

キヤノンマーケティングジャパングループ

CSR 報告書 2017

詳細版



Canon

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。

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

CONTENTS

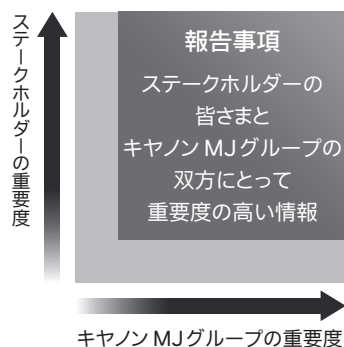
| | |
|---------------|-----|
| トップメッセージ | 03 |
| 特集 | 05 |
| CSR マネジメント | 13 |
| 環境経営 | 43 |
| 情報セキュリティー | 74 |
| 社会貢献活動 | 96 |
| ステークホルダーとの関わり | 124 |
| 報告方針 | 145 |
| ガイドライン対照表 | 148 |

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。



本報告書には GRI サステナビリティ・レポート・ガイドラインによる標準開示項目の情報が掲載されています。

▶ ウェブサイト・PDF（ダイジェスト版）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の皆さま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（ダイジェスト版）では当社グループの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>

CSR 活動

 <http://cweb.canon.jp/csr/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

2016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、一部掲載しています。

▶ 報告サイクル

毎年1回発行（前回の発行は2016年6月）


▶ 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

リンクボタン

本報告書ではリンクボタンを設けています。

 該当するウェブサイトへ移動します。

 該当する本書内のページに移動します。

【会社名の表記について】

本報告書中、会社名を下記の略称で表記する場合があります。

キヤノンマーケティングジャパングループ
⇒ キヤノン MJグループ

キヤノンマーケティングジャパン株式会社
⇒ キヤノン MJ

キヤノンシステムアンドサポート株式会社
⇒ キヤノン S&S

キヤノン ITソリューションズ株式会社
⇒ キヤノン ITS

キヤノンライフケアソリューションズ株式会社
⇒ キヤノン LCS

キヤノン株式会社
⇒ キヤノン

「お客さまの胸を打つ」企業となり、 期待や想像を超える価値の提供を通じて 社会課題の解決に貢献します

持続可能な社会の実現に向けて

毎年のように起こる自然災害、情報化社会におけるリスクの増大、少子高齢化、働き方改革など、私たちを取り巻く社会課題は多様化しています。このような状況を受けて、世界では、国連で採択された国際社会共通の目標である「持続可能な開発目標 (SDGs)」や地球温暖化対策のための新しい法的枠組みである「パリ協定」などが発効されたほか、機関投資家を中心に ESG (環境、社会、ガバナンス) への関心が高まっているなど、持続可能な社会の実現に向けた動きがより一層強まっています。

そのような中、とりわけ私たち企業に期待されているのは、イノベーションによる社会課題の解決や新たな社会価値の創造です。変化する社会の要請や期待に、事業そのものである製品・サービス、ソリューションで応え、国際社会の経済面の発展も支える。それが持続可能な社会の実現に向けた企業ならではの役割だと考えます。

グループミッションに「社会課題の解決に貢献する」を掲げるキヤノン MJ グループは、SDGs やパリ協定によって描かれた未来の実現に向けて、リーダーシップを発揮する企業を目指します。

マーケットやお客さまのニーズに応える 新たな体制へ

キヤノン MJ グループは現在、2020 年までの 5 か年計画「長期経営構想フェーズⅢ」を実現するために、お客さま中心の新たなフレームワークへの転換を進めています。商品・チャネルを切り口とした従来の体制から、マーケットやお客さまのニーズに合わせたソリューションの提供を可能とする体制へ変えていくというものです。お客さまに寄り添うことで、お客さまの課題とその背後にある社会課題をこれまで以上に的確にとらえることができると考えています。

さらにこのフレームワークは、当社グループの事業領域を広げ、社会との関わりを深めるものです。例えば、監視や見守りなど安心安全な社会のためにニーズが高まるネットワークカメラ市場に向けて、私たちはグループリソースの集約を進めています。また、すでに出資を行い、新たに専任組織を設置したドローン分野では、キヤノンの強みである高品質な映像関連技術をドローンに付加することにより、防災や農業、各種点検・測量などの業務課題の解決につなげていこうとしています。

事業活動を通じた社会課題の解決

キヤノン MJ グループは、「Business with CSR」というスローガンのもと、社会課題の解決につながる製品・サービス、ソリューションの提供を目指しています。

これからの社会や経済の発展を考えると、IoT (Internet of Things) やビッグデータの利活用は不可欠です。しかし、情報技術による利便性の向上は、情報セキュリティ上のリスクの増大にもつながるなどトレードオフの関係にあり、私たちを悩ませています。キヤノン MJ グループでは、これらの社会課題を解決するため、これまでに培ってきた情報セキュリティのノウハウや技術力を活かし、「サイバー攻撃」「不正侵入」「情報漏えい」などのリスクに対応する、多様なセキュリティソリューションを提供しています。

また、環境側面においては「豊かな生活と地球環境を両立する社会づくりへの貢献」の実現に向けて定めた環境ビジョン「未来の森 2020」のもと、さまざまな取り組みを行っています。その一つとして、カーボン・オフセット制度※を活用した複合機を業界に先駆けて発売しました。行政や関連機関と連携して社会全体の CO₂ 削減を促進するこの制度の活用により、お客さまの CO₂ 削減へのご支援を行うとともに、地球温暖化対策と経済活動の両面での好循環を目指していきます。

※カーボン・オフセット制度…自らが削減できない CO₂ 排出量を他者が創出した排出削減・吸収量で埋め合わせ (オフセット) することで、社会全体の CO₂ 排出削減を促進する取り組み

お客様の期待や想像を超える価値の提供

キャノンMJグループは、「お客様の胸を打つ」企業になりたいと思っています。

現在の企業は、従来のビジネスの進め方に加え、「安心安全」「環境保全」「省資源／省エネルギー」「情報セキュリティ」「働き甲斐」など、さまざまな社会課題を考慮する必要に迫られています。加えて、ICTの発達により情報量が飛躍的に増大したことで、ビジネス上の適切な判断がますます難しくなっています。

このような状況の中で、私たちはマーケティング会社として、お客様が気づかれていない変化や課題を見つけ出し、その解決策を提示していきたいと考えています。

そのためには、お客様の事業や業務内容はもちろん、お客様の置かれた状況をお客さま以上に理解しなくてはなりません。そして、課題を短期的あるいは一面的にとらえるのではなく、中長期的かつ多面的な視点を踏まえて提案できる力が何よりも重要です。社員一人ひとりが、こうしたスキルを持ったプロフェッショナルとなって、期待や想像を超える価値を提供していくこと。それが「お客様の胸を打つ」ことにつながると考えます。

まだ道半ばではありますが、常にお客さまに寄り添いながら、マーケティング会社らしい社会課題解決への貢献を目指す、キャノンMJグループにご期待ください。

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



Business with CSRの展開

～時代が求める、新しい価値を創造するCSR活動～



Business with CSR = 事業活動 × 社会課題

Business with CSR PORTAL

ウェブサイトでもご覧いただけます。 Business with CSR で検索



青少年向け
インターネット
安心講座を実施



節電サポートを
通じて、経費削減
と環境保全に貢献

「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い、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。



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。



運動機能測定システムで、介護予防の取り組みに貢献



宮古観光文化交流協会にAEDを寄贈



伝票一体型ラベルによる環境負荷低減を実現



3Dプリンターを利用したものづくりを支援

「カーボン・オフセット制度を活用した低炭素社会」への貢献

低炭素社会を目指す国際的な合意のもと、国をあげた施策が進められる中で、キヤノンMJグループはカーボン・オフセット制度を活用した製品を通じて、社会全体のCO₂排出量の削減に取り組んでいます。



カーボン・オフセット制度※の製品への活用

キヤノンMJグループは「共生」の理念のもと、豊かな生活と地球環境を両立する社会の実現に向け、製品のライフサイクル全体を視野に入れ、より多くの価値を、より少ない資源で提供するなど、環境負荷の低減に取り組んでいます。キヤノン独自の再生技術によるリユース部品で製造した複合機「Refreshedシリーズ」は、経済産業省が主導する「カーボン・オフセット制度※」を業界に先駆けて導入し、2014年にオフィス向け複合機で初めて製品ライフサイクル全体で

※カーボンオフセット制度…自らが削減できないCO₂排出量を他者が創出した排出削減・吸収量で埋め合わせ（オフセット）することで、社会全体のCO₂排出削減を促進する取り組み

のCO₂排出量ゼロを実現しました。

2016年には、本制度の活用範囲を拡大し、オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCEシリーズ」の全機種と一部のプロダクションプリンターについて、キヤノンがオフセットしたCO₂排出量をお客さまが自己排出分の削減量として利用できるしくみを構築しました。



imageRUNNER ADVANCE C5560

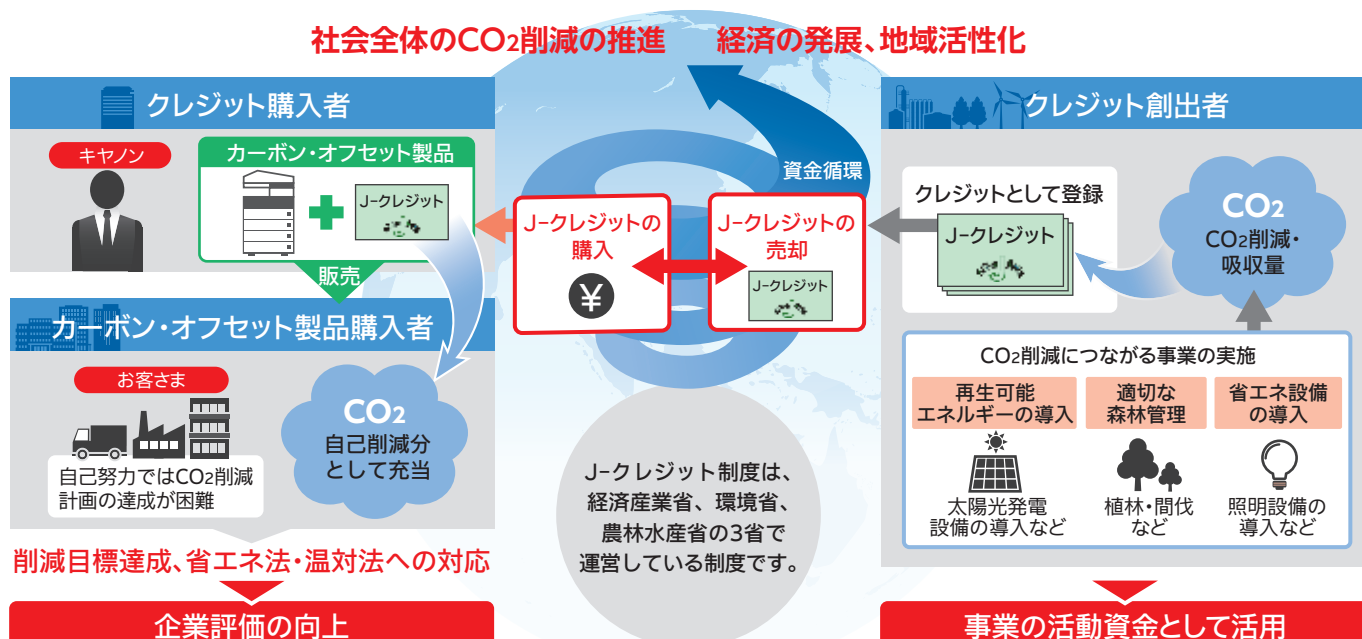
J-クレジット制度の活用によりお客さまのCO₂排出量を削減

キヤノンはCO₂の排出削減量や吸収量を売買可能なクレジットとして国が認証する「J-クレジット制度」を活用し、お客さま先のCO₂排出量削減に貢献するしくみを構築しました。キヤノンMJが購入した「J-クレジット」をカーボン・オフセット製品に付加することで、その製品を購入したお客さまに使用部分のクレジットが譲渡されます。これにより、お客さまである企業や地方公共団体は、地球温暖化対策の推進に

関する法律への対応として、製品使用時のCO₂排出量に相当する分をお客さまの削減分として管轄省庁に報告できるようになります。

また、CO₂削減につながる事業を実施している企業やNGO / NPO（クレジット創出者）への資金循環を生み出すなど、CO₂削減事業の活動資金として活用され、経済発展や地域活性化に寄与するとともに、社会全体のCO₂排出量の削減につながります。

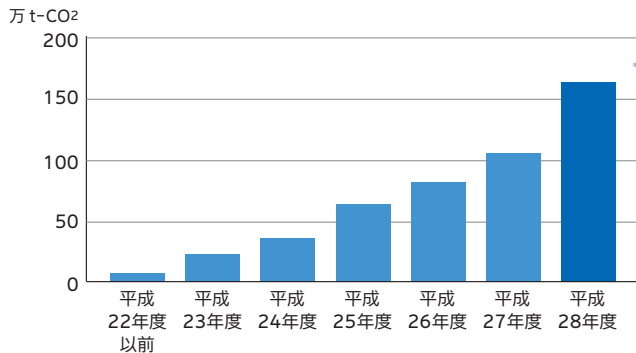
■キヤノンのカーボン・オフセット製品を使用したJ-クレジットのしくみ



J-クレジット制度の広がり

J-クレジット制度は、2013年4月より開始された新しいクレジット制度です。2008年に開始された「国内クレジット制度」と「オフセット・クレジット（J-VER）制度」は、J-クレジット制度に統合されました。

■クレジット無効化・償却量（2017年3月13日時点）



2017年3月時点で、J-クレジットの認証件数は累計で349件、J-クレジット制度を活用して無効化・償却されたCO₂量は累計で163万t-CO₂(杉の木 約185百万本分に相当)になるなど、順調に増加を続けています。

累計 **163万t-CO₂** ものクレジット無効化・償却に成功

- ※ 杉の木のCO₂吸収換算量はスギ40年生人工林 年間CO₂吸収量約8.8kg-CO₂ /本で換算しています
- ※ 2013年4月以前に認証されたJ-VER制度、国内クレジット制度による無効化・償却量も含まれています
- ※ クレジットの無効化・償却とは、温対法への報告やカーボン・オフセットのために企業・自治体などがクレジットを利用することです
- ※ 出典…J-クレジット制度ウェブサイト
<https://japancredit.go.jp/updates/>

製品購入者の声

環境保全活動の一環としてカーボン・オフセット付き複合機を活用

弘前市では、「地球温暖化防止率先行動計画」を定め、市のすべての組織や施設で、省エネルギー・省資源、ごみの減量化、環境に配慮した物品の調達（グリーン調達）などに取り組んでいます。今回、複合機の導入にあたり、キヤノン MJから提案のあったカーボン・オフセットを活用することで、使用時のCO₂排出量65t相当分を当市の削減分として、温対法や省エネ法で求められる報告に活用しました。J-クレジット制度によるカーボン・オフセットは、クレジットを購入することにより、地球環境保全に向けた投資や



弘前市役所
都市環境部環境管理課 西沢 宏智 様
財務部財産管理課 村上 真知子 様

取り組みを行う中小企業、NGO / NPOなどを支援できる、非常に優れたたしくみだと思えます。当市にとっても今回このしくみを

導入したことによって、職員の中でカーボン・オフセットという言葉の理解が進み、環境保全活動への関心も高まってきたと感じています。

また当市は、今後も「エコ庁舎」を目指し、地域の市民や事業者の環境活動をリードする存在として、低炭素社会の実現を目指す先進的な取り組みを積極的に進めたいと考えています。キヤノン MJにはこれからも、カーボン・オフセットにとどまらず、環境負荷低減に向けたさまざまな製品や取り組みを期待しています。



導入された imageRUNNER ADVANCE C5235F

運営事務局の声

キヤノン MJ、行政とともに J-クレジット制度を推進

J-クレジット制度は、環境保全と経済発展の両立を期待できる、独創的で価値のあるビジネスモデルとして、キヤノン MJをはじめとする民間企業と経済産業省、環境省、農林水産省の行政機関、および私たち J-クレジット制度事務局が一体となって推進しているしくみです。

キヤノン MJは業界に先駆けてカーボン・オフセット付き複合機を発売したことで、このしくみの構築に大きく貢献しました。加えて、2016年からオフィス向け複合機的全機種およびデジタル印刷機の一部機種に拡大し、お客様のCO₂削減につながる活用モデルを作るなど、このJ-クレジット制度の普及に役立っているといえます。2013年度にJ-クレジット制度が始まってから4年が経ち、J-クレジットの創出・活用ともに拡大してきていますが、今後は、J-クレジット

制度やカーボン・オフセットをさらに高いレベルで世の中に浸透させていくことが課題です。私たちは、キヤノン MJの事例を一つのモデルとして他業種にも積極的に展開していくとともに、より多くの方に利用いただくために、制度の改善や普及を進めていきます。

私たちは、今後もキヤノン MJからは企業ならではの視点で意見をいただきながら、ともにカーボン・オフセットを広めていくためのパートナーになっていきたいと考えています。



J-クレジット 運営事務局
みずほ情報総研株式会社
田原 靖彦 様

安心安全なIT環境の構築に貢献

情報通信技術の発展が社会に大きな恩恵をもたらす一方で、サイバー攻撃などの情報セキュリティ上のリスクが拡大し、企業はそれらへの対策が急務となっています。



キャノンMJグループのトータルセキュリティソリューション

あらゆるものがインターネットにつながるIoT (Internet of Things) や、膨大かつ多様なデータを活用するビッグデータなど、情報通信技術の利活用は社会や経済の発展に必要不可欠です。

その一方で、コンピューターウイルスや標的型攻撃などの「サイバー攻撃」、メール誤送信や不正な持ち出しによる「情報漏洩」、自社ネットワークへの「不正侵入」などの脅威は多様化・巧妙化が進み、被害が増加していることから、企業にとって情報セキュリティ対策は避けては通れない課題となっています。

キャノンMJグループは、お客さまごとに情報セキュリティ上の課題を的確に把握し、それらの解決に最適な製品・ソリューションを提案しています。また、長年にわたり培ってきた経験とノウハウを活かし、お客さまや社会に向けた情報発信にも積極的に取り組んでいます。

キャノンMJグループは、お客さまのあらゆる情報セキュリティリスクをトータルで解決し、お客さまの「安心安全なIT環境」の構築に貢献していきます。

多様なセキュリティソリューションの提供

キャノンMJグループは、お客さまのさまざまな情報セキュリティ課題に対応すべく、独自開発した製品や、国内・海外ベンダーの実績あるソリューションなどを取り揃えています。

情報セキュリティソリューションを大きく2つに分類すると、安全なネットワーク環境を守る「ゲートウェイセキュリティ」と、スマートフォンやタブレット、コンピューターなどの端末に対する「エンドポイントセキュリティ」に分かれます。「ゲートウェイセキュリティ」はメールやウェブによる情報漏洩対策ソリューションなどがあり、「エンドポイントセキュリティ」としては、マルウェア対策や端末の盗難や紛失による情報流出を防ぐデータ暗号化などがあります。近年のサイバー攻撃は、さまざまなセキュリティ対策を組み合わせせた「多層防御」が重要とされています。

■さまざまな脅威



- ウイルス・スパイウェア
- 標的型攻撃



- メール誤送信
- 情報持ち出し



- 不正アクセス
- 不正端末接続

■キャノンMJのセキュリティの考え方

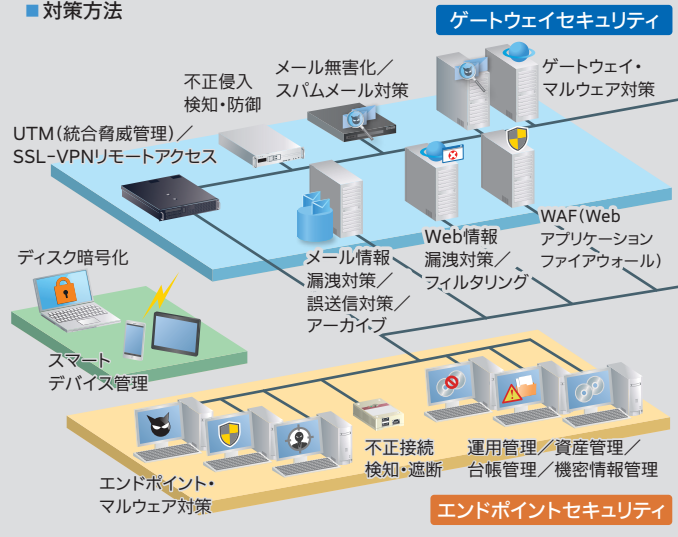
お客さまごとの課題抽出 × 多様なセキュリティソリューション

最適なセキュリティ製品・ソリューションを提供

お客さまの「安心安全なIT環境」の構築に貢献

あらゆるリスクをトータルで解決する

■対策方法



具体的なセキュリティソリューション



「高いウイルス検出率」と「軽快な動作」を両立。マルチデバイスに対応した、マルウェア対策ソリューション



高度なセキュリティ脅威や標的型攻撃に対して業界最高の保護機能を提供する UTM (統合脅威管理) ソリューション



社内のセキュリティ対策とコミュニケーション向上を実現する中小オフィス向け IT 支援サービス



メールやウェブ、クラウドを含めた総合情報漏洩対策ソリューション

情報発信と共有による社会への貢献

キヤノン MJグループは、お客さまや社会全体の情報セキュリティ向上に貢献するため、製品やソリューションの提供に加え、情報発信を積極的に行っています。

ウェブサイトでは「ITセキュリティウェブサイト」「マルウェア情報局」を開設し、最新のセキュリティリスクやそれらへの対策、安全なネット活用のための情報を発信しています。また、イベント・セミナーを開催し、外部講師を招いて情報セキュリティに関する国家レ

ベルの取り組みや企業が行うべき具体的な施策などを紹介するほか、キヤノン MJグループの ISMS やプライバシーマークなどのセキュリティガバナンス体制についてご説明しています。

また、「情報セキュリティ報告書」の発行、およびキヤノン MJ本社ビルや各拠点で実施している「オフィスツアー」を通じて、当社グループの情報セキュリティの取り組みについて積極的な情報開示を行っています。

情報発信



ITセキュリティウェブサイト

イベント・セミナー



情報セキュリティ EXPO

社内事例紹介



オフィスツアー

導入事例

運用の手間が減り、手厚いお客さまサポートが可能に

「ESET Endpoint Protection Standard」(以下、ESET)を選んだ理由は、ウイルスの検出率の高さと運用コストを従来よりも削減できたためです。さらに、サーバーをアウトソースするという会社の方向性と、老朽化したESETの管理サーバーをリプレースするよりも総コストを抑えられることから、「ESETクライアント管理 クラウド対応オプション」(以下、クラウド対応オプション)も導入しました。

ESET 導入後の効果としては、出張中の社員が所持している端末や社内の複数セグメントに存在するすべての端末、社外データセンターで稼働しているサーバーを同一画面上でリアルタイムに確認できるようになったことで、非常に管理しやすくなりました。また、クラウド対応オプションの導入で、自社システムの運用に費やされていた技術スタッフの時間をお客さまのサポート時間に使用

できるようになり、お客さまの信頼をさらに高めることができました。

これからもキヤノン MJグループには、軽快性・堅牢性を維持したまま、管理サーバー側で労務管理を支援する機能(パソコンの稼働時間の管理が可能)など、コンプライアンス強化につながる機能の追加を期待しています。

「情報機器産業を通して地域社会に貢献する」を経営方針とし、岩手県全域の自治体、民間企業に向けて OA 機器、IT 機器の販売・保守、ソフトウェアの開発販売を行っている。東日本大震災の津波で泥まみれとなったハードディスクから、サーバーメーカーと協力して住民基本台帳を復活させた実績を持ち、地域からの信頼も厚い。

エクナ株式会社 専務取締役 吉川 和彦 様





農業の生産性向上に貢献

農業従事者の高齢化や担い手不足が深刻な課題となっている中、キヤノンMJグループは、ネットワークカメラなどの技術を通じて、農作物の生産と品質の安定化と農業の魅力向上に貢献しています。



ネットワークカメラと画像解析技術による支援

生育情報の画像を解析し、数値化する「イチゴ生育画像解析」

ネットワークカメラの活用が、「監視」に加え、人間の代わりになって人や物事の「観察」へと拡大する中、キヤノンMJグループは、画像撮影と画像解析技術を融合し、農業の生産性の安定や品質向上を図る取り組みに貢献しています。

大分県では、九州大学と地元農業の「株式会社アクトいちごファーム」が共同で、ITを活用したイチゴ栽培の実験に取り組んでいます。イチゴの花の数や開花の様子、葉の大きさや数などの生育情報、および温度や湿度、日射量、二酸化炭素濃度などの環境情報は、イチゴの安定した生産と品質の向上に不可欠な情報です。これまでは、これらの情報をすべて人が観測・計測し、膨大な時間と手間がかかっていました。

キヤノンMJグループは、イチゴ栽培のビニールハウス内に設置した1台のネットワークカメラでハウス内の80カ所を自動的に撮影するしくみを構築。日々の生育情報や環境データの収集を、人の手に代わってネットワークカメラが実行することで、効率的に農作業を行うことが可能となりました。さらに、高度な画像解析技術と人工知能を組み合わせた「イチゴ生育画像解析」で、極めて現物に

近い状態で撮影された花や実の色などの画像を解析・数値化し、これまで経験や勘に頼られていた農家の経験値のデータ化が可能となりました。

イチゴ生産の安定化は、農家の経営の安定化につながり、ひいては産業としての魅力向上による就農人口の確保も期待できます。キヤノンMJグループは、今後も分析や予測なども可能なソリューション型のデータ提供によって、農業従事者の高齢化や担い手不足などの深刻な課題解決を支援し、農業の魅力向上と発展に貢献していきます。



イチゴ生育画像解析の画面

お客さまの声

経験値や勘を数値化し、科学的な分析が可能に

九州には、福岡県の「あまおう」や佐賀県の「さがほのか」などの有名なイチゴのブランドがありますが、大分県産のイチゴはほとんど知られていません。私たちは、大分県産のイチゴのブランド化を通じて地元農業を活性化しようと、実験を始めました。

ブランド化には、イチゴの生産性と品質の向上が欠かせませんが、それには熟練の農家のみが備えている経験値や勘を数値化し、科学的に分析することが必要です。それにキヤノンのネットワークカメラと高度な技術が非常に役立ちました。画像による作物の生育情報に、環境モニタリング装置で取得した環境情報を組み合わせ、「使えるデータ」にしてくれたのです。また、技術だけでなく、こ

らの要望にスピーディーかつ柔軟に対応し、申し分ない解析方法を提案してくれたことにも感謝しています。

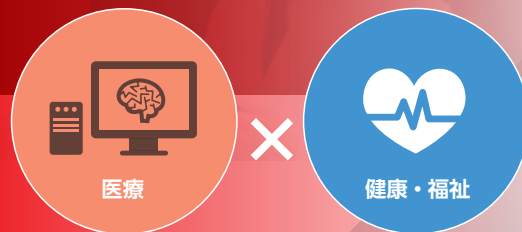
この実験の当面のゴールは、キヤノンMJグループとの共同研究により開発したこのシステムによって、できるだけ正確な出荷予測を立てられるようにすることです。引き続きキヤノンMJグループにご協力いただきながら、農業の発展のために新しい可能性を切り開いていきたいと思っています。

九州大学 農学博士
岡安 崇史 様



クラウドを活用した医用画像システムで 地方医療に貢献

キヤノンMJグループは、医用画像クラウドサービス「Medical Image Place」によって、医療の質向上に貢献しています。



医療の地域格差の是正や、地域の医療ネットワークの連携強化に貢献

医療の地域格差に貢献する遠隔読影インフラサービス

慢性的な医師不足の中、北海道における放射線画像を専門に読影する放射線医は全道で約60人と、医療の地域格差が深刻な問題となっています。

キヤノンの技術を活用した「遠隔読影インフラサービス」は、病院で撮影した放射線検査画像をオンラインで遠隔地にいる放射線医に送り、読影（画像診断）するシステムから結果レポートを返却するしくみをクラウドで提供するサービスです。北海道に点在する医療施設と数少ない放射線医をクラウドで結び、過疎地に住む患者の画像診断を可能にしたほか、画像撮影と診断までの時間短縮を実現しています。

地域医療ネットワークの連携強化により時間短縮に貢献

静岡県浜松市にある聖隷浜松病院では、連携する医療施設と医用画像をクラウド上で共有できる「地域連携サービス」が、地域医療連携に活用されています。地域医療連携とは、かかりつけ医であるクリニックから総合病院の中核病院が機能の分担と専門化を進める中で、医療機関同士が相互に連携を行い、地域の中で包括的な医療を継続的に提供する取り組みです。

聖隷浜松病院では、地域の中小病院や診療所をつなぐ地域医療の連携はすでに行われていました。しかし、運用面では、中核病院がCTやMRIの検査画像をDVDなどに記録し、かかりつけ医に郵送するなど、手作業で対応が多く、煩雑な運用を行っていました。

「地域連携サービス」の導入によって、画像の撮影検査から画像の共有までの流れがスムーズになり、手間が大幅に削減されたことに加え、情報共有のスピードアップにつながりました。導入施設数も順次増えており、地域医療ネットワークが強化されています。

■ 地域医療ネットワーク



お客様の声

クラウドの活用による地域の医療連携を強化

キヤノンMJのサービスを導入したことで、これまでアナログで行ってきた医療連携をデジタル化することができ、多くの利点を感じています。クラウドを活用する最大の利点は、ネットワークと端末さえあれば、場所を問わずどこでも画像を閲覧できるということです。例えば、かかりつけ医は、患者さんに画像をお見せしながら診断することができますし、急を要するケースでは、撮影した画像を即座にかかりつけ医と共有できます。これは大きなメリットだと感じています。

今後は、ウェブ上でクリニック側から検査予約をしたり、さまざまな医療データをクラウド上で共有したりできればと考えていま

す。もちろん、患者さんの医療情報は、個人情報保護の観点から取り扱いに慎重を要するものや、より万全なセキュリティ対策が必要とされる内容が含まれます。その課題をキヤノングループの素晴らしい技術やさまざまな製品によって解決し、クラウドの活用でより地域の医療連携を強化するという我々の取り組みを後押しし続けてほしいと思います。

聖隷浜松病院
医療情報センター長
増井 孝之 様



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、企業として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 | 14 |
| CSR活動方針と推進体制 | 19 |
| 重点テーマ(マテリアリティ)の設定 | 22 |
| CSR行動計画 | 24 |

マネジメント

| | |
|------------------|----|
| コーポレート・ガバナンス | 28 |
| コンプライアンス | 29 |
| 事業継続 | 34 |
| 品質マネジメント | 39 |
| ブランドマネジメント | 40 |
| ソーシャルメディアの利用について | 42 |



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

CSR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、キヤ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。

キヤノンMJグループが考える「CSR経営」

キヤノン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。

キヤノングループ企業理念：共生

キヤノングループは、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。キヤノングループは、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

キヤ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Ⅲより）

キャノンMJグループは、2016年1月に「長期経営構想フェーズⅢ」をスタートし、次のミッションとビジョンを掲げています。

ミッション

先進的な“イメージング&IT”ソリューションにより社会課題の解決に貢献する

ビジョン

お客さまを深く理解し、お客さまとともに発展するキャ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Ⅲ」の詳細は、こちらのページへ

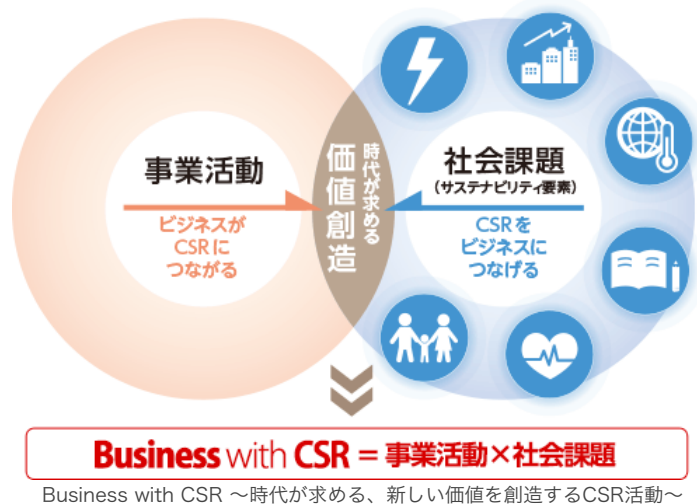
[会社情報:長期経営構想のページへ](#)

CSR活動は、マーケティングそのもの

キャノン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い、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。キャノン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。

持続可能な開発目標（SDGs）への取り組み

キヤノンMJグループは、国連で採択された国際社会共通の目標である「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向けて、事業活動を通じて取り組んでいきます。



持続可能な開発目標（SDGs）の17のゴール

SDGs（Sustainable Development Goals）：2015年9月に「国連持続可能な開発サミット」において150を超える加盟国の全会一致で採択された国際目標です。途上国だけでなく先進国も対象としており、2030年までに貧困や飢餓、エネルギー、気候変動、平和的社会など、持続可能な開発のための目標の達成を目指します。



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

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

改訂日：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

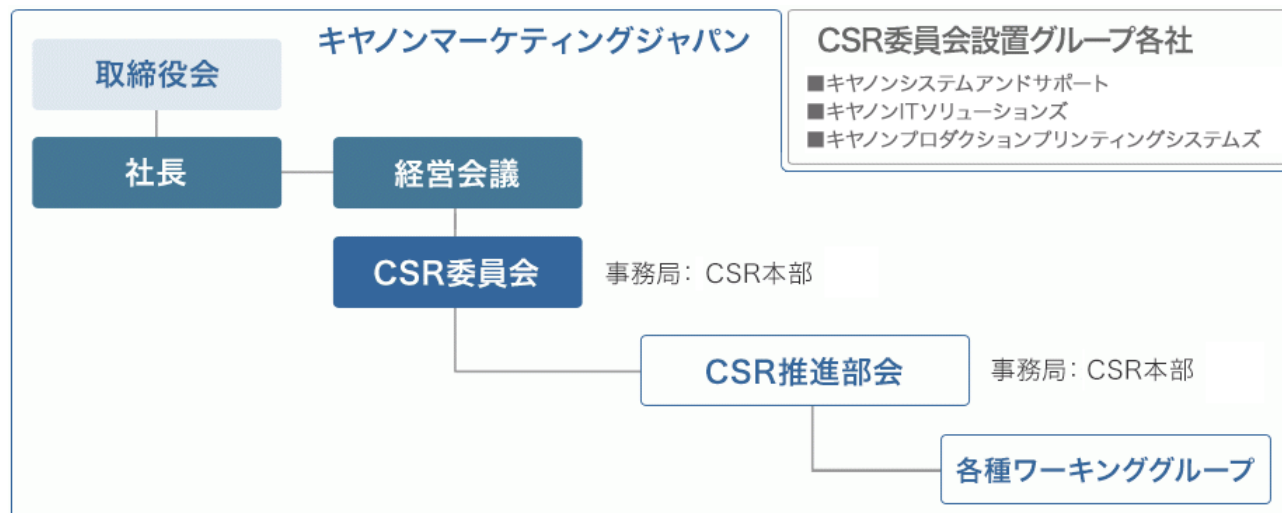
社長執行役員

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 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 |

キヤノンMJグループのステークホルダー

キヤノンMJグループは、さまざまなステークホルダーとの相互理解を深めるとともにその要請や期待を事業活動・CSR活動の意思決定に活かしていくために、継続的なコミュニケーションの強化に取り組んでいます。



[ステークホルダーとの関わりのページへ](#)



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

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

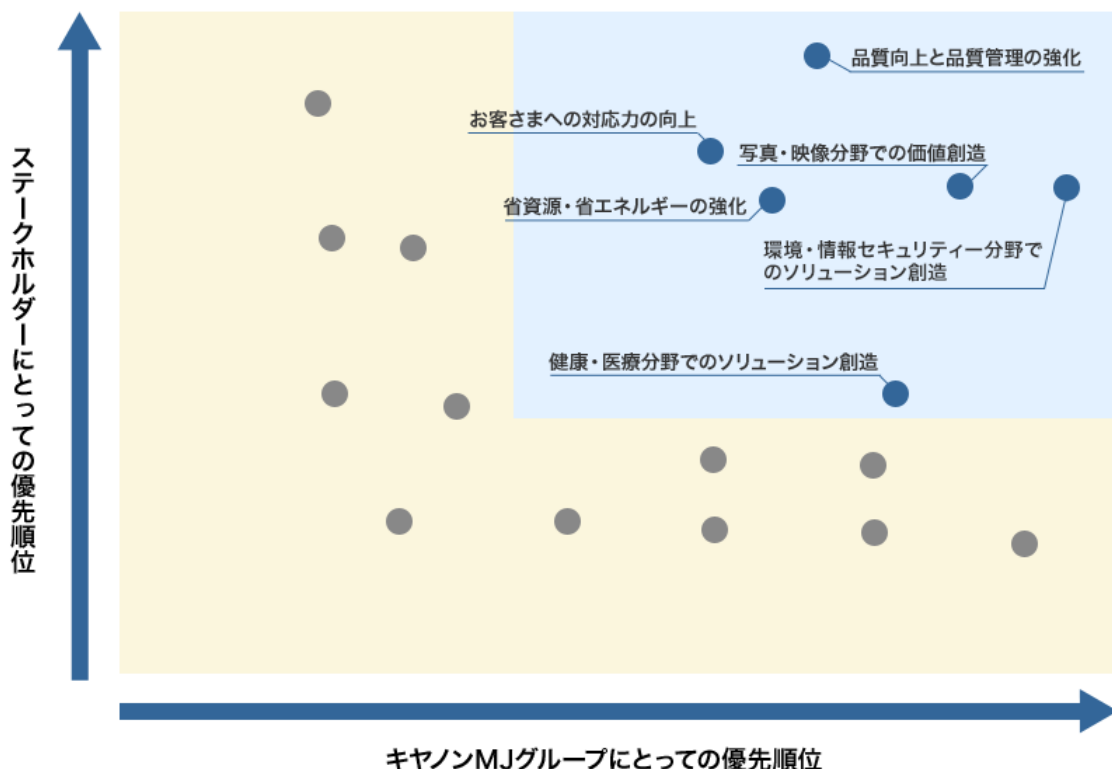
「CSRアンケート」は、個人のお客さま、法人のお客さま、ビジネスパートナー、販売店、サプライヤー、株主、学生、従業員など当社グループを支えてくださっているステークホルダーすべてに対し、多岐にわたるCSRの活動領域の中で、当社グループに積極的な取り組みを期待するテーマや項目についてお聞きするもので、2013年に実施しました。

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

| 各重点テーマの影響範囲 | | | | |
|-------------|------------------------------|--|-------------|-------------|
| 重点テーマ | | | 組 織 内 | 組 織 外 |
| 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 | | ● |
| 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 | | ● |
| 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 | | ● |
| 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 | ● | ● |
| 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 | ● | ● |
| 6 | 省資源・省エネルギーの強化 | 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 | ● | ● |

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

キヤノン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。2016年度における活動状況をテーマ別にご報告します。

| 重点テーマ | | 2016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 | 【新規施策】 全国のキヤノンギャラリー※における、写真・映像文化の継承・発展への貢献を目的とした公募制による作品の展示 ※品川を除く | キヤノン MJ |
| | | | 【新規施策】 若手写真家の育成・支援を目的とした写真展などを通じたワークショップ「キヤノンフォトグラフィーズセッション」の開催 | キヤノン MJ |
| | | | 【前年からの継続】 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 | キヤノン 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 | 【前年からの継続】 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 <数値目標変更（2016年～2020年）> ・お客さま先のCO ₂ 年間削減貢献量：15万t以上 ・「自社のCO ₂ 削減量」と「お客さま先のCO ₂ 削減貢献量」の比：1:3.0 | キヤノン MJグループ |
| | | | 【前年からの継続】 中小企業向けITソリューション事業の拡大 | キヤノン MJ/ キヤノン S&S |
| | | | 【一部変更】 防犯、安全を提供しつつ映像ソリューションによる付加価値の提供 | キヤノン MJグループ |
| | | | 【前年からの継続】 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 | キヤノン ITS |
| | | | 【前年からの継続】 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 | キヤノン 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 | 【前年からの継続】 医画像・感染管理・ヘルスケアソリューションの拡大 | キヤノン LCS |
| | | | 【新たな目標を設定して継続】 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 2020年までの受講者数延べ20万名以上 | キヤノン MJ/ キヤノン S&S |
| 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 | 【一部変更】 品質マネジメント体制の強化 | キヤノン MJグループ |
| | | | 【前年からの継続】 サプライチェーンを通じたCSR調達活動の強化 | キヤノン MJグループ |
| | | | 【一部変更】 故障予兆の遠隔監視と最適メンテナンスによる機器導入後の品質維持管理強化 | キヤノン MJ/ キヤノン S&S |

重点テーマ

| 2016年の実績 | 自己評価 | 2017年の施策 |
|---|------|---|
| 全国6拠点(札幌、仙台、銀座、名古屋、梅田、福岡)にて写真展を開催。 ※銀座/梅田は1週間ごとに47回実施。他拠点は25回実施。来場者は、全国合計29万人。 ハイエンドユーザーの目標拠点としての役割、および写真文化の発信拠点として多くのお客さまに会場いただいた | ○ | 継続 |
| 2011年よりスタートした若手写真家の発掘・サポートを目的とした「キヤノンフォトグラフアーズセッション」は、5回目(5年目)を終了した。今回も10名の参加者の中から、2名のキヤノン賞を決定し、銀座と梅田の2カ所で写真展を開催した | ○ | 【一部変更】 新たに「フォトレビュー」を開催し、有望な若手写真家の発掘を行う。 |
| 写真への興味やキヤノンへの関心を増してもらうために、カメラ趣味人向け/カメラ初心者向け/プリンター向けのコンテンツ制作やフォトコンテスト、プレゼント企画を実施した | ○ | 継続 |
| <ul style="list-style-type: none"> ●お客さま先のCO₂年間削減貢献量：121,572t-CO₂ ●「自社のCO₂削減量」と「お客さま先のCO₂削減貢献量」の比：1:2.5 | △ | 継続 |
| <ul style="list-style-type: none"> ●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「ネットワークセキュリティサービス HOME type-U2 5年パック/HOME type-U2 Pro 5年パック」「オフィススイートサービス HOME type-O/Powered by Office365」をリリース | ○ | 継続 |
| <ul style="list-style-type: none"> ●販売実績 <ul style="list-style-type: none"> ●キヤノンS&S：FortiGateシリーズ累計販売台数国内No.1 販売実績(累計)49,642台(※2016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(※2016年12月末時点) 16,563契約 17,244台 | ◎ | 継続 |
| <ul style="list-style-type: none"> ●新たにリリースしたソリューション <ul style="list-style-type: none"> ●遠距離からの夜間監視で優れた視認性を実現する高感度ネットワークカメラ「VB-M50B」のリリースおよび「360°旋回モデル」「屋外モデル」「フルHDモデル」の拡充 ●統合監視システム強化のためマイルストーンシステムズ社の映像管理ソフトウェア「Milestone XProtect」シリーズの販売開始 ●キヤノン独自の映像解析技術を用いたソフトウェア2製品の発表 | ○ | 【変更】 セキュリティーを担保する安心安全な社会を実現し、映像ソリューションを活用した新たな価値を提供する(業種×用途にフィットした映像ソリューション提案) |
| <ul style="list-style-type: none"> ●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) →東京都「特定地球温暖化対策事業所」として指定、「基準排出量決定申請書」、「基準排出量変更申請書」、「運用管理報告書」、および「地球温暖化対策計画書」を提出 ●総量削減義務を果たすため、使用量を把握、分析し、対策を検討 →CO₂削減会議を毎月開催 ●セキュリティ事故発生状況 →重大なセキュリティ事故無し | ○ | 継続 |
| <ul style="list-style-type: none"> ●外部評価実績 <ul style="list-style-type: none"> ●「日経コンピュータ 顧客満足度調査 2016-2017」の「ウイルス対策製品部門」で4年連続の1位を獲得 ●販売実績 <ul style="list-style-type: none"> ●GUARDIANWALL…15年連続国内シェアNo.1 ※株式会社富士キメラ総研 2016 ネットワークセキュリティビジネス調査総覧より ●ESETセキュリティソフトウェアシリーズ 販売実績(累計)310,000社(1,892万ライセンス)(2016年12月31日現在) ●新たにリリースしたソリューション(ニュースリリース順) <ul style="list-style-type: none"> ●エンタープライズ向け暗号化ソリューション「Vormetric Data Security Platform」(1月) ●スマートフォンを利用したクラウド型の正規品判定サービス「C2V Connected」(3月) ●次世代ファイアウォール「Clavister(クラビスター) Wolfシリーズ」(4月) →ランサムウェア対策にも有効な中規模事業所向け次世代ファイアウォール ●「マルウェア解析サービス」(4月) →ウイルスなどの不審なマルウェアを解析してレポートする有償サービス ●「GUARDIANセキュリティサービス」のラインアップに「標的型メール検知サービス」を追加(5月) →巧妙になりすました標的型メールを検知し、不用意なメール開封を防ぐ新サービス ●「RobustFinder Suite(ロバストファインダー スイート)」(6月) →統合型の画像処理アプリケーション開発環境。2016年6月24日より販売開始 ●テレワークサポーター(12月) →テレワーク支援ソリューション事業に参入。カメラ映像から勤務状況を自動検出 ●教育機関向けクライアント管理ソリューション「in Campus Device2.0」(12月) →OS混在環境での運用改善とセキュリティ強化を実現 | ○ | 継続 |
| <ul style="list-style-type: none"> ●新たにリリースしたソリューション <ul style="list-style-type: none"> 【医画像】 <ul style="list-style-type: none"> ●Medical Image Place(外部保管) ●CXDI検診パスの画像転送ソリューション 【感染管理】 <ul style="list-style-type: none"> ●高圧蒸気滅菌機MAC-1000B 【眼科】 <ul style="list-style-type: none"> ●眼科用ソフトウェア プラットフォームRX ●無散瞳デジタル眼底カメラ CR-2AF | ○ | 継続 |
| <ul style="list-style-type: none"> ●2016年までの心肺蘇生法講習の受講者数：延べ123,027名(実施件数8,766件) 2016年単年実績：18,579名(実施件数：1,312件) 目標の20万名まで、あと、76,973名(19,244名年間平均にて達成予定) | ○ | 【一部変更】 AEDによる心肺蘇生法とAED機器普及の両輪による、救急救命率の向上に貢献する。 ■目標：心肺蘇生法講習 2020年までの受講者数 延べ20万名以上 |
| <ul style="list-style-type: none"> ●キヤノンMJグループ製品・サービスの顧客満足向上に向けた品質マネジメントルールの体系化と整備 ●事業部門における品質マネジメント体制の強化、および教育の実施 ●品質向上委員会を通じた、最新品質情報の逐次共有と対策の実行 | ○ | 継続 |
| <ul style="list-style-type: none"> ●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発活動(ダイアログ活動) | ○ | 継続 |
| <ul style="list-style-type: none"> ●継続的なスキルアップと経験則(技)と情報の共有により「再故障ゼロ」活動を推進し、年間を通して再故障率を維持 | ○ | 継続 |

| 重点テーマ | | 2016年の施策 | 実施会社 | |
|-------|------------------------------|--|---|-------------|
| 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 | 【前年からの継続】 お客さま対応・対応力の基盤強化と教育・啓発活動の推進 | |
| | | | 【前年からの継続】 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 |
| | | | 【前年からの継続】 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 |
| | | | 【前年からの継続】 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 |
| | | | 【前年からの継続】 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 | 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 | 【前年からの継続】 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 |
| | | | 【前年からの継続】 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 |
| | | | 【継続施策】 自社グループのCO ₂ 排出量の削減 ■数値目標：2016年～2020年 ●自社グループのCO ₂ 排出量1.2%削減(前年比) ●「自社のCO ₂ 削減量」と「お客さま先のCO ₂ 削減貢献量」の比：1:3.0 | キャノン MJグループ |
| 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 | 【一部変更】 メールマガジンによる情報配信の実施(月次+臨時) | キャノン MJグループ |
| | | | 【前年からの継続】 「コンプライアンス・ミーティング」の実施 | |
| | | | 【一部変更】 対象グループ会社に対する「コンプライアンス意識調査」の実施 | |
| | | | 【一部変更】 ISMS統合認証の継続・拡大 | |
| | | | 【一部修正】 情報セキュリティのリスク管理体制強化の実施(CSIRT運用と継続的なスパイラルアップ) | |
| 8 | 情報セキュリティ | ISMS統合認証の推進と 情報セキュリティのリスク管理体制強化 | 【一部変更】 ISMS統合認証の継続・拡大 | キャノン MJグループ |
| | | | 【一部修正】 情報セキュリティのリスク管理体制強化の実施(CSIRT運用と継続的なスパイラルアップ) | |
| | | | 【前年からの継続】 グループ会社へのEMS導入 数値目標：認証取得数合計15社 ※組織再編により、グループ会社が1社減となったため、14社に変更 | |
| 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 | 【前年からの継続】 グループ会社へのEMS導入 数値目標：認証取得数合計15社 ※組織再編により、グループ会社が1社減となったため、14社に変更 | キャノン MJグループ |
| | | | 【前年からの継続】 GHG排出量第三者検証取得 | |
| | | | 【一部変更】 キャノン MJグループ製品環境保証ルールの確実な運用 | |
| 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 | 【一部変更】 キャノン MJグループ各社災害対策本部の訓練・見直し・評価・修正のPDCAサイクル実施 | キャノン MJグループ |
| | | | 【一部変更】 災害時、初動対応の強化 | |
| 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 | 【一部変更】 公平・公正を意識した働き方・職場風土の醸成のさらなる向上 | キャノン MJグループ |
| | | | 【前年からの継続】 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 | |
| | | | 【前年からの継続】 上長とキャリアに関する面談を定期的の実施 | |

重点テーマ

CSIRの基盤となるテーマ

| 2016年の実績 | 自己評価 | 2017年の施策 |
|--|------|---|
| ● CSR関連ウェブ教育 (CSR経営、環境基礎、コンプライアンス、情報セキュリティ、個人情報保護実践) の実施 | ○ | 継続 |
| ● 法務・知的財産研修の実施 | ○ | 継続 |
| 【ビジネスパートナー (販売パートナー) 向け】 ● 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 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 | ○ | 継続 |
| 【物流パートナー向け】 ● キヤノン MJグループ独自の物流品質 (流通加工) 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 ● 継続的な情報セキュリティ学習会の実施 ● 繁忙期における営業部門・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 | ○ | 継続 |
| ● 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 ● 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 ● 保守サービス ● 故障予兆の遠隔監視が順調に進み、最適なタイミングでメンテナンスができる体制を確立 ● スマートフォンを利用した修理レポート (スマートレポート) により手書きスタイルからお客さま視点に立ったわかりやすい帳票が定着 ● 「ご利用状況報告書」をリリース。「1年間のご利用状況」「保守サービス履歴」「お役立ち情報」などを掲載 | ○ | 継続 |
| 【パーソナル製品】 ①顧客対応力強化 ● 電話対応のモニタリング、応対者向け研修を継続実施 ● コミュニケータスキル向上のため、分解展示 (イメコミ・IJ) を継続実施 ②サービスメニューの充実とサポート対応強化 ● CP+にて、レンズクリーニングコーナーブースを設置し、お客さまがお持ちになられた EF レンズ 1 本の簡易清掃を実施 (4 日間で、延べ 564 名の方が体験) ● SMS (ショートメールサービス) 導入による、センサー清掃時の待ち時間の短縮化※その場でお客さまにお待ちいただく必要がなくなりました ● 引き取りから梱包、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対象機種拡大 ● 製品が持つ性能・機能を十分に発揮し、最良の状態でご使用いただくためのメンテナンスサービス「あんしんメンテ」を 7/21 より開始 ● お客さまの製品故障発生時に修理以外の選択肢を提供し、修理対応期間終了製品に対するアフターサポートを充実 | ○ | 継続 |
| 【ビジネスソリューション製品】 ● カスタマーエンジニア (以下、CE) と IT エンジニア・サポート部門の技能とお客さま対応・対応力の向上を目的とした「キヤノンスキルコンテスト 2016」を 4 競技同一会場で開催 ● 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 2016」の運営 ● 保守サービスに関するお客さまのご意見やご要望に迅速かつ適切にお応えするため、本社 CS 推進組織と各支社・事業所の CE が一体となって対応を検証・検討するミーティングを四半期毎に開催し、その結果を全国に共有・展開 | ○ | |
| 【パーソナル製品】 ● 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の商品・サービス企画部門へのフィードバックの実施 | ○ | 継続 |
| 【ビジネスソリューション製品】 ● コールセンターにおけるお問い合せ内容や営業部門に寄せられる顧客要望を収集・データベース化し分析を実施。分析内容を関連部門に定期的にフィードバックし商品・サービスの改善に活用。 | ○ | 継続 |
| 【ビジネスソリューション製品】 ● 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の上長訪問を実施 | ○ | 継続 |
| ● カーボンオフセット製品のクレジットユーザー移転開始、販促支援実施 ● ホームページでカーボンオフセット製品販促コンテンツを公開 ● その他製品における環境配慮、リサイクルに関する情報発信 (「Eco Site Survey 2016 ランキング」1 位獲得) ● 「エコプロ 2016 ~環境とエネルギーの未来展~」への出展 | ○ | 継続 |
| ● 回収量: 19,056t ● 再資源化率: 99.79% | ○ | 継続 |
| ● 自社グループ CO ₂ 年間排出量: 48,461t-CO ₂ ● 「自社の CO ₂ 削減量」と「お客さま先の CO ₂ 削減貢献量」の比: 1:2.5 | △ | 継続 |
| コンプライアンス啓発メールマガジンを月次および臨時で年間合計 17 回発信 | ○ | 継続 |
| 「コンプライアンス・ミーティング」を国内グループのすべての部門 (約 2,000) で年 2 回実施 | ○ | 継続 |
| 「コンプライアンス意識調査」を実施し、分析結果を経営層と対象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 | ○ | 【一部変更】キヤノン MJ グループ国内全社に対する「コンプライアンス意識調査」の実施 |
| 外部審査にて、グループ 14 社で認証の継続・拡大が承認 (キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ、クオリサイトテクノロジーズが部門取得から全社取得に拡大) | ○ | 継続 |
| 2016 年 1 月より CSIRT の運用を開始 (ルール整備、リスクアセスメントの実施と対策実施、日本シーサート協議会への加盟、教育・訓練の実施など) | ○ | 継続 |
| 認証取得数: グループ 24 社中 14 社取得済み | ○ | 【一部変更】国内主要関係会社の認証取得・維持 |
| 第三者検証取得完了 | ○ | 継続 |
| キヤノン MJ の各カンパニー・部門とグループ会社 2 社での製品アセスメント体制構築完了 その他グループ会社 2 社での製品アセスメント体制構築着手 | ○ | 継続 |
| キヤノン MJ グループ各社災害対策本部で訓練を実施し、結果を踏まえた見直しを実施 | ○ | 【変更】キヤノン MJ グループ内の重要業務に対する BCM 活動の推進 |
| 非常用通信機器の定期的な訓練を実施 拠点被災状況収集訓練の実施 クラウドサービスを利用した災害時情報共有メンバーの拡充 | ○ | 継続 |
| 新任ライン管理職に向け、公平・公正を意識した部下の評価・育成の研修を実施 | ○ | 【一部変更】全社での「働き方改革」の実施など、公平・公正を意識した働き方・職場風土の醸成のさらなる向上 |
| 社内公募制度の定期的な実施 | ○ | 継続 |
| 上長と部下の面談を定期的実施 (中間・評価の年 2 回) | ○ | 継続 |



キャノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

コーポレート・ガバナンス

キャ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います。

[コーポレート・ガバナンスのページへ](#)

Canon

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

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。

意識啓発活動

- 経営層からのメッセージ
- 「キヤノングループ行動規範」
- 「コンプライアンス・カード」
- 意識啓発教育

知識教育活動

- メールマガジン
「Monthly Compliance News」
(月次・臨時配信)
- 「実践!企業倫理読本」
- コンプライアンスウェブ教育
(年1回)

組織活動

- 「コンプライアンス・ミーティング」
(年2回)
- コンプライアンス意識調査(年1回)
- 「スピーク・アップ制度」
- 人事評価との連動

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

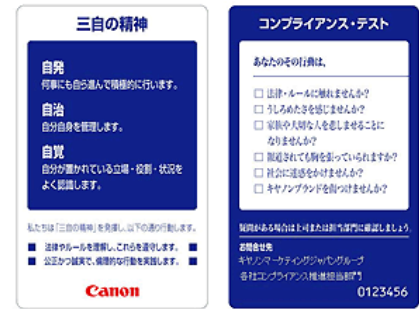
コンプライアンス活動を進める上で最も基本となるものは、従業員一人ひとりが高いコンプライアンス意識を持ち続けることと考えています。高い意識を持ち続けるために、さまざまな方法で意識啓発を行っています。

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、年初の「コンプライアンス・メッセージ」や「グループ幹部会」などを通じ、コンプライアンス活動の重要性やリスク対策に関するメッセージを、直接経営層から従業員に向けて発信しています。

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／ルールの適正解釈 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、意識・行動のチェックポイント

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。

メールマガジンによる情報配信

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、メールマガジンをキヤノンMJグループの全従業員に定期的に配信しています。2004年6月から2015年12月までは、「今週のコンプライアンス」として、コンプライアンスに関しての基本的な考え方や関連法令・ルールのポイント、各種事例、社会情勢などに基づいたテーマを中心に毎週配信しました。2016年1月からは、「Monthly Compliance News」として全面刷新し、キヤノンMJグループの事業や業務に関する重要なリスクとその対策を中心に毎月配信するとともに、必要の都度、臨時号として配信しています。

具体的な配信テーマは、談合・カルテルの禁止、不当表示、下請法、情報セキュリティ、知的財産など多岐にわたります。「Monthly Compliance News」は、各部門の朝礼やミーティングなどでも活用され、共有化が図られています。

これまでに配信した「今週のコンプライアンス」および「Monthly Compliance News」は、バックナンバーとして法令・ルールのカテゴリー別および行動・業務別にまとめ、いつでも必要なときに参照できるようにしています。

2016年度の主な配信内容

- 競合他社と価格の話はしてはいけません
- サイバーセキュリティ対策の強化～私たちは専門支援チーム「CSIRT」です～
- 標的型攻撃メールは巧妙化しています
- 知らず知らずに下請法違反になっていませんか？
- 根拠の示せない表示は不当表示
- 書面の名称だけで、印紙税の要否を判断していませんか？

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ウェブ教育を実施しています。このウェブ教育では、法令・ルール上問題となる行動事例とその解説の後に、理解度を測定するための確認テストを実施することで、効果的な知識の定着を図っています。

2016年は、「コンプライアンスの範囲・目的」「独占禁止法の遵守」「知的財産権の保護」「情報管理」「贈賄の防止」「不当表示リスク」「下請法」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」

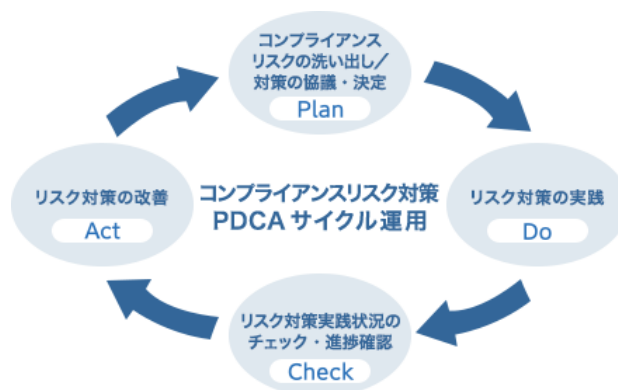
職場内でのコンプライアンス意識向上と具体的な行動の促進、コミュニケーション強化、および事業・業務上のリスクと予防対策の議論・共有・実践を目的として、グループの全従業員を対象にすべての職場（約2,000部門）で、上期（4月～6月）・下期（10月～12月）の年2回、「コンプライアンス・ミーティング」を実施しています。

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対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」の様子

「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。



職場のリスクとして取り上げられるテーマは、談合・カルテルの禁止、贈賄の防止、情報漏えい、サイバー攻撃、知的財産、下請法、景品表示法、建設業法などさまざまであり、事業活動や業務に即したテーマを各部門において選択し、リスクとその対応策について話し合っています。

ライン管理職からの実施報告書では、「定期的なコンプライアンス・ミーティングを通して、各個人の意識や行動を確認し、日常のリスクを共有することで、その対策を考える良い場になっている」「定期的に行うコンプライアンス・ミーティングは新たな気付きを与えてくれる非常に良い機会になっている」「コンプライアンス・ミーティングをすることで普段感じているさまざまな不明点などの話し合いができ、コミュニケーションを取りながら意識を高めることができる」などの意見が寄せられています。

「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を共有し、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。

グループ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、グループ従業員を対象に「コンプライアンス意識調査」を無記名式で実施しています。

設問は、コンプライアンスに関する「意識」「知識」「行動」の状態、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です。

調査結果では、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」）の割合も増加の傾向にあります。

| | | | | | | | | | |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|
| 目次 | トップ メッセージ | 特集 | CSR マネジメント | 環境経営 | 情報 セキュリティ | 社会貢献活動 | ステークホルダー との関わり | 報告方針 | ガイドライン 対照表 |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|

2017年度においても引き続き、コンプライアンス「意識」「知識」「行動」レベルの一層の向上に向けて、取り組みを強化していきます。

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。

Canon

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

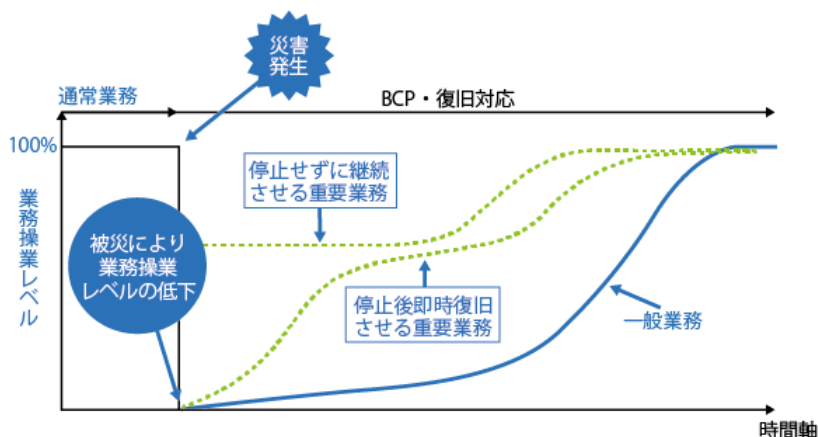
事業継続

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）

キヤノンMJグループにおけるBCPの考え方

災害の発生により業務の操業レベルが低下した際、社会的責任の観点から、当社グループの事業として影響が大きく、早急な復旧が求められる業務については、重要業務として、あらかじめ策定された計画に基づいて「停止せずに継続させる」または、「停止後即時復旧させる」などの対応を行います。



主な取り組み

首都直下地震、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

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

強毒性新型インフルエンザ対応BCP

人的リソースが制限されることを想定して、従業員と家族の生命・安全の確保を前提に、社会機能維持に関わるお客さまへのサービス提供業務を継続する計画を策定しています。

事業継続マネジメント（BCM）

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

キヤノンMJグループにおけるBCMの考え方

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



BCMの推進体制（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、定期的を開催しています。この委員会では、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。

主な取り組み



連絡体制の構築

災害発生時に関係者が連絡を取り合い、適切に災害への対応を進めるために、就業時間外においても利用可能な社内SNSを活用した連絡体制を構築しています。

被災状況、業務への被害などの情報を関係者間で効率的に共有することで、迅速に意思決定、二次災害防止、事業継続への対応とつながるように取り組んでいます。

訓練

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

災害の発生を想定して、関係者が社内SNSに自身の安否や被災状況についての書き込みを行うなど、いざというときに確実に社内SNSを利用できるようにするための連絡訓練を定期的に行っています。

また、BCPを策定している各部門は、机上でのシミュレーション訓練、シナリオに基づいた実動訓練など、各部門の成熟度に応じたテーマを設定の上、訓練を行っています。訓練を通じて見出された課題については、その対応策の検討を行っています。

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

評価

現在策定しているBCPの実効性を確認するために、毎年、BCM委員会を運営している事務局が第三者の立場となり、BCP評価を実施しています。

リーダシップ、ドキュメント管理、初動対応、BCP対応、PDCA運用の5つの観点から実効性レベルの評価を行い、それぞれの項目において改善点を明確にし、BCP評価結果レポートとして部門へのフィードバックを行っています。

防災活動

事業継続を実現するには、従業員の安全の確保が欠かせません。キヤノンMJグループにおいては、災害発生時に備えた防災活動に日頃から積極的に取り組んでいます。

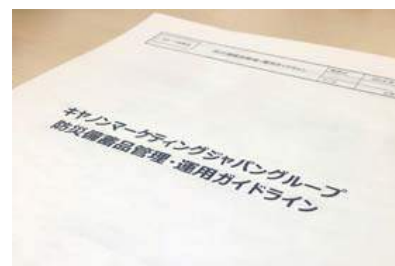
オフィスの耐震対策

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、複合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。

防災備蓄品の管理・運用

大規模地震などの災害発生時には、公共交通機関が利用できなくなり、お客さまや従業員が社内に留まらざるを得ない状況が想定されます。社内に安心して待機するためには、食料や生活用品などの防災備蓄品が欠かせません。キヤノンMJグループでは、準備しておくべき防災備蓄品の品目や数、日常の管理・運用方法をガイドラインとして定め、支店や営業所などそれぞれの拠点において均質な備蓄と、必要時に適切に利用できる体制を構築し、その体制を維持することに努めています。

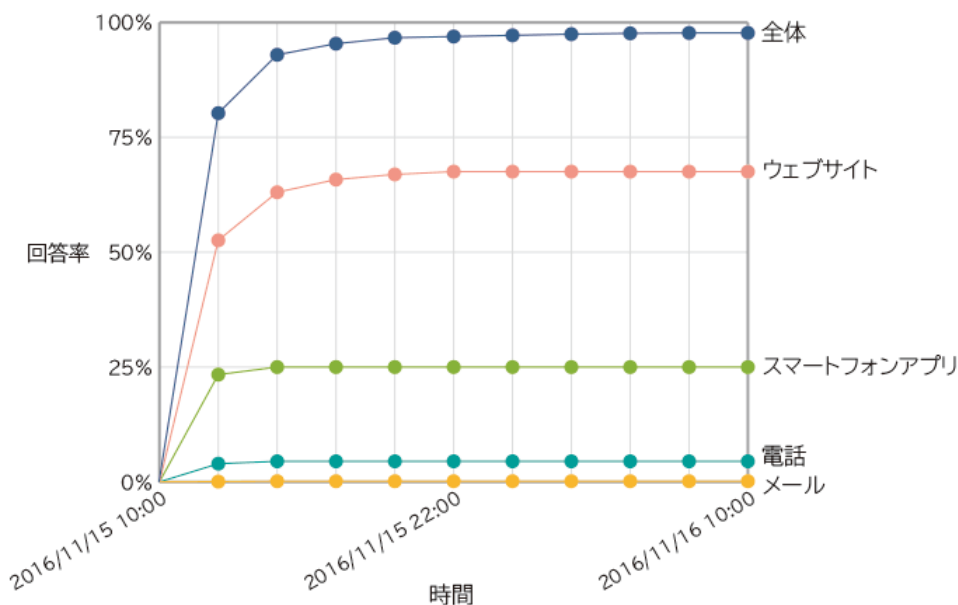


「防災備蓄品の管理・運用ガイドライン」

安否確認システムの運用

キャノンMJグループでは大規模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。

災害発生時に従業員の安否状況を適切に確認するためには、従業員一人ひとりが確実に自身の安否をシステムに登録することが欠かせません。訓練においては、未登録の従業員に対して個別に電話で登録を促すなど、全従業員の安否状況登録が完了するまで対応を行っています。



2016年に実施した全社通報訓練の結果
(デバイスごとの回答結果)

周知活動

大規模災害発生時に適切に対応するためには、自身の安全は自分で守るといった従業員一人ひとりの自助意識が欠かせません。キャノンMJグループでは、従業員の自助意識の向上を図るための周知活動を継続的に行っています。

防災・BCMに関する情報の配信

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

- 津波！逃げて！ゼッタイ！いち早く！より高く！
- 地震の際は火事にも注意しましょう！
- 台風シーズンにむけて、風水害への備えを行いましょ！
- 災害時の「自力で生き残る為の備え」準備していますか？
- 新型インフルエンザのパンデミックに備えよう！



配信情報確認の様子

防災活動を通じた社会貢献

キヤノンMJグループでは、ビジネスを通じて社会課題の解決に貢献していくという思いで事業を展開していますが、防災活動を通じても社会貢献につながるような取り組みを積極的に行っています。

帰宅困難者受け入れ体制の構築

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。

受け入れに備えて3日分の備蓄品を用意するほか、マニュアルを作成し、実際の対応を想定した実動訓練を、毎年実施しています。



帰宅困難者用の防災備蓄品

防災備蓄食料・飲料水のフードバンクへの寄贈

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特定非営利活動法人セカンドハーベスト・ジャパンの活動趣旨に賛同し、災害対策用に備蓄している食料および飲料水を、賞味期限まで一定期間を残した状態で同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。



キャノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

品質マネジメント

キャノンマーケティングジャパングループは、「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リスク管理システムを整備しています。

品質マネジメントシステム

お客さまに提供する製品やサービス、サポートについて、キャ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ャノン（株）と連携し、お客さまへの迅速な対応を実施しています。

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](#)

品質保証のリスク管理システム

製品の安全性はもとより、製品・サービスの品質のリスク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「品質向上委員会」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

キャノン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](#)



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

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グループの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】

キヤノンとキヤノンMJは、日本市場のお客さまをはじめとするステークホルダーの利便性向上を目的に、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。

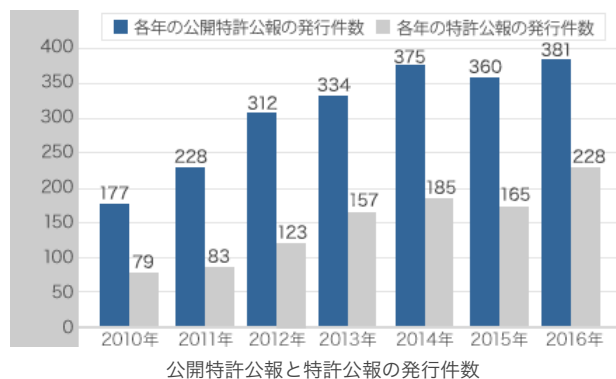
また、「canon.jp」に届いたお客さまの声に対して、社内関連部門と連携した双方向コミュニケーション体制を確立し、迅速かつ丁寧な返信と対応を心掛けています。

知的財産権に関する活動

キャノン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。

キャノンMJグループ全体の公開特許公報の発行件数は、2010年に177件だったものが、2016年には381件となり、それに伴って、特許公報の発行件数も2010年の79件から、2016年の228件へと増加しています。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。また、2016年はキャノンMJグループとして、特許公報の発行件数が過去最高の228件になりました。

グループ各社の知的財産部門が密接に連携し合うことにより、価値のある発明を発掘し、その権利化に注力しています。合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。



模倣品撲滅に対する取り組み

キャノン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、キャノンと共同でさまざまな対策に取り組んでいます。

近年、キャ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・チャージャー、およびキャ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コマース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、キャノンMJでは、模倣品が流通している事実や模倣品の特徴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コマース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ャ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、2016年中には複数の税関においてキャノン製品の多数の模倣品の輸入が差し止められています。



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 CSRマネジメント

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グループ（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」を策定しました。

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](#)

環境経営

キャノンマーケティングジャパングループは、環境経営の基盤を強化し、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環境負荷低減活動を行うことにより、豊かさ地球環境を両立する社会づくり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 | 44 |
| 環境ビジョン「未来の森」2020 | 45 |
| 環境マネジメント | 47 |
| 環境人材の育成 | 49 |

自社グループでの環境負荷低減

| | |
|----------------------|----|
| 事業所での取り組み | 50 |
| CO ₂ 削減活動 | 51 |
| 省資源活動 | 52 |
| 認定・表彰事業所 | 53 |
| 物流での取り組み | 59 |

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 | 61 |
| 製品の使い方提案 | 64 |
| 製品の回収・リサイクル活動 | 66 |

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 | 69 |
| 環境パフォーマンスデータ | 70 |



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

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](#)



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

環境ビジョン「未来の森」2020

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

「未来の森」2020

キヤノンMJグループは、「共生」の理念のもと、地球上のあらゆる生物の多様性に配慮し、森や故郷を後世に永遠に残すため、豊かな生活と地球環境を両立する社会づくりに貢献します。



「未来の森」2020を実現する3つの活動

「未来の森」2020を実現するために、次の3つの活動を行います。



事業所や物流におけるCO₂排出量削減

オフィスでの業務や物流段階で発生するCO₂を削減するために以下の活動を実施しています。

- 事業所での省エネ・省資源活動推進
- 社有車のエコドライブ推進
- 営業・サービス活動における電動アシスト自転車利用
- 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

お客様先のCO₂排出量削減に貢献するために下記の活動を実施しています。

- 環境配慮製品・ソリューションの提供
- お客様先での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](#) 

環境分野で社会に貢献

環境分野で社会に貢献するために、下記の活動を実施しています。

- 直接的あるいは間接的な森林保全・保護活動推進
- 社外への環境教育支援
- 自治体の環境認定制度への登録

Canon

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

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」2020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。



「つくる」「つかう」「いかす」の3つのステージ

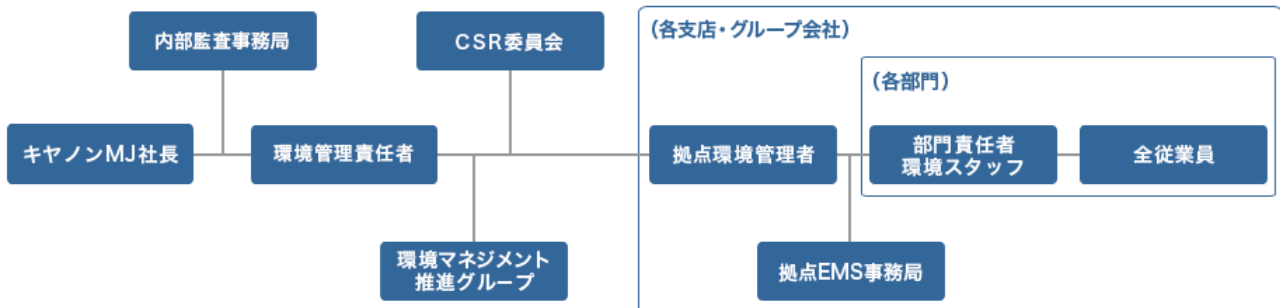
※ キヤノンMJ国内グループ会社では、16社のうち14社が取得しています。（2017年1月現在）

ISO14001統合認証取得会社はこちらのページへ

取得認証規格一覧のページへ

キヤノンMJグループ環境マネジメント運営組織

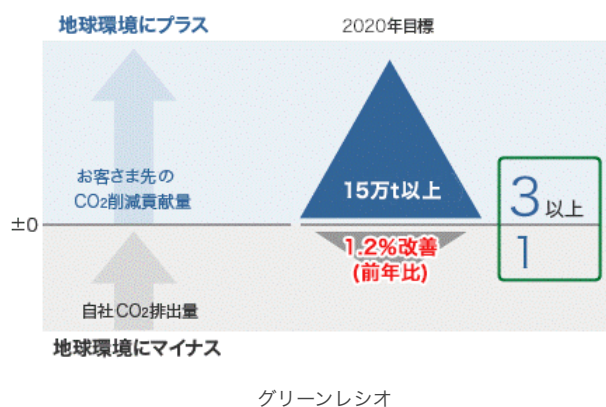
キヤノンMJグループでは、キヤノンMJ社長、環境管理責任者（キヤノンMJ担当役員）のもとに、環境関連の重要事項を検討・決定する「CSR委員会」を設置しています。また、部門ごとに部門責任者と環境スタッフを配置し、環境活動を全員参加で推進しています。



中期環境目標 グリーンレシオ（2016年～2020年）

キヤノンMJグループは、中期環境目標として「グリーンレシオ」を設定し、毎年、その進捗を管理しています。グリーンレシオは、キヤノンMJグループの地球温暖化防止活動を「自社CO₂排出量の改善率」「お客さま先のCO₂削減貢献量」「お客さま先のCO₂削減貢献量の自社CO₂排出量比」の3点で評価しています。2016年～2020年の目標数値は下記のとおりです。

- 自社CO₂排出量の原単位改善率 1.2%（前年比）
- お客さま先のCO₂削減貢献量 15万t以上
- お客さま先のCO₂削減貢献量の自社CO₂排出量比 3倍以上



Canon

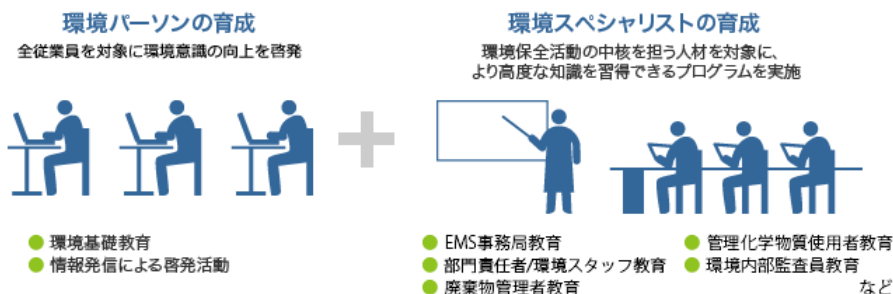
キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 環境経営

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に、「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。

eラーニングによる環境教育

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。

eラーニングのメニューとして、環境パーソンを対象とした「環境基礎教育」と環境スペシャリストを対象とした「部門責任者/環境スタッフ教育」「廃棄物管理者教育」「管理化学物質使用者教育」「環境内部監査員教育」を用意しています。



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 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。

CO₂削減活動

事業所におけるCO₂削減活動をご紹介します。

[詳細へ](#)

省資源活動

事業所における廃棄物・水・化学物質管理の取り組みをご紹介します。

[詳細へ](#)

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。

[詳細へ](#)



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

CO₂削減活動

オフィス設備による取り組み

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）では、各社で使用する複合機や照明などを省エネタイプに更新することや照明・空調への節電対策を実施することにより、環境負荷低減を実現しています。

- 省エネ複合機への入れ替えと最適配置
- 照明・空調の節電対策実施
- LED照明などの省エネ設備の導入



働き方の改善による取り組み

キヤノンMJグループでは、営業・サービスで使用する社有車のカーシェアリングや日々作成する紙文書の電子化など、これまでの働き方を改善することにより環境負荷低減を行っています。

- カーシェアリング制度の導入
- エコドライブの徹底
- 紙文書の電子化
- ICカード認証によるミスプリント防止



自治体の環境認定取得への取り組み

キヤノンMJグループでは、各自治体が推進しているエコ事業所認定などの環境認定取得を積極的に行っています。2017年3月現在、98事業所が環境認定を取得しています。

自治体の環境認定取得を推進することにより、環境分野での地域貢献だけでなく、すべての従業員が環境活動を行うための、意識や行動につなげています。

関連情報を見る

自治体により認定・表彰された事業所はこちらのページへ

[「認定・表彰事業所」のページへ](#)

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](#)



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

省資源活動

取り組みの概要

廃棄物の適正管理と削減

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、全従業員が廃棄物に関わる法令を順守し、適正な分別を行うことにより、事業活動に伴い発生する廃棄物の削減を推進しています。

具体的な取り組みとして、全国の物流センターでは、回収された製品が処分されるまでをトレースするしくみを導入し不法投棄防止などの管理体制を強化するとともに、配送資材（発泡スチロールなど）を減容化し、プラスチック原材料として売却することで、廃棄物の削減を実現しています。これにより、年間100 t以上の廃棄物の削減を実現しています。

[環境パフォーマンスデータのページへ](#)

水使用の適正管理

キヤノンMJグループでは、使用する水の適正量を維持するために、主要な事業所の水使用量の把握、適正管理を行っています。

具体的な取り組みとして、品川本社ビルでは、食堂などで使用している「節水コマ」による水使用量の抑制や、水の循環利用を行うために、品川グランドcommons街づくり協議会と連携し、東京都が推進する再生水を水洗トイレなどで利用しています。また、より多くの水を必要とする半導体製造装置の検証やデモンストレーションでは、使用時のみの稼働を徹底することにより、水使用量の削減を実現しています。

[環境パフォーマンスデータのページへ](#)

化学物質の適正管理

キヤノンMJグループでは、製品のアフターサポートなどで使われる化学物質をすべて洗い出し管理しています。また、対象物質については、棚卸しを行い使用量を把握することにより、化学物質の適正管理を行っています。また、新たな化学物質を使用する際には、「事前評価」で使用の可否をチェックすることにより、有害物質の使用を禁止しています。



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 環境経営

認定・表彰事業所

自治体により認定、表彰された事業所

キヤノンMJグループでは、環境分野における自治体の認定・表彰を通じて、地域社会に貢献します。

2012年

2013年

2014年


2015年

2016年

| 事業所 | 認定や表彰の内容 |
|--------------|---|
| 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 |
| 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 |
| キヤノンMJ 立川営業所 | 立川市「ごみ処理優良事業所」認定 |
| 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 |
| 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 |

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 



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

認定・表彰事業所

自治体により認定、表彰された事業所

キヤノンMJグループでは、環境分野における自治体の認定・表彰を通じて、地域社会に貢献します。

2012年

2013年

2014年

2015年

2016年

| 事業所 | 認定や表彰の内容 |
|--------------|------------------------------|
| 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 |
| キヤノンMJ 名古屋支店 | 名古屋市「エコ事業所認定制度」優良エコ事業所 優秀賞受賞 |

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](#)



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

認定・表彰事業所

自治体により認定、表彰された事業所

キヤノンMJグループでは、環境分野における自治体の認定・表彰を通じて、地域社会に貢献します。

2012年

2013年

2014年


2015年

2016年

| 事業所 | 認定や表彰の内容 |
|---------------|------------------------|
| 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 |
| 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 |
| キヤノンMJ 甲府営業所 | 山梨県「やまなしエコライフ県民運動」参加 |
| キヤノンMJ 福岡支店 | 福岡県「福岡エコ事業所」登録 |

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](#) 



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

認定・表彰事業所

自治体により認定、表彰された事業所

キヤノンMJグループでは、環境分野における自治体の認定・表彰を通じて、地域社会に貢献します。

2012年

2013年

2014年


2015年

2016年

| 事業所 | 認定や表彰の内容 |
|---------------|--|
| キヤノンMJ 札幌支店 | 札幌市「さっぽろエコメンバー」登録 札幌市「第7回さっぽろ環境賞」優秀賞（環境保全・創造部門） |
| キヤノンMJ 帯広営業所 | 「北海道グリーン・ビズ認定制度」優良な取組部門登録 |
| キヤノンMJ 函館営業所 | 「北海道グリーン・ビズ認定制度」優良な取組部門登録 |
| キヤノンMJ 茨城事業所 | 茨城県「茨城エコ事業所」登録 |
| キヤノンMJ 新潟営業所 | 「新潟市3R優良事業者認定制度」新潟市認定3R！パートナーカンパニー |
| キヤノンMJ 幕張事業所 | 千葉県「ちばエネルギーエコ宣言事業所」登録 |
| キヤノンMJ 大阪支店 | 大阪市「おおさか交通エコチャレンジ賞」優秀賞 関西広域連合「関西エコオフィス宣言」登録 |
| キヤノンMJ 熊本営業所 | 「熊本市事業所グリーン宣言」 |
| キヤノンMJ 大分営業所 | 大分県「ごみゼロ隊」登録 |
| キヤノンMJ 鹿児島営業所 | 鹿児島県「CO2ダイエット作戦」宣言 |

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 



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

認定・表彰事業所

自治体により認定、表彰された事業所

キヤノンマーケティングジャパングループでは、環境分野における自治体の認定・表彰を通じて、地域社会に貢献します。

2012年

2013年

2014年

2015年

2016年

| 事業所 | 認定や表彰の内容 |
|---|---------------------------------|
| キヤノンMJ 仙台支店 | 仙台市「環境配慮型事業所『エコにこオフィス』」認定 |
| キヤノンMJ 山形営業所 | 山形県「エコドライブ推進モデル事業所」登録 |
| キヤノンMJ 長野営業所、 松本営業所 | 長野県「信州省エネパートナー」登録 |
| キヤノンMJ 新潟営業所 | 新潟市「3R優良事業者認定制度『3R！トップカンパニー』」認定 |
| キヤノンMJ さいたま営業 所 | さいたま市「さいちゃんの『3Rパートナーシップ宣言』」 |
| キヤノンMJ 幕張事業所 | 千葉県「ごみ減量・再資源化優良事業者」認定 |
| キヤノンMJ 京都営業所、 神戸営業所、大阪物流セン ター | 関西広域連合「関西エコオフィス宣言事業所」登録 |
| キヤノンMJ 広島支店 | 広島市「ひろしまエコ事業所」認定 |
| キヤノンS&S 函館営業 所、苫小牧営業所、旭川営 業所、釧路営業所、北見営 業所、帯広営業所、小樽 サービスセンター | 北海道「北海道グリーン・ビズ認定制度」優良な取組部門登録 |
| キヤノンS&S 盛岡営業所 | 岩手県「いわて地球環境にやさしい事業所」認定 |
| キヤノンS&S 高崎営業所 | 群馬県「環境GS（ぐんまスタンダード）」認定 |
| キヤノンS&S 水戸営業 所、つくば営業所、取手営 業所、日立営業所、鹿島 サービスセンター | 茨城県「茨城エコ事業所」登録 |

| | |
|--|---------------------------------|
| キヤノンS&S 新潟営業所 | 新潟市「3R優良事業者認定制度『3R！トップカンパニー』」認定 |
| キヤノンS&S 長野営業所 | 長野県「ながのエコ・サークル認定制度」ゴールドランク |
| キヤノンS&S 長野営業所、松本営業所、上田サービスセンター、伊那サービスセンター | 長野県「信州省エネパートナー」登録 |
| キヤノンS&S 町田営業所 | 町田市「まちだエコ宣言」登録 |
| キヤノンS&S 世田谷サービスセンター | 世田谷区「せたがやエコライフ推進事業所宣言」登録 |
| キヤノンS&S 神奈川支社、上大岡営業所、新横浜営業所 | 横浜市「ヨコハマ3R夢（スリム）パートナー」登録 |
| キヤノンS&S 名古屋西サービスセンター、名古屋東サービスセンター、名古屋パーツストックデポ | 名古屋市「エコ事業所認定制度」登録 |
| キヤノンS&S 中国支社 | 広島市「ひろしまエコ事業所」認定 |
| キヤノンS&S 熊本営業所 | 熊本市「熊本市事業所グリーン宣言」登録 |
| キヤノンITS 大阪事業所 | 関西広域連合「関西エコオフィス宣言事業所」登録 |
| キヤノンITS 三田事業所 | 港区「みなとエコ宣言」登録 |

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 

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

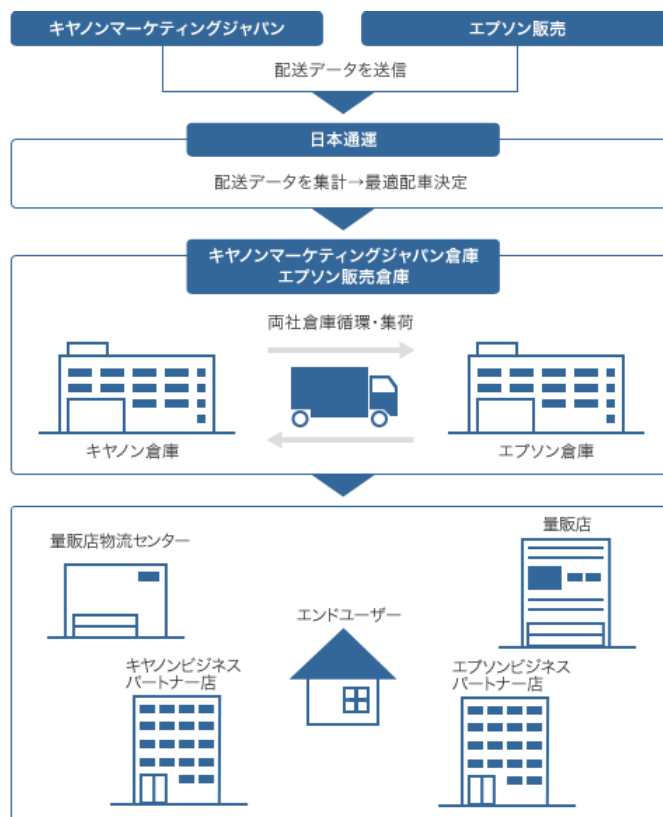
物流での取り組み

他社との共同配送による環境負荷低減

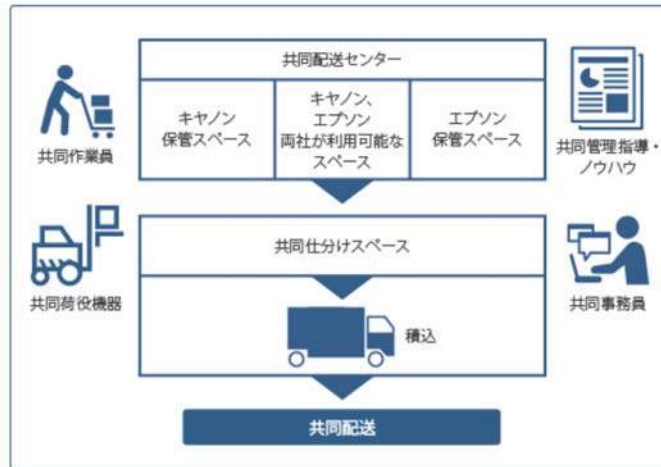
キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）は2009年6月より、エプソン販売株式会社との間で共同配送※1を実施しています。両社の荷物を積み合わせて日本通運で配送することにより、単独での配送では難しかった積載率の向上・配送車両の削減につなげています。

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※2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、一般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）。

※1 共同配送のイメージ



※2 共同配送センターのイメージ



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。



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

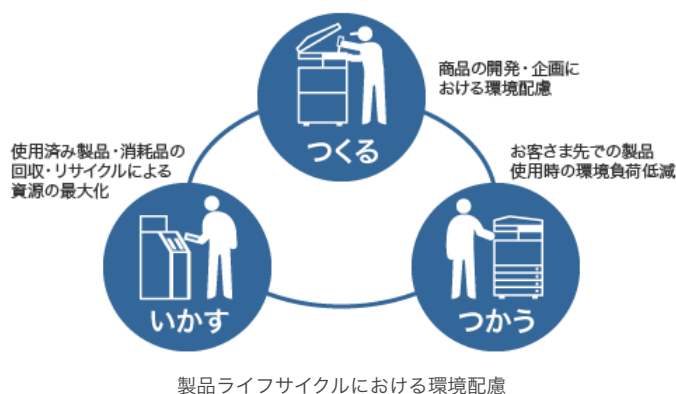
環境配慮製品・サービスの提供

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、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。



オフィス向け複合機
「imageRUNNER ADVANCE C5560」



レーザービームプリンター
「Satera LBP843Ci」



スモールオフィス向け複合機
「Satera MF735Cdw」

※ 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 Ver.2」サイトでは、オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」の省エネ効果をシミュレーションできます。

[「GREEN NAVI Ver.2」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](#)

カーボン・オフセットの取り組み

2010年から再生複合機「Refreshedシリーズ」と、カートリッジ回収リサイクルプログラムに対して、カーボン・オフセット※1を行っています。2014年、再生複合機「Refreshedシリーズ」全製品で、経済産業省が主導する「カーボンフットプリント（CFP）※2を活用したカーボンオフセット制度（どんぐりマーク認定）」を複写機・複合機で初めて導入し、製品ライフサイクルすべてで発生するCO₂をオフセットし、「CO₂排出実質ゼロ製品※3」として販売しています。

2016年には複合機「imageRUNNER ADVANCEシリーズ」および、プロダクションプリンター「imagePRESS」の一部機種において、CFPを活用したオフセット制度を導入し、お客さまのCO₂排出量削減に貢献できるしくみを構築しました。



どんぐりマーク

※1 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。

※2 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。

※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（埋め合わせ）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。

「カーボン・オフセットの取り組み」についての詳細は、こちらのページへ

[カーボン・オフセットの取り組みのページへ](#)

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。

例えば、データセンターの活用や、サーバー仮想化技術の導入、また紙文書の電子化による保管スペースの削減などにより、お客さま先の使用エネルギーの削減につながります。

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](#)



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

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
- 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、IC認証によるミスプリントの抑止などで用紙を節約
- 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 Ver.2」


キヤノンMJグループでは、お客さまの環境負担低減活動を支援するウェブサイト「GREEN NAVI Ver.2」をウェブサイト上で公開し、オフィスでできる環境に配慮した取り組みを製品の活用方法を通して紹介しています。製品の環境負荷低減の取り組みを紹介した「ライフサイクルアセスメントとカーボン・オフセット」、機器の入れ替えによる効果をシミュレートできる「省エネ・省資源シミュレーター」、オフィスの課題解決に役立つ「各製品・ソリューション紹介」の3つに分けて紹介しています。

「GREEN NAVI Ver.2」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 Ver.2」トップ画面

「GREEN NAVI Ver.2」は、こちらのページへ

「GREEN NAVI Ver.2」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の取り組み、省エネ・省資源情報、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で公開されています。

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で公開しています。2017年2月には、内容をさらに充実させたデータシートにリニューアルしました。

「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 



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

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。

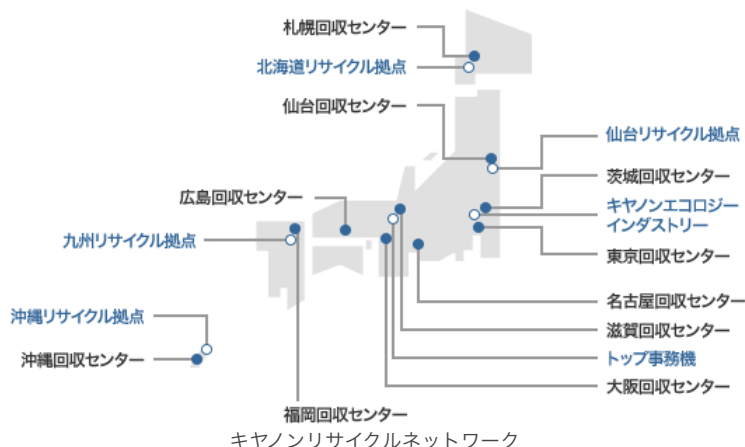
製品回収におけるお客さまの利便性向上と効率化

使用済み本体製品のリサイクルネットワークを構築



回収の流れ

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か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。



キヤノンリサイクルネットワーク

お客さま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、お客さま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](#)

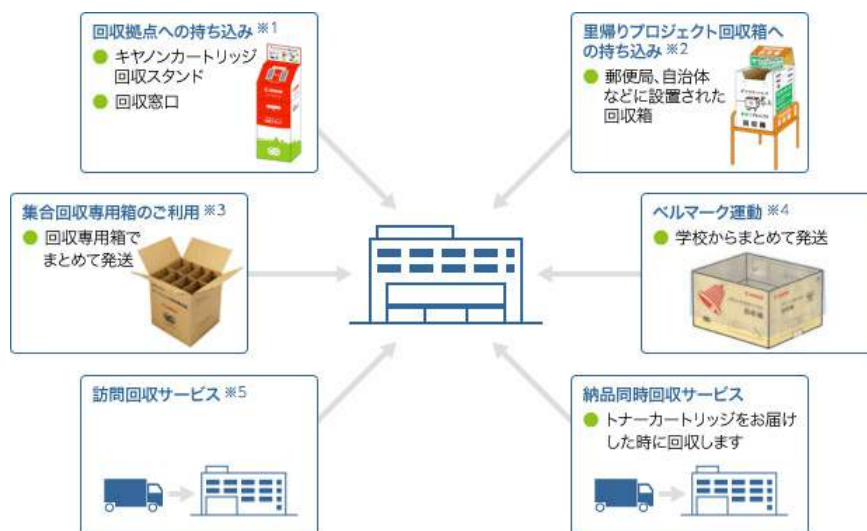
使用済み消耗品の回収ルートの充実

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、お客さま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、埋立処理を行わず、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さまのニーズに合わせ、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へ](#)



※1 対象商品はキヤノン製インクカートリッジ、キヤノン製トナーカートリッジ

※2 対象商品はインクカートリッジのみ

※3 対象商品はキヤノン製トナーカートリッジ、LBP用回収トナーボックス、キヤノン製インクカートリッジ

※4 対象製品はキヤノン製インクカートリッジ、キヤノン製インクタンク、キヤノン製トナーカートリッジ

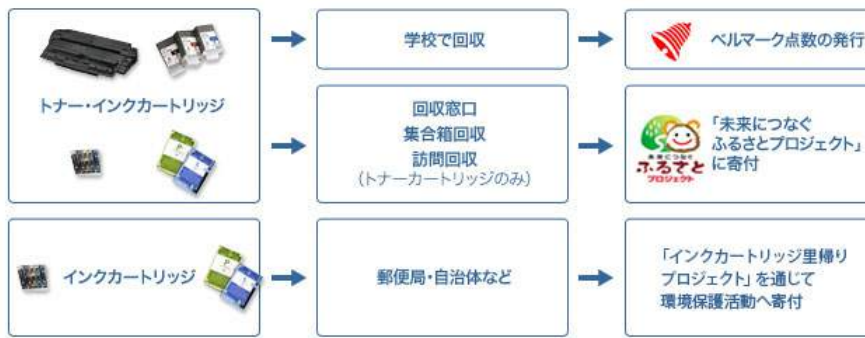
※5 対象製品はキヤノン製トナーカートリッジ、LBP用回収トナーボックス

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」を通じた環境保護活動への寄付など、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」を環境負担低減活動を支援するウェブサイト「GREEN NAVI Ver.2」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、110.5kg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。また、併設している寄付金額シミュレーターを使えば、たとえばベルマーク回収にご協力いただいた場合は2,160円相当の寄付になるといったように、カートリッジ回収の本数に応じて発生した寄付金額を確認することができます。

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 Ver.2のページへ](#)



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 環境経営

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。

環境教育プログラム

環境出前授業

キヤノンMJでは、小学校に出向き、リサイクルの重要性とリサイクルするための効率的な分別方法を学習する「環境出前授業」を実施しています。本授業では、キヤノンが実践している、リサイクル工程における資源の分別方法を科学の実験を通じて体験します。



「環境出前授業」の様子

キヤノンの「環境出前授業」の詳細はこちらへ

[環境出前授業のページへ](#)

リサイクル体験&見学プログラム

キヤノンMJの本社であるキヤノン S タワーでは、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、リサイクルの大切さを学んでいただくための簡単なリサイクル実験や、キヤノン製品に触れていただくためのショールーム見学、キャリア教育の一環としてオフィス見学を行います。



「リサイクル活動を学ぶ」の様子

「リサイクル体験&見学プログラム」の詳細はこちらへ

[中高生向け 体験&見学プログラムのページへ](#)

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ていただきながらご紹介します。



オフィスツアーの様子



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

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 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|-------------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| グリーン購入法 | 73 / 77 (95%) | 49 / 56 (88%) | 55 / 55 (100%) | 50 / 50 (100%) | 53 / 53 (100%) |
| エコマーク | 68 / 72 (94%) | 43 / 52 (83%) | 46 / 50 (92%) | 36 / 39 (92%) | 48 / 56 (86%) |
| 国際エネルギー スター プログラム | 64 / 64 (100%) | 42 / 50 (84%) | 47 / 47 (100%) | 35 / 36 (97%) | 52 / 52 (100%) |

※ 数値は規格適合機種数／発売機種数、（）内は規格適合率

お客さま先でのCO₂削減貢献量

| | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 製品の省エネ性能向上 | 47,314t | 45,572t | 54,241t | 65,698t | 21,131t |
| ITソリューション導入 | 27,941t | 21,862t | 33,169t | 44,032t | 54,373t |
| 使用済み製品・消耗品の リサイクル | 40,321t | 52,044t | 43,762t | 47,113t | 46,068t |
| 合計 | 115,576t | 119,479t | 131,172t | 155,843t | 121,572t |

※ 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（2015年まで）

※ 2016年は2008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（2007年のリサイクル実績に基づき算出した原単位を使用）

キヤノンMJグループのCO2排出量

| | | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|--------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|
| オフィス | | 20,075t | 21,850t | 29,176t | 34,665t | 35,871t |
| 社有車 | | 10,374t | 9,950t | 9,480t | 8,478t | 8,006t |
| 物流 | | 5,765t | 4,903t | 4,915t | 4,721t | 4,588t |
| 総排出量 | | 36,214t | 36,708t | 43,571t | 47,872t | 48,465t |
| 床面積原単位 | | - | - | 0.109 | 0.119 | 0.121 |
| 事業所実績 | 本社 | - | 2,990t | 3,509t | 3,904t | 3,988t |
| | 幕張事業所 | - | 3,877t | 4,071t | 4,148t | 3,846t |

エネルギー使用量

| | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 総量 | 271,001GJ | 282,866GJ | 272,957GJ | 260,589GJ |
| 床面積原単位 | 0.03705 | 0.0275 | 0.02646 | 0.02537 |

※ キヤノンMJのみ

水使用量

| | | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|------------|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 水道水および地下水※ | | 188,270m ³ | 120,675m ³ | 125,481m ³ | 112,154m ³ | 140,578m ³ |
| 床面積原単位 | | - | - | 0.592 | 0.593 | 0.598 |
| 事業所実績 | 本社 | - | 10,229m ³ | 14,947m ³ | 15,018m ³ | 15,271m ³ |
| | 幕張事業所 | - | 26,374m ³ | 25,235m ³ | 22,687m ³ | 20,899m ³ |

※ 自社ビルなどの主要事業所のみ

産業廃棄物排出量

| | | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|-------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 総排出量 | | 18,631t | 18,269t | 19,139t | 19,046t | 19,940t |
| 売上原単位 | | 0.028 | 0.028 | 0.029 | 0.029 | 0.032 |
| 事業所実績 | 本社 | - | 212t | 199t | 190t | 113t |
| | 幕張事業所 | - | 180t | 189t | 138t | 164t |

産業廃棄物再資源化

| | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 再資源化量 | 18,606t | 18,240t | 19,112t | 19,035t | 19,898t |
| 再資源化率 | 99.86% | 99.84% | 99.86% | 99.93% | 99.79% |

| | | | | | | | | | |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|
| 目次 | トップ メッセージ | 特集 | CSR マネジメント | 環境経営 | 情報 セキュリティ | 社会貢献活動 | ステークホルダー との関わり | 報告方針 | ガイドライン 対照表 |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|

2016年のスコープ3 GHG排出量 (t-CO₂)

| カテゴリー | 算定対象 | 2016年 | 算定方法 |
|-------|-------------------------|---------|--|
| 1 | 購入した製品・サービス | 294,516 | 投入原材料の素材別重量に素材別/加工別原単位を乗じて算出 |
| 2 | 資本財 | 41,503 | 購入した資本財の区分ごとの合計金額に区分別原単位を乗じて算出 |
| 3 | スコープ1、2に含まれない燃料/エネルギー活動 | 3,824 | 各拠点での燃料/電力使用量をそれぞれ合計し、燃料採掘から燃焼/発電までの原単位を乗じて算出 |
| 4 | 輸送、配送（上流） | 6,587 | サプライヤーから自社生産拠点までの物流は、平均輸送距離、輸送重量を求め、輸送の原単位を乗じて算出 生産拠点から顧客までの物流は、物流実績に輸送の原単位を乗じて算出 |
| 5 | 事業から出る廃棄物 | 413 | 各拠点での材質ごとの廃棄物量を合計し、材質別廃棄処理の原単位を乗じて算出 |
| 6 | 出張 | 6,907 | 交通手段ごとの支給総額に、交通手段ごとの原単位を乗じる |
| | | | 宿泊に関しては、支給総額を平均宿泊数に換算し、宿泊の原単位を乗じて加算する |
| 7 | 雇用者の通勤 | 4,911 | 交通手段ごとの支給総額に、交通手段ごとの原単位を乗じる |
| | | | 自家用車通勤の場合は、支給総額を燃料使用量に換算後、燃料燃焼の原単位を乗じて加算する |
| 8 | リース資産（上流） | - | 賃借している建物、車両が該当するが、いずれもスコープ1、2に含まれている |
| 9 | 輸送、配送（下流） | 1,681 | 地域ごとに平均輸送距離と流通製品重量を求め、輸送の原単位を乗じて算出 |
| 10 | 販売した製品の加工 | - | 事業上微少のため算定対象から除外 |
| 11 | 販売した製品の使用 | 53,483 | 製品ごとに生涯電力量を求め、平均電力原単位を乗じて算出 |
| 12 | 販売した製品の廃棄 | 25,110 | 販売した製品を素材別に分類し、素材重量ごとに廃棄処理の原単位を乗じて算出 |
| 13 | リース資産（下流） | 279 | リースで賃貸した製品ごとの年間電力量を求め、平均電力原単位を乗じて算出 |
| 14 | フランチャイズ | - | 対象外 |
| 15 | 投資 | - | 対象外 |
| | 合計 | 439,214 | |

情報セキュリティ

キャノンマーケティングジャパングループでは、「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 75

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 77

情報セキュリティ人材の育成 82

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 83

情報セキュリティ対策の実装 85

積極的な情報開示と社会への貢献 88

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 90

お客さまの課題解決への貢献 93

製品の情報セキュリティ品質 95



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 情報セキュリティ

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、「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」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. サイバーセキュリティリスクに対する対策強化
2. グループ情報セキュリティガバナンスの強化
3. グループ情報セキュリティマネジメントの均質化と効率化
4. 情報セキュリティ人材の育成
5. 情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
6. 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
7. 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「企業の社会的責任の遂行」と「顧客満足度の向上」を目的として設定し、大きく2つの取り組みを進めています。

1つ目は「キヤノンMJグループの情報セキュリティ成熟度の向上」です。ここでは「グループ情報セキュリティ基盤の強化」と「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」の2つの活動を行っています。

「グループ情報セキュリティ基盤の強化」では、グループ全体の情報セキュリティガバナンスを強化し、情報セキュリティのマネジメントを通じて均質化と効率化を図るとともに、各社・各部門の事業特性に応じたセキュリティ対策の最適化などを推進しています。

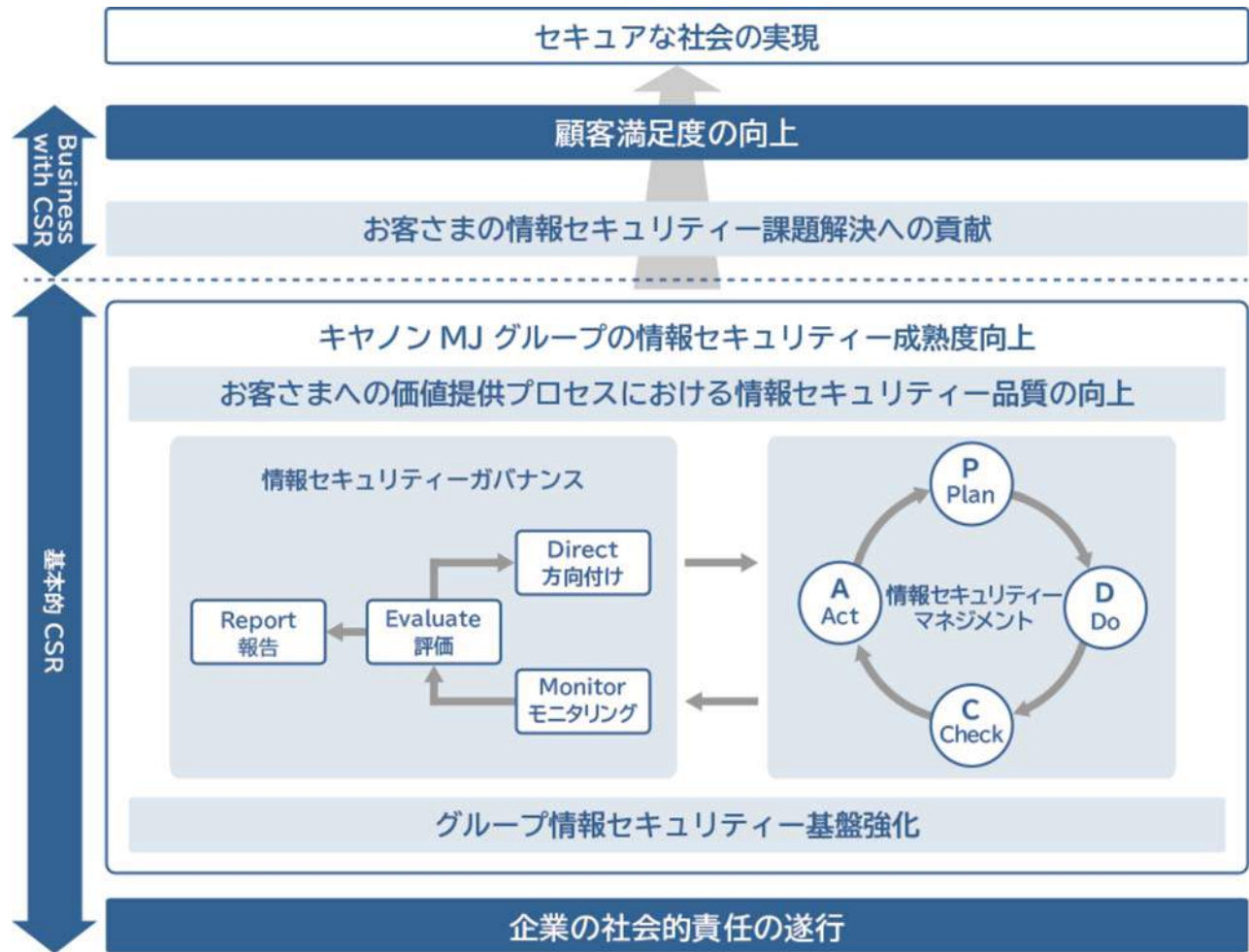
「お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上」では、営業・保守サービス・ソフトウェア開発などの業務プロセスごとに、情報資産の安全管理に留まらず、情報の取り扱いと製品・サービスの品質を向上させています。

これらの活動の中で、事業活動を営むための前提となるステークホルダーの要請に対応した必要不可欠なCSR活動は「基本的CSR」です。

そして2つ目は、「お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献」です。

ここではキヤノンMJグループが取り扱う各種情報セキュリティ製品・サービス、ソリューションを、グループ内

の情報セキュリティ活動を通じて培ったノウハウも含めてお客さまにご提供するよう努めています。
 このような事業活動を通じた社会課題の解決や社会価値を提供するCSR活動は「Business with CSR」というスローガンのもとに展開しています。
 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



キャノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 情報セキュリティ

情報セキュリティガバナンスとマネジメント

キャノンマーケティングジャパングループ（以下、キャノンMJグループ）では、情報管理リスクは重要な経営課題の一つであるため、経営層による情報セキュリティガバナンスのもとで、情報セキュリティ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ガバナンスの強化

情報セキュリティの取り組みは、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「キャノン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マネジメントの状況は、「情報セキュリティ報告書」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統括体制はキャノンMJの情報セキュリティ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。

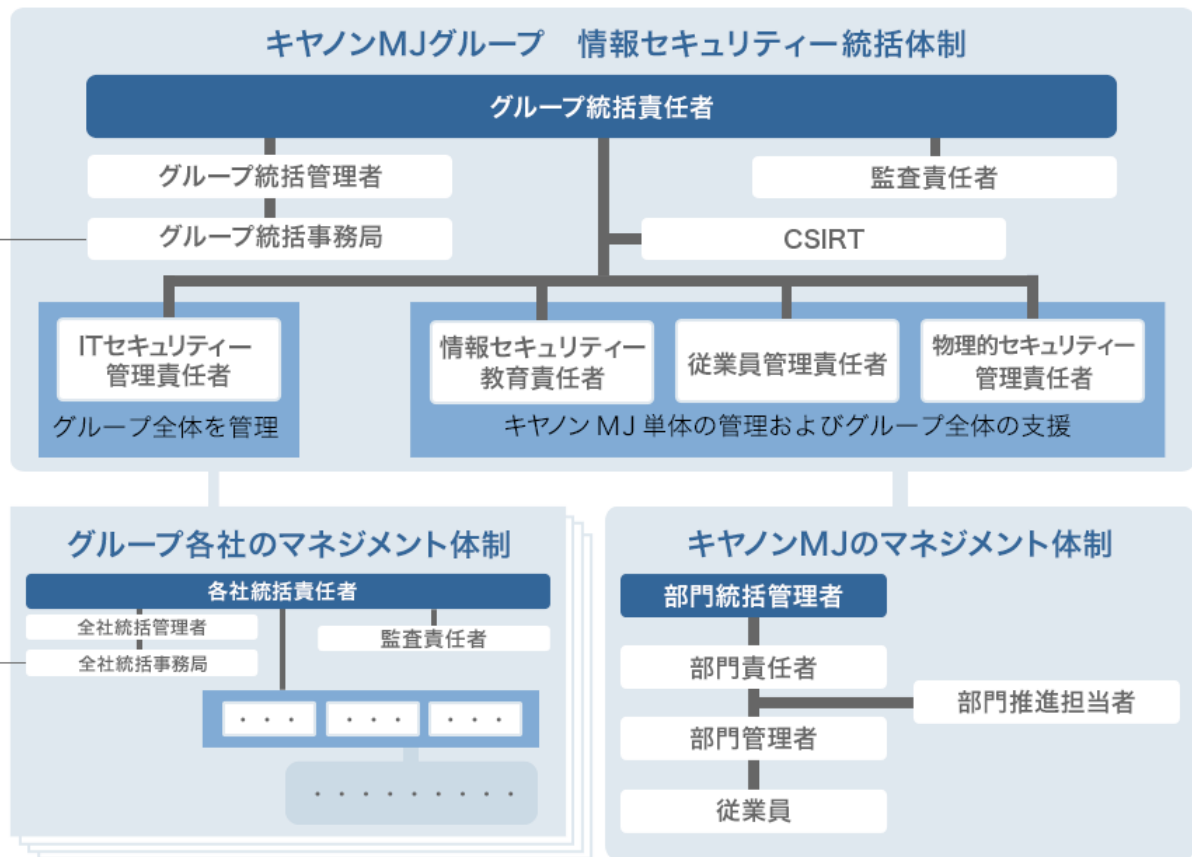
そして、グループ本社機能を持つ組織が、IT・物理・人的セキュリティ施策など、グループ共通のルールや対策の企画立案・推進を行っています。

また、サイバー攻撃に対しては、CSIRT※を配置して予防対策を行っています。

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、情報セキュリティ主管部門や部門管理体制を設置し、運用しています。

※ CSIRT:Computer Security Incident Response Team

グループ各社の情報セキュリティ事務局と連携



キヤノンMJグループの情報セキュリティマネジメント体制

体系的にルールを整備

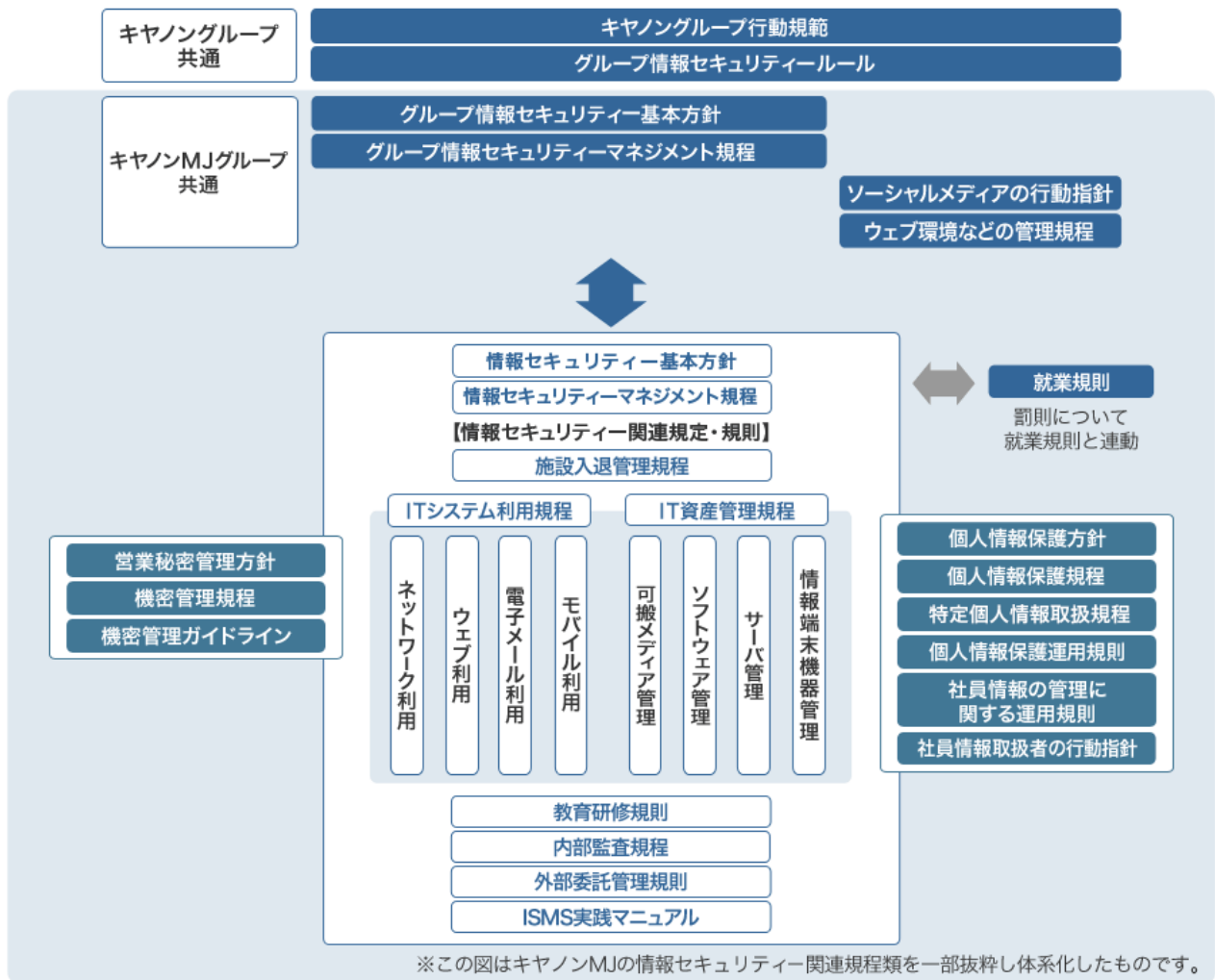
キヤノンMJグループでは、キヤノンのグローバル基準である「グループ情報セキュリティルール」を基軸としながら、グループ全体の情報セキュリティを推進するための幹となる「グループ情報セキュリティ基本方針」と「グループ情報セキュリティマネジメント規程」を制定しています。

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付けています。



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

キヤノン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。

インシデント管理への取り組み

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。

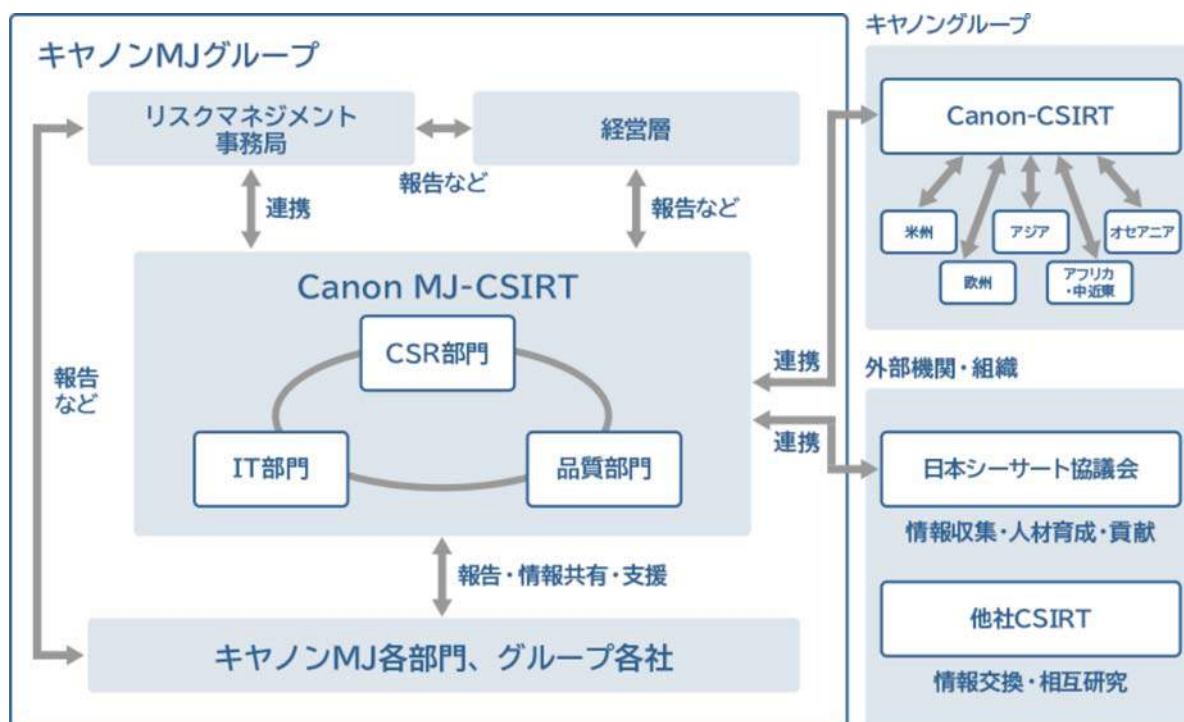
サイバーセキュリティへの取り組み

推進体制と活動

キヤノンMJグループは、昨今のサイバー攻撃が多様化・高度化・巧妙化してきていることから、『「グループ内インフラ」 および 「お客さまに提供する製品・サービス」 に対するサイバーセキュリティのリスク・被害を極小化すること』を目的として、2016年1月に「Canon Marketing Japan Group CSIRT（以下Canon MJ-CSIRT）」を設立しました。

Canon MJ-CSIRTはキヤノンMJの CSR 部門内に事務局機能を置き、IT部門や製品・サービスの品質部門のメンバーから構成された組織です。Canon MJ-CSIRTがグループの中心となって、サイバー攻撃に対する予防・監視活動、発生時の対応を行っています。

また、サイバー攻撃に関する最新の攻撃手法や対応方法等の収集・研究は一社で行うのは難しいことから、キヤノングループをはじめ、外部の機関や組織と連携しています。なお、2016年2月に「日本シーサート協議会」に加盟しました。



体制図

主な活動内容

1. 予防

- 脆弱性情報の収集
- 各種予防対策の実施
- 教育・啓発と訓練の実施
- 危機管理態勢の整備

2. 監視

- ログの収集と分析
- 証跡保存

3. 対応

- 発生時から収束、再発防止まで一連の支援

標的型攻撃への対応訓練

キヤノンMJグループでは、定期的に標的型攻撃を装ったメールをグループ全従業員へ送信し、実体験を通じた意識啓発を行っています。訓練前には事前教育を行うとともに、実施結果および対処方法については、グループ全従業員が参照可能なイントラネットに開示し、周知徹底しています。

※ 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。

- [情報セキュリティガバナンスとマネジメント](#) [PDF:784KB] 



キャノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 情報セキュリティ

情報セキュリティ人材の育成

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、さまざまな工夫によって情報セキュリティ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、情報セキュリティ報告書（PDF版）をご覧ください。

- [情報セキュリティ人材の育成](#) [PDF:731KB]



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 情報セキュリティ

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」の認証基準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。

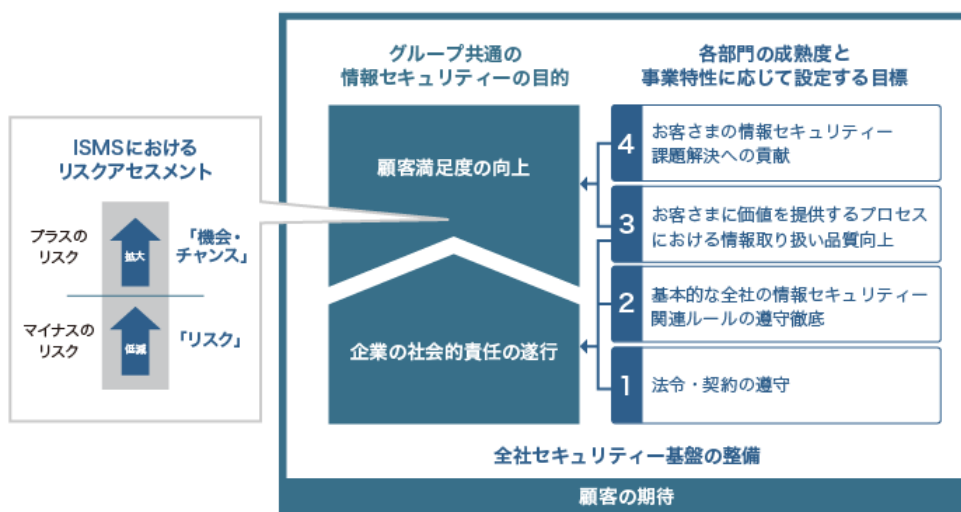
なお、これらの取り組みについて客観的な評価を受けるため、「ISMS適合性評価制度」や「プライバシーマーク」といった第三者認証を活用しています。

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2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」「お客さまの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、お客さまにご満足いただけるサービスの提供に結び付けています。



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JIS Q 15001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」のグループ全体への導入などによって、個人情報管理のPDCAのしゅくみを「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。

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。

※ 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:680KB] 

Canon

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 情報セキュリティ

情報セキュリティ対策の実装

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レベルに応じた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」の徹底・定着を図っています。

また、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書類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セキュリティ最適化の実現

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、ネットワーク統制、システム・アプリケーション統制、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 | ネットワーク統制 | パソコン・メディア統制 |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● スпам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 | <ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● ログ管理 ● IPアドレス管理 | <ul style="list-style-type: none"> ● ウイルス対策ソフトの自動更新 ● OSセキュリティパッチ適用自動化 ● PCセキュリティチェッカー ● 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:696KB] 

Canon

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 情報セキュリティ

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、情報開示による社会貢献として「情報セキュリティ報告書」発行の他にも、「オフィスツアー」による活動事例紹介、各種団体への協力、安全なインターネット活用のためのセキュリティ情報サイトの運営などを行っています。

「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

情報セキュリティ関連団体との連携

キヤノンMJグループは、以下の情報セキュリティ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
- 日本コンピュータセキュリティインシデント対応チーム協議会（日本シーサート協議会）

（五十音順）

※ 2017年4月1日現在

安全なインターネット活用のためのセキュリティ情報の提供

キヤノンITソリューションズは、セキュリティ上の脅威に関する最新情報やその対応方法などをまとめたセキュリティ情報ポータルサイト「マルウェア情報局」を運営しています。お客さまに安心してインターネットを利用いただくために役立つさまざまな情報を本サイトにて発信する他、Twitterやメールマガジンを活用した情報提供を行っています。



マルウェア情報局の主な掲載内容

- ビジネスやITの最新動向／技術についてのレポート
- マルウェアに関する最新の動向、対処方法
- セキュリティに関するキーワードを解説
- 流行したマルウェアランキング

[マルウェア情報局へのリンク](#)

※ 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:502KB] 



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 情報セキュリティ

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

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。



脆弱性検査の様子

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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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。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。 ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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す。 |

お客さまに安心安全を提供する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、全国約200の拠点で、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く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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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、パスコードロック機能、セキュリティ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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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。 ・お客さまのネットワークへパソコンを接続することは、禁止しています。 ・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) | セキュリティ意識・知識の欠如 | <ul style="list-style-type: none"> ・サービスメンテナンス時に必要なセキュリティ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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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。 |

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グループは、全国に6拠点※のサービスセンターを展開しており、お客さまの期待を超えるサービス・サポートの提供を目指しています。カメラやインクジェットプリンターを中心に、多彩なメニューでお客さまのお問い合わせやご相談・メンテナンスサービス・修理受付・情報提供に至るまで、安心して快適に製品をお使いいただくためのサポート体制を整えています。サービスセンターではお客さまの大切な機器と個人情報をお預かりしている重要性を認識し、情報セキュリティ対策と教育に日々取り組んでいます。また、サービスセンター窓口での受付以外に、修理したい製品のお引き取り、修理、お届けまでをワンパッケージで行う「らくらく修理便」のサービスをご提供しています。キヤノンホームページのセキュアなサイトから、お客さまご自身で安全に修理申し込みいただくことを可能としています。



修理受付窓口

※ 2017年5月現在

修理サービスプロセスごとのリスクと情報セキュリティ対策事例

| | リスク | 対策 |
|------|---|--|
| 受付 | 修理受付時のお預かり品（修理品・付属品）の取り違え お客さまの個人情報の紛失・漏えい | <ul style="list-style-type: none"> ・窓口で修理受付時にお預かりする機器と付属品、保証書等をお客さまと一緒に確認し、管理用バーコード付きのタグを付けて、専用システムで管理しています。 ・お申し込み時にご提供いただいた個人情報は、強固なセキュリティで保護された弊社基幹システム内で管理しています。 |
| | 修理費用お見積もりをお知らせする際のファクス/eメールの誤送信 | <ul style="list-style-type: none"> ・ファクス/eメールはお申し込み時に登録いただいた宛先へシステムから自動送信を行い、誤送信を防止しています。 |
| 修理作業 | 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・お預かりした可搬メディアは、検疫用パソコンで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ます。 ・修理関連業務用パソコンのすべてに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パッチを適用しています。 |
| | お預かり品の盗難・紛失 | <ul style="list-style-type: none"> ・修理センター内の各工程において、管理用バーコードを用い、専用システムに登録されている情報と現品の照合を行っています。 ・修理中に付属品を紛失しないために、作業工程ごとに付属品チェックシートと現品の多重チェックを行っています。 ・盗難・紛失防止として、終業後は施錠環境にて保管しています。 |
| | 修理センターにおける情報セキュリティ事故の発生 | <ul style="list-style-type: none"> ・修理センターでは、個人情報の管理・運用手順の指導や教育と、定期的に管理状態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お預かり品の誤送付 | <ul style="list-style-type: none"> ・梱包前に、宅配伝票・修理完成伝票とお預かり品それぞれの管理用バーコードを照合し一致していることを確認しています。 |
| 窓口返却 | お預かり品の誤返却 | <ul style="list-style-type: none"> ・お客さまご持参のお預かり書と修理完成伝票に記載されている内容（修理番号、機種・機番、お客さま名、付属品）の声出し確認を行っています。 ・お預かり書・修理完成伝票・お預かり品、それぞれの管理用バーコードを照合し一致していることを確認して返却しています。 |

※ 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:754KB] 



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 情報セキュリティ

お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

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、お客さまの情報セキュリティ課題解決に最適な情報セキュリティ製品・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。

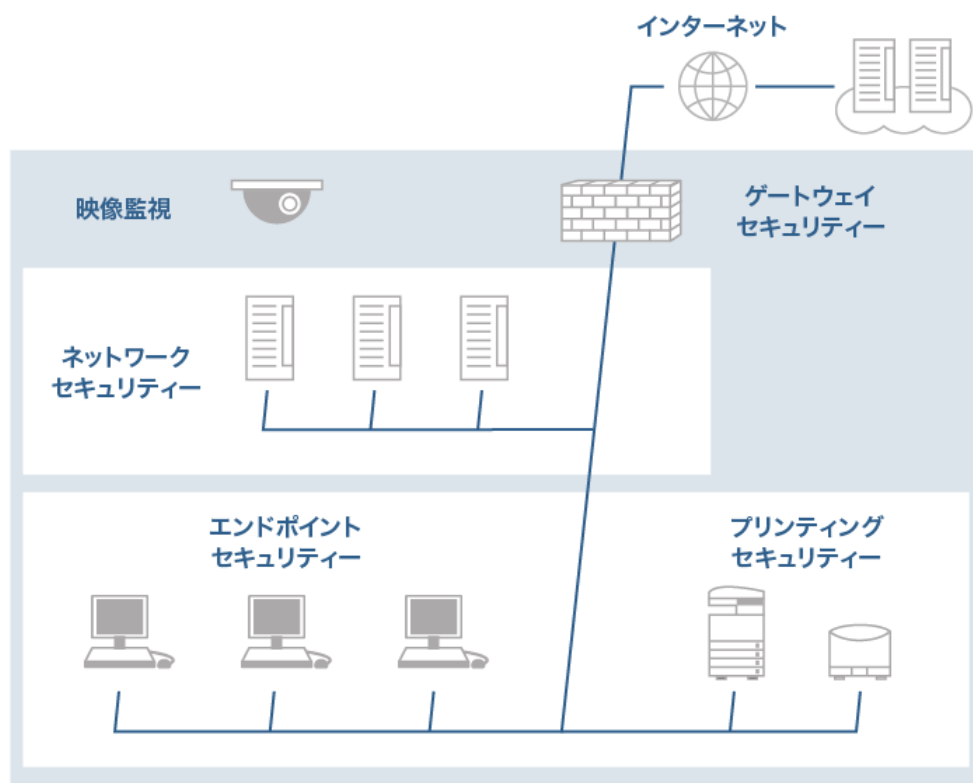
企業の重要課題をセキュリティ対策の視点で支援

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、セキュリティソリューションを提案しています。

最適なセキュリティ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、ゲートウェイ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。



セキュリティソリューションの全体像

セキュリティソリューションの全体像

映像監視

- ネットワークカメラ

ゲートウェイセキュリティ

- メールフィルタリング・アーカイブ
- Web情報漏えい対策／不正サイト閲覧制御
- Webサーバー脆弱性対策
- ウイルス・スパイウェア対策
- メール無害化／スパムメール対策
- UTM（統合脅威管理）
- SSL-VPNリモートアクセス
- 不正侵入検知・防御

エンドポイントセキュリティ

- 総合セキュリティソフト／マルウェア対策
- データ暗号化
- 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

- 認証・ログ管理
- プリント管理

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

- [お客様の情報セキュリティ課題解決への貢献](#) [PDF:1.06MB] 



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について](#)

※ 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。

- [製品への情報セキュリティ品質の組み込み](#) [PDF:1.18MB] 

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 97

社会貢献活動プロジェクト

未来につなぐふるさとプロジェクト 98
 みんなの笑顔プロジェクト 104
 東日本大震災 復興に向けた取り組み ... 115
 6つの分野での活動 118



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

社会貢献活動の考え方

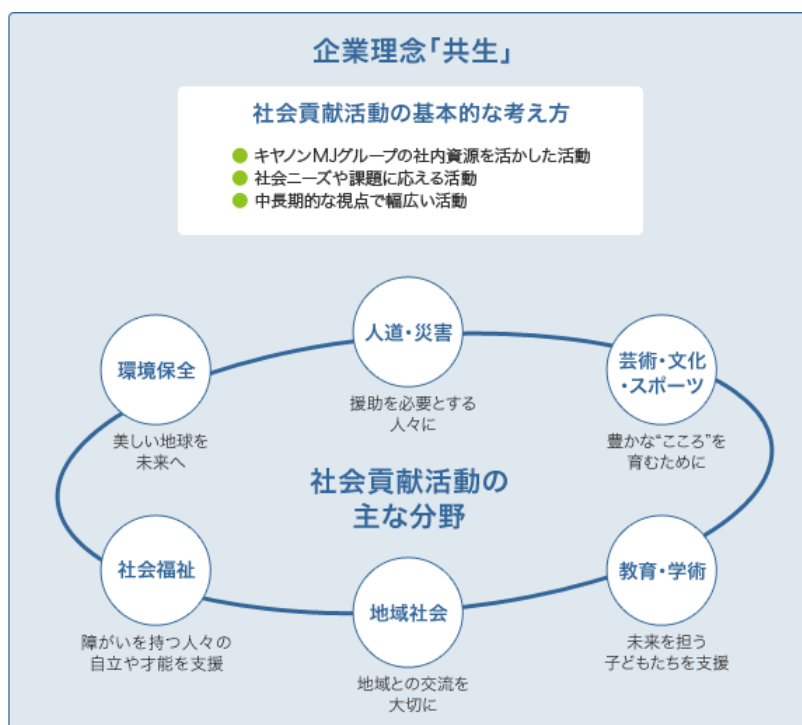
キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、事業を通じて社会への貢献を果たす一方、社会を構成する「良き企業市民」の一員として、「共生」の企業理念のもと、人類すべてが豊かに暮らしていける社会を実現するための活動に力を注いでいます。

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「社会貢献活動の基本的な考え方」のもと、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。



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。



棚田での活動の様子

プロジェクトの協働団体を公募

2017年度のプロジェクト活動について、ともに生物多様性の保全を目指す協働団体を募集し、21団体のご応募をいただきました。

外部の有識者などとともに、審査基準に基づき、申請団体・申請プログラムの適格性・有効性を総合的に判断し、既存の5団体と併せて新たに以下の5団体を選出しました。特に、プログラムの波及性・独創性・安全性・継続性が高く、多くの方が参加しやすく、生き物に興味を持ってもらいやすいプログラムを選出しました。




審査会の様子

2017年度新規協働団体

| 団体名 | 地域 | テーマ |
|---------------------------|-----|---------------------------------------|
| 特定非営利活動法人 もりねっと北海道 | 北海道 | カメラで発見する身近な自然 |
| 特定非営利活動法人 田んぼ | 宮城県 | 田んぼの生物多様性と稲作文化を中心とした環境学習 |
| 認定特定非営利活動法人 アサザ基金 | 茨城県 | ビオトープ農法の普及と確立 |
| 特定非営利活動法人 森のライフスタイル研究所 | 東京都 | 八王子市上川地区の里山と谷戸における生物多様性の回復をめざす市民参加型活動 |
| 特定非営利活動法人 河北潟湖沼研究所 | 石川県 | 無農薬田んぼでの協働作業や生き物観察会 |

2016-2017年度協働団体

| 団体名 | 地域 | テーマ |
|----------------------------|-----|--|
| 特定非営利活動法人 グラウンドワーク三島 | 静岡県 | 「水の都・三島」の原風景・原体験を未来につなごう！源兵衛川・松毛川「ふるさとの川と森」づくり |
| 特定非営利活動法人 棚田LOVER's | 兵庫県 | 「みんなで守るういのちの棚田！」食べて、感じて、未来の子どもたちに棚田をつなごう！大切さを伝えよう！ |
| 真庭遺産研究会 | 岡山県 | 子ども生き物博士（自然体験学習）事業による特別天然記念物オオサンショウウオの保護と生息環境保全 |
| 認定特定非営利活動法人 西中国山地自然史研究会 | 広島県 | 芸北の森・里で遊んで学ぶ～いのちと暮らしに触れるツアー～ |
| 特定非営利活動法人 おおいた環境保全フォーラム | 大分県 | 定置網混獲ウミガメの標識調査と環境教育活動～市民参加型体験調査プログラム～ |

「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

活動実績

キャ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、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」を国内のさまざまな地域で展開しています。

「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 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016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 | 10,046,729円 | 10,546,189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 | 1,227,713円 | 1,123,962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 | 595,099円 | 1,541,108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 | 321,200円 | 299,020円 |
| CSRアンケート回答数に応じた寄付 | - | - | - | 225,300円 | - | - | - |

| 目次 | トップ メッセージ | 特集 | CSR マネジメント | 環境経営 | 情報 セキュリティ | 社会貢献活動 | ステークホルダー との関わり | 報告方針 | ガイドライン 対照表 |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|

| | | | | | | | | |
|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---|
| 「キャノン大撮影会」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 | 36,900円 | - | - |
| 公式Facebook反応数に応じた寄付 | - | - | - | - | - | 16,904円 | 15,559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 | 12,244,545 円 | 13,525,838 円 | - |

※1 2011年～2015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 ネットワーク株式会社、キリンビバレッジ株式会社によるマッチング寄付額を含みます。

| | | | | | | | | | |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|
| 目次 | トップ メッセージ | 特集 | CSR マネジメント | 環境経営 | 情報 セキュリティ | 社会貢献活動 | ステークホルダー との関わり | 報告方針 | ガイドライン 対照表 |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|

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 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|----------|-----------------------------------|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | 延べ参加人数 (名) / 実施回数 (回) | | | | | | |
| 北海道 | 特定非営利活動法人 森林遊びサポートセ ンター | 45/4 | 29/3 | 11/2 | - | - | - | - |
| | 認定特定非営利活動 法人霧多布湿原ナ ショナルトラスト | - | - | - | - | 0/1 | 0/1 | - |
| 青森 県 | 特定非営利活動法人 白神山地を守る会 | - | - | 7/1 | 37/1 | - | - | - |
| 山形 県 | 認定特定非営利活動 法人 共存の森ネットワー ク | 107/3 | 62/3 | 56/3 | 40/2 | - | - | - |
| 茨城 県 | 認定特定非営利活動 法人 アサザ基金 | 115/3 | 121/4 | 94/3 | 141/4 | 57/3 | 105/4 | 82/2 |
| 栃木 県 | 特定非営利活動法人 くまの木里の暮らし | - | 53/3 | 131/5 | 111/5 | 106/4 | 82/5 | - |
| 東京 都 | 公益社団法人日本山 岳会 高尾の森づくりの会 | - | 4/1 | - | - | - | - | - |
| 新潟 県 | 認定特定非営利活動 法人 共存の森ネットワー ク | 136/6 | 93/4 | 64/4 | 55/4 | 80/4 | 57/4 | 67/4 |
| 山梨 県 | 一般社団法人風土人 | - | 57/4 | 95/4 | 125/5 | 144/5 | 122/5 | - |
| 静岡 県 | 特定非営利活動法人 グラウンドワーク三 島 | 75/4 | 79/4 | 12/2 | 71/3 | 27/2 | 16/2 | 112/3 |
| 三重 県 | 野原村元気づくり協 議会 | 27/1 | 91/3 | 91/3 | 59/2 | 81/3 | 68/3 | - |

| | | | | | | | | |
|-------------------|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 大阪府 | 特定非営利活動法人 里山倶楽部 | - | - | 90/4 | 138/4 | 126/4 | 83/4 | - |
| | 特定非営利活動法人 樹木・環境ネットワーク協会 | 23/2 | 9/1 | - | - | - | - | - |
| 広島県 | 西条・山と水の環境 機構 | 77/3 | 49/2 | 47/3 | - | 43/2 | 45/2 | - |
| 香川県 | 特定非営利活動法人 どんぐりネットワー ク | 49/4 | 31/2 | 32/3 | 30/2 | 12/1 | 12/1 | - |
| 福岡県 | 和白干潟を守る会 | 142/5 | 43/4 | 18/2 | 25/2 | 27/2 | 29/3 | - |
| 沖縄県 | 美ぎ島宮古グリーン ネット | - | 8/1 | 10/1 | 10/1 | 10/1 | 15/1 | - |
| 兵庫県 | 特定非営利活動法人 棚田LOVER's | - | - | - | - | - | - | 126/7 |
| 岡山県 | 真庭遺産研究会 | - | - | - | - | - | - | 350/17 |
| 広島県 | 特定非営利活動法人 西中国山地自然史研 究会 | - | - | - | - | - | - | 31/2 |
| 大分県 | 特定非営利活動法人 おおいた環境保全 フォーラム | - | - | - | - | - | - | 95/5 |
| 年間延べ参加人数／実施 回数 | | 796/35 | 729/39 | 758/40 | 842/35 | 713/32 | 622/35 | 863/40 |

「未来につなぐふるさとプロジェクト」の実績

「国連生物多様性の10年日本委員会（UNDB-J）」が推奨する連携事業として認定されました。

[「国連生物多様性の10年日本委員会」の詳細へ](#)

UNDB-Jと環境省が主催する「第6回生物多様性全国ミーティング」において「生物多様性アクション大賞2016」に入賞しました。

[「生物多様性アクション大賞2016」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に向けた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行っています。



「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、地元の皆さんとの交流の中で、写真教室や自然の中での遊びに参加するプログラムです。

[「みんなの笑顔プロジェクト」アルバム紹介ページへ](#)

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 | 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

【2016年10月】宮城県気仙沼市で写真教室を開催

10月30日（日）に、「唐桑（からくわ）写真サークルあすなる」の協力を得て、気仙沼市唐桑町鮎立（しびたち）地区近隣にお住まいの皆さまを対象とした写真教室を開催しました。

当日は約30名が参加し、写真教室の後、会場である「鮎立老人憩の家」から鮎立港までの10分ほどの道のりを歩きながらの撮影会が行われました。

撮影スポットには、高台からみた鮎立港、道端や民家に咲いている花や木、沼地で群れをなして飛んでいるアキアカネ、鯉一本釣り発祥地の碑、網元だった家、鮎立港に停泊している船舶やカモメなどさまざまな動植物が見られ、参加者は思い思いに撮影を楽しみました。そのなかでも、特に人気だったのは、カメラを構えている子どもたち。アイドル顔負けの愛らしさをふりまきながらも、カメラを構えた姿はプロの写真家のような様子でした。

撮影会終了後には、お気に入りの写真を1枚プリントしてプレゼント。プリントを待つ間は、写真家のかとう先生からのワンポイントアドバイスをいただいたり、参加者同士で作品を紹介し合うなどの交流が図られ楽しい時間を過ごしました。初めて一眼レフカメラを使った参加者からは、「普段見ている景色もカメラ越しに見ると全く違って見えてきますね。これがカメラの魅力でしょうか」などの感想が寄せられました。子どもだけでなく大人の皆さまにも楽しい時間を過ごしていただくことができました。



撮影会の様子

【2016年8月】宮城県東松島市で写真教室を開催

8月6日（土）・7日（日）に東松島市にて、「一般社団法人東松島みらいとし機構」の協力を得て、近隣にお住まいの皆さまを対象とした写真教室を開催しました。今回の参加者は親子連れを中心として2日間で32名。写真教室の後、東松島地域活性化施設「Harappa（はらっぱ）※」などさまざまな場所での撮影会が始まると、普段は何気なく見ている石畳が「レンズを通して見ると石畳が文字になっている！」など、参加者はいつもの風景にさまざまな発見をしながら撮影を楽しんでいました。さらに、撮影会場では、ルーペを使ったマクロ写真の撮り方、動きのある写真のブレない撮り方など、写真家のかとう先生が具体的に説明。ルーペを使ったマクロ撮影では虫や花を被写体に、動きのある写真撮影ではお子さんをモデルにして、走ったり飛んだり、自転車を運転している様子を被写体に。プロの撮影会さながらのにぎやかな会場になりました。約1時間の撮影会を終えると、市民センターに移動し、お気に入りの写真を1枚、A4でプリントしプレゼント。プリントを終えた人は、かとう先生からワンポイントアドバイスをいただいたり、参加者同士で作品を紹介し合いながら会話が弾んでいました。



撮影会の様子

※ Harappa：農水産物直売所「yaoya」とベーカリー「畑のパン屋さん」からなり、地域住民の日々の暮らしを支えるとともに、地場産品の販売を通じてコミュニティの活性化にも寄与する施設づくりを目指した施設。

写真家：かとうまさゆき先生 プロフィール

日本の自然を中心に国内外の風景や動植物などを撮影し続ける。30年ほど前より奥さまの故郷である宮城県気仙沼の自然や港町の情景を撮影していたが、東日本大震災を機に事務所を気仙沼に移転。気仙沼市民となり復興の記録を撮影し続けるとともに、地域取材し、気仙沼の魅力を各地に発信している。カメラ・レンズ・ストロボ・プリンターなどの仕事で養った技術を活かし、市民活動として写真の持つ魅力を講演し、変貌しつつある街の記録撮影を指導している。また、各地でデジタルカメラの技術指導や撮影会、講演活動やコンテストの審査などを行っている。

公益社団法人日本写真家協会会員



かとうまさゆき先生

【2016年3月】キヤノンギャラリー仙台で写真展を実施

3月3日～15日、キヤノンギャラリー仙台において、写真展「Smile for the Future ～復興支援活動報告 5年間の歩み～」を実施しました。

写真展では、「みんなの笑顔プロジェクト」をはじめとするこれまでのキヤノンMJグループの復興支援活動の写真を中心に展示を行いました。



写真展の様子

【2015年11月】岩手県大船渡市で写真教室を実施

11月28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）」と大船渡市体育協会の協力を得て、大船渡市にお住まいのご家族を対象とした写真教室を開催しました。

当日は、一般公募の大人2名と大船渡市の小学生23名。さらに小学生の保護者16名の大人数での写真教室となりました。

カメラの使い方を習った後は、近くの河原まで移動しました。河原は、三陸鉄道の南リアス線と石灰岩を運搬する貨物鉄道に挟まれた場所にあり、両方の列車を撮影できる絶好の場所です。また、河川には鮭や鳥が生息するなど、撮影対象が豊富にありました。

撮影会終了後には、お気に入りの写真を1枚プリントしてプレゼント。さらに、今回はプリント待ちの時間を利用して、写真家の広田泉先生に各家族の写真も撮影していただきました。家族写真は初めての試みでしたが、プロの写真家に撮影していただけることもあって、大好評。この写真もプリントして、お帰りの際にお持ち帰りいただきました。



写真教室の様子

【2015年9月】宮城県女川町で写真教室を実施

9月13日（日）に、女川町と自治会（女川町北区）の協力を得て、災害公営住宅※である運動公園住宅や近隣にお住まいの皆さまを対象に写真教室を開催しました。今回の参加者は幼稚園児から大人の方まで幅広い年齢層の19名。参加者の中には、お配りした一眼レフカメラ（EOS KISS X7）を手にして、「思っていたより、軽いなだね」と驚いていた方もいらっしゃいました。撮影会の途中では、「青空をバックに写真をきれいに撮る方法」など、皆さんが普段持っている疑問点を写真家の広田泉先生に質問されている方もいらっしゃいました。

約1時間の撮影会を終え、最後は会場に戻ってお気に入りの写真を2枚、A4で印刷してプレゼント。印刷を待つ間も、先に印刷された作品を見て、「これどこで撮ったの?」「すごくきれい!」など会話が弾んでいました。

※災害公営住宅：災害で家屋を失い、自力で住宅を確保することが困難な被災者のために、地方公共団体が国の補助を受けて供給する住宅。災害復興住宅。震災復興住宅。復興住宅。



写真教室の様子

【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。

写真家の広田泉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の広田泉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、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。



集合写真

【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きれい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、写真家の広田泉先生から、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どもたちには、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の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

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」が定期的で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の説明からスタート。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が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



写真教室の様子

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。

【2013年10月】栃木県大田原市で親子写真教室を実施

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、キャノン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っこ。終始、会場は大変なごやかな雰囲気になっていました。

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。

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。



与一くんと一緒に集合写真

【2013年10月】宮城県気仙沼高校で写真教室を実施

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、気仙沼向洋高校、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

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、キャノン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、まず講師の写真家 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

8月21日（水）、宮城県名取市で住民の方々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。講師の写真家 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

3月23日（土）、岩手県陸前高田市の住民の方々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。

| | | | | | | | | | |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|
| 目次 | トップ メッセージ | 特集 | CSR マネジメント | 環境経営 | 情報 セキュリティ | 社会貢献活動 | ステークホルダー との関わり | 報告方針 | ガイドライン 対照表 |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|



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

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

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

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

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

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

写真家：広田泉先生 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：広田泉先生

[「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

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んでいくために

東北復興・創生推進室の取り組み

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・淡路大震災の教訓を活かし、「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・創生推進室」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・創生に貢献していきます。

超高感度カメラによる漁港・魚市場の課題解決を提案

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、入港する漁船の船名を目視で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はこうした漁港・魚市場が抱える課題に対し、星明りなどの非常にわずかな光源だけでも被写体を認識できる超高感度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。

あわせて、接岸位置を事前に確定し、「接岸、水揚げ、荷捌き、積み込み」と、入港からトラックへの積み込みの一気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。



超高感度多機能カメラ



監視カメラ画像例

AEDの寄贈

AEDの普及率向上を目的に、2014年に公益財団法人パブリックリソース財団とキヤノンMJで設立した「AED・地域あんしん基金」より、公共性の高い施設へAEDの寄贈を行っています。

● 岩手県宮古市 一般社団法人宮古観光文化交流協会

東日本大震災時の津波により壊滅的な被害を受け、その後営業ができなくなってしまった岩手県宮古市の「たろう観光ホテル」は、災害の記憶を伝承するため復興庁が保存を支援する「震災遺構」として現物保存されるとともに、宮古観光文化交流協会による「学ぶ防災」活動の拠点として使用され、これまでに累計10万名が訪れています。寄贈したAEDは、多数の観光客が訪れるこの場所に設置されています。



AED寄贈の様子

● 岩手県、宮城県、福島県のラグビーフットボール協会

すべての人にスポーツを安全に楽しんで欲しいという趣旨から、主にジュニア世代の練習、遠征などに携帯して持ち運ぶことができる小型のAEDを、東日本大震災の津波で大きな被害を受けた、東北沿岸部3県のラグビーフットボール協会へ寄贈しました。



AED寄贈の様子

「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「公益財団法人みちのく未来基金」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ホームページ上で公開。

一般社団法人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年後のグ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・創生推進室では、ICT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

使用済みインク・トナーカートリッジ回収本数やPPC用紙の販売数に応じた寄付として、2016年は公益財団法人ベルマーク教育助成財団、特定非営利活動法人ピースウィンズ・ジャパン、公益財団法人みちのく未来基金など、東日本大震災の被災地で復興支援を行う団体への寄付を行いました。

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行っています。2016年は宮城県の東松島市と気仙沼市で合計3回の写真教室を開催し、62名の親子が参加しました。



東松島市での写真教室の様子

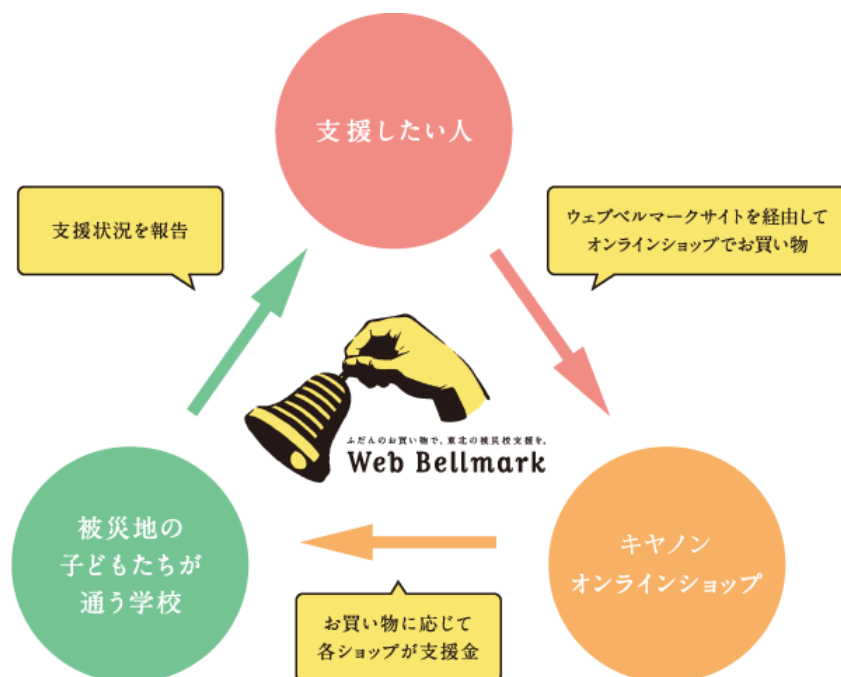
「みんなの笑顔プロジェクト」の活動の様子は、こちらへ

[「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經由し、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、岩手県・宮城県・福島県などの小中学校や特別支援学校に支援金が贈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を行っています。



[ウェブベルマークのサイトへ](#)

Canon

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

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

被災地のコミュニティづくりを支援する写真教室の開催や、公共性の高い施設へのAEDの寄贈などを行っています。また、事業活動を通じた支援もっており、使用済みインク・トナーカートリッジ回収本数やPPC用紙の販売数に応じた寄付として、2016年は公益財団法人ベルマーク教育助成財団、公益財団法人みちのく未来基金など、東日本大震災の被災地で復興支援を行う団体への寄付を行いました。

[東日本大震災 復興に向けた取り組みページへ](#)

食堂での「復興支援フェア」の開催

キヤノンMJでは復興支援に向けた取り組みとして、社員食堂にて被災地食材を使用したメニューによる「復興支援フェア」を定期的に開催しています。



メニュー例

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。またその一環として、2008年12月からはWFPの日本公式支援窓口であるNPO法人国連WFP協会に評議員として参加しています。

キヤノンMJグループの一部の事業所では、事業所に設置してある自動販売機の売上の一部を国連WFP協会の「学校給食プログラム」に寄付するしくみを導入・運用しています。2016年分は、582,189円※の寄付を行いました。

※ FVイーストジャパン株式会社、キリンビバレッジ株式会社によるマッチング寄付額を含みます。

環境保全

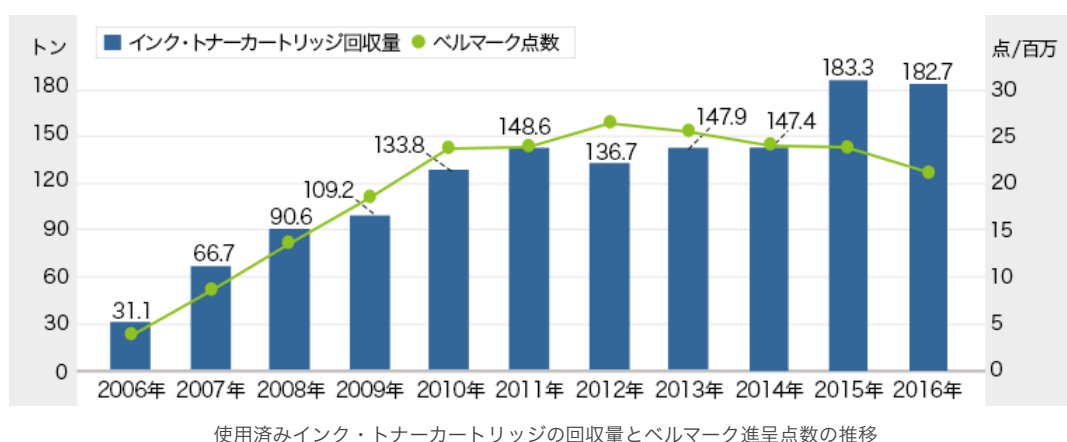
キヤノンMJグループは、環境保全に積極的に貢献しています。

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27,375校（2016年12月末現在）を超え、2016年は182.7トン进行回収し、合計で21,010,275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。



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」の様子



「心肺蘇生講習」の様子

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」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います。また、この活動を通じ、広く地域・社会に貢献して行きます。

※1 総務省消防庁平成27年版 救急・救助の現況より

| 心肺蘇生講習 | 件数 | 人数 |
|-----------|----------------------|----------|
| 目標 | 2020年迄の講習受講者延べ20万人以上 | |
| 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 |
| 2015年実績合計 | 1,546件 | 20,678名 |
| 2016年実績合計 | 1,312件 | 18,579名 |
| 累積 | 8,766件 | 123,027名 |

[AED（自動体外式除細動器）のページへ](#)

子宮頸がん予防啓発プロジェクト「HelloSmile（ハロースマイル）」プロジェクトへの支援

キヤノンMJは、子宮頸がんに対する正しい情報の提供と検診の意義を知ってもらうことを目的とした子宮頸がん予防啓発プロジェクト「HelloSmile（ハロースマイル）～あなたとあなたの大切な人の笑顔のために～」(主催：ハロースマイル実行委員会、株式会社エフエム東京)を支援するため、品川のショールームで、同プロジェクトの応援キャラクターの「ハローキティ」を招き、記念撮影会を開催しました。

また、社員とその家族を招き、仕事や職場への理解を深めてもらうことと、夏休みの思い出をつくってもらうことを目的に開催しているキヤノングループの社内イベント（ファミリーデー）でも、子宮頸がん予防の啓発イベントを開催しました。

地域社会

キヤノンMJグループの全国の事業所では、地域住民の方々との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、小学生の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」を毎年開催しています。地域の親子をはじめ、たくさんの方々にご参加いただいています。



「らんま先生 科学実験教室」の様子



「未来のカメラデザインコンテスト」グランプリ作品

科学と環境を学べる実験教室やカメラ工作教室、「未来のカメラデザインコンテスト」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。

「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、地域交流・人材育成の一環として2016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。

これは名護市久辺3区に立地する金融・IT関連企業が中心となる体験型イベントで、地域住民の方々へ施設内見学や、ものづくり・お仕事体験を行っていただきました。当日は、約1,100名の参加がありました。クオリサイトテクノロジーズは「パソコンを使わないプログラミング体験」や、自社のマッサージールームの開放などを行い、大人から子どもまで交流を深めました。



「校舎の思い出プロジェクト」の実施

キヤノンMJはペン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月より実施しています。

2017年3月には、文部科学省が主催する平成28年度「青少年の体験活動推進企業表彰」において、最高位となる文部科学大臣賞を受賞しました。



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、くれよんで描きます。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図ります。

～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「思い出写真係」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 東京都豊島区立池袋第三小学校
 2015年3月 埼玉県川口市立前川小学校
 2015年3月 東京都江戸川区立第三松江小学校
 2015年6月 東京都北区立なでしこ小学校
 2015年7月 沖縄県浦添市立港川小学校
 2015年9月 大阪府大阪市立北中島小学校
 2016年3月 東京都世田谷区立山野小学校
 2016年4月 東京都世田谷区立東大原小学校
 2016年7月 東京都台東区立蔵前小学校
 2016年7月 東京都多摩市立多摩第二小学校
 2016年10月 宮城県仙台市立東六郷小学校
 2016年12月 東京都大田区立東六郷小学校
 2017年2月 北海道札幌市立二条小学校
 2017年2月 静岡県浜松市立元城小学校
 2017年3月 東京都中野区立大和小学校
 2017年3月 東京都世田谷区立代沢小学校

[校舎の思い出プロジェクトへ](#)

教育・学術

キャノン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

キャノン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、ギャラリーの見学やデジタル一眼レフカメラ体験、キャ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。2016年は、56校延べ500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きたいと考えています。

[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：キャノンITソリューションズ

キャノン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。2016年には、東京都や千葉県などの小中学校5校で、児童・生徒・保護者向けの授業を実施し、約600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、インター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を行いました。終了後に行った保護者・教職員向けのアンケートでは、「子どもたちに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」といったご意見が寄せられました。



「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、2016年で23回目を迎えました。2016年の本戦では、全国の応募高校527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、用紙の提供を行っています。

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2016」での撮影の様子

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。

公演会場ではユニセフ支援への呼びかけを行い、来場者から集まった募金を毎年公益財団法人日本ユニセフ協会に寄付しています。（2016年：1,084,829円）

また、2016年は児童養護施設の音楽に興味のある子どもたち約60名や、合唱部や音楽部に所属する中高生約200名を無料で公演に招待しました。子どもたちの未来につながる夢や希望の一助となることを目的としています。



2016年の日本公演より

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、地域に根ざしたスポーツ文化の振興を目指すJリーグの「Jリーグ百年構想～スポーツでもっと幸せな国へ～」の理念に共感し、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。カメラ・レンズなどの機材貸出や撮影体験イベント開催など、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

| | |
|---------------|-----|
| お客さま満足度向上の活動 | 125 |
| フォトライフを楽しく豊かに | 127 |

ビジネスパートナーとの関わり

| | |
|------------|-----|
| 価値創出のための協働 | 129 |
| 調達活動 | 131 |

株主・投資家との関わり

| | |
|---------|-----|
| IR活動の推進 | 133 |
| 社外からの評価 | 134 |

従業員との関わり

| | |
|------------|-----|
| 従業員に関する方針 | 135 |
| 人権と多様性の尊重 | 136 |
| 仕事のやりがい向上 | 140 |
| 快適な職場環境の整備 | 142 |

Canon

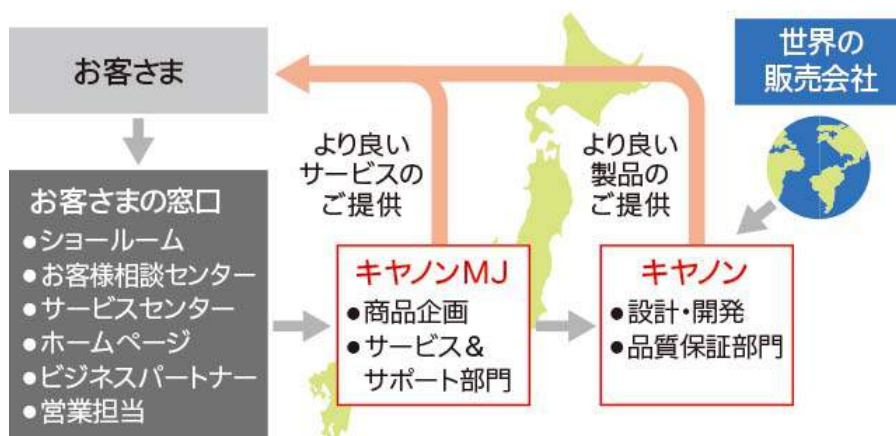
キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 お客様との関わり

お客様満足度向上の活動

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、お客様一人ひとりのご意見に耳を傾け、対応品質向上や商品・サービスの改善に取り組み、お客様満足度向上のための活動を進めています。

お客様の声を活かすしくみ

お客様の窓口では、お客様のご意見・ご要望を収集・分析し、キヤノンMJの商品企画やサービス・サポート部門へフィードバックを行い、お客様にご満足していただける商品づくりやサービスの提供に役立てています。



対応品質の向上

電話対応コンクールへの参加

お客様相談センターとサービスセンターを中心に2000年より公益財団法人日本電話ユーザ協会が主催する「電話対応コンクール」に毎年参加しています。2014年からは3年連続で全国大会において優秀賞を受賞しました。

また、2017年2月に開催された、一般社団法人ビジネス機械・情報システム産業協会が主催する第1回「JBIMIA電話対応コンクール」においても、優秀賞を受賞しました。

従業員のスキルアップ研修

お客様満足度向上を目指し、対応研修を実施しています。実際のお客様相談センターでの事例などをもとに、お客様の気持ちをくみ取り、寄り添った対応ができるように対応品質の向上に取り組んでいます。

お客様の声を「聴く」活動

2016年度は商品企画部門や技術部門を中心に従業員がお客様相談センターの電話対応の内容を聴き、お客様の声を共有しました。今後も、より多くの部門の従業員がお客様の声を聴き、深く理解することで、商品やサービスへの反映に努めていきます。



「お客様の声を聴くセミナー」の様子

お客さま視点での改善活動

お客さまの窓口に寄せられたお客さまの声を収集・分析し、商品やサービスの改善活動に活かしています。

【改善例】2016年秋モデルの「PIXUS TSシリーズ」より

「より省スペースにして欲しい」とのお声から

コンパクトデザイン

前回モデルから体積比で約29%、設置面積比で約25%の小型化に成功しました。



※ MG7730（2015年9月発売）と比較。前面給紙カセット、背面給紙トレイおよび排紙トレイ収納時。前面給紙カセットにA4/レター/B5サイズの用紙をセットして使用する際は、前面給紙カセットが35mm突出します。

「多様な用紙が使いたい」とのお声から

多彩な便利機能

背面給紙トレイと前面給紙カセットの2カ所に用紙を同時にセット可能。

背面給紙トレイは、はがきや名刺などの印刷に便利です。



PIXUS TS9030

Canon

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。

上達するよろこびを知っていただく写真教室「EOS学園」

カメラの使い方や撮影のテクニックを楽しく学ぶことを通じて、より多くの皆さまに上達するよろこびを知っていただける写真教室「EOS学園」を運営しています。

2016年3月には従来の東京・大阪・名古屋の常設3校に加えて、いつでもどこでもインターネットを通じて講座を受講していただくことができる新たなサービス「EOS学園オンライン」を開始しました。

EOS学園常設校では、お持ちのカメラの操作方法を学ぶ「EOS使い方講座」、撮影テクニックを基礎からじっくり学び、着実に上達を実感できる

「撮影上達講座」、短期間に基礎知識を身につけたい方に適した「短期集中講座」、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ご用意しています。

EOS学園オンラインには、動画によりカメラの使い方や撮影方法などを学んでいただく講座、動画と撮影実習を組み合わせた講座、講師から作品の講評を受けることができる講座などのバリエーションがあります。

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、風景や鉄道写真、航空写真などの撮影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。

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。



写真教室「EOS学園」

[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、60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。より多くの皆さまに豊かなフォトライフを過ごしていただくためにさまざまなサービスをご用意しています。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）」を送付しています。本誌では、プロ写真家の作品ギャラリーや特集、季節やテーマに沿った写真撮影のコツを学べるページや新製品をはじめとするカメラやレンズの情報を提供しています。加えて月例の写真コンテスト「マンスリーフォトコン」を実施し、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本誌に掲載しています。会員の皆さまの作品発表の場としてだけでなく、他の会員の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「Canon Photo Annual（キヤノンフォトアニュアル）」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」のご案内なども行っています。


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いきます。



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



特別編集本「Canon Photo Annual（キヤノンフォトアニアル）」

キヤノンフォトサークルのページへ 

Canon

キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 ビジネスパートナーとの関わり

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、お客さまのご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、営業担当者や営業サポート担当者を主に支援しています。

急速に変化する市場環境の中で、お客さまの抱える課題は複雑化し、「身近な相談相手」としての営業担当者の役割がより一層重要になってきています。お客さまの業務を深く知り、課題を明らかにし、適切な解決策を提示するために、ソリューション営業力を高める研修メニューをご提供しています。

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。2016年は53社128名にご参加いただき、全国から寄せられた71件の事例の中から選りすぐられた5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2016年のカンファレンスの様子

「キヤノンスキルコンテスト」を通じた顧客対応・テクニカルのスキル向上

キヤノンMJグループでは、カスタマーエンジニアが日頃のサービス活動で培った技術力を自分自身で確認するとともに、仲間と競い、高め合うことができる研鑽の場として毎年「キヤノンスキルコンテスト」を開催しています。2016年はビジネスパートナーより1,904名のカスタマーエンジニアが参加し、全国各地で一次予選と二次予選を開催しました。そして、全国から予選を勝ち抜いた総勢20名のファイナリストが、品川本社ホール Sにおいて「キヤノンスキルコンテスト2016決勝戦」に挑みました。

決勝戦では、お客さまに修理作業後の報告を行う「ロールプレイング」と、作業の正確性・スピード・故障原因の特定プロセスを評価対象とした「トラブルシューティング」を実施。全員が全力で競い合った結果、今回も新たな「全国No.1」のカスタマーエンジニアが誕生しました。

キヤノンMJグループはこうした取り組みを通じて、カスタマーエンジニアのさらなる知識の蓄積とスキル向上を支援し、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の提供とさらなるお客さま満足度の向上を目指していきます。



予選の様子



ファイナリスト20名



テクニカル競技の様子



コンテスト優勝者



コンテスト入賞者



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 ビジネスパートナーとの関わり

調達活動

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、次のとおり調達業務の基本方針を定め、調達活動を実施しています。

キヤノンMJグループ「調達基本方針」

1. 円滑かつ競争力のある事業活動の推進を目的として、安全性と品質を追求し、顧客の要望に応じた適正な価格の製品・サービスの安定的な調達に努めます。
2. 地球環境保全活動を目的として、より環境負荷の低減に配慮した製品・サービスを優先的に調達する「グリーン調達」を実践します。
3. 法令および社会規範に則り、公平な取引機会の提供と公正な評価に基づいた調達を推進します。
4. 持続可能な社会形成実現に向け、お取引先との相互理解を深め、CSR調達活動を遂行します。

キヤノンMJグループでは、持続可能な社会形成実現に向け、サプライチェーンを通じてCSR調達活動に取り組むことが重要と考えています。

当社グループの考え方の指針となる調達基本方針に基づき、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を果たすことにより、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。また、調達部門を対象に調達基本方針の理解と徹底のため定期的な学習会を実施し、基本方針に基づいたCSR調達の推進に努めています。

お取引先へのお願い

キヤノンMJグループでは、サプライチェーンを通じてCSR調達活動を推進することにより、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。お取引先の皆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。

| | | | | | | | | | |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|
| 目次 | トップ メッセージ | 特集 | CSR マネジメント | 環境経営 | 情報 セキュリティ | 社会貢献活動 | ステークホルダー との関わり | 報告方針 | ガイドライン 対照表 |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|

- 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。

主なCSR調達活動

グリーン調達の推進

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

お取引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、製品化学物質管理体制が維持されていることを確認するとともに、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。

また、キャノンMJグループの調達部門を対象にした学習会の実施や社内イントラネットを通じた注意喚起により、「キャノングリーン調達基準書」の理解と徹底に努めています。

※ キャノンが地球環境保全活動の一環として行うグリーン調達活動におけるお取引先への要求事項を規定したものです。

[キャノングリーン調達基準書へ](#)

紛争鉱物問題への取り組み

キャノンMJグループでは、キャ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。

お客さまが安心してキャ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。

※ 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ャノングループの基本姿勢へ](#)

調達コンプライアンスの徹底

キャノンMJグループでは、取引の適正化・公正化への取り組みとして行動指針や調達関連法令・法規の教育を実施しています。

特に下請法については、定期的な連絡会やイントラネットを利用した情報発信、注意喚起を行うなどして「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。



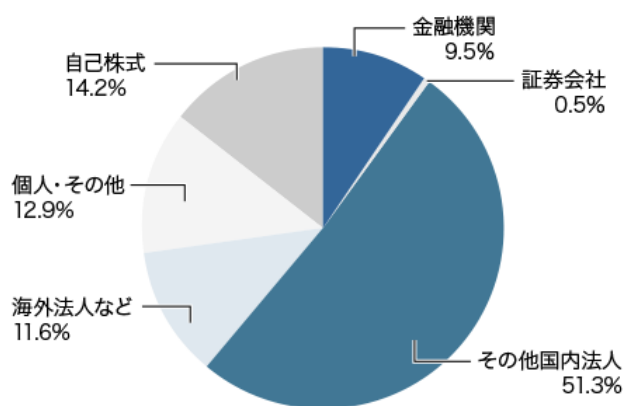
キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 株主・投資家との関わり

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」に則った積極的な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

2016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9.5%、証券会社が0.5%、その他国内法人が51.3%（キヤノン（株）含む）、海外法人などが11.6%、個人・その他が12.9%、自己株式が14.2%となっています。



株主構成比（株式数）

2016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 |
| 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



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 株主・投資家との関わり

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、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

キヤノンMJは、ロンドン証券取引所100%出資のFTSE Russell社が開発した責任投資指標で、「環境」「社会」「ガバナンス」に関する基準を満たす企業を選定される「FTSE4Good Index」に、2004年以来14年連続で採用されました。この指標は、企業の社会的責任や持続可能性に着目して投資活動を行う投資家により、投資を判断する際の重要な基準として利用されています。



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きました。その結果、2016年は以下の外部評価を得ています。

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 2016」で「優秀企業：銅賞」を受賞
- 大和インベスター・リレーションズ株式会社の「2016年インターネットIR表彰」で「優良賞」を受賞
- 日興アイ・アール株式会社の「2016年度 全上場企業ホームページ充実度ランキング調査」で「総合ランキング最優秀サイト」を受賞



[Gomez IRサイト 総合ランキングへ](#)



[大和インベスター・リレーションズサイトへ](#)

[日興アイ・アールサイトへ](#)



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 従業員との関わり

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)



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 従業員との関わり

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。

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。

また、キヤノンマーケティングジャパン・キヤノンITソリューションズの2社は、経団連の「女性活躍アクション・プラン」に賛同し、女性の役員・管理職登用に関する自主行動計画を提出しました。

さらに、職場における女性活躍推進に向け、キヤノンMJグループ上記2社のほか、キヤノンシステムアンドサポート・キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ・キヤノンソフトウェア・キヤノンビズアテンダ・キヤノンカスタマーサポートの計7社が、女性管理職登用や採用など、各社の課題に基づいて行動計画を策定しています。内容については、[厚生労働省HP：女性の活躍推進企業データベース](#) に掲載されています。

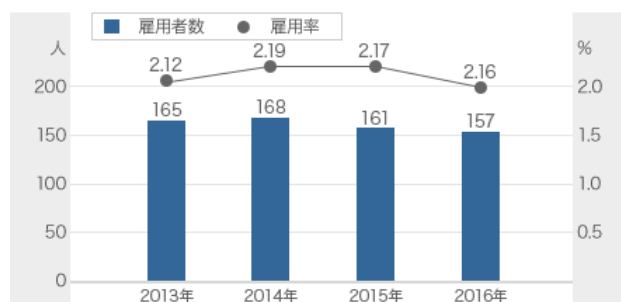
ハラスメントへの対策

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



障がい者雇用状況の推移（単体）

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。

2016年6月時点のキヤノンMJの障がい者雇用率は法定雇用率2.0%に対し、2.16%となっています。今後も新卒・中途採用ともに、障がい者の積極的な採用をグループ一体となって展開します。

※ 厚生労働省が定める基準により、所定労働時間や障がいの程度などに基づき算出

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、子育てサポート企業として、東京労働局長より「基準適合一般事業主」の認定（認定マーク：くるみん）を取得。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。
- 介護短時間勤務制度
対象となる家族の介護のため勤務時間を短縮可能。

キヤノンMJグループ従業員情報（2016年12月末時点）

1. 従業員構成（人）

| | グループ | 単体 |
|----|--------|-------|
| 男性 | 14,681 | 4,254 |
| 女性 | 3,206 | 808 |
| 合計 | 17,887 | 5,062 |

雇用形態別の従業員数（人）単体

| | 正社員 | 契約社員他 |
|----|-------|-------|
| 男性 | 4,247 | 7 |
| 女性 | 799 | 9 |
| 合計 | 5,046 | 16 |

2. 管理職構成（人）

| | グループ | 単体 |
|----|-------|-------|
| 男性 | 3,303 | 1,143 |
| 女性 | 80 | 18 |
| 合計 | 3,383 | 1,161 |

3. 有給休暇取得率（％）

| | 単体 |
|-----|------|
| 取得率 | 71.6 |

4. 育児・介護休業取得者（人）

| | グループ | 単体 |
|----|---------|-------|
| 育児 | 134(10) | 39(5) |
| 介護 | 10(4) | 4(1) |

※（）内は、男性の育児休業取得者数

5. 育児・介護休業取得者の復職率（％）

| | 単体 |
|----|-------------|
| 育児 | 97.5(100.0) |
| 介護 | 100.0(0.0) |

※ ()内は、男性の復職率

6. 定年退職者数／再雇用従事者数（人）

| | グループ | 単体 |
|------|------|-----|
| 定年退職 | 279 | 161 |
| 再雇用 | 199 | 101 |

7. 平均年齢（歳） 単体

| | 単体 |
|----|------|
| 年齢 | 47.0 |

8. 平均勤続年数（年） 単体

| | 単体 |
|------|------|
| 勤続年数 | 23.5 |

9. 海外従業員数／うち管理職人数（人）

| | 単体 |
|-------|----------|
| 従業員 | 288(262) |
| うち管理職 | 41(34) |

※ ()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



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 従業員との関わり

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つなげ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。

年2回上司と部下で面接を実施し、各自の目標の達成状況や課題、キャリアプランについて話し合うほか、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が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（2016年は78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（年4回）、公開テストの受験料補助を行っています。2016年の受験者は延べ568名でした。

※ 「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。2016年の参加人数は、延べ208名でした。

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、加えてビデオ会議システムなどを利用することにより、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、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

労働組合が組織されているグループ各社では、賃金や労働時間・安全衛生などの労働条件の変更は、事前協議のもと、行われています。

キヤノンMJでは、「中央労使協議会」を毎月開催し、労使のトップが労働条件などの協議事項に留まらず、経営課題などについて幅広く意見・情報交換を行っています。また、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を開催しています。なお、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。（単体 組合員構成比率：72.6%）



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動 従業員との関わり

快適な職場環境の整備

キヤノンは、安全衛生を企業経営の基盤と位置づけ、「安全なくして経営なし」を安全衛生活動の理念としています。

この理念のもと、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）では、安全で快適な職場環境を実現するため、安全衛生活動に取り組み、行動指針となっている「健康第一主義」に基づき、従業員の健康管理ならびに健康経営の実現に向けた取り組みを推進しています。

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や各種安全衛生基準を定め、グループ全体で具体的な活動を展開していくために、年度ごとに安全衛生活動方針を策定し、各社・各地域単位で積極的に安全衛生活動を展開しています。

1. 労災・健康被害の未然防止

- 業務起因による労働災害の撲滅
- 自己管理の徹底による生活型災害の削減／安全意識の向上
- 有害・危険作業による健康被害の未然防止
- 発煙・発火事故の未然防止
- グループ安全衛生管理体制の強化

2. 交通安全に対する社員の意識向上

- 追突加害事故の撲滅
- 意識の低さにより発生する違反撲滅
- 運行管理の徹底

3. 災害対応力の向上

- 災害発生時における組織対応力の強化
- 災害に対する自助意識の向上

4. 健康支援

- 安全配慮の徹底
- 自己健康管理力の向上の推進と健康風土の醸成
- こころの健康づくり対策の強化
- 効果的ながん検診受診、歯科検診受診の習慣化（家族も含めた）

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の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を10種類以上（5S基準、重量物安全取扱基準、化学物質管理手順など）策定してきました。

これからも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、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・各地区において、労使で構成する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

キヤノンMJでは、全国5カ所の健康支援室に産業医・保健師を配置し、健康課題である「がん」「生活習慣病」「メンタルヘルス」に対し戦略的な取り組みを行っています。

社員一人ひとりが健康でいきいき働けるということは、社員と家族の幸せはもとより、企業の成長、持続性につながるのとらえ、「各種健康診断の実施とフォローアップ」「安全配慮の徹底」そして「自己健康管理力向上の推進と健康風土の醸成」を柱に取り組んでいます。

取り組みの結果、キヤノンMJは経済産業省より健康経営に戦略的に取り組む優良法人として「健康経営優良法人2017（大規模法人部門）～ホワイト500～」の認定を受けました。

各種健康診断の実施とフォローアップ

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、精密検査対象者の受診率は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、2015年度（2015年4月から2016年3月末まで）のがん検診受診率は78.4%となっています。

安全配慮の徹底

キヤノンMJでは、怪我や病気があっても安心して仕事を継続できるよう、必要とする従業員の方への就業上の配慮と個別のサポートを徹底しています。

自己健康管理力向上の推進と健康風土の醸成

キヤノンMJでは、2010年より「健康管理3ヵ年計画」に基づき、生活習慣改善の啓発活動を行っています。その結果、生活習慣改善に取り組む従業員の割合は5年前と比較し2倍以上に増加するなど、着実に成果を上げてきています。

2016年からは、健康保険組合と協同で健康増進をサポートするウェブ情報配信ツールを導入し、さまざまなインセンティブのあるイベントを開催し、ヘルスリテラシー向上と生活習慣改善・継続を図っています。

救命救急体制の推進と災害対策の実効性向上

キヤノンMJでは、緊急時において救命対応ができる従業員の育成を目的として、「救命講習会」を定期的に開催しています。

また震災対策として、実践的な防災訓練の実施や防災救護備蓄品の整備にも取り組んでいます。



キヤノン S タワー（品川）で行われた
救命講習会

緊急救命体制の整備

- 全国各拠点での救命講習会開催と受講の促進
- A E D の設置および管理
- 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

Canon

キャノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動

報告方針

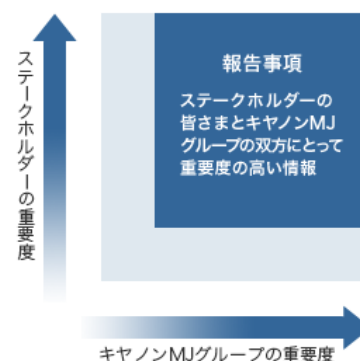
キャノンマーケティングジャパングループ（以下、キャノンMJグループ）は、ウェブサイトとPDFそれぞれのツール特性を考慮した上で最適な報告方針を定め、より伝わりやすいCSR報告を目指しています。

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（ダイジェスト版）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の皆さま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（ダイジェスト版）では当社グループの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「Business with CSR PORTAL (BwC)」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」トップページ

Business with CSR PORTAL（BwC）は、こちらのページへ

[Business with CSR PORTALのページへ](#)

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

2016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

2016年6月

報告サイクル

毎年1回

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

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](#)

本報告書にはGRIサステナビリティ・レポート・ガイドラインによる標準開示項目の情報が掲載されていません。

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、視覚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。



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動

GRIガイドライン対照表


一般標準開示項目

戦略および分析





| 指標 | 掲載箇所 |
|--|---|
| G4-1 組織の持続可能性の関連性と組織の持続性に取り組むため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 |
| G4-2 主要な影響、リスクと機会 | トップメッセージ CSRの考え方 重点テーマ（マテリアリティ）の設定 CSR行動計画 |

組織のプロフィール

| 指標 | 掲載箇所 |
|---|---|
| G4-3 組織の名称 | 会社概要・役員データ |
| G4-4 主要なブランド、製品およびサービス | 事業内容 |
| G4-5 組織の本社の所在地 | 会社概要・役員データ |
| G4-6 組織が事業展開している国の数、および組織が重要な事業所を有している国、報告書中に掲載している持続可能性のテーマに特に関連のある国の名称 | 事業所一覧 |
| G4-7 組織の所有形態や法人格の形態 | 会社概要・役員データ 株主構成 コーポレート・ガバナンス |
| G4-8 参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客および受益者の種類を含む） | 事業内容 有価証券報告書 P.73 [PDF:1.06MB] |
| G4-9 組織の規模（総従業員数、総事業所数、純売上高、株主資本および負債の内訳を示した総資本、提供する製品、サービスの量） | 会社概要・役員データ 事業所一覧 連結貸借対照表 有価証券報告書 P.41-44 [PDF:1.06MB] |

| | | |
|-------|---|--|
| G4-10 | a.雇用契約別および男女別の総従業員数 b.雇用の種類別、男女別の総正社員数 c.従業員・派遣労働者別、男女別の総労働力 d.地域別、男女別の総労働力 e.組織の作業の相当部分を担う者が、法的に自営業者と認められる労働者であるか否か、従業員や請負労働者（請負業者の従業員とその派遣労働者を含む）以外の者であるか否か f.雇用者数の著しい変動（例えば観光業や農業における雇用の季節変動） | 人権と多様性の尊重  |
| G4-11 | 団体交渉協定の対象となる全従業員の比率 | 仕事のやりがい向上  |
| G4-12 | 組織のサプライチェーン | 調達活動  |
| G4-13 | 報告期間中に、組織の規模、構造、所有形態またはサプライチェーンに関して重大な変更が発生した場合の事実 | 該当なし |
| G4-14 | 組織が予防的アプローチや予防原則に取り組んでいるか否か、およびその取り組み方 | コーポレート・ガバナンス  有価証券報告書 P.31 [PDF:1.06MB]  第49回定時株主総会招集ご通知に際してのインターネット開示情報 [PDF:172KB]  |
| G4-15 | 外部で作成された経済、環境、社会憲章、原則あるいはその他のイニシアティブで、組織が署名または支持したもの | CSRの考え方  |
| G4-16 | a.（企業団体など）団体や国内外の提言機関で、組織が次の項目に該当する位置付けにあるものについての会員資格の一覧 ● ガバナンス組織において役職を有しているもの ● プロジェクトまたは委員会に参加しているもの ● 通常の会員資格の義務を超える多額の資金提供を行っているもの ● 会員資格を戦略的なものとして捉えているもの | 該当なし |

特定されたマテリアルな側面とバウンダリー

| 指標 | 掲載箇所 | |
|-------|--|---|
| G4-17 | a. 組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっているすべての事業体の一覧表示 b. 組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっている事業体のいずれかが報告書の掲載から外れていることはないか報告 | IR資料  |
| G4-18 | a. 報告書の内容および側面のバウンダリーを確定するためのプロセス b. 組織が「報告内容に関する原則」をどのように適用したかどうかの説明 | 重点テーマ（マテリアリティ）の設定  「CSRアンケート」の結果および「重点テーマ」の設定について  報告方針  |

| | | |
|-------|---|-----------------------------------|
| G4-19 | a. 報告書の内容を確定するためのプロセスで特定したすべてのマテリアルな側面を一覧表示 | 重点テーマ（マテリアリティ）の設定 |
| G4-20 | a. 各マテリアルな側面について、組織内の側面のバウンダリーを次の通り報告する。 <ul style="list-style-type: none"> ● 当該側面が組織内でマテリアルであるか否か ● 当該側面が、組織内のすべての事業体（G4-17による）にとってマテリアルでない場合、以下のいずれかの方法で報告 <ul style="list-style-type: none"> ● G4-17の一覧に含まれており、その側面がマテリアルでない事業体または事業体グループの一覧 ● G4-17の一覧に含まれており、その側面がマテリアルである事業体または事業体グループの一覧 ● 組織内の側面のバウンダリーに関して具体的な制限事項があれば報告する | 重点テーマ（マテリアリティ）の設定 |
| G4-21 | a. 各マテリアルな側面について、組織外の側面のバウンダリーを次の通り報告する。 <ul style="list-style-type: none"> ● 当該側面が組織外でマテリアルであるか否か ● 当該側面が組織外でマテリアルである場合には、当該側面がマテリアルである事業体または事業体グループ、側面がマテリアルとされる理由となった要素を特定する。また、特定した事業体で当該側面がマテリアルである地理的所在地 ● 組織外の側面のバウンダリーに関する具体的な制限事項があれば報告する | 重点テーマ（マテリアリティ）の設定 |
| G4-22 | 過去の報告書で提供した情報を修正再記述する場合の影響および理由 | 該当なし |
| G4-23 | スコープおよび側面のバウンダリーについての過去の報告期間からの重要な変更 | 該当なし |

ステークホルダー・エンゲージメント

| 指標 | 掲載箇所 | |
|-------|---|---|
| G4-24 | 組織がエンゲージメントしたステークホルダー・グループの一覧 | CSR活動方針と推進体制 |
| G4-25 | 組織がエンゲージメントしたステークホルダーの特定および選定基準 | ステークホルダーとの関わり |
| G4-26 | ステークホルダー・エンゲージメントへの組織のアプローチ方法（種類別、ステークホルダー・グループ別のエンゲージメント頻度など）。また、エンゲージメントを特に報告書作成プロセスの一環として行ったものか否かの記述 | ステークホルダーとの関わり お客さま満足度向上の活動 IR活動の推進 仕事のやりがい向上 価値創出のための協働 未来につなぐふるさとプロジェクト 活動実績 みんなの笑顔プロジェクト 活動報告 |

| | | |
|-------|--|--|
| G4-27 | ステークホルダー・エンゲージメントにより提起された主なテーマや懸念、およびそれに対して組織がどう対応したか（報告を行って対応したものを含む）。また、主なテーマや懸念を提起したステークホルダー・グループ | お客さま満足度向上の活動 「CSRアンケート」の結果 および「重点テーマ」の設定について 株主総会 議決権行使結果 コーポレート・ガバナンス報告書 P.3 [PDF:4.55MB] |
|-------|--|--|

報告書のプロフィール

| 指標 | 掲載箇所 | |
|-------|---|---|
| G4-28 | 提供情報の報告期間（会計年度、暦年など） | 報告方針 |
| G4-29 | 最新の発行済報告書の日付（該当する場合） | 報告方針 |
| G4-30 | 報告サイクル（年次、隔年など） | 報告方針 |
| G4-31 | 報告書またはその内容に関する質問の窓口 | お問い合わせ |
| G4-32 | <ul style="list-style-type: none"> 組織が選択した「準拠」のオプション 選択したオプションのGRI内容索引 報告書が外部保証を受けている場合、外部保証報告書の参照情報 | GRIガイドライン対照表 |
| G4-33 | <ul style="list-style-type: none"> 報告書の外部保証に関する組織の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準 組織と保証の提供者の関係 最高ガバナンス組織や役員が、組織のサステナビリティ報告書の保証に関わっているか否か | CSR活動方針と推進体制 環境目標と実績 |

ガバナンス

| 指標 | 掲載箇所 | |
|-------|---|--|
| G4-34 | 組織のガバナンス構造（最高ガバナンス組織の委員会を含む）。経済、環境、社会影響に関する意思決定の責任を負う委員会の特定 | コーポレート・ガバナンス コーポレート・ガバナンス報告書 P.8 [PDF:4.55MB] |

倫理と誠実性


| 指標 | 掲載箇所 | |
|-------|---------------------------------|--|
| G4-56 | 組織の価値、理念および行動基準・規範（行動規範、倫理規定など） | 企業理念 CSR活動方針と推進体制 コンプライアンス |

特定標準開示項目

経済

| 指標 | | 掲載箇所 |
|------------|------------------------------------|--|
| 経済的パフォーマンス | | |
| G4-EC1 | 創出、分配した直接的経済価値 | 連結損益計算書  有価証券報告書 P.41-44 [PDF:1.06MB]  |
| G4-EC2 | 気候変動によって組織の活動が受ける財務上の影響、その他のリスクと機会 | |
| G4-EC3 | 確定給付型年金制度の組織負担の範囲 | 有価証券報告書 P.65 [PDF:1.06MB]  |
| G4-EC4 | 政府から受けた財務援助 | 該当なし |
| 地域での存在感 | | |
| G4-EC5 | 重要事業拠点における地域最低賃金に対する標準最低給与の比率（男女別） | 該当なし |
| G4-EC6 | 重要事業拠点における、地域コミュニティから採用した上級管理職の比率 | 該当なし |
| 間接的な経済影響 | | |
| G4-EC7 | インフラ投資および支援サービスの展開と影響 | 該当なし |
| G4-EC8 | 著しい間接的な経済影響（影響の程度を含む） | 該当なし |
| 調達慣行 | | |
| G4-EC9 | 重要事業拠点における地元サプライヤーへの支出の比率 | 該当なし |

環境

| 指標 | | 掲載箇所 |
|--------|---------------------|--|
| 原材料 | | |
| G4-EN1 | 使用原材料の重量または量 | 該当なし |
| G4-EN2 | 使用原材料におけるリサイクル材料の割合 | サステナビリティレポート 2016 P.39  |
| エネルギー | | |

| | | | | | | | | |
|---------|---|--|--|--|--|--|--|--|
| G4-EN3 | 組織内のエネルギー消費量 | | | | | | | 環境パフォーマンスデータ  |
| G4-EN4 | 組織外のエネルギー消費量 | | | | | | | |
| G4-EN5 | エネルギー原単位 | | | | | | | 環境パフォーマンスデータ  |
| G4-EN6 | エネルギー消費の削減量 | | | | | | | 環境パフォーマンスデータ  |
| G4-EN7 | 製品およびサービスが必要とするエネルギーの削減量 | | | | | | | 該当なし |
| 水 | | | | | | | | |
| G4-EN8 | 水源別の総取水量 | | | | | | | 環境パフォーマンスデータ  |
| G4-EN9 | 取水によって著しい影響を受ける水源 | | | | | | | 該当なし |
| G4-EN10 | リサイクルおよびリユースした水の総量と比率 | | | | | | | 該当なし |
| 生物多様性 | | | | | | | | |
| G4-EN11 | 保護地域の内部や隣接地域または保護地域外の生物多様性価値の高い地域に所有、賃借、管理している事業サイト | | | | | | | 該当なし |
| G4-EN12 | 保護地域や保護地域外の生物多様性価値の高い地域において、活動、製品、サービスが生物多様性に対して及ぼす著しい影響の記述 | | | | | | | 該当なし |
| G4-EN13 | 保護または復元されている生息地 | | | | | | | 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  |
| G4-EN14 | 事業の影響を受ける地域に生息するIUCNレッドリストおよび国内保全種リスト対象の生物種の総数。これらを絶滅危険性のレベルで分類 | | | | | | | 該当なし |
| 大気への排出 | | | | | | | | |
| G4-EN15 | 直接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ1） | | | | | | | 環境パフォーマンスデータ  |
| G4-EN16 | 間接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ2） | | | | | | | 環境パフォーマンスデータ  |
| G4-EN17 | その他の間接的な温室効果ガス（GHG）排出（スコープ3） | | | | | | | 環境パフォーマンスデータ  |
| G4-EN18 | 温室効果ガス（GHG）排出原単位 | | | | | | | 環境パフォーマンスデータ  |
| G4-EN19 | 温室効果ガス（GHG）排出量の削減量 | | | | | | | 環境ビジョン「未来の森」2020  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  |
| G4-EN20 | オゾン層破壊物質（ODS）の排出量 | | | | | | | 該当なし |
| G4-EN21 | NOX、SOX、およびその他の重大な大気排出 | | | | | | | 該当なし |

| | | | | | | | | | |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|
| 目次 | トップ メッセージ | 特集 | CSR マネジメント | 環境経営 | 情報 セキュリティ | 社会貢献活動 | ステークホルダー との関わり | 報告方針 | ガイドライン 対照表 |
|----|--------------|----|---------------|------|--------------|--------|-------------------|------|---------------|

| | | |
|--------------|--|---|
| 排水および廃棄物 | | |
| G4-EN22 | 水質および排出先ごとの総排水量 | 該当なし |
| G4-EN23 | 種類別および処分方法別の廃棄物の総重量 | 環境パフォーマンスデータ  |
| G4-EN24 | 重大な漏出の総件数および漏出量 | 該当なし |
| G4-EN25 | バーゼル条約2付属文書 I、II、III、VIIIに定める有害廃棄物の輸送、輸入、輸出、処理重量、および国際輸送した廃棄物の比率 | サステナビリティレポート 2016 P.62  |
| G4-EN26 | 組織の排水や流出液により著しい影響を受ける水域ならびに関連生息地の場所、規模、保護状況および生物多様性価値 | 該当なし |
| 製品およびサービス | | |
| G4-EN27 | 製品およびサービスによる環境影響緩和の程度 | 該当なし |
| G4-EN28 | 使用済み製品や梱包材のリユース、リサイクル比率（区分別） <ul style="list-style-type: none"> リユースやリサイクルされる製品や梱包材の比率を、製品区分別に報告 この指標のデータの収集方法を報告 | 該当なし |
| コンプライアンス | | |
| G4-EN29 | 環境法規制の違反に関する高額罰金の額、罰金以外の制裁措置の件数 | 該当なし |
| 輸送・移動 | | |
| G4-EN30 | 製品の輸送、業務に使用するその他の物品や原材料の輸送、従業員の移動から生じる著しい環境影響 | 環境パフォーマンスデータ  サステナビリティレポート 2016 P.39-40,P.51-52  |
| 環境全般 | | |
| G4-EN31 | 環境保護目的の総支出と総投資（種類別） | 該当なし |
| サプライヤーの環境評価 | | |
| G4-EN32 | 環境クライテリアにより選定した新規サプライヤーの比率 | 該当なし |
| G4-EN33 | サプライチェーンにおける著しいマイナス環境影響（現実的、潜在的なもの）、および行った措置 | グリーン調達基準書 Ver.11.11（2016年6月発行） P.7,P.15-19  |
| 環境に関する苦情処理制度 | | |
| G4-EN34 | 環境影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度を通じて申立、対応、解決を行ったものの件数 | 該当なし |

社会

| 指標 | | 掲載箇所 |
|-------------------------------|---|---|
| 労働慣行とディーセント・ワーク：雇用 | | |
| G4-LA1 | 従業員の新規雇用者と離職者の総数と比率（年齢、性別、地域による内訳） | |
| G4-LA2 | 派遣社員とアルバイト従業員には支給せず、正社員に支給する給付（主要事業拠点ごと） | 該当なし |
| G4-LA3 | 出産・育児休暇後の復職率と定着率（男女別） | 人権と多様性の尊重  |
| 労働慣行とディーセント・ワーク：労使関係 | | |
| G4-LA4 | 業務上の変更を実施する場合の最低通知期間（労働協約で定めているか否かも含む） | 仕事のやりがい向上  |
| 労働慣行とディーセント・ワーク：労働安全衛生 | | |
| G4-LA5 | 労働安全衛生プログラムについてモニタリング、助言を行う労使合同安全衛生委員会に代表を送る母体となっている総労働力の比率 | 仕事のやりがい向上  |
| G4-LA6 | 傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数（地域別、男女別） | |
| G4-LA7 | 業務関連の事故や疾病発症のリスクが高い労働者数 | |
| G4-LA8 | 労働組合との正式協定に定められている安全衛生関連のテーマ | 快適な職場環境の整備  |
| 労働慣行とディーセント・ワーク：研修および教育 | | |
| G4-LA9 | 従業員一人あたりの年間平均研修時間（男女別、従業員区分別） | |
| G4-LA10 | スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援 | 仕事のやりがい向上  |
| G4-LA11 | 業績とキャリア開発についての定期的評価を受けている従業員の比率（男女別、従業員区分別） | 仕事のやりがい向上  |
| 労働慣行とディーセント・ワーク：多様性と機会均等 | | |
| G4-LA12 | ガバナンス組織の構成と従業員区分別の内訳（性別、年齢、マイノリティーグループその他の多様性指標別） | 人権と多様性の尊重  第49回 定時株主総会招集ご通知 P.8-11 [PDF:1.2MB]  |
| 労働慣行とディーセント・ワーク：男女同一報酬 | | |
| G4-LA13 | 女性の基本給と報酬総額の対男性比（従業員区分別、主要事業拠点別） | 仕事のやりがい向上  |
| 労働慣行とディーセント・ワーク：サプライヤーの労働慣行評価 | | |

| 目次 | トップメッセージ | 特集 | CSRマネジメント | 環境経営 | 情報セキュリティ | 社会貢献活動 | ステークホルダーとの関わり | 報告方針 | ガイドライン対照表 |
|----|----------|----|-----------|------|----------|--------|---------------|------|-----------|
|----|----------|----|-----------|------|----------|--------|---------------|------|-----------|

| | | |
|--------------------------------|--|---|
| G4-LA14 | 労働慣行クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率 | |
| G4-LA15 | サプライチェーンでの労働慣行に関する著しいマイナス影響（現実のもの、潜在的なもの）と実施した措置 | 該当なし |
| 労働慣行とディーセント・ワーク：労働慣行に関する苦情処理制度 | | |
| G4-LA16 | 労働慣行に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数 | |
| 人権：投資 | | |
| G4-HR1 | 重要な投資協定や契約で、人権条項を定めているもの、人権スクリーニングを受けたものの総数とその比率 | |
| G4-HR2 | 業務関連の人権側面についての方針、手順を内容とする従業員研修を行った総時間（研修を受けた従業員の比率を含む） | コンプライアンス  |
| 人権：非差別 | | |
| G4-HR3 | 差別事例の総件数と実施した是正措置 | |
| 人権：結社の自由と団体交渉 | | |
| G4-HR4 | 結社の自由や団体交渉の権利行使が、侵害されたり著しいリスクにさらされているかもしれないと特定された業務やサプライヤー、および当該権利を支援するために実施した対策 | 仕事のやりがい向上  |
| 人権：児童労働 | | |
| G4-HR5 | 児童労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、および児童労働の効果的な根絶のために実施した対策 | 調達活動  |
| 人権：強制労働 | | |
| G4-HR6 | 強制労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、およびあらゆる形態の強制労働を撲滅するための対策 | 調達活動  |
| 人権：保安慣行 | | |
| G4-HR7 | 業務関連の人権方針や手順について研修を受けた保安要員の比率 | |
| 人権：先住民の権利 | | |
| G4-HR8 | 先住民族の権利を侵害した事例の総件数と実施した措置 | 該当なし |
| 人権：人権評価 | | |
| G4-HR9 | 人権レビューや影響評価の対象とした業務の総数とその比率 | |
| 人権：サプライヤーの人権評価 | | |

| 目次 | トップメッセージ | 特集 | CSRマネジメント | 環境経営 | 情報セキュリティ | 社会貢献活動 | ステークホルダーとの関わり | 報告方針 | ガイドライン 対照表 |
|----|----------|----|-----------|------|----------|--------|---------------|------|---------------|
|----|----------|----|-----------|------|----------|--------|---------------|------|---------------|

| | | |
|--------------------|---|---|
| G4-HR10 | 人権クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率 | |
| G4-HR11 | サプライチェーンにおける人権への著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）および実施した措置 | 調達活動  |
| 人権：人権に関する苦情処理制度 | | |
| G4-HR12 | 人権影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数 | |
| 社会：地域コミュニティ | | |
| G4-SO1 | 事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率 | 東日本大震災 復興に向けた取り組み  みんなの笑顔プロジェクト 活動報告  未来につなぐふるさとプロジェクト 活動実績  |
| G4-SO2 | 地域コミュニティに著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）を及ぼす事業 | 該当なし |
| 社会：腐敗防止 | | |
| G4-SO3 | 腐敗に関するリスク評価を行っている事業の総数と比率、特定した著しいリスク | コンプライアンス  |
| G4-SO4 | 腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修 | コンプライアンス  |
| G4-SO5 | 確定した腐敗事例、および実施した措置 | |
| 社会：公共政策 | | |
| G4-SO6 | 政治献金の総額（国別、受領者・受益者別） | |
| 社会：反競争的行為 | | |
| G4-SO7 | 反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により法的措置を受けた事例の総件数およびその結果 | |
| 社会：コンプライアンス | | |
| G4-SO8 | 法規制への違反に対する相当額以上の罰金金額および罰金以外の制裁措置の件数 | |
| 社会：サプライヤーの社会への影響評価 | | |
| G4-SO9 | 社会に及ぼす影響に関するクライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率 | |
| G4-SO10 | サプライチェーンで社会に及ぼす著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）および実施した措置 | 調達活動  |











| | | |
|------------------------|--|--|
| 社会：社会への影響に関する苦情処理制度 | | |
| G4-SO11 | 社会に及ぼす影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度に申立、対応、解決を図ったものの件数 | |
| 製品責任：顧客の安全衛生 | | |
| G4-PR1 | 主要な製品やサービスで、安全衛生の影響評価を行い、改善を図っているものの比率 | 品質マネジメント  製品安全に関する基本方針  |
| G4-PR2 | 製品やサービスのライフサイクルにおいて発生した、安全衛生に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数（結果の種類別） | 重要なお知らせ一覧  |
| 製品責任：製品およびサービスのラベリング | | |
| G4-PR3 | 組織が製品およびサービスの情報とラベリングに関して手順を定めている場合、手順が適用される製品およびサービスに関する情報の種類と、このような情報要求事項の対象となる主要な製品およびサービスの比率 | 環境配慮製品・サービスの提供  |
| G4-PR4 | 製品およびサービスの情報とラベリングに関する規制ならびに自主的規範の違反事例の総件数（結果の種類別） | |
| G4-PR5 | 顧客満足度調査の結果 | お客さま満足度向上の活動  |
| 製品責任：マーケティング・コミュニケーション | | |
| G4-PR6 | 販売禁止製品、係争中の製品の売上 | 該当なし |
| G4-PR7 | マーケティング・コミュニケーション（広告、プロモーション、スポンサー活動を含む）に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数（結果の種類別） | ブランドマネジメント  |
| 製品責任：顧客プライバシー | | |
| G4-PR8 | 顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して実証された不服申立の総件数 | 情報セキュリティガバナンスとマネジメント  |
| 製品責任：コンプライアンス | | |
| G4-PR9 | 製品およびサービスの提供、使用に関する法律や規制の違反に対する相当額以上の罰金金額 | |



キヤノンマーケティングジャパン株式会社 CSR活動

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 調達活動 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 調達活動 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 調達活動 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 調達活動 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 環境ビジョン「未来の森」2020 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 調達活動 |
| | 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 環境ビジョン「未来の森」2020 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 |

| | | | |
|----------|------|--------------------------------|---|
| 環境 | 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  CO2削減活動  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 調 達活動  |



表紙について

2016年10月に宮城県気仙沼市で開催された「みんなの笑顔プロジェクト (P.105)」のワンシーンです。私たちは、子どもたちがレンズ越しに見ている夢や希望に思いを馳せ、未来の社会へ責任を持ち、持続可能な発展に貢献していきます。