継続に不可欠な基幹システムについては、DR（ディザスターリカバリー）サイトを構築し、迅速に復旧できるように環境を整備しています。

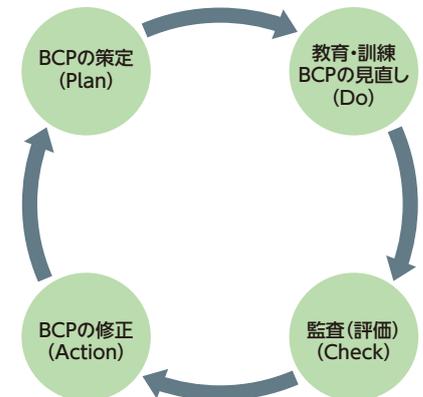
新型インフルエンザ対応BCP

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、関係省庁より指定されている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。

● BCPの考え方



● PDCAサイクルの運用



従業員への教育・啓発活動

ウェブ教育

BCM活動の取り組みについて従業員へ周知することを目的に、2012年よりグループ全従業員を対象に、これまで行ってきたCSR関連ウェブ教育の科目に「災害時対応と事業継続」を加えて実施しています。



BCMメールマガジンの配信

キャノンMJグループ全従業員へ定期的に、防災・BCMに関するメールマガジンを配信しています。災害発生時にはどのような行動をとればよいのか、会社はどのような準備をしているのか、などわかりやすく伝えることにより、従業員の防災・BCMの認識レベルを高めるよう努めています。

● 主な配信内容

- 大地震発生! 390万人が帰れない!
- 社内の基幹システムが止まったら業務はどうなる?
- 外出中に大規模地震発生! あなたはどう行動する?

防災への取り組み

安否確認システムの運用

キャノンMJグループでは、震度5強以上の地震やその他の災害などが発生した際に、対象地域の従業員に対して、安否の確認や緊急連絡を行うことを目的とした「安否確認システム」を導入しています。災害発生時に、確実に利用できるように全従業員を対象とした安否確認通報訓練を毎年2回実施しています。

オフィスの耐震対策

キャノンMJグループでは、オフィスの耐震対策基準を定め、この基準に基づいて耐震対策を実施し被害の防止に努めています。

主な耐震対策

- レイアウトによる対策
オフィス什器、OA機器の配置場所、間隔などレイアウトの基準を設け、移動や転倒による被害を防止
- オフィス什器・機器の固定による対策
オフィス什器や、複写機などのオフィス機器の固定基準を設け、移動や転倒による被害を防止
- 5Sの徹底による対策
棚、ラテラル等のオフィス什器の上にはものを置かないことを徹底し、飛散や、落下による被害を防止

2012年の主な取り組み

● 策定したBCPの維持・改善活動

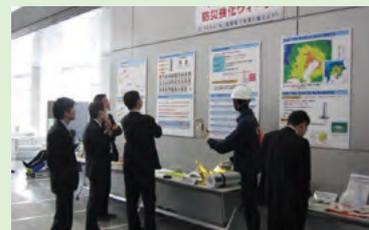
不測の事態が発生した際にBCPが確実に機能するようにBCPの維持・改善活動を行いました。BCPを策定している各部門が、設定したテーマに基づいて対応方法などの討議を行うシミュレーション訓練を実施し、訓練結果を踏まえてBCPの内容の見直しを行うなど、いざというときに対処できるようにBCPの実効性の向上に努めました。



災害対策本部のシミュレーション訓練の様子

● 「防災強化ウィーク」による防災意識の向上

災害発生時の備え、緊急時の行動など防災をテーマとしたイベント「防災強化ウィーク」を開催しました。東日本大震災の写真や災害発生時の対応方法などを説明したパネルのほか、防災用備蓄品を展示。品川本社ビルでは、机の下に潜って身を守る初動対応訓練、ビルの防災設備を見学するオフィスツアーなどを開催し、社員の防災意識の向上を図りました。



防災ウィークにおけるパネル展示の様子

コンプライアンス

健全で公正な事業活動を徹底していくため、キャノンMJグループ全体でコンプライアンス活動の推進に継続的に取り組んでいます。

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」ととらえ、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」、「知識」、「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。

● キャノンMJグループのコンプライアンス活動



● 「キャノングループ行動規範」の項目

● 経営姿勢

1. 社会への貢献

優れた製品の提供/消費者保護/地球環境保護/社会文化貢献/コミュニケーション

2. 公正な事業活動

公正競争の実践/企業倫理の堅持/適切な情報提供

● 役員・社員行動規範

1. 企業倫理と法の遵守

公正・誠実/適法な業務遂行/ルールの適正解釈

2. 会社資産の管理

資産の厳格管理/不正利用の禁止/知的財産権の保護

3. 情報の管理

ルールに基づく取り扱い/私的利用の禁止/インサイダー取引の禁止/他社情報の不正取得の禁止/他社情報の適切な取り扱い

4. 利益相反と公私の区別

利益相反の回避/贈与・接待・利益供与の禁止/未公開株式の取得禁止

5. 職場環境の維持・向上

個人の尊重と差別の禁止/セクシャルハラスメントの禁止/銃刀・薬物の持込禁止

コンプライアンス意識啓発教育

新入社員や新たに職場のマネジメントを担う新任ライン管理職には、それぞれの立場に応じたコンプライアンス意識をしっかりと持ってもらう必要があります。このため、意識啓発に有効な対面形式での教育を行っています。

● 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)

職場におけるコンプライアンス問題の発生要因、職場責任者としてのコンプライアンス上の立場・役割

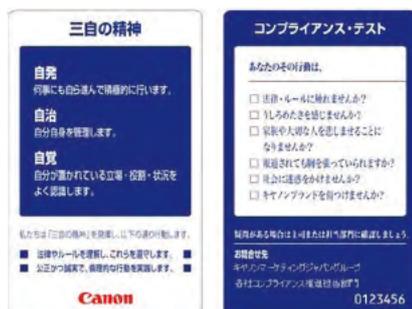
メールマガジン「今週のコンプライアンス」の毎週配信

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」を毎週配信しています。この「今週のコンプライアンス」は、コンプライアンスに関しての基本的な考え方や関連法令・ルールのポイント、各種事例、社会情勢に基づいたテーマなど、業務・事業活動上で役立つ知識・情報および注意点と対策などをタイムリーにグループ全従業員に提供しています。2012年は、日常の業務視点で多面的にコンプライアンスリスクを解説したもののや、関連業法、情報セキュリティ、内部統制、環境啓発など、計49回(2012年12月末までの累計実績:437回)配信しました。

「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、「わかりやすく書いてあり、毎週配信されるので、読み続けることで知識が深まっていく」、「具体的にどのような事例がコンプライアンス違反になるかを確認できる」、「コンプライアンス問題を回避するための、具体的な行動が理解できる」などの意見が寄せられています。

● 2012年の主な配信内容

- 日常の業務処理とコンプライアンスリスク(全3回シリーズ)
- 業法チェック! ~法規制対応を確実に実行するために~
- ちょっとした「つぶやき」が大問題に!? ~「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」~
- ケースで考えるコンプライアンス(コミュニケーション編)
- 大地震発生!その時、家族との連絡とれますか? ~備えあれば、憂いなし~
- 全員で、職場の業務を再点検! ~「内部統制」の目的とチェックポイント~
- みんなでECO! ~一人ひとりの意識と行動が大きな成果に~



コンプライアンス・カード

「コンプライアンス・ミーティング」の実施

職場内でのコンプライアンス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、コンプライアンス推進役であるライン管理職の進行で、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、具体的な実施事項を確認します。そして、次回ミーティングや部門内の定例ミーティングでその成果をチェックし、改善や新たな課題を設定しています。

ライン管理職からの実施報告書では、「ミーティングで確認した対策をお客さまにも提案でき、お客さまとのグリップの強化につながる」、「課員個人個人でのリスクの理解度の差を埋めることができ組織全体の意識向上ができた」、「前例に流されて進めている業務を見直す機会となり、改善を図ることができた」、「積極的な意見が交わされ、チーム力の向上にも結びついている」などの意見が寄せられました。コンプライアンス・ミーティングを1つのきっかけとして、各職場で業務上のコンプライアンスリスクとその対応策が共有され、従業員一人ひとりがコンプライアンス意識を持って業務を遂行しています。



● 2012年度のミーティングテーマ

上期(4~6月)

内容：ケース(事例)を使った話し合い—登場人物の問題点と組織としての予防策の議論

ケース(事例)：情報管理(ソーシャルメディア)、営業秘密、ハラスメント、著作権、下請法、反社会的勢力、許認可(建設業)、第三者特許調査

下期(10~12月)

内容：担当業務の法令・ルール違反リスク洗い出しと対策議論

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。

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。

● 2012年度の調査結果

設問および回答率

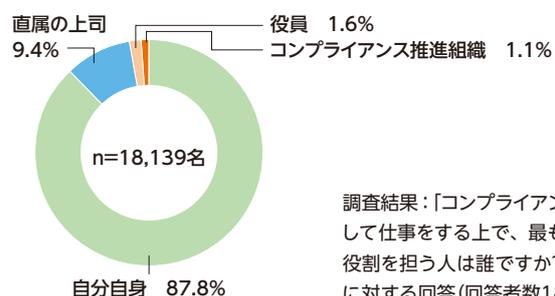
コンプライアンスに関する「意識」・「知識」・「行動」、各コンプライアンス施策の有効性、コンプライアンス活動主体について、キャノンMJグループ全従業員約20,000名を対象に、無記名式で調査を実施しました。回答率は、グループ全体で90.6%となりました。

コンプライアンス「意識」・「知識」・「行動」レベルの調査結果

2012年は、大半の設問で肯定回答(「そう思う」+「ややそう思う」)が90%以上を示し、高い水準を維持しています。また、完全肯定回答(「そう思う」)は、「意識」・「知識」・「行動」の全てが3年連続で高まっています。特に「意識」は高い水準を維持し、「行動」は昨年より大きく増加しました。

コンプライアンス施策の有効性調査、活動主体の結果

「今週のコンプライアンス」、「コンプライアンス・ミーティング」など、すべてのコンプライアンス施策で肯定回答が90%以上を示し、多くの従業員から有効と評価されています。また、「コンプライアンスを徹底して仕事をする上で、最も重要な役割を担う人」について質問したところ、「自分自身」が約88%を示し、高い水準を維持しています。また3年連続で増加しており、コンプライアンスは、自分自身が中心となって取り組むとの認識が高まっています。



調査結果：「コンプライアンスを徹底して仕事をする上で、最も重要な役割を担う人は誰ですか?」の設問に対する回答(回答者数18,139名)

社会貢献活動

より良い社会の実現を目指し、重点テーマを定めて活動しています。

社会貢献活動の重点テーマ

「未来につなぐ環境づくり」

地球の未来に、多様な生き物と美しい自然を残していけるよう、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」

社会や環境に対して関心を持ち、持続可能な社会づくりに貢献できる人材を育成するとともに、人々の健全な心身の成長に寄与するため、さまざまな支援を行います。

「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。

さまざまな製品との関わり

カートリッジ回収本数や用紙の販売数に応じた寄付や、再生複合機の製造段階までに排出するCO₂のカーボン・オフセットの取り組みなど、さまざまな製品との連携を通じてプロジェクトを推進しています。

未来につなぐふるさとプロジェクト

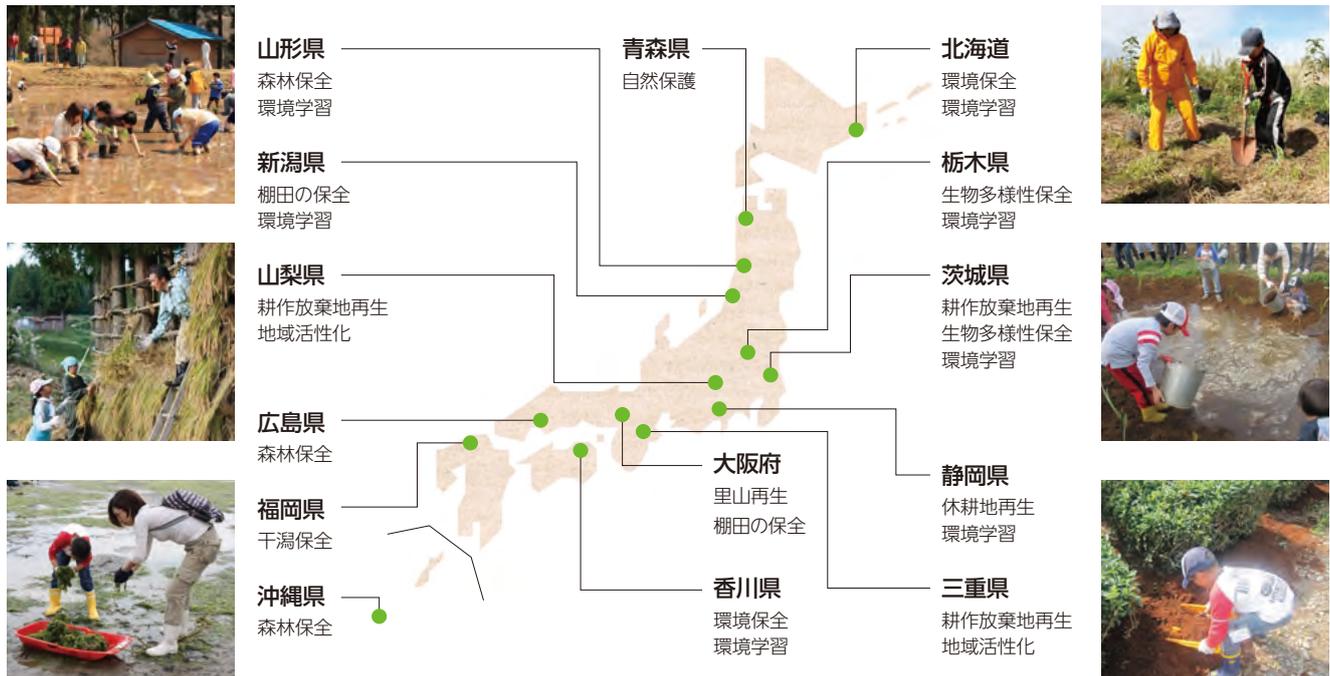
キヤノンMJグループは、社会貢献活動の重点テーマである「未来につなぐ環境づくり」「人の未来づくり」を実現するための活動として、ステークホルダー参加型の自然再生活動「未来につなぐふるさとプロジェクト」を国内のさまざまな地域で展開しています。

「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

● さまざまな製品との関わり



● ボランティア活動の内容と活動地域



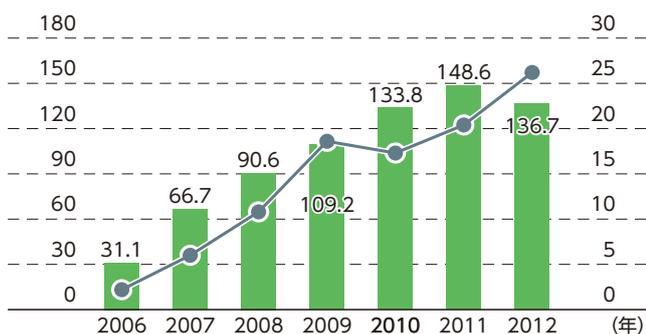
さまざまな活動

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含め、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15,182校(2012年12月末現在)を超え、2012年は136.7トン进行回収し、合計で26,283,515点を参加校に進呈しました。インク・トナーカートリッジ回収を通じたベルマーク運動の活動の輪が広がっています。

● 使用済みインク・トナーカートリッジ回収量の推移

(トン) ■インク・トナーカートリッジ回収量 ●ベルマーク点数 (点/百万)



AEDを使用した心肺蘇生講習

日本国内では、年間6万件以上*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。

※ 総務省消防庁平成23年版 救急・救助の現況より



心肺蘇生講習会実施風景



AEDを使った一次救命普及活動

● 心肺蘇生講習の実績

心肺蘇生講習	件数	人数
2010年実績合計	908件	13,065名
2011年実績合計	1,041件	16,250名
2012年実績合計	979件	14,299名
累積	2,928件	43,614名

中高生の企業訪問に協力

キヤノンMJは、高校や中学校が行っている課外学習の一環としての企業訪問を積極的に受け入れています。企業訪問では、ショールームの見学、デジタル一眼レフカメラ体験、AED使用体験、キヤノンの環境の取り組みのレクチャーなど4つのプログラムから1つをお選びいただけます。2012年は、33校のべ639名の訪問を受け入れました。この取り組みにより、会社や仕事に対して理解を深めていただき、将来の進路決定に役立てていただければと考えています。



デジタル一眼レフカメラ体験の様子

小中学校でインターネット利用に関する授業を実施

キヤノンMJ ITグループ(キヤノンMJ-ITHD、キヤノンITソリューションズ)は、一般社団法人マルチメディア振興センターが主催するインターネット安全啓発教育[e-ネット安心講座]に協力しています。2012年には、埼玉県や大阪府などの小中学校3校で、児童・生徒向けの授業を実施しました。「動画共有サイトと著作権保護」「プロフやSNSによるトラブル」などの問題について、最近のニュースやビデオを交えながら説明しました。終了後の教職員アンケートでは、「子供向けに分かりやすくよかった」「インターネットのトラブルの怖さが伝わったと思う」といったご意見をいただきました。



「e-ネット安心講座」の様子

東日本大震災 復興に向けた取り組み

～震災を風化させず、復興に向けて着実に歩んでいくために～

東北復興推進室の取り組み

復興のためにキャノンにできること

キャノンMJグループは、東日本大震災において被災された地域の皆さまの復旧・復興に向けて、各社、各部門ができることを考え、さまざまな支援活動に取り組んできました。

しかし、このように各社、各部門において支援活動を展開することは、お客さまの個別のご要望に迅速にお応えすることができる一方で、長期的かつ継続的な支援活動に必要な「キャノンMJグループ内における情報の集約」や「グループで一丸となった活動」という課題が、次第に浮かび上がってきました。

それらの課題を解決するため、キャノンMJでは2012年7月に新たな組織として「東北復興推進室」(2013年1月より東北復興支援室から名称変更)を、全国各地に拠点を置き、日々お客さまと直接接している組織であるビジネスソリューションカンパニー内に設立しました。この東北復興推進室の専任メンバーが仙台支店を拠点に、復興現場と当社グループ各社、各部門とのパイプ役となることで、長期的な支援活動を推進しています。

東北復興推進室の主な活動は、被災各地の地域自治体や復興庁をはじめ行政機関、大学、民間企業の復興支援組織など、いわゆる「官・学・民」と連携して行っています。そして、これらの活動では、時間とともに変化する被災地域の多様な課題を把握し、これまでの事業領域にとらわれない自由な発想で「キャノンにできること」を追求するように心掛けています。

活動の一例として下記の内容が挙げられます。

東北大学アーカイブプロジェクト

「みちのく震録伝」へ参画

東日本大震災に関するあらゆる記憶、記録、事例、知見を収集し、国内外や未来に向けて共有していく目的で設立された東北大学アーカイブプロジェクト「みちのく震録伝」に参画。キャノンの持つ映像情報技術などを活用し、災害アーカイブの作成のお役に立てるようワーキンググループに参加しています。“世代が代わっても伝えていける”そんなしくみづくりをしたいと考えています。

復興庁 地域復興マッチング「結の場」へ参画

大手企業の有する豊富な経営資源を被災地域の企業が活用できるように、両者が対話する場として設けられた復興庁の地域復興マッチング「結の場」に参画。復興を目指す地元企業の課題を確認しながら、その一助となれるよう活動しています。



「第二回 結の場」で宮城県気仙沼市の地元企業と交流

復興を目指す地元企業の課題を確認しながら、その一助となれるよう活動しています。

東松島みらいとし機構「HOPE」へ参画

東松島市の再生、未来に向けた新しいまちづくりを目的とした東松島みらいとし機構「HOPE」に参画。参画している各企業とコンソーシアムを組み協働で“新生東松島”に向けて取り組んでいます。



「東松島みらいとし機構」の発足式に参加

プロジェクトを通じての支援

みんなの笑顔プロジェクト

キャノンMJグループは、2012年1月から、東日本大震災の被災地に向けた復興支援活動として、「写真を楽しもう・自然と遊ぼう」をコンセプトとした「みんなの笑顔プロジェクト～Smile for the Future～」を実施しています。写真撮影プログラムや自然体験プログラムを通して、人と人とのコミュニケーションづくりや、子供たちの心を育むお手伝いを行っています。



写真撮影を終えて記念撮影



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」(詳細P23参照)では、2011年4月からプロジェクトの一環として東日本大震災からの復旧・復興支援を開始し、被災地でさまざまな活動を展開するNGO/NPO(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、ピースウィンズ・ジャパン、日本国際民間協力会)に対し、累計で約1,650万円(2012年12月末時点)の寄付を行いました。

現在の主な取り組み

- 使用済みインク・トナーカートリッジの回収本数に応じた寄付
- PPC用紙販売数に応じた寄付
- お客さま向けアンケートの回答数に応じた寄付
- クリック募金による寄付

第三者意見

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意見をいただきました。



立教大学 経営学部 教授

デイヴィス・スコット氏

「CSR報告書2013」では、キャノンMJグループの包括的かつ戦略的に統合されたCSR活動について、高いレベルで客観的に報告しています。また、これまでと同様に首尾一貫した構成を採用し、広範にわたる重要分野において、ビジネスをベースにした革新的かつ独創的な解決策の提供に向けた、キャノンMJグループの継続的な取り組みを明示しています。

トップメッセージ:川崎社長は、キャノンMJグループが単に商品・サービスを提供するだけでなく、事業活動を通じて独自の新しい価値を生み出す“サービス創造企業グループ”として、“マーケティング・イノベーション”に取り組む必要があると述べています。この取り組みは、お客さまの置かれている状況を幅広い視点から理解し、お客さまが直面している課題を特定し解決していくことによって進められるものです。

これは、過去2年のCSR報告書と首尾一貫とした姿勢です。今回、川崎社長は、サービス創造企業グループとして社会に貢献するには、社会全体の利益を見据え、国内外に多様な考え方があることを認識し、それに配慮する必要があると述べています。そして、企業がイノベーションを推進し、利益を追求することの重要性を強調することによって、川崎社長は、CSRに対して、これまでで最も力強い決意を表しています。

このメッセージを通じて、川崎社長は、総体的、積極的、かつ包括的に事業を進めていく戦略的な能力を身につけていきたいと述べています。したがって、この意見書は、そうした目的に沿って評価を行っています。

実際のアプローチ:キャノンMJグループのCSR活動の大きな特徴は、非常に緻密でありながら、包括的であることです。また、報告されているCSR活動は、非常に実際のものです。つまり、キャノンMJグループは、お客さま向けの活動に加えて、自らの組織や経営においても、方針や価値の実現に向けて、積極的に取り組んでいます。

キャノンMJグループは、お客さまにとっての効率性と生産性の向上を実現する商品・サービスを組み合わせたソリューションを提供しています。これらのソリューションは、事業継続、情報セキュリティ、環境の分野で、より良い社会の実現にもつながっています。このことから、キャノンMJグループは、社内外の多様な視点を捉えて、社会ニーズとビジネスニーズとが一致するよう、取り組んでいることがわかります。

「特集」では、キャノンMJグループが現在と将来のビジネスニーズの両方を満たすと同時に、社会全体をより良くするために必要な産業インフラの弾力性と質を向上させるような方法で、お客さまのためのビジネスソリューションをどのように開発・導入しているかの具体例を示しています。

「東日本大震災 復興に向けた取り組み」では、多様なステークホルダーとの密接な連携を通じて、さまざまな視点から課題に取り組んでいくという、キャノンMJグループの新たな側面を示しています。

これらが、キャノンMJグループの企業としての能力と優先課題の代表的な事例である理由が説明されていれば、読者にとっての価値はさらに高まるでしょう。

CSR行動計画と取り組み:この報告書では、情報セキュリティ、事業継続、コンプライアンス、環境保全に関するキャノンMJグループの方針やアプローチを説明するにあたり、これらの策定・立案・実施・学習というマネジメントサイクルを取り上げています。キャノンMJグループの活動を支える全体像を説明することで、テーマごとの成果を容易に理解し、評価できるようになっています。改善点としては、このマネジメントサイクルの実施プロセスを、テーマごとに具体例を挙げて示せば良いでしょう。

また、「CSR活動方針」、およびその方針に基づいた「CSR行動計画」の実行による成果が、適切に報告され、事業活動とCSR活動が、高いレベルかつ戦略的に統合されていることが見て取れます。それぞれのテーマの成果を長期目標と短期目標に分けて整理すれば、報告書がよりわかりやすくなり、読者は進捗状況についてのバランスの取れた全体像を理解することができたのではないのでしょうか。

報告書の構成:昨年同様、本年のCSR報告書も、多くの情報を含んだ内容になっていますが、そのボリュームにも関わらず、CSR活動を通じて達成された成果の目的、組織および相対的レベルが明確にわかりやすく説明されています。CSRを事業と連動させている様子を報告しているため、統合レポートに非常に近い内容となっていますが、財務目標ではなくビジョンとミッションに関連させて組織および事業活動を報告している点でいうと、それとは異なっています。ダイジェスト版も非常にバランスが良く、キャノンMJグループの活動方針と2012年の成果が明確に報告されています。

付け加えるとすれば、戦略的CSR目標の達成に向けてコアコンピタンスの向上と開発に努めていることを説明することで、読者にとって、事業を通じたCSR活動についての理解がより深まるでしょう。

結論:この報告書を読むと、キャノンMJグループのビジネスが、紛争鉱物、エネルギー消費、情報セキュリティ、資源保全、環境保全などの多くの活動や分野にまたがっていることに気づかれます。これらは、日本のみならず世界全体の産業界や社会が直面し、解決に向けた話し合いが持たれつつも、容易には解決に至らない重要課題です。しかし、キャノンMJグループは、こうした重要課題を、それぞれが独立したものではなく、相互に関連する問題として体系的に扱い、ビジネスモデルに積極的に統合し、また、お客さまやその他の組織と関係を構築し、協働し、協動的かつ革新的なソリューションを生み出すことで、容易に解決している印象を与えています。

本報告書は、より良い社会の実現に向けて、企業が総体的、積極的、かつ包括的に事業活動を計画し実施する方法を示す好事例といえるでしょう。

第三者意見を受けて

デイヴィス・スコット教授から「第三者意見」をいただくのは、今回で3回目となりました。毎年、キャノンMJグループのCSR活動に共感いただくとともに、CSR報告書の改善事項を具体的にご教示いただき、心より感謝申し上げます。

弊社は、今回のご意見を受けて、キャノンMJグループのCSR活動を、“わかりやすくステークホルダーの皆さまに伝えること”の大切さを改めて認識いたしました。今後は、実施プロセスの

開示などに留意して改善を図ってまいります。

そしてCSR活動にあたっては、事業を通じて社会に新しい価値を生み出し続ける“サービス創造企業グループ”を目指して取り組んでまいります。

キャノンマーケティングジャパン株式会社
取締役 常務執行役員
CSR推進本部 本部長 澤部 正喜

CSR活動ウェブサイトのご案内

さまざまなステークホルダーの皆さまからの開示ニーズにお応えするため、より豊富な情報を掲載しています。また、ウェブの特性を活かし、「新着情報」などを通じて情報を適宜追加・更新しています。



ウェブサイト

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



キヤノンマーケティングジャパン株式会社

〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 CANON S TOWER