

Canon

Canon Marketing Japan Inc.

**TRANSFORMING
TO EXPAND
OUR BUSINESS FIELDS**

アニュアルサマリーレポート 2017

2017年12月期

PROFILE

グループミッション

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

グループビジョン

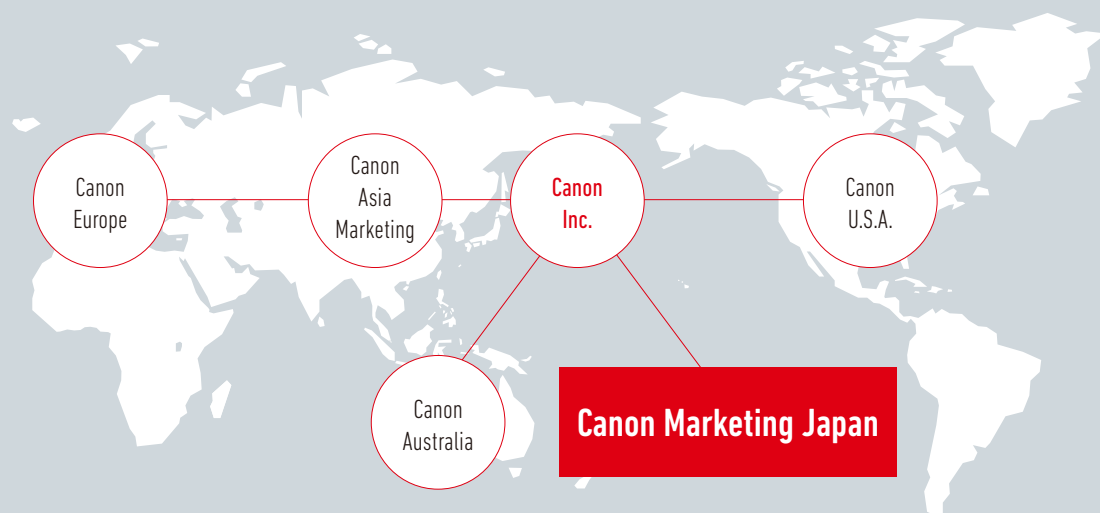
お客さまを深く理解し、お客さまとともに発展する
キヤノンマーケティングジャパングループ

行動指針

顧客主語

設立

1968年



キヤノングループにおける位置付け

キヤノングループの日本におけるマーケティングおよび
ソリューションの提案

ビジネスユニット

コンシューマ、エンタープライズ、エリア、プロフェッショナル

連結子会社数

22社 (2018年4月1日現在)

従業員数

17,647名 (2017年12月末日現在)

2017年12月期財務・非財務ハイライト

売上高

6,322億円(0.5%増加)

営業利益

304億円(9.9%増加)

親会社株主に帰属する当期純利益

207億円(13.9%増加)

1株当たり当期純利益

159.48円(13.9%増加)

ROE

7.2%(0.7ポイント増加)

1株当たり配当金

60円(20.0%増加)

CO2排出量

48,945t(1.0%増加)

産業廃棄物の再資源化率

99.98%(0.2ポイント増加)

女性管理職の人数

79人(1.3%減少)

有給休暇取得率

62.9%(8.7ポイント減少)

目次

- 1 2017年12月期財務・非財務ハイライト
- 2 社長インタビュー
- 11 取締役および監査役
- 12 特集: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
- 14 社外取締役コメント

編集方針

当レポートは、アニュアルレポート2017(英語)の抜き刷りです。主としてキャノンMJグループの中長期的な成長ポテンシャルの高さを示す情報の提供を目的としています。冒頭では、中期経営計画2018-2020におけるフレームワーク変革を中心とした成長へのシフトと収益力の向上に向けた方針および取り組みなどに関する社長へのインタビューを掲載しています。特集では、成長を続けているITソリューションビジネスの最新の取り組みについて紹介しています。また、非財務情報として社外取締役のコメントを掲載しています。

見直しに関する注意事項

本アニュアルレポートには、キャノンMJグループの将来の業績、経営計画などの将来に関する見通しが記載されています。これらはすべて本レポートの発行時点で有効な情報を考慮に入れた経営陣による仮定に基づいています。

このため、日本および他の主要な海外市場における消費者動向、民間設備投資、主にドルに対する為替変動、原料価格、特定の国ないし地域における政治的混乱などの要因が、実際の業績に影響を及ぼす可能性があります。

社長インタビュー



Mr. Sakata

代表取締役社長
坂田 正弘

キヤノンMJグループは、2018年2月1日をもちまして、創立50周年を迎えることができました。これもひとえに皆さまのご支援、ご厚誼の賜物と、心より感謝申し上げます。

Q 2017年度を振り返るとどのような年でしたか？

従来とは次元の異なる変化の年

2017年12月期の売上高は前期比0.5%増の6,321億89百万円、営業利益は前期比9.9%増の304億6百万円となり、営業利益率は過去最高の4.8%となりました。ROEは前期比0.7ポイント増加し、7.2%となりました。

2017年12月期の日本経済は、個人消費や設備投資が持ち直し、景気は緩やかに回復しました。私自身も至る所で

景気回復を実感しましたが、その回復の仕方というのは、少し前の経済の回復とは明らかに異なります。これまでのように停滞していたものが回復するというより、これまでやってきたことが壊れたり、無くなったりして、新たに違う形になって成長していくなど、従来とは次元が異なる変化を見せた年であったと思います。

Q 売上高成長の面では、「キヤノン収益向上領域」から「キヤノン成長領域」、「独自成長領域」へのシフトが進み、特にITソリューション、産業機器、ネットワークカメラが売上を伸ばしています。これは予定通りの結果ですか？

ITソリューション、産業機器は想定以上の成果

組織というのは、成長分野に大きく経営資源をシフトしたとしてもすぐに効果が出てくるものではないので、そのエンジンのかかり具合は、事業によってばらつきがあります。特にプロフェッショナルな領域については、スキルや知見

が蓄積されて初めて成果が出てくるものなので、多少時間を要しています。その一方で、ITソリューションや産業機器は、私の想定以上の成果であったと思います。

	2016年実績	2017年実績	伸び率
独自成長領域売上比率 (ITソリューション・産業機器・ 医用画像ソリューションなど)	31% (1,979億円)	33% (2,067億円)	+4% (+88億円)
キヤノン成長領域売上比率 (プロダクションプリンティング・ ネットワークカメラなど)	7% (465億円)	7% (469億円)	+1% (+4億円)
キヤノン収益向上領域売上比率 (MFP(複合機)、LBP(レーザープリンター)・ デジタルカメラ・インクジェットプリンターなど)	62% (3,849億円)	60% (3,786億円)	△2% (△63億円)

Q 抜本的な構造改革で利益率が向上し、過去最高の4.8%となりました。どのような取り組みをされたのですか？

業務の抜本的な見直しを遂行

単に経費を削減するというだけでなく、仕事そのものを抜本的に見直しました。個々の書類作成、決裁などの業務プロセスの必要性や費用対効果などの検証も行い、結果的に効果の認められないものは止めることにしまし

た。こうした取り組みのごく一部が成果として当期に出たということです。その意味で、構造改革についてできることはまだまだたくさんあると思います。

Q 長期経営構想フェーズⅢ(2016年～2020年)は3年目に入りました。進捗は予定通りですか？

構造改革は予定通り、成長にばらつき

構造改革は順調な進捗を見せていますので、利益面ではほぼ予定通りです。売上面につきましては、さまざまな投資を行い、経営資源のシフトなどをしてはいますが、まだ私が想定しているような成長には至っていません。想定以上に伸

びたものもありますが、想定したほどには十分に伸びていないものもあり、成長にばらつきのある中で前に進んでいるという状況です。

Q キヤノンMJグループが持つ3つの大きな強み・コアコンピタンスである「顧客基盤・営業力」「ITソリューションの技術力」「キヤノンブランドの強み」については、さらに優位性が増しましたか？

優位性は保持、さらなる取り組みも必要

優位性は増していると思います。顧客基盤や営業力は急に持てるものではなく、時間をかけて築いてきたものなので、すぐに劣化することはありません。しかしながら、特に営業力については、これからますますソリューションのウェイトが増えますので、ソリューションに関してのスキルや知見を高めていく必要があると考えています。

ITソリューションの技術力については、キヤノンITソ

リューションズ株式会社の中核ですが、かなり力を付けてきたという手応えを感じています。

キヤノンブランドの強みについては、その強みとありがたさを日々実感しています。その一方で、キヤノンマーケティングジャパンといえばITソリューションの会社、というイメージ作りも必要ではないかと考えています。

Q 今回の中期経営計画策定の前提としての、足元および今後の市場環境についての見方をお教えてください。

市場ニーズの変化を察知、成長分野へ経営資源を投入

成長シナリオを描くにあたり、市場の現状から将来を見通してみますと、キヤノン収益向上領域は現状維持以上の奮闘を見せており、競合企業が縮小する中で我々の市場における存在感はむしろ高まっています。しかしながら、この既存商品を中心とした市場にダウンサイズの圧力がかけているのは厳然とした事実であり、今後、その圧力は一層強くなるものと考えています。一方で、独自成長領域のITソ

リューションについては、我々の想定以上に引き合いが強くなっており、市場のニーズが変化していることの証左であると見ています。こうした市場の変化に的確に対応していくためには、今後、市場が拡大していく分野により多くの経営資源を投入していかなければ非常に大きな機会損失を招くことになりかねないと思います。

Q 新たな収益源として、ITソリューション技術をベースにストックビジネスの強化を図る、というのはどういうことでしょうか？

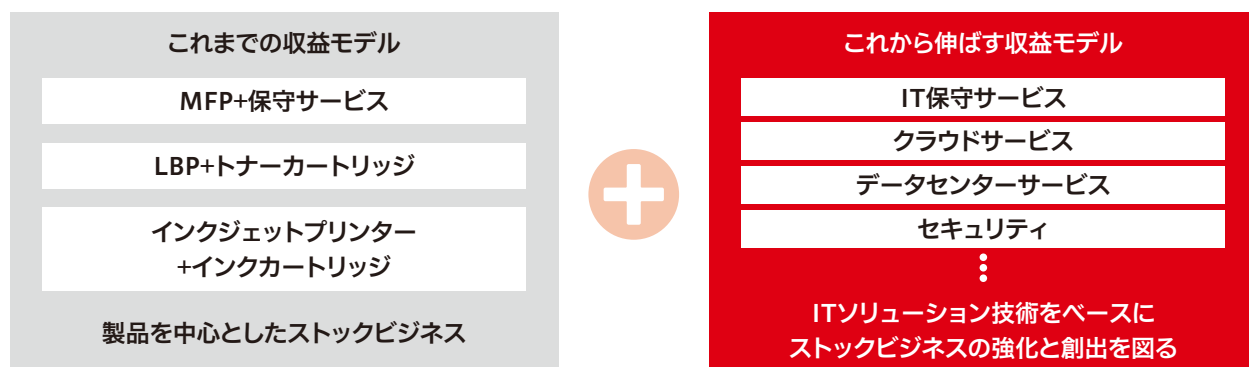
ITソリューションのストックビジネスで、安定的な収益基盤を強化

これまでの収益モデルは、製品を中心としたストックビジネスであり、今後も継続していきますが、市場としてはこの先縮小していく懸念があります。ITを導入しますと、当

然、保守サービスが伴いますし、クラウドサービス、データセンターサービス、セキュリティへのニーズも発生します。今後、ITソリューションのウェイトが高まるにつれて、この

ようなストックビジネスも増えてくると考えられ、我々としてもITソリューションを提供する際には必ずストックビジネスを伴うような形に持っていく必要があります。当社グループではすでにこうしたビジネスモデルを推進しており、

今後はストックビジネスにおけるITソリューションの比率を高めていき、収益のさらなる安定化につなげてまいります。



Q 「キヤノン収益向上領域の生産性向上」を掲げておられますが、構造改革にさらに利益率を上げる余地があるということですか？

ITの導入で1人当たりの生産性を向上

構造改革だけでなく、さまざまな分野でIT化を進めてまいります。例えば、MFPの保守ではネットアイという遠隔でMFPの状態を管理することができる仕組みを持っています。遠隔でMFPの状態が把握できるため、計画的に定期点

検を実施することができ、生産性が向上します。このようにITを導入することで1人当たりの生産性を上げていく余地は大きいと考えています。

Q 新フレームワークへの転換で、お客さまが期待できる効果は何だとお考えですか？

お客さまの課題解決により最適なソリューションを提供

フレームワークを転換する最大の目的は、お客さまのニーズにマッチしたものを提供していくことです。それぞれがお客さまにとっては最大のメリットになります。そのためには、お客さまの課題を我々が把握しておく必要があります。従来は商品別の縦割りの組織形態でしたので、我々の商品をどう提供しようかという、初めに商品ありきの考え方に陥りがちでした。新たな体制では、まずお客さまのことを徹底的に研究し、お客さまの課題解決にマッチしたものを提供していきます。また、お客さまとの取引も1回限りではなく、継続的な取引の増加を目標としています。そうすることで、何かあったらキヤノンマーケティングジャパンに頼めばいいのだな、というお客さまとのより緊密な関係も構築できると思います。収益面でも営業担当の売上が増加するので、1人当たりの生産性が高い会社になり、営業利益率も向上します。

それ同じような機能を重複して持っておりました。しかしながら、商品別の事業体の一つひとつの機能が小さい場合もあり、お客さまに十分ご満足いただけるようなレベルに至っていないケースもありました。組織を顧客別の体制にすることにより、それらの機能を顧客のタイプ別に一つに集約できれば、お客さまへの提案力がさらに向上し、今まで解決できなかったお客さまの課題の解決が可能となります。さらに、それらの機能の中でITプラットフォーム、BPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)、コールセンター、マーケティング、サービス&サポートはすべての顧客別組織で共通して使える横串機能として集約しました。顧客別組織にこれらの集約・強化された機能を掛け合わせ、お客さまの課題を解決することにより最適なソリューションを提供してまいります。

(P6-7で、新フレームワークの解説をしています。)

また、これまでの組織体制では、商品別の事業体がそれ

社長インタビュー：新フレームワークの解説

新フレームワークの最大のポイントは、従来の商品起点のフレームワークから、顧客起点のフレームワークへと変更した点です。市場ごとにお客さまとの関係性を深め、高い価値を提供することにより、成長へのシフトと収益力の向上に努めてまいります。

個人向けビジネスには「コンシューマ」ビジネスユニット、法人向けビジネスには、「エンタープライズ」「エリア」「プロフェッショナル」の3つのビジネスユニットを整えましたので、顧客や市場ごとのニーズに応じたきめ細かいソリューションを提供することが可能となります。

「エンタープライズ」では、旧ビジネスソリューションと旧ITソリューションが一緒になり、情報を共有しながら、

大手企業のお客さまに対して最適なソリューションを提供いたします。

「エリア」では、各地域で重複していた営業・サービス体制を効率的な営業・サービス体制へ転換し、中堅・中小企業のお客さまにワンストップのソリューションを提供いたします。

「プロフェッショナル」では、「プロダクションプリンティング」「産業機器」「ヘルスケア」「映像ソリューション」という4つの専門領域の顧客を対象としたビジネスを展開します。それぞれの事業領域に独自の特徴があるため、お客さまとのつながりを深めつつ専門性を高めることにより、お客さまのビジネスに貢献することが可能となります。

顧客・市場にフィットしたフレームワークへの転換

従来：商品起点



ビジネスソリューション



ITソリューション



イメージングシステム



産業・医療

- 商品・チャネルを中心としたカンパニー制
- コールセンターやサービス&サポートなどの機能がさまざまな組織に点在
- ITソリューションが個別セグメントとなっているため、他のセグメントとの連携がしづらい



今後：顧客起点



コンシューマ



エンタープライズ
(大手企業)



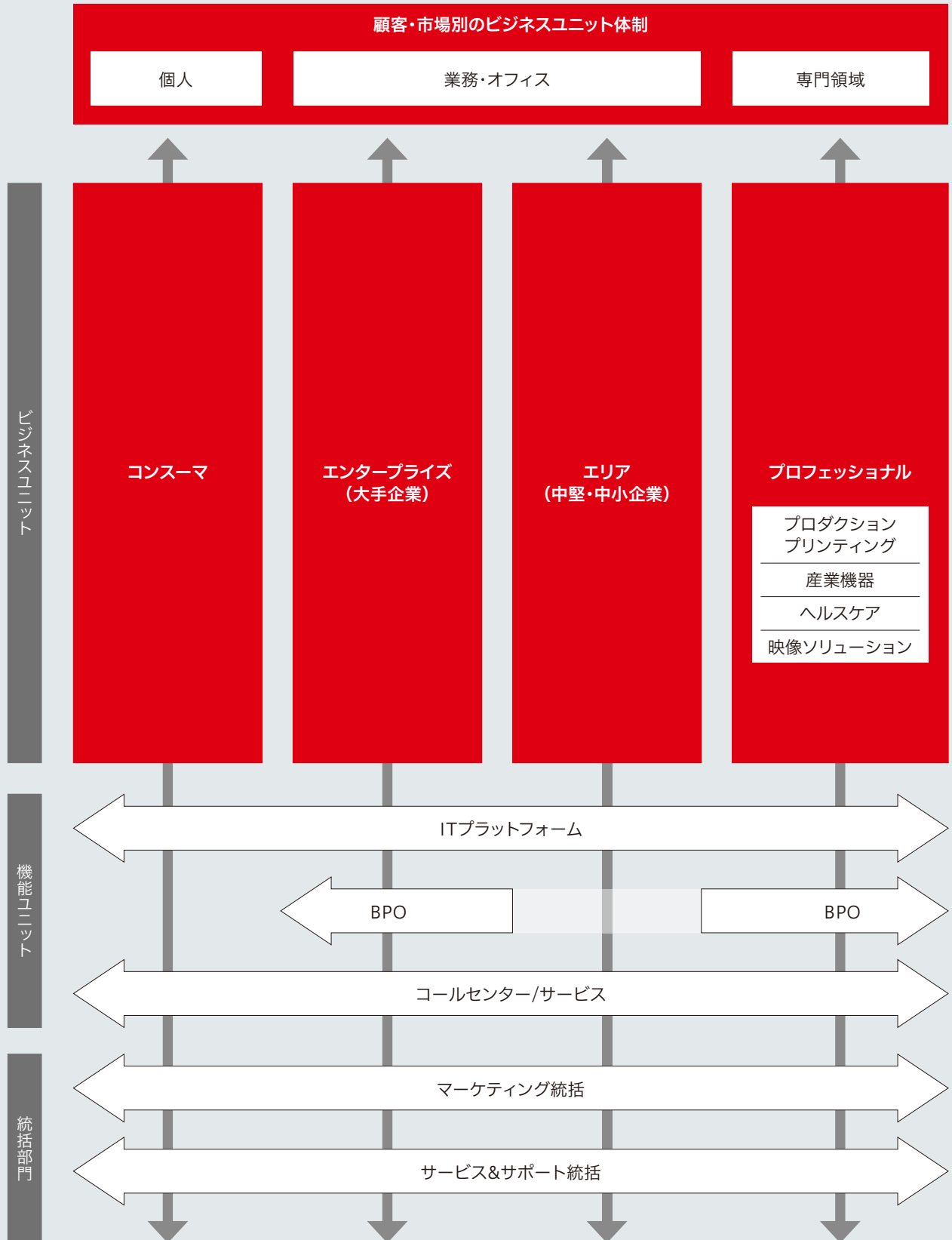
エリア
(中堅・中小企業)



プロフェッショナル

- 顧客・市場別のビジネスユニット体制
- お客さまを深く理解し、お客さまとともに発展し、成果を生み出すプロセスを確立する
- ITプラットフォーム機能ユニットの設置により、全事業領域でITソリューションを基軸としたビジネスを推進する
- 付加価値の高いソリューションの提供とお客さま対応の強化を図るため、マーケティング統括、サービス&サポート統括をグループ横断的に設置する

新フレームワークの概念図



Q 新フレームワークの各ビジネスユニットの目的は何ですか？

各々の役割に応じた価値を創出

「コンシューマ」では、カメラやインクジェットプリンターを中心とした、商品を起点としたビジネスを行ってきましたが、今後は大きな成長が見込めません。量販店に販売していただくビジネスが主体でありつつも、お客さまが最終エンドユーザーであるという原点に立ち戻り、当社がどんな価値を提供できるかを今一度考える必要があります。既存ビジネスの高い収益性を維持しながら、新たな成長エンジンを起動させていく。この「顧客起点」と「新たな成長エンジン」が「コンシューマ」というビジネスユニットのミッションとなります。

「エンタープライズ」で扱うビジネス機器とITソリューションは、従来はまったく別の組織でそれぞれが事業を展開していました。お客さまにとっては、ビジネス機器、ITソリューションをどの組織が担当しているかはどうでもよいことです。お客さまの関心事は、自分たちの課題をどういう形で解決してくれるか、ということなのです。私は社長就任時から、今後はあらゆる領域でITソリューションが必要になってくるので、ビジネス機器とITソリューションはもっと融合させ、お客さまに提供していかなければならない、という方針で事業を進めてまいりました。今回、「エンタープライズ」というビジネスユニットにしたことで、ユニットのトップも一人でビジネス機器とITソリューションの両方を見て

いますので、営業やサポートはこれまで以上にお客さまに手厚いサービスを提供していくことができます。

「エリア」に関しては、日本各地のパートナーと販売・サービスを提供しているグループ会社のキャノンシステムアンドサポート株式会社がそれぞれ事業を展開しています。従来は、これらを地域ごとに統括する機能が弱く、ある地域でサポート体制に課題がある場合はそれを解決するのが難しい状況でした。しかし、「エリア」というビジネスユニットを作ったことで各地域を統括する体制が強化され、各地域における拠点展開、人材投入、サービス強化などを戦略的に推進することができて生産性の向上も期待できます。

「プロフェッショナル」は、専門分野向けのハードやソリューションを中心に扱います。例えば、専門的なハードの場合、汎用機とは異なり、販売する側にも専門性が求められますので、スキル、知見を高めて、お客さまにご満足いただけるような対応をしていく必要があります。専門性を身に付けた組織が対応することで、お客さまにも安心して相談していただくことができます。高い専門性とスキルを身に付けるには社員個人の努力が必要ですから、その努力に報いる人事評価の導入なども検討しているところです。

Q 新フレームワークにおける横串機能の重要性は何ですか？

お客さまへのサービス向上、攻めの販売をサポート

横串機能は、先ほどお話ししたように、顧客別組織をサポートする機能で、どの顧客層にも共通して必要な機能です。共通化により個々の機能が強化され、お客さまへのサービスが向上します。

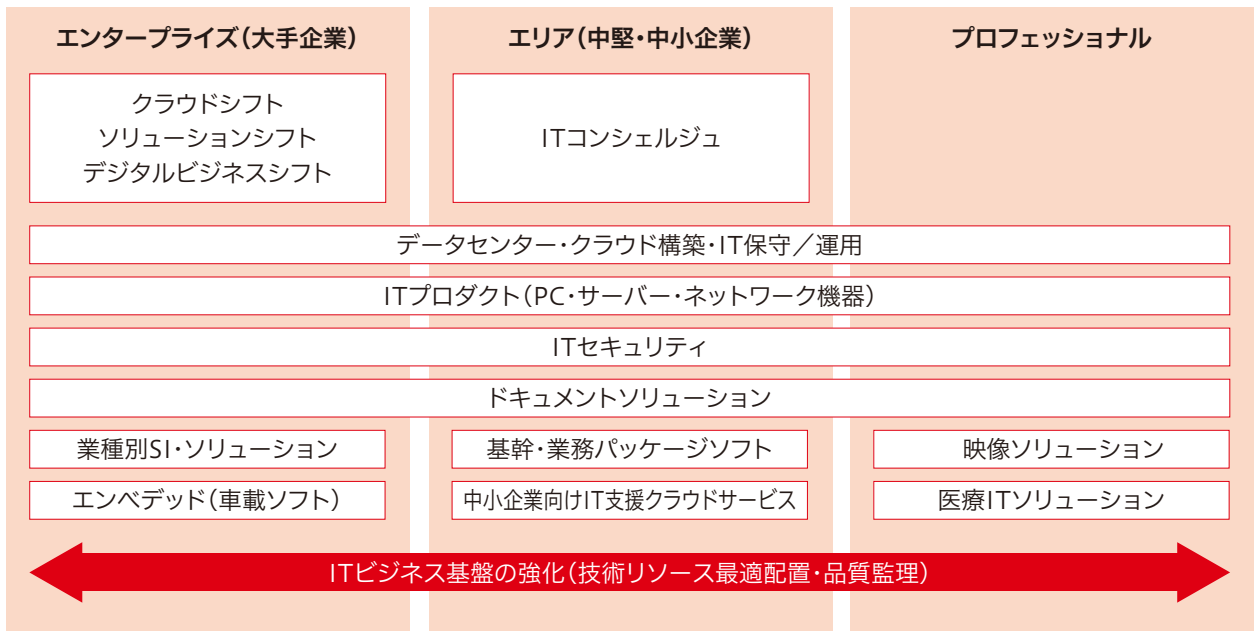
また、横串機能により、従来は採用していなかった違う分野の商品のマーケティング手法を採用することで、それま

で想定していなかった市場に商品、サービスを販売するといったことも可能になります。横串機能というのは単にサポート的な機能というだけではなく、グループのリソースを最大限に利用して、より多くのお客さまに商品・サービスを提供していくことにつながる攻めの機能も持っています。

Q グループITソリューションは、今後3年間で9%という高い平均成長率を掲げています。グループITソリューションをどのように成長させていくか教えてください。

旺盛な需要に対し、ITソリューションをトータルで提供

ITソリューションの需要は非常に旺盛です。ストックビジネスのところでも申し上げたように、ITはシステムを開発・運用して終わりという時代ではなく、データセンターやクラウドサービス、セキュリティといった分野へと幅が広がっています。これらをトータルに提供することでビジネスがさらに大きくなっていきます。キヤノンMJグループのITソリューションは着実にビジネスの幅を広げてきていますので、一定程度の成長は可能であると考えています。



Q ネットワークカメラ、プロダクションプリンティングの今後の方針について教えてください。

ネットワークカメラはパッケージ化で需要を取り込み、プロダクションプリンティングは連帳機の立ち上げに注力

ネットワークカメラは東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年に向けて、需要が劇的に増大するものと見ています。こうした需要を確実に取り込んでいくためのポイントは、カメラ単体の販売というのではなく、撮影した画像を解析するアプリケーションやデータの安全な保管などを含めた、ネットワークカメラを有効かつ安心して活用するための総合的なパッケージを提供することにあると思います。総合力をより一層高めていくことで成長につな

げてまいりたいと思います。

プロダクションプリンティングにはカット紙と連帳機という2種類のプリンターがあり、カット紙につきましては、相当実績も伴ってきています。連帳機につきましては、輸入品ということもあり、日本の市場に合わせたチューニングに若干時間を要している状況ですが、今後の成長については特に心配はしていません。

Q 事業拡大のための施策としてのM&Aについてお考えをお聞かせください。

成長が期待される領域でM&Aによりさらなる拡大を図る

セキュリティも含めたITサービス、産業機器、ネットワークカメラなど我々が成長を期待している領域については、必要があればM&Aによりさらなる拡大を目指していきたいと考えています。また、他社との連携や出資も積極的に行っています。最近では、2018年3月にキャノンITソ

リューションズ株式会社が東洋ビジネスエンジニアリング株式会社の発行済株式の6.0%を取得しました。同社はmcframeという基幹業務系の優れたソフトウェアで成長を続けており、製品・販売面等における協力を通じて事業の拡大を目指します。

Q 貴社はFTSE4Good、FTSE Blossom Japan、SNAMサステナビリティ・インデックスなどに組み込まれています。何がこれらの評価につながっているとお考えですか。ESG（環境・社会・ガバナンス）についてのスタンスをお教えてください。

創業以来、自然体で環境問題などに取り組んできた企業文化

我々にはESGを受け入れやすい文化があると思います。環境への取り組みにしましても、例えば、複写機の消費電力やCO2の減少、インクカートリッジの回収には以前から取り組んでまいりました。昔からこうしたことに前向きな会

社ですので、世の中の流れだからESGをやるというのではなく、自然体で長年取り組んできた結果が外部の評価につながったのではないのでしょうか。

Q 今期の株主還元に関してどのようにお考えでしょうか？

4期連続増配

当社は配当性向30%をベースに、中期的な利益の見通しと投資計画、キャッシュフローなどを総合的に勘案し、配当を実施しています。2017年12月期も、配当金を前期比10円

増配し、年間配当金を60円とし、この結果、4期連続の増配となりました。2018年12月期も同様の考え方で積極的な株主還元に取り組んでまいります。

Q 今期(2018年12月期)の経済環境をどう見ておられますか。環境の変動要因として注視しているものは何ですか？

経済全般の変化と個々の変化をしっかりと見極めることが重要

経済全般については大きく変化するとは思っていませんが、個々の市場においては、市場がどんどん縮小、劣化していく領域と我々の想定以上に伸びていく領域があると思います。それらを的確に見極めて対応していかなければ、我々の経営基盤がしっかりしていても、会社の存在を揺るがす

ことになりかねません。したがって、全体を捉えることと個々の変化はしっかりとバランス良く見ていかなければならないと思います。

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

取締役および監査役

(2018年3月28日)

取締役



代表取締役社長
坂田 正弘



代表取締役専務
白居 裕



取締役
松阪 喜幸



取締役
足立 正親



取締役
濱田 史朗



取締役(社外)
土橋 昭夫



取締役(社外)
大澤 善雄

監査役



常勤監査役
清水 正博



常勤監査役
井上 伸一



常勤監査役(社外)
手戸 邦彦



常勤監査役(社外)
楠美 信泰



監査役(社外)
長谷川 茂男

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

最新のテクノロジーを融合し、 さまざまな場所でのきめ細やかな 見守りが可能に

当社グループは、キヤノンのイメージング技術とアクシスコミュニケーションズ社のネットワーク映像処理技術を融合し、高解像度監視が可能なレンズ交換式ネットワークカメラや関連するソリューションを提供しています。また、ビデオ管理ソフトのトップランナーであるマイルストーンシステムズ社とも連携し、データの管理・分析を実現しています。蓄積されたデータに高度な映像解析を応用することで、マーケティングや新たなサービスを展開します。

優れた耐震・制震・免震設備で、 企業の情報セキュリティを トータルでサポート

当社グループの西東京データセンターは、国内最先端の水準を満たした「ティア4」レベルのファシリティと、M&O認証取得*により実証された高レベルの運営品質を兼ね備えた、最新鋭データセンターです。高度なセキュリティシステム、優れた耐震・制震・免震設備で、お客さまの大切な情報資産を守ります。また、沖縄のデータセンターは、DR(ディザスタリカバリー)サイトとして最適な環境を整えています。コロケーション、ハウジング、クラウドサービスなど、設計から構築、運用までをトータルでサポートし、お客さまのニーズに応えます。

*M&O認証取得：米国の民間団体「Uptime Institute」が定めるデータセンターのグローバル基準。



ネットワークカメラ

データセンターサービス



キヤノンMJグループはイメージングとITの力により、お客さまのさまざまな現場に最適なソリューションを提供します。



お客さまの課題に合わせた 包括的なセキュリティ ソリューションを提供

当社グループでは、自社開発製品「GUARDIANWALLシリーズ」を中心に、「ESETセキュリティソフトウェアシリーズ」などの国内外ベンダーの代理店として実績のある製品を柔軟に組み合わせ、常に最新のセキュリティ防衛策を提案しています。また、国内有数の情報収集力と解析力を生かし、「マルウェア解析サービス」も提供するなど、ネットワークからエンドポイントまで包括的なセキュリティソリューションを展開しています。



車載システム開発を通じて、 お客さまの「車づくり」をサポート

自動車は、センサーや電子制御ユニットを使って走るエレクトロニクス技術の塊と言えます。当社グループは、長年の組込みビジネスで培ってきたノウハウを活用し、車両内外の通信機能や診断機能、パワートレイン系の制御機能、カーナビゲーションなどの情報機能に関わる組込みシステム開発を通じて、お客さまの「車」づくりをサポートしています。また、車載制御システムソフトウェアプラットフォームの導入支援からインテグレーション、アプリケーション開発まで、トータルなAUTOSAR*ソリューションの提供も目指しています。

*AUTOSAR:自動車業界のグローバル開発パートナーシップ

社外取締役コメント



取締役(社外)
土橋 昭夫

私は社外取締役の役割として、経営の透明性が保たれているか、また、会社と取締役で利益相反がないかのチェックが特に重要であると考えています。

とりわけ当社の場合は、キヤノン株式会社という大株主がいま

すので、それにより少数株主の利益が阻害されることがあってはいけません。社外取締役に就任して2年が経過しましたが、幸いにして利益相反の問題は見られません。経営の透明性も大変高く、取締役会では自由闊達な議論が交わされています。

また、私自身総合商社の出身ですので、事業投資についてはこれまでの経験を生かして、株主利益も考慮した投資基準などについて適切なアドバイスができると思います。

当社は現在「長期経営構想フェーズIII」の実現に向けて中期経営計画を推進中です。私は企業が成長を続けるための大前提として、社会からの信用が必要不可欠であると考えます。当社グループはブランドイメージも高く、これも信用を積み上げてきた結果です。しかし、このような信用やブランドイメージも、1回の不祥事で失墜してしまうリスクがあります。その意味で、重要な財産である信用やブランドイメージを毀損することのないよう、目を光らせておくことも当社において私が果たすべき役割の一つと心得ています。



取締役(社外)
大澤 善雄

社外取締役の役割は、PDCAに例えるなら、PlanとCheckであると思います。Planとは、経営への助言、Checkとは、利益相反や経営の透明性の監視などです。

私は総合商社の経営およびその上場子会社の経営に携わっておりました。上場子会社の社長時代は、大株主である親会社、個人株主、海外の機関投資家などのさまざまな株主に対して、公正かつ適正な経営を心がけておりました。当社も上場子会社としての側面があり、当時の経験が役に立つと思います。

当社は、2020年を最終年度とする「長期経営構想フェーズIII」の目標に向かって、成長領域への経営資源のシフトを行っています。日本市場で事業を立ち上げ、成長させ、また、M&Aで成長を加速させた私の経験から、当社の成長に貢献できる部分があると思います。

経営に関する会議としては、取締役会、経営会議、事業報告会があり、どの会議でもフレンドリーな議論ができるカルチャーがあります。あえて課題を挙げるとすれば、2020年に向けて経営戦略実施のスピードと生産性(働き方改革)をさらに上げていくことではないでしょうか。こうした点も意識して、同時に当社事業の勉強も怠ることなく、独立社外取締役として遠慮せず、言うべきことを言っていきたいと思います。

投資家向け情報

canon.jp/8060-ir

経営方針、コーポレート・ガバナンス、財務データ、IR資料、株式情報、などの情報を掲載しています。



個人投資家の皆さま向けに、キヤノンMJグループが提供する価値や経営計画などについて、わかりやすく解説したページもご用意しています。

canon.jp/8060-indi

