セグメント別事業戦略概況

事業セグメント

コンスーマ

キヤノンの祖業であるカメラをはじめ、インクジェットプリンター、ITプロダクト製品を個人のお客さまに販売しています。製品・サービスを通してお客さまの生活を便利で豊かなものにしてまいります。

エンタープライズ

大手、準大手・中堅企業のお客さまを対象に、キヤノン製品やITソリューションを提供しています。お客さまと共に価値創造を実現し、業種ごとに異なる課題を解決してまいります。

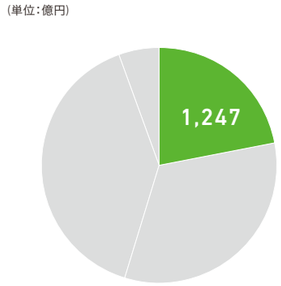
エリア

全国の中小企業のお客さまを対象に、キヤノン製品やITソリューションを提供しています。ビジネスパートナー、直販組織、システムパートナーの販売チャネルを活用し、中小企業のお客さまのDXを支援してまいります。

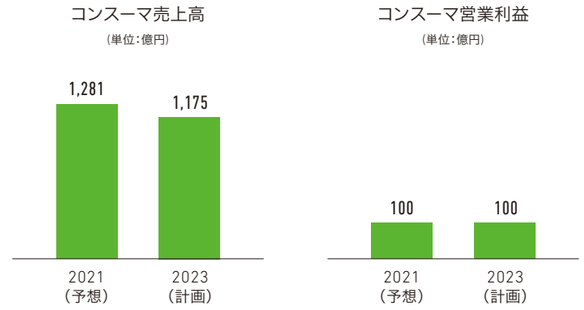
プロフェッショナル

プロダクションプリンティング、産業機器、ヘルスケアの各専門領域のお客さま向けに、それぞれの製品、サービス、ソリューションなどを提供しています。各専門領域に特化した製品・ソリューションの販売拡大を目指してまいります。

2020年12月期セグメント別売上高



中期経営計画 セグメント別売上高／営業利益



※2021年より、これまで「エリア」セグメントにおいて中堅・準大手顧客向けに直販を行っていた組織の一部を、「エンタープライズ」セグメントへ移管しています。これに伴い、各セグメント間で2020年実績の組替を行っています。そのため、P3の数字とは一部異なります。

コンスーマセグメント

カメラやプリンターの既存事業をより筋肉質な体質へ転換しながら、将来を見据えて新たな商品・サービスの創出に取り組んでいきます。

上席執行役員
コンスーマビジネスユニット
ビジネスユニット長
三上 公一

現状認識

新型コロナウイルス感染症の影響により、事業環境が大きく変化しています。

デジタルカメラについては、外出自粛などで市場が大幅に縮小した前年と比較すると需要が復調すると見ていますが、外出自粛等の継続により大幅な市場拡大は見込めないと考えています。

一方、より感動的な写真を撮りたいニーズから高価格帯のフルサイズセンサーカテゴリーの構成比が拡大しており、昨年発売した「フルサイズミラーレスカメラ EOS R5/R6」は、機能と撮影体験において非常に高い評価をいただきました。今後もお客さまに高い価値を体験いただける商品を提供していきます。

また、カメラ市場が成熟している中で新しい写真や映像の楽しみ方も提案します。「アソビカメラ iNSPiC REC」、「撮れる、望遠鏡 PowerShot ZOOM」のような新しい撮影体験ができる商品を提供し、新規の需要を増やしてまいります。

インクジェットプリンターについては、年賀状の減少、家庭での写真印刷の減少により、本体・消耗品共に市場漸減傾向でしたが、在宅勤務とオンライン学習の広がりにより新しい需要が創出されました。新しい需要に最適なプリンターを提案・提供し、特に伸びている大容量タンク搭載モデルの販売を拡大します。

機会

- 在宅勤務のさらなる普及、教育現場でのオンライン学習の拡大
- 外出自粛緩和による撮影機会の増加
- SNS、Eコマース拡大によるお客さまとのコミュニケーションの増加

リスク

- 新型コロナウイルス感染症再拡大によるカメラ市場の縮小

強み

- カメラ、プリンターの圧倒的なシェアによるお客さまとのつながりと、量販店の店頭からEコマース、自社ショールーム・サービスセンター（フォトハウス）といった多様なお客さま接点
- キヤノン製品以外の個人のお客さま向け商品を全国で展開できる、物流・販売チャネル・マーケティング力
- 市場環境の変化に迅速に対応できる、コンパクトで柔軟な組織

中長期的に目指す姿と事業戦略

コンスーマビジネスユニットのミッションは、キヤノンの祖業であるカメラをはじめ、製品やサービスを通して、お客さまの生活を便利で豊かなものにすることです。

カメラやプリンターの既存事業をより筋肉質な体質へ転換しながら、将来を見据えて新たな商品・サービスの創出に取り組んでまいります。

具体的には、昨年「ichikara Lab（イチカララボ）」を立ち上げ、新たな顧客層へのリーチを目指した新規商品・サービスの開発に取り組み、若年層マーケティングの強化を図る活動を進めています。

2021年は、引き続きフルサイズミラーレスカメラの「EOS Rシリーズ」や大容量タンク搭載のインクジェットプリンター等の高付加価値商品の販売を継続するとともに、デジタル・リアルでのお客さまとの接点を強化し、キヤノンファンの拡大を図ります。そのための新しい写真のコミュニケーション拠点をオープンし、お客さまとの強固で継続的なつながりの構築と、体験の場の提供による付加価値の向上を目指します。

また、オンライン会議用のWEBカメラやeスポーツ向けのゲーミングPCなど、トレンドに合わせたキヤノン製品以外の個人のお客さま向け商品や新規サービスを拡充し、売上の拡大を図ります。

さらに、お客さまの生活様式が変化したことにより、商品・サービスの購入形態も多様化しています。量販店やカメラ専門店といった販売チャネルに加えて、Eコマースを強化し、他企業とのアライアンスにも積極的に取り組むことで販売領域を拡大し、2021年12月期の計画の達成を図ってまいります。

新規事業・サービスの創出

ichikara Lab

2020年5月、コンシューマー市場における若年層向けマーケティングと商品・サービス開発の強化を目的とした企業内起業「ichikara Lab（イチカララボ）」を設立しました。7名の専任社員と公募で集まった若手社員で構成された組織横断型のチームです。

若年層マーケティングでは、若者と恒常的に様々なテーマについて話し合いながら、トレンドや価値観、購買行動、ライフスタイル等の裏側にあるインサイトを探求し、若者達に求められる商品やサービスをともに考える「ワカモノスタディ」という活動を開始しています。

商品・サービス開発面では、初の企画商品「iNSPiC PV-123 HELLO KITTY」を11月に発売しました。

写真上：ichikara Labメンバー　写真下：ichikara Lab居室

お客さまとの新たなコミュニケーション拠点

2021年4月、お客さまと写真を通じて直接対話する、共創型のコミュニケーション拠点、「キヤノンフォトハウス銀座」「キヤノンフォトハウス大阪」をオープンしました。

「フォトハウス」では、最新のカメラなどの撮影体験だけでなく、編集、印刷までのワークフロー体験やコンサルティングを行うスペースを設置し、お客さまの表現したいイメージの具現化をサポートします。

また、著名な写真家の写真集蔵書など優れた写真作品の鑑賞を通じて、お客さまの想像力をさらに広げるコーナーも用意します。

さらに、セミナーやイベントのオンライン配信を通じ、全国のお客さまとのコミュニケーションも行っていきます。

写真上：キヤノンフォトハウス銀座　写真下：キヤノンフォトハウス大阪

エンタープライズセグメント

エンタープライズビジネスユニットのミッションは、お客さまと共に価値創造を実現し、それを提供することにより『真のパートナー』となることです。市場・業界から私たちの課題解決能力やソリューション提供力の価値を認められ、お客さまから大いに期待される組織を目指していきます。また、お客さまの業務を深く理解することで、差別化したサービス型のソリューションをMA事業部・GBソリューション事業部の顧客基盤と営業力を活用して提供し、ITソリューション事業を中心に大幅拡大を図っていきます。

MA事業部

上席執行役員
エンタープライズビジネスユニット
MA事業部長
松本 裕之

顧客との共創によるDXビジネスを進めていきます。

社会全体のデジタル化・オンライン化の高まりにより顧客企業のIT投資の増加が見込まれ、DX領域のビジネスがますます拡大していくと考えています。

MA事業部のお客さまである大手企業を中心に、デジタル化・オンライン化を前提とした新しい働き方を模索する動きが加速しています。お客さまの業務課題を高度な視点で分析し、キヤノン製品を含めたITソリューションやビジネスプロセスアウトソーシングの提案に注力していきます。

また、今後、収益基盤の柱となるITソリューション事業においては、強みである技術領域の画像・映像・ドキュメントイメージング技術などを活用して、核となるソリューションを創り上げます。顧客や業界を熟知し、お客さまのさまざまな部門へアプローチして戦略を立案・実行できる営業力と、技術力・開発力を持ったキヤノンITソリューションズグループとのシナジーを発揮し、ITソリューション事業の大幅な拡大と収益力の強化を目指します。

GBソリューション事業部

執行役員
エンタープライズビジネスユニット
GBソリューション事業部長
石渡 幸治

顧客を深く知ることによるDXビジネスを推進していきます。

準大手・中堅企業を対象とした直販体制を強化するため、2021年1月に組織再編を行いました。

私たちのお客さまは、働き方改革の対応等が一段落した2023年以降、オフィスにおけるDXのニーズが本格化してくると予測されます。キヤノンITソリューションズとのシナジーにより総合的な提案力とサポート力を駆使して、付加価値のあるソリューションでお客さまの課題解決および成長に向けた支援をしていきたいと思います。

また、キヤノン製品とITソリューションを組み合わせた提案から保守までトータルで提供を行うことにより、キヤノン製品のシェアの拡大とITソリューション事業の売上拡大を目指します。準大手・中堅企業向けの、投資規模に合わせたソリューションを創出し、サービスモデルを立ち上げてまいります。成長・拡大の過程でさまざまなチャレンジを行い、キヤノンMJの新しい営業スタイルを構築し、グループ全体の成長トリガーになりたいと考えています。

キヤノンITソリューションズ(株)

キヤノンMJグループにおける位置付け

キヤノンITソリューションズは、お客さまのビジネスの進化を支援するITパートナーです。“お客さまに寄り添う心”、“先進技術への挑戦魂”、“最後までやりきる胆力”の3つを企業DNAとして、お客さまの発展のために歩み、お客さまと共に社会課題の解決に貢献してまいります。そして、キヤノンMJグループが長期経営構想で描く、2025年のITソリューション事業売上高3,000億円の達成に向けた牽引役として、その役割を担ってまいります。

キヤノンITソリューションズ(株)
代表取締役社長
金澤 明

現状認識

新型コロナウイルス感染症の影響により、投資判断が先送りされる傾向にあった2020年と比較すると、足元の企業のIT投資は、製造業などで回復が見られます。感染症の収束見通しが立たない中においても、お客さまは事業拡大のためのIT投資を必要としています。私たちはお客さまの意向を汲む努力を重ね、新しい価値を提供する機会を着実に拡大していくことが肝要であると考えています。

機会

- 企業におけるデジタルトランスフォーメーション(DX)推進のモメンタムや、ITによる労働力不足の補完ニーズの高まり
- SDGsの取り組みにおけるIT活用機会の増加。例えば、食品ロス削減の実現を支える需要予測や物流最適化など高度な数理技術
- クラウド化やEコマースの伸長により増加する膨大なデータを安全に格納・運用するハイレベルなデータセンター需要増やデータドリブン社会に向けたデータの利活用ニーズの高まり

リスク

- 新しい技術領域への迅速な適応力の維持
- 新しい経営トレンドやビジネストレンドに適応する事業と人財のポートフォリオの継続的な見直し

強み

- 過去のシステム開発経験を活かしたお客さまの課題解決力
- 数理技術、自然言語処理など、ビジネスに結実する研究開発力
- システム開発やインフラ構築から運用に至るまで、お客さまのITライフサイクル全体の品質を高めるプロジェクト監理力
- 西東京データセンターに代表される高品質なITインフラと高度な運用力

中長期的に目指す姿と事業戦略

私たちは、「先進ICTと元気な社員で未来を拓く“共想共創カンパニー”」を長期ビジョンに掲げています。より技術を磨き、より社員を元気にして社会やお客さまの未来を拓いていきたい、お客さまと共に考え、共にビジネスを作り出す会社であり続けたい、そういう想いを込めています。

その具現化に向け、業界・業種・業務に共通する課題を解決するためのICTサービスや、お客さまと共に考え、共にビジネスを作り上げるコンサルティング領域を伸ばします。また、お客さまに継続的な価値を提供するための事業のサービス化も重要な経営テーマです。

経営管理面では、KPIとPDCAによる進捗確認を重視しており、経営幹部間で常に状況を共有しながらそれぞれの事業戦略を実践しています。

2021年1月に組織機構を大幅に変更し、今まで以上にお客さまに寄り添う体制を強化しました。2021年12月期は、新しい体制のもと、投資活動を再開・拡大しつつあるお客さま、特に製造業の需要をしっかり取り込むことが戦略遂行の重要ポイントと考えています。製造業向けでは、組み込みソフトウエア開発や、CAD・PLM・ミックスドリアリティ(MR)などのエンジニアリングソリューション商材、生産管理や需要予測のノウハウを幅広く有しています。これらを総合的に活用し、再び成長トレンドに回帰してまいります。

エリアセグメント

ビジネスパートナー、システムパートナー、直販からなる多様なチャネルを最大限に活かして、日本の中小企業のDXを支援していきます。

上席執行役員
エリアビジネスユニット
ビジネスユニット長
魚谷 康幸

現状認識

経営環境が大きく変わるなか、中小企業においても変化に対応し企業価値を高めていくためのDXはこれから確実に進んでいくものと考えます。中小企業は全国で300万社以上あり、全体としてのIT投資のポテンシャルは高く、現在でもセキュリティなどの分野では積極的な投資が続いています。一方で、多くの企業が「社内にITの専門家がいないため何に投資すべきかわからない、誰に相談すればよいのかがわからない」という状況にあり、今まさに対応すべき課題と対策を共に考える「寄り添う存在」が求められています。

我々には全国にチャネルと共に築いてきた「寄り添える」お客さまがいます。課題を共有し、共にITによる解決策を考え提供することにより、お客さまにとってのITパートナーとして継続的な関係を構築していくことができます。わたしたちの課題は、保守までを含めたITソリューションのトータルサポートを推進していくための仕組みづくりです。チャネルと共にお客さまにワンストップで対応できる仕組みづくりに重点的に取り組んでいます。

機会
- 中小企業のIT投資は今後も増加の見込み
- IT管理者（専任者）が不在で経営者は相談役を求めている

リスク
- コロナの影響などによる顧客の投資プライオリティの変動

強み
- 地域に根差し地場の有力な企業を顧客に持つビジネスパートナーチャネル
- 基幹システム等との連携ビジネスを展開するシステムパートナーチャネル
- 市場シェアの高いキヤノン主要製品群とセキュリティ商品およびこれらを活用したトータル提案力
- キヤノンシステムアンドサポートの直販による成功事例の活用などチャネルにおける相乗効果

中長期的に目指す姿と事業戦略

ドキュメントソリューションを中心に築いてきた全国の中小企業のお客さまに、プリンティング領域と共に新たな価値提供として保守サービスを含めたITソリューションを展開し、お客さまのDXへの道のりを支援するトータルサポートを目指していきます。また、それによって蓄積されるノウハウを新たなお客さまの創造に活用していくことで、地域・お客さまにおけるビジネスシェアを高め、ITソリューション事業を柱とした事業ポートフォリオの転換を進めていきます。そのために、お客さまをしっかりと理解し、共にお客さまのビジネスの進化や経営課題について考え、お客さまの経営目標達成に必要な提案を行うことで継続的にビジネスを獲得していけるようなビジネススタイルを確立していきます。我々はそのビジネススタイルを支えるチャネルの体制づくり、人づくりの支援を中長期的に進めていきます。お客さまとつながり続けるための、対面・非対面のハイブリッドによるお客さま接点の拡大、ドキュメントとITを融合した新たな価値提供につながるソリューションの創出、実践のための人材育成プランなどをチャネルの個社ごとに組み立てて進めていくことが、中小企業のDXにおけるビジネスシェアの拡大につながると確信しています。

キヤノンシステムアンドサポート（株）

キヤノンMJグループにおける位置付け

キヤノンシステムアンドサポートは、キヤノンMJグループにおける日本の中小企業に対する直販チャネルとして、ITソリューションとキヤノン製品の販売、サービス、保守サービスを提供しています。

キヤノンシステムアンドサポート（株）
代表取締役社長
平賀 剛

現状認識

新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけとした働き方の変化により、中小企業においてもITを活用した生産性向上に対する重要性の認識が高まってきています。しかし、ITインフラ整備から、セキュリティ対策、業務効率を高めるテレワーク、クラウドの活用等を進めていくにあたり、これらの選定・導入・運用・保守を中小企業が独力で行うことは困難であることが多いという現実もあります。

キヤノンシステムアンドサポートは、中小企業のお客さまのITの選定から導入、運用、保守までのトータルサービスを提供することで、中小企業のITによる進化を支援しています。

機会
- コロナ禍により、IT投資に対する中小企業経営者の意識にポジティブな変化が起きている
- 中小企業のIT環境整備、これを維持していくことに対する支援のニーズが存在する

強み
- 全国に拠点があるため、地域社会を支えている全国の中小企業のITによる進化をサポートできる
- 直販組織の強みを生かした、ベストプラクティスの共有、お客さまへの迅速な展開が可能である

中長期的に目指す姿と事業戦略

IT活用の重要性を強く認識する企業が増える一方、「何を入れたらいいかわからない、」「導入しても活用できるか心配だ」「トラブルがあっても自分たちで対応できない」多くの方がこのようなことで困っていらっしゃいます。また、ITにまつわる様々な機器、アプリケーションはそれを導入して終わりではなく、むしろそこがスタートです。

不具合を修正するアップデートや機能の追加、故障の際はどこに原因があるかを確認し、対応する必要があります。これらを行うためには専門の知識を持ったスタッフが必要です。大企業は別として多くのお客さまは専任者を雇用することは難しく兼任で行うにしても知識が必要です。

キヤノンシステムアンドサポートが目指す姿は、まず、変化のスピードが速いITの市場において、お客さまに適切なソリューションをご紹介し活用していただけるよう、キヤノンシステムアンドサポートも進化し続けていることです。そして、ITの選定から導入、運用、保守を一貫してキヤノンシステムアンドサポートにお任せいただき、お客さまの貴重なリソースは本業に集中していただきたいと考えています。

並行して経営課題解決のお手伝いも行い、こうした活動の積み重ねにより経営者から信頼していただき、経営上の課題があれば最初にキヤノンシステムアンドサポートにご相談いただけるような関係性を築きたいと考えています。

プロフェッショナルセグメント

プロダクションプリンティング

キヤノンプロダクション
プリンティングシステムズ(株)
代表取締役社長
井崎 孝

キヤノンプロダクションプリンティングシステムズは、フォーム印刷業向けのプリントシステムでお客さまの良きパートナーとして多岐にわたるニーズにお応えしています。また、小売り業向けのPOPシステムや製造業向けの大判図面出力システムでも、業界のプロフェッショナルな要望にお応えしています。

また、キヤノンプロダクションプリンティング(旧オセ)製プリントシステムと当社独自のソフトウエア技術を融合させて、キヤノングループの総合力でお客さまの課題解決を実現し、お客さまのビジネスに高い付加価値を提供していきます。

中長期的に目指す姿

プロダクションプリンティングのスペシャリストとしてフォーム印刷業界のみならず商業印刷、産業印刷分野のお客さまの変革を支援していきます。ソリューション提案により顧客課題の解決に貢献してくことをミッションに掲げ、POPシステム、大判図面プリンター、ドキュメントサービスの事業においても新規顧客を獲得し業界シェアNO.1を目指します。

これまでのプリンターの保守サービスに依存した事業構造をこの3～5年で転換させ、お客さまのお困りごとに対して解決策を提案する“ソリューション会社”へ新しく生まれ変わることを2025年の目指す姿とし、既存事業と新規事業のハイブリッドで新たなストックビジネスを創出し安定した利益を出せる会社を目指しています。そのために経営資源である「ヒト」、「モノ」、「カネ」をソリューションビジネスへ集中していきます。また、今後は、お客さまをより広く、深く理解して潜在課題を引き出し、「ソリューション提案」を行う営業スタイルに変革していきます。

市場動向と強み

新型コロナウイルス感染症の影響により、クライアントからの印刷が減少し、チラシ、パンフレット、カタログなどの商業印刷、産業印刷のプリントボリュームが大幅に減少しています。一方で、データプリントサービスにおいては、自治体からの納付書や通知物などの業務量は安定しており、プリントボリュームの減少は押さえられている状況です。

また、ドキュメントサービス事業においても新型コロナウイルス感染症の影響により、在宅勤務の増加で企業のペーパーレス化、プリントボリュームの減少が進んでいますが、その中でも新規サイトの獲得やコンテンツ制作の拡充を展開していきます。

流通・小売業向けは、高齢化、人手不足などさまざまな要因から徐々にデジタル化が進んでおり、POPシステムの新しいソリューションを提供することで、流通・小売業のデジタルトランスフォーメーションに貢献していきます。

産業機器

上席執行役員
プロフェッショナルビジネスユニット
産業機器事業部長
大場 康久

産業機器は、主に半導体メーカー向けに半導体製造関連装置、検査計測装置を販売しています。また、コンポーネントや光学計測機器等を自動車・半導体・液晶業界へ販売し、保守サービスを行っています。

独自の新規ビジネス開拓部門と商社機能を保有しているキヤノンマーケティングジャパンが、お客さまの課題・要望に応える装置を海外から輸入販売、サポートすることで日本のものづくりの生産性向上に貢献しています。

中長期的に目指す姿

- 自社製品の販売を強化し、輸出も実現する
- 新規ビジネスの立ち上げや新規商品のさらなる開拓を行うとともに、メンテナンスフリーサービス(保守契約)についても検討を進める

市場動向

PC、ゲーム機に加え、昨年後半よりスマートフォン、自動車関係の回復が見えてきており、データセンター向けや各電子機器の出荷増によりメモリーも堅調。車載半導体不足により今後、車載(特にパワー半導体)の投資が高まると予測しています。

引き続き「顧客と製品の多様性の強化」を図り、市場環境変化に順応できる体質強化を進め、併せてサービスの売上成長戦略を実践していきます。

また、コンポーネントのOEMビジネスや計測機器商品群の強化により非半導体市場向けビジネスも強化してまいります。

強み

- 独自性の追求ー自部門内に商品開拓の専門部隊を保有し、市場ニーズに基づき世界の優れた商品を発掘し、技術と共に提供
- 経験豊富なサポートー高度な技術を必要とする国内外の多種多様な取扱商品に対応できるフィールドサポートが可能
- 豊富な商品群ープロセス改善を含むトータルソリューションの提供

ヘルスケア

キヤノンITSメディカル(株)
代表取締役社長
黒井 慶信

キヤノンITSメディカルは、医療・ヘルスケア業界を対象市場として、キヤノンMJにおける医療ITソリューション事業を牽引しています。

お客さまの価値創出に貢献できる医療ITソリューションやサービスを幅広く取り揃え、システムの提案・開発から導入・運用・保守を「One Stop」で提供しています。

中長期的に目指す姿

地域医療や地域包括ケアでは、患者起点での医療・介護の多職種間での情報共有がますます重要視され、遠隔画像診断やオンライン診療など医療クラウドを活用したシステムやサービスの拡大が見込まれています。

このような市場背景のなか、キヤノンITSメディカルは、これまでの電子カルテを中心とした医療ITの導入だけでなく、さらに高度化・多様化する医療クラウド基盤の有効活用にも積極的に対応することで、すべての人に健康を届ける社会実現に貢献していきます。

市場動向

日本は超高齢社会に突入し、医療・介護費の増大や医療従事者不足が課題となっています。

これら社会保障費抑制のための「在宅医療へのシフト」や「重複診療の削減等」を進めていくにあたり、地域医療を担う医療機関同士での医療情報連携の必要性が高まっています。

また、医療従事者不足では、働き方改革が提唱され、IT化による病院内の各種業務効率化や勤務環境改善が積極的に進められています。

キヤノンITSメディカルは、医療情報連携の基盤となる電子カルテを中心としたITソリューションの導入で、医療・介護のデジタルトランスフォーメーション(DX)に貢献します。

強み

- 病院・診療所・薬局・健診施設等、医療関連施設に業務効率化のためのITを導入した実績と、その導入ノウハウをベースにしたシステムコンサルテーション力(提案力)
- 3省2ガイドラインに準拠した高度なセキュリティ対応の医療クラウドサービス(Medical Image Place)を保有し、医療ITシステムのクラウドシフト潮流に乗り、新たな事業を開拓
- 事業継続計画(BCP)の一環として、サポートセンターを東京と大阪の2拠点で運営し、万が一大災害による障がいが発生した場合にも、継続的に対応できる体制を構築
- 電子カルテへの移行推進により、医療施設等におけるCO_2削減への取り組みに貢献(紙およびデータ保管スペースの削減)