

他業界における SDGs への取組 インタビュー

コクヨ株式会社

サステナビリティ推進室 環境・調達ユニット ユニット長

齊藤 申一 氏

コクヨマーケティング株式会社

B サプライ事業本部 サプライ戦略部（サステナビリティ推進タスク所属）

長尾 菜穂 氏

—— 今年度の実務者研修では講師をお引受けいただき、また、お忙しい中、インタビューにもご対応いただき、ありがとうございます。

はじめにコクヨ株式会社についてご紹介いただけますでしょうか。

齊藤 コクヨの創業は 1905 年ですので、2025 年で 120 周年となります。コクヨの名前の由来は、国の誉れ「国誉」です。この「国」というのは創業者が富山県出身で「富山の誉れになるように」ということが由来となります。

コクヨは文房具の会社（ステーションナリー事業）というイメージがありますが、他にオフィス家具（ファニチャー事業）・ビジネスサプライ流通事業（通販事業：カウネット等）・インターネットリアルタイム事業も加わり、4 つの大きな事業があります。意外に思われるかもしれませんが、実は売り上げ構成では、4 割以上はファニチャー事業で、ステーションナリー事業、いわゆる文房具は 2 割強となっています。

——ありがとうございました。それでは早速、コクヨがサステナビリティに関する取り組みを始めた経緯と概要を教えてください。

齊藤 環境への取り組みは 1990 年の初頭からやっていました。当時は日本全国でごみ（廃棄物）に関する問題が多く発生するようになっていました。廃棄物を減らす＝リサイクルを推進するというのが日本における環境対応の始まりだったように思います。当時は環境対応＝再生材利用のイメージがありましたので、コピー用紙を再生紙に置き換える動きとともに、世の中からの期待値のようなものが一番初めに文房具業界に向けられたことがきっかけでした。その後「国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律（グリーン購入法）」が 2000 年 5 月に制定されたことにより、その流れは強まり、さらに SDGs への貢献という観点からも当社として 2020 年から取り組みを加速させています。

まず、最初に行ったことはマテリアリティマップの作成です。消費者・主要顧客・投資家・国等にアンケートとデスクリサーチを行い、ステークホルダーおよびココヨグループにとって重要なものは何かを分析しました。これを SDGs に紐付け、重要課題として①新しい働き方の提案②ダイバーシティ&インクルージョンの推進③気候危機への対応④循環型社会への貢献⑤自然共生社会への貢献を設定しました。そこからさらにココヨが実現したい社会像に向けた経営課題として「社内外の Well-being の向上」「森林経営モデルの実現による事業領域拡大」「WORK & LIFE の基盤である地球を守るための活動」と決めました。

そもそもココヨグループは何のために存在している会社なのかということ、原点に立ち戻り経営陣が話し合い、「ワクワクする未来のワークとライフをココヨする。」というパーパスができました。ココヨしたことを我々が自ら実験・実践し、様々なことをワークとライフで進めて、より良い社会を築いてもらいたいというメッセージです。

—— 昨今、特に環境や脱炭素への対応が産業界に求められていますが、ココヨの取り組みを教えてくださいませんか。

齊藤 環境系でいえば、先ほどの5つのマテリアリティのうち③気候危機への対応④循環型社会への貢献⑤自然共生社会への貢献があてはまると思います。事業活動における環境負荷をいかに下げていくかということについては、2024年目標と2030年目標を定めています。

当然ながら、目標設定をしたら、動かすための体制が必要だということで、サステナブル経営会議を設置しました。事業の執行責任を持っている役員がこの部会の責任者になり、環境部会・調達部会・Well-being 部会・森林経営部会、大きな4つの部会を設置して、まさに経営課題としての体制を組んでいます。

気候危機に関しては、2024年8月にSBT（Science Based Targets）認定を取得しました。目標は以下です。

- ・ Scope1,2 の GHG 排出量を 2022 年から 2030 年までに総量で 42%削減する
- ・ Scope3 の“購入した製品・サービス”による GHG 排出量を 2022 年から 2030 年までに総量で 25%削減する
- ・ 2028 年までに“購入した製品・サービス”による GHG 排出量の 12.5%に相当するサプライヤーに SBT 目標を設定させる

多くのパートナーと共にサプライチェーン全体の活動を通じて社会の脱炭素化に貢献することを目指しています。当社は協力企業に依頼して製品製造していることも多いので、

製品が環境配慮商品であること以外でも、協力企業における取り組みも影響してきます。サプライチェーン全体のマネジメントが必要であることから、自社の取り組みだけでなく、協力企業も同時に環境配慮の取り組みを進めていかなければならない点は留意しています。

また、CO₂削減活動の他に、CO₂吸収にも着目し、2006年から高知県四万十町で森林保全活動も実施しています。

—— 今注目されている資源循環（サーキュラーエコノミー：CE）に関する取り組みについて教えてください。

齊藤 コクヨが目指しているところは、多くのパートナー、顧客と共に循環を生みだし、「捨てない社会」をリードするということです。文房具は捨てられるのが前提ですが、捨てられた後、如何に容易にリサイクルができるようにするかということにはこれまでも取り組んできましたが、今後は「捨てずに循環させる」しくみの構築が必要になってきます。まだ使える資源を捨てることのない社会を実現するために、モノのあり方を変え、循環の輪をつなぐコトを起こす。未来のために、今コクヨが必要と考える資源循環のためのコンセプトを「SUTENAI CIRCLE」としてまとめました。

貸したものが戻ってくるリース業界は、そうした意味で環境事業そのものだと思います。貸したものをきちんと回収して、もう一度資源として循環していく形は、まさに資源循環の形ですので、我々もそのような形にすべく取り組んでいこうと考えています。回収のしくみが出来上がっているリース業界と協力することで、回収が上手く出来るのではないかと思います。

コクヨが行っている具体的な取り組みをご紹介しますと、小学生が使っているノート、これはコクヨ製品でないことが多いのですが、そのノートを回収し、キャンパスノートの表紙に再生することで、子どもたちに「回収すれば資源になる」ことを理解してもらう取り組み「つなげるーぱ！」という活動を行っています。また、大人向けの活動では、機密文書を紙原料として再資源化する「Loopa Safe」、紙パックや紙コップを様々な紙製品の原料として再資源化する「Loopa Drink」、ミックスペーパーを回収する「Loopa Mix」、クリアーホルダーを回収する「Loopa Folder」といった活動を行っています。クリアーホルダーは単一素材なので再生が容易な素材ですが、我々が一番悩ましいのは、様々な素材が混ざっていると資源として再利用が難しい点があります。ですので、我々が製品開発をする際は、いかに分別ができるかという点と、顧客がいかに分別してくれるかという点がとても大事な点になるので、こうした啓蒙活動も今後積極的に行っていきたいと思っています。

—— 先ほど、環境への取り組みの中で森林保全活動の話が出ましたが、詳しく教えてください。

齊藤 我々の事業は紙や木材を使用している商品が多いので、その原材料には持続可能な資源を使い、使った分を元に戻すということにも取り組んでいきたいと考えています。重要課題として挙げている「自然共生社会への貢献」への取り組みとなりますが、自然資本に対してバランスの取れた事業活動を行うことで健全な地球を守ることが大切だと考えています。

「結の森」という森林保全活動を 2006 年 10 月に始めました。高知県四万十町内の 5425ha の森林を管理しています。結の森プロジェクトの 3 本柱は、①森林管理（間伐により森の本来機能を取り戻す）②商材開発（間伐材を利用した商品開発）③情報発信（自然共生社会の重要性を伝える）です。全て FSC 森林認証を取得しているほか、高知県からは CO₂ 吸収証書を授与されています。また、単なる社会貢献活動にしないということで、2 年前、サステナブルの象徴となる「yuimori」という木製家具ブランドを立ち上げました。「結の森」に関する取り組みは数々の賞を受賞しています。

さらに「ReEDEN（リエデン）」という琵琶湖のヨシ原の保全・製品化活動の他、コクヨグループでは「紙・木材調達基準」を 2024 年から運用開始しています。トレーサビリティが取れない原材料、紙・木（もく）は使わない宣言をして、2030 年までに全てこうしたものに切り替えることを目標にしています。



—— 文具業界・オフィス家具業界の取り組みもご紹介いただけますでしょうか。

齊藤 文具業界における SDGs への取り組みについて、一般社団法人全日本文具協会では 2021 年 7 月に行動指針を制定しました。SDGs の 17 項目の中から文具業界として貢献できるものは何かを検討し、全日本文具協会 SDGs 行動指針 を策定しました。

1. ジェンダー平等と多様な人々が共生できる社会づくりを推進します。
2. 環境に配慮し、安全かつ優れた品質の商品・サービスを持続的に開発・提供することに努めます。
3. 脱炭素社会の実現に向けて、温室効果ガス排出量の削減に取り組めます。

4. 海洋プラスチックごみなどの海洋環境への負荷低減に努めます。

具体的な活動として①CO₂削減ワーキンググループ②製品 CFP（カーボンフットプリント）算定ワーキンググループ③プラ削減ワーキンググループ④サステナビリティ情報開示ワーキンググループの4つのワーキンググループを設置して、より実践的に取り組みができるように活動しています。

一方、オフィス家具業界においてもやはりサステナブルな取り組みが業界として必要だということで、一般社団法人日本オフィス家具協会（JOIFA）ではサステナビリティ検討委員会があります。今後、行動指針や行動目標が作成される予定です。①働く人の Well-being の向上に貢献する製品・サービスの提供②オフィス家具業界の働き方改革・多様性を重視した社会づくりの推進③CO₂の削減、以上がオフィス家具業界のミッションだと考えています。働き方や多様性を尊重した社会づくりを推進するという点では、家具業界において働き方改革を自ら実践し、実践したものを顧客に紹介し、実践していただくことに取り組んでいこうと考えています。

—— 自ら実践していくという点において、コクヨマーケティングではサステナブルなオフィス構築事例をご紹介していると伺いました。その内容とコクヨマーケティングの概要についても教えていただけますでしょうか。

長尾 コクヨマーケティングはコクヨグループの販売会社として 1970 年に設立されました（当時は株式会社東京中コクヨ）。主な事業内容は、コクヨが製造した紙製品やオフィス用品の販売、オフィスの移転やオフィス作りのご提案などを行っています。

全国にある 23 拠点のほとんどが「ライブオフィス」という公開オフィスとなっています。ライブオフィスという言葉はコクヨで作られた言葉ですが、お客様にご提案している働き方や家具製品などをまず自分たちで実践して使ってみて、その使っている様子をお客様に見学していただき、オフィス作りに生かしていただくというものになっています。

コクヨマーケティングでは事業を通じた社会的課題解決への取り組みを①Well-being の向上②社会価値創出に向けたマネジメントシステム変革③気候危機への対応④循環型社会への貢献⑤自然共生社会への貢献という 5 つのマテリアリティに分類し、オフィス提案においてもサステナブルなオフィスづくりというものをサポートしています。

これまでのオフィス構築提案は、オフィスの人数から座席数を決めて、そこからデスクの幅を決めるというように、何人いるのでどういったレイアウトになるといった作り方をしていました。しかし、これからはサステナブルな視点を含めた提案が必要であると考えます。例えば座りっぱなしでのデスクワークは体に負担がかかるということから立位で仕

事ができるような昇降機能付きデスクや、車椅子を使われる方への対応など、働く人の特性に合わせて、机の高さを調整できる商品などのご紹介ができます。働く方の Well-being やインクルーシブデザインというものを考えていただけるような商品を取りそろえ、健康に良いことや、多様な働き方に合うとは、どのようなオフィスなのだろうということを考えるきっかけづくりを行っております。

さらに、商品がロングライフ設計であることや、環境に配慮した素材を使っているということもお客様にお伝えするようにしています。

—— オフィスデザインも時代により変わると伺いました。

長尾 オフィス設計の考え方は、従来、家具や空間に合わせて人を動かすユニバーサルプランや、モジュールを統一したユニットをグリッドに沿って移動させるグリッドプランなど、いろいろなパターンがその時代、時代で使われていましたが、最近のサステナブルを意識したオフィス設計ではドットプランというものをご提案しています。こちらはグリッドプランの良さを生かしながら、ドットを起点に斜め配置や大小ユニットの織り交ぜなどにより動線や空間の自由度が高まるものです。コミュニケーションや創造性、創造業務を



重視したオフィスレイアウト、人が増えた時にも対応できるオフィスというものになっています。今ある家具を 100%転用して使用しても見た目は全く異なるオフィスをご提案することもできます。

作って壊すということだけではなくて、今あるものを生かしながら、新しい働き方のご提案というサステナブルな要素を盛り込みつつ、オフィスのご提案をしています。

—— オフィス設計のご提案でも「捨てずに利用する」という考え方に基づいた取り組みが行われていますね。

長尾 はい。循環型社会の実現に向けて、コクヨグループでは製品を作るところから、オフィスが生まれて、それがまた変わっていくところまで、リユース・リデュース・リサイクルというこの3つのポイントを意識しています。

当社でも、新たなオフィスづくりに挑戦し続けています。オフィス構築の場に私どもコ

クヨが関わることで、お客様と共にサステナブルなオフィス構築につなげていければと思っています。

—— 最後に、リース業界に期待することをお聞かせください。

長尾 リース業界の皆様におかれましても、お客様との対話の中で、価格だけでなく、素材のストーリー・長く使える商品や、使ったものをどのように循環していくかなど、サステナブルな視点で選んでいただけるような対話の流れを作っただけであればと思っています。

—— 本日は、ありがとうございました。

【企業情報】

・コクヨ株式会社

大阪府大阪市東成区大今里南 6 丁目 1 番 1 号

<https://www.kokuyo.co.jp/>

・コクヨマーケティング株式会社

東京都千代田区霞が関 3 丁目 2 番 5 号

霞が関ビルディング 18 階

<https://www.kokuyo-marketing.co.jp/>