

Canon Marketing Japan Group

キャノンマーケティングジャパングループ

CSR報告書 2010

ダイジェスト版

キヤノンマーケティングジャパングループのCSR ～CSR活動は、マーケティングそのもの～

キヤノンマーケティングジャパングループは、マーケティングの視点で社会のニーズや価値観の変化を的確に捉え、事業の側面においては、製品やITソリューションの提供を通じて、長年培ってきた技術・ノウハウを社会的な課題の解決に活かしています。
また、事業以外の側面においても、グループの経営資源を有効に活用した社会貢献活動に取り組んでいます

キヤノンマーケティングジャパングループに
おけるCSRの考え方

**「顧客主語」で実践する
全員参加型のCSR**
～ CSR活動は、マーケティングそのもの～

**従業員の
CSRマインド**

**共生の理念・
三自の精神**

従業員のCSRマインドの醸成

「全員参加型のCSR活動」を実践するためには、キヤノンMJグループのCSRの考え方や取り組みについて全従業員が価値観を共有し、正しい知識を持つことが大切です。

そのために、キヤノンMJ・CSR推進本部、グループ各社CSR推進部門が連携し、新入社員研修や新任ライン管理職研修をはじめとする階層別教育や全グループ従業員向けのウェブ教育、CSRに関するセミナーやイベントなどを実施し、従業員のCSRマインドの醸成に取り組んでいます。

CSR活動の基盤となる「三自の精神」

「三自の精神」は、キヤノンが創業当時から掲げる行動指針で、キヤノンのDNAともいえます。「三自」とは、従業員が何事にも自ら進んで積極的に行い(自発)、自分自身を管理し(自治)、自分が置かれている立場・役割・状況をよく認識して(自覚)行動することです。キヤノンMJグループにおいても、「三自の精神」は、CSR活動の基本となります。

CONTENTS

3 トップメッセージ

5 「くらし、しごと、社会」での価値提供

くらしと共に
しごとと共に
社会と共に

9 CSRマネジメント

11 持続可能な社会のために

環境経営
社会貢献活動
情報セキュリティ

18 第三者コメント

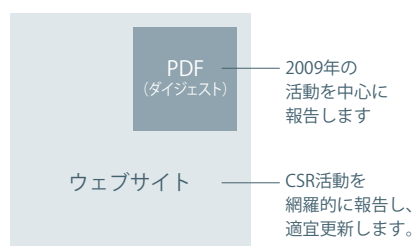
19 CSR活動ウェブサイトのご案内

報告方針

キャノンMJグループでは、2007年からCSR報告書（冊子およびPDF）を発行し、ステークホルダーの皆さまへの情報開示を進めてきました。

2010年より、環境にも配慮し冊子としての発行は行わず、ウェブサイトへの掲載による報告に切り替えました。ウェブサイトでは情報の網羅性と更新性の側面を、PDF（ダイジェスト版）では年次報告と読みやすさの側面を重視して編集しました。この2つの媒体を通じ、さまざまな分野にわたるCSR活動をわかりやすくご紹介することに努めています。

なお、情報セキュリティ分野については、「情報セキュリティ報告書2010」で詳しく報告しています。



対象期間および対象会社

- 報告対象期間
2009年1月～12月を基本とし、ウェブサイトではそれ以降の活動も適宜更新していきます。
- 報告サイクル
毎年1回発行（前回の発行は2009年6月）
- 報告対象会社
キャノンマーケティングジャパン株式会社およびキャノンマーケティングジャパングループ会社
- 参考ガイドライン
GRI サステナビリティ レポートガイド 第3版

会社名の表記について

本書中、会社名を下記の略称で表記する場合があります。
キャノンマーケティングジャパングループ→キャノンMJグループ
キャノンマーケティングジャパン株式会社→キャノンMJ
キャノンシステムアンドサポート株式会社→キャノンS&S

「顧客主語」で実践する全員参加型のCSR

多くのお客さまとの接点を持つキャノンMJグループでは、「顧客主語」の考え方にに基づき、事業活動を実践しています。

“当社は・キャノンMJは”ではなく、“お客さまは・お客さまの課題は”と主語を「お客さま」に置き換え、その要請や期待に応じていくことが重要であると考えています。同様に、CSR活動においても、“ステークホルダーは・ステークホルダーの課題は”と置き換えて考えることを大切にしています。

こうした「顧客主語」のCSR活動を実践するためには、全従業員が個々の仕事で接しているステークホルダーの立場で考え、行動することが重要です。従業員の職種は、営業、システムエンジニア、カスタマーエンジニア、企画など多岐にわたりますが、全従業員がCSRの考え方を共有し、「全員参加型のCSR」を実践していきます。

お客さまや社会の声に耳を傾け、
真摯に対応する。
「くらし、しごと、社会」の事業領域において、
本業を通じて社会の要請や期待に応えていく
CSR活動の基本姿勢に変わりはありません。

Q1 社会情勢が大きく変化の中で、 CSR経営への考え方に変化はありましたか？

これまで、キヤノンマーケティングジャパングループのCSR活動は「本業であるマーケティングそのもの」と言ってきました。この基本的な考え方に変化はありません。

予断を許さない経済状況は当分続いていくでしょう。人々が安心と豊かさを求める中で、自然環境や生活環境をはじめとするインバランスが増してきています。そうした中でこそ、私たちがCSR経営としてなすべきことは、お客さまへの価値創造を支援していく際に、環境保全やコンプライアンス、情報セキュリティなど、社会のニーズや価値観の変化を敏感かつ的確に読み取り、事業を通じて対応していくことです。そのことが、結果としてさまざまなインバランスの解消にもつながるものだと思います。

Q2 CSR経営の基本は変えないということですが、今後の課題は？

私たちは既存事業を伸ばすとともに、新しい事業も創造していこうと思っていますが、その考え方やフレームワークの中で、「事業活動が本当に社会の求めているものと一体となっているか」という視点を持って、活動をより深めていく必要があると思います。それはくらしの豊かさや安心であり、環境保全であり、まさしくCSRのキーワードと一体のものだと考えています。キヤノンマーケティングジャパングループは、「くらし、しごと、社会」という広範囲な事業領域の中で、お客さまのさまざまな価値創造を支援することをミッションとしています。例えばその中の「社会」の領域では、情報インフラの整備や地球環境、健康・医療に対してどう貢献していくのかということが課題です。

Q3 CSRにおける具体的な取り組みのなかで、特に力を入れているものは？

まず、『環境経営』については従来にも増して取り組みを強化します。2010年、キヤノンマーケティングジャパングループでは、新しい環境ビジョン『未来の森』2015を掲げ、私たちが事業活動を行う際に排出するCO₂を抑えることとあわせて、お客さまの製品使用時に、その利便性を向上させながらエネルギーをいかに減らすかという取り組みを今まで以上に強化することにしました。具体的には、2015年には、製品やITソリューションでお客さまのCO₂排出量削減への貢献量を10万トン以上、自社のCO₂排出量に対してお客さま先のCO₂削減貢献量を2倍以上にしたいと考えています。これを『グリーンレシオ』と呼んでいきたいと思っています。これからも単にハードを提供するだけでなく、使用環境や使い方を積極的にご提案していきます。一例としては、「GREEN NAVI」という、情報提供サイトを「canon.jp」上に立ち上げています。

もうひとつ、『情報セキュリティ』も重点課題だと考えています。私たちは、事業活動の中で個人情報や営業秘密といった価値のある情報を取り扱います。しっかりした情報セキュリティ体制やマネジメントシステムなどの基盤を整備し、お客さまに安心・安全な業務プロセスで価値をご提供することがますます重要になるでしょう。



ITセキュリティの実装といった技術力を強化していくことも必要ですが、従業員一人ひとりのセキュリティマインドを高めることが大切です。そのために、コンプライアンス活動と連携して意識啓発を促し、その浸透・定着を定期的に確認しています。

あわせて情報セキュリティのノウハウをお客さまに提供することにより、セキュアな社会の実現に貢献することも、欠かすことのできない私たちの使命です。

『社会貢献』としてはさまざまな分野に取り組んでおりますが、特に環境分野に注力していきます。

社会貢献全般の進め方については、マーケティング企業らしく、自社だけでなく、ビジネスパートナーやお客さま、NPOやNGO、地域の方々と一体となって活動できるフレームワークをつくり上げましたので、これを使って活動を拡大していきたいと考えています。私自身も、その活動のひとつである植林活動に、実際に参加しています。

Q4 本業を通じてどのように社会に貢献していきますか？

今私たちの周りには、爆発的な情報量の増加という社会的状況があります。グローバルに広がっていく情報は、集められ、保管され、加工され、分析、伝達されていきます。しかし、これを利用者がそれぞれのシステムで対応すると、情報量が増えれば増えるほど、エネルギーの使用も膨大なものになってきます。また、情報セキュリティの観点での課題も出てきます。そうした課題を解決する答えの一つとして、いわゆる『クラウドコンピューティング』があります。これは、情報の活用や拡がりの面で、世界の人々の豊かさにもつながりますし、経済的な意味での生活水準を引き上げることにも貢献できる新しい価値の提供だと思えます。キヤノンマーケティングジャパングループでは今も『データセンター』を持っていますが、私たちはこれをさらに発展させ、省エネ環境対応と、より高度なセキュリティレベルを実現するという最新技術を加え、『データセンター事業』と『クラウドコンピューティング事業』の展開を進めていきます。

Q5 グローバル・コンパクトに参加した経緯と意味は？

2009年12月、キヤノンマーケティングジャパンは、国連グローバル・コンパクトに参加しました。これは、私たちが今まで取り組んできた日々のCSR活動をあらためて検証しているという考えからです。独自の方針、独自のPDCAで進んできたCSR活動が、世の中の流れと乖離してしまうリスクもあるため、必要な見直しとスパイラルアップをさらに進めることを意図しています。私たちの活動領域は国内を中心としていますが、従業員にはいつも「視野はグローバルに」と言っています。「あらゆる局面で広い視野を持って活動しましょう」と言っていることを絵空事に終わらせないという意味も持っています。



代表取締役社長

川崎 正己

「暮らし、しごと、社会」での 価値提供

キヤノンマーケティングジャパングループは、
本業を通じて社会的な課題の解決を目指し、
豊かな未来づくりに貢献していきます

キヤノンマーケティングジャパングループは、「暮らし、しごと、社会」のあらゆる領域で、最高の価値を提供することをミッションとしています。

各領域において、お客さまをはじめとするステークホルダーの要請や期待に耳を傾け、それらに応える取り組みを真摯に実践していきます。

「暮らし」
と共に

写真の楽しみや喜びを感じる
豊かなフォトライフのサポート



「しごと」
と共に

お客さまのしごとを支える
ソリューションの提供



「社会」
と共に

誰もが安心して生活できる
社会基盤の整備



くらしと共に

写真の楽しみを知ること、日々のくらしの中に新たな感動や発見が生まれる。

そんな豊かなフォトライフをご提案するために、会員制コミュニティである「キヤノンフォトサークル」や、キヤノンユーザー向けデジタルフォトサービス「キヤノンイメージゲートウェイ」など、各種サービスの充実を図っています。

豊かなフォトライフのご提案

会員制コミュニティ 「キヤノンフォトサークル」

写真を撮り始めると、その素晴らしさや楽しさを仲間と分かち合いたくなります。そのようなときにはキヤノン製品のご愛用者が集う会員制のコミュニティ「キヤノンフォトサークル」にご参加ください。

このサークルは交流の場として、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皆さまのお手伝いをしてきました。2009年12月末時点で、レギュラー会員、ウェブ会員を合わせて、総会員数は約24,000名に上っています。

会員向けサービス「キヤノンフォトサークルウェブ」では、インターネットを活用した新しい写真の楽しみ方を紹介しています。プロ写真家が会員の応募作品を選定し、コメントを付けて公開する「フォトセッション」や、カメラの使い方や撮影テクニックを学べる「学習Movie」などがあり、より多くの方々に写真の楽しさを知っていただくためのさまざまなコンテンツをご用意しています。



会報誌が創刊50周年を機にリニューアル

キヤノンフォトサークルの月刊会報誌が、2009年に創刊50周年を迎えたことを機にリニューアルしました。2010年1月号から名称を「moments (モーメンツ)」へと刷新するとともに、さらに多くの方に親しまれるよう内容の充実を図っています。

「moments」2010年1月号



 キヤノンフォトサークル
<http://canon.jp/cpc/>

デジタルフォトサービス 「キヤノンイメージゲートウェイ」

キヤノンイメージゲートウェイでは、キヤノンの対象製品をご購入いただき、ご登録(無料)いただいたお客さまに、製品の活用提案など、デジタルフォトライフをもっと豊かにするウェブサービスを提供しています。

2009年は、ウェブ上に自分のアルバムを作る「オンラインアルバム」の容量増(従来の100MBから2GBに変更)や、ウェブ画面の簡単な操作だけで写真入りポストカードやカレンダーが作製できる「PIXUS プリント プロジェクト」のリニューアルなど、利便性の向上を図りました。

また、注文したオリジナル写真集を公開する「みんなのPhotobookギャラリー」も好評で、会員の皆さまからのご応募により、2009年12月末時点で、200冊以上の作品を公開しています。

今後も、きめ細かいサービスで、お客さまのデジタルフォトライフを応援します。



オリジナル写真製本サービス (有料)

 CANON IMAGE GATEWAY
<http://www.imagegateway.net/>

しごとと共に

付加価値の高いソリューションの提供やビジネスマッチングの機会創出、オフィス機器保守サービスにおける対応品質の向上などを通じて、お客さまの「しごと」をサポートし、頼れるパートナーとなることを目指しています。

お客さまのビジネスを支援

ビジネスマッチングを支援する「社長、曰く。」の会

「社長、曰く。」は、日本全国で活躍されている経営者の方々の座右の銘を紹介した新聞広告企画で、2009年で4回目となり、これまで約2,800社にご協力いただきました。

キヤノンMJでは、同企画にご協力いただいた企業の経営層の方々を対象として、人材戦略やマーケティングに関するセミナーや交流会を実施しています。これまでにご参加いただいた地域経営層の方々は、延べ1,100社1,600名に上ります。

こうした「社長、曰く。」の会の活動は、各地域においてお客さま同士の新たなコミュニケーションが生まれるビジネスマッチングの場としても活用されています。



新聞広告企画「社長、曰く。」



「社長、曰く。」感謝の集い

中小オフィス向け IT 支援

最適なソリューションを提案する「IT Solution Forum」 キヤノン S & S

キヤノンS&Sでは、ITを中心としたソリューションを提案する場として、「IT Solution Forum」を開催しています。

2009年は、上期に東京・大阪・名古屋の3会場、下期に全国の9会場で開催し、上期780社、下期1,203社、合計1,983社もの企業の方々にご来場いただきました。

同イベントでは、セミナーなどを通じて、生産性向上やコスト削減、セキュリティ対策など、お客さまの立場で各種ソリューションを提案しました。開催セミナー数は、延べ126回に上り、「Windows7最新動向」「ホームページ作成セミナー」「人事・労務問題解決」などのセミナーに多くの参加者が集まりました。



名古屋でのセミナー風景



IT Solution Forum 2009 の展示ブース



<http://cweb.canon.jp/zayu/special.html>

社会と共に

キヤノンならではの先端技術を活用した防災システムや、医療機器の開発を通じて、誰もが安心して生活できる社会基盤の整備に貢献しています。

地域の安全を支える

災害対応に活躍する 防災用高所カメラシステム

近年、自治体などを中心に、火災や地震などの災害時の状況をいち早く把握できるカメラシステムを導入する動きが活発になってきています。

キヤノンMJグループでは、こうした社会的ニーズに対応するため、小型・軽量のネットワーク情報カメラ「NU-701N」と高速光無線システム「CANOBEAM」を組み合わせた高品質なシステムの提案活動を行っています。

東京都杉並区には、キヤノンならではの画像の鮮明度や地図表示の使い勝手の良さなど、総合的なメリットが評価され、民間ビルの屋上に防災用高所カメラを4台導入しています。カメラで撮影された映像は、杉並区防災センターや消防署、警察署にも送られ、迅速かつ的確に被害状況を把握し、行政一体となった災害対応に役立てられています。



高速光無線システム
「CANOBEAM」



小型・軽量の情報カメラ
「NU-701N」

医療現場の課題を解決する

優れた可搬性を持つ X線デジタル撮影システム

在宅医療や遠隔地・離島での医療は、機器の不足から限られた医療行為しか受けられないことがあります。こうした医療格差を埋めることを目指して開発されたのが、ポータブルX線デジタル撮影システム「CXDI-55G」です。

これまでのX線移動撮影では、撮影はできてもその場での画像確認ができませんでした。このシステムでは、堅牢なケースに本体、ノートパソコン、UPS(無停電電源装置)、ケーブルなど必要な機材をパッケージ化しているため撮影と画像確認の両方が可能となりました。

このシステムは、災害時に現地の医療機関が停止しているときなどにも利用でき、多くの被災者の病状把握に力を発揮します。

2010年1月に発生したハイチ大地震では、JICA(独立行政法人国際協力機構)をはじめとした自衛隊や日本赤十字社の災害派遣医療チームがCXDIシステムを現地で使用しています。



ポータブルX線
デジタル撮影システム
「CXDI-55G」



海外の災害現場で活躍するCXDIシステム

CSR マネジメント

キャノンマーケティングジャパングループは、毎年CSR活動の重要テーマを設定し、活動の着実なステップアップを図るとともに、CSRの基盤となるマネジメント体制を整備し、社会から信頼される企業を目指しています。

重要テーマと活動実績

CSR活動においてより着実な成果を挙げるべく、2009年においては8つの重要テーマを設定し、取り組みました。

2009年CSR重要テーマ	実施項目
グループCSR活動の基盤強化	社会的責任を果たすための国際的なイニシアティブへの参加 社会的責任の遂行に対するグループ共有の体系的な考え方を表明
企業倫理・コンプライアンスの徹底	コンプライアンス情報の配信 コンプライアンス・ミーティングの実施 コンプライアンス意識調査の実施
環境経営の具現化	環境マネジメントシステム(EMS)統合認証取得 CO ₂ 削減活動 事業活動における商品環境負荷軽減 お客さまの環境配慮活動支援 生物多様性への対応
グループ情報セキュリティ活動の強化	情報セキュリティの基盤強化 第三者認証による客観的評価と改善 個人情報保護の継続的強化・改善 情報セキュリティ人材の育成 情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
リスクマネジメント強化	BCM(Business Continuity Management:事業継続マネジメント)の構築と維持管理
CSR活動の社内外への情報発信とコミュニケーションの強化	キャノンMJグループにおけるCSR活動のステークホルダーへの情報開示 ステークホルダーへのCSRコミュニケーションと啓発
安全衛生における二大理念の追求 ・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	新型インフルエンザ対策 労働災害削減の取り組み 救命救急体制の整備
キャノンMJグループらしい 社会貢献活動の実践	社会貢献における重点テーマの策定と実践 従業員参加型社会貢献の推進

実施内容と成果	CSR報告書/情報セキュリティ報告書
キャノンマーケティングジャパンとして国連グローバル・コンパクトへ署名(2009年12月)。	
CSR活動方針を策定(2009年8月)。	
週1回メールマガジンを配信、合計52回配信。	CSR報告書 P11
グループ各社の約2,100課で、上期と下期に各1回実施。	CSR報告書 P11
グループ全従業員を対象に調査を実施(回答率:91%)。	
全グループ会社で、認証取得(新規連結対象となったグループ会社は、認証取得に向けて活動中)。	
グループ会社含め、各拠点で削減活動を推進。2009年CO ₂ 排出量実績:34,520t-CO ₂ (2005年比で総排出比15.0%削減、売上比1.8%増減、従業員人数比31.8%削減)	CSR報告書 P13
<ul style="list-style-type: none"> ■ 環境配慮製品の提供 <ol style="list-style-type: none"> 1. お客さま先のCO₂削減に貢献する複合機imageRUNNER ADVANCEシリーズ、サテラレーザービームプリンターを発売。 2. 省資源対応用紙「GF-600」を発売。 ■ 物流効率化・梱包材削減 <ol style="list-style-type: none"> 1. 家電量販店向けに他社との共同配送を実施。CO₂排出量を従来比25%削減。 2. imageRUNNER ADVANCEシリーズで循環梱包を採用。 	CSR報告書 P13-14
<ul style="list-style-type: none"> ■ お客さま先の環境負荷低減につながる情報を発信 <ol style="list-style-type: none"> 1. CO₂削減につながる製品の使い方を提案するウェブサイト「GREEN NAVI」を開設。 2. 製品の環境配慮情報を提供する製品環境データシート「GREEN PROFILE」を公開。 	CSR報告書 P14
「日本経団連生物多様性宣言推進パートナーズ」へ参加(2009年12月)。	CSR報告書 P15
キャノン(株)のグローバル基準である「グループ情報セキュリティルール」に基づく、グループ各社のレベル評価を実施。	情報セキュリティ報告書 P7
<ul style="list-style-type: none"> ■ ビジネスソリューション分野 <p>お客さまと直接点を持つ営業・サービス&サポートおよび商品企画・販売企画プロセス全体へのISMSの組み込みと認証が完了。ビジネスパートナー・システムパートナーなどの販売店への営業プロセスへ認証拡大を実施。</p> ■ ITソリューション分野 <p>主要なITソリューション分野の企画・開発プロセスへのISMSの組み込みと認証を取得。</p> ■ 産業機器分野 <p>半導体製造装置の企画・営業・サービスメンテナンスプロセスへのISMSの組み込みと認証を取得。</p> 	情報セキュリティ報告書 P9
<ol style="list-style-type: none"> 1. 国内グループ会社20社のうち、13社でプライバシーマークの認証を取得(2010年4月までの延べ数)。 2. 個人情報データベース管理システムのグループ展開の拡大。 	情報セキュリティ報告書 P9
<p>グループ全体でこれまでに以下のスペシャリストを育成(2009年9月時点)。</p> <p>1.ISMS推進担当者数:1,506名 2.ISMS内部監査員数:419名 3.個人情報保護キーパーソン数:349名</p>	情報セキュリティ報告書 P14
<ol style="list-style-type: none"> 1. 情報セキュリティガバナンスシンポジウム(主催:経済産業省、日本経済新聞社)において活動内容を講演。 2. 「キャノンMJグループ情報セキュリティ報告書2009」を発行。 	情報セキュリティ報告書 P15
<ol style="list-style-type: none"> 1. 首都直下地震を想定したBCPを策定し、定期的な訓練と計画の見直しを実施。 2. 新型インフルエンザ対策を実施。 	CSR報告書 P11
<ol style="list-style-type: none"> 1. 「キャノンMJグループCSR報告書2009」(ダイジェスト版の創刊含む)を発行。 2. CSR活動情報の開示媒体の主を冊子からウェブサイトへ移行する準備を開始。 	
<ol style="list-style-type: none"> 1. お客さま、ビジネスパートナーに向けたキャノンMJグループCSR活動紹介セミナーを実施(延べ51回)。 2. 社内・階層別教育の実施(対象は、新入社員、新任ライン管理職、キャリア入社など)。 	
<ol style="list-style-type: none"> 1. 新型インフルエンザ対策読本初版発行(2009年1月)、改訂版発行(9月)。 2. 職場安全衛生ミーティング開催による関連情報のグループ内共有(2009年1月~2月)。 3. 地区安全衛生委員会での月次の啓発活動実施(2009年6月~12月に計7回)。 	
5S強化月間の実施回数(2009年4月、8月、12月)	
救命講習受講者1,595名(2010年3月現在)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. 重点テーマ「未来につなぐ環境づくり」「人の未来づくり」を策定。 2. NPO法人アサザ基金との連携を開始。 3. NPO法人共存の森ネットワークとの連携を開始。 	CSR報告書 P15
<ol style="list-style-type: none"> 1. 従業員が寄付を通じて活動を支援できる「キャノンMJグループ オンライン寄付サイト」をオープン。 2. ペットボトルキャップの回収活動をキャノンMJ本社地区で開始。 3. グループの従業員がチャリティイベント「ウォーク・ザ・ワールド」に参加。 	CSR報告書 P15-16

コンプライアンス

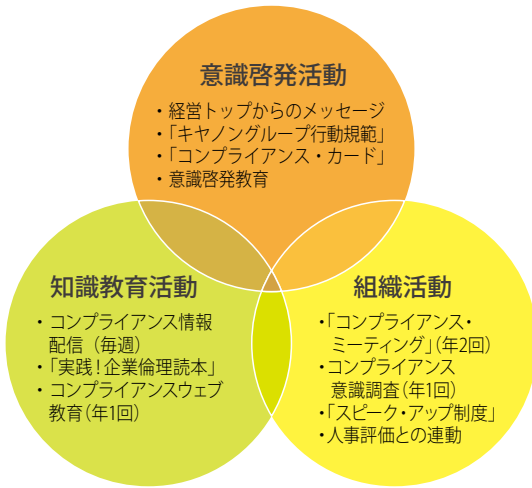
コンプライアンスの考え方

キヤノンMJグループは、コンプライアンスを法令遵守にとどまらず、「法令や社会のルールを守り、社会正義を堅持し、社会の期待に応え続けていくこと」と捉え、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」、「知識教育」、「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。



コンプライアンス・カード

● キヤノン MJ グループのコンプライアンス活動



コンプライアンス・ミーティングの実施

職場内での意識向上と具体的な行動の促進およびコミュニケーション強化を目的として、上期・下期の年2回、組織の最小単位である課ごとに企業倫理・コンプライアンスをテーマとしてミーティングを実施しています。

ライン課長を推進役に、自部門の業務に照らして、社会や顧客の信頼を失ってしまうリスクはどんな場合でその予防策は何か、あるいは社会からどのような期待が寄せられているかなどを考え、話し合い、次回までの実施事項を確認します。

コンプライアンス情報の配信

コンプライアンス実践に必要な知識・情報の周知を図るため、2004年6月より「今週のコンプライアンス」というメールマガジンを毎週配信しており、2009年は、合計52回配信しました。

リスクマネジメント

BCM専門委員会の設置

2007年7月、事業継続マネジメントの構築と維持管理を目的に、経営会議傘下のBCP*1専門委員会を設置しました。同委員会は、2009年にBCM*2専門委員会に改称し、キヤノンMJグループ全社のBCP方針の審議などを行っています。

*1 BCP (Business Continuity Plan) : 事業継続計画

*2 BCM (Business Continuity Management) : 事業継続マネジメント

首都直下地震への対応

首都直下地震を想定したBCPを策定し、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、早期に復旧できる体制を整備しています。

2009年は、定期的な訓練や計画の見直しなどを、PDCAのマネジメントサイクルに沿って実践しました。

新型インフルエンザ対策

新型インフルエンザ対策として、従業員と家族の生命・安全の確保を第一に優先し、以下の取り組みを実施しました。

● 2009年の主な取り組み

- 新型インフルエンザ対策基本計画書の策定
- 新型インフルエンザ対策BCPの策定・訓練
- 安否確認システムによる訓練の実施
- 感染者発生を想定した訓練の実施
- 従業員向け対策読本の改訂および周知徹底

持続可能な社会のために

キャノンマーケティングジャパングループは、「環境経営」「社会貢献活動」「情報セキュリティ」の分野でCSR活動を推進し、持続可能な社会の実現に貢献します。

環境経営

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

環境経営の考え方

環境ビジョン『未来の森』2015を制定

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

日本国内でお客さまとの接点を持つキャノンMJグループでは、自らの環境負荷低減はもとより、社会やお客さまと一緒に取り組むCO₂削減活動や社会貢献活動を推進することで、豊かさや地球環境を両立する社会づくりに貢献していきます。

環境負荷の低減活動は、将来にわたり、長期的な視点で考え、継続的に取り組むテーマです。また、キャノンMJグループでは、長年、写真（印画紙）やOA用紙という商品を通じて森林資源と深いかわりをもってビジネスを進めてきたことから、「未来」・「森」という言葉を環境ビジョンに採用しました。

『未来の森』2015

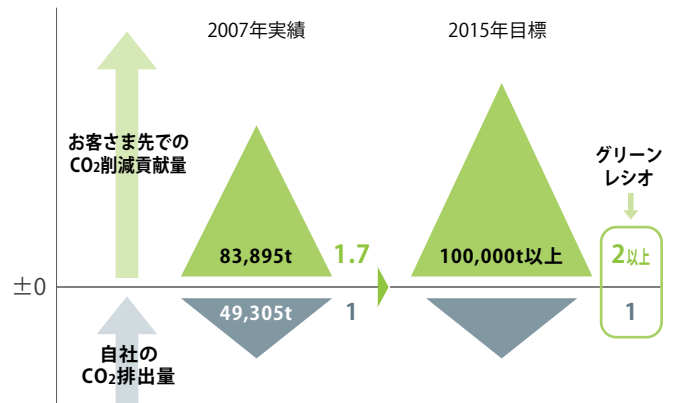
キャノンマーケティングジャパングループは、「共生」の理念のもと、地球上のあらゆる生物の多様性に配慮し、森や故郷を後世に永遠に残すため、豊かさや地球環境を両立する社会づくりに貢献します。そのために、自らは、より少ない資源で効率的な事業活動（資源生産性の最大化）を実践し、社会やお客さまとは、私達の提供する商品やITソリューションを通じて共に環境負荷低減活動を行ないます。

新たなCO₂削減目標を制定

キャノンMJグループは、事業所におけるCO₂削減量とお客さま先でのCO₂削減貢献量について、「お客さま先でのCO₂削減貢献量年間10万トン以上を目指し、自社排出量比で2倍以上とする」という目標を設定しました。この自社CO₂排出量とお客さま先でのCO₂削減貢献量との比率を「グリーンレシオ」と呼んでいます。

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

地球環境にプラス



地球環境にマイナス

事業所での環境負荷低減

オフィスコントロールの取り組み

キヤノンMJの本社ビルであるキヤノンSタワーでは、ビルのCO₂排出量を削減するために、「キヤノンSタワー省エネルギー運転マニュアル」を作成し、運用の徹底を行い新たな対策も実施しました。

その結果、2009年のCO₂排出量は対前年比で14.1%削減することができました。

キヤノンSタワーにおける省エネ対策は、オフィスツアーなどを通じて具体的な取り組みをお客さまに紹介しています。

また、2009年には活動事例を論文としてまとめ、(財)省エネルギーセンター主催の「関東地区省エネ事例発表大会」にて、「関東経済産業局長賞」を受賞しました。

ワークスタイルの変革

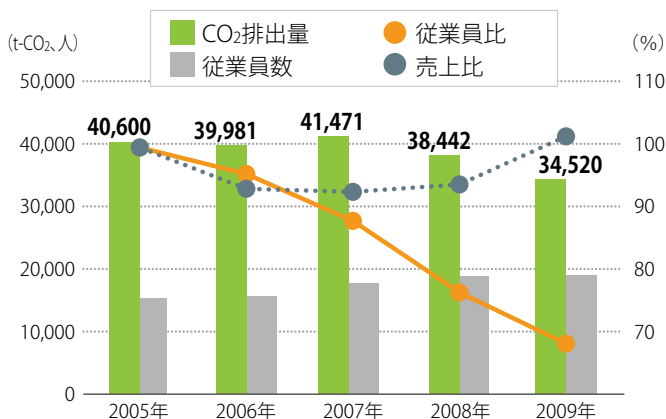
テレビ会議システムやテレビ電話は、複数の拠点間における人の移動にかかる時間や交通費を削減し、生産性の向上やコスト削減に大きく寄与しています。また、移動時のCO₂削減にも大きな効果があるため、キヤノンMJグループでは、これらを積極的に導入し活用しています。

2009年は、キヤノンMJ単体で22,544.3時間の利用がありました。また、キヤノンS&Sでは、ASPを利用したテレビ電話システム「CAOCAO」を利用し、社内コミュニケーションの活性化につなげています。



キヤノンS&S：CAOCAOをモニターにつなげて開催した責任者会議

● キヤノン MJ グループ CO₂ 排出量の推移



お客さま先での環境負荷低減

環境配慮製品の提供

キヤノングループでは、バイオマスプラスチックや再生材料の使用、リサイクルしやすい設計、省エネ性能の向上など環境に配慮した製品をお客さまに提供しています。

キヤノンMJグループではオフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」やレーザービームプリンター「Satera」など省エネ製品をお客さまご提供することで、使用時の消費電力削減を実現し、ひいては社会全体のCO₂削減を推進していきます



オフィス向け複合機
「imageRUNNER ADVANCE」

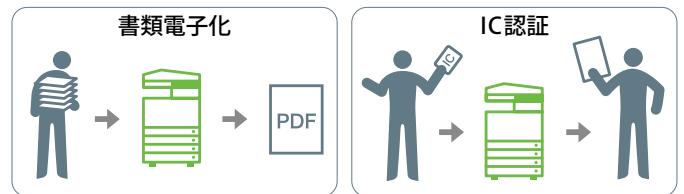


レーザービームプリンター
「Satera」

環境負荷低減につながる使い方を提案

キヤノンMJグループでは、製品の使い方の工夫によるオフィスの環境負荷低減を提案しています。

こうしたオフィスの環境負荷低減の実例をキヤノンMJの本社であるキヤノンSタワーなどでご覧いただくことができます。



取り組み事例

- 複合機とソフトウェアの連動によるコピー・プリントの使用状況集計・分析、印刷設定カスタマイズ、放置プリント抑止などで用紙を節約
- 複合機を利用した紙文書の電子化によるオフィスの省スペース化
- テレビ会議システムやプロジェクター導入による人移動や紙使用の削減 など

製品の回収・リサイクル活動

製品の回収・リサイクル体制

お客さま先で使用済みとなった製品を効率的に回収するため、全国10カ所に回収センターを設置。キヤノングループのリサイクル拠点である「キヤノンエコロジーインダストリー」や「トップ事務機」などと連携して、使用済み製品の再資源化を行っています。

また、使用済み製品の回収輸送における環境負荷を低減するため、積載効率を改善するとともにモーダルシフトを導入し、CO₂の排出量の削減を図っています。

消耗品の回収・リサイクル

カートリッジなど消耗品の回収は、お客さまのご協力によって成り立っています。キヤノングループでは、ご協力いただくお客さまの利便性向上を目的に、さまざまな回収方法を用意しています。

ビジネスパートナーと協力して全国に回収窓口を設置しているほか、集合回収箱を宅配便で送付いただく方法や、訪問回収サービス（トナーカートリッジのみ）などを展開しています。

1990年からスタートしたトナーカートリッジのリサイクルは、2010年で20周年を迎えました。

これを機に、使用済みカートリッジの回収・リサイクルにご協力いただいた際、どの程度のCO₂削減効果があるかをお客さま自身で計算できるコンテンツを、ウェブサイト「GREEN NAVI」で展開しました。

業界共同での回収・リサイクル活動

キヤノンMJは、独自の回収・リサイクル活動を行うだけでなく、他のプリンターやオフィス機器メーカーとも協力して資源の再利用に取り組んでいます。

キヤノングループなどインクジェットプリンターメーカー6社は、2008年4月から日本郵政グループと協力し、お客さまの利便性向上と回収率向上のため、「インクカートリッジ里帰りプロジェクト」を推進しています。2010年4月にはプロジェクトの一環として国連環境計画（通称UNEP）への寄付を開始したほか、多くの自治体にも参画していただくなど、活動内容が広がっています。

また、国内複写機メーカーは、資源有効利用促進法のもと、お客さまから下取りした他社の複写機を回収機交換センターに集め、それぞれ自社の複写機を持ち帰るシステムを「回収機交換システム」として運用しています。キヤノンMJもこのシステムに参加し、業界各社とともに、東北地区における回収物流の共同化や、沖縄地区における共同再資源化を実施しています。

ITソリューションによる環境負荷低減

キヤノンMJグループでは、ITソリューションの活用によって、人の移動削減、紙などの資源消費の削減、オフィススペースの削減などを実現し、お客さま先の環境負荷低減に貢献しています。

また、キヤノングループが長年にわたって培ってきた、グリーン調達調査やマテリアルフローコスト会計など環境に関する技術・ノウハウをお客さまに提供する環境ソリューション「Ecovation」シリーズを展開しています。

お客さま先の環境負荷低減につながる情報の発信

キヤノンMJグループでは、お客さま先の環境負荷低減に貢献するため、CO₂削減につながるキヤノン製品の使い方をご紹介する「GREEN NAVI」を2009年11月、キヤノンのウェブサイト上に公開しました。

「GREEN NAVI」では、消費電力や紙を削減するための複合機の使い方を紹介したり、製品の買い替えや用紙の節約による省エネ・省資源をCO₂削減換算の目安で計算する「省エネ・省資源シミュレーター」などのコンテンツを用意しています。



「GREEN NAVI」のトップ画面

商品配送における環境負荷低減

従来は同じビジネスパートナーに各社の配送トラックが別々に商品を配送していましたが、家庭用プリンターなど家電量販店向け配送は、同じ配送先・配送条件であることから他社との共同配送の可能性を検討してきました。

その結果、キヤノンMJとエプソン販売との間で、両社が利用している物流会社である日本通運の配送網、配送システムを活用することで、トラック積載率・配送効率の向上を円滑に行えることが検証でき、2009年6月より共同配送を開始しました。

共同配送を実施したことにより、2009年6～12月の半年間で、約36トンのCO₂削減効果を挙げることができました。

社会貢献活動

社会貢献活動の重点テーマを設定し、ステークホルダーとより良い社会を共に支えるための活動を展開しています。

社会貢献活動の重点テーマ

「未来につなぐ環境づくり」

10年、50年、そして100年先の未来に、多様な生き物と美しい自然を残すため、地球環境やそこに生きる生物を守り、再生する活動を支援していきます。

「人の未来づくり」

すべての人が互いの個性を尊重し合い、助け合い、そして未来へ「命」をつなげ、「夢」を持って生きていけるよう、次世代を担う世代や災害や貧困に苦しむ人々、日常生活や社会生活においてさまざまな制約を受ける人々を支援していきます。

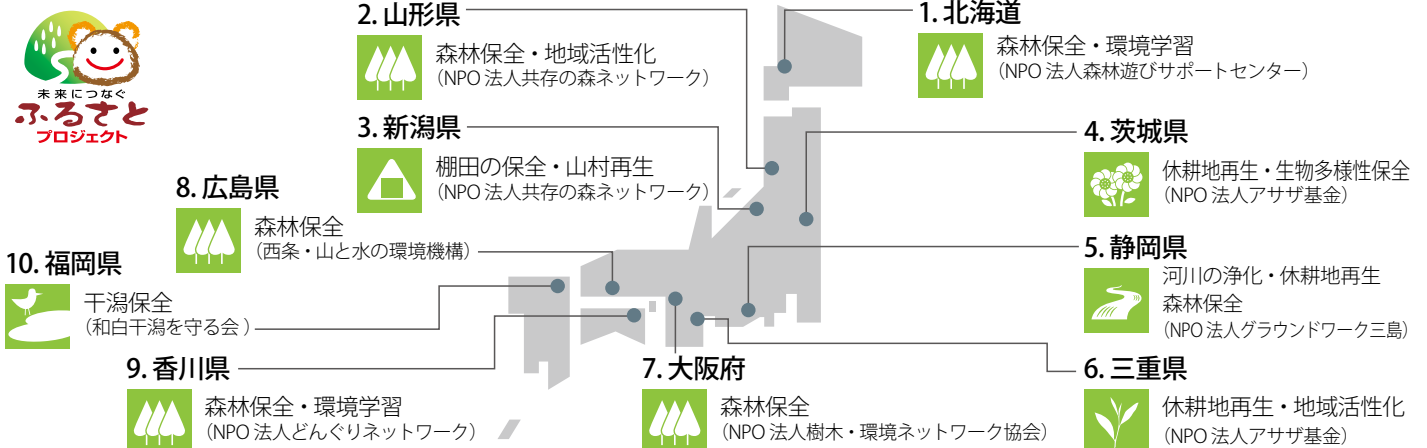
未来につなぐふるさとプロジェクト

キャノンMJグループは、さまざまなステークホルダーが一体となって取り組む社会貢献活動「未来につなぐふるさとプロジェクト」を全国各地で展開しています。

このプロジェクトは、子供たちの未来に美しく緑豊かな「ふるさと」を残していくことを目指し、従業員、お客さま、ビジネスパートナーなどのステークホルダーやNPOと連携し、全国10ヵ所において森林伐採地域での植林や過疎化が進む山村での棚田や干潟の保全活動などに取り組んでいます。

また、キャノンMJは日本経団連の「生物多様性宣言」の趣旨に賛同し、「宣言推進パートナーズ」に参加しています。この宣言を一段と実効性の高いものとするためにもこのプロジェクトを通じて、生物多様性を育む社会づくりに貢献していきます。

● 全国の10ヵ所の活動と協働パートナー



カートリッジ回収協力による寄付参加

これまで、インク・トナーカートリッジの回収・リサイクル活動を通じて、資源の有効活用に取り組んできましたが、さらに昨年、資源枯渇問題に加え、地球温暖化、生物多様性といった課題にも積極的に取り組むことがますます重要になってきました。

そこで、2010年より、使用済みカートリッジの回収本数に応じて森林保護や自然再生活動に資金を支援するプログラムを開始しました。支援金は「未来につなぐふるさとプロジェクト」の各地連携NPOなどに寄付し、活動資金として活用されます。お客さまやビジネスパートナーから回収したカートリッジが資源の有効活用と共に、美しい自然を未来につなぐ活動への支援につながります。

従業員専用の寄付サイトを通じた寄付参加

従業員の社会貢献活動への参加手段を増やし、社会貢献に対する意識を高めることを目的に、「未来につなぐふるさとプロジェクト」などに、従業員が寄付を行うことができる「キャノンMJグループ オンライン寄付サイト」*を2010年2月にオープンしました。

このしくみが従業員の社会貢献に対する意識を高め、社会を変える第一歩となるよう、有意義なサイト運営に努めていきます。なお、今後このしくみをお客さまやビジネスパートナーの皆さまに参加いただけるサイトへと展開していく予定です。



キャノン MJ グループオンライン寄付サイトの画面

※上記サイトのシステムおよびプログラム開発には、NPO 法人パブリックリソースセンターが協力しています。

プロジェクトの活動実績

新潟県における「棚田のふるさと」づくり

新潟県村上高根集落にある美しい棚田の風景を将来にわたり残すこと、そして、地域がより元気になることを目的に、従業員、地域住民、NPO、学生ボランティアと共に、お米づくりや廃校の再生に向けた取り組みなどを行っています。

2010年5月1日～2日の田植えには、従業員とその家族・友人約50名がボランティア参加し、夜は集落内の方々の家に宿泊し、交流を深めるとともに、美しい棚田や森を未来に残すことの大切さを語り合いました。



2010年の田植えの様子
(NPO法人共存の森ネットワーク様との協働プログラム)

山形県における「未来の森」づくり

山形県飯豊町中津川地区では、従業員、地域住民、NPOなどが協働して、地域の植生に配慮した多様な広葉樹の植樹活動などを通じて「未来の森」づくりを行っています。

2010年5月29日の植樹活動には、従業員とその家族・友人、パートナー企業の従業員総勢65名がボランティア参加し、広葉樹1,000本の植樹や、森の散策を行いました。

「未来の森」づくりでは、森林の再生だけでなく、従業員と地域住民の方々との交流などを通じて、地域の活性化にもつなげることを目指しています。



2010年植樹活動の様子
(NPO 法人共存の森ネットワーク様との協働プログラム)

6つの分野における活動

キヤノングループ「共生」の企業理念のもと、人道・災害、環境保全、社会福祉、地域社会、教育・学術、芸術・文化・スポーツの6つの分野で、社会課題の解決に貢献する活動を行っています。



国連WFP協会の
「ワーク・ザ・ワールド」に参加



ペットボトルキャップの収集活動を
実施



小学校の体験プログラム
「ゆめ・仕事びったり体験」に協力



写真文化の発展に寄与する
「写真甲子園」への協賛

情報セキュリティ

情報セキュリティを重要な経営課題としてとらえ、「情報セキュリティの主要注力テーマ」を設定し、さまざまな活動を実施しています。

推進フレームワークと主要テーマ

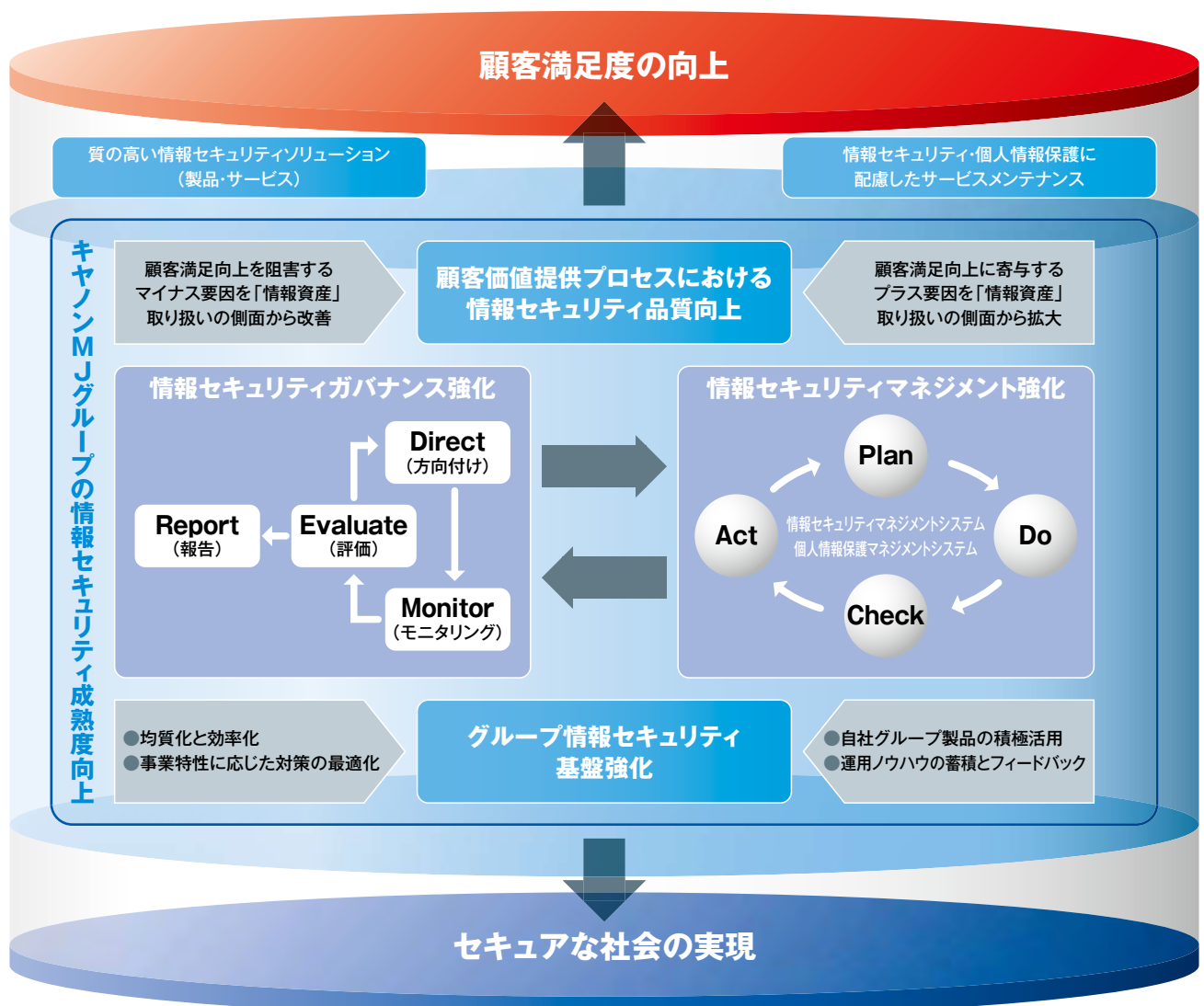
キャノンMJグループは、セキュアな社会の実現に向け、企業の社会的責任として「情報セキュリティ」の基盤強化に取り組んでいます。さらに「情報セキュリティ」を、お客さまへの価値提供プロセスの品質を「より安全に」「より確実に」「より効率的に」するための“顧客満足度の向上を支える業務改善活動”ととらえて、成熟度の向上に努めています。

情報セキュリティ成熟度の向上にあたっては、情報セキュリティガバナンスとマネジメントシステムの有効性を継続的に向上させる取り組みを行っています。

※情報セキュリティ活動の詳細は、「情報セキュリティ報告書 2010」をご参照ください。
<http://cweb.canon.jp/about/csr/security-report/index.html>

● 2010年主要注力テーマ

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



第三者コメント

自社のCSR活動を客観的に評価するために、2009年に引き続き、足達 英一郎氏から第三者コメントをいただきました。

「キャノンマーケティングジャパングループ CSR 報告」を読んで



足達 英一郎氏

株式会社日本総合研究所 主席研究員 経営戦略研究部、技術研究部を経て現在、ESGリサーチセンター長。金融機関に対し社会的責任投資や環境配慮評価融資のための企業情報提供を担当。環境経営とCSRの視点からの産業調査、企業評価を専門とする。

昨年度に引き続き、CSR報告書2010、情報セキュリティ報告書2010を拝見しました。ウェブサイトでは情報の網羅性と更新性の側面を、PDF(ダイジェスト版)では年次報告と読みやすさの側面を重視して編集するという方針は時機を得たものと感じました。ただ、網羅性は向上したものの、自社が発信したい事項、社会からの期待に応える事項をより明確にする余地はまだ残っていると判断いたしました。

御社では、CSR全般やコンプライアンスや環境、情報セキュリティなど分野ごとのテーマで、これまで自社で取り組んできた内容を、「CSRセミナー」としてお客さまやビジネスパートナー向けに公開しているとしています。これらはマーケティング会社としての特徴あるCSR活動といえるでしょう。

同時に「CSR経営としてなすべきことが、結果としてさまざまなインバランスの解消につながる」というトップメッセージには大いに共感しました。今後はCSRが社会からの期待に対する応答能力であるという認識に立って、ステークホルダーからの期待の特定を強化していくことで取り組みの具体化を図ることができるでしょう。本書には「CSRマネジメント/重要テーマと活動実績」の記載がありますが、重要テーマとして特定するまでのプロセスは、ステークホル

ダーとの関係性からみて必ずしも明確ではありません。また、次号では、年度の実績や進捗の開示をより強化されることを期待します。

新たに制定された活動方針では「大災害や重大事件事故などの緊急事態に強い継続性のある社会をつくる」という事項が盛り込まれている点に、御社らしさを強く印象づけられました。「首都直下地震を想定したBCPを策定し、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、早期に復旧できる体制を整備しています」としていますが、顧客の取り組み支援、ソリューションをCSR活動の柱にさせていただくことを提案します。

2009年の国連グローバル・コンパクトへの署名は、御社のCSR活動が国際行動規範を尊重するという新たなステージに飛躍することを意味しています。次号以降、人権、ダイバシティ、腐敗防止に関する取り組みとその成果についても、情報開示を進めていただけるようお願いいたします。

最後に、製品やITソリューションでお客さまのCO₂排出量削減への貢献量を2015年に10万トン以上、自社のCO₂排出量に対してお客さま先のCO₂削減貢献量を2倍以上にするという新しい環境ビジョン『未来の森』2015の意欲的な内容を評価いたします。次号では、貢献量と排出削減量を毎年どのようにして積み上げていくのか、取り組み別の内訳についても開示して下さい。それによって読者は業界内での御社の先進度を判断することができるようになるでしょう。

※これらのコメントは、本報告書が一般に公正妥当と認められる環境報告書などの作成基準に準拠して正確に測定、算出され、かつ重要な事項が漏れなく表示されているかどうかについて判断した結論を表明するものではありません。また、これらのコメントは、キャノンMJのCSRサイトを読んだ上でのコメントですので、一部、本ダイジェスト版には記載されていない活動についてもコメントしています。

第三者コメントを受けて

昨年に続き第三者ご意見をいただいた、足達様に先ず心より御礼を申し上げます。頂戴したご意見のポイントは、取り組みのマテリアリティ(重点課題)が何であり、それを位置付けたプロセスや背景を示すことで、より強い意志表明をすべきとのお指摘を受け取りました。私たちは今年からウェブサイト(canon.jp)による報告を中心に据え、その上で補足ツールとして、見やすさや全体像の把握のためダイジェスト版を制作いたしました。さまざまなステークホルダーの皆さまとの接点で、このダイジェスト版をご覧いただく機会を数多くつくることで、当社のウェブサイトへ訪問いただき、当社グループの活動を広くご理解いただければ幸いです。昨年暮れ、キャノンマーケティングジャパンは国連グローバル・コンパクトへ

の署名を行い、世界的基準を意識した取り組みを進めることを内外に宣言致しました。また新環境ビジョンも整備し、新しい目標での環境貢献や、生物多様性の保全を具体的に展開して参ります。その1つとして、今年私たちは全国10カ所、各地域で活動するNPOや自治体との協働による社会貢献の場づくりを行い、グループ従業員やその家族、さらにお客さまやビジネスパートナーの皆さまを対象とした活動を開始しました。これらの取り組みを含め、次年度の報告ではさらに皆さまの期待に応えられるよう活動して参る所存です。

キャノンマーケティングジャパン株式会社
CSR推進本部 本部長 河口 洋徳

CSR活動ウェブサイトのご案内

本書では、2009年の活動を中心にCSR活動のダイジェストとして報告していますが、ウェブサイトでは、下記のような網羅的な情報を掲載しています。

また、「新着情報」などを通じて最新の情報を適宜更新していますので、詳しい情報をご覧になりたい方は、ウェブサイトをご利用ください。



ウェブサイト

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

ウェブサイト掲載項目一覧

	「くらし、しごと、社会」での価値提供		社会貢献活動
	「くらし」と共に		社会貢献活動のテーマ
	「しごと」共に		未来につなぐふるさとプロジェクト
社会から信頼される企業を目指して	「社会」と共に	ステークホルダーと共に	プロジェクトの活動実績
	CSRマネジメント		人道・災害
	CSRの考え方		環境保全
	活動方針と推進体制		社会福祉
	重要テーマと活動実績		地域社会
	コーポレート・ガバナンス		教育・学術
	コンプライアンス		芸術・文化・スポーツ
	リスクマネジメント		お客さまと共に
品質マネジメント	お客さまの声を活かすしくみ		
ブランドマネジメント	お客さまサポートの充実		
持続可能な社会のために	環境経営	ステークホルダーと共に	ビジネスパートナーと共に
	環境経営の考え方		お客さま価値創出のための協働
	環境マネジメント		公正取引・倫理の遵守
	事業所での環境負荷低減		グリーン調達
	製品ライフサイクルにおける環境配慮		株主・投資家と共に
	お客さま先での環境負荷低減		積極的なIR活動の推進
	製品の回収・リサイクル活動		社外からの評価
	環境人材の育成		従業員と共に
	環境パフォーマンスデータ		従業員に関する方針
	情報セキュリティ		人権の尊重と多様な人材の活躍
	情報セキュリティの考え方		仕事にやりがいを感じる環境づくり
	情報セキュリティマネジメント		働きやすく快適な職場環境の整備
	第三者認証の効果的な活用		CSR活動の報告について
情報セキュリティ対策の実装	報告方針		
情報セキュリティ人材の育成	第三者コメント		
積極的な情報開示と社会への貢献	GRIガイドライン対照表		
お客さまへの安心・安全の提供	国連グローバル・コンパクト対照表		

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 CANON STOWER