




# 社 会

「暮らし、しごと、社会」へ  
最高の価値を提供します。





## 「くらし、しごと、社会」へ 最高の価値を提供します。

「双方向コミュニケーション」から真のニーズをしっかりとつかみ、本当に必要とされているソリューションを創造する。キヤノンマーケティングジャパングループは、グループ企業が一体となって、お客さまに最高の価値を提供しています。技術革新やグループの連携強化を進め、ITを活用した製品・サービス・ソリューションの開発体制を整備。グループ企業が各分野における強みを相互に活かし合って「くらし、しごと、社会」のあらゆる領域のお客さまをトータルでサポートします。

## 編集方針

2007年1月キャノンマーケティングジャパングループのCSRを推進することを目的として、CSR推進本部を設立し、4月には経営会議傘下にCSR委員会を設置しました。それを機に、初めての「CSR報告書」を発行します。

お客さま、株主さま、お取引先さま、従業員などの各ステークホルダーに対して信頼され、親しまれる企業グループであるための取り組みめざす姿を中心に報告するものです。この「キャノンマーケティングジャパングループ CSR報告書 2007」は、以下の方針にもとづき、編集しました。

キャノンMJグループの考え方、活動を分かりやすくご紹介するよう努めました。各活動のご紹介にあたっては、その考え方だけでなく、グループ全員参加型CSRの観点から、グループ企業一つひとつの、前線での活動を明確に示すようにしました。

○記載対象期間は、2006年1月～12月までの実績ですが、活動や取り組み内容は一部2007年分も含まれます。

○記載対象範囲は、キャノンマーケティングジャパン株式会社ならびにグループ企業としています。

注) CSRとはCorporate Social Responsibilityの略称で、一般的には「企業の社会的責任」と訳されますが、キャノンMJグループでは、「ステークホルダーからのさまざまな期待や要請に当社らしく応える取り組み」と位置付けています。

## 目次

### トップインタビュー

- 3 「CSR活動は、マーケティング活動そのもの」

### キャノンMJグループの紹介

- 5 キャノングループとキャノンMJグループの思想
- 7 キャノンMJグループの新たな旅立ち

### キャノンMJグループのコーポレート・ガバナンス

- 9 グループマネジメント体制
- 11 グループとしてのコンプライアンス推進
- 13 情報セキュリティへの取り組み
- 15 キャノングループの環境方針とマネジメント体系

### キャノンMJグループの提供するもの

- 17 「顧客主語」の実践
- 19 「くらし」での価値提供
- 23 「しごと」での価値提供
- 29 「社会」での価値提供
- 33 地球環境とともに
- 45 従業員とともに
- 53 株主・投資家とともに

### 55 キャノンMJグループの概要

### 57 第三者コメント

### 58 協力者一覧、編集後記

## 「CSR活動は、マーケティング活動そのもの」

## Q. CSR活動とは、どのようなものでしょうか？

キヤノングループは、今年70周年を迎えました。創業当時から、「世界の製品をつくり、社会に貢献する」という志のもと、社会に迷惑をかけないことはもちろん、企業の本来の機能を全うする、すなわち、きちんと収益を上げて、税金を納め、そして広い意味における社会貢献をする、というスタンスで歴史を刻んできました。今風の表現ではないとしても、中身については、今日の「CSR」とそれほど大きく変わるものではありません。

今日言われている「CSR」の概念において、当社にとってのCSR活動は、環境への対応が始まりでした。複写機とプリンターの使用済み一体型カートリッジを回収し、資源の再利用を行う「カートリッジ回収リサイクルシステム」を、1990年から展開しています。時代的ニーズから、使い切りカートリッジ方式は、その簡便さがお客さまに受け入れられていたのですが、一方で使い終わったカートリッジの処分方法に要望も出ました。製品を生産・提供する企業として、どのような環境対応をしていくべきか積極的に取り組み、世界的な規模でのリサイクルシステムを作り上げました。

環境問題に対応する具体的な活動からスタートした私たちにとって、CSR活動とは、企業としての義務だと考えています。この義務に対して、「仕方なく」ではなく、社会の要請や期待として「前向き」に取り組むことによって、企業そのものや社員のレベルアップにつながっていくことが重要だと考えています。

現在は環境だけでなく、企業そのものの活動や社員の行動など、CSR活動の領域が広がりました。具体的にどう進めるのか、そのことでどのような貢献ができるのか、どうすれば企業としてのレベルアップが図れるのか。そういったプロセスが大切だと思います。

キヤノンマーケティングジャパン株式会社  
代表取締役社長

村瀬 治男



### Q. キヤノンマーケティングジャパンらしいCSRとは？

私たちは販売会社ですので、メーカーの社員に比べ、圧倒的に直接お客さまとかかわっています。お客さまとの接点を財産に、信用される企業でなくてはなりません。フェアであることはもちろん、お客さまの声をよく聴き、要請や期待に応えていく。その上で信頼されなくては、お客さまからご指名を受け、ご注文をいただくことはできませんから。そういった意味からも、“CSR活動はマーケティング活動そのもの”といえるでしょう。企業は信頼されて、利益を上げて、社員や株主に還元して、その時初めて社会に貢献することができるのだと思います。

2006年春、「キヤノン販売」から「キヤノンマーケティングジャパン」へ社名を改めました。かつては、「売上げ至上主義」、「単に仕入れて、売り込む」といった販売のスタイルがありました。そのような過去とは訣別し、マーケティングのプロフェッショナルとして、お客さまが、どんな課題を持ち、何を期待しているかを理解する「顧客主語」を実践し、最適なソリューションを創造していきたいと考えています。そのためには、お客さまから信頼されるしくみがなくてはなりません。キヤノングループの企業理念「共生」と行動指針「**三自の精神**」を基点に、お客さまとの接点を大切にしたいキヤノンマーケティングジャパンならではの取り組みを、いっそう実践します。

#### 三自の精神

三自とは、「自発・自治・自覚」を表します。「自発」とは、自ら手を挙げ行動すること。指示を待たずに積極的にチャレンジしてゆく姿勢。「自治」とは、社会人、組織人としての倫理観を持ち、社員として自らを律し、自律した行動をとる。「自覚」とは、自分の置かれた立場・役割・状況をよく考えて認識し「自覚」すること。

### Q. 社員とのかかわりで、大切にしていることは？

企業は、なによりもまず社員が動かなくては始まりません。社員がきちんと仕事をすると、その結果、お客さまから信頼され、利益が上がり、株価は上がり、企業価値も高まります。

社員に、会社がどう考え、どのようにしようとしているのか理解してもらう目的で、エリアミーティングを全国で開催し、社員との交流の場を設けています。私自身、年間40回ほど、全国各地をまわります。先日行われた女性だけのミーティングでは、「ワークライフ バランスの施策があるが、人事評価はどうなっているのか?」「育児支援施策と人事諸施策との関係」など、管理職や男性だけの時とは、違う視点の質問や意見が出て、参考になりました。

社員からの意見や提案をいつでも受けられるように、連結ベースでイントラネットを整備しています。「双方向コミュニケーション」を通じて、具体的に「こう対処し、このようになった」と社内報やWebでフォローアップします。前向きな提案が出やすくなり、自分自身のこととして意識が変わっていくことは、CSRの大事なことでしょう。

### Q. これからの活動は？

2007年1月に、CSR推進本部を設けました。今年から、キヤノンマーケティングジャングループ全体での本格的なCSRへの取り組みをスタートしました。世の中の価値観が変わりますので、決して満点はとれませんが、一段一段レベルアップしていきたいと考えています。社員一人ひとりが、全員参加で「誠実で真摯な姿勢」を忘れることなく努力を重ねれば、これは実現できると思います。私自身の役割は、当社の考えるCSR活動の意味を、繰り返し語り続けることだと考えています。

これからも、すべての人々から信頼されるエクセレント企業グループをめざし、キヤノンマーケティングジャングループらしく社会へ貢献していきたいと思っています。

# キヤノングループと キヤノンマーケティングジャパングループの思想

**社会と支え合い、社会と共に成長を続けるため、  
企業としての責務を全力で果たしてまいります。**

キヤノングループ  
企業理念

「共生」

キヤノンの企業理念は「共生」です。

共生は文化、習慣、言語、民族などの違いを問わずに、すべての人類が末永く共に生き、共に働いて、幸せに暮らしていける社会をめざします。現在、地球上には共生を阻むさまざまなインバランスが存在しています。なかでも、貿易インバランス、所得インバランス、そして地球環境のインバランスは、解決していかなければならない重要な課題です。

キヤノンは共生の実践により、これらのインバランス解消に積極的に取り組んでいきます。真のグローバル企業は、顧客、地域社会に対してはもちろん、国や地域、地球や自然に対してもよい関係をつくり、社会的な責任を全うすることが求められます。

キヤノンは、「世界の繁栄と人類の幸福のために貢献していくこと」をめざし、共生の実現に向けて努力を続けます。

## キヤノンMJグループにおけるCSR推進活動

キヤノンMJグループは、創立70周年を迎えたグローバルキヤノングループの一員として、創業時の志を原点にしながら、「共生」の理念のもと、日本国内に合わせたマーケティング活動を展開しています。お客さまとの接点に立つグループとして、「くらし、しごと、社会」のあらゆる領域で、人々の創造力を支援する最高の価値を提供することを使命としています。そのためには、お客さまをはじめとするステークホルダーが、どのような課題を持ち、何を期待されているかを理解し、お客さまの立場に立ち、お客さまにどう貢献できるのか考えて「顧客主語」を実践し、最適なソリューションを創造することが必要不可欠です。

「キヤノン販売」から「キヤノンマーケティングジャパン」へと生まれ変わってから今年で1年。キヤノンMJグループのCSRの基本は、マーケティングのプロフェッショナルとしての変革をさらに加速させながら、より高い次元で企業の社会的責任を果たすための取り組みを推進することにあります。

CSRは、マーケティングそのものともいえます。従業員一人ひとりが、「共生」の理念と「三自の精神」にもとづき、「くらし、しごと、社会」のステージにおいて、顧客主語によるCSR視点の企業活動を積極的に展開していきます。キヤノンMJグループは、社会からのさまざまな期待や要請に応え、企業価値を向上させ、人々から信頼され親しまれるエクセレント企業グループをめざします。

### キヤノングループ

グローバル優良企業グループ構想  
(フェーズⅢ 2006~2010)

共生の理念のもと永遠に技術で貢献し続け、世界各地で親しまれ尊敬される企業へ。フェーズⅢでは、主要な経営指標における世界のトップ100社入りをめざす。

スローガン

“Innovation & Sound Growth”  
～ 革新、そして健全なる拡大を ～

### キヤノンマーケティングジャパングループ

長期経営構想 (2006~2010)

MISSION

グローバルキヤノングループの一員として、マーケティングイノベーションを継続的に行い、「くらし、しごと、社会」のあらゆる領域で、人々の創造力を支援する最高の価値を提供する。

VISION

視野はグローバルに、「顧客主語」を実践するエクセレント企業グループへ。

## CSRの推進体制

2007年1月、キャノンMJグループ全体のCSRの取り組みを強化するため、CSRの専任組織である「CSR推進本部」を設置しました。CSR推進本部は3部4課からなり、

- ① グループCSR活動の基盤整備
- ② CSR分野のリスクマネジメント強化
- ③ 個別テーマの推進強化
- ④ CSR視点での外部コミュニケーション強化

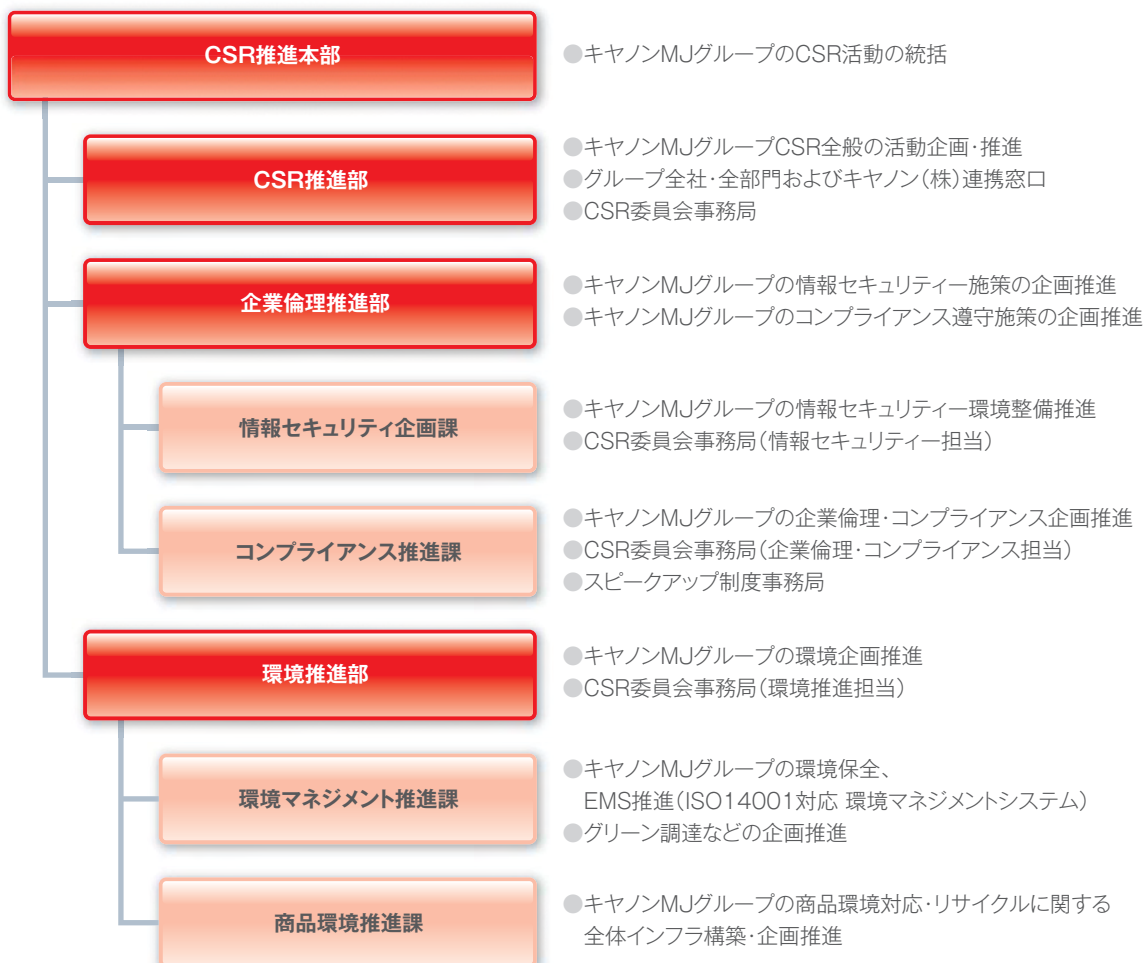
の4つを2007年の重点テーマとして取り組んでいます。

また2007年4月には、CSR活動の基本方針、重要事項の審議を行う機関として、社長を委員長とした「CSR委員会」を発足させました。

こうしたCSR推進体制により、さまざまなCSRに関する政策を立案し、「全員参加型のグループCSR活動」を推進していきます。

CSR推進本部 組織体制

2007年7月1日現在



# キヤノンマーケティングジャパングループの新たな旅立ち

## 新社名「キヤノンマーケティングジャパン」スタート

2006年4月1日、キヤノン販売は「キヤノンマーケティングジャパン」に社名を変更しました。旧社名のキヤノン販売株式会社は、キヤノン事務機販売（1968年設立）、キヤノン事務機サービス（1968年設立）、キヤノンカメラ販売（1969年設立）の3社を、1971年に一本化してスタートさせました。キヤノングループ

のなかで、責任をもってマーケティングを担い、日本市場にしっかりと根をおろしています。

お客さまとの最前線に立つ当社は、マーケティング活動で得た声を、研究や開発、生産部門にフィードバックする重要な役割があります。「感性」や「知恵」を盛り込んだ付加価値の高い情報を、キヤノンの「ものづくり」に活かし、グローバル企業グループ

1968年 キヤノンNPシステムを発表、  
普通紙複写機部門に進出  
1970年 国内初の普通紙複写機  
「NP-1100」発売 ①



1984年 世界最小・最軽量のレーザービームプリンタ「LBP-8/CX」発売 ②



製品サービスのあゆみ

1976年 ファクシミリ事業分野に進出  
1978年 カラーコピーサービスを開始  
1979年 半導体レーザー内蔵の  
「LBP-10」発売

1985年 世界初のバブルジェット方式プリンタ「BJ-80」発売 ③  
1986年 ポータブル複写機「ファミリーコピーFC-3/5」発売  
1987年 ●オートフォーカス一眼レフカメラ「EOS650」発売 ④  
●フルカラーデジタル複写機「カラーレーザーコピー1」発売

グループの変遷

1968

1975

1980

1985

1968年 キヤノン販売の前身、キヤノン事務機販売、  
キヤノン事務機サービス設立  
1969年 キヤノンカメラ販売設立、  
国内のカメラ販売体制を強化  
1971年 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一本化し、  
キヤノン販売がスタート  
1972年 キヤノン販売、完全週休二日制採用  
1974年 セレナー商事設立

1977年 キヤノン販売社長に滝川精一が就任  
1979年 キヤノンシステム販売発足

1980年 キヤノンシステムアンドサポートの前身、  
コピー販売設立  
1981年 キヤノン販売、東証二部に上場  
1982年 キヤノン営研、セレナー商事から社名変更  
1983年 ●キヤノン販売、東証一部に上場  
●キヤノンソフトウェア、富士システム開発から社名変更

1985年 キヤノン販売、日本タイプライター社に資本参加  
1986年 コピー販売をキヤノンコピー販売に社名変更  
1987年 キヤノン、会社創立50周年  
1988年 ●キヤノンスター設立  
●レスポンスセンターを開設  
1989年 ●キヤノン販売、日経産業消費研究所の  
「企業営業力調査」で総合1位の評価を得る  
●キヤノン営研とキヤノンシステム販売が合併し、キヤノンシステム営研設立

1990年 ●キヤノテック、日本リニアックから社名変更  
●キヤノンピーエム大阪設立  
1993年 キヤノン販売会長に滝川精一、社長に武本秀治が就任  
1994年 キヤノン販売幕張ビル竣工

1996年 ●キヤノンレスポンスサービスの前身、日本レスポンスサービス設立  
●Jリーグのオフィシャルスポンサーを開始

1997年 ●「グローバルキヤノングリーン調達基準」が制定される  
●キヤノンビジネスサポートの前身、  
キヤノテックプロフェッショナルサービス設立

1998年 キヤノン販売、マルチメディアとネットワークキングを提供する  
「M&Nソリューションカンパニー」への挑戦を  
企業コンセプトの第一に掲げる

1999年 ●キヤノン販売社長に村瀬治男が就任  
●キヤノテック、電気通信工事・電気工事の建設大臣許可取得



の一員として確かな存在感を示していくため、企業改革に取り組んでいます。名実共にマーケティングを実践して、顧客価値の最大化をめざす“エクセレント企業グループ”への成長を目標に、新たなスタートを切りました。

- 1990年 「カートリッジ回収リサイクルシステム」の展開開始
- 1991年 カメラ生産6000万台を達成
- 1992年 ●LBP生産1000万台を達成
  - カートリッジ生産1億本を達成
- 1993年 複写機生産1000万台を達成
- 1994年 ●パソコン通信にお客様窓口「キヤノンステーション」開設
  - インクジェットプリンター生産1000万台を達成

- 1996年 ●インターネットホームページを開設
  - APS(新写真システム)対応のコンパクトカメラ「IXY」発売 **5**
- 1997年 創業からのカメラの累計生産台数1億台達成



- 2000年 ●小型・軽量、カードサイズのデジタルカメラ「IXY DIGITAL」発売 **6**
  - 新世代ネットワーク複合機「MEDIO iR3250」発売 **7**
- 2001年 キヤノンとキヤノン販売のウェブサイトを統合し、「canon.jp」開設
- 2003年 ●キヤノン販売グループ統合情報システム「C21」稼動
  - 普及型デジタル一眼カメラ「EOS kissデジタル」発売
- 2005年 ●映像エンジン「DIGIC II」を搭載したコンパクトフォトプリンター「SELPHY CP600」発表 **8**
  - 「C21」グループ展開開始

- 2006年 ●デジタル商業印刷用出力機器の新ブランド「imagePRESS」発表
- 1010万画素CMOSセンサー、2.5型液晶モニター搭載の普及型デジタル一眼レフカメラ「EOS Kiss Digital X」発売 **9**
- Easy-Scroll Wheel搭載のインクジェット複合機「PIXUS MP600」発売 **10**



1990

1995

2000

2006

2007

- 2000年 ●グループビジョン「グローバルな視野を持つマーケティングテクノロジーカンパニー キヤノン販売グループ~人の創造力を支援するデジタルソリューションプロデューサーへ~」を策定
  - キヤノンシステムアンドサポート、キヤノンコピー販売から社名変更
  - キヤノン販売幕張事業所 ISO14001認証取得
- 2001年 「環境憲章」改定、グループとしての環境対応の強化を図る
- 2002年 ●ソリューションサービス設立
  - キヤノンシステムアンドサポート、キヤノン・エヌ・ティー・シーの両社をキヤノン販売の完全子会社化
- 2003年 ●キヤノン販売グループの新本社ビル、キヤノンSタワー竣工 **11**
  - キヤノン販売、カンパニー制スタート
  - キヤノン販売「プライバシーマーク」を取得
  - キヤノンシステムアンドサポートにキヤノン・エヌ・ティー・シーの販売部門と地域販売子会社3社を統合
  - キヤノンソフトウェア、東証二部に上場
  - 住友金属システムソリューションズの全株式を取得し、キヤノンシステムソリューションズに社名変更
  - キヤノンファシリティマネジメント設立
- 2004年 キヤノン販売グループ281拠点でISO14001認証取得
- 2005年 ●キヤノテックとファストネットが合併し、キヤノンネットワークコミュニケーションズ設立
  - キヤノンファシリティマネジメントとキヤノンヒューマンネットが合併し、新生キヤノンファシリティマネジメントへ
  - キヤノンプラザ銀座オープン



- 2006年 ●長期経営構想(2006~2010)スタート
  - キヤノン販売からキヤノンマーケティングジャパンに社名変更
  - グリーン調達基準書追加制定
  - キヤノンシステムソリューションズ、FMSの株式を取得し子会社化
  - キヤノンファシリティマネジメントからキヤノンビジネスサポートへ社名変更
  - キヤノンマーケティングジャパン、セントの株式を取得し子会社化
  - キヤノンマーケティングジャパン、キヤノン・スーパーコンピューティング・エスアイを統合。ソリューションサービスを子会社化

- 2007年 ●キヤノンソフトウェアが蝶理情報システムを子会社化(キヤノンソフト情報システムに社名変更)
- キヤノンマーケティングジャパンがアルゴ21を子会社化

# グループマネジメント体制

公正で、効率的な事業経営をめざし、  
コーポレート・ガバナンス体制を構築しています。

## コーポレート・ガバナンス体制

取締役および監査役制度に加え、実効性のある内部監査制度を確立しています。

### ●取締役、取締役会

キヤノンマーケティングジャパンは、経営の意思決定を合理的かつ効率的に行うことをめざしています。取締役会は、社内事情に精通した17名の取締役で構成し、社外取締役は採用していません。経営環境の変化により迅速に対応できるよう、任期は1年です。また重要案件については、原則として月1回開催している取締役会や、役員および主要グループ企業社長が参加する経営会議で活発に議論した上で決定しています。

### ●監査役、監査役会

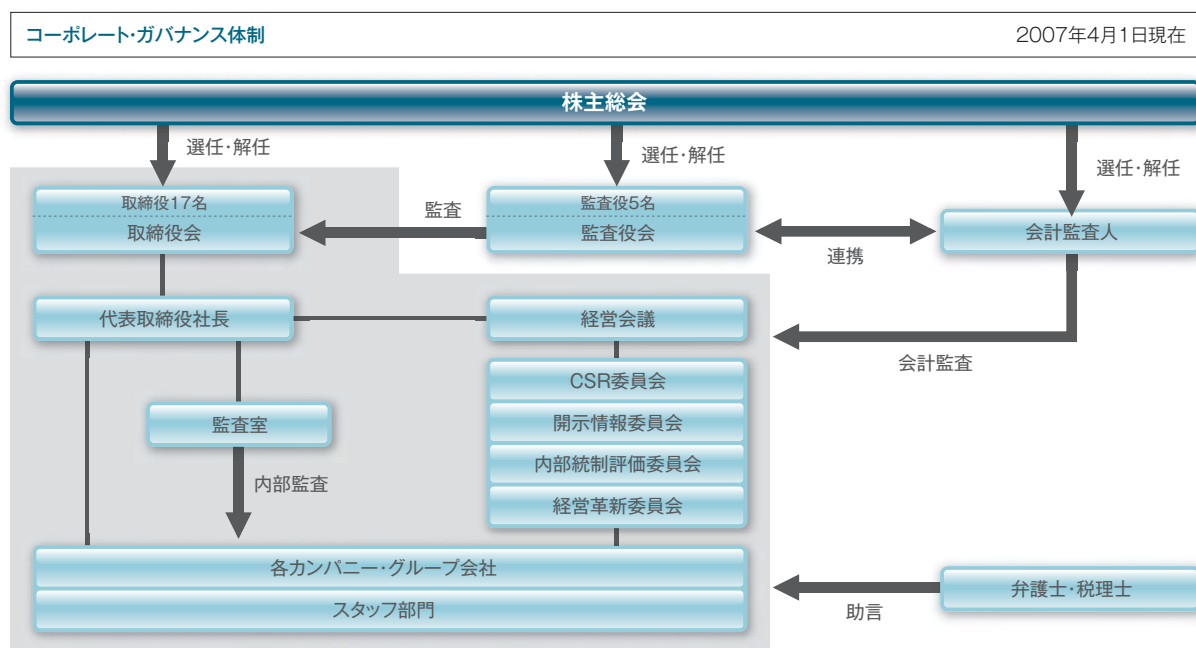
監査役は、監査役会で定めた監査の方針、業務の分担などに従い、厳正な監査を実施しております。また、監査体制を強化するため、2007年3月28日付で監査役を1名増員し、5名体制としました。うち3名は社外監査役です。

### ●内部監査

内部監査部門である監査室は独立した専任組織として当社および全グループ企業を対象として、遵法、業務プロセス、内部統制システム、情報セキュリティーの有効性・効率性を中心に監査を実施し、評価と提言を行っています。なお、主なグループ企業には監査室が設置され、相互に連携しており、全監査スタッフはグループ全体で約40名を数えます。

### ●会計監査人

新日本監査法人と監査契約を結び、会計監査を受けています。同監査法人および当社監査に従事する同監査法人の業務執行社員と当社の間には特別な利害関係はありません。また同監査法人は、自主的に「2005年11月1日以降開始する事業年度より、すべての上場会社について、7年を超える業務執行社員は交替すること」としており、当社の会計監査に一定期間を超えて関与することのないよう措置をとっています。



## 各種委員会の活動

重要な経営課題をテーマとした各種委員会を「経営会議」の傘下に設け、効率的かつ合理的な意思決定をめざしています。

### ●CSR委員会

従来の「企業倫理・コンプライアンス委員会」「環境推進委員会」「情報セキュリティ委員会」を統合し、2007年4月に発足しました。

CSR委員会の目的は、さまざまなCSRに関する施策を立案し、グループ全体でCSRマインドを共有し、それぞれのビジネスプロセスの中で、主体的・自発的な「全員参加型のCSR活動」を推進していくというものです。

### ●開示情報委員会

重要な会社情報について公正かつ適時適切に開示する体制を強化するために、2005年4月に「開示情報委員会」を設置しました。開示の要否、開示内容、開示時期などの開示に必要な決定を迅速に行う役割を担っています。

また、2005年11月より当社各部門および各グループ企業に「開示情報取扱担当者」を配置し、発生した会社情報について網羅的かつ迅速に情報を収集する体制を整えました。

### ●内部統制評価委員会

財務諸表の信頼性の確保は、企業が果たすべき最も重要な責任の一つです。2005年4月に「内部統制評価委員会」を設置。同委員会は、米国のSEC登録企業を対象とした「サーベンス・オクスリー法」(SOX法=米国企業改革法)404条が定める財務報告の信頼性確保を主要な目的とし、業務の真の有効性と効率性の確立および関連法規や規則、社内規程の遵守も含め、グループ全体の内部統制体制の見直しを推進しています。現在、経理本部内に事務局、主要な業務プロセス単位ごとに部門担当者をそれぞれ配置しています。

担当者はグループ全体で約80名を数えます。

2006年は、404条が適用される本番初年度として、財務諸表の信頼性確保に関連する具体的な業務プロセスや文書の改善・強化を中心とした活動を展開しました。今後は、これらプロセスや文書を維持・管理するための体制の構築と、より効率的な業務フローの確立に向けて、活動レベルをさらに高めていきます。2008年4月以後開始する事業年度から適用される「金融商品取引法」(通称J-SOX法)に対しても、これまでSOX法への対応で培った万全の体制をもって臨む予定です。

#### サーベンス・オクスリー法

米国で相次いだ大企業の不正会計事件を受け、2002年7月に成立。株式市場に対する投資家の信頼を回復するため、コーポレート・ガバナンスの実効性の強化や監査委員会および外部監査人の独立性の強化が図られるとともに、経営者個人の罰則規定が盛り込まれている。

### ●経営革新委員会

さまざまな経営革新活動における重要事項の審議や意思決定を迅速に行い、経営革新活動を円滑に進めていくことを目的に、2006年1月に発足しました。現在、サービス事業の構造改革を推進するための「顧客対応構造改革専門委員会」や拠点戦略の見直しを進めるための「顧客対応拠点戦略専門委員会」の下部委員会を設け活動を展開しています。

## COLUMN

### BCM（事業継続経営）への取り組み

キヤノンMJグループでは、首都直下地震を想定したBCP (Business Continuity Plan：事業継続計画)を策定中です。被災状況下においても、お客さまへのサービス提供業務を継続し、早期に復旧できるよう準備を進めています。

(2007年7月1日、BCP専門委員会を設置し、活動を推進しています)

# グループとしてのコンプライアンス推進

## 一人ひとりが

高い倫理感と目的意識をもって行動するために。

## キヤノングループの行動規範

キヤノングループが「真のグローバルエクセレントカンパニー」となるためには、グループを取り巻く多様なステークホルダーと良好な関係を保つとともに、さまざまな社会的責任を全うしていかなければなりません。その目的達成のためには、一人ひとりの役員や従業員が自覚を持ち、公正、誠実かつ適法に事業活動を行うことが不可欠です。

こうした認識のもとに、キヤノン(株)において2001年に「キヤノングループ行動規範」を制定し、

キヤノングループ全社において適用されています。この行動規範は、キヤノングループの経営姿勢をあらためて示すとともに、キヤノングループの役員・従業員が、業務遂行にあたり守らなければならない規準を具体的に示しています。


キヤノンマーケティングジャパングループにおいても、「キヤノングループ行動規範」にもとづき、法令遵守はもちろん、より高い倫理観をもって企業活動を行っています。

**キヤノングループ行動規範**

<b>経営姿勢</b>	<b>社会への貢献</b>	優れた製品の提供/消費者保護/地球環境保護/社会文化貢献/コミュニケーション
<b>役員・社員行動規範</b>	<b>公正な事業活動</b>	公正競争の実践/企業倫理の堅持/適切な情報提供

<b>役員・社員行動規範</b>	<p><b>①企業倫理と法の遵守</b> 公正・誠実/適法な業務遂行/ルールの適正解釈</p> <p><b>②会社資産の管理</b> 資産の厳格管理/不正利用の禁止/知的財産権の保護</p> <p><b>③情報の管理</b> ルールに基づく取り扱い/私的利用の禁止/インサイダー取引の禁止/他社情報の不正取得の禁止/他社情報の適切な取り扱い</p> <p><b>④利益相反と公私の区別</b> 利益相反の回避/贈与・接待・利益供与の禁止/未公開株式の取得禁止</p> <p><b>⑤職場環境の維持・向上</b> 個人の尊重と差別の禁止/セクシャルハラスメントの禁止/銃刀・薬物の持込禁止</p>
------------------	---



## 企業倫理・コンプライアンスの推進

### ●コンプライアンス推進担当者

コンプライアンスにおいて重要なことは、役員・従業員の一人ひとりが常に高い倫理観と遵法精神をもって行動することです。そのためには体制を整備するだけでなく、意識の喚起を繰り返し行うことが必要です。

キヤノンMJグループでは、組織の最小単位である課単位で、ライン課長がコンプライアンス推進担当者となつて部門の意識と行動のレベルを上げ、コンプライアンス経営の基礎固めを図っています。

ライン課長は、「CSR委員会」(P.10参照)で決定した方針や諸施策を課員に周知徹底するほか、朝礼や課ミーティングなどで自部門の業務や事業活動において、法令・ルール上の注意すべき事項を自発的かつ継続的に指導し、意識づける役割を担っています。

そして、課員とのコミュニケーションを密にして、いつでもライン課長に相談できる職場の雰囲気づくりに努めることもライン課長の重要な役割です。

### ●コンプライアンス情報・事例集の発行

コンプライアンス情報「今週のコンプライアンス」は、日々企業倫理・コンプライアンスを意識し、また法令・ルール上の注意すべきポイントを理解するため、毎週1テーマずつ取り上げ、キャノンMJグループ全従業員宛に配信するメールマガジンです。2004年6月から毎週配信を続けています。

また企業人・社会人として直面するかもしれない具体的なケースを解説した事例集「実践!企業倫理読本」をキャノングループ全従業員に配布しました。

従業員一人ひとりが、「今週のコンプライアンス」・「実践!企業倫理読本」を確認し、またこの情報をもとに職場で話し合うことにより、コンプライアンスの感度アップを図っています。



### ●コンプライアンス・ミーティングの開催

職場に密着した活動として、課を単位にコンプライアンス・ミーティングを行っています。ライン課長を推進役に、誤って法令・ルール違反を犯したり、社会の信頼を失ってしまうことになるリスクはどんな場合か、そしてその予防策は何かといったことを自ら考え、話し合い、共通認識としています。

上期と下期の年2回実施し、その都度、報告書が各課長から「CSR委員会」事務局へ提出されます。身近な問題としてコンプライアンス上のポイントが理解でき、部門内のコンプライアンス意識が高まった、との報告が大多数の部門からありました。このように部門内でのコミュニケーションも深まることから、講習などによる受け身の教育プログラムでは得られない効果を上げています。

### ●コンプライアンス・カードの常時携帯

キャノングループは創立以来、普遍的な行動指針として「自発・自治・自覚」からなる「三自の精神」(P.4参照)を掲げています。2005年、国内外のキャノングループ全社の役員・従業員に「三自の精神」と「コンプライアンス・テスト」が書かれたコンプライアンス・カードを配布しました。このカードを常に携帯することで、日頃から「三自の精神」を発揮して業務を遂行すること、法律を遵守し倫理的行動を実践することに努めています。

コンプライアンス・カードは日本語のほか16言語に翻訳、海外のグループ会社でも配布しています。



### ●スピーク・アップ制度

「公益通報者保護法」の成立を受け、2005年3月1日付でスピーク・アップ制度(内部通報制度)を創設しました。これは、会社の経営に重大な影響を及ぼす可能性のある法令違反などの不正行為に気づいた従業員らが、経営層に報告するための制度です。

キャノンMJグループ全社を対象に、通報窓口を社内および社外にそれぞれ設置しています。この制度では、通報者・通報内容の秘密を守ること、通報したことで人事上の不利益な取り扱いを受けないことを保証しています。

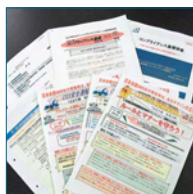
### ●人事評価制度との連動

コンプライアンスは会社が従業員に求める「価値観・行動基準」の一つの要素であり、人事評価制度にも取り入れられています。

キャノンシステムアンドサポート(株)

### コンプライアンス基礎研修の全国開催

2006年、企業倫理・コンプライアンス委員会事務局などの実務担当が各地へ赴き、全事業所でコンプライアンス研修を開催しました。当社全従業員のコンプライアンスに対する継続的な意識改革を図っています。



キャノンビジネスサポート(株)

### 人材ビジネス関連法遵守への取り組み

キャノンビジネスサポートは、一般労働者派遣事業およびセールスプロモーションを中心とした請負事業を展開しております。現在の事業運営が労働者派遣関連法令等にもとつき適正にできているかを、人材派遣協会から出されているチェックシートにもとつきチェックを行い、すべての項目を遵守するとともに、計画的に体制整備・改善を行っています。当社から派遣するスタッフに対しては、入社時に個人情報に関する取り扱いやドレスコードなどのビジネスマナーに関する徹底した教育を行い、さらに定期的にマナーに関する再徹底やフォローアップを実施しています。

COLUMN

# 情報セキュリティへの取り組み

**お客さまの個人情報や社内外の機密情報を安全、確実に管理しています。**

## 情報セキュリティの推進

キヤノンマーケティングジャパングループは、お客さまへの価値提供と企業の社会的責任を果たすうえで、情報セキュリティ環境整備を重要テーマと位置づけ、グループ全体で取り組んでいます。

私たちは、機密性・完全性・可用性を適切に満たすことによって情報セキュリティを実現し、機密性と可用性のバランスを「お客さまへ価値を提供するための円滑なビジネス遂行」の視点から、高度なレベルで保つことに努めます。

### ●CSR委員会における情報セキュリティガバナンス

2004年から経営会議傘下に「情報セキュリティ委員会」を設置し、グループ全体の情報セキュリティ体制を整備してきました。

2007年4月、「情報セキュリティ委員会」を「CSR委員会」に統合し、メンバーの拡充を含めてグループ全体の情報セキュリティガバナンス機能を強化しています。

### ●情報セキュリティマネジメント体制

キヤノンマーケティングジャパン(株)では、2000年に情報セキュリティ環境整備推進を目的とした専任組織として「情報セキュリティ企画課」を設置しました。

2001年1月には「情報セキュリティポリシー」を制定し、このポリシーにもとづき、ITセキュリティを担当するIT本部、物理的セキュリティを担当する総務本部、従業員情報管理や教育を担当する人事本部などと連携し、各種規程の整備と具体的なセキュリティ対策を推進しています。

### ●ISMS適合性評価制度の活用

ISMS適合性評価制度による認証取得については、2002年にキヤノンソフトウェア(株)がISMSとBS7799を国内企業で初めて同時認証しました。

現在もグループをあげて積極的な認証取得部門の拡大を通じて、情報セキュリティの強化に努めています。

### ISMS適合性評価制度認証取得企業

- キヤノンマーケティングジャパン(株)
- キヤノンソフトウェア(株)
- キヤノンシステムソリューションズ(株)
- (株)アルゴ21

※各社とも部門取得となります。

(2007年7月1日現在)

## 個人情報保護の推進

キヤノンMJグループでは、お客さまからお預かりする個人情報を適切に取り扱うことを重要課題ととらえ、キヤノン(株)と足並みを揃えて取り組んでいます。

### ●グループをあげたプライバシーマークの取得推進

2002年には個人情報保護に関する全社プロジェクトを発足、2003年には個人情報を適切に取り扱う体制を整備している企業に与えられる「プライバシーマーク」を、キヤノンマーケティングジャパン(株)とキヤノンシステムソリューションズ(株)が取得しました。その後もグループ各社へ水平展開し、2007年7月現在では、キヤノンMJグループで15社が「プライバシーマーク」の認証を取得し、1社が審査中です。



このマークはキヤノンMJ(株)が使用許諾を受けたものです。

### プライバシーマーク取得企業

- キヤノンマーケティングジャパン(株)
  - キヤノンシステムアンドサポート(株)
  - キヤノンソフト情報システム(株)
  - キヤノンシステムソリューションズ(株)
  - キヤノンネットワークコミュニケーションズ(株)
  - (株)アルゴ21
  - エス・エス・ジェイ(株)
  - ガーデンネットワーク(株)
  - (株)アルゴインテリジェントサービス
  - (株)アルゴエデュケーションサービス
  - キヤノンビジネスサポート(株)
  - キヤノンビーエム東京(株)
  - キヤノンビーエム大阪(株)
  - キヤノントレーディング(株)
  - キヤノンレスポンスサービス(株)
- 以上、15社(2007年7月1日現在)

### ISMS適合性評価制度

ISMS適合性評価制度とは、企業が構築した情報セキュリティマネジメントシステムが認証基準であるJISQ27001:2006(ISO/IEC27001:2005)に適合しているかを評価する日本情報処理開発協会(JIPDEC)によって創設された制度です。

### BS7799

BS7799とは、1995年に英国規格協会(BSI)が定めた情報セキュリティの運用管理に関する基準です。

## キヤノンMJグループらしいセキュリティー対策・管理策

### ●自社グループ製セキュリティーソリューションの活用 (主な事例)

#### ①パソコンの情報漏えい対策

業務用PCは、すべてHDDパスワード機能付きPCを導入し、会社指定の桁数でのパスワード設定の実施確認を行っています。

なお、社外に持ち出すPCはキヤノンシステムソリューションズ(株)が取り扱っているCompusecを実装し、HDD全体を丸ごと暗号化しています。

#### Compusec

モバイルPCやデスクトップPCを対象に起動前認証やデータの暗号化を可能にする暗号化・認証セキュリティーソフトウェア

#### ②電子メール情報セキュリティー管理

キヤノンシステムソリューションズ(株)が開発・販売しているGUARDIANWALLを導入し、電子メールによる情報漏えい対策を行っています。

#### ③ICカード式社員証による印刷ジョブ制御・管理

キヤノンの複合機に搭載できる機能である“MEAP”の「ICカード認証 for MEAP」と「Anyplace Print for MEAP」を活用し、ICカード式社員証による個人認証を実装しています。自分の印刷ジョブだけを印刷指示することができる環境や印刷ログの管理により情報漏えいのリスクを低減しています。



#### ●個人情報保護実践教育(設問診断手法 eラーニング)

新入社員への基礎教育を含めた個人情報保護の教育体系を整備する中で、実践的な教育としてオリジナルの設問診断手法によるeラーニングを開発しました。この手法は、設問を読み(学習し)、選択肢を選び(考え)、解説を読む(確認する)プロセスを自ら行い、繰り返すことで『正しい知識を効果的に身につける』ことが

できるという点と理解度の把握が容易である点で画期的です。全役員・従業員を対象に毎年実施し、教育効果を測定し、活動のスパイラルアップに結び付けています。



#### ●個人情報データベース台帳管理のシステム化

個人情報を特定し、取得開始から廃棄までのプロセスに沿ったリスク認識と対策確認が行える台帳管理のしくみである「個人情報データベース管理システム」を構築・運用し管理の強化と省力化を実現しました。

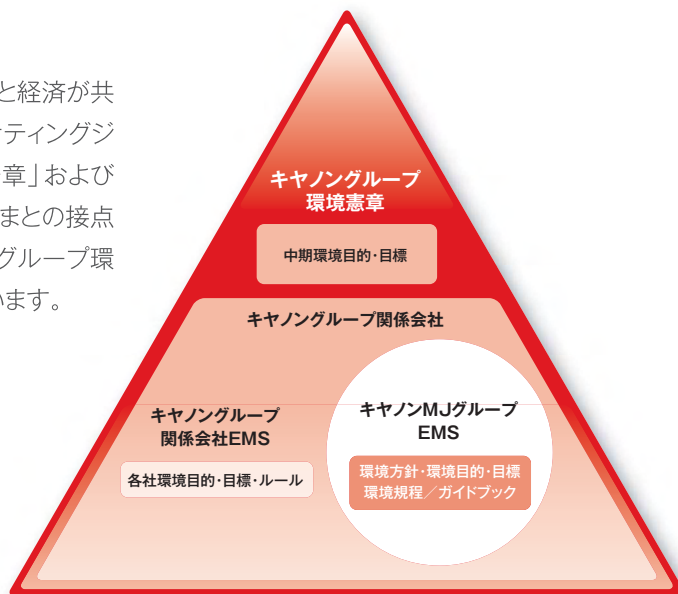
#### ●その他の対策(主な事例)

人的・管理的対策
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 情報セキュリティー・個人情報保護に関するルールの整備</li> <li>● JISQ15001:2006に対応した個人情報保護方針・規程その他の改定</li> <li>● 情報セキュリティーハンドブック発行</li> <li>● 個人情報/情報セキュリティー教育・監査の実施</li> <li>● PC社外持ち出し管理のシステム化</li> <li>● PC資産管理ツールの導入</li> </ul>
技術的対策
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ウィルス定義ファイルおよびOS等の修正プログラム自動適用</li> <li>● 可搬メディアの標準化</li> <li>● 統合ファイルサーバ導入(部門サーバ削減)</li> </ul>
物理的対策
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 非接触ICカード式社員証による施設入退管理システムの導入</li> <li>● 物理的セキュリティーレベルを一層強化した機密文書廃棄箱(セキュリティーBOX)の配置</li> </ul>

# キヤノングループの環境方針とマネジメント体系

## キヤノングループ環境憲章

キヤノングループは「共生」の理念のもと、地球環境と経済が共に発展し続ける社会をめざしています。キヤノンマーケティングジャパングループにおいても、「キヤノングループ環境憲章」および「キヤノングループ中期環境目的・目標」を軸に、お客さまとの接点という役割に則して「キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針」を掲げ、環境保全活動への取り組みを進めています。



キヤノングループ環境憲章		1993年制定 2007年改訂
企業理念	<p><b>「共生」</b> 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。</p>	
環境保証理念	世界の繁栄と人類の幸福のため、資源生産性の最大化を追求し、持続的発展が可能な社会の構築に貢献する。	
環境保証基本方針	<p>すべての企業活動、製品、およびサービスにおいて、環境と経済の一致を目指し（EQCD思想）、資源生産性の革新的な改善により、“環境負荷の少ない製品”を提供するとともに、人の健康と安全および自然環境を脅かす、反社会的行為を排除する。</p> <p><b>EQCD思想</b>                      「Environment:環境保証ができなければ作る資格がない」「Quality:品質が良くなければ売る資格がない」「Cost, Delivery:コスト、納期が達成できなければ競争する資格がない」</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>① グローバルな環境保証推進体制・組織を最適化し、グループの連結環境保証を推進する。</li> <li>② 製品のライフサイクル全体の環境影響を評価し、環境負荷の極小化に配慮する。</li> <li>③ 環境保証に不可欠な環境保証技術とエコ材料等の研究・開発を推進し、その成果を広く社会へ還元する。</li> <li>④ 企業活動のあらゆる面で、国/地域の適用される法律、およびその他の利害関係者との合意事項を遵守すると共に、省エネルギー、省資源、有害物質の廃除を推進する。</li> <li>⑤ 必要な資源の調達・購入に際して、より環境負荷の少ない材料・部品・製品を優先的に調達・購入する。（グリーン調達）</li> <li>⑥ EMS（環境マネジメントシステム）を構築し、環境目的・目標を定めて定期的に見直し、環境汚染・災害の防止と、環境負荷の継続的な改善を行う。</li> <li>⑦ すべての利害関係者に対し、環境負荷と環境対応状況を積極的に公開する。</li> <li>⑧ 社員一人ひとりの環境意識を高め、自らが環境保全活動を遂行できるよう、環境教育・啓発活動を展開する。</li> <li>⑨ 行政機関、地域や関係団体等との連携を密にし、社会全体の環境保全活動に積極的に参画・支援・協力する。</li> </ol>	
		2007年3月23日 キヤノン株式会社 代表取締役会長 御手洗 富士夫



## キャノンマーケティングジャングループ環境方針

環境保全へ向けて具体的に取り組むため、2000年より「キャノンマーケティングジャングループ環境方針」を掲げました。この「環境方針」は、従業員への周知を徹底するとともに、当社ホームページ等で、お客さまをはじめ社外の方々にも公開しています。

### ●キャノンマーケティングジャングループ環境方針

キャノンマーケティングジャングループは、キャノングループの一員としてマーケティングイノベーションを継続的に行う中で、環境保全活動に積極的に取り組み、持続可能な経済の発展と地球環境との調和に貢献します。環境保全活動を通じて多くの人々から尊敬される企業を目指すとともに、以下の項目について重点的に取り組んでまいります。

#### 1. 環境配慮型製品・システム・サービスの提供

お客様に、環境に配慮した製品・システム・サービスをお届けします。

#### 2. 商品開発・企画の環境配慮

商品開発・企画において、環境負荷低減と環境配慮に努めます。

#### 3. 汚染の防止

有害化学物質の使用などに配慮し、地球環境の汚染防止に努めます。

#### 4. グリーン調達

商品の仕入れ段階から環境対応に着目し、環境負荷の少ない製品・サービスを優先して調達します。

#### 5. 業務の効率化

省資源・省エネルギー・リサイクル・効率的物流・効率的業務の推進など、業務の効率化に取り組む環境保全活動を推進します。

#### 6. 法令等の順守

環境に関連して適用する法令、及び、その他同意する要求事項を守ります。

#### 7. 社会貢献

国・行政の政策に協力し、また、地域社会への貢献に努めます。

#### 8. 情報公開

環境配慮型商品や環境保全活動について、情報を公開します。

#### 9. 教育

社員一人ひとりの環境意識を高めるため、教育・啓発を行います。

#### 10. 環境管理体制の確立

環境マネジメントシステムを構築して、環境目的・目標を設定し、定期的に見直しを行い、継続的改善に努めます。

この環境方針を、社員・役員に周知すると共に、一般に公開します。

2006年4月1日

キャノンマーケティングジャパン株式会社  
代表取締役社長 村瀬 治男

### 2007年 キャノンMJグループ環境目的・目標

#### 環境目的

環境経営の推進

#### 環境目標

地球温暖化対策の推進／従業員向け環境教育プログラムの構築

## 当社の環境活動を支える環境マネジメントシステム

キャノンMJグループでは、2000年12月25日付で幕張事業所がISO14001認証を取得したのを皮切りに、マルチサイト方式により認証範囲の拡大を進めてきました。

一方、キャノングループ全体の環境経営を強化するために、2007年までに『ISO14001統合認証取得』をめざしています。統合認証により、キャノン製品のライフサイクル全体『製品企画・開発・製造・販売・回収・リサイクル』での環境負荷低減および環境面での競争力強化、CSR視点での企業イメージ向上を図り、グループ全社での環境経営強化とビジネス拡大を図っていきます。

### ISO14001

ISO14001とは、企業活動、製品およびサービスの環境負荷の低減といった環境パフォーマンスの改善を継続的に実施するシステム【環境マネジメントシステム(EMS:Environmental Management System)】を構築するために要求される国際規格です。

### キャノンMJグループでISO14001:2004

認証取得している企業名 (2007年7月1日現在)

- キャノンマーケティングジャパン(株)
- キャノンシステムアンドサポート(株)
- キャノンソフト情報システム(株)
- キャノンシステムソリューションズ(株)
- キャノンビジネスサポート(株)
- キャノンピーエム東京(株)
- キャノンピーエム神奈川(株)
- キャノンピーエム大阪(株)
- (株)セント 卸町営業所・上杉サービスセンター

※セント・キャノンソフト情報システム以外 ●認証機関:SGSジャパン(株) ●対象範囲:事務機器及び光機、カメラの販売、マーケティング、サポートの管理業務及びソフト開発 ●有効期限:2006年12月4日から2008年12月16日まで

※セント ●認証機関:財団法人電気安全環境研究所 ●対象範囲:ネットワーク並びにシステム機器販売及びメンテナンス・システム運用教育指導等・情報加工サービス・事務用品販売 ●有効期限:2007年2月20日から2010年2月19日まで

※キャノンソフト情報システム ●認証機関:財団法人日本品質保証機構 ●対象範囲:ソフトウェアの設計、開発及び販売 ●有効期限:2007年9月2日

## 「顧客主語」の実践

**「くらし、しごと、社会」のあらゆる領域で、  
いつでも、どこでも、お客さまに最高の価値を提供します。**

### マーケティング企業としての使命

私たちキヤノンマーケティングジャパングループは、お客さまとの接点に立つグループとして、マーケティングイノベーションを継続的に行う中で、社会からのさまざまな期待や要請に応え、より高い次元で企業の社会的責任を果たすための活動を推進しています。

「くらし、しごと、社会」のあらゆる領域で、人の創造力を支援する企業グループをめざし、お客さまがどんな課題を持ち、何を必要としているかを理解し、「双方向コミュニケーション」を通じて、お客さまに最高の価値を提供するソリューションを創造してゆく「顧客主語」を実践していきます。

また、技術革新やグループの連携強化を進め、ITを活用した製品・サービス・ソリューションの開発体制を整備し、グループ企業が各分野における強みを相互に活かし合っ、お客さまをトータルでサポートします。市場の声にしっかりと耳を傾け、お客さまの真のニーズを新たな製品・サービスの開発へと反映させていくことも大切な役割の一つです。キヤノンと一体となって「ものづくり」の一翼を担っています。

#### ●顧客主語の実践

お客さまが認めてくださる価値を提供するために、何より大切なのは「顧客志向」に徹することだと考えています。それを実践するためのキーワードが「顧客主語」です。

これは、お客さまとのコミュニケーションに際して、「キヤノンは」「当社は」とキヤノンを主語とするのではなく、「お客さまの課題は」「お客さまの課題を解決するには」と主語をお客さまに変えようということです。そこで初めて、お客さまの課題をお客さまの視点でとらえることができ、千差万別であるお客さまの課題の解決につながると考えています。

#### ●FOCUS-1活動

「顧客主語」の実践に向かって、2005年4月からキヤノンMJグループ全体の経営品質向上活動である「FOCUS-1活動」を進めています。「FOCUS-1」とは、「For Customer 1st =革新活動をお客さま本位の実現のために」から取っています。

お客さまに高い価値を提供し続けるために、私たちのしくみをお客さまの視点で常に見直し自己変革していく、それがFOCUS-1活動です。「経営自己診断」「FOCUS-1経営研究会」「FOCUS-1実践研修」などの活動や研修をスタートさせ、経営の質を高めるしくみ・風土づくりを進めています。

#### ●顧客満足度の把握、顧客接点の整備拡充

世の中の技術の進歩や価値観の変化とともに、お客さまの意識と行動は急速に変わっていきます。変わり続けるお客さまに向けて、常に「最高の価値」を提供し、「全体最適とお客さまの視点」からグループ拠点を整備するため、2005年10月に「顧客対応拠点戦略専門委員会」を設置しました。

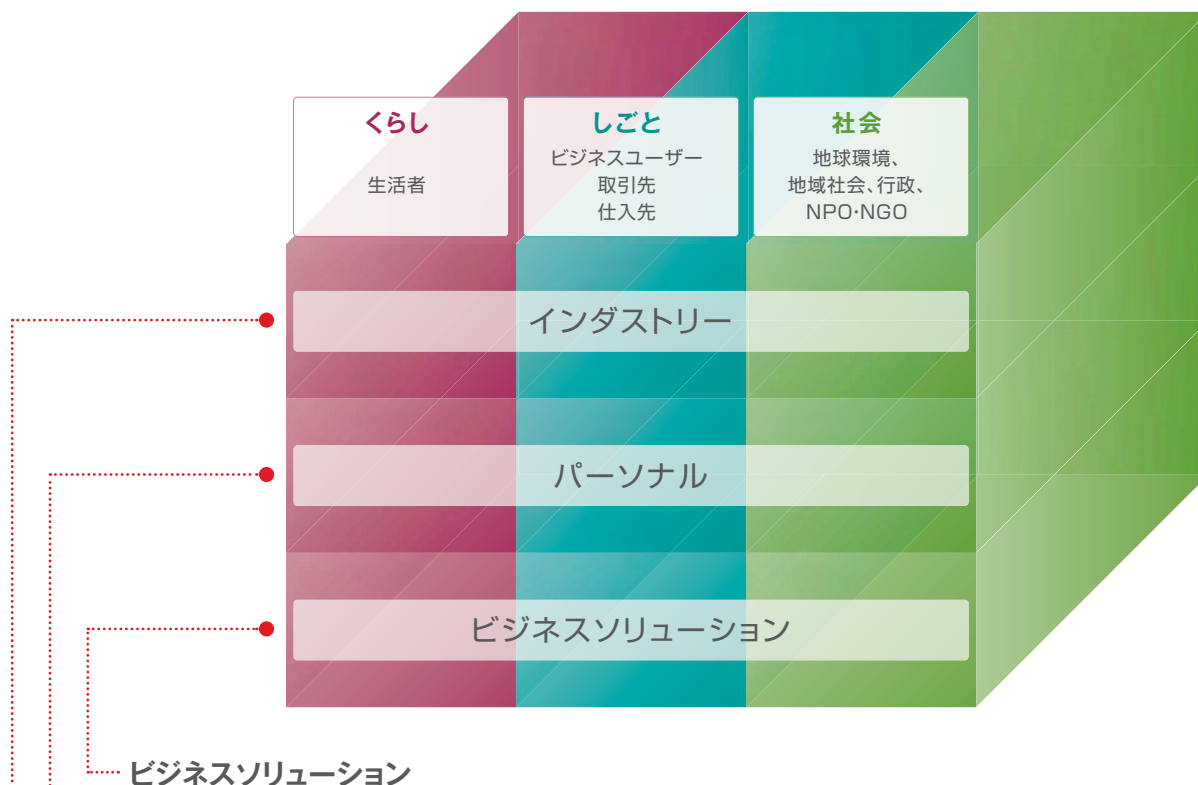
具体的な拠点戦略を各地域と連携しながら、お客さまをお迎えしても恥ずかしくない拠点づくり、さらにお客さまに最高の価値を提供できる環境づくりを進めます。

##### 顧客対応拠点戦略専門委員会

「経営革新委員会(P.10参照)の傘下で、キヤノンブランドの向上と、前線での顧客提供価値の最大化をめざし、キヤノンMJグループ全体最適の視点でマーケティング拠点のあるべき姿を描き、そのための戦略を立案し、実行するための組織横断的委員会活動を行っています。

## 私たちのビジネス領域

キヤノンMJグループのビジネスは、ビジネスソリューション、パーソナル、インダストリーの3つの事業領域からなります。



### ビジネスソリューション



製造・流通・金融など、さまざまな業種・業態のお客さまが、創造性を効果的に発揮できるビジネスソリューションを提供しています。導入後も安心してご利用いただくために、全国にサポート拠点を展開し、「しごと」全体を見つめたソリューションでお客さまのビジネスの成功をお手伝いします。

### パーソナル



光学機器や複写機、プリンターのコアテクノロジーをベースに、キヤノンの豊富な入出力機器が実現する、新しいライフスタイルの提案を行っています。また、QRセンター(P.21参照)やコールセンターなどの修理・相談窓口も充実させ、キヤノン製品に安心という価値を加え、デジタルフォトの進化がもたらす感動や便利をお客さまの「暮らし」の中へと広げていきます。

### インダストリー



最先端の技術で産業を支える半導体業界、フラットパネルで暮らしを豊かにする液晶業界。人々の健康を守る医療機関。正確な情報や映像を発信する放送業界。私たちが暮らす「社会」の基盤を支えているお客さまに、確かな技術と長年の経験を活かしたソリューションを提供しています。専門性の高いニーズにしっかりとお応えするために、最先端の研究・開発体制と、信頼性の高いサポート体制を整えています。

# 「暮らし」での価値提供

ふれあいと感動の機会を広げ、  
より豊かな、より楽しい「暮らし」をサポートします。

キヤノンギャラリーならびに  
キヤノンデジタルハウスの詳細情報は、こちらへどうぞ。

#### キヤノンギャラリーS

<http://cweb.canon.jp/s-tower/floor/1f/>

#### キヤノンギャラリー

<http://cweb.canon.jp/camera/gallery/index.html>

#### キヤノンプラザS

<http://cweb.canon.jp/s-tower/floor/2f/index.html>

#### キヤノンデジタルハウス

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

#### VOICE

デジタルハウスにいらしていただいたお客さまが何を望まれているのか、なるべく早く察知し、対応できるよう心がけています。ご自分にあう機種はどれなのか、分かりやすく伝え、納得して選択していただくために、誠意をもって対面します。



キヤノンデジタルハウス新宿  
平野 静香

## ギャラリーやショールームはどこにありますか？

### ●キヤノンギャラリーとキヤノンデジタルハウス

写真文化の発展と継承は、私たちにとって大切な役目の一つです。写真のすばらしさや楽しさを伝える展示スペースやショールームを各地に設け、写真文化の発信を続けています。

#### キヤノンギャラリーS(東京都港区・キヤノン S タワー1階)

日本の著名な写真作家の中から、その優れた作品を選び、キヤノンマーケティングジャパンの企画展として、約1か月単位で年間約10回開催しています。

また、写真文化に貢献する目的で、永年にわたって作家単位で写真作品を収集し、現在その規模は1,700点を超えています。この「キヤノンフォトコレクション」の当年度の購入作品も、毎年秋に、ここで公開します。



#### 銀座をはじめとする全国6ヵ所(銀座・札幌・仙台・名古屋・梅田・福岡)のキヤノンギャラリー

展示する作品は公募制で、プロ・アマを問わず優れた作品が選考の対象となります。また、写真の将来を予感させる新しい表現にも積極的に門戸を開放し、選考を行っています。



#### キヤノンオープンギャラリー(東京都港区・キヤノン S タワー2階)

キヤノンMJの多岐にわたる活動範囲の中で、さまざまなかわりのある活動とコラボレーションを図り、広い意味でのビジュアル表現の作品展を企画実施。カジュアルな雰囲気なかで、作品を楽しんでいただけます。



#### キヤノンプラザS、キヤノンデジタルハウス

「見る」だけではない「参加する」パーソナル製品のショールーム「キヤノンプラザS(品川)」と「キヤノンデジタルハウス(銀座・新宿・梅田)」を開設しています。

最新の製品を実際に手に取って、その楽しさ、使いやすさを体験する展示を行っています。「キヤノンデジタルハウス」では機種選びや簡単・便利な使い方をご紹介する約30種類の無料体験セミナーを日替わりで開催。女性やお子さま向けのイベントなどを実施しています。



## 商品を使いこなすためのサポートはありますか？

### ●EOS学園、キヤノンフォトサークル

EOS学園は、「写真を学ぶ」「写真を楽しむ」をコンセプトに、キヤノンの一眼レフカメラとプリンターを使い、写真の上手な撮り方からプリンターでの作品出力までを学べる教室です。講師陣はすべてプロ写真家で、現在、東京・大阪・名古屋の3校で年間4,600名の方が受講しています。

また、キヤノン製品のご愛用者が集う会員制の写真サークル「キヤノンフォトサークル」は、写真のすばらしさや喜びを分かち合う交流の場として、また新しい技術や知識を身につけるステップアップの場として、50年以上にわたって写真愛好家のフォトライフを豊かにするお手伝いをしてきました。現在、約14,000人の会員規模で月刊誌「キヤノンフォトサークル」、写真年鑑「キヤノンフォトアニュアル」を送付、また2006年4月には会員専用のホームページ「キヤノンフォトサークルウェブ・フォトセッション」を開設して、新しい写真の楽しみ方を伝えています。



### VOICE

カメラの基本的な使い方からデジタル処理まで、多くの方が写真の楽しさを学んでいます。私自身、カメラの営業を35年続けてきましたが、3年前に学園の運営に携わってから、初めてユーザーの皆さまに接してみて、あらためて写真の面白さに気づかされました。



EOS学園 東京校  
音部 正博

### ●「CANON IMAGE GATEWAY」の提供

「デジタルフォトをもっと楽しもう」をキーワードに、キヤノンの対象製品をご購入いただいたお客さまが無料で受けられる会員制サービス「CANON IMAGE GATEWAY」を使い、Webを通じて「活用提案コンテンツ」「デジタルフォトサービス」「サポート情報」の3つの機能を提供しています。

「活用提案コンテンツ」は、各製品の活用方法を機種に応じて分かりやすく紹介しています。「デジタルフォトサービス」は、オンラインアルバムやオリジナル写真集の製本や写真グッズのプリントサービス等の提供により、写真のデジタル化に伴う新しいサービスを提案。さらに、製品と連動するソフトウェアのバージョンアップ情報など、アナログ時代にはなかったニーズにお応えする「サポート情報」の提供により、ご購入後の快適なご使用をバックアップします。そのほかにも、「製品アンケート」の実施によって、お客さまのご意見を今後の製品にフィードバックする活動も実施しております。



### ✕ COLUMN

#### デジタルカメラ取扱説明書拡大コピー／製本サービス 【キヤノンマーケティングジャパン(株)】

デジタルカメラ(EOS、IXY DIGITAL、PowerShot)の取扱説明書(A6サイズ)について、かねてより、シルバー層のお客さま中心に「字が見にくい」「大型のマニュアルも用意してほしい」というご要望をいただいていた。2007年3月より、そのようなお客さまの声に応じて、B5サイズへの拡大コピーによる製本サービスを開始しました(有料)。全国のサービスセンター・お客様相談センターにて購入可能です。



# 「暮らし」での価値提供

**製造物責任法(通称:PL法)**  
 製品の欠陥により生命・身体または財産に損害を被った場合における製造者などの損害賠償の責任について定め、被害者の保護を図るための法律です。

**重要なお知らせ**  
 canon.jp トップページに設けられたスペースで、広く皆さまへのお知らせをするコーナーです。  
 お知らせする事柄がない場合も **重要なお知らせ** という表示が掲載されています。

**QRセンター**  
 東京(上野)、新宿、大阪、名古屋、福岡、仙台、横浜の7拠点で、カメラ、ビデオ、計算機、プリンター、スキャナ等の即時修理・預かり修理を実施しております。

## 品質維持のために気をつけていることは？

### ●品質の危機管理システム

キヤノンマーケティングジャングループでは、お客さまに安心して製品をお使いいただくために、製品の安全性はもとより、製品・サービスの品質の危機管理も重要であるととらえています。1995年7月の**製造物責任法(通称:PL法)**の施行に合わせて同年に「PL委員会」、2004年には「品質・PL委員会」を設置し、お客さまに提供する製品やサービスに、万一の事態が発生した際の適切・迅速に対処する体制をとっています。問題が発生した場合には、自社のWebサイトに「**重要なお知らせ**」として速やかに情報を開示。さらに、お客さまに重大な影響を及ぼすと判断した問題については、新聞各紙を通じて広く情報を開示するようルール化しています。

## 困ったときは、どうすれば良いでしょうか？

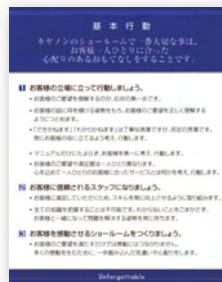
### ●修理サポートメニューとQRセンター

製品の品質管理には万全を期しておりますが、万一修理の必要が生じた場合やお困りの時のために、さまざまな修理受付や窓口を設けています。

個人でお使いのキヤノン関連商品については、お客さまの利便性、ロケーションを考慮し、『即時』、『宅配メンテナンス』、『持ち込み』、『出張』、『送付』の5種類の修理メニューを用意。即時修理は、全国7カ所に展開する「**QRセンター**」において、窓口で速やかに技術者が修理をし、その日のうちにお戻しするというサービスで、「QR」とは、「Quick Repair」、「Quick Response」の略です。また、修理窓口までお持ちいただけない場合は、指定日時にキヤノン指定業者がお客さま宅まで修理品の引取りに伺い、修理完了後に再びお客さま宅にお届けする宅配メンテナンスサービスがあり、多くのお客さまにご利用いただいています。



お客さま対応部員が常時携行している「ショールーム理念」カード



### VOICE

ここ新宿QRセンターには、一日あたり約350名のお客さまが訪れます。修理のためにわざわざ機器を抱えていらっしゃるお客さまの気持ちになって、対応するようにしています。お客さまのご不満の内容や修理情報は、センター内で共有し接客に活かすとともに、製造・開発部署へも伝えてより良い製品づくりに反映させています。

新宿QRセンター  
 松尾 敏瑞



## お客様の要望や意見をどう活かしますか？

### ●お客様のニーズの収集

キャノングループでは、お客様のニーズの実現に向けて、グループ一丸になって取り組んでいます。毎年、最需要期である11月から12月の各週末に、「モノづくり」を担当するキャノン(株)の開発担当者やマーケティング担当者が店頭に立ち、接客を通じてユーザーの声に耳を傾けています。私たちキャノンマーケティングジャパンの担当者は、店舗と連携し、この調査をバックアップします。

1997年から始まった市場調査は、2006年末で10年目を数えました。製造する者、販売する者が一体となって、より良い製品・サービスの提供に取り組んでいます。

### ●お客様相談センター

キャノン商品に関する疑問やトラブルに答える窓口として、お客様相談センターを設けています。お客様相談センターでは、相談内容に応じて即応できる体制を整えるとともに、お客さまとの窓口となるオペレーターの話方教育を強化し、丁寧で迅速な対応の向上をめざしています。

### ●お客様の声を反映するしくみ

お客様相談センターに届く一つひとつの貴重なご意見やご要望を集積して、お客さまの満足や不満がどのように形成されるのか分析・検証を実施しています。その結果をもとに、キャノングループ全体の問題として、即座に対応できること、関係部署との連携や調整が必要なこと、また製品機能や設計の検討などに分けて、より良い製品やサービス提供に役立てています。

また、オペレーターなどの意見も組み入れ、定期的に関係各部署と話し合い、解決改善を図っています。

## ✕ COLUMN

### 製品安全自主行動計画について

キャノングループでは、お客さまが安心して満足して、安全にお使いいただける高品質で優れた製品とサービスを提供することで、より豊かな社会作りに貢献するという理念のもと「製品安全に関する基本方針」を定め(2007年7月)、「内部統制システム構築の基本方針」への反映を行い、あわせて「製品安全自主行動計画」を順次整備しています。

### 健康づくりも支援しています 【キャノントレーディング(株)】

キャノントレーディングは、フィンランドのポラールエレクトロ社とスポーツ心拍計の国内独占販売契約を結び、記録をめざす多くのトップアスリートにご利用いただいています。最近では、この心拍計は、余計な脂肪燃焼のための効果的なウォーキングや有酸素運動で活用され、4,000万人といわれるメタボリックシンドロームを予防するなど、元気で明るい健康づくりを応援しています。

また、キャノントレーディングではこれまでに、日本ウォーキング協会をはじめ、日本サッカー協会、日本山岳会、日本自転車競技連盟といった、数多くのスポーツ団体のトレーナーや選手に、この心拍計を寄贈しスポーツの振興と健康づくりのお手伝いをしています。

### スポーツ心拍計

運動中の心拍数を把握し、理想的なペースでのトレーニングや運動中の自分のパフォーマンスを正確に知ることができます。また限られた時間内での運動の効果を最大限に高めることができます。

# 「しごと」での価値提供

お客さまが、何を考え望んでいるのか、日々考え、日々実現しています。

## VOICE

2006年、JDパワー社による「キヤノン保守サービス顧客満足度調査 直サービス部門」において、当社はNo.1の評価ポイントを獲得しました。「CS31」や「お客さま満足向上委員会」の活動を通して、お客さま満足向上のためにはどうすれば良いか全従業員が確認し、理解し実践した結果が評価につながったのではないかと考えています。これからも従業員が自ら考え、実践できる職場づくりを推進してまいります。



キヤノンビーエム神奈川(株)  
お客さま満足向上委員会のおもなメンバー(中央:田中社長)

## お客さまに価値を提供する上で、大切にしていることは何ですか？

### ●新しい時代のお客さまへの対応

私たちが取り扱う商品は、これまでビジネスや家庭向けといった商品のカテゴリーで区別してきましたが、その垣根が低くなりました。2005年11月、顧客対応構造改革専門委員会を設置し、1.お客さまの多様化に対応した、デジタル時代にふさわしいサービスの構造改革、2.お客さまと長期的な信頼関係を継続するために、キヤノンマーケティングジャパングループ全体としてのあるべき姿、また各社の役割を検討しています。

### ●お客さま満足向上委員会

キヤノンMJグループ各社・各部門において、お客さま満足向上のための活動を実施しています。キヤノンビーエム神奈川(株)では、2005年、お客さま満足の向上をテーマとする全従業員参加の「CS31」プロジェクトを開催しました。全従業員を5名ずつ31チームに分け、営業や管理、修理といった異なる部門の従業員編成で、さまざまな視点から意見を交換します。一つのテーマについて、一緒に考えることで、従業員相互の理解も深まりました。

2006年9月からは、部長以上(全14名)を構成メンバーとした「お客さま満足向上委員会」を、月に1回、開催。検討テーマは、「部門間連携」や「電話応対向上」などCS向上のための各論をはじめ、「CS(顧客満足)」と「ES(従業員満足)」の相互関係などで、ここで検討した内容は、議事録としてキヤノンビーエム神奈川のイントラネットに公開しています。

### ●マルチコンタクトビジネスモデルによる顧客満足度向上

2005年8月から、キヤノンMJでマルチコンタクトビジネスモデルによる営業活動を開始しました。この営業モデルは従来の訪問営業に加え、「カバレッジセールス」および「eセールス」と呼ばれる営業担当者が、e-mail・Web(情報提供サイト)・電話・郵送物などのさまざまなメディアを用いお客さまとの接点拡大や高度な情報提供を図ります。また、お客さまからのインバウンドに対しても、迅速なレスポンスで顧客満足度向上を実現するとともに、CRM(Customer Relationship Management)システムを導入し、お客さまの課題・要望を客観的に分析できるようになりました。さらにCRMシステムのコンタクト履歴や商談情報を共有することにより、分業での顧客対応が可能となり、専門性の高い「カバレッジセールス」「eセールス」「ソリューション営業支援担当」「現地セールス」それぞれとの協働で、ソリューション型の価値提供を実現しています。

### ●お客さまの効率的なPC購買をWebで

キヤノンMJは、PC関連製品のマルチベンダーとして主要メーカーの製品を幅広くお客さまにご提供しています。種類が多く変化のスピードが速い製品の情報を「FIRE BUYER NEWS WEB(以下、FBN)」という会員制Webサイトにて迅速にご提供、お客さまのPC購買プロセスの負荷軽減に役立っています。「最適な商品はどれ?」「値段は?」「仕様は?」「オススメ商品は?」など、購買に必要な各種情報を網羅したビジュアルで、探しやすい分かりやすいFBNは現在32,000名以上のお客さまにご利用いただいております。



## ●品質ホットライン

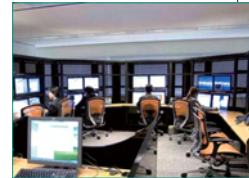
お客さまに提供する製品やサービスについて、従業員が重要と認識した情報を経営層や品質担当者に速やかに伝達し、キヤノン(株)と情報を共有しながら、正確な判断にもとづく確かな対応ができるよう、緊急連絡網(品質ホットライン)を運営しています。市場での製品品質状況に関しては、「サービス&サポート情報システム」を通してキヤノン製品の製造メーカーであるキヤノンと連携し、市場要望に対してお客さまへの迅速な対応を実施しています。

## ●インターネットデータセンターにおける品質保証活動

キヤノンネットワークコミュニケーションズ(株)のインターネットデータセンターでは、お客さまへ安全で高品質なネットワーク基盤を提供するため、次のようなサービスを提供しております。

- ①震度7クラス(第2センターでは震度6クラス)地震が起こっても耐えられる施設
- ②24時間365日の監視と対応オペレーション体制の構築・提供
- ③お客さまのシステム運用にかかわるコストを低減化するため各種ITアウトソーシングサービスを提供

また、情報セキュリティの維持・向上のため、情報セキュリティ基本方針をはじめとする指針・規定を制定し、役員および従業員教育の実施を通じてセキュリティ意識を向上させ、ISMS適合認証にむけ運用の取り組みを開始しました。



## 仕入先とルールを決めていますか？

## ●製品安全と環境のためのCSR調達方針

お客さまに提供する製品が、安全で安心して使っていただける製品であることは、最も重要な社会的責任です。そのため調達業務フローのなかに、商品企画部門および仕入先との情報交換のしくみを構築し、製品安全基準(電気用品安全法等)の確実な実施を確保しました。

また、環境負荷が少ない製品を優先購入する「キヤノングリーン調達基準書」の遵守を生産委託取引先との取引基本契約書に盛り込んでいます。一方、キヤノングループで展開している環境保証体制の考え方やしくみに関して、仕入先への説明会や個別指導を実施し、仕入先の環境マネジメントシステム構築に向けた支援や、本来は仕入先で調査・回答すべき製品に含まれる有害化学物質の分析を支援協力します。



## ●調達部門の従業員の倫理意識を徹底

キヤノンMJの調達本部の一員として心得るべき法規、倫理、ルールなどを**プロキュアメントガイド**として策定、社内イントラネットに掲載して、仕入先との関係や自分自身の行動に不正がないよう常時確認できるようにしています。

## ●下請法を遵守した調達業務

キヤノンMJが仕入先に委託する製造・加工やサービス・役務取引に関して、下請代金支払遅延等防止法で規制されている親会社としての禁止事項や義務事項を遵守し、調達業務を遂行しております。また社内やグループ会社の発注部門を集め**下請法連絡会**を開催し、調達業務における法律知識を共有しています。

## ソリューション品質への取り組み

お客さまに付加価値の高いソリューションを提供していくために、国際規格にもとづく品質マネジメントシステム「ISO9001:2000」の認証、ソフトウェア開発プロセスの能力を判定する「CMM(Capability Maturity Model)」の認定を取得。製品・サービスの品質向上を追求しています。

## ISO9001 認証取得グループ企業 (2007年7月1日現在)

キヤノンマーケティングジャパン(株)  
キヤノンシステムアンドサポート(株)  
キヤノンソフトウェア(株)  
キヤノンシステムソリューションズ(株)  
キヤノンネットワークコミュニケーションズ(株)  
(株)セント  
キヤノンスター(株)  
(株)アルゴ21

※キヤノンシステムソリューションズ(株)のみ全事業部取得、それ以外は部門取得となります。

## CMM/CMML 認証取得グループ企業 (2007年7月1日現在)

キヤノンソフトウェア(株) (CMMLレベル3)  
キヤノンシステムソリューションズ(株) (CMMLレベル3)  
(株)アルゴ21 (CMMLレベル2)

※各社とも部門取得となります。

## プロキュアメントガイド

調達の目的、調達担当部門の役割、調達基本方針、取引の原則、発注担当者の行動規範等を明確にした、調達活動の基本的考え方を示したガイドブック

## 下請法連絡会

業務ルールの確認、最新の調査・検査の実施状況等について、情報共有を目的に年1回実施しています。

## 「しごと」での価値提供

### カスタマーエンジニア

オフィス機器等が安定的に稼働するよう、管理・点検・修理などのメンテナンスを行うエンジニア

### C21

C21とは、「Canon to one」の略称で、キヤノンMJグループが一つにまとまり、お客さまへ最高の価値を提供する、という意味が込められています。

### どのようなサービス、サポート体制ですか？

#### ●迅速な全国対応のグループサービス網

お客さまに快適な使用環境を提供するため、全国約1,000拠点のサービス網で対応します（パートナーサービス拠点を含む）。

お客さまからサービスおよびサポートの要請があった時には、よりお客さまに近いところの拠点から、**カスタマーエンジニア**が後方支援のサービスオペレーションセンターと連携を取り合い、直接お客さまのオフィスに行ってより迅速で、全国均質なサービスを提供しています。営業・サービス・サポートが一体となって、サービス情報をデータ化し共有することで、最適な保守サービスを提供します。また、システム運用の提案、オフィス業務の効率化を支援させていただきます。

また、現在数十社のお客さまと24時間365日サービス対応の契約を結んでいます。導入された商品・サービスの万が一のトラブルの際やさまざまなニーズに、いつでも迅速に対応できる万全の体制を構築しています。

#### ●複合機オンラインサポートシステム「ネットアイ」

「ネットアイ」は、インターネットを利用して複合機やレーザープリンターの万が一のトラブルや消耗品であるトナーの残量を自動検知する遠隔システムで、お客さまの管理負荷を軽減し、いつも快適な使用環境を提供するものです。

定期的にかスタマーエンジニアが訪問して行うカウンタの検針作業もインターネットを通じて自動に検針し、確実にカウンタを確認します。カウンタ検針のために複合機が一時的に利用できなくなることもありません。また、機器の稼働の状況を常に収集しているので、カスタマーエンジニアがトラブル発生時の内容を確実に把握することができます。お客さまに対するスピーディーできめ細かなメンテナンスや的確なアドバイスを提供し、復旧作業にかかる時間も大幅に短縮します。お客さまの機器情報は暗号化通信で取得しますから、情報が外部に漏えいすることはありません。

#### ●キヤノンマーケティングジャパングループ統合情報システム「C21」

お客さまとの関係強化と連結経営の強化をテーマに、2003年5月よりグループ統合情報システム「C21」を稼働しています。お客さまに、適切なソリューション提案や、より良いサービスを提供するため、グループ全体のお客さま情報を一本化し、ご利用いただいている商品やシステムの稼働・保守履歴情報などを蓄積しています。

また、グループ間で商品・部品在庫などの共通化を図り、また、伝票処理を自動化することによりグループ全体の業務効率を上げています。

## ❖ COLUMN

### 各種スポーツイベントにカメラサービスデポを開催

フォトジャーナリストの円滑な取材活動を支援するために、2006年度は国内・海外26カ所のイベントでサービスデポを開催しました。海外では、冬季オリンピック（トリノ）をはじめ、ワールドカップサッカー・アジア大会へ、サポート要員を派遣。国内では、プロ野球キャンプを皮切りに、アルペンスキーワールドカップ・高校野球選手権・国民体育大会・F1日本グランプリ・ダンロップフェニックスオープンなど、数々のイベント会場でフォトジャーナリストの方々にサポートを提供しました。デポでは、撮影機材の点検や整備、機材の緊急貸出を実施し、取材活動を支援しています。また、現場でいただいたご意見やご要望は、今後の商品作りにもフィードバックしていきます。



### 「営業活動報告書」による顧客満足度の向上

年間を通じて取り組んできた、お客さまへの提案活動やサポート内容、提供ソリューションの利用状況などを「営業活動報告書」としてまとめ、年度末にお客さまに対し報告を行っています。その報告書に沿って、営業・サポート活動の内容から営業担当者やカスタマーエンジニアの質に至るまで、お客さまに項目ごとに評価していただき、お客さまの求める製品・サービス、またはキャンノンに対する要望を顕在化させています。どうすればお客さまの業務に役立つことができるか、満足いただけるソリューションを提供していけるかを検討し、お客さまとの関係強化と顧客満足度の向上を実現していきます。

### ビジネスパートナーの経営層・マネージャー層向け研修プログラム

ビジネスパートナーの後継者・経営幹部を対象とした経営戦略策定研修、マネージャー層を対象としたマネジメント能力向上研修を、キャンノンマーケティングジャパンが主催し提供しています。ビジネスパートナーの「経営力」と「組織力」のさらなる強化を通して、顧客価値の創造、地域社会の発展に貢献することをめざしています。



### ライブオフィス(オフィスツアーの実施)

当社のオフィス(本社、支店)を公開して、さまざまなオフィス提案を実施しています。自社の課題解決のために採用した商材や設備、ノウハウを、実際に運用している状態でお客さまにお見せするものです。たとえば、ICカードによる入室管理とデバイスへの個人認証による放置文書抑制、オフィスゴミの分別処理のマニュアル化による環境への配慮、職場での課題解決手法などを、当社オフィスの現場で分かりやすく解説します。お客さまの最寄りの支店でも同様に展開しており、当社ホームページで随時見学を受け付けております。これらライブオフィスの活動は、自社の職場環境の維持向上にもつながっています。



### キャンノンサロン

「キャンノンサロン」は、プロフォトグラファーのための交流スペースで、デジタルフォト表現における疑問や要望に応えるとともに、写真展およびデジタルフォト全般の活動を支援し、プロフォトグラファーとの信頼関係の維持強化を図ります。デジタルプリントのクオリティーを実感してもらうためにiPFやPIXUSでのテストプリント、また機材の試用貸出、新製品を中心としたプロフォトグラファー向け製品セミナーの月2回開催など、多くのプロフォトグラファーにキャンノンサロンを利用いただいています。

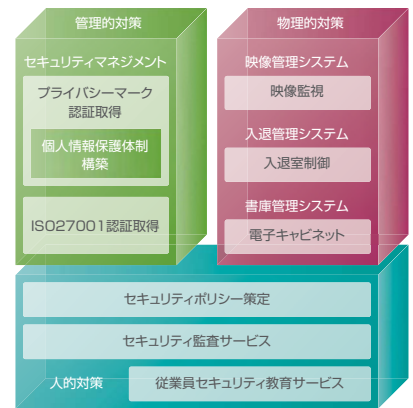


## 「しごと」での価値提供

### 企業情報を守るための提案をしてもらえますか？

#### ●企業の情報セキュリティ

オフィスにはさまざまな情報が存在します。IT社会における企業にとって、情報を保護することは、大きな課題となっています。キヤノンマーケティングジャパンでは、グループ内で実践してきた情報セキュリティマネジメントのノウハウを活かしたコンサルティングサービスから、メールやWeb、PC持ち出し対策などの電子情報に対する情報漏えい対策、MFPとの連携により実現する紙情報に対する情報漏えい対策、Webカメラを使った映像監視による物理セキュリティ対策など、企業のオフィスに最適なセキュリティ環境をトータルで提案しています。



### 産業機器は、どのようなところで活躍しているのでしょうか？

#### ●医療の地域格差是正に貢献するCXDI

病院ベッド数の削減によって、慢性期医療患者の自宅での診療が増加しています。しかし、とくに寝たきり老人においては、往診では大きな医療機材の持ち運びが容易ではないことから、限られた医療行為しか受けることができないとされています。また長崎県など離島の多い地域においては、さらに特別な検査のために病院へ搬送することも難しいのが現状です。こうした地域や医療の格差を埋めるべく、キヤノンMJでは機動力のあるX線検査システムである「キャリングシステム for CXDI-50G」によるソリューションを(財)長崎県健康事業団と共同で考案し、導入していただきました。今後の有効なX線検査が期待されています。



これからも、だれもが安心して暮らしていくことのできる医療環境づくりへ貢献します。

### 知的財産の保護や模倣品への対処は、どうなっていますか？

#### ●知的財産権の取得および模倣品撲滅への取り組み

キヤノングループにおいては、「知的財産活動は、事業展開を支援する重要な活動である」と、グループ方針に定めています。ハード販売からソリューションへとビジネスモデルが変容するなか、他社との差異化を図るために、特許権等の知的財産権の取得に努めています。同時に、他社の権利を尊重するための、第三者権利の調査を実施しています。一方で、キヤノンロゴを付した模倣品が日本国内に出回っていることが確認されており、品質問題などによりキヤノンブランドの信用の低下にもつながりかねません。そのためキヤノンMJにおいては、キヤノン(株)と共同で模倣品の撲滅に向けて、種々の対策に取り組んでいます。

**慢性期医療患者**  
病状は安定し、疾病と障がい  
を抱えている患者

「キヤノン」ブランドの価値向上に向けて

## ブランド・コミュニケーション



### ●ブランドマネジメント活動

キヤノングループでは、キヤノンとキヤノンマーケティングジャパン両ブランドの価値向上と推進に向けた活動を連携して行っています。

ブランドマネジメント活動は、大きく3つありますが、その第1は、キヤノンブランドの根幹をなすロゴ、社名、各種商品名などの管理を行う標章管理活動です。その対象は、製品、カタログ、CIアプリケーションなど各種コミュニケーション活動で使用するロゴなど、多方面に及んでいます。

第2に、社内・グループ関係者にブランドの大切さを常に意識してもらうことを目的に、ブランドキーパーソンへの各種セミナー、企業イメージ調査に代表されるキヤノンブランドの分析やトピックスのフィードバックも行っています。第3に、社内外とのブランドコミュニケーション活動です。セミナー開催や営業支援を通じて、社内外の関係者とキヤノン、キヤノンMJの両ブランドの向上に向けた活動を行っています。

また、ブランド戦略上重要案件の審議・決定を行う最高機関として、ブランド管理委員会を設け、社長が委員長を兼務しています。通常の商品やサービスにつけられる名称については、名称審議会にて名称案の審議から承認まで行い、商品名称委員会にて最終決定を行います。しかし、グループ会社や各カンパニーにおいて横断的に適用される名称、また名称審議会または商品名称委員会にて戦略上重要な案件と判断した場合、ブランド管理委員会を開催し、審議・最終決定を行います。

### ●ネットブランド「canon.jp」

インターネットの普及により、企業のWebサイトはお客さまへの窓口として、大きな役割を担うようになりました。2001年12月、キヤノンとキヤノンMJ、それぞれ両社のWebサイトを統合して、ネットブランド「canon.jp」をスタート。「キヤノン」というブランドイメージの定着を図るとともに、製品情報やアフターサービスなどのコンテンツやデザインを再構築し、スピーディーな企業情報の発信とお客さまにとって使い勝手のよいWebサイトを実現しました。また、他の企業に先駆けて、短く覚えやすいドメイン「canon.jp」を採用し、テレビコマーシャルにおいても、必ず最後に「canon.jp」とサイト告知するなど、キヤノングループとして統一のブランドイメージ展開に取り組んでいます。

「canon.jp」では、すべてのお客さまの利便性を考え、視力障がいを持つ方々へは音声ブラウザでサイトを判読しやすいように工夫をするとともに、文字拡大と音声読み上げのしくみも取り入れています。また「canon.jp」に届いたお客さまの声に対して、社内関連部門（OSマネジメントセンター、総務、人事、広報、宣伝等）と連携し双方向コミュニケーション体制を確立、迅速な返信と対応を心がけています。



### VOICE

セールスやSEなどの職務経験を通してさまざまなお客さまとの接点がありましたので、サイトを訪問してくださるすべてのオーディエンスを意識する上で、その経験が役立っています。

専任組織であるという当センターの特性を活かし、お客さまからのさらなる利便性提供や情報開示の要求に応えるとともに「キヤノン」ワンブランドの価値向上を実現できるようキヤノン独自のウェブマネジメントを推進してきました。さらにウェブマスター宛に届くお客さまからのメールにも耳を傾け、スピーディーかつ丁寧に対応させていただくように心がけています。



ウェブマネジメントセンター 所長  
増井達巳

# 「社会」での価値提供

地域や社会と支えあう気持ちを大切に、  
できるかぎりの社会貢献活動を実行していきます。

## ベルマーク運動

社会貢献をめざす参加企業と、ベルマークを集めるPTAを中心とした国民の参加で生み出された資金を元に行われる教育支援活動で、へき地教育への支援や、大規模自然災害被災地児童、途上国教育環境向上等への支援を目的とした活動

## 国際協力機構 (JICA)

独立行政法人国際協力機構 (JICA) は政府開発援助 (ODA: Official Development Assistance) における技術協力と無償資金協力の一部の事業を実施しています。

## 製品・サービスにまつわる社会貢献はありますか？

### ●カートリッジ回収によるベルマーク運動への協賛

キヤノンおよびキヤノンマーケティングジャパンは、社会貢献活動と環境保全活動の両立を目的として、2005年4月よりベルマーク運動の協賛を開始しました。

一般的なベルマーク協賛方法とは違い、使用済みのインクカートリッジ・トナーカートリッジの回収を併せて行い、それによりポイントを進呈します。参加校はすでに7,000校を超え(2007年3月末現在)、順調に活動の輪が広がっています。

また、2006年の「ベルマーク教育助成財団寄付行為」改定により、大学や公民館などもベルマーク運動へ参加することが可能となり、ますます助け合いの場が増えました。子供たちの笑顔のためにキヤノンMJは積極的に活動を進めていきます。

### ●災害時のサービス対応

火災・天災・地変などの災害によって被災地に災害救助法が適用された場合、または適用される規模と判断された場合は、早期に災害対応支援の可否を判定します。支援が必要と判断した時には、キヤノン商品が被害にあわれたお客さまに対して、その商品の機能の修理、復旧作業に必要な物的・人的支援を速やかに行っています。

支援内容は、災害の規模、災害発生の地域事情などにより異なりますが、その一つとして、修理料金の災害特別価格(半額)での提供を、当社ホームページの「重要なお知らせ」でご案内します。

### ●災害救助におけるCXDIの貢献

2003年、世界で初めて、可搬性に優れたハンディタイプのレントゲン撮影装置「CXDI-50G」を発売し、その特長からさまざまな利用用途の広がりが期待されています。

2005年、パキスタンにて地震災害が発生し、国際協力機構 (JICA) メンバーで構成された国際緊急援助隊医療チームが派遣された際には、屋外使用可能で機動力のある「キャリングシステム for CXDI-50」が活躍しました。また翌年の2006年、インドネシア・ジャワ島中部沖地震発生時にもCXDI-50Gが持ち込まれ、その場で臨床画像が確認できる利点を活かして、合計181名の検査を行い、迅速かつ確かな治療を施すことができたとの報告がされています。

災害医療における必要性が認知されつつあり、国内における災害拠点病院や災害医療派遣チームへの配備の検討も始まっています。



## ■ 地元に密着した活動は行っていますか？

### ● 幕張事業所の社会貢献活動

キャノンMJ幕張事業所では、千葉県教育委員会主催の職場体験、「ゆめ・仕事ぴったり体験(小学生)」、「キャリア教育先端技術体験プログラム(中学生および高校生)」に協力しています。これは、子供たちの適正な勤労観・職業観を育てることやキャノンの技術に触れることにより科学技術への興味や関心を持ってもらい、将来を支える人材育成につなげる目的で開かれています。

また、地域の美しい環境を守り、快適なまちづくりを進めるため、「ポイ捨て防止街頭キャンペーン」、「幕張新都心クリーンの日のイベントー斉清掃」、「街なかオープンガーデン作戦」などに参加し、近隣地域ぐるみの環境美化活動にも積極的に取り組んでいます。



**街なかオープンガーデン作戦**  
幕張新都心まちづくり協議会の会員活動としてプランターに花苗を移植し、施肥、水遣り等の管理を実施しています。

## ✕ COLUMN

### 団体献血の実施 【キャノンピーエム東京(株)】

キャノンピーエム東京では、自社で取り組むことのできる社会貢献活動として、団体献血を実施しました。2007年2月、本社ビルの前に献血車を止め、ビルの他のテナント企業にも声をかけたところ、たくさんの参加者にご協力いただくことができました。

今後も団体献血を定期的に行いながら、社会貢献活動の推進に取り組んでまいります。

### 地域社会活動への参加 【キャノンビジネスサポート(株)】

キャノンビジネスサポートは、「まちかどクリーンデー」の参加事業所として毎月10日の9時～9時30分、自社所有物件であるNTCビル(東京都中央区)周辺で、清掃活動を実施しています。

「まちかどクリーンデー」とは、2006年7月から中央区役所が開始した環境保全活動で、中央区地域クリーン推進実践団体、町会・自治会ほか関係団体、商店街、事業所、行政などが参加しています。

また2003年より、温暖化防止のため環境省の呼びかけで毎年実施されている「CO<sub>2</sub>削減/ライトダウンキャンペーン」に参加しています。

### キャノン環境ボランティアの会

地球環境の保護・保全活動を通じ、持続可能な社会の構築に向け貢献を行うことを目的に、「キャノン環境ボランティアの会」が2004年から活動し、2007年4月から法人会員として参加しています。

2007年4月15日には、「日本山岳会 高尾の森づくりの会」第7回高尾の森作り植樹祭に総勢300名以上が参加する中、「キャノン環境ボランティアの会」の15名も加わり、多様で豊かな森づくりに向けた活動を行いました。



## 「社会」での価値提供

### 写真や映像文化への支援、子供たちの夢をサポートする活動には、どのようなことがありますか？

#### ●世界報道写真展協賛

「世界報道写真展」は世界報道写真財団(オランダ)が主催する、報道写真家を対象にした「世界報道写真コンテスト」入賞作品の写真展です。200点以上を集めたこの展示会は、世界45カ国以上を巡回します。キヤノングループでは、写真ジャーナリズムを支援するために、日本国内で開催される巡回展を支援しています。



2007年世界報道写真展大賞受賞作品  
スベンサー・ブラット氏(アメリカ)

#### ●キヤノンフォトコレクション

キヤノンフォトコレクションとは、国内の有名写真家の著名な作品を後世に残し、その歴史を記録するとともに広く写真文化発展への利用を目的として、毎年新規に50点~100点ずつ購入収集し、所蔵されているものです。1990年代より写真家との交流の中で購入が始まり、現在では所蔵総数1,766点にもなりました。代表的な写真家に、木村伊兵衛・植田正治・林忠彦・秋山庄太郎・岩宮武二・石元泰博・菌部澄・前田真三・田中光常・長野重一・田沼武能・白旗史朗・藤井秀樹・立木義浩・浅井慎平・久保田博二・篠山紀信・齋藤康一・竹内敏信など多数がいます。

これらの貴重なコレクションを広く一般に伝えるために、キヤノンギャラリーSでの展示をはじめ、外部の写真関係のイベントへも積極的に貸出を行い、2006年には倉敷市とのタイアップで、倉敷チボリ公園にて展示公開しました。

#### 活動内容

活動名	スポーツ			
	関東車いすテニス大会	カモンキッズテニス	ピンクリボンテニス大会	ニュージェネレーションテニス・ジュニアスカウトキャラバン
活動概要	1988年より開催されている「車いすテニス」による関東地区テニス大会。障がいを持つ人たちの体力向上・社会参加への積極性を養い、一般プレーヤーや地域の方との交流を深め「相互理解のある社会づくり」をめざす。	1998年より伊達公さんが主催する3歳~6歳を対象にした子供テニス教室。テニスを通して子供たちにスポーツのすばらしさを伝えることを目的にはじめたこのイベントは、2006年で延べ15,000人の子供たちが参加した。	世界的に活動が広がっている「ピンクリボン活動」(乳がん早期発見、早期診断の重要性を訴え、乳がん撲滅運動を啓発する)をテニス大会を通じて展開している。	小学生を対象に、世界で活躍する次世代のテニスプレーヤーを発掘するための全国規模でのテニス大会の実施、育成プロジェクト。子供たちが心身共に健全に成長することを目的としている。

#### ✕ COLUMN

##### 盲導犬募金について [(株)セント]

セントは、財団法人日本盲導犬協会が行っている盲導犬育成の趣旨に賛同し、事務用品などを販売する店頭カウンター(上杉店・電力店・SS30店)に盲導犬募金箱を設置、来店されたお客さまより募金活動を行っています。2000年11月30日を第1回として、2006年までの7回にわたり活動をしています。目の不自由な方々にとって盲導犬はパートナーであり、積極的な社会参加の一助となるために、今後もお客さまのみならず従業員も積極的にかかわって募金活動を行ってまいります。



●ウィーン少年合唱団 日本公演特別協賛

「天使の歌声」ともいわれる澄んだ美しい声で世界中で愛されているウィーン少年合唱団。その日本公演を、2005年より特別協賛。



50数年前の初来日以来、国内に数多くのファンを獲得してきた合唱団の演奏活動を支援し、国際文化交流に貢献しています。

●写真甲子園への協賛

高校生における写真文化高揚のため「写真甲子園(全国高等学校写真選手権大会)」に協賛しています。この大会は北海道東川町が主催するイベントで、1994年より毎年開催され、2006年で13回目を迎えました。全国の応募高校から選抜された14校で、主催元の東川町を中心に美瑛町・上富良野町一帯を大会会場とした実撮影によって優勝が競われるものです。キャノンマーケティングジャパンは、本戦出場校すべてにデジタル一眼レフカメラEOSデジタル・EFレンズ・PIXUSを貸し出しています。高校生らしい創造性や感受性の育成と写真技術の向上に寄与し、また地域活性化にも貢献しています。



北海道東川町

1985年、東川町は豊かな文化田園都市づくりをめざして、「写真の町宣言」を行いました。大雪山国立公園の美しい自然や出会いを写真に記録する活動を通して、独自の文化や新しい伝統を育て、心豊かな暮らしを育んでいこうというものです。町の美を永遠にとどめるための活動は、今もさらに展開し続けています。

<http://town.higashikawa.hokkaido.jp/phototown/index.htm>

芸術(写真・デジタルアート・映画・ほか)

学生CGコンテスト	「netarts.org 2006」展	TAMA CINEMA FORUM 映画祭	メセナ助成 プロジェクト
文化庁メディア芸術祭の協賛事業としてCG-ARTS協会が主催しているコンテスト。未来を担う若い才能の発掘と作品発表の場の提供を目的として、静止画・動画・インタラクティブの3部門で構成されている。	1995年に立ち上げたインターネット上の美術館。年末には公募によるコンテストも行っている。	1991年に始まり、日本映画の活性化と21世紀の街づくり(コミュニティづくり)を目的とした地域密着型の映画祭。2006年には観客動員数22,000人以上を超える大規模な映画祭となった。	アートフィルムや日本映画界の発展をめざす若い世代をバックアップ(メセナ協議会認定映画「マリオネット」への協力など)。

✕ COLUMN

アイメイト協会への支援 【キャノンスター(株)】

キャノンスターは、白内障治療用眼内レンズの製造・販売・輸入事業を業務としており、「見える喜び」を通じた社会貢献を企業理念に掲げています。1999年以來4回にわたって、眼科の先生方からご提供いただいた講演VTRを元に、チャリティVTRを編集・販売し、その売上金を寄付するなど、アイメイト協会への支援を行っています。眼科医療に携わる一員として、今後とも微力ながら社会貢献を続けていきます。



アイメイト協会

盲導犬の育成と歩行指導を通して、視覚障がい者の自立を支援する協会。

## 地球環境とともに

「共生」の実現のため、  
事業活動全体で環境保全に挑戦します。

### ライフサイクル

製品企画-開発-製造-販売-回収-リサイクルという製品にまつわる事業活動全体をさします。キャノンでは、製品企画・設計段階から調達や物流も含めリサイクルにいたるまで、環境保全を考慮した活動を行っています。

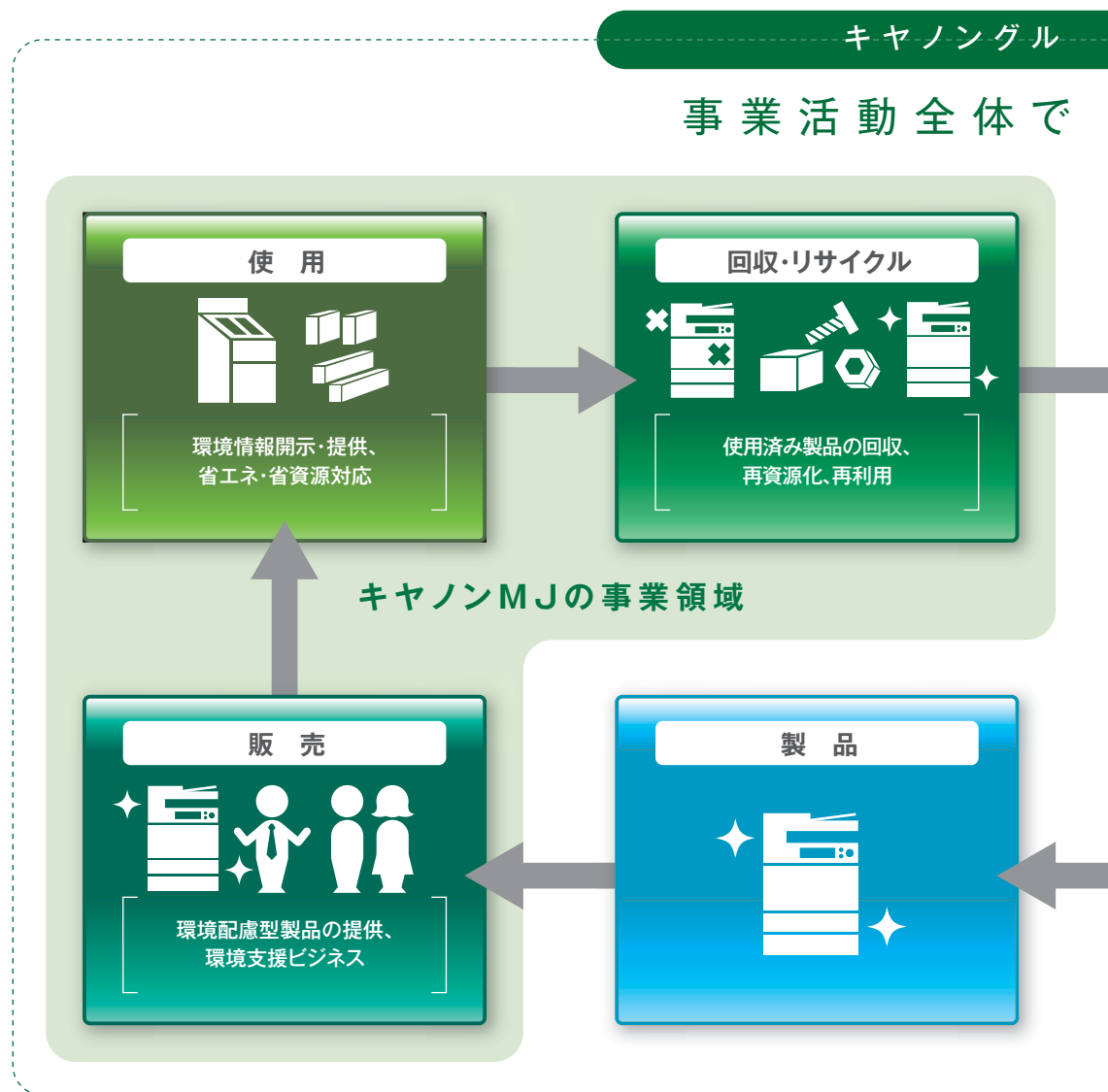
### 環境への負荷を軽減するために、どのような役割を担っていますか？

キャノングループは「製品企画-開発-製造-販売-回収-リサイクル」という製品のライフサイクル全体での環境負荷軽減に取り組んでいます。

このライフサイクルのうち、キャノンマーケティングジャパングループは、特に「販売」・「回収」・「リサイクル」の部分を担当し、お客さまとの接点に立つという大切な役割を担っています。

まず「販売」においては、次の2つを重要な活動として推進しています。1つめは環境配慮型製品のお客さまへの提供です。設計段階から資材調達・生産まで一貫して「省エネルギー・省資源・有害物質廃除」に配慮された製品の提供を通じて環境負荷軽減に努めています。

製品ライフサイクル フロー図



2つめはお客さまに対する環境支援(コンサルティング等)です。「使用」段階では、製品に関する環境情報開示です。有害物質や**環境ラベル**取得情報など製品環境情報を、ホームページなどで積極的に開示しています。

さらに「回収」・「リサイクル」においては、従来から実施しているトナーカートリッジやインクカートリッジ回収・リサイクルプログラムの一層の拡充を進めています。さらに複写機など製品本体の回収と**3R(リデュース・リユース・リサイクル)**を推進し、回収された製品の再資源化に大きく貢献しています。

#### 環境ラベル

環境ラベルとは、製品を提供する企業がその製品の環境的な側面を開示することで、消費者が製品を選択する際に、製品の環境配慮を知るための情報開示制度です。

#### <環境ラベル対応製品情報>

グリーン購入法  
<http://cweb.canon.jp/ecology/tekigou.html>  
 エコマーク認定取得商品  
<http://cweb.canon.jp/ecology/product2.html>

#### 3R(リデュース・リユース・リサイクル)

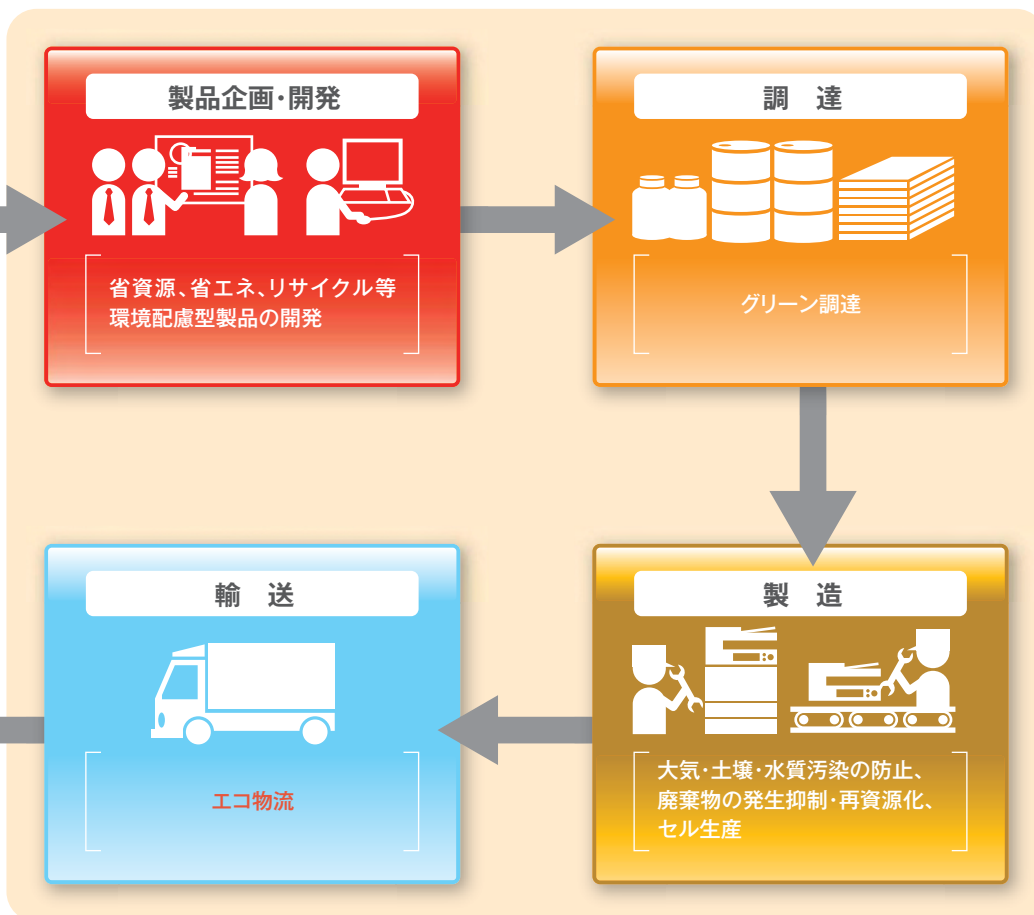
リデュース(Reduce=発生抑制)、リユース(Reuse=再使用)、リサイクル(Recycle=再資源化)の頭文字から、省資源対策を表わします。リサイクルは、マテリアルリサイクル(原材料として利用)、ケミカルリサイクル(化学処理により、他の物質に転換し利用)、サーマルリサイクル(焼却熱の利用)に分けられます。リユースには、部品のリユースのほかに、製品のリユースであるリマニュファクチャリングがあります。

#### エコ物流

輸送の効率化によるCO<sub>2</sub>排出量の削減や、環境負荷の低い製品梱包材の導入など、物流過程における環境負荷の低減を進めています。キヤノンは、「物流過程で発生するCO<sub>2</sub>を2006年までに売上高原単位:2000年比20%削減」という目標を2002年に掲げました。その達成に向け、同年「ロジスティクス環境対応ワーキンググループ」を設置。国内では「部品調達物流」「生産拠点物流」「製品幹線物流」「製品顧客販売物流」「包装材」という5つの分科会を設けて、モーダルシフトや積載効率の向上などを継続的に推進しています。

## グループの事業活動

### 環境負荷を考える



## 地球環境とともに

### 製品アセスメント

製品の開発段階で、その製品の環境負荷をあらかじめ評価し、軽減措置を製品に施す活動です。

### RoHS指令

"Restriction of the use of certain Hazardous Substances in electrical and electronic equipment" の略。

2006年7月1日以降にEU域内に上市される電気・電子製品を対象に、鉛、水銀、カドミウム、六価クロム、PBB（ポリ臭化ビフェニル）、PBDE（ポリ臭化ジフェニルエーテル）の6物質群の使用を制限する、欧州連合（EU）が実施する有害物質規制です。

### ECF漂白方式

ECF（無塩素漂白）は、原料となるパルプの漂白工程で塩素ガスを使用しないことで、環境負荷物質の放出を抑制する効果があります。

### 環境配慮された用紙の提供

<http://cweb.canon.jp/ecology/recycle3.html>

### エコマーク

財団法人日本環境協会エコマーク事務局が認定するエコマークは、「生産」から「廃棄」にわたるライフサイクル全体を通して環境への負荷が少なく、環境保全に役立つと認められた商品につけられています。

### 環境配慮製品

<http://cweb.canon.jp/ecology/product.html>

## 「環境配慮」って、何ですか？

### ●製品有害物質廃絶活動と製品アセスメントの実施

製品

地球環境への負荷を軽減するために、**製品アセスメント**を実施・運用して、使用する原材料・部品から有害な化学物質を廃絶するよう努めています。さらに省エネルギー・省資源を配慮した製品づくりも併せて行い、お客さまが安全に安心して使っていただける製品の提供に取り組んでいます。

### ●環境に配慮した製品を生み出すしくみ

製品

キヤノングループでは、「省エネルギー」「省資源」「有害物質廃除」の各項目にわたって目標を設定し、この達成に向けて取り組むことにより、環境に配慮した製品をお客さまに提供し続けるしくみを確立しています。

たとえば製品の稼働時・待機時の消費電力削減や小型・軽量化を実現する技術の蓄積は、「省エネルギー」「省資源」に生かされています。また**RoHS指令**への対応も完了し、「有害物質廃除」に大きな成果を上げています。

### ●環境配慮された用紙の提供

製品

キヤノンマーケティングジャパングループでは、原材料となる森林資源の合法性を確保する森林認証紙を販売しているほか、すべてのPPC用紙は製造工程において塩素を使用しない**ECF漂白方式**を採用し、環境負荷の低減を図っています。

また、回収古紙を使用した再生紙についても継続して販売し、循環型社会への転換にも取り組んでいます。

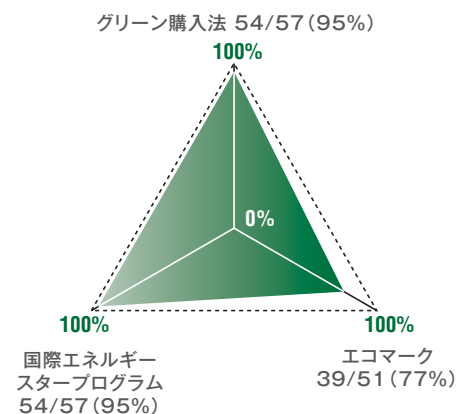
### ●環境ラベル対応と製品環境情報開示への取り組み

製品

複写機・複合機・プリンター・デジタルカメラなどの製品において、環境規格の適合を推進しています。製品の有害物質廃絶「RoHS指令」対応をはじめ、公的機関に環境負荷の少ない製品の購入を求めた「グリーン購入法」、機器の消費電力削減を目的とした「国際エネルギースタープログラム」、またライフサイクルにおける環境負荷軽減を目的とした「エコマーク」など、さまざまな環境ラベルに対応しています。

さらにお客さまに環境負荷の少ない製品、安心してお使いいただける製品を選択いただくために、製品の環境配慮情報開示に対しても積極的です。サステナビリティ報告書やこのCSR報告書などを通じて、キヤノングループの持続可能な社会実現に向けた貢献活動の全体像をご理解いただけるよう努めています。

2006年度環境配慮製品の規格適合率



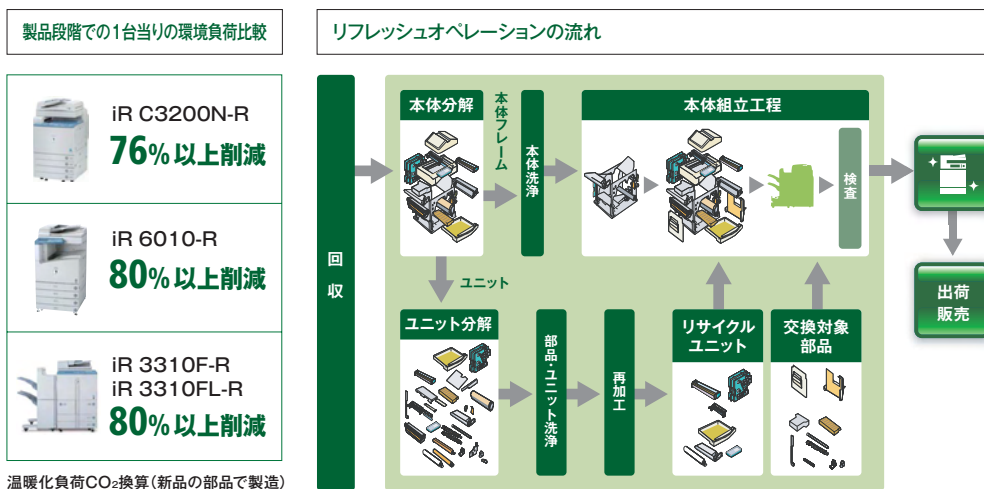


## ●環境配慮型デジタル複合機 (Refreshedシリーズ) REFRESHED

製品

使用済みのデジタル複合機を再製造した「Refreshed」シリーズを2005年8月から順次販売しています。これらの製品は、独自のプラスト洗浄技術（粒子を噴射して表面の汚れを削り落とす）を確立したことにより、外装部品も再利用することが可能になるなど、新品同等の性能と信頼性を確保しながら、重量比で最大89%の部品再利用率を達成。また、製造段階までに発生する環境負荷を、リユースあるいはリサイクル部品をまったく使用しない新品に比べて大幅に削減しています。

環境配慮型デジタル複合機 (Refreshedシリーズ)  
<http://cweb.canon.jp/imagerunner/refreshed/index.html>

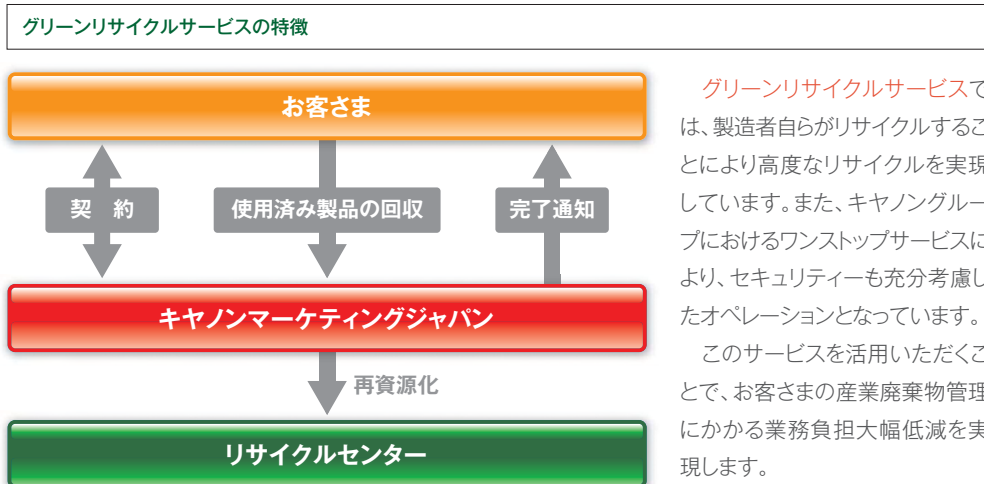


## ●使用済み製品(産業廃棄物)の回収サービス

販売

限られた資源や豊かな自然環境を次世代に引き継ぐために、使用済みの複写機など事業系の事務機器・医療機器製品を回収・リサイクルする事業(グリーンリサイクルサービス)を推進しています。環境省から「**広域認定制度**」の認定を取得し、広域的に産業廃棄物の収集運搬を行う許可を得ました(広域認定制度に関してはP.40参照)。

**広域認定制度**  
使用済み製品を製造会社等が回収・リサイクルを広域的に行うことにより、廃棄物の減量や適正な処理が確保されることを目的として、環境省がその事業を認定する制度です。



**グリーンリサイクルサービス (使用済み製品の回収サービス)**  
<http://cweb.canon.jp/ecology/recycle7.html>

## 地球環境とともに

### VOICE

このプロジェクトを立ち上げるにあたり、キヤノンの製造現場や環境保全部門、社外のコンサルタント会社などを1年半にわたって見てまわりました。そこで学んだ環境管理や製造へかける思いを実感した経験を活かして、お客様の現場に眠っている改善案を引き出すお手伝いをしたいと考えています。



MFCGコンサルティンググループ 主任  
半田 弘和

### 環境ソリューション

<http://canon.jp/ecology/solution/index.html>

### マテリアルフローコスト会計

「マテリアルフローコスト会計」とは、環境先進国ドイツで生まれた管理会計法の一つで、生産工程で生じるロスについても、その物量・原価データなどを算出・管理するというものです。最終的に商品として出荷される「正の製品」に対し、その生産工程で生じる廃棄物、それに関連する加工費、廃棄物処理費用などを「負の製品」と位置づけ、その発生状況を分析し、コストを把握・削減することで、環境負荷の低減とコストダウンを同時に追求できるといった特徴をもっています。

### JGPSSI

グリーン調達調査共通化協議会(2001年1月発足)。グリーン調達調査共通化協議会ではグリーン調達に関して、調査する対象物質リスト及び調査回答フォーマットを共通化し、調査・回答効率の向上を図っています。

## 環境に関するノウハウを、社会に広げていますか？

### ●環境経営ノウハウを活かした環境ソリューション

販売

長年にわたり培ってきた環境に関する技術やノウハウをお客さまに提供する「キヤノン環境ソリューション」を展開し、地球環境へ配慮した取り組みを提案しています。

環境マネジメントシステム運用支援などのコンサルティングを行う「環境経営コンサルティング」をはじめ、ITの活用によって環境関連業務の効率化を図る「環境経営ITサービス」を提供することで、お客さまの環境経営の推進を支援しています。

### ●マテリアルフローコスト会計の導入支援

販売

2002年以降、キヤノングループでは国内外の主要生産拠点にマテリアルフローコスト会計を逐次導入し、原材料削減・廃棄物削減などによる環境負荷低減およびコストダウンを実現してきました。

キヤノンマーケティングジャパンでは、これらグループの実績・ノウハウを活用し、製造業のお客さまに向けてマテリアルフローコスト会計の導入支援などのコンサルティングサービスを2006年から開始しました。さらに、2007年8月国内初となるマテリアルフローコスト分析支援システム「Ecovation MFCG」を発売しました。

この新システムによって、資源量・コストといった各種データの一元管理や迅速な報告書作成が可能になるなど、従来、表計算ソフトなどを用いて行われていたマテリアルフローコスト会計の運用が、飛躍的に効率化されます。

### ●CSR・環境報告書作成支援サービス

販売

コーポレートコミュニケーションの実績とノウハウを活用して、2005年から企業のお客さまに向けて環境報告書・CSR報告書の作成支援サービスを行っています。

実際のコンサルティングにおいては、報告書作成の支援にとどまらず、お客さまが直面するさまざまな課題解決へのアドバイスを行うなど、製造業の環境経営の推進に積極的に寄与しています。

### ●グリーン調達調査支援システム

販売

2004年からグリーン調達業務の効率化や、製品・部品に含まれる化学物質のデータ管理を支援する「グリーン調達調査支援システム」を提供してきました。

2006年には、業界標準の「JGPSSI(グリーン調達調査共通化協議会) Ver.3」に対応した最新バージョンをリリースし、主に電気・電子部品分野のお客さまに販売しました。

また、これまでの販売・サポート活動で蓄積した情報・ノウハウを活かして、「製品含有化学物質管理システム導入サービス」など、コンサルティングメニューを拡充しました。

## ●ビジネスパートナーへのEMS構築支援

販売

環境保護対策の一つとして官公庁においては、物品購入の入札業者選定条件に「環境認証取得」を取り入れる動きが全国的に進んでいます。

カスタマーリレーション本部では、『環境保護への貢献』、『ビジネスパートナーの強化』、『ベテラン従業員の活人化』を目的として、「ISO14001審査員」を養成し、ビジネスパートナー向けに「ISO14001認証取得コンサルティングサービス」を始めました。

サポートしたビジネスパートナーからは、「全社一丸になって認証取得をめざしたことで社員が結束し、企業の継続的レベルアップという目に見えない大きな財産を手にした」といった感想をいただきました。ビジネスだけでなく、環境保護の面でも良きパートナーとして、持続可能な社会実現に向けて、ともに貢献してまいります。

## ●製品の省エネ・省資源技術

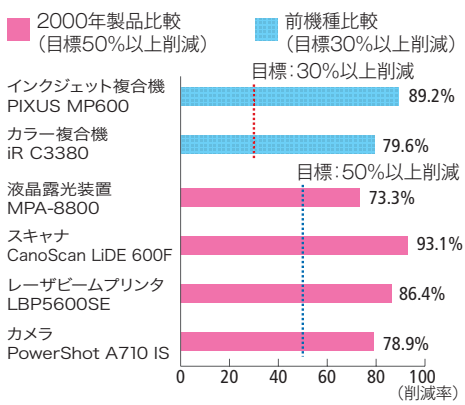
使用

キヤノングループでは、製品使用時のエネルギー削減を重要なテーマとして「稼動時・待機時エネルギー削減」に積極的に取り組んできました。

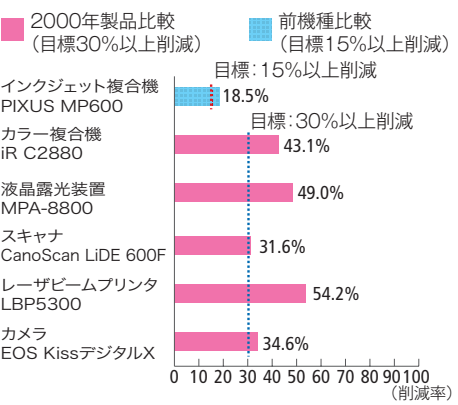
複写機・レーザービームプリンタにおける「オンデマンド定着技術」や「IH定着方式」を開発し、新製品においては2000年比50%以上の消費エネルギー削減を達成しています。「オンデマンド定着技術」は使う時だけ熱を加えることで、消費電力を1/4に低減。「IH定着方式」はウォームアップタイムを大幅に短縮し、従来の定着方式に比べて70%の省エネルギーを達成しました。

また、製品の小型・軽量化は開発段階から推進し、たとえばインクジェット複合機の新製品においては、従来機種比20%近くの軽量化を実現しています。

主要製品の消費エネルギー削減率



主要製品の小型・軽量化率



## ●有害物質廃絶活動とJ-Mossグリーンマーク表示

使用

キヤノンでは、1997年から有害物質廃絶の観点から、環境影響物質の把握・管理を推進しています。その活動にもとづき、業界に先がけてRoHS指令に対応し、2005年の新製品からヨーロッパ向けだけでなく、原則としてすべての製品にRoHS指令対応してきました。

日本国内においては、J-Mossの2005年12月公示に伴い、同規格を準用して、すでに国内で販売しているRoHS対応商品を、J-Mossグリーンマーク商品として情報開示しています。

### オンデマンド定着技術

複写機やLBPのトナーは、定着器で熱と圧力をかけて紙に定着させます。キヤノン独自の「オンデマンド(SURF)定着技術」では、熱伝導効率が高く、熱容量が低い「定着フィルム」と線状の「セラミックヒーター」を用います。定着フィルムが回転する時だけヒーターが作動し、フィルムを介して熱を与え画像を定着させます。

### IH定着方式

キヤノンは、プリンターのウォームアップタイムを大幅に短縮する「IH定着(Induction Heating Fuser)方式」を開発しました。IH定着方式は、薄肉金属パイプの表面をフッ素樹脂などの離型層で薄く覆った定着ローラーを使用します。ローラー内蔵のコイルに高周波電流を流すことで、紙上のトナーに接触するローラー自体を発熱させるため、熱の伝わりが速いのが特徴です。

### J-Moss

JIS C0950「電気・電子機器の特定の化学物質の含有表示」  
J-Mossは、「資源有効利用促進法」で指定する家電製品およびパソコンの7品目を対象としており、RoHS指令規制対象と同様の6物質の含有表示を電気・電子機器の製品本体等を実施するものです。

### J-Mossグリーンマーク

<http://cweb.canon.jp/ecology/j-moss/index.html>

# 地球環境とともに

## キヤノンリサイクルネットワーク

環境に配慮したネットワークづくりはどのように推進していますか？

年間 **100トンCO<sub>2</sub>削減**





## ●回収・リサイクルと広域認定制度

回収・リサイクル

お客さまのもとで使用済みとなった機器は、全国9カ所の回収センターに集められます。その搬送状況は、リサイクルシステムで追跡・管理されています。集められた機器はリサイクル会社に送られた後、1台ずつ解体し、鉄やプラスチックや銅などの素材ごとに分け、それぞれ原材料として再生利用されます。またキャノンエコロジーインダストリーは、回収機から取り出した部品やユニットのリユースも実施しています。

2005年5月11日に、環境省より広域認定制度の認定(第70号)を受け、広域回収受付センターを設置しました。これにより、古くなった機器の処分にお困りのお客さまからの引取りができるようになりました。

### 回収センター

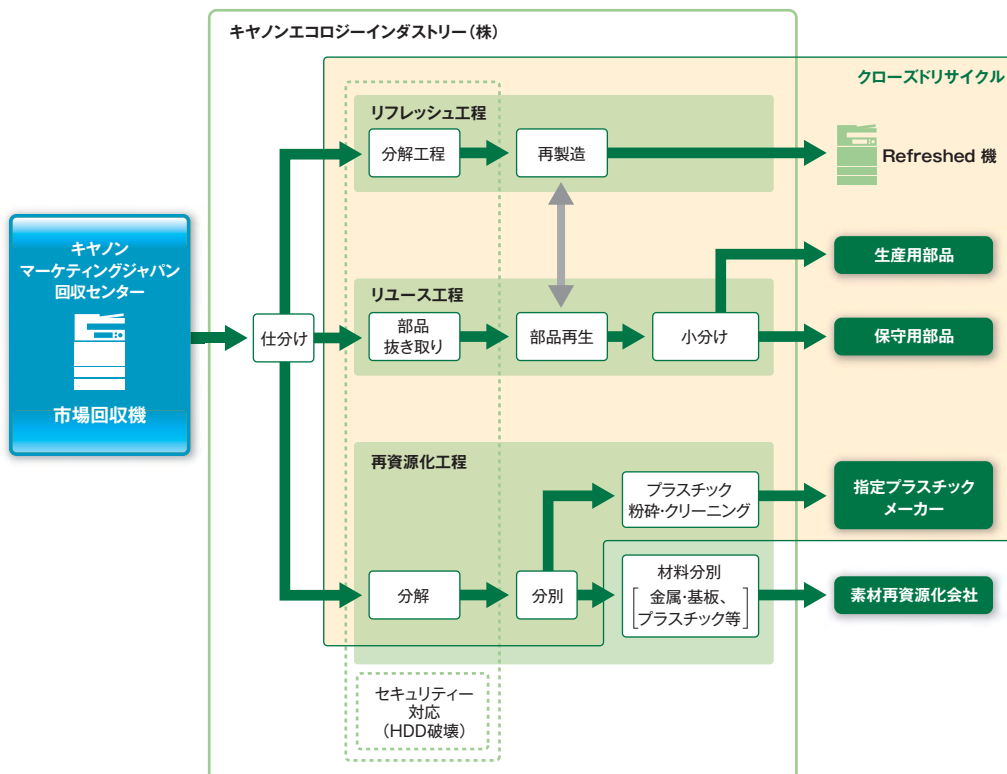
回収した使用済み製品を一時保管して、機械番号の確認など回収管理データの作成と、機器を分別して、リサイクル会社へ出荷しています。

## ●製品リサイクルフロー

回収・リサイクル

キャノングループでは、循環型社会への対応を進めるため、お客さまから回収した使用済み製品を、次の2つのフローで再資源化しています。

1つめは解体・分別後の再利用です。部品やユニットを洗浄・一部交換して再利用する「リユース」や、再使用できる部品を使って新しい製品を組み立てる「リマニュファクチャリング」などがその例です。また2つめは分別後の部品・素材を原材料として利用する「リサイクル」です。原材料として再利用する「マテリアルリサイクル」などがこれに当たります。キャノングループではグループ内で資源として活用する「クローズドリサイクル」に注力しています。



## 地球環境とともに

使用済みカートリッジ回収のご案内  
[http://cweb.canon.jp/ecology/crg\\_role.html](http://cweb.canon.jp/ecology/crg_role.html)

**ペレット**  
 ポリエチレンやポリプロピレンなどプラスチック製品の原料となる「小さな粒」です。

### カートリッジのリサイクルは、どうなっていますか？

#### ●回収システム

回収・リサイクル

トナーカートリッジの回収方法は、1990年のスタート時点では4~8本単位で空きカートリッジをご発送いただく集合箱による回収のみでした。1993年からは店頭回収スタンドを設置し、手軽に空きカートリッジをお持込いただけるようにしています。2003年には商品納入と同時に空きカートリッジを引上げる納品同時回収を実現し、2005年のベルマーク回収へと展開。さらにホームページ受付による訪問サービスで、1本から回収できる仕組みを2006年にスタートさせました。こうしてお客さまのご要望に合わせて回収プログラムを進化させています。

またトナーカートリッジだけでなく1996年からはインクカートリッジなど、回収対象製品の拡大を図っています。

#### ●リサイクル

回収・リサイクル

回収された空きカートリッジは、キヤノンエコロジーインダストリー(株)で適切に処理・再生されていきます。

使用済みトナーカートリッジを商品種類別に分別し、再利用できる部品を取外す工程を経て、洗浄後新品生産へ再利用されます。残りの部材は破碎・材料分別機へ投入され、有効な資源として生まれ変われるように分解されます。鉄やアルミは他の材料として利用されるマテリアルリサイクルへ。プラスチックは新しいトナーカートリッジの成型材料にするため、**ペレット**化して再利用しています。その他部材は熱源として利用するエナジーリカバリーを行っています。

キヤノンでは資源の有効活用のために、再利用でもすべてが新しい材料で作った場合と同等品質で再製品化できる「クローズドループリサイクル(閉じた輪のリサイクル)」を推進しています。これにより埋め立て処理や産業廃棄物処理を行わず、100%再資源化を実現しています。

トナーカートリッジのリサイクルフロー図



●複写機(回収機器)交換センターへの参加

回収・リサイクル

資源有効利用促進法のもと、リサイクル促進に貢献するため、社団法人ビジネス機械・情報システム産業協会(国内のオフィス機器メーカー団体)が中心となって、1999年から「回収複写機交換システム」を構築しました。

これは、各メーカーがお客さまから下取りした他社の複写機を回収機器交換センターに集め、メーカーごとに分別。そこから各メーカーは自社の複写機を持ち帰るシステムです。また、業界各社と共に回収物流の共同化(東北地区)推進や沖縄地区での共同再資源化への積極参加により、業界の環境負荷の削減に努めています。

資源有効利用促進法

3R(リデュース・リユース・リサイクル)を推進し、循環型社会の実現をめざす法律です。資源の有効利用を促進するため、企業に対して、3R配慮、分別回収のための識別表示、リサイクルシステムの構築などを定めています。

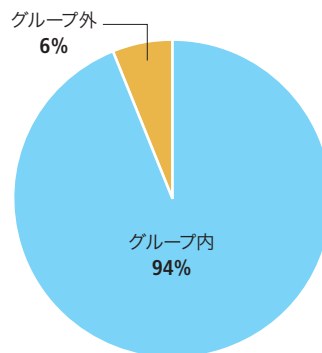
●2006年の回収と資源再利用の実績

回収・リサイクル

お客さまのもとで使用済みとなった製品を、広域認定制度の認定を受けたグリーンリサイクルサービスや下取りなどで回収し、**マテリアルリサイクル**を実施しています。

2006年度は複写機やプリンターなどの事務機製品や、ソーターなどの付属品を回収、総重量で14,586トン鉄や銅やプラスチックなどの素材別に分別し、99%を再資源として再生しました。またグループ内で94%をリサイクル処理しています。

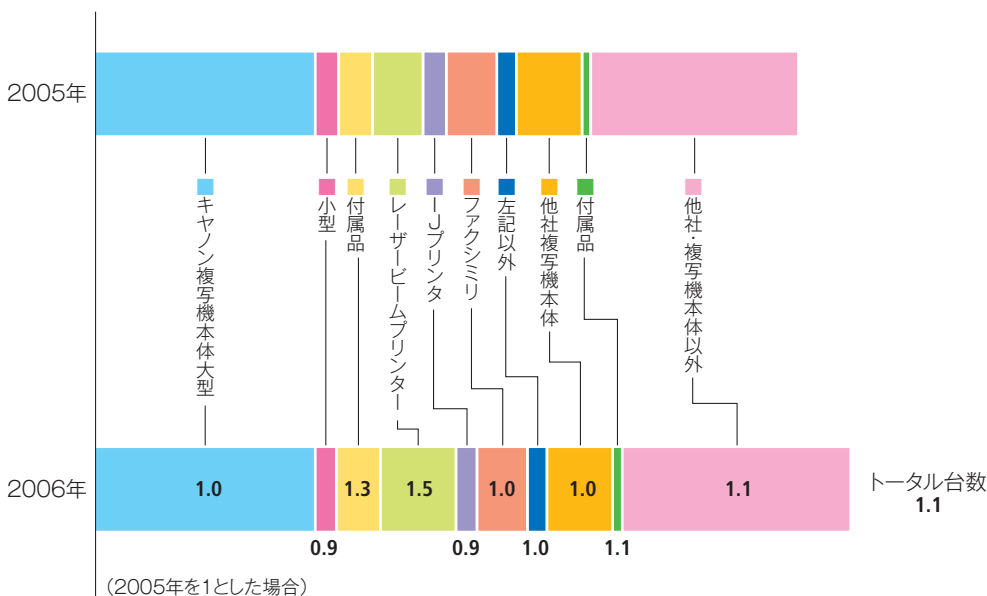
キヤノングループ内処理比率



マテリアルリサイクル

材料リサイクルともいわれます。プラスチックなど、使用済みのものを新しいプラスチック製品に再生し利用することです。これに対し、廃棄物を焼却する際に発生するエネルギーを回収・利用することをサーマルリサイクルと呼びます。

2006年の本体/回収数量比較



## 地球環境とともに

### 最前線レポート

# 製品に新たな命を吹き込む。

## 【キヤノンエコロジーインダストリー(株)】

キヤノングループのリサイクルの拠点、キヤノンエコロジーインダストリー。

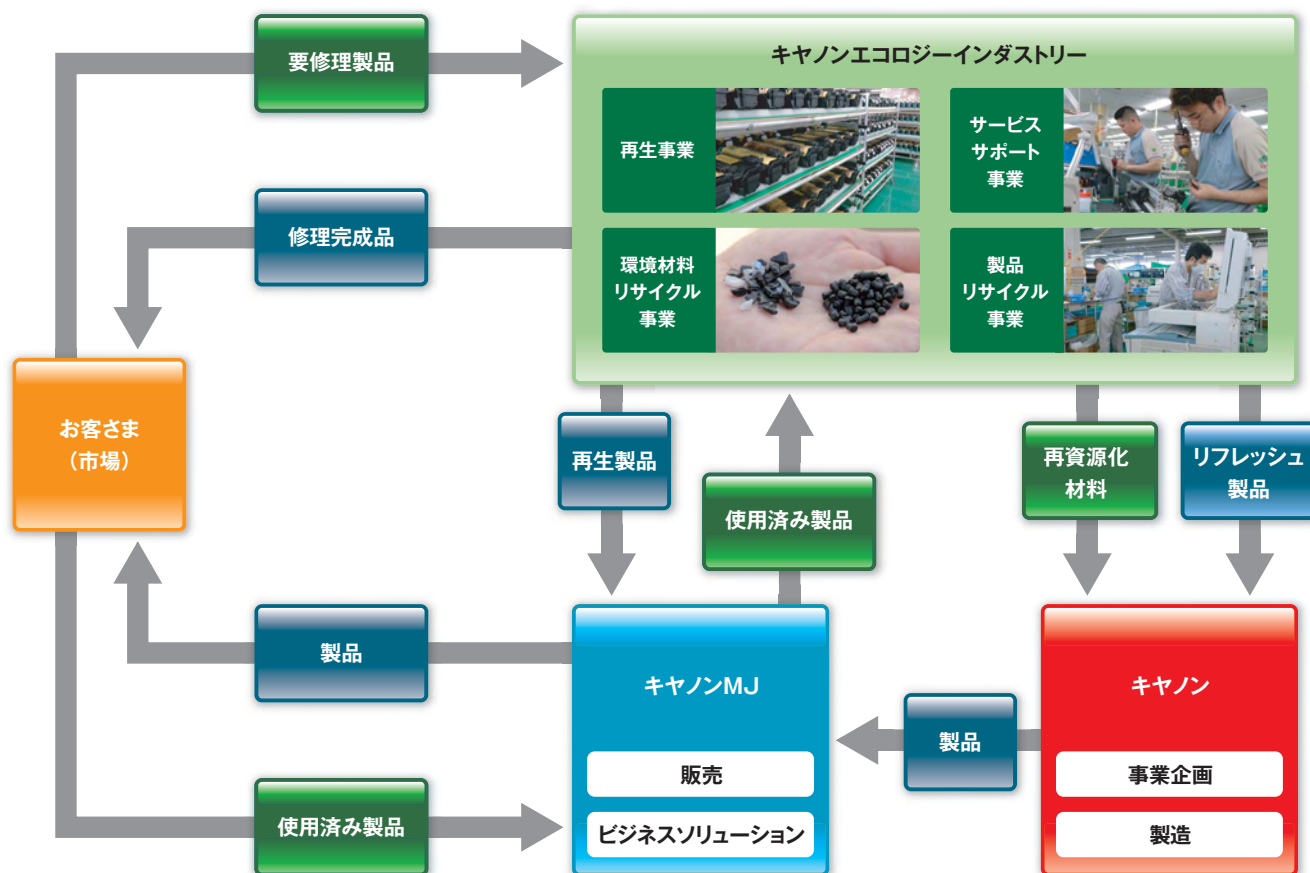
キヤノン製品(複写機・インクジェットプリンター・プロジェクター・FAXなどの製品、トナーカートリッジなどの消耗品)の再生・修理をはじめ、リサイクル、再資源化、再生産など、トータルでの「環境ビジネス」により、循環型社会の形成に貢献します。

現在、製品生産の部品再利用率約90%、材料再資源化の有価率約90%を達成。さらには、100%達成をめざしており、回収から製品化まで一貫して行われるキヤノングループの環境サイクルの中で、大きな役割を担っています。

### VOICE

回収から再利用・再商品化製品まで、一括してキヤノングループ内で行えることは大きな強みです。ますます拡大していく環境関連事業の担い手として、環境コンサルティングやパイオ技術などにも積極的に取り組み、付加価値の高い商品開発を進めます。

キヤノンエコロジーインダストリー(株)  
常務取締役 事業企画センター所長  
金野 信次



## 2006年も、環境にやさしくできましたか？

「キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針」を踏まえて、それぞれの事業環境に見合った環境目標を定めています。

### ●地球温暖化ガスの排出量削減

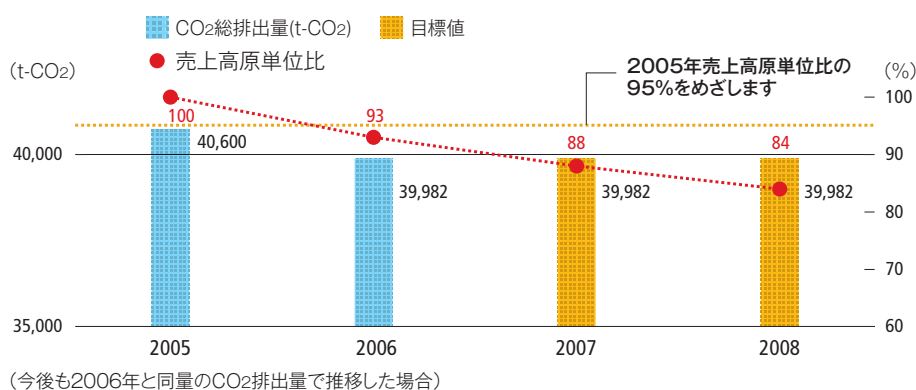
地球温暖化ガスの排出量について、2008年までに2005年比5%削減(売上高原単位)を中期的な目標としています。

2006年の活動としては、社有車の削減と環境対応車への切替え、ビルの省エネ設備の導入などを行ってきました。そのような活動の結果、2005年比の2006年売上高原単位の削減は7%となり、総排出量においても、1.52%の削減を達成することができました。

### ●従業員向け環境教育プログラムの構築

環境マネジメントシステムで規定された教育体系のほか、2006年にはeラーニングによる「エコロジーパーソン診断」を実施しました。さらに今後は、営業担当者や管理者向けなどの専門教育体系を整備してまいります。

売上高原単位の2005年と2006年の実績一覧表



**売上高原単位**  
売上高原単位とはCO2排出量を売上高で割った値です。

### ●「ハイブリッドカー」の導入

キヤノンマーケティングジャパンでは、営業・サービス活動の足として車両を約1,000台保有しています。京都議定書発効にともない、地球温暖化への対応、省エネ・環境負荷低減策の一環として、車両の一部にハイブリッドカーを全国(特に渋滞等で低速走行をする機会が多い地域)に導入しています。



# 従業員とともに

一人ひとりがいきいきと、積極的に仕事に取り組む  
職場環境をめざしています。

キヤノンには創業当時より、「従業員が生涯を豊かに、幸せに」という経営哲学があります。  
この創業時の経営理念は、「三自の精神」「実力主義」「国際人主義」「新家族主義」「健康第一主義」という人間尊重主義を基本概念とした5つの行動指針となって今日まで受け継がれており、一人ひとりがいきいきと積極的に仕事に取り組む企業風土の醸成を図っています。

## キヤノン行動指針

キヤノングループの「行動指針」は、創業当時から掲げる「三自の精神」を原点としています。「三自」とは「自発・自治・自覚」のことで、常にこの3つを念頭に、自ら積極的に仕事に取り組むことを従業員に求めています。

「自発」は、指示待ちではなく自ら手を挙げ行動する、積極的に仕事にチャレンジしていく進取の気性を表します。会社が自ら変革をして生き残るために、一人ひとりが自発の精神を持って自らの仕事、組織、会社の課題を「考える」ことを求めています。「自治」は、従業員が社会人として組織人として自らの倫理観を持ち、キヤノンマーケティングジャパングループの従業員として自律した行動をとること、「自覚」は刻々と変化する状況の中で、自分の立場や役割を良く考えて行動することを意味しています。

行動力 (V:バイタリティ)  
専門性 (S:スペシャリティ)  
創造力 (O:オリジナリティ)  
個性 (P:パーソナリティ)



## いきいきと働ける職場ですか？

### ●経営トップとの双方向コミュニケーション

従業員と経営トップとのコミュニケーションを積極的に図り、個人と組織、双方の活性化をめざします。

四半期に一度、経営トップがグループ企業を含む幹部に対して、前年(前期)方針に対する総括、および当年(当期)の方針発表を行っています。

また半期に一度、経営トップ自らが全国をまわり、決算の説明と方針の徹底、従業員と経営トップとの双方向コミュニケーションを図る「エリアミーティング」を設けています。本社だけでなく全国の支店での開催に加え、できる限り多くの従業員と接したいとの経営トップの希望で、支店より小規模な拠点の営業所でも数カ所で開催し、半期4,000名弱が出席しています。またエリアミーティングでは時間の許す限り懇親会を催し、経営トップと従業員とのフランクな意見交換が行われ、仕事に関してだけでなく、プライベートな話題にも及びます。「経営トップの人となりに触れて身近に感じられるようになった」「モチベーションの一層の向上につながった」「継続して開催して欲しい」という声が多く寄せられています。



### ●労使関係の発展

キャノンマーケティングジャパングループでは、労働組合についてはユニオンショップ制を採用しており、2006年12月時点でキャノン労働組合の加入者は、6,163名(キャノンマーケティングジャパン在籍)、キャノンシステムアンドサポートユニオンは3,402名(キャノンシステムアンドサポート在籍)、キャノンシステムソリューションズ労働組合は768名(キャノンシステムソリューションズ在籍)です。

会社の持続的な発展と雇用の維持に向けて、相互理解、相互信頼、相互発展のもとに労使一体となって変革に取り組んでいます。毎月開催する「中央労使協議会」においては、労使のトップによる意見・情報交換をもとに直面する課題について協議しています。

各地域では、労使協議会・労使懇談会などさまざまなレベルでの話し合いの場が、地域責任者と労働組合とで持たれています。また、賃金や労働時間、安全衛生に関する各種委員会を設けており、労使協議の上で制度の新設や変更を行い、会社の発展と従業員の幸せにつなげていきます。

### ●ハラスメント対策

セクシュアル・ハラスメント、パワー・ハラスメントなどの防止に向けた各種活動に取り組んでおり、トラブルを未然に回避するという視点から、新入社員研修や管理職研修の中にも盛り込んで啓発しています。企業倫理の観点から職場単位で行っている「コンプライアンス・ミーティング」においても、ハラスメントについて話し合うことにより従業員の意識付けにつなげています。また、職場におけるさまざまな人間関係で悩みを抱える従業員が安心して相談できる専用の窓口を設けています。

## 従業員とともに

### 自分に合った働き方ができますか？

#### ● 育児関連規程の拡充

従業員が仕事と育児や介護との両立を図り、いきいきと働くことのできるように、労働組合と経営サイトが一緒になって環境整備に取り組み、下記のような制度改革を2007年4月に行いました。

##### 男女

- 育児休業の期間を、子が満3歳の誕生日の前日までに延長(旧制度:満1歳になる前日まで。6カ月の延長可)
- 育児短時間勤務の期間を、小学3年生修了まで延長(旧制度:小学校就学前まで)

##### 女性のみ

- 母性保護の観点から、妊娠判明時から法定で定められている産前休暇の前日まで休業、もしくは短時間勤務が可能

#### ● 定年後再雇用従事者への対応

再雇用従事者の職務の多様化と職種を選択肢拡大を進めています。定年1年前および半年前の時点で、本人の意思や希望の職務を面談し、それぞれの個性やスキルを勘案して定年後の新しい職場を紹介しています。

また定年時の職場に留まり、企業文化の継承のために若手従業員の指導育成に励む再雇用従事者の道を選択することもできます。

#### ● 障がい者雇用

キヤノンマーケティングジャパングループでは企業の社会的責任でもある「障がい者雇用」を積極的に推進するとともに、健常者、障がい者ともに分け隔てなく働ける環境を整備しています。2006年6月時点で、キヤノンマーケティングジャパンの障がい者雇用状況は125人(雇用率1.51%)となっています。今後は新卒、中途にかかわらず積極的に障がい者の採用活動を展開する予定です。障がい者向けの企業合同説明会への参加や各種メディアを通じての告知を行い、2009年までに法定雇用率1.8%の達成をめざしています。

#### COLUMN

##### 勤務地コース別キャリアプランの実施 【キヤノンシステムアンドサポート(株)】

全国に事業所を持つ地域密着型経営のキヤノンシステムアンドサポートでは、従業員が安心して働くことができるように、3つの勤務地コースを設定しています。全国勤務可能な「ナショナルコース」、一定地域内で働きたいという人向けの「エリアコース」、そして、同一都道府県内で働きたいという人向けの「ゾーンコース」。従業員が自分の働きたい場所で、自分の能力を存分に発揮できるようにコースを選択することができ、またライフステージに合わせて、コース変更のチャンスも与えられています。



## 働きがいのある制度になっていますか？

### ●賃金制度・評価制度

キャノンMJグループでは、年齢や性別に関係なく、重要な仕事、責任ある仕事につかせ頑張った人を公平・公正に評価するという本当の意味での実力主義の文化が根付いています。賃金制度においては、仕事の役割と成果に応じて賃金を支払う「役割給制度」を導入し、個々の「仕事」を基準とし、仕事の難易度などにもとづく役割等級によって給与の範囲を定め、その範囲内で年齢などに関係なく実力にもとづく評価を行い給与を決定しています。賞与についても個人や会社の業績に連動する制度を採用しています。賃金制度を運用面で支える評価制度では、評価の分布を従業員に開示し、最終評価の位置づけを明確にすることで、制度の透明性と従業員一人ひとりのモチベーション向上につなげています。また年2回の面接と、日頃からの上司と部下の相互コミュニケーション増進により、従業員の納得性を高める制度運用に努めています。

### ●社内公募制度の運用

キャノンMJでは、従業員のキャリア形成機会提供と社内の人材活性化を目的とした、「JOBS」と呼ばれる社内公募制度があります。公募は年2回行われ、現職場在籍期間や応募等級などの一定の要件に合致すれば、従業員の誰もが応募することができます。2006年下期は、20名の従業員が本制度を活用し、新しい職場で活躍しています。

## 充実した研修が用意されていますか？

### ●研修メニューの充実

キャノンMJでは、三自の精神にもとづき将来のリーダー育成のために選別された人に対し、階層別研修という形で教育投資を行っています。また、プロフェッショナル人材育成のためにグループ全従業員を対象としたビジネススキル研修や職務系統別研修も実施されており、グループ共通の研修システムよりオンラインで申込みができるしくみが整っています。自己啓発に努める従業員や遠隔地で研修受講が困難な従業員には、200近い通信教育講座を提供しており毎年150名前後が受講しています。

### ✕ COLUMN

#### 「課学塾」の取り組み [キャノンマーケティングジャパン(株)]

「課学塾」とは、職場の最小単位である【課】で、自主的・自発的に学ぶ場です。2004年から2007年3月までに累計で15,000回以上実施され、ビジネスソリューションカンパニーの取り組みとして定着してきています。全員が知ってほしい「利益確保」「コンプライアンス」「ブランドイメージ」「CS」、「緊急で重要なこと」などから、課にとって必要なテーマを自由に選び、課長を中心に課員も講師役となって課全体のレベルアップに取り組んでいます。個人の持つ知識やノウハウの共有はもちろんのこと、Face to faceでのコミュニケーションの場として有効に活用されており、組織の活性化にもつながっています。

## 従業員とともに

### 大切な家族の理解は得られていますか？

#### ●入社式新入社員ご家族招待

当社の「新家族主義」の具体的な現れとして、4月の入社式に、希望される新入社員のご家族を招待しています。2005年より実施し、年々、参加されるご家族も増え、共に新入社員の新たな門出をお祝いしています。従業員が仕事を行ううえでご家族の協力は重要です。そうしたことからご家族にも「キヤノンマーケティングジャパン」を知っていただくための貴重な機会になっています。



#### ●夏休み子供見学デー

夏休み期間(8月15日前後に2日間)に、キヤノンSタワーに従業員の子供たち(小学生中心)とご家族を招待する「夏休み子供見学デー」を実施しています。従業員の職場の見学、カメラの使い方やその原理の勉強などのイベントで楽しい1日を過ごします。



### 安全面の配慮はきちんとされていますか？

#### ●安全衛生への取り組み

「ヒューマンセキュリティ(人の安全)」「健康で働けることは幸せ」「Broken Windows Theory(割れ窓理論)」の3つの視点を軸にして、労働災害の防止・削減とメンタルヘルスを含めた健康管理を積極的に推進しています。

安全で健康に働き続けられる職場風土の醸成、従業員一人ひとりの意識と行動を通じ、具体的な安全衛生活動を労使一体となって取り組んでいます。

#### ●全社・地域・職場単位での安全衛生活動

キヤノン(株)とキヤノンマーケティングジャパン(株)合同で中央安全衛生委員会を定期的開催しています。当社では北海道から九州に合計9つの地区安全衛生委員会を設置し、全社安全衛生活動方針のもと、地区や職場単位(職場安全衛生委員会を106組織設置)に根ざした安全衛生活動を組織的に展開しています。

#### Broken Windows Theory (割れ窓理論)

アメリカで考案された環境犯罪学上の理論で、軽微な犯罪も徹底的に取り締まることで凶悪犯罪を含めた犯罪を抑止できるという理論。「建物の窓が壊れているのを放置すれば他の窓もまもなく全て壊されるだろう」との考え方からこの名がある。「破れ窓理論」、「壊れ窓理論」ともいう。

## ●グループ統一の5S活動の推進

小さい事故や怪我を徹底的になくし、ひいては大きな災害を発生させないといういわゆるBroken Windows Theory(割れ窓理論)の考え方を軸に、安全衛生活動に取り組んでいます。その具体的活動の一つとして安全衛生の基本である5S(整理・整頓・清潔・清掃・しつけ)活動をグループ全体で徹底して取り組んでいます。

グループ全事業所・全居室の職場環境を安全・衛生・資産・機密情報・ゴミ分別の各管理と無駄の排除の観点から、5Sの状態が常に維持されているよう日常的に活動を行い、安全で快適な職場環境作りに成果を上げています。

## ●救命救急体制の推進

ヒューマンセキュリティの観点から、事業所内において緊急救命対応が万が一発生した場合に備えて、従業員・お客さまなどへの人命救助体制の整備を進めています。

### ●従業員50名以上の事業所にAED(自動体外式除細動器)の設置

(キヤノンマーケティングジャパン 2007年3月現在:14事業所、合計17台設置)

### ●社内救命講習会を通じて救命対応の体制づくり(2006年度:開催数29回、参加数593名)

### ●全国5カ所の健康管理室の産業医・保健師による救命体制

### ●緊急救命対応フローの職場内掲示(AED設置事務所)

キヤノンシステムアンドサポート(株)、キヤノンピーエム東京(株)、キヤノンピーエム大阪(株)においてもAEDの設置と救命講習会の取り組みが広がってきています。



### AED(自動体外式除細動器)

心臓の心室細動の際に電気ショックを与え(電氣的除細動)、心臓の働きを戻すことを試みる医療機器。

## 交通事故防止の対策は?

### ●安全運転への取り組み

キヤノンマーケティングジャパングループでは、約4,800台の社有車を擁し、グループ全体で安全運転に取り組んでいます。春・秋の「やさしい運転キャンペーン」をはじめ、「やさしい運転チェックシート」による運転レベルのセルフチェックや「車両の5S」等を実施しています。また、最近問題になっている飲酒・酒気帯び運転に対しては、社有車の運転者に「運転前にアルコール検査」を義務付け、無意識の酒気帯び運転(二日酔い)の防止の徹底も図っています。

また、キヤノンシステムアンドサポートでは、SDカードの取得の申請を実施、社有車運転・申請者4,114名のうち、3,211名が無事故無違反の証であるSDカードを取得しています。ほかにも、管轄警察署のご指導をいただきながら「三輪バイク実技運転講習会」をキヤノンマーケティングジャパンと合同で開催、安全運転のためのレベルアップを図っています。



### SDカード

自動車安全運転センターが発行する無事故・無違反を証明するカード。

## 従業員とともに

### 元気で働き続けるためにサポートしてもらえますか？

#### ●フィジカルヘルスケア

「健康で働けることは幸せ」をスローガンに、自己の健康管理に結び付く健康支援と健康に配慮した職場環境づくりに取り組んでいます。

毎年の定期健康診断の受診率は100%。また、生活習慣病予防プログラムの実施、日常の健康相談は全国5カ所の健康管理室の各専門産業医と保健師が個人面談、電話・メール相談、出張相談を受けています。

また30歳以上の従業員対象のがん検診(キヤノン健康保険組合 補助制度)の受診率の向上に向けて、管理職自らの率先垂範と全社的啓発活動により、2005年全社受診率10%から全社受診率15.4%と大きくアップしてきています。

#### ●メンタルヘルスケア

メンタルヘルスの維持・増進のために、メンタル専門医の配置をはじめ外部EAP機関(キヤノン健保が契約している「こころの健康相談窓口」)を設置しています。

また職場復帰支援プログラムの試験的導入、新任課長・課長代理対象のメンタルヘルス研修を実施。日常のメンタル健康相談は、健康管理室が、個人面談、電話・メール相談、出張相談、同行受診など、きめ細かく丁寧に対応を行っています。

#### ●グループ全事業所全面禁煙

従業員の健康と快適な職場環境の観点から、従来の社内分煙方式から2006年4月より全事業所を全面禁煙としました。

またこれに合わせて健康管理室主催の各地区禁煙セミナーなどさまざまな禁煙支援サービスを実施し、喫煙率30%未満を目標に啓発活動に取り組んでいます。

その結果、従業員の喫煙率も41%(2005年)→36%(2006年)と着実に喫煙率が低下しています。現在ではグループ各社とも事業所内はほぼ全面禁煙が取り入れられています。

## キヤノンマーケティングジャパン(※グループ企業含む)従業員情報

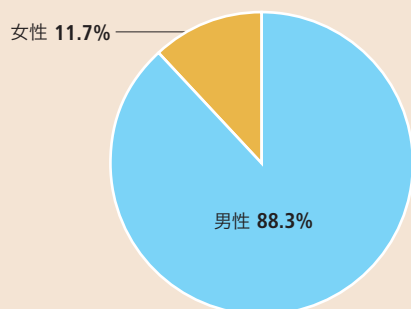
2006年12月末現在

### 従業員構成

	男	女	合計
キヤノンMJ単体	5,450名	656名	6,106名
キヤノンMJグループ	14,015名	1,851名	15,866名

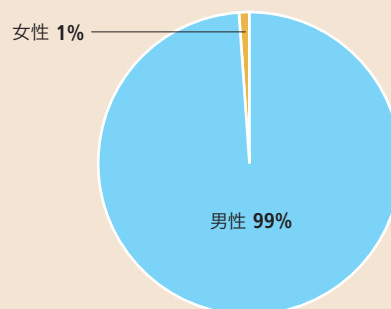
### 管理職構成比

	男	女	合計
キヤノンMJ単体 管理職	1,455名	12名	1,467名
キヤノンMJグループ 総計	3,396名	35名	3,431名



キヤノンMJグループ従業員(男女)構成比

※他社への出向者、および非常勤、協力社員は除く



キヤノンMJグループ管理職(男女)構成比

### 平均勤続年数

	男	女	全体
キヤノンMJ単体 平均勤続年数	17.7年	12.6年	17.1年

### 人事諸制度利用者数

キヤノンMJ単体	
育児休業制度利用者	74名
介護休業制度利用者	5名

### 再雇用者数

	定年退職者数	再雇用従事者
キヤノンMJ単体	55名	27名
キヤノンMJグループ	87名	43名

### 障がい者雇用状況・雇用率

2006年6月1日現在

	雇用状況	雇用率
キヤノンMJ単体	125名	1.51%

※グループ企業とは、P.56「キヤノンマーケティングジャパングループ企業」に記載の企業です。

# 株主・投資家とともに

**正確でタイムリーな情報を提供するとともに、株主への安定的な利益還元を推進します。**

## 機関投資家

株式投資や債券投資を組織的に行う法人や団体。主に生命保険会社や損害保険会社、信託銀行、投資顧問会社などをさします。

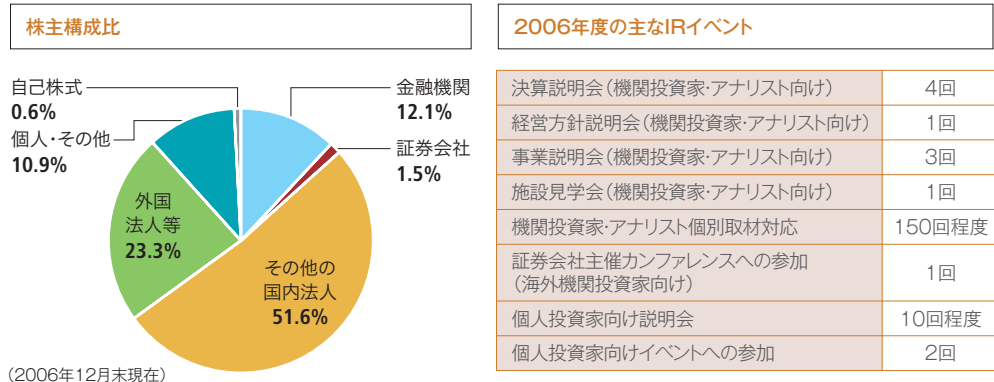
当社は1983年に東京証券取引所第一部に上場し、2006年12月末現在、約1億5,000万株を発行し、約1万900人の皆さまに、株を保有していただいています。

## どのようなIR活動を行っていますか？

株主や**機関投資家**・アナリストの皆さまに企業価値を伝えるため、当社の経営戦略、事業戦略、業績に関する情報の開示など、あらゆる機会を通してIR(Investor Relations=投資家向け広報)活動に努めています。四半期ごとの決算説明会をはじめ、年1回の社長による経営方針説明会、年3回の事業説明会の開催など、タイムリーな情報提供を心がけています。また、重要な会社情報については、「開示情報委員会」(P.10参照)での十分な検討を経たうえで公開しています。

株主総会の開催にあたっては、株主の皆さまが十分に総会議案を検討できるように、総会招集通知の早期のお届けに努めています。2007年3月の総会においては、総会開催の約25日前に株主の皆さま宛に発送しました。

また、株主・投資家の皆さまからいただくご意見やご要望は、経営層および社内に関連部門にフィードバックし、経営と事業の改善に役立っています。



## 個人投資家向けにもIR活動を行っていますか？

当社では、より多くの方々に株主となっていただくために、2006年5月8日より、**単元株式数**を1,000株から100株に引き下げました。また「証券教育広報センター」主催の社長による説明会や、証券会社の支店主催によるものなど、個人投資家の皆さまを対象とした説明会を、年10回ほど開催しています。

## 単元株式数

株主総会での議決権行使や株式売買を行うために必要となる一定の株式数のことです。

## 証券教育広報センター

全国の証券会社などで構成される「日本証券業協会」に付属する機関。学校および一般向けに証券知識の普及・啓発活動を行っています。



「証券教育広報センター」主催の社長による説明会(2007年5月)



「女性のための投資フォーラム」(日興アイ・アール株式会社主催)に出展(2006年9月)



「投資の万国博覧会」(日興コーディアル証券株式会社主催)に出展(2006年12月)

## 企業情報は、なにから得られますか？

株主・投資家の皆さまから一層の理解を得るために、さまざまなIRツールを作成し、広報に努めています。プレスリリースによるマスコミを通じた発表や株主の皆さま向けの「報告書」(年2回)、「**アニュアルレポート**」(英語版、年1回)などの発行を行い、情報提供に取り組んでいます。

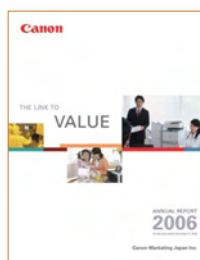
また、最新の情報や各種資料を当社の「投資家向け情報」ホームページに掲載し、多くの皆さまのご要望に応じています。このホームページは、大和インベスター・リレーションズ株式会社の「2007年インターネットIRサイトの優秀企業296社」に選定されました。



株主の皆さま向けの「報告書」



「投資家向け情報」ホームページ



「アニュアルレポート」

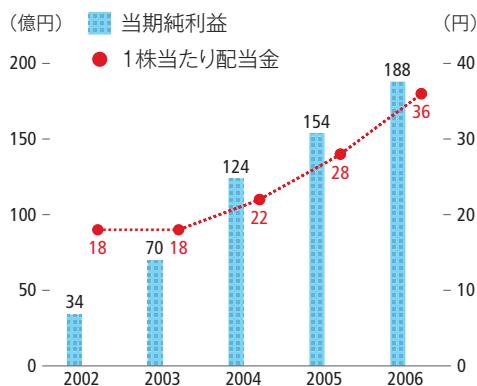
### ●当社「投資家向け情報」ホームページ

<http://cweb.canon.jp/co-profile/ir>

## 株主への利益還元をどう考えていますか？

当社は、利益配分につきまして、安定配当を重視するとともに、利益還元率を連結ベースの30%程度としていきたいと考えています。**内部留保金**につきましては、経営体質の一層の充実や将来の安定的な事業の成長・発展のために活用していきます。

当期純利益と1株当たり配当金の推移



### 内部留保金

当期純利益から社外に払い出される配当金を差し引いた残りの金額のこと。企業内に留保され再投資されるものです。

### FTSE4Good Japan Index

英国の株式指数開発機関・FTSE社が公表する社会的責任投資の有力な指標「FTSE4Good Index シリーズ」のうち、日本株のみで構成されたインデックス(指数)。

### モーニングスター社会的責任投資株価指数

投資情報サービス会社のモーニングスター株式会社が国内上場企業の中から社会的に優れた企業を選定し、その株価を指数化した社会的責任投資株価指数。

## COLUMN

### SRIインデックスへの採用状況

投資信託などの運用に際して、企業の財務状況だけでなく、社会や環境などへの対応も評価基準とする「社会的責任投資(SRI=Socially Responsible Investment)」が注目されています。当社も、CSRへの取り組みがSRI評価機関より評価を受けて、以下のインデックスに組み入れられています。

- FTSE4Good Japan Index (FTSE社=英国)
- モーニングスター社会的責任投資株価指数 (モーニングスター社=日本)

# お客さまとの触れ合いのなかから、 お客さまの快適さや夢をサポートする キヤノンマーケティングジャパングループ

キヤノンマーケティングジャパングループでは、さまざまなお客さまの声に耳を傾け、お客さまニーズに応じた製品・サービスを提供し、便利や快適、感動や驚きに溢れる新しい価値の創造を続けています。  
ソフトウェアの開発やITインフラの構築、物流ネット

ワークやサービス・サポートなど、グループ企業26社が各分野における強みを相互に活かして「暮らし、しごと、社会」のあらゆる領域でお客さまをサポートします。





## COMPANY PROFILE

2006年12月31日現在

### キヤノンマーケティングジャパン株式会社

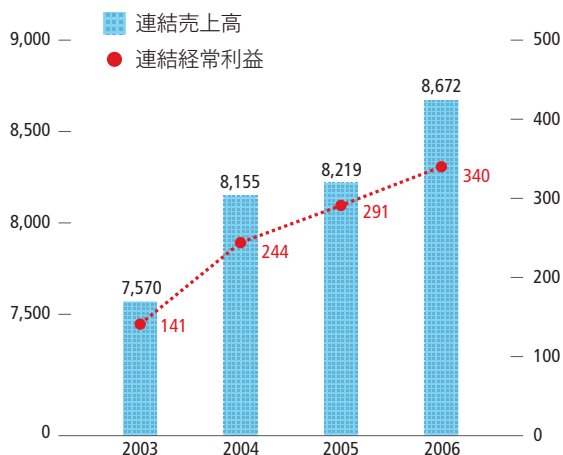
資本金	73,303百万円
設立	1968年2月
本社	東京都港区港南2-16-6
上場取引所	東京証券取引所第一部(証券コード: 8060)
従業員	6,106名
主要事業	キヤノン製品ならびに関連ソリューションの国内マーケティング
事業所	本社・支店・営業所49カ所

### キヤノンマーケティングジャパングループ企業

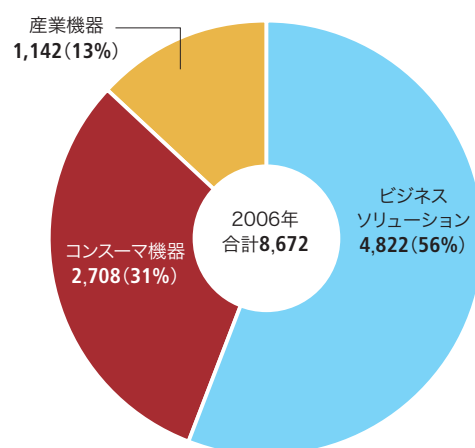
分野	会社名	資本金 (百万円)	設立	主要事業	
ビジネスソリューション	キヤノンシステムアンドサポート(株)	4,561	1980年 5月	IT関連機器の販売およびサービス&サポート	
	└ オーエーエル(株)	50	1976年 3月	商品・消耗品等の配送	
	キヤノンソフトウェア(株)	1,348	1974年 3月	ビジネスアプリケーションソフトのコンサルティングから開発、製品組込ソフト開発 東証二部上場	
	└ Canon Software America, Inc.	80万ドル	1988年 6月	ビジネスアプリケーションソフトの開発	
	└ キヤノンソフト技研(株)	80	1991年 5月	製品組込ソフトの開発	
	キヤノンシステムソリューションズ(株)	3,617	1982年 7月	SIおよびコンサルティング、各種ソフトの開発・販売	
	└ 佳能控制系统(上海)有限公司	100	1997年 6月		
	└ (株)FMS	96	1972年10月	医療・調剤事務システム、電子カルテシステム等の販売	
	キヤノンネットワークコミュニケーションズ(株)	611	1976年 6月	基盤系ITサービスを中心としたITマネジメント事業	
	キヤノンピーエム東京(株)	50	1973年 6月	BS機器(複合機・コンピューター機器・その他)の販売・サービス	
	キヤノンピーエム神奈川(株)	30	1975年10月		
	キヤノンピーエム大阪(株)	10	1990年 4月		
		ソリューションサービス(株)	30	2002年 3月	サーバー・ネットワークのサポートサービス
		(株)セント	10	1953年 4月	BS機器(複合機・コンピューター機器・その他)の販売・サービス
コンシューマ	キヤノントレーディング(株)	30	1989年12月	キヤノン製品および輸入商品の販売	
	キヤノンレスポンスサービス(株)	50	1996年 4月	情報通信機器のコールセンター、ユーザーサービス	
産業機器	キヤノンスター(株)	385	1988年 9月	白内障治療用眼内レンズの製造・販売・輸入	
シェアードサービス*	キヤノンビジネスサポート(株)	100	1997年 9月	グループのシェアードサービス業務	

※ シェアードサービス：同一グループ内の会社の間接業務を1カ所に集約してサービスを行うこと

キヤノンMJグループ 連結売上高/連結経常利益 (億円)



キヤノンMJグループ 連結部門別売上構成 (億円)



## 第三者コメント



### 山口真奈美氏 プロフィール

環境教育・環境関連事業・審査監査などの業務及び研究を手がける。株式会社FEM 代表取締役。Control Union Certifications Japan 代表。Control Unionにおける認証審査業務（FSC・有機JAS・HACCP・Textile等）は、森林・繊維・農業・有機農産物・バイオマス・品質管理システムなど分野が多岐にわたる。経済学修士（環境経済学）・学術修士（環境科学）

- NPO法人 国産材 理事
- NPO法人 エコ・エコノミー協会 理事
- 有限責任事業組合 ビジネス推進機構 理事長

### 「キヤノンマーケティングジャパングループ CSR報告書 2007」を読んで

「最高の価値」を提供するために、何が実際に行われているのか。キヤノンMJグループの今までの歩みから環境負荷の低減やリサイクルシステムの構築、そして当然の義務とされてきたCSR活動が、この報告書でまず理解できます。

さらに、キヤノングループとキヤノンMJグループの位置づけや役割が明確に示されることにより、キヤノンの企業理念である「共生」。これを軸としたキヤノンMJグループならではのCSRのあり方を理解する上で、素晴らしい報告書に仕上がっています。

まず、活動が市場に密着している点から、「顧客主語」の実践によるFOCUS-1活動やマルチコンタクトビジネスモデルなどによって、お客様の課題や要望を取り入れながら発展していく姿勢が窺えます。従業員に対しても勤務地コース別キャリアプランの実施といった新たな制度を積極的に導入しています。スピークアップ制度の創設や情報セキュリティ対策、具体的な環境方針の公開など、コンプライアンスとマネジメント面でもぬかりない構築が評価できます。

しかしながら、キヤノンMJグループとして初めての報告書でもあるため、環境負荷の低減の数値化はなされているものの、外部不経済の内部化や削減パーセンテージの提示だけではない、さらなる各具体的数値の

提示や今後の目標値、環境会計等も含めて精査されていくことを期待します。

この報告書は、まず独自の視点と取り組みを公開し、「双方向コミュニケーション」のための土台をなすものとして、その役割は果たしていると言えるでしょう。

その結果、専門用語の随所での解説や、質問形式と簡素で明確な回答、そして誰と共に歩むのかといったカテゴリーが一目でわかり読者への配慮を感じます。

「CSRはマーケティングそのもの」という言葉にもあるように、CSR推進本部の設置や委員会の発足、そして全員参加型のCSR活動という姿勢からも、人が組織をつくっていく新しい取り組みへの期待と躍動感が伝わってきます。さらに、「VOICE」に登場される方々の声からも分かるように、多くの従業員の方が様々な立場でCSRを捉え考えながら実践されており、さらなる活発なコミュニケーションへと展開するでしょう。

家族・そして人があつての組織であり、従業員とお客様・関係者が皆で創りあげていく企業。「最高の価値」を提供する企業として、最高のCSRのあり方を実践し社会に提供しながら、「くらし、しごと、社会」それぞれに求められるCSRの姿を今後も創造されることを期待しています。

株式会社FEM 代表取締役

山口 真奈美

「CSR報告書」制作協力メンバー（個人名は五十音順です）

● キヤノンシステムアンドサポート(株)	君島 得宏 設楽 健夫 安田 由香
● キヤノンソフトウェア(株)	大西 耕一 窪田 豊久
● キヤノンシステムソリューションズ(株)	白土 広昭 長谷川 敦夫 和田 宏美
● キヤノンネットワークコミュニケーションズ(株)	小林 伸光 森 伸也
● キヤノンビジネスサポート(株)	井出 登士哉 小泉 伸光
● キヤノントレーディング(株)	稲垣 光一 宮崎 光博
● キヤノンレスポンスサービス(株)	中野 薫
● キヤノンピーエム東京(株)	永田 邦男 野沢 康修 福原 宏
● キヤノンピーエム神奈川(株)	齋藤 文子 田中 佳邦
● キヤノンピーエム大阪(株)	仰倉 和男
● キヤノンスター(株)	増田 高
● (株)セント	鈴木 隆広 曾根 芳夫
● ソリューションサービス(株)	藤本 誠

● キヤノンマーケティングジャパン(株)

愛智 隆夫  
荒井 幸司  
伊藤 理子  
上野 敦  
小笠原 隆  
岡野 宏  
小野田 満昭  
海田 明  
川崎 美紀  
河野 千織  
北原 善子  
久喜 政徳  
工藤 泰彦  
倉岡 悌二  
黒部 清貴  
阪口 悟  
鈴木 義夫  
武田 清  
竹田 弘之  
谷口 祐季子  
西岡 健  
野澤 隆  
野村 公義  
萩谷 一成  
林 幸司  
林 優  
藤井 俊男  
藤原 浩昭  
増井 達巳  
松阪 喜幸

編集事務局

天野 雅臣  
内田 智啓  
河口 洋徳  
小嶋 明美  
佐々木 弘  
佐藤 英治  
田中 邦彦  
西尾 元雄  
沼 克也  
平林 泰直  
細田 悦弘  
横手 淳一

編集後記

本報告書は、キヤノンマーケティングジャパングループとして、はじめて発行いたします。

昨年「キヤノン販売」から「キヤノンマーケティングジャパン」へと生まれ変わり、今年70周年を迎えたグローバルキヤノングループの一員として、国内のお客さまとの接点を担っていることが最大の財産となります。お客さま、株主さま、お取引先さま、従業員、そして全国あらゆる拠点の地域の皆さまなどの各ステークホルダーに対して、信頼され親しまれる企業であるための取り組みめざす姿を中心に報告しました。各活

動のご紹介にあたっては、グループ全員参加型CSRの観点から、グループ企業の一つひとつの前線の活動を分かりやすく示すようにしました。次年度からは、こうした活動を一層計画的かつ内容の濃いものにしていくことが重要と考えています。最後までお読みいただいたことに感謝いたします。

お問い合わせ先

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR推進本部  
〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 CANON TOWER  
TEL : 03-6719-9150 FAX : 03-6719-8360  
お問い合わせ用URL : canon.jp/cmj-csr-report

# Canon

## キヤノンマーケティングジャパングループ



この報告書は、FSC認証紙にVOC（揮発性有機化合物）不使用、鉱物油  
不使用で生分解性や脱墨性にも優れたインクで印刷されています。

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 ホームページ [canon.jp](http://canon.jp)

2007年8月発行

0807DP30

00319281