



Canon Marketing Japan Group **CSR Report 2015**



キャノンマーケティングジャパングループ
CSR報告書2015

詳細版

キャノンマーケティングジャパングループ CSR活動方針

キャノンマーケティングジャパングループは、
持続可能な発展に向け、企業としての使命を果たしていくために、
以下の方針に基づいた活動を行います。



方針

- 安心安全で豊かな社会づくりに貢献します。
- 事業活動すべてにおいて、信頼される品質を提供します。
- よりよい社会の構築を担える人づくりに貢献します。
- ステークホルダーとの対話を重視し、公正で誠実な事業活動を行います。
- 健康で安全に働ける職場環境づくりを推進します。
- 環境や生物多様性の保全に貢献します。
- 人権を尊重します。

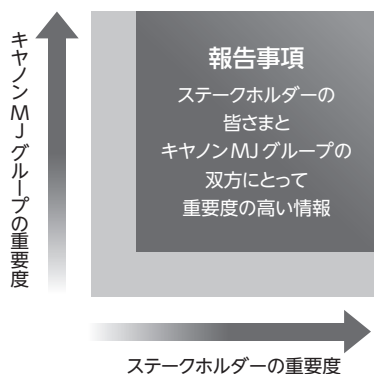
制定日：2009年8月1日
改定日：2014年1月1日
キャノンマーケティングジャパン株式会社
代表取締役社長
社長執行役員
坂田正弘

報告方針

キャノンMJグループでは、2007年からCSR報告書(冊子およびPDF)を発行し、ステークホルダーの皆さまへの情報開示を進めてきました。2010年より環境に配慮し、冊子(紙媒体)としての発行から、ウェブサイトでの報告に切り替えました。

報告事項についての考え方

ステークホルダーの皆さまから寄せられるご意見や国連グローバル・コンパクト、ISO26000、日本経団連の企業行動憲章、さらには本報告書への第三者コメントを参考として、ステークホルダーの皆さまとキャノンMJグループの双方にとって重要度の高い情報を掲載しています。



ウェブサイト・PDF(ダイジェスト)における報告範囲

ウェブサイトでは、幅広いステークホルダーからの開示期待に応えるために情報の網羅性と更新性の側面を重視し、またPDF(ダイジェスト)では当社のCSR活動の全体像をわかりやすくお伝えするために、より重要な取り組みや特徴的な取り組みを中心に編集しています。

なお、本報告書にはCSR活動における環境面・社会面の情報を中心に掲載しています。経済面の情報につきましては、ウェブサイトの「会社情報」および「投資家向け情報」にて詳しく開示しておりますので、そちらをご参照ください。

会社情報

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

投資家向け情報

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

対象期間および対象会社

報告対象期間

2014年1月～12月を基本とし、ウェブサイトではそれ以降の情報に関してもステークホルダーの皆さまにとって重要と判断した情報については、適宜更新していきます。

報告サイクル

毎年1回発行(前回の発行は2014年6月)

報告対象会社

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

参考ガイドライン

GRI サステナビリティ レポートینگ ガイド 第3.1版

CONTENTS

03… トップメッセージ

05… 特集

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

09… CSR マネジメント

37… 環境経営

64… 情報セキュリティ

87… 社会貢献活動

113… ステークホルダーとの関わり

136… CSR 活動の報告について

会社名の表記について

本文中、会社名を下記の略称で表記する場合があります。

キャノンマーケティングジャパングループ

⇒ キャノン MJ グループ

キャノンマーケティングジャパン株式会社

⇒ キャノン MJ

キャノンシステムアンドサポート株式会社

⇒ キャノン S&S

キャノン IT ソリューションズ株式会社

⇒ キャノン ITS

キャノンライフケアソリューションズ株式会社

⇒ キャノン LCS

キャノン株式会社

⇒ キャノン

社員一人ひとりが自発的に取り組む CSR活動を目指します。



2014年を振り返って

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

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

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

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

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

社会課題を捉えたソリューション

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

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

東北復興に向けた取り組み

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

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

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

「CSR経営」で新たな価値を創出する

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

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

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

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

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

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



日本の医療が抱える医療格差と医療費問題

本格的な高齢化社会を迎える中、日本の医療は多くの課題を抱えています。

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

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

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

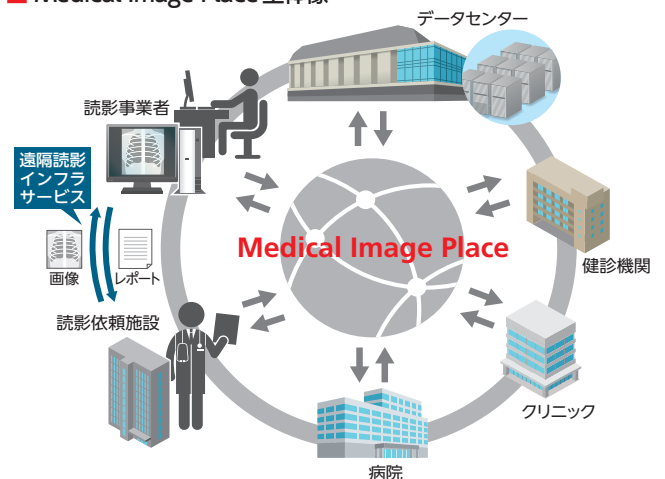
先に挙げた課題の解決を目指し、キャノンMJと遠隔読影サービス事業者の(株)メディカルイメージラボは、2013年7月より医療現場に向けたクラウドサービスの共同研究開発を始めました。研究開発過程においては、およそ1年にわたって病院と読影医が抱えている課題を徹底的に抽出しました。この調査の結果から特に神経を注いだのが、命を扱う医療だからこそ必要とされる高度な安定性の実現と、多くの個人情報を取り扱うために求められる情報セキュリ

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

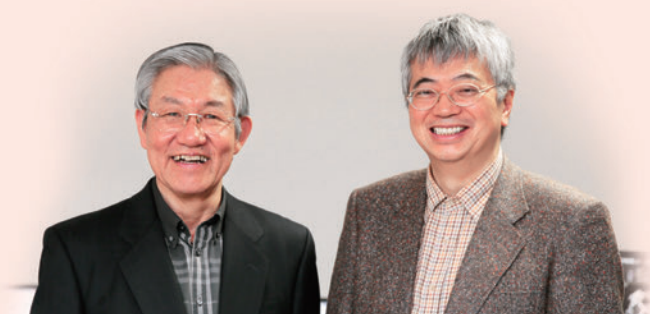
このようにして、医用画像クラウドサービス基盤「Medical Image Place」は開発されました。このMedical Image Placeの活用により最初に実現したソリューションが、「遠隔読影インフラサービス」です。このサービスを利用いただくことにより、読影医が不足している地域でも、遠隔地にいる読影医による質の高い診断をスムーズに受けることができるようになります。

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

■ Medical Image Place 全体像



キャノンの画像とクラウドの強みが生きた 新しいつながりのしくみ



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

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

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

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

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

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

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

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



医療画像の一例

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

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



3Dソリューションで 日本のものづくりの復権と進化に貢献

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



競争力向上の鍵を握る効率化と 品質向上の両立を支援

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

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

3Dデータを活用し、製品開発の プロセスを効率化

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



©3D Systems Corporation

3Dプリンター
Project® 3510HD

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

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

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

試作品の効率的な製作とプロモーション活動に3Dプリンターが貢献



株式会社 ジャッカル
藤松 弘一さん

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

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

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

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



ルアーの試作品

革新的な提案で新しい“ものづくり”に貢献

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

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

作られています。

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

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



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、「共生」の理念のもと、基本的なCSRを徹底した上で、事業を通じて社会に恩恵をもたらし、企業も存在意義を発揮しながら、サステナビリティを目指します。

CSRの考え方と方針、行動計画

CSRの考え方	10
CSR活動方針と推進体制	13
重点テーマ(マテリアリティ)の設定	15
CSR行動計画(2014年)	17

マネジメント

コーポレート・ガバナンス	21
コンプライアンス	22
事業継続	27
品質マネジメント	31
ブランドマネジメント	32
ソーシャルメディアの利用について	34

CSRの考え方

キャノンマーケティングジャパングループ（以下、キャノンMJグループ）は、キャノングループの一員として、また、ステークホルダーと多くの接点を持つ企業グループとして、CSR活動をマーケティングの視点でとらえ、従業員の全員参加で推進しています。

キャノンMJグループが考える「CSR経営」

キャノンMJグループは、「共生」の理念のもと、事業を通じて社会に恩恵をもたらし、企業も存在意義を発揮しながら、サステナブルな社会づくりを目指します。それにより、私たち企業グループと社会の持続的な相乗発展を実現し、結果として企業価値・コーポレートブランドの向上につなげていきます。そのために、「ガバナンス・コンプライアンス」※1、「基本的なCSR」※2を徹底した上で、「CSR活動は、マーケティングそのもの」という考え方のもと、「Business with CSR」をスローガンに掲げ、“サステナビリティ要素”※3を融合させた、製品・サービス、ソリューションを提供していきます。活動の基盤は、従業員一人ひとりが「三自の精神」※4と「CSRマインド」※5を備えることです。



※1 事業活動の土台。CSR活動を支える体制や基盤。

※2 国連グローバル・コンパクト、ISO26000、日本経団連・企業行動憲章などに留意した、健全な事業活動を営むための前提となる、人権、労働、環境、情報セキュリティなどの、ステークホルダーの要請に対応した必要不可欠なCSR活動。

※3 安心安全／健康／環境保全／資源の有効活用／生物多様性／情報セキュリティ／労働安全衛生／高齢者対策／コミュニティ支援など

※4 自分が置かれている立場・役割・状況をよく認識し（自覚）、何事も自ら進んで積極的に行い（自発）、自分自身を管理する（自治）姿勢で、前向きに仕事に取り組むこと。

※5 従業員一人ひとりが、企業理念やミッション・ビジョン、自社らしさをしっかりと認識した上で、CSRを本質的・体系的に理解し、誇りと自覚を持って、その担い手として主体的・自発的に取り組む姿勢。組織風土の要となる。

キャノングループ企業理念：共生

キャノングループは、創立51年目にあたる1988年、「共生」を企業理念とし、世界中のステークホルダーの皆さまとともに歩んでいく姿勢を明確にしました。共生とは、文化、習慣、言語、民族などの違いを問わずに、すべての人類が末永く共に生き、共に働いて、幸せに暮らしていける社会を目指すものです。キャノングループは、世界の繁栄と人類の幸福に貢献するためにサステナビリティを追求していきます。

共生

キャノングループ企業理念の詳細は、こちらのページへ

[会社情報:企業理念「共生」のページへ](#)

ミッション・ビジョン（長期経営構想フェーズⅡより）

キヤノンMJグループは、2011年1月に「長期経営構想フェーズⅡ」をスタートしました。「事業創造で新しい成長の道へ」をテーマに、次のミッションとビジョンを掲げています。

ミッション

安心安全で豊かな「暮らし、しごと、社会」の実現に向けてマーケティング・イノベーションを行い、最高の価値を提供する

ビジョン

「顧客主語」を実践する、グローバルな視野をもったサービス創造企業グループ

「長期経営構想フェーズⅡ」の詳細は、こちらのページへ

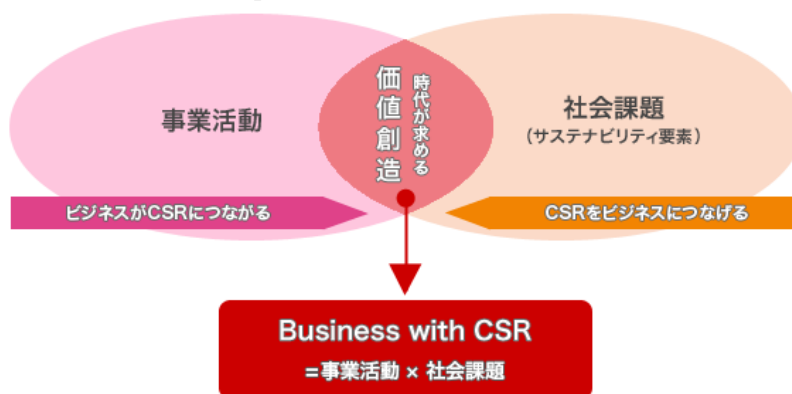
[会社情報:長期経営構想のページへ](#)

CSR活動は、マーケティングそのもの

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

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

「CSR活動は、マーケティングそのもの」というキーコンセプトに基づき、現代社会における要請や期待といえる、“サステナビリティ要素”を融合させた、製品・サービス、ソリューションの提供を目指しています。事業活動を通じた、社会課題の解決や社会価値の提供こそが、一過性や断続的ではなく、企業と社会の持続的な相乗発展に結びつくと考えています。キヤノンMJグループは、こうした時代が求める、新しい価値を創造するCSR活動を「Business with CSR」というスローガンのもとに展開していきます。



ビジネスがCSRにつながる

いまのビジネス（製品やサービス、ソリューション）を、「社会が抱える課題を解決したい」という気持ちで、CSRにつなげていく志の高い気概を指しています。

CSRをビジネスにつなげる

事業とは別個にとらえたCSRではなく、CSRを本業に組み込んでいく、クリエイティブで戦略的な発想を表しています。

Business with CSR=事業活動×社会課題

サステナビリティ要素を融合させた、製品・サービス、ソリューションの提供を目指しています。

「国連グローバル・コンパクト」への参加

キヤノンMJは、国連が提唱する「人権・労働基準・環境・腐敗防止」に関する普遍的原則「国連グローバル・コンパクト」に署名しています。

企業の責任ある行動によってグローバルな課題の解決を目指すこの原則を、事業活動に反映させていくことで、持続可能でより良い社会の実現につなげていきます。

「国連グローバル・コンパクト」の10原則

人権

企業は、

- 原則 1：国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、
- 原則 2：自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。

労働基準

企業は、

- 原則 3：組合結成の自由と団体交渉の権利の実効的な承認を支持し、
- 原則 4：あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、
- 原則 5：児童労働の実効的な廃止を支持し、
- 原則 6：雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。

環境

企業は、

- 原則 7：環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、
- 原則 8：環境に関するより大きな責任を率先して引き受け、
- 原則 9：環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである。

腐敗防止

企業は、

- 原則 10：強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。

CSR活動方針と推進体制

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、CSR委員会が中心となってCSR活動の諸施策を定め、キヤノンMJ各部門・グループ各社が組織的に実行できる体制を整備しています。

CSR活動方針

キヤノンMJグループでは、「共生」の理念のもと、ステークホルダーの要請・期待に応え、明確な方向性を持ってCSR活動を推進するために、「キヤノンMJグループCSR活動方針」を制定しています。

キヤノンマーケティングジャパングループCSR活動方針

キヤノンマーケティングジャパングループは、持続可能な発展に向け、企業としての使命を果たしていくために、以下の方針に基づいた活動を行います。

方針

- 安心安全で豊かな社会づくりに貢献します。
- 事業活動すべてにおいて、信頼される品質を提供します。
- よりよい社会の構築を担える人づくりに貢献します。
- ステークホルダーとの対話を重視し、公正で誠実な事業活動を行います。
- 健康で安全に働ける職場環境づくりを推進します。
- 環境や生物多様性の保全に貢献します。
- 人権を尊重します。

制定日：2009年8月1日

制定日：2014年1月1日

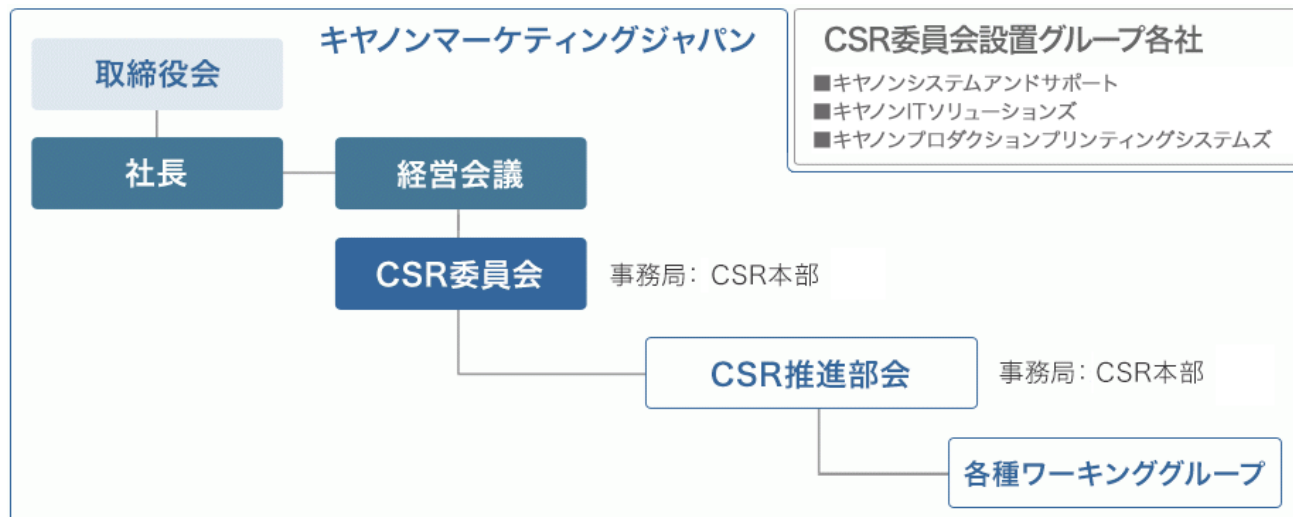
キヤノンマーケティングジャパン株式会社
代表取締役社長
社長執行役員

坂田正弘

CSR推進体制

キヤノンMJは、CSRに関する方針や規定、施策を審議するなど、グループのガバナンスを強化するとともに、広範囲にわたるCSR活動を推進していくために、CSR委員会を設置しています。

また、委員会で決定した諸施策は、キヤノンMJ各部門・グループ各社のCSR推進担当者を構成メンバーとする「CSR推進部会」を通じて、それぞれの組織で推進されています。



CSR推進体制図 (2015年4月現在)

キヤノンMJ CSR委員会 構成メンバー

委員長	社長
副委員長	社長が指名
委員	全取締役 社長が指名するグループ会社社長 (キヤノンシステムアンドサポート、キヤノンITソリューションズ、キヤノンソフトウェア、キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ) 社長が指名する者
オブザーバー	全監査役 グループ総合監査室長
アドバイザー	当社顧問弁護士

重点テーマ（マテリアリティ）の設定

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、2014年より、ステークホルダーの皆さまのご期待に応えるとともに、自社の事業特性や経営資源を活かしたCSR活動を行っていくために、「重点テーマ」を設定し、それらに基づいて「CSR行動計画」を策定しています。

CSRアンケートの実施

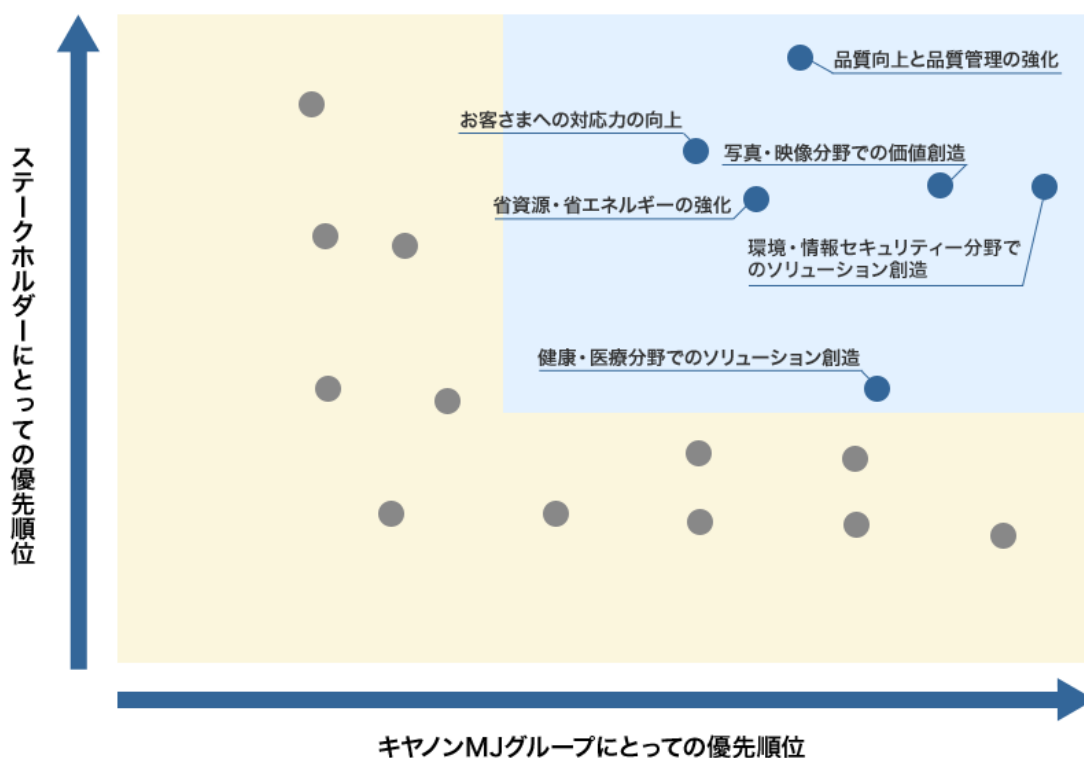
「CSRアンケート」は、個人のお客さま、法人のお客さま、ビジネスパートナー、販売店、サプライヤー、株主、学生、従業員など当社グループを支えてくださっているステークホルダーすべてに対し、多岐にわたるCSRの活動領域の中で、当社グループに積極的な取り組みを期待するテーマや項目についてお聞きするもので、2013年に実施しました。

また、本アンケートは社会貢献活動とも連携しており、アンケートご回答1件につき100円を環境や生物多様性の保全のために活動する団体への助成を目的とした「未来につなぐふるさと基金」に寄付いたしました。

重点テーマ（マテリアリティ）の設定

「CSRアンケート」の結果から導き出された「ステークホルダーにとっての優先順位」を縦軸に、当社グループの中長期の経営戦略や事業計画を勘案して導き出した「キヤノンMJグループにとっての優先順位」を横軸として分析を行い、社外の有識者を交えた議論と経営判断を経て、2014年に、当社グループにとっての「重点テーマ（マテリアリティ）」を設定しました。

マテリアリティマップ



6つの重点テーマ

- 写真・映像分野での価値創造
- 環境・情報セキュリティ分野でのソリューション創造
- 健康・医療分野でのソリューション創造
- 品質向上と品質管理の強化
- お客さまへの対応力の向上
- 省資源・省エネルギーの強化

キヤノンMJグループでは、2014年以降、この「重点テーマ」に基づいた「CSR行動計画」を策定していきます。

CSR行動計画

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

テーマ	2014 - 2016 中期テーマ	2014年の施策	実施会社
1 写真・映像分野での価値創造	さまざまなイベントやコンテンツ・サービスの提供を通じた豊かさや楽しさの創造、文化発展への貢献	写真を楽しむ参加体験型コミュニケーションの開催回数・地域の充実	キャノンMJ
		会員向けサイト「CANON IMAGE GATEWAY」における、顧客ニーズに対応した新たなサービスの提供	キャノンMJ
2 環境・情報セキュリティ分野でのソリューション創造	環境・情報セキュリティ分野でのお客さま企業の課題解決への貢献	製品・ITソリューションの提供によるお客さま先のCO ₂ 排出削減への貢献 ■数値目標：お客さま先でのCO ₂ 排出削減への貢献量 年間10万トン以上	キャノンMJグループ
		中小企業向けITソリューションの拡大	キャノンMJ/ キャノンS&S
		防犯や安全管理に寄与するネットワークカメラ事業のソリューション拡大	キャノンMJグループ
		高度なセキュリティを保ち、環境に配慮したデータセンタービジネスの拡大	キャノンITS
3 健康・医療分野でのソリューション創造	医療関連ソリューションの提供を通じた人々の健康や病気の予防への貢献	ICT活用におけるビジネス脅威対策に貢献するセキュリティソリューションビジネスの拡大	キャノンITS
		医画像・感染管理・ヘルスケアソリューションの拡大	キャノンLCS
4 品質向上と品質管理の強化 (商品・サービス品質)	商品・サービスに関する品質向上と品質管理の強化	AEDの販売およびステークホルダー向け心肺蘇生講習の実施による一次救命活動の普及 ■目標：心肺蘇生法講習 2010年～2017年の受講者延べ10万名以上	キャノンMJ/ キャノンS&S
		品質保証体制の強化	キャノンMJグループ
		サプライチェーンを通じたCSR調達活動の強化	キャノンMJグループ
		機器納入後の品質維持管理の強化 (対象商品：imageRUNNER/imageRUNNER ADVANCE シリーズ)	キャノンMJ/ キャノンS&S

重点テーマ

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

	テーマ	2014 - 2016 中期テーマ	2014 年の施策	実施会社
重点テーマ	5 お客さまへの対応力の向上 (対応・対応品質、CS)	商品・サービスの企画、販売から お客さまのご利用時まで、 プロセス全体 (バリューチェーン) にわたる 対応力向上	CS (Customer Satisfaction : 顧客満足) KPI マネジメントの強化	キャノンMJグループ
			お客さま対応・対応力の基盤強化と教育・啓発活動の推進	キャノンMJグループ
			バリューチェーンにおけるビジネスパートナーと協働した対応力向上	キャノンMJ
			BtoB 領域におけるIT活用によるお客さまへの対応力向上	キャノンS&S
			修理・保守サポートに関する対応力向上	キャノンMJグループ
			VOC (Voice of Customer : お客さまの声) の収集・分析・活用	キャノンMJグループ
6 省資源・省エネルギーの強化	【一部修正】 地球温暖化防止・製品リサイクル推進と 環境情報の積極的発信	お客さまの環境配慮活動を支援する情報発信 (持続可能な消費への支援)	キャノンMJグループ	
		市場から回収した製品のリサイクルの推進 ■数値目標：再資源化率 99.8%以上	キャノンMJグループ	
		自社グループのCO ₂ 排出量の削減 ■数値目標：年間5万トン以下	キャノンMJグループ	
CSRの基盤となるテーマ	7 コンプライアンス	グループ全従業員に対する 多面的な教育・啓発の推進	メールマガジンによる情報配信の実施 「コンプライアンス・ミーティング」の実施 「コンプライアンス意識調査」の実施	キャノンMJグループ
	8 情報セキュリティ	ISMS 統合認証の推進と 情報セキュリティリスク管理体制の強化	ISMSの新規格への移行とグループ16社での認証維持・拡大 情報セキュリティリスク管理体制の強化 (CSIRTの構築準備)	キャノンMJグループ
	9 環境	国内外のすべてのグループ会社への EMS 導入と非財務情報開示の強化	グループ会社へのEMS 導入 GHG 排出量第三者検証取得 EMS 製品環境保証体制の組織的強化	キャノンMJグループ
	10 事業継続	首都直下地震と新型インフルエンザ対応 のBCPを強化	首都直下地震および新型インフルエンザ対応のBCPのPDCAサイクルを改善・強化	キャノンMJグループ
	11 ダイバーシティ	公平・公正を基本とした ダイバーシティの浸透と女性の活躍推進	— — —	キャノンMJグループ

CSR行動計画

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

コーポレート・ガバナンス

キヤノンマーケティングジャパングループは、経営の透明性を高め、ステークホルダーからの継続的な信頼を得るために、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでいます。

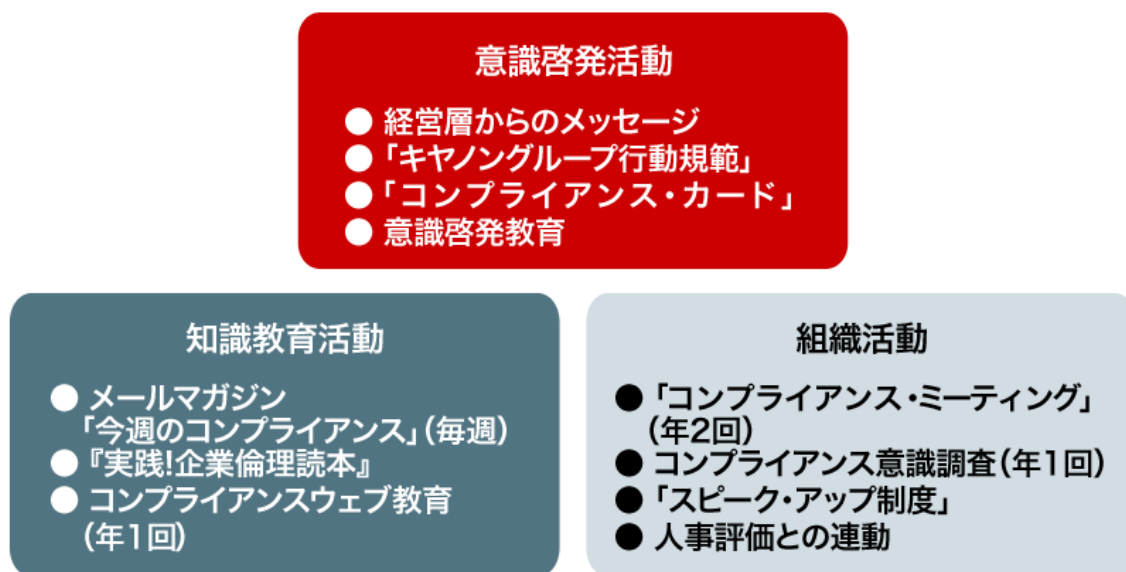
コーポレート・ガバナンス体制

継続的に企業価値を向上させていくためには、経営における透明性の向上と経営目標の達成に向けた経営監視機能の強化が極めて重要であると認識し、コーポレート・ガバナンスの充実に向けてさまざまな取り組みを実施しております。

[コーポレート・ガバナンスのページへ](#)

コンプライアンス

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、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」ととらえ、一人ひとりが高い倫理観と遵法精神を備えた個人として行動するよう、「意識」、「知識」、「組織活動」の3つの視点でコンプライアンス活動を推進しています。



キヤノンMJグループのコンプライアンス活動

意識啓発活動

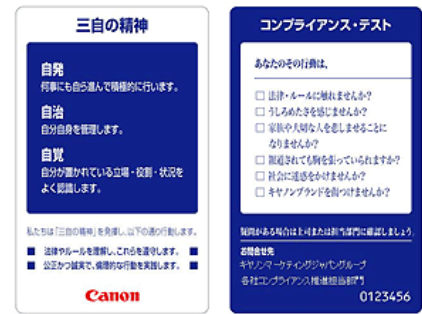
コンプライアンス活動を進める上で最も基本となるものは、従業員一人ひとりが高いコンプライアンス意識を持ち続けることと考えています。高い意識を持ち続けるために、さまざまな方法で意識啓発を行っています。

経営層からの啓発メッセージ発信

経営層からは、従業員に対して機会あるごとに意識啓発を行っています。具体的には、経営トップから発信される月次の「社長メッセージ」や四半期ごとに開催される「グループ幹部会」、職場単位で開催される経営層と従業員との対話集会「現場deトーク」などを通じ、直接経営トップから従業員に向けて、コンプライアンス活動の重要性や企業倫理の確立に向けたメッセージを発信しています。

コンプライアンス意識共有のための「キヤノングループ行動規範」と「コンプライアンス・カード」

キヤノングループでは、全役員・従業員が業務遂行にあたり守るべき規準を示した「キヤノングループ行動規範」の周知徹底を図るとともに、創業期から受け継がれる「自発・自治・自覚」の「三自の精神」と、自らの行動をチェックするための「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、全役員・従業員が携行しています。



コンプライアンス・カード

「キヤノングループ行動規範」の項目

経営姿勢	<ol style="list-style-type: none"> 1. 社会への貢献 優れた製品の提供／消費者保護／地球環境保護／社会文化貢献／コミュニケーション 2. 公正な事業活動 公正競争の実践／企業倫理の堅持／適切な情報提供
役員・社員行動規範	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企業倫理と法の遵守 公正・誠実／適法な業務遂行／ルール of 適正解釈 2. 会社資産の管理 資産の厳格管理／不正利用の禁止／知的財産権の保護 3. 情報の管理 ルールに基づく取り扱い／私的利用の禁止／インサイダー取引の禁止／他社情報の不正取得の禁止／他社情報の適切な取り扱い 4. 利益相反と公私の区別 利益相反の回避／贈与・接待・利益供与の禁止／未公開株式の取得禁止 5. 職場環境の維持・向上 個人の尊重と差別の禁止／セクシャルハラスメントの禁止／銃刀・薬物の持込禁止

対面形式によるコンプライアンス意識啓発教育の実施

新入社員や新たに職場のマネジメントを担う新任ライン管理職には、それぞれの立場に応じたコンプライアンス意識をしっかりと持ってもらう必要があります。このため、意識啓発に有効な対面形式での教育を行っています。

新入社員研修 毎年4月

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

新任ライン管理職研修 毎年1月、7月

内容：職場におけるコンプライアンス問題の発生要因、職場責任者としてのコンプライアンス活動における立場・役割

知識教育活動

従業員一人ひとりが、業務遂行の場面で直面するさまざまなコンプライアンスリスクに対し、正しい判断と行動ができるよう、メールマガジンやウェブを用いた効果的な知識教育を行っています。

メールマガジン「今週のコンプライアンス」の毎週配信

コンプライアンス実践に必要な知識・情報の周知を図るため、2004年6月よりメールマガジン「今週のコンプライアンス」を毎週配信しています。この「今週のコンプライアンス」は、コンプライアンスに関する基本的な考え方や関連法令・ルールのポイント、各種事例、社会情勢に基づいたテーマなど、業務・事業活動上で役立つ知識・情報および注意点と対策などをタイムリーにグループ全従業員に提供しています。2014年は、マイナンバー制度、贈賄防止、情報セキュリティ、印紙税法改正、インサイダー取引規制強化、環境など、計50回配信しました（2014年12月末までの累計実績：537回）。

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

2014年度の主な配信内容

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

コンプライアンス事例集『実践！企業倫理読本』の配布

『実践！企業倫理読本』は、業務・事業活動上の具体的なケースごとにポイント解説した冊子です。全従業員に冊子を配布するとともに、イントラネット上でも公開しています。



『実践！企業倫理読本』

正しい知識を効果的に身につけるウェブ教育

コンプライアンス活動の基本となる考え方や本来あるべき行動を身につけてもらうため、年1回グループ全従業員を対象に独自の「設問診断形式」によるウェブ教育を実施しています。この「設問診断形式」では、設問・選択肢・解説それぞれに理解すべき事柄が埋め込まれています。そのため、設問・選択肢を読み正解を導き出す過程で必要な知識が習得でき、業務上直面する場面において、正しい判断と行動を理解することができます。

2014年は、「コンプライアンス活動の範囲および目的」、「公正・公平な取引」、「知的財産の保護」、「情報管理」、「利益相反と公私の区別」、「職場環境の維持・向上」などを題材に、グループ全従業員がコンプライアンスに則った正しい行動について学びました。

組織活動

従業員一人ひとりの意識啓発・教育活動はもちろんのこと、個人・職場・全社が一体となって企業倫理の確立に取り組むべく、組織としての活動も強化しています。

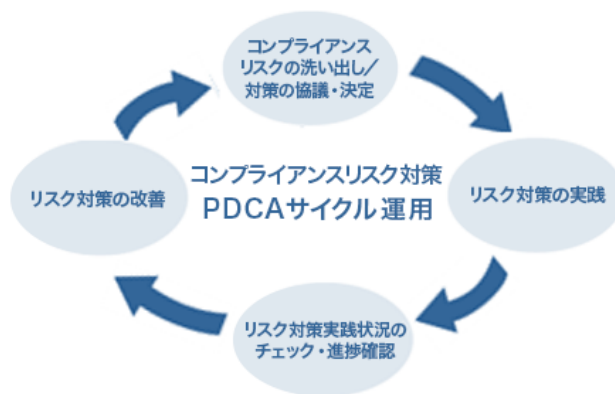
職場単位でリスクや対策を議論・共有化する「コンプライアンス・ミーティング」

職場内でのコンプライアンス意識向上と具体的な行動の促進およびコミュニケーション強化を目的として、グループの全従業員を対象にすべての職場（約2,000部門）で、上期・下期の年2回、「コンプライアンス・ミーティング」を実施しています。この「コンプライアンス・ミーティング」では、職場のコンプライアンス推進役であるライン管理職の進行で、職場のコンプライアンスリスクと予防策を全員で話し合い、具体的な実施事項を確認します。そして、次回ミーティングでその実施状況をチェックし、改善を図るとともに、新たな課題とその対策を設定しています。



コンプライアンス・ミーティング

「部門におけるコンプライアンスリスクの洗い出しと対策の協議・決定（Plan）」、「リスク対策の実践（Do）」、「リスク対策の実践状況のチェック・進捗確認（Check）」、「リスク対策の改善（Action）」というコンプライアンスリスク予防のPDCAサイクルのしくみにより、リスク対策を確実なものにしています。



PDCAサイクルの運用

ライン管理職からの実施報告書では、「これまであまり疑問に感じずに、行ってきたこと、行おうとしたことの気づきの機会のある場として、非常に有意義だと思う」、「活発な意見が出て、日頃何気なく感じている不安や問題点を解決、確認でき今後に活かせる」、「メンバー全員で議論するミーティングの場を設定し、継続して実施を続けることが、コンプライアンスの定着および意識と行動の変革への近道だと思う」、「各人が認識を新たにし、また組織としても自由に発言できる風通しの良い組織を作る上でも有意義なミーティングである」などの意見が寄せられました。「コンプライアンス・ミーティング」をひとつのきっかけとして、各職場で業務上のコンプライアンスリスクとその対応策が共有され、従業員一人ひとりがコンプライアンス意識を持って業務を遂行しています。

2014年度のミーティングテーマ

上期（4～6月）

内容：担当業務の法令・ルール違反リスク洗い出しと対策議論

下期（10～12月）

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

グループ全従業員を対象としたコンプライアンス意識調査の実施

コンプライアンス意識レベルを定量的に把握し、そこから発見した課題を認識、改善するために、年1回グループ全従業員を対象にコンプライアンス意識調査を実施しています。

2014年度の調査結果

設問および回答率

コンプライアンスに関する「意識」・「知識」・「行動」、各コンプライアンス施策の有効性、コンプライアンスの活動主体について、キヤノンMJグループ全従業員約20,000名を対象に、無記名式で調査を実施しました。回答率は、グループ全体で92.5%となりました。

コンプライアンス「意識」・「知識」・「行動」レベルの調査結果

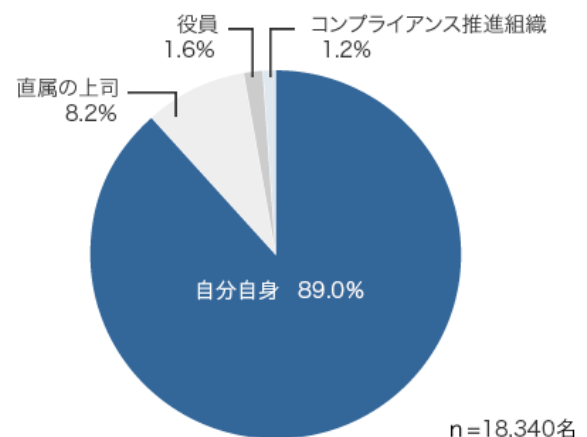
2014年度は、大半の設問で肯定回答（「そう思う」＋「ややそう思う」）が90%以上を示し、高い水準を維持しています。また、完全肯定回答（「そう思う」）は、「意識」では高い水準を維持しており、「知識」・「行動」では大半の設問で昨年と同水準という結果でした。

これを受け、2015年度のコンプライアンス活動は、コンプライアンス「意識」レベルの維持、「知識」・「行動」の全設問においてのレベルの一層の向上に向けた取り組みを強化します。

コンプライアンス施策の有効性の調査結果

「今週のコンプライアンス」、「コンプライアンス・ミーティング」など、すべてのコンプライアンス施策で肯定回答が90%以上を示し、多くの従業員から有効と評価されています。

「コンプライアンスを徹底して仕事をする上で、最も重要な役割を担う人」について質問したところ、「自分自身」が89%を示し、高い水準を維持しています。また5年連続で増加しており、コンプライアンスは、自分自身が中心となって取り組むとの認識が高まっています。



調査結果：「コンプライアンスを徹底して仕事をする上で、最も重要な役割を担う人は誰ですか?」の設問に対する回答

内部通報制度の運営

グループ内の事業活動や業務遂行に関して、法令や企業倫理に反する事態が生じた場合に、その違反事実を早期に発見し、是正・再発防止を図ることを目的として、内部通報制度「スピーク・アップ制度」を設置・運営しています。

「スピーク・アップ制度」では、通報者・通報内容の秘密を守ること、通報したことで人事上の不利益な取り扱いを受けないことを「スピーク・アップ制度規程」で明文化しているほか、通報者の利便性に鑑み、社内だけでなく弁護士事務所にも受付窓口を設置しています。

通報された案件に対しては、直ちに事実関係などを調査し、対応を行っています。対応状況および結果については、通報者に対して適宜フィードバックするとともに、CSR委員会に報告されます。

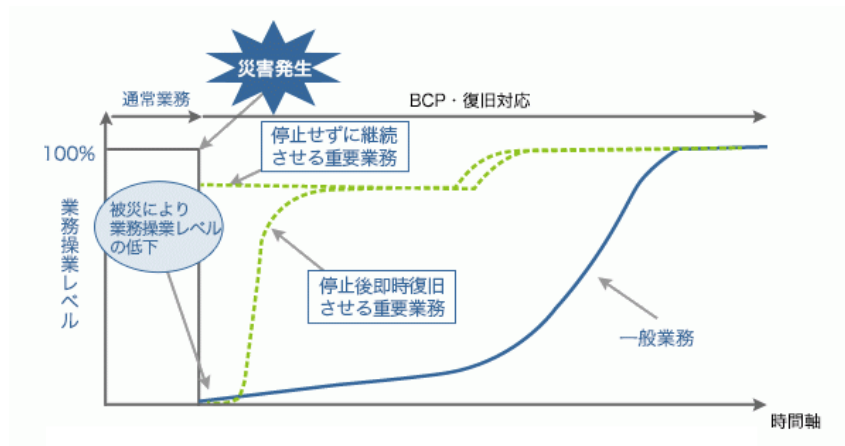
事業継続

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、大規模地震や新型インフルエンザなどの危機に備え、事業継続対策を推進しています。

事業継続計画（BCP）

BCPの考え方

災害の発生により業務の操業レベルが低下した場合、重要業務についてはあらかじめ策定された計画に基づいて「停止せずに継続させる」または、「停止後即時復旧させる」などの対応を行います。



キヤノンMJグループにおけるBCP

首都直下地震、強毒性新型インフルエンザをリスク対象としています。それぞれのリスクが顕在化した場合を想定し、あらかじめ継続すべき重要業務を選定し、それぞれの業務においてBCPを策定しています。

首都直下地震対応BCP

首都直下地震を想定したBCPを策定し、お客さまへのサービス提供業務を早期に復旧できる体制を整備しています。

強毒性新型インフルエンザ対応BCP

強毒性の新型インフルエンザ対策として、従業員と家族の生命・安全の確保を第一に優先し、社会機能維持事業者を中心としたお客さまへのサービス提供業務を継続する体制を整備しています。

事業継続推進体制（BCM委員会）

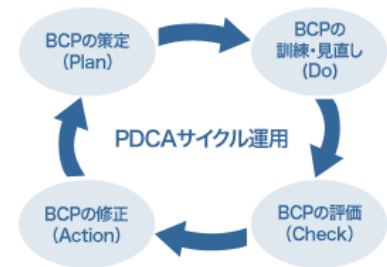
2007年7月、BCM体制の構築と維持管理を目的に、経営会議傘下にBCM委員会を設置し、キヤノンMJグループ全社のBCP方針の審議、PDCAマネジメントサイクルの管理などを行っています。

事業継続マネジメント（BCM）

策定したBCPについて、定期的な訓練の実施などBCM活動計画に基づいて運用し、実効性向上に努めています。

BCMの考え方

BCMは、策定されたBCPが実際に機能するように継続的な運用を行っていくことです。具体的には、Plan（策定）、Do（訓練・見直し）、Check（評価）、Action（修正）のPDCAサイクルを回して実効性向上に努めています。



シミュレーション訓練

不測の事態が発生した際にBCPが確実に機能するように、BCPの維持・改善活動を定期的実施しています。BCPを策定している各部門は、設定したシナリオに基づいて、実働を伴った訓練を行うなど、いざというときに適切に対処できるようにBCPの実効性向上に努めています。



首都直下地震を想定した物流BCP訓練の様子

オフィスの耐震対策

キヤノンMJグループでは、オフィスの耐震対策基準を定め、この基準に基づいて耐震対策を実施し被害の防止に努めています。

1. レイアウトによる対策

オフィス什器などの配置場所、間隔などレイアウトの基準を詳細に設け、移動や転倒による被害を防止。

2. 固定による対策

オフィス什器や、複写機などの固定基準を設け、移動や転倒による被害を防止。

3. 5Sの徹底による対策

棚、キャビネットなどのオフィス什器の上には物を置かないことを徹底し、飛散や、落下による被害を防止。

安否確認システムの運用

キヤノンMJグループでは、震度5強以上の地震やその他の災害などが発生した際に、対象地域の従業員に対して安否の確認や緊急連絡を行うことを目的とした「安否確認システム」を導入しています。災害発生時に、確実に利用できるように全従業員を対象とした安否確認通報訓練を毎年2回実施しています。



安否確認システムの入力画面

BCMメールマガジンの配信

キヤノンMJグループ全従業員へ定期的に、防災・BCMに関するメールマガジンを配信しています。災害発生時にはどのような行動をとればよいのか、会社はどのような準備をしているのかなどをわかりやすく伝えることにより、従業員の防災・BCMの認識レベルを高めるよう努めています。

主な配信内容

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

ウェブ教育

BCM活動の取り組みについて従業員へ周知することを目的に、2012年よりグループ全従業員を対象に、これまで行ってきたCSR関連ウェブ教育の科目に「災害時対応と事業継続」を加えて実施しています。



ウェブ教育の画面

防災分野の社会貢献

災害発生時の共助の取り組み（帰宅困難者受け入れ態勢の構築）

キヤノンMJは、2012年3月に東京都港区との間で「災害発生時における帰宅困難者の受け入れなどの協力に関する協定」を締結しました。大規模災害発生時には、港区の要請に応じ、品川本社ビルキヤノン S タワーにて帰宅困難者の受け入れを行います。

受け入れに向けて3日分の備蓄品を用意するほか、専用の「受け入れマニュアル」を作成し、実際の帰宅困難者の受け入れを想定した実動訓練を、毎年実施しています。



2014年の帰宅困難者受け入れ訓練の様子

防災備蓄食料・飲料水のフードバンクNPOへの寄贈

キヤノンMJグループでは、日本でフードバンク活動を行っているセカンドハーベスト・ジャパンの活動主旨に賛同し、災害対策用に備蓄している食料および飲料水を、賞味期限を一定期間残した状態で同NPO法人へ寄贈する取り組みを行っています。寄贈した食料および飲料水は、国内の社会福祉施設などへ届けられています。



寄贈用の防災備蓄食料および飲料水発送の様子

品質マネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループは、「製品安全に関する基本方針」のもと、お客さまに安心安全にお使いいただける高品質な製品とサービスを提供するために、品質マネジメントシステムや品質保証の危機管理システムを整備しています。

品質マネジメントシステム

お客さまに提供する製品やサービス、サポートについて、キヤノンクオリティを保証し、お客さまの満足度を向上させるために品質マネジメントシステムを構築・運用しています。

品質マネジメントシステムでは、対象となる製品やサービス、サポートに応じて、方針・目標を定め、PDCA（PLAN・DO・CHECK・ACTION）のサイクルを通じて改善を続けることにより、その目標達成に向けて責任と権限を明確にしたマネジメントを実行しています。

また、市場での製品品質状況に関しては、ITシステムを通じて製造を担うキヤノン（株）と連携し、お客さまへの迅速な対応を実施しています。

最新の認証取得状況は、こちらのページへ

[取得認証規格一覧のページへ](#)

品質保証の危機管理システム

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。

そのため、経営会議傘下に「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、適切・迅速に対処する体制を整えています。

問題が発生した場合には、自社のホームページに「重要なお知らせ」として速やかに情報を開示するように努めています。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、新聞各社を通じて広く情報を開示するようルール化しています。

安心安全な製品・サービスの提供

キヤノンMJは、2007年7月に「製品安全に関する基本方針」を、2008年3月には「製品安全自主行動計画」を定め、方針の遵守と計画の実行に努めています。

「製品安全に関する基本方針」の詳細は、こちらのページへ

[「製品安全に関する基本方針」のページへ](#)

「製品安全自主行動計画」の詳細は、こちらのページへ

[「製品安全自主行動計画」のページへ](#)

ブランドマネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、国内のブランド活動全般における計画、実施、管理運営を統合的に行う体制を持ち、キヤノンとキヤノンMJブランドの価値向上に向けた活動を行っています。

ブランドマネジメント活動

キヤノンMJグループは、ステークホルダーに商品や企業情報などをお伝えする広告などにおいて、知的財産や消費者保護などの視点から、広告関連法規や業界自主規制を遵守し、ブランド価値の向上に寄与するコミュニケーション活動を推進しています。従業員に対しては、「一人ひとりがキヤノンブランド」を合言葉に、さまざまな教育や啓発活動を行い、意識や知識、価値観の共有を図っています。

ブランドの象徴であるロゴなどの標章管理活動

キヤノンブランドの象徴であるロゴおよび社名・商品名称などの標章に関する管理活動を行っています。グループ会社の社名変更や新商品の名称審議とその適切な運用体制の構築と管理を行っています。

ブランド管理委員会

ブランド管理委員会は、ブランド戦略上の重要案件について、審議・決定を行う最高機関です。通常、商品やサービスにつけられる名称については、名称審議会が名称案の審議から承認までを行い、ブランド管理委員会傘下の商品名称委員会にて決定します。ただし、名称審議会または商品名称委員会が戦略上重要な案件と判断した場合には、ブランド管理委員会を開催し、審議・最終決定を行います。

ウェブブランド【canon.jp】

キヤノン（株）とキヤノンマーケティングジャパン（株）は、お客さまをはじめとするステークホルダーの利便性を最優先に考え、両社のウェブサイト統合し、ウェブブランド「canon.jp」を共同運営しています。

「canon.jp」では、スピーディーな企業情報の提供を可能にするとともに、商品・サービス情報やアフターサポートに関する情報にアクセスしていただきやすいようアクセシビリティに配慮したサイト運営を行っています。

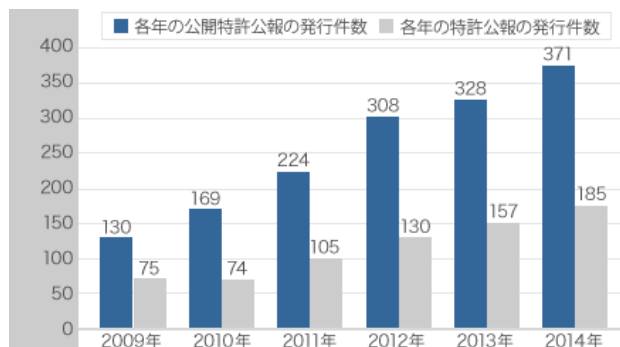
また、「canon.jp」に届いたお客さまの声に対して、社内関連部門と連携した双方向コミュニケーション体制を確立し、迅速かつ丁寧な返信と対応を心掛けています。

知的財産権に関する活動

キヤノンMJグループでは、ビジネスの高付加価値化と差異化を行い、かつ競争を優位なものとするため、特許権などの知的財産権の取得を積極的に行っています。

キヤノンMJグループ全体の公開特許公報の発行件数は、2009年に130件だったものが、2014年には371件となり、それに伴って、特許公報の発行件数も2009年の75件から、2014年の185件へと年々増加しています。これは、ソリューションサービス関連の特許出願件数の増加に加え、新たな独自事業に関する特許出願件数を増やしていることが要因となっています。

グループ各社の知的財産部門が密接に連携しあうことにより、価値のある発明を発掘し、その権利化に注力しています。あわせて他者の権利を尊重すべく、設計・開発段階から第三者権利の調査を実施しています。



公開特許公報と特許公報の発行件数

模倣品撲滅に対する取り組み

キヤノンMJは、模倣品の氾濫によって生じる問題の発生・拡散を食い止めるべく、キヤノン（株）と共同でさまざまな対策に取り組んでいます。

近年、キヤノン製デジタルカメラ・デジタルビデオカメラ用バッテリーパック、およびキヤノン製デジタルカメラ用バッテリーグリップの模倣品が、E-commerceを中心に日本国内で多数確認されています。模倣品は、純正品と誤認して購入されたお客さまに対して、品質問題などのご迷惑をおかけするだけでなく、特にバッテリーパックについては、模倣品によっては爆発破裂事故の危険性もあります。

そのため、キヤノンMJでは、模倣品が流通している事実や模倣品の特長をウェブサイト上で公表し、お客さまに注意喚起を行っています。また、E-commerceで販売されているデジタルカメラ・デジタルビデオカメラ用バッテリーパックの模倣品については、その販売者などに対し警告書を送付し、供給ルートの開示やキヤノンに対する権利侵害の停止などを約束する書面を得るなどの成果をあげています。

さらに、海外からの模倣品の流入を防ぐべく、各地の税関と密に連携し、2014年中には複数の税関においてキヤノン製品の多数の模倣品の輸入が差止められています。

ソーシャルメディアの利用について

昨今のソーシャルメディアの普及にともない、キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）グループ各社の社員ならびにキヤノンの業務に携わる協力会社などの社員（以下、協力社員）が、マーケティングなどの事業活用だけでなく、個人としてもソーシャルメディアを活用する機会が増えています。

キヤノンMJでは、こうした背景を踏まえ、キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員を対象に、ソーシャルメディアを活用するにあたってのガイドラインとして、「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」を作成しました。

キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員は、この行動指針を理解し、遵守することを求められており、キヤノンMJ各社ならびにキヤノンの業務に携わる協力会社各社は、所属する自社の社員に対して、本行動指針の内容を周知徹底していきます。

「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」の詳細は、こちらへ

[「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」のページへ](#)

ソーシャルメディアの利用に関する行動指針

下記「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」は、キヤノンマーケティングジャパングループ各社の社員ならびに協力社員向けのもので、キヤノンMJグループ各社ならびにキヤノンの業務に携わる協力会社各社は、所属する自社の社員に対して、本行動指針の内容を周知徹底していきます。

はじめに

インターネットや携帯電話、スマートフォン、さらにはFacebook、ツイッターなどの[ソーシャルメディア](#)の普及に伴い、個人が社会に向けて自ら情報発信を行うことが可能になりました。そのような状況下では、キヤノンが提供するブランドや製品・サービスをはじめとするさまざまな企業活動も、インターネット上での議論の対象となっています。キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）グループ各社の社員ならびにキヤノンの業務に携わる協力会社などの社員（以下、協力社員）は、インターネット上で“キヤノン”についてなされる議論の持つ影響力の大きさを十分に理解しなければなりません。また、そのような議論に参加する場合には、ブランドや製品・サービスなどに与える影響を考慮し、それらの価値や魅力を正確に伝える役割を担っていることを認識する必要があります。

本行動指針は、ソーシャルメディアに関するメリットやリスクを十分理解し、正しく利用するためのガイドラインとして作成されたものです。事業利用、個人での利用のどちらであっても、ソーシャルメディアを利用する際には、所属する組織や雇用の形態にかかわらず、本行動指針を遵守してください。

ソーシャルメディアの利用に関する基本指針

基本的遵守事項

キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員には、適用される法令やルールを理解して遵守すること、ならびに公正かつ誠実で倫理的な行動を実践することが求められています。ソーシャルメディアを利用するにあたっては、この他にも、特に以下の事項を認識し、遵守してください。

1. 『キヤノンを代表して』発言することと、『キヤノンについて』発言することは、本来別のことです。しかしながら、キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員が『キヤノンについて』発言した場合、外部の方からは、『キヤノンを代表して』の発言であると受け止められる可能性があります。よって、発言する際は、キヤノンの企業活動や各ブランドについての『キヤノンの公式見解である』と誤解されないよう十分注意してください。
また、個人の立場でソーシャルメディアに参加する場合であっても、ブランドや製品・サービスなどに与える影響を考慮し、『キヤノングループ行動規範』、『コンプライアンス・カード』記載事項、所属する各社の『就業規則』を遵守してください。
2. キヤノンを代表する立場で、キヤノンの企業活動や各ブランドについてソーシャルメディアを通じて発言するためには、キヤノンMJグループ各社が定める規程に則り、キヤノンMJグループ各社に申請し、ソーシャルメディアアカウントオーナーとして承認される必要があります。
各種ソーシャルメディア上においてなされるキヤノンの企業活動や各ブランドに関する発言のうち、キヤノンMJグループ各社が公認するアカウント内での発言のみが、キヤノンの公式見解として認定されます。公認アカウントは、キヤノンMJグループ各社が承認したソーシャルメディアのアカウントオーナーにより運営されます。

3. キヤノンの企業活動や各ブランドに対する否定的・中傷的な投稿に対して、個人の判断で対応してはいけません。
否定的・中傷的な投稿を目にした場合にも、個人の判断で反論や議論を展開しないでください。そのような投稿に対して、キヤノン代表して公式見解を出す必要がある場合は、キヤノンMJグループ各社が承認したソーシャルメディアのアカウントオーナーが対応しますので、問題となる投稿を見かけた場合には、各社コンプライアンス推進担当部門およびウェブサイト管理部門に速やかに報告するようお願いします。
自分の判断で行った反論や議論が、場合によっては、キヤノンおよび各ブランドに損害を与えることになりかねないことを認識してください。
4. 上記のほかにも、業務上で知り得た機密情報を記載しないのはもちろんのこと、たとえプライベートな内容であっても、会社や製品・サービス、キヤノンブランドに損害を与えたりイメージを損ねたりすることのないよう、発言には十分注意してください。自分が発信した内容は、ソーシャルメディア上で繋がっている人だけでなく、社内の人やビジネスパートナー、さらには、お客さまが目にする可能性があることを認識してください。
情報漏えいや企業活動に影響を与える不適切な発言に対しては、関連する会社規程に基づき厳しく対処・処分していきます。

ソーシャルメディア利用における価値観・行動基準

キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員は、ソーシャルメディアを利用する際、以下に掲げる価値観・行動基準を遵守してください。

1. 透明性の担保
ソーシャルメディア上での議論を操作することを目的とした行為は行いません。また、キヤノンが管理・運営するソーシャルメディアは、管理元が「キヤノン」であることを明記します。運営に際しては、真摯で誠意ある対応を行い、虚偽の情報は発信しません。また、ウェブサイト管理部門が情報発信ならびに利用状況を把握し、適切な運営が行われるよう監督・助言を行います。
2. 個人情報の保護
個人情報を取り扱う場合には、キヤノンMJグループ各社が定める「個人情報保護規程」「個人情報保護運用規則」に則った方法で行います。
3. 第三者の権利の尊重
情報発信にあたり、第三者の了承が必要な場合は、事前に了承を得ます。また、文書・画像・音声・映像などに対する著作権や肖像権など、他者の権利を侵害しないように十分配慮し、必要に応じて担当部門に相談します。
4. 傾聴と事例の検証
ソーシャルメディア上での議論に耳を傾けるとともに、キヤノン、その企業活動や各ブランドに関する意見を真摯に受け止めます。また、ソーシャルメディアの最新技術仕様や活用事例を検証し、適切な対応を行います。



環境経営

キャノンマーケティングジャパングループは、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。



環境経営の基盤強化

環境方針・ビジョン	38
環境マネジメント	41
環境人材の育成	44

自社グループでの環境負荷低減

事業所での取り組み	45
物流での取り組み	49

お客さま先での環境負荷低減

環境配慮製品・サービスの提供	51
製品の使い方提案	54
製品の回収・リサイクル活動	56

環境コミュニケーションと情報開示

環境コミュニケーション	59
環境パフォーマンスデータ	61

環境方針・ビジョン

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）の環境方針と環境ビジョンについてご紹介します。

環境方針

キヤノンMJグループの環境方針についてご紹介します。



[詳細へ](#)

環境ビジョン

環境方針に基づくキヤノンMJグループの環境ビジョンについてご紹介します。



[詳細へ](#)

環境ビジョン 『未来の森』

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

日本国内でお客さまとの接点を持つキヤノン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、豊かさと地球環境を両立する社会づくりに貢献していきます。



『未来の森』

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

『未来の森』を実現する3つの活動

『未来の森』を実現するために、次の3つの活動を行います。



キヤノン環境ビジョン「Action for Green」の詳細は、こちらのページへ

[キヤノン環境ビジョンのページへ](#)

事業所や物流におけるCO₂排出量削減

キヤノンMJグループは、オフィスでの業務や物流段階で発生するCO₂を削減するために下記の活動を実施しています。

- 事業所での環境配慮活動推進
- 社有車の効率的な利用と電気自動車・電気自転車の導入
- 情報発信による従業員の環境意識・行動喚起
- 輸送効率の向上
- 輸送・梱包資材の省資源化



製品・ITソリューションでお客様のCO₂排出量削減に大きく貢献

優れた省エネルギー性能を持つ複合機「imageRUNNER ADVANCE」などの環境配慮製品や、TV会議システムなどのITソリューションの提案を通じて、お客様先のCO₂削減活動を支援しています。

また、お客様の環境配慮活動を支援する情報をcanon.jp「環境への取り組み」ページの「GREEN NAVI」や「CSRナビ」などで発信しています。



- 環境配慮製品の拡充と提供
- 環境ソリューション商品の提供
- お客様先のCO₂排出量の見える化と製品の使い方提案
- 製品・消耗品の回収・リサイクル強化と効率化

お客様のオフィスのCO₂削減活動支援については「GREEN NAVI」ページへ

[「GREEN NAVI」のページへ](#)

キヤノンMJグループの事例を中心としたCSR活動のヒントは「CSRナビ」へ

[「CSRナビ」のページへ](#)

環境分野で社会に貢献

さまざまな社会貢献活動の中でも、森林保全・保護活動分野での社会貢献活動を通してCO₂削減と生物多様性の保全に貢献していきます。

全国に営業拠点を持ち、また多くのパートナーと一体となって事業展開しているマーケティング会社ならではの特性を活かして、NPOとも積極的に連携しながら、パートナーやお客様とともに環境保全活動を実施していきます。



- 直接的あるいは間接的な森林保全・保護活動推進
- 一般の方への環境教育推進と学校関連への環境教育支援

環境マネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、『未来の森』を実現するために、キヤノングループの統合環境マネジメントシステムを効果的に運用しています。

キヤノングループ統合環境マネジメントのスコープ

キヤノンMJグループは、キヤノングループと一体となった環境マネジメントシステムを構築（ISO14001※統合認証）し、「つくる」・「つかう」・「いかす」の3つのステージで環境負荷低減に取り組んでいます。



お客さま接点に立つキヤノンMJグループは、「つくる」のステージでは、マーケティング活動において使用する事業所や物流の省エネを推進するため、オフィスコントロールやワークスタイルの変革、エコ物流に取り組んでいます。

「つかう」のステージでは、お客さま先の環境負荷低減につながる製品やITソリューションの提案、関連する環境情報の発信を行っています。

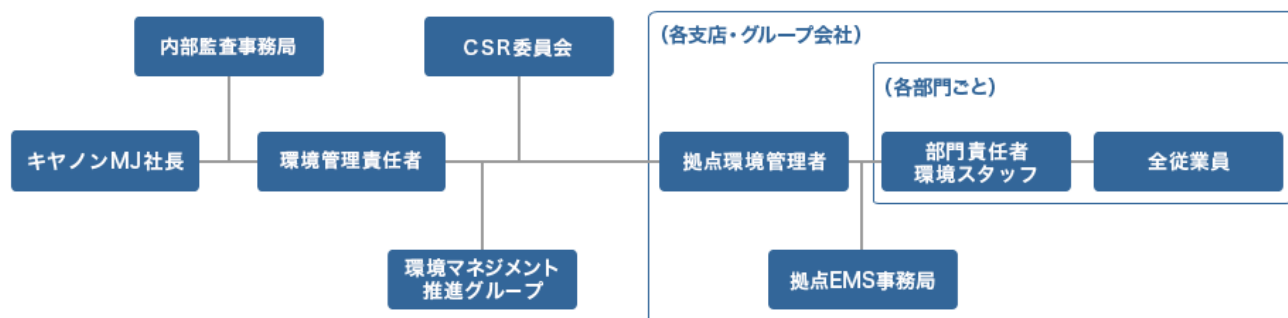
「いかす」のステージでは、回収・リサイクル活動として、使用済みの複合機やカートリッジなど消耗品の回収を行い、リサイクルにつなげています。

※ ISO14001

事業活動や製品・サービスの環境負荷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環境マネジメントシステムを構築するために要求される国際規格。

キヤノンMJグループ環境マネジメント運営組織

キヤノンMJグループでは、キヤノンMJ社長、環境管理責任者（キヤノンMJ担当役員）のもとに、環境方針や環境目的・目標の策定などを行う「CSR委員会」を設置しています。また、部門ごとに部門責任者と環境スタッフを配置し、環境活動を全員参加で推進しています。



2015年キヤノン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

地球温暖化防止対策の推進

2015年までに、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
グループ製品環境保証体制の強化

お客さまの環境配慮活動を支援する情報発信

「地球温暖化防止対策の推進」の詳細は、こちらのページへ

[事業所での取り組みのページへ](#)

「製品／消耗品の回収・リサイクル体制の強化」の詳細は、こちらのページへ

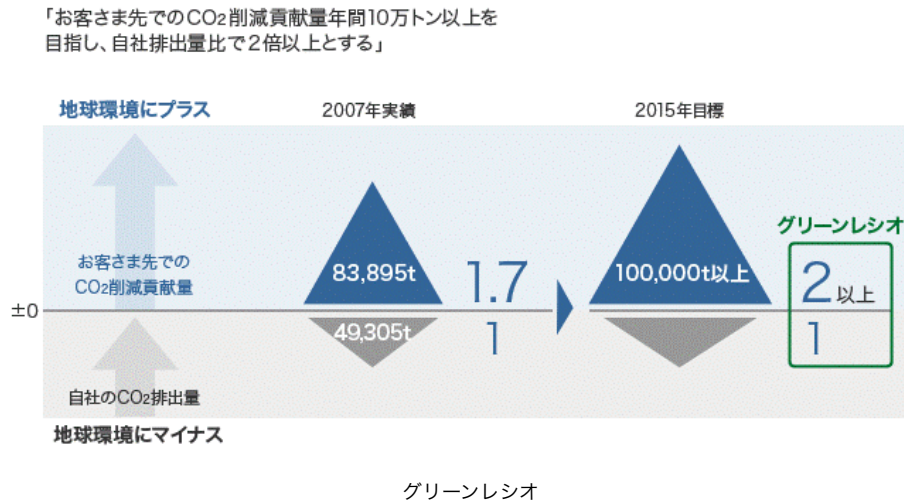
[製品の回収・リサイクル活動のページへ](#)

「お客さまの環境配慮活動を支援する情報発信」の詳細は、こちらのページへ

[環境配慮製品・サービスの提供のページへ](#)

グリーンレシオを設定

キヤノンMJグループは、事業所や物流におけるCO₂排出量と環境配慮型製品の提供などによるお客さま先でのCO₂削減貢献量について、「お客さま先でのCO₂削減貢献量年間10万トン以上を目指し、自社排出量比で2倍以上とする」という目標を設定しました。この自社CO₂排出量とお客さま先でのCO₂削減貢献量との比率を「グリーンレシオ」と呼んでいます。



2014年のグリーンレシオ達成状況



2014年は西東京データセンターの本格稼働により、自社グループのCO₂排出量は、2013年比で19%増加しました。一方、環境に配慮したキヤノン製品やITソリューションの販売が増えたことにより、お客さま先のCO₂削減貢献量を増やすことができました。

これにより、グリーンレシオは、「1:3.0」となりました。

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 環境経営

事業所での取り組み

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、自社の事業活動における環境負荷を低減するために、各事業所において、さまざまな取り組みを実施しています。

オフィスコントロール

事業所で取り組むオフィスコントロールをご紹介します。

[詳細](#)

ワークスタイルの変革

ワークスタイルの変革による環境負荷低減の取り組みをご紹介します。

[詳細](#)

認定・表彰事業所

自治体により認定・表彰された事業所をご紹介します。

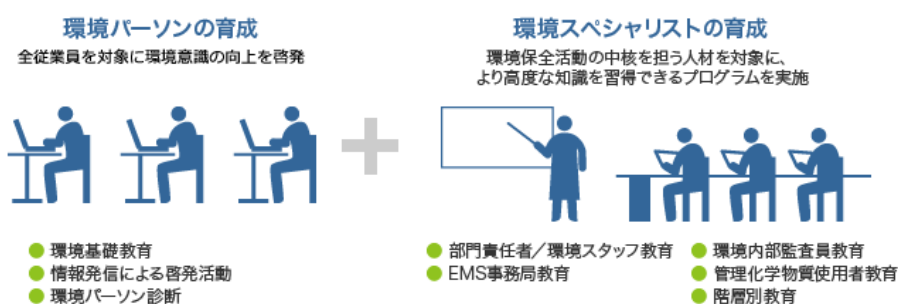
[詳細](#)

環境人材の育成

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、環境保全活動を実践する従業員に対して、役割に応じた環境教育を実施し、お客さまや社会のために自発的に行動できる人材を育成しています。

環境人材を育成するしくみ

キヤノンMJグループでは、従業員一人ひとりが日々の業務を通じて、お客さまや社会の環境負荷低減活動に貢献できるよう、「環境パーソン※の育成」と「環境スペシャリストの育成」に取り組んでいます。



※ 環境パーソン

自らが環境問題と向き合い、環境に関する情報や知識の理解度を自覚・認識し、今後どのように自分自身が環境問題に取り組むかなど、自発的に考え行動する人です。

環境人材育成の効率化の取り組み

eラーニングによる環境教育を紹介



環境パーソンと環境スペシャリストの育成を効率的に実施するためにeラーニングシステムを有効活用しています。

オフィスコントロール

取り組みの概要

オフィスコントロール

事業所で実施している主なオフィスコントロール

- 省エネ複合機・プリンターへの入れ替えによる省エネルギーオフィスの推進
- 照明・空調の節電対策実施
- 自社ビルの省エネ設備の導入



キヤノン S タワーの省エネ運用

キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）の本社ビルであるキヤノン S タワーは、2003年の竣工当初より省エネ設計のビルですが、それに甘んじることなくビルの消費エネルギーを削減するため、運用改善の徹底により大きな成果をあげることに成功しています。

また、キヤノン S タワーで行っている具体的な省エネ活動は、オフィスツアーなどを通じてお客さまにご紹介しています。

キヤノン S タワーで実施しているオフィスコントロール（主なもの）

- 館内外の照明の適正コントロールによる消費電力削減
- 風量調整、給気温度の調整によるエネルギー使用効率の向上
- 自動ドアの開閉調整による外気取り入れ量の抑制
- 空調の運転スケジュールの見直しによるエネルギー使用効率の向上
- エレベーターの間引き運転
- ハンドドライヤーの停止
- 従業員への啓発と従業員の協力による省エネ活動（ノー残業デーの徹底・昼休み一斉消灯・事務所内の一部消灯ほか）

関連情報を見る

[キヤノングループ社員の環境活動はこちらのページへ](#)

[「事業所でエコ！」のページへ](#)

ワークスタイルの変革

ワークスタイルの変革による主な取り組み

- カーシェアリング制度の導入
- 省エネ自動車・自転車への切り替え
- エコドライブの徹底
- ビデオ会議システム・オンライン会議の利用
- ドキュメントの電子化
- ノー残業デーの徹底
- クールビズ/ウォームビズ
- テレワーク



平成26年度エコドライブ活動コンクール『環境大臣賞』を受賞

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

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

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

認定・表彰事業所

自治体により認定、表彰された事業所

事業所	認定や表彰の内容	年度
キヤノンMJ 福島営業所	「郡山市エコ・オフィス推進事業所」認定	2012年
キヤノンMJ 立川営業所	立川市「ごみ処理優良事業所」認定	2012年
キヤノンMJ 長野営業所	長野市「ながのエコサークル認定制度」ゴールド認定	2012年
キヤノンMJ 福井営業所	福井県「廃棄物減量化宣言事業所」認定	2012年
キヤノンMJ 岡山営業所	岡山市「事業系ごみ減量化・資源化推進優良事業者等表彰制度」優秀賞受賞	2012年
キヤノンMJ 高松営業所	高松市「エコシティたかまつ優良事業者表彰」の「地球にやさしいオフィス・店部門」で事業系廃棄物の減量・資源化優良事業者として表彰	2012年
キヤノンMJ 名古屋支店	名古屋市「優良エコ事業所」認定（2014年優秀賞受賞）	2013年
キヤノンMJ 幕張事業所	千葉市「ごみ減量・再資源化優良事業者」認定	2013年
キヤノンMJ 高崎営業所	群馬県「環境GS（ぐんまスタンダード）」認定	2014年
キヤノンMJ 宇都宮営業所	栃木県「エコキーパー事業所」認定	2014年

関連情報を見る

キヤノングループ従業員の環境活動はこちらのページへ

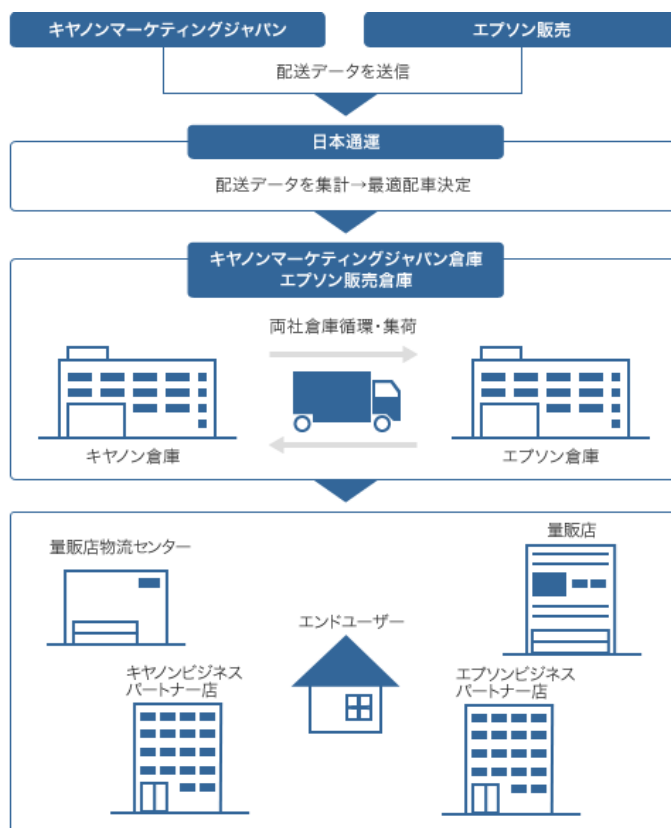
[「事業所でエコ！」のページへ](#)

物流での取り組み

他社との共同配送による環境負荷低減

キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）は2009年6月より、エプソン販売株式会社との間で共同配送を実施しています。両社の荷物を積み合わせて日本通運で配送することにより、単独での配送では難しかった積載率の向上・配送車両の削減につなげています。

現在は、共同配送開始当初からの取り組みである、貸し切り便による同一配送先への共同配送、都市部特定エリアの小口貨物を共同配送でルート配送するエリア共同配送に加え、共同配送センターの推進も実施しています。なお、貸し切り便による同一配送先への共同配送の取り組みは、社団法人日本物流団体連合会の第12回物流環境大賞「物流環境特別賞」を受賞しました（エプソン販売株式会社・日本通運株式会社との3社共同受賞）。



共同配送のしくみ

製品の梱包材削減の取り組み

キヤノングループでは、輸送にともなうCO2排出量を削減するために、製品の小型化はもちろん、製品の梱包材削減にも取り組んでいます。

キヤノンMJグループにおいても、商品配送時や修理・保守時に使用する梱包材を削減することにより、環境保全に貢献していきます。



修理機を配送する際に使用する
梱包箱



量販店への配送時に使用する
梱包箱



保守サービス用のパーツを梱包
するポリ袋



トナーカートリッジを配送する
際の状態（梱包なしで配送）

※ トナーカートリッジの梱包なし配送はネットアイ利用で簡易梱包を希望されるお客さま限定です。

環境配慮製品・サービスの提供

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、独自商品の企画・開発、お客さま先での使い方、使用済み製品の回収・リサイクルなど製品ライフサイクルトータルでお客さまや社会全体の環境負荷低減に貢献していきます。

キヤノングループの環境負荷低減活動

キヤノングループは、「つくる」「つかう」「いかす」の製品ライフサイクル全体を見据えて、地球温暖化防止、資源の効率的な活用、有害物質の廃絶といった環境負荷低減に取り組んでいます。その中で、お客さまとの接点という重要な役割を担うキヤノンMJグループでは、独自に企画・開発する商品の環境配慮はもちろんのこと、お客さま先での製品使用時の環境負荷低減や、使用済み製品・消耗品の回収・リサイクルなどに特に重点的に取り組み、地球温暖化防止や生物多様性保全に貢献していきます。



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 LBP」、スモールオフィス向け複合機「Satera MFP」など省エネ製品をお客さまにご提供することで、使用時の消費電力削減を実現し、ひいては社会全体のCO2削減を推進していきます。

2014年3月には、再生複写機Refreshedシリーズのうち「iR C3580F-R」など合計6機種で、経済産業省が主導する「カーボンフットプリント※1を活用したカーボン・オフセット※2」制度（「どんぐり」マーク認定）を複合機で初めて導入しました。

キヤノンのカーボン・オフセットの取り組みが、第4回カーボン・オフセット大賞「経済産業大臣賞」を受賞しました。

2015年6月現在では、「iR-ADV C2030F-R」など合計8機種が認定を取得しています。本制度によるオフセットを行うことで、製品ライフサイクル全体で排出されるCO2排出量をオフセットし、製品の物流やユーザーによる使用、廃棄、リサイクル処理まで含めた、製品ライフサイクルでCO2排出量ゼロ※3を実現します。

- ※1 製品などの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでの、ライフサイクルを通して排出される温室効果ガスの排出量をCO₂に換算して、製品などにわかりやすく表示するしくみです。
- ※2 自らが排出した温室効果ガスのうち、削減が困難な部分の排出量のすべてまたは一部を、他部分の排出削減・吸収量でオフセット（埋め合わせ）することです。
- ※3 製造段階までに発生するCO₂排出量に相当するCO₂排出枠を購入し、オフセット（相殺）することにより、理論上CO₂排出量がゼロになるという意味です。



オフィス向け複合機
「iR-ADV C2030F-R」と「どんぐりマーク」



レーザービームプリンター
「Satera LBP」



スモールオフィス向け複合機
「MF8570Cdw」

※ バイオマスプラスチックは「imageRUNNER ADVANCE」「Satera LBP」の一部製品において使用しています。

「GREEN NAVI」サイトでは、オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」やレーザービームプリンター「Satera LBP」、スモールオフィス向け複合機「Satera MFP」の省エネ効果をシミュレーションできます。

[「GREEN NAVI」のページへ](#)

オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」の詳細は、こちらのページへ

[オフィス向け複合機のページへ](#)

レーザービームプリンター「Satera LBP」の詳細は、こちらのページへ

[レーザービームプリンターのページへ](#)

スモールオフィス向け複合機「Satera MFP」の詳細は、こちらのページへ

[スモールオフィス向け複合機のページへ](#)

キヤノンMJグループが提供する主なITソリューションとその環境負荷低減効果

キヤノンMJグループでは、ドキュメントソリューションをはじめさまざまなITソリューションを提供しています。これらITソリューションの活用は業務効率化やコストダウンだけでなく、人やものの移動削減、資源・エネルギーの消費抑制など環境負荷低減につなげることができます。



カテゴリー	主なソリューション	環境負荷低減効果
業務別ソリューション	開発・生産管理、輸配送計画、物流効率化、電子カルテ	開発・生産効率化による資源・エネルギー消費削減、倉庫スペース削減、物流効率化によるエネルギー消費削減など
IT基盤ソリューション	サーバー仮想化、データセンター、帳票の電子化、ECM	消費電力・設置スペース・空調など維持管理エネルギーの削減、無駄な紙消費の削減など
オフィス向けソリューション	ドキュメントマネジメントシステム、出力管理システム、ワークフローのIT化、ウェブ会議、ペーパーレスファクス、eラーニング、オフィスIT支援サービス	無駄な紙の削減、書類保管スペースの削減、業務効率化による消費エネルギー削減など

キヤノングループが提供するソリューションの詳細は、こちらのページへ

[ソリューションのページへ](#)

製品の使い方提案

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、お客さま先の環境負荷低減に貢献するために、環境配慮製品の提供はもちろんのこと、便利な機能やITソリューションの活用でCO2削減につながる使い方の提案も行っています。

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、製品の便利な機能によるオフィスの環境負荷低減を提案しています。こうしたオフィスの環境負荷低減の実例を、キヤノンMJの本社であるキヤノン S タワーなどでご覧いただくことができます。

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

ビデオ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



お客さま先の環境負荷低減につながる情報の発信

お客さまの環境負荷低減活動を支援するウェブサイト「GREEN NAVI」

キヤノンMJグループでは、お客さまの環境配慮活動を支援するウェブサイト「GREEN NAVI」をホームページ上で公開し、オフィスや家庭でキヤノンの製品・ソリューションを使った場合の環境負荷低減効果を、CO2換算の数値などでわかりやすく紹介しています。

オフィス編、ホーム編、ITソリューション編があり、ホーム編2「グリーンシティをつくるう」では、クイズ形式で製品ライフサイクルを通じたCO2削減の取り組みやカーボンフットプリントについて学ぶことができます。

「GREEN NAVI」は今後もお客さまの環境負荷低減活動に役立つコンテンツを充実していきます。



「GREEN NAVI」トップ画面



「グリーンシティをつくる」トップ画面

「GREEN NAVI」は、こちらのページへ

「GREEN NAVI」のページへ

製品環境データシート「GREEN PROFILE」

お客さまが必要とされる製品環境情報は、「グリーン購入法」「エコマーク」など環境規格への適合情報や、製品の有害物質廃除、省エネ・省資源、使用済み製品の回収・リサイクルに関する情報など多岐にわたり、それぞれの情報がウェブサイト上に公開されています。

こうした情報を一元的に確認できる製品環境データシート「GREEN PROFILE」を2009年12月よりウェブサイト上に公開しています。

「GREEN PROFILE」では、お客さまが環境負荷の少ない製品を安心して選択できるよう、製品の環境配慮情報をわかりやすく開示していきます。



製品環境データシート
「GREEN PROFILE」

「GREEN PROFILE」の詳細は、こちらのページへ

「GREEN PROFILE」のページへ

製品の回収・リサイクル活動

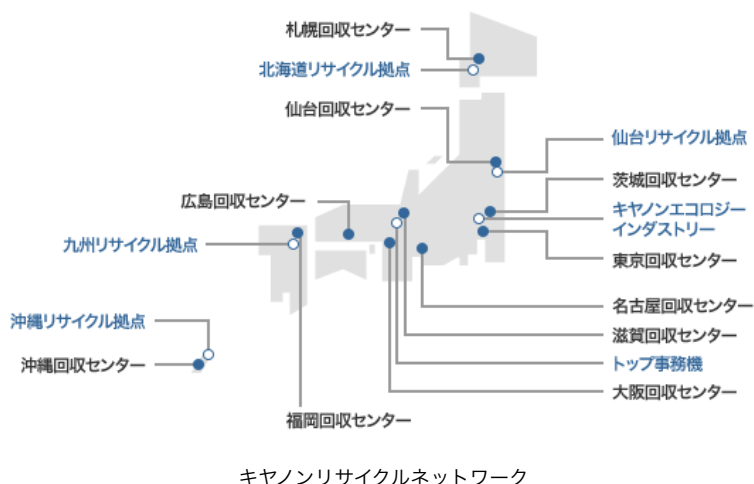
キヤノングループでは使用済みキヤノン製品を有効に再資源化することで社会全体の環境負荷を軽減し、循環型社会構築に貢献しています。

製品回収におけるお客さまの利便性向上と効率化

使用済み本体製品のリサイクルネットワークを構築



使用済みキヤノン製品をお客さま先から効率的に回収するため、キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）では全国10ヵ所に回収センターを設置し、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、使用済み製品のグループ内リサイクルを行っています。



お客様の利便性を向上させた回収システム「キヤノングリーンリサイクルサービス」

環境省の広域認定制度に基づき、「キヤノングリーンリサイクルサービス」を行っています。このサービスは、使用済みキヤノン製品を産業廃棄物として排出する際に、マニフェスト伝票の交付・管理・報告が不要となり、お客様の利便性向上に役立っています。

「キヤノングリーンリサイクルサービス」の詳細は、こちらのページへ

「キヤノングリーンリサイクルサービス」のページへ

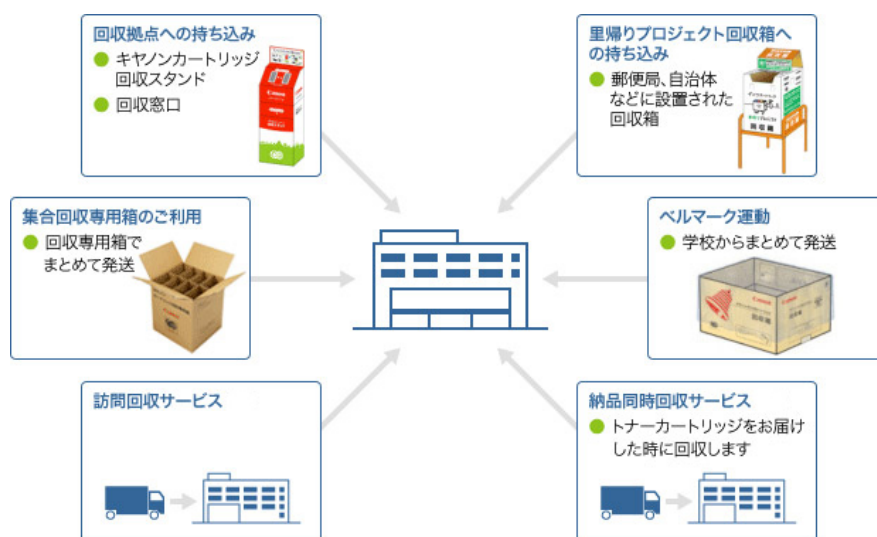
使用済み消耗品の回収ルートの充実

キヤノンでは使用済みカートリッジを“価値ある資源”と考え、リサイクルを行っています。この活動は、お客様のご協力によって成り立っており、ご提供いただいたカートリッジは、埋立処理をせず、すべてを資源として有効利用しています。

キヤノンMJグループでは、訪問回収や拠点への持ち込み回収など、カートリッジ回収にご協力いただくお客様のニーズに合わせ、さまざまな回収ルートを展開しています。

使用済みカートリッジ回収サービスのお申し込みや回収拠点の検索は、こちらのページへ

使用済みカートリッジ回収のご案内

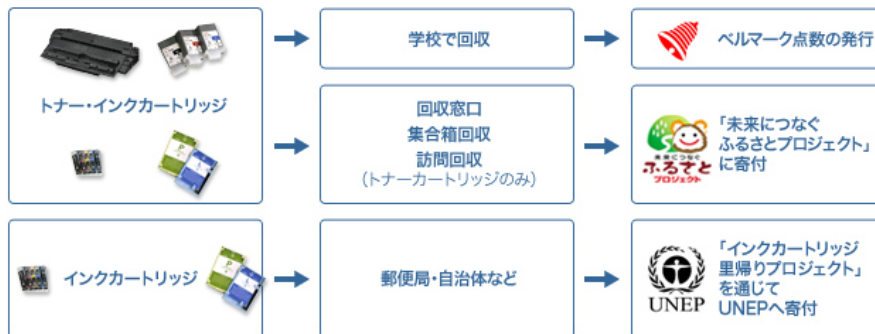


お客さまとの取り組み

お客さまよりご提供いただいた使用済みカートリッジは、資源として有効利用しているほか、環境保全や社会貢献にも役立てられています。

環境保全と社会貢献との連動

使用済みカートリッジの回収方法ごとにベルマーク点数の発行や「未来につなぐふるさとプロジェクト」への寄付、「インクカートリッジ里帰りプロジェクト」を通じたUNEP（国連環境計画）への寄付など、環境保全や社会貢献に役立てるしくみが構築されています。



環境保全と社会貢献の連動の詳細は、こちらのページへ

[カートリッジ回収と環境保全・社会貢献のページへ](#)

カートリッジ回収シミュレーター

キヤノンMJグループでは、使用済みカートリッジの回収・リサイクルによる省資源効果を実感できるカートリッジ回収シミュレーターを環境配慮活動支援サイト「GREEN NAVI」で公開しています

このシミュレーターでは、たとえば月3本のトナーカートリッジを1年間ご提供いただいた場合、110.52kgのCO2削減効果があるといったように、回収にご協力いただいた場合の環境負荷低減効果がCO2削減量に換算して表示されます。

カートリッジ回収シミュレーターは、こちらのページへ

[GREEN NAVIのページへ](#)

環境コミュニケーション

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、さまざまな媒体や機会を活用して多様なステークホルダーへ環境情報を開示することで、双方向のコミュニケーションを行っています。

学生向け環境教育

キヤノンMJグループでは、学生向けの環境教育として「リサイクル活動を学ぶ」を実施しています。本教育では、キヤノンの使用済みインクカートリッジのリサイクル工程を通じてリサイクルの大切さを学ぶとともに、リサイクル技術を身近に感じていただくために、簡単なリサイクル実験を体験します。



学生向け実験型環境教育「リサイクル活動を学ぶ」の様子

学生向け環境教育プログラム詳細はこちらへ

[「インクカートリッジのリサイクルを体験して学ぼう」ページへ](#)

オフィスツアーによる環境活動のご紹介

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



オフィスツアーの様子

canon.jp 「環境への取り組みページ」で「事業所でエコ！」を発信

キヤノングループの従業員が考え実践している環境への取り組みを、連載コラム「事業所でエコ！」で紹介しています。

「事業所でエコ！」は、こちらのページへ

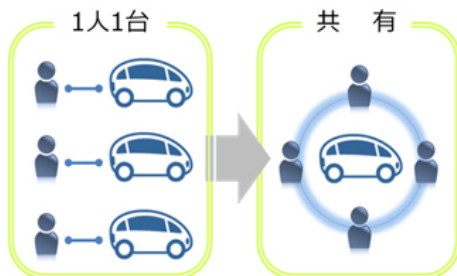
「事業所でエコ！」のページへ



「事業所でエコ！」画面

トピックス

社内カーシェアリング



テレマティクス



日本経済新聞社の「環境経営度調査」 商社部門で2位

日本経済新聞社の第18回「環境経営度調査」企業ランキングで商社部門2位になりました。評価指標のうち、環境経営推進体制と地球温暖化対策が高いスコアとなりました。特に環境にやさしい製品やサービスの提供などによるお客さま先でのCO2削減貢献量を自社が排出する量の倍以上にする目標を掲げ、環境配慮製品・サービスの開発を進めている点が高く評価されました。

環境パフォーマンスデータ

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、環境負荷の低減につながる環境パフォーマンスのデータを正確に把握し、活動成果の確認や新たな目標の設定に役立てています。

環境規格取得率

規格	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
グリーン購入法	49/50 (98%)	36/41 (88%)	73/77 (95%)	49/56 (88%)	55/55 (100%)
エコマーク	40/47 (85%)	32/37 (86%)	68/72 (94%)	43/52 (83%)	46/50 (92%)
国際エネルギースター プログラム	40/41 (98%)	26/28 (93%)	64/64 (100%)	42/50 (84%)	47/47 (100%)

※ 数値は規格適合機種数/発売機種数、（ ）内は規格適合率

キヤノンMJグループのCO₂排出量実績

		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
オフィス	実績 (t-CO ₂)	22,592	19,099	20,075	21,801	29,174
社有車	実績 (t-CO ₂)	9,933	10,840	10,374	9,949	9,480
物流	実績 (t-CO ₂)	5,998	5,991	5,765	5,709	4,915
代替フロン類	実績 (t-CO ₂)	202	50	19	100	2
合計	実績 (t-CO ₂)	38,726	35,980	36,233	37,559	43,571
	従業員原単位比	▲24.4%	▲30.8%	▲29.8%	▲26.0%	▲14.1%

お客さま先でのCO₂削減貢献量

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
製品の省エネ性能向上	35,088トン	34,236トン	47,314トン	45,572トン	54,241トン
ITソリューション導入	31,526トン	29,176トン	27,941トン	21,862トン	33,169トン
使用済み製品・消耗品のリサイクル	44,822トン	43,112トン	40,321トン	52,044トン	43,762トン
合計	111,436トン	106,524トン	115,576トン	119,479トン	131,172トン

※ 複合機・レーザービームプリンター・インクジェットプリンター主要製品の販売実績台数で算出

※ 2005年時の同セグメント機種との消費電力比較で算出

※ ドキュメントソリューション・テレビ会議システムなど主要ITソリューションによる移動削減、資源消費の削減、スペース削減を独自にCO₂換算で算出

※ リサイクルせず廃棄した場合との比較で算出

回収量の実績

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
製品	11,462トン	11,182トン	14,550トン	14,863トン	13,539トン
消耗品	4,114トン	4,429トン	3,693トン	3,397トン	4,060トン
合計	15,576トン	15,611トン	18,243トン	18,260トン	17,599トン

資源再利用の割合

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
製品	99%	99%	99%	99%	99%
消耗品	100%	100%	100%	100%	100%

※ 資源の再利用とは、部品や素材として再び使用することをいいます（一部エネルギーへの有効利用を含む）。

グループ内処理率

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
94%	90%	89%	89%	89%

※ 事務機器製品のリサイクルについては、キヤノングループ会社へ集め、部品のリユースなど、高度なりサイクルを推進する一方で、回収における配送効率向上などを考慮し、地元（各地リサイクル会社）でのマテリアルリサイクルも実施しています。

CO2集計の基本的な考え方

京都議定書で定める温室効果ガスのうち、エネルギー系温室効果ガスであるCO₂を集計の対象としています。データ集計のさらなる精度向上などにより、過去のデータが修正される場合があります。

事業所における環境負荷低減のCO₂換算係数については、2000年の環境省の公表値を使用しています。

お客さま先でのCO₂削減のCO₂換算係数については、JEMAI-LCA（LCAソフト：社団法人 産業環境管理協会）の係数を主に使用しています。



情報セキュリティ

キャノンMJグループでは、「セキュアな社会の実現」に寄与するために、経営層による「情報セキュリティガバナンス」に基づき、「情報セキュリティマネジメント」を推進し、情報セキュリティ成熟度の向上に取り組んでいます。また、この活動を通じて得たノウハウは、製品・ソリューションによるお客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献時にも反映するようにしています。

キャノンMJグループが考える情報セキュリティ

考え方と推進フレームワーク 65

情報セキュリティの基盤強化

ガバナンスとマネジメント 67
情報セキュリティ人材の育成 71

キャノンMJグループの情報セキュリティの具体的な取り組み

第三者認証の効果的な活用 72
情報セキュリティ対策の実装 74
積極的な情報開示と社会への貢献 78

お客さまへの安心安全の提供

価値提供プロセスの品質向上 80
お客さまの課題解決への貢献 84
製品の情報セキュリティ品質 86

情報セキュリティの考え方と推進フレームワーク

キヤノンMJグループでは、「セキュアな社会の実現」に寄与するために、経営層による「情報セキュリティガバナンス」に基づき、「情報セキュリティマネジメント」を推進し、キヤノンMJグループ内の情報セキュリティ成熟度の向上に取り組んでいます。

また、事業活動を通じて、お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献にも取り組んでいます。

顧客満足度の向上を支える業務改善活動の推進

私たちの情報セキュリティの活動は、情報資産の「機密性」「完全性」「可用性」を脅かすリスクへの対応といったマイナス要素を軽減する範囲に留めてはなりません。業務プロセスを「より安全に」「より確実に」「より効率的に」とするといったプラス効果を出すために、お客さまの視点に立って、情報資産取り扱いの側面から“顧客満足度の向上を支える業務改善活動”として推進しています。

主要注力テーマ

1. マネジメントシステムのグループ均質化と効率化
2. グループ共通対策と事業特性に応じた対策の最適化
3. 情報セキュリティ人材の育成
4. 情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
5. お客さまへの安心安全の提供

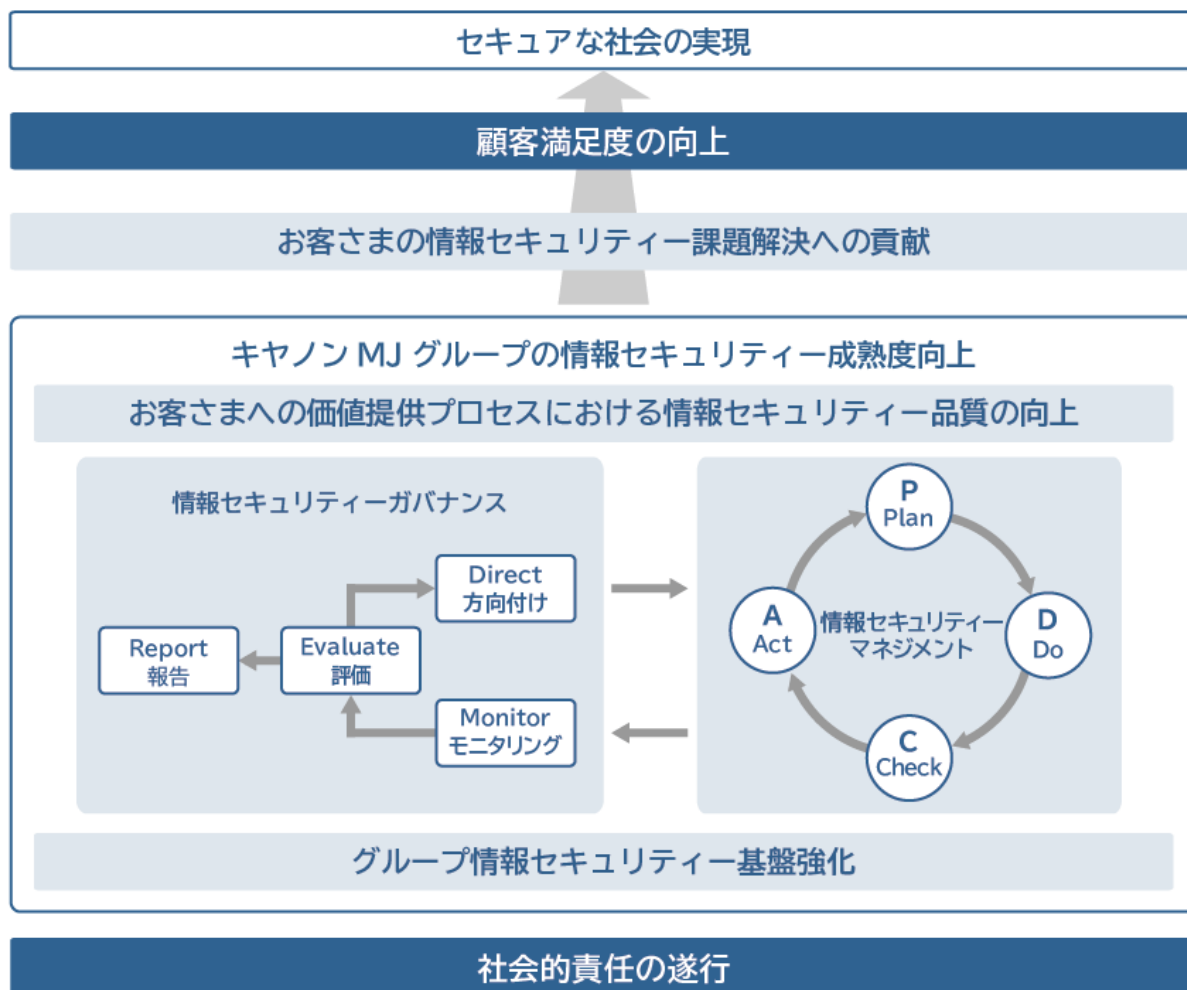
お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上
お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

推進フレームワーク

キヤノンMJグループでは、情報セキュリティの推進にあたり「社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」の2つの目的を設定し、その具現化に向け、グループインフラなどをより高いセキュリティレベルにするための「グループ情報セキュリティ基盤強化」と、営業や保守サービス、ソフトウェア開発といった「お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上」に取り組んでいます。

これらの活動は、経営層による「情報セキュリティガバナンス」に基づき、「情報セキュリティマネジメント」を推進して、その有効性を継続的に改善し、情報セキュリティ成熟度の向上を図っています。

また、この活動では積極的に自社グループが取り扱う製品・ソリューションを活用してその運用ノウハウを蓄積し、それらをお客さまに提供することで「お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献」につなげています。私たちは、こうした取り組みによって「セキュアな社会の実現」に寄与していきます。



情報セキュリティ推進フレームワーク

情報セキュリティーガバナンスとマネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、情報管理リスクは重要な経営課題のひとつであると認識し、経営層による情報セキュリティーガバナンスのもとで、情報セキュリティーマネジメントを推進しています。

CSR委員会による情報セキュリティーガバナンスの強化

情報セキュリティーの取り組みは、コンプライアンスや環境対応、事業継続、品質管理などの社会要請への対応とも密接に関連しています。

そこでこれらの社会的要請事項を所管する「キヤノンMJ CSR委員会」の中で、経営陣がグループの情報セキュリティーガバナンスの強化に取り組んでいます。

この委員会の中では、情報セキュリティー方針や戦略などの決定「方向付け（Direct）」を行い、定期的に経営環境やリスクの変化、目標の達成状況などを確認「モニタリング（Monitor）」し、「評価（Evaluate）」し、必要に応じて新たな「方向付け（Direct）」を行うというサイクルを回しています。

これら一連のガバナンスと、そのもとで取り組まれている情報セキュリティーマネジメントの状況は、「情報セキュリティー報告書」を通じて社内外のステークホルダー（利害関係者）へ「報告（Report）」しています。

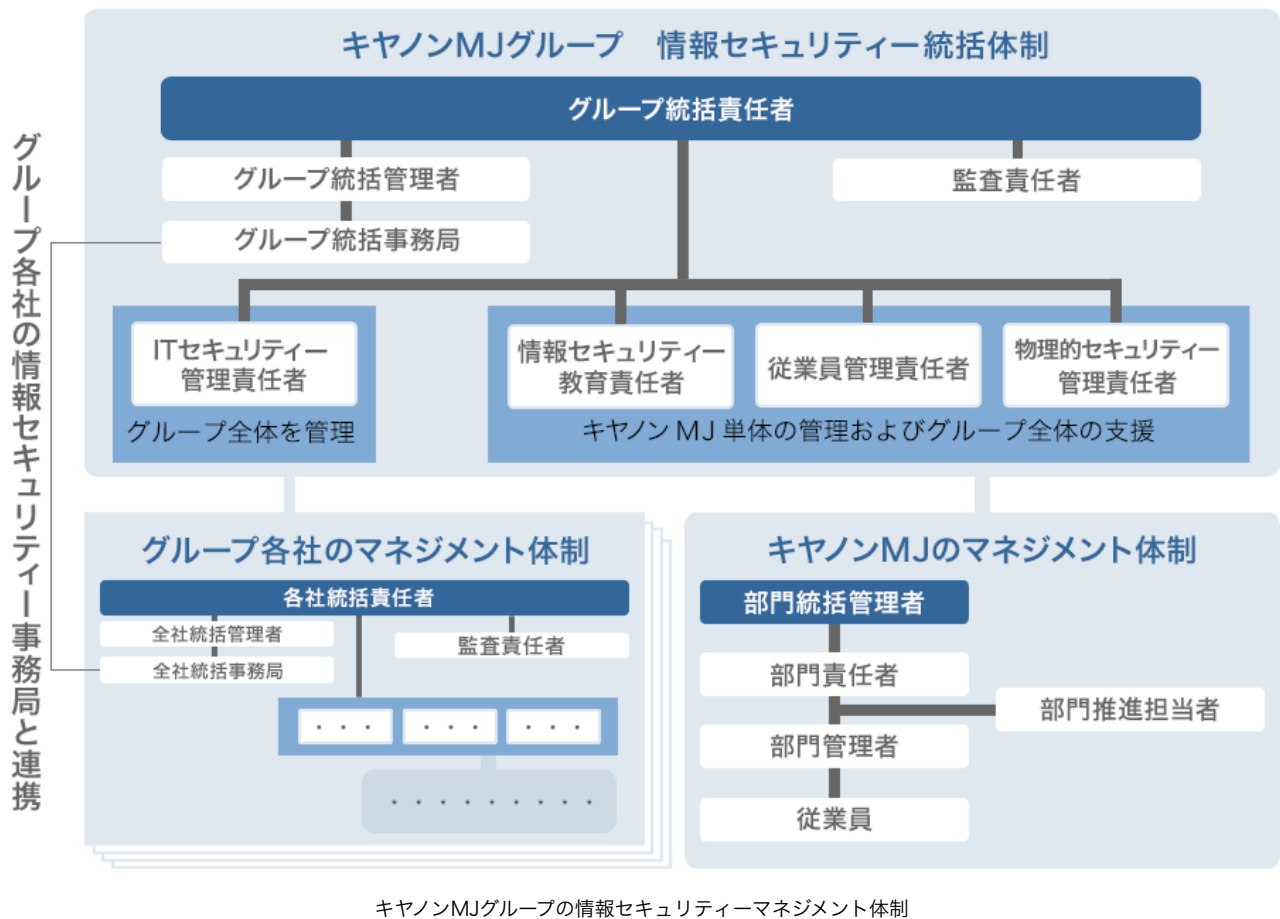
効率的なマネジメント体制

マネジメント体制は、グループ情報セキュリティー統括体制と各社マネジメント体制の2つに分けています。

グループ情報セキュリティー統括体制はキヤノンMJの情報セキュリティー主管部門がグループ統括事務局の役割を果たし、グループ全体の情報セキュリティーマネジメントを統括しています。

そして、グループ本社機能を持つ組織が、IT・物理・人的セキュリティー施策など、グループ共通のルールや対策の企画立案・推進を行っています。

一方、各社マネジメント体制では、それぞれの会社の事業特性に応じて、情報セキュリティー主管部門や部門管理体制を設置し、運用しています。



体系的にルールを整備

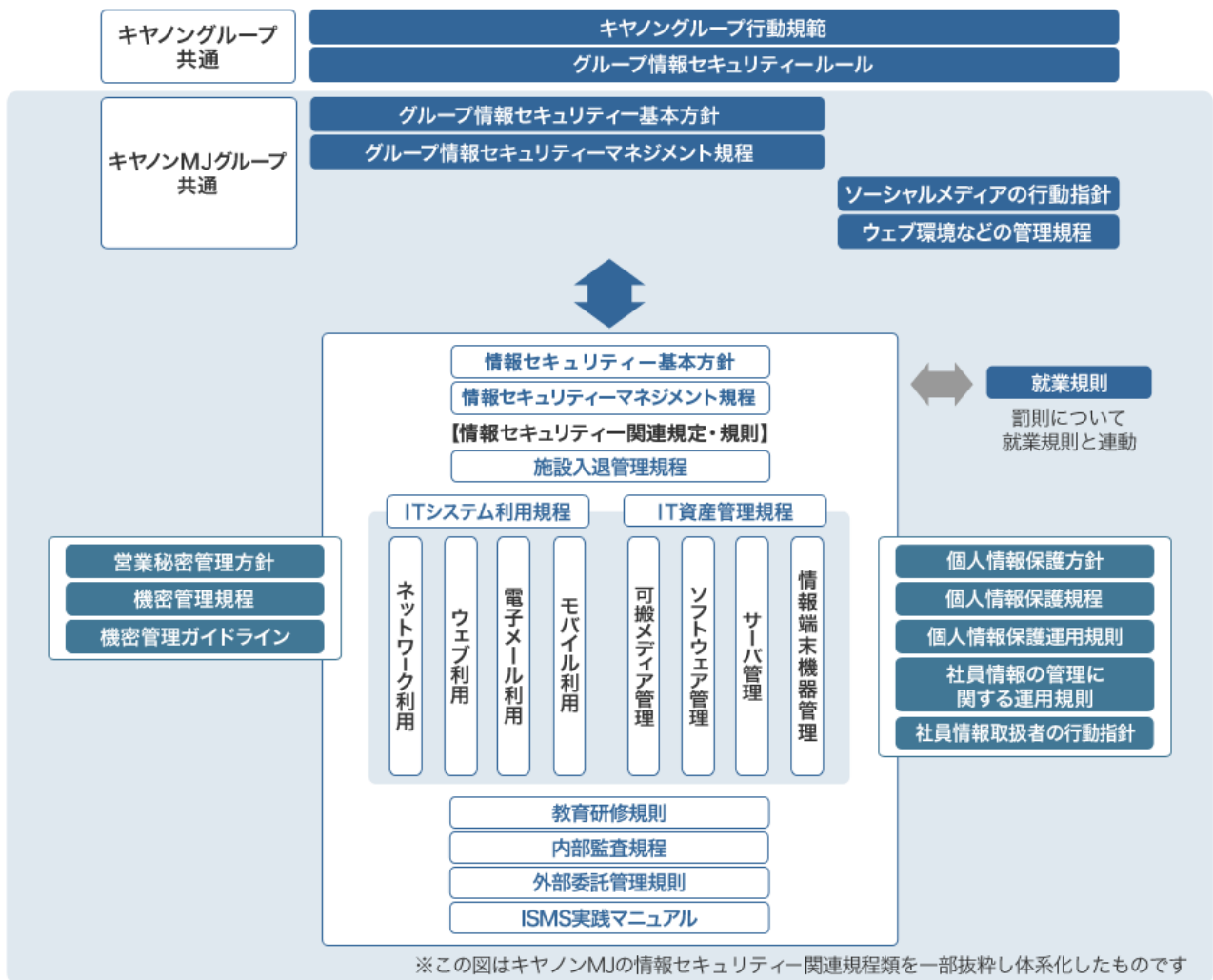
キヤノンMJグループでは、キヤノンのグローバル基準である「グループ情報セキュリティールール」を基軸としながら、グループ全体の情報セキュリティーを推進するための幹となる「グループ情報セキュリティー基本方針」と「グループ情報セキュリティーマネジメント規程」を制定しています。

これらの方針や規程を踏まえ、キヤノンMJグループ全体の情報セキュリティー基盤を支える規程類と、重要な情報資産である個人情報保護や機密管理に関する規程類は、それぞれの規程の中で定める要素が重複することがないようにしています。

たとえば、個人情報保護や機密管理に共通する安全管理措置に関する規程については、個別の規程に定めるのではなく、全社情報セキュリティー基盤を支える関連規程などを外部引用しています。これにより、規程類の二重管理の負荷や、各規程間の不整合を防ぐことができます。

また、個人情報保護や機密管理に関する規程は、グループ各社の業種・業態に応じた管理手法を反映させる必要もあるため、キヤノンMJグループ統一の規程をベースにした上で、必要に応じて、個別にカスタマイズされた規程を整備しています。

このように、共通する要素の規程間での重複を避け、かつ、各グループ会社の事情に合わせた規程類を整備するような工夫を通じて、体系的なルールの整備に結びつけています。



情報セキュリティに関するルール体系

個人情報・機密情報を取り扱う業務委託先への管理・監督の取り組み

キャノンMJグループでは、外部委託先の選定基準や安全管理措置の確認方法などを定めたルールや管理体制を整備し、業務委託先に対して適切な管理・監督を行っています。

具体的には、委託先における個人情報の取り扱い業務フローや安全管理措置に関して、書面による確認を定期的に行っています。さらに、預託する個人情報がセンシティブな内容の場合には、現地視察を含めたより質の高い管理・監督を実施しています。

なお、複合機の保守サービス・物流、ソフトウェア開発の業務委託を行っているパートナー企業に対しては、情報セキュリティの実践教育や、定期的な学習会を実施し、情報セキュリティ品質の向上に努めています。

また、外部のASPやSaaSなどは、IPA（独立行政法人情報処理推進機構）発行のチェックシートを参考にした独自の書面により、安全対策の確認を定期的に行った上で利用しています。

インシデント発生時の対応

キヤノンMJグループでは、インシデント発生時には、従業員からの報告を統括事務局が受け、発生原因を究明し、是正処置・再発防止策（予防処置）を部門と連携して速やかに行う体制を構築しています。

万が一、個人情報や機密情報が漏えいした場合には、お客さまへの報告、お詫び、二次被害防止などの救済措置に優先的に取り組みます。あわせて、関係省庁や関係機関への報告も行っています。

これら一連のインシデント対応状況を関係者全員でリアルタイムに情報共有し、迅速で適切な対応を実現するため、「インシデント管理システム」を独自に開発し、運用しています。このシステムは順次グループ会社にも展開しており、グループ全体のインシデント管理レベルの向上を図っています。

ウェブ環境の安全管理体制の確立

キヤノンMJグループでは、事業の必要性からさまざまなウェブ環境（ホームページ、デモ用サイト、開発環境など）を構築し運営しています。インターネットに接続するこのようなウェブ環境は、サイバー攻撃の脅威に備えることが必須となります。そこで、独自に「インターネット接続環境管理システム」というシステムを開発し、サイトの開設にあたって、サイトのシステム構成情報や安全管理措置の確認を行い、承認、管理しています。

なお、このシステムに登録されたウェブ環境については、定期的に脆弱性検査を行うことで、安全性の維持向上を図っています。

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

[情報セキュリティガバナンスとマネジメント](#) [PDF:885KB] 

情報セキュリティー人材の育成

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、さまざまな工夫によって情報セキュリティーの意識と知識を持った人材を育成しています。

情報セキュリティー人材を育成するしくみ

従業員一人ひとりが日常業務の中で情報資産を適切に取り扱うためには、まず、情報セキュリティーに対する「意識」を高め、その上で、正しい判断や行動をするための「知識」を持つことが必要です。このような考えに基づき、さまざまな場面で、全従業員に対する意識啓発や知識教育を実施しています。

また、情報セキュリティーを全員参加型の活動として組織ごとに組み込み、維持・改善するために、組織内でマネジメントシステムを支えるキーパーソンを育成しています。



※ 本章の詳細については、情報セキュリティー報告書（PDF版）をご覧ください。

[情報セキュリティー人材の育成](#) [PDF:819KB]

第三者認証の効果的な活用

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、「ISMS適合性評価制度」と「プライバシーマーク」の認証取得に準拠した運用をグループ全体で推進しながら、認証取得にも積極的に取り組んでいます。

第三者認証の活用目的

キヤノンMJグループでは、情報セキュリティーマネジメントシステム（以下、ISMS）や個人情報保護マネジメントシステム（以下、PMS）の構築を、均質かつ迅速に行うために第三者認証の基準規格（JIS規格）に基づいて構築しています。

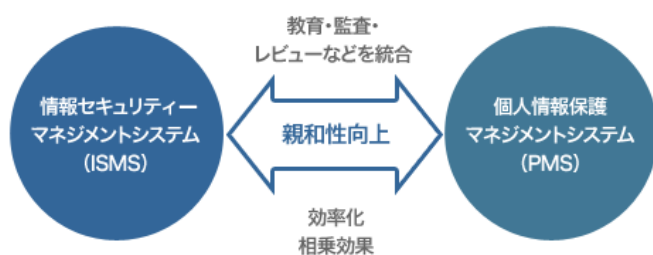
なお、これらの取り組みについて客観的な評価を受けるため、「ISMS適合性評価制度」や「プライバシーマーク」といった第三者認証を活用しています。

マネジメントシステムの効率的な運用

ISMSやPMSなどのマネジメントシステムでは、それぞれ教育や監査、レビューなど共通する取り組みがあります。

そこで、これらの共通事項をまとめて行い、リスクアセスメントなども重複しないよう連携して実施することにより効率化しています。

さらに事業特性に応じて、品質マネジメントシステム（QMS）やITサービスマネジメントシステム（ITSMS）などを導入している部門では、これらとの連携も図っています。



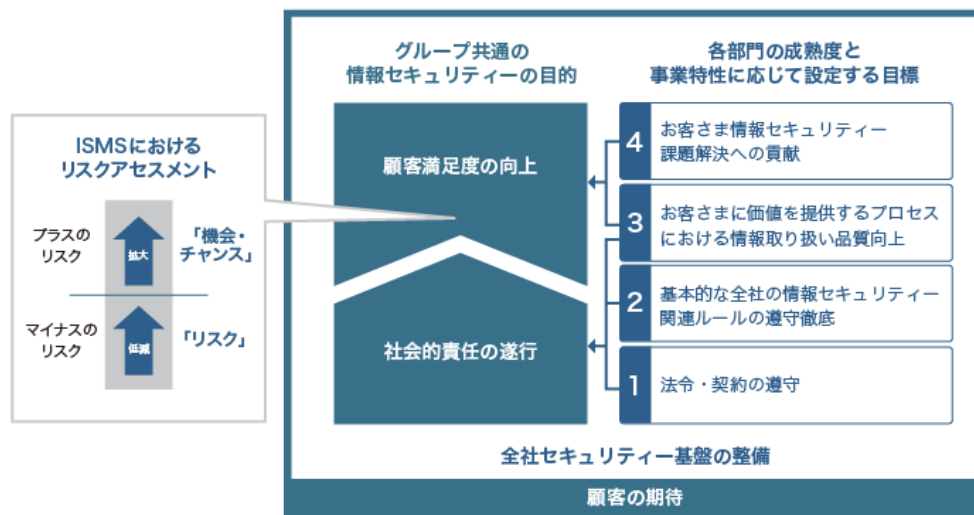
マネジメントシステムの連携



マネジメントシステム登録証

ISMSの推進による「顧客満足度の向上を支える業務改善活動」の具現化

私たちのISMS活動は、「企業の社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」を図るという目的を掲げています。この二つの目的を達成するために、「法令・契約の遵守」「基本的な全社の情報セキュリティ関連ルールの遵守徹底」「お客さまに価値を提供するプロセスにおける情報取り扱い品質向上」「お客さま情報セキュリティ課題解決への貢献」の4つの目標を、各部門の成熟度と事業特性に応じて設定し、活動を行っています。また、ISMS活動を通じて行うリスクアセスメントでは、マイナスリスクの低減だけでなく、プラスリスク（機会やチャンス）の拡大も視野に入れた検討を行っています。このような活動を通じて、お客さまにご満足頂けるサービスの提供に結びつけています。



ISMSの推進

プライバシーマークを活用した個人情報保護の強化

キヤノンMJグループでは、個人情報保護マネジメントを法律より一段高い管理レベルで実現するため、プライバシーマークの要求事項であるJISQ15001に準拠した個人情報保護マネジメントをグループ全体で推進しています。なお、プライバシーマーク認証は事業上の必要性に応じて効果的に活用しています。

個人情報保護の高いレベルでの「均質化」と「最適化」に向けた取り組み

キヤノンMJグループは、個人情報保護をJIS規格に準拠したマネジメントと、グループ共通の各種対策、独自に構築した「個人情報データベース管理システム」のグループ全体へ導入などによって、個人情報管理のPDCAのしくみを「均質化」しています。一方で、事業内容によってより高い個人情報保護レベルが求められる場合は、それに応じて追加のリスクアセスメントや、ITセキュリティ対策を行うことで「最適化」しています。

さらに、「均質化」と「最適化」のスパイラルアップを図るため、各社の個人情報保護活動における好事例の共有や課題解決に向けた意見交換などを行う「グループPMS担当者会議」を毎年開催しています。

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

[第三者認証の効果的な活用](#) [PDF:1.10MB] 

情報セキュリティー対策の実装

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、情報セキュリティー対策の実装にあたり、自社グループの取り扱い製品や技術を活用して、安全性と効率性を高めています。

安全で快適なオフィス環境の実現

IDカードによる入退室管理とプリント制御

キヤノンMJグループでは、各事業所の入退室管理についてIDカードを用いた個人認証を基本とし、フラッパーゲートやセキュリティーレベルに応じて生体認証なども導入しています。また、来訪者が立ち入るエリアにはネットワークカメラも導入しています。

入退室管理に使用しているIDカードは、キヤノンの「ICカード認証 for MEAP」と「Anyplace Print for MEAP」を導入し、印刷時の個人認証ならびに印刷ログ管理にも使用しています。印刷時に個人認証を行うことにより、印刷物の取り忘れも減少し、印刷ログ管理とあわせて無駄な印刷の削減や情報漏えいリスクの軽減効果を上げています。



港南事業所のフラッパーゲート



キヤノン S タワーのネットワークカメラ



個人認証プリントシステム

「ICカード認証 for MEAP」の詳細は、こちらのページへ

「ICカード認証 for MEAP」のページへ

「Anyplace Print for MEAP」の詳細は、こちらのページへ

「Anyplace Print for MEAP」のページへ

「5S」の徹底によるクリアデスクの実践

安全衛生活動として5S（整理・整頓・清掃・清潔・しつけ）の強化月間を年に3回設け、「居室・会議室の5S」「セキュリティー対策の5S」の徹底・定着を図っています。

なかでもクリアデスクの実践では、帰宅する際にパソコンや書類をワゴンやロッカーボックスで施錠保管し、机の上下・周辺には物を置かない状態を継続しています。これにより、情報の紛失や漏えいリスクを軽減させ、適切な情報資産の管理に努めています。



クリアデスクの実践

ゴミステーション方式・機密書類回収ボックス・メディア破砕機による廃棄

大規模な事業拠点を中心に、各デスクサイドに設置されていたゴミ箱をすべて撤去し、廃棄場所を各フロアの決められた場所に集約することで、ゴミの分別廃棄を促す「ゴミステーション方式」を採用しています。

また、機密情報や個人情報といった重要書類には専用の「機密書類回収ボックス」を、CDやDVDなどの廃棄には「メディア破砕機」を設置しています。

このような施策によって、機密情報などの重要な情報が不用意に廃棄されることがなくなり、安全な廃棄と適正分別による環境への配慮が両立できています。



ゴミステーション



機密書類回収ボックス



メディア破砕機

グループ全体のITセキュリティー最適化の実現

販売力およびマーケティング力の強化を実現する取り組み

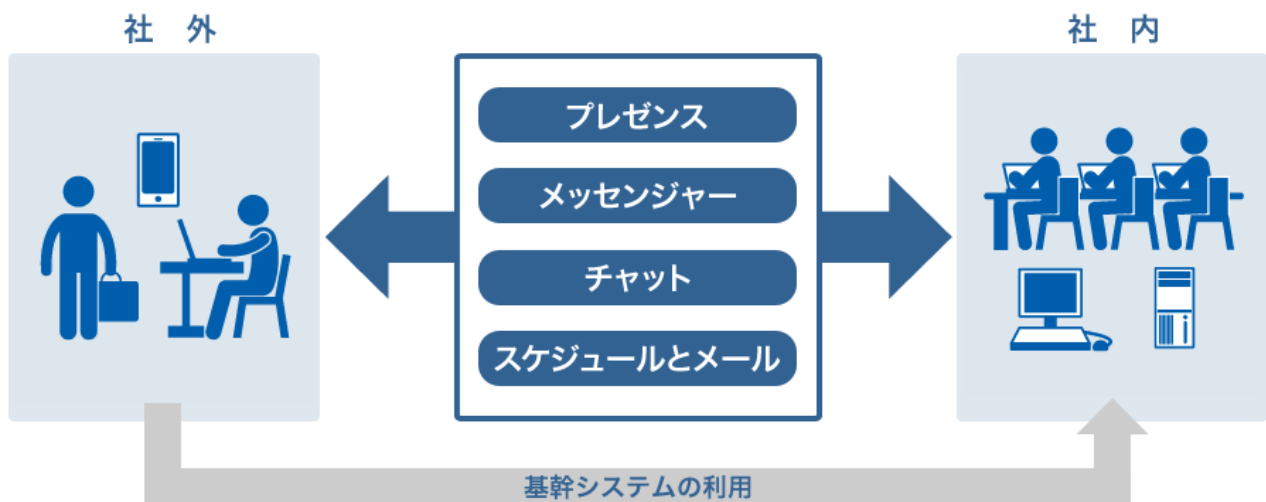
2011年から2015年までの5か年計画として策定した新たな成長戦略「長期経営構想フェーズII」のもと、「IT活用による販売力およびマーケティング力の強化」という全社方針を掲げており、この方針に基づき、営業部門を中心としたワークスタイル変革を行っています。

この変革は、営業部門の機動性を上げていくことに重きを置いていますが、機動力を上げて、セキュリティー対策が不十分になってしまえば、競争力を低下させる原因にもなるため、機密性を担保した上で、利便性も十分に考慮した変革の実現を行っています。

具体的には、Ultrabookパソコン・iPhone※といったモバイルに適した機器や、データ連携の容易な各種アプリケーションを積極的に導入しました。これによって、会社のパソコンで利用する「基幹システム」「スケジューラー」「電子メール」をiPhone※でも利用可能としました。

また、社内の相手の状態が容易に確認できる「プレゼンス機能」や簡単に声かけができる「メッセージ機能」、複数で同時に会話ができる「チャット機能」などにより、営業担当者が外出先からも社内のさまざまなサポート部門の担当者と社内にいるように迅速に情報交換をすることが可能となりました。

この取り組みによって、これまで外出していた際にはできなかったことを実現し、機動力と顧客対応力の向上を図っています。



ワークスタイル変革の全体像

※ iPhoneは、米国およびその他の国で登録されているApple Inc.の商標です

グループ共通対策としてのIT統制

キヤノンMJグループでは、グループ会社を含めた統一されたITセキュリティーポリシーに基づき、世の中で日々多発しているサイバー攻撃や不正アクセス、情報漏えいなどの防止に対し、システム・アプリケーション統制、ネットワーク統制、パソコン・メディア統制などのIT統制を行っています。

これにより、グループ内の対策レベルの均一化と運用コストの削減を実現し、安心安全なIT環境を実現しています。

また、ITセキュリティーの実装にあたっては、積極的にグループ取り扱い製品を導入することで、運用ノウハウの蓄積や製品改良に活かしています。



キヤノンMJグループIT統制の全体像

IT統制の主な内容

システム・アプリケーション統制

- スパムメール対策
- 電子メール添付ファイル自動暗号化
- 電子メールモニタリング
- ファイル転送サービス
- グループ基幹システムの集中管理

ネットワーク統制

- ネットワーク集中管理
- ウェブフィルタリング
- 外部向けサイトの脆弱性対策

パソコン・メディア統制

- ウイルス対策ソフトの自動更新
- OSセキュリティーパッチ適用自動化
- PCセキュリティーチェッカー
- パソコンのハードディスク暗号化
- セキュリティー機能付きUSBメモリー

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

[情報セキュリティ対策の実装](#) [PDF:944KB] 

積極的な情報開示と社会への貢献

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、「情報セキュリティ報告書」の発行や、各種団体への協力、次世代の情報セキュリティ人材育成に向けた教育活動などを行っています。

「情報セキュリティ報告書」の発行

キヤノンMJグループは、すべてのステークホルダーの皆さまに対し、当社グループの情報セキュリティへの取り組みについて説明責任を果たすとともにお客様の課題解決に向けた参考情報を紹介するために、経済産業省発行の「情報セキュリティ報告書モデル」に基づいて、2008年から毎年、「情報セキュリティ報告書」を発行しています。

この報告書は、キヤノンホームページに掲載するとともに、キヤノンMJグループにて開催するフェアやセミナーの場で、また、お客さまからのアンケートのご依頼にお応えした際など、お客さまと接する機会のあるごとに、冊子を提供しています。



報告書バックナンバー

「セミナー」や「オフィスツアー」による情報セキュリティ活動事例紹介

社内外で開催しているセミナーおよびキヤノン S タワーや各支店などで実施している「オフィスツアー」では、お客さまの目的に応じて、キヤノンMJグループの情報セキュリティの取り組み事例を紹介しています。

この中では、情報セキュリティガバナンス体制やプライバシーマーク、ISMS認証といったマネジメントシステムの構築・運用方法、セキュリティ対策の実装事例および人材育成などについて具体的に説明しています。



セミナーおよびオフィスツアーのフロア見学の様子

情報セキュリティー関連団体への支援

キヤノンMJグループは、以下の情報セキュリティー関連団体への参画や賛助を行っています。

一般社団法人 コンピュータソフトウェア協会
一般社団法人 情報サービス産業協会
一般財団法人 日本科学技術連盟
一般財団法人 日本情報経済社会推進協会
一般社団法人 日本情報システム・ユーザー協会
一般社団法人 日本スマートフォンセキュリティ協会
特定非営利活動法人 日本セキュリティ監査協会
特定非営利活動法人 日本ネットワークセキュリティ協会

(五十音順)

※ 2015年4月1日現在

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

[積極的な情報開示と社会への貢献](#) [PDF:0.99MB] 

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ー品質の向上

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、営業や保守サービス、ソフトウェア開発などの業務プロセスにISMSを中心としたマネジメントシステムを組み込むことによって、情報セキュリティー品質の向上に取り組んでいます。

お客さまに安心安全を提供する修理プロセスの追求

キヤノンMJグループのコンシューマ修理部門は全国11拠点に展開しており、お客さまの期待を超えるサービスの提供を目指して、カメラやインクジェットプリンターを中心に、お客さまのお問い合わせやご相談・修理・情報提供に至るまで、一貫したワンストップ体制を整備しています。

また、お客さまの大事な機器と情報をお預かりしていることの重要性を認識し、さらなる安心安全な修理サービスの提供に向けて情報取り扱い教育を行い日々実践しています。



修理受付窓口

修理サービスプロセスにおけるリスクと情報セキュリティー対策事例

	リスク	対策
受付	お客さまの個人情報の紛失・漏えい 修理品・付属品の盗難・紛失	窓口での修理受付時にお預りする物品の確認をその場で行い、バーコード付きのお預り書を発行しお客さまにお渡ししています。 個人情報を記載した保証書などは、修理受付後に修理品と合わせて一括管理しています。
	修理費用のお見積もりをお知らせする際のファクスの誤送信	ファクス番号や送付先の呼称をダブルチェックしています。 ファクス番号の二度入力機能を持つ機器を導入し送信しています。 万が一のファクス誤送信に備え、見積書の個人情報部分の一部をマスキングして送信しています。
修理	お預かりした可搬メディアへのコンピューターウイルス感染	お客さまよりお預かりした可搬メディアは、修理作業用パソコンに接続する前に、検疫用パソコンにて、最新の定義ファイルを用いたウイルスチェックを実施しています。 修理業務に用いるパソコンは、すべてウイルス対策ソフトを導入し、最新の定義ファイルとセキュリティーパッチを適用しています。
	修理品・付属品の盗難・紛失	修理作業中の修理品や付属品は、修理依頼書との照合を行い、現品管理を行っています。 終業後は、施錠環境にて保管しています。

	委託先における情報セキュリティ事故の発生	運用手順の指導や教育を委託先に対して実施しており、定期的に委託先の監査を実施しています。
配送	個人情報が記載された伝票や修理品の誤送付	配送伝票作成時には、チェックシートをもとに配送伝票と修理品に添付された修理依頼伝票（修理品・付属品送付先）の整合性を確認しています。 梱包時には、修理依頼伝票・修理完成伝票・配送伝票の修理番号を出荷台帳へ記録し、間違いのないことを確認しています。
窓口返却	修理品・付属品の誤返却	修理完成伝票に記載されている修理番号、お客さま名、付属品とお客さまご持参のお預り書の内容を声出ししています。 修理完成伝票とお預り書のバーコードを照会し、お客さまの修理品に間違いのないことを確認し、ご返却しております。

お客さまに安心安全を提供する開発プロセス

キヤノンITソリューションズでは、金融、製造、流通・サービス、社会公共、公益分野における業種別ソリューションをはじめ、SIサービス、クロスインダストリーソリューション、パッケージ開発など、広範なサービスを通じてお客さまが抱える課題を解決しています。

システムの受託開発にあたっては、お客さまからの「信頼」と「安心安全」にお応えするために、品質管理とともに情報セキュリティへの配慮が不可欠です。具体的には、「開発環境のセキュリティ」として、体制整備・開発場所の入退出管理・情報資産の適切な取り扱いなどの対策を行うほか、下記のように、「システム開発のセキュリティ」として、各開発プロセスにおけるリスクに応じた情報セキュリティ対策を行っています。



システムテスト実施の様子

開発プロセスにおけるリスクと情報セキュリティ対策事例

	リスク	対策
要件定義	<ul style="list-style-type: none"> ・セキュリティ要件の認識誤り ・セキュリティ要件の不足 	開発要件定義にあたっては、十分な知識を持った要員をアサインしてセキュリティ要件を定義し、レビューを行っています。
設計	<ul style="list-style-type: none"> ・セキュリティ要件との齟齬 ・セキュリティ設計のミス 	設計段階においては、セキュリティ要件の定義に基づき、具体的なセキュリティ機能を明確化するためのセキュリティ設計を行っています。セキュリティ設計は、十分なレビューを行い、必要に応じて実現性についての検証も行います。
実装	<ul style="list-style-type: none"> ・コーディングミス ・システムの不十分な構成管理 	<ul style="list-style-type: none"> ・実装段階における脆弱性の混入を防ぐため、セキュアプログラミングを行っています。 <p>なお、最新のセキュリティ技術については常に、関係者間でノウハウやナレッジを蓄積、共有化しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・また、システムの構成要素の識別と管理を確実にし、仕様変更や脆弱性が確認された場合の修正を迅速に行えるよう構成管理に万全を期しています。

テスト	検証と妥当性確認の漏れ	<ul style="list-style-type: none"> ・システムの開発工程でセキュリティーの検証と妥当性確認のために、レビューやさまざまなテストを行っています。 ・脆弱性検出ツールなどを用いて十分なテストを実施していません。
-----	-------------	--

安心安全な保守サービスの実践

キヤノンシステムアンドサポート（以下、キヤノンS&S）は、全国に約200の営業所を展開し、営業・サービス・サポートが一体となってコンサルティングから保守サービスまで一貫してお客さまの支援を展開しています。

キヤノンS&Sのサービス、サポート部門は、ISMSおよびプライバシーマークの認証に加えてISO9001を取得しており、それらに準拠した手順を踏まえ、お客さまに安心して複合機やプリンター、ネットワーク機器をご利用いただけるための保守サービスを提供しています。



カスタマーエンジニアによる保守の様子

保守サービスプロセスにおけるリスクと情報セキュリティー対策事例

	リスク	対策
外出前 (社内)	サービス工具（パソコン・USBメモリー）の紛失・ウイルス感染	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス工具（パソコン・USBメモリー）は、施錠できる場所に保管しています。 ・外出前に最新のセキュリティーパッチを適用し、ウイルスチェックを実施しています。 ・パソコンの社外持ち出しに関しては社外利用申請システムを使用し、所在管理をしています。 ・USBメモリーは台帳管理を行い、日々の持ち出し・持ち帰り管理を行っています。
修理受付 (移動中)	修理受付用の携帯電話（スマートフォン）の紛失	自動ロック機能、リモートロック機能、リモートワイプ機能、暗号化機能、パスワードロック機能、セキュリティー監視機能を実装しています。 携帯電話はネックストラップを使用して、落下・紛失を防止しています。
	パソコンの紛失による情報漏えいリスク	持ち出すパソコンはハードディスクパスワード、ログインパスワードに加えてハードディスク暗号化ソフトで暗号化しています。
点検・保守（お客さま先）	お客さまデータの漏えい ネットワーク接続時のウイルス流布	<p>紙詰まり処理で取り除いた用紙や紙片には機密情報が含まれる可能性があるため、必ず処理方法をお客さまに確認しています。</p> <p>お客さまのデータを預かる際は、お客さまに管理方法や作業内容を説明し、了承をいただいてから行っています。</p> <p>代替機は、不要なデータなどが登録されていない状態で貸し出し、また代替機引き上げの際にはお客さま情報の消去を実施しています。</p> <p>お客さまのネットワークへパソコンを接続することは、基本的には禁止しています。</p>

		作業上やむを得ず接続する際には、お客さまに当社パソコンのセキュリティー対策状態や作業内容を説明した後、お客さまに書面にて了承をいただいてから行っています。
帰社後 (社内)	セキュリティー意識・知識の欠如	サービスマンテナンス時に必要なセキュリティー対策に関する教育を適宜実施しています。
	お客さまよりお預かりしたデータの目的外利用・誤廃棄・漏えい	お客さまからデータをお預かりする際は、データの利用目的や返却方法などを「確認書」にて確認し、その内容に従って取り扱います。 なお、お預かりしたデータは施錠環境に保管するなど適切に管理しています。

※ 本章の詳細については、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

[お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上](#) [PDF:903KB] 

お客様の情報セキュリティー課題解決への貢献

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、お客様の情報セキュリティー課題解決に最適な情報セキュリティー製品・ソリューションを、自社グループの運用ノウハウも含めて提供します。

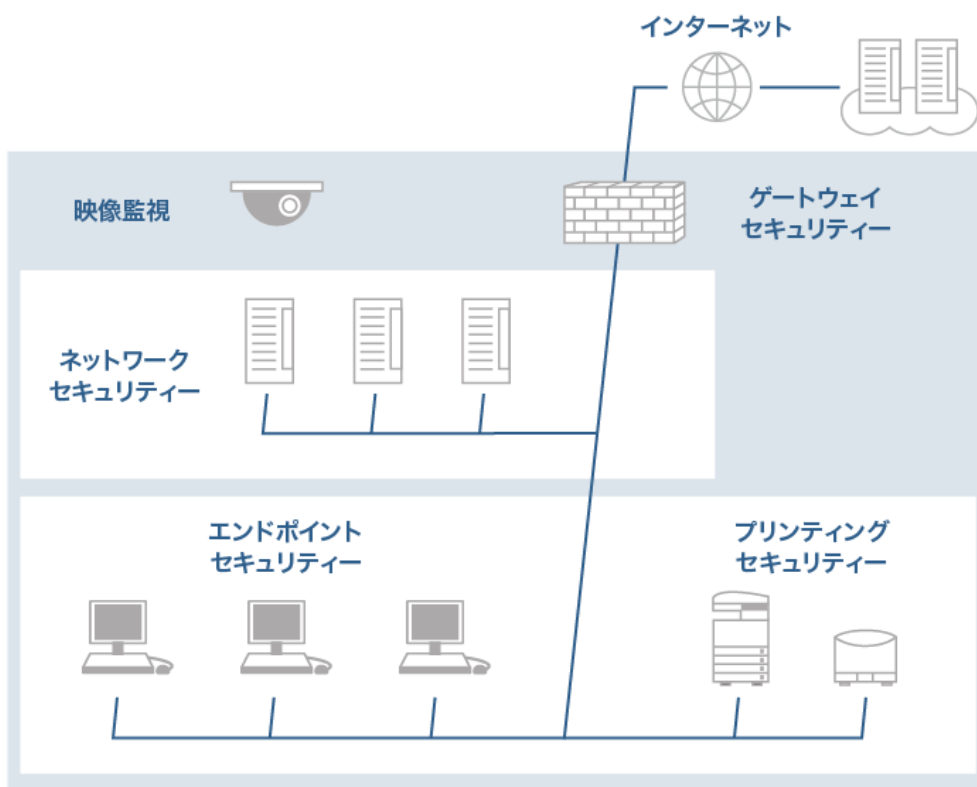
企業の重要課題をセキュリティー対策の視点で支援

リスクマネジメントや内部統制の強化など、企業経営にとって重要な課題を解決するため、企業のIT化はますます加速しています。IT導入の際には、自社ネットワークへの不正侵入や、コンピューターウイルスによる感染被害など、さまざまな脅威への対応が必要不可欠です。

キヤノンMJグループは、ITガバナンスの確立や内部統制の強化を実現するIT全般統制の視点から、セキュリティーソリューションを提案しています。

最適なセキュリティーソリューションの提案

キヤノンMJグループは、自社開発のセキュリティー製品だけでなく、国内および海外ベンダーの実績のある製品を用意するとともに、長年にわたり蓄積してきた経験とノウハウをベースに、ネットワークからエンドポイントまで包括的なソリューションを提案します。



セキュリティーソリューションの全体像

セキュリティーソリューションの全体像

映像監視

ネットワークカメラ

ネットワークセキュリティー

メールフィルタリング・アーカイブ
メールセキュリティーアプライアンス
UTM（統合脅威管理）
SSL-VPNリモートアクセス
Web情報漏えい対策／不正サイト閲覧制御
ウイルス・スパイウェア対策
Webサーバー脆弱性対策
不正侵入検知・防御

エンドポイントセキュリティー

総合セキュリティーソフト／ウイルス・スパイウェア対策
OS起動前認証・暗号化
不正クライアント接続防止
クライアントPC運用管理
現物資産管理
IT資産・ソフトウェア資産管理

プリンティングセキュリティー

認証・ログ管理
プリント管理

※ 本章の詳細については、情報セキュリティー報告書（PDF版）をご覧ください。

[お客様の情報セキュリティー課題解決への貢献](#) [PDF:1.27MB] 

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 セキュリティー

製品への情報セキュリティー品質の組み込み

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）が提供する製品やサービスの多くは、お客様のネットワーク環境の中でご利用いただくものであるため、高い情報セキュリティー品質を備えていることが重要と考えています。

キヤノンMJグループは、製品やサービスに高い情報セキュリティー品質を組み込んで、お客様の安心安全への期待や要請に応えます。

ネットワークに接続される機器のセキュリティーについて

複合機をはじめ多くの情報機器がネットワークに接続されており、不正アクセスなどネットワークからの脅威の存在が懸念されています。情報機器全般を安心してお使いいただくためには、適切なネットワーク環境の構築と設定が必要です。キヤノンでは、ホームページで製品別に不正アクセス防止対策をご案内するとともに、設定のサポートなどを行っています。

複合機を含むネットワークに接続される機器のセキュリティーについて

※ 本章の詳細については、情報セキュリティー報告書（PDF版）をご覧ください。

[製品への情報セキュリティー品質の組み込み](#) [PDF:1.22MB] 



社会貢献活動

キャノンマーケティングジャパングループは「共生」の企業理念のもと、より良い社会の実現を目指し、さまざまな分野で、社会の要請や期待に応える社会貢献活動を実施しています。



社会貢献活動の考え方

社会貢献活動の考え方 88

社会貢献活動

未来につなぐふるさとプロジェクト 89
みんなの笑顔プロジェクト 95
東日本大震災 復興に向けた取り組み ... 103
6つの分野での活動 107

社会貢献活動の考え方

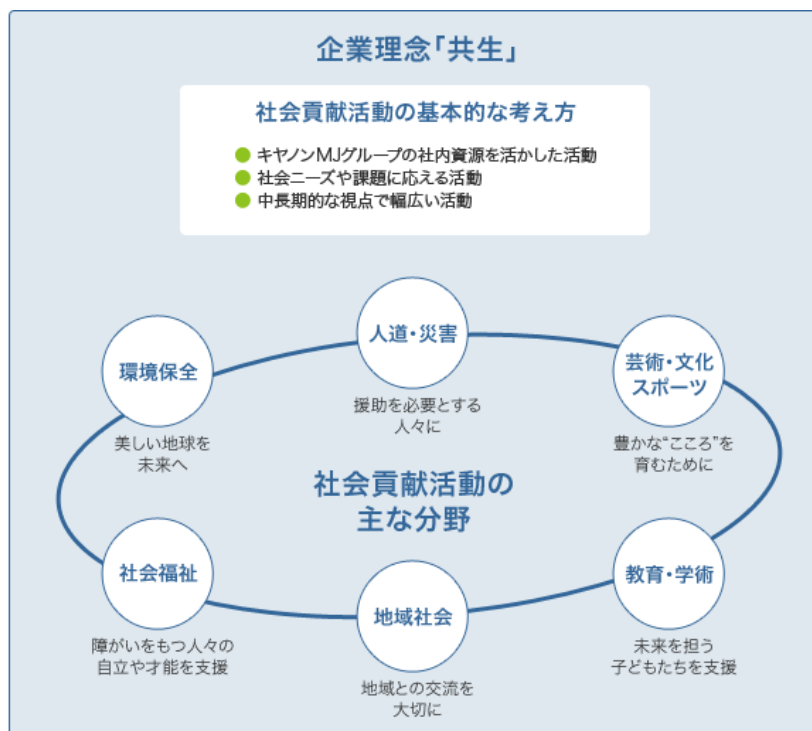
キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、事業を通じて社会への貢献を果たす一方、社会を構成する「良き企業市民」の一員として、「共生」の企業理念のもと、人類すべてが豊かに暮らしていける社会を実現するための活動に力を注いでいます。

社会貢献活動の基本的な考え方

キヤノンMJグループでは、以下のような「社会貢献活動の基本的な考え方」で活動しています。

- キヤノンMJグループの社内資源を活かした活動
- 社会ニーズや課題に応える活動
- 中長期的な視点で幅広い活動

上記の基本的な考え方を踏まえ、「人道・災害」、「環境保全」、「社会福祉」、「地域社会」、「教育・学術」、「芸術・文化・スポーツ」などさまざまな分野で、社会貢献活動を展開しています。



プロジェクトについて

活動実績

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 社会貢献活動

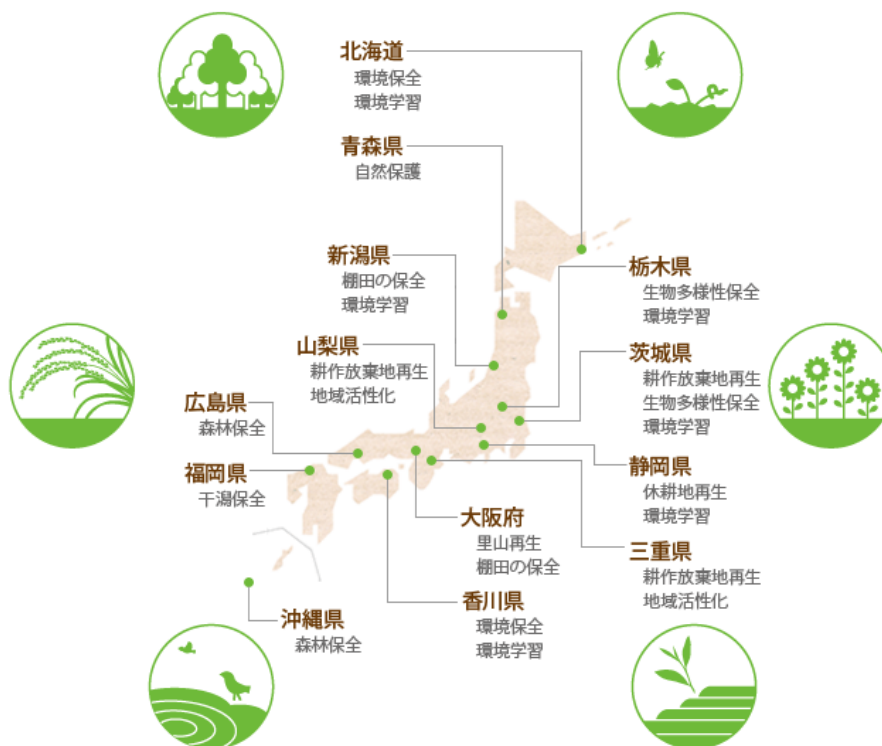
未来につなぐふるさとプロジェクト|プロジェクトについて

「未来につなぐふるさとプロジェクト」について

キヤノングループは、「生物多様性方針」における「生物多様性を育む社会づくりへの貢献」を実現するための活動として、子どもたちの未来に、多様な生き物を育む美しく緑豊かなふるさとを残すことを目的に、環境保全や環境教育を行う「未来につなぐふるさとプロジェクト」を国内のさまざまな地域で展開しています。



活動地域



プロジェクトの「第三者評価報告会」を実施

2013年度のプロジェクトの活動について、公益財団法人パブリックリソース財団が第三者評価を行いました。

2014年2月5日に、キャノンマーケティングジャパン（以下、キャノンMJ）本社において、評価を行った公益財団法人パブリックリソース財団と、評価を受けた3つの団体のご担当者が参加し「第三者評価報告会」を開催しました。当日は、財団から評価結果をご報告いただき参加者で共有した後、意見交換会を行いました。各団体様、キャノンMJ事務局とともに、普段感じているさまざまな疑問や今後の提案など、活発な議論を交わし、今後のよりよいプログラムづくりにつながる有意義な会となりました。



報告会の様子

[「未来につなぐふるさとプロジェクト」の詳細へ](#)

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 社会貢献活動

未来につなぐふるさとプロジェクト|活動実績

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、ステークホルダー参加型の社会貢献活動「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。

「未来につなぐふるさとプロジェクト」の活動実績

寄付実績

内容	2010年 寄付総額	2011年 寄付総額※1	2012年 寄付総額※1	2013年 寄付総額※1	2014年 寄付総額※1
使用済みトナーカートリッジ /インクカートリッジ回収本 数に応じた寄付	10,460,000 円	14,280,000 円	14,814,000 円	13,614,148 円	9,844,355円
PPC用紙販売数に応じた寄付	-	491,320円	404,522円	1,071,032円	1,114,554円
クリック募金による寄付	610,872円	544,896円	407,330円	481,304円	519,117円
お客さま向けアンケート回答 数に応じた寄付	-	390,880円	443,100円	440,260円	267,970円
CSRアンケート回答数に応じ た寄付	-	-	-	225,300円	-
「キヤノン大撮影会」の参加 費全額寄付	-	6,546,000円	-	-	-
自動販売機の売上の一定割合 の寄付	-	61,089円※2	574,247円※ 3	-	-
生物多様性フォトコンテスト 応募数に応じた寄付	-	-	-	-	123,300円
年間寄付総額	11,070,872 円	22,314,185 円	16,643,199 円	15,832,044 円	11,869,296 円

※1 2011年～2014年の寄付実績は環境保全活動支援金および、東日本大震災の復興支援金の合計額です。

※2 アーバン ベンディックス ネットワークによるマッチング寄付額を含みます。

※3 アーバン ベンディックス ネットワーク、キリンビバレッジによるマッチング寄付額を含みます。

ボランティア活動参加実績

活動地域	連携団体 (活動場所)	2010年実績		2011年実績		2012年実績		2013年実績		2014年実績	
		実施回数 (回)	延べ参加人数 (名)	実施回数 (回)	延べ参加人数 (名)	実施回数 (回)	延べ参加人数 (名)	実施回数 (回)	延べ参加人数 (名)	実施回数 (回)	延べ参加人数 (名)
北海道	特定非営利活動法人 森林遊びサポートセンター	4	45	3	29	2	11	-	-	-	-
	特定非営利活動法人霧多布 湿原ナショナルトラスト									1	0
青森県	特定非営利活動法人 白神山地を守る会	-	-	-	-	1	7	1	37	-	-
山形県	認定特定非営利活動法人 共存の森ネットワーク	3	107	3	62	3	56	2	40	-	-
茨城県	認定特定非営利活動法人 アサザ基金	3	115	4	121	3	94	4	141	3	57
栃木県	特定非営利活動法人 くまの木里の暮らし	-	-	3	53	5	131	5	111	4	106

東京都	公益社団法人日本山岳会 高尾の森づくりの会	-	-	1	4	-	-	-	-	-	-
新潟県	認定特定非営利活動法人 共存の森ネットワーク	6	136	4	93	4	64	4	55	4	80
山梨県	一般社団法人風土人	-	-	4	57	4	95	5	125	5	144
静岡県	特定非営利活動法人 グラウンドワーク三島	4	75	4	79	2	12	3	71	2	27
三重県	野原村元気づくり協議会	1	27	3	91	3	91	2	59	3	81
大阪府	特定非営利活動法人 里山倶楽部 (2012年1月からの 連携団体)	-	-	-	-	4	90	4	138	4	126
	特定非営利活動法人 樹木・環境ネットワーク協会 (2010年～2011年の連携 団体)	2	23	1	9	-	-	-	-	-	-

広島県	西条・山と水の環境機構	3	77	2	49	3	47	-	-	2	43
香川県	特定非営利活動法人 どんぐりネットワーク	4	49	2	31	3	32	2	30	1	12
福岡県	和白干潟を守る会	5	142	4	43	2	18	2	25	2	27
沖縄県	美ぎ島宮古グリーンネット			1	8	1	10	1	10	1	10
年間延べ実施回数、延べ参加人数		35	796	39	729	40	758	35	842	32	713

[「未来につなぐふるさとプロジェクト」の詳細へ](#)

プロジェクトについて

活動報告

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 社会貢献活動

みんなの笑顔プロジェクト|プロジェクトについて

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、東日本大震災の被災地の復興支援活動として、被災地のコミュニティづくりを支援する「みんなの笑顔プロジェクト ～Smile for the Future～」を実施しています。

「みんなの笑顔プロジェクト」について

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



「みんなの笑顔プロジェクト」のロゴ

プロジェクトの活動内容

みんなの笑顔プロジェクトでは、「写真撮影プログラム」と「自然体験プログラム」を実施しています。

～写真を楽しもう～ 写真撮影プログラム

「写真撮影プログラム」は、キヤノンが持つ写真のノウハウを活用し、写真家の先生の指導のもとに子どもたちが写真を撮ったり、楽しい写真プリントの体験をするプログラムです。また、全国の小学校で実施している「フォトレター教室」も、このプロジェクトに参画しています。

～自然と遊ぼう～ 自然体験プログラム

「自然体験プログラム」は、自然に恵まれた地域に被災地の親子をご招待し、地元のみなさんとの交流の中で、写真教室に参加したり、自然の中で遊ぶプログラムです。

[「みんなの笑顔プロジェクト」アルバム紹介ページへ](#)

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 社会貢献活動

みんなの笑顔プロジェクト | 活動報告

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、東日本大震災の被災地の復興支援活動として、被災地のコミュニティづくりを支援する「みんなの笑顔プロジェクト ～Smile for the Future～」を実施しています。

「みんなの笑顔プロジェクト」の活動報告

【2015年4月】宮城県気仙沼市で写真教室を実施

4月4日（土）に気仙沼市にて、写真教室を開催しました。今回は、青空のもと、小学生24人が気仙沼の自然に触れ「冒険の書」をつくりました。

写真家 広田先生から一眼レフの使い方を習った後は、いざ清涼院から冒険の始まり。道中で発見した草花・生き物を撮影しながら海岸を目指します。子どもたちのカメラを構える姿も、なかなかの腕前。撮った写真に感想やひとことを添えて、海岸で拾ったシーグラスや貝殻で表紙を飾ったら、自分だけの「冒険の書」のできあがりです。海岸では打ち上げられた巨木に登って集合写真を撮影しました。



集合写真

【2014年12月】宮城県気仙沼市の3つの高校写真部を対象に合同の写真教室を実施

12月13日（土）に、東日本大震災の復興支援に取り組んでいる「日本国際民間協力会（NICCO）」の協力を得て、気仙沼向洋高校、気仙沼高校、本吉響高校の3校の写真部を対象とした写真教室を開催しました。

会場となった、気仙沼向洋高校は東日本大震災では津波が4階にまで達し、校舎が全壊したため、現在は気仙沼高校第2運動場に建てたプレハブの仮校舎で授業を受けています。

今回の写真教室は、この気仙沼向洋高校仮校舎で行いました。

写真教室では最初に、一眼レフカメラの使い方やさまざまな撮影方法を写真家 広田先生が準備した写真を例に約1時間学びました。

写真講座を終えたら、校舎の外での撮影会です。

実際にシャッタースピードを変えて「蛇口から出る水」を撮影したり、水たまりの氷など身近なものを使った撮影方法や、広田先生が持ってきた列車の模型を使って広角や望遠での撮影などを学びました。撮影会終了後には、



集合写真

PIXUSでお気に入りの写真を2枚プリントし、それぞれの写真に対して広田先生から丁寧に講評をいただきました。

【2014年10月】宮城県南三陸町で写真教室を実施

10月18日(土)に南三陸町にて、写真教室を開催しました。仮設商店街「南三陸さんさん商店街」に小物を納めている方やネットショップを運営している方、その他気仙沼や石巻からも参加いただきました。今回の写真教室では、商店街の様子やお店の看板を被写体に、身近にあるものをいかに綺麗に撮るかを学びました。ネットショップ運営に活かしてもらうだけでなく、地元の元気な様子を写真を通じてどんどん発信して欲しいと思いました。これからも、プロ写真家の技術やノウハウをみなさまにお伝えする機会を提供していきます。



撮影風景

【2014年8月】宮城県名取市で写真教室を実施

8月9日(土)には東日本大震災で津波により被災した、仙台空港近くの名取市美田園地区にて小学生を対象とした写真教室を開催しました。これは東京大学と日比谷花壇、西松建設などが震災復興支援活動を行っている「ひまわりプロジェクト」からの要請を受け、ひまわりプロジェクトの活動の一環として開催した、他企業・大学との初めてのコラボ企画です。

写真教室の会場は仮設住宅の集会所と近くの花の広場。前日までの台風の影響による雨も、写真教室の時だけは上がり、比較的活動しやすい一日となりました。

写真教室では、写真家 広田 泉先生により、ミラーレスカメラEOS M2の使い方を教わりましたが、小さい子どもたちは使い方の習得も早く、すぐに近くの「花の広場」での撮影に移りました。「花の広場」のひまわりの背丈は、ちょうど小学生の目線ぐらいの高さのものが多く、皆さんにとってはちょうど良い被写体となりました。

撮影会終了後には、PIXUSでお気に入りの写真を2枚プリントし、広田先生から講評をいただきました。ご参加いただいた子とともにたちには、お気に入りの写真とともに、夏休みの楽しい思い出もプレゼントできたと思います。



写真教室の様子

【2014年7月】宮城県 宮城県農業高校で写真教室を実施

7月12日(土)には津波で校舎が被災し、現在は高台にあるプレハブ仮校舎にて、授業を受けている、宮城県名取市の宮城県農業高校写真部に対して写真家 広田泉先生による写真教室を開催しました。写真教室では、最初に約1時間の広田先生によるカメラの講義を聴き、その後、屋外での撮影会を行いました。

写真部だけあって皆さんの一眼レフの使い方は慣れたものでしたが、広田先生から出されたテーマである「絞り」や「露出」の設定に気を使って、花や木々の撮影に取り組んでいました。

撮影会終了後には、PIXUSでお気に入りの写真を2枚プリントし、広田先生から講評をいただきました。



集合写真

【2014年3月】宮城県南三陸町で親子写真教室を実施

2014年3月1日（土）に、宮城県南三陸町にて写真教室を開催しました。

今回の活動は、「南三陸町復興推進ネットワーク」が定期的に開催しているプログラム「南三陸わらすこ探検隊」の活動に、キヤノンMJグループが写真教室として協力する形で行われ、午前中は16名、午後は18名が参加しました。

撮影は、午前中は南三陸さんさん商店街、午後は伊里前福幸商店街のそれぞれの商店街とその周辺で行いました。

まずは、写真家の広田泉先生による一眼レフカメラの使用方法的説明からスタート。多くの子どもたちが初めて一眼レフカメラを手にしましたが、使い方の飲みこみの早さには驚かされました。

説明が終わると商店街やその周辺で撮影開始。商店街で働く人たちやショーウィンドーに並ぶケーキ、お花、展示物を撮る子どもたちの笑顔もさることながら、子どもたちがカメラを向けた際に見せてくれる商店街の皆さんの素晴らしい笑顔に心が和みました。

写真教室終了後、皆さんにはお気に入りの写真を選んでいただき、PIXUSでプリントして記念にお持ち帰りいただきました。



写真教室の様子

写真家：広田 泉氏 プロフィール

1969年 東京生まれ。

鉄道写真家である広田尚敬の次男として生まれ、2歳で初めて鉄道写真を撮る。染色職人、会社員、会社経営を経て2002年にフリーランスの写真家としてデビュー。またEOS学園をはじめとする写真教室や撮影会、ツアーなど各種イベント、テレビなどで鉄道写真の楽しさを広く伝えようと活動中。また2011年、各地の復旧支援を続ける中で写真集「ここから始まる」を自社出版して被災した路線をつなげる活動をはじめた。



写真家：広田 泉氏

【2013年10月】栃木県大田原市で親子写真教室を実施

2013年10月26日（土）に、栃木県大田原市で親子向けの写真教室を開催しました。

今回の活動は、都市と農村の共生・対流に取り組んでいる「おおたわら都市農村共生・対流推進協議会」との共催で、実施しました。参加されたのは、東日本大震災で被災され、福島県から一時避難している方々と地元の皆さまに加え、キヤノンMJ宇都宮営業所の従業員とご家族など63名。

プログラムは、講師によるレクチャーからスタート。参加者たちはこの日の撮影テーマ「ジャンプ！！」の説明を受け、会場となった体育館に散らばると、早速、友達や親子で撮りあいっこ。終始、会場は大変なごやかな雰囲気包まれていました。

写真教室の終盤には、なんとご当地ゆるキャラ「与一くん」が登場。子どもたちが一斉に集まると、「与一くん」はお得意の弓を引くポーズ！！続いて家族ごとに記念撮影を行い、午前のプログラムを終えました。昼食はとれたての新米に自分の好きな具を入れてつくる「おにぎり」。おもいおもいに食事を楽しみました。



与一くんと一緒に集合写真

午後は、共催した「おおたわら都市農村共生・対流推進協議会」のプログラム。2つのチームに分かれ、りんご狩りと梨狩りを楽しみました。中でも梨狩りチームは、栃木名産の新品種「にっこり」にびっくり。その大きさは子どもの顔くらいで、珍しいお土産となりました。

【2013年10月】宮城県気仙沼高校で写真教室を実施

2013年10月5日（土）に、宮城県気仙沼市で高校写真部の生徒の方々を対象とした写真教室を開催しました。写真教室には、宮城県気仙沼高校、気仙沼洋南高校、本吉響高校の3校の写真部員の方や顧問の先生24名が参加されました。

はじめは、写真家の広田泉先生による写真の撮り方講座からスタート。カメラのいろいろな機能の使い方や、それがどのような写真になるのかを実際の写真サンプルを見せながら約1時間ほどの講座が行われました。やはり、写真部の生徒さんということもあり、皆真剣に学んでいました。

撮影タイムには、風景や人物・植物などを楽しそうに撮影していました。庭に生えている木を下から撮影したり、きれいな花を接写したり、走ったり、飛んだりする人の動きを連写でとらえたり、皆それぞれ、カメラの機能を存分に使いながら、撮影を楽しんだようです。その後、皆それぞれの自信作をPIXUSでプリントしました。鮮やかな画像に、初めてプリントをした生徒からは感動の声も上がりました。

最後にプリントした写真を壁に貼り、講師からの講評をいただきました。中には、講師が驚くほどの写真も？広田先生からは、「写真部とはいっても、写真を教える人がいないのが現状。是非、このような活動をもっともっと拡大していきたい」とのお話をいただきました。



集合写真

【2013年9月】宮城県蔵王町で写真教室を実施

2013年9月14日～15日に、宮城県蔵王町にある「蔵王自然の家」で親子向けの写真教室を開催しました。今回の活動は、東日本大震災からの復興支援に取り組んでいる「NPO法人フロンティア南相馬」が主催し、キヤノンMJが「みんなの笑顔プロジェクト」の一環として協力する形で実現しました。

参加者は、南相馬市在住の親子、総勢21名。プログラムは、まず講師の広田泉先生のレクチャーからスタート。はじめての一眼レフカメラを手にしてはしゃぎつつも、構え方を教えてもらうとすぐにその気になってカシャカシャとシャッターを切り始めていました。そして、いよいよ撮影本番。みんなで近くの散策路を歩きながら、草花や木々、それらを撮影しているお友達など、思い思いの被写体を見つけて楽しみました。

約1時間の撮影を終えると、次は各自が撮影したベストショットをセレクト。このプロジェクトでいつも感心するのは、この写真に子どもならではの視点や良さがあること。PIXUSでプリントして、広田先生が一人ひとりにその感想を伝えると、子どもたちは少し照れながらも真剣に聞き入っていました。



集合写真

【2013年8月】宮城県名取市で写真教室を実施

2013年8月21日（水）、宮城県名取市で住民の方を対象とした写真教室を開催しました。

名取市や気仙沼市をはじめ、東日本大震災の復興支援に取り組んでいる「日本国際民間協力会（NICCO）」の協力を得て、同団体の名取事務所にて実施しました。参加者は子どもを中心に10名と、小規模開催でしたがアットホームで楽しい雰囲気での開催。講師の広田泉先生が子どもたちの目線でカメラの使い方をわかりやすくレクチャーされ、子ども達は初めての一眼レフカメラに大はしゃぎでした。

撮影タイムには近くの公園に移動して、友達や花やトンボなどを被写体に皆思い思いに撮影を楽しみました。

最後に各自が撮影したベストショットの画像と広田先生が子ども達を撮影した素敵な写真を、PIXUSでプリントしプレゼントしました。



撮影風景

【2013年3月】岩手県陸前高田市のコミュニティセンターで写真教室を実施

2013年3月23日（土）、岩手県陸前高田市の住民の方を対象とした写真教室を実施しました。

午前は小友地区コミュニティセンター、午後は米崎地区コミュニティセンターと、1日2回の写真教室を実施し、大人と子ども27名の参加者が集まり、写真の撮影やプリントを楽しみました。

午前の写真教室では子どもの参加が多く、ほとんどが一眼レフカメラを使うのは初めてでした。写真家の広田泉先生に使い方を教わりながら、子どもも独特の視点で被写体を探し、いろいろな撮り方で撮影を楽しんでいました。

午後の写真教室では、大人の方の参加が多く、先生から教わったカメラの機能の使い方やさまざまな被写体を撮る場合の留意点などに気を付けながら撮影されていました。最後に各自が撮影したベストショットの画像をPIXUSでプリントしプレゼントした際、参加者同士でうれしそうに写真を見せあっている姿が印象的でした。



一緒に撮影



撮影風景

【2012年9月】岩手県大船渡市の仮設住宅で「写真教室」を実施

2012年9月1日（土）、大船渡市の大立仮設団地で、住民の方々を対象とした写真教室を実施しました。1日2回のワークショップに大人から子どもまで16名の参加者が集まり、写真の撮影やプリントを楽しみました。参加者のほとんどが、一眼レフカメラを使うのは初めてで、写真家の広田泉先生に使い方を教わりながら撮影を楽しんでいました。被災地復興に向け、地域の方々が作ったモニュメントやひまわり畑を被写体として撮影を行い、手軽にすばらしい写真が撮れることに非常に多くの方の喜ぶ姿が見られました。一眼レフカメラの画像をPIXUSでプリントしプレゼントした際、写真に触れた参加者たちの明るい笑顔が印象的でした。



撮影風景



手をつないで

【2012年7月】栃木県塩谷町に福島県から親子を招待し「写真教室」を実施

2012年7月15日（日）、福島県在住の親子約20名を栃木県塩谷町の“星ふる学校「くまの木」”※に招待し、写真教室と生き物観察を行いました。

午前に行われた写真教室では、参加者は写真家の広田泉先生に、一眼レフカメラの使い方を教えてもらった後、星ふる学校「くまの木」の校舎や校庭、畑、田んぼ、花壇、ムシを被写体に、約1時間の撮影を行いました。初めて一眼レフを持った子どもたちも多く、とても興奮しながらたくさんの花やムシなど、色とりどりの写真を撮っていました。

そして、最後にお気に入りの写真を選んでいただき、PIXUSでプリントしてプレゼント。自分たちが撮った写真を手にして、その思いのほか素晴らしい画に、子ども達はカメラを使う楽しさを実感したようでした。

午後は川の生き物観察を予定していましたが、連日の雨で増水していたため中止となり、代わりに敷地内での「生き物調査とムシ遊び」を行いました。川遊びを楽しみにしていた子どもたちは初め残念そうでしたが、ムシを見た途端に喜んで走り回っていました。自分たちが住んでいるところにはいないトンボやチョウ、水棲生物などに触れ、その生態や生命力の強さを現地スタッフから教わり、あらためて自然や生き物への大切さを実感したようでした。最後に皆で集合してカミキリムシでの髪切り体験、カナブンの紐付き飛行観察なども行い、大人も子どもも心から楽しんでいたように感じました。

※ 星ふる学校「くまの木」：廃校を利用した宿泊施設で、自然体験プログラムを行っています。キャノンMJグループが取り組む自然再生活動「未来につなぐふるさとプロジェクト」の活動のひとつとして、2011年から「くまの木」のムシをテーマにした「ヒトとムシの楽園プロジェクト」を行っています。



写真撮影の様子



集合写真

【2012年4月】気仙沼市の児童館で第三回写真教室を実施

2012年4月21日（土）気仙沼市の大島児童館で、親子を対象とした写真教室を実施しました。

1日2回のワークショップを実施し、子どもたちを中心に、午前15名、午後19名 計34名の参加者が集まり、写真の撮影やプリントを楽しみました。子どもたちは、初めて触る一眼レフカメラで、写真家の広田泉先生に使い方を教えてもらい、中にはズーム機能や連写機能など、いろいろな機能を試し、独創的で楽しい写真を数多く撮影している子どもたちもいました。

一眼レフカメラの画像をPIXUSでプリントした写真をプレゼントした際、写真に触れた参加者たちの笑顔が印象的でした。



写真撮影の様子

【2012年3月】キヤノンギャラリー仙台で写真展を実施

2012年3月8日～19日、キヤノンギャラリー仙台において、「みんなの笑顔プロジェクト」写真展を実施しました。

写真展では、1月に気仙沼市で実施した写真教室で子どもたちが撮影した作品を中心に展示を行いました。



写真展の様子

【2012年1月】気仙沼市の児童館で第一回、第二回写真教室を実施

2012年1月14日（土）、21日（土）、気仙沼市の赤岩児童館、古町児童館、鮎立児童館で、親子を対象とした写真教室を実施し、約80名の親子が参加しました。子どもたちは写真家の広田泉先生に、一眼レフカメラの使い方を教えてもらった後、早速楽しそうに走り回りながら約1時間の撮影を行いました。その後は、子どもたちの一番気に入った写真をそれぞれ3枚PIXUSでプリントしてプレゼントしました。

参加した子どもたちからは、「本当に楽しかった！ぜひまた来てほしい」というメッセージと元気ももらいました。この写真教室の実施にあたっては、NPO法人 ピースウィンズ・ジャパンや、児童館のスタッフの皆さんなど、たくさんの方々にご協力をいただきました。



広田先生にカメラの使い方を習う子どもたち



お気に入りの一枚と一緒に記念撮影

[「みんなの笑顔プロジェクト」アルバム紹介ページへ](#)

東日本大震災 復興に向けた取り組み

震災を風化させず、復興に向けて着実に歩いていくために

東北復興推進室の取り組み

復興のためにキヤノンにできること

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、東日本大震災発生時に阪神・淡路の教訓を活かし、「早く支援を開始しなければならない」「支援のアンマッチを起こしてはならない」という2つの想いにより、社員が現地に駐在して困っている方々の正確な状況把握をスタートしました。そして2012年より仙台支店を拠点とする「東北復興推進室」を立ち上げ、さまざまな活動を行ってきました。被災沿岸部の自治体、大学などの学術機関、大手民間企業と連携を図り、時間とともに変化する現地の課題をとらえ企業としてできることは何かを考えながら長期的な支援活動を推進しています。今後も、キヤノンMJグループならではの技術を活かして、東北の復興に貢献していきます。

特殊なカメラの提案により漁港・魚市場のHACCP※対応をサポート

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

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

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

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



近赤外線LED 投光器付監視カメラ



暗闇でも船名確認が可能

MRを活用した防災教育

現実空間に仮想空間を融合させることのできるキヤノンのMR (Mixed Reality)技術を活用した東北大学との「震災遺構アーカイブプロジェクト」により、震災遺構の保存や防災教育などを行っています。

福島県浪江町

町としては震災アーカイブとして津波の被害に遭った請戸小学校を残したいと考えています。そして校舎だけではなく街並みも3Dスキャンしデジタルデータとして編集し津波の被害の痕跡として津波の破壊力や遡上力を疑似体験してもらうことで今後の防災教育に役立てたいと考えています。



請戸小学校

宮城県気仙沼市立津谷小学校教頭：谷山知宏さん

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



谷山知宏さん

「みちのく未来基金」

東日本大震災遺児に対する「大学および専門教育への進学」に焦点を当て、将来、東北の地、ひいては日本を支える人材育成に寄与することを目的に2011年10月に設立した「みちのく未来基金」に対し100万円の寄付を行いました。同基金は震災遺児（高校生）を対象に進学希望者に対し入学金・授業料の全額を給付しています。キヤノンMJでは、今後も同基金への寄付を通じて震災遺児の教育を支援し、東北復興に貢献していきます。

【みちのく未来基金について】

1. 給付金の返済は不要。人数制限はなく、事前にエントリーシートを提出する。
2. 一律の給付ではなく志望進学先に必要な入学金・授業料を給付。
3. 法人の運営費用には一切使用せず、寄付金全額を生徒の学費に充当。
4. 寄付金の使途および運営費用はHP上で公開。

東松島みらいとし機構「HOPE」への参画

東松島市のまちづくり計画や10年後、20年後のランドデザインを市や地域住民とともに考え、民間企業として貢献できることを追及しています。東北復興推進室では、ICT(MRシステムなど)を活用した安心安全なまちづくりや地域情報発信分野の検討プロジェクトに参画しています。

東松島みらいとし機構「HOPE」のページへ



検討プロジェクトの様子

事業を通じた支援

キヤノンMJグループでは、さまざまな事業活動を通じて復興支援金を積み立て、被災地復興支援金として寄付しています。2014年は、被災地で支援活動を展開するNGO/NPO（ピースウィンズ・ジャパン、日本国際民間協力会、みちのく未来基金）に対し、総額約490万円の寄付を行いました。

主な取り組み

- 使用済みトナーカートリッジ/インクカートリッジの回収本数に応じた寄付
- PPC用紙販売数に応じた寄付
- お客さま向けアンケートの回答数に応じた寄付
- クリック募金による寄付

各種イベントを通じた支援

みんなの笑顔プロジェクトの実施

キヤノンMJグループは、2012年1月から、東日本大震災の被災地に向けた復興支援活動として、「写真を楽しもう・自然と遊ぼう」をコンセプトとした「みんなの笑顔プロジェクト～Smile for the Future～」を実施しています。写真撮影プログラムや自然体験プログラムを通して、人と人とのコミュニケーションづくりや、子どもたちの心を育むお手伝いをしています。2014年は宮城県南三陸町など5カ所で写真教室を行い、103名の親子が参加しました。



南三陸町での写真教室の様子

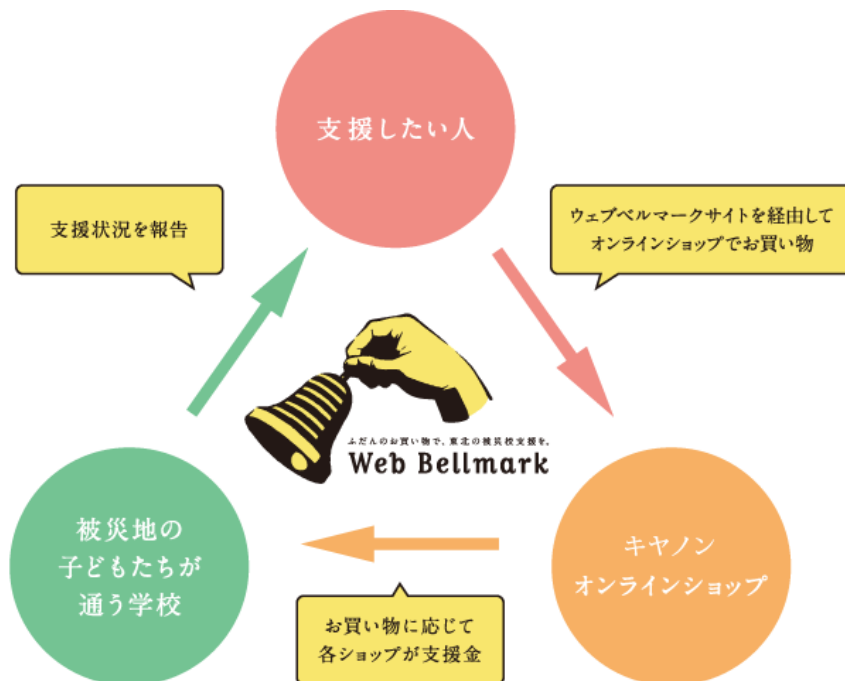
「みんなの笑顔プロジェクト」の活動の様子は、こちらへ

「みんなの笑顔プロジェクト」アルバム紹介のページへ

「ウェブベルマーク運動」への協賛

キヤノンMJは、2013年9月17日より「ウェブベルマーク運動」に協賛しています。

「ウェブベルマーク運動」とは、ウェブベルマークサイトを経由し、協賛会社のオンラインショップで買い物やサービスを申し込むだけで、岩手・宮城・福島などの小中学校や特別支援学校に支援金が送られる新しい社会貢献活動です。キヤノンMJは、「キヤノンオンラインショップ」での売上金額の一部を寄付することを通して、被災した東北の学校支援に役立てています。



[ウェブベルマークのサイトへ](#)



福島県南相馬市の活性化プロジェクトに協力

キヤノンMJは、認定NPO法人フロンティア南相馬が主催する、写真をテーマにした福島県南相馬市活性化プロジェクトに協力しました。このプロジェクトは福島県南相馬市の住民の心のケアや地域の活性化を目的に、子どもたちが想像力やコミュニケーション力を育むことを願い、写真教室の実施、写真展や写真コンテストなどを開催するものです。

キヤノンMJは、主催団体が実施した親子向け写真教室で機材を提供したほか、写真展のパネル出力協力、写真コンテストの副賞として、一眼レフカメラを寄贈しました。



写真撮影の様子

6つの分野での活動

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、「社会貢献活動の基本的な考え方」に基づき、「人道・災害」、「環境保全」、「社会福祉」、「地域社会」、「教育・学術」、「芸術・文化・スポーツ」などさまざまな分野で、社会貢献活動を展開しています。

人道・災害

キヤノンMJグループは、災害や貧困で苦しむ多くの方々に対して、国際機関やNPOなどを通じたさまざまな支援を行っています。

東日本大震災の復興支援

東日本大震災の復興支援活動の実績は、以下の通りです。

「未来につなぐふるさとプロジェクト」を通じた支援

使用済みカートリッジ回収本数やPPC用紙の販売数に応じた寄付など、事業活動を通じた支援として総額約490万円を東日本大震災の被災地で復興支援を行うNGO/NPOなど（ピースウィンズ・ジャパン、日本国際民間協力会、みちのく未来基金）に寄付しました。

プロジェクトの主な取り組み

- 使用済みトナーカートリッジ/インクカートリッジ回収本数に応じた寄付
- PPC用紙販売数に応じた寄付
- クリック募金による寄付
- お客さま向けアンケート回答数に応じた寄付

[東日本大震災 復興に向けた取り組みページへ](#)

西日本各地で発生した豪雨被害に対する支援

2014年8月上旬以降、台風や前線の影響による度重なる豪雨により、広島県をはじめとした西日本各地で大きな被害がありました。キヤノンMJグループでは、被災地支援のため、社会福祉法人中央共同募金会を通じて2,000,000円寄付しました。

WFP 国連世界食糧計画への支援

キヤノンMJは、飢餓と貧困の撲滅を使命として途上国で食糧支援を行うWFP 国連世界食糧計画を支援しています。その一環で、2008年12月からWFPの日本公式支援窓口「国連WFP協会」に評議員として参加しています。チャリティウォーク「WFPウォーク・ザ・ワールド」には、2009年から協賛。2015年は従業員とその家族55名が参加しました。また、キヤノンMJグループの一部の事業所では、自動販売機の売上の一定割合を国連WFP協会の「学校給食プログラム」に寄付するしくみを導入・運用し、2014年分として、655,246円※を寄付しました。



「WFPウォーク・ザ・ワールド」の参加者

※ アーバン ベンディックス ネットワーク、キリンビバレッジによるマッチング寄付額を含みます。

環境保全

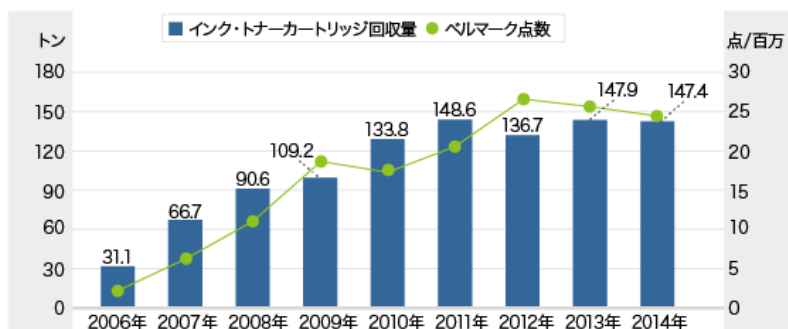
キヤノンMJグループは、環境保全に積極的に貢献しています。

ベルマーク運動

子どもたちに資源の大切さを知ってほしいという願いを込め、キヤノンMJは、2005年4月よりベルマーク運動に協賛しています。

一般的なベルマークを集める協賛方法とは異なり、ベルマーク教育助成財団に登録されている学校が使用済みのインク・トナーカートリッジを集め、これをキヤノンMJが回収して、回収数に相当するベルマーク点数を学校に進呈しています。参加校はすでに16,350校（2014年12月末現在）を超え、2014年は147.4トン回収し、合計で24,707,930点を参加校に進呈しました。

使用済みインク・トナーカートリッジ回収を通じたベルマーク運動の活動の輪が広がっています。



使用済みインク・トナーカートリッジの回収量の推移

社会福祉

キヤノンMJグループは、AED（自動体外式除細動器）の普及活動やペットボトルキャップの収集活動を展開するなど、社会福祉の充実を目指しています。

AEDを使用した心肺蘇生講習



心肺蘇生講習会実施風景



AEDを使った一次救命普及活動

日本国内では、年間7万件以上※1の突然の心停止が発生しており、救命処置が間に合わずに命を落とすケースも少なくありません。キヤノンMJグループでは、社会に貢献する事業として2009年よりAEDの販売を開始しました。2010年からは従業員のインストラクター（NPO法人大阪ライフサポート協会公認）を育成し、そのメンバーが全国でお客さまをはじめとするステークホルダーの皆さま向けに心肺蘇生講習を実施するなど、一次救命活動の普及に取り組んでいます。今後も、キヤノンMJグループでは「AED」と「心肺蘇生法」の普及活動を行う事により、一人でも多くの方々の「人命救助」に関わりたいと考えております。また、この活動を通じ、広く地域・社会に貢献してまいります。

※1 総務省消防庁平成26年版 救急・救助の現況より

心肺蘇生講習	件数	人数
目標	2010年～2017年の講習受講者延べ10万名以上	
2010年実績合計	908件	13,065名
2011年実績合計	1,041件	16,250名
2012年実績合計	981件	14,323名
2013年実績合計	1,205件	17,139名
2014年実績合計	1,773件	22,993名
累積	5,908件	83,770名

[AED（自動体外式除細動器）のページへ](#)

地域社会

キヤノンMJグループの全国の事業所では、地域住民の方々とコミュニケーションを深めるとともに、地域社会に貢献しています。

キヤノンキッズパークを開催

キヤノンMJでは、品川、銀座、名古屋、大阪（梅田）の4カ所で、親子を対象にした夏休みイベント「キヤノンキッズパーク」を開催。地域の親子をはじめたくさんの方にご参加いただいています。

光と色を学べる実験教室やカメラ工作教室など、親子で楽しみながら、夏休みの自由研究にも役立つプログラムを実施しています。



光と色をテーマにした親子実験教室の様子

「久辺テクノフェスタ」での地域交流：クオリサイトテクノロジーズ

クオリサイトテクノロジーズは、地域人材育成の一環として2014年11月23日に沖縄県名護市で開催された「久辺テクノフェスタ」に参加しました。これは名護市情報通信特区に進出した金融・IT関連企業が中心となり、地域の小・中学生などに仕事内容を紹介するイベントです。2014年は28団体が出展しました。クオリサイトテクノロジーズは、プロの講師による子ども向け一眼レフ体験教室や3Dボックス、3Dメガネなどの科学体験講座を開催し、約400名の方に参加していただきました。

「校舎の思い出プロジェクト」の立ち上げ

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



イベントの様子

校舎の思い出プロジェクトについて

～思い出を「つくる」～

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

～思い出を「のこす」～

児童が描いた壁の絵を撮影して大判ポスターを作成、額装して学校に寄贈します。

また、児童が「広報カメラマン」となり、一眼レフカメラで壁の絵の制作過程を記録しフォトブック（アルバム）にして思い出を残します。

[実施実績]

2014年6月28日（土） 豊島区立池袋第三小学校

2015年3月13日（金） 川口市立前川小学校

2015年3月13日（金） 江戸川区立第三松江小学校

2015年6月27日（土） 北区立なでしこ小学校

[校舎の思い出プロジェクトへ](#)

教育・学術

キヤノンMJグループは、未来を担う子どもたちの育成を支援するため、さまざまな活動に取り組んでいます。

中高生の企業訪問に協力

キヤノンMJは、高校や中学校が行っている課外学習の一環としての企業訪問を積極的に受け入れています。企業訪問では、ショールーム、ギャラリーの見学&デジタル一眼レフカメラ体験、キヤノンの環境の取り組みのレクチャーなど3つのプログラムからひとつをお選びいただけます。2014年は、55校のべ1,147名の訪問を受け入れました。この取り組みにより、会社や仕事に対して理解を深めていただき、将来の進路決定に役立てていただければと考えています。

[中高生向け体験&見学プログラムのページへ](#)

小中学校でインターネット利用に関する授業を実施：キヤノンITソリューションズ

キヤノンITソリューションズは、一般社団法人マルチメディア振興センターが主催するインターネット安全啓発教育「e-ネット安心講座」に協力しています。2014年には、東京都や大阪府などの小中学校9校で、児童・生徒・保護者向けの授業を実施し、約1,900名の方にご参加いただきました。SNSでのいじめやいたずら投稿によるトラブル、ネット上での著作権保護などの問題について、最近のニュースやビデオを交えながら説明しました。終了後の保護者・教職員からのアンケートでは、「インターネットのトラブルの怖さが伝わったと思う」「楽しく安全にインターネットを使用できるよう、親子で考えていきたい」といったご意見をいただきました。



「e-ネット安心講座」の様子

芸術・文化・スポーツ

キヤノンMJグループは、芸術・文化・スポーツの振興をさまざまな形でサポートし、豊かな社会の実現に貢献していきます。

写真文化の発展に寄与する「写真甲子園」への協賛

キヤノンMJは、“写真の町”北海道東川町で開催されている「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1994年より毎年開催され、2014年で21回目を迎えました。

2014年の本戦では、全国の応募高校521校から選抜された18校が集い、東川町とその周辺地域の上富良野町、美瑛町、東神楽町や旭川市などを撮影エリアとした作品によって優勝が競われました。

キヤノンMJでは、すべての本戦出場校にデジタル一眼レフカメラEOS、EFレンズ、インクジェットプリンターPIXUSの貸出と、大会期間中に使用するインクカートリッジ、用紙の提供をしています。この協賛を通じ、高校生らしい創造性の育成や写真技術の向上と写真文化の発展に寄与するとともに、地域活性化にも貢献しています。



「写真甲子園2014」での撮影風景

ウィーン少年合唱団日本公演に協賛

「天使の歌声」ともいわれる澄んだ美しい声で、世界中の人々に愛され続けるウィーン少年合唱団。その日本公演に、2005年より特別協賛し、国際文化交流に貢献しています。

2014年も、公演会場でユニセフ募金への呼びかけを行い、来場者から集まった募金1,054,743円を日本ユニセフ協会に寄付しました。



2014年の日本公演より

また、2014年より音楽に興味のある子ども達を無料で招待するイベント

「キク・ミル・マナブ」を開催しています。

これは、美しい歌声を「キク」、普段は入れないコンサートホールを「ミル」、音楽の世界を「マナブ」ことを通して子どもたちの芸術への興味・関心を高めるとともに、国際舞台で活躍する同世代の少年たちの姿に触れることで、未来を担う世代の成長意欲を刺激することを目的としています。

トップパートナーとしてJリーグをサポート

キヤノンとキヤノンMJは、1996年よりトップパートナーとしてJリーグをサポートしています。スタジアムでのイベント開催など、さまざまな支援を通じてサッカーの魅力をお伝えしています。



© J.LEAGUE PHOTOS



ステークホルダーとの関わり

キャノンマーケティングジャパングループは、CSR活動をマーケティングそのものとしてとらえ、ステークホルダーの期待や要請に応える取り組みを真摯に実践していきます。

お客さまとの関わり

声を活かすしくみ	114
フォトライフを楽しく豊かに	115

ビジネスパートナーとの関わり

価値創出のための協働	118
CSR調達	120
グリーン調達	122

株主・投資家との関わり

IR活動の推進	123
社外からの評価	124

従業員との関わり

従業員に関する方針	126
人権と多様性の尊重	127
仕事のやりがい向上	131
快適な職場環境の整備	133

声を活かすしくみ

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、お客様相談センターやショールームなどの窓口を通じて、お客さま一人ひとりのご意見に耳を傾け、より良い製品の開発やサービスの提供に活かしています。

お客様相談センターの取り組み

お客さまの声を大切にすしくみ



お客様相談センターにメールや電話で寄せられるご意見・ご要望を、キヤノンの開発・設計・品質・保証部門や、キヤノンMJの商品企画・技術部門へフィードバックし、お客さまに満足していただける製品・サービスの提供に役立てています。

独自のコンタクトセンターマネジメントシステムでお客さまの期待に応えるサービスを展開：キヤノンカスタマーサポート

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

キヤノンCSの主な活動

<p>お客さまアンケートからの改善活動</p>	<p>ウェブアンケートに加えて、電話アンケートによる顧客満足度調査を行い、「お客さまの声」に対する改善に取り組んでいます。</p>
<p>リモートサポートサービス</p>	<p>インクジェットプリンターやスキャナーなどのコンシューマ製品を中心に、インターネットを通じてお客様相談センターのコミュニケーターがお客さまのパソコン画面を見ながら、操作・設定やトラブル対処のアドバイスを行うリモートサポートを実施しています。</p>

今後もキヤノンCSは、コンタクトセンター業務の継続的な改善活動を行い、お客さまの期待に応える高品位なサービスを提供していきます。

お客さまへの適切な回答を導き出す「コンタクトセンターフロントエンドシステム」

お客さまからのお問い合わせに対して、迅速かつ適切に対応するために「コンタクトセンターフロントエンドシステム」を導入しています。このシステムでは、商品別にデータベース化された情報を即時に検索できるよう、操作画面が視覚的に工夫されています。また、お客さまから頻繁にお問い合わせいただく内容については、より迅速に対応できるよう、情報やノウハウを蓄積しています。

「情報分析システム」を用いたお問い合わせ内容の分析

コンタクトセンターで受け付けたお問い合わせの記録をデータベース化し、件数の推移や内容の傾向を把握するために「情報分析システム」を導入しています。特に多くお寄せいただくお問い合わせについては、サポートページにQ&Aとして公開しています。

コミュニケーターのお客さま対応力向上

お客様相談センターでは、お客さまの状況を電話で把握し、お気持ちまで汲み取れる対応を常に心掛けるとともに、製品の故障に関する知識や想定されるQ&Aを共有化できるよう、徹底した教育活動を行っています。

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 お客様との関わり

フォトライフを楽しく豊かに

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、キヤノン製品をご購入されたお客さまが、楽しく快適にご使用いただけるよう、さまざまな取り組みを行っています。

撮影テクニックを学び上達する喜びを知る「EOS学園」

カメラの使い方やテクニックを楽しく学ぶことを通じて、より多くの方に上達する喜びを知っていただくために、写真スクール「EOS学園」を運営しています。EOS学園では、写真を基礎からじっくり学べる「撮影テクニック講座」をはじめとして、お持ちのカメラの使い方をレクチャーする「使い方講座」、じっくり学ぶ時間のない方に向けた「1日集中講座」、撮影テーマ別に多彩なコースをそろえた「テーマ別講座」など、お客さまのニーズに合わせた幅広い講座を用意しています。



EOS学園

「デジタルカメラの使い方講座」

講師には、各ジャンルに精通した40名を超えるプロ写真家を起用（一部講座を除く）。旅行や子育てなどの大切な思い出を写真で残したいといったカメラ初心者の方から、鉄道写真や航空写真を趣味としているベテランの方まで、それぞれに必要なスキルを身につけてもっと写真を楽しみたい方をサポートしています。

2014年には、東京・大阪・名古屋の常設3校に加え、北海道・東北・中国・九州地区で地域別講座を開催し、合わせて約20,000名の方々が受講されました。今後も「写真を上手に撮りたい、きれいに印刷したい」といったお客さまの思いに応え、豊かなフォトライフに貢献していきます。

[EOS学園のページへ](#)

写真愛好家の会員制コミュニティ「キヤノンフォトサークル」

会員制コミュニティ「キヤノンフォトサークル」では、50年以上にわたり写真愛好家の皆さまに写真を学ぶ場、作品を発表する場、仲間と交流する場を提供し、写真の魅力や楽しさを伝えてきました。2015年3月にリニューアルを図り、より多くの皆さまに親しんでいただけるよう会報誌の内容をはじめ改定を行っております。

キヤノンフォトサークルにご入会いただくと、月刊会報誌「Canon Photo Circle（キヤノンフォトサークル）」を送付しております。月刊会報誌では、プロ写真家の作品ギャラリーや特集、写真撮影のコツを学べるページやカメラやレンズの製品情報。加えて月例の写真コンテスト「マンスリーアルバム」では、会員の皆さまから応募された作品をプロ写真家が審査をして掲載しています。また会員専用の「キヤノンフォトサークルウェブ」では、ウェブサイトの特性を活かしたコンテンツを提供。プロ写真家がウェブサイトを通じて応募された会員の皆さまの写真を選定し、コメントをつけて公開する「フォトセッション」など、作品発表の場としてだけでなく、他の会員作品を見て学ぶ場としてもご利用いただいています。また、ご希望の方には特別編集本の写真年鑑の送付や、地域に根ざした写真同好会「キヤノンフォトクラブ」への参加など、今後もより多くの方々に写真の楽しさを知っていただくために内容の拡充に努め、会員の皆さまの満足度向上を図ってまいります。



月刊会報誌「Canon Photo Circle（キヤノンフォトサークル）」
表紙



「フォトセッション」の画面

[キヤノンフォトサークルのページへ](#)

価値創出のための協働

お客さまに最高の価値を提供し続けるためには、ビジネスパートナーと連携し、お客さまの要望に的確に応えることが重要です。

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、ビジネスパートナーの皆さまに対して、お客さま対応力の向上に寄与する各種プログラムを用意しています。

お客さま対応力やスキルの向上

「ソリューションマスターズコミュニティ」を通じてビジネスパートナーの皆さまに研修プログラムやナレッジ共有の場を提供

キヤノンMJでは、ビジネスパートナーの皆さまを会員とする「ソリューションマスターズコミュニティ（SMC）」で体系的な研修やナレッジ共有の場を提供するなど、営業サポート・アフターサポート担当者を支援しています。

中小企業のお客さまにとって、ITの活用方法が高度化、多様化するにつれ、お客さまの「身近な相談相手」となる担当者の役割が重要になっています。そこで、お客さまへの対応力やスキルの向上に役立つ研修メニューとして、お客さまが属する業界の内外環境分析、および課題発見・課題解決を担う人材を育成する研修メニューを用意しています。毎年11月には、全国のSMC会員が一堂に会するSMCカンファレンスを開催しています。

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

今後もキヤノンMJは、SMC会員への支援を通じて、お客さまへの価値創出活動を継続していきます。



Solution Masters Community

「ソリューションマスターズコミュニティ」のロゴ



SMC会員が集まった2014年のカンファレンスの様子

お客さまへの対応力向上

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

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

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

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



ITエンジニア部門の競技模様



プロダクションプリンター部門の実技



顧客対応競技の様子



コンテスト受賞者

CSR調達

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、サプライチェーン全体でCSRに取り組むために、調達担当者に公正取引・企業倫理の徹底を図るための教育活動や、協力会社への説明会を行っています。

CSR調達ガイドライン

キヤノンMJグループでは、持続可能な社会形成に向けてサプライチェーン全体でCSR活動に取り組むことが重要と考え、当社の考え方の指針となる「CSR調達ガイドライン」を2010年に制定しました。

CSRへの取り組みをお取引先さまにもお願いし、サプライチェーン全体で環境保全、安心安全な社会づくり、職場の安全衛生、人権尊重などの社会的責任に取り組むことにより、社会の生産性向上や人々の豊かな暮らしの実現を目指します。そのために、お取引先さまに対して、「CSR調達ガイドライン」に沿ったアンケート、アンケートを通じた情報交換会、あるいは個別のヒアリングを行い、お取引先さまごとに「弱み」「強み」を明確化して、「弱み」に対する改善をお取引先さまとともに図っていきます。2013年に引き続き、2014年は、約120社のお取引先さまに対し、CSR活動の実態把握とともに、キヤノンマーケティングジャパングループの目指すCSR調達の周知啓発を目的としたアンケートを行いました。

キヤノンマーケティングジャパングループ「調達基本方針」

キヤノンマーケティングジャパングループは、CSR調達活動の一環として、下記の「調達基本方針」に基づき調達活動を実践します。

1. 安全性と品質を追求し、お客さまの満足度を高める価値ある製品・サービスの調達に取り組めます。
2. グリーン調達活動を通じて、お取引先さまとともに環境負荷の低減と、地球環境保全に努めます。
3. 法令および社会規範に則り、公平な取引機会の提供と公正な評価に基づいた調達を推進します。
4. CSR調達活動を通じて、お取引先さまと相互理解を深め、持続可能な社会の実現に貢献します。

お取引先さまへのお願い

キヤノンマーケティングジャパングループはサプライチェーン全体でCSR活動を推進することにより、お取引先さまと長期的に相互繁栄できる取引関係を目指します。お取引先さまには以下の項目への取り組みをお願い申し上げます。

1. 社会の生産性向上と、人の暮らしを豊かにする価値の提供

サプライチェーンにおけるコストの最適化に常に取り組み、市場において優位性のある価格での製品やサービスの提供を実現する。
品質の維持・向上に努め、納期を守り、安全・確実に供給できる体制の構築に努める。

2. 地球温暖化対策、環境保全への取り組み

キヤノングリーン調達基準書を遵守し、製品に含有する有害化学物質の排除に努める。
環境保全に配慮した生産・供給体制の構築に努める。
環境負荷の少ない商品の開発や優先購入を推進する。

3. 安心安全な社会づくり

自由な競争を尊重し、公正で透明度の高い取引を行う。
反社会的な個人・団体との取引は行わない。
お客さまに対して事業活動や品質、製品の安全に関わる情報を適切に開示する。
製品安全に関連する法令に従い、製品の安全性を確保する。
取引を通じて知り得た個人情報・機密情報を厳密に管理する。
外部からの不正アクセスを防止し、コンピューターおよびネットワーク上の脅威に防衛策を講じる。
独占禁止法、下請法、外為法や労働関連法規、環境関連法規などの事業活動に適用される法令などを遵守する。
著作権、特許権などの知的財産権を尊重し、侵害しない。

4. 職場における安全衛生

従業員が安心して働ける安全で清潔な職場環境を提供する。
労働災害および労働疾病への適切な措置を講じるとともに防止策を設ける。

5. 人権の尊重

基本的人権を尊重し、不当な差別や各種ハラスメントを行わない。
あらゆる形態の強制労働、および児童労働を排除する。

公正な取引と良好なパートナーシップの構築

下請法を遵守するための取り組み

下請取引の適正化・公正化を推進するために、キヤノンMJグループの発注部門を対象にした「下請法連絡会」を定期的に開催し、下請法並びに消費税特別措置法に関する周知を図り、これらを遵守した調達活動への取り組みを行っています。

また、キヤノンMJグループの従業員を対象にした「下請法セミナー」による教育活動や、社内イントラネットを通じた下請法への注意喚起により、「親事業者の義務と禁止事項」の理解と徹底に努めています。

紛争鉱物（Conflict Minerals）問題への取り組み

キヤノンMJグループでは、キヤノングループの一員として紛争鉱物問題※に取り組んでいます。2013年3月に開催しましたキヤノンMJグループのお取引先さまに対する「紛争鉱物の調査に関する説明会」を起点として、お客さまが安心してキヤノン製品をお使いいただけるよう、製品に使用される鉱物の来歴の確認と紛争鉱物の不使用に向けた取り組みへの協力を要請しています。



紛争鉱物説明会

※ アフリカのコンゴ民主共和国およびその隣接国から産出される一部の鉱物は、グローバルなサプライチェーンを経由して広く流通し、当地の武装勢力の資金源になっているとして、「紛争鉱物」と呼ばれています。米国では米国上場企業に対し紛争鉱物の使用状況などの開示を義務付ける法律が制定されるなど、世界的に関心が高まっています。

紛争鉱物に対するキヤノングループの基本姿勢へ

グリーン調達

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、地球環境保全のため、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に取り組んでいます。

グリーン調達を実現するため、仕入先を適切に評価・選定することはもちろん、仕入先の管理体制の確認や運用支援なども行っています。

グリーン調達基準の周知・徹底

企業活動に必要な備品・事務用品は、より環境負荷の少ない物を8つの視点で判断して優先的に購入するとともに、生産委託品の原材料や部品・副資材に至る環境影響物質を調査し、適切に管理しています。

グリーン調達の8つの視点

1. 環境汚染物質などの削減
2. 省資源・省エネルギー
3. 天然資源の持続可能な利用
4. 長期使用性
5. 再使用可能性
6. リサイクル可能性
7. 再生材料などの利用
8. 処理・処分の容易性

キヤノンMJグループでは、キヤノングループで定めた「キヤノン グリーン調達基準書※」に基づき、仕入商品に対する有害化学物質の廃絶活動を行っています。また、サプライチェーンを含めた環境保全活動を徹底することを目的に、仕入先に対して製品化学物質管理体制に関する定期的な自己チェックをお願いしています。2014年に取引先評価の更新対象となった仕入先全社においても、製品化学物質管理体制が維持されていることを確認しました。

※ 取引基本契約書に基づき、キヤノンが地球環境保全活動の一環として行うグリーン調達活動におけるお取引先さまへの要求事項を規定したものの。

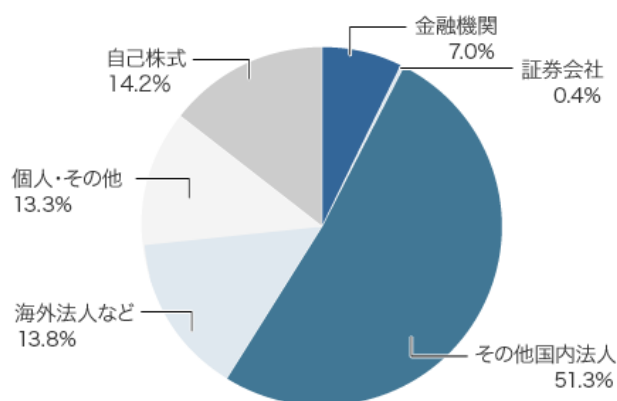
キヤノンマーケティングジャパングリーン調達活動

IR活動の推進

キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）は、当社の企業価値を伝えるため、「IRポリシー」にのっとった積極的なIR活動を行っています。また、皆さまのご意見に真摯に耳を傾け、IR活動に反映することを基本方針に据えています。

株主の構成

2014年12月末の時点で、キヤノンMJの株主構成比は、国内の金融機関が7.0%、証券会社が0.4%、その他国内法人が51.3%（キヤノン（株）含む）、海外法人などが13.8%、個人・その他が13.3%、自己株式が14.2%となっています。



株主構成比 (株式数)

2014年度の主なIRイベント

イベント	実施回数／社数
決算説明会（機関投資家・アナリスト向け）	4回
中期経営計画説明会（機関投資家・アナリスト向け）	1回
事業説明会（機関投資家・アナリスト向け）	5回
個別取材対応（機関投資家・アナリスト向け）	延べ約100社
個人投資家向け説明会（証券会社支店における開催）	4回
個人投資家向けイベントへの参加	2回

投資家向け情報

社外からの評価

キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）は、株主・投資家の皆さまの関心が高い情報を積極的に開示し、SRI評価機関などの調査にも積極的に対応しています。

SRIインデックスへの組み入れ状況

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

「SRI（Socially Responsible Investment）：社会的責任投資」が注目されています。


キヤノンMJも、CSRへの取り組みがSRI評価機関より評価を受け、以下のインデックスに継続して組み入れられています。

FTSE4Good Index

FTSE4Good Indexは、ロンドン証券取引所の100%子会社であるFTSE社（英国）が、世界25ヵ国の約2,400社の上場企業を組み入れ対象企業とし、環境・社会に関する国際基準に達した企業銘柄を選定したグローバルな責任投資指数です。対象企業は独立した調査機関により調査され、独立したFTSE4Good Policy Committeeによって最終的な組み入れ銘柄の選定が承認されています。



FTSE4Good

FTSEウェブサイトへ 

IRサイトの外部評価

キヤノンMJでは、IRページのリニューアルを実施し、スマートデバイス対応や情報の整理を進めるなどユーザビリティの向上を図るとともに、投資家の皆さまに有用な情報の拡充も行ってまいりました。その結果、2014年は以下の外部評価を得ております。

今後も投資家の皆さまにキヤノンMJへの理解をよりいっそう深めていただくために、さらなる充実に取り組んでいきます。

「Gomez IRサイト総合ランキング 2014」で「優秀企業：銅賞」を受賞

日興アイ・アール株式会社の「2014年度 全上場企業 ホームページ充実度ランキング」で「総合ランキング 最優秀サイト」を受賞

大和インベスター・リレーションズ株式会社の「2014年インターネットIR表彰」で「優良賞」を受賞



[Gomez IRサイト 総合ランキングへ](#) 



[日興アイ・アール 株式会社サイトへ](#) 



[大和インベスター・リレーションズサイトへ](#) 

従業員に関する方針

キヤノンマーケティングジャパングループの従業員は、キヤノンの5つの行動指針に則って日々の業務を遂行することで、従業員一人ひとりが仕事にやりがいを感じ、健康で豊かな生活を送ることを目指しています。

キヤノン行動指針

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、従業員一人ひとりがいきいきと誇りを持って仕事に取り組む企業風土の醸成を図っています。

行動指針

三自の精神

自発・自治・自覚の三自の精神をもって進む

実力主義

常に、行動力 (V) 専門性 (S) 創造力 (O) 個性 (P) ※を追求する

国際人主義

異文化を理解し、誠実かつ行動的な国際人をめざす

新家族主義

互いに信頼と理解を深め、和の精神をつらぬく

健康第一主義

健康と明朗をモットーとし、人格の涵養につとめる

※ 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)

人権と多様性の尊重

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、従業員の不当な差別やハラスメントの防止に努め、多様な人材がいきいきと活躍できる企業風土を醸成しています。

不当な差別の防止とダイバーシティの推進

キヤノングループでは、役員・従業員一人ひとりが、お互いに人格、個性を尊重するとともに、人種、宗教、国籍、性別、年齢などを理由とした不当な差別をしないことを「キヤノングループ行動規範」に明記し、周知徹底を図っています。

また、ダイバーシティの推進の一環として、経団連の女性活躍アクション・プランに賛同し、キヤノンマーケティングジャパン・キヤノンITソリューションズ・キヤノンソフトウェアの3社は、女性の役員・管理職登用に関する自主行動計画を提出しました。

さらに、キヤノンMJグループでは、全従業員に送信されるメールマガジン「今週のコンプライアンス」や職場単位で実施される「コンプライアンス・ミーティング」において、差別について取り上げることで、役員・従業員の意識啓発を行っています。

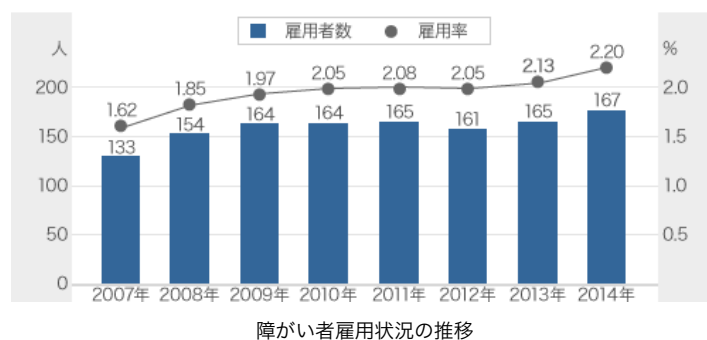
ハラスメントへの対策

セクシュアルハラスメント、パワーハラスメントなどのトラブルを未然に防止するために、さまざまな意識啓発活動を行っています。

新入社員研修や新任管理職研修では、ハラスメントについての研修メニューを用意しているほか、「コンプライアンス・ミーティング」においても、ハラスメントを身近な問題としてとらえ、職場単位で話し合いを行っています。

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

障がい者雇用の取り組み



キヤノンMJグループでは、障がい者雇用に積極的に推進するとともに、障がいの有無にかかわらず働くことができる職場環境の整備に努めています。

キヤノンMJの障がい者雇用率は、2007年に1.62%だったものが、2014年6月現在、2.20%となっています。今後も新卒・中途採用とともに、障がい者の積極的な採用活動をグループ一体となって展開する予定です。

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
雇用者数 (人)	133	154	164	164	165	161	165	167
雇用率 (%)	1.62	1.85	1.97	2.05	2.08	2.05	2.13	2.20

※ 雇用者数、雇用率は、厚生労働大臣に提出している数値です。

仕事と育児・介護の両立

キヤノンMJでは、従業員が仕事と育児・介護の両立を図り、いきいきと働くことのできる環境づくりを目的として、本人のキャリアプランや生活環境に合わせた働き方をサポートするさまざまな制度を導入しています。2008年1月には、子育て支援企業として、東京労働局長より「基準適合一般事業主」の認定（認定マーク：くるみん）を取得。また、育児休業者向けのポータルサイト「ひまわりCLUB」を開設し、職場復帰を支援するメニューやキヤノンMJグループのニュースなどを閲覧できるようにしています。



くるみんマークを取得



育児休業者向けのポータルサイト「ひまわりCLUB」

育児・介護関連制度

産前・産後休暇

産前は出産日前の6週間、産後については8週間取得可能。

マタニティー休業制度・短時間勤務制度

妊娠判明期から産前休暇の前日まで休業取得や時間短縮勤務が可能。

育児休業制度

対象となる子供が満3歳になる前日まで取得可能。

育児短時間勤務制度

対象となる子供が小学3年生修了時まで勤務時間を短縮可能。

介護休業制度

対象となる家族1人につき、最初の休業日から最大1年間取得可能。

キヤノンMJグループ従業員情報（2014年12月末時点）

1. 従業員構成（人）

	グループ	単体
男性	15,158	4,512
女性	3,220	815
合計	18,378	5,327

2. 管理職構成（人）

	グループ	単体
男性	3,454	1,232
女性	92	10
合計	3,546	1,242

3. 有給休暇取得率（％）

	単体
取得率	70.3

4. 育児・介護休業取得者（人）

	グループ	単体
育児	179(6)	41(1)
介護	2(2)	0(0)

※ ()内は、男性の育児休業取得者数

5. 定年退職者数／再雇用従事者数（人）

	グループ	単体
定年退職	184	106
再雇用	135	75

6. 平均年齢（歳） 単体

	単体
年齢	46.0

7. 平均勤続年数（年） 単体

	単体
勤続年数	22.3

8. 海外従業員数／うち管理職人数（人）

	単体
従業員	306(283)
うち管理職	35(30)

※ () 内は、現地採用人数

※ キヤノンITソリューションズグループ7社の合計

仕事のやりがい向上

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、年齢や性別に関係なく、重要な仕事、責任ある仕事につき努力した人を公平・公正に評価する「実力主義」の文化が根づいています。

この「実力主義」をベースとして、従業員がチャレンジ精神と自己啓発の姿勢を基本に日々向上心を持って切磋琢磨していくことで、自らの成長と会社の発展に結びつけていけるような環境を整えています。

賃金制度・評価制度

キヤノンMJグループは、仕事の役割と成果に応じて報酬を決定する「役割給制度」を導入しています。個々の担っている仕事の難易度に基づいた役割の大きさ（役割等級）によって給与を決定しており、年齢や性別の要素は含まれません。

また賞与についても、個人や会社の業績に連動する制度を採用。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を図っています。

さらに、上司と部下の年2回の面接を実施しているほか、日頃から相互コミュニケーションを促進し、従業員の納得性を高めています。

研修メニューの充実

キヤノンMJグループでは、三自の精神※に基づき、将来のリーダー育成のために、階層別研修を実施しています。特に、新入社員・入社2年目社員・新任ライン管理職を対象とした各研修では、「CSR関連教育」を組み込んでいます。また、各分野のプロフェッショナルを育成するために、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しており、グループ共通の研修システムからオンラインで申し込みできるしくみを整えています。

さらに、従業員の自己啓発の支援として、勤務地や業務を問わず受講できる通信教育講座（2014年は155講座）のメニューを拡充しています。

また、キヤノンMJでは従業員の英語力の強化のため、社内でのTOEIC-IPテストの実施・公開テストの受験料補助を行っています。2014年の受験者は延べ624名です。

※ 「三自の精神」…自分が置かれている立場・役割・状況をよく認識し（自覚）、何事も自ら進んで積極的に行い（自発）、自分自身を管理する（自治）姿勢で、前向きに仕事に取り組むこと

若手従業員の自己啓発プログラム「キヤノンMJ ビジネスアカデミー」

「キヤノンMJ ビジネスアカデミー」は、2008年から開催している若手従業員を対象とした自己啓発プログラムです。2014年の参加人数は、延べ437名に上りました。このプログラムでは、自発の精神に基づいた若手従業員の積極的なチャレンジ精神と自己啓発を育む複数の講座を用意し、参加者の自主性を重んじて、終業後や休日に実施しています。また、ビデオ会議システムにも対応した講座も導入し、勤務地にかかわらず公平に学べる環境を整備しています。2011年からは新たに、グローバルな視野を養う講座や英語力を高める講座を開催しています。

労使関係の発展

キヤノンMJグループでは、労働組合が組織されている企業についてはユニオンショップ制※を採用しています。キヤノンMJで毎月開催される「中央労使協議会」では、労使のトップがさまざまなテーマについての意見・情報交換を行います。

各地域においても、地域責任者と労働組合による労使協議会や労使懇談会などの話し合いの場が持たれています。賃金や労働時間、安全衛生に関しては各種委員会を設置し、事前協議を基本として各種制度の新設・変更を行っています。また、異動の内示については原則1週間前に行うよう、労働協約に定めています。

※ ユニオンショップ制：雇用された労働者は一定期間内に労働組合員にならなければならないとする制度。

快適な職場環境の整備

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、安全で快適に働き続けられる職場環境を整備するために、事業所における労働安全衛生に取り組むとともに、従業員の健康管理などに注力しています。

安全衛生・健康管理の考え方

キヤノンMJグループは、従業員が快適に働ける職場環境の整備を行うために、「Human Security（人の安全）」「健康で働けることは幸せ」をキーワードとし、「Broken Windows Theory（破れ窓理論）※」に基づいた安全衛生活動に積極的に取り組んでいます。

※ Broken Windows Theory（破れ窓理論）：アメリカで考案された環境犯罪学上の理論で、軽微な犯罪を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すべて壊されるだろう」との考え方からこの名がある。「割れ窓理論」「壊れ窓理論」ともいう。

キヤノンMJグループ 安全衛生活動方針

キヤノンMJグループ統一の安全衛生管理規程を定め、さらにグループ全体で具体的な活動を展開していくために安全衛生活動方針を毎年策定し、各社・各地域に委員会活動を積極的に展開しています。

- 本人不注意による災害の防止
- 事故防止意識を高める5S活動の実施
- キヤノンMJグループ安全衛生基準および作業ルールの遵守徹底
- 新規事業および新規グループ会社への迅速な対応
- 交通法令順守（携帯電話違反の撲滅）
- 駐車場事故防止6か条の徹底
- 運転前体調チェックのグループ全体への徹底
- 運転状況の分析によるリスク対策
- 災害発生時における対応力の強化
- 災害に対する自助意識の強化
- 強毒性新型インフルエンザ対応施策の継続とその他感染症への対応
- 健康診断のグループ一元化と健診結果に基づく徹底したフォローおよび安全配慮
- 自己健康管理の推進
- 「効果的ながん検診」の受診の習慣化とがんを予防する生活習慣の啓発

グループ内での安全衛生基準を統一

キヤノンMJグループでは労災の発生を未然に防止するために、これまでに起きた労災や作業環境、実態に照らし合わせて関係部門と議論・検討し、グループ統一の安全衛生基準10種類（5S基準、重量物安全取扱基準、化学物質管理手順など）を策定してきました。グループ各社の安全衛生・健康管理への取り組みを統一し、これからもグループ一体となった活動を推進していきます。

地域・職場単位での安全衛生活動

キヤノンMJグループ安全衛生活動方針のもと、安全衛生活動をグループ各社・各地区・各職場単位で組織的に展開しています。各社・各地区に安全衛生委員会を設置するだけでなく、その下部組織として日常の職場における活動を推進する職場安全衛生委員会を設け、従業員一人ひとりが積極的に安全衛生活動に取り組んでいます。

「5S」活動の取り組み

毎日が安心・安全・快適な職場環境で仕事ができることを目的として、安全衛生の基本である5S（整理・整頓・清潔・清掃・しつけ）活動にグループ全体で取り組んでいます。良好な5S状態を維持するために課題箇所の迅速な改善活動を実施し、加えて4月・8月・12月の年3回をグループ統一の5S強化月間として定め、地域・職場ごとに課題と目標を掲げて取り組んでいます。



デスクまわりの5Sの徹底

従業員の健康管理

「健康で働けることは幸せ」をキーワードに、自己の健康管理に対する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。

各種健康診断の実施

キヤノンMJでは、全従業員が定期健康診断を毎年受診しています。さらに精密検査や受診が必要な従業員には、保健師によるフォローや産業医面談などのサポートを行い、対象者への実施率は100%になっています。また、がんの早期発見のために、20歳代女性および30歳以上の従業員にはキヤノン健保によるがん検診補助制度を設けるとともに、受診の習慣化に向けて全社的に啓発活動を展開しています。特にがんの罹患率が高くなる40歳以上の従業員に対して注力しており、2013年度（2013年4月から2014年3月末まで）のがん検診受診率は75.0%となっています。

救命救急体制の推進と災害対策の実効性向上

緊急に救命すべき事態が発生した場合に備え、救命講習会の定期開催・AED（自動体外式除細動器）の設置などの体制整備を進めています。また震災対策として、実践的な防災訓練の実施や防災備蓄品の整備にも取り組んでいます。

- 従業員50名以上の事業所にAED（自動体外式除細動器）を設置
- 2014年12月現在、キヤノンMJグループで合計67台を設置
- 社内救命講習会を通じた救命対応の体制づくり
- 社内救命講習会の実施
- AED設置事業所に緊急救命対応フロー図を掲示
- 全国5ヵ所の健康支援室の保健師・産業医による救命体制を整備
- 防災救護備蓄品の整備と震災時の救急体制づくりの推進



キヤノン S タワー（品川）で行われた救命講習会

報告方針

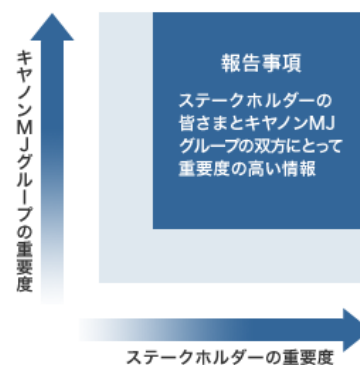
キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、ウェブサイトとPDFそれぞれのツール特性を考慮した上で最適な報告方針を定め、より伝わりやすいCSR報告を目指しています。

報告方針

キヤノンMJグループでは、2007年からCSR報告書（冊子およびPDF）を発行し、ステークホルダーの皆さまへの情報開示を進めてきました。2010年より、環境に配慮し、冊子（紙媒体）としての発行からウェブサイトでの報告に切り替えました。

報告事項についての考え方

ステークホルダーの皆さまから寄せられるご意見や国連グローバル・コンパクト、ISO26000、日本経団連の企業行動憲章、さらには本報告書への第三者意見を参考として、ステークホルダーの皆さまとキヤノンMJグループの双方にとって重要度の高い情報を掲載しています。



ウェブサイト・PDF（ダイジェスト）における報告範囲

ウェブサイトでは、幅広いステークホルダーからの開示期待に応えるために情報の網羅性と更新性の側面を重視し、またPDF（ダイジェスト）では当社のCSR活動の全体像をわかりやすくお伝えするために、より重要な取り組みや特長的な取り組みを中心に編集しています。2015年度より、事業を通じた社会課題を解決する取り組みや商品・サービスなどをタイムリーに発信する、CSR情報ポータルサイトを開設しました。



CSRサイトトップページ



PDF（CSR報告書ダイジェスト版）表紙



BwCサイトトップページ

経済面での報告は、こちらのページへ

[会社情報のページへ](#)

[投資家向け情報のページへ](#)

環境面・社会面での報告は、本報告書へ

[CSR活動のページへ](#)

報告対象期間

2014年1月～12月を基本とし、ウェブサイトでは、それ以降の情報についてもステークホルダーの皆さまにとって重要と判断した情報については、適宜更新していきます。

前回の報告

2014年6月

報告サイクル

毎年1回

報告対象会社

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

グループ会社については、こちらのページへ

[グループ会社一覧のページへ](#)

参考ガイドライン

GRIサステナビリティ レポートニング ガイド 第3.1版

情報開示における工夫

色覚の個人差に配慮したデザインを心掛けました。

アクセシビリティ・ユーザビリティの観点から、視力障がいを持つ方々が音声ブラウザでサイトを判読しやすいように情報の配置を工夫するとともに、文字拡大と音声読み上げのしくみも取り入れました。

第三者意見

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、自社のCSR活動に対し客観的な評価を得るために、上智大学地球環境学研究所客員教授 藤井良広氏から第三者意見をいただきました。

キヤノンMJグループ「CSR報告書2015」を読んで

昨年もキヤノンMJグループのCSR報告書を拝見させていただきました。その際の「第三者意見」のタイトルは、「実践的なCSR経営、評価とさらなる期待」でした。これまでいくつかの企業のCSRを学び、評価させていただく機会もありましたが、キヤノンMJグループのCSR活動ほどわかりやすく、「合点」がいくところが多い事例は、あまりなかったといえます。本年の報告書はその点がさらに明確になっていると感じます。

どこに「合点」がいくかということ、坂田正弘社長がトップメッセージであげている「Business with CSR」の考え、あるいはグループの行動指針である「顧客主語」などの視点と、CSR活動の成果が連動している点です。すでに多くの企業がCSRの社内体制を整備し、報告書を編纂し、ウェブサイト充実させています。その反面、CSRの社内外での「手応え」が定かでなく、社内では依然、「CSRはコスト」との意識を持つ社員も多いのが現実です。

国際的な財務報告書と非財務報告書の統合の流れも、実は、非財務情報の中心をなすCSR活動の足踏みが背景のひとつと思われます。ところが、キヤノンMJグループの場合、昨年版の特集で取り上げたネットワークカメラとAED、今年の医療画像サービスと3Dプリンターのいずれをみても、社会が抱える課題を解決するビジネスであり、それが収益につながることを示す事例です。

「社会が今何を求めているか」。この視点こそが、顧客主語の原点であり、ビジネスの根源だと思います。キヤノンMJグループではあえて「統合」を語らなくとも、本業が販売を軸としてきたことで、自然と顧客目線、社会目線でビジネスとCSRをつなぐ社内風土ができてきたのかもしれませんが、「情報セキュリティ報告書2015」においても「私たちの『情報セキュリティー』は顧客満足度の向上を支える業務改善活動です」と、さらっと書いていますが、顧客目線が組織内で定まっていないと、容易には書けないと思います。

「褒めすぎ」かもしれませんが、実はキヤノンMJグループのCSR活動が「合点」を得やすいのには、昨年も指摘したように、主要なステークホルダーを「社会・顧客」に絞り込める、というメリットがあるためです。逆に言うと、万にひとつでも、社会・顧客の信頼を失う問題が生じると、組織全体が多大な打撃を受けるリスクを常に抱えているといえます。

その点で、情報セキュリティーをはじめとするリスク管理体制の品質の向上と、「もうひとつの主要ステークホルダー」である従業員の働きがい最大限発揮できる社内体制の構築が重要なのです。従業員こそが、社会・顧客のニーズを率先して取り込んで企業価値向上につなげる源泉であり、ミスや不具合を、自分の目線で発見し、封じ込める担い手であるからです。

キヤノンMJグループの「Business with CSR」のさらなる展開に向けて、一点、注文を出すすれば、顧客の生の反応や意見などの情報をまさに「顧客主語」の形で、報告書に盛り込んではどうでしょうか。特集では代表的な声を紹介していますが、たとえば製品回収・リサイクル活動を受ける側の顧客の経年的な満足度の推移や、顧客の声が製品・サービスにどう反映されてビジネス価値を上げてきたのか、などの分析があると、より顧客の信頼度向上につながると思います。

また従業員対応では、前回は女性活用のさらなる深化を求めました。この一年の社会の変化の中で、女性管理職比率や女性採用比率などの向上を宣言する企業は急増しました。しかし、単に数値の問題ではありません。企業価値向上のために、従業員が自らの仕事のやりがいを重ね合わせられているかどうか。従業員の「顔」の見える企業こそが、顧客の信頼を得続けると思います。



上智大学地球環境学研究所
客員教授
藤井良広氏

第三者意見を受けて

本年も昨年に引き続き、上智大学地球環境学研究科客員教授の藤井先生から「第三者意見」をいただきました。ご寄稿はもちろんのこと、CSR活動やその開示方法について広く意見を交わす機会を与えてくださったことに心より感謝申し上げます。

キヤノンMJグループの目指す「CSR経営」は、「顧客主語」という、マーケティング会社として長年大事にしてきた行動指針の延長線上にあります。すなわちそれは、本業を通じて「社会が今何を求めているか」を追求することで、「社会課題の解決と経済価値創出の両立」を実現していく経営です。この点につきましては、藤井先生にご共感いただき、大変心強く思っております。

ご提言いただきました「顧客主語」実践のプロセスやそれらを支える従業員のやりがい、働きやすさ向上への施策につきましては、「CSR経営」の実効性を上げるためにも、大変重要な課題と考えています。お客さまや社会の信頼に応え続けるためにも、これらを検証し、必要な改善を行うとともに、多様な人材が成長し、活躍できるような企業風土を醸成していきたいと思っております。

今後も持続可能な社会の形成に向け、「CSR経営」のさらなる深化に取り組み、従業員一丸となって努力を重ねてまいります。

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

執行役員

CSR本部 本部長

鈴木 郁

GRIガイドライン対照表

1.戦略および分析

指標	掲載箇所
1.1 組織にとっての持続可能性の適合性と、その戦略に関する組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明	トップメッセージ
1.2 主要な影響、リスクおよび機会の説明	トップメッセージ

2.組織のプロフィール

指標	掲載箇所
2.1 組織の名称	会社概要・役員データ
2.2 主要なブランド、製品および/またはサービス	事業内容
2.3 主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの組織の経営構造	IR資料
2.4 組織の本社の所在地	会社概要・役員データ
2.5 組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	会社概要・役員データ
2.6 所有形態の性質および法的形式	会社概要・役員データ コーポレート・ガバナンス
2.7 参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客/受益者の種類を含む）	
2.8 報告組織の規模 従業員数 事業（所）数 純売上高（民間組織について）あるいは純収入（公的組織について） 負債および株主資本に区分した総資本（民間組織について） 提供する製品またはサービスの量	会社概要・役員データ IR資料
推奨される追加情報 総資産 受益所有権（最大株主の身元、株式保有率など） 以下に関して国/地域ごとの割合（総収入の5%以上を占める国/地域による売上/収入、総収入の5%以上を占める国/地域によるコスト、従業員）	IR資料

2.9	以下の項目を含む、規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更 施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 株式資本構造およびその資本形成における維持および変更業務（民間組織の場合）	IR資料
2.10	報告期間中の受賞歴	認定・表彰事業所 株主・投資家との関わり 社外からの評価

3.報告要素

指標	掲載箇所	
報告書のプロフィール		
3.1	提供する情報の報告期間（会計年度／暦年など）	CSR活動方針と推進体制報告方針
3.2	前回の報告書発行日（該当する場合）	報告方針
3.3	報告サイクル（年次、半年ごとなど）	報告方針
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	報告方針 お問い合わせ
報告書のスコープおよびバウンダリー		
3.5	以下を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス 重要性の判断 報告書内のおよびテーマの優先順位付け 組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定	CSRの考え方 報告方針
3.6	報告書のバウンダリー（国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤー（供給者）など）	報告方針
3.7	報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する	報告方針
3.8	共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列でのおよび／または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の理由	
3.9	報告書内での指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤	環境パフォーマンスデータ
3.10	以前の報告書で掲載済みである情報を再度記載することの効果の説明およびそのような再記述を行う理由（合併／買収、基本となる年／期間、事業の性質、測定の方法の変更など）	
3.11	報告書に適用されているスコープ、バウンダリーまたは測定方法における前回の報告期間からの大幅な変更	

GRI内容索引		
3.12	報告書内の標準開示の所在場所を示す表	本ページ
保証		
3.13	報告書の外部保証添付に関する方針および現在の実務慣行。サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	第三者意見

4.ガバナンス、コミットメントおよび参画

指標		掲載箇所
ガバナンス		
4.1	戦略の設定または全組織的監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造（ガバナンスの構造）	コーポレート・ガバナンス
4.2	最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す（兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す）	コーポレート・ガバナンス
4.3	単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび／または非執行メンバーの人数と性別を明記する	コーポレート・ガバナンス
4.4	株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム	コーポレート・ガバナンス
4.5	最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬（退任の取り決めを含む）と組織のパフォーマンス（社会的および環境的パフォーマンスを含む）との関係	コーポレート・ガバナンス IR資料
4.6	最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	コーポレート・ガバナンス
4.7	最高統治機関のメンバーの性別その他多様性を示す指標についての配慮を含む構成、適性および専門性を決定するためのプロセス	
4.8	経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション（使命）およびバリュー（価値）についての声明、行動規範および原則	トップメッセージ CSRの考え方 CSR活動方針と推進体制
4.9	組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または遵守を含む	トップメッセージ CSRの考え方 CSR活動方針と推進体制 コーポレート・ガバナンス

4.10	最高統治機関のパフォーマンスを、特に経済的、環境的、社会的パフォーマンスという観点で評価するためのプロセス	コーポレート・ガバナンス CSR活動方針と推進体制
外部のイニシアティブへのコミットメント		
4.11	組織が予防的アプローチまたは原則に取り組んでいるかどうか、およびその方法はどのようなものかについての説明	コンプライアンス事業継続
4.12	外部で開発された、経済的、環境的、社会的憲章、原則あるいは組織が同意または受諾するその他のイニシアティブ	CSRの考え方
4.13	組織が以下の項目に該当するような、（企業団体などの）団体および／または国内外の提言機関における会員資格 統治機関内に役職を持っている プロジェクトまたは委員会に参加している 通常の会員資格の義務を越える実質的な資金提供を行っている 会員資格を戦略的なものとして捉えている	CSRの考え方
ステークホルダー参画		
4.14	組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	株主・投資家との関わり IR活動の推進 従業員との関わり 仕事のやりがい向上 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて
4.15	参画してもらおうステークホルダーの特定および選定の基準	株主・投資家との関わり IR活動の推進 従業員との関わり 仕事のやりがい向上
4.16	種類ごとのおよびステークホルダー・グループごとの参画の頻度など、ステークホルダー参画へのアプローチ	株主・投資家との関わり IR活動の推進 従業員との関わり 仕事のやりがい向上 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて みんなの笑顔プロジェクト プロジェクトについて
4.17	その報告を通じた場合も含め、ステークホルダー参画を通じて浮かび上がった主要なテーマおよび懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	重点テーマ（マテリアリティ）の設定

5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標

経済

指標		掲載箇所	
マネジメント・アプローチに関する開示			
	<p>下記の経済の側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> 経済的パフォーマンス 市場での存在感 間接的な経済的影響 	投資家向け情報	
目標とパフォーマンス			
	経済的側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	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フェーズⅡ(2011年～2015年) キヤノンマーケティングジャパングループ中期経営計画(2015年～2017年)	
方針			
	<p>上述の経済側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針（または複数の方針）を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所（Webのリンクなど）を記載する</p>	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フェーズⅡ(2011年～2015年) キヤノンマーケティングジャパングループ中期経営計画(2015年～2017年)	
追加の背景状況情報			
	<p>組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報</p> <ul style="list-style-type: none"> 主な成功事例と欠点 組織の主要なリスクと機会 パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 方針の実践またはパフォーマンスの達成のための主要な戦略 	IR資料	
経済パフォーマンス指標			
側面：経済的パフォーマンス			
中核	EC1.	<p>収入、事業コスト、従業員の給与、寄付およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出および分配した直接的な経済的価値</p>	未来につなぐふるさとプロジェクト 活動実績 IR資料
中核	EC2.	<p>気候変動による組織の活動に対する財務上の影響およびその他のリスクと機会</p>	

中核	EC3.	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	
中核	EC4.	政府から受けた相当の財務的支援	
側面：市場での存在感			
追加	EC5.	主要事業拠点について、現地の最低賃金と比較した性別ごとの標準的新入社員賃金の比率の幅	
中核	EC6.	主要事業拠点での地元のサプライヤー（供給者）についての方針、業務慣行および支出の割合	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 ビジネスパートナーとの関わり グリーン調達
中核	EC7.	現地採用の手順、主要事業拠点での現地のコミュニティから上級管理職となった従業員の割合	人権と多様性の尊重
側面：間接的な経済影響			
中核	EC8.	商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて、主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図と影響	社会貢献活動
追加	EC9.	影響の程度など、著しい間接的な経済的影響の把握と記述	

環境

指標	掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示	
<p>下記の環境側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> 原材料 エネルギー 水 生物多様性 排出物、廃水および廃棄物 製品およびサービス コンプライアンス 輸送 全般 	環境ビジョン『未来の森』
目標とパフォーマンス	
環境的側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画（2014年） 環境ビジョン『未来の森』

			環境マネジメント
方針			
		上述の環境側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針（または複数の方針）を簡潔に記載するあるいは、これらが公表されている場所（Webのリンクなど）を記載する	重点テーマ（マテリアリティ）の設定 キヤノンマーケティング ジャパングループ環境方針 環境ビジョン『未来の森』
組織の責任			
		環境的側面の経営責任を持つ最上位の役職、あるいは、これらの側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上			
		環境側面に関連した研修および意識向上に関する手順	環境人材の育成
監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 ビジネスパートナーとの関わり グリーン調達
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 主な成功事例と欠点 課題に関連する組織の主要なリスクと機会 パフォーマンス改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順	
環境パフォーマンス指標			
原材料			
中核	EN1.	使用原材料の重量または量	
中核	EN2.	リサイクル由来の使用原材料の割合	環境パフォーマンスデータ
エネルギー			
中核	EN3.	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	事業所での取り組み 環境パフォーマンスデータ

中核	EN4.	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	事業所での取り組み 環境パフォーマンスデータ
追加	EN5.	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量	環境パフォーマンスデータ
追加	EN6.	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための優先取り組み、およびこれらの優先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量	環境配慮製品・サービスの提供 環境パフォーマンスデータ 未来につなぐふるさとプロジェクト 活動実績
追加	EN7.	間接的エネルギー消費量削減のための優先取り組みと達成された削減量	環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案 製品の回収・リサイクル活動 環境パフォーマンスデータ 6つの分野での活動
水			
中核	EN8.	水源からの総取水量	
追加	EN9.	取水によって著しい影響を受ける水源	
追加	EN10.	水のリサイクルおよび再利用が総使用水量に占める割合	
生物多様性			
中核	EN11.	保護地域内あるいはそれに隣接した場所および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域に所有、賃借、または管理している土地の所在地および面積	
中核	EN12.	保護地域および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明	未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて
追加	EN13.	保護または復元されている生息地	環境ビジョン『未来の森』 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて
追加	EN14.	生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置および今後の計画	環境ビジョン『未来の森』 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて

			トについて
追加	EN15.	事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息するIUCN（国際自然保護連合）のレッドリスト種（絶滅危惧種）および国の絶滅危惧種リストの数。絶滅危険性のレベルごとに分類する	
側面：排出物、廃水および廃棄物			
中核	EN16.	重量で表記する直接および間接的な温室効果ガスの総排出量	環境ビジョン『未来の森』 事業所での取り組み 環境パフォーマンスデータ
中核	EN17.	重量で表記するその他の関連ある間接的な温室効果ガス排出量	環境ビジョン『未来の森』 環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案 環境パフォーマンスデータ
追加	EN18.	温室効果ガス排出量削減のための率先取り組みと達成された削減量	環境ビジョン『未来の森』 環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案 環境パフォーマンスデータ
中核	EN19.	重量で表記するオゾン層破壊物質の排出量	環境パフォーマンスデータ
中核	EN20.	種類別および重量で表記するNOx、SOxおよびその他の著しい影響を及ぼす排気物質	
中核	EN21.	水質および放出先ごとの総排水量	
中核	EN22.	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	
中核	EN23.	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量	
追加	EN24.	バーゼル条約付属文書 I、II、IIIおよびVIIIの下で有害とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出あるいは処理の重量、および国際輸送された廃棄物の割合	
追加	EN25.	報告組織の排水および流出液により著しい影響を受ける水界の場所、それに関連する生息地の規模、保護状況、および生物多様性の価値を特定する	

製品およびサービス			
中核	EN26.	製品およびサービスの環境影響を緩和する優先取り組みと影響削減の程度	未来につながるさとプロジェクト 活動実績 環境ビジョン『未来の森』 環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案 環境パフォーマンスデータ
中核	EN27.	カテゴリー別の再生利用される販売製品およびその梱包材の割合	6つの分野での活動
遵守			
中核	EN28.	環境規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	
輸送			
追加	EN29.	組織の業務に使用される製品、その他物品、原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響	環境ビジョン『未来の森』 事業所での取り組み 環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案
総合			
追加	EN30.	種類別の環境保護目的の総支出および投資	

労働慣行とディーセント・ワーク（公正な労働条件）

指標	掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示	
下記の労働側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する 雇用 労使関係 労働安全衛生 研修および教育 多様性および機会均等	従業員との関わり 従業員に関する方針
目標とパフォーマンス	
国際的に認められた普遍的基準への関係を含め、労働側面に関連したパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画 (2014年)

方針			
		労働側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針（または複数の方針）を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所（Webのリンクなど）を記載する。また、上述の国際的基準との関係を参考のため記載する	従業員との関わり 従業員に関する方針
組織の責任			
		労働側面の経営責任を持つ最上位の役職、あるいはこれらの側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上			
		労働側面に関連した研修および意識向上に関する手順	従業員との関わり 仕事のやりがい向上
監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 ビジネスパートナーとの関わり グリーン調達
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 主な成功事例と欠点 組織の主要なリスクと機会 パフォーマンス改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順	
労働慣行とディーセント・ワーク（公正な労働条件）パフォーマンス指標			
雇用			
中核	LA1.	性別ごとの雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	従業員との関わり 人権と多様性の尊重
中核	LA2.	新規従業員の総離職数および離職率の年齢、性別および地域による内訳	従業員との関わり 人権と多様性の尊重
追加	LA3.	主要な業務ごとの派遣社員またはアルバイト従業員には提供されないが、正社員には提供される福利	
中核	LA15.	性別ごとの育児休暇後の復職	従業員との関わり 人権と多様性の尊重

労使関係			
中核	LA4.	団体交渉協定の対象となる従業員の割合	従業員との関わり ↓従業員に関する方針 従業員との関わり ↓仕事のやりがい 向上
中核	LA5.	労働協約に定められているかどうかも含め、著しい業務変更に関する最低通知期間	従業員との関わり ↓仕事のやりがい 向上
労働安全衛生			
追加	LA6.	労働安全衛生プログラムについての監視および助言を行う、公式の労使合同安全衛生委員会の対象となる総従業員の割合	株主・投資家との関わり IR活動の推進
中核	LA7.	地域別および性別ごとの障害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合および業務上の総死亡者数	従業員との関わり ↓人権と多様性の尊重 従業員との関わり ↓快適な職場環境の整備
中核	LA8.	深刻な疾病に関して、労働者、その家族またはコミュニティのメンバーを支援するために設けられている教育、研修、カウンセリング、予防および危機管理プログラム	事業継続 従業員との関わり ↓快適な職場環境の整備
追加	LA9.	労働組合との正式合意に盛り込まれている安全衛生のテーマ	従業員との関わり ↓快適な職場環境の整備
研修および教育			
中核	LA10.	従業員のカテゴリー別の、従業員あたりの年間平均研修時間	事業継続
追加	LA11.	従業員の継続的な雇用適性を支え、キャリアの終了計画を支援する技能管理および生涯学習のためのプログラム	従業員との関わり ↓仕事のやりがい 向上
追加	LA12.	定常的にパフォーマンスおよびキャリア開発のレビューを受けている性別ごとの従業員の割合	
多様性と機会均等			
中核	LA13.	性別、年齢、マイノリティーグループおよびその他の多様性の指標に従った、統治体（経営管理職）の構成および従業員カテゴリー別の従業員の内訳	従業員との関わり ↓人権と多様性の尊重

追加	LA14.	従業員の 카테고리別および主要事業別の、基本給与と報酬の男女比	
----	-------	---------------------------------	--

人権

指標	掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示	
<p>下記の人権側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> 投資および調達慣行 非差別 結社の自由および労働協約 児童労働の撲滅 強制労働の防止 苦情および不満に関する慣行 保安慣行 先住民の権利 	従業員との関わり 従業員に関する方針 ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
目標とパフォーマンス	
<p>上記の国際的宣言や基準との関係を示しつつ、人権側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標</p>	従業員との関わり 人権と多様性の尊重
方針	
<p>人権側面（労働組合または団体交渉に参加するという従業員の意思決定に影響を及ぼすと考えるのが妥当な方針を含む）に対する、組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針（または複数の方針）を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所（Webのリンクなど）を記載する。また、上述の国際的宣言および基準との関係を参考のために記載する</p>	従業員との関わり 従業員に関する方針
組織の責任	
<p>人権の側面において経営責任を持つ最上位の役職、あるいはこれらの側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する</p>	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上	
<p>人権側面に関連した研修および意識向上に関する手順</p>	従業員との関わり 人権と多様性の尊重

監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 主な成功事例と欠点 組織の主要なリスクと機会 パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 方針の施行または目標達成のための主要な戦略および手順	
人権パフォーマンス指標			
投資および調達の慣行			
中核	HR1.	人権への関心に関連する条項を含む、あるいは人権についての適正審査を受けた、重大な投資協定および条約の割合とその総数	
中核	HR2.	人権に関する適正審査を受けた主なサプライヤー（供給者）、請負業者およびその他のビジネスパートナーの割合と取られた措置	
追加	HR3.	研修を受けた従業員の割合を含め、業務に関連する人権的側面に関わる方針および手順に関する従業員研修の総時間	
無差別			
中核	HR4.	差別事例の総件数と取られた是正措置	
結社の自由			
中核	HR5.	結社の自由および団体交渉の権利行使侵害されるか、もしくは著しいリスクに曝されるかもしれないと判断された業務および主なサプライヤー（供給者）と、それらの権利を支援するための措置	
児童労働			
中核	HR6.	児童労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務および主なサプライヤー（供給者）と、児童労働の効果的廃絶に貢献するための対策	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
強制労働			
中核	HR7.	強制労働の事例に関して侵害されるか、もしくは著しいリスクがあると判断された業務および主なサプライヤー（供給者）と、あらゆる形態の強制労働の防止に貢献するための対策	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達

保安慣行		
追加	HR8.	業務に関連する人権の側面に関する組織の方針もしくは手順の研修を受けた保安要員の割合
先住民の権利		
追加	HR9.	先住民の権利に関係する違反事例の総件数と取られた措置
評価		
中核	HR10.	人権の調査および／もしくは影響の評価を必要とする業務の比率と総数
改善		
中核	HR11.	人権に関する苦情申し立ての数および、正式な苦情対応システムを通じて対処・解決された苦情の数

社会

指標	掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示	
下記の社会側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する コミュニティ 不正行為 公共政策 反競争的な行動 コンプライアンス（法規制遵守）	コンプライアンス
目標とパフォーマンス	
上述の側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画（2014年）
方針	
上述の側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する、組織全体の方針（または複数の方針）を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所（Webのリンクなど）を記載する	CSR活動方針と推進体制 コンプライアンス 従業員との関わり 従業員に関する方針
組織の責任	
社会的側面の経営責任を持つ最上位の役職、あるいはこれらの側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	CSR活動方針と推進体制

研修および意識向上			
		上記社会側面に関連した研修および意識向上に関する手順	コンプライアンス
監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 主な成功事例と欠点 組織の主要なリスクと機会 パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順	
社会パフォーマンス指標			
コミュニティ			
中核	SO1.	地域コミュニティとの取り決め、影響評価、開発計画などの履行をと もなう事業（所）の比率	東日本大震災 復興に向けた取り組み 未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて
中核	SO9.	地域コミュニティにネガティブな影響を及ぼしている、または及ぼす可能性の高い事業（所）	未来につなぐふるさとプロジェクト 活動実績
中核	SO10.	地域コミュニティにネガティブな影響を及ぼしている、または及ぼす可能性が高い事業所で実施されている防止策や軽減策	
不正行為			
中核	SO2.	不正行為に関連するリスクの分析を行った事業単位の割合と総数	
中核	SO3.	組織の不正行為対策の方針および手順に関する研修を受けた従業員の割合	コンプライアンス
中核	SO4.	不正行為事例に対応して取られた措置	
公共政策			
中核	SO5.	公共政策の位置づけおよび公共政策立案への参加およびロビー活動	
追加	SO6.	政党、政治家および関連機関への国別の献金および現物での寄付の総額	

反競争的な行動		
追加	SO7.	反競争的な行動、反トラストおよび独占的慣行に関する法的措置の事例の総件数とその結果
遵守		
中核	SO8.	法規制の違反に対する相当の罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数

製品責任

指標	掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示	
<p>下記の製品責任の側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> 顧客の健康と安全 製品およびサービスのラベル表示 マーケティング・コミュニケーション 顧客のプライバシー コンプライアンス（法規制遵守） 	品質マネジメント
目標とパフォーマンス	
製品責任側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画（2014年）
方針	
製品責任側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針（または複数の方針）を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所（Webのリンクなど）を記載する	品質マネジメント
組織の責任	
製品責任の側面の経営責任を持つ最上位の役職。あるいは、製品責任の側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上	
製品責任側面に関連した研修および意識向上に関する手順	お客さまとの関わり 声を活かすしくみ ビジネスパートナーとの関わり 価値創出のための協働
監視およびフォローアップ	
サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達

			ビジネスパートナーとの関わり グリーン調達
追加の背景状況情報			
		<p>組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報</p> <p>主な成功事例と欠点</p> <p>組織の主要なリスクと機会</p> <p>パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更</p> <p>方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順</p>	
製品責任のパフォーマンス指標			
顧客の安全衛生			
中核	PR1.	製品およびサービスの安全衛生の影響について、改善のために評価が行われているライフサイクルのステージ、ならびにそのような手順の対象となる主要な製品およびサービスのカテゴリーの割合	お客さまとの関わり 声を活かすしくみ 6つの分野での活動
追加	PR2.	製品およびサービスの安全衛生の影響に関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	
製品およびサービスのラベリング			
中核	PR3.	各種手順により必要とされている製品およびサービス情報の種類と、このような情報要件の対象となる主要な製品およびサービスの割合	環境配慮製品・サービスの提供
追加	PR4.	製品およびサービスの情報、ならびにラベリングに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	
追加	PR5.	顧客満足度を測る調査結果を含む、顧客満足に関する実務慣行	お客さまとの関わり 声を活かすしくみ
マーケティング・コミュニケーション			
中核	PR6.	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する法律、基準および自主規範の遵守のためのプログラム	ブランドマネジメント
追加	PR7.	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	
顧客のプライバシー			
追加	PR8.	顧客のプライバシー侵害および顧客データの紛失に関する正当な根拠のあるクレームの総件数	
遵守			
中核	PR9.	製品およびサービスの提供、および使用に関する法規の違反に対する相当の罰金の金額	

国連グローバル・コンパクト対照表

国連グローバル・コンパクトの10原則		掲載箇所	
人権	原則 1	企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。	CSR活動方針と推進体制 従業員との関わり 人権と多様性の尊重
	原則 2	人権侵害に加担しない。	CSR活動方針と推進体制 ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 従業員との関わり 人権と多様性の尊重
労働	原則 3	組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものにする。	従業員との関わり 仕事のやりがい向上
	原則 4	あらゆる形態の強制労働を排除する。	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 従業員との関わり 人権と多様性の尊重
	原則 5	児童労働を実効的に廃止する。	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 従業員との関わり 人権と多様性の尊重
	原則 6	雇用と職業に関する差別を撤廃する。	ビジネスパートナーとの関わり CSR調達 従業員との関わり 人権と多様性の尊重
環境	原則 7	環境問題の予防的なアプローチを支持する。	CSR活動方針と推進体制 CSR行動計画 CSR行動計画 (2014年) 環境ビジョン『未来の森』 環境マネジメント キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針 ビジネスパートナーとの関わり CSR調達
	原則 8	環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。	CSR活動方針と推進体制 CSR行動計画 CSR行動計画 (2014年) 環境ビジョン『未来の森』 キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針

			未来につなぐふるさとプロジェクト プロジェクトについて
	原則 9	環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。	事業所での取り組み オフィスコントロール 認定・表彰事業所 物流での取り組み 環境配慮製品・サービスの提供 製品の使い方提案 製品の回収・リサイクル活動
腐敗 防止	原則 10	強要と賄賂を含むあらゆる形態の腐敗を防止するため に取り組む。	コーポレート・ガバナンス コンプライアンス ビジネスパートナーとの関わり CSR 調達