

コクヨグループ CSR 報告書 2016

ダイジェスト版

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

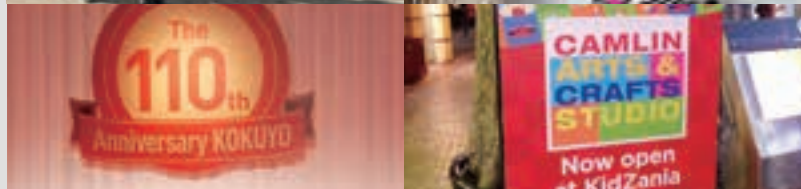
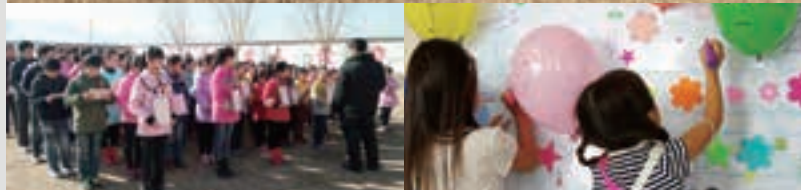
- 1 公正・透明・自由な競争ならびに適正な取引を行うとともに、政治・行政との健全かつ正常な関係を保ちます。
- 2 取引先様との関係は常に公正であり、また信用される企業であるために、互いに協力し合い、成長していくことを目指します。
- 3 企業価値を高めることは株主への責務と認識し、社会から信頼される透明かつ健全な企業経営を堅持します。

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	16
○ 社員とともに	18
○ 取引先とともに	20
○ 地域社会とともに	22
○ 地球環境とともに	26
○ 株主とともに	30



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”に取り組めます。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

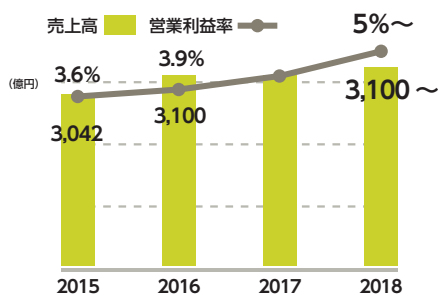
めざす姿

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。

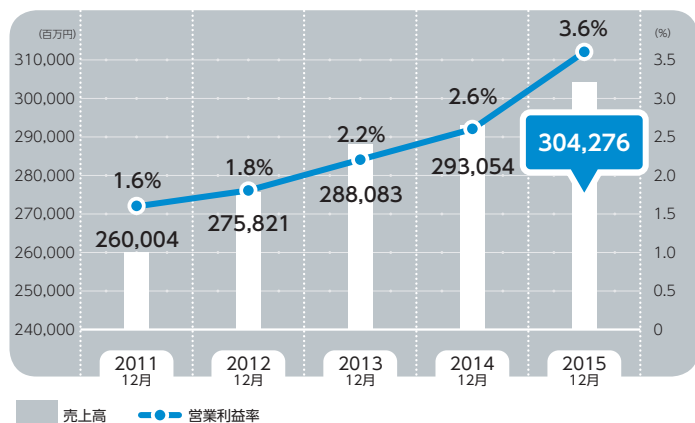


財務データハイライト

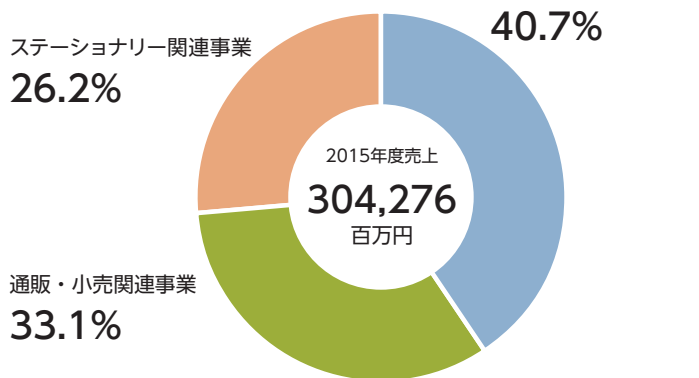
主要財務データ(連結)

	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

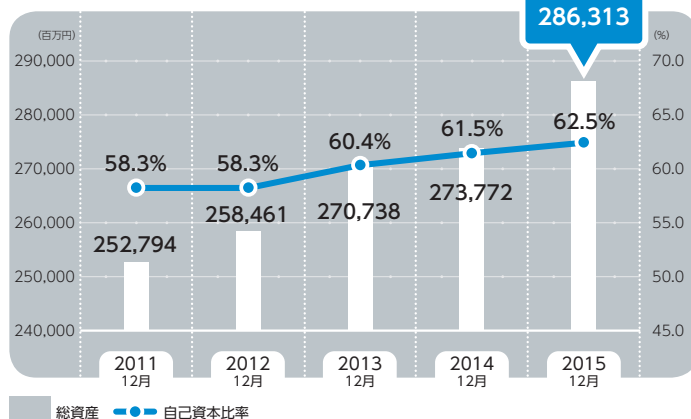


※売上高比率は「外部顧客への売上高」で算出しております。

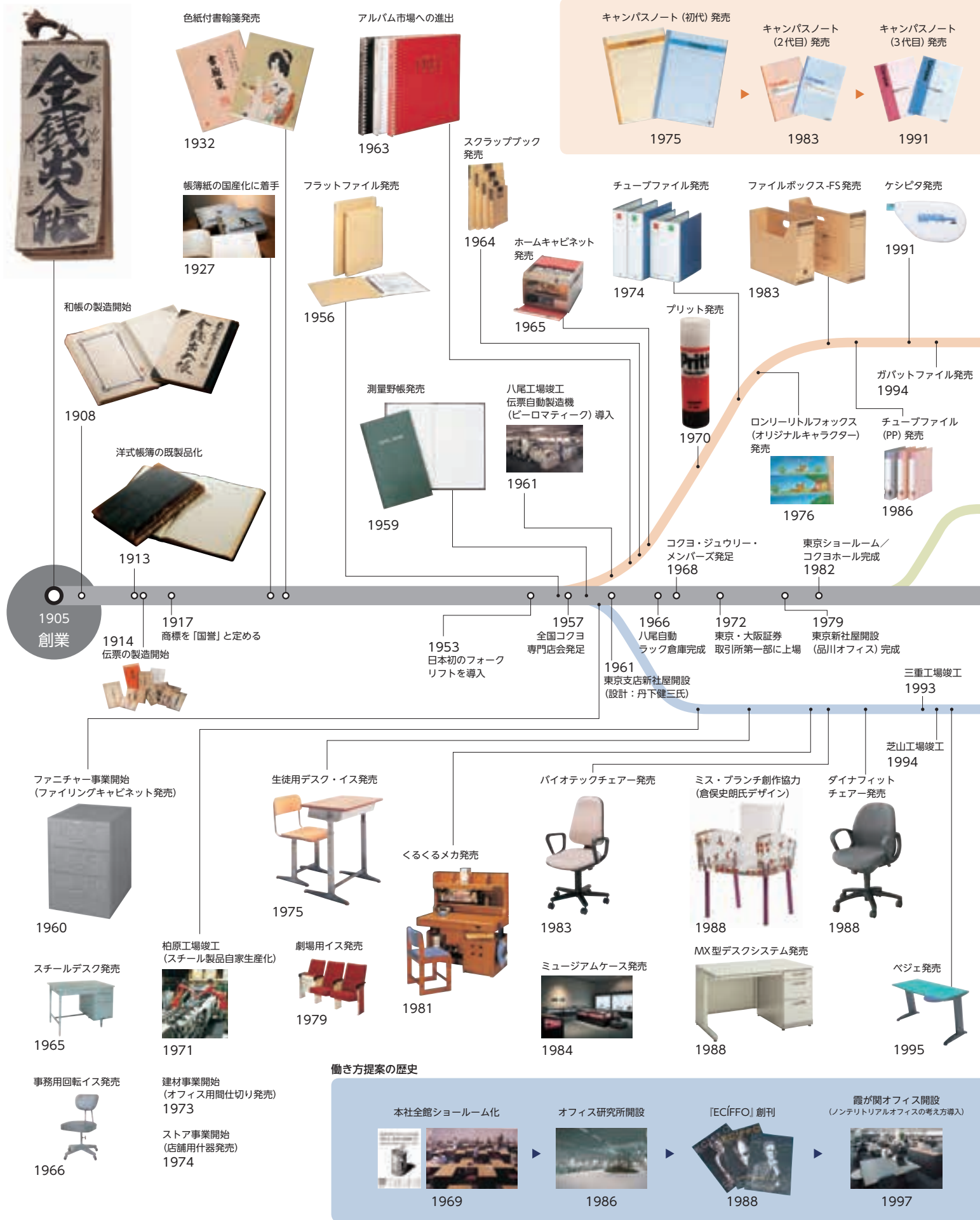
当期純利益・自己資本当期純利益率(ROE)



総資産・自己資本比率



コクヨグループの歩み



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 2013

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

遺言書キット発売 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

CamiApp <キャミアップ> 発売 2014

ジブン手帳 発売 2012

カルカット発売 2013

ソフトリング®ノート (ドット入り罫線) 発売 2015

ココヨカムリン設立 Camlin KOKUYO 2011

カウコレ誕生 2013

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

自治体窓口用ロビーチェア「マドレ」発売 2011

ステーショナリー 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、お客様がハッピー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。

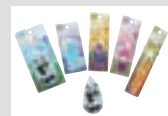


6月

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

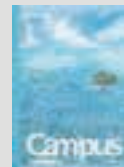
小学校を中心とした教育施設の多目的スペースで行われる授業にフレキシブルに対応できる家具として「Campus BLOCK (キャンパスブロック)」と「Campus BOARD (キャンパスボード)」を発売しました。



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コヨ」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

ココヨ工業滋賀「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

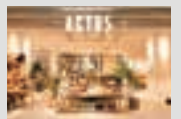
資生堂監修による、本格的な調香師体験キット「香りのワークブック」を発売しました。7種類の香りのペーストを混ぜて、自分のイメージする香りをつくって楽しめるキットです。



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。

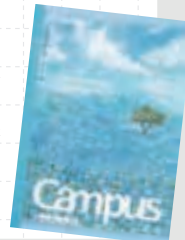


地域社会

「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賞。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。



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。

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。

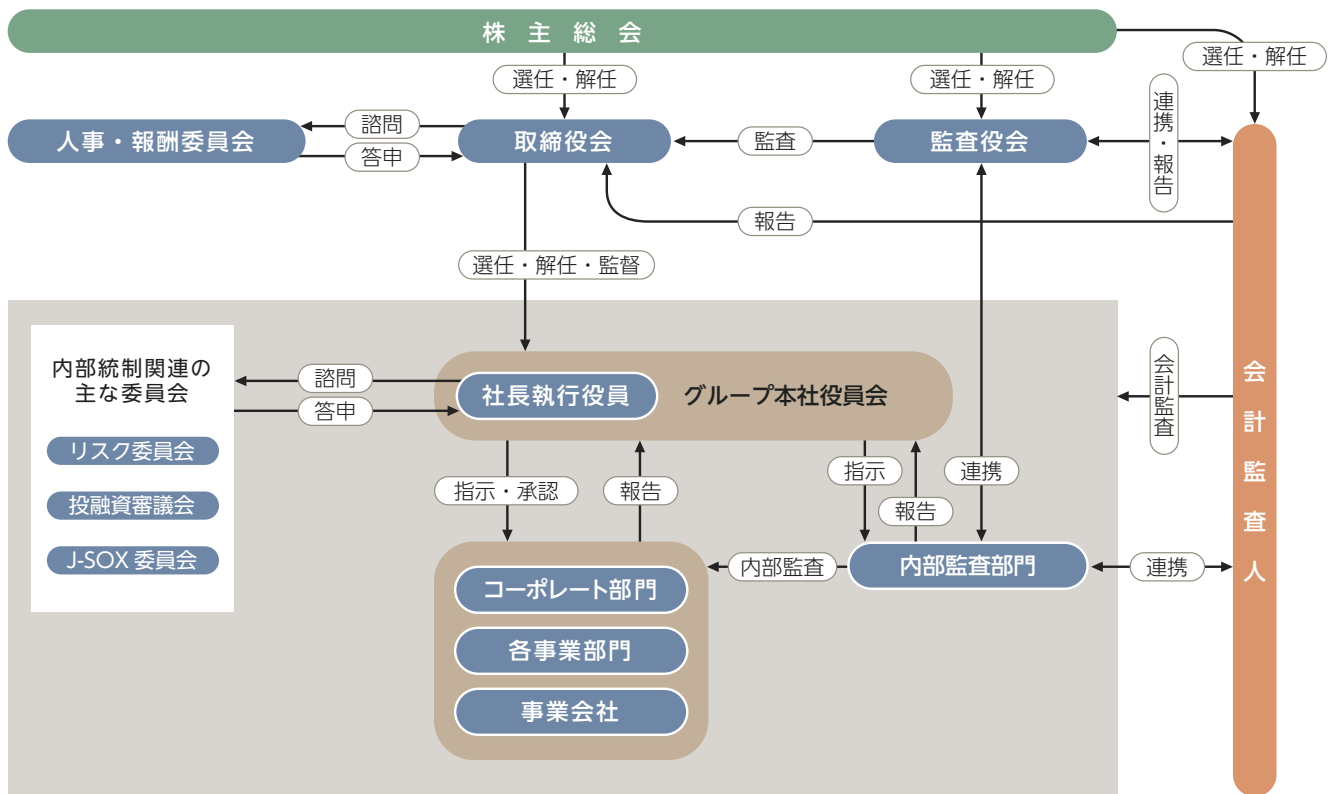
CSR 推進体制

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



(写真左から)

社外取締役 浜田 宏	取締役 グループ上席執行役員 宮垣 信幸	取締役 副会長 黒田 康裕	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 グループ上席執行役員 森川 卓也	社外取締役 作田 久男	社外取締役 藤原 健嗣
---------------	----------------------------	------------------	-------------------	--------------------------	----------------------------	----------------	----------------

監査役



(写真左から)

社外監査役
村田 守弘
常勤監査役
住谷 勉
常勤監査役
小谷 洋一
社外監査役
水野 裕

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 ステーションリー事業本部長
八十 卓司

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。



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。

🔍 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。

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

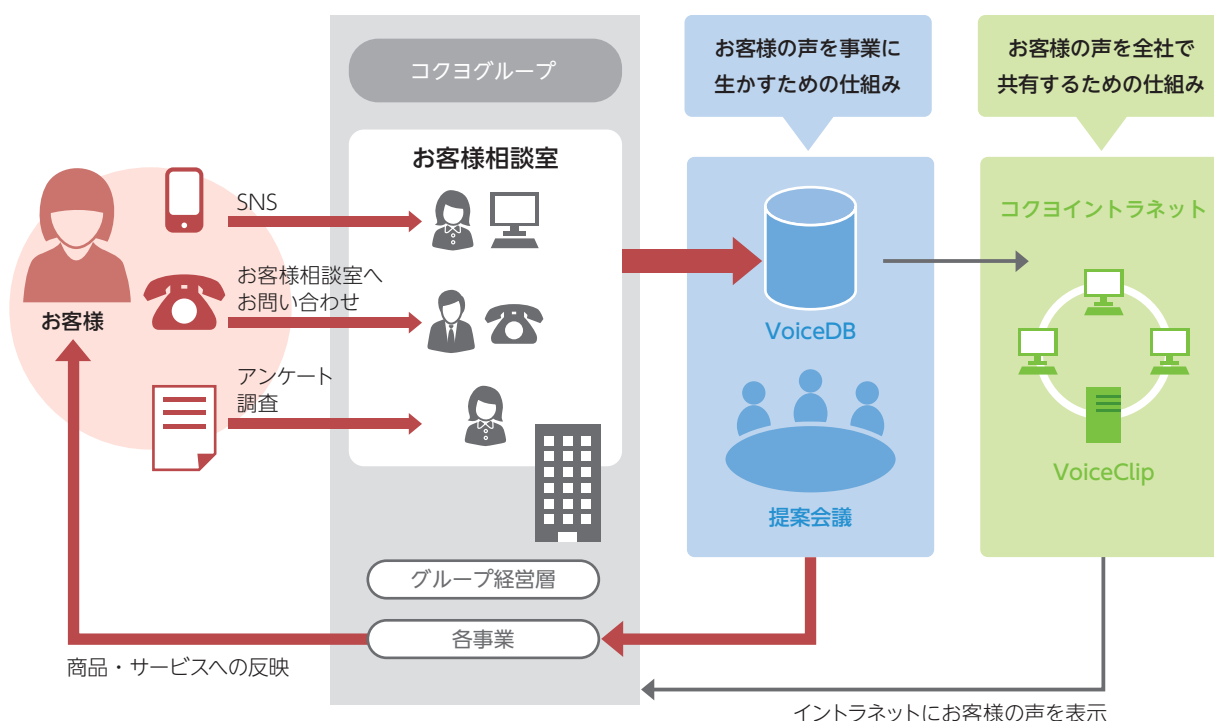
コクヨグループでは、新鮮なお客様の声をグループ社員と常に共有することで、お客様の声に耳を傾け、お客様の声から新たな商品・サービスをつくり出す風土の醸成に努めています。

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。



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。

役割	現場で鍛える	フィードバック・内容		研修で鍛える		
				階層別研修 (必須)	選抜研修	自由選択研修
社長 取締役 執行役員		任免			次世代 経営者候補 研修	
部長	計画的な部門・ 分野間 ローテーション	実績評価・能力評価・360度評価	各種テスト・(E)ビジネス知識・論理思考	外部審査	GL ワークショップ	異業種 オープンチャレンジ プログラム
課長	部門横断 プロジェクト	昇降格			新任管理職 研修	Cleaning・通信販売講座
主任	ジョブ ローテーション	フィードバック面談			若手社員研修 入社1~3 年次	
一般	チューター制度				新入社員研修	異業種研修 チューター研修

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

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。

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。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

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



発表の様子

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たがらの、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ロジテム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

「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、ステーションリー事業本部ネットソリューションVU 矢野智子が受賞しました。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。

ココヨロジテムにおける「障害者雇用の取り組み」

ココヨは戦前から、創業者の強い想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



ハートランドの社員たち

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

ココヨ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、ココヨ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



全面再塗装を行った床面

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」の観点からは、「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」の観点からは、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憩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。

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、日頃よりご愛顧を賜っている取引先や、販売店・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。



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」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、「コクヨ株式会社 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 周年感謝の集いの様子



お客様の成長シーンに合わせた商材を紹介

「コクヨパートナー'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「コクヨパートナー'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、コクヨ製品の販売店様・代理店様をご招待し、新製品や話題の商品



コクヨパートナー's メッセ 2015 の様子

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するイベントです。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。

「コクヨパートナー'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。



2015 年、コクヨは創業 110 年

コクヨは今から 100 年以上前に、当時の日本で会計の記録に使われていた「和帳」の表紙製造からスタートしました。「当たり前にあるものにも工夫を凝らし、よりよい商品をつくり出すことで社会の役に立つ」という創業者の精神は、100 年を経た今もコクヨグループの根幹にあります。



カウネット エージェントミーティング東京会場の様子

「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。



名古屋会場の様子

「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。

「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

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

グランプリ



すっきりとした単語帳

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年以來、毎年開催しています(2010年のみ休止)。



過去の実賞作品からは「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。

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

優秀賞



働く、美しく



エンボスノート



Bubble Ruler

🔍 コクヨ デザインアワード



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

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加し、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。

グランプリは「すっきりとした単語帳」

「コク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）もの作品が寄せられ、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）、野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ことができるノート「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、コク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。

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学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。

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向け、その魅力に気づき、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ていただいています。

コクヨでは、中学生に「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 鈴木 陽菜 さん 永山中学校 3年生
	作品名 ネモフィラの青
	作品に込めた想い 空の青とネモフィラの青が海のようにどこまでも広がっているのが美しいと思いました。
	コクヨ キャンパスアートアワード

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。



先生からキャンパスノートを受け取った子どもたち

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冊のノートを生産し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附しています。

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



文房具店見学の様子

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。

「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

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クヨカムリンでは、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。



「Camel Art Contest」表彰式の様子

世界最大規模の絵画コンテスト「Camel Art Contest」

コクヨカムリンでは、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。

キャメル芸術財団

コクヨカムリンが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ク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。

世界最長キャンパスへの描画に挑戦し、ギネスに認定

コクヨカムリンは、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、世界最長のキャンパ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のキャンパスを用意し、インドのモディ首相が提唱する「Swachh Bharat - クリーン・インド」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。

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%)	○
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%	○

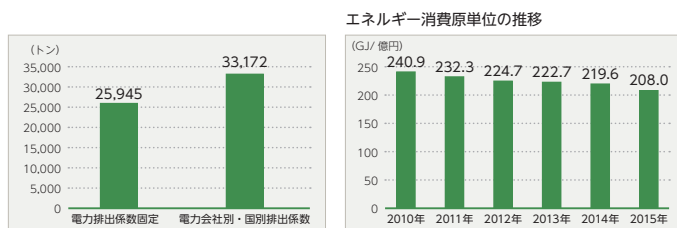
2015年の総括

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、前年度に比べ319トン(1.2%)の削減となりました。試算ではありませんが、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2.0%の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年度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)

🔍 コクヨ CO₂ 排出量の推移

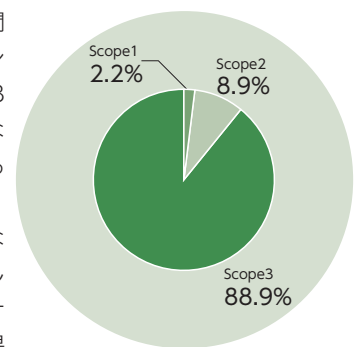
サプライチェーン全体でのGHG排出量の把握

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のが想定されます。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。



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

FSC® 認証製品

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ない、経済的にも持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。



FUBI UU チェア



ヨシコピー用紙

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。



芝山工場



三重工場/排水処理施設



三重工場

生物多様性への配慮・
環境コミュニケーションの推進

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-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。

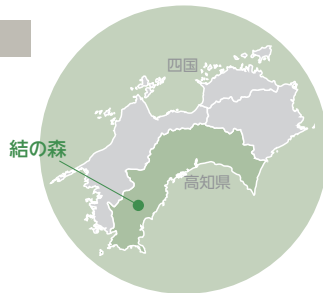
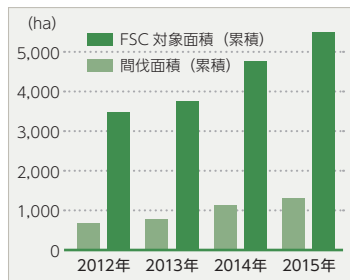
2015年10月、9度目となるモニタリング調査を実施しました。その一つである植生調査では、特定の2地点において調査を継続しています。調査内容は高木・低木・草本のそれぞれの植物の種類及び植被度です。各地点の出現種数は56種から58種、61種から56種とほぼ昨年と同様でしたが、草本層において、1地点のみで確認できた種が15種類、17種類あり、植物の種類は、下層の様子によって異なることがわかりました。



植生調査の様子

コクヨ 生物多様性の保全

FSC対象面積・間伐面積の推移



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ク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

拡大していく結の森プロジェクト

間伐材の有効活用のために、コクヨでは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結の森の間伐に寄付する仕組みを2008年から実施しており、本年も約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。



カウネット結の森シリーズ
机上印鑑収納

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。



FSC 審査の様子



CO₂ 吸収証書



ネットワークメンバーとのヨシ刈り風景

ReEDEN プロジェクト

コクヨ工業滋賀は、ノートをはじめとする紙製品を製造するコクヨグループの主力工場。人々の命を支え、多くの生き物たちのにぎわいの場所となっている琵琶湖の近くで操業していることから、積極的な環境保全活動を行ってきました。中でも特に力を注いでいるのはヨシの活用。ヨシはCO₂の吸収だけでなく、その成長過程で窒素やリンを吸い上げて水を浄化する働きを持ち、また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てています。

🔍 コクヨ ヨシ筆ペン The Wonder500



リエデンシリーズ



びわこ文具

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、水環境に大切な役目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。

第1回「買うエコ大賞」で大賞を受賞！ (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。



「環境人づくり企業大賞2014」奨励賞を受賞！ (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。



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。

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

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。

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。



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/>

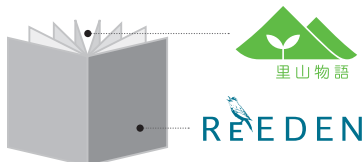


ダイジェスト版

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

