

みなさまの

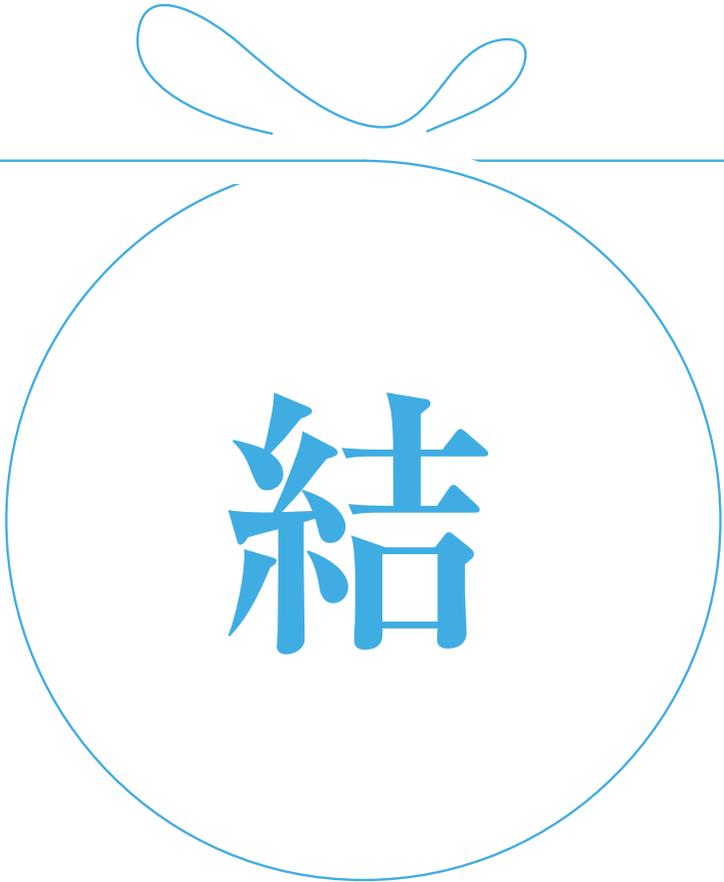
ひらめき はかどり ここちよさ

のために



KOKUYO

社会や地球の課題と事業を 「つなぐ」ことを、皆様に「約束」します



結

コクヨグループの経営理念は「商品を通じて世の中の役に立つ」であり、
私たちが提供する商品・サービスは、社会や地球が直面する課題の
解決に「結」びつくものでなければならないと考えています。

また、それは時には自分たちだけの取り組みではなく、
社会のさまざまな方々とのパートナーシップによって実現するものだと思っています。
「結」という漢字には、「むすぶ」「つなぐ」「約束する」などの意味があります。

また、かつて農山部では、田植えなどで、地域の住民が
互いに助け合って共同作業を行うという慣習があり、それを「結(ゆい)」と呼んでいました。

このCSR報告書2007では、コクヨグループが社会の皆様に対する約束を、
また皆様とのパートナーシップをどのように実現しようとしているのかを報告します。

この報告書が、皆様とコクヨグループの「結」になることを願っています。

≫編集方針

コクヨグループでは1999年より「環境報告書」を発行し、環境活動についての目標、取り組み内容、成果を公表してまいりました。2004年からは、報告の範囲を環境活動だけでなく、企業の社会的責任(CSR)についての取り組みにまで広げ、タイトルを「CSR報告書」に改めました。コクヨグループとかがわるさまざまなステークホルダーに対して、当グループが考える責任・信頼について、そして、実際に2006年度に行ってきた活動について、報告しています。

この報告書は、手にとっていただくステークホルダーの皆様にとって、より読みやすく、かつ、活動の全体像を確認していただくために二部構成でお届けしています。

前半は、社会や地球環境に対して、当グループが貢献すべきと考えている6つのテーマを挙げ、それぞれについて、2006年度の当グループの活動の中からトピックとなる活動を、関係者の方々、および当事者の声を交えながらご紹介しています。読み物としてできる限り分かりやすくお伝えするように工夫することで、すべてのステークホルダーの皆様に、より当グループを身近に感じていただくことを目指し、編集を行いました。

後半は、当グループのCSR活動の全体像を、活動の成果を示すデータや、活動の具体的内容を示す図表を交えて、報告しています。正確かつ誠実な開示を行うことで、ステークホルダーの皆様に当グループをより深く理解していただきたいと考えています。

当グループはこの報告書をステークホルダーの皆様とのコミュニケーションツールの一つとして活用してまいります。より多くの方々に当グループの考え方、取り組みを知っていただくことが、サステナブルな企業になるための第一の条件であると考えています。

≫CONTENTS

- 04 トップコミットメント≫
サステナブルな社会の実現に幅広く寄与する企業を目指します

コクヨグループの社会・地球への約束

- 06 進化を促すオフィスづくり≫
お客様のES(従業員満足)を高め、CSR向上につながるオフィスの提案を目指します。
- 08 ユニバーサルデザイン≫
毎日使うものだからこそ「使いやすさ」の開発と普及に取り組みます。
- 10 エコプロダクツ≫
お客様の環境活動をサポートすることで、環境配慮型商品の普及を実現します。
- 12 子どもの教育支援≫
創造性を求められる時代だからこそ、子どもたちの「ひらめき」を支援しています。
- 14 環境保全と地域活性化≫
紙や木を素材に使うメーカーだからこそ、地域とともに真に豊かな森づくりを目指します。
- 16 多様な人材の雇用≫
新たな雇用の機会を創出し、誰もが働きがいのある職場づくりを目指します。

REPORT2007 —2006年度CSR活動結果報告—

- | | |
|---------------------|---------------------|
| 18 コクヨグループの経営方針とCSR | 38 事業活動と環境とのかかわり |
| 20 コクヨグループのCSR | 40 温暖化防止対策 |
| 22 企業倫理とコンプライアンス | 41 省資源・リサイクル対策 |
| 24 ステークホルダーとの対話 | 42 有害化学物質の管理・グリーン調達 |
| 26 お客様とのかかわり | 43 エコプロダクツの提供 |
| 29 社員とのかかわり | 44 環境活動トピックス |
| 32 地域社会とのかかわり | 46 コクヨグループのCSR総括 |
| 34 中長期環境行動計画と実績 | 48 コクヨグループのCSR会計 |
| 36 環境管理体制と環境リスク管理 | 50 第三者審査報告書 |
| 37 環境活動の指標評価 | 51 会社概要 |

サステナブルな社会の実現に幅広く 寄与する企業を目指します

こだわりと徹底の企業DNAをより強くします



コクヨグループは、「商品を通じて世の中の役に立つ」を企業理念としています。私たちの扱う商材は「あって当たり前」の空気のような商材です。日常においては特に意識されて使われることはないと思います。だからこそ、自分たちのつくり出す商品やサービスが世の中の役に立っているかどうか自らこだわりを持ち、常に検証し続け、そして、こだわりを実現するために徹底して取り組み続けなければなりません。これは創業時から受け継がれているコクヨグループの根幹であり、同時に、102年の会社の歴史を支えた基本的な考え方です。

しかしながら、2006年度はいくつかの商品において品質上の問題を発生させるという事態を起こしてしまいました。ご迷惑をおかけした皆様に心よりのお詫びを申し上げるとともに、私たちはこの経験を自らの糧とすることを誓います。

品質管理の仕組みを見直し、再発防止に努めるのはもちろんのこと、社員一人ひとりの価値観や企業の文化・風土に、私たちコクヨグループがこれまで存続してきた所以である基本的な考え方を改めて浸透させる活動に取り組み、事業活動において発生する問題を小さいうちに潰しきる企業風土をより確かなものにしていきます。

今や世界経済を隔てていた壁は完全に取払われ、人々の「働く場」に必要な商品やサービスを提供する私たちにとって、まさに無限の可能性が広がってきていると感じています。事業推進のスピードを遅らせることなく、一方で、安全・安心の品質、環境配慮、使いやすさなど、ベースとなる部分を確かなものにするためには、ルールに依存するだけではなく、

それが生み出される現場において、社員一人ひとりが高い意識を持つことが必要です。その上で、激しい世の中の変化に対応したダイナミックな仕事に挑戦することこそが、やがて社会への貢献につながり、コクヨそのものをサステナブルな企業へと導く最短の道となると考えています。

環境配慮とユニバーサルデザインを 「当たり前」のものとするために

また一方で、自社に求められる責務を果たすだけでなく、いかに社会の持続可能性に寄与するか。その一つの貢献策として、コクヨグループの幅広い商品を通じて、社会全体の環境意識向上、およびユニバーサルデザイン(以下、UD)化に向けて、全ての商品開発において、環境配慮とUDを前提とするものづくりを進めます。

京都議定書以降、消極的だった米国にも変化の兆しが現れ、欧州でも「環境革命」が言われています。この大きな潮流に導かれ、近い将来、「環境対応」などの概念そのものが当たり前のこととして消える日が必ずや来ることでしょう。UDについても同様で、社会の少子高齢化が進むにしたがって、健康で力のある成人だけをターゲットにしたものづくりは遠からずなくなり、すべての方々にとって使いやすいことが当たり前になると考えています。

その一方で、環境配慮や使いやすさを考慮した商品を買いたいと思った時には、数多くの商品の中からそれらを見つけ出す手間がかかっているのが実状です。

今後、私たちコクヨグループでは、これまでのように環境対応、UDを付加価値とするのではなく、当たり前の前提とし、やむを得ぬ理由でそれができない場合は「非」環境対応、「非」UDのマークをつけ、マークをつける商品ができ得る限り減らしていく、ということに取り組んでいきます。マークをつけるという行為は、見つけにくいもの、あるいは分かり



コクヨ株式会社
代表取締役社長 黒田 章裕

にくいものに対しての行為であるという根本の考え方に立ち返れば、環境に対応していない、UDではない商品にこそマークをつけていかねばなりません。

私たちコクヨグループは全国に600万あるといわれている事業所のほぼすべてにおいて、何らかの形で、しかも空気のように当たり前に使

われている商品を扱っています。だからこそ、環境やUDに率先して取り組み、コクヨを選んでいただくことが、必然的に環境配慮の商品、あるいはUDの商品を選んでいただくことになる、と広く認識していただけるまで努力を重ねていくことによって、環境配慮とUDを「当たり前」のものとする社会を実現するための一助になりたいと考えています。

昨年、コクヨグループは平成18年度バリアフリー化推進功労者表彰「内閣総理大臣表彰」を頂戴しました。これは10年間にわたり、ステーションリーだけでも約800品番のUD商品を開発し、同時に、その考え方を世の中に普及させる活動に取り組んできたことが評価されたものですが、この栄誉を自らのバネとしていきます。

「誉」の名に恥じない企業活動をお約束します

コクヨという社名はもともと漢字で「国誉」と書きます。創業者黒田善太郎が故郷を離れる際に、「故郷の誉れになるような人間になれ」と言われ、事業を興してから、本人が自らを常に律する意味で、「国誉」という商標を定めたことが、現在の社名の由来になっています。

「ほまれ」の字を社名に含む会社は非常に稀です。私たちのブランドは、そのまま私たちの行動規範でもある。このことは私たちコクヨグループ全員の大切な財産です。

受け継がれた財産の価値をより高めて後世に伝えていくためにも、CSR活動を企業活動の中の部分的な手法として捉えるのではなく、事業活動の根幹を支えるものとして捉え取りまねばならないと考えています。

社名に恥じない、真に世の中の役に立つコクヨグループであり続けるために、私をはじめ経営トップが率先垂範して、企業DNAに基づいた行動を徹底し、グループ社員全員に浸透させることで、これからもサステナブルな社会に幅広く貢献できる企業であり続けたいと考えています。



お客様のES(従業員満足)を高め、 CSR向上につながるオフィスの提案を目指します。

社員のやる気は
オフィス環境によって
左右される
94.1%

(コクヨビジネスサービス(株)調べ)

結

経営資源としての
オフィスのあり方を
お客様とともに
考えています

約束

つながる

コクヨグループは、百社百様のオフィスへのニーズを理解し、ご満足いただけるオフィス空間づくりをお手伝いしています。また、優れたオフィス空間は「創造性」「効率性」「快適性」を高め、従業員満足(ES)を高める重要な位置づけにあると考えています。オフィスづくりを通じて顧客企業のESを高め、ESの高い社員による顧客企業のCSRへ貢献できることが、コクヨグループ自身のCSRの重要な一部分であると考えています。

オフィス家具の提供にとどまらず、
「新しい働き方を醸成していくオフィス」を提案。

オフィス、それは、単に社員が効率よく仕事をこなす会社の利益を生み出すための場であればよいのでしょうか。コクヨグループはそうは考えません。コクヨグループが考えるオフィスは、そこに身をおくことに誇りを感じ、ごく自然に「こうした環境を与えてくれる会社の期待に応えたい、社会のためになる良い仕事をしたい」と感じる空間です。一人ひとりへの配慮が行き届き、豊かなコミュニケーションが生まれて、次元の高い創造力が発揮される。コクヨグループはそのような、「ひらめき・はかどり・ここちよさ」を備えたオフィスを提案していきたいと考えています。

目下、企業経営において、多くの企業が自社のCSRの向上に真剣に取り組んでいます。

株式会社ユニクロ様のオフィス内。オープン型の応接スペース。



り組んでいます。CSRは社員一人ひとりの「思い」が大きく影響するものだけに、そう簡単に向上下るものではありません。まず、重要なことは働く

社員のESを高めること。ESが高まれば、それが原動力となって、CSRは着実に向上していくとコクヨグループでは考えています。そのための答えの一つが社員に優れたオフィス環境を提供することだと考えています。

アパレル業界に大きなインパクトを与え続けている株式会社ユニクロ様は、絶えざる変革を推進していく独自の事業形態をより発展・進化させるために、コクヨオフィスシステム株式会社をパートナーとして「社員が自ら新しい働き方を醸成していくオフィス」を構築されました。ESの高まりはもちろん、世界を舞台とするCSRのさらなる向上にも期待がふくらみます。

コクヨグループはこれからも、各社のニーズを深く掘り下げるとともに、オフィス空間の提案を通じて、オフィスの困りごとを解決するだけでなく、社員一人ひとりが働きがいを感じ、自然にCSRの向上へとつながる「思い」が生まれる空間づくりに全力を尽くしていきます。



植木 俊行様

(うえき・としゆき)

株式会社ユニクロ 総務部長

2006年3月27日に実施されたグループの東京本部移転に伴う新オフィスの構築を担当。フリーアドレスオフィスを実現させた。



動きのある働き方をサポートするフリーの打ち合わせスペース。

竹内 康二

(たけうち・やすじ)

コクヨオフィスシステム(株)

CRM本部 法人第一部長

株式会社ユニクロ様が実施された新オフィス構築の企画コンペへの参画をリード。信頼の獲得に成功し、メンバー共々、プロジェクトを運営した。



頼れるパートナーを得て、まったく新しいオフィスを実現。未知の不安が既知の確信へと変貌した1年でした。

東京本部を、蒲田から、都内・九段下の新築ビルに移転するに当たり、ぜひ実現させたいと考えたのは、“動き”のあるオフィス。それも、社員の方から自然に、動きのある働き方を選択していけるオフィスでした。コクヨさんは、そうしたコンセプトの部分からきちっと押さえ、具体的なプランに落とし込んでくれました。また、こちらの考えがぶれ始めると、原点に立ち戻って姿勢を問い正してくれるなど、終始頼れるパートナーぶりを発揮してくれました。この結果、意図していたフリーアドレスオフィスが実現。当初は想定通りに使われるのか、あるいは社員の満足度が高い理想のオフィスとして機能するのかが不安でしたが、ほぼ1年経った今、不安は完全に払拭され、期待は確信へと変わっています。

最初から、「社員がワクワクして働く場がほしい」とおっしゃっていたことが強く印象に残っています。働き方を大きく変えたいという意志が明快だったので、方向性に迷いはありませんでした。ご要望を100%満たすのはもちろんのこと、期待を超える提案を重ねていくことで、パートナーとしての信頼も築けたのではないのでしょうか。結果的に、新しいワークスタイルによって交流が増えたこと、優秀な人材が集まりやすくなったこと、社員のご家族を招待しての見学会も大成功でESが高まったことなど、十分な成果を実感していただけたのは大きな喜びです。今後も、お客様それぞれの課題に耳を傾け、ベストの解を求め続けたいと思います。

ご要望を100%満たした上で、さらに、期待を超える提案を。これからも個々のお客様にとつての、ベストの解を求め続けます。

毎日使うものだからこそ 「使いやすさ」の開発と普及に取り組みます。

2015年には
日本人の4人に1人は
65歳以上

(国立社会保障・人口問題研究所調べ)

結

全国24ヶ所の
学校・関連団体で
ユニバーサル
デザイン出張授業を
実施しました

約束

つながる

コクヨグループでは、商品・サービスをただ販売するだけでなく、地域社会から良き企業市民として信頼されることを目指し、これらの本業を通じて社会に貢献しています。その一つにユニバーサルデザイン(UD)商品の開発とその概念を広く普及させる活動があります。

説明だけでなく、実際にUD商品にさわってもらい、UDの意義を伝えています。

コクヨグループがUD商品の開発に取り組み始めたのは1990年代後半のこと。コクヨ商品の多くは、誰もが当たり前のもので使うものだからこそ、アメリカで誕生したUDの思想をいち早くとり入れるべきだと考え、研究・開発をスタートさせました。そこで「機能性」「安全性」「認識しやすさ」「単純さ」「わかりやすさ」「手頃な価格」の6要件をつくり、UD商品の開発を推進。すでに、ステーションナリー分野において約800品番の商品を世に送り出してきました。

同時に、UDは、その概念と商品が広く普及してこそ、誰もが負担なく、当たり前の使いやすさを享受できるようになるという点も重視し、UDの概念と商品の普及活動を積極的に展開しています。

その一つが、UD文具を活用し、学校教育への支援を行う「UD出張授業」です。身近な文具を使ってUDの考え方を学ぶ出張授業は大変好評で、小中学校をはじめ、数多くの教育機関・自治体などから要請をいただき、

開催回数は年間20回を超えるまでになりました。

2007年2月14日には、東京都世田谷区の鷗友(おうゆう)学園女子中学校で、UDについて勉強中だという2年生37名へUD出張授業を行いました。前半はUDの概念に



ついて説明、後半は生徒さんたちに持ってきてもらった一般の商品とコクヨのUD商品を使い比べ、違いを体験してもらいました。UD商品の使いやすさには驚きの声があがり、開発の苦労話には、生徒さんたち皆が、真剣な表情で耳を傾けていました。最後は、全国でUD商品を紹介してまわるためにつくった『UD体験キット』にも触れてもらいました。このクラスでは、今後、総仕上げとして自分たちでUD商品を企画してみるという計画もあります。そのヒントを探っているのか、多くの生徒さんたちが商品の一つひとつ細部まで熱心に研究していました。

誰もが楽しく無理なくUD商品を使って、自分なりの表現力や創造力を発揮できる社会環境を整える。コクヨグループでは、それが、少子高齢化に向けてグループが果たしていくべき使命であると考え、今後もUD商品の開発と普及に大きな力を注いでいきます。

前澤 桃子様

(まえざわ・ももこ)

鷗友学園女子中学校 社会科主任

UDを学びたいという生徒さんたちの思いに応え、授業を運営。今回、実体験を伴う内容であることを評価して、コクヨのUD出張授業をプログラムに組み入れる運びに。



フニョフニョピンは
安全だけでなく、
とりやすく つけやすく
良い!

自分から考え、
積極的に行動できる
人間になりたい!

水谷 裕子

(みずたに・ひろこ)

コクヨS&T(株)ITC企画開発部(当時、事業戦略部)

プロモーショングループの一員としてUD出張授業の講師を務め、子どもたちに、UDへの意識を高めてもらうことに力を入れている。



ユニバーサルデザインの
開発には 時間がかかるよ
ユニバーサルデザイン すごい!

ラッチキス
やりやすい♡
少ない力で誰でもできる!!

ものづくりに対する
真摯な姿勢によって社会を
より良くしてくれる。
そのことが大切だと思います。

実物に触り、自ら納得して記憶にも残る、いい勉強ができました。最近ではみんなが普通に使っている商品のなかにもUD商品がたくさん見られるようになりました。生徒たちはそんな中で育ってきていますから、かえって認識は希薄です。そこに気づき、UDの考え方や価値を学んでおくことはとても大切なこと。それを、作り手の方から直接教えていただける機会はとても貴重です。メーカーとして、UD商品の開発とその普及、啓発に力を入れていただくということは、私たち消費者にとって、一般的な寄付や助成などより分かりやすく見えやすい社会貢献だと思います。全国的にはまだUDの周知は十分でないと思うので、今後も情報発信に力を入れていっていただきたいと思っています。

今回、開発担当者のリアルな苦勞話に耳を傾けてくれたように、生徒さんたちは大人の世界である企業のことにとても関心を持っています。そうした関心に応えるためにも、UD出張授業の時にはいつも、最初に会社のこと、その中で自分が担っている仕事のことを話すようにしています。UDについて伝える上では、扱っている商材が文具で、学校の授業になじみやすいことが大きな強みです。今後も、どんどん商品を持ち込んで、実際に使ってもらうことを大切にしながら授業を展開していきます。教育の現場でもUDの理解が重視されるようになり、出張授業の要請はどんどん増えています。さらに体制を充実させて、UDに対する意識の向上に貢献していけるよう頑張りたいですね。

一人でも多くの人に理解され
使われてこそ、本当のUD商品。
生徒さんたちにUDについて
伝える機会を大切にしています。

お客様の環境活動をサポートすることで、 環境配慮型商品の普及を実現します。



エコプロダクツの積極的開発と普及、それは、創業以来「世の中の役に立つ仕事」にこだわり続けるコクヨグループにとって、「環境経営」を実践する上で重要な戦略項目です。自社の商品を環境対応に切り替えることによって、地球環境に与える負荷を少しでも減らしたいと考え、地道な取り組みを続けています。

開発だけでなく、普及活動にも力を入れることが、地球環境への負荷低減につながると考えています。

コクヨグループは創業以来100年以上にわたり続けてきた「商品を通じて世の中の役に立つ」という精神のもとに、広く地球環境に対する問題意識が高まった1990年代初頭から、環境対応に力を入れてきました。エコプロダクツ開発の先駆的企業として、多くの環境にやさしい商品を提供しています。

コクヨグループでは、独自の環境配慮を10種類のオリジナル環境マークに託し、制作・配布するカタログに表示しています。これらのマークを付加した商品(エコプロダクツ)は、市場に投入し、従来の商品に置き換わって広く使われて初めて、地球環境負荷低減へとつながります。このため、従来から商品開発だけでなく、販売店様向けの研修や、子どもを対象とした環境教育など、エコプロダクツ普及のための活動にも力を注ぎました。

また、最近ではCSRの一環としてグリーン購入を推進している企業を、

購買の仕組みでサポートする取り組みも行っています。たとえば、コクヨグループの一翼を担う企業としてオフィス用品全般の通信販売事業を推進している株式会社カウネットでは、小規模事業所を対象としたオフィス用品通販「カウネット」や、個人向けの「マイカウネット」において、環境ラベルに関する情報提供や環境配慮型商品の提供を行うことで、幅広くお客様の環境購買のお手伝いに努めています。

さらに、大手企業を対象にした全社一括購買システム「ウィズカウネット」では環境配慮型商品の選択や購入実績データの把握が簡単にできるように工夫を凝らすことで、導入していただいたお客様のグリーン調達比率向上をサポートしています。

こうしたカウネットのグリーン購入に対する活動が評価され、2005年12月、第8回グリーン購入大賞において優秀賞に選ばれました。カウネットでは現在、カタログ掲載商品23,200品番中、環境配慮型商品^{*}が約7,400品番、売上高は全体の30%を占めるようになりました(2007年3月現在)。社会の環境配慮に対する意欲の高まりを受けて、いかに便利に、簡単にエコプロダクツを購入していただけるかを工夫していくのも私たちの大切な仕事です。

コクヨグループは、今後もエコプロダクツの開発だけでなく、普及のための活動とより購入しやすい仕組みづくりに取り組んでいきます。



^{*}カウネットでは、「エコマーク」「GPND(掲載)」「グリーン購入法適合」の3つのうち、いずれかがついている商品を環境配慮型商品として、カウネット独自のエコ情報マークを掲載しています。



吉田 智晃 (株)カウネット
営業部 第三営業グループ
(よしだ・ともあき)

ウイズカウネットの営業部隊に所属。前田建設工業様の担当者として、ご要望に応じた仕組みの提供を行ってきた。現在も、導入後のさまざまなフォローに努めている。

**環境問題全体を視野に入れ、
お客様と共に、仕組みの進化を目指します。**

前田建設工業様は、建設業界の中でもグリーン調達比率が高く、社員の方々の環境意識の浸透にも熱心に取り組まれています。一般的に、ウイズカウネットを導入いただくにあたっては、グリーン調達に関するあらゆるご相談に耳を傾け、場合に応じて勉強会を開いて社員の方々の意識を高める活動なども展開しています。さらに最近では、前田建設工業様のように、グリーン調達やISO14001対応だけでなく、地球の環境問題全体を視野にいれ活動を広げようとしていこうとされている企業が増えています。心強い限りです。グリーン購入の普及はもちろんのこと、省資源・リサイクル活動の拡大に少しずつでも着実に取り組んでいきたいですね。当社もさらなる進化を目指します。



with kounet
ウィズ カウネット



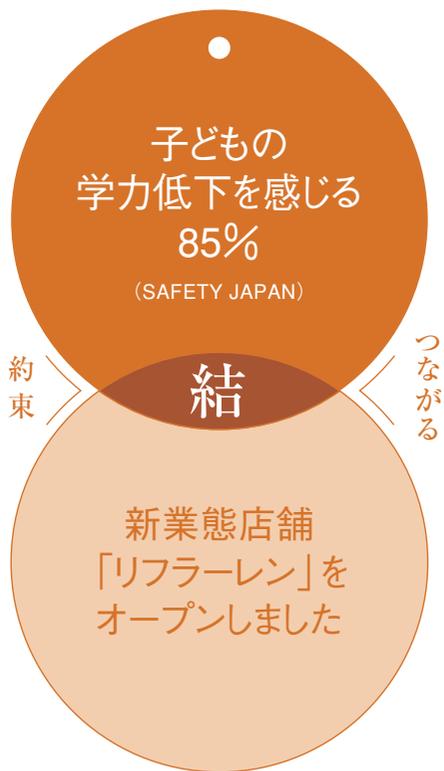
大長 卓聡様 前田建設工業株式会社 経営管理本部
管理部 総務グループ 課長
(だいちょう・たかし)

約3年前から本社管理部門で総務をご担当。全社一括を前提とするウイズカウネットの導入を実施され、オフィス用品のグリーン調達比率向上のためのツールとして活用されている。

**もうワンランク上の地球にやさしい調達を
支援してくれることを期待しています。**

当社における事務用品などの消耗品購入については、現場作業所を含め、ほとんどの事業所でウイズカウネットを利用しています。ウイズカウネットの導入により、これまで非常に煩雑だった上、完全とはいえなかった細部に至るまでの消耗品購入実績の把握が適切に行えるようになりました。グリーン調達率が年々向上していることから分かるように、環境に対する社員の意識が高まってきています。今後は、より地球にやさしい調達ができるよう、届けていただく商品の梱包を今以上に簡素化する、あるいはリサイクルしやすいよう工夫していただくなどの、さらなるバックアップをしていただければ、と思っています。

創造性を求められる時代だからこそ、 子どもたちの「ひらめき」を支援しています。



子どもたちは、モノを使って遊び、学び、心身の成長の糧とします。ココヨは長年、文具や勉強机などの商品を通じ、こうした子どもたちの成長を支援。常に子どもたちの現状を見つめ、ココヨとして子どもたちのためにできることは何かを考えて、より良い商品の提供を目指してきました。そんな流れの中で始まった新しい試みが、知る喜び、考える力を育む素材を提供する新業態店舗「リフラーレン」です。

知育玩具や文具などの販売とともに、
お客様とのコミュニケーションに力を入れています。

この10年ほどの間に、社会は劇的に変化しました。インターネットが世界中に普及し、高度情報化社会が実現して、誰もがいながらにして多様な情報をストレスなく入手できる時代がやってきたのです。この現実を背景に、人が社会の中で求められる能力も大きく変わりました。情報化の進展によって多くの知識はインターネットを活用することで蓄積できるようになりました。これからは、得た知識を知恵に変え、世の中に役立て、価値を生み出す力が求められる時代です。そうした創造性は一朝一夕に身につけられるものではありません。それを敏感に肌で感じ取っている世間のお父さん、お母さんは、わが子が幼い頃から創造性を育む道を探し求めています。

ココヨグループは、こうしたニーズに積極的にアプローチし、試行錯誤を通じて“本当に求められているもの”を見つけ出し提供することで、子どもたち一人ひとり、ひいては社会の未来に貢献していきたいと考えています。

2006年11月22日、新設の大型商業施設「ららぽーと柏の葉」(千葉県柏市)に続いて2007年3月15日、「ららぽーと横浜」(神奈川県横浜市)に、新業態店舗「リフラーレン」をオープンさせたのもそうした考えから生まれた新しい試みの一つです。



「リフラーレン」は、創造的にものを考える力を育むための素材や環境を提供するセレクトショップ。知育玩具の先進地であるヨーロッパを中心に世界中から選りすぐった木製玩具や洋書絵本などのほか、サイエンス・トイ、地学教材、さらに小学校の図画工作や理科などの教科書に準拠した教材やアート&クラフトなどを取り揃え、来店されるお客様とのコミュニケーションに力を入れています。

両店は、お客様とココヨの出会いの場として、潜在する真のニーズを探り当て、子どもたちの知る喜び、考える力を育む商材を見つけるためのパイロットショップです。試みはまだ始まったばかりですが、ココヨグループの基本である「訊く」姿勢を大切に、子どもたちの「ひらめき」を豊かに引き出すモノ、スペース、サービスを提供する社会貢献度の高い事業として、大切に育てていくことをお約束します。

お客様の声

「遊べるスペースがあるので、2歳になる下の子を連れて買物に来た時に立ち寄っています。遊べるスペースの設置はぜひ続けてほしいですね。上は小学校1年生で、知恵の輪やパズルが大好き。成長に合わせて、普通のおもちゃ屋さんにはない勉強系のゲームなどを買ってあげるつもりです」

「小学校2年生を筆頭に、幼稚園年長組3歳の3人の子もいます。もうじき4人目も産まれます。今の子はTVゲーム一辺倒なので、親としては、たまにはここにあるような、自分の頭と手を使ってモノをつくるおもちゃで遊んでほしいな

と思います。この店は今回が初めて。次は子どもたちも一緒に連れてきて、気に入ったものを選びたいと思います」

「うちの子はまだ1歳半ですが、ここに来ると、木のおもちゃなどで本当に楽しそうに遊びます。スタッフの皆さんも親切で、子どもに上手に接してくれるので安心。知育玩具は、子どもが生まれてから興味がわいて、置いている店があれば必ずチェックしていますが、ここは特にいいものが豊富です。これからも、世界中の優れたおもちゃを見て触れることができるお店として注目していきます」



コクヨS&T(株)
クリエイティブプロダクツ事業部
創育企画開発部
リテール企画グループリーダー

太田 春彦
(おた・はるひこ)



リフラーレン ららぽーと柏の葉店開店にあたり店長に就任。ゼロからの新業態店舗づくりに挑み、スタッフと一丸となって成果を上げている。

3歳までの本当に小さなちびっ子たちも大勢やってくる活気のある店になりました。スタッフも、保育士や幼稚園・小学校教諭、学芸員などの有資格者や教育学科の学生、理科系の大学の学生など、得意分野を持つ者ばかり。子どもたちが楽しんで参加できるイベントなどのアイデアも自然発生的に生まれてきます。



リフラーレン スタッフ
(幼稚園・小学校の教員資格保有)

佐藤 敬子
(さとう・たかこ)

この店の大きな魅力は、サンプルの玩具を自由に使って遊べるスペースを複数箇所設けているので、子どもさんたちがゆっくり楽しんでいってくれること。最初は戸惑っていたお子さんが、すぐにコツをつかんでいきいきと創造性を発揮し始めるのを見ると、本当にうれしくなります。



リフラーレン スタッフ
(初等教育科出身の現役お母さん)

加藤 朋美
(かとう・ともみ)

今後は私たちスタッフも情報収集に努め、手作りのフリーペーパーなどでお客様の役に立つ情報を発信していきたいと思っています。



紙や木を素材に使うメーカーだからこそ、 地域とともに真に豊かな森づくりを目指します。



過剰な利用によって劣化・減少する世界の森林とは反対に、資源として利用されず放置されて劣化が進むことが心配されている日本の森林——。紙製品や家具の生産を森林資源に依存しているコクヨグループは、豊かな森の再生とそれを支える地域の発展を目指し、新しいプロジェクト「結の森」に挑戦しています。

日本最後の清流・四万十川周辺の森林を適切に管理し、環境保全と地域発展を目指します。

日本最後の清流と呼ばれる四万十川。コクヨグループは1997年から間伐材利用商品のプロデュースを始め、この川の流域に位置する大正町森林組合との間に信頼関係を築いてきました。これが縁となり2006年4月に生まれたのが、「コクヨ-四万十・結の森プロジェクト」。その最大の特徴は、地域とのパートナーシップを拠り所に、健全な森づくりにコクヨグループの事業をリンクさせ、「環境と経済の好循環」を生み出すことで、他にはない持続可能な「企業の森」を実現していこうとしている点にあります。

日本の森林の約2/3は民有林であり、立木価格の低下などによって森林経営が成り立たないことが民有人工林の維持を困難にしています。コクヨグループは、「結の森」の森林保全活動を通じ、持続可能な民有林経営の実現につながる活動を模索。まず約100haのモデル森林を整備し、「適切な森林管理」の国際認証であるFSC森林認証の取得を考えました。健全な森を蘇らせ、材木の価値向上を図ることで、森林所有者からの賛同を増やし、「結の森」を拡大していきます。計画通り、初年度中にFSC森林認証を取得したモデル森林が誕生。並行して、“結”のコンセプトに基づき、地域

と一体となり、自然や生活文化をもとにした商材の企画も進めています。コクヨは四万十地域と“結”の関係によって、森と地域の再生を目指します。

四万十川で新たな森づくり「結の森」をスタートさせました。



コンセプト

“結”

人と人、人と自然の「つながり」を結びあわせ、つながりを連鎖させていくことによって、環境と経済の好循環を実現していく

活動方針

■結の森整備プログラム<森林管理>

- ・人工林を整備対象に
- ・泥土が川に流れ込まない森に
- ・楽しんで学ぶことができる森に

■森・川・海の恵み商品化プログラム<商材開発>

- ・地域の自然や生活文化に基づく商材開発
- ・販売・流通のための体制整備

■情報発信プログラム<情報発信>

- ・人と人、人と自然のつながりをテーマに
- ・人と自然の問題を分かりやすく表現

実施体制

ココヨ・四万十・結の森プロジェクト 運営協議会

幹事団体:ココヨグループ、大正町森林組合
構成団体:地域の各種団体または個人、四万十町、高知県など

森林管理 ワーキンググループ

地元高校生がモニタリング調査を行っています
— 高知県立四万十高校の皆さん

森が整備され、適切に間伐が行われるようになると、地面に日光が届くようになり、下草が育ちます。すると雨で土壌が川へと流れ込むのが抑えられ、川魚の育成に適した環境が保たれます。こうした森林整備の成果を客観的に評価していくためには長期にわたる定期モニタリング調査が欠かせません。この大切な役割を担っているのが、地元・高知県立四万十高校の皆さん。筑波大学大学院生命環境科学研究科の研究グループと連携し、間伐効果を保水力から実証するため、人工林内の溪流の流量の測定を続けています。



「環境保護や人のつながりの大切さを学ぶことができました」

(普通コース3年生 威能 唯花さん)



「少しでも環境負荷を軽減できるよう心がけています」

(自然環境コース3年生 西山 満さん)

「大学でも森林について学び、将来はここ四万十で森づくりに取り組みたいです」

(自然環境コース3年生 林 浩史さん)



定期的な運営協議会の開催



今後10年間の活動が重要な意味を持ちます。

大正町森林組合 代表理事組合長
山本 静男様
(やまもと・しずお)

ココヨさんは人工林が成熟し収益をもたらすまでに必要な向こう10年の森林整備費用、およびFSC認証維持のための支援をしてくださるとのこと。企業が民有林に対してこうした支援を行う例はおそらくほかにありません。企業と地域の新しい関係性を築いていけることを期待しています。

商材開発 ワーキンググループ

結の森エコツアーを実施しました



情報発信 ワーキンググループ

ホームページで情報発信を行っています



日本の森の未来に一石を投じます。

ココヨ(株) CSR部
齊藤 申一
(さいとう・しんいち)

森林資源に依存する事業を行っているココヨは、より深く「森林問題の本質」に踏み込んだ取り組みをするべきだと考え、プロジェクトを進めてきました。10年後、大きく広がった「結の森」によって清流が守られ、地域が活性化していることが、このプロジェクトの目標です。



新たな雇用の機会を創出し、 誰もが働きがいのある職場づくりを目指します。



世の中には障害(がい)があるために仕事につけない人が500万人もいるといわれています。こうした人たちに少しでも働く機会を提供しようと、2003年9月に「重度障害者多数雇用の会社」として設立し、2005年4月に特例子会社として認可されたのがコクヨKハート株式会社です。今では、聴覚障害者23人が元気に活躍しています。

「害」ではなく、「碍」。特別扱いせず、
全員が責任のある仕事を請け負っています。

一般に「障がい」を持った人のことを「障害者」と書きますが、戦前は「障害者」と書いていました。それが戦後、当用漢字が制定されたときに「碍」の字の使用が制限されたために「障害者」と書くようになったのです。

しかし、コクヨグループは「障害者」という書き方をせず、敢えて「障碍者」という漢字を使っています。障碍を持つことは困難なことです、「害」ではありません。「人が道を歩いているときに、道の真ん中に大きな岩があって前に進むことができず思い悩んでいる様子」を表す「碍」がふさわしい、そんな人たちが喜んで働ける場を提供したい—そんな思いを込め、コクヨKハートでは「障碍者」と表記するようにしています。

コクヨKハートは主にコクヨグループの印刷業務を請け負っています。聴覚に障碍があっても、安全に働けるよう、印刷機の不具合を知らせるバイブレーターやパイロットランプの設置、コンピューター制御の安全

朝礼の様子。手話を交えながら行われる。



装置付きの印刷機などを導入しています。また、聴覚に障碍があるとコミュニケーションがとりづらくなりますが、それをカバーするため、地元の町内会と一体となった手話教室も開催しています。こうした工夫によって操業から3年間、労働災害は1件もありません。

コクヨKハートはコクヨグループの特例子会社の認定を受けていますが、特例子会社だからといって特別扱いや仕事に甘えがあるわけではありません。できあがった商品が他と見劣りしないことはもちろんのこと、設備や作業工程を繰り返し工夫し続けることで、お客様に満足していただけるモノづくりを心がけています。こうした姿勢が評価され、印刷業務だけでなく、ステーションリーの品質検査の仕事や、在宅勤務でオフィスレイアウトの設計図面作成の仕事も請け負うようになりました。

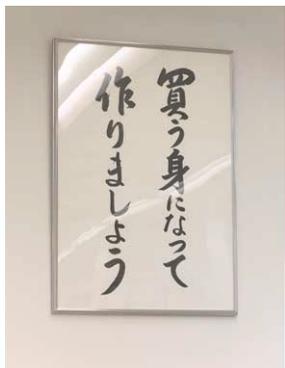
また、2006年12月には新たにハートランド株式会社を設立し、知的・精神障害者が活躍できる新規事業として水耕栽培による野菜の生産・販売を行っていきます。「コクヨが農業？」と驚くかもしれませんが、就労人口が減っている農業だからこそ、新たな雇用の機会を提供できると考えています。コクヨKハートは今後も「障害者」ではなく、「障碍者」が活躍できる職場づくりを進めていきます。

コクヨKハート(株) 社員

坂本 善美

(さかもと・よしみ)

「同じ障害をもった仲間と働くのが楽しいです。協力し合って良い会社になりたい」



コクヨKハート(株) 社員

川田 一寿

(かわた・かずとし)

「ここで3年間働けたのも、一人ではなく、みんながいたから。これからもチームワークを大切にしていきたいです」



作業風景。聴覚障害に配慮し、印刷機の不具合を知らせるパイロットランプを設定している。

コクヨKハート(株) 社員

川原 学

(かわはら・まなぶ)

「印刷のことをもっと勉強してこれからもKハートを支え、みんなをひっぱっていきたいです」



コクヨKハート(株) 製作部長

寺田 孝

(てらだ・たかし)

「社員の皆さんには常日頃、『あなたたちの会社です』と言いつけています。お互いがお互いを尊重し合う、思いやりの心で仕事をすることで、Kハートはもっと良い会社に成長していくと思います」

コクヨKハート(株) 統括部長

田井 潔

(たい・きよし)

「最初は戸惑いもありましたが、ふれあうちに自然と社員の間で気持ちを通うようになり、今ではどういふ仕事をしてもらうか、伝えられるようになりました。Kハートで働くようになって初めて知った『障』の意味を社会に広げるためにも、品質・安全には厳しく、お客様に満足していただけるものづくりをしていきます」



REPORT 2007

2006年度CSR活動結果報告

【報告の対象範囲】

・対象組織：コクヨ(株)、連結対象子会社・関連会社21社

※P.51会社概要組織図を参照

・対象期間：データに関しては2006年度(2006年4月～2007年3月)の内容を記載

※活動内容については一部2007年度以降のものを含む部分があります。

【参考にしたガイドライン】

・環境省「環境報告書ガイドライン 2003年度版」

・GRI「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン ver.3.0」

・環境省「環境会計ガイドライン 2005年版」

・環境省「事業者の環境パフォーマンス指標ガイドライン 2002年度版」

※将来予測・計画・目標について

本報告書には、コクヨグループの過去と現在の実事だけでなく、発行時点における将来予測・計画・目標が含まれています。これらは記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸与件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が本報告書に記載した予測・計画・目標とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆様には、以上をご了承いただきますようお願い申し上げます。

コクヨグループの経営方針とCSR

創業の精神と「経営の信條」

コクヨ創業者の黒田善太郎が、和帳の表紙を製造する「黒田表紙店」を興したのが、現在のコクヨグループの始まりです。創業は1905(明治38)年、2006年で102年目を迎えました。

わずかな資金で始めた手作業主体の請負業、困難が予想される門出を支えたのが「カスの商売」の信念でした。その志を創業者は次のような言葉によって後世に残しています。

「どのような仕事でも世の中の役に立とうと真剣に取り組めば、見捨てられるはずはない」「一業というものは諸々の恩恵が積み重なり、またいろいろの因縁が結びついて出来上がったもので、そうして出来上がった仕事は社会のものである」「商売の利潤というものは、追求するものではない。利潤はその事業が社会に貢献することによって社会から与えられる『報酬』である」

創業50周年を機に、黒田善太郎自身が改めて自らの信條をまとめたのが「経営の信條」であり、その中で「人の信を得ること」、「誠心誠意不言実行」の大切さを説いています。この「経営の信條」は今もコクヨグループ社員に受け継がれ、全活動の礎となっています。

企業理念「商品を通じて世の中の役に立つ」

「経営の信條」から導きだされたコクヨグループの企業理念が「商品を通じて世の中の役に立つ」です。コクヨグループの商品・サービスは、多くの人々の生活において非常に身近な存在です。だからこそ、商品・サービスの一つひとつが、本当に社会で役に立っているのか、常にこだわり、その実現のために徹底して良いものを追求しなければなりません。そうした姿勢を貫き続けるこ

とによって、結果、「商品を通じて世の中の役に立つ」ことがコクヨグループの目指す究極の目標であり、CSR活動を含むすべての活動の理念です。

ビジョン“Always Innovating For Your Knowledge”

創業の精神と企業理念、この2つの基本的な考え方のもとに、絶え間なく変化する社会にあわせて、常に自己変革を行うことで、自らの活動を社会で役に立つ形に変え続けていくことが必要です。コクヨグループの経営ビジョン“Always Innovating For Your Knowledge”はそうした考え方を表しています。

また、2005年にはコクヨグループのブランドメッセージを「ひらめき・はかどり・こちよさ」とし、ユーザーの知的活動(Knowledge Work)に対して、創造性(ひらめき)、効率性(はかどり)、快適性(こちよさ)をもたらす企業を目指しています。

コクヨグループでは、CSR活動を、創業の精神、企業理念に基づき、かつ、経営ビジョンを経済と社会、環境の側面から実現するための活動と位置づけています。社会における良き企業市民として、さまざまなステークホルダーとのより良い信頼関係を構築し、社会および企業の持続可能な発展を追求します。

経営の信條
人は無一物でこの世に生を
享け父母の恵み恩師の導
き社会のお蔭によって心身
ともに成長しやがて社会に
出て一つの仕事を與えられ
る。それは天より授けられた
天職である。
天職には責務の別なく、人
が生ある限り自らの全力を
盡して全うせねばならぬ。天職
を全うするには人の信を得る
事が最も大切である。人に
信を得る最善の道は自ら誠
意を以て実行する事である。
真心を以て買い、造り、そして
責れば人おのずから信用し、
人に信用を受ければ天職は
おのずから全うしうる。
誠心誠意不言実行——之
が私の経営の信條である。

経営の信條

コーポレート・ガバナンス

コクヨグループは、「透明性、スピード、公平性」を基本としたコーポレート・ガバナンスを重視し、その体制を整備しています。持ち株会社制のもと、事業の執行権限と責任を明確化する一方、監督機能の強化を図り、コーポレート・ガバナンスの充実に努めています。2004年10月の持ち株会社制移行時に制定した

「コクヨグループガバナンス基本規定」^{〔※〕}では、分社・持ち株会社制におけるコクヨグループの経営の枠組み、基本構造の定義づけ、およびグループ運営にかかわる基本的な事項を定めています。

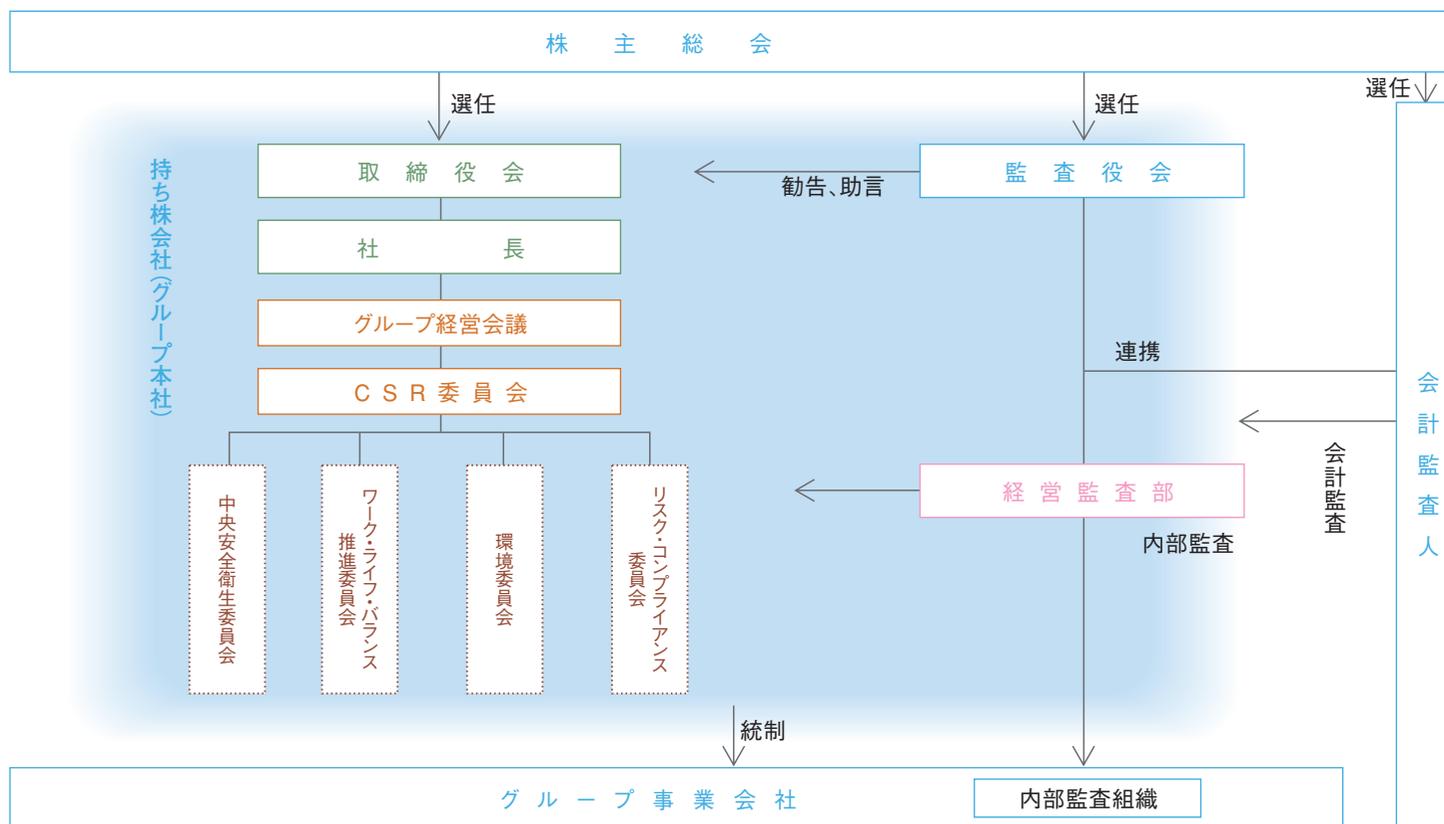
また、監査役制度を採用しており、取締役数は10名（社外取締役0名）、取締役の任期は、経営環境の変化に柔軟に対応できる経営体制にするために1年としています。監査役は4名（社外監査

役2名）で監査役スタッフとして2名が専従しています。また、顧問契約している弁護士は4名、必要に応じてアドバイスを受けています。内部監査についても持ち株会社とグループ内の事業会社が連携して内部監査を実施する体制を強化しました。

※「コクヨグループガバナンス基本規定」抜粋

コクヨグループは分社・持ち株会社制へ移行することで、今までに倍するスピードでの事業運営、現場主義、人材の更なる育成、風土改革等を実行し、新たな「強み」を再構築する。

コクヨグループガバナンス体制図



・取締役会（原則毎月1回開催）

取締役10名で構成される取締役会の議長は社長が務めており、コクヨグループの基本方針その他の業務執行に関する重要事項を審議決定します。

・監査役会（原則3ヶ月に1回開催）

監査役4名で構成される監査役会では、監査に関する重要な事項について報告を受け、協議または決議を行います。監査役は取締役への勧告、助言を行うとともに、会計監査人、または経営監査部門、および事業会社の監査役との連携を密にし、的確な監査を実施しています。

・経営監査部（内部監査）

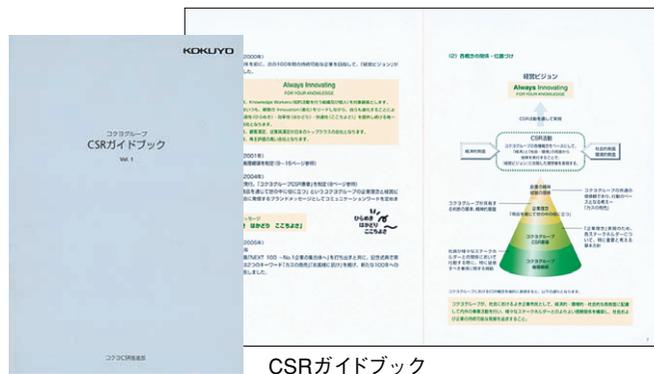
コクヨ株式会社（持ち株会社）および事業会社における経営諸活動について、不正・誤謬の防止に努めるとともに、リスクマネジメント、ガバナンスの有効性を評価、改善し、経営目標の達成に資する助言・勧告・提案を行います。

コクヨグループのCSR

コクヨグループは社会から信頼され続ける企業を目指します。

コクヨグループでは創業者が残した「経営の信條」と、そこから導かれた企業理念「商品を通じて世の中の役に立つ」をCSR活動のベースと考え、2004年に「CSR憲章」を制定し、社会において、コクヨグループの果たすべき責任を明確にしました。コクヨグループと深くかかわりのあるステークホルダーに対して、揺るぎない信頼を得、より良い関係を築いていく決意を表し、この憲章において、お客様、地域社会、環境保全、企業活動、人権尊重という5つの項目ごとに具体的な行動指針を示しています。

また、2006年度にはコクヨの「創業の精神」と引き継がれる「理念の歴史」をコンパクトにまとめた「コクヨグループCSRガイドブック」を発行、グループ全員に配布しました。社員一人ひとりへ、コクヨの精神と理念の理解を浸透させるとともに、倫理的な行動のための規範を示しています。



コクヨグループCSR憲章

コクヨグループは、創業以来の「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業目的のもと、誠実な事業活動を展開し、収益性を高めるとともに、社会から必要とされる企業になります。法令等の遵守はもとより、企業市民としての社会的責任を果たすことにより、お客様・投資家をはじめ、すべての利害関係者からの信頼を獲得し、事業の継続性の維持に努めます。

お客様

1. お客様の視点に立って「商品・サービス」を企画・開発・提供することで、お客様の満足や信頼を獲得し、常に社会から必要とされる企業であり続けます。
2. お客様の進化をリードしながらも、自らも進化することにより、「創造性・効率性・快適性」を提供し続ける唯一無二の会社を目指します。

地域社会

1. 社会の一員であることを自覚し、地域社会との交流、さまざまな社会貢献活動を通じ、豊かな社会を創造することで、地域社会から信頼される「良き企業市民」を目指します。

環境保全

1. 地球温暖化や森林資源の減少をはじめとする地球環境問題の解決を、緊急課題と認識し、この課題解決に全従業員が英知を結集し、全社を挙げて行動を起こします。
2. 商品の供給者としての責任と資源の消費者としての責任があることを認識し、あらゆる行動に3R (Reduce, Reuse, Recycle) の意識を取り込みます。

企業活動

1. 公正・透明・自由な競争ならびに適正な取引を行うとともに、政治・行政との健全かつ正常な関係を保ちます。
2. 取引先様との関係は常に公正であり、また信用される企業であるために、互いに協力し合い、成長していくことを目指します。
3. 企業価値を高めることは株主への責務と認識し、社会から信頼される透明かつ健全な企業経営を堅持します。

人権尊重

1. あらゆる企業活動の場面において、関係するすべての人々の人権を尊重し、差別のない職場環境を目指すとともに児童労働・強制労働を認めません。
2. 従業員一人ひとりの個性を尊重し、自主性と能力を十分に発揮できる環境を実現して従業員満足が日本でもっとも高い企業の1つとなることを目指します。

CSRの取り組みの方向性を明示しています。

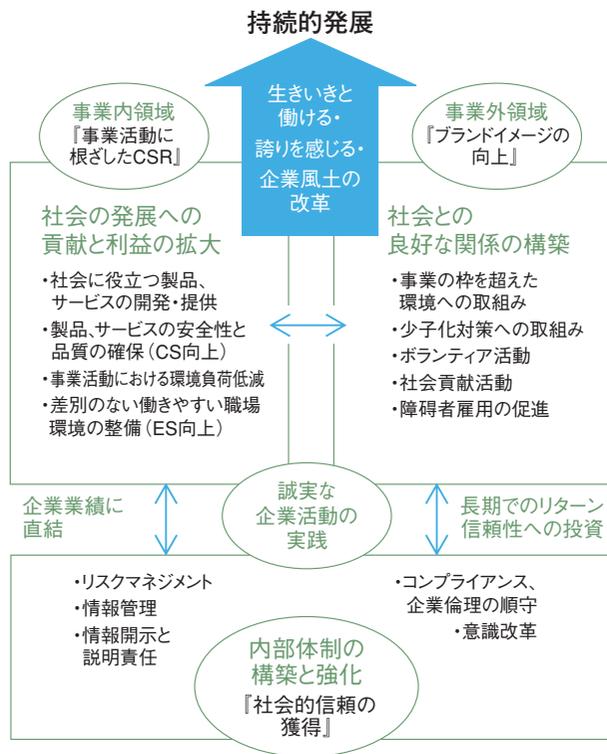
コクヨグループはCSRの取り組みの方向性を「持続的発展」と定め、誠実な企業活動の実践をコアとして、社会的信頼の獲得のための内部体制の構築と強化、事業活動を通じたCSRの実践とブランドイメージの向上という考え方を明確に示すことで、よりコクヨらしい活動を推進しました。

CSR活動推進のため新しい体制を構築しました。

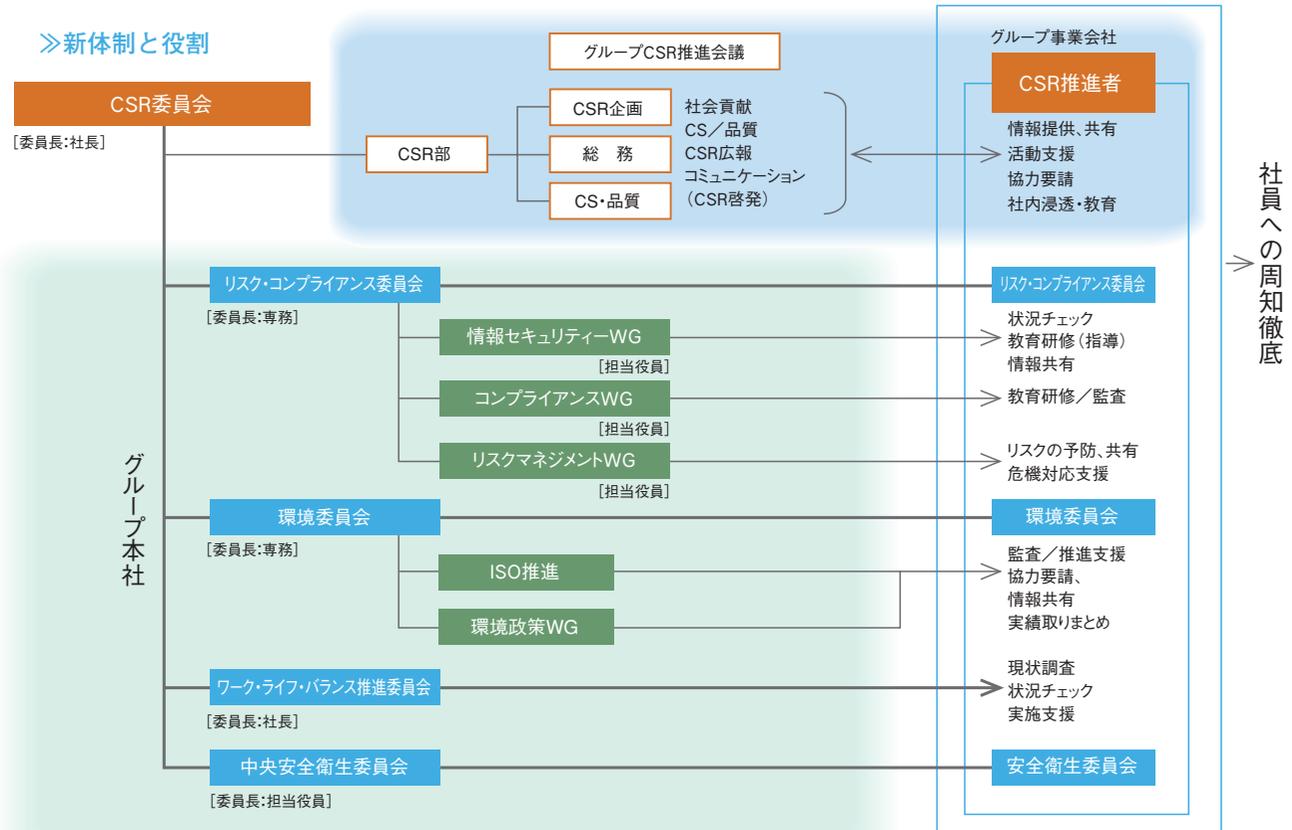
コクヨグループは、CSR委員会と6部会から構成する推進体制を整えてCSR推進活動をしてきましたが、2006年度には、よりコクヨらしいCSR活動を実践していくために新たな体制を構築しました。部会組織を改め、CSR委員会のもとに4つの委員会（リスク・コンプライアンス委員会、環境委員会、ワーク・ライフ・

バランス推進委員会、中央安全衛生委員会）とグループCSR推進会議（社会貢献、CS・品質、CSR広報、コミュニケーション）を設置し、新たな体制のもとで、より実践的な活動を行っています。

CSR取り組みの方向性



新体制と役割



企業倫理とコンプライアンス

コクヨグループの考え方

コクヨグループは、社会から信頼され続ける企業であるために、企業倫理やコンプライアンスを事業活動の大前提としています。単なる法令遵守にとらえず、社会に存在する「人」「組織」として当然守っていくべきものとして、社員一人ひとりが誠実な行動を実践できるようコンプライアンスの徹底に取り組んでいます。またコンプライアンス活動においてもコンプライアンスプログラムを作成し、PDCAサイクルを展開、構築したコンプライアンス体制を強化し続けていきます。



コクヨ(株)CSR部
リスクコンプライアンス室 宮川 大介

リスクや課題に正面から向き合い、社員の意思決定を支えるルールづくりを行っています。誠実さと現場感を心がけ、会社全体を巻き込んだ取り組みで、コクヨグループのさらなる信頼向上を目指します。

委員会を中心に、グループ全体のリスク・コンプライアンス体制を強化します。

コクヨグループのリスクマネジメントおよびコンプライアンスに関する方針・基準を策定し、重大なリスクへの対応、コンプライアンスの徹底などを推進するため、リスク・コンプライアンス規定に基づき「リスク・コンプライアンス委員会」をグループ本社および各事業会社に設置しています。グループ本社には、情報セキュリティ、コンプライアンス、リスクマネジメントの3つのワーキンググループを設置、各分野の仕組みや規定の整備を行い、関連部署と連携し施策を実施しています。また、3ヶ月に一度、方針・基準の周知、各事業会社からの報告・情報共有のためにリスク・コンプライアンス委員会を設置しています。

2006年5月に施行された会社法に基づき、グループ本社および各事業会社の取締役会において「内部統制整備の基本方針」を決議し、基本方針に基づくグループ内部統制システムを確立するため、リスクマネジメント・コンプライアンス体制にかかわる規定(コンプライアンス規定、リスクマネジメント規定、危機管理

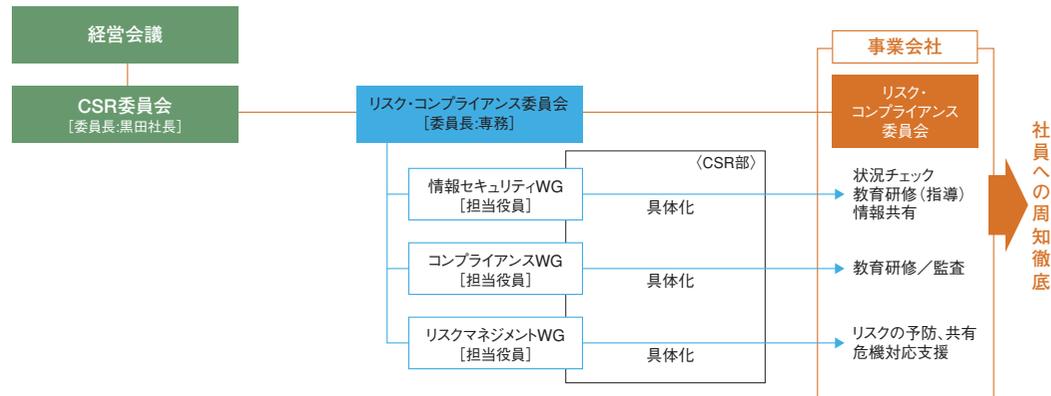
規定)を制定しました。また、各事業会社の組織風土を把握するため「コンプライアンスサーベイ」を実施。結果を各事業会社の経営者にフィードバックし、コンプライアンスに関する課題の解決に向けて、グループ各社において急ピッチで取り組みを進めています。

また、リスク管理体制構築に向け、グループ全体を対象として、リスクの洗い出し、評価、対応計画の策定により、収益拡大に向けた安定的なインフラを構築するために、「リスクマネジメント体制構築のためのプロジェクト」をスタートさせています。

社員の意識向上のため、さまざまなリスク・コンプライアンス研修を行っています。

リスクを回避し、コンプライアンスを維持するためには、一人ひとりの意識を向上させることが大切です。コクヨグループでは、役員や社員に対して、リスクやコンプライアンスに対する理解と知識を備えるため、階層別、各事業会社別の研修を企画し、ビジネストrendに応じた研修を実施しています。

リスク・コンプライアンス体制



2006年度には、グループ共通の新入社員向けのコンプライアンス導入研修、e-ラーニング形式のコンプライアンス研修、各事業会社役員向けの労務管理研修、主要な事業会社ではグループ本社と連携し、下請法、建設業法などの業法研修を実施しました。

また、コンプライアンスや法務に関する情報をデータベース化し、多面的に情報発信することでコンプライアンスの徹底、法的リスクの軽減に役立っています。例えば、種々の業務シーンで起こりうるケース、よく陥りがちな事例集、契約書の雛形、必要な法務知識・関係法令の解説をマニュアル形式に蓄積して公開するなどしています。

社員の判断基準「コクヨ企業倫理綱領」を定めています。

「コクヨ企業倫理綱領」は、社員一人ひとりが日常下す意思決定や行動における判断基準として、法令を遵守する精神と倫理観を持って行動すべきであるということ、具体的な内容を用い

て表現したものです。これは経営トップをはじめ全グループ社員が守るべき方針であり、個人をとりまく社会、顧客、取引先、会社、社員との関係について企業倫理に基づいた具体的な行動が示されています。2006年度には、コンプライアンスの精神を全グループ社員が理解し実践していく体制を確立するため、企業倫理綱領を補完する「コンプライアンスガイドブック」を発行しました。今後は、このガイドブックをもとに、各職場や業務に応じて徹底を図っていく予定です。

契約業務を一元管理し、リスクを予防します。

契約におけるリスクの予防・軽減を狙いとした「契約業務管理規定」を制定・運用し、契約業務を一元的に管理、グループ各社の自主的な管理を支援するためのツールである「契約一元管理システム」を構築しています。このシステムでは、事業会社が結んでいる契約書とその内容をデジタル文書化して管理、いつでも参照できるようになっています。

情報セキュリティ対策を徹底しています。

コクヨグループが事業を推進していくために保有している情報には、お客様に関する情報、個人情報、営業機密など重要なものを多く含んでいることを自覚し、情報の取扱いに必要なルールを定め、その運用を徹底しています。「情報保護対策ルールブック」を策定、全国で説明会を開催し、イントラネット上でもその内容を常に確認できるようにしています。

また、持ち株会社制への移行にともない、本社・品川オフィスではグループ事業会社間のセキュリティ強化のため、各フロアにICカード式入退出管理システムを導入し、グループ内でも他社の機密情報に容易に接することができない仕組みを構築しています。そして、文書・電磁情報を含めたファイリングの徹底、パソコンへのセキュリティ対策の強化などの対策を行い、その運用状況の監査も実施しています。

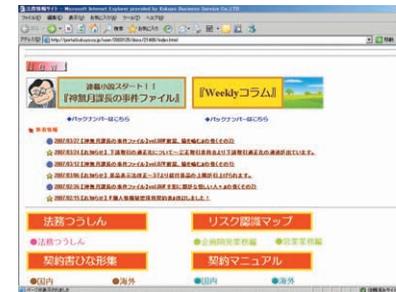
2006年度は、「情報保護対策ルールブック」の理解度向上と営業秘密管理に関する意識の向上を目指し、e-ラーニング形式の情報保護研修を実施しました。



事業会社取締役・執行役員研修



コンプライアンスガイドブック



法務情報の発信

「数字で見る社会の課題」

生活者が重視する企業のCSR活動は「法を遵守し、不正な行為をしない」が82.1% (博報堂「CSR(企業の社会的責任)に関する意識調査」)

ステークホルダーとの対話

コクヨグループの考え方

コクヨグループは、さまざまなステークホルダーとの対話に際し、常にCSRを意識した情報開示・コミュニケーションを行っています。

適切・適時であることはもちろん、一方的ではない双方向の対話を目指しています。

また、ステークホルダーへの説明責任を全うし、透明性を高めるために、開示すべき情報の基準について定めた「情報開示ガイドライン」を策定しました。

経営情報、リスク情報など、重要な事実の発生については、ポジティブ内容、ネガティブ内容にかかわらず積極的かつ公正に開示していきます。



コクヨビジネスサービス(株) グループ広報本部 広報部 鈴木 涼子

ショールームの運営にかかわる仕事をしています。ショールームはお客様とコクヨを結ぶ架け橋です。来館されたお客様の声を聞き、ひとつでも多くのご要望にお応えできるよう心がけています。「満足」していただくことはもちろん、「感動」を生み出すサービスの提供を目指しています。

小学生と一緒に商品企画開発を行っています。 ～金沢大学教育学部附属小学校で仕事体験授業～

2006年9月から2007年3月までの半年間、金沢大学教育学部附属小学校と全国の小・中・高・大学の教職員有志による教育に関する研究会「D-project」と協働で、産学交流活動の一環として、子どもたちに「仕事」を実体験してもらう授業を実施しました。「仕事」の内容は、文房具の商品企画。機能や価格の検討、商品評価まで実際に企業で行われる商品企画プロセスを体験することによって、子どもたちの職業体験の場を作り、働くことのやりがいや意義を教えると同時に、新たなモノを生み出す発想力や友達との共同作業によるコミュニケーション力の育成を図ろうとしたものです。この授業から生まれた「小学生が考えた小学生のための文具」の商品企画は今後、商品化を前提に検討することになっています。

国内外の有力SRIインデックスに採用されています。

環境対策や雇用、社会貢献などに積極的に取り組む企業に投資する「社会的責任投資(SRI)」が注目されている中、コクヨグループは、その取り組みを評価され、欧米有数のSRI(社会的



金沢で仕事体験授業を実施

責任投資)に関するコンサルタント会社であるエティベル社の「エティベル・サスティナビリティ・インデックス」の構成銘柄に選定されました。「エティベル・サスティナビリティ・インデックス」は、持続可能性という点において先端を行く企業の株価の総合的な動向を機関投資家やアセットマネージャー、銀行、その他の投資家に提供することを目的としています。

このほかにも、イギリスFTSE社の「FTSE4GOOD」、日本のモーニングスター社の「社会的責任投資株価指数」といった、国内外の有力SRIインデックスに採用されています。

CMもユニバーサルに受け入れられ、「消費者のためになった広告コンクール」銀賞。

キャンパスノート<パラクルノ>のテレビCMが、(社)日本広告主協会主催の第46回「消費者のためになった広告コンクール」にて銀賞を受賞しました。「消費者のためになった広告コンクール」とは、「消費者が自らの目で選んだ、真に役立つ広告」を、一般消費者の代表による予備審査と、学識経験者を交えた本審査の二段階で選考するもので、審査員に広告制作関係者を含めないことが特徴です。今回受賞したキャンパスノート<パラクルノ>のCMは、ノートという長年変わることのなかった



キャンパスノート<パラクルノ>

商品に「めくりやすさ」という価値を加えたデザインをシンプルな表現で伝えています。

個人投資家向けのIR活動にも力を入れています。

コクヨは年々増加傾向にある個人投資家に対してのIR活動に力を入れています。

2006年度は東京、大阪の2ヶ所で個人投資家向け説明会を開催し、合計1,100名を超える個人投資家が来場しました。

説明会は、会社概要、中期経営計画の説明を社長が行い、質疑応答を受け付けるスタイルをとりました。また、東京・大阪両会場ともに新製品・注力商品を展示し、実際に手にとって試してもらうことで、コクヨグループの商品をより深く知っていただく機会となりました。

社員の家族を対象にオフィス見学会を開催しています。

社員が毎日元気で働くことができるのは、心身ともにその健康を支えてくれる家族のお陰です。コクヨグループでは感謝の気持ちを込めて、子どもたちが夏休みの週末を利用して、家族向けオフィス見学会を実施しています。



家族向けオフィス見学会

仕事を一緒に回り、家族に仕事を説明すると同時に、自らの仕事の面白さ、楽しさを語ることが、社員自身にとっても働きがいにつながります。また、子どもたちのために、射的やスーパーボールすくいなどのゲームのほか、社員の特技を生かした蕎麦打ち実演なども行い、家族の絆を深める機会にもなっています。「テレビドラマのセットみたい」という驚きの声や、ノンテリトリアル席の社員の子どもの声から「お父さんの席がない!」といった声があちこちに響き、見学会は大いに盛り上がりました。

東京ショールームリニューアルオープン商品だけでなく“コクヨ”をご紹介します。

2006年12月、東京ショールームを全面的にリニューアルしました。リニューアルコンセプトは、「ブランド発信基地」と「オフィス提案の場」。企業姿勢や事業の全体像を発信するスペースとして、新たな活用を始めています。

3階の「History100」と題したコーナーでは、過去100年の歴史の中での主なトピックと、コクヨグループの原点である和帳をはじめスチール製品、現在の商品を展示しています。また、その隣のコーナーは、企業姿勢や事業の全体像を映像で分かりやすく解説する「NEXT100」の展示が行われており、コクヨのDNA、



事業の広がりなどを150インチの大画面で流しています。そのほかにもUD&エコ商品など企業姿勢に根ざした商材・取り組みを体感できるコーナーも用意しました。営業活動における利用はもちろん、学生からお年寄りまで、広く一般の方にもご覧いただき、よりコクヨグループに愛着を持っていただける場にしていきたいと考えています。

企業研究をより深めてもらうためにインターンシップの学生を受け入れています。

2006年度から大学3年生・大学院修士課程1年生を対象としたインターンシップを実施しています。実験することによって初めて分かる仕事の奥深さを学生に味わってもらい、自分のやりたい仕事を見つけ、働くことの意味を考えるきっかけとしてもらいたいと考えています。

2006年度は応募数2,163名に対して、受入数は60名と、大変狭き門となりましたが、参加学生の意欲をさらにかきたてる職場体験をしてもらいたいと、コクヨグループ各社も工夫をこらしました。

景気が上向いてきているとはいえ、ニートや早期離職など若者の就業問題は依然として社会の大きな課題になっています。こうした機会を設けることで社会の課題の解決に貢献していきたいと考えています。



リニューアルした東京ショールーム(3階)

お客様とのかかわり

コクヨグループの考え方

コクヨグループは、CSR憲章の第1項に「お客様の満足や信頼の獲得」を掲げ、その維持拡大を事業活動の根幹に位置づけています。製品・サービスの安全性と品質の確保はもちろんのこと、適切な情報開示や、お問い合わせへの誠実な対応と改善への取り組み、また個人情報保護など、お客様との関係をより良いものとするための活動を、ますます発展・深化させていきます。



コクヨビジネスサービス(株) グループ広報本部 お客様相談室 谷川 富貴子

『正確・迅速・親切・丁寧』をモットーに、お客様に対応しています。相談室でいただくご意見は商品開発・品質向上にもつながる貴重なものです。さらに積極的にお客様の「生の声」を聞き、グループ内に発信していきます。

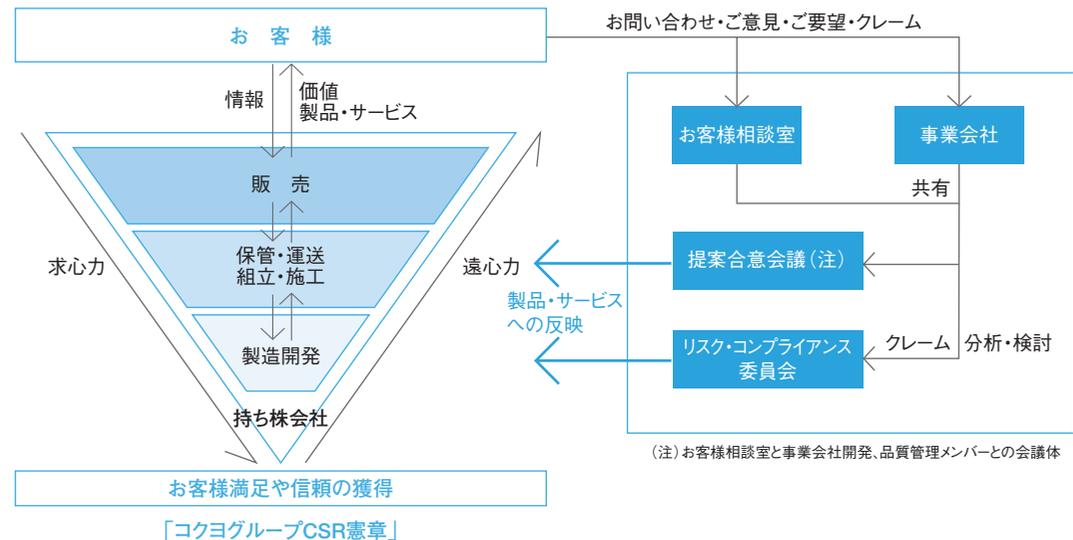
「なくてはならないもの」だからこそ、お客様の声を聞き続けます。

コクヨグループが提供する商品の多くが、オフィスや家庭で当たり前に使われる「なくてはならないもの」です。だからこそ、常にお客様の視点で商品・サービスの企画・開発・提供をしなければならないと考えています。そのために、お客様との直接対話を通じて、声を聞き、お客様の要望と真剣に向き合っています。より良い商品・サービスを作り出すことにこだわり、どんなに小さな要望も徹底して拾い上げることで自らも進化し、お客様へ「ひらめき・はかどり・こちよさ」をお届けします。

お客様の個人情報を守るために社員一人ひとりの意識強化を図ります。

コクヨグループではグループ共通のルールとして、全社員に「情報保護対策ルールブック」を配布し、業務で扱う個人情報を適正に保護管理するためのルールの徹底に努めています。さらに、グループ各社でルールブックの説明会を開くなど、社員個人の理解・浸透を図る取り組みも行っています。また、グループ各社では個人情報を正しく取り扱い、事業活動に積極的に活用していくためのマネジメントシステム強化の一環として、プライバシーマークやISMSなど第三者認証の取得に積極的に取り組んでおり、2006年度までに12社が認証を取得(Pマーク:8社、ISMS:4社)し、2社が申請中となっています。

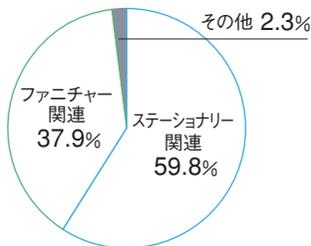
お客様とのかかわりイメージ



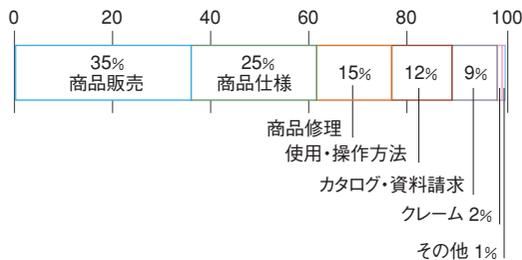
お客様の声をグループ全体に伝える 総合窓口「お客様相談室」。

お客様相談室は、コクヨグループのすべての商品・サービスに関してのご質問、ご意見、苦情などのお問い合わせに、『正確・迅速・親切・丁寧』をモットーにお答えする総合窓口です。2006年度のお問い合わせ件数は約15万9千件で、そのほとんどが専用フリーダイヤルへの電話ですが、メールやFAXでも受け付けています。また、お客様から寄せられたご意見は、商品の品質向上・新製品開発に活用させていただくべく、個人情報を除いた状態でグループ全社に公開し、日付・品種・品番などをキーワードとして随時自由に検索できるようになっています。

≫お問い合わせのジャンル



≫お問い合わせの内容



品質管理をゼロから見直し再発防止に 全力で取り組みます。

コクヨグループでは常にお客様起点で価値の高い製品やサービスを提供し続けることによって社会になくってはならない企業になることを、創業以来の理念としてきました。2006年度については複数の商品について、品質上の問題を発生させてしまったことをグループ全体で重く受け止めており、再発防止策

の検討・実施を急ピッチで進めています。

品質管理については、開発・設計・生産のみならず配送・納品まで含む品質の向上を目指し、グループ各社でチェック体制を整備しています。具体的には、品質保証体系の見直しを行うとともに、化学素材や樹脂材などに対する知識レベルアップや情報収集の強化、設計の事前検証の強化をするなど、品質向上に努めています。

商品回収

2006年度は、コクヨグループ全体で3アイテム（会議用イス<アリーナC>/抗菌デスクマット/マルチシュレッダー）について、品質上の問題を発生させてしまい、ホームページや新聞などを通じて情報開示、および自主回収を行いました。

特に、抗菌デスクマットに関しては、1997年10月から2000年8月までに生産された商品に使用されていた特定の抗菌剤（ピリジン系有機抗菌剤）が原因で、アレルギー性接触皮膚炎発症の可能性が判明したため、2006年10月から2007年5月まで

の間に、全国紙、地方51紙の新聞に、7回にわたって回収をお知らせする社告を掲載しました。当社グループの商品によっておかけするご迷惑の範囲を最小限にとどめるべく、該当商品の全回収を目指して、現在も自主回収の取り組みを継続しております。

今後、このような問題を発生させることがないよう、品質管理体制を徹底的に洗い直し、工程の各段階で検査・チェック体制を再度整備してまいります。

コクヨ抗菌デスクマットをご使用のお客様へ 回収・交換のお知らせ

2007年5月21日
コクヨS&T株式会社

- 1997年10月から2000年8月までに製造のコクヨ抗菌デスクマットは、体質により、アレルギー性接触皮膚炎を発症する可能性があります。
- 大変ご迷惑をお掛けいたしますが、対象製品を回収し交換させていただきますので、右図にて品番とロット番号をご確認ください。対象製品の場合は、下記お問合せ先までご連絡ください。
- 対象製品をご使用になり、接触部位に赤み、はれ、かゆみなどの症状がみられる場合は、ただちにご使用をお控えいただき、皮膚専門医にご相談いただくと共に、下記お問合せ先までご連絡ください。

お問合せ先 コクヨお客様相談室 ※受付時間 午前9時～午後6時まで（土・日・祝日を除く）
☎0120-550146（特設ダイヤル）/ ☎0120-201594

お客様の個人情報のお取り扱いについて
お客様からご連絡いただきました個人情報は、本件の目的以外には一切使用いたしません。尚、ご提供いただいた個人情報は、対象製品の交換などのため外部委託業者に預託いたします。

対象となる品番とロット番号および確認方法は以下の通りです。

手順1. 品番シールのオモテ面で品番をご確認ください。

表面:抗菌
裏面:非転写
このシールが見える状態でご確認ください
末尾が「G」の品番は対象外です
(例:7-413NGは対象外)

7-400NM	7-416NM	7-468NM	7-515N	7-567N
7-406NM	7-417NM	7-500N	7-516N	7-568N
7-407NM	7-427NM	7-506N	7-517N	7-MX517N
7-411NM	7-428NM	7-507N	7-527N	7-MX527N
7-412NM	7-447NM	7-511N	7-528N	7-MX547N
7-413NM	7-448NM	7-512N	7-547N	7-MX567N
7-415NM	7-467NM	7-513N	7-548N	

手順2. 品番シールのウラ面でロット番号をご確認ください。

ロット番号は黒色で表示
(紺色・赤色は対象外です)

9A

左記品番のうち下記の数字とアルファベットの組み合わせのものが対象です。

ロット番号(黒色表示)	
数字	0, 7, 8, 9
アルファベット	A, E, G, H, I, M, N, O, R, S, T, Y

[数字で見る社会の課題]

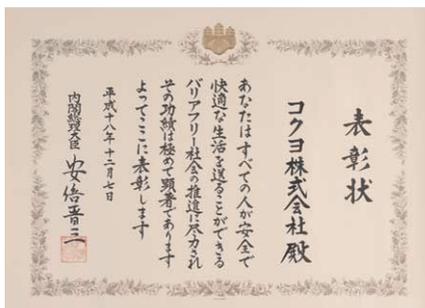
生活者が重視する企業のCSR活動は「安全で質のよい商品・サービスの提供」が83.4%（博報堂「CSR(企業の社会的責任)に関する意識調査」）

UD商品の開発と啓発活動に高い評価 ～バリアフリー化推進功労者表彰 「内閣総理大臣賞」を受賞。

2001年11月6日に開催された「バリアフリーに関する関係閣僚会議」にて創設された「バリアフリー化推進功労者表彰」は、高齢者、障害者を含むすべての人が安全で快適な社会生活を送ることができるよう、ハード・ソフト面を含めた社会全体のバリアフリー化を効果的、総合的に推進するため、顕著な功績や功労のあった個人または団体を表彰し、優れた取り組みを広く普及させることを目的としています。

2006年度、コクヨはその最高賞である「内閣総理大臣表彰」を受賞しました。ステーションナリーだけでも約800品番のユニバーサルデザイン(UD)商品を開発・販売している点、公平性、柔軟性、身体負担の軽減などのチェック項目を設け、使いやすく安全な商品の提供に努めている点、またUDの啓発・普及活動を行っている点がバリアフリー化社会の構築に大きく貢献したとして評価されました。

(UD商品の普及活動についてはp.8～9に掲載しています)



ユニバーサルデザイン商品例

ユニバーサルデザインマウス<JUST ONE>

マウス後部のアタッチメントについて3サイズから最適なものを選択、付け替えることができ、さまざまな手のサイズ・形状、握り方に応じて幅広く使用できます。また、日本人の手の寸法やマウス操作時の指・手首の置き方、接触面積、触感などを検証、さまざまな握り方を許容しながらフィット感を感じられる形状を目指しています。



レーザーポインター<IC-GREEN> for PC

人間の色覚にはいくつかのタイプがあり、タイプによって特定の範囲の色の差を感じにくくなります。カラーユニバーサルデザイン(CUD)は、色彩・図形・文字などの表現方法について平等に情報が認識できるよう配慮した、視覚のUDです。このレーザーポインターは、CUDに対応。赤色光に比べて約8倍明るく認識できる緑色光レーザーを採用し、色の識別が困難な方にも見えやすく、遠くからでもはっきりと視認できます。



プニョプニョピン

エラストマー製のカバーを付けることで、指に針が触れにくく、落ちたときも針が上を向かない画鋲。壁などから抜く時も、リング部分をつまんで引き抜けるので、取り外しが簡単です。



コクヨユニバーサルデザイン商品

コクヨグループでは、1990年代後半から、できる限り多くの人が安全・快適に使用できるUD商品の開発に取り組んできました。

- (1) 商品としての基本機能・性能を確保
- (2) あらゆる状況での安全を確保
- (3) 表示・色彩・形状などに配慮
- (4) 軽便・単純・普遍的な操作性・インターフェイスを追求
- (5) 操作の可否や残量等の情報を判定できる仕組みを追求
- (6) 従来品と比較しても遜色のない価格設定

以上6つの要件を設定し、合致した商品には、当社独自のUDマークを明記して、普及・浸透を図っています。

社員とのかかわり

コクヨグループの考え方

コクヨグループの商品やサービスを通じて「ひらめき・はかどり・こちよさ」をお届けするためには、それをつくり出す社員がいきいきと楽しく働き、能力を高めていく職場環境が必要です。コクヨグループは、働きやすく、また差別のない職場を整え、個人が本来持っている力を発揮するための仕組みを整えています。満足度の高い社員が、コクヨの理念や歴史を理解し、CSRを意識した行動をすることによって、社会からさらに強い信頼を得ることができると考えています。



コクヨ(株)人材開発部 熊谷 圭介

採用活動で年間3万人を超える学生さんに会います。採用活動は会社にとっても、学生さんにとっても、大切なパートナー探しの場。コクヨの良いところだけではなく、本当の姿を知ってもらうように常に心がけています。コクヨの仕事や仕事のやり方に共感してもらえる判断材料を示す、それが仕事の第一歩です。

個人が最大限の能力を発揮できる職場づくりを行っています。

コクヨグループは社員一人ひとりの個性を尊重し、自主性と能力を十分に発揮できる環境づくりを進めています。社員に対する教育研修は、階層別研修、職能別研修、そして選択・選抜型研修を行っています。

階層別研修はグループ共通で行っており、入社1～3年目までの研修、10年目研修、新任管理職研修、事業会社役員研修を実施しています。一方、職能別研修はグループ各社別に重要機能を強化するもので、商品開発力や営業力など、機能別のプログラムになっています。

やる気のある社員を応援する人材開発体系

選択・選抜型の研修としては、グループ各社の経営を担う人材を育成する「経営者人材プログラム」や、異業種人材との交流を図りながら仕事に不可欠な知識を習得するための「異業種交流研修」、さらに、2006年度からの新たな取り組みとして、新入社員の中期的な指導・育成役を担う「チューター」を対象

》人材開発体系

対象	階層型メニュー	コース別メニュー		
		マネジメント 会社選抜型	共通 本人選択型	スペシャリスト 会社選抜型
部長クラス	事業会社役員研修	経営者人材育成プログラム 変革リーダー 育成研修 異業種交流研修	ビジネスハリン研修 (MBA知識)	各事業会社職種別研修
課長クラス	新任管理職研修			
主任クラス	10年目研修			
新入社員 ～3年目	3年次研修 2年次研修 新入社員研修			

注: 評価研修、チューター研修、被評価者研修は階層型メニューと関連するプログラム。

としたチューター研修を実施しています。身近な部下を育てる経験を通じて、組織を束ねるリーダーシップの土台を養成するもので、約70名が受講しました。また、高めたい能力のある社員自らの意思で選択して受講する本人選択型の研修も用意しており、現場で活躍している社員、意欲のある社員を積極的にサポートする人材開発体系を組んでいます。

人事制度はグループ各社の事業特性に合わせて最適な人事制度を制定、運営していますが、昇格審査に関しては、すべてのグループ会社において、年齢に関係なく、意思のある社員全員に門戸が開かれています。

適材適所を推進し、社員の意欲を引き出す仕組みを整えています。

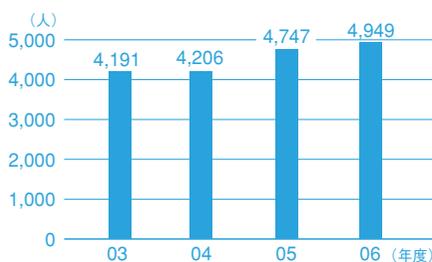
意欲のある社員の能力を最大限に引き出すために、適材適所を推進する仕組みを整えています。プロジェクトや新規事業に自由に応募できる「社内公募制度」や、自らが事業主となって新事業を興すための「社内ベンチャー制度」、また、2006年度からは新たに、グループ会社間の転職をサポートする「グループ内転職市場」の運用を開始しました。グループ会社間の転職の仕組

みを整えることで、社員がそれまで蓄積した基礎的な業界・商品知識、スキルを無駄にすることなく、新たなステージを模索することができるようになり、グループのES(従業員満足)向上、および、より働きがいのある環境を整備しています。2006年度は39件の募集に対して18件の応募があり、9人がグループ間の転職を果たして新たなステージで活躍しています。

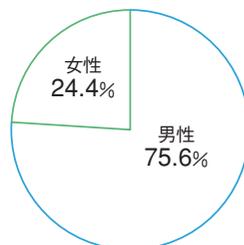
離職後・定年後の充実した人生を応援します。

離職後の円滑な就業継続を可能とし、継続的な労働機会の実現を支援する制度として、定年退職者の再雇用に関する「高年齢者継続雇用制度」や、早期退職者に対する「セカンドキャリア支援制度」を設けています。定年到達日以前に自らの意思で退職し、独立・再就職しようとする社員を、自立支援金・相談体制の整備の面で優遇する「セカンドキャリア支援制度」は、満35歳以上満58歳まで、かつ勤続10年以上の社員に対して、自立支援金として退職一時金に上乗せして退職時に支給する制度です。

▶▶従業員数推移 (連結対象 正社員)



▶▶男女別従業員 (連結対象 正社員)



▶▶管理職の男女比



※連結対象主要事業会社のデータ

ワーク・ライフ・バランスを保つためのさまざまな勤務体系を設定しています。

グループ内の多くの会社で、通常勤務制、時差勤務制(遠距離通勤者)、フレックスタイム制(コアタイムあり)、スーパーフレックスタイム制(コアタイムなし)、時差勤務制などさまざまな設定があり、各部門や個人の事情に応じて最適な勤務体系を選択できるようになっています。

さらに今後は、在宅勤務、裁量労働、短時間勤務など、ワーク・ライフ・バランスを適正に保つために、過去の勤務形態に捉われない新しい体系を企画・検討していきます。

障害を働く障壁にしない、水耕栽培の新会社を設立します。

コクヨは1949年に発足した大阪府雇用開発協会の前身である「大阪府身体障害者雇用促進協議会」の理事として、発足当初より障害者雇用を促進する活動を行ってきました。現在は2003年9月に設立した特例子会社のコクヨKハート(株)を中心

にグループ全体で障害者が働きやすい環境づくりを目指して努力しています。コクヨKハートは主にコクヨグループで発生する印刷業務を請け負っており、多くの聴覚障害を持つ社員が働いています。

また、2006年12月に設立のハートランド(株)はコクヨKハートの子会社で、2007年10月操業予定の障害者雇用の新会社です。安全・安心な野菜の生産を通して、年々担い手や耕作面積が減少している農業の復活に貢献できる事業の実現を目指します。コクヨグループで初めて、知的障害のある社員を雇用し、安全性や生産物の品質・数量・労働日の安定性などを考慮して、農業を使用せずに、ほうれん草など葉菜類の水耕栽培を行います。事業にあたっては、大阪府から指導を得るとともに、地元農家、障害者就労支援団体などの協力を得ています。

(2006年6月1日現在コクヨグループ障害者雇用率は1.8%※)
(コクヨKハートについてはp.16~17に掲載しています)

▶▶主な休暇制度

育児休業	原則として子が満1歳の4月末日(4月生まれの場合に限り満2歳の4月末日)、または満1歳6ヶ月に達する日までを限度に取得可能
子の看護休暇	小学校就学始期まで、1年間に5日まで取得可能
女性の産前・産後	合計14週間(多胎妊娠の場合は22週間以内)
介護休暇	要介護者の家族1人につき、通算183日まで取得可能

▶▶育児休暇取得者数

年度	2002	2003	2004	2005	2006
人	8	12	9	16	18

▶▶介護休暇取得者数

年度	2002	2003	2004	2005	2006
人	1	0	0	0	0

※コクヨ株式会社と国内の連結子会社の正社員および常用雇用のパート・アルバイト社員数の合計に対する割合

社員の健康と安全こそが企業活動の基本です。

安全に関する活動として、各オフィスをはじめ製造・運輸・建設などの各事業の特性に合った安全確保を行っています。グループ社員だけでなく協力事業者にも活動の輪を広げ、グループ全体での事故ゼロを目指しています。2006年度は労働安全衛生法の改正に伴い協力事業者を含めて研修会を実施。建設業を営むグループ会社では職長・安全衛生責任者教育を全国の拠点で展開し、現場の安全向上に努めています。

衛生に関する活動では、過重労働防止に向けて労働組合・健康管理室と協力して残業削減に取り組んでいます。また、心の健康診断(メンタルチェック)をグループ全体で実施し、自己診断とこれからの取り組みに役立てていきます。



建設業職長研修の様子



三重工場 安全大会

グループの事業領域拡大による事業拠点の広域化に対しては、海外展開に伴う安全衛生の諸施策や国内各地域の産業医体制の充実を実施し、安全で健康的な職場環境づくりを推進しています。

理解と信頼に基づき、健全で良好な労使関係を構築していきます。

コクヨ労働組合(前身:黒田国光堂従業員組合)は、1946年に結成され、昨年60周年を迎えました。多くの重大な局面がありましたが、労使がお互いの立場を尊重し、力を合わせて解決することで、現在の信頼関係に基づく良好な労使関係を築いてきました。

労働組合と会社は、社員の「幸せの実現」のため、社員がいきいきと働ける環境づくりやコクヨの成長や発展など目指す方向を共有して取り組んでいます。

2007年の春闘では、分社・転籍した10社の組合からの要求に対し、各社と真剣に交渉を重ね、お互いの主張を十分理解し合い、円満に妥結することができました。

春闘のメインテーマは、「育児と仕事の両立支援」を中心としたワーク・ライフ・バランスでした。現在、労使で専門委員会を立ち上げ、制度・インフラ面の整備だけでなく、環境面での仕組みづくりも目指して活発な議論を行っています。



2007春闘

▶労働災害に関するデータ

災害件数	損失日数	度数率 ^{※1}	強度率 ^{※2}
9	16	5.61	0.010

※1 度数率:100万延べ実労働時間あたりの労働災害による死傷者数
 ※2 強度率:1,000延べ実労働時間あたりの労働損失日数
 ※三重、芝山、コクヨ事務用品工業、コクヨ工業滋賀、石見紙工業のデータ
 ※不休災害を含む

Column

未来の社員とも本気で本音を語り合っています。

ジョブスタディ

真剣に、精一杯就職活動をして入社した企業であるにもかかわらず、日本全国で新規大卒者の約3割が入社後3年以内に退職する「早期離職問題」が深刻化しています。

コクヨグループでは、社会に出る前の就職活動中の学生にも、会社の等身大の姿を見せ、本音で語り合う場をつくりたいと考え、2005年から「ジョブスタディ」と称した異業種合同の手づくりの就職セミナーを開催しています。

働くことの意味と楽しさを、業種の違いを超えた多くの先輩社員と語り合うことで、学生生活では得られない新たな視点を得て、自らの進むべき道、大事にしていることをしっかりと見定め、その上でしっかりと自分にあう企業を探してほしい、という願いを込めた企画は学生からも、参加する企業からも大変な好評を博しています。2006年度は東京・大阪で合計20回開催し、参加した学生の総数は約7,900人、参加企業数は35社を数えました。この中から、コクヨグループに入社した社員も大勢います。

新たな躍進を目指すコクヨグループでは、未来の社員候補に対する誠実で真摯な情報提供のあり方として、こうした本音を本気で語り合う場をこれからも積極的につくり出していきたいと考えています。



【数字で見る社会の課題】

新卒者の3割以上が3年以内に退職(厚生労働省調べ)

地域社会とのかかわり

コクヨグループの考え方

コクヨグループは、創業以来「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業目的のもと、社会の一員であることを自覚してきました。さまざまな社会貢献活動を通じて、地域社会から信頼されるよき企業市民であり続けることを目指しています。重点分野として「エコロジー」「地域社会との共生」「教育・福祉」に寄与することを目指しています。また、紙製品の製造と販売を中心として発展してきたコクヨグループの事業は、森林資源に大きく依存しています。そのような意味から、地域緑化、森林保全活動には特に力を注いでいます。



コクヨ(株)CSR部 山本 江香

2006年度はコクヨらしい社会貢献活動のコンテンツ整備や、社員が気軽に参加できる活動の情報・機会提供を積極的に行いました。

2007年度は、3つの重点分野に的を絞った活動を心がけ、社会貢献を通じてより広く地域の皆様と社員が交流できるような活動を目指します。

「コクヨらしい」社会貢献を目指して 具体的活動を開始しました。

コクヨグループは、ひらめき(創造性)、はかどり(効率性)、ここちよさ(快適性)をお客様にお届けすることを目指す企業グループであり、この目標は社会貢献活動においても同様です。グループの資源を可能な限り活用して「コクヨらしい」社会貢献活動に取り組むと同時に、社員参加の企業市民活動を推進しています。

活動内容についてはイントラネットで随時伝え、社員の参加を促すと同時に、活動終了後にも詳細をレポートすることで意欲を喚起し、社員の積極的な参加を募っています。また、より多くの社員が社会貢献に参加することのできる制度の整備を進め、グループ内に活動を定着させるための環境の整備を引き続き進めています。

ユニバーサルデザインの 啓発・普及活動をグループ全体の輪に。

コクヨグループがユニバーサルデザイン(UD)の取り組みを始めてから10年近くが経過し、これまでも一部の小学校や



出張授業

自治体などでUDの意味・意義を伝える活動を行ってきました。この草の根の活動が非常に好評を博したことをきっかけとして、2006年度からUDの出張授業をプログラム化し、コクヨグループ全体の取り組みとして再スタートしました。企業理念「商品を通じて世の中の役に立つ」を社会貢献分野でも実現したいと考えています。

主に小学校高学年から中学生向けに、マニュアルを統一化し、展示キットも充実させ出張授業の依頼をいただいた学校で授業を行っています。2006年度は小学校12校、中学校5校、高等学校3校、その他一般向け4団体において、UDの出張授業を行いました。(UD出張授業についてはp8~9に詳しく掲載しています)

中国の小学校へ14万冊を超えるノートを 寄付しました。

コクヨグループは日本から中国への政府開発援助のひとつである「草の根・人間の安

全保障無償資金協力」に協力しています。具体的には、老朽化などで倒壊の危険性がある校舎の建て替え計画に資金協力をするとともに、建て替え対象となる小学校の生徒さんにノートや文房具の寄付を行ったり、奨学金の給付などを行っています。

生徒さんが勉強をしやすい環境を整える上で、校舎の建て替えはとても重要

省	学校数	寄付数(冊)
安徽省	4	6,900
江西省	1	4,500
広東省	1	900
海南省	8	23,010
広西壮族自治区	2	5,170
遼寧省	4	11,920
湖南省	3	16,000
湖北省	1	3,000
山東省	5	18,200
福建省	2	7,500
甘肅省	2	5,500
山西省	3	8,000
内蒙古自治区	1	5,000
青海省	4	7,500
新疆ウイグル自治区	1	12,200
寧夏回族自治区	1	3,300
陝西省	1	4,000
吉林省	1	2,200
	44	144,800

ですが、日常的に使う文房具やノートの充実も欠かせません。コクヨグループは2003年度以降、中国で本格的な事業展開を行っています。市場開拓を進め、中国経済の発展に寄与するとともに、国の将来を担う子どもたちへの貢献もとても大切なことだと考えています。2006年度は18の省や自治区の計44校に対して14万冊以上のノートを寄付することができました。今後も継続して寄付活動を行っていく予定です。

校外学習の場としてショールーム・工場への見学を受け入れています。

東京と大阪のショールームでは、校外学習の受け入れを積極的に行っています。「校外学習プログラム」を整備して、コクヨホームページにて随時受け付けています。また、各工場においても見学を積極的に受け入れており、地域社会への貢献を推し進めています。

≫工場における校外授業(工場見学)の件数(2006年度実績)

	芝山工場	三重工場	滋賀工場
小学校	2校	0校	5校
中学校			※職場体験受入
高等学校			
成人(大学含む)		17団体	

≫ショールームにおける校外授業の件数(2006年度実績)

	東京ショールーム	大阪ショールーム
小学校	2校	6校
中学校	12校	6校
高等学校	2校	10校
成人(大学含む)	9団体	12団体

[数字で見る社会の課題]

地域の人とほとんど、または全くつきあいがいない生活者は36.4%(国土交通省調べ)

「絵本を届ける運動」に参加しました。

「絵本を届ける運動」とは、社団法人シャンティ国際ボランティア会が推進する活動で、カンボジア・ラオス両国の子どもたちに現地語訳をつけた絵本を届けています。長期にわたる国政不安で教育の機会に恵まれなかった子どもたちに「読むこと」への興味を持たせ、就学率の維持・向上を狙う活動です。

コクヨグループではこの運動に賛同し、2006年8月・11月の2回にわたり、延べ約60名の社員が日本語の絵本に現地語の訳語シールを貼り付けるという作業を行いました。

完成した絵本は2007年2月に現地に送られ、4月には子どもたちの手に渡ったとの報告を受けました。

地元企業として小学生のフットサル大会の運営に協力しています。

コクヨ品川オフィスが立地する東京・港区で開催されている「港区国際フットサル大会」に、後援団体の一つである東京青年

会議所港地区と連携して運営協力しました。

当日は選手の誘導や場内整理などを行ったほか、大会を盛り上げる企業ブースに出展し、港区やサッカーにちなんだクイズに解答する子どもたちで、おおいににぎわいました。

また、「参加賞」として商品提供を行ったほか、上位入賞の副賞などに協賛しました。

フェアトレード商品の社内販売を行っています。

「フェアトレード」とは開発途上国の方々、とくに女性の自立を促す「商取引を通じた支援活動」です。

2006年度は社員にフェアトレードについて知ってもらうことを目的に、NPO法人シャプラニールの協力を得て大阪・品川の両オフィスにおいて、春と秋の4回にわたり、社内販売会を開催しました。

バングラデシュ製の小物類を中心に紹介しましたが、最近の「マイバッグ運動」などを反映してジュート(麻)製のバッグなども用意し、フェアトレードとともに家庭での環境活動を考える良い機会になりました。



ショールーム見学



「絵本を届ける運動」の様子



フットサル大会

地球環境のために— 中長期環境行動計画と実績

コクヨグループの考え方

コクヨグループではISO14001をグループ統合認証という形態で一体運用していますが、グループ各社はそれぞれの管理サイクルを回しています。グループ各社には事業活動と環境活動が連動するよう、その機能に特化した独自の活動を推進しながら、グループ全体の目指すべき方向性を統一させていくことで、グループのガバナンス体制の構築とコンプライアンスの徹底を図るようにしています。特に制定・改正の多い『環境関連法』について迅速に対応していくことを最大の狙いとしています。



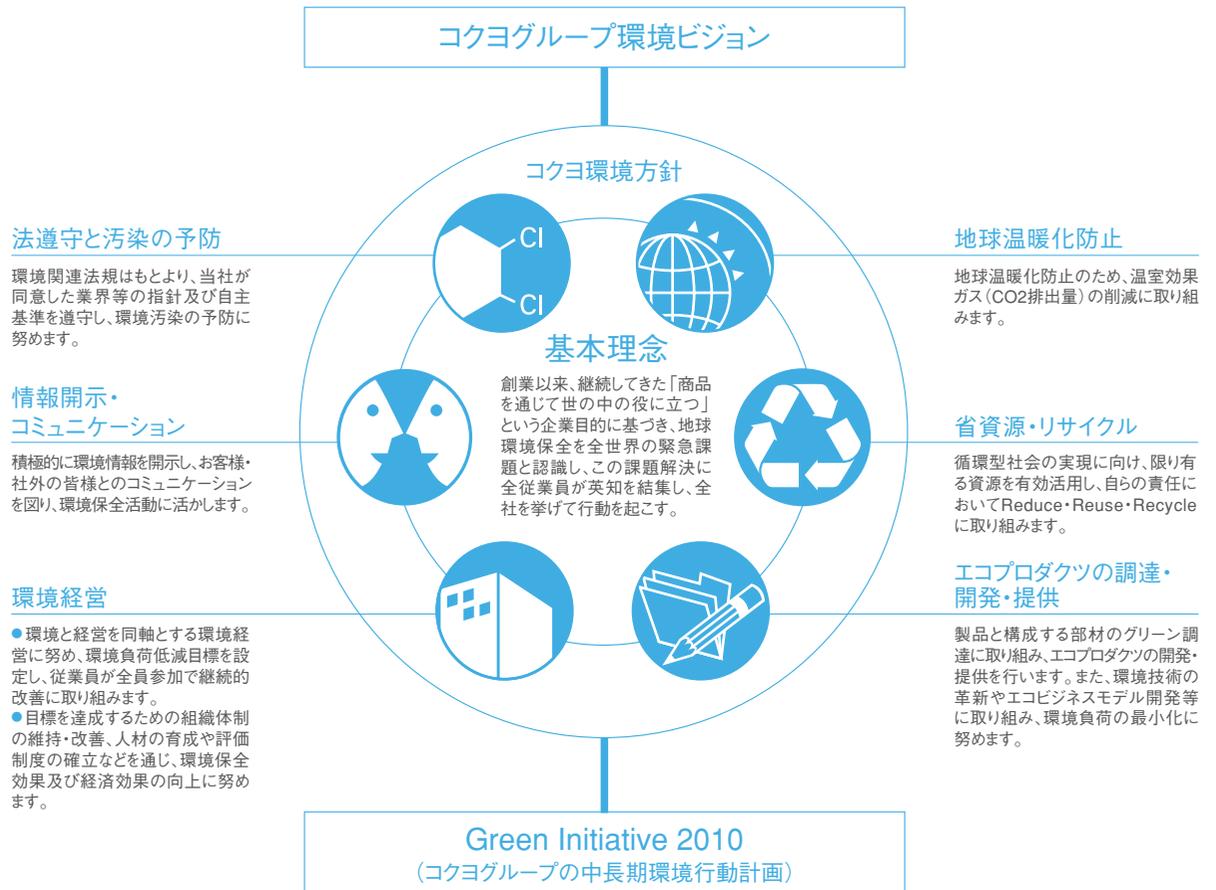
コクヨ(株)CSR部 齊藤 申一

環境対策を持続可能な取り組みとするには、本業とのかかわりを持たせ、いかにわかりやすいものにしていくかが最大のポイントです。そのためには、環境活動の「見える化」を実践していくことが重要だと考えています。

コクヨグループ環境ビジョンと「Green Initiative 2010」

コクヨグループでは「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念に基づき、2002年7月、「コクヨグループ環境ビジョン」を制定しました。ここで定める環境方針の6項目について、具

体的な対策項目と目標値を設定したものが「Green Initiative 2010」です。対策項目については、必要に応じて見直しを実施し、環境保全活動の質を継続的に向上させます。



Green Initiative 2010

環境方針	対策項目	2006年度目標と結果		評価	2010年度目標	
		目標	実績			
地球温暖化防止	地球温暖化防止対策 (エネルギー効率改善)	CO ₂ 排出量の削減(1990年度比)	8.7%削減	9.2%削減	○	10%削減
		輸配送時に発生するCO ₂ 排出量の削減 (2006年度比)	—	—	—	2006年度比4%削減
		モーダルシフトの拡大	維持	前年比 86.2% (7,949本)	×	拡大
省資源・リサイクル	省資源・リサイクル対策	排出物の最終処分量の削減 (1997年度比)	維持	60.2%削減	○	64%削減
		排出物総量に対するリサイクル率の向上	93.5%	91.6%	△	91% (前倒し達成のため維持管理とする)
		ゼロエミッションの推進	維持	マテリアルリサイクルへの転換	○	全事業所への拡大
エコプロダクツの調達・ 開発・提供	エコプロダクツの開発	エコプロダクツの販売比率向上	59%	60.1%	○	80%
		製品・容器・包装の古紙使用率の向上	改善	53.8%	△	60%
		製品の再生樹脂使用率の向上	改善	26.4%	○	38%
	グリーン購入の推進	一般購入品のグリーン調達の推進	分野別に設定	P42参照	—	—
法遵守と汚染の予防	有害化学物質管理体制の強化	製品に含まれる有害化学物質の削減	RoHS指令対応	P42参照	○	全調達先がガイドラインに準拠
		生産工程で使用する有害化学物質の削減	維持(トルエン、キシレンフリー化)	トルエン:87.4kg減 キシレン:0.1kg増	○	全材料のトルエンフリー化
		サプライチェーンへのマネジメントシステム導入	3件	0件	×	単年度ごとに設定
情報開示・ コミュニケーション	環境情報の開示	ホームページの充実	定期更新	結の森HPの立ち上げ	○	30回/年
	環境マーク	ココヨ環境マーク表示商品の拡大	表示品番の増加	29,966品番(475品番増)	○	環境ラベル表示品番の増加
	コミュニケーション	業界団体、NPO、地域連携の強化	活動の継続	活動の継続	○	活動の継続
	社会貢献活動	緑化の推進	地域及び地球環境保全活動	「緑の募金」「生駒の森」「結の森」	○	森林保全活動の継続
		地域の清掃	清掃活動の実施	清掃活動の実施	○	オフィス・事業所周辺の清掃活動の継続
環境経営	環境マネジメント	環境管理体制の維持改善	維持	統合認証を維持	○	統合認証を維持
	経営と環境の融合	環境業績評価制度、環境会計の定着	維持	改善が必要	△	CSR経営の継続的改善
	エコビジネスモデルの推進	新規エコビジネスモデルの事業化・運営	結の森マネジメントプランの作成	結の森マネジメントプランの作成	○	—

環境管理体制と環境リスク管理

コクヨは企業のすべての機能を包含したグループ統合システムを構築しています。

2004年、コクヨグループの環境マネジメント統合システムは、その認証登録範囲を連結対象子会社にまで拡げ、設計・開発、調達、製造、物流、販売といった企業のすべての機能を包含しました。さらに、これらの一つひとつの機能が各社の特徴を活かした独自の環境経営が実現できるよう、事業計画とリンクさせるなど、環境目標や実施計画の面で業務内容に特化した活動を推進しています。

また、2005年に導入したWebによるシステムを活用するこ

とで、文書・記録の管理に加え、ISO14001の第三者審査では、審査初日に審査員が画面で基本事項をチェックし、サイトでは必要事項の確認のみとし、審査の効率性を向上させています。

さらに、2006年は、マネジメントスケジュールを見直し、第三者審査を6月に移行することにより、結果がすぐに第三者審査に反映され、実態に即した審査としました。

適切なPCB管理と処理を行います。

PCB含有機器を保有している事業会社については「PCB廃棄物特別措置法」に基づいた量の把握、国への届出、保管を継

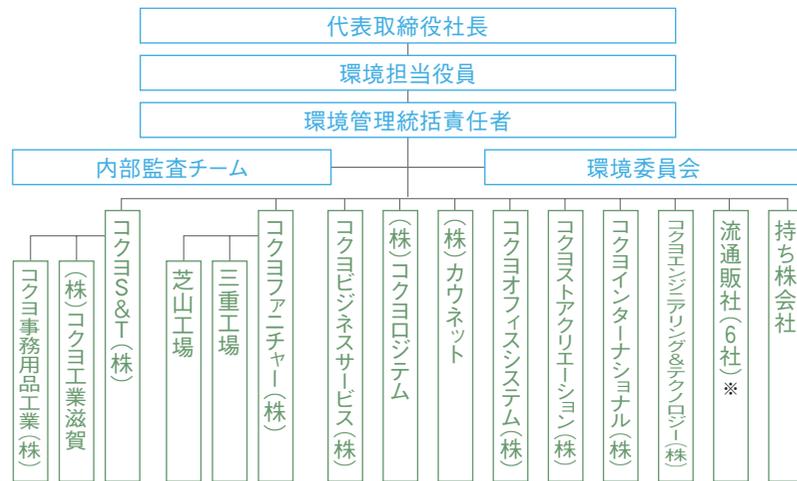
続しています。また、2006年よりPCB廃棄物処理事業が整備されてきたことにより、今後は適正な処理を進めていきます。

法規制説明会と情報の共有化を進め、法改正に迅速に対応していきます。

定期的に法規制説明会を実施し、情報の共有化を図り、法改正に迅速に対応しています。

また、ISO14001の第三者審査および内部監査の結果、環境関連法についての法令違反はありませんでした。

環境管理体制

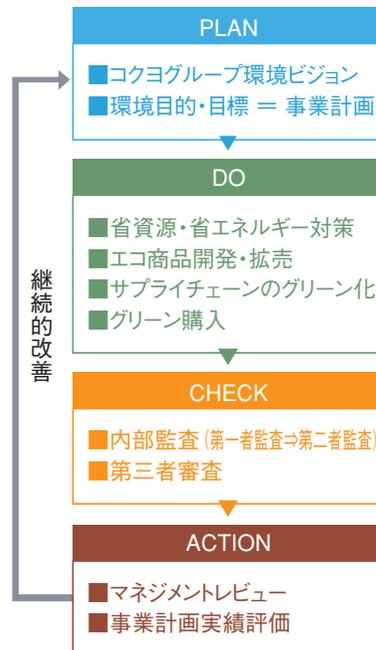


※ コクヨ東京販売(株)、コクヨ西関東販売(株)、コクヨ中部販売(株)、コクヨ近畿販売(株)、コクヨ中国販売(株)、コクヨ九州販売(株)

ISO 14001グループ統合認証登録活動範囲(登録番号:JQA-EM0368)

オフィス・公共施設・店舗・ホーム用および教育用ステーションリー・ファニチャー関連製品の企画・開発・設計・製造、調達、販売、サービスおよび関連する工事にともなう施工管理

環境経営監査のサイクル



環境監査の実施状況

定期内部環境監査(内部監査員:314名)

- 第一者監査:対象/95サイト
- 第三者監査:対象/21サイト
- 指摘事項(第三者監査合計)95件/軽微な不適合13件、注意点82件

第三者審査(ISO14001定期審査)

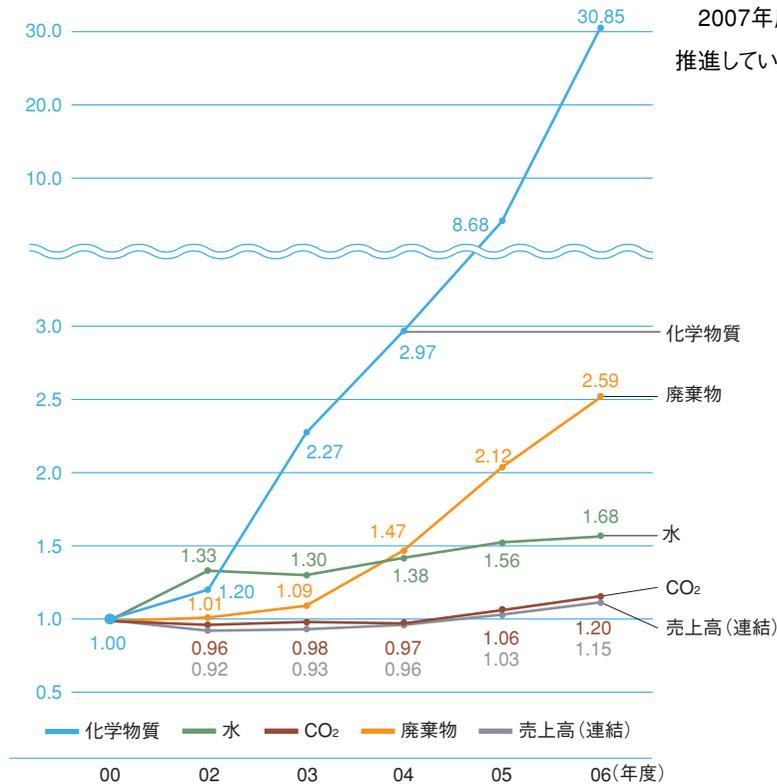
改善指摘事項(軽微な不適合)1件、改善の機会15件、ストロングポイント(特に優れている点)2件

環境活動の指標評価

「エコ効率指標」を独自に設定し、環境活動の成果を自己評価しています。

コクヨグループでは、エコ効率(資源・エネルギーの使用量に対する、製品・サービスの提供度合い)を、売上高を分母として、次の4項目について把握し、環境経営実践の成果として評価しています。

◎エコ効率指標



※2005年度のエコ効率指標は、データ集計の精度を高めたため、修正して開示しています。

- 1.CO₂の排出量
- 2.廃棄物の最終処分量
- 3.PRTR法対象化学物質の使用量
- 4.水の使用量

2006年度は、全般的に改善が進みました。

化学物質の使用量に関しては、複写簿の製造工程でのバックカーボン紙の製法変更によるエチレングリコールの不使用により大幅に改善することができました。

また、廃棄物に関しては、リサイクル率の向上により、最終処分量を削減することができました。

2007年度は、引き続き温暖化防止対策を中心に取り組みを推進していきます。

エコ効率指標

$$\text{指標} = \frac{\text{当年度(売上高/各データ)}}{\text{基準年度(売上高/各データ)}}$$

対象範囲

- 売上高:コクヨグループ連結
- データ:コクヨ(株)、連結対象子会社・関係会社21社

2005年より、JEPIX簡易算出シートを使用し、コクヨグループの環境負荷量を環境影響ポイント(EIP)に換算しています。

これにより、種類の異なる環境負荷を一つの指標に統合し、分析・評価することが可能になります。

2006年度は、リサイクル活動の促進により、埋立廃棄物が減少しています。また、3年間の数値を経年比較して、自社の環境負荷が全体として改善されていることがわかりました。

○JEPIX(環境政策優先度指数日本版)

JEPIXとは、日本でも種類の異なる環境負荷量を、環境影響ポイント(EIP)という単一の指標に統合化する手法です。環境影響ポイントは、「目標までの距離」、つまり日本の環境政策などが目標とする年間排出量と実際の年間排出量との比率から算定した、環境負荷物ごとのエコファクター(統合化係数)を、環境負荷量に乗じて算出します。

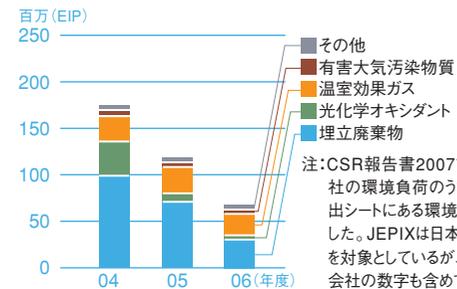
$$\text{環境影響ポイント(EIP)} = \Sigma(\text{エコファクター} \times \text{環境負荷量})$$

○JEPIX簡易算出シート

各環境負荷量を入力すれば、JEPIXに基づく各環境負荷物質ごとの環境影響ポイントが自動で算出されるシートです。

詳細は、JEPIXのサイトをご参照下さい。http://www.jepix.org/

■環境影響ポイント



注:CSR報告書2007で開示している当社の環境負荷のうち、JEPIX簡易算出シートにある環境負荷のEIPを算出した。JEPIXは日本国内の環境負荷を対象としているが、一部海外連結子会社の数字も含めてEIPを算出した。

事業活動と環境とのかかわり

コクヨグループの活動が環境に与える影響を把握・理解し、環境負荷低減を推進します。

コクヨグループは、持ち株会社であるコクヨ株式会社、子会社61社および関連会社16社のサプライチェーンで構成され、その事業はステーションナリー用品、ファニチャー用品、店舗用品の製造販売を主な内容とし、さらに各事業に関連する物流、研究、その他サービスの事業を展開しています。ここでは、商品を企画・開発してから、お客様のもとに届くまでという商品のライフサイクルにまつわる事業活動が、地球環境にどのような負荷を与えているかということについて、その全体像を定量的なデータとともに報告しています。

ステーションナリー用品やファニチャー用品をはじめとする商品のライフサイクルのそれぞれの段階で、どれだけのエネルギーや資源を使用し (INPUT)、またどのような環境負荷を発生させているのか (OUTPUT)、どれだけリユースされたか、それらにかかわる定量的なデータを把握し、集計・分析し、効果的な環境負荷の低減を目指しています。また直接的な事業活動だけでなく、他の事業者へ委託している業務 (輸送など) についてもできるだけ詳細に把握するとともに、サプライチェーンを含めたグループ全体で環境への負荷低減に向けた改善策を講じ、環境経営を推進していきます。

企業が社会から信頼を得るためには、財務的な指標や法律で定められた事項以外の定量的なデータについても、把握・分析し、情報開示していく必要があります。コクヨグループは、今後もステークホルダーの皆様にとって必要な情報を提供し続けていきます。

▼【INPUT項目】

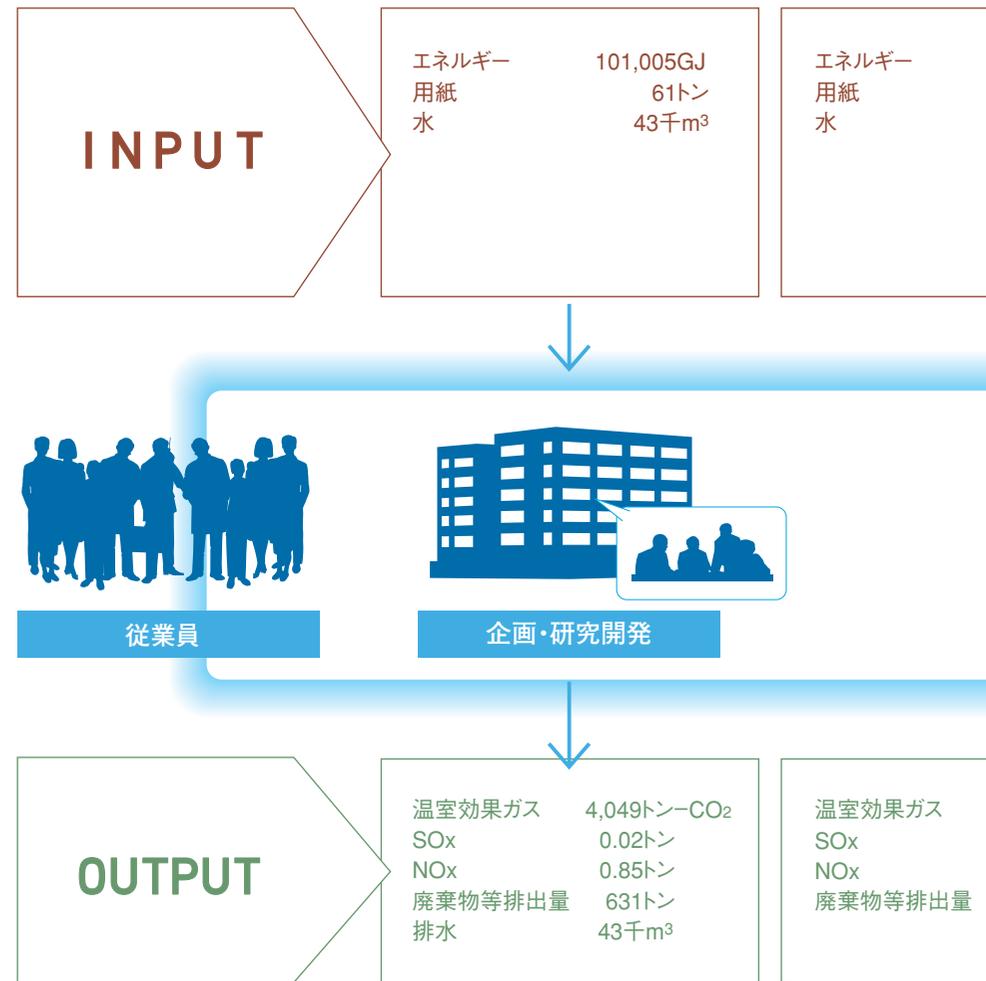
エネルギー：ガス (都市ガス、LNG、LPG)、油 (ガソリン、灯油、軽油、A重油)、電気 (電力会社からの購入電力量)
水：水道水、工業用水の使用量
用紙：コピー用紙

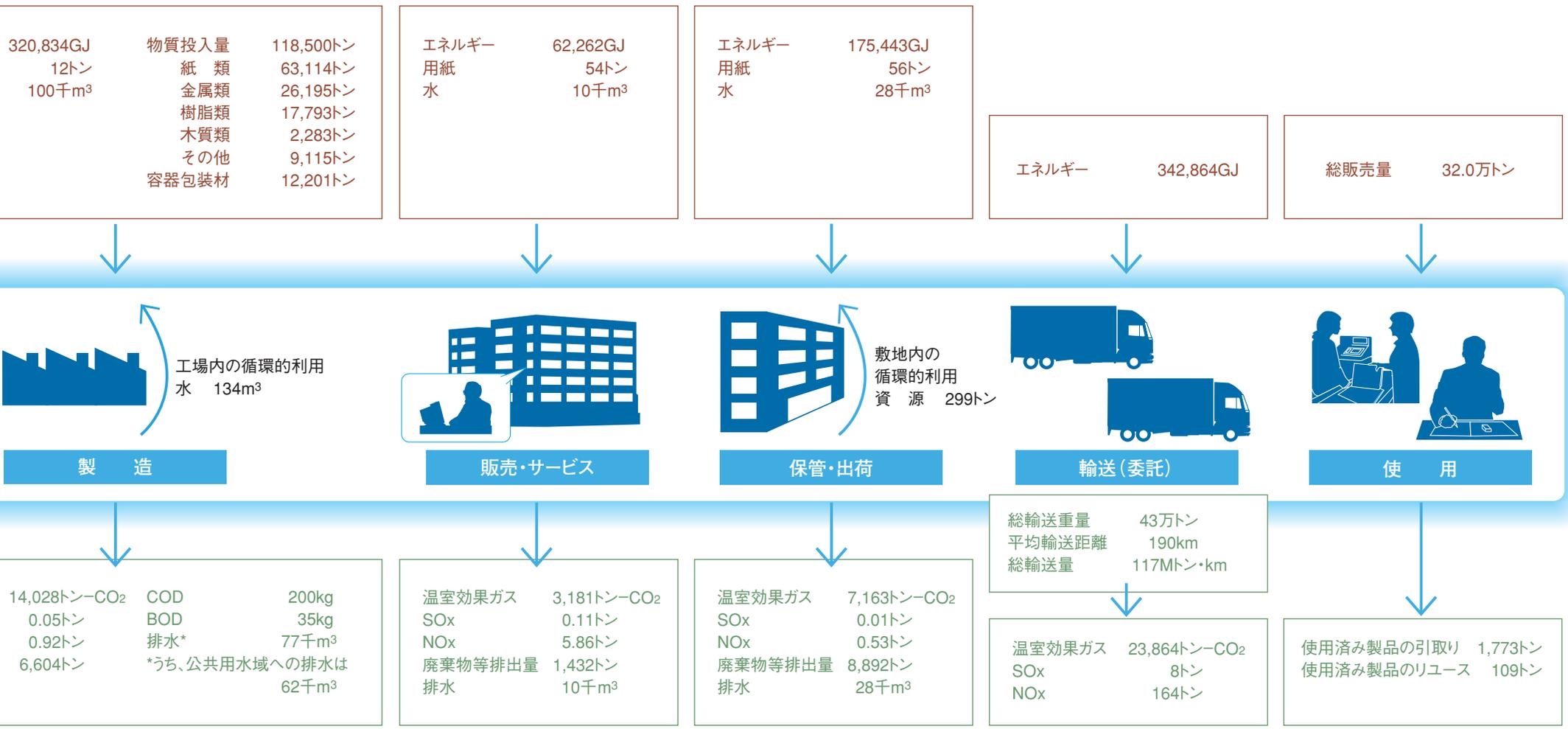
▼【OUTPUT項目】

温室効果ガス：CO₂ (電気、燃料の使用によって発生する二酸化炭素量)、CO₂以外 (CH₄、N₂Oの排出量を二酸化炭素換算した量)、SO_x：燃料の使用によって発生する硫酸酸化物
NO_x：燃料の使用によって発生する窒素酸化物
COD、BOD：国内工場における公共用水域への排出量
排水量：公共用水域、下水道への排水量

▼【その他項目】

循環的利用 水：事業所内部での循環的利用量、資源：敷地内での再利用量
輸送 (委託)：家具製品輸送と文具製品輸送 (一部) のデータ
総販売量：ステーションナリー、ファニチャー、店舗部門のデータ





温暖化防止対策

目標

1.CO₂排出量の1%削減（前年度比）

実績

1.CO₂排出量の1.5%削減（前年度比）

温暖化防止対策を最重要課題と位置づけ積極的に取り組みを推進していきます。

コクヨグループでは、「京都議定書」発効以降、温暖化防止対策を緊急かつ最重要課題としてその取り組みを強化しています。従来の省エネ活動などのいわゆる「発生抑制」活動を中心とした取り組みから、さらなる自然エネルギーの導入による「発生ゼロ」、森林保全などによる「吸収」活動などの取り組みを強化していきます。

工場では設備管理と生産管理の両面から温暖化防止対策に取り組みます。

生産工程では、引出し組立ラインの工程の短縮によるコンベア撤去や部材用自動ラックの撤去など設備レイアウト変更や運転条件の見直しなどの設備管理面と、生産品目の集中化・生産計画の精度向上など、ロスを削減する活動としての生産管理面の両面に対応しています。

今後は、エネルギー面においても、高効率なエネルギーへの転換を進めていきます。

このように、コクヨグループの4工場(5サイト)では、環境活動を工場運営の基本要件である“Q(品質)、C(価格)、D(納期)”と同一レベルで考え、あらゆる面からの効率化を追求しています。

積載効率の向上など物流での取り組みも推進します。

配送拠点の統廃合により、積載効率などの輸送効率の向上を図り、CO₂の削減に向けた活動を進めています。また、省エネ

法が改正され物流部門への要求が高まる中、コクヨグループとして生産部門との連携により積載効率のさらなる向上を目指します。

クールビズや人感センサーの導入などオフィスでの省エネ活動にも力を入れています。

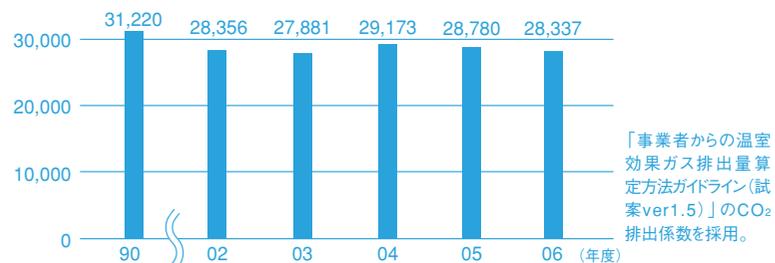
一般に定着してきた「クールビズ」ですが、コクヨグループでは2003年から「エコスタイルキャンペーン」として活動を行ってきました。今後はさらに、販売会社を中心にクールビズ活動の外部への推奨を行います。

また、常時点灯が不要な場所について照明器具への人感センサー設置やスイッチ付OAタップを導入することにより、不要な電力の削減を図りました。

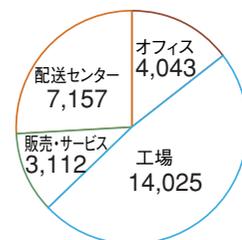
さらにデマンドモニターの設置により電力の使用状況の「見える化」を進め、社員の意識向上に努めています。

(P44:環境活動トピックス参照)

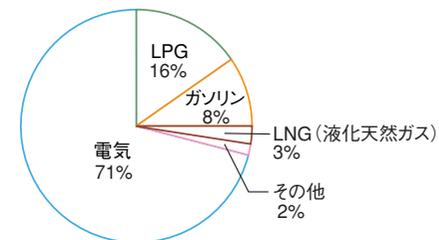
≫CO₂排出量の推移(トン-CO₂)



≫CO₂排出量(トン-CO₂)



≫CO₂排出量の排出量別割合



省資源・リサイクル対策

目標

1. 排出物総量に対するリサイクル率93.5%

実績

1. 排出物総量に対するリサイクル率91.6%

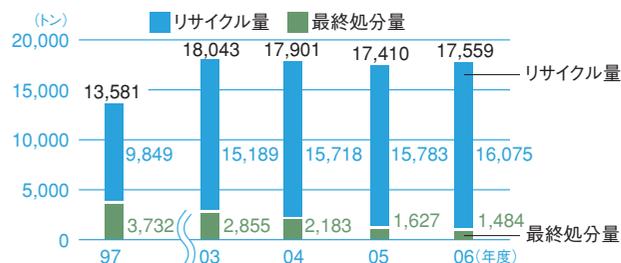
3Rへの取り組みを推進し、ゼロエミッションを強化します。

コクヨグループでは、製造工程に投入される原材料の歩留り^(※)を向上させるなど、資源の有効利用を促進するとともに、全ての部門において廃棄物の排出総量の削減、3R (Reduce・Reuse・Recycle) の推進などの活動を実施しています。

中でも、特にリサイクル活動を積極推進し、ゼロエミッションへの取り組みを強化していきます。

※原料の使用量に対する製造品の量の比率

排出物の推移



※2005年度の最終処分量は、データ集計の精度を高めたため、修正して開示しています。

工場における設備改良や不良品の削減を推進します。

コクヨグループの4工場(5サイト)では、すでにゼロエミッションを達成していますが、さらにサーマルリサイクルからマテリアルリサイクルへの転換、および廃棄物の総量削減に努めています。

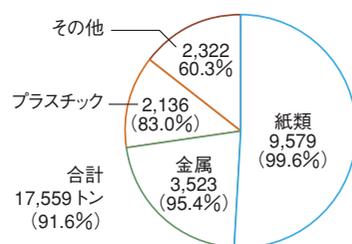
例えば、コクヨ工業滋賀では、廃棄物の分別活動をさらに徹底することにより、「廃プラスチック」のサーマルリサイクルとマテリアルリサイクルの比率を85:15から50:50に向上させました。

印刷工程では、従来自社の洗浄排水処理設備で処理しきれない排水を液体のまま廃棄物処理業者に委託していましたが、洗浄排水処理設備を改良することで、すべて処理できるようになり、廃棄物を削減できました。

また、ノンカーボン複写簿の裁断の際に使用する消色剤について、これまで使用後に40%を廃棄していましたが、これも設備を改良し、全量を回収・再利用することにより廃棄物を削減することができました。

そのほかに、PPC原紙の搬送コンベアー床板の改良により、運搬途上に生じる角当りによる不良を削減し、さらに巻き芯の変更により原紙を使い切ることで原材料のロスを減らしています。

排出物の内訳 (カッコ内はリサイクル率)



鳥取工場においては、工程で生じる不良品を工場内で掲示し、発生する情報を「見える化」し、共有することにより、不良率の削減に努めています。

マテリアルリサイクルへの転換によりオフィスでのさらなる廃棄物削減を進めます。

大阪オフィスと品川オフィスでは、すでにゼロエミッションを達成していますが、サーマルリサイクル後の残渣をさらに再利用することにより、マテリアルリサイクルへの転換を図ります。

不法投棄対策に積極的に取り組みます。

コクヨグループの販売会社において、過去に産業廃棄物の処分を委託していた処分業者が不法投棄を行っていたことが発覚し、行政より事実確認調査を受けてしまいました。

今後、コクヨグループでは、委託する収集運搬業者および処分業者への現地調査を行い、不法投棄対策への取り組みを強化していきます。



産業廃棄物処分を委託する会社の視察・調査

有害化学物質の管理・グリーン調達

目標

1. RoHS指令対象物質の調査・対応
ステーションナリー: 判定・・・7,000品番
ファニチャー: 対応品番数・・・3,700品番
2. 低VOC化の推進
ファニチャー: 木質材のF☆☆☆☆商品品番比率
・・・38%

実績

1. ステーションナリー: 判定・・・7,200品番
ファニチャー: 対応品番数・・・4,900品番
2. ファニチャー: 木質材のF☆☆☆☆商品品番比率
・・・56%

グリーン調達ガイドラインを運用し 効率よく化学物質管理を行います。

コクヨグループでは、すべてのコクヨ製品に関する原材料・部品に含まれる化学物質の管理や、物流・施工などのサービスを含めたサプライチェーン全体の環境体制の確立を目指し、「グリーン調達ガイドライン」を2004年に発効し、運用しています。膨大な化学物質をいかに効率よく管理していくかが最大の課題

≫グリーン購入データ

	目標	実績
(1) コピー用紙	100%	96.0%
(2) 文具類	85%	86.0%
(3) 機器類	100%	98.5%
(4) OA機器	100%	99.1%
(5) 照明	100%	99.8%
(6) 制服・作業服	80%	94.4%
(7) 作業用手袋	90%	66.1%

と考えていますが、まずは、PRTR法、RoHS指令などの対応を着実に実行していくことを目指しています。

製品抜き取り調査、調達先への不正使用調査など 化学物質の分析・管理を進めています

2005年には有害化学物質管理体制の構築を行いました。コクヨS&Tでは、有害化学物質の削減を進めていくために、調達先に対するRoHS指令対象物質の不使用調査を行っています。その結果の検証をするために、自社内に蛍光X線分析器を設置し、規制化学物質の含有量の測定分析を行っています。2006年度では7,200品番まで判定を進めてきており、引き続き調査・分析を継続していくとともに、製品での使用削減・改良を進めていきます。

またコクヨファニチャーでは、新製品を中心とした有害化学物質削減に取り組み、調達先からの対象物質調査結果をデータベース化し、RoHS指令対応品番数を4,900品番まで高めました。さらに現行商品で使用している材料でも低VOC化を図ることにより、木質材のF☆☆☆☆商品品番比率を56%とすることができました。*

≫PRTR法対象化学物質2006年度

政令番号	化学物質名	取扱量	排出・移動量				除去処理量	リサイクル量	消費量
			大気排出量	水域排出量	廃棄物量	小計			
270	フタル酸ジ-n-ブチル	2,160.6	0.0	4.3	100.6	104.8	0.0	0.0	2,055.8
1	亜鉛の水溶性化合物	1,804.8	0.0	2.9	0.0	2.9	1,240.6	0.0	561.3
43	エチレングリコール	392.6	0.0	0.0	69.5	69.5	0.0	0.0	323.1
227	トルエン	279.3	85.9	0.0	0.0	85.9	193.4	0.0	0.0
16	2-アミノエタノール	159.0	151.1	8.0	0.0	159.0	0.0	0.0	0.0
232	ニッケル化合物	104.3	0.0	0.0	73.0	73.0	0.0	0.0	31.3
63	キシレン	103.6	103.6	0.0	0.0	103.6	0.0	0.0	0.0
40	エチルベンゼン	10.9	10.9	0.0	0.0	10.9	0.0	0.0	0.0
224	1,3,5-トリメチルベンゼン	4.5	4.5	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0
309	ポリ(オキシエチレン)ニフェニルエーテル	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2
	総計	5,020.9	356.0	15.2	243.1	614.3	1,434.0	0.0	2,972.7

(単位:kg)

※除去処理量は、「PRTR対象物質」を場内で焼却、中和、分解、反応処理等により他物質に変化した量をいう。
※消費量は、「PRTR対象物質」が反応により他物質に変化した量、製品に含有もしくは同伴されて場外に持ち出される量をいう。

※2007年家具総合カタログ掲載商品で主に木質系材料を使用している商品を対象とした品番比率

代替物質への変更や製造工程の工夫で 着実に化学物質使用量を削減しています

三重工場では、インテシスパネルの張り地用接着剤をクロロプレンゴム系からスチレン・ブタジエンゴム系接着剤に変更しました。さらに、スチールデスクを製造する際に使用する接着剤を無溶剤化(水系接着剤への切り替え)を実施しました。

また、コクヨ工業滋賀では、複写簿を製造する工程で、バックカーボン紙に、エチレングリコールを含むインキを塗布していましたが、これをインキが含浸した紙に変更し、同物質の使用量を削減しました。

芝山工場では、間仕切りを製造する工程で、従来、特注品とそのリピートオーダーにはキシレン(溶剤系の塗料)を使用していましたが、2005年には、これらを順次水系塗料に変更することにより、キシレン使用量を削減しました。また、水系塗料を使用する設備の機器を順次最新のものに切り替え、1,3,5-トリメチルベンゼンの使用量を削減しました。

エコプロダクツの提供

目標

1.エコプロダクツの販売比率の向上59%

実績

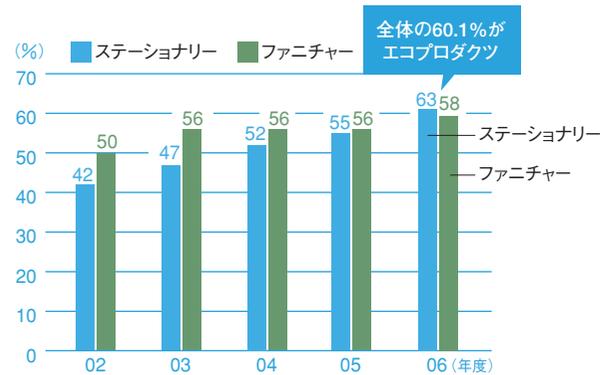
1.エコプロダクツの販売比率⇒60.1%
2.コクヨ環境マークの見直し29,966品番(475品番増)

エコプロダクツの開発を推進し 2010年販売比率80%を目指します。

コクヨグループでは、「環境経営」を実践する上での最重要戦略項目として、エコプロダクツの積極的開発・市場投入を行ってきました。

従来の古紙・再生樹脂の利用だけでなく、コクヨならではの環境配慮を10種類のオリジナル環境マークに託し、コクヨが制作・

≫売上高構成比



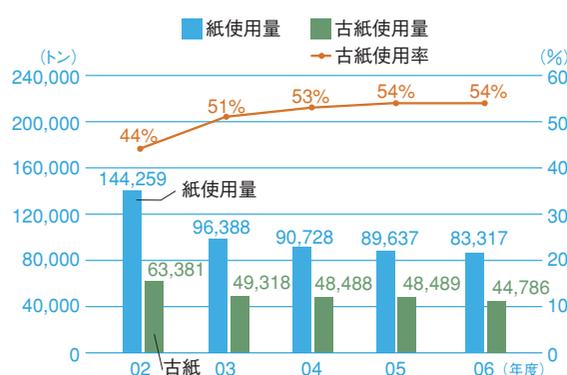
配布するカタログなどに表示しています。今後も積極的にエコプロダクツの開発を促進させ、2010年にはエコプロダクツの販売比率を80%にまで向上させることを目指しています。

PPC原紙の切り替えなど 社会の要請に応じた開発を進めます。

コクヨグループは、「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念に基づき、「良品廉価」の商品を世に送り続けています。中でも地球環境への配慮を企業の社会的責任のうちで最も重要なことの一つとして捉えています。自社の商品を環境対応に切り替えることで、少しでも地球環境に与える負荷を減らすことができると考え、エコプロダクツの開発を積極的に推進し、グリーン購入市場の拡大に努めています。

2006年にグリーン購入法の基本方針が改定され、木材・木材製品(紙や文具などを含む)原料は、合法性が証明されたものでなければならなくなりました。コクヨグループではこれに対応するため、植林木からのPPC原紙に切り替え、違法材対策に取り組まれました。また、地球温暖化係数の高いフロンガスを

≫古紙使用率



※過年度の数字に一部誤りがありましたので、修正して開示しています。

使用したエアダスターを、地球温暖化係数が低く、石油精製の工程で副産物として発生する液化炭酸ガスを二次利用したノンフロンのものでしました。

このような取り組みの結果、2006年度のエコプロダクツ売上高は1,145億円、製造会社^(※)の製品売上高に占める割合は60.1%となり、目標の59%を達成できました。

エコプロダクツにおいても、年々求められることが高度化かつ複雑化してきています。コクヨグループではこうした社会の要請に対応するため、コクヨオリジナル環境マークの見直しを行い、積極的にエコプロダクツの開発を行ってまいります。

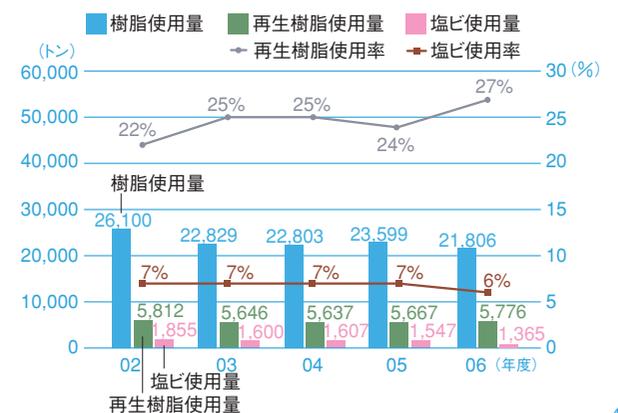
※コクヨ(株)、コクヨS&T(株)、コクヨファニチャー(株)、コクヨストアクリエーション(株)

コクヨオリジナル環境マーク

コクヨは、環境配慮をしたエコプロダクツについて、10の切り口の環境マークをカタログなどに表示しています。



≫再生樹脂使用率



環境活動トピックス

デマンドモニターを導入し 電気使用量を「見える化」。～大阪本社～

大阪本社ビル2～7階のフロアで消費される電気使用量を、デマンドモニターにより「見える化」することで、社員の「電気使用量の削減」意識の向上を図っています。

24時間体制で各フロアの詳細な電力データを測定、「どのエリアでどれだけの電力を使っているか」を調べ、各エリアに即した具体的な省エネ対策の検討に役立てています。

例えば、夜間の消費電力が昼間の約40%も消費されていることやパソコン未使用時に消費される待機電力など、電力がいつ、どのような用途に使われているかも把握でき、改善すべき点が明確になります。そこで、パソコン未使用時は電源を切ることを推奨し、常時点灯が不要な照明に人感センサーを設置するなどの対策を行い、社員への意識づけを行っています。



デマンドモニター

工場見学を受け入れています。 ～グループ各工場～

地域とのコミュニケーションの一つとして、地域の小学校の工場見学を受け入れています。

コクヨグループの各工場では、毎年多くの小学校から見学の申し込みがあり、延べ1,000人を超える小学生が訪れます。

工場では、子どもたちが日ごろ学校や家庭で使っているノートなどの文房具や机・椅子などの家具ができていく生産の現場に接し、目を輝かせて見入っていました。生産の現場を見た後にも、熱心な質問が出るなど、子どもたちは非常に興味を持って見学をしていました。

工場見学を通じ、一人でも多くの子どもが生産の大変さ、品質保持へのこだわりを理解し、またコクヨグループの製品に興味をもってくれることを期待しています。今後も社会貢献の一環として工場見学の受け入れを継続的に行っていきます。



工場見学会の様子

『九州グリーン購入ネットワーク・福岡』の幹事に。 ～コクヨ九州販売株式会社～

2007年2月27日に全国のグリーン購入ネットワーク(GPN)の地域ネットワークとしては全国で5番目の「九州グリーン購入ネットワーク・福岡」が設立されました。

その幹事16社の中に、コクヨ九州販売(株)が選出されました。当初よりGPNの会員として地域活動を行っていたことから、早期に幹事就任の依頼を受け、就任の運びとなりました。

福岡県、福岡市、福岡商工会議所などの公共団体、九州電力、TOTOなどの地元大手企業をはじめ、多くの企業が参加しており、百数十団体でのスタートとなりました。

今後は、グリーン購入の普及・啓発活動、キャンペーン、研修セミナー、地域のエコ商品紹介(地産地消の促進)、環境学習支援・教材開発、出前授業、各種情報提供などの活動を行っていく計画です。また、団体名称を「福岡」から「九州」へ拡大できるよう、九州各県の関係諸団体とも連携を強化していく予定です。

この活動を通じて、環境への配慮注力企業としてのコクヨ九州販売(株)の地域での信頼度がより向上し、確固たるものになるよう努力を続けていきます。



「九州グリーン購入ネットワーク・福岡」設立記念フォーラム

Kids' ISO14000プログラムを実施しました。
～コクヨCSR部～

コクヨグループでは、社員だけではなく、その家族も含めたより幅広い環境活動を推進しています。2006年度は、社員の子どもを対象にした「Kids' ISO14000プログラム」を実施しました。それに先立ち、東京・大阪の両ショールームで説明会を開催しました。家庭でできる省エネ対策などを通じて環境問題に対する関心を高めるだけでなく、子どもたちの「気づき」や「問題解決能力」を高める取り組みに、両日合わせて11組33名の親子が参加しました。

プログラムでは、ビデオや説明を聞き、ゴミの分別や省エネにつながる電気やガス、水道の使い方など、身近でできる環境問題への取り組みについて学びました。

また、説明会の後、ショールーム見学会が行われ、アテンダーの説明を聞きながら、ユニバーサルデザインやエコ商品をはじめ、椅子や机など、さまざまな展示品を見学しました。

開催が夏休みであったこともあり、自由研究にもびっぴりのテーマで、参加者は熱心に説明を聞いていました。



キッズISO説明会

FSC森林管理認証を取得しました。
～結の森～

「結の森」モデル森林がFSC森林管理認証を取得しました。2006年8月の事前審査、11月の本審査を経て、2007年2月に認証を取得することができました。

本審査では、まず、実際に「結の森」間伐作業にかかわる作業員の方に対する間伐の状況、間伐量の確認などの聞き取り調査が行われ、また、森林そのものだけでなく管理にかかわる「人」自体も審査の対象となり、作業服のチェックや間伐作業で用いるチェーンソーに使用する機械油についての質問もありました。

結果は、よりよい森林管理のための課題が示され、「改善点」が6件、「推奨」が8件で、「重大な不適合」はなく、認証を取得することができました。

認証を取得したことにより、「結の森」から出荷される木材にはFSCのロゴマークを付けて出荷することが可能となります。



FSC森林管理認証の登録証

認証機関：SOIL ASSOCIATION
WOODMARK
認証番号：SA - FM/COC - 001643
認証発行日：2007年2月23日

※「結の森」でのFSC認証はコクヨグループではなく、大正町森林組合に対するものです。コクヨグループは「結の森」モデル森林でのFSC認証取得を支援しました。

CSRセミナーを実施。
～コクヨS&T株式会社～

近年、信頼される企業を目指すためにCSR活動に積極的な企業が増え、コクヨグループのCSR活動についての関心が高まり、セミナー開催の要望が増えてきています。

これを受けて、コクヨS&Tでは、CSRセミナーを開催しています。CSRセミナーでは、今後CSRに取り組んでいこうとしている企業を対象に「CSR実践のための基礎講座」を行い、これまでの具体的な話や失敗談を交えた講演を行いました。

また、コクヨグループのCSR活動を切り口にCSRの必要性とその背景を説明するとともに、お客様の購買部門の課題でもあるグリーン購入とコスト削減について、コクヨS&Tの商材やサービス内容を紹介しています。



講演風景

コクヨグループのCSR総括

2006年度のCSR活動を評価・総括し、
今後もコクヨらしい活動を継続的に取り組みます。

コクヨグループの2006年度のCSR活動は、前2年の活動を総括し、コクヨグループとして重点的に取り組むべき5つの分野(商品力の向上、リスク・コンプライアンス体制の強化、環境問題への取り組み、コクヨらしい社会貢献活動、従業員満足向上)を設定、実効性のある活動を行うために、推進体制を見直しました。

<商品力の向上>

事業エリアの拡大に伴い、製品品質やCS向上について新しい体制づくりが急務との方針で取り組んできましたが、2006年度は、製品不良のお知らせで2件、使用上の注意喚起について1件の新聞社告を行い、品質面でご迷惑をおかけしました。真摯に反省し、原因究明の徹底や各社で品質保証体系の見直し、本社主導の品質向上検討会の実施など、商品力向上のための対策を講じました。

製品関係のトラブルには、「当社製品での事故発生未然防止の徹底」と「発生した場合の即時対応」を基本に、新聞社告や販売ルート関係者のご協力で広く告知に努め、誠実な対応を心がけています。

<リスク・コンプライアンス体制の強化>

リスクマネジメントを最重要課題とし、リスク・コンプライアンス委員会では課題の解決と再発防止とともに、潜在しているリスクの洗い出しと、対応策の立案推進という予防的措置に注力しました。また、「会社法」改正、「金融商品取引法」対応のため、内部統制の強化を図りました。まず主要10社で「業務」「経営資源」「経営環境」の3つの側面から重要リスクを洗い出し、その対

応体制の整備とリスクマネジメントサイクルの構築作業を行っています。

グループ全社員に「コンプライアンスサーベイ」を実施し、企業理念の理解度や社員のモラルや組織の風通しなどの実態を把握し、課題の抽出を行いました。対策として、活動現場を想定した「コンプライアンスガイドブック」の発行や、内部通報制度を「コクヨホットライン」としてより使いやすいように体制を見直しました。また、ポスターの作成やコンプライアンスカードの全社員配布など周知徹底に努めました。

<環境問題への取り組み>

環境負荷「ゼロ」への挑戦をテーマに、CO₂削減を中心とし、オフィスの省エネ推進、営業車両のエコカーへの切り替えなどに取り組まれました。また、4月から取り組んできた「コクヨ-四万十-結の森プロジェクト」は、10月に橋本高知県知事を迎え「誕生祭」実施、2007年2月にはFSC認証取得と着実に実績を上げ、「森林保全」「地域活性化計画」「情報発信」をテーマに、環境と地域経済の好循環を目指しています。

<コクヨらしい社会貢献活動>

事業に根ざした社会貢献活動として、2006年度は「ユニバーサルな心を育む」をテーマに、ユニバーサルデザイン(UD)関連展示会への出展や出張授業などを行い、12月にはバリアフリー化推進功労者表彰「内閣総理大臣賞表彰」を受賞するなど、「UDのコクヨ」の認知度がさらに高まったものと思われま

す。また、中国では政府開発援助の一つ「草の根・安全保障無償資金協力」に協力し、ノートの寄付や奨学金の給付など事業展開に伴うコクヨらしい接点を強化しています。

<従業員満足向上>

グループ全社員を対象に「ESサーベイ」を実施、事業会社や部門によってばらつきがあることや、事業内容や経営形態の変化等も反映しさまざまな課題が浮き彫りになりました。こうした課題に各事業会社では具体的な対応を検討しています。またワーク・ライフ・バランスについて、働き方の多様化に関する社員調査も実施し、今春闘で育児休業制度の改定なども行いました。

さらなるCSR活動の推進のため 2007年度にCSR部を設置しました。

コクヨグループのCSRの推進はコクヨ株式会社CSR推進部が中心になってきましたが、2007年度からコクヨらしいCSR活動をより強力に推進するため、CSR推進部と法務管財部、コクヨビジネスサービスの環境マネジメント部門とを統合しCSR部を設置しました。

CSR部は以下の5点を中心課題として活動します。

(1) 環境マネジメント (2) リスク管理 (3) CS/品質の向上
(4) コンプライアンス推進 (5) 社会貢献
なお、従業員満足(ES)向上に関しては、人事関連を担う人材開発部が主管しますが、CSR部との強い連携で推進を図ります。

2007年度は、特に注力する課題として

1. CSならびに製品・サービスに関わる信頼性の向上
2. 信頼性向上と社員満足向上につながる施策の検討を掲げ、グループ全体でCSRの向上に取り組んでいきます。

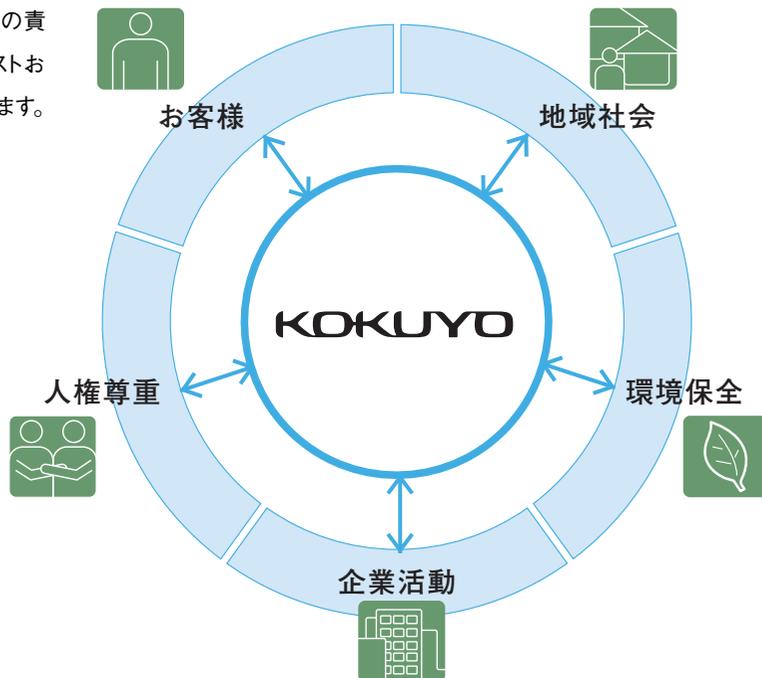
■コクヨグループのCSR総括(中期目標と2006年度の成果)

管轄委員会	リスク・コンプライアンス委員会		環境委員会	グループCSR推進会議		ワーク・ライフ・バランス委員会 中央安全衛生委員会
	重点目標	リスク・コンプライアンス体制の強化	環境問題への取り組み	ココヨらしい社会貢献活動	IR、コミュニケーション	従業員満足度の向上
中期目標	製品やサービスの安全性と品質を確実なものとする とともに、顧客ニーズを把握した製品・サービスの提供と誠実な対応を目指す。	コンプライアンスを社会から信頼され続けるための前提条件とし、一人ひとりに倫理綱領を浸透させるとともに、リスクを想定し体制を構築することで、信頼され続ける事業推進を目指す。	「地球温暖化対策」「生態系(森林)保全」「廃棄物の適正管理」を中心とした課題に取り組み、環境経営の実現を目指す。	社会貢献活動の方向性を明確にし、事業と地域を意識することによりグループ内に活動を根付かせ、持続的な貢献活動を目指す。	経営情報の開示、事業活動に関する適時・適切な開示を行い、双方向コミュニケーションの実施を目指す。	「ES(従業員満足)」「人権」「安全・衛生」「雇用」の視点から労働環境の継続的改善に努め従業員満足度を上げるとともに、コンプライアンスの徹底を図る。
2006年度の主な成果	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主要事業会社の品質保証体系の見直し 2. 持ち株会社と主要事業会社との品質向上検討会の実施 3. 製品安全に関する法改正に伴う社内広報の強化と研修会の実施 	<ol style="list-style-type: none"> 1. リスク管理体制再構築プロジェクトを推進(事業会社10社) 2. 金融商品取引法への対応 3. 海外現地法人のリスク・コンプライアンス状況調査の実施 4. コンプライアンスサーベイの実施 5. 内部通報制度(ココヨホットライン)の体制見直しと利用方法の改善 6. コンプライアンスガイドブック、CSRガイドブックの発行 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中長期環境行動計画(グリーンイニシアティブ2010)の着実な実行 2. エコプロダクツ比率の着実な拡大 3. Rohs指令への対応策の検討・実施 4. 「結の森」プロジェクトの実施とFSC認証の取得 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「UDのコクヨ」のイメージ定着に向けた活動の強化(UD出張授業:小・中・高等学校20校、など) 2. 中国各地へのノート寄付の実施(44校、144,800冊)、奨学金の給付 3. フェアトレード販売会(東京・大阪)の実施 4. ジャワ島中部地震への義援金の提供 	<ol style="list-style-type: none"> 1. IR活動の実施(国内外72回(決算説明会を含む)) 2. 製品不具合情報の適時・適切な開示(新聞社告、ホームページ(3製品)) 3. お客様へのCSR活動説明会の実施(8回) 4. ステークホルダー・インタビューの実施(5回) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 従業員満足度調査(ESサーベイ)実施 2. メンタルヘルスチェックの実施 3. サーベイ分析と各社経営陣との対策検討 4. 育児休業制度の改定
関連ページ	P.26~27	P.22~23	P.34~45	P.32~33	P.24~28	P.29~31

コクヨグループのCSR会計

コクヨグループは、CSRは企業活動を支える根幹であり、また社会から必要とされる企業であり続けるためには適時・適切な情報開示が必要であると考えています。そのような考えから、従来の財務会計報告とは違った側面から社会とのかわりを示した「CSR会計」を2004年度より導入しています。株主様から出資を受けた資金を基礎としてCSR活動のためにどの程度のコストを投下しているかを説明するため、またCSR活動の全体像をよりわかりやすくステークホルダーに理解していただくために、CSR活動にかかったコストを集計し、公開しています。

この報告書では、CSR活動の行動指針である「コクヨグループCSR憲章」の5つの項目（お客様、地域社会、環境保全、企業活動、人権尊重）ごとにコクヨの果たすべき責任を明示し、その責任を果たすための活動コストおよび主な内訳を挙げています。



実際のコストの集計にあたっては、「コクヨグループCSR会計集計マニュアル」にしたがってCSR活動を抽出し、それぞれの活動について、人件費、経費、減価償却費を集計しています。また、1998年より集計している「環境会計」での集計方針にない、差額コスト*のみを計上するように努めています。

CSR会計の集計については、集計精度の向上やマニュアルの改善、効果の算定などの課題があります。これらの課題については、今後も継続的に検討を重ね、より発展的な取り組みへと改善するとともに積極的な情報開示を行ってまいります。

*差額コスト…CSR目的以外のコストをできる限り控除したコスト。コクヨグループが意識してCSR活動に取り組むために追加的に発生したコストのみを、通常コストとの「差額コスト」として計上しています。

	お客様
コクヨの責任	→ お客様の視点に立って「商品・サービス」提供すること
責任を果たすための活動コスト	→ 413,890千円
活動コストの主な内訳	→ <ul style="list-style-type: none"> ・お客様満足の向上 ・お客様情報の適切な管理 ・お客様の進化をリード ・マネジメント体制構築
関連ページ	→ P26～28

- ▼集計対象組織：コクヨ（株）、連結対象子会社20社
- ▼集計対象期間：2006年度（2006年4月1日～2007年3月31日）
- ▼算定方法：「コクヨグループCSR憲章」に定められた事項を実行するための費用を計上しています。費用は人件費、経費、減価償却費の合計。経費節減額、有価物収入は費用から差し引いて表示しています。「マネジメント体制構築コスト」は本社関連費用を按分しています。なお、各項目の活動コストの算出精度は、経営資源配分の実際を映し出すには至っておりません。
- ▼参考ガイドライン：環境省「環境会計ガイドライン2005年度版」

K O K U Y O

	地域社会	環境保全	企業活動	人権尊重
	豊かな地域社会を創造すること	地球環境問題解決のために努力すること	公正な企業活動を行うこと	企業活動の場面において人権を尊重すること
	86,733千円	511,911千円	133,695千円	118,632千円
(単位:千円) 332,003 26,996 42,447 12,444	(単位:千円) ・社会貢献 1,278 ・地域社会活性化 30,248 ・地域緑化 47,485 ・災害支援 1,500 ・マネジメント体制構築 6,222	(単位:千円) ・公害防止 75,693 ・温暖化防止 ▲25,998 ・省資源・リサイクル 171,088 ・エコプロダクツの調達・提供 4,208 ・環境技術の調査研究 133,352 ・環境コミュニケーション 57,710 ・マネジメント体制構築 95,858	(単位:千円) ・コンプライアンス維持 17,990 ・取引先との公正取引 3,200 ・株主との対話 80,467 ・社員啓発、普及 8,344 ・マネジメント体制構築 23,694	(単位:千円) ・従業員満足度の向上 12,692 ・機会均等、人材育成 33,621 ・労働安全衛生 59,875 ・マネジメント体制構築 12,444

 P32~33

 P34~45

 P19~25

 P29~31

第三者審査報告書

今期の第三者審査は、CSR報告書の対象範囲がコクヨの事業全貌を表現するに適切であるかも視野に入れ、今期特筆すべきコクヨの事業上のトピックス、製造品目・工程の変化、同業他社のCSR活動状況等の理解、評価に努めました。また環境パフォーマンス指標およびCSR会計指標のためのデータ収集にあたり、グループ各社のサイトデータが統一基準にのっとって適切に集計されているか、グループ各社の活動が全社的な環境目標を意識しているか、を中心に審査手続を実施いたしました。

その結果、現在報告対象となっているコクヨ株式会社、連結対象子会社・関連会社21社については、エチレングリコールの削減など環境パフォーマンスの向上が認められました。一方、CSR会計基準や対象範囲の十分性については、改善の余地があると考えられます。今後はグループ各社間で基準を明確にし、CSR活動についての共通認識を確立すること、さらには資本関係のないサプライチェーンに対して、CSR調達基準にもとづく取組状況調査等を検討することにより、企業としての説明責任をより一層果たすことができるのではないかと考えます。

創業以来「経営の信條」を通して脈々と受け継がれるコクヨの企業文化、企業DNAがグループ全体のみならずサプライチェーンにも広がり、CSR活動として結実することを願っています。

あずさサステナビリティ株式会社
マネジャー 牧 多恵



第三者審査の様子



環境報告書審査・登録マークは、当該「コクヨグループCSR報告書2007」に記載された環境情報の信頼性に関して、日本環境情報審査協会(<http://www.j-aoei.org/>)の定めた環境報告書審査・登録マーク付与規程を満たしていることを示すものである。



「コクヨグループ CSR 報告書 2007」に対する独立第三者の審査報告書

平成 19 年 6 月 5 日

コクヨ株式会社
代表取締役社長 黒田 章 裕 殿

あずさサステナビリティ株式会社
(あずさ監査法人グループ)
大阪市中央区瓦町3丁目6番5号

代表取締役社長  魚住 隆太
(環境計量士、公害防止管理者、公認会計士)

1. 審査目的及び対象範囲

審査の目的は、コクヨ株式会社（以下、「会社」という。）が作成した「コクヨグループ CSR 報告書 2007」（以下、「CSR 報告書」という。）に記載されている 2006 年度の環境パフォーマンス指標及び CSR 会計指標（以下、「指標」という。）の信頼性について、独立した立場から当社の結論を表明することである。
CSR 報告書の作成責任は会社の経営者にあり、当社の責任は独立した立場から指標の信頼性に関する結論を表明することにある。

2. 審査基準及び判断規程

当社は、「国際保証業務基準 (ISAE) 3000」（2003 年 12 月 国際会計士連盟）を参考に、「環境報告書審査基準案」（2004 年 3 月 環境省）及び「環境情報審査実務指針」（2006 年 1 月 日本環境情報審査協会）に準拠して審査を実施した。

また、「環境報告書ガイドライン（2003 年度版）」（2004 年 3 月 環境省）、「Sustainability Reporting Guidelines version 3.0」（2006 年 10 月 グローバル・リポーティング・イニシアティブ）及び「環境会計ガイドライン 2005 年版」（2005 年 2 月 環境省）等を参考にして会社が定めた作成基準、並びに「環境報告書審査・登録マーク付与規程」（http://www.j-aoei.org/kitei_pdf/BK-logohuyo_05.10.05.pdf）（日本環境情報審査協会）を審査における判断規程とした。

3. 審査手続

当社の実施した主な審査手続は以下の通りである。

- ・ CSR 報告書の作成・開示方針についての質問
- ・ 指標に関して会社の定める基準の検討
- ・ 指標の把握方法及び集計プロセスについての質問並びに内部統制の整備・運用状況の評価
- ・ 会社が定めた作成基準に従って指標が把握、集計されているかについて、サンプリングによる原始証拠との照合並びに再計算の実施
- ・ 一部の工場に対する現地審査
- ・ 「環境報告書審査・登録マーク付与規程」に記載されている重要な環境情報が漏れなく開示されているかについて、質問及び内部資料等の閲覧により検討
- ・ 指標の開示の妥当性に関する検討

4. 審査の結論

当社は、上記審査手続を通じて結論の基礎となる十分かつ適切な証拠を入手した。CSR 報告書に記載されている環境パフォーマンス指標及び CSR 会計指標が、会社が定めた作成基準に従い、重要な点において合理的に把握、集計、開示されていない、または、重要な環境情報が漏れなく開示されていない、と認められる事項は発見されなかった。

会社と当社または審査人との間には、環境報告書審査基準案に規定される利害関係はない。

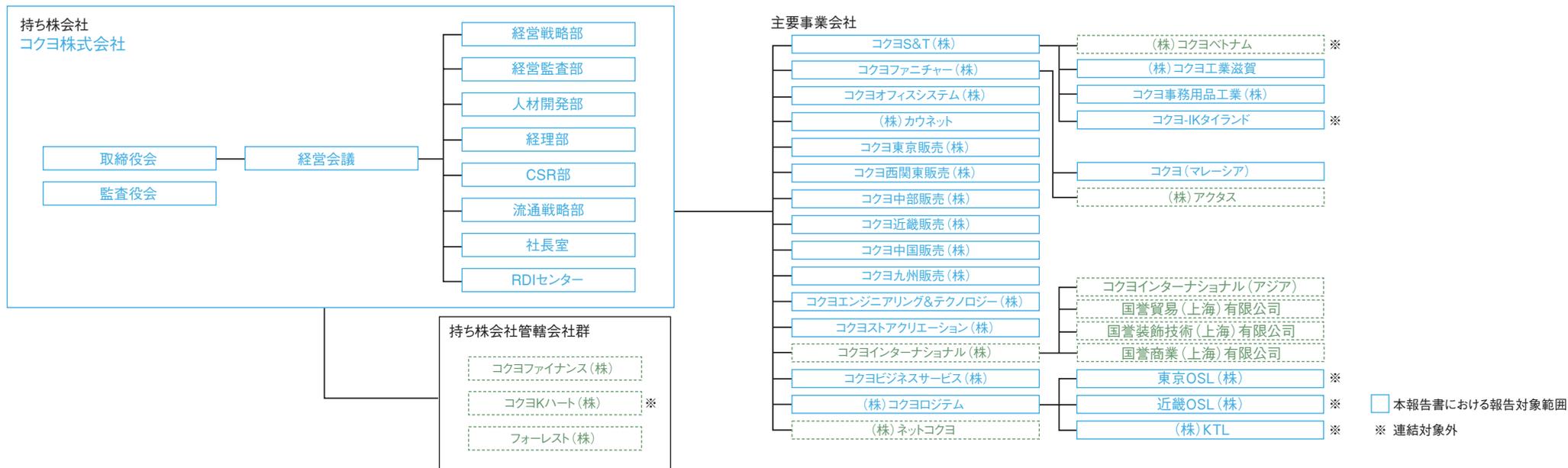
以上

会社概要

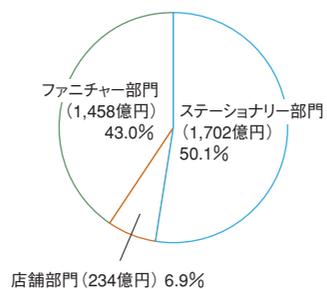
創 業：1905年10月2日
 資 本 金：158億円(2007年3月末)
 連 結 売 上 高：3,395億円(2007年3月期)
 連 結 経 常 利 益：118億円(2007年3月期)

代表取締役社長：黒田章裕
 連結従業員数：4,949名(2007年3月末)
 本 社 事 業 所：大阪市東成区大今里南6丁目1番1号
 コクヨ連結対象子会社：27社(2007年3月末)

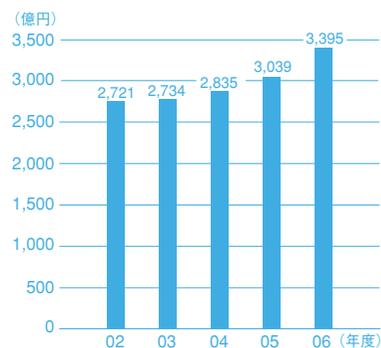
組織体制図(2007年4月～)



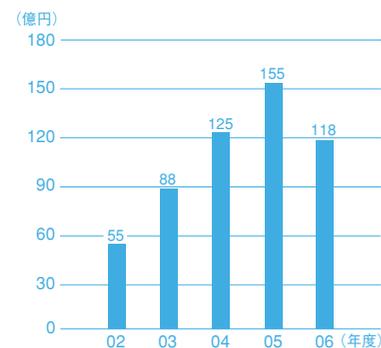
売上高比率



連結売上高推移



連結経常利益推移





この印刷物について
 用紙：FSC認証用紙使用
 インキ：エコマーク認定アロマフリー型植物油インキ使用




ミックス品
 FSC認証林及び管理された
 森林からの製品グループです
 www.fsc.org Cert.no. SA-COC-1229
 © 1996 Forest Stewardship Council


Green Purchasing Network
 印刷サービス
 コクヨは印刷サービスの
 グリーン購入に取り組んでいます


CUD
 環境
 印刷


J-AOE

KOKUYO

発行
コクヨ株式会社 CSR部
 編集・お問い合わせ先
 コクヨビジネスサービス株式会社 グループ広報本部
 〒537-8686 大阪市東成区大今里南6丁目1番1号
 TEL.06-6973-9182 FAX.06-6976-1251
 URL:<http://www.kokuyo.co.jp/>

(2007年6月)

