



キッチンから、笑顔をつくろう

Cleanup Report

サステナビリティレポート2019



70th
Anniversary

contents

- トップメッセージ ……………2
- 経営理念 ……………3
- CSRメッセージ ……………4
- CSR方針／ステークホルダーエンゲージメント ……………5
- 特集 創業70周年、そしてその先へ ……………6

G (ガバナンス)

- 企業統治 ……………8
 - コーポレート・ガバナンス
 - 内部統制
 - コンプライアンス／リスクマネジメント

S (社会)

- 労働慣行 ……………11
 - 働きやすい職場づくり
 - 人材育成
 - ダイバーシティ
 - 健康経営／労働安全衛生
- 公正な事業慣行 ……………15
 - 資材調達
 - グリーン調達
- 経営思想 ……………17
 - CPS
 - 品質保証
- お客さまとの接点 ……………19
 - 「新たな暮らし価値」を創造・提案する共感型ショールーム
- 社会的役割 ……………20
 - 社会とのかかわり
- 社会・環境に配慮した製品づくり ……………22
 - クリナップのモノづくり
 - 業界初のアイデア

E (環境)

- 環境報告 ……………26
 - 環境方針／環境保全活動推進体制
 - 事業活動に伴う環境課題
 - マテリアルバランス
 - 環境計画の目標と成果
 - 環境活動
 - 廃棄物対策・資源の有効利用
 - 梱包負荷低減
 - 環境会計
 - 環境教育／保安防災への取り組み
- 第三者意見 ……………36
- 会社概要 ……………37

■ 編集方針

本報告書は、2005年に「環境報告書」として発行以来、記載内容の充実を図ってきました。2017年版からクリナップの社会的な活動の取り組みを開示するためタイトルを「社会・環境報告書」に変更し、2019年版は「サステナビリティレポート」としてリニューアルしました。持続可能な社会への当社の取り組みをESG（環境、社会、ガバナンス）の観点から、紹介しています。また、第三者意見として、特定非営利活動法人循環型社会研究会理事の山口民雄氏よりご講評をいただいております。

■ サステナビリティレポートの範囲

報告する対象期間／2018年4月1日から2019年3月31日を基本としていますが、一部それ以前のもの、および本書発行直近のものも含んでおります。

報告するデータ／2014年度から2018年度までの5年間のデータを基本としていますが、一部該当しないものもあります。

報告する対象組織／この報告書の対象組織は下記の通りです。

●クリナップ株式会社：本社／いわき部門／生産工場（四倉工場、鹿島システム工場、鹿島工場、湯本工場、岡山工場）

●関連会社：株式会社クリナップステンレス加工センター（野田工場、鹿島アート工場）／クリナップロジスティクス株式会社／クリナップテクノサービス株式会社／クリナップハートフル株式会社／クリナップソリューション株式会社
参考ガイドライン／この報告書は環境省「環境報告ガイドライン2018年版」「環境会計ガイドライン2005年版」、社会的責任に関する国際規格「ISO26000」を参考にしています。

■ 問い合わせ先

法務・監査部 環境ISO推進課
TEL.0246(34)0216 FAX.0246(34)7607
Eメール grp.kankyou@cleanup.jp

企業理念は「家族の笑顔を創ります」 ～創業70周年を迎えて～

クリナップの創業は1949年。長年にわたりキッチンをはじめとする水まわり商品をつくり、家族の暮らし方とともにお届けしてきました。そして私たちは企業理念を強く意識し、創業70周年を迎えました。これもひとえに、皆さまのあたたかいご支援の賜物であり、これまでの多くの出会いに深く感謝を申し上げます。

“私たちは何のために存在し、企業活動を続けるのか”。この基本となる考えを表すのが企業理念「家族の笑顔を創ります」であり、クリナップの企業活動のすべてが、この理念の実現に向けられています。70年を経て今なおクリナップが存続していただけるのは、社会に生かされ必要とされてきたから。その謙虚な心なくして私たちの未来はないと考えています。

これまで私たちは「キッチンの専門家」として、誰よりもキッチンの役割とその大切さを考え、革新的なアイデアや技術によって生活者の暮らしに寄り添ってきました。

そして、創業70周年という大きな節目を“新たな成長と発展へのスタートの年”とするため、主力商品であるシステムキッチンの刷新を積極的に図ってまいりました。2018年2月に当社最上級グレードのシステムキッチン「CENTRO(セントロ)」を発売。登場以来35年、ロングセラーとして愛され続けてきたシステムキッチン「クリンレディ」が、2018年9月に「STEDIA(ステディア)」として生まれ変わりました。さらに2019年2月の「ラクエラ」リニューアルを経て、3グレードすべての商品ブランドの刷新とモデルチェンジを完了しました。

これらの商品は、日経ホームビルダーの「採用したい建材・設備メーカーランキング2018」やリフォーム産業新聞の「リフォーム営業マン・プランナーが選ぶ設備建材リフォーム大賞2019」でも高い評価を得ています。

企業には、「変えるべきもの」と「変えてはならないもの」があります。「変革と創造」に挑んでいる当社は、その見極めをしっかりとしながら、「新たなクリナップ」の創造に取り組んでまいります。そして、経営活動のなかに社会性や文化性をもって、皆さまから好感を持たれ、常に企業理念を忘れず、自らの家族や社会に誇れる企業をこれからも目指してまいります。

本誌は、「社会・環境報告書2018」から「サステナビリティレポート2019」として名称を改めリニューアルしました。持続可能な社会への当社の取り組みを意識し、ESG(環境、社会、ガバナンス)の観点から、当社の事業におけるCSR活動を紹介していますので、ご一読いただければ幸いです。



代表取締役会長
井上 強一



代表取締役 社長執行役員
竹内 宏

経営理念

おかげさまでクリナップは、2019年に創業70周年を迎えました。

2009年の創業60周年に制定した企業理念「家族の笑顔を作ります」を胸に、これからも社員一人ひとりが変革をはかり、こころを一つにして、クリナップを創造していきます。

創業者理念「五心」

一、創業の心

我々は一家一族の精神に則り喜びも苦しみも顔合わせい永遠に発展する会社をつくらねばならぬ。

一、親愛の心

親愛の心は家庭・企業・社会の基である。人との心の繋がりを大切に、信頼し努力しあって生きよ。

一、創意の心

創意・開発は我が社の生命である。この心を忘れることなく会社の繁栄をはかり社会に貢献せよ。

一、技術の心

新たな市場の創出のため、広く技術を内外に求め集約せよ。そして技術を生む知恵を磨け。

一、使命の心

我が社の使命は社業を通じ社会に奉仕することにある。常に感謝の心を忘れることなく邁進せよ。

企業理念

「家族の笑顔を作ります」

この理念は、クリナップが現在あるいは将来実践する活動の方向性や領域、提供する価値、使命などを凝縮しています。全社員で共有し実践すること、本当の笑顔を作り上げお客さまや家族、そして社会へと広げていくことを意味します。私たちクリナップは、これまでの「五心」に代表される経営信条等を精神的規範として忘れることなく、持っている力全てを結集し、変革に挑戦し続けます。

創業者理念
「五心」

企業理念
「家族の笑顔を作ります」

行動理念

1. 私たちは、心豊かな食・住文化を作ります
2. 私たちは、公正で誠実な企業活動を貫きます
3. 私たちは、自らの家族に誇れる企業を作ります

ブランドステートメント
「キッチンから、笑顔をつくろう」

事業としては「キッチンダントツNo.1」をめざす
お客様に対しては「キッチンの代名詞」としての評判をつくる

活動方針

ブランドステートメント

「キッチンから、笑顔をつくろう」

クリナップの評判をつくるメッセージは、「キッチンから、笑顔をつくろう」です。この新しいブランドステートメントのもと、キッチン分野で絶対的なポジションを目指します。

「キッチンと言えばクリナップ」のブランドイメージをより強固なものにしていきます。

企業理念「家族の笑顔を作ります」を胸に、社員一人ひとりが変革をはかり、こころを一つにして、新しいクリナップを創造していきます。日本で一番大切にされる会社。一番愛される会社。そして一番誇れる会社を目指します。

行動理念

「私たちは、心豊かな食・住文化を作ります」

「私たちは、公正で誠実な企業活動を貫きます」

「私たちは、自らの家族に誇れる企業を作ります」

「心豊かな食・住文化を創る」とは、注力すべき事業領域と提供価値を示しています。当社は、従来からキッチンを中心として、事業を営んできました。キッチンは、私たちの生活の中で食と住の交点にあります。おいしいもの、こころのこもったものをつくり、食べ、そして語らい、すごす。家族が家庭を実感するひと時です。クリナップは、キッチンこそが家庭づくりの核であると考え、笑顔が絶えない家族形成に貢献できる価値の提供に尽力します。

「家族の笑顔」実現に向けて

クリナップの企業理念である「家族の笑顔を創ります」の「家族の笑顔」には3つの笑顔が象徴されています。3つの笑顔とは、人や社員などの「個人の笑顔」、個人が大切にする「家族の笑顔」、そして家族の集合である「社会の笑顔」です。この「家族の笑顔」の実現がクリナップのCSR活動のもととなる考え方です。この企業理念を実践していくことが持続可能な社会に貢献し、企業価値を高めていくことになると考えています。

また、持続可能な社会の実現への貢献と企業価値向上を推進するためには、ESG（Environment：環境、Social：社会、Governance：ガバナンス）の観点が求められています。クリナップグループでは経営の中でESGを常に意識しながら事業活動を行っています。

環境への取り組みについては、当社の事業活動における環境負荷としてCO₂排出量や産業廃棄物排出量を重要な課題と位置付け、それらの削減を各部門の年度目標として定めて推進しています。具体的には、社員一人ひとりの省エネ活動や生産工場のLED照明、省エネ型コンプレッサーなどの導入、営業車の低燃費車への切替えなど、施策を進めています。

社会への取り組みについては、環境や社会に配慮した安全で品質の高い製品開発やサービスの創出を行っていくとともに、労働災害の低減、健康経営の促進、働き方改革の推進、ダイバーシティの推進など、多様な人材がその能力を発揮できる職場づくりを積極的に進めております。特例子会社であるクリナップハートフル株式会社における、障がい者雇用もそのひとつです。

ガバナンスについては、これまでコーポレート・ガバナンス基本方針の制定や取締役会の実効性評価など、強化に取り組んできました。また、社員の行動規範となる「クリナップグループ行動基準」を2019年7月に見直し、内容を充実させるとともに全社員に対しコンプライアンスのより一層の浸透を図りました。社会の価値観は多様化し、企業に求められる倫理観もますます厳しくなっています。今後も企業活動の透明性、公正性を高め、クリナップグループのガバナンスを強化してまいります。

ステークホルダーの期待や要請は時代とともにグローバルに変化しており、その中でも「持続可能な開発目標（SDGs）※」が注目されています。SDGsの意義は、当社の企業理念である「家族の笑顔を創ります」と根本を同じくしているものと考えます。今日までクリナップが存続してこられたのは、優れた技術と品質を通じて社会的課題の解決に積極的に取り組み、社会から一定の評価を得てきたからだと考えます。

クリナップグループは70周年を節目として、さらに持続可能な社会を目指すSDGsへ積極的に取り組み、社会に貢献してまいります。

※ SDGs：持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）
2015年9月に国連総会で採択された、17の目標と169のターゲットからなる国際社会共通の目標。



取締役 副社長執行役員
小島 輝夫

CSR方針／ステークホルダーエンゲージメント

■ CSR方針

● 基本的な考え方

企業理念「家族の笑顔を創ります」を一步一步実践していくことがクリナップグループの考えるCSRです。「家族の笑顔」を実現するためにクリナップグループはCSR活動に取り組んでまいります。

CSR方針

私たちクリナップグループは、企業理念「家族の笑顔を創ります」のもと、当社を取り巻くさまざまなステークホルダーの皆さまとの関係を重視し、すべての事業活動においてCSR活動を推進し、社会の持続可能な発展に貢献します。

1. 私たちは、「心豊かな食・住文化を創る」という理念のもと、信頼され、感動していただける安全で高品質な商品とサービスをもって、お客さまと社会に新たな価値を提供します。
2. 私たちは、社会性、文化性を持って積極的に地域社会と関わりを持ち、地域の発展に貢献します。
3. 私たちは、常に環境にやさしい事業活動を行い、環境負荷の低減、環境保全などに努め、地球環境との共生を図ります。
4. 私たちは、法令、規制要求事項を遵守し、公正で誠実な事業活動を貫くとともに、社員一人ひとりが「クリナップグループ行動基準」のもと、自らを律し、高い倫理観を持って行動します。
5. 私たちは、人権を尊重するとともに、社員が健康的に安心して働くことができ、多様な人材が活躍できる職場環境や企業風土の実現に取り組めます。
6. 私たちは、公正、自由、透明な競争原理を持って、互いに理解しあい、信頼関係を築くことに努め、サプライチェーン全体でのCSR推進に取り組めます。

2019年4月1日

■ ステークホルダーエンゲージメント

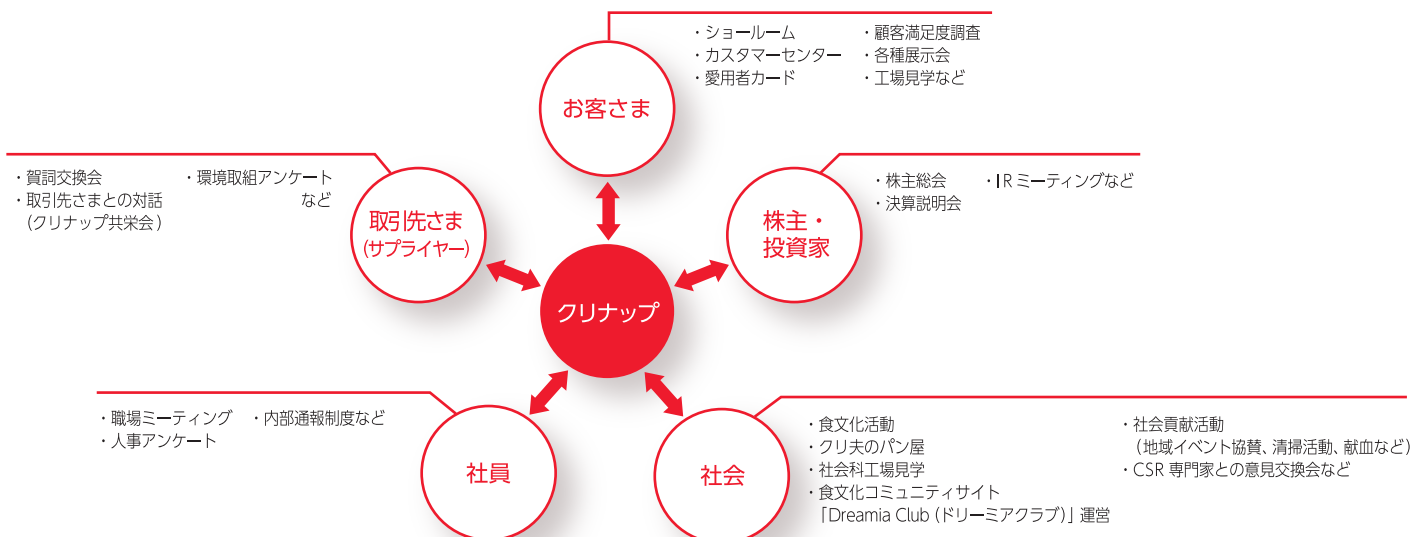
● 基本的な考え方

クリナップの主なステークホルダーは、「お客さま」「取引先さま（サプライヤー）」「社員」「株主・投資家」「社会」などです。これらステークホルダーの皆さまとさまざまな機会を通じてコミュニケーションを深め、信頼関係と協働関係を築いていきたいと考えています。

● ステークホルダーエンゲージメントへの取り組み

お客さまとは、ショールーム、カスタマーセンター、各種展示会を通じていただいたご意見やご要望を商品やサービスの改善などに役立てています。株主・投資家の皆さまとは適時適切な情報開示とともに株主総会や決算説明会などでコミュニケーションを図っています。取引先さまとは賀詞交換会やお打合せなどを通じて、日頃から対話を行っています。

今後もステークホルダーの皆さまと課題や期待に応えていけるよう、ステークホルダーエンゲージメントに取り組んでまいります。





特集 創業70周年、そしてその先へ

私たちは、これからも「変革と創造」に挑戦しつづけます。

■ 創業70周年

クリナップは1949年に座卓の製造・販売から始まりました。1960年にステンレス流し台を発売し、それ以降「キッチンの専門家」として、業界初のさまざまなキッチンを送り出し、お客さまの「暮らし価値」を創造してきました。そして2019年10月に創業70周年を迎えました。これからも私たちクリナップは、キッチンを通じた楽しいふれあいの場を創造し続け、時代や社会が求める一人ひとりの生活スタイルに合った商品やサービスをお届けしてまいります。

■ クリナップ70年の歩み

クリナップの歩みは「キッチンの歩み」でもあります。1973年には、日本初のシステムキッチンを開発し、今では一般化している「システムキッチン」という呼称はクリナップが名付けました。1975年にはキッチンの最適素材と考えるステンレスをキャビネットに使用した業界初のステンレスキャビネット流し台を発売しました。

1983年には「買えちゃうシステムキッチン」「クリンレディ」を発売、これまで高価だったシステムキッチンを身近なものにしました。1999年にはキッチンの収納を大幅に進化させたフロアコンテナを開発し、業界の標準となりました。2007年にはフィルター自動洗浄機能付きの「洗エールレンジフード」、2015年には、「流レールシンク」を発売し、家事作業の負荷低減と節水に寄与しました。

1950



1949年 座卓

東京都荒川区で個人経営の座卓製造販売を開始しました。クリナップの原点です。

1960



1961年 米びつ付き流し台

業界初の米びつ付き流し台を発売。このとき初めて「クリナップ」商標で商品を発表しました。

1970



1973年 システムキッチン

日本初の「システムキッチン」を開発。システムキッチンのパイオニアとしてスタートしました。この「システムキッチン」という呼称の名付け親はクリナップでした。いまでは日本のキッチンを表す普通名詞として一般化しています。

1980



1975年 ステンレスキャビネット流し台

業界初の側板、背板、底板がステンレスのステンキャビネット流し台「さくらDX」を発売。18-8 ステンレスを使用し、耐久性のある流し台をつくりました。

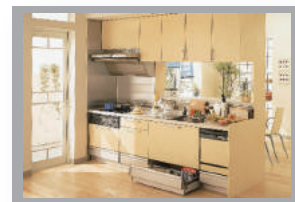
1990



1983年 システムキッチン「クリンレディ」

業界初の簡易施工型システムキッチン「クリンレディ」を発売。「買えちゃうシステムキッチン」のキャッチコピーが幅広く市場に浸透し、ベストセラーとなりました。

2000



1999年 フロアコンテナ搭載「クリンレディ」

業界初のフロアコンテナ・システムキッチン「クリンレディ」を発売。さらに作業性を向上させるため、排気の補修効率と清掃のしやすさを大幅に高めた「アイエアレンジフード」、スライド式の「プルオープン食器洗い乾燥機」なども開発されました。

2000

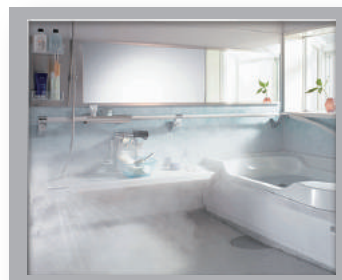


2005年 「スーパーサイレントeシンク(美・サイレントシンク)」
業界初、シンクに水アカやキズが付きにくく、水はね音などが抑えられる「スーパーサイレントeシンク」を採用したシステムキッチン「S.S.」、「クリンレディ」を発売。のちに「美・サイレントシンク」と名称変更。

2005

2007年 床夏シャワー搭載「アクリアバス」

7Smiles Cycleをコンセプトに「アクリアバス」を発売。床の温度と室温を上げる「床夏シャワー」をはじめ、動作と温度のバリアフリーが考えられ、2007年度のグッドデザイン賞を受賞しました。



2010



2007年 洗エールレンジフード

業界初のフィルター自動洗浄機能を備えて発売された「洗エールレンジフード」。 「S.S.」、「クリンレディ」にセットされ、キッチンの家事効率が向上することから大きな反響を呼びました。

2015

2015年 流レールシンク

シンクを流れる水を科学して誕生した新機能「流レールシンク」を「クリンレディ」に標準搭載。2015年度グッドデザイン賞ベスト100を受賞しました。



2020



2018年 システムキッチン「CENTRO(セントロ)」、「STEDIA(ステディア)」

長年愛されてきた中高級価格帯の「S.S.」、「クリンレディ」をさらに進化させて「CENTRO」、「STEDIA」に刷新、発売しました。

VOICE

「人を大切に、やりがいのある会社、自ら誇りと愛着を持って進化する企業」へ

当社は、2019年10月に創業70周年を迎えました。これもひとえに皆さまのおかげと、深く感謝を申し上げます。この創業70周年を契機に、新たな未来を切り拓く決意をもち、「創業100周年、さらにその先へ」と社会に必要とされ存在していくには、全社一丸となって事業に取り組んでいく必要があります。

そして、「社会に必要とされる企業として存続・成長するためには何が必要なのか？社会の公器としてのあるべき姿とは？」この70周年を機に、当社の「将来あるべき姿」を考えてみますと「人を大切に、やりがいのある会社、自ら誇りと愛着を持って進化する企業」こそが当社の未来のあるべき姿と考えています。

一人ひとりの考えや思いを大切にしたい。私たち一人ひとりが、過去を想い、現在を考え、未来を語り、企業理念「家族の笑顔を創ります」のとおり、新たな時代の始まりに迎えた創業70周年を飛躍の年とし、創業80周年、90周年、そして100周年を笑顔で元気に迎えられるよう社員一同全力で取り組んでまいります。



常務執行役員
井上 泰延

企業統治

コーポレート・ガバナンス

■ 基本的な考え方

クリナップグループは、企業理念である「家族の笑顔を創ります」をはじめとする経営理念体系の実践により、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図り、企業としての社会的責任を果たすための取り組みを行っています。

2015年に「クリナップグループ コーポレート・ガバナンス基本方針」を定め、以下の基本的な考え方に基づき、コーポレート・ガバナンスの充実に継続的に取り組んでいます。

- (1) 株主の権利を尊重し、株主の実質的な平等性の確保に努める。
- (2) ステークホルダーとの適切な協働を図る。
- (3) 会社情報を適切に開示し、透明性を確保する。
- (4) 取締役会による業務執行機能を実効化する。
- (5) 株主との間で建設的な対話を行う。

■ 取締役会の役割・責務

取締役会は、企業理念などを軸とした経営戦略や経営計画をはじめ、企業戦略などの方向性の決定および取締役の職務執行の監督をしています。また、社内規程により、取締役会で決定すべき事項を予め定め、重要な業務執行にかかわる決定は、取締役会で審議、決議しています。それ以外の事項については、業務執行取締役の職務権限範囲を予め定めることで明確にしています。

当社は、経営陣および支配株主からの高い独立性を持つ社外取締役を2名(内、女性1名)選任し、それぞれの専門分野における豊富な経験と幅広い知見に基づき、外部からの経営の監督と助言を行っています。

さらに、年に1回、取締役会全体の実効性について評価・分析を行い、更なる改善に取り組んでいます。

また、経営の迅速化および業務執行に関する責任と権限の明確化を図るため、取締役会の決定に基づき、業務執行を行う機関として

執行役員制度を導入しています。執行役員その他、取締役および監査役の代表者にて構成される執行役員会において、取締役会の決定の通知と執行役員による業務執行の確認をしています。

■ 監査役および監査役会の役割・責務

監査役会は、経理部門出身または取締役経験のある営業部門出身の監査役2名とそれぞれが高い独立性を持つ弁護士または公認会計士の社外監査役2名の計4名で構成されています。各監査役は、それぞれの分野において専門性の高い知識と豊富な経験を有しており、それらの知識や経験を活かし、取締役の職務の執行について監査を実施し、また、経営全般の見地から取締役会および経営陣に対して適切に意見を述べています。さらに、社内の経理部門、内部監査部門との連携や当社の会計監査人である監査法人との「会計監査人連絡会」の開催など、積極的な情報共有を行っています。

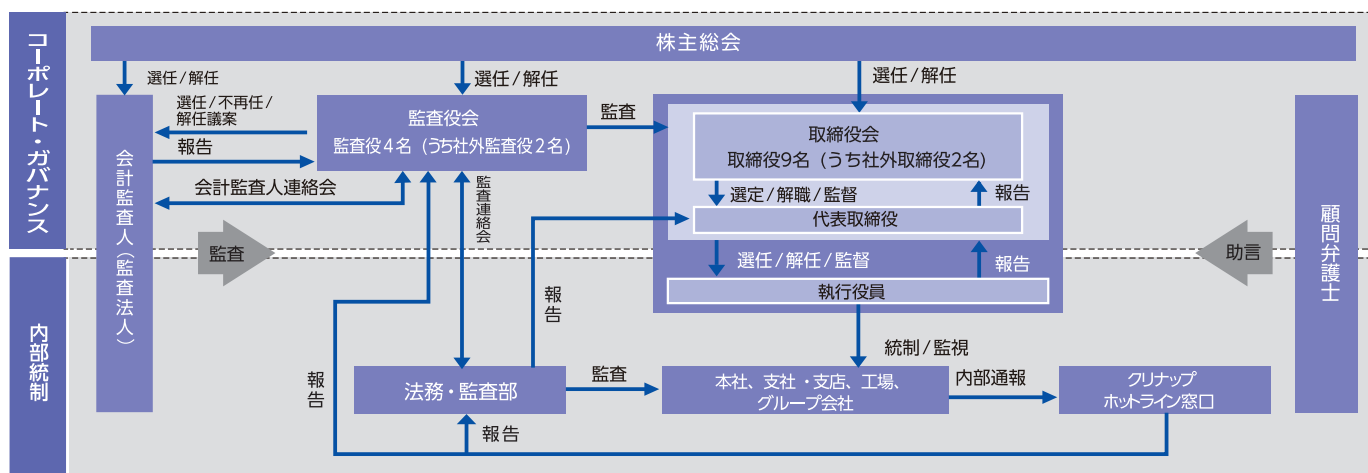
■ 独立役員

当社は、社外取締役2名および社外監査役2名の社外役員全員を、当社の定める「社外役員の独立性に関する判断基準」に基づき、「当社の一般株主と利益相反が生じるおそれのない独立役員」として認定するとともに、東京証券取引所に対し、同取引所の定めに基づく独立役員として届け出ております。

■ 反社会的勢力排除への取り組み

当社は、「クリナップグループ行動基準」において、反社会的勢力に対しては毅然とした態度で対応し、また、一切の係わりを持たないことを定めています。2010年には「反社会的勢力排除に向けた基本方針」を制定し、反社会的勢力排除に向けた社内体制を整備するなど、全社的な取り組みを行っています。

■ コーポレート・ガバナンス体制図



企業統治

内部統制

■ 内部統制システムおよびリスク管理体制の整備

クリナップグループは、「クリナップグループ内部統制システムの整備に関する基本方針」に基づき、グループ全体の業務の適正を確保するための体制の整備に取り組んでいます。

当社のリスク管理体制は、内部統制をはじめ、内部監査、監査役監査、会計士監査などが連携し、重大なリスクの発生またはそのおそれが生じた場合には、取締役会に報告され、速やかに是正措置が講じられる体制が整備されています。

さらに、製品安全、安全衛生、環境保全、情報セキュリティおよび雇用などの各部門の所管業務に付随するリスクの管理につきましては、担当取締役のもとに管理体制を整備し、リスクの発生や拡大防止に努めるとともに、発生またはそのおそれがある場合には直ちに代表取締役に報告する体制を整備しています。子会社についてはグループ全体の業務の適正を確保するため、その管理に関する社内規程を定め、子会社に事業の経過、財産の状況およびその他の重要な事項について、定期的に当社への報告を行うことを義務付けています。

■ 内部統制の体制

内部統制の体制は、内部統制委員会のもと、全社活動として内部統制システムの整備および運用課題の改善に取り組んでいます。統制活動に係る評価を、各業務における管理部門が、監査役、会計監査人、内部監査部門とも連携して行っています。また、評価の結果を共有し、一元的に取り扱うことで、全社的な改善につなげています。

■ 内部監査

当社の内部監査は、内部監査担当部門が専任し、担当取締役が承認した年度計画に基づき、子会社を含めた当社グループの事業所に対し、業務の適法性および妥当性の両面から監査を実施し、その結果を代表取締役および担当取締役並びに監査役に報告しています。また、課題改善についての提言や、改善の状況についての確認などを適宜行っています。

■ 監査役監査

当社は、監査役による監査の実効性を高めるため、監査役が、取締役会や執行役員会などの重要な会議に出席するなど、代表取締役をはじめとする経営陣と定期的に意見交換を行う機会の確保や、社内の重要書類の常時閲覧に加え、監査役が、監査部門、経理部門その他の各部門に監査への協力を求めることできる体制のほか、「クリナップグループ内部統制システムの整備に関する基本方針」における、内部監査部門および内部通報担当部門による定期的な状況報告などの監査役への報告体制などを整備しています。

社外取締役メッセージ

2015年のコーポレートガバナンス・コードの制定以降、企業に求められるコンプライアンスおよびガバナンスのハードルは一層厳しさを増していますが、クリナップグループではそれ以前より5つの基本的な考え方に基づき、コーポレート・ガバナンスの充実と強化に真摯に取り組んできたと思っております。

コーポレート・ガバナンスとは、企業の不正行為の防止と企業価値の持続的な向上を目的とした、企業活動の根本となる仕組みです。経営全般に対して外部目線で監視・監督の目を光らせ、客観的かつ中立的な立場で助言を与えるのが私たち社外取締役の使命だと考えています。時代の変化に対応した実効あるガバナンス機能が発揮できるように、社外取締役の一員として全力で努めてまいりたく存じます。



社外取締役
川崎 亨

企業統治

コンプライアンス／リスクマネジメント

■ クリナップグループ行動基準

クリナップグループは、コンプライアンスの実現に向け、社員一人ひとりが自ら考え、自ら行動するための基準として「クリナップグループ行動基準」を制定しています。さらに、その周知徹底と理解促進を図るため、より分かりやすく事例などを追記した「クリナップグループ行動基準ハンドブック」をすべての取締役と社員に配付しています。また、全社員への継続的な教育として「行動基準ラーニング」を毎年実施し、コンプライアンス意識の向上に取り組んでいます。



■ 事業継続計画「生産体制の東西二極化」

2011年3月の東日本大震災の地震と津波の被害により、福島県いわき市にある当社主力工場は、1カ月間の生産停止を余儀なくされました。これを教訓とし、改めて事業継続計画を見直し、その一貫として「生産体制の東西二極化」に取り組みました。

当社グループの「東西二極化」は、「東」はいわき地区を、「西」は岡山地区を指します。岡山地区の生産能力を増強し、日本列島の東西いずれかが災害に見舞われても、生産が継続できる体制としております。

■ お客さま情報の保護

お客さまの重要な情報である、個人番号（マイナンバー）、個人情報、プライバシーに関する情報などについて、その保護の重要性を認識し、「個人番号及び特定個人情報の適正な取り扱いに関する基本方針」および「個人情報保護方針」に従い、適切な管理体制のもとで取得、利用するとともに、紛失、漏えいを防止するための対応を行っています。

■ 内部通報制度「クリナップホットライン」

クリナップグループは、コンプライアンスに係わる問題の早期発見と是正に、迅速かつ的確に対応するため、内部通報制度として「クリナップホットライン」を運用しています。社内窓口を法務・監査部門に、社外窓口を顧問弁護士にそれぞれ設置し、通報者が自由に選択できるようにしています。また、「内部通報対応規程」を定め、運用の厳格化と通報者保護の徹底に努めています。

ガバナンスに関する当社の方針などはホームページに掲載しています。

「クリナップグループコーポレート・ガバナンス基本方針」

http://cleanup.jp/ir/pdf/cpg_01.pdf

「社外役員の独立性に関する判断基準」

http://cleanup.jp/ir/pdf/cpg_02.pdf

「反社会的勢力排除に向けた基本方針」

<http://cleanup.jp/company/antisocial.shtml>

「クリナップグループ内部統制システムの整備に関する基本方針」

http://cleanup.jp/ir/pdf/cpg_03.pdf

「個人番号及び特定個人情報の適正な取り扱いに関する基本方針」

<http://cleanup.jp/policy/mynumber.shtml>

「個人情報保護方針」

<http://cleanup.jp/policy/privacy.shtml>

社外取締役メッセージ

コーポレート・ガバナンスは、「会社が、株主をはじめ顧客・従業員・地域社会などの立場を踏まえたうえで、透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定を行うための仕組み」と定義づけられています（コーポレートガバナンス・コード）。

企業の諸活動がこれらの人々や社会に与える影響の大きさに鑑み、持続的な企業価値の向上を維持することが企業に課された使命であり、そのためには企業活動の透明性・公正性等が強く要求されるとの考えです。この考え方の下で、近年、特に社外取締役に対して、企業に関する種々の関係者と利益相反のない公正な観点で経営における業務執行の妥当性を監督し、経営の透明性ととも企業成長性を高めることを期待されつつあります。この期待を常に意識し、取締役会などを通じて、当社の持続的な成長のために議論を充実させていきたいと考えております。



社外取締役
千代田 有子

労働慣行

働きやすい職場づくり

■ 人事制度の基本的な考え方

クリナップの人事制度は、役割成果主義型で、その基幹は役割グレードと職能等級の二本立てですが、その基幹は維持しつつ、社員の“働きがい”と“働きやすさ”を高めるために2015年4月に新人事制度を導入しました。改定されたポイントの多くは評価に関するもので、公正に評価し、評価に基づいて適切に育成していくことを目的としています。

新人事制度を導入して2年が経過したときに、社員満足度調査を行いました。その結果、旧制度に比べて社員の満足度はおおむね向上しており、とくに「役割割(習熟方式)」の導入と、「転居を伴う異動者と単身赴任者」に対する支援強化の満足度は大幅に向上しました。

■ 働き方変革への取り組み

長時間労働の是正にも取り組んでいます。2015年に「働き方変革会議」を立ち上げました。この取り組みが始まる前までは、退社時間がきわめて遅い社員が1割程度いました。そこで受発注サーバの20時ダウンを開始し、2016年10月からは19時半に、2019年4月からは時期によってパソコンのシャットダウンの時間を変える対応を始めました。その結果、退社時間について大幅に改善することができました。

また、2018年4月から、営業職約800名を対象にした携帯型パソコンによるモバイルワークを導入しました。直行直帰を推奨し、週2回の在宅勤務を認め、柔軟な勤怠管理制度にしました。移動時間の削減、隙間時間の有効活用などが進んでいます。

■ コンプライアンス／ハラスメント

クリナップ社員の必須知識やコンプライアンス、ハラスメントなどについては、「クリナップマスターコース」という社内eラーニングの6講座の履修を義務づけています。

またクリナップ社員の行動規範については、「クリナップグループ行動基準」に網羅されており、コンプライアンス、ダイバーシティ、パワハラやセクハラなどの各種ハラスメントなど細かく指針を示しています。コンプライアンス、ハラスメントに対しては内部通報制度があり、社内窓口と社外窓口(弁護士)という2つの窓口があります。

■ メンタルヘルス

2015年12月にストレスチェック制度が施行されました。クリナップでは、施行前からストレスチェックテストを実施していましたが、制度化したものではありませんでしたので、施行を機に制度化しました。

毎年ストレスチェックテストを実施し、社員のメンタルヘルス不調の予防に努めるほか、月に80時間以上の残業をした社員については産業医に面談できる制度も設けています。

● 人事データ (単体)

年度	2016	2017	2018
従業員数	2,767名	2,956名	2,926名
平均年齢	40.6歳	40.0歳	40.4歳
平均勤続年数	15.0年	15.0年	15.1年
新卒採用数	130名	142名	124名

VOICE

働き方変革活動はハードからソフトへ

当社の働き方変革活動は、これまでモバイルパソコン導入やパソコンシャットダウンなど主にハード面の変革を実行してきました。今年は社員一人ひとりが労働時間を意識し業務遂行できるようソフト面の変革を実行します。

初めにみなし労働時間制(企画裁量労働制・事業場外みなし労働制)を廃止し実労働時間管理に変更しました。労働時間を可視化し生産性向上や業務効率化につなげます。

次に勤怠管理の徹底です。階層別研修やeラーニングを通じて適正な勤怠申請による労働時間管理と成果への意識付けを図ります。最後にリフレッシュ休暇制度の導入です。勤続の節目を迎える社員に連続休暇の取得と慰労金を支給し、心身をリフレッシュして明日への活力につなげていただくことが目的です。



人事部副部長
新妻 薫

労働慣行

人材育成

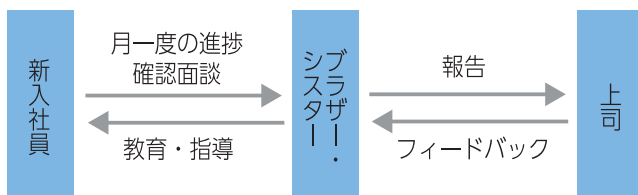
■ 新入社員研修

新入社員は、入社後すぐに研修施設に移動し、約2週間の集合研修を行います。

研修の内容は、社会人としての基本スキル、会社・業界の概要、歴史、商品・建築知識などです。社会人として、またクリナップ社員として必要な基礎知識をじっくりと学習します。

■ ブラザー・シスター制度

新入社員研修後、各自配属先へ赴任となります。配属後はスムーズに職場環境に慣れ、仕事に関するスキルを習得することが必要です。そのため、当社ではブラザー・シスターと呼ばれる制度があります。先輩社員が専属で指導にあたり、仕事のみならず、日常生活における悩み、困りごとの相談相手としても、ブラザーやシスターがフォローします。



■ 新入社員フォローアップ研修

入社・赴任から約1年後に実施されるのが、新入社員フォローアップ研修です。各地へ配属となった新入社員が再度集合し、入社時から現在までを振り返り、現状の課題を整理した後、今後に向けてのアクションプランを設定します。

■ 研修制度（部門別研修、階層別研修）

研修には部門別研修と階層別研修があります。部門別研修は、商品研修、営業研修、マナー研修、開発研修、生産技術研修などの各部門で必要な専門知識を深めるものです。

階層別研修には、新任部門長研修、新任管理者研修、新任係長研修などがあります。

■ 自己啓発支援と資格取得支援

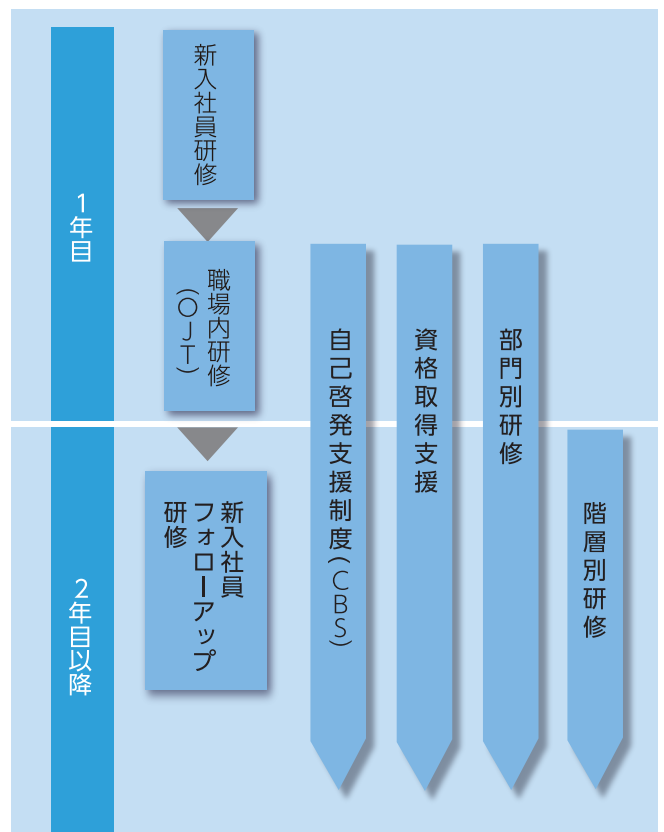
自己啓発支援として「クリナップビジネススクール(CBS)」があり、そのなかにeラーニングと通信教育があります。

eラーニングは、インターネット環境があれば、時間・場所に左右されず、パソコンやタブレット、スマートフォンから学習でき、ビジネススキルや語学、マーケティングなど約100講座用意しています。

また、通信教育は、全社推奨コース・部門別推奨コースを用意しており、自身の役割に必要な講座を選択できます。また、定められた期間内に受講した通信教育が修了すると奨学金が支給されます。

資格取得支援は、社員の自己啓発の支援を目的としており、幅広いスキルや専門知識・技能の取得を目指し、会社の定めた公的資格を取得した社員に対して資格取得のお祝い金を支給する制度です。キッチンスペシャリストや建築士、インテリアコーディネーターなどの建築関係の資格から日商簿記や販売士、国家技能検定などが対象の資格になります。

■ 教育・研修の流れ



労働慣行

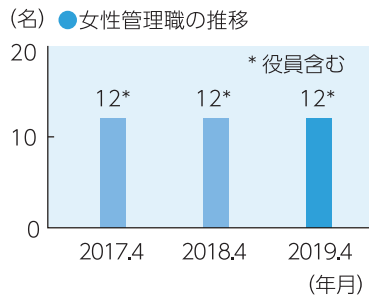
ダイバーシティ

■ 女性活躍推進と管理者登用

クリナップのダイバーシティへの取り組みは、女性視点を経営／ビジネスに取り入れることを目指すことから始まりました。

女性管理職比率は、女性活躍推進法が成立した2015年の末には1.7%、それから約4年半が経過した現在は4.0%となり、社外役員を含めた女性管理職は12名です。このうち2名が部長職です。社員一人ひとりが能力を最大限に発揮することで社員の成長と会社の成長につなげていくことを目指し、さらなる推進をしていきます。

また、女性総合職の採用にも力を入れており、女性営業職社員は29名になりました。



■ キャリア形成支援と両立支援

クリナップ単体の社員のうち、女性は約1/4です。その約半数が全国102カ所のショールームに勤務するショールームアドバイザーという職種です。

そこでショールームでのリーダー役の養成と仕事への意欲を高める施策に取り組んできました。その結果、ショールーム所長が誕生し、多くのリーダーが育っています。「キッチンタウン」と呼んでいる旗艦ショールームは全国に4カ所ありますが、所長はすべて女性です。

また、以前に比べて結婚や出産での離職者は減り、キャリア継続を選択する女性社員が増えています。いったん離職しても復職できる「カムバック制度」があり、積み上げてきたキャリアを継続していただけるよう支援しています。

● 産休取得者数、育児休業取得者数

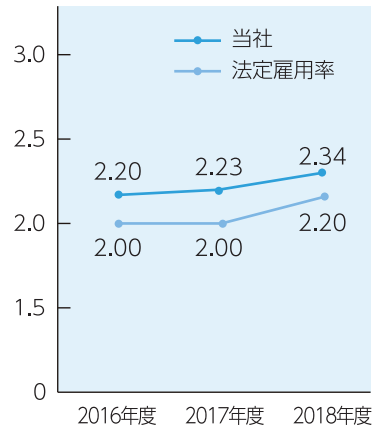
年度	2016	2017	2018
産休取得者数	25名	22名	27名
育児休業取得者数	46名	37名	48名

■ 障がい者雇用

クリナップの特例子会社として、障がいを持つ社員が社会的に「自律」し、地域社会とともに「共生」できる会社を目指し2008年2月に設立したのがクリナップハートフル株式会社です。

障がいのある社員40名おり、クリナップグループの施設管理や、データ入力、発送作業などの業務に従事しています。

● 障がい者雇用率の推移 (%)



■ 高齢者雇用

高齢者雇用については、50歳以上を対象とする「ネクストステップラン制度」があり、56歳時に定年前後の情報提供を行う場として「ライフプランセミナー」(社会保険の基礎知識など)を実施しています。そして59歳時には「定年退職ガイダンス」で、定年時の選択肢について説明を行っています。

60歳定年後も定年後再雇用制度や社外への再就職支援サービスを行っています。

VOICE

仲間と助け合い成長していける会社を目指す

クリナップハートフル株式会社は、クリナップグループのCSR活動を象徴し、社会に対し心のこもった価値を創造していくことを目的として、2008年2月に特例子会社として設立しました。クリナップハートフル株式会社では、給与計算、清掃・庶務、名刺作成、封入、データ入力、ビス袋詰めなどのオフィスサポート業務や、クリナップ創業の地である西日暮里(東京都荒川区)にオープンした「クリ夫のパン屋」でのパン製造・販売業務など、障がいを持った社員が健常者とともに多様な能力や特性を生かせる職場づくりを行っています。

今後も、障がいをもった社員と健常者が、感謝の気持ちを忘れずに仲間と助け合い成長していける会社づくりに努めてまいります。



クリナップ
ハートフル
株式会社
管理部業務課長
石松 裕紀子

健康経営

クリナップは企業理念「家族の笑顔を創ります」のもと、企業活動を通じ社員が心身ともに健康な状態で仕事をする事は、企業活動の根幹であるとの考え方にに基づき、職場の活性化、健全化と社員の健康確保の推進を目指して「クリナップ健康方針」を掲げております。基本方針の一つひとつは、経営層、職場の管理者、社員一人ひとりの責務と考えています。

健康方針

【基本理念】

クリナップの健全な企業活動とは、社員の身体的・精神的・社会的健康と不可分な関係と認識し、社員が健康で業務に専念するための健康確保・健康保持増進活動を推進します。

<基本方針>

1. 労働関係諸法令を遵守します。
2. 定期健康診断の受診を義務づけ、社員の意識向上を図ります。
3. ストレスチェック制度を通じて、個人および組織全体の心の健康保持増進に努めます。
4. 社員の労働時間の管理(時間外在社率目標など)を徹底し、適切な指導・管理を行います。
5. 家族の笑顔デーを推進し、長時間労働の削減を図ります。
6. 振替休日・代休の取得を推進し、休日を確保します。
7. 良好なコミュニケーションの実現のため、職場コミュニケーションの機会を創出します。
8. 産業医面談およびメンタルヘルスに関する面談を適宜実施します。
9. 身体的・精神的・社会的に健康であることの重要性を周知し、社員の意識向上を図ります。
10. 以上を通じて、「健康を確保した働き方(働き方変革)」を実現します。

2016年4月1日

労働安全衛生

生産部門では「ワーク・ライフ・バランスの実現」と「長時間労働による健康障害防止」を目的として、毎月4日以上ノー残業デーを実施し、労使一体となって取り組み、ノー残業デーの取得率向上を図っています。また、有給取得率向上施策として、取得率が低かったライン長・班長に対しマイバースデー休暇以外にアニバーサリー休暇2日の取得を促す施策を推進しています。

クリナップ工場グループ労働安全衛生方針

【基本理念】

クリナップ工場グループは、社員の安全と健康の確保は企業活動と不可分な関係と認識し、安全で働きやすい職場環境を確保するよう活動します。

【基本方針】

1. 安全と健康の確保は、良好なコミュニケーションのもとに実現されるとの認識に立ち、社員との協議を尊重します。
2. 安全衛生関係諸法令および社内安全衛生諸規程による自主基準の遵守により、管理レベルの向上を図ります。
3. 安全衛生マネジメントシステムを利用し、継続的な安全衛生水準の向上を目指します。
4. 安全衛生活動の推進を可能とするため、組織体制の整備、責任所在の明確化を図ります。
5. 職場において安全衛生上の検討を充分加え、危険有害性を事前に評価するとともに、結果に応じた危険有害要因の排除を推進します。
6. 化学物質の安全な取り扱いを徹底します。
7. 社員に安全衛生確保に必要な教育・訓練を実施し、快適かつ健康的な職場の形成を進めます。
8. 社員の心の健康の保持増進のため、ストレスチェックなど、メンタルヘルスクアを積極的に推進します。
9. 安全衛生の重要性を社員に周知し、意識の向上を図ります。
10. 重筋作業の作業負荷を軽減し、働きやすい職場環境を形成します。
11. ワーク・ライフ・バランス実現に向け、働き方改革を推進します。
12. この方針は外部に公表することができるものとします。

2019年4月1日

公正な 事業慣行

資材調達

■ 基本的な考え方

お客さまに満足していただける商品とサービスを提供し続けるため、クリナップでは公平で自由な競争原理に立ち、より良い取引先さまと相互理解を深め信頼関係を大切にしていきます。

取引先さまの選定は、品質・価格・納期・技術開発力・安定供給力などの総合的な評価と適正な手続きにより行います。

購買基本方針

■ 品質

キッチン・洗面化粧台・システムバスルームを主とする生産活動において、顧客満足の向上に努めるべく、取引先さまにも品質保証体制を確立していただき、品質維持・改善活動を継続的にお願いしております。

■ 価格

お客さまが商品価格を評価します。取引先さまから提供していただく原材料・加工品は、クリナップ商品価格に大きな影響を及ぼします。市場競争に耐えうる部品価格であることと、継続的なV E活動を互いに努力し達成します。

■ 納期

お客さまにご満足していただける納期で商品をお届けできるよう、取引先さまの納期対応と安定供給をお願いしております。また、クリナップは原材料・加工品の調達をお客さまのニーズに即応できるように、タイムリーで無駄の少ない調達(納期とロット)を基本としております。

■ 環境

製造メーカーとして環境に配慮した商品づくりに取り組み、環境負荷低減を図ることが優先課題であると認識しております。資材調達においても優先的に環境負荷の少ない原材料・加工品の調達に努めており、取引先さまにも協力をお願いしております。

2019年4月1日 現在

VOICE

取引先さまとともにCSR活動を推進

クリナップグループでは、資材調達を行ううえで取引先さまとの信頼関係を構築しながら、次のような基本的な考えを基に活動を行っています。

1. 関係法令や規範を遵守し、人権、安全衛生、環境などに十分配慮した公正で透明性の高い取引を行います。
2. 国内外の取引先さまに対し、平等な取引の機会を設け、公正に取引先さまを選定したうえで契約に基づく誠実な取引を行います。
3. お客さまから要求される、高い品質・安全性、価格、納期を満足させ、環境負荷の少ない部品・部材を調達するため、優良かつ信頼できる取引先さまとともに活動を推進していきます。

なお、この考えはクリナップグループの行動理念・規範に沿ったもので、取引先さまとともにCSR活動をより一層推進してまいります。



生産管理部長
緑川 正

公正な 事業慣行

グリーン調達

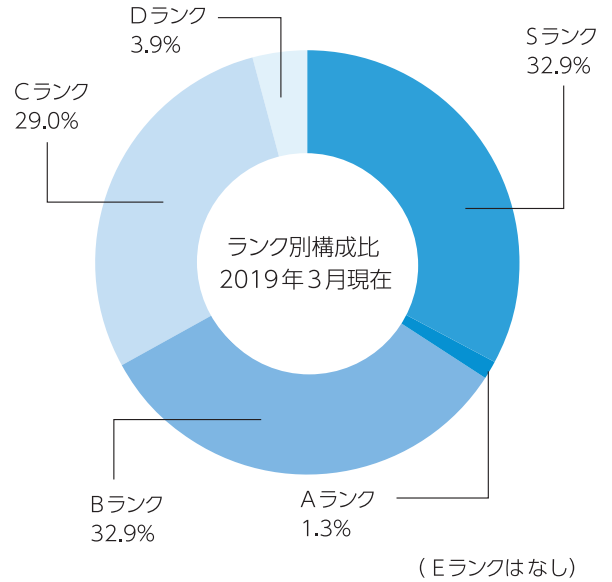
■ 環境・社会に配慮したグリーン調達

資材調達活動を通じて、加工品を納入していただいている取引先さまにも環境保全活動への協力と参画をしていただくことにより、環境に配慮した商品をつくり、提供することで、循環型社会に貢献することを目的としてグリーン調達活動を行っています。

取引先さまに対し、2007年度からグリーン調達のアンケート調査を行っており、必要な場合は現地調査も実施します。環境への取り組み状況、経営者の責任意識を調査して、取引先さまの環境保全活動への取り組みレベルをSからEまでの6ランクに分けています。そして取引先さまをCランク以上に維持できるようD、Eランク企業の格上げ支援活動をしています。

具体的な指標としては各種の認証資格があり、ISO14001の認証取得企業は高く評価しています。

●環境取組企業ランク構成比



クリナップ 購買部門

アンケート調査／現地調査

調査項目

1. 環境面での経営者の責任意識
(環境方針、環境計画の策定、情報公開などの環境経営力など)
2. 環境技術力
(開発・設計、省エネ、公害対策、省資源、リサイクルなど)
3. 経費節減対策 (省エネ・省資源)
4. その他 (物流管理、廃棄物管理、オフィス環境管理など)

取引先さま

- OEMメーカー
相手先仕様の完成品
- 部品・材料メーカー
部品・材料
- 外注先
クリナップ仕様の完成品、半完成品

調査結果集計

グリーン調達 の指標	ランク	環境取組企業レベル	意味
	S	高度レベル	ISO14001 認証取得企業であり、環境保全活動が投資を含めて積極的に行われている企業
	A	上級管理レベル	ISO14001 認証取得企業であり、環境保全活動が積極的に行われている企業
	B	中級管理レベル	管理体制はおおむね構築されており、省エネ・省資源活動を積極的に取り組んでいる企業
	C	初級管理レベル	管理体制はやや構築されており、可能な範囲で省エネ・省資源活動に取り組んでいる企業
	D	指導レベル	管理体制はやや構築されているが、省エネ・省資源活動の取り組みが遅れている企業
E	重点的指導レベル	管理体制の構築、および環境保全活動が一般的に遅れている企業	

クリナップによる取引先さま D、E ランク企業の格上げ支援活動
(環境活動の具体例を提示し、意識づけを行う)

取引先さまCランク以上を維持する

経営思想

CPS (Cleanup Production System)

■ 一個づくりの多品種少量生産 [CPS]

クリナップの企業理念を実現する、独自の製造・販売システムが「CPS (Cleanup Production System)」です。「必要なモノを・必要な時に・必要なだけつくる」ことによって、大量生産ではなく、一個づくりの多品種少量生産を実現しています。それぞれの部門を精緻な情報連携・作業連携で結んだシステムによって、高品質な商品をお手頃な価格で、スピーディーにお客さまにお届けしています。

① 営業／開発

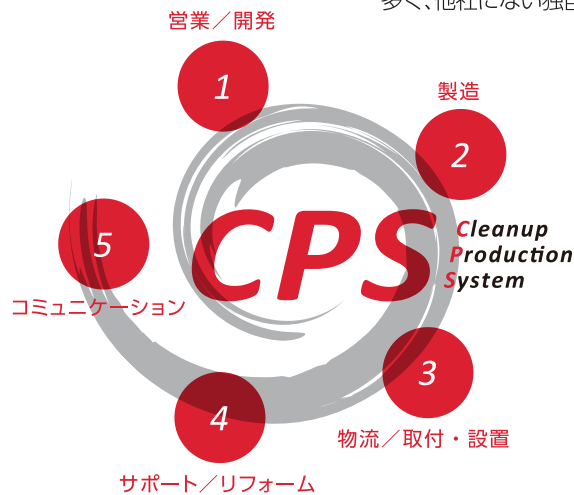
全国に展開する営業担当者やショールームアドバイザーによって、お客さまからのニーズや課題が毎日吸い上げられ、開発や製造、取付・設置の各部門にフィードバックされています。

ここで得られた知恵やノウハウ、さまざまな情報は、高度なセキュリティを誇る情報システムに集約され、商品や業務の質の向上に役立てられています。

② 製造

お客さまからの注文情報は年間数十万件におよびます。そのすべてが、お客さまごとに発行される「生産指示カード」で把握され“世界にひとつのキッチン”がつくられていきます。

効率的な生産システムのなかにおいて、人の手による高い技能を必要とする「クラフツマン(熟練工) シップ」が活かされている商品も多く、他社にない独自機能や高い意匠性を実現しています。



③ 物流／取付・設置

クリナップグループには、工場で完成した商品をより早く、確実にお客さまのもとへお届けする物流関係会社「クリナップロジスティクス株式会社」と、商品の取付・設置や各種サポート、メンテナンス業務を行う関係会社「クリナップテクノサービス株式会社」があります。

年間数十万セットにおよぶご注文商品をご希望の納期にお客さまへお届けできるのも、グループ一体で技術品質やサービス向上に努めている結果です。

④ サポート／リフォーム ⑤ コミュニケーション

キッチンやシステムバスルームは数十年間、家族とともに年を重ねていきます。ガスや電気機器などを常に安全、快適にお使いいただくためには、専門家による点検や迅速な修理・部品供給が不可欠です。近年はリフォームに関する需要も増加傾向にあり、これらのご要望にも応えられる体制が必要になってきています。

私たちクリナップは、商品をご購入いただいたお客さまとのコミュニケーションを絶やさず、いつでも信頼していただけるサービスのご提供を目指しています。

VOICE

取付・設置、アフターサービスも「お客さまの笑顔のために！」

「お客さまに感動を与えたい」そんな思いでクリナップテクノサービス株式会社は全国約800社の契約業者さまとともに日々、取付・設置、アフターサービス業務を行っています。工場生産された商品は私どもの手で取付・設置され、はじめて完成品として引き渡しとなります。完成品の品質を確保するため、契約業者さま対象の技術指導、マナー研修などを継続実施しています。

またクリナップ20年サポートプログラム「スマイル20」を実行するアフターサービスは、お客さまに末永くご使用いただくための点検、修理をはじめ快適にお使いいただくためのアクセサリパーツ販売、クリーニングサービス、機器交換サービスなどを提供し続けてまいります。「お客さまの笑顔のために！」。



クリナップ
テクノサービス
株式会社
取締役 業務部長
坂上 智

経営思想

品質保証

■ 基本的な考え方

クリナップは創業期から品質にこだわり、製品の安全確保こそが最も重要な品質であると考えています。お客さまに安心、満足して長い間ご使用いただけることはもちろんですが、商品だけでなく、営業品質や物流品質、取付・設置やアフターサービス品質などサプライチェーン全体の品質を高めるトータル品質向上にも努めています。

また、お客さま窓口であるカスタマーセンターには、毎年数十万件の情報が寄せられます。このような「お客さまの声」を分析して商品の企画や品質に反映し、お客さま満足度の向上に努めています。

■ ISO9001 (品質) への取り組み

クリナップは、1996年にキッチンメーカーで初めて、品質マネジメントシステムの国際規格「ISO9001」の認証を取得しました。物流関係会社「クリナップロジスティクス株式会社」および取付・設置・アフターサービスを担う関係会社「クリナップテクノサービス株式会社」も認証を取得しています。

■ 長期間にわたってお客さまをサポートする【スマイル20】

水まわり設備は、お客さまの喜びや笑顔のある暮らしを支える「道具」です。しかし、道具である以上、日々のお手入れ、定期交換が必要な消耗品の補給、年月を重ねることで劣化していく部品の交換などメンテナンスが必要となってきます。

このようなメンテナンス対応として、クリナップでは20年サポートプログラム「スマイル20」をご用意しています。

スマイル20は、商品の機能・性能を維持していくためのメンテナンス情報をご提供するとともに、それに必要なサポート体制を整え、お客さまの「飲み」「笑顔」を実現させていくためのお手伝いをいたします。

品質方針

1. お客さまの安全を第一に考え、製品安全の確保こそが最優先の品質であるとの認識を共有し、お客さまに安心してご使用頂ける高品質の製品を提供します。
2. 営業、開発、生産、購買、物流、取付・設置、アフターサービスの各プロセスにおける品質の監視および是正・予防処置活動を徹底して行うことにより、トータル品質とコストマネジメントの強化を推進します。
3. 法令、規制要求事項を遵守し、社会から信頼される企業を目指します。
4. 教育・訓練を強化することにより全従業員の力量をさらに高めて品質の向上に努めます。
5. 品質マネジメントシステムの有効性の改善を継続的に行います。
6. お客さまに感動していただける品質価値を創造するために、お客さまの声を積極的に取り入れて品質に反映させ、お客さま満足度の向上に努めます。

2019年4月1日

「クリナップスマイル会員」制度は、さらに充実したサービスをご提供する有料サポートプログラムです。お客さまに合わせた選べる3つのプランをご用意し、安心、快適なスマイルライフをサポートします。



アフターサービス作業風景



VOICE

お客さまに感動していただける品質価値の提供を目指します

品質に関わる部門として、お客さまに感動していただける品質価値を創造するため、常にお客さまの立場に立って品質を決めるマーケットインの考え方を基本に、顧客価値を満たす「製品・サービス」の提供を目指しています。

また、品質問題による機会損失を防ぐため「未然防止・分析と評価」を実行し、同時に「品質向上とコスト削減」の両立を目指しています。

そして、商品がお客さまのもとに届いた日から、いつかその役目を終える時まで、快適な使い心地や機能を存分に発揮させるためクリナップ独自の「20年サポートプログラム【スマイル20】」をご用意しています。特に手厚いサービスを行う「スマイル会員」制度は好評で、ご利用のお客さまからは「クリナップ専門の方が行うので安心感があります」、「点検だけでなくお掃除の仕方も教えていただいて満足」というような喜びのお声も頂戴しています。

CS管理部長
田辺 真弓

お客さまとの
接点

「新たな暮らし価値」を創造・提案する 共感型ショールーム

■お客さまとの重要な接点・102カ所の ショールーム

クリナップは経営戦略として「ショールームを核とした販売戦略」を掲げています。初めてのショールームを東京・飯田橋に開設したのは1970年に遡り、お客さまとの接点を重視する姿勢は一貫しています。現在、ショールームは日本全国に102カ所(2019年7月1日現在)あります。

ショールームは「暮らし方発信情報拠点」と位置づけており、商品や食に関する情報に精通したショールームアドバイザーがお客さまの暮らしの課題・問題にお応えしています。

■ 旗艦ショールーム「キッチンタウン」

102カ所のショールームの中でも旗艦ショールームとして位置づけているのが東京、横浜、名古屋、大阪にある4つの「キッチンタウン」です。

キッチンタウンには、システムキッチンやシステムバスルーム、洗面化粧台の展示に加え、食・住に関するイベントなどを定期的に行い、最新の商品ラインアップとライフスタイルの提案を通じ、暮らし方のサポートをしています。



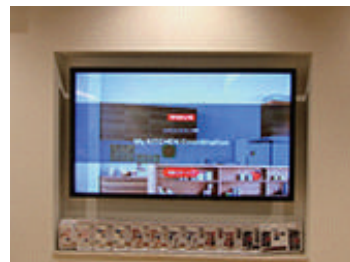
キッチンタウン・東京

■2019年6月オープン キッチンタウン・横浜

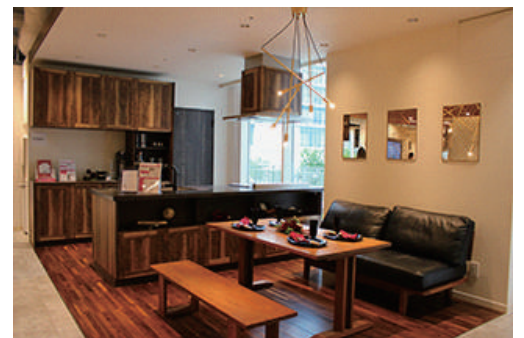
キッチンタウン・横浜は、全国4カ所目のキッチンタウンとして6月にみなとみらいに移転オープンしました。

キッチンタウン・横浜の特徴

- ① 動線に沿って館内をめぐること、クリナップキッチンの特長をご覧いただき、自分好みのインテリアテイストを発見できる「ディスプレイウォーク」
- ② 9つの質問に答えることで、好みに合ったインテリアテイストを発見でき、キッチンのカラーコーディネートができるインテリアシミュレーションシステム「My Kitchen Coordination」
- ③ キッチン空間のカラーとテイストを具体的に表現した12セットの「空間提案コーナー」
- ④ 最新キッチンの体験や、イベントを開催できる「キッチンスタジオ」



インテリアシミュレーションシステム
「My Kitchen Coordination」



空間提案コーナー

VOICE

キッチンタウンは「暮らし方・生活価値」を描いていただける空間

キッチンタウン・横浜は、従来型のショールームとは一線を画したものと位置付け、使い勝手、収納力、清掃性、デザインといった「商品価値」の訴求にとどまらず「暮らし方・生活価値」を描いていただける空間であり、さまざまなご提案ができる工夫をしています。是非キッチンと暮らす楽しさを発見いただきたいと思います。

以前は暗い場所にあったキッチンの存在は、今は、ご家族が集まる家の中心に考えておられる方が多くなりました。それだけ大きな役割が求められていることを、私たちショールームアドバイザーがしっかりと受け止めなければなりません。そして、いつも快適に笑顔でお過ごしいただけるキッチンのご提供ができるよう、お客さまに寄り添い提案させていただきたいと思っています。



キッチンタウン・
横浜所長
池田 和美

社会的役割

社会とのかかわり (1)

■クリナップ財団と給付型奨学金制度

東日本大震災に被災し、操業停止の危機を体験したクリナップは、地域の方々に助けていただいたことに対する感謝の気持ちを社会に還元するため、東日本大震災の翌年 2012 年 12 月に福島県内における被災地復興支援の一環として「公益財団法人クリナップ財団」の設立に寄与しました。

同財団の主な事業内容として、福島県出身者で福島県内の大学、高等専門学校などに進学する、学業優秀で向学心旺盛ながら、経済的な理由により修学が困難な学生に対して給付型奨学金制度を設け、奨学支援を行っております。

2019 年度の奨学生は 40 名。2013 年から累計 260 名に奨学金を給付しています。



奨学金授与式に参加した学生
将来に期待です

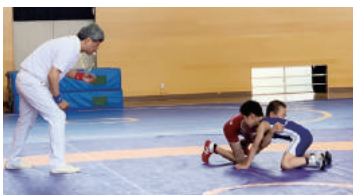
■レスリング部

東京五輪の第 1 次予選である「2019 年レスリング世界選手権」が、9 月にカザフスタンで行われました。本大会にクリナップが運営する、レスリング部の皆川博恵選手(女子 76 kg 級)が出場し、見事銀メダルを獲得、東京五輪代表に内定しました。

クリナップは 1992 年にレスリング部を創部し、企業スポーツとして運営しています。現在は、皆川選手を含め 4 名の選手が所属しています。生産拠点である福島県いわき市では、キッズレスリングも支援しています。クリナップは、今後も日本のレスリング発展に貢献してまいります。



東京五輪代表に内定した皆川選手 (左)



キッズレスリング風景

■クリ夫のパン屋

クリナップの特例子会社であるクリナップハートフル株式会社は、心豊かな食住文化を創るとともに、新たな障がい者雇用を創出するため、2016 年 11 月 1 日にベーカリーショップ「クリ夫のパン屋」をオープンし、障がい者が働ける場を設けました。

店舗はクリナップの創業に由来した地である西日暮里(東京都荒川区)に新設し、菓子パン、惣菜パン、サンドイッチ類など、40 数種類の商品を店内で焼き上げ、販売しています。

オープン3年を迎え地域の皆さまが多く来店され、喜ばれています。



焼きたてのパンが並ぶ店内



社会的役割

社会とのかかわり (2)

■ 弁当の日応援プロジェクト

「食」を通じて、いのちや生活の大切さを学ぶのが「弁当の日」です。「弁当の日」は2001年、香川県の滝宮小学校の竹下和男校長(当時)がはじめました。「お弁当」にかかわる献立作り、買い出し、調理、弁当詰めから、片付けまでを子ども自身が行い、親も、先生もその出来映えを批評しないという約束です。

2018年4月現在、「弁当の日」実施校は全国で約2,000校になりました。クリナップもプロジェクトに参加し、2012年から本社近隣の荒川区立第六日暮里小学校の取り組みを支援してきました。



弁当の日の風景

■ 食育教育

クリナップは、料理をつくり、そして食べるという当たり前に思えることを、後世に伝えようと、全国のショールームを活用して食育活動を推進してきました。

また全国のショールームアドバイザーの多くが、NPO 日本食育インストラクター協会が認定する「食育インストラクター」の資格を取得しています。



食育活動

■ おいしい暮らし研究所

キッチンを通じた、楽しいふれあいの場づくりのために、食や暮らしに関する情報の収集、調査・分析を行っている研究部門が「おいしい暮らし研究所」です。

「キッチン白書 2019」では1978年～2018年の40年間に、夕食に並んだメニューと調理への意識変化を調査。

メニューについては昭和の最後にあたる1987-88年と、平成の最後にあたる2017-18年とで比較しました。

夕食メニューは、すまし汁、佃煮、漬物、煮物などを含む和食メニューが減り、丼物や肉炒め物、スパゲッティなど一品で食事となるようなメニューが増えていることが浮き彫りになりました。

また、家で夕食を食べる人が減少し、炊事時間も短縮化される傾向にあることがわかりました。



● メニューの比較



昭和最後 (1987-88)



平成最後 (2017-18)

詳細は「キッチン白書 2019」をご覧ください。当社ホームページで公開されています。

<http://cleanup.jp/oikura/kitchen-hakusyo/>

社会・環境に
配慮した
製品づくり

クリナップのものづくり (1)

■ 基本的な考え方

座卓という家族の団らんを象徴する製品から始まったクリナップは、革新的なアイデアや技術によって生活者の暮らしに寄り添ってきました。

お客さまの声に耳を傾け「キッチンの専門メーカー」として「暮らし価値を創造」していくことがクリナップの役割であり、商品開発の基本的な考え方です。

お客さまに感動していただける商品を送り続け、お客さまが笑顔になるように努力し続けます。

■ 業界初を目指す商品開発

クリナップは業界をリードする多くの商品を生み出してきました。1983年には日本独自の簡易施工型システムキッチン「クリンレディ」を発売。1999年に「フロアコンテナ」搭載のシステムキッチンを発売しました。これは足元のデッドスペースを有効活用し、大容量の料理道具をすっきり収納するもので、業界標準の商品形態になりました。2005年には静かさや清潔を追求した「美・サイレントシンク」を発売。2007年にはレンジフードのフィルターを自動洗浄する「洗エールレンジフード」を発売しました。

2015年にはシンク内のゴミの広がりや汚れを最小限にする「流レールシンク」を発売し、それまでのシンクの常識を一変しました。この技術は洗面化粧台の「流レールボール」やシステムキッチンの「人工大理石シンク」にも使われています。



フロアコンテナ搭載「クリンレディ」



業界初の自動洗浄機能付「洗エールレンジフード」

■ 機能やデザインを支える素材と加工技術

クリナップ独自の素材と加工技術が、さまざまな商品機能やデザインを支えています。なかでもステンレスの加飾技術による高度な表面処理加工により高い意匠性と耐久性を実現、キッチンの扉などに採用しています。

親水性コーティング(美コート)の技術は、清掃性に優れ、キッチンワークトップ、シンクに採用されています。

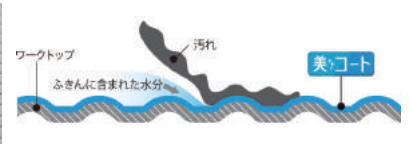
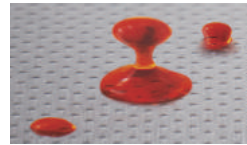
また、アクリル系人工大理石の成型技術は、キッチンのワークトップ、シンクをはじめ、システムバスルームの浴槽や床、洗面化粧台の洗面ボールに应用され、その技術は高く評価されています。

- ステンレスの加飾技術によるシステムキッチンの扉



- 美コート

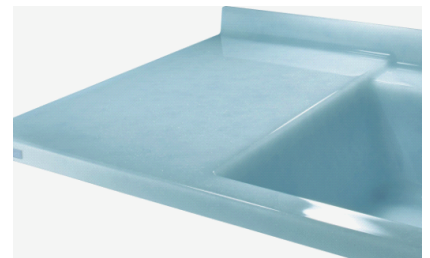
水に馴染みやすい親水性のセラミック系特殊コーティングが美コートです。汚れの下に水が入り込み、汚れを浮かします。油污れ、水アカなどの落ちにくい汚れも落とすやすくなりました。



- アクリル系人工大理石成型技術



象嵌(ぞうがん)のような味わいのキッチンワークトップ



洗面ボール(ティアリス)

VOICE

クリナップの「ものづくり」へのこだわりはお客さまの笑顔から

クリナップの「ものづくり」は常にご使用になるお客さまに喜んでいただくことにこだわっています。例えば、水の流れを利用してシンク内のごみを排水口へ導く「流レールシンク」は、実際の作業を観察することで、あきらめていたシンク内の清掃を「不満」と捉え、その解消を目指して誕生しました。こういった積み重ねが、「クリナップらしさ」として商品に表現されています。

一方、時代のニーズとして、ご使用者が満足する製品づくりだけでなく、環境にやさしい製品づくりも社会的責任として求められています。クリナップは環境の変化に対応しつつ、お客さまの笑顔につながる商品開発を続けてまいります。



開発企画部長
戸松 弘明

社会・環境に
配慮した
製品づくり

クリナップのものづくり(2)

■ ステンレスに対するこだわり

● ステンレスにこだわる理由

クリナップがキッチンの材料としてステンレスを使う理由は、ステンレスが次のような特長を持っているからです。

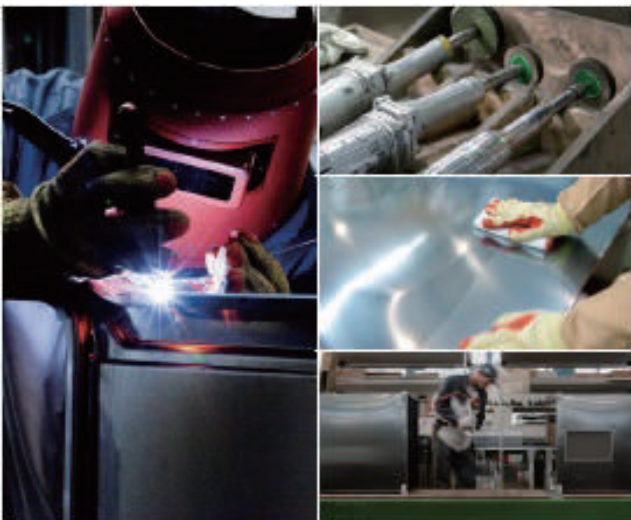
- 特長その1 サビにくく、熱や薬品にも強い。
 - 特長その2 お手入れ簡単。未永く使える耐久性。
 - 特長その3 有害なホルムアルデヒドが発生しない。
 - 特長その4 リサイクル率が80%以上と高く、地球にやさしい。
- クリナップのステンレスシステムキッチン、この特長を最大限に活かした製品です。



● クラフツマンシップ

キッチンにとって理想的な素材であるステンレスを活かすクラフツマンシップ。生産ラインの熟練工であるクラフツマンの上質にこだわる想いが、クリナップの最高級キッチンである「CENTRO」のクラフツマンデッキシンクを生み出します。

クラフツマンたちの細やかな手作り作業や長年の経験が活かされています。



● ステンレスキャビネット

ステンレスへのこだわりは、ワークトップやシンクだけではなくありません。システムキッチン、洗面化粧台のキャビネットにもステンレスを採用しています。サビに強く、長寿命、そしてエコなステンレスの特長を活かしています。



システムキッチン ステンレスキャビネット



洗面化粧台
ステンレスキャビネット

● ステンレスがサビにくい理由

ステンレスは鉄にクロムなどの金属を混ぜ合わせた合金です。鉄だけでは腐食してしまいますが、ステンレスに含まれているクロムが空気中の酸素と結びついて「不動態被膜」というバリアーをつくります。

この「不動態被膜」によって塗装などをしなくてもサビにくい強い金属になるのです。また「不動態被膜」は表面が傷ついても自然に再生するので、ステンレスは耐久性が高い素材として評価されています。



社会・環境に
配慮した
製品づくり

業界初のアイデア (1)

■ 流レールシンク

シンクを流れる水に注目して誕生した“流レールシンク”は、調理中の野菜洗いや、後片付けの食器洗いの水の流れでシンクの中のゴミをどんどん排水口に向けて流してくれる、おどろきの新機能シンクです。

● 新発想の「流レール」が生み出す水流

お料理中などに使う水が、ゴミや汚れを手前の「流レール」に集めながら流れます。「流レール」に入ったゴミは水流に押されて排水口に集まるしくみです。調理中からシンクをキレイに保つ便利な機能です。



GOOD DESIGN
AWARD 2015
**BEST
100**



■ 洗エールレンジフード

レンジフードのフィルターの油汚れを落とすのは非常に大変です。洗エールレンジフードなら、ボタン1つでフィルターとファンをまるごと自動洗浄します。お掃除の悩みを解決し、快適なキッチンワークを演出します

● フィルターとファンをまるごと自動洗浄

フィルターをファンと一体化させた新構造のファンフィルターをお湯で漬け置き洗いします。お湯を掻き揚げる動作によって生じる水流を繰り返し衝突させることで汚れを除去します。排水トレイに溜まった排水を捨てます。

洗エールレンジフードは、レンジフード内の汚れの約8割※を自動で洗浄できます。
※当社試験条件による

● 時短も、節水もできる※

洗エールレンジフードならお掃除の時間短縮もできて毎月節水もできます。

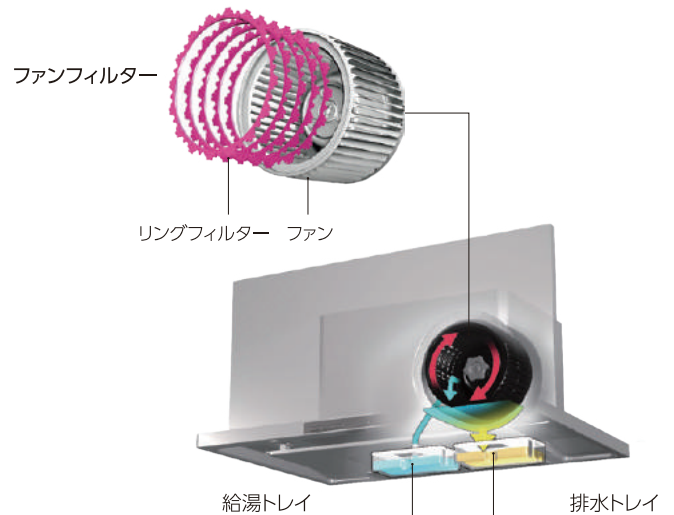
● 使用水量の比較

一般的な フィルター	[手洗いの場合] 約50分×2回	約28ℓ×2回
洗エール レンジフード	[洗エールの場合] 約10分×1回 ←自動洗浄約10分 ※お客様の作業は給湯・排水処理とボタン操作のみとなります。	約0.65ℓ

2カ月で約 **90分**
短縮

2カ月で約 **55ℓ**も
節水

※当社検証比(月に一度手洗いをした場合と2カ月に一度洗エールレンジフードの自動洗浄を行った場合の実験データ)



社会・環境に
配慮した
製品づくり

業界初のアイデア (2)

フロアコンテナ

● 足元のデッドスペースを有効活用するフロアコンテナ

クリナップが最初に開発し、日本のキッチンを変えたのがこの「フロアコンテナ」です。

以前のキッチン収納は「観音開き」や「引き戸」が主流でした。ものをしまうだけでなく使い勝手のよいキャビネットとして、さまざまなキッチンアイテムを使用頻度と使う場所によって分類収納する形態が「フロアコンテナ」です。

「フロアコンテナ」は足元のデッドスペースを有効活用するために開発された収納です。置き場所に困りがちなストック品や使用頻度の低い道具をスッキリと収納できます。



1 背の高いストック品も立てながらたっぷり収納することができます。



2 フロアコンテナの下には適度なすき間があるので、キッチンマットが使用できます。



3 前板の下部はアルミ製なので衝撃や薬品に強く、床の掃除も気兼ねなくできます。



4 扉の裏側に、ラップや小瓶の収納に便利な小物ポケットを付けました。

床夏シャワー

● 浴室への一歩目からあたたかい床夏シャワー

床に向かって一気に噴出するお湯のシャワーが、わずか1分※1で床面の温度を25℃まで上昇させて、浴室を足元からあたためます。

● 浴室内の空気も同時にあたためる

床にまかれたシャワーのお湯が蒸気となって浴室全体に充滿して、浴室内もあたためます。寒い時期の入浴事故原因のひとつであるヒートショック※2の心配も低減します。

※2 暖かい部屋から急に、寒い浴室や脱衣室に入ること、血圧の急激な変化と心拍数の増加を伴い、立ちくらみや転倒、溺死に至るケースもあります。

● 床夏シャワーの開発

日本国内の入浴中の死亡事故は年間約19,000人と推測されており、この10年間で約7割増加しました。その9割が65歳以上であり、超高齢化社会である日本において大きな社会問題となっています。

クリナップの床夏シャワーは、この死亡事故の原因の一つである「冷たい床」を解決するものです。



床夏シャワーの開発で、もっとも大変だったのはノズルの製作でした。実験で穴の一つからお湯を飛ばして、床に着いたところをマーキングします。次の穴でもまた同じことをします。これをノズルの何十個もある穴の数だけ繰り返すという地道な作業を行って理想のノズルに辿り着いたのです。

※1 床夏シャワーの1分について

床夏シャワーのスイッチを押し、配管の残り水を排水後、水がお湯になってからシャワーの散水時間が1分です。配管の残り水の排水時間はご家庭の給湯器の設置条件により異なります。※外気温10℃、1坪用1616型の条件で試験を実施、当社商品での試験データです(当社調べ/2015年10月)。ご使用の環境、状況により上記の測定値とは異なる場合があります。

環境方針／環境保全活動推進体制

■ 基本的な考え方

クリナップでは企業理念「家族の笑顔を創ります」のもと地球環境との共生を図りながら、持続可能な社会の実現のために、CO₂ 排出量や廃棄物の削減、化学物質による汚染防止対策、環境配慮型商品の開発など課題を挙げて環境活動に取り組んでいます。

すべての生産工場において ISO14001 の認証を取得し、環境マネジメントシステムを構築、運用しています。

また、環境方針を制定し、全従業員に浸透させるとともに各部署が方針に基づいた目標を設定し、環境活動を推進しています。

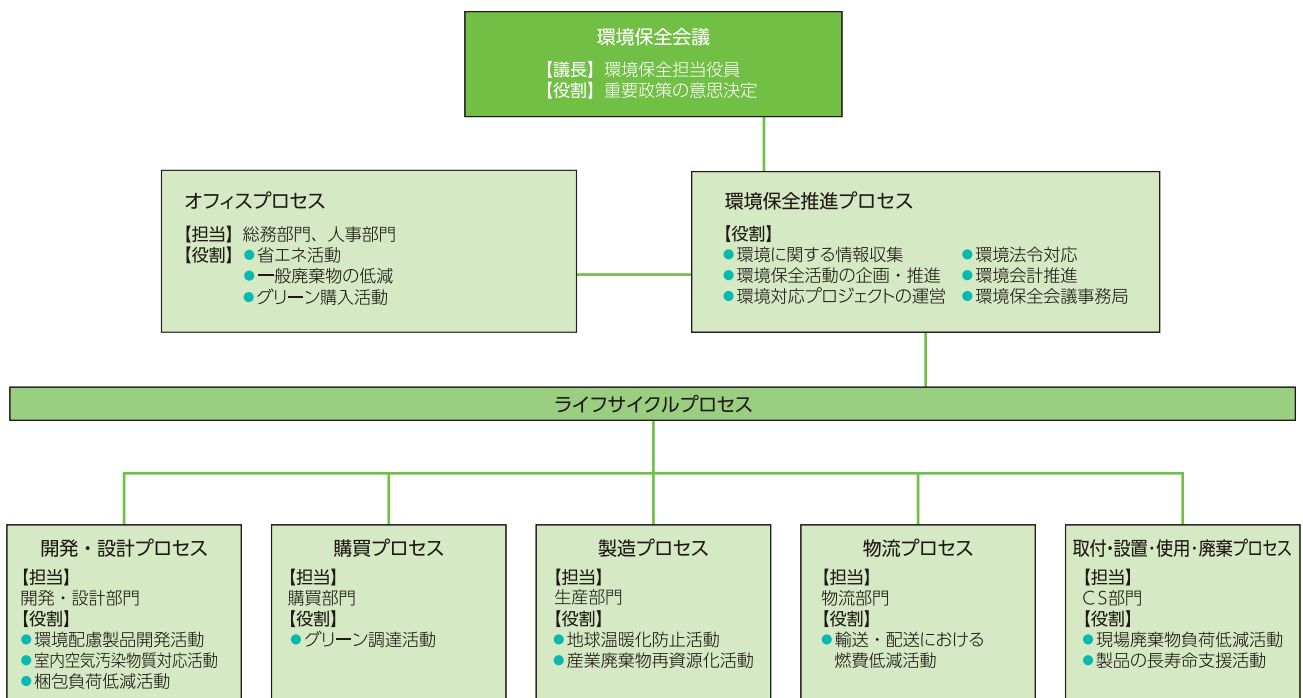
環境方針

1. 事業活動および製品づくりにおいて、環境に負荷を与える環境側面を常に認識し、環境負荷の低減に向け自主的かつ積極的に環境目標を設定およびレビューし、技術的および経済的に対応可能な範囲で実施し維持することで、継続的改善を行います。
2. 関連する環境法規および当社で同意するその他の要求事項を遵守し、汚染の予防を図り、環境保全の向上を行います。
3. 環境に配慮した製品づくりを行います。省エネ機器の導入、室内空気汚染物質の低減、リデュース・リユース・リサイクルの推進、グリーン調達の積極的な活動と促進を行い、環境への負荷が少なく安全に配慮した製品づくりを行います。
4. 事業活動の中での環境負荷の低減を行います。CO₂ 排出量・廃棄物の削減、省資源活動の推進を行い、常に環境にやさしい事業活動を行います。
5. 全従業員の環境保全意識の向上を図り実効性の高い環境活動を実践するため、環境教育、環境啓蒙活動を行います。
6. ステークホルダーとのコミュニケーションの充実に向け、社会・環境報告書の発信および地域奉仕活動を行います。

2019年4月1日

■ 環境保全活動推進体制

クリナップの環境保全活動に対する全社的な意思決定を行う会議体として、「環境保全会議」があります。「環境保全会議」で取り扱う議題は、環境保全活動の方向性や目標設定、中期経営計画に取り上げた環境保全活動の進捗状況などが主たる内容となりますが、それ以外にもさまざまな環境保全対応について幅広く報告・審議されています。



事業活動に伴う環境課題

■ 環境保全会議

2018年度の「環境保全会議」では、「事業活動の中での環境負荷の低減」を中心に主に下記項目を審議してまいりました。

1. 「家電リサイクル処理施設確認」に関する報告
2. 「省資源リターナブル梱包」に関する報告
3. 「省エネ法届出」の内容に関する審議
4. 「2018 社会・環境報告書」の内容に関する審議
5. 「パリ協定に基づくクリナップの目標」に関する審議
6. 「燃料転換によるエネルギー削減」に関する審議

今後も地球温暖化対策をはじめとする地球環境問題への対応や、環境に配慮した製品づくり、廃棄物の削減やリサイクル化を進め循環型企業を目指し、環境活動を通じて社会に貢献してまいります。

■ クリナップの環境課題

クリナップの環境課題は3つの要件から導き出されます。まず第一にマテリアルバランスです。マテリアルバランスとは、事業活動に伴って投入された資源の量と、その活動によって排出された物質やCO₂の量の収支です。マテリアルバランスを知ることにより、事業活動の環境負荷を把握できます。

第二に環境関連法令です。工業製品の製造は多くの法令によって規制されており、その遵守が必須です。

第三が顧客と社会から求められている課題です。この3要件から導き出されるのが、以下の5つの環境課題です。

- ① 地球温暖化防止対策
- ② 廃棄物対策
- ③ 製品の環境配慮対策
- ④ 化学物質対策
- ⑤ 製品梱包の負荷低減対策

■ 環境関連法令

下記に挙げている法令はクリナップの事業活動に関連する環境法規制です。

地球温暖化対策推進法、省エネルギー法、建築基準法、PRTR 法(化学物質排出把握管理促進法)、消防法、毒物および劇物取締法、資源有効利用促進法、フロン排出抑制法、廃棄物処理法、建設資材リサイクル法、家電リサイクル法、容器包装リサイクル法、グリーン購入法、PCB 特別措置法、大気汚染防止法、土壌汚染対策法、水質汚濁防止法、浄化槽法、騒音規制法、振動規制法、悪臭防止法、自動車 NOx・PM 法、道路運送車両法、オフロード法

■ 顧客と社会から求められている環境課題

多くの企業活動は、何らかの形で環境と関わりを持っており、たくさんの資源と多くの電力を使う製造業はとくに大きな責任を担っています。クリナップもいくつかの課題を持っていますが、具体的な環境課題への取り組みとして下記の4項目をご紹介します。

1. CO₂ 排出量削減

温室効果ガスである CO₂ 排出量の削減は世界共通の課題であり、クリナップが重視する環境課題です。製造業では多くの電力や化石燃料を使用するため、製造プロセスをより効率的にする努力が欠かせません。

また、自動車を用いる物流プロセスでの CO₂ 排出量も、より合理的なシステムにすることにより削減するように努力しています。

2. 取付・設置現場廃棄物の削減

私たちの製品から取付・設置現場で排出される廃棄物には、梱包材のほかにも、現場寸法に合わせて切断された部材の端材、接着剤容器などがあります。これらの取付・設置現場廃棄物の処理責任は工事の元請業者さまにあります。しかし、埋立処分場が逼迫し、処理費用が高まる中で、私たちの製品から出る廃棄物を処理する方々にとって、処理負担はますます増大しています。

このような背景を受け、取付・設置現場から排出される廃棄物の減量化や梱包材の削減に取り組んでいます。

3. ライフサイクルアセスメント (LCA)

ライフサイクルアセスメントとは、製品やサービスに対する環境影響評価の手法を指しています。製品の製造、輸送、販売、使用、廃棄、再利用までの環境負荷を意識し、環境負荷の少ない製品の開発を行っています。

ステンレス材をシステムキッチンに使った「エコキャビ」は LCA の考え方に基づき、長寿命、リサイクル性などの環境性能を高めた製品です。

4. シックハウス対策

揮発性有機化学物質による室内空気汚染が関係すると思われる健康問題、いわゆる「シックハウス問題」について厚生労働省では「シックハウス(室内空気汚染)問題に関する検討会」を開催し、室内濃度指針値の策定に取り組み、13物質の指針値を策定し、2019年1月に3物質の指針値改定を行いました。

クリナップのシックハウス対策は、シックハウス症候群の原因であるホルムアルデヒドの放散量が最も少ない基準値(F☆☆☆☆)の原材料を使用しています。

マテリアルバランス

マテリアルバランス

クリナップの開発から出荷までの事業活動に伴う資源投入および排出物の状況です。

ライフサイクルプロセス

IN		OUT	
開発・設計プロセス		製造プロセス	
物量指標未設定		CO ₂ 排出量 14,836 t-CO ₂ (15,579 t-CO ₂) !	
購買プロセス		PRTR指定化学物質 15 t (18 t)	
電気	21,060 千kWh (21,955 千kWh)	産業廃棄物排出量	8,185 t (8,178 t)
A重油	888 kℓ (748 kℓ)	金属有価物排出量	1,138 t (1,358 t)
軽油	5 kℓ (4 kℓ)	部品梱包用ダンボール	567 t (596 t)
灯油	26 kℓ (51 kℓ)	一般廃棄物排出量	36 t (33 t)
ガソリン	11 kℓ (12 kℓ)	排水量	60 千m ³ (95 千m ³)
LPG	91 千m ³ (89 千m ³)	物流プロセス	
水資源	60 千m ³ (95 千m ³)	製品出荷重量	64,337 t (67,445 t)
製品梱包用ダンボール	2,980 t (3,095 t)	CO ₂ 排出量	3,364 t-CO ₂ (3,449 t-CO ₂) !
木材	38,429 t (39,513 t)	取付・設置・使用・廃棄プロセス	
樹脂	22,204 t (23,667 t)	製品梱包材重量	2,980 t (3,095 t)
金属	13,074 t (13,801 t)		
PRTR指定化学物質	1,120 t (1,073 t)		

オフィス活動

IN		OUT	
電気	2,687 千kWh (2,796 千kWh)	本社・いわき部門オフィスプロセス	
軽油	6 kℓ (5 kℓ)	CO ₂ 排出量	1,513 t-CO ₂ (1,625 t-CO ₂) !
灯油	10 kℓ (11 kℓ)	一般廃棄物排出量	12 t (14 t)
ガソリン	23 kℓ (26 kℓ)	書類	41 t (36 t)
LPG	9 千m ³ (8 千m ³)	排水量	6 千m ³ (5 千m ³)
水資源	6 千m ³ (5 千m ³)		
コピー用紙	3,087 千枚 (3,271 千枚)		

数字は2018年度、()内は2017年度を示します。**!**は、電気のCO₂排出係数は事業者別排出係数を使用しています。

製造プロセスのCO₂排出量は、減産の影響もありますが、計画的な設備更新によりCO₂排出量は前年比4.6%の削減となりました。

産業廃棄物の排出量は、有価物が産業廃棄物となったことなどの影響により微増となりました。

水資源は、水漏れ箇所を特定するなど、前年比37%の削減をすることができました。

製造プロセスより片面印刷したコピー用紙を調達し、オフィスプロセスで再利用することにより、コピー用紙を前年比5.7%削減することができました。

環境報告

環境計画の目標と成果

● 達成 ● 未達成

方針	活動項目	単位	主幹部門	2018年度		今後の達成目標
				目標	実績	
環境に配慮した製品づくり	進行中の開発テーマにおける禁止化学物質不使用率(100%)を確認する	—	開発部門	100%確認	100%確認 ●	使用禁止化学物質不使用確認100%
	特定ハウスメーカー1社の5工場にリターナブル梱包を導入する	—	開発部門	ハウスメーカー5工場へ導入	4工場導入 ●	特定ハウスメーカー1社の5工場に導入する
事業活動の中での環境負荷の低減	生産部門の二酸化炭素排出量生産台数原単位の削減	前年比%	生産部門	1%削減	4.5%増加 ●	生産台数原単位前年比1%削減
	物流部門の二酸化炭素排出量走行距離原単位の削減	前年比%	物流部門	1%削減	2.9%増加 ●	走行距離原単位前年比1%削減
	社有車を低燃費車への切替えによる二酸化炭素排出量の削減	t-CO ₂	購買部門	1.26t削減	1.46t削減 ●	総量2.52 t-CO ₂ /年以上の削減
	本社オフィス部門の二酸化炭素排出量の削減	前年比%	本社総務部門	1%削減	1.8%削減 ●	総量前年比1%削減
	いわきオフィス部門の二酸化炭素排出量の削減	前年比%	いわき人事部門	1%削減	2.2%削減 ●	総量前年比1%削減
	本社オフィス部門の電力使用量の削減	前年比%	本社総務部門	1%削減	1.0%削減 ●	総量前年比1%削減
	生産部門の産業廃棄物排出量生産台数原単位の削減	前年比%	生産部門	1%削減	4.8%増加 ●	生産台数原単位前年比1%削減
	本社オフィス部門の一般廃棄物排出量の削減	前年比%/人	本社総務部門	1%削減	1.0%増加 ●	1人当りの排出量前年比1%削減
	いわきオフィス部門の一般廃棄物排出量の削減	前年比%	いわき人事部門	1%削減	23%削減 ●	総量前年比1%削減
	本社オフィス部門のコピー用紙削減	前年比%/人	本社総務部門	1%削減	11%削減 ●	1人当りのコピー用紙前年比1%削減
環境コミュニケーション	地域社会貢献	—	全部門	敷地周辺清掃	敷地周辺清掃 ●	敷地周辺清掃継続
	環境取組の情報開示	—	環境保全部門	社会・環境報告書の発行	社会・環境報告書の発行 ●	サステナビリティレポートの発行

! は、電気のCO₂排出係数は事業者別排出係数を使用しています。

環境報告

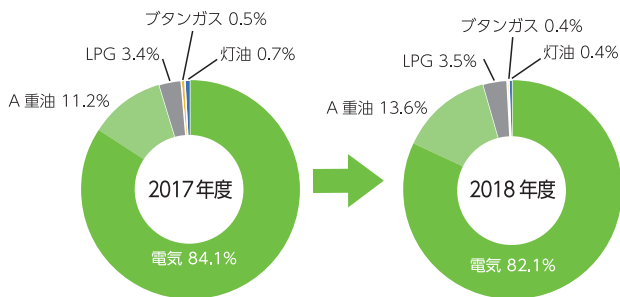
環境活動 (1)

■ 生産部門のエネルギー削減への取り組み

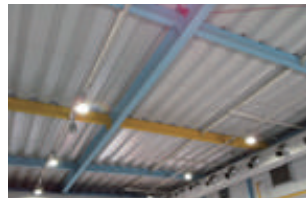
生産部門で使用している主なエネルギーは、電気・A重油・LPGであり、その中で電気の占める割合が約80%です。そこで、電気使用量を削減するため、2018年度は、コンプレッサーやトランスの更新およびLED照明の導入などの削減対策を実施しました。その結果、生産部門の電気使用量は原油換算値で前年より2%の削減となりました。2019年度もLED照明の導入を継続して推進します。

2番目に使用量が多いのはA重油で、新製品対応のため、A重油使用量が原油換算値で前年より2.4%増加しました。

● 生産部門エネルギー割合



コンプレッサーはインバーター式の省エネタイプを設置



工場建屋の水銀灯をLED照明に切り替え

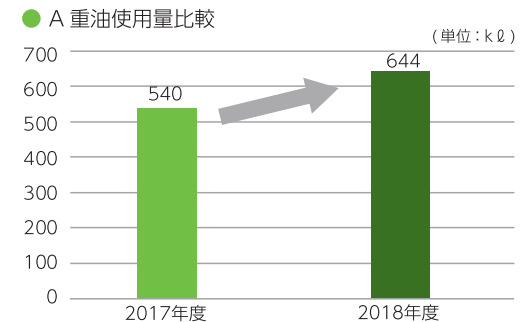
■ ボイラーの燃料転換によるCO₂排出量削減

電気使用量の削減のために、2019年度も5工場においてLED照明を導入するなどの活動を継続します。

一方でA重油の増加は、人工大理石の生産量が増加したことによります。人工大理石は、熱硬化性樹脂を成型したものであり、製造には熱を必要とし、その熱源はA重油を燃料とするボイラーによる蒸気です。そのため、2018年度のA重油使用量は、前年と比べ1.2倍となっています。

そこで、2019年度にLPガスボイラー*を導入することを計画しています。ボイラーの燃料をA重油から高効率のLPガスへ転換することでCO₂排出量削減をしていく予定です。

*LPガスボイラー：LPガスを熱源としたボイラーで高効率と燃焼性に優れています。



■ 省エネパトロール

日頃の環境活動として省エネパトロールがあり、各工場の製造ラインを定期的に巡回しています。

省エネパトロールは製造設備が停止している昼休みを利用して、エアリークや照明、冷暖房設備の消し忘れなどをチェックしています。メインになるのはエネルギーロスが大きいエアリークです。



エアリーク箇所の特定

VOICE

CPSを軸とした環境活動の取り組み

生産部門ではCPSを基軸として日々製造原価低減に向けて活動をしています。この活動に大きく影響を与えるのがエネルギー消費であり、環境負荷低減にもつながる課題です。『エネルギー消費削減』に向けて、継続的な改善による生産性の向上、経年劣化による効率悪化設備の対策と高効率化設備への移行、代替エネルギーへの転換、IoT化やAIによる設備稼働率向上とエネルギー消費の見える化など、あるべき姿を目指し活動を進めています。特に工場インフラ設備のエネルギー消費の抑制や個々の生産設備をより少ないエネルギーで効率的に機能させることが生産部門のエネルギー削減の鍵となると考え、積極的に取り組んでいます。



技術部長
吉田 勝一

環境活動 (2)

■ 物流部門の環境取り組みについて

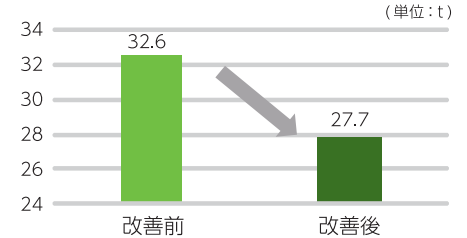
● 北海道幹線輸送改善によるCO₂排出量削減

2018年11月より北海道幹線輸送のリードタイムを変更し、輸送時の平準化を図りました。それにより車両の積載効率が向上し、福島県いわき市から北海道の物流拠点までの輸送車数を月当たり約5台減らすことができました。

また、北海道内の運行便は、従来の約1/2の車数となり、エネルギー使用量およびCO₂排出量削減に繋がりました。

CO₂排出量の削減効果として、2019年7月は4.9トン(14.7%)の削減となりました。

● CO₂排出量比較



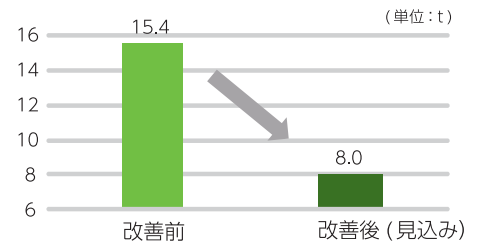
● 沖縄幹線輸送改善 (モーダルシフト) によるCO₂排出量削減

沖縄向け製品の輸送は、福島県いわき市の物流拠点から鹿児島港を経由し沖縄県那覇港に車と船で輸送を行っています。海上輸送ルートへ、鹿児島港発から東京港発に変更することにより、陸送でのCO₂排出量による環境負荷を削減する予定です。

同時に、車両の積載率向上やドライバーの車両運行時間短縮による業務改善を目指していきます。

CO₂排出量の削減効果として、月当たり7.4トン(48%)の削減を見込んでいます。

● CO₂排出量比較



● 協同配送での環境負荷低減

クリナップは物流分野の環境負荷を低減するためにグリーン物流に取り組んできました。その成果のひとつが、経済産業省・国土交通省の「2015年度グリーン物流パートナーシップ優良事業者表彰」の「経済産業省 商務流通保安審議官賞」を受賞したクリナップとTOTO株式会社さまの協同配送です。

この協同配送は2015年12月にスタートしCO₂排出量削減による環境負荷低減に寄与しています。

VOICE

物流部門の環境に対する4つの取り組み

物流部門では、環境に対して4つの取り組みを実施しています。

1. モーダルシフト (海上輸送) 推進による陸送輸送便を削減し、長距離輸送に対する法令遵守およびCO₂排出量削減を推し進めています。
2. 二次配送拠点の集約化を検討し一次幹線輸送便の削減を検討、更に部品・部材調達品メーカーの引取頻度 (集約) を変更することにより、引取便の削減を推し進めています。
3. 自社便車輛においてもエコドライブの推進、低燃費車輛への切り替えを継続的に推進しています。
4. 各工場出荷場においては、出荷待ち便の休憩場所を充実させ利用を促進しアイドリングストップを推進しています。

これらの取り組みにより、CO₂排出量削減を行ってまいります。



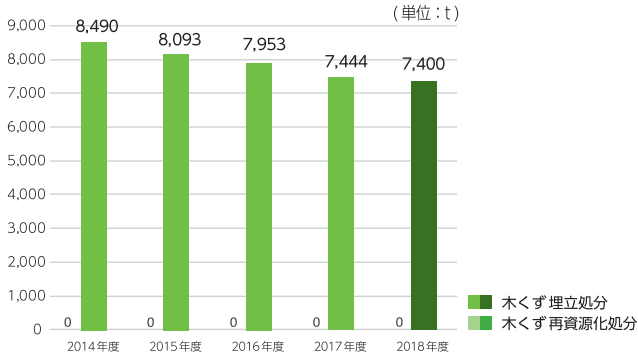
クリナップ
ロジスティクス
株式会社
業務部長
坂路 勝敏

廃棄物対策・資源の有効利用

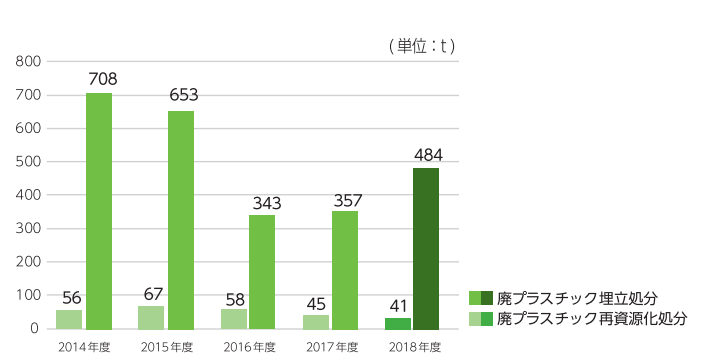
■ ゼロエミッション※1への取り組み

クリナップの製造プロセスで発生する産業廃棄物は90%が木くず、6%が廃プラスチック類、残りはその他が占めています。ゼロエミッションへの取り組みによって、現在の再資源化率は99%と目標を達成しています。今後も再資源化率が向上するよう努力していきます。

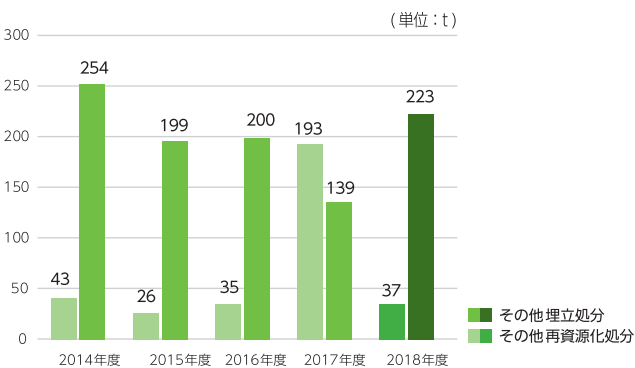
● 木くずの再資源化処理推移グラフ



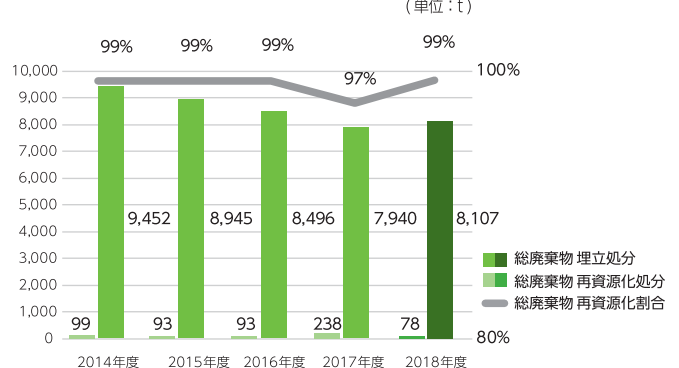
● 廃プラスチック再資源化処理推移グラフ



● その他の廃棄物※2の再資源化処理推移グラフ



● 再資源化割合グラフ



※1. ゼロエミッションとは、環境負荷を低減するために廃棄物 (emission) を再資源率99%以上にすることとしています。

※2. その他の廃棄物とは、ガラス・陶磁器くず、金属混合物、廃油、汚泥などです。

※3. 各処分量は、マニフェストより算出しています。

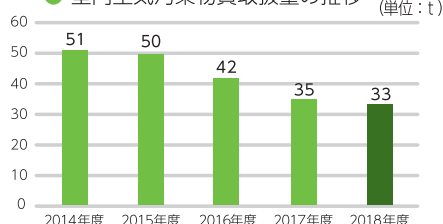
● 再資源化の課題

廃プラスチックやその他の廃棄物についての再資源化が進まない理由として、単一の物ではなく複合物の形態であることが大きな要因となっています。細かい研磨粉の付着した粘着フィルムや、ガラス繊維を含んだ物などが該当します。これらのものを経済性を含めて再資源化することが課題です。

■ 有害化学物質に対する取り組み

シックハウスの原因になる室内空気汚染物質は、トルエン、キシレン、スチレン、ホルムアルデヒド、フタル酸ジ-2-エチルヘキシル、エチルベンゼンなどです。クリナップの製造プロセスでは、2018年度は33トンを取り扱いました。今後もグループ全体で代替物質への転換、対象物質の使用量削減に取り組んでいきます。

● 室内空気汚染物質取扱量の推移



● 排出量削減への課題

接着剤に含有されている溶剤が対象となりますが、品質面・作業面・経済性を考慮して代替品に転換していくことが課題です。

梱包負荷低減

■ 省資源への取り組み「リターナブル梱包」

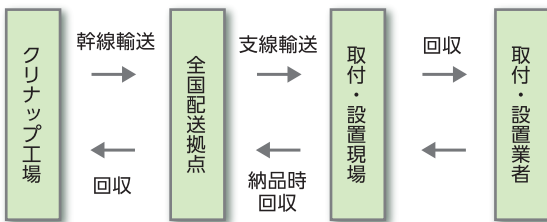
システムキッチンワークトップ梱包によく使われるのは使い捨てのダンボールです。

2003年よりクリナップは、取付・設置現場での廃棄物削減対策として、製品納入後に回収し、何度でも繰り返し使えるように設計されたリターナブル梱包を積極的に使い、キッチンワークトップのダンボール梱包削減に取り組んできました。

2016年には、新タイプのリターナブル梱包を開発導入し、順調にダンボール梱包の削減が進んでいます。

また、これまでは中高級価格帯キッチンでの対応でしたが2019年には普及価格帯まで拡大し、省資源化へ貢献しています。

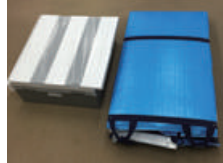
● リターナブル梱包回収のしくみ



出荷時のリターナブル梱包

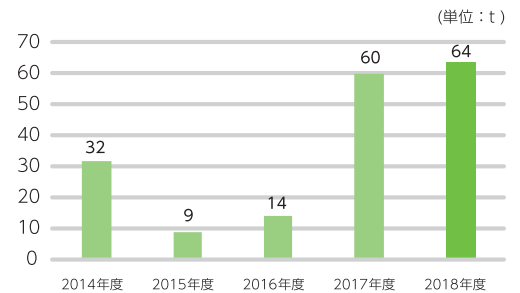


回収時のリターナブル梱包



回収したリターナブル梱包は清掃して再出荷

● リターナブル梱包によるダンボール削減量推移グラフ



■ キッチン壁パネルの「シュリンク梱包」

シュリンク (shrink) とは、「収縮」という意味です。キッチン壁パネルを透明フィルムで覆い、シュリンク梱包機に通して加熱するとフィルムが縮んで製品を密封加工します。すべて透明フィルムではなく、一部ダンボールを使用していますが、これまでの梱包と比較して大幅なダンボールの使用量が削減できました。

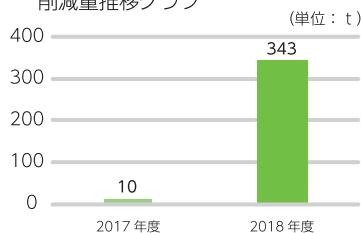
2018年3月にキッチン壁パネルのシュリンク梱包の運用を開始、2018年度はダンボール削減量が343トンにもなりました。

今後はシュリンク梱包を他製品にも導入できるように検討を行い、ダンボールをさらに削減する活動を行ってまいります。



シュリンク梱包機

● シュリンク梱包によるダンボール削減量推移グラフ



導入前 ダンボール梱包



導入後 シュリンク梱包

VOICE

梱包材の削減で森林保護、地球温暖化防止に貢献

クリナップでは、省資源への取り組みとして梱包材の削減を行っています。梱包材を削減することは、取付・設置現場でのダンボール廃棄物の削減や、新たにダンボールを製造するためのパルプ使用量の削減となります。その結果、新たに伐採される樹木が減ることにより森林保護となり、最終的には地球温暖化防止に貢献することになります。

2019年度の梱包材の削減取り組みとして、「リターナブル梱包」の対象品目拡大と「シュリンク梱包」の設備に追加投資する計画です。梱包材の削減への取り組みは、森林保護や地球温暖化防止など、持続可能な社会を実現するためにも重要な活動であることを認識し、今後も改善活動を推進してまいります。



法務・監査部
環境ISO推進課長
大津 浩一

環境報告

環境会計

●環境保全コスト

(単位：百万円)

環境会計ガイドラインの分類	活動分類 クリナップの活動分類	環境保全コスト			
		投資		費用	
		2017年度	2018年度	2017年度	2018年度
1. 事業エリア内コスト					
① 公害防止コスト	大気汚染・騒音・振動防止活動コスト	0.0	28.1	11.5	12.0
② 地球環境保全コスト	地球温暖化防止活動など	14.3	92.6	4.6	4.7
③ 資源循環コスト	産業廃棄物再資源化活動	23.0	0.3	123.0	123.3
2. 上・下流コスト	グリーン購入・調達活動 家電リサイクル法などの対応活動 室内空気汚染物質 リターナブル梱包活動	5.9	1.2	0.5	0.4
3. 管理活動コスト	ISO14001維持活動 従業員への環境教育・訓練活動 環境指標の監視・測定活動	0.0	0.3	3.9	4.3
4. 研究開発コスト	環境配慮製品の研究・開発活動	0.0	0.0	0.2	1.2
5. 社会活動コスト	地域の清掃・奉仕活動 場内緑化維持活動 社会・環境報告書の発行	5.5	5.5	1.4	6.6
6. 環境損傷対応コスト	該当する活動なし	0.0	0.0	0.0	0.0
環境保全コストの合計		48.7	128.0	145.1	152.5

●環境保全効果

環境保全効果				
物量効果				
物量項目	単位	2017年度	2018年度	前年比
電気使用量	千KWh	24,751	23,747	-1,004
燃料使用量	kℓ (原油換算)	2,358	2,436	78
水道水使用量	千m ³	100	66	-34
CO ₂ 排出量	t-CO ₂	20,653	19,713	-940
CO ₂ 排出原単位	t-CO ₂ /売上高 (億円)	15.9	20.1	4.2
再資源化処理割合	%	97	99	2
産業廃棄物排出量	t	8,178	8,185	7
産業廃棄物排出原単位	t/売上高 (億円)	7.6	8.4	0.8
一般廃棄物 (可燃物) 排出量	t	47	48	1
室内空気汚染物質取扱量	t	35	33	-2
PRTR取扱量	t	1,073	1,120	47
グリーン調達対象取引先	取引先件数	151	155	4
ダンボール梱包削減量	t	70	407	337

! は、電気のCO₂排出係数は事業者別排出係数を使用しています。

●環境保全対策に伴う経済効果

(単位：百万円)

経済効果の内容		2017年度	2018年度
1. 収益	有価物売却などにより得られた事業収入	86.4	66.7
2. 費用節減	資源の効率的利用に伴う原材料費の節減、 省エネルギーによる費用の節減	17.8	42.3
	リサイクルに伴う廃棄物処理費の低減	0.0	0.0
	合計	104.2	109.0

環境会計の集計方法について

- 環境保全コスト …… 減価償却費：投資額の減価償却費用を費用に含めて算出しています。
複合コスト：環境保全のほか、品質改善活動、原価低減活動などのように、支出目的が複数考えられる場合は、目的基準に従い、環境保全目的で投下された費用のみを集計しています。
- 環境保全効果 …… 効果の対象：直接把握できる環境負荷のみを対象にして算出しました。
- 環境保全対策に伴う経済効果 …… 効果の範囲：実質的效果のみを対象にして算出しました。

環境教育／保安防災への取り組み

■ 環境教育・訓練

クリナップは、各部門で年間の環境教育・訓練計画を策定し、計画的に環境教育・訓練を実施しています。環境保全活動に必要な教育や訓練を社内規程で定めており、社内・社外研修へ参加し全従業員が環境保全活動に取り組めるよう人材育成を実施しています。

● 一般的な環境教育・訓練

全従業員に共通する環境保全活動に必要な教育や訓練として、省エネ、廃棄物削減、資源の有効利用、危険物取り扱い、避難訓練、消火訓練などを取り上げ定期的に行っています。



通報訓練



避難訓練



起震車体験訓練

● 社内資格を与える環境教育・訓練

環境に著しく影響を及ぼすと思われる作業および活動に従事する従業員を「特定業務従事者」として位置づけています。特定業務従事者には必要に応じ教育や訓練を行い、社内基準を満たした者を特定業務従事者として認定しています。

また、環境マネジメントシステムを充実させパフォーマンスの向上を図るため、内部環境監査員の養成セミナーを定期的に行っています。

● 特定業務の種類

- 産業廃棄物管理責任者
- 特別管理産業廃棄物管理責任者
- 危険物貯蔵・取扱業務従事者
- 環境設備管理担当者
- エネルギー管理者(電気)
- 内部環境監査員



内部監査員養成セミナー

■ 緊急事態への対応

クリナップは危険物類、廃棄物保管などの取り扱い、燃焼・汚水処理施設の運転や操作方法のミスによる環境汚染を予防するため、定期的に「緊急事態対応訓練」と称して実際の道具を使用した訓練を行っています。

今後も、施設や設備の点検を定期的に行い、事故の発生を未然に防止しながら、緊急事態発生に備えた対応訓練を継続していきます。

● 想定した緊急事態

- ボイラー、危険物類からの火災
- 化学物質の漏えい、地下浸透
- 廃棄物(木くず、樹脂、金属の削り粉)の飛散



緊急事態対応訓練 (化学物質の漏えい、地下浸透への対応)



特定非営利活動法人 循環型社会研究会
理事 山口 民雄

第三者意見を述べるに当たり、まずは創業70周年に対し敬意を表明します。1年間に10万社超が設立されていますが、同時に約8,000社が倒産し、約3万社が休業・解散していることを考えると70周年は“すばらしい”の一言に尽きます。長寿企業の特徴として1. 経営理念が確立している、2. 社会に必要とされている、3. 時代の要請に対応している、4. 社会や企業の持続可能性を強く意識している、などがあげられます。翻って、貴社の70年の軌跡を拝見するとこれらの要件がすべて満たされていることが分かりました。

本報告書はこの記念すべき年に発行されました。しばしば、こうした年の報告書は周年に至る軌跡の記載が多いのですが、本報告書は重要ポイントのみを記載し、本年を「新たな未来を切り開く決意をもち」[飛躍の年] (井上常務執行役員)と位置付けていることに象徴されるように読者の期待する「将来志向型」の報告書に仕上がっています。

その代表例は、持続可能な社会構築に向けてCSR活動を本格稼働させたことです。そこで報告書のタイトルも「サステナビリティレポート」に変更されましたが、ISO26000に「社会的責任の目的は、持続可能な発展に貢献することである」とあるように、手段(CSR)ではなく目的(サステナビリティ)をタイトルに据えたことは賢明な決断といえます。

CSR活動については、CSR方針の策定、ステークホルダーエンゲージメントへの強い認識、行動基準の見直しなどステージアップしています。また、「『家族の笑顔』の実現がクリナップのCSR活動のもと」(小島副社長)とあるように貴社のCSRは「家族の笑顔の実現」と定義されたことが伝わります。さらに「お取引さまとともにCSR活動を推進」(緑川生産管理部長)とあるようにCSR調達にも踏み出されたと理解します。現在、各セクターにおいて積極的な取り組みが展開されているSDGsについても小島副社長が積極的に取り組まれることをコミットされています。

「将来志向型」の報告書で欠かせないのが将来ビジョンです。本報告書では項目としての記載はありませんが、“将来あるべき姿”として「人を大切に、やりがいのある会社、自ら誇りと愛着を持って進化する企業」(井上常務執行役員)と提示されています。今後はこれを軸に2030年～2050年に中核的に活躍する従業員を中心に“あるべき姿”の肉付けを行い、そこに向けたCSR活動のロードマップを作っていただきたいと考えます。

世界的な課題である地球温暖化対策については、地球環境保全コストが前年の6.5倍になるなど積極的な対応を見ることが出来ます。また、環境保全会議で「パリ協定に基づくクリナップの目標に関する審議」が行われました。審議内容の報告はありませんでしたが、今後も審議を重ね、パリ協定の「脱炭素化」に対応する長期目標を打ち立て、バックキャストの考え方で短中期目標を掲げられることを期待しています。

本報告書は従来の継続的改善の域を超え、飛躍的改善箇所が随所に伺え高く評価できますが、報告書のゴールポストは社会の要請に対応してより高みに移動しています。常に現状とのギャップを課題として認識し克服していくことにより、ESG投資家はもちろん増大するエシカル消費者の絶大な支持を得ることは必至と考えます。CSR活動は“投資”です。

循環型社会研究会：次世代に継承すべき自然生態系と調和した社会の在り方を地球的視点から考察し、地域における市民、事業者、行政の循環型社会形成に向けた取り組みの研究、支援、実践を行うことを目的とする市民団体。研究会内のCSRワークショップで、CSRのあるべき姿を研究し、提言している。

URL:<http://junkanken.com/>

会社概要

クリナップは、1949年、座卓を製造販売する事業から始まりました。その後、システムキッチンメーカーへの事業シフトをしてから、暮らしの中に新製品を送り出し続け、新しい暮らしを提案し、今では、システムキッチン、システムバスルーム、洗面化粧台などの水まわり住宅設備機器の専門メーカーとして事業活動を行っています。



本社外観

会社概要

社名 クリナップ株式会社

英文社名 Cleanup Corporation

本社所在地 〒116-8587

東京都荒川区西日暮里6丁目22番22号

電話 03-3894-4771(大代表)

創業 1949年10月5日

会社設立 1954年10月5日

上場 1990年2月6日 東証2部上場

1991年9月2日 東証1部指定

資本金 132億6,734万円

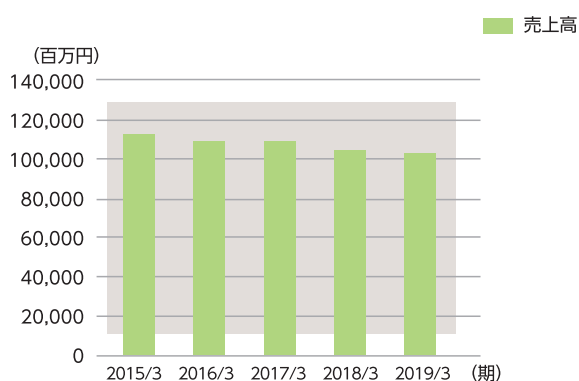
決算期 3月(年1回)

クリナップグループ

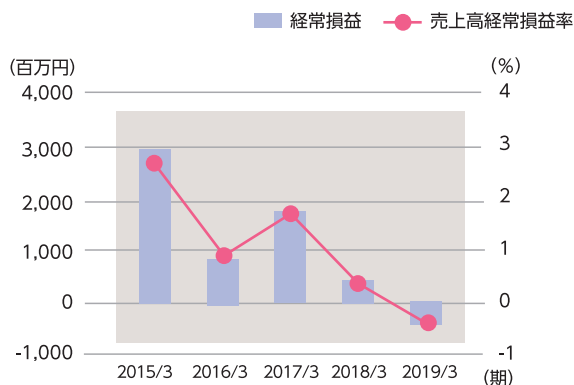
連結：本体●クリナップ株式会社、生産／関連1社●株式会社クリナップステンレス加工センター、商社／関連1社●井上興産株式会社、運輸／関連1社●クリナップロジスティクス株式会社、取付・設置・サービス／関連1社●クリナップテクノサービス株式会社、人材派遣・介護／関連1社●クリナップキャリアサービス株式会社、障がい者雇用／関連1社●クリナップハートフル株式会社、情報システム／関連1社●クリナップソリューション株式会社、中国●可麗娜厨衛(上海)有限公司、可麗必斯家具(瀋陽)有限公司

業績の推移

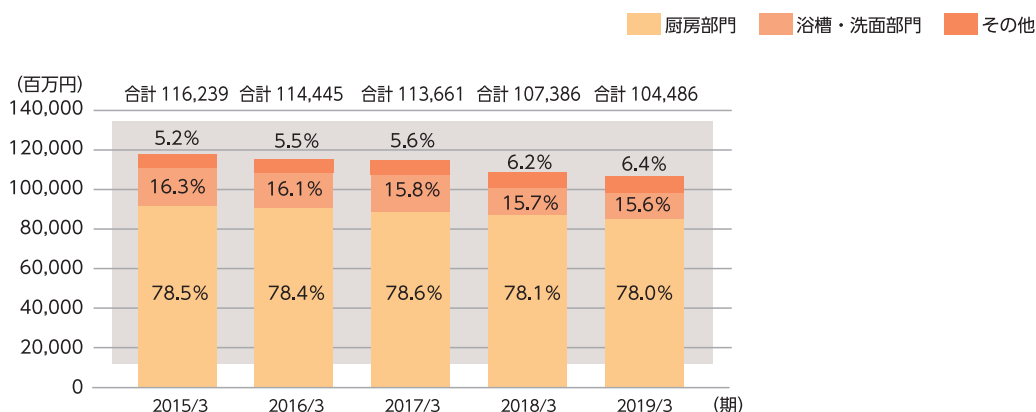
売上高(連結)



経常損益 / 売上高経常損益率(連結)



売上構成 部門別(連結)



クリナップ株式会社

ホームページアドレス

<http://cleanup.jp/>