

ブランドマネジメント

ブランドマネジメントについての考え方

キャノンでは、グループ内でのキャノンロゴの不適切な扱いや第三者による不正な使用などによって、お客さまや社会に不利益をもたらすことがないように、ブランドマネジメントを適切に行っています。

また、ブランド価値向上のためのルール制定や問題解決を担う審議機関として「ブランドマネジメント委員会」を設置。その事務局としてブランドに関わる各部門の責任者からなる「ブランドマネジメント室」を組織し、諸問題に迅速に対応できる体制をとっています。

ブランドマネジメント委員会では、商号、商品名称に関するブランド観点での妥当性や商標キャノン使用の是非などについて議論した上で、関係者に対して適切な助言・支援を行っています。

ブランドマネジメントルール

キャノンでは、従業員自らがルールに則ってブランドを正しく使い、お客さまや社会の信頼にお応えすることでブランドの価値向上を図るため、「ブランドマネジメント基本ルール」をはじめとするブランドマネジメントルールを策定しています。また、グループ全体へのルール浸透のため、通達やイントラネットなどでの周知、現場の活動に責任をもつ地域統括販売会社ブランド担当部門への個別説明などを行っています。

キャノンブランドに対する意識啓発

キャノンでは、全従業員がキャノンブランドを正しく理解し、ルールに則って行動できるよう、各地域、各社で、従業員へのブランド教育を行い、「従業員一人ひとりがブランド」であるという自覚を促しています。例えばキャノン(株)では、階層別研修などのカリキュラムにブランド教育を盛り込むとともに、イントラネットを活用した意識啓発にも努めています。

2018年はブランドマネジメント委員会を運営するとともに、ブランドマネジメント基本ルールについて全従業員の理解を促進し、円滑に運用するため、関連ガイドラインの構成・内容および位置づけを大幅に改訂しました。また、ブランド力向上のための啓蒙活動の一環として行っている海外赴任者全員に対する研修を7回実施し、のべ145人が参加しました。

模倣品への対策

模倣品はブランドを傷つけるものであり、キャノンブランドを信頼し購入したお客さまに対して、故障や品質不良などに起因する経済的損失をもたらし、さらには身体、生命に危険を及ぼす可能性もあるため、決して見逃すことはできません。

キャノンでは、模倣品工場や販売店などの摘発に努めるとともに、各国の税関へ輸入差し止めを積極的に働きかけています。また、税関職員向けの真贋判定セミナーや税関主催の模倣品対策研修に、キャノンの従業員が講師として参加するなど、世界的な規模で税関との連携を図っています。さらに、インターネットにおける取引量が増加していることを踏まえ、インターネット上で模倣品を流通させない仕組みづくりにも注力しています。