



Canon Marketing Japan Group **CSR Report 2015**

キャノンマーケティングジャパングループ
CSR 報告書 2015

ダイジェスト版

キヤノンマーケティングジャパングループ 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

改定日：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

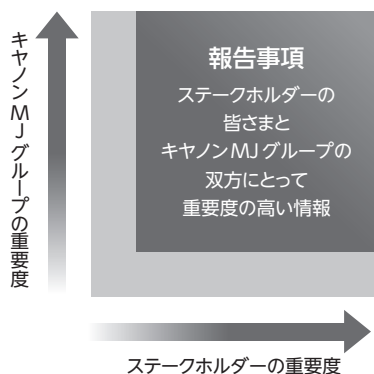
坂田正弘

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/corporate/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

2014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2014年6月)

報告対象会社

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

参考ガイドライン

GRI サステナビリティ レポートینگ ガイド 第3.1版

CONTENTS

03… トップメッセージ

05… 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」

07… CSR行動計画

11… 特集

- 1 医療格差の解決と医療費抑制に寄与する、医用画像クラウドサービス基盤「Medical Image Place」
- 2 3Dソリューションで日本のものづくりの復権と進化に貢献

15… 環境経営

17… 情報セキュリティ

19… 事業継続

21… コンプライアンス

23… お客さまとの関わり

24… ビジネスパートナーとの関わり

25… 社会貢献活動

26… 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

本文中、会社名を下記の略称で表記する場合があります。

キャノンマーケティングジャパングループ

⇒ キャノンMJグループ

キャノンマーケティングジャパン株式会社

⇒ キャノンMJ

キャノンシステムアンドサポート株式会社

⇒ キャノンS&S

キャノンITソリューションズ株式会社

⇒ キャノンITS

キャノンライフケアソリューションズ株式会社

⇒ キャノンLCS

キャノン株式会社

⇒ キャノン

社員一人ひとりが自発的に取り組む CSR活動を目指します。



2014年を振り返って

2008年のリーマンショック以降、世界のどこかで経済的、社会的な変化が起こると、それが他国にも、企業にも影響を与える傾向がより鮮明になってきました。また、東日本大震災をはじめとする自然災害の発生は、個人や企業の価値観にも大きな変化をもたらしました。

こうした中で迎えた2014年は、食品への異物混入や情報漏えいなど、問題そのものもさることながら、その後の企業の対応に、より注目が集まる一年となりました。問題を未然に防ぐ努力を常に行う一方、「有事の際にいかなる対応ができるか」が強く問われる時代になってきていると感じています。

キャノンMJグループのCSRの考え方 ～ Business with CSR ～

キャノンMJグループがCSR活動の考え方として掲げる「Business with CSR」は、CSRを常に意識して事業を進めていくという私たちの姿勢をあらわしています。企業は社会と関わりを持たずに事業を進めることはできません。常に両方が寄り添った形が理想的だと思います。その理想に近づくためには、「私たちは社会とともにある」という感覚を、社員一人ひとりが持つことが重要です。CSR活動を推進する当事者である社員が意識を高く持ちながら、社会課題を解決する事業に挑戦していくことで、社会から受け入れられ、その結果、企業として成長していけると考えています。

また、その際は、「キャノンらしさ」を特に大事にしています。これまで、私たちがカメラや複合機、プリンター、ITソリューション、産業・医療機器で培った技術やノウハウをさまざまな分野に活用することが、結果として社会課題の解決に貢献するビジネスにつながっていくと思います。

社会課題を捉えたソリューション

社会課題の解決につながるキャノンらしい事業の中で注力しているものとして、医療分野で用いられている画像関連のソリューション、医用画像クラウドサービス基盤「Medical Image Place」があります。クラウドを用いたこのソリューションを導入することで、読影専門医（医療用画像を読影する専門医）による遠隔医療が可能になるので、専門医のいない地域においてもスムーズに質の高い医療が受けられるようになります。このソリューションは、専門医不足という地域医療における課題を解決することから社会的需要も高まっており、今後はサービスの内容を拡充しながら、展開していきたいと考えています。

また、3Dソリューション分野も社会に貢献できる事業といえます。現実に見えているものと、3Dの画像や映像を合成することにより、実際にはないものを、あたかも本当にあるように見せるMR（Mixed Reality：複合現実感）システムによって、新商品開発に必要な試作のスピードアップやコストダウンを実現。さらには試作回数削減により廃棄物の排出を抑制し、環境負荷を低減します。日本の得意分野である製造業を輝かせることができるソリューションです。そして今後は、医療分野への応用も期待されています。たとえば、CT画像などからの3D画像解析や、3Dプリンターでの出力を可能にするので、患部をいろいろな角度から見るできるようになり、従来にない診断・診察を実現します。

東北復興に向けた取り組み

私自身が営業職だった頃、さまざまな企業の皆さまから阪神・淡路大震災の話聞いていたこともあり、「災害が起こった際、企業には何ができるだろう」という想いがありました。そのため、東日本大震災が起こったときは、阪神・淡路の教訓を活かし、「早く支援を開始しなければならない」「支援のアンマッチを起こしてはならない」とい

う2つの想いで、本部長クラスの社員に現地に駐在してもらい、困っている方々の正確な状況把握をスタートさせました。そして2012年に「東北復興推進室」を立ち上げ、仙台支店を拠点に、産・学・官と連携して時間とともに変化する現地の課題を捉え、それらを全社で情報共有しながら、「私たちにできることは何か」を考え、実行しています。

現在は、再び地震が発生することを想定した防災・減災の課題を中心にさまざまな活動に取り組んでいます。津波を監視するネットワークカメラの設置のほか、MRシステムを活用した震災遺構の保存や防災教育などを行っています。今後も、キャノンMJグループならではの技術を活かして、東北の復興に貢献していきます。

「CSR経営」で新たな価値を創出する

キャノンMJグループにとって、CSR活動と事業活動を分けて考えることはできません。現在策定を進めている2020年に向けた5か年計画「長期経営構想フェーズⅢ」においても、CSRの視点をいかに事業活動に取り入れるかが重要であると考えています。

そして、その具現化にあたっては、お客さまとの接点を重視していきます。キャノンMJグループの行動指針である「顧客主語」を実践し、私たちがお客さまの立場で考えてこそ、その背景にある社会課題をしっかりと捉えたソリューションを創造できるからです。

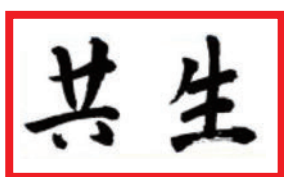
このようにして、社員一人ひとりがCSRの視点を持ち、自発的に社会的価値を生み出す姿が、私たちが目指す「CSR経営」です。社会課題に強く関心を持ち、自分自身の役割を認識し、行動に移していくことが、グループとしての総合力を高めると確信しています。私たちキャノンMJグループは、この「CSR経営」を推し進め、新たな価値を創出してまいります。

キャノンマーケティングジャパン株式会社
代表取締役社長
社長執行役員
坂田 正弘

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

CSR活動は、マーケティングそのもの

Business with CSR = 事業活動 × 社会課題

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。

ガバナンス・コンプライアンス

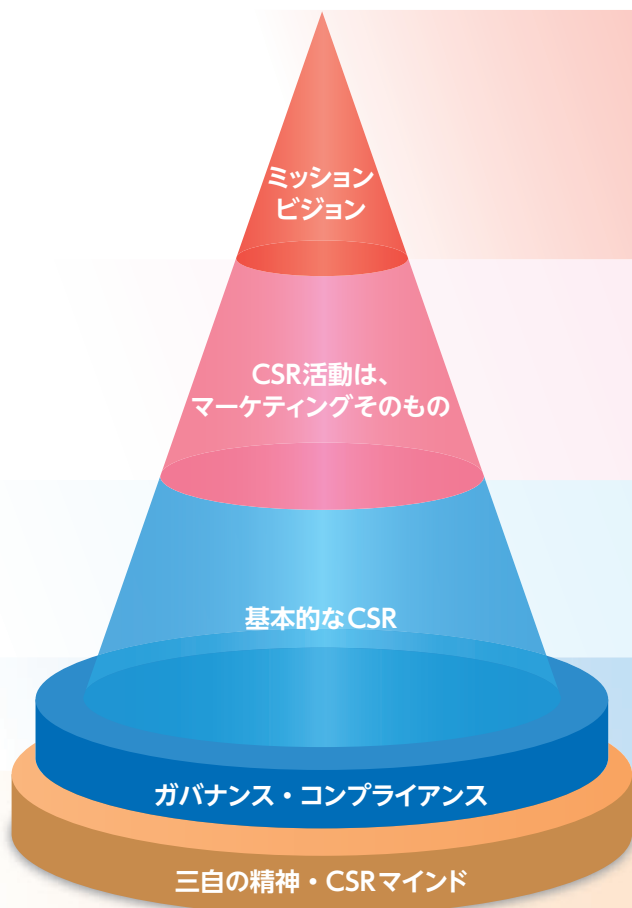
事業活動の土台。CSR活動を支える体制や基盤。

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、誇りと自覚を持って、その担い手として主体的・自発的に取り組む姿勢。組織風土の要となる。



CSR活動は、マーケティングそのもの

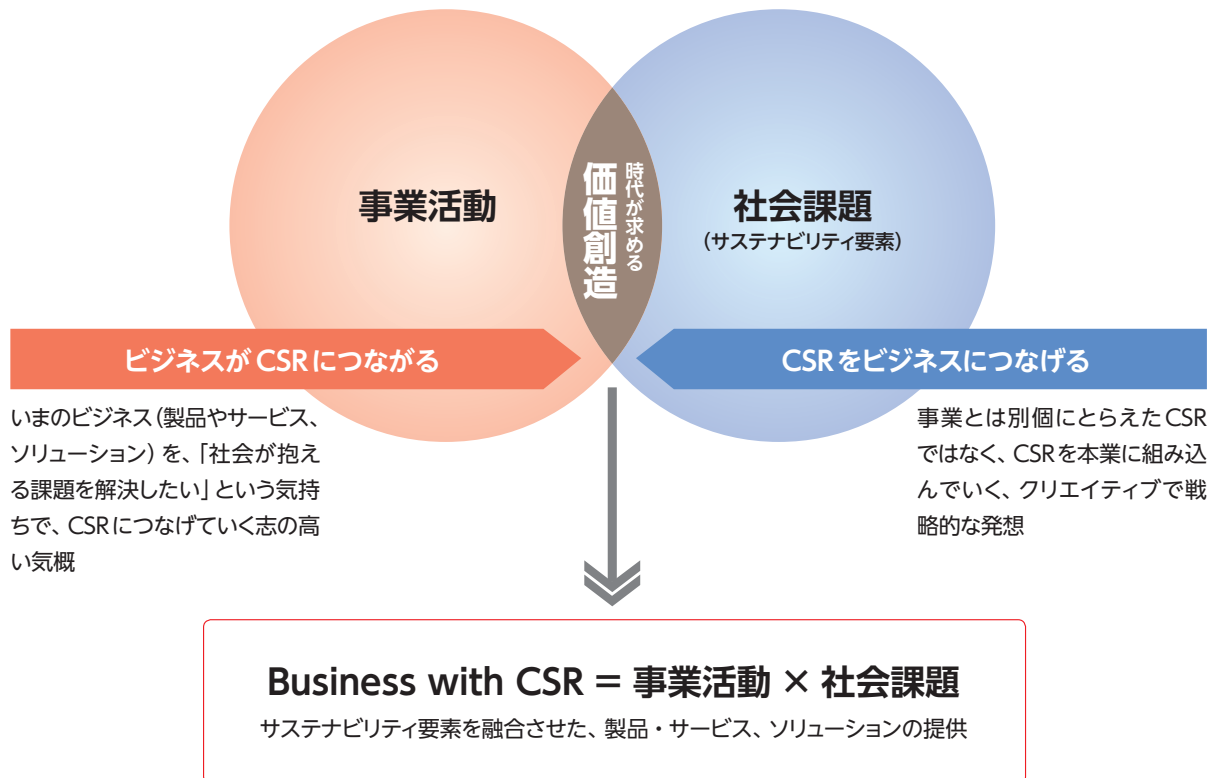
キャノンMJグループでは、マーケティング・イノベーションを行い、めまぐるしく変化する社会のニーズや価値観を敏感かつ的確に読み取り、社会とともに「新しい価値」を提案し、「新しい市場」を創造していくことを目指しています。CSRの本質には、本業を通じて、変わりゆく世の中の要請や期待にきちんと応え、信頼や支持を獲得する、ということがありますので、CSR活動のキーコンセプトを「CSR活動は、マーケティングそのもの」として取り組んでいます。

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

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

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

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



CSR行動計画

キャノンMJグループは、6つの重点テーマ(マテリアリティ)と5つの基盤となるテーマに基づいた「CSR行動計画」を策定し、活動を行っています。2014年度における活動状況をテーマ別にご報告します。

テーマ	2014 - 2016 中期テーマ	2014年の施策	実施会社
1 写真・映像分野での価値創造	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	キャノン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	キャノンMJ
2 環境・情報セキュリティ分野でのソリューション創造	環境・情報セキュリティ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：お客さま先でのCO ₂ 排出削減への貢献量 年間10万トン以上	キャノンMJグループ
		中小企業向けITソリューションの拡大	キャノンMJ/ キャノン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
3 健康・医療分野でのソリューション創造	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	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ソリューションビジネスの拡大	キャノンITS
		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
4 品質向上と品質管理の強化 (商品・サービス品質)	商品・サービスに関する品質向上と品質管理の強化	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10万名以上	キャノンMJ/ キャノンS&S
		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

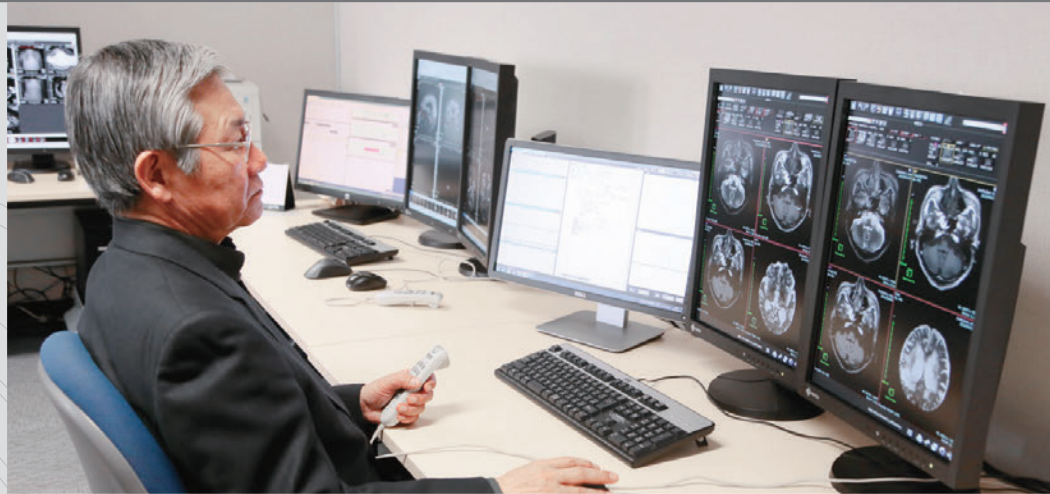
2014年の実績	自己評価	2015年の施策
全国8拠点(横浜、仙台、広島、大宮、東京、千葉、秋田、福岡)でさまざまな参加体験型イベントを実施し、多くのお客さまに参加いただいた中でも、特に鉄道・花火・夜景を被写体とした催しの人気が高かった	○	継続
ユーザーへのアンケート結果をもとに、撮影上達術/撮影スポット/ユーザーの声/オンラインアルバムを紹介するコンテンツなど各種作成協賛イベントチケットのプレゼント企画などを実施	○	継続
●お客さま先のCO ₂ 年間削減貢献量：131,172t-CO ₂ ●グリーンレシオ*：1:3.0 *「自社のCO ₂ 排出量」と「お客さま先のCO ₂ 削減貢献量」の比	◎	継続
●外部評価実績 ●キヤノンS&S：フォーティネット社(米国)が認定するFortinet Partner Programの「Goldパートナー」の資格取得 ●販売実績 ●キヤノンS&S：FortiGateシリーズ累計販売台数国内No.1 販売実績(累計)33,338台 ※2014年12月末時点 ●IT保守(ファイアウォール製品メンテナンスサービス) 契約件数9,131台 ※2014年12月末時点 稼働FortiGateにおけるIT保守添付率52% ●新たにリリースしたソリューション ●中小オフィス向けIT支援サービス「HOME-UNIT2」 ●中小企業向けBCP対策ソリューション「沖縄DRパック」 ●中小企業向けOffice365対応クラウドサービス「いつでもリモートオフィス」 ●中小企業向けビデオ会議システム「telyHD Pro」 ●IT保守 メンテナンス付リース(UJM/サーバー/PCのIT保守をハードウェアと一緒にリースで提供するサービス)	○	【一部変更】 中小企業向け ITソリューション事業の拡大
●新たにリリースしたソリューション ●小型軽量を実現しながらハイビジョン撮影が可能な「VB-S805D/VB-S905F」	○	継続
●エネルギー(電力)管理状況 ⇒PUE1.4(設計値)のデータセンター設備による省電力化 ●データセンター運営安定稼働状況 ⇒設備面・運営面において安定的なデータセンターサービスを継続 ●セキュリティ事故発生状況 ⇒重大なセキュリティ事故なし	○	継続
●外部評価実績 ●「日経コンピュータ 顧客満足度調査 2014-2015」の「セキュリティ製品」部門で第1位(2年連続) ●「日経コンピュータ パートナー満足度調査 2014」の「セキュリティ製品(クライアント管理系)」部門で第1位 ●販売実績 ※2014年12月末時点 ●GUARDIANWALL…国内導入実績1位、国内シェア1位 ●ESETセキュリティ ソフトウェアシリーズ 販売実績(累計)217,000社(1,202万ライセンス) ●新たにリリースしたソリューション ●GUARDIANWALL 仮想アプライアンス版(5月) →クラウド基盤への導入が容易に ●ESET ゲートウェイ製品 →メール、ウェブの通信も実績のあるESETのエンジンで検査 ESET MailSecurity for Linux(5月) ESET WebSecurity for Linux(10月) ●SECUI MF2 Virtual Edition(12月) →ソフトウェアUTM。仮想環境上に導入可能	◎	継続
●新たにリリースしたソリューション 【医画像】 ●Extage サブトラクションシステム ●Extage DIP for CXDI ●デジタルカメラ医療画像管理システムMedical Photo Solution ●遠隔読影インフラサービスMedical Image Place 【感染管理】 ●滅菌バッグCRシリーズ ●過酸化水素ガス滅菌器ES-700i短時間処理サイクル(ショートサイクル)搭載モデル 【調剤】 ●薬剤自動分割分包機 AX45f ●PTPシート直接装填錠剤供給ユニットDrop8 【眼科】 ●ノンコンタクトトメーター TOMEY FT-01 ●オートレフケラトメーター TOMEY RC-01 ●ポータブル無散瞳デジタル眼底カメラ OPTOMED M5 PRO	○	継続
●2014年までの心肺蘇生法講習の受講者数：延べ83,770名(実施件数5,908件)	◎	継続
●キヤノン製品以外の外部調達製品における、製品安全実現に向けた品質マネジメントルールの整備と事業部門における運用体制の強化、グループ会社への展開 ●品質PL委員会を通じた、最新品質情報の逐次共有と対策の実行	○	継続
●購入品の有害化学物質不使用の確認 ●仕入先の有害化学物質廃絶体制の確認 ●仕入先への環境、紛争鉱物などに関する啓蒙活動(ダイアログ活動)	○	継続
●再故障率が対前年比で改善	○	継続

	テーマ	2014 - 2016 中期テーマ	2014 年の施策	実施会社
重点テーマ	5 お客さまへの対応力の向上 (対応・対応品質、CS)	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 (Customer Satisfaction : 顧客満足) KPI マネジメントの強化	キャノンMJグループ
			お客さま対応・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
6 省資源・省エネルギーの強化	【一部修正】 地球温暖化防止・製品リサイクル推進と 環境情報の積極的発信	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	キャノンMJグループ	
CSRの基盤となるテーマ	7 コンプライアンス	グループ全従業員に対する 多面的な教育・啓発の推進	メールマガジンによる情報配信の実施 「コンプライアンス・ミーティング」の実施 「コンプライアンス意識調査」の実施	キャノンMJグループ
	8 情報セキュリティ	ISMS 統合認証の推進と 情報セキュリティリスク管理体制の強化	ISMSの新規格への移行とグループ16社での認証維持・拡大 情報セキュリティリスク管理体制の強化 (CSIRTの構築準備)	キャノンMJグループ
	9 環境	国内外のすべてのグループ会社への EMS 導入と非財務情報開示の強化	グループ会社へのEMS 導入 GHG 排出量第三者検証取得 EMS 製品環境保証体制の組織的強化	キャノンMJグループ
	10 事業継続	首都直下地震と新型インフルエンザ対応 のBCPを強化	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	キャノンMJグループ
	11 ダイバーシティ	公平・公正を基本とした ダイバーシティの浸透と女性の活躍推進	— — —	キャノンMJグループ

2014年の実績	自己評価	2015年の施策
<ul style="list-style-type: none"> ● CS向上委員会を通じた、CS重点項目、CS KPIなどの共有による、CS KPIマネジメントの推進・強化 	○	継続
<ul style="list-style-type: none"> ● CSミーティングの実施 ● CSR関連ウェブ教育（CSR基礎、環境基礎、コンプライアンス、災害対応と事業継続、情報セキュリティ、個人情報保護）の実施 ● 法務・知的財産研修の実施 	○	継続
<p>【ビジネスパートナー（販売パートナー）向け】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 顧客価値の創造を目的に、体系的な研修メニューを含めたプログラムとして「ソリューションマスターズコミュニティ」を提供 <p>ビジネスパートナーの営業サポート/アフターサポート力の向上を支援</p> <p>【物流パートナー向け】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 消費税率改正直前の3月繁忙期に、営業部門・物流部門・物流パートナー三者での連携を強化し、滞りなく納品を完遂 ● キヤノンMJグループ独自の物流品質を定義し、物流パートナーへの学習会実施 ● 物流部門と物流パートナー合同での小集団改善活動を実施 ● 東日本と西日本とで連携した受発注・物流におけるBCP対応訓練の実施 	○	継続
<ul style="list-style-type: none"> ● モバイル情報端末の活用によるお客さまへの提案機会・対応力の向上 ● Salesforceで一元管理されたお客さまとのコミュニケーション（訪問・電話・メール・商談など）履歴を、組織全体で共有し、対応することでお客さまの課題に対する最適なソリューション提案を実現 ● デジタルコンテンツを拡充して、お客さまの課題抽出から最適な提案に至るまで、お客さまにわかりやすく・伝わりやすい提案を実現（提案件数：対前年比106%） ● 商品カタログなどの資料提供、見積もり依頼に対する迅速な対応を実現 ● お客さまの機器管理負担を軽減し、快適な使用環境を提供するネットアイの機能拡充 ● CDS（Content Delivery System）を利用したファームウェアの自動バージョンアップによる潜在トラブルの削減 ● 「アプリで修理依頼サービス」のリリースによって複合機の操作部/パネルから修理受付センターへ直接依頼が可能となり、お客さまの利便性と修理対応の迅速化を実現 ● 在庫管理・発注作業を軽減する「回収トナー容器の自動配送サービス」のリリース 	◎	継続
<p>【パーソナル製品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 電話対応のモニタリング、応対者向け研修を実施 ● 引取りから梱包、修理、お届けまでをワンストップで提供する引取修理サービスの提供 ※一部対象外機種あり ● 撮影環境の維持・改善につながるサービスセンターにおけるカメラ製品やレンズなどの清掃・点検サービスの実施 ● 最新の技術情報が共有でき、迅速な部品調達可能な生産工場におけるカメラ製品の修理実施 <p>【ビジネスソリューション製品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● カスタマーエンジニア（以下、CE）とITエンジニアの技術力とお客さま対応・対応力の向上を目的とした「キャノンスキルコンテスト2014」の実施 ● CEの「知識力」「実践力」「経験値」を総合的に評価する「エクセレントCE認定制度」の運営 ● サポート窓口における電話での解決率向上による機器のダウンタイム削減 	○	継続
<p>【パーソナル製品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 修理/メールサポート/電話サポートに関するアンケートを実施 ● お寄せいただいた声を商品・サービス企画部門へフィードバック <p>【ビジネスソリューション製品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● お問い合わせ内容をデータベース化し、営業、販売推進、商品企画、開発元へ定期的なフィードバックを実施 ● 複合機ユーザー向けに「保守サービス」「営業活動」「製品本体」に関するCSアンケートを実施し、分析結果より個別フォロー活動を必要としたお客さまへ100%の訪問を実施 	○	継続
<ul style="list-style-type: none"> ● 各種環境ラベルの取得と情報開示 ● 製品における環境配慮、リサイクルに関する情報発信 ● エコプロダクツへの出展 	○	継続
<ul style="list-style-type: none"> ● 回収量：17,599t（消耗品含む） ● 再資源化率：99.83% 	○	継続
<ul style="list-style-type: none"> ● 自社グループCO₂年間排出量：43,571t-CO₂ ● グリーンレシオ ※：1:3.0 ※「自社のCO₂排出量」と「お客さま先のCO₂削減貢献量」の比 	◎	継続
計画通りコンプライアンス啓発メールマガジンを週次で年間合計50回発信	○	継続
計画通り「コンプライアンス・ミーティング」をグループのすべての課（約2,000）で年2回実施	○	継続
「コンプライアンス意識調査」を計画通り実施し、分析結果を経営層とグループ各社のコンプライアンス推進部門にフィードバック	○	継続
ISMSの外部審査にて、新規格への移行およびグループ15社で認証の継続・拡大が承認（1社がグループから離れたため、認証取得会社は15社）	○	【一部変更】 ISMS統合認証の維持・拡大
CSIRTの構築に向けて、関係部門と検討を開始	○	【一部変更】 情報セキュリティのリスク管理体制強化の実施（CSIRTの構築、運用の開始）
認証取得数：グループ26社中15社取得済み	○	継続
第三者検証取得完了（保証証明書 2015年4月22日発行）	○	継続
CMJグループ製品環境保証ルールの再整備と事業部門への周知	○	継続
<ul style="list-style-type: none"> ● キヤノンMJグループのすべてのBCP（41計画）について、訓練、見直し、評価、修正のPDCAサイクルを実施 ● キヤノンMJグループ各社に非常用通信機器を配備し、初動連絡体制の実効性強化 	○	【新規施策】 本社機能の早急な維持復旧体制の構築 【新規施策】 非常用通信機器を活用した連絡体制の構築、訓練の実施
—	—	【新規施策】 公平・公正を意識した働き方・職場風土の醸成
—	—	【新規施策】 社内異動公募制度による自発的なキャリア形成機会の提供
—	—	【新規施策】 上長とキャリアに関する面談を定期的実施

医療格差の解決と医療費抑制に寄与する、 医用画像クラウドサービス基盤「Medical Image Place」

医用画像クラウドサービス基盤「Medical Image Place」は、医療機関や地域間の連携を促進し、さまざまな課題を解決します。



日本の医療が抱える医療格差と医療費問題

本格的な高齢化社会を迎える中、日本の医療は多くの課題を抱えています。

代表的な課題のひとつとして、都市部と地方における医療格差があります。都市部の大規模の病院と比べて、地方の中小規模の病院では専門医不足が顕著となっており、中でも、患者の検査画像から症状の診断を行う専門医である「読影医」が常駐していない病院も地方では少なくありません。読影医による画像診断は、質の高い医療をスムーズに行うために大変重要ですが、それらを提供できない環境は、地方では珍しくないのが現状です。

一方で、医療費問題も深刻な課題のひとつです。国民全体の医療費は年々5000億円程度増加しており、保険料だけで賄うことが厳しいため、多額の不足分が税金により補われています。高齢化が進行するに伴い、定期的な受診が必要となる高齢者の人口比率が増加することから、国民全体の医療費はさらに増え続ける見通しとなっており、医療費抑制への取り組みが必要となっています。

「Medical Image Place」による連携強化で、 医療の課題を解決していく

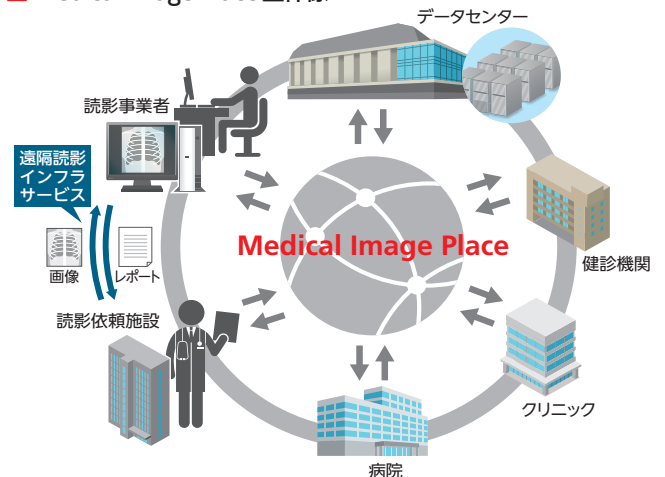
先に挙げた課題の解決を目指し、キャノンMJと遠隔読影サービス事業者の(株)メディカルイメージラボは、2013年7月より医療現場に向けたクラウドサービスの共同研究開発を始めました。研究開発過程においては、およそ1年にわたって病院と読影医が抱えている課題を徹底的に抽出しました。この調査の結果から特に神経を注いだのが、命を扱う医療だからこそ必要とされる高度な安定性の実現と、多くの個人情報を取り扱うために求められる情報セキュリ

ティ面の整備でした。また並行して、今後さまざまなサービスを付加させていくことを視野に入れ、より汎用性が高いシステムの構築にも注力を行いました。

このようにして、医用画像クラウドサービス基盤「Medical Image Place」は開発されました。このMedical Image Placeの活用により最初に実現したソリューションが、「遠隔読影インフラサービス」です。このサービスを利用いただくことにより、読影医が不足している地域でも、遠隔地にいる読影医による質の高い診断をスムーズに受けることができるようになります。

現在、Medical Image Placeでは、CTスキャンやMRIで撮影した検査画像の読影を依頼した病院と依頼を受けた読影事業者の間で共有が可能です。将来的には、健康診断や病歴などのさまざまなデータをあらゆる地域の医療機関で共有できるようになります。今後、医療の現場においてMedical Image Placeの活用が広がり、過度な検査や投薬がない適切な治療が拡充していくことで、結果として国民全体の医療費の抑制につながる事が期待できます。

■ Medical Image Place 全体像



キャノンの画像とクラウドの強みが生きた 新しいつながりのしくみ



(株) メディカルイメージラボ
代表取締役会長 北海道大学名誉教授 宮坂 和男さん (写真左)
代表取締役 CEO 平澤 之規さん (写真右)

広大な土地に医療機関が点在している北海道では、札幌、旭川、函館といった大都市以外の地域では、医師が常に不足しています。特にCTやMRIなどの画像をもとに診断を行う読影医の少なさが、大きな悩みとなっていました。

こうした医療の地域格差を解決すべく、北海道大学病院では1988年に全国に先駆け、遠隔読影のシステムを導入して実験的な取り組みを始めました。その後、読影体制を整えるための事業会社として当社を立ち上げ、現在約60の医療機関に読影サービスを提供していますが、近年はシステムの老朽化とデータ量の大幅な増大への対応が課題となっていました。

将来を見据えた次世代システムの共同開発をいくつかの企業に打診する中で、私たちの要求の水準に唯一応えてくれたのがキャノンでした。画像処理やクラウドの技術を持つキャノンと、私たちの経験を掛け合わせることで、より高品質なシステムを作ることができる。そう確信しました。その後、キャノンのメンバーがおよそ1年の時間を掛けて依頼病院の業務をつぶさに観察し、読影医のニーズもくみ取りながらシステムを作り上げ、Medical Image Placeが完成したのです。

現在、医療機関へのMedical Image Placeの導入が着々と進んでいます。今後、広域での医療連携を実現する基盤としてMedical Image Placeは大きな力を発揮することとなるでしょう。将来的には、キャノンの画像処理技術を活かした画像自動診断など、より高度なサービスが実現すると期待しています。私たちも、依頼元である病院とのコミュニケーションをより深めながら、医療の質の向上に引き続き寄与していきたいと思います。



医療画像の一例

Medical Image Place を活用した さまざまなサービスを展開

Medical Image Placeを活用したサービスの第2弾として、膨大な医療画像データを保管する「医用画像外部保管サービス」を既にリリースしており、2015年度には医用画像システム(PACS)を管理する「医用画像システムサービス」を発表する予定です。また、大学との協働による、画像から自動的にがんの病変を見つけ出す研究なども進めており、実用化に向けて開発を進めています。

病気を未然に防ぐ予防医療の領域では、多くの画像データを扱うため、Medical Image Placeの活用が特に期待されています。キャノンの持つレントゲン検査などの医用画像に関するノウハウと、Medical Image Placeが有する高度な利便性と汎用性を融合した、

新たな問題解決の方法を検討しています。将来的には医療のみならず、予防や介護などの領域にもMedical Image Placeを拡充し、さまざまな現場間の連携を強化していくことで、長期的な健康増進への寄与を実現していきたいとも考えています。

まだ始動したばかりのMedical Image Placeですが、「医療を支えるキャノン」として今後も研究・開発を続けていき、医療業界が抱える社会課題の解決に寄与するとともに、一人ひとりに寄り添った医療の拡充に貢献していきます。



3Dソリューションで日本のものづくりの復権と進化に貢献

立体画像と実物による3D技術を駆使したソリューション事業によって、日本の製造業が抱える構造的な課題解決を支援しています。



競争力向上の鍵を握る効率化と品質向上の両立を支援

かつて世界市場を席巻した日本のものづくりは、新興国を含めたグローバル競争の中で、国際賃金差、為替レートなどのハンディキャップにより、家電などの大量生産型の消費者製品を中心に苦戦を強いられてきました。ところが近年、新興国の賃金高騰によってハンデが縮まりつつある中で、生産工程を日本国内に戻そうという動きや、日本ならではの品質の高い、洗練されたものづくりをさらに極めることで、再び競争力を高めようという機運が高まっています。

日本の製造業が再び国内で活力を取り戻し、世界をリードする存在となるためには、ジャパン・クオリティを象徴する「高品質」の強みを活かしながら、低価格、短期間での製品開発を可能にする新たなものづくりのあり方を再構築することが重要になっています。そこで、キヤノンMJグループでは、3D（3次元）技術を駆使したソリューション（3Dソリューション）事業を通じて、日本の製造業の多くが抱えている構造的な課題解決を支援しています。

3Dデータを活用し、製品開発のプロセスを効率化

キヤノンMJグループの3Dソリューション事業は、製品の生産プロセスの中で最も時間とコストがかかる企画・開発・設計の上流工程に3Dデータを活用することによって、品質向上・コスト圧縮・納期短縮の課題を同時に解決し、バリューチェーン全体にその効果を波及させることを目指しています。具体的には、コンピューター上で立体



©3D Systems Corporation

3Dプリンター
Project® 3510HD

形状を確認しながら開発を進めることができる設計支援ツール「3D CAD」の導入・運用サポートを課題解決の起点とし、その後の製品の試作・評価の工程にも3D CADで作成した3Dデータを活用し、「MR」による立体画像での評価や「3Dプリンター」による実物の試作を提案しています。

生産工程に3Dデータを活用する最大のメリットは、製品の問題点が設計段階で明確になるため、前の工程から改めて作業をやり直す「手戻り」による時間やコストのロスの削減に貢献できることです。さらに、企画・デザイン、設計とものづくりに関わるさまざまな部門のスタッフで製品の完成形を共有することができるためスピーディーな連携が図れます。また、3Dデータによる強度計算なども行えるため、早い段階で品質の向上が図れるという利点もあります。

3Dデータの活用は、製品開発工程の低コスト・スピード化による製造業の競争力強化に貢献しています。

試作品の効率的な製作とプロモーション活動に3Dプリンターが貢献



株式会社 ジャッカル
藤松 弘一さん

3Dプリンターを導入したきっかけは、ルアーの試作品を、素早く、効率的に制作するためでした。実際に3Dプリンターで試作品を製作してみると、これまでの切削機での製作に比べて、材料を効率よく使えるようになり、コスト削減ができています。しかも、2～3個の試作品を作るのに、これまで3～4日かかっていたのが、わずか6～7時間で完成できます。完成品を1個作るために、試作品は10～20個製作して水槽で泳がせながらテストしますので、3Dプリンターの導入で作業効率が格段にアップしました。

精度の面でも、3Dプリンターは解像度が高いので、切削機では削り込めない1mm以下の細かい作業もきれいに仕上がります。それでいて切削機より大量生産ができますので、展示会や商談会が重

なって大量の試作品が必要なときにも完成品に近い実物をお見せしながら商談ができます。その意味では、当社では、生産工程だけでなく、プロモーション活動にも3Dプリンターの導入が大いに役立っています。

今後は、実釣に耐えられるように、完成品で使う材料を使って試作品が作れるようになることを期待しています。材料面さえクリアできれば、3Dプリンター導入後も行っている切削の作業を完全に省くことができます。製品とほぼ変わらない完成度の試作品ができるまでになれば、さらに時間、手間、素材のムダが削減できますので、ぜひ実現させていただきたいと願っています。



ルアーの試作品

革新的な提案で新しい“ものづくり”に貢献

キャノングループは、自社の製品開発においても他社に先駆けて3D CADを導入するなど、新しい“ものづくり”に挑戦してきました。その経験を活かしてお客さまの課題を解決し、不可能を可能にするものづくりの進化に貢献していくことが、私たちの役割であると考えています。

例えば、ものづくりの現場に革新をもたらした3Dプリンターは、粉末状の素材をレーザーで焼き固めて立体物を作る方式によって、複雑な形状のものが作れるようになっています。さらに、その方式で素材に金属が使える3Dプリンターは、徹底した軽量化が求められている航空宇宙の分野で、試作品ではなく、実際に使用する部品が

作られています。

このように日進月歩の技術革新に対応し、それぞれの製造の現場に最適なソリューションとして提案することが、日本の製造業を支援するための重要な要素だと考えています。そして、新たなものづくりを実現するために、ツールの導入提案だけでなく、3Dデータ活用による効果が生産工程に定着するよう、ときには組織や業務プロセスの変更まで含めたコンサルティングも行い、根本的な課題解決も支援しています。

キャノンMJグループがこれまで培ってきた技術力や顧客サポート力をベースに、次の発展につながる革新的な提案を行うことで、グローバル市場での日本のものづくりの復権とさらなる進化に貢献していきます。

環境経営

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

環境経営の考え方

環境ビジョン『未来の森』

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』を制定しました。

未来の森

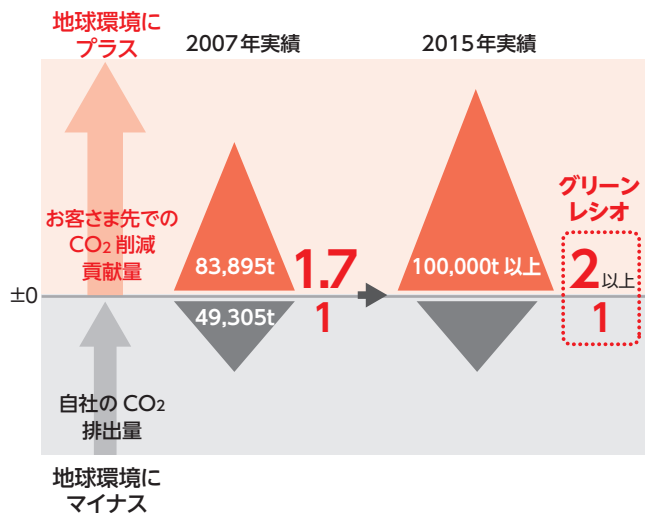
キャノンMJグループは、「共生」の理念のもと、地球上のあらゆる生物の多様性に配慮し、森や故郷を後世に永遠に残すため、豊かさや地球環境を両立する社会づくりに貢献します。そのために、自らは、より少ない資源で効率的な事業活動（資源生産性の最大化）を実践し、社会やお客さまとは、私たちの提供する商品やITソリューションを通じてともに環境負荷低減活動を行います。



グリーンレシオを設定

キャノンMJグループは、事業所や物流におけるCO₂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



2014年のグリーンレシオ達成状況

2014年グリーンレシオ

1 : 3.0

2014年は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、2013年比で19%増加しました。一方、環境に配慮したキャノン製品やITソリューションの販売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 : 3.0」となりました。

自社グループでの環境負荷低減

事業所での取り組み

キャノンMJの本社ビルであるキャノン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成功しています。また、キャノン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。

平成26年度エコドライブ活動コンクール「環境大臣賞」を受賞

キャノンMJでは、2009年2月より“社内カーシェアリング制度”を推進しています。車両の予約運行データや走行データなどをシステム上で管理するシステム（＝テレマティクス*1）を導入。「安全運転の推進による事故・違反の削減」「エコドライブ推進による環境負荷の軽減」「車両管理体制の効率化によるコスト削減」を実現してきました。2014年には、平成26年度エコドライブ活動コンクール*2にて「環境大臣賞」を受賞しました。

*1 テレマティクスとは、オリックス自動車株式会社が提供する車両運行・安全管理システム

*2 エコドライブ活動の推進を目的に、(公財)交通エコロジー・モビリティ財団が主催で毎年開催

物流での取り組み

キャノン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。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。

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

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
「iR-ADV C2030F-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
「MF8570Cdw」

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。



業務別ソリューション

- エネルギーの見える化
- 輸送の効率化=省エネ化



IT 基盤ソリューション

- 帳票の電子化で紙を減らそう
- 帳票生成でコストを削減
- 仮想サーバーで省エネ実現
- 安心 & 省コストな IT 環境
- デバイス管理効率化で TCO 削減

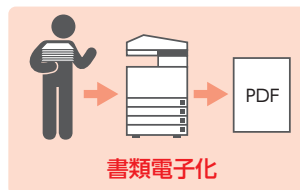


オフィス向けソリューション

- ワークフローの IT 化でエコに
- 紙不要の FAX で業務改善
- エコな IT 環境を実現
- 環境にやさしい研修

製品の使い方提案

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。



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。



* 国連環境計画

環境コミュニケーション

オフィスツアーによる環境活動のご紹介

キヤノンMJでは各拠点でオフィスツアーを実施しています。各拠点で取り組んでいる省エネ・省資源活動の事例を、実際のオフィスフロアを見学しながらご紹介いたします。



オフィスツアーの様子

情報セキュリティ

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

情報セキュリティの考え方と推進フレームワーク

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

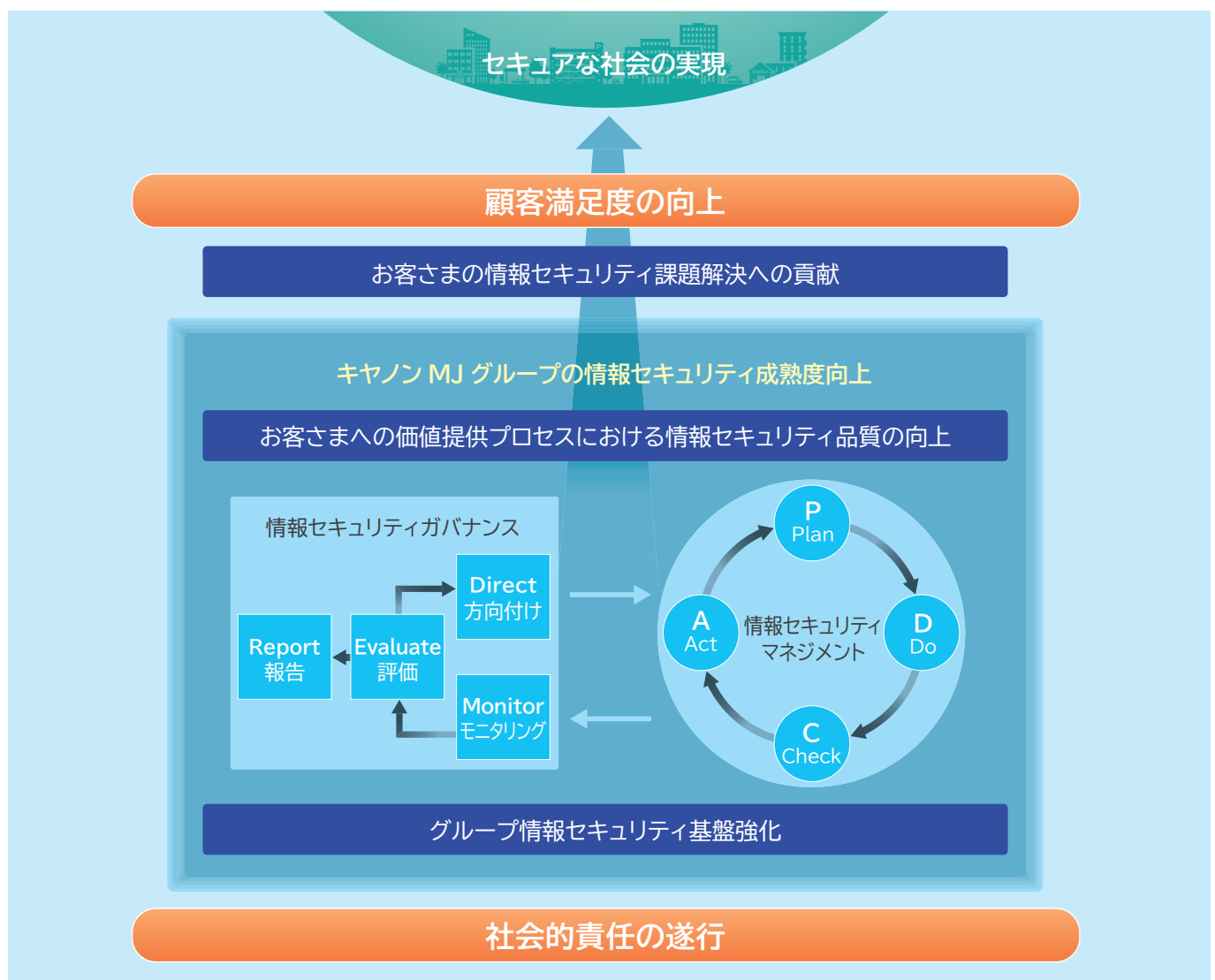
「社会的責任の遂行」では、グループインフラなどをより高いセキュリティレベルにするための「グループ情報セキュリティ基盤強化」に取り組む一方、「顧客満足度の向上」では、営業や保守サービス・ソフトウェア開発といった「お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セ

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、運用ノウハウを蓄積し、それら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 2015」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

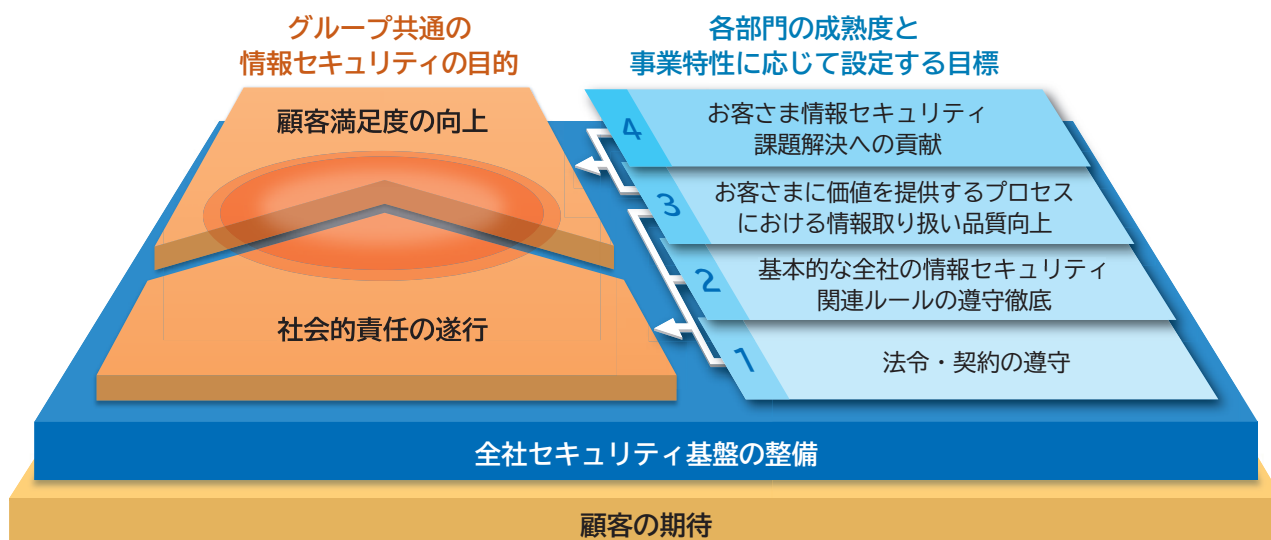
キャノンMJグループでは、ベストプラクティスであるJIS規格に基づいてマネジメントシステム（ISMSやPMS）の構築・運用を通じて、グループ共通の目的である「社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」を具現化しています。

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」「基本的な全社の情報セキュリティ関連ルールの遵守徹底」「お客さまに価値を提供するプロセスにおける情報取り扱い品質向上」「お客さま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・委託先管理など、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一つのシステム内で完結してグループ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。

■ グループ共通の活動目的と部門の目標



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、情報セキュリティ対策に必要な要件を、「映像監視」「ネットワーク」「エンドポイント」「プリンティング」の4つのカテゴリーに分けて体系化し、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。

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

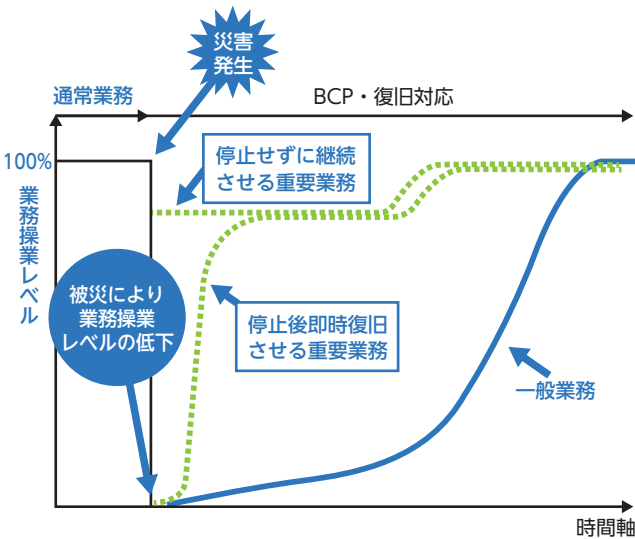
事業継続

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計画に基づいて「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。



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。

●強毒性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。

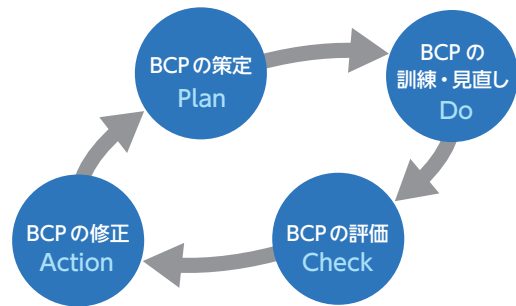
事業継続マネジメント (BCM)

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。

■PDCAサイクルの運用



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て、実働を伴った訓練を行うなど、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。



首都直下地震を想定した物流BCP訓練の様子

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

1 レイアウトによる対策

オフィス什器などの配置場所、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 固定による対策

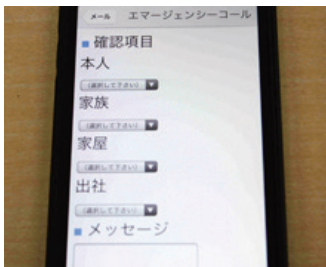
オフィス什器や、複写機などの固定基準を設け、移動や転倒による被害を防止

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

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

- 「災害に遭う」から「災害を乗り越える」へ意識を変えてみよう!!
- 津波警報発表「自分は大丈夫」「ここは大丈夫」はNG!!
- 今、企業に求められている「防災と事業継続」

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ほか、専用の「受け入れマニュアル」を作成し、実際の帰宅困難者の受け入れを想定した実動訓練を、毎年実施しています。



2014年の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

コンプライアンス

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

コンプライアンス活動の考え方

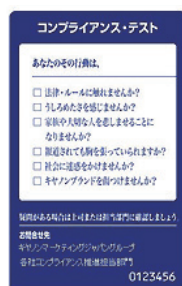
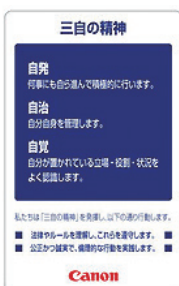
キャノンMJグループは、コンプライアンスを法令遵守にとどまらず、「法令や社会のルールを守り、社会正義を堅持し、社会の期待に応え続けていくこと」ととらえ、一人ひとりが高い倫理観と遵法精神を備えた個人として行動するよう、「意識」、「知識」、「組織活動」の3つの視点でコンプライアンス活動を推進しています。

■ キャノンMJグループのコンプライアンス活動

意識啓発活動		
<ul style="list-style-type: none"> ● 経営層からのメッセージ ● 「キャ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 		
知識教育活動	組織活動	
<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) 	<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 	

■ 「キャノングループ行動規範」の項目

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



コンプライアンス・カード

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。

■ 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)

内容: キャノンMJグループにおけるコンプライアンスの意味と活動目的・内容、従業員一人ひとりの役割

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活動における立場・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。2014年は、マイナンバー制度、贈賄防止、情報セキュリティ、印紙税法改正、インサイダー取引規制強化、環境など、計50回配信しました(2014年12月末までの累計実績:537回)。

「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、「毎週定期的に配信されることで、常にコンプライアンスを意識できる環境が醸成される」、「身近な問題や関心の高い事象について、最新の注意事項を把握できる」、「具体的な事例から類似の状況における判断基準を学ぶことができ有効だと思ふ」などの意見が寄せられています。

■ 2014年の主な配信内容

- マイナンバー制度 ~ 2016年1月から利用が開始されます~
- 贈賄の提供は絶対ダメ! ~ 贈賄防止~
- 個人情報の管理 ~ 事件・事故の当事者にならないために~
- 標的型攻撃メール訓練の実施 ~ 最近の傾向と対策のポイント~
- 印紙税法が改正されました
- 容器包装リサイクル法と識別表示

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、次回ミーティングでその実施状況をチェックし、改善を図るとともに、新たな課題とその対策を設定しています。

「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、「これまであまり疑問に感じずに、行ってきたこと、行おうとしたことの気づきの機会の場として、非常に有意義だと思う」、「活発な意見が出て、日頃何気なく感じている不安や問題点を解決、確認でき今後に活かせる」、「メンバー全員で議論するミーティングの場を設定し、継続して実施を続けることが、コンプライアンスの定着および意識と行動の変革への近道だと思う」、「各人が認識を新たにし、また組織としても自由に発言できる風通しの良い組織を作る上でも有意義なミーティングである」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」を一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。



コンプライアンス・ミーティング

2014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：① 前回ミーティングで決定したリスク対策の実施状況の確認・評価
② コンプライアンス重点項目遵守状況の再点検

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。

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。

2014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92.5%となりました。

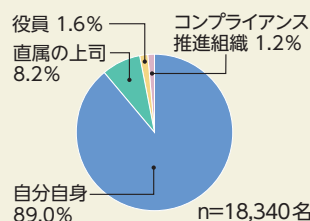
コンプライアンス「意識」・「知識」・「行動」レベルの調査結果

2014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ており、「知識」・「行動」では大半の設問で昨年と同水準という結果でした。これを受け、2015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」の全設問においての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89%を示し、高い水準を維持しています。また5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。



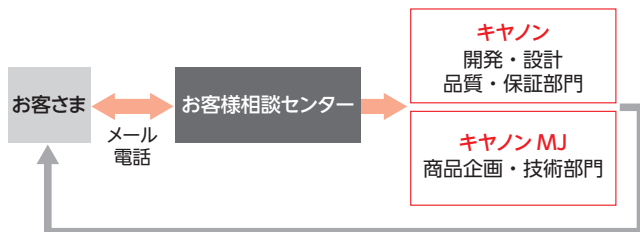
お客さまとの関わり

キヤノンMJグループは、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。また、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。

お客様相談センターの取り組み

お客さまの声を大切にすくみ

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の商品企画・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。



お客さまの期待に応えるサービスの展開

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、サービス（つながりやすさ）、クオリティ、顧客満足度、コストのバランスのとれたマネジメントと指標管理を行うために、独自のコンタクトセンターマネジメントシステムを構築しました。このマネジメントシステムを運営することにより、『正しく』、『感じよく』、『手際よく』を実現する高い対応品質はもとより、多くのお客さまにご満足いただけるサービスメニューの拡充と業務効率化に努めています。

■ 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、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。

適切な回答を導き出すシステムの導入

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。

フォトライフを楽しく豊かに

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。講師には、各ジャンルに精通した40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。

2014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20,000名の方々が受講されました。今後も「写真を上手に撮りたい、きれいに印刷したい」といったお客さまの思いに応え、豊かなフォトライフに貢献していきます。



「デジタルカメラの使い方講座」

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。2015年3月にリニューアルを図り、より多くの皆さまに親しんでいただけるよう会報誌の内容をはじめ改定を行っております。

キヤノンフォトサークルにご入会いただくと、月刊会報誌「Canon Photo Circle（キヤノンフォトサークル）」を送付しております。月刊会報誌では、プロ写真家の作品ギャラリーや特集、写真撮影のコツを学べるページやカメラやレンズの製品情報。加えて月例の写真コンテスト「マンスリーアルバム」では、会員の皆さまから応募された作品をプロ写真家が審査をして掲載しています。また、ご希望の方には特別編集本の写真年鑑の送付や、地域に根ざした写真同好会「キヤノンフォトクラブ」への参加など、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内容の拡充に努め、会員の皆さまの満足度向上を図ってまいります。



ビジネスパートナーとの関わり

キャノン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。また、サプライチェーン全体でCSRに取り組むためにさまざまな取り組みを行っています。

価値創出のための協働

研修プログラムやナレッジ共有の場を提供

キャノン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、お客さまへの対応力やスキルの向上に役立つ研修メニューとして、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用意しています。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。

2014年は63社160名にご参加いただき、全国から寄せられた96件の事例の中から選りすぐられた4件の事例発表と会員同士によるディスカッションを実施し、幅広い情報交換を行いました。

今後もキャノン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。



Solution Masters Community

お客さまへの対応力向上

キャノンMJグループは、毎年、カスタマーエンジニアやITエンジニアなどの各種技術者が、日頃のサービス活動で培った技術力と顧客対応力を競い、高め合う研鑽の場として、スキルコンテストを開催しております。

2014年は、全国のビジネスパートナーとキャノンMJグループから4,000名以上が予選に参加し、4つの部門(「パートナー部門」「ITエンジニア部門」「プロダクションプリンター部門」「オフィス複合機部門」)で決勝戦を行いました。

各部門の決勝戦では、いかに短時間で正確に修理できるかを競う『トラブルシューティング』をはじめ、お客さま先でのサーバーのマイグレーション(移行)作業の想定したテクニカル競技や、複写機の使い方をお客さまへ説明する『顧客対応競技』を行いました。

キャノンMJグループはこうした取り組みを通じ、多様化するお客さまのオフィス環境に応じたサービス品質を高め、お客さまへの対応力の向上を目指しています。



コンテスト受賞者

CSR 調達

CSR 調達ガイドライン

キャノン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ご願ひし、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。2013年に引き続き、2014年は、約120社のお取引先さまに対し、CSR活動の実態把握とともに、キャノンMJグループの目指すCSR調達の周知啓蒙を目的としたアンケートを行いました。

キャノンMJグループ「調達基本方針」

キャノンMJ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。

■ 調達基本方針

- 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みます。
- 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。

公正な取引と良好なパートナーシップの構築

下請取引の適正化・公正化を推進するために、キャノンMJグループの発注部門を対象にした「下請法連絡会」を定期的に開催し、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、キャノン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。

社会貢献活動

キャノンMJ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。

社会貢献活動の基本的な考え方

キャノン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。

- キャノン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。

未来につなぐふるさとプロジェクト

キャノングループは、「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。



「未来につなぐふるさとプロジェクト」特設サイト
<http://cweb.canon.jp/csr/furusato/index.html>



「未来につなぐふるさとプロジェクト」クリック募金
<http://cweb.canon.jp/csr/donation/index.html>

校舎の思い出プロジェクト

キャノンMJはぺんてる株式会社と協力して、建て替えや統合により取り壊される小学校の校舎での思い出づくりをサポートする『校舎の思い出プロジェクト』を2014年6月28日より開始しました。



Pentel ペンてる株式会社
Canon キヤノンマーケティングジャパン株式会社

校舎の思い出プロジェクトについて

～思い出を「つくる」～

イベントの当日までに、全児童がクラスごとにテーマを決めて考えたデザインを校舎内の壁に、絵具、クレヨンで描きます。また、イベントの最後に、校舎の外壁に保護者、卒業生、近隣住民も一緒に思い出の絵を描き地域住民との交流をはかります。

～思い出を「のこす」～

児童が描いた壁の絵を撮影して大判ポスターを作成、額装して学校に寄贈します。また、児童が「思い出写真係」となり、一眼レフカメラで壁の絵の制作過程を記録しフォトブック（アルバム）にして思い出を残します。

【実施実績】

- 2014年6月28日（土）豊島区立池袋第三小学校
- 2015年3月13日（金）川口市立前川小学校
- 2015年3月13日（金）江戸川区立第三松江小学校
- 2015年6月27日（土）北区立なでしこ小学校



校舎の思い出プロジェクト

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

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～

復興のためにキャノンにできること

キャノンMJグループは、東日本大震災発生時に阪神・淡路の教訓を活かし、「早く支援を開始しなければならない」「支援のアンマッチを起こしてはならない」という2つの想いにより、社員が現地に駐在して困っている方々の正確な状況把握をスタートしました。そして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、大学などの学術機関、大手民間企業と連携を図り、時間とともに変化する現地の課題をとらえ、企業としてできることは何かを考えながら長期的な支援活動を推進しています。今後も、キャノンMJグループならではの技術を活かして、東北の復興に貢献していきます。

漁港・魚市場のHACCP*対応をサポート

東北地方の漁港では獲れる魚種によって漁船が接岸する岸壁が異なっています。従来は漁協職員が岸壁に立ち、港に入港する漁船を目視にて船名を確認し接岸位置を指示していました。そのため、早朝や夜間の暗がりの中では船名の見間違いが発生していました。

キャノンMJはこうした問題に対し、近赤外線LEDで照射して暗闇でも船を鮮明に見ることができるカメラの設置を提案しています。それにより入港船に対し夜間でも接岸位置を事前(300m以内)に正確に指示することができることと、現場に立会う漁協職員の負荷を大幅に軽減することが期待できます。

併せて、接岸位置を事前に確定することで「接岸、水揚げ、荷捌、積込」入港からトラックへの積み込みの一气通貫をスムーズにすることで漁港や魚市場でのHACCP対応をサポートしています。

* Hazard Analysis and Critical Control Point :
食品の製造・加工工程のあらゆる段階で発生するおそれのある微生物汚染などの危害をあらかじめ分析 (Hazard Analysis) し、その結果に基づいて、製造工程のどの段階でどのような対策を講じればより安全な製品を得ることができるかという重要管理点 (Critical Control Point) を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理の手法。



監視カメラ画像例



近赤外線LED 投光器付監視カメラ

MRを活用した防災教育への貢献

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」により、震災遺構の保存や防災教育などを行っています。

宮城県気仙沼市立津谷小学校教頭

谷山知宏さん

私は南三陸町戸倉中学校赴任時に被災しました。震災で多くのものを失いましたが、子供たちがそこで学び大きく成長したことも事実です。「防災・町づくり・人育て」と被災地での学習は重要で大きな可能性を秘めています。疑似体験という形で震災の記憶を受け継ぎ、後世に伝えていくことのできるこのしくみは非常に意義があると考えています。



みんなの笑顔プロジェクト

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

2014年は宮城県南三陸町など5カ所で写真教室を行い、103名の親子が参加しました。



みんなの笑顔プロジェクト アルバム紹介

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

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>



Business with CSR Portal サイトのご案内

キヤノンMJグループの事業を通じた社会課題解決や社会価値創造への取り組みをタイムリーにお届けする、CSR情報ポータルサイトです。

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



キヤノンマーケティングジャパン株式会社

〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 CANON S TOWER