



カインズ株式会社

A large, stylized graphic of a gear is centered on the page. The gear is dark blue with a light green inner ring and a white outer ring. The teeth of the gear are replaced by a silhouette of a city skyline, including various buildings and a tower. The background is a gradient of light blue to dark blue, with a diagonal line separating the two shades.

CSR報告書

武蔵大学

三学部横断型ゼミナール・プロジェクト

◆目次◆

序章	・はじめに	2
	・CSRとは	3
1章	・カインズについて	5
2章	・カインズの3つのつくる	11
	・①ものづくり	12
	・②ひとづくり	15
	・③わづくり	20
	・企業訪問	24
最終章	・カインズのCSR	25

表紙の意味

円の左半分は、葛飾区の町工場を表している。そして右半分は、カインズの事業である物流を表している。また、流れる時代と共にカインズと葛飾の町工場が未来へと進んでいくという意味も込められている。

—序章— はじめに

カインズは、

「**K**aneko **I**nformation & **N**ew **D**istribution **S**ystem」

の頭文字をとって名付けられた。情報の重要性を認識し、新しい物流システムの構築を目指すという意味を持つ。

また、カインズのロゴマークで「i」の点の赤は「情熱」を示している。カインズはその情熱とともに様々な実績を残している。



カインズ株式会社とは、カーAV取付キットを主力製品としてグループ経営を行っている、葛飾に根を張る企業である。そのシェアは業界トップの6割を誇り、約600車種に対応するという圧倒的な開発力を有している。

第1章ではカインズの企業内容について触れ、現在のカインズを支えている様々な要素、そして今日に至るまでの軌跡を追っていく。

第2章では「もの」「ひと」「わ」という独自の観点からカインズを見つめなおす。すると、カインズが飛躍し続ける鍵となるものがみえてきた。

そして私たちは近年注目されているCSRの概念をもとに、カインズが社会から求められている姿を明らかにし、カインズの存在意義について迫った。

Corporate Social

CSRとは

CSRとは、社会問題を解決するために企業が貢献することを指す。このような大まかな定義は為されているが、CSRのあり方は無限に存在する。そしてCSRによって企業が従業員の福利厚生、地域社会への貢献、顧客満足度など貨幣価値以外で評価されるように変化していった。

そのため、従業員や地域社会などといった企業の利害関係者、つまりは「ステークホルダー」との長期的な信頼関係を作ることが必要不可欠となった。

企業とステークホルダー



ステークホルダーには顧客や従業員などの企業の活動から影響を受ける人、取引先やNGOなどの企業の活動に影響を与える人、ポジティブなものもネガティブなものもその企業に「利害関係」があれば全て含まれる。そしてステークホルダーからの視点は、CSRを考える際のベースになる。企業はステークホルダーがどのようなことに関心があるのか、信頼を損なわないためには何をすべきなのかを検討すべきなのである。

CSRにおけるステークホルダーはその関係の性質上、2種類に分類することができる。

環境保全活動、寄付活動などといった我々にも見える会社の活動である社外CSRと、企業文化や経営者の価値観・倫理観を示す社内CSRである。

ステークホルダーとCSR

社外CSRと社内CSRの関係は、氷山に例えると理解しやすい。

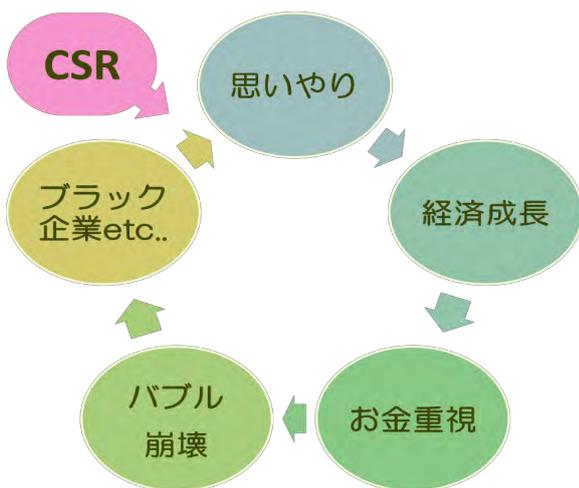
氷山の海面に浮いて見える氷(社外CSR)は、海面下のしっかりとした土台(社内CSR)があって初めて存在する。企業内の一番身近な存在である従業員や地域社会を大切にするという社内CSRを確実に遂行することで、はじめてCSR活動が成立するのである。



Responsibility →企業の社会的責任

しかし、そもそも昔はCSRはなくても、それらを大切にすることは当たり前のことであった。

CSRが必要になるまで



江戸時代に生まれた商人たちの言葉の三方よし（売り手よし・買い手よし・世間よし）という言葉がある。売り手も買い手も満足し、見返りを求めない商売が良い商売だとされていた。あえて「社会的責任」を考えなくても思いやりの心は商人の中に埋め込まれていたのだ。しかし時代は進み、高度経済成長によって企業は利益を第一に考えるようになり思いやりの心は薄れていった。その後バブル景気が崩壊し好景気の時のような企業のあり方では通用しなくなった。現在では利益を第一に考えるブラック企業などが生まれ、現在深刻な社会問題となっている。

これらを見直し、かつて日本にあった思いやりの心を思い出そうという意志が、CSR活動であるといえる。

私たちはこのことを「**原点回帰**」と名付けた。

この言葉には、「時代が戻る」という意味と「企業のあり方をもう一度考え直そう」という二つの意味が込められている。

報告書作成にむけて

これからCSR報告書を作成するにあたって、私たちはこの「**原点回帰**」を一番重要なものだと考えた。

それぞれの項目において形を変えながら存在する自分たちの思う原点回帰を探りながら、それらがどのように社会に貢献しているのかを考察していく。

葛飾生まれの老舗企業、カーAV取付キット業界でトップを走り続けるカインズ。

ここでは、そんなカインズの経営体制・歴史・理念・製品について紹介する。

— 1 章 — 「カインズ」企業説明

企業概要

社名	カインズ株式会社		
社長	金子 高一郎	 <p>金子高一郎社長</p>	
会長	金子 錦吾		
常務取締役	金子 昌裕		
所在地	東京都葛飾区高砂1-21-4		
設立	昭和46年10月26日		
資本金	4,500万円		
社員数	74名(グループ合計 平成26年9月現在)		
グループ会社	株式会社カネコ 株式会社カナック企画 株式会社ワントップ		

企業理念

企業理念とは、企業の存在意義を表したものである。

カインズでは、その企業理念として考えられるスローガンがいくつかある。

「More Excellent, and Honest. (つねにより優れたものを目指し、そして、つねに誠実であれ。)」 「ニーズを先取りした商品開発をし、社会に貢献し続ける会社を目指す。」などである。

また、企業理念に向けて、社員に共通意識を持たせる社訓は「常に」からはじまる4つの文から成り立ち、社員一同が向上の意識をもって取り組む姿勢を表している。

- 一、常に開発精神を持って創意工夫しよう。
- 一、常に和を考えて行動しよう。
- 一、常に社会に役立つ会社にしよう。
- 一、常に誠実なサービス精神を発揮しよう。

これらの理念をまとめると、カインズは「ものづくりとおもてなしの調和」を企業理念にしていると言える。

ニーズを先取りした良い商品開発がお客様の満足度に繋がり、また、お客様に満足して頂けるよう、要望に応じていくことによってカインズに新たな商品開発を生むきっかけとなる。つまり、ものづくりとおもてなしは互いに呼応し合うことで企業価値の向上に繋がり、また、カインズの存在意義となっている。

はじめに

CSR
とは

カインズ
について

3つの
つくる

もの
づくり

ひと
づくり

わ
づくり

企業
訪問

カインズ
のCSR

カインズの木

大地に根を張り、太い幹からたくましい枝が生え、壮大な樹木へと成長していく。

そんな木の成長過程が現在に至るまでのカインズのように感じ、カインズの成り立ちを樹木に例えて考えた。

果実：製品

木が育ち出来た果実は「製品」を表す。
詳細はP.8へ。

枝：グループ会社

カインズを示す幹から
成長していく枝はカネコ、
カナック企画、ワントップという
「グループ会社」を表す。
詳細はP.9へ。

幹：体制

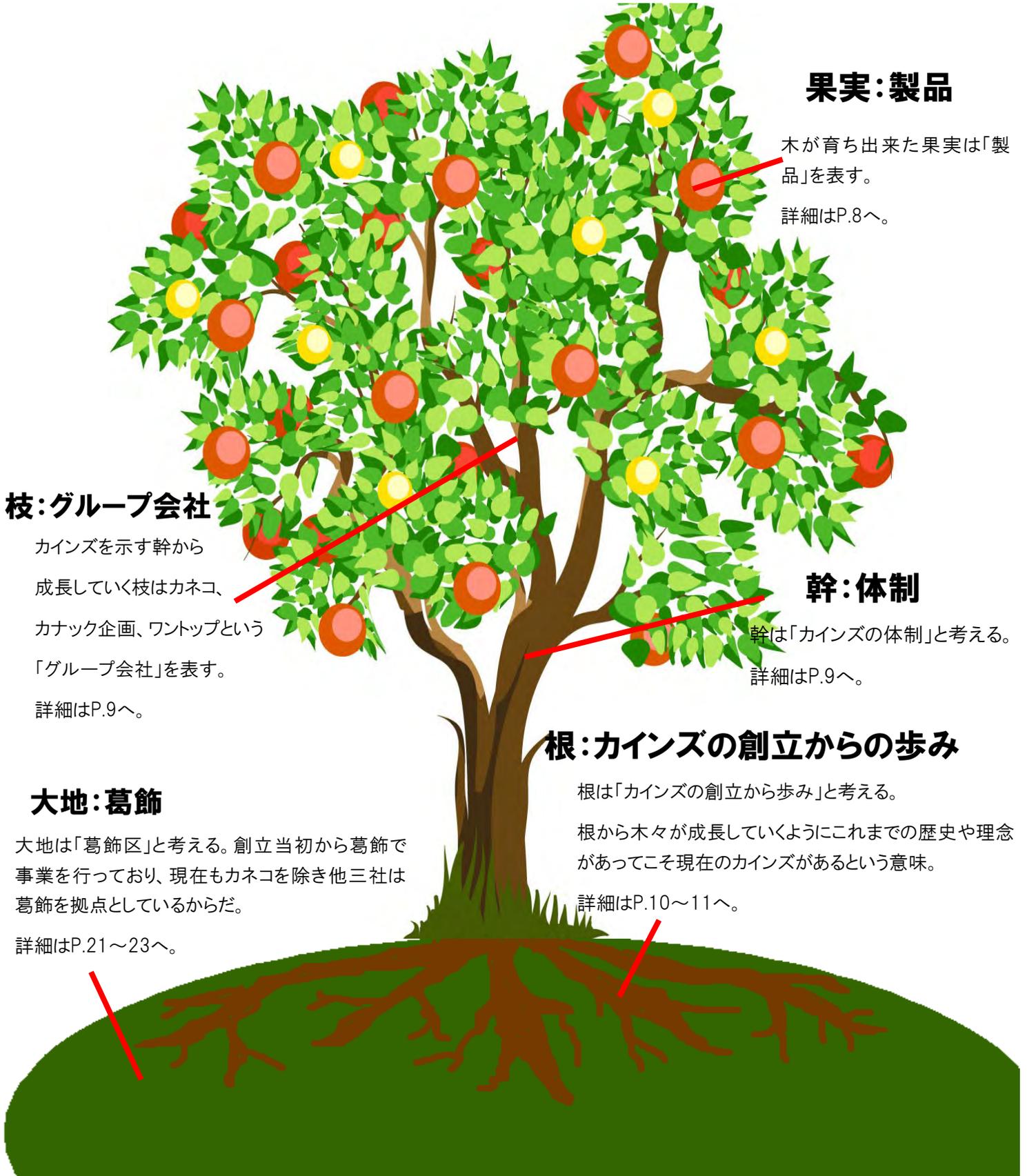
幹は「カインズの体制」と考える。
詳細はP.9へ。

大地：葛飾

大地は「葛飾区」と考える。創立当初から葛飾で
事業を行っており、現在もカネコを除き他三社は
葛飾を拠点としているからだ。
詳細はP.21～23へ。

根：カインズの創立からの歩み

根は「カインズの創立から歩み」と考える。
根から木々が成長していくようにこれまでの歴史や理念
があっこそ現在のカインズがあるという意味。
詳細はP.10～11へ。



カインズの木を一つ一つ詳しく見ていく



幹:体制

木の軸である幹はカインズの軸とも言える体制を表す。

カインズ株式会社はカインズグループの一員であり、このグループはカインズを中心とする4社で構成されている。各業務を各企業が担い、グループ全体で事業を行っている。事業部としてひとつの会社の中に属するのではなく、それぞれが会社として独立していることにより、会社間での意思決定のスピードが迅速化し、日々変化する市場ニーズに即応できる体制になっている。また、**独自採算**をとることにより利益だけでなく**資産効率**の向上も期待できる。しかし、一般的にこのような形態をとっている会社は、部門最適に陥り会社間のコミュニケーションが希薄になり、情報が行き届かないと危惧される一面も持ち合わせている。カインズグループは会社を超えた交流を大切にし、情報交換の場を数多く設けることで補っている。大企業とは違い、グループ社員74名という人数で全ての業務を行うには、やはり会社、社員のチームワークが必要である。会社ごとの業務は違えど、根本的な目的意識が共通していることが業務を円滑に進める基盤となっているのだと、グループ経営から読み取ることができる。



枝:グループ会社

体制を示すから幹から成長していく枝はカネコ、カナック企画、ワントップという「グループ会社」を表す。

カインズ株式会社



(経営統括・設計・製造・開発・資材調達・生産)

カインズグループの中心会社であり、カーAV取付キット業界を切り開いた先駆者である。200社以上の協力企業ネットワークを駆使して、顧客のニーズに対応している。他社と比べて圧倒的な開発力を誇り、カーAV取付キット業界でトップを走り続けている。

株式会社

カナック企画



(企画・営業・販売・広報・CSS)

カーAV取付キットのオリジナルブランドである「kanatechs」の企画、営業、販売を行っている。また、ODM事業(注)取引先であるパイオニアや日東工業などの企業を相手に企画、営業、販売を行っている。その他に、セールスプロモーション部門を設け、USBメモリの企画なども手掛けている。

(注)委託者のブランドで製品を設計・生産すること。

カナック企画で新製品の企画をし、企画案をカインズへ送る

カナック企画同様、企画案をカインズへ送る

設計後、協力会社へ部品を発注。組み立てて梱包しカネコへ発送を依頼する

株式会社カネコ

(保管・発送)



物流サービスを行っている。定温倉庫サービスによって、室温管理を行い、熱に弱い商品の保管も可能になった。首都高速6号三郷線八潮南インターより車でわずか5分という配送に適した地で事業を行っている。カネコから発送された商品は主にヤマト運輸によって配送される。

株式会社ワントップ

(企画・営業・販売)



カーAV周辺機器を主力製品とし、ネット販売を中心に営業、販売を行っている。Yahoo! ショッピング等の通販を取引に使用している。

はじめに

CSR
とは

カインズ
について

3つの
つくる

もの
づくり

ひと
づくり

わ
づくり

企業
訪問

カインズ
のCSR



木が育っていき出来上がる実は「製品」を表す。

果実:製品

カインズグループの主力製品は**カーAV取付キット**

カーAV取付キットとは

市販カーオーディオやカーナビゲーションを接続する際に利用する必要不可欠な商品である。取付器具なしでは車種によって取り付ける窓口の大きさや形、配線などに個性があるため自分が気に入ったカーナビをそのまま取り付けることはできない。車種に合わせて設計された取付キットを使用することで、好みの市販のカーオーディオやカーナビゲーションを取り付けることができるのである。

現在では600以上の車種に対応し、カインズの製品ならどんな車種にも対応している、という信頼を得ているのである。

カインズグループの製品のほとんどが自社設計

カインズグループは自社ブランドである「kanatechs」をもち、自社で設計、生産を行っている。また、ODM(Original Design Manufacture)と呼ばれる他企業から依頼されて設計、生産する事業も展開している。その素晴らしい設計技術でステークホルダーからの信頼を得ている。

～そのほかの製品～

USBメモリ

2007年からUSBメモリ事業を始め、シリコン製、カード型、スティック型、ペーン体型など様々な種類のUSBを企画、販売している。シリコン型のUSBは、自由に成型することができるため、顧客のイメージに合わせて作成することができる。記念品や、地域発展のためのご当地キャラクターなどのUSBも注文を受け、生産している。第36回プレミアム・インセンティブショーセールスプロモーションツールコンテスト準大賞を受賞した。



イーゼントラス

展示会などのブースの設置の際に建てる骨組み。顧客の要望に合わせて、オーダーメイドで作っており、多彩なオプション品も揃えている。



カーAV周辺機器

より良いカーライフのために、ラジオを楽しむためのFMモジュレーターなど、様々な種類のオーディオ周辺機器などを取り扱っている。



搬送機器

工場内の物流システムを円滑にするために使われる搬送用の機器。設計、生産まで手掛けている。





根:カインズの創立からの歩み

根は「カインズの創立から歩み」と考える。根から木々が成長していくようにこれまでの歴史があってこそ現在のカインズがあるという意味だからだ。このトピックでは、カインズの歩みはもちろん、そこから見つけたカインズの起点に着目し、カインズの歴史を振り返る。

◆カインズの歩みと3つの起点

1927年、現社長の祖父である**金子金太郎氏**が金子商店を個人で起こしたことがカインズの始まりである。当時は現在の葛飾区高砂ではなく、浅草に近い台東区橋場が拠点であり、自宅兼作業場において、木箱や空き缶などの販売を行っていた。しかし、1941年から太平洋戦争が勃発したため、1942～1946年まで金子商店は一時事業を閉鎖した。



1945年、太平洋戦争が終わり、翌年1946年から事業を再開する。その後、徐々に事業が拡大していった金子商店は、1967年にそれに対処するため浅草から葛飾区に高砂工場を新しく設立した。金太郎氏の努力により、世界恐慌や太平洋戦争といった厳しい時代の苦難を乗り越えカインズの礎が築かれた。



1971年、**二代目社長に金子昌男氏が就任**すると同時に金子商店は株式会社金子製箱所へ組織変更。更には本社を現在の葛飾区高砂へ移行。前年(1970年)に他社との協力により実現していた物流業務代行業への進出がきっかけ(詳細は次のピック)で、現在カインズの主軸を担っているカーAV取付キット事業へ進出する。昌男氏はその後業務拡大を図り1981年 **株式会社カナック企画**を設立する。1989年 株式会社金子製箱所より社名を現在の**カインズ株式会社**へ変更。そのほかにも昌男氏は1977年に物流業務代行の事業拡大に伴い、**株式会社カネコ**を設立するなど、カインズグループに様々な動きをもたらし、グループ全体の業務の幅を広げ発展させた。

2005年、**三代目社長に金子錦吾氏が就任**。2006年、2008年とドイツ・フランクフルトで開催された「アウトメカニカ」に出展し、海外に視野を広げた活動を行っていく。2009年 四代目社長に**金子高一郎氏が就任**。社内活動としてカインズマンシッププロジェクトで行われているプロジェクト7(内容の詳細は次のページ)といった、社内環境を良くする活動を積極的に行っている。さらに現在、カインズグループはカーAV取付キット業界で日本国内のシェア6割を誇っており、業務を海外へ拡大しつつある。

このようにカインズグループは4人の社長のそれぞれの努力により苦難を乗り越え、葛飾区のみならず同業者内で日本を代表する企業へと拡大・発展してきた。

私たちはこの歴史から、カインズの今日に続く礎と考えられる事柄を3つにまとめた。それは、「浅草から葛飾へ拠点を移転したこと」「カーAV取付キットへ事業を拡大したこと」「積極的な社内活動の取り組み(プロジェクト7)」である。

1 つめにカインズの発展の礎として考えられるのが、「浅草から葛飾へ拠点を移転したこと」だ。現在、葛飾はカインズのアイデンティティの一つである。またカインズの原点は浅草だが、発展してきた場所は葛飾である。つまり、葛飾の地はカインズにとって必要不可欠な場所であるといえる。



2 つめにカインズの発展の礎と考えられるのが、「カーAV取付キット事業への進出」だ。物流業務を中心に行ってきたカインズがなぜ異なる分野のカーAV取付キット事業に進出したのか。それにはパイオニア株式会社が大きく関連している。1970年ごろからカインズと取引をしており、その企業から現在も引き続き様々な仕事を請け負っている。

そのような中、企業がカーステレオの製造販売に進出するにあたり、大手オーディオメーカーの担当者が言った「ダッシュボードにカーステレオを取り付けたら格好いいよね」という一言がカインズがその分野へ進出することとなったきっかけである。当社は取付金具を自社開発し、即販用に依頼を受けていたが、新しい車種への商品要求が高まるにつれ、カーステレオ取付金具の開発・製造を行うようになった。この分野への進出により、カナック企画を設立し、現在の業界シェアは6割とカインズの主力製品となった。

今ではカーAV取付キットは、量販店関連商社やバッテリーメーカー、オーディオメーカーとその関連販売会社などの代理店を通して、車関連の量販店やカーオーディオショップ、自動車整備工場などへ販売されている。

3 つめにカインズの発展の礎と考えられるのが、「カインズマンシッププロジェクト」で行われている「プロジェクト7」という活動だ。プロジェクト7とは、従業員が「グループ広報」、「産学連携・新卒採用」、「危機管理」、「社会貢献」、「伝道師」、「ニコニコ」、「改善+5S」の7つのチームに分かれ、社内の職場環境をより良くするための取り組みのことである。

プロジェクト7は、2011年に開始されたプロジェクト11が元であり、思考を重ね今の形に至る。また、この活動は四代目社長金子高一郎氏が考案して作られた活動で、社員が企業の環境を良くするためには何をしたら良いかを考え行動している。プロジェクト7の報告は、カインズグループで年に2回行われる勉強会で、報告し合い、活動内容を共有している。

詳しくはP.19(ひとづくり):「伝道師」、「カイゼン+5S」、「グループ広報」、「新卒採用」、「危機管理」、「ニコニコ」P.24(わづくり):「産学連携」、「社会貢献」



大地:葛飾

大地は「葛飾」と考える。カインズは1967年から葛飾で事業を行っており、現在カネコを除き他3社も葛飾を拠点としているからだ。このトピックでは、その葛飾について触れる。

◆ものづくりの町 葛飾

葛飾はカインズと同じ中小企業や町工場が多く集積している地域である。私たちはそんなものづくりの街「葛飾」の特徴を探るべく、葛飾を訪れた。



江戸川

左にある写真は葛飾区に流れている江戸川だ。江戸川は、戦前から江戸市中に物資を運ぶ重要な内陸水運ルートとして整っていたそうだ。そのため葛飾には、製造業が集積している。

町中を歩いてみると中小企業が集積しており、住宅が工場と同じ建物内にある「職住一体型」の企業を多く見かけた。

また商店街や柴又には帝釈天参道があり、昔の建造物の面影が残るような古き良き光景と、人の温かさを感じられる町であった。

このような葛飾区の地域性や歴史の背景がものづくりの環境を整え、発展させていったと考えられる。



葛飾区高砂の町中



帝釈天参道

はじめに

CSRとは

カインズについて

3つの
つくる

もの
づくり

ひと
づくり

わ
づくり

企業
訪問

カインズ
のCSR

What is CSR?

ステークホルダー(利害関係者)の満足度を高め企業価値を向上させていくこと。

What's KINDS's CSR ?

カインズが重きを置いているステークホルダーを
私たちは顧客、従業員、地域社会ととらえ、
それらに対するカインズ独自のCSRを探求した。それを、

顧客のニーズに答えた高品質な商品の提供etc...「ものづくり」

従業員のための良い職場環境づくりetc...「ひとづくり」

地域に根差した企業活動を行うetc...「わづくり」

という、3つの「つくる」に分け、
カインズという企業のCSRを考えた。

カインズはものづくりを通してどのような社会貢献を行っているのか。この章では、ものづくりの経緯から振り返り、高品質な製品ができる理由、そして今後のものづくりの展開について考えていく。

－2章－ カインズの「もの」づくり

社訓：一、常に開発精神を持って創意工夫しよう。

ものづくりの経緯

カインズの事業、特にものづくりの初めは木箱の製造販売である。初代社長金子金太郎氏の時代、物流に不可欠であった木箱・空き樽・空き缶の販売を開始した。この創立当初の商売の形は、木箱と同じく物流において不可欠であったリヤカーも含め、「木箱を制作しそれをリヤカーで納品する」という物流の原点とも言えるものであった。その後時代と共に物流業務における運搬をリヤカーからトラックへ移行。また、金子昌男氏の時代に企業の更なる発展を目指し、金子製箱所設立とともに大企業の物流業務も担当するようになる。



東京オリンピック後に車社会化が進んだ頃、その努力、技術、対応が認められパイオニア株式会社に打診され、共にカーステレオ取付キットの制作を開始。カーステレオ取付キット事業の発展に伴い、葛飾区に細田工場を建設。また、同じくカナック企画を設立し設計と開発にも進出。カーステレオ取付キット製品および周辺商品の製造にも動く。その後カナック企画がナビゲーションシステムの普及に伴いモニター取付キットを開発。最近では2007年にカナック企画が新分野展開への第一歩としてセールスプロモーション事業を立ち上げる。また、2011年にカナック企画が業界初のCAN-Busインターフェイス商品の開発に成功し、発売を開始した。これは車への取付をより簡単にした画期的なアイテムである。



一つ一つの気遣いが高品質の製品を生みだす

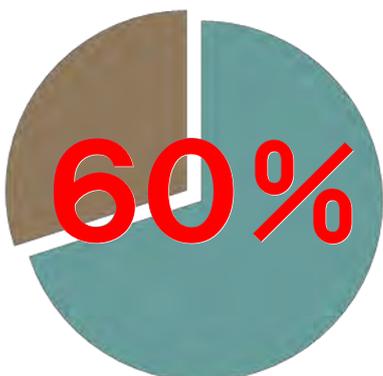
カーAV

取付キット

カインズの様々な努力が現在の業界シェア6割という結果を生んでいる。

また、10年にわたり優良法人として継続表彰される。優良法人(優良申告法人)とは、各税務署が5年に一度、税務調査をし、「経営内容が優良であり、かつ適正な申告・納税がされ、経営処理が特に優良で、将来にわたり適正申告が期待できる企業」を認定し、表彰する制度である。この優良法人に認定される企業は、全法人のわずか1%と言われている。

カインズでは、過去三度に渡り葛飾税務署から優良法人として表彰され、カナック企画でも2012年に優良法人として表彰を受けている。一方で、現在では全法人の7割が赤字経営と言われている。その中で法人税を納めることは、国や地方、教育や福祉を支える最も大切な社会貢献なのである。



要望に応えるため、少しでも良いものを・・・

～カインズは様々な面から顧客のニーズを捉えるため多様な施策を行っている～

<品質・環境保証部門>

JIS規格(日本の工業標準)に基づいた部品調査が抜き打ちで行われ、不良品が見つかった場合は同じ商品の全てをチェックし直し、「修繕・廃棄」している。環境に負荷のかかる物質が含まれているかなどの検査も行われ、不良品の割合が高い場合、検査の頻度が増え、またチェックが厳しくなる。このように品質にこだわり、顧客からの信頼をより厚いものにしている。(右:製造ラインの様子)



<車両の調査>

様々な車種に対応するため、ディーラー、顧客から車両を借りて一台一台調査することで様々な車種に対応する取付キットを生み出している。(左:調査の様子)

<かえる提案>

これは仕事の効率などに関わる職場環境の様々な問題点に対し、従業員が改善案を挙げるための行いである。もちろん全ての案が採用されるわけではないが、これにより、より良い環境づくりを行い品質向上やサービス向上に努めている。(右:社員に呼び掛けるポスター)



ここに紹介したのは、カインズが行っているごく一部の施策である。

カインズは日々より良いものづくりのために様々な試行錯誤を繰り返している。

ものづくりのための町工場ネットワーク

カインズ

利益最優先ではなく、Made in Japan を大切に、高品質な製品を作ることが優先。カインズが製品を売り上げ、利益を出すことによって町工場へ利益を還元し、発展に貢献している。

相互関係

町工場

長年積み上げてきた専門技術で様々な製品の部品を作りカインズのものづくりを支えている。葛飾を中心に全国の200以上の町工場が協力企業である。

カインズが今後も企業活動を持続していくには・・・

カインズが今後さらに発展していくためには何が必要なのだろうか。現在カインズは売り上げの9割がカーAV取付キットである。市販カーナビの需要が減少してしまえば、カーAV取付キットの販売も減ることが考えられる。そのため事業を分散していないという点は、不安要素にもなってしまうと私たちは考察した。

新たな事業についての提案

カインズが前のページで述べた不安要素を解決し、さらに発展していくためには「開発精神」を持って新たな分野に進出することが必要ではないだろうか。そこで私たちは新たな事業について考えた。

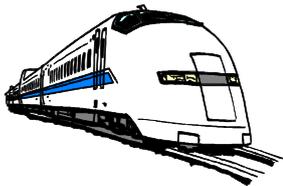
カインズの新たな分野に活かせる要素

200以上の協力会社で様々なニーズに対応できる/Made in Japanの高品質製品の提供/葛飾という地域性/カーAV取付キットの製造の経験から電気系統の分野に強い/社長が電車好き...など様々な強みを活かせる提案を考えた。

<私たちの提案>

①『バイク専用 AV機器取付キット』

具体案…今、カインズが持っている力を最大限に活かすことができるのが、やはりカーエレクトロニクス関連である。その力を活かして、現在未開拓であるバイク業界のAV機器の取付キットの作成に着手してはどうか。防犯や、防水などの機能が必要だと考える。



②『おもちゃ作りの町葛飾の復権 カインズの鉄道模型』

具体案…鉄道模型の市場規模年約150億(矢野経済研究所調べ)、そして近年売り上げが伸びているオタク業界を対象に、昔、おもちゃ作りで栄えていた葛飾区の町工場の復権をめざし、葛飾の町工場のみでの協力で高品質な鉄道模型を製造する。

③『企業向け オーダーメイドスマホケース』

具体案…カインズが現在行っているUSBメモリのオーダーメイドの力を活かして、企業の、社員に仕事用の携帯を支給している会社向けに専用のケースを作る。社内で同じデザインのケースを使用することで、会社の一体感に繋がると考える。



「もの」づくり×カインズ×CSR

カインズ株式会社の「もの」づくり。それは自社の利益だけではなく顧客、地域社会、従業員などカインズを支える様々な相手のことを第一に考えること、つまり、**利害関係者のためのものづくり**である。カインズは絶えず変化し続ける社会で必要とされているものを素早く捉え、**顧客からの要望**に誠実に応え、そして**高品質の Made in Japan**にこだわり、信頼できる葛飾区の企業を中心に協力関係を築き、高い質を維持することを心掛けている。また、高い質を維持するための車両の調査、厳しい製品検査や、かえるカードをはじめとした様々な施策を行っている。その努力がカインズのカーAV取付キット業界シェア6割、10年に渡る優良法人への表彰といった結果を生んだ。このようなものづくりを行うことで大量生産・大量消費のもとに自社の利益・発展を考える現代のものづくりが横行する中、カインズは変わらぬ**顧客第一の精神**を持つことにより社会から信頼を得ることができているのだ。

74名という従業員数だからこそできる、誰もが仕事しやすい環境づくりを心掛ける。カインズの将来を担う従業員を思いやる。それこそがカインズを飛躍させる方法である。

カインズの「ひと」づくり

発見する力

一つ一つの行動を意識し、
小さな「気づき」から大きな発見をする力

何事にも行動を起こし、
新しいことを創造・開拓し、探究する力

解決する力

困難な状況でも果敢に立ち向かい
執拗に挑戦し解決する力

約束したことは実行し実現するために
最後まで完遂、達成する力

探究する力
達成する力

はちりき

カインズグループには「八力」という8つの行動理念がある。カインズグループの一員として道を歩いていく中で、たくさんの場面に出会いこれら8つの力を身に付けていくのだ。社員が自ら考え行動することによって、**発見・探求**する力が身につけることができる。また、人と人との繋がりを大切にすることで、チームや取引先と協力し**問題を解決**しやすくなる。それによって**目標達成**に近づける。



はちりき

八力 ～従業員の内り方とつながり～

成長する力

公正、誠実な態度を持って
自己育成につなげ成長する力

繁栄する力

改善を繰り返し継続し
企業存在価値を高め発展、繁栄する力

信頼される力

すべての人々に安心を与え
社会に奉仕、貢献し信頼される力

笑顔にする力

すべての人々に思いやりを持って接し
幸せと「笑顔」にする力

社員一人一人が**成長**していく結果、企業の**繁栄**に結びつく。カインズグループは日々変化する顧客のニーズに対応し、より良い製品を生産することで**信頼**を得て、顧客も会社も**笑顔**になる。

この一連の流れがカインズが社員に求める姿であり、常にそれらを意識できる環境づくりを行っているのだ。この八力という考え方は毎日朝礼で唱和することで、全従業員に浸透している。

カインズマンシップを支える3つの心がけ

カインズマンシップとは・・・カインズの社員としてあるべき状態のこと

◆ クレド

クレドとは、ラテン語で「志」「信条」「約束」を意味する言葉である。昨今のマネジメントにおいては「経営理念」を表わす言葉として定着している。企業理念の本質をそのままに、自社の存在意義(レゾンデートル)、仕事への誇り、社会に貢献している意識を盛り込み、新しい経営の価値観を形にしたツールが「クレド」なのである。そのメリットは、「ステークホルダー満足」を社員に意識させることで危機管理意識の醸成や、法令順守だけでなく、社員一人ひとりの人生を豊かにするなど多岐にわたっている。



◆ 社訓

- 一、常に開発精神を持って創意工夫しよう。
- 一、常に和を考えて行動しよう。
- 一、常に社会に役立つ会社にしよう。
- 一、常に誠実なサービス精神を発揮しよう。

◆ 今日の心がけ

今日一日を
明るく、お互いに
思いやりを持って
元気で頑張りましょう

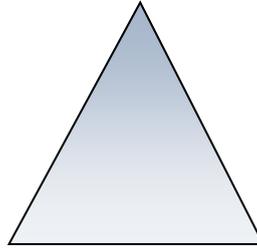
これらは毎朝業務前に行う朝礼で唱和されている。また、研修会など様々な場面で唱和する機会が設けられている。これにより社内の意思疎通がはかられ、意識の共有に繋がっている。朝礼では八力、クレドについて自分の体験談を含めた取り組みを発表している。外に自ら発信することで、自分から動けるようになり行動力が増すのである。またこれらは社内の目に付く所に掲示されており、グループの一員としてどうあるべきか、どう考え行動すべきかを常に意識し日々の業務を行っている。業務を行いながらも、従業員全員が受け継ぐべき考えや、カインズが大切にしているものを常に共有し、理解することで会社が運営しやすくなる。さらには、従業員の働きやすさや会社への愛着心へとつながっている。

従業員がつながるためのプロジェクト7

伝道師(プロジェクト7)

メンバー全員が経営陣とコミュニケーションをとり、社員がどのように業務に取り組んでほしいかなど経営陣の考えを責任もって平等に社員に伝える活動。これによって経営陣の考えや魂がしっかりと全従業員に伝わる**トップダウン**の仕組みが形成されている。

経営陣



社員

カイゼン(プロジェクト7)

商品改善から現場改善まで様々な提案が積極的に出てくるような社風をつくるためにルールやツールを含めた仕組みづくりである**ボトムアップ**もある。そしてその仕組みによって出てきた意見をしっかりと取り入れる「**かえる提案**」というしくみがある。これは、「かえるカード」という気づいた問題点を誰でも経営陣に伝えることができるカードで、このカードを提出することで、一人ひとりの気づきを具現化することができるのだ。

こういう制度があったらなあ…



例えば…?



かえるカードに記入



検討会へ

制度実現の可能性も！！

その他のプロジェクト7

上記以外にも、ひとづくりと関係しているプロジェクト7がある。

◆新卒採用

良い人材を確保するための仕組みづくりや、新卒採用者の教育プログラムの作成に取り組んでいる。

◆危機管理

救命救急の講習会や防災訓練、緊急時のマニュアル作成を通して、有事に備える取り組みをしている。

◆ニコニコ

悩み解決のサポート、新入社員のケアや、向上心を持って取り組める環境作りを目指している。

このように細かい制度が充実していることで、カインズは誰もが安心して仕事ができる企業として成り立っている。

プロジェクト7活動によって…

多様な形で従業員と企業の考えを共有することで、人とのつながりが広まり、社員同士の一体感へと繋がっていく。

このようにまとまりが生まれることでより円滑に指示が伝わり、企業が活発化し**現場力の向上**へと繋がっていく。

社内イベント

これまでに紹介したようなトップダウンやボトムアップの仕組みができていても、形だけで提案しづらい雰囲気や環境があれば意味がない。そこでカインズではボウリング大会やクリスマスパーティーなどの社内イベントを行っており、社員同士の交流を深め、意見を言いやすい環境づくりを目指している。みんながイベントに参加し、交流する場が設けられているのは、少人数である中小企業独自の良さであるだろう。

ボウリング大会

カインズグループでのボウリング大会。30年以上に渡り開催されており、優勝チームにはトロフィーが贈られるなど盛り上がりを見せる。そのトロフィーには歴代の優勝チームが刻まれており、歴史の長さが感じられる。



優勝チームへの
トロフィー！



社員旅行

年に一度実施される一大イベント。東北、離島、海外など、さまざま場所を訪れ、社員同士の交流を図っている。

お花見

新入社員と全社員が初めて対面する場であり、新入社員からの挨拶なども行われる。右も左もわからず緊張している新入社員にとって、初めに業務とは別に社員の人と話す機会があることは、緊張をほぐすだけでなくこれからの信頼関係の構築を促進する効果もある。

「ひと」づくり×カインズ×CSR

日々の企業活動を担う存在である従業員は、企業にとって重要な存在である。従業員は会社を動かす一員であるため、いかに一人ひとりが満足する働き方ができるか工夫をし、モチベーションを高めることができるかどうかで、事業の成果だけではなく外からの評価や**社外への社会貢献**も変わる。

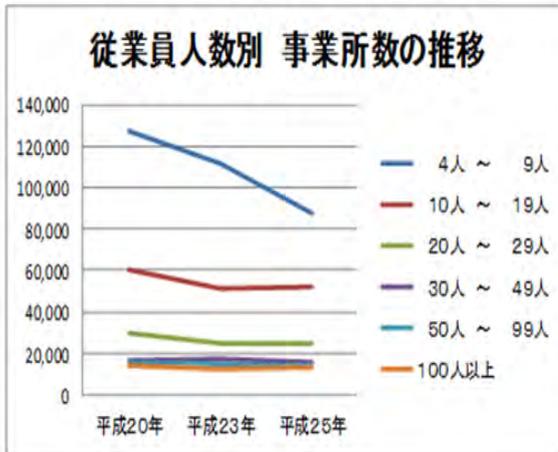
特にカインズが**新入社員**に対する指針や指導、職場になじみやすい環境づくりをしていることがCSR活動にもつながると考える。企業にとって一番身近な存在である従業員を重視し、教育や待遇、普段の生活の中でのカインズの一社員としての意識を固めることで、カインズの土台ができる。

その中で特に、新入社員はこれから何年もかけて会社を背負っていく存在である。そんな新入社員に対する手厚い対応は、**会社への愛着**や、**仕事へのやりがい**や**モチベーションの向上**にもつながる。それが結果として**会社の利益**につながり、**社会貢献**に結び付くだろう。

カインズの地域愛が生んだ葛飾の町工場ネットワーク。そこで得られた繋がりはカインズの強みとなり、前進する力にもなった。そしてその“わ”とともに、カインズは海外へと挑戦していく。

カインズの「わ」づくり

中小企業同士がつながる



現在、日本の中小企業は廃業を余儀なくされる企業が相次いでいる。

企業が廃業すると失業者が増加するなどし、社会問題につながってしまう。中小企業は大手企業の下請けとしての色合いが強いのが特徴だが、大手企業が地方や海外に生産拠点を移し始めたころから事業所数が減少してきている。

その改善策として、中小企業同士が連携することが挙げられている。そして、その利点が「人手不足の解消」「技術の共有→相乗効果」「新事業の開発」「新規顧客の獲得」の4つである。

[出典]経済産業省ホームページより 参照 (H20.H23.H25年)

大企業同士の合併はムダをなくすという合理化で人員削減という方が目に付くが、中小企業はお互いに足りない人材を補うことができ、**人手不足の解消**になる。そして、それぞれの会社が得意としている**技術を共有**することによってより良い製品ができるという**相乗効果**が生まれる。また、出来ることが増えた分、柔軟性のある**新事業の開発**に繋がる。さらに、新事業の開発で新たな分野を開拓することで同時に**新規顧客の獲得**にも繋がる。

中小企業が減少している日本の現状の中、カインズはほとんどの取引を町工場との連携の中で行い、社会に貢献しているといえる。

葛飾区の企業とつながる

カインズは東京ビッグサイトで開催されている産業交流会などに葛飾区の中小企業と共同で「葛飾ブランド」(注)としてブースを出展している。様々な地域の中小企業に葛飾の町工場を知ってもらい、世界に通用する「葛飾ブランド」を目指している。



産業交流会は首都圏(東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県)に事業所を有する中小企業などの優れた技術や製品を展示し、販路拡大、企業間連携の実現、情報収集・交換などのビジネスチャンスを提供することを目的としている。

(注)葛飾で業務を行っている町工場や中小企業のネットワークを活かし、それぞれの部品を統合して一つの製品にする。それを「葛飾ブランド」として売り出すことで、各中小企業の市場の幅が広がる狙いがある。

地域に根差した企業活動

～町工場物語～

KATSUSHIKA



町工場物語

カインズ



KATSUSHIKA
町工場物語



町工場物語



町工場物語は、葛飾区が東京商工会議所葛飾支部の協力のもと、葛飾区内の町工場が生産した製品や部品等を葛飾ブランド「葛飾町工場物語」として取り上げる制度である。

「葛飾町工場物語」が開始されたのは2007年で、毎年10社ほど選出され幅広い年代に浸透しやすいマンガ冊子となって発行されている。しかし、この町工場物語に認定されるには、しっかりとした認定対象の各項目をクリアしなければならない。以下が認定対象の条件である。

- ① 葛飾区内で主要部分を製造している製品、部品（「部品等」には、製品や部品に添着処理等により製品価値を高める加工物も含む）であること。
- ② 認定時において、製造販売・受注が可能な製品、部品等であること。
- ③ 十分な安全性を有している製品・部品等であること。

これらの条件を通過し認定されることで、企業にとっては商品を製造するに至った背景や苦労話などのエピソードを区内外にPRする1つの手段となり、高品質製造のイメージを高めることができるのだ。

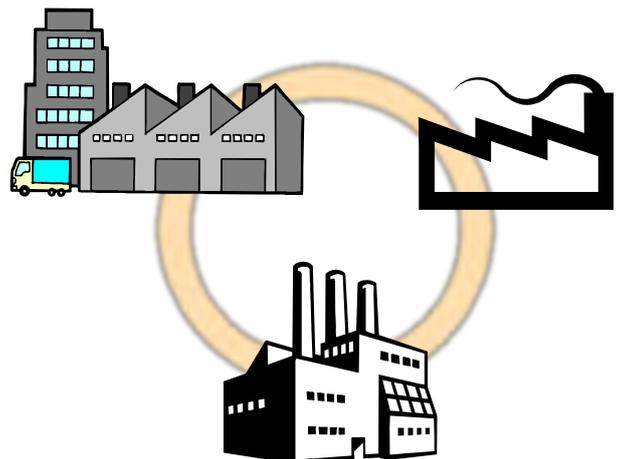
カインズの「カーAV取付キット」は2009年に認定されており、地域に根差した企業活動を行っている会社だといえる。また、カインズ製品の安全性・高品質が信頼できるものと証明している。

工場を観光の対象として街おこしに利用するとりくみは**産業観光**といい、近年注目を浴びている。町工場物語を見てカインズ株式会社と取引したいという企業が出てくることもあり、町工場物語に認定されることで葛飾区内の中小企業との連携機会の増加に結び付く。

カインズの強みの理由

葛飾区の企業同士でつながることで、製品についての深い話や細かい要望などのコミュニケーションを円滑に進めることができ、顧客のニーズに合わせた製品を製造することが可能になるのだ。

このような葛飾区の企業同士のつながりは、高品質で多様なニーズに応える製品を製造することができるというカインズの強みにつながっている。





Not only 葛飾 … ?

このようにカインズは地元葛飾区に密着した経営を行っているのは確かだ。しかし、カインズの部材調達は、葛飾区以外の地域、海外でも行われている。実際に部材調達の割合を企業に伺ったところ葛飾の協力会社はごく一部であることが分かった。取引額、取引社数ともに隣接地域を含めると地元企業との取引比率は上昇するものの、実態としては葛飾区に特化した企業とは必ずしも言えないのかもしれない。

だが、カインズが行っている取引の企業のほとんどが日本の町工場である。中小企業が厳しい状況に置かれている中、カインズが中心となり日本の町工場製品を使った開発を行っていけば、日本のものづくりの発展に繋がるだろう。

また、カインズが目指す「グループとしての海外展開」には、そのような町工場の力が必要になるのではないか。「チームジャパン」として日本の町工場と連携し、高品質な製品を取り扱うことで、海外にも通用する企業になると考えられる。つまり、カインズは日本の町工場の代表、「チームジャパンのリーダー」といえるのだ。

カインズはチームのリーダーとして、海外に進出していく。



海外への進出

中小企業の生き残りが厳しい環境の現在、日本市場だけではやはり限界を感じることもある。

そこでカインズはカー用品への関心が高まりつつある海外に目を向け、グループの強みであるカーAV取付キット事業の本格的な海外進出を目標としている。

2006年にはドイツのアウトメカニカへ初出展し、その後も2008年、2012年、2014年にも出展している。このアウトメカニカは、2年に一度開催される自動車周辺機器の国際見本市で、世界中から15万人もの来場者を集めるイベントである。



この出展を皮切りに海外展開を始めたカインズは、2011年にはCAN-Busインターフェイスの開発を業界で初めて遂げた。これにより欧州車に日本市販のAVやナビ機器を取り付けることが可能になった。

このように葛飾や日本に留まらず、海外にも目を向けてカインズの技術を生かす環境づくりに力をいれているのだ。そしてポイントとなるカーAV取付キットを更に発展し、海外からのニーズを一層高めるためにも今後新事業会社を立ち上げることも目標としている。

つまり、カインズは世界に「わ」を広げて企業を持続させ発展させる取り組みをしているといえる。

様々な社会貢献につながるプロジェクト7



[日本フィルハーモニー交響楽団]

産学連携

カインズは産学連携として「武蔵大学三学部横断型ゼミナール・プロジェクト」に協力している。学生との関わりを持つことによって、企業自体が自社の活動を振り返るきっかけとなっている。このような機会は今後も企業活動の幅を広げていこう。

猫の手

カインズは自社の利益を地域社会に還元している。地域でのごみ清掃活動や日本フィルハーモニー交響楽団への支援などを通し社員の自主活動の意識を高めるとともに、カインズの認知度とイメージの向上にもつながっているといえる。



[武蔵大学三学部横断型ゼミナール・プロジェクトの様子]

「わ」づくり×カインズ×CSR

カインズは地域社会や海外市場など様々な分野に“わ”をひろげることによって、**存在価値、企業価値を高めている**。そして、そうした活動の背景には中小企業の減少という現実がある。中小企業が減少している中でカインズが安定した企業活動を行うことができるのは、多方面に“わ”を広げているからなのだ。

カインズの取引先は必ずしも葛飾だけではないが、その多くは日本国内の中小企業である。中小企業の存続が厳しい時代においては、中小企業に仕事を発注する側であるカインズ自身が安定して存在することも大切だ。カインズは「**チームジャパン**」のリーダーとして、日本国内の**中小企業の発展に寄与**しているとも考えられる。

カインズの未来、町工場の未来をつなぐために、カインズはいつまでも“わ”を広げ続ける。

地域に根差した
企業活動

KINDS
Local Integration & New Distribution System

プロジェクト7

海外展開

実際にカインズに企業訪問に行ってきました。

11/20 企業訪問

今回の企業訪問では、カインズの細田工場、カナック企画の水元開発センターに伺いました。まず、細田工場で感じたことは、女性の力強さでした。パートの主婦の方の目まぐるしいテキパキとした動きにはとても驚きました。また、社訓などが社内のあるところを書いてあり、従業員の気持ちを一つにすることを心がけていることが分かりました。それに加えて、工場内にBGMが流れていることで、従業員が仕事をしやすい環境にする工夫を感じました。



従業員の働きやすさを考えた職場であると気づきました。

カナック企画



カナック企画の企業訪問では、社内の人と人の近さと風通しの良い社風を感じ、社員の方の働きやすさを感じました。「かえるカード」などが実際に使用されており、新入社員の方も積極的に意見を言える環境が整っていることで、社員の方全員がイキイキと働いていました。

また、実際に車両の調査をしている様子も見学させていただきました。お客様のニーズに応えるため、カーナビを実際に取付ける表面の部分から配線に関わる細部まで、一台一台丁寧に調査されていました。

顧客満足の実現に向けた熱い思いを感じました。

また、私たちのどのような質問に対しても丁寧にお答えいただき、社員の方のあたたかさを感じました。

12/6 勉強会

勉強会にも参加させていただきました。

カインズで年2回行われている、社員全員での勉強会にお招きいただき、カインズが行っているプロジェクト7の中間発表などを拝見しました。グループ内で行っている様々な取り組みを知ることができ、どの取り組みも社員一人一人の意見が反映されており、中小企業ならではの良さを感じることができました。カインズの社員が一堂に会す機会に参加することができ、とても良い経験になりました。

また、そのあとクリスマスパーティーに参加させていただきました。社員同士がとても仲の良い、部署・役職を超えた交流がたくさんある、そんな風通しの良い社風を感じました。

社員同士が仲のいいアットホームな雰囲気を実感しました。



—最終章—

カインズCSRとは？

人情

絶えず変わりゆく市場で

先頭を走り続けるカインズ。

その中で変わらないものは何だろうか。

それは、**人情**である。

カインズはこれからも、

その人情をエネルギーに

新たな時代へ飛躍する。

おもいやり

おもてなし

ものづくり

顧客本位

開発精神

ひとづくり

信頼関係

人材育成

わづくり

地域愛

町工場ネットワーク

変わりゆく時代

変わらぬ想い

私たちは、CSR活動において「原点回帰」が一番重要なものだと報告書の冒頭で述べた。昔の日本の商売には、日本の伝統精神、おもいやり、おもてなしが当たり前のように存在していた。だが現在では忘れ去られつつある心となっている。「原点回帰」にはかつての時代へ戻るという意味と企業のあり方をもう一度考え直そうという意味が込められている。カインズは創業当時から常に“人情”を忘れずに企業活動を行っている。私たちが考えている「原点回帰」はカインズでいう“人情”を忘れずにいることなのである。つまり、カインズはその「原点回帰」が既に出来ているのだ。時代が流れるにつれ、世の中のニーズは様々なものへと変化していった。その多様なニーズに対応し様々な製品を生み出し続けてきたカインズ。時代や作る製品が変化していても、カインズの根本にある**“人情”**は昔から変わらない。その変わらぬ想いが、カインズが流れゆく時代と共に歩んでこられた理由なのである。そしてこれから先も、カインズが未来へと進んでいくためには、カインズが持つ**“人情”**を**変わらず持ち続けることが必要不可欠**なのである。その“人情”を継承していくことがカインズの社会的責任といえるだろう。

KINDS IS...

私たちがカインズのCSR報告書を書くうえで、自分たちの調べてきたことを一つのものに例えられないかと考えた。

そして調べてきた様々な取り組みと共に、カインズの夢や想いと私たちの想いも乗せてくれるような乗り物がないかと思った。

機関車などの案が出る中、カインズはレールなどの決められた道を進むだけの存在ではなく、自由に山や海も日本も越えていく存在だと気づいた。その結果私たちはカインズを気球に例えた。

カインズは気球だ。

気球を支える籠は、カインズの「もの」である。

利益よりも消費者や協力会社を第一に考えるその精神が、カインズの重心となっている。

気球の乗組員は、「ひと」である。

カインズの従業員は八力やクレドなどの取り組みにより、カインズマンシップを持ったひとつの集団としてカインズを支えている。

気球の風船は、「わ」である。

中小企業、町工場のネットワークを活かしたものづくりにより、カインズの活動の場が広がる。

気球の風船が大きく膨らむことで、その活動は周囲から見えるカタチになる。

しかしそれを支えるためには籠や、乗組員が欠かせないということを忘れてはならない。

では、その気球を動かすエネルギーはなんだろうか？

それは「人情」だ。

人情がなければ、「もの」も「ひと」も「わ」も機能しない。

人情は、カインズを支える最も根幹の部分である。

以上をふまえて、気球であるカインズのCSR活動とはどのようなものなのか。

それは、人情をエネルギーにした気球に

カインズのステークホルダーも乗せて空を飛んでいくことだ。

海外進出をすること、新事業を始めること、そして町工場を発展させること。

人情を持っていれば、どんな小さな出来事でも遠くにいける。

たとえ嵐に見舞われても、飛ぶことができる。

カインズは空が続く限り進み続ける。

学部横断型課題解決プロジェクト CSR 報告書

平成 26(2014)年 12 月 20 日

武蔵大学三学部横断型ゼミナール・プロジェクト

〒176-8534 東京都練馬区豊玉上 1-26-1

TEL 03-5984-3830(学部横断型課題解決プロジェクト運営チーム)

発行責任者 学部横断型課題解決プロジェクト運営チーム

