



コクヨグループCSR報告書
KOKUYO GROUP CSR REPORT

2009

Furniture

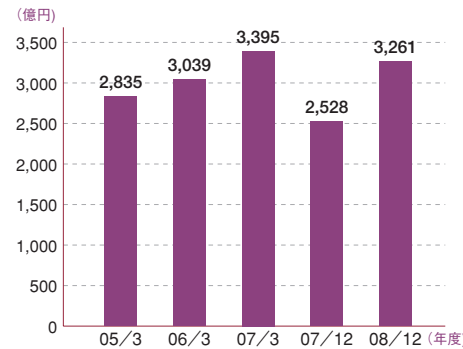
Stationery



コクヨ株式会社の概要 (2008年12月31日現在)

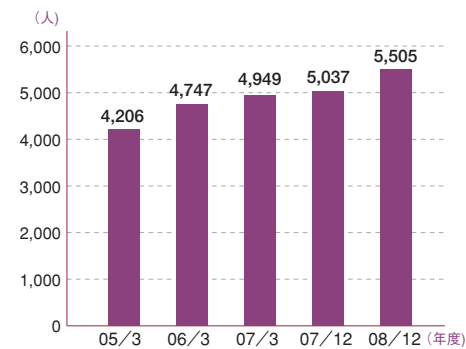
創業	1905年10月2日
資本金	158億円
本社	大阪市東成区大今里南6丁目1番1号
代表者	代表取締役社長 黒田章裕
連結グループ会社数	24社

■売上高推移(連結)

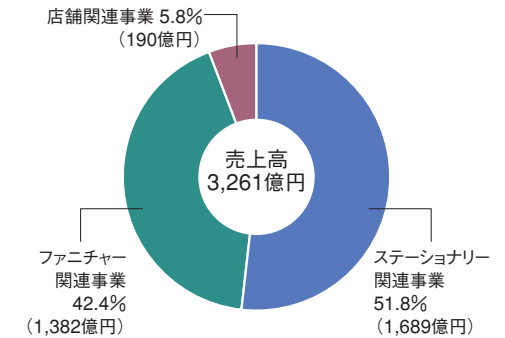


※2007年度は決算期変更に伴い9ヵ月間の変則決算

■社員数推移(連結)

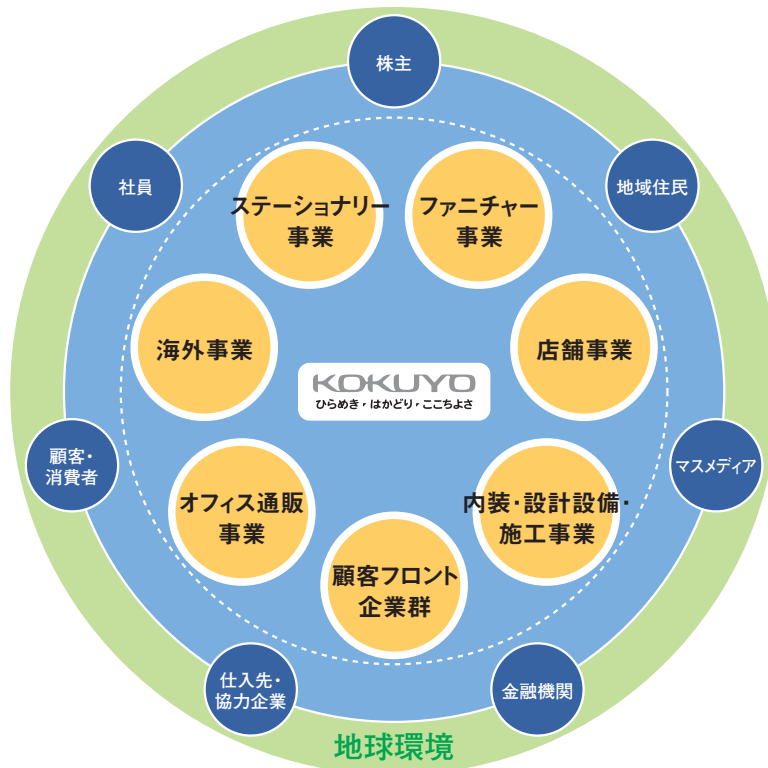


■売上高比率



コクヨグループの事業展開

コクヨグループとグループを取り巻くステークホルダー



■ステーショナリー事業(連結5社)

コクヨS&T(株)を中核とし、ファイル・ノートなどの紙製品、文房具、PC関連用品、知育商材の製造・仕入れ・販売、および、文書管理や防災などソリューションの提供を行っています。

■ファニチャー事業(連結4社)

コクヨファニチャー(株)を中核とし、オフィス家具の製造・仕入れ・販売を行っています。

■店舗事業(連結1社)

コクヨストアクリエーション(株)が店舗什器の製造・販売および、店舗デザイン、設計、施工など店舗運営に関わるソリューションを提供しています。

■オフィス通販事業(連結2社)

(株)カウネット、他1社で、オフィスや店舗で必要とされる文具・事務用品、その他生活用品の通信販売を行っています。

■内装・設計設備・施工事業(連結1社)

コクヨエンジニアリング&テクノロジー(株)が、レイアウト設計から、間仕切り・床などの内装や、電気・電話・LAN・空調・給排水など設備の設計・施工を行っています。

■海外事業(連結5社)

コクヨインターナショナル(株)を中核として、中国、東南アジア、インドに向けてコクヨグループの事業を展開しています。

■顧客フロント企業群(連結4社/非連結6社)

大都市圏の大手法人企業へオフィス家具および空間提案・ソリューション提供を行うコクヨオフィスシステム(株)と、コクヨマーケティング(株)を中心とする地域別9社のメーカー販社があります。メーカー販社は、地域に根ざした卸事業の展開やコクヨグループ他の商材を販売しています。

持続可能な社会の実現に幅広く寄与する企業を目指します。

コクヨ株式会社は、1905年、和帳の表紙を製造する「黒田表紙店」として創業しました。創業者 黒田善太郎は、面倒で厄介で誰も目を向けない、人からは「カスの商売」と言われた仕事に誠心誠意、徹底的に取り組み、やがて新しい価値を生み出し、コクヨ独自の価値へと昇華させ、世の中に役に立つ事業へと発展させました。以降、私たちコクヨグループは、この創業の精神を自らのよりどころとして事業を展開しています。

創業者が残した教えは企業理念「商品を通じて世の中の役に立つ」に凝縮され、それを実現する心構えとして明文化された「経営の信条」は、グループ社員全員に浸透しています。

創業から104年を経た現在、コクヨグループは経営ビジョンに「Always Innovating For Your Knowledge」を掲げています。社会の変化に応じて、常に自己変革を行いながら、すべての人の「Knowledge Work (知的活動)」に、「ひらめき (= 創造性)」、「はかどり (= 効率性)」、「ここちよさ (= 快適性)」という価値の提供を目指しています。

本報告書では、コクヨグループにおけるさまざまなCSRの取り組みをご紹介します。これらの取り組み一つひとつに私たちが受け継いだ企業DNAを反映させることによって、コクヨグループは皆様から信頼される企業グループであり続けます。

企業理念

商品を通じて世の中の役に立つ

経営の信条

人は無一物でこの世に生を享け
父母の恵み、恩師の導き、社会のお蔭によって
心身ともに成長し、
やがて社会に出て一つの仕事を与えられる。
それは天より授けられた天職である。
天職には貴賤の別なく、人が生ある限り
自らの全力を尽くして全うせねばならぬ。
天職を全うするには人の信を得る事が
最も大切である。
人に信を得る最善の道は、自ら誠を以て
実行する事である。
真心を以て買い、造り、そして売れば
人おのずから信用し、人に信用を受ければ
天職はおのずから全うしうる。
誠心誠意不言実行
——これが私の経営の信条である。

ブランド
メッセージ

ひらめき はかどり ここちよさ

企業
ビジョン

Always Innovating For Your Knowledge

社会の変化に応じて、
常に自己変革を行い、
自らの活動を
社会に役に立つ形に
変え続けてまいります。

「コクヨグループCSR報告書2009」の発行にあたり

私たちコクヨグループには、創業者 黒田善太郎が残した「経営の信條」が今も受け継がれています。信念として、「人の信を得ることがもっとも大切である」と言い残した創業者の意志を受けて、私たちはコンプライアンス重視の経営をグループ全社で推し進めてまいりましたが、昨年は一部のグループ会社において、4月には複数の社員による不正行為の存在が判明し、9月には自治体の備品入札の際の独占禁止法違反行為が判明しました。皆様の信用を裏切るこのような行為がグループ内で発生したことを厳粛に受け止めると共に、ご心配、ご迷惑をおかけした多くの方々に対し、この場を借りてお詫び申し上げます。

今後、二度とこのような事態を引き起こすことがないよう、再発防止に向けた具体的な対策を進めています。同時に、改めて原点を見つめなおし、再びお客様をはじめとする関係先の皆様のご期待に沿える企業グループになるために、さまざまな取り組みを開始しています。

本報告書においては、私たちがCSR活動として特に注力している2つのテーマ「地球温暖化の防止」と「環境配慮商品の推進」に関する具体的な取り組みを重点的にご報告しています。CO₂の排出抑制と社員の創造性・生産性の向上を両立させる新たなオフィスについて、また、昨年1月から3年間という期限を設けて実施している「エコバツマーク」削減の進捗など、皆様から多くのご質問やご関心を寄せていただいた取り組みについてもご報告しています。ぜひご高覧賜り、忌憚ないご意見を頂戴できれば幸甚に存じます。

今後、これらの活動に引き続き注力すると同時に、これまで以上に、全社員にコンプライアンス意識を徹底してまいります。社員一人ひとりが社会の一員としての良識ある行動を実践し、真摯な姿勢で皆様のお役に立つ事業活動にまい進していくことを、グループの代表としてお約束申し上げます。

コクヨ株式会社
代表取締役社長

黒田善太郎

KOKUYO GROUP CSR REPORT 2009

■報告の対象範囲

【対象期間】

データ項目については、2008年1月から12月までの実績を掲載しています。
活動内容については2007年以前、2009年1月から3月までの活動を含みます。

【対象組織】

原則として、ココヨ(株)と連結対象子会社の合計25社。
ただし、環境報告に関しては、ココヨ(株)と下記子会社の合計25社を対象としています。
上記以外について、掲載するデータの対象組織範囲が異なる場合は、個別に注釈をつけています。

<環境報告対象子会社>

ココヨS&T、ココヨファニチャー、ココヨオフィスシステム、カウネット、ココヨマーケティング、ココヨ中国販売、ココヨ九州販売、ココヨエンジニアリング&テクノロジー、ココヨストアクリエーション、ココヨインターナショナル、ココヨビジネスサービス、ネットココヨ、ココヨサプライロジスティクス、ココヨベトナム、ココヨ工業滋賀、ココヨMVP、ココヨIK(タイランド)、東京OSL、近畿OSL、KTL、ココヨ(マレーシア)、ココヨロジテム、ココヨファイナンス、ココヨKハート

※東京OSLと近畿OSLは、2008年7月1日にココヨサプライロジスティクスに合併されました。

※ネットココヨは2009年1月1日にカウネットに合併されました。

■参考にしたガイドライン

- ・環境省「環境報告ガイドライン～持続可能な社会を目指して～2007年版」
- ・GRI「サステナビリティレポートガイドライン」
- ・環境省「環境会計ガイドライン 2005年版」

※将来予測・計画・目標について

本報告書の記載項目には、ココヨグループの過去と現在の事実だけでなく、発行時点における将来予測・計画・目標が含まれています。これらは記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸与件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が本報告書に記載した予測・計画・目標とは異なったものになる可能性があります。ご了承くださいますようお願い申し上げます。

目次 CONTENTS

- 1 ココヨグループの概要
- 2 ココヨグループの理念
- 3 「ココヨグループCSR報告書2009」の発行にあたり
- 4 目次

5 トップ対談 「気づき」が加速する環境経営

帝人株式会社 大八木 成男社長×ココヨ株式会社 黒田 章裕

特集 1

地球温暖化防止に向けて

- 9 オフィスでの取り組み
CO₂排出量41.5%の削減と、顧客起点のモノづくり。両方の実現を目指す新しいエコオフィス
- 11 オフィスでの取り組み
高効率・高密度の仕事を後押しすることで、オフィスの環境負荷削減を目指す
- 12 物流部門の取り組み
ITを活用して配車を最適化、約51トンのCO₂を排出削減
- 13 工場での取り組み
エネルギー利用状況から“見えて”きた課題と進め方
- 15 森林の保全
環境と経済の両面で見えてきた取り組みの成果

特集 2

環境配慮商品の推進

- 17 工場での取り組み
VOC対策などの徹底で約800品番のエコパツマークを返上
- 18 開発部門の取り組み
樹脂部材20.6%削減で、テープの長さを3m長く
- 19 「エコパツマーク表示ゼロ」に向けて
～メーカー系グループ会社のトップより～
- 20 CO₂の表示
経済産業省の研究會に参加し制度づくりと試行実施に協力

CSRマネジメント

- 21 ココヨグループのCSR
- 23 コンプライアンス・リスクマネジメント
- 25 コーポレート・ガバナンス
- 26 BCP(事業継続計画)

環境報告

- 27 事業活動と環境とのかかわり
- 29 環境ビジョン/中長期環境行動計画と実績
- 31 環境管理体制と環境リスク管理
- 32 環境活動の指標評価
- 33 温暖化防止対策
- 34 省資源・リサイクル対策
- 35 有害化学物質対策
- 36 エコプロダクツの提供
- 37 **——クローズアップ——**
ヨシを使った紙製品の生産と普及活動を通じて、琵琶湖の環境保全活動が広がっている

社会性報告

- 39 お客様とともに
- 40 品質保証
- 41 社会貢献
- 42 株主への責任
- 43 人材育成
- 44 勤労厚生・労働安全
- 45 ダイバーシティ推進I
- 47 ダイバーシティ推進II
- 48 **——クローズアップ——**
「主役」の自覚と社会の役に立っている実感が個人と会社の成長を促す
- 49 コミュニケーション

資料編

- 51 サイトレポート
- 53 CSR会計
- 54 第三者審査報告書

「気づき」が加速する 環境経営

「自社の環境保全はもはや当然のこと。これからはビジネスで環境改善への貢献を模索していく必要がある」という考えで一致する帝人株式会社の大八木成男社長とコクヨ株式会社の黒田章裕。2008年の秋に全面リニューアルし、環境配慮型の実験オフィスとして運用を開始している「エコライブオフィス品川」に大八木社長をお招きし、対談を行いました。

帝人株式会社
代表取締役社長CEO
大八木 成男

コクヨ株式会社
代表取締役社長
黒田 章裕

「環境改善」から生まれる 新たな「気づき」

黒田 本日はお越しいただき、ありがとうございます。日頃から帝人さんのPLA製品^{※1}を弊社のオフィスチェアなどに活用させていただいており、大八木社長が掲げておられる「脱石油」というキーワードに大変興味を持っております。

大八木 私たちの事業の始まりは人絹（レーヨン）です。コクヨさんが「国誉」という商標をお決めになった翌年の1918年に、当時欧州にあったレーヨンを日本でもつくりたいと考えた化学者が、大商社であった鈴木商店とともに米沢で興したのが「帝国人造絹糸株式会社」で、現在の帝人の原点です。以降、合成繊維、フィルム、樹脂、医薬医療へと事業を拡大していったのですが、その核になったのは化学の技術でした。

地球環境への意識が芽生えたのは、企業としては割と早かったと思います。1992年には独自の「地球環境憲章」を制定し、会社を挙げて環境保全に取り組んできました。一昨年にはこうした活動を一步進めて、「環境」を経営の柱にしていこうと、「環境経営宣言」を發しました。宣言は3つの柱から成っていきまして、一つはCO₂削減やゼロエミッション推進などの環境保全、二つ目は環境負荷低減を製品やプロセスの設計に反映する環境配慮設計、三つ目は環境改善への貢献自体を目的とする環境ビジネスの推進です。「脱石油」は環境配慮設計や環境ビジネスを考える上で不可欠のキーワードですね。繊維を化学的にリサイクルする仕組みや、そもそも石油原料を使わない植物由来の製品などに注力しています。

※1 Polly Lactic Acidの略。トウモロコシなどの植物に含まれるデンプンを発酵して作られる乳酸を重合して製造するバイオマスポリマーのこと。

黒田 コクヨは加工メーカーですので、帝人さんのように化学技術についてお話しできることはないのですが、だからこそ、商品をつくる際には「徹底性」を追求したいと考えています。例えば、バージンの素材を使わない、製造過程でゴミを出さない、単一素材でつくる、といった他社にはないこだわりを持つ、ということです。面白いことに、環境にとことんこだわった商品をつくることで、お客様の目にとまり、お客様が我々の商品に新しい付加価値を見出してくれるということがあるんです。

最近で言えば、表紙だけでなく綴じ具まで紙製で、分別不要の保存ファイル<オール紙>をご提案したところ、金融関係のお客様から、「書類を処分するときに、金具と紙の分別にかかっていた時間と手間が不要になるだけでなく、分別作業に費やされていた社員の時間をより価値の高い仕事に回すことができ、セキュリティも確保できる」というお声をいただきました。金融機関の書類には個人情報が多く含まれるため、「分別する」という単調な作業であっても、社員が行わなければならないそうです。

大八木 環境改善をいろいろな形で事業展開していきますと、環境改善そのものに付随する価値がいろいろあるのではないかと思います。省資源やリサイクルを徹底していくと、そこには、セキュリティや安全といった、環境そのものではない新たな「気づき」が生まれるんですね。

環境への取り組みを通じて、 意識を変え、社会を変える

大八木 徹底性といえば、コクヨさんの「エコバツマーク」には本当

に驚かされました。

黒田 実は多くの方々から同様の声をいただきました。私たちとしては、3年から5年後には環境に配慮されている商品が「当たり前」であり、そうではない商品は市場から撤退を余儀なくされるだろうという仮説のもとに、今のうちに全商品で環境配慮を考えていこう、ということなのです。「環境対応商品比率が他社よりも高い会社」という世間の評価の上に^{あくら}胡坐をかいてはいけません。「素材がない」、「工場の設備がない」という理由で対応を後回しにしていると、あっという間に社会は変わるぞ、と。

つまり、エコバツマークの狙いは、環境対応商品と非環境対応商品を分けることではなく、コクヨ商品に関係するすべての人の意識改革なのです。環境に良いとされる素材が目の前に届けられるのを待つのではなく、世界に目を向けて自ら情報収集する行動力がなければ、今後企業として生き残ることは難しい。社員はもちろん、協力工場や取引先の方々にもこのことを痛感してもらい、必死になって環境対応を考える状況をつくりたかったのです。



大八木 正直に言うと、最初は驚きとともに多少の疑問を感じました。これを今後、どう進めていかれるのだろうか、と。でも、お話を伺って納得しました。オバマ米大統領の言葉を借りれば“Change”ですね。コクヨさんは社会を変えるイニシエーター（発起人）になっている。私たち素材メーカーにとっては脅威の取り組みですが、しかし、社会は変わっていくでしょうし、変わらねばならないと思います。

私たちも帝人がこれから目指すべき方向性を議論して、導き出された一つの方向性が「グリーンケミカル」です。「ゆりかごから墓場まで」という言葉がありますが、これからは「ゆりかごからゆりかごへ」、つまり、商品を廃棄するのではなく、常に循環し続けるビジネスモデルを追求することで、繊維、フィルム、樹脂など全事業群で「脱石油」の循環型ビジネスを構築したいと考えています。すでに、衣料品などの使用済みポリエステル製品を化学的に分解して石油原料にまで戻し、そこから新たな繊維に再生する「エコサークル」という循環型リサイクルシステムを展開しています。使用済みの製品を回収するというのは私たちだけでは難しいのですが、アパレルメーカーやスポーツメーカーなどと手を組んで、共に輪を広げようとしています。現在、110社を超える企業に参加いただいています。また、コクヨさんには耐熱性の高い「バイオフィロント」というバイオプラスチックをお使いいただいています。バイオ由来というのは「脱石油」そのものです。帝人では、自社素材をすべてバイオ原料とする検討も進めています。

黒田 大八木社長のお話を聞いて、改めて帝人さんの製品や事業は人間の日々の生活に深く入り込んでいるために、もはや「環境対応は当たり前」などと言うまでもなく、「グリーンケミカル」に向かう方向性が明確なのだと感じました。逆に、私たちの会社の中

には「まだ放っておいても大丈夫」という考えが残っていたんだ、と。素材メーカーのスピード感を聞いて、私たちもますますスピードをあげて頑張っていかなばと思いました。

社会を変えていく
イニシエーターの役割を
私たちが果たしていきたいと思っています。



「気づき」を 企業の成長力につなげる

黒田 先ほど、「環境が新たな『気づき』を生む」と言ってくださいました。その点は私もまったく同感です。これからの地球環境において、企業はCO₂の排出量、つまり、エネルギーの使用量を削減する一方で、成長し続ける方法も考えないといけない。それならば、今まで以上に仕事の効率や創造性を高める方法について深く考える必要がある、といった「気づき」ですね。環境のことを考えていたつもりが、いつの間にか経営の根幹に関わる問題になっているんです。実はこのオフィスも、LED照明や最新型の空調など設備の環境配慮を徹底し、一方で、人間の働き方にエコを取り入れることで、オフィスをご覧いただくお客様に新たな「気づき」を促そうとするものなのです。

工場や物流部門においては、「環境配慮の徹底＝無駄の削減＝コストの削減」です。彼らは高い意識をもって取り組んでくれますが、それはコストに直結するから継続できるという一面もあります。しかし、オフィスで働く人たちは違う。働き方を環境配慮型にしても、成績や評価に反映されないために、電気を消さない、と言ったところで活動が長続きしません。このことは、日本のオフィス全体のCO₂排出量が1990年比で40%近く増えているというデータからも見て取れます。そこで、オフィスを提供する会社として、先ほど申し上げた「気づき」を具現化するべく、創造性と効率性の向上を目指す実験的エコオフィスとしてこの場所をつくりました。

大八木 多くの企業のオフィスを訪ねていますが、ここまで思い切った環境に配慮されたオフィスは見たことがありません。それに、この

場所はコクヨさんのショーウィンドウだと理解していたのですが、そうではないんですね。

黒田 ここは、環境に配慮した働き方を実践しながら、コクヨの新たな成長力を模索するための実験場です。オフィスをつくって終わりではなく、オフィスの中で、社員の意識が変わり、働き方が変わり、仕事のプロセスが変化していく様子をお客様に見ていただきたいと考えています。

私も一定の頻度でここに来ていますが、1月のある寒い日に、屋外のガーデンオフィスで働いている社員を見かけたんです。さすがに心配になりまして、「無理することはない」と声をかけたら、「来たくて来ているのです」と言われて驚きました。聞けば、暖かいオフィスの中にいるよりも効率が上がるからだということです。

寒い屋外に出ることで、人に邪魔されることなく、一方で寒さが限界に達するまでの持ち時間を意識して集中して仕事をする。このこと自体は小さなことですが、社員が自分で気づき、仕事の効率を高める方法を自分で模索するきっかけになっているのを目の当たりにして、リニューアルをやってよかったと思いました。

大八木 トップが知らない間に人の気持ちはどんどん変化しているということですね。この流れができれば企業にとってはすごい強みになりますね。

黒田 ぜひそうしていきたいですね。今、経営者は、個々の社員に対して、自ら課題を見つけ自ら解決方法を探すという姿を期待し、組織を変えたり、評価制度を変えたり、いろいろなことをしています。オフィス空間を変えるということには、そういった戦略的な仕掛け

と同等の価値があるということ、そして、その際には「環境」というキーワードが良いツールになることを、この場所にくるといつも実感します。

エコと人の意識、
両方を高めていきたい。
オフィスは経営戦略を
発現する場として有効です。



変えてはならないものと 変え続けるべきものがある

大八木 コクヨさんの「経営の信條」を拝見しました。元来、「心の経営」という観点をお持ちの企業だと感じましたが、今日、黒田社長とお話させていただき、その印象をより強くしました。社員の心を重視しながら、一方で、こうだと決めたことは徹底してやる、そうすることで人は動くのだというお話は大変興味深いものでした。

帝人の過去の経営者の中にも、「蟬変」ということを言った人がいました。あらゆる産業群には必ずライフサイクルというものがありますが、順調な時には誰も現状を変えようと思わなくなるのだそうです。それでも蟬が殻を破って生まれ変わりがごとく、私たちも生まれ変わり、違う場所を目指さないといけない、と。企業のDNAはそのまま持っていっていいと思うのです。私たちの場合はサイエンス、あるいはイノベーションというのがDNAですが、それ以外は変えていく。積極的にドライブをかけていきたいと思います。

黒田 まさにおっしゃるとおりですね。コクヨの場合は、会社の歴史は長いですが、「独創環境企業」という目標に対しての取り組みはまだ緒についたばかりです。ようやく一歩だけ前に進んだかな、と思っています。今後、環境をベースに、お客様にお届けする価値をいかに高めていけるかが何よりも重要です。

ぜひ、これからもご指導いただければと存じます。本日はありがとうございました。



CO₂排出量41.5%の削減と、顧客起点のモノづくり。両方の実現を目指す新しいエコオフィス

2008年11月、コクヨ品川オフィス内に完成した新しいオフィスのコンセプトは、「エコを活力として企業の成長をサポートするオフィス」。地球温暖化時代の新たなオフィスビルのあり方を考える「実験」が始まっている。

(左から)
コクヨ株式会社
RDIセンター長
植田 隆

コクヨファニチャー株式会社
設計推進部長
星野 和伸

コクヨファニチャー株式会社
マーケティング部長
寺本 雅子

エコ+クリエイティブ=意識改革

東京都港区。品川駅港南口を出ると左手方向に「KOKUYO」のロゴを表したビルが見えてくる。コクヨグループの東京における本拠地、コクヨ品川オフィスである。2008年11月、コクヨは11階の本館オフィスに併設される5階建てのショールーム棟の最上階に、「エコライブオフィス品川」をオープン、多くのお客様に公開している。

オフィス家具のメーカー機能を持つコクヨファニチャーを中心に、大手法人営業を行うコクヨオフィスシステム、そしてコクヨグループの研究開発を担うRDIセンターの3部門が入居するこのオフィスの最大の目的は、CO₂排出量削減と本業であるモノづくりの質・スピードの向上、この両方のプロセスを通じて環境配慮不可欠といわれる時代の仕事のあり方を考え、意識と働き方を変革していくことにある。

「独創環境企業」のフラッグシップオフィス

「今後、環境に配慮しないビジネスはビジネスとして成立しない」。昨年からコクヨグループ全社が掲げる共通のスローガン「独創環境企業」を貫く前提の考え方である。「独創環境企業」という言葉には、自社の環境配慮を粛々と行うだけでなく、お客様に対して提供する商品やサービスさらにはビジネスそのものを、自分たちらしいアイデアと工夫でいち早く環境に配慮された形に変えていく、という意思を込めている。

エコバツマークの表示を通じて「3年間ですべての自社ブランド商品を環境配慮型にする」ことを目指して動き始めた2007年に次いで、2008年は、オフィス空間についても徹底した環境配慮に挑戦する取り組みが各地でスタートした。中でも、自社ビルであり、建築設備面で制約の少ない品川オフィスは、アイデアをとことんまで突き詰めることのできる最大の「実験地」としての役割を負っている。

➔ 関連情報P19、P36(エコバツマーク)

プラス思考でエコを考える

「エネルギーを減らす、ゴミを減らす、といったマイナス思考ではなく、プラス思考でエコを考えることで、コクヨらしいエコオフィスが見えてくるのではないかと思った」と言うのは、エコライブオフィス品川の計画に当初から携わったRDIセンター長の植田。全国的に、生産部門のCO₂排出量が減少傾向にあるのに対し、オフィス部門のCO₂排出量は1990年比で40%近くも増えている。多くの企業が自社オフィスにおいて、電気を消す、夏は空調の設定温度を高めにする、といった「減らすエコ」の取り組みを強化しているにもかかわらず、CO₂排出量が増えているという事実も、「プラス思考のエコ」という発想を後押しした。

植田らプロジェクトメンバーが出した答えは、オフィスの本来の役割である知的生産性の向上にエコの実践を組み合わせることで、新たな「エコオフィス」の可能性を見出そうとするものだった。

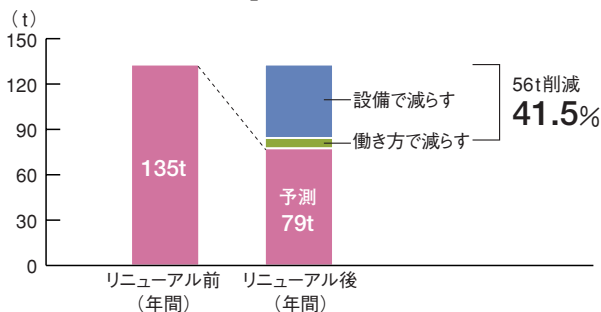
フロア全体に人感センサーの付いた空調設備やLED照明を配する大規模な工事を行い、自然換気の仕組みを取り入れるなど、設備面の工夫に徹底して取り組む一方、オフィスの中で働く社員たちは、クリエイティブな仕事に必要とされる「感じる」、「アイデアを出す」、「形にする」、「発信する」という4つのフェーズと、四季の変化を組み合わせたワークスタイル「適業適季」を実践する。ありのままの自然環境を受け入れながら、働き方を工夫することで、CO₂排出量の削減と生産性・創造性の向上を両立できるという仮説のもとに、個人と組織の働き方の変革に挑んでいる。

たとえば、エコライブオフィス品川に勤務する社員には、「年に90日はガーデンオフィスで働く」という共通の目標がある。春と秋だけではなく夏も冬も、自ら積極的に屋外にでて、自然を感じながら仕事を習慣づけることが、意識の改革にもなり、創造性を高めることにもつながっていく。これも「適業適季」の一環だ。

プロセスを「見える化」することで効率化につなげる

今年2月中旬、オフィス内のワークラボエリアでは、来秋発売する新製品のアイデアコンテストが行われた。従来、コクヨファニチャーの開発部門の中でのみ行われていた初期企画段階のアイデアを、エコライブオフィス品川を使ってより多くの人に「見える化」することを意図している。「役割の明確化が進んだことでそれぞれの専門性が高まる一方、互いの仕事を見えにくくする弊害も出ていた。新しいオフィスを舞台にしてプロセスの見える化を進めることによって、良いアイデアはより洗練されるし、顧客の声をより多く反映できる。何より全員がスタートを理解している点で絶対的な効率化になる」と設計推進部長の星野は言う。一つの商品が、どういうお客様のために、何を意図してつくられたものであるか、開発から生産、販売促進、営業へと工程を進むたびに説明するのではなく、初期段階から全員にオープンにして意見を募ることで、理解度や納得感も変わってくる。

■「エコライブオフィス品川」のCO₂削減目標



<56t内訳>

設備で減らす

自然換気	5t
照明省エネ(LED)	30t
空調搬送省エネ	14t
屋上緑化	1t

働き方で減らす

- ・年90日はガーデンオフィスで働く
- ・タイムマネジメント・出張削減
- ・出退勤時はエレベーターではなく階段を使う など

6t

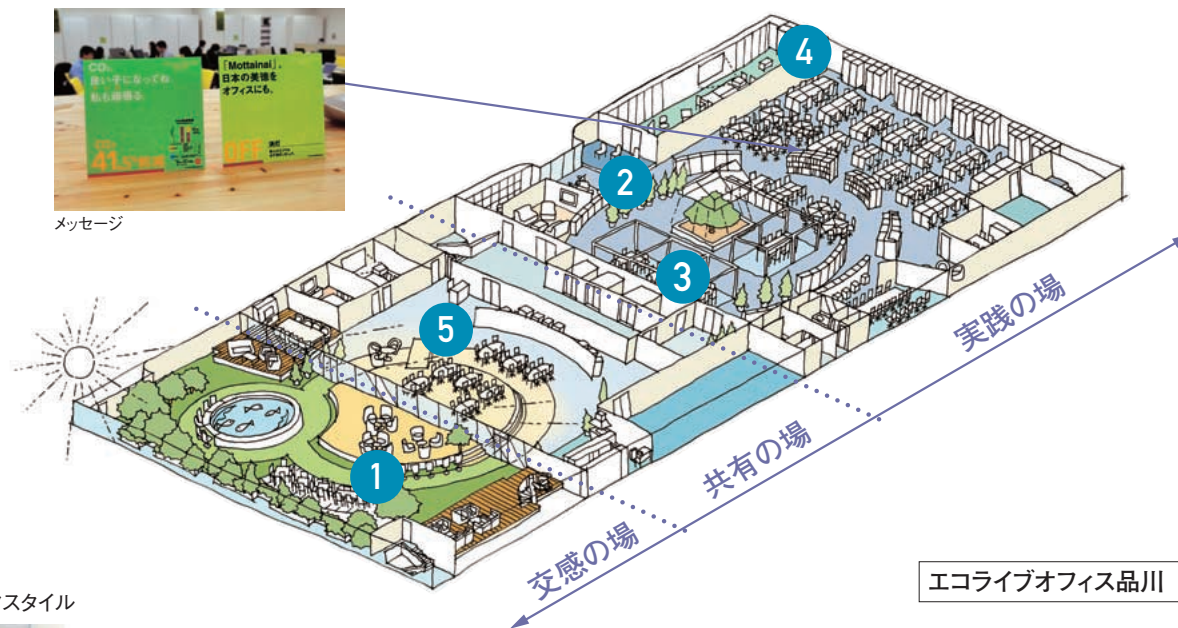
自分で考えるからこそ長続きする

モノづくりという本業の質とスピードを高める取り組みの傍ら、「エコライブオフィス品川」のあちこちには見る人を思わず立ち止まらせるメッセージが掲示されている。たとえば、「健康のためにエレベーターの乗りすぎに注意しましょう」、「今日は帰る。それも立派な仕事です」。マーケティング部長の寺本いわく、「『〇〇を下さい』と言

わない。人に言われてやるのと、社員が自分で気づいて自分で考えて行動するのでは持続性に大きな違いが出ると思います。ちょっとした言い方の違いですが、このメッセージはお客様からも大変好評です」。2009年度、「エコライブオフィス品川」では、CO₂削減目標として定めた年間56トン(リニューアル以前比41.5%の削減)をクリアするための地道な取り組みを続けながら、働き方変革の効果を、本業であるモノづくりに反映していく取り組みを続ける。



メッセージ



■適業適季のワークスタイル



1 ガーデンオフィス

2 ライブラリーコート



3 プロジェクトスペース



4 ワークラボ



5 スタジオ



感じとる

アイデアを出す

形にする

発信する

エコライブオフィス品川



高効率・高密度の仕事を後押しすることで、オフィスの環境負荷削減を目指す

テナントオフィスという制約の中で、環境に対して何ができるか。多くの法人企業のお客様が同じ課題を抱える中で、自ら考え、試し、検証するというプロセスを通じて、具体的な対応策を見出し始めている。

コクヨオフィスシステム株式会社
(左から)

CRM本部法人第6部 ソリューション開発室 企画部
三橋 正司 中山 裕美 鳥井 一志

オフィスのエコを急げ!

1968年に建設された霞が関ビルディング。日本初の超高層ビルとして知られるこのビルの18階に、環境配慮を標榜するオフィスがある。大手法人企業向けにオフィス家具・空間ソリューションを提案しているコクヨオフィスシステム本社だ。

「オフィスのCO₂削減は、多くのお客様が必要を感じながらも具体的な対策を始めている企業はまだ少ない」と言うのは、CRM本部法人第6部の三橋。提案の切り口として「エコ」の有効性を感じていた三橋は、2008年春、自社オフィス、および働き方を通じて「環境に良いこと」を探し、試し、検証する「エコ通プロジェクト」の公募に名乗りを上げた。オフィスのエコを自ら追求することが、お客様への提案の幅を広げると考えたからだ。

「エコ通プロジェクト」には、三橋のほかに、営業、設計、内務、企画など総勢8名が集まり、活動がスタートした。

「自分の持ち時間」を意識して仕事をする

最初の大きな仕事は、自社オフィスを環境配慮型オフィスにリニューアルすること。2008年7月にオープンした新しいオフィス「レゾナンスフィールド2.0」は、「テナントでは大幅な設備改修ができないため、環境対策は難しい」という定説を覆す、ユニークな仕掛けを満載した空間になった。

設備面で目を引くのは、LED照明を組み込んだ新開発のデスク。日中をオフィス内で過ごす社員の席で、蛍光灯よりも省電力のLED照明を使うことで電力使用量削減を狙う。また、会議室や応接室には、古材を使ったテーブル、竹で作ったイス、ダンボールの応接セットなど、エコを強くアピールするアイテムを活用。お客様への訴求だけでなく、社員の環境意識向上にもつながっている。

また、継続的なCO₂削減を実現するためには空間・設備だけでなく、社員の環境への意識をリニューアルすることも重要だった。日中は外

まわりに出ている社員が大半のこのオフィスは自席を決めない「フリーアドレス制」だが、好きな席に座ることはできない。オフィスの入り口に設けた座席割当システムで、今から行う業務と必要時間を登録すると、システムが席を割り当てる。「自分の持ち時間」を意識して、「この仕事は1時間で終わる」といった目標設定をすることで、生産性はアップし、残業が減り、照明等の使用時間が減り、CO₂排出量も減るというシナリオだ。リニューアル後8カ月で、「レゾナンスフィールド2.0」を訪れた見学者は4,700人を超えた。

「高効率・高密度の執務」を後押しする提案

社員の意識の変化は残業時間にも表れている。2008年11月の月平均残業時間はリニューアル前より30%以上減った。「要因はいろいろありますが、タイムマネジメントの徹底と、19時になったら照明を消すなどの地道な活動の効果が表れていると思っています」(三橋)。

企画部の鳥井は言う。「企業の成長には、限られた時間内に結果を出すための創造性と生産性の向上が必須です。一方でCO₂排出量は減らしていかなければならない。高効率・高密度に仕事をする仕組みをつくり実践することで、この二つを両立できると考えています」。

現在、霞が関オフィスで実践している「高効率・高密度の執務」を後押しする仕組み・仕掛けは「40のプロポーザル」としてお客様にも提案している。エコ通プロジェクトでは、今後、さらに新たなサービスメニューを考えながら、すでにあるメニューと組み合わせ、より多くのお客様にオフィスのCO₂削減の輪を広げる活動を推進していく予定だ。



LED照明を組み込んだデスク



座席割当システム「ダーツ」。夜間は残業する社員を一カ所に固めることで不要な照明を消す効果も。



ITを活用して 配車を最適化、 約51トンのCO₂を 排出削減

オフィス家具の配送を担うココヨロジテムでは、輸配送の効率向上が環境負荷軽減の大きな決め手となる。中部地方からの物流の拠点となる三重配送センターでは、ITの活用によりこの課題の解決に果敢に挑戦している。

株式会社ココヨロジテム
業務本部 集中配車室長
武田 貴之



配車の工夫で荷台の空間を有効活用

積載効率を考慮した配車が実現

オフィス家具などの物流を担うココヨロジテム。同社では、中部地方にある4つの大型倉庫から、全国24カ所の地区倉庫へのトラック物流の一部について、より効率的な輸配送を実現するための集中配車室を2008年に開設した。日々変動する市場からの要求に的確に対応しつつ、輸配送に伴う環境負荷とコストを抑えるのが、最大の目的である。

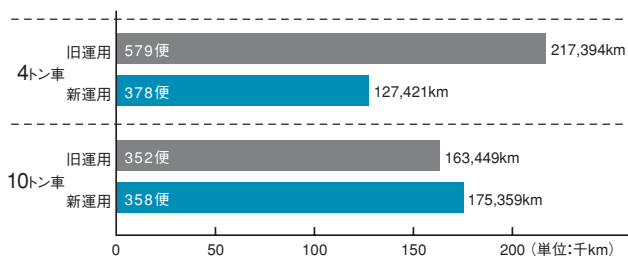
「効率の良い輸送とは、適切な大きさのトラックの荷台をムダなく活かして、少ない便数と走行距離で運ぶことです」と、室長の武田。しかし荷物の量や大きさ、荷姿は千差万別だ。口で言うほど容易ではない。

1台のトラックがA倉庫→B倉庫→C倉庫と回ってから仕向け先に向かう「積み合わせ」、A倉庫にある商品を事前に別便でB倉庫に移して、それをC倉庫発B倉庫経由の便に積み替えて仕向け先へ送り出す「横もち」。こうしたテクニックを駆使しながら、効率の向上に努めている。

ベテランのコツをITに反映

集中配車室の業務を支えているのが、10月から導入されている独自の自動配車システムだ。第一線で培ってきたノウハウが盛り込まれている。例えば、重い荷物は運転席寄りに積む方が安定性が高い。そこで、まず重い荷を集荷に回るのが良い。また、同じ荷物であっても、積み方によって積載可能な量は異なってくる。

■車種別の延べ走行距離（2008年10月～12月計）



「IT化にはなじみにくいこうした点をいかに盛り込むかが、“使えるシステム”にする上での最大のポイントでした」と、武田は振り返る。

現在は4倉庫から出荷する配送便の約30%をこのシステムで配車しているが、2009年度中には対象を5倉庫に増やし、100%まで高めたいと考えている。

4トン車から10トン車へシフト

本稼働開始から3カ月が経過した時点で、武田は便数から、延べ走行距離を車種別に集計した。それが下のグラフである。これを見ると、4トン車の便数が旧運用^{*1}に比べて201便の削減となっている。10トン車は6便の増加になったが、全体としては4トンの便から効率の良い10トン車にシフトすることで延べ走行距離は7万8,063km減り、CO₂排出量に換算すると51.5トン^{*2}削減できたことになる。

環境面以外でも、配車計画の大幅な時間短縮も実現できた。運送会社への発注依頼や出荷元倉庫への出荷指示の効率向上やミスの抑制といったメリットも出ている。

「わずか3カ月間の実績ですが、おむね想定通りの結果が出ました。今後、対象を広げていけばさらに大きな成果に結びつくと、期待しています」。

*1 実際の物量をもとに、旧運用に置き換えた仮配車を引算出。

*2 燃費法にて計算。燃費値は「貨物輸送事業者に行わせる貨物の輸送に係るエネルギーの使用量の算定の方法」による。

4トン車(最大積載量2,000kg以上4,000kg未満)の燃費:3.79km/L

10トン車(最大積載量8,000kg以上10,000kg未満)の燃費:2.89km/L

軽油の排出係数:2.624

	4トン車	10トン車
延べ走行距離の差	△89,973km	+11,910km
軽油換算	△23,740L	+4,121L
CO ₂ 換算	△62.3トン	+10.8トン

注) 集中配車室の管轄する輸送系統には、他に札幌向けの鉄道輸送がありますが、これはトラック便と異なり燃費法によるCO₂計算ができないため、ここでは除外しました。なお、集中配車室の稼働によって鉄道輸送の延べ輸送距離についても、5トンコンテナ換算で旧運用での90便(129,958km)から新運用では68便(98,696km)に減少しており、CO₂排出量の削減に寄与しています。



エネルギー利用状況から “見えて”きた 課題と進め方

新たな生産ラインの稼働によるCO₂排出の増加をどう抑えるか。これが、2008年度に芝山工場に課せられた大きな課題の一つである。エネルギー転換などの取り組みと並行して、「見える化」システムの活用による地道な活動がスタートした。

コクヨファニチャー株式会社
芝山工場
(左から)
製作第二グループ 難波 幹祥
製作第一グループ 佐藤 誠

新生産ラインによる増加を、ほかで抑制

コクヨファニチャーの芝山工場では、2007年11月から収納家具<EDIA>製造ラインの稼働を開始した。これによって同工場は、新製造ライン稼働によるCO₂の増加を、ほかの対策などによって可能な限り削減する責務を負ったことになる。

CO₂の発生を抑制するために、同工場では2008年5月にLPGから都市ガスへの燃料転換を行うことにしていた。都市ガスは、熱量当たりのCO₂排出量がLPGに比べて14%少なく、工場全体では約400トン削減できる見込みである。しかし、この削減分を見込んでも新ラインの増加分すべては吸収できず、2月時点では2007年度の3,258トンから、4,400トンに増えると試算されていた。

「見える化」導入工場のモデルに

そのころ肝心の新ラインでは、生産効率の低迷にあえいでいた。「種類の異なる商品を必要な量だけ生産する」を設計思想とするこのラインでは、作業者に高い習熟度が要求される。これが裏目に出てしまい、所定の時間内で商品が完成できない。稼働時間は予

定よりも伸びてしまい、春になっても稼働時間は短縮できずにいた。

そうした折、電力などの利用状況を“見える化”するシステム導入の話が飛び込んできた。品川オフィスと並び、工場の導入モデルとして芝山工場に白羽の矢が立ったのである。

「『見える化』によって、休日など操業時間外のエネルギーロスや、操業時間内のエネルギー利用のロスが把握できるのではと、期待がふくらみました」と、品質管理・環境グループの平岡豊は当時を振り返る。

芝山工場の「見える化」システムは、工場内の計80カ所に設けた計測ポイントでの、電力やガスの利用状況を1時間ごとに集計して、用途別にグラフ化するもの。8月に稼働を開始し、10月からは11の生産工程とオフィスに区分して、データの取得と分析を開始した。

従来の対策の盲点が浮き彫りに

データは日々の利用状況のグラフのほかに、芝山工場独自で一週間ごとに取りまとめて、各工程で排出したCO₂の総量と、生産量当たりの原単位を算出されるようにした。これらの分析から、次のような課題が浮き彫りになってきた。

1. 終業時の照明や空調など、スイッチの切り忘れが意外に多い。



配電盤とガスメーターにつけた「見える化」のシステムのセンサー



エネルギーの利用状況が、リアルタイムに把握できる。

2. 操業開始時刻に対して、各設備の運転開始時刻が早すぎる傾向がある。

3. 対策を施したはずの圧縮空気の配管に、依然としてエア漏れが見られる。

「それなりに温暖化対策はしてきたつもりでしたが、どの結果も、予想以上、あるいは予想外の事実を突きつけるものでした」（平岡）
10月以降の測定結果をもとに、各工程を管理するグループリーダーは直ちに現場の状況を確認して、対策を立てた。製作部門のリーダーとして最前線に立つ難波と佐藤は「できるだけ具体的な対策を講じて、周知に当たっては分かりやすい表現を心がけました」と話す。また、全工程分のエネルギー利用やCO₂発生状況などは「エネルギー効率実績表」にまとめ、工場の誰もがいつでも見られるように掲示板に掲出している。

また、以前から推進していた「コストの見える化運動」にCO₂の指標を取り入れて、「〇〇の照明の電力は、1時間で〇〇円」などと電気代の目安を掲示。行動への着手と意識の定着を図っている。さらに、構内の夜間照明の削減や蛍光灯の間引きなど、地道な対策も難波や佐藤たちによって推し進められた。



グループごとの対策をミーティングで共有する。



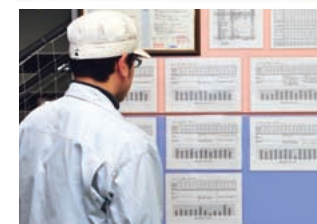
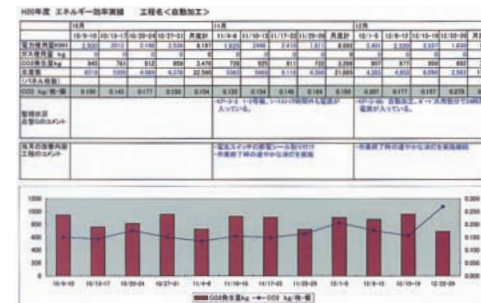
蛍光灯の間引き(写真左)や、蛍光灯の区画の細分化(写真右)により、オフィスの電力使用抑制を図る。

新しい対策の方向が見えた

こうした努力を進めたものの、結果的に2008年のCO₂排出量は、当初の見込みこそ下回ったが前年より1,054トン多い4,312トンとなった。<EDIA>製造ラインの開設による増加とともに、生産量が減少したことによる全体の生産効率の悪化が響いたものと考えられる。

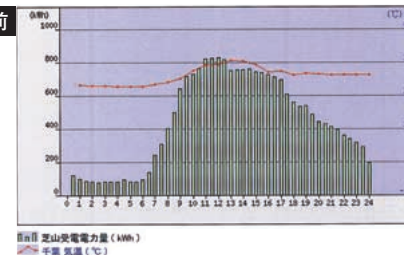
「CO₂の削減が思うように進まなかったのは残念ですが、都市ガスへの切り替えのほかに生産設備の計画停止などの手立てを打ったことにより、下期だけで約57トン削減できたと試算しています。さらに『見える化』によって、これまでの対策の不徹底な点や、今後どう進めればよいか“見えて”きたし、何よりも社員に環境意識が芽生えてきたことが大きな効果です」と平岡。年間2,000件を超えるという改善提案のなかに、環境視点のものが出てくるのも間近だろうと語る。

2009年度、芝山工場では首都圏に近い“地の利”を生かすために、さらなる生産設備の増強が計画されている。社員の意識改革を成し遂げた新生・芝山工場の環境活動。その真価が問われるのは、これからである。

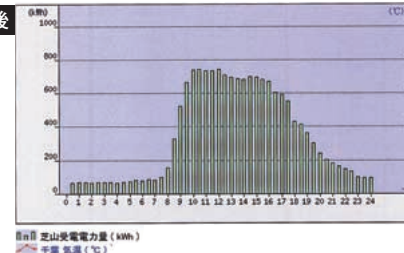


「エネルギー効率実績表」を掲示し、現状と対策を工場内で共有化。

対策前



対策後



対策前(8月28日)と比べて、対策後(11月27日)は操業時間前後の消費電力が一気に変化している。それだけムダな使用を抑えていることが分かる。



環境と経済の両面で 見えてきた取り組みの成果

「環境と経済の好循環」を目指して、間伐による森林保全と商材開発を軸に進めている「コクヨー四万十・結の森プロジェクト」。スタートから3年目を迎え、CO₂吸収量の認証を受けるなど、いくつかの成果も表れてきた。

コクヨ株式会社
CSR部
(前列左から2人目)

齊藤 申一

人工林の再生を願い、間伐を推進

わが国の森林の40%は、人の手によって植えられた人工林だ。これらの森林では林業の衰退によって間伐が十分に行われておらず、木々が密生している。そのため、一本一本の木々が十分に成長できず、経済的価値が上がらない。下草やかん木も育ちにくく、保水力の低下や生態系の不全などの問題も指摘されている。

こうした状況を背景に、高知県西部の四万十町で「コクヨー四万十・結の森プロジェクト」をスタートしたのは、2006年10月だった。これは荒廃したヒノキとスギの人工林で間伐を行い、森林再生を図ろうとするもの。CO₂の吸収や生態系の維持、河川の浄化といった森林本来の機能をよみがえらせるとともに、間伐材を利用した商品を販売することで「環境と経済の好循環」を実現するのが目的だ。以前から間伐材家具製造で取引のあった大正町森林組合をはじめ、高知県立四万十高校や地域の方々、筑波大学大学院などとの協業でプロジェクトを進め、2008年度には対象面積は1,074haに、累積間伐面積は228haに拡大した。

758トンの森林吸収を県が認定

2008年7月、前年度の間伐実績に基づいて「結の森」は758トン^{*1}の森林吸収量を認証され、高知県庁で「CO₂吸収証書」を交付された。この証書は、2007年に協定を結んだ「環境先進企業との協働の森づくり事業」の取り決めによるもの。IPCC^{**2}のガイドラインに則って県が吸収量を算定し、気候変動や森林などの第三者の専門家による専門委員会が認証する。

「森林管理の成果としての吸収量が、公式の証書によって『見える化』できたことには大きな意義があります。今後グループ内での活用も検討していきたい」と「結の森」の運営を統括するCSR部の齊藤は語る。

「結の森」は、適切な森林管理が行なわれていることを示すFSC認証を取得しているが、その施策指針で実施が定められた生態系モニタリングの結果からも森林再生のきざしがうかがえた。間伐によって森林内に日光が差すようになり、2008年9月の植生調査で、植物種が前年の52種から65種へと増えていたのだ。3年目を迎えた「結の森」に、少しずつではあるが変化が見えてきた。

大正町森林組合、四万十高校、筑波大学の協力のもと、コクヨグループの社員も参加した植生調査で、植物種の増加が認められた。

原材料の供給基地や、研修の場としても活用

一方「結の森」で間伐されたヒノキにも、新しい“命”が吹き込まれる。地元の工場でお用品や家具に加工され、「結の森」ブランド商品としてコクヨグループのオフィス通販会社「カウネット」を通じて販売されるのだ。このようにして間伐材に経済価値を創造することが地元の活力の源泉となり、「結の森」プロジェクト全体を回す推進力となる。2007年に8品番でスタートした「結の森」ブランド商品は、2008年には23品番にまで拡大している。



「結の森」の間伐材を使ったカウネットの「スツール」と「机上収納」。

2008年12月には、品川オフィスの役員フロアをヒノキの香りも新鮮な「結の森」間伐材利用家具で一新した。プロデュースしたのは、オフィス設計・施工を行うココヨオフィスシステム。間伐材活用を拡大することで、「結の森」の新たな価値創造を図っている。

人材育成における「結の森」の活用もスタートした。一定の要



品川オフィス役員フロアは自席を決めないフリーアドレス制。ヒノキ間伐材家具が高級感とくつろぎ感を生み出す。

件をクリアした4年目の社員による「一人前」認定研修だ。町の行事である四万十川一斉清掃への参加や、栗苗木の植林、植生調査の結果報告などのプログラムを通じて、環境意識と知識の向上に努めた。

森林保全と地域交流を核としながら、温暖化抑制や商品展開、人材育成へと広がってきた「結の森」プロジェクト。今後も新たな視点を盛り込んで、価値を高めていきたい。

※1 CO₂吸収量の算定式（高知県ホームページより）
 1haあたり吸収量 (t-CO₂/年)
 = 蓄積増分 × 拡大係数 × 容積密度 × 炭素含有率 × 二酸化炭素換算係数
 蓄積増分: 1haあたりの森林の年間成長量 (m³) (「幹」のみの量)
 拡大係数: 成長量 (「幹のみ」) に枝・根の成長量を加算補正するための係数
 容積密度: 成長量 (体積) を乾燥重量に換算するための係数
 炭素含有率: 乾燥重量に占める炭素 (C) の比率
 二酸化炭素換算係数: 算出された炭素 (C) 量を二酸化炭素量 (CO₂) に換算するための係数

※2 気候変動に関する政府間パネル

ステークホルダーの声



生徒の人間力と環境意識を養う 得がたい体験教育の場です

高知県立四万十高等学校
環境教育部
小笠原 理佳先生

小笠原先生と「結の森・妖精チーム」の皆さん
 (後列左から) 芝亜里沙さん、田中葵さん、小松美穂さん、中川智美さん
 (前列左から) 大野亜唯さん、小笠原先生、宗崎千怜さん

本校は普通科に自然環境コースを設けるなど、恵まれた自然を活かした独自の環境教育に力を入れてきました。その中で「結の森」を通じたココヨさんとの活動は、生徒たちの自主組織として先輩から後輩へと受け継がれてきています。現在では、1・2年生の女子による「結の森・妖精チーム」を中心に、モニタリング調査への協力やエコツアー時の説明などの活動を行っています。これらの活動で、生徒たちは大人の方々に混じって汗と知恵を絞りながら、積極性や自主性、協調性や表現力など人間としての大切な力を習得できます。その効果は、出身中学の先生が「引っ込み思案だったあの子が、こんなに変わるなんて」と驚嘆されるほど。また「結の森」での調査を通じて環境分野に興味を持ち、より専門的に学びたいと、筑波大学や高知大学に進む生徒も出てきました。

本校にとって、「結の森」は体験を通じて学べる得がたい教育の場。今後も、さまざまな形での活用を図りたいと思っています。

2008年の主な活動

3月



「結の森」商品が「JAPAN SHOP SYSTEM AWARDS 2008」奨励賞を受賞

4月



「一人前」認定研修では、栗苗木の植樹や四万十川の清掃ボランティアを体験

・参加者コメント

これまで「エコ」という言葉を、実感のないスローガンのように使ってきましたが、今回のツアーを通じて「自分の手で絶対守らなければいけない」と、自分自身の問題として見直すことができました。これからは、この気持ちを周囲に伝えていこうしたいと思います。

7月



県庁において、高知県の十河 清副知事(左)から「CO₂吸収証書」を交付された。

9月



四万十高校や森林組合の皆さんとココヨグループのメンバーが、共同で植生調査を実施。

12月



2度目となるFSC認証の年次監査を受審。認証対象の森林面積は1,074haにまで拡大した。



VOC対策などの徹底で 約800品番の エコバツマークを返上

年度内にエコバツゼロを達成する——。自ら掲げたこの目標に向けて、コクヨファニチャーの三重工場は200を超える協力工場と協力し、有害化学物質対策の徹底をはじめとする「エコバツマーク」削減への取り組みを加速させた。

コクヨファニチャー株式会社
三重工場
(左から)

商品設計グループ 商品設計グループ 商品設計グループ
久保 充弘 金子 博行 古賀 文雄

1年間でエコバツマークゼロ達成を目指す

2007年12月にコクヨが社内外に発表した「エコバツマークゼロ宣言」。商品開発や設計などの各部署ではそれぞれに目標を策定し、新たなチャレンジをスタートした。その中に「2008年度中に、エコバツマークゼロを達成する」という先鋭的な目標を掲げた部門があった。コクヨファニチャーの中核生産拠点の一つ、三重工場である。

三重工場の目指すビジョンは「理に適ったモノ作り」。これまでにトルエンの全廃、粉体塗装の導入などの環境配慮を積み重ねてきた。その結果、同工場が出荷する約8,000^{※1}品番余りの商品の中でエコバツマークのつく商品は、当時、約800品番。しかし、それらは残るべくして残った商品ばかり。まさに「エコバツマークゼロ宣言」は“正念場”を乗り越えるための推進力となったのだ。

➔ 関連情報P36(エコバツマーク)

協力工場と足並みをそろえて

当時残っていたエコバツマークがつく商品の大半は、200社を超える協力工場で生産されていたもの。商品設計グループの金子らは、こうした商品への環境配慮について理解を得るために協力工場を回った。世に先行した環境配慮が新たな付加価値となりうることを説明し続けたのだ。おりしも、景気後退がささやかれ始めた時期でもあり「コストをかけてまで環境配慮をして、今より売れるのか」と問いただされることもあった。しかし、自社ブランドの商品にエコバツマークをあえて付けることへのコクヨグループの思いや、より高いレベルでの商品への環境配慮を求める市場の動き、そして何より三重工場自身がこれまで幾多のハードルを越えて商品の環境配慮に努めてきた姿勢が、協力工場の心を動かした。夏を迎えるころには、対象商品のリストアップを完了。より厳しくなるエコバツ基準も視野に入れて、すべての協力工場と三重工場とが足並みを揃えて進み始めた。

VOC対策と再生材料使用が決め手

協力工場の製造工程でエコバツマークを返上するうえでのポイントは2点あった。木質材料に使われるホルムアルデヒドなどのVOC(揮発性有機化合物)への対策と、再生樹脂配合比率の向上だ。金子らは、建築基準法上の規制対象とならない☆☆☆☆の接着剤や再生樹脂の使用を推奨し、それに伴う課題を解決していった。

やがて、商品設計グループの古賀と久保のもとに、協力会社から多くの試作品が届き始める。温度と湿度を自在に変化させられる環境試験機を駆使し、強度や耐久性、色の変化などがコクヨの設計基準内であることを確認するのだ。一部の部材では、接着剤や素材を変えたことによって強度が低下したのもあった。コクヨの基準内ではあったが、古賀らは設計を一部変更し、環境配慮に加えて十分な安全性を確保した。

こうした活動の結果、対象品番中、強度確保のために設計上分別ができない4品番を除いてエコバツマークを返上した。今後は、より困難なRoHS指令対策などを目標に、商品への環境配慮を推進していく。

※1 エコバツマーク表示率の算出対象外である、ローパーティション、間仕切り、店舗用什器を除いた総合カタログ掲載品番数。



2008年に対応が完了したデスクトップパネル



樹脂部材20.6%削減で、テープの長さを3m長く

仕事や生活に身近な商品だからこそ、環境配慮を徹底することで、使ってくださるお客様にメリットをもたらしたい。開発者の思いは、価格・機能・見た目をそのままに、商品の本来価値を高めるといふ成果を生み出した。

コクヨS&T株式会社
クリエイティブプロダクツ事業部
グローバルVU

甲斐 啓二

看板商品だからこそより高いハードルに挑む

直径1.5mmの点状の糊をのせたフィルムをリールに巻いて、修正テープのようにして使うテープのり<ドットライナー>。従来のテープのりはフィルム全面にのりがついていたため切れにくく、糸を引いてしまうと使いにくさがあった。<ドットライナー>はフィルムについたのりがドット状になっているため、糸引きもなく、軽い力で簡単に接着でき、手も汚れない。その使いやすさから、2005年の発売以来3年間でシリーズ累計1,000万個を売り上げるヒット商品になった。

そして2009年1月、見た目も価格も従来品と同じでありながら、環境配慮を徹底し、テープ長も3m長くした新しい<ドットライナー>が発売された。

徹底的に無駄を省くことで、より高いバリューを提供する

「普段生活する中で、たとえば節電をすると電気代が節約できて、環境にもいいですね。同じ発想で、環境にもお財布にもやさしい<ドットライナー>を作ろうと思ったんです」と言うのは、コクヨS&Tで今回のリニューアルを担当した甲斐。

甲斐は、すでに<ドットライナー>を愛用していただいているお客様に本体ケースを買いなおす負担をかけないよう、本体ケースはそのままにして、詰め替え用テープの樹脂パーツの見直しから始めた。「ニッパーと接着剤を手に、<ドットライナー>の樹脂パーツを切ったりつけたりしながら、減らすことができる部分を探りました」。

品質試験を含めて半年をかけて生まれ変わった新しい<ドットライナー>は、詰め替え用テープのリフィルアウターを使用上必要な強度を保ちながらできる限り薄くし、テープをセットするテープコアや巻き出しギアにも穴を開けるなどして軽量化。テープを繰り出すリフィルインナー部分は形状を見直した上で複数パーツを一体化し、のりがついているフィルムを薄くした。この結果、詰め替え用テープ部

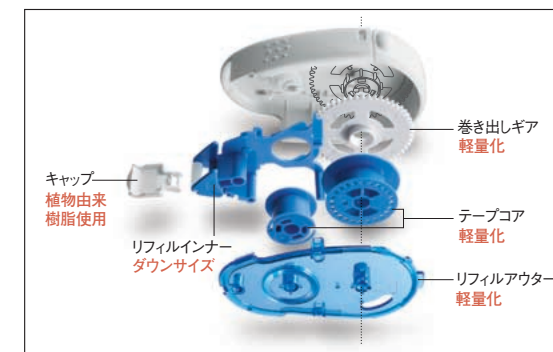
材質量は20.6%減り、さらに、先端キャップ部分には試験的に植物由来樹脂を採用して環境に配慮した。

総重量を軽くする、すなわち、使用する樹脂を削減することで材料コストを削減し、パーツを一体化して生産工程の簡略化を図ることで生産コストも圧縮。その分でテープを長くし、新たな環境配慮にも着手。より高い提供価値を実現した。

常に「今できることのすべて」を

さらに、今回のリニューアルではパッケージも変更することで、輸送効率を飛躍的に高めた。パッケージの幅を9mmスリムにするとともに、輸送時には店頭でフックに吊り下げ部分を折り返す。詰め替え用テープについては従来のプリスターパックからビニール袋詰めに変えた。これにより、本体では1.5倍、詰め替え用テープは2倍の輸送効率を実現した。

「今、考えることはすべてやれたと思います。でも、これがベストとは思っていません。素材、技術、環境配慮に対する考え方は日進月歩です。<ドットライナー>が、他にはないオンリーワンの商品であり続けるためにも、常に『今できることのすべて』を詰め込んでいきたいと思っています」。



パーツの見直しにより、強度を確保しつつ、樹脂部分の削減に成功。

「エコバツマーク 表示ゼロ」に向けて ～メーカー系グループ会社のトップより～

コクヨは2008年から、自社基準において環境配慮が十分ではない自社ブランド商品に対してエコバツマークを表示し、2010年中にゼロにする取り組みを進めています。この活動の中核となるのが、ステーションリー商品を生産するコクヨS&Tと、ファニチャー商品を生産するコクヨファニチャーの2社。それぞれのトップに、エコバツゼロへの思いを聞きました。

→ エコバツマーク表示について、2008年の取り組みと今後の目標など詳細はP36に掲載しています



バリューチェーン全体のエコ化に 総力を挙げて取り組む

コクヨS&T株式会社 代表取締役社長 森川 卓也

エコバツマーク表示を始めた矢先の昨年1月、再生紙と再生樹脂に関して、実態と表示のかい離問題が発生しました。カタログにエコバツマークを表示し、環境配慮商品100%を目指すと言った企業の責任として、お客様に提供する環境情報の正確性には徹底してこだわらなければならないと考えています。その覚悟を仕入先に共有していただくためにも、100ヶ所近い製紙工場に当社の社員が出向き、工場のシステムや生産記録などから古紙の再生比率を確認する作業に多くの時間を費や

しました。

さらに、エコバツマーク表示基準をコクヨグループで共通化したことで、現在、ステーションリー全商品の3分の2にエコバツマークが表示されています。2009年は、エコ「マル」化を加速しますが、それは作業ではなく、商品を通じて社会の役に立つという使命を実現するためです。さらに今後は、商品が生み出されてから廃棄(再利用)されるまでのバリューチェーン全体のエコ化に総力を挙げて取り組んでいきたいと考えています。また、大切なのは、この仕事を通じて従来の私たちの環境に対する意識や行動のレベルを根本から変えること。バリューチェーンの一連の流れにおいて、どのような環境負荷があるかを深く考え、永続的な革新を実行することにあります。

たとえば、形状も重さも大きさも異なるステーションリー商品をお客様のご注文ごとにピッキングし、梱包するという倉庫内の作業。個別対応サービスにこだわることで、多くの梱包材を使用しています。お客様も環境感度を高めておられる中で、「サービスが過剰ではないか」「もっと少ない梱包材でできる方法はないか」といったさまざまな角度から、改めて見直しを始めました。

経営にあたる立場としては、1万品番を超える商品について、一つひとつの魅力を高める「質」の追求と、すべてを環境配慮観点で見直し、統一した基準で管理する「量」の仕事で、短期間で両立することは容易ではありません。しかし、経済がいかに劇的に変化しても、地球環境への世界の関心は変わらず、むしろ高まっています。このような中で、エコバツマークゼロというシンプルな目標をバリューチェーンに関わるすべての方々と共にいち早く取り組みを進めることは、必ずや社会へのお役に立つことになると思います。頑張っていきます。

新たなビジネスの創出を見据えて、 スピードを上げる

コクヨファニチャー株式会社 代表取締役社長 貫名 英一

2008年、ファニチャー商品全体の4分の1がエコバツマーク商品という状態で私たちはスタートしました。社員はもちろんのこと、外部の協力工場や素材メーカーとも、「3年間でエコバツマークゼロ」というゴールを共有できたことが、商品の環境配慮のスピードを一気に速めたことは間違いありません。期中に、「はこぶ時」の環境配慮の基準を加えたにもかかわらず、当初、全体の25%あったエコバツマークを、14%にまで減らすことができたのは想定以上の前進であったと思います。

今後の課題は、モノづくりの工夫で解決できない商品の環境配慮をどう考えていくかということだと思います。ファニチャー商品のエコバツマーク表示比率は現在14%ですが、このうちの12～13%は商品仕様・設計、製造工程の見直しなど、これまで私たちが積み重ねてきたモノづくりのノウハウと知識を総動員することで、環境配慮を進めることができると考えています。ところが、残る1～2%についてはモノづくりの工夫だけでは無理で、新たなビジネスモデルの創出が必要になってきます。一例を挙げれば金庫です。商品特性上、金庫を分別しやすい仕様に変えるのはナンセンスですが、リサイクルできない限り、金庫という商品群からエコバツマークを取ることができません。金庫の環境配慮を考える上では、お客様からの回収を含めて、私たちのこれまでのビジネスにはない、新たな取り組みが必要です。こういった商品がほかにもいくつかあります。

そういう意味では、2009年は2008年以上のスピード感が必要です。モノづくりの延長線上で解決できる課題については、できうる限りすべて、今年中に解決し、モノづくりの延長線上にはない新たな課題についても、法規制やその他の制約要因、パートナーなど、あらゆる情報を集めた上で実行可能性を検討し、2009年中にある程度の目処をつけておかなば、2010年中のエコバツマークゼロが難しくなります。

大変チャレンジングな取り組みであることに変わりはありませんが、独自のアイデアで、環境配慮の独創企業になる、というグループ全体が目指す姿の実現に向けて、全社員、協力工場、パートナーの皆さん、すべてが一丸となって、突き進んでいきます。





経済産業省の研究会に参加し 制度づくりと試行実施に協力

経済産業省が主導になって研究を進めている「カーボンフットプリント制度」。CO₂発生抑制を意図して政府が進める取り組みの一つだ。コクヨはいち早く研究会に参加して、制度の確立と普及に取り組んでいる。

コクヨファニチャー株式会社
設計開発部
熊谷 裕美

コクヨS&T株式会社
開発革新部
武内 計憲

キャンパスノート1冊 = 197g-CO₂

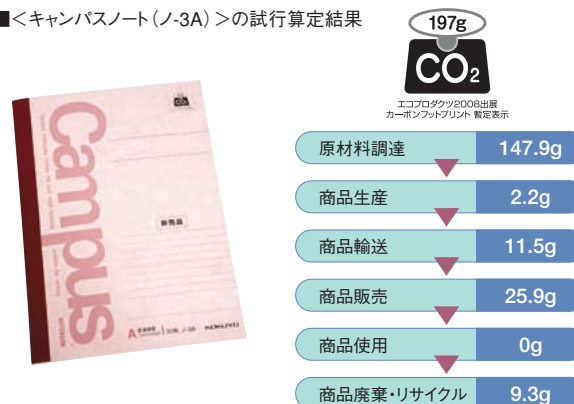
一つの商品が生まれて役目を終えるまでには、原材料の調達から使用、そして廃棄・リサイクルに至るライフサイクルの各段階で、温暖化に対する負荷が生じる。「カーボンフットプリント」とは、それらを一定の基準に従ってCO₂量に換算して、表示するものだ。企業にとっては、ライフサイクル別の環境負荷量が数値で分かることから、さらなる削減を図る上でのポイントが明らかになる。また、多くの商品に表示されるようになれば、お客様が商品を選ぶ際の基準の一つにもなりうる。

2008年、経済産業省の呼びかけに応じて約30社の企業と研究者が集まって「カーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会」がスタートした。コクヨグループからは、コクヨS&T、コクヨファニチャー、コクヨストアクリエーションの3社が参加。ノートやオフィス用デスク、店舗用陳列什器など各社の主要商品計6点について、CO₂量の試行算定を行った。算定の基準は、商品特性に応じてカテゴリー別に定められたルールに拠っている。

その結果、例えば<キャンパスノート(ノ-3A)>のライフサイクルCO₂量は197gで、そのうちの147.9gが材料の紙の調達によることなどが分かった。

これらの試行商品は、研究会の統一マークとともにCO₂量を明

■<キャンパスノート(ノ-3A)>の試行算定結果



示して、2008年12月に開催された国内最大の環境商品・サービスの展示会「エコプロダクツ2008」の会場に出展。多くのお客様にご覧いただいた。

開発者の意識にも変化の兆し

「しかし、課題は山積みです」と、武内は話す。一つは算定値の精度。研究会では素材別に1kg作るのに発生するCO₂量を決めてはいるが、実は同様のリストは世の中に何種類もあり、相互に数値は異なっているという。サプライチェーンや流通ルートに対するデータ収集範囲も、統一した見解は出ていない。

熊谷は「多くの部材から構成されるデスクなどでは、データ収集をいかに簡略化するかが、表示商品を増やしていくうえでのポイントになります」と、普及を考慮した制度設計の重要性を指摘する。

その一方で、商品開発の第一線の担当者の中に、ライフサイクルCO₂に対する意識が次第に大きくなりつつあることを、2人は感じている。

一つでも多くの商品について正確なCO₂量を把握し、削減対策に活用したい。店頭やカタログでお客様の目に留めていただき、商品を選ぶ際に活用してほしい。この願いを実現するために、コクヨの取り組みはこれからが本番だ。

■その他のカーボンフットプリント表示試行商品



上記商品のCO₂排出量の値は、経済産業省「カーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会」試行による値であり、最終確定値ではありません。

KOKUYO GROUP CSR REPORT 2009

2008年活動報告

21 CSRマネジメント

27 環境報告

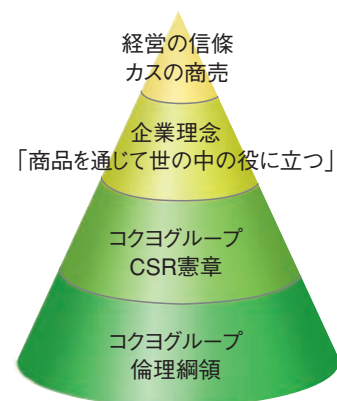
39 社会性報告

51 資料編

CSRマネジメント

コクヨグループの CSR

創業者の考えに基づき、
グループ全社に共通する
継続的な活動として
CSRを推進しています



▶ 基本的な考え方

コクヨグループでは、創業者 黒田善太郎が説いた「カスの商売」の考えと、自らの心構えを明文化した「経営の信条」、そこから導かれた「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念をコクヨグループのCSR活動の規範としています。

規範に基づき、社会における良き企業市民として、さまざまなステークホルダーとのより良い関係を構築するために、2004年、「コクヨグループCSR憲章」を制定しました。社会およびグループの継続的な発展を期するための基本方針について「お客様」「地域社会」「環境保全」「企業活動」「人権尊重」の5つのテーマに沿って明らかにしており、これに基づいた活動を行っています。また、ステークホルダーとの関係における従業員の日々の行動指針として「コクヨグループ倫理綱領」を定めています。

2008年以降は、CSR活動の重点施策として「地球温暖化の防止」と「環境配慮商品の推進」という2つのテーマを設定し、エコバツマークの表示とその撤廃に向けての取り組みを開始するなど、事業戦略とCSR活動を融合させることで、より一層の社会的な責任を果たすべく活動を強化しています。

コクヨグループCSR憲章

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

お客様

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

社会域

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

環境保全

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

企業活動

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

人権尊重

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

▶CSRマネジメント体制

内外のステークホルダーと良い関係を構築し、社会およびグループの持続的発展を追求するために、コクヨグループではグループ本社に5つの委員会(中央安全衛生委員会、ダイバーシティー推進委員会、環境委員会、リスク・コンプライアンス委員会、J-SOX委員会)を設置しています^{*1}。これらの委員会では担当役員が委員長となり、複数の関連部署からメンバーを選出しており、それぞれの専門的見地からCSRにおける重要課題をグループ全体で組織的に推進・強化していくための取り組みを行っています。

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

※1 組織体制についてはP25「コクヨグループガバナンス体制図」を参照

▶小集団活動

コクヨグループでは経済・環境・社会の各側面に配慮した事業活動を継続的に推進するためには、現場で働く社員の気づきと自発的な実践が不可欠であると考え、社員と社長が直接対話し、気づきを共有する小集団活動を行っており、2008年度も継続して行いました。

活動は、コクヨグループとしての理念・価値観を学び、日々の業務において発生するさまざまな

事案に対する判断の拠りどころを共有することを目的としています。

2008年は、「品質」、「リスク」、「際立ったモノづくり」といったテーマを定め、参加者は現在の自身の業務における悩みやそれを乗り越えた体験などを語り合いました。

参加した社員には、自身が学んだこと、気づいたことを周囲に伝えるよう促すことで、活動の目的である、現場の気づきと自発的な実践の輪を広げています。



小集団活動の様子

コンプライアンス・ リスクマネジメント

コンプライアンス最優先の姿勢と
具体的対策を、マネジメント層を中心に
全社員に徹底しています

▶コンプライアンス徹底の取り組み

コクヨグループでは、コンプライアンス意識の向上と法令等の順守を維持するための研修を定期的に行っています。2008年度は、社員による不正行為の再発防止策の一環として、コンプライアンス違反行為の認知および影響の重大性を理解するため、各事業会社役員向けコンプライアンス研修および調達・購買部門組織部長向けにコンプライアンス研修を実施しました。また、自治体備品入札における独占禁止法違反行為を受けて、販売事業会社に対して、実態ヒアリングと直接的違反行為防止に関するディスカッションを実施しました。2009年度は、コンプライアンス研修を各階層別の必須研修に組み込む予定です。

また、コクヨグループ18社・4,891名の社員を対象にESサーベイを行い、従業員満足度などの調査と並行して、コンプライアンスに関する社員の理解度と事業活動におけるコンプライアンス上の課題発見を目的とした調査を行いました。結果は事業会社ごとに整理し、各経営層にフィードバックすることで、コンプライアンスの維持・向上のための基礎情報として活用しています。

▶リスク・コンプライアンス委員会

コクヨグループのコンプライアンス推進の中核として「リスク・コンプライアンス委員会」を設置しています。本年度からコクヨ代表取締役社長を委員長として、クライシス案件への対応のス

ピードを上げ、かつ予防対応を強化しています。また、事業会社ごとにリスクの現状をリスクマップとして可視化し、年度ごとに重点管理リスクを設定して、リスクの予防的対応、および発生したリスクへの迅速な対応を図っています。また、2008年度は共通テーマとして、コクヨグループが独自で行っているエコバツマークを含む環境関連表示についての不当表示リスクを取り上げ、メーカー事業会社と情報共有し、リスク発生を未然に防ぐ活動を行いました。

▶コクヨホットライン

コンプライアンスや企業倫理に関する情報、および、職場で発生する可能性があるさまざまな悩み事に対する相談窓口として、「コクヨホットライン」の運用を行っています。職場の問題や悩みは上司や同僚に相談することを基本スタンスとしながらも、諸事情から一人で問題を抱えてしまう社員が出る事態を避ける目的で、活用を図っています。

2008年には、「コクヨホットライン」の目的と意義を従来以上に浸透させるために、①匿名での相談・通報でも受け付ける、②通報者の名前は本人の了解を得ない限り所属会社に開示しない、③万一、通報者が不利益を受けた場合は厳正に処分する、という「コクヨホットライン3原則」を設けて、グループ社員へ広く知らせています。

信頼回復を目指して、
不適切な行為の
再発防止に
全力を挙げて
取り組んでまいります

2008年4月に、当社グループ会社において、複数の社員による不正行為の存在が明らかになり、全容の調査および再発防止策の検討を急ぐなか、9月には自治体の備品入札の際の独占禁止法違反行為が判明しました。一連の不祥事において、元社員を含め4名の社員が逮捕、1名が書類送検されるという事態となりました。お客様ならびに関係者の皆様に深くお詫びを申し上げます。

当社グループでは、この事態を重大な経営課題と受け止め、再発防止策を速やかに実施するとともに、改めてグループ全体にわたるコンプライアンス体制・教育・啓蒙を徹底的に強化し、信頼回復に努めます。

●コクヨグループ社員による不正行為について

経緯

2007年12月期の決算処理の時点で、コクヨファニチャー株式会社
の建材事業部門において4億7500万円の実在性の無い在庫がある
ことが判明しました。リスク・コンプライアンス委員会内に設置した本
件に対する社内調査委員会で発生原因を調査したところ、コクヨファ
ニチャーの複数の社員により、長期間にわたって、施工業者・建材業
者を介在させた架空取引および利益操作が行われていたことが判明
しました。

2008年4月には社内での調査結果を発表、さらに、社内調査におけ
る調査の方法および結果の妥当性、当社取締役の経営責任、再発
防止策の策定に関して提言を求めため弁護士など有識者による社
外調査委員会を設置いたしました。

7月4日は、その調査結果と再発防止に向けた今後の対応、および
社内処分についてプレス発表を行いました。

なお、本件の法的措置として、2009年1月には大阪府警に告訴状
を提出し、元社員を含む当該事件関係者が詐欺容疑で逮捕され、さら
に2009年2月には、同じく詐欺容疑で2名の社員が逮捕されました。

再発防止策

(1) 法令順守に向けた役職員の意識改革

- 社員に対するコンプライアンス違反行為の認知及び影
響の重大性についての理解促進
- 取締役、上級管理職全員に対する、不正リスク管理
体制を含む内部統制システム構築の重要性の再認
識徹底

(2) より有効的な内部統制システムの構築、運用

- 機能分離による牽制機能を発揮させる組織設計の確
認・強化
- 事業会社における内部監査体制の強化
- 経理部門の増強による不正会計チェック機能の強化
- コンプライアンスの推進に関する専門部署等の創設
を検討
- 事業会社に対する経営管理機能の強化

(3) 定期的な人事ローテーション

- 業務特性に応じたローテーションのルール化・実施

(4) 内部通報制度の信頼性の強化

- 社員啓蒙と認知を高めるために社内ネットワークにて
通報しやすい環境の整備
- 制度運用の評価継続と改善

(5) 請負工事物件に関する管理システムの機能改善

- 運用面で原価移動機能の制限、承認フローの強化な
どの徹底
- 処理履歴の蓄積などシステム自体の改善

(6) 再発防止策の実施状況に対する 定期的なモニタリングの実施

(7) 全グループを対象に不正行為に関する調査の実施

●自治体備品入札における独占禁止法違反行為について

経緯

2008年9月、愛知県西尾市が発注した新庁舎の備品入札をめぐ
って、当社グループ社員1名が独占禁止法違反行為（談合）容疑で
逮捕、他1名が同容疑で書類送検されました。

再発防止策

(1) 法令・規定に関する正しい理解促進

- プロセス別行動基準マニュアルの作成
- 独占禁止法に絞ったコンプライアンス研修実施

(2) 法令順守・違反を起こさない風土醸成・仕組み の構築

- グループ各社トップによる違法行為との決別のメッセ
ージ発信
- 専門相談窓口の設置とQ&A情報の蓄積

- 上司への「報・連・相（報告・連絡・相談）」の仕組み
再構築

- 営業プロセスの改善と官需情報の一元管理による牽制

(3) 監視・モニタリングの実施

- 実態ヒアリングと直接的違反行為防止に関するディ
スカッション実施
- 定期的アンケート調査とリスク・コンプライアンス委員
会への報告

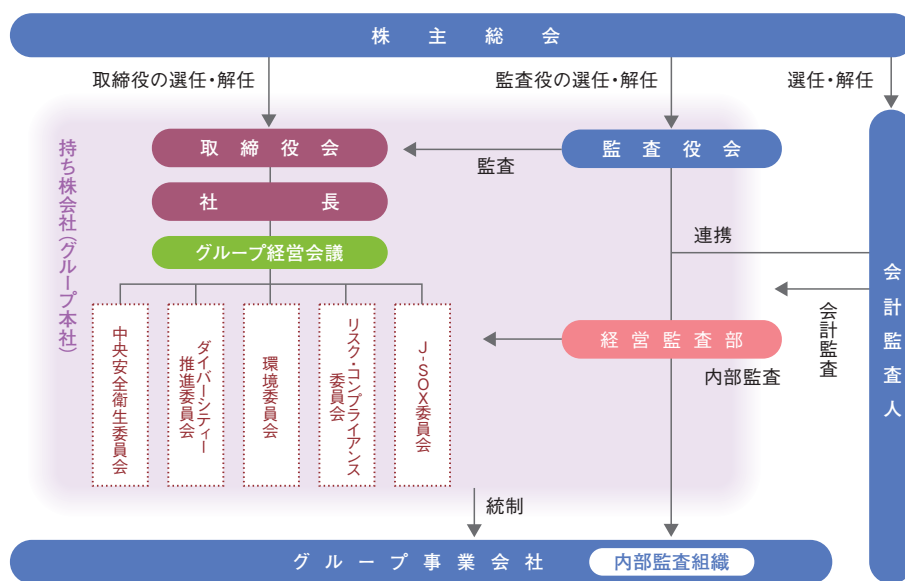
コーポレート・ガバナンス

健全で透明性の高い経営を実践するために
コーポレート・ガバナンスの強化と
内部統制システムの充実を図っています

▶コーポレート・ガバナンス体制

コクヨグループは、「透明性、スピード、公平性」を基本としたコーポレート・ガバナンスを重視し、その体制を整備しています。持ち株会社制のもと、事業の執行権限と責任を明確化する一方、監督機能の強化を図り、コーポレート・ガバナンスの充実に努めています。2004年10月の持ち株会社制移行時に制定した「コクヨグループガバナンス基本規定」では、分社・持ち株会社制におけるコクヨグループの経営の枠組み、基本構造の定義づけ、および、グループ運営にかかわる基本的な事項を定めています。

■コクヨグループガバナンス体制図



- ・取締役会（原則毎月1回開催）
取締役9名で構成される取締役会の議長は社長が務めており、コクヨグループの基本方針その他業務実行に関する重要事項を審議決定します。
- ・グループ経営会議（原則毎月2回開催）
グループ経営会議は、代表取締役の諮問機関として、グループ全体の戦略・方針に関する事項の審議、グループ本社および事業グループの業務執行における重要事項の意思決定・報告、経営層間の情報交換・意思疎通を行うことを目的に開催しています。
- ・監査役会（原則毎月1回開催）
監査役4名で構成される監査役会では、監査に関する重要な事項について報告を受け、協議または決議を行います。監査役は取締役への勧告、助言を行うとともに、会計監査人、または経営監査部門、および事業会社の監査役との連携を密にし、的確な監査を実施しています。
- ・経営監査部（内部監査）
コクヨ株式会社（持ち株会社）および事業会社における経営諸活動について、不正・誤謬の防止に努めるとともに、リスクマネジメント、ガバナンスの有効性を評価、改善し、経営目標の達成に資する助言・勧告・提案を行います。

▶内部統制システム

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

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

また、金融商品取引法の施行に伴い、財務報告の信頼性確保に焦点を当てた内部統制の整備・強化に積極的に取り組むことを目的として、2009年1月に組織横断的な「J-SOX委員会」を設置しました。

BCP (事業継続計画)

大規模災害発生時の事業継続や復旧のために必要な対策・手順について、計画を立て、準備を進めています

▶ BCPの策定と実施

コクヨグループでは2007年から、自然災害などの発生により工場やオフィスの機能に被害が生じた場合を想定したBCPの検討・策定に取り組んでいます。

2008年度は、首都直下型地震をはじめとした大規模自然災害対策を策定し、安否確認訓練や帰宅困難者対策等、総合的な防災訓練を実施することによって実効性を検証しました。

▶ 具体的な取り組み

1) 安否確認システムの構築と訓練の実施

大規模な地震発生の際に、コクヨグループ社員の安否確認を迅速に行う仕組みとして、2006年から、携帯電話、パソコン、固定電話など社員各人が持っている連絡手段の登録・管理による安否確認システムの運用を開始しています。

安否確認システムについては、年に2回、システムの利用・行動マニュアルに基づく訓練を実施しており、応答率の把握と公開、社員への啓発活動を継続して行っています。

2) 大規模避難訓練の実施

平日に首都直下型地震が発生した場合を想定し、日頃からの地震対策強化と訓練の実施を定期的に行っています。

2009年1月には、品川オフィスに在籍する約600名を対象とした防災訓練や、東京都と港区が共同で行った震災時の滞留者対策訓練に参加しました。



滞留者対策訓練の様子

3) 新型インフルエンザ対策

近年懸念が高まっている新型インフルエンザの発生とその大流行(パンデミック)に対して、人命尊重と事業継続の観点から、対応策の策定を進めています。

具体的には、対応体制、発生段階ごとの行動計画、海外事業所勤務者の帰国基準などの検討を行い、衛生用品の海外事業所備蓄や国内拠点の備蓄を進めています。社員の安全確保を最優先に、事業継続の確保を図ることを基本方針として対策を推進しています。

▶ 認証の取得

コクヨファニチャーでは、2007年度からBCP実施のためのパイロット事業会社として、サプライチェーン・マネジメント(SCM)における重要業務を対象にリスクの洗い出しや評価、復旧シナリオの策定などの整備などを進めてきました。2008年度は、オフィス家具・建材の製造・出荷および顧客対応において、事業継続マネジメントシステム(BCMS: Business Continuity Management System)の実質的な国際規格

である「BS25999^{※1}」の認証を、オフィス家具業界で初めて取得しました。

※1 組織が災害、疫病などによる事業中断の影響を最小限に抑え、事業継続上の脅威に対処する能力を明示するための指針です。BSI(英国規格協会)より、2006年11月に行動指針(パート1)、2007年11月に認証規格(パート2)が公表されています。



防災ソリューションの提供

BCPに関心が高まるなか、コクヨS&Tでは防災ソリューションの提供に力を入れています。防災対策に関するガイドブックカタログの提供や防災用品の販売、家具の固定や緊急地震速報システム、防災に関するセミナーや講演などのサービスメニューを用意し、災害発生時の事業継続を支援します。



非常用品セット(避難生活支援タイプ)

ガイドブックカタログ「SONAeL(ソ・ナ・エル)」

事業活動と環境との かかわり

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

▶ 事業活動における環境負荷

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

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

また、外部委託している「物流（委託輸送）」については、改正省エネ法で特定荷主の指定を受けた事業会社によって環境負荷の把握と省エネ対策の立案を行い、定期報告書および計画書の提出義務を履行しています。さらに、お客様のもとで不要となった家具などの使用済み製品についても、引き取りとリユースの拡大を図っています。

2008年度は、工場、オフィスで「見える化」を導入するなど、事業の各段階で環境負荷低減に努めたことに加え、全体の売上高も前年に比べて減少したため、CO₂、排出物の総量ともに減少しました。

【INPUT項目】

エネルギー：電気、ガス（都市ガス、LPG、天然ガス）、油（ガソリン、軽油、灯油）。
電力の単位発熱量は「エネルギーの使用の合理化に関する法律施行規則（平成18年4月1日施行）」の昼間電力の値を採用。燃料の単位発熱量は、環境省「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン（試案ver.1.5）」の値を採用。
水：水道水、工業用水。
物質投入量：商品製造に使用した原材料の量。
容器包装材：商品包装に使用した包装材の量。

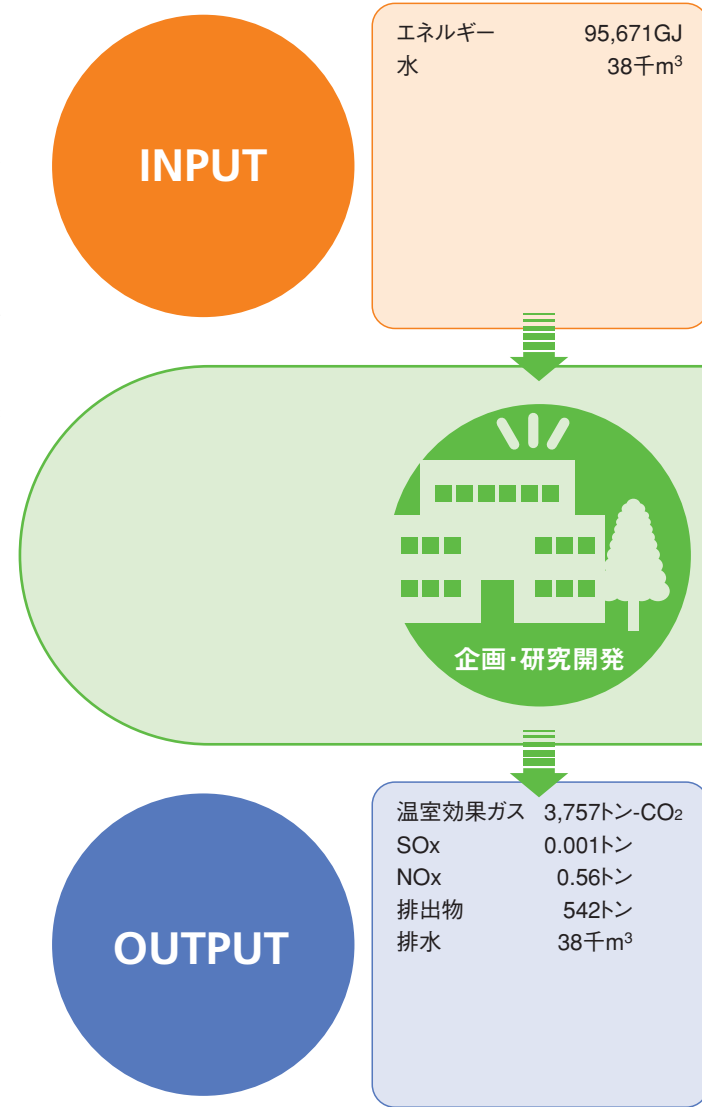
【OUTPUT項目】

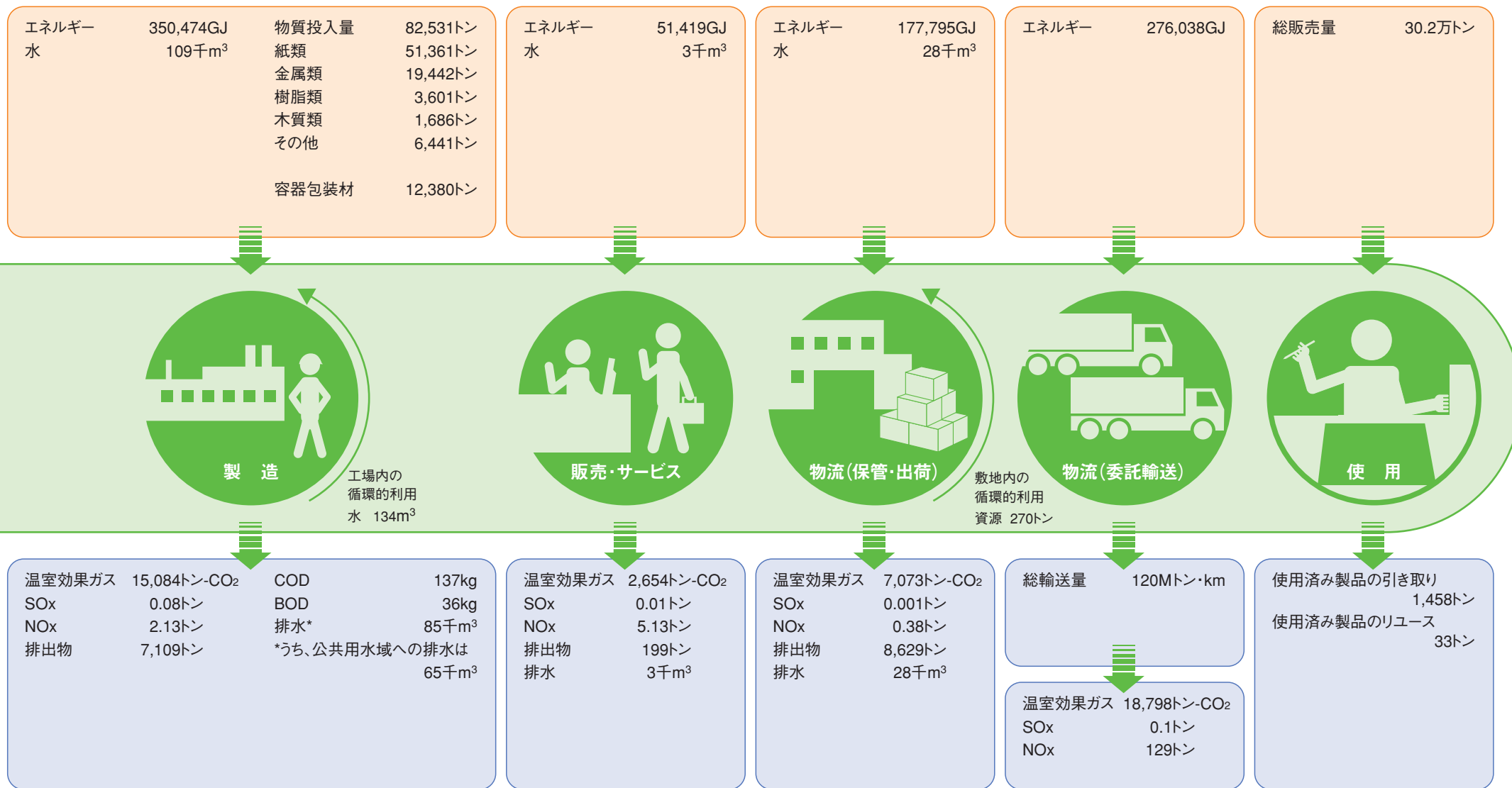
温室効果ガス排出量：電気、ガス、油の使用によって発生する二酸化炭素排出量と、車両輸送によって排出されるCH₄、N₂Oの二酸化炭素換算量の合計。電力のCO₂排出係数は、電気事業連合会公表の2000年の全電源平均(0.378kgCO₂/kWh)を採用。燃料のCO₂排出係数は、環境省「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン（試案ver.1.5）」の値を採用。物流（委託輸送）の温室効果ガス排出量の計算には、トンキロ法を採用。
排出物：事業所から排出した一般・産業廃棄物量と有価物量の合計。
SOx、NOx：車両の走行と工場のばい煙発生施設からの排出量の合計。
排水量：公共用水域、下水道への排水量。
COD、BOD：国内工場のうち、法律で水質測定を義務付けられた工場からの公共用水域への排出量。

【その他項目】

総輸送量：委託輸送のうち、ファニチャー製品輸送とステーションナリー製品輸送分（カウネット分を除く）。
工場内の循環的利用 水：事業所内部での循環的利用量。
敷地内の循環的利用 資源：コクヨロジテムとコクヨサブライロジスティクスにおける梱包材などの事業所内部での再利用量。
総販売量：ファニチャー製品、ステーションナリー製品、店舗部門の合計。
使用済み製品の引き取り：コクヨロジテムが顧客から回収した使用済み製品の量。
使用済み製品のリユース：コクヨロジテムが顧客から回収した使用済み製品のうち、リユースした量。

※ 販売にかかわるスタッフが多いコクヨビジネスサービスの鶴ヶ関・横浜・名古屋の3オフィスのデータは「企画・研究開発」から「販売・サービス」に移しました。
※ ベトナム工場の水使用量と排水量は含んでいません。
※ カウネットの名古屋物流センター、福岡物流センターのデータ（CO₂排出量、SOx、NOx排出量）は含んでいません。





環境ビジョン／ 中長期環境行動 計画と実績

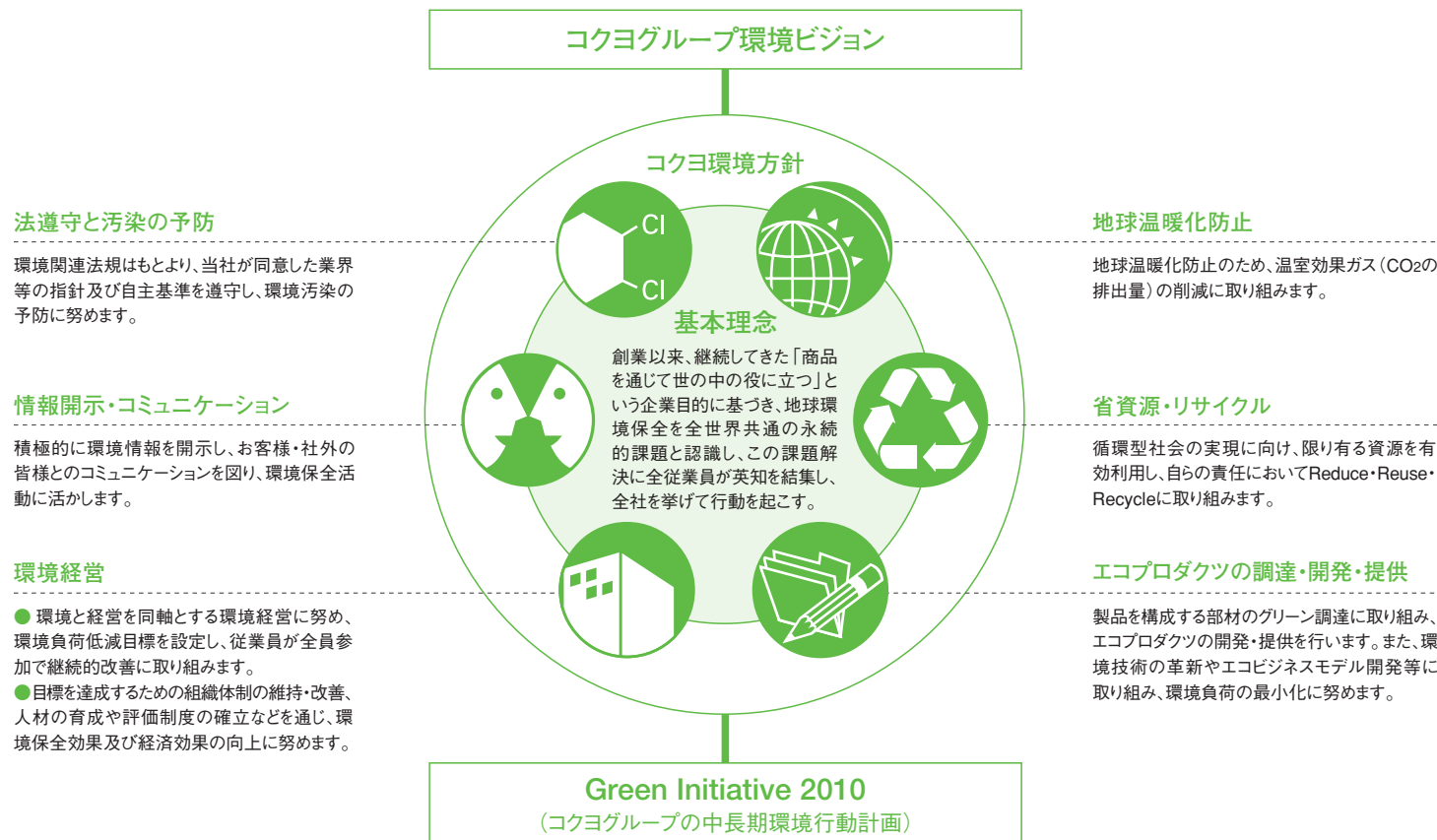
環境活動の理念と方針を明らかにし
中長期の行動計画に基づいて
活動を推進しています

▶ グループ環境ビジョン

コクヨグループは、創業以来の「商品を通じて世の中の役に立つ」との企業理念を具体的な環境活動に生かすために「コクヨグループ環境ビジョン」を2002年7月に制定しています。

このなかでは堅持すべき「基本理念」と、具体的な「地球温暖化防止」「省資源・リサイクル」「エコプロダクツの調達・開発・提供」「法遵守と汚染の予防」「情報開示・コミュニケーション」「環境経営」の6つの項目についての「コクヨ環境方針」を定めました。

また「コクヨグループ環境ビジョン」に掲げた「環境方針」について、具体的な対策項目と目標を定めた中長期環境行動計画「Green Initiative 2010」も制定し、活動の指針としています。



Green Initiative 2010

環境方針	対策項目		2008年度目標と結果		評価	2010年度目標
			目標	実績		
地球温暖化防止	地球温暖化防止対策 (エネルギー効率改善)	CO2排出量の削減(1990年度比)	0.7%削減	8.8%削減	○	10%削減
		輸配送時に発生するCO2排出量の削減 (2006年度比)	輸配送データシステムの構築	輸配送データシステムを構築	○	2006年度比4%削減
		モーダルシフトの拡大	改善	前年比 94.6%	×	拡大
省資源・リサイクル	省資源・リサイクル対策	排出物の最終処分量の削減 (1997年度比)	維持	69%削減	○	64%削減(前倒し達成のため維持管理とする)
		排出物総量に対するリサイクル率の向上	維持	92.9%	○	91%(前倒し達成のため維持管理とする)
		ゼロエミッション ^{※1} の推進	維持	維持できなかった(青谷工場)	×	全事業所への拡大
エコプロダクツの調達・ 開発・提供	エコプロダクツの開発	エコバツマーク表示比率の削減	ステーションナリー商品:35% ファニチャー商品:15%	ステーションナリー商品:65% ファニチャー商品:14% ^{※2}	×	0%
法遵守と汚染の予防	有害化学物質管理体制の強化	製品に含まれる有害化学物質の削減	RoHS指令対応	P35参照	—	全調達先がガイドラインに準拠
		生産工程で使用する有害化学物質の削減	維持(トルエン、キシレンフリー化)	トルエン:49.6kg減 キシレン:36.2kg減	○	全材料のトルエンフリー化
		サプライチェーンへのマネジメントシステム導入	—	—	—	単年度ごとに設定
情報開示・ コミュニケーション	環境情報の開示	ホームページの充実	定期更新	定期更新	○	定期更新
	コミュニケーション	業界団体、NPO、地域連携の強化	活動の継続	活動の継続	○	活動の継続
	社会貢献活動	緑化の推進	地域及び地球環境保全活動	「緑の募金」「生駒の森」「結の森」	○	森林保全活動の継続
		地域の清掃	清掃活動の実施	清掃活動の実施	○	オフィス・事業所周辺の清掃活動の継続
環境経営	環境マネジメント	環境管理体制の維持改善	維持	統合認証を維持	○	統合認証を維持
	経営と環境の融合	環境業績評価制度、環境会計の定着	維持	総合カタログに「エコバツ」マークを掲載	○	CSR経営の継続的改善
	エコビジネスモデルの推進	新規エコビジネスモデルの事業化・運営	結の森マネジメントプランの実行	結の森マネジメントプランの実行	○	—

※1 ゼロエミッション:産業廃棄物の最終処分量をゼロにすることと定義しています。

※2 2008年にエコバツマーク表示基準の見直しを行っており、2008年度実績値は新基準による2008年末時点のものです。

2008年12月に発行した『ココロ総合カタログ ステーションナリー編2009』と『ココロ総合カタログ ファニチャー編2009』では、カタログ制作時点での実績値を掲載しているため、数字が異なります。

環境活動の指標評価

「エコ効率指標」を独自に設定し、環境活動の成果を自己評価しています

▶エコ効率指標による活動評価

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

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

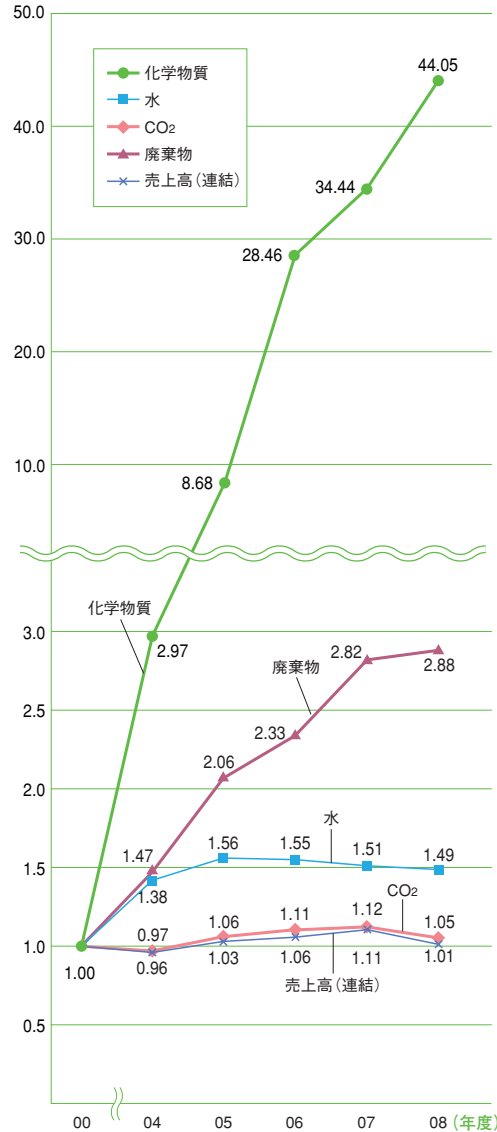
各指標は、2000年度を基準にすることで、年度ごとの進捗状況を把握できます。

2008年度は、特に化学物質についての指標の改善が目立っています。これは、塗装の前処理に使う亜鉛水溶性化合物などの使用量が減少したことによるものです。

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

- ※ 2007年度は決算期を変更したため財務上の売上高は2007年4月～12月の9カ月分ですが、他年との比較の整合をとるため、2007年1月～12月の売上高によって各指標を算出しました。
- ※ 2005～2007年度の廃棄物の指標は、集計漏れのあった分を加算して修正しています。

■エコ効率指標



統合的な環境負荷の推移を把握しています ～JEPIXによる評価

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

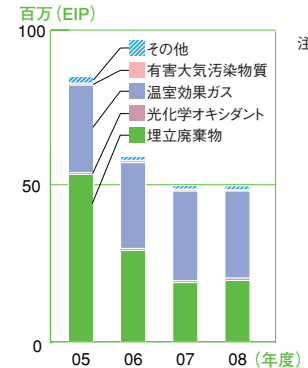
2008年度は、全体としては2007年度から大きな変動は見られませんでした。温室効果ガスが若干改善した反面、廃棄物についての数値がわずかに下がりました。

■JEPIXについて

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

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

■環境影響ポイント



注:「CSR報告書2009」で開示している当社の環境負荷のうち、JEPIX簡易算出シートにある環境負荷のEIPを算出。JEPIXは日本国内の環境負荷を対象としているが、一部海外連結子会社の数字も含めてEIPを算出しました。

温暖化防止対策

2008年度
目標

CO₂排出量
1990年度比0.7%削減
(31,004トン-CO₂)

2008年度
実績

CO₂排出量
1990年度比8.8%削減
(28,488トン-CO₂)

▶ 2008年度の総括

2008年度のkokyogroupのCO₂排出量は、前年度比2.8% (823トン) の減少となりました。内訳は、工場で前年度比1.3% (202トン)、物流(保管・出荷)で4.3% (321トン)、オフィスで4.5% (300トン) です。

▶ 工場における温暖化防止対策

国内5工場においては、kokyoMVPと協力会社2社との統合・再編や芝山工場でのライン増設による生産増が見込まれたため、CO₂の増減を、生産量の変動によるものと運用改善によるものとに区別して管理を進めました。その結果、試算レベルでは560トンが生産増に伴う増加、549トンが運用改善による削減。トータルで、111トンの増加となりました。

主な対策としては、三重工場でコンプレッサー

や照明設備の改修などによって、331トン削減。kokyo工業滋賀では、コンプレッサーの間引き運転や集塵機のインバータ制御化などによって、113トンを削減しています。

関連情報 ▶ P13-14

▶ 物流における温暖化防止対策

物流拠点の統廃合を進めてきましたが、ファニチャー部門の輸送を担うkokyozitemでは、8月に1拠点を廃止しました。

さらに物流(輸配送)では、輸配送データのシステム化により、事業会社・輸送チャネル別の月次データを把握する体制を整備。その分析結果から、各対策の効果の検証を実施しました。またkokyozitemの三重配送センターでは、集中配車室の開設によって輸送効率を改善しています。

関連情報 ▶ P12

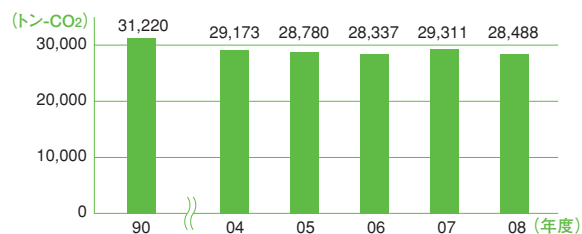
▶ オフィスにおける温暖化防止対策

「クールビズ」や「ノー残業デー」などの活動を進めるほかに、「エコライブオフィス品川」「レゾナンスフィールド2.0」の二つの環境配慮型オフィスを開設。お客様への環境ソリューション提案にも、活用しています。

本社オフィスでは、電力・ガスについての省エネ診断の結果にもとづき、共用スペースの照度適正化などの対策を実施しました。また品川オフィスでは「見える化」システムによりエネルギー利用状況を把握し、今後の対策立案に活用しています。

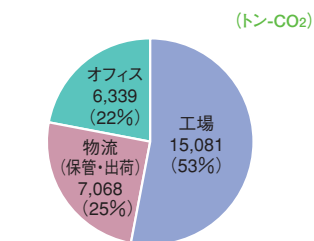
関連情報 ▶ P9-11

■ CO₂排出量の推移

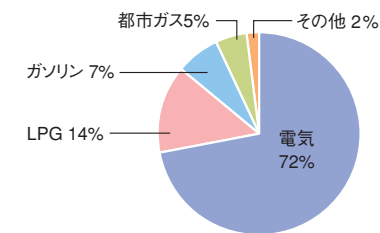


【事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン(試算ver1.5)】(環境省)のCO₂排出係数を採用。

■ CO₂排出量の排出元別内訳



■ CO₂排出量の排出源別内訳



省資源・リサイクル対策

2008年度目標

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

2008年度実績

1. 排出物の最終処分量を、1997年度比69%削減
2. 排出物総量に対するリサイクル率92.9%

▶ 3Rの推進によるゼロエミッションの強化

すべての事業会社で、3R(リデュース、リユース、リサイクル)を推進するなどの方策により、資源の有効利用と最終処分量の削減に努めています。

2008年度は、個々の活動の成果に加えて、生産・販売量の減少もあり、ファニチャー系の2工場をはじめ、多くのサイトの廃棄物排出量が減り、前年に比べて総量が抑えられました。また、リサイクル率、最終処分量ともに目標を超える水準を維持できています。

▶ 事業活動における省資源化

国内のコクヨグループ工場のうちコクヨMVPの青谷工場は、2006年2月にゼロエミッション達成を宣言しましたが、2009年2月の審査で、達成していなかったことが判明しました。現在、処理

業者と協議しながら、ゼロエミッション達成に向けた対策を検討しています。

排出物の総量が前年比で約12%減少した芝山工場では、産業廃棄物として排出していた金属と樹脂の混成部材を、一旦分解したうえで分別するなど、リサイクル率の拡大にも努めました。

一方オフィスでは、さらなる分別による排出量の総量削減や、マテリアルリサイクルへの転換を進めています。一例として、本社オフィスでは67.5トンの産業廃棄物を焼却した後の灰について、セメント原料や高炉用ペレット原料にリサイクルしました。

ます。

コクヨロジテムでは、2008年度にオフィスデスクや事務用イスなどの使用済み商品1,458トンを引き取って、そのうちの33トンはリユースし、630トンは解体・分別してリサイクルしました。

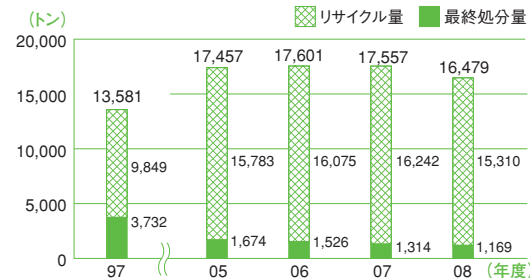


イスの解体・分別

▶ 使用済み商品のリユース・リサイクル

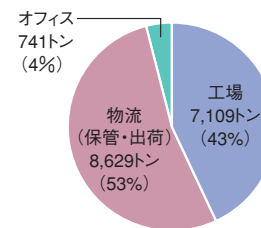
商品をお届けした際に、お客様のもとで不要になった使用済み商品を引き取って、状態に応じてリサイクル・リユースする取り組みを続けてい

■ 排出物のリサイクル量と最終処分量

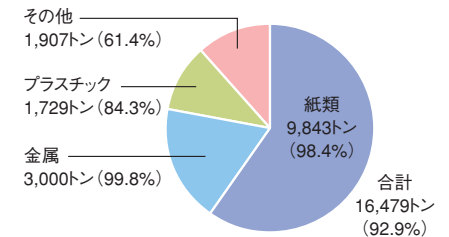


※ 施工現場から排出される廃棄物は含んでいません。
 ※ 2005～2007年度のデータは、集計漏れのあった分を加算して修正しています。
 ※ リサイクル量: 排出物のうち、マテリアルリサイクルもしくはサーマルリサイクルされたものと、有価物量の合計。
 ※ 最終処分量: 排出物のうち、単焼却もしくは直接埋立された量の合計。

■ 排出元別の内訳



■ 排出物の内訳 (カッコ内はリサイクル率)



有害化学物質対策

2008年度
目標

RoHS指令対象物質の調査・対応
ステーションナリー：
判定数…10,000品番
ファニチャー：
対応品番数
…約21,000品番

2008年度
実績

RoHS指令対象物質の調査・対応
ステーションナリー：
判定数…10,800品番
ファニチャー：
対応品番数
…約21,000品番

▶商品開発における 化学物質削減対策

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

コクヨS&Tでは、RoHS指令対象物質をはじめとする有害化学物質の抑制を目的に、対象物質を使っていないことをサプライヤーからの書面によって確認するとともに、その結果を社内で検証するために、蛍光X線分析器によるモニタリングを実施しています。2008年度末までに累計で10,800品番の判定を終了しました。これは全体の80%を超える品番数です。

コクヨファニチャーではサプライヤーへの調査結果に基づくRoHS対象物質の調査結果をデータベース化するなどの活動を継続して行い、対

応商品数を約21,000品番としました。

▶生産工程における 化学物質削減対策

コクヨファニチャーの三重工場では、協力工場で生産する商品についての有害化学物質対策を実施。F☆☆☆からF☆☆☆☆への転換、六価クロムの使用削減を約200社に対して推進しました。

芝山工場では、2005年度より水系塗料への転換によるキシレン取扱量の抑制を進めてきました。2008年度は前年の20.4kgからさらに削減して、5.9kgとしました。

関連情報 ▶ P17

▶PCBを含む機器類の 管理と処理

PCB（ポリ塩化ビフェニル）を含むコンデンサなどの廃棄物を、大阪本社と千葉倉庫、コクヨ

MVP（鳥取工場・青谷工場）、福岡・那の津建物に保管して適切な管理を行ってきました。これらの保管および処分の状況については「PCB廃棄物特別措置法」にもとづいて必要な届け出を行っています。2008年7月に、大阪本社分のコンデンサ20台を処分しました。

■PRTR法対象化学物質2008年度

(単位:kg)

政令番号	化学物質名	取扱量	排出・移動量				除去処理量	リサイクル量	消費量
			大気排出量	水域排出量	廃棄物量	小計			
1	亜鉛の水溶性化合物	1157.1	0.0	4.0	0.0	4.0	512.3	0.0	640.8
307	ポリアルキルエーテル	662.6	662.6	0.0	0.0	662.6	0.0	0.0	0.0
270	フタル酸ジ-n-ブチル	545.6	0.0	1.0	3.6	4.6	0.0	0.0	541.0
227	トルエン	221.8	172.8	0.1	0.1	173.0	45.7	0.0	3.1
16	モノエタノールアミン	210.0	199.5	10.5	0.0	210.0	0.0	0.0	0.0
43	エチレングリコール	127.8	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	0.0	126.5
232	硝酸ニッケル	66.9	0.0	0.0	46.8	46.8	0.0	0.0	20.1
63	キシレン	55.8	55.7	0.1	0.0	55.8	0.0	0.0	0.0
93	クロロベンゼン	14.0	13.8	0.0	0.0	13.8	0.0	0.0	0.2
309	ポリノニルフェニルエーテル	16.1	16.1	0.0	0.0	16.1	0.0	0.0	0.0
40	エチルベンゼン	7.4	7.4	0.0	0.0	7.4	0.0	0.0	0.0
224	1,3,5-トリメチルベンゼン	1.0	1.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0
	総計	3,086.1	1,129.0	15.6	51.9	1,196.4	558.0	0.0	1,331.7

※ 除去処理量は、「PRTR対象物質」を場内で焼却、中和、分解、反応処理等により他物質に変化した量をいう。

※ 消費量は、「PRTR対象物質」が反応により他物質に変化したり、製品に含有もしくは同伴されて場外に持ち出される量をいう。

エコプロダクツの提供

2008年度
目標

エコバツマーク表示比率
ステーションナリー商品：35%
ファニチャー商品：15%※1

2008年度
実績

エコバツマーク表示比率※2
ステーションナリー商品：65%
ファニチャー商品：14%

※1 ファニチャー商品のエコバツ表示比率は、ローバーティション、間仕切り、店舗用什器を除いた総合カタログ掲載品番での比率です。

※2 2008年にエコバツマーク表示基準の見直しを行っており、2008年度実績値は新基準による2008年末時点のものです。2008年12月に発行した「コクヨ総合カタログ ステーションナリー編2009」と「コクヨ総合カタログ ファニチャー編2009」では、カタログ制作時点での実績値を掲載しているため、数字が異なっています。

▶2008年の取り組み

「エコバツマークゼロ」への取り組み開始に伴い、2008年はエコプロダクツについての従来目標である「エコプロダクツ販売比率」を廃し、「エコバツマーク表示比率」に変更しました。

2008年度は、主に次の2点に注力して活動を推進しました。

1. 商品生産時に使用する接着剤等の見直しを図りVOC（揮発性有機化合物）を削減する
 2. 商品設計を見直しリサイクルを容易にする
- また、2008年1月に発覚した、再生紙をはじめとする再生材料の配合率表示の「かい離問題」に対しても、製紙工場に対する立ち入り調査などにより、事実の把握と是正措置の強化に努めています。

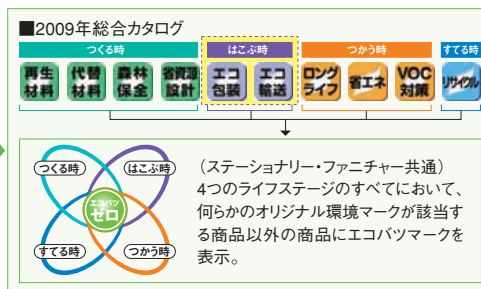
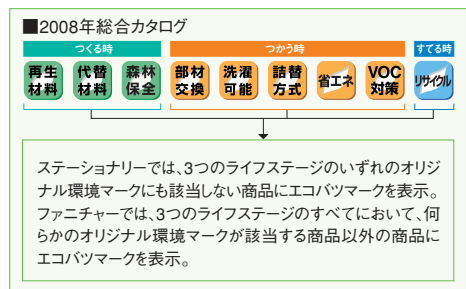
▶基準の見直しと2009年以降の方針

エコバツマークの削減と並行して、2008年には表示基準そのものの見直しを行いました。そ

の結果「つくる時」、「はこぶ時」、「つかう時」、「ずてる時」の4つの商品ライフステージのすべてにおいて何らかの環境配慮を行うことを、今後2010年末までのコクヨ商品の環境配慮方針として決めました。同時に、ステーションナリー商品とファニチャー商品のエコバツマーク表示基準を統一しました。

これに伴い、エコバツマーク表示基準は2008年版コクヨ総合カタログよりも厳しくなり、2008年末におけるエコバツマーク表示商品の比率は、ステーションナリーで65%、ファニチャーで14%となりました。

なお、今回定めたエコバツマーク表示基準は来年以降も継続し、当初の計画通り、2010年中にエコバツマーク表示比率ゼロを目指します。



再生材料の配合比率 かい離問題への取り組み

■コクヨS&T

昨年1月に発覚した古紙パルプ配合比率「かい離問題」を受けて、お客様の信頼を早期に回復するため全国の製紙工場を訪ね、古紙配合率についての実地調査を実施しています。

これまでに約100件の工場に対し、どんな古紙をどれだけ配合しているかなどについて、工場のシステムや生産記録、日報などから確認を行いました。



■コクヨファニチャー

再生紙の「かい離問題」を受けて、再生樹脂についても独自に協力会社への一斉調査を実施しました。その結果、数件の「かい離」の状況が見られたことから、コクヨファニチャーとして品質マネジメントシステム（QMS）の強化を図りました。「QMS要求事項」等を改定して、協力会社約170社に対して商品の品質や安全などに対するより厳密な対応を求めるとともに、協力会社の発注先に対しても同等の管理を要求するなどの内容を盛り込みました。

ヨシを使った紙製品の生産と普及活動を通じて、琵琶湖の環境保全活動が広がりにつつある

琵琶湖の浄化に働く植物「ヨシ」を、多くの人に知っていただきたい

コクヨの主力紙製品工場であるコクヨ工業滋賀では、琵琶湖・淀川水系のヨシを配合した紙製品<リエデン>シリーズを開発。2007年11月に発売した。

関西の水瓶・琵琶湖を有する滋賀県は、全国でも有数の環境先進県。CO₂を吸収する働きに加え、成長過程で窒素やリンを吸収し、水の富栄養化を防止するヨシの群落の保全は県の条例にも定められるほど、琵琶湖にとってヨシはなくてはならない植物である。ヨシ群落を守るためには、ヨシを育てるだけでなく、活用することが大切。コクヨ工業滋賀は、<リエデン>シリーズ

によってこれに一つの具体的な方策を切り拓いたことになる。

そして2008年、環境推進グループ太田俊浩を中心に、さらにヨシ活用の輪を広げる普及活動が始まった。

出前授業とコラボレーションで地域を巻き込んだ大きな流れを

<リエデン>シリーズの普及活動は、次世代を担う子どもたちにヨシの大切さを伝える出前授業から始まった。「学校から呼んでいただけるよう、環境学習の企画やプログラムづくりを支援する滋賀県環境学習支援センターのネットサイトに登録。さらに、学校や教育委員会に意図や内容

などを説明して回り、機会獲得に努めました」と、太田。活動は2008年秋から軌道に乗り、2009年1月10日現在の実施回数は14回。工場見学時に行った授業も含めると24回となった。

これと並行して、滋賀県内を中心に企業の環境担当部署を訪問。ヨシを仲立ちに、一緒にできることはないかと投げかけ続けた。「コープ滋賀の組合員さんと一緒にヨシ刈りをするなど、新しい活動が生まれています」。

今後は<リエデン>シリーズを購入いただいた企業に、環境効果を数値化して示すことなども検討中という。

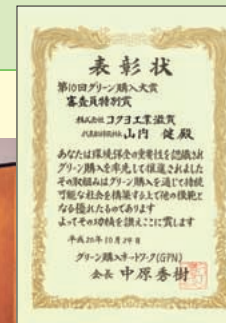
「決して押し付けではなく、皆で力を合わせてヨシの茂る美しい琵琶湖をよみがえらせたい。地道でも確実な活動を続けていきます」。



第10回グリーン購入大賞審査員特別賞を受賞 ～<リエデン>シリーズの普及活動で～

コクヨ工業滋賀は、<リエデン>シリーズの開発および、地域への普及活動を高く評価され、2008年11月、グリーン購入ネットワークが主催する第10回グリーン購入大賞の審査員特別賞を受賞しました。

<リエデン>シリーズの売上の0.2%は、毎年、ヨシ保全を推進するボランティア団体へ寄付しており、今後も事業活動と啓発活動の両輪で、琵琶湖の水質保全に欠かせないヨシの保全と活用の輪を広げていきます。





VOICE 1

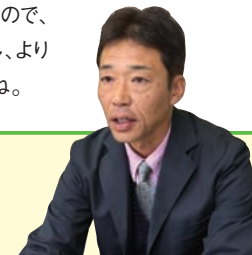
保護者も一緒にヨシの大切さを学ぶ

2008年11月15日、東近江市立愛東北小学校で恒例の行事「環境フォーラム」が開催された。毎年PTAの環境部が内容を練り、全校児童と保護者の参加のもとに実施されている。今回は、滋賀県環境学習支援センターのネットサイトや市の教育委員会からの紹介で太田の活動を知った西野篤先生の提案で、コクヨの出前授業が実現。子どもたちだけでなく保

護者の方々にも、ヨシ保全の大切さを知っていただく機会に恵まれた。



本校の校区は地域の方々の環境に関する意識が非常に高く、PTA主催の環境イベントも10年ほど前から続いています。授業でも、たとえば5年生は水、6年生は空気というように学年ごとにテーマを決め、環境について学習。5年生は県の学習船を使った「琵琶湖フローティングスクール」に参加し、6年生はケナフを育てて紙を漉き、それで卒業証書をつくります。ヨシの授業は低学年には少し難しかったかもしれませんが、高学年の子どもたちや保護者のみなさんは興味を持って聞けたことと思います。特に「琵琶湖フローティングスクール」とは関連も深いので、指導に際してもその点に注意を促し、より確かな理解につなげていきたいですね。



東近江市立愛東北小学校
教諭

西野 篤様

VOICE 2

ヨシ紙を使ったアート体験プログラムを提供

2009年1月8日～11日の4日間、しが県民芸術創造館で「しが子ども芸術祭」が開催された。しが文化芸術学習支援センターが初めて開いたもので、コンサートでの打楽器演奏体験や、企業などが提供するアート体験が、集まった子どもたちの人気を呼んだ。環境も含めて芸術を次世代に伝えたい、という理念のこのイベントに、コクヨ工業滋賀は、パナソニックの金田真人氏の紹介で参加。ヨシ紙を使った折り紙と製品加工前の長いロール紙を広げたお絵描きプログラムを展開。幼い子ども

たちにも理屈抜きでヨシの紙に触れ、親しんでもらう貴重な場となった。



パナソニックは全社を挙げてエコ活動に取り組んでいます。その中で私が所属するホームアプライアンス社は、家庭電化・冷熱空調関連の商品を生産しています。エコ推進の活動においては地域を重視し、2008年4月から小中学校を対象に「環境教育」に力を注いできました。その柱が工場見学と出前授業である点は、コクヨさんと似ています。大切にしているのは、事前に先生方と十分に話し合い、通常の授業を補完できるように準備することです。もちろん事後のフォローも行います。コクヨさんとは同じ志を持つ会社同士、協力し合いたいと思っています。環境授業の共催や社内での「クリエデン」の活用もさらに進めていきたいと考えています。そして、共に同志を増やし、活動を点から線、面、立体へと広げていければと願っています。



パナソニック株式会社
ホームアプライアンス社
総務センターひろげるエコ推進チーム参事
金田 真人様

お客様とともに

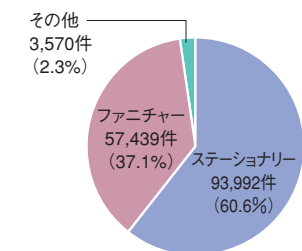
より良い商品・サービスの提供を目指して
 お客様のご質問・ご意見に
 誠実かつ真摯に対応しています

▶ お客様への対応・サポート

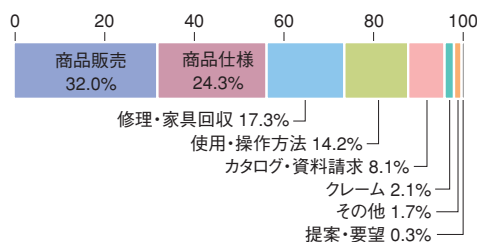
お客様からのお問い合わせ・ご提案・ご要望に対応し、お客様に満足していただくためのグループ共通の窓口として、お客様相談室を開設しています。2008年度のお問い合わせ件数は15万5千件で、そのほとんどは専用フリーダイヤルへの電話によるお問い合わせです。

お客様相談室では、寄せられるお問い合わせに対し、「正確・迅速・親切・丁寧」をモットーにお答えするための対応研修やコミュニケーターの情報共有体制を整えています。

■ お問い合わせのジャンル



■ お問い合わせの内容



▶ お客様の声の反映

お客様からの貴重な情報・反響・ご意見の内容は、個人情報のをぞいた状態でグループ全社に公開し、日付・品種・品番などをキーワードとして誰もが随時検索できるようになっています。

また、お客様相談室ではお客様の声をお聞きしてご不明な点にお答えするだけでなく、改善・改良のご意見を受けて、製品性能の改善、パッケージへの表示、商品説明書への表記など、具体的な改善案を考え、開発部門へ提案すること

を業務としています。メンバーが考えた改善提案は、お客様相談室とステーションナリー、ファニチャーの各開発部門の責任者・担当者間で行われる「提案合意会議」において検討します。技術的な要素や生産能力、販売予測などさまざまな観点で検討し、商品・カタログ・取扱説明書などの改善・改良につなげています。

お客様の声から生まれました



レーザーポインターのボタンが近すぎて、レーザーを光らせるボタンとPCの操作をするボタンを誤って押してしまうことがたびたびあります。



新しく発売した
 レーザーポインター<GREEN>
 (UDシリーズ) ELA-GU91

レーザーでスクリーンを指し示しながらPCの操作もできるレーザーポインターは、講演やプレゼンの機会が多いお客様から高い支持を得ている商品ですが、一方で、ボタンの誤操作をしてしまう、長時間使い続けると手首が疲れるといった声も寄せられていました。こうした声を受けて、2008年には、商品のユニバーサルデザイン化に取り組みました。レーザーボタンとPC操作ボタンの形状と配置を使いやすくデザインし、かつ手首の負担を軽減するために適切な重心バランスや本体にカーブを施した新たなレーザーポインターが誕生しました。

品質保証

多くの方に日常的に愛用していただく商品を提供している自覚のもとに
品質の維持確保・向上に努めています

▶ 品質保証に対する考え方

コクヨグループでは「商品を通じて世の中の役に立つ」という企業理念のもとに、製品特性を考慮した、製品安全・品質保証活動を徹底しています。

▶ 重点的取り組み(ステーションナリー)

1) 電気製品の品質チェック

電気を使用する商品(主にシュレッダー)について、デザインレビューの段階で回路設計などを検証するための新たに36項目にわたるチェックシートを導入し、安全性の確保・向上に努めました。

また、性能強化を図る目的で、海外のシュレッダー生産協力工場と連携して生産プロセスにまで踏み込んだ品質管理体制の構築に取り組みしました。具体的には、生産工程の要所ごとにチェック項目の洗い出しを行い、記録フォームを定めるなど、生産時の品質確保に取り組みました。これらにより電気製品に関しての不良品の発生をなくすだけでなく、継続的な品質維持・向上の仕組み構築に努めています。

2) 品質基準の継続的見直し

1万品番を超えるステーションナリー商品について、お客様相談室などに寄せられる要望を参考にしながら、品質基準についての継続的な見直し・改善に取り組んでいます。生産技術の進歩や工場の工程能力など、関係要素を考慮しながら、常に万全の品質で商品をお届けする体制を整えています。

▶ 重点的取り組み(ファニチャー)

1) アフターメンテナンス体制の強化

年月が過ぎるとともに安全性の低下が懸念される移動性の建材商品について、お客様先での事故の発生を抑えるために、従来以上に踏み込んだアフターメンテナンス体制の構築に取り組みしました。具体的には、納入先の洗い出し、無償点検の実施、同時に、製品保証期間後の保守契約の締結を呼びかけることで、製品の安全性確保に全力で取り組んでいます。

2) 開発上流工程における品質の確保

3次元CADやCAE(強度解析)などを活用したデザインレビューを実施することで、設計上の不具合の洗い出しや、3次元成型機で製作した最終モックアップでの検証を実施しています。デジタルエンジニアリングを駆使し、開発プロセスの上流工程において品質を担保することで、開発期間の短縮、設計の最適化を進めています。

▶ 海外生産品の品質確保

経済発展と共に東南アジアや中国など海外の生産工場(協力工場を含む)の生産能力が向上し、製品の海外生産比率が高まっています。海外の生産工場と緊密に連携し、生産技術・ノウハウの継承、品質検査基準の共有・徹底を進めることで、良品廉価の商品提供を目指しています。

2008年は、ステーションナリー製品においては、従来日本で行っていた受入検査(日本への輸

送後の荷揚げ検査)の現地化、および現地スタッフの検査技能の向上に取り組みました。その結果、判定誤差率(現地検査と受入検査の不良判定の誤差)を1%未満にまで低減しました。

加えて、日本人が長期間滞在し、工場の改善指導ができる現地スタッフを育成するとともに、その知識・スキル・行動成果を評価する仕組み・制度も構築しました。海外生産製品の品質を確保する人材育成を進めています。

ファニチャー製品においては、海外協力工場別にクレームの発生傾向を分析し、それぞれの生産工程にまで踏み込んだ品質管理体制の再構築を実施しました。



海外協力工場における
品質指導・人材育成



社会貢献

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

▶ 総括

地域社会から信頼され、良き企業市民であり続けるために、コクヨグループでは事業活動をする傍ら、さまざまな社会貢献活動を行っています。2008年は工場見学やイベントへの協賛を含めて、合計164件の社会貢献活動を行いました。

また、2008年5月21日、中国・四川省を中心に甚大な被害をもたらした四川大地震が発生しました。コクヨグループでは、被災地の一日も早い復興を願い、1,000万円(67万円)の義援金を中国紅十字社に寄付しました。

■2008年度社会貢献活動の実績

出張授業	ユニバーサルデザイン	20
	環境	6
	その他	1
課外授業	エコプロダクツ 2008	1
工場・施設見学		18
ショールーム見学		97
自社独自活動		15
イベント協賛		5
インターンシップ受入		1
		164

※ コクヨグループ社員による「活動」を集計。寄付等は含まず。

TOPICS

01 区立中学校の環境教育への協力

東京都杉並区立和田中学校では、企業のCSR報告書を生徒自身が読み、そこから見える企業の環境に対する配慮や取り組みを学ぶというユニークな授業を行っています。2008年度は16名の生徒がコクヨの報告書を使って環境学習に取り組みました。

12月に開催された「エコプロダクツ2008」では、生徒たちがコクヨブースを訪れて、環境担当や商品担当の社員から、コクヨの環境活動について、説明を受けました。子どもたちは熱心にメモを取ったり、質問をしたりしながら、短いながらも有意義な見学時間を過ごしました。報告書による環境学習は「エコプロダクツ2008」の後も継続し、2009年3月に校内で開催された「和田中エコプロ展」で成果が発表されました。



「エコプロダクツ2008」でコクヨブースを訪れた和田中学校の皆さん

02 小中学生の社会教育への協力

コクヨグループでは東京、大阪のショールームを通じて、小中学生の学習を積極的に支援しています。生徒の年齢に応じて商品や活動の内容を分かりやすく説明することで、ユニバーサルデザインの意義や特長、環境配慮の大切さについて理解してもらい、広く社会に伝えています。

特にユニバーサルデザインについては、商品を見るだけでなく、実際に触って従来品と比較する体験を通じて学ぶため、「分かりやすい」と先生・生徒双方から好評です。見学を終えた子どもたちからは、「身近なところにたくさんさんのユニバーサルデザインがあることが分かった」、「当たり前だと思っていたことでも疑ってみるといろいろな発見があることを知った」といった感想が寄せられています。



小学生の子どもたちからの礼状

株主への責任

株主・投資家の皆様のご期待に応えるために、迅速かつ正確な情報開示に努めています

▶ 経営活動の透明性向上

株主や投資家の方々へのタイムリーで正確な情報開示は、透明かつ健全な企業経営の基本であると考えています。

1) IR活動

機関投資家、アナリストの皆様に対しては年に2回の決算説明会、および個別訪問を通じて当社の状況を説明しています。また、2008年の中間決算説明会では、霞が関ライブオフィスの見学会を実施し、注力分野の具体的な活動について、積極的な情報開示に努めました。

関連情報▶ P11

2) ホームページによる情報公開

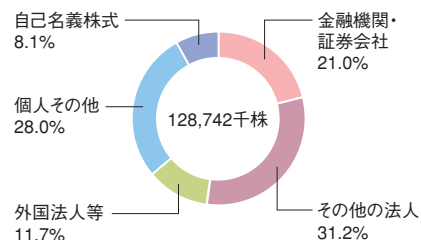
投資判断にかかわると思われる情報については、ホームページ上で速やかな開示に努めています。投資家向けホームページは日本語版と英語版を公開し、国内外



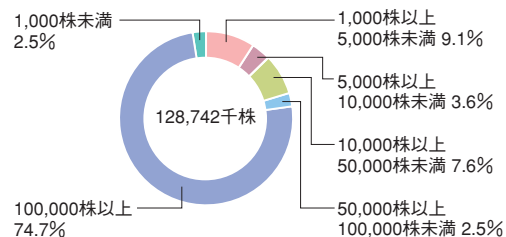
大和インベスター・リレーションズ優秀賞

■ 所有者別株式分布状況

〈所有者別〉



〈所有株数別〉



の投資家の方々に配慮しています。なお、2008年は一定水準を満たしているIRサイトとして、大和インベスター・リレーションズが選定する優秀企業に選ばれました。

▶ 株式と株主の状況

2008年12月末現在の発行株式総数は128,742,463株、総株主数は25,245名です。所有者別の株主分布状況は金融機関・証券会社が21.0%、外国人・外国法人が11.7%、個人その他が28.0%、その他法人が31.2%、自己名義株式が8.1%です。なお、株主の皆様の日頃のご支援に応えることを目的として、2007年から株主優待制度を設けています。

配当に関する方針・実績

コクヨグループは、さらなる株主重視の経営を目指し、従来の安定配当に加えて連結業績を考慮し、配当性向20%以上を目処としています。2008年度についてもこの方針を念頭におき、年間配当金は1株につき15円（中間7円50銭、期

末7円50銭）を予定しています。

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

▶ SRIインデックス採用状況

環境対策や雇用、社会貢献などに積極的に取り組む企業に投資する「社会的責任投資（SRI）」が注目されている中、コクヨグループではその取り組みを評価され、欧米有数のSRIに関するコンサルタント会社であるエティベル社の「エティベル・サステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に選定されています。また、イギリスFTSE社の「FTSE4Good」にも採用されるなど、有力SRIインデックスに採用されています。



決算説明会

人材育成

一人ひとりのやる気と能力を最大限に引き出すための評価制度・人材育成体系を構築しています

▶ 人事制度・評価制度

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

▶ 研修体系

研修体系は受講必須の研修のほか、会社選抜型研修、自由選択型研修の3種類があります。必須研修はグループ共通で行っており、新入社員研修から始まり、年齢に応じて受講する年齢・年次別研修と、役職に応じて受講する役職別研修を実施しています。

会社選抜型研修としては、グループ各社の次

期経営層を育成する「経営者人材育成プログラム」や、異業種人材との交流を図りながら仕事に不可欠な知識を習得するための「異業種交流研修」があります。また、新入社員の中期的な指導・育成役を対象とする「チューター研修」を実施しています。部下を育てる経験を通じて組織を束ねるリーダーシップの土台を養成します。

この他に、自ら高めたいと思う能力・知識分野を選んで受講する自由選択型の研修を用意して、意欲のある社員を積極的にサポートする教育研修体系を組んでいます。また、2008年度から、「Jクラブ」という名称で、グループ会社の社員であれば誰でも自由に参加でき、業務スキルだけでなく人生を豊かに生きる知恵などを学ぶことで、グループ会社社員の仲間作りをサポートするプログラムも実施しています。

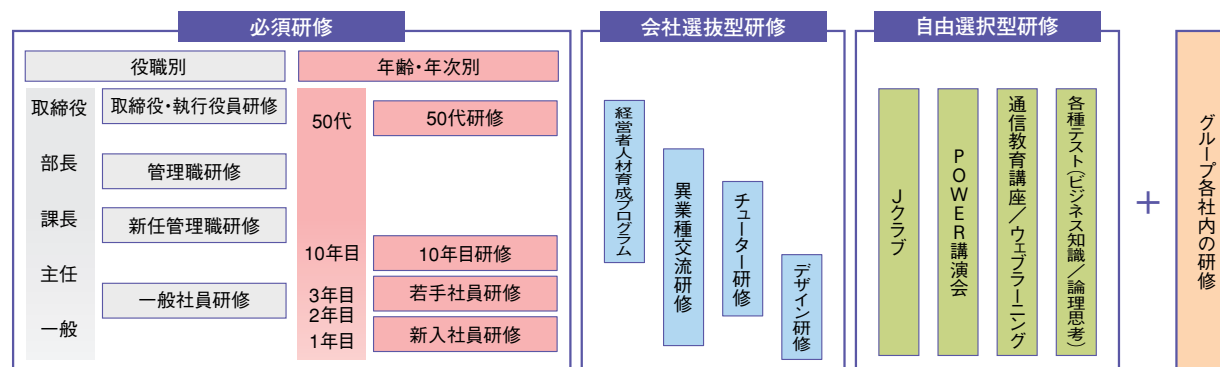
上記に加え、グループ各社の事業特性に合わせて、各社内でも商品開発力や営業力など、職種別の研修プログラムも実施しています。

▶ キャリア開発支援

2006年から、グループ会社間の転職をサポートする「グループ内転職市場」の運用を開始しました。業界や商品に関する基礎的な知識、グループが推進する業務に対する基本的なスキルを最大限に生かしながら、新たなステージを模索する機会創出を、グループとしてサポートしています。

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

■ 教育研修体系



勤労厚生・ 労働安全

安全・安心・快適な職場づくりは
円滑な事業推進の要と考え、
現場と活発な意見交換をしながら
体制を整えています

▶ 労働安全サポート・過重労働防止

多岐にわたるグループ内の事業において、安全・快適に業務を遂行できる環境づくりに取り組んでいます。事業ごとに安全衛生活動を推進するため全国7拠点での建設業安全大会の開催、生産工場における安全衛生委員会に相互に出席するなど事業会社間で知恵を出し合い、活発な情報交換を行なっています。

緊急時の対応として本社オフィス、品川オフィスなど5事業所にAED(自動体外式除細動器)を設置し、操作訓練・救命講習を実施しました。また、大規模自然災害発生時の社員の安否確認に関しては、システムを導入して定期的な訓練を行うことで災害発生に備え確実に準備を進めています。

残業の削減については、労働組合と協力し、消灯時間を設定したノー残業デー運動を展開するなどの徹底した取り組みを行うことによって、グループ全体で前年比10%以上の残業削減を実現しました。今後もグループを挙げて社員の「ゆとり創造」を推進します。

■ 労働災害に関するデータ

災害件数	損失日数	度数率 ^{※1}	強度率 ^{※2}
17	181	8.33	0.089

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

▶ 健康管理・メンタルヘルスケア

社員一人ひとりが心身ともに健康にあつてこそ、事業が順調に推進できると考え、社員の健康管理に積極的に取り組んでいます。東西の拠点に健康管理室を配置し、各事業所の産業医を中心に社員の相談に対応しています。特定保健指導については、健康保険組合・産業医と連携することで社員の健康増進に向け順調なスタートを切ることができました。

昨今重要となっているメンタルヘルスの取り組みにも注力しています。精神科医の導入、心の健康診断、外部EAP(従業員支援プログラム)による早期発見、早期対応を実践し、職場別や階層別の各種研修を開催し予防対策を推進するなど、さまざまな取り組みを行っています。さらに再発防止に向け、取り組み強化を図っています。

また、事業の海外展開に伴い、駐在員やその家族、海外出張者が年々増加する傾向にあります。産業医による現地の医療環境調査などを通して、緊急医療体制や健康管理面を計画的に整備しています。

▶ 労働組合との関係

労働組合では社員(組合員)の「幸せの実現」を目指し、社員がいきいきと働ける環境整備、生活の安定に向けた基盤づくり、社会貢献に取り組んでいます。2008年春闘では社員の「出産・育児・介護による退職者再雇用制度の導入」などの労働条件改善要求が提出され、回答指定日までに真摯な討議のもと交渉を行いました。退職者再雇用制度については労使委員会で討議を重ね、出産・育児・介護に限らず幅広い制度の導入を検討しています。春闘のようなグループ会社共通の課題については統一交渉しますが、各グループ会社においても定期的に労使協議会を開催し、活発な協議を行っています。

厳しい経済環境を乗り切るため、労使双方が互いの立場や主張を理解し合い、社員が能力を最大限に発揮できる職場づくりを目指し、これからも労使協議を通じて課題解決に取り組んでいきます。



建設業安全大会(東北)



ココヨ工業滋賀安全大会(滋賀)



AED操作訓練(東京)



労使交渉(春闘統一交渉)

ダイバーシティー推進I

企業が成長し続けるために
不可欠な取り組みとして、
ダイバーシティーを推進しています

▶ 基本的な考え方

コクヨグループでは「ダイバーシティー」を「社員一人ひとりが本来持っている能力を発揮するため、さまざまな境遇や価値観を認め合い、多様な働き方を実現できる環境をつくりあげていくこと」だと考えています。女性社員や障害のある社員に限ったことではなく、すべての社員が参画すべき企業戦略と位置づけ、2007年8月、コクヨ代表取締役社長を委員長とする「ダイバーシティー推進委員会」を設置しました。多様な価値観・働き方を互いに認め合う環境、意識、制度を整えていくことで、個人の能力を引き出し、会社としての成長力につなげていくという目標を共有しながら、さまざまな活動を展開しています。

ダイバーシティー推進の 4つの基本テーマ

制度構築・浸透

- 柔軟な働き方を実現する制度づくり
- 諸制度の社内浸透

ダイバーシティーに取り組む意義の共有

- 働きやすい風土の実現とそれに向けた意識改革
- 能力を活かす風土の実現とそれに向けた意識改革

ワーク・ライフ・バランスの実現

- 仕事と家庭の両立ができる環境づくり

多様な人材の活躍支援

- ダイバーシティー実現に向けて多様な人材を活かす
- 女性活躍推進

▶ 2008年の具体的活動

1) 啓発活動の実施

ダイバーシティーを実現する上で、「ワーク・ライフ・バランス」の意味・意義の理解は前提であると考え、外部講師を招いたセミナーを実施しています。2008年は管理職向けに2回、一般社員向けに3回、合計5回のセミナーを実施し、1,000名を超える社員が受講しました。なぜワーク・ライフ・バランスが必要なのか、ダイバーシティー推進がなぜ企業戦略なのかを全員が理解することから活動を始めました。

2) 働き方の見直しプロジェクト実施

コクヨS&Tとコクヨマーケティングでは、グループ内の他社に先駆けて、「働き方見直しプロジェクト」をトライアルで発足し、「残業を前提とする働き方をゼロベースで見直す」というテーマで活動を行いました。15分単位で予定を決め、メールでお互いの仕事量・優先度を他のメンバーと共有し、自分の仕事の進め方について課題を出すなどといった取り組みを継続的に行うことで、より効率



働き方見直しプロジェクト

的な業務の進め方について検討、試行しました。取り組みを通じて、個人の働き方に対する意識の变革を促すことも目的に掲げて活動しました。

コクヨS&Tとコクヨマーケティングでは、プロジェクトで得られた示唆を生かして、今後も継続して働き方の見直しに取り組みます。なお、2009年は新たにコクヨファニチャー、コクヨ九州販売で同様のプロジェクトを発足し、活動を横展開していく予定です。

3) 女性社員向けキャリアアップ応援研修や交流会の実施

女性社員のより一層の活性化と戦力化を目指し、出産など女性ならではのライフイベントを見据えた上で、充実したビジネスライフを送るための「思考」と「行動のポイント」を理解し、自分が描いたキャリアプランの実現を支援するための「キャリアアップ応援研修」を東京で2回、大阪で1回実施しました。

また、日頃仕事上の接点がない女性社員同士が集まり、互いの悩みや仕事への考え方を語り合う「女性交流会」も開催しました。



女性交流会

▶ 育児・介護と仕事の両立支援

出産・育児・介護というライフイベントに対し、制度面からも仕事との両立を支援する取り組みを行っています。

具体的には、育児休業について、子どもが1歳の4月末または1歳6ヶ月に達するまでのどちらか長い期間（4月産まれの場合は2歳4月末まで）、取得可能です。これは保育園の入園時に必要な「ならし期間」を考慮して4月末まで休暇を取得できるようにしたもので、社員の要望を受けて改定したものです。また、一部の事業会社では男性の制度利用を促進するため、育児休業を有給化しました。

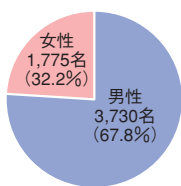
このほか、グループ各社の業容に合わせて短時間勤務制度を導入しています。

■ 育児休業取得者数

年度	2004	2005	2006	2007	2008
人数	男	0	0	4	6
	女	9	16	18	40

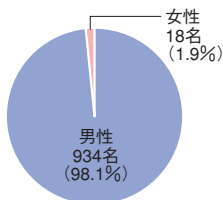
■ 男女別従業員比率

(連結対象 正社員)



■ 男女別管理職比率

(連結対象主要事業会社のデータ)



▶ 「子育て支援に積極的な企業・団体」として認定

コクヨグループでは2008年12月末現在、コクヨグループ6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（次世代法）に基づき、「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。認定基準の中には、自社で定めた計画期間内に男性の育児休業等取得者がいることや、女性の育児休業等取得率が70%以上であることなどが盛り込まれています。



【取得会社】(2008年12月末現在)
 コクヨ株式会社
 コクヨS&T株式会社
 コクヨファニチャー株式会社
 コクヨビジネスサービス株式会社
 コクヨマーケティング株式会社
 コクヨエンジニアリング&テクノロジー株式会社

■ 育児・介護支援を目的とする主な休業制度*

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

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

TOPICS

パパサロン

パパサロンは父親同士が子育ての工夫や悩みなどを気軽に共有することを目的に、国や自治体、NPO法人が全国各地で開催しています。コクヨグループでは2008年10月8日、文部科学省のプログラムの一環として開催され、コクヨグループで働く0～9歳の子どもを持つ父親13名が集まりました。

「なぜ今、父親の育児が注目されているのか?」、「忙しさのあまり、親子の触れ合いをどうすればよいのか分からなくなっている」など、小さい子どもを持つ父親の悩みや疑問を、講師を交えて話しあい、それぞれの経験談に基づいてアドバイスを出し合うことで解決策を模索しました。普段の職場ではなかなかできない父親同士の意見交換の場をつくることも、ダイバーシティ推進の重要なテーマであると考えています。



ヨイコミ活動支援

コクヨS&Tでは、勤務するメンバーが5名以上集まって、自発的に催すイベントに対し、イベント経費を支援する制度を導入しています。社員1名以上を含むことを条件に、派遣社員やアルバイト社員も対象とします。

ヨイコミとは「良いコミュニケーション」の略で、コミュニケーションが円滑であれば仕事はスピードに進み、OFF（仕事外）での経験がON（仕事）にも必ず活かされるという考え方で、1人当たり数千円の支援をしています。催されるイベントは、ロッククライミング体験、ヨガ体験、美術館めぐり、興味のある本を持ち寄る書評会など制限はなく、社員のアフター5の充実・自己啓発を目的としています。

同時に水曜・金曜は時間を定めオフィスを一斉消灯するなど、時間意識を持って仕事に取り組む姿勢の徹底とコミュニケーション促進を目的に早帰りを実施しています。

今後も導入効果を検証しながら継続的に制度を見直し、社内コミュニケーションの活性化とワーク・ライフ・バランスの浸透・実践につなげていきます。



ダイバーシティー推進II

障碍や言葉・習慣・考え方の違いを認め合い、それぞれの能力を最大限に発揮する働き方を推進しています

▶ 障碍者雇用^{※1}

コクヨは1949年に発足した大阪府雇用開発協会の前身である大阪府身体障碍者雇用促進協議会の発足当初から、同協議会理事として障碍者雇用を促進する活動を行ってきました。

現在は2003年9月に設立した特例子会社のコクヨKハート株式会社、2006年12月に設立したハートランド株式会社の2社の特例子会社を中心に、グループ全体で障碍者が働きやすい環境づくりを促進しています。

コクヨKハートは主にコクヨグループの印刷業務を中心に、ステーションリーの品質検査を請け負っています。2008年12月には連続無災害1,800日を達成しました。また、在宅でのCADを使用したオフィスレイアウト作成業務に重度の障碍者2名を雇用するなど新しい取り組みを推進しています。

ハートランド株式会社では、知的・精神障碍者が活躍できる事業として、水耕栽培による野菜の生産・販売を行っています。事業推進にあたっては、大阪府からの指導を受けるとともに、地元農家の方々や障碍者就労支援団体などの



コクヨKハートにおける印刷業務

協力を得ています。

2008年12月1日現在、コクヨグループの障碍者雇用率は1.95%^{※2}です。

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

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

▶ 海外における現地社員の雇用・育成

事業をグローバルに展開していくためには、国籍・年齢・性別などに関係なく、優秀な人材を確保・育成し、適所に配置していくことが必要だと考えます。経営環境や市場のグローバル化、ボーダレス化がますます進展する中で、新たなコクヨグループの戦力となる人材の確保・育成に努めています。

2008年12月末現在のコクヨグループの海外拠点は、営業拠点として、中国国内に16カ所、タイ、マレーシア、インド、アメリカ、ヨーロッパに各1カ所があります。また、生産拠点として、タイ、ベトナム、マレーシアに工場があります。海外で働く社員の9割以上は現地採用です。

海外拠点の中でも、特に、オフィス空間の設計・施工、オフィス家具の販売を行う国営貿易（上海）



ベトナム工場におけるファイル生産

有限公司と、オフィス用品通販事業を行う国営商業（上海）は、それぞれ100名以上の社員を抱える主力現地法人です。人材の育成にも力を入れており、現地採用社員の中から毎年数名が、1年間にわたる日本での研修を受講しています。2008年度は6名の社員が、日本国内のコクヨグループ各社において、仕事の仕方、日本の文化・風土、コクヨの理念を学びました。

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

なお、現地での社員採用に当たっては、各国の身分証明書にあたる書類やICカードのコピーを必須提出物としており、児童労働、強制労働はありません。

▶ 人権啓発活動の推進

コクヨグループでは、新入社員・新任管理職などの階層別研修を実施し、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啓発研修を行い人権意識向上に努めています。

また、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。

関連情報 ▶ P23、P43

「主役」の自覚と社会の役に立っている実感が 個人と会社の成長を促す



米田 勇輝

荒堀 敦次

中村 美晴

働く喜びが詰まったサラダほうれん草、
本日も順調に出荷しています！

「こんにちはー!」、「いらっしゃいませ!」。大阪府泉南市の丘陵地にあるハートランド農園では、今日も見学者を迎える社員の元気な声が飛び交う。

ハートランドは、知的・精神障害者に就労の場を提供し、安全・安心な野菜生産を通じて、年々担い手や耕作面積が減少している農業の復活に貢献するというコンセプトで水耕栽培のサラダほうれん草を栽培・出荷している。販売先となる百貨店やスーパーのみならず、行政や障害者雇用を検討する企業、福祉施設、養護学校の関係者、マスコミなど、さまざまな分野の関心を集めており、見学者数は操業開始後1年間で500名を超えた。

「ノートやデスクをつくるのとは違って、自分の思い通りにならないのが農業」と言う社長の仲井道博が最も励まされるのは、社員が一生懸命仕事に取り組む姿だという。「人は誰かの役に立つことで幸せを感じることができます。彼らを見ると、本来会社とは社員の幸せのためにあるのだということ、いつも痛感してしまふんです」。もっとできるようになりたいと頑張る社員の姿が、販路の開拓や収益確保に走り回る仲井を後押しする。

当初は一日の収穫量の10分の1もできなかった出荷作業だったが、機械の導入と小さな工夫の積み重ねによって、今では定時にすべてを終えることができるようになった。障害を持つ社員と共に作業をしながら、現場のまとめ役を務める岩元隆彬も言う。「この1年で皆が自信を持つようになったと思います。以前はなかなかできなかった作業も、今では『手伝いましょうか』と率先して言ってくるようになりました」。

操業から1年を経て見えてきた新たな課題は、

季節によって大きく変わる収穫量に対応する体制づくり。定植から収穫までに必要な日数が日照や気温によって異なるため、同じように栽培していても、必然的に冬の収穫量は夏の約半分になってしまう。順調に増えた納入先への供給責任を果たすためにも、冬場には仕入先確保、夏場には別品目の栽培など、今までとは違う策が必要になっている。「障害と向かい合い、自然と向かい合うこの仕事は、時に忍耐と気力を必要とします。しかし、この会社が障害者雇用・食の安全・農業振興という社会的な要請に応え、なおかつ、社員皆の幸せの拠点であり続けられるように、安定的な収益基盤を確立に向けて踏ん張ります」(仲井)。

▶ ハートランド株式会社

所在地: 大阪府泉南市幡代2018 かるがもの里
社員数: 12名(2008年12月31日現在)
代表取締役社長: 仲井道博
事業内容: 水耕栽培によるほうれん草など葉菜類の生産・販売



出荷用ダンボールに詰めるほうれん草の数を間違えないように、一旦、出荷量と同じだけの数を仕切板で区切ったケースに商品を移してからダンボールに詰める。



収穫したほうれん草を一袋分ずつつける作業に使う秤。野菜を基準となる重さびつたり計ることは難しいため、敢えてデジタル表示の秤は使わない。基準値の前後5~10gの幅からダンボールに詰める。



農業を一切使わず、徹底した衛生管理の下で育てられるサラダほうれん草は、関西の百貨店、スーパーの店頭と並べられる。食の安全や地産地消に関心が高まる中、ホテルやレストラン、食品加工会社でも使われている。

コミュニケーション

注力する事業活動とその考え方を多くの方にお伝えし、コクヨファンを増やす活動を積極的に進めています

(企業名敬称略)

▶ 環境関連のシリーズ広告を実施 ～坂本龍一さんを広告キャラクターに起用～

2008年は、年間を通じて環境広告に注力しました。広告キャラクターには音楽家・坂本龍一さんを起用。「環境配慮は当たり前」というコクヨの基本的な考えをベースに、新たな発想でスタートしている環境配慮型のオフィスや商品について、生活者としての坂本さんが日常生活の中で感じる素朴な環境への思いをコクヨへの手紙に綴る、というコンセプトで展開しました。坂本さん自身もコンサートにおけるCO₂削減やカーボンオフセットCDの発売など、先進的な環境保全活動で知られており、コクヨのエコバツマーク表示の意図に対しても強く共感をしていただいたことから、一連のシリーズ広告が実現しました。エコバツマークを通じて自社の環境配慮のスピードを上げると同時に、活動を広く知らせることも、環境配慮社会への貢献につながると考えています。



坂本龍一さんを起用した環境広告

▶ 阪急電鉄エコトレインに協賛 ～地域をあげて環境の大切さを伝える～

2008年12月1日から2009年7月末まで、阪急電鉄の神戸線、宝塚線、京都線において「エコトレイン 未来のゆめ・まち号」が走っています。

「エコトレイン」は、阪急電鉄株式会社が社会貢献活動の一環として環境保護の大切さを沿線住民に訴求する目的で企画したもので、車両外観のラッピングだけでなく、車内のポスター枠やステッカー類もすべて環境をテーマにしたもので統一されています。

コクヨは「エコトレイン」の主旨に賛同し、協賛企業として参加しています。坂本龍一さんを起用した環境ポスターを掲出することで、エコバツマークやエコオフィスなど、独自の環境への取り組みをお伝えしています。関西圏に本社をおく企業同士、連携しながら、環境の大切さについて地域をあげて訴求していく活動に力を入れています。



2008年12月、エコトレインのお披露目式

▶ 「コクヨデザインアワード2008」を開催 ～作品募集テーマは「炭素」～

コクヨは、使い手ならではの優れた商品デザインを、広く一般消費者から募集して商品化を目指すコンペティション「コクヨデザインアワード」を2002年から毎年開催しています。カドが28個ある消しゴム〈カドケシ〉を生んだコンペティションとして国内外から高い評価を受けており、近年は1,000件を超える応募数があります。

7回目となった「コクヨデザインアワード2008」では、「炭素」を作品募集テーマとして開催しました。国内外あわせて1,240点の応募があり、その中から、切り込みを入れることで凹凸部分にもぴったりと合うガムテープや、内蔵された磁石によってクリップや画鋏を吸い込むマグネットケース、絶滅危惧の動物をかたどった黒いクレヨンなど、合計9作品が優秀賞・特別賞として表彰されました。



「コクヨデザインアワード2008」優秀賞受賞作品

▶ 発電床の実証実験に参加

～新たなクリーンエネルギーの実用化に向けて～

コクヨオフィスシステムでは、霞が関ライブオフィスにおいて、「発電床」を実験的に設置しています。これは、株式会社音力発電との共同開発によるもので、歩行時の振動エネルギーを電気エネルギーに変換します。ライブオフィス内では、地震などの災害時に停電が発生した時も発電床で前方を光らせることで、避難誘導に活用するという提案を行っています。

2008年12月には、渋谷区の「ハチ公前クリーンエネルギー実証実験」においても発電床が設置され、コクヨも協賛企業として実証実験に参加しました。実験は、渋谷駅前の路面に埋め込まれた発電床の上を人が通行することによってLEDのイルミネーションを光らせるというもので、電力量、発電効率、耐久性などの検証を行いました。今までにないクリーンエネルギー活用に向けて、積極的に協力しています。

関連情報 ▶ P11



2008年12月、渋谷駅前に設置された発電床

▶ 各種セミナーにおける講演活動

～コクヨの環境の取り組みを直接伝える～

大学や業界団体、環境関連団体が主催する講座やセミナーにおいて、コクヨのCSR活動を直接伝える活動を行っています。

2008年6月には、NPO法人日本森林管理協議会が主催し、森林管理の大切さ、FSC認証の有用性を訴えるセミナーにおいて、「コクヨー四万十・結の森プロジェクト」の具体的な活動について紹介する講演を行いました。適切な森林管理に間伐が不可欠であること、継続的に間伐を実施するためには、環境と経済の好循環をつくっていく必要があることを伝え、地元高校生による植生調査など、新たな結びつきによる成果も紹介しました。

なお、10月には神戸大学で、11月には愛知県印刷業の団体に対して、同様の講演を行いました。受講生や参加者と意見交換、交流の機会を求めていくことで、CSR活動の一層の充実を目指しています。



2008年6月、「森林の保全とFSC認証制度を学ぶ」(主催:NPO法人日本森林管理協議会)にて講演

▶ 「木づかい運動」に積極的な貢献

～農林水産大臣感謝状を授与される～

コクヨファニチャーは、間伐材を利用した家具の開発に取り組んでいること、小学生に林業の現場を見せる体験を森林組合と共同で開催したこと、高知県の「結の森」で森林保護活動に取り組んでいることなど、国産材の有効利用と森林保全の大切さについてのPR活動を高く評価され、2008年2月22日、「木づかい運動農林水産大臣感謝状」を贈呈されました。

「木づかい運動」とは、国産材の積極的な利用を通じて山村を活性化するとともに、元気な森づくりを進める目的で、林野庁などが2005年度から展開している活動です。

コクヨが間伐材家具の開発・販売を始めたのは1997年。以来、10年以上にわたって「地産地消」の原則のもと、地域の間伐材を使った家具を自治体や学校などさまざまなお客様に納入し続けています。



港区エコプラザに納入した間伐材を利用したチェア

▶ コクヨ本社ビル表彰される

～「大阪市ごみ減量優良建築物」として～

大阪市は「事業系ごみ」の削減を目指し、環境事業局を中心に市内の事業者に対してごみ削減の働きかけに力を入れています。市の環境事業センターは隔年で市内事業所への立ち入り検査を行い、①廃棄物の状況把握、②廃棄物の発生抑制、③再資源化対象物の適正処理、④再生紙・再生品の使用、⑤廃棄物管理責任者の業務の5項目について詳細なチェックリストに基づき検査しています。また、各事業所は毎年、「廃棄物の減量推進および適正処理に関する計画書」の提出を行っています。

大阪市東成区のコクヨ大阪本社ビルは、2003年に事業系廃棄物の減量推進及び適正処理に優秀な実績をあげている建築物として環境局長表彰を受けて以来、5年間にわたり同様の取り組みを続けてきたことから、2008年10月28日、「大阪市ごみ減量優良建築物」として市長表彰されました。



2008年10月、ごみ減量優良建築物表彰式にて

※各表の中で、数値が「0」の項目は「四捨五入すると0になる」ことを、また「-」で示した項目は対象がないことを意味しています。
 ※2008年度から設備関連のデータのみを集計しています。(車両関連は含んでいません)
 ※排水に関しては、原則として法規制(水濁法、下水道法)上測定が必要なサイトのみ開示しています。
 ※COD、BODは公共用水域に排出しているサイトのみ開示しています。

〈国内サイト〉

三重工場

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



■環境データ

インプット	2007年度	2008年度
エネルギー	115,429GJ	91,526GJ
・燃料	43,767GJ	33,224GJ
・電気	71,662GJ	58,302GJ
水資源(水道水)	42千m ³	33千m ³
アウトプット	2007年度	2008年度
CO ₂	5,336 t-CO ₂	4,197 t-CO ₂
SO _x	0.01 t	0.02 t
NO _x	0.27 t	0.4 t
廃棄物		
総排出量	1,013t	831t
・再生利用・熱回収	1,006t	819t
・最終処分	7t	12t
水域への排出量	21千m ³	20千m ³
・公共水域への排出	21千m ³	20千m ³
・下水道への排出	-	-
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度 (規制値pH5.8~8.6)	pH7.3~7.7	pH7.3~7.8
・COD(規制値25)	21mg/L	10mg/L
・BOD(規制値10)	4mg/L	8mg/L
・SS(規制値15)	7mg/L	9mg/L

芝山工場

所在地 千葉県山武郡芝山町大台3155番4号
 主要製品 間仕切り、ローパーテーション、
 収納家具など
 操業開始 1994年6月
 敷地面積 73,734 m²
 工場長 大東 宏次



■環境データ

インプット	2007年度	2008年度
エネルギー	71,468GJ	94,118GJ
・燃料	24,984GJ	42,676GJ
・電気	46,484GJ	51,442GJ
水資源(水道水)	16千m ³	14千m ³
アウトプット	2007年度	2008年度
CO ₂	3,258 t-CO ₂	4,298 t-CO ₂
SO _x	0.001 t未満	-
NO _x	0.07 t	-
廃棄物		
総排出量	1,929 t	1,702 t
・再生利用・熱回収	1,919 t	1,702 t
・最終処分	10t	-
水域への排出量	6千m ³	7千m ³
・公共水域への排出	1千m ³	1千m ³
・下水道への排出	5千m ³	6千m ³
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度 (規制値pH5.8~8.6)	pH6.4	pH7.3
・COD(規制値10)	5mg/L	5mg/L
・BOD(規制値10)	2mg/L	1mg/L
・SS(規制値20)	6mg/L	1mg/L

コクヨ工業滋賀

所在地 滋賀県愛知郡愛荘町上蚊野312番地
 主要製品 ノート、PPC用紙、複写簿、
 ルーズリーフなど
 操業開始 1980年10月
 敷地面積 114,294 m²
 代表取締役社長 山内 健



■環境データ

インプット	2007年度	2008年度
エネルギー	61,044GJ	55,430GJ
・燃料	1,809GJ	636GJ
・電気	59,235GJ	54,794GJ
水資源(水道水)	10千m ³	6千m ³
アウトプット	2007年度	2008年度
CO ₂	2,359 t-CO ₂	2,115 t-CO ₂
SO _x	0.001 t未満	-
NO _x	0.24 t	-
廃棄物		
総排出量	2,120 t	2,156 t
・再生利用・熱回収	2,120 t	2,156 t
・最終処分	-	-
水域への排出量	10千m ³	6千m ³
・公共水域への排出	-	-
・下水道への排出	10千m ³	6千m ³
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度 (規制値pH6.0~8.5)	pH7.1~10.9 [※]	pH6.6~8.4
・COD(規制値70)	9.8mg/L	8.8mg/L
・BOD(規制値70)	15.0mg/L	7.5mg/L
・SS(規制値90)	6.7mg/L	35.0mg/L

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

コクヨMVP(鳥取工場)

所在地 鳥取県鳥取市湖山町南2丁目201番地
 主要製品 カスタムステーショナリー
 操業開始 2007年9月 (前身のコクヨ事務用品工業株式
 会社は、1962年12月に操業開始)
 敷地面積 38,389m²
 工場長 大西 寛朗



■環境データ

インプット	2007年度	2008年度
エネルギー	19,319GJ	19,598GJ
・燃料	2,377GJ	1,490GJ
・電気	16,942GJ	18,108GJ
水資源(水道水)	5千m ³	8千m ³
アウトプット	2007年度	2008年度
CO ₂	804 t-CO ₂	788 t-CO ₂
SO _x	0.005 t	0.007 t
NO _x	0.28 t	0.25 t
廃棄物		
総排出量	579 t	894 t
・再生利用・熱回収	579 t	894 t
・最終処分	-	-
水域への排出量	5千m ³	8千m ³
・公共水域への排出	5千m ³	8千m ³
・下水道への排出	-	-
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度	法規制対象外	法規制対象外
・COD	法規制対象外	法規制対象外
・BOD	法規制対象外	法規制対象外
・SS	法規制対象外	法規制対象外

〈海外サイト〉

ココヨMVP (青谷工場)

所在地 鳥取県鳥取市青谷町青谷1114番
 主要製品 カスタムステーションナリー
 操業開始 2007年9月 (前身のココヨ事務用品工業株式会社
 青谷工場は、2000年4月に操業開始)
 敷地面積 34,607m²
 工場長 谷口 繁則



■環境データ

インプット	2007年度	2008年度
エネルギー	7,723GJ	13,678GJ
・燃料	111GJ	1,083GJ
・電気	7,612GJ	12,595GJ
水資源(水道水)	2千m ³	2千m ³
アウトプット	2007年度	2008年度
CO ₂	296t-CO ₂	542t-CO ₂
SO _x	—	—
NO _x	—	—
廃棄物		
総排出量	208 t	361 t
・再生利用・熱回収	153 t	304 t
・最終処分	55 t	57 t
水域への排出量	2千m ³	2千m ³
・公共水域への排出	2千m ³	2千m ³
・下水道への排出	—	—
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度 (規制値pH5.5~9.0)	法規制対象外	法規制対象外
・COD(規制値1,500)	法規制対象外	法規制対象外
・BOD(規制値1,000)	法規制対象外	法規制対象外
・SS	法規制対象外	法規制対象外

ココヨ-IK (タイランド)

所在地 529 Moo 4 Bangpoo Industrial Estate
 Soi 8C, T.Praksa, A.Muang,
 Samutprakam 10280, Thailand
 主要製品 クリヤーブック、PPファイル、
 テープのりなど
 操業開始 1996年12月
 敷地面積 12,679m²
 工場長 小川 雄司



■環境データ

インプット	2007年度	2008年度
エネルギー	29,577GJ	26,521GJ
・燃料	934GJ	41GJ
・電気	28,643GJ	26,480GJ
水資源(水道水)	26千m ³	27千m ³
アウトプット	2007年度	2008年度
CO ₂	1,148 t-CO ₂	1,006 t-CO ₂
SO _x	0.001 t未満	0.05 t未満
NO _x	0.22 t	0.44 t
廃棄物		
総排出量	339 t	388 t
・再生利用・熱回収	187 t	246 t
・最終処分	152 t	142 t
水域への排出量	26千m ³	27千m ³
・公共水域への排出	21千m ³	21千m ³
・下水道への排出	5千m ³	6千m ³
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度 (規制値pH5.5~9.0)	pH7.0	pH7.2
・COD(規制値1,500)	182mg/L	86mg/L
・BOD(規制値1,000)	87mg/L	18mg/L
・SS	測定対象外	測定対象外

ココヨ (マレーシア)

所在地 Lot 79 & 83, Persiaran Bunga Tanjung 1,
 Senawang Industrial Park, 70400 Seremban,
 Negeri Sembilan Darul Khusus, Malaysia
 主要製品 スチールデスク、ローパーテーション、
 収納家具など
 操業開始 1999年10月
 敷地面積 58,000m²
 工場長 安藤 亘



■環境データ

インプット	2007年度	2008年度
エネルギー	36,324GJ	32,175GJ
・燃料	16,380GJ	11,412GJ
・電気	19,944GJ	20,763GJ
水資源(水道水)	14千m ³	18千m ³
アウトプット	2007年度	2008年度
CO ₂	1,598 t-CO ₂	1,356 t-CO ₂
SO _x	0.001 t未満	—
NO _x	0.38 t	—
廃棄物		
総排出量	481 t	400 t
・再生利用・熱回収	371 t	330 t
・最終処分	110 t	70 t
水域への排出量	17千m ³	15千m ³
・公共水域への排出	—	13千m ³
・下水道への排出	17千m ³	2千m ³
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度 (規制値pH6~9)	pH7	pH7
・COD(規制値50)	12mg/L	9mg/L
・BOD(規制値20)	3mg/L	2mg/L
・SS(規制値50)	3mg/L	4mg/L未満

ココヨベトナム

所在地 Land Plot B4 Nomura-Haiphong IZ, Km13,
 An Duong Dist., Haiphong City, Vietnam
 主要製品 フラットファイル、厚表紙ファイル、
 タックラベルなど
 操業開始 2006年11月
 敷地面積 51,544m²
 工場長 塚本 良雄



■環境データ

インプット	2007年度	2008年度
エネルギー	12,646GJ	13,688GJ
・燃料	146GJ	318GJ
・電気	12,499GJ	13,370GJ
水資源(水道水)	0千m ³	0千m ³
アウトプット	2007年度	2008年度
CO ₂	483 t-CO ₂	526 t-CO ₂
SO _x	0.001 t未満	—
NO _x	0.02 t	—
廃棄物		
総排出量	2 t	377 t
・再生利用・熱回収	2 t	377 t
・最終処分	—	—
水域への排出量	0千m ³	0千m ³
・公共水域への排出	0千m ³	0千m ³
・下水道への排出	—	—
水域への排水規制項目		
・水素イオン濃度	測定対象外	測定対象外
・COD	測定対象外	測定対象外
・BOD	測定対象外	測定対象外
・SS	測定対象外	測定対象外

コクヨグループではCSR活動の行動指針である「コクヨグループCSR憲章」の5つの項目(お客様、地域社会、環境保全、企業活動、人権尊重)に関連して発生した費用について、2004年度より「CSR会計」として集計・公開しています。集計に際して

は1998年より集計している「環境会計」と同様に差額コスト[※]のみを計上するよう努めています。

CSR会計については以前より「集計精度の向上」「集計方法の改善」「効果の算定」といった課題を挙げていましたが、事業会社ごとの自主的な活

動の増加により各課題の改善はより重要性を増してきました。

今後はたんに結果としての数値を公表するだけでなく、グループ経営における情報のひとつとして活用できるよう努力していきます。

▼集計対象組織:コクヨ(株)及び連結対象子会社20社
コクヨS&T、コクヨファニチャー、コクヨストアクリエーション、コクヨビジネスサービス、コクヨ工業滋賀、コクヨMVP、コクヨロジテム、コクヨサブプライロジスティクス、コクヨオフィスシステム、コクヨマーケティング、コクヨエンジニアリング&テクノロジー、カウネット、ネットコクヨ、コクヨ中国販売、コクヨ九州販売、コクヨインターナショナル、コクヨIK(タイランド)、コクヨマレーシア、コクヨベトナム、コクヨKハート

▼集計対象期間:2008年1月1日～2008年12月31日

▼算定方法:「コクヨグループCSR憲章」に定められた事項を実行するための費用を計上しています。費用は人件費、経費、減価償却費の合計。経費節減額、有価物収入は費用から差し引いて表示しています。「マネジメント体制構築コスト」は本社関連費用の概算値を按分しています。

なお、各項目の活動コストの算出精度は、経営資源配分の実際を映し出すには至っておりません。

▼参考ガイドライン:環境省「環境会計ガイドライン2005年度版」

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

※備考

2007年度までのCSR会計で「地域社会—地域緑化」項目として計上していた(財)黒田緑化事業団の活動費については審査機関と協議の結果、今回より計上しないことといたしました。

	お客様	地域社会	環境保全	企業活動	人権尊重
コクヨの責任	お客様の視点に立って「商品・サービス」を提供すること	豊かな地域社会を創造すること	地球環境問題解決のために努力すること	公正な企業活動を行うこと	企業活動の場面において人権を尊重すること
活動コスト	414,420千円	49,330千円	516,334千円	175,913千円	49,094千円
活動コストの主な内訳	(単位:千円) お客様満足の向上 351,373 お客様情報の適切な管理 6,866 お客様の進化をリード 46,339 マネジメント体制構築 9,842	(単位:千円) 社会貢献 22,679 地域社会活性化 6,810 災害支援 10,000 マネジメント体制構築 9,842	(単位:千円) 公害防止 62,908 温暖化防止 ▲13,359 省資源・リサイクル 170,882 エコプロダクツの調達・提供 55,656 環境技術の調査研究 118,368 環境コミュニケーション 17,362 マネジメント体制構築 104,517	(単位:千円) コンプライアンス維持 8,059 取引先との公正取引 1,900 株主との対話 97,685 マネジメント体制構築 68,269	(単位:千円) 従業員満足度の向上 6,000 機会均等、人材育成 29,411 労働安全衛生 3,841 マネジメント体制構築 9,842
関連ページ	P39	P41	P27-38	P21-26、42	P43-48

第三者審査 報告書

コクヨグループでは、社会的責任を果たすために、「地球温暖化の防止」と「環境配慮商品の推進」を重点施策として、2008年度は、快適性よりも環境負荷の軽減を重視した「エコライブオフィス」の実験の開始や、環境配慮が十分でない「エコバツマーク」商品の該当基準の厳格化などが進められています。

今回の第三者審査は、上記の重点施策や作成する報告書の報告対象範囲について、前年度から重要な変更がないことに鑑み、前年度に指摘した、国内及び海外の各事業所や関係会社における環境パフォーマンス指標のデータ集計に関する内部統制の整備及び運用状況にも重点を置いた審査手続を実施しました。

整備状況については、新たなグループ内基幹システムの運用拡大により、実態に即したデータを集計できる指標の範囲が広がりました。一方、運用状況については、エネルギー使用量、廃棄物排出量・リサイクル量、水使用量・排水量などの各指標で集計漏れや集計誤りが散見されました。また、関係会社から産業廃棄物排出量が適切に報告されていなかったため、達成したと発表されていたゼロエミッションが達成できていないことが判明しました。

これらの状況に関しては、必要な修正がなされたうえで適切に開示され、改善を要する課題については、改善に向けた検討が始められています。この点、開示するとネガティブに評価される可能性がある内容も積極的に開示されている点は、ステークホルダーの期待を考えると、望ましいものと考えます。

今後は、開示情報の正確性をさらに向上させるために、トップマネジメントの社会的責任に対する企業理念を現場レベルに浸透させ、現場では、各集計データの相互チェックや、関連する数値との比較分析を徹底して行う必要があります。



環境報告審査・登録マークは、当該「コクヨグループCSR報告書2009」に記載された環境情報の信頼性に関して、サステナビリティ情報審査協会 (<http://www.j-sus.org/>) の定めた環境報告審査・登録マーク付与基準を満たしていることを示すものである。



第三者審査の様子

KPMGあずさサステナビリティ株式会社
マネジャー 大野 芳隆




「コクヨグループ CSR 報告書 2009」に対する独立第三者の審査報告書

平成 21 年 3 月 10 日

コクヨ株式会社
代表取締役社長 黒田 章 裕 殿

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

代表取締役 魚住 隆大 
(環境計量士、公害防止管理者、公認会計士)

1. 審査目的及び対象範囲

審査の目的は、コクヨ株式会社（以下、「会社」という。）が作成した「コクヨグループ CSR 報告書 2009」（以下、「CSR 報告書」という。）に記載されている 2008 年度の環境パフォーマンス指標及び CSR 会計指標（以下、「指標」という。）の信頼性について、独立した立場から当社の結論を表明することである。

CSR 報告書の作成責任は会社の経営者にあり、当社の責任は独立した立場から指標の信頼性に関する結論を表明することにある。

2. 審査基準及び判断規程

当社は、「国際保証業務基準 (ISAE) 3000」（2003 年 12 月 国際会計士連盟）を参考に、「環境報告書審査基準案」（平成 16 年 3 月 環境省）及び「サステナビリティ情報審査実施指針」（平成 20 年 2 月改訂 サステナビリティ情報審査協会）に準拠して審査を実施した。

また、「環境報告ガイドライン 2007 年版」（平成 19 年 6 月 環境省）、「Sustainability Reporting Guidelines version 3.0」（2006 年 10 月 グローバル・リポーティング・イニシアティブ）及び「環境会計ガイドライン 2005 年版」（平成 17 年 2 月 環境省）等を参考に当社が定めた作成基準、並びに「環境報告審査・登録マーク付与基準」（http://www.j-sus.org/kitei_pdf/logohuyou_env.pdf）（サステナビリティ情報審査協会）を審査における判断規程とした。

3. 審査手続

当社の実施した主な審査手続は以下の通りである。

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

4. 審査の結論

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

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

以上

■ 表紙の言葉

コクヨグループは、ダイバーシティ推進に力を入れています。表紙にはそれぞれの仕事に取り組む多様な社員の表情を写真で掲載しています。また、表紙下部のラインは、「エコパツマーク」(環境配慮が足りない商品に表示するマーク)の表示比率を、ステーションナリー、ファニチャーの両商品群ごとに示しています。



KOKUYO

発行
コクヨ株式会社

〒537-8686 大阪市東成区大今里南6丁目1番1号

お問い合わせ先

コクヨビジネスサービス株式会社 広報部
TEL:06-6976-1277 FAX:06-6976-1253

■用紙での配慮



FSC認証用紙の使用
「適切に管理された森林からの木材(認証材)」を原料とした紙として、森林管理協議会(FSC)から認証を受けた紙を使用しています。

■印刷での配慮



水無し印刷
水を使用せずに印刷する「水無し印刷」を採用することで、揮発性溶剤を使用せず、刷版工程における廃液も出ません。



印刷サービスのグリーン購入
グリーン購入ネットワーク(GPN)が定める「オフセット印刷サービス」発注ガイドラインに基づいて印刷サービスのグリーン購入に取り組んでいます。

■色覚ユニバーサルデザインへの配慮



カラーユニバーサルデザイン
色覚の個人差を問わず、多くの方に見やすい表示を心がけました。モニターによる検証などのチェックを経て、カラーユニバーサルデザイン機構(CUDO)から認証を取得しています。

200903A17DN
2009-025