



Canon

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

Resolving
Social Issues
with IT Solutions

統合報告書

2019

2019年12月期

Profile

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)の強み

顧客基盤・営業力



私たちは、50年以上にわたり、キヤノン製品の販売を通じて多くのお客さまと強い信頼関係を築いてきました。ビジネスの多様化に伴い、お客さまのニーズも多岐にわたっています。この信頼と実績を活かし、大企業から中堅・中小企業まであらゆるお客さまのニーズに合った最適な製品やソリューションを提供しています。

ITソリューション技術力



高度な技術力をもった企業をM&Aし、先進の技術開発にも取り組み、技術を蓄積してきました。また、深い業務・業種での見識に基づいた高度な開発ノウハウを活かし、システム開発、クラウドサービス、データセンターサービス等、さまざまなITソリューションを提供しています。

キヤノンブランド



キヤノンの営業部門を母体として誕生以来、当社はキヤノンが製造するカメラ、インクジェットプリンター、オフィス複合機、レーザープリンター等のキヤノンブランド製品※を日本国内で独占的に販売し、高いシェアを継続的に獲得しています。さらに保守サービスや各種サポートも行っています。

※半導体露光装置・液晶基板露光装置・医療機器を除く

第三者評価

キヤノンMJは、FTSE4Good Index Seriesに16年連続で組み入れられており、2017年度より3年連続でFTSE Blossom Japan IndexとSNAMサステナビリティ・インデックスの構成銘柄に選定されています。また、2018年よりMSCI社が開発したESG総合型指数「MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ指数」の構成銘柄に選定されています。



2020 CONSTITUENT MSCIジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数

THE INCLUSION OF Canon Marketing Japan Inc. IN ANY MSCI INDEX, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT OR PROMOTION OF Canon Marketing Japan Inc. BY MSCI OR ANY OF ITS AFFILIATES. THE MSCI INDEXES ARE THE EXCLUSIVE PROPERTY OF MSCI. MSCI AND THE MSCI INDEX NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI OR ITS AFFILIATES.

＞グループミッション

先進的な“イメージング&IT”ソリューションにより社会課題の解決に貢献する

＞グループビジョン

お客さまを深く理解し、お客さまとともに発展する
キヤノンマーケティングジャパングループ

＞設立

1968年

＞キヤノングループにおける位置付け

キヤノングループの日本におけるマーケティングおよび
ソリューションの提供



目次

キャノンMJグループについて

- 4 社長インタビュー
- 10 財務・非財務ハイライト
- 12 セグメント別業績概況

キャノンMJグループの価値創造

- 14 沿革
- 16 価値創造プロセス
- 18 成長シナリオ(中期経営計画)
- 20 特集: ケーススタディ ITソリューションで社会課題を解決

セグメント別事業戦略

- 24 コンシューマセグメント
- 26 エンタープライズセグメント
- 28 エリアセグメント
- 30 プロフェッショナルセグメント

サステナブルマネジメント—ESGの取り組み

- 34 サステナブルマネジメント
- 36 持続的な成長を支える取り組み
- 40 コーポレート・ガバナンス
- 47 取締役および監査役

財務・ESGデータ・会社情報

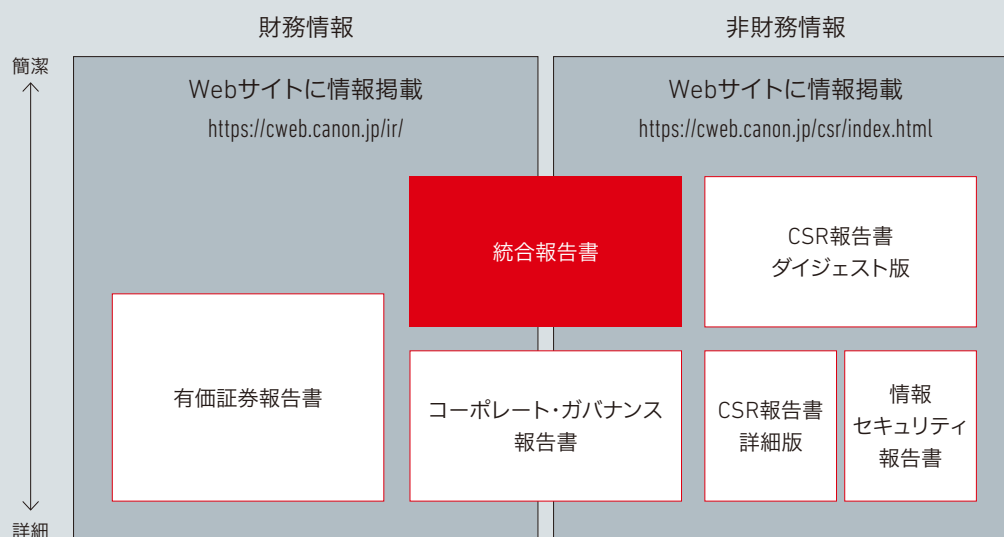
- 48 10年間要約財務情報
- 50 連結財務諸表
- 58 ESGデータ
- 60 キャノンMJグループ
- 61 会社情報

編集方針

キヤノンMJは、2019年12月期より、従来のアニュアルレポートに替え、統合報告書を発行することにいたしました。

統合報告書2019では、さまざまなステークホルダーの皆様がキヤノンMJグループの企業価値創造の理解に必要な情報の提供を目的としています。持続可能な社会の実現に向けてのキヤノンMJグループの中長期的な価値創造能力をご紹介するため、ESGなどの非財務情報を充実させています。また、財務面の詳細な情報はウェブサイト、有価証券報告書などでご覧いただけます。CSR関連の詳細な情報は、従来通りウェブサイトおよびCSR報告書などでご覧いただけます。

開示情報の種類と位置付け



参考としたガイドライン

国際統合報告評議会 (IIRC) 「国際統合報告フレームワーク」
経済産業省 「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」

対象期間

2019年度 (2019年1月1日~2019年12月31日)

一部に2018年度以前および2020年度以降に予定されている活動や情報も含んでいます。

対象範囲

キヤノンマーケティングジャパン株式会社および国内外のグループ会社

見通しに関する注意事項

本統合報告書には、キヤノンMJグループの将来の業績、経営計画などの将来に関する見通しが記載されています。これらはすべて本報告書の発行時点で有効な情報を考慮に入れた経営陣による仮定に基づいています。

このため、日本および他の主要な海外市場における消費者動向、民間設備投資、主にドルに対する為替変動、原料価格、特定の国ないし地域における政治的混乱などの要因が、実際の業績に影響を及ぼす可能性があります。

キャノンMJグループについて

社長インタビュー



Mr. Sakata

代表取締役社長
坂田 正弘

Q 2019年12月期は売上高が0.1%の減収でしたが、営業利益は12.1%の増益となり、売上高営業利益率は5.2%と過去最高の利益率を達成しています。昨年のアニュアルレポートで、当面は収益性を高めることを重視するとおっしゃっていましたが、その通りの結果になったというご評価でしょうか。

A より付加価値の高い商品・サービスのご提供に注力し、収益性が向上

2019年12月期の経営環境を振り返りますと、従来以上に既存ビジネスの市場縮小のスピードが速くなり、経営基盤に大きく影響を及ぼしかねない状況になってきています。また、ビジネスや生活のあらゆる場面で、人やモノをつなげるためのデジタル化のスピードが早まってきており、これを上回るスピードで経営を行わなければ、会社の成長は難しくなっています。

こうした中、当社グループの連結売上高は前期比0.1%減の6,211億34百万円でした。営業利益は前期比12.1%増の324億39百万円となり、営業利益率は0.5ポイント増加の5.2%となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は、過去最高であった前連結会

計年度と比べて6.8%増加し、222億50百万円となりました。ROEは前期比0.2ポイント増加し、7.1%となりました。

今回の決算でも示されていますが、かつてのようにハードウェアの出荷台数を増やし、シェアを伸ばすことがそのまま会社の成長につながるという時代ではありません。我々が付加価値のある商品やサービスをしっかりとお客さまにご提供することで、結果的に販売単価が上がり、荒利が増加したことが増益の主要因の一つとなりました。収益性重視ということでは、概ね想定通りの結果になりました。

Q ITソリューションが引き続き好調です。2019年12月期の売上高成長率は二桁台の12%となり、売上高は2,000億円を越え、連結売上高の36%を占めています。中核となるグループ会社の成長が寄与する部分が多いのでしょうか。

A グループ全体でITソリューションという付加価値を提供していく体制を整備

まず、ITソリューションに対する市場のニーズが高まっています。その市場を分析すると大手企業と中堅・中小企業では、ITに対するニーズが若干異なる部分があります。大手企業は、分業が進み各部門の専門性を高めることが必要とされるなかITを活用する一方で、非中核業務をアウトソーシングすることで生産性の向上を図っています。中堅・中小企業では、一人で何役もこなさなければならない中、業務効率を上げるためのIT化が進んでいるところです。また、特に中小企業では、IT専任の担当者が不在となっているケースも多く、導入後のサポートも当社に任せたいというニーズも増えています。

当社グループのITソリューションは、主に大手企業向けサービスを手掛けるキヤノンITソリューションズ(株)を中核として成長してきました。昨年は、中小企業向けにキヤノンシステムアンドサポート(株)が日本中の営業拠点を生かして、ITソリューションを提供し売上を大きく伸ばしました。また、これまでMFPを中心としたドキュメントソリューションを大手企業に対してご提供していた部門においても、お客さまの業務効率向上といったITソリューションを提供し、売上を伸ばしています。このように、当社グループ全体でITソリューションを拡大させることで、現在売上高2,000億円程度から2025年に3,000億円規模へと成長させる道筋が見えてきました。

Q コンスーマの売上高が下げ止まっていません。キヤノン主要製品であるデジタルカメラの市場の縮小は厳しいようですが、どのように評価していますか。また、対策としては何がありますか。

A レンズ交換式デジタルカメラ市場の縮小スピードが想定以上の速さ

コンスーマの主要製品はデジタルカメラとインクジェットプリンターですが、特にデジタルカメラは我々の想定以上のスピードで市場が縮小しました。我々はカメラ市場のリーダーであり、特にデジタル一眼レフカメラの市場シェアは6割近くあるため、その市場の縮小による影響も大きかったのです。市場の縮小はまだ続いています、これはカメラ市場が本来の市場規模に回帰しているのではないかと見ています。かつて、写真愛好家などが、決して安くはないカメラを購入し楽しんでいた時代がありました。そこに対して、カメラメーカーや販売会社が市場の裾野を広げる努力をした結果、顧客層が広がり、多くの一般の方々もカメラ

を購入していただけるようになりました。それが今や、撮影の利便性の面で相当な部分がスマートフォンに取って代わられつつある訳ですが、カメラや写真愛好家は依然として一定数おられますので、その顧客層を中心とした市場規模になった時に、縮小が終わるのではないかと思います。当然、そのためには、若い方や女性にもカメラや写真の楽しさを訴求して、一定規模の市場を維持する努力が必要です。また、製品面では、市場が拡大中のミラーレスカメラにおいて、キヤノンならではの魅力的な製品を投入し続けることが重要です。2020年もミラーレスカメラの新製品を投入いたします。

Q 一方で、コンスーマの営業利益率は増加し5%台です。利益率の高い製品へのシフトが進み、コストを低減し、収益力自体は強くなっているということでしょうか。

A インクジェットプリンターが収益性向上に寄与

デジタルカメラとインクジェットプリンターについても、冒頭で申し上げたように付加価値のある商品の販売に注力しました。しかしながら、デジタルカメラについては、こうした販売戦略の成果以上に、市場の縮小スピードが早かったため、収益性向上に寄与できませんでした。インクジェットプリンターについては、市場

シェア第1位を維持しつつ、低価格帯の製品よりも、中価格帯の製品の販売に注力したことで、平均販売単価が上昇し、収益性が向上しました。また、組織をコンパクト化するなどの諸施策でコスト削減を図ることができたため、結果的に売上高の減少に比べて利益の減少幅は小さくなり、営業利益率の向上につながりました。

Q 商品起点のフレームワークから、市場・お客さま起点の新フレームワーク(ビジネスユニット(BU))への移行から2年経ちました。その目的である顧客基盤の相互活用、中小企業向けのIT課題解決型の営業展開について、成果をどう評価されていますか。

A 営業活動の実態に即した微調整を実施

商品起点からお客さま起点のフレームワークに変更し、2年が経過しました。その間も各ビジネスユニットおよび本社企画機能等のファインチューニングを実施したことで、お客さまのニーズをスピーディーに把握でき、よりタイムリーに付加価値をご提供することができるようになりました。まだ道半ばですが、新たなフ

レームワークにしたことは、元々私が考えていた方向でうまくいっていると思います。ただ、同じビジネスユニットになったので同じビジネスモデルに統一すればよい、ということではないことも分かってきました。エンタープライズセグメントは、営業主体の組織とSE主体の組織を一緒にしています。またエリアセグメント

は、間接販売主体の組織と直接販売主体の組織を一緒にしています。同じお客さまに対してビジネスを行うということで、一体になりシナジーを生むことができる領域と、一方で個々が持つ強みを生かせる領域があ

ることも分かってきたため、お客さまの付加価値創出を第一優先として、営業やサービスのプロセスの見直し等、組織最適化を柔軟に図ってまいります。

Q 中期経営計画（2020～2022）策定の前提としての、足元および今後の市場環境についての見方をお教えてください。

A 「コト」主体のニーズに対応するビジネスへの変革で成長を目指す

大局的な観点では2018年12月期の時と大きく変わっていませんが、従来にも増して、付加価値が失われつつあるものは市場が急速に縮小するであろうと見ています。我々の商品の中でも、そういうものはありますが、それに限らず、今は問題が無いように見える商品でも、以前に比べ付加価値が低くなってきているものは

急速に市場が縮小していく可能性が高いと思います。ハードだけで大きく差別化できている商品が残念ながら少なくなっています。今後はハードではなく「コト」主体のニーズが拡大していきますので、それに対応したビジネスに変革していかないと成長は難しいと思います。それを前提に中期経営計画を策定しました。

Q 基本戦略は、「成長戦略」と「収益力強化」により高収益企業を目指すことであり、前中期経営計画よりシンプルになっています。昨年との最大の違いは、目標における営業利益成長の大きさでしょうか。

A 利益を優先

利益を優先させた経営のかじ取りをしていくということになります。利益計画を達成するためにどうすべきかと考えて行動し、売上はその結果であるという位置付けです。つまり、お客さまに高い付加価値を提供

することにまずは注力し、収益性を高めていきます。基本戦略がシンプルになったのはこういう考え方に基づいているからです。

Q 「成長戦略」は、ITソリューション事業への注力です。中期目標の売上構成と時間軸が明確になっています。3,000億円がかなりクリアに視界の中に見えてきたということでしょうか。

A ITソリューション売上3,000億円の目標がより明確になってきた

2019年12月期のITソリューションの売上には、Windows 7のサポート終了に関連したビジネスPCなどの特需という外部要因もありましたので、全てを実力値とは思っておりませんが、売上が3,000億円になるとどのような構成比で、何をすべきで、どのような体制が整っていないといけないのか、ということがある程度見えてきたということです。また、2021年からの5カ年計画「長期経営構想フェーズIV」を現在策定中であ

が、その最終年度にあたる2025年のありたい姿もそこでかなり明確にするつもりです。

なお、本年よりITソリューションの売上構成を、新たに3つに区分して開示しております。これは、今後ITソリューションを中核にしていくことを明確にし、しっかりと数字を出すべきであるということと、他社の売上や構成比と比較しやすいようにすべきと考え、新たな区分で開示することにいたしました。

Q 「成長戦略」に関して課題やリスク要因として何を認識しておられますか。

A 人材の育成・確保が急務

人材です。成長させたい分野における知見やスキルのある人材を、リーダーとしていかに早く配置しているかが課題であると認識しています。現状ではそうした人材が不足していますので、その育成や外部からの人材採用が難航すると成長のスピードが遅くなる可

能性があると思っています。

育成面では、社内外での人材交流や、研修の充実など様々な施策を計画しています。外部からの人材採用面では、幹部職級の人材の採用活動を推進しており、既にいくつかの部門で活躍いただいています。

Q 戦略的投資の対象領域、西東京データセンターII期棟建設の進捗および基幹システムの刷新について教えてください。

A 西東京データセンターII期棟の早期満床化でIT領域の成長寄与を目指す

戦略的投資対象は医療分野を含むITソリューション領域やBPO領域などです。これらの領域で適切な案件があれば、適切なタイミングでM&Aまたは出資を実施したいと考えています。

ITソリューション領域の進行中の投資案件である西東京データセンターII期棟については、CPUが高速化・高集積化され、メモリが大容量化されていますので、I期棟よりもさらに高度なデータセンターになります。I期棟は2012年にサービス開始して、約7年でほぼ満床になりました。II期棟は、より短期間で満床にすることができるとしています。その根拠として、国際的な評価であるM&O認証※を取得できるほどI期棟の安定したデータセンター運営実績が評価され、II期棟の引き合いが非常に増えています。短期間でII期棟が満床に

なることで、我々のITの領域の成長に寄与するものと思います。

基幹システムの刷新は、変化に迅速に対応できるように、業務の効率化を推進するのが目的です。従来のシステムは複雑な業務をそのままシステムに組んでいたため、システム自体が複雑になり、新たな業務や事業展開への対応面で非効率になっていました。新システムの構築に際しては、個々の業務の必要性を見直すところから開始し、業務フロー自体をシンプルなものにした上で、それをシステム化します。シンプルなシステムにすることで将来のシステムの発展性も高まります。

※M&O認証は、データセンターのファシリティ基準「Tier」を策定した米国の民間団体「Uptime Institute」が定めるデータセンターのグローバル基準で、データセンター運営の品質を評価しています。

Q ESGについて取り組み状況はいかがですか？

A ITソリューションビジネスを通じた社会課題の解決に貢献

MFPやプリンターなどは、省エネルギー性能の高い製品を積極的にご提案するとともに、カーボン・オフセット製品の提供、使用済み製品のリユース・リサイクルなどに取り組んでいます。

またITソリューションビジネスにおいては、在庫の適正化や物流の効率化などを支援する、製造業向けの商

品需給計画システムを提供することで、ロジスティクス担当者の働き方改革やトラックドライバー不足の課題を解決するとともに、環境負荷低減にも寄与しています。今後も、当社のITソリューションビジネスを通じて、お客さまの経営課題の解決を図り、社会課題の解決につなげていきたいと考えています。



Q 2020年3月に自己株式の消却を実施されました。株主還元についてのお考えをお聞かせ下さい。

A **自己株式消却で、株式の希釈化リスクを排除**

当社は、連結配当性向30%をベースに、中期的な利益見通しと投資計画、キャッシュ・フローなどを総合的に勘案し、配当を実施することを株主還元の基本方針としています。2019年12月期の年間配当は前期と同額の1株当たり60円とさせていただきました。また、

2020年3月11日、自己株式2,000万株を消却しました。現状将来への投資資金は確保できているため、M&Aなどで自己株式を使う必要性が低くなったことと、株主の皆様の保有株式の希釈化リスクを無くすことが今回の消却の理由です。

Q 今期(2020年12月期)経済環境の見通しをお聞かせ下さい。また、どのような経営を目指しますか?

A **厳しい経済環境のもと、しっかりした業績を残す**

新型コロナウイルスの問題で先行きがさらに見えにくくなり、第1四半期の決算発表時には、年初に公表した年間の業績予想を一旦取り下げております。先ほど申し上げましたように、デジタルカメラだけでなく、テレワーク等の新たな働き方が定着する中で、ドキュメントビジネスも縮小していくスピードが早まる可能性があり、2020年は厳しい経営環境になるのではないかと思います。一方で、当社グループとしては、ITソリューションを主軸とした、お客さまの付加価値をさらに高めていく取り組みの成果も確実に出てきています。このような経済環境の下でこそ、お客さまが何を望んでおり、しっかり対応することで高収益企業グルー

プとなるためには何をすべきか、ということが私の最大のテーマです。

なお、来年2021年は5カ年計画「長期経営構想フェーズⅣ」の初年度となります。お客さま起点で2025年を見据えた計画を策定し、初年度より確実に実行できる指標と体制づくりが非常に重要であると思っています。企業価値向上を中核とし、数字が一人歩きするような計画ではなく、実効性が高く、着実に成果を上げることができる長期の経営計画を策定しております。

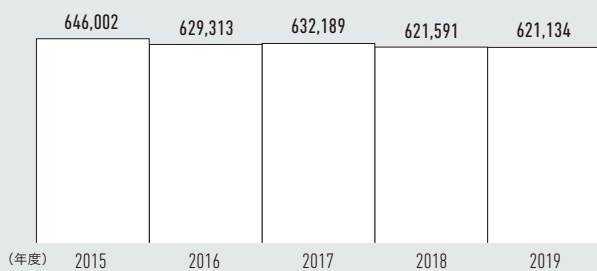
株主およびステークホルダーの皆様には、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

財務・非財務ハイライト

財務ハイライト

売上高

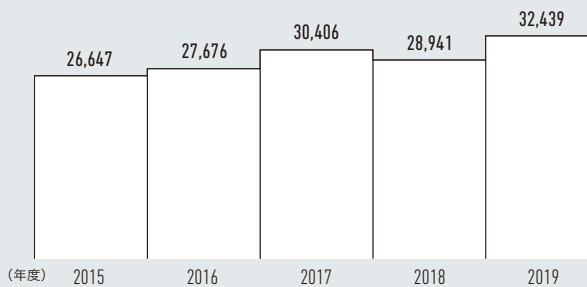
(百万円)



当期は、ITソリューションが引き続き増加しましたが、デジタル一眼レフカメラなどが減少したため、売上高は前期比0.1%減少し、6,211億34百万円となりました。

営業利益

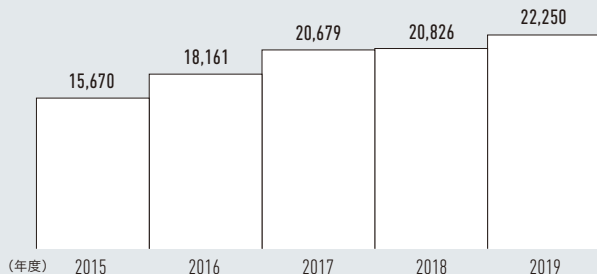
(百万円)



ITソリューションの売上増加に伴う売上総利益の増加や経費の削減などにより収益力が高まり、営業利益は前期比12.1%増加し、324億円39百万円となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益

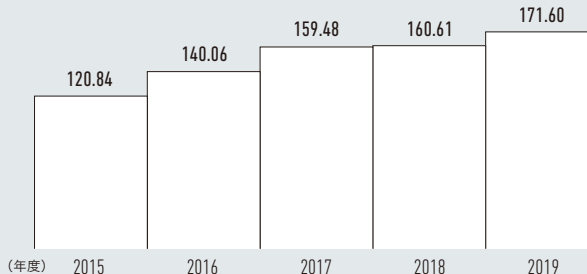
(百万円)



親会社株主に帰属する当期純利益は、前期比6.8%増加し、222億50百万円となりました。

1株当たり当期純利益

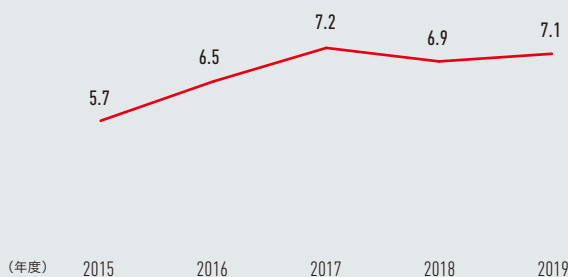
(円)



1株当たり当期純利益は、前期比10円99銭増加し、171円60銭となりました。

ROE

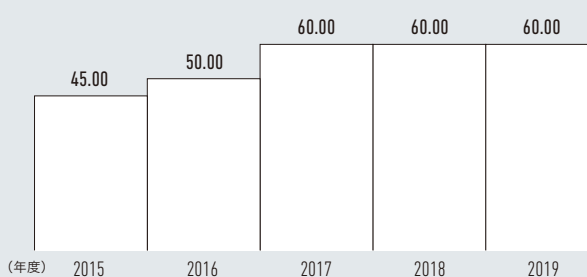
(%)



ROEは、利益成長の結果、資本効率が高まり、前期比0.2ポイント増加し、7.1%となりました。

1株当たり年間配当金

(円)

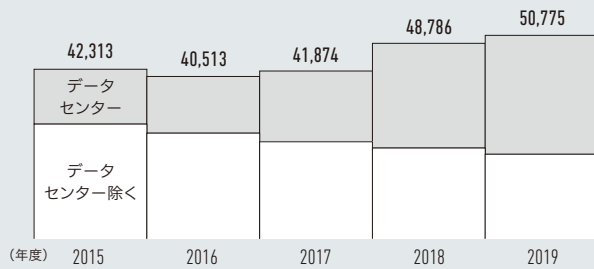


1株当たり配当金は、前期と同額の年間60.00円としました。

非財務ハイライト

GHG排出量(スコープ1, 2)

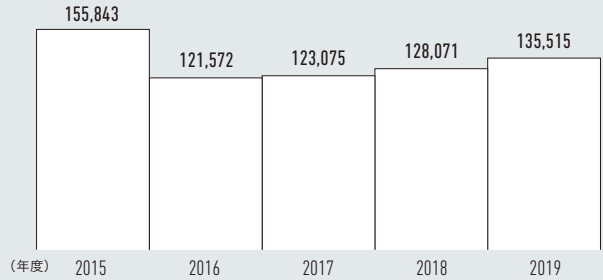
(t-CO₂)



当期のGHG排出量(データセンターを除く)は、事業所の統廃合および車両削減やエコドライブを通じて減少傾向となりました。一方、データセンターは、サーバーの稼働台数の増加に伴い、増加しています。

お客さま先でのCO₂削減貢献量

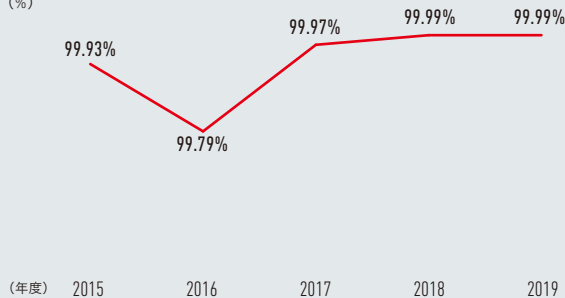
(t-CO₂)



当社が提供する環境配慮製品やITソリューションによるお客さま先での省エネ・省資源量をCO₂削減に換算した数値です。GHG排出量(スコープ1,2)の2倍以上の削減に寄与しています。

産業廃棄物の再資源化率

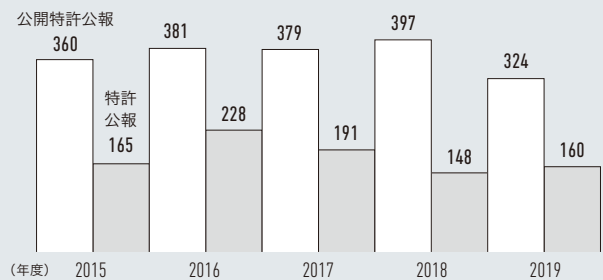
(%)



当社の全国回収センターより排出された産業廃棄物が、単純焼却・埋立処理されることなく再資源化された率です。過去3年間、高水準の再資源化率を維持しています。

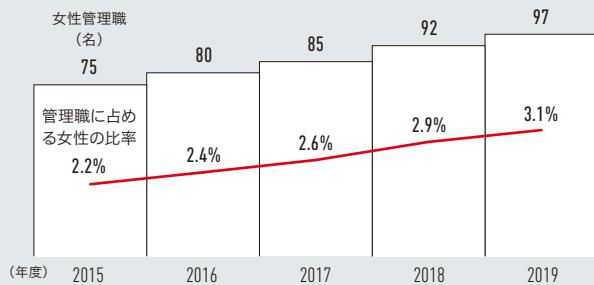
公開特許公報と特許公報の発行件数

(件)



当社グループの独自製品・独自ソリューションから生まれた発明を中心に、知的財産部門とグループ各社が密接に連携して、出願・権利化を継続して行っています。

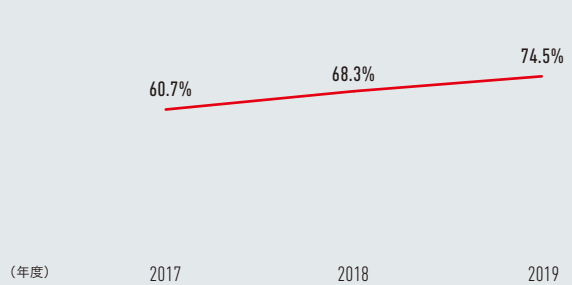
女性管理職の人数および比率



当社グループの女性管理職は97名で、全管理職数に占める割合は3.1%と増加傾向です。

有給休暇取得率

(%)



当社グループの有給休暇取得率は前期比6.2ポイント増加し、74.5%となっています。

セグメント別業績概況

コンシューマ

当セグメントの売上高は1,327億90百万円(前期比11.6%減)、セグメント利益は68億65百万円(前期比6.5%減)となりました。

レンズ交換式デジタルカメラ > 売上減少

[要因]

- ミラーレスカメラは、フルサイズモデル「EOS RP」を中心に拡販に注力したものの、「EOS Kiss M」などが前期に台数を大きく伸ばした反動減
- デジタル一眼レフカメラの市場縮小の影響

コンパクトデジタルカメラ > 売上減少

[要因]

- 市場縮小の影響

インクジェットプリンター > 売上増加

[要因]

- 家庭用インクジェットプリンターが市場の低迷により売上が減少したものの、特大容量タンク「GIGA TANK」搭載製品が好調に推移

インクカートリッジ > 売上減少

[要因]

- プリントボリュームの減少

ITプロダクト > 売上減少

[要因]

- ゲーミングPCなどが順調に推移したものの、SDカードや周辺機器などが減少

市場ポジション

デジタル一眼レフカメラ、ミラーレスカメラ、コンパクトデジタルカメラ、インクジェットプリンターは引き続きトップシェアを維持

(百万円)

	2018	2019	対前年変化率
売上高	150,244	132,790	-11.6%
セグメント利益	7,340	6,865	-6.5%

エンタープライズ

当セグメントの売上高は1,958億28百万円(前期比4.1%増)、セグメント利益は100億70百万円(前期比15.4%増)となりました。

金融業向け > 売上増加

[要因]

- 証券会社向けSI案件や信用金庫向けの投資商品販売支援システム案件が堅調に推移
- 生命保険会社向けレーザープリンターの大型案件を獲得

製造業向け > 売上増加

[要因]

- 飲料メーカー向け需要予測システム案件や食品メーカー向けの業務用データ収集端末の大型案件などが順調に推移

流通業向け > 売上増加

[要因]

- 小売業向けのPOP制作システム案件、情報通信業向けオフィスMFPの大型案件、警備会社や商社向けネットワー

クカメラの大型案件が順調に推移

キヤノンITソリューションズ株式会社 > 売上増加

[要因]

- SIサービスは前期の金融業向け大型案件の反動減があったものの、製造業向けを中心に複数の案件を獲得
- データセンターサービスが順調に推移
- 複数の大型基盤システム案件を獲得
- 組み込みシステム案件の獲得

なお、当セグメントにおけるオフィスMFPの状況につきましては、前期に大型案件があった反動や、低収益案件の受注を抑制し、売上が減少しました。レーザープリンターにつきましては、生命保険会社向けの大型案件を受注したことなどにより売上が増加しました。

	2018	2019	対前年変化率
売上高	188,167	195,828	4.1%
セグメント利益	8,724	10,070	15.4%

エリア

当セグメントの売上高は2,683億9百万円(前期比4.2%増)、セグメント利益は143億98百万円(前期比19.2%増)となりました。

オフィスMFP > 売上減少

[要因]

- 中堅顧客層を中心に拡販を進めたものの、中小企業向けの出荷台数が低調に推移

レーザープリンター > 売上増加

[要因]

- オフィスMFPへの集約化が進んでいるものの、特定業種向けの拡販の推進とビジネスPCの入れ替えに合わせた導入提案が奏功

キヤノンシステムアンドサポート株式会社 > 売上増加

[要因]

- Windows 7のサポート終了に伴い、中堅・中小企業におけるビジネスPCの入れ替えが進み、出荷台数が大幅に増加
- ビジネスPCの入れ替えの際に、IT支援クラウドサービス「HOME」やウイルス対策ソフト「ESET」などの導入提案を積極的に展開

	2018	2019	対前年変化率
売上高	257,568	268,309	4.2%
セグメント利益	12,078	14,398	19.2%

プロフェッショナル

当セグメントの売上高は436億75百万円(前期比5.9%減)、セグメント利益は16億17百万円(前期比89.9%増)となりました。

プロダクションプリンティング > 売上減少

[要因]

- 連帳プリンターやワイドフォーマットプリンター関連ビジネスが低調に推移

産業機器 > 売上減少

[要因]

- 工場の稼働率向上に伴い保守サービスが好調に推移したものの、非半導体分野において大口の取引があった海外メーカーとの販売代理店契約が終了

ヘルスケア > 売上増加

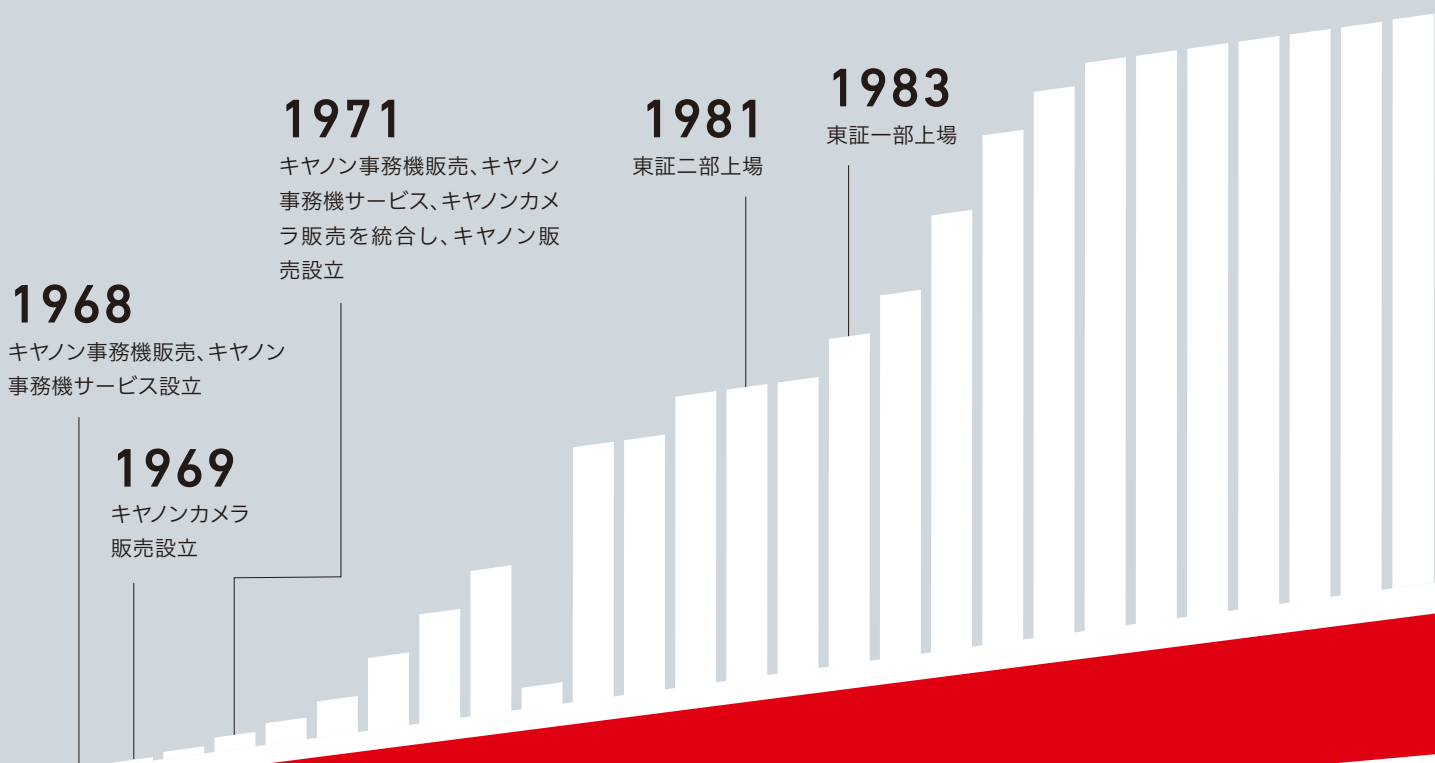
[要因]

- 病院情報システムやデジタルラジオグラフィが順調に推移

	2018	2019	対前年変化率
売上高	46,425	43,675	-5.9%
セグメント利益	851	1,617	89.9%

沿革

1968年、キヤノン製事務機器の販売会社として誕生したキヤノンMJグループは、キヤノン製カメラと事務機器に加え、他社製パソコンの販売、システムインテグレーションへと事業の幅を広げ、現在では、ITの技術力と多彩な製品、きめ細かなサービスを組み合わせることで、社会のさまざまな現場を支えるソリューションを提供しています。



カメラ・事務機器販売

他社製パソコン・サーバー等の販売

システムインテグレーション事業

**キヤノン販売グループ
長期経営構想フェーズI
(2006-2010)スタート**

重点戦略として、キヤノン製品事業の国内圧倒的No.1の実現と次世代事業の確立を目指しました。

**キヤノンMJグループ
長期経営構想フェーズII
(2011-2015)スタート**

重点戦略として、キヤノン製品のシェア拡大、事業の多角化、サービス事業会社化、グループ経営革新を推進しました。

**キヤノンMJグループ
長期経営構想フェーズIII
(2016-2020)スタート**

「長期経営構想フェーズIII」ではグループミッション・ビジョンを掲げています(P1をご覧ください)。これは、キヤノンが強みを持つイメージング技術とキヤノンMJグループが長年培ってきたIT技術を融合させることで、事業領域を拡大させながら、お客さまとともに社会課題の解決に貢献していくという考えです。

2006

キヤノンマーケティング
ジャパンに社名を変更

2018

会社創立
50周年

2019
売上高
621,134
(百万円)

営業利益
32,439
(百万円)

営業利益率
5.2%

**ITソリューション事業
の拡大**

2003 住友金属システムソリューションズをグループ会社化し、キヤノンシステムソリューションズに社名変更、ITソリューション分野に本格参入

2007 アルゴ21をグループ会社化

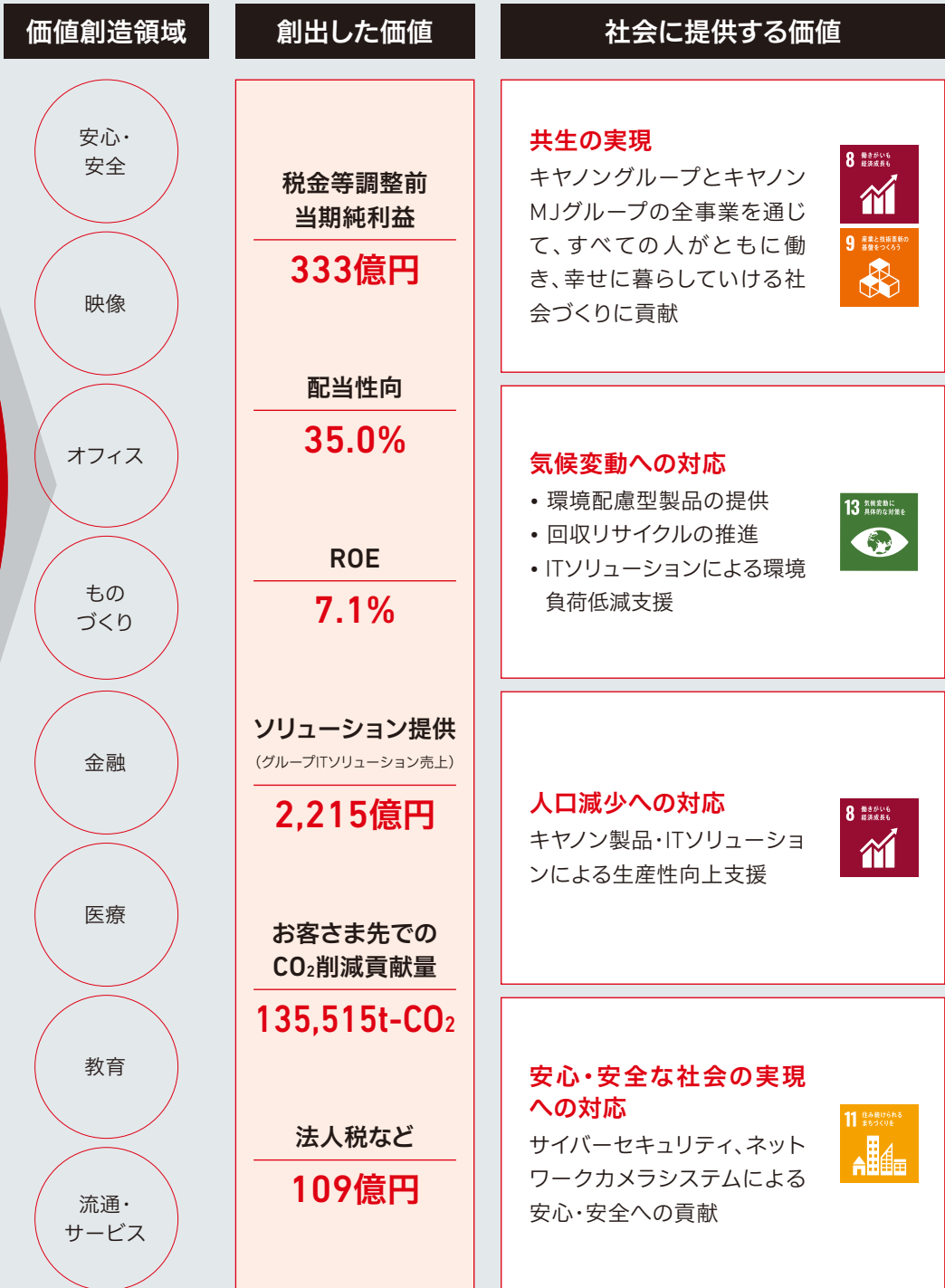
2008 キヤノンシステムソリューションズとアルゴ21が合併し、キヤノンITソリューションズ設立

2012 西東京データセンターがサービス開始

キヤノンMJグループの価値創造プロセス

キヤノンMJグループは、さまざまな社会の課題に対して、持続可能な社会の実現という長期的な視点に立ち、強みを活かしたビジネスモデルの維持・向上に努め、先進的な“イメージング&IT”ソリューションにより社会課題の解決に貢献していきます。





資源配分
現状分析を踏まえた経営資源の最適配分=中期経営計画

成長戦略
ITソリューション事業への注力

収益力強化

製品・サービス
製品・サービスの開発、提供を通じた価値の提供

📖 P18-

📖 P34-



成長シナリオ(中期経営計画)

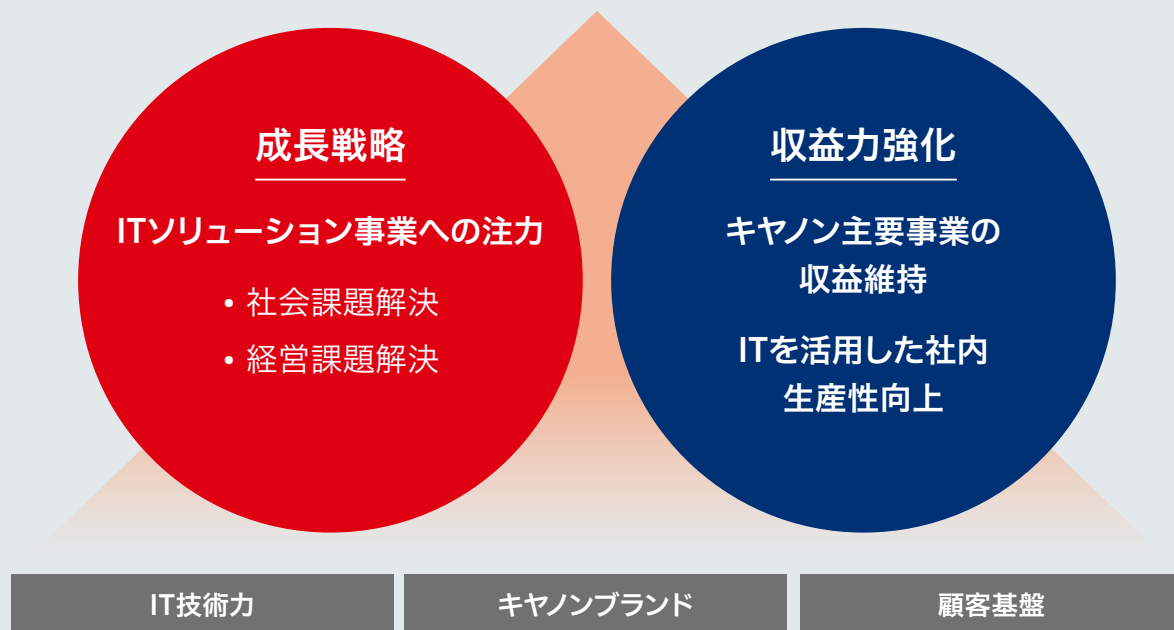
キヤノンMJグループが中期的に目指すのは高収益企業グループです。そのために2つの戦略を策定しています。1つは成長戦略で、ITソリューション事業をさらに伸ばしていきます。もう1つは、収益力強化で、キヤノン主要製品の収益性の維持とITを活用した生産性の向上で総合的な収益力を向上させます。

基本戦略

「IT技術力」「キヤノンブランド」「顧客基盤」の3つの強みを基盤として、成長戦略、収益力強化に取り組むことで高収益企業グループを目指します。成長戦略として、ITソリューション事業に注力することで、お客さまの経営課題やあらゆる社会課題の解決に貢献していきます。

「高収益企業グループへ」

社会やお客さまの変化に先んじたソリューションの提供で収益の最大化を目指す



中期経営計画策定の背景

日本の労働人口は減少を続けており、そのなかでキヤノンMJグループは業務プロセスの見直し、IT活用、働き方改革を実践することで生産性を高めていく必要があります。そして、その結果として蓄積したノウハウをお客さまに提案することで、高収益を上げることのできる企業グループを実現させていきたいと考えています。

成長戦略: ITソリューション事業への注力

労働人口の減少により、大手企業から中堅・中小企業まで、人手不足への対応が喫緊の課題となっており、一方で、働き方改革による生産性の向上も急務です。

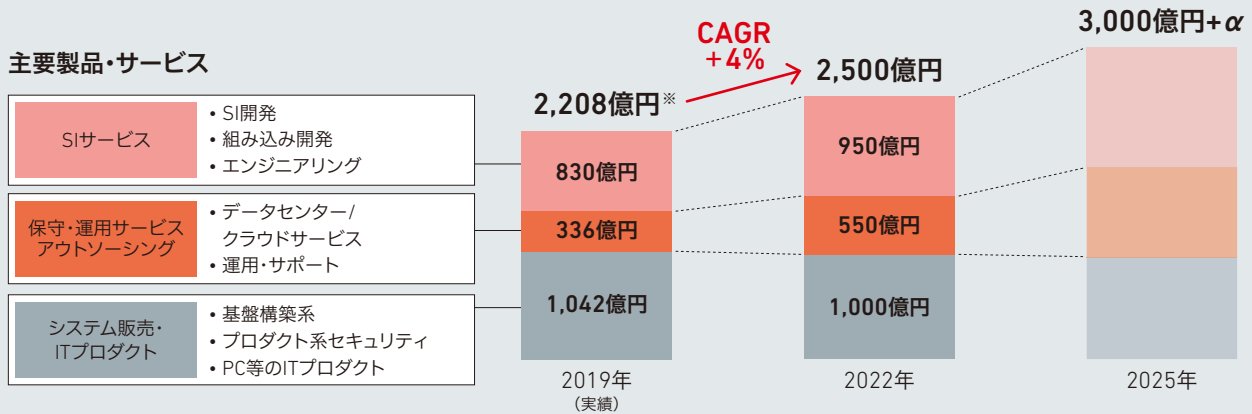
このような状況のなかで、大手企業では、ITをさらに活用し、業務効率を向上させ、本業に経営資源を集中させたいと考えており、また、働き方改革を推進中です。

中堅・中小企業は、ITの導入、活用による人手不足やIT導入後のシステム維持への対応を迫られています。企業活動は、今やITなしには成り立たなくなりつつあり、ITへの需要が旺盛になっています。

キヤノンMJグループは、こうした旺盛なITへの需要に応えるべく、SIサービスの拡大に加え、データセンター、クラウドサービス、保守・運用サービスの成長を図ります。

ITソリューション事業における注力分野と中期目標値

SIサービス領域を中核に[保守・運用サービス アウトソーシング]の拡大を目指す



※2019年実績につきましては、新たな区分での開示に際し、主にキヤノン製品関連のサービスでITソリューションに含まれていた売上を除いています。

収益力強化: キヤノン主要製品の収益維持とIT化の加速による生産性向上

収益力強化では、キヤノン主要製品の収益維持を図るほか、基幹システムの刷新、RPAの導入、サービス性を上げるためのIoTのさらなる活用などにより社内のIT化を加速させ、生産性を向上させていきます。

レンズ交換式デジタルカメラ

- ミラーレスカメラにおけるシェアNo.1
EOS Rシステムのラインアップ強化により、フルサイズモデルのシェアNo.1を目指す
- 効率的な販売・サポート体制の構築

オフィスMFP

- 重点顧客層への販売強化による収益性の向上
- 業務プロセスにおける MFP 活用提案強化
- IoTを活用した保守サービスの効率向上

インクジェットプリンター

- 高単価・高プリントボリュームのホーム機拡販による収益性の向上
- ビジネス機と大容量タンクのラインアップ強化によるビジネス領域の売上拡大

レーザープリンター

- 特定業種向け拡販の継続による、市場稼働台数の増加
- NETEYE(ネットアイ)※の促進
- カートリッジの純正率向上・自動配送の拡大による収益性の向上

収益の維持に向け徹底

業務プロセス最適化

高効率な組織運営

※ インターネットを利用して複合機等の状態を常に見守り、快適な使用環境を提供するオンラインサポートサービス。

SPECIAL FEATURE

ケーススタディ: ITソリューションで社会課題を解決

キヤノンMJグループでは、成長戦略としてITソリューション事業に注力しており、さまざまな社会課題、経営課題の解決に貢献しています。

昨今では、デジタルトランスフォーメーション(DX)という言葉が示すように、社会のあらゆるもののデジタル化が急速に進展しています。経済産業省はDXを次のように定義しています。「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」(経済産業省「デジタルトランスフォーメーションを推進するためのガイドライン Ver. 1 平成30年1月」)。DXの推進にはITシステムの構築が必要不可欠となります。

社長インタビューでもご説明しました通り、企業のITに対するニーズは大手企業と中堅・中小企業では、若干異なる部分があります。大手企業は、各部門の専門性の高い業務に集中するためにITをより一層活用して生産性を上げたいというニーズが中心となり、中堅・中小企業では、IT化を進めることで営業活動や社内のコミュニケーションなどの業務効率を上げたいというニーズです。今回の特集では、大手企業向けのITソリューションの事例として製造業向けの基幹業務トータルソリューション「AvantStage」を、また中堅・中小企業向けの事例として中小オフィス向けIT支援サービス「HOME」をご紹介します。

▶▶ 大手企業向けのITソリューション

製造業向け基幹業務トータルソリューション「AvantStage」:

人に依存した業務、食品ロスなどの課題を抱える食品製造業のサプライチェーンマネジメント最適化に貢献

少子高齢化により労働人口が減少している日本において、生産性の向上は喫緊の課題です。食品製造業の場合、アイテムの改廃の頻度が非常に高く、賞味期限や出荷期限があるため、他の商品と比べて複雑な管理が求められます。また、多品種少量生産の傾向が強く、労働集約的な仕事のやり方が多いという特徴があります。さらに、製造プロセス全体を通じたIT化が進んでいないため、生産、購買、製造管理などのシステムが別々に動いており、異物混入などのトラブルが発生した場合、発生元のロットや出荷先の把握に時間がかかってしまいます。

食品ロスも早急な改善が求められている課題の一つです。日本の食品廃棄物は年間2,759万トン、本来食べられるにもかかわらず捨てられた食品ロスはその2割以上の約643万トンと政府は推計しています(2016年度)。廃棄を防ぐために生産量を削減すると品切れが発生するリスク

が高まります。品切れは機会損失を生じさせ、消費者を競合相手に奪われる危険もあります。食品ロスと品切れ防止は相反する関係にあり、そのバランスをとっていくためには、需要予測の精度の向上と、出荷・在庫状況を考慮した生産計画が欠かせません。また、工場から各地の物流センターや倉庫への、輸送頻度や輸送能力を考慮した在庫補充計画も求められます。

食品製造業ではこうした課題への解決にITを活用することが重要であり、当社グループは、ITを通じて食品製造業のこれらの課題解決に貢献しています。

キヤノンITソリューションズの提供する「AvantStage」は、お客さまの業務に合わせて基幹業務のソリューションを提案するコンセプトであり、需要予測や需給計画を担う「FOREMAST」や、生産計画や原価管理、販売物流などの機能を持つ「mcframe」などの4つの製品から構成されて

います。「AvantStage」の大きな特長は、ベスト・オブ・ブリード型で提供している点です。オールインワンで導入するケースもあれば、お客さまの解決したい課題に応じて、一部の製品だけを提供することもあります。それぞれの基幹業務に対応した業務システムパッケージを組み合わせることで、お客さまに最適な基幹システムを構築することができます。

前出した生産性向上の課題に対しては、「mcframe」を導入することで解決できます。「mcframe」は、生産管理、原価管理、販売管理を担い、「AvantStage」の他製品との情報連携を可能とする中心的なシステムパッケージです。製造業に特化して開発されたため、ものづくりの業務ノウハウや豊富な経験が集約されています。工場ごとに工程管理のやり方が違う、ベテランのノウハウに依存する工程が多いといった課題に対し、「mcframe」の導入により、属人化されたプロセスや業務ノウハウをデジタル化することで、業務の見える化・自動化・効率化が可能となり、工場ごとの業務特性も標準化できます。これにより、工場の各職

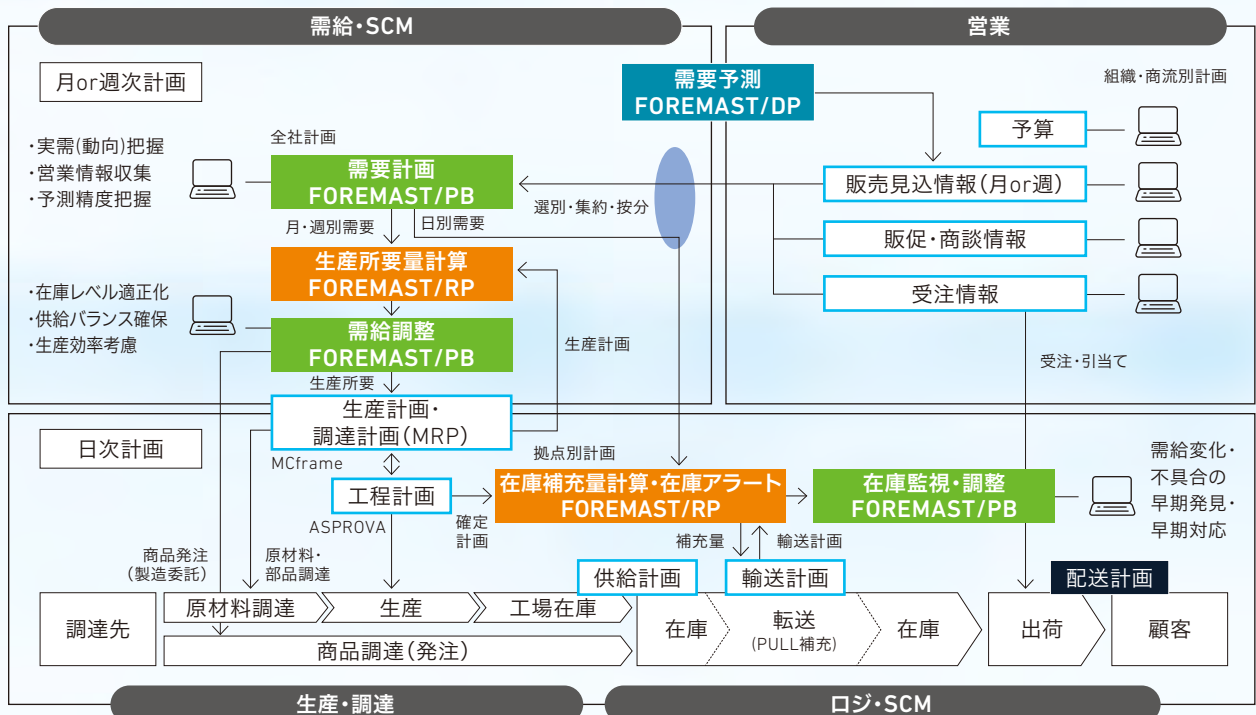
場では属人性のスキルがなくてもシステムに従って業務を遂行することができ、1人当たりの生産性向上につながります。お客さまからは、「ロットトレースの時間が大幅に短縮できた」「現場の帳票が4分の1に減った」「検査時間が短くなった」といった声が寄せられています。

一方の食品ロスの課題に対しては、科学的な手法による需給計画を実現する「FOREMAST」が課題解決に貢献します。「FOREMAST」は、キヤノンITソリューションズのR&D部門から生まれたソリューションで、長年の数理技術研究の成果を組み込んでいます。需要予測や在庫補充計画などの機能群SIコアと、コンサルティングやシステム開発などのサービスで構成されています。以下の図は「FOREMAST」を使った需給計画・調整業務のフローを示しています。

まずは、需要予測機能(DP:Demand Planner)を活用して需要計画を策定し、その需要に対して、在庫補充計画機能(RP:Replenishment Planner)が生産・在庫転送の所要量を計算します。また、月次・週次・日次で需給監視・調

『FOREMAST』のターゲット業務(製造業)

□ 対象外



※供給計画:工場から倉庫への一次移送計画(工場在庫の配分計画)
 ※輸送計画:補充量オーダーのトラック積載計画

整機能(PB:Plan Browser)を活用して、業務のPDCAサイクルを回します。

「FOREMAST」を導入したある食品メーカーのお客さまは、以前は欠品に対処するために多くの負荷がかかっていました。当日になって「賞味期限間近の在庫がある」や「受注に対して在庫が足りない」と判明することが多く、そのたびに、遠方の倉庫から輸送を行ったり、臨時輸送をしたりしていました。「FOREMAST」導入後は、出荷期限オプションのアラート機能を使うことで、発生しそうな問題に前もって対応できるようになりました。「イレギュラーの業務が減ったので、現場の負荷を大きく減らせた」とのご評価をいただいています。

2020年に販売開始した「FOREMAST」の新バージョンでは、新たに深層学習を活用した需要予測モデルを追加するなどR&D部門独自開発のAI技術を取り入れた機能を追加しています。また、生産現場や物流現場の負荷に対応した需給計画となるように自動調整を行う機能により、生産・物流分野における計画担当者の業務負荷を軽減するだけでなく、実務担当者の過重労働の原因となる業務負荷アンマッチの軽減によるワークライフバランス適正化や、輸送効率向上によるCO₂削減など、さまざまな社会課題の解決に寄与します。

今後も『AvantStage』はさらに進化を続け、お客さまのニーズに合ったサービスを展開していきます。



》 中堅・中小企業向けのITソリューション

中小オフィス向けIT支援サービス「HOME」:

業務効率化のために簡単に導入できる、低価格でサポート体制の充実したITソリューション

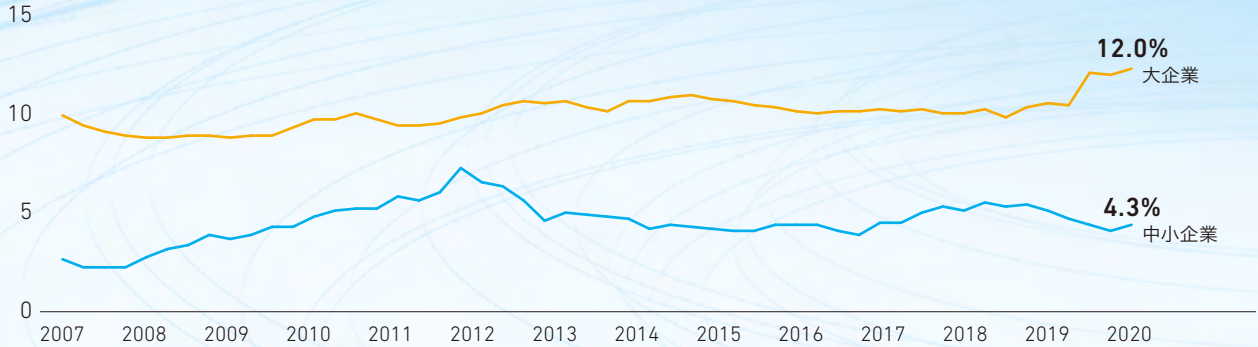
日本国内の労働人口減少により、中堅・中小企業においても業務プロセスの見直しによる生産性向上という大きな課題に直面しています。中小企業の経営者や従業員は、一人ひとりの業務内容が多岐にわたり、営業担当でありながら経営戦略から経理、人事、広報などの業務まで兼務することも多く、本業である営業活動や新しいことに取り組む時間がないのが現状です。一人で何役もこなすフットワーク軽く業務に取り組むには、業務効率化が必要不可欠です。また、業務上の情報管理にも課題があります。例えば、契約書や発注書などの重要文書を紙で保管していることで管理が煩雑になり、それが情報漏えいにつながるというリスクもあります。そのような業務効率化や営業力・販

売力の強化といった、中小オフィス経営者のお客さまのさまざまな経営課題を解決するのがITです。しかし、ITの導入や保守には莫大な費用や手間がかかることからIT投資に踏み切れないという声も聞きます。

そのような中小企業の課題に対して低コスト・低負荷でIT化を実現できるのがクラウドサービスです。クラウドのストレージ機能を使い、外出先などの場所に関係なくデータを共有、活用できたり、セキュリティを完備したストレージ上に情報を一元管理することもできます。また、自前のハードウェアやソフトウェアを持たず常に最新のシステムを利用できるのがクラウドサービスの特長です。この数年でクラウドサービスの利用割合が飛躍的に高

企業規模別ソフトウェア投資比率の推移

(後方4四半期移動平均) (%)



出典: 中小企業庁「中小企業白書 小規模企業白書2020年版」 資料: 財務省「法人企業統計調査季報」
 ※1. 大企業とは資本金10億円以上の企業、中小企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業とする。
 2. ソフトウェア投資比率=ソフトウェア投資額を設備投資額で除し、100を乗じて算出している。

まっています。

当社グループの中小オフィス向けIT支援サービス「HOME」は、社内に専門知識を持った人がいなくても、企業にとって必要で効果の高いことから始められ、スピーディーで手軽に導入できるクラウドサービスを提供しています。

「HOME」では、スケジュールを管理するグループウェア、文書やデータを共有するストレージ、自社ドメインでのホスティングなど、中小企業にとって重要なクラウドサービスを厳選して揃えています。

また、ネットワークへの不正なアクセスを防止するセキュリティサービスもあります。

これらのクラウドサービスやセキュリティサービスを、専門的な知識のある人材がいなくても導入することができ、シンプルな使い勝手、利用しやすい価格設定、高い信頼性と充実したサポート体制が「HOME」の特長です。

あるお客さまは、社内の情報共有に課題があり、メールのやりとりでリアルタイムのレスポンスが得られない、メールボックスのサイズが小さく、容量が頻繁に逼迫してしまう、営業担当者が外部からメールやスケジュールのチェックができない、商談先で必要な社内情報の取得が困難といった状況にありました。こうした課題に対して、キヤノンシステムアンドサポートが提案した「HOME」の「type-0 (Microsoft365)」を導入された決め手となった

のは、月額制で利用者の増減変更が簡単であったこと、サポート窓口が集約されており、契約内容を理解した上でサポートを受けることができるというメリットがあったことでした。導入効果として、メールボックスの容量が増え、余計な設定変更やメールの削除が不要になったこと、オンプレミス環境が不要なためサーバーのメンテナンスからも解放されたこと、個々人のスケジュールが見えるようになり、プロジェクト管理が容易になったこと、利用者の追加も思っていた以上に簡単であることなどを挙げています。

中小企業のニーズにお応えするために開発されたIT支援サービス「HOME」は、IT活用の推進を通して、稼ぐ力の向上を強力に支援しています。



当社グループは、IT化により業務効率化を進めたい中堅・中小企業のまさにIT担当としてお客さまに寄り添い、お客さまとともにITの課題に向き合い、生産性の向上や事業の成長に貢献できるよう、システム構築や導入サポート、IT保守サービスなどにより、お客さまの多様な課題の解決に向けてトータルでお応えします。

コンシューマセグメント

事業の概要

コンシューマビジネスユニット（以下、コンシューマBU）は、BtoCの市場を対象にお客さまとの接点を拡大し、お客さまとの継続した関係性の強化を目指しています。写真や映像を通じて、お客さまとのつながりを豊かに、また、さまざまな楽しみ方を提案するために、カメラやプリンターなど豊富な製品やサービスを提供しています。キヤノンMJは日本市場において大変多くのお客さまからご支持いただき、2019年はデジタル一眼レフカメラ、ミラーレスカメラ、コンパクトカメラ、インクジェットプリンター、レーザープリンターにおいて日本国内シェア1位を獲得することができました。

一方、カメラやプリンターの市場が成熟してきているなかで、2019年は今までにない写真や映像の楽しみ方のご提供にも注力した年となりました。一昨年に発売したスマホ専用ミニフォトプリンター「iNSPiC」のラインアップ強化を図ったことに加え、ディスプレイがなく、カバンやベルトにぶらさげて持ち運ぶアソビカメラ「iNSPiC REC」を発表・発売しました。こうした製品は若年層・女性層のお客さまからも多くのご支持をいただいております。既存の主力商品とは異なる新たな体験を提供できていると考えています。

今後もキヤノンブランドの製品やサービスに加え、ゲーミングPCなどトレンドに合わせたキヤノンブランド以外の商品販売やサービスを拡充し、フォトイメージング分野のリーディングカンパニーとしてお客さまの毎日が一層豊か

で楽しいものとなるように取り組んでまいります。さらに、お客さまの価値観・行動が多様化するなかで、量販店・カメラ専門店や卸店といった既存のチャネルに加えて、EC領域も強化しています。リアルとデジタルを包括的に考え、お客さまとの接点の最適化とさらなる拡大を図ってまいります。

2020年12月期の市場見通しと事業戦略

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、本書発行時点において2020年度の市場および当社業績を合理的に見通すことが困難となっています。そのため、下記に記載の各戦略に関しては期中で見直す可能性がございます。あらかじめご承知おきください。

レンズ交換式デジタルカメラ

レンズ交換式デジタルカメラの総市場は、2013年をピークに減少傾向にあり、デジタル一眼レフカメラは特にその傾向が強く出ています。一方、ミラーレスカメラは、2018年に初めてデジタル一眼レフカメラ市場を上回り、今後もデジタル一眼レフカメラとの差は広がるものと想定されます。当社は、デジタル一眼レフカメラはもちろん、ミラーレスカメラもEOS RシリーズやEOS Kiss Mを中心に、エントリー層からプロフェッショナル層まで幅広いお客さまにご満足いただけるよう努めてまいります。

コンパクトデジタルカメラ

コンパクトカメラの総市場は減少傾向が続いており、2020年もその傾向は続く想定しています。キヤノンは、市場を牽引してきている高倍率ズームカメラや高画質・高

責任者による事業運営方針

コンシューマBUのミッションは、キヤノンの祖業であるカメラをはじめ、写真や映像を通じて、社会やお客さまの暮らしに新たな価値を提供し続けることです。変化が激しく予測が難しい環境のなかで、既存事業をより筋肉質な体質へ転換しながら、新たな商品・サービスにも柔軟に素早く取り組んでまいります。

三上 公一

上席執行役員



強みと戦略

カメラ・プリンターの 圧倒的シェア

幅広いお客さまとのつながりを新たな製品やサービス開発に活かし、お客さま満足度をさらに高めてまいります。

プロを支える技術力・ サポート力

商品・サービスの両面からプロフォトグラファーの撮影現場を支えるとともに、写真や映像を通じてお客さまへ感動を届けてまいります。

幅広いチャネル

量販店やカメラ店といった店頭に加え、EC領域や自社ショールームなど、さまざまなチャネルでお客さまとの接点をさらに拡大してまいります。

精細カメラといった高付加価値モデルに力を入れてまいります。また、iNSPiC RECのように、お客さまに新たな撮影の楽しみを提案してまいります。

プリンター

インクジェット、レーザーを含めたプリンター総市場は、前年比約5%ダウンで推移しています。そのうちインクジェットでは、ホーム機は減少傾向にあるものの、大容量タンク搭載モデルやビジネス機は増加傾向にあります。ホーム機は高付加価値商品の拡販に注力して単価アップを図り、大容量タンク搭載モデルやビジネス機はデジタルマーケティングの活用などにより、積極的に拡大してまいります。また、iNSPiCシリーズのように、新たなお客さまに新しいプリントの楽しみ方を提案し続けてまいります。ホーム機の減少やプリントボリューム低下に伴う消耗品の減少をカバーし、トータルでの成長を目指してまいります。

新規事業

主要事業の市場が成熟しているなか、新規事業を推進していくことは急務です。写真や映像を通じて、人と人とのつながりを豊かにするというミッションのもと、既存のチャネルに加えてEC領域や自社ショールームなどを通じて、外部仕入れ商材や新たなサービス事業の拡充に積極的に投資してまいります。

今後に向けたリスク対策

縮小傾向となっていた主要事業の市場が、今般の新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、縮小のスピードが速まる可能性があります。既存事業のより筋肉質な体質への変換をこれまで以上に図りながら、新規事業、ECチャネルへ積極的に投資し、新たな成長エンジンを駆動させてまいります。

トピックス：社会との関わり

カメラやプリンターといった製品や付随するサービスによって、人と人とのつながりをより豊かにし、新たな価値を提供することで社会へ貢献してまいります。また、2019年は、お客さまからご要望の多かった、インクジェットプリンター本体の下取り回収サービスを開始しました。回収したプリンターは環境に配慮しながら解体分解して再資源化するなど、生産からサポートに至るまで、環境負荷の軽減に努めてまいります。

また、プリンターの下取り1台ごとに、「未来につなぐふるさとプロジェクト」に10円を寄付し、森林保全や棚田保全、耕作放棄地の再生、生物の保護などを行っている全国各地のNPOと協働し、環境保全活動に役立てています。



エンタープライズセグメント

事業の概要

エンタープライズビジネスユニット(以下、エンタープライズBU)は、金融・製造・流通・公共・文教を中心とする大手企業のお客さまに対して、キヤノンの持つ多彩な製品・ソリューション群と、グループ会社であるキヤノンITソリューションズの技術・開発力を活かして、業種ごとの経営課題解決につながるソリューションビジネス、SIサービスを展開しています。また、システム基盤構築やデータセンター、セキュリティなどのITインフラサービス事業や、先端技術を活かしたエンジニアリング事業も展開しています。「お客さまとともに価値創造を実現し、それを提供することにより『真のパートナー』となる」ことをミッションとし、お客さまから頼りにされ、必要な時には最初に声をかけていただけるような組織・人が私たちのありたい姿です。そして、ビジョンは「市場・業界における存在価値を高め、社会に貢献していく」ことです。市場・業界から私たちの課題解決能力やソリューション提供力の価値を認められ、お客さまからは大いに期待される組織を目指していきます。

労働人口の減少や働き方改革による企業の生産性向上への取り組みは、エンタープライズBUの主要顧客である大手企業において加速しており、多くの顧客がAIやIoT、ビッグデータなどデジタルを活用したデジタルトランスフォーメーション(DX)への取り組みを始めています。私たちは長期にわたるお取引で培った信頼に基づく顧客基盤

を活かし、お客さまの経営課題・業務課題を解決するデザインカ、最新のデバイス・ソリューション・技術を組み合わせたスピードある実現力によりデジタルビジネスを推進し、お客さまのDXに貢献していきます。

2020年12月期の市場見通しと事業戦略

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、本書発行時点において2020年度の市場および当社業績を合理的に見通すことが困難となっています。そのため、下記に記載の各戦略に関しては期中で見直す可能性がございます。あらかじめご承知おきください。

業種共通の動向

企業の効率化、省人化、デジタル化によって、さらなる生産性向上への取り組みが加速し、多くの業種でペーパーレス化が進行します。一方で、ITサービス市場は成長を継続し、なかでもAIやIoTなどDXへの取り組みは着実に増加すると思われます。2021年開催予定の東京オリンピック・パラリンピックに向け、働き方改革の取り組みも一層加速していきます。

金融

従業員の生産性向上に向けた投資、顧客接点の強化、Fintechなど新たな商品やサービスの実現に向けた取り組みが成長を支える見込みです。当社は、信託業務や損害保険調査業務領域に加え、業界の変革の波を捉えた新たな業務クラウドサービスなど、業務特化ソリューションを

責任者による事業運営方針

人材

環境の変化を俊敏に察知し、お客さまが成長する上での課題を解決するための発想力・創造力と実行力を備えた個・集団となります。

顧客基盤

築き上げたお客さまとの良質なリレーションを失うことなく、より深く、より広く、より多面的に接点を広げ、お客さまとともに成長・進化します。

提供価値

お客さまを把握し、市場動向をつかみ、己を理解し、お客さまや市場に認められる魅力ある提供価値を備え、磨いていきます。

足立 正親

取締役
専務執行役員



強みと戦略

強固な顧客基盤

トップリレーションと高い営業力による豊富な取引実績に基づく信頼関係で構築された、強固な顧客基盤。

高度な専門性

キヤノンITソリューションズが持つ高度なSI能力・システム開発力、先端技術力を活かした豊富なプロジェクト実績。

トータルサポート力

企画・コンサルティング～設計・開発～構築～運用・保守まで、システムのライフサイクルをトータルでサポート。

これらを融合させ、高い付加価値と生産性を両立させたビジネスモデルの創出により新たな価値創造を実現し、ITソリューションビジネスの収益力を強化しつつ売上規模の拡大を図ります。

展開していきます。

製造

自動車業界を中心とする組立製造だけではなく、化学や食品、消費財、製薬などのプロセス製造を含め、製造業全体で基幹系システムの更新需要が広がっており、さらにIoT・AI導入の拡大によって市場平均を上回る成長率となる見込みです。当社はエンジニアリング系の業務ソリューションや保守・保全分野における新規ソリューションの構築、映像技術を活用した差別化ソリューションなどに注力していきます。

流通

M&Aに伴うシステム統合、人手不足を背景とした業務の効率化や自動化などの需要が成長を支え、市場平均を上回る成長率となる見込みです。当社は、小売・商社業種を中心に人手不足に対応するためのITを活用した「省人化」「省力化」ソリューションの推進や、貿易業務、POP業務などの各種ソリューションを推進していきます。

文教

戦後最大とも言われる教育改革が始まっています。小・中学校から高校、大学、社会人までさまざまな改革が進んでいますが、共通しているのはICT環境の利活用が必須であることです。当社は、得意領域の基盤インフラおよびin Campusシリーズを中心としたSI開発をよりスピーディに行い、文教市場での事業を拡大していきます。

今後に向けたリスク対策

IT業界において深刻さを増している高度人材の不足リスクに対しては、採用の強化および既存技術者の上流シフトなど戦略的育成に加え、社外システムパートナーとの関係強化によって人的リソース強化を実現していきます。

なお、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、お客さまの在宅勤務が増えることによりオフィスにおけるプリントボリュームが減少し、保守サービスの売上が減少する見込みです。減少の程度につきましては、現在精査中です。

トピックス：社会との関わり

キヤノンITソリューションズの西東京データセンターは、東京 2020大会の開催に伴い発生するCO₂排出量をゼロにする「東京 2020 大会のカーボンオフセット」に協力し、CO₂のクレジット約2万トン分の寄付を行いました。同センターでは、「グリーンデータセンター」として、さまざまな省エネ対策により大幅なCO₂削減を実現しています。今回、これまでに削減したCO₂を有効活用するために、東京2020大会へ寄付することにしました。

キヤノンITソリューションズ西東京データセンターは、今後も省エネルギーの取り組みを継続的にを行い、持続可能な社会へ貢献します。



西東京データセンター新棟完成イメージ

エリアセグメント

事業の概要

エリアビジネスユニット（以下、エリアBU）は、全国に営業・サービス拠点を展開し、主に従業員数1,000名未満の中堅・中小企業のお客さまに対して、経営課題や業務課題の解決を通じて貢献するビジネスを行っています。

ビジネスの対象を従業員規模別に区分し、それぞれのお客さまが抱える課題特性に応じたソリューションを提供しています。例えば、情報セキュリティ対策と言っても従業員規模や業種によって想定されるリスクはさまざまです。これまで培ってきた提案ノウハウや当社における実際の成功事例などを活用することで、お客さまに対して最適な解決策を提供します。

また、お客さまに対応するチャンネルとしては、グループ会社であるキヤノンシステムアンドサポート、全国のビジネスパートナーやディーラー、システムインテグレーターを中心としたシステムパートナーを有しています。

これらの顧客対応チャンネルの持つ強みと、キヤノンMJグループが持つ強みを掛け合わせ、市場や顧客に則した最適な顧客対応体制を地域別に構築するために、エリアマーケティングを展開してまいります。

エリアBUでは、キヤノンプロダクトの提供だけではな

く、お客さまの経営課題や業務課題に向き合ったソリューションを提供することでお客さまと深い信頼関係を築き、さらなる成長を目指してまいります。

2020年12月期の市場見通しと事業戦略

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、本書発行時点において2020年度の市場および当社業績を合理的に見通すことが困難となっています。そのため、下記に記載の各戦略に関しては期中で見直す可能性がございます。あらかじめご承知おきください。

ここまで売上を牽引してきたビジネスPCの入れ替え需要は、第一四半期までで一段落すると見えますが、働き方改革による業務効率化や生産性向上のための活発なIT投資は今年も継続すると見込んでいます。PC需要で広がった顧客接点を継続的に維持構築し、新たなお客さまに新たな商品・サービスを提供していきます。

特に、中堅・中小企業においてもお客さまのIT活用が進んでおり、この領域で中核となるのがキヤノンシステムアンドサポートです。この層のお客さまは、IT導入意欲は高まっているものの、システム維持管理等を担う人材が不足していることから、導入・運用・保守までをキヤノンシステムアンドサポートがトータルサポートすることで、お客さまのビジネスや事業の円滑な遂行、発展、変

責任者による事業運営方針

- 中堅・中小企業が抱える多種多様な経営課題の解決に貢献することでパートナーとともに成長してまいります。
- サービス&サポートの分野における高いCSを目指します。
- 情報とデータを活用し、均一のプロセス管理、マネジメントスタイルを確立し、パートナー、自社ともに効率化と生産性向上を実現させます。
- パートナーおよび社員のやりがい、働きがいを向上させ、PS（パートナーサティスファクション）・ESを高めます。

久保 邦彦
上席執行役員



強みと戦略

多様なチャネル

地場の有力な企業を顧客に持つビジネスパートナー、全国の企業に基幹システム等を導入しているシステムパートナー、広く全国に顧客サポート基盤を持ち中堅・中小企業向け直販を行うキヤノンシステムアンドサポートという多様なチャネルを持ち、それぞれの顧客の経営課題に対するソリューション営業を展開。

全国約200拠点に広がる顧客サポート基盤

全国の顧客を支えるプロダクトおよびITソリューションのサポート体制。中堅・中小企業向けの経営課題を解決する直販体制。

Slerの業種別、業務別システム提案力

全国の企業にシステムを導入しているシステムパートナーと連携したプロダクトおよびITソリューションの提供。

革の推進をお手伝いしています。

労働人口の減少が進むなか、中堅・中小企業におけるITの運用・管理およびセキュリティ対策に関するニーズは今後ますます高まることが予想され、当社の収益拡大の大きなチャンスと捉えています。

一方で、複合機やレーザープリンターといったドキュメントの出力機器は、機器の集約化やドキュメントの電子化が進んでおり、市場の今後の大きな成長は見込めません。このような環境下でプロダクトを拡販していくためには、お客さまの社内システムと連携させたプロダクトの提案や、プロダクション機器をはじめとしたお客さまの生産財としての提案が欠かせません。

上記のような分野に戦略的にリソースを投下することが必要であり、そのための体制の強化・人材育成を図っていきます。

今後に向けたリスク対策

売上構成比の高い保守サービスにおける売上減少リスク
IT分野の競合激化による提案・サポート力の相対的低下リスク

対策：顧客課題に則した中堅・中小企業向け課題解決型営業へ変革を図ります。

労働人口減少による人手不足

対策：デジタルおよび非対面の活用による営業スタイルの
変革により、労働人口減少の環境下においても、生産性を向上させ収益拡大を目指します。

トピックス：社会との関わり

日本国内では労働人口が減少し続けており、特に中小企業のお客さまはIT専任者不足などの課題を抱えています。そのような課題に対し、当社のITを駆使したサポートやアフターサービスを提供することで、お客さまの生産性向上や働き方改革を支援するとともに、労働人口不足などの社会課題解決につなげてまいります。



プロフェッショナルセグメント プロダクションプリンティング

責任者による事業運営方針

- 専門性の高いお客さまとともに成長し続けるため、社員一人ひとりが考え行動し、高品質な製品・サービスとときめ細かなサポートをスピード感をもって提供します。
- 印刷市場を取り巻く変化に対応し、お客さまの変革をサポートするプロフェッショナル集団になります。

強みと戦略

豊富な経験・ノウハウ

長年データプリントサービスに携わってきた豊富な経験とノウハウを活かし、お客さまの幅広いニーズに対応するプリンターやソリューションを提供してまいります。

商業印刷・産業印刷分野の拡大

築き上げてきた強い顧客基盤や、技術力・開発力を活かし、商業印刷・産業印刷分野のお客さまからも信頼されるパートナーを目指します。

事業の概要

高速デジタルプリンター・大判プリンター・POPシステムおよび消耗品の販売、印刷前後処理加工機・印刷検査システムおよび印刷関連ソフトウェアの販売、保守サービスの提供、ワークフローシステムの開発・提供、プリントサービスの提供を行い、主に印刷業界を中心としたお客さまの変革をサポートしています。

2020年12月期の市場見通しと事業戦略

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、本書発行時点において2020年度の市場および当社業績を合理的に見通すことが困難となっています。そのため、下記に記載の各戦略に関しては期中で見直す可能性がございます。あらかじめご承知おきください。

印刷市場は緩やかな減少傾向で推移しており、2020年もその傾向は変わらないと思われます。そうしたなかで、デジタル印刷市場は欧米に比べると遅れてはいるものの、拡大傾向にあります。これはDM・保険通知・学習教材のような大量生産から多品種・小ロットへとといった、ニーズに合わせたオンデマンド印刷への変化を表しています。そのような環境のなか、以下の事業戦略に取り組んでまいります。

- カラーインクジェットプリンターを用いてデータプリントサービスの帳票と可変データを合わせて印刷するソリューションを提供することにより、お客さまの印刷工場の効率的な運用の実現に貢献し、顧客基盤を維

持・拡大します。

- 商業印刷市場の多様なニーズに対応する高画質インクジェットプリンターやソリューションメニューの提供により、新たなお客さまを獲得します。
- 産業印刷向けプリンターでサイン・ディスプレイ・ラベルなどをターゲットに新規のお客さまを獲得します。
- 大判プリンター新製品と図面管理ソリューションにより、お客さまの生産性向上に貢献します。
- 検査システムやワークフローシステムでプリンターの差別化やトータルソリューションの提供を行います。
- プリントオンデマンド、コンテンツ製作、オフィス機器管理などを請け負うアウトソーシングビジネスをお客さま先常駐や非対面で提供することで、お客さまのコストダウンやコア業務への集中などの課題解決に貢献し、関係強化を図ります。

今後に向けたリスク対策

商業印刷におけるオフセット印刷の低価格化により、デジタル化が想定より進まない可能性が考えられます。そのためにもプリンティングを越えて、キヤノンMJグループのITをはじめとする豊富なソリューションで、印刷市場のお客さまが抱えるさまざまな課題にお応えしてまいります。

プロフェッショナルセグメント

産業機器

責任者による事業運営方針

成長戦略を常に念頭に！！

ミッション

安心・安全で豊かな「暮らし・仕事・社会」の実現に向け、産業基盤の技術的発展と価値あるソリューションを提供します。

ビジョン

「顧客主語」を実践するグローバルな視野を持ち、Beyond CANON、Beyond JAPAN事業の促進とサービス事業を展開している利益ある産業機器部門。

強みと戦略

独自性の追求

自部門内に商品開拓の専門部隊を保有し、市場ニーズに基づき世界の優れた商品を発掘し、技術とともに提供。

経験豊富なサポート

高度な技術を必要とする国内外の多種多様な取扱商品に対応できるフィールドサポートが可能。

豊富な商品群

プロセス改善を含むトータルソリューションの提供。

事業の概要

半導体市場向け製造装置、検査計測装置およびIoTビジョン関連商品、金属3Dプリンター、光学式計測機器などのレーザー加工分野向け機器や装置の販売、技術サポート、保守サービスを行っています。

現在の取扱社数は、世界7カ国19社。今後も多様化するお客さまのニーズに応えられるよう、商品群の拡充を進めるとともに活動領域の拡大を図ります。

2020年12月期の市場見通しと事業戦略

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、本書発行時点において2020年度の市場および当社業績を合理的に見通すことが困難となっています。そのため、下記に記載の各戦略に関しては期中で見直す可能性がございます。あらかじめご承知おきください。

半導体市場ではメモリ分野における設備投資の低迷が長期化しており、回復時期は年度後半からと見込んでいます。また、自動車の電動化や自動運転技術の進展、5Gの商用化などによりパワー半導体、通信機器関連部品分野が堅調に推移すると見込んでいます。

同市場に対しては引き続き「顧客と製品のダイバーシティー強化」を図り、市場環境変化に順応できる体質強化を進め、併せてサービスの売上成長戦略を実践していきます。

非半導体市場では個別商品の販売を強化します。IoTビジョンは、キヤノン製CMOSイメージセンサーを核とした商品群の拡充とソリューション提案力の強化で新規市場の開拓を進めます。また、レーザー加工関連では、3Dプリンターによる部品量産化が進むエネルギーや自動車関連分野への大型金属3Dプリンターの販売を強化、さらに新規取り扱いを開始したÄpre社およびGBS社製計測機器の市場浸透を加速させます。

今後に向けたリスク対策

リスク: 市場の急激な変化や海外ビジネスパートナーとの販売店契約解消

対策: 新規商品、新規ビジネスパートナーの開拓を推進し、取扱商品群(数)の拡充を図ります。

プロフェッショナルセグメント ヘルスケア

責任者による事業運営方針

医療・ヘルスケア業界を取り巻く環境が大きく変化しているなか、私たちは一貫してお客さまの課題、ニーズに即したIT化を支援し、「価値ある医療情報システム」を提供することを使命としてきました。私たちは、お客さまの価値を実現するための質の高い製品やサービスをお届けすることで、信頼される真のパートナーであり続けることを目指しています。

強みと戦略

40年以上の実績と信頼

医療IT事業における40年以上の実績と信頼は、「医療市場のお客さまを見つめる力」と医療ITの提案・開発・導入・保守までの「トータルなサポート力」がよりどころとなっています。

医療ITのスペシャリスト

医療専門ソリューションプロバイダだからこそ、医療市場に特化した市場層別の戦略とスペシャリスト、そしてソリューションラインアップを有しています。

医療情報・品質管理

医療情報を安全に取り扱うために、従来から「ISMS適合性評価制度」と「プライバシーマーク」の認証継続に取り組んでいます。

事業の概要

医療市場向けに特化したトータルソリューションプロバイダとして、大規模な医療情報システムからレセコン、電子カルテ、健診システム、調剤システム等、短納期で稼働して上手にご利用いただく小規模なシステムまで幅広いソリューションやサービスを取り揃え、提案・開発・導入・保守をOne Stopで提供しています。加えて、当社の強みである画像とITを活用した医用画像クラウドサービスを展開し、お客さまの多様なニーズにお応えしています。

2020年12月期の市場見通しと事業戦略

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、本書発行時点において2020年度の市場および当社業績を合理的に見通すことが困難となっています。そのため、下記に記載の各戦略に関しては途中で見直す可能性がございます。あらかじめご承知おきください。

日本の医療機関(病院、診療所等)における医療情報の電子化は、AIの活用に向けて重要となるデータの収集に寄与するものと考えられています。そのため、国による医療のICT化の推進が続き、市場は拡大傾向にあります。電子カルテは、6割が未導入の中小規模病院に浸透していくことで低価格化や多様化が進むことが予想されてい

ます。成長分野は、電子カルテや画像管理システムなどのクラウドサービスへの移行に加え、地域包括ケアや関連施設連携などが重要視され、遠隔画像診断やオンラインでの診療予約・問診など、クラウドを活用したシステムやサービス等が見込まれています。このような市場背景のなか、私たちは、医療ITトータルソリューションプロバイダとして、さらに高度化していくお客さまのニーズと求められる価値をしっかりと見つめ、これまでの経験と医療クラウド基盤を組み合わせ、これからの市場にマッチした新たなサービスを創出、展開していきます。

今後に向けたリスク対策

新型コロナウイルス感染症による医療施設そのものの経営への影響がIT投資の延伸・停止をもたらし、また医療ICTに関する政策の方向転換などがリスクとして考えられます。このようなリスクへの対策として、既存顧客への良質なサービスの提供を通じて事業基盤を維持しつつ多様化するニーズを満たす医療クラウドソリューションで顧客を増やし、安定した経営基盤を作り上げてまいります。

サステナブルマネジメント —ESGの取り組み

- サステナブルマネジメント
- 持続的な成長を支える取り組み
- コーポレート・ガバナンス
- 取締役および監査役

サステナブルマネジメント

キヤノンMJグループでは、気候変動への対応、情報セキュリティの強化、人権と多様性の尊重、コーポレート・ガバナンスを持続的な成長を支えるために必要不可欠なことと捉え、積極的な取り組みを推進しています。そして、現代社会における要請や期待といえる、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。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付くと考えています。キヤノン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。

*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

ミッション

先進的な“イメージング&IT”ソリューションにより社会課題の解決に貢献する。

ビジョン

お客さまを深く理解し、お客さまとともに発展するキヤノンマーケティングジャパングループ。

Business with CSR

キヤノンMJグループは、変化の激しい社会のニーズやお客さまの経営課題を的確に把握し、ITソリューションをはじめとしたソリューションの提供により社会課題の解決につなげていくことを目指しています。

Business with CSRを推進することで、「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成に向けて、事業活動を通じて取り組んでいきます。

基本的なCSR

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活動です。



社会課題の解決

製造業向け需要予測・需給計画ソリューション

「FOREMAST」

数理技術を活用した受給マネジメントシステムによる、欠品のない在庫削減の実現

製造業向け生産管理・原価管理・販売管理ソリューション

「mcframe」

製造業の多種多様なニーズに応え、600社以上の導入実績

環境保全

お客さま先でのCO₂削減貢献量(単位:t-CO₂)

	2017年	2018年	2019年
製品の省エネ性能向上とカーボン・オフセットの導入	19,939	19,546	19,704
ITソリューションによる効率化	50,433	57,773	68,786
使用済み製品・消耗品のリサイクル	52,703	50,752	47,024
合計	123,075	128,071	135,515

信頼される品質

取得認証規格

規格名	取得企業・部門
ISO9001	キヤノンシステムアンドサポート株式会社(全社取得)
	キヤノンITソリューションズ株式会社(部門取得)
	キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ株式会社(部門取得)
ISO20000	キヤノンITソリューションズ株式会社(部門取得)
BCMS適合性評価制度	キヤノンITソリューションズ株式会社
	ITサービス事業部 ITサービス技術本部 DC運営部(西東京データセンター)
ISMS適合性評価制度	キヤノンマーケティングジャパン株式会社など14社
プライバシーマーク	キヤノンマーケティングジャパン株式会社など9社
ISO14001:2015	キヤノンマーケティングジャパン株式会社など13社

ダイバーシティ

管理職に占める女性管理職の比率

3.1%

働きやすさ

離職率(キヤノンMJグループ)

2.74%

経営の透明性の確保

社外取締役の人数・比率

2名 33%

親会社からの一定の独立性の確保

親会社出身の取締役人数・比率

0名 0%

持続的な成長を支える取り組み

環境経営

キヤノンMJグループは、地球温暖化防止や廃棄物削減など、自社の対策をしっかりと行った上で、“マーケティング企業”としての特色を活かした活動に注力していくことにより、豊かな生活と地球環境を両立する社会づくりに貢献していきたいと考えています。

> 環境ビジョン「未来の森」2020

キヤノンMJグループは、環境経営に関する中期ビジョンとして環境ビジョン「未来の森」2020を策定しました。

キヤノン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、豊かな生活と地球環境を両立する社会づくりに貢献します。

> 「グリーンレシオ」設定(2016年～2020年)

キヤノンMJグループは、中期環境目標として「グリーンレシオ」を設定し、毎年その進捗を管理しています。「グリーンレシオ」は、キヤノンMJグループの地球温暖化防止活動を「自社CO₂排出量の改善率」「お客さま先でのCO₂削減貢献量」「お客さま先でのCO₂削減貢献量の自社CO₂排出量比」の3点で評価します。

	2016～2020年の 目標数字	2019年実績
自社CO ₂ 排出量の原 単位改善率	1.2%改善 (前年比)	5.3%改善 (前年比)
お客さま先での CO ₂ 削減貢献量	150,000t-CO ₂ 以上	135,515t-CO ₂
自社CO ₂ 排出量と お客さま先での CO ₂ 削減貢献量の比	3倍以上	2.3倍

> 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。例えば、データセンターの活用や、紙文書の電子化による保管スペースの削減などにより、お客さま先での使用エネルギーの削減につながります。

> 製品の回収・リサイクル活動

お客さまや販売店から、複合機やレーザープリンターなどの本体や消耗品である使用済みのキヤノン製カートリッジを効率的に回収させていただくスキームを確立し、価値ある資源をグループ内で再資源化することで、循環型社会の形成に貢献しています。

使用済みカートリッジでは、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」において、分解・洗浄・破碎・ペレット化し、新たなトナーカートリッジに再使用しています。このようにグループ内処理・内製化を実現しています。

情報セキュリティ

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、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、情報セキュリティ成熟度の向上に取り組んでいます。また、この活動を通じて得たノウハウは、製品・ソリューションによるお客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献時にも反映するようにしています。

情報セキュリティガバナンスの強化に関する取り組みとしては、「キヤノンマーケティングジャパングループ情報セキュリティ基本方針」を定め、マネジメントの均質化と効率化に向けたISMS(情報セキュリティマネジメントシステム)ならびにPMS(個人情報保護マネジメントシステム)のグループ導入、各種情報セキュリティ対策の最適化、情報セキュリティ人材の育成、「ISMS適合性評価制度」ならびに「プライバシーマーク」の認証取得・維持による客観的な評価と継続的な改善等を推進しています。また、サイバーセキュリティ対策強化として「Canon MJ CSIRT」を設置し、運用しています。情報開示については、「情報セキュリティ報告書」を発行して実施しています。

知財戦略

世の中の流れが、「モノ」から「コト」へシフトするなかで、ITを中心とした独自の付加価値を生み出すことを目指しており、この付加価値を自社の強みとするため、知的財産活動を積極的に進めています。

キヤノンMJグループで有しているR&D組織で生み出された自然言語処理技術、映像認識技術、数理技術や、お客さまの課題を解決するソリューションで用いられる価値ある解決手法を中心に特許取得を進め、キヤノンMJグループでは約1,269件(2019年12月末現在)の特許を保有しています。

このように、キヤノンMJグループでは、お客さまに提供する解決手法や、それを支える自社の強み技術の特許権で保護し、他社と差別化を図った優れたソリューションを提供しています。

事業継続

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際、社会的責任の観点から、キヤノンMJグループの事業として影響が大きく、早急な復旧が求められる業務については、重要業務として、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。

主な取り組み

・首都直下地震対応BCP

主に電気など社会インフラのリソースが途絶することを想定して、本社機能を代替拠点へ移管し復旧対応を行うなど、お客さまへのサービス提供業務をできる限り早期に復旧する計画を策定しています。

・強毒性新型インフルエンザ対応BCP

人的リソースが制限されることを想定して、従業員と家族の生命・安全の確保を前提に、社会機能維持に関わ

るお客さまへのサービス提供業務を継続する計画を策定しています。

> 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

BCPIは、体制の構築や手順を一度、確立すればそれで良いというものではありません。首都直下地震や強毒性新型インフルエンザが発生した際に、実際に機能する実効性を伴うものであることが重要と考えています。そのために、PDCAサイクルを運用して、スパイラルアップに努めています。

主な取り組み

・連絡体制の構築

災害発生時に関係者が連絡を取り合い、適切に災害への対応を進めるために、就業時間外においても利用可能なSNSを活用した連絡体制を構築しています。被災状況、業務への被害などの情報を関係者間で効率的に共有することで、意思決定、二次被害防止、事業継続への対応と迅速につながるよう取り組んでいます。

・訓練

災害の発生を想定して、関係者がSNSに自身の安否や被災状況についての書き込みを行うなど、いざというときに確実にSNSを利用できるようにするための連絡訓練を定期的に行っています。また、BCPを策定している各部門は、机上でのシミュレーション訓練、シナリオに基づいた実動訓練など、各部門の成熟度に応じたテーマを設定の上、訓練を行っています。訓練を通じて見出された課題については、その対応策の検討を行っています。

・評価

現在策定しているBCPの実効性を確認するために、毎年、グループ全社のBCM活動を推進する事務局が第三者の立場で、各部門のBCM活動の評価を実施していま

持続的な成長を支える取り組み

す。さまざまな観点から実効性の評価や課題の洗い出しを行い、改善点を明確にし、次年度以降の活動にフィードバックしています。

お客さまとの関わり

キャノンMJグループは、お客さまのご期待に応える取り組みを真摯に実践しています。

> 品質マネジメントシステム

キャノンMJグループは、「製品安全に関する基本方針」のもと、安心・安全にお使いいただける高品質な製品・サービスをお客さまに提供するために、品質マネジメントシステムや品質保証のリスク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では、対象となる製品・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ャノン(株)と連携し、お客さまへの迅速な対応を実施しています。

ビジネスパートナーとの関わり

キャノンMJグループは、ビジネスパートナーのスキル向上の支援を通じた、お客さまの価値創出に貢献しています。調達活動においては、法令遵守のもと公正な取引を推進するとともに、環境負荷低減に資するグリーン調達を推進しています。

> 調達活動

キャノンMJグループは、次の通り調達業務の基本方針を定め、調達活動を実施しています。

調達基本方針

1. 円滑かつ競争力のある事業活動の推進を目的として、安全性と品質を追求し、顧客の要望に応じた適正な価格の製品・サービスの安定的な調達に努めます。
2. 地球環境保全活動を目的として、より環境負荷の低減に配慮した製品・サービスを優先的に調達する「グ

リーン調達」を実践します。

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. 持続可能な社会形成実現に向け、お取引先と長期的に相互繁栄できる取引関係を目指した調達活動を遂行します。

> グリーン調達の推進

キャノンMJグループは、キャノングループで定めた「キャノングリーン調達基準書[※]」に基づいた有害化学物質の廃絶活動を行っています。

※キャ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への要求事項を規定したもので、その遵守を取引の必須条件としています。

> 調達コンプライアンスの徹底

キャノンMJグループは、取引の適正化・公正化への取り組みとして行動指針や調達関連法令・法規の教育を実施しています。具体的には、「グループ調達規程」を定め、公平・公正な取引、環境保全への配慮、調達関連法令の遵守を念頭に置きながら適切に行動することを定めています。

お取引先に対しては「お取引先へのお願い」に加えて、取引開始時に「取引基本契約書」を締結し「法令を遵守することはもとより、企業倫理に反する行為および社会の信頼を損なう行為を厳に慎み、公正かつ誠実に取引を行う」ことを確約しています。取引開始後は定期調査を行い、環境・社会的側面を含めた多岐にわたる取り組み状況を確認し、評価内容をお取引先にフィードバックしています。

人権と多様性の尊重

キャノン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、多様な人材が生き活きと活躍できる企業風土を醸成しています。

> 不当な差別の防止とダイバーシティの推進

キャノングループでは、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。

また、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。

さらに、キヤノンMJおよびキヤノンITソリューションズの2社は、経団連の「女性活躍アクション・プラン」に賛同し、女性の役員・管理職登用に関する自主行動計画を提出しました。

職場における女性活躍推進に向けては、キヤノンMJグループ上記2社のほか、キヤノンシステムアンドサポート・キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ・キヤノンビズアテンダ・キヤノンカスタマーサポートの計6社が、女性管理職登用や採用など、各社の課題に基づいて行動計画を策定しています。キヤノンMJにおいては、2020年までに管理職に占める女性の割合を2.0%以上、管理職候補であるチーフ・課長代理に占める女性の割合を11.0%以上とすることを目標としています。

＞ 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捉え、職場単位で話し合いを行っています。

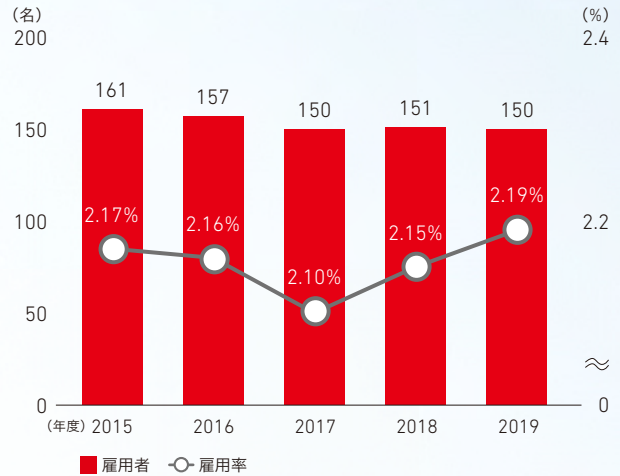
また、従業員がハラスメントについて安心して相談ができるよう、面談形式だけでなく、メールや電話による専用窓口も設けています。

＞ 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。

2019年6月時点のキヤノンMJの障がい者雇用率は法定雇用率2.0%に対し、2.19%になっています。今後も新

障がい者雇用状況の推移(単体)



厚生労働省が定める基準により、所定労働時間や障がいの程度等に基づき算出

卒、中途採用ともに、障がい者の積極的な採用をグループ体となって展開します。

＞ 働き方改革への取り組み

キヤノンMJグループでは、長期経営構想フェーズIIIの基本方針に「社員が生き活きと輝く企業グループへ」を掲げ、その実現に向けた取り組みの一つとして「働き方改革」を行っています。ノー残業デーの徹底、サテライトオフィスや在宅勤務の活用、ITツールの利用促進やAI、RPAの活用などの取り組みを通じて、より効率的に働きがいを感じられる働き方を推進し、「就業時間内に仕事を仕上げる」働き方の定着を目指します。

＞ 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、生き活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、子育てサポート企業として、東京労働局長より「基準適合一般事業主」の認定(認定マーク:くるみん)を取得しています。

コーポレート・ガバナンス

キヤノンMJグループのコーポレート・ガバナンス

概要

形態：監査役設置会社

取締役の人数：6名

うち社外取締役の人数：2名

社外取締役のうち独立役員に指定されている人数：2名

取締役の任期：1年

監査役の人数：5名

うち社外監査役の人数：3名

社外監査役のうち独立役員に指定されている人数：2名

監査役の任期：4年

会計監査人：有限責任監査法人トーマツ

執行役員制度の採用：有

執行役員の人数：23名

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、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います。

なお、当社は、コーポレートガバナンス・コードの各原則をすべて実施しています。

コーポレート・ガバナンスの充実に向けた取り組み

2011年 執行役員制度の導入

2014年 社外取締役の選任(1名)

2016年 社外取締役の増員(2名)

2016年 独立社外役員の独立性判断基準を制定

2016年 コーポレートガバナンス・コードへの対応

2018年 指名・報酬委員会を設置

支配株主との取引等を行う際における少数株主の保護について

当社の支配株主は、親会社であるキヤノン(株)がこれにあたります。キヤノン(株)との取引は、重要な基本契約について、取締役会の決議を経て締結するなどにより、当社の利益が損なわれることのないよう適切・公正に実施

しています。また、支配株主との取引のみならず、すべての取引について、当社の独立性と利益が損なわれることのないように適切・公正に行うことにより、すべての株主の利益を保護しています。

親会社との独立性について

当社の親会社であるキヤノン(株)は、2019年12月31日現在、当社の議決権の58.5%を所有しています。当社は、親会社の企業グループのなかで、日本市場におけるキヤノン製品の販売、サービス、マーケティングの統括ならびに、ITソリューション等の提供を行っており、明確な事業の棲み分けがされています。

親会社との取引につきましては、キヤノン(株)がキヤノンブランドを付して製造するすべての製品(半導体露光装置・液晶基板露光装置・医療機器を除く)を日本国内において独占的に販売する権利を有していますが、取引条件の決定は、市場価格を勘案して当社希望価格を提示し、一般取引と同様に交渉の上、決定しています。また、親会社との人的関係につきましては、親会社と兼務している取締役はいません。

このことから、事業活動上、親会社からの制約はなく、当社独自の経営判断で事業活動、経営上の決定を行っており、親会社からの一定の独立性が確保されているものと考えています。

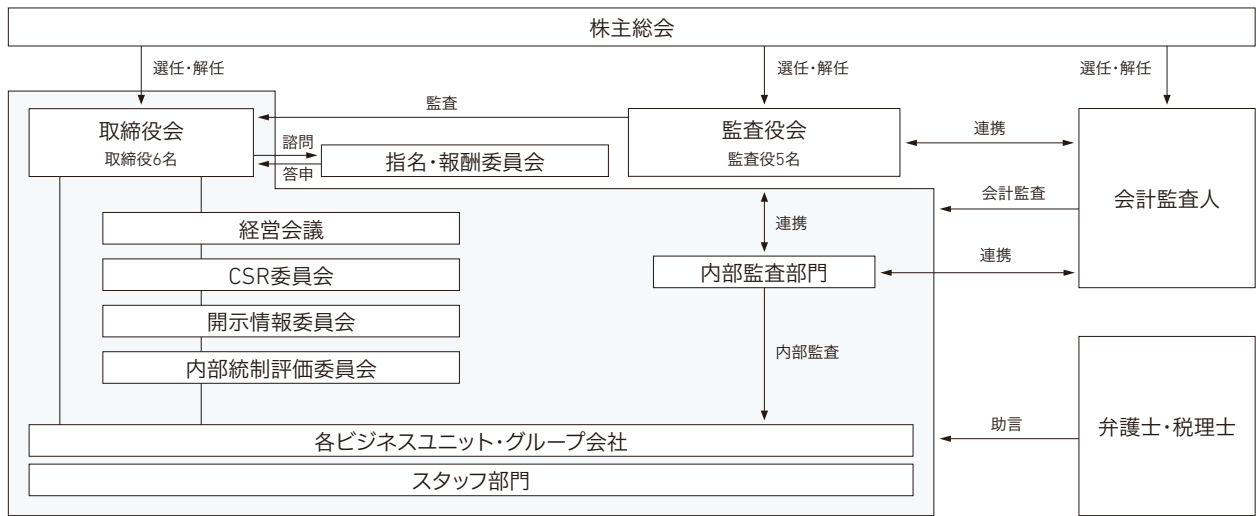
上場企業としてのコーポレート・ガバナンスの実効性を確保するために、内部監査部門の充実、監査役と会計監査人との連携や各種委員会の設置等による多面的な内部統制システムの構築にも、独自に取り組んでいます。

株主との建設的な対話に関する方針

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するため、株主総会、長期・中期経営計画説明会、決算説明会、主要機関投資家との面談等により、株主との間で建設的な対話を行っています。

コーポレート・ガバナンス体制

(2020年3月31日現在)



取締役会

当社の取締役会は、全社的な事業戦略および執行を統括する代表取締役と、各事業領域または各本社機能を統括する業務執行取締役を中心としつつ、経営の健全性を担保するため、2名以上の独立社外取締役を加えた体制としています。取締役会は、法令に従い、重要な意思決定と執行状況の監督を行います。

それ以外の意思決定については、代表取締役がこれを行うほか、代表取締役の指揮・監督のもと、取締役会決議により選任される執行役員が各事業領域または各本社機能の責任者としてそれぞれ意思決定と執行を担います。

現在、決算、役員人事等の定例事項に加え、法令や取締役会規則に定める重要事項については、原則として月1回開催している定例の取締役会に加え、必要に応じて開催する臨時取締役会や、役員および主要グループ会社社長が参加する経営会議で活発に議論した上で決定する仕組みとなっています。

監査役会

当社は、取締役会から独立した独任制の執行監査機関として、当社の事業または企業経営に精通した者や会計などの専門分野に精通した者を監査役にするとともに、社外監査役のうち1名以上は、取締役会が別途定める独立性判断基準を満たした者とします。これら監査役から構成される監査役会は、当社の会計監査人および内部監

査部門と連携して職務の執行状況や会社財産の状況などを監査し、経営の健全性を確保します。

社外監査役3名を含む5名の監査役が、監査役会において定めた監査の方針、業務の分担等に従い、取締役会への出席、取締役等からの聴取や重要な決済書類等の閲覧、業務および財産の状況の調査等により厳正な監査を実施しています。

内部監査

グループ総合監査室が、社長直轄の独立した専任組織として当社および全グループ会社の内部監査部門としての方針を策定し、すべての経営諸活動を対象として、財務報告の信頼性、業務の有効性・効率性、法令遵守、資産保全の観点から監査を実施し、評価と提言を行っています。なお、キヤノンITソリューションズ(株)、キヤノンシステムアンドサポート(株)の監査部門も同じ方針の下、監査を実施しています。グループ全体の監査スタッフは50名体制となっています。

社外取締役および社外監査役

当社の社外取締役は2名、社外監査役は3名です。当社は、コーポレートガバナンス・コードおよび独立性基準を踏まえ独立社外取締役および独立社外監査役の独立性を担保するための基準を明らかにすることを目的として、全監査役の同意のもと、当社取締役会の承認により「独

立社外役員の独立性判断基準」を制定しています。なお、当社の独立社外取締役および独立社外監査役は、当該「独立性判断基準」を満たしており、取締役会の透明性とアカウンタビリティの維持向上に貢献する役割を担っています。

社外取締役および社外監査役の職務を補助する専任の組織・使用人は置いていません。なお、社外取締役に対しては業務執行取締役等から取締役会議案等について必要に応じて事前説明を行っています。また、社外監査役に対しても社内監査役または業務執行取締役等から取締役会議案等について必要に応じて事前説明を行っています。さらに、社外監査役は、月1回以上開催される監査役会ならびに随時開催される監査役連絡会等に参加し、重要事項およびそれぞれの監査内容に関する情報を監査役間で共有しています。

社外取締役および社外監査役の取締役会、監査役会への出席状況

	氏名	2019年度における取締役会、 監査役会への出席状況
社外取締役	土橋 昭夫	取締役会 16回中14回出席(88%)
	大澤 善雄	取締役会 16回中16回出席(100%)
社外監査役	手戸 邦彦	取締役会 16回中16回出席(100%) 監査役会20回中18回出席(90%)
	楠美 信泰	取締役会 16回中16回出席(100%) 監査役会 20回中20回出席(100%)
	長谷川 茂男	取締役会 16回中15回出席(94%) 監査役会 20回中20回出席(100%)

取締役会の実効性についての分析・評価

当社では、取締役会の実効性について、各取締役および各監査役によるディスカッションを行い、取締役会において分析・評価を行いました。その結果、取締役会の実効性は概ね確保されていることが確認されました。今後は、ディスカッションの過程で示されたさらなる実効性向上に向けた取締役および監査役の意見(取締役の役割に関する事項等)を取締役会の運営に活かしてまいります。

経営陣幹部・取締役の報酬決定にあたっての方針と手続き

代表取締役・取締役の報酬は、その役割に応じた職務執行の対価として毎月固定額を支給する「基本報酬」と、各事業年度の業績に連動した「賞与」、ならびに中長期的な業績向上および企業価値向上に向けたインセンティブとしての「業績連動型株式報酬」によって構成されます。上席執行役員以上の執行役員の報酬につきましてもこれに準じています。なお、社外取締役については、毎月固定額を支給する「基本報酬」のみとします。

当社は、代表取締役社長、取締役1名および独立社外取締役2名の計4名から成る任意の「指名・報酬委員会」を設けています。当該委員会は、取締役、上席執行役員以上の執行役員について、基本報酬・賞与の算定基準、業績連動型株式報酬の付与基準を含む報酬制度の妥当性を検証します。個別の報酬額は、取締役会決議により定める算定の基本的な考え方につき「指名・報酬委員会」の検証を経た報酬制度に基づき、決定されます。

なお、取締役の「基本報酬」および「業績連動型株式報酬」の総額は、株主総会により承認された報酬総額(上限)の枠内となります。取締役の「賞与」につきましては、定時株主総会において賞与支給議案が承認されたときに、支給が確定します。

指名・報酬委員会： 坂田 正弘

(議長、代表取締役社長社長執行役員)

足立 正親(取締役専務執行役員)

土橋 昭夫(社外取締役)

大澤 善雄(社外取締役)

選任・指名手続き

取締役・監査役の候補者の指名および上席執行役員を選任(代表取締役社長の後継者およびその候補者を含む)については、所定の要件を満たすと認められる者の中から代表取締役社長が候補を推薦し、その推薦の公正・妥当性を「指名・報酬委員会」にて確認の上、取締役会に議案として提出、審議しています。

また、監査役候補者については、取締役会の審議に先立ち、監査役会において審議し、その同意を得るものとしています。

経営陣幹部の解任手続き

代表取締役、業務執行取締役および上席執行役員以上の執行役員(以下「経営陣幹部」)につき違法、不正または背信行為が認められる場合、その役割を果たしていないと認められる場合、その他経営陣幹部の任に相応しくないと認められる場合には、取締役・監査役は、いつでも「指名・報酬委員会」に対して当該経営陣幹部の解任の要否を討議するよう求めることができます。

「指名・報酬委員会」での討議の結果は、その内容いかんにかかわらず取締役会に答申され、取締役会において解任の要否が審議されます。審議の対象となる当該経営陣幹部は、審議に加わるできません。

IR活動

当社では、IR情報開示の考え方を「IRポリシー」として2008年に制定し、公式IRサイトに公開しています。個人投資家向けとしては、社長および、IR担当役員等による会社説明会を開催しています。2019年は、2月、5月、8月、12月に数多くの個人投資家に対して会社説明を行っています。一方、アナリスト、機関投資家向けとしては、年初に代表取締役による長期・中期経営計画説明会を実施するほか、決算説明会を四半期決算ごとに開催しており、IR担当役員が決算内容について説明を行っています。個別での取材依頼についても積極的に受け入れています。また、海外の機関投資家との個別取材や電話会議を実施しています。証券会社主催の国内カンファレンスに参加し、社長と海外機関投資家とのミーティングも行っています。

当社のIRサイト

<https://cweb.canon.jp/ir/>

内部統制

当社は、会社法に基づき、業務の適正を確保するための体制(内部統制システム)の基本方針を取締役会で決議しており、かかる方針のもと、内部統制システムの整備を推進しています。

社長が委員長を務める内部統制評価委員会は、当社各部門および主要関係会社に責任者を置いています。その目的はキヤノンMJグループ全体の内部統制システムの構築です。

ニューヨーク証券取引所に上場しているキヤノン株式会社は、コーポレート・ガバナンスの改善を目的とした米サーベンス・オクスリー法に対応しています。キヤノングループの一員として、当社も同基準による内部統制システムの構築により国際的な対応をとっています。

企業倫理・コンプライアンス

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」と捉え、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、意識啓発活動、知識教育活動、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。

グループ全従業員に対しては、「キヤノングループ行動規範」などのハンドブックやコンプライアンスカードを配布するとともに、教育・研修によって意識啓発をしています。このほか、年に2回実施する「コンプライアンス・ミーティング」で、職場ごとに業務上のコンプライアンスリスクと対策を確認しています。また、内部通報制度の運用も継続的に行っています。

社外取締役コメント



土橋 昭夫
社外取締役

コーポレート・ガバナンスには、攻めのガバナンスと守りのガバナンスがあると思います。透明性をもって迅速な経営が行われ、中長期的な企業価値を高めていく、それを促すのが攻めのガバナンス。一方、守りのガバナンスは、企業不祥事、コンプライアンス違反が起きないようにする制度がしっかりと機能しているかを監督し、企業価値を毀損しないようにするためのものだと思います。

私は当社の社外取締役として、今年が5期目になります。この間、成長事業と位置付けるITソリューションを成長させましたが、不祥事などは一切なく、攻めと守りの両面においてガバナンス上、問題のない会社であると理解しています。

2018年12月に指名・報酬委員会が設置され、役員を選任、報酬の決定における客観性が高まり、この点でもガバナンスがさらに進歩した形になってきたと思っています。

取締役会の実効性の面では、参加者の闊達な議論が毎回行われており、私が関与する他の会社と比べてもまったく遜色はないと評価しています。

新型コロナウイルス感染症が契機となり、働き方が大きく変わるなど、IT化が加速しています。このような時こそ当社の技術力で社会に貢献するべきであり、そのためにはITソリューションに経営資源を集中し、大胆な人材戦略の実施やM&Aに打って出ることも必要です。



大澤 善雄
社外取締役

2019年12月期のコーポレート・ガバナンス上の進化の一つとして、2018年12月に設置した指名・報酬委員会が始動したことが挙げられます。同委員会では、役員人事、報酬、後継者計画について審議を行いました。この討議を通じ、人事と報酬に関する現状と今後の対応に、従前にも増してより公正妥当なガバナンス体制が整備できたと思います。

また、取締役会の議論は、取り巻く諸環境が厳しさを増すなか、今後の経営戦略や中期計画、投資等の課題に活発な意見が交わされました。取締役会議長の坂田社長は、発言内容に枠をはめることなく、オープンディスカッションを指向されていますので、それに呼応する形で取締役の皆さんがより多く発言するようになり活性化が進んできていると思います。

当社グループが成長事業としているITソリューションは、これまで順調に拡大を続けています。これは、日本中に顧客基盤と販売網を持ち、さらに4,000人近いシステムエンジニアを擁する子会社を持つなどの強みを活かしてきたからこそ、成長させることができたのだと思います。ただ、今後のさらなる成長のためには、豊富なキャッシュポジションを活かしたM&Aなどの成長投資も今まで以上、さらに積極的に検討・実施すべきだと思っています。

2019年の台風被害、2020年の新型コロナウイルス感染症と、自然災害や疫病に対して当社グループが非常に整然と統制のとれた対応をしていることに、人材、組織、ガバナンスなどの基盤がしっかりといることを実感しました。これは、大きな強みであると思います。

事業等のリスク

市場の競争および変動による影響

オフィスMFPの本体および保守サービスでは、価格競争が継続しています。保守サービスにつきましては、単価下落が継続しており、価格競争が一段と進んだ場合、収益の低下が懸念されます。また、ペーパーレス化によるプリントボリュームの減少が当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。レーザープリンターのトナーカートリッジは、第三者により代替品が販売されており、その販売量が拡大した場合、キヤノン純正品の収益の圧迫要因となります。

ITソリューションでは、さまざまなSI案件において綿密な作業工数管理を行い、不採算案件の発生防止に努めています。しかしながら、顧客からの仕様の追加・変更の要望や顧客との仕様・進捗に関する認識の不一致等により、多大な追加工数が発生した場合、業績に影響を及ぼす可能性があります。

レンズ交換式デジタルカメラは、一眼レフカメラからミラーレスカメラへ市場が移行する一方で、レンズ交換式デジタルカメラ全体の市場縮小が続く可能性があります。また、インクジェットプリンターは、年賀状の減少等によるプリントボリュームの低下に伴い、インクジェットプリンター本体およびインクカートリッジの売上減少が加速する可能性があります。

産業機器においては、半導体製造装置や検査計測装置が半導体やデバイスメーカーの設備投資の状況に受注面で大きな影響を受けます。これらのメーカーの設備投資が低下した場合、業績が低迷する可能性があります。

医療では、医薬品医療機器等法(旧薬事法)により、販売管理者の設置や市販後のトレーサビリティのための情報化整備等、安全管理のための体制強化が義務付けられています。当社グループは、法令順守には万全の体制を整えています。安全管理体制や情報化が当初の想定通りに運用できなかった場合、医療機関や医療機器販売業者との取引が減少する可能性があります。

また、親会社のキヤノン(株)をはじめ、多数の取引先からの商品およびサービスの提供を受けているため、自然災害や重大事故の影響等、取引先の何らかの事情により

十分な供給を受けられないなどのリスクが発生する可能性があります。その場合には、販売活動の円滑な推進ができず、業績に影響を与える懸念もあります。

貸し倒れリスク

当社グループでは、商品およびサービスの提供後に代金を回収する取引が多いことから、予測できない貸倒損失が発生する可能性があります。このため、外部信用調査機関の信用情報等を活用して徹底した与信管理を行うとともに、ファクタリング等の活用によりリスクヘッジを行っています。また、債権の回収状況等により個別に貸倒引当金を設定し将来の貸し倒れリスクに備えています。しかしながら、予期せぬ事態により多額の回収不能額が発生した場合には、当社グループの業績および財務状況に悪影響が及ぶ可能性があります。

親会社との関係

当社は、キヤノン(株)の子会社(2019年12月31日現在の同社の議決権所有比率58.5%)であり、キヤノン(株)がキヤノンブランドを付して製造するすべての製品(半導体露光装置・液晶基板露光装置・医療機器を除く)を日本国内において独占的に販売する権利を有しています。当連結会計年度における同社からの仕入高は1,820億19百万円であり、当社全体の仕入高の54.8%を占めています。

これらの事情から、キヤノン(株)の経営方針、事業展開等に大幅な転換があった場合には、当社グループの事業活動や業績、財務状況に大きな影響が及ぶ可能性があります。また、関連業界におけるキヤノン製品の優位性が、何らかの理由により維持できなくなった場合には、当社グループの業績等に悪影響が及ぶ可能性があります。

情報管理

当社グループは、さまざまなグループ経営に関する重要情報を有しているほか、法人・個人に関する機密情報を多数保有しています。これらの情報管理については、方針・規程を策定しており、社員に対する教育・研修等により情報管理の重要性の周知徹底、システム上のセキュリティ対策の実施と対策状況の確認を行うなど、情報セキュリティに関するマネジメント体制を整え、運用しています。しかしながら、これらの対策にもかかわらず、サイバー攻撃等により重要な情報が外部に漏洩した場合には、取引先等の関係者に多大なご迷惑をおかけする場合があります、また、その信用の低下などから当社グループの事業運営や、業績および財務状況に悪影響が及ぶ可能性があります。

自然災害等

当社グループが事業活動を展開する地域において、地震や台風等の自然災害および重大な感染症の流行等が発生した場合には、当社グループの事業活動に影響を与える可能性があります。当社は設備や情報システムに対してのバックアップ体制を整えています。これによって災害等による被害を十分に回避できる保証はなく、発生時には当社グループの業績および財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

また、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の世界的な流行は、特にアジア地域でのサプライチェーンや生産活動に混乱をきたしており、キヤノン(株)をはじめとする取引先への影響によっては、商品およびサービスの提供を十分に受けられない可能性があります。また、販売においても、新型コロナウイルスによる国内経済や市場への悪影響を受ける可能性があります。今後の感染拡大の規模や収束の時期についての見通しは立っておらず、現時点で業績に与える影響を予測することは困難です。

ITガバナンス:企業価値向上のためのIT投資について

当社グループは、継続的な企業価値向上のため、コーポレート・ガバナンスの充実に向けたさまざまな取り組みをしていますが、ITの活用を企業経営の重要な要素と捉え、ITガバナンスを導入しています。IT投資管理を制度化しており、経営会議傘下にIT投資審議委員会を設置し、IT投資に際しては、ビジネス成長または生産性向上の観点から、投資案件の承認、評価を実施しており、IT投資効果の最大化およびリスク低減を図っています。

取締役および監査役

(2020年3月26日)



長谷川 茂男
監査役(社外)

橋本 巖
監査役(社外)

土橋 昭夫
取締役(社外)

大澤 善雄
取締役(社外)

松本 信利
監査役(社外)

井上 伸一
常勤監査役

濱田 史朗
取締役
上席執行役員

坂田 正弘
代表取締役社長
社長執行役員

足立 正親
取締役
専務執行役員

蛭川 初巳
取締役
上席執行役員

谷瀬 正俊
常勤監査役

10年間要約財務情報

キャノンマーケティングジャパン株式会社および連結子会社
12月31日に終了した会計年度

	2019	2018	2017
会計年度:			
売上高 ^{※1}	¥ 621,134	¥ 621,591	¥ 632,189
営業利益	32,439	28,941	30,406
税金等調整前当期純利益	33,302	30,708	30,918
親会社株主に帰属する当期純利益	22,250	20,826	20,679
会計年度末:			
総資産	503,698	498,790	510,832
自己資本 ^{※2}	324,475	303,027	297,031
キャッシュ・フロー:			
営業活動によるキャッシュ・フロー	22,052	16,990	28,885
投資活動によるキャッシュ・フロー	△94,584	△10,526	7,963
財務活動によるキャッシュ・フロー	△8,557	△7,838	△7,145
現金及び現金同等物の期末残高	54,493	135,571	136,979
1株当たり情報:			
親会社株主に帰属する当期純利益 ^{※3}	¥ 171.60	¥ 160.61	¥ 159.48
配当金 ^{※4}	60.00	60.00	60.00
自己資本 ^{※2}	2,502.39	2,336.97	2,290.70

記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。

※1: 2013年度より、従来、販売費及び一般管理費として計上していた販売促進費の一部について、売上高から控除する方法に会計処理を変更しています。このため、2012年度の売上高および関連する指標については遡求修正しています。

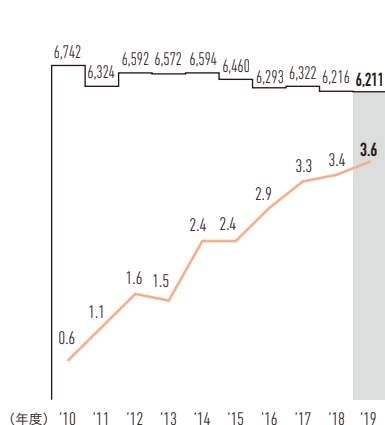
※2: 自己資本は、連結貸借対照表の株主資本とその他の包括利益累計額の合計値です。

※3: 1株当たり当期純利益の算出に際し、各会計年度の期中平均株式数を使用しています。

※4: 1株当たり配当金は、会計年度終了後に支払われる配当金も含めた、各年度に係る配当金です。

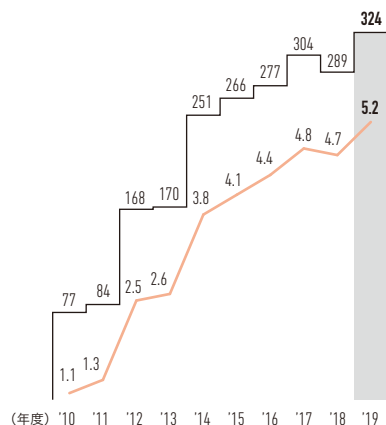
売上高および売上高純利益率

(億円 / %) □ 売上高 — 売上高純利益率



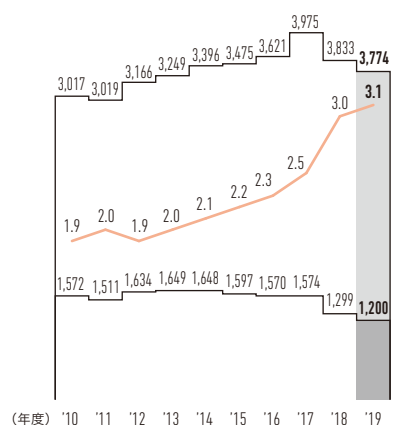
営業利益および営業利益率

(億円 / %) □ 営業利益 — 営業利益率



運転資本

(億円 / 倍) □ 流動資産合計 □ 流動負債合計 — 流動比率



(単位:百万円)

	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
売上高	¥ 629,313	¥ 646,002	¥ 659,432	¥ 657,215	¥ 659,218	¥ 632,418	¥ 674,159
営業利益	27,676	26,647	25,087	17,012	16,802	8,441	7,735
経常利益	28,903	27,497	25,858	17,054	17,528	10,972	8,584
純利益	18,161	15,670	16,030	10,167	10,578	6,763	3,724
営業活動による現金及び現金同等物の増減	497,727	486,502	479,747	467,076	462,574	447,765	448,592
投資活動による現金及び現金同等物の増減	280,472	277,008	270,061	256,794	253,862	250,670	246,679
財務活動による現金及び現金同等物の増減	33,306	29,730	38,190	28,780	33,767	8,715	35,186
現金及び現金同等物の増減	△19,460	△44,536	△15,221	△25,757	△16,066	△12,107	△13,011
現金及び現金同等物の期末残高	△6,086	△6,224	△4,544	△9,105	△11,813	△3,811	△8,171
現金及び現金同等物の期初残高	107,285	99,573	120,607	102,182	108,259	102,372	109,575

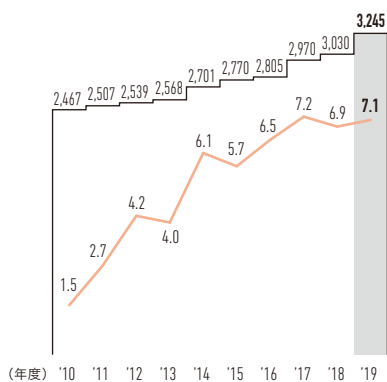
(単位:円)

	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
営業利益率	¥ 140.06	¥ 120.84	¥ 123.62	¥ 76.67	¥ 77.45	¥ 49.30	¥ 26.70
自己資本比率	50.00	45.00	40.00	24.00	24.00	20.00	20.00
営業利益	2,162.96	2,136.22	2,082.60	1,980.22	1,907.50	1,827.25	1,798.16

自己資本およびROE

(億円 / %)

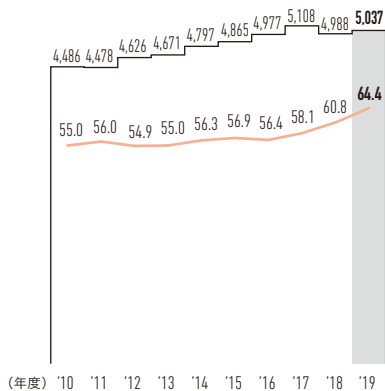
□ 自己資本 — ROE



総資産および自己資本比率

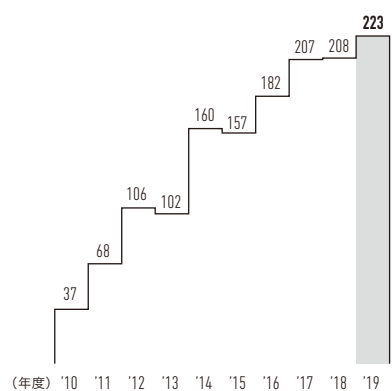
(億円 / %)

□ 総資産 — 自己資本比率



親会社株主に帰属する当期純利益

(億円)



連結財務諸表

連結貸借対照表

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2018年12月31日)	当連結会計年度 (2019年12月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	65,071	53,993
受取手形及び売掛金	117,041	112,666
有価証券	70,500	500
商品及び製品	31,182	33,281
仕掛品	1,191	206
原材料及び貯蔵品	647	622
短期貸付金	90,014	170,012
その他	7,792	6,197
貸倒引当金	△91	△75
流動資産合計	383,349	377,403
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	28,657	26,948
機械装置及び運搬具(純額)	112	99
工具、器具及び備品(純額)	3,059	3,315
レンタル資産(純額)	10,842	9,403
土地	28,918	28,918
リース資産(純額)	63	31
建設仮勘定	333	14,095
有形固定資産合計	71,987	82,813
無形固定資産		
ソフトウェア	4,940	4,148
リース資産	5	2
施設利用権	316	315
その他	2	2
無形固定資産合計	5,265	4,469
投資その他の資産		
投資有価証券	7,985	11,037
長期貸付金	36	35
退職給付に係る資産	304	393
繰延税金資産	23,039	20,792
差入保証金	4,423	4,358
その他	2,832	2,775
貸倒引当金	△432	△382
投資その他の資産合計	38,188	39,011
固定資産合計	115,441	126,295
資産合計	498,790	503,698

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2018年12月31日)	当連結会計年度 (2019年12月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	75,831	51,542
リース債務	100	72
未払費用	16,676	17,855
未払法人税等	6,967	8,235
未払消費税等	4,063	5,901
賞与引当金	3,437	3,373
役員賞与引当金	79	99
製品保証引当金	447	651
受注損失引当金	147	189
その他	22,151	32,101
流動負債合計	129,903	120,023
固定負債		
リース債務	116	103
繰延税金負債	29	—
永年勤続慰労引当金	1,019	1,042
退職給付に係る負債	59,887	53,956
その他	4,264	3,480
固定負債合計	65,317	58,582
負債合計	195,220	178,606
純資産の部		
株主資本		
資本金	73,303	73,303
資本剰余金	82,820	82,820
利益剰余金	189,957	202,783
自己株式	△31,924	△31,926
株主資本合計	314,156	326,979
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	2,518	3,929
繰延ヘッジ損益	1	11
為替換算調整勘定	75	51
退職給付に係る調整累計額	△13,725	△6,497
その他の包括利益累計額合計	△11,129	△2,504
非支配株主持分	542	616
純資産合計	303,570	325,092
負債純資産合計	498,790	503,698

連結財務諸表

連結損益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自2018年1月1日 至2018年12月31日)	当連結会計年度 (自2019年1月1日 至2019年12月31日)
売上高	621,591	621,134
売上原価	403,417	420,107
売上総利益	218,173	201,026
販売費及び一般管理費	189,231	168,586
営業利益	28,941	32,439
営業外収益		
受取利息	197	196
受取配当金	153	154
受取保険金	547	767
投資事業組合運用益	494	247
その他	413	302
営業外収益合計	1,807	1,667
営業外費用		
支払利息	12	12
その他	216	157
営業外費用合計	229	169
経常利益	30,519	33,937
特別利益		
固定資産売却益	126	13
投資有価証券売却益	489	2
関係会社株式売却益	214	—
特別利益合計	830	15
特別損失		
固定資産除売却損	311	206
減損損失	15	82
災害による損失	64	—
投資有価証券評価損	158	329
拠点再編費用	57	—
その他	34	31
特別損失合計	641	649
税金等調整前当期純利益	30,708	33,302
法人税、住民税及び事業税	9,893	12,626
法人税等調整額	△77	△1,663
法人税等合計	9,815	10,963
当期純利益	20,893	22,339
非支配株主に帰属する当期純利益	66	89
親会社株主に帰属する当期純利益	20,826	22,250

連結包括利益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自2018年1月1日 至2018年12月31日)	当連結会計年度 (自2019年1月1日 至2019年12月31日)
当期純利益	20,893	22,339
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△640	1,412
繰延ヘッジ損益	△4	9
為替換算調整勘定	△25	△24
退職給付に係る調整額	△6,379	7,228
その他の包括利益合計	△7,050	8,625
包括利益	13,842	30,965
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	13,779	30,875
非支配株主に係る包括利益	63	89

連結財務諸表

連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度(自2018年1月1日 至2018年12月31日)

(単位:百万円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	73,303	82,820	176,911	△31,921	301,113
当期変動額					
剰余金の配当	—	—	△7,780	—	△7,780
親会社株主に帰属する 当期純利益	—	—	20,826	—	20,826
自己株式の取得	—	—	—	△3	△3
自己株式の処分	—	0	—	0	0
非支配株主に帰属する 当期純利益	—	—	—	—	—
非支配株主への配当	—	—	—	—	—
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)	—	—	—	—	—
当期変動額合計	—	0	13,046	△3	13,043
当期末残高	73,303	82,820	189,957	△31,924	314,156

	その他の包括利益累計額					非支配 株主持分	純資産 合計
	その他 有価証券 評価差額金	繰延ヘッジ 損益	為替換算 調整勘定	退職給付に 係る調整 累計額	その他の 包括利益 累計額合計		
当期首残高	3,159	6	98	△7,345	△4,081	490	297,522
当期変動額							
剰余金の配当	—	—	—	—	—	—	△7,780
親会社株主に帰属する 当期純利益	—	—	—	—	—	—	20,826
自己株式の取得	—	—	—	—	—	—	△3
自己株式の処分	—	—	—	—	—	—	0
非支配株主に帰属する 当期純利益	—	—	—	—	—	66	66
非支配株主への配当	—	—	—	—	—	△11	△11
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)	△640	△4	△23	△6,379	△7,047	△3	△7,050
当期変動額合計	△640	△4	△23	△6,379	△7,047	51	6,047
当期末残高	2,518	1	75	△13,725	△11,129	542	303,570

当連結会計年度(自2019年1月1日 至2019年12月31日)

(単位:百万円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	73,303	82,820	189,957	△31,924	314,156
会計方針の変更による 累積的影響額	—	—	△996	—	△996
会計方針の変更を反映 した当期首残高	73,303	82,820	188,961	△31,924	313,160
当期変動額					
剰余金の配当	—	—	△8,428	—	△8,428
親会社株主に帰属する 当期純利益	—	—	22,250	—	22,250
自己株式の取得	—	—	—	△2	△2
非支配株主に帰属する 当期純利益	—	—	—	—	—
非支配株主への配当	—	—	—	—	—
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)	—	—	—	—	—
当期変動額合計	—	—	13,821	△2	13,819
当期末残高	73,303	82,820	202,783	△31,926	326,979

	その他の包括利益累計額						純資産 合計
	その他 有価証券 評価差額金	繰延ヘッジ 損益	為替換算 調整勘定	退職給付に 係る調整 累計額	その他の 包括利益 累計額合計	非支配 株主持分	
当期首残高	2,518	1	75	△13,725	△11,129	542	303,570
会計方針の変更による 累積的影響額	—	—	—	—	—	—	△996
会計方針の変更を反映 した当期首残高	2,518	1	75	△13,725	△11,129	542	302,573
当期変動額							
剰余金の配当	—	—	—	—	—	—	△8,428
親会社株主に帰属する 当期純利益	—	—	—	—	—	—	22,250
自己株式の取得	—	—	—	—	—	—	△2
非支配株主に帰属する 当期純利益	—	—	—	—	—	89	89
非支配株主への配当	—	—	—	—	—	△15	△15
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)	1,410	9	△24	7,228	8,625	0	8,625
当期変動額合計	1,410	9	△24	7,228	8,625	74	22,519
当期末残高	3,929	11	51	△6,497	△2,504	616	325,092

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自2018年1月1日 至2018年12月31日)	当連結会計年度 (自2019年1月1日 至2019年12月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	30,708	33,302
減価償却費	13,281	12,257
減損損失	15	82
貸倒引当金の増減額(△は減少)	99	△66
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	1,228	4,468
退職給付に係る資産の増減額(△は増加)	△66	△19
賞与引当金の増減額(△は減少)	2	△64
受取利息及び受取配当金	△351	△350
支払利息	12	12
有形固定資産除売却損益(△は益)	182	190
投資有価証券売却損益(△は益)	△488	△2
投資有価証券評価損益(△は益)	158	329
投資事業組合運用損益(△は益)	△494	△247
売上債権の増減額(△は増加)	8,355	4,857
たな卸資産の増減額(△は増加)	858	△1,805
仕入債務の増減額(△は減少)	△25,105	△24,301
その他	△3,032	4,038
小計	25,365	32,683
利息及び配当金の受取額	351	346
利息の支払額	△12	△12
法人税等の支払額	△8,713	△10,965
営業活動によるキャッシュ・フロー	16,990	22,052
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△9,905	△11,651
有形固定資産の売却による収入	263	16
無形固定資産の取得による支出	△2,238	△1,450
投資有価証券の取得による支出	△677	△1,383
投資有価証券の売却による収入	1,534	328
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	526	—
短期貸付金の純増減額(△は増加)	△0	△79,997
その他	△30	△446
投資活動によるキャッシュ・フロー	△10,526	△94,584

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自2018年1月1日 至2018年12月31日)	当連結会計年度 (自2019年1月1日 至2019年12月31日)
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	91	—
ファイナンス・リース債務の返済による支出	△135	△109
自己株式の取得による支出	△3	△2
配当金の支払額	△7,778	△8,426
非支配株主への配当金の支払額	△11	△15
その他	0	△2
財務活動によるキャッシュ・フロー	△7,838	△8,557
現金及び現金同等物に係る換算差額	△33	11
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△1,407	△81,077
現金及び現金同等物の期首残高	136,979	135,571
現金及び現金同等物の期末残高	135,571	54,493

ESGデータ

環境	2015	2016	2017	2018	2019
お客さま先でのCO₂削減貢献量(単位: t-CO₂)					
製品の省エネ性能向上とカーボン・オフセットの導入 ^(※1)	64,698	21,131	19,939	19,546	19,704
ITソリューションによる効率化 ^(※2)	44,032	54,373	50,433	57,773	68,786
使用済み製品・消耗品のリサイクル	47,113	46,068	52,703	50,752	47,024
合計	155,843	121,572	123,075	128,071	135,515
自社のエネルギー消費量(単位: GJ)					
電力	205,898	216,924	238,189	303,248	332,199
都市ガス	6,281	6,159	5,534	4,414	4,762
LPG	760	691	734	753	715
重油	1,191	1,165	6,082	6,228	2,287
灯油	1,210	1,156	974	1,013	994
軽油	940	699	587	553	591
蒸気	8,041	7,871	8,191	7,744	7,365
DHC	24,329	24,018	24,792	28,192	26,549
ガソリン	123,025	118,473	107,373	98,998	88,533
合計	371,675	377,157	392,456	451,142	463,993
エネルギー原単位(単位: GJ/人)	20.53	21.09	22.24	26.10	26.31
GHG排出量(スコープ1、2)(単位: t-CO₂)					
スコープ1	8,490	8,339	7,995	7,579	6,975
スコープ2	33,823	32,174	33,879	41,207	43,800
合計	42,313	40,513	41,874	48,786	50,775
GHG排出量(スコープ3)(単位: t-CO₂)					
Cat.1 購入した製品・サービス ^(※3)	—	—	219,377	199,906	196,766
Cat.2 資本財 ^(※4)	—	—	40,292	27,726	65,341
Cat.3 スコープ1、2に含まれない燃料/エネルギー活動 ^(※5)	—	—	4,012	4,601	4,727
Cat.4 輸送、配送 ^(※6)	—	—	4,701	4,426	4,174
Cat.5 事業から出る廃棄物 ^(※7)	—	—	90	137	153
Cat.6 出張 ^(※8)	—	—	9,918	9,048	9,083
Cat.7 雇用者の通勤 ^(※9)	—	—	5,154	5,401	5,073
Cat.8 リース資産(上流) ^(※10)	—	—	0	0	0
Cat.9 輸送、配送(下流) ^(※11)	—	—	1,271	1,118	1,102
Cat.10 販売した製品の加工	—	—	0	0	0
Cat.11 販売した製品の使用 ^(※12)	—	—	101,111	88,590	83,651
Cat.12 販売した製品の廃棄 ^(※13)	—	—	18,566	15,749	15,118
Cat.13 リース資産(下流) ^(※14)	—	—	222	219	176
Cat.14 フランチャイズ	—	—	0	0	0
Cat.15 投資	—	—	0	0	0
合計	—	—	404,714	356,921	385,364
温室効果ガスのタイプ別スコープ1の内訳(単位: t-CO₂)					
CO ₂	8,488	8,160	7,995	7,423	6,422
CH ₄	0	0	0	0	0
N ₂ O	0	0	0	0	0
HFCS	0	0	0	0	0
PFCS	0	0	0	0	0
SF ₆	2	0	0	0	0
CH ₂ FCF ₃	0	0	0	156	484
CH ₂ F ₂	0	0	0	0	12
CHF ₂ CF ₃	0	0	0	0	57
合計	8,490	8,160	7,995	7,579	6,975
再生可能エネルギーの導入(単位: kWh)					
太陽光 ^(※15)	—	—	—	—	565,000
バイオマス ^(※16)	13,000	26,000	112,108	171,601	—
排出権取引など(単位: t-CO₂)					
国内クレジット無効化量 ^(※17)	12,374	10,113	5,704	5,639	4,126
取水源別水使用量(単位: m³)					
水道水	—	120,215	148,857	154,283	161,912
地下水	—	20,363	19,943	21,438	21,895
工業用水	—	0	0	0	0
合計	—	140,578	168,800	175,721	183,807
管理化学物質使用量(単位: l)					
A重油	30,622	29,938	156,362	160,105	58,786
産業廃棄物排出量					
総排出量(単位: t)	19,046	19,940	21,244	20,947	21,372
売上原単位(単位: t/百万円)	0.029	0.032	0.034	0.034	0.034
再資源化量(単位: t)					
市場から回収し処理をした製品の総量	12,168	14,424	13,777	14,109	14,840
再資源化量 ^(※18)	12,160	14,394	13,773	14,108	14,839
再資源化率(単位: %) ^(※19)	99.93	99.79	99.97	99.99	99.99

社会	2015	2016	2017	2018	2019
従業員構成(グループ)(単位:名)					
男性	14,910	14,681	14,502	14,202	13,890
女性	3,191	3,206	3,150	3,078	3,111
合計	18,101	17,887	17,652	17,280	17,001
管理職構成(グループ)(単位:名)					
男性	3,401	3,303	3,228	3,131	3,037
女性	75	80	85	92	97
合計	3,476	3,383	3,313	3,223	3,134
有給休暇取得率(単位:%)	-	-	60.7	68.3	74.5
育児・介護休業取得者(グループ)(単位:名)					
育児	141	134	140	202	144
介護	5	10	7	9	4
育児・介護休業取得者の復職率(グループ)(単位:%)					
育児	-	-	98.7	97.1	82.4
介護	-	-	100.0	87.5	75.0
定年退職者数/再雇用従事者数(グループ)(単位:名)					
定年退職	249	279	288	290	319
再雇用	171	199	189	175	163
平均年齢(グループ)(単位:歳)	-	-	44.3	44.6	44.7
平均勤続年数(グループ)(単位:年)	-	-	18.7	18.9	19.6
障がい者雇用(単体)(単位:名)					
雇用者数	161	157	150	151	150
雇用率(単位:%)	2.17	2.16	2.10	2.15	2.19
新規採用数(グループ)(単位:名)					
男性	-	-	249	266	251
女性	-	-	92	124	153
合計	-	-	341	390	404
離職率(グループ)(単位:%)	-	-	2.49	2.49	2.74
労災件数(グループ)(単位:件)					
業務災害	-	-	22	29	25
通勤災害	-	-	16	30	23

ガバナンス	2015	2016	2017	2018	2019
取締役数(単位:名)					
社内男性	8	8	8	5	4
社内女性	0	0	0	0	0
社内合計	8	8	8	5	4
社外男性	1	2	2	2	2
社外女性	0	0	0	0	0
社外合計	1	2	2	2	2
総計	9	10	10	7	6
監査役数(単位:名)					
社内男性	2	2	2	2	2
社内女性	0	0	0	0	0
社内合計	2	2	2	2	2
社外男性	3	3	3	3	3
社外女性	0	0	0	0	0
社外合計	3	3	3	3	3
総計	5	5	5	5	5
役員の平均年齢(単位:歳) ^(※20, 21)	62.7	62.9	63.9	62.6	63.4
取締役会・監査役会開催回数					
取締役会開催回数	20	16	17	15	16
監査役会開催回数	17	16	18	18	20
執行役員数(単位:名)	-	28	23	23	23

ESGデータ注記

- ※1: オフィス向け複合機等のカーボン・オフセット導入によるCO₂削減
- ※2: ITソリューションによる移動、資源消費、スペースの削減を独自にCO₂換算
- ※3: 製品素材重量および製品起因の廃棄物素材重量に素材/加工別原単位を乗じて算出
- ※4: 購入した資本財の区分ごとの合計金額に区分別原単位を乗じて算出
- ※5: 各拠点での燃料/電力使用量をそれぞれ合計し、燃料採掘から燃焼/発電までの原単位を乗じて算出
- ※6: サプライヤーから自社生産拠点までの物流は、平均輸送距離、輸送重量を求め、輸送の原単位を乗じて算出。生産拠点から顧客までの物流は、物流実績に輸送の原単位を乗じて算出
- ※7: 各拠点での材質ごとの廃棄物重量を合計し、材質別廃棄処理の原単位を乗じて算出
- ※8: 交通手段ごとの支給総額に、交通手段ごとの原単位を乗じる。宿泊に関しては、支給総額を平均宿泊数に換算し、宿泊の原単位を乗じて加算する
- ※9: 交通手段ごとの支給総額に、交通手段ごとの原単位を乗じる。自家用車通勤の場合は、通勤に伴う総走行距離を燃料使用量に換算後、燃料燃焼の原単位を乗じて加算する

- ※10: 賃借している建物、車両が該当するが、いずれもスコープ1、2に含まれている
- ※11: 地域ごとに平均輸送距離と製品輸送重量を求め、輸送の原単位を乗じて算出
- ※12: 製品ごとに生涯使用電力量を求め、平均電力原単位を乗じて算出
- ※13: 販売した製品を素材別に分類し、素材重量ごとに廃棄処理の原単位を乗じて算出
- ※14: 賃貸した製品ごとに年間使用電力量を求め、平均電力原単位を乗じて算出
- ※15: 「太陽光」はJ-クレジット制度を活用して2019年以降導入
- ※16: 「バイオマス」はグリーン電力証書システムを活用して2018年まで導入
- ※17: 省エネ設備更新など複数のCO₂削減プロジェクトによるクレジットでの無効化
- ※18: 市場から回収し処理をした製品の総量から単純焼却、埋立処理された量を除いた総重量
- ※19: 再資源化量÷市場から回収し処理をした製品の総量
- ※20: 取締役および監査役の平均
- ※21: 各年12月31日時点

キヤノンMJグループ

2020年1月1日現在

セグメント	会社名	主な事業
エンタープライズ	キヤノンITソリューションズ株式会社	SIおよびコンサルティング、ITサービス、各種ソフトウェアの開発、販売
	スーパーストリーム株式会社	経営基盤ソリューション(会計・人事給与) 「SuperStream-NX」の企画、開発、販売
	クオリサイトテクノロジーズ株式会社	Javaに特化したシステム開発、データセンター運営、維持と付帯するサービス
	エディフィストラニング株式会社	人材育成コンサルティング、各種研修および付帯するサービス
	Canon Software America, Inc.	グループ企業向けの各種ビジネスアプリケーションソフトウェア、ドキュメントソリューションの開発
	佳能情報システム(上海)有限公司	日系企業やグループ企業向け中心のSIおよびコンサルティング、キヤノン製品に関わるソフトウェア製品の開発、販売
	Canon IT Solutions (Thailand) Co., Ltd.	タイ、ベトナムのグループ企業の事業統括
	Material Automation (Thailand) Co., Ltd.	ITハードウェアからソフトウェアに関わる提案、販売、サービスの提供
	ASAHI-M.A.T. Co., Ltd.	タイ国内におけるCAD/CAM/CAEの販売、サポート
	MAT Vietnam Company Limited	ベトナム国内におけるITハードウェアからソフトウェアに関わる提案、販売、サービスの提供
エリア	キヤノンシステムアンドサポート株式会社	キヤノン製品および他社製ITソリューションなどのコンサルティング、販売、サポート、保守サービス
	エーアンドエー株式会社	3D CADソフトウェア「Vectorworks」の日本語ローカライズを含む国内独占販売および関連ソフトウェアの企画、開発、販売
プロフェッショナル	プロダクションプリンティング キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ株式会社	プロダクション印刷機器および消耗品の販売、保守サービスの提供、ワークフローシステム等の開発、提供、印刷サービスの提供等
	ヘルスケア	キヤノンITSメディカル株式会社
BPOサービス	キヤノンビズアテンダ株式会社	コンサルティング、事業支援BPO、バックオフィスBPO、オフィスサポートアウトソーシング、コンタクトセンターアウトソーシング、人材派遣等、各種サービス
	キヤノンビジネスサポート株式会社	キヤノンMJグループのオフィスサービス、BPO関連サービス
サービス&サポート	キヤノンカスタマーサポート株式会社	キヤノン製品を中心としたお問い合わせ窓口業務、サービスセンター業務、フォトカルチャー支援業務

連結子会社は18社です。

会社情報

2019年12月31日現在

本社
〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 **CANON STOWER**

設立
1968年2月1日

資本金
73,303百万円

発行済株式総数
151,079,972株

上場証券取引所
東京証券取引所市場第一部(証券コード:8060)

株主数
11,442名

従業員数
連結17,001名
単独5,215名

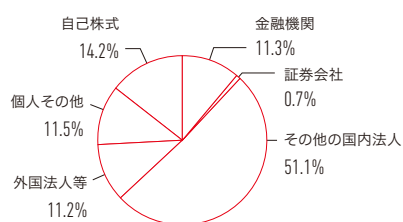
主な事業所
本社、港南事業所、幕張事業所、支店(札幌、仙台、名古屋、大阪、広島、福岡)

大株主

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
キヤノン株式会社	75,708	58.4%
キヤノンマーケティングジャングループ社員持株会	5,753	4.4
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,752	2.9
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,611	2.0
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 505001	1,623	1.3
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	1,405	1.1
ザ バンク オブ ニューヨーク トリーティー ジヤスデツク アカウト	1,250	1.0
キヤノンマーケティングジャパン取引先持株会	1,215	0.9
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	1,139	0.9
株式会社みずほ銀行	1,001	0.8

※当社は、自己株式21,413,743株(発行済株式総数の14.2%)を所有しています。
※持株比率は、発行済株式総数から自己株式数を控除して算出しています。

株主構成



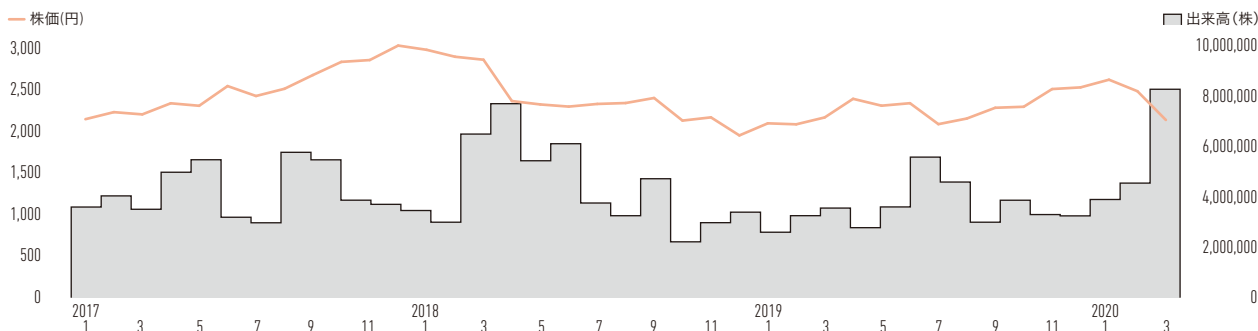
キヤノンMJ投資家情報ウェブサイト

キヤノンMJは、株主の皆さまとのコミュニケーションをより一層深めていくために総合的な投資家情報をウェブサイトに掲載しています。主な掲載項目は以下の通りです。

- ・IRニュース ・IRカレンダー
- ・業績などの財務データ
- ・長期経営構想フェーズIII(2016年～2020年)および中期経営計画
- ・株式情報 ・統合報告書

canon.jp/8060-ir

株価・出来高



Canon

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

キヤノンMJグループウェブサイト

会社情報ページ

[canon.jp/8060](https://www.canon.jp/8060)

投資家向け情報

[canon.jp/8060-ir](https://www.canon.jp/8060-ir)

CSR活動

<https://cweb.canon.jp/csr/>