

# ASICS CSR REPORT 2009



sound mind  
sound body

A dark blue rectangular sign with the text "ASICS SPORTS MUSEUM" in white, capital letters, mounted on a light-colored wall. The background of the page shows the interior of the museum with a staircase and large windows.

ASICS  
SPORTS  
MUSEUM

# グローバルなものづくり企業として 社会的責任を果たします。

## スポーツ用品メーカーの使命と役割を実感

アシックスがスポンサーを務める「東京マラソン2009」(2009年3月開催)には3万5,000人の定員に対して26万2,000人もの応募がありました。不景気の中においても、スポーツや健康への人々の意識は高まっており、当社のようなスポーツ用品メーカーに対するステークホルダーの皆様も、それだけ大きくなっていることをひしひしと感じます。その期待に応えるため、私たちは、今一度アシックスの創業哲学である「健全な身体に健全な精神があれかし」に立ち返り、事業活動のあらゆる段階でその使命と役割を認識しなければならないと思いを新たにしています。

## CSRの優先課題への対応強化

当社は世界の主要なスポーツ用品メーカーが加盟する世界スポーツ用品工業連盟(WFSGI)の専門委員会に参加し、世界的な動向も踏まえた上でCSR活動を展開しています。また、日本スポーツ用品工業協会(JASPO)においても、当社の取り組みを先行事例として紹介するなど、他社と連携をとりながら対応を進めています。

2008年度のCSRの優先課題(4ページ参照)については、全社的な浸透を図るべく努めてまいりましたが、2008年度にリコールが発生するなど、課題も残っています(17ページ参照)。商品テストの最終段階で不具合を発見していれば防ぐことができたと考えられ、今後は、適正なものしか市場には出さないという強い信念で最終チェックの精度を高め、「安全品質」の水準向上を追求していきます。

海外の生産委託先工場における「人権」および「労働」も重要なテーマの一つと認識しています。このテーマに関しては、生産委託先の集約化を進めて、サプライチェーン管理の効率化を図る

とともに、労働問題に取り組むNPO「公正労働協会(FLA)」と連携をとるなどして、生産委託先のチェックを継続的に実施していきます(5ページ参照)。

環境については、これまで、ISO14001の認証に基づく環境マネジメントシステムを運用し、「CO<sub>2</sub>排出量の削減」、「廃棄物の削減」を始めとした目標を順調にクリアしてきました。また、当社の本業に基づく重要な活動として「環境配慮型商品の開発・販売」にも取り組み、その活動の一環として、2006年度から2008年度にかけて、「東京マラソン」のボランティア1万5,000人に提供したスタッフ用ジャケットには、PETボトルをリサイクルした再生ポリエステル系でできた素材を採用しています。消費者の間にも「環境」に対する関心が高まっており、今後も環境に配慮した「アシックス エコプランマーク商品」をより積極的に開発・販売していきたいと考えています(11ページ参照)。

## 内部統制について

当社グループの海外売上高構成比が、全体の6割近くあるため、アシックス本社に設けた「内部統制プロジェクト」がリーダーシップを執り、日本、ヨーロッパ、アメリカ、アジア・パシフィックの4極で同時に作業を進めました。構築は年度内に完了し、運用を開始しています。この展開を図るとともに、CSRの取り組みも、現場レベルにまで浸透することを確信しています。

## 従業員のマインドと知識の向上へ教育を充実

私は、意思決定を組織図と業務フローに基づいて適正に行うという「当たり前のこと」を従業員それぞれが実行すれば、CSRが遂行できるのではないかと考えています。ただし、そのためには、



代表取締役社長

尾山 基

いくつか条件があります。例えば、従業員の知識やマインドが十分でなければ、内部統制のシステムは円滑に機能しないでしょう。そのような意味もあって、従業員教育の徹底を図ります。このことと、「内部統制システムの現場への浸透」を両輪として推進することで、従業員一人ひとりが社会の一員として責任を果たしながら生き生きと仕事をやる企業グループを実現し、皆様のお役に立つ商品、サービスの創造にまい進いたします。

本レポートをご一読いただき、アシックスグループの活動についてご意見を賜りたく思います。これからもあたたかくご支援くださいますよう、お願い申し上げます。

トップコミットメント	01
CSRの基本的な考え方 アシックスの考えるCSR	03
<b>特集</b> <b>進化するサプライチェーン管理</b> 全委託先工場の監査を完了し課題を明確にしました	05
<b>特集</b> <b>環境配慮型商品の積極的な開発</b> 環境に配慮したもののづくりを続けています	11
安全品質と顧客満足 アシックスの製品安全理念 品質管理の推進体制	15 16
コーポレート・ガバナンス コーポレート・ガバナンス体制の概要 内部統制システム スピークアップライン 危機管理体制 適時開示体制	19 19 21 21 21
個人情報管理 アシックスグループの個人情報管理体制 アシックス個人情報管理方針	22 22
環境保全 環境マネジメント 地球温暖化対策 ～CO <sub>2</sub> 排出量の削減～ 環境保全活動	23 24 25
社会貢献	28
従業員満足 各種制度を充実 カラダとココロの健康作り	30 32
事業概要 経営・財務指標	33
編集後記	34
別添「アシックスCSRレポート2008」に対するご意見	

## 会社概要 (2009年3月31日現在)

資本金 239億72百万円  
従業員 1,284人(連結:5,217人)  
事業所  
本社(神戸市)\*  
支社:関東(東京都墨田区)・関西(尼崎市)  
研究所・研修所:スポーツ工学研究所(神戸市)\*  
海外駐在員事務所:広州(中国)・台湾  
子会社及び関連会社  
国内:21社  
海外:23社 (アメリカ・ヨーロッパ・オーストラリア・中国・台湾ほか)  
※の事業所はISO14001認証を取得しています。  
アシックスホームページ  
日本 <http://www.asics.co.jp/>  
グローバル <http://www.asics.com/index.html>

# アシックスの考えるCSR

お使いいただく方々にとって価値のある製品・サービスを提供することが我々アシックスに出来る社会貢献だと考えています。

お客様の求めるものを徹底して追求し、スポーツをする選手や健康を願う人々の思いに役立つことが使命です。

創業哲学「健全な身体に健全な精神があれかし」から導き出された理念とビジョンに基づき、スポーツ用品メーカーとして本業である「ものづくり」に真摯(しんし)に取り組んでいます。そして、本業を通じたCSR活動での優先課題を明確にして、あるべき姿を目指しています。

## 創業哲学と密接に結びついた企業活動を展開

### アシックスの企業活動の基本姿勢

#### 創業哲学

「健全な身体に健全な精神があれかし  
— “Anima Sana In Corpore Sano”」

#### アシックスの理念

- 一、すべてのお客様に価値ある製品・サービスを提供する
- 二、私たちを取り巻く環境をまもり、世界の人々とその社会に貢献する
- 三、健全なサービスによる利益を、アシックスを支えてくださる株主、地域社会、従業員に還元する
- 四、個人の尊厳を尊重した自由で公正な規律あるアシックスを実現する

#### アシックスのビジョン (目指すべき姿)

「スポーツ・健康・快適ライフを創造する  
世界ナンバーワン企業」

## ■ 社名の由来

アシックスは、1949年に創業者の故鬼塚喜八郎が、スポーツを通じて青少年を健全に育成することを願い、スポーツシューズの企業を神戸に創業したことに始まります。

紀元2世紀の初め、ローマの風刺作家ユベナリスが「もし神に祈るならば、健全な身体に健全な精神があれかし、と祈るべきだ」との名句を残しました。

原典では「精神」は「Mens」で表現されていますが、「躍動する精神」という、より動的な意味をもつ「Anima」に置きかえ、「Anima Sana In Corpore Sano」とし、この言葉の頭文字をとって当社の社名としました。

課題を明確にして取り組む  
CSRの優先課題

## 社会と企業の永続的な発展を目指して

### 1. マルチステークホルダーとのかかわり

#### 安全品質と 顧客満足

**安全な製品の提供により、顧客満足の向上に努めています**  
製品の安全がより強く求められる中、お客様に安全かつ快適にお使いいただくため、企画から開発、設計、生産、出荷まで、徹底した品質管理を行っています。

#### 環境保全

**地球環境を守る取り組みを進めています**  
地球環境を未来に引き継いでいくため、事業活動に伴う環境負荷の低減や環境に配慮した商品の研究・開発を行い、持続的発展が可能な社会の実現に貢献していきます。

#### サプライ チェーン管理

**生産委託先工場の労働環境、労働条件の改善を進めています**  
作り手の満足が良い商品につながり、良い商品がお客様の満足につながるという考えのもと、サプライチェーン全体にわたって環境、人権、労働、企業倫理などへの配慮と改善に努めています。

#### 従業員満足

**働きやすい職場作りを進めています**  
すべての従業員が能力を発揮し、仕事と生活の両立ができる職場作りを目指します。

#### 社会貢献

**スポーツ用品メーカーとしての社会貢献を目指しています**  
スポーツ文化の普及に努めるなど、良き企業市民として社会貢献活動に積極的に取り組んでいます。

#### 個人情報管理

**個人情報を適切に管理・保護しています**  
お客様の財産である個人情報を大切に管理することを重要な責務と考え、適切な管理・保護に取り組んでいます。

### 2. 法人としての取り組み

#### コーポレート・ ガバナンス

**健全で透明性の高い経営に努めています**  
企業価値を継続的に高め、すべてのステークホルダーから信頼されるために、アシックス行動規範、アシックス自主行動基準の適切な運用やコンプライアンス施策の強化などにより、コーポレート・ガバナンスの充実を図っています。

# 全委託先工場の監査を完了し 課題を明確にしました。

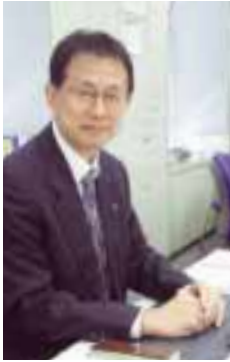
作り手の満足が良い商品につながり、良い商品がお客様の満足につながるという考えのもと、製造サプライチェーンでの環境、人権、労働、企業倫理などへの配慮と改善に努めています。

ALGI MONITORING TRACKING CHART	
Country	China
Client	Asics
Factory Name	7147
TOR Number	3,243
Number of workers	September 13-14, 2007
Date of audit	2 days / 1 auditor (off-site interview)
Days in the facility	Legal Reference 相关法律法规
Legal Requirements / Licenses	
Training / Complaint	
Management / Code of Conduct	
General Labor	

## 2008年度の総括と今後の対策

取締役・管理統括部長 佐野 俊之

### 委託先工場の課題を把握し管理と支援を進めています



委託先工場の監査については、2008年度をもって延べ228工場の初期訪問による監査を完了しました。委託先工場といっても、規模の大小、発注量の多寡など条件はまちまちですが、「労働条件は整っているか、労働環境は守られているか」にポイントを絞った一連の監査により、製造サプライチェーン上の課題が明確になり、その対策についても考え方を整理することができたことは、大きな収穫です。

この成果を踏まえて、2008年度は、マネジャー対象の研修を始め、従業員の意見や苦情がアシックスにダイレクトに伝えられるホットラインの設置など、「支援」を軸にしたさまざまなプログラムに着手しました。国情の違いもあり、すべての委託先工場に当社の方針を理解してもらうには時間が必要ですが、地道なマネジメントを推進していきます。一方、日本、アメリカ、ヨーロッパでそれぞれ管理手法が異なっているという課題もあるため、2009年度以降はその統一化も目標となります。

### ●2008年度の監査結果

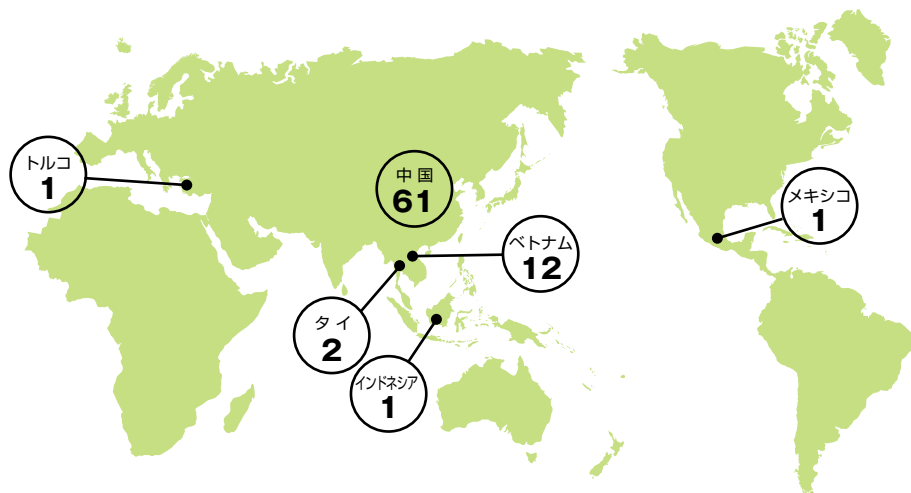
2008年度は、118項目の評価指標に基づく全委託先工場の初期訪問完了を目標に掲げました。この目標を達成したことで、ようやく工場のコンプライアンス達成率を全体的に把握し、各工場の進捗の追跡が可能となる基礎データを蓄積することができました。当社自身による監査およびフォローを行いながら、初期訪問を実施することはかなり負担となりました。

### ●2009年度の目標

これまで運用してきた委託先工場の管理システムを改善、充実させ、グループ会社全体のシステムとして再構築します。国内外の国際機関・政府・市民団体・業界団体などのマルチステークホルダーとの連携を深め、限りある企業資本の効果的運用を図り、委託先工場の労働条件の改善に取り組みます。

## 共に発展を目指すパートナー

### 2008年度の委託先工場監査は世界78カ所に



## 委託先工場の監査状況

### 延べ228工場の初期訪問を完了しました

#### ●年度別監査数

自社監査、委託監査、FLA監査の3種類の監査\*を実行しており、2008年末で延べ228工場となりました。

年度別監査数

監査年度	自社監査*	委託監査	FLA監査	計
2005年12月	50	—	2	52
2006年12月	15	6	8	29
2007年12月	31	27	11	69
2008年12月	34	36	8	78

\*自社監査数は初期監査・フォロー監査を含む

#### ※ 3種類の監査

##### 自社監査

アシックスのCSR担当者が監査員として委託先工場を訪問し、労務管理、労働安全衛生面、環境保全に関する経営陣へのインタビューや資料の確認をします。監査時には、「アシックスの理念」、「アシックスのビジョン」、「業務委託先管理方針」で述べられている内容を経営陣に説明し、世界の情勢や動向も踏まえながら互いの意識レベルを合わせるようにしており、そのうえで問題点の抽出、改善へのアクションに移るようにしています。

##### 委託監査 (監査会社に委託)

アシックスが専門の監査会社に依頼して行う監査で、プロの監査員が現地語で工場の実情を確認します。工場外での聴き取り(オフサイトインタビュー)などを通じ、自社監査では集め切れない従業員の声などの情報を得ることができます。当社はその監査報告と自社監査結果との整合を確認し、改善につなげています。

##### FLA監査 (NPO監査)

アシックスは、労働者の権利保護と労働環境の改善にグローバルで取り組むNPO「公正労働協会 (FLA)」に、2006年、日本企業として初めて加盟しました。

FLAは企業やNGO、大学が参画する団体で、ILO憲章にのっとった独自基準を持ち、それに基づいて無作為に選んだ委託先工場を監査しています。

監査結果はアシックスに報告されるとともにウェブサイトでも公開され、公正さと透明性が保たれています。

アシックスは、その監査結果を工場にも報告し、ともに改善を進めるようにしています。

FLAのホームページ

<http://www.fairlabor.org/>

#### ●国別監査数

委託先工場は中国が全体の78%を占め、アジア4カ国にほぼ集中しています。

国別監査数 (2008年12月末現在)

監査数	自社監査*	委託監査 (監査会社に委託)	FLA監査 (NPO監査)	計
中国	28	28	5	61
ベトナム	6	5	1	12
タイ	—	2	—	2
インドネシア	—	1	—	1
メキシコ	—	—	1	1
トルコ	—	—	1	1
合計	34	36	8	78

\*自社監査数は初期監査・フォロー監査を含む





## ● 監査項目

初期訪問では、「監査チェックシート」に基づいて、労働契約、賃金、労働時間管理など118項目について監査し、その順法状況を評価しています。

法定最低賃金基準の順守、法令内の時間外労働時間、残業同意書、法定休日提供、産休手当提供、保護具着用表示などの重要な項目で違反が見られた場合、その後の改善について厳しく追跡調査をしています。

監査チェックシート

大分類	中分類	小分類
契約	6	34
賃金	4	10
労働時間	3	9
休日/休暇	2	6
福利厚生	1	6
労使関係	5	13
安全衛生	7	39
その他	1	1
合計	29	118

## ● 監査後の対応

ブランドメーカーの一時的な価値観で評価するのは簡単です。しかし、世界には大小さまざまな国や文化・風土があり、倫理観・価値観・商習慣などがあることを私たちはよく理解しています。自社監査により違反事項が発見された場合、根本的な原因を委託先工場と共に探り、改善のプランを立案し、改善の経過を見守る基本姿勢で対応しています。

それは、国の経済発展の度合い、文化の違いによって生じるさまざまな価値観の違いを調整しながら行うことが根本的改善の近道と考えているからです。多様な価値観を尊重して、お互いに問題に真摯(しんし)に向き合い、新しい改善策を模索し、工場と協調して進んでいくこそグローバル企業のあるべき姿だと考えています。

掲示された労働関係記録資料



工場内監査風景

## 委託先管理の課題を整理

### 更なる充実を目指しています

サプライチェーン・マネジメントの水準を高めるには、PDCAを回しながら継続的に取り組むことが必要です。そのため当社は、次の2つを重点課題としてスパイラルアップを図っていきます。

- (1) アシックス業務委託先管理方針の周知
- (2) 社内の工場管理当事者への啓発活動

## voice 監査担当者の声

### CSR推進チーム 中川 盛雄

当社を支えてくださる委託先工場の皆様と接し、あらためてコミュニケーションの重要性を感じた1年でした。世界的経済危機の広がりにより、委託先工場も経済価値優先が暗黙の了解であるかのような雰囲気が出てきている中で活動してきました。

このような時こそ委託先工場の経営者とよくコミュニケーションをとり、的確な改善を図る努力を怠ってはならないと痛感しました。幸い当社では、「長期的な視野に立って委託先工場と共に改善活動を継続的に行うこと」が重視されているので、担当としては安心して監査、改善業務をこなすことができました。

## 経営改善へのさまざまな支援

### 健全な発展へのアクションを起こしています

#### ● マネジメントにおける円滑な苦情処理などコミュニケーション技術の講習

##### ① アシックス苦情チャンネルの設置

苦情を訴える従業員の声アシックスに直接届くように、中国、ベトナムの委託先工場で、「アシックス苦情チャンネル」の電話番号を掲示しました。

##### ② 工場幹部に対するコミュニケーションスキル講座を実施

2008年9月、中国・青島地区にある当社委託先工場各社の幹部を対象にコミュニケーションスキル講座を実施しました。従業員が解雇や報復措置などの恐れを抱かず安心して苦情を述べるができるよう、従業員に対する望ましい態度・姿勢を学んでもらう講座で、工場側からは幹部のほかCSR担当者の参加もありました。



各工場に掲示しているアシックス業務委託先管理方針ポスターに苦情チャンネルの連絡先を貼付(画像右下部分)

#### ● 労働法・雇用条件に関する講習

委託先工場の管理責任者を対象に労働法規の基本理解および工場管理での労働者保護に関する教育研修を実施しました。研修は監査会社に委託し、深圳、上海の2カ所でそれぞれ6月と11月に実施しました。

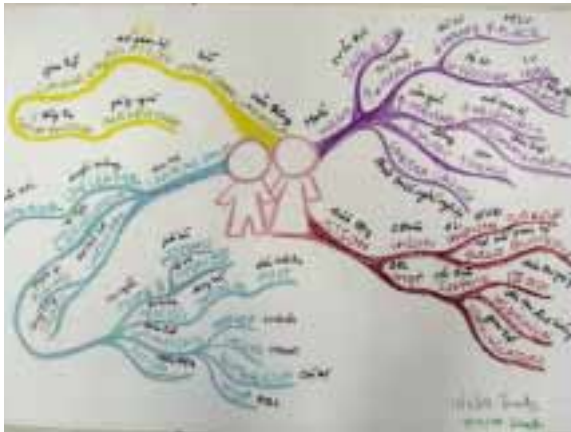


#### ● 適切な是正処置に関する支援

当社は、児童労働撤廃に向けたILO(国際労働機関)の考えにのっとり、委託先工場に対し、当該地域の法定就業年齢に満たない年少者を雇用しないよう指導しているほか、もし就労が見つかった場合も健康と安全に配慮した適切な処理をするよう促しています。

## ●教育訓練等の予防措置への支援

ベトナムのシューズ工場に対しては、その工場が抱える潜在的な問題について、外部コンサルタントに委託して解決の道を探りました。工場自らの「気付き」を促す方法を採用することで、成果を挙げることができました。



グループディスカッションの発言内容を視覚化したマインドマップ。参加者の理解を深め、解決策を見つけ出していくツールとして使用



ベトナムの工場スタッフと  
コンサルタント(左から2人目)

### ■ 予防措置の教育を担当していただいたコンサルタントのコメント

経営者と全従業員が一緒になって労務管理の問題を見つけ出し改善する取り組みを実施しました。課題を整理し、分析ツールを配り、参加者全員が自由にお互いの意見を言えるよう手助けしました。それぞれの課題の関係が参加者全員に一目見て分かるようマインドマップを用いる工夫も採り入れました。

経営者、担当者、現場管理者など、この対話を通じて得るものが多くあったと思います。

経営者は従業員第一主義の大切さを再認識しました。そのためには、人事システムと労使関係に課題があることを理解しました。人事部はあるのですが、各人事担当者の役割が明確となっていなかったのです。

人事責任者は、生産部とのコミュニケーションを深め、最新の生産状況をつかむことによって、タイミングよく従業員への連絡などの人事対応ができるということを知りました。最も改善が必要な課題は、現場管理者と従業員のコミュニケーションであることが分かりました。従業員が工場に不満を抱き爆発する前の予防措置として、従業員が抱く不平不満をどこに持ち込んだら良いのか、誰が責任を持って対応してくれるのかを明確にする必要があると分かりました。つまり、従業員によく知らせておくことです。

アシックスには、工場が労務管理の向上に長期的に取り組めるよう外部要因の解決を進める必要があります。例えば、労働時間の削減であれば、工場が計画的な生産ができるよう、開発プロセスの効率化や仕入れプロセスの改善を通じた支援が考えられます。

# 環境に配慮したものづくりを 続けています。

環境に優しいものづくりを推進し、メーカーとしての社会的責任を果たすため、アシックス独自の環境配慮型商品基準を2006年度に作成しました。この基準を満たした商品には「アシックスエコプランマーク」を付けています。

当社は同マークもしくは財団法人日本環境協会のエコマークの認定を環境配慮型商品の条件としており、基準が明確になったことで、社内での取り組み意識が向上しました。

今後も環境に優しいものづくり、研究・開発を進め、同マークを付けた商品の占める比率を高めていきます。また、基準内容も定期的に見直し、「環境に優しいものづくり」を推進します。現在は国内販売商品のみには付けていますが、海外販売商品についても早期実現に向けて検討を進めています。

#### 【写真の商品】

シューズ：エクスカリバー® SV (TJR440)

省エネ・省資源を考慮した  
製造工程を採用しています。

ウエア：ウインドブレーカージャケット (OWW508)

再生ポリエステルを50%以上  
使用しています。

## 2008年度の総括と今後の対策

取締役 管理統括部長 佐野 俊之

### アシックス エコプランマークのグローバル展開に向けて

当社は2006年度に独自の「アシックス エコプランマーク認定基準」を設け、条件を満たした環境配慮型商品に「アシックス エコプランマーク」を付けています。全商品に占める環境配慮型商品の割合については、「2009年度中に17%を達成」を目標にしておりますが、2008年度の開発点数は予定を上回ることができ、順調に推移しています。

「アシックス エコプランマーク」を付けた商品のグローバル展開が次の目標であり、2008年度には世界の販売会社との協議を開始しました。このほど、アメリカ、ヨーロッパの各社との間で合意ができましたので、大きく前進するものと期待しています。

グローバル展開に当たって、認定基準の信頼性を高めるため、国内外の著名大学で当社の基準を評価してもらうことを現在検討しています。時代の要請にしっかりと対応するため、今後は、第三者の評価による見直しを毎年行い、ブランドメーカーにふさわしい環境配慮型商品を提供していく予定です。

#### アシックス エコプランマーク認定基準

アシックスは地球環境を未来に引き継いでいくため、循環型社会を目指したものづくりを続けていきます。下記の基準を満たした商品を当社の環境配慮型商品とし、「アシックス エコプランマーク」を付けます。



アシックス エコプランマーク

クリーン	<p><b>環境への負荷を減らすものづくりに取り組みます。</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★環境に配慮した素材、材料を使用し、廃棄時などの環境負荷を減らした商品。</li> <li>★廃棄時の環境負荷を減らすため、分別・分解しやすい素材・構造になっている商品。</li> </ul>
セービング	<p><b>ものづくりにおける省エネルギー・省資源活動に取り組みます。</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★材料の使用量を減らし、省資源に取り組んだ商品。</li> <li>★共通の材料を使用することにより、資源を有効利用してつくられた商品。</li> <li>★製造工程の効率化により、省エネルギーに貢献した商品。</li> </ul>
サステナブル	<p><b>商品の長寿命化を促進し、廃棄物の減少に貢献します。</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★消耗部位の修理、交換が可能な商品。また、修理、交換が容易な構造になっている商品。</li> <li>★耐久性に優れた素材・構造が採用された商品。</li> </ul>
リサイクル	<p><b>循環型社会を目指し、リサイクルを促進します。</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>★循環型リサイクルシステム（商品⇒回収⇒リサイクル⇒商品）の仕組みを利用して作られた商品。</li> <li>★廃材を再利用して作られた商品。</li> <li>★リサイクル素材を使用して作られた商品。</li> </ul>
包装資材への取り組み	<p>包装資材も商品の一部ととらえ、軽減、簡素化に取り組みます。</p>

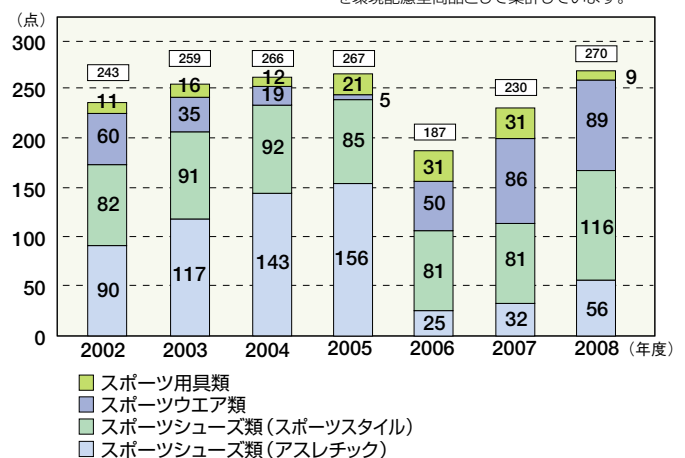
## 環境配慮型商品の開発

### 予定を上回るペースで開発を進めています

2008年度は環境配慮型商品の新規開発目標を192点に設定しました。「アシックス エコプランマーク認定基準」に基づき商品開発を進めた結果、2008年度は全体で270点、2007年度より40点多く環境配慮型商品の新規開発を行い、目標を達成することができました。

今後も環境に優しい商品の開発に努めます。

環境配慮型商品の新規開発点数



●機能性と環境配慮を両立させた陸上競技用シューズ

事例 ヒートスプリント® FR (TTP747)

リサイクル

再生ポリエステルを使用した人工皮革を採用しています。

クリーン

アウターソール(外底)にヒマ(トウゴマ)の種子から抽出されたひまし油を原料とする植物性プラスチックのリルサン(アルケマ社のポリアミド樹脂)を採用。植物性プラスチックは、焼却処分時のCO<sub>2</sub>発生量が少なく、環境に配慮した素材として注目されています。

セービング

ミッドソール(甲被と外底との中間にあるクッション材)に、同等機能でも低比重を実現し、省資源に貢献する軽量素材の「ソライト」を採用。従来より少ない原料で済むため、シューズの軽量化と、省資源につながります。

voice 商品開発担当者の声

フットウェア統括部 フィールド開発チーム  
久保 誠司

ソールプレートに植物由来の樹脂、ミッドソールに省資源材料、アッパー(甲被)に再生ポリエステル人工皮革を使用したほか、他品番との共通のソール部品を使用することで資源を有効活用しました。

陸上スパイクの開発では、軽量性やグリップ性などの機能を最優先させているため、材料選定には苦労しましたが、機能性を確保しつつ、環境配慮型商品の基準を満たす商品ができました。今後も機能面、環境面に考慮した商品開発に取り組んでいきます。

●スポーツ工学研究所での取り組み

スポーツ工学研究所では、素材の省資源化、製造工程の省エネ化、廃棄物削減、リサイクルなどを実現するため、商品の構造・素材だけでなく、製造技術、生産工程などさまざまな面から研究を進めています。

2008年度は研究テーマ数のうち、約20%をこれら環境配慮型技術開発に向けた研究が占めました。

低比重化により省資源に貢献するミッドソール素材「ソライト」、従来ラバーの約3倍(当社比)の耐摩耗性により商品の長寿命化に貢献するアウターソール素材「AHAR(エーハー)ラバー」は、こうしたスポーツ工学研究所の研究から生まれました。



スポーツ工学研究所

## ●スクールウエアでのリサイクルの取り組み

学校用体育ウエアの「エコトレ5」シリーズでは、使用後回収し、ケミカルリサイクルができるクラレトレーディング株式会社の「エコトークリサイクル」を採用しています。回収されたウエアは、ケミカルリサイクルプラントで造粒物に形を変えた後、コークス炉での熱分解を経て、再びプラスチック原料などの化学原料になります。そして、食品容器やボールペンインク、電子材料など、新たな商品として生まれ変わります(図1)。

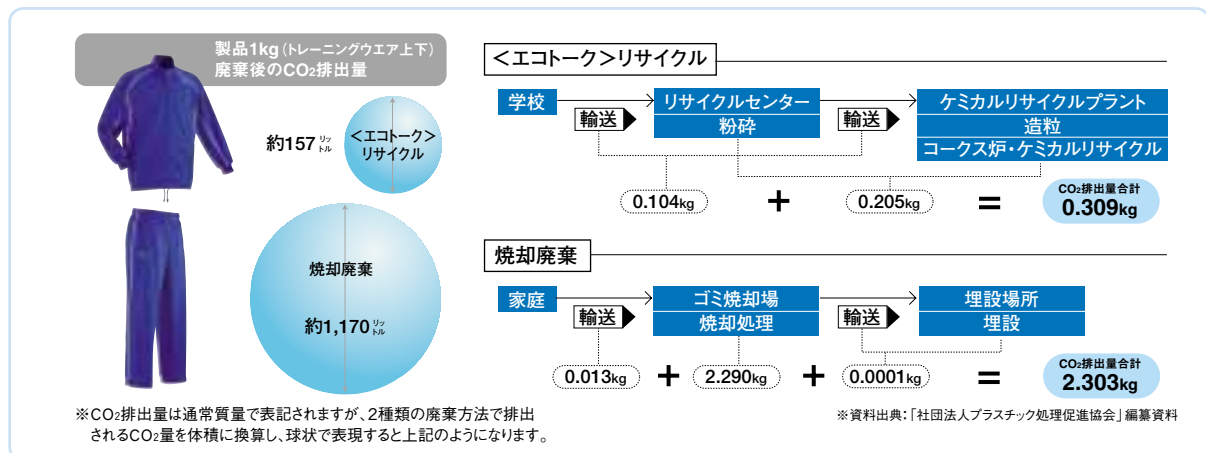
また、「エコトークリサイクル」を実施することにより、ウエアを焼却廃棄した場合に比べて、商品廃棄後のCO<sub>2</sub>排出量を約87%削減することができます(図2)。

アシックスは、限られた石油資源を大切に使い、地球温暖化防止に貢献する商品作りを今後も進めていきます。

図1 「エコトークリサイクル」のフロー



図2 「エコトークリサイクル」によるCO<sub>2</sub>排出量削減効果



## TOPICS アパレル・エキップメント環境展の開催

2008年9月16日、17日の2日間、アパレル・エキップメント統括部で環境展を開催しました。素材メーカーなど9社から、環境に配慮した素材の見本や説明パネルをお借りし、社内の一室に展示しました。

広く呼びかけた結果、アパレル・エキップメント統括部員の80.5%(153人)が来場しました。

来場者は素材見本などを手に取り、担当する商品への採用などを検討しました。その結果、展示素材であるリサイクル材を採用した環境配慮型商品の開発につながりました。



## voice 担当者の声

アパレル・エキップメント統括部  
スポーツスタイル・フィットネスチーム  
多藝 真二郎

環境問題が経済を左右する中、個人消費に関してもエコの関心が高まっています。また、ランニング愛好家の方々は自然に触れることを楽しみにされるなど、環境に対する意識が高いことから、フィットネスランニングの商品に環境展の展示素材である再生ポリエステル素材を採用しました。今後も環境展を継続して開催し、エコ素材の情報共有、採用が促進されればと思います。

## 安全な製品の提供により、顧客満足の向上に努めています

製品の安全がより強く求められる中、お客様に安全かつ快適にお使いいただくため、企画から開発、設計、生産、出荷まで、徹底した品質管理を行っています。

## アシックスの製品安全理念

アシックスは、製品安全・品質管理をメーカーの普遍的責務であるにとらえ、その基本姿勢を「アシックス製品安全理念」として明文化しています。また、生産工場でも、製品安全意識の向上を図る取り組みをしています。

### アシックス 製品安全理念(抜粋)

1. アシックスは「安全な製品以外は市場に出さない」という強い信念で製品化を行い、社業のゆるぎない発展をめざす。
2. アシックスは提供する製品に関して、人の生命、身体または財産の安全確保のための「製品安全」を限りなく追求する。
3. アシックスは最終製品だけでなく、生産・流通・保管等の各段階に携わる人々・法人の生命、身体または財産の安全性の確保においても社会的責務を果たす。
4. アシックスは製品の欠陥による損害賠償事故が生じた場合、当社側の責任については誠意をもって速やかに被害者救済を行い、再発防止に努める。



生産工場内に掲示した「意識向上」を図る啓発ポスター

### 製品安全への取り組みが評価

「製品安全対策優良企業」・  
経済産業大臣表彰 "銀賞" 受賞  
(平成19年度 大企業製造業者・輸入事業者部門)

アシックスは、経済産業省の「平成19年度 製品安全対策優良企業表彰」の「大企業 製造事業者・輸入事業者部門」で、銀賞を受賞しました。

この表彰制度は、「製品安全文化」の定着に向けた観点から、製品安全に対して積極的に取り組む企業を厳正に審査し、「製品安全対策優良企業」として表彰するものです。当社が①販売、製造、スタッフ全社員に不具合品を展示する「品質情報展」を開催し、製品安全に関する意識向上を図っていること、②材料の検討、製品などの評価、苦情の分析・再発防止などを基礎研究と並行して行う「スポーツ工学研究所」を運営していることなどが評価され、受賞に至りました。





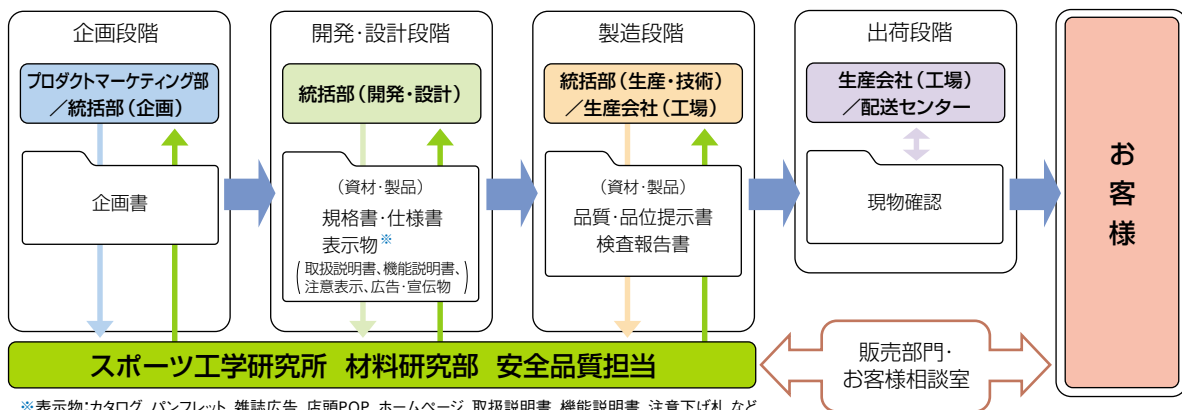
## 信頼されるものづくりのために 品質情報展を継続して開催

お客様からいただいたさまざまな声をグループ企業も含めた社内に公開する「品質情報展」を毎年開催しています。お客様がご不満を持たれた商品および不具合品にお客様相談室での対応内容、製品担当者・生産担当

者のコメントを添えて展示しているほか、お客様からのお褒めやお礼のうれしいお手紙も紹介し、普段製品とのかかわりの少ない部署の社員もお客様の声に触れることができるようになっていきます。

# 品質管理の推進体制

## 企画から出荷までのチェックで製品安全に取り組む 製品安全審査フロー



資材・製品の安全性・品質に関しては、法規制、業界基準、自社基準に定められた試験実施の確認、その判定結果に基づく指導・提案を行っています。また、有害化学物質に対する独自の管理基準を定めて運用を進める一方、製品安全審査の一環として一部商品のモニタリングも行っています。

## ■ 品質管理の実施

メーカーとしてお客様に安全かつ快適に商品をお使いいただくことは、最も重要なことです。商品企画から開発、設計、製造、品質管理を経て出荷されるまでの主

な段階で、製品安全・品質向上対策の適合状況および商品・広告宣伝物等の表示について、上のフローチャートに基づく製品安全(製造物責任)審査を実施しています。

## ■ 商品に関する表示・説明、広告

幅広い世代のお客様にお使いいただく商品や競技用の商品は、誤使用を防止する配慮が十分であることが重要です。当社は、お客様に正しく安全に商品をお使いい

ただけるように、資材調達から廃棄までの工程に関連する部署が情報を共有、連携し、適正で分かりやすい取扱説明書やカタログの制作、広告表現を心掛けています。

## グローバルな観点で「環境」、「人の健康」に配慮 有害化学物質管理

欧州でのREACH規則、米国の子供用製品に対する鉛規制を始め、有害化学物質の地球規模での管理が進み、環境に関する規制も厳しくなっています。特にREACH規則は、これまでの化学物質管理の方法では人の健康と環境を十分に守ることができないとの認識から、予防原則を基に既存制度を根本的に見直して策定されており、人の健康被害の防止に加え、動植物の生育、生息への影響をも防止するよう対象が広がっています。

当社は、「アシックス環境方針」に基づき、製品の化学物質の管理・運用に関する「有害化学物質ガイドライン」

を制定しています。このガイドラインでは、法規制と環境アセスメントに基づいて化学物質を禁止物質、制限物質、管理物質の3つの管理ランクに区分し、その管理基準に従い取引先に管理・運用を求めています。

また、RoHS指令での特定有害化学物質の使用制限は、電子・電気機器製品を対象にしたものですが、当社は本来該当しないスポーツ用品にも適用すべきであると認識し、対応しています。今後も法規制や環境の変化に合わせて、随時ガイドラインを改訂していきます。

## お客様相談室に息づくDNA お客様満足の向上を目指して

当社の「お客様相談室」は、1980年、創業者・鬼塚喜八郎の「ユーザーの不満を掘り起こせ。そこに宝の泉がある」との考えから設立された「消費者相談室」が前身です。

設立に際して鬼塚は、「単なる苦情処理ではなく、お客様の声を社内に伝える」という大切な機能を盛り込むことを重視しました。

そのDNAは、現在も脈々と受け継がれ、お客様からいただいたご意見、ご要望、おしかりをものづくりに生かすように努めています。現在では、企業ブランドの維持や経営にかかわる社会、消費者・生活者との窓口および企画・開発、生産、営業の各部門とのインターフェースとして活動しています。

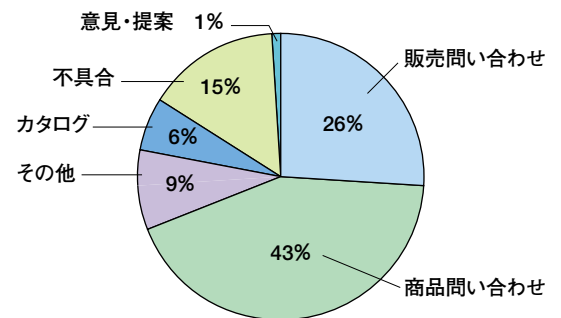
お客様相談室の受付件数

	55期	54期	前期比
メール	6,248	5,201	120.1%
電話	23,332	20,591	113.3%
合計	29,580	25,792	114.7%

商品アイテムの多様化と多機能化に伴って、お客様からのお問い合わせが増えています。

受付内訳

昨年行ったバスケットボールシューズのリコールの影響で、不具合に関するお申し出が増えました。



### 不具合への対応——2008年度の対応事例

当社は「アシックス 製品安全理念」のもと、製品の安全性の確保に努めてまいりましたが、2008年4月から販売したバスケットボールシューズ「ゲルバーストスラッシュ2品番(TBF097、TBF652)で、外底(アウトソール)の外側部分(小指あたり)が部分的にはがれてしまうことが判明しました。当社は「お客様の安全」を第一と考え、新聞2紙での社告を始め各種媒体や店頭での告知を行い、該当製品を自主的に回収いたしました。その後は、製品デザインに改良を施し、当社スポーツ工学研究所での検証、実用試験履きテストにより安全性を十分に確認した上で、同年6月から販売を再開しています。



製品をご愛用いただいているお客様には多大なご心配とご迷惑をおかけしました。今後は、商品テストの最終段階での精度をこれまで以上に高め、製品の安全性確保に向けて万全を期したいと考えています。

バスケットボールシューズに関するホームページ

<http://www.asics.co.jp/support/info/A/8>



## 健全で透明性の高い経営に努めています

企業価値を継続的に高め、すべてのステークホルダーから信頼されるために、アシックス行動規範、アシックス自主行動基準の適切な運用やコンプライアンス施策の強化などにより、コーポレート・ガバナンスの充実を図っています。

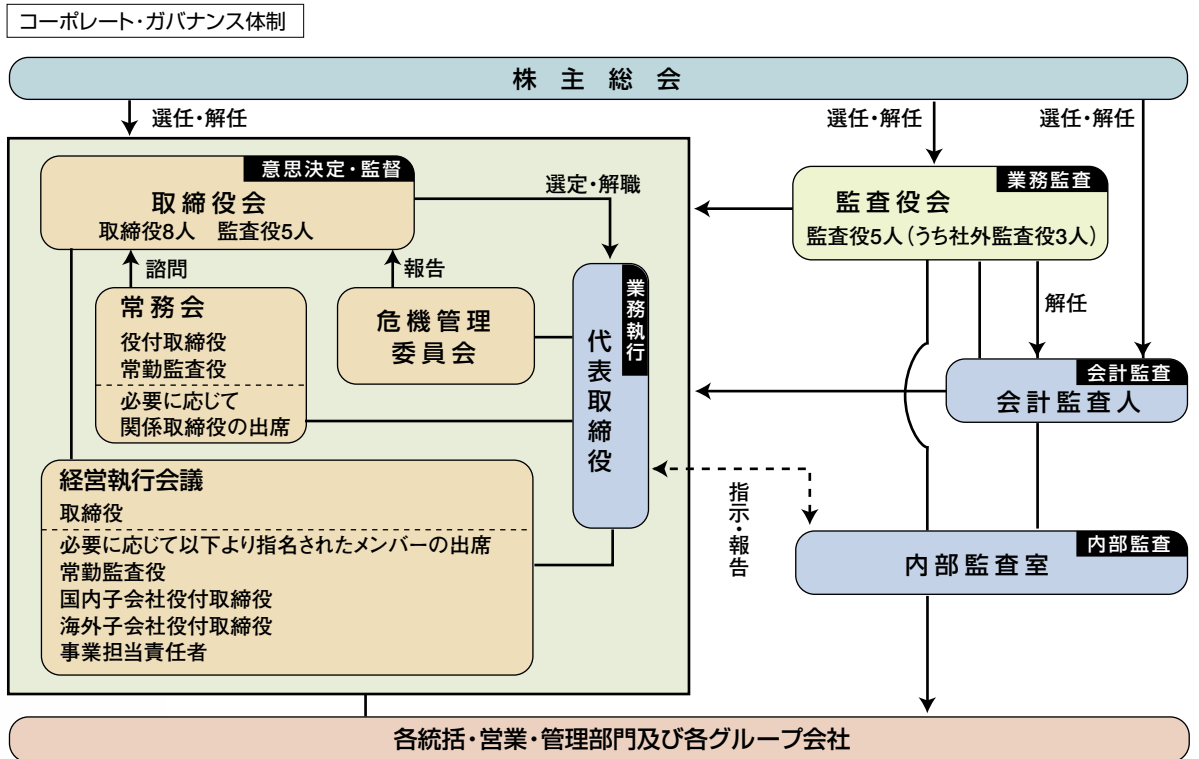
# コーポレート・ガバナンス体制の概要

アシックスは、重要な意思決定事項については、株主総会で選任された取締役で構成される取締役会に付議または報告することを、取締役会規程及びその他関連規程に定めています。また、取締役会の決議事項その他重要事項の事前審議を行うため、常務会を設置しています。

当社グループの全社経営戦略にかかわる重要事項の検討・決定と業務執行状況の報告を行うため、経営執行会議、国内営業統括会議及び拡大経営執行会議をそれぞれ四半期に1回、グローバル経営執行会議を年に3回開催しています。それらの会議は、取締役、監査役、各統括部門・各販売部門責任者及び各子会社取締役などが適宜出席しています。

当社は監査役会設置会社であり、監査役5人のうち3人が社外監査役です。監査役は、毎月開催される取締役会及び監査役会に出席するほか、必要に応じて取締役との会合を持ち、また、重要書類、データベースの閲覧などにより経営全般に関する情報を収集しています。

監査役は、内部監査部門に所属する使用人に、監査業務に必要な事項を命令することができます。また、監査役と内部監査部門は、監査に必要な情報の交換を行っています。なお、監査業務を行う使用人は、その命令の範囲に属する業務に関して取締役の指揮命令を受けないこととし、人事異動・人事考課・懲戒処分は、監査役会の事前の同意を得るものとしています。



## 内部統制システム

アシックスは、創業哲学「健全な身体に健全な精神があれかし」に基づく理念及びビジョン(3ページ参照)に沿って事業運営をしています。

内部統制システムについても、これらの基本的な精神を根底に置いて構築しています。

一方、金融商品取引法の内部統制報告制度に基づき、決算数値の信頼性確保に努めるとともに、リスクの抽出と評価、内部監査、プロセス管理の明確化など、さまざまな取り組みを強化し、ガバナンスの水準を高める努力を重ねています。

## 企業行動のあるべき姿を規定 アシックス行動規範

当社は、経営の基本的な考え方である「創業の哲学」、  
「アシックスの理念」、「アシックスのビジョン」を基に、「ア  
シックス行動規範」を制定しています。企業及び役員や  
使用人一人ひとりの行動規範を、主に順法活動及び企  
業倫理の観点から定めたもので、すべての人々から受  
け入れられ尊敬される企業行動の基本姿勢を示してい

ます。

その主旨の徹底を図るため、コンプライアンス担当部  
署を置いています。同部署がコンプライアンスへの取り  
組みを総合的、横断的に統括し、役員及び使用人の適正  
な業務運営を補佐するとともに、研修などを通じた教育、  
指導を行っています。

### アシックス行動規範

#### 1.趣旨および適用範囲

「アシックス行動規範」(以下「規範」という)は、当社のすべての役員(これに準ずる者を含む)および従業員(以下「私たち」という)が、当社のもつ社会的責任を深く自覚し、あらゆる企業活動の場面において関係法令の遵守を徹底し、社会倫理に適合した行動をとることが当社の健全な発展のために不可欠であるとの認識の下に、私たちが日常の業務遂行において遵守すべき事項を定めるものとします。

#### 2.基本姿勢

1. 私たちは、あらゆる企業活動において、法令や国際ルールとそれらの精神およびこの規範を始めとする社内規程を遵守し、グループとしての企業活動が正しく営まれ、社会倫理に適合したものとなるよう努めます。
2. 私たちは、あらゆる企業活動において、すべての人の基本的人権を尊重し、人種、民族、国籍、宗教、性別、年齢または障害の有無などの理由による差別や個人の尊厳を傷つける行為を行いません。
3. 私たちは、情報の適切な開示に努め、当社と利害関係をもつすべての者との間で公平・公正かつ透明な関係を維持し、公正な取引を行います。
4. 私たちは、会社の正当な利益に反する行為または会社の信用、名誉を毀損するような行為を一切行いません。
5. 私たちは、豊かな自然と共存し、地球環境や天然資源を守るために、環境と安全に配慮した企業活動を行います。

#### 3.規範遵守の責任

1. 私たちは、この規範に定める事項を誠実に実行します。
2. 役員は担当する部門のすべての従業員を、また管理する立場にある従業員はその管理する従業員を、率先垂範の上で従業員がこの規範を遵守するよう指導、監督します。
3. この規範に従った企業行動の実施のため、グループ内の関係各部門は社内規程・行動マニュアルの制定、具体的な遵守事項の周知徹底、助言、指導その他必要な活動を展開します。
4. この規範に反するような事態が発生したときは、経営トップが自ら問題解決にあたり、原因究明、再発防止に努めます。
5. 私たちは、企業と企業に属する私たち自身が社会からの信用と信頼から成り立っている事を心に留め、その責務を果たします。

## 21項目からなる行動基準を順守 アシックス自主行動基準

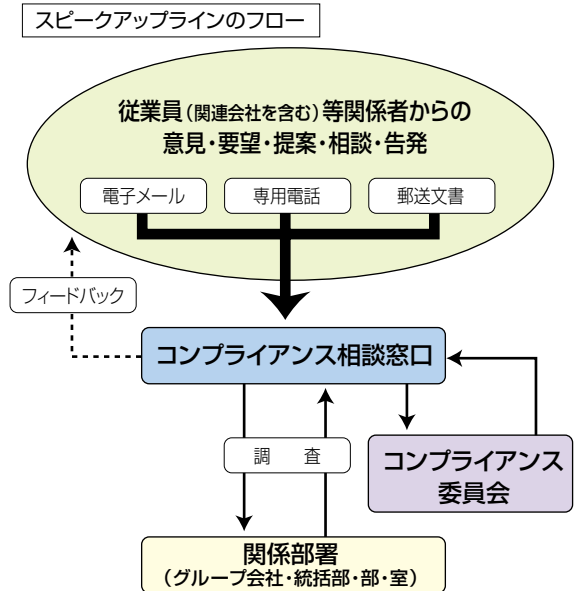
アシックスは、行動規範を具体化させた自主行動基準を制定し、役員及び使用人への周知を徹底し、順守を求めています。

### アシックス自主行動基準項目

- 1) お客様への誠実な対応
- 2) 品質管理の徹底
- 3) 商品に関する適正な表示・説明、広告
- 4) 公正・公平な取引の実行
- 5) 節度ある接待・贈答の順守
- 6) 反社会的勢力との関係の断絶
- 7) 適切な広報活動の実施
- 8) 情報の適時・適切な開示
- 9) インサイダー取引の禁止
- 10) 守秘義務の順守
- 11) 会社財産の保護
- 12) 知的財産権の保護・尊重
- 13) 責任ある業務遂行
- 14) 公私の峻別(しゅんべつ)
- 15) 健全かつ安全な職場の維持
- 16) 人権の尊重
- 17) プライバシーの保護
- 18) セクシュアル・ハラスメントの禁止
- 19) 海外での法令順守、風習・習慣・文化の尊重
- 20) 環境に配慮した事業活動
- 21) 社会貢献

## スピークアップライン

当社グループを対象としたコンプライアンス相談窓口「スピークアップライン」を設置し、役員及び使用人が行動規範や自主行動基準を逸脱する行為や、その他コンプライアンスに関する重要な事実を発見した場合の連絡・相談を直接、専用メール、電話、手紙で受け付ける体制を敷いています。これにより事態の迅速な把握及び是正を図ります。なお、この窓口への通報者が不利益な取り扱いを受けないよう配慮がなされています。



## 危機管理体制

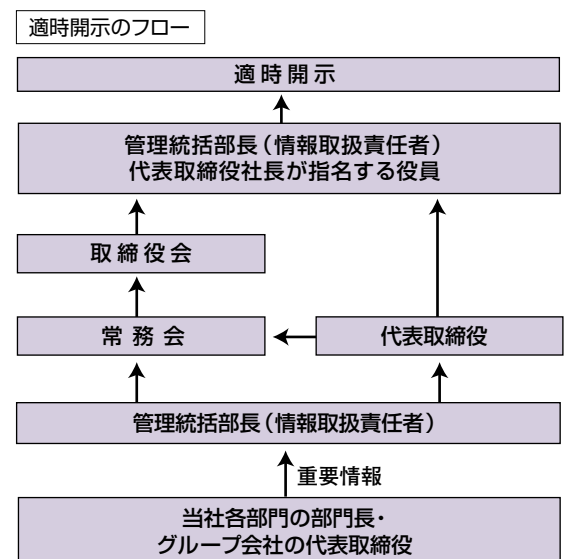
当社グループは、危機が発生した時及びその可能性が予測される時における会社の損失の最小化を目的に、発生時の基本的な対応、行動がとれるよう危機管理規程を制定し、次の体制を整備しています。

- 社長を委員長とする危機管理委員会を置き、当社グループの役員及び使用人が危機項目を認知した際には、危機管理規程に定められた方法及び経路で危機管理委員長に報告を行うとともに、取締役会に報告する。
- 危機が発生した場合、危機管理規程にあらかじめ定められた危機レベルに応じて、危機管理委員長が危機対策本部の設置及び危機対策本部長の任命を行う。危機対策本部長は、危機対策方針等の決定及び対外交渉等を統括し、対策・改善策等を実施する。

- 危機管理委員会は、危険の定期的な洗い出し、予知・予防、教育等の立案・実施及び危機管理・危機対策の評価などを行い、危機管理委員会事務局は、グループ全体のリスクを網羅的、統括的に管理し、内部監査部門は定期的に危機管理状況を監査する。

## 適時開示体制

当社は、投資家への適時・適切な会計情報などの開示が、健全な証券市場の根幹をなすものであることを十分に認識するとともに、常に投資家の視点に立った迅速、正確かつ公平な情報の開示を適切に行えるよう社内体制の充実に努めており、今後も真摯（しんし）な姿勢で臨みます。



## 活動レベルのスパイラルアップを目指して

お客様の財産である個人情報をお預かりする責務をしっかりと認識し、アシックスグループ全体で、PDCAによる適切な管理・保護および活動のレベルアップを図っています。

# アシックスグループの個人情報管理体制

2008年度は、プライバシーマークのJIS規格2006年度版に基づく更新審査を受け、付与認定を受けることができました。また、個人情報を取り扱う機会の多い株式会社アシックススポーツビーイングも新たにプライバシーマークを取得しました。JIS規格2006年度版では、ISOの規格に準じたマネジメントシステムの構築が要求されています。

当社はその要求に基づいて、個人情報の管理に対する計画を立てて実施し、内部監査を行い、社長による見直し会議で年間の活動を振り返り、次年度の活動に生かすというPDCAサイクルを回し、活動のスパイラルアップを図っています。

さらに2009年度は、社長による見直し会議で決定した「委託先での個人情報管理の強化」、「グループ会社の個人情報管理レベル向上とそのための教育の強化」などの方針に基づき、グループ全体で活動の強化と向上を目指します。



プライバシーマーク

# アシックス個人情報管理方針

### 個人情報管理方針

(株)アシックスは、個人情報を大切に管理することを重要な責務と考え、以下の項目について十分に注意を払い、個人情報の管理に努める所存です。

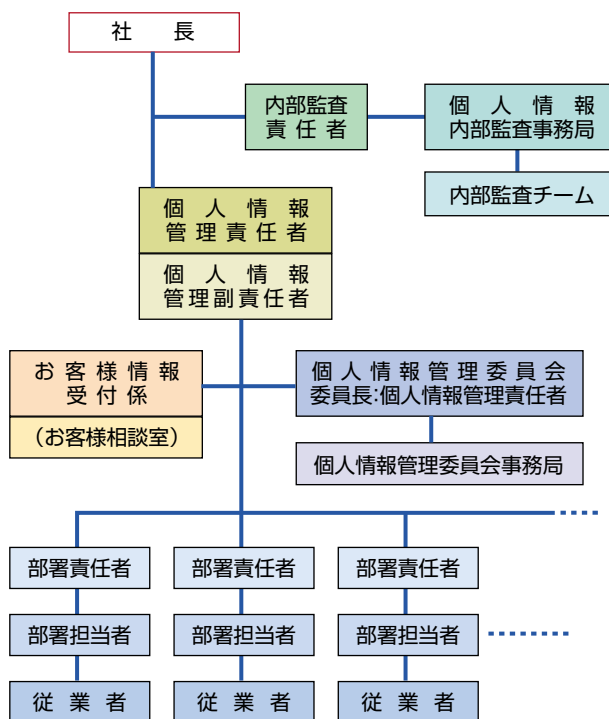
1. 当社は、各種スポーツ用品及びレジャー用品の製造・販売を主要事業と致しておりますが、このような事業の内容及び規模を考慮して適切に利用目的を特定するとともに、その範囲内で個人情報を取得、利用及び提供致します。
2. 特定された利用目的の達成に必要な範囲を超えた個人情報の取扱いを行わないとともに、そのための措置を講じます。
3. 個人情報の漏えい、滅失またはき損の防止及び是正に努めます。
4. 個人情報に関する法令、国が定める指針及びその他社内内外の規範を遵守致します。
5. 苦情及び相談を受け付けた場合は、適切かつ迅速に対応致します。
6. 個人情報を適切に管理、保護するためのマネジメントシステムを構築し、継続的改善に努めます。

制定日 2005年4月1日

改定日 2008年2月8日

株式会社アシックス  
代表取締役社長 尾山 基

### 個人情報管理組織図



## 地球環境を守る取り組みを進めています

地球環境を未来に引き継いでいくため、事業活動に伴う環境負荷の低減や環境に配慮した商品の研究・開発を行い、持続的発展が可能な社会の実現に貢献していきます。

## 環境マネジメント

マネジメントシステムの運用で継続的な改善

### 環境マネジメントシステム「ISO14001」に基づく運用

アシックスの本社、スポーツ工学研究所、株式会社ニシ・スポーツの3事業所では、環境マネジメントシステム「ISO14001」の認証を取得し、環境保全活動の継続的改善に取り組んでいます。また、アシックスヨーロッパB.V.で

も2009年夏に認証を取得する予定です。2008年度は、国内グループ会社を含めた目標設定を行い、環境マネジメントの範囲を拡大しました。

### ■ アシックス環境方針

#### ● 理念

アシックスは、環境保全活動が企業の重要な社会的責務の一つであることを認識し、地球規模での持続的発展が可能な社会を実現するために行動する。

2001. 8.22制定  
2003. 2. 1改定  
2005. 4. 1改定

#### ● 方針

- (1) アシックスグループにおける環境マネジメントシステムを拡大、整備し、権限と責任を明確にすると共に、地球規模での環境保全を推進する。
- (2) あらゆる企業活動において、省資源、省エネルギー、廃棄物の削減、グリーン購入、汚染防止など地球環境への負荷の低減に取り組む。
- (3) 企業活動において、あらゆる国や地域での環境関連の法律、規制、協定などを順守するとともに、より一層の環境保全に努める。
- (4) あらゆる商品及びサービスにおいて、企画段階から環境負荷の低減を考慮した商品作り・研究開発に努める。
- (5) 環境監査を実施することにより、環境マネジメントの継続的改善を図り、企業の社会的責任を果たす。
- (6) アシックスグループ内外の広報活動、環境教育などの機会を通じて環境保全に関するグループ全従業員の意識の向上に努める。
- (7) 企業の社会的責任の一つとして、環境保全活動の取り組み状況を積極的に情報公開し、ステークホルダー（利害関係者）とのコミュニケーションを図る。

代表取締役社長 尾山 基

### ■ 2008～2010年度 環境中期目標

2010年度までに環境配慮型商品の売上高占有率を20%にする ※国内売上高	2008年度	環境配慮型商品の売上高占有率 15%
	2009年度	環境配慮型商品の売上高占有率 17%
	2010年度	環境配慮型商品の売上高占有率 20%
2010年度のCO <sub>2</sub> 排出量を2007年度比5%削減 ※国内グループの目標として取り組む。	2008年度	CO <sub>2</sub> 排出量 2007年度比 2%削減
	2009年度	CO <sub>2</sub> 排出量 2007年度比 4%削減
	2010年度	CO <sub>2</sub> 排出量 2007年度比 5%削減



# 地球温暖化対策 ～CO<sub>2</sub>排出量の削減～

アシックスは、京都議定書の目標達成に向けた国民プロジェクト「チーム・マイナス6%」に参加し、日々の省エ

ネ活動やクールビズ、ウォームビズの取り組みを続けています。

## 中期目標：2010年度にCO<sub>2</sub>を2007年度比5%削減 グループ全体でのCO<sub>2</sub>削減を推進

2007年度から、国内グループのCO<sub>2</sub>排出量データの把握を開始しました。

2008年度は国内グループ会社を含めた中期のCO<sub>2</sub>削減目標を設定し(23ページ下段を参照)、事業所ごとに削減に向けた取り組み内容を設定しました。

2008年度は、2007年度比2.6%削減し、目標を達成しました。

2009年度は、海外グループ会社のデータ把握を開始し、グループ全体でのCO<sub>2</sub>削減を進めていきます。

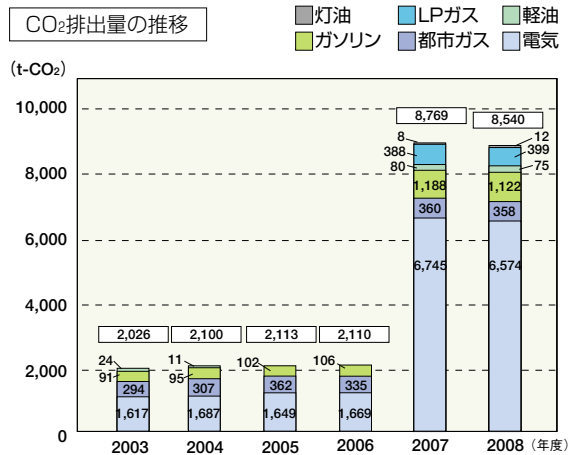
### 各事業所におけるCO<sub>2</sub>削減に向けた取り組み

支社・販売会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昼休みの消灯</li> <li>・アイドリングストップの徹底、エコドライブ教育</li> <li>・公共交通機関の利用推進 など</li> </ul>
生産工場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・常駐しない箇所の消灯の徹底</li> <li>・クールビズ、ウォームビズの徹底</li> <li>・機械設備の省エネ化の推進 など</li> </ul>
物流センター	<ul style="list-style-type: none"> <li>・作業の効率化による稼働時間の短縮(使用電力の削減)</li> <li>・不用機器の電源オフ</li> <li>・集約配送効率の向上 など</li> </ul>
本社・スポーツ工学研究所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消灯、節電、エコドライブの継続</li> <li>・ライトダウンキャンペーンへの参加</li> <li>・テレビ会議システムの増設による、出張にかかるCO<sub>2</sub>の削減</li> <li>・製品輸送コンテナの容積率・充足率の向上</li> </ul>



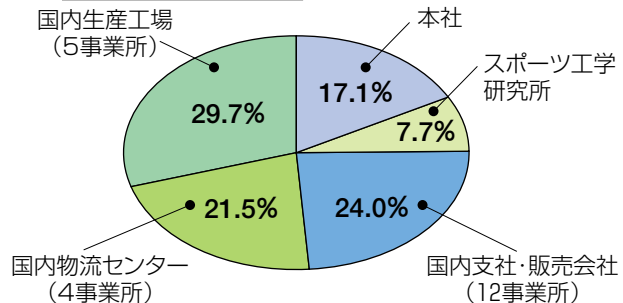
みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%



※2006年度までは、本社、スポーツ工学研究所のデータです。  
 ※2007年度からは、国内グループ会社(21事業所)を含めたデータです。  
 ※データは、地球温暖化対策の推進に関する法律(温対法)に基づく係数を用いて算出しています。

### 事業所別排出量の割合



## 本社 新社屋に 環境配慮設計を採用

本社に企業博物館「アシックススポーツミュージアム」を設置した新社屋を増築しました(2009年5月竣工)。新社屋の外装にガラスを採用し、自然通風や自然光を積極的に活用するほか、増築部分の屋上を緑化するなど、環境に配慮して設計しています。これらの取り組みにより、年間44.5トンのCO<sub>2</sub>排出量削減につながります。

このほか、関西支社ビルで自然通風や自然光を活用する設計を採用し、直営店でも省エネに優れたLED照明を採用するなど、環境配慮設計の採用を進めています。



本社 新社屋ビル

### 新社屋における環境配慮設計

#### 緑化

- ・屋上緑化による建物の熱負荷低減とヒートアイランド対策
- ・敷地内の緑化による緑の景観形成

#### 自然採光

- ・自然採光の積極的な導入による昼間の消費電力低減
- ・高遮熱断熱ペアガラスの採用

#### 自然通風

- ・自然風力を利用した自然換気システムの導入

#### 省エネルギー照明

- ・LED照明の採用(外壁の企業ロゴ、オフィス照明)
- ・人感センサーによる照明の点灯・消灯

# 環境保全活動

## グリーンプロジェクトに参画

### 「東京マラソン2009」での環境活動

2009年3月22日に開催された「東京マラソン2009」では、大会運営でのCO<sub>2</sub>排出の抑制および環境に関する意識啓発・行動喚起を推進するための「グリーンプロジェクト」が展開され、植樹チャリティーなどが実施されました。

アシックスは、「グリーンプロジェクト」に賛同したランナーが身に着けて走る緑の靴ひもやリストバンドを提供しました。このリストバンドには再生ポリエステル素材や落ち綿を再利用した素材を採用しています。

また、当社は大会のオフィシャルスポンサーとして、2008年に続き、再生ポリエステル100%の素材を使用し

たボランティアスタッフ用のジャケットを約15,000点提供しました。このジャケットには、環境に配慮した製品であることを示す「アシックス エコプラマーク」が付いています。



再生ポリエステルを採用した ボランティア用ジャケット

## 社員も家族も環境活動

### アシックス「エコ宣言」の実施

環境月間である毎年6月に、アシックス「エコ宣言」活動を実施しています。2008年度も、「地球環境を守るために、自分は何ができるだろう？」をテーマに、社員が身近な生活からできることを1年間の取り組みとして宣言しました(345件)。また、2007年度の「エコ宣言」を振り返り、4段階で自分の取り組みを評価しました。

また、家庭での環境活動を推進する目的から、2008年7月23日に開催された本社の「子ども参観日」では、参加した社員の子どものみ、家や学校で実施している地球に優しい取り組みを書いてもらいました。

その「エコ宣言」は、後日社内の掲示板で紹介し、エコについて家庭で話し合うよう呼びかけました。



子どもが書いた「エコ宣言」



## スポーツ工学研究所の壁面

### ゴーヤカーテンで省エネ

ゴーヤはつる性の一年草のため、つたをネットに這(は)わせると急速に育っていきます。その特性を生かし、スポーツ工学研究所の一部の壁面にゴーヤによる「緑のカーテン」を作りました。これにより日差しがカットされ、室内が涼しくなり、エアコンの省エネにつながります。見た目にも涼しくなるため、一石二鳥です。

育ったゴーヤの実は、スポーツ工学研究所の社員食堂で天ぷらやマヨネーズ和えとして提供されました。また、「ゴーヤ基金」も設置され、来年のゴーヤ苗代、肥料代を寄付した社員には、収穫したゴーヤをプレゼントしました。



壁面のゴーヤカーテン



## voice 担当者の声

### 人事総務部西神総務チーム 国本 学

ゴーヤカーテンに覆われたところの温度は、その他の場所と比べて3~4度低くなっています。コンクリート壁が熱を持ちにくくなっているため、省エネ効果を実感しています。

## グローバルで環境活動を推進

## 海外グループ会社の2008年度環境活動

## ■ アシックスアメリカコーポレーション (AAC)

AACは、環境に優しい事務所運営に取り組んでいます。複写機やプリンターの設定を両面印刷にしており、2007年からは使用済みの紙製品をすべて破砕会社に引き渡し、リサイクルに関する証明を受ける取り組みを始めました。

2008年9月に移転した新事務所では、冷暖房にネットで制御できるタイマーを付け、夜間や週末など、人が建物にいない時は冷暖房のスイッチが切れるようにしています。照明もセンサー式で、会議室の入退室に応じ、点灯・消灯します。また、カリフォルニア州環境法に基づき、低流量の蛇口を設置しています。

また、米国グリーンビルディング協議会に、環境と人間に優しい建物の評価基準であるLEEDによる評価を依頼。AACは、VOC（揮発性有機化合物）の少ないペンキの使用などにより、いくつかのLEED認定ポイントを取得しました。移転後は自転車通勤する人も増えるなど、全員で省エネ活動に取り組んでいます。

Vivienne Riggio

AAC 企業責任・リスクマネジメント担当マネジャー

## ■ アシックスヨーロッパB.V. (AEB)

2008年、AEBのCSRチームは、ステークホルダーの期待に応えながらアシックスのグローバルなCSR活動の形成に貢献することを目的に、環境持続性のための戦略的ビジョン「プラネット(Planet)」を策定しました。

策定に当たっては、ステークホルダーとの面会や内部でのアンケート、見直しなどさまざまな調査をし、それに基づいて、同ビジョンには、プロダクト・スチュワードシップ（拡大生産者責任）、環境配慮型設計、商品のライフ・サイクル・アセスメント(LCA)、商品の長寿命化、統合的な環境マネジメント、ステークホルダー・エンゲージメントおよびパートナーシップ、循環型社会など持続可能性に関するコンセプトを盛り込みました。

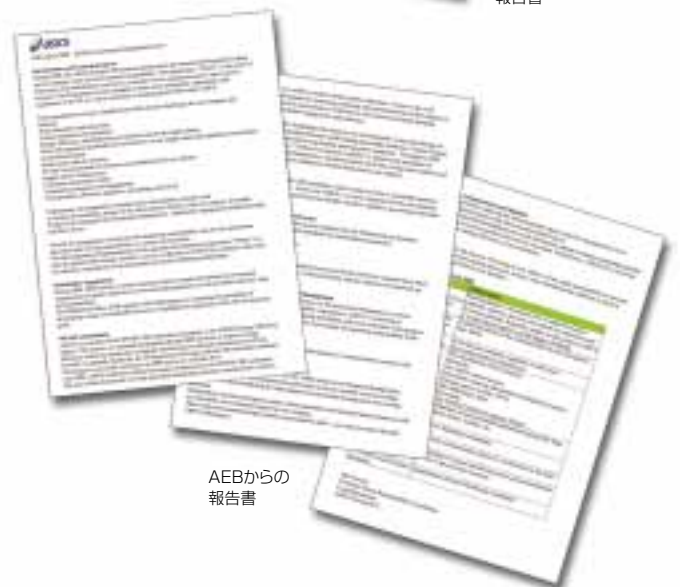
また、2008年夏、AEBはオランダの本社でISO14001プロジェクトを発足させました。このほか、WFSGI（世界スポーツ用品工業連盟）のCSR委員会メンバーとして、エネルギー効率化プロジェクトへの参加や、カーボン・ガバナンス（炭素排出の適正管理）の枠組み作りを進めています。持続可能なスポーツ用品業界を育てることを目的とするFESI（欧州スポーツ用品工業連盟）のCSR委員会にも参加するなど、CSR経営を積極的に推進しています。

Dai Forterre

AEB CSRコーディネーター



AACからの  
報告書



AEBからの  
報告書

マネジメントシステムの運用で継続的に改善

2008年度 環境目標とその達成状況

下表は、ISO14001認証を取得している本社、スポーツ工学研究所での環境目標の達成状況です。

※評価の基準：達成率100%以上…☺  
100%未満…☹

2008年度環境目標と実績・評価					
項目	2008年度目標		2008年度実績	評価	関連ページ
商品開発	・環境に配慮した商品、サービスの提供	・環境配慮型商品の研究開発 新規開発192点	・新規開発270点	☺	p.11~14
	・2010年度までに環境配慮型商品の売上高占有率を20%にする	・環境配慮型商品の売上高占有率15%	・売上高占有率18.6%	☺	—
情報公開	・環境情報の公開、アピール	・ウェブ、カタログ、展示会、広報などを通じた環境情報の公開、アピールの実施	・ウェブ、カタログ、展示会でエコプランマーク商品を掲載、展示 ・「東京マラソン2009」での環境活動に関する広報を実施	☺ ☹	— p.25
工場管理	・委託先工場での環境配慮管理	・環境配慮型接着剤の採用推進 ・環境配慮型工程の推進準備のための情報収集 ・工場での環境保全状況の確認	・採用率56.8% (海外工場) ・有害化学物質の使用有無の状況を確認 ・シューズ生産工場の環境保全状況を確認	☺ ☹ ☹	— — —
CO <sub>2</sub> 削減	・2010年度のCO <sub>2</sub> 排出量を2007年度比5%削減 ※国内グループの目標として取り組む	・CO <sub>2</sub> 排出量 2007年度比2%削減	・2007年度比2.6%削減	☺	p.24
教育・啓発	・環境啓発、教育の実施	・国内グループでの環境啓発、教育の実施 ・本社を含む16事業所で教育セミナーを実施する	・10事業所でセミナーを実施	☹	—

日々の活動の中で取り組んでいます

省資源、ごみの削減、グリーン購入

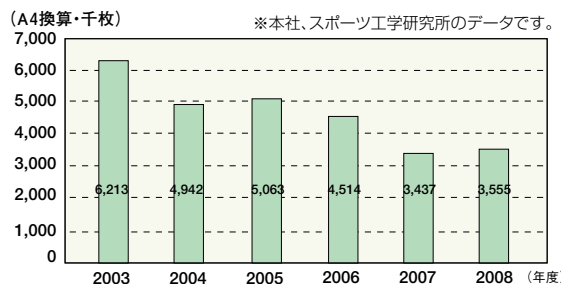
コピー紙使用量の削減、産業廃棄物・事業系一般廃棄物量の削減、グリーン購入（環境に配慮したオフィス文具の購入）の実施に継続して取り組んでいます。

紙使用量は、2007年度比3.4%増加しましたが、業務のIT化が進んだことで5年前と比較して42.8%減少しています。

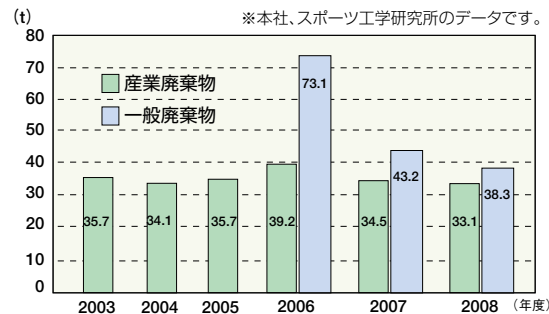
本社とスポーツ工学研究所の廃棄物には、商品開発・研究の際に使用した材料類などの産業廃棄物とオフィス業務から出る事業系一般廃棄物があります。2008年度は、分別を徹底した結果、産業廃棄物量は2007年度比4.0%削減、事業系一般廃棄物量は2007年度比11.3%削減できました。

今後も省資源活動を日々継続していきます。

コピー用紙使用枚数



廃棄物量



# 本業を生かした社会貢献活動を推進しています

スポーツ文化の普及に努めるなど、良き企業市民として社会貢献活動に積極的に取り組んでいます。

## 世界大会や日常活動を人的・物的にサポート スペシャルオリンピックス

知的発達障害を持つアスリートたちが、スポーツを通して健康や体力増進するとともに、多くの人との交流を通じて社会性を育み、自立への意識を高め成長していくことを目的としたスペシャルオリンピックスの活動は、まさに当社の創業理念に基づくものであり、私たちは2003年ダブリン世界大会からスペシャルオリンピックスの活動を応援しています。

2009年2月に行われた「2009年スペシャルオリンピックス冬季世界大会・アイダホ大会」でも、NPO法人「スペシャルオリンピックス日本 (SON)」に対し、アスリート61人を含む87人の日本選手団用のウインドブレーカーとスノトレ、バッグを提供しました。

さらに、兵庫と東京の地区組織が行っている陸上競技プログラム、ボウリングプログラム、バスケットボールプログラムやアルペンスキープログラムへのボランティア

コーチの派遣を始め、地区競技会には運営ボランティアの派遣や商品の提供を行うなど、日常的な活動についても人的・物的な支援を行っています。

また、当社社員にとっても、ボランティアとして参加し、アスリートとのコミュニケーションによって多くのものを学んでいくことができる貴重な機会となっています。



地域での活動支援に対して感謝状をいただく  
(上)SON神戸から  
(右)SON東京から



### voice 参加者の声

#### 家族で参加

川崎 敏明

スペシャルオリンピックスへの参加は2006年秋の兵庫5周年記念競技大会が最初でした。アスリートの競技での真剣な姿とメダルを取った時の満面の笑顔に感動しました。その後は兵庫県明石市での陸上競技プログラムに毎年参加しています。2008年の大会には家族を誘って参加。当時小学4年生の娘も最初はどの動けば良いのか分からずにあたふたしていましたが、だんだんと要領を得、自分の役割を一生懸命こなしていました(と言っても2年前の私自身も娘と全く同じでしたが)。私を含め人の生活が周りの多くの方々を支えられていることを再認識できるまたとない機会。たいしたことはできませんが、今後もほかのボランティアのみなさんとコミュニケーションをとりながら何らかのお役に立てたらと思います。



## ミニチュアシューズ教室が報道される

アシックスが続けてきたものづくりの教室が、新聞紙上でも取り上げられ、活動が評価されました。

今年度は、報道された教室を含め9教室を開催しました。2009年6月には、アシックススポーツミュージアムの中に活動の拠点が開設されるため、今まで以上の貢献ができるものと思います。



2009年4月14日「山梨日日新聞」

今年も東京が一つになりました!

## ランニングブームの火付け役となった東京マラソン

早いもので東京マラソンも2009年で3回目となりました。申込者数は、募集人数3万5,000人に対して、26万人を超え(昨年は約15万人)、空前のランニングブームを迎えたといっても過言ではありません。

今回も「環境」が大会テーマの一つであることから、メイン事務局のスタッフジャケットやボランティアジャケット・キャップに関しては再生ポリエステル糸100%のエコ素材を使用した商品を納品し、ボランティアの皆さんの共感を得ました。



応募者が大幅に増えた東京マラソン

### 東京マラソンに関する主な数字

申込者数	261,981人
出走者数	34,972人
完走率	96.5%
EXPO来場者数	83,493人
参加国数	71カ国
沿道観客数	1,950,000人
紙コップ	850,000個
バナナ	60,000本
レーズン	400,000粒
仮設トイレ	982基
警備員	5,000人
報道関係者	800人

スポーツ文化の発展と健康作りへ

## 地域特性に合わせた地域販売会社の社会貢献

### ■ 第1回アシックス東北販社杯パークゴルフ大会

アシックス東北販売株式会社は、東北エリアのパークゴルフの普及を目指し、11月23日に福島県相馬光陽パークゴルフ場で、第1回アシックス東北販社杯パークゴルフ大会を開催しました。

パークゴルフは、グラウンド・ゴルフを前身として1983年に北海道で生まれたスポーツで、グラウンド・ゴルフとは異なり、公園などの芝で覆われたコースで行います。パークゴルフ用クラブ1本と、ボール、ボールを載せるティーがあればプレーができ、どのコースも100m以内と短いため、子どもからお年寄りまで、手軽に楽しめるスポーツです。

アシックスでは、2006年からパークゴルフ大会を主催しており、2007年からは関西支社を皮切りに、関東支社、中部販社で開催するなど、各支社・販社主催の大会が増えてきています。



誰でも楽しめるパークゴルフの普及を推進

### ■ 第16回アシックスカップ陸上競技大会

アシックス中部販売株式会社は中部地区の陸上競技の普及とジュニア選手の育成を目指した陸上競技大会を例年協賛しています。愛知の陸上競技を強くしたいという先生方の意向に賛同してのものです。

陸上競技シーズンインを迎える記録会として定着している大会で、愛知県下からたくさんの選手が集まります。産声を上げた1993年の第1回大会に40団体500名程度からスタートしたアシックスカップですが、2009年の第16回大会は1,500人以上の参加がありました。



すっかり定着したアシックスカップ

## 働きやすい職場作りを進めています

すべての従業員が能力を発揮し、仕事と生活の両立ができる職場作りを目指します。

## 各種制度を充実

アシックスは、働きやすい職場環境を構築するため、さまざまな制度の充実を図っています。

育児や介護のための休業制度及び勤務時間制度の整

備のほか、フレックスタイム制や労働時間の削減、多面評価制度などの取り組みを労使協働で進めています。

### 働き方の多様性への対応

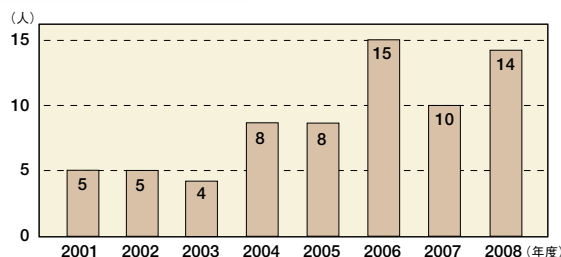
### 育児休業制度の整備

1992年から始めた育児休業規程、介護休業規程の整備により、2004年度にファミリー・フレンドリー企業表彰を受賞、2007年度に厚生労働省の次世代認定マーク「くるみん」を取得しました。「くるみん」取得は、少子化対策のために立法された「次世代育成支援対策推進法」に基づいて、積極的に子育て支援策に取り組んでいる企業として認定されたことによるものです。



●企業などによる仕事と子育ての両立支援に対する取り組みの推進が期待されています。この表示（マーク）では、企業などの取り組みに支えられ、子どもが優しく包み育てられているイメージが表現されています。

育児休業を取得した人数



### ●法律を上回る主な制度

育児休業期間：最長2年間

(法律では最長1年6カ月)

介護休業期間：最長1年間(法律では最長93日)

育児短時間勤務の期間：対象の子が小学校3年生を終了するまでの期間(法律では小学校就学前までが努力義務)

短時間フレックスタイム制度の導入：育児、介護を目的としたもの

ならし保育期間：1カ月(保育園に通うことになった子が慣れるまでの間、最長1カ月間休業できる)

育児休業の対象者：配偶者が子を養育できる状態でも育児休業を取得可能(男性の育児休業の促進)

積立有給休暇：法律では2年で時効消滅してしまう年次有給休暇が残っている場合、それを積み立て、育児、介護、看護及び不妊治療のために利用できる

### グローバルな人材育成、公平性のある制度

### 海外実務研修制度や多面評価制度等の実施

グローバルに活躍できる人財(人材)を育成するため、若手を中心とした従業員を海外関係会社及び海外事業所に1年間派遣する海外実務研修制度を導入しました。

また、公平性、透明性、納得性のある人事制度及び評価制度の確立を目指し、部下・上司・同僚が管理職を評価する多面評価制度や、専門性の高い研究職及び技術職の働き方にも対応する複線型人事制度を導入しています。

必要な人財を社内から募る社内公募制度、希望分野を社員自らが申し出るエントリー制度、異動や仕事に対する自分の考え方などをアンケート形式で申し出る自己申告制度などの導入により、柔軟性のある人財活用を図っています。

## ワーク・ライフ・バランスの実現に向けて 労働時間に関する総合プログラムを推進

2007年5月から「労働時間に関する総合プログラム」を推進しています。プログラムを推進することで、法律に従った労働時間管理を正しく行い、「ワーク・ライフ・バランス」に積極的に取り組む先進企業となることを目指しています。

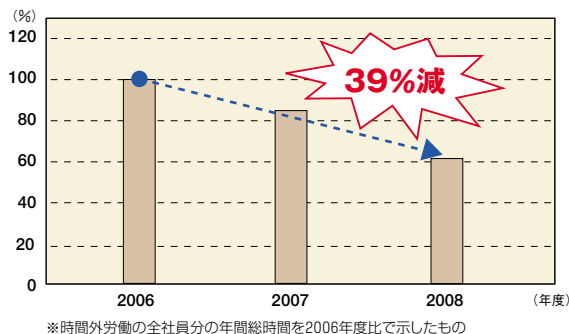
これまでにさまざまな施策を実施しました。終業前に上司が業務の進捗状況を確認し、残業が必要と判断する部下に対して業務内容と明確な時間を指示する終礼、20時までに退館を促す全館消灯、さらに変形労働時間制の導入により業務の繁閑に合わせた労働環境作りや、子どもを持つ女性を中心に採用が進む育児短時間フレックス勤務など多様な働き方を導入してきました。そのほかにも、有給休暇取得の促進、毎週水曜日のノー残業デーの徹底により、「ワーク・ライフ・バランス」は一步步着実に実現されています。

プログラムの結果は労働時間の削減に大きく貢献し、時間外労働は2年間で39%削減されました(右図)。

また、有給休暇の取得率は前年の55.6%から61.7%と、大きく改善されています。

現在では従業員が、プログラムの施策に共感し始め、各々について業務内容の改善がみられます。今後、さらに業務の効率化を進め、労働時間の一人当たりの労働生産性を高めることで、企業体質を強固にすること、それが「労働時間に関する総合プログラム」の新たな目標です。

時間外労働の削減の推移



## 従業員の子どもによる職場訪問 「子ども参観日」

次世代育成支援対策法施行を受け、2005年8月から「子ども参観日」を実施しています。

「子ども参観日」は、従業員の子どもが会社に訪問し、名刺交換やイベントを通して親の働く姿に触れ、「仕事」を知る日です。

2008年度は69人の子どもが、自分の名前が印刷された名刺を持って社内を巡り、各部署の社員と交流しました。また、会長室や社長室を訪問し、椅子に座って記念撮影。時には海外販社から出張中の外国人社員と交流をすることもあります。

子どもにとっては親の会社に来て、実際に働く姿や環境を見ることは、とても興味深く楽しいことのようにです。



子どもが「働くこと」の大切さや意義について感じるきっかけとなるだけでなく、親子間のコミュニケーションが増える良い機会にもなっています。





# カラダとココロの健康作り

## 従業員の健康維持と増進

### 健康推進室・安全衛生委員会の活動

従業員の健康維持は、お客様に「健康」を提供する企業としては最も大切な要素であると言えます。アシックスで「健康」を担っているのが安全衛生委員会と健康推進室です。2008年度は、看護師3人、保健師1人（本社、各支社）と、体制を充実させました。安全衛生委員会も

各グループ会社で開催し、ネットワーク作りを開始しました。アシックス全社安全衛生委員会の共通テーマは「メンタルヘルス対策」、「喫煙対策」、「メタボリック症候群対策」です。今後も、更なるネットワーク作り、産業保健活動の強化を図ります。

### ■ メンタルヘルス対策

自殺者が3万人を超える中、アシックスでは「カラダの健康はココロの健康から」を合言葉に、社員の心の健康作りを力を入れています。相談体制の強化として本社では産業カウンセラー（看護師兼任）が常時相談を受ける体制を整備し、精神科医による出張カウンセリングも軌道に乗りました。

2008年度は新たに「職業性ストレス簡易調査票」を用いてのストレスチェックを実施し、結果に基づいての「全

社員面談」を実施しました。産業保健職が社員全員に「対面」する試みはまだ珍しく、ココロとカラダの健康フォローに良い効果が期待できそうです。今後、このような個人へのアプローチに加え、社員のメンタルヘルスへの意識向上のため、セミナーを開催する予定です。全社員が自分や他人に対して「ココロのケア」ができることを目標に、活動に取り組みたいと思います。

### ■ メタボリック症候群対策

2008年度は全国的に特定健康診断（メタボ健診）が開始されました。「あなたはメタボリック症候群です」と分かりやすいコメントが健診結果に入るようになり、今まで健康診断の結果に無関心だった社員でも自覚するようになってきました。本社では約100人がメタボリック症候

my健康習慣例（この中に10kgの減量に成功した人が!）

- ・定期的なウォーキングまたはランニング
- ・毎日体重を測定しその結果でアルコールを調整
- ・1日1万歩!
- ・腹筋100回!
- ・通勤時30分以上のウォーキングと階段使用
- ・脂ものや甘いものを我慢する
- ・カロリーを考えながら食事をする
- ・腹七分目

群またはその予備軍に該当するとして、特定保健指導を受けました。

アンケート調査の結果によるとメタボ健診を機に「自分の健康習慣」を持った社員がおり、平均3kgの減量を達成しています。

また、健康企画として、「血管年齢」や「骨年齢」の簡易測定を

行い、結果に準じて栄養指導を行う「ヘルシーナビ」も開催。たくさんの社員が参加し、健康志向が少し高まりました。2009年度は誰でも参加できる「健康ラリー」の開催も考えています。



「ヘルシーナビ」での骨年齢チェック

### ■ 新型インフルエンザ対策

人類の恐怖とされている新型インフルエンザ! 企業での対策は必須です。アシックスではBCP（企業継続計画）の立案と「アシックス新型インフルエンザ対策」を開始しています。国内だけではなく、アジア地域の拠点に対してもマスクや消毒液などを備蓄しています。2009年度はBCPに準じて本格的な対策を進めていきます。

### ■ その他の安全衛生イベント（本社）

- \* 献血:年2回
- \* 市民救命士講習会（AED使用）:年2回
- \* アシックス禁煙デー:世界禁煙デーと同日に開催
- \* アシックス禁煙マラソン:年1回
- \* 昼休みの健康DVD放映:月1回

# 世界市場での事業拡大を目指し、製品力・販売力を強化しています

当社グループは、全社戦略「アシックス・チャレンジ・プラン」を遂行しており、ランニング事業の強化・拡大を核として、世界市場で事業を拡大しています。

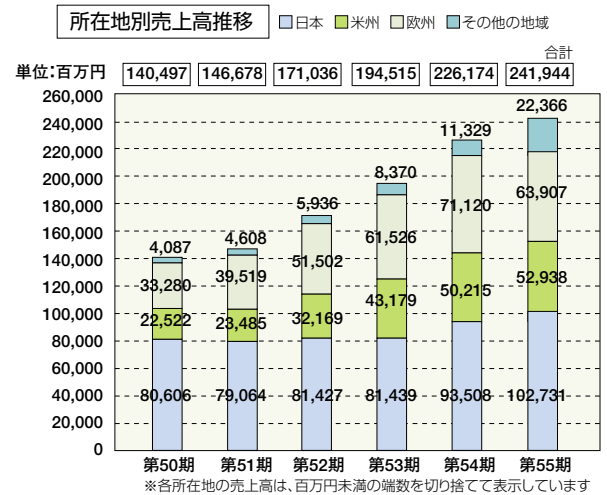
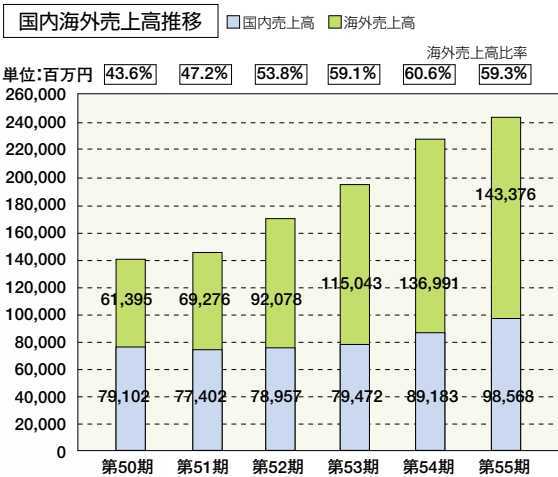
## 経営・財務指標

スポーツ用品業界につきましては、北京オリンピックの開催や健康志向によるスポーツへの関心の高まりが見られたものの、世界的な景気の後退による消費者の購買意欲の低迷、競争激化などにより、きわめて厳しい経営環境が続きました。

このような情勢のもと、当社グループは、引き続きグローバルレベルでのランニング事業を強化・拡大するために、「GEL-KAYANO 15」、「GT-2140 NEW YORK」を始めとする機能性をより高めたシューズを世界市場に投入しました。また、「ニューヨークシティマラソン」、「東京マラソン2009」、「ゴールドコーストマラソン」、「ハンブルグマラソン」等、各国のマラソン大会のオフィシャルスポンサーとして参加ランナーへの情報・サービスの提供を行うなど、販売促進に努めました。

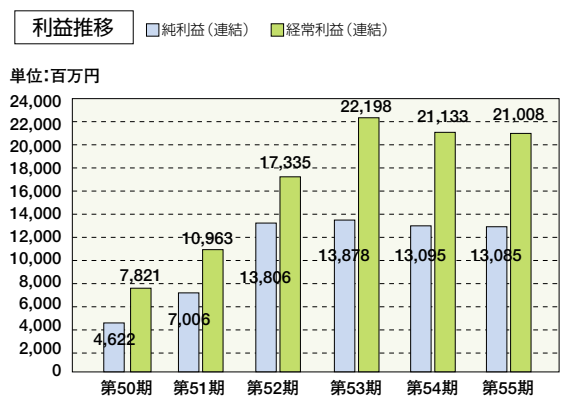
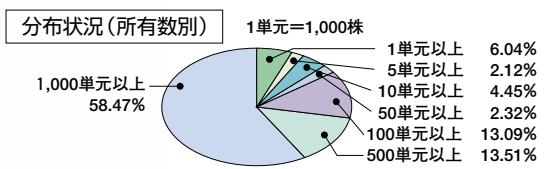
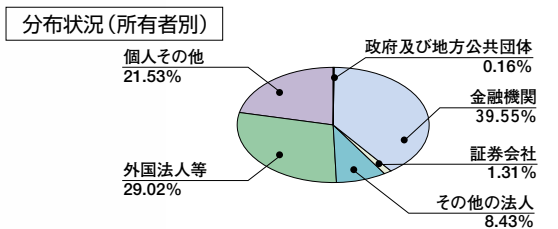
マーケティング活動の一環としては、北京オリンピックにおいて、マラソン、レスリングを始めとする各種競技のトップアスリート等に当社製品を提供するとともに、アシックスブランドのイメージの統一化を図るため、引き続き「sound mind, sound body (サウンドマインド・サウンドボディ)」という当社の企業スローガンを採用したグローバル・ブランド・キャンペーンを展開するなど、企業イメージおよびアシックスブランドの認知度向上を図りました。

販売面におきましては、ロシアに販売子会社を設立するとともに、当社グループの旗艦店として欧州では「アシックスストアロンドン」、国内では「アシックスストア原宿」をオープンするなど、販売体制の強化に努めました。



**株式状況** (2009年3月現在)

発行可能株式総数 790,000,000株  
 発行済株式の総数 199,962,991株  
 (うち自己株式 10,293,321株)  
 株主数 13,457人



詳しい財務情報は、当社ホームページの「投資家情報」ページをご覧ください。  
<http://www.asics.co.jp/>

## ● 編集後記 ●

アシックスCSRレポートはこの2009年版で第5号となりました。

第1号を発行した2005年以降、社会では京都議定書の発効に伴うCO<sub>2</sub>削減への動きの活発化、経営環境の急激な変化、金融商品取引法の適用などの大きな動きがありました。社内でも、グループ経営およびグローバル化の加速、それに対応するための機構改革など、さまざまな変化がありましたが、アシックスはスポーツ用品メーカーとしての使命と役割を全うすることで社会的責任を果たすという創業以来の姿勢を絶えず保ちながら、それぞれのCSR課題に真摯(し)に当たってきました。このレポートでその我々の思いを感じていただければ幸いです。

また、企業のCSRにとってコミュニケーションも大切な要素です。今後もステークホルダーの皆様のお声をいただきながら、良き企業市民としての務めを果たしていく所存です。

取締役・管理統括部長  
佐野 俊之

### 2009年版の編集方針

今号では、洞爺湖環境サミットなどによる環境問題への意識の高まりと、世界経済の収縮に伴う労働問題への関心の高まりを踏まえ、環境への取り組みおよび委託先工場管理の問題を特集しました。基本的な文書体裁については、昨年号に寄せられたアンケートには「分かりにくい」との回答がありませんでしたので、昨年を踏襲しました。アンケートの回答数は多くありませんでしたが、在庫がなくなり、急ぎ増刷が必要となったことから、例年にまして多くの方々にお読みいただくことができたかと確信しています。今後も皆様のお声を参考にしながら、より良い活動とより分かりやすいレポートにいたしたく考えております。皆様からのご意見をお待ちしております。

株式会社アシックス  
法務部CSR推進チーム一同

#### CSRレポート2008アンケート結果

##### Q1. レポートを読んでどう感じられましたか。

内容について	人
大変分かりやすい	9
分かりやすい	5
少し分かりにくい	0
分かりにくい	0

アシックスのCSR活動について	人
かなり評価できる	8
評価できる	5
普通	0
あまり評価できない	0
評価できない	0

##### Q2. どのコーナーに興味を持たれましたか(複数回答)

	人		人
トップコミットメント	9	環境保全:環境マネジメント	2
CSRの基本的な考え方	6	環境保全:	5
安全品質と顧客満足	2	環境配慮型商品の研究・開発	
コーポレート・ガバナンス	2	環境保全:環境保全活動	5
個人情報管理	2	社会貢献	6
サプライチェーン管理・ 海外委託先の現状を調査	5	従業員満足	6
		当社のCSR経営を振り返る	5
サプライチェーン管理・ アシックスへの提言と期待	1	事業概要	1
		編集後記	2

(選択式項目への有効回答数)



本レポートの対象範囲:

- ・ 期間:2008年度(平成20年度) 2008年4月1日から2009年3月31日まで
- ・ 組織:原則として株式会社アシックスの取り組みを紹介(一部でグループの取り組みも紹介)

発行日:

- ・ 2009年(平成21年)6月19日

本レポートに関するお問い合わせ先:

株式会社アシックス 法務部CSR推進チーム  
〒650-8555 神戸市中央区港島中町7丁目1番1  
Tel.078-303-1244 Fax.078-303-2211