

コクヨグループ CSR 報告書 2016

詳細版

KOKUYO



コクヨ CSR 憲章

コクヨグループは、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。法令などの遵守はもとより、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 低炭素社会に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、多様な人材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。

Contents

- コクヨ CSR 憲章 2
- トップメッセージ 4
- コクヨグループの事業概要 6
- 財務データハイライト 7
- コクヨグループの歩み 8
- 2015年の振り返り 10
- 数字でみるコクヨ 13
- CSR マネジメント 14
- お客様とともに 20
- 社員とともに 30
- 取引先とともに 44
- 株主とともに 51
- 地域社会とともに 53
- 地球環境とともに 66
- ISO26000 対照表 80
- 社外からの表彰・受賞 82



対象期間

2015年1月1日から2015年12月31日

対象範囲

本報告書における対象範囲はコクヨ(株)と連結子会社20社を基本とし、一部の活動実績については、関連会社を含んでいます。

参考ガイドライン

- ・ ISO26000
- ・ 環境省「環境報告ガイドライン2012年版」
- ・ GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第4版」

トップメッセージ



お客様、社会が抱える
課題に真摯に向き合い、
その課題を解いていくことで、
持続的な社会の実現を
目指します。

コクヨ株式会社
代表取締役 社長執行役員
黒田 英邦

新経営体制のもと、中期経営計画 『Value Transformation 2018』をスタート

2015年3月、コクヨは経営体制を一新し、10月には主要事業会社2社をコクヨ株式会社に経営統合し、これまでの事業の枠を超え、お客様が真に求めている価値の創出に挑みました。

これまでの成果をさらに一歩進め、「将来にわたる企業のありたい姿」を、『コクヨは、商品・サービスを通じて、顧客の創造性を向上する価値を提供することにより、人々のよりよいはたらく・まなぶ・生活する“Quality of Lifeの向上”を実現し、社会の役に立つLife & Work Style Companyを目指す』としました。

そのために、3カ年の新たな経営の基本方針を、『価値創造にこだわる自己改革～ Value Transformation 2018～』と定め、顧客本位にこだわった価値創造を実現する“運営モ

デルの改革”と、中長期の持続的成長を可能とするための“収益体質のつくりこみ”に取り組みます。今中期経営計画のゴールは、①『成長原資の獲得』として国内事業での営業利益150億円以上の達成、②『高効率経営の実現』として営業利益率5%以上、③『海外の自立化』として海外事業の収益安定化、とし、2018年度には、売上高3,100億円以上、売上総利益率35%以上、営業利益率5%以上、営業利益155億円以上、の達成を目指します。

社会課題の解決に向けて

この「将来にわたる企業のありたい姿」を目指す上で、積極的にCSR経営を推進し、お客様、株主、取引先、地域社会、社員、地球環境といったさまざまなステークホルダーの期待に応えていきたいと考えています。

将来にわたる 企業のありたい姿

コクヨは、商品・サービスを通じて、顧客の創造性を向上する価値を提供することにより、人々のよりよいはたらく・まなぶ・生活する“Quality of Lifeの向上”を実現し、社会の役に立つ Life & Work Style Company を目指す

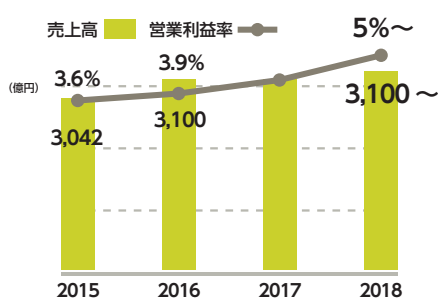
めざす姿

3ヵ年の中期経営計画「Value Transformation 2018」により成し遂げたいこと

成長原資の獲得 国内事業での営業利益 150 億円以上

高効率経営の実現 全社営業利益率 5%以上

海外の自立化 海外事業の収益安定化



2018 年度

売上高

3,100 億円以上

総利益率

35% 以上

販管費率

30% 以下

営業利益

155 億円以上
(営業利益率 5%以上)

その中で、経営の体制及び運営にあたっては、透明性、公平性、客観性、独立性が重要な要素と考え、これらの継続的な充実に取り組み、コーポレートガバナンス体制を引き続き強化していきます。また、地球環境の保護や人権の尊重といった社会課題の解決に向けた取り組みも継続してまいります。

ステークホルダーの皆様へ

コクヨはこれまで、時代ごとに変化するお客様の課題と真摯に向き合い、一つひとつ解決策を見出すことで百数年の歴史を刻んできました。今、不確実な時代と言われ、さまざまな社会課題とビジネス上の課題がますます複雑に絡み合う状況下にあっても、その姿勢が変わることはありません。

新しい経営体制においては、お客様の課題と社会課題の双方に真摯に向き合う姿勢を大切に、一方で、解決の方法は柔軟に変化させていくことで、持続可能な社会の実現に資する価値の提供に向けて全力を尽くしてまいります。

コクヨ株式会社
代表取締役 社長執行役員

黒田英邦



コクヨグループの事業概要

Stationery

ステーショナリー関連事業

「はたらく」「まなぶ」のチカラになる。

和帳の表紙づくりから始まったコクヨの歴史を支える紙製品の製造販売を中心に、文房具、PC関連用品など、さまざまなお客様の「はたらく」「まなぶ」場面で、知的活動の進化に繋がる商品・サービスを提供しています。



Furniture

ファニチャー関連事業

新しい働き方にチャレンジする。

オフィス家具、公共家具、店舗什器などの製造販売及びオフィス、公共施設、商業施設など、さまざまな空間の構築を行っています。現状調査からスタートし、企業の戦略や働き方、施設の特性に合わせた空間デザイン、プロジェクトのトータルサポートまでを行いながら、さまざまなお客様に「空間価値創造」を提供しています。



Mail-order Business / Retailing

通販・小売関連事業

お客様に「よろこび」や「感動」を届ける。

「お客様の立場で考えお客様の役に立つ」ことを目指し、オフィス用品の通信販売「カウネット」を軸に、法人から個人向けまで、多角的に事業を展開しています。

生活に「上質感」と「感動」を与える。

丁寧な暮らしをテーマに国内外の家具・テキスタイル・インテリア雑貨を独自の着眼点で揃えたインテリアショップ「アクタス」と、日々の暮らしの中で本当に心地よいものを長く使う“Made with LOVE”をコンセプトにしたライフスタイルストア「SLOW HOUSE」を運営しています。

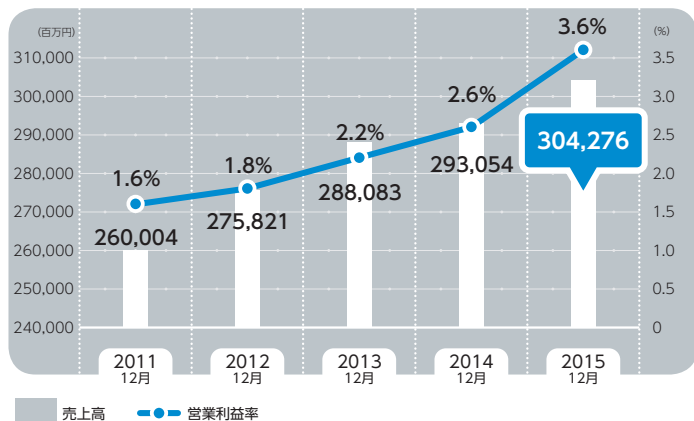


財務データハイライト

主要財務データ(連結)

	2011 12月	2012 12月	2013 12月	2014 12月	2015 12月
売上高(百万円)	260,004	275,821	288,083	293,054	304,276
営業利益(百万円)	4,072	4,852	6,426	7,598	11,102
営業利益率(%)	1.6	1.8	2.2	2.6	3.6
経常利益(百万円)	4,098	6,142	8,276	9,643	11,880
当期純利益(百万円)	-5,460	2,428	4,804	5,065	6,312
総資産(百万円)	252,794	258,461	270,738	273,772	286,313
純資産(百万円)	149,581	153,069	165,656	170,352	180,793
1株当たり当期純利益(円)	-46.16	20.53	40.62	42.83	53.37
1株当たり配当金(円)	15.0	15.0	15.0	15.0	17.5
その他経営指標					
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	-3.6	1.6	3.1	3.1	3.6
自己資本比率(%)	58.3	58.3	60.4	61.5	62.5

売上高・営業利益率



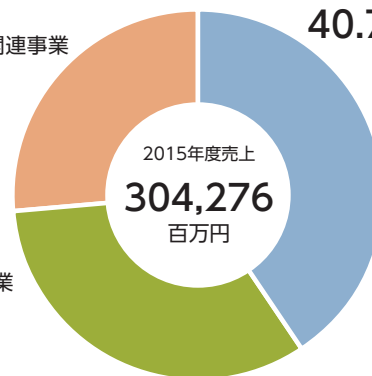
連結売上高構成比

ステーションナリー関連事業
26.2%

通販・小売関連事業
33.1%

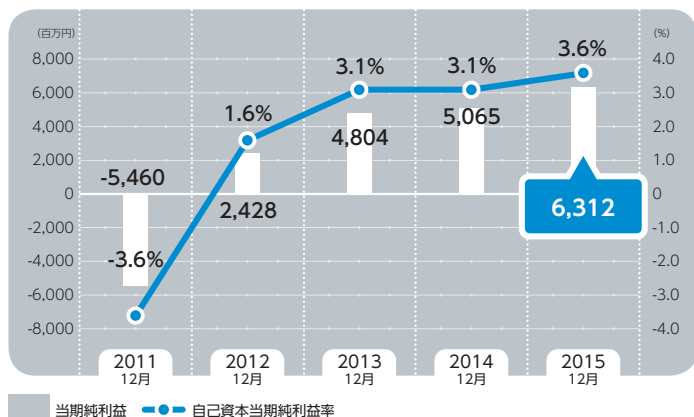
ファニチャー関連事業

40.7%

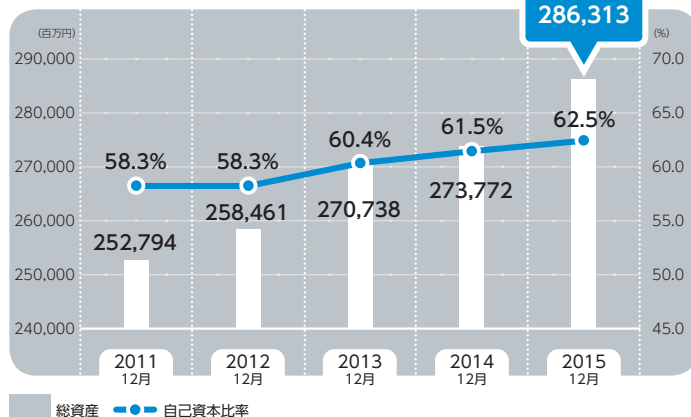


※売上高比率は「外部顧客への売上高」で算出しております。

当期純利益・自己資本当期純利益率(ROE)



総資産・自己資本比率



コクヨグループの歩み



色紙付書翰箋発売



1932

アルバム市場への進出



1963

帳簿紙の国産化に着手



1927

フラットファイル発売



1956

スクラップブック
発売



1964

ホームキャビネット
発売



1965

チューブファイル発売



1974

ファイルボックス-FS発売



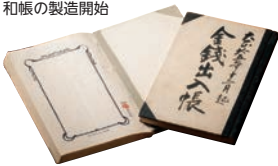
1983

ケシピタ発売



1991

和帳の製造開始



1908

洋式帳簿の既製品化



1913

1905
創業

1914
伝票の製造開始



1917
商標を「国誉」と定める

測量野帳発売



1959

八尾工場竣工
伝票自動製造機
(ビロマティック) 導入



1961

1953
日本初のフォーク
リフトを導入

1957
全国コクヨ
専門店会発足

1966
八尾自動
ラック倉庫完成

1972
東京・大阪証券
取引所第一部に上場

1979
東京新社屋開設
(品川オフィス) 完成

1961
東京支店新社屋開設
(設計：丹下健三氏)

ガバットファイル発売
1994

チューブファイル
(PP) 発売
1986

ロンリーリトルフォックス
(オリジナルキャラクター)
発売
1976

1970
Pritt
接着剤発売

1968
コクヨ・ジュウリー・
メンバーズ発足

1982
東京ショールーム/
コクヨホール完成

1993
三重工場竣工

ファニチャー事業開始
(ファイリングキャビネット発売)



1960

生徒用デスク・イス発売



1975

スチールデスク発売



1965

1971
柏原工場竣工
(スチール製品自家生産化)



1971

劇場用イス発売



1979

くるくるメカ発売



1981

事務用回転イス発売



1966

1973
建材事業開始
(オフィス用間仕切り発売)

1974
ストア事業開始
(店舗用什器発売)

パイオテックチェア発売



1983

ミス・プランチ創作協力
(倉俣史朗氏デザイン)



1988

ダイナフィット
チェア発売



1988

ミュージアムケース発売



1984

MX型デスクシステム発売



1988

ベジエ発売



1995

働き方提案の歴史

本社全館ショールーム化



1969

オフィス研究所開設



1986

「ECIFFO」創刊



1988

霞が関オフィス開設
(ノンレトリアルオフィスの考え方導入)



1997

キャンパスノート (4代目) 発売 2000

キャンパスノート (5代目) 発売 2011

キャンパスノート 40周年 HAPPY CAMPUS YEAR! 2015

ユニバーサルデザインへの取り組み開始 1998

プニョプニョピン発売 2000

ドットライナー発売 2005

かおノート発売 2008

カウネット設立 2000

カドケシ発売 2003

ネオクリッツ発売 2006

アクタス コクヨグループに参入 ACTUS 2006

ReEDEN 発売 2007

2002 コクヨデザインアワード開始

2003 コクヨKハート設立

2005 コーポレートロゴ一新 創業100周年

2006 ベトナム工場竣工

2006 結の森プロジェクト開始

2007 ハートランド設立

2008 エコパツマーク開始

SIMPLEX (シンプレックス) 発売 2000

AGATA (アガタ) 発売 2001

ナーシングカート発売 2005

EDIA (エディア) 発売 2008

Cスクウェア発売 1998

WORKGATE (ワークゲート) 発売 2003

間伐材家具FUBI (フウビ) 発売 2009

エコライブオフィス品川 開設 2008

ワークサイトラボ 開設 2012

クリエイティブラウンジ MOV 開設 2012

上海ショールーム 開設 2012

選言書キット発売 2009

キャンパスジュニアペンシル 発売 2011

ハリナックスプレス 発売 2014

エアロフィット発売 2009

ハリナックス発売 2011

CamiiApp <キャミアップ> 発売 2011

ソフトリング®ノート (ドット入り罫線) 発売 2015

ジブン手帳 発売 2012

カルカット発売 2013

2011 Camlin KOKUYO

2013 カウコレ誕生

2012 上海ノート工場竣工

2013 KISPA (キスパ) カタログ創刊

2015 The 110th Anniversary KOKUYO

Campus Desk (キャンパスデスク) 発売 2010

オルガテックで HARMONiii (ハーモニー) 発表 2010

INSPIRE (インスパイン) 発売 2013

Campus BLOCK (キャンパスブロック)・Campus BOARD (キャンパスボード) を発売 2015

2010 自治体窓口用ロビーチェア「マドレ」発売

梅田ライブオフィス・梅田ショールーム開設 2013

品川ライブオフィス SHIPP 開設 2014

名古屋ライブオフィス Link Tube 開設 2015

ステーションナリー 関連事業

通販・小売 関連事業

ファニチャー 関連事業

2015年の振り返り

1月

ファニチャー事業

「名古屋ライブオフィス」を開設

名古屋ライブオフィス「Link Tube」は、「Link」（連携）と「Tube」（繋がる）をコンセプトに、連携が成長を生むオフィスづくりをご提案します。



海外

カムリン「Asia's Most Promising Brands」に選出

「Asia's Most Promising Brands 2014（アジアで最も有望なブランド）」（主催：WCRC社（World Consulting and Research Corporation））のステーションナリー部門で、急成長を遂げたブランドとして受賞しました。



2月

ステーションナリー事業

「キャンパスノート誕生40周年記念ケーキノート5冊パック」を限定発売

キャンパスノート発売40周年の2015年を「HAPPY Campus YEAR！」と定め、お客様が幸せな気持ちになる商品の発売やプロモーションを実施。その一環として、「キャンパスノート誕生40周年記念ケーキノート5冊パック」を数量限定で発売しました。



ステーションナリー事業

「ソフトリング®ノート（ドット入り罫線）」を発売

「ソフトリング®ノート（ドット入り罫線）」を発売。独自に開発した樹脂製でやわらかい「やわらかリング」を採用しており、書くときに手に当たっても気にならないのが特長です。



CSR

ReEDENプロジェクト、第1回「買うエコ大賞」で大賞を受賞

ヨシからできたエコ文具「ReEDEN（リエデン）」が、第1回「買うエコ大賞」（主催：一般社団法人 滋賀グリーン購入ネットワーク）で、大賞を受賞しました。

※「買うエコ大賞」は、「滋賀県産エコ商品の普及拡大」を目的としています。



全社

本社新館竣工

「本社新館」が本社の南側スペースに竣工しました。環境やBCP（事業継続計画）にも配慮して設計されており、コミュニケーションの活性化を通じて、さらなる顧客価値創出を目指します。



通販・小売関連事業

『「カウコレ」プレミアムマガジン』を新発刊

カウネット独自の視点で開発したオリジナル商品『「カウコレ」プレミアム』の中から選りすぐり品を集めた『「カウコレ」プレミアムマガジン』を発刊しました。



3月

海外

中国ファニチャー事業、上海市から表彰

中国子会社である国誉裝飾技術（上海）有限公司は、安全施工の実績に加え、地域の経済発展に大きく貢献したとして上海市長寧区から、「安心安全裝飾文明建設企業」の表彰を受けました。



4月

ファニチャー事業

「ミラノサローネ」に出展

イタリア・ミラノ市開催の国際家具見本市「ミラノサローネ」において、デザインオフィス nendo との協業により開発した「アメニティチェア」のプロトタイプを出展しました。



ステーションナリー事業

「コクヨハク」を開催

情報発信型の期間限定ステーションナリーショップ「コクヨハク」は、コクヨの最新文具や話題の商品に実際に触れて、体感していただくことを目的とし、2013年より毎年大阪で開催していますが、2015年は初めて東京での開催となりました。



5月

ステーションナリー事業

ニュース情報サイト「inspi（インスピ）」を開設

はたらき・まなび・生活にひらめきや新しい発見を提供することを目的に、文具・雑貨・家具のニュース情報サイト「inspi（インスピ）」を開設しました。最新の商品情報に加え、便利な使用シーン、意外に知られていない商品の機能を紹介しています。



6月

ステーションナリー事業

ドットライナー 10周年記念「テープのり<ドットライナー Zoo>」を発売

「のり」がドット(=点)状に粘着することで、「のり」の切れがよく、2005年の発売以来好評のドットライナーシリーズに、10周年記念デザインとして動物柄をモチーフとした数量限定商品を発売しました。



ファニチャー事業

ストア什器「スマートパックスタンド」を発売

小型スーパーなどの小売事業者向けに、パックが簡単に1枚ずつ取り出しやすく、コンパクトな設置が可能なパック置き台「スマートパックスタンド(床置き用)」「スマートパックホルダー(卓上用)」の2種を発売しました。



ファニチャー事業

「Campus BLOCK(キャンパスブロック)・「Campus BOARD(キャンパスボード)」を発売

小学校を中心とした教育施設の多目的スペースで行われる授業にフレキシブルに対応できる家具として「Campus BLOCK(キャンパスブロック)」と「Campus BOARD(キャンパスボード)」を発売しました。



CSR

「キャンパスアートアワード」を開催

全国の中学生・高校生を対象に絵画コンペティション「キャンパスアートアワード」を開催しました。募集テーマは、『My Sweet Home Town～地元のイチオシ～』。グランプリ作品は、キャンパスノートの表紙となり、製品化されました。



IR

個人投資家向けIR「会社説明会、キャンパスノートの秘密」を開催

「ファン株主(=安定株主)」の獲得を目的に、「会社説明会、キャンパスノートの秘密」と題し、個人投資家を対象にIR活動を実施しました。



7月

ステーションナリー事業

滋賀県と包括的連携協定を締結

滋賀・びわ湖ブランドの推進、地域の活性化及び県民サービスの向上を図るため、滋賀県と包括的連携協定を締結しました。これを機に滋賀県との連携を一層強化し、地域の持続的成長と経済発展を目指します。



ファニチャー事業

国際モダンホスピタルショー2015に出展

「国際モダンホスピタルショー」で、「はかどり&ここちよさをデザインするコクヨ」をコンセプトに、医療現場調査から得た課題に応える展示・提案を行いました。



受賞

「ソフトリング®ノート(ドット入り罫線)」が「第24回日本文具大賞」デザイン部門優秀賞を受賞

「ソフトリング®ノート(ドット入り罫線)」が、「第24回日本文具大賞」(主催:リード エグジビション ジャパン)のデザイン部門で優秀賞を受賞しました。

※ 日本文具大賞とは機能面・デザイン面において、もっとも優れた文具に贈られるアワードです。



CSR

コクヨ工業滋賀「環境人づくり企業大賞2014」奨励賞を受賞

びわ湖のヨシを守る社員のボランティア活動が、地域を巻き込み、学習会や外来魚駆除を目的とした釣り大会に発展させたことが評価され、「環境人づくり企業大賞2014」(主催:環境省及び環境人材育成コンソーシアム)奨励賞を受賞しました。



受賞

2商品が「キッズデザイン賞」を受賞

学習はさみ「エアロフィットサクサ・キッズ」と教育施設多目的スペース向け家具「Campus BLOCK(キャンパスブロック)」が「第9回キッズデザイン賞」を受賞しました。

※ キッズデザイン賞とは、子どもたちの安全・安心に貢献するデザイン、創造性と未来を拓くデザイン、そして、子どもたちを産み育てやすいデザインを顕彰する制度です。



8月

通販・小売関連事業

カウネット ウェブサイトをリニューアル

お客様の商品選定傾向を踏まえ、カウネットの独自指標をもとにウェブサイトをリニューアルしました。これにより、お客様のニーズであった注文時間の短縮にお応えしました。



2015年の振り返り

9月

通販・小売関連事業

アクタス ライフスタイルストア [SLOW HOUSE] 二子玉川にオープン

東京都内では2店舗目となる「SLOW HOUSE」が、玉川高島屋S・C マロニエコート 2Fにオープンしました。

※「SLOW HOUSE」は丁寧な暮らしをテーマとし、北欧テイストを中心とした家具や雑貨、アパレルなどを展開しています。



受賞

6商品が「2015年度グッドデザイン賞」を受賞

「2015年度グッドデザイン賞」(主催:公益財団法人日本デザイン振興会)で、6商品(ワークステーションシリーズ「SAIBI(サイビ)」、ミーティングチェア「Piega(ピエガ)」、教育施設多目的スペース向け家具「Campus BLOCK(キャンパスブロック)」、ソフトリング®ノート(ドット入り野線)、カッターナイフ<C3>、測量野帳(レベルブック、トランシットブック、スケッチブック))が受賞しました。



ステーショナリー事業

月1冊の手帳 [Pat-mi] 2016年版を発売

手帳ユーザーの二大不満である、「月間予定と週間予定のページの行き来が面倒」、「1年1冊の手帳は厚い・重い」を同時に解決した、佐久間英彰氏プロデュースの手帳第2弾「Pat-mi」2016年版を発売しました。



10月

IR

連結子会社との合併

コクヨ株式会社及びコクヨS&T株式会社、コクヨファニチャー株式会社は、2015年10月1日にコクヨ株式会社を存続会社として合併しました。グループを一体化することで、グループ総力を挙げて複雑・多様化するお客様の課題解決に臨み、提供価値の最大化を目指します。

KOKUYO

通販・小売関連事業

カウネット創業15周年

2000年10月に、小規模事業所向けのオフィス用品通販会社としてスタートしたカウネットは、創業15周年を迎えました。



11月

ステーショナリー事業

自分だけの香りをつくって遊ぶ「香りのワークブック」を発売

資生堂監修による、本格的な調香師体験キット「香りのワークブック」を発売しました。7種類の香りのペー스트を混ぜて、自分のイメージする香りをつくって楽しめるキットです。



通販・小売関連事業

アクタス 大阪エリア6店舗目「アクタス・EXPOCITY店」をオープン

万博跡地にオープンしたEXPOCITY店のコンセプトは「STYLE PLATFORM」。シーズンごとのテーマで多種多様なインテリアスタイルを提案する関西エリアのインテリア情報発信ショップです。



CSR

「コクヨデザインアワード2015」の受賞作品が決定

「美しい暮らし」をテーマに「コクヨデザインアワード2015」が開催され、グランプリ受賞の「すっきりとした単語帳」を含む、受賞作品計4作品が選ばれました。



12月

ファニチャー事業

オフィスチェア「Duora(デュオラ)」を発売

骨盤保持のための新機能を搭載したオフィスチェア「Duora(デュオラ)」を発売しました。「Duora(デュオラ)」は、ワーカーを取り巻くIT環境の変化に伴う着座姿勢の変化に着目して開発されたチェアです。



ファニチャー事業

オフィスチェア「Mitra(ミトラ)」を発売

シーンを選ばず広く親しんでいただけるオフィスチェア「Mitra(ミトラ)」を発売しました。「Mitra(ミトラ)」は、コクヨが必要と考える姿勢サポート機能をすべて盛り込み、クラスを超えた上質な座り心地を実現したメッシュチェアです。



数字でみる コクヨ

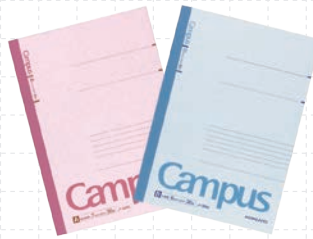
(2015年12月31日時点)

お客様

キャンパスノートの年間売上冊数

1億冊以上

2015年で発売40周年を迎えたキャンパスノートは、年間1億冊以上を販売している業界No.1です。発売以来、累計27億冊以上販売しています。



キャンパスノート
1億冊を
積み上げると...

高さ富士山100個分

お客様

全国ライブオフィスの拠点数

25カ所

オフィス空間の極意を研究し、紹介するために生まれたコクヨの次世代オフィスです。コクヨ社員が実際にここで働きながら、最新の「働き方」を研究しています。



地域社会

「キャンパスアートアワード」応募件数

1,004作品

2015年からスタートした絵画コンペティション「キャンパスアートアワード」。第1回は「My Sweet Home Town～地元のエチオシ～」をテーマに、日本の将来を担う若者が、地元を目標に、その魅力に気づき、発信する機会をつくりました。



社員

障害者雇用率

2.12%

1940年に本社工場で聴覚障害者の雇用を開始。現在では「新しい障害者雇用の先進モデルになる」ことを目指し、特例子会社(コクヨKハート、ハートランド)



において、社員の障害の特性に応じて、多様な業務と多様な働き方を提供しています。

お客様

お客様の声件数

11万件以上

2015年には11万件以上のお客様の声を寄せいただきました。いただいた声はコクヨの商品やサービスをよりよ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。



地域社会

ノート工場見学来場者数

2,747人

地域社会との関わりを大事にしながら、紙製品製造を続けてきた株式会社コクヨ工業滋賀。2014年5月からは工場見学ツアーをスタートし、生産設備や環境対応設備の見学、品質へのこだわりを体験していただく機会を提供しています。



コーポレートガバナンス

取締役役に占める社外取締役の割合

37.5%

取締役は、社外取締役3人を含む、計8人で構成されています。コクヨは2010年よりコーポレートガバナンス改革に取り組み、常に経営の透明性・公正性の向上に努めています。

地球環境

結の森 10周年、CO₂ 吸収量

6,717トン

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た、高知県四万十町での「コクヨ-四万十・結の森プロジェクト」は、2015年に10周年を迎えました。累積対象面積は、約5,500haに、累積間伐面積は約1,300haに拡大し、CO₂吸収量は6,717トンに達しています。



お客様

カウネット

15周年

カウネットは2015年で創業15周年を迎えました。オフィスに必要なあらゆるモノ80,000点以上を取り揃え、お客様の困りごとや多様なニーズにお応えするため、カウネットならではのオリジナル商品も開発しています。



CSR マネジメント

コクヨグループは持続可能な社会の実現に向け、お客様、株主、取引先、地域社会などさまざまなステークホルダーの皆様の期待に応えるため、積極的に CSR 経営を推進しています。



CSR の考え方

CSR の基本的な考え方 P15

コクヨ CSR 憲章 P17

コクヨグループ行動基準 P18



CSR の社員浸透

創業記念月の取り組み P19



■ CSRマネジメント

CSRの基本的な考え方

基本的な考え方

コクヨグループは1905年に、創業者 黒田善太郎が大阪で和帳の表紙店を開いたことから始まりました。創業者は、「越中（現在の富山県）の国の誉れになる」という志を持って、郷里から大阪に向かいました。この創業者の志は、「国誉」という商標を経て、現在の社名の「コクヨ」となり、グループ社員全員でこの志を継承し、事業を展開してきました。

2004年、社会及びグループの継続的な発展を期すため、「コクヨグループ CSR 憲章」を制定（2012年一部改定）しました。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。

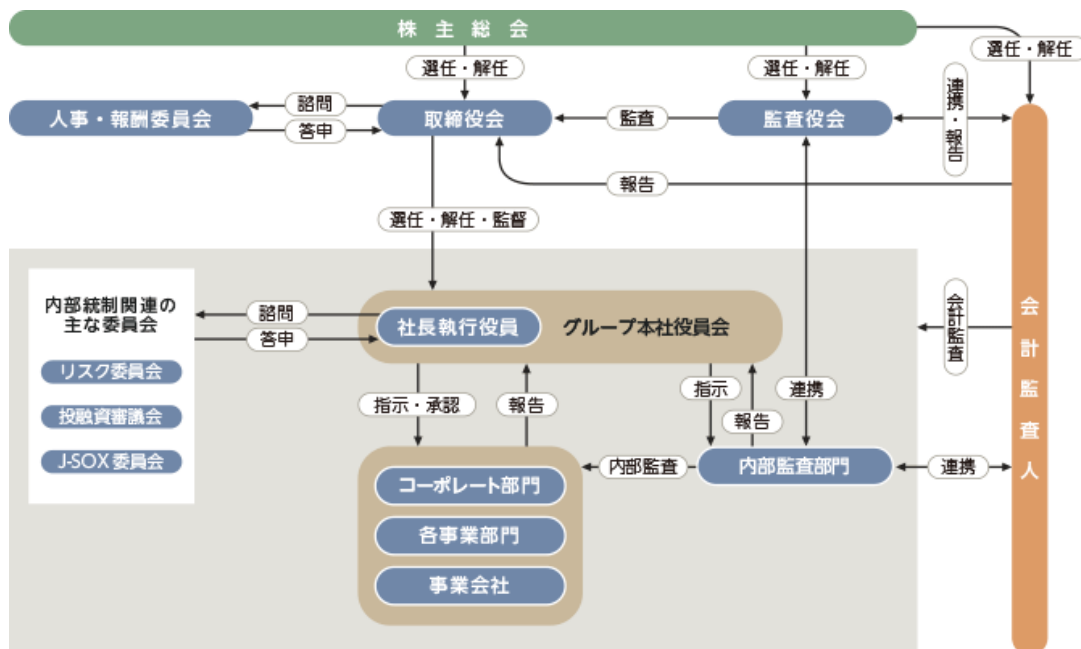
※ 関連情報:「[コクヨグループCSR憲章](#)」

CSR推進体制

コクヨグループでは、関連部門が連携し、グループ全体でCSR活動を推進しています。また重点課題については、環境委員会、中央安全衛生委員会などを運用し、各専門部署が中心となってグループ全体で組織的に取り組んでいます。今後も情報発信や対話を通じて、ステークホルダーとの調和を図りながら、社会及びグループの持続的発展を追求していきます。

コーポレートガバナンス体制

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。内部統制関連の主な委員会では、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。



役員紹介

取締役

代表取締役 会長
黒田 章裕

代表取締役 社長執行役員
黒田 英邦

取締役 副会長
黒田 康裕

取締役 グループ上席執行役員
森川 卓也

取締役 グループ上席執行役員
宮垣 信幸

社外取締役
作田 久男

社外取締役
浜田 宏

社外取締役
藤原 健嗣



監査役

常勤監査役
小谷 洋一

常勤監査役
住谷 勉

社外監査役
水野 裕

社外監査役
村田 守弘



執行役員

社長執行役員
黒田 英邦

グループ上席執行役員
海外事業本部長
森川 卓也

グループ上席執行役員
経営管理本部長
宮垣 信幸

グループ執行役員
経営企画室長
梅田 直孝

グループ執行役員
ファニチャー事業本部長
坂上 浩三

グループ執行役員
カウネット事業本部長
(株式会社カウネット 代表取締役社長 兼務)

高橋 健一郎

グループ執行役員
ステーションアリー事業本部長
八十 卓司

コクヨCSR憲章

コクヨCSR憲章

コクヨグループは、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。法令などの遵守はもとより、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. 低炭素社会に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。

コクヨグループ行動基準

コクヨグループでは、事業の海外展開に伴い、文化や価値観、法の解釈の違いなど、現地事情を踏まえながらも共通の行動基準を制定する必要があると考え、2012年8月にコクヨグループ共通規定として「コクヨグループ行動基準」を制定するとともに、国や地域によって異なる商習慣や法令などを踏まえて補足を加えた「コクヨグループ行動基準ハンドブック」を作成しました。

行動基準(日本国版)

コクヨグループ行動基準は、コクヨグループが法令や規則を遵守し、社会倫理に従って企業活動を行うために、役員及び社員の基本的な行動の基準を定めることを目的としています。

1. 法令及び社内規則の遵守と誠実な行動

わたしたちは、法令及び社内規則の遵守はもちろん、高い倫理観を持って誠実に行動します。

2. 人権及び人格の尊重

わたしたちは、人種、民族、宗教、国籍、言語、性別及び障がい等による差別を行いません。

わたしたちは、セクシャルハラスメントやパワーハラスメントを行いません。

わたしたちは、児童労働や強制労働を認めません。

3. 地球環境の保全

わたしたちは、地球温暖化や森林資源の減少をはじめとする地球環境問題から目を背けることなく、環境負荷の削減又は低減に取り組みます。

4. 自由な競争及び公正な取引

わたしたちは、独占の禁止、公正な競争及び公正な取引に関する法令及び社内規則を遵守し、これらを逸脱する行為を行いません。

5. 安心で信頼のおける製品及びサービスの提供

わたしたちは、安心で信頼のおける製品及びサービスの提供を通じて、お客様の満足を獲得し続けます。

6. 会社資産の適切な取り扱いと知的財産の保護

わたしたちは、有形無形のあらゆる会社の資産を適切に管理、保全及び活用します。

わたしたちは、他者の知的財産権を尊重します。

7. 適正な情報管理及び財務報告

わたしたちは、会社の記録を誠実かつ適正に作成するとともに、業務上収集及び取得される情報をその重要度に応じた適正な手続きに則って管理及び報告を行います。

わたしたちは、財務、会計及び税務に関する法令及び社内規則を遵守して会計処理と財務報告を行います。

8. 利益相反行為の禁止

わたしたちは、会社と個人との利益が相反する、あるいはそのおそれのある行為を行いません。

わたしたちは、利益相反が懸念される場合には、上司に対してその旨を報告します。

9. インサイダー取引の禁止

わたしたちは、コクヨグループや他社の株式等の売買に関連してインサイダー取引及びそれを誘発する行為を行いません。

10. 接待や贈答の適切な運用

わたしたちは、ビジネス慣習から逸脱した接待や贈答を行いません。

わたしたちは、公的機関の職員や政府関係者に対して違法な接待や贈答を行いません。

11. 外部からの不当な要求への対応

わたしたちは、外部からの不当な要求には一切応じません。

創業記念月の取り組み

創業日が10月2日であることにちなんで、毎年10月には創業の精神について、社員一人ひとりがその意味するところを深く理解し、日々の仕事の中で実践し体現するための意識と行動を見つめ直す機会としています。



会長訓話会

2015年の創業記念月においては、「先人の取り組みに学び、現在の仕事に生かせる“気づき”を共有すること」を目的として「会長訓話会」を開催しました。

当日は、会長の訓話等から先人たちのイノベーションのプロセスを学んだ後、グループディスカッションを実施し、「どのイノベーションが、どんな理由で印象に残ったか」「自分や周囲の仕事と先輩たちとの違いはどこにあるのか？」などについて意見を交換しました。その後、個人ワークとして、他の参加メンバーの感想や意見を聞いて気づいた点などを踏まえて、「自分自身が明日から実践したいこと」をA3用紙に書き、ホワイトボードに貼り出し、グループでまとめた意見と個人が実践したいことを各代表がまとめて発表しました。

参加者たちは、「コスト・デザイン・機能など、いろいろな制約がある中でお客様のことを考え抜く」「困難な課題に対しても楽しみながら自発的にチャレンジし、物事を突き詰めてイノベーションを起していく」といった決意を語りました。また、「失敗することを恐れて、挑戦をしなくなっている」「もっと業務の効率化ができるはずだ」など、現在の自分に不足している意識や行動についての気づきを獲得することができました。



入社11年目の社員と黒田会長



グループディスカッションの様子



先人の取り組みを学ぶ

お客様とともに

コクヨグループは常にお客様の視点で新しい商品・サービスを開発し、また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。



お客様への安心・安全の提供

- 文具の品質保証の考え方 P21
- 家具の品質保証の考え方 P22
- カウネットの考える品質とは P23
- 災害対策メニュー構築の取り組み P24

お客様の声の反映

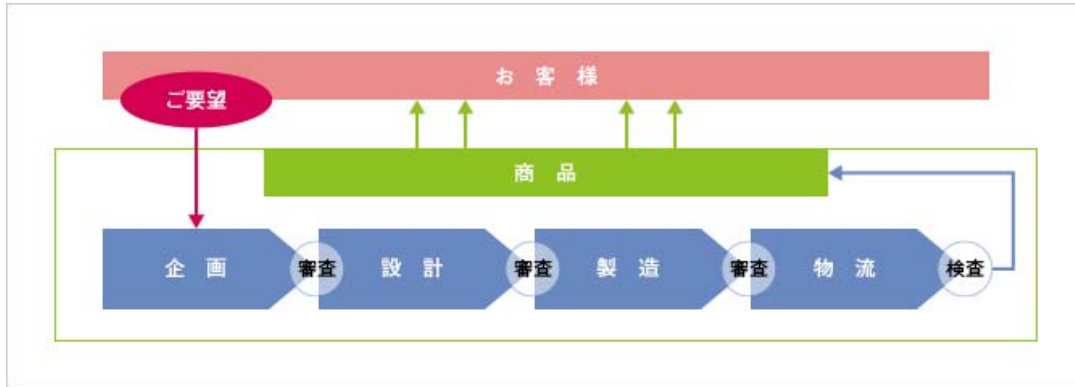
- お客様への対応・サポート P25
- お客様の声を生かす仕組み P26
- お客様との対話 P27



■ お客様とともに

文具の品質保証の考え方

お客様に信頼される品質をお届けするため、企画・設計・製造・物流の各機能において品質を作り込む仕組みを体系的に構築・運用、そして改善に取り組んでいます。



品質維持・向上のための取り組み

1) 品質保証体制の深化

品質の作り込みにおいて重要なプロセスであるデザインレビュー・セーフティレビュー、量産試作立会、化学物質管理のガイドラインを時代に合わせた内容に見直し、再整備を実施しました。若手・新人の教育へ利用するとともに、品質に携わる社員のバイブルとして利用を促進し、品質保証体系の深化に取り組んでいます。
また、商品リスクの評価方法を導入し、リスク対策を実施することでお客様に安心してお使いいただけるように努めています。

2) グローバルでの検査体制の確立

グローバル標準の検査技能評価手法を確立し、各国の検査員の技能レベルを評価・偏差値化し、教育・指導の体制を整え、検査技能レベルを一定に保持する取り組みをしています。また、グローバルに検査の7つ道具やマニュアル類を整備し、検査レベルそのものも一定に保持することで、検査での不良品の発見精度をさらに高め、不良品の流出防止に努めています。



品質試験へのロボットの導入

3) クレームへの対応の精度とスピード向上のために

世の中は、安全に加えて安心をさらに求める社会になり、加えて、多くの情報がいつでも誰でもどこでも受発信できる時代になってきました。今後、お客様からのクレームに対してさらに精度を上げてスピーディーな対応をしていく必要があると考え、商品リスクの発生時に企業がとるべき行動のプロセス・判断材料・判断基準の見える化・標準化に取り組んでいます。それにより、組織の意思決定フローの統一と、判断のブレの最小化とスピードアップを図っていきます。

4) 品質確認試験に加え価値評価試験を強化

既存商品のリニューアルや新製品の開発において品質確認試験を従来から徹底的に実施していますが、さらにロボットを導入して試験品質の持続的な維持・向上に努めています。また、多様なお客様のニーズに応えるため、安価で丈夫といった当たり前の品質を確認することはもとより、お客様にとって価値のある魅力的品質の定量化にも取り組んでいます。

家具の品質保証の考え方

ISO9001の登録範囲を、国内では2010年に施工を伴う公共施設用家具、2012年に間仕切など建材商品、2014年には社外品の仕入れ販売にまで認証範囲を拡大しました。また、海外でも国誉家具(中国)において2014年12月にISO9001認証を取得しました。

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、単に製品の品質だけではなく、商品のマーケティングからアフターサービスまで各部門が密着して品質保証活動に取り組んでいます。また、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、品質改善を図っています。

製品を安心してお使いいただくために

1) 高いレベルの「社内基準」の設定

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、議論及び評価を重ねています。製品化段階では、JIS規格・業界規格などへの適合とともに、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。

2) 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は、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・ウェブサイトなどの媒体に告知を行い事故の拡大防止を図ります。また、是正処置とともに水平展開を図り、同様の事故が起こらないよう、再発の防止に努めています。

3) 製品安全・品質に関する告知

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。



ファニチャー事業ウェブサイト
製品安全・品質に関する重要なお知らせ

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](#)

4) 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

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企業とともに、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。

ココヨロジテムが「共配甲子園」を開催

グループの物流機能を担うココヨロジテムでは、家具の納品時のお客様満足度向上を目指して「共配甲子園」を開催しています。2010年に始まった「共配甲子園」は、パートナー企業の配送ドライバー・作業員が組み立て技術、ホスピタリティを磨くコンテストとして、認知度が年々高まっています。

2015年の大会は、「全員参加」「底上げ」を重点テーマとして、各パートナー企業の代表選考会から実施し、より多くの納品担当者にスキルアップの機会を提供しました。

9月26日に行なわれた全国決勝戦では、代表選考会、地区予選、東西ブロック決勝を勝ち抜いてきた2組+特別推薦枠1組の計3組が、「模擬納品」「商品組み立て審査」の2種目で納品品質を競い合いました。

今後もお客様に感動を与える「感動納品」を高めるために、大会のレベルアップを図っていきます。



真剣な様子で組み立てをする競技者

カウネットの考える品質とは

カウネットが取り扱う商品は文具・事務用品やコピー用紙をはじめ、飲料・食品、電化製品、ギフト、医療関連用品、店舗運営用品、名刺やスタンプなどのオーダー品、オフィス家具など多種多様で、取り扱うメーカー数は1,000社あまりになります。カウネットは流通業として、お客様に安心かつ安全にご利用いただくため、取り扱う商品の品質のみならず、コールセンターでの対応やお届けにいたるまで、バリューチェーン一体となって品質の向上に努めています。

商品を確実にお客様のもとに届ける物流サービス

カウネットでは、お客様に商品を確実にお届けするのは当然のこととして、お客様に喜んでいただける、「感動」をしていただける物流品質を目指しています。

商品のお届けに関して（主なサービス）

1) 当日・翌日配送サービス（一部の商品・サービスは除く）

沖縄県・離島、一部山間地域を除き、午後6時までにご注文いただくと翌日にお届けします。当日配送エリアでは、午前11時までにご注文いただくとご注文当日にお届けします。

2) 簡易梱包の推進

通販で一般的な段ボール梱包によるお届けの場合には、商品を保護する緩衝材の使用をできるだけ少なくする工夫を日々重ねています。その他、商品の嵩が低く、かつ品質が保持できると判断した場合には、省資源化の取り組みとして、紙袋かポリエチレン袋による簡易梱包でお届けしています。



簡易梱包の取り組み

3) お届け時の梱包方法選択サービス（インターネット注文のみ）

簡易梱包による配送はお客様からは高評価をいただく一方で、購入商品を取引先へ渡したり、贈り物にするときなどには段ボール梱包にしたいという声にお応えして、注文の都度、梱包形態をお客様自身が選べるようにしています。

4) 組立てサービス付き家具のお届け

大型家具や重量物・複雑な組立てを伴うものは家具専門配送員が、お届けから開梱・組立て・設置・梱包材の回収まで行います。

回収サービス

カウネットでは省資源のリサイクル活動を推進しており、古くなったカウネットカタログや、配送時の段ボール、使用済みのトナーカートリッジの回収サービスを行っています。

お客様の安心・安全のために

お客様都合による返品についても365日以内であれば無料で返品を受け付ける（一部の商品・サービスは除く）ほか、商品をお届けした後のフォローについても、メーカーやサプライヤーとの協力関係のもとに行っています。

担当者の声

通販だからこそできること

カウネットには、いつ、誰が、何をご購入されたのかという販売データがあります。製品に不具合が生じたり、回収が必要になった場合には、ホームページなどを通じてお知らせするのはもちろんのこと、ご購入いただいたお客様にFAXや電話で直接コンタクトをとることもあります。膨大な販売データを何年もさかのぼって調べることは、非常に手間がかかりますが、これは通信販売だからこそできることです。地道な取り組みがお客様の安全を守り、また、お客様に安心してカウネットをご利用いただくと信じて日々の対応を行っています。



カウネット 品質管理部
菅山 浩

災害対策メニュー構築の取り組み

大地震に備えた対策メニューの構築に取り組んでいます。

震災であらためて気付いた責任の重さ

コクヨグループは災害に対して事前の備えを提案する取り組みを、2007年から「防災ソリューション」として展開していますが、2011年3月11日に発生した東日本大震災は甚大な被害とともに私たちがインフラ企業の一員であると気付かせてくれました。復旧活動を行うにあたり、まず災害対策本部を設置したいというお客様からの要請が相次いだからです。

1) オフィス地震対策メニューの構築

東日本大震災以降、さまざまな実証試験を行い、そこから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など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はなく、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します。是非ご活用ください。

※ 関連情報:「[地震対策オフィスの創り方](#)」



2) 企業向け防災備蓄品の提案

組織のBCPを構築する上で必要となる、備蓄体制の構築をいかに進めていくか、お客様の個別の事情に応じて提案する「防災ソリューション」事業を展開しています。企業向け防災備蓄ガイドブック「SONAeL」、企業向けオリジナル防災用品「防災の達人シリーズ」を中心に、実際の運用面での課題解決や、オフィスの収納事情に切り込む視点に、高い評価をいただいています。



「エレベーター用防災キャビネット」



「移動式救助工具セット」



「転倒防止ベルト シュレッダー用」

3) 普及啓発活動の実施

『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、普及啓発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視点からの防災備蓄品対策として、震災後5年が経過し「備蓄している」から「備蓄をし続けている」段階における選定・配置・管理・更新サイクルによる継続的な発展、地震に強いオフィスづくり(ファニチャー事業)など全国各地で行っています。



企業防災に関するセミナーも実施

お客様への対応・サポート

お客様からのお問い合わせには、親身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よ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。

■ コクヨファンになっていただくために

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。お客様相談室では、お客様からの電話を最初に受け取り、お客様のご相談に親身になってお答えします。そのために、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。また、ウェブサイト上ではお問い合わせの多いご質問と回答の他、お客様の声によって改善された事例などもご紹介しています。

※関連情報「[コクヨ お客様相談室](#)」

■ お客様の声を自ら聞き、仕事に生かす社員向けの現場体験研修

コクヨグループでは、社員を対象とした「お客様相談室現場体験研修」を実施しています。普段お客様と接する機会のない社員が、直接お客様の生の声に耳を傾け、伺った貴重な声やご意見はモノづくりの現場に持ち帰られています。5月には、新入社員を対象に実施し、お客様のご要望を聞き知る中で「気付き」を得、またそれらの経験を今後の業務に生かしていくことを目的としています。研修ではお客様とよいコミュニケーションをとるためのコツとお客様の声がどのように活用され商品に生かされているのかを学んだ後、実際にフリーダイヤルに入電するあらゆるお問い合わせに、ベテランオペレーターと二人三脚で対応します。



担当オペレーターと新入社員、二人三脚でのお客様対応の様子

■ コクヨウェブサイトの「お問い合わせ」のページをリニューアル

「お問い合わせ」のページは、お問い合わせ窓口を探すお客様や、商品について質問があるお客様など、毎日多くのお客様にご覧いただいています。昨年末、この「お問い合わせ」ページを大幅にリニューアルしました。特にFAQのページでは、お探しのFAQをより簡単に見つけていただけるよう、お問い合わせの種類だけでなく、商品別にも調べられるようにしました。また、FAQの回答には、これまで「コクヨチャンネル」の「取説の部屋」で公開されていた動画を使い、よりわかりやすい回答も加えました。今後もお客様が使いやすいページを目指し、改良を重ねていきます。

■ キャビネット類の合鍵作成のお手続きが簡単になりました

お客様相談室では、お取引の営業窓口をお持ちでないお客様を対象に、キャビネット類の合鍵作成を承っていますが、2015年にお手続き方法を変更しました。これまでは、ウェブサイトよりダウンロードいただいた所定のフォームに必要事項をご記入いただいた後、FAXでの送信をお願いしていました。手書きのFAXを受信したお客様相談室では、品番や鍵番号の解読間違いを防止するために、お客様に電話連絡を行い、番号の確認を行っていました。結果、お客様に多くの手間とお時間をいただいております。そこで、今までのフローを見直し、より正確で迅速にお客様のご依頼にお応えできるよう、専用フォームからメール送信していただけるようにしました。この切り替え後、2015年は前年比114%のご依頼件数となりました。

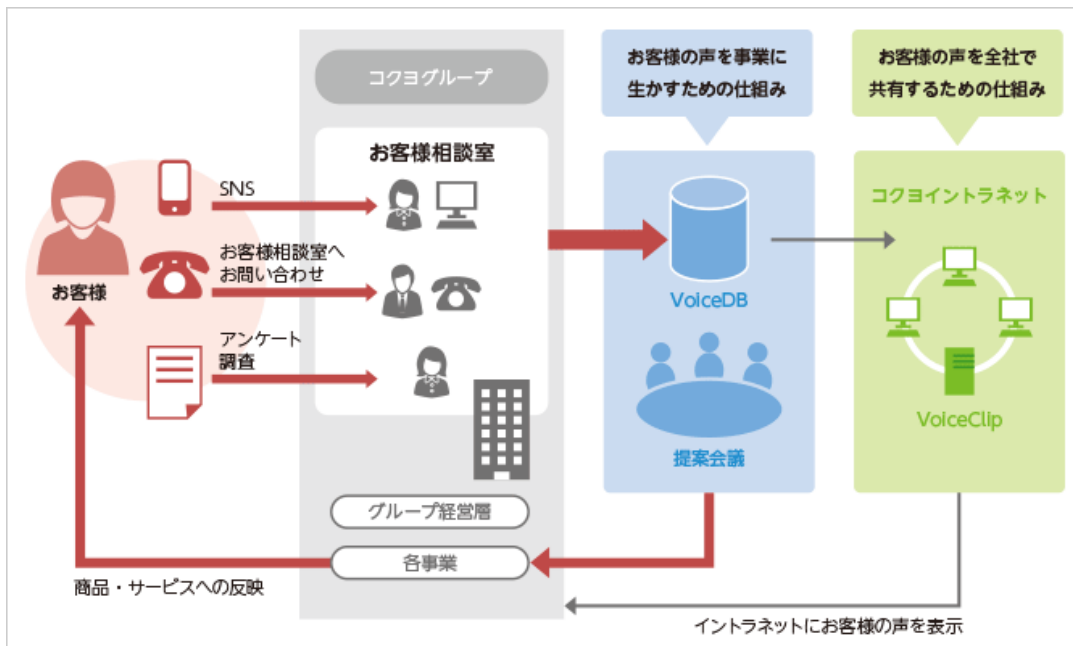
お客様相談室では、今後もお客様にご利用いただきやすいお問い合わせ方法やお手続き方法を検討していきます。

お客様の声を生かす仕組み

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

■ 全社員がお客様の声を真摯に受け止めます

お客様の声を全社共有するため、お客様の個人情報を除いた声の内容を「VoiceClip」という名称で、イントラネットを通じてグループ全社員に公開しています。「VoiceClip」では、週次で「お喜びの声」「お怒りの声」といったお客様の新鮮な声を紹介しています。2012年からは、グループ共通のイントラネットトップページにこれらのお客様の声を表示し、「見える化」をさらに進めるとともに、お客様相談室にお寄せいただいたお客様の声を、個人情報を除いてデータベース「VoiceDB」に集約し、グループ全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。



お客様の声をカタチに

タックインデックス用 はかどり保護フィルム(強粘着)

はかどり保護フィルムは長期保管する資料や閲覧回数が多い資料のインデックスに貼ることでインデックスを美しく丈夫に長持ちさせることができる商品です。以前からの商品ラインナップとして、タックインデックスだけの商品と保護フィルムがセットになった商品がありました。ところが、後者の商品をお使いのお客様から「毎回保護フィルムだけがなくなり、タックインデックスが余り困っている」「保護フィルムだけ販売していないか？」といった声が数多く寄せられていました。そこで2015年、タックインデックス用の保護フィルム単体の商品として「タックインデックス用 はかどり保護フィルム(強粘着)」を発売しました。透明なシールだけの商品のため、お客様が粘着面に触れずに貼ることができる「はかどりカット」と、フィルムをインデックスにずれずにぴったり貼ることができる「位置合わせガイド」などの機能をつけて提供しています。



お客様との対話

学ぶ人や働く人のために、これまでにない新しい商品やサービスを追求し続ける。そうしたココヨの活動を理解していただくために、さまざまなイベントや各地に展開するライブオフィスを舞台にお客様とのコミュニケーションを積極的に展開しています。

「ココヨハク2015」に2万5000人が来場

4月3日～4月5日の3日間、東京・丸の内のJPタワー地下1階 東京シティアイで、情報発信型のステーションリーショップ「ココヨハク」を開催しました。「ココヨハク」とは、文字通り「ココヨの博覧会」を意味しており、会場内ではココヨの最新文具・限定商品を展示・販売しています。話題の文具に見て・触って・体感していただけるコーナーや、ココヨならではのあっと驚くような企画を通して、ココヨの新たな魅力を発見していただくことを目的とするイベントです。

3度目となる2015年は、「キャンパスノート」の発売40周年を記念した限定商品の販売や、「キャンパスノート」のマザー工場がある滋賀県とのコラボレーションを中心とするもりだくさんの内容をお届けし、2万5000人ものお客様に来場いただきました。



初日の開場前から大行列



会場の様子

キャンパスノート誕生40周年記念ケーキカットセレモニー

スペシャルゲストに三日月滋賀県知事、滋賀県のイメージキャラクター「キャッフィー」を招き、キャンパスノート40周年を記念して数量限定発売した、表紙のみならず中紙にもイチゴなどの柄が印刷され、重なると側面がケーキ模様になっているケーキキャンパスノートを模した特製ケーキでキャンパスノートの誕生40周年を祝って、ケーキカットセレモニーを行いました。



キャンパスノートを模した特製ケーキ

滋賀県とのコラボレーション企画

キャンパスノートのマザー工場であるココヨ工業滋賀の地元貢献・環境貢献の取り組みを紹介するとともに、生チーズケーキ、鮎寿しや赤蒟蒻など滋賀県を代表する特産品を販売しました。また特別に、とび出し坊やガチャコレクション（「とび太くん」グッズが入手できるガチャガチャ）も登場しました。「とび太くん」は、ドライバーに対して子どもやお年寄りによる飛び出し注意を啓発する人形型の看板で、地域の子どもの安全のために滋賀県で活躍しているキャラクターです。ココヨ工業滋賀では「とび太くん」をモチーフとした文具を販売しています。



ココヨ工業滋賀のオリジナル商品
ReEDEN

ワークショップ

ココヨハクでは恒例となっているデコレーションしやすい表紙デザインのキャンパスノートにマスキングテープやマーカーを使ってオリジナルノートをつくる「デコレーションキャンパスノート」ワークショップに加えて、「オリジナル測量野帳ワークショップ」、麻ひもを織ってつくるミニバックやネット状に編んでつくる袋など簡単な生活雑貨づくりを体験いただける「麻ひも教室」などを実施しました。



ワークショップでオリジナル野帳づくりにチャレンジ

限定商品の発売



・ロングキャンパス

製造工程で、2冊のノートが連なった裁断前の状態にあるノート。



・ロングミリ消し

ノートの一行を狙って消せる消しゴム「ミリケシ」のロングバージョン。長さは「ミリケシ」の3.9倍。



・金色、銀色の「測量野帳」

1959年の発売からデザインが変わらないロングセラーの手帳型ノート「測量野帳」の表紙が金色、銀色の限定カラー商品。

香港でのキャンパス40周年イベント開催とBookfair出展

ステーショナリー事業は、2014年より、韓国・台湾・豪州・香港のお客様へのアプローチを重点課題として、戦略構築や事業検証を行っています。2015年の夏は、香港で積極的にプロモーションを行い、多くのお客様にココヨを知っていただくことができました。

7月2日からは約1ヶ月間にわたって、「キャンパス40周年イベント」を実施しました。香港で最も高感度な小売チェーンLOG-ON とコラボし、店内のイベントスペースを使って、キャンパスについての紹介、商品販売、デコキャンワークショップなどを展開しました。現地の主要媒体4誌、ウェブサイトを含め計14メディアに取り上げられ、大いに注目を集めることができました。

また7月15日～21日には、Hong Kong Bookfair 2015へブースを出展しました。このBookfairは、人口700万人の都市で来場者が100万人を超えるという圧巻の集客力を持つ香港の夏の風物詩ともいえるイベントです。ココヨのブースは開催期間を通して大いに盛況を見せ、6000人を超えるお客様に商品を体験し、購入いただくことができました。



キャンパスノートにデコレーションを施し、オリジナルキャンパスノートをつくるデコキャンワークショップ



ブース内はたくさんのお客様で賑わった

「WORKSIGHT LAB. エグゼクティブセミナー」開催

6月9日、ファニチャー事業の顧客を中心とした、総務・建築・デザイン・経営者の方々92人を招待し、渋谷ヒカリエで「WORKSIGHT LAB. エグゼクティブセミナー」を開催しました。

“WORKSIGHT LAB.”とは次世代の働き方と学び方をテーマに、価値創造する組織へ変革したいキーパーソンに向けて実践知とソリューションを提供するための研究組織です。設立から3年が経ち、エグゼクティブセミナーも6回目を迎えました。

今回は、「社員を『全員主役』にする」というオフィスコンセプトをもとに、外部講師をお招きし、「個性が生きる“全員主役のワークスタイル”」と題して組織や働き方についてのお話をさせていただきました。

セミナー後のアンケートでは、約7割の方が「WORKSIGHT」※をご存知で、国内外の先進オフィスを独自取材した「WORKSIGHT」への関心の高さが分かりました。また、イベント全体の満足度も高く、多くのお客様から好評を得ることができました。

※「WORKSIGHT」とは

オフィス空間の工夫だけでなく、行動習慣やプロセスを変えるソフト面での取り組みにもフォーカスを当て、国・業種・業態などに関係なく、世界の成長企業の働き方を紹介した国内外の先進オフィスを独自取材したメディア



「WORKSIGHT」編集長よりワークサイトの紹介



セミナー会場

2016コクヨ新製品フェアを開催

「コクヨフェア」は、コクヨの商品やソリューションを展示するだけでなく、企画開発の背景や創意工夫を伝え、お客様にコクヨのホスピタリティを感じていただくことを目的に、実施しています。

東京ショールームでは2015年12月7日～10日に、ファニチャー商材を中心とした新製品や「品川ライブオフィス」を体感していただける「2016コクヨ新製品フェア」を開催しました。今回のテーマは、「be-個性が活きる、自分らしく働ける場所。」。新商品の紹介とあわせて「オフィスはただ働くだけの場所ではなく、多様な個性を持った人々が集まり、働く人が気持ち良く過ごせる場所でありたい」というメッセージを込めて、「これからのオフィスのあり方」を提案しました。期間中は、これからのビジネスや働き方への高い見識をお持ちの企業経営者、大学教授の方々によるセミナーも実施し、4日間で7695人(前年比107%)に会場いただきました。

大阪の梅田ライブオフィス、ショールームでは2016年1月20日～22日に、「2016新製品フェア大阪」を開催しました。西日本エリアの販売店様やお客様へプロダクトの良さを訴求することに重点を置いた企画内容で、実際に開発に携わったメンバーも説明担当として商品に込めたこだわりをじっくりと伝えました。商品展示とあわせて、「オフィス情報管理」「企業防災」「企業ブランディングとオフィスづくり」など、多彩なテーマによるセミナーを実施し、期間中は、目標としていた1000人を超える1078人のお客様に会場いただきました。



東京ショールームでの様子



梅田ライブオフィスでの様子

社員が実際に働く最新のオフィス空間をご案内 ～ライブオフィスを25拠点で展開～

1969年より45年以上にわたって、さまざまな実験・実践と分析を繰り返し、お客様と対話しながら提供価値を磨き続ける「ライブオフィス」の取り組みを進めています。ライブオフィスは、社員がクリエイティブなワークスタイルを実践する先進的なオフィスで、自ら利用しながら使い勝手確かめ、さらに改良を加えながら生産性を高めている様子をお客様にご覧いただく取り組みです。単なる、働く「場」としてのオフィスにとどまらず、社員の働き方への意識変革を促進させる仕組みや、コミュニケーション活性化のためのさまざまな仕掛けを取り入れた空間として展開しています。

2015年は、山口、岡山にも新たに誕生し、国内は25拠点(海外を含むと30拠点)のライブオフィスで、社員が実際に働いているオフィス空間をご覧いただけるようになりました。

山口ではコクヨマーケティング山口支店が山口県の中心地である新山口駅付近にライブオフィスとして移転し、2月4日にライブオフィスフェアを開催しました。販売店様、お客様を合わせて58社118人に会場いただきました。また岡山でも、コクヨ山陽四国販売の本社オフィスの移転を機にライブオフィスを開設し、11月25日からの3日間で499社742人にお越しいただきオープングフェアを開催しました。



コクヨマーケティング山口支店ライブオフィスでの様子



コクヨ山陽四国販売岡山オフィスフェア終了後全員で集合写真

お客様に「気づき」を提供するセミナーを各地で開催

全国各地で、オフィスにおけるさまざまな課題解決のためのヒント、つまりお客様にとって価値ある「気づき」を提供することをテーマとしたセミナーを開催しています。

北海道では、2月5日～6日に、コクヨ北海道販売が「コクヨビジネスコミュニケーションフェア2015」を札幌駅前で開催しました。「きっと見つかる あなたの最適空間！」をテーマに、オフィスを、創造するためのコミュニケーション空間と捉えオフィスワークにおいて発生するさまざまな課題を解決するための製品を、紹介しました。

またコクヨ北関東販売株式会社は、茨城県水戸市で8月19日、20日の2日間にわたり、

「KIZUKI(気づき)フェア」を開催しました。このフェアでは、防災・マイナンバーセキュリティ関連商品、医療・教育・官公庁等の業種業態別の文具、オフィス用品、オフィス家具を展示し、使用例に基づいて実際に触れることで、課題解決へのKIZUKIを獲得していただくことを目指しました。会場いただいたお客様から商品展示・事例紹介について「分かった」・「良く分かった」と評価をいただきました。



コクヨKIZUKIフェアの様子

社員とともに

コクヨグループは、会社の成長は個々の成長の上に成り立つと考え、社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発揮し、成長できるようさまざまな取り組みを実施しています。



人財育成

- 人財育成プログラム P31
- 人事制度 P34



ダイバーシティ推進

- ダイバーシティの基本的な考え方 P35
- ワークライフバランスの実現 P36
- 多様な人財の活躍支援 P37



社員の安全と健康

- 労働安全衛生の取り組み P40
- 健康管理・メンタルヘルス P42
- 社員とのコミュニケーション P43



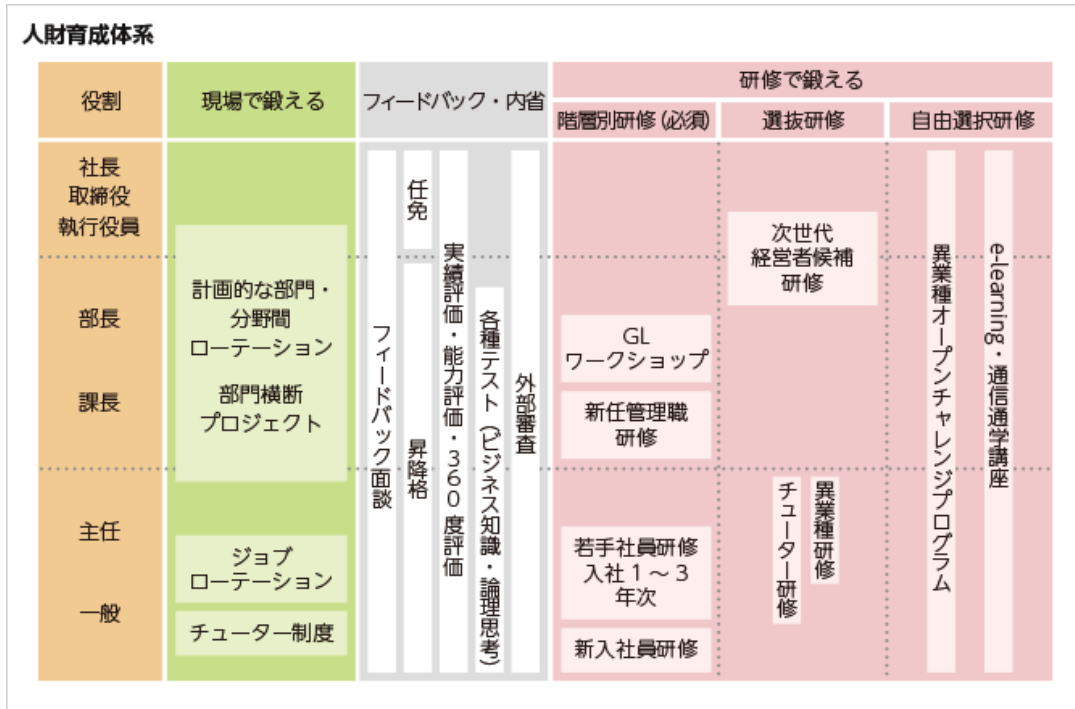
■ 社員とともに

人財育成プログラム

社員一人ひとりが生き生きと働き、チャレンジと成長を繰り返しながら、持続的に顧客価値を創出することを目指して、人財育成に取り組んでいます。

人財育成の方針

コクヨグループでは社員一人ひとりの能力を最大化するために、「現場」「フィードバック」「研修」の3つの柱を基軸とした計画的な個別育成を推進しています。研修では、ビジネスパーソンにおける各ターニングポイントでの階層別研修を中心に、選抜研修、自由選択研修など、多様な能力開発の機会を提供し、挑戦する社員を強くサポートしています。



各種能力開発プログラム

2011年より異業種研修「オープンチャレンジプログラム」を毎年開催しています。本プログラムでは、手上げ式で社内公募した参加者が、視野の拡大(実力の自覚)、今後のキャリア形成に必須の知識・スキル・マインドの獲得、仲間づくり(社外ネットワークの構築)を狙いとし、他社異業種の優秀な人財から刺激を受けながら、社内では得がたい多くの学びや異なった価値観を得られることが最大の魅力です。2015年は年齢・役職もさまざまな約40人が、東西8つの多彩な研修メニューに参加しました。上記に加え、2012年より現場の中核を担うグループリーダー層を対象としたGLワークショップを開催しています。このプログラムの目的は、現場のマネージャーを支援しチームとして継続的に成果を出し続けることです。実際に職場のマネジメント層が抱えている問題・課題を取り上げ、それぞれ現場で培ったノウハウの共有や意見交換を行いながら、解決をしていきます。参加者は、マネージャーの役割とは何かを認識するところから始まり、2015年は主に部下育成について取り組みました。2012年より他のテーマも含め延べ600人以上が参加しています。



オープンチャレンジプログラム

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。2015年も、新入社員対象の「人権啓発研修」や新任管理職対象の「メンタルヘルス講座」などを継続的に開催しています。

カウネット 創業からの15年を振り返る「理念研修」を実施

オフィス通販事業を担うカウネットは、2000年の創業時に“小売業”としてゼロからスタートし、事業拡大を目指すなかで、徹底した“お客様視点”の企業風土をつくり上げようと考え、コクヨグループの理念やビジョンとは別にカウネット独自の経営理念「お客様の立場で考え お客様の役に立つ」と行動指針「カウネットビジョン」を掲げています。

現在では、社員の半分以上が10年以内に入社していることに加え、時間の経過とともに当時を知るメンバーが少なくなっています。そこで2015年の創業15周年を機に、カウネットの歴史を知り「独自の経営理念やビジョンが存在する意味」や「コクヨグループ視点からみたカウネットの存在意義」などを全員で理解する「理念研修」を行いました。

今後も、「コクヨグループを牽引する会社に成長していきたい」という思いを持ちながら、グループの成り立ちや共通する考え方とカウネットの理念に全員で触れ、考える活動を継続していきます。



創業月の理念朝礼の様子



理念研修の様子

参加者の声

私が入社した2012年のカウネットは、カタログ・ウェブサイトなどの媒体、物流・販売店などの仕組みは既に構築されていましたが、2000年の立ち上げ時には今では想像できないような苦勞の連続であったことを、今回の研修を通して知りました。そして、会社の歴史を遡ると、カウネットの社長交代や経営理念の変更などさまざまな大きな変化がありましたが、決して揺るがない理念が存在していることに気がきました。それは徹底した「お客様視点」という理念です。メーカーではなく小売業として「お客様が何を求め、何を提供すればご満足いただけるか」を常に考えて事業展開してきており、カウネットが今後さらに成長していくためにも忘れてはならない極めて重要な理念であると理解しました。



株式会社カウネット
サプライ部
柳田 亮太

コクヨマーケティング 課題解決事例共有会を開催

コクヨマーケティングとファニチャー事業本部では、2012年からお客様にとっての価値を提供出来た好事例共有会を関西から立ち上げ、今や首都圏、西日本全体で開催しています。

単にモノを売るという営業姿勢でなく、またお客様に言われたことをそのまま対応するのではなく、「こういうことでないでしょうか」とお客様がまだ気づいていない課題を提言したり、「そうするよりも、こうした方が良いのではないのでしょうか」というような切り返し提案を行うことで、お客様の本質的な課題に掘み、そこに最適な提案を仕掛けていくという一連のプロセスを発表する場です。

『お客様にとっての価値』をいかに提供することが出来たかという好事例を担当営業に発表してもらい、受賞者の成果を称え、表彰することも、この共有会の醍醐味です。



発表者全員の集合写真

ファニチャー事業 2015年「結束強化会」を開催

ファニチャー事業では、関わる全てのメンバー（ココヨ、ココヨエンジニアリング & テクノロジー、ココヨロジテム、ココヨマーケティング他）が集結し、さらなる結束を目指す「結束強化会」を開催しています。2015年は7月から9月にかけて、5エリア（東京、大阪、名古屋、芝山、三重）の会場で、いずれも2部構成で行ないました。

第1部では、経営トップから業績や情勢、今後の事業方針が説明され、第2部の懇親会では、社員が社員を推薦し、社員と役員から構成される選考委員によって決定した「いいね！アワード※2015」の受賞者がエリアごとに表彰されました。2015年は前年の1409件を超える1765件の推薦応募が集まりました。会は、ファニチャー事業55周年の変遷を振り返りながら、海外を含め様々な拠点で働く仲間の姿を動画でつなぐ「結束エンディングビデオ」で、ファニチャー事業のバリューチェーンを再認識してしめくられました。

※自責・結束・変化対応力を行動基本として、その模範となる『〇〇な人』（例：決して諦めない人！）を表彰する制度。日頃の感謝を伝えたい人、皆さんに紹介して社員のお手本となってもらいたい人などを、社員自身が自由な視点で事前に推薦します。



「いいね！アワード2015」受賞者と役員

アセアン合同セールスプレゼンテーション研修

2015年9月18日、19日にマレーシアのクアラルンプールで、ファニチャー事業アセアン初の合同セールスプレゼンテーション研修を行いました。マレーシア、シンガポール、インドネシアから、営業業務に従事する合計19人が研修に参加しました。

キャリアの長い人では15年、短い人では3か月と、対象者のセールス経験はさまざまでしたが、今回の研修では、営業部門から営業テクニックを習得したいという要望に応え、マレーシアで数々の研修実績を持つ有名な講師をお招きして実現させました。

全編にわたり英語で行われた合同研修の初日は、プレゼンテーションの準備、オーディエンスの注意を惹きつけるスピーチのオープニングや自己紹介の仕方などについての理論を勉強しました。そして2日目には、「実際にオフィス家具を売る」というシチュエーションを想定しプレゼンテーションの構築と実践の方法（声のトーン、ジェスチャー、アイコンタクト、小道具の使い方など）を学びました。

研修を終えて、それぞれに習得したスキルを使って行ったプレゼンテーションには、明らかな進歩が見られました。参加者からは、「またこのようなチャンスがあればいい」「早く実際のセールス現場で使ってみたい」などの感想が聞かれました。



熱心に話を聞くメンバー



プレゼンテーションスキル認定証を手にしたメンバー

中国現地法人 新入社員研修 実施

2015年夏、中国の現地法人各社の新入社員が、グループの物流倉庫と収納家具の工場を見学する研修を実施しました。

最初の見学先となった国営商業Easybuy事業部の物流倉庫では、1万種類以上の商品を在庫管理する最新の設備と、その業務を体験しました。はさみ1本1本あるいはキャンパスノート1冊1冊が正確にピッキングされ、お客様のものとへと出荷される様子を見学しながら、倉庫の担当者から入荷から出荷までの流れについて説明を受け、その後、商品の倉庫業務に挑戦しました。携帯式出荷確認機器を持って、倉庫のスタッフと一緒に作業を行うことで、注文書の受け取り、商品配達、出荷など、システム化された業務の流れ、さらには「すべての商品は出荷する前に複数回バーコードがチェックされる」「各商品棚には、当該商品の写真が貼付されている」など、正しい商品を正しい数だけ出荷するための仕組みや工夫を学びました。

次に見学したノート工場では、湿度が緻密にコントロールされた最新の生産環境と、品質管理体制を体験し、創業者の百枚の精神※1を身を持って感じ取り、ココヨの商品の強みをあらためて理解しました。

そして最後に訪れた収納用家具の生産工場台麗工場では、日本と同じ5S※2管理や品質へのこだわりを目の当たりにしました。独自の計測道具や検査台を使い、大型製品でも0.5mm精度を実現する切断現場、製品の裏面に対しても表面と同じように作業する塗装現場に感じ入った様子でした。

新入社員たちは研修を通して、物流や生産の現場で、すべての社員がお客様の信用を第一に仕事をする姿を見て、自らもプロとして仕事にあたること、ココヨの質の高いサービスの提供を担っていくことへの決意を新たにしました。

※1 ココヨの創業者が中身の枚数を100枚としながら96枚、98枚という商品が多かった和帳に「正百枚」をあえて表示し、お客様に品質のお約束をしたこと

※2 業務管理・品質管理の基本とされる5つのS:「整理(SEIRI)」「整頓(SEITON)」「清掃(SEISOU)」「清潔(SEIKETU)」「しつけ(SHITUKE)」を推進する活動



集合写真

人事制度

コクヨグループでは、「人」を最も重要な経営資源ととらえ、日々の仕事を通じて社員の成長を促し、社員一人ひとりが持っている可能性を最大限発揮できる環境づくりを進めています。人事制度もそういったインフラのひとつです。社員が活き活きと働き、国籍・人種・性別・年齢・宗教・学歴の別なく公正・公平に評価・育成・登用・処遇され、チャレンジと成長を繰り返しながら、持続的に顧客価値を創出しているという好循環が回っている状態を目指しています。

社員一人ひとりの成長に繋がる環境整備へ

社員の職務・役割を明確にした上で、一人ひとりが発揮している能力と実績を公正に評価し、処遇や報酬に反映することは当然として、さらにその評価を社員の成長に繋がるような仕組みへと見直し、またそれが上手く機能するよう環境整備を行っています。

2012年から、管理職層に対して求める能力・役割・処遇を再定義した人事制度を新たに導入しました。新制度のスタートと同時に社員一人ひとりの「成長」にどう繋がられるかを検討しながら、「目標設定」、「評価」、「フィードバック」、「処遇への反映」などの具体的な取り組みに着手しています。また、管理職に続き、非管理職層の能力・役割・処遇を再定義したことで、2013年にはすべての階層の人事制度が新しくなりました。

2015年10月にはコクヨグループ中期経営計画「Value Transformation 2018」をスタートさせ、顧客本位にこだわった価値創造を実現する“運営モデルの改革”に取り組んでいます。その一環として、まずは“人と組織の関係性”に変化を起こし、モチベーションや創造性を引き出す関係性をつくっていくために、人事制度における目標設定と評価の仕組み・手法を2016年から変化させていく予定です。全社の目標を社員全員でチャレンジし、“会社の成長”と“個人の成長”をつなげるサイクルをまわすことを目指します。

また、コクヨグループでは国籍・人種・性別・年齢・宗教・学歴に関係なく、できる人・やりたい人が活躍でき、そのパフォーマンスに対して処遇できるよう仕組みづくりと環境整備を進めています。

一例として、2012年までは60歳定年退職から65歳まではシニア社員として再雇用する制度（以降、シニア社員制度と表記）を採用し、60歳以降のシニア社員層の「働く場（雇用）の提供」にとどめていました。2013年からシニア社員制度を見直し、「働く場（雇用）の提供」を当然のこととした上で、さらに高いパフォーマンスの発揮を求め、今後増加していくシニア層のさらなる戦力化へと方向転換しました。

今後も積極的にシニア層を含めた社員の活躍を推進し、働きがいを提供するとともに、高めた期待値を処遇に反映させることで、「日々の仕事を通じて社員の成長を促し、社員一人ひとりが持っている可能性を最大限発揮できる環境」の実現を目指します。

ダイバーシティの基本的な考え方

企業が成長し、発展し続けるために不可欠な取り組みとしてダイバーシティを推進しています。「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上げていくこと」として、下記4つの基本テーマに添って取り組みを進めています。

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
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	多様な人財の活躍支援 ■ 国籍、人種、性別、年齢、宗教、学歴などに関わらず、多様な人財の活用 ■ 女性活躍推進

制度構築・浸透

仕事と出産・育児・介護の両立がしやすい環境を整えるため、法定以上の制度の充実を図っています。(下線部は法定以上)

育児・介護支援を目的とする主な諸制度※

産前産後休暇	産前産後合わせて14週間(多胎児妊娠の場合は22週間)
配偶者 出産休暇	配偶者の出産時に認められる休暇、 <u>1回につき2日</u>
育児休業	<u>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(4月生まれの場合に限り満2歳の4月末日)</u> ※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、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1人につき、 <u>通算183日</u> まで
介護休暇	要介護者1人につき、1年間に5日、2人以上の場合1年間に最長10日まで
短日・短時間勤務	<ul style="list-style-type: none"> • 育児: <u>子どもが小学校3年修了時まで</u> • 介護: 要介護者1人につき3年まで
在宅勤務	原則年間52回のみ <ul style="list-style-type: none"> • 育児: <u>子どもが小学校3年修了時まで</u> • 介護: <u>最長3年</u>
再雇用制度	<u>結婚・出産・育児・介護・配偶者の転勤・留学・ボランティア・転職、及びその他会社が認めた事由により退職した正社員が対象</u>

※ コクヨ及び主要子会社の制度(原則フレックス勤務は全社員利用可能)

※ 関連情報「[育児休業・介護休業取得者数](#)」

ワークライフバランスの実現

コクヨグループではワークライフバランスに配慮して、働きやすい環境づくりに努めています。これらの取り組みが認められ、2015年12月末現在、グループ4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推進法に基づいて「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】(2015年12月末現在)

コクヨ(株)、(株)カウネット

コクヨマーケティング(株)、コクヨエンジニアリング&テクノロジー(株)

「イクボス他社交流会」企業間でイクボス意識向上の活発な議論

コクヨグループは、9月8日(東京)・17日(大阪)に行われた「イクボス他社交流会」に参加しました。業界も仕事もさまざまなメンバーが集まるこの交流会では、まず初めに管理者として働くイクボスたちが、「人を育てることの難しさ」や「長時間労働についての悩み」「指導と褒めることのバランスの取り方」など、上司として共感しあえる悩みについて、語り合いました。続いて、問題の解決策についてのディスカッションでは、働き方や風土の異なる異業種のイクボス同士が意見交換することで、お互いに多くの刺激とアイデアを与え合いました。そして、それぞれが明日からできる小さな1歩としてのアクションプランを宣言して、ディスカッションを終えました。また、会の締めくくりの講評では、イクボス企業同盟の発起人であるNPO法人ファザーリング・



東京会場の様子

ジャパン代表理事の安藤氏から、「報告のまとめに時間がかかる“ホウレンソウ(報・連・相)”ではなく、気になったら会った時に“〇〇どうなっている?”と瞬間にたずねて相談にのる“シュンギク(瞬間に聴く)”が効果的」「“飲みニケーション”はお酒を飲まない人が参加できないので“ランチケーション”がお勧め」など、企業勤務時代の経験から得た部下育成のポイントの紹介もありました。コクヨグループから参加したメンバーにとっても、新たな視点からのアプローチを知ること、マネジメントに役立つヒントやひらめきを得るとともに、悩みや目標を共有できる心強い人脈を得ることができた貴重な1日となりました。

イクボス企業同盟に参加しています

ファザーリングジャパンが発起人であるイクボス企業同盟に2014年12月の発足以来参加しています。

部下が育児や介護、病気などで時間制約のあることを理解しながら、社員一人ひとりの能力を生かし、組織として成果を出すためには、マネジメントの意識改革が不可欠です。「イクボス企業同盟」に参画することにより、同じ課題意識を持つ先進企業と知見を共有し、自社のダイバーシティマネジメントのあり方や働き方、職場風土を見つめ直す機会にしたいと思っています。参加企業間の協働により、新しい時代の理想の上司(イクボス)像を考え、育成していくとともに、新しい「働き方」を提案する企業として、顧客の課題解決にもつなげていくことを目指します。



多様な人財の活躍支援

人権尊重はもとより、国籍、人種、性別、宗教、年齢、学歴、キャリア、障害の有無など、さまざまな背景からなる個性や価値観、ライフスタイルを互いに尊重し合う職場風土の醸成に努めています。

ココヨロジテム 女性社員研修「らしく×らしく」ミーティング開催

ファニチャー事業の物流機能を担うココヨロジテムは、2015年1月、全国の各センターで勤務している女性社員を対象とした初めての研修「『らしく×らしく』※ミーティング」を大阪うめきたオフィスで開催しました。このミーティングは、女性のさらなる活躍推進を見据えながら、「ココヨロジテムが提供するサービスへ女性の価値観を反映するきっかけづくり」「管理職への登用を視野に入れながらの、女性の活躍フィールド拡大」「全国の女性社員のコミュニケーションの活性化」などを目的とし、女性社員3人からなる事務局によって運営されました。

当日は、物流パートナー会社で中枢を担う女性リーダーやココヨグループの女性管理職社員による講演の他、「社内の女性社員を取り巻く労働環境・社内制度」「自身がなりたいと思う姿」などをテーマとしたグループディスカッションが行われました。また、ココヨロジテムの女性社員29人の他に、ファニチャー事業の各事業会社の女性社員も参加し、総勢約50人のメンバーが集まり、大いに盛り上がりました。

※「らしく×らしく」は、ダイバーシティを前提に「自分らしく」「女性らしく」「私らしく」などをイメージして命名



発表の様子

「JWEF女性技術者に贈る奨励賞」審査員特別賞を受賞

「JWEF女性技術者に贈る奨励賞」(主催:日本女性技術者フォーラム)の審査員特別賞を、ステーションナリー事業本部ネットソリューションVU矢野智子を受賞しました。この賞は、日本において人数が少なく、成果を発表する場が限られている女性技術者の活躍を広く発信するために、ロールモデルを表彰するための取り組みとして行われています。

今回の受賞については「技術者として、プロジェクトマネージャーとして活躍していること」「労働組合活動を通じて、風土改革や職場貢献を行っていること」が高く評価されました。



JWEF受賞の様子

ココヨグループにおける「障害者雇用の取り組み」

ココヨは戦前から、創業者の強い思いから障害がある社員とともに歩んできました。障害者の社会参加を願った創業者は、1940年、本社工場にて聴覚障害者の雇用を開始しました。当時の障害者を特別扱いせず持っている能力を最大限に生かすという考えは今も引き継がれています。

1976年に障害者雇用率が法律で義務化されましたが、当時のココヨの障害者雇用率は、既に法定雇用率を上回る1.76%に達していました。2016年1月現在、ココヨグループの障害者雇用率は2.12%です。法定雇用率である2.0%は達成していますが、今後も特例子会社ココヨKハートとハートランドを中心にグループ適用制度※1を活用し、ココヨグループ全体としての障害者雇用の一層の促進を目指します。

また「新しい障害者雇用の先進モデルになる」ことを目指し、社員の障害の特性に応じて、多様な業務と多様な働き方を提供しています。例えば、ココヨKハートは、ココヨグループの障害者雇用を目的としてスタートしましたが、それに加えて、現在ではココヨグループの事業を推進するためのサポート役としても、貢献しています。これらの取り組みが評価され、2013年にダイバーシティ経営100選に選ばれました。また、ハートランドは障害者雇用の職域拡大のために農業に着目し、野菜の水耕栽培事業と地域の障害者雇用促進へ貢献する取り組みが評価され、2014年には「ディスカバー農山漁村(むら)の宝」※2に選定され、2015年には先進的な農業経営活動によって、大阪の農業発展に寄与していることが評価され「なにわ農業賞」を受賞しました。

職場環境についても、障害者が安全かつ快適に働けるように整備を進めてきたことで、ココヨKハートは無災害継続4,100日を達成し、大阪府労働局より表彰されました。

※1 グループ適用制度

特例子会社に雇用されている労働者(障害者)を会社(または企業グループ)に雇用されているものとみなし、雇用率を計算することができる制度

※2 「ディスカバー農山漁村(むら)の宝」

農山漁村の活性化や所得向上に取り組んでいる優良事例を、内閣官房及び農林水産省が選定



ハートランドの社員たち

■ ハートランド 『就農サポートセミナー』で講演

2015年2月に、大阪府が主催する『就農サポートセミナー』で講演を行いました。このセミナーは、農業が国の成長戦略に位置づけられる中で、就農情報を提供することにより、農業参入につながるきっかけをつくり、また仕事としての農業の魅力を知ってもらう事を目的としているもので、就農を希望する企業・個人150人が参加しました。

ハートランドは、企業の農業参入、農業による障害者雇用の推進の先駆者として、障害者の特性を生かした高品質な商品(サラダほうれん草)への取り組み、障害者雇用で水耕栽培を行うさまざまな業種との連携・情報共有による解決、生産者が利益を得られる仕組みづくりについて発表しました。



就農サポートセミナーの様子

■ 国際人間工学連合会議でハートランドの取り組みを発表

2015年8月13日、オーストラリアで開催されたIEA会議(国際人間工学連合)で、多摩大学大学院の客員教授よりハートランドの取り組みが紹介されました。ハートランドの障害者雇用を契機とした水耕栽培分野への進出が、プロセス改善、商品開発など本業の経験を生かしたものであり、持続的成長企業に求められる探索と活用の両立が社会的課題解決への取り組みを契機に実現している点に力点を置いた論文として発表いただきました。

働きやすい職場や生活しやすい環境の実現を目指すIEA(国際人間工学連合)は、世界各地域から約50学会が参加し、途上国支援をはじめとした人間工学を社会に役立てるための活動を行う団体です。2015年の会議には、地元であるオセアニア諸国、南北アメリカ諸国、ヨーロッパ、アフリカ、アジアなどより約40カ国、1000人にのぼる研究者が参加しました。



国際人間工学連合(IEA)会議の様子

■ コクヨKハートのオフィスと工場をリニューアル

2015年8月から9月にかけて、コクヨKハートのオフィスと工場のリニューアルを行いました。今回のリニューアルは、「生産性」の向上とともに、2016年4月1日に施行される障害者差別解消法の中の「合理的配慮」の提供義務化への対応を目的としたものです。

「生産性」の視点からは、「業務の流れに応じたゾーニング」「作業に集中しやすい環境づくり」を目指して、事務所・更衣室・食堂・打ち合わせスペースなどが再配置されました。一方、「合理的配慮」の視点からは、車椅子でも余裕を持って通ることができる通路幅の確保、更衣室のスペース拡大、体調不良のときなどに休息をとることができるスペースの確保、緊急速報を示すパトライトのトイレへの設置などが行われました。

2015年9月3日には、新オフィス完成キックオフが開催され、在宅勤務者や他拠点で働く社員も含めた約60人が集まり、今後のさらなる成長を誓い合いました。



新オフィス完成キックオフ会



リニューアル前)工場の床面は塗装が一部剥げててこぼこ



リニューアル後)全面再塗装を行った床面



オフィス、トイレ各所に地震、火災、時報を知らせるパトライトを設置



リニューアル前)作業所と食堂が一緒になっていた



リニューアル後)食堂兼打ち合わせスペース



通路幅を広くし車椅子でも余裕をもって通ることができる

■ コクヨKハートの従業員が「日本デイケア学会」で登壇

デイケアの発展と向上を目指して10月23日、24日に開催された「日本デイケア学会20周年大会大阪大会」において、コクヨKハートで働き、お客様相談室に寄せられるお客様の声のテキスト化作業を担当する後藤圭介がシンポジストとして登壇しました。

後藤は、「人の中での癒しと成長 15年ひきこもり、人と関われない状態からデイケアを通して働けるようになるまで」というタイトルで、自分の5年間のデイケア体験から、その効果や気持ちの変化、そして、就職に至るまでの経緯について伝えました。

デイケアに関わる皆様に勇気と希望を与える発表内容に、大きな拍手が寄せられました。



■ 働く人、学ぶ人、暮らす人の心を豊かにするプロジェクト KOKUYO ART PROJECTの取り組み

コクヨグループは、身近なものにアートや遊び心をプラスして、働く人、学ぶ人、暮らす人の心をより豊かにするプロジェクトを推進しています。

その名も「KOKUYO ART PROJECT(コクヨアートプロジェクト)」。このプロジェクトは、アートに関わるさまざまな団体・個人と協力して、魅力あるアート作品を商品に生かす取り組みで、生活におけるさまざまなシーンにアートの魅力を取り入れることで、毎日を楽しく、そしてより豊かにすることを目指しています。

プロジェクト第一弾は、Able Art Company(エイブルアート・カンパニー)※とコラボし、商品を企画・発売しました。

ステーショナリー事業では、「測量野帳SKETCH BOOK」を「trystrams(トライストラムス)」ブランドの3パターンのデザインで展開した「フィールドノート」を発売し、カウネットでは、カラフルで可愛いデザインを生かしたエコバッグやふせんやノートを展開しました。

また、ファニチャー事業では、窓口向けロビーチェア「Madre(マドレ)」に、障害のあるアーティストの作品を張り地に用いた「アートマドレ」を提案している他、コクヨグループ内の販促物として、封筒や名刺ケースをコクヨの特例子会社コクヨKハートが提供するなど、グループ一体となって取り組みを進めています。

今回のコラボ企画では、商品の販売数量に応じて、ご購入金額の一部をエイブルアート・カンパニーに著作権使用料として支払っており、障害のある人の働き方を応援しています。

※ エイブルアート・カンパニー

障害のある人がアートを仕事にできる環境をつくることを目的に2007年に設立され、障害のある人の造形作品を広告や商品デザインに生かすことで仕事に繋げています。



フィールドノート Able Art Company



カウネットオリジナル商品



アートマドレ



封筒と名刺ケース

労働安全衛生の取り組み

安全・安心・快適な職場づくりは円滑な事業推進の要と考え、現場と活発な意見交換を行いながら推進しています。

業種特性に即した取り組みを実施

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。

1) 製造現場での取り組み

コクヨグループ国内7工場では7月の全国安全週間に全社員参加で安全大会や安全集会を開催し、安全第一を徹底するように努めています。同様に海外工場においても安全第一の文化をより定着させるために、安全集会の開催やチームごとでの教育などを充実させています。2015年度、石見紙工業株式会社はゼロ災害を達成しました。過去9年間、何らかの災害が半年に1度のペースで発生していましたが、1昨年より従業員一人ひとりが安全意識の高揚を目的とした安全宣言を掲げ、その進捗をチェックする取り組みを行ってきました。これらの地道な努力の積み重ねが、成果に繋がりました。



2) 建設現場での取り組み

7月1日からの全国安全週間に先立ち、コクヨグループ建設業安全衛生大会を6月3日から18日にかけて、全国7カ所所で約600人の社内外の関係者の参加を得て開催し安全第一を確認しました。ウェブサイトを利用した安全情報の共有と活用を推進したり、グループ販売会社6社に対しても、建設業法や安全衛生法などの法令研修を行い安全確保と法令順守に努めています。



3) 運輸現場での取り組み

構内では日々の整理整頓から始まり、月例の安全パトロールを実施しています。また、構内作業の安全化のために、フォークリフトでの安全作業教育などを定期的実施し安全技術の向上を図っています。場外では、納品先で各作業の安全・品質を係員がチェックし改善活動を継続的に行なっています。

コクヨロジテムでは安全衛生の取り組みで全国の19拠点でハザードマップを作成しました。本来のハザードマップは災害時の影響範囲を想定するときに使用するマップですが構内見取り図に危険箇所、注意ポイントを明確にして雇入れ教育、ヒヤリハット抽出時の危険予知共有に用い構内無災害の継続に役立てています。伊那配送の構内無災害記録8,500日を筆頭に全国のセンターで安全意識を向上し、無災害を継続できる職場作りを目指しています。



構内ハザードマップ

4) 長時間労働の常態化の防止に向けての取り組み

各オフィスでは月例の安全衛生委員会活動の他に、労使の協議会で働き方見直しについての議論を行っています。めりはりをつけて時間を有効活用することで、生産性の向上を目指すとともに、ワークライフバランスの実現に向けて、部門単位でノー残業デーを設けたり、残業の多い社員に対しては、産業医による面談を実施し、健康状況の確認や次月以降の改善計画の提出なども行っています。

5) 品川オフィス、大阪本社 防災訓練実施

東西拠点では災害に備えて防災避難訓練を定期的に行い組織と個人の有事の役割を確認しあっています。

品川オフィスでは、2015年5月20日午前10時に千葉県沖を震源に東京で震度6弱の地震が発生したという想定で行いました。

また大阪本社では9月2日に、「大規模地震並びに火災発生時に定められた行動手順・ルールの理解」と「社員一人ひとりが自身の安全を確保するための基本行動の確認」を基本テーマとした防災訓練を行いました。

また、防災訓練と合わせて全国のコクヨグループ社員に対してメールでの安否確認も実施。大



煙道体験

阪本社と品川オフィスでは、災害発生時に備え、3日分の水・食料等を備蓄していますが、わざわざ防災備品倉庫まで必要な物を取りに行くことを回避するため、各フロアに1日分の水や食料・毛布などを収容する防災キャビネットを設置し、必要なものをセレクトして保管しています。さらに社内ネットワークに「コクヨの防災」のページを開設し、「従業員向け非常時マニュアル」、「サバイバルカード」などを収録し、災害発生時の対応、行動を周知させています。



防災キャビネット

6) 中国各事業所で防災(消防)訓練を実施

5月19日から22日にかけて、上海・広州・深圳・北京の各事業所において、火災想定の上・実働訓練および教育研修を実施しました。訓練・教育の対象者となったのは、各事業所の自衛消防隊の社員で、総勢約70人が参加しました。中国では、日本のように学校や企業が防災(消防)訓練を実施する習慣が普及していないため、参加者にとって火災の怖さや避難の知識を学ぶ初めての機会となりました。

訓練前半では、火災や消防に関する基礎知識の講義、並びに「もし勤務時間中に火災が発生したら」という想定で、参加者にとるべき行動を考えてもらうという机上訓練を実施しました。訓練後半では、実際に消火器を手にとって使い方を学んだ他、非常階段を使って館外に避難し、指定された避難場所に集合するという訓練を行いました。研修前後で防災の行動についての理解度がどれだけ上がったかを確認するため、理解度チェックシートを準備し、参加者の向上度を把握しました。(消防知識や非常時の行動理解度:研修前87%→研修後95%)



コクヨエンジニアリング&テクノロジー

「第74回全国産業安全衛生大会」で安全衛生活動を発表

10月28日から3日間にわたって名古屋市で開催された「第74回全国産業安全衛生大会」(主催・中央労働災害防止協会)でコクヨエンジニアリング & テクノロジー (KET)の社内トレーナー木村征司が講演を行いました。安全衛生に関する日本最大のイベントである同大会で、KETは5年前にも「職長教育を基にした安全衛生管理体制の構築」というタイトルで、ゼロベースから始まったKETの安全衛生活動を紹介しました。

今回は「10年目の職長教育 能力向上教育(職長再教育)の実施による安全衛生活動の強化」と題して、5年間の教育活動による安全推進のさらなる展開を500人を超える聴衆の皆様にごプレゼンテーションしました。



健康管理・メンタルヘルス

安全・安心・快適な職場づくりは円滑な事業推進の要と考え、現場と活発な意見交換を行いながら推進しています。

ココヨグループ健康目標と2015年結果

「生活習慣病にならない身体づくり」を実現するため、2013年から3年間の具体的な数値目標を設定して取り組んでいます。残念ながら2015年については、喫煙率が1%上昇しました。

今後については、中期的な健康増進重点項目を決めて健康増進に向けた取組みを行っていく予定です。

ココヨグループ健康目標

	2013年	2014年	2015年
BMI値25以上(肥満域)の占める割合	21%	23%	23%
喫煙率全社平均値	26%	26%	27%

2015年の具体的な取り組み

1)健康キャンペーンの実施

健保組合が従来実施していたウォーキングキャンペーンに会社も協賛し、「ガッツでゲット(GG)キャンペーン」と銘打って年2回実施しました。健康に関連した目標を各自が設定し、日々歩いた歩数などを記録し、目標を達成した社員に、夏はすいか、冬はキウイ詰め合わせをプレゼント。健康を意識しながら美味しいプレゼントもゲットできるキャンペーンへの参加者は、実施1年目(2014年)は340人でしたが、2015年は670人と倍増し、楽しみながら健康になろうという社員の健康増進への意識変化の醸成に役立ちました。今後は参加者がもっと続けていきたいと思えるよう、内容もカスタマイズしながら、ココヨグループ全体の取り組みとしていきたいと思いません。



2)社員食堂のヘルシー化の推進

2012年より本社、品川の社員食堂では600キロカロリー・塩分3g以下のヘルシーセットを提供しています。毎年、8月～11月は食べれば食べるほどお得になるキャンペーンとして、ヘルシーセットにチケットを配布。そのチケットを20枚貯めるとヘルシーセットを1食無料にするキャンペーンも引き続き行っています。

3)海外赴任者への健康相談窓口設置

2014年より、海外赴任者向けに専用の健康相談窓口を設置しています。海外では食生活も乱れがちになるため、健康診断結果を活用し、TV会議システムで保健師との面談を定期的実施しています。専門の保健師が対応することで医療的なアドバイスをを行うとともに、気軽に相談できる環境づくりを進めています。

4)メンタルヘルス対策の推進

社員が各自でストレスチェックを行い、外部機関による電話・メール・面談によるカウンセリングを受けられるなど、メンタル不全の未然防止のためにEAP(従業員支援プログラム)を導入しています。2016年からは、法律に基づくストレスチェックを中心としたサーベイを実施し、社員自身の負担感への気づきを促す活動を実施していく予定です。

社員とのコミュニケーション

コクヨグループでは、社員のコミュニケーションのため、さまざまなイベントを開催しています。

ココヨロジテム セタまつり開催

ココヨロジテムは2015年7月に、人と人との出会いを誘発する働き方を推進する大阪本社 新館XT(クロスト)2階のカフェスペースで、セタまつりを企画・実行しました。当日は、本物の笹を用意し、ココヨロジテムだけでなく同じフロアで働くファニチャー事業の社員もいっしょになって、子どもの頃を懐かしみながら願い事を書いたり、折り紙で飾りをつくったりと、笑顔あふれる楽しい時間を過ごしました。それぞれの願いが込められた短冊は、会社の近くにある枚岡神社に納めました。

参加者からは「オフィスの一角の飾りをみるだけで心がほっこりしました。是非また、何かのイベントを企画してほしい」という声が寄せられました。短期間のイベントでしたが、オフィスのなかでちょっとした季節感を多くの社員に楽しんでもらうことができました。



セタまつりの準備の様子

ココヨロジテム 納品品質を称えるイベントを開催

ココヨロジテムでは、2012年から年2回、納品先のお客様を対象に納品品質に関するアンケートを実施しています。アンケートでは、約半数のお客様からコメントをいただき、その大半が嬉しいお褒めの言葉です。

「周りへの気配り・安全への配慮に感心しました」「言葉づかいも丁寧で作業中こちらも気分よく過ごせました」など、お客様から特に感動的なお言葉をいただき、ココヨの納品の価値を高めたドライバーや作業担当者に「感動コメント感謝状贈呈式」を通じて感謝の気持ちを伝えています。2015年も3月、10月に、対象期間中のベスト感動コメントやお客様からの最多感動コメントに選出されたドライバーや作業担当者に、感謝状を贈りました。



感謝状贈呈式

社員の節目にねぎらいの祝典を実施

コクヨグループでは、勤続10年、20年、30年の社員には永年職務に精励し、会社の発展に寄与してきたことを称え、特別休暇と記念品(旅行券)を添えて表彰しています。

また、定年退職を迎える社員の多年にわたる労苦をねぎらい、節目を祝う祝典として春秋会を開催しています。2015年5月1日から翌年4月30日までに定年退職を迎えた計56人を迎え、式典及び懇親宴を春と秋に行いました。春秋会は、1983年に「定年式」という名称でスタートして以来、30年以上継続している式典です。



春秋会

社員が主体となった「ファミリーデー」を開催

家族をオフィスに招待する「ファミリーデー」は、日頃の感謝を伝えるとともに、会社や仕事への理解を深めてもらい、社員同士・家族同士で楽しく交流しコミュニケーションを活性化するためのイベントです。

ステーションナリー事業では、社員が自らつくりあげて家族をもてなす「ファミリーデー」を2008年から連続して開催しています。毎年、入社1~2年目の若手社員がプロジェクトメンバーとなり、ココヨ商品を使った工作教室や、家族のチームワークが試されるゲーム、カフェコーナーなど家族のために多彩な企画を準備します。2015年も8月に、品川、大阪本社で「ファミリーデー」が行われ、過去最高の来場者(品川315人、大阪301人)が集まりました。



大人から子どもまで楽しめるイベントを開催

取引先とともに

コクヨグループは、取引先とともに新しい価値を生み出し、お客様の満足を追求しています。また、取引先の皆様と信頼関係を構築し相互発展を目指すために、調達基本方針を策定しました。

調達基本方針・・・・・・・・・・・・・・ **P45**

調達先とともに・・・・・・・・・・・・・・ **P46**

パートナーシップの深化・・・・・・・・・・ **P47**



株主とともに

企業価値を高めることを株主・投資家の皆様への責務と認識し、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。

株主への責任・・・・・・・・・・・・・・ **P51**



■ 取引先とともに

調達基本方針

コクヨグループは、サプライヤーの皆様との相互理解、相互発展がますます重要との認識のもと2013年3月「調達基本方針」及び「ガイドライン」を制定しました。

サプライヤーとのさらなる信頼関係構築のために

企業活動がグローバル化する中、社会的責任の範囲は自社及び子会社の管理だけでは不十分となってきています。2013年に主要協力工場32社に調達方針に関する説明会、セルフチェックアンケートを実施し、その結果をフィードバックしました。2014年には約400社の調達先に「調達基本方針」及び「ガイドライン」を送付しました。こうした活動を通じてさらなる信頼関係の構築に努めます。

コクヨグループ調達基本方針

コクヨグループは、企業理念「商品を通じて世の中の役に立つ」をサプライヤーの皆様と共有し、相互理解と信頼関係構築に努め、共に社会的責任を果たし、社会の発展に貢献し続けます。

■ **品質・安全の追求**

お客様に選ばれ続けるため、国・地域の特性に応じた最適な品質・安全性を追求します。

■ **相互発展**

国・地域の関係法規及び社会規範を遵守し、公正で透明な取引を行い、誠実な信頼関係構築と相互発展に努めます。

■ **人権尊重**

国・地域の文化・習慣を理解し、すべての人の人権が尊重される社会を目指します。

■ **環境保全と地域社会との共生**

地球規模で環境保全に取り組み、地域社会への積極的な参画を通じて、良き企業市民として社会との共生に努めます。

コクヨグループ調達ガイドライン

コクヨグループはサプライチェーン全体における社会的責任を果たし、事業を通じて社会の発展に貢献するため『コクヨグループ調達基本方針』に基づき、サプライヤーの皆様とともに達成したい事柄を『コクヨグループ調達ガイドライン』として定めています。

1. 品質・安全の追求

お客様に選ばれ続けるため、国・地域の特性に応じた最適な品質・安全性を追求します。

1-1 お客様の満足

お客様のニーズを的確に把握し、安全かつ優れた品質の製品・サービスを開発・提供することでお客様の満足におこたえします。

1-2 お客様対応

お客様からの要望・不満には、お客様の立場に立って迅速かつ誠実に対応し、さらに品質改善とクレームの防止につなげます。

1-3 製品供給

適正な在庫の保有および物流体制を通じて、納期を遵守し確実な製品供給を行います。

1-4 災害等のリスク管理

平時よりリスク管理体制を構築し、お客様に対して安定した製品供給を行います。

1-5 適正な価格

市場競争力のある価格での製品供給と継続的な低減努力に努めます。

2. 相互発展

国・地域の関係法規および社会規範を遵守し、公正な取引を行い、誠実な信頼関係の構築・相互発展に努めます。

2-1 コンプライアンスの推進

国・地域の法令、社会規範および企業倫理の遵守を徹底し、社員への啓発活動に努めます。

2-2 公正で透明な取引

公正で透明かつ自由な競争を尊重した取引を行います。また、発注者の立場を利用し取引先に金品や特別な扱いを求めるような行為は行いません。

2-3 反社会的勢力との取引等の禁止

市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的な活動や勢力に対して、毅然とした態度で臨み、不当な要求には一切応じません。また、取引等の関わりを持ちません。

2-4 知的財産権の保護

知的財産権を保護し、不正な使用は行いません。

2-5 利益相反行為の禁止

役員・社員の立場を利用して、会社の正当な利益に反して個人の利益を図る行為を行いません。

2-6 機密情報管理

営業・技術・経営情報などの企業秘密情報、個人情報などは適切に管理し、情報の紛失・漏えいを防止します。

2-7 情報開示及び提供

事業活動内容、製品の品質および安全性などに関わる情報を適切に開示し、ステークホルダーからの要求に応じて製品情報や製品に含有する有害化学物質情報等の環境情報の把握・提供に努めます。

2-8 インサイダー取引の禁止

未公表の重要な内部情報に基づき、自社や関係先の株式売買などを行うインサイダー取引およびそれらを誘発する行為を行いません。

3. 人権尊重

国・地域の文化・習慣を理解し、すべての人の人権が尊重される社会を目指します。

3-1 児童労働・強制労働の禁止

不当な差別や児童労働・強制労働は認めません。また、それらを行っている企業・団体等との取引は行いません。

3-2 セクシャルハラスメント、パワーハラスメントの禁止

セクシャルハラスメントやパワーハラスメント、いじめなどの人権侵害は認めません。

3-3 労働安全衛生

社員の安全と健康に配慮し、快適な職場づくりに努めます。

3-4 人材育成

グローバルな舞台でも活躍できる人材の育成に積極的に取り組みます。

4. 環境保全と地域社会との共生

地球規模で環境保全に取り組み、地域社会への積極的な参画を通じて、良き企業市民として社会との共生に努めます。

4-1 環境関連法令の推進

環境関連法令を遵守するとともに企業活動のすべてにおいて環境保全に取り組みます。また、自然環境や生物多様性に配慮した活動を推進します。

4-2 環境負荷の把握・低減、グリーン調達

事業活動における環境負荷を把握し、設備の改善や資材の見直しなどにより、その低減に努めます。また、グリーン調達に努めます。

4-3 社会貢献

社会・教育・文化支援活動や地域社会との交流、美化活動、ボランティア活動などに積極的に参画します。

調達先とともに

お客様への提供価値を高めるため、メーカー系、流通系ともに調達先の皆様と定期的に戦略や方針などを共有し、長期的な信頼関係に基づいた相互発展を目指します。



ステーショナリー事業 協力工場の監査を実施

ステーショナリー事業では、従来より商品のカタログなどにおける環境表示の信頼性確保を目的として協力工場の監査を実施しています。2015年は90社の工場監査を実施しました。

グリーン購入法などにおいて定められている環境配慮に関する基準への適合性について協力工場を訪問し、自社で定めた監査手続きに従って古紙や再生樹脂の配合率が基準に適合しているか、指定した規格の材料が製造工程に投入されているか、材料の合法性に問題がないかを確認しています。また、監査に際しては協力工場と環境配慮基準への適合を適切に担保するための課題について一緒に考え、製造管理面における信頼性を向上させるための改善事例について情報交換をすることで今後も環境表示の信頼性の確保に努めていきます。

お客様への提供価値を高めるため、メーカー系、流通系ともに調達先の皆様と定期的に戦略や方針などを共有し、長期的な信頼関係に基づいた相互発展を目指します。



ファニチャー事業「協力工場会」を開催

ファニチャー事業では主要な協力工場と年2回「協力工場会」を開催しています。

2015年は1月と11月に開催、1月には前年の振り返りと当期の事業方針、11月には2016年需要期に向けた生産・販売・在庫施策を説明し、協力工場に取り組みへのご協力をお願いしました。

また、事業戦略遂行に対して、特に秀逸な取り組みを実施いただいた協力工場を「POWER[※]協力工場」と認定し感謝の意をお伝えするとともに、お互いが切磋琢磨して共存共栄できるよう取り組み内容を発表いただき、ファニチャー事業全体のレベルアップにご協力いただいています。

※POWERとは、5つの指標Professional, Ownership, Wisdom, External Focus, Revolutionの頭文字をとったもの。



協力工場の皆様



グループ執行役員 ファニチャー事業
本部長の坂上による説明



懇親会乾杯風景



カウネット パートナーキックオフミーティング開催

カウネットは、2月と8月の年2回、カタログを発刊しています。毎年、カタログ制作スタート時にサプライヤー（調達先）やカタログ制作などのパートナー会社を迎えてキックオフミーティングを開催しています。カウネットの考え方や進む方向性を理解していただくことを目的に、新カタログの編集方針や商品選別、商品開発にかかわる方針などを説明します。サプライヤーやパートナー会社と密着することで、カウネットでは、「価格の安さ」や「品揃えの多さ」だけでなく、商品の「選びやすさ」やお客様の不満や困りごとの解決につながる「気づき」など、独自の価値の提供を推進し、お客様に「選ばれ続けるカウネット」の実現を目指しています。

創業15周年を迎え、区切りとなる30号カタログを発刊した2015年は、4月16日にキックオフミーティングを開催しました。ミーティングでは、商品カテゴリごとの説明、PB商品の開発の方向性の他、初めて制作した付加価値型PB商品だけを掲載した別冊子『「カウコレ」プレミアムマガジン』などの説明を行いました。午前は事務用品とOA用品、午後は生活用品、専門用品、家具のパートナーをお迎えし、合計147社251人の方々に来場いただきました。



パートナーキックオフミーティング開催の様子

パートナーシップの深化

新たな価値を創造し、それをお客様にしっかりとお届けするために、販売店や代理店の皆様と戦略や方針などを共有し、パートナーシップを深めています。バリューチェーンが一体となって「お客様満足」の獲得を追求しています。

「ココヨパートナー'sメッセ2015」開催

7月22日・23日の2日間、東京ショールーム2階で「ココヨパートナー'sメッセ2015」を開催しました。「パートナー'sメッセ」は、ステーションリー事業として年に1度開催している商品展示会で、ココヨ製品の販売店様・代理店様をご招待し、新製品や話題の商品に新たな視点による価値を加えた提案、店頭向け企画提案や業種別の納品事例などをご紹介しますイベントです。2015年の「パートナー'sメッセ」のテーマは「Wa！」。これは、パートナーの皆様との結束の「輪」、驚きのある商品と編集で感動を創造する「わっ！」、Japaneseクオリティで訪日外国人需要を取り込む「和」をかけたものです。

今回、特に注力したのはチャネルごとの店頭企画の提案です。例えば、量販店様に対しては“業態別に練り込んだ注力商品”を中心とした商品陳列案を提示し、専門店様に対しては“日本を訪れる外国人を軸にした商品展示方法”を提案しました。その他、法人向けの販売店様に対しては官公庁や学校、医療、金融などの業種別展示やカスタム商品・防災用品などを中心とした提案を行いました。

「ココヨパートナー'sメッセ2015」には、2日間で1,098人の販売店様・代理店様にお越しいただきました。今後もこのようなコミュニケーションの場を通して、お客様に新しい価値創造を提供していけるよう、パートナーの皆様との「輪」を築いていきます。



ココヨパートナー'sメッセ2015の様子

KOM(ココヨオフィスマスターライセンス)制度

ココヨグループで、販売店様の営業スタイルを提案型に変革していくことを支援するKOM(ココヨオフィスマスターライセンス)制度を運用しています。

KOM制度は、2013年7月に梅田ショールーム開設と同時にスタートしました。KOMに登録すると、梅田ショールームを自社のショールームのように使い、会員限定セミナーをお客様を勧誘しライブオフィスをご案内いただくことができます。そして、勧誘したお客様数に応じてレッドからシルバー、ゴールドとライセンスアップする仕組みになっており、現在の登録会員数は、547人となっています。2015年度、KOM会員様が1年間で集客された社数が前年比10%UPの1032社、特に1月以降は前年の1.6倍と大きく伸びています。また半年間の実績ですが、平時に来場されたお客様との間に生まれた案件は、90%という高い成約率を誇っています。

KOM制度は梅田ライブオフィスに続き、品川ライブオフィスSHIPPでもスタートしています。2月3日～6日にかけて、販売店様へのKOM制度のお披露目も兼ねた「SHIPPアattend研修会」を開催し、合計53社407人の皆様に参加いただきました。研修会では冒頭に、KOM制度の紹介を行った後、品川ライブオフィスSHIPP、東京ショールームをご案内し、お客様への説明や提案のポイントを紹介しました。



表彰式の様子



受賞された方々



SHIPPアattend研修会の様子

「カウネット エージェントミーティング」開催

カウネットは、販売代理店であるエージェント様との結びつきを深めるための活動を積極的に行っています。年2回のカタログ発刊のタイミングでは、新カタログの訴求ポイントや営業施策について説明する「カウネット エージェントミーティング」を開催しています。

「2015年春夏号カタログ」発刊後の2月17日～26日には、札幌、仙台、東京、名古屋、金沢、大阪、福岡の全国7カ所で200社312人、「2015年秋冬号カタログ」の発刊に伴っては、8月20日～28日に札幌、東京、名古屋、大阪、福岡の全国5カ所で200社300人のエージェント様にお越しいただきました。このミーティングでは、カウネットが10月2日に15周年を迎えることについて、「お客様に一番近い

ところで価値を発揮いただいたエーエージェント様のおかげである」と、日頃の協力に対する感謝の気持ちを伝えました。

また、購買システム「べんりねっと」及び「べんりねっとライト」のパートナーの皆様ともコミュニケーションを図るため、1月29日（大阪）と2月6日（東京）の両日で40社65人のエーエージェント様にご出席いただき、2015年のべんりねっとライト活動方針におけるエーエージェント様の役割をお伝えすることを目的とした「べんりねっとライトエーエージェントミーティング」を開催しました。その他に2015年は、「べんりねっと」の新たな案件創出、新規顧客や新たなエーエージェント様の開拓を目的に、7月8日からの3日間、東京ビッグサイトで開催された「第5回オフィスサービスEXPO」へ出展しました。



カウネット エーエージェントミーティング東京会場の様子



名古屋会場の様子

「創業110周年感謝の集い」開催

2015年7月1日、東京・虎ノ門のホテルオークラ東京 平安の間にて、「ココヨ株式会社 創業110周年感謝の集い」を開催しました。日頃ご愛顧を賜っている法人企業の経営者の方々など、総勢1,053人にお越しいただきました。会の冒頭では、この年に社長に就任した黒田英邦が挨拶し、続いて、来賓の皆様からご祝辞、乾杯のご挨拶をいただきました。そして歓談の時間を経て、最後に会長 黒田章裕からの御礼の挨拶で閉宴となりました。「国誉」の社名に恥じぬようこれからも社員一同自らを律し、さらなるお役立ちを目指す決意を皆様にお伝えし、宴は盛況のうちに幕を閉じました。



創業110周年感謝の集いでの社長 黒田英邦による挨拶



創業110周年感謝の集いの様子



お客様の成長シーンに合わせた商材を紹介

ココヨサプライロジスティクス「第5回改善事例コンテスト」実施

事業方針として掲げる「現場力強化」と「事業連鎖強化」を継続的改善活動によって実現しているココヨサプライロジスティクス(KSL)は、それらの成果報告と物流センター間の情報共有、発表者のプレゼンテーションスキルアップなどを目的に「改善事例コンテスト」を実施しています。

2015年は10月17日に大阪本社8F大会議室にて、パートナー会社を含む総勢70人が集まり「第5回改善事例コンテスト」を開催しました。今回は各センターやパートナー会社から10案件の報告がありました。また今年はステーションリー事業本部、ファニチャー事業本部、カウネット、ココヨロジテム、ココヨ工業滋賀などグループ会社からも幹部社員などが多数出席し、日頃のKSLの活動への理解を深めながら、新たな視点からのアドバイスや意見を提供しました。



改善事例コンテストの様子



大賞を受賞



審査員特別賞を受賞

「第47回 KJM表彰大会」開催

2015年10月29日、リーガロイヤルホテル大阪にて「第47回コクヨジュウリーメンバーズ(KJM)※表彰大会」を開催しました。前年度の売上実績において特に優秀な成績を収められた販売店様181社にご出席いただき、感謝の意を表するとともに、互いの関係を深めました。

※ コクヨジュウリーメンバーズ(KJM)とはコクヨ商品を一定基準額以上ご購入いただいている販売店様を、その年の売上高に応じてランク付けし報奨する制度です。文具・紙製品部門(エメラルドコース)と家具部門(ダイヤモンドコース)の2コースあり、現在約1,200社の販売店様にご参加いただいています。



第47回コクヨジュウリーメンバーズ(KJM)表彰大会の様子



新商品の紹介



懇親会の様子

販売店様の利便性を高めるKiSPA※(キスパ)の取り組み

2013年12月より、文具販売店様とのさらなる関係性強化とお客様のオフィス用品調達利便性向上を目的として「KiSPAカタログ」を発刊し、コクヨグループの納品チャネルの「仕組み」全体の価値向上に取り組んでいます。

「KiSPAカタログ」は、販売店様とコクヨの一体化のシンボルになっており、2014年末に行われた2015年KiSPAカタログ発刊直前説明会は、翌年にひかえたコクヨ創業110周年キャンペーン決起会と合わせて行われ、全国17会場383社564人の販売店様にお集まりいただきました。

「KiSPAカタログ」は、「販売店様に選ばれるカタログ」「お客様にまず最初に手にとっていただけるカタログ」を目指して、常に改善と進化が図られています。「KiSPA2016年号カタログ」の誌面づくりにおいては、全国約1600人のユーザー調査に始まり、販売店の皆様、社内の営業、商品企画・開発部門の意見を取り入れながら、「探しやすさ」「選びやすさ」「売り上げ拡大につながる仕組み」などのポイントの強化を行いました。また品揃えについても、販売店様からの要望や需要の動向をとらえながら、生活用品や、工場などの現場用品、セキュリティ対応商品などを拡充しました。

※ 「KiSPA」は“KOKUYO is YOUR PARTNER”の略称です。コクヨの「お客様や文具販売店の最良のパートナーでありたい」との思いを込めています。



創業110周年キャンペーン決起会 広島会場にて

コンパクトスーパーマーケット向け展示会 開催

2015年3月12日・13日の2日間、東京ショールーム5階スタジオにて、「KOKUYO CSM FAIR 2015～小商圏フォーマットの『店舗生産性向上』をサポート～」と題する展示会を開催。「日常の買い物は身近な店舗で、短時間でしたい」という「食生活の利便性」を求め、ニーズの高まりを受けて拡大する「CSM(コンパクトスーパーマーケット)市場」に向けて、高効率店舗を実現する店舗什器・備品を提案するとともに、関連する商材・サービスとして、クラウドシステム「KAKIAGE」やステーションリー事業の「防災用品」やテープカッター「カルカット」などの展示を行いました。当日は、営業担当が1社1社を個別に丁寧にアテンドする形で、CSMの主要顧客を中心に13社46人の来場者に対応しました。

お客様には、想定よりも長時間の滞在をしていただくことができ、「早速、新店で試したい」「上層部に報告・紹介したい」「この商品は全店導入したい」といった実際の案件につながるご意見も数多く頂戴しました。



会場を店舗に見立て、必要備品を展示



商談の様子



農産売場の什器・備品



ココヨベトナムトレーディング 販売パートナーの日本招待旅行を実施

ココヨベトナムトレーディングは、2015年11月15日～22日の7日間、ベトナムの有力販売パートナーに対し、日本への招待旅行を実施しました。今回の旅行は、2015年のココヨ製品の販売成績に対する報奨の意味合いと、日本でのココヨの歴史や取り組み事例に対する理解を深めていただくことで、共にベトナムで成長するためにより緊密な協力関係を築いていくことを目的に企画しました。パートナーの皆様は、ココヨの本社、歴史史料室やその他の施設を見学され、ココヨに対する理解を深めるとともに、東京でのショッピング、熱海の温泉、京都、姫路城等、紅葉シーズンの日本旅行を満喫されました。



近畿IDCご見学の様子

ココヨのベトナムステーションナリー事業は、ベトナムの文房具業界において屈指の流通力を誇っており、この強力な流通網に磨きをかけ、ベトナムのユーザーニーズにあった魅力的な商品を発売していくことで、急成長を続ける新興ベトナムマーケットでの成長を目指します。



アセアンで新商品体験会&ワークサイトセミナー 開催

ジャカルタとバンコクの非日系マーケットにおけるココヨブランドの認知向上とココヨファニチャー製品の浸透、そして販売パートナーであるデザイナーとの親睦を図ることを目的に、新商品体験会 & ワークサイトセミナーを開催しました。

ジャカルタでは、2015年5月13日にジャカルタライブオフィスに20人の有名デザイナー、関係者を招いて、世界有名企業のオフィスづくりの事例や働き方を紹介したワークサイトセミナーならびに、海外向けの戦略商品である回転椅子「ENTRY」の体験会を実施しました。一方バンコクでは、5月21日にショッピングモールCentral Embassyを会場に90人以上のデザイナーを集めて、次世代の働き方と働く環境について研究成果を紹介するワークサイトセミナーを開催しました。バンコクでは3回目のワークサイトセミナー開催となり、皆様からの認知も高まっており「開催前から楽しみにしていた」という声をいただくようになっています。今後もアセアン市場へ向けて、ココヨの提供価値を積極的に発信していきます。



WORKSIGHTセミナーの様子



イベント会場の様子



デザイナーの方々に情報発信

■ 株主とともに

株主への責任

企業価値を高めることを株主・投資家の皆様への責務と認識し、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。

配当に関する方針と実績

中長期的にわたる企業価値の最大化に向けて、持続的な事業の成長に努め、株主様への利益配当額の向上に取り組んでいきます。株主還元の数値目標として、2018年度までに配当性向25%を目指します。2015年の年間配当金は、1株当たり17円50銭(中間7円50銭、期末7円50銭、創業110周年記念配当2円50銭)を実施しました。内部留保資金については、今後の成長戦略への投資に活用していきます。

経営活動の透明性向上

1) IR活動

株主の皆様をはじめとするすべての投資家の皆様に、当社グループの事業内容・企業姿勢・将来像などを平等・正確にお伝えするとともに、双方向のコミュニケーションを図っています。2015年は以下のIR活動を実施しました。

機関投資家向け: 決算説明会を年2回開催し、社長執行役員が当社グループの決算情報及び戦略について説明を行いました。また、個別訪問やスモールミーティング、外国人投資家向けカンファレンスなどを通じて、当社グループの状況を説明しました。

個人投資家向け: 会社説明とともに、商品開発担当者による商品開発ストーリーを紹介し、当社に対する理解度の向上や親近感の醸成を図りました。

今後も積極的にIR活動に取り組み、企業価値を高めていきます。

2) 情報公開

東京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などに関する規則」など(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、投資家の皆様のご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。

※ 関連情報: [「IRニュース」](#)

株主優待制度

株主の皆様の日頃のご支援にお応えするとともに、コクヨグループに対するご理解を一層深めていただくため、当社株式を500株以上保有の株主様に対して株主優待制度を設けており、年1回コクヨグループ商品をお送りしています。



2015年12月末株主様向け優待商品

個人投資家向けIR「会社説明会、キャンパスノートの秘密」開催

2015年6月19日、「ファン株主」の獲得を目的に、「会社説明会、キャンパスノートの秘密」と題した個人投資家向けのIRイベントを開催し、約70人に参加いただきました。

一般的に個人投資家は、株式売買による差益金や配当金を得ることを株式投資の目的にしているため、株式の保有期間は不安定とされています。しかしコクヨでは、個人投資家の皆様にもコクヨのファンになっていただくことにより、株式のより長期の保有が期待できるとともに、商品やサービスの優良な顧客になっていただくことにも



繋がると考えています。そこで、会社概要や今後の事業戦略といった、通常の投資家向け説明会で行う情報提供に加えて、よりコクヨを理解し、親しみを持っていただけるように、商品に関するストーリーを伝えるイベントを開催しました。第1部の会社説明会では、コクヨグループの沿革、各事業の概要、財務状況、今後の戦略、2015年12月期の目標などについて説明しました。そして第2部では、ステーションナリー事業の担当者から、2015年に発売40周年を迎えた「キャンパスノート」について、変遷、綴じ方・表紙・中紙・罫線・デザイン・使いやすさに対するこだわりなどを紹介しました。出席いただいた個人投資家の皆様からは、事業や財務に関するより詳細な情報提供への要望の他、コクヨのノートづくりのこだわりについても多くのご意見・ご感想をいただきました。

地域社会とともに

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。



長期間にわたり継続している貢献活動

コクヨデザインアワード P54

日本国内での貢献活動

キャンパスアートアワード P56

東北の未来に向けて P57

地域に根ざした貢献活動 P58

ジョブスタディの取り組み P60

海外での貢献活動

インドでの取り組み P61

中国での取り組み P63

ベトナムでの取り組み P65



■ 地域社会とともに

コクヨデザインアワード

使う人の視点で優れた商品デザインを広くお客様から集めて、商品化を目指す国際デザインコンペティション「コクヨデザインアワード」。2015年は「美しい暮らし」というテーマで開催しました。



コクヨデザインアワード2015の受賞者の皆様

13回目を迎えた「KOKUYO DESIGN AWARD(コクヨデザインアワード)」

「コクヨデザインアワード」は時代が求めるさまざまなニーズをしっかりと理解した上で、それらを世の中に商品として送り出すために企画された、消費者の声を代弁するアワードです。お客様目線で広くデザインを募集するプロセスを通じて、コクヨのデザイン力を向上させるとともに日本のデザイン力向上に資することを目的に、2002年以来、毎年開催しています(2010年のみ休止)。過去の受賞作品からは「カドケシ」や「キャンパスノート〈パラクルノ〉」、「ビートルティップ」、「和ごむ」などのヒット商品も誕生し、最近では若手デザイナーの登竜門としても知られています。



カドケシ



キャンパスノート〈パラクルノ〉



和ごむ

2015年のテーマは「美しい暮らし」

今回は、コクヨの事業ドメインであるお客様の「はたらく」「まなぶ」環境を広く捉え、「美しい暮らし」をテーマとして掲げました。人々のライフスタイルが変化し、生活のONとOFFの境界が明確でなくなる中、コクヨもお客様の暮らしにもっと視点を合わせていきたいという意思を込めるとともに、「美しい」という例年よりも感性的な価値観を設定しました。また本年からの新たな試みとして、コンペティションのテーマをより広く発信し、社会へ問いかけるために、「美しい暮らし」について考えるさまざまなイベントを作品の募集期間中に開催しました。

7月2日には、「美しい暮らし」に込めたコクヨの想いを伝え作品の質の向上を促すトークショーを、東京・外苑前のifs未来研究所で行いました。2人の審査員と社長 黒田英邦が登壇し、「今後の人々の暮らしの変化」「日常の暮らしにおける美しさとは？」など、多岐にわたるトークが繰り広げられました。さらに同会場においては7月14日～26日に、スーパープランニング社主催のチャリティイベントに参画し、過去のデザインアワード受賞者10人とコクヨのインハウスデザイナー10人による「美しい暮らし」をテーマにデザインしたトートバッグの展示も行いました。



募集期間中に開催したトークショーの様子

テーマ「美しい暮らし」に込めたコクヨの想いを伝えました

■ グランプリは「すっきりとした単語帳」

「ココヨデザインアワード2015」は、5月15日～7月31日の募集期間に合計1,659点(国内:1,232点、海外:427点)も作品が寄せられ、8月の1次審査を経て、11月17日に最終審査が実施されました。当日は、10組のファイナリストによる審査員への最終プレゼンテーションが行われ、「顧客起点のモノづくり(商品化)」「テーマとの適合性」「デザインとしての完成度」などの観点から、グランプリ1点と優秀賞3点が選ばれました。栄えあるグランプリに輝いたのは、デザインユニット あら部による「すっきりとした単語帳」です。リング部分がカードをまとめるバンドとしても機能するため、ブロックのようにすっきりと重ねることができ、使うときも片付けたときも美しく暮らしに馴染むこの単語帳は、ほぼ満場一致での受賞となりました。

また優秀賞には、数字が一本の糸で縫われて、一日ごとに糸を少しずつ引っ張ることで数字が消え、儂く過ぎてゆくときに日々想いを寄せることができるカレンダー「儂く、美しく」(上田美緒氏)、罫線をエンボス加工してあり、移ろう光の中で自然を感じる事ができるノート「エンボスノート」(久保貴史氏)、有機的な形の美しさを持つ泡を目盛りにしたアクリル定規「Bubble Ruler」(塚田圭氏)の3作品が選ばれました。

最終審査に続いては、ココヨホールで表彰式と外部審査員、黒田英邦社長によるトークショーを行いました。ほぼ満員となった会場で、各作品の受賞理由や審査中の意見交換を通じて深まった皆様の「美しい暮らし」への見解がざっくばらんに語られました。

審査員(※肩書きは当時のもの)

佐藤 可士和(SAMURAI代表/アートディレクター・クリエイティブディレクター)

鈴木 康広(アーティスト)

田川 欣哉(takram design engineering 代表/デザインエンジニア)

植原 亮輔(KIGI/アートディレクター・クリエイティブディレクター)

渡邊 良重(KIGI/アートディレクター・デザイナー)

黒田 章裕(ココヨ株式会社 代表取締役会長)



「美しい暮らし」を、学び続ける楽しさを大切にする暮らしと捉え、美しい作品の佇まいとともに単語帳の可能性を広げた提案

キャンパスアートアワード

キャンパスノート発売40周年記念「キャンパスアートアワード」開催

キャンパスノート発売40周年にあたる2015年、コクヨは「HAPPY Campus YEAR！」としてさまざまなイベントやキャンペーンを実施しました。

その一環として、キャンパスノートのメインユーザーである中高生にキャンパスノートをもっと知って、好きになってもらうために、読売中高生新聞（発行所：読売新聞東京本社）と共同で開催した絵画コンペティションが「キャンパスアートアワード」です。



「キャンパスアートアワード」の募集ポスター

テーマは、「My Sweet Home Town～地元のイチオシ～」

募集した絵画のテーマは、「My Sweet Home Town～地元のイチオシ～」。「日本の将来を担う若者たちが地元を大切に目を向け、その魅力に気付き、発信する機会をつくりたい」という願いを込めたテーマのもと、全国の中高生たちに地元の風景・風俗・風習・行事・料理・菓子などを描いた作品を応募してもらいました。

グランプリ作品は製品化され、売上の一部を地域貢献活動に寄付

集まった1,000点以上もの作品はまず地区別に審査されました。最終審査会では、石破茂地方創生担当大臣、10代に人気のラジオパーソナリティでお笑い芸人の芦沢ムネト氏、乃木坂46メンバーの深川麻衣氏を審査員として行われ、「グランプリ」「読売中高生新聞賞」「コクヨ賞」「地区優秀賞（北海道・東北、北関東、南関東、中部、近畿、四国・九州）」が選出されました。グランプリに輝いた茨城県永山中学校3年生鈴木陽菜さんの作品「ネモフィラの青」はキャンパスノートの表紙となり製品化され、公式オンラインショップ「コクヨショーケース」で限定販売されました。その売上の一部は、一般財団法人地域創造に寄付し、文化・芸術の振興による創造性豊かな地域づくりに役立っていただいています。

コクヨでは、中高生に「コクヨ」、「Campus」ブランドをもっと身近に感じてもらうことを目指し、2016年も「キャンパスアートアワード」を開催する予定です。



グランプリ作品「ネモフィラの青」はキャンパスノートの表紙となり製品化されました。



表彰状及び製品化されたノートの授与式

東北の未来に向けて

東日本大震災より5年の月日が経ちました。被災された地域の皆様の役に立つことを願い、東北の未来を担う「学ぶ人」「働く人」を支援する取り組みをはじめとした復興支援活動を継続しています。

「みちのく未来基金」に協賛

コクヨ東北販売では「真に復興の礎となるのはこれから育つ次世代の若者たちである」という公益財団法人「みちのく未来基金」の趣旨に賛同し、2012年から「サポーター企業」として支援を継続しています。「みちのく未来基金」は、東日本大震災で親をなくした子どもたちへの高校卒業後の大学・短大・専門学校等への進学を応援する団体です。入学金・授業料を年間300万円を上限に無償で助成します。

一般的な奨学金と異なり、単に「お金の給付」ととまらないのが同基金の特徴です。震災で辛い体験をした子どもたちを「一人にはしない」というあたたかい思いを持って運営されており、定期的なイベントや面談、サポーター企業との交流が行われます。毎年3月には、新たに進学する学生のための「門出の会」、社会人にはばたく卒業生をおくる「旅立ちの会」が開催され、将来への抱負や目標を力強く語り合い、また支援者への感謝の気持ちを伝えています。今後もコクヨ東北販売は、子どもたちの進学の夢を応援します。



奨学生とサポーターの集合写真



サポートスタッフ紹介の様子

「ふくしまフレンズUK」へお手紙セット寄附

コクヨ東北販売では、福島県の子どもたちと遠く離れたイギリスの子どもたちを文通で結びつけるボランティア活動にお手紙セット(便箋・封筒)を提供しました。チャリティー法人「ふくしまフレンズUK」によって行われているこの活動は、福島県出身でイギリス在住のライター・赤塚久美子さんが、「福島県の子どもたちに広く世界の人たちと絆を持つことで、文化や言語を楽しく学んで欲しい」と考えたことに端を発するものです。

お手紙セットによる協賛は、震災直後から「『書くこと・描くこと』で元気になってほしい!」という思いを込めて、子どもたちへの文具の提供や「デコレーションノート・ワークショップ」の開催を行ってきたコクヨ東北販売の活動に共鳴するものを感じた赤塚さんたちから便箋の寄付のお願いのお手紙をいただいたことがきっかけとなりました。

コクヨから提供した便箋は、「手書きでこそ伝わる大切な想いを贈り物のように伝え残す」をコンセプトとした「コクヨ帳簿用紙」を使用した商品です。赤塚さんからは「便箋が美しく上質で、いつもに比べて字も内容もしっかりした感じがします。福島の子どもたちが、紙の手触り、書き具合を体験しながら、それぞれの文字や想いを、イギリスのペンフレンド相手に書くことを想像すると、わたしたちまで楽しくなってきます」というお便りをいただきました。一見、子ども向きではない便箋ですが、子どもたちが心を込めて丁寧に書くには最適だったようです。

現在、ふくしまフレンズUKの日英のサポーターや翻訳ボランティアのメンバーに支えられ、小学校の学級同士の文通を中心に、約200人が交流を続けています。この3年半の活動で交わされた手紙の数は、2,000通を超えています。



楽しくお手紙を書いている子どもたち

地域に根ざした貢献活動

地域と一体となった環境活動や商品特性を活かした教育活動、地域活性化に向けた活動などに積極的に取り組んでいます。

モノの大切さ、働く人の工夫やモノづくりへの想いを伝える工場見学

ココヨグループでは、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各国・地域の学生を対象に工場見学を実施しています。

製品をつくる工程や、社員の働く姿を見ていただき、そこから「モノの大切さ」「働く工夫やモノづくりへの想い」を感じていただくことで、学校教育への貢献ができればと考えています。今後も地元の学生の皆様との交流を深めるとともに、地域に根ざした貢献活動を展開し、地域と共生する企業を目指します。



ココヨMVPでの工場見学の様子

国内最大級のノート工場で、一般のお客様向け工場見学

ココヨ工業滋賀では、お客様とのコミュニケーションをより深めるため、2014年5月から一般のお客様向け工場見学をスタートしました。

ココヨ工業滋賀は1988年の設立以来、地元貢献・環境貢献といった地域社会との関わりを大事にしながら、紙製品製造を続けてきました。現在では滋賀県から世界各地のココヨグループ紙製品工場へ技術とモノづくりの精神を発信する、国内最大級のノート工場です。

工場見学では、「感動を与える！日本一の魅せるノート工場」をテーマに、リエデン展示コーナーを設け、環境活動について分かりやすく説明するとともに、生産設備や環境対応設備の見学、品質へのこだわりを体験できるコーナーを用意しています。また、お子様連れでも安全なルートを設定した上、生産現場を実際に歩ける臨場感を味わう事ができ、クイズを交えながらのワクワク感の演出にもこだわって実施しています。

地元行政とともに工場見学を観光資源と捉えて、地域活性化に繋がられるよう、活動を進めていきます。

滋賀県とココヨ(株)が包括的連携協定を締結

滋賀県とココヨは2015年7月15日滋賀・びわ湖ブランドの推進、地域の活性化および県民サービス向上を図ることを目的とした協定を締結しました。

以下の項目において連携協定を結び、ココヨ工業滋賀を軸に活動を展開しています。

- (1)教育および子ども・青少年育成に関すること
- (2)環境保全に関すること
- (3)滋賀・びわ湖ブランドの発信に関すること
- (4)観光の振興に関すること
- (5)県内産業の振興発展に関すること
- (6)障害者の支援に関すること
- (7)女性の活躍推進に関すること
- (8)その他、地域の活性化・住民サービスの向上に関すること



東京で開催したココヨハク2015でのココヨ工業滋賀のオリジナル商品販売コーナー

コピー用紙で繋ぐ環境・福祉・地域 ～「エコラボは一と・しが」の取り組み～

ココヨマーケティング、ココヨ工業滋賀では、「グリーン購入活動」に取り組んでおり、2006年6月からは地元の地域ネットワーク活動「滋賀グリーン購入ネットワーク(滋賀GPN)」に参画しています。また、滋賀GPNの『グリーン購入評価手法研究会』が開発し、現在はNPO法人滋賀県社会就労事業振興センターが運営する、「エコラボは一と・しが」の取り組みに、ココヨグループは当初から携わっています。

この事業は、毎日使用するコピー用紙を、段ボール箱の代わりに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するシステムで、環境(不要な包装の削減)と福祉(障害者促進雇用)の両立を目指して2007年にスタートしました。また、コピー用紙もココヨ工業滋賀で製造しているものを使用することで、地域完結のできるモデ



段ボール箱の代わりになるプラスチック製の箱で配達します。

ルにしています。

「エコラボはーと・しが」の取り組みは、独自性・継続性・発展性の観点で高く評価され、2011年には「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なく他のエコ商品、作業所でつく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・団体の皆様、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。



ユニバーサルデザインの体験学習

次世代を担う子どもたちの役に立ちたいという思いから、使う人の立場に立ってモノづくりをするユニバーサルデザイン(以下、UD)の考え方を知り、相手の立場に立って考えるという思いやりやさしい心を育てていただきたいという思いで、体験学習の取り組みを行っています。体験学習は、広報室の社員が講師として学校に出向き、実際のUD商品に触れながら、従来商品との違いや開発に至った考え方などを学んでいただく出張授業と、東京ショールームにお越しいただき、UDを学ぶだけでなく、実際に社員が働いているオフィスを見学していただく校外学習を用意しています。

※ 関連情報:「[UNIVERSAL DESIGN](#)」



UD授業の様子



各地で清掃活動と献血活動を実施

コクヨグループでは、オフィス、工場、配送センター、海外事業所各地において、清掃活動を通じた地域社会との協調を図っています。大阪本社オフィスでは年1回、地元自治会と協働でオフィス周辺の清掃活動を実施しています。

2011年からは「大阪マラソン」とタイアップし、大阪に来られる方々を「きれいなまち」で迎えようという趣旨で、大阪市全域での清掃活動「大阪マラソン“クリーンUP”作戦」が実施され、2015年も地元自治会と協働で参加しました。10月19日、早朝の活動にもかかわらず、地元ボランティアの方も合わせて50人に参加いただき実施しました。

また、国内の各拠点においては、社員による献血活動を1980年より実施しています。2015年は大阪府赤十字センター様に2回お越しいただき 91人が参加しました。

「いす-1グランプリ」の最高峰で準優勝

「いす-1グランプリ」は、事務用イスをマシンに見立てて3人1組で行われる2時間耐久レースです。参加者もそれを応援する観客も盛り上がる街おこしイベントとして、年々盛り上がりを見せています。コクヨグループは、地域活性化の一環として全国各地で開催される「いす-1グランプリ」に積極的に参加しています。

2015年3月28日、今年から「世界大会」(京都府京田辺市)として開催された京都の大会にコクヨファニチャーチームが参加し、トップと2周差の125周で堂々の2位を獲得しています。その他、岡山大会(5月9日 岡山県倉敷市)、東日本大会(7月19日 山形県新庄市) 福山大会(9月5日 広島県福山市)、千歳大会(9月13日北海道千歳市)、松江大会(10月10日島根県松江市)でも、各地のグループ会社が好成績をおさめています。



いす-1グランプリの様子

ジョブスタディの取り組み

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」。コクヨはこのジョブスタディを中心となって立ち上げ、主幹事企業として運営全般を担っています。

■ 早期離職問題を解決したいという想いからスタート

「ジョブスタディ」は、各業界のリーディングカンパニーの人事担当者が集い、本当に学生の役に立つセミナーは何なのかを議論し、そこで出た結論をもとに、自分たちで手づくりで開催している異業種合同セミナーです。2005年のスタート当時は、「3年3割」という早期離職問題が大きな議論になっており、この課題を解決するために、採用活動を行う企業側も、学生に対して正面からぶつかっていこうという想いで、「本音」と「手づくり」というコンセプトのプログラムを企画し、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てきました。以来10年間学生と真摯に向き合い続け、現在は各業界のリーディングカンパニー25社がジョブスタディに参加しています。



セミナー当日のパネルディスカッションの様子

■ より主体的に考え、視野を広げてもらいたい

2015年は、採用スケジュールの変更により、例年実施していた、参加企業が合同で行う「コラボインターンシップ」の実施が困難となりましたが、学生の視野を中堅・中小企業へ広げてもらい、企業を名前で選ぶのではなく、本当に自分の価値観に合った企業選択をしてもらうことを目的とした、「ジョブスタディ・コラボ・かんさい／かんとう」を実施しました。このイベントでは、ジョブスタディに参画している大手企業と、地元の中堅・中小企業が合同で行うパネルディスカッションや、学生と近い距離で質問に本音で答えていく座談会形式のプログラムがあり、参加学生に自分の今、そして未来と向き合わせるガイダンスを実施しています。どのプログラムでも、学生が主体的に考えられるような仕掛けを用意しており、参加した学生からは、「さまざまな企業の社会人から近い距離で本音の話を聞けて良かった」、「大手企業と中堅企業のそれぞれのよさ・違いを知ることができた」などの感想が寄せられました。



「ジョブスタディ・コラボ・かんさい／かんとう」の様子

■ ジョブスタディの12年目は変化の年へ

2015年を終えて11年間の成果を積み上げてきた「ジョブスタディ」。第4回「キャリア教育アワード」においては、社会に出る直前の学生が抱える幅広い課題について、多種多様な企業が理念を共有し、柔軟に対応している点を評価され「奨励賞」を受賞しました。しかし、景気の変動や採用時期の変更など、学生と企業の間にはさまざまな課題が数多く顕在化しています。そんな中、ジョブスタディとして、「今までと同じ」ではなく「今何が必要か・何をしたいか」ということを、参加企業25社の人事担当者が一堂に集まり本気で考えています。

担当者の声

ジョブスタディが提供できる価値をより幅広く

2015年に続き、2016年も更なるスケジュールの変更により、学生・企業・大学にそれぞれ新しい課題が増えたと感じています。

そんな今だからこそ、人事担当者同士の手作りで企画運営をしているジョブスタディも、その変化に合わせ、三者の課題を解決できるような『場』を創ることができればと考えています。

コクヨ社ではできることに限りがありますが、全25社で力を合わせて、他ではできない新しい価値・機会を創出していきます。



コクヨ 経営管理本部 人事総務部
瀧本 和幸

インドでの取り組み

クレヨンや絵の具など画材商品を主力商品群とするココヨカムリンでは、インド国内外における芸術振興活動や、環境保全活動に積極的に取り組んでいます。



世界最大規模の絵画コンテスト「Camel Art Contest」

ココヨカムリンでは、子どもたちに芸術活動や芸術そのものへの意識を高めてもらうことを目的に、「Camel Art Contest」(2014年に旧称のAICCC(All India Camel Colour Contest)より改称)を毎年企画・運営しています。このコンテストは2011年に480万人以上の子どもたちが参加したことで、「世界で最も規模の大きなアート・コンペティション」としてギネスブックに掲載されました。

2014年からはソーシャルメディアを活用し、インド国外にいる子どもたちにも参加してもらうことで参加者が大幅に増加し、2015年の参加者は国外からの参加者も40万人を超え、648万人に達しました。

最終審査は4月に実施し、参加した個人とともに優秀学校賞の表彰も行いました。これは、参加した学校単位で審査を行い、最優秀校にはその学校の芸術施設・道具の改修・購入のための5万ルピー(約8.5万円)を進呈するものです。

子どもたちに芸術を学ぶためのより充実した環境を提供するという、これまでより一歩踏み込んだ取り組みを行い、受賞校の子どもたちに当コンテストをもっと身近なものとして感じてもらえればと願っています。



著名ハリウッド俳優、オム・プリー氏が全国大会優勝者に最優秀賞を授与

キャメル芸術財団

ココヨカムリンが1997年に設立したキャメル芸術財団(Camel Art Foundation(CAF))の活動は、芸術を学ぶ学生やプロフェッショナルの若手アーティストの作品を評価する展示会を毎年各地で開催するなど、インドにおける芸術文化の成長に貢献してきたココヨカムリンの慈善事業の柱です。

この財団の活動の主な目的は、芸術活動を促進し、芸術家の卵を成長させるプラットフォームを提供するとともに、展示会を開催することでプロの芸術家が名声を高め、インドの芸術シーンのさらなる底上げを目指すことです。従来は地域別のコンテストでしたが、2015年からは全インドでのコンテストに制度を変更し、よりレベルの高いコンテストとなりました。併せて、オンラインでの応募申し込みを可能とする取り組みも始め、2015年は計6,000点以上の応募がありました。

応募作品は、芸術を学ぶ学生などの作品とプロの芸術家からの作品に振り分けられ、さらに油絵、水彩画、クレヨン画など、絵画の種別により分類されます。展示会に向けての申込料は不要で、18歳以上であれば誰でも参加することができます。

審査を通過すると、作品を展示する機会を得るだけでなく、優秀作品を描いたプロの芸術家には10万ルピー(約17万円)、芸術を学ぶ学生には5万ルピー(約8.5万円)の賞金が進呈されます。

また、受賞者をインド国内外での芸術研修ツアーに招待するなど、今後も財団の活動を一層価値のあるものにするため努力を重ね、若い才能の育成、プロの芸術家の活躍の機会の拡大に取り組んでいきます。



参加アーティストとココヨカムリン幹部で記念撮影



テーマに沿ってプロと美大生のアーティストたちが一緒に創作に励みました

世界最長キャンバスへの描画に挑戦し、ギネスに認定

ココヨカムリンは、4月15日の世界アートデー※¹に合わせて「Camel Art Day 2015」を開催し、IES (Indian Education Society) ※²のさまざまな学校に通う3,500人の子どもたちと一緒に、世界最長のキャンバスに絵を描いてギネス記録に挑戦するイベントを開催しました。従来の世界記録を上回る全長7.5kmのキャンバスを用意し、インドのモディ首相が提唱する「Swachh Bharat—クリーン・インドア」をテーマに、子どもたちに思い思いの絵を描いてもらいました。イベント終了後、ギネス社による審査で世界記録の更新が無事認められました。

今後もアートを通じて子どもたちに楽しさ・喜びを提供していきます。

※¹ IAA (International Association of Art) がレオナルド・ダ・ヴィンチの誕生日を記念して決議したもの

※² 1912年に設立されたインドの教育機関。その傘下に60以上の学校を運営している。



大勢の子どもたちがギネス記録に向けて世界最長キャンバスと楽しく格闘



ココヨカムリンの名誉会長・スバッシュ氏も一緒に描画に参加

CAMLIN ART & CRAFT STUDIOをキzzaニア ムンバイにオープン

日本でもお馴染みの子供向け職業体験型テーマパーク「キzzaニア」は世界各地で展開されていて、インドではムンバイの人気ショッピングモール「アールシティモール」にあります。ココヨカムリンは2015年に、このキzzaニアのオフィシャルスポンサーとなりアートを通じて子どもたちの創造性を育む工房「CAMLIN ART & CRAFT STUDIO」をオープンしました。6月13日の開館イベントでは、主力商品でもあるクレヨン、色鉛筆、マーカー、絵具を使って、子どもたちにオリジナルのお面を作るという創作活動を楽しんでもらいました。参加した子どもたちは、当初は緊張気味でしたが、アートティーチャーのリードで、好きな種類や色の筆記具を使って、思いのままにお面を作って遊んでいました。ココヨカムリンは今後もCAMLIN ART & CRAFT STUDIOを拠点に、ブランドメッセージ「Let's have fun」を発信していきます。



オープニング看板



歓迎イベントでの記念撮影

環境保護活動

6月5日の世界環境デーに合わせて、ココヨカムリンは毎年子どもたちと一緒に植樹活動を実施しています。

今年は全インド6カ所の工場で植樹活動を行いました。またインド北部のピトラガル県において、陸軍と子どもたちの協力を得て、20分以内に10万本の木を植えるというLimca book (インド版ギネスブック) 記録を打ち立てました。



ウェブサイト上でキャンペーンを実施



活動に参加された方々

中国での取り組み

コクヨグループでは、グローバルに社会貢献活動を推進するため、各国・地域の拠点でさまざまな社会貢献活動を行っています。中国では、「未来ある子どもたちへ教育の場を提供する」ことを目的に、教育支援活動に注力した取り組みを進めています。



恵まれない地域の子どもたちにノートを ～「草の根無償協力」への取り組み～

コクヨグループでは、開発途上国の多様なニーズに応えるため、1989年に導入された外務省主催の「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）に、2006年より協賛しています。

草の根無償協力は、中国の恵まれない地域の子どもたちにも都市部の子どもたちと等しく学んでもらうための機会・環境をつくる活動です。多くの賛同企業による無償援助により、校舎の建築や学用品提供が行われ、これまでにさまざまな事情により十分に学ぶことができ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、コクヨはキャンパスノートの提供によって協力しており、2015年は、84,820冊のノートを150カ所の学校に進呈。寄贈を始めた2006年からの9年間では、累計53万冊を超えるノートを寄付しています。



先生からキャンパスノートを受け取った子どもたち

農村教師を上海へ招待

2015年8月1日、国営（上海）企業管理は崔永元公益基金及び華東師範大学などが共催した「農村教師の育成」活動に参加し、貴州黎平県岩洞鎮銅関小学校の呉継雲校長と呉魯蘭先生を一日上海に招待し、観光案内しました。

浦東エリアの児童図書館の見学や外灘エリアの散策などに加え、コクヨの文房具を販売している文房具店と国営家具（中国）のフラッグシップショールームも案内しました。

先生たちは上海のダイナミックな都市風景に感心し、都市部の子どもたちの学習環境についても興味津々な様子でした。また、コクヨの文具・家具へのこだわりにも大変驚かれ、感動していました。今後も、このような機会を通じて、農村部の教師や生徒たちを都市部に招待し、交流を増やしていきます。



文房具店見学の様子

「小さなノートで大きな夢！」子どもたちに「夢」と「世界」についての授業を開催

2015年10月、国営（上海）企業管理、国営商業（上海）、国営家具（中国）の上海オフィス、北京オフィス、深圳オフィスから集まった社員6人が江西省樂平市名口鎮流芳小学校を訪れ、子どもたちとの交流を図りました。

遠い地から訪れたコクヨ社員を子どもたちは温かく迎えてくれました。社員たちは学校に絵本やスポーツ用品、キャンパスノートを贈呈し、環境保全や外国文化を学ぶ授業などを実施しました。また、子どもたちと一緒にノートに自分の写真を貼り付けるオリジナルノートを作成し、将来の夢を描いてもらい、非常に濃密で有意義な時間を過ごしました。



贈呈式の様子



「私の夢」
先生やシェフなど、素敵な夢がたくさん。
さん。



子どもたちのたくさんの笑顔を見ることができました。

ベトナムでの取り組み

ベトナムでは、ココヨベトナムトレーディングが他の日本企業や大学と協力しながら、若者たちの学びをサポートする活動を行っています。



キャンパス × ANA × 大学による留学サポートキャンペーンを実施

2015年、ココヨベトナムトレーディングは、ANA(全日本空輸株式会社)と日本の4大学(名古屋大学、上智大学、関西大学、立命館アジア太平洋大学)と連携し、日本への留学サポートキャンペーンを実施しました。

ベトナムでは将来のリーダー候補である優秀な若者たちは、海外の大学への留学を目指します。しかし現状では、日本を留学先に希望するベトナムの学生数は、欧米を希望する学生に比べて多くはありません。その要因のひとつに、情報を入手するルートが年一回の留学フェアや大学ホームページでの案内に限られており、情報収集の手段が少ないという事情があります。一方、日本の大学も、グローバル化を目指す中で、「ベトナムの優秀な学生層にリーチしたいと考えても、なかなか良い方法が見つからない」という課題を抱えていました。

こうした背景のもと、ベトナムの若者たちに学びをサポートする企業として知ってもらいたいと考えるココヨ、また将来も頻繁な利用が期待できる留学生層への認知拡大をしたいと考えるANA、ベトナムから優秀な留学生を獲得したいと考える前述の4大学が手を結び、ベトナムの高校生たちに日本の大学の魅力を伝え、日本留学を志すきっかけをつくるブランドプロモーションを展開することになりました。



ココヨの東京ショールームを見学



懇親会の様子

ココヨは、2010年からベトナムでキャンパスノートを販売し多くの学生の皆さんに使っていただいています。首都のハノイでは、特に高いシェアを持ち、認知度調査によると90%以上を獲得しています。

今回のキャンペーンでは、学生が日々使用しているキャンパスノートの表紙の裏面のスペースに、4大学やANAの紹介記事を掲載し、学生への認知拡大を行いました。また、このノートと連動した企画として、日本への留学を希望している成績優秀な高校生20名を選抜し、4大学のキャンパスを実際に訪問して学生生活を疑似体験する1週間の日本ツアーに、無料で招待しました。

選ばれた高校生たちは、7月12日～18日に来日し、各大学のキャンパスを訪問し、キャンパスツアーや模擬講義等で大学に対する理解を深め、先輩ベトナム人留学生や日本人大学生等様々な人と交流しました。滞在中は、「公共交通機関を使う」「学食を利用する」「学生寮に宿泊する」といった形で、なるべくリアルな日本の学生生活を体験してもらいました。帰国後、高校生たちからは「日本について深く知ることができ、多くの発見があった」「是非また留学という形で日本に戻ってきたい」といった感想が聞かれました。

ココヨはこれからも、ベトナムの若者たちと日本をつなぐ活動に積極的に取り組んでいきます。

地球環境とともに

地球温暖化や森林資源の減少をはじめとする地球環境問題の解決を緊急課題と認識し、この課題解決に全従業員が英知を結集して行動を起こしていきます。また、全社に環境マネジメントシステムを導入し、グループ一丸となった活動を行っています。

- 環境経営マネジメント…………… P67
- 地球温暖化防止対策…………… P69
- 省資源・リサイクル対策…………… P71
- 法順守と汚染の予防…………… P72
- 環境に配慮した製品・…………… P73
サービスの開発
- 生物多様性への配慮・…………… P75
環境コミュニケーションの推進
- 第三者検証報告書…………… P79



■ 地球環境とともに

環境経営マネジメント

地球温暖化や森林資源の減少をはじめとする地球環境問題の解決を緊急課題と認識し、この課題解決に全従業員が英知を結集して行動を起こしていきます。

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ります。「コクヨグループ環境ビジョン」は、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」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」「生物多様性」「法遵守と汚染の予防」「情報開示・コミュニケーション」「環境経営」の7つの項目としました。この「環境ビジョン」を基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。
- 法遵守と汚染の予防**

環境関連法規はもとより、当社が同意した業界等の指針及び自主基準を順守し、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。

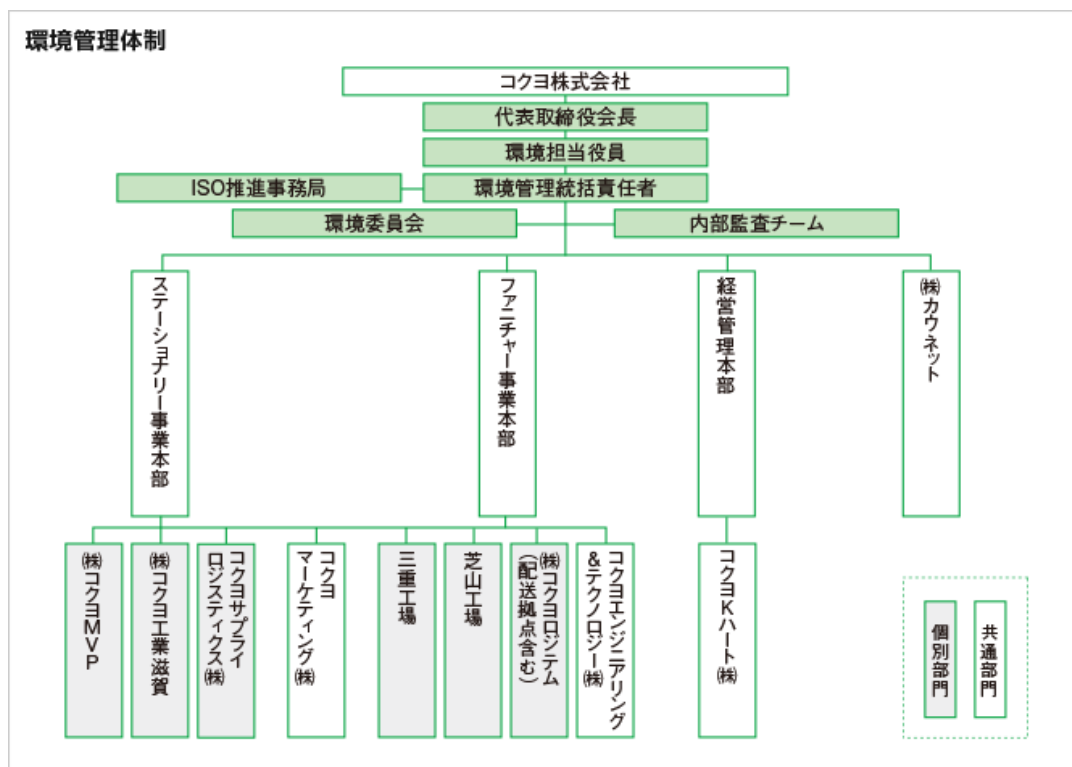
中長期環境行動計画

中長期環境行動計画(2020年)

環境方針	対策項目		2015年実績	2020年目標
地球温暖化防止	地球温暖化防止	CO ₂ 排出量の削減 (1990年比)	8.1%削減(国内)	30%削減(国内)
	省エネルギー対策 (原単位)	消費エネルギーの削減 (2010年比) ※年平均1%削減	13.7%削減 (原単位)	10%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)	94.9%	100%

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。

2004年から環境マネジメントシステムの登録範囲を国内の主要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、ココ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。従来より、環境文書・記録管理データベースシステムの「MELON」を導入していましたが、2013年7月に機能強化し、対象サイトの拡大、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。尚、2015年10月にココヨS&T(株)、ココヨファニチャー(株)がココヨ(株)と統合したことを受けて、一部体制の見直しを実施しました。



内部監査と第三者審査の結果

ココ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二者監査の2段階で実施し、特に法順守状況のチェックに注力しています。それに加え、「ISO14001の第三者審査および「CSR報告書」の第三者による検証も受けています。2015年は第一者監査を7月1日～7月31日、第二者監査を8月1日～8月27日、第三者審査を11月27日～12月4日にそれぞれ実施しました。尚、2015年の第三者審査は更新審査でした。

内部監査

実施年	2014	2015
監査対象サイト	69	72
・第一者監査	54	57
・第二者監査	15	15
指摘事項	40	53
・軽微な不適合	9	6
・修正事項	31	47

第三者審査 (ISO14001)

実施年	2014(定期)	2015(更新)
審査対象サイト	19	29
改善指摘事項		
・軽微な不適合	0	0
・改善の機会	23	31
ストロングポイント (特に優れている点)	0	0
グッドポイント (優れている点)	7	8

地球温暖化防止対策

アジア企業に向けて環境マネジメント体制の整備を進めています。まずは低炭素社会実現に向け、温室効果ガス排出量の大幅な削減に取り組むため、報告対象範囲を拡大しました。

2015年目標 (報告対象A)	2015年実績 (報告対象A)	評価
CO ₂ 排出量対前年比 生産影響除く: ▲2.0% (総量: +0.2%)	CO ₂ 排出量対前年比 生産影響除く: ▲4.6%(総量: ▲3.1%) 25,945t-CO ₂ <電力排出係数固定:0.378kg-CO ₂ /kWh> 33,172t-CO ₂ <電力会社別・国別排出係数>	○
消費エネルギー原単位:対前年比 ▲1.8%	消費エネルギー(売上高原単位):対前年比 ▲5.3%	○

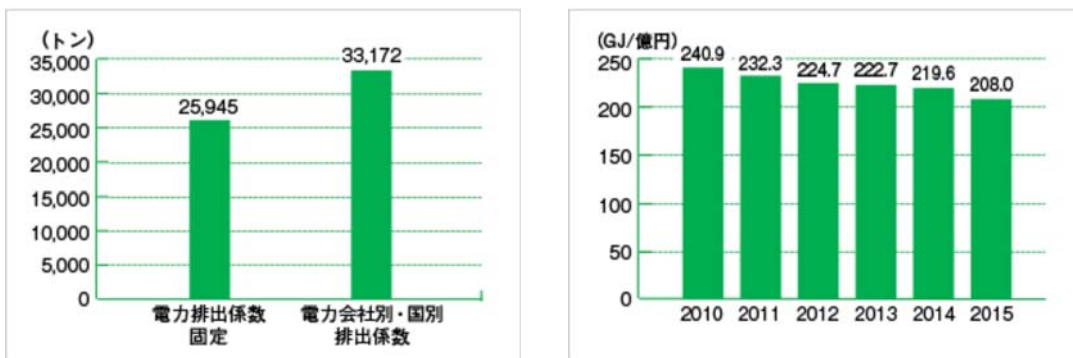
2015年の総括

2015年のコクヨグループのCO₂排出量は従来範囲で電力排出係数を電気事業者連合会公表2000年全電源平均「0.378kg-CO₂/kWh」を使用し計算した場合、25,945トンとなり、前年に比べ319トン(1.2%)の削減となりました。試算ではありますが、運用改善で1,350トン削減、設備改善で220トン削減、生産・統廃合で820トン増加となり、運用改善と設備改善を合わせた実質削減量は1,570トンとなりました。よって、生産影響を除くと前年比で4.6%削減となり、目標の2.0%削減を達成しています。

排出元別では、工場においては生産増により680トン増加しましたが、生産効率の改善などにより1,190トン削減したことにより510トンの削減となりました。物流においても稼働の増加により170トン増加しましたが、省エネ・節電活動を強化したことで180トン削減し、結果10トンの削減となりました。オフィスにおいては空調運転の効率化や蓄熱の有効利用により200トン削減となりました。また、エネルギー消費効率を上げるため、エネルギー消費を分子に売上高を分母にする原単位管理も行っています。2015年は対前年比5.3%削減を達成しました。

電力排出係数を固定した場合と電力会社別・国別排出係数を適用した場合との比較

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(2015年は電気事業者ごとの2013年実績及び2014年実績の実排出係数)、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2012年排出係数を採用すると、7,227トン増加し、33,172トンとなります。



対象範囲

2011年までのCO₂排出量の報告対象範囲は16社(報告対象A^{※1})でしたが、2012年より連結対象子会社のすべて(2015年は31社、報告対象B^{※2})まで拡大した結果、CO₂排出量は43,890トン(非連結販売分1,656トンを含む)となりました。排出係数の変動、さらに、サプライチェーンにおけるCO₂排出量の開示要求などコクヨグループを取り巻く環境も大きく変化してきています。こういった状況を踏まえ中期目標の見直しを検討する必要があると考えています。

※1 A:コクヨ(株)と連結子会社12社、関連会社3社

※2 B:コクヨ(株)と連結子会社20社、関連会社10社(コクヨS&T、コクヨファニチャーは2015年10月にコクヨ(株)に統合しました)

※ 関連情報:「[CO₂排出量の推移](#)」



工場における温暖化防止対策

工場では、製品型替え時間の短縮や生産設備の運用ルールの徹底、点検の実施、生産スケジュールの精緻化、エネルギーチェックによる無駄の削減などの運用改善により970トン削減しました。

また、LPGからLNGへの転換や設備のインバーター化や照明のLED化などの省エネ設備の導入により220トン削減しました。

生産増により前年に比べて680トンが増加しましたが、前記の運用改善と設備改善による1,190トン削減の結果510トン削減(国内60トン削減、海外450トン削減)となりました。



滋賀工場に設置されている太陽光パネル



物流における温暖化防止対策

物流(保管・出荷)は、前年に比べて10トンの削減となりました。

日々の省エネ活動の推進による運用改善により170トン削減しました。設備改善では、省エネタイプの照明器具の導入や配送センターの照明の適正照度の見直しにより10トン削減しました。また、自動立体倉庫を有するコクヨロジテム伊那配送センターでは電力デマンド計を導入し、電力需給逼迫に対してピーク電力カットにも取り組んでいます。2015年は稼働の増加により170トンが増加しましたが、運用改善と設備改善による180トンの削減により10トンの削減となりました。



首都圏IDCに設置されているハイブリッド街灯



オフィスにおける温暖化防止対策

オフィスでは前年に比べて230トンの削減となりました。

空調運転方法やワークスタイルの見直し、「ノー残業デー」「早帰り」などの活動推進、LED照明への更新など節電対策に取り組んだほか、品川オフィスでは「電力見える化システム」の活用による空調設備や蓄熱槽の効率運転により昼間のピーク電力の低減にも取り組んでいます。また、営業活動においても公共交通機関の利用促進に努め、ガソリンの使用量を前年比約10%削減、CO₂を170トン削減しました。2015年はこれまでも実施していたクールビズ、ウォームビズをスマートビズとして年間を通じて実施しています。



大阪新館オフィスに設置されている太陽光パネル



サプライチェーン全体でのGHG排出量の把握

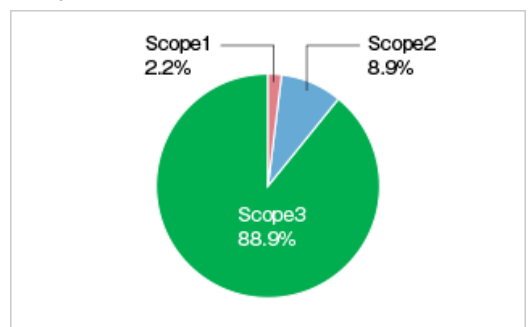
近年、CDPをはじめ、企業が間接的に排出するサプライチェーンでのGHG排出量としてScope3(製造、輸送、製品の使用・廃棄など)を管理し、対外的に開示する動きが強まっています。

コクヨグループでも輸送分野など一部では取り組みをしていましたが、2014年から環境省の「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン」に即した取り組みを開始しました。

2015年のサプライチェーン全体のGHG排出量は395,611t-CO₂でした。そのうちScope3が全体の約90%を占め、中でも「カテゴリ1の購入した製品・サービス」が約70%を占めています。ただ、これでもまだすべての協力工場からデータ把握ができていないため、その比率がさらに高まることが想定されます。その他のカテゴリでもまだ課題があり、来期以降、改善を進めていきます。

また、開示情報の信頼性確保のため、ビューローベリタスジャパンによる第三者検証を受けました。

Scope別排出量



省資源・リサイクル対策

循環型社会の進展に向け、限りある資源を有効利用し、Reduce・Reuse・Recycleに取り組みます。

2015年 目標	2015年 実績	評価
<ul style="list-style-type: none"> ・廃棄物総量に対するリサイクル率の向上 ・廃棄物データ精度向上 ・産業廃棄物処理委託業者管理の徹底 	<ul style="list-style-type: none"> ・リサイクル率:96.8% (事業所) ・廃棄物量・リサイクル率の把握 ・処理困難通知への対応の徹底 	○

2015年の総括

廃棄物データ精度の向上

2015年のコクヨグループの事業所からの排出物量は、連結対象子会社のすべてを対象範囲に含めた結果19,512トン(非連結販売社256トン含む)となり、90トンの増加となりました。このうち、海外工場の生産増により約70トンが増加しました。製造においては生産高が5.5%増加しましたが、歩留まりの向上等により排出物は3.5%の増加に抑制しています。

なお、データの第三者検証によるご指摘により、コクヨベトナムで廃棄物データの修正があり、2015年のリサイクル率は96.8%となり、前年より1.2%下がりました。

工場の取組み

2015年の工場部門におけるリサイクル率は95.2%でした。日本国内のコクヨグループ自社工場の産業廃棄物については既にゼロエミッションを達成しています。

また、海外工場においては、2015年のリサイクル率は82.4%でした。各地で異なるリサイクル事情を考慮するとともに、廃棄物そのものの排出の抑制とリサイクルに努めていきます。

物流部門の取組み

2015年の物流部門におけるリサイクル率は98.6%でした。物流工程で生じる製品梱包で使用した段ボールや木製パレットの修理によるリユースを行っています。2015年は106トンの段ボール、木製パレットをリユースしました。今後も積極的に資源の有効利用を行っていきます。

施工現場廃棄物の状況

施工現場廃棄物の処理に関する元請責任が明確化され、排出事業者の責務がますます強化されています。

2015年は施工現場で加工する部材の発注方法の見直しなどによる廃棄物の抑制に努めました。結果、施工現場廃棄物は約4,900トン、リサイクル率は約85% でした。

施工現場廃棄物は均一ではなく、いくつもの種類の廃棄物が混在しているためリサイクルが困難なケースが多いのですが、排出抑制とともに、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。

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、状態に応じてリユース・リサイクルする取り組みを続けています。

コクヨロジテムでは2015年にオフィスデスクや事務用イスなどの使用済み商品を約1,400トン引き取り、そのうち30トンはリユースし、730トンは解体・分別してリサイクルしました。



デスクの解体・分別

法遵守と汚染の予防

環境関連法規はもとより、当社が同意した業界などの指針及び自主基準を順守し、環境汚染の予防に努めています。

2015年の総括

コクヨグループは現在日本国内においては、31の環境法令に該当しています。2015年はフロン排出抑制法が改正されたことを受けて、定期点検実施の徹底を行いました。また、廃棄物管理を再度徹底し、契約書、マニフェスト、保管状況において一部不備のある事業所がありましたが、速やかに対応しました。

また、コクヨ工業滋賀において滋賀県による水質汚濁防止法の立入検査を受け、特定施設の届出に関する指摘を受けましたが、こちらも速やかに対応しました。

その他、重大な法違反はありませんでした。

大阪オフィスエリア 西館土壤調査

コクヨ大阪オフィスエリア西館(旧大阪ショールーム)をショールーム機能の梅田移転により、利用検討をするため、自主的に土壤汚染状況調査を実施しました。

土壤汚染調査では、土壤汚染対策法で規制される第一種及び第二種特定有害物質と第三種特定有害物質のPCBを調査対象として実施した結果、ふっ素及びその化合物と鉛及びその化合物が検出されました。

現在、この土地は建物とコンクリートで覆われており、有害物質の飛散・地下浸透のおそれはありません。将来、建物の解体等を行う際には適正に対処いたします。



土壤汚染調査

化学物質の適正管理

コクヨグループでは、化学物質の適正な管理・取り扱いに努めています。

芝山工場では塗料等に含まれる化学物質を取り扱う際の「見える化」を行っています。

購入した塗料等のSDS(Safety Data Sheet:安全データシート)をデータベース化し、使用時の注意事項や関連法規制を記載し、取扱者が必要時に確認できるようにしています。

また、塗料等を扱う現場では「毒性・危険性」と「可燃性」を化学物質等の含有率からその注意度を青・黄・赤で色分けして記載したパネルを掲示し、取扱者が扱う際の注意を「見える化」することで事故の防止に努めています。



芝山工場に掲示されているパネル

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。

2015年 目標	2015年 実績	評価
エコバツゼロの維持	維持できている	○

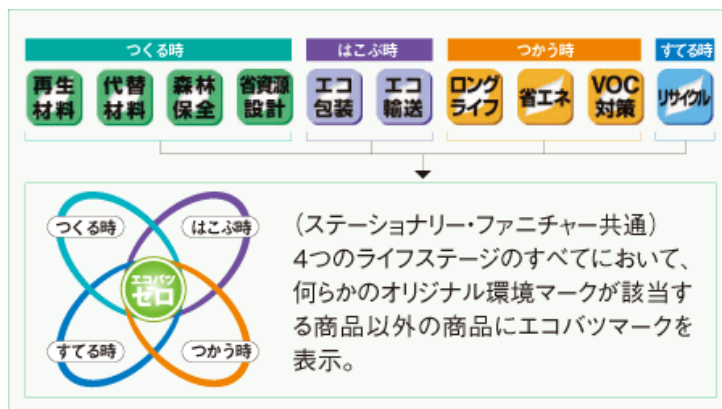
2015年の取り組み

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」「ずてる時」「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、「2016年版総合カタログ」でも引き続きゼロを継続しています。

チェック機能を強化

2012年から基準の適合性に関する検証をより徹底して行っています。その結果、一部商品において、電気用品安全法に抵触している商品、エコマーク誤表記商品が発覚しました。発覚後は速やかに所轄省庁などへ報告、是正処置を実施しました。こうした不備の事実は真摯に受け止めておりますが、検証レベルを上げたことによる効果を確認できたものと考えています。エコバツの取り組みはモノづくりのプロセスやモノづくりに直接関与しない社員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。



エコバツマーク

製品含有化学物質管理の推進

昨今、欧州のRoHS指令、REACH規則をはじめとする化学物質規制が国際的に強まり、広範囲の化学物質の使用状況の報告を市場から要求されています。コクヨグループは、法規制物質の不使用はもとより、環境や人体に悪影響が懸念される物質の使用状況を管理し、情報提供することは、商品を提供する事業者全てに共通する社会的責務であると考えます。一方、従来の化学物質固有の危険有害性のみに着目したハザードベース管理から科学的手法に基づいたリスクベース管理へのシフトが明確となってきています。こうした世界的な流れを受けて、2014年に、ハザードベースでの物質リストの特定をしました。2015年はこの物質リストをもとに優先順位の高い製品から順次調査を実施しました。



蛍光X線分析装置で重金属の有無を確認



FSC®認証商品

FSC (Forest Stewardship Council® 森林管理協議会) とは、国際的な森林認証制度を行う第三者機関の一つで、森林環境を適切に保全し、地域の社会的な利益にかなう、経済的にも継続可能な森林管理を推進することを目的としています。また、COC認証とは、Chain-of-Custodyの略で、加工・流通過程の管理の認証です。コクヨグループではコクヨ、カウネット、コクヨ工業滋賀がFSC®・COC認証を取得し、コピー用紙、ノートなどのFSC®認証製品を販売しています。



責任ある森林管理
のマーク



プリンタ共用紙



ヨシコピー用紙



FUBI UUチェア



間伐材プロトコルカウンター

間伐材の良さを生かしつつ、来庁者や職員の皆様に使っていただきやすいように機能使い勝手を徹底的に検証して以下のポイントを押さえて製品化しました。

1) 木の材質に左右されずに強度を確保

スチールフレームの採用によりあらかじめ全体の強度を確保、レイアウト変更にも対応可能
天板は使い勝手を考えて間伐材とメラミン化粧板から選択

2) ユニバーサルデザインの採用

不特定多数の来庁者(老人/車椅子/色弱者など)の利用を考慮したデザイン

3) 間伐材家具イメージを払拭するデザイン

直線を基調に高級感を持たせると共に、空間の横方向への広がりを感じさせるデザイン



来庁者側

職員側

納入事例(岩手県紫波郡紫波町新庁舎)



2015年3月、岩手県紫波郡紫波町様の新庁舎にプロトコルカウンターを納品させていただきました。

この新庁舎は構造材が町産カラマツ材を使用した国内最大級の大規模木造建築となっており、コクヨ東北販売が窓口カウンターから議場家具までトータルレイアウト提案や商品選定、納品を行いました。

窓口にご提案したプロトコルカウンターも町産カラマツ材を使用し、木質感あふれるエントランス空間を演出しています。コクヨでは針葉樹を使う際にはヒノキをお薦めしていますが、天板表面にカラマツの特徴であるヤニを止めるためのシーラー塗布を施すなどの対応で、プロトコルカウンターとしては初めてカラマツにもチャレンジしました。

コクヨグループでは自治体様の地元の材を使いたいというご要望にお応えすると同時に、これまで全国で培った間伐材やユニバーサルデザインのノウハウを生かし、環境に配慮しながらもより機能的で、かつあらゆる来庁者に使いやすい製品を製作・納品させていただいています。

生物多様性への配慮・環境コミュニケーションの推進

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。高知県の四万十川流域の森林保全活動や、滋賀県の琵琶湖環境の保全活動を積極的に推進しています。

■ コクヨグループ木材調達基本方針

コクヨグループは、2011年に「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。コク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。

■ コク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

■ 国産材・地域材の利用

日本の国土面積の約67%を占める森林は、土砂の流出防止や水源涵養と呼ばれる保水機能、CO₂の吸収作用などの役割を果たしており、再生産可能な資源でもあります。しかし、その中の約4割に当たる人工林の多くは、間伐などの手入れが遅れ、前述のような森林の多面的機能が発揮できずにいます。

コクヨは1998年から間伐材家具の開発に取り組み、2000年より販売しています。オフィスで積極的に国産材(間伐材)を使うことにより、新しい木材需要を喚起するとともに、森林と生きる持続的社会の実現を後押ししたいと考えています。



BS+デスクシステム

■ 「合法性・持続可能性にかかわる事業者認定」を取得

グリーン購入法改訂に伴うJOIFA(日本オフィス家具協会)の「合法性・持続可能性にかかわる事業者認定」を取得しています。この実施規定に基づき、帳票管理や責任者選任、使用実績報告など合法性、持続可能性が証明された木材、木材製品の使用・販売推進に努めています。

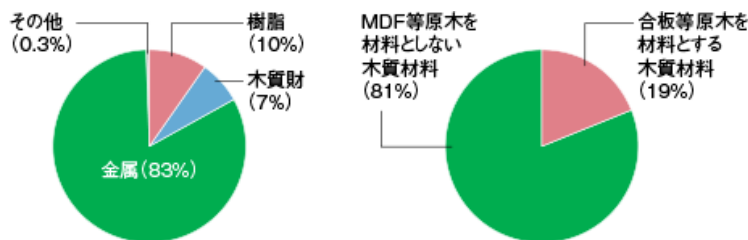
■ 第19回環境コミュニケーション大賞「優良賞」を受賞!

環境省と一般財団法人地球・人間環境フォーラムが主催する第19回「環境コミュニケーション大賞」において、「コクヨグループCSR報告書2015」が、優良賞を受賞しました。コクヨグループでは過去第6回、第7回、第13回で「優秀賞」を受賞しており、今回は「優良賞」ですが、4回目の受賞となりました。



■ 木材利用状況

2015年のファニチャー製品に利用する木質材料は約4,700トンでした。これは全原材料(梱包材除く)の7%に相当します。この木質材料の内、19%が無垢材や合板など「原木を材料とする木質材料」で、81%が間伐材、廃木材、未利用材およびその二次加工品である木質ボード(MDFやパーティクルボード)など「原木を材料としない木質材料」となっています。これらの情報はJOIFA(日本オフィス家具協会)へグリーン購入法の合法木材事業者認定の年別取扱実績として毎年報告しています。また、JOIFA木質表記ガイドラインに沿って「原木を材料とする木質材料」の樹種を把握するよう努めています。



■ 木材利用実績調査

コクヨではファニチャー製品に利用する木質材料の樹種、取扱量、原産国・地域を毎年、調査しています。

ただ、市販部品等に関しては、原産国の特定は困難を極めておりますが、持続可能な資源利用のため、引き続き把握に努めていきます。

樹種	材形状	取扱量(m3換算)	原産国・地域等
アユース	突板	3.4	カメルーン
カプール	無垢材	58.8	マレーシア、インドネシア
ナラ	無垢材	6.2	ロシア
ビーチ	無垢材、単板	71.5	ドイツ、フランス、クロワチア
ヒノキ	無垢材	2.9	日本
ポプラ	無垢材	13.6	アメリカ、カナダ
ホワイトオーク	無垢材	0.8	アメリカ、カナダ
メープル	無垢材	0.1	カナダ
メンピサン	無垢材	5.3	インドネシア
ラワン	合板	660.2	マレーシア、インドネシア、フィリピン、フランス
ラバーウッド	無垢材	63.8	タイ、マレーシア
その他	合板	5.3	中国
合計		892.0	

※サプライヤーから伝達された情報を集計。MDF等原木を材料としない木質材料は除く

※原産国、地域などが特定されている樹種のみ開示しています。

■ 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「コクヨ一四万十・結の森プロジェクト」は、2015年に10年目を迎えました。

間伐の効果을定期的に監視

森林保全活動を行う上で必要不可欠なのは、間伐効果を「見える化」することです。活動の効果を長期的に監視していくため、四万十町森林組合、四万十高校、高知県四万十町の職員の皆様と共同で、年に1度のモニタリング調査を実施しています。

2015年10月、9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。各地点の出現種数は56種から58種、61種から56種とほぼ昨年と同様でしたが、草本層において、1地点のみで確認できた種が15種類、17種類あり、植物の種類は、下層の様子によって異なることがわかりました。



植生調査の様子

※ 関連情報: [「四万十高校生によるレポート」](#)

一人前認定ツアーの実施

8月29・30日の2日間、入社4年目を迎えた社員の中で一定要件をクリアし、「一人前認定」を受けた社員を対象に「一人前認定記念結の森体験ツアー」を実施しました。このツアーは2008年から実施しており、今回は8回目となります。四万十川の水質調査、記念植樹、地元の四万十町森林組合や四万十高校との懇親会など、さまざまな活動を通じて、環境意識の向上とココヨの環境活動への関心を高めることを目的としています。



水質調査の様子



栗の植林



四万十高校生によるプレゼンテーション

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、ココヨでは2000年より地元の四万十町森林組合と協働で間伐材家具を製造・販売してきましたが、通販会社のカウネットも2007年から「結の森」ブランドの商品として文具を中心に販売を開始し、2015年現在で24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経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100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、現在も継続しています。これは「結の森」商品の売上の一部を公益社団法人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。

結の森は2007年よりFSC (Forest Stewardship Council® 森林管理協議会) の森林管理認証を取得しています。8月31日・9月1日の2日間の審査を無事クリアし、2015年は累積対象面積が約5,500ha、累積間伐面積は約1,300haになりました。

また、高知県の「協働の森づくり事業」にも2007年より参画しており、6,717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。



カウネット結の森シリーズ
机上印鑑収納



FSC審査の様子



吸収証書

ReEDENプロジェクト

ココヨ工業滋賀は、ノートをはじめとする紙製品を製造するココ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、また琵琶湖に棲

む生き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2007年11月に「ReEDEN(リエデン)プロジェクト」がスタートし、2015年に9年目を迎えました。「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」という想いととも活動は着実に広がっています。

ヨシを活用するという切り口から琵琶湖を守る

これまで培った生産技術と製紙会社との開発力を生かし、ヨシをコピー用紙やノートなどの工業製品として生産し、リエデンシリーズとして市場に見合った価格で販売。さらに、ヨシパルプ100%の名刺やヨシ筆ペンなどの高付加価値商品や、2014年には琵琶湖や滋賀の観光、特産品をテーマにした土産文具として「びわこ文具」シリーズを発売、また滋賀県立琵琶湖博物館とノートを共同開発するなど、ヨシ活用による環境貢献への市場を創造しています。また、売上の一部を地元の環境団体に寄付し、ヨシの保全活動に役立っています。

※ 関連情報: 「ヨシ筆ペンが「The Wonder500」に認定されました」



リエデンシリーズ



びわこ文具



滋賀のお魚ヨシノート

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。この会はさまざまな企業、団体がゆるやかに繋がる連携の中で、琵琶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。設立当初、数社でスタートしたネットワークも現在116社となり、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、琵琶湖の生態系、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。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、今では地元環境団体と産学官が集い、数百人が参加する活動へと大きく広がっています。また、夏には琵琶湖の外来魚を駆除する釣り大会や自分たちが刈り取ったヨシ原を湖面から観察する「カヌーに乗ってヨシ原観察会」を開催しています。これらの活動の様子は、ネットワーク通信で、専門家による自然環境の話題や会員の活動の紹介などとともに配信しており、より仲間意識を深めています。これからも「繋がり」を大切に、会員家族も巻き込みながら「みんなが楽しみながら環境意識を高められる」、そんな活動を目指していきます



ネットワークメンバーとのヨシ刈り風景

第1回「買うエコ大賞」で大賞、「環境人づくり企業大賞2014」奨励賞を受賞!

(2015年2月)

「買うエコ大賞」は、一般社団法人滋賀グリーン購入ネットワークが滋賀県より委託を受け、環境に配慮した滋賀県産の商品やサービスを幅広く募集し、審査会で選ばれた商品やサービスをウェブサイトや県内メディアで紹介し、一般投票で大きな支持を得られたものを表彰する制度です。



(2015年8月)

「環境人づくり企業大賞」は、環境省、環境人材育成コンソーシアムが、地球環境と調和した企業経営を実現し、環境保全や社会経済のグリーン化を牽引する「環境人材」の育成推進を目指す優良な取り組みを行う事業者を表彰する制度です。



第三者検証報告書

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・透明性・一貫性・妥当性・完全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による第三者検証を受けました。

第三者検証の概要

コクヨ本社においてコクヨグループ31社の環境負荷データ及びScope3の検証を受けました。また、国内:4カ所(芝山工場、三重工場(工場)、コクヨロジテム新千葉DC(物流)、北関東販売本社(オフィス))、海外:1カ所(コクヨベトナム(工場))においてデータ計測・管理方法に関する現場審査を実施しました。検証の結果、「評価できる点」として11件、「改善の機会」12件、「修正要求」33件、「明確化要求」26件の指摘を受けました。修正要求及び明確化要求については検証期間中に対応を完了しました。

Scope3の検証では、製造に投入する資材データの拡充と海外自社工場のデータ精度の向上に関する指摘を受けました。今後は指摘事項を踏まえ、サプライチェーン全体を含めた情報開示の充実と精度向上に取り組んでいきます。

ビューローベリタスジャパン株式会社
シナプス認定事業本部

2016年4月16日

ビューローベリタスジャパン株式会社(以下、ビューローベリタス)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2016に記載される環境関連データのうち、コクヨから提供されたものに対して第三者検証を実施した。検証の目的は、環境関連データの正確性及び信頼性を確認し、客観的に基づく検証意見を表明することである。

1. 検証概要

コクヨはビューローベリタスに対し、以下の温室効果ガスデータの正確性について検証し即時的検証を行ったことを依頼した。

- Scope1 及び Scope2 温室効果ガス排出量
 - コクヨ株式会社及びグループ会社 30 社の事業活動に伴う温室効果ガス排出量
 - Scope3 温室効果ガス排出量
 - GRI (Greenhouse Gas Protocol) Accounting and Reporting Standard に基づいて算定された Scope3 排出量のうち、カテゴリ 1-5、11、12、13 の排出量。但し、各カテゴリにおける算定範囲はスクールの決定に基づく。
- 検証方法
 - ビューローベリタスは、ISO 14064:2006(Greenhouse gases – Part 1: Specification with guidance for the validation and verification of greenhouse gas assertions)の要求事項に従って検証を行った。
 - ビューローベリタスは、限定的検証の一環として以下の活動を行った。
 - 温室効果ガス排出量を確認し、算定する責任ある範囲の信頼性へのレビュー
 - コクヨの温室効果ガス排出量を決定するために用いられた情報に対する、情報システムと収集・集計・分析方法の確認
 - 温室効果ガス排出量の正確性を確認するための元データのサンプル監査
- 結論
 - 実施した検証活動及びプロセスによれば、温室効果ガス主張が以下であることを示す証拠は認められなかった。
 - 「著しく正確性を欠き、対象範囲内の活動からの温室効果ガス排出量データを適切に示していない。」
 - 「コクヨが定めた温室効果ガス排出量算定方法に従って作成されていない。」

検証された温室効果ガス排出量						
Scope1	Scope2 (ネットワーク基準)	Scope3	検証されたScope3 排出量の内訳は以下の通り。			
tCO ₂ e	tCO ₂ e	tCO ₂ e	カテゴリ	tCO ₂ e	カテゴリ	tCO ₂ e
8,781	35,123	351,723	1	264,712	5	3,065
			2	9,814	6	867
			3	3,879	7	2,813
			4	24,442	11	5,874

【補注】: 各年平均値のみの開示
ビューローベリタスは、独立した第三者機関が180日間の期間を持って、品質・標準・安全・社会・環境管理にわたる包括的な専門サービスを提供する。ビューローベリタスは、当社が提供した情報に基づいて、コクヨからのデータを開示しています。ビューローベリタスは、日本企業活動におけるネットワークの高い信頼性を維持するため、厳格な審査を施しています。検証チームは、信頼・社会・環境管理にわたる包括的な情報システムに対する検証を通じて信頼性を向上させています。

環境効果ガス排出量検証報告書

コクヨ株式会社 御中

2016年4月16日

ビューローベリタスジャパン株式会社
シナプス認定事業本部

2016年4月16日

ビューローベリタスジャパン株式会社(以下、ビューローベリタス)は、コクヨグループCSR報告書2016において作成されたコクヨグループ31社の環境負荷データのうち、コクヨから提供されたものに対して第三者検証を実施した。検証の目的は、環境関連データの正確性及び信頼性を確認し、客観的に基づく検証意見を表明することである。

2. 検証結果

1) 2016年度の事業活動に伴う環境効果ガス排出量
実施した検証活動及びプロセスにおいて、以下の点を示す証拠は認められなかった。
・コクヨグループ及びグループ会社30社の事業活動に伴う温室効果ガス排出量
・Scope3 温室効果ガス排出量
・GRI (Greenhouse Gas Protocol) Accounting and Reporting Standard に基づいて算定された Scope3 排出量のうち、カテゴリ 1-5、11、12、13 の排出量。但し、各カテゴリにおける算定範囲はスクールの決定に基づく。

2) 検証方法
ビューローベリタスは、ISO 14064:2006(Greenhouse gases – Part 1: Specification with guidance for the validation and verification of greenhouse gas assertions)の要求事項に従って検証を行った。
ビューローベリタスは、限定的検証の一環として以下の活動を行った。
・温室効果ガス排出量を確認し、算定する責任ある範囲の信頼性へのレビュー
・コクヨの温室効果ガス排出量を決定するために用いられた情報に対する、情報システムと収集・集計・分析方法の確認
・温室効果ガス排出量の正確性を確認するための元データのサンプル監査

3. 結論
実施した検証活動及びプロセスによれば、温室効果ガス主張が以下であることを示す証拠は認められなかった。
・「著しく正確性を欠き、対象範囲内の活動からの温室効果ガス排出量データを適切に示していない。」
・「コクヨが定めた温室効果ガス排出量算定方法に従って作成されていない。」

検証された温室効果ガス排出量						
Scope1	Scope2 (ネットワーク基準)	Scope3	検証されたScope3 排出量の内訳は以下の通り。			
tCO ₂ e	tCO ₂ e	tCO ₂ e	カテゴリ	tCO ₂ e	カテゴリ	tCO ₂ e
8,781	35,123	351,723	1	264,712	5	3,065
			2	9,814	6	867
			3	3,879	7	2,813
			4	24,442	11	5,874

【補注】: 各年平均値のみの開示
ビューローベリタスは、独立した第三者機関が180日間の期間を持って、品質・標準・安全・社会・環境管理にわたる包括的な専門サービスを提供する。ビューローベリタスは、当社が提供した情報に基づいて、コクヨからのデータを開示しています。ビューローベリタスは、日本企業活動におけるネットワークの高い信頼性を維持するため、厳格な審査を施しています。検証チームは、信頼・社会・環境管理にわたる包括的な情報システムに対する検証を通じて信頼性を向上させています。



芝山工場



三重工場/排水処理施設



三重工場

■ CSRマネジメント

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"> • トップメッセージ • CSRの基本的な考え方 • コクヨCSR憲章 • コクヨグループ行動基準 • 創業記念月の取り組み • 労働安全衛生の取り組み • お客様との対話 • 株主への責任 • 社外からの表彰・受賞 • 「CSR報告書2015」アンケート結果 • データ集 ガバナンス
人権	課題1: デューデリジエンス 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"> • トップメッセージ • CSRの基本的な考え方 • コクヨCSR憲章 • コクヨグループ行動基準 • 人財育成プログラム • ダイバーシティの基本的な考え方 • 多様な人財の活躍支援 • 調達基本方針 • 中国での取り組み • インドでの取り組み • ベトナムでの取り組み • データ集 社会
労働慣行	課題1: 雇用及び雇用関係 課題2: 労働条件及び社会的保護 課題3: 社会対話 課題4: 労働における安全衛生 課題5: 職場における人財育成及び訓練	<ul style="list-style-type: none"> • コクヨグループ行動基準 • 人財育成プログラム • 人事制度 • ダイバーシティの基本的な考え方 • ワークライフバランスの実現 • 多様な人財の活躍支援 • 労働安全衛生の取り組み • 健康管理・メンタルヘルス • 社員とのコミュニケーション • データ集 社会
環境	課題1: 汚染の予防 課題2: 持続可能な資源の利用 課題3: 気候変動の緩和及び気候変動への適応 課題4: 環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復	<ul style="list-style-type: none"> • コクヨCSR憲章 • コクヨグループ行動基準 • 調達基本方針 • インドでの取り組み • 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 • 法順守と汚染の予防 • 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・環境コミュニケーションの推進 • 第三者検証報告書 • 環境パフォーマンスデータ • 拠点別レポート • 結の森 • エコパツへの取り組み

公正な事業慣行	<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"> • CSRの基本的な考え方 • コクヨCSR憲章 • コクヨグループ行動基準 • 調達基本方針
消費者課題	<p>課題1: 公正なマーケティング、事実に即した偏りのない情報、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: 教育及び意識向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> • コクヨCSR憲章 • 文具の品質保証の考え方 • 家具の品質保証の考え方 • カウネットの考える品質保証とは • お客様への対応・サポート • お客様の声を活かす仕組み • お客様との対話 • エコバツへの取り組み • 「CSR報告書2015」アンケート結果
コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	<p>課題1: コミュニティへの参画 課題2: 教育及び文化 課題3: 雇用創出及び技能開発 課題4: 技術の開発及び技術へのアクセス 課題5: 富及び所得の創出 課題6: 健康 課題7: 社会的投資</p>	<ul style="list-style-type: none"> • コクヨCSR憲章 • コクヨグループ行動基準 • コクヨデザインアワード • キャンパスアートアワード • 東北の未来に向けて • 中国での取り組み • インドでの取り組み • ベトナムでの取り組み • 地域に根ざした貢献活動 • 生物多様性への配慮・環境コミュニケーションの推進

■ 社外からの評価

社外からの表彰・受賞

社外からの表彰・受賞一覧

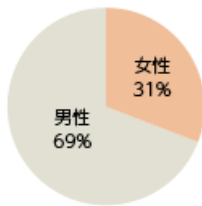
会社名	受賞名	実施団体	受賞年月
コクヨカムリン	「Asia's Most Promising Brands 2014」ステーションナリ一部門受賞	World Consulting and Research Corporation	2015年1月
国営裝飾技術(上海)有限公司	「安心安全裝飾文明建設企業」に選定	上海市長寧区政府	2015年1月
コクヨ工業滋賀	第1回「買うエコ大賞」大賞を受賞	一般社団法人 グリーン購入ネットワーク	2015年3月
コクヨ	第24回 日本文具大賞デザイン部門優秀賞受賞	リードエグジビション株式会社	2015年7月
コクヨ	第9回キッズデザイン賞を受賞	特定非営利活動法人(内閣府認証NPO)キッズデザイン協議会	2015年8月
コクヨ	2015年度グッドデザイン賞を受賞	公益財団法人 日本デザイン振興会	2015年9月
コクヨ工業滋賀	「環境人づくり企業大賞2014」奨励賞を受賞	環境省	2015年9月
コクヨ	第9回ASPICクラウドアワード2015 ユーザー部門ベストイノベーション賞を受賞	特定非営利活動法人 ASP・SaaS・クラウド コンソーシアム	2015年10月

「CSR報告書2015」アンケート結果

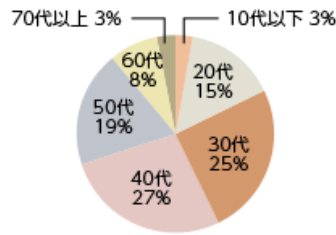
コクヨグループでは、今後の活動や報告書の改善に反映させるため、広く社内外の方々からご意見をいただくアンケートをウェブ上で実施しています。「CSR報告書2015」に対するアンケート結果をご報告いたします。ご協力いただいた皆様に厚く御礼申し上げます。

アンケートにご回答いただいた方の属性

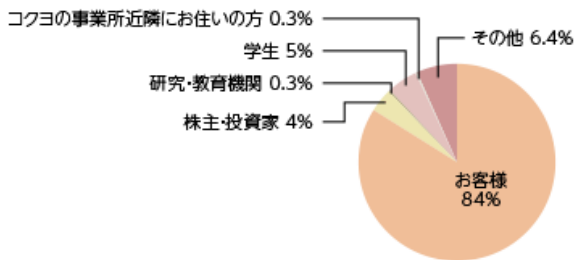
性別



年代

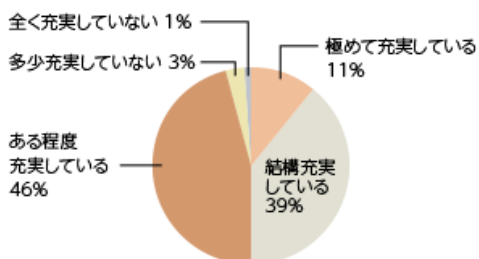


立場

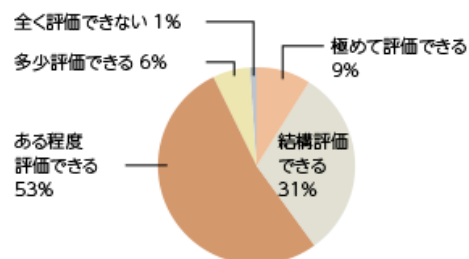


アンケート結果

内容の充実度



CSRの取り組みに対する総合評価



■ コクヨグループへのご意見やご感想

コクヨグループの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。

応援メッセージ

ご意見やご感想	筆箱のように「お客様の声をカタチ」にしているところが素晴らしい。 (男性、20代、お客様)
	顧客の声は品質改善に直接繋がる重要ポイントです。 (女性、30代、会社員)
コメント	ありがとうございます。昨年度はペンケース「ネオクリッツ」の事例を紹介させていただきました。今年は、お客様の声にお応えした商品の事例として、「タックインデックス用 はかどり保護フィルム(強粘着)」のエピソードを取り上げています。コクヨグループは、今後もお客様のお困り事を解決するために価値創造していきます。
ご意見やご感想	文具は紙使用が多いので、資源・環境を考えたサービスは素晴らしいと思います。 (女性、40代、お客様)
	間伐の大事なことが伝わって来た。もっと詳しく知りたくなった。 (男性、40代、お客様)
コメント	「コクヨー四万十・結の森プロジェクト」は、2015年に10年目を迎え、「ReEDEN(リエデン)プロジェクト」も2015年に9年目になりました。コクヨグループは、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、環境の保全活動を積極的に推進しています。

改善意見

ご意見やご感想	ウェブサイト版だと情報が見つけにくいのでPDFを解り易い場所に設置されたらよいかと。 (女性、30代、学生)
コメント	ご指摘ありがとうございます。今年のウェブサイト版レイアウトをリニューアルしました。PDFダウンロードバナー・カテゴリ別リンクなど、よりアクセスしやすいように改善しました。
ご意見やご感想	「結の森」の活動を一般に知ってもらうためのPR(このサイト以外にも)や、また一般のユーザーにも参加してもらっての活動などを更に推進してもらいたい。 (男性、40代、個人事業主)
コメント	貴重なご意見ありがとうございます。今後の「結の森」の活動の改善に活かしていきたいと思います。コクヨグループは地域活性化に向けた活動などに積極的に取り組んでおり、一般のお客様にも参加していただけるように様々な活動を開催しております。例えば、キャンパスノートのマザー工場である株式会社コクヨ工業滋賀では、2014年5月から一般のお客様向け工場見学をスタートし、2015年7月中旬より11月にかけて工場見学「1周年記念特別企画」も開催しました。

編集方針

コクヨグループは、持続可能な社会の実現に向けた取り組みと社会的責任に関する情報をわかりやすく開示し、さまざまなステークホルダーの方々とのコミュニケーションを図ることを目的として、「CSR報告書」を発行しています。ご覧いただきやすいよう、いくつかの報告ツールをご用意しています。

報告ツール

CSR・環境サイト

コクヨグループの活動全体を網羅的にお伝えしています。2014年より「立場別おすすめ記事」「キーワードで探す」「ガイドライン(ISO26000)」の機能をトップページに設けて、より情報の検索性を高めています。

<http://www.kokuyo.co.jp/csr/>



「結の森」サイト

日本最後の清流と謳われる高知県、四万十川。その流域で穏やかに葉を揺らす美しい森があります。森の名は「結の森」。コクヨはこの森を舞台として、地球環境問題に対する取り組みを進めています。

<http://www.kokuyo.co.jp/csr/yui/>

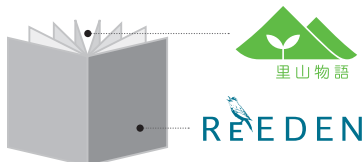


ダイジェスト版

コクヨグループの2015年の活動内容をダイジェストで紹介する冊子です。冊子よりも詳細な情報については、CSR・環境サイトにてご案内しています。



このCSR報告書はコクヨグループの障害者雇用推進を担っている特例子会社「コクヨ K ハート」が印刷・製本しています。



このCSR報告書の中間に使用している用紙の代金の一部は、生物多様性を保全する活動に寄付されています。

このCSR報告書の表紙は、琵琶湖・淀川水系のヨシを使用した環境に配慮した紙製品「ReEDEN (リエデン)」シリーズのヨシパルプ30%の用紙を使っています。

KOKUYO

発行

コクヨ株式会社
経営管理本部 広報室
〒537-8686
大阪市東成区大今里南6-1-1

お問い合わせ先

コクヨ株式会社 お客様相談室
TEL: 0120-201-594

