



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 2014

詳細版

目次

トップメッセージ	3
Business with CSR	5
CSRマネジメント	17
第三者意見	51
環境経営	53
情報セキュリティ	81
社会貢献活動	103
ステークホルダーとの関わり	123
CSR活動の報告について	145

トップメッセージ

CSRの視点を持って、
社会が求める価値を創出していきます

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
社長執行役員
川崎 正己



2013年を振り返って

2013年は、アベノミクスの効果か、日本の社会、経済にとっての夢や希望を感じられる話題が多くありました。その一方、食品の偽装表示や異物混入など、「安心・安全」に関わる問題で、企業が信用を失ってしまった事件も散見されました。私たち、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、自分たちの事業活動をさまざまな角度から省みて、コンプライアンスや品質をはじめとするCSRの基本的な部分からチェックし、社会の要請・期待に真摯に対応していくことが重要であるとあらためて感じた1年でした。

サービス創造企業グループとしてのCSR

私たちは中期経営計画（2014～2016年）における「あるべき姿」を、「独自の新たな付加価値を提供し続ける『サービス創造企業グループ』」としています。この姿を目指すには、付加価値につながるお客さまのニーズが何か、その背景にある社会課題は何かを理解していなければなりません。またその上で、それに見合う商品・サービスを自ら創出するか、さまざまなところから見出したり、組み合わせたりして、お客さまに提供していくことが必要です。そして、これを持続させていくためには、経済的価値に結びつけていくことが重要です。このように、マーケティングの力で、社会課題の解決を図ると同時に経済価値を生み出していくことが、私たちのCSRです。経営とCSRは不可分であり、CSRを企業経営の中核に据えた「CSR経営」を推進していくことで持続可能な社会の実現に寄与していきます。

本業を通じた社会課題の解決

本業を通じて社会課題に取り組んでいる事例として、ネットワークカメラでの価値創造があります。これまで、ネットワークカメラに関しては防犯や災害発生時の状況把握といった課題解決へのニーズが中心でした。しかし現在は、高解像度・高倍率で、「暗くても見える」、「遠くのものが見える」、「細部にわたって見える」という特性から、生産ラインにおける品質チェックや異物混入防止といった課題の解決はもちろんのこと、工場見学に訪れたお客さまに画像を通じてモノづくりの素晴らしさを伝えるコミュニケーションツールとなるなど、使い方が広がっています。

また、AED（自動体外式除細動器）の販売においては最適設備と心肺蘇生法の普及による救命率の向上を目指しており、お客さまにAEDをご提供するだけでなく、いざという時にAEDを使った一次救命処置ができるよう、インストラクターによる講習サービスも行っています。現在、キヤノンMJグループが実施した心肺蘇生講習を受講いただいた方は6万人以上に達しています。このように、AEDと心肺蘇生法の普及活動を通じて、一人でも多くの方の人命救助に貢献したいと考えています。

環境の問題についても、省エネに結びつく商品・サービスの提供や、それらを効果的にご利用いただけるような提案活動を継続していくことで、社会全体の環境負荷低減に貢献していきます。少し先の話にはなりますが、2020年に開催が決まった東京オリンピック・パラリンピックでは、私たちが大切にしてきた「写真」の素晴らしさを、あらためて多くの方々に伝えたいと考えています。写真が持つ「今この限られた一瞬を記憶し、その感動を人に伝えていく」という役割が一段と広がる機会でしょうし、人の結びつきの中で、写真を撮る楽しさや共有する喜びを感じていただけるような商品・サービスを提供してまいります。

復興に向けた取り組み

東日本大震災から3年が経ち、復興への兆しが少しずつ見えはじめていますが、新たな課題も出てきていると感じています。私たちキヤノンMJグループは、復興に向かうその地域の中に身を置き、そこにある課題や要望を捉え、「私たちにできること」を常に考えることが大切だと思っています。そのために、仙台支店内に設置した「東北復興推進室」では、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」と連携した活動を行っています。これまでの具体的な実績としては、キヤノンのMR（Mixed Reality）※技術を活用した東北大学との「震災遺構アーカイブプロジェクト」への貢献や自治体への津波監視カメラシステムの紹介・導入による地域住民の安全への寄与などがあります。また、写真を通じたコミュニケーションプログラムである「みんなの笑顔プロジェクト」を通じて、未来に向かう子供たちの心を育むお手伝いを行っています。

※ MR（Mixed Reality：複合現実感）現実世界と仮想世界をリアルタイムに違和感なく融合させる技術

「CSR経営」をさらに前進させていくために

昨年のCSR報告書で「キヤノンMJグループ CSR行動計画」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くことを表明しました。その後、“ステークホルダーの皆さまが私たちに何を期待しているのか”についてのアンケートを実施し、CSR活動の「重点テーマ」を策定しました。現在は、この「重点テーマ」に沿った新しいCSR行動計画を策定中です。今後、CSR経営をさらに前進させていくためには、経営の目標である長期・中期経営計画と連携させ、より具体的で実効性の高い行動計画にする必要があると感じています。

私たちは、キヤノンとして70数年、キヤノンMJとしても40年以上の歴史を持っていますが、現在の事業が今後10年、20年と社会のニーズに合致し続けるものなのか、私たちの提供していく価値がこれからも変わらないのかと言えば、そんなことはないはずですが、今後も継続的に社会のニーズに合った価値をお客さまに提供するために、CSRの視点を持つことは非常に重要です。キヤノンMJグループは、これからも引き続き、時代の変化や社会の課題を的確に捉えながら、お客さまが求める新たな価値を創出していきます。

Business with CSR

取り組み事例



新たな課題解決に貢献するネットワークカメラ



AEDと心肺蘇生法の普及で救命率の向上に貢献

[過去の事例一覧へ](#)

社会課題の解決に向けた商品・サービス



地域の公共施設や福祉施設にAEDを複数設置することを進める基金についてご紹介します。



製品ライフサイクル全体のCO2排出量ゼロを実現する環境配慮製品をご紹介します。

CSRスペシャルサイト



[CSRナビ](#)

社内事例を中心にCSR活動のヒントをご紹介します。

新たな課題解決に貢献するネットワークカメラ

新たな課題解決に貢献する ネットワークカメラ

高精細、高解像度で詳細にモニタリングできる
ネットワークカメラが、安心・安全のさまざまなシーンで活躍しています。



社会の安心・安全を支える高性能ネットワークカメラ

人は視覚からの情報、つまり見ることで多くのことを知り、判断しています。キヤノンのネットワークカメラは、人の目に近い高機能なカメラと、その画像情報をネットワークシステムを通じて、離れた場所でもモニタリングでき、またデータの解析や処理もできることから、災害や事故に備える防災・防犯カメラシステムとして多くの場所で活躍しています。特に東日本大震災以降は、国や地方自治体などを中心に、人々の安心・安全な暮らしを支えるという役割が求められています。



キヤノンネットワークカメラVB-H41/ VB-H41B

キヤノンの映像技術が実現した高画質、高倍率、低照度でのカラー撮影

キヤノンのネットワークカメラは、デジタルカメラなどで培った技術を活かして、高画質、高倍率ズーム、暗い場所での撮影も可能にしています。

「VB-H41」では、業務用デジタルカメラで定評のある映像エンジン「DIGIC DV III」を搭載し、高画質、低ノイズ、鮮明な色再現を実現。カメラヘッド部分が水平方向に340°、垂直方向に100°回転し、光学20倍の高倍率ズームで撮影できます。

撮影されたデータは、圧縮通信エンジン「DIGIC NET II」で映像圧縮され、フルHD画像が最高毎秒30フレームでネットワークに配信されます。高画質と高圧縮率を両立する映像圧縮方式H.264に対応し、HDD容量の節減、長時間録画が可能になります。

また、月明かり程度の環境下であってもカラー撮影が可能。デイナイト機能を搭載しカラー撮影と白黒撮影を自動的に切り換え、モニタリング精度をさらに向上させます。



高画質が実現する最先端の映像解析技術

キヤノンのネットワークカメラが生み出す高画質な映像は、映像解析の幅を広げ、さまざまなソリューションにつながっています。

例えば、物体や人の動きを検知する「インテリジェント機能」は、独自の背景差分方式により動体検知、持ち去り検知、置き去り検知、いたずら検知などを実現。また、音量レベル検知にも対応し音による異常も把握できます。さらに、高画質だからこそその機能として「プライバシーマスク機能」があり、プライバシー侵害防止、暗証番号の盗み見防止など、プライバシーとセキュリティを両立しています。

キヤノンのネットワークカメラは、その性能・機能の高さから、海岸線や河川などの遠隔監視や、危険物を扱う工場の現場や作業員のモニタリング、人が大勢集まる駅や繁華街、施設などの状況把握など、社会インフラの一部として使われ、高い評価を得ています。



キヤノンネットワークカメラVB-S30D/VB-S900F

ネットワークカメラの導入で、商品の信頼性や従業員の作業効率も向上

今までの防災・防犯という社会インフラとしてのニーズという使い方から、企業の情報公開や食品工場での安心・安全、現場で働く人の労働安全衛生の観点など、新しいニーズでの使い方が増えてきています。

工場見学に訪れたお客さまに対して、安全上近づくことのできない生産ラインをカメラで公開し、商品の信頼性を高めたり、工場で働く従業員の動きをモニタリングし、労働災害の未然防止や作業効率の向上に役立てるなどのニーズが出てきています。

キヤノンマーケティングジャパングループは、今後もお客さまの課題に合わせた最適なネットワークカメラの導入を通じて、お客さまに新しい価値を提供するとともに、社会の安心・安全にも貢献していきます。



株式会社諏訪田製作所では職人の熟練の技をiPadで拡大することが可能

お客さまの声：食品メーカーとしての情報公開のために

昭和20年創業の「京都菓子處 鼓月」は、京菓子の文化や伝統と時代のみずみずしい感性を融合させた商品を作り続けてきました。ヴァッフェル生地でシュガークリームをはさんだ「千寿せんべい」は、今年で50周年を迎えており、本社敷地内には主力製品「千寿せんべい」の新工場を建設しました。

新工場建設の際に、和菓子を作る食品メーカーとして、お客さまや地域の方々に、工場の中はどうなっているのか、品質を保つためにどんなことに取り組んでいるのかを伝えることが、私たちの責任ではないかという意見がありました。それを実現するために、新工場建設にあたっては、工場見学のコースを作り、どうやって私たちの商品ができるのかを見ていただくことにし、その際キャノンのネットワークカメラを4台設置しました。

現在は、新製品である「姫千寿せんべい」の生産ラインを映し、見学ツールの液晶モニターを通して製造工程をご覧いただけるようにしています。

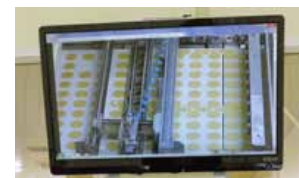
今後は、見学者の誘導通路などの整備も急ぎ、日常的な見学者の受け入れをしたいと考えています。キャノンMJには、より高解像度の大容量の画像データを無線で送受できるようなシステムを作っていたいただけると、製造ラインの変更があった場合も、ネットワーク工事が容易になるので、さらにネットワークカメラの使い方の幅が広がってくると思います。



京菓子處 鼓月
総務部 総務課長
田尻威巳さん（左）
総務部システム担当 主任
溝淵篤史さん（右）



50周年を迎えた千寿せんべい



鼓月の工場に設置された
工場見学者用モニター

AEDと心肺蘇生法の普及で救命率の向上に貢献

AEDと心肺蘇生法の普及で 救命率の向上に貢献

突然の心肺停止、その命を救うためには、一刻も早い心肺蘇生とAEDを使った早期の除細動が重要です。救急車が来る前に、私たち一般市民がAEDを使うことで、救える命があります。



突然の心肺停止における救命率5%未満という現実

現在日本では、心原性による突然の心肺停止が、年間で約73,000件以上発生しており、そのうち23,800件程が一般市民の目の前で起こっています※1。この突然の心肺停止に対する治療法として有効と考えられているのが、一刻も早い心肺蘇生を施すこととAED（自動体外式除細動器）による迅速な除細動※2です。

もし仮に、心肺停止時に一般市民による応急手当てがなかった場合、救命率は5%に満たないと言われていています※1。心肺停止を発見し、すぐに119番通報を行っても、救急車が到着するまでには平均で8.3分かかるとされ、救急車を待っているだけで心肺蘇生と除細動を行わないと、1分ごとに蘇生率が7~10%低下していくと言われていています。

そのため、AEDを身近な場所に備え付けておくことはもちろん、救急車が到着する前に、一般市民が心肺蘇生を施し、一刻も早くAEDを使用して除細動を行うことがとても重要になります。



株式会社大林組で実施した心肺蘇生講習

※1 総務省消防庁「平成25年版 救急・救助の現況」より

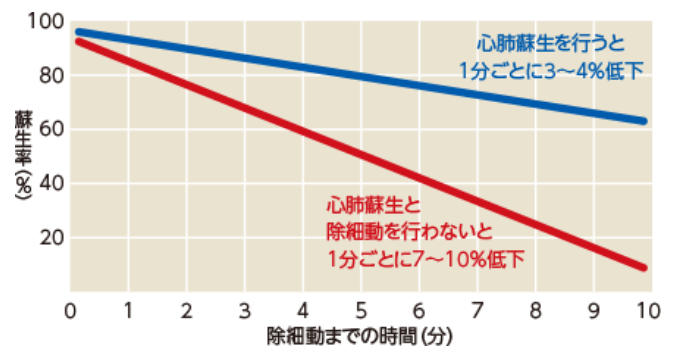
※2 電氣的な刺激（電気ショック）などによって心室細動（心室が小刻みに揺れて血液を正常に送れない状態）を取り除くこと

AEDの導入とともに実践的な心肺蘇生法講習サービスを実施

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、一人でも多くの命を救い、社会に貢献する事業として2009年から全国の一般企業や学校、公共機関に対して、AEDの販売を開始。現在では、幅広いラインアップから、お客さまのニーズに最適なAEDの導入をサポートします。

また、2010年からはAEDの導入とあわせて、AEDを使った心肺蘇生講習サービスも実施しています。NPO法人大阪ライフサポート協会公認の従業員インストラクターが、119番通報から人工呼吸・胸骨圧迫・AEDを使った除細動まで一連の流れを指導しています。

心肺蘇生講習は、2010年から2013年までの4年間で、累積4,135件、延べ60,777名の方に受講していただいています。今後は、2017年度末までに10万人の受講を目標としています。



除細動までの時間と蘇生率の関係

AEDのさらなる普及に向け従業員インストラクターを育成

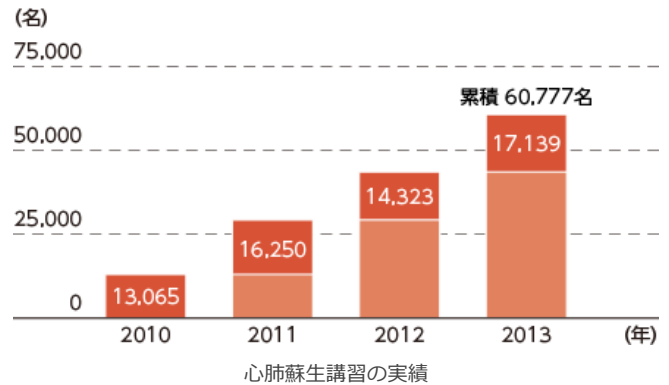
キャノンMJグループは、これからもより多くの地域で、より多くの方に心肺蘇生講習を受けていただけるよう、従業員をインストラクターとして育成する取り組みを進めています。

2014年4月現在で、グループ内で約200名の従業員インストラクターがAEDと心肺蘇生講習の普及に取り組んでいます。

今後は、2017年末までに従業員インストラクターを500名の体制に拡充するとともに、キャノンMJグループの従業員全員がAEDの使い方と心肺蘇生講習の受講を完了

し、万が一の場合、救命活動に自ら参加する勇気と技能を身に付けていきたいと考えています。

キャノンMJグループは、今後も継続してAEDと心肺蘇生法の普及に努め、救急救命率の向上に貢献していきます。



お客さまの声：今後も、いざという時に役立つ講習を期待しています

大林組は、事業に関わるすべての人々を大切にすることを基本理念の中で謳っており、建設現場の安全を最重要事項と考えています。多くの人が働く建設現場では、作業中に持病などによる心臓疾患を発病し、高度障害や最悪の場合には死亡に至るケースが起こる可能性もあります。そのため、2010年から全国の建設現場にAEDの設置を開始しました。キャノンMJグループには、幅広い製品ラインアップがあり、心肺蘇生法の講習サービスも充実していることから、AEDの導入をサポートしていただきました。

キャノンMJグループの今回の講習会には、建設現場に勤務する職員45名が参加しました。AEDをはじめて使った参加者も多かったのですが、講師の方の説明が具体的で分かりやすく、大変好評でした。建設現場は人の入れ替わりが多いため、今回の参加者には、AEDの使い方や心肺蘇生法をまわりのスタッフにも伝えていって欲しいと考えています。AEDは、設置するだけでなく、万が一の時に使えなければ意味がありません。AEDを設置している建設現場に対しては、少なくとも年に1回は講習を受けるよう指導しています。

大林組は全国各地に建設現場があり、いつもたくさんの人々が働いています。キャノンMJグループには、全国に広がるネットワークを活かして、建設現場でいざという時に役立つ心肺蘇生法の講習サービスを今後も期待しています。



株式会社大林組
 東京本店 建築事業部
 安全環境部 事務課 副課長
 藤井 健さん（左）
 労務安全部 労務安全課 副課長
 鈴木 仁さん（中）
 労務安全部 労務安全課 主任
 吉村 美佳さん（右）

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 Business with CSR

AED・地域あんしん基金のご案内～100メートルに1台のAEDを目指して～

現在、AEDの設置は行政によって進められていますが、数が圧倒的に不足しています。

本基金は、AEDで助かる命を救うために、災害時などに避難所となることが想定される地域の公共施設や福祉施設にAEDを複数設置することを進めています。地域貢献を考える企業のご参加、ご支援をよろしくお願い申し上げます。



AED・地域あんしん基金の概要

名称

「AED・地域あんしん基金」

管理団体

公益財団法人パブリックリソース財団

寄付の方法

1. スタンダードタイプ
50万円貯まったら1台寄贈（御社の名前がシールに入ります）
2. オリジナルタイプ
基金名が御社の名前になる（年2台、5年連続以上寄贈していただける場合）

※ 寄贈額の一部を寄付し、他の企業や個人の方と共同で寄贈する「支えあいタイプ」もございます。

支援方法

下記をご確認ください。

[「パブリックリソース財団」のページへ](#)



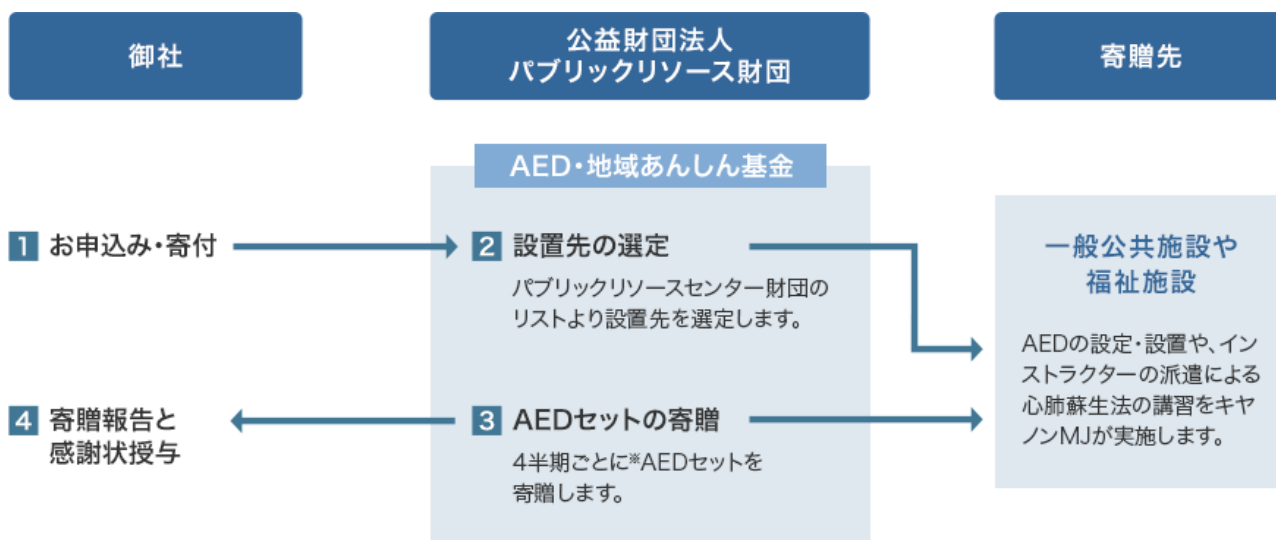
[オンライン寄付サイトのページへ](#)



その他詳細はパブリックリソース財団へお問い合わせください。

AED・地域あんしん基金のしくみ

基金の趣旨にご賛同いただいた場合、パブリックリソース財団に寄付のお申し込みをしていただきます。寄付の形態は一括または積立のいずれかを選択することができます。スタンダードタイプ、オリジナルタイプの場合は、企業単位で寄付金を管理し、一定金額以上貯まると四半期ごとにAEDを地域の公共施設に寄贈します。



※寄贈金額に達しなかった場合は繰り越します。金額を超えた場合は次の寄贈にまわります。

寄付からAED設置までの流れ

CSR上のメリット

- 会社や店舗の近くの地域の施設に社名（店名）入りのAEDを寄付することで、顔が見える地域貢献が可能となります。
- AEDが1台寄贈されるごとに感謝状をお贈りし、御社名を「AED・地域あんしん基金」のホームページに記載し、バナーを掲出します。第三者のホームページに掲載されることで、透明性の高い社会貢献が可能となります。
- AEDの設置用のシールには御社の社名が入ります。
- 店先、もしくは設置（寄贈）先でAEDの活用デモンストレーションの実施、講習会の開催など、地域に対して、貢献をPRすることが可能となります。
- 台数と期間に応じて、御社に冠した基金を作ることが可能になります。
- 一般寄付金の損金算入限度額とは別に特別損金損入限度額の範囲内で損金算入が認められます。



寄付者のお名前が入ったステッカーを作り、AEDの近くに貼ります

寄贈AEDについて

寄贈後の追加負担が少ない「安心パック」つきモデル

AEDは定期的な消耗品の交換などのメンテナンスが必要です。当基金が寄贈するAEDは消耗品の使用期限が切れる前にお届けするサービスを標準でご提供します。さらに救命活動で使用した際のパッド補充も行います。

※ AEDを使用した際のバッテリーの補充は含まれません。

パワーハート G3 HDF-3000

- 成人用パッド×2
- バッテリー（4年）×1
- キャリングケース×1

- 救急セット×1
- ステッカー×1
- 操作説明DVD×1 ※5年間メーカー保証



AED本体



小児パッド1組

一般的名称：非医療従事者向け自動除細動器
 販売名：パワーハートG3 HDF-3000
 医療機器承認番号：22300BZI00017000
 高度管理医療機器、特定保守管理医療機器

寄贈先の設置場所に応じた収納ケース

設置場所に応じた最適なケースを寄贈先にお選びいただけます。収納ケースは、3つのタイプがあります。



収納ケース
 エントランス、ロビー、ホールなど向け



壁掛け収納ケース
 エントランス、ロビーなどの壁、通路、エレベーターホールなど向け



卓上フォルダ
 事務所内、受付、テーブルや棚の上など向け

設置・取付から講習までフォローする体制

設置先に合わせて収納ケース・スタンドの取付けおよびAEDの設定・設置や、講習インストラクターの無償派遣による心肺蘇生法の講習をキャノンMJが実施します。

AED・地域あんしん基金に関するお問い合わせはこちら



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 Business with CSR

製品ライフサイクル全体のCO₂排出量ゼロを実現する環境配慮製品のご案内

オフィス向け複合機のRefreshedシリーズ（再生モデル）は、キヤノン独自の再生技術により新製品と比べ、大幅な部品の再利用率を達成し、環境負荷の削減に取り組んでいます。さらに製品の物流やユーザーによる使用、廃棄、リサイクル処理まで含めた、製品ライフサイクルで排出するCO₂を、カーボンフットプリント※1を活用したカーボン・オフセット※2を利用し、製品ライフサイクル全体でのCO₂排出量ゼロ※3を実現します。

※1 製品などの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクルを通して排出される温室効果ガスの排出量をCO₂に換算して、製品などにわかりやすく表示するしくみ。

※2 自らが排出した温室効果ガスのうち、削減が困難な部分の排出量のすべてまたは一部を、他部分の排出削減・吸収量でオフセット（埋め合せ）すること。

※3 ユーザーが使用する紙のCO₂排出量は含まず。

CO₂排出量ゼロを実現するRefreshedシリーズの概要

品質とエコロジーを高次元で両立するRefreshedシリーズ

Refreshedシリーズは、キヤノン独自の再生基準により再生された製品の総称です。回収された使用済みの機器を部品レベルまで分解し、基準を満たすように最適の技術を用いて洗浄・清掃します。厳密な再生基準に従って、劣化・摩耗部品などを交換し、新しい部品のみで生産される機械と同レベルの生産・検査ラインを通り、品質・信頼性が十分に確認されてからRefreshedシリーズとして出荷されます。

※ 外装につきましては、リユース部品を使用している関係上、部位により色差がでる場合があります。



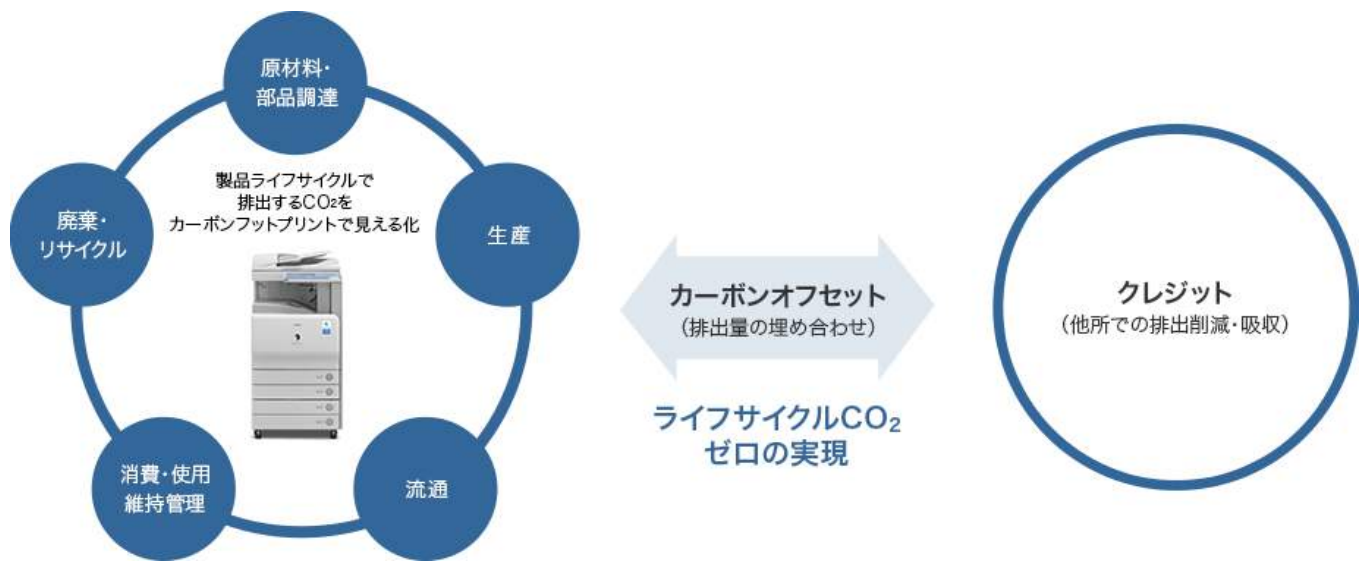
[Refreshedシリーズの商品詳細ページへ](#)

「カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセット」制度導入により製品ライフサイクル全体のCO₂排出量ゼロを実現

Refreshedシリーズは、2010年から原材料調達段階～生産段階のCO₂排出量をオフセットすることで、キヤノンが提供する製品の製造にかかわるCO₂排出量ゼロとしてきました。今回の制度を導入することで、これまでの活動をさらに一歩進めて、製品の製造だけでなく、製品の輸送やお客さまに提供するサービスまでも含めた製品ライフサイクルでのCO₂排出量ゼロを実現します。

カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセットのしくみ

製品の原材料・部品の調達、生産、流通、消費・使用・維持管理、廃棄・リサイクルのライフサイクル上の各段階で排出される温室効果ガスをカーボンフットプリント制度の算出基準に基づきCO₂排出量に換算し見える化します。算出された製品1台あたりのライフサイクルCO₂総排出量を他の場所での削減・吸収量をオフセットすることで得られたクレジットを購入することで、ライフサイクルでの環境負荷を実質ゼロにします。



カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセットのイメージ

CSR上のメリット

- 本製品をご導入いただくことにより、地球環境負荷削減への貢献につながります。
- カーボンフットプリント制度により、オフセットする製品ライフサイクル排出量が見える化されているため、具体的な環境負荷削減への貢献量を情報公開することが可能となります。

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動

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。

CSRの考え方と方針、行動計画

CSRの考え方

CSR活動方針と推進体制

CSR行動計画（2013年）

CSR行動計画（2014年以降）

マネジメント

コーポレート・ガバナンス

コンプライアンス

事業継続

品質マネジメント

ブランドマネジメント

ソーシャルメディアの利用について

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とらえ、従業員の全員参加で推進しています。

キヤノンMJグループが考える「CSR経営」

キヤノンMJグループは、「共生」の理念のもと、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、サステナブルな社会づくりを目指します。それにより、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。そのために、「ガバナンス・コンプライアンス」※1、「基本的なCSR」※2を徹底した上で、「CSR活動は、マーケティングそのもの」という考え方のもと、「Business with CSR」をスローガンに掲げ、“サステナビリティ要素”※3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きます。活動の基盤は、従業員一人ひとりが「三自の精神」※4と「CSRマインド」※5を備えることです。



※1 事業活動の土台。CSR活動を支える体制や基盤。

※2 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。

※3 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

※4 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。

※5 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。

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、すべての人類が未永く共に生き、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。

共生

キヤノングループ企業理念の詳細は、こちらのページへ

[会社情報:企業理念「共生」のページへ](#)

ミッション・ビジョン（長期経営構想フェーズ II より）

キヤノンMJグループは、2011年1月に「長期経営構想フェーズ II」をスタートしました。「事業創造で新しい成長の道へ」をテーマに、次のミッションとビジョンを掲げています。

ミッション

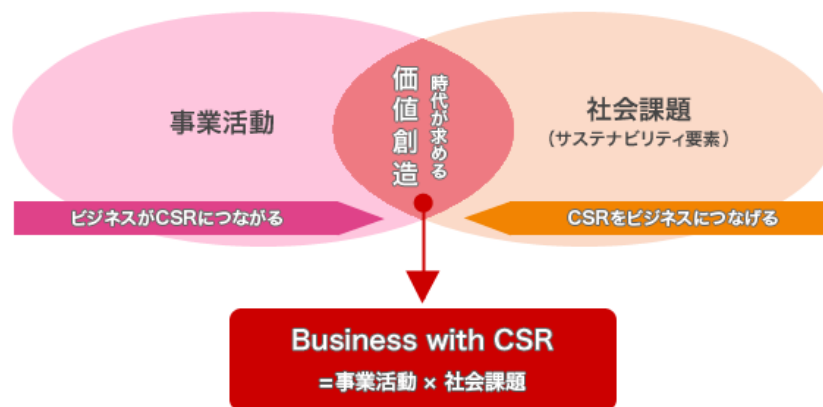
安心安全で豊かな「暮らし、しごと、社会」の実現に向けてマーケティング・イノベーションを行い、最高の価値を提供する

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。



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

ビジネスがCSRにつながる

いまのビジネス（製品やサービス、ソリューション）を、「社会が抱える課題を解決したい」という気持ちで、CSRにつなげていく志の高い気概を指しています。

CSRをビジネスにつなげる

事業とは別個にとらえたCSRではなく、CSRを本業に組み込んでいく、クリエイティブで戦略的な発想を表しています。

Business with CSR=事業活動×社会課題

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。

「国連グローバル・コンパクト」への参加

キャノン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「国連グローバル・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。

「国連グローバル・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、ステークホルダーの要請・期待に応え、明確な方向性を持ってCSR活動を推進するために、「キヤノンMJグループCSR活動方針」を制定しています。

キヤノンマーケティングジャパングループCSR活動方針

キヤノンマーケティングジャパングループは、持続可能な発展に向け、企業としての使命を果たしていくために、以下の方針に基づいた活動を行います。

方針

- 安心安全で豊かな社会づくりに貢献します。
- 事業活動すべてにおいて、信頼される品質を提供します。
- よりよい社会の構築を担える人づくりに貢献します。
- ステークホルダーとの対話を重視し、公正で誠実な事業活動を行います。
- 健康で安全に働ける職場環境づくりを推進します。
- 環境や生物多様性の保全に貢献します。
- 人権を尊重します。

制定日：2009年8月1日

制定日：2014年1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

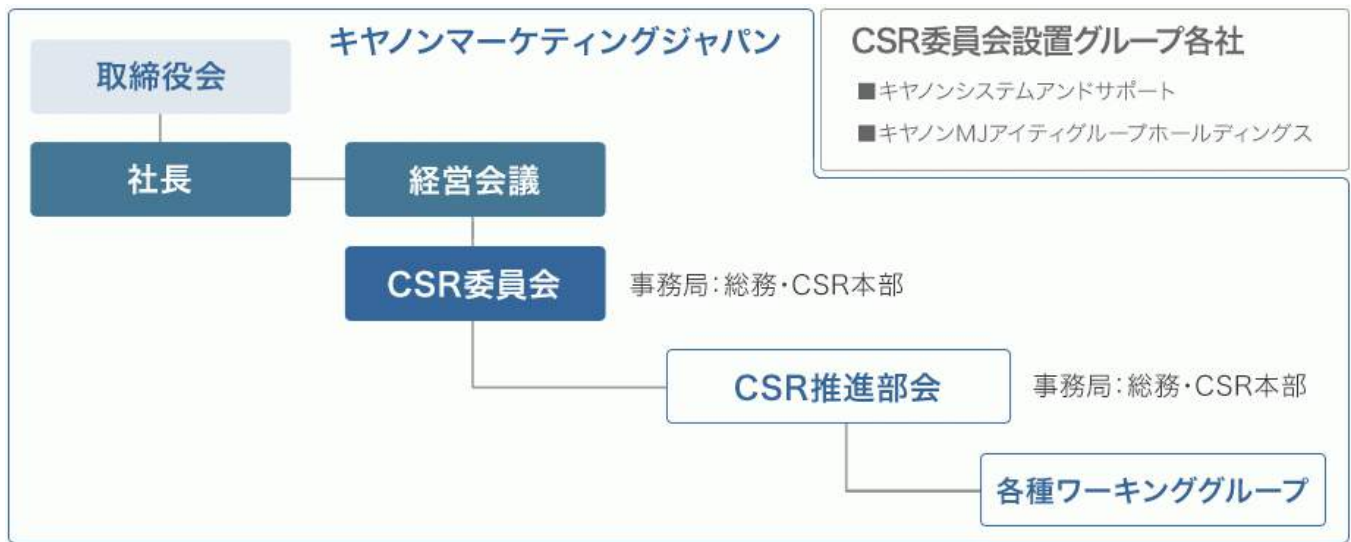
社長執行役員



CSR推進体制

キヤノンMJは、CSRに関する方針や規定、施策を審議するなど、グループのガバナンスを強化するとともに、広範囲にわたるCSR活動を推進していくために、CSR委員会を設置しています。

また、委員会で決定した諸施策は、キヤノンMJ各部門・グループ各社のCSR推進担当者を構成メンバーとする「CSR推進部会」を通じて、それぞれの組織で推進されています。



CSR推進体制図 (2014年4月現在)

キヤノンMJ CSR委員会 構成メンバー

委員長	社長
副委員長	社長が指名
委員	全取締役 社長が指名するグループ会社社長 (キヤノンシステムアンドサポート、キヤノンMJアイティグループホールディングス、キヤノンITソリューションズ、キヤノンソフトウェア、キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ) 社長が指名する者
オブザーバー	全監査役 グループ総合監査室長
アドバイザー	当社顧問弁護士

CSR行動計画（2013年）

2013年度における目標の達成度※と活動状況、今後の活動計画を、取り組み項目別にご報告します。

※ 「目標の達成度」の表記は、「目標以上」を◎、「目標通り」を○、「目標未達」を△で表しています。
 一覧表（印刷用PDF）は下記よりダウンロードできます。

- [一覧表（印刷用PDF）のダウンロード](#)[562KB] 

価値提供

本業による社会的課題解決

目標：2013年までに医療機器のラインアップを拡充します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
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	“CXDI-401C Wireless”“CXDI-401G Wireless”の2機種、スピード低温滅菌システム大容量タイプ「ES-1400」、ワイヤレスX線デジタル撮影装置「CXDI-701C Wireless」など4機種、無散瞳型デジタル眼底カメラ「CR-2 Plus AF」、医用画像システム「Primitus」などラインアップを拡充。	○

目標：2015年までにお客さまの環境経営を総合的に支援するサービス体系を構築します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
当社ITソリューションにおける環境貢献性の見える化および体系的な商品・サービスの開発・提供	新たに、ソリューション4品目（Web Plant、ライトニングファクス、IC3、ドキュメントスキャナー）の環境効果の見える化（数値化）を完了	○

目標：2015年までに地域やNPOと連携した商品・サービスを10以上提供します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
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	未来につなぐふるさとプロジェクトに連携した商材、PPC/プリンター用紙6品目、カーボンオフセット商品としてのRefreshedシリーズ6機種、トナーカートリッジ・インクカートリッジの輸送オフセットを2ジャンルとし、連携商品を14に拡大。	◎

品質

目標：2013年までに製品安全の実効性確保に向けた体制を強化します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
製品事故の未然防止および事故発生時の迅速な対応を実現するための社内体制の強化	2013年12月に、外部より調達する製品をお客さまに安全に正しくご使用いただくため、製造事業者などと協力して、法令遵守はもとより、製品安全を確保し、製品事故を未然に防止するための規程とガイドラインを制定。また、商品企画部門、調達部門、品質管理部門を対象に説明会を実施し、運用体制を構築。	◎

目標：2013年までに品質管理レベルの向上を図ります

取り組み	2013年の実績	目標達成度
品質KPI（指標）マネジメントのスキーム強化	品質・PL委員会を通じて、各事業部門の品質方針や重点戦略、KPIと達成施策などを共有し、各事業部門の品質KPIマネジメントを推進・強化。また、この内容を経営会議で報告し、経営への周知を徹底。	○

目標：2013年までに「お客さまの声」を活かし、期待に応える恒常的な改善のしくみをつくります

取り組み	2013年の実績	目標達成度

<p>お客さまやお取引さまの声を的確に把握し、事業活動に積極的に活かすしくみの構築</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 社内外から寄せられた問い合わせをナレッジ化したサイトの立ち上げ。市場の声・市場の変化を情報として活用し、モノ作りへ反映させるしくみの構築をスタート。 2. お客さまに選ばれる商品（モノづくり）を実現するために、商品に関するCSアンケートを実施。 	○
---	--	---

知財の創出・活用

目標：新規事業分野への参入、海外市場での事業展開を支援するため、有効活用可能な知的財産権の取得に努めます／ITS分野において確固たる知財ポートフォリオを構築すべく2013年末に向けて精力的に知的財産権の取得に努めます

取り組み	2013年の実績	目標達成度
<p>新規事業を保護する発明創出活動の推進、海外での事業展開に伴う外国特許出願活動の推進、そして、社会的ニーズ、顧客ニーズに応える自社製品・サービスの付加価値化・差別化を支える知的財産ポートフォリオの戦略的構築</p>	<p>新規事業の発明創出、外国出願の推進、社会的ニーズ、顧客ニーズに応える自社製品・サービスの付加価値化・差別化を支える知的財産ポートフォリオの戦略的構築とすべての計画値を達成。</p>	○

情報のユーザビリティ

目標：新しいポータルサイトを構築し、新たなサービスを提供します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
<p>お客さまのコンシューマ商品に関するサービスや情報へのアクセシビリティを高める新たなポータルサイトの構築</p>	<p>写真関連サービスや電子メールによる新製品情報、サポート情報の提供などを行う会員制WEBサイト「CANON iMAGE GATEWAY」を、スマートフォンやタブレットなど端末の多様化に対応した利便性向上と、サービス強化を目的に機能をリニューアル。加えて、スマートフォン専用のインターフェースを導入。</p>	○

目標：2014年までに「JIS X8341-3:2010」に準拠したコーポレートサイト「canon.jp」のリニューアルを完了します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
<p>「JIS X8341-3:2010」への準拠と利用者の閲覧環境や利用シーンに配慮したリニューアルの実施</p>	<p>2013年2月の「canon.jp」リニューアルにより「JIS X8341-3:2010」準拠を完了。</p>	○

バリューチェーンネットワーク

目標：2013年までに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形成の場を拡大します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
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	ユーザー会やパートナー会を全国各地で20回以上実施。2013年1月から始めた新しいパートナー制度により、業種研究や営業プロセスの改革など、顧客課題の解決に向けた協働を開始。	○

目標：2011年～2013年で「本社部門・無形資産活用セミナー」を150回開催します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
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」を開催し、お取引先やお客さまのCSR活動を支援	CSR経営、BCP、節電、コンプライアンス、環境、戦略的IT、情報セキュリティ、社会貢献、メンタルヘルスなどをテーマに130回のセミナーを実施。2011年からの累計は、目標を大きく上回る290件。	◎

コミュニケーション

目標：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

取り組み	2013年の実績	目標達成度
全国に展開しているキヤノンギャラリー、EOS学園、撮影会を、写真の発表・鑑賞・技術学習・交流の場としてお客さまに提供	<p>写真の魅力を伝える体験型撮影会を全国の主要都市で開催し、前年を超える多くのお客さまに参加いただいた。</p> <ul style="list-style-type: none"> さいたま市にある「鉄道博物館」にてファミリー写真撮影 札幌市「円山動物園」にて一眼レフカメラ「EOS Kiss X7」の撮影体験 東京都「豊洲ららぽーと」にてペットとの撮影 神戸市三宮の「トゥーストゥース・ガーデンレストラン」にてテーブルフォト撮影 	○

	<ul style="list-style-type: none"> 名古屋市にある「名古屋港水族館」にて「EOS 70D」を用いた撮影体験 東京都「貸し切り水上バス」でクルージングしながら東京の景色を撮影 	
--	---	--

セキュアな社会

CSR調達

目標：2015年末までにサプライチェーンマネジメントシステムにおけるCSR調達を確立します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
主要サプライヤーを対象としたダイアログの実施 サプライヤーのCSR活動を支援する体制を構築	CSR活動評価（アンケート結果）に基づいたサプライヤーごとの課題を明確するとともに、トライアルとしてダイアログ活動を3社に実施。この結果を基に、CSR調達活動の方針であるダイアログ活動（サプライヤーへの支援活動）のターゲットおよびサイクルの基準を確定。	○

BCM

目標：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

取り組み	2013年の実績	目標達成度
首都直下地震および新型インフルエンザ対応のBCPのPDCAサイクルを改善・強化し、ISO 22301取得レベルの危機管理体制を構築	<p>キャノンMJグループのすべてのBCP（31計画）について、訓練、見直し、評価、修正のPDCAサイクルを実施。</p> <p>地震対応および新型インフルエンザ対応の安否確認訓練を実施。</p> <p>災害発生時におけるグループ被災状況収集訓練、港区との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。</p>	○

目標：2013年までに首都直下型地震に備えたDRP（Disaster Recovery Plan）を強化します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
メインサーバーをより安全な西東京データセンターへ移転	5月の大型連休を利用し、幕張事業所から西東京データセンターへメインサーバーの移転を完了。これにより、首都直下型地震にも対応できるようDRPを強化。	○

情報セキュリティ

目標：2015年までにISMSとPMSのグループ全社への拡大を進めます

取り組み	2013年の実績	目標達成度
グループ統合ISMSの維持・拡大 グループ全社へのPMSの導入・維持・拡大合化により運用を効率化	ISMSについては、キヤノンMJ単体は全社に拡大し、グループ会社はウイズフォト（全社）とキヤノンライフケアソリューションズ（総務部門）に新規拡大。その結果、認証範囲としてグループ25社のうち17社、人数比で93.9%をカバー。プライバシーマークは、国内20社のうち12社が取得。	○

目標：2015年までに情報セキュリティ対策の最適化を進めます

取り組み	2013年の実績	目標達成度
新たな脅威や環境変化を踏まえた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	インターネット接続環境のグループガバナンス体制を確立。	○

コンプライアンス

目標：2015年までグループ全従業員に対する多面的な教育・啓発活動を実施します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
メールマガジンによる情報配信研修教育やコンプライアンス意識調査などの継続的な実施	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。	○

目標：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

取り組み	2013年の実績	目標達成度
コンプライアンス・ミーティングを年2回、グループのすべての課（約2,000課）で実施することにより、業務に即したコンプライアンスリスク対策の基盤を構築	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。	○

救急救命

目標：2017年までに延べ10万人以上に対して心肺蘇生講習を実施します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
全国各地のお客さまやパートナーを対象に、AEDによる心肺蘇生法の講習会を実施 国内において心肺停止者を発見してから除細動を3分以内に行える体制づくり（最適配備）を支援	下期よりキャノンシステムアンドサポートのインストラクターが110名加わり、1,205回／17,139人の実績は過去3年と比較して最大。 活動開始の2011年から2013年12月末までの累計は4,135回／60,777人。2017年までの目標である10万人への進捗率は60.8%	◎

人と「くらし、しごと、社会」

サステナブル人材の育成

目標：2014年までに重要な社会課題について、組織的な取り組みを実践できる人材を育成します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
参加対象を、従業員に加えて児童・学生に拡大して環境保全や生物多様性、資源の有効利用に関する知識・体験のプログラムを実施	従業員向けプログラムは、延べ842名（2012年758名）の参加実績。児童・学生向けプログラムとしては、生物多様性の教育を目的とした、写真教室・自然体験プログラム1回（27名参加）を試験的に実施。また、資源有効利用の学習を目的とした品川での学生向け環境教育を計5回、68名に実施。うち2回は、新たな体験型プログラムとしての実験を取り入れたメニューを開発・実施。	○

目標：2015年までに人権に配慮したサプライチェーンマネジメントを構築します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
<p>紛争鉱物におけるデューデリジェンス調査を実施 人権侵害に関連した資源の利用を回避するためのマネジメント体制を構築</p>	<p>キャノンMJグループの販売する製造委託品に対し、全グループでの対応窓口を確定し、説明会を実施。サプライヤーからの調査回答を回収。</p>	○

環境との共存

事業と環境のバランス

目標：2015年のグループのCO₂排出量を5万トン以下にします

取り組み	2013年の実績	目標達成度
<p>社員の環境意識／行動を喚起することによるオフィス内や社有車利用における環境配慮の定着化 輸送効率の向上と輸送・梱包資材の省資源化による物流に関わるエネルギー使用量の削減</p>	<p>2013年の通年実績は37,599 t（前年36,233 t）で前年より3.7%増加。西東京データセンターの事業開始に伴う負荷拡大（3,423 t）が要因であるが、これを除いた実績は34,176tとなり、前年比▲5.6%と確実に減少。</p>	○

目標：2015年までにお客さま先のCO₂排出削減への貢献量を10万トン以上にします

取り組み	2013年の実績	目標達成度
<p>環境負荷を低減する商品・サービス・ソリューションをお客さまごとに貢献性を見える化して提案し、販売を促進</p>	<p>2013年の通年実績は119,478 t（前年115,576t）。キャノン製品・ITソリューションによるCO₂削減効果は微減となったが、回収・リサイクルによる効果拡大により、お客さま先でのCO₂削減貢献量は全体で前年比3.3%増加。</p>	○

目標：2015年までに国内の自然再生・生物多様性に寄与する用紙商品のラインアップを6アイテムに拡充する

取り組み	2013年の実績	目標達成度
生物由来の商品について、自然保護関連商品の開発と優先調達を拡大 国内の自然再生・生物多様性に寄与する用紙商品のラインアップを拡充	生物多様性保全を目的としたプロジェクト基金と連動する用紙のラインアップを6アイテムに拡充。また、資源有効利用を促進し、生物多様性への負荷を軽減する用紙の開発に取り組み、PPC用紙への再生が困難といわれたシュレッター古紙混入用紙の販売を開始。	○

目標：2015年まで商品の再資源化率99.8%以上を維持します

取り組み	2013年の実績	目標達成度
使用済み商品の回収リサイクルの推進や資源再利用の促進	回収・リサイクル質量：14,863 t、再資源化率：99.81%	○

マテリアリティの
設定マテリアリティに
沿ったCSR行動計
画

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

CSR行動計画（2014年以降）|ステークホルダーからの期待の把握とマテリアリティの設定

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、2014年より、ステークホルダーの皆さまのご期待に応えるとともに、自社の事業特性や経営資源を活かしたCSR活動を行っていくために、「重点テーマ」を設定し、それらに基づいて「CSR行動計画」を策定しています。

CSRアンケートの実施

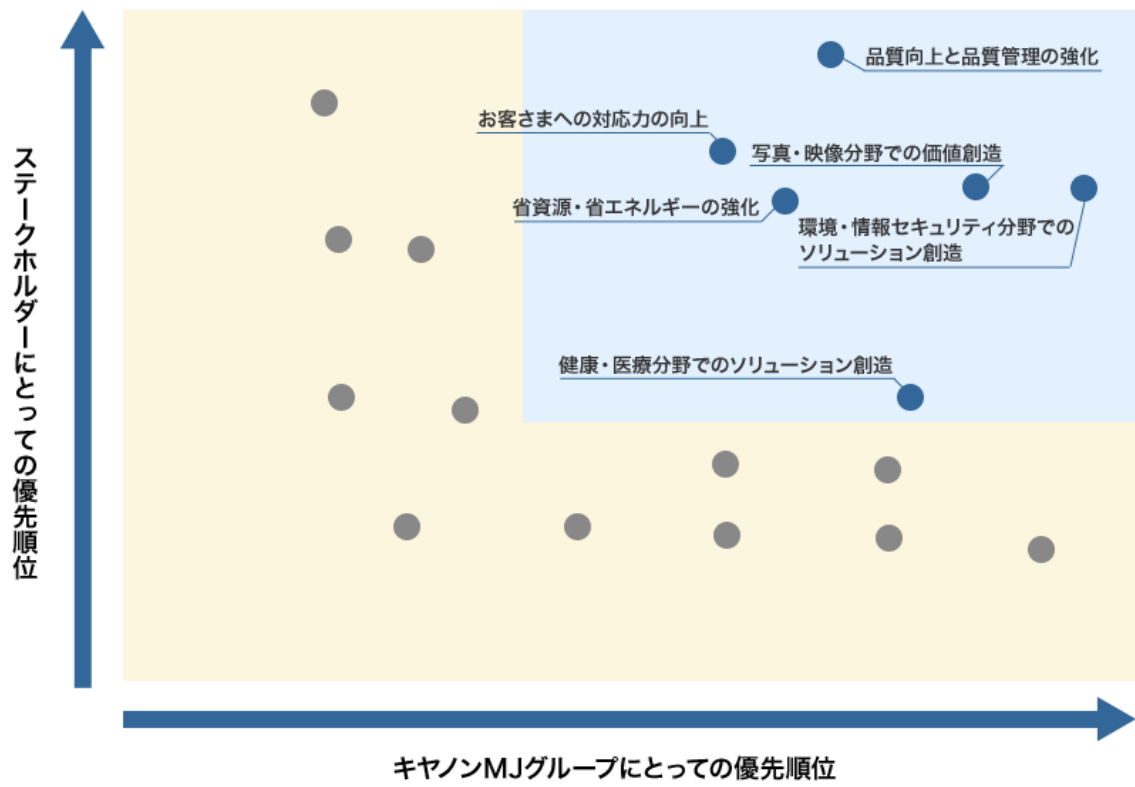
「CSRアンケート」は、個人のお客さま、法人のお客さま、ビジネスパートナー、販売店、サプライヤー、株主、学生、従業員など当社グループを支えてくださっているステークホルダーすべてに対し、多岐にわたるCSRの活動領域の中で、当社グループに積極的な取り組みを期待するテーマや項目についてお聞きするもので、2013年に実施しました。

また、本アンケートは社会貢献活動とも連携しており、アンケートご回答1件につき100円を環境や生物多様性の保全のために活動する団体への助成を目的とした「未来につなぐふるさと基金」に寄付いたしました。

重点テーマ（マテリアリティ）の設定

「CSRアンケート」の結果から導き出された「ステークホルダーにとっての優先順位」を縦軸に、当社グループの中長期の経営戦略や事業計画を勘案して導き出した「キヤノンMJグループにとっての優先順位」を横軸として分析を行い、社外の有識者を交えた議論と経営判断を経て、2014年に、当社グループにとっての「重点テーマ（マテリアリティ）」を設定しました。

マテリアリティマップ



6つの重点テーマ

- 写真・映像分野での価値創造
- 環境・情報セキュリティ分野でのソリューション創造
- 健康・医療分野でのソリューション創造
- 品質向上と品質管理の強化
- お客さまへの対応力の向上
- 省資源・省エネルギーの強化

キャノンMJグループでは、2014年以降、この「重点テーマ」に基づいた「CSR行動計画」を策定していきます。

マテリアリティの
設定

マテリアリティに
沿ったCSR行動計
画

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

CSR行動計画（2014年以降） | マテリアリティに沿った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、新たに設定した6つの重点テーマに基づき、2014年以降の活動計画を策定しています。

※ 「実施会社」は下記の略称で表記しています。

- キヤノンマーケティングジャパングループ→キヤノンMJグループ
- キヤノンマーケティングジャパン株式会社→キヤノンMJ
- キヤノンシステムアンドサポート株式会社→キヤノンS&S
- キヤノンITソリューションズ株式会社→キヤノンITS
- キヤノンライフケアソリューションズ株式会社→キヤノンLCS

重点テーマ1：写真・映像分野での価値創造

2014-2016年中期テーマ	2014年の施策	実施会社
さまざまなイベントやコンテンツ・サービスの提供を通じた豊かさや楽しさの創造、文化発展への貢献	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	キヤノンMJ
	会員向けサイト「CANON iMAGE GATEWAY」における、顧客ニーズに対応した新たなサービスの提供	キヤノンMJ

重点テーマ2：環境・セキュリティー分野でのソリューション創造

2014-2016年中期テーマ	2014年の施策	実施会社
環境・セキュリティー分野でのお客さま企業の課題解決への貢献	製品・ITソリューションの提供によるお客さま先のCO ₂ 排出削減への貢献 ■ 数値目標：お客さまのCO ₂ 排出削減への貢献量 年間10万トン以上	キヤノンMJグループ
	中小企業向けITソリューションの拡大	キヤノンMJ/ キヤノンS&S

	防犯や安全管理に寄与するネットワークカメラ事業のソリューション拡大	キャノンMJグループ
	高度なセキュリティーを保ち、環境に配慮したデータセンタービジネスの拡大	キャノンITS
	ICT活用におけるビジネス脅威対策に貢献するセキュリティーソリューションビジネスの拡大	キャノンITS

重点テーマ3：健康・医療分野でのソリューション創造

2014-2016年中期テーマ	2014年の施策	実施会社
医療関連ソリューションの提供を通じた人々の健康や病気の予防への貢献	医画像・感染管理・ヘルスケアソリューションの拡大	キャノンLCS
	AEDの販売およびステークホルダー向け心肺蘇生講習の実施による一次救命活動の普及 ■目標：心肺蘇生法講習 2010年～2017年の受講者延べ10万人以上	キャノンMJ/ キャノンS&S

重点テーマ4：品質向上と品質管理の強化（商品・サービス品質）

2014-2016年中期テーマ	2014年の施策	実施会社
商品・サービスに関する品質向上と品質管理の強化	品質保証体制の強化	キャノンMJグループ
	サプライチェーンを通じたCSR調達活動の強化	キャノンMJグループ
	機器納入後の品質維持管理の強化（対象商品：imageRUNNER/imageRUNNER ADVANCEシリーズ）	キャノンMJ/ キャノンS&S

重点テーマ5：お客さまへの対応力の向上（応対・対応品質、CS）

2014-2016年中期テーマ	2014年の施策	実施会社
商品・サービスの企画、販売からお客さまのご利用時まで、プロセス全体（バリューチェーン）にわたる対応力向上	CS（顧客満足）KPIマネジメントの強化	キャノンMJグループ
	お客さま応対・対応力の基盤強化と教育・啓発活動の推進	キャノンMJグループ
	バリューチェーンにおけるビジネスパートナーと協働した対応力向上	キャノンMJ

	BtoB領域におけるIT活用によるお客さまへの対応力向上	キャノン S&S
	修理・保守サポートに関する対応力向上	キャノン MJグループ
	VOC (Voice of Customer : お客さまの声) の収集・分析・活用	キャノン MJグループ

重点テーマ6：省資源・省エネルギーの強化

2014-2016年中期テーマ	2014年の施策	実施会社
環境配慮に関する情報発信と自社グループの節電、リサイクルの推進	お客さまの環境配慮活動を支援する情報発信（持続可能な消費への支援）	キャノン MJグループ
	市場から回収した製品のリサイクルの推進 ■ 数値目標：再資源化率99.8%以上	キャノン MJグループ
	自社グループのCO ₂ 排出量の削減 ■ 数値目標：年間5万トン以下（とし、お客さま先でのCO ₂ 削減貢献量（年間10万トン以上）の比を2倍以上とする）	キャノン MJグループ

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 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。

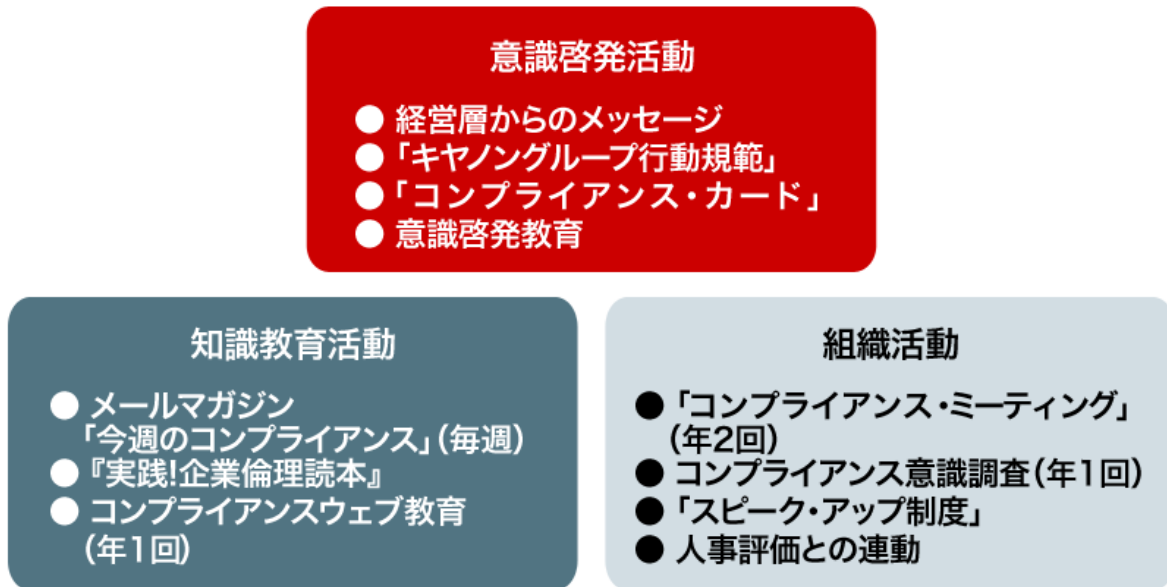
コーポレート・ガバナンス体制

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。

[コーポレート・ガバナンスのページへ](#)

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。



キヤノンMJグループのコンプライアンス活動

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、従業員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

経営層からは、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、経営トップから発信される月次の「社長メッセージ」や四半期ごとに開催される「グループ幹部会」、職場単位で開催される経営層と従業員との対話集会「現場deトーク」などを通じ、直接経営トップから従業員に向けて、コンプライアンス活動の重要性や企業倫理の確立に向けた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「キヤノングループ行動規範」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、創業期から受け継がれる「自発・自治・自覚」の「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

「キヤノングループ行動規範」の項目

経営姿勢	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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

対面形式によるコンプライアンス意識啓発教育の実施

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。

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

新任ライン管理職研修 毎年1月、7月

内容：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

知識教育活動

従業員一人ひとりが、業務遂行の場面で直面するさまざまなコンプライアンスリスクに対し、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。2013年は、クラウドサービスを提供する際のコンプライアンスリスクとその対策、販促資料作成時の注意点、独占禁止法、IT環境の変化、情報セキュリティ、環境など、計50回（2013年12月末までの累計実績：487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、「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」、「具体的な事例を基にした説明なので分かりやすく、コンプライアンス意識が高まる」、「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。

2013年度の主な配信内容

- クラウドサービスの提供とコンプライアンス（全5回シリーズ）
- その販促資料は大丈夫？
- 不公正な取引方法に注意しましょう ～独占禁止法の遵守～（全2回シリーズ）
- 「標的型攻撃」の最近の傾向
- 輸入のコンプライアンスリスク ～申告・納税の義務、関連法令の遵守～
- デジカメの処分方法を聞かれたらどうする？ ～「小型家電リサイクル法」～
- 製品本体の付属品にも気を付けて！！ ～PSEマークと製品安全～

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』は、業務・事業活動上の具体的なケースごとにポイント解説した冊子です。全従業員に冊子を配布するとともに、イントラネット上でも公開しています。



『実践！企業倫理読本』

正しい知識を効果的に身につけるウェブ教育

コンプライアンス活動の基本となる考え方や本来あるべき行動を身につけてもらうため、年1回グループ全従業員を対象に独自の「設問診断形式」によるウェブ教育を実施しています。この「設問診断形式」では、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います。そのため、設問・選択肢を読み正解を導き出す過程で必要な知識が習得でき、業務上直面する場面において、正しい判断と行動を理解することができます。

2013年は、「コンプライアンス活動の範囲および目的」、「公正・公平な取引」、「著作物の利用」、「国際取引の注意点」、「職場環境の維持・向上」などを題材に、グループ全従業員がコンプライアンスに則った正しい行動について学びました。

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。

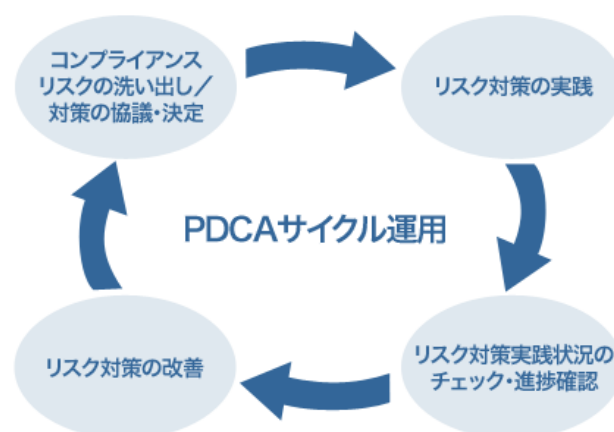
職場単位でリスクや対策を議論・共有化する「コンプライアンス・ミーティング」

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、グループの全従業員を対象にすべての職場（約2,000部門）で、上期・下期の年2回、「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でその実施状況をチェックし、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

「部門におけるコンプライアンスリスクの洗い出しと対策の協議・決定（Plan）」、「リスク対策の実践（Do）」、「リスク対策の実践状況のチェック・進捗確認（Check）」、「リスク対策の改善（Action）」というコンプライアンスリスク予防のPDCAサイクルのしくみにより、リスク対策を確実なものにしています。



コンプライアンス・ミーティング

ライン管理職からの実施報告書では、「身近なメンバーとのコミュニケーションを活発にすることはコンプライアンス違反の防止につながる」、「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」、「定期的にコンプライアンス・ミーティングを行うことにより、日々の業務に流されず立ち止まって考えることができる」、「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。

2013年度のミーティングテーマ

上期（4～6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

下期（10～12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、システム開発、下取り（使用済み製品の引き取り）

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。

2013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、コンプライアンスの活動主体について、キヤノン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93.4%となりました。

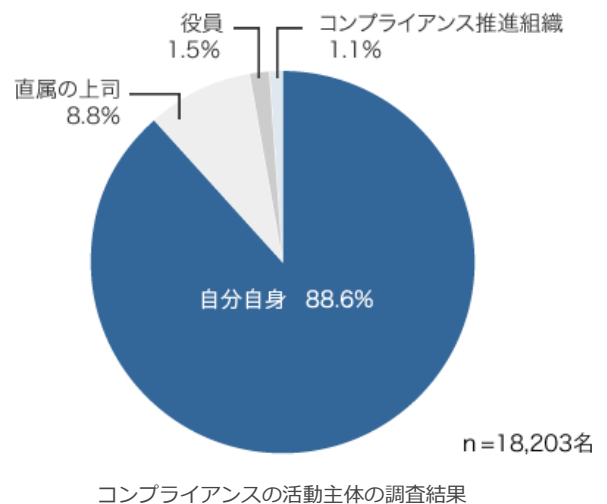
コンプライアンス「意識」・「知識」・「行動」レベルの調査結果

2013年度は、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」では高い水準を維持し、「知識」・「行動」でも大半の問題で3年連続で高まっています。この結果を受け、2014年度のコンプライアンス活動は、コンプライアンス「意識」レベルの維持、「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の調査結果

「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。

「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89%を示し、高い水準を維持しています。また4年連続で増加しており、コンプライアンスは、自分自身を中心となって取り組むとの認識が高まっています。



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。

通報された案件に対しては、直ちに事実関係などを調査し、対応を行っています。対応状況および結果については、通報者に対して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。

事業継続

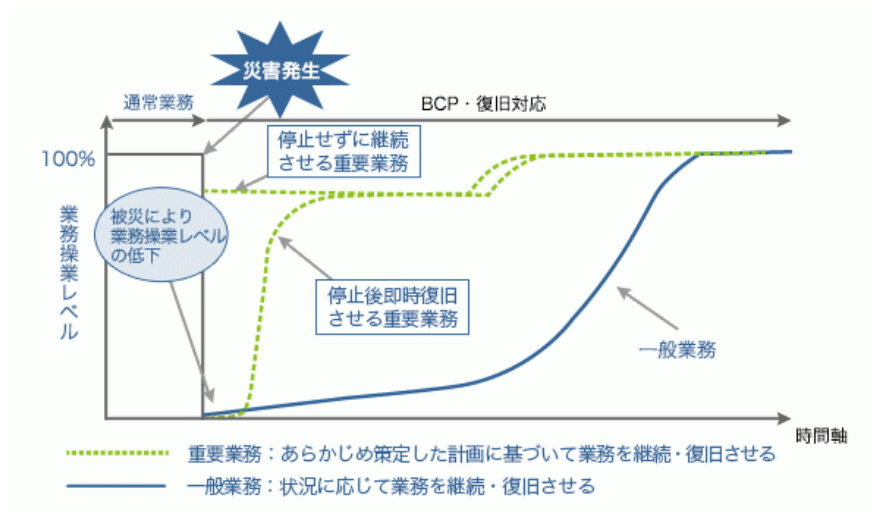
キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、大規模地震や新型インフルエンザなどの危機に備え、事業継続対策を推進しています。

事業継続計画（BCP）

BCP※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。

※ Business Continuity Plan：事業継続計画



キヤノンMJグループにおけるBCP

首都直下地震、強毒性新型インフルエンザをリスク対象としています。それぞれのリスクが顕在化した場合を想定し、あらかじめ継続すべき重要業務を選定し、それぞれの業務においてBCPを策定しています。

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、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。

事業継続推進体制（BCM委員会）

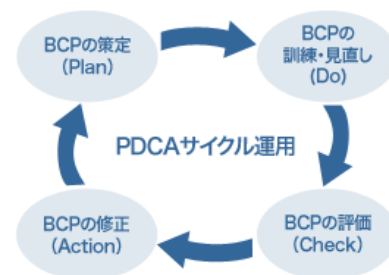
2007年7月、BCM体制の構築と維持管理を目的に、経営会議傘下にBCM委員会を設置し、キヤノンMJグループ全社のBCP方針の審議、PDCAマネジメントサイクルの管理などを行っています。

事業継続マネジメント（BCM）

策定したBCPについて、定期的な訓練の実施などBCM活動計画に基づいて運用し、実効性向上に努めています。

BCMの考え方

BCMは、策定されたBCP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（策定）、Do（訓練・見直し）、Check（評価）、Action（修正）のPDCAサイクルを回して実効性向上に努めています。



シミュレーション訓練

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・改善活動を定期的実施しています。BCPを策定している各部門は、設定したシナリオに基づいたシミュレーション訓練の実施、訓練結果を踏まえたBCP内容の見直しなど、いざというときに適切に対処できるようにBCPの実効性向上に努めています。



災害対策本部のシミュレーション訓練の様子

オフィスの耐震対策

キヤノン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。

1. 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詳細に設け、移動や転倒による被害を防止。
2. 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。
3. 5Sの徹底による対策
棚、キャビネットなどのオフィス什器の上には物を置かないことを徹底し、飛散や、落下による被害を防止。

DR（ディザスターリカバリー）サイトの構築

基幹システムの継続・維持のためのDR（ディザスターリカバリー）サイトを構築しています。不測の事態にはDRサイトを最大限に活用して、お客さまへのサービス業務を迅速、かつ効率的に復旧します。

安否確認システムの運用

キヤノン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。



安否確認システムの入力画面

BCMメールマガジンの配信

キヤノン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を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

- 大規模地震発生時、あなたは家族を守れますか？
- 外出中に大規模地震発生！あなたはどの行動をする？
- 現在も近くにある脅威、新型インフルエンザ！！

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。



ウェブ教育の画面

防災分野の社会貢献

災害発生時の共助の取り組み（帰宅困難者受け入れ態勢の構築）

キヤノンMJは、2012年3月に東京都港区との間で「災害発生時における帰宅困難者の受け入れなどの協力に関する協定」を締結しました。大規模災害発生時には、港区の要請に応じ、品川本社ビルキヤノン S タワーにて帰宅困難者の受け入れを行います。

受け入れに向けて3日分の備蓄品を用意する他、専用の「受け入れマニュアル」を作成し、毎年、実際に帰宅困難者の受け入れを想定した実動訓練を実施しています。



帰宅困難者受け入れ訓練の様子

防災備蓄食料・飲料水のフードバンクNPOへの寄贈

キャノンMJグループでは、日本でフードバンク活動を行っているセカンドハーベスト・ジャパンの活動主旨に賛同し、災害対策用に備蓄している食料および飲料水を、賞味期限を一定期間残した状態で同NPO法人へ寄贈する取り組みを行っています。寄贈した食料および飲料水は、国内の社会福祉施設などへ届けられています。



寄贈用の防災備蓄食料および飲料水発送の様子

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保証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を構築・運用しています。

品質マネジメントシステムでは、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。

また、市場での製品品質状況に関しては、ITシステムを通じ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。

最新の認証取得状況は、こちらのページへ

[取得認証規格一覧のページへ](#)

品質保証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。

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。

「製品安全に関する基本方針」の詳細は、こちらのページへ

[「製品安全に関する基本方針」のページへ](#)

「製品安全自主行動計画」の詳細は、こちらのページへ

[「製品安全自主行動計画」のページへ](#)

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 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グループ（以下、キヤノンMJグループ）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お伝え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。従業員に対しては、「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蒙活動を行い、意識や知識、価値観の共有を図っています。

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。

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については、名称審議会が名称案の審議から承認までを行い、ブランド管理委員会傘下の商品名称委員会にて決定します。ただし、名称審議会または商品名称委員会が戦略上重要な案件と判断した場合には、ブランド管理委員会を開催し、審議・最終決定を行います。

ウェブブランド【canon.jp】

キヤノン（株）とキヤノンMJは、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統合し、ウェブブランド「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、商品・サービス情報やアフターサポートに関する情報にアクセスしていただきやすい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。

具体例として、急速に普及が進むスマートフォンやタブレット端末などでも閲覧しやすいように、文書の構造や情報の配置に関して改善を進めるとともに、障がいのある方々でも音声読み上げソフトなどを活用して必要な情報にアクセスしていただけるよう、アクセシビリティに配慮した設計を行っています。

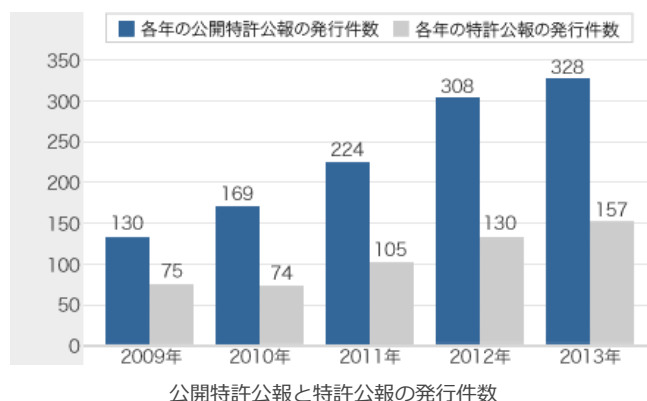
また、「canon.jp」に届いたお客さまの声に対して、社内関連部門と連携した双方向コミュニケーション体制を確立し、迅速かつ丁寧な返信と対応を心掛けています。

知的財産権に関する活動

キヤノンMJグループでは、ビジネスの高付加価値化と差異化を行い、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グループ全体の公開特許公報の発行件数は、2009年に130件だったものが、2013年には328件となり、それに伴って、特許公報の発行件数も2009年の75件から、2013年の157件へと年々増加しています。これは、ソリューションサービス関連の特許出願件数の増加に加え、新たな独自事業に関する特許出願件数を増やしていることが要因となっています。

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。



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、キヤノン製デジタルカメラ・デジタルビデオカメラ用バッテリーパック、およびキヤノン製デジタルカメラ用バッテリーグリップの模倣品が、E-commerceを中心に日本国内で多数確認されています。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だけでなく、特にバッテリーパックについては、模倣品によっては爆発破裂事故の危険性もあります。

そのため、キヤノンMJでは、模倣品が流通している事実や模倣品の特長をウェブサイト上で公表し、お客さまに注意喚起を行っています。また、E-commerceで販売されているデジタルカメラ・デジタルビデオカメラ用バッテリーパックの模倣品については、その販売者など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の成果をあげています。

さらに、海外からの模倣品の流入を防ぐべく、各地の税関と密に連携し、2013年中には複数の税関においてキヤノン製品の多数の模倣品の輸入が差止められています。

ソーシャルメディアの利用について

昨今のソーシャルメディアの普及にともない、キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）グループ各社の社員ならびにキヤノンの業務に携わる協力会社などの社員（以下、協力社員）が、マーケティングなどの事業活用だけでなく、個人としてもソーシャルメディアを活用する機会が増えています。

キヤノンMJでは、こうした背景を踏まえ、キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員を対象に、ソーシャルメディアを活用するにあたってのガイドラインとして、「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」を作成しました。

キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員は、この行動指針を理解し、遵守することを求められており、キヤノンMJ各社ならびにキヤノンの業務に携わる協力会社各社は、所属する自社の社員に対して、本行動指針の内容を周知徹底していきます。

「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」をご覧ください。

[「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」のページへ](#)

第三者意見

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、上智大学 大学院地球環境学研究科 教授 藤井良広氏から第三者意見をいただきました。

キヤノンMJグループ「CSR報告書2014」を読んで 実践的なCSR経営、評価とさらなる期待

キヤノンMJグループは前年のCSR報告書で、CSR行動計画の見直しを宣言しました。2011年3月の東日本大震災の打撃によって、日本の経済社会の安心と安全の基盤は大きく揺らぎました。しかし、その後の官民を挙げた懸命の取り組みは、復旧・復興にとどまらず、長きにわたりこの国の経済を覆ってきたデフレの重荷をも取り除く勢いを生み出しつつあります。

今回の2014年版CSR報告書は、1年をかけた見直しの成果であり、キヤノンMJグループの企業としての存在を再確認する内容です。日本が、手痛い打撃や厳しい試練に見舞われる度に、何度も立ち上がってきた背景には、社会の基盤を形作る企業と、そこに働く一人ひとりの企業人が、真面目さと創意工夫、助け合いと競い合いを重ねてきた実践の力があります。キヤノンMJグループもその一角を形成してきました。CSRの見直しは「社会的存在としての企業」の原点を改めて噛みしめるものだったと思います。

川崎正己社長はトップメッセージでその手応えを語っています。「マーケティングの力で、社会の課題の解決を図ると同時に経済価値を生み出していくことが、私たちのCSR」と。

社会のニーズ、顧客の期待を早期にキャッチし、それに見合う商品・サービスを他社に先んじて提供できる企業こそが競争力を持ち、そうした企業こそが、経済価値を高められる。つまり、社会・顧客の支持が、投資家の支持につながるわけです。

社会課題の解決と企業価値向上を同時達成する具体例として、今回の報告書は、ネットワークカメラとAEDを特集しています。ともに社会の安心・安全を守る取り組みであり、市場性の高い領域です。しかもキヤノンMJグループは、これらの課題のソリューションとして、機器類の単発的提供にとどまらず、社会システムを根付かせようとしています。独自の付加価値を付けることで、社会・顧客と投資家の支持をより深く結びつける。これはまさに、社会と企業の「共通価値」を捉えるマイケル・ポーター流の戦略的CSRそのものです。

筆者は大学院で「CSR経営論」を教えています。理屈としての「CSR経営」を、実践できている企業はまだ限られています。キヤノンMJグループがそうした活動の手応えを得て、かつ社会に伝えることができるのは、同社が本来業務のマーケティングを通じて主要ステークホルダーを「社会・顧客」に特定している点が大きいと思います。CSR経営の要諦の一つは、多様なステークホルダー群の中から「主要なステークホルダーをどう特定するか」にあります。ステークホルダーの特定が明確だと、そのステークホルダーに向き合う従業員のCSR意識の向上も比較的容易にできます。

新たに策定したCSR行動計画の重点テーマは、事業活動による「価値創造」「ソリューション創造」を軸として、顧客に選ばれるための商品・サービスの品質向上、自らを律する省資源・省エネという展開です。ここでも一段とフォーカスが定まったといえます。同社のCSR経営は実践的ですが、さらなる課題をあげれば、「もう一つの主要ステークホルダー」である従業員対応にあるかもしれません。

従業員は企業価値を生み出す最大の源泉です。特に女性の活用は今後の日本全体の競争力を左右する社会的課題です。キヤノンMJグループの女性活用は決して他社に比べて見劣りはしませんが、より戦略性を高めるためには、育児・介護、有給休暇等の取得率（実践）を高め、女性管理職比率を高めるような施策を打ち出してはどうか。

「女性を活用し、女性が力を発揮する企業」であることは、社会・顧客の支持をさらに高めます。同社のCSR経営のさらなる深化を注視しています。



上智大学
大学院地球環境学研究科 教授
藤井良広氏

第三者意見を受けて

本年は、上智大学 大学院地球環境学研究科の藤井教授から「第三者意見」をいただきました。ご専門である「CSR経営論」をはじめとする高いご見識と多くのご経験にもとづいたさまざまご意見、ご提言をいただき、心より感謝申し上げます。

キャノンMJグループでは、企業が社会の持続可能な発展に貢献するためには、本業の中にCSRを位置づけ、社会課題の解決と同時に経済価値を生み出していくことが必要と考え、行動計画の見直しを図ってまいりました。今回、この考え方や取り組みについて藤井教授に共感いただいたことを大変心強く思うとともに、今後も真摯に取り組んでいかなければならないとあらためて決意した次第です。

ご提言いただきました従業員の育成・活用については、大変重要な課題と捉えています。本年改定した当社グループの「CSR活動方針」において、『よりよい社会の構築を担える人づくりに貢献します』と明記したことは、その意思表示でもあります。グローバル展開や新たな価値の創造、社会課題の解決に応えられる知識やスキルを持った人材の育成は、当社グループにとっても、ひいては社会にとっても必要不可欠です。企業理念である「共生」と、公平・公正、個人の尊重と差別の禁止を前提として、多様な人材が成長し、活躍できるような企業風土の醸成と環境づくりにしっかりと取り組んでいきたいと思えます。

今後も、「CSR経営」のさらなる深化に取り組み、社会の発展に貢献してまいります。

キャノンマーケティングジャパン株式会社

執行役員

総務・CSR本部 本部長

鈴木 郁

環境経営

キヤノンマーケティングジャパングループは、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

環境マネジメント

環境人材の育成

自社グループでの環境負荷低減

CO₂排出量の削減

オフィスコントロール

各事業所の取り組み

物流での取り組み

お客さま先での環境負荷低減

環境配慮製品・サービスの提供

製品の使い方提案

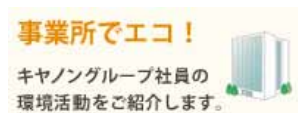
製品の回収・リサイクル活動

環境コミュニケーションと情報開示

環境コミュニケーション

環境パフォーマンスデータ

CSRスペシャルサイトのご案内



[事業所でエコ!](#)

キヤノングループの社員が考え、実践している事業所での取り組みについてコラムでご紹介します。



[GREEN NAVI](#)

オフィスや家庭でできる環境にやさしい取り組みを製品の活用方法を通じてご紹介します。



[インクカートリッジのリサイクルを学ぼう](#)

インクカートリッジの回収方法やリサイクルの仕組みについて、環境博士、シン（森）くん、ミク（未来）ちゃんと一緒に学ぼう！

関連情報

環境への取り組み

キヤノングループの環境への取り組みは、こちらのページをご覧ください。

環境経営の考え方

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。

日本国内でお客さまとの接点を持つキヤノンMJグループでは、自らの環境負荷低減はもとより、社会やお客さまと一緒に取り組むCO₂削減活動や社会貢献活動を推進することで、豊かさと地球環境を両立する社会づくりに貢献していきます。



『未来の森』2015

キヤノンマーケティングジャパングループは、「共生」の理念のもと、地球上のあらゆる生物の多様性に配慮し、森や故郷を後世に永遠に残すため、豊かさと地球環境を両立する社会づくりに貢献します。そのために、自らは、より少ない資源で効率的な事業活動（資源生産性の最大化）を実践し、社会やお客さまとは、私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。



『未来の森』2015を実現するための3つの活動

キヤノン環境ビジョン「Action for Green」の詳細は、こちらのページへ

[キヤノン環境ビジョンのページへ](#)

事業所や物流におけるCO₂排出量削減

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

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



製品・ITソリューションでお客さまのCO₂排出量削減に大きく貢献

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

また、お客さまの環境配慮活動を支援する情報をcanon.jp「環境への取り組み」ページの「GREEN NAVI」や「CSRナビ」などで発信しています。



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

お客さまのオフィスのCO₂削減活動支援については「GREEN NAVI」ページへ

[「GREEN NAVI」のページへ](#)

キャノンMJグループの事例を中心としたCSR活動のヒントは「CSRナビ」へ

[「CSRナビ」のページへ](#)

環境分野で社会に貢献

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

全国に営業拠点を持ち、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
- 一般の方への環境教育推進と学校関連への環境教育支援
- 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月から、「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。

「学生向け環境教育」を開催

キャノン S タワーにて、学生向け環境教育として「リサイクル活動を学ぶ」を実施しています。

「学生向け環境教育」については、こちらのページへ

環境コミュニケーションのページへ

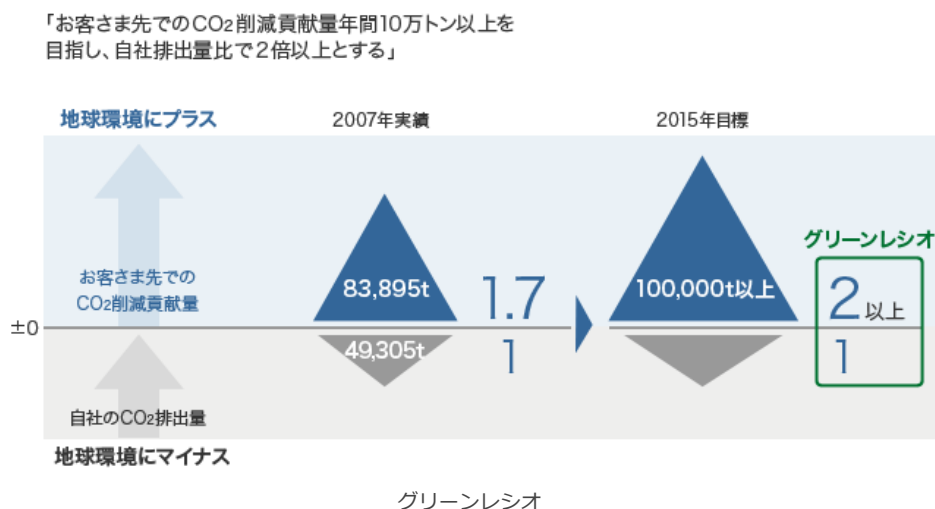
2013年トピックス

日経環境経営度調査商社部門で2位

日本経済新聞社が2013年に実施した第17回「環境経営度調査」の商社部門の企業ランキングで、特に地球温暖化対策が高く評価され、キャノンMJグループは、2位に入りました。日経環境経営度調査は、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。

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排出量と環境配慮型製品の提供などによるお客さま先での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。



2013年のグリーンレシオ達成状況

2013年グリーンレシオ

1:3.18

2013年は新規グループ会社の増加と西東京データセンターの本格稼働により、自社グループのCO₂排出量は、2012年比で3.7%増加しました。一方、回収リサイクル量が増えたことにより、お客さま先のCO₂削減貢献量を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 : 3.18」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、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。

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CO₂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

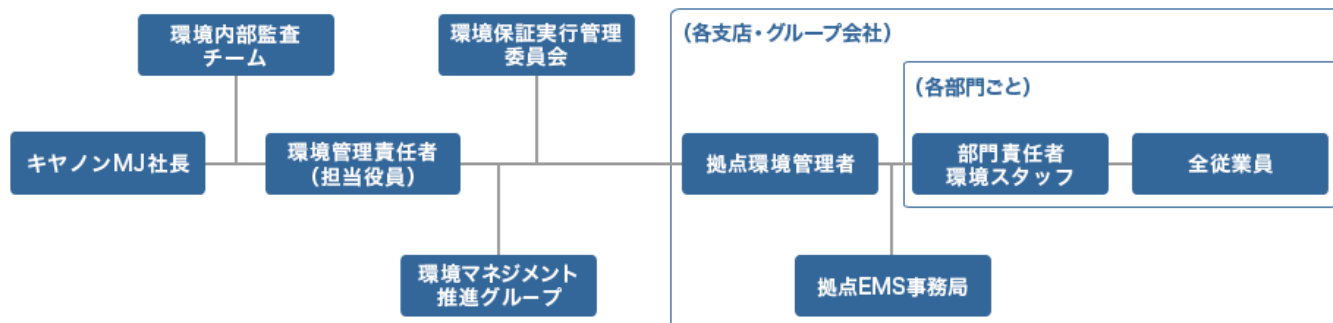
キヤノングループ各社の環境マネジメントシステムを統合化することで、グループガバナンスの強化を図るとともに、方針・規程類の整備やマネジメント業務の重複排除などの効率化も実現しました。全事業所は、単独でISO14001認証を取得しています。

キヤノングループの環境憲章・環境ビジョン・キヤノンMJグループ環境方針は、「環境への取り組み」ページへ

[環境方針・ビジョンのページへ](#)

キャノンMJグループ環境マネジメント運営組織

キャノンMJグループでは、キャノンMJ社長、環境管理責任者（キャノン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。キャノンMJ全拠点およびグループ会社の従業員約19,000名からなるグループ全体の環境活動を全員参加で推進しています。



2014年キャノン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

- グループ製品環境保証体制の強化
- お客さまの環境配慮活動を支援する情報発信

「地球温暖化防止対策の推進」の詳細は、こちらのページへ

[CO₂排出量の削減のページへ](#)

「製品／消耗品の回収・リサイクル体制の強化」の詳細は、こちらのページへ

[製品の回収・リサイクル活動のページへ](#)

「お客さまの環境配慮活動を支援する情報発信」の詳細は、こちらのページへ

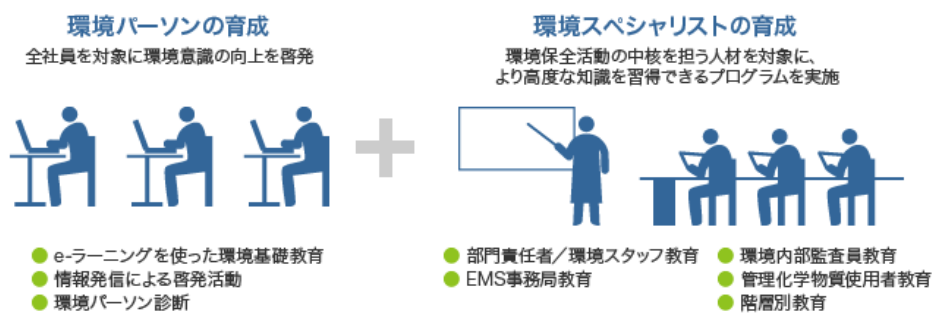
[環境配慮製品・サービスの提供のページへ](#)

環境人材の育成

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

環境人材を育成するしくみ

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



※ 環境パーソン

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

CO2排出量の削減

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。

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。

取り組みの概要

オフィスコントロール

- 照明・空調の節電対策実施
- 自社ビルの省エネ設備の導入
- PC使用電力低減ソフトウェアによるパソコンの消費電力削減
- 省エネ複合機・プリンターへの入れ替えによる省エネルギーオフィスの推進



ワークスタイルの変革

車

- 総台数の削減
- カーシェアリング制度の導入
- 省エネ自動車・自転車への切り替え
- 車の利用を控える
- エコドライブの徹底



業務

- ビデオ会議システム・立ち会議スペースの利用
- 会議の効率化
- ドキュメントの電子化
- ノー残業デーの徹底
- クールビズ/ウォームビズ
- テレワーク

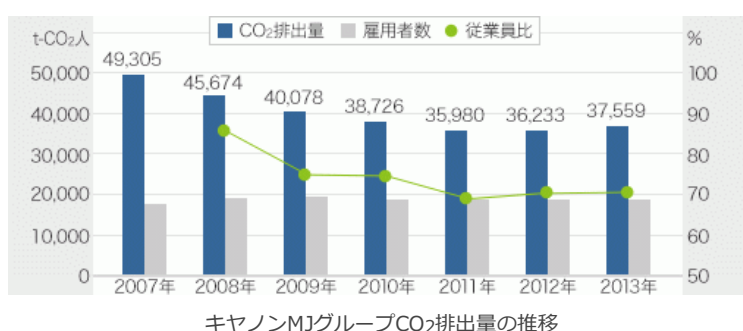
「第14回テレワーク推進賞奨励賞」を受賞

キャノンMJでは、テレワークによる在宅勤務制度を導入し、本社従業員を中心に利用しています。テレワークとは情報通信技術を活用した、場所・時間にとらわれない柔軟な働き方で、通勤移動による環境負荷低減にもつながっています。

2014年1月には一般社団法人日本テレワーク協会が主催する「第14回テレワーク推進賞」において“奨励賞”を受賞しました。今後は、対象者を順次拡大し、ワークスタイルの変革と環境負荷低減に取り組んでいきます。

2013年のCO₂排出量の削減と実績

2013年におけるキャノンMJグループのCO₂排出量は、37,559トンでした。2007年比の削減実績は23.8%です。



2013年のCO₂排出量の削減実績（2007年比）

総排出量比	23.8%削減
従業員原単位比	26.1%削減
エネルギーコスト比	18.8%削減

CO₂排出量の推移について、詳細はこちらのページへ

[環境パフォーマンスデータのページへ](#)

関連情報を見る

オフィスコントロールによる環境負荷低減については、こちらのページへ

[オフィスコントロールのページへ](#)

従業員の意識を高める取り組みについては、こちらのページへ

[各事業所での取り組みのページへ](#)

オフィスコントロール

キヤノン S タワーでの省エネ運用の徹底

キヤノンマーケティングジャパン（以下、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消費エネルギーを削減するため、運用改善の徹底により大きな成果をあげることによって成功しています。

また、キヤノン S タワーで行っている具体的な省エネ活動は、オフィスツアーなどを通じてお客さまにご紹介しています。

表彰歴

- 2011年：総務・管理部門向け専門雑誌『月刊総務』が主催する「第2回全国総務大賞」で「コスト削減・省エネルギー部門賞」
- 2013年：一般財団法人省エネルギーセンターが主催する平成24年度「省エネ大賞（省エネ事例部門）」で、「省エネルギーセンター会長賞」を受賞

キヤノン S タワーで実施しているオフィスコントロール（主なもの）

- 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
- 館内外の照明の適正コントロールによる消費電力削減
- 環境配慮型複合機であるimageRUNNER ADVANCEの導入による消費電力削減
- 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
- エレベータの間引き運転
- ハンドドライヤーの停止
- 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による「エネルギーの見える化」と「電気設備の制御」

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。

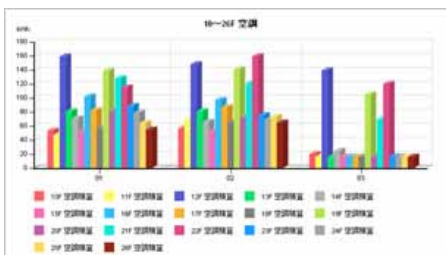
このようなエネルギーの見える化を活用し、他のフロアとの比較による良い事例の水平展開や、過去データとの比較・分析による、一層の節電・省エネを可能にしています。

「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。

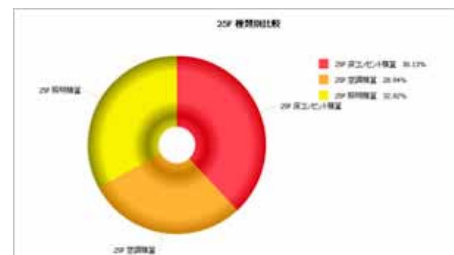
また、キャノン S タワーでは、「電気設備の制御」を利用した居室照明の自動制御システムや会議室・応接の管理システムを導入し、オフィス環境の向上や効率化も実現しています。

この省エネオフィス支援ソリューションは、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。

「エネルギーの見える化」の例



パソコンの画面で確認できる空調動力のフロア別使用量



パソコンの画面で確認できるフロアごとの電力使用種類別の比較

キャノングループ社員の環境活動はこちらのページへ

[「事業所でエコ！」のページへ](#)

省エネオフィス支援ソリューションの詳細は、こちらのページへ

[省エネオフィス支援ソリューションのページへ](#)

関連情報を見る

事業所におけるCO₂排出量の削減については、こちらのページへ

[CO₂排出量の削減のページへ](#)

従業員の意識を高める取り組みについては、こちらのページへ

[各事業所での取り組みのページへ](#)

各事業所の取り組み

各事業所では、自治体が発行している表彰制度、認定制度に応募することで、環境意識を高め、自主的かつ積極的に環境負荷低減活動に取り組んでいます。

自治体により表彰、認定された事業所

事業所	表彰や認定の内容	年度
キヤノンMJ 福島営業所	「郡山市エコ・オフィス推進事業所」に認定	2012年
キヤノンMJ 立川営業所	「ごみ処理優良事業所」認定	2012年
キヤノンMJ 長野営業所	「ながのエコサークル認定制度」ゴールド認定	2012年
キヤノンMJ 福井営業所	「廃棄物減量化宣言事業所」認定	2012年
キヤノンMJ 岡山営業所	「岡山市事業系ごみ減量化・資源化推進優良事業者表彰制度」優秀賞受賞	2012年
キヤノンMJ 高松営業所	「高松市地球にやさしいオフィス部門」で事業系廃棄物の減量・資源化優良事業者として表彰	2012年
キヤノンMJ 名古屋支店	「優良エコ事業所」認定	2013年
キヤノンMJ 幕張事業所	千葉市「ごみ減量・再資源化優良事業者」認定	2013年

関連情報を見る

事業所におけるCO₂排出量の削減については、こちらのページへ

[CO₂排出量の削減のページへ](#)

キヤノングループ社員の環境活動はこちらのページへ

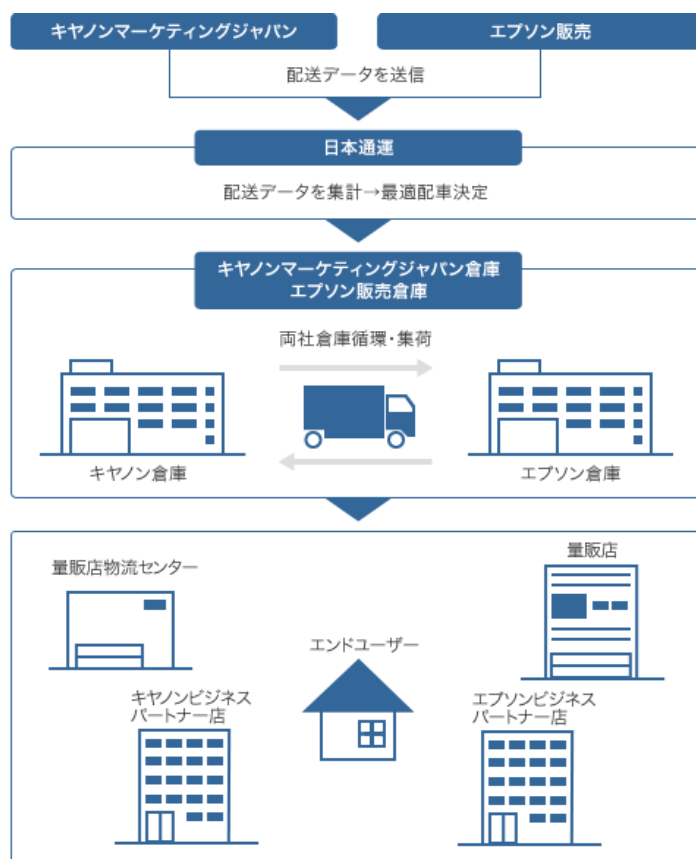
[「事業所でエコ！」のページへ](#)

物流での取り組み

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（以下、キヤノンMJ）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日本通運で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げています。

現在は、共同配送開始当初からの取り組みである、貸し切り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。なお、貸し切り便による同一配送先への共同配送の取り組みは、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（エプソン販売株式会社・日本通運株式会社との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CO₂排出量を削減するために、製品の小型化はもちろん、製品の梱包材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



トナーカートリッジを配送する
際の状態（梱包なしで配送）

※ トナーカートリッジの梱包なし配送はネットアイ利用で簡易梱包を希望されるお客さま限定です。

環境配慮製品・サービスの提供

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、独自商品の企画・開発、お客さま先での使い方、使用後の回収・リサイクルなど製品ライフサイクルトータルで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。



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 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。

2014年3月には、再生複写機Refreshedシリーズのうち「iR C3580F-R」など合計6機種で、経済産業省が主導する「カーボンフットプリント※1を活用したカーボン・オフセット※2」制度（「どんぐり」マーク認定）を複合機で初めて導入しました。本制度によるオフセットを行うことで、製品ライフサイクル全体で排出されるCO₂排出量をオフセットし、製品の物流やユーザーによる使用、廃棄、リサイクル処理まで含めた、製品ライフサイクルでCO₂排出量ゼロ※3を実現します。

※1 製品などの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでの、ライフサイクルを通して排出される温室効果ガスの排出量をCO₂に換算して、製品などにわかりやすく表示するしくみです。

※2 自らが排出した温室効果ガスのうち、削減が困難な部分の排出量のすべてまたは一部を、他部分の排出削減・吸収量でオフセット（埋め合わせ）することです。

※3 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（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。



オフィス向け複合機
「imageRUNNER C3580F-R」と「どんぐりマーク」



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」

※ バイオマスプラスチックは「imageRUNNER ADVANCE」「Satera LBP」の一部製品において使用しています。

「GREEN NAVI」サイトでは、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」の省エネ効果をシミュレーションできます。

[「GREEN NAVI」のページへ](#)

オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」の詳細は、こちらのページへ

[オフィス向け複合機のページへ](#)

レーザービームプリンター「Satera LBP」の詳細は、こちらのページへ

[レーザービームプリンターのページへ](#)

スモールオフィス向け複合機「Satera MFP」の詳細は、こちらのページへ

[スモールオフィス向け複合機のページへ](#)

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

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、人やものの移動削減、資源・エネルギーの消費抑制など環境負荷低減につなげることができます。



カテゴリー	主なソリューション	環境負荷低減効果
業務別ソリューション	開発・生産管理、輸配送計画、物流効率化、電子カルテ	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
IT基盤ソリューション	サーバー仮想化、データセンター、帳票の電子化、ECM	消費電力・設置スペース・空調など維持管理エネルギーの削減、無駄な紙消費の削減など
オフィス向けソリューション	ドキュメントマネジメントシステム、出力管理システム、ワークフローのIT化、WEB会議、ペーパーレスファクス、e-Learning、オフィスIT支援サービス	無駄な紙の削減、書類保管スペースの削減、業務効率化による消費エネルギー削減など

キヤノングループが提供するソリューションの詳細は、こちらのページへ

[ソリューションのページへ](#)

製品の使い方提案

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、製品の便利な機能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
- ビデオ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



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、お客さまの環境配慮活動を支援するウェブサイト「GREEN NAVI」をホームページ上で公開し、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。

2013年7月には、ホーム編2として「グリーンシティをつくろう」を追加公開し、クイズ形式で製品ライフサイクルを通じたCO₂削減の取り組みやカーボンフットプリントについて学ぶことができます。

「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」トップ画面



「グリーンシティをつくらう」トップ画面

「GREEN NAVI」は、こちらのページへ

「GREEN NAVI」のページへ

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、製品の有害物質廃除、省エネ・省資源、使用後の回収・リサイクルに関する情報など多岐にわたり、それぞれの情報がウェブサイト上に公開されています。

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

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



製品環境データシート
「GREEN PROFILE」

「GREEN PROFILE」の詳細は、こちらのページへ

「GREEN PROFILE」のページへ

製品の回収・リサイクル活動

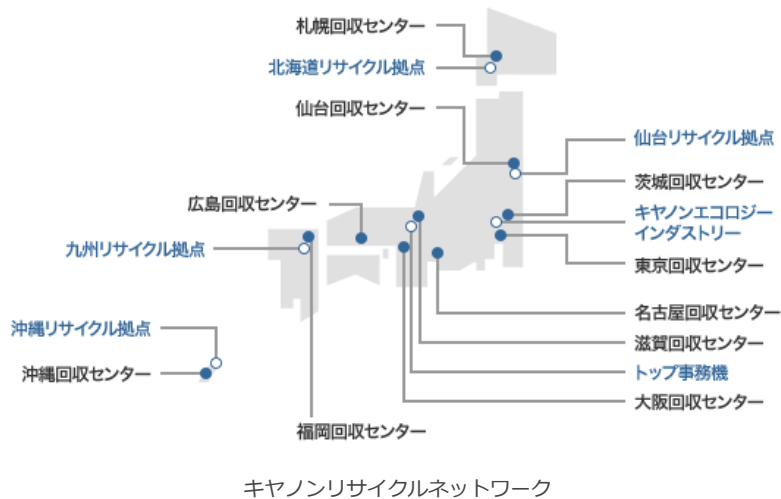
キヤノングループでは使用済みキヤノン製品を有効に再資源化することで社会全体の環境負荷を軽減し、循環型社会構築に貢献しています。

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



使用済みキヤノン製品をお客さま先から効率的に回収するため、キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）が主体となり全国10カ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。



お客さまの利便性を向上させた回収システム「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manifest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、メーカーが使用済み製品の回収・処分を広域的に行うことで廃棄物の減量や適正な処理が確保されることを目的として、廃棄物処理業の許可を不要とする特例制度です。

お客さまの利便性を向上させるとともに、より環境負荷の少ないフローでお客さまから回収した製品のリサイクルに取り組んでいます。

「キャノングリーンリサイクルサービス」のページへ

使用済み消耗品の回収ルート of 充実

キャノンでは使用済みカートリッジを“価値ある貴重な資源”と考え、リサイクルを行っています。この活動は、お客さまのご協力によって成り立っており、ご提供いただいたカートリッジは、すべてを資源として有効利用し、埋立処理は行っていません。

キャノンMJグループでは、訪問回収や拠点への持ち込み回収など、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。

使用済みカートリッジ回収サービスのお申し込みや回収拠点の検索ができます。

使用済みカートリッジ回収のご案内



回収対象	回収方法
トナーカートリッジ	回収拠点への持ち込み、集合回収専用箱のご利用、訪問回収サービス※1、ベルマーク運動、納品同時回収サービス※3
インクカートリッジ	回収拠点への持ち込み、里帰りプロジェクト回収箱への持ち込み※2、ベルマーク運動

※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専用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、ご希望に沿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。

お客さまとの取り組み

お客さまよりご提供いただいた使用済みカートリッジは、資源として有効利用しているほか、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方法ごとにベルマーク点数の発行や「未来につなぐふるさとプロジェクト」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。



環境保全と社会貢献の連動の詳細は、こちらのページへ

[カートリッジ回収と環境保全・社会貢献のページへ](#)

カートリッジ回収シミュレーター

キャノンMJグループでは、使用済みカートリッジの回収・リサイクルによる省資源効果を実感できるカートリッジ回収シミュレーターを環境配慮活動支援サイト「GREEN NAVI」で公開しています

このシミュレーターでは、たとえば月3本のトナーカートリッジを1年間ご提供いただいた場合、110.52kgのCO₂削減効果があるといったように、回収にご協力いただいた場合の環境負荷低減効果がCO₂削減量に換算して表示されます。

カートリッジ回収シミュレーターは、こちらのページへ

[GREEN NAVIのページへ](#)

環境コミュニケーション

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、さまざまな媒体や機会を活用して多様なステークホルダーへ環境情報を開示することで、双方向の建設的なコミュニケーションを行っています。今後も環境コミュニケーション活動を推進し、安心安全で豊かな「暮らし、しごと、社会」の実現に向けて、貢献していきます。

学生向け環境教育

キヤノンMJグループでは、中高生向けの環境教育として「リサイクル活動を学ぶ」を実施しています。本教育では、キヤノンの使用済みインクカートリッジのリサイクル工程を通じてリサイクルの大切さを学ぶとともに、リサイクル技術を身近に感じていただくために、簡単なリサイクル実験を体験します。



中高生向け環境教育の様子（実験型教育）

「インクカートリッジのリサイクルを学ぼう」は、こちらのページへ

[「インクカートリッジのリサイクルを学ぼう」のページへ](#)

中高生向け 体験・見学プログラムの詳細は、こちらのページへ

[中高生向け体験・見学プログラムのページへ](#)

キヤノン S タワーの省エネ活動セミナー

キヤノン S タワーでは、エネルギー使用を管理し、徹底した省エネ活動に取り組んでいます。この省エネ活動を事例として紹介する外部セミナーを開催しています。キヤノン S タワーの省エネ活動は、一般財団法人省エネルギーセンターが主催する平成24年度「省エネ大賞（省エネ事例部門）」で、「省エネルギーセンター会長賞」（施策名：『戦う総務の省エネ ～キヤノン S タワーの省エネ～』）を受賞しました。今回の受賞は、オフィスのエネルギー使用を細かく管理し、省エネを徹底することの好事例として高い評価を受けました。



オフィスツアーでの省エネ講演の様子

canon.jp「環境への取り組みページ」で「事業所でエコ！」を発信

自分たちができる環境活動ってなんだろう？ 連載コラム「事業所でエコ！」では、キヤノングループの従業員が考え、実践している事業所での取り組みについて紹介しています。

「事業所でエコ！」は、こちらのページへ

「事業所でエコ！」のページへ



「事業所でエコ！」画面

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	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
グリーン購入法	56/61 (92%)	50/57 (88%)	48/48 (100%)	49/50 (98%)	36/41 (88%)	73/77 (95%)	49/56 (88%)
エコマーク	42/54 (78%)	34/48 (71%)	41/43 (95%)	40/47 (85%)	32/37 (86%)	68/72 (94%)	43/52 (83%)
国際エネルギー スタープログラム	55/61 (90%)	53/57 (93%)	48/48 (100%)	40/41 (98%)	26/28 (93%)	64/64 (100%)	42/50 (84%)

※ 数値は規格適合機種数/発売機種数、（ ）内は規格適合率

事業拠点における環境負荷低減

キヤノンMJグループのCO2排出量実績

		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
オフィス	実績 (t-CO ₂)	26,437	25,734	23,596	22,592	19,099	20,075	21,801
	対前年比	-	▲2.7%	▲8.3%	▲4.3%	▲15.5%	5.1%	8.5%
	2007年比	-	▲2.7%	▲10.7%	▲14.5%	▲27.8%	▲24.1%	▲17.5%
社有車	実績 (t-CO ₂)	12,248	11,067	10,178	9,933	10,840	10,374	9,949
	対前年比	-	▲9.6%	▲8.0%	▲2.4%	9.10%	▲4.3%	▲4.1%
	2007年比	-	▲9.6%	▲16.9%	▲18.9%	▲11.5%	▲15.3%	▲18.7%
物流	実績 (t-CO ₂)	7,834	7,230	5,689	5,998	5,991	5,765	5,709
	対前年比	-	▲7.7%	▲21.3%	5.40%	▲0.1%	▲3.8%	▲1.0%

	2007年比	-	▲7.7%	▲27.4%	▲23.4%	▲23.5%	▲26.4%	▲27.1
代替フロン類	実績 (t-CO ₂)	2,786	1,643	615	202	50	19	100
	対前年比	-	▲41.0%	▲62.6%	▲67.2%	▲75.2%	▲62.0%	427.4%
	2007年比	-	▲41.0%	▲77.9%	▲92.7%	▲98.2%	▲99.3%	▲9.6%
合計	実績 (t-CO ₂)	49,305	45,674	40,078	38,726	35,980	36,233	37,559
	対前年比	-	▲7.4%	▲12.3%	▲3.4%	▲7.1%	0.7%	3.7%
	2007年比	-	▲7.4%	▲18.7%	▲21.5%	▲27.0%	▲26.5%	▲23.8%
	従業員原単位比	-	▲13.0%	▲24.2%	▲24.4%	▲30.8%	▲29.8%	▲26.0%

自社のCO₂排出量とお客さま先でのCO₂削減貢献量の実績

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
自社のCO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	49,305	45,674	40,078	38,726	35,980	36,233	37,559
お客さま先でのCO ₂ 削減貢献量 (t-CO ₂)	83,895	98,019	94,040	111,436	106,524	115,576	119,478
自社CO ₂ 排出量を1とした時のお客さま先でのCO ₂ 削減貢献量の比率	1.7	2.15	2.35	2.88	2.96	3.19	3.18

お客さま先でのCO₂削減貢献量

製品の省エネ性能向上によるCO₂削減貢献量実績

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
12,465トン	18,257トン	15,323トン	35,088トン	34,236トン	47,314トン	45,572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CO₂削減貢献量実績

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
28,932トン	28,304トン	31,876トン	31,526トン	29,176トン	27,941トン	21,862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CO₂換算で算出

使用済み製品・消耗品のリサイクルによるCO2削減貢献量実績

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
42,498トン	51,458トン	46,841トン	44,822トン	43,112トン	40,321トン	46,328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

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
製品	14,844トン	15,442トン	11,994トン	11,462トン	11,182トン	14,550トン	14,863トン
消耗品	5,032トン	4,990トン	4,223トン	4,114トン	4,429トン	3,693トン	3,397トン
合計	19,876トン	20,432トン	16,217トン	15,576トン	15,611トン	18,243トン	18,260トン

資源再利用の割合

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
製品	99%	99%	99%	99%	99%	99%	99%
消耗品	100%	100%	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

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
95%	94%	93%	94%	90%	89%	89%

※ 事務機器製品のリサイクルについては、キヤノングループ会社へ集め、部品のリユースなど、高度なリサイクルを推進する一方で、回収における配送効率向上などを考慮し、地元（各地リサイクル会社）でのマテリアルリサイクルも実施しています。

CO2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CO2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。

事業所における環境負荷低減のCO2換算係数については、2000年の環境省の公表値を使用しています。お客さま先でのCO2削減のCO2換算係数については、JEMAI-LCA（LCAソフト：社団法人 産業環境管理協会）の係数を主に使用しています。

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 活動報告

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（以下、キヤノンMJグループ）は、セキュアな社会の実現と顧客満足度の向上のために、情報セキュリティ成熟度の向上に取り組んでいます。

キヤノンMJグループが考える情報セキュリティ

考え方と推進フレームワーク

情報セキュリティの基盤強化

ガバナンスとマネジメント

情報セキュリティ人材の育成

キヤノンMJグループの情報セキュリティの具体的な取り組み

第三者認証の効果的な活用

情報セキュリティ対策の実装

積極的な情報開示と社会への貢献

お客さまへの安心・安全の提供

価値提供プロセスの品質向上

お客さまの課題解決への貢献

製品の情報セキュリティ品質

情報セキュリティ報告書（PDF版）とバックナンバー

情報セキュリティ報告書

情報セキュリティの考え方と推進フレームワーク

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、セキュアな社会の実現に寄与するために、「社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」を目的にかけ、情報セキュリティ成熟度の向上に取り組んでいます。

顧客満足度の向上を支える業務改善活動の推進

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」を脅かすリスクへの対応といったマイナス要素を軽減する範囲に留めてはなりません。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、お客さまの視点に立って、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の向上
 - お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

推進フレームワーク

キヤノンMJグループでは、情報セキュリティの推進にあたり「社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」の2つの目的を設定し、その具現化に向け、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」と、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」に取り組んでいます。

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」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、この活動で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、それらをお客さまに提供することで「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。

私たちは、こうした取り組みによって「セキュアな社会の実現」に寄与していきます。

セキュアな社会の実現

顧客満足度の向上

自社製品活用による
運用ノウハウ

お客様のセキュリティ課題
解決への貢献

自社の取り扱う製品
ソリューション

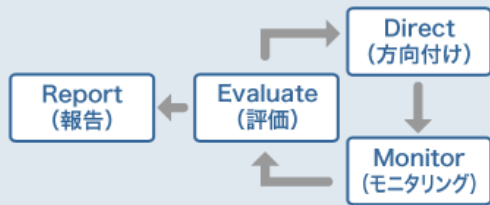
キヤノンMJグループの情報セキュリティ成熟度向上

顧客満足度を阻害する
マイナス要因を「情報資産」
取り扱いの側面から改善

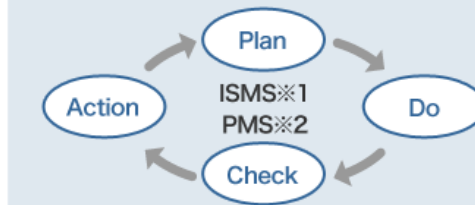
お客様の価値提供プロセスにおける
情報セキュリティ品質向上

顧客満足に寄与する
プラス要因を「情報資産」
取り扱いの側面から拡大

情報セキュリティガバナンス強化



情報セキュリティマネジメント強化



均質化と効率化
事業特性に応じた対策の最適化

グループ情報セキュリティ
基盤強化

自社グループ製品の積極活用
運用ノウハウの蓄積とフィードバック

社会的責任の遂行

※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

情報セキュリティガバナンスとマネジメント

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関連分野との連携」「全員参加」の視点に留意し、グループ情報セキュリティガバナンスと、効果的かつ効率的なマネジメントを継続的に推進しています。

CSR委員会による情報セキュリティガバナンスの推進

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強化をはかるために、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「方向付け（Direct）」を行い、活動の状況を「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、情報セキュリティ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、CSR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。

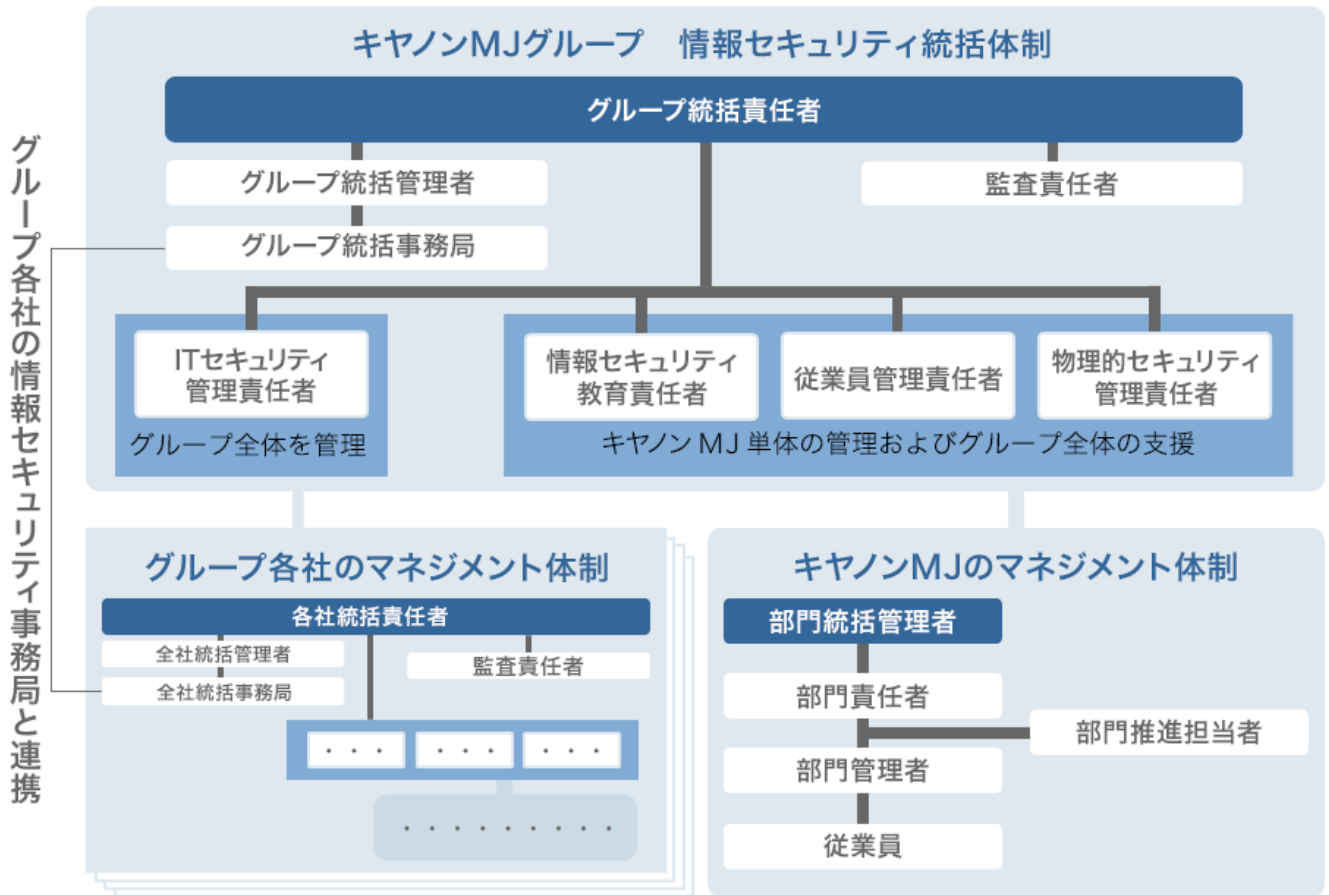
効果的かつ効率的なマネジメント体制と運用

マネジメント体制は、グループ情報セキュリティ統括体制と各社マネジメント体制の2つに分けています。

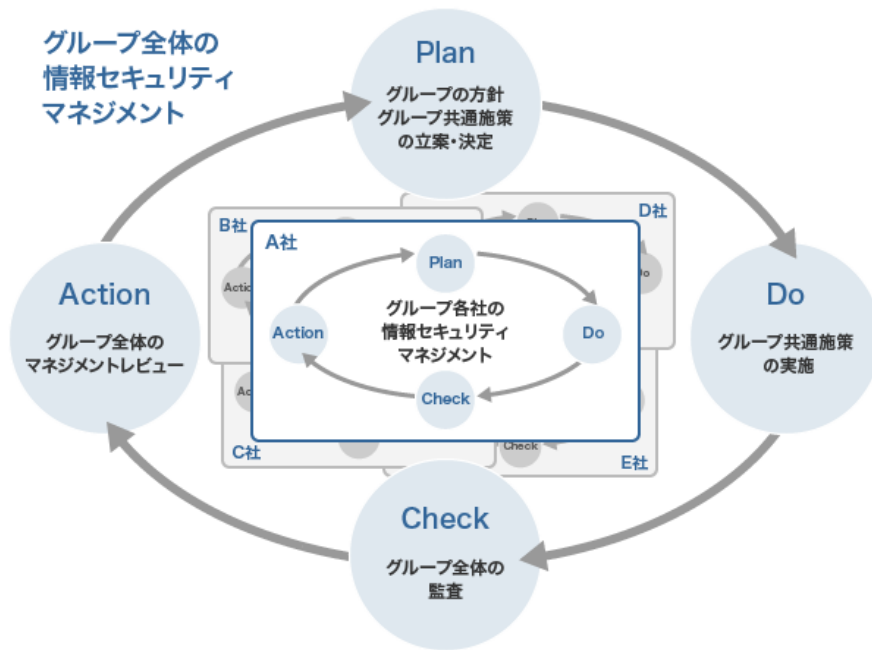
グループ情報セキュリティ統括体制は、キヤノンMJの情報セキュリティ主管部門がグループ統括事務局の役割を果たし、グループ全体の情報セキュリティマネジメントを統括しています。そして、グループ本社機能を持つ組織が、IT・物理・人的セキュリティ施策など、グループ共通のルールや対策の企画立案・推進を行っています。

一方、各社マネジメント体制では、それぞれの会社の事業特性に応じて、情報セキュリティ主管部門や部門管理体制を設置し、運用しています。

こういった体制によって、グループ全体のPDCAと各社のPDCAが効果的かつ効率的に回っています。



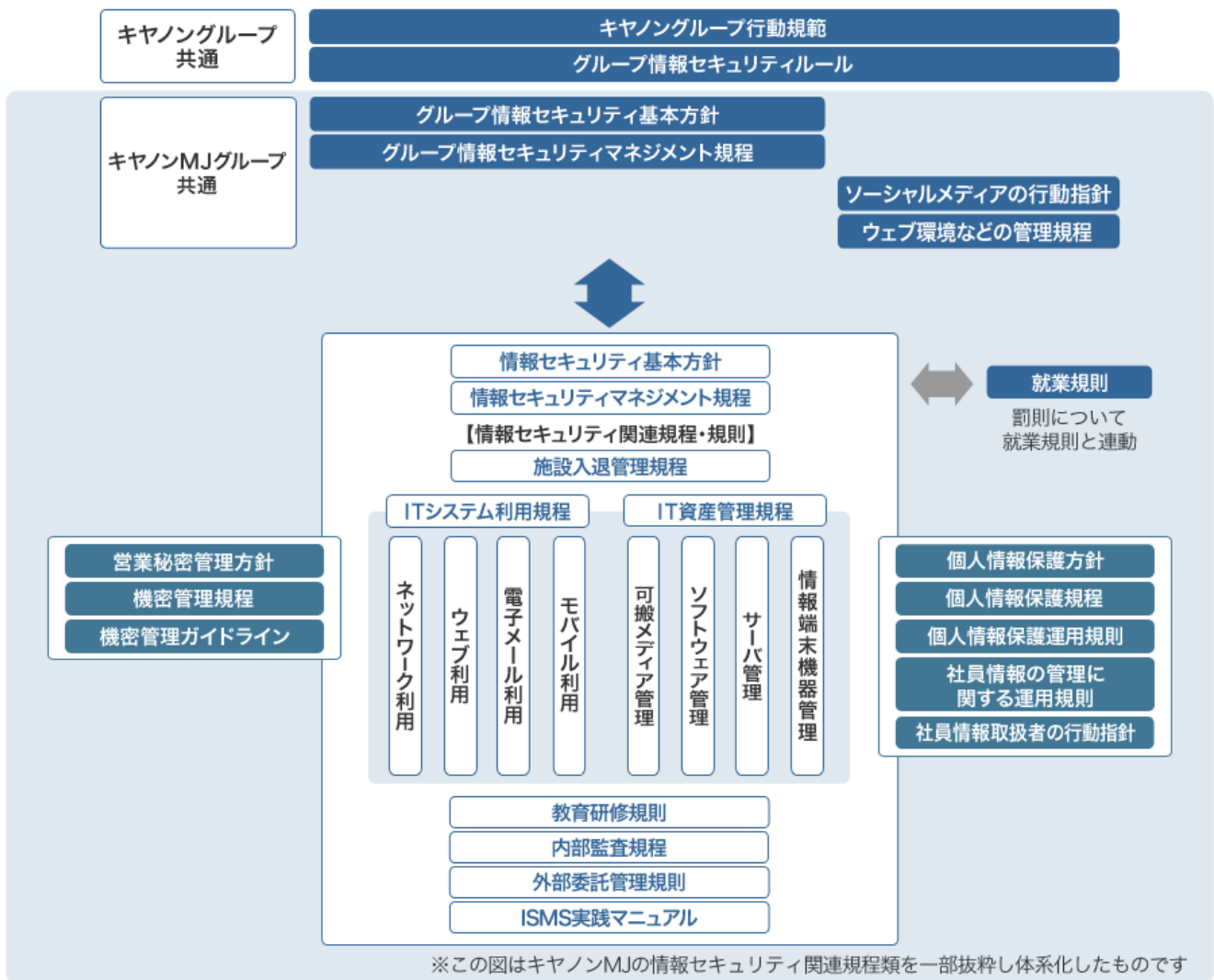
キヤノンMJグループの情報セキュリティー管理体制



キヤノンMJグループ全体のPDCAとグループ各社のPDCA

体系的にルールを整備

キヤノンMJグループでは、キヤノンのグローバル基準である「グループ情報セキュリティールール」を基軸としながら、グループ全体の情報セキュリティーを推進するための幹となる「グループ情報セキュリティー基本方針」と「グループ情報セキュリティーマネジメント規程」を制定しています。個人情報と営業秘密については、重要な情報資産であることから、個別の方針・ルールを整備しています。特に個人情報保護については、個人情報保護法よりも一段高いレベルの管理を行うために、JISQ15001：2006に準拠したマネジメントシステムを構築し運用しています。



情報セキュリティに関するルール体系

マネジメントシステムの連携による効果的な運用

キャノンMJグループでは、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）と個人情報保護マネジメントシステム（PMS）を両輪として、親和性を向上させ、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。

さらに、事業特性に応じて品質マネジメントシステム（QMS）やIT サービスマネジメントシステム（ITSMS）との連携も図っています。



マネジメントシステムの連携

個人情報・機密情報を取り扱う業務委託先への管理・監督の取り組み

キャノンMJグループでは、外部委託先の選定基準や安全管理措置の確認方法などを定めたルールや管理体制を整備し、業務委託先に対して適切な管理・監督を行っています。具体的には、個人情報の委託先における業務フローや安全管理措置に関して、書面による確認を定期的に行っています。

また、預託する個人情報がセンシティブな内容の場合には、現地視察を含めたより質の高い管理・監督を実施しています。

均質的な情報セキュリティーマネジメントを推進しているグループ会社間で業務委託を行う場合であっても、適切な管理・監督を行っています。

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は、情報セキュリティーの実践教育や、定期的な学習会を実施し、情報セキュリティー品質の向上に努めています。

外部のASPやSaaSなどは、IPA（独立行政法人情報処理推進機構）発行のチェックシートを参考にした独自の書面により、安全対策の確認を定期的に行った上で利用しています。

インシデントの検知と発生時対応

情報セキュリティーインシデント（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
- 社内ネットワークから外部への不正通信検知
- 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付けるとともに、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。

キャノンMJ では、インシデントの報告と進捗管理をシステム化することで、関係者全員でインシデント対応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。このシステムは順次グループ会社に展開しており、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ます。

※ 本章の詳細については、情報セキュリティー報告書（PDF版）をご覧ください。

- [情報セキュリティーガバナンスとマネジメント](#) [PDF:1.04MB] 

情報セキュリティ人材の育成

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、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日常業務の中で情報資産を適切に取り扱うためには、まず、情報セキュリティに対する「意識」を高め、その上で、正しい判断や行動をするための「知識」を持つことが必要です。このような考えに基づき、さまざまな場面で、全従業員に対する意識啓発や知識教育を実施しています。

また、情報セキュリティを全員参加型の活動として組織ごとに組み込み、維持・改善するために、組織内でマネジメントシステムを支えるキーパーソンを育成しています。



情報セキュリティ人材を育成するしくみ

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

- [情報セキュリティ人材の育成](#) [PDF:1.02MB] 

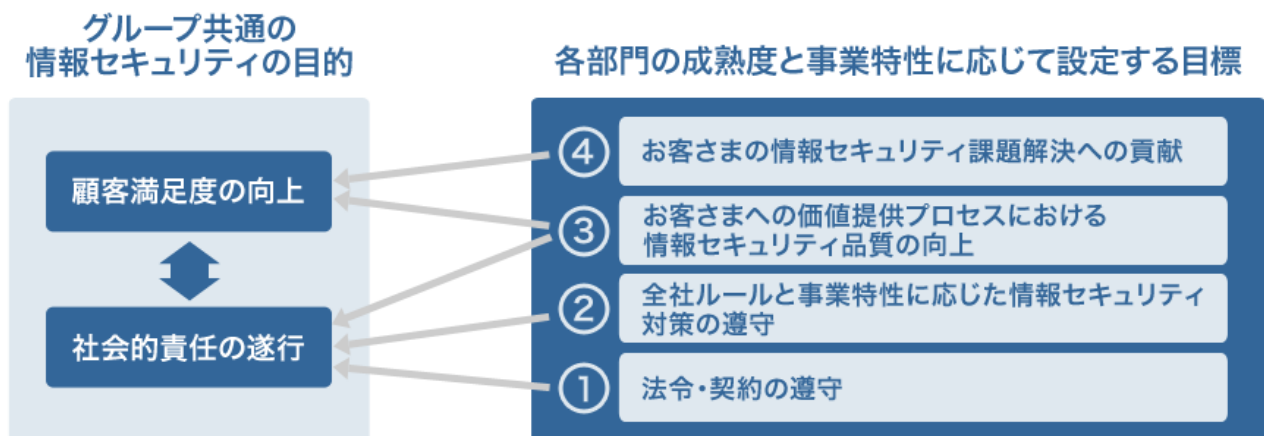
第三者認証の効果的な活用

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、または認証基準に準拠した運用をグループ全体で行っています。

第三者認証の活用目的

キヤノンMJグループでは、ISMSやPMSを、ベストプラクティスであるJIS規格に基づいて構築し運用しています。各部門の目標設定にあたっては、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」を具現化するために、「法令・契約の遵守」「全社ルールと事業特性に応じた情報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つの目標を、各部門の成熟度と事業特性に応じて設定しています。

なお、これらの取り組みについて客観的な評価を受けるため「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ています。そして、事業上の必要性に応じて認証を取得することによって、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。



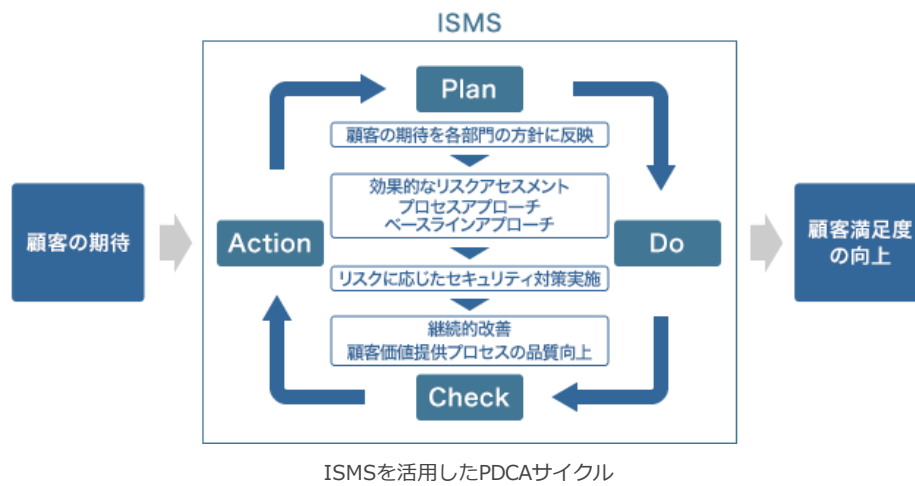
グループ共通の活動目的と部門の目標

ISMSの推進による「顧客満足度の向上を支える業務改善活動」の具現化

キヤノンMJグループのISMSは、顧客満足度を高めていくための活動として、それぞれの部門が果たす役割に応じた効果的なリスクアセスメント手法を採用して推進しています。

全社の情報セキュリティ基盤強化を担う部門では、JISQ27001の管理策を基とし、環境変化を踏まえたベースラインアプローチを行い、情報セキュリティ対策の最適化に取り組んでいます。

また、お客さまと直接接するビジネス部門では、お客さまの期待を明確にした上で、それぞれの業務プロセスにおけるリスク対応に留まらず、お客さまによりご満足いただくための業務改善に結び付けています。



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

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、プライバシーマークの要求事項であるJISQ15001に準拠した個人情報保護マネジメントをグループ全体で推進しています。なお、プライバシーマーク認証は事業上の必要性に応じて効果的に活用しています。

個人情報保護の高いレベルでの「均質化」と「最適化」に向けた取り組み

キャノンMJグループは、個人情報保護をJIS規格に準拠したマネジメントと、グループ共通の各種対策、独自に構築した「個人情報データベース管理システム」のグループ全体への導入などによって、個人情報管理のPDCAのしくみを「均質化」しています。一方で、事業内容によってより高い個人情報保護レベルが求められる場合は、それに応じて追加のリスクアセスメントや、ITセキュリティー対策を行うことで「最適化」しています。さらに、「均質化」と「最適化」のスパイラルアップをはかるため、各社の個人情報保護活動における好事例の共有や課題解決に向けた意見交換などを行う「グループPMS担当者会議」を毎年開催しています。

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

- [第三者認証の効果的な活用](#) [PDF:1.10MB]

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、フラッパーゲートやセキュリティレベルに応じた生体認証なども導入しています。また、来訪者が立ち入るエリアにはネットワークカメラも導入しています。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も使用しています。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の削減や情報漏えいリスクの軽減効果を上げています。



港南事業所のフラッパーゲート



キヤノン S タワーのネットワークカメラ



個人認証プリントシステム

「ICカード認証 for MEAP」の詳細は、こちらのページへ

「ICカード認証 for MEAP」のページへ

「Anyplace Print for MEAP」の詳細は、こちらのページへ

「Anyplace Print for MEAP」のページへ

「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ワゴンやロッカーボックスで施錠保管し、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、安全な廃棄と適正分別による環境への配慮が両立できています。



ゴミステーション



機密書類回収ボックス

グループ全体のITセキュリティ最適化の実現

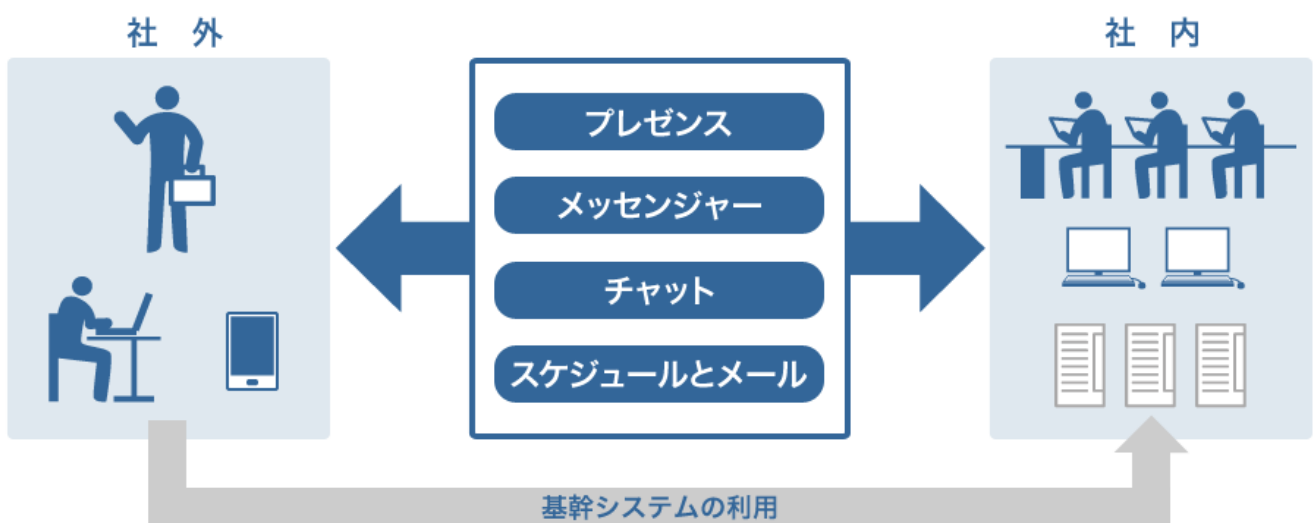
販売力およびマーケティング力の強化を実現するIT武装

2011年から2015年までの5カ年計画として策定した新たな成長戦略「長期経営構想フェーズII」のもと、「IT活用による販売力およびマーケティング力の強化」という全社方針を掲げており、この方針に基づき、IT武装による営業部門を中心としたワークスタイル変革を行っています。

この変革は、営業部門の機動性を上げていくことに重きを置いていますが、機動力を上げて、セキュリティ対策が不十分になってしまえば、競争力を低下させる原因にもなるため、機密性を担保した上で、利便性も十分に考慮したIT武装の実現を行っています。具体的には、Ultrabookパソコン・iPhone※といったモバイルに適した機器や、データ連携の容易な各種アプリケーションを積極的に導入しました。これによって、会社のパソコンで利用する「基幹システム」「スケジュール」「電子メール」をiPhone※でも利用可能としました。

また、社内の相手の状態が容易に確認できる「プレゼンス機能」や簡単に声かけができる「メッセージ機能」、複数で同時に会話ができる「チャット機能」などにより、営業担当が外出先からでも社内のさまざまなサポート部門の担当者と社内にいるように迅速な情報交換をすることが可能となりました。

このIT武装によって、これまで外出していた際にはできなかったことを実現し、機動力と顧客対応力の向上を図っています。



ワークスタイル変革の全体像

キヤノンシステムアンドサポートでの取り組み

キヤノンシステムアンドサポートでは、2009年よりSFA/CRMシステムとしてSalesforceを導入し、営業活動に関するさまざまな情報を社内で共有することでお客さまへの対応力強化に取り組んできました。

それに加えて今回のUltrabookとiPhone※の導入により、従来は社内でしか実施できなかった提案書や見積書の作成などの事務作業を会社に戻らなくても実施できるようになったほか、お客さまの視覚や聴覚に、より直接的に訴求できるプレゼンテーションが可能になりました。また、お客さまからのご要望に対して即座に商品やサービスを検索してご紹介したり、在庫を確認したりすることが可能となっています。このように営業活動のスタイルを変革することで、モバイル導入前と比べてお客さまとのコンタクト件数は約5割アップし、その結果案件増にもつながっています。

また、即答できない質問をお客さまから受けた場合には社内SNSであるSalesforce Chatterに投稿することで、情報をもっている全国の従業員からの回答やアドバイスが得られるため、お客さまへのレスポンス向上にも寄与しています。

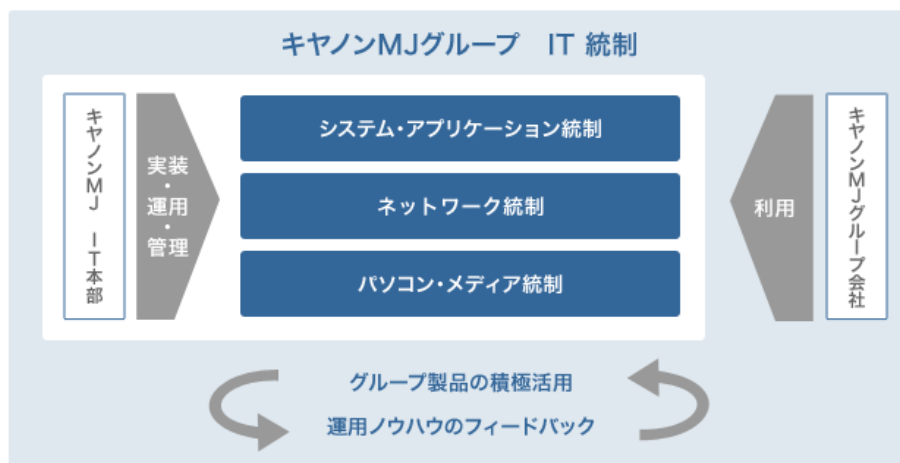
※ iPhoneは、米国およびその他の国で登録されているApple Inc.の商標です

安心・安全を支えるITセキュリティ対策

キヤノンMJグループでは、グループ会社を含めた統一されたITセキュリティポリシーに基づき、世の中で日々多発しているサイバー攻撃や不正アクセス、情報漏えいなどの防止に対し、ネットワーク統制、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IT統制を行っています。

これにより、グループ内の対策レベルの均一化と運用コストの削減を実現し、安心・安全なIT環境を実現しています。

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



キヤノンMJグループIT統制の全体像

IT統制の主な内容

システム・アプリケーション統制

- スパムメール対策
- 電子メール添付ファイル自動暗号化
- 電子メールモニタリング
- ファイル転送サービス
- グループ基幹システムの集中管理

ネットワーク統制

- ネットワーク集中管理
- ウェブフィルターリング
- 外部向けサイトの脆弱性対策
- ログ管理
- IPアドレス管理

パソコン・メディア統制

- ウイルス対策ソフトの自動更新とセキュリティーチェッカー
- OSセキュリティーパッチ適用自動化
- パソコンのハードディスク暗号化
- セキュリティー機能付きUSBメモリー

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

- [情報セキュリティ対策の実装](#) [PDF:1.33MB] 

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、説明責任を果たすとともにお客さまの課題解決に向けた参考情報を紹介するために「情報セキュリティ報告書」などを通じて、自社の取り組み、ノウハウを積極的に開示しています。

また、各種団体への協力や次世代の情報セキュリティ人材育成に向けた教育活動などを行っています。

セミナーや「オフィスツアー」による情報セキュリティ活動事例紹介

社内外で開催しているセミナーおよびキヤノン 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グループの情報セキュリティの取り組み事例を紹介しています。この中では、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認証といったマネジメントシステムの構築・運用方法、セキュリティ対策の実装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。



セミナーと「オフィスツアー」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、以下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 コンピューターソフトウェア協会
- 一般社団法人 情報サービス産業協会
- 一般財団法人 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
- 一般社団法人 日本情報システム・ユーザー協会
- 一般社団法人 日本スマートフォンセキュリティ協会
- 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）

※ 2014年4月1日現在

Action2013—2013年の取り組み

「先端IT活用推進コンソーシアム」への参画

キヤノンソフトウェアは、企業における先端ITの活用および先端ITエキスパート技術者の育成を目指す業界団体「先端IT活用推進コンソーシアム」に参画しています。
その活動の一環として、2013年3月に気象庁と「第1回気象庁XML利活用セミナー」を開催しました。



「第1回気象庁XML利活用セミナー」の様子

「RyukyuFrogsプロジェクト」および「TOMODACHI-Frogs jr.プロジェクト」への参画

「RyukyuFrogsプロジェクト」は、沖縄の将来を担う若者が次世代ビジネスリーダーへと成長する機会を提供する取り組みです。選抜された大学生と高校生に対して、米国シリコンバレーでITビジネスの最先端に触れる派遣研修を中心に、約半年にわたる学びの機会を提供しています。

また、「TOMODACHI-Frogs jr.プロジェクト」は、「RyukyuFrogsプロジェクト」よりさらに若いジュニア層を対象に、シリコンバレーでの派遣研修などで、早期に高いレベルの経験をしてもらう取り組みです。クオリサイトテクノロジーズはプロジェクト発足からこの趣旨に賛同し、資金援助のみならず講師派遣などの支援も行っています。2013年は、選抜メンバーの自発性とチャレンジ精神を喚起するためのキックオフ研修の講師を派遣しました。



「RyukyuFrogsプロジェクト」の様子

高崎商科大学の特別講座で講義を実施

高崎商科大学では、2013年、情報ネットワーク論（河合博子教授）の特別講座として「ICT活用による福祉支援の現状と近未来への貢献を考える」をテーマに、外部講師を招いた合計15回のリレー講座を開催しました。

学生の皆さんが、情報通信技術の基礎的理解を深めるとともに、自らの社会貢献への可能性を見出すことを目的としたこの講座で、キヤノンMJでは「企業経営を支える今日の情報セキュリティ」と題し、当社の情報セキュリティの考え方や具体的な取り組みについて講義を実施しました。



講義の様子

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

- [積極的な情報開示と社会への貢献](#) [PDF:1.14MB] 

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

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、営業や保守サービス、ソフトウェア開発などの業務プロセスにISMSを中心としたマネジメントシステムを組み込むことによって、情報セキュリティ品質の向上に取り組んでいます。

お客さまに安心・安全を提供する修理プロセスの追求

キヤノンMJグループのコンシューマ修理部門は全国11拠点に展開しており、お客さまの期待を超えるサービスの提供を目指して、カメラ・インクジェットプリンターを中心に、お客さまのお問い合わせや相談・修理・情報提供に至るまで、一貫したワンストップ体制を整備しています。
また、お客さまの大事な機器と情報をお預かりしていることの重要性を認識し、さらなる安心・安全な修理サービスの提供に向けて情報取り扱い教育を行い日々実践しています。



修理受付窓口

修理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

受付

リスク	対策事例
お客さまの個人情報の紛失・漏えい 修理品・付属品の盗難・紛失	窓口での修理受付時にお預かりする物品の確認をその場で行い、バーコード付きお預かり書をお客さまに発行しています 個人情報を記載した保証書などは、修理受付後、所定の袋に入れた上で修理品と一括管理しています。
修理お見積もり額をお知らせする際のファクスの誤送信	ファクス番号や送付先の呼称確認とダブルチェックをしています。 ファクス番号二度入力機能を持つ機器を導入し送信しています。 万が一のファクス誤送信に備え、見積書の個人情報部分の一部を伏せて送信しています。

修理

リスク	対策事例
お預かりした可搬メディアへのコンピューターウイルス感染	お客さまよりお預かりした可搬メディアは、修理作業用パソコンに接続する前に、検疫用パソコンにて、最新の定義ファイルを用いたウイルスチェックを実施しています。 修理業務に用いるパソコンは、すべてウイルス対策ソフトを導入し、最新の定義ファイルとセキュリティパッチを適用しています。
修理品・付属品の盗難・紛失	修理作業中の修理品や付属品は、修理依頼書と突き合わせを行い、現品管理を行っています。 終業後は、施錠環境にて保管しています。

委託先における情報セキュリティ事故の発生	運用手順の指導や教育を委託先に対して実施しています。 定期的に委託先の監査を実施しています。
----------------------	---

配送

リスク	対策事例
個人情報記載された伝票や修理品の誤送付	配送伝票作成時には、チェックシートをもとに配送伝票と修理品に添付された修理依頼伝票（修理品・付属品送付先）の整合性を確認しています。 梱包時には、修理依頼伝票・修理完成伝票・配送伝票の修理番号を出荷台帳へ記録し、間違いのないことを確認しています。

窓口返却

リスク	対策事例
修理品・付属品の誤返却	完成伝票に記載されている修理番号、お客さま名、付属品をお客さま持参のお預り書に記載されている内容と声だし確認しています。 完成伝票とお預り書のバーコードを照合しお客さまの修理品に間違いがないか確認しています。

安心・安全な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の営業所を展開し、営業・サービス・サポートが一体となって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展開しています。

キヤノンS&Sのサービス・サポート部門は、ISMSおよびプライバシーマークの認証に加えてISO9001を取得しており、それらに準拠した手順を用いて、お客さまに安心していただける複合機やプリンター、ネットワークなどの保守サービスを提供しています。



サービス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	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	サービス工具（パソコン・USBメモリー）は、施錠できる場所に管理しています。 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。 パソコンの社外持ち出しに関しては社外利用申請システムを使用し、所在管理をしています。 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	対策事例
修理受付用の携帯電話（スマートフォン）の紛失	自動ロック機能、リモートロック機能、リモートワイプ機能、暗号化機能、パスワードロック機能、セキュリティー監視機能を実装しています。 携帯電話はネックストラップを使用して、落下・紛失を防止しています。
パソコンの紛失による情報漏えいリスク	持ち出すパソコンはHDDパスワード、ログインパスワードに加えてHDD暗号化ソフトで暗号化しています。

点検・保守（お客さま先）

リスク	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は、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から行っています。 代替機は、不要なデータなどが登録されていない状態で貸し出し、また代替機引き上げのときにはお客さま情報の消去を実施しています。 お客さまのネットワークへパソコンを接続することは、基本的には禁止しています。 作業上やむを得ず接続する際には、お客さまに当社パソコンのセキュリティー対策状態や作業内容を説明した後、お客さまに書面にて了承をいただいてから行っています。

帰社後（社内）

リスク	対策事例
セキュリティー意識・知識の欠如	サービスメンテナンス時に必要なセキュリティー対策に関する教育を適宜実施しています。
お客さまよりお預かりしたデータの目的外利用・誤廃棄・漏えい	お客さまからデータをお預かりする際は、データの利用目的や返却方法などを「確認書」にて確認し、その内容に従って取り扱います。 なお、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。

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

- [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](#) [PDF: 1.12MB] 

お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

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、自社グループの製品を活用することによって得られた運用ノウハウも含めて、最適な情報セキュリティ製品・ソリューションをお客さまへ提供します。

企業の重要課題をセキュリティ対策の視点で支援

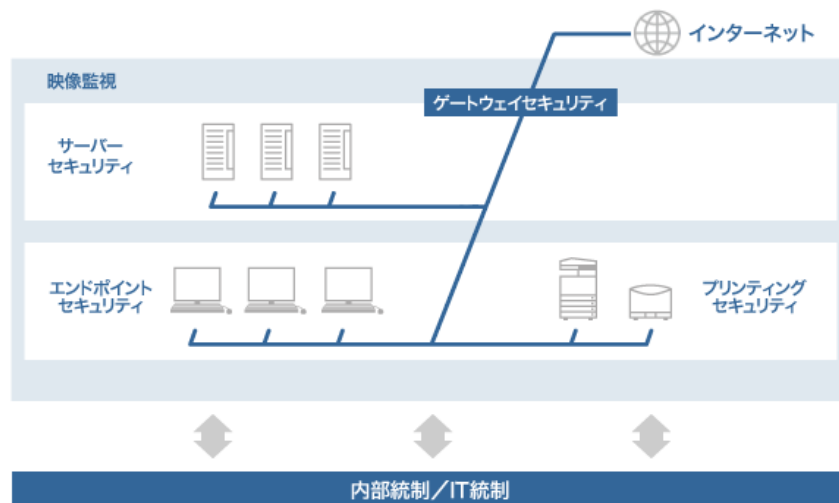
リスクマネジメントや内部統制の強化など、企業経営にとって重要な課題を解決するため、企業のIT化はますます加速しています。IT導入の際には、自社ネットワークへの不正侵入や、コンピューターウイルスによる感染被害など、さまざまな脅威への対応が必要不可欠です。

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。

最適なセキュリティソリューションの提案

セキュリティ対策に必要な要件を、「映像監視」「サーバー」「ゲートウェイ」「エンドポイント」「プリンティング」の5つのカテゴリーに分けて体系化しています。

情報セキュリティの実装はもちろんのこと、高性能ネットワークカメラと監視・録画ソフトによる物理的監視体制の強化に至るまで、お客さまの環境に即した最適なセキュリティソリューションを提案しています。



セキュリティソリューションの全体像

セキュリティソリューションの全体像

映像監視

- ネットワークカメラ

サーバーセキュリティ

- ウェブアプリケーションファイアウォール
- アクセス制御
- データベース監視
- ファイルサーバー監視

ゲートウェイセキュリティ

- 電子メールフィルタリング・アーカイブ
- スпамメール対策
- メール誤送信対策
- ウェブ情報漏えい対策・不正サイト閲覧制御
- 統合脅威管理（UTM）
- 不正侵入検知・防御システム
- IPアドレス管理
- 中小オフィス向けIT支援サービス

エンドポイントセキュリティ

- ウイルス・スパイウェア対策ソフト
- ハードディスク暗号化
- IT資産管理
- クライアントパソコン運用管理

プリンティングセキュリティ

- 印刷認証
- 印刷制限
- 印刷履歴管理
- 地紋印刷
- 印刷画像ログ管理

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

- [お客様の情報セキュリティ課題解決への貢献](#) [PDF:1.16MB] 

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 セキュリティー

製品への情報セキュリティ品質の組み込み

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）が提供する製品やサービスの多くは、お客様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セキュリティ品質を組み込んで、お客様の安心・安全への期待や要請に応えます。

ネットワークに接続される機器のセキュリティについて

ネットワークに接続されるさまざまなオフィス機器は、不正アクセスや情報漏えいリスクにさらされる可能性があります。キヤノンでは、ホームページで製品別に不正アクセス防止対策をご案内するとともに、設定のサポートなどを行っています。

複合機を含むネットワークに接続される機器のセキュリティについて

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

- [製品への情報セキュリティ品質の組み込み](#) [PDF:1.40MB] 

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 活動報告

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は「共生」の企業理念のもと、より良い社会の実現を目指し、さまざまな分野で、社会の要請や期待に応える社会貢献活動を実施しています。

社会貢献活動の考え方

社会貢献活動の考え方

社会貢献活動

未来につなぐふるさとプロジェクト

みんなの笑顔プロジェクト

東日本大震災復興に向けた取り組み

6つの分野での活動

CSRスペシャルサイト



[未来につなぐふるさとプロジェクト特設サイト](#)

さまざまな地域で、自然再生活動に取り組んでいます。



[「未来につなぐふるさとプロジェクト」クリック募金](#)

各地の自然再生活動に、キヤノンが寄付します。



[みんなの笑顔プロジェクトアルバム紹介](#)

各地で実施した写真教室のアルバムを紹介します。

関連情報

キヤノングループの社会貢献活動

キヤノングループの社会貢献活動は、こちらのページをご覧ください。

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。



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 社会貢献活動

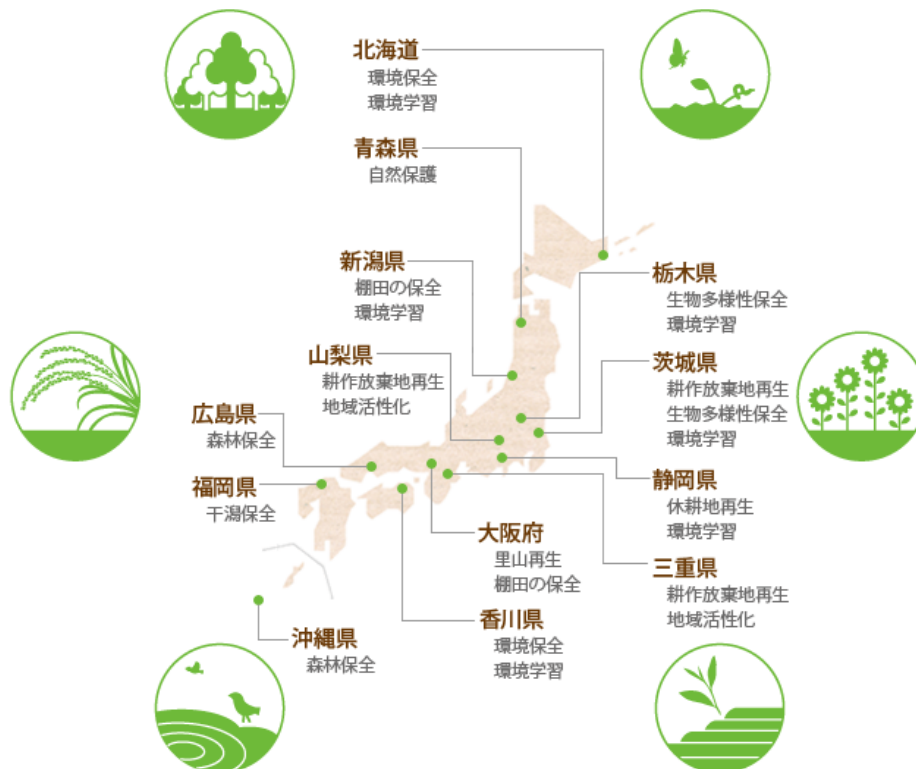
未来につなぐふるさとプロジェクト|プロジェクトについて

「未来につなぐふるさとプロジェクト」について

キヤノングループは、「生物多様性方針」における「生物多様性を育む社会づくりへの貢献」を実現するための活動として、子供たちの未来に、多様な生き物を育む美しく緑豊かなふるさとを残すことを目的に、環境保全や環境教育を行う「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。



活動地域



プロジェクトの「第三者評価報告会」を実施

2013年度のプロジェクトの活動について、公益財団法人パブリックリソース財団が第三者評価を行いました。

2014年2月5日に、キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）本社において、評価を行った公益財団法人パブリックリソース財団と、評価を受けた3つの団体のご担当者が参加し「第三者評価報告会」を開催しました。当日は、財団から評価結果をご報告いただき参加者で共有した後、意見交換会を行いました。各団体様、キヤノンMJ事務局とともに、普段感じているいろいろな疑問や今後の提案など、活発な議論を交わし、今後のよりよいプログラムづくりにつながる有意義な会となりました。



報告会の様子

[「未来につなぐふるさとプロジェクト」の詳細へ](#)

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 社会貢献活動

未来につなぐふるさとプロジェクト|活動実績

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

「未来につなぐふるさとプロジェクト」の活動実績

寄付実績

内容	2010年 寄付総額	2011年 寄付総額※1	2012年 寄付総額※1	2013年 寄付総額※1
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	14,280,000 円	14,814,000 円	13,614,148 円
PPC用紙販売数に応じた寄付	-	491,320円	404,522円	1,071,032 円
クリック募金による寄付	610,872円	544,896円	407,330円	481,304円
お客さま向けアンケート回答数に応じた寄付	-	390,880円	443,100円	440,260円
CSRアンケート回答数に応じた寄付	-	-	-	225,300円
「キヤノン大撮影会」の参加費全額寄付	-	6,546,000 円	-	-
自動販売機の売上の一定割合の寄付	-	61,089円 ※2	574,247円 ※3	-
年間寄付総額	11,070,872 円	22,314,185 円	16,643,199 円	15,832,044 円

※1 2011年～2013年の寄付実績は環境保全活動支援金および、東日本大震災の復興支援金の合計額です。

※2 アーバン ベンディックス ネットワークによるマッチング寄付額を含みます。

※3 アーバン ベンディックス ネットワーク、キリンビバレッジによるマッチング寄付額を含みます。

ボランティア活動参加実績

活動 地域	連携団体（活動 場所）	2010年実績		2011年実績		2012年実績		2013年実績	
		実施 回数 (回)	延べ参加 人数 (名)	実施 回数 (回)	延べ参加 人数 (名)	実施 回数 (回)	延べ参加 人数 (名)	実施回 数 (回)	延べ参加 人数 (名)

北海道	特定非営利活動法人 森林遊びサポートセンター	4	45	3	29	2	11	-	-
青森県	特定非営利活動法人 白神山地を守る会	-	-	-	-	1	7	1	37
山形県	特定非営利活動法人 共存の森ネットワーク	3	107	3	62	3	56	2	40
茨城県	特定非営利活動法人 アサザ基金	3	115	4	121	3	94	4	141
栃木県	特定非営利活動法人 塩谷町旧熊ノ木小学校管理組合	-	-	3	53	5	131	5	111
東京都	公益社団法人日本山岳会 高尾の森づくりの会	-	-	1	4	-	-	-	-
新潟県	特定非営利活動法人 共存の森ネットワーク	6	136	4	93	4	64	4	55
山梨県	一般社団法人風土人	-	-	4	57	4	95	5	125
静岡県	特定非営利活動法人 グラウンドワーク三島	4	75	4	79	2	12	3	71
三重県	野原村元気づくり協議会	1	27	3	91	3	91	2	59
大阪府	特定非営利活動法人 里山倶楽部 (2012年1月からの連携団体)	-	-	-	-	4	90	4	138

	特定非営利活動 法人 樹木・環境ネット ワーク協会 (2010年～ 2011年の連携 団体)	2	23	1	9	-	-	-	-
広島 県	西条・山と水の 環境機構	3	77	2	49	3	47	-	-
香川 県	特定非営利活動 法人 どんぐりネット ワーク	4	49	2	31	3	32	2	30
福岡 県	和白干潟を守る 会	5	142	4	43	2	18	2	25
沖縄 県	美ぎ島宮古グリ ーンネット			1	8	1	10	1	10
年間延べ実施回数、 延べ参加人数		35	796	39	729	40	758	35	842

「未来につなぐふるさとプロジェクト」の詳細へ

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 社会貢献活動

みんなの笑顔プロジェクト|プロジェクトについて

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、東日本大震災の被災地の復興支援活動として、被災地のコミュニティづくりを支援する「みんなの笑顔プロジェクト ～Smile for the Future～」を実施しています。

「みんなの笑顔プロジェクト」について

キヤノン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。



「みんなの笑顔プロジェクト」のロゴ

プロジェクトの活動内容

みんなの笑顔プロジェクトでは、「写真撮影プログラム」と「自然体験プログラム」を実施しています。

～写真を楽しもう～ 写真撮影プログラム

「写真撮影プログラム」は、キヤノンが持つ写真のノウハウを活用し、写真家の先生の指導のもとに子供たちが写真を撮ったり、楽しい写真プリントの体験をするプログラムです。また、全国の小学校で実施している「フォトレター教室」も、このプロジェクトに参画しています。

～自然と遊ぼう～ 自然体験プログラム

「自然体験プログラム」は、自然に恵まれた地域に被災地の親子をご招待し、地元のみなさんとの交流の中で、写真教室に参加したり、自然の中で遊ぶプログラムです。

[「みんなの笑顔プロジェクト」アルバム紹介ページへ](#)

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 社会貢献活動

みんなの笑顔プロジェクト|活動報告

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、東日本大震災の被災地の復興支援活動として、被災地のコミュニティづくりを支援する「みんなの笑顔プロジェクト ～Smile for the Future～」を実施しています。

「みんなの笑顔プロジェクト」の活動報告

【2014年3月】宮城県南三陸町で親子写真教室を実施

2014年3月1日（土）に、宮城県南三陸町にて写真教室を開催しました。

今回の活動は、「南三陸町復興推進ネットワーク」が定期的に開催しているプログラム「南三陸わらすこ探検隊」の活動に、キヤノンMJグループが写真教室として協力する形で行われ、午前中は16名、午後は18名が参加しました。

撮影は、午前中は南三陸さんさん商店街、午後は伊里前福幸商店街のそれぞれの商店街とその周辺で行いました。

まずは、写真家の広田泉先生による一眼レフカメラの使用方の説明からスタート。多くの子供たちが初めて一眼レフカメラを手にしましたが、使い方の飲みこみの早さには驚かされました。

説明が終わると商店街やその周辺で撮影開始。商店街で働く人たちやショーウィンドーに並ぶケーキ、お花、展示物を撮る子供たちの笑顔もさることながら、子供たちがカメラを向けた際に見せてくれる商店街の皆さんの素晴らしい笑顔に心が和みました。

写真教室終了後、皆さんにはお気に入りの写真を選んでいただき、PIXUSでプリントアウトして記念にお持ち帰りいただきました。



写真教室の様子

写真家：広田 泉氏 プロフィール

1969年 東京生まれ。

鉄道写真家である広田尚敬の次男として生まれ、2歳で初めて鉄道写真を撮る。染色職人、会社員、会社経営を経て 2002年にフリーランスの写真家としてデビュー。またEOS学園をはじめとする写真教室や撮影会、ツアーなど各種イベント、テレビなどで鉄道写真の楽しさを広く伝えようと活動中。また2011年、各地の復旧支援を続ける中で写真集「ここから始まる」を自社出版して被災した路線をつなげる活動をはじめた。



写真家：広田 泉氏

【2013年10月】栃木県大田原市で親子写真教室を実施

2013年10月26日（土）に、栃木県大田原市で親子向けの写真教室を開催しました。

今回の活動は、都市と農村の共生・対流に取り組んでいる「おおたわら都市農村共生・対流推進協議会」との共催で、実施しました。参加されたのは、東日本大震災で被災され、福島県から一時避難している方々と地元の皆さまに加え、キヤノンMJ宇都宮営業所の従業員とそのご家族など63名。

プログラムは、講師によるレクチャーからスタート。参加者たちはこの日の撮影テーマ「ジャンプ！！」の説明を受け、会場となった体育館に散らばると、早速、友達や親子で撮りあっこ。終始、会場は大変なごやかな雰囲気になっていました。

写真教室の終盤には、なんとご当地ゆるキャラ「与一くん」が登場。子供たちが一斉に集まると、「与一くん」はお得意の弓を引くポーズ！！ 続いて家族ごとに記念撮影を行い、午前のプログラムを終えました。

昼食はとれたての新米に自分の好きな具を入れてつくる「おにぎり」。おもいおもいに食事を楽しみました。午後は、共催した「おおたわら都市農村共生・対流推進協議会」のプログラム。2つのチームに分かれ、りんご狩りと梨狩りを楽しみました。中でも梨狩りチームは、栃木名産の新品種「にっこり」にびっくり。その大きさは子供の顔くらいで、珍しいお土産となりました。



与一くんと一緒に集合写真

【2013年10月】宮城県気仙沼高等学校で写真教室を実施

2013年10月5日（土）に、宮城県気仙沼市で高校写真部の生徒の方々を対象とした写真教室を開催しました。写真教室には、宮城県気仙沼高等学校、気仙沼向洋高等学校、本吉響高等学校の3校の写真部員の方や顧問の先生24名が参加されました。

はじめは、写真家の広田泉先生による写真の撮り方講座からスタート。カメラのいろいろな機能の使い方や、それがどのような写真になるのかを実際の写真サンプルを見せながら約1時間ほどの講座が行われました。やはり、写真部の生徒さんということもあり、皆真剣に学んでいました。

撮影タイムには、風景や人物・植物などを楽しそうに撮影していました。庭に生えている木を下から撮影したり、きれいな花を接写したり、走ったり、飛んだりする人の動きを連写でとらえたり、皆それぞれ、カメラの機能を存分に使いながら、撮影を楽しんだようです。

その後、皆それぞれの自信作をプリントしました。鮮やかな画像に、初めてプリントをした生徒からは感動の声も上がりました。

最後にプリントした写真を壁に貼り、講師からの講評をいただきました。中には、講師が驚くほどの写真も？ 広田先生からは、「写真部とはいっても、写真を教える人がいないのが現状。是非、このような活動をもっともっと拡大していきたい」とのお話をいただきました。



集合写真

【2013年9月】宮城県蔵王町で写真教室を実施

2013年9月14日～15日に、宮城県蔵王町にある「蔵王自然の家」で親子向けの写真教室を開催しました。今回の活動は、東日本大震災からの復興支援に取り組んでいる「NPO法人フロンティア南相馬」が主催し、キヤノンMJが「みんなの笑顔プロジェクト」の一環として協力する形で実現しました。

参加者は、南相馬市在住の親子、総勢21名。

プログラムは、まず講師の広田泉先生のレクチャーからスタート。はじめての一眼レフカメラを手にしてはしゃぎつつも、構え方を教えてもらうとすぐにその気になってカシャカシャとシャッターを切り始めていました。

そして、いよいよ撮影本番。みんなで近くの散策路を歩きながら、草花や木々、それらを撮影しているお友達など、思い思いの被写体を見つけて楽しみました。

約1時間の撮影を終えると、次は各自が撮影したベストショットをセレクト。このプロジェクトでいつも感心するのは、この写真に子供ならではの視点や良さがあること。プリントして、広田先生が一人ひとりにその感想を伝え

ると、子供たちは少し照れながらも真剣に聞き入っていました。



集合写真

【2013年8月】宮城県名取市で写真教室を実施

2013年8月21日（水）、宮城県名取市で住民の方々を対象とした写真教室を開催しました。

名取や気仙沼市をはじめ、東日本大震災の復興支援に取り組んでいる「日本国際民間協力会（NICCO）」の協力を得て、同団体の名取事務所にて実施しました。参加者は子供を中心に10名と、小規模開催でしたがアットホームで楽しい雰囲気での開催。講師の広田泉先生が子供たちの目線でカメラの使い方を分かりやすくレクチャーされ、子供達は初めての一眼レフカメラに大はしゃぎでした。

撮影タイムには近くの公園に移動して、友達や花やトンボなどを被写体に皆思い思いに撮影を楽しみました。

最後に各自が撮影したベストショットの画像と広田先生が子供達を撮影した素敵な写真を、インクジェットプリンターで出力しプレゼントしました。



撮影風景

【2013年3月】岩手県陸前高田市のコミュニティセンターで写真教室を実施

2013年3月23日（土）、岩手県陸前高田市の住民の方々を対象とした写真教室を実施しました。

午前は小友地区コミュニティセンター、午後は米崎地区コミュニティセンターと、1日2回の写真教室を実施し、大人と子供27名の参加者が集まり、写真の撮影やプリントを楽しみました。

午前の写真教室では子供の参加が多く、ほとんどが一眼レフカメラを使うのは初めてでした。写真家の広田泉先生に使い方を教わりながら、子供独特の視点で被写体を探し、いろいろな撮り方で撮影を楽しんでいました。

午後の写真教室では、大人の方の参加が多く、先生から教わったカメラの機能の使い方やさまざまな被写体を撮る場合の留意点などに気を付けながら撮影されていました。最後に各自が撮影したベストショットの画像をインクジェットプリンターで出力しプレゼントした際、参加者同士でうれしそうに写真を見せあっている姿が印象的でした。



一緒に撮影



撮影風景

【2012年9月】岩手県大船渡市の仮設住宅で「写真教室」を実施

2012年9月1日（土）、大船渡市の大立仮設団地で、住民の方々を対象とした写真教室を実施しました。1日2回のワークショップに大人から子供まで16名の参加者が集まり、写真の撮影やプリントを楽しみました。参加者のほとんどが、一眼レフカメラを使うのは初めてで、写真家の広田泉先生に使い方を教わりながら撮影を楽しんでいました。被災地復興に向け、地域の方々が作ったモニュメントやひまわり畑を被写体として撮影を行い、手軽にすばらしい写真が撮れることに非常に多くの方の喜ぶ姿が見られました。一眼レフカメラの画像をインクジェットプリンターで出力しプレゼントした際、写真に触れた参加者たちの明るい笑顔が印象的でした。



撮影風景



手をつないで

【2012年7月】栃木県塩谷町に福島県から親子を招待し「写真教室」を実施

2012年7月15日（日）、福島県在住の親子約20名を栃木県塩谷町の“星ふる学校「くまの木」”※に招待し、写真教室と生き物観察を行いました。午前に行われた写真教室では、参加者は写真家の広田泉先生に、一眼レフカメラの使い方を教えてもらった後、星ふる学校「くまの木」の校舎や校庭、畑、田んぼ、花壇、ムシを被写体に、約1時間の撮影を行いました。初めて一眼レフを持った子供たちも多く、とても興奮しながらたくさんの花やムシなど、色とりどりの写真を撮っていました。そして、最後にお気に入りの写真を選んでいただき、プリントをしてプレゼント。自分たちが撮った写真を手にして、その思いのほか素晴らしい画に、子供達はカメラを使う楽しさを実感したようでした。午後は川の生き物観察を予定していましたが、連日の雨で増水していたため中止となり、代わりに敷地内での「生き物調査とムシ遊び」を行いました。川遊びを楽しみにしていた子供たちは初め残念そうでしたが、ムシを見た途端に喜んで走り回っていました。自分たちが住んでいるところにはいないトンボやチョウ、水棲生物などに触れ、その生態や生命力の強さを現地スタッフから教わり、あらためて自然や生き物への大切さを実感したようでした。最後に皆で集合してカミキリムシでの髪切り体験、カナブンの紐付き飛行観察なども行い、大人も子供も心から楽しんでいたように感じました。

※ 星ふる学校「くまの木」：廃校を利用した宿泊施設で、自然体験プログラムを行っています。キャノンMJグループが取り組む自然再生活動「未来につなぐふるさとプロジェクト」の活動の一つとして、2011年から「くまの木」のムシをテーマにした「ヒトとムシの楽園プロジェクト」を行っています。



写真撮影の様子



集合写真

【2012年4月】気仙沼市の児童館で第三回写真教室を実施

2012年4月21日（土）気仙沼市の大島児童館で、親子を対象とした写真教室を実施しました。

1日2回のワークショップを実施し、子供たちを中心に、午前15名、午後19名 計34名の参加者が集まり、写真の撮影やプリントを楽しみました。子供たちは、初めて触る一眼レフカメラで、写真家の広田泉先生に使い方を教えてもらい、中にはズーム機能や連写機能など、いろいろな機能を試し、独創的で楽しい写真を数多く撮影している子供たちもいました。

一眼レフカメラの画像をインクジェットプリンターで出力した写真をプレゼントした際、写真に触れた参加者たちの笑顔が印象的でした。



写真撮影の様子

【2012年3月】キャノンギャラリー仙台で写真展を実施

2012年3月8日～19日、キャノンギャラリー仙台において、「みんなの笑顔プロジェクト」写真展を実施しました。

写真展では、1月に気仙沼市で実施した写真教室で子供たちが撮影した作品を中心に展示を行いました。



写真展の様子

【2012年1月】気仙沼市の児童館で第一回、第二回写真教室を実施

2012年1月14日（土）、21日（土）、気仙沼市の赤岩児童館、古町児童館、鮎立児童館で、親子を対象とした写真教室を実施し、約80名の親子が参加しました。子供たちは写真家の広田泉先生に、一眼レフカメラの使い方を教えてもらった後、早速楽しそうに走り回りながら約1時間の撮影を行いました。その後は、子供たちの一番気に入った写真をそれぞれ3枚プリントアウトしてプレゼントしました。

参加した子供たちからは、「本当に楽しかった！ぜひまた来てほしい」というメッセージと元気をもらいました。この写真教室の実施にあたっては、NPO法人 ピースウィンズ・ジャパンや、児童館のスタッフの皆さんなど、たくさんの方々にご協力をいただきました。



広田先生にカメラの使い方を習う子供たち



お気に入りの一枚と一緒に記念撮影

[「みんなの笑顔プロジェクト」アルバム紹介ページへ](#)

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

復興のためにキヤノンにできること

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、2012年より仙台支店を拠点とする「東北復興推進室」を立ち上げ、さまざまな活動を行ってきました。被災沿岸部の自治体、大学など学術機関、大手民間企業と連携を図り、産・学・官連携しながら企業として長期的な支援活動を推進しています。

キヤノンMJグループが取り組むさまざまな活動の中で、現実空間に仮想空間を融合させることのできるキヤノンのMR（Mixed Reality）技術を活用した東北大学との「震災遺構アーカイブプロジェクト」は多くの注目を集め、新聞、TVなど各メディアでも紹介されました。

被災地に残る震災遺構の保存・解体は、現地でも意見が分かれる問題ですが、私たちは、東日本大震災の風化防止や今後の防災・減災教育に繋げ、後世へ伝承する活動と捉え、今後もプロジェクトを推進していく予定です。



MR技術体験の様子



震災遺構3Dコンテンツイメージ

その他、活動の一例として下記の内容が挙げられます。

東松島みらいとし機構「HOPE」への参画

東松島市のまちづくり計画や10年後、20年後のランドデザインを市や地域住民とともに考え、民間企業として貢献できることを追求しています。

東北復興推進室では、ICTを活用した安心・安全なまちづくりや地域情報発信分野の検討プロジェクトに参画しています。



検討プロジェクトの様子

復興庁 結の場

2012年より復興庁主催のマッチングプロジェクト「結の場」へ参画し、被災地からの再生を目指す石巻市、気仙沼市の水産加工会社の支援を継続的に行っています。企業の経営課題の一部である業務の効率化、販路拡大、イベントプロモーションなどについて、キャノングループの豊富なデバイス類とソリューション事例から各々の企業に役立つサービスを提供し、再生へ向けたサポーターとしての活動を継続しています。

[復興庁 地域復興マッチング「結の場」のページへ](#)

仙台駅での催事の様子



催事用POPサンプル

事業を通じた支援

キャノンMJグループでは、さまざまな事業活動を通じて復興支援金を積み立て、被災地復興支援金として寄付しています。2013年は、被災地で支援活動を展開するNGO/NPO（アムダ、ジャパン・プラットホーム、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、約488万円の寄付を行いました。

主な取り組み

- 使用済み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
- 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

各種イベントを通じた支援

みんなの笑顔プロジェクトの実施

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、次世代の心を育むお手伝いを行っています。2013年は岩手県陸前高田市や宮城県気仙沼市など5カ所で写真教室を行い、145名の親子が参加しました。



気仙沼市の高校写真部の皆さん

「みんなの笑顔プロジェクト」の活動の様子は、こちらへ

[「みんなの笑顔プロジェクト」アルバム紹介のページへ](#)

赤十字すまいるぱーくへの協力

キャノンMJは、日本赤十字社福島県支部が主催する東日本大震災復興支援事業「赤十字すまいるぱーく」に協力しました。

このイベントは、東日本大震災による原発事故に伴う放射線問題で屋外での活動が制限され、運動不足や精神的ストレスを感じている未就学児に対し、公共体育館内に子供に人気のある巨大エア遊具やボールプールなどを設置し、思い切り体を動かして楽しんでもらうもので、福島県内の6市で実施されました。

キャノンMJは、参加者が日本赤十字社の子供用救護服・看護服を試着して撮影を行い、撮った写真をその場でプレゼントする「赤十字PRコーナー」に協力し、デジタル一眼レフカメラEOSとインクジェットプリンターPIXUSの貸出を行いました。

普段着ることのできない日本赤十字社の救護服や白衣、ナース服を試着して、子供たちは笑顔いっぱい。笑顔の写真をオリジナル台紙に入れてプレゼントすると、とても喜んでいただけました。



写真撮影の様子

「ウェブベルマーク運動」への協賛

キャノンMJは、2013年9月17日より「ウェブベルマーク運動」に協賛しています。「ウェブベルマーク運動」とは、ウェブベルマークサイトを経由し、協賛会社のオンラインショップで買い物やサービスを申し込むだけで、岩手・宮城・福島などの小中学校や特別支援学校に支援金が送られる新しい社会貢献活動です。キャノンMJは、「キャノンオンラインショップ」での売上金額の一部を寄付することを通して、被災した東北の学校支援に役立っています。

[ウェブベルマークのサイトへ](#)



福島県南相馬市の活性化プロジェクトに協力

キャノンMJは、認定NPO法人フロンティア南相馬が主催する、写真をテーマにした福島県南相馬市活性化プロジェクトに協力しました。このプロジェクトは福島県南相馬市の住民の心のケアや地域の活性化を目的に、子どもたちが想像力やコミュニケーション力を育むことを願い、写真教室の実施、写真展や写真コンテストなどを開催するものです。

キャノンMJは、主催団体とともに親子向け写真教室を開催したほか、写真展のパネル出力協力、写真コンテストの副賞として、一眼レフカメラを寄贈しました。



写真撮影の様子

6つの分野での活動

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、「社会貢献活動の基本的な考え方」に基づき、「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。

人道・災害

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。

東日本大震災の復興支援

東日本大震災の復興支援活動の実績は、以下の通りです。

未来につなぐふるさとプロジェクト」を通じた支援

「未来につなぐふるさとプロジェクト」を通じた支援として総額約490万円を東日本大震災の被災地で復興支援を行うNGO/NPO（アムダ、ジャパン・プラットホーム、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）に寄付しました。

プロジェクトの主な取り組み

- 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
- PPC用紙販売数に応じた寄付
- クリック募金による寄付
- お客さま向けアンケート回答数に応じた寄付

[東日本大震災 復興に向けた取り組みページへ](#)

「フィリピン台風」の被災地支援

2013年11月8日、フィリピン中部を台風30号（別名：ハイエン）が襲い、レイテ島の他、多くの地域で甚大な被害が発生しました。キヤノンMJグループでは、被災地支援のため、社内募金活動を行い、2013年12月31日までに総額339,528円を国連WFP協会に寄付しました。

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。その一環で、2008年12月からWFPの日本公式支援窓口「国連WFP協会」に評議員として参加しています。チャリティウォーク「WFPウォーク・ザ・ワールド」には、2009年から協賛。

2014年は従業員とその家族71名が参加しました。また、キヤノンMJグループの一部の事業所では、自動販売機の売上の一定割合を国連WFP協会の「学校給食プログラム」に寄付するしくみを導入・運用し、2013年分として、696,850円※をお贈りしました。



「WFPウォーク・ザ・ワールド」の参加者

※ アーバン ベンディックス ネットワーク、キリンビバレッジによるマッチング寄付額を含みます。

環境保全

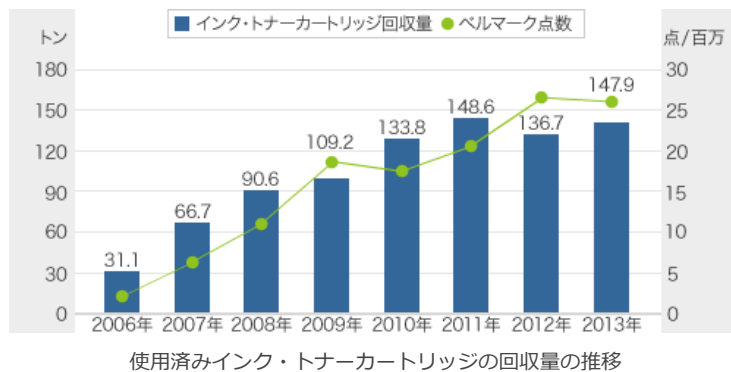
キヤノンMJグループは、環境保全に積極的に貢献しています。

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15,828校（2013年12月末現在）を超え、2013年は147.9トン回収し、合計で25,716,145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。



社会福祉

キヤノンMJグループは、AED（自動体外式除細動器）の普及活動やペットボトルキャップの収集活動を展開するなど、社会福祉の充実を目指しています。

AEDを使用した心肺蘇生講習



心肺蘇生講習会実施風景



AEDを使った一次救命普及活動

日本国内では、年間7万件以上※1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、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。今後も、キヤノンMJグループでは「AED」と「心肺蘇生法」の普及活動を行う事により、一人でも多くの方々の「人命救助」に関わりたいと考えております。また、この活動を通じ、広く地域・社会に貢献してまいります。

※1 総務省消防庁平成25年版 救急・救助の現況より

心肺蘇生講習	件数	人数
目標	2010年～2017年の講習受講者延べ10万人以上	
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	981件	14,323名
2013年実績合計	1,205件	17,139名
累積	4,135件	60,777名

[AED（自動体外式除細動器）のページへ](#)

ペットボトルキャップの収集活動

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



事業所に設置している回収ボックス

	個数※2	ワクチン※3
2010年末までの累計	736,104個	約920人分
2011年末までの累計	1,692,327個	約2,115人分
2012年末までの累計	2,468,460個	約3,069人分
2013年末までの累計	3,570,043個	約4,350人分

※2 NPO法人エコキャップ推進協会が集計した回収実績（2013年12月末時点）に限ります。

※3 ペットボトルキャップ860個（2012年8月末までは800個で算出）で、ワクチン1人分が購入できます。

地域社会

キャノンMJグループの全国の事業所では、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。

キャノンキッズパークを開催

キャノンMJでは、品川、銀座、名古屋、大阪（梅田）の4カ所で、親子を対象にした夏休みイベント「キャノンキッズパーク」を開催。地域の親子をはじめたくさんの方にご参加いただいています。

光と色を学べる実験教室やカメラ工作教室など、親子で楽しみながら、夏休みの自由研究にも役立つプログラムを実施しています。



光と色をテーマにした親子実験教室での様子

「久辺テクノフェスタ」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、地域人材育成の一環として2013年11月23日に開催された「久辺テクノフェスタ」に参加しました。これは名護市情報通信特区に進出した金融・IT関連企業が中心となり、地域の小・中学生などに仕事内容を紹介するイベントです。2013年は21団体が出展し、来場者は4,400名を超えました。クオリサイトテクノロジーズは未来のエンジニアを育成すべく小さな子供でも遊びながら楽しく学べるプログラミングスクールを開催しました。ゲーム感覚で作品を作り上げていく小学生、そして子供以上に熱心に学ぶ保護者など100名の方に参加していただきました。

教育・学術

キャノンMJグループは、未来を担う子供たちの育成を支援するため、さまざまな活動に取り組んでいます。

中高生の企業訪問に協力

キャノンMJは、高等学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、キャノンの環境の取り組みのレクチャーなど3つのプログラムから1つをお選びいただけます。2013年は、51校のべ927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

[小学生・中高生向け体験&見学プログラムのページへ](#)

小中学校でインターネット利用に関する授業を実施：キャノンMJ ITグループ

キャノンMJ ITグループ（キャノンMJ-ITHD、キャノン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。2013年には、東京都や大阪府などの小中学校8校で、児童・生徒・保護者向けの授業を実施

し、約1,200名の方にご参加いただきました。
SNSでのなりすましやいたずら投稿によるトラブル、ネット上での著作権保護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。終了後の保護者・教職員からのアンケートでは、「インターネットのトラブルの怖さが伝わったと思う」「子供と携帯電話の使い方をもう一度話し合いたい」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

芸術・文化・スポーツ

キャノン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。

写真文化の発展に寄与する「写真甲子園」への協賛

キャノン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、2013年で20回目を迎えました。2013年の本戦では、全国の応募高校522校から選抜された20校が集い、東川町とその周辺地域の上富良野町、美瑛町、東神楽町や旭川市などを撮影エリアとした作品によって優勝が競われました。

キャノン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の貸出と、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2013」での撮影風景

ウィーン少年合唱団日本公演に協賛

「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。

2013年も、公演会場でユニセフ募金への呼びかけを行い、来場者から集まった募金1,027,571円を日本ユニセフ協会に寄付しました。



2013年の日本公演より

トップパートナーとしてJリーグをサポート

キャノン（株）とキャノンMJは、1996年よりトップパートナーとしてJリーグをサポートしています。スタジアムでのイベント開催など、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

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 活動報告

ステークホルダーとの関わり

キヤノンマーケティングジャパングループは、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。

お客さまとの関わり

声を活かすしくみ

フォトライフを楽しく豊かに

ビジネスパートナーとの関わり

価値創出のための協働

CSR調達

グリーン調達

株主・投資家との関わり

IR活動の推進

社外からの評価

従業員との関わり

従業員に関する方針

人権と多様性の尊重

仕事のやりがい向上

快適な職場環境の整備

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しているしくみ



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・ご要望を、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っています。

独自のセンターマネジメントシステムでお客さまの期待に応えるサービスを展開：キヤノンカスタマーサポート

お客様相談センターを運営しているキヤノンカスタマーサポート（以下、キヤノンCS）は、2011年7月、国内に4カ所ある全コンタクトセンターにおいて、「COPC CSP規格リリース4.4版」の認証を取得しました。

COPCとは、S・Q・C・CS（サービス、クオリティ、コスト、顧客満足度）の指標管理と、そのバランスの取れたマネジメントが必要とされるコンタクトセンター業務における世界標準規格です。

キヤノンCSは、COPC認証取得の経験をもとに、内部効率化を図ることはもちろん、より多くのお客さまに満足いただけるサービスの拡充と品質の向上に努めています。

キヤノンCSの主な活動

お客さまアンケートからの改善活動	ウェブアンケートに加えて、毎月500件以上の電話アンケートによる顧客満足度調査を行い、「お客さまの声」に対する改善に取り組んでいます。
リモートサポートサービス	インクジェットプリンターやスキャナーなどのコンシューマ製品を中心に、インターネットを通じてお客様相談センターのコミュニケーターがお客さまのパソコン画面を見ながら、操作・設定やトラブル対処のアドバイスを行うリモートサポートを実施しています。

今後もキヤノンCSは、コンタクトセンター業務の継続的な改善活動を行い、お客さまの期待に応える高品位なサービスを提供していきます。

お客さまへの適切な回答を導き出す「コンタクト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「コンタクト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」を用いたお問い合わせ内容の分析

コンタクト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。

フォトライフを楽しく豊かに

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、キヤノン製品をご購入されたお客さまが、楽しく快適にご使用いただけるよう、さまざまな取り組みを行っています。

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」、撮影テーマ別に多彩なコースをそろえた「テーマ別講座」など、お客さまのニーズに合わせた幅広い講座を用意しています。



EOS学園

「デジタルカメラの使い方講座」

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（一部講座を除く）。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。

2013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・九州地区で地域別講座を開催し、合わせて約17,300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学園のページへ](#)

写真愛好家の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。現在は会報誌「moments（モーメンツ）」、写真年鑑の送付、ウェブサイトの利用などすべてのサービスをご利用いただけるレギュラー会員と、ウェブの利用をメインとしたウェブ会員の2つの会員種別を設け、ライフスタイルに合わせてご選択いただけるようになっています。会員専用の「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、コメントをつけて公開する「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、多くの会員の皆さまにご利用いただいています。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、2013年12月末時点で、レギュラー会員、ウェブ会員を合わせて、総会員数が約20,000名となっています。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「moments（モーメンツ）」表紙



「フォトセッション」の画面



キヤノンフォトサークル「学習Movie」の画面

キヤノンフォトサークルのページへ

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 ビジネスパートナーとの関わり

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皆さまに対して、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コミュニティ」を通じてビジネスパートナーの皆さまに研修プログラムやナレッジ共有の場を提供

キヤノンMJでは、ビジネスパートナーの皆さまを会員とする「ソリューションマスターズコミュニティ（SMC）」で体系的な研修やナレッジ共有の場を提供するなど、営業サポート・アフターサポート担当者を支援しています。

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」となる担当者の役割が重要になっています。そこで、お客さま対応力やスキルの向上に役立つ研修メニューとして、顧客対応力強化研修やセキュリティ対策研修などを用意しています。

さらに2012年には、お客さまが属する業界の内外環境分析、および課題発見・課題解決を担う人材を育成する研修メニューを追加しました。毎年11月には、全国のSMC会員が一堂に会するSMCカンファレンスを開催しています。2013年は62社150名にご参加いただき、全国から寄せられた90件の事例の中から選りすぐられた10件の事例発表を中心に、幅広い情報交換を行いました。

今後もキヤノンMJは、SMC会員への支援を通じて、お客さまへの価値創出活動を継続していきます。



「ソリューションマスターズコミュニティ」のロゴ



SMC会員が集まった2013年のカンファレンスの様子

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。そのために、お取引先さまに対して、「CSR調達ガイドライン」に沿ったアンケート、アンケートを通じた情報交換会、あるいは個別のヒアリングを行い、お取引先さまごとに「弱み」「強み」を明確化して、「弱み」に対する改善をお取引先さまとともに図っていきます。2012年に引き続き、2013年は、約50社のお取引先さまに対し、CSR活動の実態把握を目的としたアンケートをお願いしました。また、これらへの取り組みの一環として、一部のお取引先さまとの情報交換会を行いました。

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めます。
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。

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、キヤノンMJグループの発注部門を対象にした「下請法連絡会」を定期的で開催し、下請法並びに消費税特別措置法に関する周知を図り、これらを遵守した調達活動への取り組みを行っています。

また、キヤノンMJグループ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。

紛争鉱物（Conflict Minerals）問題への取り組み

キヤノンMJでは、キヤノングループの一員として紛争鉱物問題※に取り組んでいます。2013年3月にはキヤノンMJグループのお取引先さまに対して紛争鉱物の調査に関する説明会を開催し、お客さまが安心してキヤノン製品をお使いいただけるよう、製品に使用される鉱物の来歴の確認と紛争鉱物の不使用に向けた取り組みへの協力を要請しました。



紛争鉱物説明会

※ アフリカのコンゴ民主共和国およびその隣接国から産出される一部の鉱物は、グローバルなサプライチェーンを経由して広く流通し、当地の武装勢力の資金源になっているとして、「紛争鉱物」と呼ばれています。米国では米国上場企業に対し紛争鉱物の使用状況などの開示を義務付ける法律が制定されるなど、世界的に関心が高まっています。

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 ビジネスパートナーとの関わり

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調査し、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

キヤノンMJでは、キヤノングループで定めた「キヤノン グリーン調達基準書※」に基づき、仕入商品に対する有害化学物質の廃絶活動を行っています。また、サプライチェーンを含めた環境保全活動を徹底することを目的に、仕入先に対して製品化学物質管理体制に関する定期的な自己チェックをお願いしています。2013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お取引先さまへの要求事項を規定したものの。

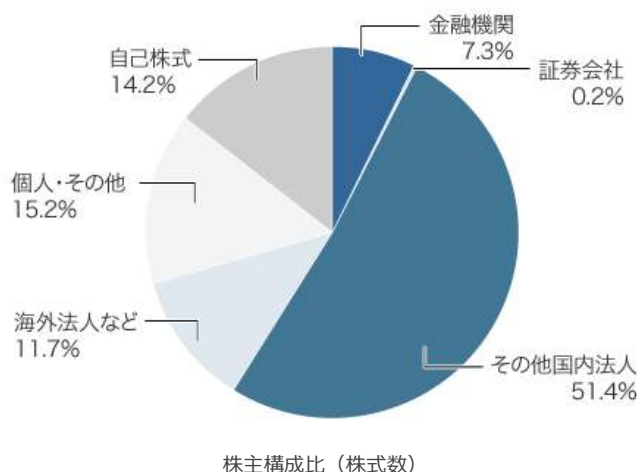
キヤノンマーケティングジャパングリーン調達活動

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、当社の企業価値を伝えるため、「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。また、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。

株主の構成

2013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7.3%、証券会社が0.2%、その他国内法人が51.4%（キヤノン（株）含む）、海外法人などが11.7%、個人・その他が15.2%、自己株式が14.2%となっています。



2013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120社
個人投資家向け説明会（証券会社支店における開催）	5回
個人投資家向けイベントへの参加	2回

投資家向け情報

社外からの評価

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。

キヤノン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、ロンドン証券取引所の100%子会社であるFTSE社（英国）が、世界25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承認されています。



FTSE4Good

FTSE4Goodウェブサイトへ



IRサイトの外部評価

キヤノンMJでは、わかりやすいIRサイトの制作に努めた結果、2013年は、以下の外部評価を得ました。

今後も投資家の皆さまにキヤノンMJへの理解をよりいっそう深めていただくために、さらなる充実に取り組んでいきます。

- 「Gomez IRサイト総合ランキング 2014」で「優秀企業：銅賞」を受賞
- 日興アイ・アール株式会社の「2013年度 全上場企業 ホームページ充実度ランキング」で「総合ランキング 最優秀サイト」を受賞
- 大和IRの「2013年インターネットIR表彰」で「優良賞」を受賞



[Gomez IRサイト 総合ランキングへ](#)



[日興アイ・アール 株式会社サイトへ](#)



[大和インベスター・リレーションズサイトへ](#)

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）

人権と多様性の尊重

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、全従業員に送信さ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。

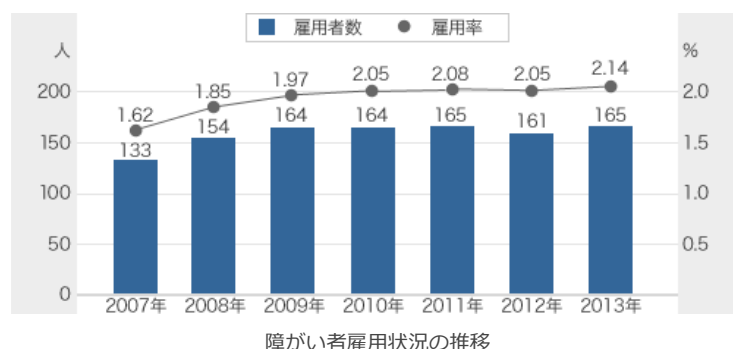
ハラスメントへの対策

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



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、2007年に1.62%だったものが、2013年6月現在、2.14%となっています。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。

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年

雇用者数（人）	133	154	164	164	165	161	165
雇用率（%）	1.62	1.85	1.97	2.05	2.08	2.05	2.14

※ 雇用者数、雇用率は、厚生労働大臣に提出している数値です。

仕事と育児・介護の両立

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



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

- 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。
- マタニティー休業制度・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年生修了時まで勤務時間を短縮可能。
- 介護休業制度
対象となる家族1人につき、最初の休業日から最大1年間取得可能。

キヤノンMJグループ従業員情報（2013年12月末時点）

1. 従業員構成（人）

	グループ	単体
男性	15,243	4,671
女性	3,166	809
合計	18,409	5,480

2. 管理職構成（人）

	グループ	単体
男性	3,509	1,265
女性	68	9
合計	3,577	1,274

3. 有給休暇取得率（％）

	単体
取得率	67.2

4. 育児・介護休業取得者（人）

	グループ	単体
育児	175(1)	29 (0)
介護	4(1)	2(0)

※ () 内は、男性の育児休業取得者数

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	139	82
再雇用	106	58

6. 平均年齢（歳） 単体

	単体
年齢	45.4

7. 平均勤続年数（年） 単体

	単体
勤続年数	21.7

8. 海外従業員数／うち管理職人数（人）

	単体
従業員	324 (300)
うち管理職	48 (43)

※ () 内は、現地採用人数

※ キヤノンITソリューションズグループ7社の合計

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 従業員との関わり

仕事のやりがい向上

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おり、年齢や性別の要素は含まれません。

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、従業員の自己啓発の支援として、勤務地や業務を問わず受講できる通信教育講座（2013年は283講座）のメニューを拡充しています。

また、キヤノンMJでは従業員の英語力の強化のため、社内でのTOEIC-IPテストの実施・公開テストの受験料補助を行っています。2013年の受験者は延べ652名です。

若手従業員の自己啓発プログラム「キヤノンMJ ビジネスアカデミー」

「キヤノンMJ ビジネスアカデミー」は、2008年から開催している若手従業員を対象とした自己啓発プログラムです。2013年の参加人数は、延べ294名に上りました。このプログラムでは、自発の精神に基づいた若手従業員の積極的なチャレンジ精神と自己啓発を育む複数の講座を用意し、参加者の自主性を重んじて、終業後や休日に実施しています。また、ビデオ会議システムにも対応した講座も導入し、勤務地にかかわらず公平に学べる環境を整備しています。また、2011年からは新たに、グローバルな視野を養う講座や英語力を高める講座を開催しています。

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年下期より、経営層が全国の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3回、各回約15名の従業員が参加しています。2011年からは、「中長期の経営方針実現に向けて部門で取り組むべきこと」「部門における課題とその解決策」について開催部門ごとにテーマを設定し、意見交換を行っています。

参加者からは、「経営トップと同じ視点で課題をディスカッションすることで、改善に向けた方向性が共有でき有意義だった」「新たな気づきを得る良い機会となった」「経営層から、自部門への期待や目指すべき方向性を直接聞くことができ、モチベーション向上につながった」などの声が寄せられています。



「現場deトーク」に参加した経営層と従業員の様子

労使関係の発展

キヤノンMJグループでは、労働組合が組織されている企業についてはユニオンショップ制※を採用しています。キヤノン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。

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。また、異動の内示については原則1週間前に行うよう、労働協約に定めています。

※ 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。

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、従業員の健康管理などに注力しています。

安全衛生・健康管理の考え方

キヤノンMJグループは、従業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）※」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」との考え方からこの名がある。「割れ窓理論」「壊れ窓理論」ともいう。

キヤノンMJグループ 安全衛生活動方針

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。

- 本人不注意による災害の防止
- 職場主体の5S活動の実践
- キヤノンMJグループ安全衛生基準の遵守徹底
- 新規事業および新規グループ会社への迅速な対応
- 軽微な事故・違反の撲滅
- より実践的な防災訓練の実施
- 従業員一人ひとりの災害対応力の強化
- 健康診断のグループ一元化と健診結果に基づく徹底したフォローおよび安全配慮
- 自己健康管理の推進
- 「効果的ながん検診」の受診の習慣化とがんを予防する生活習慣の啓発
- 医療費削減を目的としたジェネリック医薬品の利用促進

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

キャノン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、地域・職場ごとに課題と目標を掲げて取り組んでいます。



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ています。さらに精密検査や受診が必要な従業員には、保健師によるフォローや産業医面談などのサポートを行い、対象者への実施率はほぼ100%になっています。また、がんの早期発見のために、30歳以上の従業員にはキャノン健保によるがん検診補助制度を設けるとともに、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。その効果もあり、2012年度（2012年4月から2013年3月末まで）のがん検診受診率は75.7%となっています。

救命救急体制の推進と災害対応力の強化

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。また震災対策として、実践的な防災訓練の実施や防災備蓄品の整備にも取り組んでいます。

- 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
2014年2月現在、キヤノンMJグループの52事業所に合計61を設置
- 社内救命講習会を通じた救命対応の体制づくり
社内救命講習会の実施
AED設置事業所に緊急救命対応フロー図を掲示
- 全国5カ所の健康支援室の保健師・産業医による救命体制を整備
- 防災救護備蓄品の整備と震災時の救急体制づくりの推進



キヤノン S タワー（品川）で行われた救命講習会

報告方針

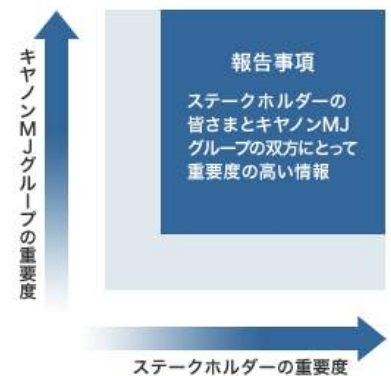
キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、ウェブサイトとPDFそれぞれのツール特性を考慮した上で最適な報告方針を定め、より伝わりやすいCSR報告を目指しています。

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、より重要な取り組みや特長的な取り組みを中心に編集しています。



「CSRサイトトップページ」



PDF（CSR報告書ダイジェスト版）表紙

経済面での報告は、こちらのページへ

[会社情報のページへ](#)

[投資家向け情報のページへ](#)

環境面・社会面での報告は、本報告書へ

[CSR活動のページへ](#)

報告対象期間

2013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する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。

前回の報告

2013年6月

報告サイクル

毎年1回

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

グループ会社については、こちらのページへ

[グループ会社一覧のページへ](#)

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3.1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。

GRIガイドライン対照表

1.戦略および分析

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

2.組織のプロフィール

指標	掲載箇所
2.1 組織の名称	会社概要・役員データ
2.2 主要なブランド、製品および/またはサービス	事業内容
2.3 主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの組織の経営構造	IR資料
2.4 組織の本社の所在地	会社概要・役員データ
2.5 組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	会社概要・役員データ
2.6 所有形態の性質および法的形式	会社概要・役員データ コーポレート・ガバナンス
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）	
2.8 報告組織の規模 <ul style="list-style-type: none"> 従業員数 事業（所）数 純売上高（民間組織について）あるいは純収入（公的組織について） 負債および株主資本に区分した総資本（民間組織について） 提供する製品またはサービスの量 	会社概要・役員データ IR資料
推奨される追加情報 <ul style="list-style-type: none"> 総資産 	

	<ul style="list-style-type: none"> ● 受益所有権（最大株主の身元、株式保有率など） ● 以下に関して国／地域ごとの割合（総収入の5%以上を占める国／地域による売上／収入、総収入の5%以上を占める国／地域によるコスト、従業員） 	IR資料
2.9	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 ● 株式資本構造およびその資本形成における維持および変更業務（民間組織の場合） 	IR資料
2.10	報告期間中の受賞歴	各事業所の取り組み 株主・投資家との関わり 社外からの評価

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）	CSR活動方針と推進体制 報告方針
3.2	前回の報告書発行日（該当する場合）	報告方針
3.3	報告サイクル（年次、半年ごとなど）	報告方針
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	報告方針 お問い合わせ
報告書のスコープおよびバウンダリー		
3.5	<p>以下を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 重要性の判断 ● 報告書内のおよびテーマの優先順位付け ● 組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定 	CSRの考え方 報告方針
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（供給者）など）	報告方針
3.7	報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する	報告方針
3.8	共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列でのおよび／または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の理由	
3.9	報告書内での指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤	環境パフォーマンス データ

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に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	第三者意見

4.ガバナンス、コミットメントおよび参画

指標		掲載箇所
ガバナンス		
4.1	戦略の設定または全組織的監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造（ガバナンスの構造）	コーポレート・ガバナンス
4.2	最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す（兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す）	コーポレート・ガバナンス
4.3	単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび／または非執行メンバーの人数と性別を明記する	コーポレート・ガバナンス
4.4	株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム	コーポレート・ガバナンス
4.5	最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬（退任の取り決めを含む）と組織のパフォーマンス（社会的および環境的パフォーマンスを含む）との関係	コーポレート・ガバナンス IR資料
4.6	最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	コーポレート・ガバナンス
4.7	最高統治機関のメンバーの性別その他多様性を示す指標についての配慮を含む構成、適性および専門性を決定するためのプロセス	
4.8	経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション（使命）およびバリュー（価値）についての声明、行動規範および原則	トップメッセージ CSRの考え方 CSR活動方針と推進体制
4.9	組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または遵守を含む	トップメッセージ CSRの考え方

		CSR活動方針と推進体制 コーポレート・ガバナンス
4.10	最高統治機関のパフォーマンスを、特に経済的、環境的、社会的パフォーマンスという観点で評価するためのプロセス	コーポレート・ガバナンス CSR活動方針と推進体制
外部のイニシアティブへのコミットメント		
4.11	組織が予防的アプローチまたは原則に取り組んでいるかどうか、およびその方法はどのようなものかについての説明	コンプライアンス事業継続
4.12	外部で開発された、経済的、環境的、社会的憲章、原則あるいは組織が同意または受諾するその他のイニシアティブ	CSRの考え方
4.13	組織が以下の項目に該当するような、（企業団体などの）団体および／または国内外の提言機関における会員資格 <ul style="list-style-type: none"> ● 統治機関内に役職を持っている ● プロジェクトまたは委員会に参加している ● 通常の会員資格の義務を越える実質的な資金提供を行っている ● 会員資格を戦略的なものとして捉えている 	CSRの考え方
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	株主・投資家との関わり IR活動の推進 従業員との関わり 仕事のやりがい向上 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて
4.15	参画してもらいたいステークホルダーの特定および選定の基準	株主・投資家との関わり IR活動の推進 従業員との関わり 仕事のやりがい向上
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	株主・投資家との関わり IR活動の推進 従業員との関わり 仕事のやりがい向上 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて

		みんなの笑顔プロジェクト プロジェクトについて
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	CSR行動計画 (2014年以降)

5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標

経済

指標	掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示	
<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"> ● 経済的パフォーマンス ● 市場での存在感 ● 間接的な経済的影響 	投資家向け情報
目標とパフォーマンス	
経済的側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	キヤノンマーケティングジャパングループ長期経営構想フェーズ II (2011年～2015年) キヤノンマーケティングジャパングループ中期経営計画 (2014年～2016年)
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）を記載する</p>	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) 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 (2014年～2016年)
追加の背景状況情報	
<p>組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主な成功事例と欠点 ● 組織の主要なリスクと機会 ● パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 ● 方針の実践またはパフォーマンスの達成のための主要な戦略 	IR資料

経済パフォーマンス指標			
側面：経済的パフォーマンス			
中核	EC1.	収入、事業コスト、従業員の給与、寄付およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出および分配した直接的な経済的価値	未来につなぐふるさとプロジェクト 活動実績 IR資料
中核	EC2.	気候変動による組織の活動に対する財務上の影響およびその他のリスクと機会	
中核	EC3.	確定給付型年金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性別ごとの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	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 ビジネスパートナーとの関わり グリーン調達
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	人権と多様性の尊重
側面：間接的な経済影響			
中核	EC8.	商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて、主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図と影響	社会貢献活動
追加	EC9.	影響の程度など、著しい間接的な経済的影響の把握と記述	

環境

指標	掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示	
<p>下記の環境側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 原材料 ● エネルギー ● 水 ● 生物多様性 ● 排出物、廃水および廃棄物 ● 製品およびサービス ● コンプライアンス 	環境経営の考え方

		<ul style="list-style-type: none"> ● 輸送 ● 全般 	
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	CSR行動計画（2013年） 環境経営の考え方 環境マネジメント
方針			
		上述の環境側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針（または複数の方針）を簡潔に記載するあるいは、これらが公表されている場所（Webのリンクなど）を記載する	CSR行動計画（2014年以降） キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針 環境経営の考え方
組織の責任			
		環境的側面の経営責任を持つ最上位の役職、あるいは、これらの側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上			
		環境側面に関連した研修および意識向上に関する手順	環境人材の育成
監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 ビジネスパートナーとの関わり グリーン調達
追加の背景状況情報			
		<p>組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主な成功事例と欠点 ● 課題に関連する組織の主要なリスクと機会 ● パフォーマンス改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 ● 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順 	
環境パフォーマンス指標			
原材料			
中核	EN1.	使用原材料の重量または量	

中核	EN2.	リサイクル由来の使用原材料の割合	環境パフォーマンスデータ
エネルギー			
中核	EN3.	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	CO2排出量の削減 環境パフォーマンスデータ
中核	EN4.	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	CO2排出量の削減 環境パフォーマンスデータ
追加	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	環境パフォーマンスデータ
追加	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	環境配慮製品・サービスの提供 環境パフォーマンスデータ 未来につなぐふるさとプロジェクト 活動実績
追加	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	環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案 製品の回収・リサイクル活動 環境パフォーマンスデータ 6つの分野での活動
水			
中核	EN8.	水源からの総取水量	
追加	EN9.	取水によって著しい影響を受ける水源	
追加	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			
中核	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外で、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	
中核	EN12.	保護地域および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明	未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて
追加	EN13.	保護または復元されている生息地	環境経営の考え方

			未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて
追加	EN14.	生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置および今後の計画	環境経営の考え方 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて
追加	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			
中核	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	環境経営の考え方 CO2排出量の削減 環境パフォーマンスデータ
中核	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排出量	環境経営の考え方 環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案 環境パフォーマンスデータ
追加	EN18.	温室効果ガス排出量削減のための率先取り組みと達成された削減量	環境経営の考え方 環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案 環境パフォーマンスデータ
中核	EN19.	重量で表記するオゾン層破壊物質の排出量	環境パフォーマンスデータ
中核	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	
中核	EN21.	水質および放出先ごとの総排水量	
中核	EN22.	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	
中核	EN23.	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量	
追加	EN24.	バーゼル条約付属文書 I、II、IIIおよびVIIIの下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	
追加	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、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			

中核	EN26.	製品およびサービスの環境影響を緩和する優先取り組みと影響削減の程度	未来につなぐふるさとプロジェクト 活動実績 環境経営の考え方 環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案 環境パフォーマンスデータ
中核	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	6つの分野での活動
遵守			
中核	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			
追加	EN29.	組織の業務に使用される製品、その他物品、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	環境経営の考え方 CO2排出量の削減 環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案
総合			
追加	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	
<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 雇用 ● 労使関係 ● 労働安全衛生 ● 研修および教育 ● 多様性および機会均等 	従業員との関わり 従業員に関する方針
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、労働側面に関連したパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画 (2013年)
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）を記載する。また、上述の国際的基準との関係を参考のため記載する	従業員との関わり 従業員に関する方針
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	CSR活動方針と推進体制
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	従業員との関わり 仕事のやりがい向上
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	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 ビジネスパートナーとの関わり グリーン調達
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 <ul style="list-style-type: none"> ● 主な成功事例と欠点 ● 組織の主要なリスクと機会 ● パフォーマンス改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 ● 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順 	
労働慣行とディーセント・ワーク（公正な労働条件）パフォーマンス指標			
雇用			
中核	LA1.	性別ごとの雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	従業員との関わり 人権と多様性の尊重
中核	LA2.	新規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	従業員との関わり 人権と多様性の尊重
追加	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	
中核	LA15.	性別ごとの育児休暇後の復職	従業員との関わり 人権と多様性の尊重
労使関係			

中核	LA4.	団体交渉協定の対象となる従業員の割合	従業員との関わり 従業員に関する方針 従業員との関わり 仕事のやりがい向上
中核	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	従業員との関わり 仕事のやりがい向上
労働安全衛生			
追加	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	株主・投資家との関わり IR活動の推進
中核	LA7.	地域別および性別ごとの障害、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	従業員との関わり 人権と多様性の尊重 従業員との関わり 快適な職場環境の整備
中核	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	事業継続 従業員との関わり 快適な職場環境の整備
追加	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	従業員との関わり 快適な職場環境の整備
研修および教育			
中核	LA10.	従業員のカテゴリ別の、従業員あたりの年間平均研修時間	事業継続
追加	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	従業員との関わり 仕事のやりがい向上
追加	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性別ごとの従業員の割合	
多様性と機会均等			
中核	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）の構成および従業員カテゴリ別の従業員の内訳	従業員との関わり 人権と多様性の尊重

追加	LA14.	従業員のカテゴリ別および主要事業別の、基本給与と報酬の男女比	
----	-------	--------------------------------	--

人権

指標		掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示		
	<p>下記の人権側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 投資および調達慣行 ● 非差別 ● 結社の自由および労働協約 ● 児童労働の撲滅 ● 強制労働の防止 ● 苦情および不満に関する慣行 ● 保安慣行 ● 先住民の権利 	従業員との関わり 従業員に関する方針 ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
目標とパフォーマンス		
	<p>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</p>	従業員との関わり 人権と多様性の尊重
方針		
	<p>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）を記載する。また、上述の国際的宣言および基準との関係を参考のために記載する</p>	従業員との関わり 従業員に関する方針
組織の責任		
	<p>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</p>	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上		
	<p>人権側面に関連した研修および意識向上に関する手順</p>	従業員との関わり 人権と

			多様性の尊重
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	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
追加の背景状況情報			
		<p>組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主な成功事例と欠点 ● 組織の主要なリスクと機会 ● パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 ● 方針の施行または目標達成のための主要な戦略および手順 	
人権パフォーマンス指標			
投資および調達の慣行			
中核	HR1.	人権への関心に関連する条項を含む、あるいは人権についての適正審査を受けた、重大な投資協定および条約の割合とその総数	
中核	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）、請負業者およびその他のビジネスパートナーの割合と取られた措置	
追加	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総時間	
無差別			
中核	HR4.	差別事例の総件数と取られた是正措置	
結社の自由			
中核	HR5.	結社の自由および団体交渉の権利行使侵害されるか、もしくは著しいリスクに曝されるかもしれないと判断された業務および主なサプライヤー（供給者）と、それらの権利を支援するための措置	
児童労働			
中核	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および主なサプライヤー（供給者）と、児童労働の効果的廃絶に貢献するための対策	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
強制労働			

中核	HR7.	強制労働の事例に関して侵害されるか、もしくは著しいリスクがあると判断された業務および主なサプライヤー（供給者）と、あらゆる形態の強制労働の防止に貢献するための対策	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
保安慣行			
追加	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			
追加	HR9.	先住民の権利に関係する違反事例の総件数と取られた措置	
評価			
中核	HR10.	人権の調査および／もしくは影響の評価を必要とする業務の比率と総数	
改善			
中核	HR11.	人権に関する苦情申し立ての数および、正式な苦情対応システムを通じて対処・解決された苦情の数	

社会

指標	掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示	
<p>下記の社会側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> • コミュニティ • 不正行為 • 公共政策 • 反競争的な行動 • コンプライアンス（法規制遵守） 	コンプライアンス
目標とパフォーマンス	
上述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	CSR行動計画（2013年）
方針	
上述の側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する、組織全体の方針（または複数の方針）を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所（Webのリンクなど）を記載する	CSR活動方針と推進体制 コンプライアンス従業員との関わり

			従業員に関する方針
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	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上			
		上記社会側面に関連した研修および意識向上に関する手順	コンプライアンス
監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
追加の背景状況情報			
		<p>組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主な成功事例と欠点 ● 組織の主要なリスクと機会 ● パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 ● 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順 	
社会パフォーマンス指標			
コミュニティ			
中核	SO1.	地域コミュニティとの取り決め、影響評価、開発計画などの履行をともなう事業（所）の比率	東日本大震災 復興に向けた取り組み 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて
中核	SO9.	地域コミュニティにネガティブな影響を及ぼしている、または及ぼす可能性の高い事業（所）	未来につなぐふるさとプロジェクト 活動実績
中核	SO10.	地域コミュニティにネガティブな影響を及ぼしている、または及ぼす可能性が高い事業所で実施されている防止策や軽減策	
不正行為			
中核	SO2.	不正行為に関連するリスクの分析を行った事業単位の割合と総数	
中核	SO3.	組織の不正行為対策の方針および手順に関する研修を受けた従業員の割合	コンプライアンス
中核	SO4.	不正行為事例に対応して取られた措置	

公共政策			
中核	SO5.	公共政策の位置づけおよび公共政策立案への参加およびロビー活動	
追加	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	
反競争的な行動			
追加	SO7.	反競争的な行動、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			
中核	SO8.	法規制の違反に対する相当の罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	

製品責任

指標		掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示		
	<p>下記の製品責任の側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> 顧客の健康と安全 製品およびサービスのラベル表示 マーケティング・コミュニケーション 顧客のプライバシー コンプライアンス（法規制遵守） 	品質マネジメント
目標とパフォーマンス		
	製品責任側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画（2013年）
方針		
	製品責任側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針（または複数の方針）を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所（Webのリンクなど）を記載する	品質マネジメント
組織の責任		
	製品責任の側面の経営責任を持つ最上位の役職。あるいは、製品責任の側面に関して、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	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上		
	製品責任側面に関連した研修および意識向上に関する手順	お客さまとの関わり ↓声を活かすしくみ ビジネスパートナー

			との関わり 価値創出のための協働
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	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 ビジネスパートナーとの関わり グリーン調達
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 <ul style="list-style-type: none"> ● 主な成功事例と欠点 ● 組織の主要なリスクと機会 ● パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 ● 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順 	
製品責任のパフォーマンス指標			
顧客の安全衛生			
中核	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	お客さまとの関わり 声を活かすしくみ 6つの分野での活動
追加	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を結果別に記載	
製品およびサービスのラベリング			
中核	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	環境配慮製品・サービスの提供
追加	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	
追加	PR5.	顧客満足度を測る調査結果を含む、顧客満足に関する実務慣行	お客さまとの関わり 声を活かすしくみ
マーケティング・コミュニケーション			
中核	PR6.	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法律、基準および自主規範の遵守のためのプログラム	ブランドマネジメント
追加	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			
追加	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			
中核	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	

国連グローバル・コンパクト対照表

国連グローバル・コンパクトの10原則			掲載箇所
人権	原則1	企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。	CSR活動方針と推進体制 従業員との関わり 人権と多様性の尊重
	原則2	人権侵害に加担しない。	CSR活動方針と推進体制 ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 従業員との関わり 人権と多様性の尊重
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。	従業員との関わり 仕事のやりがい向上
	原則4	あらゆる形態の強制労働を排除する。	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 従業員との関わり 人権と多様性の尊重
	原則5	児童労働を実効的に廃止する。	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 従業員との関わり 人権と多様性の尊重
	原則6	雇用と職業に関する差別を撤廃する。	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 従業員との関わり 人権と多様性の尊重
環境	原則7	環境問題の予防的なアプローチを支持する。	CSR活動方針と推進体制 CSR行動計画 CSR行動計画（2013年） 環境経営の考え方 環境マネジメント キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針 ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
	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。	CSR活動方針と推進体制 CSR行動計画 CSR行動計画（2013年） 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環境方針 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて

	原則9	環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。	CO₂排出量の削減 オフィスコントロール 各事業所の取り組み 物流での取り組み 環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案 製品の回収・リサイクル活動
腐敗防止	原則10	強要と賄賂を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む。	コーポレート・ガバナンス コンプライアンス ビジネスパートナーとの関わり CSR 調達