

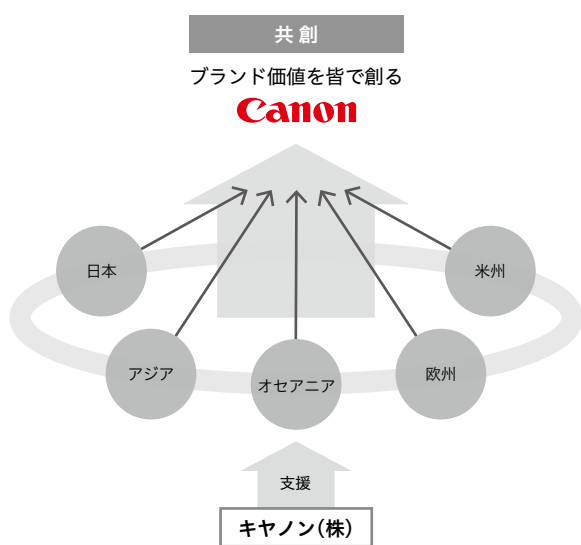
ブランドマネジメント

ブランドマネジメントについての考え方

キヤノンでは、グループ内でのキヤ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及ぼすことがないように、ブランドマネジメントを行っています。

また、ブランド価値をグループ全体で創っていくという「共創」のポリシーのもと、ブランド価値の向上を図る活動を行っています。

ブランドマネジメント活動のコンセプト



ブランドマネジメントの体制・ルール

キヤノンでは、ブランド価値向上のための審議機関としてブランドマネジメント委員会を設置しています。事務局としてキヤノン(株)に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、問題に迅速に対応できる体制を整えています。

また、現場の活動に責任をもつ地域統括販売会社のブランド担当部門を窓口として、ブランドに関する課題についてグループ全体の情報を集約する仕組みを構築しています。

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ヤノン使用の是非などについて、関係者に対して助言と支援を行っています。また、従業員がルールに則ってキヤノンブランドを正しく使い、お客さまや社会の信頼に応えることでブランド価値向上を図るため、ブランドに関するルールを制定しています。さらに、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、地域統括販売会社ブランド担当部門への個別説明なども行っています。

キヤノンブランドに対する意識啓発

キヤノンでは、従業員がキヤ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、各国・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、階層別研修などのカリキュラムでブランド教育を行うとともに、イントラネットを活用した意識啓発を実施しています。

2020年は、ブランドマネジメントに関するルールについて従業員の理解を促進し、さらに円滑に運用するため、関連ガイドラインを大幅に改正しました。また、海外赴任者に対する研修に加え、従業員が受講可能な知的財産法務研修において、キヤノンブランドに業務上関連する担当者および希望者に対し、ブランドに関する研修を実施しました。

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、キヤノンブランドを信頼し商品を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す、さらには身体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。

キヤノンでは、グローバルに模倣品の製造拠点や販売店などの摘発に努めるとともに、各国・地域の税関へ模倣品の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ヤ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、インターネットを通じた取引が世界的に拡大していることを踏まえ、インターネット上で流通する模倣品の監視と削除を強化し、eコマースサイトとの協力関係の構築によりインターネット上で模倣品を流通させない環境づくりにも注力しています。