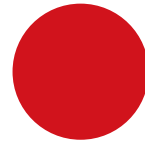


Canon



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

ダイジェスト版



キャノンマーケティングジャパングループ CSR活動方針

キャノンマーケティングジャパングループは、
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

改定日：2014年1月1日

キャノンマーケティングジャパン株式会社

代表取締役社長

社長執行役員

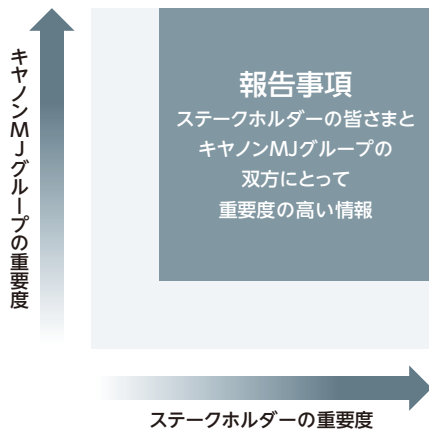
川崎 正己

報告方針

キャノンMJグループでは、2007年からCSR報告書(冊子およびPDF)を発行し、ステークホルダーの皆さまへの情報開示を進めてきました。2010年より環境に配慮し、冊子(紙媒体)としての発行から、ウェブサイトでの報告に切り替えました。

●報告事項についての考え方

ステークホルダーの皆さまから寄せられるご意見や国連グローバル・コンパクト、ISO26000、日本経団連の企業行動憲章、さらには本報告書への第三者コメントを参考として、ステークホルダーの皆さまとキャノンMJグループの双方にとって重要度の高い情報を掲載しています。



●ウェブサイト・PDF(ダイジェスト)における報告範囲

ウェブサイトでは、幅広いステークホルダーからの開示期待に応えるために情報の網羅性と更新性の側面を重視し、またPDF(ダイジェスト)では当社のCSR活動の全体像をわかりやすくお伝えするために、より重要な取り組みや特徴的な取り組みを中心に編集しています。

なお、本報告書にはCSR活動における環境面・社会面の情報を中心に掲載しています。経済面の情報につきましては、ウェブサイトの「会社情報」および「投資家向け情報」にて詳しく開示しておりますので、そちらをご参照ください。

会社情報

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

投資家向け情報

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

対象期間および対象会社

●報告対象期間

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してもステークホルダーの皆さまにとって重要と判断した情報については、適宜更新していきます。

●報告サイクル

毎年1回発行(前回の発行は2013年6月)

●報告対象会社

キャノンマーケティングジャパン株式会社およびキャノンマーケティングジャパングループ会社

●参考ガイドライン

GRIサステナビリティ レポーティング ガイド 第3.1版

CONTENTS

3 トップメッセージ

5 キャノンマーケティングジャパングループが考える「CSR経営」

7 CSR行動計画

9 特集

1 新たな課題解決に貢献するネットワークカメラ

2 AEDと心肺蘇生法の普及で救命率の向上に貢献

13 環境経営

15 情報セキュリティ

17 事業継続

19 コンプライアンス

21 社会貢献活動

22 東日本大震災 復興に向けた取り組み

会社名の表記について

本書中、会社名を下記の略称で表記する場合があります。

キャノンマーケティングジャパングループ

➡ キャノンMJグループ

キャノンマーケティングジャパン株式会社

➡ キャノンMJ

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

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)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、キャノン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へ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。私たちキャノン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、キャノンの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「キャノン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、より具体的に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、キャノンとして70数年、キャノン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。キャノン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。

キャノンマーケティングジャパン株式会社

代表取締役社長

社長執行役員 **川崎 正己**



キヤノンマーケティングジャパングループが考える「CSR経営」

キヤノンマーケティングジャパングループは、「共生」の理念のもと、基本的なCSRを徹底した上で、事業を通じて社会に恩恵をもたらし、企業も存在意義を発揮しながら、サステナビリティを目指します。それによって、私たち企業グループと社会の持続的な相乗発展を実現し、結果として、企業価値・コーポレートブランドの向上につなげていきます。

キヤノングループ企業理念：「共生」

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



ミッション・ビジョン

長期経営構想 フェーズIIより

● ミッション

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

● ビジョン

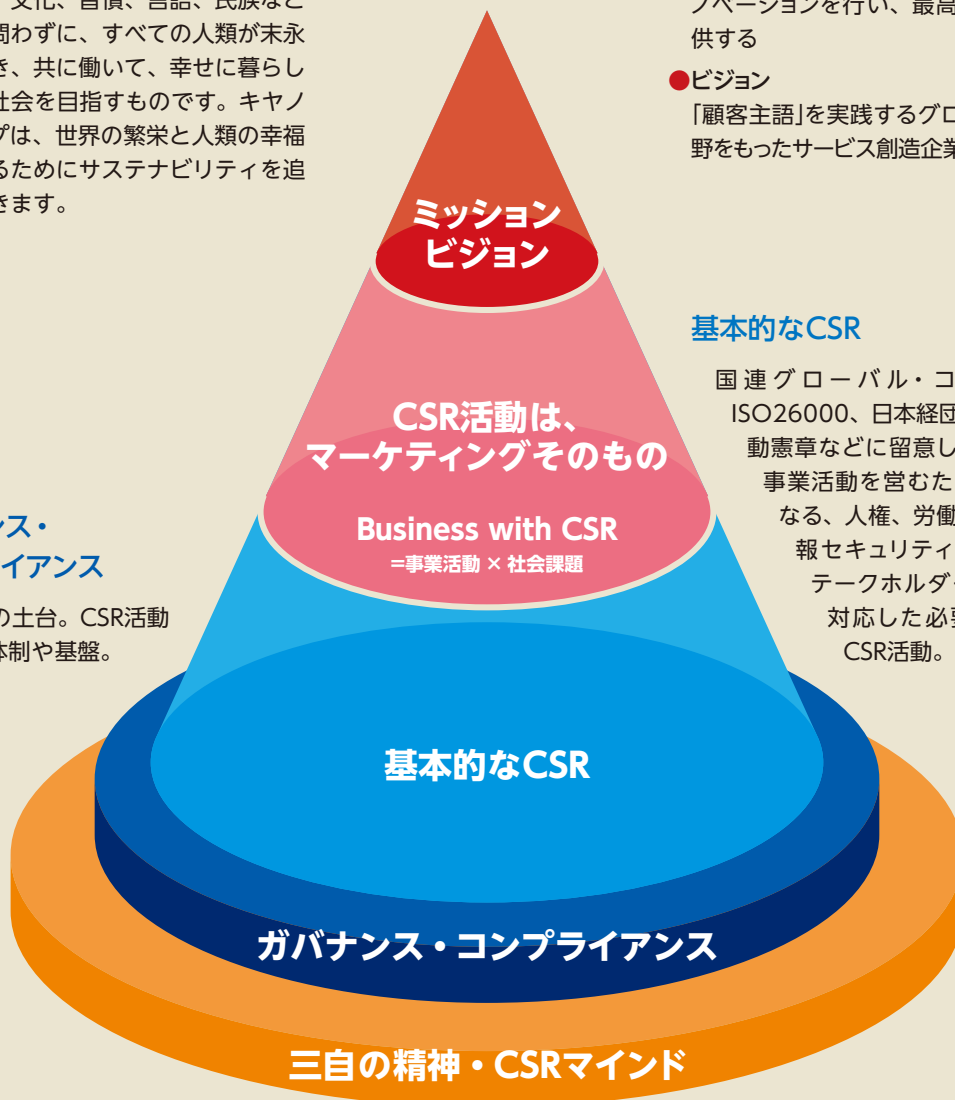
「顧客主語」を実践するグローバルな視野をもったサービス創造企業グループ

ガバナンス・コンプライアンス

事業活動の土台。CSR活動を支える体制や基盤。

基本的なCSR

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



三自の精神「自発・自治・自覚」

キヤノングループ行動指針の原点

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

CSRマインド

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

キャノンマーケティングジャパングループが考える「CSR経営」

CSR活動は、マーケティングそのもの

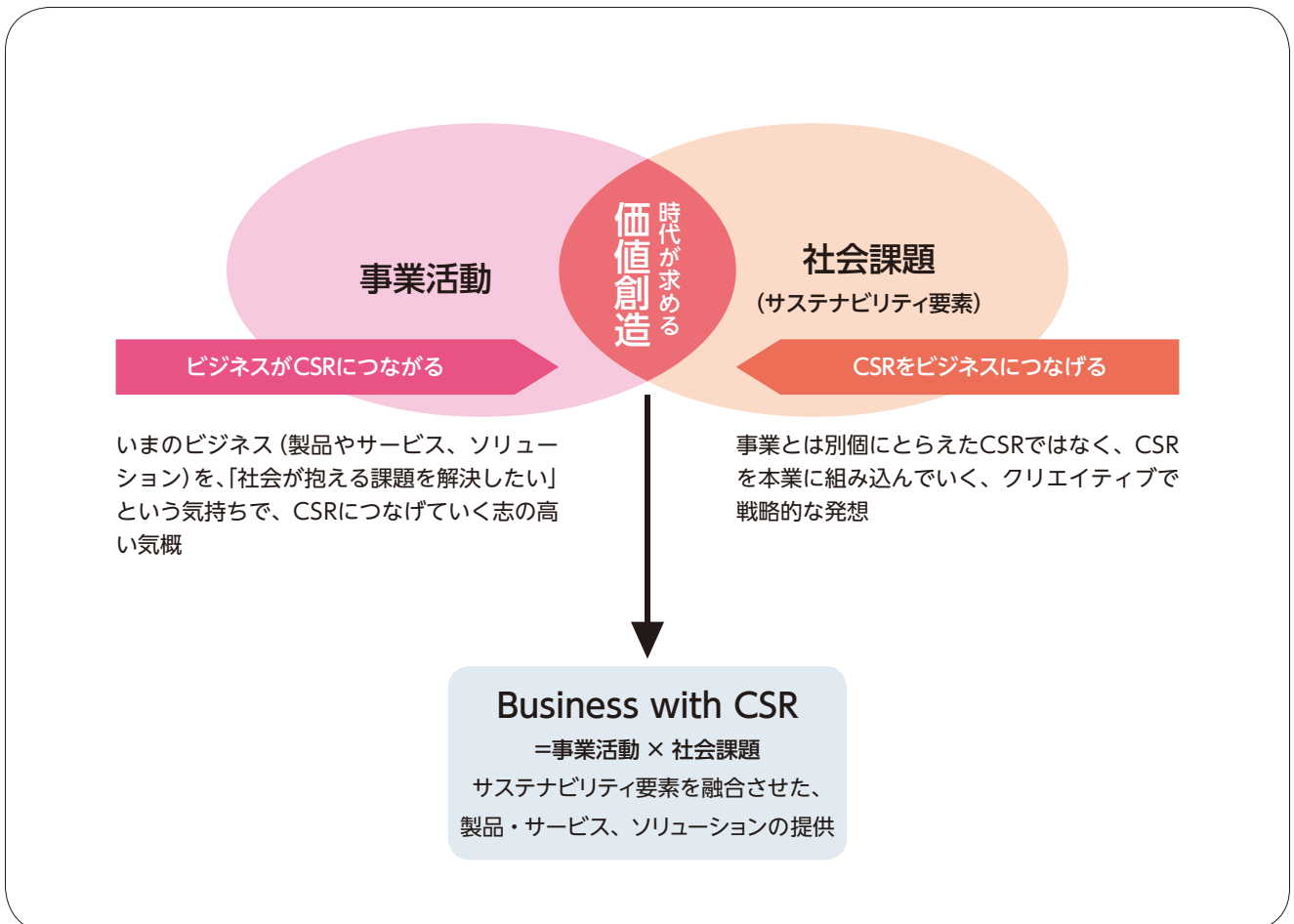
キャノンMJグループでは、マーケティング・イノベーションを行い、めまぐるしく変化する社会のニーズや価値観を敏感かつ的確に読み取り、社会とともに「新しい価値」を提案し、「新しい市場」を創造していくことを目指しています。CSRの本質には、本業を通じて、変わりゆく世の中の要請や期待にきちんと応え、信頼や支持を獲得する、ということがありますので、CSR活動のキーコンセプトを「CSR活動は、マーケティングそのもの」として取り組んでいます。

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

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

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

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



CSR行動計画

テーマ	目標と取り組み項目
価値提供	
本業による社会的課題解決	<p>2013年までに医療機器のラインアップを拡充します</p> <ul style="list-style-type: none"> ●成熟社会の医療サービスに役立つ検査・診断機器のラインアップの拡充とシステム性能の強化 ●在宅や災害医療現場での課題の解決と医療基盤整備を実現する商品・サービスの提供 <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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 <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
品質	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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 <p>2013年までに品質管理レベルの向上を図ります</p> <ul style="list-style-type: none"> ●品質KPI(指標)マネジメントのスキーム強化 <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
知財の創出・活用	<p>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</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
情報のユーザビリティ	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「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
バリューチェーンネットワーク	<p>2013年までにお取引先やお客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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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 <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
コミュニケーション	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
セキュアな社会	
CSR調達	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
BCM	<p>2013年までに首都直下地震と新型インフルエンザ対応のBCPを強化します</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
情報セキュリティ	<p>2015年までにISMSとPMSのグループ全社への拡大を進めます</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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・拡大化により運用を効率化 <p>2015年までに情報セキュリティ対策の最適化を進めます</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
コンプライアンス	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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 <p>2015年まで職場ごとのコンプライアンス・ミーティングを、すべての部門で実施します</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
救急救命	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
人と「くらし、しごと、社会」	
サステナブル人材の育成	<p>2014年までに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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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 <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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
環境との共存	
事業と環境のバランス	<p>2015年のグループのCO₂排出量を5万トン以下にします</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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>2015年までにお客さまのCO₂排出削減への貢献量を10万トン以上にします</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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 <p>2015年まで商品の再資源化率99.8%以上を維持します</p> <ul style="list-style-type: none"> ●使用済み商品の回収サイクルの推進や資源再利用の促進

キヤノンMJグループでは、「価値提供」「セキュアな社会」「人とくらし、しごと、社会」「環境との共存」の4つのテーマに関連する26項目の計画を策定し、活動を行いました。2013年度における活動状況を取り組み項目別にご報告します。

達成度の表記：◎=目標以上、○=目標通り、△=目標未達

2013年の実績	目標の達成度	2014年の活動計画
"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。	○	2014年以降は、ステークホルダーの皆さまからのご期待と当社グループの中長期的経営戦略や事業計画とを勘案し、社外の有識者を交えた議論と経営判断を経て設定した「重点テーマ(マテリアリティ)」に基づき、新たな行動計画を策定していきます。
新たに、ソリューション4品目(Web Plant、ライトニングFAX、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	○	
未来につなが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。	◎	
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、製造事業者等と協力して、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。	◎	
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と達成施策等を共有し、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。	○	
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。	○	
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。	○	
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。	○	
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。	○	
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。	○	
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。	◎	
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。 ●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「トゥーストウース・ガーデンレストラン」にてテーブルフォト撮影 ●名古屋市内にある「名古屋港水族館」にて「EOS 70D」を用いた撮影体験 ●東京都「貫しり水バス」でクルージングしながら東京の景色を撮影	○	
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。	○	
キヤノン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。 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。 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。	○	
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。	○	
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。	○	
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。	○	
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。	○	
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。	○	
下期よりキヤ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%	◎	
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。	○	
キヤノン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。	○	
2013年の通年実績は37,599t(前年36,233t)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(3,423t)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。	○	
2013年の通年実績は119,478 t(前年115,576t)。キヤノン製品・ITソリューションによるCO ₂ 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、お客様先でのCO ₂ 削減貢献量は全体で前年比3.3%増加。	○	
生物多様性保全を目的としたプロジェクト基金と運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ダー古紙混入用紙の販売を開始。	○	
回収・リサイクル質量：14,863t、再資源化率：99.81%	○	

特集

1

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、人の目に近い高性能なカメラと、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。DayNight機能を搭載しカラー撮影と白黒撮影を自動的に切換え、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。

特集1：新たな課題解決に貢献するネットワークカメラ

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ーを両立しています。

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われ方から、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われ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、安全上近づくと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MJ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



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
溝渕篤史さん(右)

昭和20年創業の「京菓子處 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、その際キヤ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。キヤノンMJグループには、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。



新工場に設置された工場見学者用モニター



50周年を迎えた千寿せんべい

特集

2

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ます。



株式会社大林組で実施した心肺蘇生講習

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。

※1 総務省消防庁「平成25年版 救急・救助の現況」より

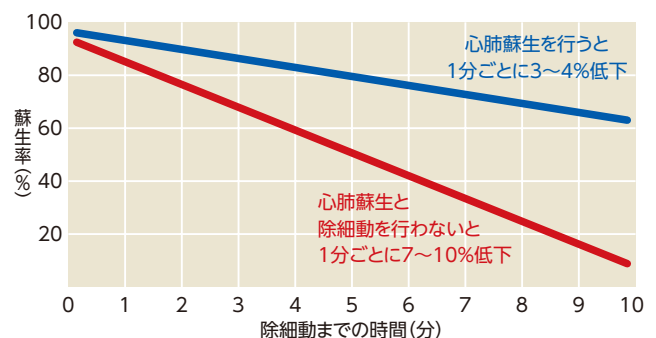
※2 電気的な刺激(電気ショック)などによって心室細動(心室が小刻みに揺れて血液を正常に送れない状態)を取り除くこと

AEDの導入とともに実践的な心肺蘇生講習サービスを実施

キャンノン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。

● 除細動までの時間と蘇生率の関係



大阪ライフサポート協会「AEDを用いた一次救命処置の解説Ver2.2」より

特集2：AEDと心肺蘇生法の普及で救命率の向上に貢献

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。

**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。

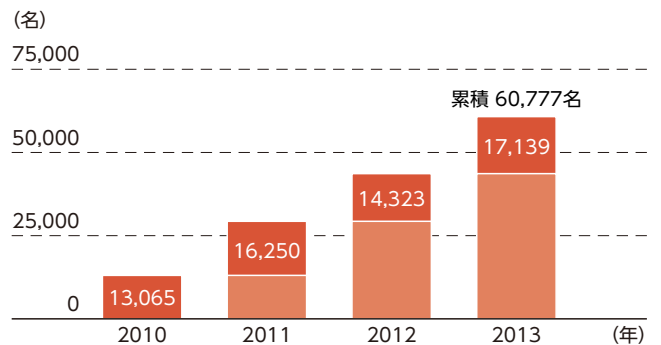
2014年4月現在で、グループ内で約200名の従業員インストラクターがAEDと心肺蘇生講習の普及に取り組んでいます。

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。

● 心肺蘇生講習の実績



お客様の声

今後も、いざという時に役立つ講習を期待しています



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)

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、作業中に持病等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、設置するだけではなく、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。

AED安全使用のためのお願い

AEDは救命処置のための医療機器です。AEDを設置したら、いつでも使用できるように、AEDのインジケータや消耗品の有効期限などを日頃から点検することが重要です。製造販売業者または販売業者が、設置者の保守管理の手間を軽減する独自のサービスをご用意しております。お客様のご都合に合わせて、これらを利用し、いつでもAEDが使える状態にしておいてください。

- AEDを設置した際には、AED管理者が、製造販売業者の推奨する保守点検を実施するとともに、AEDの常時使用可能な状態の確認をしてください。電極パッド、バッテリーの使用期限の確認、および期間内の交換の実施を確実に行ってください。(電極パッドは使い捨てのため、再使用は禁止されております。)
- 製品に同梱された表示ラベルは、電極パッド、バッテリー等の消耗品の使用期限がわかるように本体またはキャリングケース、キャビネット等のわかりやすい位置に設置してください。表示ラベル等が添付されていない場合は、販売業者へ連絡してください。
- 次の場合は管理者が製造販売業者へ連絡してください
・不測の事態が発生したとき ・譲渡するとき(医療販売許可を有する業者に限り) ・廃棄するとき
- 未就学児に対する成人用(標準)モードでのAEDの使用は、小児用パッドあるいは小児用キーによる小児モードを備えたAEDが近くにないなど、やむを得ない場合に限り使用してください。また、未就学児に使用する場合には、2枚のパッドが触れ合わないよう特に注意してください。
- 添付文書を必ずお読みください。

販売名：自動体外式除細動器 AED-2100 カルジオライフ
医療機器承認番号：22100BZX00362000
型番：AED-2100CSET
高度管理医療機器 特定保守管理医療機器

販売名：パワーハート G3 HDF-3000
医療機器承認番号：22200BZI00017000
型番：HDF-3000SET1
高度管理医療機器 特定保守管理医療機器

販売名：ハートスタート FRx
医療機器承認番号：22000BZX00305000
型番：861304
高度管理医療機器 特定保守管理医療機器

販売名：ZOLL AED Plus 半自動除細動器
医療機器承認番号：22200BZI00015000
型番：ZOLL AED Plus
高度管理医療機器 特定保守管理医療機器

環境経営

環境ビジョンやマネジメントシステムの整備を通じて環境経営の基盤を強化し、
 自社グループの事業活動やお客さま・社会の環境負荷低減に取り組んでいます。

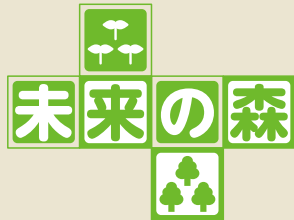
環境経営の考え方

環境ビジョン『未来の森』2015

キャノンの環境ビジョン「Action for Green」を受け、キャノンMJグループでは、環境ビジョン『未来の森』2015を制定しました。

『未来の森』2015

キャノンマーケティングジャパングループは、「共生」の理念のもと、地球上のあらゆる生物の多様性に配慮し、森や故郷を後世に永遠に残すため、豊かさ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。

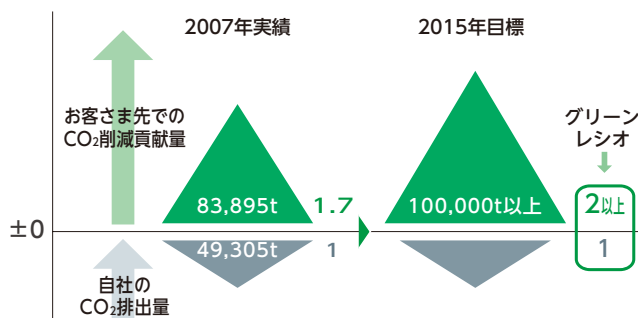


グリーンレシオを設定

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。

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

地球環境にプラス



地球環境にマイナス

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。

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

自社グループでの環境負荷低減

オフィスコントロールの取り組み

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

ワークスタイルの変革

ビデオ会議システムやWeb会議を活用することで、拠点間の人の移動にかかる時間や交通費を削減しています。

また、テレワークによる在宅勤務制度を本社従業員を中心に導入し、場所・時間にとらわれない柔軟な働き方を実現しています。

これらのワークスタイルの変革により、生産性の向上やコスト削減とともに、環境負荷を低減しています



アイシーキューブを利用したWeb会議

物流での取り組み

キヤノンMJグループでは2009年6月より、エプソン販売株式会社との間で共同配送を実施しています。

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

お客さま先での環境負荷低減

環境配慮製品の提供

キ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。



オフィス向け複合機
「imageRUNNER
C3580F-R」

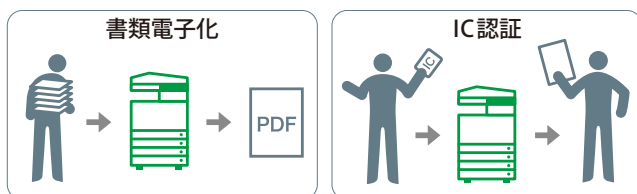
レーザービーム
プリンター
「Satera LBP」

スモールオフィス向け
複合機
「Satera MFP」

製品の使い提案

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。



ITソリューションの提供

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。

● 主なソリューションと環境負荷低減効果

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FAX、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

使用済み製品のリサイクルネットワークを構築

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

また、使用済みカートリッジの回収はご協力いただくお客さまの利便性向上のため、訪問回収や拠点への持込み回収など、ご利用状況に応じたさまざまな回収方法をご用意しています。

使用済みカートリッジ回収と社会貢献との連動

使用済みカートリッジ回収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。



情報セキュリティ

情報セキュリティを重要な経営課題としてとらえ、さまざまな活動を実施しています。

情報セキュリティの考え方と推進フレームワーク

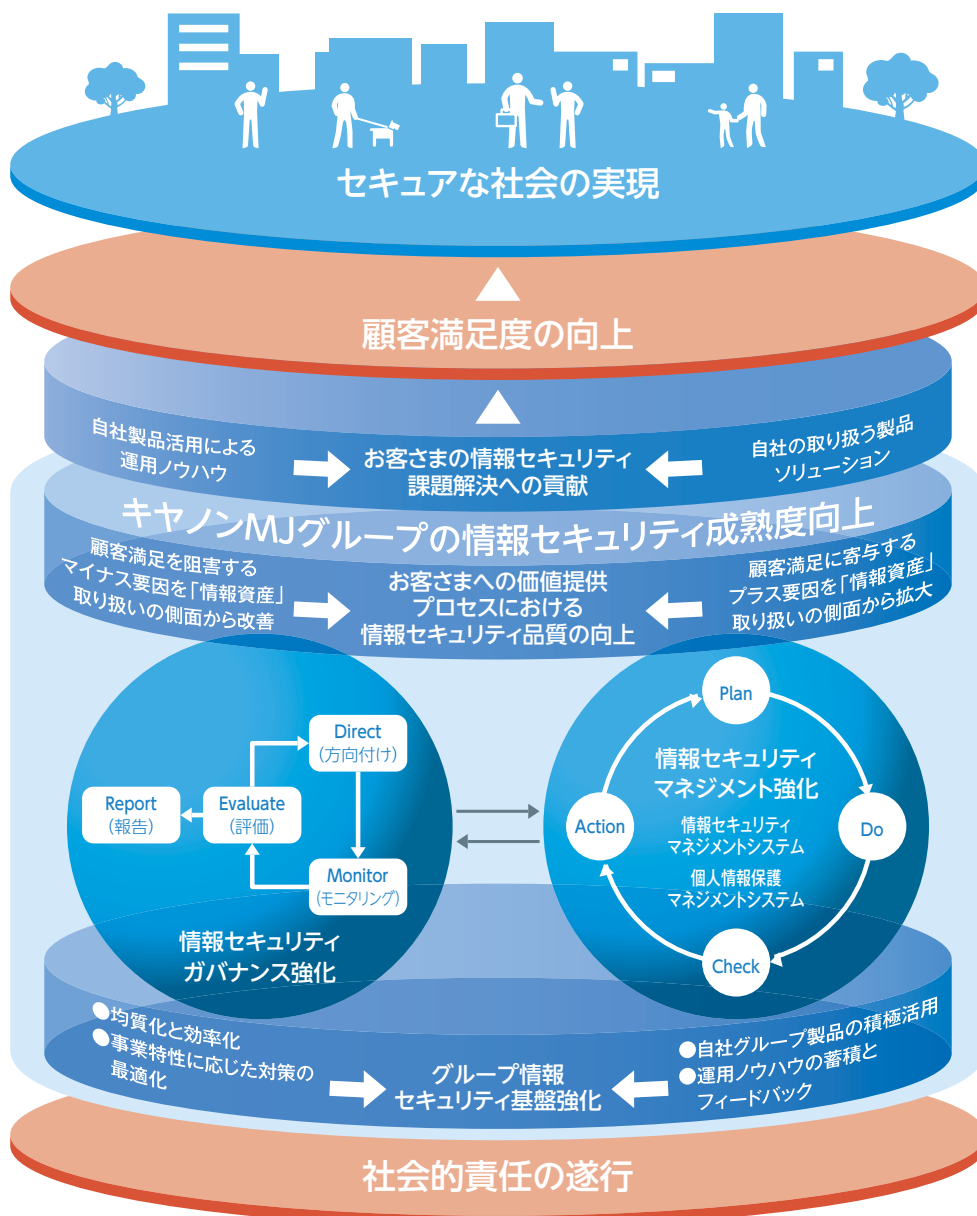
キヤノンMJグループでは、セキュアな社会の実現に寄与するために、「企業の社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」の2つの目的を掲げて取り組んでいます。

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

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

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

私たちの「情報セキュリティ」は顧客満足度の向上を支える業務改善活動です



※情報セキュリティ活動の詳細は、「情報セキュリティ報告書2014」をご参照ください。 <http://cweb.canon.jp/csr/security-report/index.html>

「社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」の具現化に向けた取り組み

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

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

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

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

主要注力テーマ

1. マネジメントシステムのグループ均質化と効率化
2. グループ共通対策と事業特性に応じた対策の最適化
3. 情報セキュリティ人材の育成
4. 情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
5. お客さまへの安心・安全の提供
 - お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上
 - お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

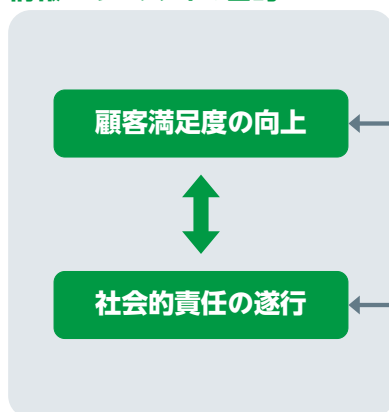
キャノンMJグループは、お客さまへの安心・安全の提供に向けて、ISMS活動を通じた「お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上」に加えて、「お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献」に必要なソリューションを提供しています。

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

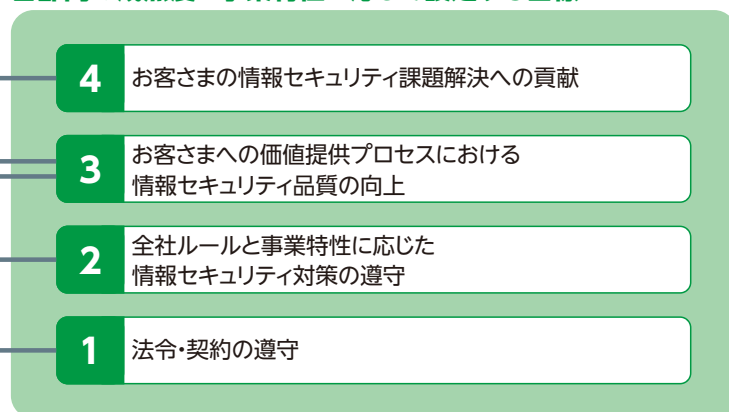
ITガバナンスの確立や内部統制の強化を実現するIT全般統制の視点から、お客さまの情報セキュリティ強化に必要なソリューションをトータルに提供しています。

● グループ共通の活動目的と部門の目標

グループ共通の情報セキュリティの目的



各部門の成熟度と事業特性に応じて設定する目標



事業継続

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

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

キャノン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。

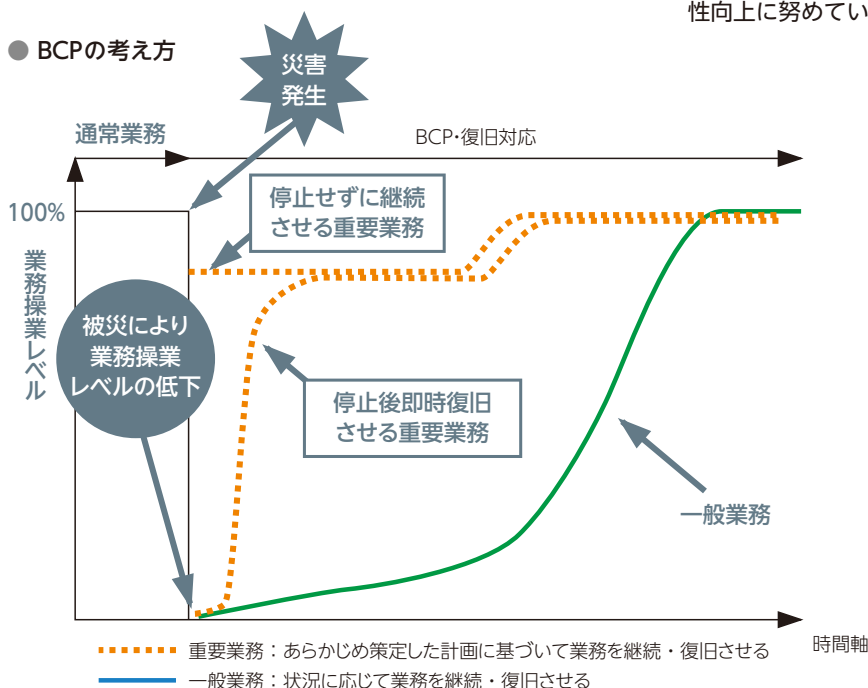
●首都直下地震対応BCP

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。

●BCPの考え方



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、キャノンMJグループ全社のBCP方針の審議、PDCAマネジメントサイクルの管理などを行っています。

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。

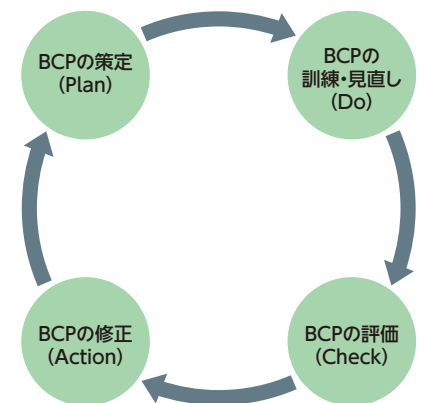
シミュレーション訓練

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

●PDCAサイクルの運用



■ オフィスの耐震対策

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

■ 主な耐震対策

● レイアウトによる対策

オフィス什器、OA機器の配置場所、間隔などレイアウトの基準を詳細に設け、移動や転倒による被害を防止

● オフィス什器・機器の固定による対策

オフィス什器や複写機などのオフィス機器の固定基準を設け、移動や転倒による被害を防止

● 5Sの徹底による対策

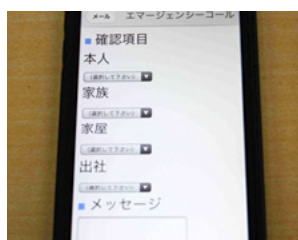
棚、キャビネットなどのオフィス什器の上には物を置かないことを徹底し、飛散や、落下による被害を防止

■ 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

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



安否確認システムの入力画面

■ BCMメールマガジンの配信

キャノンMJグループ全従業員へ定期的に、防災・BCMに関するメールマガジンを配信しています。災害発生時にはどのような行動をとればよいのか、会社はどのような準備をしているのかなど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。



■ 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)

キャノン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等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、品川本社ビルキャノン 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等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

コンプライアンス

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

コンプライアンス活動の考え方

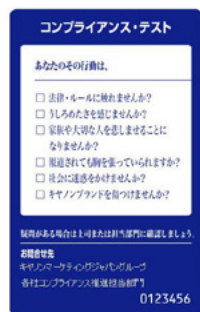
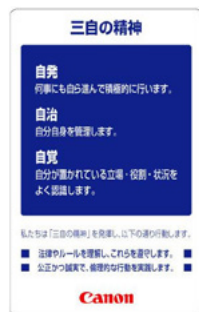
キヤノンMJグループは、コンプライアンスを法令遵守にとどまらず、「法令や社会のルールを守り、社会正義を堅持し、社会の期待に応え続けていくこと」ととらえ、一人ひとりが高い倫理観と遵法精神を備えた個人として行動するよう、「意識」、「知識」、「組織活動」の3つの視点でコンプライアンス活動を推進しています。

● キヤノンMJグループのコンプライアンス活動

<p>意識啓発活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 経営層からのメッセージ ● 「キヤノングループ行動規範」 ● 「コンプライアンス・カード」 ● 意識啓発教育 	<p>組織活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「コンプライアンス・ミーティング」(年2回) ● コンプライアンス意識調査(年1回) ● 「スピーク・アップ制度」 ● 人事評価との連動
<p>知識教育活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ● メールマガジン「今週のコンプライアンス」(毎週) ● 「実践!企業倫理読本」 ● コンプライアンスウェブ教育(年1回) 	

● 「キヤノングループ行動規範」の項目

- **経営姿勢**
 - 1.社会への貢献
優れた製品の提供/消費者保護/地球環境保護/社会文化貢献/コミュニケーション
 - 2.公正な事業活動
公正競争の実践/企業倫理の堅持/適切な情報提供
- **役員・社員行動規範**
 - 1.企業倫理と法の遵守
公正・誠実/適法な業務遂行/ルールの適正解釈
 - 2.会社資産の管理
資産の厳格管理/不正利用の禁止/知的財産権の保護
 - 3.情報の管理
ルールに基づく取り扱い/私的利用の禁止/インサイダー取引の禁止/他社情報の不正取得の禁止/他社情報の適切な取り扱い
 - 4.利益相反と公私の区別
利益相反の回避/贈与・接待・利益供与の禁止/未公開株式の取得禁止
 - 5.職場環境の維持・向上
個人の尊重と差別の禁止/セクシャルハラスメントの禁止/銃刀・薬物の持込禁止



コンプライアンス・カード

コンプライアンス意識啓発教育

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

● コンプライアンス意識啓発教育の内容

新入社員研修(毎年4月)
市民生活と会社生活の違い、コンプライアンスリスクとインパクト、キヤノン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)
職場におけるコンプライアンス問題の発生要因、職場責任者としてのコンプライアンス上の立場・役割

メールマガジン「今週のコンプライアンス」の毎週配信

コンプライアンス実践に必要な知識・情報の周知を図るため、2004年6月よりメールマガジン「今週のコンプライアンス」を毎週配信しています。この「今週のコンプライアンス」は、コンプライアンスに関しての基本的な考え方や関連法令・ルールのポイント、各種事例、社会情勢に基づいたテーマなど、業務・事業活動上で役立つ知識・情報および注意点と対策などをタイムリーにグループ全従業員に提供しています。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

「コンプライアンス・ミーティング」の実施

職場内でのコンプライアンス意識向上と具体的な行動の促進およびコミュニケーション強化を目的として、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。

「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。

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)

内部通報制度の運営

グループ内の事業活動や業務遂行に関して、法令や企業倫理に反する事態が生じた場合に、その違反事実を早期に発見し、是正・再発防止を図ることを目的として、内部通報制度「スピーク・アップ制度」を設置・運営しています。

「スピーク・アップ制度」では、通報者・通報内容の秘密を守ること、通報したことで人事上の不利益な取り扱いを受けないことを「スピーク・アップ制度規程」で明文化しているほか、通報者の利便性に鑑み、社内だけでなく弁護士事務所にも受付窓口を設置しています。

通報された内容は、直ちに事実関係などを調査し、通報者に対し適宜フィードバックするとともに、CSR委員会に報告されます。

コンプライアンス意識調査の実施

コンプライアンス意識レベルを定量的に把握し、そこから発見した課題を認識、改善するために、年1回グループ全従業員を対象にコンプライアンス意識調査を実施しています。

● 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、コンプライアンス活動主体について、キャノンMJグループ全従業員約20,000名を対象に、無記名式で調査を実施しました。回答率は、グループ全体で93.4%となりました。

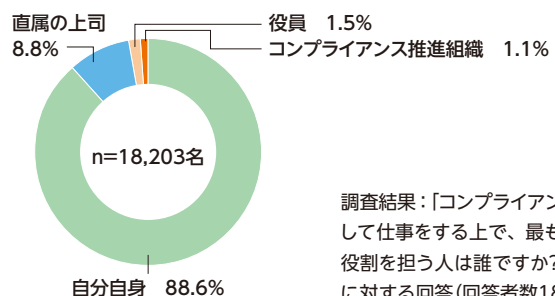
コンプライアンス「意識」・「知識」・「行動」レベルの調査結果

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」・「知識」・「行動」のすべてが高い水準を維持しました。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調査、活動主体の結果

「今週のコンプライアンス」、「コンプライアンス・ミーティング」など、すべてのコンプライアンス施策で肯定回答が90%以上を示し、多くの従業員から有効と評価されています。

「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、自分自身が中心となって取り組むとの認識が高まっています。



調査結果: 「コンプライアンスを徹底して仕事をする上で、最も重要な役割を担う人は誰ですか?」の設問に対する回答(回答者数18,203名)

社会貢献活動

より良い社会の実現を目指し、さまざまな活動を行っています。

未来につなぐふるさとプロジェクト

キヤノングループは、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。

2013年は、国内14地域で35回の活動を行い842名の従業員と家族が参加しました。

また、使用済みカートリッジ回収量や用紙の販売数に応じた金額を同プロジェクトの活動資金とするなど事業と連携して活動を推進しています。



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

写真文化の発展に寄与する「写真甲子園」への協賛

キヤノンMJは、“写真の町”北海道東川町で開催されている「写真甲子園(全国高等学校写真選手権大会)」に協賛しています。

この大会は1994年より毎年開催され、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。

キヤノンMJでは、すべての本戦出場校にデジタル一眼レフカメラEOS、EFレンズ、インクジェットプリンターPIXUSの貸出と、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

中高生の企業訪問に協力

キヤノン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、AED使用体験、キヤノンの環境の取り組みのレクチャーなど4つのプログラムから1つをお選びいただけます。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

東日本大震災 復興に向けた取り組み

～震災を風化させず、復興に向けて着実に歩んでいくために～

東北復興推進室の取り組み

復興のためにキャノンにできること

キャノンMJグループは、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、大学等学術機関、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。

キャノン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ャノンの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

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。



仙台駅での催事の様子



催事用POPサンプル

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年後のグ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

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

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きました。



写真撮影の様子

CSR活動ウェブサイトのご案内

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



ウェブサイト

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



キヤノンマーケティングジャパン株式会社

〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 CANON STOWER