

コクヨグループ
CSR報告書
2012



目次

■ トップインタビュー	2
■ 特集：東日本大震災復興に向けて	4
■ CSRマネジメント	16
■ お客様とともに	22
■ 社員とともに	42
■ 地域社会とともに	58
■ 地球環境とともに	73
■ ISO26000 対照表	97
■ 拠点別レポート	99
■ 主要グラフ	108
■ 「CSR 報告書 2011」アンケート結果	109

■ トップインタビュー



2012年コクヨは創業107年を迎えます。コクヨは世界中の「働く人・学ぶ人」のお役に立つことを目指しています。次の100年の成長のステージとして、まず2011年、アジア企業へ大きく舵を切りました。持続的成長を目指し、事業とCSRを両輪で進めていきます。

商品を通じて世の中の役に立つということ

企業は世の中の役に立つことで存続しています。世の中に必要とされるモノやサービスを提供することで収益を得て、社員の給与や税金として世の中に還元していく。そのくり返しが企業活動です。

かつてモノが不足していた時代には「量」が求められました。充足した今は「量」から「質」へ。さらには理念やプロセスといった目に見えないものまで、消費者が厳しく評価するようになりました。

コクヨには1冊150円のノートがあります。そこには諸先輩方が築きあげたブランドや技術・ノウハウ、お客様からのご意見など、目に見えない価値が凝縮されています。つまり1冊のノートには、それを作る社員だけでなく、その見えない価値を生み出している大勢の人々が関わっているのです。しかし、たった一人でも社会のルールを逸脱すると、企業の存続を危ぶまれるほどの影響があり、見えない価値をも奪ってしまう。このことを、社員一人ひとりが肝に銘ずる必要があります。

コクヨの企業理念は、『商品を通じて世の中の役に立つ』。企業の存在意義は、一個人では成しえない価値を創出し、世の中の役に立ち続けること。社会に選ばれ続けること。これがCSRであり、企業が持続的成長を目指すなかで、常に立ち返るべき原点だと思っています。

新たな成長のための経営改革

同じ経験を持つ限られたメンバーだけで、意思決定を繰り返していると、いつのまにか社会の認識との間にズレが生じているということがあります。かつてのコクヨがそうでした。コンプライアンスに反する事態を招いたことを、社長として重く受け止めました。社会が多様に急激に変化する中、新しい価値を提供し続けるには、CSR経営として何よりも意思決定の透明性確保が大切だと考え、一昨年よりコーポレート・ガバナンスの大改革に着手しました。

まず外部の経験知を経営に反映させるべく、常勤・非常勤含め、社外から取締役を迎えました。現在の取締役会は、私を含めた常勤取締役3名に加え、社外取締役3名、計6名の体制です。さらにコクヨでは初めて女性の監査役も迎えました。今後さらに強化すべきダイバーシティを、役員自ら実践しようという意図もあります。



また、経営の監督と業務執行機能を分離しました。取締役と執行役員の役割を明確にすることによって、成長に向けての事業力を高めるとともに、事業プロセスにおける意思決定の透明性を保つことが狙いです。

今後は、経営者からお客様と接する現場社員、そして海外の工場社員まで、共通の正しい判断軸で動くため、価値観の再構築と企業風土の改革をさらに推し進めていきます。これこそが、グローバルにおける成長戦略の下支えになると考えています。

※ 関連情報:「[コーポレートガバナンス](#)」

まずはノートでアジアの人々の役に立つ

2011年、海外市場の売上比率を2020年までに30%へと引き上げる目標を立てました。海外市場に向けてはまず、国内でお客様にご支持いただいている商品、品質やノウハウにおいて絶対的自信のある商品である、ノートから始めることをしました。

日本では購入時に、ココヨ商品を含め、いくつかの選択肢があるのが当たり前ですが、アジアには、選択肢が全く無い国があります。まず店頭の商品がない。「ノートをください」と言うと、店の奥から出してくる。そしてノートといえば1種類しかないのです。それどころか、1冊のノートさえないところもあります。我々はアジア各国のお客様に、まず選択肢を提供したい。商品を選ぶ楽しみを知っていただきたいのです。現在、ベトナムはじめ、インド、中国において、販売網の確保や生産設備の拡大、物流システムの構築を進めています。

国内ではノート以外にもお客様に認めていただいている商品が多々あります。その価値をアジアの皆さんに届けることで、もっとお役に立ちたい。しかし、アジアの各地域では価値観や風土も違う。本当に認めていただくにはその土地に飛び込み、その地域にお役に立てるよう考え抜く「アジア人」社員が必要です。そんなたくましい社員が少しずつ育ってはいますが、今後、仕組みとしてもっと増やしていきます。

震災であらためて気づいた責任の重さ

東日本大震災は甚大な被害とともに、私たちに様々な気づきや学びを与えてくれました。

震災直後から、ココヨ東北販売の社員は仕事に追われました。大災害の直後に真っ先に必要とされるのはライフラインの復旧ですが、今回の震災はあまりに大規模で、ライフラインを担う各社のオフィスもめっちゃくちゃな状態になりました。「一刻も早く、対策本部室だけでも整えたい」という要請がココヨ東北販売に相次いだのです。私たちの仕事が、電気や通信などのインフラを背後から支えている。社会において重要な役割を担っている。その責任の重さをあらためて自覚しました。

学ぶ人を支援するココヨとして、現在、東北のお子さんたちの支援を今後どう行うべきか考えています。それは大阪や東京からお金やモノを送ってできるものではありません。震災復興においても世の中の役に立つため、現地で本当に必要とされる、ココヨらしい支援を続けていきます。

日本の「誉れ」から、アジアの「誉れ」へ

当社の社名は「国の誉れ」と書いてココヨです。国内においても、まだまだ道半ばであると自覚しています。ちょっと質がいい、使いやすいという程度のアウトプットでは「誉れ」にはなれません。人の何十倍も努力をして、呆れられるほど世の中のことを想い、社会の役に立つことを突き詰めていくことで、いつの日か、「誉れ」へとたどり着けるのでしょう。

創業当時からココヨは「カスの商売」と呼ばれる、面倒でやっかいな仕事を地道に重ねてきました。今後も愚直な努力を続けることで、真の「国の誉れ」となり、そしてアジアで選ばれ続ける「アジアの誉れ」へと近づいていきたいと思えます。



■ 特集：東日本大震災復興に向けて

コクヨ東北販売社長 岡竹 博昭が語る

葛藤の中から生まれたコクヨらしい支援



震災直後、インフラ企業としての使命に気づいた

3月11日、雪の降る中、東日本大震災が発生しました。仙台は過去にも大きな地震を経験していましたが、これほどの規模の震災ははじめてです。自然災害対応社員行動マニュアルに沿って、社員の安否と自社の被害状況を確認し、社員をどのように安全に帰らせるか、どう復旧させるかということに全力を上げていました。このときはまだ、自社の事ばかりを考えていました。

翌日、マニュアル上では自宅待機となっていた社員も駆けつけてくれ、今後について検討していたところ、オフィスへお客様からさまざまな連絡がありました。「災害対策本部を設置したいが書庫が倒れスペースを確保できない。必要な書類やマニュアルも取り出せない。助けて欲しい」「災害対策用品や事務用品を至急調達して欲しい」多くのオフィスがダメージを受け、災害対策本部のスペースを確保したいという要請が相次いだのです。



震災によって多くのオフィスがダメージを受け、災害対策本部をつくるスペースを確保したいという要請が相次いだ。

そのとき気づきました。私たちが協力しなければ、お客様の災害対策本部が立ち上がらない。災害対策本部ができなければ、電気や通信などのインフラも復旧・再開できない。それは、私たちがインフラ企業と同じということではないか。

コクヨはモノを売るだけではなく、お客様が事業を行う空間をつくる企業です。空間がなければ、どんな事業も継続できない。私たちが担う職務の重さを痛感しました。

今やらねばいつやるのか

余震が続き、いつまた津波がくるかわからない状況でした。水も、食料も、ガソリンも十分にはない。この先の生活の見通しも立たない。いわば極限の状態です。

『商品を通じて世の中の役に立つ』日ごろ理念として唱えていることが本気かどうかわかるのは、こうした極限のときです。今やらねば、いつやるのか。出社している経営幹部や社員と検討しました。

——全社員を呼ぼう。

そう決断したものの、携帯電話がなかなかつながりません。運良く、ショートメールは使えました。また、社員同志が連絡を取り合い出社してくれました。そこから社員全員による、復旧のフルサポートを始めました。復旧を優先したのは、インフラ企業のお客様です。ガソリンの調達が困難を極めており、1日に使用できる量を計算しながら、できる限りの作業を続けました。

家族から社員を奪っていることへの責任

企業としての使命を果たす一方で、震災直後の不安な時期に家族から社員を引き離してしまっていることを申し訳なく思っていました。このころは物資が少なく、雪の中、水や食料を得るために何時間も並ばなくてはいけない状態でした。しかも「1人〇点まで」という条件付きです。幼いお子さんがいる家庭では、子どもを連れて買出しの列に並ぶわけにもいかず、生活が立ち行かないという事態になりかけていました。

そこで、コクヨ本社や秋田支店、青森支店などから物資を送ってもらい、社員に支給しました。出社すれば水や食料を持ち帰ることができるということで、家族の理解を得やすくなりました。さらに、対策本部近くの免震ビルに一室を借り、避難所で過ごしていた社員と家族が寝泊りできるスペースをつくりました。家族が近くにいることで、社員が安心して仕事に集中できるようにとの思いからでした。



会社から徒歩5分の場所に、物資の保管と寝泊りができるスペースを確保した。

ひとりよがりではなく、本当に必要とされる寄付を

3月末からは、コクヨファニチャーやコクヨS&Tと協力しあい、被災地の役場や教育委員会、学校、避難所などにコクヨ製品を寄付する活動を積極的に行いました。

被災地ではそれぞれの事情により、必要とされているものが違います。本当に必要とされているものは何か、困っていることはないか、詳しくご要望を伺い、直接お届けしました。

例えば、被害の大きかった自治体では、住民への窓口を作るにも災害対策本部を作るにも備品が全く足りない状態でした。折りたたみ式のテーブルやイスなど、簡易的なものでも早急にお届けすることが重要だと判断。被災3県の自治体や病院等に対して、通常の太平洋側の物流体制が混乱している中、秋田を拠点とした日本海側のルートも確保し、支援物資を各地に送りました。

そのほか、コクヨファニチャーが開発中だった避難所用の段ボール製間仕切りを、急遽製品化して各地へお届けしたり、退屈な避難生活で遊ぶものもなく困っている子ども達へノートや筆記用具などの文具セットを贈るなど、被災者の生活に寄り添う形での提供を心がけました。



段ボール製の間仕切り。腰までの高さなので、長引く避難生活の中でプライバシーの保護とコミュニケーションが両立できると喜んでいただいた。

がんばりすぎるのもPTSD(心的外傷後ストレス障害)

震災から1カ月を過ぎた頃、体調不良を訴える社員が出てきました。医師によるカウンセリングを社員全員に実施したところ、PTSDと診断された社員が複数名いました。普段は冷静な社員がハイテンションでがんばり続けているというのも、震災のトラウマの裏返しでした。

みんな震災の被害を目の当たりにしています。なかには実家が流されたり、知人が亡くなったりという社員もいました。体は五体満足で助かっていても、心にはやはり傷を負っていたのです。カウンセリングを受け、休養を取ることで、それぞれ回復へ向かっていますが、あらためて震災の爪あとの深さを感じました。

復興のセカンドステージは経済の自立

震災直後の苦しい時期には、モノの支援が必要です。しかしモノを寄付しすぎると、その後、地元の産業が立ち行かなくなってしまう。文具を大量に寄付し続けたら、その町の文具店は生計を立てられなくなります。寄付をどのタイミングでやめるかという出口戦略を考え、地域経済の自立に役立つ支援を行わなくてはなりません。

私たちは支援のセカンドステップとして、地元の企業と協業した空間づくり事業を進めています。

この震災で、学校は人々が頼り、集う施設なのだ気づきました。今後は、防災拠点でもあり、子どもや老人が集う場所でもある、複合的な地域コミュニティの拠点としての空間づくりが求められるのではないのでしょうか。そんな拠点到にふさわしい、子どもたちがワクワクして学ぶことが楽しみになる、そんな新しい「学ぶ空間」づくりを提案していきたいと考えています。



まわりと相談しながら勉強するスペースと、1人で集中するスペースを隣接させた新しい学習空間。

働くこと自体が社会貢献になる

震災の復興も、新しい学ぶ空間づくりの実現も、長期的な視点で取り組まなければいけません。企業活動に利益は必要ですが、目先の利益を追いかけるだけではないかなと思うのです。

社員には「仕事が10あったら、そのうち3つは笑顔になれる仕事をしよう」と言っています。「デコノートワークショップ」に参加した社員は、心からの笑顔を見せていました。充実感の持てる仕事、自分が貢献できている、役立っていると思える仕事をしていたら笑顔になれるでしょう。現実には楽しいことばかりじゃないですから、7つはガマン。残りの3つで「ああ、いい仕事をしたな」と思えたらいい。

事業そのものがCSRであるように、働くことそのものが社会の誰かに貢献している。そんな働き方を志しながら、地域に寄り添った復興支援を今後も続けていきます。

※関連情報「[明日のノート デコノートワークショップ](#)」



復興に携わる社員の思い



お世話になった人たちのためにできることを

震災発生時、私は海沿いにある合同庁舎で打合せをしていました。被害がひどかった気仙沼です。大津波警報が鳴り響くなか、車で高台を目指しました。津波からは逃れられたものの、ガソリンと携帯の電池が切れてしまいました。販売店さんでガソリンをわけてもらい、仙台に戻ることができたのは3日後。10年間この地区を担当し土地勤があったので、生き延びることができたのだと思います。

仙台も被災していましたが、少ないとはいえ食料があり、暖を取る方法もありました。しかし津波の被害を受けた地域では、交通が寸断され支援物資が届かず、大勢の方が寒さと空腹に耐えている。とにかく助けたい、と強く思いました。コクヨ各社からの支援物資を秋田に集約し、交通が遮断されていない内陸ルートを使って、いち早く避難所に届けることができました。社員の思いをひとつにし、連携しあえたことを嬉しく思います。

東北は人情的で温かい人が多いところですが、反面、よそ者を受け入れない風土があるので、担当として受け入れてもらうまでには時間がかかりました。年数を重ね、人柄を知ってもらって、輪の中に入れた。中に入ると、東北の人たちの温かさが身にしみてわかるんです。今は、お世話になった東北の人たちへ恩返しをしたいという気持ちが大きいです。



コクヨ東北販売 仙台支店 課長 平山 亮

震災後の混乱を乗り切ったのは「人の力」

震災が起きた3月11日は、年度末へ向けた納品のピーク期でした。物量が多い時期に物流が止まり、現場は大混乱に陥りました。

システム上では出荷している商品が、実際にはお届けできない状況が発生する。被災していない地域のお客様からは「なぜ商品が届かないんだ」という苦情が届く。システムでは対応できないトラブルが相次ぎ、社員が目で見確認し、手作業で伝票を書くというアナログ対応に切り替えました。被災地ではトラック1台を走らせることが貴重でした。ガソリンをムダにしないよう、納品時間の調整を徹底しました。やるべきことが次から次へと増えていきます。大阪と東京では営業活動を一旦停止し、受発注にマンパワーを注入しました。こうした全社の協力体制により、震災後の混乱を乗り切ることができました。

あれから1年。復興は単純な一本道ではないようです。現地に来てみると、東京で得られる情報だけではわからない、それぞれの地域の事情があることに気づきました。私たちからの片側通行の提案や思いだけでは何もできません。お客様との接点を大切に、現地の声をくみ上げることが、より重要になってくるだろうと強く思います。



コクヨファニチャー 官公庁営業部 東北室 室長 伊達 正



お客様の要望に応えることが復興につながる

震災直後は、オフィス家具の納品と引越しのご依頼があとを絶たず、マンパワーが足りない状況でした。とにかく商品をお届けすることに注力し、お客様の緊急度に応じてできる限りの対応をしました。

電気が止まっている高層ビルでは、階段で上るのに10分以上かかります。これを機に、高層階ほど人気があるという常識が変わりました。実際、同じビルの20階から3階へ引越すというご依頼もありました。

「背の高い家具を固定してほしい」というご依頼も多くありました。ただ、今回のように規模の大きな地震がくると、固定していても倒れてしまう可能性があります。万が一家具が倒れても、通路をふさがないレイアウトをご提案しました。

何をすることが一番お客様の役に立つのか。お客様のご要望に耳を傾けるのと同時に、自分たちからもアイデアを提案するようにしています。「復興のために」ではなく、「お客様のために」できることをひとつずつ実行していく。それが結果として復興に役立つ。そんな地に足のついた活動を続けていきたいと思えます。



コクヨファニチャー 東日本復興室 室長
今 教孝

女川町の復興の第1歩をともに



マイナスからのスタートで魚市場を再開

津波の被害を受け、女川の水産業は壊滅的な状態に陥りました。職員全員でこれからどうするかを話し合いました。正直、魚市場の再開は難しい状況でした。あたりはガレキだらけ。水揚げ岸壁は破壊され、漁船が泊められない。買受人がいない。水産加工業者がいない。しかし市場を開かなければ、水産業の町である女川の復興は難しいでしょう。「みんなでやってみっぺ」職員の給料を30%カットすることに同意してもらい、魚市場再建へのスタートを切りました。

まずは建物の中のガレキを撤去しました。ものすごい量です。機械は何もありません。NPOやボランティアに手伝ってもらい、2カ月かけて片付けました。水揚げ岸壁の修復は急務でした。女川町と宮城県に一刻も早く修復するようお願いしました。秋のサンマ漁までにはと思っていたのですが、非常に早く対応してもらい、7月1日に再開することができました。

施設の復旧も課題でした。建物も機材もすべてがなくなっています。これまでは黒字経営でしたが、震災によって1億円以上の売掛金の回収が見込めなくなりました。債務超過になってしまったため、銀行からの借入れは絶望的です。女川町に1千万円の増資を頼んだところ、議会で承認され、さらに、設備に対して約1億円の補助金を出していただきました。また、コクヨさんをはじめ、さまざまな団体からご支援をいただきました。コクヨさんも参加されている「[希望の烽火プロジェクト](#)」からは冷凍冷蔵コンテナ、リフト、タンクなど多くの支援をいただきました。みなさま方には衷心より御礼申し上げます。

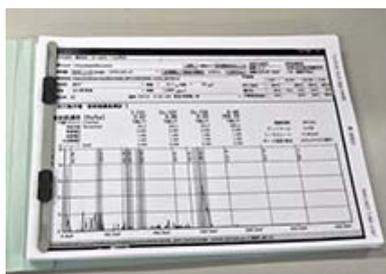
最大の問題は、2012年以降、利益を出せるかどうかです。通常は70億円の売上げがないと赤字となります。黒字化を達成するために、5カ年計画を立てました。

実現は簡単ではありません。

それでも前に進むため、共同の加工場を2012年度中に2つ建てる予定です。6000トンの共同利用冷蔵庫も設置します。個人や単体では難しいことでも、共同でなら実現できるかもしれません。小さな町だからこそ、ひとつになりやすい。困難な道のりですが、みんなで力を合わせて、女川の町と水産業を復興していきたいと思えます。



株式会社女川魚市場 代表取締役専務
加藤 實氏



「放射能検査を毎日実施しています。安全な魚しか出荷していませんので、安心して食べてください」(加藤さん)

女川町の復興は、水産業の復興とともに

復興にはスピードが大切です。女川町では、水産加工エリアを指定した新しい町づくりとともに、土地のかさ上げを計画しています。女川を復興するためには、町づくり、水産業の再建、どちらも同じようにスピードを上げてやっていく必要があるのです。

コクヨさんは動きが早かった。震災後すぐに来てくれて、「なにか支援するものはないですか」と単独で寄付のお声がけをしてくださいました。魚市場だけでなく買受人協同組合にも、会議テーブルや机、ロッカーなど事務用品を寄付していただきました。ありがとうございました。

女川はサンマとギンザケが有名な漁港です。サンマは本州一を争う漁獲量でした。震災前の活気を取り戻すためにも、1日も早くそれぞれの施設を復旧し、水揚げ量を増やしていきたいと考えています。



女川町役場水産農林課 課長補佐
市場担当 遠藤 哲也氏

担当者の声

被災地の現実を知り、思いを新たに

被災地では、何もない空間にショベルカーの音だけがゴンゴンと響いています。テレビの映像を見ているのとは違う、五感を通じて届く現実——。

震災時、私は東京勤務でした。自分に何かできることはないか。さまざまな思いが胸にわき、希望して5月から復興推進本部に入りました。

実際に被災地の現実を目の当たりにすると、言葉が出ないほどの衝撃でした。同時に、改めて我々にできることを精一杯やろうと強く思いました。コクヨとしてできる限りの寄付を進めると並行して、民間企業やボランティア・NPOと一緒に被災地でイベントを開催したり、官民交えて街づくりのアイデアを交換しあったりしています。

震災は東北だけの問題ではありません。日本全国、さらには世界のさまざまな地域でも経験する可能性があります。今回の震災によって、過疎や高齢化、雇用などの問題がより顕在化したと思います。地震対策とあわせて、地域活性化に役立つノウハウをつくることができれば、いずれ他の地域でも役立てられるでしょう。今後、コクヨが世界から求められる企業になるためにも、まずは今、東北の人たちに必要とされるお手伝いをしたいと思っています。



コクヨファニチャー 官公庁営業部
東北室 清水 康伸

石巻の子どもたち、先生方が本当に必要なものを



津波の被害を乗り越え、学校再開へ

地震が発生したのは14時46分でした。これまでにない大きな揺れのあと、学校に残っていた児童を3階と4階に避難させました。住民の方々も避難してきました。南側から津波が押し寄せてくるのが見えました。流されてきた乗用車が折り重なり、昇降口のガラスを突き破りました。度重なる余震に築40年以上の校舎がもつか心配でしたが、前年に耐震工事をしていたのが幸いでした。

残念なことに、亡くなってしまった子どもたちもいました。授業が終わって帰っていた子や、地震のあと保護者と一緒に自宅に帰った子が、津波に巻き込まれてしまったのです。無事だった子どもたちのために、卒業式と修了式を行いたいと考えました。泥だらけだった体育館は、ボランティアの方々にきれいにしてもらいました。また、子どもたちは各避難所などに居て連絡が取りづらかったのですが、テレビ局やラジオ局にも告知協力してもらって、3月30日に式を行うことができました。

子どもたちには、心の傷を引きずらないこととあわせて、こらからは危機意識を持ってほしいと思います。何かあったときには、自分の身を守って生き延びてほしい。切なる思いです。



石巻市立釜小学校
校長 津田 浩氏(右)
主幹兼事務長 星 正実氏(左)

安心して使える机とイスを

津波のあと、机やイスには泥がびっしりこびりついていました。苦勞して洗ったのですが、1カ月もすると全部サビてしまいました。サビのざらつく部分で手を傷つける子もいて困っていたところ、コクヨさんから寄付の申し出がありました。

新しい机とイスをもらって、子どもたちは大喜びでした。ありがとうございました。

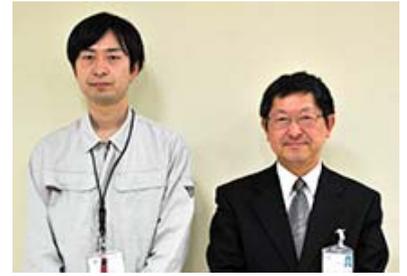


一度海水につかってしまった机やイスは、洗っても時間が経つとサビてしまう。

教育環境復旧と子どもたちの心のケアを

宮城県の教育委員会は4月21日を学校再開の目標に設定しました。問題となったのは、子どもたちの勉強場所の確保でした。学校では、避難してきた大勢の人が24時間生活をしています。できるだけ自宅へ戻ってもらったり、体育館や特別教室へ移動してもらったりして、教室をあけてもらいました。

学校が再開すると、子どもたちは友だちに会えて喜んでいました。友だちと痛みを分かち合うことは、心のケアにつながります。さらなる心のケアのために、各学校にソーシャルワーカーを配置しました。子どもたちには心の傷を乗り越えて、経験を今後に生かしてほしいと思っています。



石巻市教育委員会 学校管理課
課長 菅原 正好氏(右)
財務グループ 主任主事 武山 壯氏(左)

寄付する側の都合ではない、本当の支援

支援には、寄付者の思い入れがあります。「子どもたちのために」という支援が多く、ランドセルは新入学のこどもの数の3倍も届けられました。しかし、教師用の備品の支援をしてくれるところがなくて困っていました。

そんなとき、コクヨさんから「コクヨ製品なら何でも支援しますから、必要なものをおっしゃってください」というお申し出がありました。こちらの要望を聞いてくださることに感動しました。

学校の被害状況に合わせて、教師用の机やイスのほか、生徒用まで支援していただき、とても助かりました。大変な数の机やイスが流されたり、水に浸かってしまったので、学校再開までにどうやって用意しようか頭を悩ませていたのです。おかげで今、子どもたちは学校に通い勉強することができています。



「最も重要なのは、教材を揃えることではなく、子どもたちが安心して授業に集中できる環境を整えること、つまり、机やイスなどの備品を用意することです」と武山さん。

担当者の声

復興支援も事業活動も、根本は信頼

役場や学校、病院、老人ケア施設などにコクヨ製品を寄付させていただいたり、2つのことを決めました。

ひとつは、必要だと言われたものをできる限りご要望に添ったように寄付すること。ふだんの営業活動でも、お客様の望みを実現することを1番に考えています。相手に喜んでもらって信頼を得る。その信頼がいつか私たちの利益になり、まわりの人たちの利益にもなる。それは寄付でも同じだと思うのです。

もうひとつは、廃番品や中古品ではなく、新しい製品をお届けすること。復興はいわば新しいスタートです。新しい製品を使っていただくことで、明るい気持ちになってほしいと思いました。

これまで、人と人のつながりを大切にしてきました。できるだけ電話で済ませず直接お伺いするように、また、製品のお届け時には立ち会うよう心がけています。営業でも、寄付でも、同じです。日ごろから信頼関係を築くことで、何かがあったときには「コクヨにお願いしたい」と思ってもらえたら嬉しいですね。



コクヨファニチャー 官公庁営業部
東北室 リーダー 八田 元

「書くこと・描くこと」で子どもたちを笑顔に



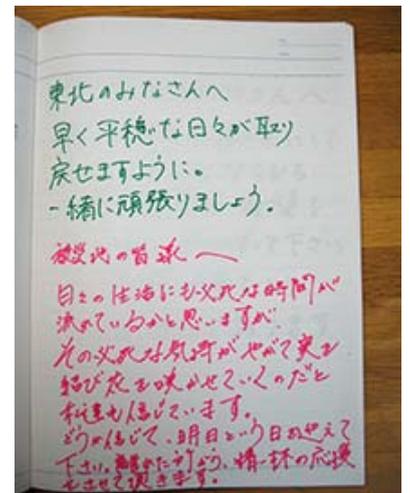
「明日のノート！」プロジェクトとは、創業以来100余年にわたり紙製品を作ってきたコクヨグループが、紙に「書くこと・描くこと」で少しでも元気になってほしいという思いで、東北の子どもたちに向けて展開する支援活動です。活動の形態は2つに分けられ、「デコノートワークショップ」の開催と子どもたちのメッセージや作品を紹介するウェブサイト「明日のノート！」の運営があります。



国見サービスエリア 名鉄レストラン

ノートの持つ力

震災後、自治体や学校を訪問し、ノートや文房具、家具などの物資提供を行いました。そんな中、私たちは被災地の各地で思わぬかたちでノートが使われていることを知ることになります。ボランティアセンター、避難所、公共施設などにノートが設置され、被災者やボランティアで被災地を訪れた方たちが、1冊のノートに今のリアルな思い、励ましのメッセージ、支援への感謝の言葉などを綴っていました。私たちは改めてノートや紙に書くことの持つ力に気付かされた思いでした。それが今回のプロジェクトを始めるに至ったきっかけです。文房具の提供などで子どもたちと触れ合う機会が多かったこともあり、現在のテーマが決まっていきました。



仙台中央郵便局

被災地でワークショップを開催

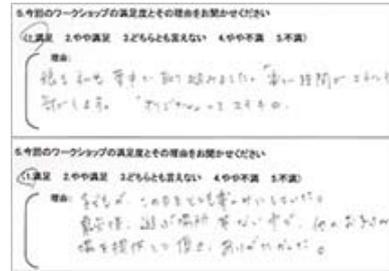
2011年8月から、地域の販売店、教育委員会、新聞社、NPOなどさまざまな方にご協力いただき、主に小・中学生を対象としたノート
の表紙をマーカーやシールでデコレーションするワークショップを継続的に開催しています。宮城県仙台市での開催を皮切りに、福
島県会津若松市、岩手県山田町、福島県南相馬市と2、3ヶ月に1度のペースでの実施です。1回約1時間のワークショップですが、
子どもたちは夢中になって取り組みます。たくさんのシールやカラフルなマーカー、かわいらしい柄のマスキング・テープに大興奮し
ながら、創造力を働かせて思い思いの作品を作り上げます。被災地では子どもたちが遊びにくい状況が続いており、保護者の方々
からもワークショップが子どもたちにとって良い遊び場になったと、喜びのお言葉をたくさんいただいています。今後も一人でも多くの
子どもたちが元気になれるよう、継続して活動を続けていきます。



「世界に一つだけのノート」をうれしそうに見せる子どもたち



夢中でデコノートづくりに取り組む子どもたち。その笑顔を見て、社員も笑顔に。

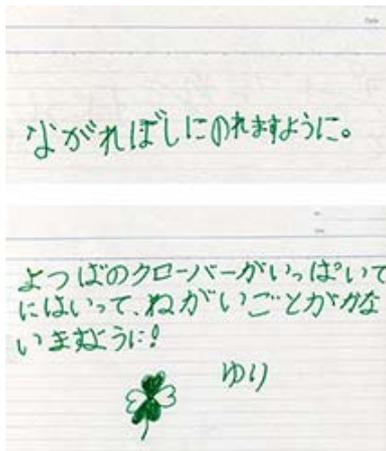


アンケートには「震災後、遊び場所等ない中で他のお子さんとも触れ合える場を提供していただき、ありがたかった」といった声も。

ウェブサイトで子どもたちのメッセージを紹介

ウェブサイト「明日のノート！」を立ち上げ、ワークショップなどで出会った子どもたちがノートに書いてくれたメッセージや作品を紹介しています。子どもたちはノートのページいっぱい、自分たちの夢や願いを元気よく描きます。その元気を、ウェブサイトで子どもたちの作品をご覧になった方々にも届けたい、そして皆さんが震災のことを改めて考えるきっかけになりたいと考えています。

※関連情報「[明日のノート!](#)」



担当者の声

「あと5分です！」ワークショップのスタッフが、終了時刻が近いことを伝えるアナウンスに沸き起こる「え～！！」という子どもたちの声。楽しんでくれているんだ！とほっと胸を撫で下ろす瞬間です。

私たちの知りえない苦労があるとは思いますが、ワークショップで会う子どもたちはとにかく元気で、目をキラキラ輝かせながらノートと格闘しています。子どもたちに元気になってもらうために実施している活動ですが、逆にスタッフがたくさんの元気をもらっています。そしてウェブサイト「明日のノート！」は、この元気を皆さんにも届けたいという思いで、子どもたちの作品を紹介させていただいています。

今回の甚大で広範囲な被害を考えたとき、一企業ですべての人、困りごとに対し支援を行えるわけではない、だからこそテーマを決めてコクヨだからこそ皆さんのお役に立てることを行いたいと考えました。小さな活動ではありますが、社内外の多くの方々にご協力いただきながら、継続的に実施していきたいと考えています。



コクヨ 広報コミュニケーション部 星 剛

「文字を書く」「絵を描く」といった創作活動が震災後のストレスケアに有効であるという話を聞きました。ノートに素直な気持ちを書きとめ将来の成長に結び付けてもらえれば、という願いから、コクヨの「明日のノート！」プロジェクトのメンバーとともに福島県南相馬市などで「デコノートワークショップ」を開催しました。

子どもたちはキラキラとした笑顔で楽しんでくれました。そればかりではなく、ワークショップが終わると、参加したお母さんたちから、「子どもがあんなに熱中し、楽しそうにしている姿をみて本当にうれしくなりました」、「親の都合で子どもたちを避難させることが出来ずに申し訳ない気持ちですが、皆様からの支援は、親の私たちにとってもとても有り難く、感謝の気持ちでいっぱいです。」といったお礼の言葉をいただきました。子どもたちだけでなく、保護者の方々にもこれほど喜んでもらえるとは予想外でした。たった1冊のノートが、気持ちを明るくしたり、思いを伝えたり、人の心をあたたくしたりできる。「商品を通じて社会に貢献する」というコクヨの理念を体現する、コクヨらしい支援ができたように思います。



コクヨ東北販売 経営戦略室 櫻田 知絵

CSRの考え方及び推進体制

創業者の考えに基づき、グループ全社に共通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

コクヨグループは、1905年に創業者 黒田善太郎が小さな和帳の表紙店を開いたことから始まりました。薄い和紙を何枚も重ねていく和紙の表紙作りは、当時「カスの商売」と言われるほど地味な仕事でしたが、誰もやりたがらない面倒な仕事を続けることで世の中の役に立とうと決めた創業者は、生涯その信念を貫き通しました。以来、100年以上の間、創業者の心構えを明文化した「経営の信條」とそこから導かれた「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念を規範として事業を続けています。

2004年、創業以来の企業理念に基づき、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（2012年一部改定）。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ています。



CSR推進体制

すべてのステークホルダーとの調和を図りながら、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CSR推進体制の強化を進めています。

透明で適切かつ効率的な経営の再現性と継続性が担保されることを目指し、コーポレート・ガバナンス体制※1を構築しています。また事業や業務が不正なく、誤りなく、効率よく遂行されるように、内部統制システムを構築、運用し、継続的に改善、充実を図っています。

※1 コーポレート・ガバナンス体制については「[コーポレートガバナンス](#)」を参照。

グループ本社にCSR統括部門を設置し、拡大するグループ全体のCSR推進体制を強化していきます。内部統制関連の主な委員会（リスク委員会、投融資審議会、J-SOX委員会）に加え、中央安全衛生委員会、ダイバーシティ推進委員会、環境委員会を設置、継続運用しています。これらの委員会では担当役員が委員長となり、複数の関連部署からメンバーを選出しており、それぞれの専門的見地から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。

コクヨCSR憲章

コクヨ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」という企業理念のもと、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、すべてのステークホルダー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. すべての商品・サービスにおいて現状に満足することなくより高い安全性と品質を追求し続けていきます。
2. 新しい商品・サービスを開発し、事業を通じて社会を革新し続ける企業を目指します。

地域社会

1. 国または地域の文化や習慣を尊重し、その発展に寄与するため、地域社会へ積極的に参画し、信頼される「良き企業市民」を目指します。

環境保全

1. 地球環境問題を、全世界共通の課題と捉え、その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. エコプロダクツの開発において、そのライフサイクル全体での環境負荷低減に向けて、新たな環境技術の導入やグリーン調達に取り組みます。
3. 低炭素社会をふさわしい働き方や空間を提案することで、ワークスタイルの変革をもたらし、社会全体の環境負荷低減に貢献していきます。

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や異なる発想・価値を受け入れ、多様な人財がその能力を十分に発揮し、成長できる企業を目指します。

コンプライアンス推進

海外でのコンプライアンス啓発活動に力を入れています

「真のアジア企業」を目指し、これまでの国内活動に加えて海外でのコンプライアンス啓発活動を始めました。

コクヨグループでは、2008年以來いくつかの不祥事(※)を教訓に、コクヨグループ社員全員が、法令等の遵守はもとより、企業市民として常に誠実で正しい判断に基づき行動することを企業活動の前提と位置づけ、活動しています。2009年からディスカッション型のコンプライアンス研修(以下CPD)を継続しており、今年度は中国をはじめとする海外の各拠点でも順次実施していきます。

※ 関連情報:「[当社連結子会社従業員による不正行為に関するお詫び\(2008年7月\)](#)」

「[フリーアクセスフロア資材に関する品質性能評価の不正取得と製品検証結果に関して\(2010年11月\)](#)」

ディスカッション型研修の継続

2009年以降国内事業所では、毎年CPDを実施しています。参加者は各職場の業務内容を踏まえて作られた模擬事例を活用し、設問に沿って気付いたことを発言し、問題点の共有をします。更に原因の追究や改善のポイントを考えることで、不祥事などのリスクを未然に防ぐ感度を上げる事を目的としています。

終了後のアンケートでは、受講者の100%がこの研修に「意義があった」と回答しており、「自ら考え発言したり、また他の人や別のグループの意見を聞くことで、新しい気付きを得ることができ、今後の業務に役立つ、または深く考えさせられた」との感想がありました。

2009年度からの延べ受講者人数は約1600名、そのうち2011年度は約480名の社員が研修を行いました。

定期的な知財・法務研修を実施

CPDの一方で、知財・法務の知識を身につけるための啓発研修を法務部主催で定期的実施しています。

各事業会社の課題に合わせたテーマを取り上げ、適切な法令の知識を理解することにより、意識と知識の底上げを図っています。

2011年度は、コクヨS&T、カウネットそれぞれ下記のテーマで研修を行いました。

	テーマ
コクヨS&T	(1)「契約に関する勉強会」 (2)「パートナーとの製品開発における法務と知財の留意点」
カウネット	「パートナーとの製品開発における法務と知財の留意点」



研修の様子

2012年度も、引き続きコクヨS&T、カウネット、コクヨファニチャーの各社において「知財・法務研修」や「貿易実務研修」など、各事業の内容に合ったテーマで研修を継続実施していきます。

中国でコンプライアンス研修を実施

今年から特に、海外現地法人で採用された社員に向けてのコンプライアンス研修に力を入れています。

コンプライアンスを意識しない行動により、企業が受けるダメージの大きさを受講者全員が実感できるよう、過去の具体的な事例を踏まえて説明すると共に、内部通報制度「コクヨホットライン」の紹介を行っています。

今年度は中国ですでに実施しており、今後、ベトナム、インドなどでも啓発活動を行っていく予定です。

新行動基準とホットラインの整備

これまでコクヨグループ社員の守るべきルールの一つとして、「コクヨグループ企業倫理綱領」がありましたが、近年のグローバル化に合わせ海外社員にも適応できるような内容に刷新し、各国の現地事情にも対応した「行動基準」を作成中です。また、その内容をグループ全社員の一人ひとりに理解してもらい、理解した証として、誓約書にサインをしてもらう予定です。また、これまで国内に限られていたホットラインを海外からでも相談できるよう、整備しています。

真のアジア企業に向けて、国内のみならず海外においても、またコクヨグループ全社員およびすべての経営者が常に誠実で正しい行動をとり、事業の継続に努めていきます。

ディスカッション研修推進者の声

今回、カウネットではCPDの題材として、研修用に作った架空のケースではなく、実際過去に自社で起きた不祥事になり得る可能性があった4事例を取り上げ、その内容でCPDを実施しました。

各グループ毎にトラブルの原因、その対応、再発防止策…などを徹底的に話し合い、意見を共有しました。過去に起きた出来事を改めて社員全員で共有し確認する事で、日々の業務において表面上だけでなく、一人ひとりの頭の中にチェックリストが出来上がり、小さな事でも取引先や社員同士で必ず確認する習慣ができて、実践され、不祥事の芽が発生しにくくなって来ているように見受けられます。



カウネット 取締役 中野 浩志

ディスカッション受講者の声

個人的にはCPDを終えてから、何か問題が発生したら考え込むよりも動くようになりました。具体的には初動で多くの視点をつぎ込み、それを踏まえてゴール地点を決めることを心がけています。他にも一人で対応できる限界を早期に見極めることで、早いうちに関係者を巻き込める様になりました。周囲でも同じ心がけがあると思うのですが、部門内においても物事の共有が広まり、解決のスピードが上がった気がします。開発部員全員の取組みとして、CPD終了後の12月から「座談会」を始めました。まずは職場の中に潜んでいる不満・不安・疑問について腹を割って話し合い、それらを可視化して体系立てて整理しました。これからはマイナス要因をプラスに変えるためのアイデアを出し合い、より良い製品開発につながるような前向きな座談会を継続していくつもりです。



コクヨファニチャー 戦略統括部
大江 孝明

株主への責任・SRI評価

企業価値を高めることを株主・投資家の皆さまへの責務と認識し、透明かつ健全な企業経営を堅持するとともに正確かつ迅速な情報開示に努めています。

経営活動の透明性向上

1) IR活動

機関投資家、証券アナリストの皆さまに対し、投資判断に必要な情報を公平かつ継続的に開示することを目的として、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説明しています。

2) 情報公開

各証券取引所の定める「上場有価証券の発行者の会社情報の適時開示等に関する規則」等(以下「適時開示規則」)に従い、情報開示を行っています。また、適時開示規則に該当しない情報についても、投資家の皆さまの理解の一助となると判断した情報は適切な方法によりできる限り積極的かつ公平に開示することを基本方針とし、当社のホームページにおいて速やかな開示に努めています。

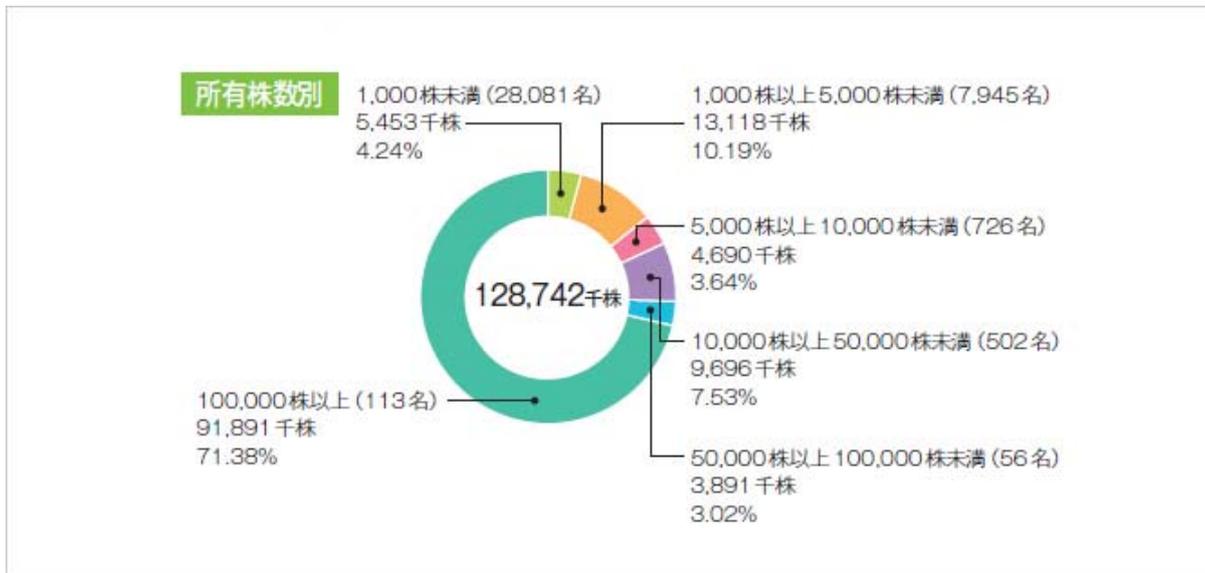
また、2011年12月に株主・投資家向けホームページをリニューアルしました。過去20年以上の有価証券報告書や財務ハイライト等情報を充実させるとともに、ユーザビリティを改善しました。今後も、より分かりやすく使いやすいホームページへと一層の機能強化を図ります。

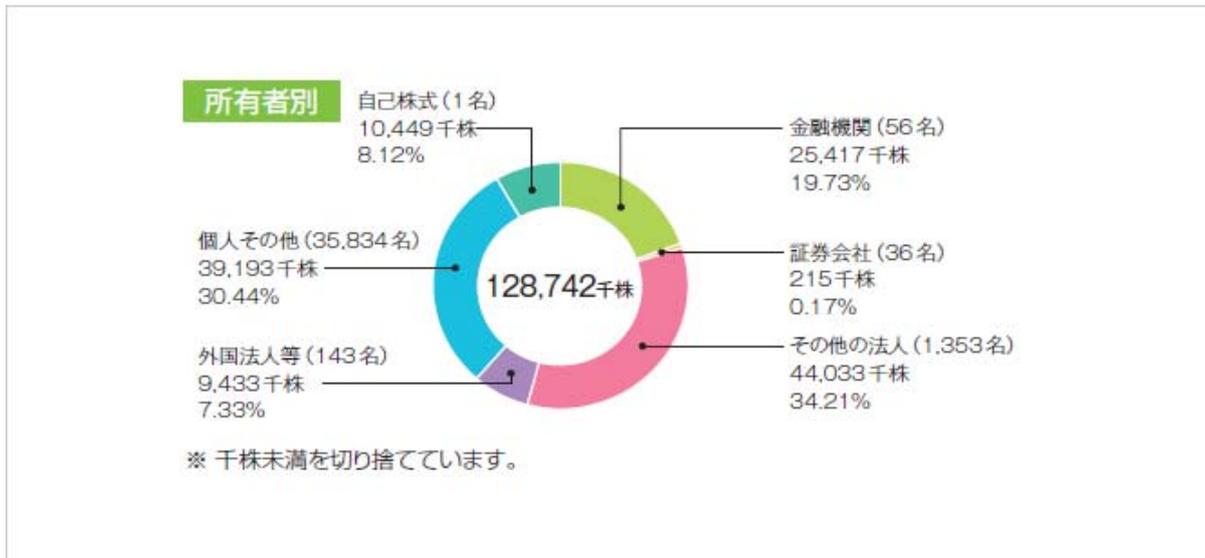
※ 関連情報:「[IRニュース](#)」



2月22日、ココヨ東京ショールーム2階で2011年12月期決算説明会開催。

■ 株式分布状況





株式と株主の状況

2011年12月末現在の発行株式総数は128,742,463株、発行可能株式総数は398,000,000株。総株主数は37,423名です。

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%以上を目処とした配当を実施しています。年間配当金は、過去10年以上にわたり1株当たり15円を維持しており(記念配当、9カ月決算除く)、2011年度につきましても年間配当金は1株当たり15円(中間7円50銭、期末7円50銭)を実施しました。

内部留保資金につきましては、経営体質の一層の強化と将来の企業価値を高めるための投資に活用していきます。

SRIインデックス採用状況

企業の社会的責任投資(SRI)が、特に欧米を中心に拡大しています。SRIインデックスは、環境対策、人権・雇用への対応、コーポレートガバナンスなどCSR活動で一定の水準を満たした企業のみで構成される株価指数です。

現在、コクヨグループは、(※1)「FTSE4Good」、(※2)「ETHIBEL Pioneer」「ETHIBEL Excellence」に選定されています。

※1 FTSE社(ロンドン証券取引所の100%子会社)が開発

※2 ベルギーに拠点を置く非営利組織であるエティベルが開発



自治体庁舎窓口向けロビーチェア「マドレ」

訪れる人の気持ちに寄り添い、より多くの気配りをかたちに

小規模自治体の待合空間に設置する窓口向けロビーチェア「Madre(マドレ)」を、2011年11月に発売しました。ターゲット空間を絞り込み、利用者の動きや気持ちの変化への配慮を製品に盛り込むことで、より多くの市民に気持ちよく使っていただける窓口向けのロビーチェアを目指しました。

※ 関連情報:「[商品プレスリリース](#)」



自治体窓口向けロビーチェア<Madre(マドレ)>

自治体庁舎への提案

コクヨファニチャー(株)では、平成以降の市町村合併を契機に、数多くの自治体庁舎における窓口周辺のオフィス環境整備を手がけ、現在まで豊富な実績と改善ノウハウを蓄積してきました。

特に自治体庁舎の待合は、多様な市民が訪れる場所であり自治体の関心も高い空間です。高齢者の増加や障害者の社会進出など社会の動きを考えると、これまで以上に安全で快適に利用できる空間が求められますが、当時のコクヨファニチャーでは、特化した提案をできずにいました。そこで、我々は多様な利用者を想定した窓口向けのロビーチェアの開発をスタートさせたのです。

ユーザー参加型ワークショップでの対話

開発の過程で我々が大切にしたのは、利用者の声に徹底的に耳を傾けることです。長年家具の開発に携わっていると、どうしても固定観念や製造上の制限が頭に浮かんでしまい、利用者のリアルな困りごとが見えにくくなることがあります。またネット調査などでは顧客の顕在化した困りごとしか吸い上げられず、顧客の期待を超えるような商品をつくりあげるには不十分です。そこで我々が試みたのがユーザー参加型のワークショップです。ワークショップでは、車イス利用者や四肢の麻痺、視覚障害を持つ障害者の方々に参加していただき、現行品の使いにくさや試作品の改善点を見つける検証を行いました。動きや筋力に制限のある彼らはちょっとした使いにくさにも非常に敏感で、開発メンバーが見落としてしまいそうな細かな点や、思いも寄らなかった視点を与えてくれる非常に重要な存在でした。また、会話を重ねる中で彼らが感じている「気を使う」、「焦る」、「居心地が悪い」などの心理的なストレスも知ることができ、彼らの困りごととは多くの人の困りごとに通じるため、製品化に向けた大きなヒントを得ることができました。



ユーザー参加型ワークショップの風景

来庁者の居場所づくり

例えば、車イス利用者が庁舎の待合でまず困るのは「どこで待てば良いか」だそうです。ロビーチェアの横につけると通路をふさいでしまい他の利用者の邪魔になってしまうが、かといって後ろに居ると呼ばれてから移動に時間がかかるため他の人を待たせることになってしまう、というのです。我々は彼らが待つ場所を探すことにここまで苦勞をしているなど考えてもいなかったのが非常に驚くとともに、使いやすさを商品単体だけでなく、レイアウト全体でも解決しようとする視野が広がったきっかけになりました。

ここで得た気づきは、車イス利用者が自然に居場所を確保できるくぼみのあるレイアウトをつくり、それを構成できるバリエーションを揃えることに生かしました。実際に試作を並べて検証してみると、車イス利用者はもちろんのこと、ベビーカーやシルバーカー、キャリーバッグなどを使う場合にも有効に機能することが分かりました。

より多くの人が気遣いなく過ごせる空間を目指して

ワークショップを通じて改めて気づいたのは、我々が提供する商品はロビーチェア単体であったとしても、そこを訪れる多くの人が気持ちよく快適に利用できるというような心理面も意識することが大切であるということです。

ワークショップは顧客の声を聞くひとつの方法ではありますが、まだまだたくさんの家具や空間に対して、マドレのような取り組みを続けていく必要があると感じています。これから数年で全国の多くの自治体庁舎が建替え時期を迎えます。今後何十年も使われる庁舎だからこそ、より多くの人が気遣いなく過ごせる空間を提供していきます。

担当者の声

熊本県熊本市は2012年4月1日の政令指定都市化に向けて、市内に5箇所の区役所新設を検討されておりました。熊本市はユニバーサルデザインに熱心なことで全国でも有名で、マドレをご提案したところ非常に興味をもっていただきました。

特に関心を寄せていただいたのはマドレの開発過程です。ワークショップに参加した営業担当者が詳細を説明したところ、障害のあるユーザーの困りごとから普遍的な困りごとを導き出したところ、会話を通して心理的な負担にも目を向けたところに評価をいただきました。

また、この度、ドイツの「Universal Design Award 2012」を受賞しました。

※ 関連情報:「[受賞プレスリリース](#)」



コクヨファニチャー
TCMバリューユニット 官公庁TCM
加藤 田歌



熊本市西区役所様における納入例

こども目線の空間構築

「こども」目線に立った「こども」のための空間構築の取り組み

コクヨではオフィス空間構築で養ってきたノウハウを活かし、2010年より保育園や幼稚園、企業内託児所といった「こども」のための空間構築にも取り組みをはじめました。オフィスでは家具はもちろんレイアウトや働き方などの環境全体を考え、空間構築をすることで、ワーカーの生産性の向上やコミュニケーションの促進を実現してきました。そのような体験から、「こども」の環境でも同様に空間でこどもの育ちをサポートすることが実現できると考えています。「こども」にとって初めて社会に接する場となる保育園・幼稚園・企業内託児所といった空間構築を通してこれからの「こども」の育ちをサポートしていきます。



エッグガーデン(NTTデータ様)

『場所育』…「場」でこどもの育ちのサポートを実現

コクヨはこどもが過ごす「場」の質が、こどもたちの創造的な成長の質を高めると考え、空間やモノを通してこどもの育ちをサポートする「場所育」環境のご提案を行なっています。

場所育を実現するためには、環境づくりのプロセスが大切です。

こども目線で考える、大人(保育士)やこどもとの対話を大切にする、大人(保育士)に場の成り立ちを理解してもらう、こどもの活動をもとに磨きをかけるといったプロセスを重視し、最適な環境を構築していきます。

また、場所育には子どもたちへの仕掛けづくりが欠かせません。

気づきや好奇心を持つための工夫や、自ら行動を起こす「自発」を促す仕掛け、他のこどもや大人とコミュニケーションが自然に増える仕掛けなどをご提案しています。



こどもたちと保育士と一緒に作った家具
(新宿区私立認可保育園)

企業のダイバシティ推進を空間構築でサポート

株式会社NTTデータ様 企業内託児所「エッグガーデン」(※)

「エッグガーデン」(※)は、株式会社NTTデータ様の社員向け企業内託児所として、2011年12月にサービスが開始されました。待機児童問題に問題意識を持つ「社員プロジェクト」の提案をきっかけとして託児所設立の検討が始まり、仕事と子育ての両立を支援する人事施策の一つとして計画されました。社員が安心して子どもを産み育て、予定通り復職できる環境を整えることにより、社員のキャリア継続を支えていくための施設です。

計画にあたっては、保育の方針「ともに育つ。ともに育む。」という理念をベースに、安心・安全で自発的な成長を促す環境作りや、NTTデータ様の企業ブランドに相応しい施設作りを目指しました。

※「エッグガーデン」は、NTTデータ様にて日本国内での商標を登録申請中です。



担当者の声

今回、空間を設計するにあたっては、「こどもの目線で考える」というポイントを一番大事にしました。NTTデータ様のご担当者(施設面/運営面)やワーキンググループの方々とディスカッションをする中で、こどもにとって安心して過ごせる環境を実現することが何より大事であると感じました。7m以上の天井高の吹き抜け空間は大人にとっては気持ちよいかもかもしれませんが、こどもが過ごす環境としては適さない面もあります。そこでいろいろと議論した結果、既存の天井の下にもうひとつ仮想の屋根をかけ、まるで「家」の中にいるような空間にしようということになりました。関係者の方々と議論を深めることで、「こどもの目線」で設計・デザインが進められたのではないかと思います。



コクヨファニチャー
スペースソリューション本部
SVUデザイングループ 野島 耕平

「こどもの目線で考える」というコンセプトをPJメンバーそれぞれが考え模型やモックアップで検証することで、一つ一つのディテールやカラーを慎重にデザインしていくことが出来ました。また、子どもの安心安全という観点では、コクヨの培ったノウハウを、特注家具や建具デザインに反映していくことで、子どもが自由に遊び回れる空間が実現できたと思います。



コクヨファニチャー
スペースソリューション本部
SVUデザイングループ 岡本 悠

人とのつきあいを大事にするノート

お客様の声からライフイベントサポートシリーズ第3弾へ

第3弾は“人とのつきあいを大事にするノート”

冠婚葬祭や贈答の記録、親戚や友人知人との日常的なつきあいなど、日々のおつきあいに必要なことを一冊にまとめて記録できるノート「おつきあいノート<人とのつきあいを大事にするノート>」を、ライフイベントサポート商品の第3弾として開発しました。

第1弾「遺言書キット」及び2010年9月に発売した第2弾「エンディングノート<もしもの時に役立つノート>」は、幅広い年齢層のユーザーから大変好評を得ており、2012年3月末時点の累計出荷数は、「遺言書キット」は9万セット、「エンディングノート<もしもの時に役立つノート>」は23万冊を突破しています。

※関連情報：[「おつきあいノート<人とのつきあいを大事にするノート>」](#)



「人とのつきあいを大事にするノート」

周りの人とのつながりをもっと大事にしたいという声

「人とのつきあいを大事にするノート」は、「自分の周りの人とのつながりをもっと大事にしたいので、相手のことや贈り物のやりとりなどを忘れないように記録しておきたい」というお客様の声に応え商品化しました。先に発売していたシリーズ第2弾の「もしもの時に役立つノート」は、銀行口座やクレジットカード、ウェブサイトのIDなど、自分自身の情報を整理してまとめられるノートで、普段の生活の中で備忘録として活用できることも好評いただいています。それに対し、自分の周りの人のことやおつきあいに関する情報をまとめることができるのが「人とのつきあいを大事にするノート」です。

結婚や出産を機におつきあいが増える世代をはじめ、各世代のおつきあいに役立つよう改まった事から身近な事まで16項目を盛り込んでいます。家系図のような親族表ページや、いただいたもの一覧、さしあげたもの一覧、冠婚葬祭メモ、おつきあいのある人メモなどきめ細かく配慮して仕上げました。

担当者の声

パソコンやスマートフォンが普及する中、コクヨは『書く』ということの力、ノートの役割の大切さを再認識しています。ライフイベントサポートシリーズにおいても、「自分の手で紙に書くこと」の効果を考えながら商品開発を行っています。たとえば、手を動かして書くことでふと関連する出来事を思い出したり、書きながらこれからのおつきあいを考えたり。新しい情報を書き足したり線で消すことで、履歴の見える化もできます。また、手書きだからこそ、書いた時の気持ちやニュアンスが伝わって来たりもします。ぱらぱらとめくることで、さまざまなページにざっと目を通すことができることも、ノートという形をとる良さの一つだと思います。そのまま家族に渡せば、スムーズに確認・共有しやすいという利点もあります。

中紙には、約80年の歴史を持つ「コクヨ帳簿紙」を採用しました。なめらかな書き心地で長期保存にも適しており、長くお使いいただくことによって、大切なおつきあいのお手伝いできればと思っています。



コクヨS&T
コンシューママーケティング事業部
リテール企画部 岸田 裕子

“お客様の声からライフイベントサポートシリーズ第三弾へ”と申しております通り、この商品の開発では、ユーザーへヒアリングを何度も行い、筆記テストを重ねて“生活の中で本当に使えるページ内容”に仕上げていきました。また、おつきあいは地域や年代によっても考え方がそれぞれ違うため、独身の方、新婚さん、子育て世代、高齢者など、できるだけ様々な方に使っていただけるよう内容を吟味しています。是非大切なおつきあいに役立てていただければと思っています。



コクヨS&T
クリエイティブプロダクツ事業部
ペーパーステーションナリーVU
小笹 睦美

進化し続けるキャンパスノート

進化し続けるキャンパスノート。36年目の挑戦

1975年の発売より、皆様にご愛顧いただき、その売上はシリーズ累計24億冊以上になります。キャンパスノートは、発売以来、時代や世代に合った最適なキャンパスノートを日々追求してきました。そして2011年、ロゴデザインも含め、キャンパスノートを全面リニューアルしました。



新「キャンパスノート」

ユーザーの使い方や想いに支えられ、進化し続ける。

ノートを構成する部品は、「表紙」「中紙」「背クロス」の3つだけです。そのたった3つの部品から生み出される価値要素もたった6つ、すなわち「とし方」「材料品質」「罫線」「サイズ」「デザイン」「価格」だけです。この3つの部品と6つの価値要素に対して、ココヨはとことんこだわり続けてきました。

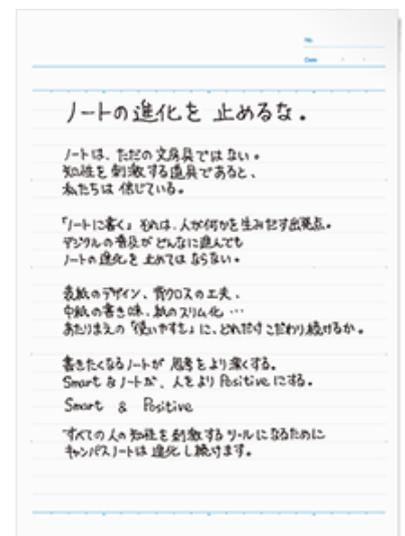
初代キャンパスノートでは、強度や書き心地など「品質」を徹底的に追求、2代目(1983年)は初代の品質を維持しながら、表紙が果たす役割に注目し、デザインにこだわり、中を見なくても罫内容が分かるよう罫線イメージを表紙に表示しました。3代目(1991年)は縦にロゴを配置することでデザインの独自性を追求、そして4代目(2000年)ではノートの低価格化が進む中、敢えて付加価値を求めて破れにくい新クロスの開発等、徹底的に材料を見直しました。

これら進化の原動力はやはり、日ごろご愛顧いただいているお客様の声です。子どもから大人まで、学びの場面からお仕事のツールとして、さまざまなシーンでお客様に寄り添うキャンパスノート。お客様の使い方や想いをお聞かせいただくことで、さらに進化し続け、お客様の期待の一步先を行くことが我々の使命であるという想いを強くしております。

※関連情報:「[ユーザーの声01](#)」

“ノートの進化を止めるな。”

すべての人の知性を刺激するツールになるために、キャンパスノートは進化し続けます。



5代目キャンパスノートもこだわりが沢山詰まっています。

現在、5代目となるキャンパスノートも、従来のノートからさらに進化しました。

<こだわり・その1>

■背クロスの「書きやすさ」にこだわりました。

- ボールペンなどの筆記具で書きやすいよう、背クロスに表面加工を施しました。
- 書いた文字が分かりやすいよう、淡い色を採用しました。

<こだわり・その2>

■中紙の「線の引きやすさ」にこだわりました。

- 罫罫に従来の中央と左端の目印に加え、右端にも縦線を引きやすいよう、三角形の目印を追加しました。
- 短い定規でも線が引けるよう、本文罫にも目印を追加しました。
- 横線を引くときに行数が数えやすいよう、5行ごとの目印を拡大しました。

<こだわり・その3>

■中紙の「環境配慮」にこだわりました。

- 中紙は筆記性を優先して「森林認証紙」を、表紙はリサイクル性を優先して「古紙パルプ配合の板紙」を使用する等、使用部材ごとに最適な原材料の選択をしています。
また、書き心地の良さはそのままに、パルプの使用量を75g/m²から70g/m²に削減しました。
(※セミB5サイズの場合)

担当者の声

キャンパスノートは、この数年「ドット入り罫線」や「プリント貼付用」など、顧客ニーズに細やかに対応することで、毎年順調に売り上げを伸ばしてきました。そのような状況下での今回の刷新は、非常に大きな挑戦でしたが、メンバー全員「今の商品が完成形ではない。ユーザーの潜在的な不満を解消し、お客様が望む一歩先をいくノートを作ろう！」という強い想いで取り組みました。特に気を遣ったのが品質を絶対に落とさないこと、そして現在ご愛用いただいているお客様の使い心地に違和感なく、さらに良くなったと思ってもらえることです。

今回、環境対応は必須との考えから、パルプ量を削減した新原紙の開発に取り組みましたが、書き心地、触った感触、裏うつりのしにくさ、にじみにくさなど、現状と同等の品質を実現しました。

また、キャンパスノートの顔である、キャンパスロゴを変えることは、大きなりスクでしたが、新コンセプトである「Smart&Positive」を想起させるロゴにすべ

く、来る日も来る日もロゴを皆で見比べ、少しずつ形を洗練させ、28年ぶりに変更しました。どれだけITが進んでも、書くことは人が何かを生み出す出発点であり、ノートはただの文房具ではないと、私たちは信じています。知性を刺激するツールになるために、今後も「使いやすさ」にこだわり、ノートを進化させていきます。



コクヨS&T

ペーパーステーションリーVU

前列左から田中裕子、絵馬多美子、山田慧

後列左から村上智子、宮西純子、伊井理恵、衣川忍

発売から42年プリットの品質追求

『プリット』日本初のスティックのり。発売から42年。

プリットはコクヨが1970年に日本で初めて販売を開始したスティックのりです。発売から42年。塗りやすさ、使いやすさを追求し続けています。さらに子どもたちが使うツールとして安全・安心の訴求のため、5年前、バイオマスマークの認定を受けました。



スティックのり「プリット」

強い接着力はそのままだに、滑らかに引けダマになりにくい

『プリットスティックのり』は、1970年の国内販売開始以来、さまざまな改良を重ねてきました。1998年、省資源化の取り組みとして、空き容器を再利用できる詰め替えタイプを発売。詰め替え式にすることで約62%の容器削減に繋がります。またその後、速乾、強カタイプの『パワープリット』を発売。新技術により、約15秒で接着することができ、また布や革、発泡スチロールなど、様々な素材と紙を接着することも可能となりました。さらには、塗った範囲が一目でわかる『カラープリット』を発売。『カラープリット』は青色のスティックのりですので、塗りすぎや塗り残しなどを防ぐことができます。乾けば色が消えるので、はみ出して塗っても色は残りません。一方で『プリットスティックのり』は、2011年、一度にのりがつきすぎてダマになることなく、均一に塗りやすくなりました。粘着成分の変更に加えて各成分の配合比率を変更したことで本体の硬さが増し、引いた時の滑らか感が向上、ダマのできやすさも従来に比べて10%以下に低減しました（※当社試験による）。もちろん、紙と布も接着できる強い接着力はそのままだです。

スティックのりで唯一、バイオマスマークを取得

子どもたちに安心して「プリット」を使ってもらえるよう、『プリットスティックのり』の主成分は植物由来です。有機溶剤や石油系化合物は使用していません。エコマーク取得やグリーン購入法適合はもちろん、生物由来の資源を利用した環境配慮商品に与えられるバイオマスマーク（※社団法人日本有機資源協会により認定されています）を取得している唯一のスティックのりです。また、服についても30度のお湯できれいに洗い流すことが可能です。

さらに「プリット」は、含まれる水分量が少ないため、紙に染み込みにくくしわになりにくいのです。またレシートやFAX用紙などの感熱紙に塗っても変色しにくくなっています。日本の家庭やオフィスで使用されているのりの40%強を占めるというスティックのり。これからも長くご愛顧いただけるよう、改良を重ねていきます。

※関連情報：[「プリット」商品ページ](#)



バイオマスマーク

担当者の声

「プリット」という商品に携わることで、植物由来や環境対応商品に対する注目度合いや関心の高さにあらためて刺激を受け、様々な気づきを得ました。小さなお子様をお持ちのお母様方から「安心・安全」を求められる声はとりわけ強く、容器にも「植物由来」の文字とバイオマスマークをわかりやすく表示することにしました。今回の改良を通して「ロングセラー商品であるからこそ、さらに品質を追求していくことが大切」という思いを強くしました。



コクヨS&T
ステーションナリープロダクツ事業部
開発革新部 新庄 美和

コクヨS&Tの品質保証の考え方

『適地適品』 ～国・地域に応じた最適な品質基準の策定～

海外市場における販売比率を高めていく上で、モノづくりの品質基準も『画一的』なものから、『適地適品』に考え方をシフトしています。各国、各地域では、それぞれ文化や価値観、一人当たりのGDPなどの経済状況、また品質や環境関連の法制度など、品質基準を考える上での環境・条件が異なります。顧客の安全性確保を最優先にしながらも、各国、各地域の特性に応じて顧客に支持される最適な品質基準の策定を進めています。

持続的な品質維持・向上のため、工場診断(品質監査)を実施

1万アイテムを超える・・・にも及ぶ既製品や続々生み出す新製品における品質の持続的な維持・向上ため、国内、海外ともに工場診断(品質監査)を実施しています。個々の工場の仕組みを診断しその強み弱みを明確にすることにより、生産性と品質向上の両立を目指した改善に取り組んでいます。また各工場の品質力の把握により、最適な生産戦略策定にも役立っています。



品質改善の取り組み

1) 品質保証組織体制の強化

品質保証の組織体制を再編し、内部監査機能などがバランスを強化するとともに、品質保証業務の内容を精査するなどモノづくりの体制を見直しました。協力工場についても、コストや納期だけでなく、品質の面からのチェックを徹底しています。

2) 品質コストの本格導入

品質コストは、品質活動に関する投資・費用を、予防・評価・失敗の3つに分類し、品質に関する施策を実行するための指標の一部とする考え方です。2010年度から、「失敗コスト」を本格的に導入。市場に流出した不良品・クレームを、件数ではなく損失金額として定量化して把握することにより、品質への注意力を強化するとともにクレームの重大性を明確にし、改善につなげる取り組みを行っています。工場別などに結果を分析し、客観的な品質の実力比較をし、品質改善の優先順位をつけて取り組んでいます。

3) R-Map手法による製品のリスク分析の導入

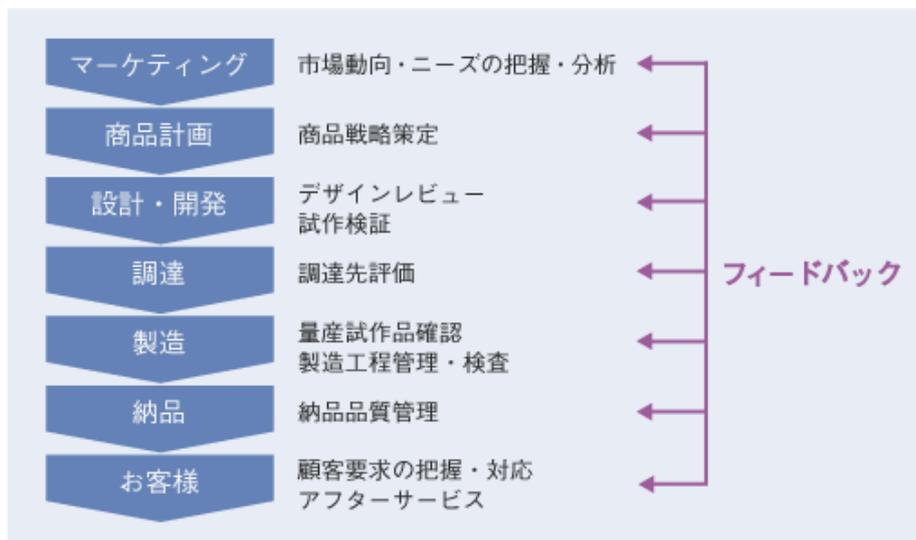
製品事故防止のため、経済産業省が推奨している信頼性工学のR-Map手法による、製品のリスク分析を開始しました。R-Map(Risk Map: リスクマップ)とは、縦軸に「発生頻度」、横軸に「危害の程度」のマトリックスを使用して、リスクの大きさを表現する手法です。製品における安全設計仕様の作成、事前・事後の安全性評価に有効であり、このような考え方でものづくりを行うことを周知しつつあります。

コクヨファニチャーの品質保証の考え方

コクヨファニチャーでは、お客様から信頼と満足を得る製品の開発・調達を進めていく為、ISO9001を基づいた品質保証活動に取り組んでいます。今後もお客様の視点にたった品質保証システムの継続的改善、安全にお使いいただくための取組の整備、改善を進めていきます。

品質向上のための活動を日々進めています。

ファニチャー事業では、商品のマーケティングからアフターサービスまでグループが密着して品質保証活動に取り組み、お客様からいただいたご意見、ご要望を各活動へフィードバックしています。
また、継続的な品質改善を図るため、ものづくり部門や工場の横断型で納品品質、製品品質に関する定例会議を週次、月次で開催し、情報共有、品質に対する意識の向上及び課題解決に努めています。

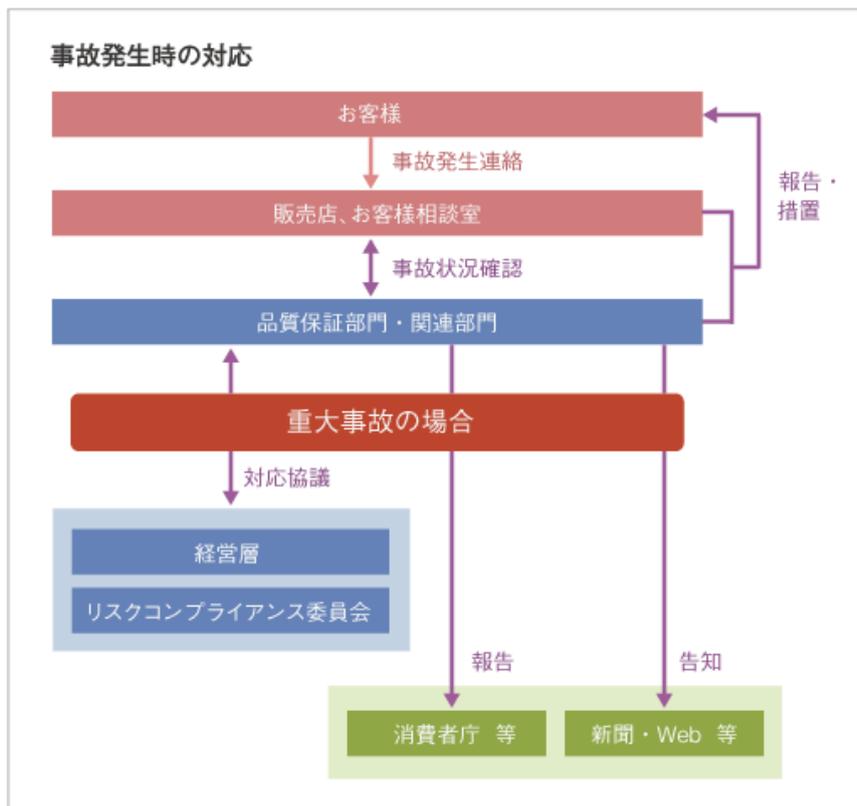


製品を安心してお使いいただくために

新製品の開発プロセスにおいては、企画・設計段階から関連部門が集まり、使い勝手も含めた製品の安全性について、議論および評価を重ねています。製品化段階では、JIS規格・業界規格等への適合とともに、さらに高いレベルの「社内基準」に基づき厳しい審査を行っています。

事故発生時の対応

万が一製品事故が発生した場合は、関係部門が連携して迅速に対応します。重大な事故の場合にも、経営層及びリスクコンプライアンス委員会に報告し、すみやかに適切な措置をとるとともに、関係省庁への報告、新聞・Web等の媒体に告知を行い事故の拡大防止をはかります。また、是正処置により水平展開をはかり、同様の事故が起こらない様、再発の防止に努めます。



製品安全・品質に関する告知の改善

コクヨファニチャーではお客様への製品安全・品質に関する告知媒体としてホームページの活用を行なっています。告知内容に応じて下記の4つの分類のうち、最適なページに掲載しています。

1. [製品安全に関する重要なお知らせ](#)
2. [品質不具合に関する重要なお知らせ](#)
3. [製品を安全に、正しくご使用していただくためのお知らせ](#)
4. [その他の製品安全・品質に関するお知らせ](#)



コクヨファニチャーHP
[製品安全・品質に関する重要なお知らせ](#)

納品まで含めたトータルな品質向上に向けての取り組み

コクヨは、家具を購入いただいたお客様に期待以上の満足をお届けするために、『製造～配送～設置』の各工程において、最大限の品質向上に努めています。例えば、顧客接点であるドライバーや配送員指導の社内資格制度を設け、その資格認定者を日々増やしていく一方、配送を委託しているパートナー会社とともに、配送員による『納品品質の全国コンテスト』を開催するなど、『感動納品』を目指し、社員意識の啓発活動を積極的に実施しています。



納品品質の全国コンテストの様子

ISO9001運用範囲のさらなる拡大

品質マネジメントシステムの国際規格ISO9001の登録範囲を、2010年にはスタジアムのイスやミュージアム用展示ケースなど、施工を伴う公共施設用家具にも広げ、また2012年6月には間仕切など建材商品においても認証を取得する予定です。オフィス家具以外にもこのマネジメントシステムによるPDCAを回すことにより、プロセスや体制の再整備やツールの共通化を進め、品質保証活動全体におけるマネジメントの効率化を図っていきます。

さらに海外市場での販売拡大に向けて、グローバル品質の整備も進めています。各国で支持される品質を追求していきます。

地震対策メニュー構築の取り組み

首都圏における震災直後の復旧支援活動

3月11日地震当日の夜半、お客様オフィスの復旧支援対策チームを発足させました。復旧要請のあったお客様のオフィスに駆けつけると、首都圏においても様々な被害状況が確認できました。同じビルでも階層によって被害が異なる、隣接するビル同士で状況が違うなど、揺れの強さだけでなく、地盤や建物の構造、階数、またオフィスのレイアウトなど、様々な要因で被害が生れることを目の当たりにしました。コクヨは阪神淡路大震災以降、オフィスの地震対策について検証を重ねてきましたが、3月末まで1日30件以上の復旧支援に奔走するなか、お客様のオフィスの安全・安心に対して、まだまだ課題があることを重く受け止めました。



首都圏復旧支援チーム

様々な地震動、条件下による実証試験の実施

東日本大震災以降、特に首都圏のお客様から地震対策のご相談が急増しました。「BCP(事業継続計画)の観点や費用面でどうメリハリをつけて対策すれば良いのか、対策していたのに被害があったのはなぜか」などなど、これまでの振動実験検証では回答しきれない相談や要望も増えてきました。

このようなご相談をしっかりと受け止め、さらに対策を提案できるよう、震度階別の振動実験を実施し、収納家具が固定方法別にどのような挙動を示すのかデータを取りました。実験は家具が転倒しやすいキラーパルス※を含む阪神淡路大震災時の神戸での地震波と、さらに今回の地震の特徴である振動時間の長い仙台での地震波でも実施しました。延べ200時間以上に及ぶ試験により、300パターンを超えるデータを得ることができました。

※キラーパルスとは

地震学において、地震による揺れの速さ(周期)のうち、特に木造家屋などにダメージを与えやすい、1秒～2秒周期の揺れ。

一般的に、地震の揺れが建物の固有周期に近ければ近いほど、建物は大きく揺れやすい。キラーパルスは、中低層の家屋や木造住宅などが最も被害を受けやすい周期であるとされており、地震の際には最も警戒する必要がある揺れといわれる。



震度6強相当
左:壁固定有 右:壁固定無



震度5弱相当
左:上下連結無 右:上下連結有

新たなオフィスの地震対策メニューの構築

実証試験で得られた膨大なデータに基づき、地震波と地震対策の関係を合理的に捉え、家具の耐震性能の客観的な評価基準を策定しています。その上で、お客様が目指す対策レベルやコスト等に応じて選べるようなオフィスの地震対策メニューをご提案します。対策レベルは、単に震度階別の転倒の有無だけでなく、例えばBCP(事業継続)の観点で復旧が容易かどうかなども評価基準としています。

また高いレベルの地震対策においては、お客様のオフィスの状況をしっかりと事前調査し、床や壁の素材や構造に合わせてご提案いたします。是非ご活用ください。

オフィスの地震対策について、普及啓蒙活動に取り組んでいます。

コクヨは『オフィスの地震対策』をテーマに全国でセミナーを開催するなど、普及啓蒙活動に積極的に取り組んでいます。テーマとしては、震災直後の経営者として直面した苦悩(コクヨ東北販売)、BCP視点からの防災対策(コクヨS&T)、地震に強いオフィスづくり(コクヨファニチャー)など全国各地で行なっています。

また、業界団体(日本オフィス家具協会)の要請を受け、東京消防庁「長周期地震動等に対する室内安全セミナー」においても、地震研究のご専門の方々とともに講演しました。直下型地震と長周期地震動との違いや、オフィス家具の振動実験映像による転倒防止対策の説明など、今後もオフィスにおける地震対策の重要性の理解浸透を図ってまいります。



オフィスの地震対策セミナーの様子



コクヨファニチャー エンジニアリング本部
安全品質部長 武田 裕

部門横断の地震対策タスクで、多面的に検証を進めています。

東日本大震災の貴重な経験を活かすため、地震対策タスクを結成し、直面した課題に取り組んでいます。マーケティング、開発、生産、品質保証、設計、施工部門における専門性の高いメンバーが集まり、部門横断で多面的に議論・検証を進めています。具体的には、被害状況の分析、様々な条件下での振動実験、新たな家具設置基準の設定、地震対策の提案メニュー化、新製品の開発、長周期地震動の研究など、日々高まるお客様のニーズや想定されるさまざま地震リスクに対し、オフィスの安全・安心のため今後も活動していきます。

お客様への対応・サポート

お客様満足の向上を目指して

お客様のお問い合わせには誠心誠意・丁寧な対応を徹底しています。

また、いただいた声はコクヨの商品やサービスをより良くするための貴重なご意見として、全社共有に努めています。

正確・迅速・親切・丁寧をモットーに

お客様からのお問い合わせ・ご提案・ご要望などに対応し、お客様に満足していただくための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。2011年度のお問い合わせ件数は、131,023件で、そのうち9割近くは専用フリーダイヤルへの電話のお問い合わせです。

お客様相談室では、お客様からの電話を最初に受け取り、一次対応するコミュニケーターと、商品の専門知識を持ち二次対応するスーパーバイザーがおり、「正確・迅速・親切・丁寧」をモットーに対応するために、商品知識向上の勉強会を開くとともに、商品情報データベースの充実を図っています。

社員向けにお客様の声を自ら聞き、仕事に生かす体験研修

また、コクヨグループ社員を対象とした「お客様相談室現場体験研修」を実施しており、新入社員やふだんお客様と接する機会のない社員にも、お客様の生の声を聞いてもらい、その貴重な声やご意見をモノづくりの現場に持ち帰っています。



お客様相談室の様子



社内研修の様子

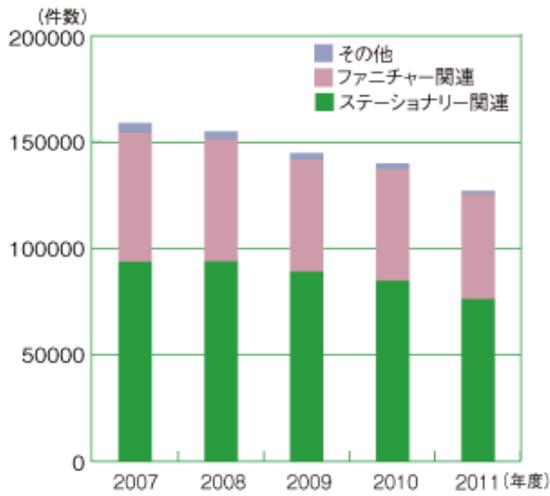
お客様の声の反映

お客様相談室に寄せられたお客様からの貴重な情報・ご意見の内容をグループ全社員で共有するために、イントラネット上でお客様の声を公開しています。また、お問い合わせの内容はデータベース化してその内容を分析し、開発部門へフィードバックするとともに、製品性能の改善、パッケージへの表示など具体的な改善を行っています。

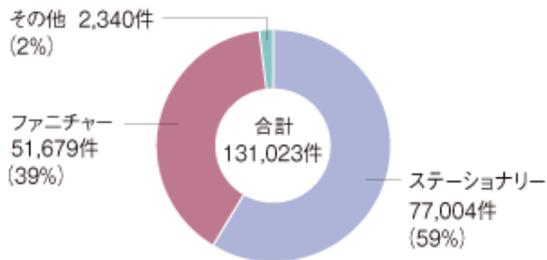
具体的な事例については、[こちら](#)をご覧ください。

※関連情報「[お客様相談室のWEBサイト](#)」

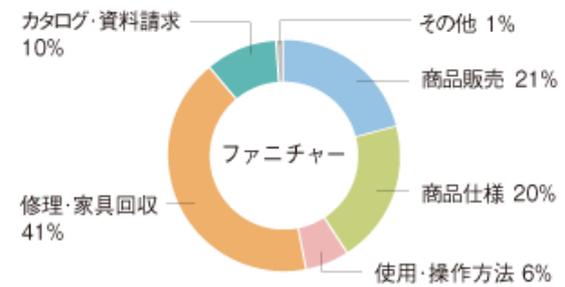
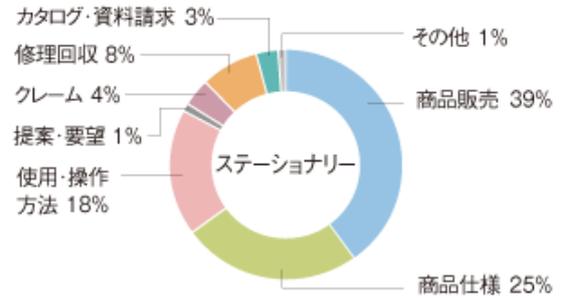
お問い合わせ件数の推移



お問い合わせのジャンル



お問い合わせの内容



お客様の声を活かす仕組み

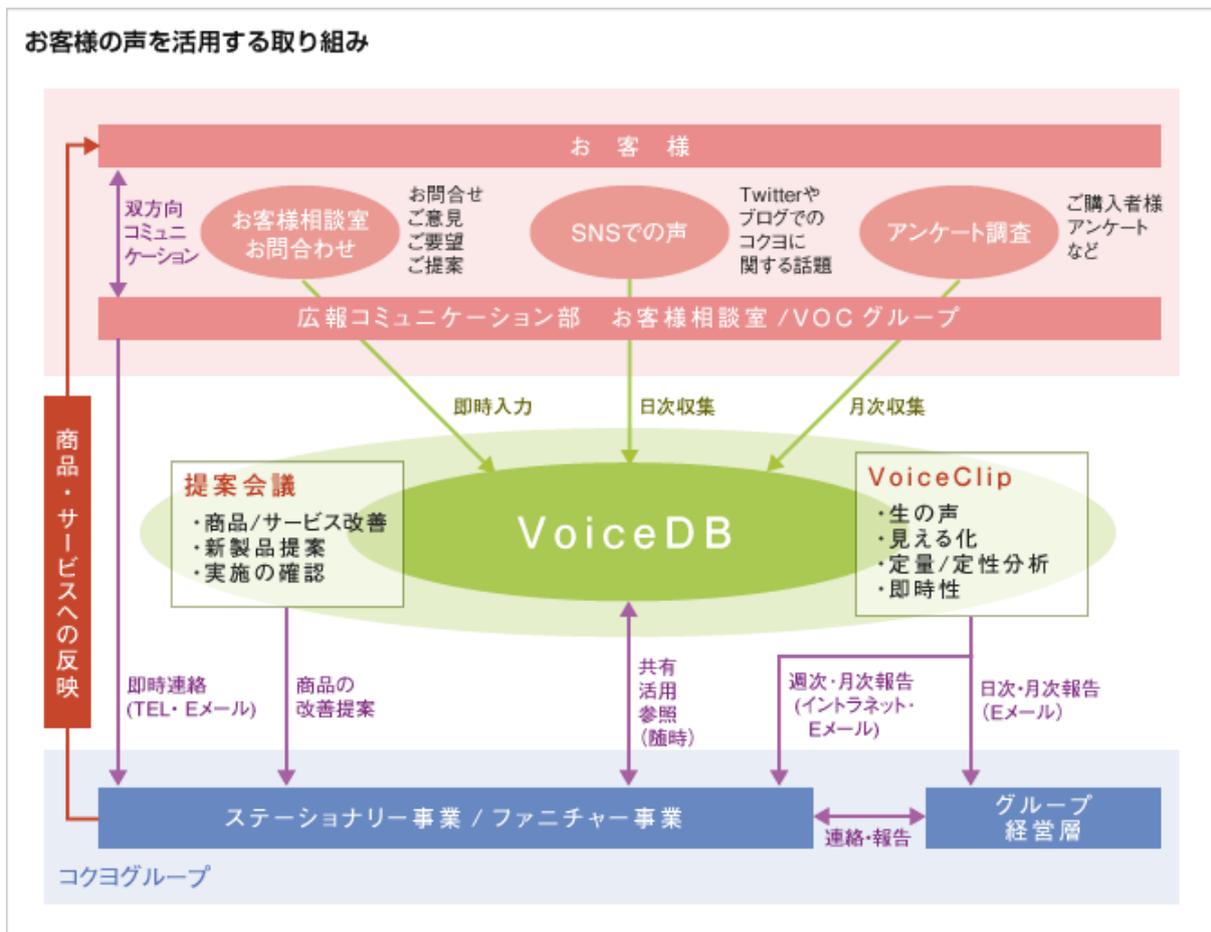
Voice Clipの取り組み

コクヨグループでは常に新鮮なお客様の声をグループ社員と共有することで、常にお客様の声に耳を傾け、お客様の声から新たな商品・サービスを作り出す風土の醸成に努めています。

お客様の声を全社共有するために、お客様の個人情報を除いたお声の内容を「VoiceClip」という名称でグループ全社員にイントラネットを通じて公開しています。「VoiceClip」では、毎週「お怒りの声」「お喜びの声」といったお客様の生々しい声を紹介している他、新製品に関するお問合せを集めたコーナーがあります。また2011年度からはお客様相談室に寄せられた声だけでなく、ツイッターやブログを通じてお客様の声や、商品やキャンペーン等を通じて実施するアンケートの声も収録し、「VoiceClip」をさらに充実させました。

コクヨグループでは、寄せられたお客様の声を「VoiceDB」に集約し(個人情報を除く)、全グループ社員がいつでも目的に応じて自由に検索できるようにしています。

さらに、お客様相談室では、商品やサービスに活かせる情報を事業会社に提供するため、積極的にお客様からお話を伺い、記録に残すための取り組みを行っている他、「VoiceClip」とは別に、お客様相談室と各事業会社で定期的に情報共有の場(提案会議)を持ち、具体的な商品・サービス・カタログにおいて改善に取り組んでおり、2011年度は89件を実施しました。



お客様との共感を得る取り組み

■ イネ！ココヨプロジェクトを通して得たお客様との共感

イネ！ココヨプロジェクトは、2012ココヨフェアで「お客様へのおもてなしの心」と「社員のモチベーション向上」を実現するため、社内有志メンバーにより発足しました。フェア2日間を通して、お客様より沢山の共感の声と共に、それらを数値化した103,915のイネ！ココヨポイントをいただくことが出来ました。



イネマーク

■ 積極的にお客様へ価値を伝える

2012ココヨフェアの場で、「社員がモチベーションを高く持ち、的確に価値をお伝えし、お客様に楽しんでいただく」ことを実現するため、フェアの約3週間前、社内有志メンバーによるイネ！ココヨプロジェクトが発足しました。「的確に価値をお伝えする」という重要なテーマを抱える一方で、「フェアという場で、社員がそれを楽しみながら行う」という両者を、如何に企画できるかが鍵でした。メンバーで企画を練り上げ、たどり着いたのは、iPadを持った社員がお客様へ積極的にコミュニケーションを図りながら価値をお伝えし、お客様の共感をポイントとしていただく、という方法でした。

■ 顧客×価値＝103,915イネ！ココヨポイント

そして迎えたフェア当日。お客様が共感して下さったタイミングを一つ残らず逃さぬよう、iPadは全部で38箇所に設置し、iPadを持ったイネ！パーソンは約80名の体制で臨みました。当初はなかなかお客様へ積極的に声を掛けられなかった社員も、お客様との小さなコミュニケーションが生まれるとそれがきっかけとなり、フェア2日目には、多くの場所で自らiPadを片手に声を掛けに行く姿が見受けられました。お客様から「説明員の対応が良くて、気持ち良かった。」「社員の雰囲気友好的で、楽しさが伝わってきた。」という声を頂戴した社員もいました。1日目には30,474だったイネ！ポイントは、2日目終了した時点で合計103,915ポイントになりました。



iPadを持ったイネ！パーソン

■ お客様のイネ！を東北復興支援に

現在、イネ！ココヨプロジェクトでは、お客様よりいただいた103,915ポイントを金額換算し、東北復興支援に活用するため、支援先を探しています。被災した自治体へのヒアリングや、NPO・NGOの方々とお話をさせていただいている過程で、ココヨが何をすることが被災した方々に最も喜んでいただけるのかを模索しています。

プロジェクトの活動は、メンバー紹介と共に随時[ブログ](#)でも公開しておりますので、是非ご覧下さい！

※ 関連情報：[「イネ！ココヨプロジェクト」](#)

担当者の声

フェア初日のポイントは散々でした。目標ポイントに対して半分もいかない成果でした。初日終了後プロジェクトのメンバーで集まって課題を抽出しました。課題は『iPadの設置場所が適切でない』『お客様の認知度が低い』『社員のモチベーションが低い』の3点。2日目の初日には課題を解決するための打ち手を実行しました。具体的には『お客様の動線に沿った場所にiPadを設置』『来場者に対して入場時にイイネ！コクヨプロジェクトに関するアナウンス実行』『すべてのエリアのポイント状況を社員へ伝えることで競争心を持ってもらう』。この打ち手を実行したことで初日獲得ポイントの倍を超える73,441ポイントをいただくことができました。このポイントは社員一丸となってお客様に価値をお伝えし、そしてお客様に共感いただいたことの成果です。決してコクヨ社員だけのものではなく、お客様だけのポイントでもありません。

現在このポイントをお金に換算し東北復興支援に役立てられるように計画を練っています。東北復興支援でも「イイネ！」と共感いただけるように頑張っていきたいと思います。



コクヨファニチャー
TCMバリューユニット 医療TCM
川人 慎右

人事制度

コクヨグループでは、最も重要な経営資源を人財ととらえ、社員一人ひとりが持つ可能性を最大限発揮できるよう環境づくりを進めています。

人事制度・評価制度

社員の職務・役割を明確にすると共に社員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ています。2011年度は特に管理職層に対して求める能力・役割を再定義し、処遇も含めて見直しを行いました。なお、管理職層への昇格を含めて、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。

『質に厳しく、挑戦に温かい』組織風土へ

真のアジア企業に向けて『本気で挑戦する社員』を育むため、『質に厳しく、挑戦に温かい』組織風土への改革に取り組んでいます。現場では一人ひとりにチャレンジする機会を増やすとともに、チャレンジする社員に対しては、会社が積極的に支援しています。さらに努力した人には自らの意志でチャンスを掴み取れるなど多様な選択機会を用意しています。個々のチャレンジにより、持続的に健全な、活力のある組織を目指しています。

キャリア開発支援

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やグループが推進する業務に対する基本的な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グループとして支援しています。

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。

また2011年度からは一人ひとりのキャリアの充実を目的として、30歳、40歳、50歳の節目における年齢別のキャリア研修を実施しています。

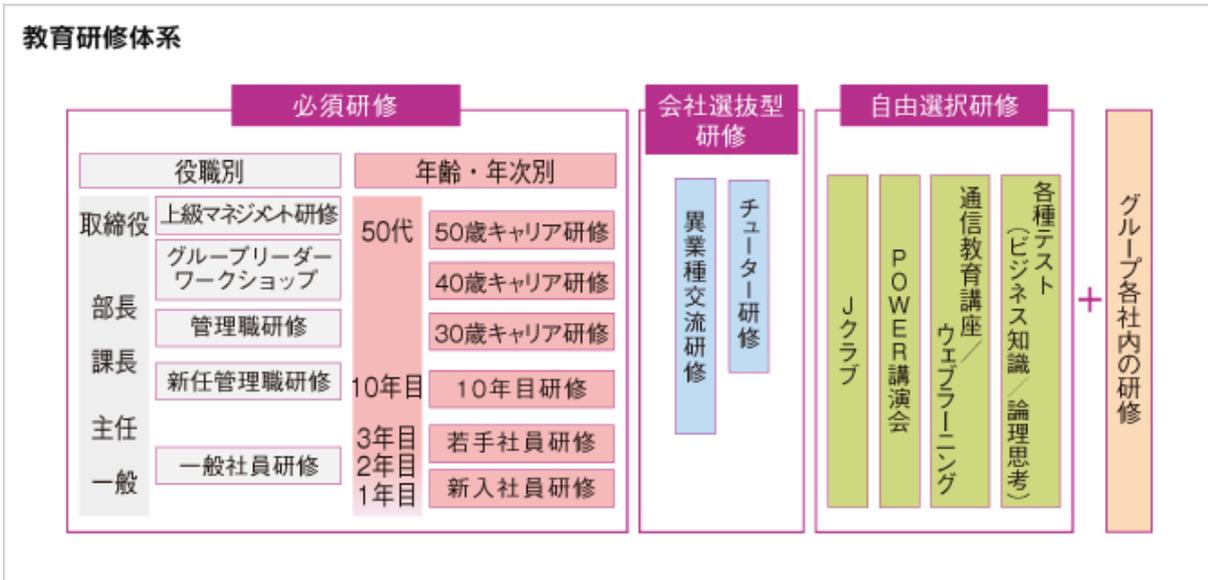
人財育成プログラム

新入社員からトップマネジメントまで全員が常に学び進化し続ける会社を目指して、人財育成に取り組んでいます。

研修体系

コクヨグループでは経営の起点を社員と考え、社員一人ひとりが持つ可能性を最大限発揮するための支援に力を入れています。研修体系は受講必須の研修のほか、会社選抜型研修、自由選択研修の3種類があります。必須研修はグループ共通で行っており、新入社員研修から始まり、年齢に応じて受講する年齢・年次別研修と、役職に応じて受講する役職別研修を実施しています。2012年度は「経営人財の育成」と「管理職層のマネジメント力強化」、および「社員の变化対応力強化」を目標に、上級マネジメント研修、グループリーダーワークショップ、世代別キャリア研修を拡充します。

このほかに、会社選抜型研修としては、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「異業種研修」があります。また、1年目から3年目までの若手社員の中期的な実務・育成指導を担当する社員を対象とする「チューター研修」を実施しています。このほかに、自ら高めたいと思う能力・知識分野を選んで受講する自由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。



若手育成入社3年間で一人前を目指す

新入社員を即戦力として育成する「若手育成プログラム」を2005年から実施しています。1カ月間の導入研修や定期的なフォロー研修、フォロー面談といった支援プログラムとあわせて、3年間、配属部署の先輩社員が実務指導・育成を行う「チューター制度」を導入。チューターは若手の相談に応じるだけでなく、現場での業務を通して成長を促します。

ダイバーシティの基本的な考え方

コクヨグループでは「ダイバーシティ」を「社員一人ひとりが本来持っている能力を発揮するため、さまざまな境遇や価値観を認め合い、多様な働き方を実現できる環境をつくりあげていくこと」だと考えています。すべての社員がさまざまな状況で参画すべき経営課題と位置づけ、グループ全体で取り組みを進めています。

ダイバーシティ推進の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

ダイバーシティに取り組む意義の共有

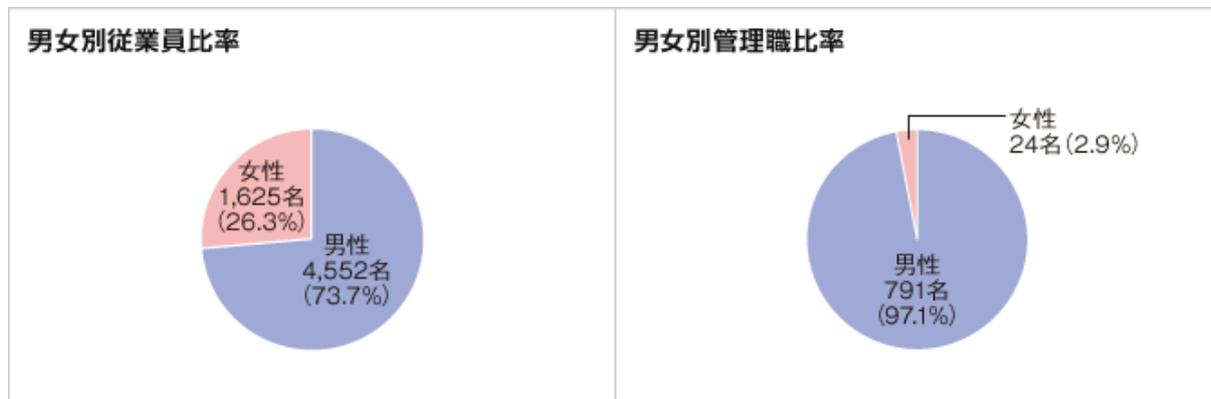
- 働きやすい風土の実現に向けた意義の共有
- 能力を活かす風土の実現に向けた意義の共有

ワーク・ライフ・バランスの実現

- 仕事と私生活の両立ができる環境づくり
- 生産性の高い働き方の実現

多様な人材の活躍支援

- 国籍、人種、性別、年齢、宗教、学歴等に関わらず、多様な人材を活かす
- 女性活躍推進



※ コクヨ(株)、コクヨS&T(株)、コクヨファニチャー(株)、コクヨエンジニアリング&テクノロジー(株)、コクヨビジネスサービス(株)、(株)カウネットのデータ

※ 2011年12月末日現在

グローバルな人材活用に向けて

国籍、人種、性別、年齢、宗教、学歴等に関わらず、実力主義の採用を積極的に進めており、2012年度新入社員も約2割が日本国籍以外の社員(※)となっています。グループ全体でも、外国籍従業員の構成比率は年々高まっており、今後、真のダイバーシティ実現に向けて、新たな枠組みでの取り組みに着手していきます。

※ 連結ベース

育児・介護と仕事の両立支援

育児・介護と仕事の両立支援環境の充実

人生のライフイベントである出産・育児・介護に対し、仕事と家庭の両立がしやすい環境を整えるため、制度面の充実を図っています。

法が定める以上の育児休業制度を整えており、子どもが1歳到達後の4月末または1歳6か月に達するまでのどちらか長い期間まで取得可能です。これは保育園の入園時に必要な「ならし期間」を考慮して4月末まで休暇を取得できるようにしたもので、社員からは「無理なく仕事に復帰することができる」という声が聞かれます。また短時間勤務制度も導入しており、個人の状況や業務内容に合わせて、一日の勤務時間を短くする短時間勤務を選択することができます。

2010年度からは再雇用制度を導入しました。出産や育児などの自己都合を理由に退職した社員が経験・知識・スキルを活かし、安心して再度活躍できる場を提供し、事業遂行に貢献できる即戦力人材の確保を図ることを目的としています。また、一部グループ会社において、在宅勤務制度が導入されるなど、育児・介護と仕事の両立を支援する制度を整えています。

育児・介護支援を目的とする主な休業制度※

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	子どもが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 ※パパ・ママ育休プラス(夫婦で育児休業を取る場合の期間延長措置)制度を含む
子の看護休暇	小学校就学始期まで、1年間に5日間、2人以上の場合1年間に最長10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
介護休暇	要介護の対象者がある場合、1人5日間、2人以上の場合1年間に最長10日まで
柔軟な勤務制度	<ul style="list-style-type: none"> 短日・短時間勤務(介護・育児) フレックス勤務

※ 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。

年度		2006	2007	2008	2009	2010	2011
育児休業	男性	0	4	6	1	1	3
	女性	18	40	23	38	37	36
介護休業	男性	0	0	0	0	3	1
	女性	0	0	0	0	0	1

子育て支援に積極的な企業・団体

コクヨグループでは、2011年12月現在、グループ7社が「くるみんマーク」を取得しています。「くるみんマーク」は、少子化の改善を推進する厚生労働省が次世代育成支援対策支援法に基づいて「子育て支援に積極的な企業・団体」に交付しているマークです。



【取得会社】(2011年12月末現在)

コクヨ株式会社
コクヨS&T株式会社
コクヨファニチャー株式会社
コクヨビジネスサービス株式会社
コクヨマーケティング株式会社
コクヨエンジニアリング&テクノロジー株式会社
株式会社カウネット

介護をテーマとしたワークライフバランス推進セミナーを実施

「大介護時代」におけるコクヨグループの事業継続を考え、「介護に対してどのような備えが必要か」というテーマでワークライフバランス推進セミナーを開催しました。社会的な「大介護時代」が到来している中、グループ内調査を行った結果、すでに一定数の社員が何らかの形で親世代の介護を行っていることが明らかになりました。一方で、介護制度の利用率は決して高くありません。

今回のセミナーは、育児と違って、介護はいつ始まりいつ終わるかが明確に見えないということや、自らが介護に携わる可能性もさることながら、上司や同僚や部下にいつ訪れるか分からないということを参加者が認識し、会社や組織としてどのような支援をしていけばよいのかを考える機会とする目的で行いました。

セミナーでは、介護問題に対して、先行して取り組んだ部門の事例発表が行われました。介護を行っている本人および、チームの働き方を変えたことで、介護と仕事は両立できるということばかりでなく、「仕事の共有化・見える化」が実践し、効率的に働く重要性を部内で共有できたことで大きなメリットがあったという事例に対して、参加者から多数の質問が寄せられました。

今後、介護に関するアンケート調査や介護情報の発信等を積極的に行っていくなど、両立に向けて働きやすい環境作りを行います。



ワークライフバランス推進セミナー会場の様子

人権啓発活動の推進

人権啓発活動の推進

コクヨグループでは、あらゆる差別のない企業、社会の実現に向け、人権尊重の大切さやCSR・コンプライアンスについての階層別人権啓発研修を行い、人権意識の向上に努めています。さらに、ハラスメントや職場の人間関係に関する通報・カウンセリングのための窓口として「コクヨホットライン」が設けられており、いつでも相談を受け付けられる体制を整えています。

また、地域社会との連携では、コクヨグループの人権啓発活動を紹介する「コクヨグループにおける障害者雇用についての考え方」や「コクヨグループにおけるダイバーシティの取組み」等の研修会の講師を務めるなど、地域と密着・連携した人権啓発活動に取り組みました。

2011年度の社内人権啓発活動は、新入社員対象の人権啓発基礎研修『みんながいいきと生活するために～会社を元気にする人権～』を始め、既任・新任管理職及びマネジメント職（準管理職）向けに、『ハラスメントのない明るい職場作り』として、「セクシャルハラスメント研修」「パワー・ハラスメント研修」を昨年度から継続して開催しました。併せて、「ダイバーシティーマネジメント推進管理職研修」「メンタルヘルス対策管理職講座」も開催しました。

このような活動を日本国内では推進していますが、グループを構成する従業員は年々多様性を増しており、日本国籍以外の従業員の比率も拡大しています。国籍、人種、性別、宗教等にかかわらず、多様な人材が互いの価値観の違いを認め合い組織力を高め、大きな目標に挑戦していく風土作りが今後の課題です。



人権啓発研修の様子

障害者雇用の歴史と現状

「障がい」を持つことは「害」ではありません

コクヨグループでは障がいを持つことは害ではないとの考えから、「障がい者」を表現するときに「障害者」という漢字を使用しています。

「碍」という字の意味は大きな岩を前に、人が思案し悩んでいる様子を示したものだそうです。

コクヨグループの障害者雇用の歴史

コクヨグループが障害者雇用への取り組みを始めたのは戦前からです。当時、障害者が仕事につくことは今以上に難しく、本人のみならずご家族までもが辛い思いをされていたようです。その実情を知ったコクヨ創業者 黒田善太郎は、障害のある方たちの社会参加を願い、1940(昭和15)年、本社工場にて聴覚障害者の雇用を開始しました。

以降、善太郎は自ら障害者の世話をすることで、彼らの苦労が並大抵ではないことを目の当たりにし、障害者雇用の困難さを体験しました。だからこそいっそう障害者雇用を捨ててはおけないとの強い意志を持つようになります。

1949(昭和24)年、理解ある有志と協議をかさね、障害者が社会人としての生活ができるようにと「社会福祉法人 大阪聾啞者福祉協会」を設立。同協会の理事長として、職業の紹介、授産施設の開設、生活の指導などの福祉事業に努力しました。1949(昭和24)年には、大阪府身体障害者雇用促進協議会(現大阪府雇用開発協会)が発足。後に社団法人となり、全国各県に障害者雇用促進協会が広がっていきます。コクヨは同協会発足当初より理事として、障害者雇用を促進する活動に尽力しました。

1953(昭和28)年には、当時の皇太子殿下下の英語教師をつとめられたヴァイニング夫人がコクヨを訪問されました。障害者が健常者と同等に働いている様子をご覧になった夫人は、「深い感銘を受けた」とのお言葉をくださいました。こうした取り組みが認められ、

1954(昭和29)年、身体障害者福祉援助功労者として厚生大臣より表彰を受け、天皇皇后両陛下に拝謁を賜りました。

1960(昭和35)年、「身体障害者雇用促進法」(現障害者の雇用の促進等に関する法律)が制定されました。障害者の雇用率、業務に関わる訓練や就職後の指導、雇用の継続などが努力目標として定められ、日本の障害者雇用が大きく前進しました。

その後、1976(昭和51)年の雇用率の義務化と納付金制度の導入により、障害者雇用は福祉の範囲にとどまらず、経営課題として認識されるようになります。当時のコクヨの障害者雇用率は、法定雇用率を上回る1.76%に達していました。

2003(平成15)年には、大阪の八尾市にあった八尾工場を閉鎖し、滋賀県の滋賀工場(コクヨ工業滋賀)と統合することになりましたが、コクヨでは八尾工場に勤務していた社員のうち、障害をもつ社員の勤務地変更は非常に難しいと判断し、彼らの通勤圏内で働ける会社を新しく作りました。それがコクヨKハートです。創業者の先進的な障害者雇用の心(ハート)を大切にしようとの思いからコクヨの「K」とあわせて「Kハート」と名づけました。

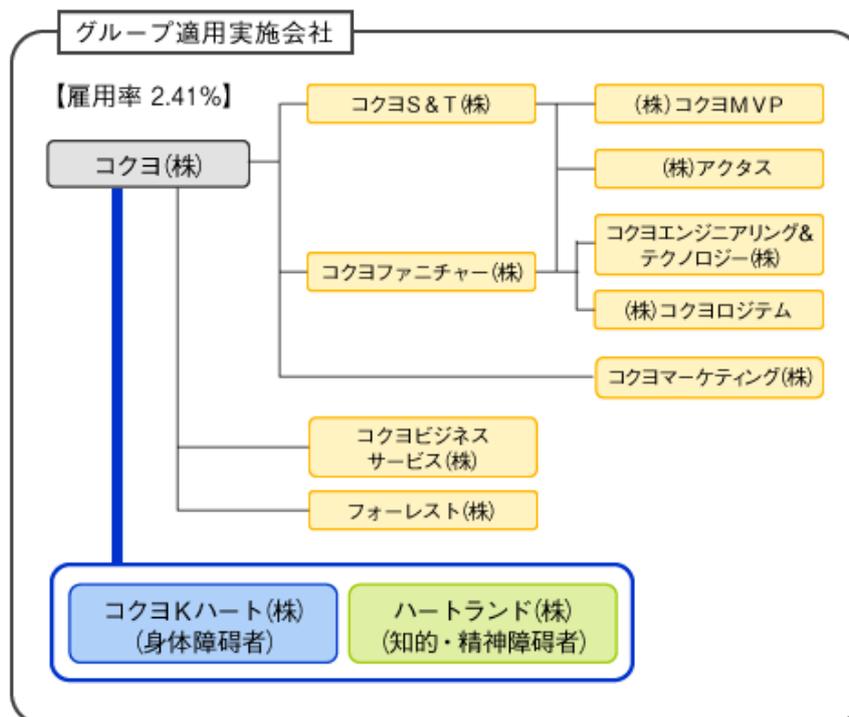
2004(平成16)年に創業して以来、聴覚障害者が中心となりカタログやリーフレットなどの印刷や製本を行っています。

さらに2007(平成19)年には、コクヨKハートでの業務が難しい知的障害者や精神障害者にも就労の場を提供するために、野菜の生産・販売を行うハートランド株式会社を設立しました。

コクヨグループの障害者雇用率の現状

2011年12月末現在、コクヨグループの障害者雇用率は2.41%です。法定雇用率である1.8%は達成していますが、今後もひとりでも多くの障害者に活躍の場を提供するため、さらなる障害者雇用促進の努力を続けていきます。

(2011年12月31日現在)



特例子会社について

「障害者の雇用の促進等に関する法律」(障害者雇用促進法)により、常用労働者数が56名以上の民間企業の事業主は、その常用労働者数の1.8%以上の障害者を雇用する義務が課せられています。

しかし、業務によっては障害者に向かない作業もありますし、障害者を受け入れる設備が十分でない施設もあります。そこで、障害者に配慮した子会社の障害者雇用数を、親会社での雇用数に数えることができる「特例子会社制度」が設けられました。そのための条件を満たし、厚生労働大臣の認定を受けた子会社が「特例子会社」です。

特例子会社認定の要件

(1) 親会社の要件

- 親会社が、子会社の意思決定機関(株主総会等)を支配していること。

(2) 子会社の要件

- 親会社との人的関係が密接であること。(親会社からの役員派遣など)
- 雇用される障害者が5人以上で、全従業員に占める割合が20%以上であること。また、雇用される障害者に占める重度身体障害者、知的障害者及び精神障害者の割合が30%以上であること。
- 障害者の雇用管理を適正に行う能力を有していること。(障害者のための施設の改善、専任の指導員の配置など)
- 障害者の雇用の促進及び安定が確実に達成されると認められること。

特例子会社の特徴

- 通常、子会社で雇用した障害者は、親会社の雇用率に反映できません。しかし、特例子会社として認定されると、子会社での雇用数を親会社での雇用数に数えることができます。
- 特例子会社を持つ親会社は、子会社を含めたグループ全体での雇用率を算定することができます。
- 特例子会社は非営利の組織ではなく、通常の会社と同じです。

Kハートの取組み

■ コクヨKハート株式会社

コクヨKハート株式会社は、聴覚障害など身体に障害のある社員が中心となり、主に印刷業務を請け負っていますが、最近では、品質検査、店頭ディスプレイ見本の組み立て、ダイレクトメールの発送業務、故障した商品の受付など、さまざまな依頼を引き受けています。

コクヨKハートの方針は、どんな仕事も断らない、どんな仕事でも請けるということです。この点で努力することによって、2つのプラス効果が生み出されています。ひとつは受注件数の増加による売上増。もうひとつは、仕事の種類が増えることで社員の能力と時間をフル活用できること。能力を生かせることが、社員のモチベーションアップにもつながっています。

一方で作業環境の改善にも努めており、障害のある社員が安心・安全に働けるように、さまざまな設備を導入しました。

たとえば、機械の作動を知らせるライトや安全カバーを取り付け、ヒューマンエラーを防いでいます。また、社内はバリアフリーにし、エレベーターや点字の案内板を設置しました。

2004年の操業以来、コクヨKハートは無事故・無災害を達成し続けています。2011年5月27日には無災害2700日を達成し、大阪労働局から表彰されました。次の目標である2018年7月、無災害4100日記録の達成に向けて記録を更新中です。

さらに、障害があるため通勤が難しい社員を対象に、テレワーク※システムを導入しています。

こうした人材活用の成果が認められ、2009年に「テレワーク推進賞」を受賞しました。

※テレワークとは：通信ネットワークを利用して、オフィス以外の場所で働く労働形態のこと。



無災害2700日達成により労働局 田野岡署長より表彰を受けるKハート社長の黒田英彦



表彰状

■ 新しいモデルの確立

従来コクヨKハート(以下、Kハート)は印刷主体のため、コクヨグループ内の事業会社にとって外注先のひとつでした。従って障害者雇用はKハート任せ、Kハートの業務量が不安定といった課題がありました。そこでグループの事業会社と一緒にKハートの強みを生かした障害者雇用の新業務モデルを創り上げるために事業会社と知恵を出し合い業務を協創しました。事業会社のメリットとしてKハートに業務を移すことにより、本来業務に集中、生産性向上が図れます。Kハートは単純業務だけでなくやりがいのある安定した仕事の確保ができます。

■ お客様相談室業務のサポート

Kハートでは、2011年4月以降、コクヨお客様相談室から、お客様とのカスタマーサポートの担当者との電話でのやりとりをテキストデータに変換する業務を、受託しています。業務をKハートに委託することで、お客様相談室はお客様の声の分析や開発部門へフィードバックという本来業務に集中できる時間を拡大することが可能となりました。

この業務のためにKハートでは精神障害者を雇用し、精神面や肉体的面で負荷がかからないように執務環境を整えています。一方、お客様相談室ではスキルアップ支援、毎週の業務のフィードバックミーティングを実施しています。Kハートとお客様相談室で歓迎会、懇親会などを実施し、2社がそれぞれ役割分担と連携の強化により支援し、『障害者の能力を活かした業務の拡大』を図っています。

また、個人としても独学でコンピュータグラフィックを勉強し、大阪府ITステーションが主催する「障がい者CGコンテスト2011」に作品を応募しました。結果、作品が「最優秀賞」を受賞し、2011年9月18日大阪府副知事より表彰を受けるといった外部からの高い評価も受けています。

ステーションリーの配送センターで障害者の職場実習の場を提供

2011年2月よりコクヨS&T株式会社の販促物管理・発送業務を請負う職場(大阪市住之江区:プロロジスパーク大阪)を障害者の就労実習の場として提供しています。

職場の倉庫内は、照明を明るくし、安全確保のためパーティションを設置して障害者の方が働きやすい環境づくりを実現しています。就労実習を通して、実社会への適応力を身につけ就労に役立ててもらっています。2011年に10名の実習を受け入れました。

各地でコクヨの障害者雇用のあゆみと事例を講演

Kハートにおける事例とコクヨの障害者雇用のあゆみについて、講演活動を行っています。2011年7月には綾部市民のつどい、9月には高槻市役所、障害者高年齢者フェスタで講演を行いました。どの講演も多数の方が出席され熱心に聞き入れられました。障害者高年齢者フェスタでは下肢障害をもち在宅勤務を行っているKハート社員が自身の就労までの道のりを講演しました。彼は講演の中で「私のような働き方が特に注目されることではなく働き方の一つとされる社会になればという思いと自分が就労することで社会や会社に貢献できる喜びは自分の生きる喜びにつながっている」ということを伝えました。聴講者からは「実体験に基づく就労に関する内容で、大変心を揺さぶられました」という声をいただきました。



障害者高年齢者フェスタでの講演

ハートランドの取組み

ハートランド株式会社

これまでのココヨグループの業務では雇用が難しい、知的・精神障害者に就労の場を提供したいという思いから、野菜の生産・販売を行うハートランド株式会社は設立されました。

野菜作りは繰り返し作業が多く、播種(種まき)から定植、収穫、出荷までさまざまな業務があります。そのため、障害の程度や特性に応じて、作業を割り分けることが可能です。また、育てる喜びや収穫の達成感を味わうことができるため、知的・精神障害者の就労に適していると考えました。



ハートランドが栽培している野菜は、主にサラダほうれん草です。ハウス栽培なので、季節や天候に左右されず、1年中収穫できるという利点があります。雨が降っても、冬の寒い時期でも、毎日、障害者に就労の場を提供できます。

生産には、農薬を極力使用しないと決めました。これは社員の健康を守るためでもあり、消費者の食の安全を守るためでもあります。栽培に使用する溶液はそのまま廃棄しても安全なものですが、さらなる環境保全と近隣の方々の安心のために、リサイクル処理をしてゼロ・エミッションを達成しています。

また、社員の障害をカバーするために、コンピューターや機械設備を導入しています。障害者には難しい温度管理をコンピューターで自動化し、パネル洗浄機を導入しました。ほかにも、はかりに印をつけたり、ケースのマス目にほうれん草を1袋ずつ入れることで数がわかるようにしたり、さまざまな工夫によって業務の効率化と円滑化を実現しています。

2009年には、障害者雇用の職域拡大のために農業に着目したこと、知的・精神障害者の雇用率が高いことなどが評価され、「大阪府ハートフル企業大賞」を受賞しました

働きやすい職場づくりで、さらに作業効率アップ

従来は手包装で時間がかかっていた作業を自動包装化することで、作業が簡素化されました。実際に導入前と導入後で比較すると作業効率は、1.5倍になり、社員からも作業がし易くなったとの声が聞かれています。

合わせて、冷蔵庫や換気扇の導入によって作業環境の改善を行ないました。ハウス栽培の為、夏場は40℃近い中での作業になるので、作業環境の改善は作業効率の向上にも繋がります。このように障害者がより働き易い職場作りを行っています。

作業環境の改善の結果として、地域の福祉施設との連携の強化も出来るようになり、就労実習の場を提供する取り組みの強化にも繋がってきました。企業での就労を目指す施設利用者にとっては、なかなか一般の企業で働く訓練をする機会が取れず、いきなり就労する事で雇用する側とされる側でミスマッチが発生するケースもあります。そういう点からもより実践的な就労の体験が出来るという事で福祉施設からも感謝の声をいただき、ココヨグループとしての障害者の法定雇用を遵守する事だけにとどまらない活動を行なっています。実際に実習に来ている人からは『ハートランドで楽しく作業をしている』『ハートランドに行くようになって規則正しい生活が送れるようになった』『ハートランドで働くことで良い刺激になっている』という感想をいただいています。

一方でハートランドの障害のある社員にとっても、施設の利用者に対してリーダー的な立場も担うことを将来の目標として目指すことにも繋がっており、相乗効果が出ています。



自動包装機



社員の作業の様子



社員の作業の様子

労働安全

安全衛生活動の推進

製造・建設・運輸と幅広い業種を抱えるコクヨグループでは、それぞれの特性にあった安全衛生活動を展開し「安全・安心・快適」の確保に努めています。各事業場での安全衛生委員会活動を基礎に、全国安全週間や全国衛生週間では多様な催し物を開催することで、安全衛生への意識高揚を図っています。

製造業関連では、ヒヤリハットを集約することで各工場独自の安全活動の展開や、災害情報の共有化で同種災害の防止などを行なっています。安全コンサルタントによる指導も受け、細かい改善ポイントを学ぶ活動も展開しています。

建設業関連では、例年開催している建設業安全衛生大会は東日本大震災のため、東北地区を除く北海道・関東・中部・近畿・中国・九州の6地域で600名を越える社員と協力会社社員が参加し、次の一年の無事故・無災害を誓い合いました。震災復興のために頑張る東北地区の仲間のために、各地区の大会で応援メッセージを書き込んだ安全旗を贈り、全国のコクヨの建設業に関わるもの同志の連帯感を強めました。

新任者のための職長・安全衛生責任者教育講座を開催するとともに、受講後5年を経過した職長を対象とした再教育講座を新設し、全国で19回開催し、現場の安全確保を強固なものにしております。

運輸関連でも、構内作業で危険度の高いフォークリフトに関する教育を集中的に行なっています。基本操作の再研修、事故事例の紹介、始業点検などを学習し、安全確保を行なっています。



石見紙工業での消防訓練



建設業安全衛生大会 東北地区への安全旗



職長教育でのタッチコール訓練



ロジテムのフォークリフト安全講習風景

労働災害に関するデータ

	2011年度			
	件数	休業日数	度数率※1	強度率※2
三重工場	1	2	2.13	0.004
芝山工場	0	239	0	0.702
工業滋賀	0	0	0	0
MVP	2	9	3.9	0.018
石見紙工業	1	15	5.71	0.086
全体集計	4	265	2.1	0.139

※1 労働災害による死傷者数／延労働時間数×100万

※2 労働損失日数／延労働時間数×1000

※休業を伴う災害統計処理

労働組合との関係

コクヨ労働組合では社員(組合員)の「幸せの実現」を目指し、社員が生き活きと働ける環境整備・生活の安定に向けた基盤づくり、社会貢献に取り組んでいます。

コクヨの労使はこれまで培ってきた良好な関係をベースに、互いの立場や主張を充分理解し合い、グループ統一の労使協議の場でグループ全体の事業の効率と効果の最大化について徹底した議論を尽くしました。これからも、社員が能力を最大限に発揮できる環境整備と社員が生き活きと働ける職場づくりを目指し、労使協議を通じて課題を解決していきます。

健康管理・メンタルヘルス

社員の健康維持・向上活動の推進

社員の健康維持・向上があつてこそ事業推進が行なえる、という基本に則り活動を展開しています。東西3ヶ所の拠点に健康管理室を設置し、産業医・看護師が社員の健康相談に対応しています。新規に導入した健康診断の電子データによる一元化により、データ整備のみならず、従来は難しかった全体を俯瞰しその傾向を把握することができるようになりました。現在、効果的な対策を打ち出せるように準備をすすめているところです。また、継続実施を行なっている特定保健指導も定着し、半年間の指導を行なうことで効果が上がってきております。東西の社員食堂では、低カロリーメニューの提供なども開始し社員から好評を得ています。メンタルヘルス対策においては、従来から精神科医による相談体制の構築や各種研修を実施しております。特に昨年は東日本大震災対策として、カウンセラーを東北地区に派遣し約100名の社員全員と面談を実施し社員の心理的動揺を低減できるように対処しました。カウンセラー派遣を契機として、東日本地域にEAP(従業員支援プログラム)を導入し、その効果を確認し、24年度には全国への展開を実施し、メンタル不調の防止、早期の復職、再発防止に役立つ施策を実施いたします。



特定保健指導を受ける吉岡氏



品川のタニタメニュー



メンタル講習

災害時の社員に対する安全対策

大規模災害や新型インフルエンザ発生時の事業継続や復旧のために必要な対策・手順について、計画を立て、準備を進めています。

BCPの策定と実施

コクヨグループでは、自然災害等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(事業継続計画)の検討・策定に2007年より取り組んでいます。3月11日発生 of 東日本大震災では、BCPで情報共有や対策の決定方法を予め決定していた事が役立ちました。自社拠点に深刻な被害はありませんでしたが、自社拠点が被災した事を想定した訓練も実施しました。また、サプライヤーに材料供給している原材料メーカーに被害が発生したこともあり、BCP上の対策として主要な商品についてその材料調達先の調査や代替調達先の検討も行いました。一方で燃料不足による物流混乱や計画停電による操業停止等想定外の数多くの課題に直面しました。今後はこれらの課題を踏まえた上で、より早く安定的な商品供給を実現する為に事業継続マネジメントの推進を行っていきます。

1) 災害発生時の初動対応

大規模災害発生時の社員の動揺は想像以上のものがあり、如何に冷静に行動できるかが重要であると改めて認識しました。今回の震災をうけて社員配布の「サバイバルカード」を刷新し、あらためて災害発生時の行動について徹底を図っています。

2) 安否確認システムの構築と訓練の実施

大規模地震等が発生した際にグループ社員の安否確認を迅速に行う仕組みとして、各人が所有する携帯電話、パソコン、固定電話などの連絡手段を使った安否確認システムを2006年より運用しています。今回の震災直後は、電話・メールが一時使用できませんでしたが、大勢の社員の安否確認を同時に行うにはこのシステムに代わるものは現在考えられず、継続的に登録の不備が無いよう周知徹底しています。2011年度は2回の訓練を実施しました。

3) 事業所大規模避難訓練の実施

日常的な地震対策とともに、平日に大規模地震が発生した場合を想定した訓練を定期的に行っています。2011年度は、大阪本社・品川オフィスにおいて事業所訓練を実施しました。訓練実施を通して得た課題を改善し、防災手順書を実践的な内容に改定しました。



本社オフィスでの訓練



品川オフィスでの訓練

4) 感染症対策

2009年に発生したインフルエンザH1N1(2009)での経験をもとに感染症対策を検討・推進しています。2011年度は2010-2011シーズンのインフルエンザ対策と2011-2012シーズンにおけるインフルエンザの変異等の動向把握がおもな活動でしたが、H5N1型鳥インフルエンザのヒト-ヒト感染など、今後起こり得る事象に対応するためBCPの策定など準備を整えていきます。

事業継続マネジメントシステムの構築

コクヨファニチャーをグループ内でのBCP構築のパイロット会社と位置づけ、2007年よりサプライチェーンにおける重要業務を対象にリスクの洗い出しや評価、復旧シナリオの策定などの整備などを進めてきました。2008年度には、オフィス家具・建材の製造・出荷および顧客対応において、事業継続マネジメントシステム(BCMS: Business Continuity Management System)規格である「BS25999-2」の認証を、国内オフィス家具業界で初めて取得しました。

担当者の声

強いリーダーシップと日常における意識付けの 必要性をあらためて実感

コクヨグループの防災対策の責任者として、また品川駅周辺滞留者対策推進協議会の座長として、防災への意識や準備もある程度対応できるつもりでいました。

しかし今回の東日本大震災という未曾有の大災害を経験し、反省することばかりです。まず、何度も何度も推敲し、練り上げてきた「マニュアル」を一度も見ることがなかったこと。携帯電話が使えなくなったため、「安否確認システム」が一時機能不全に陥ったこと。社員の動揺、混乱は思った以上に大きかった。などなどあげればキリがありません。

今回の経験から初動対応で重要なことは、

- (1)現場での迅速で正確な情報収集と的確な判断
- (2)迅速な周知徹底と社員の冷静な行動

そのためには、強いリーダーシップと日常での意識付けが重要であることをあらためて実感しました。「マニュアル」を作成することや「訓練」を行うことが目的ではなく、「マニュアル」に基づく訓練を実施し、訓練結果から内容を見直し、その見直し結果を社員全員で共有し「マニュアル」を改訂するというサイクルを、繰り返すことにより、災害時において社員が冷静で臨機応変な行動ができるようになると考えています。



コクヨ 総務部長 田島 徹也

■ 地域社会とともに

インド・絵画コンテスト

ギネス世界記録に認定

コクヨカムリン社が開催している子ども向けの絵画コンテスト「All India Camel Colour Contest」が、「世界で最も規模の大きなアート・コンペティション」として、ギネス世界記録に認定されました。

この認定は、コンテストの参加学校数6,601校、全応募者数4,850,271と稀に見る規模の大きさが評価された結果です。

38年間継続開催されている歴史あるコンテスト

「All India Camel Colour Contest」は、インドにおける学校教育の中で、生徒に対する芸術活動や芸術そのものへの意識を高めることを目的として、38年もの間継続して開催されており、インド国内の学校や子どもたちにとって大変重要なイベントとなっています。



学校で作品を描く子どもたちの様子



ギネス・ワールド・レコード社より届いた認定証

コクヨカムリン社の芸術活動推進への取り組み

対象は小学校入学前の子どもたちから、日本の中学生にあたる10年生までと幅広く設定され、応募コースは学年ごとに5グループに分かれています。各賞に選ばれた作品は、インド国内の主要都市を巡回する展覧会で展示されます。

コクヨカムリン社では、この絵画コンテストの他にもインド国内における芸術活動の推進に積極的に取り組んでいます。1997年に設立された「Camel Art Foundation」では、毎年若手アーティストの作品を展示する展覧会を開催し、優秀者をヨーロッパ・ツアーに招待するなどの活動を行っています。



コンテストの最終結果を報告する冊子

ギネス認定を機に一層の拡大展開へ

2012年はコクヨカムリン社にとって、主力商品群であるクレヨン・絵の具などの画材商品に進出して50年を迎える記念すべき年となります。ギネス世界記録の認定により一層盛り上がる絵画コンテスト、その他の芸術推進活動に今後も力を入れていきます。

中国・草の根支援活動

恵まれない地域の子どもたちにノートを

コクヨは外務省が主催する『草の根・人間の安全保障無償資金協力』（以下、草の根無償協力）の教育研究分野において、中国の恵まれない地域の子どもたちへノート寄付を行っています。この草の根無償協力活動は、開発途上国の多様なニーズに応えるために1989年に導入された制度で、コクヨは2007年より協賛しています。

中国の現状

テレビでよく紹介される学校のない山奥の村。中国にはそんなところがまだまだたくさんあります。子どもたちは学校の寄宿舎で生活し、週末にだけ数時間かけて親元に戻ります。週末を家族と楽しく過ごし、また数時間かけて寄宿舎に戻るのです。これはまだ良いほうで、家庭の事情で親元を離れられず、学校に通えない子どもたちもいるようです。

草の根無償協力への協賛

そんな地域の子どもたちにも等しく学んでもらうための機会・環境を作る活動が、この外務省主宰による草の根無償協力（教育研究分野）です。たくさんの賛同企業による無償援助により、校舎の建設や学用品提供が行われ、これまでさまざまな事情により十分に学ぶことが出来なかった子どもたちにも教育を受けてもらえる場所・道具を提供しています。

この取り組みにコクヨはCampusノートの提供によって協力しています。



広州での贈呈式の様子

Campusノートのプレゼントに子どもたちも大喜び

開校式では、私たちコクヨから児童（生徒）代表にCampusノートを進呈します。『新しい学校が出来てよかったですね。このノートを使って一生懸命勉強して下さいね。』と伝えると、子どもたちは本当にうれしそうに受け取ってくれます。今後もこのような機会を通じて、恵まれない地域の子どもたちに喜んでもらえる活動を続けていきたいと考えています。



海南省にて、生徒への目録贈呈の様子

担当者の声

空港から車で4時間。でこぼこ道をひた走り、『本当にこんなところに学校が？』と思うような場所で開催される開校式に行くこともあります。きっとこれまでは、何時間も歩いて学校に通っていたのでしょう。新しい校舎を見つめる子どもたちの目が喜びに満ち溢れているのがとても印象的です。たどり着くまでに正直へトへトになりますが、ノートを進呈する際の子どもたちの笑顔を見ると、長旅の疲れも吹き飛んでしまいます。この活動をやっていて本当に良かったと思う瞬間です。

国営（上海）企業管理有限公司 西本 祥昭

ベトナムへの図書室寄贈

Room to Readを通じたベトナムへの図書室寄贈

コクヨファニチャーは途上国の子ども達に教育支援をするNGO「Room to Read」の活動に賛同し、新製品CampusDesk&Chairの売上の一部を途上国の図書室設置のために寄付をするというキャンペーンプログラムを実施しました。

学びを支援するデスク&チェアの開発

キャンパスシリーズはノートなどの紙製品を中心としたブランドとして親しんでいただいておりますが、より学びを支援する存在でありたいという想いから、紙製品から家具・空間へと領域を広げることになりました。

その第一弾新製品として、大学の講義室向けのCampusDesk&Chairを開発することになりました。キャンパスブランドは学ぶ人の使いやすさにこだわっています。学生が快適に学べる環境を徹底して追求するために、開発過程では様々な大学の学生・教員・事務職員の方々に試作を実際に触ってもらい意見をうかがい、改善を重ねました。

そうした活動を通じて、商品として完成度が高まるとともに、学ぶ人にとって快適な学びの空間創りへの意義を強く再認識することになりました。こうした学ぶ意欲のある人たちに、学びの空間をひとつでも多く増やすという使命を感じました。

Campus for Learning

学びを支援するキャンパスブランドとして、何か社会貢献できないかという考えのなか、途上国の子どもたちに本の寄贈を初め、図書室設置など様々な学びの機会を広げる活動をされているRoom to Read様を知ることになりました。

「学びの空間をもっと積極的に支援したい」という想いから、「Campus for Learning」というキャンペーンを実施することにしました。具体的には、新製品CampusDesk&Chairの売上金額の一部をベトナムの図書室設置に寄付するという内容です。期間は発売開始の2010年12月からの1年間としました。

このキャンペーンにより、CampusDesk&Chairを採用して学びの空間を創ることで、途上国の子ども達の学びの機会を広げていく、という活動を展開できました。

結果として、2011年の売上金額から、ベトナムに図書室2室の設置費用を寄付することができました。(図書室完成は2014年予定)



担当者の声

Campusシリーズを通して、学びの機会を求める子どもたちを応援したい。

事前に社会貢献に関する意識調査を実施したところ、大学生・大学関係者の方も「学ぶ機会に恵まれない子どもへの支援」に対して何らかの貢献をしたいという意識は非常に高いことがわかりました。また、そのような取り組みを行う大学に誇りが持てますか？という問いに対しても、大多数が肯定的な回答でした。

一方で、貢献はしたいが行動まで起こせていないという方もかなりいることが分かり、今回のキャンペーンに意義があると感じ、実施しました。

貢献活動としては、文具などの物的支援・奨学金支援など様々な方法がありましたが、コクヨファニチャーの活動と親和性が高く、継続性や学習機会を高める図書室設置を支援することにしました。設置は2014年度になりますが、Campusシリーズを通じて生まれた「学びの空間」が、子ども達に学びの機会を広げ、多くの子どもたちの笑顔に繋がったことを皆様と共有したいと思います。



コクヨファニチャー
TCMバリューユニット 教育TCMタスク
グループリーダー 笠間 琢正

ベトナムの子どもたちの学びを支援し続けて生きたい。

ベトナムの義務教育は、小学校の5年間です。都市部では、児童増加による施設不足から、同じ教室を2回使用する2部制が採られています。

一方、経済全体は発展しつつあるものの格差は激しく、農村部の子ども達の多くは学校に行けないのが実情で、特に少数民族が集中する北部の山岳地帯は深刻な状況です。

そんな恵まれない少数民族の子ども達に、読み書きできるようになってもらいたいと思い、故郷であるダラット市パンティン村で「パンティン村寺子屋プロジェクト」を4年前に立ち上げ、寺子屋や村の交流施設の建設費用の募金活動を進めています。個人の活動で出来ることはまだ限界がありますが、学びの機会に恵まれない母国の子ども達を応援できることを、ベトナム人として嬉しく思います。

また今回、Room to Readを通じて図書室設置を支援できる事を、コクヨの一員として、とても楽しみにしています。まずは読み書きができ、そして勉強を進められることは、子ども達の将来を守り、国の発展に繋がる事を確信しています。



コクヨファニチャー
海外事業本部 戦略オペレーション部
グエン ミン アン

日本・ジョブスタディの取り組み

学生の就労意識を高め、中小企業とのマッチングも支援

採用する企業側も、学生に対して正面からぶつかり、「早期離職問題」を解決していこうという想いで、2005年に誕生した「ジョブスタディ」。ココヨはこのジョブスタディを中心となって立ち上げ、幹事企業として運営全般を担っています。「本音」と「手作り」というコンセプトのもと、企業と学生が「働くことの意味」を語り合う双方向のコミュニケーションを実現したジョブスタディには、毎年1万人を超える大学生が参加しています。

早期離職問題を解決したい

ジョブスタディが活動を開始した2005年は、入社して3年で3割の若手社員が辞めてしまう早期離職問題がクローズアップされていました。その要因は学生側だけにあるのではなく、「企業側も学生に効果的にアピールするために厳しい現実を伝えずに、自社のよいところや面白そうな仕事の話だけをしている。それが入社後にギャップを生み出し、早期離職の要因になっているのではないか」。そんな問題意識を持った3社の人事担当者が集まって語り合ううちに「会社と学生が本音で語り合える場を我々の手づくりでつくろう！」という思いが高まり「ジョブスタディ」はスタートしました。

学生が本当に自身の価値観や能力、適性に合った企業に就職して活躍するために、「働くこと」の意味をもっと身近に感じてもらい、就職活動の視野を広げる手助けをしていきたい。そんな理念に共感した企業が集まり、現在は各業界のリーディングカンパニー32社がジョブスタディに名を連ねています。



現在は各業界のリーディングカンパニー32社が参加



パネルディスカッションでは学生からの質問に、企業の人事担当者が本音で答えます



ジョブスタディのウェブサイトには、企業からの熱いメッセージが掲載されています

中堅・中小へも視野を広げてもらいたい

スタート後は、ジョブスタディ参加企業合同で行う「コラボインターンシップ」や留学生を対象にしたジョブスタディなど、時代背景に応じて新しい企画を立ち上げてきましたが、2011年には、学生の視野を中堅・中小企業へも広げてもらい、自身の価値観に合った企業選択をしてもらおうと、経済産業省近畿経済産業局と都市活力研究所、大学コンソーシアムと協力して「ジョブスタディ・コラボ・かんさい」を開催しました。

このイベントでは、参加学生に自分の未来と向き合わせるグループワークや、ジョブスタディの大手企業と中堅・中小企業が、合同でパネルディスカッションや、学生の質問に本音で答えていく座談会形式のプログラムを実施しました。

参加した学生からは、「働くことに対する意識や目指す将来像が変わった」、「大手企業と中堅企業のそれぞれのよさや違いを感じる事が出来た」などの感想が寄せられました。また参加した中堅・中小企業からも「よりマッチした企業への就職を促進する社会貢献活動だと思う」、「社会・企業を知らない学生にとっても勉強できる機会になるとともに、中小企業にとっても日ごろ学生に中小企業の魅力を伝える機会がなく、とても有難かった」、「ぜひまた参加したい」という感想が寄せられ、予想以上の手ごたえを得られる結果となりました。



中堅・中小企業も参加した「ジョブスタディ・コラボ・かんさい」では、学生同士が互いに自分の未来について語り合いました

さらなる期待にこたえていきたい

「ジョブスタディ・コラボ・かんさい」は、本年大阪・京都の2拠点で開催しましたが、イベントに参加した学生から「回数を増やして欲しい」、「他地域でも開催して欲しい」といった声が多数あがりました。また近畿経済産業局からも他エリアでも開催したいという要望をいただいています。そのさらなる期待にこたえとともに、今後はこのようなイベントを関西圏だけでなく、首都圏などでも開催していきたいと考えています。

担当者の声

企画当初は、意図どおりに大手企業と中堅・中小企業の違いやそれぞれの良さがきちんと学生さんに伝わるのだろうかという心配もありました。しかし、初回でその心配が杞憂だったことが分かりました。就職活動中の学生にとって経営者から直接話を聞く機会はとても貴重です。また、経営者の方の熱い思いが伝わる話で会場が感動に包まれるといったシーンも多くありました。今回のイベントを通して、大手企業と中堅・中小企業を同じ土俵で見てもらい、それぞれの違いやよさを理解した上で、自身に合った選択をしてもらうきっかけ作りができたと思っています。今後もこのような機会を積極的に作っていきたいと思います。



コクヨ 人財開発部 谷 直樹

環境・福祉地域ネットワーク

コピー用紙でつなぐ環境・福祉・地域 ～「エコラボはーと・しが」の取り組み

社団法人滋賀県社会就労事業振興センターの事業のひとつである「エコラボはーと・しが」の取り組みにコクヨグループは当初から携わっています。

この事業は毎日使うコピー用紙を段ボール箱なしで共同作業所の方がお届けするシステムです。環境(不要な包装の削減)+福祉(障害者雇用促進)の両立を目指して2007年にスタートしました。

段ボール箱はいらない

きっかけは、滋賀グリーン購入ネットワークの『グリーン購入評価手法研究会』で、「コピー用紙の中味だけが欲しい、段ボール箱はいらない、なんとかならないか。」という声があったことです。コピー用紙は梱包材がないとすぐに角打ちし、商品としてつかえなくなる、その重要な役割を果たしている段ボール箱なしで運ぶのにはどうしたらいいか。その難題を解決してくれたのが、社団法人滋賀県社会就労事業振興センターの城さんとの出会いです。

段ボール箱の代わりに繰り返し使えるプラスチック製の箱を使用し、滋賀県内に約150ある障害者の働く共同作業所に配達をお願いし、コピー用紙も地元のコクヨ工業滋賀で製造しているものを使用することで地域完結できるモデルにしました。こうして2007年6月、環境と福祉の両方に貢献する新しい仕組み「エコラボはーと・しが」がスタートしました。



段ボール箱の代わりになるプラスチック製の箱

第13回グリーン購入大賞 大賞を受賞

事業開始時には16企業・団体だったのが2011年6月現在では54企業・団体にまで広がっており、また、実績も着実に伸びていることから、独自性・継続性・発展性の観点で高く評価され「第13回グリーン購入大賞」の大賞を受賞しました。

参加企業・団体が増えることによって、ゴミの削減、またコピー用紙だけではなく他のエコ商品、作業所で作られた商品も配達することで、作業所で働く障害者の方々の収入の向上が図られます。

滋賀県に事業所のある企業、団体の皆さん、環境・福祉の先進県「滋賀県」オリジナルのCSR活動に参加してみませんか。



第13回グリーン購入大賞を受賞

担当者の声

スタートまでの道のりには大変な苦勞がありました。

最大のネックはコピー用紙の価格でした。コクヨ工業滋賀のコピー用紙を通常より高い価格で販売することになるので、「なぜ、コクヨの片棒を担がないといけないのか?」「そもそも障害者の方が運べるのか」など、異論が噴出しました。そこで、コクヨグループはあくまで黒子であること、作業所の活動を前面に押し出すことで理解を得ることができました。コピー用紙の運搬に必要なかご車を提供いただける企業や、通い箱を企画作成してくれた企業、そして、障害者への活動を理解いただきコピー用紙を購入いただいている企業全てが地域で完結できていることに大きな意味を感じます。今ではこの「エコラボはーと・しが」の活動から、作業者が別の仕事を受注したり、新たな広がりが見えています。



コクヨマーケティング
サプライBC近畿サプライ営業本部
京滋支店 高橋 伸年

振興センターは、共同作業所で働く障害者の収入の向上や雇用の促進を目的に、作業所商品の開発や販路の拡大、働く場づくり等の事業を展開している法人です。滋賀県内には約150カ所の共同作業所があり、3,000人強の障害者が日々働いていますが、月額平均工賃は約16,000円、共同作業所から企業へ就職していく人は約2%と言った状況です。障害者一人ひとりが自立した生活を送るには、収入の確保が大きな課題なのです。私たちが日々働き、暮らす「地域」を、地域の方々と今後どのように作っていくか、「地域づくり」「国づくり」を私たちは障害のある人達の「働く」という領域から事業を通して発信していきます。是非、私どもが目指す社会についてご理解いただければうれしく思います。



(社)滋賀県社会就労事業振興センター
事務局次長 城 貴志さん

地域ブランドプロデュース

京都の仲間と作った、北山杉活性化の家具『イマトコ』

コクヨファニチャーのブランド「カギロイ」は京都の仲間たちと“京都北山スギ活性化プロジェクト”を2010年に結成し、北山杉を活用した家具『イマトコ』を開発しました。京都の自治体や民間のオフィスで使っていただき、産地活性化につなげたいと考えています。『イマトコ』は「居間の床柱」「現代(いま)の床柱」として使ってもらいたいと想いをこめて名付けました。



テーブル

※ 関連情報:「[イマトコ](#)」



ソファとキャビネット

床柱の材として使われてきた北山杉

京都の北山地区で見られる独特な風景をご存知の方も多いのではないのでしょうか。この細くてまっすぐに育てられている北山杉は床柱として使われてきました。しかしながら、昨今の住宅の洋風化に伴い利用される機会が著しく減少しており(現在の出荷量は最盛期の1/10)、産地は高齢化と需要の減退により衰退の危機に瀕しています。産地では上海の展示会に北山杉を出品するなど需要拡大を図る試みを行っていますが、なかなか効果が上がっていない状況で、床柱以外の用途開発が課題となっています。



北山杉の森林

プロジェクトの仲間たち

このプロジェクトのきっかけは、京都の設計事務所の里仁舎さんが「京都の木材で建てたモデルハウスに京都の木材で作った家具を置きたい」とコクヨのお客様相談室にかけた一本の電話からでした。

里仁舎さんとこのプロジェクトの目指すところを

1. 北山杉の産地活性化を目的とする
2. 販売ターゲットは京都の自治体・企業等
3. デザイン性を重視して、商品の付加価値を高める

と決めて、特定非営利活動法人 活木活木(いきいき)森ネットワークの国産優良木材新規用途開発事業の助成金に応募、採択されプロジェクトが始動しました。

プロジェクトは北山杉を守りたいと熱い思いをもつ京都の人たちと、カギロイのクリエイター仲間が参画して推進しました。

林産地の見学や勉強会、幾多の企画会議の開催、京都大学の学園祭でのマーケティング調査などを経てこの商品は生まれました。



京都大学の学園祭で

プロジェクトの仲間たち

育てる人	京都北山丸太生産協同組合	松本吉弥
	吉傳銘木店	吉岡英昌
支える人	里仁舎	南宗和
	アークス建築事務所	住吉豊
つなぐ人	クリップ	島田昭彦
創造する人	Koizumi Studio	小泉誠
応援する人	林業女子会@京都	
カタチにする人	二葉家具	中村和久、草地来明
ひとりひとりに届ける人	カギロイ	鹿野勝則、加賀谷廣代、深堀崇弘

※カギロイとは

「日本の素材を使用し、日本の技術で製作する、地産地消のエコなインテリア」をコンセプトにしたコクヨファニチャーのブランド名です。

北山杉を知ってもらう活動を推進します

2/10に京都市内において、発売記念のイベントを開催しました。行政、民間企業、建築関係の方々など多くの方にお越しいただきました。『京都で育った木材を、京都で家具にして、京都で使う』をスローガンにコクヨマーケティングの京滋支店を販売の窓口として、多くの方々に北山杉を知っていただく活動を推進していきます。早速、京田辺市役所のロビー、京都大学の大学院の案件において3/末に納品をさせていただき、幸先の良いスタートを切ることができました。

今後はこのイマトコを足がかりに、地域材活用モデルとして全国で同じ問題を抱える地域へ展開していきたいと考えています。



2/10に開催した京都のイベント

担当者の声

北山杉の一番の特徴である、表面の絞りの表情を活かすか、表面を研磨して使うか？がこの商品の一番のポイントでした。今では敬遠されがちなこの表情は、デザイン性を重視する上で障害になると思われましたが、地元の方々のこだわりは強く折り合いが付かなかったため、デザイナーの小泉誠さんに、モダン80%伝統20%という比率でデザインをしていただくようお願いしました。その結果、絞りの表情は家具の構造を構成するパーツとして活用され、モダンなデザインと産地のこだわりがバランス良く両立していると評価を受けています。

個人的には、ソファが特に気に入っています。座ったときに肘の絞りの質感が気持ちよく、思わず撫でてしまいたくなります。



コクヨファニチャー 開発営業本部
深堀 崇弘



絞りの表情



ソファの肘に使われた絞りの表情



テーブルの脚に使われた絞りの表情

デザイン振興

KOKUYO DESIGN AWARD(コクヨデザインアワード)の取り組み

コクヨは、使う人ならではの優れた商品アイデアを広く一般ユーザーから集め、商品化を目指すプロダクトデザインコンペティション「KOKUYO DESIGN AWARD(以下、コクヨデザインアワード)」を開催しています。

10年目を迎えるグローバルコンペティション

この「コクヨデザインアワード」は、顧客起点のモノ作り活動を実践する場として2002年から毎年開催し、2012年で10回目になります。(2010年のみ休止)。国内外でデザイナーを目指す人の登竜門的なコンペティションとしても認知されるようになりました。年齢・性別・国籍を問わず、国内・外から幅広く募集し、近年は毎年20カ国以上、1,500点以上の応募があります。



コクヨデザインアワード

ユーザーの声に魅力的な商品アイデアがある！

このコンペティションの特徴は受賞作品の商品化です。毎年10点近い優秀作品を表彰していますが、そこから実際に商品化されるものはごく僅か、一年に1つ出るかどうかです。それはアワードで高い評価を得た作品でも、多くの人が手に取って使っていた「商品」にした場合に本当に相応しいものかどうか、社内の商品開発プロセスで慎重に検証していくからです。9回開催した中で商品化できた作品は6点。ただし、その中にはニューヨーク近代美術館(通称:MOMA)のパーマネントコレクションに認定された「カドケシ」や、グッドデザイン賞金賞を受賞した「キャンパスノート<パラクルノ>」、女子高生を中心に人気を博している「Beetle Tip(ビートルティップ)」「蛍光マーカー」といったヒット商品が誕生しています。もともとの「アイデア」の良さを損なわずに、素材や価格を考慮した上で、市場で販売する「商品」に仕上げるのはとても難しい一方で、ユーザーの声にきちんと耳を傾け、こだわり続けることで、そこに多くの人に愛される魅力的な原石が眠っていることにも気づかされます。デザインアワードは、メーカーである我々自身が顧客起点のモノ作りを検証し、その重要性を皆さんと共に考える大変貴重な機会ともなっています。



カドケシ



パラクルノ



ビートルティップ

商品ブランドとの連動による商品化への意気込み

2012年の募集テーマは、『Campus「ノートを超えろ！」』です。Campus は、1975年の発売以来あらゆる学びのシーンで多くの方に愛されてきた大学ノートのブランドですが、誕生から37年が経った今、これからはノートだけではなく文房具から家具、空間にまで“学びをサポートする”ブランドへと再構築されています。カテゴリーを問わない自由なフィールドで、利便性や効率性を追求するだけでなく、使う人の学ぶ意識を刺激して成長へと促す、そんな新しいCampusブランドを表現する斬新なアイデアを募集しており優秀な作品を商品化まで繋げたいと思っています。

※関連情報「[コクヨデザインアワード2012応募要綱詳細](#)」

※関連情報「[コクヨデザインアワードアーカイブ](#)」

※関連情報「[コクヨデザインアワードスタッフより](#)」

UD・環境をテーマとした教育支援

地域と一体となった環境活動や、商品特性を生かした教育分野への社会貢献活動に取り組んでいます。

2011年度の総括

社会の一員であることを自覚し、良き企業市民であり続けるために「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念のもと、さまざまな社会貢献活動を行っています。グループの事業会社各社がそれぞれ主体的な活動を行っており、2011年度も、出張授業や工場・ショールームの見学などの地域貢献、教育分野での社会貢献活動に注力しました。

ユニバーサルデザインの出張授業

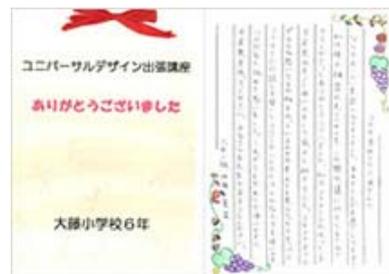
出張授業では、コクヨS&Tの若手社員が講師として学校に出向き、文具を題材に、実際の商品に触れながら、ユニバーサルデザインについて勉強していただいています。小学5年生から高校3年生までを対象に、ユニバーサルデザインの基礎知識、コクヨのユニバーサルデザインの考え方、ユニバーサルデザイン商品の紹介、開発事例の紹介などをお伝えしています。WEBサイト(※関連情報:「[体験するユニバーサルデザイン](#)」)からの受付も行っており、多くの学校にご利用いただいています。



出張授業の様子



出張授業の様子



小学校からいただいたお礼状

ショールームで校外学習

中高生を中心とした見学者に対し、コクヨのショールームにて、館内見学とあわせて商品開発秘話や、従来の商品との違いなどユニバーサルデザイン、エコについて勉強いただく校外学習用プログラムを用意しております。また、社会に出る前に社会人と接点を取りたいという、高校、大学、再就職支援団体のご要望にお応えし、「企業で働く人の話を聞こう話そうセミナー」なども開催しております。2011年度は東京・大阪あわせて234団体、約5800名のお客様にお越しいただきました。



ショールーム見学の様子



セミナーの様子

※関連情報:「[東京ショールーム](#)」、「[大阪ショールーム](#)」

工場見学の受入れ

地域企業に密着した職業観や就職意識を育んでもらおうと地域の小学生・中学生・高校生を対象に工場見学を実施しています。2011年度も国内4工場では31件の工場見学を受け入れました。



工場見学の様子(三重工場)

■ 地球環境とともに

環境経営マネジメント

グループ環境ビジョン

「持続可能な社会」を構築するには、「循環型社会」、「低炭素社会」、「自然共生社会」に向けた取り組みを統合した活動を実施していく必要があるとの国の方針を踏まえ、2010年に「環境ビジョン」の見直しを実施しました。堅持すべき「環境理念」と具体的な活動項目である「環境方針」とで構成されており、方針は「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」「法順守と汚染の予防」「情報開示・コミュニケーション」「環境経営」「生物多様性」の7つの項目としました。この「環境ビジョン」を元に各事業会社がそれぞれの事業の特性に沿った目標を展開し、環境負荷低減に努めています。

コクヨグループ環境ビジョン

環境理念

創業以来、継続してきた「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、持続可能な社会の実現のため、温暖化や資源枯渇、生物多様性保全などの地球環境問題を全世界共通の永続的課題と認識し、コクヨグループが率先し、事業活動に関わる様々な人達の英知を結集することで、この課題解決のため行動を起こす。

環境方針

	地球温暖化防止	低炭素社会の実現に向け、温室効果ガス排出量の大幅な削減に取り組みます。
	省資源・リサイクル	循環型社会の進展に向け、限り有る資源を有効利用し、Reduce・Reuse・Recycleに取り組みます。
	エコプロダクツの 調達・開発・提供	商品ライフサイクル全体での環境負荷低減に向けて、新たな環境技術の開発やグリーン調達に取り組みます。
	生物多様性	生物多様性に配慮した事業活動を行うことにより、生態系に及ぼす影響の低減とその保全に努めます。
	法順守と汚染の予防	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順守し、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	全従業員が一丸となり、新たなエコビジネスモデルの開発に努めるなど、環境負荷の継続的改善と事業の発展に取り組みます。

中長期環境行動計画

中長期環境行動計画(2020年度)

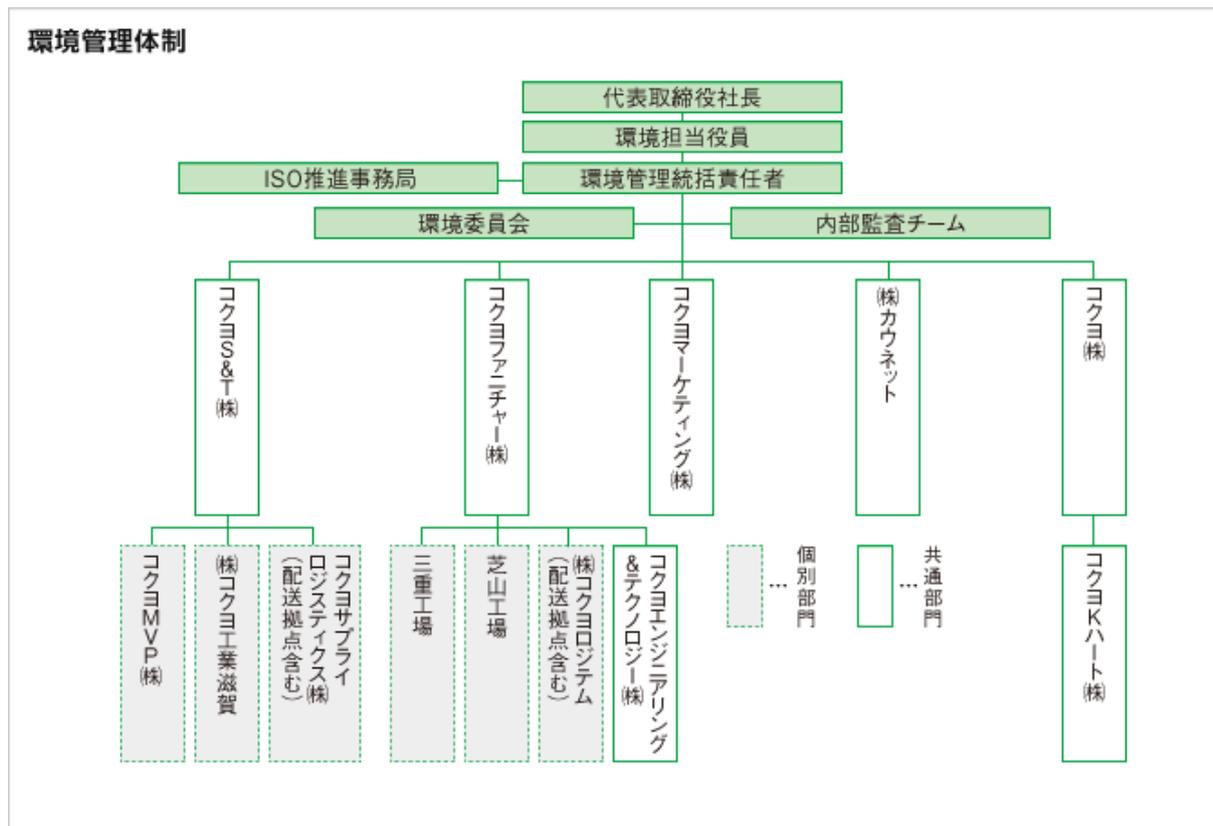
環境方針	対策項目		2011年度目標と結果		評価	2020年度目標
			目標	実績		
地球温暖化防止	地球温暖化防止対策	CO2排出量の削減 (1990年度比)	対前年比総量(生産影響除く)▲3%	▲7.9%(総量) ▲4.3%	○	30%削減 (国内)
	省エネルギー対策	消費エネルギーの削減	対前年比原単位 ▲1%	売上高原単位 ▲3.6%	○	対前年度比1%削減 (原単位)
省資源・リサイクル	省資源・リサイクル対策	排出物総量に対するリサイクル率の向上 ※施工現場廃棄物を含む (元請)	リサイクル率の現状調査	70サイト中47サイト完了 リサイクル率 96.3%	▲	100%

環境管理体制

ISO14001グループ統合認証のもと各社の独自性を生かした環境経営を志向しています。

グループ統合環境管理体制の構築と維持

2004年に環境マネジメントシステムの登録範囲を連結対象子会社に拡大し、企画・研究開発、製造、販売・サービス、保管・出荷を包括する統合認証システムとしています。運用においては、コクヨグループとしての一貫性を維持しつつ、比較的環境負荷の大きな事業会社及び工場を「個別部門」、負荷の小さな事業会社を「共通部門」とすることで規模に応じたマネジメントシステムとしています。また、各社の事業計画に即した環境目標を定めるなど、事業特性に合った環境管理が推進できるよう、独自性への配慮を心がけています。登録範囲拡大による業務量の増加に対応するために、環境文書・記録管理データベースシステムの「MELON」を導入、文書管理・閲覧の利便性、効率性、正確性の向上を図っています。



エコ効率指標による活動評価

コクヨグループでは、財務業績と地球環境とともに効果を総合的に評価できる指標として、独自の「エコ効率指標」を定めています。この指標は「一定の環境負荷に対する、製品やサービスの社会への提供度合い」を示すもので、次の4項目を対象にしています。

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

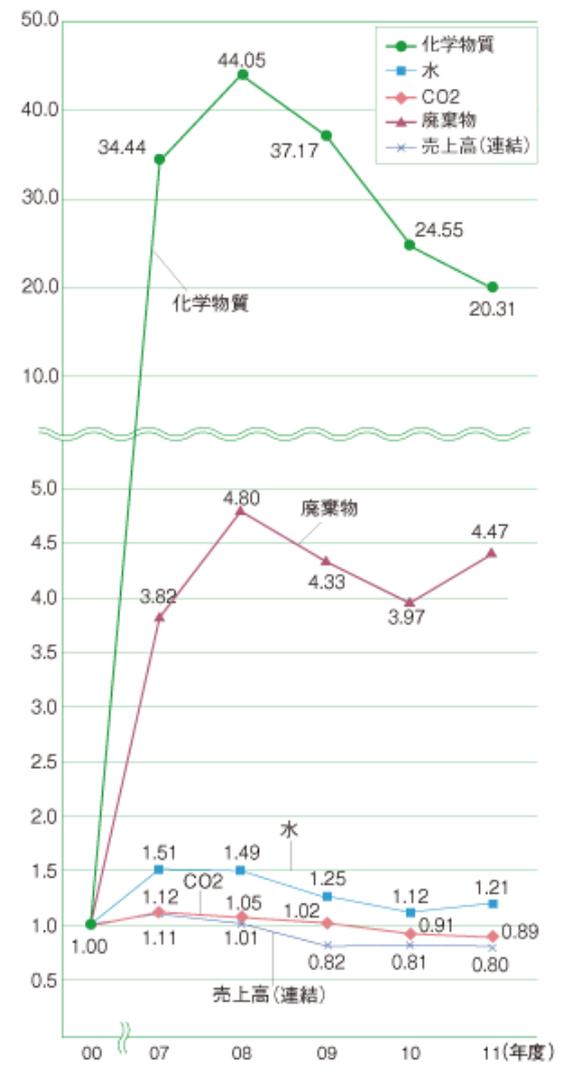
各指標は、2000年度を基準にすることで、年度ごとの進捗状況を把握できます。

2011年度は、夏の節電対策として空調運転方法やワークスタイルの見直しなど様々な対策をコクヨグループ全体として、またグループ会社各社が行ったことにより、オフィス・物流のCO₂排出量は削減されましたが、自社工場の内製化の増加に伴い、全体としてCO₂排出量と化学物質の使用量が増加しました。

エコ効率指標 =

$$\frac{\text{当年度(売上高 / 各環境負荷量データ)}}{\text{基準年度(売上高 / 各環境負荷量データ)}}$$

エコ効率指標



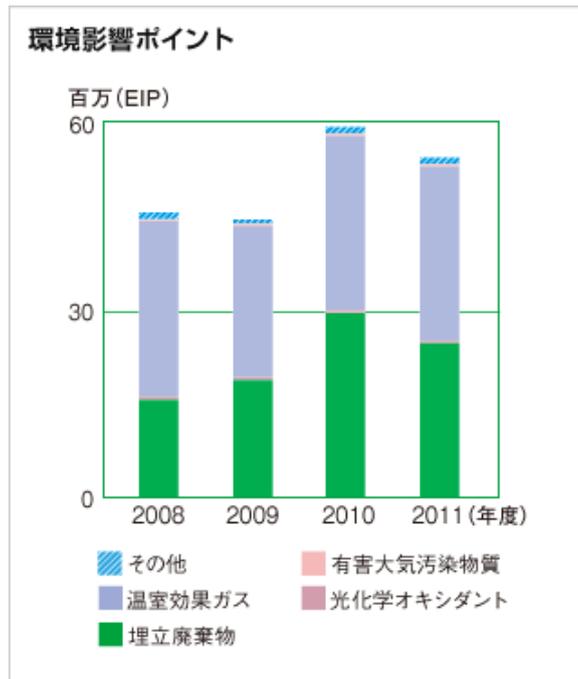
統合的な環境負荷の推移を把握しています～JEPIXによる評価

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。

2011年度は、温室効果ガスが若干増加しておりますが算定方法の見直し及び生産増、工場の内製化による影響が大きいと考えられます。埋立廃棄物については減少しており、ゼロエミを達成した事業所が増えるなどリサイクルを推進しています。

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」に「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)」を掛けて、それらを合計することで算出します。

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



注:「環境報告」のページ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ますが、一部海外連結子会社の数字も含めてEIPを算出しました。

地球温暖化防止対策

低炭素社会の実現に向け、温室効果ガス排出量の大幅な削減に取り組みます。

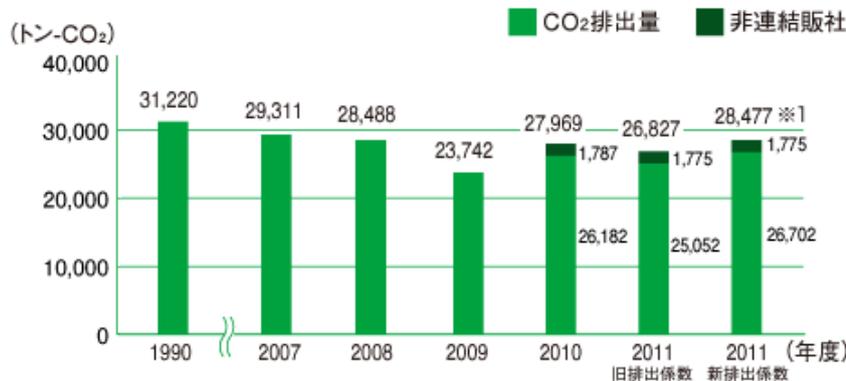
2011年度 目標	2011年度 実績
CO ₂ 排出量 28,788トン-CO ₂ 前年比 2.9%増加	CO ₂ 排出量 26,827トン-CO ₂ 前年比 4.1%減少

2011年度の総括

2011年度のkokyogroupのCO₂排出量は26,827トンとなり、前年度に比べ1,142トンの削減となりました。試算ではありますが、運用改善で1,421トン削減、設備改善で652トン削減、生産、統廃合で931トン増加となり、実質削減量は運用改善と設備改善を合わせた2,073トンとなりました。排出元別では、工場においては117トン増加、物流においては519トン削減、オフィスにおいては740トン削減となりました。

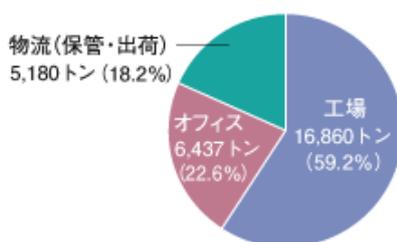
東京電力と東北電力管内を対象に実施された電気事業法第27条に基づく電力使用制限に対し、kokyogroupではkokyofanichya-芝山工場、kokyoshimizuオフィス、kokyosupplyロジスティクス首都圏IDCが対象となりました。芝山工場は単独で、kokyoshimizuオフィスとkokyosupplyロジスティクス首都圏IDCでは共同使用制限スキームを活用することで前夏の使用最大電力の85%以内の制限を順守いたしました。

CO₂排出量の推移

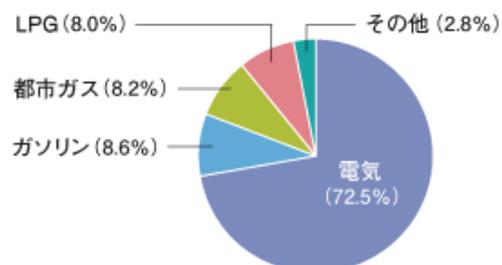


※1 日本の電力のCO₂排出係数は、地球温暖化対策の推進に関する法律に基づく係数(平成22年度の電気事業者ごとの実排出係数)を採用。海外の電力のCO₂排出係数は、持続可能な発展のための世界経済人会議(WBCSD)並びに世界資源研究所(WRI)が公開しているGHGプロトコルウェブサイト内の各国ごとの係数を採用。ガス、油のCO₂排出係数は、「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアルVer.3.1(平成22年9月)」の値を採用。

CO₂排出量の排出元別内訳



CO₂排出量の排出源別内訳



排出係数の変更

これまでコクヨグループにおける電力排出係数は自助努力の効果を明確にするため、電気事業連合会公表2000年全電源平均「0.378kg-CO₂/kwh」を採用していましたが、近年、より現実に近い排出量の公表が求められるようになってきたため、2011年度より日本の電力のCO₂排出係数を地球温暖化対策の推進に関する法律に基づく係数(2011年度は平成22年度の電気事業者ごとの実排出係数)に、海外の電力のCO₂排出係数は、持続可能な発展のための世界経済人会議(WBCSD)並びに世界資源研究所(WRI)が公開しているGHGプロトコルウェブサイト内の各国ごとの係数を採用することにしました。その結果、CO₂排出量は28,477トン(非連結販売分、1,775トン含む)で、前年度に比べ508トンの増加となります。今後、電力会社によっては排出係数が上昇することが想定されるため尚一層の削減努力が必要となってきます。

工場における温暖化防止対策

工場では前年度に比べ117トン増加(国内工場119トン削減、海外工場236トン増加)となりました。

2011年度も各工場において様々なCO₂削減活動を行いました。

芝山工場では設備の手待ち時間削減や段替え時間の短縮、KOSMOS稼動(納期事前保証・短納期化実現のための社内システム)による余剰在庫の削減、ハイタイプ収納庫の生産におけるタクト(工数)改善など生産効率の改善で100トンの削減ができました。

他、各工場においてもそれぞれ生産効率の改善に取り組んだ結果、前年度に比べ117トンの増加とはなりませんが、そのうち798トンは生産増による影響とみなされるため実質681トンの削減となりました。

物流における温暖化防止対策

物流(保管・出荷)は前年度に比べ519トンの減少となりました。

コクヨサプライロジスティクスでは省エネタイプの照明器具導入や夏季の節電対策、日々のCO₂削減活動の維持・改善を強化し、削減に努めました。

オフィスにおける温暖化防止対策

オフィスは前年度に比べ740トンの減少となりました。

各オフィスとも東日本大震災に伴う節電対策を強化し、「クールビズ」期間を通常の年より拡大し、空調運転方法やワークスタイルの見直しを徹底して行い、「ノー残業デー」「早帰り」などの活動推進、LED照明導入を進めるほか、品川オフィスでは、食堂厨房へのオール電化の導入や、「見える化システム」の活用による空調の運転時間の見直しや蓄熱槽の効率運転による昼間のピーク電力の低減などの活動を行っております。また、実験オフィス「[エコライブオフィス品川](#)」は、お客様への環境ソリューション提案にも活用しています。

震災後の夏の節電対策に加え、7月～9月には社員の環境意識向上を図るため、コクヨグループ全社員一斉で環境推進活動(=「エコ伝」)を実施しました。

「エコ伝」では「17時45分までに退社」「共有スペースの消灯」などエコに関わる項目を実施した社員にポイントを付与し、ポイント獲得上位者には表彰式で報奨しました。

この活動により期間中に約12トンのCO₂(電気消費量換算で約33,000kwh)を削減できました。



「エコ伝」のポイント獲得上位者

省資源・リサイクル対策

循環型社会の進展に向け、限り有る資源を有効利用し、Reduce・Reuse・Recycleに取り組めます。



2011年度の総括

2011年度のkokugroupの排出物量は、非連結販売会社を含めた結果16,625トンと、前年度に比べ265トンの増加となりました。またリサイクル率※1も昨年より0.5%向上し、96.3%となりました。

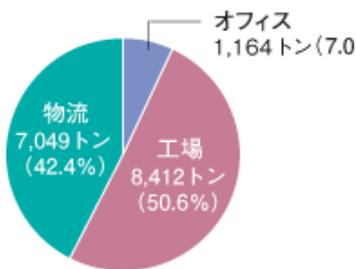
今後も継続して廃棄物の適正処理と中長期目標であるリサイクル率100%を目指していきます。

※1 リサイクル率：排出物のうち、マテリアルリサイクルもしくはサーマルリサイクルされたものと、有価物量の合計比率。

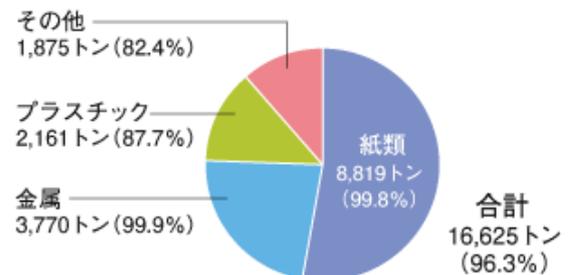
排出物のリサイクル量と最終処分量



排出元別の内訳



排出物の内訳(カッコ内はリサイクル率)



※ 施工現場から排出される廃棄物は含んでいません。

※ 2010年度より非連結6販売会社実績を含む。(2011年度リサイクル量: 127t、最終処分量: 14t)



廃棄物の処理及び清掃に関する法律の改正に対応

2011年度より排出事業者に対して処理状況の現地確認の努力義務化や、施工現場廃棄物に関する「元請」責任が明確化されるなど排出事業者の責務が強化されました。現在、コクヨグループでは約3,600トンの施工現場廃棄物を排出しています。今後はこの施工現場廃棄物についてもリサイクル活動やリスク低減を推進していきます。



使用済み商品のリユース・リサイクル

商品をお届けした際に、お客様のもとで不要になった使用済み商品を引き取り、状態に応じてリサイクル・リユースする取り組みを続けています。

コクヨジテムでは、2011年度にオフィスデスクや事務用イスなどの使用済み商品845トン分を引き取り、そのうちの14トンはリユースし、429トンは解体・分別してリサイクルしました。



イスの解体・分別

環境に配慮した製品・サービスの開発

商品のライフサイクル全体での環境負荷低減に向けて、新たな環境技術やグリーン調達に取り組んでいます。

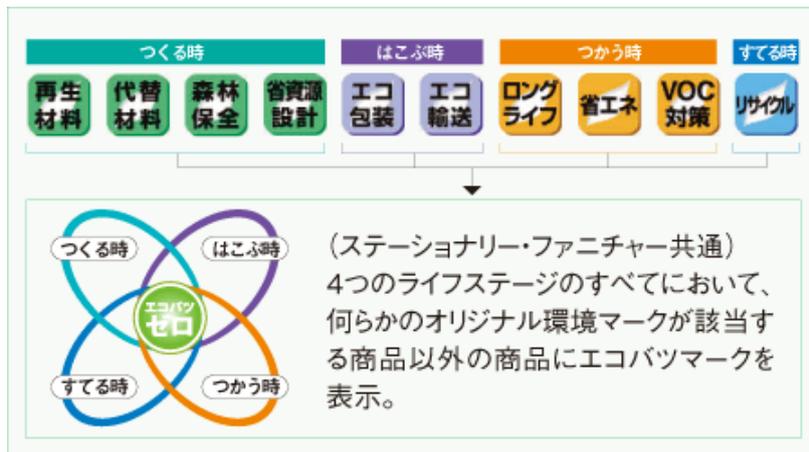
2011年の取り組み

エコバツゼロを継続

コクヨグループでは「2008年版総合カタログ」から商品のライフサイクルの各段階(「つくる時」「つかう時」「すてる時」「はこぶ時」)において、そのいずれかひとつでも環境配慮が十分でない自社商品について、「エコバツマーク」を表記し、それを3年間でゼロにする取り組みを行ってきました。「2011年版総合カタログ」で「エコバツゼロ」を達成し、「2012年版総合カタログ」でも引き続きゼロを継続しています。

さらなる進化

エコバツの取り組みはものづくりのプロセスやものづくりに直接関与しない社員にも自らの働き方やオフィス空間、お客様への提案を見直すきっかけとなりました。エコバツゼロ達成以降は「エコ+クリエイティブ」をキーワードにお客様の期待値を超えるエコプロダクツの開発を進めています。



進化し続けるハリナックス

エコバツゼロの取り組みを進めていく中で生まれた、針のいらぬステープラー<ハリナックス>。2009年に発売以来、皆様にご愛顧いただき、シリーズ累計200万個を売り上げる大ヒット商品となりました。おかげさまで「ハリナックス ハンディタイプ」が機能、デザインに優れた文具・紙製品を選出する日本最大の文具アワード「第20回 日本文具大賞」機能部門でグランプリを受賞しました。業界初8枚とじの機能や、紙をとじる様子を見ることができる窓などを評価されての受賞です。

最初に発売された初代「ハリナックス」は、2穴タイプで10枚綴じでした。もっと手軽なものが欲しいという要望に応じて、ハンディタイプの4枚綴じを発売しました。大きな反響を得ましたが、針を使うステープラーとは違い、綴じられる枚数と保持力に限りがあるのが難点でした。そこで、その要望に応えるために、綴じ方自体を改めて見直すことにしました。

そうして誕生したのが、新構造の引っかけって抜けにくい矢印型の刃です。この新構造の刃は、多枚数綴じを可能にするための工夫も込められていましたので、業界初のハンディタイプで8枚綴じを実現できました。

さらにこの刃を横展開して、2012年2月に「<ハリナックス>(卓上12枚)」は業界最多となる、12枚綴じが誕生しました。綴じ穴は小さな1カ所綴じタイプなので、綴じ位置を自由に決められます。

同じく2月に発売の「<ハリナックス>(コンパクト)」で、持ち運びやご家庭でも使いやすい手のひらサイズながらも、5枚綴じが可能です。ライトピンクや白、ライトグリーンなど5色をそろえていて、女性が使いやすいデザインになっています。

今後もお客様の声を聞き、お客様目線で改善を続け、さらなる驚きと感動を与える商品へと進化させていきます。



ハリナックス: 左:卓上12枚 右:コンパクト

オフィス照明のあり方を根本から見直す

オフィスの価値を高める視点として、従来からオフィスの生産性向上に関する研究がされており、さらに震災以降オフィスにおける節電・省エネの実現がクローズアップされてきています。

オフィスで消費される電力に着目すると、照明が全体の約40%を占めていると言われています。また、現在のオフィス照明は一定の照度と色温度で一斉もしくはエリアごとに点灯・消灯を行う照明環境が一般的で、生産性を考慮した照明を採用しているオフィスはまだ少ないのが現状です。

そこで、照明による働きやすい作業環境の構築と消費電力削減という2つの大きなテーマを設定し、2008年11月に当社実験オフィスであるエコライブオフィス品川で同志社大学工学部インテリジェント機械工学科三木光範教授の唱える知的照明システムを導入し、光環境がワーカーに及ぼす影響について実際に社員が働きながら調査を行いました。

これら実証実験を元に開発されたのが「Intelligent Work Lightingシステム」です。

開発に当たっては導入のしやすさ(コスト面・工事面)と操作の簡便さに重きを置きました。

LED照明は省エネに対しての効果は高いがその分コストが高い。それに工事費がONされると手の届かない商品になってしまうと考え、電気工事は伴わずコンセントにプラグをさすだけの仕様としました。工事を伴わない事で工事費削減のメリットだけではなくテナントオフィス等工事がしにくい案件での導入もしやすくなりました。タイプも高価だが高機能な調光タイプと、機能は落ちるが廉価な標準タイプの2タイプを用意しています。またエコライブオフィスでの調査から、高機能すぎても社員が使いこなせないことがわかり、操作はタッチパネルでのワンタッチの仕様としました。

最近では『環境に対して何らかの取り組みを行いたい』と考える企業が多く、これらの企業がまず試しに導入されるケースが増えてきています。



Intelligent Work Lightingシステム



タッチパネル画面

AIRFORTが「GREENGUARD認定」※を取得しました。

「AIRFORT」は、2010年秋、ドイツで開催された家具見本市オルガテックで日本に先駆けて発表したオフィスチェアです。個人差の多い背骨のカーブにもしっかりとアジャストし、“柔軟性とサポート力を両立して腰をサポートする”ことをコンセプトに開発しました。上海国際家具展示会では、回転椅子部門デザイン賞金賞を受賞。また、米国環境基準である「GREENGUARD認定」を取得し、デザイン的にも環境的にも世界で認められたオフィスチェアです。

※関連情報:「[エアフォート](#)」商品ページ



※「GREENGUARD認定」

オフィス家具、床材・天井材・接着剤・塗料・壁材・カーペットなど室内建材を対象に定められた米国の環境基準です。この基準は米国材料試験協会が定める有機物放出基準に基づいた試験や合衆国環境保護庁 (USEPA)、ワシントン州、ドイツのエコマーク「ブルー・エンジェル」の勧告に基づいて作成されており、米国材料試験協会 (ASTM) の規格に基づいた厳しい試験をクリアした製品にのみ与えられます。



「AIRFORT」

生物多様性への配慮

生物多様性に配慮した事業活動を行うことにより、生態系に及ぼす影響の低減とその保全に努めます。

ココヨグループ 木材調達基本方針

ココヨグループは、2011年「木材調達基本方針」を制定し、持続可能な森林資源を原料とすることを明確にしました。ココヨグループは創業時より紙をはじめとした森林由来資源を活用して事業を展開・発展してきました。我々は、地球温暖化の抑制や生物多様性など森林の果たしてきた役割を認識し、資材の調達に関して合法性、透明性、持続可能性に配慮しながら、今後も森林資源との調和ある発展を目指します。

ココヨグループ 木材調達基本方針

当社グループは、以下の方針に基づく森林由来資源の調達を推進するとともに、その継続的改善に努めます。

1. 木材貿易における違法伐採・違法取引問題を認識した、より透明性の高い資材の調達
2. 森林資源の持続的利用のための、より適切なサプライチェーンからの資材の調達
3. 地域における森林の社会的な価値・役割の認識に基づく、その維持・保全に配慮した資材の調達

結の森プロジェクト

「環境と経済の好循環」をテーマに荒廃していく人工林の再生と、その人工林を守る地域の活性化を目的とし、高知県四万十町で2006年に開始した「ココヨー四万十・結の森プロジェクト」は、2011年に6年目を迎えました。



モニタリング調査に参加したメンバー

見えてきた間伐の効果

森林保全活動を行う上で必要不可欠なのは、間伐効果の「見える化」をすることです。活動の効果を長期的に監視していくため、大正町森林組合、四万十高校、筑波大学の皆さんと共同で、年に一度のモニタリング調査を実施しています。

2011年10月、5度目となるモニタリング調査を実施しました。その一つである植生調査では、特定の2地点において調査を継続しています。調査内容は高木・低木・草本のそれぞれの植物の種類及び植被度です。前回は両地点ともに81種から53種、48種から37種と植生が減少していることが判明。

「結の森でも全国的に問題となっている鹿による食害が深刻化しており、植生の減少は鹿の好む植物が食べられているのだろう」と地元の方は言います。

食害除けのネットを張ったり、鹿の駆除に補助金をつけたりなどの対策を実施した結果、今回は53種から82種、37種から38種と回復傾向が見られましたが、この対策の効果なのか明白ではなく予断の許さない状況です。

こういった状況の中、乾燥に弱い植物が減少してきている、強間伐後は日当たりを好む種が一気に増える、など間伐による効果と思われる変化も見られるようになってきました。このように調査を継続することで分かってきたこともあり、あらためて森林を回復させる難しさと継続して調査を行う大切さを実感しました。
課題となる鹿の食害など、変化していく環境に対し、どう対応していくのか、地元の方と協力しながら解決策を見つけていきたいと思いをします。



植生調査の様子



水質調査の様子

拡大していく結の森プロジェクト

間伐材の有効活用のために、コクヨグループのカウネットから生まれた「結の森」ブランドの商品は、2007年当初は8品番からスタートしましたが、2011年現在で93品番になっています。カウネットでは活動への理解と賛同者を増やすため、お客様のポイントを結の森の間伐に寄付する仕組みを2008年から実施しており、本年も約120件のお申し込みがありました。加えて、2011年2月より「結の森1%寄付プロジェクト」をスタートさせました。これは「結の森」商品の売上の一部を(社)国土緑化推進機構の「緑の募金」に寄付するというものです。

100haから始まった結の森は2011年度には対象面積を約3,000haに、累積間伐面積も717haに拡大。3,682トンのCO₂吸収証書が高知県から交付されました。このようにたくさんの方々を支えられながら「結の森」は拡大しています。

環境と経済の好循環を目指し、結の森の挑戦は続いていきます。



吸収証書が高知県より授与されました

ReEDENプロジェクト

コクヨ工業滋賀は、ノートをはじめとする紙製品を製造するコクヨグループの主力工場。人々の命を支え、多くの生き物たちのにぎわいの場所となっている琵琶湖の近くで操業していることから、積極的な環境保全活動を行ってきました。中でも特に力を注いでいるのはヨシの活用。ヨシはCO₂の吸収だけでなく、その成長過程で窒素やリンを吸い上げて水を浄化する働きを持ち、またびわ湖に住む生物のすみかとしてなくてはならない植物です。かつては、よしずや屋根葺き材料、垣根などに利用されていたヨシですが、生活様式の変化とともにその活用先を失い、手入れのされなくなったヨシ原は荒れていました。そのようなヨシの活用促進に取り組み、現状を広く知ってもらうことを目的に「ReEDENプロジェクト」が発足したのは、2007年11月。ヨシの活用は、「紙製品を製造する地元企業として、私たちが中心になって取り組まなくては」という思いとともに活動は着実に広がっています。



5月 新緑の季節。1mほどに育ったヨシ



7月 夏の日差しを浴び、3mを超す背丈に成長しました。



3月 ヨシは秋になると枯れ始め、12月～3月にヨシ刈りが行われます。

ヨシを活用するという切り口から琵琶湖を守る

びわ湖・淀川水系のヨシを使用した文具シリーズは、当初6品目16品番で京都府・滋賀県内の文具店等を通じて発売を開始。徐々にそのラインアップを増やし、現在16品目67品番。近畿エリア外の取り扱い店舗も増加中です。数量限定販売のReEDEN colours A5&slim A6ノートは、森にひそむ動物柄の背クロスに加え、中紙の右上には「わたげ」や「つばめ」のワンポイント入り。コンパクトサイズで持ち歩きにも便利です。まとめ買いにお得なパックノートもあり、女性のお客様を中心に買い求めいただいております。



＜リエデンカラーズA5&slimA6＞の表紙の色名が人気(木いちご・ティラミスなど)

地域社会の一員として、ヨシで琵琶湖を守る仲間の広がり

「ヨシでびわ湖を守るネットワーク」は2009年にコクヨ工業滋賀が事務局となり設立しました。この会は様々な企業、団体がゆるやかに繋がる連携の中で、びわ湖の自然環境の保全に貢献することを目的としています。また、異業種が環境活動を通して交流を図れる場を提供し、個人一人ひとりの環境意識を高めていくことに繋げていければと考えています。設立当初、数社でスタートしたネットワークも現在50社を越え、多くの仲間が賛同する会に広がりを見せています。主な活動は、びわ湖の生態系、水環境に大切な役割を果たしているヨシ原の保全活動です。夏場に成長したヨシが枯れる12月から2月の間にかけて、翌年の健全なヨシの成長を促すための刈り取り作業です。当初はコクヨ工業滋賀の社員数人からスタートしたこの活動も冬の刈り取り時期に数回実施し、今では地元環境団体とネットワークの仲間が集い、数百名が参加する活動に広がっています。一回で刈り取るヨシの量は4tトラック数車となり年々参加者が増えるごとにその量は増え続けており、使われなくなったヨシを紙の原料に有効活用することも実現しています。また、地域の環境関連の話題や会員企業さまの環境活動を紹介し、みなさんの環境意識や仲間意識を高めて行くためネットワーク通信を配信しより繋がりを深めています。これからの展開は、広くびわ湖環境の改善に貢献していくため、様々なびわ湖環境問題に目を向け、みんなが楽しみながら環境保全に関われる地域社会から注目される次の活動を模索しています。



2012年2月26日ネットワークのメンバー



ヨシ刈り風景

法順守と汚染の予防

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順守し、環境汚染の予防に努めます。

環境リスク管理

環境関連法改正への対応と順守状況

コクヨグループでは、ISO推進事務局の主導のもとグループ企業の適用状況の周知を図ったり、内部監査で順守状況をチェックするなど、環境関連法規制の適正な対応を推進しています。2010年の省エネ法の改正に伴い、特定事業者指定された4つの会社が定期報告書および中長期計画書の提出を行いました。また2011年4月に施行された廃掃法の改正による施工現場廃棄物への対応も進めています。その他、「法規制説明会」(4月)や、東京と大阪で開催した「内部監査員フォローアップセミナー」(6月)などの機会を利用し、対応の徹底を図りました。

環境監査の実施状況

コクヨグループでは、内部監査を事業会社内で実施する第一者監査およびISO推進事務局が主体となり実施する第三者監査の2段階で実施しています。それに加え、ISO14001の第三者審査および「CSR報告書」の第三者による保証を受けています。なお、ISO14001の第三者審査および内部監査の結果、環境関連法規に対する重大な法令違反はありませんでした。

内部監査

実施年度	2010	2011
監査対象サイト	78	73
・第一者監査	60	59
・第三者監査	18	14
指摘事項	35	51
・軽微な不適合	15	8
・修正事項	20	43

第三者審査 (ISO14001)

実施年度	2010 (定期)	2011 (定期)
審査対象サイト	16	17
改善指摘事項		
・軽微な不適合	0	0
・改善の機会	17	16
ストロングポイント (特に優れている点)	3	0
グッドポイント (優れている点)	2	3



環境汚染対策

2010年に旧柏原工場の建物解体工事に伴い、天井に吹き付けられていたアスベストの除去を行いました。除去前には、廃石綿の処分場を現地視察し、適正な処理が行われるかを確認しました。また、土壌についても自主的調査を行った結果を自治体に報告すると共に、汚染土壌を適正に処理しました。



旧柏原工場



天井開口部から見たアスベスト



施工現場出入口



廃石綿の処分場の現地視察



土壌汚染調査



有害化学物質の削減

生産工程における化学物質削減対策

コクヨファニチャー芝山工場では、2010年度には使用する塗料を溶剤系から水系に転換することにより、キシレンの取扱量がゼロとなり、2011年度も引続きゼロを維持しています。

またPRTR法対象物質の改正を受け、MSDSを再度取り直し、管理を徹底するとともに対象物質の抑制に努めています。

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、化学物質の管理体制、データ収集方法等を定めた化学物質等管理規定によって、法の順守と環境負荷の低減を図っています。

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の抑制のためにサプライヤーからの書面確認をするとともに、その結果を検証するため社内での蛍光X線分析器により有害化学物質の含有調査・判定を進めております。

コクヨファニチャーでは、サプライヤーへの調査結果に基づくRoHS指令対象物質の調査結果をデータベース化するなどの活動を継続して進めています。また、新製品開発においてもRohs指令対応の品目を拡大しています。

PRTR法対象化学物質

政令 番号	化学物質名	取扱量 kg	排出・移動量				除去処 理量 kg	リサイク ル量 kg	消費量 kg
			大気排出 量 kg	水域排 出量 kg	廃棄物 量 kg	小計 kg			
1	亜鉛の水溶性化 合物	696.3	0.0	7.3	0.0	7.3	219.2	0.0	469.8
20	2-アミノエタノー ル	67.2	63.8	3.4	0.0	67.2	0.0	0.0	0.0
80	キシレン	22.3	8.6	0.0	0.1	8.7	0.0	0.0	13.6
125	クロロベンゼン	8.0	0.1	0.0	0.6	0.7	0.0	0.0	7.3
134	酢酸ビニル	478.0	33.1	2.6	33.4	69.1	0.0	0.0	408.9
207	2,6-ジ-ターシ ャリ-ブチル-4 -クレゾール	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6
297	1,3,5-トリメチル ベンゼン	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6
300	トルエン	124.3	6.3	0.0	3.3	9.6	70.7	0.0	44.0
302	ナフタレン	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
309	ニッケル化合物	110.5	0.0	0.0	77.4	77.4	0.0	0.0	33.1
354	フタル酸ジ-ノル マル-ブチル	438.1	0.0	0.0	4.5	4.5	0.0	0.0	433.6
392	ノルマル-ヘキ サン	2,601.4	2,554.3	0.0	1.4	2,555.7	0.0	0.0	45.7
403	ベンゾフェノン	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.3
407	ポリ=アルキル エーテル	699.6	699.6	0.0	0.0	699.6	0.0	0.0	0.0
410	ポリ=ノニルフェ ニルエーテル	14.5	14.5	0.0	0.0	14.5	0.0	0.0	0.0
447	メチレンビス=ジ イソシアネート	26.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	26.0
	合計	5,317.2	3,380.3	13.3	120.7	3,514.3	289.9	0.0	1,513.0

※ PRTR法の届出対象事業所が使用したPRTR法対象物質の取扱量、排出・移動量、除去処理量、リサイクル量、消費量。これらの算定は、経済産業省・環境省「PRTR 排出量等算出マニュアル第4.1版(平成23年3月)」を参照。

※ 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り、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。

環境コミュニケーションの推進

積極的に環境情報を開示し、お客様・社外の皆さま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。



商品が皆さまの元に届くまで

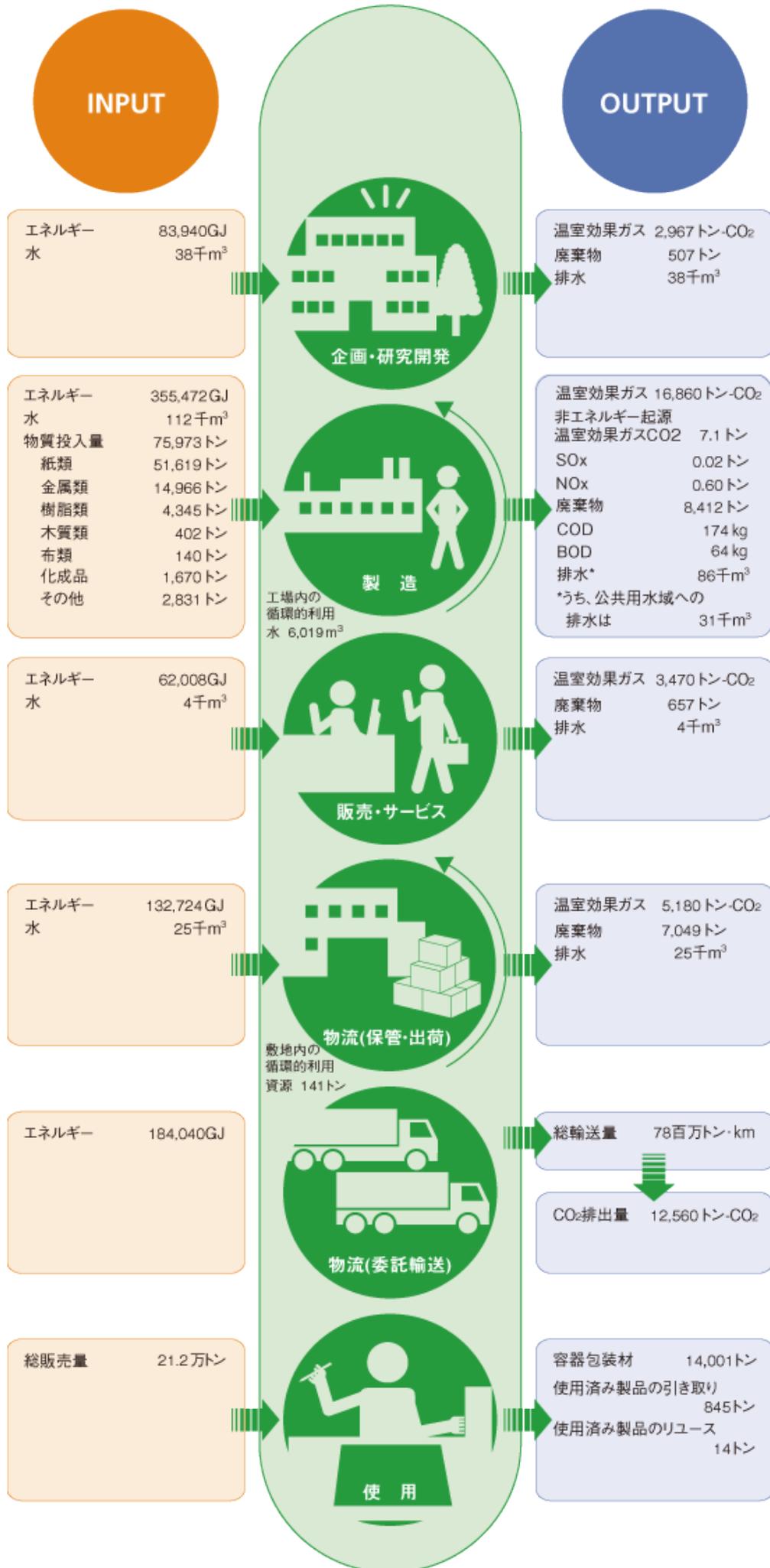
コクヨグループは、ステーショナリー、ファニチャー、店舗什器の製造・販売を中心に、各事業に付帯する企画・研究、物流、施工、サービスなどの事業を行っています。これらの活動によって発生する環境負荷を「企画・研究開発」から「使用」に至る流れに沿って定量的に示しています。

このうち管理影響が及ぶ「企画・研究開発」「製造」「販売・サービス」「物流(保管・出荷)」の範囲に対して、主に環境保全活動を推進しています。

2010年度から対象範囲を拡大し、「販売・サービス」に非連結販売会社6社(北海道・東北・北関東・東海・北陸新潟・山陽四国)の環境パフォーマンスデータの把握に努め、把握結果は開示数値に含めています。

また、外部委託している「物流(委託輸送)」については、改正省エネ法で特定荷主の指定を受けた事業会社によって環境負荷の把握と省エネ対策の立案を行い、定期報告書および計画書の提出義務を履行しています。

今後もデータの集計体制を強化し、網羅性、正確性の向上に努めます。



Input項目

指標	単位	算定方法
エネルギー 使用量	GJ	電力、ガス(都市ガス、LPG、天然ガス)、油(ガソリン、軽油、灯油) 電力の単位発熱量は、エネルギーの使用の合理化に関する法律施行規則(平成20年4月1日施行)の昼間電力の値を採用。 ガス、油の単位発熱量は、環境省・経済産業省「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアルVer.3.2(平成23年4月)」の値を採用。
水	千m ³	水道水、工業用水
物質投入量	トン	製品を製造するために使用した原材料の量
容器包装材	トン	製品の包装に使用した包装材の量

Output項目

指標	単位	算定方法
温室効果ガス 排出量	トンCO ₂	電力、ガス、油の使用によって発生する二酸化炭素排出量→「 温暖化防止対策 」参照 日本の電力のCO ₂ 排出係数は、地球温暖化対策の推進に関する法律に基づく係数(平成22年度の電気事業者ごとの実排出係数)を採用。 海外の電力のCO ₂ 排出係数は、持続可能な発展のための世界経済人会議(WBCSD)並びに世界資源研究所(WRI)が公開しているGHGプロトコルウェブサイト内の各国ごとの係数を採用。 ガス、油のCO ₂ 排出係数は、環境省・経済産業省「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアルVer.3.2(平成23年4月)」の値を採用。 物流(委託輸送)の二酸化炭素排出量の計算には、トンキロ法と燃費法を併用。
非エネルギー起源温室効果ガス	トンCO ₂	燃焼施設における燃料の使用及び工場廃水の処理から排出されるCH ₄ 、N ₂ O量を二酸化炭素に換算した量の合計。排出係数は、環境省・経済産業省「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアルVer.3.2(平成23年4月)」の値を採用。
SO _x 、NO _x	トン	生産を行っている工場のばい煙発生施設からの排出量
廃棄物	トン	廃棄物等排出量(排出物)は、事業所から排出した廃棄物量、有価物量の合計。 リサイクル量は、廃棄物等排出量(排出物)のうちマテリアルリサイクルもしくはサーマルリサイクルされたものと、有価物量の合計。 最終処分量は、廃棄物排出量(排出物)のうち単純焼却もしくは直接埋立された量の合計。→「 省資源・リサイクル 」参照
排水量	千m ³	公共用水域、下水道への排水量
COD、BOD	kg	国内工場のうち、法律によって水質の測定が義務付けられている工場からの公共用水域への排出量

その他項目

指標	単位	算定方法
総輸送量	トン・km	委託輸送のうち、家具製品輸送と文具製品輸送の国内輸送データ((株)カウネット分を除く)及びマレーシア国内の輸送量の合計
工場内の循環的利用水	m ³	事業所内部での循環的利用量
敷地内の循環的利用資源	トン	(株)ココヨロジテムとココヨサプライロジスティクス(株)における梱包材などの事業所内部での再利用量
総販売量	万トン	ファニチャー製品、ステーショナリー製品のデータ
使用済み製品の引き取り	トン	(株)ココヨロジテムが顧客から回収した使用済み製品の引き取り量
使用済み製品のリユース	トン	(株)ココヨロジテムが顧客から回収した使用済み製品のうち、リユースした量

集計対象組織	ココヨ、ココヨS&T、ココヨファニチャー、カウネット、ココヨマーケティング、ココヨエンジニアリング&テクノロジー、ココヨビジネスサービス、ココヨサプライロジスティクス、ココヨロジテム、ココヨ工業滋賀、ココヨMVP、ココヨベトナム、ココヨーIK(タイランド)、ココヨ(マレーシア)、KTL、ココヨファイナンス、ココヨKハート、ココヨ北海道販売、ココヨ東北販売、ココヨ北陸新潟販売、ココヨ北関東販売、ココヨ東海販売、ココヨ山陽四国販売
集計対象期間	2011年1月1日～2011年12月31日



環境活動への歩み

1991年	7月	廃棄・再資源化対策委員会を設立
1993年	10月	コクヨ環境行動憲章・行動目標制定
1994年	10月	第1次製品アセスメントを実施 製品及び製造工程からオゾン層破壊物質(特定フロンとトリクロロエタン)を全廃
1995年	1月	業界初表紙ととじ具を分別廃棄のできるチューブファイル(エコ)発売
1996年	2月	グリーン購入ネットワークに発起団体として参加
	4月	廃棄・再資源化委員会を環境行動委員会に改組
1998年	2月	ISO14001認証を八尾工場が取得
	10月	コクヨグリーン購入基本原則を制定
1999年	3月	ISO14001認証を5サイトで取得
	4月	製品評価ツールを利用した第2次製品アセスメントを実施
2000年	7月	「コクヨ環境方針」を制定
2001年	3月	ISO14001全社統合認証を取得
2002年	3月	芝山工場にて業界初のゼロエミッションを達成
	7月	「コクヨ環境ビジョン」策定 全自社工場においてゼロエミッションを達成
	10月	環境業績評価・表彰制度を導入
2003年	5月	社長をトップとした「環境会議」を開催
	7月	コクヨグループにおいてエコスタイルキャンペーンを実施
	8月	環境マネジメントシステムの改革を実施
2004年	10月	連結対象子会社までをグループ統合環境マネジメントシステムに包含
2006年	3月	太陽光発電システムを品川オフィスに設置
	4月	「コクヨ-四万十・結の森プロジェクト」の共同実施を高知県、大正町森林組合と基本合意
	10月	「結の森プロジェクト」の活動の一環として四万十町内にモデル森林を設定
2007年	2月	四万十町内の「結の森プロジェクト」モデル森林がFSC森林管理認証を取得
	11月	「ReEDEN(リエデン)プロジェクト」発足
2008年	1月	「総合カタログ」にエコバツマークの表示を開始
	11月	品川に「エコライブオフィス品川」を開設
2010年	1月	環境ビジョン見直し
	12月	エコバツマーク表示ゼロ達成
2011年	4月	「木材調達基本方針」を制定

環境会計

コクヨグループは、環境保全活動に投下したコストや活動の結果得られた効果を把握し、環境経営に活かしていくために環境会計を導入しています。

2011年の環境会計

2011年度の環境保全コストは、投資額2183万円、費用額5億1863万円でした。費用額が増加していますが、これはこれまで自社の事業所から出る排出物量のデータしか収集していなかったためその処理費用のみを計上していましたが、2011年施工現場廃棄物量のデータ収集を開始したことに伴い、施工現場廃棄物処理費用も加えたことが主な要因です。また、環境保全効果も増加していますが、工場において従来は廃棄物として処理していた粉体塗料の廃棄量を回収することでその廃棄コストを削減できたことが大きな要因です。

尚、次年度より環境データの集計範囲を拡大することを計画しており、よりグループの実態に即した情報開示を目指していきます。

(単位:万円)

項目	環境保全コスト				環境保全効果		計	
	投資額		費用額		2010年	2011年	2010年	2011年
	2010年	2011年	2010年	2011年				
公害防止	604	422	5,975	5,566	0	0	6,579	5,988
温暖化防止	2,621	1,587	108	405	▲3,362	▲2,439	▲633	▲447
省資源・リサイクル	111	140	16,705	25,173	▲10,112	▲12,713	6,704	12,600
エコプロダクツの調達・提供	0	0	5,454	5,498	▲122	▲142	5,332	5,356
環境技術の調査研究	0	0	6,337	6,295	0	0	6,337	6,295
環境コミュニケーション	0	0	1,671	4,037	0	0	1,671	4,037
マネジメント体制構築	54	34	9,062	4,745	▲24	0	9,092	4,779
環境損傷対応	0	0	444	144	0	0	444	144
計	3,390	2,183	45,756	51,863	▲13,620	▲15,294	35,526	38,752

経済的効果内訳

(単位:万円)

		2010年	2011年
温暖化防止	省エネ設備の導入効果	▲791	▲493
	運用改善による効果	▲2,571	▲1,946
省資源・リサイクル	リサイクルにより得られた収入	▲9,564	▲9,497
	廃棄物の削減	▲548	▲3,216
エコプロダクツの調達・提供	リサイクル品利用によるコスト削減	▲122	▲142
マネジメント体制構築	省エネ法対応ソフトのリース収入	▲24	0
計		▲13,620	▲15,294

集計対象組織	コクヨ、コクヨS&T、コクヨファニチャー、カウネット、コクヨマーケティング、コクヨエンジニアリング&テクノロジー、コクヨビジネスサービス、コクヨサプライロジスティクス、コクヨロジテム、コクヨ工業滋賀、コクヨMVP、コクヨベトナム、コクヨーIK(タイランド)、コクヨ(マレーシア)、KTL、コクヨファイナンス、コクヨKハート、コクヨ北海道販売、コクヨ東北販売、コクヨ北陸新潟販売、コクヨ北関東販売、コクヨ東海販売、コクヨ山陽四国販売
集計対象期間	2011年1月1日～2011年12月31日
参考ガイドライン	環境省「環境報告ガイドライン～持続可能な社会を目指して～2012年版」 GRI「サステナビリティレポーティングガイドライン」 環境省「環境会計ガイドライン 2005年版」

第三者レビュー報告書

コクヨグループの環境パフォーマンスデータに関して、その正確性について独立した立場から意見をいただくため、ビューローベリタスジャパン株式会社による第三者レビューを受けました。

第三者レビューの概要

コクヨ本社にてコクヨグループ23社の環境負荷データを、また、コクヨ工業滋賀、コクヨファニチャー芝山工場、コクヨロジテム京浜DC（物流部門）、コクヨサプライロジスティクス首都圏IDC（物流部門）、コクヨファニチャーマレーシア工場にて、データ計測方法に関する現場査察などを実施しました。

「評価できる点」として計19件、「改善の機会」として計29件、「修正要求」として計28件の指摘を受けました。「改善の機会」は今後のさらなる情報開示の精度をあげるため積極的に対応していく予定です。

尚、2011年は初めてコクヨ-IKタイランドにて環境法令に関する遵法監査を受けました。



コクヨグループCSR報告書2012
 第三者レビュー報告
 コクヨ株式会社 御中

2012年3月15日

ビューローベリタスジャパン株式会社
 システム認定 弊課承認

ビューローベリタスジャパン株式会社(以下、BV)は、コクヨ株式会社(以下、コクヨ)の責任において作成された「コクヨグループ CSR 報告書 2012」に記載される環境関連データのうち、コクヨから要請のあったものに対してレビューを実施した。レビューの目的は、対象となる環境関連データについて検証を行うことではなく、その正確性について独立した立場から意見を示すことである。

1. レビュー概要

1) 2011年度事業活動に伴う環境負荷データ

レビュー対象	訪問サイト	レビュー手続き
コクヨ株式会社及びグループ会社 22 社の環境負荷データ	コクヨ本社	・コクヨ本社又は訪問サイトによって策定された文書類の確認 ・責任者・担当者へのインタビュー
事業所から本社へ報告された環境負荷データ	国内3拠点① 海外1拠点②	・データの計測方法に関する現場査察 ・収集・報告されたデータと根拠資料との突き合わせ

※1:株式会社コクヨ工業滋賀、コクヨファニチャー株式会社芝山工場、株式会社コクヨロジテム京浜DC(物流部門)、コクヨサプライロジスティクス株式会社首都圏IDC(物流部門)
 ※2:コクヨファニチャー株式会社マレーシア工場

2) 環境活動評価指標データ

レビュー対象	訪問サイト	レビュー手続き
2011年度エコ効率指標	コクヨ本社	・コクヨ本社によって策定された文書類の確認 ・責任者・担当者へのインタビュー
JEPX(環境政策優先度指数日本版)における 2011年度環境影響ポイント		・収集・報告されたデータと根拠資料との突き合わせ

2. レビュー結果

1) 2011年度事業活動に伴う環境負荷データ

- ・レビュー対象とした環境負荷データについて、「コクヨグループ CSR 報告書 2012」に記載されている情報と、コクヨ本社で収集された情報との間に矛盾する内容は認められなかった。
- ・訪問した事業所からコクヨ本社へ報告された環境負荷データに、重大な誤りは認められなかった。

2) 環境活動評価指標データ

- ・環境活動評価指標の算定に用いられた基準と、コクヨが規定した基準との間に矛盾する内容は認められなかった。
- ・環境活動評価指標の算定に用いられたデータ及び算定結果に、重大な誤りは認められなかった。

以上

ISO26000対照表

ISO26000の中核主題に基づいて分類し、以下のように掲載しています。

ISO26000の中核主題	課題	掲載ページ
組織統治	課題1: 組織統治	<ul style="list-style-type: none"> ▪ トップインタビュー ▪ CSRの考え方及び推進体制 ▪ コーポレートガバナンス ▪ コクヨCSR憲章 ▪ コンプライアンス推進 ▪ 株主への責任・SRI評価 ▪ 「CSR報告書2011」アンケート結果
人権	課題1: デューディリジェンス 課題2: 人権に関する危機的状況 課題3: 加担の回避 課題4: 苦情解決 課題5: 差別及び社会的弱者 課題6: 市民的及び政治的権利 課題7: 経済的、社会的及び文化的権利 課題8: 労働における基本的原則及び権利	<ul style="list-style-type: none"> ▪ コクヨCSR憲章 ▪ CSRの考え方及び推進体制 ▪ コンプライアンス推進 ▪ 人権啓発活動の推進 ▪ ダイバーシティの基本的な考え方 ▪ 障害者雇用の歴史と現状 ▪ Kハートの取組み ▪ ハートランドの取組み ▪ 主要グラフ
労働慣行	課題1: 雇用及び雇用関係 課題2: 労働案件及び社会的保護 課題3: 社会対話 課題4: 労働における安全衛生 課題5: 職場における人材育成及び訓練	<ul style="list-style-type: none"> ▪ コクヨCSR憲章 ▪ 人事制度 ▪ 人財育成プログラム ▪ ダイバーシティの基本的な考え方 ▪ 育児・介護と仕事の両立支援 ▪ 労働安全 ▪ 健康管理・メンタルヘルス ▪ 災害時の社員に対する安全対策 ▪ 主要グラフ
環境	課題1: 汚染の予防 課題2: 持続可能な資源の使用 課題3: 気候変動緩和および適応 課題4: 環境及び生物多様性の保護及び自然生息地の回復	<ul style="list-style-type: none"> ▪ コクヨCSR憲章 ▪ 地球環境とともに <ul style="list-style-type: none"> ▪ 環境経営マネジメント ▪ 地球温暖化防止対策 ▪ 省資源・リサイクル対策 ▪ 環境に配慮した製品・サービスの開発 ▪ 生物多様性への配慮 ▪ 法順守と汚染の予防 ▪ 環境コミュニケーションの推進 ▪ 環境会計 ▪ 第三者レビュー報告書 ▪ 拠点別レポート ▪ 主要グラフ

<p>公正な事業慣行</p>	<p>課題1: 汚職防止 課題2: 責任ある政治的関与 課題3: 公正な競争 課題4: バリューチェーンにおける社会的責任の推進 課題5: 財産権の尊重</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ コクヨCSR憲章 ▪ コンプライアンス推進
<p>消費者課題</p>	<p>課題1: 公正なマーケティング、事実に基づく偏りがない情報、及び公正な契約慣行 課題2: 消費者の安全衛生の保護 課題3: 持続可能な消費 課題4: 消費者に対するサービス、支援並びに苦情及び紛争の解決 課題5: 消費者データ保護及びプライバシー 課題6: 必要不可欠なサービスへのアクセス 課題7: 教育及び認識</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ コクヨCSR憲章 ▪ お客様とともに <ul style="list-style-type: none"> ▪ 自治体庁舎窓口向けロビーチェア「マドレ」 ▪ こども目線の空間構築 ▪ 人のおつきあいを大事にするノート ▪ 進化し続けるキャンパスノート ▪ 発売から42年プリットの品質追求 ▪ コクヨS&Tの品質保証の考え方 ▪ コクヨファニチャーの品質保証の考え方 ▪ 地震対策メニュー構築の取り組み ▪ お客様への対応・サポート ▪ お客様の声を活かす仕組み ▪ お客様との共感を得る取り組み ▪ エコバツへの取り組み ▪ 「CSR報告書2011」アンケート結果
<p>コミュニティへの参画及びコミュニティの発展</p>	<p>課題1: コミュニティ参画 課題2: 教育及び文化 課題3: 雇用創出及び技術開発 課題4: 技術開発及び最新技術の導入 課題5: 富及び所得の創出 課題6: 健康 課題7: 社会投資</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ コクヨCSR憲章 ▪ 特集:東日本大震災復興に向けて ▪ 地域社会とともに <ul style="list-style-type: none"> ▪ インド・絵画コンテスト ▪ 中国・草の根支援活動 ▪ ベトナムへの図書室寄贈 ▪ 日本・ジョブスタディの取り組み ▪ 環境・福祉地域ネットワーク ▪ 地域ブランドプロデュース ▪ デザイン振興 ▪ UD・環境をテーマとした教育支援 ▪ 結の森 ▪ 生物多様性への配慮

拠点別レポート

国内拠点レポート

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5カ所の工場について開示しています。2010年度、国内5工場のCO₂の排出量の合計は、生産増や内製化の影響を受けて増加しました。

※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。

※排水に関しては法規制上測定を要するサイトのみ掲載するとしていますが、それに該当しない工業滋賀については2007年度にpHの異常値が出ていることから、とくに掲載しています。

▶ 三重工場

▶ 芝山工場

▶ (株)コクヨ工業滋賀

▶ (株)コクヨ MVP
(鳥取工場)

▶ (株)コクヨ MVP
(青谷工場)

海外拠点レポート

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。2010年度は、IK-タイ、マレーシア、ベトナムの各工場が生産増の影響を受けてエネルギー使用量が増加しています。

▶ コクヨ-IK(タイランド)

▶ コクヨ(マレーシア)

▶ コクヨベトナム

拠点別レポート
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、ローパーテーションなど
操業開始	1993年5月
敷地面積	145,977m ²



インプット		2010年度	2011年度
エネルギー	エネルギー投入量	80,240GJ	76,449GJ
	燃料	28,445GJ	27,089GJ
	電気	51,795GJ	49,360GJ
水資源	水道水	39千m ³	34千m ³
アウトプット		2010年度	2011年度
大気への排出	CO ₂	3,643t	3,942t
	SO _x	0.02t	0.02t
	NO _x	0.4t	0.44t
廃棄物	総排出量	760t	817t
	再生利用・熱回収	756t	815t
	最終処分	4t	2t
水域への排出	排水量	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	pH7.9	pH7.8
	COD	14mg/L	11mg/L
	BOD	3mg/L	7mg/L
	SS	2mg/L	5mg/L

拠点別レポート
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	73,734m ²



インプット		2010年度	2011年度
エネルギー	エネルギー投入量	95,715GJ	89,576GJ
	燃料	44,948GJ	42,924GJ
	電気	50,767GJ	46,652GJ
水資源	水道水	14千m ³	14千m ³
アウトプット		2010年度	2011年度
大気への排出	CO ₂	4,169t	3,893t
	SO _x	-	-
	NO _x	-	-
廃棄物	総排出量	1,926t	1,925t
	再生利用・熱回収	1,918t	1,921t
	最終処分	8t	4t
水域への排出	排水量	6千m ³	9千m ³
	公共水域への排出	1千m ³	4千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	pH7.0	pH6.9
	COD	5mg/L	5mg/L
	BOD	2mg/L	9mg/L
	SS	不検出	4mg/L

拠点別レポート

(株)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	114,294m ²



インプット		2010年度	2011年度
エネルギー	エネルギー投入量	61,121GJ	69,137GJ
	燃料	975GJ	1,240GJ
	電気	60,146GJ	67,897GJ
水資源	水道水	6千m ³	5千m ³
アウトプット		2010年度	2011年度
大気への排出	CO ₂	2,341t	2,195t
	SO _x	-	-
	NO _x	-	-
廃棄物	総排出量	2,182t	2,343t
	再生利用・熱回収	2,182t	2,343t
	最終処分	0	0
水域への排出	排水量	6千m ³	5千m ³
	公共水域への排出	-	-
	下水道への排出	6千m ³	5千m ³
水域への排水規制項目	水素イオン濃度	pH6.9~7.4	pH6.8~8.0
	COD	9.7mg/L	14mg/L
	BOD	7.4mg/L	9.7mg/L
	SS	7.6mg/L	20mg/L

拠点別レポート

(株)コクヨMVP(鳥取工場)

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	38,389m ²



インプット		2010年度	2011年度
エネルギー	エネルギー投入量	19,370GJ	18,804GJ
	燃料	2,124GJ	2,690GJ
	電気	17,246GJ	16,114GJ
水資源	水道水	13千m ³	9千m ³
アウトプット		2010年度	2011年度
大気への排出	CO ₂	798t	1,359t
	SO _x	0.006t	0.0t
	NO _x	0.246t	0.157t
廃棄物	総排出量	989t	880t
	再生利用・熱回収	988t	876t
	最終処分	1t	4t
水域への排出	排水量	13千m ³	9千m ³
	公共水域への排出	-	-
	下水道への排出	13千m ³	9千m ³
水域への排水規制項目	水素イオン濃度	法規制対象外	法規制対象外
	COD	法規制対象外	法規制対象外
	BOD	法規制対象外	法規制対象外
	SS	法規制対象外	法規制対象外

拠点別レポート

(株)コクヨMVP(青谷工場)

所在地	鳥取県鳥取市青谷町青谷1114番
主要製品	カスタムステーショナリー
操業開始	2007年9月 (前身のコクヨ事務用品工業株式会社 青谷工場は、2000年4月に操業開始)
敷地面積	34,607m ²



インプット		2010年度	2011年度
エネルギー	エネルギー投入量	13,722GJ	12,307GJ
	燃料	1,182GJ	858GJ
	電気	12,540GJ	11,449GJ
水資源	水道水	3千m ³	3千m ³
アウトプット		2010年度	2011年度
大気への排出	CO ₂	546t	887t
	SO _x	-	-
	NO _x	-	-
廃棄物	総排出量	407t	377t
	再生利用・熱回収	406t	377t
	最終処分	1t	0t
水域への排出	排水量	3千m ³	3千m ³
	公共水域への排出	3千m ³	3千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	法規制対象外	pH6.2~6.9
	COD	法規制対象外	法規制対象外
	BOD	法規制対象外	5mg/L
	SS	法規制対象外	4.4mg/L

拠点別レポート

コクヨ-IK(タイランド)

所在地	529 Moo 4 Bangpoo Industrial Estate Soi 8C, T.Praksa, A.Muang, Samutprakam 10280, Thailand
主要製品	クリアブック、PPファイル、 テープのりなど
操業開始	1996年12月
敷地面積	12,679m ²



インプット		2010年度	2011年度
エネルギー	エネルギー投入量	34,214GJ	31,557GJ
	燃料	735GJ	899GJ
	電気	33,479GJ	30,658GJ
水資源	水道水	22千m ³	17千m ³
アウトプット		2010年度	2011年度
大気への排出	CO ₂	1,318t	1,686t
	SO _x	0.019t	-
	NO _x	0.031t	-
廃棄物	総排出量	713t	557t
	再生利用・熱回収	395t	293t
	最終処分	318t	264t
水域への排出	排水量	21千m ³	14千m ³
	公共水域への排出	17千m ³	-
	下水道への排出	4千m ³	14千m ³
水域への排水規制項目	水素イオン濃度	pH7.8	pH7.6
	COD	91.1mg/L	86.2mg/L
	BOD	18.6mg/L	17.91mg/L
	SS	42mg/L	43.3mg/L

拠点別レポート

コクヨ(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	58,000m ²



インプット		2010年度	2011年度
エネルギー	エネルギー投入量	23,662GJ	26,617GJ
	燃料	9,703GJ	11,040GJ
	電気	13,959GJ	15,577GJ
水資源	水道水	12千m ³	10千m ³
アウトプット		2010年度	2011年度
大気への排出	CO ₂	1,042t	1,612t
	SO _x	-	-
	NO _x	-	-
廃棄物	総排出量	294t	440t
	再生利用・熱回収	232t	373t
	最終処分	62t	67t
水域への排出	排水量	5千m ³	6千m ³
	公共水域への排出	2千m ³	3千m ³
	下水道への排出	3千m ³	3千m ³
水域への排水規制項目	水素イオン濃度	pH7.24	pH6.9
	COD	44mg/L	38mg/L
	BOD	16mg/L	13mg/L
	SS	18mg/L	10mg/L

拠点別レポート

コクヨベトナム

所在地	Land Plot B2-B7, Nomura-Haiphong IZ, 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	51,544m ²



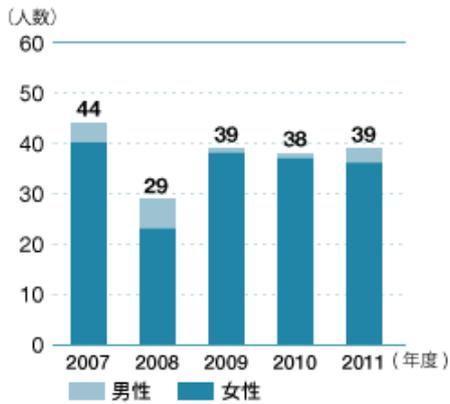
インプット		2010年度	2011年度
エネルギー	エネルギー投入量	23,975GJ	29,282GJ
	燃料	400GJ	663GJ
	電気	23,575GJ	28,619GJ
水資源	水道水	14千m ³	19千m ³
アウトプット		2010年度	2011年度
大気への排出	CO ₂	918t	1,225t
	SO _x	-	-
	NO _x	-	-
廃棄物	総排出量	506t	1,073t
	再生利用・熱回収	506t	1,073t
	最終処分	0	0
水域への排出	排水量	14千m ³	19千m ³
	公共水域への排出	14千m ³	-
	下水道への排出	-	19千m ³
水域への排水規制項目	水素イオン濃度	pH6.25	pH6.3
	COD	38mg/L	38mg/L
	BOD	12mg/L	12mg/L
	SS	測定対象外	測定対象外

主要グラフ

主要グラフ(パフォーマンス・データ)

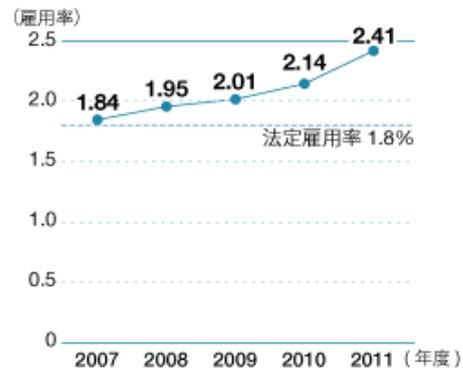
社員とともに

育児休業取得者推移



▶ 関連情報へ

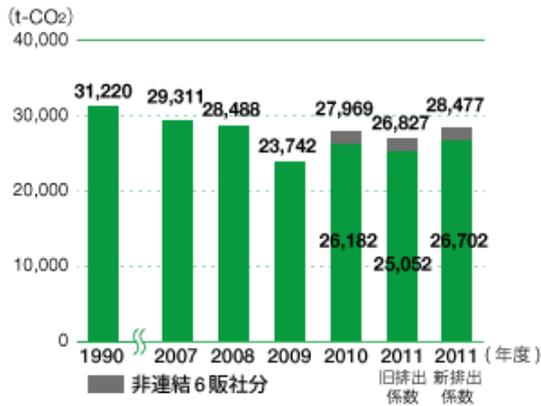
障害者雇用率※の推移



▶ 関連情報へ

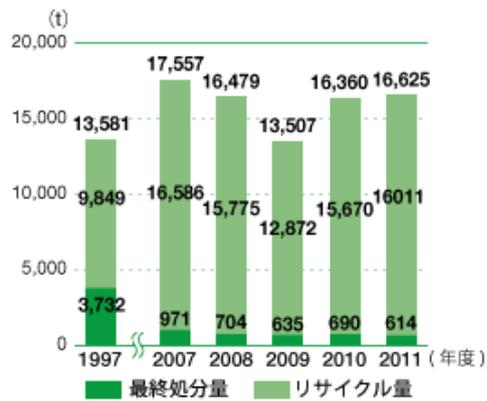
地球環境とともに

CO2排出量の推移



▶ 関連情報へ

排出物のリサイクル量と最終処分量



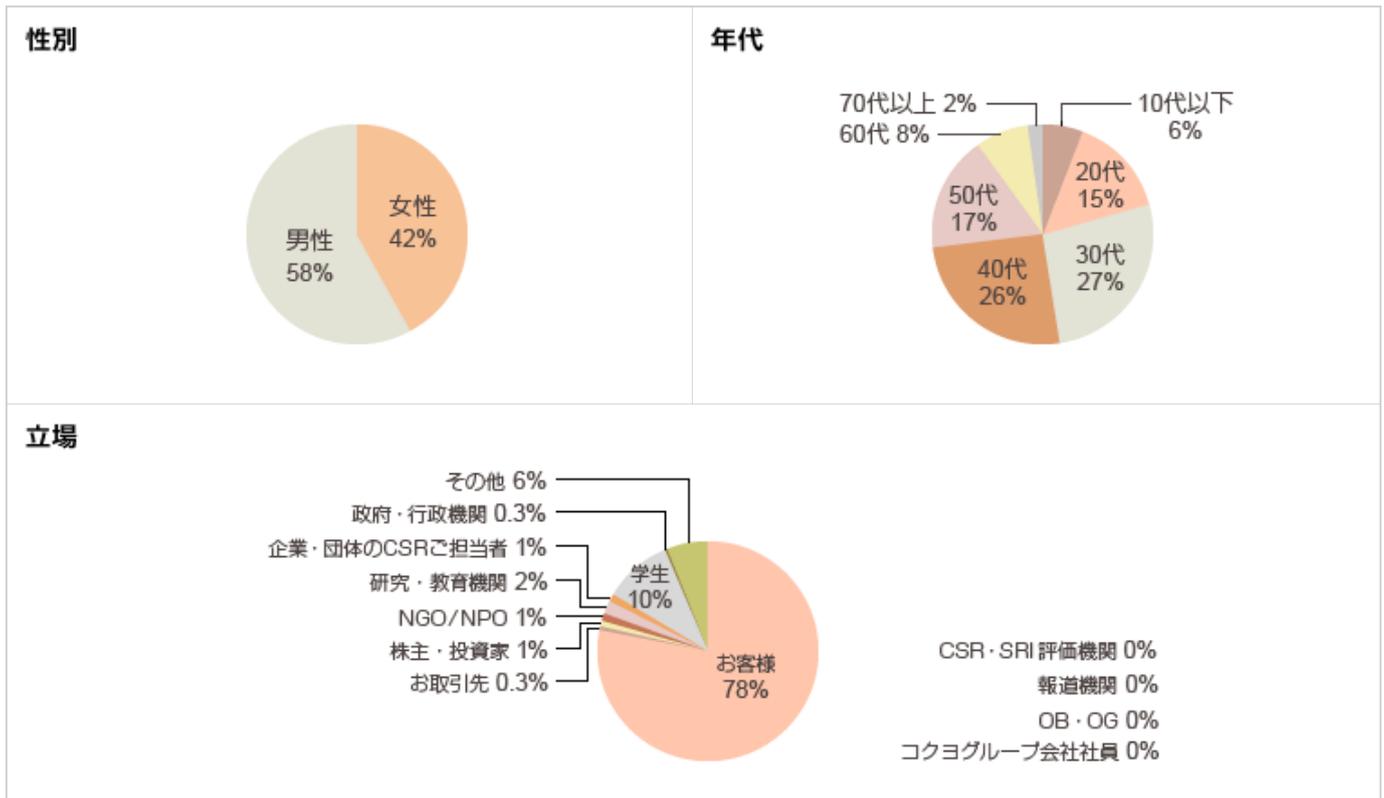
▶ 関連情報へ

「CSR報告書2011」アンケート結果

コクヨグループの「CSR報告書2011」についてのアンケートにご協力いただき、誠にありがとうございました。

2011年12月27日～2012年1月26日の間に、596名の方からご回答をいただきました。ご回答いただいた方の属性(性別、年代、立場)とアンケートの集計結果をご報告いたします。

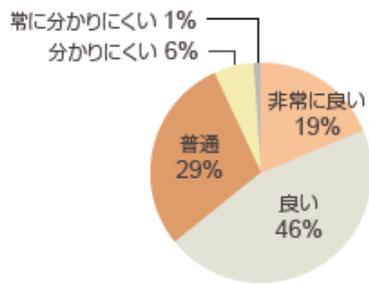
アンケートにご回答いただいた方の属性



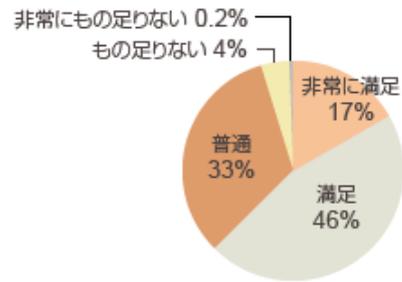


アンケート回答結果

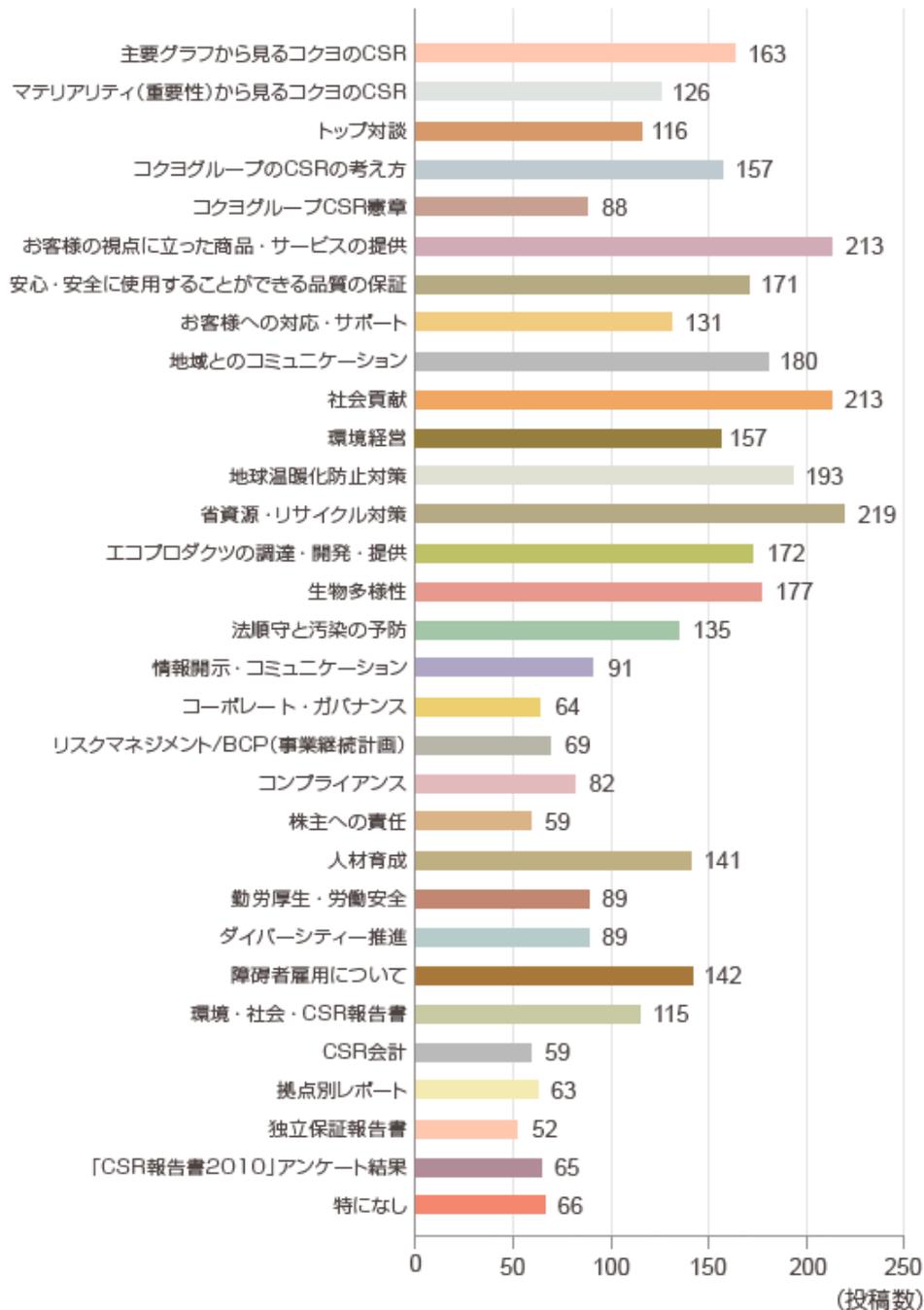
報告書のわかりやすさ



報告書の内容満足度



関心を持った項目



ココヨグループへのご意見やご感想

ココヨグループのCSRに関する取り組みに皆様からたくさんのご意見、ご感想を頂戴しました。代表的なものをご紹介しますとともに、今後の取り組みの参考にさせていただきます。

活動内容に関するご意見

ご意見やご感想	<p>障がい者について、「障害者」が適切ではないかと明記されていたことに安堵とともに感銘を受けました。日本のほとんどの子どもが必ず接するであろう文具を扱うココヨさんが正しい日本語認識を持ってくださっていることにほっとしましたし、社会的影響を持つ大きな企業さんがそのように「形骸化した日本語」に疑問を呈してくださることに絶大な意義があると思います。</p> <p style="text-align: right;">（女性、30代、フリーライター）</p>
コメント	<p>ココヨグループが障害者雇用への取り組みを始めたのは戦前からです。当時、障害者が仕事につくことは今以上に難しく、本人のみならずご家族までもがつらい思いをされていたようです。その実情を知ったココヨ創業者 黒田善太郎は、障害のある方たちの社会参加を願い、1940(昭和15)年、本社工場にて聴覚障害者の雇用を開始しました。以降、現在に至るまでその創業者の精神が脈々と受け継がれています。</p>
ご意見やご感想	<p>「地球温暖化防止のための省エネ」は今や当然のこととなっていますが、ココヨさんではそれだけでなく、ヨシで琵琶湖を守る活動であったり、結の森プロジェクトであったりと、多様な環境活動に取り組まれており、とても興味深かった。ココヨさんだからこそできることをこれからも考え、実行して欲しい。</p> <p style="text-align: right;">（女性、20代、研究・教育機関）</p>
コメント	<p>東日本大震災以降、エネルギー供給が不安定になってきており、オフィスでの省エネ活動がますます重要になってきました。ココヨグループの品川オフィスでは2008年に「エコライブオフィス」としてショールームの一部をリニューアルオープンし、2011年現在では当初より約55%のCO₂削減となっています。また、ヨシ保全の「リエデンプロジェクト」、森林保全の「結の森プロジェクト」は生態系保全だけではなく、地球温暖化防止対策にもなるものと思っています。ご意見いただいたとおり、「ココヨならではの活動」に今後も注力していきます。</p>
ご意見やご感想	<p>トップページには人権尊重への取り組みの一つとして「児童労働、強制労働を認めない」と挙げられていたが、実質的には国内の労働状況への取り組みにしか触れられていなかった。「児童労働」が問題とされるのは、海外の労働問題のケースが多い。海外拠点との連携、人材育成を強化するのであれば、国外の労働問題へも取り組んでいくべきではないか。</p> <p style="text-align: right;">（女性、40代、お客様）</p>
コメント	<p>ココヨグループでは2011年より「アジア企業」を目指すべく大きく舵を切りました。ご指摘いただいたとおり、海外での取り組みについてはまだまだ不十分ですが、ガバナンス体制を大きく改革し、海外でコンプライアンス研修を実施するなど急ピッチで進めています。現在、行動規範の見直しに着手しており、「真のアジア企業」となるよう取り組みを強化しています。</p>
ご意見やご感想	<p>これからも今まで同様に情報開示してください。また、震災復興についてもまだまだ被災地の多くは復旧もままならない状態なので、引き続き支援をしてほしいです。</p> <p style="text-align: right;">（男性、30代、お客様）</p>
コメント	<p>昨年はCSR報告の開示時期の都合上、東日本大震災に関する記述を掲載することができませんでしたので、今回「特集」の形で大きくご紹介しています。</p>

ご意見やご感想	<p>消費者にとって身近な企業として「商品を使用することを通して、消費者自身も社会に貢献できる」ような仕組みをぜひ、作ってください。</p> <p style="text-align: right;">(女性、40代、お客様)</p>
コメント	<p>「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念のもと事業を遂行しています。ヨシから作られた商品や間伐材商品は皆様にご購入いただくことで社会貢献できるものと思っております。ご協力をお願いします。</p>

Webサイトに関するご意見について

ご意見やご感想	<p>リンクが多くてどれが一番伝えたいことなのか迷った。画面はすっきりと見やすく、読みやすい。画像が多くて分かりやすかった。赤い下線が引かれている用語の上にカーソルを合わせて、解説が表示されるのはとても良いと感じた。</p> <p style="text-align: right;">(女性、10代以下、学生)</p>
コメント	<p>同様のご意見を多数いただいています。ワードバンク機能というものを付加しており、難解な用語を少しでもわかりやすく理解してもらえるよう工夫しています。リンクの多さについては承知をしているのですが、より多くの情報を開示したいとの思いもあり悩ましいところです。</p>

ご意見やご感想	<p>CSR5つのお約束…で、各バナーをクリックしたときに目次画面が出ますが、文字だけ書かれているとその項目に直接興味は湧きませんでした。項目には簡単にどんな事を書いていますよ…みたいな補足があれば素直に読もうかな…という気になると思います。今回はアンケートなので全部押してみました。自分で参照するときにはtitleだけで何が書かれているかよくわからないところは正直飛ばすと思います。</p> <p style="text-align: right;">(女性、40代、お客様)</p>
コメント	<p>ご意見ありがとうございます。今回、リンクボタンに画像をつけるとともに具体的なタイトルにする様心がけました。今後も皆様のご意見を取り入れ、より見やすく、わかりやすいものにしていきます。</p>

ご意見やご感想	<p>トップだけでなく、社員の声をもっと聞かせていただきたいです。</p> <p style="text-align: right;">(男性、30代、お客様)</p>
コメント	<p>「担当者の声」をなるべく多く掲載するようにしました。</p>

KOKUYO

発行

コクヨ株式会社

本社統括部 CSR・環境グループ

〒537-8686 大阪市東成区大今里南6-1-1

お問合せ先

コクヨ株式会社 お客様相談室

TEL:0120-201594