



コクヨグループCSR報告書
KOKUYO GROUP CSR REPORT

2008

Furniture

Stationery



持続可能な社会の実現に幅広く寄与する企業を目指します

コクヨ株式会社は1905年、和帳の表紙を製造する「黒田表紙店」として創業しました。「面倒で手間のかかることを自ら進んでやる」という創業者黒田善太郎の志のもとにスタートした事業は、以後、生活に身近な商品を次々と社会に送り出すことによって経済・社会の発展に貢献してきました。

戦後、紙製品から、文房具全般、オフィス家具、店舗什器へと事業を拡大し、日本最大の事務用品サプライヤーへと成長しました。

創業から103年を経た現在も、受け継がれてきた創業の精神とそこから導き出された企業理念に基づき、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することで、社会、および企業の持続可能な発展を追求しています。

経営の信條

コクヨの精神的基盤となる「経営の信條」は、創業者黒田善太郎が自らの半生を振り返り、社会の一員であるコクヨの社員が、社会に役立つために必要だと考えたことをまとめたものです。

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与えられる。
それは天より授けられた天職である。
天職には貴賤の別なく、人が生ある限り
自らの全力を尽くして全うせねばならぬ。
天職を全うするため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、自ら誠を以て
実行する事である。
真心を以て買い、造り、そして売れば
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する。
誠心誠意不言実行
——これが私の経営の信條である。

企業理念

「商品を通じて世の中の役に立つ」

コクヨグループは生活に身近な商品を通じて社会と経済の発展を支えるという志を創業時から持ち続けてきました。「あって当たり前」の商品の使いやすさ、求めやすさにこだわりを持ち、徹底してそのこだわりを追求することによって、これからも、多くの方々に喜ばれる商品の提供を目指します。

経営ビジョン

「Always Innovating For Your Knowledge」

経営の信條と企業理念を基本的な考え方とし、社会の変化に応じて、常に自己変革を行うことで、自らの活動を社会に役に立つ形に変え続けていく、という企業の意思を表しています。

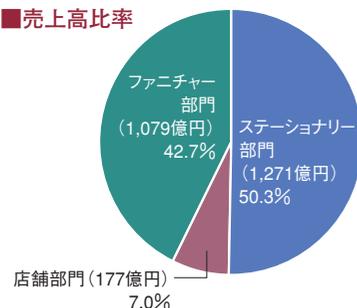
●コクヨのあゆみ



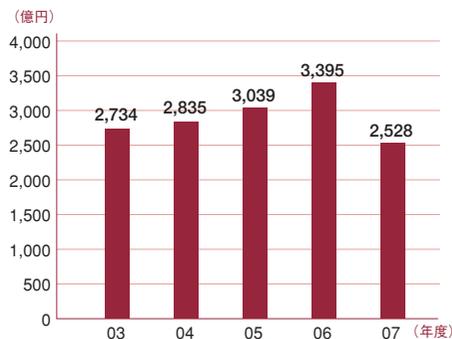
●会社概要 (2007年12月31日現在)

商号：コクヨ株式会社 (KOKUYO CO.Ltd.,)
 代表者：黒田章裕
 本社所在地：大阪市東成区大今里南6丁目1番1号
 創業：1905年10月2日
 資本金：158億円
 社員数：5,037名
 連結対象子会社数：24社

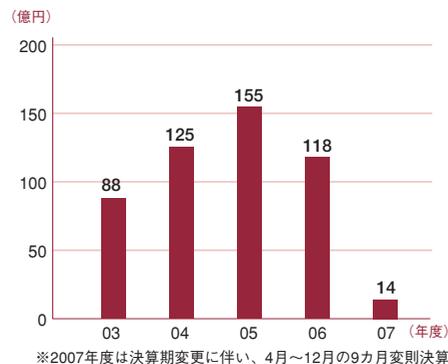
■売上高比率



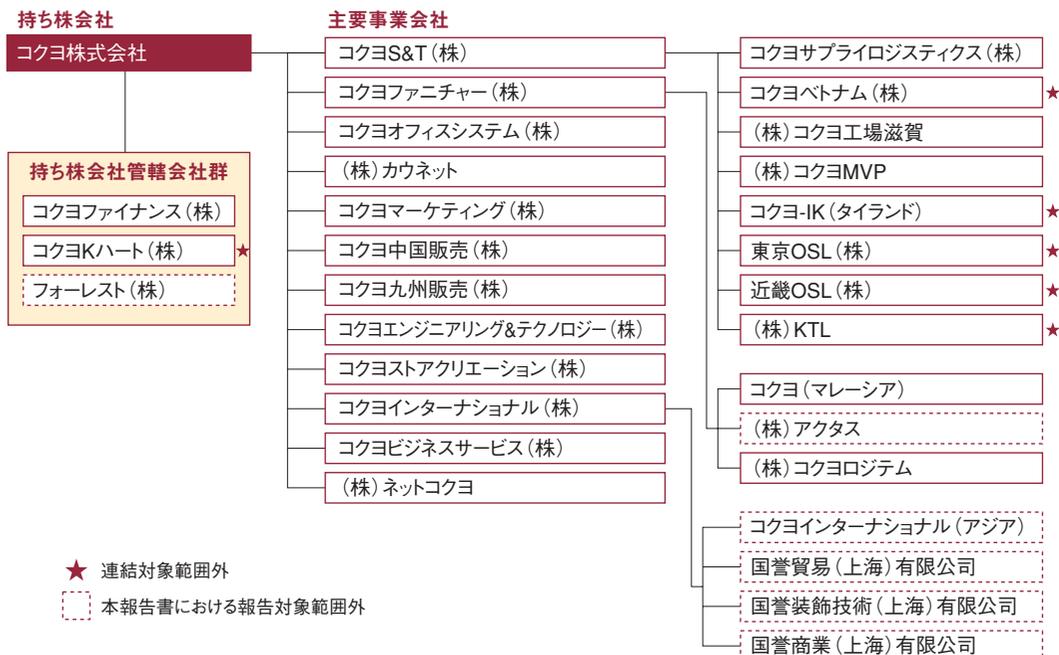
■連結売上高推移



■連結経常利益推移



●組織体制図



1961年 黒田国光堂からコクヨへ、社名変更

1964年 売上高100億円達成

1969年 大阪本社社屋竣工、ライブオフィスを開始

1972年 東京・大阪証券取引所第一部銘柄になる

1978年 売上高1,000億円達成

1979年 東京・品川に新社屋完成

1981年 ロゴマークを改定

1987年 売上高2,000億円達成

1991年 売上高3,000億円達成

2001年 株式会社カウネットによるオフィス通販事業をスタート

2004年 コクヨ株式会社の全事業を分社し、持ち株会社制へ移行

2005年 創業100周年を機にコーポレートロゴを一新



お読みいただく皆様へ

「コクヨグループCSR報告書2008」に対する私たちの考え方と編集方針

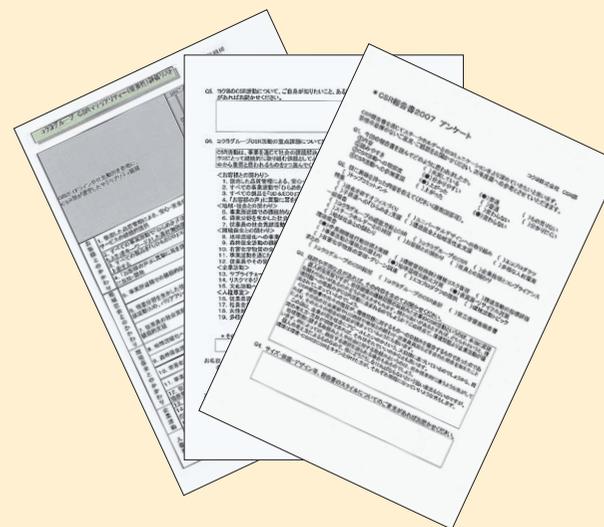
「コクヨグループCSR報告書2008」の編集においては、「地球温暖化の防止」と「環境配慮商品の推進」について重点的にお伝えすることを心がけました。それは、コクヨが社会的な責任を果たす上において、これら2つが最も重要な事項であると考えからです。

コクヨのCSRにおける、最も重要な取り組みが何かを見極めるため、私たちは「ステークホルダーの皆様にとっての影響度(外部の要因)」と「コクヨにとっての影響度(内部の要因)」の2軸から考えることにしました。

まず2007年の9月に、社内のイントラを使ったアンケートと主要事業会社への聞き取り調査を実施。並行して、他企業のCSR部門の方々や有識者の方々に対してご意見をくださるようお願いし、述べ60名のステークホルダーの方々の声を集めました。

これらを集約して、CSRの推進部署を中心に、コクヨグループにとっての影響度の観点を加えて議論を重ねました。その結果を踏まえて経営層を交えた討議の結果、これら2つが重要であるとの結論に至ったのです。

企画においては、トップ対談と巻頭特集によってこれらに対するコクヨの姿勢と活動をご理解いただけるように配慮しました。また、ほかにもコクヨグループが力を入れて取り組んでいる「ダイバーシティ推進」のトピックを、読み物で掲載しています。



KOKUYO GROUP CSR Report 2008

●発行時期の変更について

コクヨグループは、2007年度から決算期を12月に変更しました。

それに伴い今回から「CSR報告書」の発行時期を6月から3月に変更します。

■報告の対象範囲

【対象組織】

コクヨ(株)、連結対象子会社および主な非連結の関連会社 計24社

※P2 組織体制図参照

【対象期間】

データに関しては2007年1月から12月までの実績を掲載

活動内容に関しては2006年以前、2008年ものを含みます。

(2007年1月～3月については「コクヨグループCSR報告書2007」の掲載データと重複しています)

■参考にしたガイドライン

・環境省『環境報告ガイドライン～持続可能な社会をめざして～ 2007年版』

・GRI「サステナビリティレポーティング ガイドライン 和訳暫定版 Vol.2」

・環境省『環境会計ガイドライン 2005年版』

※将来予測・計画・目標について

本報告書の記載項目には、コクヨグループの過去と現在の事実だけでなく、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に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。

目次 CONTENTS

- 1 コクヨグループの理念・会社概要
- 3 お読みいただく皆様へ
- 4 目次

5 トップ対談 “独走環境企業”へ ～ 一歩先を行く取り組みを実践し続ける ～

特集

地球温暖化防止に向けて

9 工場での取り組み 環境負荷削減と効率化の両立を 燃料切り替えと新しい設計思想で実現

11 物流での取り組み ムダを廃し、効率を追求し続けることで 環境にやさしい社会づくりに貢献

13 オフィスでの取り組み 設備の改修と社員の意識改革で 2年で6.2%のCO₂削減

14 吸収源の保全Ⅰ 「刈る・つくる・使う」の好循環で ヨシ群落の保全に貢献

15 吸収源の保全Ⅱ 森の力の復活と経済価値の創造へ 地域との協働で進める森林事業

— 2007年活動報告 —

CSRマネジメント

- 17 コクヨグループのCSR
- 19 コーポレート・ガバナンス
- 20 コンプライアンス・リスクマネジメント

環境報告

- 21 事業活動と環境とのかかわり
- 23 環境ビジョン／中長期環境行動計画と実績
- 25 環境管理体制と環境リスク管理
- 26 環境活動の指標評価
- 27 温暖化防止対策
- 28 省資源・リサイクル対策
- 29 有害化学物質対策・グリーン調達
- 30 エコプロダクツの提供
- 31 [\[クローズアップ\]](#)
業界で初めて、オール紙製のチューブファイルを実用化
- 33 [\[クローズアップ\]](#)
どうもろこしからできた植物由来樹脂を使ったオフィス家具の開発

社会性報告

- 35 お客様の視点に立つ
- 36 お客様の進化をリードする
- 37 社会貢献
- 39 株主・サプライヤーへの責任
- 40 品質保証
- 41 人材育成
- 42 勤労厚生・労働安全
- 43 ダイバーシティ推進Ⅰ
- 44 [\[クローズアップ\]](#)
“いい仕事”ができる環境づくりを
- 45 ダイバーシティ推進Ⅱ
- 46 [\[クローズアップ\]](#)
知的・精神障害者雇用のための新事業 ハートランドを設立
- 47 社会性トピックス

資料編

- 49 国内サイトレポート
- 51 海外サイトレポート
- 53 CSR会計
- 54 第三者審査報告書

トップ対談

“独走環境企業”へ

～一歩先を行く取り組みを実践し続ける～

2007年に出版された『温暖化地獄～脱出のシナリオ』は、より深刻さを増す地球温暖化について警鐘を鳴らす一方、最悪の事態を回避するために選択すべき道について具体的に示している。今回は、この本の著者である東京大学の山本良一先生をお招きし、今の企業に求められる社会的な責任、特に環境問題に対する取り組みについてご意見をいただいた。



東京大学生産技術研究所
教授

山本 良一氏



コクヨ株式会社
代表取締役社長
黒田 章裕

【山本良一氏】 東京大学工学部冶金学科卒業。工学博士。専門は材料科学、持続可能製品開発論、エコデザイン。文部科学省科学官、エコマテリアル研究会名誉会長、日本LCA学会会長、環境経営学会会長、国際グリーン購入ネットワーク会長、環境効率フォーラム会長、「エコプロダクツ」展示会実行委員長など多くの要職を兼務されている。

全社的に 環境意識を高める

黒田 昨年、あるセミナーで山本先生のご講演をお聞きする機会がありました。そこで私が感じたのは、北極の海氷面積の減少などの事例を通して紹介された温暖化の進行のすさまじさと、積極的な対策を進める欧米に比べて日本がいかに立ち遅れているかということでした。

そこで、10月に『温暖化地獄～脱出のシナリオ』が出版されるとすぐ入手して読ませていただくとともに、温暖化に対する認識をグループ全社で高め、ココヨとしてできることに早急に着手するために、幹部社員全員に本を配布しました。当社のビジネスは環境負荷が多い方ではありませんが、セミナーやこの本を通じて先生からご教示いただいたことを、ココヨがさらに環境経営を進めていきかけにしたいと考えたのです。

山本 あえて『温暖化地獄』というタイトルを付けた理由は“温暖化”という言葉のソフトなイメージを打ち消し、本当の深刻さを正しく認識していただきたいと思ったからです。氷河や熱帯雨林のない日本では、なかなか温暖化の影響は身近には感じられません。しかし、事態はわれわれの予想を超える早さで悪化しており、すでに“地獄の1丁目”に入っているといってもよいでしょう。

例えば2040年ごろと予想されていた北極海の夏の氷の消失は、早ければ今年の夏にも起こりうるという説などが出てきています。北極の気温の上昇は、ジェット気流のコースを北に変えて太平洋の高気圧の発達を促し、日本の夏がさらに猛暑になる可能性も指摘されています。南極大陸やグリーンランドなどでも大規模な氷の消失が始まっており、このままでは私たちは2050年までに“ニューヨーク五番街”ならぬ“地獄の五番街”を見ることになるでしょう。

黒田 私もそうした現実を知り、昨年は「ココヨに何ができるかを考えよう」とグループ全社員に対して呼びかけました。まずはCO₂をできるだけ抑えて、排出した分は吸収していく。こうして、できるだけ早期に、カーボンニュートラル宣言をしたいというのが私の思いです。しかし、これは実際には大変難しいことです。われわれは過去100年以上もオフィスをフィールドとして事業を行ってきたので、まずはオフィスでのCO₂対策に積極的に取り組みたいと考え、活動をスタートしています。社員も先生の本などから環境についての関心を深めて、行動に移してくれるようになってきました。

企業の DNA再認識から始まる

黒田 ココヨは今年で創業103年を迎えます。創業者の黒田善太郎は事業を始めるに当たり、どんなに作るのが面倒でうまみの少ない商品であっても、丹精込めてその商品を作ることで「世の中の役に立つ」ことを誓いました。

ですから商品の品質や機能などには徹底したこだわりを持っており、当時表紙などを含めて100枚と数えていた一般的な和帳に対して「100枚という以上は、帳簿として使える中味の紙がそれだけなければおかしい」として中紙が100枚の和帳をつくり「正百枚」と記した上で、通常100枚物の和帳は20銭とされていたところを1銭ないし1銭5厘高い価格で販売しました。当然、最初は見向きもされませんでした。商品の良さが次第に評価されて、現在につながっているのです。

また紙製品を裁断する際のゴミを抑えるために、製紙会社をお願いして、できるだけゴミの出ない寸法の紙を納品してもらうなど、合理的にムダを減らす工夫も行っていました。

山本 善太郎氏の話で印象に残っているのは、第一次世界大戦の頃に、帳簿紙を輸入に頼るのではなく国産で作ることによって安定供給を実現しようと、自ら製紙会社の門をたたいて依頼したのですが、完成まで10年の間の失敗作をすべて買い取ったというエピソードですね。「経営の信条」にも「真心をもって買い、造り、売れば必ず信用を得て、天職を成し遂げられる」という意味のことが書かれています。善太郎氏のこの行動には感銘を受けました。

黒田 派手でなくても、厄介な仕事であっても、やるべきことを誠心誠意やり抜いて社会のお役に立つという姿勢は「カスの商売」という言葉とともに、今もココヨの企業風土に息づいています。

山本 ココヨが1990年代から取り組んできた「エコプロダクツの開発と普及」に向けた活動は、その精神の表れの一つといえるでしょう。21世紀に入って、日本企業の間にはCSRの考えが広まりましたが、その反面、環境問題を後回しにする傾向も見られたようです。しかし現在の最大の課題は、何と言っても温暖化と資源循環をはじめとする環境問題です。昨年から今年にかけて、大手メーカーを中心に環境経営戦略を見直す例も増えています。今や「チームマイナス6%」ではなく「チームマイナス80%」を目指さなくてはならないときです。脱化石燃料の低炭素社会に向けて長期的な戦略を立てて、着実に進めていかなくてはなりません。その意味で、ココヨの「結の森」のようにCO₂の吸収源である森林の保全も有効な活動といえるでしょう。

黒田 「結の森」の活動は2年目を迎え、昨年から間伐材を利用した文具やデスクを商品化し、ココヨグループの通信販売「カウネット」を通じてお客様に提供しています。おかげさまで環境に関心を持

つ方々からは、大変なご支持をいただいています。また「カウネット」の利用で貯めたポイントを「結の森」の保全活動に寄付するプログラムも昨年からスタートしたのですが、われわれの予想を超えるご寄付をいただきました。山本先生のおっしゃるように、昨年あたりから社会全体の環境意識がより高まりつつあるように、私も感じています。

重要なのは トップの率先垂範

山本 昨年12月に東京で開催した環境展「エコプロダクツ2007」も、おかげさまで過去最高の来場者数を記録しました。思えばコクヨの「エコ×(バツ)マーク」※1のマスコミ発表が、ほぼ同じタイミングだったのですね。ニュースでも、両方の話題をセットにして紹介しているケースがありましたが、いわゆる環境配慮が十分ではない商品には、総合カタログ上に「エコ×マーク」を付けるというのは、すばらしい逆転の発想ですね。

黒田 ありがとうございます。あれは「企業の環境戦略は、経営者が自ら示さなければならない」という先生のお話から生まれたアイデアです。社内では反対の声も大きかったのですが「何とか皆で頑張って、早くこのマークを外せるようにしよう」と説得しました。

ところが実際にデータを調べてみると、何とステーションナリーの半分以上に「エコ×マーク」が付くことが分かったのです。販売への影響を懸念した社員が来年まで猶予がほしいと言ってきましたが、それではダメだと返したら、カタログ製作までの2カ月の間にいろいろと努力をしたのでしょうか。驚いたことに「エコ×マーク」が付くはずだった商品の環境対応が急ピッチで進んで、その数が減っているのです。

※1 「エコ×マーク」についての詳しい内容は、8ページをご覧ください。

またある工場では、LPガスを都市ガスに転換する計画を急ピッチで進めて、CO₂大幅削減を図ってくれました。トップが率先して方向を示すことにより、社員の気持ちが目覚めたのです。またお客様やお取引先に対しても、コクヨの姿勢を説明することで、より環境に対する深いご理解をいただくようになったケースもあったようです。今後はこうした活動をさらに加速していくつもりです。



山本 大変に意義のある取り組みをスタートされましたね。今後も継続され、商品だけでなくサービス活動にも対象を広げていただければ、なおすばらしいと思います。

黒田 お客様が必要とされる以上に納品を急いでいるために、余分な環境負荷をかけているケースもあるのではないかと考えています。物流においては、こうした点も見直すべきかも知れません。

一方、私たちの得意とするオフィスについても、いろいろと考えています。例えば当社の品川オフィスのビルは年間1,600tのCO₂を排出していますが、太陽光をうまく利用することにより空調のロスを抑えるなどの建物のリニューアルによって、半分の800tまで削減するプランも持っています。排出権を買うという手段もありますが、私たちの姿勢をお客様に知っていただくためにも、コクヨが先頭を切ってカーボンニュートラルオフィスを実現し、世の中に提案したいと思っています。

山本 海外では建物のカーボンニュートラル度合いを審査するサービスが登場してきていますが、国内ではまだそうした建物自体が少ないのが現状です。その計画は、ぜひ進めていただきたいですね。重要なことは、CO₂排出ゼロであることやその仕組みが分かりやすいように「見える化」を行い、情報開示を行うことだと思います。

黒田 同感です。「エコ×マーク」も、コクヨにおける環境活動の「見える化」であり、分かりやすい情報開示と位置付けています。

“期待値を超える” 環境企業を目指す

山本 最近、私は経営者の方々にお会いすると「温暖化に対して宣戦布告してください」とお願いしています。一人ひとりの努力も大切ですが、企業活動によって排出されるCO₂の量は国民の暮らしによる負荷と比べると圧倒的に大きい。この点を考えると、経営者には正しい現状認識と強い理性、そして率先して方向性を示す勇気が求められると思うからなのです。ある本によると、日本人には「ム

り、ムダ、ムラ」を省こうという気持ちが無元々備わっているとされています。日本の企業がこうした特性や環境技術などを生かしながら、温暖化抑制に向けた世界の動きをリードしてくれることを期待しています。

黒田 当社は、今年は「独走環境企業」を目指そうと話し合っています。これは、せっかく「エコマーク」宣言で市場から評価をいただいたのですから、この「一歩先行」の状態を維持しながら着実に進んでいこうという意味で、何も多額の投資をして荒野を一人で走ろうとしているわけではありません。社員が知恵を出し合って、少し高い目標に向かってできることにいち早く取り組んでいけば、一歩先に行く「独走環境企業」は不可能ではないと思っています。

山本 「独走環境企業」というスローガンには大賛成です。英国やEUの動きを見てもわかりますが、欧米では「周りがどうであれ、自分はこの道を行く」という「Let It Alone」の考え方があります。これは誇りがなくてはできませんし、行動を伴うだけに周囲に対する説得力も生まれてきます。

黒田 オフィスのカーボンニュートラルなどいろいろと課題もあるのですが、今後もステークホルダーの皆様からの期待値に対して、それを一歩超える提案や取り組みでお応えできるように頑張ります。

山本 地球環境という大問題を改めて直視し、そこに焦点を当てて新たな段階に取り組む姿勢を評価したいと思います。21世紀の環境経営のリーダーとしてのココヨの活躍に、期待しています。

黒田 山本先生のお話を通じて、ますます意を強くしました。本日は、まことにありがとうございました。

環境配慮商品の推進

ココヨの宣言

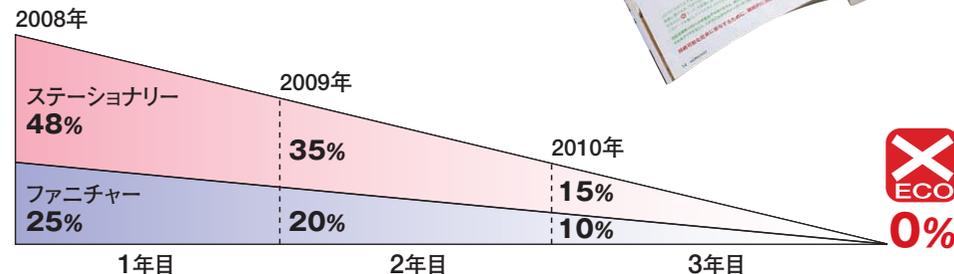
環境配慮が十分でない商品に  マークを表示し、
3年間で  マークをゼロにします。

「環境」があらゆる社会的側面で重要なキーワードになった十数年前から、私たちは業界トップの環境企業として商品の環境配慮に力を入れてきました。しかし、ある一定の努力でできる環境対応に目処をつけた後、私たちの進化のスピードは鈍化していました。

今、地球温暖化が進み、社会全体で環境意識をより高めていく必要がある中で、国内の多くの事業所で毎日お使いいただく商品を提供するメーカーグループであるという責任を改めて自覚し、従来姿勢からさらに一歩踏み込んで環境配慮を前提とする商品開発を行います。

私たちのこの基本姿勢を皆様にお伝えするために、2008年版の「ココヨ総合カタログ」から、環境配慮が十分でない商品に、「エコマーク」を表示しました。自社独自の基準に照らした結果、「エコマーク」を付けた商品は、ステーションナリー編カタログで全掲載商品の48%、ファニチャー編カタログでは25%ありました。

私たちは2010年度末までの3年間で商品の環境配慮に徹底して取り組み、2011年版の総合カタログでは「エコマーク」を誌面から一掃することを目指します。また2011年以降も時代の変化に合わせて、継続的なレベルアップを図ります。



環境負荷削減と効率化の両立を 燃料切り替えと新しい設計思想で実現

工場とはメーカーの価値創造を担う場であると同時に、CO₂の発生源。環境対策の要だ。今回は、2007年11月に新しい収納家具製造ラインが稼動を開始したコクヨファニチャーの芝山工場を訪ねた。

コクヨファニチャー株式会社 芝山工場生産技術グループ 西村 進

環境配慮を徹底した新ライン計画

生産活動による環境負荷を、徹底的に減らすこと。芝山工場の新しい収納家具<EDIA>生産ラインの計画がスタートしたとき、従来からの「安全・品質・効率」と並んでプロジェクトメンバーの重視したテーマがこれだった。「環境に配慮していない事業活動は、市場から見放される」という意識のもと、これまで芝山工場では無排水やゼロエミッションなどの環境保全活動を推進してきた。そうして蓄えてきたノウハウの集大成が、新しい生産ラインなのだ。

「オフィス家具の製造で最も環境影響の大きいのは、塗装工程です」と生産技術グループの西村は話す。素材の鉄板を洗ってから、錆びないように薬品で下処理を行い、本塗装を施して、熱風で乾燥させる。このプロセスのなかでエネルギー使用に伴うCO₂、有害化学物質や揮発性有機溶剤（VOC）、廃棄物などが発生するという。そこで新しい<EDIA>のラインでは、前処理液を環境に影響のあるリン酸やニッケル、マンガンを含まない酸化ジルコニウム系の新化成液に変え、VOCを発生しない粉体塗料を採用するなどの対策を実施。新化成液を使用することで処理に伴う汚泥発生量が約90%削減できるなど、大きな効果が出る。特に新化成液は自動車業界の一部の企業で採用されている例があるものの、オフィス家具業界では初めての実用化となった。品質を維持するためには、複雑な形状の部材に対しても均一に処理を施すことが求められるが、西村らはシャワーを使う独自の方法を1年半がかりでメーカーと共同で開発。このハードルをクリアしたのだった。



収納家具<EDIA>

都市ガス導入でCO₂の大幅削減を

一方、CO₂の削減対策に関しては、幸運が味方してくれた。それは約10km北にある成田国際空港に都市ガスを安定供給するための新しいパイプラインの一つが、芝山工場の近辺まで伸びてきたことである。天然ガス(メタン)が主成分である都市ガスは、熱量あたりのCO₂排出量が重油の約4分の3、芝山で使ってきたLPGと比較しても14%少ない。この情報を得た西村らは、さっそく都市ガス導入の検討を開始した。その結果、都市ガスにはCO₂の削減だけでなく、①LPGと比べて価格が安定している、②LPGと異なり構内の貯蔵タンクがいらないため、安全性が高く管理者が不要、③NOxの排出が少なく、SOxの排出はゼロ、といったメリットもあることが分かった。

都市ガス導入によるCO₂削減効果



「LPGボイラなど既存の熱源を改造して、工場全体を都市ガス対応にすれば、年間で約400tのCO₂が削減できる計算です。しかも必要な設備投資は、燃料の価格差により比較的短期間に回収できます」と西村はシミュレーションの結果を示す。唯一の問題は、芝山工場のある工場団地までの導管が敷設されるのが、<EDIA>のラインの稼働開始に間に合わないこと。しかし、この点もLPG気化器をガス会社からレンタルし、暫定的にLPGを供給することで解決した。最終的な都市ガスへの切り替えは2008年5月に決まり、現在は熱源機器の改造などを含む最後の調整を行っている。

工場での環境配慮を推進していきます

都市ガスの導入以外にも、CO₂を削減するためにさまざまな対策が講じられている。その一つが、コンプレッサーやファン、コンベア、ポンプなどの動力、さらにスポット溶接機などに対する徹底的なインバータ化である。特にスポット溶接機は瞬間的に高熱をかけることで溶接痕も小さくなり、品質向上にも効果がある。

また、種類の異なる商品を必要な量だけ生産する「変種変量生産対応」という効率重視の設計思想は、作り過ぎによるエネルギーやスペース、資源、時間、労力、在庫のロスを抑え、結果的にCO₂



4台のインバータ式コンプレッサーと、それらをコントロールする制御装置。運転台数を絞ることで、0~148kWまで出力を変えて自動運転する。



10種以上の金型を自動的に取り替えながら加工するプレス機は、「変種変量生産」に欠かせないインテリジェントな設備だ。

の削減にも寄与している。セル生産や高度な“自動化”設備の導入による「1種の商品100台つくるのも、100種の商品を1台ずつつくるのも、かかる時間は同じ」という強みが、環境配慮と生産性の両立を実現しているのだ。

最新鋭の環境配慮工場である芝山工場。都市ガス転換後の本格稼働は目前である。

ステークホルダーの声

拡大供給エリアでのパイロット事業に

当社では2003年にISO14001の認証を取得するなど、地球環境対策に努めてきました。エネルギー事業者である私たちにとっては「自社における環境負荷削減」と「天然ガスの普及による、お客様のもとでの環境負荷削減」が、大きな環境活動の柱です。その意味で、ココヨ様へのご提案は大きな意義があると考えて取り組んできました。

今回のプロジェクトでは、新ラインの竣工と千葉ガス側のパイプライン施工時期とがずれていたのですが、この問題を乗り越えられたのはCO₂の排出削減に対するココヨ様の強い思いがあったから

にはかなりません。その実現にお手伝いできたことは当社にとって大きな喜びです。導管インフラの整備などの条件ができたことと併せると、供給エリア外であった芝山工業団地での天然ガス普及を図るうえでの重要なパイロットケースとなるでしょう。

あとは切り替え本番の5月に向けて、行政への届け出や熱源機器改造の技術的なサポートなど、親会社である東京ガスグループのバックアップも受けながらしっかりとお手伝いをしていきたいと考えています。

千葉ガス株式会社
エネルギー営業部
エネルギー営業グループ 主任
だいすけ
有村 大亮様



ムダを廃し、効率を追求し続けることで 環境にやさしい社会づくりに貢献



物流による環境負荷は「モノを移動させる」ことによって発生する。つまり、ムダな移動を減らし、できるだけ効率的に運ぶための努力が、スピードや正確さを高めると同時に、CO₂の排出削減にもつながる。効率の徹底追求と環境負荷の低減に挑戦する2つの物流センターを訪ねた。

コクヨサプライロジスティクス株式会社 近畿IDC統括副所長 川辺 雅俊

効率化の追求から生まれた新しい拠点

1日に大小含めて約3万ケースを出荷する近畿IDC^{※1}は、コクヨグループ最大の物流の拠点。西日本のオフィス消耗品物流を担ってきた3カ所の拠点を統合して2007年に誕生した。開設のねらいについて統括副所長を務める川辺は「拠点機能を1カ所に集約し、さらに最新の倉庫設計プランを導入することで、すべての物流系統において国内最高レベルの効率性と物流品質、さらに環境性を実現すること」と語る。キーワードは「極力、モノを動かさない」だ。

集約化によって、①機能や在庫の重複を削減、②拠点間輸送の大幅削減、③これまで3カ所に向かっていった便を1本に集約することによるトラック輸送距離の削減、などの効率改善とスピード化が実現する。設計面においては、1階だけではなく4階建ての建物の3階部分にも直接トラックが着けられる構造が特徴だ。これにより、仕分け場の最も近くで荷を下ろし、出荷しやすいところにトラックを着けることができる。センター内でも、荷物用エレベーターのフロア間の荷動きが抑えられることから、消費電力量の増加にも歯止めが掛かる。



3階まで直接トラックが接車できる。

※1 Integrated Distribution Center
(統合配送センター)

1.5%プラスアルファのCO₂削減に

効率改善に対するメリットは、同時にCO₂削減の効果ももたらす。川辺によると、計画段階における輸送量(トンキロ数)の削減見込み幅は1.5%。便数が減少しトラックを大型化できることから、CO₂排出量としてはさらに削減できると見込んでいる。またセンター内では

荷さばき業務にバッテリーフォークリフトを全面的に採用して、CO₂の発生抑制や働く人たちの作業環境改善にも配慮した。

「今後は梱包の改良や見直しを含め、CO₂削減や廃棄物対策などより幅広い環境対策にもトライしていきたい」と川辺は抱負を語る。

コストバランスを考え秒単位の計測

ネットビジネスの進展に伴い、オフィス消耗品の購買形態も大きく変化してきた。今やインターネットで注文した商品を、ペン1本、ノート1冊からお客様のお手元にお届けすることは当たり前。便利になったシステムを縁の下で支えるのが各地にある配送センターである。

その中の一つ九州IDCでは、個々のお客様の注文伝票に基づいて商品の取りまとめを終えた折りたたみコンテナが最後に流れつく梱包ラインで、あるテストが行われていた。「段ボール梱包からポリエチレン袋による簡易梱包へ変更することで、一つの梱包にかかる時間はどの程度増減するか」。出荷コストを左右するこの点を明らかにするために、秒単位の計測が行われていた。

お客様の要望に応えるために

きっかけは、九州・小倉に本社をかまえるTOTO株式会社様の購買部若手プロジェクト「ゴミを買わない購買」活動だった。プロジェクト活動の中でゴミ集積場に何が捨てられているかを調べた結果、文房具など消耗品購買時の梱包材が非常に多いことが判明したのだ。環境の観点で望ましくないばかりか、現実的に処理コストがかかる。「商品が届き次第捨てられる梱包資材を、もっと簡易なものにできないだろうか」。

九州IDCでプロジェクト一行を出迎えた所長の古賀和浩と配送係長の井上真治は「商品をしつこく梱包せずにそのままの姿で持って

きてくれない、というご要望には仰天しましたが、真摯に梱包材削減を望んでおられる姿勢に触れて、何とかしたいと思いました」と当時を振り返る。一方で、配送品質を守り、コスト削減を常に図ってこそ物流のプロ。前述した梱包時間の計測と同時に、同社本社への輸送を行う運輸会社にも取り組みの経緯と意義を説明し、九州IDCと輸送会社の拠点を行き来する「通箱^{かまいぼこ}」をつくった。井上らは発注の多い商品について何度も輸送テストをして、輸送事故がないことも確認。こうして同社本社への簡易梱包による配送はスタートした。

一つのチャレンジを次の進化へ

現在、九州IDCでは、センターから比較的近い福岡県、佐賀県、

長崎県の全域で、ポリエチレン袋による配送を実施している。エリア拡大に伴い、梱包材そのものの削減とともに、トラックの積載効率が上がることによりCO₂排出量の削減にも貢献している。心配された配送クレームも、中に何が入っているのが見えることが功を奏したのか、ダンボール梱包の時よりも減ったという。

「物流における環境対応と、ムダの削減、効率化の追求は表裏一体」という古賀。お客様の声をヒントに、パートナーとともに挑む環境負荷削減。まだまだクリアすべき課題もあるが、この一例にとどまらず、さらなる展開を試みる。商品を早く、確実にお届けする物流部門における新たな挑戦は続く。

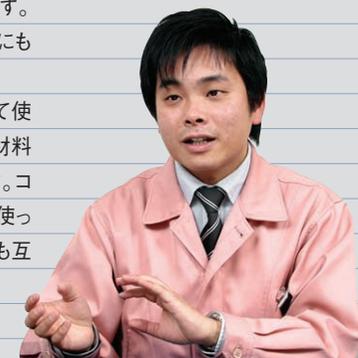


厚表紙ファイルも簡易梱包で出荷される。

ステークホルダーの声

「ゴミを買わない購買」活動が生み出した成果

「ゴミを買わない購買」活動は若手人材育成などを目的とする6名のプロジェクトとして2005年にスタートしました。良い商品・良質なサービスを、より適正な価格で購入・委託することが購買部のミッションであり、その中でも処理を委託している廃棄物量の削減は大きな課題のひとつです。	所全体の業務効率アップにもつながっていると思います。コクヨさんがオフィス用品の簡易梱包に踏み切っていたおかげで、今では多くのサプライヤーさんが省梱包の実施に協力してくれたり、最初から梱包せずに納品する方法を考えてくれたり、多くの成果を生んでいます。このことが結果として、社会全体の環境負荷低減にもつながっているとすればとてもうれしいことですね。	TOTO株式会社 購買部 調達・購買センター
実際にゴミが捨てられる場所に行き、ゴミを一つひとつ調べることで、事務用品の梱包材の量を減らせるのではないかと考えたことがきっかけです。ポリエチレン袋による簡易梱包に変えていただくことで、それまで約380kgあったダンボールや緩衝材など梱包資材のゴミを、約50kgへ、7分の1以下に減らすことができました。 ^{※2} 社員アンケートにおいても、「分別廃棄の手間と時間を節約できた」との声が多く、廃棄物処理コストの削減だけでなく、事業	環境対策としては、当社でも一部の地域において使用済み便座を回収し、プラスチック部品を文房具の材料として再利用する取り組みを試験的に始めています。コクヨさんとはテープのり<ドットライナー>の枠材に使っていただくなど、すでに協働を始めていますが、今後も互いの取り組みをうまくリンクできたらいいですね。	森田 耕一様
	^{※2} TOTO本社事務所と小倉第一工場の調査結果	



設備の改修と 社員の意識改革で 2年で6.2%のCO₂削減



オフィス事業を事業ドメインとするコクヨグループにとって自社オフィスのCO₂削減はこれからの事業にも影響する大切な活動。大阪のコクヨ本社オフィスでは、さまざまな取り組みを進めている。

コクヨ株式会社 CSR部 CSR推進グループ 横田 梢

新入社員の視点を生かした平易な呼びかけ

コクヨ本社オフィスで、CO₂削減へ向けた省エネ活動を開始したのは2005年のこと。これまでも階段や廊下の照明に対する人感センサーの取り付け、自動販売機へのプログラムタイマの接続、スイッチ付きOAタップのデスクへの設置などを行ってきた。

2007年の春、CSR部の新入社員である横田に与えられた役目は、環境負荷の「見える化」によるさらなる省エネ推進だった。

「働く皆さんに、自分の行動で削減できるCO₂の量を分かりやすく示せるように工夫しました」と横田。トイレや会議室などの照明スイッチの脇には消灯を呼びかける手作りのシールを貼った。特に目立つオフィスのシールには「事態は深刻です。1時間の節電で年間6kgのCO₂の削減」のコピー。削減したCO₂が、ペットボトルで何本分かも示した。また照明系統が分かれていて複数のスイッチがあるところには、スイッチごとに消灯する区域がひと目で分かる対照図を貼った。こうすることで、人がいる区域を消灯するミスを抑えたのだ。

「新入社員の私は、いわば環境の“素人”です。だからこそ、す

べての皆さんに分かってもらえる表現で、自然に環境意識を持ってもらえるように心がけました」。

まだまだ減らせるオフィスのエネルギー使用

CO₂削減のための本社での設備改修では、電気代の削減によって2年以内に回収できる規模を目安にしてきた。そこに「見える化」による電気代削減効果が上乗せされて、約250万円の投資に対して、年間約200万円程度の経費削減が見込まれている。2007年4月～12月の本社ビルの電力使用量は、省エネ活動が本格化する前の2005年度に比べて6.2%も減っているのだ。

「設備の利用改善や社員の環境意識向上による省エネは、すでにやり尽くしたと思われがちです。しかし本社での活動を振り返ると、余地はまだあるといえそうです」と横田。本社で得られた省エネのノウハウをもとに、全国のコクヨグループのオフィスへ、そしてお客様のオフィスへと情報発信をしていきたいと考えている。



◀自動販売機の
夜間、土・日、祝日の稼働停止
本社内に15台設置されている自動販売機のうち、7台にプログラムタイマを設置し、平日21時以降5時半まで、および土・日、祝日の稼働を停止。年間2万3,500円分の電気代の節約に。

▶どのスイッチを切るとこの電気が消えるのか、誰にでも分かるようにすることで、最後に退社する人が一斉消灯するのではなく、エリアごとにこまめに消灯することができる。



デスクトップパソコンへスイッチ付きOAタップを設置
退社時にスイッチを切るだけでパソコンの待機電力を年間19.5kW（一般的な家庭のリビングの照明約200時間分）を節電。

「刈る・つくる・使う」の好循環でヨシ群落の保全に貢献



CO₂を吸収する働きに加え、その成長過程で窒素やリンを吸収し、水の富栄養化を防止するヨシ。しかし、ヨシが力を発揮できるのは手入れされてこそ。コクヨ工業滋賀では、ヨシの手入れ、活用を促進する活動に着手している。

(左から) 株式会社コクヨ工業滋賀 ^{の代表} 能口 久和、村岸 由明、谷田 辰子、藤村 律子

吸収源の保全 I REPORT



ヨシを使用した「ReEDEN」シリーズの商品。売上の0.2%をヨシ保全活動を行うNPOへの協賛に当てる。

ヨシ活用の幅を広げる新製品

コクヨの紙製品の多くは日本有数の環境先進県、滋賀県で生み出されている。コクヨ工業滋賀で新商品の企画・開発を担う松木佳美は、水質浄化や生態系保全に一役買うヨシに早くから注目していた。

琵琶湖のヨシは、^{よしぶき}葦葺きの屋根や^{よしず}葦簾として使われてきたが、生活様式の変化や安価な輸入製品の影響で需要が減っている。時代に合ったヨシ活用法が見出せないことがヨシ群落の手入れ不足につながり、吸収した窒素やリンが水中に逆戻りしたり、焼却処分によって意味のないCO₂が発生するという皮肉な結果を生み出していた。

一方で2006年、従来品の生産以外にも新たな事業の方向性を模索していた社長の山内健は、地元でわざわざつくられていたヨシ紙のハガキを手にする。「工業生産品としての紙製品にヨシを活用することで、会社、環境、社会の三者にメリットをもたらせるのでは」と考えた山内のもと、松木を中心にヨシ紙を使った新商品の開発が本格的に始まった。

開発は困難の連続だった。繊維が短く水抜きが悪いヨシは加工が難しく、パルプに加工するコストだけでも従来の10倍近くかかる。日用品としての使用に耐えうる品質の確保も避けては通れない。工夫を凝らし考え尽くすこと約1年半、コピー用紙、ノート、メモ帳、名刺など、ヨシを一定割合で配合した新商品「ReEDEN」シリーズは完成した。

ヨシの活用が琵琶湖の浄化に役立つことを知ってもらうために

「刈る・つくる・使う」のサイクルがバランスよく回ってこそ、ヨシは本来の自然の力を発揮する。コクヨ工業滋賀・環境推進グループの太田俊浩は地元の学校などで、琵琶湖におけるヨシの役割、手入れの重要性、活用の幅を広げることの大切さを教えている。2007年12月にはヨシ刈りにも挑戦した。2月には工場の有志を募ってヨシ刈りボランティアにも参加している。「環境保全を実現するための最大の貢献は企業の経済活動に取り込むことで、ヨシ活用のための好循環をもたらすこと。手間はかかりますが、着実に歩んでいきたいと思います」。

ステークホルダーの声

琵琶湖と西の湖の再生が、失われた人の絆を結ぶ

私が子どもだった1942年頃、琵琶湖に37湖あった内湖の面積を足すと2,903haありました。それが現在では24湖、428haです。多くは干拓によって陸地となりました。利便性と快適さを追い求め、人間を含む命あるものすべてをつなぐネットワークを自ら破壊することで、何よりも多くを失ったのは人間ではないでしょうか。水は汚れ、体は萎え、心を揺さぶられるような感動からも遠ざかってしまったのではないかと思います。

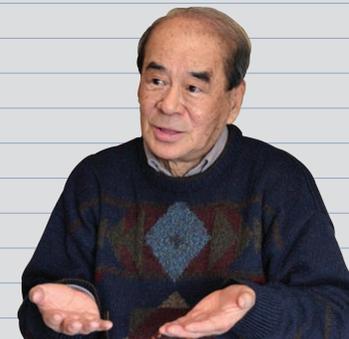
琵琶湖とその最大の内湖である西の湖の再生

に取り組んでいますが、その活動の一つがヨシ群落の保全です。魚や鳥など失われてしまった命を取り戻したいのです。コクヨさんが工業製品としてヨシ活用を進めてくれたことは、とてもありがたいことです。

長く続けていただきたいと思います。一社の力では困難な時も、複数が集まればうまくいく可能性も出てきます。持続可能な社会の実現に向けて、同じ志を持つ仲間として、互いの活動に力をいれたいですね。

東近江水環境自治協議会
専務理事

丹波 道明様



森の力の復活と経済価値の創造へ 地域との協働で進める森林事業



CO₂の吸収源である森林を健全な状態に維持管理することは、温暖化防止を抑制するための有効な手段の一つ。「コクヨ-四万十・結の森プロジェクト」では、間伐による森林の管理と商材開発などを行っている。

(左から) 株式会社カウネット MD部 MD企画グループ 普神 拓哉、コクヨ株式会社 CSR部 環境グループ 齊藤 申一

間伐による人工林の再生を目指す

創業以来コクヨは、紙や木材などの森林資源を原材料として、帳簿やファイル、オフィス家具といった製品をつくってきた。いわばコクヨの歴史は、森の恵みによって綴られてきたといえる。しかし木材の価格低迷や林業に従事する人の減少によって、日本の森林の40%を占める人工林では、手入れが行き届かないまま放置されているところが多いのが現状だ。こうした森林では、木々が密生しているため、一本一本が十分に成長できない。うっそうと茂った葉に日光がさざざられるため下草やかん木が生えず、獣や鳥や昆虫の姿も見ることがない。森ではあっても命が感じられず、砂漠のような状態なのだ。

そこでコクヨは、間伐材を使った家具の製造で以前からお付き合いのあった高知県の大正町森林組合との信頼関係を基盤に、四万十川流域の森林で「コクヨ-四万十・結の森プロジェクト」を行ってきた。2006年の10月に始まったこのプロジェクトは、荒廃したヒノキとスギの人工林約100haを対象に間伐などの管理を実施することで、森林の再生を図ろうとするもの。CO₂の吸収や河川の浄化、豊かな生態系を育む環境づくりといった森林本来の機能を、計画的な間伐によってよみがえらせようと考えている。2007年8月には、高知県の推進する「環境先進企業との協働の森づくり事業」にも参画。京都議定書上の吸収源としての森林活用も視野に入れながら、活動を進めている。

地元の方々との「結」びつきを重視

「2年目となる2007年度は、内容の充実と対象面積の拡大をテーマに活動を展開しました」と語るのは、「結の森」の運営を管理する齊藤だ。森林管理の面では、運営協議会で決めた計画に基づき、

約65haの間伐をはじめとする整備を森林組合の手で順次実施した。2007年2月には、適切な森林管理が実施されている証しであるFSC森林認証を、当初の予定通り取得。また間伐による「結の森」の変化を長期的にモニタリングしていくため、2007年1月から筑波大学大学院の恩田裕一先生の研究室と進めてきた土の表面の雨水流量調査に加えて、森林組合や高知県立四万十高校の生徒さんたちの力を借りて、森林内の生態系調査も開始した。これらの活動が評価され、11月には初めての年次監査も無事に終えた。

プロの仕事である間伐を除けば「結の森」での活動に齊藤ロコヨのスタッフも参加して、地元の方々とともに汗を流している。こうして生まれる人と人の結び付きこそが、「結の森」の“結”に込め

た思いだと、齊藤は強調する。

さらに2008年度に向けて、対象面積を現状の4倍に当たる400haに拡大することを山主の方や森林組合と合意。対象面積を拡大して間伐を推し進めることにより、吸収可能なCO₂量の飛躍的な拡大も期待できる。

間伐材の商品化により経済価値を創造

「結の森」の特色の一つは、得られるヒノキ間伐材を使って地元集成材工場で「結の森」オリジナル商品を作り、販売することで「環境と経済の好循環」を目指している点。2007年にはその第1弾とし

て、ブックスタンドやデスクトレイなど8品目をコクヨグループのオフィス通販サービス「カウネット」から発売した。また、カウネットのご利用ポイントによる「結の森」事業への寄付には、4か月という短期間に137件のご厚意が寄せられた。この資金はカウネットから大正町森林組合に送られて、間伐費用などに充てられる。今回の資金は約10ha分の間伐費に相当する。

商品企画を担当したカウネットの普神は「予想外の反響です。今後も新しい商品を発売して、お客様と四万十町の皆様からのご期待に応えたいです」と話す。

環境と経済の好循環に向けて、これからも「結の森」の取り組みは続く。

2007年度の主な活動



7月

・サマーツアー、
「協業の森」調印式



4月

・スプリングツアー



11月

・FSC認証 年次監査

9月

・「結の森」商品8品目カウネットから発売
・モニタリング調査と運営協議会

ステークホルダーの声

「結の森」から全国へ、間伐による森林保全を広げたい

最近、森林の価値を見直そうという気運が高まってきました。その背景には、地球温暖化の抑制や資源保護など森林が果たしてきた役割への再評価があるわけですが、残念なことに各地の人工林では荒廃が叫ばれています。

私は、人工林の荒廃と土壌の保水力の関連性について調査してきました。「結の森」の特徴は、間伐を行った人工林とそうでない人工林が隣り合っている点。ですから私たちの調査には、うってつけといえます。また「荒廃した林の保水力が、間伐によってどう回復するか」という調査も「結の森」

なら可能です。コクヨさんがこうした研究の意義を理解し、快く「結の森」を提供してくれたことに対して大変感謝しています。

森林は天然のダムであり、多様な資源の宝庫であり、そしてCO₂の巨大な吸収源です。このことを胸に、適切な間伐を行うことが森林の土壌を守り、川や海の水環境保全につながることを示したい。ここ「結の森」で得られた知見は、荒廃した人工林を抱える全国各地で役立てることができるはず。そう願いながら「結の森」での調査を、今後も続けていきたいと思っています。

筑波大学大学院
生命環境科学研究科
准教授

恩田 裕一様



KOKUYO GROUP CSR Report 2008

2007年活動報告

- 17 CSRマネジメント
- 21 環境報告
- 35 社会性報告
- 49 資料編

CSRマネジメント

コクヨグループの CSR

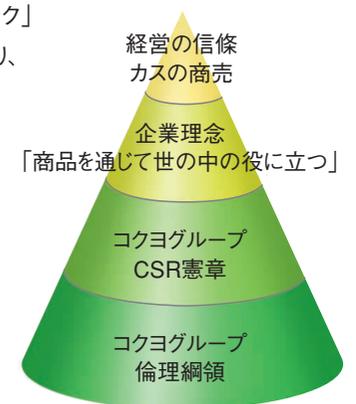
創業者の考えに基づき、
グループ全社を横断する
継続的な活動として
CSRを推進しています

基本的な考え方

コクヨグループの創業者・黒田善太郎が説いた「カスの商売」の考えと、自らの心構えを明文化した「経営の信條」。そしてこれらから導かれた企業理念「商品を通じて世の中の役に立つ」が、コクヨグループのCSR活動の規範になっています。

規範に基づき、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関係を構築するために、「コクヨグループCSR憲章」を制定しています。社会およびグループの継続的な発展を期すための基本方針について「お客様」「地域社会」「環境保全」「企業活動」「人権尊重」の5つのテーマに沿って明らかにしました。また、ステークホルダーとの関係における社員の日々の行動指針として「コクヨグループ倫理綱領」を定めています。

これらについては「CSRガイドブック」にまとめてグループ全員に配布しており、それぞれの考え方や指針についての理解の浸透を図っています。



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。

社会域

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マネジメント体制

内外のステークホルダーと良い関係を構築し、社会およびグループの持続的発展を追求するために、コクヨグループではグループ本社に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、ダイバーシティ推進委員会、中央安全衛生委員会)を設置しています。これらの委員会は担当役員を委員長とし、複数の関連部署からメンバーを選出。それぞれの専門の見地からCSRにおける重要課題をグループ全体で組織的に推進・強化していくための取り組みを行っています。

また各委員会と事業会社の担当者との連携を密にし、活動状況の共有や、リスクの予防、実績の把握、活動実施の支援などを行うとともに、グループ社員に対して活動への理解、および参画を促しています。

※ 組織体制については「コクヨグループガバナンス体制図」(P19)を参照。

小集団活動

コクヨグループでは経済・環境・社会の各側面に配慮した事業活動を継続的に推進するためには、現場で働く社員の気付きと自発的な実践が不可欠であると考え、社員と社長が直接対話し、気付きを共有する小集団活動を行っています。

活動は、コクヨグループとしての理念・価値観

を学び、日々の業務において発生するさまざまな事案に対する判断の拠りどころを共有することを目的としています。

2007年は、「品質」「安全」「環境」といったテーマを定め、参加者は現在の自身の業務における悩みやそれを乗り越えた体験などを語り、社長を交えて議論しました。

活動の性格上、一度に参加できる社員の数が限られますが、今後も継続するとともに、参加した社員には、自身が学んだこと、気付いたことを周囲に伝えるよう促すことで、活動の輪を広げていく予定です。



小集団活動の様子

コーポレート・ガバナンス

経営の透明性を維持しながら
持続的成長を図るための
コーポレート・ガバナンス体制を
構築しています

コーポレート・ガバナンス体制

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。

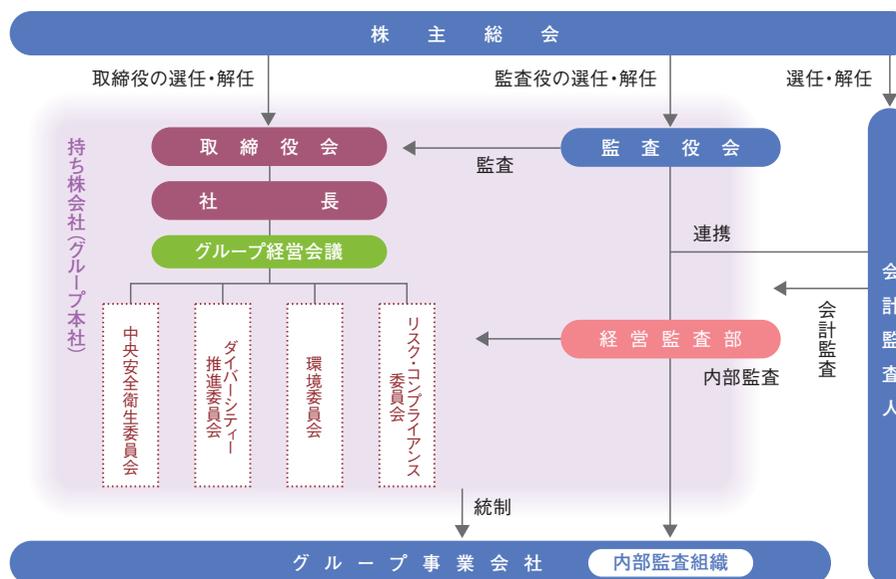
また、監査役制度を採用しており、取締役数は10名、取締役の任期は、経営環境の変化に柔軟に対応できる経営体制にするために1年としています。監査役は4名（うち社外監査役2名）で監査役スタッフとして2名が専従しています。また顧問契約している弁護士は4名であり、必要に応じてアドバイスを受けています。内部監査についても持ち株会社とグループ内の事業会社が連携して内部監査を実施する体制を強化しています。

内部統制システム

コクヨグループでは2006年5月開催の取締役会において内部統制システムの基本方針について決議しています。

基本方針では「文書取扱規定」に従った取締役の業務執行にかかわる情報の保存・管理に関する体制整備、「コクヨ企業倫理綱領」によるグループ社員の判断基準の制定など、グループの内部統制の枠組みを定めています。

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業務執行に関する重要事項を審議決定します。
- ・グループ経営会議（原則毎月2回開催）
グループ経営会議は、代表取締役の諮問機関として、グループ全体の戦略・方針に関する事項の審議、グループ本社および事業グループの業務執行における重要事項の意思決定・報告、経営層間の情報交換・意思疎通を行うことを目的に開催しています。
- ・監査役会（原則毎月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。監査役会は取締役の業務執行の監査を行うとともに、会計監査人、経営監査部門、および事業会社の監査役と密接な連携を図り、情報共有を行っています。
- ・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、監査・助言・勧告・提案などを行います。
※取締役・監査役・監査スタッフ・顧問弁護士の人数は2007年12月末現在。

コンプライアンス・ リスクマネジメント

企業への信頼の基礎は
社員全員の誠実な行動であることを
徹底するとともに、常に迅速に
対応できる体制を整えています

基本的な考え方

コクヨグループはコンプライアンスを単なる「法令遵守」と捉えるのではなく、社会に存在する「人」や「組織」が、当然守っていくべきものとして、誠実な行動を日々実践するためのコンプライアンス徹底に取り組んでいます。

近年、続発する企業不祥事の影響から、消費者の企業を見る目は年々厳しくなっています。コクヨグループで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。

コンプライアンス徹底の取り組み

コクヨグループでは日常的な事業活動におけるコンプライアンス意識の向上と法令などの遵守を維持するための研修を定期的に行っています。2007年度は販売系事業会社を中心に独占禁止法関連の研修を重点的に実施しました。今回の研修では法令に関する一般知識の習得にとどまらず、日常業務における「こんな時はどう判断すべきか」といったことについて事業会社社員とCSR部コンプライアンス担当スタッフとの対話に重点が置かれました。

また、コクヨグループ28社で働く約5,350名を対象としたコンプライアンスサーベイを実施しました。コンプライアンスに関する社員の理解度の

把握と、事業活動におけるコンプライアンス上の課題発見を目的としたもので、結果は事業会社ごとに整理し、各経営層にフィードバックすることで、コンプライアンスの維持・向上のための基礎情報として活用しています。

リスク・コンプライアンス委員会

コクヨグループのコンプライアンス経営推進の中核として、「リスク・コンプライアンス委員会」を設置しています。企業活動を取り巻くリスクやトラブルを予防し、もし発生したときの適切かつ迅速な対応を行うための、調査、審議、指示、調整を行っています。

2007年度はコンプライアンス上の問題が発生した場合の情報共有のルールを改め、速報性の向上に取り組みました。具体的には、グループ本社リスク・コンプライアンス委員会事務局と各事業会社のリスク・コンプライアンス委員会との連携を密にし、事態が発生したと察知した時点で両者に情報が共有されるよう、仕組みを改めました。

BCP^{※1}についての取り組み

自然災害などの発生により工場やオフィスの機能に被害が生じた場合を想定したBCPの検討・策定に着手しました。

2007年度はコクヨファニチャーをパイロット事業会社としてリスクの洗い出しや評価、復旧シナリオの策定などを行いました。また、阪神大震災など、過去のコクヨグループの経験なども踏まえ、お客様に製品を安定供給するうえで取り組むべき事項を検討し、他の事業会社との連携上の問題なども明らかにしました。

※1 Business Continuity Plan (事業継続計画)。災害などによる主要事業の中断やダメージを低減するため、事業の継続や復旧のために必要な対策や手順を計画すること。

改正消費生活用製品安全法への対応

2007年5月施行の改正消費生活用製品安全法(消安法)により、製品事故に関する情報公開や製品の回収・修理に関する体制の一層の強化が求められるようになりました。

コクヨグループにおいても、製品事故に関する社内通報体制を強化するとともに、関係機関への迅速な報告ができるようグループ内関係者、特に製造事業者となる事業会社とグループ本社との間での情報共有の仕組みを再構築しました。

2007年度は抗菌デスクマットに関連して、1カ月以上の治療が必要な重大製品事故について関係機関に通報するとともに、被害の拡大防止に向けての取り組みの状況についても定期的に報告しました。

→ 関連情報 P35

事業活動と環境との かかわり

事業活動に伴う環境負荷の
包括的で定量的な把握に努め、
低減に向けた活動を推進しています

事業活動における環境負荷

コクヨグループは、ステーションナリー、ファニチャー、店舗什器の製造・販売を中心に、各事業に付帯する企画・研究、物流、施工、サービスなどの業務を行っています。右のフロー図では、これらの活動によって発生する環境負荷について「企画・研究開発」「製造」「販売・サービス」「物流（保管・出荷）」「物流（委託輸送）」「使用」の商品ライフサイクルに沿って定量的に示しました。

この中でコクヨグループの直接影響が及ぶ事業エリアは「企画・研究開発」「製造」「販売・サービス」「物流（保管・出荷）」であり、環境保全活動はこの範囲を中心に進めています。さらに外部に委託している物流（委託輸送）や、お客様の元からの使用済み商品の引き取り・リユース分についても定量的な把握に努め、事業活動がもたらす環境負荷について包括的に認識するよう心がけています。

2007年度は「企画・研究開発」「販売・サービス」「物流（保管・出荷）」については、おおむね負荷低減を図ることができましたが、商品の内製化を積極的に進めたことなどにより「製造」段階での環境負荷が増加しています。

- ※ 株式会社カウネットの保管・出荷業務による環境負荷は、2006年度まで「販売・サービス」に含めていましたが、業務の実状に合わせるために2007年度からは、「物流（保管・出荷）」に繰り入れました。
- ※ SOx排出量算出の基準となるガソリン、軽油の含有硫黄濃度については、実状に合わせるために2007年度より下記のように改めました。
 - ・ガソリン：100ppm→10ppm
 - ・軽油：500ppm→10ppm
- ※ 製造のSOx、NOx値は、2007年度から海外3工場を含めました。

【INPUT項目】

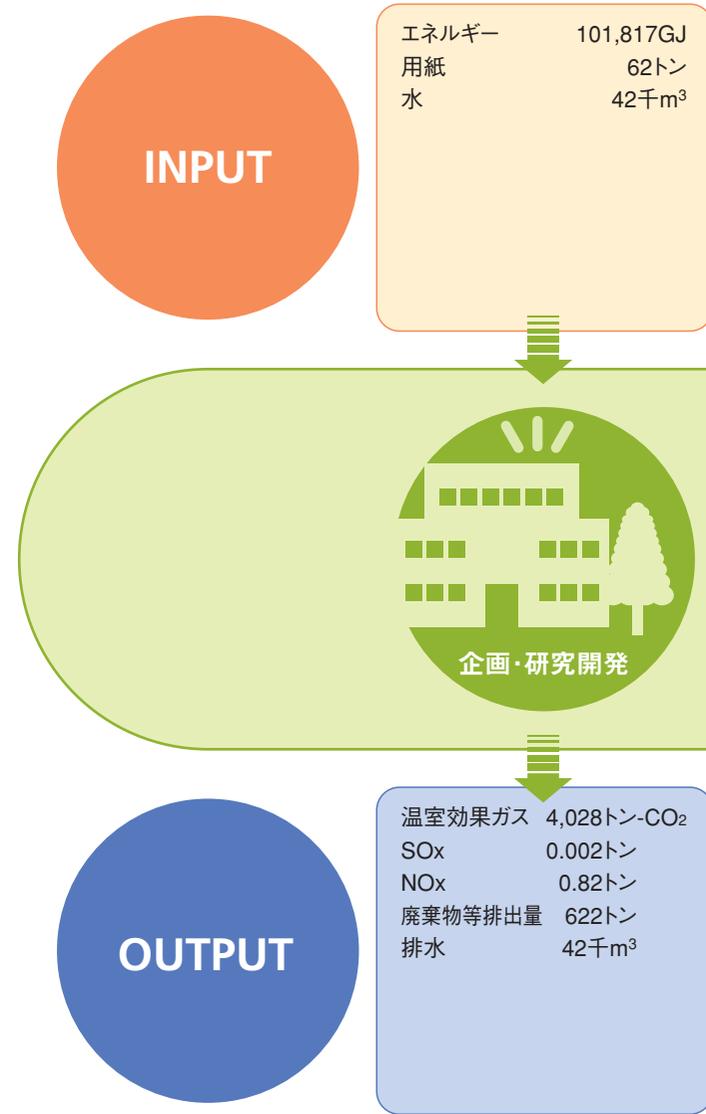
エネルギー：ガス（都市ガス、LNG、LPG）、油（ガソリン、灯油、軽油、A重油）、電気（電力会社からの購入電力量）
水：水道水、工業用水の使用量
用紙：コピー用紙

【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黄酸化物
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
物流（委託輸送）：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



エネルギー	353,530GJ	物質投入量	89,042トン
用紙	12トン	紙類	55,242トン
水	116千m ³	金属類	20,765トン
		樹脂類	3,134トン
		木質類	1,615トン
		その他	8,287トン
		容器包装材	13,578トン

エネルギー	50,540GJ
用紙	56トン
水	5千m ³

エネルギー	184,007GJ
用紙	48トン
水	29千m ³

エネルギー	353,688GJ
-------	-----------

総販売量	27.1万トン
------	---------



製造

工場内の
循環的利用
水 134m³



販売・サービス



物流(保管・出荷)

敷地内の
循環的利用
資源 238トン



物流(委託輸送)



使用

温室効果ガス	15,286トン-CO ₂	COD	231 kg
SOx	0.02トン	BOD	39 kg
NOx	1.57トン	排水*	87千m ³
廃棄物等排出量	6,616トン	*うち、公共用水域への排水は	64千m ³

温室効果ガス	2,685トン-CO ₂
SOx	0.01トン
NOx	5.68トン
廃棄物等排出量	138トン
排水	5千m ³

温室効果ガス	7,394トン-CO ₂
SOx	0.002トン
NOx	0.82トン
廃棄物等排出量	9,992トン
排水	29千m ³

総輸送重量	48万トン
平均輸送距離	197km
総輸送量	125Mトン・km

温室効果ガス	24,625トン-CO ₂
SOx	0.2トン
NOx	169トン

使用済み製品の引き取り	1,372トン
使用済み製品のリユース	69トン

環境ビジョン／ 中長期環境行動 計画と実績

環境活動の理念と方針を明らかにし
中長期の行動計画に基づいて
活動を推進しています

グループ環境ビジョン

コクヨグループでは、地球環境保全の重要性に対する深い認識に立ち、「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念を環境活動に生か

すための「コクヨグループ環境ビジョン」を2002年7月に制定しました。ここではグループとして堅持すべき「基本理念」と、「地球温暖化防止」「省資源・リサイクル」「エコプロダクツの調達・開発・提供」「法遵守と汚染の予防」「情報開示・コミュニケーション」「環境経営」の6つの項目につ

いての「コクヨ環境方針」を明らかにしました。また中長期環境行動計画「Green Initiative 2010」を策定し「コクヨグループ環境ビジョン」に掲げた内容についての具体的な課題と目指すべき目標を設定。それに沿って、活動を推進してきました。

法遵守と汚染の予防

環境関連法規はもとより、当社が同意した業界等の指針及び自主基準を遵守し、環境汚染の予防に努めます。

情報開示・コミュニケーション

積極的に環境情報を開示し、お客様・社外の皆様とのコミュニケーションを図り、環境保全活動に活かします。

環境経営

- 環境と経営を同軸とする環境経営に努め、環境負荷低減目標を設定し、従業員が全員参加で継続的改善に取り組みます。
- 目標を達成するための組織体制の維持・改善、人材の育成や評価制度の確立などを通じ、環境保全効果及び経済効果の向上に努めます。

コクヨグループ環境ビジョン



地球温暖化防止

地球温暖化防止のため、温室効果ガス(CO₂の排出量)の削減に取り組みます。

省資源・リサイクル

循環型社会の実現に向け、限り有る資源を有効利用し、自らの責任においてReduce・Reuse・Recycleに取り組みます。

エコプロダクツの調達・開発・提供

製品を構成する部材のグリーン調達に取り組み、エコプロダクツの開発・提供を行います。また、環境技術の革新やエコビジネスモデル開発等に取り組み、環境負荷の最小化に努めます。

Green Initiative 2010

環境方針	対策項目		2007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)	8.3%削減	6.1%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)	排出量を把握 削減計画を策定	排出量を把握 削減計画を策定	○	2006年度比4%削減
		モーダルシフトの拡大	改善	前年比 90.6% (7,198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	66%削減	○	64%削減(前倒し達成のため維持管理とする)
		排出物総量に対するリサイクル率の向上	維持	92.8%	○	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	65.0%	65.0%	○	「エコ×」商品をゼロに
		製品・容器・包装の古紙使用率の向上	改善	47.9%	×	60%
		製品の再生樹脂使用率の向上	改善	25.1%	×	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	P29参照	—	—
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	P29参照	—	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:7.9kg減 キシレン:11.6kg減	○	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	—	—	—	—
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	定期更新	○	定期更新
	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	30,157品番(191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	総合カタログに「エコ×」マークを掲載	○	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実行	結の森マネジメントプランの実行	○	—

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

エコ効率指標による活動評価

コクヨグループでは、環境保全効果と財務業績を統合した実践的な評価指標として、独自に定めた「エコ効率指標」を活用しています。この指標は「環境負荷の大きさに対する、製品やサービスの提供度合い」を算出するもので、次の4項目を対象としています。それぞれの値は2000年度を基準として比較することで、環境経営の進捗度を評価しています。

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

2007年度は、化学物質と廃棄物に関するエコ効率指標がさらに大きく改善されました。化学物質については、印刷インキや塗料の溶剤に含まれる物質を中心に、削減を進めた結果が反映されたものです。また、廃棄物については発生量の削減とリサイクル量の拡大による結果です。

2008年度は、生産増や内製化の進展により増加が見込まれるCO₂の排出抑制に努めています。

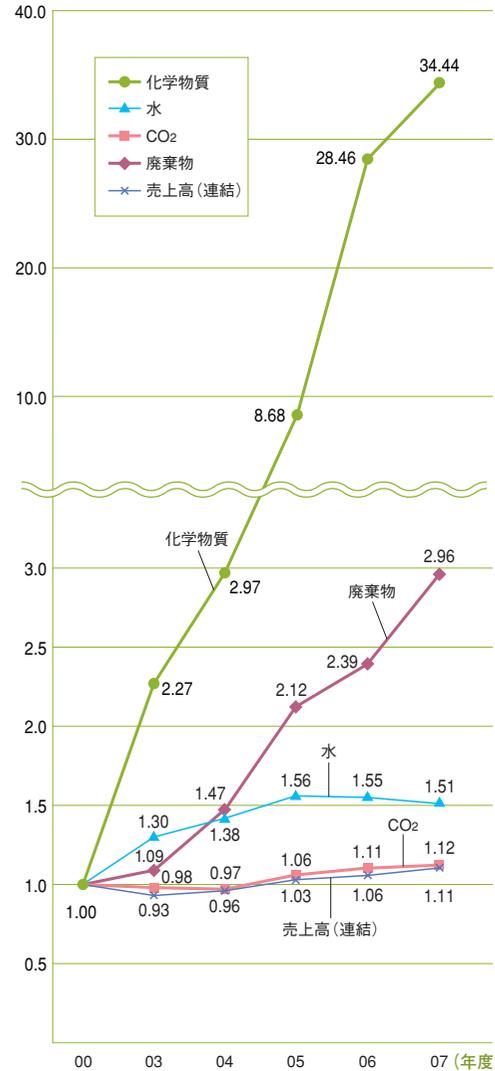
$$\text{エコ効率指標} = \frac{\text{当年度(売上高/各環境データ)}}{\text{基準年度(売上高/各環境データ)}}$$

対象範囲

売上高、環境データ：コクヨ株式会社、
連結対象子会社・
関係会社 計24社

※ 2007年度は決算期を変更したため財務上の売上高は2007年4月～12月の9カ月分ですが、他年との比較の整合をとるため、2007年1月～12月の売上高によって各指標を算出しました。

エコ効率指標



※ 2006年度のエコ効率指標は、把握方法を見直したため修正しています。

統合的な環境負荷の推移を把握しています～JEPIXによる評価

コクヨグループは、種類の異なる環境負荷について統合的に把握するために、JEPIXの簡易算出シートによって一元的に換算し、分析・評価しています。

その結果、コクヨグループの環境影響ポイントは、2007年度は温室効果ガスの項目で増加したことが分かります。これは、CO₂の排出量の増加が原因です。

■JEPIXについて

JEPIX（環境政策優先度指数日本版）とは「温室効果ガス」や「有害大気汚染物質」など種類の異なる環境負荷の量を、環境影響ポイント（EIP）と呼ばれる単一指標として数値化する手法です。環境影響ポイントは、環境負荷物質ごとに「環境負荷量」と「日本の環境政策目標と実際の排出量比率から算出した統合化係数（エコファクター）」を乗じ、それらを合計することで算出します。

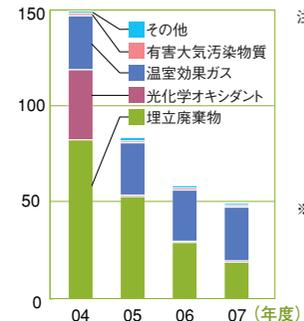
詳しくはJEPIXのホームページをご覧ください。

<http://www.jepix.org/>

環境影響ポイント（EIP）= Σ（環境負荷量×エコファクター）

環境影響ポイント

百万（EIP）



注：「CSR報告書2008」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。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を算出しました。

※ 2004年度～2006年度の埋立廃棄物のEIPは、把握方法に一部誤りがあったため修正しています。

温暖化防止 対策

2007年度目標

CO₂排出量:1990年度比8.3%削減
(28,620トン-CO₂)

2007年度実績

CO₂排出量:1990年度比6.1%削減
(29,311トン-CO₂)

2007年度の総括

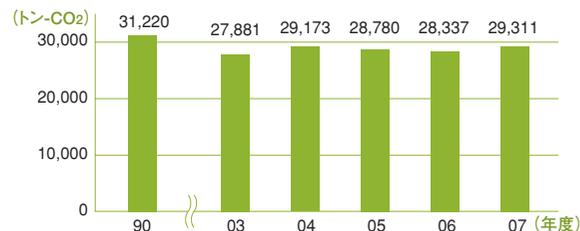
2007年度のkokyogroupのCO₂排出量は、前年に比べてオフィスで2.2%、物流(保管・出荷)で1.8%の削減となりました。しかし、全体の約半分を占める工場において9.0%増えたことから、全体では3.4%増に相当する約970トンの増加となりました。

工場における温暖化防止対策

kokyogroupでは、三重工場、芝山工場など3カ所の工場で、CO₂排出量が前年度より増加しました。排出量が増えた主な要因は、生産の増加です。

三重工場は、2006年春に実施した生産調整や2007年度の生産が好調であったことにより、CO₂排出量は約400トンの増加になりました。また、芝山工場では工場全体の生産高が15%増加したのに対して、CO₂発生量は16%の増加となってしまいました。これは、既製品と規格の異なる別製品の生産高が前年比29%増えたことにより、

CO₂排出量の推移



生産効率が落ちたためです。

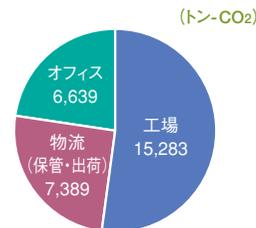
一方、kokyogroup工業滋賀では部分負荷時のコンプレッサ運転方法の見直しや空調温度管理の徹底などにより、前年比4.7%の削減効果を上げました。 → 関連情報 P9-10

物流(保管・出荷)における 温暖化防止対策

2007年度はグループ組織の一部改変を実施し、商品の物流を担っていた事業会社をファニチャー部門とステーションナリー部門に分割し、それぞれのメーカー系事業会社の傘下に収めました。これは事業全体の効率を高めることによって、きめ細かなサービスの質を維持しながら、環境負荷の削減を図っていくことがねらいです。

その施策の一環として、ステーションナリーの物流を行うkokyogroupサプライロジスティクスでは、関西地区に分散していた配送拠点の統廃合により、業務効率を追求した新たな統合拠点である近畿IDCを開設し、拠点間輸送の一本化やトラック

CO₂排出量の排出元別内訳



の大型化、走行距離の削減などを図りました。

所沢や千葉でも同様の統廃合を実施しており、今後もさらに水平展開を図っていきます。 → 関連情報 P11-12

オフィスにおける温暖化防止対策

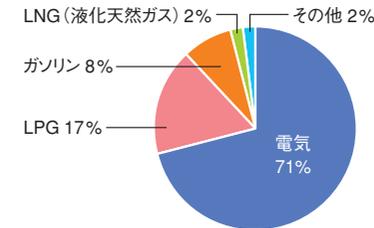
全体のCO₂排出量が増加傾向にある中で、オフィスは2006年度の6,785トンから6,639トンに減少しました。これはCO₂排出量の「見える化」推進による不要な照明のこまめな消灯や、積極的な階段の利用推進、「クールビズ」、あるいは「ノー残業デー」^{※1}の実施といった地道な活動の積み重ねによる効果が大いと考えられます。

今後は、照明への人感センサー設置やスイッチ付きOAタップの導入など、本社のノウハウや成果について、他のオフィスとの情報共有化を図っていきます。

※1 ノー残業デーの実施内容は、事業会社によって異なります。

→ 関連情報 P13

CO₂排出量の排出源別内訳



省資源・リサイクル対策

2007年度目標

1. 排出物の最終処分量を、1997年度比64%以下に削減
2. 排出物総量に対するリサイクル率を、91%以上に維持



2007年度実績

1. 排出物の最終処分量が1997年度比66%削減
2. 排出物総量に対するリサイクル率92.8%

3Rの推進によるゼロエミッションの強化

廃棄物の総排出量を削減するために、コクヨグループではすべての事業会社、すべての部署で、3R (Reduce、Reuse、Recycle)を進めるなど、資源の有効利用に取り組んでいます。2007年度は、前年度に比べて排出物の総量を削減したうえでリサイクル量を増加し、最終処分量とリサイクル率の目標をともに達成しました。

物流(保管・出荷)における省資源化

ステーションナリー分野の物流を行うコクヨサプライロジスティクスでは、リテール物流を担う全国の配送センターで、商品が送られてきた際に使われていた段ボール箱や緩衝材などの梱包材を、

事前に合意していただいたお客様への商品配送の際に再利用しています。今後、定量的な効果の把握に努めたいと考えています。



再利用梱包材のストック箱

の総量削減と、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に努めています。

芝山工場では、新設のラインにおいて生産工程の段階ごとの物量別インプットとアウトプットの定量的な把握に努めています。98%の新設ラインについて実態を把握し、省資源化や廃棄物削減など今後のプロセス改善につなげていきます。

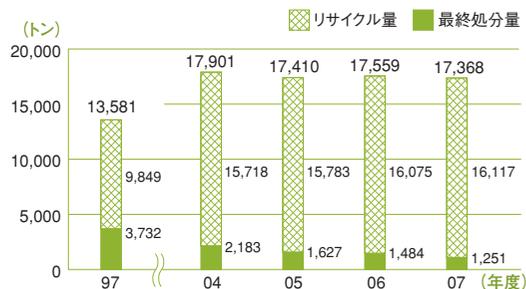
オフィスにおける省資源化対策

すでにゼロエミッションを達成している大阪の本社オフィスでは、排出した廃棄物のうちマテリアルリサイクルが不可能な分を、焼却してサーマルリサイクルしていました。2007年度には、そのうちの産業廃棄物分79.4トンの焼却灰をセメント原料や高炉用ペレット原料などにリサイクルし、より一層の省資源化を図りました。

工場における省資源化対策

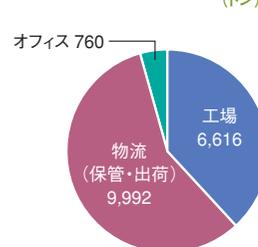
国内のコクヨグループ4工場では、2005年度までにゼロエミッションを達成しています。2006年度以降は、さらなる分別の徹底などによる排出物

排出物のリサイクル量と最終処分量

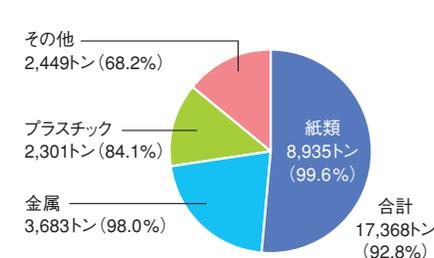


※ 2007年度からコクヨ-IK(タイランド)の廃棄物の総排出量の把握方法を変更しました。

排出元別の内訳



排出物の内訳(カッコ内はリサイクル率)



有害化学物質対策・グリーン調達

2007年度目標

1. RoHS指令対象物質の調査・対応
ステーションナリー：判定…8,000品番
ファニチャー：対応品番数…7,000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…58%

2007年度実績

1. RoHS指令対象物質の調査・対応
ステーションナリー：判定…7,700品番
ファニチャー：対応品番数…8,000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…60%

グリーン調達ガイドラインの運用

2004年にコクヨグループでは「グリーン調達ガイドライン」を発行し、すべての商品の原材料・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管理体制の確立を目指しています。2007年度はPRTR法、RoHS指令などの対応を重点テーマとして、活動を進めました。

商品開発における化学物質削減対策

コクヨグループでは独自の有害化学物質管理規定を2005年に定め、それに沿った運用を続けています。

コクヨS&Tでは、RoHS指令対象物質をはじめとする有害化学物質を削減するために、調達先に対して書面による不使用調査を行っています。またその結果を検証するために、自社の蛍光X線

分析器によるスクリーニングを実施。疑義のあるものについては調達先と協力してさらに精査し、排除に向けた対策を講じています。2007年度には累計で7,700品番の判定を終えています。さらに、これらの結果を商品の開発記録とともにデータベース化し、共有できる仕組みの整備を進めています。

コクヨファニチャーでは、新商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することなどで、RoHS指令対応品番数を8,000品番に上げました。現行商品に使用している材料についても低VOC^{※1}化を図り、木質材のF☆☆☆☆商品品番比率^{※2}を60%に向上させました。

※1 Volatile Organic Compounds (揮発性有機溶剤)

※2 2008年度ファニチャー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ものを対象とした品番比率

生産工程における化学物質削減対策

三重工場においては、これまで若干のVOCを含む水系塗料によって塗装していたシルバーメタ

リック色について、VOCを含まない粉体塗料への切り替えを進めています。また有臭のクロロブレンゴム系接着剤から無臭のスチレン・ブタジエンゴム系接着剤への変更を推し進め、新製品のデスク<コネクトライン>や<ワークゲート/S>のデスクトップパネルに拡大展開しました。

コクヨ工業滋賀では、複写簿を製造する際に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て、同物質の使用量を削減しました。

芝山工場では、間仕切りの製造工程で一部の特注品に対して、キシレンを含む塗料を使用していましたが、2005年以降、順次水系塗料に変更して、2007年度は2005年度比約20%減の20.4kgにまでキシレンの使用量を抑制しました。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2005年度の11.8kgから1.0kgへと大幅に削減しました。

グリーン購入進捗率

	目標	実績
コピー用紙	100%	95.6%
文具類	90%	78.6%
機器類	100%	83.3%
OA機器	100%	67.5%
照明	100%	95.4%
制服・作業服	100%	98.5%
作業用手袋	70%	80.5%

PRTR法対象化学物質2007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			
1	亜鉛の水溶性化合物	1,864.9	0.0	5.8	0.0	5.8	945.9	0.0	913.2
270	フタル酸ジ-ノルマル-ブチル	1,797.6	0.0	0.7	100.2	100.9	0.0	0.0	1,696.7
227	トルエン	271.4	89.5	0.0	0.0	89.5	181.9	0.0	0.0
16	2-アミノエタノール	183.0	173.9	9.2	0.0	183.0	0.0	0.0	0.0
232	ニッケル化合物	107.8	0.0	0.0	75.5	75.5	0.0	0.0	32.3
63	キシレン	92.0	92.0	0.0	0.0	92.0	0.0	0.0	0.0
40	エチルベンゼン	7.4	7.4	0.0	0.0	7.4	0.0	0.0	0.0
43	エチレングリコール	4.8	0.0	0.0	1.1	1.1	0.0	0.0	3.7
309	ポリ(オキエチレン) = ノニルフェニルエーテル	1.6	1.4	0.0	0.2	1.6	0.0	0.0	0.0
224	1,3,5-トリメチルベンゼン	1.0	1.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0
	総計	4,331.4	365.1	15.7	177.0	557.8	1,127.8	0.0	2,645.9

(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。

エコプロダクツの提供

2007年度目標

エコプロダクツの販売比率*1: 65%

2007年度実績

エコプロダクツの販売比率: 65%

*1 コクヨ、コクヨS&T、コクヨファニチャー、コクヨストアクリエーションの製品売上高に占める、エコプロダクツ売上高比率

2007年度の総括

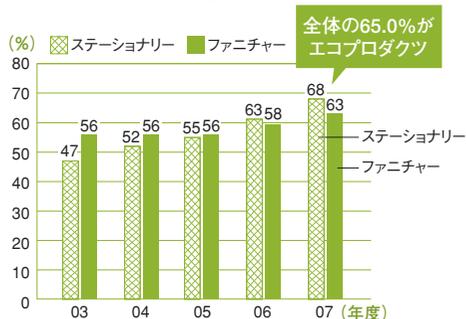
2007年度のコクヨグループでは、エコプロダクツの販売比率が順調な伸びを示しました。その結果、エコプロダクツの販売比率は、ステーションナリー分野については売上高の68%、ファニチャー分野は63%となり、全体としては1,186億円の売上高で、目標の65%を達成しました。

販売比率向上への取り組み

商品を通じての環境貢献は、メーカーにとって最も大きな環境経営の実践です。コクヨグループは、積極的なエコプロダクツの開発と既存商品のエコプロダクツ化、そして市場への投入を行っています。

2007年度に前年比で売上高が大きく伸びた

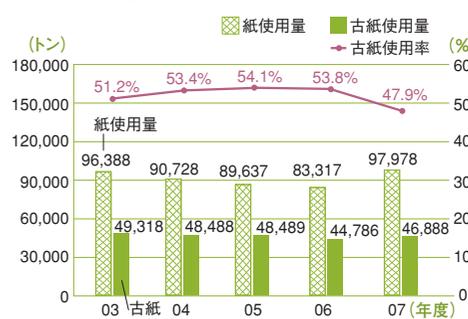
エコプロダクツ販売比率



ものとしては、ステーションナリーではパーソナルドキュメントスキャナ<さくっとファイリング>があります。これは紙書類をスピーディにデジタルデータ化する商品で、部材交換が可能なうえに省エネ設計のグリーン購入法適合品です。また、商品の大半がエコプロダクツであるテープのり<ドットライナー>シリーズの売上高は、前年比で1億円以上伸びており、エコプロダクツの販売比率の向上に寄与しています。ファニチャー商品では、再生材料を使用しVOC削減にも配慮した、グリーン購入法適合のリフレッシュチェア<イートインシリーズ>が、ラインアップの拡充によって売上高を伸ばしています。

2007年12月に発行した2008年版「コクヨ総合カタログ」においては、コクヨオリジナル環境マークについて見直しを行い、一部の商品にしか適用されない「残芯減量」を廃止するなど、実状に合わせた統廃合を行いました。

古紙使用量と使用率



エコプロダクツ開発の方向性

2007年度まではGreen Initiative2010に定められた「2010年にエコプロダクツの販売比率を80%にする」を目標に、取り組みを続けてきました。しかし、2007年12月に開始した「総合カタログへのエコマーク表示」に伴ない、2008年度以降は「2010年度末までにエコマーク商品をゼロにする」が新たな目標となります。コクヨグループは、これまでよりも一段と高くなった新目標の達成に向けて、さらに努力を続けていきます。

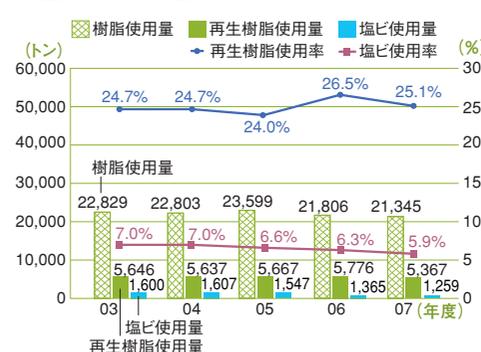
→ 関連情報 P8

コクヨオリジナル環境マーク (2007年12月から)

コクヨグループは、環境配慮をしたエコプロダクツについて、9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。



再生樹脂および塩ビ使用量と使用率



業界で初めて、オール紙製の チューブファイルを実用化



コクヨS&T株式会社
ドキュメントソリューション事業部
比護 光則

コクヨS&T株式会社
生産調達本部 テクニカルセンター
小池 誠一

独自の環境対応型商品を 次々に開発

1995年にコクヨが発売したチューブファイル<エコツインR>。最大の特長は、表紙からとじ具を簡単に取り外せ、分別廃棄がしやすいこと。また古くなった表紙だけを交換し、とじ具を再利用することで資源の有効利用を図ることもできる。開発を担当したのは、小池。まだ分別廃棄という言葉さえ普及していなかった時代から「環境の時代」の到来を見据え、こうしたオリジナリティあふれる環境対応型商品の開発に挑んできた。

2年後には表紙からとじ具まで、すべてプラスチックでできたチューブファイルを開発。目的はやはり環境対応だ。金属を使わないことで、使用後にファイルを中の書類ごと廃棄してもRDF(ゴミ固形燃料)として再利用できるようにした。

2000年代の初頭には、押さえ板やとじ足も紙でできたオール紙製のフラットファイルの商品化を実現する。開発過程で培った技術を生かし、さらにオール紙製のチューブファイルの開発に挑戦。試作品を展示会で発表し、大きな反響を呼んだ。しかし、強度や耐久性、コストなどの面で折り合いがつかず、当時は商品化にまでは至らなかった。

課題は、膨大な紙文書を どう管理するか

営業担当の比護が株式会社中京銀行様から文書情報管理に関するオリエンテーションを受けたのは2006年12月のことだった。

同行では、業務改善の一環として「プロジェクト・ゼロ」と呼ばれる活動を展開していた。目指す姿は「余分な在庫ゼロ」「検索時間ゼロ」「紛失・誤廃棄ゼロ」。中でも銀行にとって最大の財産であるお客様情報をどのように管理するかが大きな課題だった。

お客様情報には、大きく分けて電子情報と紙文書の2種類がある。それまで同行では、保存期間の過ぎた紙文書はファイルから取り外して捨てていたが、処理すべき文書量が膨大なため、作業負担がかなり大きい。なんとか効率化できないか。このような相談を受けたときに比護の頭に思い浮かんだのが、数年前に試作品を見たオール紙製のチューブファイルだった。

樹脂や金属を一切使用せず、すべてが紙でできているファイルなら、文書をとじたまま廃棄できる。作業負担は大幅に減り、溶解処理をして再資源化できるという環境面のメリットもある。一般のフ

ファイルと比べると耐久性に弱点があるが、閲覧頻度が低い書類なら問題ない。そう考えた比護はすぐに試作品を取り寄せて提案。同行からは「まさかこんな製品があるとは」と驚きと好評を持って迎えられ、採用が決まった。

ード入り背ラベルや、廃棄したファイルの溶解処理など、紙文書を入り口から出口まで管理する一連の「仕組み」として提案した。「独自の技術・商品・ノウハウがあったからこそできた提案。コクヨの総合力を発揮できました」と比護。開発のアプローチには、ニーズ発想とシーズ発想



がある。オール紙製チューブファイルは、開発チームが生み出したシーズと、営業チームのつかんだニーズが、うまく結びついたことから実現した。

比護は「同じような課題を抱えている企業は多いはず。これからもいろんな会社に提案していきたい」と今後を語る。小池も「このチューブファイルは、まだ最終形ではありません。どうすれば収納効率を上げられるか、強度を上げられるか。追求すべきポイントはたくさんある。今回の提案をきっかけに、これからもオール紙製ファイルの進化にチャレンジしていきたいですね」。二人はさらに先を見据えている。



中京銀行様で使われ始めたオール紙製のチューブファイル。

ニーズとシーズが結びついた製品

比護はオール紙製チューブファイルを、単体の商品としてではなく、正確な管理のためのバーコ

お客様の声

株式会社中京銀行
執行役員
業務改善室長
水貝 福夫様



「改善」と「環境対応」が繋がっていることに気がきました

比護さんとは「そもそもファイルは何のためにあるのか」という原点から話し合いを重ね、改善策を追求しました。その結果、ご提案いただいたのがオール紙製ファイルでした。実は当初は、環境対応のことは頭になかったんです。考えていたのは業務改善のこと。しかし、業務全体を見渡しなが改善策を追求していると、自然に「この方法は環境に対して問題はないか」という視点が芽生えてきました。ムダをなくすことと、環境対応というのは、一つにつながっているんですね。紙文書の管理に苦勞している現場は世の中に多いと思います。このファイルがほかの銀行、さらには社会全体に広がっていくことを期待しています。

新たな仕組みの定着には「お客様に役立ちたい」という思いが大切

「プロジェクト・ゼロ」を行員一人ひとりに理解してもらうための活動に取り組んでいます。オール紙製チューブファイルを使った新たな仕組みを現場に定着させ、継続させていくためには、まず行員一人ひとりの「お客様の役に立ちたい」という気持ち呼び起こすことが大切だと考えています。作業時間を減らすことで、お客様と接する時間を増やすことができます。どこに何があるかを分かるようにすることでお客様からのお問い合わせにすぐにご回答できる。「プロジェクト・ゼロ」はCSの向上にもつながる——このようなメッセージを発信しながら、新たな仕組みの定着に取り組んでいます。

株式会社中京銀行
総合企画部
業務改善室 調査役
津崎 泰克様



とうもろこしからできた 植物由来樹脂を使った オフィス家具の開発



生産技術グループ
わけ だい すけ
和氣 大亮

商品設計グループ
金子 博行

製作第1グループ
坂本 芳夫

コクヨファニチャー株式会社
三重工場 工場長
奥田 宏隆

見た目・性能は今まで通り。 でも実はCO₂を大きく削減する 試作品を完成

タイミングは絶妙だった。2007年夏、コクヨファニチャーとして初めて、三重工場に樹脂加工のための電動サーボ型射出成型機を導入し、同年10月からオフィス家具の部品となる樹脂成型品の内製化をスタートさせたばかり。三重工場で行中のこうした部品の内製化には、コストダウンや、受注量に合わせたタイムリーな部品供給の実現のほかに、部品輸送時のCO₂排出量を削減するというねらいがある。今や三重工場では使う部品の約4分の1が樹脂製だ。内製化による輸送CO₂削減の効果も大きく、現場は新しい挑戦に活気づいていた。ちょうどその時、従来の樹脂にはない環境性能で注目されている植物由来の樹脂PLA (Polylactic Acid)^{※1}のトライを、設計開発部より打診された。PLAを使った製品はすでに食品の容器や携帯電話の筐体などでは実用化されているが家具での採用は初めて。製造時のCO₂削減だけでなく、原材料まで視野に入れたエコプロダクツ開発を目指した取り組みだ。

「スチールデスク<BS+>シリーズのワゴンの鏡板^{かがみいた}などの射出成型部品の素材をすべて、従来使用していた100%石油由来のABS樹脂^{※2}から、PLAを配合した樹脂に変更しようという試みです。樹脂成型のラインを導入したばかりでABSの成

型もまだ軌道に乗り切っていない状況でしたが、新たなエコプロダクツへの挑戦には大いに意欲をそそられました」と、成型ライン担当の一人、製作第1グループの坂本。こうして、坂本を含む成型ライン担当者3人と、商品設計グループの金子、生産技術グループの和氣らが、オフィス家具へのPLA採用という業界初の取り組みを開始した。

PLAは、加水分解しやすく耐熱性・耐衝撃性も低いなどの弱点に加えて、コストがかさむという現実的な課題もあり、単独でABS樹脂に取って代わることはできない。チームが目指したのは、従来のABSに30%のPLAを混合した材を成型すること。この割合が高いほど、溶かした樹脂の流動



2007年、三重工場にライン導入された電動サーボ型射出成型機。



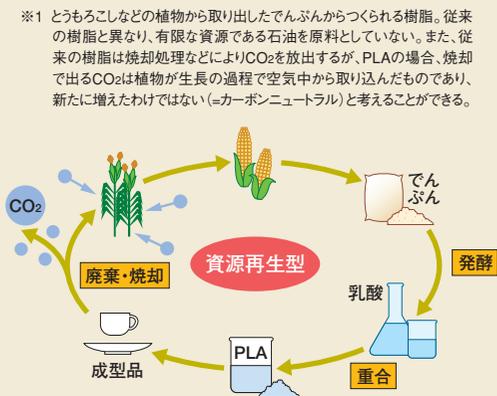
成型不良を出さないための試行錯誤が繰り返された。

性が悪くなり、成型の際に射出による金型への流し込みが不十分となって成型不良が出やすくなる。さらに、成型直後は十分に強度が出ないため、金型からはずす際に欠けてしまうといった離型の段階での不良の発生も頭を悩ます問題だった。成型条件の調整を続け、じりじりと改善していく根気のいる作業。それでも、新しい挑戦への思いを共有するメンバーが力を合わせ、ついに試作品を完成させることができた。

実用化に向け 検討を継続

課題は、なおも残る離型不良で、これがある限り、金型に残ったパーツが金型損傷の原因となるため、人の手を介さない連続生産ができない。これに対し、生産グループの和氣は、「今回の結果をベースに、各種あるPLAの中からより適したものを選び、混合比を変えたり、離型剤を加えたり、さまざまな可能性を試している」と、実用化に向けた検討が進んでいる。商品設計グループの金子も、「これをきっかけに、PLAを使用したエコプロダクツを増やしていければ」と話す。

「技術は日に日に進歩している。それらをいち早く、うまく取り入れることで環境への取り組みを強化していきたい」。こう語る工場長、奥田のもと、今後も地道な挑戦が続いていく。



※2 アクリロニトリル (Acrylonitrile)、ブタジエン (Butadiene)、スチレン (Styrene)共重合させた合成樹脂。



PLAを使用したデスクとイス

デスクだけでなくイスやパネルにも、植物由来樹脂の利用を模索中

コクヨファニチャー設計開発部では、多様な商品へのPLA展開を図っている。中でも期待されているのが、イスやパーティションなどの「張り地」への採用だ。PLAの張り地は、自動車など先進的な一部の業界では実用化が見込まれているが、家具としては先例がない。

すでに、試作検討は進めており、2007年エコプロダクツ展に参考出展したPLA張り地を採用したイスは、お客様から従来のイス張り地と全く区別がつかないとの評価を得た。

しかし、量産化に

向けてはまだ多くの課題が残っており、品質を満足するためにさまざまな改善策を考え、繊維メーカーとともに、研究を重ねている。

こうしたテーマに向き合って開発を担当しているのは、氏家と熊谷。2人は今、イスの張り地に求められる性能を満たすPLA張り地の開発に取り組んでいる。限られた条件の中で、性能、品質、価格、そして環境面をどうバランス

させるか。2人は素材メーカーの協力を得ながら、商品化に向けて着実に前進し続けている。



コクヨファニチャー株式会社
設計開発部 技術開発グループ
氏家 雪絵

「社内でもこれをきっかけに取り組みを進めて、最終的に、デスク、イス、パネル、収納などの主力分野に各1種類ずつはPLAを使用した商品がラインアップできるようになればと願っています」

コクヨファニチャー株式会社
設計開発部 技術開発グループ
熊谷 裕美

「業界初というプレッシャーはありますが、ぜひ成功させて、業界全体が材料面でも今まで以上に環境配慮を深めていくための、一つのきっかけになりたいですね」

お客様の視点に立つ

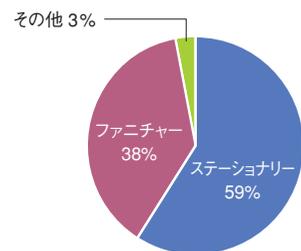
お客様の声に真摯に耳を傾け
寄せられる意見を共有することで
一人でも多くのお客様の期待に応える
商品・サービスづくりに努めています

お客様への対応・サポート

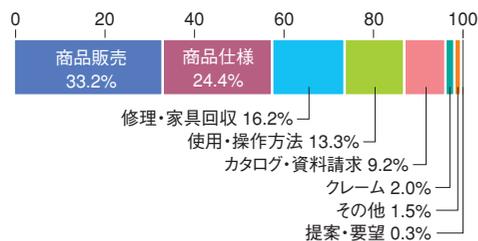
お客様からのお問い合わせ・ご提案・ご要望に対応するグループ共通の窓口として、お客様相談室を開設しています。2007年度のお問い合わせ件数は約15万9,000件で、そのほとんどは電話によるお問い合わせです。

お客様相談室では、お問い合わせに対し、「正確・迅速・親切・丁寧」をモットーにお答えするため、定期的な商品勉強会や外部講師による対応研修を行うとともに、コミュニケーターの情報共有体制を整えています。

お問い合わせのジャンル



お問い合わせの内容



お客様の声の反映

お客様からの貴重な情報・反響・ご意見の内容は、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、すべての社員が随時検索できるようになっています。商品に対するお問い合わせについては具体的な内容を分析し、問題点を抽出したうえで、開発部門へフィードバックしています。

具体的には、お客様相談室とステーショナリー、ファニチャーの開発部門の責任者・担当が集まり、月に1回「提案合意会議」を開催しています。

お客様の声を直接お伺いしたコミュニケーターが、製品性能の改善、パッケージへの表示、商品説明書への表記について、具体的な改善案を提案します。開発部門では、開発意図、生産技術、スケジュールを考慮したうえで、対応について検討しています。

実際に商品を購入・使用していただいたお客様の声を共有・活用することによって、商品の品質向上や、商品パッケージの改善、ホームページにおける案内の追加などを、スピーディーに行う仕組みを整えています。

抗菌デスクマットの回収に関して

抗菌デスクマットに含まれるピリジン系有機抗菌剤が、アレルギー性接触皮膚炎を発症させる可能性のあることが、独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)より指摘されました。該当する有機抗菌剤を含有するデスクマットは1997年10月から2000年8月までの間に製造され、コクヨS&T株式会社では2006年10月より該当商品34品番の全量回収を進めています。

社内にデスクマット対策本部を設置し、社員300人体制で回収呼びかけの徹底、回収交換のための情報収集、交換の実施、発症された方への誠意ある

対応を行い、経済産業省、厚生労働省、NITEとも連携をとりながら回収を行っています。具体的にはホームページ上で回収告知の掲載、新聞紙上の社告(7回)、Web広告、雑誌広告、販売店様への回収協力依頼など、あらゆる手段を使い、ひとりでも多くの方に事実をお伝えすることにより該当商品の全量回収を目指しています。今年度も引き続きコクヨ総合カタログ(ステーショナリー編)等のカタログに回収呼びかけのチラシを挟み込み、さらに回収活動を強化しています。

お客様の進化をリードする

社会の変化を敏感に捉え
自ら実践することによって
新たな価値を創造し
提供しています

「クリエイティブ・オフィス」構想への取り組み

情報システムの進化に伴い、従来のオペレーション中心のワークスタイルから、アイデアの発想や交換に多くの時間を割くことができる「クリエイティブ・ワークプレイス」を導入することによって、企業の持続的成長を後押ししようとする「クリエイティブ・オフィス」構想。経済産業省と社団法人ニューオフィス推進協議会が提唱しています。

コクヨグループではこの構想に基づき、「知識創造の4つの場」(「感じとる」「アイデアを出す」「練り上げる」「発信する」)に対し3つの刺激(「情報」「ひと」「モノ」)をインプットしていくことにより、「クリエイティブ・オフィス」を実現するという新しいオフィスコンセプト「CREATIVE CROSS 場×刺激」をもとに、新たなクリエイティブ・ワークションの提案・提供を進めています。

CREATIVE CROSS 場×刺激	感じとる	アイデアを出す	練り上げる	発信する
情報からの刺激	調べる	発想する	編集する	共有する
ひとからの刺激	軽く話す	プレストする	議論し決める	提案する
モノからの刺激	見て触れる	組合せてみる	形にする	展示する

CREATIVE CROSS マトリクス

共感共鳴を促すオフィス ～霞が関レゾナンスフィールド～

コクヨグループでは、1969年に大阪本社ビルを竣工して以来、社員が実際に働くオフィスを一般の方々に公開する「ライブオフィス」の取り組みを続けています。ステーションナリーやファニチャーを開発・販売するだけでなく、その使い方、効果の一例をご覧いただき、ワークスタイルの変化に合わせたオフィスのあり方について、提案する場となっています。

現在、全国に14カ所のライブオフィスがありま

霞が関ライブオフィス



個人作業、同僚との打ち合わせ、上司への相談など仕事のシーンに合わせて、自在に形を変えるデスクを活用した「メインフィールド」



すが、お客様の進化をリードするうえで最も中心的な役割を果たすライブオフィスとして、コクヨオフィスシステムの霞が関オフィスがあります。

社員の活動を支援する「働く場」から、企業の成長を生み出す「価値創造の場」へとオフィス空間そのものが進化することを求められている現在、2007年5月にリニューアルした霞が関ライブオフィスでは、「Resonance Field(レゾナンス フィールド)」をテーマに、オフィスを競技場と捉え、「クラブハウス」、「メインフィールド」、「パートナーズスクラム」、「レセプションエリア」の4つのエリアを設けています。各エリアの随所に、社員どうしが軽く話をしたり、ブレインストーミングをしやすくなるための仕掛け・スペースが用意されており、互いの共鳴(レゾナンス)を誘発しやすい環境を整えました。効率追求型ではなく、個人と組織がともに成長するためのオフィスづくりを行っています。

社会貢献

環境や教育、および社会問題にも
目を向けながら、地域密着型の
社会貢献活動を行っています

基本的な考え方

コクヨグループでは「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念のもとに、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良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」を設定し、生活に身近な商品を使った社会貢献を推進しています。

2007年度総括

2007年度は活動の主体をグループ各社にも広げ、貢献の輪を広げていくように努めました。小中学校を中心に、授業の講師を務める「出張授業」の取り組みをはじめ、工場・施設見学など、合計160回の活動を行いました。

出張授業23回のうち12回で、ユニバーサルデザイン(UD)商品の開発やUDの普及・啓発などを行いました。少子高齢化の時代に、誰もが無理なく楽しく使える商品の意義を、多くの人に伝える活動を通じて、すべての人が互いに思いやる社会環境づくりに貢献しています。

工場見学では地元の小中学生を中心に、身近な商品の生産過程を見学するとともに、働くことの意味、仕事のやりがいを伝えることで、子どもたちに仕事への興味を喚起しようと努めています。

さらに、工場で5日間、地元中学生に職場体験をしてもらうなど、キャリア教育にも貢献しています。

また2006年度に引き続き、コクヨグループ社員の家族向けに身近な環境保全活動を推進する「Kids' ISO14000プログラム」を実施しました。27組47名の家族が説明会に参加するとともに、東京・大阪のショールームを見学しました。家庭でのゴミの分別や省エネについても、各家庭で工夫し、身近にできる環境配慮に取り組みました。

社会貢献活動の実績

出張授業	23回
課外授業(複数日)	2回
自社独自活動開催	15回
工場・施設見学	10回
ショールーム見学	92回
イベント協賛	17回
その他協賛	1回
合計	160回

活動トピックス

2007年度に行った
社会貢献活動の
一部をご紹介します。

01 滋賀で職場体験の 中学生を受け入れました

コクヨ工業滋賀では秦荘中学校職場体験学習バンクに登録し、地域の教育推進に協力しています。

2007年は愛荘町内の中学2年生を対象に、職場体験を通じて、進路選択、社会人として自立できる力を育てるための職場体験を受け入れました。「工程管理」や「品質管理」、「梱包作業」など5日間の実務体験を通じて、働く意義や大変さを学んでもらいました。

職場体験した生徒さんからは、「簡単そうに見えた仕事も実際にやると、とても苦労しました」や「働いて得るお金の大切さが分かりました」や「働いてくださりうれしかったです」などの感想が寄せられました。

受け入れ側の社員も、働くことの大変さや、

ものの大切さを教えることで、自分の仕事への思いを再確認することができました。



工場で作業体験する中学生

02

能登半島・新潟の地震被災者に配布された「うるうるパック」へ物品提供を行いました

2007年3月の能登半島地震および7月の新潟中越地震の際に被災者に配布された「うるうるパック」へコクヨグループとして物品提供を行いました。

「うるうるパック」とは、社団法人日本経済団体連合会、災害支援NPOなどが参加する「災害ボランティア活動支援プロジェクト会議（支援P）※1」が企画する災害支援物資です。

コクヨグループは、被災した子どもたちが、新学期を不自由なく迎えられるよう、文房具（ノート・下敷き・はさみ・糊・鉛筆削りなど）を詰め合わせた「始業式うるうるパック」を各1,000セット寄付しました。

また、新潟中越地震では、シール・お道具箱・

幼児向けノートなどを詰め合わせた「幼児用うるうるパック」500セットを寄付し、児童館などで行われたレクリエーションの際に子どもたちに手渡されました。

※1 災害ボランティア活動支援プロジェクト会議（支援P）とは2004年に発生した新潟中越地震の後、復興活動への助成や活動の検証調査を行うため、2005年1月に中央共同募金会に設置されたプロジェクトで、企業・社会福祉協議会・NPO・共同募金会が協働するネットワーク組織です。災害ボランティア活動の環境整備を目指しており、人材、資源・物資、資金を有効に活用するため、現地支援を行っています。



うるうるパック

03

都立高校の「奉仕」の授業に協力しました

2007年度から東京都立の高等学校では「奉仕」が必修科目となり、各校が独自に授業を計画・実施することになりました。文京区の東京都立工芸高等学校インテリア科では2年生を対象に、同校の専門教科と関係の深い「木材」をテーマとして、社会や環境とのかかわりについて考える

カリキュラムが組まれました。

コクヨグループでは同校からの依頼を受け、「2050年の日本」「高校の授業での課題制作と実社会での家具製造との違い」など、高校生の方々に将来を想像してもらうとともに、地球環境問題について考えてもらうための授業を行いました※2。

また、体験学習においてはコクヨ東京ショールームの見学や同校の校内ウォッチングの実施に協力しました。

※2 東京都立工芸高等学校インテリア科の「奉仕」カリキュラムについてはNPO法人LEAF（こども環境活動支援協会）と協力して行っています。



奉仕の授業

04

広島でニート支援のための職場見学に協力しています

「ニート」が社会的な問題として取り上げられる中、コクヨ中国販売では、2006年度に広島県が設置した若者の就労支援施設「若者交流館」

の事業運営に協力し、働く意義を考えてもらうための職場見学を受け入れています。

若者に社員が働く様子を見学してもらうとともに、社員の仕事体験談などをもとに意見交換を行っています。

参加者からは「面接時におけるアドバイスが大変参考になりました」、「仕事の様子をじっくり見ることができました」、「自分の感性や技術を生かした仕事ぶりに憧れを抱きました」などの感想が寄せられています。

コクヨ中国販売では、仕事に対するの興味を喚起するとともに、仕事の具体的なイメージを持ってに不安を持つ若者の支援を今後も続けていく予定です。



職場見学をする若者たち

株主・ サプライヤー への責任

株主・投資家の皆様に向けて
迅速かつ正確な情報開示を、
サプライヤーの皆様とは共に
公正かつ公平な取引を推進することで
信頼関係の強化に努めています

国内外IR活動

コクヨグループは社会から信頼される企業であり続けるために「透明かつ健全な企業経営の堅持」をCSR憲章に掲げています。株主や投資家の方々へのIR（インベスター・リレーションズ）はそのための重要な活動のひとつと位置づけています。

機関投資家、アナリストの皆様に対しては、年に2回の決算説明会や個別訪問を通じて当社の状況を迅速かつ正確に説明しています。個人投資家の皆様に対しては、IRフェアなどで当社グループの業績・戦略などをお伝えしています。

また近年増加している海外投資家に対して、2007年度はアメリカ、ヨーロッパ、アジアの投資家を個別に訪問しました。当社グループの事業計画などを説明し、双方向の円滑なコミュニケーションに努めています。

なお、投資判断にかかわるとされる情報については、ホームページ上で速やかな開示に努めています。



決算説明会

配当に関する方針・実績

さらなる株主重視の経営を目指し、従来の安定配当に加えて連結業績を考慮し、配当性向20%以上をめどとしています。

年間配当金は過去10年以上にわたり1株当たり15円を維持してきました（記念配当を除く）。2007年度は決算期変更により9カ月決算（4月～12月）となったため1株当たり年間11円25銭（中間7円50銭、期末3円75銭）となる予定です。

株式の大量買付行為に対する 対応策（買収防衛策）

コクヨグループの企業価値および株主共同の利益を確保し、向上させることを目的として、コクヨ株式会社の株式の一定規模以上の買付行為が行われた場合の対応策（いわゆる買収防衛策）を2007年6月の定時株主総会の承認のもとに導入しました。

本施策は大規模買付者が従うべき大規模買付ルールと、大規模買付行為に対して当社がとりうる大規模買付対抗措置から構成されています。また、大規模買付ルールの適正使用や取締役会の恣意的な判断を防止するため、公正で中立的な判断を可能とするための独立委員会を設置しました。

本施策については本施策導入の目的や関係

法令の整備状況などを踏まえ、随時見直しを図ることとしています。

公正取引

コクヨグループでは「コクヨ企業倫理綱領」を定め、事業活動における役員および社員の倫理的判断基準を共有しています。また、2006年度には同綱領の内容を補完する「コンプライアンスガイドブック」を発行し社員への浸透を図っています。

「コンプライアンスガイドブック」では、顧客・得意先・取引先（仕入先）それぞれにおける取引上の留意点を示し、節度ある行動を求めています。具体的には、顧客・得意先に対して、公正競争の確保、賄賂・過度の接待の禁止を、取引先（仕入先）に対して、仕入先選定に当たった公平性・合理性の確保、取引先との馴れ合い・癒着の禁止を定めています。

加えて、コンプライアンス研修などの場において具体的な対応方法について法務担当者や社員が日常業務における具体事例をあげながら話し合うことで公正取引に対する考え方を共有するほか、個別の案件について事業会社とグループ本社が連携するなどして理念の実現を目指しています。

品質保証

「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念の根幹を支える活動として日常から品質保証体系の整備、見直し、徹底に努めています

品質保証に対する考え方

コクヨグループでは「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念のもとに、安心・安全に使用でき、かつお客様の求めに沿った付加価値の高い商品、サービスの提供に努めています。

2006年度に複数の商品で品質上の問題を発生させたことをうけ、2007年度はステーションナリー、ファニチャーのメーカー事業会社を中心に、品質保証体系の見直し、化学素材や樹脂材などに対する知識のレベルアップと情報収集の強化、設計の事前検証を強化するなど、品質向上に努めています。

品質向上に向けて(ステーションナリー)

リスク管理の徹底

コクヨS&Tでは、リスク管理ガイドラインを新たに作成しました。これは、商品によって人に危険が生じる場合や物的損失の程度や頻度を見積もり、危険発生・防止策を考え、ケースごとに最適のリスク防止策を選択するためのものです。設計段階のリスク、市販後のリスクを含めた品質保証体系の各段階でさらに詳細に分類し、市販前に確認・改善するとともに、リスクコミュニケーション、リスク削減技術の開発などにも取り組んでいます。

品質保証体系の見直し

新たに開発する商品、仕様を変更する商品については、お客様により安心して使用していただくため、開発責任者・品質管理および生産調達マンが開催するDR/SR(デザイン性と安全性のレビュー)におけるチェックをさらに強化しました。

海外工場における品質管理指導

海外生産の拡大に伴い、品質上のリスクが増してきています。そのリスク最少化のために海外工場における品質管理ガイドラインを作成しました。「現場力の徹底」と「品質を決めるのは顧客」をキーワードとし、品質管理ガイドラインに基づいて「PDCAサイクルの徹底」、「見える化の実現」、「自律化と継続力の実行」など、海外工場を指導しています。

品質向上に向けて(ファニチャー)

設計品質向上についての取り組み

コクヨファニチャーでは、デザインレビューの形骸化を防止し、見落としのない検証を実施するための検証システムの見直しを毎年実施しています。具体的には、商品の特性から使われ方・弱点を抽出し、過去のクレームから同じような状況で不具合が発生しないかの検証や部材における信頼性評価を強化しています。また、設計者のスキルアップを組織的に実現するため、ワークショップ(企業内大学)を設置し、知識・技術

の集約・共有、基礎的スキルの底上げを行っています。

JNLA登録試験所としての認定取得

顧客の品質に対する意識の高まりを背景として、JISマーク制度が改正されるなど、品質試験における信頼性の向上が求められています。

また、自社オフィス内の製品試験施設(ワークショップ)のさらなる試験品質の向上を目指し、JNLA(試験所認定制度)^{※1}の認定を取得しました。自社工場での新JIS認証取得にも試験機関として積極的に取り組んでいます。

※1 経済産業大臣により権限委譲を受けた機関が、試験所に関する能力(ISO/IEC17025)の要求事項に合致しているかどうかの審査を行い、試験事業者として登録する制度。

品質改善の取り組み

製造不良の未然防止の取り組みとして、製造工程では3S(整理・清掃・整頓)に3定(定位置・定姿勢・定量)を組合せて、各製造工程でモデルラインを設置し、作業者が迷わずに作業できる環境整備を整えています。また、修理業務の顧客満足向上のため、修理業務終了時にお客様にアンケートはがきの記入・投函を依頼。その結果の分析を顧客満足度向上へつなげています。

また、コクヨファニチャーは品質保証の国際規格であるISO9001を取得していますが、建材事業などのISO認証外の業務をISOに準拠した体系に整備し、社内業務の統一化を図り、確実な品質保証体系の構築に努めています。

人材育成

一人ひとりのやる気と能力を最大限に引き出すための職場環境・人材育成体系を構築し、推進しています

人事制度・評価制度

コクヨグループでは、社員の職務・役割を明確にするとともに、一人ひとりの能力と実績を公正に評価し、処遇や報酬に反映させる取り組みを推進しています。具体的な人事制度はグループの事業会社がその事業特性に合わせた制度を制定、運用していますが、昇格審査に関しては、すべての事業会社において、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。

教育研修

階層別研修をグループ共通で行っており、入社1年目から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。

職能別研修はグループの事業会社各社の事業特性に合わせて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。

選抜型研修としては、グループの事業会社の次期経営層を育成する「経営者人材育成プログラム」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」があります。また、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とする「チューター研修」を実施しています。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します。

この他に、自ら高めたいと思う能力・知識分野を選んで受講する本人選択型の研修を用意して、意欲のある社員を積極的にサポートする教育研修体系を組んでいます。

キャリア開発支援

コクヨグループでは2006年から、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。業界や商品に関する基礎的な知識、グループが推進する業務に関するスキルを最大限に生かしながら、新たなステージを模索する機会創出をサポートしています。

また、離職後の継続的な労働機会を支援する取り組みとして、定年退職後の再雇用を希望する社員に対しては「高年齢者継続雇用制度」を、早期退職者に対しては「セカンドキャリア支援制度」を設けています。「セカンドキャリア支援制度」では、満35歳以上満58歳まで、かつ勤続10年以上の社員の独立・再就職を支援するもので、退職一時金に自立支援金を上乗せして支給するほか、相談体制も整備しています。

人材開発体系

対象	階層別メニュー	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			
課長クラス	新任管理職研修	経営者人材育成プログラム チューター研修	ビジネスパーソン研修 (MBA知識)	他流試合 留学制度 各事業会社職種別研修
主任クラス	10年目研修	異業種交流研修 変革リーダー 育成研修		
新入社員 ～3年目	3年次研修 2年次研修 新入社員研修			

勤労厚生・ 労働安全

安全・安心・快適な職場づくりは
円滑な事業推進の要と考え、
体制や施設、仕組みの整備に
取り組んでいます

労働安全サポート・過重労働防止

コクヨグループでは、安全・快適に業務を遂行できるような環境づくりにグループ全体で取り組んでいます。製造・建設・運輸という現場を持つ事業会社もあり、その特性に合わせた安全衛生活動を展開しています。中央安全衛生委員会でグループ全体の安全衛生方針を決定するとともに、各社においては独自の活動を展開しています。その対象は社員だけではなく、協力会社を含めています。

快適な環境づくりの面では、2007年11月に芝山工場が中央労働災害防止協会から快適職場推進計画事業場として認定を受けました。

また、時間外労働の削減については、労働組合と協力し、ノー残業デーの実施など、全社を挙げて取り組んでいます。



中央安全衛生委員会

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}
14	20.5	7.64	0.011

※1 度数率：100万延べ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数
 ※2 強度率：1,000延べ実労働時間当たりの労働損失日数
 ※三重工場、芝山工場、コクヨMVP、コクヨ工業滋賀、石見紙工業のデータ
 ※不休災害含む

健康管理・メンタルヘルスケア

社員の健康管理は事業推進の要と考え、東西の拠点に健康管理室を配置し、社員が随時健康相談できる体制を整えています。また、ヘルスキーパー室^{※3}の利用も活発に行われています。昨今注目のメタボリック対策においては、健康保険組合とも協力して、運動活動支援キャンペーンや社員食堂のヘルシーメニュー導入など、参加しやすい工夫も凝らして肥満防止を推進しています。

また、海外展開の拡大によって駐在する国や地域拠点が拡大し、駐在員やその家族、海外出張者が年々増加する傾向にあり、産業医による現地の医療環境調査などを通して緊急医療体制や健康管理面の充実を図っています。

メンタルヘルスについては、心の健康診断（メンタルチェック）を継続実施し、個人へのフィードバックを行うとともに、組織診断を基にした研修を行っています。また、精神科医やEAP（従業員支援プログラム）も段階的に導入し、心身両面のサポートを行っています。

※3 福利厚生の一環としてマッサージ・鍼灸などの施術を行う部屋



芝山工場安全パトロール

労働組合との関係

労働組合では社員（組合員）の「幸せの実現」を目指し、社員が快適で楽しくいきいきと働ける環境づくりや安心して仕事ができる生活の基盤づくり、顧客満足の向上や社会貢献などに取り組んでいます。2007年度は、グループ共通のテーマである「育児と仕事の両立支援」を中心としたワーク・ライフ・バランスについて、労使で専門のワーキンググループを立ち上げました。育児支援や復職支援の制度面やインフラ面の整備にとどまらず、両立できる環境面まで踏み込んだ実効性のある仕組みづくりを進めています。

春闘を含む労使の交渉や協議は、分社・転籍したそれぞれの会社ごとに労働組合との間で行われますが、各社独自の労使間の課題やテーマについて労使で活発な協議が行われています。



労使交渉

ダイバーシティー推進 I

ダイバーシティーの推進を
これからの時代の経営課題と位置づけ
推進体制の整備を進めています

基本的な考え方

少子高齢化、事業のグローバル化、女性の社会進出など、労働市場を取り巻く環境が変化中、人材の多様な価値観を尊重する企業風土・制度の整備は、企業の競争力を高めるために必要不可欠であると考えています。コクヨグループでは、団塊ジュニア世代が親の介護と直面し、一方で少子高齢化が進み労働力減少が深刻化する時代を目前に控えた今、ワーク・ライフ・バランスの推進、ダイバーシティー（多様性）尊重を経営課題と捉え、社員一人ひとりが個人の能力を生かし活躍するための環境整備を進めています。

ダイバーシティー推進の4つの基本テーマ

制度構築・浸透

- 柔軟な働き方を実現する制度づくり
- 諸制度の社内浸透

ダイバーシティーに取り組む意義の共有

- 働きやすい風土の実現
- 能力を生かす風土の実現
- 上記の実現に向けた意識改革

ワーク・ライフ・バランスの実現

- 仕事と家庭の両立ができる環境づくりの実現

多様な社員の活躍支援

- 障害者・高齢者・女性など多様な人材が活躍できる環境整備

ダイバーシティー推進委員会の設置

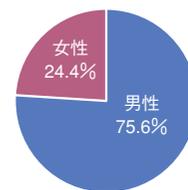
2007年8月、グループ本社社長を委員長とする「ダイバーシティー推進委員会」を設置しました。男女問わずコクヨグループ各社の代表者21名からなる委員会で、管理職向けのダイバーシティー推進セミナーやワーク・ライフ・バランスの浸透を図るための研修・イベント開催に向けて活動を進めています。

ワーク・ライフ・バランスの推進

ワーク・ライフ・バランスの全社的な展開は、ダイバーシティーを推進するうえでの前提であると考え、管理職への啓発・意識改革の取り組みを開始しました。2008年1月には、グループ各社管理職を対象とする「ワーク・ライフ・バランスセミナー」を実施、東京、大阪の2カ所で合計約400名が受講しました。

男女別従業員比率

(連結対象 正社員)



男女別管理職比率

(連結対象主要事業会社のデータ)



育児・介護と仕事の両立支援

社員が性別にかかわらず、持てる能力を発揮するために、制度面の見直しを進めています。2007年は育児休業期間の延長や、短日・短時間勤務制度を導入しました。

育児・介護支援を目的とする主な休業制度^{※1}

産前産後	産前産後合わせて14週間 (多胎児妊娠の場合は22週間)
育児休業	子供が1歳到達後の4月末まで、 もしくは1歳6ヶ月に達するまでのどちらか 長い期間まで(4月生まれの場合に限り満 2歳の4月末日)
子の看護休業	小学校就学始期まで、1年間に5日まで
介護休業	要介護者の家族一人につき、 通算183日まで
柔軟な勤務制度	<ul style="list-style-type: none"> • 短日・短時間勤務 • フレックス勤務

※1 コクヨ株式会社の制度。コクヨグループ各社はこれを参考に事業特性に沿った規定を定めている。

育児休業取得者数

年度	2003	2004	2005	2006	2007
人数	12	9	16	18	44 ^{※2}

※2 2007年度の育児休業取得者には男性4名を含む。

ココヨファンチャー株式会社
商品開発部
松下 早苗

ココヨオフィスシステム株式会社
企画本部企画部
内藤 敬子

ココヨエンジニアリング&
テクノロジー株式会社
管理本部
松瀬 真仁子

ココヨビジネスサービス株式会社
グループ広報本部PR部
佐藤 詠美

ココヨ株式会社
人材開発部
赤木 由紀

CL+SE UP
クローズアップ

“いい仕事”ができる 環境づくりを

ワークスタイルを見直し 皆で知恵を出し合える風土に

ココヨグループにおける女性社員の割合は約2割。そのうち女性管理職は21名、極めて少ないのが実状だ。2007年8月に活動を開始したダイバーシティ推進委員会では、数あるテーマのうち、まずは女性の活躍推進をテーマに取り組んでいる。副委員長の佐藤は、半年間の活動を振り返り、「課題は制度の整備を含めた風土改革」と言う。「確かにこれまで女性、特に出産後、育児をしながら働く女性への気配りが欠けていた部分はある。

だからこそ、制度で支援できる面は急いで充実を図る一方で、男性を含めて、皆が自分のワークスタイルを見直し、期待されている役割を果たしながら、自分自身はもちろん、自分の周囲の仲間がそれぞれやりがいを感じながら働くための方法について、皆で知恵を出していくような活動を考えてい」と話す。

ダイバーシティは意識改革から まずは考えるきっかけづくりを

ダイバーシティとは本来、多様な人の多様な価値観や境遇を許容すること。働く本人が仕事

に対する意欲を持つ一方、出産、育児、介護といった個々の社員が抱える事情を当たり前のこととして受け入れ、その前提でのマネジメント、人事評価などが行われる必要がある。

委員会で社内広報を担当する松下は、「まずダイバーシティ推進は経営上の重要な課題であることをきちんと理解してもらえるように、伝え方を工夫している」と話す。

ワークスタイルを考えるきっかけになるような社内イベントについても、担当する松瀬を中心にア

イデアを練る。

結婚後も仕事を続けてきた内藤は、部下を持つ管理職を対象とする研修を開催する中で、将来にわたって会社が発展するために、時間制約のある人もない人も充実した仕事を、平等に評価される仕組みづくりに貢献したいと考えている。

少子高齢化、団塊世代が介護を必要とする時代を迎えつつある中で、それぞれの事情を尊重し、互いに持てる力を最大限に発揮できる職場環境づくりへ。2008年、取り組みは本格化する。

ステークホルダーの声

日常に必要な不可欠な商品だからこそ、女性の視点による開発を期待します

2007年8月からコンサルタントという立場で推進委員会の皆さんと一緒にココヨさんのダイバーシティ推進にかかわっています。これまでの活動からみてきたことは、グループ全社で長時間労働が恒常化していることが、女性が活躍しにくい要因になっているということ。数で多くを占める男性の長時間労働についてまず考えていくことが必要ではないかと思えます。

今や多くの企業で、文房具などの消耗品を選ぶ役割を担っているのは女性です。仕事や生活に不可欠な商品だからこそ、女性に選ばれる、使いやすい商品を女性が主体的にかかわることによって開発し、社会に送り出してほしいと思います。そして、そういう商品があるこ

とで働く女性の活躍をさらに後押しする、といった好循環をココヨさんから生み出してほしいと期待しています。

株式会社
ワーク・ライフバランス
代表取締役社長
小室 淑恵様



ダイバーシティー推進Ⅱ

多様な人材の多様な価値観を尊重し、互いに学びあう中から企業の活性化、事業の発展を創り出すように努めています

障害者雇用^{※1}

コクヨは大阪府身体障害者雇用促進協議会(現在の大阪府雇用開発協会)が発足した1949年から、同協議会理事として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促進しています。

コクヨKハートは主にコクヨグループの印刷業務を中心に、ステーションナリーの品質検査やオフィスレイアウトの設計図面作成の業務を請け負っています。印刷業務については聴覚に障害のある社員が従事していますが、安全に働くことができるよう、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装置付き印刷機などを導入しています。2008年2月には連続無災害1,500日を達成しました。

また、コクヨKハートの子会社で2006年12月に、



コクヨKハート

設立、2007年10月に操業を開始したハートランドでは、知的・精神障害者が活躍できる事業として、水耕栽培による野菜の生産・販売を行っています。安全・安心な野菜の生産を通じて、年々担い手や耕作面積が減少している農業の活性化に貢献していきます。事業推進に当たっては、大阪府からの指導を受けるとともに、地元の農家の方々や障害者就労支援団体などの協力を得ています。

2007年12月31日現在、コクヨグループの障害者雇用率は1.84%^{※2}です。

^{※1} コクヨグループでは「障がいを持つことは困難なことではあるが害ではない」という基本的な考え方にに基づき、「障害者」ではなく「障害者」という表記を用いています。

^{※2} 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。

海外における 現地社員の雇用・育成

事業をグローバルに展開していくためには、国籍・年齢・性別などに関係なく、優秀な人材を確保・育成し、適所に配置していくことが必要だと考え



コクヨベトナム社員

ます。経営環境や市場のグローバル化、ボーダレス化がますます進展する中で、新たなコクヨグループの戦力となる人材の確保・育成に努めています。

現在、中国に8カ所ある営業拠点では中国籍はもちろんその他の地域に国籍を持つ社員が大多数を占めます。中国でコクヨグループが発展・進化するために不可欠な人材を育成する目的で、毎年数名が来日し、長期間の研修を実施しています。日本のコクヨグループ各社で実際に働き、仕事の進め方のみならず、コクヨグループの理念や考え方、日本の文化・風土を学んでいます。

一方、生産拠点であるタイ、ベトナム、マレーシアの各工場における教育研修は、各担当ラインにおけるOJT研修が主ですが、日本国内の工場の見学なども行い、技術、モチベーションの向上を図っています。

工場での現地社員採用に当たっては、各国の身分証明書にあたる書類やICカードのコピーを必須提出物としており、児童労働、強制労働がないことを確認しています。



筑木 瑛一

ハートランド株式会社
代表取締役社長
仲井 道博

山本 貴大

部長
飯田 秀光

中村 美晴

川崎 幸子

CL⁺SE UP
クローズアップ

知的・精神障害者雇用のための新事業 ハートランドを設立

企業としての収益性と 障害者の働きがいの両立

大阪府泉南市の丘陵地に位置する「かるもの里」に2007年10月、約3,000平方メートルのビニールハウス農園がオープンした。コクヨグループが初めて、知的・精神障害者雇用の会社として設立したハートランド株式会社の水耕栽培農園である。

敢えて経験のない農業という事業を選択したのは理由がある。「社員が障害を持っているという固有の事情があるとはいえ、企業ですから収益性と事業性が第一」ハートランド代表取締役

社長の仲井は言う。実際、ハートランド設立に当たっては、ビル清掃や部品組み立て、ペイカリーや衣類クリーニングなど、さまざまな可能性を検討した。検討の結果、前例がないこと、ある程度の収益が見込めること、その上、毎日仕事があり、障害者でも可能な事業として水耕栽培が浮上。「『食』は私たちにとってなくてはならないものですが、日本では農業が年々衰退傾向にあり、食糧自給率は40%を切っているとも言われています。このような社会環境だからこそ、安全で安心な野菜づくりを目指す取り組みに大きな意義と魅力を感じました」（仲井）。

ハートランドでは現在、水耕栽培でサラダほうれん草を育てている。採用している水耕栽培のシステムは、農業初心者からベテランまで誰でも

簡単に苗をつくり、育てていくことができるというもの。とはいえ、社員にとっては初めてのことばかりで、最初は作業を覚えるのに苦労した。しかし、今では「慣れるにつれて、仕事に自信がわいてきた（米田勇輝）」「おいしいほうれん草を、一生懸命に育てたい（佐々龍とおる）」と、社員の表情は明るい。農園がオープンして2カ月が経つ頃には、それぞれが得意な作業を分担してやるといった動きも自然にできてきた。お互いに支え合い、助け、助けられながら明るい会社をつくっていく、という思いをハートランド全員が共有している。

「ビニールハウス内の水耕栽培による農業は、年間を通じて同じものを何回も収穫できるので安定した価格でお客様に農作物を届けることができます。なにより種蒔きから栽培までという定



無農薬栽培なので病気や害虫がつかないように細心の注意を払う毎日。



サラダほうれん草の特徴は、普通の栽培方法で育てたほうれん草に比べ、茎が細く葉が柔らかいこと。収穫の3、4日前から肥料の供給を止めて栽培するため、硝酸の蓄積とアクの成分であるシュウ酸の蓄積が少なく、生のままサラダにして食べることができる。

社会性 トピックス

コクヨグループの2007年度の
活動と成果の一部をご紹介します

全国各地のライブオフィスを リニューアル

全国に14カ所あるライブオフィスでは、社会の変化、ITツールの進化に伴うワークスタイルの変化に合わせて、最適なオフィスを提案するためのリニューアルを行っています。

6月にはコクヨマーケティング名古屋オフィス、7月にはコクヨ中国販売広島本社、8月にはコクヨ北陸新潟販売の新潟オフィスをリニューアルしました。

ホワイトカラーの労働生産性が重要性を増す中で、オフィスの生産性を高め、「新しい価値を創造する場所」へと進化させるためのさまざまな仕組みを、幅広いお客様にご覧いただいています。

リニューアル後には多くのお客様を招いてフェアを開催し、オフィスリニューアルコンセプトやその背景にある社会の変化、働き方、ワーカーの変化についてご説明し、グループの先進的な提案を実際にご覧いただきました。

→ 関連情報 P36



コクヨマーケティング名古屋オフィス



コクヨ中国販売オフィス



コクヨ北陸新潟販売 新潟オフィス

オフィス改革プロジェクトで 奨励賞

社団法人日本ファシリティマネジメント推進協会 (JFMA) が、ファシリティマネジメント (FM) に関する優れた業績や功績のあった組織、個人などに贈る「第一回日本FM大賞 (JFMA賞)」において、コクヨ、およびグループ7社が奨励賞を受賞しました。

この賞はコクヨグループの『ライブオフィス』におけるオフィス改革・革新の活動が評価されたものです。また、「本社オフィスなどの戦略的ファシリティマネジメント」で最優秀賞第一回JFMA大賞 (鶴沢賞) を受賞したアクセンチュア株式会社とともに、そのFMサービス支援を行ったコクヨオフィスシステムが同時に表彰されました。

→ 関連情報 P36

世界陸上に協賛

2007年8月25日から9月2日まで、大阪市長居陸上競技場で開催された「第11回IAAF世界陸上競技選手権大阪大会」(通称:IAAF世界陸上2007大阪)にコクヨグループとして協賛しました。日本のみならずアジア各国、そして全世界におけるスポーツの発展に寄与するという大会理念に共感し、また、創業の地である大阪の活性化にも貢献することを目的とした協賛でした。過去最高の211の国と地域から約7,000人の選手・役員・大会関係者が参加し、約200カ国でのテレビ放映が行われるなど、その戦いに注目が集まりました。



競歩コース沿道に掲出した看板

さまざまな展示会・イベントを通じて グループの商品・サービスを紹介

コクヨグループでは、ステーションナリー、ファニチャーなどの商品の製造・販売だけでなく、各種ソリューションの提供にも力を入れています。

2007年度は、オフィスをドメインとする企業グループとして、人事業務などのアウトソーシングサービスや、セキュリティ、防災に注力する一方、グローバルな事業推進を進めました。

この活動を多くのお客様にお伝えするために、2007年7月には「ヒューマンキャピタル2007」（東京国際フォーラム）、「オフィスセキュリティEXPO」、10月には「インターナショナル プレミアム・インセンティブショー秋2007」（以上、東京ビッグサイト）に出展しました。また9月には「JAPANフェア in 広州」に出展しました。

一方、7月からは社内で「企業防災セミナー」を数回にわたって開催し、多くのお客様に新たな注力分野についてご説明し、具体的な商品・サービスについてご覧いただきました。



ヒューマンキャピタル2007



オフィスセキュリティEXPO



JAPANフェア in 広州



プレミアムインセンティブショー

「経営の信條」中国語訳完成

コクヨの基本的な教えでありCSR活動の中核でもある「経営の信條」の中国語訳を行いました。会社法、J-SOX法（金融商品取引法）の要請からグローバル視点でコクヨグループ全体の内部統制を強化すると同時に、中国での事業拡大に伴い増加している現地社員と会社の基本的な考え方を共有するための取り組みです。中国語への翻訳には、在日本中華人民共和国大使館公使の孔鉉佑氏、オフィス内掲示のための書については、中国書法学院長 劉洪友氏の協力を得て、2007年10月に完成しました。

→ 関連情報 P1、P17



経営の信條 中国語版

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、コクヨグループではその取り組みを評価され、欧米有数のSRI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・サステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に選定されています。

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。

→ 関連情報 P39



カドケシ 新日本様式に選定

<カドケシ>が2007年の「新日本様式」100選として選定されました。「新日本様式」は、日本の伝統的なデザインや機能、コンテンツと高度な技術力や商品力を融合させ、現代生活に潤いと輝きを与える「日本らしさ」を追求し、新しい日本様式を確立させようという施策で、2006年にスタートしたものです。日本の通商政策上にも位置づけられ、「アジアゲートウェイ構想」にも採用されています。

選定は、「新日本様式」の基本思想である“たぐみのこころ”、“もてなしのこころ”、“ふるまいのこころ”が表現されているもの、それらと先端技術との融合や現代生活への提案がされているもの、日本の国際競争力を高め産業振興に役立つもの、などの基本理念に基づく審査基準に照らして厳正に行われました。デザイン性と使いやすさの両面で高い評価を得てきた<カドケシ>に新たな評価が加わりました。



「新日本様式」100選展にて

国内 サイトレポート

コクヨでは国内外の主要なサイトについて、事業活動が環境に与える負荷を把握し、対策の検討や目標の設定などに活用しています。国内では4カ所の工場と東京・大阪の主要なオフィスを対象としています。

2007年度には、さまざまな要因によって生産が増加したことから、ファニチャー部門の2工場（三重工場、芝山工場）におけるエネルギーや水資源（水道水）の使用量、CO₂や廃棄物の総排出量、などが増加しました。

またオフィスでは、全般的に環境負荷が減っていますが、東京品川オフィスにおいてCO₂や廃棄物などの指標が増加しています。

※各表の中で、数値が「0」の項目は「四捨五入すると0になる」ことを、また「-」で示した項目は対象がないことを意味しています。



国内サイト

三重工場

所在地 三重県名張市西田原2012番地
 主要製品 スチールデスク、ローバーテーション、OAフロアーなど
 操業開始 1993年5月
 敷地面積 145,977m²
 工場長 奥田 宏隆



環境データ

インプット	2006年度	2007年度
エネルギー	106,068GJ	115,429GJ
・燃料	40,188GJ	43,767GJ
・電気	65,880GJ	71,662GJ
水資源（水道水）	38千m ³	42千m ³
アウトプット	2006年度	2007年度
CO ₂	4,938 t-CO ₂	5,336 t-CO ₂
SO _x	0.002 t	0.01 t
NO _x	0.06 t	0.27 t
廃棄物		
総排出量	864 t	1,013 t
・再生利用・熱回収	854 t	1,006 t
・最終処分	10 t	7 t
水域への排出量	21千m ³	21千m ³
・公共水域への排出	21千m ³	21千m ³
・下水道への排出	-	-
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度（規制値pH5.8~8.6）	pH7.4~7.7	pH7.3~7.7
・COD（規制値25）	21mg/L	21mg/L
・BOD（規制値10）	4mg/L	4mg/L
・SS（規制値15）	4mg/L	7mg/L

芝山工場

所在地 千葉県山武郡芝山町大台3155番4号

主要製品 間仕切り、ローパーテーション、
収納家具など

操業開始 1994年6月

敷地面積 73,734 m²

工場長 大東 宏次



環境データ

インプット	2006年度	2007年度
エネルギー	61,189GJ	71,468GJ
・燃料	20,901GJ	24,984GJ
・電気	40,288GJ	46,484GJ
水資源(水道水)	12千m ³	16千m ³
アウトプット	2006年度	2007年度
CO ₂	2,800 t-CO ₂	3,258 t-CO ₂
SO _x	0.001 t	0.001 t未満
NO _x	0.04 t	0.07 t
廃棄物		
総排出量	1,878 t	1,929 t
・再生利用・熱回収	1,869 t	1,919 t
・最終処分	9 t	10 t
水域への排出量	6千m ³	6千m ³
・公共水域への排出	1千m ³	1千m ³
・下水道への排出	5千m ³	5千m ³
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度(規制値pH5.8~8.6)	pH7.8	pH6.4
・COD(規制値10)	7.5mg/L	5mg/L
・BOD(規制値10)	9.9mg/L	2mg/L
・SS(規制値20)	11mg/L	6mg/L

コクヨ工業滋賀

所在地 滋賀県愛知郡愛荘町上蚊野312番地

主要製品 ノート、PPC用紙、複写簿、
ルーズリーフなど

操業開始 1980年10月

敷地面積 114,294 m²

代表取締役社長 山内 健



環境データ

インプット	2006年度	2007年度
エネルギー	63,285GJ	61,044GJ
・燃料	1,788GJ	1,809GJ
・電気	61,497GJ	59,235GJ
水資源(水道水)	9千m ³	10千m ³
アウトプット	2006年度	2007年度
CO ₂	2,476 t-CO ₂	2,359 t-CO ₂
SO _x	0.007 t	0.001 t未満
NO _x	0.19 t	0.24 t
廃棄物		
総排出量	2,152 t	2,120 t
・再生利用・熱回収	2,152 t	2,120 t
・最終処分	—	—
水域への排出量	8千m ³	10千m ³
・公共水域への排出	—	—
・下水道への排出	8千m ³	10千m ³
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度(規制値pH6.0~8.5)	pH6.9~9.8 ^{*1}	pH7.1~10.9 ^{*2}
・COD(規制値70)	9.7mg/L	9.8mg/L
・BOD(規制値70)	4mg/L	15.0mg/L
・SS(規制値90)	6.7mg/L	6.7mg/L

^{*1}および^{*2} 2006年3月5日の採水分でpH9.8が、2006年4月2日の採水分でpH10.9の値が出ました。同年2月末、コクヨ工業滋賀では愛荘町が2006年1月~4月末にかけて実施した町道拡張工事に付随して、雨水排水管と排水最終弁の工事を行っていました。これに伴うセメント分の溶出によって、一時的に高いpH値が出たものと考えられます。5月7日に採水したサンプルでは、pH7.6でした。

コクヨMVP

所在地 鳥取県鳥取市湖山町南2丁目201番地

主要製品 カスタムステーションナリー

操業開始 2007年9月

(前身のコクヨ事務用品工業は、
1962年12月に操業開始)

敷地面積 72,995 m²

代表取締役社長 笠松 喜代次



環境データ

インプット	2006年度	2007年度
エネルギー	30,409GJ	27,042GJ
・燃料	2,790GJ	2,488GJ
・電気	27,619GJ	24,554GJ
水資源(水道水)	9千m ³	7千m ³
アウトプット	2006年度	2007年度
CO ₂	1,251 t-CO ₂	1,100 t-CO ₂
SO _x	0.001 t	0.01 t
NO _x	0.04 t	0.38 t
廃棄物		
総排出量	822 t	732 t
・再生利用・熱回収	822 t	732 t
・最終処分	—	—
水域への排出量	9千m ³	7千m ³
・公共水域への排出	9千m ³	7千m ³
・下水道への排出	—	—
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度	測定対象外	測定対象外
・COD	測定対象外	測定対象外
・BOD	測定対象外	測定対象外
・SS	測定対象外	測定対象外

オフィスサイト

大阪オフィス

(東館、南館、ショールーム棟、ワークショップ棟、ココヨKハートを含む)

所在地 大阪市東成区大今里南6丁目1番1号

竣工 1969年11月

延床面積 34,903m²



環境データ

インプット	2006年度	2007年度
エネルギー	55,928GJ	55,546GJ
・燃料	5,235GJ	5,253GJ
・電気	50,693GJ	50,293GJ
用紙	24t	14t
水資源(水道水)	26千m ³	24千m ³
アウトプット	2006年度	2007年度
CO ₂	2,241t-CO ₂	2,199t-CO ₂
SO _x	0.001t未満	0.001t未満
NO _x	0.34t	0.35t
廃棄物		
総排出量	331t	294t
・再生利用・熱回収	331t	294t
・最終処分	—	—
水域への排出量	26千m ³	24千m ³
・公共水域への排出	—	—
・下水道への排出	26千m ³	24千m ³

品川オフィス

(ショールーム棟を含む)

所在地 東京都港区港南1丁目8番35号

竣工 1979年11月

延床面積 24,122m²



環境データ

インプット	2006年度	2007年度
エネルギー	39,570GJ	40,956GJ
・燃料	1,889GJ	1,747GJ
・電気	37,681GJ	39,209GJ
用紙	22t	27t
水資源(水道水)	17千m ³	18千m ³
アウトプット	2006年度	2007年度
CO ₂	1,568t-CO ₂	1,596t-CO ₂
SO _x	0.001t未満	0.001t未満
NO _x	0.33t	0.29t
廃棄物		
総排出量	225t	242t
・再生利用・熱回収	225t	242t
・最終処分	—	—
水域への排出量	17千m ³	18千m ³
・公共水域への排出	—	—
・下水道への排出	17千m ³	18千m ³

海外 サイトレポート

海外では主要な生産拠点3カ所について、環境データを収集しています。

2007年度は、ステーションナリー部門の工場としては、ココヨ-IK(タイランド)で、前年比約23%CO₂の排出量が増加しました。また、2006年11月に操業を開始したココヨベトナムが本格的な稼働を開始し、環境負荷が増加しています。

一方ファニチャー部門のココヨ(マレーシア)ではほぼ横ばいで推移しています。



海外サイト

ココヨ-IK (タイランド)

所在地 529 Moo 4 Bangpoo Industrial Estate Soi 8C, T.Praaks,
A.Muang, Samutprakam 10280, Thailand

主要製品 クリヤーブック、
PPファイル、
テープのりなど

操業開始 1996年12月

敷地面積 12,679m²



ココヨ (マレーシア)

所在地 Lot 79 & 83, Persiaran Bunga Tanjung 1, Senawang
Industrial Park, 70400 Seremban, Negeri Sembilan
Darul Khusus, Malaysia

主要製品 スチールデスク、
ローパーテーション、
収納家具など

操業開始 1999年10月

敷地面積 58,000m²



ココヨベトナム

所在地 Land Plot B4 Nomura-Haiphong IZ, Km13,
An Duong Dist., Haiphong City, Vietnam

主要製品 フラットファイル、
厚表紙ファイル、
タックラベルなど

操業開始 2006年11月

敷地面積 51,544m²



環境データ

インプット	2006年度	2007年度
エネルギー	23,578GJ	29,577GJ
・燃料	967GJ	934GJ
・電気	22,611GJ	28,643GJ
水資源(水道水)	20千m ³	26千m ³
アウトプット	2006年度	2007年度
CO ₂	934 t-CO ₂	1,148 t-CO ₂
SO _x	測定対象外	0.001 t 未満
NO _x	測定対象外	0.22 t
廃棄物		
総排出量	497 t	339 t
・再生利用・熱回収	178 t	187 t
・最終処分	319 t	152 t
水域への排出量	20千m ³	26千m ³
・公共水域への排出	16千m ³	21千m ³
・下水道への排出	4千m ³	5千m ³
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度(規制値pH5.5~9.0)	pH7.3	pH7.0
・COD(規制値1,500)	298mg/L	182mg/L
・BOD(規制値1,000)	175mg/L	87mg/L
・SS	測定対象外	測定対象外

※ 2006年度の「水域への排出量」は、把握方法に誤りがあったため修正しています。
※ 2007年度から「廃棄物総排出量」の把握方法を変更しました。

環境データ

インプット	2006年度	2007年度
エネルギー	36,306GJ	36,324GJ
・燃料	17,721GJ	16,380GJ
・電気	18,584GJ	19,944GJ
水資源(水道水)	14千m ³	14千m ³
アウトプット	2006年度	2007年度
CO ₂	1,626t-CO ₂	1,598t-CO ₂
SO _x	測定対象外	0.001t 未満
NO _x	測定対象外	0.38 t
廃棄物		
総排出量	391 t	481 t
・再生利用・熱回収	271 t	371 t
・最終処分	120 t	110 t
水域への排出量	18千m ³	17千m ³
・公共水域への排出	—	—
・下水道への排出	18千m ³	17千m ³
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度(規制値pH6~9)	pH7	pH7
・COD(規制値50)	15mg/L	12mg/L
・BOD(規制値20)	3mg/L	3mg/L
・SS(規制値50)	2mg/L	3mg/L

環境データ

インプット	2006年度	2007年度
エネルギー	—	12,646GJ
・燃料	—	146GJ
・電気	—	12,499GJ
水資源(水道水)	—	0千m ³
アウトプット	2006年度	2007年度
CO ₂	—	483 t-CO ₂
SO _x	—	0.001 未満
NO _x	—	0.02 t
廃棄物		
総排出量	—	2 t
・再生利用・熱回収	—	2 t
・最終処分	—	—
水域への排出量	—	0千m ³
・公共水域への排出	—	0千m ³
・下水道への排出	—	—
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度	—	測定対象外
・COD	—	測定対象外
・BOD	—	測定対象外
・SS	—	測定対象外

CSR会計

コクヨグループではCSR活動の行動指針である「コクヨグループCSR憲章」(P18)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)に関連して発生した費用について、2004年度から「CSR会計」として集計・公開し

ています。集計に際しては1998年より集計している「環境会計」と同様に、差額コスト^{※1}のみを計上するよう努めています。

CSR会計については以前より「集計精度の向上」「集計方法の改善」「効果の算定」といっ

た課題を挙げていましたが、事業会社ごとの自主的な活動の増加により各課題の改善はより重要性を増してきました。今後は結果としての数値を公表するだけでなく、グループ経営における情報のひとつとして活用できるよう努力していきます。

	お客様	地域社会	環境保全	企業活動	人権尊重
コクヨの責任	お客様の視点に立って「商品・サービス」を提供すること	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
活動コスト	404,873千円	64,242千円	615,400千円	143,527千円	47,665千円
活動コストの主な内訳	(単位:千円) お客様満足の向上 331,343 お客様情報の適切な管理 10,684 お客様の進化をリード 43,164 マネジメント体制構築 19,683	(単位:千円) 社会貢献 2,939 地域社会活性化 3,760 地域緑化 ^{※2} 46,368 災害支援 1,334 マネジメント体制構築 9,842	(単位:千円) 公害防止 78,188 温暖化防止 ▲16,010 省資源・リサイクル 227,881 エコプロダクツの調達・提供 7,159 環境技術の調査研究 172,265 環境コミュニケーション 25,465 マネジメント体制構築 120,452	(単位:千円) コンプライアンス維持 10,237 取引先との公正取引 27,750 株主との対話 68,927 社員啓発、普及 930 マネジメント体制構築 35,683	(単位:千円) 従業員満足度の向上 13,118 機会均等、人材育成 22,606 労働安全衛生 2,100 マネジメント体制構築 9,842
関連ページ	P35-36	P37-38	P21-34	P17-20、39	P41-46

▼集計対象組織:コクヨ(株)、連結対象子会社15社
▼集計対象期間:2007年1月1日~2007年12月31日(2007年1月1日~2007年3月31日については2006年度CSR会計に計上した数値と重複します)
▼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」

※1 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CSR活動に取り組むために上乗せで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。

※2 「地域緑化」の項目は集計対象期間での算出が困難であるため近年の活動からの推定値(2004~2006年度の平均)としています。

第三者審査 報告書

今年度の第三者審査は、各事業所・関係会社における定量データの把握・集計過程がどれほど堅固であるかということに特に留意しながら審査手続を実施しました。2005年から稼動している環境データ管理のためのグループ内ネットワークシステムのおかげで、集計に係わる誤記のリスクは小さくなっていると考えられますが、海外事業所でのデータの把握・集計における内部統制上の課題が残っています。さらに、国内においてもデータの記録やその保管、データ精度の見極めにおいて、慣れや情報共有の不備などのために管理水準が従前よりも下がっていると判断される事業所がみられました。今後の改善が望まれます。

本報告書冒頭のトップ対談において、エコマークのアイデアを打ち出した黒田社長の思いが綴られています。環境配慮製品ではなく、環境配慮が十分でない商品にマークをつけるという発想は大胆でユニークなものであります。それゆえに経営者の強い意思と社内への浸透が成功への鍵となります。適切なモニタリングや社内外への実績のフィードバックの堅実な実践も不可欠であり、経営層と従業員とが一体となって取り組むことが期待されます。

このほか、ワーク・ライフ・バランスといった経営課題についても役員会議で熱く議論されたとのことでしたので、今後はそのような熱い議論の過程をCSR報告書にぜひ掲載されるとよいと考えます。

あずさサステナビリティ株式会社
シニアマネジャー 松尾 幸喜



第三者審査の様子



環境報告審査・登録マークは、当該「コクヨグループCSR報告書2008」に記載された環境情報の信頼性に関して、サステナビリティ情報審査協会 (<http://www.j-sus.org/kiteiall.html>) の定めた環境報告審査・登録マーク付与基準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 2008」に対する独立第三者の審査報告書

平成 20 年 3 月 10 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)

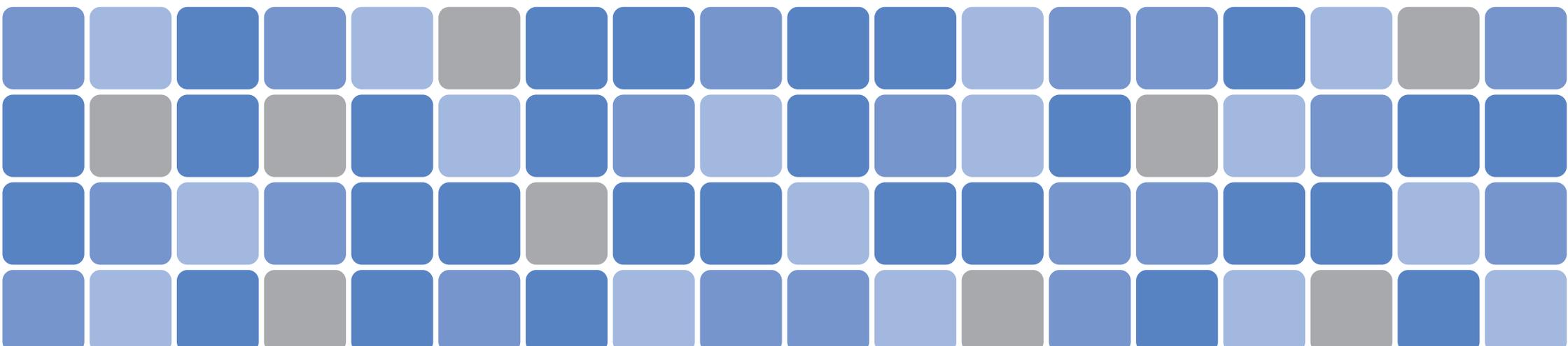
- 1. 審査目的及び対象範囲**
審査の目的は、コクヨ株式会社（以下、「会社」という。）が作成した「コクヨグループ CSR 報告書 2008」（以下、「CSR 報告書」という。）に記載されている 2007 年度の環境パフォーマンス指標、環境会計指標及び CSR 会計指標（以下、「指標」という。）の信頼性について、独立した立場から当社の結論を表明することである。
CSR 報告書の作成責任は会社の経営者にあり、当社の責任は独立した立場から指標の信頼性に関する結論を表明することにある。
- 2. 審査基準及び判断規準**
当社は、「国際保証業務基準 (ISAE) 3000」（2003 年 12 月 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、「環境報告ガイドライン 2007 年版」（2007 年 6 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・登録マーク付与規準」（http://www.j-aeoi.org/kitel_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準とした。
- 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
 - ・ 指標に関して会社が定めた基準の検討
 - ・ 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・登録マーク付与規準」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、環境会計指標及び 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

■ 表紙の言葉

2008年度、コクヨグループはダイバーシティの推進と、環境配慮が足りない商品に「エコ×(バツ)マーク」をつける活動をスタートしました。そこで表紙では、いきいきと働いている多様な社員の表情を掲載するとともに、ステーションナリー、ファニチャーそれぞれの分野における「エコ×マーク」商品の割合を示すパターンをあしらい、次年度以降にむけて「エコ×マーク」削減に取り組む決意をお伝えしています。



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/>



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



200803A17DN
2008-046