

小さな企業の CSR報告書



第4版

株式会社カスタネット 社会貢献室

定価：本体1,000円(税込) ※全額を社会貢献活動に充当いたします。

企業理念

いつも社会と共鳴する企業をめざし、
社会貢献と事業が **シンクロナイズ** する姿を
追い求めています。



企業理念の説明

松下幸之助[®]は生前『商売は、お金儲けだけでは駄目、社会貢献が必要』と言っていました。車に例えると社会貢献と事業は、車の両輪であり、どちらか片方が強すぎても前に進みません。

創業時から継続支援している障害者シンクロナイズドスイミングは、プールの中では、障がい者、健常者に関係なく演技ができています。これが社会や企業にとって理想の姿と思い企業理念にシンクロナイズの言葉を入れました。



企業理念	1
はじめに	5
会社概要	11
代表ご挨拶・プロフィール	12
第1部 これからの取組みと課題	16
第2部 社会貢献活動の実績と課題	22
第3部 メッセージ	38
第4部 SNSの活用	44
第5部 事業の内容	48
第6部 弊社の現状	60
第7部 あとがき	64
裏1	小さな企業のBCP報告書

Strong in

小サナ オフィスニ イテ

東ニ コワレタ椅子 アレバ

行ツテ 修理ニ ハゲミ

西ニ 引越シノ ハナシアレバ

行ツテ 相談ニオウジ

南ニ トナーカトリッジ 見積アレバ

行ツテ ボランテイアノ 財源ニナルト イヒ

北ニ 安サヲ 競ウハナシガ アレバ

安サダケデハ ナイト イヒ

ヒデリノトキハ 汗ヲ ナガシ

サムサノトキハ 情熱ヲ ウリ

ミンナニ 何デモ屋サント ヨバレ

シツカリシタ実績

信頼デキル

サウイウ会社ニ

ワタシハ ナリタイ

なぜ？ 雨ニモマケスなの？

オフィス用品の販売は、既存販売店、大手通販会社がしのぎを削る厳しい業界に参入したため、雨ではなく、嵐の中でのビジネスと言っても過言ではありませんでした。

その中で、一番苦しい時に助けて頂いたのは、町の中に自然発生的に生まれた顔も名前も知らないサポーターの方々でした。→

The Rain

『雨ニモマケズ』

株式会社カスターネット

雨ニモ マケズ

不況ニモ マケズ

大手通販ニモ マケズ

丈夫ナ サポーターヲ モチ

夢ハ アリ

決シテ 諦メズ

イツモ 社会ト キョウメイシ

事業ト 社会貢献ガ

シンクロナイズスル 姿ヲ モトメ

アラユルコトヲ

オフィス用品ノ ジョウホウヲ モチ

要望ミミキキ

ソシテ提案

京都ノ 南ノ 九条ノ

➤ そして、企業規模に関係なく、企業の社会貢献の大切さをぶれずに続けることの重要性を教えて頂きました。

この「雨ニモマケズ」は、2008年に起こったリーマンショックで事業が厳しい時期に、初心に戻ろうと全従業員で考えました。

是非、ゆっくりとお読み頂ければ幸いです。

はじめに 小さな企業がCSR報告書を発行する 理由を知って下さい

(CSR: Corporate Social Responsibility= 企業の社会的責任)

2012年5月9日に発行した第二版「小さな企業のCSR報告書」は、何度も増刷を行い最終、一万部を印刷しました。また、2015年2月3日に発行した第三版も好評を頂き、約一万三千部も印刷を行いました。大企業が発行するCSR報告書の印刷部数は三千部程度が多いと聞いていますので、CSR報告書のベストセラーになったと言っても過言ではありません。

また、CSR JAPANのWebサイト(アミタグループ運営/CSRレポート・環境報告書の比較サイト <http://www.csr-japan.jp/>)の年間アクセスランキングでは、2012年第2位(第二版)、2015年第6位(第三版)の結果に驚いています。

CSR報告書を集める方からは感想が届き『全てのCSR報告書を読んでいるが、内容は一番であり、大企業も見習うべき報告書になっています』と絶賛のコメントを頂きました。

この度の第四版は、第三版の内容に少し改訂をほどこし、その後の取り組みや2016年から2017年へ向けての新たな目標や決意などを掲載しました。10ページ程増加していますがぜひ、最後までお読みいただけたら幸いです。



第一版
2010年9月初版発行



第二版
2012年5月初版発行



第三版
2015年2月3日初版発行

過去の
年間アクセスランキング

2011年	第8位(第一版)
2012年	第2位(第二版)
2013年	第3位(第二版)
2014年	第8位(第三版)
2015年	第6位(第三版)



世間一般的にCSR報告書は、企業の中にCSR推進部門がある大企業、資金的に余裕のある企業、つまり儲かっている企業が作成するものであって、中小企業には無縁のものと思われる風潮があります。しかし、企業の大多数は中小企業であり、その中小企業が日本経済を支えており、その中小企業こそがCSR報告書を作成するべきと考えています。

多くの中小企業では、大企業に負けない内容の社会貢献活動を、それも長年継続されています。その活動をCSR報告書として、紙媒体にまとめることで、活動の輪が広がり、それが新しい活力ある豊かな経済社会の形成につながると確信しています。

企業の規模、業種業態に関係なく、例え赤字の会社であっても社会を変える報告書を作成できると思います。

弊社の「小さな企業のCSR報告書」がその一翼を担い、**一つの先進事例になることを目指しています。**

CSR報告書を読まれる方は、バラバラとページをめくり、目についたところだけを読まれる方が多いようです。そこで弊社は、もっとじっくりと読んで頂ける小説のようなCSR報告書を作りたいと考えました。社会意義を伝えるストーリーブックとして読んで頂けることで、社会を変える原動力になると確信しています。

当社の社風や従業員を少しでも感じて頂きたいので、今回も外部の力を借りず、レイアウト、デザインや文章など全て社内で作りました。表現もおかしく、読みづらい部分があると思いますが、どうぞ温かい目でお許しください。

前回より今回、今回より次回とP(Plan=計画)D(Do=実行)C(Check=評価)A(Act=改善)サイクルのように活動内容と報告書が向上することを目指しています。

もうかるCSR報告書を作成してみてください

CSR報告書を単なるCSR活動の報告だけにするのではなく、事業とCSR活動を結びつけることで、制作する以上のメリットが生まれてきます。経営者の事業整理、従業員の成長、販売先や仕入先への信頼関係などです。そのメリットを伝えることが、中小企業のCSR報告書が広く浸透する一番の近道であると確信しています。

●ビジネス手法と同じです

企業経営者、これから創業を目指す人などビジネスを考えている人は、他に類似したビジネスの有無、競合他社との差異化戦略について、日々考えられていると思います。

つまり、他社が行なっていないことを見つけ、工夫されているのではないのでしょうか。

CSR報告書も同じです。

中小企業には無縁のものと思われるからこそ、他社に先駆けて作成することでチャンスが生まれると思います。

●作成のための費用はあるはずですが

多くの企業では、自社を紹介する「会社案内」には、それなりの費用をかけて作成されていると思います。

会社案内は、人材の採用時や新規取引企業に活用する場合があります。内容を更新しても、従業員ですら読んでいない場合が多いのではないのでしょうか。

その点、CSR報告書（会社案内を含む）なら、新規取引先は勿論のこと、既存取引先（お客様）へも配布することが可能となり、営業訪問時にCSRが一つの会話のきっかけとして、強い販促ツールとなります。会社案内の作成にかけている費用をCSR報告書作成に転用することにより、費用の捻出は出来るはずです。

つまり、弊社の『小さな企業のCSR報告書』は、会社案内を兼ねています。



● 社内で作成できる会社案内

費用的に厳しい会社では、CSR報告書を経営者も従業員も協働で行ない、あえて手作り感のある報告書にしませんか。

会社案内では綺麗な写真、デザインなどの気配りが必要でしたが、その余分な費用もCSR報告書では削減が可能になります。

この『小さな企業のCSR報告書』は、印刷を除けば、全体の構成、各項目の文言、イラストレータによるデザインなどの全てが従業員の手作りです。その結果、弊社はデザイン会社ではありませんが、従業員の殆どがイラストレータを操作することができるようになりました。

● 発行頻度は自由

大企業のように毎年発行する必要はありません。

CSR報告書には、財務諸表などのデータに掲載するルールもなく、発行頻度、期限も厳密なものではありません。

掲載している活動が少し古くなったと思った時点が、更新の時期と思います。

弊社が発行した初版は、本社移転時に会社案内の作成が必要になり、それにあわせて作成しました。

第二版は、2012年5月9日に発行しました。

5月9日は弊社代表の誕生日に合わせての発行で深い意味はありませんでした。

第三版は、2015年2月3日、創業15周年感謝博～小さな企業のCSRから防災を考える～京都テルサのテルサホールで開催するイベントに合わせてました。

何かの記念日、イベント等に合わせて発行してみませんか。



● 広告宣伝のツールとしては最高

創業時からの社会貢献活動、活動をまとめた報告書を第一版、第二版、第三版と発行することにより、弊社の知名度は、京都から全国へ広がりました。東京での展示会に出展すると『この会社知っています。京都のベンチャー企業で社会貢献活動を行なう有名な・・・』と言って、多くの方がブースに立ち寄られます。

仮に広告宣伝で知名度をあげようとする、莫大な費用がかかったと思います。

そう考えると、CSR報告書の発行は、費用対効果的には最高のツールではないでしょうか。

● CSR報告書で儲けました

従業員がこの『小さな企業のCSR報告書』を自宅に持ち帰り、家族にも読んで頂くことができたり、営業先で『御社は良い活動をされている』と褒めて頂いたりすることによって、従業員のモチベーションが上がっていると思います。

多くの企業では、人材を新しく採用しても直ぐに辞める、求人募集を行っても集まらないと経営者から耳にすることがあります。

弊社では、CSR報告書発行前と発行後では大きな変化がありました。特別な事情以外で会社を辞める人はいなくなり、就活中の学生からは、採用の有無についての問合せが入るようになりました。

そのため、世間の企業では人の採用時に多額の費用がかかっているようですが、弊社では費用を掛けず優秀な従業員を採用できています。

つまり、CSR報告書を発行する経費より、人に関する儲けの方が大きいのです。

CSR報告書発行経費 < 人に関する儲け = 企業業績
(優秀な人材が集まる)