

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

2020

2020年12月期

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

投資家向け情報

canon.jp/8060-ir

サステナビリティ活動

canon.jp/8060-csr

キヤノンマーケティングジャパングループNOW

(2020年12月期)

新型コロナウイルス感染症拡大により 営業活動に制限を受け減収

売上高
5,451 億円

(前期比12.2%減少)



過去最高の営業利益率

営業利益率
5.7 %

(前期比0.5ポイント増加)



資本効率

ROE
6.6 %

(前期比0.5ポイント減少)



グループ総力による ITソリューションビジネスの拡大

ITソリューション売上構成比率

37.3 %
(2,031億円)

(前期比1.8ポイント増加)



強固な財務基盤

自己資本比率
68.2 %

(前期比3.8ポイント増加)

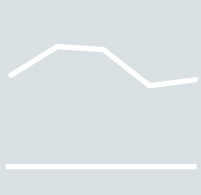


安定した株主還元

配当性向
35.4 %

(前期比0.4ポイント増加)

2015年より35%以上で安定的に推移



市場シェア—「収益強化」を支えるキヤノンブランド 2020年国内シェア(キヤノンMJ調べ)

レンズ交換式デジタルカメラ



13年連続No.1

コンパクトデジタルカメラ



8年連続No.1

インクジェットプリンター



7年連続No.1

オフィスMFP



No.3

レーザープリンター



No.1

29年連続No.1

大判インクジェットプリンター



No.1

12年連続No.1

気候変動への対応

お客さま先でのCO₂削減貢献量

120,320 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
- ITソリューションによる効率化
- 使用済み製品・消耗品のリサイクル



資源の有効利用

再資源化率

99.99 %

再資源化率=再資源化量÷市場から回収し処理をした製品の総量



働き方改革

総実労働時間(キヤノンMJ 組合員平均)

1,697 時間

(前期比44時間減少)



ダイバーシティ

女性管理職比率

3.5 %

(前期比0.4ポイント増加)



知的財産活動を積極的に推進

特許保有件数

1,302 件

※2020年12月末時点で、特許公報発行且つ維持している特許の数(当社調べ)
セキュリティ関連技術、Webアプリケーション自動生成技術、映像・画像処理関連技術など



セキュリティ製品顧客満足度調査[※]

セキュリティ対策製品

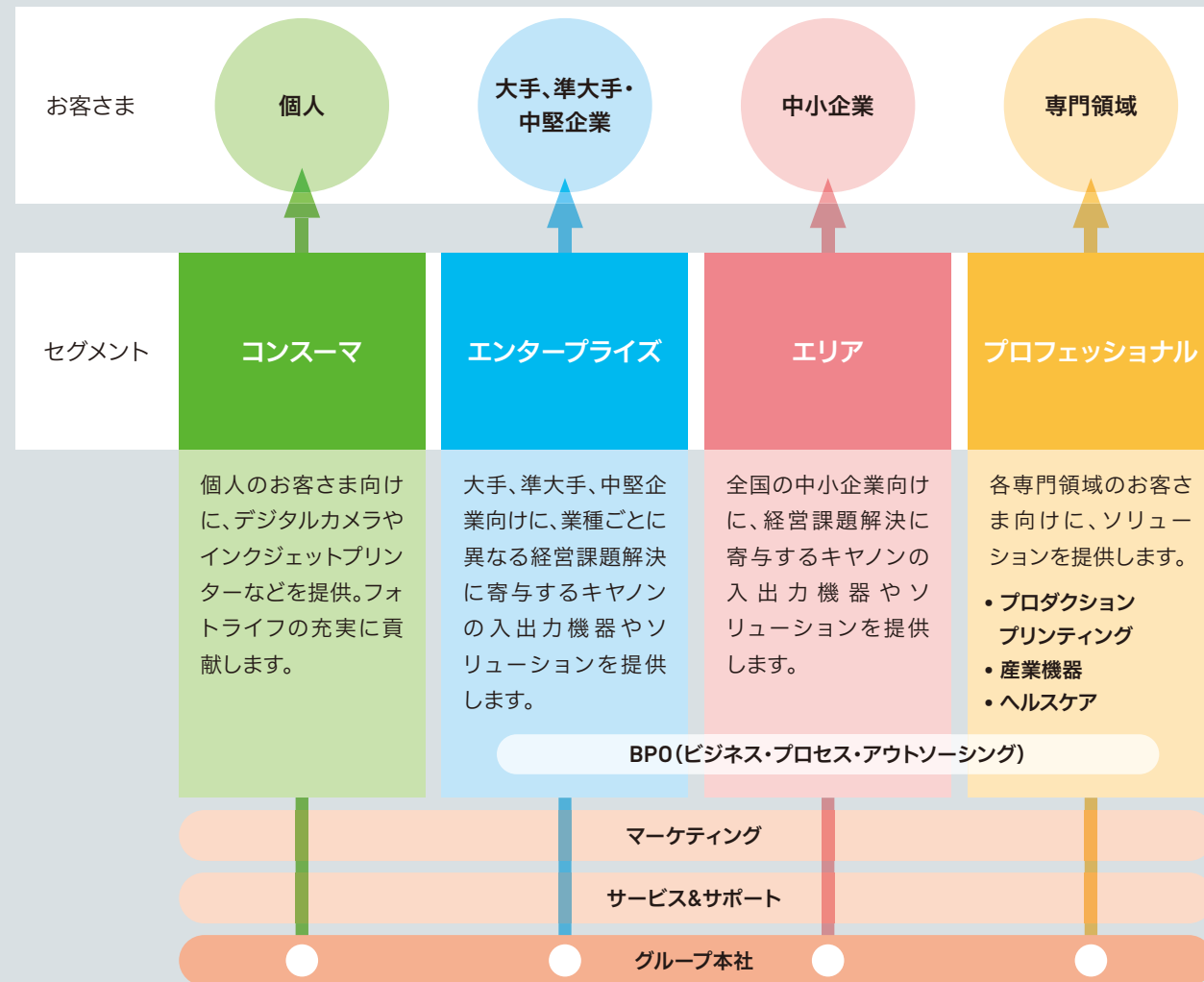
8年連続 **1位**

※日経クロステック/日経コンピュータ「顧客満足度調査 2020-2021」

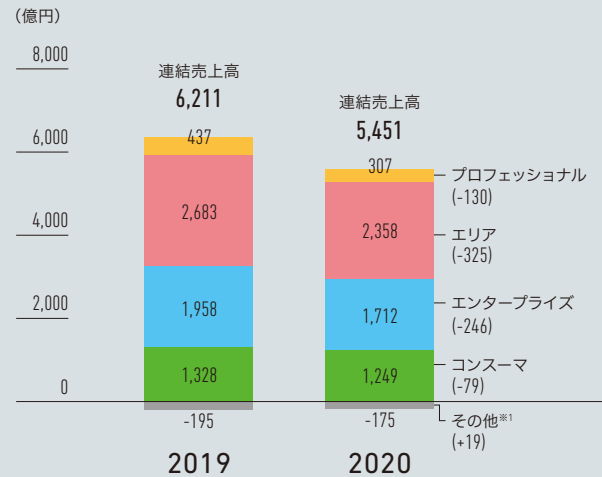


セグメント別業績概況

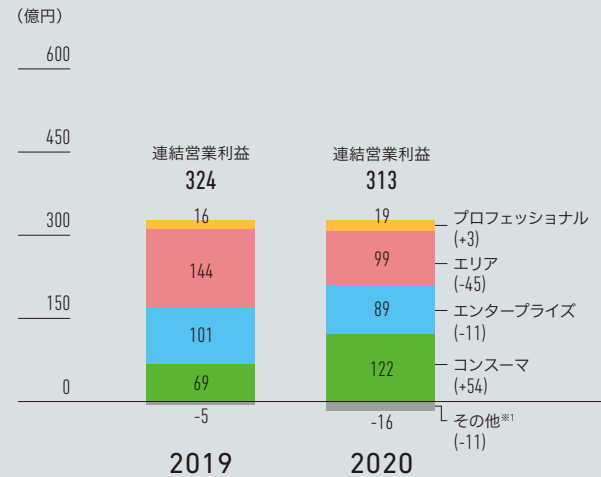
「コンシューマ」「エンタープライズ」「エリア」「プロフェッショナル」の4分野で事業を展開し、多くのお客さまの価値創造を支援しています。



事業分野別売上高



事業分野別営業利益



()内は対2019年12月期比増減額

※1 その他はセグメント間内部売上高やシェアードサービス事業※2、セグメントに配分していないBPO事業などの売上を含みます。また、各セグメントに配分していない会社費用なども含まれています。
 ※2 シェアードサービスとは、同一グループ内の複数組織で実施されている共通業務を集中化して、サービス向上とコスト削減をはかる仕組みのことです。

2020年12月期セグメント別主要製品・サービスの売上高増減要因

セグメント	主要製品・サービスの売上高増減要因
コンシューマ	<p>売上 ▼ レンズ交換式デジタルカメラおよびコンパクトデジタルカメラ</p> <ul style="list-style-type: none"> 当期に発売したミラーレスカメラ「EOS R5」「EOS R6」「EOS Kiss M2」は好評を得たものの、外出自粛などにより個人のお客さまの購入マインドは低く、需要が低調に推移。また、カメラ販売店や家電量販店などで一時的に臨時休業や営業時間の短縮が実施されるなど販売機会が制限 <p>売上 ▲ インクジェットプリンター</p> <ul style="list-style-type: none"> 家庭用インクジェットプリンターが在宅勤務やオンライン学習が増加したことにより需要が大きく伸び、当期発売の高付加価値製品を中心に好調に推移。また、特大容量タンク「GIGA TANK」搭載製品も引き続き需要が好調に推移 <p>売上 ▼ インクカートリッジ</p> <ul style="list-style-type: none"> カラープリントや年賀状の減少などによる市場の縮小 <p>売上 ▲ ITプロダクト</p> <ul style="list-style-type: none"> 在宅勤務需要の高まりに伴うPC周辺機器およびゲーミングPCの販売が引き続き伸び
エンタープライズ	<p>売上 ▼ オフィスMFP</p> <ul style="list-style-type: none"> 年初から市場が低調に推移していたことに加え、輪番休業の実施に伴い営業活動が制限を受けたことによる案件の減少 <p>売上 ▼ レーザープリンター</p> <ul style="list-style-type: none"> オフィスMFP同様に営業活動の影響があったこと、および前期に大型案件が複数あったことの影響 <p>売上 ▼ 保守サービス、レーザープリンターカートリッジ</p> <ul style="list-style-type: none"> テレワークが継続したことなどにより、オフィスにおけるプリントボリュームが減少 <p>売上 ▼ 大手企業向けITソリューション</p> <ul style="list-style-type: none"> 第4四半期から受注状況は改善してきたものの、前期にWindows 7サポート終了に伴うビジネスPCの入れ替え需要や、SIサービスおよび基盤システムにおいて大型案件があった反動減 営業活動の縮小などによる案件の減少や後ろ倒しの発生
エリア	<p>売上 ▼ オフィスMFPおよびレーザープリンター</p> <ul style="list-style-type: none"> 前第4四半期から後ろ倒しになっていたオフィスMFPの案件の獲得は進んだものの、年初から市場が低調に推移していたことに加え、輪番休業の実施に伴い営業活動が制限 <p>売上 ▼ 保守サービス、レーザープリンターカートリッジ</p> <ul style="list-style-type: none"> テレワーク継続の影響を受け、プリントボリュームが減少 <p>売上 ▼ 中小企業向けITソリューション</p> <ul style="list-style-type: none"> テレワーク環境構築ニーズが引き続き高く、IT支援クラウドサービス「HOME」が順調に推移し、ウイルス対策ソフト「ESET」などのセキュリティプロダクトが増加。また、IT機器などの保守や運用サービスの受注件数が増加した一方、ビジネスPCは、テレワークの需要はあったものの、前期にWindows 7サポート終了に伴うビジネスPCの入れ替え需要が大きく伸びていた反動減が影響
プロフェッショナル	<p>売上 ▼ プロダクションプリンティング</p> <ul style="list-style-type: none"> モノクロ連帳プリンターなどは伸びたものの、プリントボリューム低下などに伴う消耗品販売が減少 POP制作関連のビジネスが減少 <p>売上 ▼ 産業機器</p> <ul style="list-style-type: none"> 半導体製造関連装置は売上を伸ばしたものの、検査計測装置などが減少 <p>売上 ▼ ヘルスケア</p> <ul style="list-style-type: none"> 調剤薬局向けで前期の大型案件の反動はあったものの、病院向けの電子カルテおよび医療IT基盤の構築などに係る複数の大型案件を受注 <p>※なお、2020年1月に連結子会社であったキヤノンライフケアソリューションズ(株)の株式をキヤノンメディカルシステムズ(株)に譲渡しています。キヤノンライフケアソリューションズ(株)の前期売上高は110億円、営業利益は1億円となっており、この影響を除くと増収しています。</p>

CONTENTS

キヤノンMJグループについて

- 1 キヤノンマーケティングジャパングループNOW
- 3 セグメント別業績概況

キヤノンMJグループの価値創造

- 7 キヤノングループ企業理念
- 8 キヤノンマーケティングジャパングループのサステナビリティ経営
- 9 社長メッセージ
- 15 沿革
- 17 価値創造プロセス
- 19 事業活動
- 21 企業価値を構成する各種資本
- 23 長期経営構想(2021-2025)
- 25 中期経営計画(2021-2023)

セグメント別事業戦略

- 27 セグメント別事業戦略概況
- 29 コンシューマセグメント
- 31 エンタープライズセグメント
- 33 エリアセグメント
- 35 プロフェッショナルセグメント
- 37 アナリストによるITソリューション事業の評価

サステナブルマネジメント—ESGの取り組み

- 42 環境
- 44 社会
- 47 コーポレート・ガバナンス
- 55 取締役および監査役

財務・ESGデータ・会社情報

- 57 10年間要約財務情報
- 59 連結財務諸表
- 67 ESGデータ
- 69 キヤノンマーケティングジャパングループ
- 70 会社情報

第三者評価

キヤノンMJは、FTSE4Good Index Seriesに17年連続で組み入れられており、2017年度より4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。



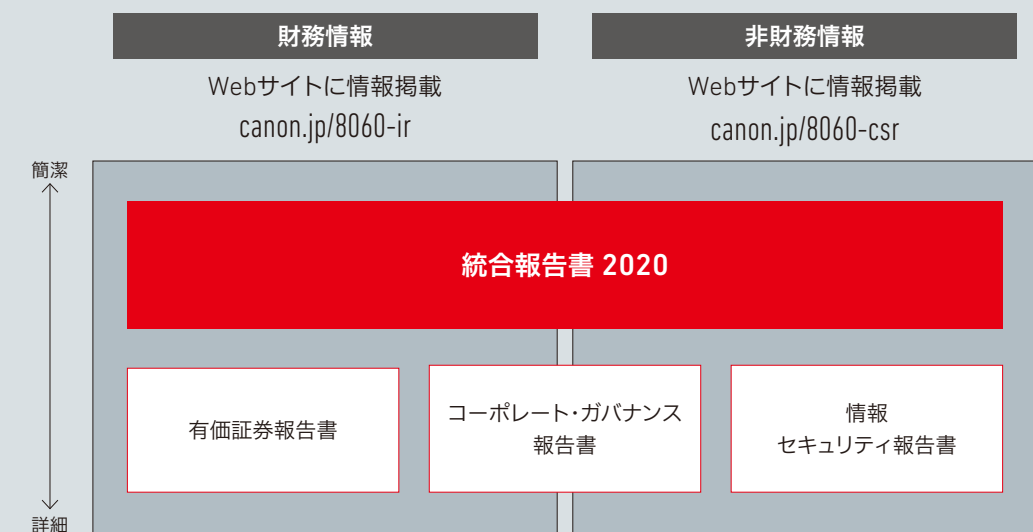
THE INCLUSION OF Canon Marketing Japan Inc. IN ANY MSCI INDEX, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT OR PROMOTION OF Canon Marketing Japan Inc. BY MSCI OR ANY OF ITS AFFILIATES.
THE MSCI INDEXES ARE THE EXCLUSIVE PROPERTY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

編集方針

キヤノンMJグループの統合報告書は、さまざまなステークホルダーの皆さまがキヤノンMJグループの企業価値創造について理解するのに必要な情報の提供を目的としています。

統合報告書2020では、持続可能な社会の実現に向けたキヤノン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、長期経営構想(2021-2025)、中期経営計画(2021~2023)などを掲載するとともに、従来のCSR報告書等を統合報告書に一本化し、ESGなどの非財務情報をより一層充実させています。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、サステナビリティ活動関連の詳細な情報はウェブサイト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

2020年度(2020年1月1日~2020年12月31日)
(一部に2019年度以前および2021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
(一部に親会社であるキヤノン(株)の内容を含んでいます。)

会社名の表記

本報告書中、会社名を下記の略称で表記する場合があります。
キヤノンマーケティングジャパングループ → キヤノンMJグループ
キヤノンマーケティングジャパン株式会社 → キヤノンMJ

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。

キヤノングループ企業理念

共生

世界の繁栄と人類の幸福のために貢献していくこと

キヤノングループの企業DNA

「進取の気性」

過去の前例にとらわれず、新しい価値を追求し続ける

キヤノンマーケティングジャパングループのサステナビリティ経営

「共生」の理念のもと、すべての人類が末長く共に生き、
共に働き、幸せに暮らしていける社会の実現を、
全てのステークホルダーと追求していきます。



キヤノングループの企業理念「共生」は、人・社会・自然が調和して人類すべてが豊かに暮らしていける社会の実現を目指すもので、まさにSDGsが求めている社会像に相通じるものです。そして、「共生」の実現は、現在の経営の言葉でいう、サステナビリティ経営そのものであると思います。私たちは、サステナビリティ経営の推進に向け、キヤノン製品事業とITソリューション事業を組み合わせることによって解決できる領域を広げ、「事業を通じた社会課題解決」に取り組んでまいります。

社長メッセージ



M. Adachi

代表取締役社長
足立 正親

Resolving Social Issues *with* IT Solutions

ITソリューションを通して、社会課題を解決し、社会やお客さまになくてはならない存在となり、持続的な企業価値向上を目指します。

社長就任にあたり

このたび、代表取締役社長の大役を拝命しました。私は入社以来、主に大手企業のお客さま向けの営業職として勤めてきました。企業経営においては、「人」を大変重視しています。当社には、「自発」「自治」「自覚」の頭文字を取った「三自の精神」という行動指針があります。私はこの「三自の精神」を、積極的にチャレンジし、責任をもって最後までやり抜く突破力を持つことだと捉えており、当社の人材に必要な要素だと思っています。さらに、お客さまの課題解決につながる高いレベルのサービス提供に不可欠な、高度なスキルと深い知見も必要だと考えています。そうした人材を育成することが、経営の重要な役割と考えています。

私自身が成長を実感したエピソードとして、課長時代に

行ったシステム提案があります。他社が市場を独占していたある分野において、お客さまの課題を的確に捉え、システム化を行うというまったく新しいアプローチを行いました。その結果、コストダウンや生産性向上のみならず、お客さまの業務そのものを簡素化しました。このシステムにより市場を席巻し、非常に高いシェアを獲得することができました。まさに、デジタル化により業務のトランスフォーメーションを起こしたのです。三自の精神を具現化できたことは、その後につながる経験となりましたので、キヤノンMJグループの全社員がこうした経験を積めるよう、活躍の機会を増やしていきたいと思っています。

2020年12月期を振り返って

まず、新型コロナウイルス感染症拡大の影響についてです。

BtoCでは、カメラを購入するきっかけとなる旅行等の外出自粛や、撮影機会となるイベントの中止等によりお客さまのデジタルカメラに対する購買意欲が低下し、売上が大きく落ち込みました。一方で、在宅勤務や在宅学習が増えたことにより、インクジェットプリンターやPCの周辺機器

の需要が急激に高まりました。

BtoBでは、営業活動に制限を受けたことから、オフィスMFPやレーザープリンターの売上が減少しました。また、外出自粛やテレワークの拡大によりオフィスでの印刷需要が減少し、収益の柱であるオフィスMFPの保守サービスやレーザープリンターカートリッジが大きく減少しました。これらは当社グループの売上高に占める割合が大きい

こともあり、全社の売上へ大きく影響しました。

2020年12月期は減収減益となりましたが、高付加価値な製品の販売を拡大させ荒利率を向上させたことや、徹底した販管費の削減に継続して努めたことにより、営業利益率は5.7%となり、2年連続で過去最高を記録しました。収益性向上を推進してきた成果として、これは評価できると思います。

当社グループが成長ドライバーとして位置付けているITソリューションについては、順調に事業を拡大させてきており、売上高は2015年12月期比で約10%増加し、連結

売上高に占める構成比率は、2015年12月期の27%から37%へと増加しています。また、データセンター事業の売上高は、2015年12月期比で約5倍となりました。しかしながら、2019年12月期比においては、テレワークの拡大に伴いITプロダクトやセキュリティソフトなどは堅調に推移したものの、Windows 7のサポート終了に伴う需要の反動減、および新型コロナウイルス感染症の影響による大型システム案件の後ろ倒しにより、ITソリューション全体の売上高は8%減となりました。

長期経営構想・中期経営計画について

2016年から2020年までの長期経営構想フェーズIIIでは、事業ポートフォリオを変革し、ITソリューション事業を成長領域として位置付けました。キヤノン製品については、販売体制の効率化や高付加価値製品への注力などにより収益性を高めてきました。また、販管費の削減に努めることで、筋肉質な体質への転換を進めました。この結果、最終年度である2020年には過去最高の営業利益率を記録することができました。

また、2018年12月期より、従来の商品基点の組織を、市場・お客さま基点の組織に変更し、社員の意識改革およびグループ内資源の有効活用のための基盤を整備しました。

長期経営構想フェーズIIIのもと、ITソリューション事業が成長し、キヤノン製品の収益力が向上し、強い体質になったことにより、今回の新長期経営構想・中期経営計画で成長戦略を描くための基盤が整ったと評価しています。

サステナビリティ経営を推進し、「共生」の理念の実現を目指す

人間と地球にとって包摂的、持続可能かつ強靱な未来の構築に向けた協調的な取り組みであるSDGsに代表される持続可能性への取り組みは、企業にその存在意義を問い直す機会を投げかけています。今回の長期経営構想の策定作業は、キヤノングループの企業理念「共生」についての議論から開始しました。「共生」は、事業活動を通じ

て、人・社会・自然が調和して、人類すべてが豊かに暮らしていける社会の実現を目指しています。この考え方は、まさにSDGsの目指すものと同じであり、サステナビリティ経営そのものです。この機会に、当社グループとして、「共生」をあらためて企業活動の根幹に据えてまいります。

社会や地球環境に配慮した取り組みを行い、社会やお客さまになくてはならない存在となり、持続的な企業価値向上を目指します。その実効性を高めるため、2021年2月に「サステナビリティ推進委員会」を設置しました。キヤノン製品事業とITソリューション事業を組み合わせることにより、社会課題に対して当社グループが解決できる領域を広げ、社会にとってなくてはならない存在となるために、グループ社員全員参加型でサステナビリティ経営を進めていきます。

SDGs、ESGへの取り組み

サステナビリティ経営のもと、SDGsやESGなどへの取り組みを経営の重要課題として位置付けています。

ESGの「E」では、脱炭素社会の実現をテーマとしてサステナビリティ推進委員会の中で検討しています。具体的な施策の一つとして、東京都の東京ゼロエミッションに協力しています。また、データセンターにおいては効率的な運用による電力使用効率(PUE)の向上および再生可能エネルギー活用の検討に取り組んでいます。ソリューション面

長期経営構想、中期経営計画の経営指標・計画

長期経営構想2025年経営指標

- 売上6,500億円
(うち、ITソリューション売上3,000億円)
- 営業利益500億円
- ROE8.0%

中期経営計画*2023年計画

- 売上6,000億円
(うち、ITソリューション売上2,650億円)
- 営業利益400億円
- 営業利益率6.7%
- 親会社株主に帰属する当期純利益265億円
- ROE6.9%

※中期経営計画は、長期経営構想における基本戦略に基づき、2025年ビジョンおよび経営指標の実現に向けた実行計画として推進します。P25-26で概略を紹介しています。

では、需要予測・受給計画システムを活用した食品ロス削減ソリューションを展開中です。

「S」への取り組みとしては、社員とのエンゲージメントを高めていくとともに、ITソリューションを中心としたスキルの向上、多様な世代別リーダー候補の育成と登用を行うなど人材の高度化にも注力していきます。

「G」については、コーポレートガバナンス・コードの改訂にプロアクティブに対応すべく、取締役会の実効性向上や経営の監督と執行の分離、事業ポートフォリオの見直しに関して、取締役会で議論を進めています。

長期経営構想：2025年ビジョンおよび事業ポートフォリオの転換について

長期経営構想の最終年度にあたる2025年のビジョンは、「社会・お客さまの課題をICTと人の力で解決するプロフェッショナルな企業グループ」です。

なお、基本戦略はP23-24で概略を紹介しています。ここでは事業ポートフォリオ転換におけるITソリューション事業、キヤノン製品事業および新たな事業創出についてご説明します。

当社グループは、ITソリューション事業を中核とした企業グループへと事業ポートフォリオを転換し、持続的な成長に向け、事業ポートフォリオの見直しおよび最適化を継続的に進めていきます。

▶▶ ITソリューション事業の成長加速

ITソリューション事業を加速し、お客さまのデジタルト

ランスフォーメーション(以下DX)を支援することが、当社の使命の一つであると考えています。DXで業務そのものを変えるということは、お客さまやその業界、業務内容について深く理解している必要があります。さらに、お客さまと共創体制を構築できなければ、市場を席卷するようなソリューションは作れません。

DXはデジタイゼーションとデジタライゼーションの2種類に分けられます。デジタイゼーションとは、業務プロセスそのものをデジタル化し、効率化、コストダウンにつながるもので、冒頭のエピソードもデジタイゼーションに近いと思います。デジタライゼーションは、新しい市場を創出していくことであり、そのためには、お客さまのお客さままでも視野に入れる必要があります。共創が不可欠です。まさに、デジタライゼーションによるDXこそ、当社グループの強みの一つである広範な顧客基盤が活かせる分野です。大手企業から中堅・中小企業まで、当社グループは多くのお客さまとの信頼関係を築いてきました。この基盤があるからこそ可能になる共創、提供できる価値があると考えています。

お客さまがDXを進める際は、業務を深く理解したパートナーを選ぶことが非常に重要です。当社グループはその要件を満たすことで、困ったときに「ここはキヤノンマーケティングジャングルグループに相談したい」と期待されるような会社でありたいと思います。そのために、ITソリューションを中心に据え、お客さまとどう共創していくかを徹底的に考えていきます。

▶▶ ITソリューション事業の人材戦略

人材面では、大型案件の獲得に貢献できるプロジェクトマネージャーや、ビッグデータを活用していくためにデータサイエンティストなどの高度なスキルを有する人材の中途採用を拡大します。システムエンジニア(SE)については、システムパートナーとの業務提携による必要人員の確保を図ります。同時に、社内での人材育成も強化していきます。AWS認定資格、Microsoft Azure 認定資格保有者の増加への取り組みを推進しているほか、2021年に入り、DXのベースとなるクラウドの提案力強化を主眼として、データサイエンティスト、アジャイル、クラウドの研修を拡大しました。お客さまの事業・業務のトランスフォーメーションを構想し、実現する役割を担う、「ビジネス共創スペシャリスト」を育成するための取り組みも開始しています。

▶▶ キヤノン製品事業の収益力向上

キヤノン製品は、当社グループにおける重要な収益源です。今後は、ITソリューション事業と連動するデバイスとしての戦略を強化し、高付加価値製品を提供することで、利益確保を目指します。また、ITソリューションをきっかけに新たにお取引が始まったお客さまに対しても、データ蓄

積・収集を行うデバイスとしてキヤノン製品をご提案してまいります。さらに、Slerとしてのシステム構築の技術力と、構築したシステムと連携するキヤノン製品を併せ持つ、当社グループならではのシナジーを発揮し、競合に対する差別化を図ります。これらと同時に徹底した効率化により収益力のさらなる向上を図り、キヤノン製品を当社グループの収益の源泉として育てていきます。

▶▶ 新たな事業の創出

ITソリューション事業とキヤノン製品事業をベースに新たな事業の創出に向け、領域の探索を行います。具体的には、社内DXによる働き方改革など、社内実践事例をお客さまにご提供するサービスや、顧客層ごとに業務理解を深めていく中で顕在化した「不」(お困りごと)を解決するサービスなどです。既存の領域に囚われることなく、当社グループの強みを発揮し、課題解決に貢献できる領域に対して、新たな事業を確立することを目指します。グループ外の企業との協業またはM&Aもそれを実現するための手段の一つと考えています。



投資判断に際しては、資本効率と収益性を重視します。一方で、新型コロナウイルス感染症の収束の目処が立たないため、事業継続の観点から手元資金も一定程度確保しておく必要があると考えています。

株主還元について

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。2020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す。配当性向は35.4%となり、2015年12月期から、6期連続で35%を上回る水準を維持しています。

中期経営計画における投資戦略について

2021年12月期から2023年12月期までの3年間で、M&A、データセンター建設などの戦略的事業投資、システム投資、人材投資において合計約1,000億円の事業成長に向けた投資を積極的に行います。

M&Aについては、ITソリューション領域で当社グループが必要とする知見、ノウハウを有する企業のM&Aを想定しています。データセンターについては、5Gの普及やキャッシュレス決済の増加などでデータ量が膨大になり、それらを安心・安全に保存するニーズが高まると見込まれますので、3号棟建設についても検討中です。

人材投資については、前述の通り、ITソリューション事業におけるプロジェクトマネージャークラスの中途採用、社員の専門性向上教育などを推進します。

今後について

2021年12月期の事業見通し

コンシューマは、2020年12月期に発売したミラーレスカメラの「EOS R5」「EOS R6」が引き続き好調に推移しており、昨年の減少幅が大きかったこともあり、カメラ全体として台数は少し持ち直すものと見ています。インクジェットプリンターは、2020年12月期と同様の需要の大幅な増加は見込めないという前提で計画を立てています。

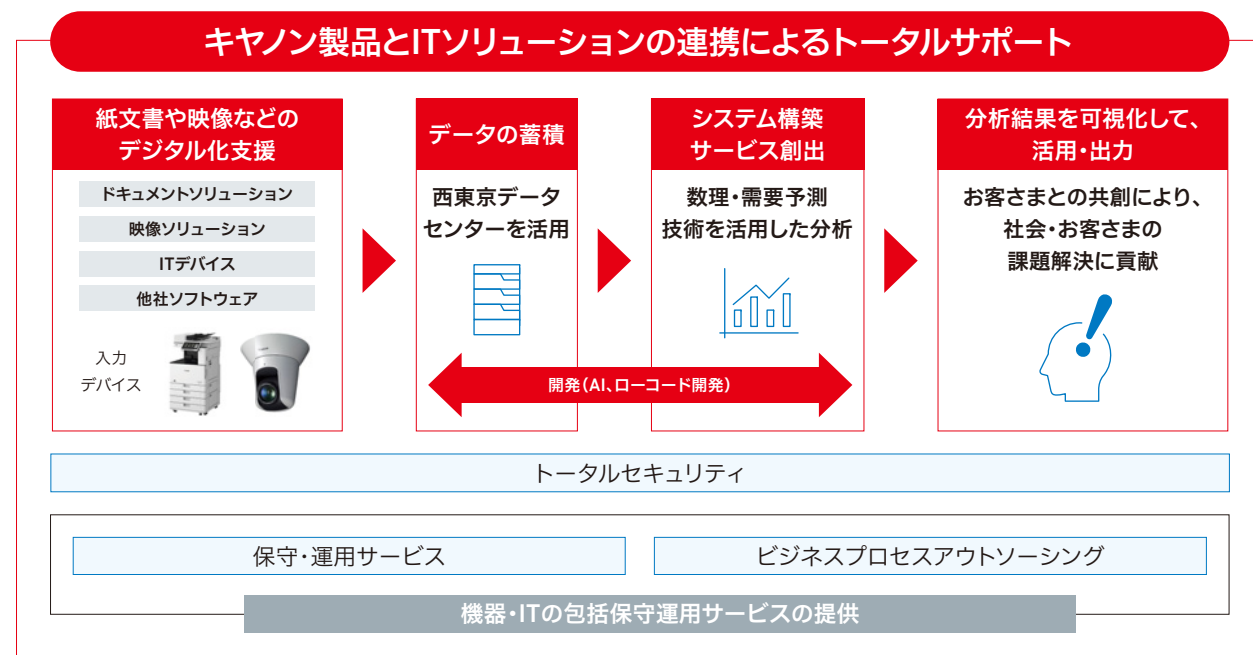
エンタープライズでは、2020年12月期に新型コロナウイルス感染症拡大による影響が最も大きかった、大手企業のオフィスMFPのドキュメントボリュームの推移を特に注視しています。2020年4-5月の緊急事態宣言発令時と同等の状況に陥らない限り、大きな落ち込みにはならないと見ています。

ITソリューションは、DX領域を中心にお客さまから新しい案件のご相談もいただいており、目標達成に向けて邁進しています。

ステークホルダーの皆さまへ

すべてのステークホルダーの皆さまから期待される会社として、最初にお声をかけていただける企業グループにしていきたいと思っております。そのためにITソリューションを通して、社会課題の解決を行い、企業価値の向上を図ってまいります。長期経営構想、中期経営計画により、2025年および2023年までの方向性と施策を打ち出しましたので、あとはスピード感をもってそれらを実現していけるかが鍵となります。社員の一人ひとりが、ビジョンの達成に向け、強い意思をもって行動することが重要であり、そのような風土を形成していくのも私の役割であると認識しています。

ステークホルダーの皆さまには、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。



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。

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

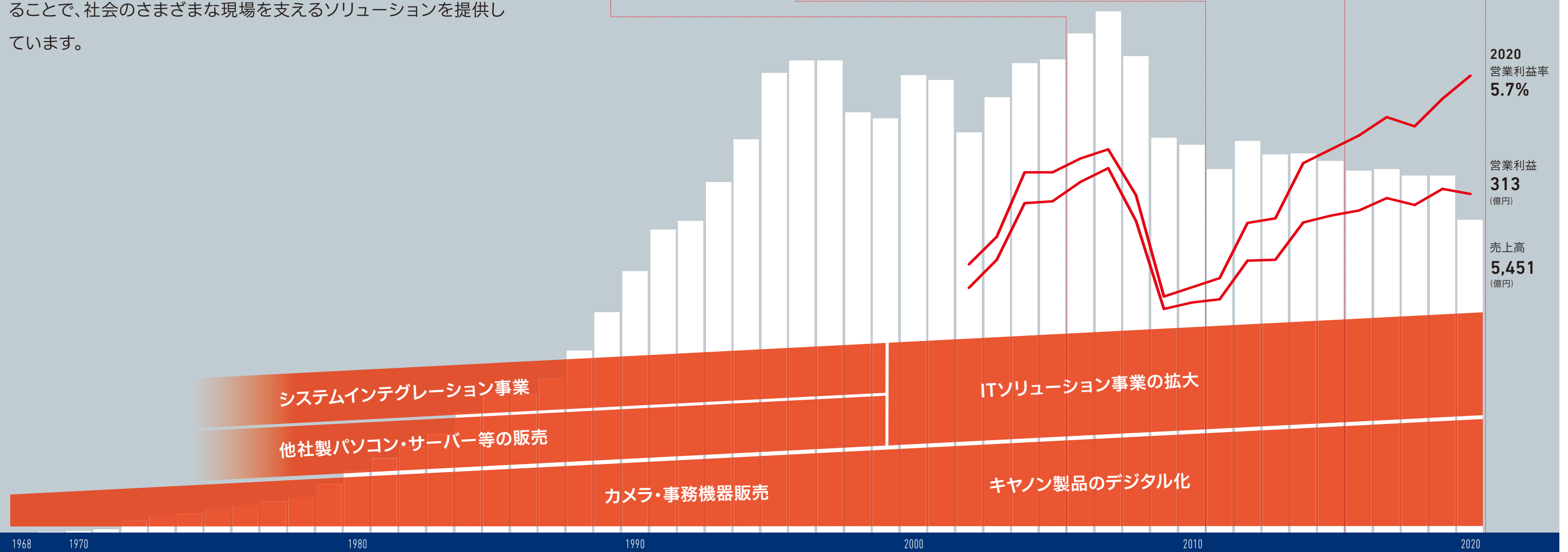
重点戦略として、キヤノン製品のシェア拡大、事業の多角化、サービス事業会社化、グループ経営革新を推進しました。

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

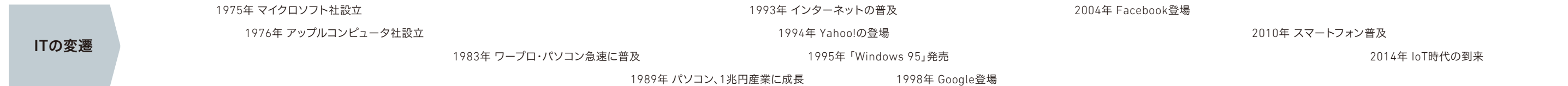
「長期経営構想フェーズIII」ではグループミッション・ビジョンを掲げています。これは、キヤノンが強みを持つイメージング技術とキヤノンMJグループが長年培ってきたIT技術を融合させることで、事業領域を拡大させながら、お客さまと共に社会課題の解決に貢献していくという考えです。

キヤノンMJグループ 長期経営構想 (2021-2025)スタート

社会・お客さまの課題をICTと人の力で解決するプロフェッショナルな企業グループを目指しています。



- | | | | | | | | | | | |
|---|---|-------------------------------|--|---|--|---|---|--|--|--|
| <p>1968
キヤノン事務機販売、キヤノン事務機サービス設立</p> <p>1969
キヤノンカメラ販売設立</p> | <p>1971
キヤノン事務機販売、キヤノン事務機サービス、キヤノンカメラ販売を統合し、キヤノン販売設立
ビリングプロセッサ「BP-1000」発売、オフィスコンピューター分野に進出</p> | <p>1981
東証二部上場</p> | <p>1985
日本アイ・ピー・エム社とワークステーション、パソコンの販売提携</p> | <p>1990
通産省のシステムインテグレーター認定企業となる
日本サン・マイクロシステムズ社と販売提携</p> | <p>1993
東証一部上場
アップルコンピュータ社と販売提携</p> | <p>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</p> | <p>2006
キヤノンマーケティングジャパンに社名を変更</p> <p>2007
アルゴ21をグループ会社化</p> | <p>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</p> | <p>2012
西東京データセンターがサービス開始</p> | <p>2020
西東京データセンター2号棟竣工</p> <p>2018
会社創立50周年</p> |
|---|---|-------------------------------|--|---|--|---|---|--|--|--|



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、キヤノン製品事業とITソリューション事業を組み合わせることで解決できる領域を広げ、「事業を通じた社会課題解決」に取り組んでまいります。

キヤノングループ企業理念 - 共生

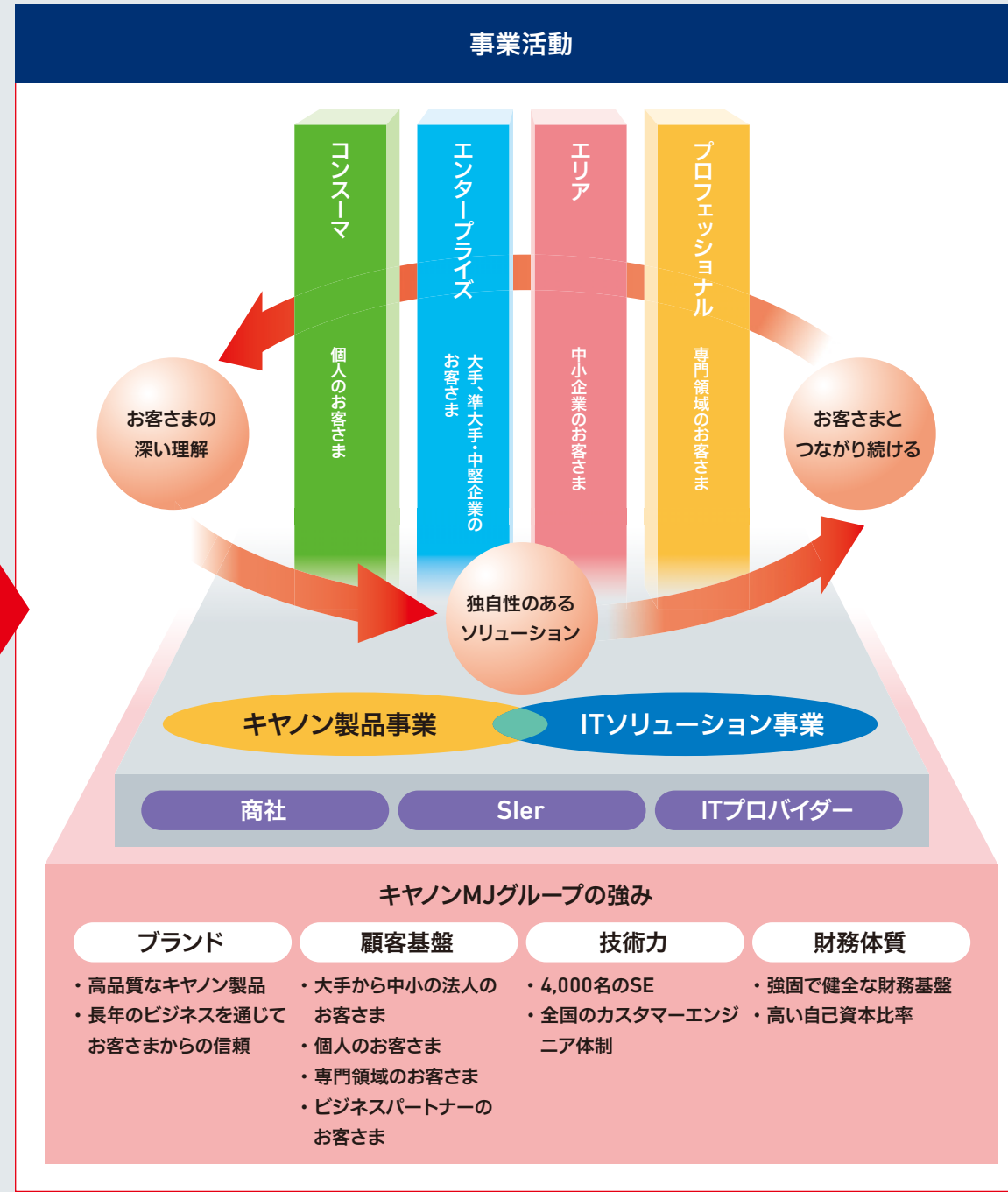
キヤノンMJグループ2025年ビジョン: 社会・お客さまの課題をICTと人の力で解決するプロフェッショナルな企業グループ

インプット 企業価値を構成する資本

- 人的資本
- 社会関係資本
- 知的資本
- 製造資本
- 財務資本
- 自然資本

社会・お客さまの課題

各資本についての説明はP21に記載しています。



キヤノンMJグループの強み

ブランド	顧客基盤	技術力	財務体質
<ul style="list-style-type: none"> 高品質なキヤノン製品 長年のビジネスを通じてお客さまからの信頼 	<ul style="list-style-type: none"> 大手から中小の法人のお客さま 個人のお客さま 専門領域のお客さま ビジネスパートナーのお客さま 	<ul style="list-style-type: none"> 4,000名のSE 全国のカスタマーエンジニア体制 	<ul style="list-style-type: none"> 強固で健全な財務基盤 高い自己資本比率

インプット(資本への再投資)

アウトプット 価値創造領域

個人

- 写真や映像でお客さまの暮らしを豊かに
- 映像表現のさらなる発展

業種・業務、オフィス

- 金融・製造・流通などさまざまな業界を支えるシステムの提供
- お客さまとの共創による、DXの実現
- 中小企業のお客さまのIT環境のトータルサポート
- BPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)による業務の効率化、高品質化の実現
- トータルオフィスソリューションの提供

専門領域

- 新世代のデジタル印刷でビジネスの可能性を拡大
- 最先端の半導体業界を支える装置の輸入・販売・サポート
- 病院・診療所・薬局・健診施設等の業務効率化ソリューションの提供

各事業セグメントの戦略については、P27以降に記載しています。

アウトカム 創出した価値

ITソリューション売上
2,031億円
(2025年目標 3,000億円)

Edgeソリューション売上額
180億円

HOME,IT保守・運用契約件数
11万件

セキュリティソリューション売上額
280億円

ITO・BPO関連売上額
135億円

ROE
6.6%
(2025年目標 8.0%)

当期純利益
220億円
(2023年目標 265億円)

写真教室 EOS学園
30年間継続
(延べ20万名受講)

お客さま先でのCO₂削減貢献量
120,320t-CO₂

2025年に向けて 社会に提供する 価値

映像文化による豊かな暮らし



ホワイト物流



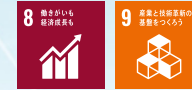
フードロス



働き方改革



生産性向上



安心・安全な社会



持続的な企業価値向上のために、価値創造領域をさらに拡大し、より多くのお客さまとつながり続ける

事業活動

私たちは、「顧客主語」を徹底し、お客さまの課題解決に貢献することで、社会やお客さまになくてはならない存在となり、社会・経済の持続的な発展を目指します。

社会・お客さまの課題

豊富な知識と経験持つ人材が、お客さまの業務・業種を深く理解した上で、最適なソリューションを提案いたします。

お客さまの深い理解

個人のお客さま

エンタープライズ
大手、準大手・中堅企業のお客さま

エリア
中小企業のお客さま

プロフェッショナル
専門領域のお客さま

独自性のあるソリューション

強みのある領域・業種・技術などによるソリューションで、サービス型事業モデル※を提供し、価値貢献を行います。

※サービス型事業モデルとは、付加価値が訴求でき、お客さまに継続してサービス提供を行う事業モデルを指しています。

- ・大手企業向け…特定業界・業務向け自社開発クラウドサービス、データセンター、BPO、ITOなど
- ・中小企業向け…お客さまのIT環境をトータルでサポートするサービスなど

お客さまとつながり続ける

全国193カ所のサービス拠点やオンラインによる充実したサポート体制で、製品・サービス導入後もお客さまを支援し、つながり続けます。

社会に提供する価値

キヤノン製品事業

ITソリューション事業

商社

キヤノン製品*の日本国内での独占販売権およびセキュリティ対策製品ESETや半導体関連装置の国内総代理店など、お客さまのニーズに合わせた製品、ソリューションを調達する機能

※半導体露光装置・液晶基板露光装置・医療機器を除く

Sler

業界・業種・業務に共通する課題やお客さま固有の課題を十分に理解し、蓄積した過去のシステム開発のノウハウや独自技術を活かし、最適なシステムを提供する機能

ITプロバイダー

お客さまのお困りごとを解決するために、サービスを提供するとともに、導入から保守・運用までフルサポートを行う機能

キヤノンMJグループの強み

ブランド

長年のビジネスを通じて構築したお客さまからの信頼
キヤノンの営業部門を母体として誕生して以来、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。また、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。

顧客基盤

大手から中小企業の幅広い顧客層
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。

技術力

約4,000名のSE、全国のサービスエンジニア体制
高度な技術力を持った企業を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。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。

財務体質

強固な財務基盤
自己資本比率は一貫して50%から60%台を維持しており、持続的な成長を支える上で欠かせない強固で健全な財務基盤を構築しています。このため、新型コロナウイルス感染症の拡大などのような未曾有の危機に際しても、安定的に事業を継続することが可能です。同時に資本効率も重視し、ROEの向上にも努めています。

キヤノングループのDNA 進取の気性

社会・お客さまのニーズに合わせて事業を変え、挑戦を続ける風土

企業価値を構成する各種資本

キヤノン製品事業およびITソリューション事業により創出した利益をもとに、M&Aを含めた事業強化への投資、および価値の源泉である人材への投資を行ってまいります。

それにより、事業がさらに強くなり、より大きな利益を創出し、さらなる成長へ再投資するという好循環を作り出し、持続的な企業価値の向上を実現します。(実績は、2020年12月期)



人的資本

キヤノンMJグループではあらゆるお客さまとの接点において、最適なソリューションを提案・提供するために、製品やITに関する豊富な知識と経験を持つ人材を採用し、また育成を図ってまいります。

ITソリューション事業の拡大にむけて

- 約4,000名のSEを始め、営業支援や導入支援を行う専門性の高い技術者やカスタマーエンジニアを有しており、随時育成を実施しております。
- 高度な知見を有する外部人材を積極的に採用しており、中途採用比率は12.4%(2019年比0.5%増)となります。
- 全グループ社員に向けて「ITスキル向上プログラム」を実施しました。また、間接部門も含めてITパスポートの取得の支援を行い、2021年4月までに3,791名が取得するなど、全社でのIT知識の向上を図っております。

多様な人材の活躍推進

- 所定時間内での効率的な働き方を推進し、従業員が仕事と育児・介護の両立できる環境づくりを行った結果、146名(男性26名)の社員が育児休暇を取得し、復職率は95.6%(男性100%)となりました。また、女性の活躍も推進しており、チーフ職の女性の割合が10.4%(2019年1.0%増)となっております。
- キヤノンマーケティングジャパンおよびキヤノンITソリューションズでは、プラチナくるみに認定されました。(2021年6月現在)



社会関係資本

キヤノン製品の販売・サービスを通じて長年培ってきた顧客基盤や、さまざまなパートナー企業との強固な関係、また海外企業の製品の国内独占販売権の取得等により継続的な価値を創造してまいります。

顧客基盤の拡大

- 多くのお客さまに選ばれる企業を目指し、よりよい製品を提供し続けてきた結果、レンズ交換式デジタルカメラ、インクジェットプリンター、レーザービームプリンター等において、国内シェアNo.1を獲得いたしました。
- 全国に広がるサービス拠点およびパートナー連携を活かし、お客さまと継続的につながっています。各地のビジネスパートナーともにお客さまのDX支援を行うことで、お客さまにとってのITパートナーとしての関係を構築しております。

幅広いお客さまに安心・安全で付加価値の高いITサービスを提供

- 中小企業のお客さまに安心・安全にITサービスを活用していただけるHOME、IT保守・運用件数の実績が11万件となりました。

商社機能によりお客さまへのさまざまな製品・サービスの提供

- キヤノン製品事業においては、お客さまの声を「感性」と「知恵」を盛り込んだ付加価値の高い情報にして、キヤノン(株)へのフィードバックを行っております。
- 半導体業界を支えるために海外企業の製品から優れた装置をいち早く見つけ、独占販売権を取得するなど、国内総代理店としての実績を向上させてまいりました。
- 海外製品を輸入、販売するだけでなく、日本市場のお客さまの声を伝え、ローカライズの対応をする等、顧客満足度の向上に寄与してまいりました。その結果、セキュリティ対策製品では、顧客満足度調査1位を8年連続獲得しております。



知的資本

業界トップクラスの特許取得となっており、研究・開発活動により創出した解決手法やそれを支える技術を特許により保護しております。これにより、他社と差別化を図った優れたソリューションをお客さまに提供いたします。

先見性のある独自ソリューションを創出する研究・開発力

- 近年注目されているローコード開発分野において、研究・開発を行い、2005年から「WebPerformer」という製品を提供しております。この製品に搭載されている「Javaアプリケーションの自動生成技術」(特許第4988226号)が令和2年度関東地方発明表彰において「発明奨励賞」を受賞いたしました。

知的財産権に関する活動

- 研究・開発により生み出された知的資本を当社の重要な財産として認識し、特許権などの知的財産権の取得を積極的に行っております。2020年の発行件数は、公開特許公報152件、特許公報146件となっております。また、当社グループの強みとなる、セキュリティ関連技術、Webアプリケーション自動生成技術、映像・画像関連技術、数理技術で、当社グループが保有している特許の約3割を占めております。



製造資本

高品質な製品・サービスを提供するための品質マネジメントや高い運用能力を認められたインフラ環境が価値を創造する土台となっております。

品質マネジメントの運用

- キヤノンシステムアンドサポート(株)、キヤノンITソリューションズ(株)、キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ(株)においては、製品やサービスの品質保証を通じて、顧客満足向上と品質マネジメントシステムの継続的な改善を実現する国際規格であるISO9001を取得し、維持しております。

高品質なファシリティと価値を高めるサービス提供

- 西東京データセンター2号棟を竣工し、「ティア4レベルの高性能ファシリティ」、「世界基準の運営品質を証明するM&O認証取得」、等が評価されており、また日本の金融情報システムセンター(FISC)のガイドラインに準拠しています。高い安全性を確保するための障害訓練などの実施を行い、重障害件数0件を継続しております。



財務資本

強固な財務基盤の構築とともに、機動的な投資を可能にする資金余力で、成長と還元を図ってまいります。

より強固な財務基盤の確立

- 減収減益となりましたが、高付加価値な製品の販売を拡大させ、荒利率を向上させたことや、徹底した販管費の削減に努めたことで、営業利益率は5.7%と2年連続で過去最高を記録しました。また、それに合わせて、自己資本比率は、68.2%(2019年比3.8%増)となり、2021年からはじまる新しい中期経営計画で投資を行う礎を築きました。

安定した株主還元

- 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基本方針としております。2020年においても、配当性向35.4%と2015年以降35%以上で安定的に配当を行っております。



自然資本

脱炭素社会に貢献するため、環境負荷を低減させる製品・サービスの提供と資源・エネルギーの有効活用を行ってまいります。

脱炭素社会の実現のための活動

- 自社のエネルギー消費量の削減に取り組み、温室効果ガス排出原単位を2019年比で4.0%を削減しました。
- 西東京データセンターにおいて、東京都へのクレジット寄付および準トップレベル事業所認定を取得し、環境貢献に努めております。

- 販売した複合機において、6,355tのオフセット(無効化)を実施いたしました。

資源循環型社会の実現のための活動

- オフィス機器、インク・トナーカートリッジ等の使用済みの製品の回収・リサイクルを促進し、市場から回収し処理した製品の総量は、12,015tとなり、そのうち99.9%を再資源化しました。

～2025年とその先を見据えて～

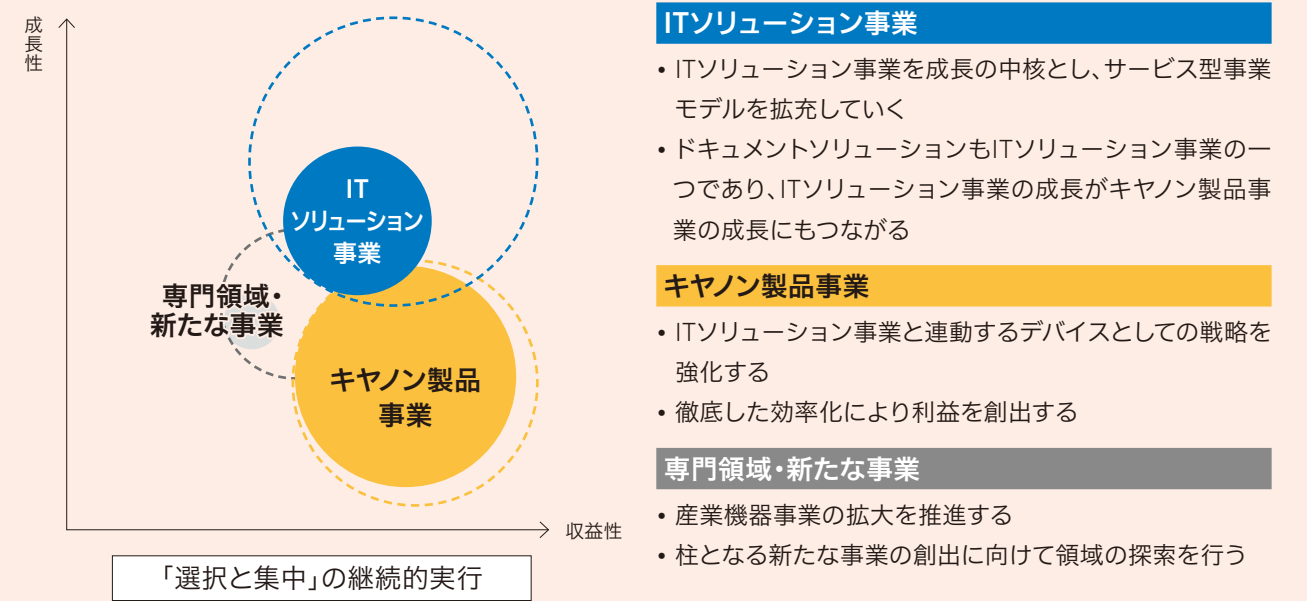
長期経営構想(2021-2025)

キヤノンMJグループは、持続的な企業価値の向上に向けた経営の指針とすべく長期経営構想(2021-2025)を策定しました。企業理念である「共生」と2025年ビジョンの実現を目指し、基本戦略を着実に遂行することで、高収益企業グループへと成長させていきます。

企業理念	
共生	
「世界の繁栄と人類の幸福のために貢献すること、そのために企業の成長と発展を果たすこと」	
長期経営構想(2021-2025)のビジョン・基本戦略・経営指標	
2025年ビジョン	
社会・お客さまの課題をICTと人の力で解決するプロフェッショナルな企業グループ	
基本戦略	
<ol style="list-style-type: none"> 1. 事業を通じた社会課題解決による、持続的な企業価値の向上 2. 高収益企業グループの実現 <ul style="list-style-type: none"> ▶ ITソリューション事業を成長の中核とした事業変革 ▶ 顧客基盤を活かした顧客層別営業体制の強化 ▶ キヤノン製品事業の付加価値向上とさらなる高収益化 3. 経営資本強化による、好循環の創出 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 人材の高度化・エンゲージメント向上による事業成長の加速 ▶ 戦略的事業投資による事業成長の加速 	
2025年経営指標	
営業利益	500億円
売上	6,500億円
うち、ITソリューション売上	3,000億円
ROE	8.0%

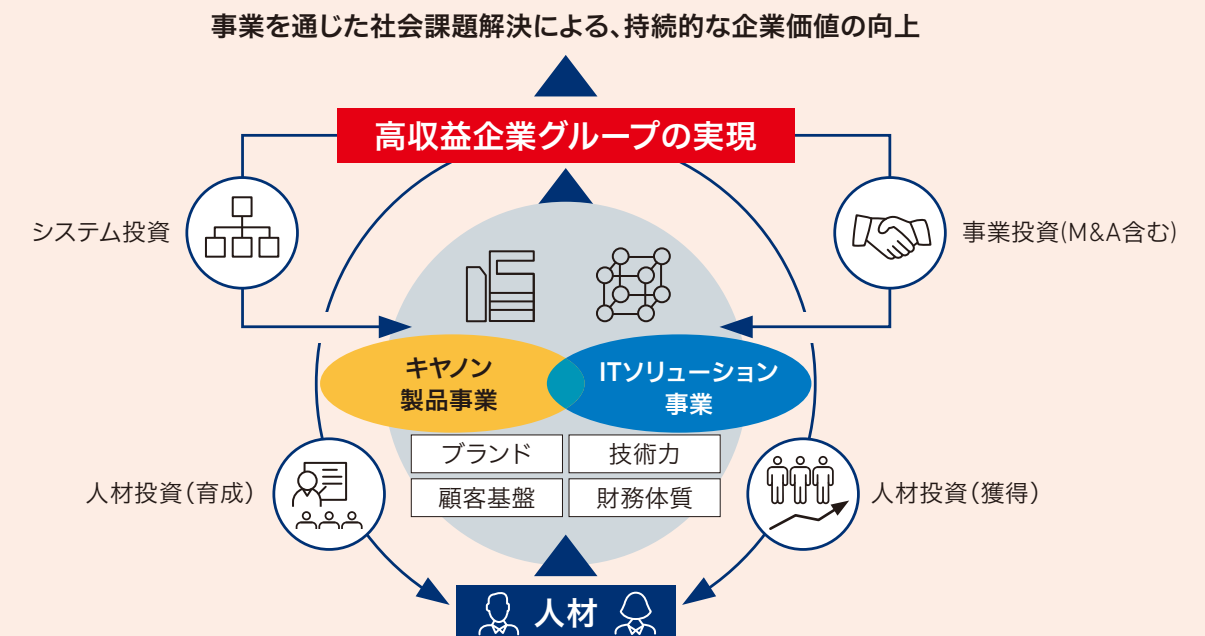
持続的な成長に向けた事業ポートフォリオの継続的な見直し・最適化

キヤノンMJグループは、ITソリューション事業を中核とした企業へ事業ポートフォリオを転換し、持続的な成長に向け、事業ポートフォリオの見直しおよび最適化を継続的に行っていきます。



企業価値向上に向けた成長への投資

キヤノンMJグループは、事業投資、人材投資、システム投資を積極的に実施し、社会課題の解決にいち早くソリューションを提供することで、価値創出能力の高い高収益企業グループの実現を目指します。



中期経営計画(2021-2023)

長期経営構想(2021-2025)のもと、中期経営計画(2021-2023)では、成長の中核となるITソリューション事業において、サービス型事業モデル^{※1}による価値貢献を推進するなどの取り組みを通じて収益拡大を目指します。

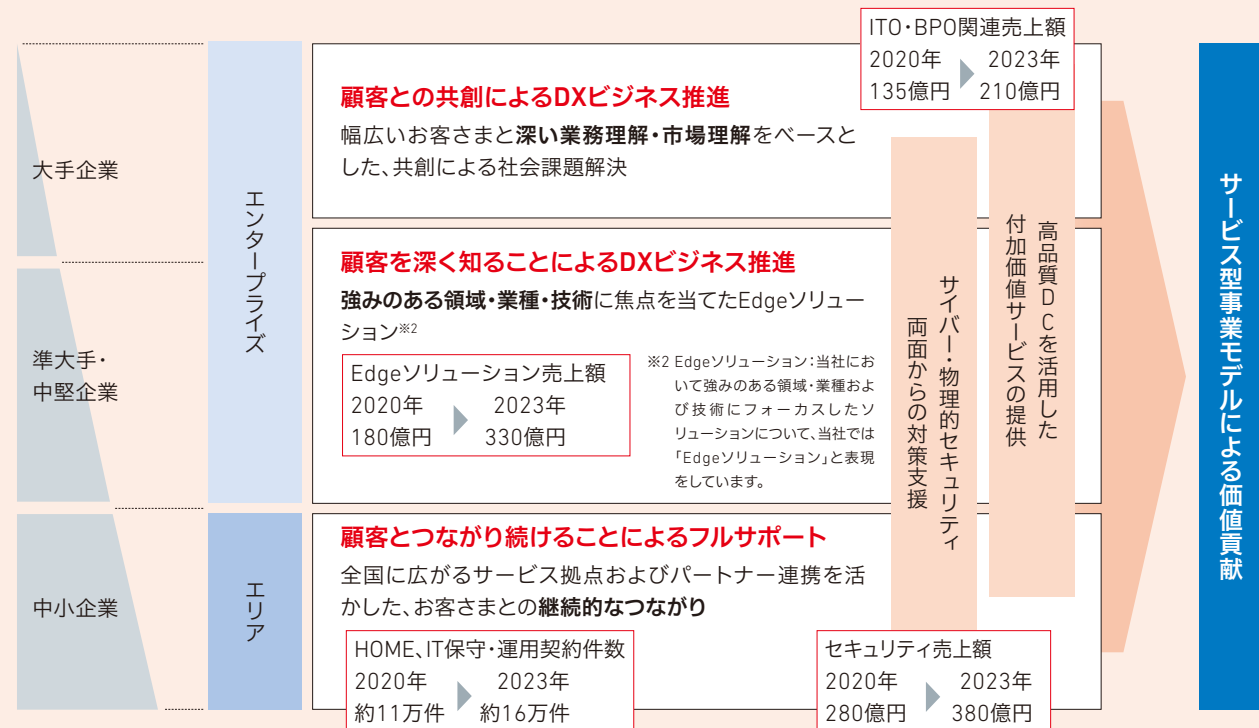
※1 サービス型事業モデル: 付加価値が訴求でき、お客さまに継続してサービス提供を行う事業モデルを当社では、「サービス型事業モデル」と表現しています。

中期経営計画(2021-2023) 目標

	実績	中期経営計画	
	2020年	2021年(予想)	2023年(計画)
売上	5,451億円	5,670億円	6,000億円
営業利益	313億円	340億円	400億円
営業利益率	5.7%	6.0%	6.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	220億円	235億円	265億円
ROE	6.6%	6.7%	6.9%

顧客層別ITソリューション事業 展開の方向性

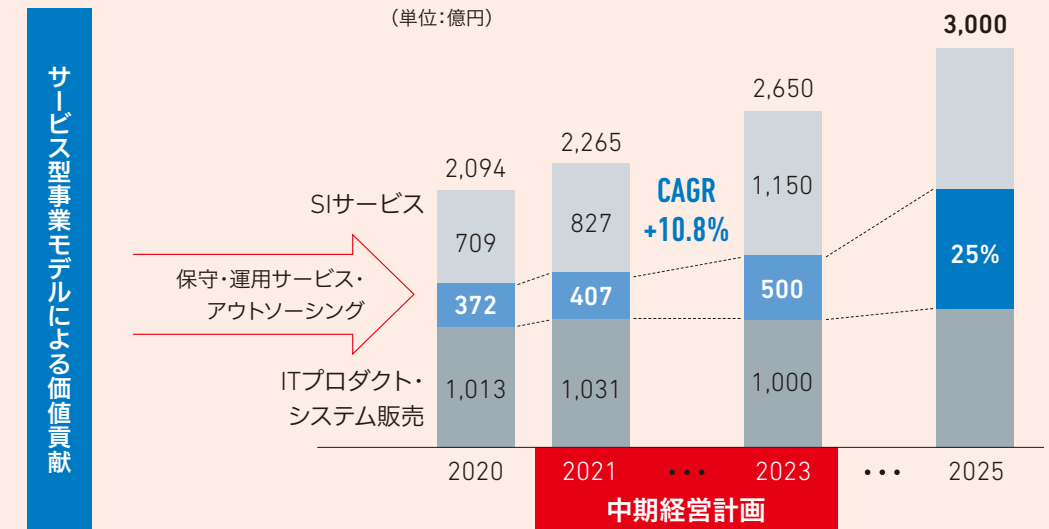
ITソリューション事業の展開において、大手企業、準大手・中堅企業、中小企業ではニーズが異なるため、顧客層ごとにそれぞれのニーズに適したビジネスを展開していきます。そして、サービス型事業モデルを創出・強化し、持続的な収益の拡大に取り組みます。



ITソリューション事業 売上目標(商品・ソリューション別)

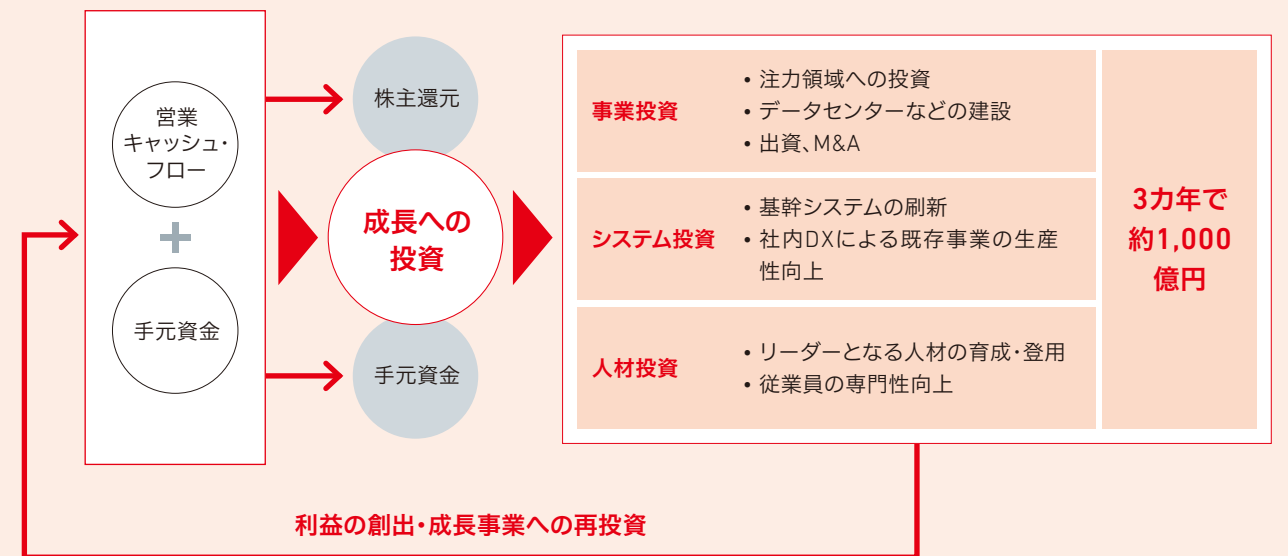
ITソリューション事業の売上目標は、2023年が2,650億円、2025年は3,000億円です。

サービス型事業モデルの拡充により、保守・運用サービス・アウトソーシング領域を強化し、収益性の高いITソリューション事業を確立します。



事業成長に向けた投資戦略

資本効率と収益性を意識した事業投資を実行し、そこから創出した利益を成長事業へ再投資するサイクルを回していきます。



セグメント別事業戦略概況

事業セグメント



コンシューマ

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



エンタープライズ

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



エリア

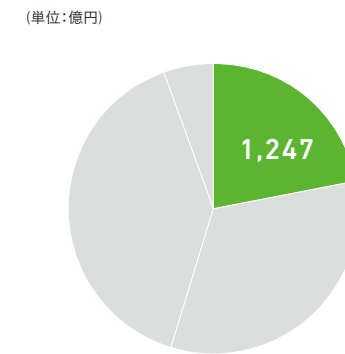
全国の中小企業のお客さまを対象に、キヤノン製品やITソリューションを提供しています。ビジネスパートナー、直販組織、システムパートナーの販売チャネルを活用し、中小企業のお客さまのDXを支援してまいります。



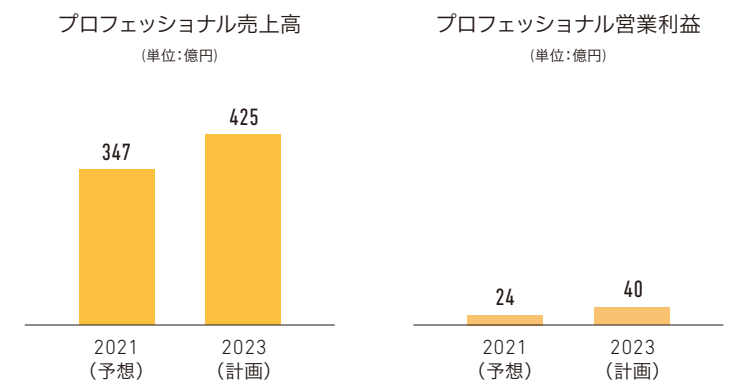
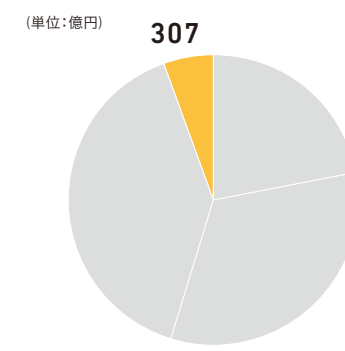
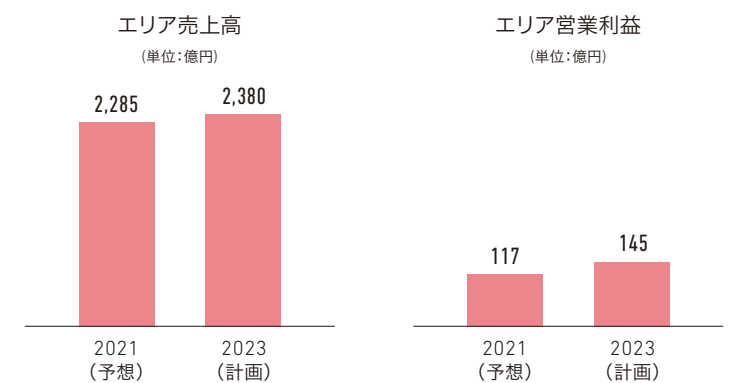
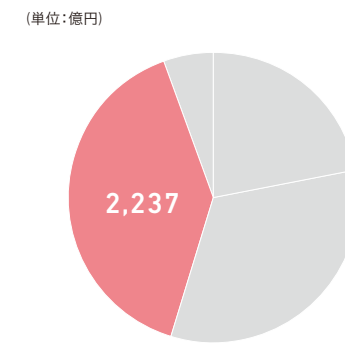
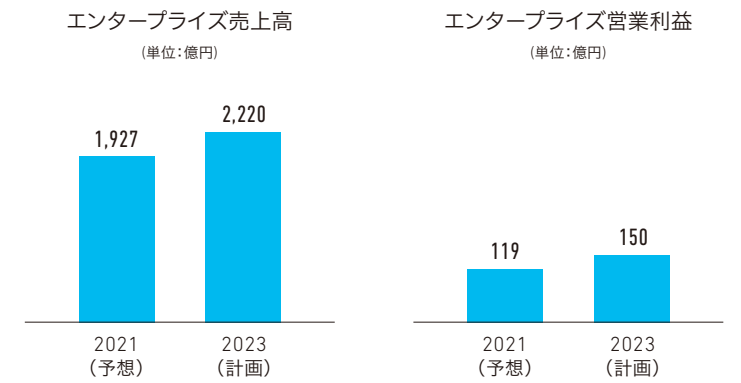
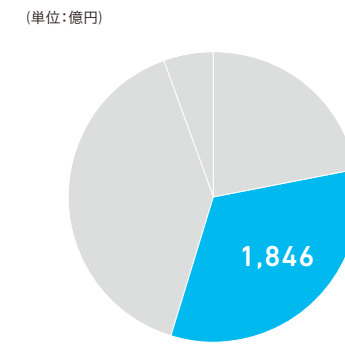
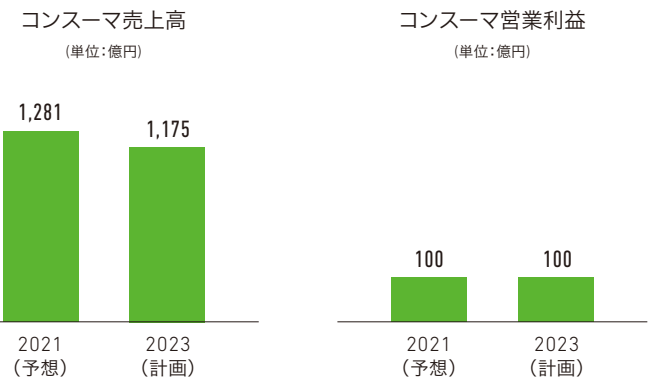
プロフェッショナル

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

2020年12月期セグメント別売上高



中期経営計画 セグメント別売上高/営業利益



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

コンシューマセグメント

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

上席執行役員
コンシューマビジネスユニット
ビジネスユニット長
三上 公一



現状認識

新型コロナウイルス感染症の影響により、事業環境が大きく変化しています。

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

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

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

インクジェットプリンターについては、年賀状の減少、家庭での写真印刷の減少により、本体・消耗品共に市場漸減傾向でしたが、在宅勤務とオンライン学習の広がりにより新しい需要が創出されました。新しい需要に最適

なプリンターを提案・提供し、特に伸びている大容量タンク搭載モデルの販売を拡大します。

機会

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

リスク

- 新型コロナウイルス感染症再拡大によるカメラ市場の縮小

強み

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

中長期的に目指す姿と事業戦略

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

カメラやプリンターの既存事業をより筋肉質な体質へ

転換しながら、将来を見据えて新たな商品・サービスの創出に取り組んでまいります。

具体的には、昨年「ichikara Lab(イチカララボ)」を立ち上げ、新たな顧客層へのリーチを目指した新規商品・

サービスの開発に取り組み、若年層マーケティングの強化を図る活動を進めています。

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

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

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

新規事業・サービスの創出

ichikara Lab

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

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

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

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

お客さまとの新たなコミュニケーション拠点

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

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

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

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

写真上: キヤノンフォトハウス銀座 写真下: キヤノンフォトハウス大阪

エンタープライズセグメント

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

MA事業部



上席執行役員
エンタープライズビジネスユニット
MA事業部長
松本 裕之

顧客との共創によるDXビジネスを進めていきます。

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

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

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

GBソリューション事業部



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

顧客を深く知ることによるDXビジネスを推進していきます。

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

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

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

キヤノンITソリューションズ(株)

キヤノンMJグループにおける位置付け

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

キヤノンITソリューションズ(株)
代表取締役社長
金澤 明



現状認識

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

機会

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

データセンター需要増やデータドリブン社会に向けたデータの利活用ニーズの高まり

リスク

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

強み

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

中長期的に目指す姿と事業戦略

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

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

経営管理面では、KPIとPDCAによる進捗確認を重

視しており、経営幹部間で常に状況を共有しながらそれぞれの事業戦略を実践しています。

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

エリアセグメント

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

上席執行役員
エリアビジネスユニット
ビジネスユニット長
魚谷 康幸



現状認識

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

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

中長期的に目指す姿と事業戦略

ドキュメントソリューションを中心に築いてきた全国の中小企業のお客さまに、プリンティング領域と共に新たな価値提供として保守サービスを含めたITソリューションを展開し、お客さまのDXへの道のりを支援するトータルサポートを目指していきます。また、それによって蓄積されるノウハウを新たなお客さまの創造に活用していくことで、地域・お客さまにおけるビジネスシェアを高め、ITソリューション事業を柱とした事業ポートフォリオの転換を進めていきます。そのために、お客さまをしっかりと理解し、共にお客さまのビジネスの進化や経営課題について考え、お客さまの経営目標達成に必要な提案を行う

機会

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

リスク

- コロナの影響などによる顧客の投資プライオリティの変動

強み

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

ことで継続的にビジネスを獲得していけるようなビジネススタイルを確立していきます。我々はそのビジネススタイルを支えるチャンネルの体制づくり、人づくりの支援を中長期的に進めていきます。お客さまとつながり続けるための、対面・非対面のハイブリッドによるお客さま接点の拡大、ドキュメントとITを融合した新たな価値提供につながるソリューションの創出、実践のための人材育成プランなどをチャンネルの個社ごとに組み立てて進めていくことが、中小企業のDXにおけるビジネスシェアの拡大につながることを確信しています。

キヤノンシステムアンドサポート(株)

キヤノンMJグループにおける位置付け

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

キヤノンシステムアンドサポート(株)
代表取締役社長
平賀 剛



現状認識

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

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

機会

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

強み

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

中長期的に目指す姿と事業戦略

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

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

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

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

プロフェッショナルセグメント

プロダクションプリンティング



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

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

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

中長期的に目指す姿

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

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

提案」を行う営業スタイルに変革していきます。

市場動向と強み

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

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

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

産業機器



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

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

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

中長期的に目指す姿

- ・自社製品の販売を強化し、輸出も実現する

- ・新規ビジネスの立ち上げや新規商品のさらなる開拓を行うとともに、メンテナンスフリーサービス(保守契約)についても検討を進める

市場動向

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

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

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

強み

- ・独自性の追求—自部門内に商品開拓の専門部隊を保有し、市場ニーズに基づき世界の優れた商品を発掘し、技術と共に提供
- ・経験豊富なサポート—高度な技術が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

ヘルスケア



キヤノンITSメディカル(株)
代表取締役社長
黒井 慶信

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

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

中長期的に目指す姿

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

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

市場動向

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

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

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

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

強み

- ・病院・診療所・薬局・健診施設等、医療関連施設に業務効率化のためのITを導入した実績と、その導入ノウハウをベースにしたシステムコンサルテーション力(提案力)
- ・3省2ガイドラインに準拠した高度なセキュリティ対応の医療クラウドサービス(Medical Image Place)を保有し、医療ITシステムのクラウドシフト潮流に乗り、新たな事業を開拓
- ・事業継続計画(BCP)の一環として、サポートセンターを東京と大阪の2拠点で運営し、万が一の大災害による障がいが発生した場合にも、継続的に対応できる体制を構築
- ・電子カルテへの移行推進により、医療施設等におけるCO₂削減への取り組みに貢献(紙およびデータ保管スペースの削減)

アナリストによるITソリューション事業の評価

キャノンMJグループの今後の成長を牽引する役割を担うITソリューション事業について、証券アナリストとトップマネジメントがオンライン座談会を実施しました。

ジェフリーズ証券会社
中名生 正弘 氏
(以下、敬称略)

キャノンマーケティングジャパン
代表取締役社長(現 相談役)
坂田 正弘

ジェフリーズ証券会社
佐藤 博子 氏
(以下、敬称略)

キャノンマーケティングジャパン
取締役 専務執行役員(現 代表取締役社長)
足立 正親

(本座談会は2021年2月に行われました。当社出席者の役職名は、座談会実施当時のものです。)

キャノン製品の国内販売と独自のITソリューションを提供するキャノンMJグループをどのような企業であると考えていますか。

中名生:キャノンMJグループは事業ドメインが非常に広い会社であると思います。キャノン製品にとどまらず、システム開発、ITプロダクト販売、データセンタービジネスと、幅広い事業ドメインを有しています。さらに、BtoB、BtoCそれぞれのビジネスを行うことで幅広い顧客基盤と販売網、豊富なソリューションのリソースも有しています。そのため、他の事務機系の販売会社とはまったく異なりますし、他のITソリューション企業との比較においても非常に特長のある、オンリーワンと言ってよい企業であると思っています。

佐藤:私も同意見です。一方、SlerとしてのキャノンMJグループには、ゼネラリスト的なイメージがあり、良くも悪くもあまり特長がありません。今後、ITソリューションを拡大させるためには、自分たちはこういう会社であるという明確なアピールが必要になってくると思います。ただし、ゼネラリスト的なSlerであるということ、強みとして捉え、それを活かしていくことも選択肢の一つです。

坂田:外から見たキャノンMJグループと、私たちの見方では少し異なる部分もありますが、的確に捉えていた

いていると思います。キャノンというブランドの品質や商品力には高い信頼性があると思っており、そのブランド力は間違いなく当社にとって大きな価値であると考えています。

足立:ハード中心からサービス型に移行するための土台をこの5年間で構築してきましたが、さらなる成長を目指すには今のままでは十分でないと考えています。ご指摘いただいた通り、当社は大手企業から中小企業、個人に至るまでの幅広い顧客層、幅広い商品群を扱い、メーカー系商社でもあり、かつSlerでもある稀有な会社だと思っています。さらに魅力ある会社であると皆さまに認識していただくために、今後、当社の強みをより磨き、具体的に発信をしていく必要があります。

キャノンMJグループのITソリューション事業の強みはどこにあると考えていますか。

中名生:顧客基盤や事業ドメインの広さが本当に強みでもあり、同時に少し弱みでもあると思います。株式市場の観点からは、多様なITソリューション領域を持ちつつ、一方で高品質なキャノン製品も扱っているため、その両方のシナジーを明確にしていくことに期待をしています。

佐藤:今後、システムインテグレーターは、トータルサー



ジェフリーズ証券会社
精密機器
担当アナリスト
中名生 正弘 氏

多様なITソリューション領域を持ちつつ、一方で高品質なキャノン製品も扱っているため、その両方のシナジーを明確にしていくことに期待しています。

ビスプロバイダーへと進化していくと思います。上流工程から、自社データセンターを活用した保守・運用サービス・アウトソーシングまでワンストップでITサービスを提供できるという幅の広さは強みになると思います。

また、5Gがスタンダードになることで、医療分野や製造業などで、ビジュアルを活用したイメージ系のソリューションがメインになってくると思います。画像やプリンティングなどイメージ系のキャノン製品を持っていること、イメージングのノウハウを持っていることもキャノンMJグループの強みであると思います。

足立:イメージングソリューションについては、私も過去に営業で大手企業を担当しており、映像に関する提案を行った際には、お客さまに特にご興味を持って話を聞いていただけると感じました。キャノンという画像、映像に強いという印象をお持ちのお客さまが多く、それがブランド力にもつながっています。それはお二人のコメントとも重なっており、その強みを最大限に活かしていきたいと思っています。

また、強みである数理技術を活用した需要予測ソリューションの「FOREMAST」、導入社数累計1,000社以上のローコード開発プラットフォームの「WebPerformer」など、当社独自の特長あるソリューションがあります。これらについても今後はしっかり訴求していく必要があると思っています。

キャノンMJグループは幅広い顧客基盤を有しており、大手企業、中堅・中小企業のそれぞれ



ジェフリーズ証券会社
ITサービス・インターネット
担当アナリスト
佐藤 博子 氏

大手企業に対してソリューションを提供していく上で、イメージング分野に加え、DXやクラウドまで、見事にベストマッチするチャンスがある最有力候補の一社です。

に対して強みを持ち合わせていると思いますが、その点はいかがでしょうか。

坂田:大手企業向けのITソリューションについては、住友金属システムソリューションズが母体であるキャノンITソリューションズが主たる事業を担っています。お客さまのニーズをお聞きして提案できるSEを多く抱えており、丁寧にシステムを構築していくところに強みがあり、SIサービスの導入実績も豊富にあります。今後はこの強みを活かして、お客さまのニーズや課題を解決する仕組みをサービス化し、他のお客さまにも提供していくことが重要であると思います。

足立:これまでのITソリューション事業の強みは、キャノンブランドのプリンターや複合機などのデバイスとその周辺のITソリューションであり、デバイスを中心にしたものでした。一方で、キャノンITソリューションズはSlerです。Slerは、お客さまが漠然と抱えている課題を深掘りし、解決するためのシステムを構築します。同社は大手企業を担当しているエンタープライズセグメントの中に所属しており、大手企業向けに対しては営業サイドもSler的な思考プロセスに変化しています。このような思考プロセスを準大手・中堅企業を担当する営業にも伝播させていくことでさらなる強みになっていくと思います。

坂田:中小企業向けITソリューションも、リアル・オンラインの両面で営業・サポート体制が充実しており、お客さまのIT業務をフルサポートすることが可能です。これまで、



強みである数理技術を活用した需要予測ソリューションの「FOREMAST」、ローコード開発プラットフォームの「WebPerformer」などもしっかり訴求していく必要があります。

足立 正親

営業サイドでは単品で提案しがちであり、お客さまの課題解決に向け、さまざまな製品・サービスを組み合わせたトータルなソリューションとして提案できるように意識改革を行っているところです。強みであるサポート体制を活かしつつ、営業面でいかにトータルなソリューションとして提案していくかが、今後の当社の課題だと思っています。

さらなる成長に向け、ITソリューション事業の課題とその対処法は何であると考えていますか。

中名生: 単品ベースではなくトータルなソリューションとしての事業展開を推進することが一番の課題ではないでしょうか。さらに、キラーアプリケーション、キラーソリューションと言えるものが世の中で認知されると、それが成功体験となり多くの企業に訴求されていくのだと思います。現状はセキュリティがそれに近いのかもしれませんが、キヤノンMJグループと言えばこれ、というものがより明確になってくると私たちも理解しやすくなると思います。

佐藤: キャッチフレーズを強化する必要があると考えます。キヤノンMJグループはこういう会社である、と簡潔かつ明確に表現するという事です。前長期計画である長期経営構想フェーズIIIでは、「イメージングとIT」を掲げていましたが、こうした言葉をより前面に出してはどうでしょうか。ソリューションを含めて訴求することで、キヤノンMJグループの強みやアピールポイントを多くの人に理解してもらえるのではないかと思います。

坂田: ITソリューションといっても漠然としているため、キヤノンMJグループは、DXではどの領域で、何をどのくらい目指すのか、その領域における強みは何なのか、といった方向性を固めているところです。4月の長期経営構想・中期経営計画の発表の際には、明確に打ち出していく予定です。

また、ITソリューションビジネスの全体像を描き、方向性を示すことのできる人材を増やしていくために、外部の人材の採用を含めて、人材の拡充にも努めています。

足立: ある特定の領域で我々が提案した際に、他のベンダーが、キヤノンMJグループと競合すると勝ち目が無い、またはキヤノンMJグループと組んだ方が良いと思われるようになっていく必要があります。そのためには、大手企業、中堅・中小企業それぞれに対して、強みのある領域・サービスをさらに強化し、対外的にしっかりと情報発信していくことも重要であると思います。

顧客層別に見た際の課題などはございますか。

足立: 大手企業向けには、上流でコンサルティングから入っていく、またはお客さまのCIOクラス、経営層と対等に語り合えるSEや営業をより多く育成していく必要があります。

準大手・中堅企業に向けては、大手企業向けにサービス化されたソリューションをうまく活用してアプローチしていく必要があると思っています。こうした観点から、

この1月に準大手・中堅を強化する組織をエンタープライズセグメント内に設置しています。

中小企業に対しては、中名生さまのご指摘の通り、セキュリティが強みであると思っています。しかしながら、導入からサポートまでを含む全体のコンサルティング提案が十分にできていません。そのため、全体をコーディネートできる人材の拡充を、M&Aも含めて検討しています。

今後のキヤノンMJグループに望むことは何ですか。

中名生: キヤノンMJグループは日本のDXの推進役となる会社になれると思いますし、なっただきたいと思いません。日本企業には未だに非効率な部分があり、それが今回のコロナ禍で顕在化しました。それを解決できるトータルサービスプロバイダーとして、キヤノンMJグループはさまざまな新しいソリューションを創出できる企業だと思っていますので、その点に大きな期待をしています。

佐藤: 今、Sierの世界は、プレイヤーの位置付けが大きく変わるチャンスの時期にあるのではないかと考えています。大手企業に対してソリューションを提供していく上で、イメージング分野に加え、DXやクラウドまで、見事にベストマッチするチャンスがある会社として、キヤノンMJグループはトップグループに入っているのではないのでしょうか。中堅・中小企業のお客さまはオンプレミスからクラウド、SaaSにシフトしています。日本はビジネスプロセスも遅れています。キヤノンMJグループは自社データセンターもお持ちですし、クラウドや、SaaSのソリューションをいかに早くお客さまに提供できるかが、この変化にうまく乗っていくための成功の鍵になるのではないかと考えています。

人材については、採用の競争が激しくなっており、Sierとしての成功シナリオの一つとして、社外採用のみならず社内再教育に力を入れ、次世代テクノロジーに適応できるエンジニアを社内確保していくという考え方

もあると思います。

そして、業界内でITソリューション企業として目立つには営業利益率をもう少し向上させてほしいと思います。ITソリューション企業の営業利益率が他の業種と比較して高いのはよく理解しているのですが、総合的に勘案し、さらなる営業利益率の向上が目指せる企業だと期待しています。

坂田: 我々も人材を外部のみから求めているのではなく、社内で幹部も含めて育成に取り組んでいます。全員でITソリューションを学習し、思考プロセスをソリューション志向にしていく取り組みも進めています。私たちは、社会やお客さまの課題に対してどのような解決策が最善かということを常に考えていますし、それが私たちの付加価値であると思っています。付加価値を生み出す源泉は「人」であり、人材育成には強い意志をもって取り組んでいます。

足立: 例えば、今まで手掛けてきたシステムと同規模のものであれば、そのノウハウを蓄積し、より少ない人数のSEで構築できるようにして、営業利益率向上につなげていくことが必要だと考えています。

そのためにも、各SEの質を上げるための教育に力を入れていきたいと思っています。

本日はさまざまな観点からご意見をいただき、ありがとうございました。当社の長期経営構想および中期経営計画でも、ITソリューション事業への注力を前面に打ち出し、今後さらに強化していきます。キヤノン製品事業とのシナジーを発揮させ、より良い成果を出し、皆さまのご期待に応えられるような企業価値向上につなげていきたいと思っています。

サステナブルマネジメント —ESGの取り組み

E 環境

S 社会

G コーポレート・ガバナンス

• 取締役および監査役

E 環境

キヤノンMJグループは、気候変動防止や資源循環への取り組みなど、自社の対策をしっかりと行ったうえで、“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ます。

気候変動防止

事業所での取り組み

キヤノンMJグループでは、オフィス設備の省エネタイプへの更新や照明・空調の節電対策に加え、営業・サービスで使用する社有車のカーシェアリングやノー残業デーの徹底など、これまでの業務プロセスや働き方の改善による環境負荷低減も行っています。

また、キヤノンタワーや各支店等のショールーム、接客スペースの電力使用によるCO₂排出を実質ゼロにしています。これは、実際に使用する電力量に相当する再生可能エネルギー由来の「J-クレジット[※]」を購入することで、再生可能エネルギーで作った電気を使用したものとみなされる仕組みを活用したものです。2020年は、キヤノンタワーと幕張事業所間を往復するシャトルバスにもこの仕組みを活用し、CO₂排出量を実質ゼロにしました。

※J-クレジットとは、経済産業省、環境省、農林水産省が運用する「J-クレジット制度」によって、国から認証されたクレジット(温室効果ガスの排出削減量や吸収量)のことを指します。J-クレジット制度では、無形であるCO₂削減・吸収をクレジット化し、市場取引を可能にすることによって、再生可能エネルギーの普及・拡大を促しています。

製品・サービスにおける取り組み

• ITソリューションの提供による環境負荷低減

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。例えば、データセンターの活用によるお客さま先の使用エネルギーの削減や、紙文書の電子化による紙資源の削減等、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、資源・エネルギーの消費抑制など環境負荷低減につながることができます。

• カーボン・オフセットの導入

キヤノンMJグループでは、オフィス向け複合機と一部のプロダクションプリンターの製品ライフサイクル全体で排出するCO₂について、お客さまのご要望に応じてカーボン・オフセット^{※1}を行う仕組みを導入しています。製品の環

境配慮技術により、製品ライフサイクル全体で排出するCO₂は削減されますが、それでも、どうしても削減できないCO₂分に相当するオフセット・クレジット^{※2}を購入することでカーボン・オフセットを実施し、CO₂排出実質ゼロの製品を提供しています。^{※3}

この仕組みでは、オフセット・クレジットのうち、オフセット製品使用時に発生するCO₂削減量相当分をご希望のお客さまに移転することが可能です。

お客さまに移転されたオフセット・クレジットのCO₂削減量はお客さまご自身の削減量として活用していただけます。さらに、自治体が販売するオフセット・クレジットも活用しており、その地域のCO₂削減活動への貢献につなげています。

※1 カーボン・オフセットとは、自らの温室効果ガス排出量のうち、削減努力をし、それでも削減できない量を他の場所での排出削減・吸収量で埋め合わせ(オフセット)する取り組みです。
※2 カーボン・オフセットに用いるために発行されるクレジットのこと。
※3 Refreshedシリーズは全出荷台数をオフセットしています。

資源循環

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、リサイクルを推進することで、循環型社会の形成に貢献しています。

お客さまから回収された使用済み製品やカートリッジ等は、キヤノンのリサイクル拠点でリユース、マテリアルリサイクル、サーマルリサイクル等が行われ、埋め立てることなく、すべてが資源として有効利用されています。

オフィス向け複合機のRefreshedシリーズはその代表例です。回収された使用済み機器を部品レベルまで分解後に洗浄・清掃を行い、厳密な再生基準に従って、劣化・摩耗部品などを交換し、新しい部品のみで生産される機器と同じレベルの生産・検査ラインを通り、品質・信頼性が十分に確認され、新たな商品として生まれ変わります。



imageRUNNER ADVANCE C3330F-RG

水使用の適正管理

キヤノンMJグループでは、主要な事業所の水使用量を把握するとともに、適正管理を行っています。具体的な取り組みとして、品川本社ビルでは、食堂などで使用している「節水コマ」による水使用量の抑制や、水の循環利用を行うために、品川ランドcommons街づくり協議会と連携し、東京都が推進する再生水を水洗トイレなどで利用しています。また、半導体装置の検証時の水使用量を削減するため、装置の稼働を最小限に抑えています。

汚染防止

化学物質の適正管理

キヤノンMJグループでは、製品のアフターサポートなどで使われる化学物質をすべて洗い出し、管理しています。社内で定めた「化学物質管理手順」に則り、有害性・危険性があると判断された対象物質については、使用量や保管量を把握するなど、化学物質の適正管理を行っています。また、新たな化学物質を使用する際には、該当の化学物質が環境へ与える影響を事前に評価し、使用の可否判断、適切な使用方法、および保管方法などを確認しています。

生物多様性保全

「未来につなぐふるさとプロジェクト」の実施

キヤノンMJグループは、生物多様性が持続可能な社会にとって欠かせないものであるという認識のもと、子ども



宮城県での活動の様子 福岡県での活動の様子

たちの未来に美しく緑豊かなふるさとを残すことを目的として、「未来につなぐふるさとプロジェクト」に取り組んでいます。

このプロジェクトでは、生物多様性を守るための5つのアクション「MY行動宣言」*と連携し、協働団体の活動への参加促進や生物多様性の啓発・保全に取り組んでいます。

*「愛知目標」を達成し、生物多様性を守るために、私たち一人ひとりが生物多様性との関わりを毎日の暮らしの中で感じ、身近なところから行動するための取り組みです。

WEBコンテンツの発信

WEB上の仮想空間の中で、楽しみながら環境や生物多様性に触れていただくコンテンツ「アニマリウム」をキヤノンホームページで公開しています。

生きものや自然が織りなす仮想空間「アニマリウム」(町・川・海・山)の中で、生きものの「ふしぎ」や謎といった豆知識を写真と共に知り・学ぶことができます。

このWEBコンテンツが環境や生物多様性を考えるきっかけになることを目指しています。

TOPIC

「ゼロエミッション東京」実現への協力に対し、東京都知事から感謝状授与

キヤノンMJグループのキヤノンITソリューションズ(株)は、CO₂を排出しない「ゼロエミッション東京」の実現を目指す東京都の取り組みに賛同し、東京都キャップ&トレード制度*の対象事業所である西東京データセンターにおいて、CO₂排出量およびエネルギー消費量の削減対策を講じて義務以上の削減を達成し、創出されたCO₂削減クレジット19,893トンを寄付しました。これに伴い、東京都知事から感謝状が授与されました。



*都内CO₂排出量の削減を目指し、オフィスビル等のエネルギー需要側にCO₂排出削減を義務付けるとともに、削減量の過不足をクレジットとして取引できる制度。

S 社会

キヤノンMJグループは、お客さまに安心・安全な商品・サービスを提供するための仕組みづくりや従業員一人ひとりが活躍できる職場環境の整備など、社会に配慮した取り組みを真摯に実践しています。

従業員との関わり

人権と多様性の尊重

キヤノンMJグループは、従業員の不当な差別やハラスメントの防止に努めるとともに、さまざまな個性や価値観を持つ多様な人材が活躍し、互いに高め合いながら成長する企業風土を醸成しています。

女性活躍の推進

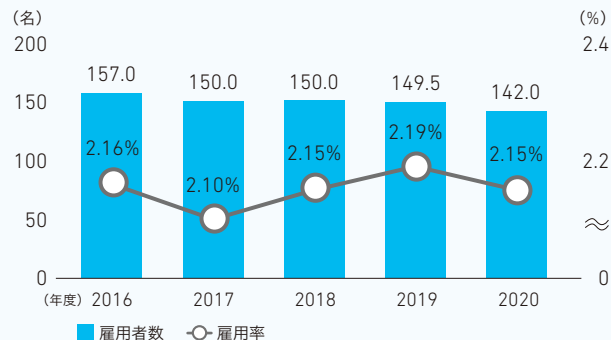
キヤノンMJとキヤノンITソリューションズの2社は、経団連の「女性活躍アクションプラン」に賛同し、女性の役員・管理職登用に関する自主行動計画を提出しました。

また、職場における女性活躍推進に向け、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、2025年までに管理職に占める女性の割合を6.0%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20.0%以上とすることを目標としています。

障がい者雇用の取り組み

障がい者雇用の積極的な推進するとともに、障がいの

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。

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。2021年6月時点のキヤノンMJの障がい者雇用率は2.29%となっています。

今後も新卒・中途採用共に、障がい者の積極的な採用をグループ一体となって展開します。

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、活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。

2021年4月には、優良な子育てサポート企業として厚生労働大臣より「プラチナくるみん認定」を受けました。



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。

人材育成

キヤノンMJでは、自発的な学びを尊重しながら、必要な支援を行うことで一人ひとりが学び、成長を描ける人材育成を目指しています。全体研修を担う人事部門と、専門教育を担う所属部門、そして日々の業務をマネジメントする職場の上司が三者一体となり、社員一人ひとりの「経験」をデザインし、成長を支援します。

海外(アジア)トレーニー制度

将来のグローバル人材を輩出するために、アジア地域において現地の言語や文化・商習慣に精通したプロ

フェッショナル人材を育成することを目的として、若手人材をキャンノングループの海外現地法人拠点に派遣し、現地で語学研修や実務研修を行う「海外(アジア)トレーニー制度」を実施しています。これは、キャンノ(株)における研修プログラムの一つであり、グループの制度利用者が将来の有力な海外出向者候補となることを目指しています。

・社内公募制度

キャンノMJグループでは、キャリア形成支援の一環として、新しいポジションに果敢にチャレンジすることを促すとともに、グループ内における人材の活性化を図ることを目的に、社内公募制度「JOBS(Job Opening Bulletin System)」を実施しています。

仕事のやりがい向上

キャンノMJグループには、年齢や性別に関係なく、重要な仕事、責任ある仕事に就き成果を上げた人を公正・公平に評価する「実力主義」の文化が根付いており、従業員がチャレンジ精神と自己啓発の姿勢を基本に、日々向上心をもって自らの成長と会社の発展につなげていけるような環境を整えています。

・働き方改革への取り組み

キャンノMJグループは、「働き方改革推進プロジェクト」を立ち上げ、グループ全社でより生産性の高い働き方を推進し、「就業時間内に仕事を仕上げる」働き方の定着を目指しています。

また、新型コロナウイルス感染症対策として、時差出勤の導入や在宅勤務実施者の適用範囲の拡大なども実施しています。

【啓発】ノー残業デーの徹底や情報サイトでの実績共有などを実施

【多様な働き方】サテライトオフィスや在宅勤務の活用、時差出勤の導入

【効率的な働き方】ITツールの利用促進やRPA*の活用

*RPAとは、Robotic Process Automationの略で、PC上で行うアプリケーション操作をソフトウェアロボットに実行させる取り組みを指します。

調達活動

調達基本方針

キャンノ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。

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。

調達コンプライアンスの徹底

キャンノ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・法規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。

また、キャンノMJグループの調達部門を横断的に統制する専門部署を設置し、調達に関わる法規制やルールの教育、遵法状況のモニタリングなどを通じて、キャンノMJグループ全体の統制を図っています。

調達部門に従事する従業員に対しては、上記「グループ調達規程」を基本とした法令遵守意識を高めるバイヤー教育を行っています。

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。

グリーン調達の推進

キャンノMJグループでは、キャンノグループで定めた「キャンノグリーン調達基準書*」に基づく有害化学物質の廃絶活動を行っています。

新規のお取引先には、「キャンノグリーン調達基準書」に関する説明を行い、お取引先における同基準書に基づいた製品化学物質管理体制確立の確認と製造委託品の原材料や部品・副資材に至る環境影響物質調査により、「キャンノグリーン調達基準書」の遵守を確認しています。

*キャンノ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。

責任ある鉱物調達(紛争鉱物問題)への対応

キャンノMJグループでは、キャンノグループで定めた基本方針に基づき、責任ある鉱物調査(紛争鉱物問題)*に取り組みんでいます。お客さまが安心してキャンノ製品をお使いいただけるよう、お取引先に製品に使用される鉱物の来歴確認と紛争鉱物不使用に向けた取り組みへの協力を要請しています。

*アフリカのコンゴ民主共和国およびその隣接国から産出される一部の鉱物は、グローバルなサプライチェーンを経由して広く流通し、当地の武装勢力の資金源になっているとして、「紛争鉱物」と呼ばれています。米国では米国防務省に対し紛争鉱物の使用状況などの開示を義務付ける法律が制定されるなど、世界的に関心が高まっています。また、2020年からは、EUの紛争鉱物規制の影響を考慮し、調査対象を全世界の紛争地域・高リスク地域に拡大し、OECDガイドラインに沿った対応を行っています。

品質マネジメント

品質マネジメントシステム

キャンノMJは、「製品安全に関する基本方針」のもと、法規制を遵守し、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、国際規格であるISO9001の要求事項に独自の仕組みを加えた「品質マネジメントシステム」を構築し、品質リスクを管理しています。

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、製造を担うキャンノ(株)やその他製造事業者などと協力して、お客さまへの迅速な対応を実施しています。


TOPIC **働き方改革および新型コロナウイルス感染症拡大防止にも貢献「テレワークサポーター」**

コールセンター業界のリーディングカンパニー、(株)ベルシステム24さまは、キャンノMJグループのキャンノITソリューションズ(株)が提供するクラウド型テレワーク支援サービス「テレワークサポーター」を2019年に導入。現在では、在宅のオペレーションブースの約25%で活用しています。

本システムは、常時顔認証により在席・離席状況を管理しているため、勤務姿の映像を管理者が確認する仕組みとは異なり、カメラで監視されているようなストレスをコミュニケーターに感じさせることなく、コールセンターと同じ緊張感で仕事に集中できる環境の実現をサポートしています。

また、情報漏洩のリスクを低減する“覗きこみ”や“なりすまし”の検出機能が、セキュリティを最優先するベルシステム24さまから評価されています。

コロナ禍を機に、働き方改革の施策の一つとしてテレワークの導入を多くの企業が推進しています。今後も、「テレワークサポーター」などのITソリューションの提供を通じて、さまざまな市場におけるテレワークの拡大と事業の発展に貢献していきます。



G コーポレート・ガバナンス

キャノン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 社外取締役を2名に増員

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、親会社であるキャノン(株)がこれにあたります。キャノン(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。

親会社との関係性

当社の親会社はキャノン(株)であり、子会社の上場については、連結業績の最大化を目指す上で独立性を維持しながらダイナミックな経営を行う体制とすることで安定的に収益を計上し、少数株主を含む株主全体の利益に合致した形で、グループ全体の価値向上を図る、との方針を掲げています。

当社は、キャノン製品の販売・サービスに加え、独自事業として、お客さまからのご要望に応じ、他社製品の販売やサービス、ITソリューションの提供を行っています。これらの独自事業を展開するにあたり、当社として迅速に意思決定を行う必要があることに加え、機動的な資金調達、優秀な人材の確保などが必要不可欠となりますが、独立性を維持した上場企業であることで可能になっています。その結果として、当社の独自事業により生じる収益の拡大により、キャノングループ全体の企業価値の向上に寄与するとともに、株主全体の利益にも貢献していると考えています。

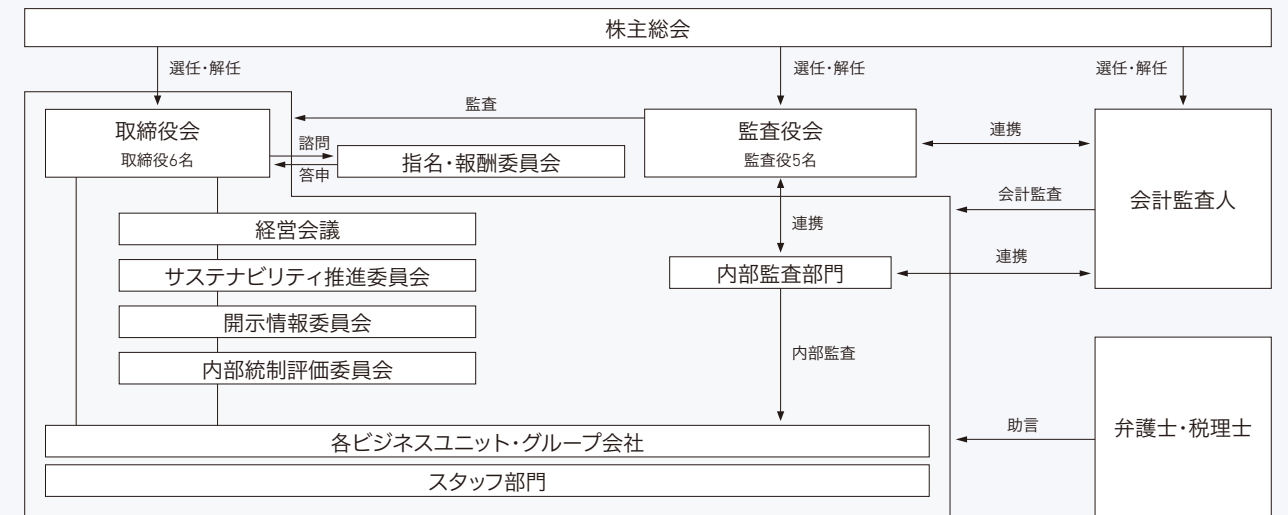
また、親会社から当社の経営への関与については、一株主としての議決権行使などに限られていることに加え、兼務役員も存在しないことから、極めて限定的であると考えています。当社の経営陣の指名や報酬の決定に際しては、任意の「指名・報酬委員会」で審議を行っていますが、委員の半数は独立社外取締役となっており、透明性と公正性を客観的に確保できる体制としています。なお、キャノン(株)と当社で行う仕入れ価格の決定や貸付金の金利設定といった取引については、双方に不利のないことを確認し、書面での契約を取り交わした上で実施しています。

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

(2021年3月26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、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裁書類等の閲覧、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、キャノンITソリューションズ(株)、キャ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もと、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、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	2020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 18回中18回出席(100%)
	大澤 善雄	取締役会 18回中18回出席(100%)
社外監査役	橋本 巖	取締役会 13回中13回出席(100%) 監査役会 10回中10回出席(100%) (当期開催の取締役会18回のうち、就任後に開催された取締役会13回すべてに出席。 当期開催の監査役会17回のうち、就任後に開催された10回すべてに出席。)
	松本 信利	取締役会 13回中13回出席(100%) 監査役会 10回中10回出席(100%) (当期開催の取締役会18回のうち、就任後に開催された取締役会13回すべてに出席。 当期開催の監査役会17回のうち、就任後に開催された10回すべてに出席。)
	長谷川 茂男	取締役会 18回中18回出席(100%) 監査役会 17回中17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、取締役および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(経営指標に関する事項等)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・報酬委員会の構成員:

- 足立 正親
(議長、代表取締役社長社長執行役員)
- 溝口 稔(取締役上席執行役員)
- 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の選任(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」で確認の上、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可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可否が審議されます。審議の対象となる当該経営陣幹部は、審議に加わることはできません。

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。その目的はキャンノン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ャンノン(株)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。キャン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

キャンノン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。

グループ全役員・従業員に対し、業務遂行にあたり守るべき規準を示した「キャンノングループ行動規範」とキャンノングループにおいて普遍的な行動指針である「三自の精神(自発・自治・自覚)」が書かれた「コンプライアンス・カード」を配布し、周知徹底を図るとともに、教育・研修によって意識啓発や知識教育を行っています。また、業務に関する法

や各種ルールの理解と実践を促すために、コンプライアンスに関するメールマガジンを配信しています。さらに、「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(コロナ禍の影響で、2020年は「コンプライアンス・ミーティング」を中止しましたが、2021年より再開しています)。このほか、「内部通報制度」の運用も継続的に行っています。

情報セキュリティ

キャンノン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、「キャンノンマーケティングジャングル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。

事業継続

キャンノン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)

災害の発生により操業レベルが低下した際、社会的責任の観点から、キャンノン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。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。

事業継続マネジメント(BCM)

策定したBCPについて、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。

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

実際に災害が発生した際に的確に行動に移すためには、日頃から災害の発生を想定し、具体的な対応をイメージしておくことが大切です。

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して、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。

継続的に訓練を行うことで、いざというときに適切に対処できるように努めています。

• 評価

BCPの実効性を確認するために、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。

新型コロナウイルス感染症への対応

キヤノンMJグループは、新型コロナウイルス感染症の国内蔓延という危機的状況においても、事業継続に最大限努めるべく、まずは、お客さまおよびキヤノンMJグループ社員の健康・安全面を第一とする感染拡大防止に向けた対応を次のとおり取っています。

1. 勤務形態

- 在宅勤務の推進(出勤者数7割削減への取り組み)
- 時差勤務やサテライトオフィス勤務の実施

2. 社員の行動

- ソーシャルディスタンスの実践、マスク着用や手洗いの徹底、「密集」「密接」「密閉」の回避
- 体調管理の徹底、感染疑い時の適時報告
- 海外出張の原則禁止、不要不急な国内出張の中止や延期
- お客さまやお取引先、社員間でのオンライン会議の推進、大規模な社内会議の禁止
- 対面イベント開催の慎重な検討
- プライベートの海外渡航の原則禁止 など

3. 拠点での対応

各執務フロアや共用部における定期的消毒の実施

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。2020年は、7月に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。

当社のIRサイト

canon.jp/8060-ir

社外取締役コメント



土橋 昭夫
社外取締役

2019年12月期の統合報告書でもお伝えしましたが、ガバナンス上問題のない会社だという印象に変わりはありません。社外取締役に就任して5年たちますが、当初より会議での役員の発言が増え、より闊達な議論が交わされるようになってきたと感じます。

当社の課題をあえて挙げるとすれば、スピード感が少し乏しいという点です。事業運営において、方針や目標の設定から具体的な戦略・実行まで、より一層スピード感を出していく必要があると考えています。特に、成長事業としているITソリューションについては、成長戦略の進捗状況を明確に社内外に発信していくことで、成長スピードが加速するのではないかと考えます。さらに、お客さまやマーケットに対しても、「キヤノンマーケティングジャパンが目指す、ITを通じた社会課題解決はこういうことだ」と、もっと具体的に訴求していくことで、企業価値の向上が図れる

と思います。

事業の成長のスピード感を上げていくのに際し、当社に潤沢な資金があることは大きな強みになると思います。人材強化への投資やM&Aに積極的であることを資本市場にアピールしていくことで、M&Aに関する有用な情報も集まりやすくなると思います。人材強化を行う際には、ITソリューションが当社の成長戦略であることをしっかりと打ち出し、新入社員や中途採用もIT関連の仕事をやりたいという人材をより積極的に採用していくことが成長につながると思います。



大澤 善雄
社外取締役

2018年就任時からすると、コーポレート・ガバナンスの体制面での整備は進化してきていると思います。新型コロナウイルス感染症が拡大するなか、働き方を変え、感染者数を抑えており、ガバナンスがしっかり利いている証左だと思います。

また、2018年に設置した「指名・報酬委員会」において、2020年は4人の委員で充実した議論ができたと思います。取締役会についても組織や体制の議論だけでなくコーポレート・ガバナンスの意識の深化や、中身の充実を図ることに議論が深まったと思います。今後は、さまざまなリスクに対応するため、リスクマネジメントやクライシスマネジメント、SDGsなどにも一層力を入れて行く必要があると思います。

事業の面では、キヤノンという強いブランド力と高い技術に支えられた製品力を持ち、日本中に広い顧客基盤があるにもかかわらず、会社としての強みをまだ十分に活かせていないと感じていました。お客さまに喜んでもらうためには、キヤノン

製品とITソリューション、保守・運用サービスまで含めたトータルソリューションをもっと提供していくべきだと取締役会で議論を続けてきました。この3年で会社全体の意識も大きく変わってきたように見えます。昨年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、当社もお客さまも在宅勤務が急激に増加しました。在宅勤務を行うためには、ITは避けて通れませんので、トータルソリューションを行う意識が加速されたように思います。

今後、さらに推進していくためには、全社員がITに対する知見を上げていくことが必須です。人材育成のための投資や、キヤノン製品とITソリューションの融合したサービス化を進め、そのためのM&Aへの投資など、スピード感をもって行う必要があると思っています。

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。

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、医療機関や医療機関向け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。

システム開発

当社は、さまざまなソリューションをお客さまに提供す

るため、幅広い分野でのシステム受託開発を行っています。案件を進めるにあたっては、社内での審議体制の構築、プロジェクト管理、綿密な作業工数管理を行い、不採算案件が発生しないように、リスクの低減に努めています。

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にコストが増大する可能性があります。業績に影響を及ぼす可能性があります。

データセンター事業

当社グループでは、西東京データセンターを設立し、データセンターサービスやクラウドサービス、システム運用サービス等のストック型ITサービス事業を行っています。データセンターについては、建物や設備、セキュリティ、運営品質等の各要素において、高度な水準が求められるため、安定した地盤に建設し、高性能なファシリティと厳重なセキュリティを備えています。また、長年のデータセンター運営で蓄積した知見・ノウハウをもとに、2017年に「M&O認証[※]」を取得しており、第三者機関が証明するグローバル基準の運営品質を備えています。

しかしながら、地震、大規模な水害、火災等の災害や感染症、運用ミス、サイバー攻撃などが発生した場合、施設・システムの運用の停止や重要な顧客情報の漏洩により、取引先等の関係者に損害等を発生させる場合があります。また、その信用の低下等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。

※米国の民間団体「Uptime Institute」が定めているデータセンターの運営品質に関するグローバル基準

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、お客さまに対するソリューションの提供を通して、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、「グループ情報セキュリティ基本方針」および「グループ情報セキュリティ基本規定」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。

業務委託先についても選定基準や安全管理措置の確認方法を定めたルールや管理体制を整備し、適切な管理・監督を行っています。

また、サイバーセキュリティ専門組織CSIRT[※]によるサイバー攻撃の予防・検知・発生時対策の実施体制を整備しています。

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損害等を発生させる場合があります。また、その信用の低下等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。

※CSIRT: Computer Security Incident Response Team

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、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。

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の収束時期については未だ見通しが立っておらず、感染がさらに拡大、長期化し、世界経済および当社の事業活動が停滞する状況や、取引先の事業活動および投資意欲の減退等が発生する場合、また、政府の要請により当社の事業活動が制限される事態においては、今後も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。

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(2020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当社全体の仕入高において依然として高い水準になっています。

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。

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

(2021年3月26日)



長谷川 茂男
監査役(社外)

橋本 巖
常勤監査役(社外)

土橋 昭夫
取締役(社外)

大澤 善雄
取締役(社外)

松本 信利
常勤監査役(社外)

井上 伸一
常勤監査役

蛭川 初巳
取締役
上席執行役員

足立 正親
代表取締役社長
社長執行役員

濱田 史朗
取締役
上席執行役員

溝口 稔
取締役
上席執行役員

谷瀬 正俊
常勤監査役

キャンパシブル

キャンパシブルの価値創造

キャンパシブルの価値創造

サステナブルマネジメント ESGの取り組み

財務 ESGデータ会社情報

10年間要約財務情報

キヤ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

(単位:百万円)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
会計年度:										
売上高 ^{※1}	¥ 632,418	¥ 659,218	¥ 657,215	¥ 659,432	¥ 646,002	¥ 629,313	¥ 632,189	¥ 621,591	¥ 621,134	¥ 545,060
営業利益	8,441	16,802	17,012	25,087	26,647	27,676	30,406	28,941	32,439	31,317
税金等調整前当期純利益	10,972	17,528	17,054	25,858	27,497	28,903	30,918	30,708	33,302	33,463
親会社株主に帰属する当期純利益	6,763	10,578	10,167	16,030	15,670	18,161	20,679	20,826	22,250	21,997
会計年度末:										
総資産	447,765	462,574	467,076	479,747	486,502	497,727	510,832	498,790	503,698	506,604
自己資本 ^{※2}	250,670	253,862	256,794	270,061	277,008	280,472	297,031	303,027	324,475	345,458
キャッシュ・フロー:										
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,715	33,767	28,780	38,190	29,730	33,306	28,885	16,990	22,052	38,490
投資活動によるキャッシュ・フロー	△12,107	△16,066	△25,757	△15,221	△44,536	△19,460	7,963	△10,526	△94,584	△26,174
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,811	△11,813	△9,105	△4,544	△6,224	△6,086	△7,145	△7,838	△8,557	△6,587
現金及び現金同等物の期末残高	102,372	108,259	102,182	120,607	99,573	107,285	136,979	135,571	54,493	60,131
1株当たり情報:										
親会社株主に帰属する当期純利益 ^{※3}	¥ 49.30	¥ 77.45	¥ 76.67	¥ 123.62	¥ 120.84	¥ 140.06	¥ 159.48	¥ 160.61	¥ 171.60	¥ 169.65
配当金 ^{※4}	20.00	24.00	24.00	40.00	45.00	50.00	60.00	60.00	60.00	60.00
自己資本 ^{※2}	1,827.25	1,907.50	1,980.22	2,082.60	2,136.22	2,162.96	2,290.70	2,336.97	2,502.39	2,664.20

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。

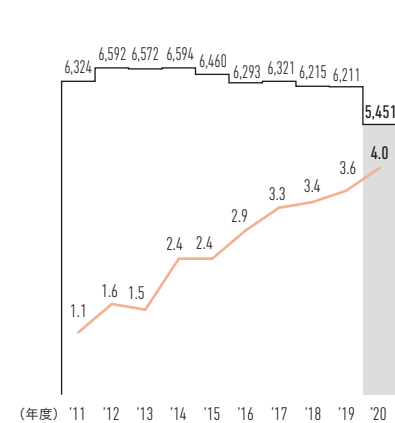
※3: 1株当たり当期純利益の算出に際し、各会計年度の期中平均株式数を使用しています。

※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 / %)

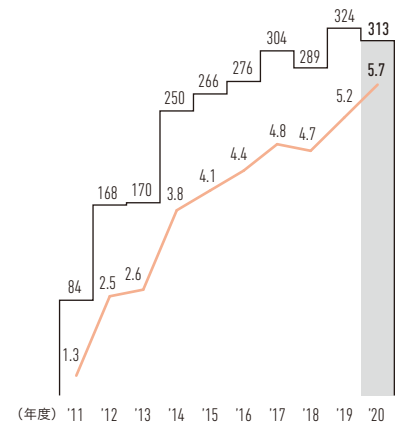
■売上高 ■売上高純利益率



営業利益および営業利益率

(億円 / %)

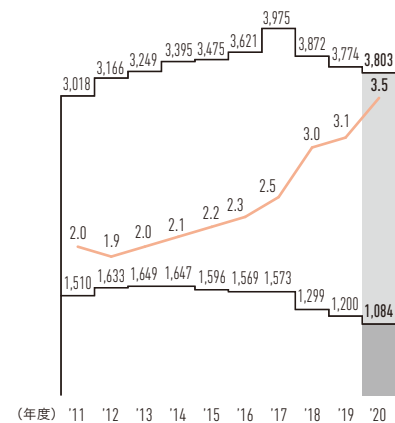
■営業利益 ■営業利益率



運転資本

(億円 / 倍)

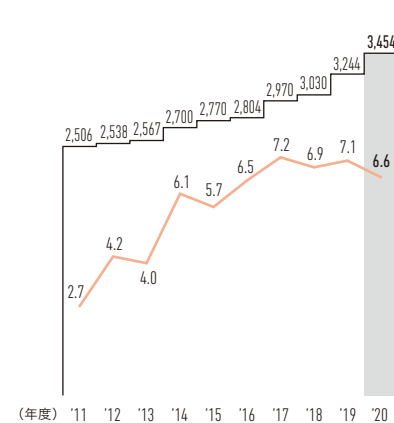
■流動資産合計 ■流動負債合計 ■流動比率



自己資本およびROE

(億円 / %)

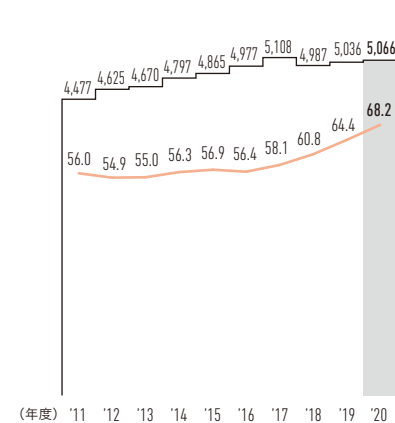
■自己資本 ■ROE



総資産および自己資本比率

(億円 / %)

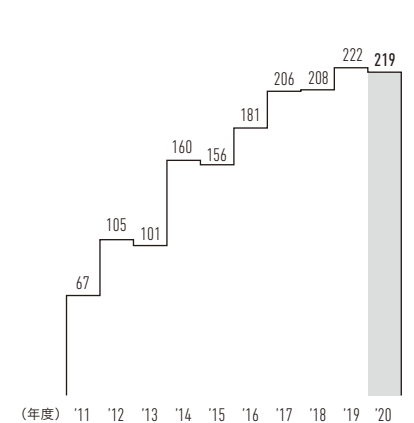
■総資産 ■自己資本比率



親会社株主に帰属する当期純利益

(億円)

■親会社株主に帰属する当期純利益



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 (2019年12月31日)	当連結会計年度 (2020年12月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	53,993	59,631
受取手形及び売掛金	112,666	105,328
有価証券	500	500
商品及び製品	33,281	27,091
仕掛品	206	103
原材料及び貯蔵品	622	631
短期貸付金	170,012	180,006
その他	6,197	7,122
貸倒引当金	△75	△66
流動資産合計	377,403	380,349
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	26,948	43,402
機械装置及び運搬具(純額)	99	87
工具、器具及び備品(純額)	3,315	3,004
レンタル資産(純額)	9,403	7,281
土地	28,918	28,359
リース資産(純額)	31	16
建設仮勘定	14,095	1,577
有形固定資産合計	82,813	83,729
無形固定資産		
ソフトウェア	4,148	5,373
リース資産	2	1
施設利用権	315	294
その他	2	0
無形固定資産合計	4,469	5,669
投資その他の資産		
投資有価証券	11,037	11,302
長期貸付金	35	35
退職給付に係る資産	393	415
繰延税金資産	20,792	19,219
差入保証金	4,358	3,427
その他	2,775	2,659
貸倒引当金	△382	△205
投資その他の資産合計	39,011	36,855
固定資産合計	126,295	126,255
資産合計	503,698	506,604

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2019年12月31日)	当連結会計年度 (2020年12月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	51,542	44,107
リース債務	72	54
未払費用	17,855	16,166
未払法人税等	8,235	7,004
未払消費税等	5,901	5,547
賞与引当金	3,373	5,664
役員賞与引当金	99	75
製品保証引当金	651	453
受注損失引当金	189	8
その他	32,101	29,356
流動負債合計	120,023	108,440
固定負債		
リース債務	103	74
繰延税金負債	—	1
永年勤続慰労引当金	1,042	951
退職給付に係る負債	53,956	47,883
その他	3,480	3,139
固定負債合計	58,582	52,049
負債合計	178,606	160,490
純資産の部		
株主資本		
資本金	73,303	73,303
資本剰余金	82,820	82,814
利益剰余金	202,783	188,481
自己株式	△31,926	△2,103
株主資本合計	326,979	342,495
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	3,929	4,230
繰延ヘッジ損益	11	△29
為替換算調整勘定	51	5
退職給付に係る調整累計額	△6,497	△1,243
その他の包括利益累計額合計	△2,504	2,962
非支配株主持分	616	655
純資産合計	325,092	346,114
負債純資産合計	503,698	506,604

連結損益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自2019年1月1日 至2019年12月31日)	当連結会計年度 (自2020年1月1日 至2020年12月31日)
売上高	621,134	545,060
売上原価	420,107	361,077
売上総利益	201,026	183,982
販売費及び一般管理費	168,586	152,665
営業利益	32,439	31,317
営業外収益		
受取利息	196	243
受取配当金	154	155
受取保険金	767	452
投資事業組合運用益	247	231
雇用調整助成金	—	2,744
その他	302	279
営業外収益合計	1,667	4,106
営業外費用		
支払利息	12	12
為替差損	—	5
その他	157	169
営業外費用合計	169	187
経常利益	33,937	35,236
特別利益		
固定資産売却益	13	283
投資有価証券売却益	2	278
その他	—	20
特別利益合計	15	581
特別損失		
固定資産除売却損	206	1,021
減損損失	82	—
関係会社株式売却損	—	737
投資有価証券評価損	329	316
新型コロナウイルス感染症による損失	—	274
その他	31	4
特別損失合計	649	2,355
税金等調整前当期純利益	33,302	33,463
法人税、住民税及び事業税	12,626	12,525
法人税等調整額	△1,663	△1,133
法人税等合計	10,963	11,392
当期純利益	22,339	22,071
非支配株主に帰属する当期純利益	89	73
親会社株主に帰属する当期純利益	22,250	21,997

連結包括利益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自2019年1月1日 至2019年12月31日)	当連結会計年度 (自2020年1月1日 至2020年12月31日)
当期純利益	22,339	22,071
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	1,412	302
繰延ヘッジ損益	9	△40
為替換算調整勘定	△24	△56
退職給付に係る調整額	7,228	5,253
その他の包括利益合計	8,625	5,459
包括利益	30,965	27,530
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	30,875	27,464
非支配株主に係る包括利益	89	66

連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度(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						
	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	純資産 合計
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

当連結会計年度(自2020年1月1日 至2020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	202,783	△31,926	326,979
当期変動額					
剰余金の配当	—	—	△6,483	—	△6,483
親会社株主に帰属する 当期純利益	—	—	21,997	—	21,997
自己株式の取得	—	—	—	△2	△2
自己株式の処分	—	1	—	3	4
自己株式の消却	—	△29,822	—	29,822	—
利益剰余金から資本剰余 金への振替	—	29,815	△29,815	—	—
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	—	△5	△14,301	29,822	15,515
当期末残高	73,303	82,814	188,481	△2,103	342,495

	その他の包括利益累計額						
	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	純資産 合計
当期首残高	3,929	11	51	△6,497	△2,504	616	325,092
当期変動額							
剰余金の配当	—	—	—	—	—	—	△6,483
親会社株主に帰属する 当期純利益	—	—	—	—	—	—	21,997
自己株式の取得	—	—	—	—	—	—	△2
自己株式の処分	—	—	—	—	—	—	4
自己株式の消却	—	—	—	—	—	—	—
利益剰余金から資本剰余 金への振替	—	—	—	—	—	—	—
非支配株主に帰属する 当期純利益	—	—	—	—	—	73	73
非支配株主への配当	—	—	—	—	—	△26	△26
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)	301	△40	△46	5,253	5,467	△7	5,459
当期変動額合計	301	△40	△46	5,253	5,467	39	21,022
当期末残高	4,230	△29	5	△1,243	2,962	655	364,114

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2019年1月1日 至2019年12月31日)	当連結会計年度 (自2020年1月1日 至2020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	33,302	33,463
減価償却費	12,257	11,253
減損損失	82	—
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△66	△179
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	4,468	2,028
退職給付に係る資産の増減額(△は増加)	△19	△19
賞与引当金の増減額(△は減少)	△64	2,323
受取利息及び受取配当金	△350	△398
支払利息	12	12
有形固定資産除売却損益(△は益)	190	△150
投資有価証券売却損益(△は益)	△2	△278
投資有価証券評価損益(△は益)	329	316
関係会社株式売却損益(△は益)	—	737
投資事業組合運用損益(△は益)	△247	△231
売上債権の増減額(△は増加)	4,857	5,276
たな卸資産の増減額(△は増加)	△1,805	5,357
仕入債務の増減額(△は減少)	△24,301	△6,262
その他	4,038	△1,567
小計	32,683	51,682
利息及び配当金の受取額	346	394
利息の支払額	△12	△12
法人税等の支払額	△10,965	△13,574
営業活動によるキャッシュ・フロー	22,052	38,490
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	△11,651	△14,695
有形固定資産の売却による収入	16	1,010
無形固定資産の取得による支出	△1,450	△3,729
投資有価証券の取得による支出	△1,383	△310
投資有価証券の売却による収入	328	697
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	—	828
短期貸付金の純増減額(△は増加)	△79,997	△9,994
その他	△446	19
投資活動によるキャッシュ・フロー	△94,584	△26,174

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自2019年1月1日 至2019年12月31日)	当連結会計年度 (自2020年1月1日 至2020年12月31日)
財務活動によるキャッシュ・フロー		
ファイナンス・リース債務の返済による支出	△109	△72
自己株式の取得による支出	△2	△2
配当金の支払額	△8,426	△6,485
非支配株主への配当金の支払額	△15	△26
その他	△2	0
財務活動によるキャッシュ・フロー	△8,557	△6,587
現金及び現金同等物に係る換算差額	11	△91
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△81,077	5,637
現金及び現金同等物の期首残高	135,571	54,493
現金及び現金同等物の期末残高	54,493	60,131

ESGデータ

環境	2016	2017	2018	2019	2020
GHG排出量(スコープ1、2)(単位:t-CO ₂)					
スコープ1	8,339	7,995	7,579	6,975	5,765
スコープ2	32,174	33,879	41,207	43,800	45,733
合計	40,513	41,874	48,786	50,775	51,498
GHG排出量(スコープ3)(単位:t-CO ₂)					
Cat.1 購入した製品・サービス ^(※1)	—	219,377	199,906	283,983	252,705
Cat.2 資本財 ^(※2)	—	40,292	27,726	65,341	41,807
Cat.3 スコープ1、2に含まれない燃料/エネルギー活動 ^(※3)	—	4,012	4,601	8,993	9,061
Cat.4 輸送、配送 ^(※4)	—	4,701	4,039	4,175	3,922
Cat.5 事業から出る廃棄物 ^(※5)	—	90	137	153	92
Cat.6 出張 ^(※6)	—	9,918	9,048	12,032	6,119
Cat.7 雇用者の通勤 ^(※7)	—	5,154	5,401	6,915	7,445
Cat.8 リース資産(上流) ^(※8)	—	0	0	0	0
Cat.9 輸送、配送(下流) ^(※9)	—	1,271	1,122	1,073	1,104
Cat.10 販売した製品の加工	—	0	0	0	0
Cat.11 販売した製品の使用 ^(※10)	—	101,111	88,590	86,309	83,331
Cat.12 販売した製品の廃棄 ^(※11)	—	18,566	15,749	6,422	5,241
Cat.13 リース資産(下流) ^(※12)	—	222	219	5,587	4,473
Cat.14 フランチャイズ	—	0	0	0	0
Cat.15 投資	—	0	0	0	0
合計	—	404,714	356,538	480,983	415,299
取水源別水使用量(単位:m ³)					
水道水	120,215	148,857	154,283	161,912	160,884
地下水	20,363	19,943	21,438	21,895	22,001
工業用水	0	0	0	0	0
合計	140,578	168,800	175,721	183,807	182,885
産業廃棄物排出量					
総排出量(単位:t)	19,940	21,244	20,947	21,372	16,204
売上原単位(単位:t/百万円)	0.032	0.034	0.034	0.034	0.030
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	14,424	13,777	14,109	14,840	12,015
再資源化量 ^(※13)	14,394	13,773	14,108	14,839	12,015
再資源化率(単位:%) ^(※14)	99.79	99.97	99.99	99.99	99.99

ESGデータ注記

- ※1: 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
- ※2: 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
- ※3: 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
- ※4: 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
- ※5: 各拠点での材質ごとの廃棄物量を合計し、材質別廃棄処理の原単位を乗じて算出
- ※6: 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
- ※7: 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
- ※8: 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
- ※9: 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
- ※10: 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
- ※11: 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
- ※12: 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
- ※13: 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
- ※14: 再資源化量÷市場から回収し処理をした製品の総量
- ※15: 取締役および監査役の平均
- ※16: 各年12月31日時点

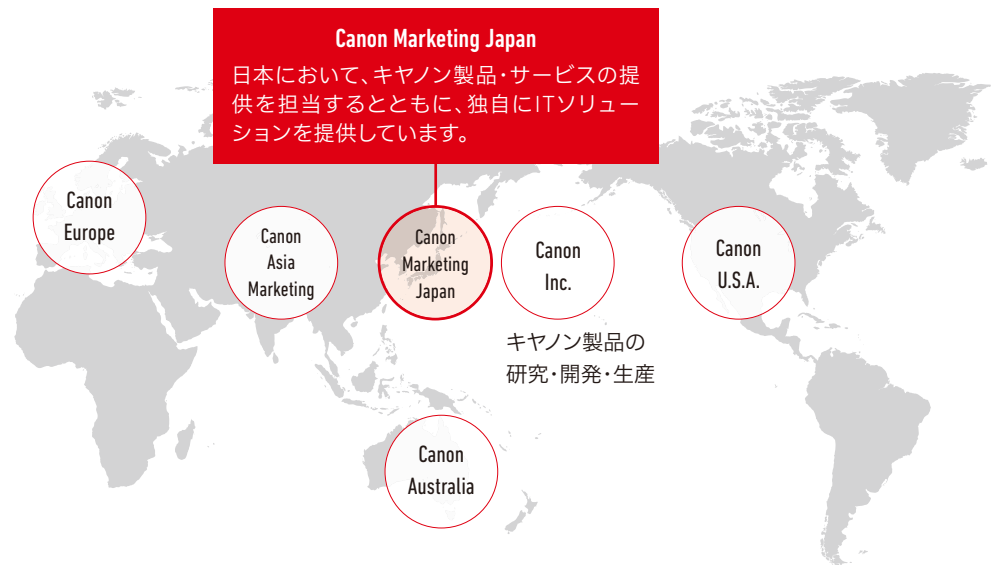
社会	2016	2017	2018	2019	2020
従業員構成(グループ)(単位:名)					
男性	14,681	14,502	14,202	13,890	13,385
女性	3,206	3,150	3,078	3,110	3,159
合計	17,887	17,652	17,280	17,000	16,544
管理職構成(グループ)(単位:名)					
男性	3,303	3,228	3,131	3,037	2,898
女性	80	85	92	97	106
合計	3,383	3,313	3,223	3,134	3,004
有給休暇取得率(単位:%)					
育児・介護休業取得者(グループ)(単位:名)	—	60.7	68.3	74.5	64.5
育児	134	140	202	144	143
介護	10	7	9	4	9
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	95.6
介護	—	100.0	87.5	75.0	100.0
定年退職者数/再雇用従事者数(グループ)(単位:名)					
定年退職	279	288	290	316	304
再雇用	199	189	175	163	192
平均年齢(グループ)(単位:歳)					
平均勤続年数(グループ)(単位:年)	—	44.3	44.6	44.7	44.8
平均勤続年数(グループ)(単位:年)	—	18.7	18.9	19.6	19.6
障がい者雇用(単体)(単位:名)					
雇用者数	157	150	151	150	142
雇用率(単位:%)	2.16	2.10	2.15	2.19	2.15

ガバナンス	2016	2017	2018	2019	2020
取締役数(単位:名)					
社内男性	8	8	5	4	4
社内女性	0	0	0	0	0
社内合計	8	8	5	4	4
社外男性	2	2	2	2	2
社外女性	0	0	0	0	0
社外合計	2	2	2	2	2
総計	10	10	7	6	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) ^(※15,16)					
取締役会・監査役会開催回数	62.9	63.9	62.6	63.4	62.3
取締役会・監査役会開催回数					
取締役会開催回数	16	17	15	16	18
監査役会開催回数	16	18	18	20	17
執行役員数(単位:名)					
	28	23	23	23	23

キヤノンマーケティングジャパングループ

2021年3月31日現在

キヤノングループにおける位置付け



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
	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の開発
	佳能情報系統(上海)有限公司	中国国内企業(グループ企業・日系企業・欧米系企業・中系企業)向けコンサルティング およびSI開発と各種ソリューションの導入
	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
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16社です。

会社情報

2020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

131,079,972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

11,254名

事業内容

キヤノン製品ならびに関連ソリューションの国内マーケティング

従業員数

連結16,544名
単独 4,908名

主な事業所

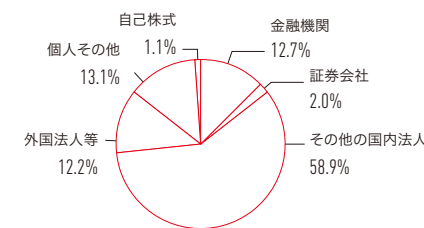
本社、港南事業所、幕張事業所、支店(札幌、仙台、名古屋、大阪、広島、福岡)

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パングループ社員持株会	5,860	4.5%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	4,754	3.7%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	2,669	2.1%
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	1,517	1.2%
SMBC日興証券株式会社	1,347	1.0%
キヤノンマーケティングジャパン取引先持株会	1,219	0.9%
ザバンクオブニューヨークトリートイー ジヤスデツク アカウント	1,192	0.9%
株式会社みずほ銀行	1,001	0.8%
株式会社日本カストディ銀行(信託口9)	997	0.8%

※当社は、自己株式1,412,822株(発行済株式総数の1.1%)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
- ・2021-2025長期経営構想および2021-2023中期経営計画
- ・株式情報 ・統合報告書

canon.jp/8060-ir

株価・出来高

