

パーバスへの想い



想いと技術をつなぎ、
想像を超える未来を切り拓く

パーバス実現への想い

キヤノンMJグループの各セグメントのビジネスユニット長、
キヤノンITソリューションズ株式会社代表取締役社長、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それぞれの
パーバス実現への想いをご紹介します。



私達が、楽しく豊かに未来を想像
すれば、技術が追いつき実現する。

日々の生活においても10年前、5年前に想像していなかつたことがたくさんあります。スマートフォンの普及でキャッシュレス決済が浸透し、自宅の家電と連携したり、玄関の鍵も兼ねたりします。ロボットが人間に代わり床を掃除し、ファミリーレストランで注文した品を運ぶなど数

えなければなりません。予測やさまざまな最適解もAIが導き出すことになり、情報もSNSの普及により瞬間的なスピードで世界中に広がります。「こうなったら便利になる」という想像力を持ち、社内で発信することができれば、当社グループのパーバスは実現すると思います。

コンシューマビジネスユニット長 三上 公一

お客さまと新たな価値創造をするために 「真のパートナー」であり続けたい。

エンタープライズセグメントでは、お客さまが持つさまざまな想い（課題）に対し、キヤノン製品や多様な技術（ソリューション・ノウハウ）をつなげることで、お客さまの期待に応えてきました。そこにはお客さまが困ったときに真っ先に相談される「真のパートナー」でありたいという私たちの想いもありました。

お客さまの期待の先を行く、お客さまさえも気づかなかつた新たな価値をともに創造できる「真のパートナー」であり続けることがパーバスにある「想像を超える未来を切り拓く」ことであると捉えております。このことを一人ひとりが具体的に自分の中に落とし込んで、挑戦を続けていく組織でありたいと考えております。



エンタープライズビジネスユニット長 松本 裕之

お客さまとともに社会課題を解決し 希望や喜びを持てる未来を拓く

キヤノンITSは、2025年までのあるべき姿として、「先進ICTと元気な社員で未来を拓く“共想共創カンパニー”」をキーメッセージとした長期ビジョン「VISION2025」を掲げています。より技術を磨き、より社員を元気にしてお客さまや社会の未来を拓いていきたい、お客さまとともに考え、ともにビジネスを創り出せるような会社であり続けたいという想いを込めています。

このビジョンとさらにその先の未来まで見据えたキヤノンMJグループのパーバスを、社員一人ひとりが自分事として捉え、私たちの強みである新たな価値創出を支える技術をもとに、お客さまとともに社会課題の解決に貢献し、希望や喜びを持てる未来の実現を目指してまいります。



キヤノンITソリューションズ株式会社 代表取締役社長 金澤 明

価値の連鎖で共感の輪を広げ 地域の想いをカタチに変える



私たちの強みは、多様なパートナーチャネルと全国に多くの顧客基盤を有していることです。パートナーとともに価値を協創し多くのお客さまに提供することで、お客さまの事業成長を実現し、それが地域社会への貢献につながると信じ、日々活動しています。そうした価値の連鎖をつくり日本全国をより元気にすることが私たちの目指す姿であり、これまでお客さまに寄り

添い磨いてきたソリューション提案力に加え、未来志向のマーケティング力を一層高め、パートナーとともにお客さまや地域の未来に向けたありたい姿をデザインしていきたいと考えています。そうした想いを私たち一人ひとりが情熱と信念を持って“自分の物語”として語り、行動することで共感の輪が広がり、地域の未来を創ることにつながると確信しています。

エリアビジネスユニット長 魚谷 康幸

お客さまの発展とその先にある 豊かな地域社会の実現に貢献する

キヤノンS&Sは、キヤノングループにおいて日本国内で一番お客さまに近いところに立ち、キヤノンが得意とするイメージング技術とITを組み合わせたソリューションをはじめとして、ITを活用したお客さまの進化の支援をしています。お客さまの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

に貢献していきたいと考えています。そのために、私たちは変化する市場や社会に沿った新しい価値を生み出す際のよりどころとしてパーバスに立ち寄り、自らも常に進化を続け、持続的な成長と企業価値の向上を目指してまいります。



キヤノンシステムアンドサポート株式会社 代表取締役社長 平賀 剛

事業変革の軌跡とパーパスの制定

お客さま、市場の変化に先んじて

事業領域を拡大してきた。

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、
グループサービス&サポート担当
マーケティング統括部門長

蛭川 初巳



キヤノンMJグループは創業以来、先進のキヤノン製品の販売から始まり、M&Aなどを通じてITソリューション事業へと事業領域を拡大してきました。技術が進歩するスピードや、顧客ニーズが変化するスピードが加速する中、複雑化・高度化する社会課題をより幅広く解決し、また、当社グループの求心力を高めるため、当社グループのパーパスの制定へ。その制定に至った背景や経緯についてご説明します。

先進のキヤノン製品で販売チャネルと顧客基盤を拡大

1968年、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、地域販売会社の設立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、また、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、1982年には、1978年から出資して関係会社化していた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、独自事業を推進し始めました。

その後、1980年代に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年に通産省の「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。

業種向けSIを強化、お客さまの基幹業務へと領域を拡大

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、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。

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

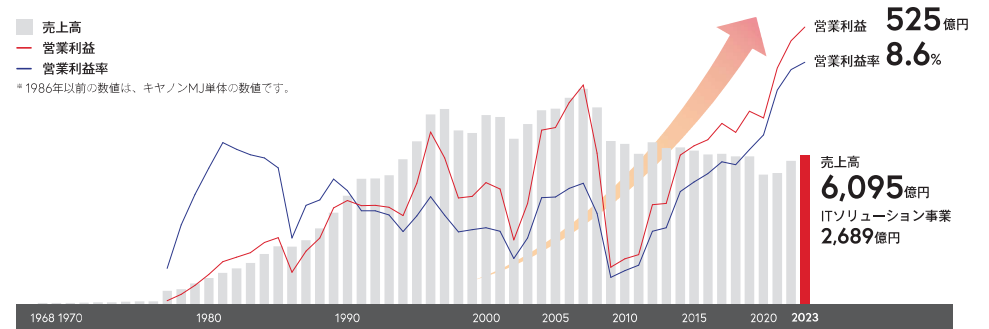
「顧客主語」の考え方のもと、お客さまをより深く理解し、お客さまごとに異なる課題やニーズに対し、より付加価値の高い最適なソリューションを、より効率的に提供し続ける体質への強化を目指し、2018年に「商品・販売チャネル」に基づく体制から、「市場・顧客」に基づく体制へと組織を変更しました。並行して、当社が付加価値をつけにくい分野の事業からは撤退するとともに、当社グループが持つ強みを発揮できる領域・業種に注力し、顧客層別の戦略にシフトすることにより、収益性の向上に努めてきました。

このように当社グループは創業以来、キヤノンの企業DNA

である「進取の気性」を発揮し、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。その過程で、多くの会社をグループに迎え入れてきました。

今後も継続的に成長投資を行うことで、業容はさらに広くなり、より多くの多様な仲間を迎え入れる予定です。バックグラウンドが異なり、また、働き方が異なるグループ社員が一丸となって、お客さまとともに未来に向かうにあたり、当社グループの社会的存在意義を示すパーパスを2024年1月に公表しました。

事業拡大の沿革



【社会の動き】

ハードウェアの普及 → デジタル化・OA化 → ネットワーク化 → クラウド化 / サイバーセキュリティ → IoT・AIの進化

社会の動きを予測し、的確な経営戦略を推進

【経営戦略の変遷】

カメラ・事務機販売により販売チャネルを拡大	他社製パソコン・サーバー等の販売強化	ITインフラ事業の開始	基幹業務系SIの強化 医療ITに参入	ITアウトソーシング・クラウドサービス開始	保守・運用サービスを強化
1960~70年代	1980年代	1990年代	2000年代	2010年代	2020年代
1968年 キヤノン事務機販売設立 キヤノン事務機サービス設立	1981年 東証二部上場 1982年 富士システム開発 (キヤノンソフトウェア)を子会社化	1990年 通産省「システムインテグレーター」認定 1982年 日本サン・マイクロシステムズ社と販売提携 フロアリング・ポイントシステムズ社と販売提携 日本デジタルイクイップメント社と販売提携	2003年 住友金属システムソリューションズを子会社化 ESET販売開始 2006年 FMS(現 キヤノンITSメディカル)を子会社化	2012年 西東京データセンターがサービス開始 2012年 キヤノンITSが Canon IT Solutions(Thailand)を設立 2013年 キヤノンITSが Material Automation(Thailand)を子会社化	2020年 西東京データセンター2号棟竣工 2023年 東京日産コンピュータシステム(現 TCS)を子会社化 2024年 プリマジェストを子会社化
1969年 キヤノンカメラ販売設立	1983年 東証一部上場 アップルコンピュータ社と販売提携	1991年 クレイ・リサーチ社と販売提携	2007年 アルゴ21を子会社化	2007年 アルゴ21を子会社化	
1971年 キヤノン販売設立	1985年 日本アイ・ビー・エム社とワークステーション、パソコンの販売提携	1992年 シリコングラフィックス社と販売提携	2008年 キヤノンITソリューションズ設立	2008年 キヤノンITソリューションズ設立	

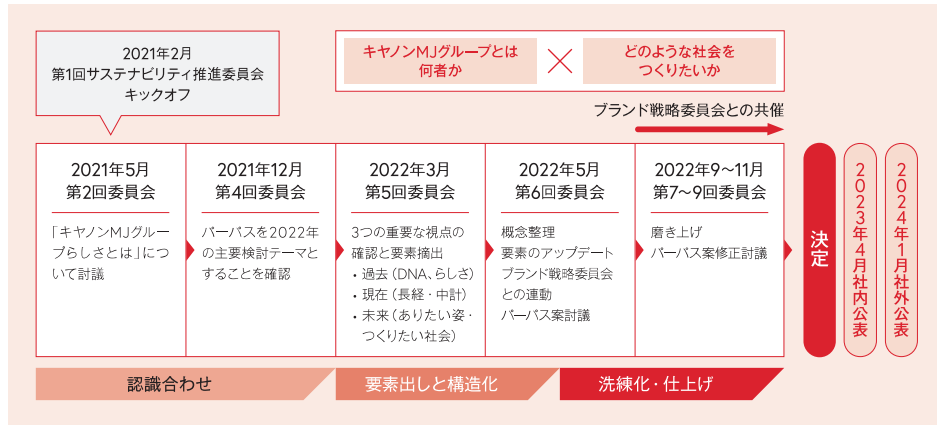
事業変革の軌跡とパーバスの制定

「私たちは何者か」と「つくりたい社会」を掛け合わせてパーバスを制定

パーバス制定に際し、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、キヤノンMJグループの歴史を紐解きながら、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「キヤノンMJグループとは何者か」について討議しました。並行して、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」について討議を重ねました。経営トップ、事業責任者がキヤノンMJグループの歴史およびこれから向かう方向性について言語化し、向かうべき方向について議論を重ね、最終的な言葉を磨き上げました。

またパーバス策定にあたり、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合わせて討議しました。



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、私たちキヤノン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や知見に当たるものも含んでいます。また、キヤノン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、パーバ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、大きさや色の違う一つ一つの輪で多様性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。



想いと技術をつなぎ、想像を超える未来を切り拓く

想いの伝播

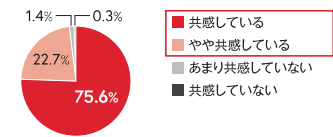
「未来を担う人」に灯をともすことで「会社の未来」に灯がともる、をコンセプトに「ミライトーク」と名付けた社長と社員との直接対話を2023年8月から12月の間に全9回実施し、延べ1,237人の社員が参加しました。社長からパーバスに込めた想いを伝え、参加した社員からは「自分の想いが会社の方向性と同じだということをあらためて感じる事ができた」などの感想があり、社員に想いが伝播していきました。今後もさまざまな形で経営層と社員の対話を継続していきます。



高まるパーバスへの共感

社外公表前にグループ社員のパーバス理解を促進するために、2023年4月の社内公表から社外公表までの9カ月間を社内浸透期間と位置付け、グループ全社員によるパーバス解説動画の視聴など、さまざまな施策を展開しました。2023年9月時点の社内アンケートではパーバスに共感していると肯定回答した社員は98.3%、明確に共感していると回答した社員は75.6%となりました。

キヤノンMJグループアンケート「パーバスへの共感」



パーバスを体現する

人の想いに寄り添い、ともに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が、「進取の気性」を企業DNAとして新たな市場を開拓し続けてきたキヤノンMJグループの強みや「らしさ」の一つです。その姿や取り組みと、根底にある想いを広く紹介するため、当社グループのホームページにて2023年10月にオウンドメディア「ミライアングル」を公開しました。ステークホルダーの皆さまにより広くより深く、パーバスを体現するグループ社員を知っていただけるよう、社員一人ひとりにフォーカスして発信しています。

▶ canon.jp/mirai-angle



「未来マーケティング企業」を宣言

パーバスの公表と合わせて、多様なステークホルダーとともにマーケティングの力でより広範な未来の社会課題を解決し続けていく意志を示すため「未来マーケティング企業」を宣言しました。

今後、「私たちは何者か」というキヤノンMJグループの象徴表現として、さまざまなステークホルダーの皆さまとともに、この「未来マーケティング企業」に相応しいコミュニケーションを図ってまいります。



持続的成長をより確かなものに

当社グループは、先進のキヤノン製品の販売に始まり、パソコン、インフラ、基幹システムなど、お客さまに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進化してきました。驚異的な速度で技術が進歩し、市場や顧客のニーズの変化が加速し、また、社会の不確実性が高まる現代において、キヤノンMJグループは、制定したパーバスのもと、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幅や領域を広げ、進化し続けていきます。「ミライアングル」に登場する社員含め、当社グループの社員がステークホルダーの皆さまと今後接する機会があった際には、パーバスを体現している、と実感いただけるよう、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ます。これからのキヤノンMJグループにぜひご期待ください。