

アールプラス[®]

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

ダイジェスト



Cleanup Report

サステナビリティ レポート2019 ダイジェスト

contents

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

G (ガバナンス)

- 企業統治 ……………7
 - 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 ……………9
 - 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 ……………11
 - 資材調達
- 経営思想 ……………12
 - CPS
 - 品質保証
- 社会的役割 ……………14
 - 社会とのかかわり
- 社会・環境に配慮した製品づくり ……………15
 - クリナップのモノづくり

E (環境)

- 環境報告 ……………16
 - 環境方針／環境保全活動推進体制
 - 環境活動／梱包負荷低減
- 会社概要 ……………18
- 2018トピックス ……………19

■ 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.kanky@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「家族の笑顔を創ります」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頌ち合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

「家族の笑顔を創ります」

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、本当の笑顔を創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
「家族の笑顔を創ります」

行動理念

1. 私たちは、心豊かな食・住文化を創ります
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創ります

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「家族の笑顔を創ります」を胸に、社員一人ひとりが変革をはかり、ここを一つにして、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・住文化を創ります」

「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創ります」

「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。

■ CSR方針

● 基本的な考え方

企業理念「家族の笑顔を創ります」を一歩一歩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みます。
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推進に取り組みます。

2019年4月1日

■ ステークホルダーエンゲージメント

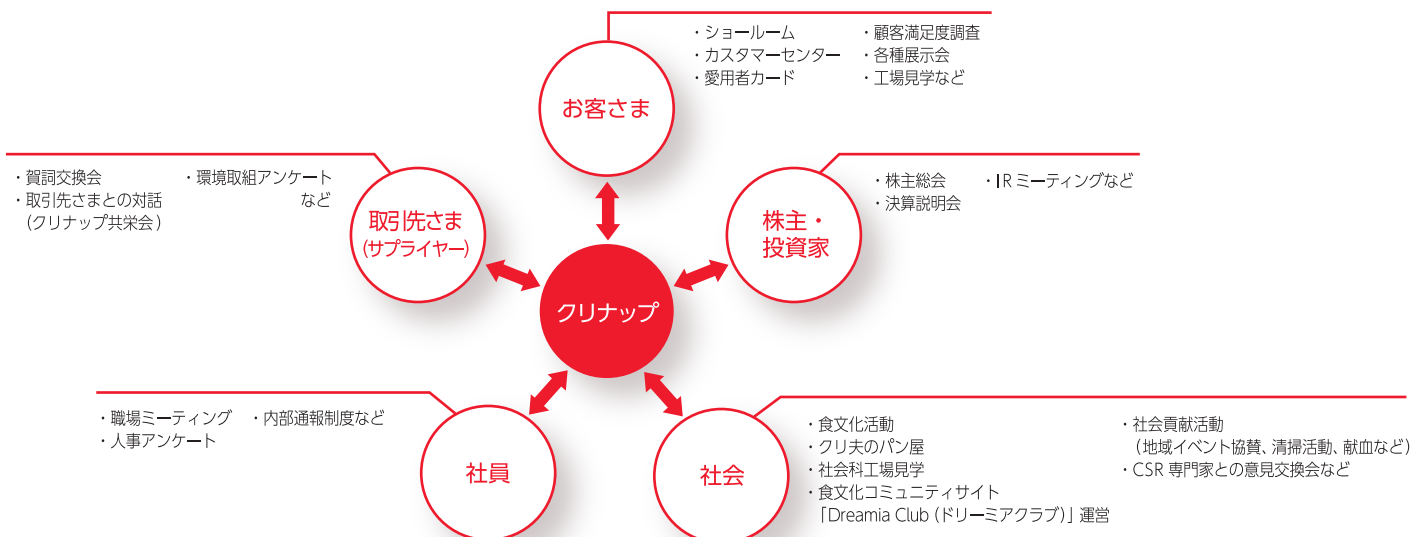
● 基本的な考え方

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。

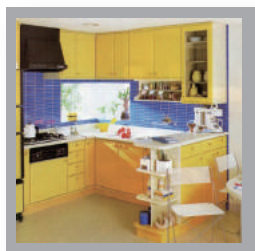
1980



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。

1990

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。



1995



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つきにくく、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。

2000

2007年 床夏シャワー搭載「アクリアバス」

7 Smiles 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。



2005



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。

2010

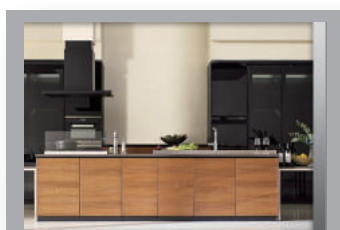
2015年 流レールシンク

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。

2015



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。

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。

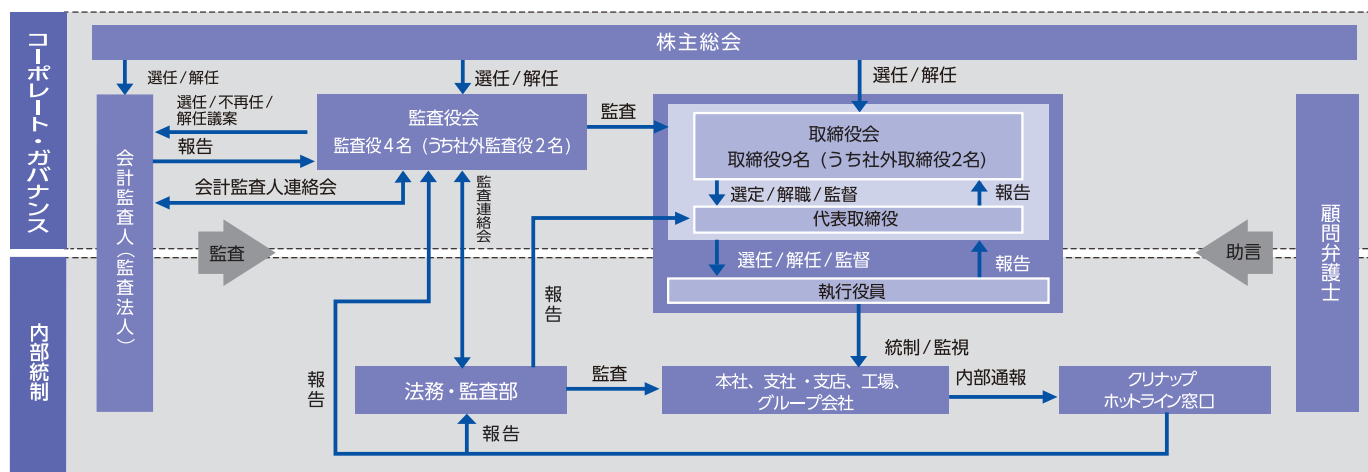
■ 独立役員

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／コンプライアンス／リスクマネジメント

■ 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。

■ 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。



■ 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。

■ 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」に取り組みしました。

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、日本列島の東西いづ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。

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>

労働慣行

働きやすい職場づくり／人材育成

■ 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。

■ 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。

● 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

■ 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、社会人としての基本スキル、会社・業界の概要、歴史、商品知識などを学習します。そして、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。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。

■ 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。

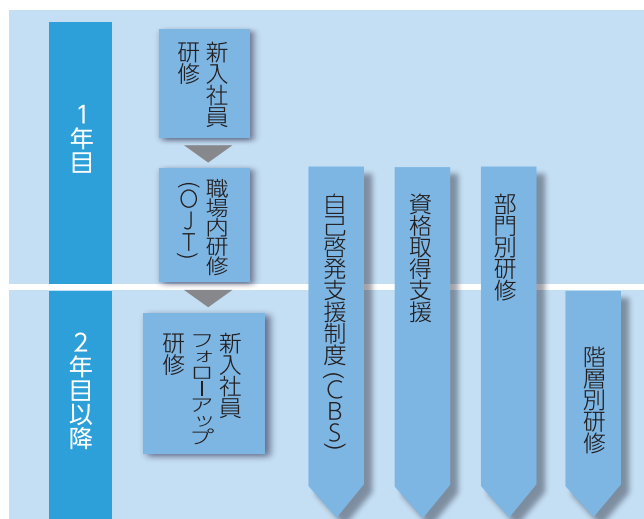
■ 研修制度と自己啓発支援

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、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、新任管理者研修などがあります。

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、ビジネススキルや語学など約100講座を用意しています。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、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。

また、会社の定めた公的資格を取得した社員に対してお祝い金を支給する資格取得支援もあります。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

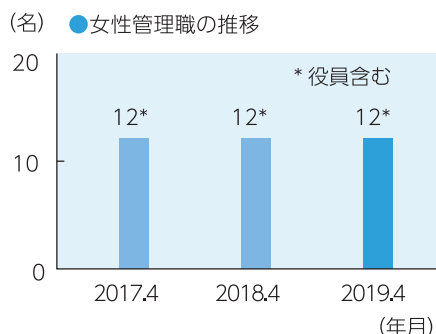
ダイバーシティ／健康経営／労働安全衛生

■ 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名になります。



■ 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けるよう支援しています。

■ 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。

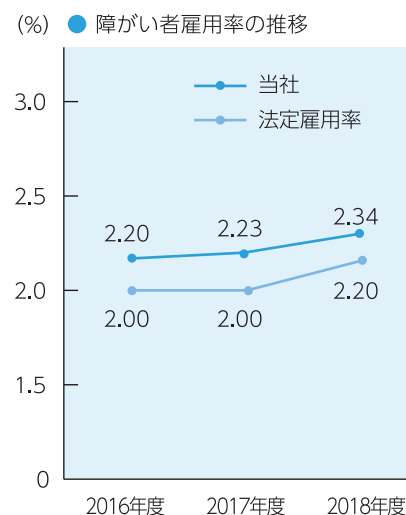
● 産休取得者数、育児休業取得者数

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名があり、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。



■ 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「ネクストステージプラン制度」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。

■ 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ンバーサリー休暇2日の取得を促す施策を推進しています。

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

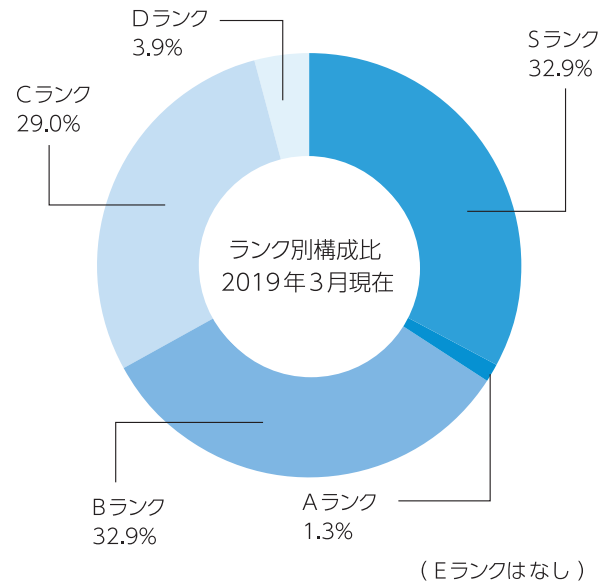
■ 環境・社会に配慮したグリーン調達

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に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



取引先さまへのアンケート調査／現地調査

↓ 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全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。

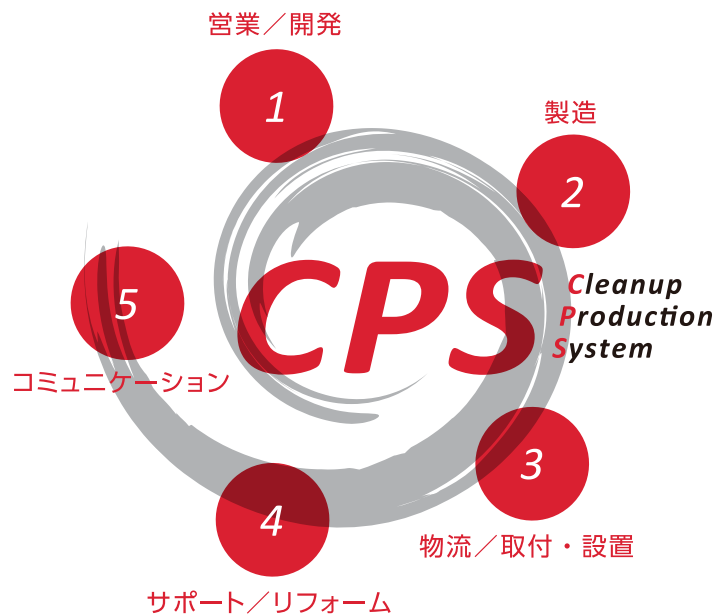
ここで得られた知恵やノウハウ、さまざまな情報は、高度なセキュリティを誇る情報システムに集約され、商品や業務の質の向上に役立てられています。



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あって、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)シッパ」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、工場で作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。



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。

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

■ 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「喜び」「笑顔」を実現させていくためのお手伝いをいたします。

「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。



「クリナップスマイル会員」制度の3つのプラン

LIGHT ライトプラン	延長修理保証だけ欲しいという方へ 本体10年間/機器6年間のほか、計3コースがあります。
SELECT セレクトプラン	延長保証と定期点検サービスの ご希望コースが選べます。
STANDARD スタンダードプラン	5年間の延長修理保証と5年ごとの定期点検をご提供。 年会員制の定額プランです。



アフターサービス作業風景

社会的役割

社会とのかかわり

■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する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。



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)

■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。

■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。



■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)



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

■ 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。

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。



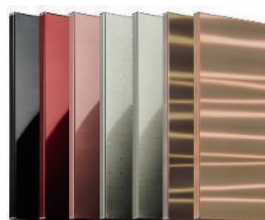
流レールシンク

■ 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。

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応用され、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



システムキッチンの扉

● 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

■ 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は、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、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

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。

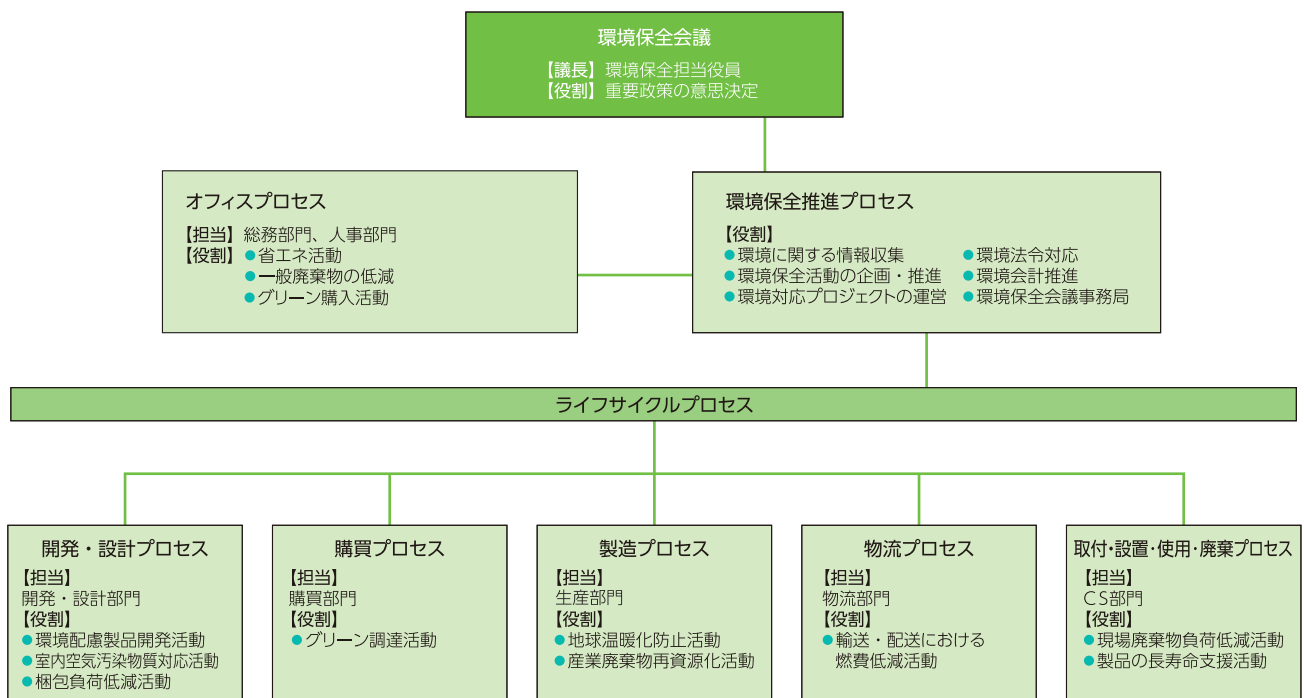
環境方針

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。

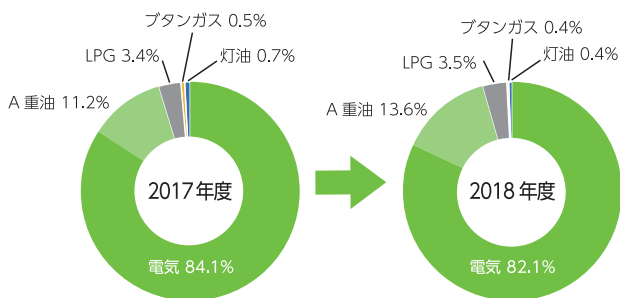


環境活動／梱包負荷低減

■ 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。

● 生産部門エネルギー割合



■ 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。

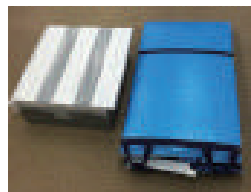
2003年よりクリナップは、取付・設置現場での廃棄物削減対策として、製品納入後に回収し、何度でも繰り返し使えるように設計されたリターナブル梱包を積極的に使い、キッチンワークトップのダンボール梱包削減に取り組んできました。

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。

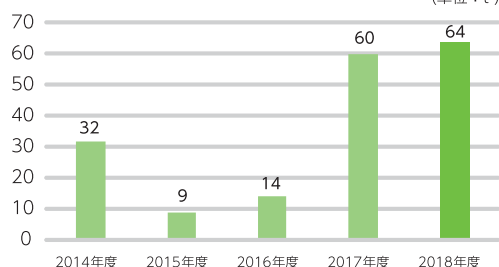


出荷時のリターナブル梱包



回収時のリターナブル梱包

● リターナブル梱包によるダンボール削減量推移グラフ (単位：t)



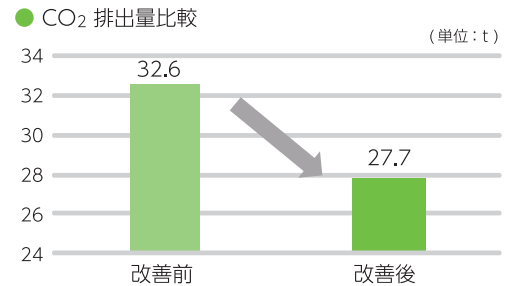
■ 物流部門の環境取り組みについて

● 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。



■ 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。

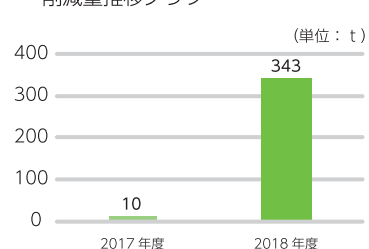


導入前 ダンボール梱包



導入後 シュリンク梱包

● シュリンク梱包によるダンボール削減量推移グラフ (単位：t)



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

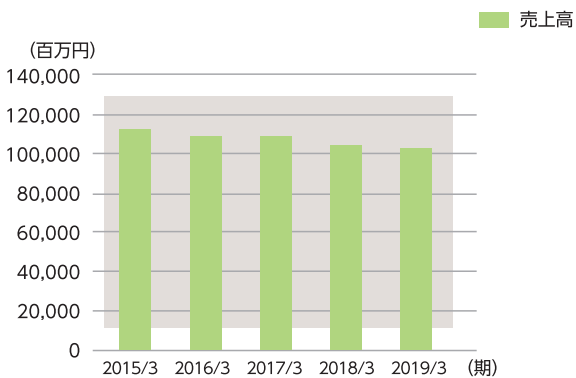
社名 クリナップ株式会社
 英文社名 Cleanup Corporation
 本社所在地 〒116-8587
 東京都荒川区西日暮里6丁目22番22号
 電話 03-3894-4771(大代表)
 創業 1949年10月5日
 会社設立 1954年10月5日
 上場 1990年2月6日 東証2部上場
 1991年9月2日 東証1部指定
 資本金 132億6,734万円
 決算期 3月(年1回)

クリナップグループ

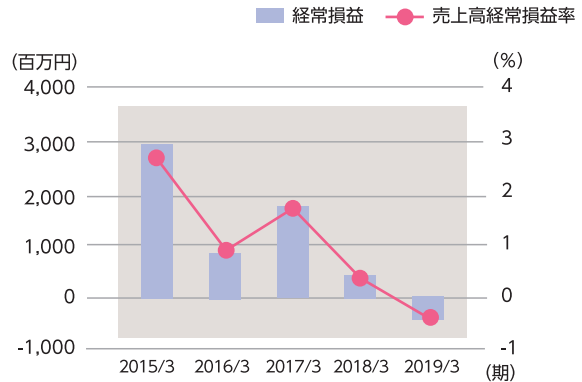
連結：本体●クリナップ株式会社、生産／関連1社●株式会社クリナップステンレス加工センター、商社／関連1社●井上興産株式会社、運輸／関連1社●クリナップロジスティクス株式会社、取付・設置・サービス／関連1社●クリナップテクノサービス株式会社、人材派遣・介護／関連1社●クリナップキャリアサービス株式会社、障がい者雇用／関連1社●クリナップハートフル株式会社、情報システム／関連1社●クリナップソリューション株式会社、中国●可麗娜厨衛(上海)有限公司、可麗必斯家具(瀋陽)有限公司

業績の推移

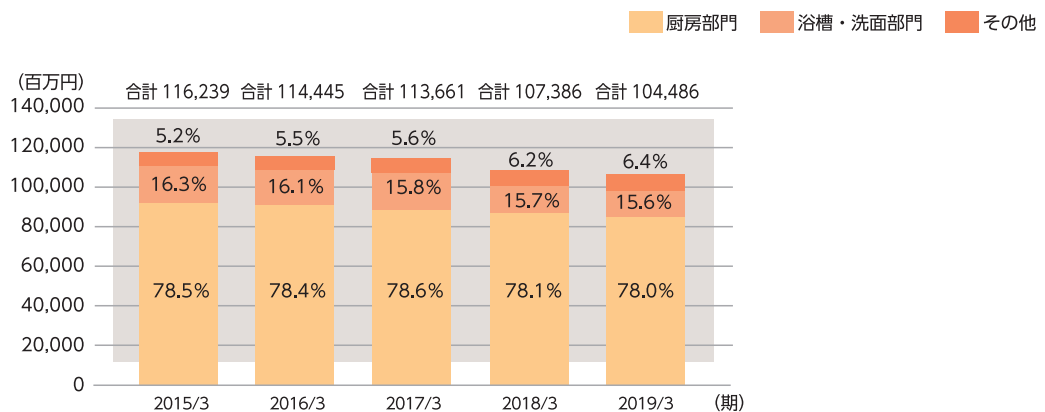
売上高(連結)



経常損益 / 売上高経常損益率(連結)



売上構成 部門別(連結)



2018年10月

■ 2018年度グッドデザイン賞 ダブル受賞ビルトインコンロ「デュアルシェフ」、レンジフード「バジエーナ」

2018年2月に発売したガス・IH一体型ビルトインコンロ「Dual Chef (デュアルシェフ)」と、レンジフード「Ballena (バジエーナ)」が、公益財団法人日本デザイン振興会が主催する2018年度グッドデザイン賞を受賞しました。

デュアルシェフは、ガスとIHを両方搭載し、調理の種類に応じて両者の長所を使い分けることができるビルトインコンロです。バジエーナは今までの常識を変える新しいデザインのレンジフードです。



ビルトインコンロ
「デュアルシェフ」



レンジフード
「バジエーナ」

2018年12月

■ 日経ホームビルダー「採用したい建材・設備メーカー2018」システムキッチン部門第1位を獲得

クリナップは、建築専門誌「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』の「システムキッチン」部門で第1位に選ばれました。

『採用したい建材・設備メーカーランキング』は建築専門誌である「日経ホームビルダー」および「日経アーキテクチュア」の読者のうち、一級建築士の資格を持つ方、または勤務先が工務店もしくは住宅メーカーの方へ調査を行い、その回答を部門ごとにまとめたものです。

今回1位を獲得した主な理由として、これまで評価をいただいていた「機能性」「耐久性」に加え、「デザイン性」が特に高く評価されました。



システムキッチン「STEDIA」

2019年3月

■ 化学発色による美しく堅牢なカラーステンレス建材を第25回 建築建材展2019に初出展

関係会社で、ステンレス加工技術専門の株式会社クリナップステンレス加工センターは、このほど3月に開催された第25回 建築・建材展2019(主催：日本経済新聞社)に初出展しました。

株式会社クリナップステンレス加工センターは、主にステンレス材の表面処理、切断加工、カラーステンレス建材の制作・施工などを行っています。今回の展示会では、『カラーステンレスで広がる光の世界』と題し、当社のキッチンだけでなく公共施設や店舗等で内装材や建材として用いられた、美しく堅牢なカラーステンレスの魅力を使用事例・実績と共にご案内しました。

会期中、多くの方が途切れることなくブースにお立ち寄りになり、カラーステンレスについて熱心にご見学いただきました。



建築建材展展示風景



ウェブサイトのご案内

当社ウェブサイトの「CSR活動」では、ステークホルダーの皆さまが関心をお持ちの詳細な情報を掲載したサステナビリティレポートのwebpdf版をご覧ください。

<https://cleanup.jp/life.cycle/>

クリナップ株式会社
ホームページアドレス
<http://cleanup.jp/>

