

Canon

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 **CANON S**TOWER

キヤノンマーケティングジャパングループWebサイト

▶ 企業情報

canon.jp/8060

▶ 投資家向け情報

canon.jp/8060-ir

▶ サステナビリティ

canon.jp/8060-sustainability



Canon

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

Resolving

Social Problems
with IT Solutions

統合報告書 2024

2024年12月期

私たちは 未来 マーケティング 企業です

お客さまの想いに寄り添い、多様なパートナーとともに
様々な技術をつなぎ、想像を超える未来を切り拓いていく。
私たちキャノンマーケティングジャパングループは
「未来マーケティング企業」です。

キャノンMJグループが
実現する
未来とは？

未来
マーケティング
企業とは？

To The FUTURE

例えば、超効率的に働ける未来や、
超安心して暮らせる未来がきたら、うれしくありませんか。

キヤノンマーケティングジャパングループは、
「人」「技術」「顧客基盤」を最大限に生かして、
あらゆる社会課題に向き合いたい。

あなたの想いと技術をつなぎ
「え?こんなことまで!」を次々と実現していきます。

超ワクワク する未来へ

過去

現在

未来

専門人材の
育成・獲得 × 生産性の
更なる向上

IT
ソリューション × キヤノン
製品

大手企業から
個人までの
お客さま × お客さまの
深い理解

AI防災
システム

需要予測・
需給計画

サイバー
セキュリティ

地域の
伝統継承

キヤノンMJグループは、
複雑化するお客さまのニーズや
社会課題に対応する
ソリューションを提供しています。

超ワクワクする未来を実現する
私たちをのぞいてみませんか?

Go Next



代表取締役社長 社長執行役員

足立 正親

強みを生かし、
社会課題解決の幅を広げることで
着実に成長し続ける

5期連続の増収増益を目指す

私が社長に就いて早4年が経ちました。就任4年目にあたる2024年は4期連続で増収増益を達成し、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益において、過去最高益を更新することができました。その結果、2021年に「2021-2025 長期経営構想」で設定した当初計画を全て前倒して達成しました。また、事業収益を拡大すると同時に資本効率を意識した経営に取り組んだ結果、ROEは2024年に9.6%となり、10%台に近づいています。その取り組みの一例として約2,000万株の自己株式の公開買付けを実施しました。

2025年は「2021-2025 長期経営構想」および「2022-2025 中期経営計画」の最終年度であり、5期連続の増収増益を計画しています。ITソリューション事業の売上は400億円上方修正し、3,400億円を目指します。これにより、同事業の売上構成比は50%に達する見込みです。また、キヤノン製品事業については、お客さまに引き続き高付加価値な提案を行うことで収益性を高めていきます。この4年間、「利益を伴ったITS事業拡大」と「既存事業の更なる収益性強化」を着実に進められていると実感しています。

成長の源泉を磨き続ける

こうした当社グループの成長を支えている競争優位性の源泉は、幅広い「顧客基盤」、優位性のある「技術」を駆使したソリューション、そしてそれらを創り出す「人」です。

当社グループは、大手企業から準大手・中堅企業、中小企業、個人のお客さままで幅広い顧客基盤を有していますが、日本で私たちほどの「広さ」と「深さ」を兼ね備えている事業者は他にいないのではないのでしょうか。この「広さ」と「深さ」は数年で築き上げられるものではなく、1968年の創業以来、私たち独自のノウハウと手法で先代から次代へと脈々と引き継ぎ、築き上げ、磨き続けてきました。お客さま以上にお客さまの業務を理解しているからこそ、または、「お客さまのお客さま」の課題までも把握しているからこそ、お客さま自身が気づいていない潜在課題の特定や解決策を提示することができます。その長年の積み重ねが現在のお客さまとの強固な信頼関係のベースになっています。経営トップの方々との関係性が深いことも特長の一つであり、顧客基盤の強さの表れだと思っています。私は営業畑を約40年歩んできましたが、事業責任者の時代には役員の方々を含めたお客さまとの商談を年間100件以上実施していました。この役員の方々へのプレゼンテーションは、先代から引き継ぎ、次代に引き継いだ多くのことの一つです。

優位性のある「技術」を生かしたソリューションについては、自社製品としてドキュメント機器を持ちながらITソリューションを展開している企業は他にもありますが、当社グループはドキュメントソリューションにとどまらず、より基幹システムに近いところを手掛けていることが特長です。またシ

ステムインテグレーターとして見た場合、他の大手システムインテグレーターと同規模のシステム開発案件も受注していますが、われわれは情報の入出力を行うキヤノン製品を持っており、それら入出力機器とシステムの連携性において大きな強みがあると考えています。例えば、画像AI連携プラットフォーム「Bind Vision」は、当社グループ独自の画像解析技術を活用し、キヤノン製のカメラで撮影した画像から煙検出と水位測定AIが迅速に異常を検知するソリューションです。これは、当社グループの技術とキヤノン製品の組み合わせによる典型的なソリューションの一つです。地域の防災・減災を支援し、安心・安全な社会の実現に貢献しています。

「顧客基盤」と「技術」を生かしたソリューションを創り出し、それらを磨く「人」の育成にあたっては、多様化するお客さまのニーズに合わせて、内容を絶えず変えながら専門教育を実施しています。また、当社グループの事業領域の変化・拡大に伴い、特に他社製のIT機器やソフトウェアの取り扱いが増加し始めた1980年代頃から、社員のリスキリングに継続的に取り組んでいます。当社グループにおけるIT製品・ITソリューションの取扱いは40年以上になりますが、技術の進化のスピードはますます速くなっています。社会の動きに先んじた技術を獲得し、お客さまや社会の課題の解決に資する質の高いご提案ができるよう、社内育成に加え、M&A、出資などの手段を通じた外部人材の登用を積極的に進めています。大事なのは、さまざまなバックグラウンドを持ち、当社グループに仲間入りした「人」を真に受け入れる文化であり、それが当社グループの強みの一つであると自負しています。

持続的な成長に向けて

このような当社グループの強みも踏まえ、そして次世代、未来や地球への想いを持って、キャノングループの「共生」の理念のもと、2024年1月に当社グループのパーパス「想いと技術をつなぎ、想像を超える未来を切り拓く」を公表しました。このパーパスは約2年かけて、役員間で幾度となく忌憚のない意見を交わし、100以上もの案から言葉一つ一つにこだわって制定しました。このパーパスに込めた想いを、全国のグループ各社の現場に足を運び、私自身の言葉で直接社員に対面で伝え、語り合う「ミライビートーク」をパーパス公表前の

2023年から実施しています。新型コロナウイルス感染症の流行により、対面での交流がかなわない時期を経て、全国各地の社員とようやく対面で意見を交わせるようになりました。多様性に富む約18,000人のグループ社員の志を一つにするとともに、ステークホルダーの皆さまとの共創・協業をより一層進め、社会課題解決を加速していきたいという想いを実現する必要があるとあらためて感じています。そして、グループ全体にパーパスを体現する取り組みが徐々に生まれ、広がっています。

10年先を見据えた領域の拡大

パーパスの公表と同時に、新規事業の創出に取り組む「R&B（Research & Business Development）」の専門組織を立ち上げました。社会課題は複雑化、深刻化しており、不確実性に満ちています。私たちは、言語や国籍を問わず志を同じくする、国内外のスタートアップや教育機関、行政などと共にオープンイノベーションを推進し、新たな価値創造に取り組んでいます。2024年はコーポレートベンチャーキャピタル「Canon Marketing Japan MIRAI Fund」を通じて9件の出資を実施しました。現在の当社の事業領域からすると、飛び地と見える領域にも出資しましたが、近い将来、皆さんに新規事業としてお披露目できることを楽しみにしています。

ITソリューション事業では、注力すべき四つの領域*を定め、サービス型事業モデルへの変革を加速させることにより、利益を伴った事業成長を目指しています。特に、Edgeソリューションや保守・運用サービス／アウトソーシングを中心に、当社グループが拡大したい領域の企業や獲得したい機能を持つ独自性の高い企業に当社グループの仲間として加わっていただいています。2023年はITインフラの設計・構築、システム保守・運用やデータセンターに強みを持つ東京日産コンピュータシステム株式会社（現 TCS 株式会社）、2024年

はDXを活用したBPOサービスに強みを持つ株式会社プリマジェストがM&Aによりグループ入りしました。

当社グループの強固な顧客基盤を活用してTCSやプリマジェストのソリューションを提供し、また両社のお客さまに当社グループのソリューションを提供するなど、相互の強みを生かしてシナジー創出による事業規模拡大に向けて確実に前進しています。M&Aは事前の見極めはもちろんのこと、グループ入り後の統合をいかに円滑かつ迅速に行うかが肝要であり、1978年に初めてM&Aを実施して以降、継続してM&Aを実施し、そのケイパビリティを磨いてきました。パーパスを制定した理由の一つが、ここにあります。当社グループはこれまでの多くの企業の仲間入りにより成り立っており、多様性に富んでいます。そして、これからさらに強化したい技術や機能は、積極的にM&Aや出資により獲得を進めます。多様性を尊重し、それを企業価値創出につなげる意思をパーパスに込めています。2025年までに2,000億円以上の成長投資を実行することを掲げていますが、2024年までにその約70%を実行しました。今後も、状況を見極めながら、当社とのシナジー効果が発揮できるM&Aや出資に注力していきます。

* 「Edgeソリューション」「HOME、IT保守・運用」「セキュリティ」「ITO・BPO」

事業拡大を支えるガバナンスを強化

業績の着実な成長からも、それを支えるガバナンスの実効性が保たれていると考えていますが、一般的な親子上場のリスクとして、親会社と子会社の間での利益相反等が挙げられます。そのため、上場子会社として、ガバナンスに対する当社の真摯な姿勢をご理解いただくことを含め、少数株主の利益保護の観点から説明責任を果たす必要があると考えており、その一つとして、2024年1月に独立社外取締役3名から構成される特別委員会を設置しました。特別委員会は2024年に5回開催され、親会社からの仕入れに関する確認のほか、公

開買付けによる自己株式の取得について審議されました。また、2025年3月には財務・会計の経験・知見を有する女性の社外取締役をさらに1名選任し、これにより取締役会の半数を独立社外取締役としました。これまでも、2023年に女性の社外取締役を1名選任し、指名・報酬委員会に占める独立社外取締役を過半数へと増員するなど、ガバナンスを強化してきました。今後も継続的にガバナンスの強化・充実を図り、事業成長を加速してまいります。

ステークホルダーの皆さまへ

利益を伴う成長を継続し、2024年は4期連続で増配し、1株当たりの配当額は私が社長に就任する前の2020年と比較して2.3倍となりました。連結配当性向40%以上という方針のもと、2025年も増配を計画しています。株価は2023年、2024年、それぞれに上場来高値を更新し、評価の表れと励みに思う一方で、株主を含むステークホルダーの皆さまに期待し続けていただける成果創出と企業グループ創りにより一層まい進する決意を新たにしています。

お客さまと共により良い未来像を描き、その実現のためにお客さまがまだ気づいていない潜在的な課題やニーズを発見し、創造性に優れた提案により課題を解決していきます。そのような私たちキャノンMJグループを象徴する表現として「未来マーケティング企業」を宣言しました。この「未来マーケティング企業」を表現した企業CMを2024年9月から展開しています。キャッチコピーは「超ワクワクする未来を実現する

会社」です。カメラやプリンターなどのキャノン製品事業やITソリューション事業で培った技術力をさらに発展させ、マーケティングの力と掛け合わせることで未来の社会課題を解決していく。これまで以上に新しいテーマに積極的にチャレンジし、ステークホルダーの皆さまにワクワクしていただける、希望や喜びに満ちた未来を創るための企業活動を行ってまいります。ぜひ当社グループにご期待ください。

代表取締役社長 社長執行役員

足立 正親



パーパスを軸とした持続的な企業価値の向上

これまでの50年を振り返り、これからの50年を見つめて
パーパスを体現し、持続的成長を目指す

取締役 常務執行役員
グループ企画、グループコミュニケーション担当
マーケティング統括部門長
サステナビリティ推進委員会 副委員長
ブランド戦略委員会 委員長

蛭川 初巳



キヤノンMJグループは1968年の創業以来、社会の動きを予測し、お客さま、市場の変化に先んじて経営戦略を展開し、大きく三つの期を経て、事業領域を拡大してきました。2024年1月に公表したパーパスのもと、ステークホルダーの皆さまとの共創・協業をより一層進めることで解決できる社会課題の領域を広げ、進化し続けていきます。

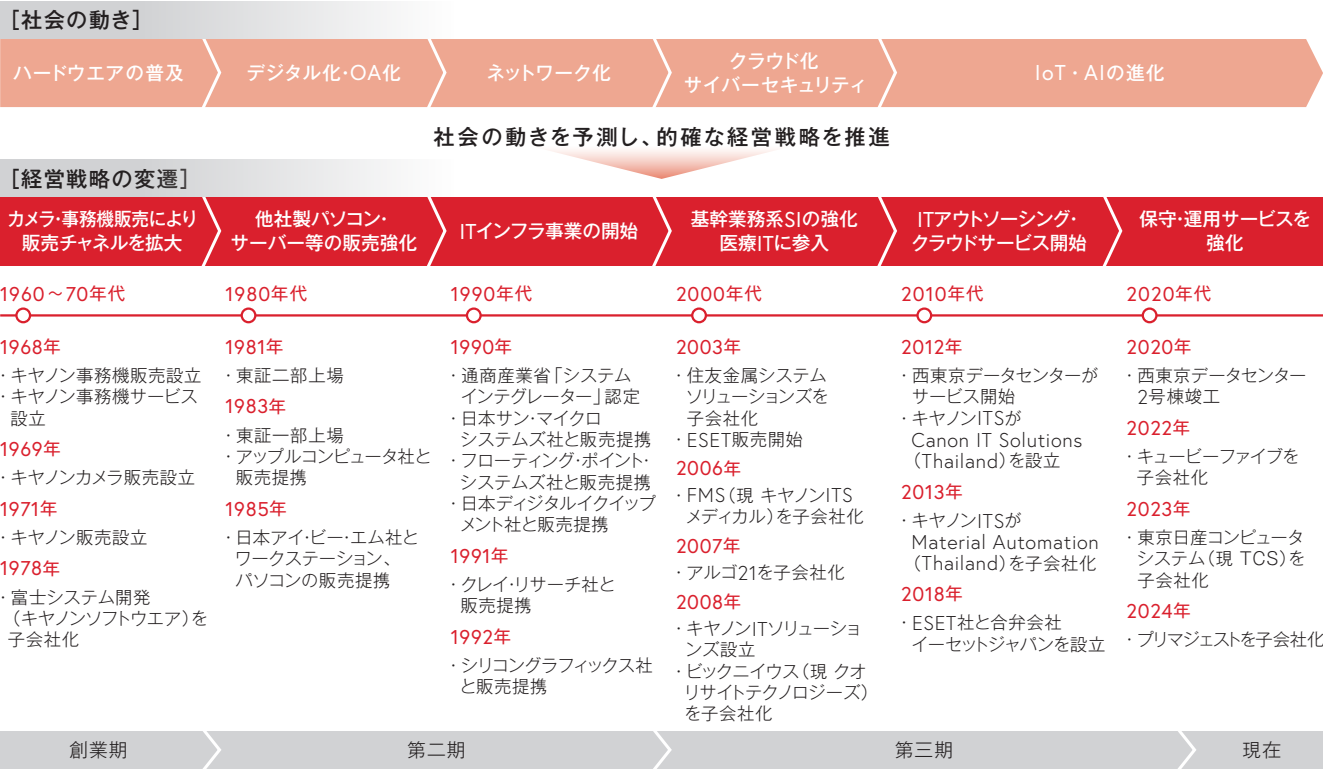
三つの期を経て現在へ

キヤノン製事務機器の販売会社として誕生したキヤノンMJグループの創業期は、先進のキヤノン製品を全国のお客さまに届けるために、地域販売拠点の拡大や販売店との提携などを通じて、販売チャネルを多様化し、強化しました。その結果、顧客基盤を拡大し、マーケティング力を培い、国内におけるキヤノンのブランド力を高めることができました。また、お客さま

に提供する付加価値を高めるため、さまざまな製品のデジタル化に先駆け、1978年には富士システム開発を子会社化してソフトウェア事業を始動し、キヤノン製品以外の独自事業を拡大し始めました。

1980年代からの第二期は、多様化するお客さまのニーズに応えるため、アップルコンピュータ社をはじめとし、他社製の

ITソリューション事業拡大の沿革



ワークステーションやサーバーなどの販売へと事業の幅を広げ、商社機能を強化しました。1990年代には、インターネットの普及に伴い、パソコンやサーバー、ネットワークに対応する人材を増やしました。時代の変化に合わせて独自の付加価値をつけるための技術を取り込み、それに対応する人員や組織などを強化してきた結果、1990年に通商産業省（現 経済産業省）の「システムインテグレーター認定」を受けることができました。

第三期の2000年代には、お客さまとの結びつきを強めるため、ハードウェアからソフトウェアへとビジネスの軸足を移すことを意図し、お客さまの基幹業務へと領域を拡大しました。2003年に製造、流通などの業種向けSIやセキュリティに強みを持っていた住友金属システムソリューションズを子会社化、2007年には金融や公共分野に強いアルゴ21を子会社化し、

お客さま起点の組織体制に変革し、財務体質・経営基盤を強化

「顧客主語」の考え方のもと、お客さまをより深く理解し、お客さまごとに異なる課題やニーズに対し、より付加価値の高い最適なソリューションを、より効率的に提供し続ける体質の強化を目指し、2018年に「商品・販売チャネル」に基づく体制から、「市場・顧客」に基づく体制へと組織を変更しました。並行して、当社グループが付加価値をつけにくい分野の事業からは撤退するとともに、当社グループが持つ強みを発揮できる領域・業種に注力し、顧客層別の戦略にシフトすることにより、収益性の向上に努めてきました。

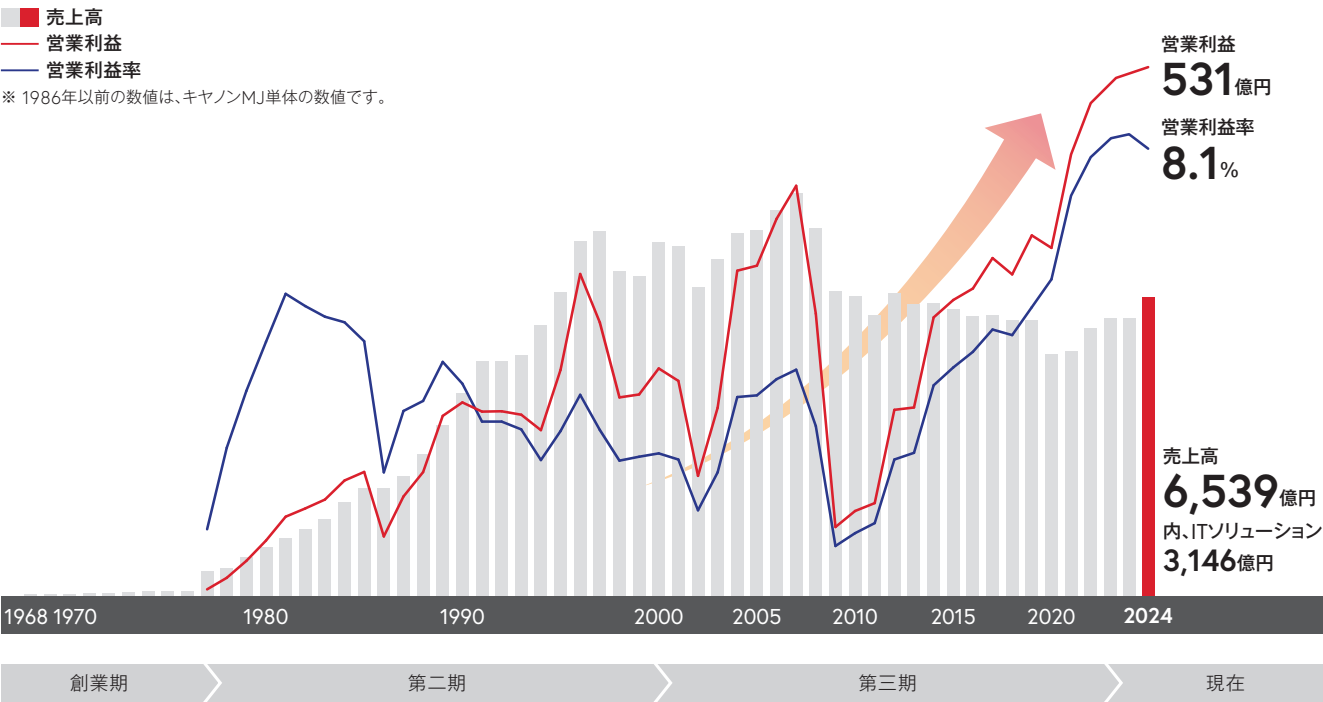
当社グループは創業以来、キヤノンの企業DNAである「進

2008年にこれらを統合してキヤノンITソリューションズを発足させました。これにより、基幹業務系のシステム開発やインフラ事業へと事業領域を広げ、お客さまのITシステムの企画・設計・開発・構築・保守・運用までのITライフサイクルをサポートする体制を構築しました。

その代表的な例として、西東京データセンターを開設し、2012年に1号棟、2020年に2号棟のサービスを開始しました。高度なセキュリティや耐震性能などに加え、運用面でも高い品質を誇るデータセンターを自社施設として保有することにより、ITアウトソーシング事業、クラウドサービス事業を拡大しました。

こうした長年の積み重ねを経て、2024年は全売上に占めるITソリューション事業の売上は約半分を占めるまでに高まりました。

業績の推移



パーパスを軸とした持続的な企業価値の向上

「私たちは何者か」と「つくりたい社会」を掛け合わせてパーパスを制定

パーパス制定に際し、代表取締役社長を委員長とし、ビジネスユニット長などの事業責任者を委員とするサステナビリティ推進委員会において、当社グループの歴史をひもときながら、私たちがこれまで社会に果たしてきた役割や私たちの強みや“らしさ”とは何かといった「キャノンMJグループとは何者か」についてや、外部環境の変化や未来予測データなども踏まえたありたい姿とともに、「どのような社会をつくりたいか」について何度も議論を重ねました。

パーパス公表までのプロセス



一語一語に込めた意思

「想い」には、社会課題が複雑化する中で、ステークホルダーの想いと、私たちキャノンMJグループ自身の内発的な原動力を大切にしたいという意味を込めています。

「技術」には、イメージングやITなどで培ってきたテクノロジーに加え、発想力、提案力、傾聴力やコミュニケーション力などといったスキルや、経験、人脈、業界知識も含むノウハウ

多様なバックグラウンドを持つ社員や当社グループに仲間入りする社員を含め、グループ全社員が一丸となって、未来志向で新たな挑戦に臨み続けていくために、単語一つ一つに込める想いにこだわって最終的な言葉を磨き上げました。またパーパス策定にあたり、検討の後半からサステナビリティ推進委員会の開催をブランド戦略委員会との共催とし、社内外への発信や浸透活動も併せて議論しました。

や知見なども含んでいます。また、キャノンMJグループが持つ技術のみならず、多様なビジネスパートナーが持つ技術も含んでいます。

そして「切り拓く」には、常に市場を開拓してきた開拓者精神をあらためて明確に表明したいという想いを込めています。

また、パーパスを象徴するシンボルマークは、さまざまな想いと技術を、大きさと色の違う一つ一つの輪で多様性ととともに表現しています。それらがつながり続けていくことで、新しい未来が無限に循環していくことをイメージしています。

想いの伝播

「未来を担う人」に灯をともしすることで「会社の未来」に灯がともる、をコンセプトに「ミライビトーク」と名付けた社長と社員との直接対話を2023年、2024年で計15回実施し、延べ約2,400人の社員が参加しました。社長からパーパスに込めた想いを伝え、参加した社員からは「パーパスの説明動画など事前に視聴して理解はしていたものの、直接想いを聞けて心の距離も近くなったと感じた」などの感想があり、社員に想いが伝播していききました。



「ミライビトーク」をキャノンS&S東京支社で実施

パーパス体現者の増加に向けて

2024年に行ったグループ従業員意識調査の結果、前年比で「パーパスへの共感」は約20ポイント上昇し、「仕事を通じた社会への貢献実感」は約10ポイント上昇しました。一方で、新しく加わったグループ会社や、お客さまとの直接的な接点が少ない一部の部門

などは相対的に低い状況です。今後は、これまでのパーパスの浸透から、パーパスを含むサステナビリティ活動全体と、各社員の業務との結びつけの理解促進などを図っていくことにより、ばらつき



パーパスを軸に、社内外コミュニケーションにおけるブランディング活動を刷新

パーパスの公表に合わせ、社内広報のコンセプトを、パーパスを体現している社員の熱意を伝えることで、共感とやる気の輪を広げる形へと変更しました。コンテンツに加え、発信媒体の変更、効果測定の導入などの刷新の結果、2024年の社内調査において半数の社員が社内外とのコミュニケーションが増加したと回答し、約70%の社員が「未来への挑戦」などを感じると回答しています。

また、「ミライアングル」や「未来へ繋ぐ想い」と題し、パーパスを体現する社員を2023年から当社グループのWebページにて取り上げています。「ミライアングル」では、大切なお客さまや大事な仲間の想いに寄り添い、ともにより良い未来を創造していくために挑戦を続ける社員がいること、「未来へ繋ぐ想い」では、ステークホルダーの想いとキャノンMJグループのビジネスを掛け合わせることで、未来を切り拓いている取り組みを紹介しています。

キャノングループの企業認知度は高いものの、キャノンMJグループの企業認知度はそれほど高くありません。一方で、調査によると、当社グループと取引があるお客さまからの相談意向は約80%と高い状況です。一度取引を開始すると、継続的にご相談をいただける確率が高いため、企業認知度向上を意図し、2024年に企業広告の展開に取り組みました。

「超ワクワクする未来を実現する会社」というキャッチフレーズには、未来マーケティング企業として、未来志向で社会課題を解決し、希望や喜びに満ちた未来をつくっていききたいという想いを込めています。全ての始まりとなるのは想いであり、課題を解決したいという想いを大切にしていきます。

今後、ステークホルダーの皆さまから期待し続けていただけるよう、また、その期待をさらに超えた「想像を超える未来」を切り拓いていけるよう、グループ一丸となり取り組んでまいります。



持続的成長をより確かなものに

当社グループは、お客さまが必要とされるものをご提供できるよう先を見通しながら、M&Aなどを通じて事業領域を拡大してきました。社会の不確実性が高まる現代において、顧客ニーズ、市場の変化や技術の進化のスピードが加速する中、キャノンMJグループは、パーパスを体現し、ステークホルダーの皆さまとの共創・協業をより一層進めることで解決できる社会

課題の幅や領域を広げ、進化し続けていきます。

「ミライアングル」など当社グループの発信をご覧いただいたステークホルダーの皆さまから、当社役員・社員にお声がけいただく機会が増え、より多くの対話が生まれ始めています。既存の枠にとらわれない新たな価値創造に果敢に挑戦し続けるキャノンMJグループにぜひご期待ください。

財務戦略



成長投資の継続により企業価値を拡大
長期経営構想の最終年度では
5年間の集大成を踏まえて、次の飛躍を目指す

取締役 上席執行役員
グループ監査、グループ経理、
グループ調達担当
経理本部長

大里 剛

「2021-2025 長期経営構想」の目標を前倒しで達成、4期連続で過去最高益を更新

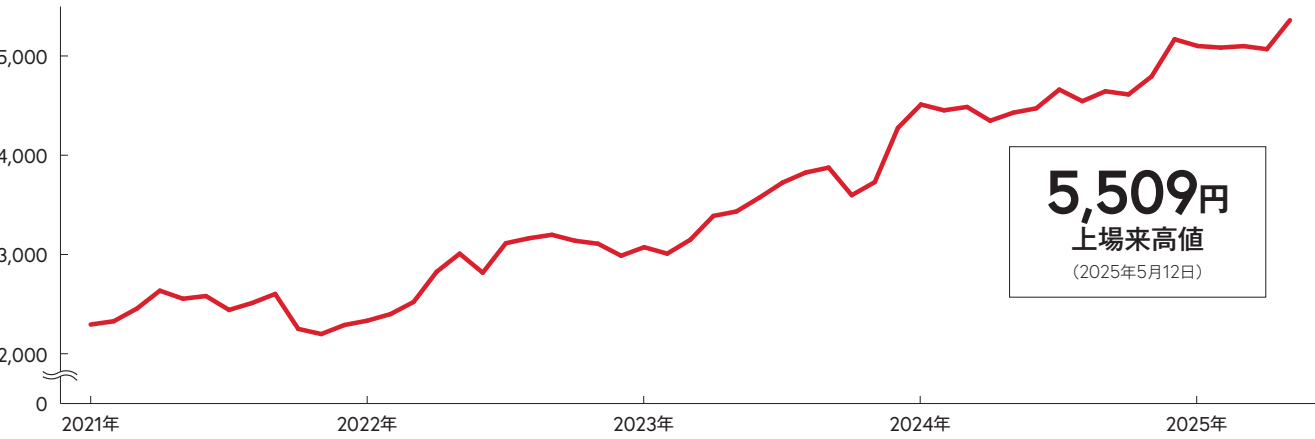
事業の概況

2024年12月期は、売上高6,539億円（前期比7％増）、営業利益531億円（同1％増）、純利益393億円（同8％増）の増収増益となり、4期連続で過去最高益を更新しました。その結果、これまで当社グループが進めてきた「2021-2025 長期経営構想」の当初計画を1年前倒しで達成することができました。株価は1月の決算発表後に上場来高値を更新しており、当社グループの目指す変革の方向性が、ステークホルダーの皆さまから評価いただけていると実感しています。

好業績をけん引しているのはITソリューション事業です。顧

客層別に異なるニーズに対して最適化されたソリューションを提供することで成長事業を順調に伸ばしてきた結果、当期の売上高は3,146億円（同17％増）となり、グループ売上に占める比率を前年の44％から48％にまで高められました。一方で、キヤノン製品事業はリカーリングビジネスの比率が高く、当社グループの収益基盤を支えています。加えて、ITソリューションの保守・運用サービス／アウトソーシングの割合を増やすことでストックビジネスを充実させ、継続的に利益を稼げる体質に強化できてきています。

キヤノンマーケティングジャパン株価推移(円)



投資戦略の進捗状況

事業成長に向けて2025年までに2,000億円以上の成長投資を実行することを打ち出してきました。その進捗状況については、2024年までに目標の約70％まで投資を実現できています。「事業投資」「人材投資」「システム投資」の3領域の中で「事業投資」については、2021年から2024年の4年間でM&Aを3件、

出資を13件、事業譲受を1件行いました。投資先として選んできたのはいずれもITソリューション事業の領域で、SI関連、映像ソリューション関連、BPO関連など当社グループのアセットを有効活用できる企業です。これからの成長に欠かせない領域に対して積極的な投資をさらに続けていきます。

2010年からスタートしたデータセンターの構築は、先行投資が成果に表れている一例です。データセンターは10年以上の時間をかけて、お客さまのDX支援サービスやクラウドサービスの中核拠点として育ててきました。さらにロングスパンでの投資を手掛けるのがCVCファンドです。最先端の技術やビジネスアイデアを持つスタートアップへの投資は、未来の社会課題を起点としたバックキャストの視点で新たな事業領域に取り組み、さらにフォアキャストの視点で既存事業の拡大にもつなげていきます。

一方で、当社グループの事業ポートフォリオを強化、拡大していく上で、当社がベストオーナーであるかという観点から検討し、2024年には連結子会社1社をグループ外企業に売却いたしました。

「人材投資」については、社内人材の高度化と外部からのプロフェッショナル人材採用の二方向で進めています。既存社員に対する学習やスキル向上のための投資は、今後も継続して行っています。

また、管理職の中から選抜した、将来の経営を担う人材候補に対する研修も行っています（P.27参照）。課長クラス・部長クラスから選抜された十数人を対象とする1年間の研修では、企業経営についての考え方を徹底的に学び、人間力の向上も図ります。

「システム投資」については、ビジネスプロセス刷新プロジェクトに取り組んでいます。このプロジェクトでは、環境の変化や事業の変革等に対応できる業務プロセスの構築と、基幹系システムの刷新を実行することで高い生産性を実現してまいります。

キャッシュアロケーションの方向性



2021年～2024年のM&A・出資・事業譲受実績

	● 2021年	● 2022年	● 2023年	● 2024年
M & A		8月 ・株式会社キュービーファイブ	10月 ・東京日産コンピュータシステム株式会社（現 TCS）	3月 ・株式会社プリマジェスト
出 資	5月 ・キーウェアソリューションズ株式会社 7月 ・株式会社ニーズウェル	1月 ・株式会社キャピタル・アセット・プランニング 4月 ・株式会社関通 4月 ・株式会社THS	9月 ・株式会社アジラ 12月 ・チエル株式会社	6月 ・株式会社ケアコネクトジャパン 8月 ・AWL株式会社 8月 ・ドクターズ株式会社 8月 ・株式会社openpage 10月 ・株式会社エスマット 12月 ・タイムリープ株式会社
事業譲受			1月 ・キヤノンメディカルシステムズ株式会社の病院情報システムのシステムインテグレーション事業を譲受	

2024年CVC出資状況



財務戦略

■ 手元資金を確保し、成長投資と株主還元を継続

キャッシュアロケーション

2025年までの2,000億円規模の成長投資を進めながらも、継続的かつ安定的な株主還元を行うと同時に必要な手元資金も確保しています。2021年から2025年の5年間では、営業キャッシュフローとして約2,000億円、配当総額は約700億円を見込んでおり、連結配当性向は、2023年度より従来の目標値を上方修正し40%以上を目標として配当を実施しています。

また昨年は2度の買付けにより約850億円の自己株式取得も

資本コストを意識した経営

資本コストについては、CAPM(資本資産価格モデル)を用いて計算すると5～6%程度と算定されますが、株主や投資家の皆さまとの対話を通じて市場からの期待はそれ以上と認識しています。ROEについては10.0%を2025年の達成すべき目標としています。事業収益を拡大すると同時に資本効率を意識した経営を進めることでROEをさらに高め、エクイティスプレッドの拡大を図ってまいります。

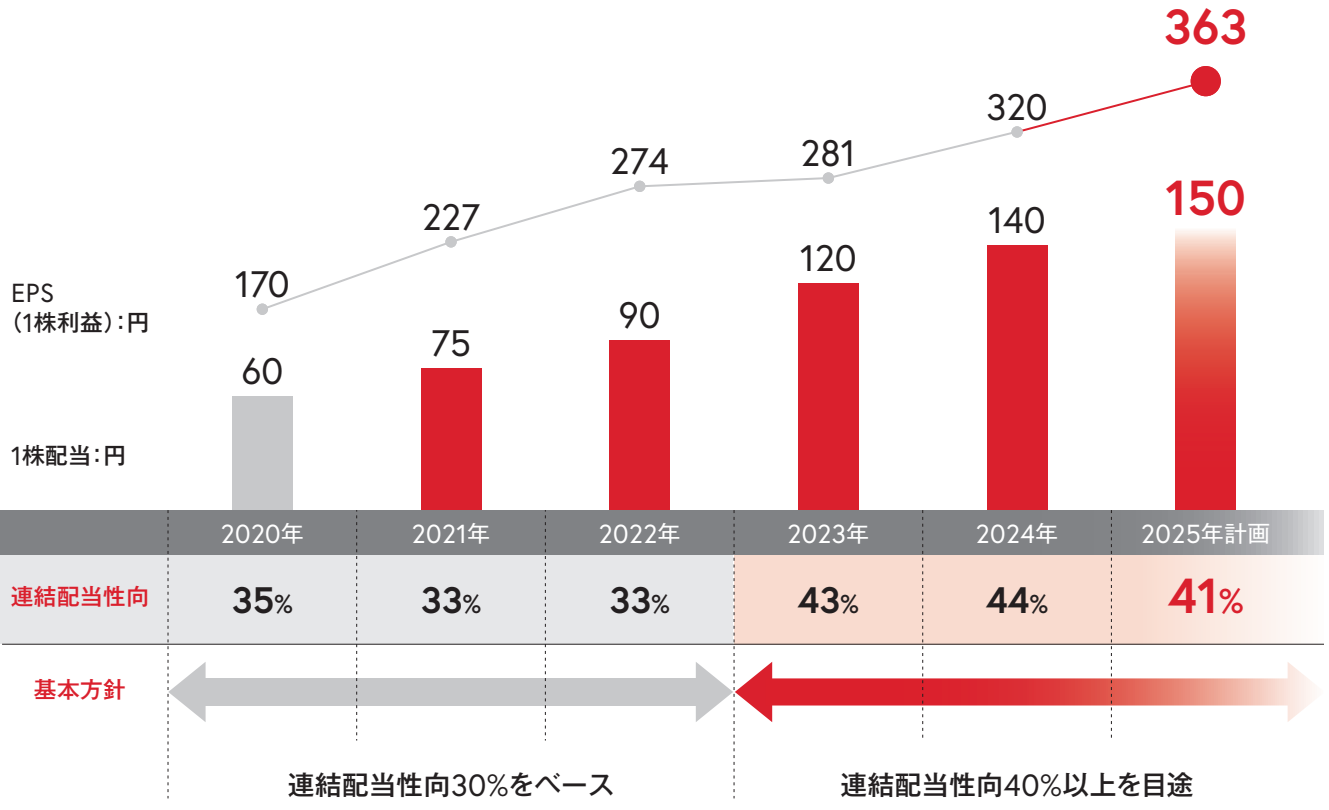
そのためには、ROE向上と同時に資本コスト低減が必要であり、さらなる開示拡充に取り組むべきと認識しています。事業面においては、当社グループが4期連続で増収増益を達成するために取り組んできた点について、また、ガバナンス面においては、親子上場企業でありながら親会社からの独立性を

行いました。これは成長投資や株主還元とは別枠のキャッシュアロケーションであり、狙いは資本効率を高めることによる企業価値の向上にあります。これによりEPSは320円、ROE9.6%、PBR1.5倍など全ての経営指標の向上につながりました。また取得した自己株式を直ちに消却し発行済み株式総数を減らした結果、資本政策上の課題の一つであった流通株式比率を、従来の約38%から45%程度まで高めることができました。

確保している点について、より一層の透明性を高めた説明をしていきたいと考えています。昨年末時点で500億円の残高があった親会社への貸付金は、2025年3月末時点で全て解消しており、その資金は当社グループの成長投資に活用していきます。

当社が保有する政策保有株式についても、その縮減に向けて一段とギアを上げていきます。また、当社の株式を政策保有株式として持つ企業から、株式の売却等の意向を示された場合には、それを推進する立場をとってまいります。政策保有株式の縮減により得られたキャッシュは成長投資へと回し、同時に資本コスト低減に努めながら情報開示も強化し、株価向上につなげていきます。

連結配当性向(1株配当/EPS)の推移



■ キャッシュ創出力が高い固定資産への組み換えを進める

当社グループが目指すビジネスモデルは、ITソリューション事業におけるサービス型の事業モデル創出と、その拡充による成長です。既存のキャノン事業と合わせて安定的なりカーリングビジネス構築を、収益性を高めるために推進していきます。その結果として稼ぐ力が高まり、新たなキャッシュを生み出して、さらなる成長投資やキャッシュを効率的に創出する固定資産へ資金を回す好循環を目指していきます。その主な内容は自社の基幹システムの刷新や、サービス型事業モデルへの変革を推進するためのソフトウェアへの投資です。特定業種を対象に構築したソリューションサービスを同業種向けに横展開したり、規模の異なる企業向けに縦展開を行うことで、効率的な開発体制によりストックビジネスの基盤を構築していきます。

今後も積極的にM&Aを進めていく中では、高い超過収益力のある企業のM&Aにより、多額ののれんや顧客関連資産の計上およびその償却費負担の増大も考えられます。その際には短期的な視点で考えるのではなく、中長期的なシナジーを見据えた上で投資内容を判断していきます。また、M&Aにおいて当社グループが重視するのがPMI (Post Merger Integration)です。買収企業およびグループ全体の企業価値向上を実現し、さらなる成長を目指す上では経営基盤の統合にとどまらず、シナジーを創出する活動を継続することが重要です。直近にグループ入りしたTCS、プリマジェストにおいても、このPMI活動に力を入れています。

■ ステークホルダーの皆さまへ

2024年末時点でバランスシートでは、自己資本比率73%、流動比率約270%となっており、圧倒的に負債の割合が少なくなっています。これからも稼いだキャッシュは成長投資と株主還元に使っていきますが、借入をゼロにしようとは考えていません。

約2,000億円の成長投資を打ち出してきましたが、今後仮に手元資金だけでは賄えないM&A案件があったときには、借入を生かした投資も視野に入れています。その結果として一時的に負債が膨らんだとしても、投資のチャンスを逃すことなくレバレッジを効かせていくべきだと考えています。

現時点のバランスシートは極めて健全かつ盤石ですが、だからといってそれを固守するのではなく、好機と見ればためらわずに投資を実行し、その結果が最終的にはエクイティスプレッドの拡大につながります。

当社グループは、ITソリューション事業の順調な伸びもあり4期連続で増収増益を続けています。成長の原動力に対する市場の理解を一層高めるために、より分かりやすく積極的な情報発信が必要と考えています。当社グループならではのITソリューション事業の強みなど、事業セグメントごとの情報開示を拡充していけば、企業価値向上につながると考えています。加えて資本収益性の向上と利益拡大により、ROEを高めていきます。

2025年は、過去4年間かけて積み上げてきた活動の集大成の年であり、それが長期経営構想最終年度の実績となります。2026年の年初には次の長期経営構想と中期経営計画で、新たな考え方や取り組みを発信していきますので、ぜひご期待ください。



キヤノンMJグループとは

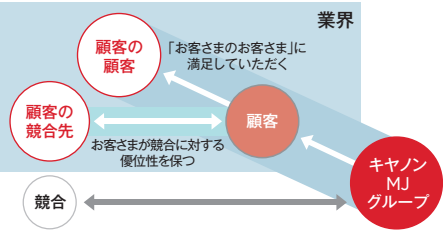
「未来マーケティング企業」として、新たな価値を創造し、希望と喜びに満ちた未来を実現

グローバルキヤノングループの一員として、日本国内でのマーケティング活動やソリューション提案を担うキヤノンマーケティングジャパングループ。歩みの中で培ってきた強みを生かし、大手企業から中小企業、専門領域や個人のお客さまにまで、それぞれに最適なソリューションを提供しています。キヤノン製品とITソリューションを組み合わせた事業を展開するとともに、新たな価値創出にも取り組むことで、社会課題解決の領域を広げ続けています。



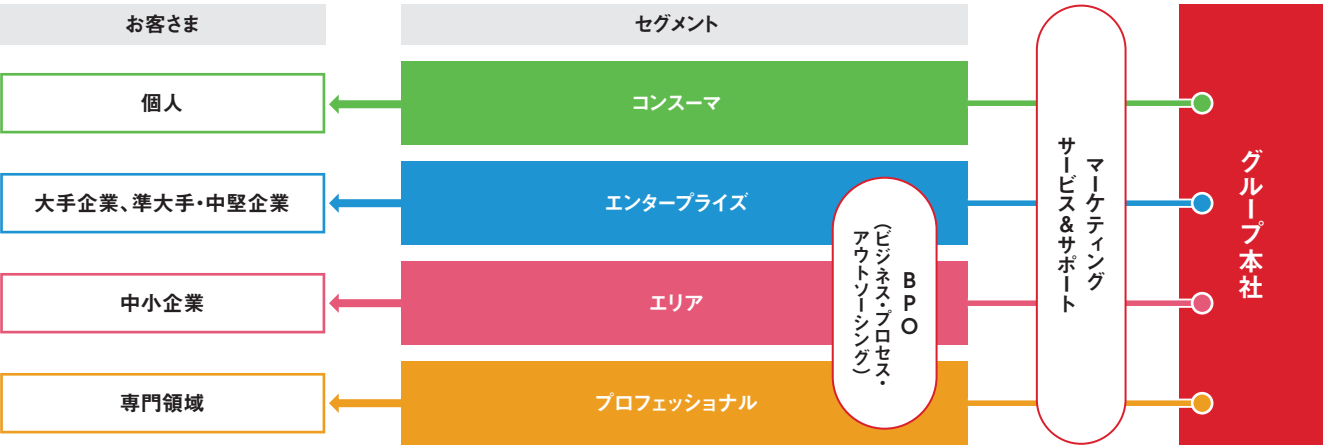
常にお客さま起点で考え、お客さまの立場で行動

お客さまが抱える課題を解決し、最大の価値を提供するために、私たちが徹底していることが「顧客主語」の実践です。顧客主語とは「キヤノンは…」と自分たちを主語にするのではなく「お客さまの課題は…」と常にお客さまの立場で考え、行動すること。お客さまの外部環境を踏まえた上で、お客さま視点に立ち、「お客さまのお客さま」に満足していただくことや、お客さまが競合に対する優位性を保てるよう、真のニーズにお応えするソリューションを提供していきます。



顧客起点の組織体制

多様化・高度化するお客さまのニーズに対し、最適なお提案ができるよう、四つのセグメントに分けた市場・顧客別の営業組織体制を構築しています。セグメントに関わらないマーケティング、サービス&サポート機能が各セグメントをサポートするとともに、バリューチェーンを俯瞰した商品・サービスの強化と生産性の最大化を促進しています。



価値創造の源泉 (2024年度)

人 を示す数値データ

事業戦略を実現する専門人材、多様性を受け入れる企業風土

DX検定／DXビジネス検定
プロフェッショナルレベル認定者 **925**名

年間総研修時間
66万 時間

離職率
2.6 %

新卒社員3年間定着率
95.3 % (単体)

Special Feature 01 人 ▶P.29

顧客基盤 を示す数値データ

個人のお客さま、大手から中小の法人のお客さま、専門領域のお客さま等、幅広い顧客基盤

取引ありのお客さまからの相談意向
83 %
※キヤノンMJコーポレートブランド調査結果より

HOME、IT保守・運用 契約件数
21.5万 件

キヤノンフォトクラブ*
全国約 **90** クラブ
※ 地域に根ざした写真クラブ

カラー複合機顧客満足度調査*
2年連続 **第1位**
※ J.D. パワー ジャパン 2024年カラー複合機顧客満足度調査

Special Feature 03 顧客基盤 ▶P.37

技術力 を示す数値データ

SE、サービスエンジニアの充実、ITソリューション事業で培ってきた独自技術

SE
約 **4,700** 名

サービスエンジニア
約 **1,800** 名

数理技術の研究・活用
60 年以上

ローコード開発プラットフォームにつながる
プログラム自動生成技術の研究・活用
40 年以上

特許保有件数
1,147 件

Special Feature 02 技術力 ▶P.33

財務体質 を示す数値データ

強固で健全な財務基盤、潤沢なキャッシュを創出する力

2025年までの成長投資総額
2,000 億円以上

自己資本比率
73 %

営業キャッシュフロー
477 億円

EBITDA
663 億円

目次

イントロダクション

未来マーケティング企業 1

トップコミットメント

社長メッセージ 5

持続的な企業価値向上と財務戦略

パーパスを軸とした持続的な企業価値の向上 9
財務戦略 13

At a glance

キャノンMJグループとは 17
価値創造の源泉 18

目次 19

パーパス 20

価値創造

価値創造プロセス 21
人材戦略 23
特集① 社員座談会 29
特集② 技術力 33
特集③ 顧客基盤 37

ガバナンス

特集④ 社内取締役・社外取締役の対談 39
コーポレート・ガバナンス 47

経営戦略

サステナビリティマネジメント 55
中期経営計画の進捗 67
セグメント別事業紹介 69
コンシューマセグメント 71
エンタープライズセグメント 73
エリアセグメント 75
プロフェッショナルセグメント 77
BPO統括センター 79
マーケティング統括部門 80
情報通信システム本部（DX戦略） 83
法務・知的財産本部（知的財産戦略） 84

データ

10年間要約財務情報 85
連結財務諸表 87
ESGデータ 93
会社概要／投資家情報 95

編集方針

キャノンMJグループでは、2019年度から、業績や事業戦略などの財務情報に、従来のCSR報告書に掲載していた非財務情報を関連付けて総合的に報告する「統合報告書」を発行しています。

「統合報告書2024」では、パーパスおよび2025年ビジョンの実現を目指す当社グループの中長期的な価値創造ストーリーを紹介しており、さまざまなステークホルダーの皆さまにご理解いただくことを目的とした重要なコミュニケーションツールと位置付けています。

また、財務面の詳細な情報はWebサイトや有価証券報告書などで、サステナビリティ活動関連の詳細な情報はWebサイトでご覧いただけます。

対象期間

2024年度（2024年1月1日～2024年12月31日）
（一部に2023年度以前の活動や情報、および2025年度以降の活動や情報も含んでいます。）

対象範囲

キャノンマーケティングジャパン株式会社および国内外のグループ会社（一部に親会社であるキャノン株式会社の内容を含んでいます。）

文中の表記

本統合報告書中、下記の略称で表記する場合があります。

キャノンマーケティングジャパングループ→キャノンMJグループ
キャノンマーケティングジャパン株式会社→キャノンMJ
キャノンITソリューションズ株式会社→キャノンITS
キャノンシステムアンドサポート株式会社→キャノンS&S
ITソリューション→ITS
Multifunction Peripheral→MFP
システムエンジニア→SE

参考とした統合報告書のガイドライン（2024年12月末時点）

IFRS Foundation（IFRS財団）「国際統合報告フレームワーク」
経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」

見通しに関する注意事項

本統合報告書には、キャノンMJグループの業績、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。これらは全て本統合報告書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、特定の国または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。

OUR PURPOSE



想いと技術をつなぎ、
想像を超える未来を切り拓く

ひとが想像する未来はそれぞれ異なる。そこには想いがある。

その想いを実現するため、私たちが常に大切にすること。
それは、お客さまに寄り添い、多様なパートナーとともに様々な技術をつなぎ、
期待に応える価値を創造し続けること。

私たちはお客さまの歩む先々にまで想いを馳せ、
自らを磨き続け、生み出す技術とひとの力で不可能と思われることにも挑戦する。
そして、真の願いに応える価値を提供することで希望や喜びに満ちた未来を切り拓いていく。

すべては想像のその先の景色をお客さまとともに見るために。

未来マーケティング企業
キャノンマーケティングジャパングループ

価値創造プロセス

キヤノンマーケティングジャパングループ パーパス



想いと技術をつなぎ、想像を超える未来を切り拓く



お客さま



ビジネス
パートナー



株主・投資家



教育・研究機関



学生



官公庁・自治体



NGO・NPO



地域・社会



従業員

キヤノンMJグループが注目する
社会の変化

地球環境の保全・
保護

デジタル化の
浸透・加速

働き方改革の
加速

労働力の変化

ステークホルダーの「期待」と「要請」に応えるマテリアリティ



地球環境との調和

▶ P.57



多様な人材がいきいきと
輝くための組織力の向上

▶ P.61



責任ある
サプライチェーンの推進

▶ P.64



リスク・クライシス
マネジメントの推進

▶ P.64



健全な
ガバナンスの実行

▶ P.47



くらし・しごと・社会を
進化させる
ソリューションの提供

創出する価値

社会的価値 ▶ P.65

豊かなくらしの実現

生産性向上による

多様な働き方(しごと)
の実現

安心・安全な社会の実現

経済的価値

ROE 9.6 %

売上高 6,539 億円

内、ITS売上 3,146 億円

営業利益 531 億円

営業
キャッシュ
フロー 477 億円

連結
配当性向 44 %

(2024年度)

価値創造の源泉

人

- 事業戦略を実現する専門人材
- 多様性を受け入れる企業風土
- 創業以来、脈々と受け継がれてきた「進取の気性」

技術

- 自社開発を中心とした独自技術
- 高品質なキヤノン製品とITソリューションを組み合わせた課題解決力
- システムの企画・設計・開発・構築・保守・運用までをワンストップで支援できる総合力

顧客基盤

- 長年にわたるビジネスにより構築された幅広い顧客層
- お客さま業務への深い理解を基盤とした強いリレーション
- 地域や業種などそれぞれの顧客に強い接点を持つビジネスパートナー

財務

- 強固で健全な財務体質
- 潤沢なキャッシュを創出する力

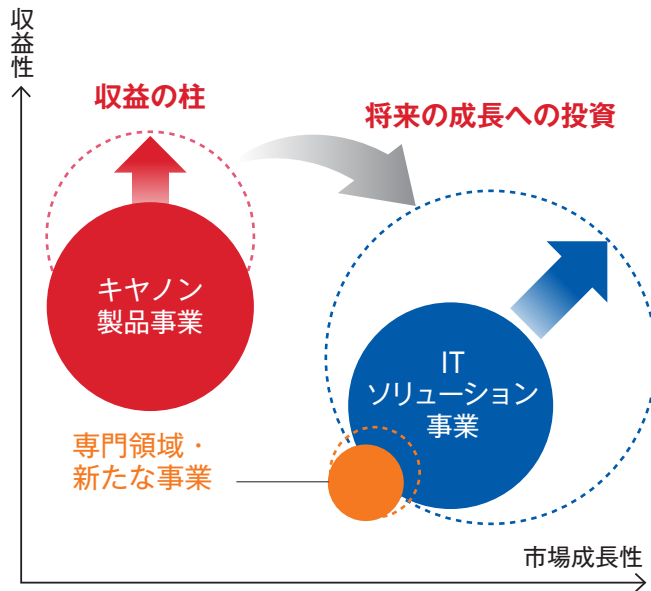
事業活動

2021-2025 長期経営構想／2022-2025 中期経営計画 ▶ P.67

2025年ビジョン | 社会・お客さまの課題をICTと人の力で解決するプロフェッショナルな企業グループ

事業ポートフォリオ

キヤノン製品事業の更なる収益性強化と
利益を伴ったITソリューション事業の拡大



お客さま・市場別組織体制

「顧客主語の実践」による
お客さまの深い理解

お客さまと
共に発展



Research & Business Development ▶ P.36

社会課題を起点とした新たな事業創出



時代の変化と多様なニーズを先取りしたソリューション創出

三自の精神「自発・自治・自覚」

人材戦略

「エンゲージメント向上ループ」の高度化により 事業戦略と人材戦略を連動させ、企業価値を高める

取締役 専務執行役員
グループ総務・人事、グループ法務・知的財産、
グループロジスティクス、秘書室担当
総務・人事本部長

溝口 稔



三つのキーワード「人材の高度化」「顧客満足」「社員の働きがい」をつなぐ

キヤノンMJグループは事業戦略と人材戦略の連動性を強化するため、「2022-2025 中期経営計画」から基本方針に「エンゲージメント向上ループの確立」を追加しました。エンゲージメント向上ループは「人材の高度化」「顧客満足」「社員の働きがい」の三つの要素で構成されます。パーパスに共感し、体現しようとする社員が能動的にスキルアップに励み、人材の高度化が実現する。その結果、お客さまへの提供価値が向上し、顧客満足につながる。顧客満足向上により社員の貢献実感が高まり、社員は働きがいを感じる。働きがいが高まった社員は成長意欲がわき、それがさらなる人材の高度化につながる。このような好循環を高度化しようとしています。現在、このエンゲージメント向上ループの三つの要素の間にある項目を洗い出し、そのつながりを整理し、それらの指標策定を進め

エンゲージメント向上ループの土台となる三つの企業風土

エンゲージメント向上ループの土台となっているのは、「実力主義」「役割給制度」「価値観・行動基準」です。
当社グループは、行動指針の一つとして「実力主義」を掲げています。結果平等ではなくフェアに評価され、それに応じて公正公平に処遇されることが、自己を高めようとする社員の向上心につながっています。
この実力主義の考え方は1968年の創業以来一貫したもののですが、2001年から、年齢や勤続年数に関わらず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、さらなる実力主義への深化を図っています。これは結果だけではなく、仕事のプロセスも評価される制度で、社員が存分にパフォーマンスを発揮できる体制を整えています。
また、キヤノンには「三自の精神」（自発・自治・自覚）という

ています。
指標策定に関しては、財務関連指標だけではなく、社員が社会への貢献を実感できるものとして非財務関連指標も重要と考えています。エンゲージメント向上ループではこの二つの指標が密接に結びついています。財務関連指標と非財務関連指標を連動させ、取り組みを可視化・高度化し、全社および各個社・各部門での持続的成長を目指しています。
当社グループの製品・ソリューションによりお客さまの課題を解決し、お客さまに満足いただけた結果が業績に反映されたことで、当社グループは4期連続で過去最高益を更新しました。この好業績により、社員の働きがいも高まっており、まさにエンゲージメント向上ループの好循環を創り出すことができたと思感しています。

行動指針があり、「三自の精神」を中心とした仕事に対する「価値観・行動基準」を定めています。それは個人主義ではなく、強く自律した個人の努力と実績により、強い組織をつくり最大限の成果を出すという、個人と組織の活性化を目指したものです。この価値観・行動基準をベースとした働き方は当社グループの企業風土として根付いており、常に大切にしている考え方です。
これらの「実力主義」「役割給制度」「価値観・行動基準」は脈々と続いているものであり、「社員の働きがい」の向上、そして企業価値の向上につながっています。
このような企業風土はエンゲージメント向上ループの土台であり、私たちの強みの一つだと言えます。

「人材の高度化」には二つの側面がある

「人材の高度化」については、「事業戦略を成し遂げるための専門人材の育成・獲得」「生産性の更なる向上」の二つの側面から取り組んでおり、当社グループの事業成長を実現しています。
専門人材の育成にあたり、常にもスキル強化の取り組みを進めています。当社は創業以来、常にお客さまや市場の変化を捉え、新しいことに挑戦し、事業領域を拡大してきました。事業領域の拡大に伴い、必要とするスキルは絶えず変化しています。他社製のIT機器やソフトウェアの取り扱いが増加し始めた1980年代から、社員のリスキリングに継続的に取り組んでいます。また、当社グループの業容は幅広く、各事業領域において優れた人材が必要です。現在、掲げている「2022-2025 中期経営計画」の確実な達成に向けて、それぞれの部門で事業戦略に必要なスキルの定義を行い、スキルレベルを1から5までに設定した上で、スキルレベルごとの人数を現状の人数と照らしてギャップを明らかにし、そのギャップを解消するための教育計画を策定・実施することで専門人材の高度化を進めています。加えて、ITソリューション事業の成長を加速させるために高度IT人材については、専用のレベル認定制度を新たに設定しました。高度な専門資格の保有と、それを生かした業務の実績で認定を行っています。

多様性を生かし今後の成長につなげる

社会課題が複雑化・高度化する中、持続的な成長を実現するにあたり、多様性は極めて重要であると捉えています。これまでの考え方にとらわれることなく、多様な視点や経験を持つ人々が意見を出し合うことで、より創造的で革新的なアイデアを生み出していく必要があります。新たな事業創出につながる構想力、すなわちユニークなアイデアは多様なバックボーンを持つ人々たちによる自由な議論の中から生まれます。当社グループ社員に実施しているグループ従業員意識調査において「お互いの意見尊重」「協力し合える関係」の設問のスコアは1,000点満点中、それぞれ800点近いスコアになっています。さまざまな経歴、経験を持った社員が自由に意見を出し合い、新たな考えが生まれ、働きがいにつながっていくと考えています。
人材戦略に完成形はないと、私は考えています。業務に求められるスキルと個人の能力・意志を同期させていくことは永遠

外部人材の獲得においては、各事業領域において即戦力となるプロフェッショナルな人材のキャリア採用を積極的に進めています。特にSEをはじめとするIT人材の採用は主にキヤノンITソリューションズが手掛けています。IT人材の採用は全般的に厳しい状況と言われながらも、当社グループではキャリア採用だけでなく新卒採用も含めて2024年は前年を上回る人員を確保できています。その理由は、ITソリューション事業に注力している当社グループの伸びしろに対する期待値の高さに加えて、整備された教育制度と早くから採用してきた役割給制度にあります。
また、基礎スキルの底上げにより、「生産性の更なる向上」にも取り組んでいます。ITに関する基礎スキルについては、ITソリューション事業に携わっている社員に限らずグループ全部門において、デジタルスキルを使いこなして生産性を高めていく必要があります。社員一人ひとりの基礎スキルを底上げするため、2023年からグループ約14,000人を対象にDX検定・DXビジネス検定の受検を開始し、プロフェッショナルレベル認定1,000人を目標としており、2024年末時点で925人になっています。グループ全社員がDXへの知見を深めて、お客さまのDX推進を支援する提案力の向上や新たなビジネスモデルの構想力強化につなげていきます。

の課題です。一人ひとりの可能性を最大限に引き出し、会社と社員が共に成長続けるための取り組みを進める。これが私の役割と心得ています。
当社グループでは、社員の年次評価において、業績に加え、「価値観・行動基準」と照らした評価も実施しています。昨年、この「価値観・行動基準」に、パーパスの要素を反映し、パーパスを体現する言動が評価と連動するようにしました。「価値観・行動基準」を含め、大切にしている行動指針や企業風土のもと、今までの人的資本の取り組みを整理しながら、エンゲージメント向上ループの高度化を着実に進めていきます。



人材のありたい姿

進取の気性を発揮し、
新たな価値創造で選ばれ続ける
プロフェッショナルな人材

当社グループは、キヤノン製品の国内販売の事業からスタートし、お客さま、市場の変化に先んじて事業領域を拡大してきました。お客さまの課題を把握し、それを解決するためのソリューションを仕立て、お客さまが求める一歩先を見据えた提案力を身に付けた人材を育成していくことを目指しております。

人的資本の価値を最大化するために重要な要素として、当社グループでは「エンゲージメント向上ループ」を確立することを掲げております。エンゲージメント向上ループとは、「人材の高度化」「顧客満足」「社員の働きがい」の三つの要素から成り立っており、互いに作用し合うことで企業としての持続的な企業価値の向上につながるという考え方です。

経営戦略と人材戦略を連動させながら、人的資本の価値最大化に向けて中長期的な視点でさまざまな施策を実施しております。

人材育成方針

- 1 キヤノンの行動指針である「三自の精神」に基づき、当事者意識を持って学べる環境を作ります。
- 2 「ありたい姿」と現状とのギャップを明らかにし、その差を埋めるためのステップをデザインします。
- 3 学びの基礎として、とことん「考える」こと、最後まで諦めずに「考え抜くこと」を求めます。
- 4 人は経験で育つという基本的考えに立ち、研修の場だけでなく、実践でチャレンジする機会を創出します。
- 5 お互いの意見を尊重し時にぶつけ合うことで、教え・教えられる、育て・育てられる環境を作ります。*

※ 人材の多様化は人材育成にもつながります。

行動指針

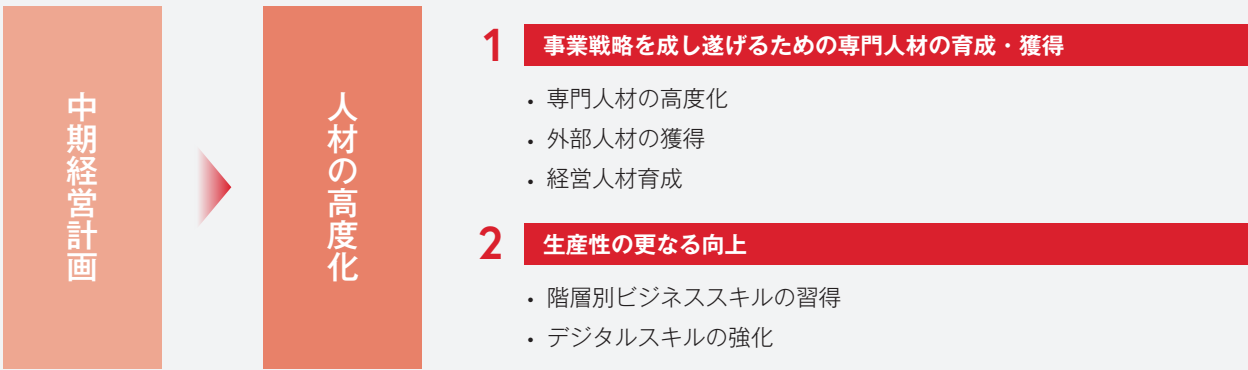
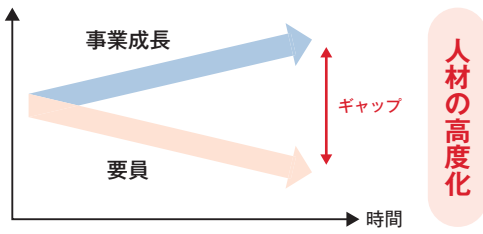
- 三 自 の 精 神 自発・自治・自覚の精神をもって進む
- 実 力 主 義 常に、行動力（V：バイタリティ）・専門性（S：スペシャリティ）・創造力（O：オリジナリティ）・個性（P：パーソナリティ）を追求する
- 国 際 人 主 義 異文化を理解し、誠実かつ行動的な国際人を目指す
- 新 家 族 主 義 互いに信頼と理解を深め、和の精神をつらぬく
- 健康第一主義 健康と明朗をモットーとし、人格の涵養（かんよう）につとめる



エンゲージメント向上ループ「人材の高度化」

「人材の高度化」における二つの施策

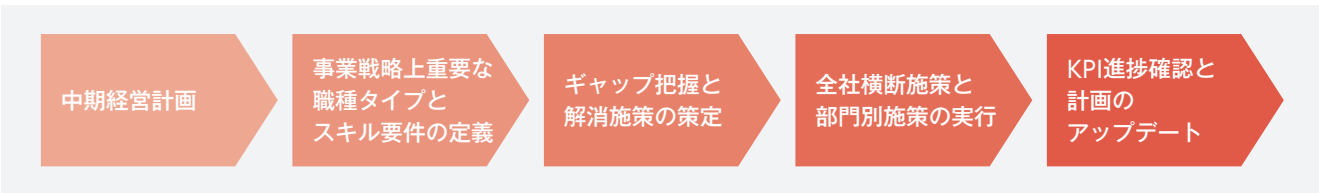
日本が抱える労働人口減少に伴い、当社グループにおいても自然減による社員の減少が見込まれます。現在よりも少ない人数で提供価値を高め、事業成長と要員減少のギャップを解消するため、「人材の高度化」に二つの側面から取り組んでいます。一つは、事業戦略を成し遂げるための専門人材の育成・獲得であり、もう一つは、より一層高い生産性を実現するためのグループ全体のスキル向上です。



事業戦略上重要な職種タイプおよびスキル要件の定義

「2022-2025 中期経営計画」を実現するために、事業戦略上重要な職種タイプとスキル要件を定義し、さらにそのスキルレベルを1～5に分類しています。「2022-2025 中期経営

計画」の最終年度である2025年に必要となるスキルレベルごとの人数を現状の人数と照らしてギャップを明らかにした上で、ギャップを解消するための施策を全社横断の施策と、各部門で取り組む施策に分けて策定し実行しています。



人材戦略

1 事業戦略を成し遂げるための専門人材の育成・獲得

専門人材の高度化

各職種のスペシャリスト育成にあたり、特定の事業に特化したスキルと、複数の事業に共通したスキルに大別しています。ITソリューション事業に関するスキルは前者のみならず後者にも該当する一つとして、今後、デジタルスキル標準※に基づき、

当社グループの職種との紐づけや人数の可視化を行うとともに、スキル向上のための教育を実施していきます。

※ 2022年経済産業省とIPAが発表したデジタル時代に必要なスキルの定義

外部人材の獲得

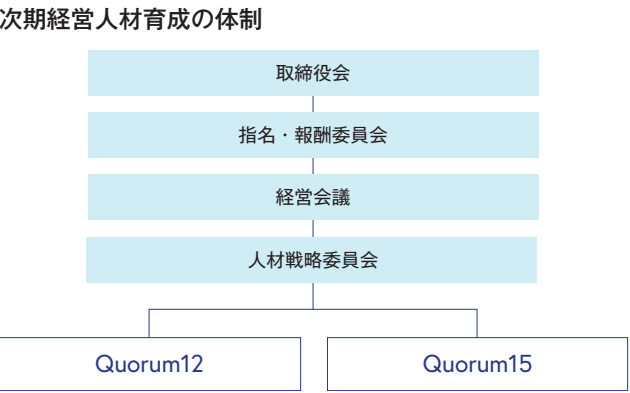
採用においては、新卒の定期採用に加え、キャリア採用も積極的に行っています。特に、ITソリューション事業を推進する人材の採用に力を入れており、多彩なバックボーンを持つ人材が新しい風を吹き込んで活躍しています。

2024年1月に新しく立ち上げたR&Bの専門組織においては、社内で発掘・育成したイノベーション人材を集め、また、社外からも経験豊かな人材をリーダーとして迎え入れています。

経営人材育成

次期経営人材は、代表取締役社長を議長とし、社外取締役と社内取締役で構成された指名・報酬委員会で決定され、また、その候補者となる人材の育成については、人材戦略委員会において議論されます。重要ポジションへの任用や選抜研修への参加など具体的な検討が行われ、長期にわたる経営人材育成の仕組みを構築しています。

選抜研修は、部長クラスの選抜であるQuorum12を2014年から、課長クラスの選抜であるQuorum15を2019年から開催しています。ビジネススクールでのスキル強化に加え、2024年からは他社で経営の実践を学ぶ越境学習も取り入れました。実践的な学びと、リベラルアーツによる人間力強化で次世代の経営人材育成を進めています。



2 生産性の更なる向上

階層別ビジネススキルの習得

年次、等級、役職ごとに求められるビジネススキルは、体系化した階層別研修によりインプットし、実践の場で身に付けるよう組み立てています。カットモデル※をベースとして、コンセブチュアルスキル・テクニカルスキル・ヒューマンスキルを磨くことを目指しています。また、階層別研修に限らず、日常的な

ビジネススキルアップ支援のために、通信教育や外部セミナーの受講など多彩なプログラムで自発的な学びの機会も用意しています。

※ 経営学者ロバート・L・カッツが提唱した組織の管理者に求めるスキルを定義したもの

デジタルスキルの強化

ビジネスモデルの変化に対応するためには、一人ひとりの意識改革やスキルの向上も必要です。2023年にスタートさせたDX検定／DXビジネス検定では、総認定者が6,611名となり、そのうち925名はプロフェッショナル認定(800点以上)を受けています。デザイン思考テストも2023年に導入し、総受検者が1万名以上(10,896名)となり、そのうち一定基準をクリアした社内認定の高ランク者(イノベーション人材)が2,308名となりました。また、AIに特化したeラーニングであるAidemy Business

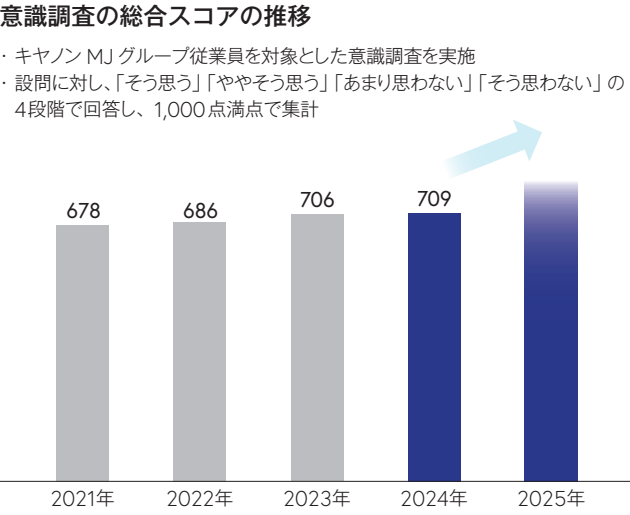
を年間1,000名以上が視聴し、基礎的な知識のインプットやPythonのトレーニングなど研鑽に努めています。特に業務上データを大量に扱う社員は、社内データサイエンティストによるハンズオンの講義と、実践の伴走支援により、実務でのスキル強化に努めています。社内に蓄積されたさまざまなデータを活用しながら業務の効率アップを目指しています。



エンゲージメント向上ループ「社員の働きがい」

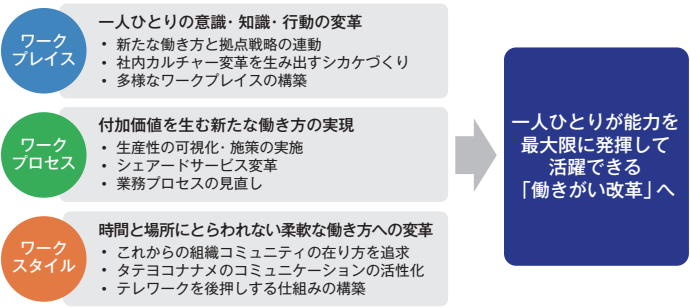
エンゲージメントスコア 3年連続向上

2021年より、「エンゲージメントの状態」を可視化するために、毎年1回、グループ従業員に意識調査を実施しています。調査は四択方式で行い、回答結果を1,000点満点で点数化し、主要となる20設問全てが肯定回答(667点以上)となることを目標としています。2024年度は20設問中14項目(2023年度は15項目)が肯定回答となりました。肯定回答の項目数は減りましたが、20設問の平均である総合スコアは709点となり、3年連続で向上しました。今後も、継続的に意識調査を実施するとともに回答内容を分析し、課題特定と対策を行うことにより、さらなるエンゲージメントの向上を目指します。



働き方改革推進

「ワークプレイス」「ワークプロセス」「ワークスタイル」の三つのタスクフォースで働き方改革を推進しています。多様なワークプレイスやテレワーク・時差勤務制度など社員が働く時間や場所を自律的に選択できるワークスタイルにより、「働きがい」や「生産性向上」を実現しています。また、ワークプロセスについて生産性の可視化を通じた業務の付加価値向上を目指しています。



健康経営

キャノンMJグループは、行動指針に掲げる「健康第一主義」に基づき、従業員の健康保持増進に取り組むことが、従業員とその家族の幸せにつながり、ひいては持続的な企業価値向上をもたらすととらえ、積極的に健康経営を推進しています。2010年から中期計画である「健康管理3ヵ年計画」、2022年から健康経営戦略マップを策定し、健康課題である「メンタルヘルス」「生活習慣」「がん」を中心に取り組んでいます。またキャノンMJグループの健康管理が高いレベルで標準化されるよう、2018年以降は健康支援政策と運用の統一化によるグループ健康管理体制とし、健康支援室を全国8カ

所、従業員750名につき保健師1名を置いています。このような取り組みの結果、キャノンMJをはじめとするキャノンMJグループ9社が、経済産業省と日本健康会議が共同で主催する「健康経営優良法人2025」に認定されました。



“私たちのスキルとITソリューションを通じたお客さまの課題解決”

当社グループの強みの一つであり、これからの成長を支える「人の力」。多様なキャリアとスキルを持ち、最前線で働く中堅社員三人が、自身のスキルと経験を生かした「顧客層別ITソリューション」への関わりと、自部門で醸成されるスキルアップの仕組みや風土について語り合いました。



超ワクワクする
未来を
実現する会社

齋藤 大

キャノンマーケティングジャパン
エンタープライズビジネスユニット
GBソリューション事業部
GBソリューション第一営業本部
流通営業部営業第四課 課長

大倉 由佳

キャノンシステムアンドサポート
エンジニアリング統括部門
カスタマーサポートセンター
第二カスタマーサポート部
ビジネスアプリケーション
運用サポート課

池上 雅人

キャノンITソリューションズ
ITプラットフォーム事業部門
ITインフラ技術統括本部
サイバーセキュリティ技術開発本部
サイバーセキュリティラボ

佐伯 若奈（聞き手）

キャノンマーケティングジャパン
総務・人事本部
グループ人材開発センター 部長

私たちの提供するITソリューション

佐伯 当社グループの成長の柱であるITソリューション事業。皆さんの携わっている仕事と、そこにおける当社グループの強みについて教えてください。

池上 私はサイバーセキュリティ関連の部署で、マルウェア分野の認定スペシャリストという立場で仕事をしています。当社グループのサイバーセキュリティ事業の強みは大きく分けて二つあると考えていて、一つは自社のクラウドサービス基盤であるSOLTAGEというソリューションによって、設計構築から運用まで一貫して提供できる点。もう一つは、私も所属するサイバーセキュリティラボの存在です。さまざまな専門技術を持ったメンバーが在籍していて、新しいセキュリティサービスの立ち上げをサポートしています。サイバー攻撃の調査研究や情報発信にも力を入れていて、昨年は国際カンファレンスでの研究発表も行いました。国内外から高い評価をいただき、キャノンMJグループのセキュリティの認知度が高まっていると感じています。

大倉 私は、中小企業向けに展開している「まかせてIT DXシリーズ」を中心としたIT保守・運用サービス窓口対応のカスタマーサポートセンターで、会計ソフトや給与ソフトなどの基幹業務に関する電話での問い合わせに対応する業務に当たっています。他社では会計は会計、勤怠管理は勤怠管理など

と、別々の窓口に分かれて対応するケースが多いようですが、当社ではお客さまのどんな悩みにも一つの窓口で対応できることが強みです。パソコン操作が苦手なお客さまも多くいらっしゃると思いますが、そういったお客さまにはリモートで画面を操作しながら説明を行います。お問い合わせは、会計、販売管理、人事労務等、多岐にわたるため、対応する私たちとしては、ITの知識だけでなく、会計や人事労務のことまで一通り勉強しなければならないので大変なのですが、それこそが私たちの強みであり、磨くべきスキルだと捉えています。

斎藤 私は準大手・中堅企業向けの営業を担当しています。準大手・中堅企業の市場はまだキャノン製品の開拓余地があり、私が所属するGBソリューション事業部における2024年の複合機の販売台数も対前年で増加しています。複合機の導入をきっかけにお客さまの業務理解と関係性が深まり、その後のさまざまな営業活動を通じて、さらにネットワーク環境やセキュリティ環境の理解が進むなど、継続した顧客理解活動がITソリューションを提案する際に生きてきます。例えば、複合機を数百拠点に導入しているお客さまで、防犯強化のため拠点にネットワークカメラを設置したいという要望がありました。複合機の取引があったことで、お客さまのインフラ環境を理解していたので、お客さまの環境であればこ



齋藤 大 SAITO YUTAKA

2002年入社。カスタマーエンジニアとして複合機やプリンターの保守業務に従事し、2007年に社内公募制度を活用して営業部門へと異動。現在は、エンタープライズビジネスユニット GBソリューション事業部において準大手・中堅企業向けの営業業務を担うとともに、マネジャーとして部門内の人材育成にも携わっている。

ういう形が良いのではないかと、とすぐに具体的な提案を持っていくことができ、受注につながりました。ITソリューションをきっかけとして取引が始まるお客さまも増えていますが、このようにキャノン製品を既にお使いいただいでいて、お客さまの業務を知っているからこそ、より高い価値を提供できるケースも多くあります。営業部門では、まずキャノン製品を通じ

てお客さまと信頼関係を築き、お客さまが何か課題を抱えた時に、真っ先にわれわれに相談していただけるような関係性を築くことを目指しています。お客さまの情報を体系立てて収集できる仕組みがしっかりと構築されていることは当社の大きな強みですし、社長の足立が常々発信している「お客さま以上にお客さまの業務を理解する」ということを体現していると思います。

当社グループを支える「人」の力。そのスキルはどのように磨かれてきたか

佐伯 お客さまに高い価値を提供するためには、それぞれの部門で高度なスキルが必要となりますよね。皆さんはどのようにして今のスキルを身に付けられたのでしょうか。

大倉 私は秘書業務から、現場でお客さまのサポートに携わりたいと希望して職種の転換をした経験があります。異動した時はその仕事に必要なスキルがありませんでしたが、社内の研修を通じて身に付けました。私の部門では、ITスキル研修はもちろん、問い合わせに対応するために必要な会計や給与、販売管理に関する研修もありますし、実際のサポート業務に必要なスキルを学ぶこともできます。簿記検定や給与計算実務検定といった資格に関する講習受講費用や試験の受験費用を負担してもらえる資格取得支援制度も活用しました。

池上 私はスロバキアに留学し、世界的なデジタルセキュリティ企業であるESET社で多くの技術を学ばせてもらったことが、スキル向上に大いに役立ちました。キャノンMJはセキュリティソフト「ESET」の国内総販売代理店であり、キャノンMJグループでESET製品の販売・サポートを行っています。そのため、スロバキアのESET社と強いつながりがあります。製品を販売するだけでなく、お客さまからの問い合わせに素早く対応するために高度な技術を持った人材が必要となり、

自ら留学を希望しました。ESET社の社員と一緒にトレーニングを受け、マルウェア解析の知識・技術だけでなく、仕事への取り組み方、文化の違い、スピード感の違いなど、非常に多くのものを得ることができました。

佐伯 斎藤さんは最初にはカスタマーエンジニアを担当し、その後営業に移り、今ではITソリューションも提案している、という職歴ですが、その都度かなりの知識の転換、リスクリングが必要だったのではないですか。

斎藤 カスタマーエンジニアから営業に異動した当初は正直大変でした。今は育成の仕組みができつつありますが、当時は周りの先輩に聞きながら自分で吸収していました。また、営業になった後は、会社としてキャノン製品を主軸とした提案からITソリューションの提案へ転換する時代がきました。今もそうですが、この頃から、社員は皆、トップの発信に追随して、ITソリューションを学ぼうとする意欲が高かったと思います。当時複合機しか扱っていなかったメンバーが、ネットワークに関する勉強会をするなど、皆で新しいことを学ぼうという風土があったので、それが機能してキャノン製品からITソリューションへとうまく転換してきたのだと思います。

グループ全体の基礎スキルの底上げと各部門での取り組み

佐伯 当社グループでは社員の基礎スキル底上げを目的として、DX検定・DXビジネス検定の一斉受検をしています。皆さんの部門それぞれでも業務に合った専門教育を行っていますよね。

斎藤 DXビジネス検定を通じて、営業現場では学ぶ風土が醸成されつつあると実感しています。エンタープライズセグメ

ントでは、お客さまとの共創によって業種ごとの課題解決に応える新規ソリューションを創出する取り組みをしているのですが、DXビジネス検定に取り組む中で、新しいビジネスモデルや成功しているビジネスモデルを学べるので、そこがヒントになって、新たなソリューションを生み出す力も付きつつあると思います。

大倉 私の部門では、先ほどお話ししたような研修や資格取得支援制度のほか、社員のレベルアップを促し、サービス品質向上につなげることを目的としたスキルレベル認定制度があります。各職種に必要な知識やスキルを筆記試験や面接によって判定し、5段階でレベルの認定をしています。私もこの制度の中で認定を受け、着実にレベルアップを図ってきました。

池上 私の部門では、海外でも通用する高度なセキュリティ資格（CISSP、SANS GIAC等）の取得を積極的に推進しており、取得を目指しやすい環境が整っているほか、部門独自でマルウェア解析者の認定プログラムを作り、専門人材を育成しています。また、キャノンITソリューションズでは、社内において対外的に高いスキル水準を備えた第一人者を認定・表彰する「認定スペシャリスト」という制度があり、現在14名が認定されています。私もその一人で、社内の人材育成に加え、専門学校のハッカー専攻コースでマルウェア解析の講義をするなど、社外でもセキュリティ人材の育成に携わっています。



大倉 由佳 OKURA YUKA

2011年入社。アプリケーションエンジニアとして複合機アプリケーションの商談支援・導入支援業務に従事したのち、秘書業務を担当。基幹ソフトの商談支援・導入支援業務と2度の産休・育休を経て、現在はカスタマーサポートセンターにて「まかせてIT DXシリーズ」の加入顧客向け電話対応業務を担当している。

当社グループで働く「人」の強みと、多様な人材が活躍できる風土づくり

佐伯 職種によっても違いがありそうですが、皆さんの部門にはどんな風土や人の特徴がありますか。

斎藤 キャノン販売の時代から、当社の営業力は非常に高いと評価されてきましたが、その強さとは、コミュニケーションを通じた顧客理解力にあると考えています。営業活動の全てのプロセスにおいて、「今後もこの人に相談してみよう」と期待を持っていただけかか重要だと思います。コミュニケーションと顧客理解力でお客さまの懐に入り、営業力そして、豊富なソリューションで期待に応え続ける営業人材を育成する組織力が、当社の強みになっているのではないのでしょうか。また、私の部門は、若いうちから担当を持ち、お客さまとの接点の中で「良質な失敗」ができるチャンスをたくさん与えるという風土があります。若手が失敗を恐れずチャレンジできる環境にあるというのも一つの特徴かもしれません。

池上 私の部門には、ユニークセンスというか、仕事をもっと面白く、楽しくしていこうというような雰囲気があるのです。プレゼンテーション資料の中にちょっと面白い要素を入れてみて、セミナーの受講者がそれに反応してくれてその場

斎藤 自部門独自の制度としては、エンタープライズセグメントで行っている「ITSアセスメント」があります。ビジネスモデル、IT知識に加え、営業としてのコンピテンシーを評価し、その評価レベルに合わせた教育を提供しています。受験は任意ですが、皆さん積極的に参加しており、特に若い社員の受験率はほぼ100%です。役員向けのプレゼンテーション研修や、業務可視化の研修などに加え、評価が高い上位メンバーには外部の高度な教育を受ける機会を提供しており、お客さまにITソリューションを提供する上で必要な知識を体系的に学ぶことができます。

佐伯 アセスメントによって自身に必要なスキルを可視化した上で、研修を通じて学ぶことで、一人ひとりに合ったスキルアップができますよね。それぞれの組織で、業務特性に応じて学ぶ仕組みが整いつつあるということも、当社グループの成長に欠かせない動きだと思います。

が盛り上がるのを楽しむような雰囲気ですね。楽しく仕事をしたいという思いは共通していると思います。

大倉 私の部署では、組織の方針をしっかりと遂行し、真面目に仕事をしている方が多いという印象です。ただその中でも、一人ひとりの意見を取り入れ、やってみようとする柔軟性があると思います。なんでも前向きにやってみようという雰囲気があるのは、一つの強みだと思います。また、研修制度など、自分から受けたいと手を挙げる人ほど、より能力を伸ばせて、やりたいことにチャレンジできる風土があります。

佐伯 社員の年齢層も幅広いですし、キャリア採用者も増えています。当社グループの中でも人材の多様性が高まってきていますね。

斎藤 私の部門は、20代が半数を占めるような営業組織になっています。一方で、ベテランの社員が活躍していないかというそうではありません。ベテランと若手がうまく交わって、それぞれが組織に貢献しています。マネジャーの立場として意識しているのは、それぞれの強みをどう生かすかということです。ITソリューションの底上げはしますが、苦手な

池上 雅人 IKEGAMI MASATO

2014年入社。アンチウイルス製品や暗号化製品の検証およびローカライズ業務に従事し、2016年にスロバキアのESET社に留学。帰国後、サイバーセキュリティラボに所属し、マルウェアアナリストとしてサイバー攻撃の研究・調査を行う。現在は、国際カンファレンスやメディアでの情報発信を行うほか、セキュリティサービスの立ち上げにも携わっている。



人に無理に提案してもらうのではなく、得意な領域を担当してもらいながら、チーム全体で成果を出すことを心がけています。また、今までは「個」の力が強かったですが、組織としての再現性を高めるため「勝ちシナリオ」を体系化することに取り組んでいます。それぞれがモチベーション高く活躍できる領域を定め、その領域においてはプロセスを標準化し、成果を出す再現性を高めることでお客さまに持続的に貢献できる仕組みができつつあります。

大倉 私は子育ての真っ最中です。大変なこともありますが、在宅でもコールセンター対応ができるようになって、自分自身の勉強に費やせる時間も増え、スキルを高められる環境は以前よりも格段に整っています。部門には若手社員もいますし、私のように産休・育休から復職した社員も多くいるのですが、一方で業務の特性として、誰が対応しても均一な価値をお客さまに提供することが求められます。個々の知識もとても大事ですが、組織全体の知識をレベルアップしなければ、

パーパスと私たち。これからの成長ビジョンと、それぞれが目指す価値提供

佐伯 当社グループのパーパスは、「想いと技術をつなぎ、想像を超える未来を切り拓く」です。パーパスの実現に向けて、今後どのように成長し、お客さま、そして社会に価値を提供していきたいと考えていますか。

池上 セキュリティの世界は非常に変化が速いのですが、私自身の好奇心の強さが、この仕事に向いていると感じています。次はどのような新しいサイバー攻撃が出てくるのか、常にアンテナを張って、それに対処する方法を考えるという作業が、大きなやりがいになっています。今後も自分の興味を持った分野にどんどん知見を広げ、その知識や技術をもとに、お客さまのニーズに合ったソリューションを提供していきたいと思っています。また、海外で学んだビジネスへの向き合い方、スピード感、人脈も活用して、独自開発の製品に加え、海外の優れたセキュリティ商品を日本市場に合うような形に付加価値をつけて提供していくことにも取り組み続けたいです。

大倉 私の業務でも、法改正への対応など、常に変化に対応しなければなりません。日々のお客さまの声はとても貴重ですので、それに寄り添うような対応をしつつ、新しい分野や変化に対してもアンテナを張って、お客さまにも自分自身に

均質な対応ができません。会社の研修制度を活用するのはもちろんですが、日々の業務の中で発生した事例を共有したり、定期的に学習会を開いて新しい知識を取り入れたりといった仕組みを整えているところです。

佐伯 私も産休・育休を二回取っているのですが、育休後にもちゃんと戻ってこられるし、働き続けたいと思えるというのは、当社の一つの特徴ですし良いところですね。

斎藤 キャリア採用で入ってくる方も増えています。外から来られる方が持っている知識やノウハウを積極的に取り入れようとする風土があるのも良いところだと思っています。これまでのやり方に固執することなく、新しいやり方があるならまずやってみようという雰囲気があるのです。キャリア採用者にとっては、自分の経験が役に立ったという貢献実感を得られるでしょうし、既存メンバーにとっても良い刺激になり、お互いに相乗効果を発揮し合える関係になっています。

も、さらには一緒に働いている同僚なども含む全てのステークホルダーの方々に、より良い価値を提供できるようになっていきたいと思っています。

斎藤 技術力や新しいソリューションを作る構想力などももちろん重要だと思いますが、やはり人間味ある「想い」を大切にしたいと考えています。最後にお客さまにソリューションを届けるのは私たち一人ひとりであり、社会がますますデジタル化していくからこそ、私たちの「想い」が競合との差別化要素の一つになると思います。一人ひとりがキャノンMJグループのソリューションを愛し、お客さまにより良いものをお届けしたいと思えるような組織文化を一生懸命作ってきたいと思っています。そのためには自分自身の成長も止めないようにしなければなりません。

佐伯 皆さんとのお話の中で、「技術」を学ぶ環境がしっかりとあり、さらに一人ひとりの「想い」が醸成されているということを実感しました。社員それぞれにとって必要なスキルを高め、キャノンMJグループの「人」の力をさらに強固なものにすることで、お客さまに提供できる価値を広げ、多様化するお客さまや社会の課題を解決していきたいですね。

キャノンMJグループの強みの一つである「技術力」。長年培ってきた独自技術を生かしてさまざまなソリューションを生み出しています。本ページでは、社会課題を解決するソリューションの事例とお客さまの導入事例をご紹介します。

映像ソリューション

キャノンが培ってきた技術とAIを活用し、次世代の社会課題に挑みます。

国内の労働人口減少が進み、限られた人員で社会を支える「8掛け社会」が現実となりつつあります。このような構造的な課題のもと、あらゆる業種で省人化が進み、現場業務の多くが「映像×AI」を中心としたデジタル技術に代替され



2024年
社内表彰制度の受賞案件

〈生命保険会社のお客さま向け〉全国の営業オフィスに物流業者が来た際の書類受取・配送業務は出社して対応していましたが、クラウド型録画サービス「VisualStage Type-S」を活用することで、遠隔地である在宅環境で手の空いている事務職員が状況確認する運用を実現し、オフィス業務の効率化につながりました。

基幹業務トータルソリューション

事業の変革やDX化推進に不可欠なSCM／ERPシステムを実現します。

労働力不足や環境問題への対応が急務な製造・流通業界のお客さまに対し、キャノンITSは複数のシステムを相互連携するベスト・オブ・ブリード型の基幹業務トータルソリューション「AvantStage」を提供しています。数理技術とAIを活用して



2024年
社内表彰制度の受賞案件

〈食品会社のお客さま向け〉国内工場11カ所の工場ごとに異なるホストシステムを利用していましたが、生産・販売・原価管理ソリューション「mcframe」を標準システムとして導入し、全国工場の生産・原価管理の共通基盤を構築したことで、現行ホストシステムからの脱却、生産・原価管理業務の標準化・スリム化に貢献しました。

ると予測されています。

当社グループの強みは、ハードウェアであるIPカメラ、オンプレミスで映像を管理する映像管理ソフトウェア、クラウド映像監視サービス、そして映像を解析する映像解析という四つの技術領域を自社で一貫して提供できる点にあります。

さらに、スタートアップをはじめとする先進技術を持つビジネスパートナーとの協業を積極的に進めており、これによりソリューション開発のスピードとスケラビリティを飛躍的に高めています。具体的には、生成AIやIoTプラットフォームと当社技術との融合により、映像確認の即時性や現場業務のオートメーション化をさらに推進し、課題解決領域を拡大しています。今後も、社会課題に向き合うDXパートナーとして、お客さまと共に業務プロセスの変革を力強く推進してまいります。

在庫削減を支援する需要予測・需給計画ソリューション「FOREMAST」、生産・物流に関するサプライチェーン計画ソリューション「SCPlanet」、生産管理・原価管理・販売物流の「mcframe」などを組み合わせ、お客さまの業務に合わせた最適なソリューションを提供することで、現場の業務の標準化・デジタル化を推進し、作業現場の状況を可視化、データ活用を見据えた事業運営を可能にします。

それぞれの製品・ソリューションは、キャノンITSが、長年手掛けてきた実績・体制・ノウハウがあり、多くの国内企業から高い評価をいただいています。製造業における工場・事業部門・経営それぞれの課題を総合的に解決し、サプライチェーンの最適化、環境負荷の軽減や食品ロスの削減にも貢献します。

車載ソリューション

車載開発におけるさまざまなお客さまの課題を、豊富な車載開発実績とソフトウェア技術力で支援しています。



2024年
社内表彰制度の受賞案件

〈自動車部品メーカーのお客さま向け〉お客さまにAUTOSAR開発経験者がいないという課題に対し、当社グループのAUTOSARを中心とした車載プラットフォーム開発の技術力が認められ、次世代領域であるCASE^{※2}の開発案件に複数参画し、自動運転を含む未来の車の実現に貢献しました。

※1 AUTomotive Open System Architectureの略。2003年に発足した車載ソフトウェアの共通化を実現するためのプラットフォーム

※2 「Connected（コネクテッド）」「Automated/Autonomous（自動運転）」「Shared & Service（シェアリング）」「Electrification（電動化）」というモビリティの変革を表す四つの領域の頭文字をつなげた造語

デジタルドキュメントサービス

デジタルドキュメントサービスの領域を拡大し、情報の利活用によるDX推進と業務プロセスの変革を加速します。

各企業では、DXの実現に向け業務プロセスの変革や新たなビジネスモデルの再構築が急務となる一方、膨大な紙文書や電子データが混在して、データの蓄積、共有・利活用を効率的に進めるための仕組みづくりに課題を抱えています。

キャノンMJグループでは、デジタルドキュメントサービス事業の一例として、お客さまの業務プロセス変革と経営資源である業務データの利活用を促進する「DigitalWork Accelerator」を提供しています。

企業間で取り交わされる各種書類をデジタルで集約・管理

し、円滑な情報連携と高度な情報活用を実現するクラウドサービスです。電子帳簿保存法の対応はもとより、安心・安全な企業間データ連携と情報資産の保全を実現します。

また、オフィス向け複合機やスキャナーと連携することにより、電子化業務の手間を削減するとともに、蓄積された情報資産を活用することで、業務プロセス変革とDXの加速に貢献します。



2024年
社内表彰制度の受賞案件

〈金融機関のお客さま向け〉お客さまの契約審査・支払い査定業務に関して、従来の全国多拠点での紙によるアナログ業務を刷新し、ペーパーレス業務基盤を導入することで、20カ所で行われていた業務を3カ所に集約し、現場業務の負荷軽減につながりました。

COLUMN

技術力の源泉

キャノンITSの前身である住友金属システムソリューションズ[※]は、1960年代から数理技術に着目し、基礎研究および鉄鋼生産現場へ実践適用してきました。数理技術は、私たちの強みの一つである生産・物流の最適化につながっています。1980年代からはソフトウェア技術の研究を開始し、1990年からは高度な言語処理技術による文書検索・分析やセキュリティ分野への適用など、応用研究も積極的に行っています。2010年代からは、

映像解析技術にも注力し、大量の画像・映像、機器のデータを活用するソリューションの創出を推進するとともに、ディープラーニングによる画像・映像処理のAI開発に取り組んでいます。これらの長年蓄積してきた技術の研究成果と知見・経験を基に、今後も研究開発に取り組みながら、社会やお客さまの課題解決、新たな価値を提供するソリューションやサービスを創出します。

※2000年に旧住友金属工業の研究開発部門が分社化し、住友金属システムソリューションズが設立

資本業務提携パートナーさまコメント

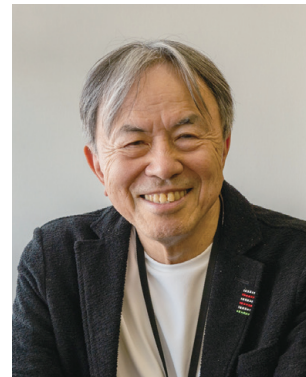
当社グループの技術力を強化するために、成長領域における優位性を持つ企業さまと資本業務提携契約を締結しています。本ページでは、介護システム開発を手掛ける株式会社ケアコ

ネクトジャパンの齋藤さま、IoTプラットフォームと生成AIを融合したサービスに強みを持つMODE, Inc. の上田さまに、当社グループとの協業の効果や期待についてお聞きしました。

株式会社ケアコネクトジャパン

キャノンMJグループのキャノンS&Sさまとの資本業務提携により、介護現場へのICT導入が大きく前進しました。全国の営業・サービスネットワークとの連携、共同セミナーの開催を通じ、これまで接点のなかった法人さまにもアプローチが可能となり、弊社システムの普及に大きな力となりました。全国規模での支援体制が構築され、補助金獲得のご支援をはじめ、機器選定から導入後のサポートまで、ワンストップでご提供できる体制が整ってきたことは、大きな成果です。今後は双方の強みを生かし、業界全体の生産性向上、介護職員の業務負担の軽減と満足度の向上をさらに進めていきたいと考えます。

キャノンS&Sさまには現場視点を大切にした柔軟な提案力と、地域密着型の支援体制のさらなる強化を期待します。今後も介護の業界を大きく変えるべく、両社で社会に貢献してまいりましょう。



株式会社ケアコネクトジャパン
代表取締役社長
齋藤 芳久さま



社名 : 株式会社ケアコネクトジャパン
設立 : 2003年2月
事業内容 : 介護施設・障がい者施設向けソフトウェアの開発・販売
URL : <https://www.carekarte.jp/>

MODE, Inc.

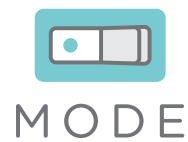
私たちMODEは「世界からUnknownをなくす」という思いからアメリカ・シリコンバレーで2014年に創業しました。地球上の仕事の現場の情報をリアルタイムで可視化する仕組みをつくり、ChatGPTの登場後、いち早くそれらに対話形式で扱えるAIアシスタント「BizStack Assistant」を2023年に製品化しました。

現在は、建設・物流・社会インフラなど人手不足が深刻化している現場を中心に、AIエージェントによる業務の代行を支援しています。時間のかかる業務をAIに分担させることで、人とAIと一緒に働く次世代の現場環境の実現を目指し、日々技術を磨いています。

2024年末には、キャノンMJさまからご出資いただき、私たちのAIはさらに進化しました。高品質な映像技術と、AIの力を組み合わせることで、現場の「今」をより深く理解し、すばやく正確な行動につなげ人手不足で困られている現場の課題を解決します。



MODE, Inc.
CEO/Co-Founder
上田 学さま



社名 : MODE, Inc.
設立 : 2014年7月
事業内容 : センサープラットフォームおよび関連ソフトウェアサービスの提供
URL : <https://www.tinkermode.jp/>

R&Bの取り組み

2024年1月に、パーパス実現のための具体策の一つとして、未来を見据えた社会課題の解決を通して、キャノンMJグループの持続的な成長をけん引する新規事業を創出し続けるR&B

(Research & Business Development) の専門組織を立ち上げました。本ページでは、その取り組みについてご紹介します。

R&Bについて

“R&B”は、キャノンMJグループのパーパス「想いと技術をつなぎ、想像を超える未来を切り拓く」のもと、先端技術や優良な事業の種を探索する“Research”と、その事業化を推進する“Business Development”の二つの機能を継続的に連携させることで、未来志向で新たな事業を創出し続ける取り組みです。

Well Being、Business Transformationの二つの分野を大きな世界観として掲げ、実現したい未来に向けて社会課題を起点とした新たな事業を構想し、ワールドワイドのオープンイノベーションにより既存の枠組みにとらわれない新しい

領域へチャレンジしています。

さらに、2024年に立ち上げたCVCファンド「Canon Marketing Japan MIRAI Fund」や産官学連携を通して、未来の新たな技術を幅広く探索し、中長期視点でパイプラインを拡充する取り組みも強化しています。



Canon Marketing Japan MIRAI Fund
※登記名称 キヤノンマーケティングジャパン
未来投資事業有限責任組合

2024年の活動状況

2024年には、CVCファンドから国内外のスタートアップに出資を行い、中長期での事業連携や協業を見据えながら、グループのリソース活用による事業支援や実証実験などを行ってきました。また、Well Beingの実現に向けて産官学連携によりグローバルなイノベーションエコシステム構築を目指す一般社団法人WE ATに発起人として参画するほか、アクセラ

レーションプログラムを運営するなど、オープンイノベーションを加速させています。



spark.me アクセラレーションプログラム

具体的な取り組み

スタートアップや社内起業家と共に新しい価値の創出を目指すspark.me アクセラレーションプログラムを2024年10月に開始し、国内外から多くの応募が集まりました。今後、2025年3月の成果報告会で選ばれた4社との共創を進めていきます。



2025年2月にキャノンMJグループの社員による起業プログラムから生まれた、頭痛セルフケアサポートアプリ“ヘッテッテ”のβ版を提供開始しました。



2024年11月にアジア最大級のWell-Beingの祭典を目指すピッチコンテスト「WE AT CHALLENGE 2024」が開催され、ファイナリストによるピッチが行われました。



2024年12月に蓄電池世界先進企業のLightergy社（本社：米国）および製造を担う子会社Lightening Grid Quebec社（本社：カナダ）と日本国内の事業展開における基本合意書を締結しました。蓄電池による電力の安定供給を通じて、日本国内のカーボンニュートラルとレジリエントな社会の実現を目指します。



2025年2月にエアロネクト社などと共に、東かがわ市において「物流の効率化および買い物困難者問題」解決に向けたドローンを活用した共同配送実証実験に参画しました。



2025年2月にValpas社（本社：フィンランド）のトコジラミ予防ソリューションを日本国内で初めて展示会に出展し、国内展開に向けた取り組みを加速させています。



Special Feature 03 特集 顧客基盤

当社グループには、キャノン製品の販売で拡大した全国にわたる強固な顧客基盤があります。

この顧客基盤には、**大手企業から準大手・中堅企業、中小企業の法人のお客さまから個人のお客さま、印刷業、半導体メーカー、病院・診療所・調剤薬局などの専門領域のお客さままでの「広さ」と、お客さまの業種や業務を深く理解し、現場部門から経営層に至る強固なリレーションを持つ「深さ」の両面**を備えています。

本ページでは、大手企業、中小企業、個人のお客さまから、当社グループとの関係性やお客さまから見た当社グループの強み、今後の期待などについてお話ししていただきました。

大手企業のお客さま 第一生命保険株式会社

当社とキャノンMJさまとの取引は、1990年代後半に全国の営業拠点にモノクロプリンターを導入したことに始まりました。それから約四半世紀、両社の関係は一貫して安定的かつ継続的に発展し、今や業務変革のパートナーとしてなくてはならない存在となっています。

当時の保険営業は、紙の資料が命綱でした。保険の設計書などを日々大量に印刷し、生涯設計デザイナー（営業職員）が持参する必要があったためです。毎朝、生涯設計デザイナーが一斉に、全国約2,000の営業所で、設計書を印刷します。キャノンMJさまにはこの1台で年間何十万枚にも及ぶプリントを、紙詰まりや故障を最小限にしつつご提供いただけました。印刷ミスが許されない業務環境において、印刷の安定性は、業務遂行の“土台”として機能してきたのです。また、プリンターの故障率が年々下がっていったことも信頼につながりました。

やがて業界にDXの波が押し寄せる中、当社では、キャノンMJさまからの提案を受け、提案書のタブレット表示と紙を“ワンソース化”するプロジェクトを実施しました。提案書が紙と画面で同じ見栄え・構成で表示され、保管データも一括管理される仕組みは、全国に約37,000名いる生涯設計デザイナーにとっても導入障壁が低く、スムーズな現場定着を実現しました。紙とデジタルで同じ書類をお見せする以上、双方で誤差が生じてはならず、さらに安定稼働が求められます。当社はキャノンMJさまへかなり厳しい要件を依頼させていただきましたが、最後まで責任をもってご対応いただけました。

なぜこれができるかといえば、キャノンMJさまのご担当者は、当社の他の部署にもリレーションを作り、現場理解を深めていらっしゃるからです。理解に根差した提案力と、最後までやりきる伴走力が、キャノンMJさまが持つ最大の強みだと思います。

現在は、当社の営業拠点に勤務する社員のエンゲージメントと事業効率の同時追求プロジェクトを、キャノンMJさまに担っていただいています。お客さまをお待たせすることなく手続きが完了するようにディスプレイ体型スキャナーで社員が「ツータッチで簡単に書類送信」できる仕組みを開発するとともに、カメラ・マイクを活用して生涯設計デザイナーのサポートや物流対応などを在宅勤務や他の営業拠点にいる社員もリモートでできる仕組みを作っていただくなど、大きく貢献していただいています。

キャノンMJさまの魅力は、単なるITベンダーにとどまらず、ハードウェアとソフトウェアを自在に組み合わせ、現場に根差した提案を実現できる点にあります。保険という「信頼」が根幹を成す業界で、現場の声に耳を傾けながら課題解決に挑む姿勢は、今後も当社にとって欠かせない存在であり続けるでしょう。今後も、キャノンMJさまのお力で「共に歩み、未来をひらくためのご提案」をいただくことを期待しています。



第一生命保険株式会社
常務執行役員
(IT企画部・DX推進部担当)
黒田 潤さま



社名：第一生命保険株式会社
創立：1902年9月

事業内容：生命保険業
URL：https://www.dai-ichi-life.co.jp/

中小企業のお客さま 総合商研株式会社

キャノンS&Sさまとは、プリンターの導入がきっかけで取引が始まりました。

最初の印象として、問い合わせへの初動対応から提案までの流れが非常に迅速でした。そして、当社のニーズを的確に汲み取り、ニーズに沿ったご提案に終始していただいたことがお取引開始の決め手となりました。これは、キャノンS&Sさまの社員の高いレベルを示すものであり、同社の大きな強みであると感じています。

直近では、当社の「業務自動化プロジェクト」に深く参画いただき、主力生産ラインの改善に大きく貢献していただきました。常に改善点を見つけてご提案いただける姿勢が、キャノンS&Sさまへの信頼につながっています。

キャノンS&Sさまの社員の皆さまは、当社社員からも頼りにされている存在であり、プリンターのメンテナンス対応として常駐していただいていることに、大変安心感を抱いております。また、社員同士の関係も良好で、私自身もよくコミュニケーションを取らせていただいております。

キャノンマーケティングジャパングループが自治体向けに展開されているサービスに以前から関心を持っており、今年は当社主催のセミナーにもご登壇いただきました。今後は、連携をより一層深め、新たな協力体制を構築できればと考えております。

キャノンマーケティングジャパングループのサービスを通じて、当社の新事業にも良い形でつながっていくことを期待しています。



総合商研株式会社
代表取締役社長
小林 直弘さま



社名：総合商研株式会社
設立：1972年12月

事業内容：流通業を中心としたさまざまなマーケティング
分析や販売促進ツールの提供
URL：https://www.shouken.co.jp/

個人のお客さま EOS学園受講生

私がキャノンの写真教室であるEOS学園に通い始めたのは、2018年頃、当時EOS 80Dを購入した際に同梱されていた案内がきっかけでした。スタッフの丁寧な指導と講師の井村淳先生の親切な教え方のおかげで、不安なく受講することができました。特に印象に残ったのは、私の写真の良い面を引き出してくれたことです。また、多彩なレンズを実習で試すことができたのも非常に良い経験でした。

EOS学園は、自分にはない視点や知らない世界を感じ取ることができる貴重な場であり、写真を通じて知り合った仲間と共に成長し続けられる場であります。

学園で得た経験は、新たな作品づくりに大きな影響を与えています。2021年には東武動物公園で個展を開催し、2023年には写真雑誌CAPAのフォトコンテスト部門で年間グランプリを受賞しました。これらの経験を通じて、私の写真活動の幅や技術が向上しました。

キャノンMJさんは、私の写真活動に欠かせない存在です。EOS学園をはじめ、高度な技術を持ったカメラやレンズ、そして高品質なサービスを今後も提供していただけることを心から願っています。

プロフィール 2019年からEOS学園の井村淳教室に参加し、現在も継続中。動物関連の撮影講座を中心にご参加され、2021年に東武動物公園で個展開催。CAPAやキャノンフォトコンテストで多数入賞歴があり、2024年にCAPAのフォトコン受賞者として個人紹介ページにて掲載される。

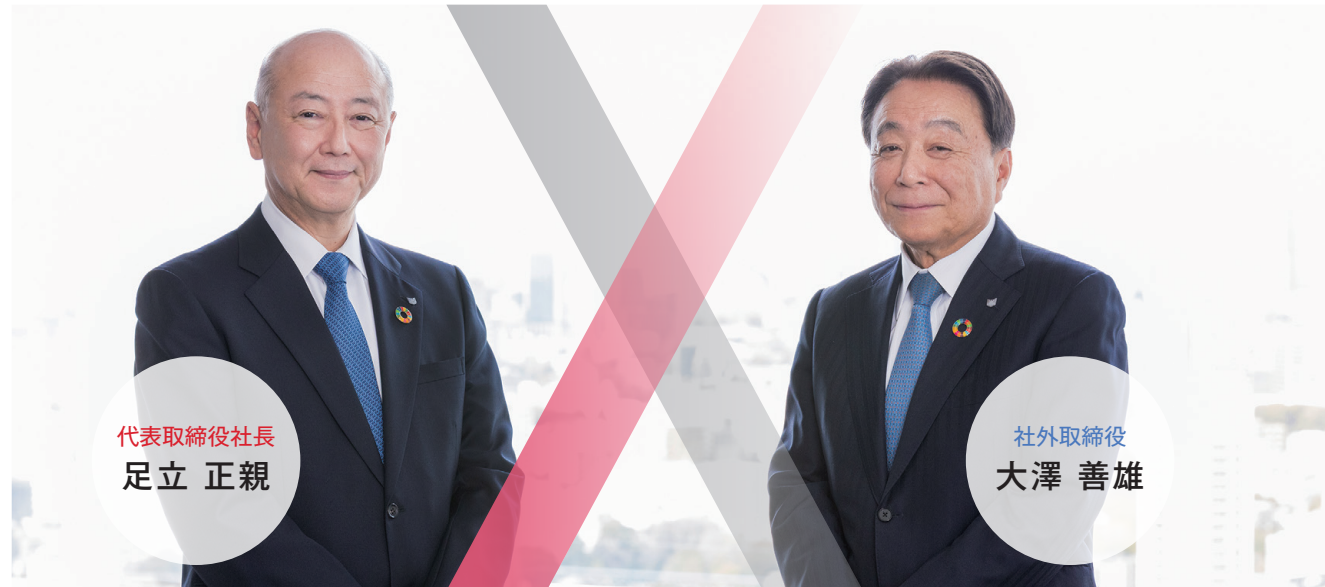


EOS学園受講生 櫻田 優美さま



CAPA 2024年4月号掲載作品「命を紡ぐ」

社内取締役・社外取締役の対談

代表取締役社長
足立 正親社外取締役
大澤 善雄エクセレントカンパニーを目指し、
5年後、10年後を見据えた経営を推進

足立代表取締役社長、大澤社外取締役が、ガバナンスへの取り組み、パーパスの体現、事業展開、人材の獲得・育成について対談を行いました。

経営の透明性向上へ、ガバナンス体制をさらに強化

大澤 2024年は、これまでガバナンス強化に向けて議論していたことが結果として表れ、ガバナンス体制はさらに強固になりました。取締役においては、独立社外取締役の比率は40%でしたが、資本政策に関する議論をさらに深めるため、2025年3月に企業会計に深い知見を持つ宮原さつき氏が加わり、社外取締役比率は50%に、女性社外取締役は2名となりました。

また、2024年1月に、取締役会の諮問機関として特別委員会を設置しました。当社は上場子会社であり、少数株主保護の観点から、支配株主と少数株主との利益相反がないか懸念を持たれないように、経営の透明性を示していくことが重要です。

足立 私が2021年に社長に就任して以来、取締役会や役員合宿で社外取締役の皆さまからご指摘、アドバイスをいただきながら深い議論を重ねてきたことが成果となったと感じています。新たに設置した特別委員会では、自己株式の公開買付けに関する議論のほか、親会社であるキャノンから仕入れている金額の妥当性、取引のプロセスについて確認いただきました。

今後も引き続き、少数株主の視点や、社外取締役、監査役の

多様な視点からのご意見を受け止めながら、ガバナンス強化に向けた議論を深めていきます。当社グループは、キャノン製品事業に加えてITソリューション事業の成長を目指しており、親子の良好な関係性を維持しながら、当社の独自性を大事にしていきたいと考えています。

大澤 上場子会社であるメリットとして、キャノンというグローバルな強いブランド力、高い技術に裏付けられた高品質な製品を独占的に扱えることに加え、キャノンの製品と当社のITソリューションを掛け合わせたサービスを提供できることが挙げられます。一方で、当社が親会社からの制約を受けることなく、独自性を持って、1970年代からITソリューション分野におけるM&Aを進めてきたからこそ、今の姿があります。引き続き、独自性を持って経営していくことが重要です。今後の検討課題としては、将来の成長を見据えた上で機関設計について議論していきたいと考えています。当社は監査役設置会社で監査役が5名おり機能していますが、現状がベストなのか、近年導入する企業が増えている監査等委員会設置会社へ移行した方が良いのかも含め、議論を始める必要があると思います。

グループ社員全員がパーパスの実現に向かって進んでいることが重要

足立 パーパスの制定にあたっては2021年に議論を始め、2023年4月にグループ内に公表し、その後、2024年1月に社外へ公表するというプロセスを経ました。社外に公表した際に、具体的にどのようなことが聞かれた時に社員が答えられるようにしたいと考え、社員に認知・浸透させ、自分事化してもらう期間を設けました。

社外に公表して1年となりますが、パーパスの体現に向かって進んでいることが重要です。当社グループが“未来マーケティング企業”としてステークホルダーの皆さまがワクワクする、喜び溢れる社会に向けてどのように貢献するか、持続的成長

に向け社会課題を解決し続けるために、いかに利益を生む事業を創出していくかを突き詰めていきたいと思っています。

大澤 パーパスを社内に浸透させ、社員が腹落ちしてから社外に公表するプロセスは、慎重に練られた施策であり、高く評価しています。パーパスのもと、全てのステークホルダーの皆さまと共に、当社グループ全体が一つのチームとして同じベクトルを持って事業を進めることができます。加えて、パーパスの体現がさらに進み、グループ社員全員が社会のため、人のために貢献していることを認識・理解することで、働きがいが一層高まることを期待しています。

顧客基盤のさらなる強化、新たな領域の拡大への取り組みに期待

大澤 当社グループは、ITソリューション事業におけるサービス型事業モデルへの変革に向けてM&Aを積極的に進めており、さらなる成果に期待しています。また、当社グループの顧客基盤を見ると特に大手企業に対する強さがありますが、準大手・中堅企業に対しては開拓の余地がありますね。

足立 当社ではお客さまの規模により、BtoBビジネスでは大手企業、準大手・中堅企業、中小企業の三つに区分していますが、ご指摘の通り、大手企業と中小企業に強い一方、準大手・中堅企業のうち300名~1,000名規模で強い関係性を持つお客さまはまだまだ少ないのが現状です。2021年にGBソリューション事業部を発足してアプローチを強化していますが、よりサービス型のソリューションビジネスに変えてい

く必要があると考えています。

大澤 次の新たな領域の拡大に向けては、最先端の技術やビジネスアイデアを持つスタートアップとのオープンイノベーションを加速することを目指す「Canon Marketing Japan MIRAI Fund」の取り組みにも注目しています。また私は、災害発生時の停電に対するレジリエンスを高める分散型電源の普及に向けて、米国のLightergy社と連携した蓄電池システム事業の展開を楽しみにしています。



エクセレントカンパニーを目指して

大澤 工場や設備を持たない当社にとっての財産は人であり、日本の人口が減少する中、人材の獲得・育成はますます重要になります。採用活動や社員のリスクリングへの投資は5年後、10年後に結果が出てきますので、今から先を見据えて、教育システムや人が育つ環境づくりを強化していく必要がありますね。

足立 人材の高度化に向けては、各事業において、自分たちの事業が5年後、10年後にどうありたいか、そのためにはどのスキルレベルの人材が何人必要かということを明確にした上で、必要な教育プランを策定しています。リスクリングにより今の延長線上で能力を伸ばすことはできますが、新しい世界をつくっていくことはできません。目指す姿からバックキャストして、将来に花開くように、必要な人材を採用し、教育していくことが重要です。サービス型事業の推進に向けて、2022年より、ITビジネスプランナーという職種での採用も行っています。

大澤 今後も当社が持続的に利益を伴って成長し、社員が誇

りを持てる会社となるために、監督・助言していきたいと考えています。事業拡大に向けたM&Aやデータセンターへの投資、自己株式の取得などを実施していますが、資本効率をさらに高め、ROEを2桁にしなければエクセレントカンパニーとは言えません。当社は4期連続で増収増益を実現している一方、ROEが9.6%と2桁に達していないことが課題ですね。

新しいことへの取り組みにおいては、リスク管理も重要です。私は、リスクをコントロールできずに色々対応をしたにもかかわらず損失処理をした苦い経験があります。当社はガバナンスが強化され、監督機能が発揮されていますが、世の中の変化が一層激しくなる中、迅速なリスク対応で成果を最大化し、成長を続けることを期待しています。

足立 社員には、「期待される 愛される 魅力のある会社」「期待される 愛される 魅力のある人」になろうよとさまざまな場面で話しています。専門分野の異なる社外取締役4名からの確な監督・助言をいただきながら、ステークホルダーの皆さまと共にエクセレントカンパニーを目指します。



グループ一体となった事業変革、ITソリューション事業の利益成長、キヤノン製品との複合的なソリューションの展開に期待

蛭川取締役、長谷部社外取締役が、当社グループの事業変革、強み、持続的成長に向けた取り組みについて対談を行いました。

事業変革の実行力を高めるには、グループ一体となった取り組みが重要

蛭川 2024年は当社グループにとっても変化の大きい1年でした。長谷部さんは2022年に当社の社外取締役に就任されてから、広く俯瞰した視点で、グループ全体の成長戦略や人材投資へのアドバイス、そして実行のスピード感の重要性についてお話しただいてきました。いつもの確かなアドバイスをいただいております。

長谷部 2024年において特に強く感じたのは、事業環境が大きく変化する中で、当社の経営施策の遂行、事業展開のスピードが増していることです。例えば、新たな事業の創出に仕組み「R&B（Research & Business Development）」の専門組織を2024年1月に立ち上げましたが、その後の取り組みや、M&Aをこれまでにないスピード感で実行してきたと思います。また、パーパスを打ち出し、当社グループが中長期的に目指す姿を明確に示したことも、新たに加わったグループ各社の社員、パートナー企業の皆さまと共に一体感を持って取り組みを推進するために大きな意味があると考えます。中期経営計画における業績目標を達成するとともに、事業変

革に向けた取り組みを着実に推進していることも高く評価できます。私の経験を踏まえると、事業変革に向けて、その先頭を担う層は積極的に取り組みますが、既存の枠組みにこだわってしまい変わること戸惑う層も一部存在し、全社的な動きとならないことがありました。既存事業の中核を担ってきた社員や、パートナー企業の皆さまに当社グループの方針をご理解いただき、共に歩むことが重要であり、引き続き進捗を注視していきたいと思います。

蛭川 変革を実現するには、方向性や戦略を明確にし、現場のメンバーの実行力を高めるとともに、先頭を走る人が周りに目配りし、社員全体が目指す姿に向かうことが重要ですね。パーパスのもと、新しい仲間とも心をつなげてシナジーを発揮することが課題だと認識しています。成長に向けてまいた種が花を咲かせ、果実を収穫できるまでスピード感を持って取り組みを進めるとともに、新しい成長の種をまき続けていきたいと思います。

キヤノンMJグループの強みのさらなる強化、新たな挑戦に期待

長谷部 当社の社外取締役に就任する以前から、当社グループの、大手企業から準大手・中堅企業、中小企業のお客さま

に対する営業力とSEの技術力を高く評価していました。この強みを基盤として事業を展開するとともに、新たな事業の開

発やM&Aへの取り組みと結合させることが、中長期的な成長を確かなものとするために重要です。

蛭川 強固な営業力、独自性のある技術力、この二つの強みは創業以来磨き続けてきたものであり、それらを生かして構築した幅広い顧客基盤が三つ目の強みです。今後も、「人」と「技術」の厚みを増すために、外部人材の獲得などにも一層注力したいと思います。新たな事業を開発するためには挑戦することが必要ですが、経験がないため、想定外の結果となることがあります。失敗を恐れて挑戦しないのではなく、失敗を

キヤノン製品事業、ITソリューション事業の収益性向上に向けて

長谷部 キヤノン製品事業を取り巻く環境は厳しいですが、営業部門やパートナーの皆さまが力を発揮することにより、キヤノン製品の利益率を上げ収益を向上できています。また、ITソリューション事業は成長していますが、利益面では改善の余地があります。業務プロセスを改善することが利益につなげていくための一つ重要な点であると考えています。

蛭川 キヤノン製品は一部を除き、日本では成熟市場であり、利益重視の視点で付加価値の高い提案活動を積み重ねることを第一に考えています。ただ、成熟市場とはいえ、領域を細かくセグメントすると伸ばせる余地はありますので、拡大に向けても注力していきます。

また、ITソリューション事業は、引き続き、グループの独自の強みを生かせる領域を顧客層別に区分けし、重点的に拡大していきます。利益率向上に向けては、SEのみならず、業務部門や保守サポート部門の業務を支えるスタッフも生産性の向上に取り組んでおり、早期にキヤノン製品事業と同水準の利益率へと高めたいと思います。

長谷部 キヤノン製品事業は、業務プロセスを改善し、サービス品質がさらに良くなることで保守コストが削減されます。また、AIの活用により業務を効率化できれば、継続的な利益率向上、利益成長が期待できます。次期中期経営計画における取り組み、成果を期待しています。

当社グループの持続的な成長に向けて

長谷部 当社はキヤノンを親会社とする上場子会社であり、親会社と一般株主との間に利益相反が起こらないようにするための取り組みに注力しています。2024年12月期においても、キヤノン製品の取引における透明性や適正性について、社外取締役全員で検証を行いました。

独立社外取締役として監督機能をしっかり果たすとともに、私自身の経験・知見を踏まえ、キヤノンMJグループの事業変革、ITソリューション事業の展開について助言し、中長期的な成長に貢献したいと思います。

蛭川 取締役会での決議に際しては、社外取締役の皆さま

学びとして次に進むことが大切であり、社長の足立は「失敗から学んで前に進むというプロセスを踏むことに意味がある」と社員に伝えています。

長谷部 人材・組織の強化に向けた意識改革への取り組みやITソリューション事業に関連する教育にも注目しています。特にサービス品質の向上への施策や「失敗学」研修は、事業領域を広げる中で、新たなリスクへの対応や業務プロセスの管理を強化するものとして評価しています。

加えて、ITソリューション事業の成長は、単に当該分野だけでなくキヤノン製品事業と組み合わせることにより、総合的なソリューションを提案できることが大きな強みとなり、競争力につながります。例えばドキュメントソリューションにおけるDXの推進は、オフィス機器とITソリューション事業を組み合わせ、また、映像ソリューションではキヤノンの光学機器とITソリューション事業を組み合わせることで力が発揮され、市場への訴求力が高まると思います。このような市場目線での新しい事業開発に期待しています。

蛭川 複雑化・高度化するお客さまや社会の課題に対し、デバイス単体の機能だけで解決できる領域は限られますね。長谷部さんのアドバイスの通り、キヤノンの技術、当社独自の技術を組み合わせることで可能性が大きく広がります。特に、「映像ソリューション」「デジタルドキュメントサービス」「サイバーセキュリティ」を組み合わせる提案できる競合は少なく、当社グループの大きな強みです。ドキュメントの入出力やネットワークカメラのように、情報や映像を集めることのできる高性能なデバイスと、当社グループが得意とするシステムインテグレーションを組み合わせる提案することにより、競合他社との差別化を図ることができるので、さらに注力したいと思っています。



から、少数株主の利益を毀損することがないか確認いただいております。

また、この数年で投資家の皆さまとの面談回数も年々増加しています。持続的成長へのご期待とともにガバナンスの高度化に向けた提言をいただいております。その内容は取締役会にフィードバックし、議論を重ねています。引き続き、皆さまからの提言や指摘を踏まえながら未来を見据えた成長投資を行い、当社グループの持続的成長を実現していきたいと思っています。



グループの志を一つにし、人的資本の高度化を スピード感を持って推進

溝口取締役、河本社外取締役が、パーパスの体現、人的資本の高度化、女性活躍推進、ガバナンス強化について対談を行いました。

言語化したパーパスのもと、変革を進める

河本 当社グループの歴史を振り返ると、M&Aにより、さまざまな企業が当社グループに参画して事業を拡大してきました。その中で、2023年4月に社内、2024年1月に社外へ公表したパーパスは、当社グループの社員の気持ちをつなげ、一つにしていく上で大きな意味があります。ただ、グループ従業員意識調査の結果を見ると、より深い理解やパーパスの体現という意味ではまだ向上の余地があるようですので、引き続き、経営トップが情熱を持って粘り強く浸透させ、根付かせてほしいと思います。

溝口 グループ従業員意識調査を見ると、パーパスに共感し、仕事を通じた貢献実感を感じている社員が全体的には増えている一方、新しく加わったグループ会社や、お客さまとの直接的な接点が少ない一部の部門は相対的に低い状況です。その中で体現者を増やすためには、社員一人ひとりが会社あるいは社会全体の中での自分の担当業務の意義を再認識、

あるいはより深く理解し、また、担当業務の前後の工程をも自分事として捉えることが重要だと考えています。そして、全体最適の視点で関係者と多様な発想、視点や意見を交換し、お互いを尊重し合いながら、一緒になって新しいものを生み出してほしいと考えています。

河本 グループ一丸となって、多様な考え方を提示し合いながら何がベストであるかを模索するのは会社の成長を目指す上で欠かせないことです。当社グループは、とても家族的で温かみのある会社であることは強みですが、仲間意識が強すぎることで内向きの思考になったり、従来のみで良いという空気になることもリスクとして懸念します。自分たちの原点を見直し、言語化したパーパスのもと、グループ全体で志を一つにして、ビジネスモデルの変革に向けて前進してほしいと思います。

客観的な評価を人材の高度化により一層生かす

溝口 当社グループは1970年代からITソリューション事業を手掛けており、物事を客観的に判断し、数値やデータに基づいて分析するといった考え方ができる人材の採用を、営業職含めて強化してきました。近年は、ITソリューション事業のみ

ならず、産業機器のビジネスも拡大しており、技術を理解できる人材を育成するため、社員のスキルアップ体制の充実の必要性をあらためて認識しています。

河本 人材育成においてはITスキル向上の教育に注力してい

ますが、社内だけでなく、外部でも評価される人材を育成することが大事です。人材の流動性を高めるとともに、社員には社内公募制度や社内FA制度、外部のビジネススクールやセミナーを活用してもらい、幅広い業務で成果を上げられる人材を増やしていきたいです。経営陣には、外部評価の観点も含めてこれらの施策の活用状況や効果を検証してほしいと思います。

溝口 河本さんのおっしゃる通り、外部の目線を取り入れることで、公平性や客観性をもった人事評価ができ、社員のモチベーション向上にもつながります。部長クラスに昇格する前には外部によるアセスメントを実施し、管理職人材としての能力や適性を客観的に評価した情報を参考にしています。また、管理職の選抜研修（P.27参照）においては、外部の目線をより取り入れるように変えてきました。一例として、

女性の執行役員の誕生に期待

河本 私が以前在籍していた会社では、リーダーとして多くの女性社員が登用され、さまざまな職場でいきいきと活躍していました。社会課題が複雑化・高度化する中、持続的な成長の実現には、多様な視点を持って議論し、決断していくことが必要不可欠です。多様な視点は、取締役や執行役員から一般職まで、各階層において必要であり、その意味で、当社における女性活躍推進への取り組みは、より一層力を入れて推進してほしいと、常にお話させていただいています。女性管理職比率は高まってきているものの、まだ低いと感じています。女性が働きやすい環境の整備にも注力してほしいと思います。

溝口 河本さんにはいつもご指摘いただいております。これまでの考え方に捉われることなく、多様な視点や経験を持つ人々が意見を出し合うことで、より創造的で革新的なアイデアを生み出していく必要があります。その一環として女性活躍は不可欠と考えています。中でもビジネスをリードする指導的立場における女性の管理職比率を高めていく必要があると考

2024年は部長クラスを対象に、スタートアップの経営者と対話し、テーマをもらって解決策を考える形式で行いました。外部機関によるその研修のレビュー結果には、現場の評価と大きく異なる点が多くありました。現場の評価は低く、外部評価は高い項目に注目し、新しい気づきやアクションにつなげています。

河本 素晴らしい取り組みですね。自己評価だけではなく他者評価を含め、さまざまな視点からギャップを洗い出し、その分析から生まれる対話を継続することが大切だと思います。



えています。またキャノンのDNAの一つである実力主義の考え方に基づけば、性別に関係なく活躍できる場を会社として整えるべきであり、女性活躍を阻害している事象をなくしていく責務があると認識しています。これを推進していく上では、登用する側の意識改革や行動変容はもちろん必要ですが、女性の意識も重要な要素であると考えています。そのため、女性を後押しし、前向きな意識醸成を図るためのセミナーや研修などを体系化した「Empowerment Program」も実施しています。（P.62参照）当社グループの年代別の女性管理職比率は50代は4.7%であるのに対し、40代は9.3%と徐々に高まっているものの、現状、10%に満たない状況です。さまざまな施策を講じながら早期に管理職の女性を増やしていきたいと考えています。

河本 新卒採用に占める女性比率もまだ上げられる余地があると思います。女性活躍の観点から言うと、女性の執行役員が誕生し、経営の意思決定に関わることを期待しています。

指名・報酬に関するプロセスの強化に向けて

河本 ガバナンスや開示については、透明性・客観性をさらに高められるように、株式市場から求められている事項を踏まえながら、当社が強い意志を持って率先して取り組まなければいけません。私を含め、社外取締役がメンバーになっている指名・報酬委員会での役員の選任プロセスにおける議論には、社外取締役もより深く関わっていく必要があると感じています。役員報酬体系については、中長期的なインセンティブとなる株式報酬の割合についての考え方や、評価として非財務指標を組み入れるなど、検討の余地があると考えています。また、非財務指標の開示は、良い数値を見せるのが目的ではなく、現状を把握できる数値で分析し、できていないものが

あればそれを乗り越えていく意志を示すことが大事です。当社の社外取締役に就任して2年経ちましたが、ステークホルダーの視点を忘れずに、不明な点や疑問に感じるものがあれば説明を求め積極的に発言し、当社の企業価値向上に貢献できるようこれからも努めていきたいと思っています。

溝口 2025年に取締役会において女性を2名へと増加し、独立社外取締役に半数にするなど、取締役がダイバーシティの範を示していく必要があると考えています。今後も引き続き、社外取締役の皆さまの多様な視点からご提言いただきたいと思います。人的資本の強化に向けた各取り組みを、スピード感を持って推進していきます。



企業価値向上に向けた資本効率のさらなる改善、 将来を見据えた成長投資の着実な実行に期待

大里取締役、宮原社外取締役が、当社グループの企業価値向上に向けた
財務戦略、成長投資、ガバナンス、組織風土などについて対談を行いました。

エクイティスプレッドの拡大を目指す

宮原 私は、2025年3月に当社の社外取締役に就任しました。これまで公認会計士として監査法人で培った経験・知見を生かし、当社グループの企業価値向上に貢献できるよう、情熱を持って取り組んでいきたいと思っています。

投資家の皆さまは、投資先を分析する際に企業価値向上へ資本効率を高める取り組みを実施している企業かどうか、非常に高い関心を持たれていると思います。当社グループは資本効率の改善に向けて積極的に取り組んでおり、2024年のROEは前期より0.9ポイント改善し9.6%となりました。2025年の目標として掲げているROEは10%と達成間近ですが、ITソリューション業界においては高い水準とは言えず、通過点として捉えています。

大里 2024年は、4期連続の増収増益となり、過去最高益を更新し、「2021-2025 長期経営構想」の当初計画を1年前倒しで達成することができました。バランスシートについては、資本効率の向上に向けて、当社株式を2024年7月に親会社等から約2,000万株を取得し、消却いたしました。12月にも当社株式を政策保有株式として保有する企業から約75万株を

自己株式として取得いたしました。その結果EPS、ROEともに改善し、資本収益性を高めることができました。今後も資本効率のさらなる改善を図り、ROEを向上させ、資本コストの低減に取り組むことで、エクイティスプレッドの拡大に注力していきます。当社グループは財務目標として売上高、営業利益、ROEを掲げていますが、投資家の皆さまとの対話の中で、M&Aにより生じたのれんや無形資産の償却費が増えていることを踏まえ、実力を示す値としてEBITDAの導入についてご提言いただくことがありました。外部から当社グループがどのように見えているのか、どのような経営指標の開示が資本コストの低減につながるかなど、宮原さんにもアドバイスをいただきながら財務戦略を推進していきたいと考えています。

宮原 自己株式を消却したことは、流通株式比率の向上にもつながりましたね。資本市場の状況も注視しつつ、当社グループの財務戦略の方向性や決算の内容を、偏りなく、客観的に評価し、提言していきたいと思っています。

短期・中長期両方の視点で成長投資を着実に実行

宮原 当社グループは、キャノンという強力なブランド力と、高い技術力を生かした製品を独占的に扱うことができる強み

をベースとして、新たな価値の創造に取り組んでいます。各事業については、キャノン製品事業は、オフィスのペーパーレス化が進む中で大きく成長させることは難しいと思いますが、継続して一定の需要はありますので、安定した収益を獲得できる事業と認識しています。一方、ITソリューション事業は、あらゆる企業が課題解決のためにDXへの取り組みを推進していることから、当社グループのオポチュニティーは広がっており、お客さまの満足度を高めるサービスを提供し、売上拡大と同時に利益率が向上することを期待しています。

大里 キャノン製品事業はリカーリングビジネスの比率が高く、一定の利益を生み出すビジネスモデルであり、当社グループの強固な基盤となっています。宮原さんがおっしゃる通り、オフィスのペーパーレス化が進みドキュメントボリュームは減少しているものの、保守や消耗品ビジネスは堅調に推移し、かつ高い利益率を確保しています。このキャノン製品事業で獲得した利益をITソリューション事業にしっかり投資し、事業を拡大していくタイミングと考えています。現在はキャノン製品事業に比べてITソリューション事業の利益率が低い水準となっていますが、個別システム開発案件への対応を着実に行うとともに、システムのサービス化を進め、保守・運用サービス／アウトソーシングの領域を強化し、ストックビジネスを伸ばすことにより、利益率を高めていき



いと考えています。

宮原 2025年までに2,000億円以上の成長投資を打ち出し、2024年までに約70%を実行しています。事業投資においては、M&A・出資によるシナジーの発揮を期待するとともに、2024年からスタートした100億円規模のCVCファンド「Canon Marketing Japan MIRAI Fund」の取り組みに注目しており、将来の大きな成果につながるビジネスが出てくることを期待しています。

大里 CVCファンドによる投資は、5年後、10年後に果実を得るための取り組みです。お客さまのDX支援サービスやクラウドサービスの中核拠点としてきたデータセンターへの投資も、2010年にスタートしており、成果が出るまでには長い時間を要しました。短期間で立ち上げて短期的な収益の獲得を目指すビジネスと、中長期目線で時間をかけて取り組むビジネスのバランスをとって成長投資を行い、そして、サービス型事業モデルを強化することにより、持続的な収益拡大に向けた基盤を固めていきたいと考えています。

宮原 当社グループは、毎年約400億円規模の営業キャッシュフローを獲得しており、資金は潤沢です。これを貯め込むことなく、将来に向けた成長投資を着実に実行していくことが重要であり、私はその進捗をチェックするとともに、ファインアンズ面からさまざまな提言を行っていききたいと考えています。

独立した立場から適切な提言を行い、議論を深める

宮原 私は、当社が上場子会社であることを踏まえ、第一に少数株主の代弁者であるべきと考えています。その観点からも当社グループの取り組みを注視し、日ごろから経営に対する意見を述べることに加えて、特別委員会での議論を深めていきます。

大里 キャノンと当社は製造と販売を分離しており、役割が明確にわかれています。そして、当社はキャノンから制約を受けることなく独自に事業を伸ばし、業績は向上し、配当は現在の長期経営構想が始まる前の2020年から2.3倍としています。昨年の特別委員会では、自己株式の取得・消却が最も大きなテーマでした。親会社が保有している当社の株式を取得する目的の合理性や取引条件の妥当性等について、議論していただきました。引き続き、社外取締役の皆さまには、経営の透明性が担保されるように監督していただきたいと思っています。

宮原 持続的な成長に資する健全な、より風通しの良い組織風土を醸成することも期待しています。経営層が社員に発信するメッセージは、社員のモチベーションや生産性に大きく

影響します。社員が挑戦できる環境を整え、働きがいを感じられる風土づくりに継続して取り組んでほしいと思います。

大里 社長の足立が先頭に立ち、「ワクワクする未来を実現する会社にしていこう、失敗を恐れずにとことん挑戦してほしい」と社員に伝えています。実際に、社員は隔たりなく、さまざまなステージで挑戦するチャンスがあり、多くの社員が自主性を持って積極的に取り組んでいます。また、私からは、「一人ひとりが自身のやるべきことを認識し、ワンランク上の目標をやり遂げることで達成感を実感してほしい」と伝えています。

宮原 組織のDE&Iへの取り組みにおいても、私のこれまでの経験を生かして、女性活躍推進のスピードアップに貢献したいと思っています。女性管理職比率は高まっていますが、2024年末時点で当社グループ全体で6.5%であり、さらなる改善が必要です。当社グループの持続的な成長に向けて、情報収集を通じて大きく変化する事業環境を的確に捉え、社内の常識やしがらみにとらわれず、独立した立場から、経営陣のリスクテイクを判断し、適切な提言を行っていききたいと思っています。

組織形態	監査役設置会社
執行役員制度の採用	有

		在任期間	2024年 取締役会出席状況	企業経営	営業・マーケティング	財務・会計	人事	法務・ リスクマネジメント	ITソリューション・DX
足立 正親		代表取締役社長 社長執行役員	10年	100% (14／14回) ★	●	●		●	●
溝口 稔		取締役 専務執行役員	4年	100% (14／14回)	●		●	●	
蛭川 初巳		取締役 常務執行役員	5年	100% (14／14回)	●	●		●	
大里 剛		取締役 上席執行役員	3年	100% (14／14回)	●	●		●	
大澤 善雄	社外 独立	取締役	7年	100% (14／14回)	●	●			●
長谷部 敏治	社外 独立	取締役	3年	100% (14／14回)	●	●			●
河本 宏子	社外 独立	取締役	2年	100% (14／14回)	●	●	●		
宮原 さつき	社外 独立	取締役	-	-		●	●		

※ スキル・マトリックスの項目選定理由については、webサイトに掲載しています。<https://corporate.jp.canon/sustainability/governance/corporate-governance>

社外取締役 2024年の 活動状況	<p>〈会議体〉 取締役会（年14回）、経営会議（年12回）、執行役員会（年2回）、事業報告会（年5回）</p> <p>〈その他イベント〉 株主総会、入社式、西東京データセンター見学、写真甲子園見学 等</p> <p>※ 上記の他に、投資家との対話を通じて得た知見や評価のフィードバックを随時行っています</p>
----------------------------------	--

コーポレート・ガバナンスの充実に向けた取り組み

2011年	執行役員制度の導入
2014年	社外取締役1名を選任
2016年	社外取締役を2名に増員 独立社外役員の独立性判断基準を制定 コーポレートガバナンス・コードへの対応
2018年	指名・報酬委員会を設置
2021年	コーポレートガバナンス・コード改訂への対応

社外取締役および社外監査役

当社の社外取締役は4名、社外監査役は3名です。当社は、コーポレートガバナンス・コードおよび独立性基準を踏まえ、独立社外取締役および独立社外監査役の独立性を担保するための基準を明らかにすることを目的として、全監査役の同意のもと、当社取締役会の承認により「独立社外役員の独立性判断基準」を制定しております。

なお、当社の独立社外取締役および独立社外監査役は、当該「独立性判断基準」を満たしており、取締役会の透明性とアカウンタビリティの維持向上に貢献する役割を担っています。

選任・指名手続

取締役・監査役の候補者の指名および上席執行役員の選任（代表取締役社長の後継者およびその候補者を含む）については、所定の要件を満たすと認められる者の中から代表取締役社長が候補を推薦し、その推薦の公正・妥当性を「指名・報酬委員会」にて確認の上、取締役会に議

取締役・経営陣幹部の報酬

報酬の決定方針、報酬決定プロセス

「指名・報酬委員会」は、取締役、上席執行役員以上の執行役員について、基本報酬・賞与の算定基準、株式報酬型ストックオプションの付与基準を含む報酬制度の妥当性を検証した上で、取締役会に対し、当該制度が妥当である旨の答申を行っております。取締役の個別の報酬額は、取締役会決議により定める算定の基本的な考え方につき「指名・報酬委員会」の検証を経た報酬制度に基づき、決定されます。なお、取締役の「基本報酬」および「株式報酬型ストックオプション」の総額は、株主総会により承認された報酬総額（上限）の枠内となります。取締役の

2022年	社外取締役を3名に増員
2023年	女性の社外取締役1名を選任
2024年	特別委員会を設置 指名・報酬委員会を社外取締役過半数で構成
2025年	社外取締役を4名に増員 女性の社外取締役を2名に増員

社外取締役および社外監査役の職務を補助する専任の組織・使用人は置いておりません。なお、社外取締役に対しては業務執行取締役等から取締役会議案等について必要に応じて事前説明を行っております。また、社外監査役に対しても社内監査役または業務執行取締役等から取締役会議案等について必要に応じて事前説明を行っております。さらに、社外監査役は、監査役会または随時開催される監査役連絡会等に参加し、重要事項およびそれぞれの監査内容に関する情報を監査役間で共有しております。

案として提出、審議しております。

また、監査役候補者については、取締役会の審議に先立ち、監査役会において審議し、その同意を得るものとしております。

報酬の構成

代表取締役および業務執行取締役の報酬は、その役割に応じた職務執行の対価として毎月固定額を支給する「基本報酬」と、各事業年度の業績に連動した「賞与」、ならびに中長期的な業績向上および企業価値向上に向けたインセンティブとしての「株式報酬型ストックオプション」によって構成されます。上席執行役員以上の執行役員の報酬につきましても、これに準じています。

なお、社外取締役については、毎月固定額を支給する「基本報酬」のみとします。

基本報酬、賞与、株式報酬型ストックオプションの構成割合については、中長期的視点で経営に取り組むことが

重要との考えから、基本報酬の水準と安定性を重視することを基本としつつ、単年度業績の向上を目的とし、取締役の基本報酬に対する賞与および株式報酬型ストックオプションの構成比は、それぞれ最大3割程度、および最大2割程度とします。

取締役会の実効性についての分析・評価

当社は、取締役会の実効性評価を毎年実施しており、取締役会における意思決定とモニタリングが正しく機能していることを確認しております。

2024年度は、取締役および監査役に対するアンケートを実施し、取締役会の実効性について分析・評価を行いました。

評価項目は、①取締役会の審議事項、②取締役会の構成、③後継者計画、④議論の充実度や過程です。

アンケートを実施した結果、取締役会の実効性はおおむ

取締役・監査役に対するトレーニングの方針

当社では、取締役および監査役に対し、就任時、その役割、職責についての理解の徹底および職務を適切に果たすために必要または有用な知識の確保を目的として、研修を実施しております。また、就任後も、会社の費用負担

経営陣幹部の解任手続

代表取締役、業務執行取締役および上席執行役員以上の執行役員（以下「経営陣幹部」）につき違法、不正または背信行為が認められる場合、その役割を果たしていないと認められる場合、その他経営陣幹部の任に相応しくないと認められる場合には、取締役・監査役は、いつでも「指名・報酬委員会」に対して当該経営陣幹部の解任の

内部監査

グループ総合監査室は、社長直轄の独立した専任組織として設置されております。当社および全グループの内部監査部門としての方針を策定し、全ての経営諸活動を対象として、報告の信頼性、業務の有効性・効率性、法令遵守、資産の保全の観点から、監査を実施し、評価と提言を行っております。

内部統制

当社は、会社法に基づき、業務の適正を確保するための体制（内部統制システム）の基本方針を取締役会で決議しており、かかる方針のもと、内部統制システムの整備を推進しています。

キャノンMJグループ全体の内部統制システムの構築を

役員の報酬等の総額（百万円）	
取締役（社外取締役を除く）	261（4名）
監査役（社外監査役を除く）	49（3名）
社外役員	86（7名）

ね確保されていることが確認されました。

今後は、中長期的な企業価値向上と持続的な成長を図るべく、アンケートで得られた取締役および監査役の意見を取締役会の運営に生かし、重要案件の進捗管理・審議前の情報共有を充実させ、また、経営層の育成・候補者選定に関する議論をさらに深めることにより、より実効性の確保・向上に努めてまいります。

にて社内外の研修を受講できる仕組みとしております。さらに、社外取締役および社外監査役については、当社の事業に精通していただくため、事業報告会等諸会議に参加する機会を設けております。

要否を討議するよう求めることができます。

「指名・報酬委員会」での討議の結果は、その内容いかにかわらず取締役会に答申され、取締役会において解任の要否が審議されます。審議の対象となる当該経営陣幹部は、審議に加わることはできません。

監査結果は、代表取締役社長をはじめとする取締役および監査役会に定期的に報告されます。なお、キャノンITソリューションズ、キャノンシステムアンドサポートの監査部門も同じ方針のもと、監査を実施しております。グループ全体の監査スタッフは約60名体制となっております。

目的として、「内部統制評価委員会」を設置しており、当社各部門および主要関係会社へ責任者を置いています。

金融商品取引法の内部統制報告制度が上場企業に適用されたため、2009年12月期より、財務報告に係る内部統制の有効性を評価した内部統制報告書を提出しております。

支配株主との取引等を行う際における少数株主の保護について

当社の支配株主は、親会社であるキャノン株式会社がこれにあたります。支配株主との取引については、重要な基本契約は、取締役会の決議を経て締結しております。支配株主との取引のみならず、全ての取引について、当社の独立性と利益が損なわれることのないように適切・公正に行うことにより、全ての株主の利益を保護しております。また少数株主の利益保護の観点から支配株主と少数株主との利益が相反するリスクについて審議・検討が必要と判断し

た取引については、独立社外取締役により構成される「特別委員会」にて審議し、取締役会に対して答申を行います。取引の条件の決定等が支配株主との間で恣意的に行われることはありません。

特別委員会の構成員	
大澤 善雄（議長、社外取締役）	長谷部 敏治（社外取締役）
河本 宏子（社外取締役）	宮原 さつき（社外取締役）

親会社との関係性

(1) 親会社におけるグループ経営に関する考え方

当社の親会社であるキャノン株式会社は、当社を含むキャノングループ各社がキャノンの企業理念である『共生』に根ざした企業活動を通じて社会的責任を全うし、共生の実現に向けて努力し続けることこそが、持続的成長と中長期的な企業価値の向上につながると考えております。また、キャノン株式会社は、キャノングループとしての中長期経営計画である「グローバル優良企業グループ構想フェーズⅥ（2021年～2025年）」を、キャノングループ全体最適の観点のもと、「フェーズⅥ」の目標を効率的かつ確実に達成できるよう、当社を含む上場子会社との間に相互に経営戦略を共有しております。その上で、当社を含む上場子会社が安定的に収益を計上し連結業績の最大化を目指すことで、キャノングループ全体の企業価値向上を図る、との方針を掲げております。

リスク管理の観点では、コンプライアンス・内部統制・経済安全保障などのリスクマネジメントや脱炭素・温暖化抑制対策、人権尊重の取り組みなどのサステナビリティ活動を、キャノングループ一丸となって行うべく、当社を含むキャノングループ全体で方針・情報の共有やシステム整備を進めております。

上場子会社については、キャノン株式会社および当該上場子会社の少数株主の利益の尊重の観点から、当該上場子会社が高い独立性を維持しながら機動的な経営を行う体制を継続することも、キャノングループとしての重要な経営方針としております。この考えからキャノン株式会社は、当社の個別案件に関わる意思決定プロセスには関与しておりません。

政策保有株式

当社グループは、当社の経営戦略や業務提携、取引の維持・強化、協働ビジネスの展開や新たなシナジーの創出等を勘案し、企業価値の向上と中長期的な発展に資す

(2) 親会社における上場子会社を有する意義に関する考え方

当社は、キャノン製品の販売・サービスに加え、独自事業としてお客さまからのご要望に応じ、他社製品の販売やサービス、ITソリューションの提供を行っております。これらの独自事業を展開するにあたり、親会社から独立した上場会社としての迅速な意思決定や機動的な資金調達手段などを保持することで、非キャノンビジネスの伸張が図られ、また上場会社としての信用力による取引先の拡大、優秀な人材の確保や従業員の高いモチベーションの維持などが可能になっております。このような理由から、キャノン株式会社はキャノングループの価値最大化に資すると総合的に判断し、当社の上場を維持しております。

(3) 親会社の当社の経営への関与

当社は親会社から独立して経営しております。また、親会社役員による当社役員の兼務はなく、親会社出身の当社取締役はおりません。当社は、構成員の過半数を独立社外役員とする指名・報酬委員会を設置し、ガバナンスの向上を図っており、取締役等の選解任や報酬決定プロセスにおいて、当該委員会の判断を十分に尊重しております。

また、当社・親会社間の取引においては、取引の適正性の確保の観点からアームズ・レングス・ルールを適用するなど、当社・親会社双方の少数株主の利益を不当に害さぬよう努めております。当社は、支配株主と少数株主との利益が相反するリスクについて審議・検討を行う特別委員会を置き、当該リスクの軽減に努めております。

る場合に限り、政策的に株式を保有します。

当社は、個別の保有株式について、投資企業との取引金額や配当金、含み益が資本コストに見合うかという定量

評価に加え、保有の意義等の定性評価の内容を総合的に勘案し、取締役会にて毎年定期的に保有の合理性を検証しております。

検証の結果、保有の合理性が認められないと判断した

株式については、売却により縮減を図ります。

2021年12月末時点の保有株式は59銘柄でしたが、2024年12月末時点では48銘柄に減少しています。

反社会的勢力排除に向けた基本的な考え方および整備状況

1. 基本方針

当社は、当社および当社グループ各社が市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力に対して毅然とした態度を貫き、反社会的勢力との関係を遮断することを基本方針としております。

2. 整備状況

●反社会的勢力との関係遮断のための行動指針を定めているほか、当社就業規則においても、同趣旨の規定を定め、従業員に対してその徹底を図っております。

- 本社総務部門を反社会的勢力対応の当社グループ統括部署とし、各総務担当部署との間で、反社会的勢力およびその対応に関する情報を共有し、反社会的勢力との取引等の未然防止に努めております。
- 警察および弁護士等の外部機関との連携体制を構築しております。
- 賛助金の支払等については、法律上、企業倫理上の観点から問題のないことをチェックするため、事前にこれを審査しております。

株主との建設的な対話に関する方針

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するため、株主総会、長期・中期経営計画説明会、決算

説明会、主要機関投資家との面談等により、株主との間で建設的な対話を行います。

IRに関する活動状況

当社は、資本市場に参加している皆さまと長期にわたる信頼関係を構築し、適正な評価を獲得することを目的とし、財務情報だけでなく非財務情報についても、適時・適切・公平に開示するとともに、対話の充実を図っています。また、対話を通じて得た知見や評価は、取締役会や経

営会議等において共有するとともに、会社経営に反映させることで、中長期にわたる企業価値の向上に努めています。当社では、このようなIR情報開示の考え方を「IR ポリシー」として制定し、投資家向け情報サイトに公開しています。

2024年の活動実績

証券アナリスト、機関投資家向け（国内・海外）

- 代表取締役による中期経営計画説明会（オンライン）の開催
- IR担当役員による決算説明会（オンライン）の開催
- 個別IR取材の実施
代表取締役（年13回）、IR担当役員（年24回）、IR担当者（年118回）
- 事業分野に応じたラージミーティングの開催（年1回）
- 事業分野に応じたスモールミーティングの開催（年3回）
- 事業責任者に対する投資家評価のフィードバック

* 取材の対象者：国内外のアクティブ／パッシブ、グロース／バリュウのファンドマネジャー、アナリスト

個人投資家向け

- 代表取締役、IR担当役員等による会社説明会（オンライン）の開催（年3回）
- 個人投資家向けWebサイトの更新
- IR担当者によるメールマガジンの配信



大和インベスター・リレーションズ主催個人投資家向け会社説明会の様子

取締役および監査役紹介 (2025年4月1日時点)



2 取締役
みぞぐち みのる
溝口 稔

1984年 4月 当社入社
2015年 4月 当社総務・人事本部長(現在)
2018年 3月 当社上席執行役員
2019年 4月 当社グループ総務・人事担当(現在)
2020年 1月 当社グループロジスティクス担当(現在)
2021年 3月 当社取締役(現在)
2022年 3月 当社常務執行役員、当社グループ法務・知的財産担当(現在)
2024年 3月 当社専務執行役員(現在)

3 取締役
ひるかわ はつみ
蛭川 初巳

1987年 4月 当社入社
2015年 1月 当社ビジネスソリューションカンパニーエリア販売事業部エリア事業推進本部長
2016年 7月 当社総合企画本部長
2019年 4月 当社上席執行役員
2020年 1月 当社グループ企画担当(現在)、当社グループサービス&サポート担当
2020年 3月 当社取締役(現在)、当社グループコミュニケーション担当(現在)
2022年 1月 当社マーケティング統括部門長(現在)
2024年 3月 当社常務執行役員(現在)

4 取締役
おおさと つよし
大里 剛

1988年 4月 当社入社
2014年 4月 キヤノンITソリューションズ(株)管理本部長
2018年 7月 当社調達本部長
2021年 3月 当社上席執行役員(現在)、当社経理本部長(現在)、当社グループ経理担当(現在)、当社グループ監査担当(現在)
2022年 3月 当社取締役(現在)、当社グループ調達担当(現在)

5 取締役 **社外 独立**
おおさわ よしお
大澤 善雄

1975年 4月 住友商事(株)入社
2003年 6月 住商情報システム(株)(現 SCSK(株))取締役兼務
2005年 4月 住友商事(株)執行役員
2008年 4月 同社常務執行役員
2008年 6月 同社代表取締役常務執行役員
2011年 4月 同社代表取締役専務執行役員
2013年 4月 同社代表取締役社長付SCSK(株)顧問
2013年 6月 SCSK(株)代表取締役社長兼COO
2016年 4月 同社取締役会長
2018年 3月 当社社外取締役(現在)
2019年 6月 シチズン時計(株)社外取締役(現在)
2024年 6月 (株)富士通ゼネラル社外取締役(現在)

8 取締役 **社外 独立**
みやはら
宮原 さつき

1990年 10月 監査法人朝日新和会計社(現 有限責任あずさ監査法人)入所
1994年 3月 公認会計士登録
2006年 5月 あずさ監査法人(現 有限責任あずさ監査法人)パートナー
2016年 3月 KPMGジャパンダイバーシティ推進リーダー
2019年 7月 日本公認会計士協会常務理事(現在)
2019年 8月 アジア太平洋会計士連盟ボード・メンバー(現在)
2024年 8月 宮原さつき公認会計士事務所所長(現在)
2024年 11月 ブックオフグループホールディングス(株)社外取締役(現在)
2025年 3月 当社社外取締役(現在)

11 常勤監査役 **社外 独立**
はしもと いわお
橋本 巖

1984年 4月 安田火災海上保険(株)入社
2010年 4月 (株)損害保険ジャパン東北北海道支店長
2012年 6月 同社大阪企業営業第二部長兼営業推進室担当部長
2014年 4月 同社大阪企業営業第一部長
2014年 9月 損害保険ジャパン日本興亜(株)(現 損害保険ジャパン(株))大阪企業営業第一部長
2016年 4月 同社執行役員北海道本部長
2018年 4月 同社執行役員関東本部長
2019年 4月 同社常務執行役員関東本部長
2020年 3月 当社常勤監査役(現在)

6 取締役 **社外 独立**
は せ べ としはる
長谷部 敏治

1979年 4月 日本電信電話公社入社
2009年 6月 エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ(株)取締役
2012年 6月 同社常務取締役
2014年 6月 (株)エヌ・ティ・ティ・アド代表取締役社長、エヌ・ティ・ティ出版(株)代表取締役社長
2015年 6月 日本コンピュータ・アーツ(株)代表取締役社長
2020年 4月 (株)DX Catalyst代表取締役社長
2022年 3月 当社社外取締役(現在)

9 常勤監査役
はま だ しろう
濱田 史朗

1984年 4月 当社入社
2011年 4月 キヤノンITソリューションズ(株)管理本部副本部長
2013年 7月 当社経理本部長
2016年 3月 当社取締役
2016年 3月 当社上席執行役員
2018年 1月 当社グループ経理、グループ監査担当
2021年 3月 キヤノンシステムアンドサポート(株)取締役副社長兼副社長執行役員
2021年 4月 同社監査室、企画本部、管理本部担当
2022年 3月 当社常勤監査役(現在)

12 常勤監査役 **社外**
すず き せいじゅん
鈴木 清純

1988年 4月 キヤノン(株)入社
2014年 7月 同社法務統括センター内部統制管理部長
2017年 4月 キヤノン(中国)有限公司内部監査担当上級部長
2020年 1月 同社内部監査／法務担当副社長
2024年 3月 当社常勤監査役(現在)

7 取締役 **社外 独立**
かわもと ひろこ
河本 宏子

1979年 7月 全日本空輸(株)入社
2013年 4月 同社取締役執行役員オペレーション部門副統括、客室センター長
2014年 4月 同社常務取締役執行役員女性活躍推進担当、オペレーション部門副統括、客室センター長
2016年 4月 同社取締役専務執行役員グループ女性活躍推進担当、東京オリンピック・パラリンピック推進本部副本部長
2016年 6月 三井住友信託銀行(株)社外取締役
2017年 4月 (株)ANA総合研究所代表取締役副社長
2017年 6月 (株)ルネサンス社外取締役
2017年 6月 三井住友トラスト・ホールディングス(株)(現三井住友トラストグループ(株))社外取締役(現在)
2020年 4月 (株)ANA総合研究所取締役会長
2020年 6月 東日本旅客鉄道(株)社外取締役(現在)
2021年 4月 (株)ANA総合研究所顧問
2023年 3月 当社社外取締役(現在)

10 常勤監査役
はしもと よしひろ
橋本 圭弘

1987年 4月 当社入社
2013年 7月 当社イメージングシステムカンパニーイメージングシステム事業統括本部イメージングプロダクトサポート本部長
2020年 7月 当社コンシューマビジネスユニットカメラ統括本部長
2021年 4月 当社執行役員
2023年 3月 当社グループコンタクトセンター担当
当社コンタクトセンター統括本部長
キヤノンカスタマーサポート(株)代表取締役社長
2024年 3月 当社常勤監査役(現在)

13 監査役 **社外 独立**
は せ が わ しげお
長谷川 茂男

1974年 4月 デロイト・ハスキンズ・アンド・セルズ会計事務所(現 有限責任監査法人トーマツ)入所
1980年 7月 公認会計士登録
2006年 1月 監査法人トーマツ(現 有限責任監査法人トーマツ)グローバル・サービス・グループグループ長
2010年 6月 同監査法人IFRSセンター・オブ・エクセレンス リーダー
2012年 4月 中央大学専門職大学院国際会計研究科特任教授
2014年 3月 当社常勤監査役
2018年 3月 当社監査役(現在)

サステナビリティマネジメント

サステナビリティ経営を高度化し、 ステークホルダーと共に未来を切り拓く

サステナビリティ推進委員会 副委員長 ブランド戦略委員会 委員長 蛭川 初巳



サステナビリティ活動の全体像と体制

キャノンMJグループでは、サステナビリティ経営を推進するにあたり、「持続的成長を続ける上で、今、注力すべき重要課題」としてマテリアリティを定義し、ステークホルダーの「期待」および「要請」に応える取り組みを行っています。また、事業ではリーチしづらい領域における社会課題の解決への貢献も対象とした「社会貢献活動」を展開しています。マテリアリティへの取り組みを実行し、社会貢献活動を推進することで、企業理念およびパーバスの実践に取り組んでいます。

これらの取り組みをグループ体となり進めるために、キャノンMJグループでは、2021年2月に設置した「サステナビリティ推進委員会」を中心に討議・決議を行っています。同委員会は、当社グループのサステナビリティに関する方針の検討・策定はもとより、パーバスの浸透、マテリアリティの進捗および社会貢献活動のモニタリングに加え、ステークホルダーへの発信内容を審議する機能を有しています。

また、同委員会を取締役会傘下に位置付けています。代表取締役社長が委員長を務め、サステナビリティに関わる事項全般について、委員長が統括責任を担っています。

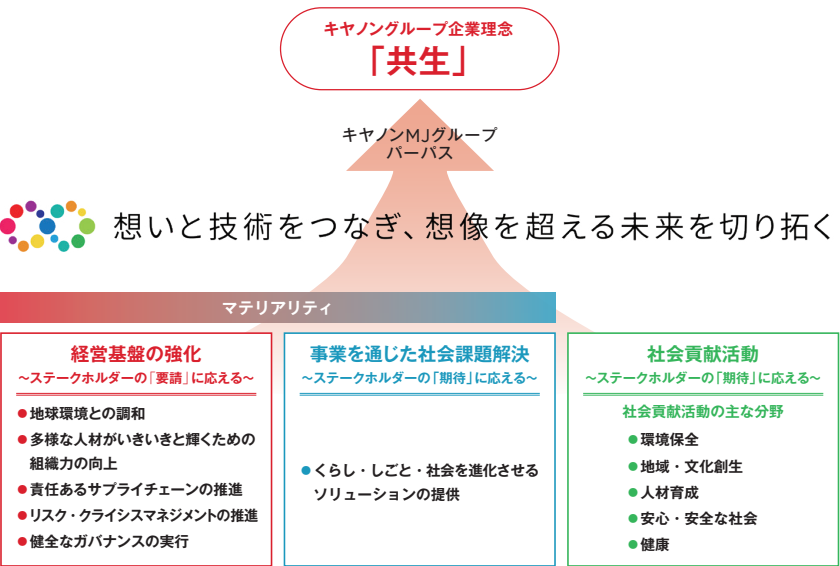
2024年は本委員会を4回開催し、幅広いテーマについて討議し、さまざまな活動につなげました。一例として、パーバ

ス体現者を増やすことを意図し、社内表彰制度を刷新しました。従来の顕著な業績を挙げたチーム・社員を称える形から、業績に加え、パーバスの体現において秀でたチーム・社員を称える制度へとアップデートしました。また、キャノンMJグループでは、仕事に対する「価値観・行動基準」を定めており、社員の年次評価において、業績に加え、これと照らした評価も実施しています。この「価値観・行動基準」の中核にあるのは、キャノングループが創業から受け継いでいる「三自の精神」（自発・自治・自覚）という行動指針です。「価値観・行動基準」に、パーバスの要素を反映し、パーバスを体現する言動が評価と連動するようにしました。

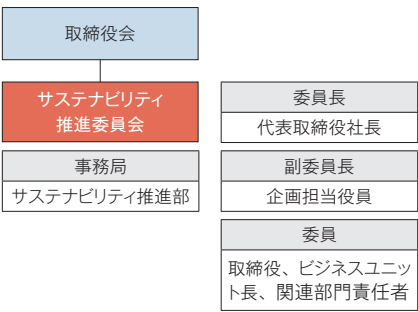
また、マテリアリティの一つである「責任あるサプライチェーンの推進」における取り組みを、これまでの自社グループ内での活動から、主要サプライヤーと環境や人権の面でエンゲージメントを図る形へと拡充しました。

さらに、社会貢献活動は、環境省の「自然共生サイト」の認定取得を目指す団体を支援する形へと刷新しました。また、社内外認知向上施策を実施するとともに、NGO/NPOとの対話の充実や社員参加型活動の強化・拡充を進めました。

キャノンMJグループにおけるサステナビリティ活動の全体像



サステナビリティ推進委員会の体制



サステナビリティ推進委員会開催の様子

これまでの主な取り組み

2021年	2022年	2023年	2024年
<ul style="list-style-type: none">・サステナビリティ推進委員会発足・サステナビリティ経営骨子決定・「環境ビジョン2050」「2030年中期環境目標・環境方針」の策定・TCFD賛同	<ul style="list-style-type: none">・パーバスの本格討議・マテリアリティの決定・マテリアリティのKPI検討・決定・進捗確認人権方針周知のためのeラーニングの実施カーボンニュートラル実現に向けた体制整備・各種ESGイニシアティブへの加入検討・決定・TCFD初回開示・ブランド戦略委員会との合同開催開始	<ul style="list-style-type: none">・取締役会傘下に変更・パーバスの制定・マテリアリティのKPI検討・決定・進捗確認・人権における優先テーマの特定・環境目標アップデート検討・TCFDの提言に基づく取り組みの高度化の検討・実行・社会貢献活動の刷新検討	<ul style="list-style-type: none">・パーバス公表・パーバスの要素を当社グループの価値観・行動基準に反映するなど、パーバス体現者増加のための施策の検討・推進・マテリアリティのKPI検討・実行推進・進捗確認・環境目標のアップデート・サプライヤーエンゲージメント開始・人権デュー・デリジェンス施策の実行・社会貢献活動の刷新

全てのマテリアリティに対してKPIを設定し、取り組みを加速

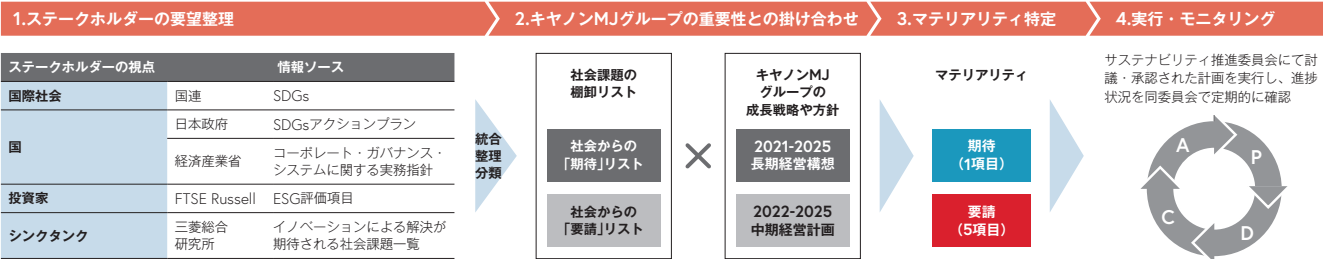
キャノンMJグループのマテリアリティ



当社グループでは、事業に関わるリスクと機会を分析し、サステナビリティ推進委員会での議論を通じて、六つのマテリアリティを策定し、進捗管理を行っています。

六つのマテリアリティは、当社グループに対する「期待」の1項目と「要請」の5項目に大別され、全てのマテリアリティにKPIを設定し、取り組みを確実化しています。

マテリアリティの特定プロセス



各マテリアリティのKPI一覧

マテリアリティ	KPI	2024年実績
暮らし・しごと・社会を進化させるソリューションの提供	・事業戦略と一体化したKPI(顧客層別ITSビジネス) ※P68	・進捗に差はあるものの全体としては着実に伸長
地球環境との調和	・2030年までに、スコープ1、スコープ2排出量を2022年比で42%削減 ・再資源化率99.9%以上維持	・2022年比14.7%減 ・99.9%以上維持
多様な人材がいきいきと輝くための組織力の向上	・「優先的に取り組む人権テーマ」に対する年次対応策実施率100% ・事業戦略を成し遂げるための専門人材の育成・獲得目標人数の達成率100%	・計画通り実行 ・進捗に差はあるものの全体としては着実に伸長
責任あるサプライチェーンの推進	・2030年までに、スコープ3(カテゴリー1、11)排出量を2022年比で25%削減	・2022年比5.3%減
リスク・クライシスマネジメントの推進	・「リスク・クライシスマネジメント委員会」を原則年4回以上開催 ・コンプライアンス・BCP・情報セキュリティ・品質に関する全社員教育を年1回以上実施 ・年1回以上のサイバー攻撃訓練の実施	・計画通り実行 ・計画通り実行 ・計画通り実行
健全なガバナンスの実行	・取締役会の実効性評価を年1回実施	・計画通り実行

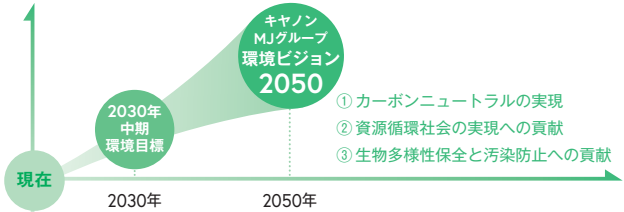
サステナビリティマネジメント



地球環境との調和

地球環境の保全

キャノンMJグループは、「キャノンMJグループ環境ビジョン2050」および「キャノンMJグループ2030年中期環境目標」を掲げ、「地球環境との調和」を目指した活動を行っています。



キャノンMJグループ2030年中期環境目標	2024年実績
1. カーボンニュートラルの実現 • 2030年までに、スコープ1*、スコープ2*排出量を2022年比で42%削減 • 2030年までに、スコープ3（カテゴリー1、11）*排出量を2022年比で25%削減 • 事業を通じたお客さまのCO ₂ 削減への貢献	• スコープ1、スコープ2：14.7%削減（2022年比） • スコープ3（カテゴリー1、11）：5.3%削減（2022年比） • ① カーボンニュートラルな電力を提供するサービスを開始 ② 自社開発クラウドサービスの導入によるCO ₂ 排出量削減効果の見える化を実施
2. 資源循環社会の実現への貢献 • 製品廃棄物ゼロエミッション（再資源化率99.9%以上） • プラスチック廃棄物の排出抑制・再資源化を推進する • グループの水効率的利用により使用量削減に取り組む	• 再資源化率99.9%以上 • プラスチック廃棄物排出抑制・再資源化を継続推進 • 水使用量削減への取り組みを継続推進
3. 生物多様性保全と汚染防止への貢献 • 生物多様性保全に向けた社会貢献活動の推進 • グリーン調達によるサプライチェーンの有害物排除	• 「未来につなぐふるさとプロジェクト」を生物多様性保全への取り組みを強化する形で刷新 • グリーン調達による有害物排除を継続推進

※ スコープ1：直接排出（都市ガス、LPG、軽油、灯油、ガソリン、非エネルギー系温室効果ガスなど）、スコープ2：間接排出（電気、蒸気など）、スコープ3：サプライチェーンでの排出。カテゴリー1：購入した物品・サービス カテゴリー11：販売した製品の使用

カーボンニュートラルの実現

2024年1月に「カーボンニュートラルの実現」の指標を、「2030年までに、スコープ1、スコープ2排出量を42%削減（2022年比）」へとアップデートするとともに、「2030年までに、スコープ3（カテゴリー1、11）排出量を25%削減（2022年比）」を追加しました。

スコープ1、スコープ2排出量削減に向けた取り組み

キャノンMJの本社、自社ビルを含む5拠点（キャノンSタワー、キャノン港南ビル、幕張事業所、青森ビル、熊本ビル）および、クオリサイトテクノロジーズが運営する「名護データセンター」において、使用電力量に相当するトラッキング付きFIT非化石証書の活用やオンサイトPPA等により、使用電力の実質再生可能エネルギー100%を実現しています。（本社、自社ビルを含む5拠点は2022年4月より、「名護データセンター」は2023年6月より実現）

また、キャノンITSが所有・運営する「西東京データセンター」1号棟、2号棟は、高性能な設備と優れた運営品質で、自社に加え、お客さまのCO₂排出量削減に貢献しています。これにより、地球温暖化対策の推進体制が特に優れた事業所として、1号棟は令和2年度、2号棟は令和5年度より東京都環境局の「優良特定地球温暖化対策事業所」（準トップレベル事業所）に認定され、さらに1号棟、2号棟ともに、令和6年度の「優良特定地球温暖化対策事業所」（トップレベル事業所）に認定されました。



スコープ3排出量削減に向けた取り組み

サプライヤーエンゲージメントの実施

キャノンMJでは自社のみならずバリューチェーン全体のCO₂排出量の削減に向けて取り組んでいます。2024年より主要なサプライヤーを対象にCO₂排出量の算定および削減に向けたサプライヤーエンゲージメントを開始しました。

サプライヤーにおける環境対応基盤に関する情報や自社のスコープ3削減に必要な情報を収集し、その内容に基づき、自社のスコープ3の算定ロジックの見直しを行いました。今後もバリューチェーン全体のCO₂排出量の削減を目指し、サプライヤーとのエンゲージメントを継続していきます。

販売物流改善によるCO₂排出量の削減（コンSUMA製品）

キャノンMJは、物流の「2024年問題」を契機にカメラ、レンズ、プリンター等のコンSUMA製品の物流改善を実施し、当社倉庫と取引先倉庫間の輸送・配送において、車両台数約400台を削減し、CO₂排出量を前年比で266t削減しました。ステークホルダーとの協議を重ね、輸送積載効率、配送方法、返品運用等の見直しを実施し、自社のみならず物流事業者の労働環境改善にも貢献しました。今後は、キャノンMJグループ全体への横展開を目指し、さらなる物流改善を進めていきます。

「共同配送」によるCO₂排出量の削減（事務機製品）

キャノンMJは、一般社団法人ビジネス機械・情報システム産業協会（JBMA）の一員として「共同配送」プロジェクトに参画し、単独での配送では難しい積載効率の向上・配送車両の削減を目指しています。このプロジェクトは2024年に、経済産業省および国土交通省主催の「令和6年度物流パートナーシップ優良事業者表彰」において、「物流DX・標準化表彰」（経済産業省）を受賞しました。

事業を通じたお客さまのCO₂削減への貢献

カーボンニュートラルな電力を提供するサービスを開始

キャノンITSが所有・運営する「西東京データセンター」において、2024年より再生可能エネルギーの活用によりCO₂排出抑制などの環境価値を提供するサービスを開始しました。このサービスにより、お客さまは非化石証書をキャノンITSから購入

資源循環社会の実現への貢献

製品廃棄物ゼロエミッション

キャノンMJグループでは、お客さまから回収した複合機やプリンターなどの使用済製品等を、リサイクル処理し、新たな資源とする率（再資源化率*）を99.9%以上に保つことを目標にしています。8年連続で再資源化率99.9%を維持しており、今後もこれを維持し続けるために、リスクを洗い出し、それに対する対策を実行するとともにその進捗を確認しています。

※ 「埋立処理」以外の方法で処理された製品の量÷処理された製品の総量

プラスチック廃棄物の排出抑制、再資源化の取り組み

キャノンMJの全国の物流センターでは、輸送中の荷崩れ防止のためのストレッチフィルムや梱包材の発泡スチロール等の不要品が発生します。20年以上前から、これらを廃棄せずプラスチック資源として有効活用するために有価売却の推進を行っ



圧縮後のストレッチフィルム

生物多様性保全と汚染防止への貢献

生物多様性保全に向けた社会貢献活動の推進

キャノンMJグループでは、「キャノングループ生物多様性方針」のもと、子どもたちの未来に美しく緑豊かなふるさとを残すことを目的として、「未来につなぐふるさとプロジェクト」に取り組んでいます。環境省の「自然共生サイト」への登録を目指す協働団体と共に国内のさまざまな地域で生物多様性保全のためのプログラムを実施しています。また、環境省が推進する「生物多様性のための



することで、電力利用によるCO₂排出を実質的に低減できます。

自社開発クラウドサービスの導入による

CO₂排出量削減効果の見える化を実施

キャノンMJグループが開発し、お客さまに提供する「DigitalWork Accelerator（以下、DWA）」は企業間で取り交わされる各種書類をデジタルで集約・管理し、円滑な情報連携と高度な情報活用を実現するクラウドサービスです。電帳法対応はもとより、安心・安全な企業間データ連携と情報資産の保全を実現し、これまで紙で行っていた業務を電子化することで、紙の出力に関わるエネルギーの削減につながることができます。2024年にキャノンMJ経理本部でDWAを導入したことによるCO₂排出量削減の効果の見える化を行いました。今後、DWAをお客さまにご導入いただくことにより、社会全体の省エネルギーへの貢献を目指します。

ています。2024年は取り組みの対象拠点を拡大し、前年比で26%削減にあたる63tの廃プラスチックを削減しました。

水使用量削減に向けた取り組み

キャノンMJグループは、「キャノングループ水資源に関する方針」に基づき水資源使用量の削減や環境負荷の低減に取り組んでいます。当社の本社ビルでは水資源使用量を削減するために、品川グラนด์コモンズ街づくり協議会と連携し、東京都下水道局が推進する「再生水利用事業」に参加し、東京都下水道局から供給される再生水を水洗トイレなどで利用しています。また、2022年より本社ビルのトイレ水栓を節水型に変えることにより水使用量の削減を行いました。その他、水リスクへの取り組みとして、2022年に世界資源研究所（WRI）のAquaduct*を用いて、キャノンMJグループ国内事業所の水リスク評価を行い、全体的な水リスクレベルが「低い」もしくは「低-中」のリスクレベルに該当することを確認しました。

※ WRI（World Resources Institute、世界資源研究所）が開発した水リスク評価のグローバルツール

30by30（サーティ・バイ・サーティ）アライアンス*にも参画しています。

※ 2030年までに陸と海の30%以上を健全な生態系として保全しようとする目標の達成に向けたアライアンス

汚染防止・化学物質管理の取り組み

キャノンMJグループの製造委託品などにおいて、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」に基づいた調達活動を推進しています。また、主にキャノン製品のアフターサポートなどで使われる化学物質の適正管理を行っています。

サステナビリティマネジメント

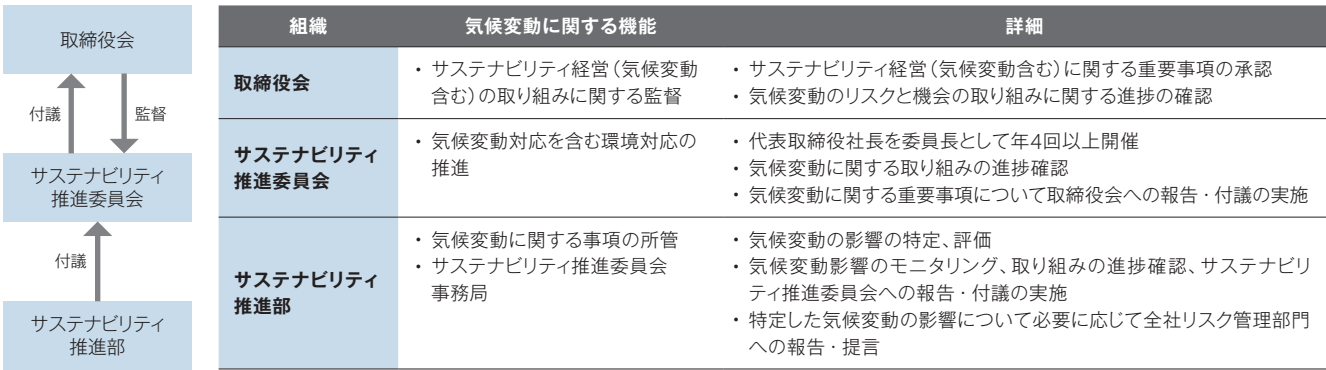


地球環境との調和

TCFD提言への取り組み

ガバナンス

気候変動対応の推進体制

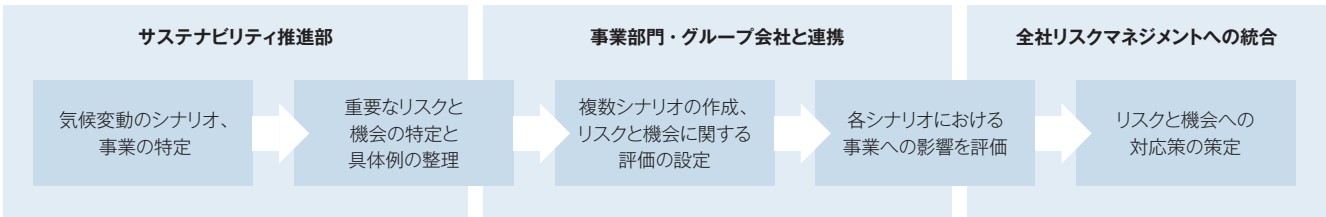


取締役会の監督体制

キャノンMJグループのサステナビリティ推進委員会における討議・決議事項は、経営の根幹に関わる重要事項であり、全社横断的なテーマであるため、取締役会が監督する体制を構築しています。取締役会は、気候変動に関するリスクと機会について少なくとも年1回サステナビリティ推進委員会より報告を受け、気候変動のリスクと機会の取り組みに関する進捗をモニタリングし監督しています。2024年は、取締役会に1回付議しました。

リスク管理

リスク管理プロセス



気候変動に関する事項を所管するサステナビリティ推進部は、グループ会社内の関係部署と連携の上、気候変動の影響によるリスクと機会の特定を主導し、状況の把握を行います。さらに、それぞれのリスクと機会に対する対応・対策を検討し、

戦略

キャノンMJグループでは、気候変動が事業にもたらさまざまなリスクと機会を具体的に把握するためにシナリオ分析を実施しています。シナリオ分析では、気候変動に関する政府間パネル(IPCC)の1.5℃(RCP1.9)シナリオおよび4℃(RCP8.5)シナリオに加え、IEAのSDSシナリオを用いていま

サステナビリティ推進委員会

気候変動に関する事項は、サステナビリティ推進委員会にて討議しています。気候変動を含むサステナビリティに関わる事項全般について、委員長である代表取締役社長が統括責任を担っています。気候変動が事業に与える影響について少なくとも年1回評価を行い、特定したリスクの最小化と機会の獲得に向けた討議を行っています。

サステナビリティ推進委員会に報告・付議します。特定した気候変動の影響と内容に応じて全社リスク管理部門に対しても報告・提言を行うことで気候変動の影響を全社リスクマネジメントに統合する役割を担っています。

す。全社共通に関わるリスクと機会および、当社グループの主要な事業のうち気候変動に与える影響が大きい事業に関わるリスクと機会を分析し、リスクと機会の顕在時期を短期・中期・長期の時間軸で特定しています。分析の内容については毎年見直し、必要に応じてアップデートを行っています。

分類	シナリオ	事業影響						財務影響	顕在時期	対応策
		リスク	具体例	全社	データセンター	SIサービス	プリンター複合機			
政策法規制 移行リスク	1.5℃	自社／サプライヤーへの炭素税導入影響	カーボンプライシング(炭素税)や新たな規制強化により、電力会社の発電コスト・電力価格が上昇し、事業コストが増加する	✓				中	中期～長期	・カーボンプライシング等環境規制動向に関する情報収集・分析・適合 ・2030年中期環境目標に向けた取り組み推進(自社ビルにおけるLED等の省エネ設備導入、社有車の減車・使用量低下によるCO ₂ 削減の取り組み等)
		省エネ設備コスト	CO ₂ 排出量削減のため、省エネ設備等の導入が必要となり、設備コストが増加する	✓				小	短期～長期	・世界情勢を踏まえ、再生可能エネルギーに関する情報収集、導入検討
		再エネ設備コスト	CO ₂ 排出量削減、およびクリーンエネルギー技術の普及による新技術への対応のため、再エネ設備の導入・再整備が必要となり、設備コストが増加する	✓				小	短期～長期	
		プリント環境の変化	森林保護に起因した紙の調達コストの増加や、顧客の環境意識の高まりによる紙使用の抑制、電子化が進行する。こうしたプリント環境の変化に伴い、一定の領域における顧客のプリント機会が減少する				✓	大	短期～長期	・顧客のプリント環境変化に応じたソリューション提供(電子化が進む領域においては電子化ソリューション等を提供。プリント需要がある領域においてはプリント効率化ソリューション等を提供) ・エシカルペーパーの対応拡充と活用促進
物理リスク 急性 慢性	4℃	レビューershionリスク	低炭素社会への移行対応ができず、顧客・投資家・社会の評価が低下する	✓				小	短期～長期	気候変動対応への考え方・取り組み状況の開示
		商品保管倉庫の損害リスク	豪雨の強度、頻度の増加に起因した水害・浸水により、商品保管倉庫が損害を被った場合、事業活動が停滞する	✓				小	短期～長期	倉庫会社への対策実施の申し入れ、一部対策を実施
		通勤の分断リスク	気象災害の増加・激甚化により、従業員の被災や通勤への影響が発生し、事業活動が停滞する	✓				小	中期～長期	テレワーク(在宅勤務)等オフィスに出社できない場合でも通常通り事業を継続できる仕組み・体制の維持、促進
		平均気温の上昇	平均気温の上昇により、データセンターのサーバールーム、事業所の空調コストが増加する		✓			小	短期～長期	省エネ設備導入検討。熱源設備の効率改善
機会 製品とサービス	1.5℃	海面の上昇	海面水位変化が起こる箇所が増加し、標高の低い沿岸部に立地する一部の施設は、水没等の被害を被る	✓				小	中期～長期	被害リスクの情報収集・分析・適合
		エネルギーコスト削減	再生可能エネルギーの普及により、エネルギーコストの削減、エネルギー供給の安定化が実現できる	✓				小	中期	再生可能エネルギーに関する情報収集・導入検討
		レジリエンス	気候変動への対応力向上による組織の価値向上	✓				小	短期～長期	・2030年中期環境目標において、SBTiに準拠したCO ₂ 削減目標を掲げるとともに進捗を開示(目標達成を継続中) ・TCFD提言に基づく対応と開示(気候変動に関するリスク・機会への取り組みは全社リスクマネジメント管理プロセスに統合)
		SIサービス事業機会	・ロジスティクスの最適化による物流効率化でCO ₂ 排出量削減に寄与する需要予測・需給計画ソリューションの需要が高まる ・製造プロセス上の紙資源の削減と、生産性向上に寄与するエンジニアリングチェーンにおけるDXに対する需要が高まる ・省エネおよび森林保護のため、紙の電子化、文書管理サービスの需要が高まる			✓		大	短期～長期	顧客のCO ₂ 削減や紙資源等の有効活用を支援するソリューション事業の強化
機会 製品とサービス	4℃	プリンター・複合機事業機会	各種環境ラベルの認定を受けた環境負荷の少ない製品(例：環境配慮型プリンター／複合機)の需要が高まる				✓	中	短期～長期	・省エネ性能と使いやすさを両立させた製品の販売を強化 ・VOCを排出するオフセット印刷機からオンデマンドプリンターへの置き換え促進
		データセンター事業機会	・顧客のCO ₂ 排出削減に寄与する脱炭素型データセンターの需要が高まる ・気象災害の増加に伴い、BCP(事業継続)を目的とした自然災害に強い堅牢なデータセンターの需要が高まる		✓			大	短期～長期	顧客のCO ₂ 削減や事業継続を支援するデータセンター事業の強化

短期：～2025年 中期：2026年～2030年 長期：2031年～2050年

指標と目標

キャノンMJグループは、2022年より「キャノンMJグループ環境ビジョン2050」とその中間目標である「キャノンMJグループ2030年中期環境目標」を掲げています※1。「キャノンMJグループ2030年中期環境目標」における「カーボンニュートラルの実現」の指標を、SBTi※2の基準に沿って取り組んでいます。2024年1月にその指標を、「2030年までに、スコープ1、スコープ2排出量を42％削減(2022年比)」へとアップデートするとともに「2030年までに、スコープ3(カテゴリー1、11)排出量を25％削減(2022年比)」を追加しました。2024年のCO₂排出実績は、右表の通りです。スコープ1、ス

コープ2、スコープ3のデータは第三者保証を取得しています。

※1 「カーボンニュートラルの実現」への取り組みについてはP57を参照。
※2 Science Based Targets initiativeの略。科学的根拠に基づいたGHG排出削減目標の設定を推奨する国際イニシアティブ

指標	2030年度目標	2024年度実績	2024年度排出量実績
GHG 排出量削減率 (基準年 2022年)	スコープ1、スコープ2 42%削減	14.7%減	26,040t-CO ₂
	スコープ3 (カテゴリー1、11) 25%削減	5.3%減	611,230t-CO ₂

サステナビリティマネジメント



多様な人材がいきいきと輝くための組織力の向上

社員が自律的に自らのキャリアを考えるために

人材の高度化を支える育成・キャリア支援施策 全体像

当社グループでは、専門人材の育成と生産性の更なる向上を効果的に実現することを意図し、育成施策とキャリア支援施策を連動させています。

育成施策では、2年次、5年次、管理職へのステージアップ時などのトランジションを支援する階層別研修と、全社員向けのデジタ

ルススキル・ビジネススキル習得に向けた研修を実施しています。

キャリア支援施策では、年代別でのキャリアセミナーに加え、全社施策として上司・部下間による定期的なキャリア面談のほか、専任の国家資格キャリアコンサルタント（有資格者）によるキャリア相談を実施し、社員のキャリア自律を支援しています。

育成施策		キャリア支援施策	
全社	階層別	年代別	全社
<div>デジタルスキル</div> <div>データアナリスト育成 デジタルマーケティング研修 DX検定 DXビジネス検定 Aidemy Business データリテラシー研修</div> <div>ビジネススキル</div> <div>デザイン思考テスト TOEIC公開テスト 通信教育</div>	<div>Quorum12 (次期経営人材選抜研修)</div> <div>新任部長研修</div>	<div>クリエイティブ ライフセミナーⅡ 57歳</div> <div>クリエイティブ ライフセミナーⅠ 52歳</div> <div>キャリアデザインセミナーⅣ & 個別面談 40歳</div>	<div>キャリア コンサルタント</div> <div>イベント後 面談 (3ヵ月後)</div> <div>キャリア 相談 (随時)</div>
	<div>Quorum15 (次期経営人材選抜研修)</div> <div>新任ライン管理職研修</div>	<div>キャリア研修（部下支援） & 個別面談</div>	
	<div>課長代理研修</div>		
	<div>Empowerment Program (女性活躍推進)</div> <div>新任4等級（チーフ）研修</div>	<div>キャリアデザインセミナーⅢ & 個別面談 35歳（予定）</div>	
	<div>新任3等級研修</div>		
	<div>5年次研修</div>	<div>キャリアデザインセミナーⅡ & 個別面談 27歳</div>	
	<div>2年次研修</div>	<div>キャリアデザインセミナーⅠ & 個別面談 24歳</div>	
	<div>新入社員研修</div>		

成長と挑戦を支援する施策・制度

キャリア支援施策

当社グループでは、専門人材の育成と生産性の更なる向上を効果的に実現することを意図し、育成施策と連動したキャリア支援施策を行っています。

年代別でのキャリアセミナーに加え、全社施策として上司・部下間による定期的なキャリア面談のほか、専任の国家資格キャリアコンサルタント（有資格者）によるキャリア相談の実施、社内公募制度等により社員のキャリア自律を支援しています。

社内公募制度・FA制度

キャノンMJでは、社員が自らのキャリア形成を積極的に考え、新しいポジションへ果敢にチャレンジすることと、組織の活性化を実現することを目的として、社内公募制度「JOBS（Job Opening Bulletin System）」を運用しています。社内の募集ポジションに自ら手を挙げることができ、部門を跨いだ異動を実現する制度です。

また、“自らの意志に基づいた挑戦の機会”を提供する「社内FA（フリーエージェント）制度」の運用も2023年よりスタートしました。FA権を有した社員が、キャリアや希望する職務について意志表示し、マッチングが成立した部門への異動が可能となる制度です。

グッドキャリア企業アワード受賞

キャノンMJは、厚生労働省が主催する「グッドキャリア企業アワード2024」において大賞を受賞しました。

「グッドキャリア企業アワード」は、従業員の自律的なキャリア形成支援について他の模範となる取り組みを行っている企業を表彰し、その理念や取り組み内容などを広く発信することで、キャリア形成支援の重要性を普及・定着させることを目的に実施されています。

キャノンMJは、「社員が自律的に自らのキャリアを考え、目指すべきキャリアに向けて主体的に業務に取り組むことによる働きがいの向上と、自律した社員により活性化された組織風土の醸成」を目的に、社員のキャリア形成支援に取り組んでいます。

今後は、施策をブラッシュアップするだけでなく、内省を深める場や新しい環境にチャレンジする機会など、社員がキャリア自律していけるよう支援していきます。





多様な人材がいきいきと輝くための組織力の向上

多様な人材が活躍し、互いに高め合いながら成長するために

女性活躍の推進

当社グループのうち8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。

キャノンMJにおいては、2022年2月に「えるぼし認定（2つ星）」を取得しました。2023年には、女性チーフ（課長代理）を対象とした研修「Empowerment Program」を開始し、今後のキャリア形成を支援する多様なプログラムを希望者に提供し



ています。また、行動計画では2025年末までに管理職に占める女性の割合を6.0%以上、管理職候補であるチーフ・課長代理に占める女性の割合を20.0%以上とすることを目標に掲げています。



当社の男女の賃金差は、下記の通りです。

労働者の男女の賃金の差異	
全労働者	82.7%
正規雇用労働者	78.0%
パート・有期労働者	105.7%

対象期間：2024年1月1日～12月31日

仕事と育児・介護の両立

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。キャノンMJとキャノンITSの2社は、優良な子育てサポート企業として「プラチナくるみん認定」を取得しています。



障がい者雇用

障がいの有無にかかわらず、全ての社員が自身の能力やキャリアを生かすことのできる快適な職場環境を整備し、障がい者雇用の促進を図り、障がい者の就労機会の拡大に努めています。

障がい者雇用状況（グループ）	2023年	2024年
雇用者数（単位：人）	380.0	431.5
雇用率（単位：％）	2.35	2.46

サステナビリティマネジメント

多様な人材がいきいきと輝くための組織力の向上

人権の尊重

基本的な考え方

キャノンMJグループは、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、お客さま、従業員、ビジネスパートナーをはじめとする当社グループの事業活動に関わる全てのステークホルダーの人権を尊重する取り組みを展開しています。人権尊重の取り組みにあたっては、2021年に制定した「キャノングループ人権方針」に則り推進しています。本方針において、

推進体制

当社グループでは、代表取締役社長が委員長を務める「サステナビリティ推進委員会」を設置し、人権尊重をマテリアリティにおけるテーマの一つとし、審議・決定、見直し等を行っており、重要事項については、取締役会に付議・報告しています。また、人権尊重に関する取り組みは、サステナビリティ推進部が統括責任部門として、人事部門や調達部門など関連部門と連携を図り、現状把握、対応策検討および実行を進めています。

人権デュー・デリジェンス

キャノンMJグループでは、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」や日本政府が発行するガイドラインなどに基づき、2023年は事業活動における人権に対する負の影響を洗い出し、キャノンMJグループのサステナビリティ推進委員会にて討議を行い、優先的に取り組むテーマを特定しました。これに

優先的に取り組むテーマ	権利主体				2024年対応策	左記対応策の取り組み状況
	サプライヤー	委託先従業員	自社従業員	顧客・消費者		
人種・性別・宗教等による差別				●	広告、広報、Webサイト、SNSなど情報発信に関するルール、ガイドの作成と遵守の徹底	○
ハラスメント		●	●		キャノングループ行動規範の社内周知の徹底	○
児童労働	●					
強制労働	●				サプライヤーアンケートによるエンゲージメント	○
過重労働	●					
			●		ノー残業デー（週2日）の実施・管理職研修による部下の勤務時間管理徹底の啓蒙・時間外の上限を超える可能性がある社員へのアラート	○
		●			物流品質の継続的な管理と啓蒙、ならびに業務改善による効率化、作業リスクの低減	○
労働安全衛生 健康被害・事故	●	●			サプライヤーアンケートによるエンゲージメント	○
			●		健康経営戦略マップを策定し、さらなる健康経営の推進および労働災害発生の未然防止	○
				●	設備の棚卸しおよび環境法令・条例への対応の確認、棚卸し設備の更新有無のチェック	○
		●			「請負適正化ガイドライン」および『派遣技術者向け「入構時の教育」』の記載の内容見直し、周知、学習会の実施	○
		●			工事下請業者における労働災害防止に向けて、再発・未然防止に向けた教育・啓発活動を推進	○
			●		市場で発生する品質問題およびそのレベルを管理・把握し、再発・未然防止に向けた活動を推進	○
			●	●	世界各国・地域での個人情報保護規制強化の動向確認と、Cookieデータの取り扱いルールの遵守	○
プライバシー侵害				●	広告、広報、Webサイト、SNSなど情報発信に関するルール、ガイドの作成と遵守の徹底	○

責任あるサプライチェーンの推進

調達活動

サプライヤーとのエンゲージメント

事業拡大に向けて、従来よりサプライヤーとの対話を重視し、エンゲージメントを実施しています。2024年より、環境・人権の観点においてもアンケート形式でサプライヤーとのエンゲージメントを開始しました。キャノンMJグループのスコップ3削減につなげるための情報収集、

サプライヤーにおける人権侵害の防止・軽減を目的とし、取引金額の多い主要なサプライヤー50社を対象に実施しました。2024年の実施内容を踏まえ、サプライヤーとのエンゲージメントの在り方をさらに検討し、高度化を図っていきます。

責任ある鉱物調達への対応

「責任ある鉱物調達に関するキャノングループの基本方針」に基づき、お客さまに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確認を行い、紛

争鉱物不使用に向けた取り組みをサプライヤーと共に進めています。

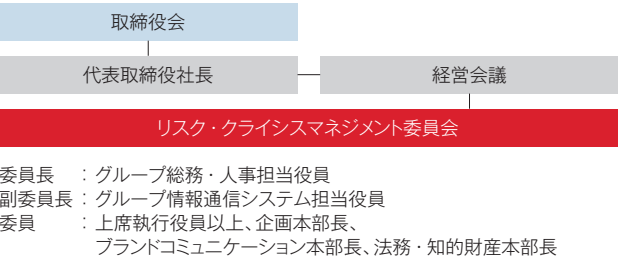
リスク・クライシスマネジメントの推進

リスク・クライシスマネジメント

自然災害、企業倫理・コンプライアンス違反、情報セキュリティ事故等の企業を取り巻くリスクに対する予防や危機対応等に関する諸活動を推進するため、2021年に「リスク・クライシスマネジメント委員会」を設置しました。それまで、各リスクに対しそれぞれの管理体制のもとで行っていた諸活動を同委員会傘下の活動として整備・確立するとともに、統合リスクマネジメントを推進し、当社グループの企業価値向上およびステークホルダーの損失の最小化を図っています。

リスク・クライシスマネジメント委員会の活動分野

1. リスクマネジメント体制の整備・確立
2. クライシスマネジメント体制の整備・確立(BCPを含む)
3. 企業倫理・コンプライアンスの啓発・周知
4. 情報セキュリティ
5. 内部通報対応



リスク・クライシスマネジメントに関する社員教育

リスク・クライシスマネジメント教育の一環として、グループ全社員を対象に、リスク・クライシスマネジメント全般、コンプライアンス、BCP、情報セキュリティ、品質に関して、適切な判

断と行動が行えるよう、実践的な内容に基づいたeラーニングを実施しています。

サイバーセキュリティ対策

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、「Canon Marketing Japan Group CSIRT（以下Canon MJ-CSIRT）」を設立し、推進しています。Canon MJ-CSIRTはキャノンMJのIT部門、情報セキュ

リティ部門および製品・サービスの品質部門の3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り、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、サイバー攻撃訓練を定期的に実施しています。

創出した社会的価値の代表例

事業を通じた社会課題解決

豊かなくらしの実現 頭痛セルフケアアプリで頭痛に悩む人々のWell-beingに貢献する

慢性頭痛に悩む人は日本国内に4,000万人いると言われていますが、日常的な症状であるため、仕方がなく付き合っていくものだと考えている人が多いのが実情です。また、頭痛は、周囲とのコミュニケーションへの悪影響を及ぼすだけでなく、プレゼンティズム（健康問題に起因するパフォーマンスの損失）を引き起こしており、特に片頭痛による労働遂行能力の低下は、日本全体で2兆円以上の経済的損失を生み出しているとも言われています。

当社では、これらの社会課題に対して、自らも慢性頭痛に苦しんできたメンバーが起案者となり、保健師、頭痛専門医、デザイナーなど、多様な専門性を持つ社員が、サービス開発に取り組んでいます。症状の記録や管理ではなく、頭痛への理解を深め、適切な生活習慣改善が実践できる“ヘッテッテ”は、「頭痛じゃない日を変えていく」をコンセプトにした頭痛セルフケアサポートアプリです。当たり前であった頭痛に新しい視点を提供することで、頭痛に悩む人々が人生をより豊かに、そして楽しく過ごせるようなサービスを目指しています。頭痛との向き合い方を変え、セルフケアの習慣を通じて個人の生活の質を向上させることで、Well-beingや労働生産性の向上など、社会課題の解決に貢献します。



生産性向上による多様な働き方（しごと）の実現 年末調整アウトソーシングで労働力不足に貢献する

年末調整業務は、多くの企業では年末の大きな負担となっています。法令改正への対応も求められるため、高い専門性がが必要です。従業員の税額決定に関わる重要な業務であり、各種問い合わせにも的確に対応する必要があります。しかし、年に一度の業務であるため、運用のノウハウが蓄積しにくいという課題も抱えています。

「年末調整アウトソーシング」は、お客さまの年末調整業務をスポットで代行するサービスです。申告書のチェックはもちろん、申告書や記入例の作成・配布、申告書内容のデータ化、作業スタッフ・事務用品・作業場所の手配など、年末調整業務の企画・運営も行います。このサービスにより、企業は年次繁忙業務から解放され、従業員を本来のコア業務に集中させることができ、労働力不足の解消に貢献します。



安心・安全な社会の実現 需要予測・需給計画ソリューションで食品ロス削減に貢献する

売れ残りや食べ残し、期限切れ食品など、まだ食べられる食料が破棄される、食品ロスの大量発生は、ゴミとして焼却処理されることによる費用の発生や二酸化炭素の排出にもつながる大きな社会問題となっています。食品ロスに対しては、ITの活用により、売れ行きの分析や、原料の供給状況と製品需要のデータを突き合わせた無駄のない生産計画を立てること、流通の効率化につなげることが可能になります。

「FOREMAST」はキャノンMJグループの強みである高度な数理技術によるソリューションで、出荷実績を基に自動で需要予測できます。さらに気象データなどの外部情報を組み込むことも可能です。これらにより、SCMの最適化・効率化を促し、適正在庫による食品ロス削減に貢献しています。



社会貢献活動

環境保全 子どもたちの未来に緑豊かなふるさとを残す「未来につなぐふるさとプロジェクト」

キャノンMJグループの事業領域ではリーチしづらい社会課題の一つである生物多様性保全に対し、社会貢献活動の一環として取り組んでいます。お客さまから回収した使用済みカートリッジの数などに応じた金額をキャノンMJグループが選定環境団体に寄付し、活動の原資としています。

「未来につなぐふるさとプロジェクト」と題し、子どもたちの未来に美しく緑豊かなふるさとを残すことを目的として、2010年に日本全国の環境保全団体との協働で開始して以来、2024年末までに延べ1万人を超える方々に参加いただきました。

2024年に、環境省の自然共生サイトの認定取得を目指す団体を支援する形へと刷新し、実際に認定を受けた団体が誕生しています。



地域・文化創生 被災地の地域創生と子どもたちの心を育む「みんなの笑顔プロジェクト」

キャノンMJグループは、2012年1月から、東日本大震災の被災三県に向けた復興・創生推進活動として、「写真を楽しもう」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。キャノンが持つ写真のノウハウを活用し、子どもから大人まで幅広い人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。この活動を通して、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。



人材育成 子どもの創造性と表現力を育む「校舎の思い出プロジェクト」

キャノンMJグループは、ぺんてる株式会社と協働で、建て替えや統廃合により取り壊される小学校を対象とし、校舎での最後の思い出作りをサポートする「校舎の思い出プロジェクト」に2014年から取り組んでいます。児童が校舎全体をキャンバスとして絵を描き、その様子を児童がデジタルカメラで撮影したものを大判ポスターにして寄贈しています。両社の強みを生かして児童の「思い出づくり」を支援し、芸術分野での意識醸成や、地域活性化に貢献しています。



安心・安全な社会 AEDの地域住民への無償開放

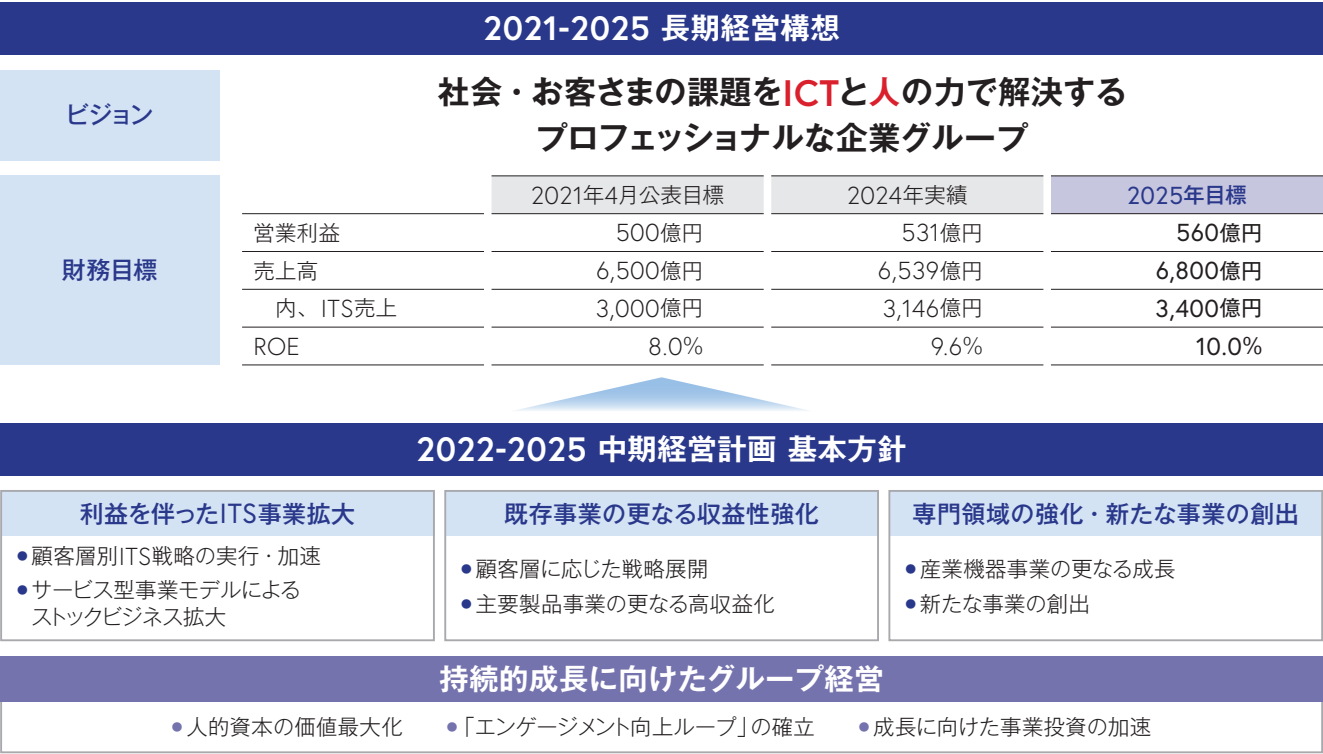
キャノンMJグループは、2009年からAEDの適正配置と啓発・教育を推進する活動を開始しました。2019年には、キャノンS&Sが全国の拠点にAEDを導入し、一部の拠点では屋外設置や社有車への搭載を行うなど、地域社会におけるAEDの配置を推進しています。また、横浜キャノンイーグルスに寄贈したAEDは、試合の際に「RED SEATER」*によって活用され、観客の安心・安全を確保しています。

※スタンド内に配置されるボランティアスタッフのことで、万が一観客が倒れた際にはいち早くAEDを持って駆けつけ、心肺蘇生の対応を行います。

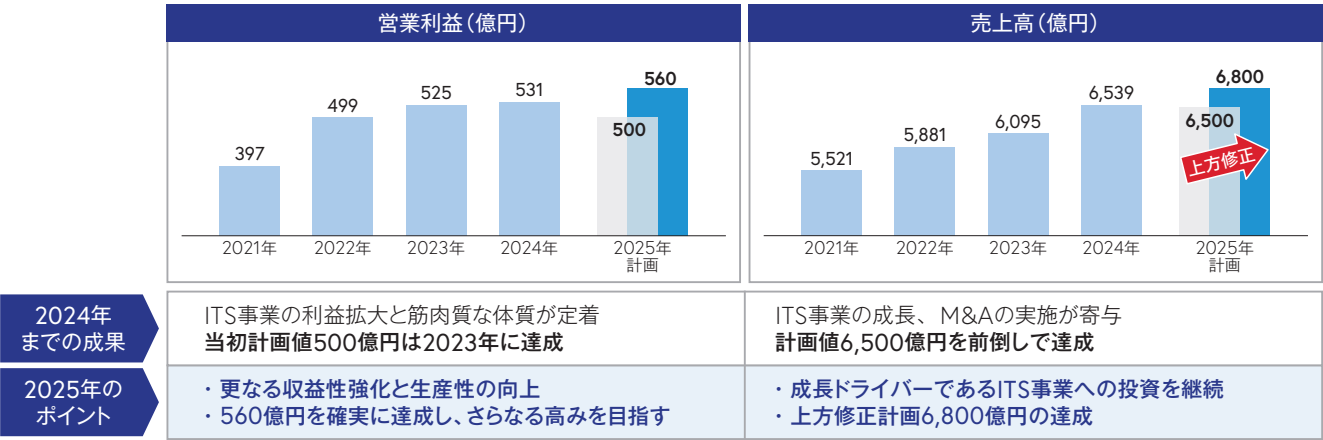


中期経営計画の進捗

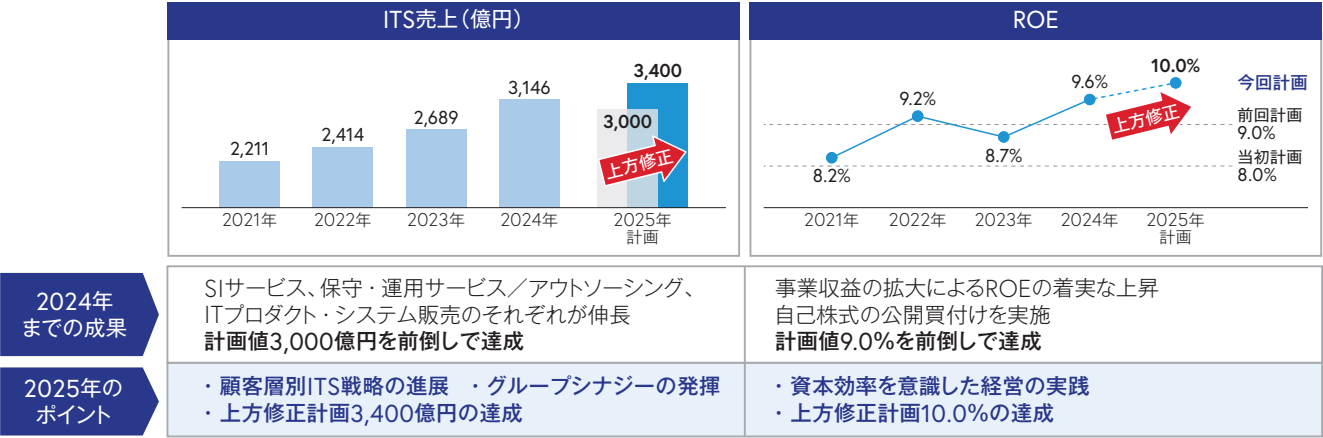
長期経営構想および中期経営計画



● 経営指標の進捗 営業利益・売上高



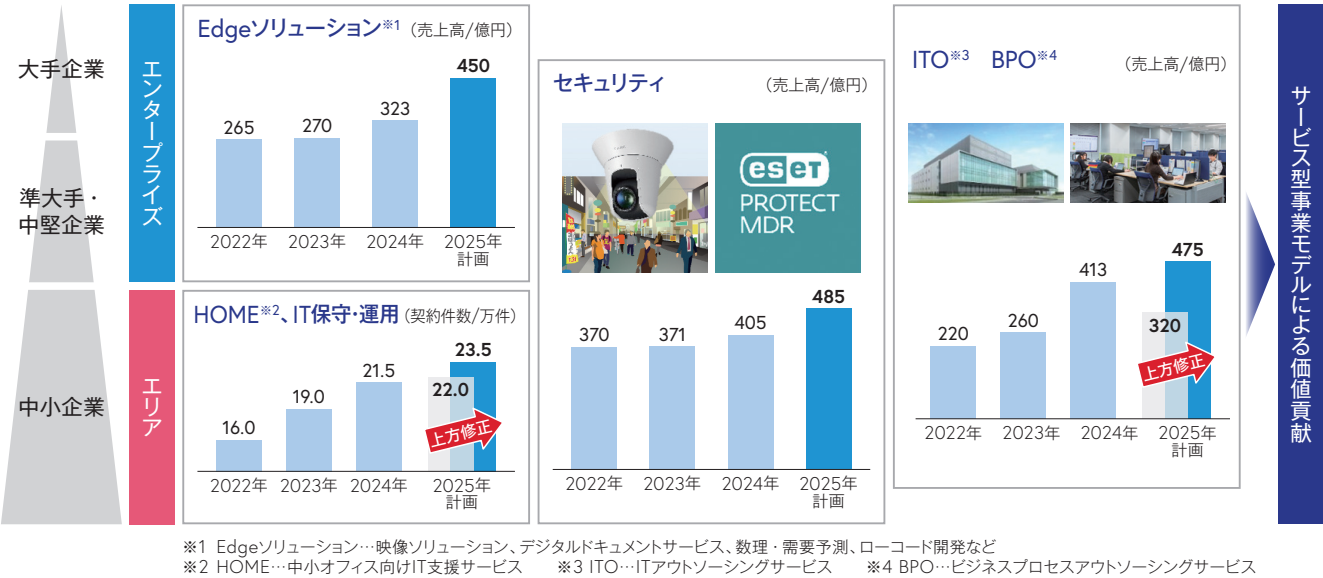
● 経営指標の進捗 ITS売上・ROE



ITソリューション事業進捗

● 顧客層別ITS戦略の実行・加速 KPI進捗状況(売上高、契約件数)

進捗に差はあるものの全体としては着実に伸長し、ITソリューション事業の拡大に寄与しました。
独自の技術力を生かしたITソリューション事業を磨くことによる提供価値のさらなる拡大に注力します。

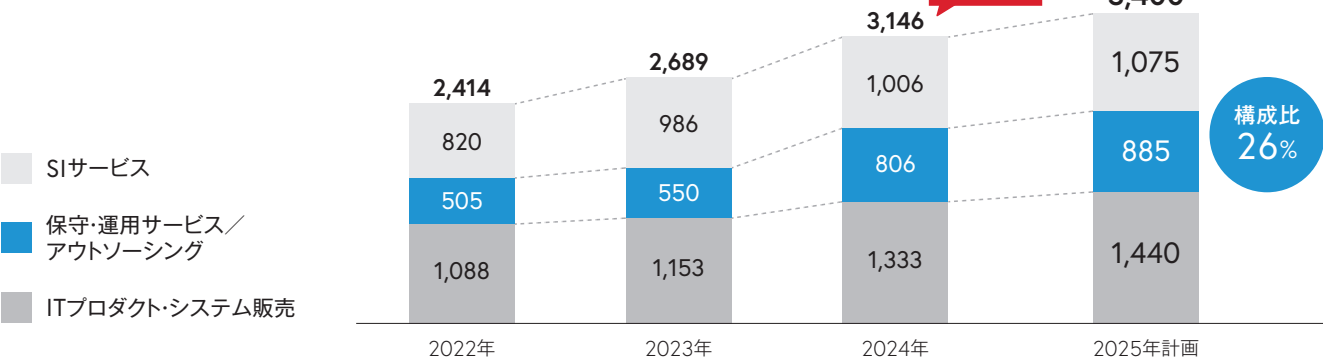


Edgeソリューションは、進捗に遅れはあるものの、映像ソリューションやサプライチェーン計画ソリューションなどの複数の大型案件を受注しており、2025年には進捗が加速する見込みです。

セキュリティは、進捗に遅れはあるものの、お客さまを取り巻く環境の変化や、セキュリティリスクの高まりに応じてクラウドセキュリティビジネスが活況であり、営業体制も強化しています。

● ITソリューション事業 財務実績および最新計画値

2025年目標である「ITS3000」(ITS売上3,000億円)を1年前倒して達成しました。サービス型事業モデルの拡充、M&Aの実行により、保守・運用サービス／アウトソーシングの売上・構成比が伸長しました。
2025年計画値としていた750億円(構成比25%)を前倒して達成しました。



カメラ／プリンター／産業機器事業進捗

● カメラ／プリンター

各事業におけるターゲットを明確にした戦略の実行に加え、高シェアの維持と単価改善の両立を実現しました。また、市場縮退の中でも売上の落ち込みを抑え、収益性重視の戦略を継続することで、営業利益率を改善しています。

● 産業機器

「マルチベンダー保守を持つプラットフォーマー」として、優れた目利き力と高度な専門性を生かし、半導体製造関連装置等の仕入・販売・設置・保守サポートを提供しています。収益性と安定性が見込まれる半導体サービス事業の売上を拡大することで、市況変化に強い収益基盤の確立に注力しています。

セグメント別事業紹介

キヤノンMJグループはキヤノン製品事業とITソリューション事業を展開しています。顧客層別に「コンスーマ」「エンタープライズ」「エリア」「プロフェッショナル」の四つの分野で事業を展開し、多くのお客さまの価値創造を支援しています。

コンスーマ

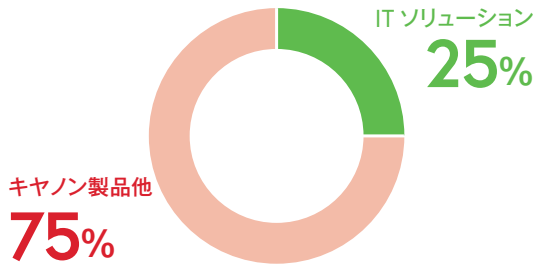
顧客層 個人

2024年 売上高
1,446億円

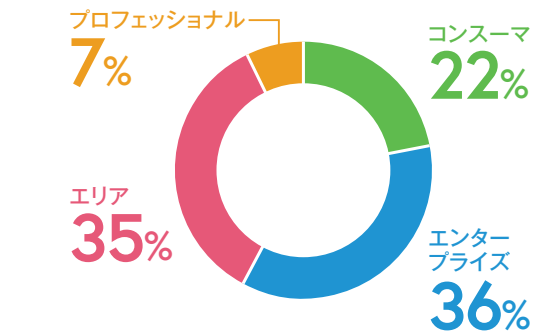
キヤノンの祖業であるカメラをはじめとするイメージング製品群・インクジェットプリンター等のキヤノン製品とキヤノンブランド以外のコンスーマユース向けプロダクトを、量販店やオンラインショップ等を通じて個人・法人のお客さまに販売しています。



2024年 事業別売上高構成比



2024年 セグメント別売上高構成比



エンタープライズ

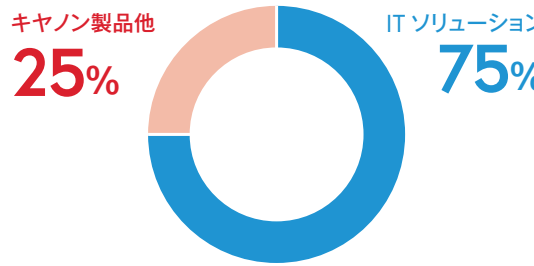
顧客層 大手企業、準大手・中堅企業

2024年 売上高
2,397億円

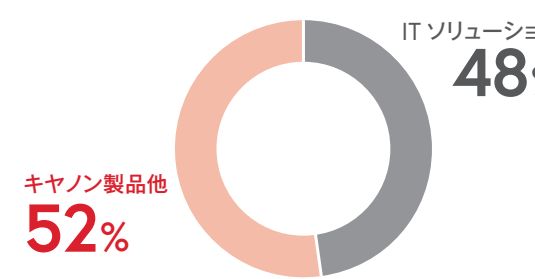
大手企業から準大手・中堅企業や官公庁、教育機関などの幅広いお客さま向けに、業種・業態ごとに異なる経営課題解決に寄与するキヤノン製品やITソリューション、BPO等を提供しています。



2024年 事業別売上高構成比



2024年 事業別売上高構成比



エリア

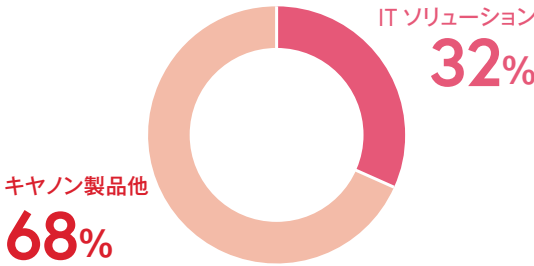
顧客層 中小企業

2024年 売上高
2,313億円

ビジネスパートナー、システムパートナーによる間接販売、キヤノンシステムアンドサポートによる直接販売からなる多様なチャネルを最大限に生かし、日本全国の中小企業のお客さま向けに、キヤノン製品やITソリューションを提供しています。



2024年 事業別売上高構成比



キヤノン製品のシェア

カメラ事業			
レンズ交換式カメラ	17年連続	1位	
プリンティング事業			
インクジェットプリンター		2位	
オフィスMFP		3位	
レーザープリンター	33年連続	1位	

※ 国内の台数シェア 出典：キヤノンMJ調べ

プロフェッショナル

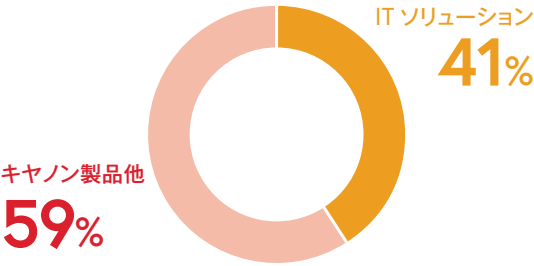
顧客層 専門領域

2024年 売上高
448億円

プロダクションプリンティング、産業機器、ヘルスケアといった、各専門領域のお客さまを対象とした製品やソリューションを提供しています。



2024年 事業別売上高構成比



※ 2025年度にセグメント間の事業移管を実施しましたが、2024年実績はセグメント間の組替前の数値になっています

コンシューマセグメント

お客さまとのつながりを大切にし、
1to1マーケティングを促進することで
期待を超える顧客価値を創出し、さらなる収益強化を図る

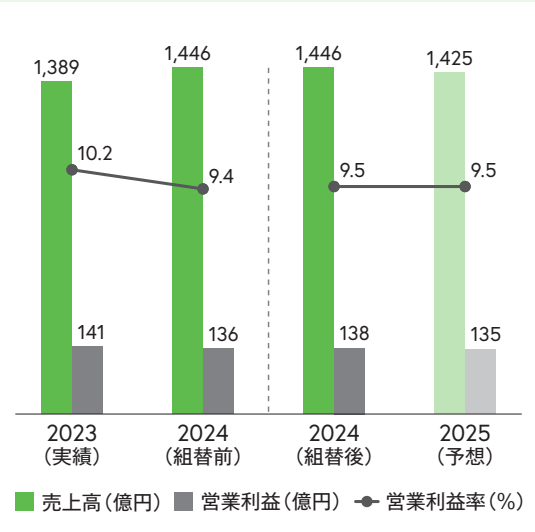
常務執行役員 コンシューマビジネスユニット長 三上 公一

キヤノンの祖業であるカメラをはじめとするイメージング製品群・インクジェットプリンター等のキヤノン製品とキヤノンブランド以外のコンシューマユース向けプロダクトを、量販店やオンラインショップ等を通じて個人・法人のお客さまに販売しています。



セグメント目標／強み

売上高／営業利益／営業利益率



2024年業績ハイライト

- ・ レンズ交換式デジタルカメラは、2024年8月に発売した「EOS R5 Mark II」、11月に発売した「EOS R1」が好調な滑り出しとなったこと等により、売上は増加
- ・ インクジェットプリンターは、市場の縮小により、売上は減少
- ・ ITプロダクトは、高性能PCやPC周辺機器の販売が好調に推移したこと等により、売上は大幅に増加

強み

- ・ レンズ交換式デジタルカメラシェア17年連続No.1
- ・ 写真高関与層向けの会員組織および多彩なサービスメニュー
- ・ フォトグラファー向けの細かなサービス、サポート体制
- ・ 製品探索、チャネル開拓など顧客視点のマーケティング力

市場環境認識

機会

- ・ SNSなどを中心とした動画撮影ニーズの高まり
- ・ 若年層や女性層を中心とした、カメラユーザーの裾野拡大
- ・ 自然災害をリアルタイムに伝える放送用カメラシステムのニーズの高まり

リスク

- ・ デジタルデバイスのさらなる機能向上に伴うレンズ交換式デジタルカメラ市場の縮小
- ・ プリント環境の変化によるプリントボリュームの減少

中期経営計画達成に向けて

トレンド・技術革新の変化が大きく、それらが顕在化するスピードが速いコンシューマ市場において、お客さまの期待を超える価値提供を目指しています。カメラ事業は、ミドル層のお客さまとのつながりを強化するために、フルサイズモデルの拡販に注力するとともに、サービスメニューを充実させ、1to1マーケティングを促進します。プリンティング事業は高単価商品の販売を中心に、SOHO市場やEC市場での販路拡大に取り組みます。さらに、新たな収益の柱となる事業創出を加速し、売上維持と収益力向上に取り組んでまいります。

取り組み事例

写真・映像文化発展に向けた取り組み

1953年から始まった「キヤノンフォトコンテスト」は国内最大規模のフォトコンテストとして半世紀以上の歴史があり、アマチュア写真家の登竜門として多数の応募をいただいています。

さらに、1994年の第1回から特別協賛としてサポートしている「写真甲子園(全国高等学校写真選手権大会)」(2024年の第31回では604校が参加)では全国の高校写真部・サークルに新しい活動の場や目標、交流の機会を提供し高校生らしい創造性や感受性を育むことを目的に取り組んでいます。

2023年からは写真・映像作家発掘オーディション「GRAPHGATE(グラフゲート)」を開催。多様なジャン

ルから次世代の写真・映像文化を担う人材の育成・支援を行っています。

また、50年以上の歴史を持つ「キヤノンギャラリー」では、国内著名作家の写真展から公募で募った作品等の展示まで品川、銀座、大阪の3カ所で行っており、2023年から2024年にかけて、ギャラリー50周年を記念した特別企画展を開催しました。

今後も、幅広い世代へ表現の場を提供することで、写真・映像文化の発展に貢献していきます。



キヤノンギャラリー銀座

快適なフォトライフ支援に向けた取り組み

2024年には、個人のお客さまの快適なフォトライフ支援を目



的にユーザーアカウント(ID)を「Canon ID」に集約しました。「Canon ID」にご登録いただくことで、キヤノンフォトサークルやEOS学園、キヤノンオンラインショップ、プリント枚数サービス※、メンテナンスや修理等を一つのIDで快適にご利用いただけるようになりました。また、お持ちのカメラやプリンターなどの製品情報をご登録いただくことで、お客さま一人ひとりのニーズに合わせた最適なコンテンツや機材の情報を提供しています。

※ プリンターPIXUSを使用して印刷することでポイントが貯まるサービス

イメージング技術を生かした放送映像の取り組み

放送映像事業で取り扱っている放送レンズは、放送局や映像制作業界の現場で高精細映像の制作を可能にしています。また、「お天気カメラ」と呼ばれる放送用カメラシステムは、空港や湾岸などの重要拠点および放送局に設置され、大雨や暴風、地震などをリアルタイムの映像で伝えることで社会に貢献しています。

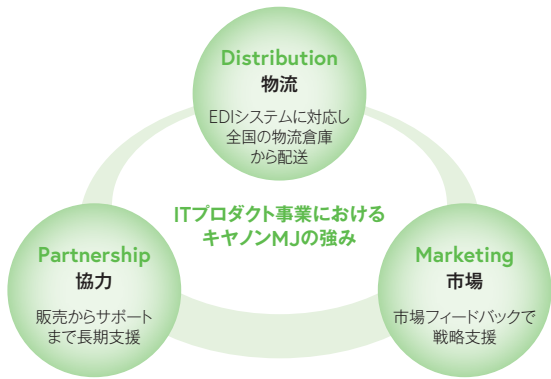


建物の屋外に設置された屋外型リモートカメラ「CR-X500」

ITプロダクト事業の取り組み

ITプロダクト事業では、コンシューマ向け製品を取り扱うメーカーのサポートを行っています。主な事業内容は、PC、PC周辺機器、モバイルバッテリーなど、キヤノンブランド以外の幅広い製品の販売、物流サポート、アフターサポートなどです。

特に、高性能PCメーカーの一つである、エムエスアイコンピュータージャパン株式会社とは、チャネル開拓やEC直営ストアの運営などにおいて強固なパートナーシップを築いており、日本市場におけるビジネス拡大に貢献しています。



エンタープライズセグメント

5期連続の増収増益を目指す
徹底した顧客・業界の分析と独自技術の活用により提案の質を高め、
お客さまとの共創を深めることでサービス型事業を新たな収益の主力にする

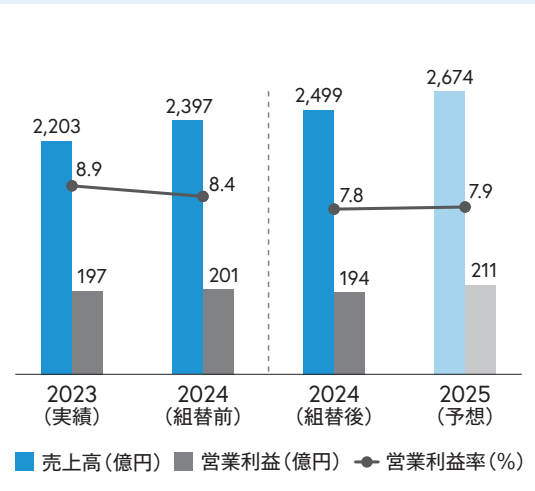
常務執行役員 エンタープライズビジネスユニット長 松本 裕之

大手企業から準大手・中堅企業や官公庁、教育機関などの幅広いお客さま向けに、業種・業態ごとに異なる経営課題解決に寄与するキャノン製品やITソリューション、BPO等を提供しています。



セグメント目標／強み

売上高／営業利益／営業利益率



2024年業績ハイライト

- ITソリューションは、金融業、製造業向けSI案件の増加や文教向けPC大型案件、TCSの連結子会社化等の影響により、売上は大幅に増加
- オフィスMFPは、複数の大型案件があったことにより、台数は大幅に増加。レーザープリンターは、前年に複数の大型案件があり、その剥落により、台数は減少

強み

- 長年にわたるお客さまとの強固なリレーションにより築き上げてきた幅広く深い顧客基盤
- キャノンITSを中心に約3,800名のSEによるシステム構築・開発力
- 独自のソフトウェア技術、数理技術、言語処理技術、映像解析技術等の高度な技術力
- 新たにグループ入りしたプリマジェストが保有する独自ノウハウのBPOやSIによる課題解決力
- 幅広いお客さまの経営課題に対する、キャノンMJ・キャノンITS・プリマジェストが三位一体となった総合的な解決策の提案

市場環境認識

機会

- 人手不足や技術継承などの多くの課題に対する、映像を活用したソリューションの需要拡大
- 働き方の変化によるデジタルを活用した業務変革に伴う、ドキュメントのデジタル化やデータ管理・デジタルワークフロー・BPO等の需要拡大
- サイバー攻撃や情報漏洩等の増加に伴うセキュリティ対応への需要拡大

リスク

- 労働人口の減少に伴う人材不足と人材獲得競争の激化
- ペーパーレス化の加速に伴う、市場における出力機器・複合機の台数減少

中期経営計画達成に向けて

MA事業部はキャノン製品で培われた顧客基盤を維持しながら、社会課題の解決につながる顧客共創型ITソリューションを拡大し、GBソリューション事業部はキャノン製品の市場シェア獲得を中心に顧客基盤を拡大していきます。キャノンITSはMA事業部・GBソリューション事業部の顧客基盤も活用しながら、SIサービスの拡大に加えて数理・需要予測、ローコード開発などの技術や知見を生かしたソリューションを拡充していきます。さらに、プリマジェストも加えたセグメント内の各組織が一体となってシナジーを加速し、お客さまとの共創により新たなサービス型事業モデルを創出・拡大して収益の柱にしていきます。

キャノンITソリューションズ株式会社

独自性のある技術と人材高度化によりお客さまの未来を共創し、
ITソリューションを通じてお客さまと共に社会課題解決に貢献する

キャノンITソリューションズ株式会社 代表取締役社長 金澤 明

当社は、製造業、金融業を中心とした幅広い業種に対するシステムの開発・運用・保守のほか、データセンターを中心とした企業向けのサービスを展開するシステムインテグレーターです。高度な品質監理のもと、長年蓄積してきた独自のソフトウェア技術や数理技術等を生かした各種ソリューションを展開しています。



事業戦略

2025年をゴールにしている「VISION2025」の実現に向けて、プロセスやKPIを重視した中期経営計画に基づく経営の高度化に引き続き取り組みます。「VISION2025」で掲げる共想共創カンパニーでは、お客さまと社員とのつながりを重視したエンゲージメント経営を基盤として3事業モデル「サービス提供モデル」「システムインテグレーションモデル」「ビジネス共創モデル」を展開しています。「サービス提供モデル」では、これまで蓄積してきた業種・業務の知見と技術を活用しながら、多くのお客さまに共通する課題を解決します。「システムインテグレーションモデル」では、お客さまの課題の本質を捉えたシステム開発に加えて、運用と保守を含むITライフサイクル全体からお客さまのビジネスを支えます。「ビジネス共創モデル」では、お客さまが気づいていない事業課題を共想し、DXの視点からお客さまのビジネスを共創します。この3事業モデルを通じてお客さまへの提供価値をさらに高められるよう、人材の高度化にも取り組んでいます。キャノンMJグループのITソリューション事業をけん引する中核企業として、ITソリューションを通じてお客さまと共に社会課題解決に貢献していきます。

株式会社プリマジェスト

ITS×BPO領域における長年にわたるお客さまの課題解決のノウハウを生かし、
グループシナジーを早期に発揮することでさらなる成長を目指す

株式会社プリマジェスト 代表取締役社長 稲垣 秀秋

当社は、アナログ情報のデジタル化を軸にデータの処理や活用、さらにデータを二次活用するシステムの構築を含めた業務改革を支援しております。特に金融業界の大手企業を中心に事務集中処理のノウハウとハードウェア・ソフトウェア・SI開発の知見を組み合わせた業務の自動化・効率化や業務受託(BPO)に加え、近年はAIや各種ITを活用しお客さまの収益貢献につながるような、当社の考えるDX(Delightful Transformation)も実践しております。



事業戦略

当社は創業以来、半世紀にわたって市場最高速スキャナーを活用したデジタル化を軸にシステム開発や業務受託等へ業容を拡大してきました。大手企業を中心にお客さまの業務処理で研鑽を積み、ビジネス現場における業務知見とAI等を含めたDXノウハウを高いレベルで保有しております。今後は引き続き大手企業を中心とした当社の顧客基盤を活用して現場の業務課題の解決に注力しつつ、生成AIやDXに関する技術動向を先取りして「業務の全自動化」と「新しい価値の創造」を訴求することでお客さまの事業に貢献してまいります。また、これまでに培った知見・ノウハウにより構築したソリューションを既存事業領域での深化、および新規事業領域への展開も推進してまいります。加えて、ソリューションのサービス化など新しいビジネスモデルの構築も進めております。これらの活動を進めるにあたりキャノンMJグループの経営基盤を活用したシナジーにより、スピーディーな事業拡大を追求してまいります。お客さまにおける最適なビジネスプロセス(業務効率化、省力化、そして新しいユーザー体験)を実現し、お客さまと共に新しい価値を創造いたします。

エリアセグメント

新体制、始動。全国にある多様なパートナーと共に、IT投資の計画から教育までDX支援の幅を広げ、開拓余地のある中小企業の業務革新をトータルで支援する

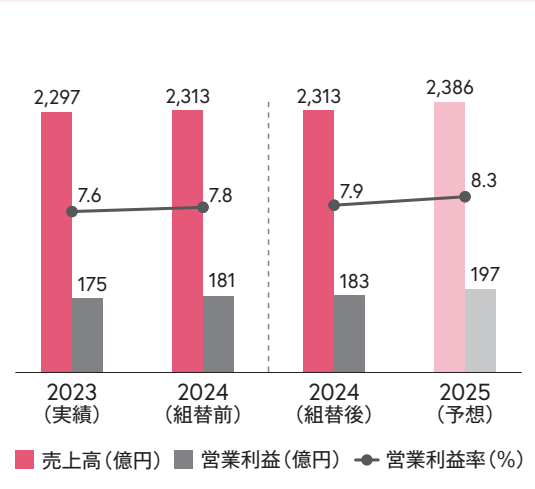
上席執行役員 エリアビジネスユニット長 山口 雅男

ビジネスパートナー、システムパートナーによる間接販売、キヤノンシステムアンドサポートによる直接販売からなる多様なチャネルを最大限に生かし、日本全国の中小企業のお客さま向けに、キヤノン製品やITソリューションを提供しています。



セグメント目標／強み

売上高／営業利益／営業利益率



2024年業績ハイライト

- ITソリューションは、Windows10の延長サポート終了に伴うビジネスPCの入替が進んだことや「まかせてIT DXシリーズ」が順調に推移し、売上は増加
- オフィスMFPは、ペーパーレス化の影響があったものの、使用期間が長期化しているお客さまの機器の入替や、業務効率向上に向けた提案活動を積極的に進めたことにより、台数は前年並み。レーザープリンターは、前年に製品供給の回復に伴い販売台数が大幅に増加した反動により、台数は減少

強み

- 地域の有力な企業を顧客に持つビジネスパートナーや、SIビジネスを中心としたシステムパートナー、また直接販売を行うキヤノンS&Sなど全国をカバーする多様な販売チャネル
- キヤノン製品からERPパッケージ、セキュリティ商材、保守・運用サービスまで、さまざまな商品・サービスを組み合わせることのできる高いソリューション提案力

市場環境認識

機会

- 中小企業のデジタル化に向けたIT投資需要の拡大
- セキュリティリスク対応への需要の拡大
- 中小企業関連法制の改正への対応
- Windows10サポート終了に伴うビジネスPCや関連製品の需要の拡大
- AIやクラウドサービス市場の拡大

リスク

- 労働人口減少に伴う人材不足と人材獲得競争の激化
- 働き方の変化に伴うオフィスでのプリントボリュームの減少
- 高齢化・労働人口減少に伴う企業の事業承継リスク

中期経営計画達成に向けて

中小企業のお客さまは人手不足による業務の効率化やセキュリティ強化などの課題を抱えており、その解決に向けたITへの投資意欲が高まっています。

私たちは、新たな体制のもと、全国にある多様な販売チャネルと共に、①デジタル化のトレンドを捉えたドキュメントソリューションの拡販、②セキュリティソリューション販売パートナーの拡大、③パートナーの販売戦略へのキヤノン製品、ソリューション組み込み加速、④IT機器の選定、導入、保守、運用まで一貫したITソリューションサービスの拡大、に取り組むことで、中小企業のお客さまの課題解決、業務革新の支援を加速してまいります。

キヤノンシステムアンドサポート株式会社

お客さまとの強固な信頼関係を基に、経営課題の解決に向け支援し続けることで、収益性の高いサービス型事業の拡大を図る

キヤノンシステムアンドサポート株式会社 代表取締役社長 平賀 剛



当社は、国内の中小企業へキヤノン製品やITソリューションを展開しています。全国拠点のネットワークとグループシナジーを生かし、お客さまの課題解決のためのIT投資の計画・最適なソリューションの選定・導入のお手伝いから、導入後の日々の運用、そしてトラブル時の保守対応から教育までワンストップで提供しています。

事業戦略

私たちは、PCやインターネットの普及に伴うニーズの変化に対応し、PC・ネットワークの障害保守やセキュリティ対策ソリューションなどを通じて、早くからインフラの安定稼働を支援してきました。近年では、ITが人手不足を補い、生産性や業務効率の大幅な向上を実現することで、企業の持続的成長を支える中核的な役割を担っています。こうした状況の中、中小企業のお客さまにおいてもIT投資への意欲は高まりを見せていますが、「DX推進にあたり何から導入すればよいかわからない」「ITに関する知識を持つ人材がいない」といった課題に直面しています。私たちは、そのようなニーズに応え、ITの計画策定から選定、導入、運用、保守、教育までをワンストップで支援し、お客さまの経営課題解決をお手伝いしています。今後も人材の高度化への取り組みを加速させ、私たちも常に進化し続け、お客さまの進化を支援してまいります。

お客さまの進化を支援する「まかせてIT DXシリーズ」の提供価値の進化と拡大

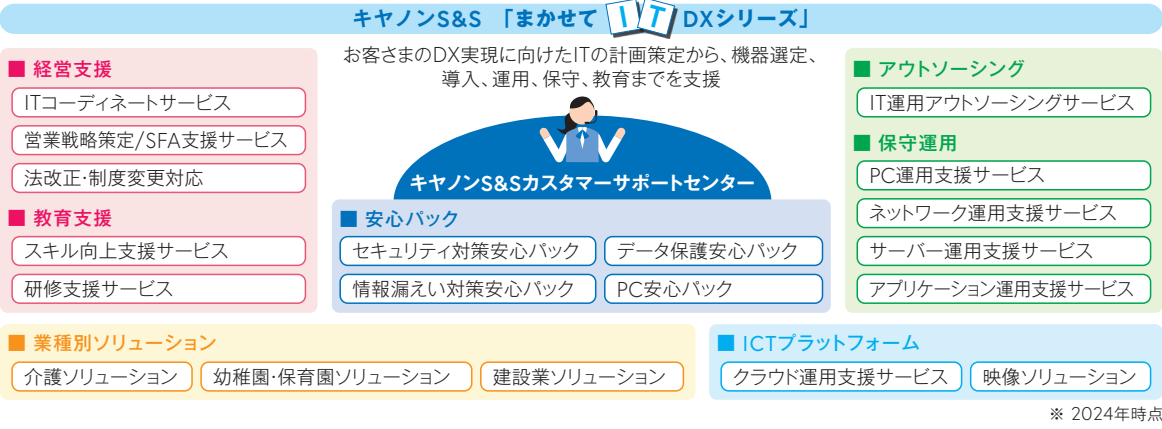
キヤノンS&Sは、地域のビジネスパートナーと連携しながら、中小企業のお客さまが安心して事業に取り組めるよう、長年にわたりITインフラの整備と安定稼働を支えてきました。PCやインターネットの普及に伴うニーズの変化に早くから対応し、PCやネットワークの安定稼働を支援する技術者を育成し、サポート体制を構築してIT保守サービスを提供してきました。

このような取り組みを進めていく中、お客さまのITインフラの課題が日々の運用にあることに着目し、それまでのIT保守の体系を見直し、運用支援のサービスを強化した「まかせてIT DXシリーズ」に「保守運用サービス」を追加し、提供価値を高めながら支援の幅を広げてきました。

そして現在、キヤノンS&Sが展開する「まかせてIT DXシリーズ」は、IT投資の計画から導入、日々の運用、保守対応、さらには社員の教育に至るまで、中小企業のDX推進を包括的に支援するサービスへと進化しています。

さらに、お客さまの多様な課題に対応するため、「業種ソリューション」や「映像ソリューション」の提供を開始し、各業種のニーズに応じた業務効率化や安全管理、リモート対応、人手不足の解消、情報セキュリティの強化など、経営課題・社会課題の解決の支援へと領域を拡大しています。

今後も、お客さまのITを活用した進化の支援を通じて、お客さまの持続的な発展とその先にある豊かな地域社会の実現に貢献していきます。



プロフェッショナルセグメント

プロダクションプリンティング、産業機器、ヘルスケアといった、各専門領域のお客さまを対象とした製品やソリューションを提供しています。

プロダクションプリンティング

「2022-2025 中期経営計画」を仕上げ、過去最高益を達成する社員一人ひとりが現場実行力を強化し、お客さまに頼られる存在になり、お客さまと共に印刷の未来を創る

キャノンプロダクションプリンティングシステムズ株式会社 代表取締役社長 上田 克己

当社は、主に印刷業向けに、高速連帳プリンターおよび高速カット紙プリンター等を提供しております。また、流通・小売業向けに、POP制作に関連するソリューションを提供しています。



2024年業績ハイライト

- データプリントサービス向けの消耗品・保守サービス等が減少しているものの、出版・商業印刷市場の開拓に向けて高速連帳プリンター案件が増加したこと等により、売上は増加

強み

- 企画・開発・営業・サービスが一体となった強い組織力
- 製品・ソフトウェアの安定稼働を支えてきた質の高い技術力
- 長年にわたって培ってきた、ワークフロー刷新のためのソフトウェア開発力
- 潜在的な顧客課題を解決する付加価値の高いソリューション提案力
- 情報を共有する仕組みと迅速な意思決定プロセス

中期経営計画達成に向けて

アナログからデジタルへと変革が進む印刷市場において、高速連帳プリンターなどのハードウェアと、印刷の前後工程を含めたソフトウェアを組み合わせたトータルソリューション提案で、多様化、複雑化するお客さまの課題を解決する“ソリューション会社”へと事業ポートフォリオの転換を図り、キャノンMJグループの利益拡大に貢献してまいります。

産業機器

飛躍的な成長、売上500億円を目指すお客さまにとって必要不可欠な強靱なプラットフォームとして、海外の優れた技術と国内のニーズをつなぐ

執行役員 産業機器事業部長 峯崎 俊一

当部門は、主に半導体メーカー向けに半導体製造関連装置や検査計測装置、光学計測機器等を国内外のメーカーから仕入れ、販売するとともに、設置・保守サポートまで提供しています。



2024年業績ハイライト

- スパッタリング装置などの半導体製造関連装置やX線分析装置の販売台数が増加したことに加え、保守サービスが好調に推移したことにより、売上は大幅に増加

強み

- 最新の技術動向を踏まえた、海外の優れた商材をリサーチ・発掘する目利き力
- 多種多様な独自性のある商品を輸入し、それらを販売・設置・保守サポートする高度な専門性を有する人材

中期経営計画達成に向けて

半導体市場は車載市場で投資計画の後倒しが見られるものの、フォトマスク関連の投資が活況であるほか、今後も政府の補助金政策は続くと思われ、旺盛な投資が継続すると見込まれます。半導体事業では複数の高単価な新規商材の取り扱いを開始しており、さらなる収益性と安定性を見込み、市況変化に強い収益基盤を強化します。また、海外ビジネスパートナーと提携し、新規ビジネスの立ち上げを着実に進めるとともに、非半導体事業の規模拡大を図り、利益ある事業規模の拡大を実現してまいります。

ヘルスケア

中期経営計画の集大成、4期連続増収増益で過去最高の業績を達成する新たなデジタル技術でビジネス変革を推進し、現場のニーズに即した価値提供で医療従事者の働き方改革を支援する

キャノンITSメディカル株式会社 代表取締役社長 黒井 慶信

当社は、医療・ヘルスケア業界を対象に、電子カルテを中心とした医療ITソリューションやサービスを幅広く取り揃える“システムインテグレーター”として、システムの提案・開発から導入・運用・保守をワンストップで提供しています。



2024年業績ハイライト

- 前年にあった診療所向けオンライン資格確認システム案件や調剤薬局向け電子処方箋案件の剥落があったものの、病院向け大型案件の獲得により、売上は大幅に増加

強み

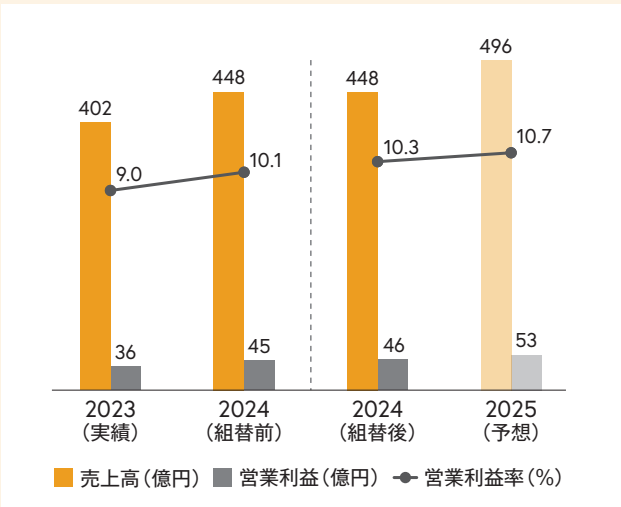
- 病院・診療所・調剤薬局・健診施設・読影事業者等、広範なお客さまとの信頼関係
- 医療情報システム特有の高い専門性と高度な提案・技術・導入・保守サービス体制
- 安全管理ガイドラインに準拠した提案および技術力、独自医療クラウドサービスの提供

中期経営計画達成に向けて

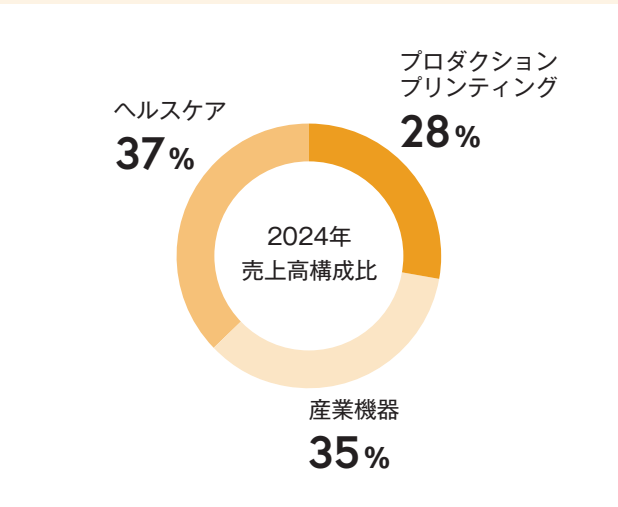
当社は、少子高齢化に伴い増大する社会保障費の抑制に貢献するため、国が推進する医療DX施策を的確に捉え、お客さま固有の課題に対して、幅広い製品群からハードウェアとソフトウェアを組み合わせることにより、現場本位のDX推進で質の高い医療サービスの提供を支援します。また、キャノンメディカルシステムズとの事業統合効果を発揮し、顧客基盤を盤石にするとともに、ストックを拡大し、売上200億円の達成と収益性の向上を図ってまいります。

セグメント目標

売上高／営業利益／営業利益率



売上高構成比



BPO統括センター

拡大が続くBPO市場において、
グループシナジーで特徴的なニーズに応えるBPOを提供し、
事業の飛躍的な成長を目指す

BPO統括センター長 浅野 潤二

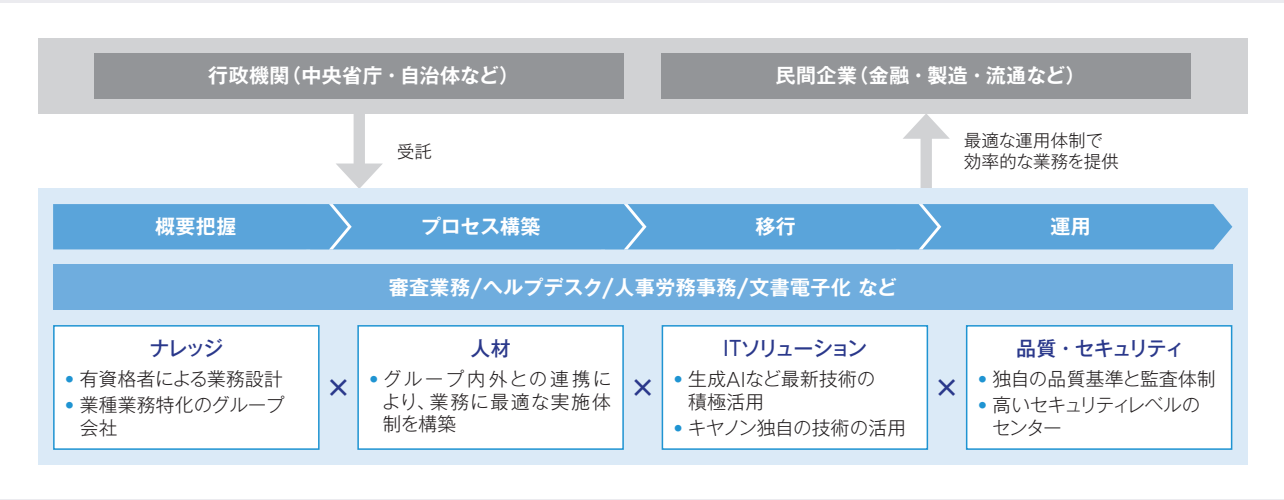


キャノンMJグループのBPOは、プリンティング事業やITソリューション事業で培った信頼をもとに、大手企業・準大手・中堅企業に加え中央省庁・自治体などの行政機関といった幅広いお客さまに対しビジネス・プロセス・アウトソーシングサービスを提供しています。最新技術の導入と業務改善で、お客さまに代わって高品質な業務実行を目指しています。

体制／提供サービス

BPO事業は、キャノンMJとグループ各社約4,000名のメンバーで構成され、業種・業務ごとに専門性の高いサービスを提供しています。2022年8月には人事労務業務に特化したキュービーファイブ、2024年3月には金融業界向けBPOに強みを持つブリマジェストがグループに加わり、提供領域の幅と深さを拡充しました。

行政向け審査事務局代行、金融機関向け各種金融事務のような業種特化の支援をはじめ、人事部門の年末調整・人事労務関連業務、IT部門の社内ヘルプデスク業務のような部門別のニーズに即したサービスを展開しています。また、紙文書の電子化、請求書などの通知物の印刷郵送・電子配信、販促用パンフレットや映像コンテンツ制作など、ドキュメントと映像に関するソリューション領域でも、キャノン独自の技術とノウハウを生かした付加価値の高いサービスをご用意しています。グループ各社が一体となり、業務の設計・運用、継続的な改善までのトータル支援を通して、お客さまの業務変革と生産性向上に貢献しています。



中期経営計画達成に向けて

少子高齢化による労働人口の減少や、柔軟な働き方へのニーズの高まりを背景に、BPOサービスへの需要増加が見込まれます。私たちは、労働人口減少、働き方の見直しなどの社会的課題解決をBPOサービスを通じて支援します。

金融機関や行政機関の審査事務関連の大型案件などの実績から得た経験、知見を土台に、生成AIなどの先端技術、キャノン独自の技術などを積極的に取り入れながら、新しいサービスの立ち上げや改善に取り組み、お客さまの期待に応えていきます。また、お客さまに安心してご利用いただけるようセキュリティ対策、定期監査による堅牢なマネジメント体制を強化しています。

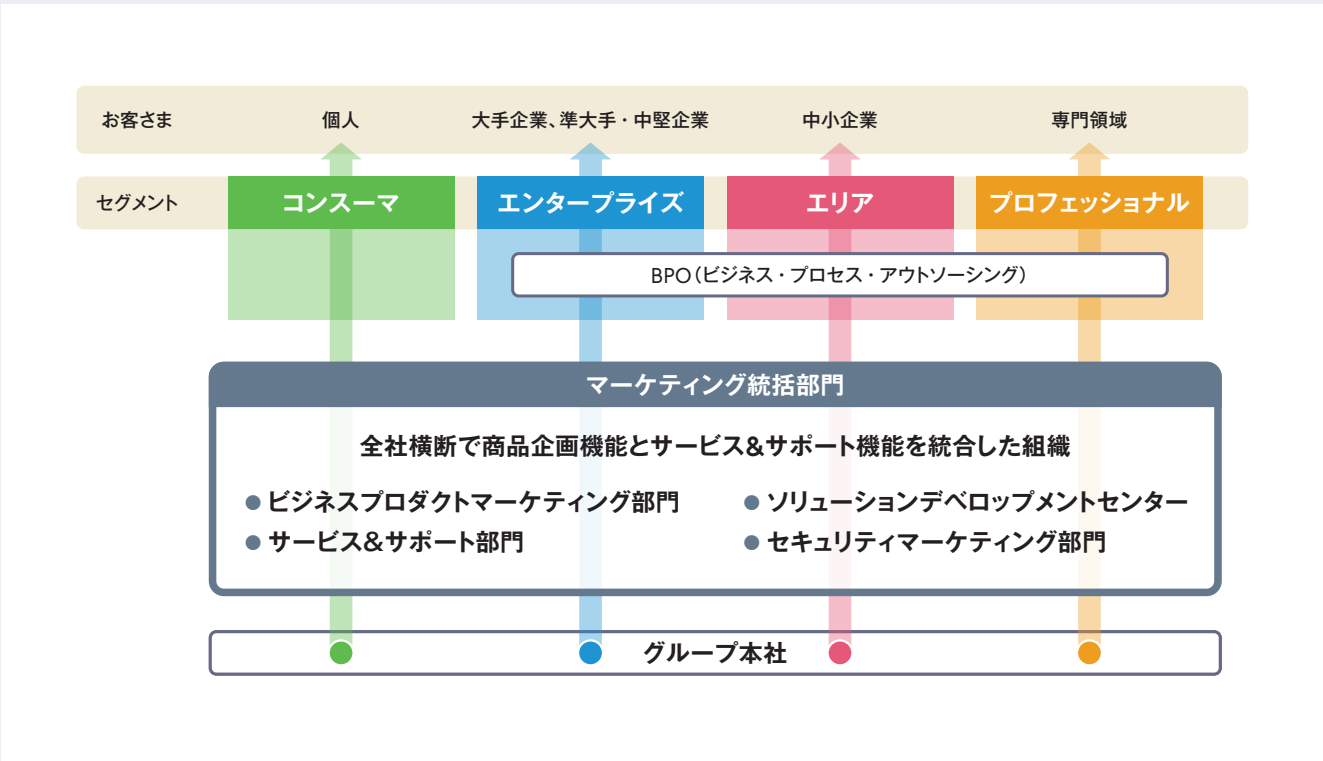
こうした取り組みを通してお客さまにご満足いただけるサービスを提供することで当社の持続的な売上・利益成長に貢献し、企業価値のさらなる向上を目指します。

マーケティング統括部門

お客さまから選ばれ続けるために、
最高のクオリティを最小のコストで提供し続ける

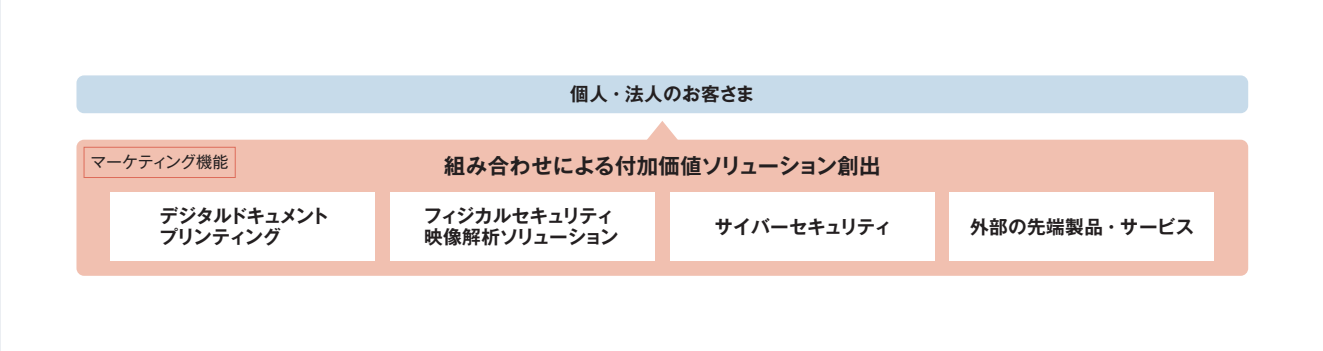
当社は、2018年に「製品・販売チャネル」に基づく体制から「市場・顧客」に基づく体制へと事業部門の組織を変更しました。その際、事業部門をより効率的に支えるために、全社横断で商品企画機能とサービス&サポート機能を統合した組織を配置しました。

その後、形を変え、現在は「ソリューションデベロップメントセンター」「ビジネスプロダクトマーケティング部門」「セキュリティマーケティング部門」「サービス&サポート部門」の4部門を中心に事業部門を支えています。



近年、技術が進化するスピードが増していることを含め、お客さまを取り巻く環境は大きく変化しており、お客さまはその変化に合わせて競争力を高めようとしています。そういったお客さまの変化を的確に捉え、急速かつ複雑に変化する市場を冷静に分析し、期待を超える価値を提供し続けることが私たちの役割です。

その実現に向け、私たちは新しい技術を取り入れ、競争優位性の高い製品群と多様なサービスを創出することが重要であると考えています。そして、それらのプロセスを全体最適に基づき効率的に運営することで、高い生産性を実現しています。



マーケティング統括部門

ビジネスプロダクトマーケティング部門

先進的なキヤノン製品、ソフトウェア、および保守・運用サービスの提供を通じて、シェアNo.1を獲得し続ける

お客さまにとって使いやすいキヤノン製品とソフトウェア、それらを快適にご利用いただくための保守・運用サービスを提供することで、ドキュメントにまつわる困りごとを解決し、お客さまの本業への注力を支援していくことが当部門の役割です。

その実現に向け、お客さまからいただく期待や要望などの“声”をキヤノン株式会社と共有し、そこから価値のある製品群の開発、保守・運用サービスの提供につなげています。また、社会の環境対応への要請から、持続可能な資源循環社会へ貢献するため、使用済み製品や消耗品・部品の回収、リユース、リサイクルなど資源循環フローを改善し続けるとともに、返品商品のNPO団体等への寄付活動にも取り組んでいます。お客さまから選ばれ続ける存在となるため、モノづくりからお客さまへの製品導入、保守・運用サービスまでバリューチェーンプロセス全体で、クオリティ向上とコストの最小化に取り組んでいます。

マーケティング統括部門
ビジネスプロダクト
マーケティング部門長

沢田 泰一



大判インクジェットプリンター「imagePROGRAF PRO-6600/4600/2600」
2024年「日経優秀製品・サービス賞」受賞

サービス&サポート部門

「安心・安全・快適」な保守・運用サービスを追求し、お客さまから選ばれ続ける

私たちは、キヤノンMJグループで取り扱う商品・サービスを「安心・安全・快適」にご利用いただくことを追求しています。

キヤノン製品の保守・運用サービスは、ネットワークを介して機器の稼働状況をリアルタイムに把握し、遠隔でのサポートと、エンジニアによる計画的な点検を実施することで、安定した稼働を実現しています。

また、ITソリューション分野は、お客さまからの要望が多岐にわたるため、取り扱う商品・サービスの安全性を確保する品質保証体制が重要です。

そのため、独自の品質マネジメントシステムを構築し、自社開発製品および、外部から仕入れる製品に関するルールや品質基準を定めています。品質基準に則って、法規制や製品安全の観点で評価し、基準を満たした製品を提供しています。

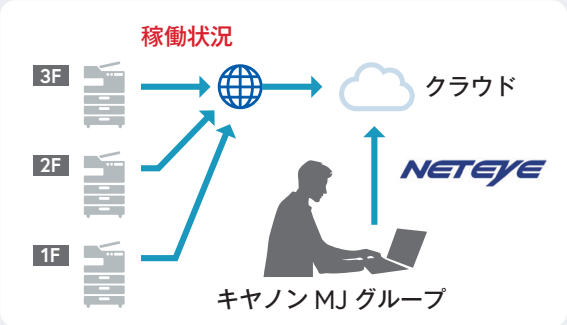
お客さまの声を聴き、保守・運用サービスを提供するプロセスを磨き続けることで、期待を超える価値を提供し、お客さまから選ばれ続けることを目指しています。

上席執行役員
マーケティング統括部門
サービス&サポート部門長

柏原 裕



オンラインサポートサービス



オフィスMFPに関する実績
一人当たりの担当台数 1.47倍（2019年比）

ソリューションデベロップメントセンター

当社とビジネスパートナー相互の強みを掛け合わせ、革新的なソリューションで社会課題の解決に挑み続ける

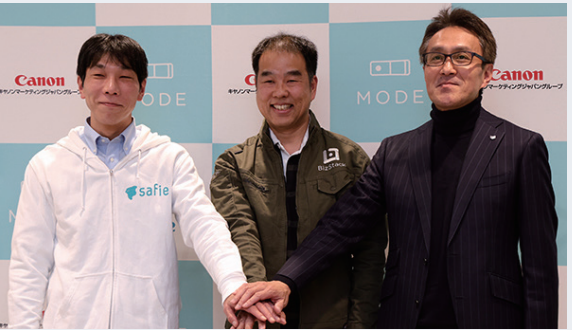
当社の強みである映像、デジタルドキュメント、セキュリティ領域におけるハードウェアとソフトウェアを含むアセットを活用し、既存事業の課題解決領域を広げて新たな提供価値を創出することが当部門の役割です。

その実現に向け、自社開発に加え、先端技術を有するスタートアップとの仲間づくりを推進しています。特に、事業戦略におけるポリシーやコミットメントレベルの相互理解に努め、当社の強みである顧客基盤の広さと多様な販売チャネルを通じて、期待を超える速さで成果につなげることが、アライアンスパートナーに対する当社の責務です。

映像領域では、2017年および2019年にセーフィー株式会社と提携し、その後も多様なパートナーと協業を重ね、2024年にはMODE, Inc. と資本業務提携を締結しました。これらの取り組みを通じ、“8掛け社会”に象徴される働き手不足や現場業務の最適化といった課題に対し、お客さまのワークフロー全体を支援する革新的なソリューションを提供します。

マーケティング統括部門
ソリューション
デベロップメントセンター長

寺久保 朝昭



2025年2月 MODE社およびセーフィー社との協業に関する記者発表会

セキュリティマーケティング部門

サイバーからフィジカルまで、“セキュリティならキヤノンMJグループ”を掲げ、お客さまの安心・安全を支え続ける

安心・安全を脅かすリスクがますます高まる社会に対して、創業以来培ってきた光学・撮像技術と最先端のサイバー技術を掛け合わせ、サイバーからフィジカル領域まで、トータルセキュリティソリューションでお客さまの安心・安全なビジネス環境を支え続けることが当部門の役割です。

サイバーセキュリティにおいては、日経コンピュータ顧客満足度調査の「セキュリティ対策製品部門」で12年連続第1位^{※1}の評価をいただいているESET^{※2}シリーズや、運用・監視サービスを付帯したMDRソリューションなど、多岐にわたるサイバーセキュリティサービスを提供します。

フィジカルセキュリティにおいては、キヤノングループが持つ多様な用途に対応したネットワークカメラ製品群やオンプレミス型・クラウド型の高品質な録画基盤により、監視、防犯、防災などさまざまな「見る・録る」ニーズに適したソリューションを提供します。

さらには、国内外の独自技術を有するスタートアップとのアライアンスを強化することで、革新的な映像解析ソリューションを開発・提供します。

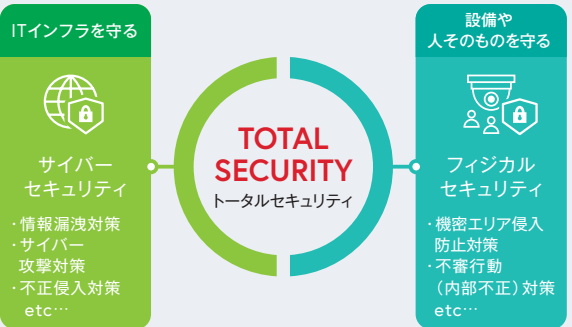
私たちは、革新性と安全性を兼ね備えたトータルセキュリティソリューションを通じて、持続可能なお客さまのビジネス環境を支えてまいります。

※1 2019年1月に、キヤノン/ITSよりキヤノンMJへITセキュリティ関連製品・サービスの企画・開発機能を移管しており、受賞履歴はキヤノンITS名義を含めています。

※2 ESETは、ESET, spol. s r.o.の登録商標です。

マーケティング統括部門
セキュリティ
マーケティング部門長

中田 龍二

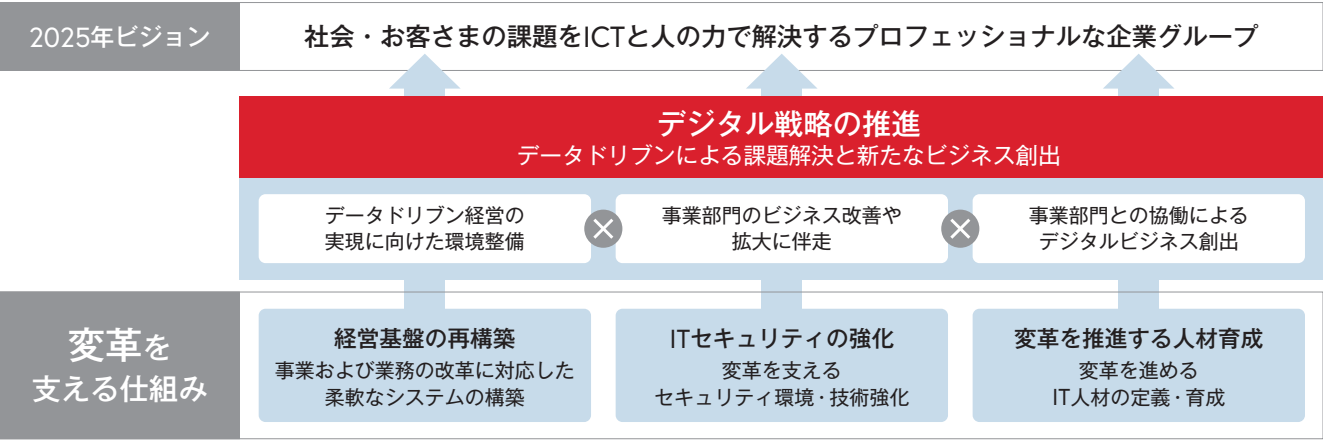


情報通信システム本部（DX戦略）

事業・本社部門の変革・価値創造を加速させ、そこで得た知見により
お客さまのデジタル変革に貢献する

常務執行役員 グループ情報通信システム、
ビジネスプロセス刷新プロジェクト担当 情報通信システム本部長 笹部 幸博

2025年ビジョンである「社会・お客さまの課題をICTと人の力で解決するプロフェッショナルな企業グループ」を目指し、私たちは自らがデジタルによる変革を進め、そこで得た技術やノウハウをもとに新しいビジネス、サービスの創造を加速させ、お客さまのデジタル変革に貢献していきます。



デジタル戦略の推進

デジタル技術の急速な進展と変化の著しい事業環境において、お客さまに高い価値を提供し続けるためには、自らの変革が不可欠であると考えます。そのため、私たちはお客さまとの接点や事業モデルごとに、デジタル技術を活用したビジネス変革を進めており、特にデータ活用による意思決定の迅速化、個々のお客さまのニーズに応じたサービス提供を進めています。

2024年には、個人向け・法人向けポータルサイトを新たに構築し、お客さまの属性や関心事に応じた最適情報を提供するなど、お客さま体験の価値向上を実現しました。また、コールセンター業務に生成AIを適用し、問い合わせ処理時間をひと月当たり約600時間削減するなど、業務の効率化および品質向上を実現しました。

変革を支える仕組み

ITサービス事業拡大や既存事業の生産性向上を実現するために、業務プロセスの標準化・シンプル化と基幹システム刷新を始動し、「経営基盤の再構築」を進めています。2024年はデータ活用・分析環境を構築するとともに、2029年の基幹システム刷新完了に向けて、販売物流領域の刷新に着手しました。

2025年には、当社内のマーケティング・営業プロセス変革を支える新たなCRM^{※1}・SFA^{※2}を構築し、顧客生涯価値の最大化と営業力の底上げを図っていきます。これらを含め、さまざまなビジネス活動から得られる膨大なデータを活用することで現在・将来のビジネス状態を可視化し、データドリブン経営をさらに加速させます。

各取り組みで培ったデータ活用やデジタルマーケティングのノウハウを生かし、お客さまへの新たなサービス提供につなげていきます。

※1 Customer Relationship Managementの略：顧客関係管理システム
※2 Sales Force Automationの略：営業支援システム

また、「人材育成」において、2024年は本社におけるデジタルリテラシーのさらなる底上げを図る活動を推進し、高度ITS人材認定制度を人事部門と連携し設計しました。2025年よりこの制度を活用して専門スキルの強化を図っていきます。

法務・知的財産本部（知的財産戦略）

時代の変化を先読みした知的財産活動により、
他社にはない技術の強みを獲得・活用し、
キヤノン MJ グループの持続的な成長を支える

法務・知的財産本部長 内尾 裕一



私たちは、ITソリューション事業の成長のため、企画・設計・開発段階から、キヤノン MJグループの優位性のある技術を特許により保護するとともに、第三者権利調査（クリアランス）を実施し、お客さまへ付加価値と安心を提供しています。また、新規事業の創出およびM&A・出資に貢献する活動を通じて、10年先を見据えた事業領域の拡大に貢献していきます。

ITソリューション事業の成長を支援する知財戦略

独自の技術力を生かした

ITソリューション事業に磨きをかける特許群

「2022-2025 中期経営計画」の基本方針である「利益を伴ったITS事業拡大」の実現に向け、独自の技術力を生かしたITソリューション事業に磨きをかける取り組みとして、製品実装技術の積極的な特許出願とともに、持続的な成長に資する将来技術も多数出願しています。特に新たにリリースする製品やサービスについては、開発部門から提案された実装機能の特許出願に加え、製品企画部門とも連携してお客さまの真の課題を解決する仕組みについても特許出願することで、製品やサービスの提供価値を高め、競争優位性を確保することにつなげています。また、AI関連技術についても出願を強化しており、事業環境の変化に対応した特許ポートフォリオへの変革を進めています。2024年末時点で保有している特許件数は1,000件を超えており、当社とITS売上が同規模のITサービ

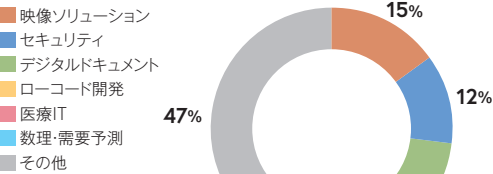
ス企業の中でも多く、私たちが、長年、知財リテラシーを有する多くの人材を育成し、研究開発にも力を入れてきた成果でもあります。

知財ミックスによる差別化戦略

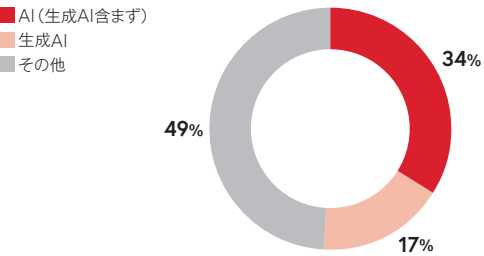
特許に限らず、複数の知財権で多面的に保護することで、自社製品・サービスの価値を高めています。名称やデザイン・ブランドも重要な知的財産と認識しており、製品の顔となる名称については、事業部門と知的財産部門とブランド部門が連携し、最適な名称を考え、商標権の取得を進めています。また、UX（ユーザエクスペリエンス）向上に資するデザインについては意匠登録出願も行うことで、特許・意匠・商標それぞれの観点から自社の知的財産を保護し、差別化戦略を実行しています。

これらの活動によりITソリューション事業の成長を知財面から支えています。

特許ポートフォリオ（2024年12月31日時点）



2024年新規出願におけるAI関連の出願割合



新規事業創出およびM&A・出資に貢献する知財戦略

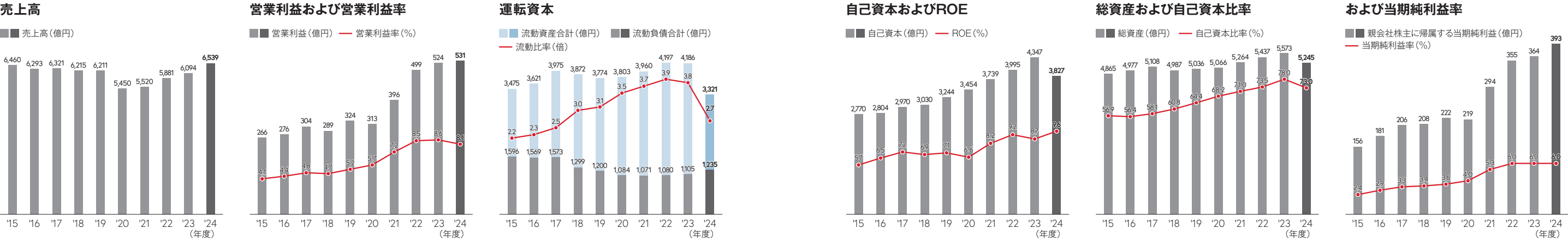
私たちは、新規事業創出およびM&A・出資への貢献を目的として、先進技術領域のマップ化と高成長が望める領域の抽出、知財視点を生かした投資先／協業先候補の抽出等、キヤノン MJグループの持続的な成長を支える活動を行っています。また、R&Bの専門組織が取り組むスタートアップへの出資や新規事

業創出を支援するため、対象となるスタートアップの技術力・競争力を知財視点で調査したレポートを作成する活動を行っています。さらに、協業を進めるスタートアップ等に対する知財支援を行う体制も整備しています。

10年間要約財務情報

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
会計年度： （単位：百万円）										
売上高	646,002	629,313	632,189	621,591	621,134	545,060	552,085	588,132	609,473	653,919
営業利益	26,647	27,676	30,406	28,941	32,439	31,317	39,699	49,947	52,495	53,123
税金等調整前当期純利益	27,497	28,903	30,918	30,708	33,302	33,463	43,094	51,523	53,057	57,148
親会社株主に帰属する当期純利益	15,670	18,161	20,679	20,826	22,250	21,997	29,420	35,552	36,493	39,315
会計年度末： （単位：百万円）										
純資産	277,438	280,919	297,522	303,570	325,092	346,114	374,676	400,372	435,509	383,701
総資産	486,502	497,727	510,832	498,790	503,698	506,604	526,418	543,740	557,366	524,591
キャッシュ・フロー： （単位：百万円）										
営業活動によるキャッシュ・フロー	29,730	33,306	28,885	16,990	22,052	38,490	32,756	37,725	28,182	47,667
投資活動によるキャッシュ・フロー	△44,536	△19,460	7,963	△10,526	△94,584	△26,174	△15,894	△10,107	△10,011	75,735
財務活動によるキャッシュ・フロー	△6,224	△6,086	△7,145	△7,838	△8,557	△6,587	△9,160	△11,259	△13,260	△102,675
現金及び現金同等物の期末残高	99,573	107,285	136,979	135,571	54,493	60,131	68,028	84,632	89,690	110,726
1株当たり情報： （単位：円）										
純資産	2,136.22	2,162.96	2,290.70	2,336.97	2,502.39	2,664.20	2,883.74	3,081.07	3,352.30	3,514.60
当期純利益 ^{※1}	120.84	140.06	159.48	160.61	171.60	169.65	226.88	274.16	281.41	319.79
配当金 ^{※2}	45.00	50.00	60.00	60.00	60.00	60.00	75.00	90.00	120.00	140.00

記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。
^{※1} 1株当たり当期純利益の算出に際し、各会計年度の期中平均株式数を使用しています。
^{※2} 1株当たり配当金は、会計年度終了後に支払われる配当金も含めた、各年度に係る配当金です。



本ページのグラフの記載金額は、億円未満を切り捨てて表示しています。

連結財務諸表

連結貸借対照表

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (2023年12月31日)	当連結会計年度 (2024年12月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	88,190	109,226
受取手形、売掛金及び契約資産	111,649	119,016
有価証券	1,500	1,500
商品及び製品	39,149	41,423
仕掛品	196	444
原材料及び貯蔵品	479	459
短期貸付金	170,005	50,010
その他	7,482	10,132
貸倒引当金	△42	△28
流動資産合計	418,611	332,185
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物（純額）	47,714	45,801
機械装置及び運搬具（純額）	60	58
工具、器具及び備品（純額）	3,029	4,411
レンタル資産（純額）	5,585	6,980
土地	28,359	28,359
リース資産（純額）	3	1
建設仮勘定	271	2,488
有形固定資産合計	85,024	88,101
無形固定資産		
ソフトウェア	5,600	7,709
のれん	4,868	22,637
顧客関連資産	3,408	18,384
施設利用権	302	300
その他	1	1
無形固定資産合計	14,181	49,033
投資その他の資産		
投資有価証券	16,314	17,771
長期貸付金	10	—
退職給付に係る資産	10,987	29,842
繰延税金資産	5,916	478
差入保証金	2,559	3,003
その他	3,962	4,374
貸倒引当金	△201	△199
投資その他の資産合計	39,548	55,271
固定資産合計	138,755	192,406
資産合計	557,366	524,591

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (2023年12月31日)	当連結会計年度 (2024年12月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	45,552	50,124
短期借入金	—	1,100
1年内返済予定の長期借入金	—	209
リース債務	99	160
未払費用	16,585	17,029
未払法人税等	8,233	12,126
未払消費税等	6,712	6,914
賞与引当金	3,222	3,816
役員賞与引当金	107	128
製品保証引当金	269	224
受注損失引当金	51	64
その他	29,755	31,640
流動負債合計	110,590	123,539
固定負債		
長期借入金	—	1,699
リース債務	206	335
永年勤続慰労引当金	723	796
退職給付に係る負債	7,760	7,409
繰延税金負債	178	4,699
その他	2,397	2,410
固定負債合計	11,266	17,350
負債合計	121,856	140,889
純資産の部		
株主資本		
資本金	73,303	73,303
資本剰余金	82,727	82,710
利益剰余金	256,880	200,928
自己株式	△2,092	△9,303
株主資本合計	410,817	347,637
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	6,860	6,954
繰延ヘッジ損益	87	86
為替換算調整勘定	345	508
退職給付に係る調整累計額	16,610	27,578
その他の包括利益累計額合計	23,903	35,128
新株予約権	58	86
非支配株主持分	729	849
純資産合計	435,509	383,701
負債純資産合計	557,366	524,591

連結財務諸表

連結損益計算書

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (自 2023年1月1日 至 2023年12月31日)	当連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)
売上高	609,473	653,919
売上原価	404,980	443,072
売上総利益	204,492	210,847
販売費及び一般管理費	151,997	157,723
営業利益	52,495	53,123
営業外収益		
受取利息	383	374
受取配当金	237	402
受取保険金	457	455
為替差益	—	200
投資事業組合運用益	—	105
その他	213	229
営業外収益合計	1,291	1,768
営業外費用		
支払利息	11	75
投資事業組合管理費用	—	188
自己株式取得費用	—	53
投資事業組合運用損	31	—
為替差損	6	—
その他	152	179
営業外費用合計	201	497
経常利益	53,585	54,393
特別利益		
固定資産売却益	3	2
関係会社株式売却益	—	2,876
投資有価証券売却益	113	22
その他	—	9
特別利益合計	117	2,910
特別損失		
固定資産除売却損	479	156
関係会社株式売却損	159	—
投資有価証券売却損	2	—
その他	3	0
特別損失合計	645	156
税金等調整前当期純利益	53,057	57,148
法人税、住民税及び事業税	15,493	17,452
法人税等調整額	980	292
法人税等合計	16,473	17,744
当期純利益	36,583	39,403
非支配株主に帰属する当期純利益	90	88
親会社株主に帰属する当期純利益	36,493	39,315

連結包括利益計算書

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (自 2023年1月1日 至 2023年12月31日)	当連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)
当期純利益	36,583	39,403
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	1,659	94
繰延ヘッジ損益	101	△0
為替換算調整勘定	65	191
退職給付に係る調整額	9,942	10,968
その他の包括利益合計	11,769	11,253
包括利益	48,352	50,656
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	48,246	50,540
非支配株主に係る包括利益	106	116

連結財務諸表

連結キャッシュ・フロー計算書

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (自 2023年1月1日 至 2023年12月31日)	当連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	53,057	57,148
減価償却費	9,738	10,454
のれん償却額	198	1,518
顧客関連資産償却額	303	1,243
貸倒引当金の増減額（△は減少）	△7	△16
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	△13,347	△2,352
退職給付に係る資産の増減額（△は増加）	10,386	△1,029
退職給付信託の設定額	△18,000	—
賞与引当金の増減額（△は減少）	△298	627
受取利息及び受取配当金	△621	△776
支払利息	11	75
有形固定資産除売却損益（△は益）	151	139
投資有価証券売却損益（△は益）	△111	△22
関係会社株式売却損益（△は益）	159	△2,876
投資事業組合運用損益（△は益）	31	△105
投資事業組合管理費用	—	188
売上債権の増減額（△は増加）	△61	△5,696
棚卸資産の増減額（△は増加）	△691	△1,735
仕入債務の増減額（△は減少）	△2,503	4,075
その他	3,992	△241
小計	42,389	60,618
利息及び配当金の受取額	614	789
利息の支払額	△11	△75
法人税等の支払額	△14,809	△13,665
営業活動によるキャッシュ・フロー	28,182	47,667
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△8,343	△9,403
有形固定資産の売却による収入	19	10
無形固定資産の取得による支出	△1,960	△2,845
投資有価証券の取得による支出	△743	△1,414
投資有価証券の売却による収入	244	88
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△7,618	△32,667
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	—	3,231
短期貸付金の純増減額（△は増加）	10,012	120,005
事業譲受による支出	△750	—
その他	△872	△1,270
投資活動によるキャッシュ・フロー	△10,011	75,735

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 (自 2023年1月1日 至 2023年12月31日)	当連結会計年度 (自 2024年1月1日 至 2024年12月31日)
財務活動によるキャッシュ・フロー		
ファイナンス・リース債務の返済による支出	△12	△1
長期借入金の返済による支出	—	△157
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	△260	—
自己株式の取得による支出	△5	△85,648
配当金の支払額	△12,961	△16,851
非支配株主への配当金の支払額	△22	△25
非支配株主からの払込みによる収入	—	10
その他	—	0
財務活動によるキャッシュ・フロー	△13,260	△102,675
現金及び現金同等物に係る換算差額	147	307
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	5,058	21,035
現金及び現金同等物の期首残高	84,632	89,690
現金及び現金同等物の期末残高	89,690	110,726

ESGデータ（2024年12月31日時点）

環境 ^{※1} （グループ）	2020	2021	2022	2023	2024
GHG排出量（スコープ1、スコープ2）（単位：t-CO ₂ ）					
スコープ1 ^{※2}	5,765	5,800	6,017	5,665	5,451
スコープ2 ^{※3} 【マーケット基準】	45,733	51,952	24,502	11,915	20,588
スコープ2 ^{※3} 【ロケーション基準】	—	—	—	32,847	33,909
GHG排出量（スコープ3）（単位：t-CO ₂ ） ^{※4}					
Cat.1 購入した製品・サービス ^{※5}	284,892	632,093	539,325	501,574	508,715
Cat.2 資本財 ^{※6}	41,807	38,966	27,314	17,799	15,833
Cat.3 スコープ1、2に含まれない燃料／エネルギー活動 ^{※7}	9,061	11,349	7,110	7,509	7,551
Cat.4 輸送、配送（上流） ^{※8}	3,785	4,944	6,095	7,685	6,053
Cat.5 事業から出る廃棄物 ^{※9}	93	975	1,613	1,631	2,603
Cat.6 出張 ^{※10}	6,119	2,476	7,513	9,075	11,544
Cat.7 雇用者の通勤 ^{※11}	7,445	8,712	7,132	6,284	7,178
Cat.8 リース資産（上流） ^{※12}	0	0	0	0	0
Cat.9 輸送、配送（下流） ^{※13}	967	1,450	3,338	2,814	2,300
Cat.10 販売した製品の加工	0	0	0	0	0
Cat.11 販売した製品の使用 ^{※14}	83,331	87,844	106,210	95,443	102,515
Cat.12 販売した製品の廃棄 ^{※15}	16,269	21,059	22,605	22,424	26,136
Cat.13 リース資産（下流） ^{※16}	518	366	26,838	37,270	41,665
Cat.14 フランチャイズ	0	0	0	0	0
Cat.15 投資	0	0	0	0	0
合計	454,287	810,234	755,093	709,509	732,093
対象ビルの取水量・排水量（単位：m ³ ） ^{※17}					
取水量					
上水道	115,863	124,891	125,183	118,247	117,917
再生水	13,999	9,596	10,543	11,704	13,281
地下水	22,001	19,750	18,486	18,652	18,894
合計	151,863	154,237	154,212	148,603	150,092
排水量					
下水	82,508	75,480	77,364	79,015	80,524
合計	82,508	75,480	77,364	79,015	80,524
廃棄物排出量（単位：t）					
総排出量	15,670	14,075	14,879	16,375	15,849

ESGデータ注記

※1 対象範囲は、国内外連結子会社を含む18社を対象。(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/クオリサイトテクノロジーズ/Canon Software America, Inc./Canon IT Solutions(Thailand) Co., Ltd./Material Automation (Thailand) Co., Ltd./T C S/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ITSメディカル/キヤノンビズアテンダ/キヤノンビジネスサポート/キュービーファイブ/プリマジェスト/dcWORKS/リープ/キヤノンカスタマーサポート/キヤノンマーケティングジャパン未来投資事業有限責任組合)

※2 スコープ1：直接排出(都市ガス、LPG、軽油、灯油、ガソリン、非エネルギー系温室効果ガスなど)。2022年以降の実績に、国内連結子会社(TCS/キュービーファイブ/プリマジェスト/dcWORKS/リープ)、ならびに海外連結子会社におけるスコープ1を追加計上。

※3 スコープ2：間接排出(電気・蒸気など)。2023年からロケーション基準の算定を開始。省エネ法および温対法で定めるデータセンターのエネルギー使用量の報告対象と範囲に基づき2024年より算定方法を変更。ハウジングサービス(ラック貸しを除く)のテナント事業者の電力消費量を除いた消費量をスコープ2に計上し、ハウジングサービスのテナント事業者の電力消費量をスコープ3 Cat.13に計上することとした。2022年以降の実績は変更後の結果を記載。以前の算定方法による結果はホームページに掲載。https://corporate.jp.canon/sustainability/esgdata

※4 小数点以下を四捨五入して表示しているため、単純な合計値と「合計」の値が異なる場合がある。Cat.1、Cat.2、Cat.3、Cat.13は算定方法を変更。2022年以降の実績は変更後の結果を記載。以前の算定方法による結果はホームページに掲載。https://corporate.jp.canon/sustainability/esgdata

※5 主な製品のCFPデータ等に製品台数を乗じた値を基に、仕入高当たりの排出原単位に仕入高を乗じて算出。2024年より、CFPデータがない製品については主要サプライヤーのGHGデータを元に算出。

※5,※6 2024年より仕入れ商品から振り替えた固定資産に関する取り扱いを変更し、これまでCat.1から除外していた該当分について、Cat.2から除外するよう、算定方法を変更。2022年以降の実績は、変更後の結果を記載。

※6 グループ資本財取得価格に産業連関表原単位を乗じて算出。

※7 グループの燃料・エネルギー使用量に、燃料調達時(資源採取、生産および輸送)の原単位を乗じて算出。※3に記載の通りスコープ2の算定方法変更に伴い、2022年以降の実績は変更後の結果を記載。

※8 顧客への配送は燃費法で算出。倉庫間配送はトンキロ法で算出。

※9 グループ廃棄物総量から、過去に「Cat.12 販売した製品の廃棄」に計上した使用済みキヤノン製品重量を除いた重量に、廃棄物種類・処理方法別排出原単位を乗じて算出。

※10 出張にかかる交通手段別支給総額に交通手段別排出原単位を乗じて算出。

※11 通勤にかかる交通手段別支給総額に交通手段別排出原単位を乗じて算出。マイカー通勤は、総走行距離を燃料使用量に換算後、燃料燃焼原単位を乗じて算出。

※12 賃借している建物・車両はいずれもスコープ1、スコープ2に含む。

※13 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。保管は年間平均在庫量からエネルギー原単位を乗じて算出。保管は年間平均在庫量からエネルギー原単位を乗じて算出。

※14 主な製品の生涯電力量を求め、電気事業低炭素社会協議会公表のCO₂排出係数を乗じて算出。

※15 主な製品のCFPデータ等に製品台数を乗じて算出。CFPデータがない製品は売上比率を乗じて算出。

※16 賃貸した製品機種の年間電力量を求め、電気事業低炭素社会協議会公表のCO₂排出係数を乗じて算出。2022年から、データセンターのハウジングサービスのテナント事業者の電力消費量を計上。※3に記載の通り2022年以降の実績は変更後の結果を記載。

※17 対象ビルの取水量・排水量の集計範囲は、キヤノンマーケティングジャパン(本社、港南事業所、幕張事業所、青森事業所、熊本事業所)、キヤノンITソリューションズ(西東京事業所)、キヤノンカスタマーサポート(秋田事業所)。()内は男性の取得者数。海外現地法人を除く。

※18 ()内は、男性の取得率。海外現地法人を除く。

※20 ()内は、男性の復職率。

※21 2020-2022年は単体、2023-2024年はグループの各年12月1日時点。

※22 障がい者雇用率制度に則り、短時間労働者は原則1人を0.5人として算出。

※23 取締役および監査役の平均。各年12月31日時点。

社会（グループ）	2020	2021	2022	2023	2024
従業員構成（単位：人）					
男性	13,385	13,007	12,682	12,666	13,015
女性	3,159	3,213	3,291	3,423	5,380
合計	16,544	16,220	15,973	16,089	18,395
女性従業員比率（単位：％）	19.1	19.8	20.6	21.3	29.2
管理職構成（単位：人）					
男性	2,898	2,785	2,683	2,668	2,866
女性	106	108	117	156	199
合計	3,004	2,893	2,800	2,824	3,065
女性管理職比率（単位：％）	3.5	3.7	4.2	5.5	6.5
有給休暇取得率（単位：％）	64.5	63.6	73.5	66.9	68.7
育児・介護休業取得者（単位：人） ^{※18}					
育児休業合計	143(26)	136(43)	145(62)	175(89)	185(98)
介護休業合計	9(5)	3(3)	5(3)	1(0)	6(4)
育児休業取得率（単位：％） ^{※19}	—	—	49.5(28.7)	66.3(46.4)	68.0(52.4)
育児・介護休業取得者の復職率（単位：％） ^{※20}					
育児	95.6(100)	95.8(100)	96.1(100)	93.3(97.4)	95.0(100)
介護	100(100)	100(100)	100(100)	100(-)	100(100)
定年退職者数／再雇用従事者数（単位：人）					
定年退職	304	469	478	475	517
再雇用	192	239	286	283	299
平均年齢（単位：歳）	44.8	45.5	45.7	45.8	45.8
平均勤続年数（単位：年）	19.6	19.5	20.0	19.6	19.0
障がい者雇用 ^{※21}					
雇用者数（単位：人） ^{※22}	142.0	145.5	141.5	380.0	431.5
雇用率（単位：％）	2.20	2.35	2.39	2.35	2.46

ガバナンス（単体）	2020	2021	2022	2023	2024
取締役数（単位：名）					
社内男性	4	4	4	4	4
社内女性	0	0	0	0	0
社内合計	4	4	4	4	4
社外男性	2	2	3	2	2
社外女性	0	0	0	1	1
社外合計	2	2	3	3	3
総計	6	6	7	7	7
監査役数（単位：名）					
社内男性	2	2	2	2	2
社内女性	0	0	0	0	0
社内合計	2	2	2	2	2
社外男性	3	3	3	3	3
社外女性	0	0	0	0	0
社外合計	3	3	3	3	3
総計	5	5	5	5	5
役員の平均年齢（単位：歳） ^{※23}	62.3	62.6	63.3	63.7	64.3
取締役会・監査役会開催回数（単位：回）					
取締役会開催回数	18	16	13	13	14
監査役会開催回数	17	17	17	16	16
執行役員数（単位：名）	23	23	23	20	21

会社概要／投資家情報

キヤノンマーケティングジャパングループ（2025年3月31日現在）



セグメント	会社名
エンタープライズ	キヤノンITソリューションズ株式会社、 クオリサイトテクノロジーズ株式会社、Canon Software America, Inc.、 Canon IT Solutions (Thailand) Co., Ltd.、 Material Automation (Thailand) Co., Ltd.、T C S株式会社 株式会社プリマジェスト、株式会社dcWORKS、株式会社リープ
エリア	キヤノンシステムアンドサポート株式会社
プロダクションプリンティング	キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ株式会社
プロフェッショナル ヘルスケア	キヤノンITSメディカル株式会社
BPO	キヤノンビズアテンダ株式会社、キヤノンビジネスサポート株式会社、 株式会社キュービーファイブ
サービス&サポート	キヤノンカスタマーサポート株式会社
グループ本社	キヤノンマーケティングジャパン未来投資事業有限責任組合

※ 連結子会社は17社
※ 2025年7月1日付で、キヤノンITソリューションズ株式会社がT C S株式会社を吸収合併予定

第三者評価／受賞歴／指数への組み入れ

当社は、2004年より21年連続で「FTSE4Good Index Series」に、2017年より8年連続で「FTSE Blossom Japan Index」に選定されています。また、2012年より13年連続で「SOMPOサステナビリティ・インデックス」に、2018年より7年連続でMSCI社が開発したESG総合型指数「MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ指数」に選定されるなど、数々の指数に組み入れられています。



「JPX日経インデックス400」の構成銘柄に選定

当社は、「JPX日経インデックス400 (JPX-Nikkei Index 400)」の構成銘柄に選定されました。2023年より2年連続の選定となります。

日本取引所グループおよび株式会社日本経済新聞社が共同で算出する「JPX日経インデックス400」は、資本の効率的活用や投資者を意識した経営観点など、グローバルな投資基準に求められる諸要件を満たした、「投資者にとって投資魅力の高い会社」で構成され、日本企業の魅力を内外にアピールするとともに、その持続的な企業価値向上を促し、株式市場の活性化を図ることを目的として開発された株価指数です。



「日経コンピュータ 顧客満足度調査 2024-2025」セキュリティ対策製品部門で12年連続1位を獲得

当社は、「日経コンピュータ 顧客満足度調査 2024-2025」のセキュリティ対策製品部門において1位を獲得しました。同部門が開始された2013年から12年連続の1位獲得となります。

日経BPが企画・実施する「日経コンピュータ 顧客満足度調査」は、企業向けIT関連製品やサービス全20部門におけるITベンダーに関する満足度を、製品・サービス導入の責任者が評価する調査です。



日本IT団体連盟「サイバーインデックス企業調査2024」で最高位の二つ星を獲得

当社は、サイバーセキュリティに関して「特に優れた取り組み姿勢および情報開示を継続的に確認できた企業」13社のうちの1社として、最高位である二つ星を獲得し、2022年より3年連続の認定となります。

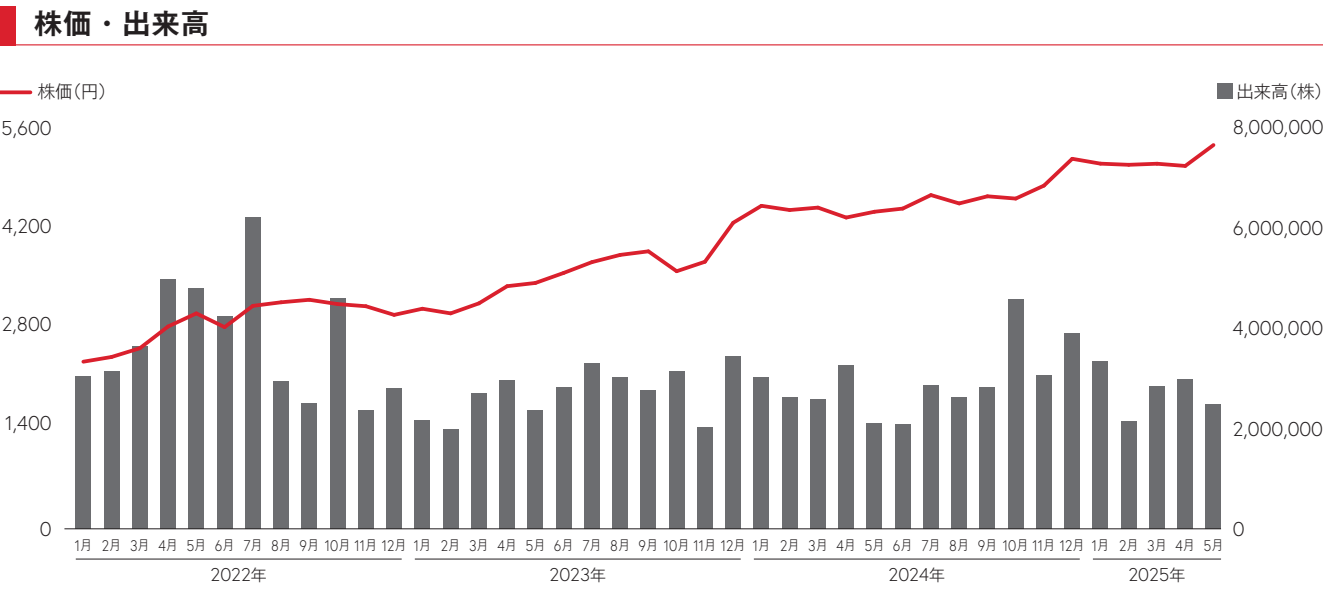
日本IT団体連盟が実施する「サイバーインデックス企業調査2024」は、民間企業のサイバーセキュリティ対策の情報開示の促進を目的とし、日経500種平均株価構成銘柄の企業を対象にサイバーセキュリティへの取り組み姿勢に関する調査です。



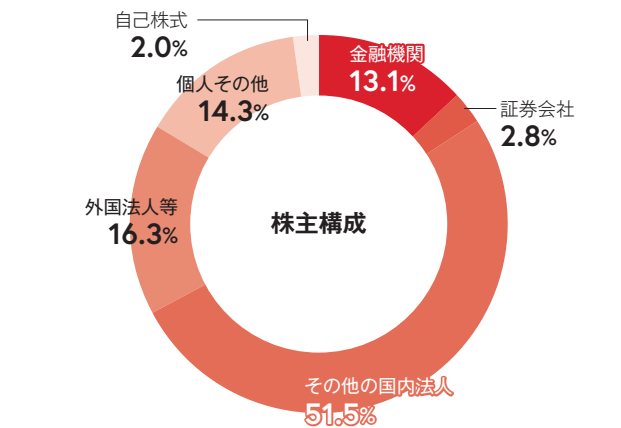
企業情報（2024年12月31日現在）			
商号	キャノンマーケティングジャパン株式会社	事業内容	キャノン製品および関連ソリューションの国内マーケティング
設立	1968年2月1日	従業員数	連結 18,395名 単独 4,510名
資本金	73,303百万円	主な事業所	本社、港南事業所、幕張事業所 支店(札幌、仙台、名古屋、大阪、広島、福岡)
本社	〒108-8011 東京都港区港南2-16-6	上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場 証券コード：8060
CANON STOWER			

大株主（2024年12月31日現在）		
株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
キャノン株式会社	55,708	51.2
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	7,313	6.7
キャノンマーケティングジャングループ社員持株会	5,176	4.8
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	3,636	3.3
ステート ストリート バンク アンド トラストカンパニー 505001	1,680	1.5
SMBC日興証券株式会社	1,307	1.2
キャノンマーケティングジャパン取引先持株会	1,269	1.2
株式会社みずほ銀行	1,001	0.9
ザ バンク オブ ニューヨーク トリーティー ジャスデツク アカウント	940	0.9
CEPLUX- THE INDEPENDENT UCITS PLATFORM 2	800	0.7

(注) 持株比率は、発行済株式総数から自己株式数(2,172,516株)を控除して算出しております。



株式の状況（2024年12月31日現在）	
発行可能株式総数	299,500,000株
発行済株式総数	111,079,972株
株主数	11,002名



キャノンマーケティングジャパン Webサイトのご案内

当社は、株主の皆さまとのコミュニケーションをより一層深めていくために、業績などの財務情報や経営計画、サステナビリティ関連情報をWebサイトに掲載しています。主な掲載項目は以下の通りです。

● 投資家向け情報サイト
<https://corporate.jp.canon/ir>



- 経営方針
- 財務データ
- IR資料
- 株式情報
- 個人投資家の皆さまへ

● サステナビリティサイト
<https://corporate.jp.canon/sustainability>



- 環境・社会・ガバナンスの取り組み
- サステナビリティ経営の考え方と体制
- 価値創造プロセス
- キャノンMJグループのマテリアリティ

本書の写真撮影を担当いただいた
写真家 鵜川 真由子さまからのコメント

仕事やプライベート、パーソナルワークでの撮影までさまざまなシーンで心強い相棒となっているキャノンのカメラ。プロとして独立してからこれまでずっと、私にとってはなくてはならない存在です。お世話になっているキャノンMJさまの中核を担う方々のポートレート撮影を担当することができ、とても光栄に思います。



鵜川 真由子

株式会社松濤スタジオを退社後、アシスタントを経て独立。広告や雑誌などでポートレート撮影を中心に活動するかたわら作品制作を続けている。またアパレルメーカーとのコラボ展の企画など、写真を通じて幅広く表現活動を行っている。
HP:<https://www.m-ukawa.com/>

統合報告書2024 編集後記

統合報告書2024をお読みいただき、ありがとうございます。本統合報告書の作成にあたっては、株主・投資家をはじめとするさまざまなステークホルダーの皆さまと対話を行い、いただいたご意見・ご感想を踏まえ、当社の事業や成長ストーリーについて、よりご理解いただけるよう内容の充実を図りました。当社グループとして、6回目の発行となる本報告書では、「課題解決力の源泉と次なる成長への布石」をテーマに、キャノンMJグループの強みである「人」と「技術」の力、強固な「顧客基盤」を生かし、社会課題解決の幅を広げ成長していくことについてご理解いただけるよう努めました。

本報告書がステークホルダーの皆さまにとって、当社グループへの理解を深めていただく一助となりましたら幸いです。私たちは、これからもステークホルダーの皆さまとの対話の機会を大切にしていきたいと考えていますので、ぜひ忌憚のないご意見やご感想を賜りますようお願いいたします。

企画本部 副本部長 来海 克広



統合報告書2024
編集メンバー