

〈実践報告〉

CSR はマーケティング活動そのもの
— キヤノン MJ グループの取り組み —

河 口 洋 徳

CSR is Marketing Itself:
Canon Marketing Japan Groups Initiatives

KAWAGUCHI Hironori

1. Introduction and positioning of the Canon Group & Canon Marketing Japan. We are the global Canon Group's independent marketing arm for the Japanese market. Group Vision: Adopt a global perspective and strengthen our position as customer-oriented corporate group. Activities: Domestic marketer of Canon Inc. products handles related operations.
2. Group's CSR and Corporate Philosophy
The corporate philosophy of Canon is "Kyosei".
A concise definition of this word would be "Living and working together for the common good," but our definition is broader. "All people, regardless of race, religion or culture, harmoniously living and working together into the future"
3. Theme CSR Initiatives
The most important point, is participatory approach to "CSR's mind" as we let it take root.
4. Canon MJ Group's Priority Initiatives
Thorough Corporate Ethics and Compliance
Promotion of Information security
Environmental protection and environmental activities
Promotion of social contribution activities
CSR communications
5. Introduction examples
Compliance Card

Compliance Meeting & Compliance Information Delivery
Publication of Information Security Report
Promotion of product recycling
Web Platform of social contribution

6. Summary

About CSR Promotion Process of our company

1. キヤノングループのご紹介とキヤノンマーケティングジャパン（以下キヤノン MJ）グループの位置づけ

① キヤノングループにおけるキヤノン MJ の位置づけ

キヤノンマーケティングジャパン株式会社は日本国内におけるキヤノン製品及び関連機器、更には独自のソフト関連製品のマーケティング全般を担当する会社で、2006年にそれまでのキヤノン販売株式会社から改称し現社名となっているものであります。世界のキヤノングループの中での位置づけは、南北アメリカを担当するキヤノン USA（ニューヨーク）、ヨーロッパ・アフリカ地域を担当するキヤノンヨーロッパ（ロンドン）、オセアニア地域を担当するキヤノンオーストラリア（シドニー）、更に日本以外のアジアを担当するキヤノンアジアマーケティング（北京）と並び世界各地のマーケティングを5極体制で担当しております。

② 事業規模

グローバルキヤノングループの事業規模は2008年ベースで連結売上4兆942億円、従業員数約16万7千人、グループ会社263社となっており、キヤノン MJ グループの事業規模は、同じく2008年ベースで8,275億円、従業員規模約1万9千人グループ会社18社という企業組織であります。

③ おもな事業内容

おもな事業内容は、複写機や事務用プリンタなどのドキュメントビジネスが約40%の3300億、ITソリューション関連が約20%の1670億、カメラや家庭用プリンタ等のコンシューマ機器が32%の2700億、更に半導体関連機器や、放送機器、更に眼底カメラ等の医療機器を含めた産業

CSR はマーケティング活動そのもの

機器が8% 660億といった形で、カメラ等のいわゆる BtoC ビジネスに加え、最近では主として BtoB を中心とした、対企業、官公庁に対するビジネス領域がますます拡大しております。(リーマンショックによるリセッションの影響は大)

2. グループ企業理念と CSR について

① 創業のスピリットとコアコンピタンス

創業期よりキャノンでは、健康第一主義、新家族主義など人間尊重主義を明確にし、3自(自発・自治・自覚)の精神と呼ばれるコアコンピタンスの元、自由闊達な雰囲気の中で経営を進めて来ております。

② 企業理念「共生」

1988年、創立51年目を迎えるにあたり、第二の創業を宣言。当時まだ一般的な言葉としてなじみの薄かった「共生」を企業理念とし、「世界の繁栄と人類の幸福のために貢献すること、そのために企業の成長と発展を果たすこと」を旗印に進む企業グループであります。

③ キャノングループにおける CSR 推進の考え方

キャノングループでは、サステナブルな、地球環境・社会の実現を視野に置きつつ、キャノングループ自身の持続的成長をも目指して、企業市民としての責任を果し、ステークホルダーからの信頼を得ることを目的にあらゆる局面でキャノンらしい CSR への取り組みを行っております。業界に先駆けた環境対応への取り組みや、グリーン購入への取り組みなどは日本のトップランナーとしての評価を得てまいりました。

④ キャノン MJ グループの CSR キーワード(トップメッセージ)

キャノン MJ グループではトップメッセージとして「CSR という特別な活動領域があるのではなく、CSR はマーケティングそのもの」であるとのメッセージを出しており、全グループに浸透を図っております。

⑤ キャノン MJ グループの CSR 推進体制(ガバナンス)

キャノン MJ グループでは、経営会議の傘下に、従来から存在した複数の社内委員会を統合し、CSR 委員会を設置しております。CSR 委員長は社長がこれに当たり、委員には全取締役、主要関連会社社長、主要

本社本部長が委員長により任命されております。また同委員会は監査役、及び監査室長がオブザーバとして、更に顧問弁護士がアドバイザーとして参画しております。

更にこの活動をより実効性の高いものとするべく、各部門の実務代表からなる、CSR推進部会、また個別テーマの検討に当たる各種ワーキンググループ(ビジネスリスクWG、情報セキュリティWG、報告書制作WG等)が存在しその機能をはたしております。

3. CSRの取り組みテーマ

① CSRの取り組みとCSRマインド

キヤノンMJグループでは、CSRへの取り組みとして、大きくグループ全体での共通の取り組み、各グループ会社や事業部門での個別テーマへの取り組みを網羅的に計画・実施することとしております。そして最も重要なポイントとして、「全員参加型で行う‘企業風土づくり’」を「CSRマインド」としてこれを根付かせております。先ず個別取り組みテーマとしては、「製品安全」、「情報セキュリティ」、「個人情報保護」への取り組みを始めとして、「環境保全」、「お客様からの苦情・ご意見対応」、「コミュニケーション」、「安全衛生・職場環境」、「ダイバシティー(雇用・生物)」、「ワーク・ライフ・バランスの強化」や、「CSR調達」、「社会貢献」を挙げ、それぞれの立場で、これらを実践しております。またグループ共通テーマとしては、「内部統制を含むコーポレート・ガバナンス」、「企業倫理・コンプライアンス」、「情報開示」、「BCM・BCPを含むリスクマネジメント」などへの取り組みを行っております。

② 各種認証規格の取得とグローバルコンパクトへの署名

上記のような活動の結果として、グループ各社ではビジネス範疇の必要に応じ各種の第三者認証を取得しております。ここでは対象部門(会社)を省略し取得している認証を列挙いたします。「ISO14001(環境)統合認証」、「ISMS(ISO27001情報セキュリティマネジメントシステム)認証」、「ISO9001(品質)認証」、「プライバシーマーク(個人情報保護)認証」更に2009年12月には、キヤノンマーケティングジャパン株式会

CSR はマーケティング活動そのもの

社は「国連グローバルコンパクト」に署名しこれまで進めてきたCSRへの取組みを更に強化充実させることに加え、よりグローバルな視点での取組みを進めることを宣言しております。

4. キヤノン MJ グループの重点取組み

前項で記載の通り、当社グループでは様々な取組みを行っておりますが、特にグループを挙げての重点取組みについて以下に説明いたします。いずれも統一的な考え方として、「本業を通じた CSR 活動の推進」をその軸としておりますことを付記いたします。

① 企業倫理・コンプライアンスの徹底

企業倫理・コンプライアンスへの取組みについては、いわゆる「法令遵守」の枠を越え、社会からの期待や要請に応じてゆくため、従業員の「意識・知識・組織」の各活動のレベルアップを図るべく、三位一体の取組みを行っております。このことは知識は持っていても意識を伴っていないと実行につながらないという実態や、個人個人がどんなに知識・意識を活性化しても組織としての活動につながらないと不祥事の発生を抑制しきれないと言った、現実をきちんと受け止め、まさに組織ぐるみ（逆の意味ではなく）で取り組むこととしております。

② 情報セキュリティ活動の推進

当社グループは主としてお客様へ製品やソリューションを提供させて頂くことから、個人情報をはじめ、お客様の業務上の機密情報をお預かりすることも少なくありません。従ってこうした情報資産の取り扱いについて十分な注意を払うことは必須の課題であります。またこうした情報セキュリティ強化への取組みを実践することに留まらず、お客様にそうしたノウハウを提供することも、時として求められます。そこで当社では、情報セキュリティの範囲を特にお客様との接点に求めその活動を強化しながら、ビジネスへの活用という観点を持ち取組み意欲の向上や、その重要性の認識強化をも図っております。現在までにお客様との接点を広く持つ営業部門、サービス部門と社員情報を幅広く保有する本社部門等が ISMS の認証取得を勧めると同時にほぼ全グループ会社では

プライバシーマークの認証も受けております。

③ 環境保全と環境配慮

キヤノングループでは、使用済みのカートリッジの回収サイクルや、環境負荷低減の製品設計等、環境に対する取組みを早くから進めて参りました。使用済みの複写機器の静脈物流システム(回収サイクルのプロセスに業界として早くから取組み、各社が下取り等で入手した他社の複写機器を、メーカーごとに交換センターで交換し、より高次のリサイクルを実施する仕組み)の構築にも率先して参加して参りました。また環境に関する国際規格である ISO14001 の認証取得を含め環境問題に国内各企業の中でも、いち早く取り組んでまいりました。近時は、世界に先駆けてのグローバル認証を取得するなど、環境保全をめぐる活動を継続して進め大きな成果を残しております。

これらの活動を通じて関係省庁や環境団体からの表彰等も幾度か受けております。

また本年(2010年)名古屋で開催の生物多様性条約締約国会議(COP-10)を視野に、「生物多様性推進パートナー宣言」を行い、地域に根ざした活動を進めると同時に COP-10 では共同回収を始めた「インクカートリッジ里帰りプロジェクト」に関する展示への参加や WWF への寄付などの活動も(プロジェクト参加各社と共に)行いました。

④ 社会貢献活動の推進

キヤノン MJ グループでは、本業を通じた CSR 活動を推進する一環として、さまざまな社会貢献活動の実施にも力を入れております。映像情報産業としての文化支援、たとえば北海道の東川町を中心に毎年夏行われている全国の高校写真部の代表達が参加する写真甲子園への特別協賛などは一つの例として挙げられるでしょう。また最近では、全国の NPO の皆様と連携の仕組み作りしました。まず国内 10 箇所の環境保全に関する地域 NPO と共同し、グループ各社の従業員、ビジネスパートナー、さらにはお客様の一部(希望されるお客様)にも枠を広げた活動(具体的には、各 NPO への寄付、共同作業等)を進めていることは新聞等でも紹介されております。国内ビジネスを担当する当社グループに

CSR はマーケティング活動そのもの

あっても、前出の「共生」の思想の中には国際的なインバランスの是正と云うことがあります。こうした観点から国際的な社会貢献の一環として「WFP 国連世界食糧計画」への継続的支援の観点から WFP 協会評議委員会社として活動に参画、毎年 6 月に行われるウオークザワールド (国連 WFP が全世界の国々に呼びかけ、同月同日世界中で実施するウオークイベント) にも多くの有志参加者を誇っております。

⑤ CSR コミュニケーション

企業の CSR 活動を語る時、昨今よく出て参りますのが、ステークホルダーとのコミュニケーション活動についての取組みと云うことが取り上げられます。当社グループでは、CSR 報告書の発行やその他の IR 活動につきまして印刷物や、WEB での情報開示に留まらず、グローバルな株主・投資家への IR 活動や株主総会終了後の社内見学会、またビジネス活動の一環としての意味をも含めたオフィスツアーの実施によるお客様へのノウハウやヒントの提供、また最近では BCM・BCP (事業継続マネジメント・同計画) についての相互情報交換等のビジネスコミュニケーションなども頻繁に行っております。また社員とその家族へのコミュニケーションとしては、毎年夏休み時期に合わせたキッズデーの実施は会を重ね、親も入ったことのない社長室での子供達との記念撮影会などは呼び物になっています。更にこれを近隣の子供達にも開放してゆく試みも実施されており地域住民とのステークホルダーコミュニケーションの機会も広がっております。

5. 事例のご紹介

ここでは前項で記載した重点取組みの中から、典型的な事例をいくつか紹介することと致します。

① コンプライアンスカードでの意識強化

企業倫理・コンプライアンスを定着させる方法の例として常時 ID カードと一緒に携帯することを必須としている「コンプライアンスカード」は、その表面に社是である「三自の精神 (自発・自覚・自治)」が記載され、反対面に「コンプライアンステスト (6つの自己質問)」と内部

通報(社内ではスピークアップと呼称)の通報先が入っております。

② コンプライアンス情報(今週のコンプライアンス)配信

コンプライアンス情報配信の継続実施は、既に6年間続けています。毎週月曜日に原則イントラネットで様々なテーマで配信すると同時に、データベースとして、常時検索可能にしている。毎週の購読率は、テーマによって変化していることも事実である。しかしデータベース化し、キーワード検索を可能にすることによって、一旦ある事柄への対応を迷うような局面に直面した従業員にとっては社内百科事典として機能しております。

③ コンプライアンスミーティングの実施

半期に一度、全グループの課を単位として、コンプライアンスミーティングという課会を実施しております。テーマは通常3つ程度の共通テーマから一問と各部門で選ぶテーマを決めて実施し、その折の討議内容や問題意識について、グループ事務局へ提出しその徹底と効果を報告確認することとしております。

④ スピークアップ制度の定着

公益通報者保護の考え方に基づいて内部通報制度を設け、その意味するところを様々な機会を通じて周知を図っております。これには今週のコンプライアンスでの情報提供、コンプライアンスミーティングにおける真摯な議論を深めることなどによってその実効性を高めることに役だっています。

⑤ 「情報セキュリティ報告書」の発行

情報セキュリティについての様々な取組みは、先にも述べておりますが、特にこの数年は、自らのセキュリティへの取組みを、「情報セキュリティ報告書」を作成して広く開示しております。この活動は一定の評価を得ており、当社村瀬会長が「情報セキュリティガバナンスシンポジウム2009」(日本経済新聞・経済産業省主催)にスピーカとして招かれ、講演を行なうなどの機会も得ております。また業務の一環として情報セキュリティへの取組みや、個人情報保護のためのコンサル提供や、構築支援などを行っていることも特徴的な取組みといえるでしょう。

⑥ 消耗品のリサイクル活動

環境取組みの中でも、使用済みの複写機器の回収リサイクル事業「静脈物流システム」の継続的促進や、全国の郵便局や自治体との共同事業としての、「里帰りプロジェクト」は、メーカー 5 社と日本郵政、更には多くの地方自治体との共同事業でもあり、特筆できる取組みであると考えております。この取り組みでは本年開催された COP-10 関連の展示でもその活動が紹介され、併せてこの活動による各社の回収量にリンクした、WWF への寄付もマスコミに取り上げられております。

⑦ 社会貢献活動プラットフォームの構築

現在キヤノン MJ グループでは、「未来につなぐ環境づくり」「人の未来づくり」を活動テーマに全国で活動を行う地域 NPO との「協働」のためのプラットフォームづくりを開始しております。これはキヤノン MJ グループの従業員、ビジネスパートナーの皆様にも含めて全国に広がる地域活性化や、環境・生物多様性保護などの推進に当たる NPO との接点を広げる活動で、活動内容としては、それぞれの地域活動への参画や、WEB プラットフォームを活用した寄付サイトを經由した寄付行為の窓口機能、更には一部の成果物の協同販売など様々な切り口を展開しております。

6. まとめ

この発表の締めくくりとして、企業やその他の組織が CSR (企業以外の SR も) への取り組みを行う場合のプロセスの事例を、自社のこれまでの活動を参考に、ご紹介することと致します。

発表の会場では簡単な図解でご紹介致しましたが、その概要は以下の通りであります。(以下そのステップをご紹介します)

- ① 組織としての取組の決定 (基本的には TOP の意思による事を前提とする)
- ② 企業 (組織) 理念をベースに CSR (SR) 活動の考え方を整理
- ③ 重点取組み事項の整理
- ④ 活動方針、行動計画を立案し社内への徹底を図る

- ⑤ 現業への組み込み
- ⑥ 活動の評価、活動報告を作成し内外への開示を行う
- ⑦ 前年の評価を踏まえ次年度の計画につなげる

当社グループでは、概ね以上のような流れでそのCSR活動を進めてまいりました。本年中にはISO26000も決定・公開されることになっております。これはSRガイダンス規格とも言われておりますので、こうした規格やグローバルコンパクト等々を参考に進めて行くことが今後の課題であると認識しております。

(2010年2月記)