

ケイオウ

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2021



目次

- トップメッセージ …… 2
- 経営理念 …… 3
- 経営思想 …… 4
- クリナップ商品の歴史 …… 5
- 社長メッセージ …… 7
- クリナップグループのCSR …… 11

マテリアリティ 1

- 製品・サービスなどを通じた暮らし価値の提供 …… 13
 - クリナップのものづくり
 - 環境・健康への配慮
 - 新しい暮らし価値の提案
 - 高級システムキッチンに向けた新提案
 - 品質保証／お客さまサポート
 - お客さまとの接点

マテリアリティ 2

- 働きやすい職場づくり …… 19
 - ワークライフバランス
 - ダイバーシティ&インクルージョン
 - 人財育成
 - 環境教育／保安防災

マテリアリティ 3

- 環境保全と環境負荷軽減 …… 23
 - 環境マネジメント
 - 環境課題とマテリアルバランス
 - 環境計画の目標と実績
 - CO₂排出量削減の取り組み(生産部門)
 - CO₂排出量削減の取り組み(物流部門)
 - 廃棄物対策・資源の有効利用
 - 製品梱包の負荷低減
 - 環境会計

マテリアリティ 4

- 公正で誠実な企業活動 …… 31
 - 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
 - ステークホルダーとのかかわり
 - CSR調達
 - 社会とのかかわり
- 第三者意見 …… 37
- 会社概要 …… 38

■ 編集方針

このサステナビリティレポートは、企業理念「家族の笑顔を創ります」のもと、事業を通じた社会への貢献と中長期的な企業価値向上に向けた取り組みを、クリナップグループを取り巻くさまざまなステークホルダーの皆さまにお伝えし、さらなる対話のきっかけになることを目指して発行しています。

なお、本レポートではESG/SDGsに係わる取り組みについて、重要課題(マテリアリティ)に沿って紹介しています。

■ サステナビリティレポートの範囲

報告する対象期間／2020年4月1日～2021年3月31日を基本としていますが、一部それ以前のもの、および本レポート発行直近のものも含んでおります。

報告する対象組織／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／クリナップキャリアサービス株式会社／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／本レポートは環境省「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」、「GRIスタンダード」を参考にしています。

■ 問い合わせ先

経営企画部 SDGs推進課

Eメール grp.sdgs@cleanup.jp

企業理念は「家族の笑顔を創ります」

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、家族の暮らし方を提案してきました。

創業70周年を経て、社会は今、気候変動問題やDX(デジタルトランスフォーメーション)によるビジネス変革、コロナ禍への対応などによって、大転換期を迎えています。

そうした中で私たちは、企業存続と同時に「社会の公器」としての自覚を持ち、持続可能な社会の実現に貢献していかなければなりません。そこで、新たな中期経営計画に先立ち、10年後を見据えた「長期ビジョン」の策定を行いました。重要課題(ESG・SDGs)の解決をベースに、クリナップグループの強みを活かして長期的目線から経営に取り組んでまいります。

クリナップグループは、経営としての事業活動のなかに、さらなる企業価値の向上と持続的成長を掲げ、企業理念「家族の笑顔を創ります」の実現に向けて邁進してまいります。



代表取締役会長

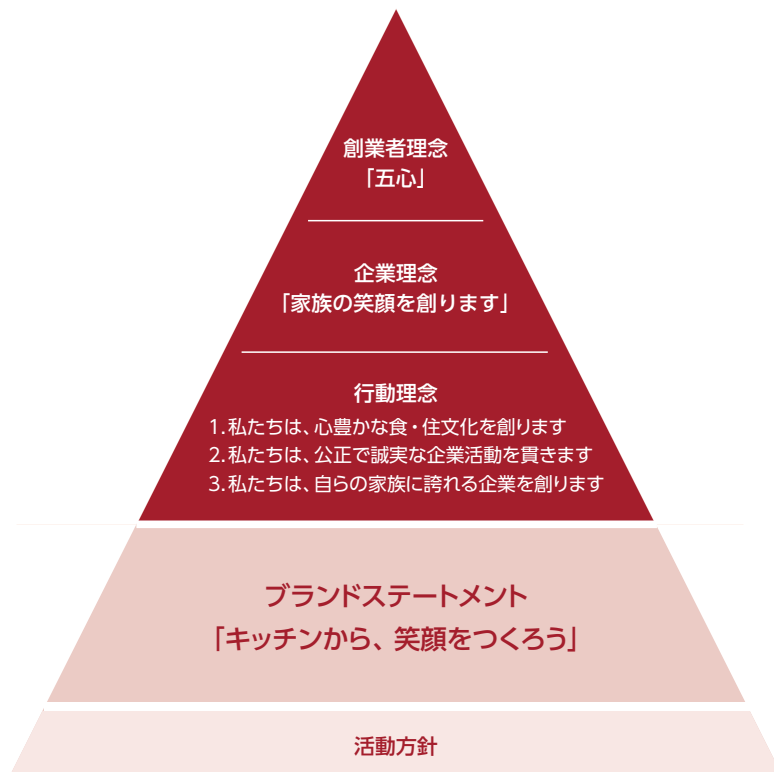
井上 強一



代表取締役 社長執行役員

竹内 宏

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、全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。



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煩わし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。

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買きます」
3. 「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、そして語り、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。

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。

CPS (Cleanup Production System)

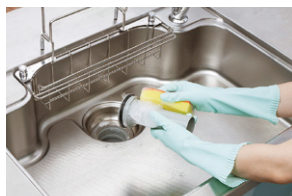
クリナップの経営理念を実現する独自のシステムがCPS(Cleanup Production System)です。市場や経済の変化にも柔軟に迅速に対応できる企業体質を構築するために「あらゆる無駄を排除することによって経営効率の向上を図る」ことを基本思想としています。

また、「モノづくり」の発展の要は「ヒトづくり」にあると考え、「モノづくり」の現場でいかなる困難にも力を発揮できる人財、環境や条件を整備することができる人財を育成することもCPSの重要な目的としています。これら「改善活動」と「人財育成」の推進を通じて企業体質の強化を実現するとともにお客さまにご満足いただける「品質」「納期」「価格」「サービス」をご提供できる強い経営体質を追究していきます。

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であって、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。



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。

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。ともに「CPS」のなかで顧客満足を実現するための重要な一工程を担います。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。





1949
東京都荒川区で個人経営の
座卓製造販売を開始



1960
ステンレス流し台の
製造販売を開始



1973
日本初のシステムキッチン
を発売



1978
クリンレディの原型となった
「カウンターキッチン」を発売



1983
業界初の簡易型
システムキッチン
「クリンレディ」を発売

1949年

1960年

1980年

キッチン・ダイニング



1949
樺(ケヤキ)材の座卓
を発売



1961
業界初の米びつ付き
「CSM型」流し台を発売



1975
業界初のステンレスキャビ流し台
「さくらDX」を発売



1984
ステンレス製システムキッチン
「真珠」を発売



1968
業界初の深型シンクのステンレス
流し台「ダイヤレザ」を発売



1981
ならの木目が美しいステンキャビ
流し台「ならDX」を発売

サニタリー



1970
当社初の洗面化粧台
「B型」を発売



1978
カラーステンレス浴槽
「メルヘン」を発売



1985
戸建用ユニットバス
「松の湯」「竹の湯」を発売

クリナップは、家族の団らんを象徴する座卓の製造・販売から始まり、その時代のお客さまの生活スタイルに合わせ、さまざまな業界初の商品を創造してきました。

これからもクリナップは、お客さまが笑顔になれるような商品やサービスをお届けしてまいります。



1999
業界初のフロアコンテナを採用したシステムキッチン「クリンレディ」を発売



2007
業界初、フィルター自動洗浄機能を備えた「洗エールレンジフード」を発売



2005
業界初の「美サイレントシンク」を採用したシステムキッチン「S.S.」、「クリンレディ」を発売



2018
高級価格帯商品を刷新し、ステンレスシステムキッチン「CENTRO」を発売



2018
中高級価格帯商品を刷新し、ステンレスキャビネットキッチン「STEDIA」を発売

2000年

2020年



1998
業界初、オールスライド収納のステンキャビシステムキッチン「S.S.」を発売



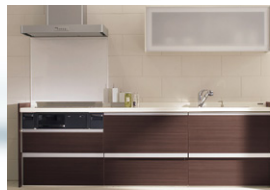
2011
ステンキャビネットキッチン「クリンレディ」を発売



2021
日本限定ブランドValcucine JP「Iaponica」(イアポニカ)を販売



1990
高級タイプのシステムキッチン「クリンミセス」を発売



2008
普及タイプのシステムキッチン「ラクエラ」を発売



2015
「クリンレディ」に新機能「流レールシンク」を標準搭載



1991
システムバスルーム「COSS」を発売



1997
システムバスルーム「ラクシーユ」を発売



2007
7Smiles Cycleをコンセプトにした「アクリアバス」を発売



2013
システムバスルーム「ユアス」を発売

すべての方々へ 心より感謝をこめて。

震災から10年、再び試練の中にある今、
私たちならではの
サステナブル経営を推し進めてまいります。



2021年、当社は、東日本大震災から10年という節目を迎え、また、新型コロナウイルス感染症という世界を翻弄する未曾有の事態の中にいます。

今、改めて震災当時を振り返ると、商品を出荷できず、それでも復活を信じて「できるまで待つよ」と言ってくださったお客さまの声に、クリナップの社員は皆支えられ、踏ん張ることができました。取引先企業、地域の方々から、多くの支援物資や義援金が届き、エールを送られ、SNSには「頑張れ」といった書き込みも相次ぎました。本当にありがたい思いで胸が熱くなったことを今も鮮明に覚えています。私たちは多くの方々に支えられ、事業を継続できている、そのことをしっかりと胸に刻み込み、「感謝の心」を持ち続けることの大切さを改めて実感しております。

今だからこそ、この感謝の心と決してくじけない信念をもって、社会の公器としての自覚を持ち、事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献していかなければなりません。これからも、私たち、クリナップならではのサステナブルな経営を推し進めてまいります。

震災から10年、日本中に向けて キッチンを舞台にした、“ありがとう”を伝えよう。

10年前に多くの方々にご支援いただいた感謝と、10年間変わらぬ想いを伝えたい。そんな背景から2021年3月11日12日、全国紙と地方紙にて新聞広告を掲出しました。

あしたがるよ、
さ、ごはんにしよう。

あれから10年、すべての方々へ心より感謝をこめて。 **クリナップ**
クリナップ株式会社

※各社とのコラボレーションを御座りません。詳しくは弊社サイト「伝えよう、キッチンのありがとう」へ、<https://kenapp.jp/ja/press/> クリナップ株式会社

システムキッチンのパイオニアとして、『人と暮らしの未来を拓く』

■ 2020年度の総括

2020年度は、新型コロナ感染拡大により事業環境の劇的な変化に対し、対応を迫られる年となりました。

一部商品の欠品や緊急事態宣言によるSRの臨時休館など厳しいスタートではありましたが、お客さまやお取引さま、社員、そして社員の家族の安全を最優先としながらも、どのようにしたら事業活動を維持することができるか、社員とともに考え今までにないスピード感をもって取り組んでまいりました。お客さまのご要望に応えるため、ショールーム来場が困難なときには「オンラインSR」を活用いただけるよう、また、お取引さまとの協業においては、当社の工場見学にオンラインを活用した新しい試みを実施いたしました。また、我々の働き方においても可能な限りでの在宅勤務や時差出勤など、これまでの慣習や常識を大きくかえ実践することができました。これらのことは、経営の方針としてきた「変革と創造への挑戦」につながる大きな前進です。

今後は、新型コロナウイルスの感染拡大防止を図りつつ、更なる顧客獲得に向け、状況の変化に対応した積極的な事業活動に努めるとともに、スピード感をもって取り組んでいかなければならないと考えています。

■ クリナップ サステナブルビジョン2030

社会は今、気候変動問題やDX（デジタルトランスフォーメーション）によるビジネス変革、コロナ禍への対応などによって、大転換期を迎えています。そうした環境下にあっては、「クリナップは10年先にどうあるべきか」、「そこに向かって持続的に成長するために何をしていくのか」について、全社員が共通認識をもち、一丸となって前進していくことが極めて重要です。そこで当社は、新たな中期経営計画に先立ち、10年後を見据えた長期ビジョン「クリナップ サステナブルビジョン2030」（以下、CSV30という）を策定いたしました。私たちは、これまででも人々の暮らしを“豊か”にしたいと、その変化を見つめ「暮らし価値」の提供を進めてきました。今後は、持続可能な社会への貢献をベースとした“豊かさ”が求められてきます。

クリナップは、システムキッチンのパイオニアとして、『人と暮らしの未来を拓く』ことを目指していきます。

長期ビジョン

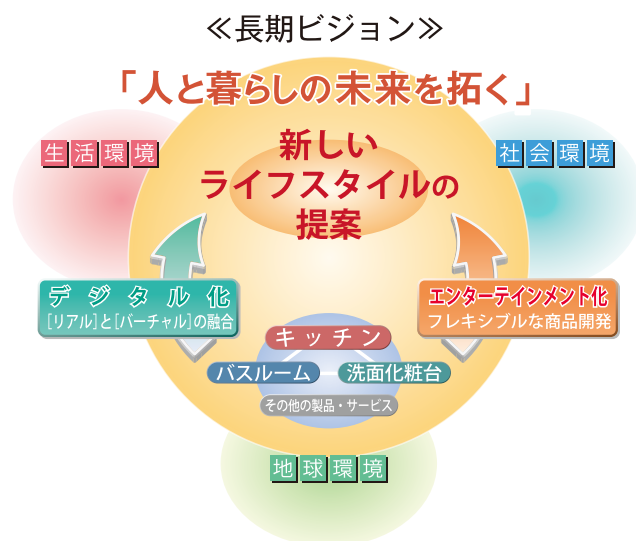
■ クリナップ サステナブルビジョン 2030(CSV30)

人と暮らしの未来を拓く

私たちクリナップは、システムキッチンのパイオニアとして、新たな食住空間の可能性を広げ、創造し、世界中のすべての家族から選ばれ続ける企業となります。

重点指針

1. キッチンメーカーとして新たな事業領域に挑戦し、安定した収益基盤をつくらせている
2. 顧客接点の多様化、デジタル化に対応し、より身近で選ばれ続ける存在になっている
3. 人財を活性化し、能力を最大限発揮できる職場づくりを実現できている
4. 持続可能な社会の実現に貢献できる会社になっている

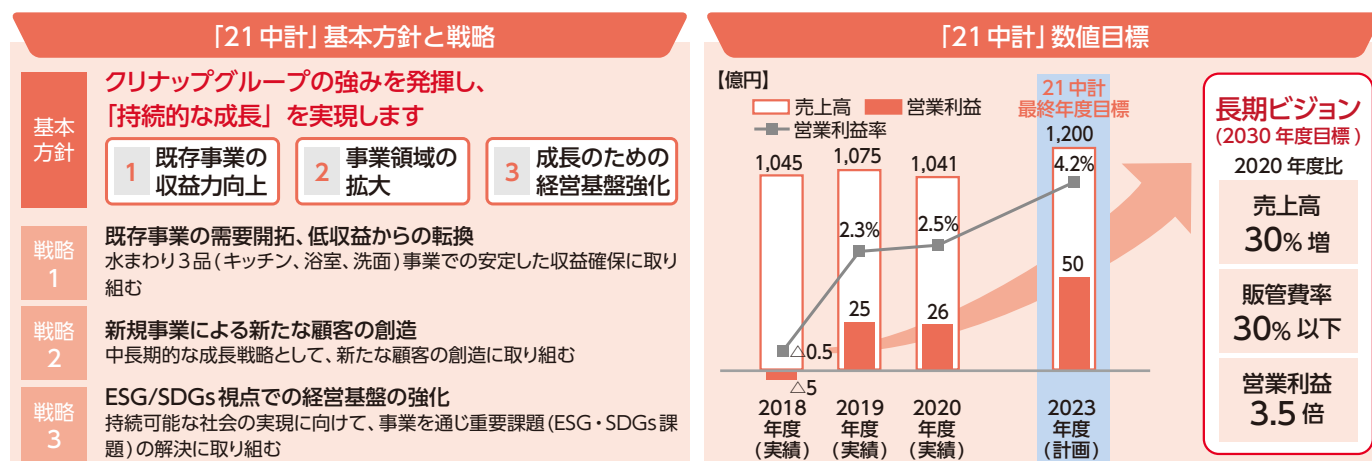


2021 中期経営計画の始動

■ 2021中期経営計画(2021-2023年度)

このビジョンの実現に向けた第一歩として、新たに「2021 中期経営計画 (2021-2023年度)」(以下、「21 中計」という)を始動しました。基本方針を、「クリナップグループの強みを発揮し、『持続的な成長』を実現します」とし、「18 中計」の「変革と創造」で芽吹いてきた種を开花させるべく、「1. 既存事業の収益力向上」、「2. 事業領域の拡大」、「3. 成長のための経営基盤強化」を推進してまいります。また、そのために「1. 既存事業の需要開拓、低収益からの転換」、「2. 新規事業による新たな顧客の創造」、「3. ESG/SDGs 視点での経営基盤の強化」の3つの戦略を策定いたしました。「21 中計」は、「CSV30」へ至る道筋の第一歩として定め、目標の達成に注力してまいります。

また、「CSV30」では、当社のサステナブル経営の方向性をより明確化し、さらに「温室効果ガス50%削減(2013年度比)」と「社員エンゲージメントを把握し公表」という2つの非財務目標を設定しました。



■ 持続的成長に向けた体制

持続的成長は、既存事業の収益性をあげ、また革新をつづけながら、次なる成長の種を探索して事業として育てていくことです。新たなイノベーションをおこし、新事業につなげていくには、この激しい環境変化のなかでは相当の努力が必要になってきます。21 中計にかかげた基本方針、3つの戦略を具現化し実践につなげるためには、当社がとる機能別組織体においても、部門横断的に全社目標を描き共に実行に移していかなければなりません。新しい事業の種を育てていくための部門協働によるシナジーをもたせていきます。

DXの推進も成長に向けた重要なファクターとして、プロジェクト化しました。デジタル技術を業務システムやビジネスモデルと融合していくことで、収益性向上、新たな事業創造にも関わっていきます。また、最も重要な経営資源である人材において、2021 年度、私がアカデミー長となり、「クリナップビジネスアカデミー(CBA)」を立ち上げました。働き甲斐と企業成長は密接な関係があります。変化への素早い対応力、新しい価値を創造するバイタリティを持った「人財」がまさに今必要となっていると感じています。このような成長に向けた体制を整え、ビジョンの実現を目指していきます。

■ ESG・SDGsに取り組み

21 中計の始動において、クリナップは、戦略3に掲げた ESG/SDGs に取り組みます。持続可能な社会の実現に向け、当社の重要課題(ESG/SDGs 課題)として、「製品・サービスなどを通じた暮らし価値の提供」、「働きやすい職場づくり」、「環境保全と環境負荷軽減」、「公正で誠実な企業活動」の4つを特定しました。

気候変動問題に端を発する自然破壊、資源の枯渇や少子高齢化による生産労働人口の減少など、社会的な課題はより顕在化しています。事業活動を通してこれら課題にも取り組んでまいりましたが、今後は、これまで以上に真剣に向き合い、中長期的な視点で、環境負荷軽減やダイバーシティ推進による多様な人材活用、働き方の更なる改革など、具体的な取り組みを加速してまいります。

持続的な社会の実現に向けてチャレンジ



■ クリナップの3つのC、チャレンジを続ける

21中計、CSV30の目標を達成する。そのためには、社員一人ひとりが考え、知恵をだし、チームで変革と業績向上につなげていく必要があります。企業経営において、お客さまやお取引さまとの対話はもちろん、社員との対話が共創につながる重要な場であり機会ととらえています。

私たちをとりまく環境は常に変化しています。クリナップの社章に込められた3つのC(シー)に代表されるChange(チェンジ)、Challenge(チャレンジ)、Creation(クリエーション)を胸に、クリナップは、新たな価値創造、新しい未来を切り拓いてまいります。

代表取締役 社長執行役員

竹内 亮



社章に込めた精神

外側の正方形は正しい姿(コンプライアンス)を表し、また、クリナップの高品質で安心を追求したモノづくりの姿勢を表し、枠から飛び出さんとする[C]は思考の柔軟性、創造性を表現しています。また、ブランドカラーである赤に深みを加え、高質感をイメージさせるとともに、仕事に対する情熱、喜びを表現しました。デザインモチーフである[C]は、クリナップ(Cleanup)を表現するとともに、Change(変革)、Challenge(挑戦)、Creation(創造)の気持ちが込められています。

■ 企業理念とCSR

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。この考え方のもと、近年における国際イニシアティブなどの社会的要請に対応していくため、2019年4月に「CSR方針」を策定しました。

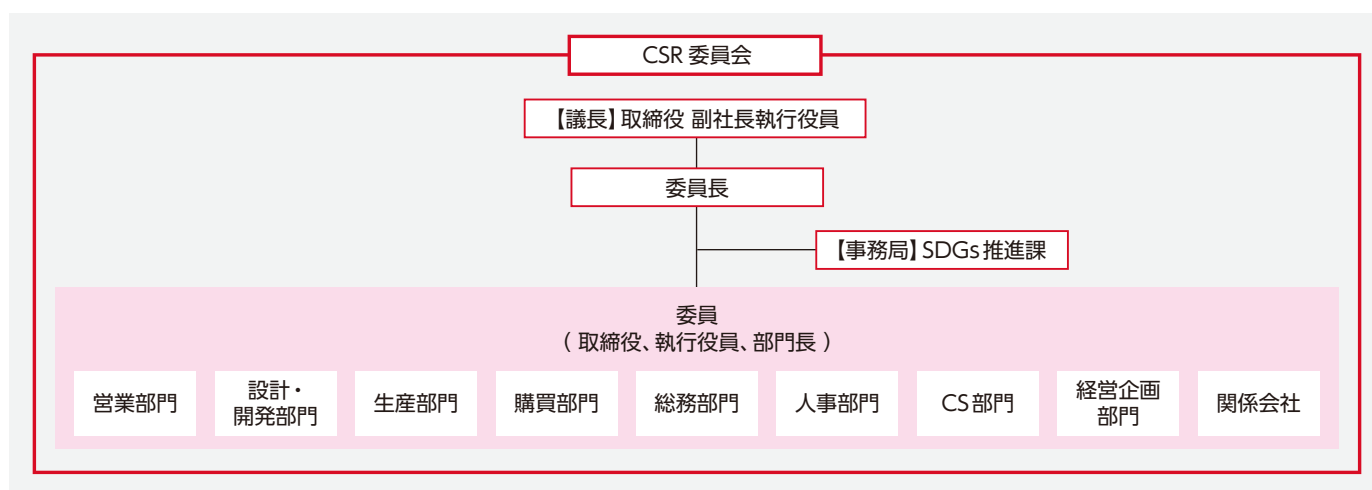
また、同年11月には、「環境保全会議」の審議内容を拡大して、クリナップグループのCSR活動に対する全社的な意思決定を行う会議体として「CSR会議」を設けました。翌年2020年4月には、CSR活動に係わる関係部門とグループ内の関係会社の委員から構成される「CSR委員会」に改めました。「CSR委員会」では、クリナップグループにおけるCSR活動の方向性や目標設定、重要課題（ESG/SDGs課題）に係わる活動の進捗状況や課題などについて、報告・審議しています。

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



■ 中期経営計画とESG・SDGs課題

近年、ITの進化による技術革新や急速なグローバル化による産業構造の転換とともに、気候変動や人権などのリスク対策、ガバナンス体制の強化などESGへの関心が高まっており、企業には、これら課題解決を通じてSDGs達成に貢献していくことが、これまで以上に求められています。クリナップグループは、こうした事業を取り巻く環境の変化を受け、持続可能な経営の一層の推進を図る必要があると判断し、新たな中期経営計画に先立ち、策定した長期ビジョン「CSV30」において、2つの非財務目標「温室効果ガス50%削減（2013年度比）」と「社員エンゲージメントを把握し公表」を設定しました。

「CSV30」を受けて、「21中計」の3つめの戦略「ESG/SDGs視点での経営基盤の強化」において、持続可能な社会の実現に向け、重要課題（ESG/SDGs課題）として、「製品・サービスなどを通じた暮らし価値の提供」、「働きやすい職場づくり」、「環境保全と環境負荷軽減」、「公正で誠実な企業活動」の4つを特定しました。クリナップグループは、事業を通じてその解決に取り組んでいきます。



● 4つの重要課題

クリナップグループは、環境・社会・経済情勢の変化に対応するため、次の4つの重要課題（ESG/SDGs課題）を特定しました。

製品・サービスなどを通じた暮らし価値の提供	キッチンをはじめとする人々の生活に係わる製品・サービスが安心・安全に配慮されていることはもちろんのこと、省エネ、省資源、社会への貢献など、持続可能な社会を意識した暮らし価値の提供が、クリナップグループに課せられた重要な役割であると考え、取り組んでいきます。
働きやすい職場づくり	「社員エンゲージメントを把握し公表」が関連する目標です。働き甲斐、多様な働き方のある職場、能力を最大限発揮できる職場を目指し、ダイバーシティなどの取り組みを推進していきます。
環境保全と環境負荷軽減	「温室効果ガス50%削減（2013年度比）」が関連する目標です。地球温暖化の原因となる温室効果ガスの排出削減や省エネが求められていることを認識し、目標達成に向けて取り組んでいきます。
公正で誠実な企業活動	ガバナンス、内部統制、コンプライアンスに係わる活動を継続していくとともに、CSR調達や地域貢献などの活動により、クリナップグループを取り巻くさまざまなステークホルダーとの信頼関係を醸成していきます。

重要課題特定の流れ

社会的課題および当社事業活動からの課題を把握・整理するため、社会的責任に関する国際規格である「ISO26000」や「GRIスタンダード」などを参考に、クリナップグループに関わりのある課題を70項目設定しました。それらを「社会的重要度」と「経営的重要度」の2つの軸でマッピングして重要性判断を行い、特に重要性が高い21の課題を抽出しました。それらの課題を4つに分類、整理して「重要課題（ESG・SDGs課題）」として特定しました。

Topics

SDGsの浸透に向けた取り組み

クリナップグループでは、事業を通じてSDGs達成に貢献するために、社員一人ひとりへの浸透と理解が肝要であると考えています。このため、SDGsと事業活動との結びつきを学び、実践していくためのワークショップやSDGsに関する研修、eラーニングなど、社員の意識向上へ向けた取り組みを行っています。



クリナップのものづくり

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。



■ ステンレスに対するこだわり

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、環境に優しい素材。

クリナップの中高級システムキッチンには、この特長を最大限に活かし、ワークトップやシンクに加え、キャビネットにもステンレスを採用しています。

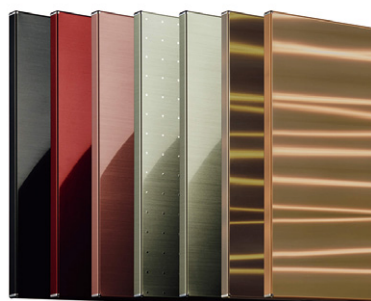


ステンレスキャビネットを採用したシステムキッチン

■ 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ワークトップ、シンクに採用されている親水性コーティング（美コート）の技術、浴室や洗面ボールに応用するアクリル系人工大理石の成型技術は高く評価されています。

また、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。



ステンレスの加飾技術によるシステムキッチンの扉

■ 熟練工の技術 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。



システムキッチン「CENTRO」のクラフツマンデッキシンク



環境・健康への配慮

■ 節水もできる洗エールレンジフード

掃除が大変なレンジフードのフィルター油汚れを、洗エールレンジフードなら、ボタン1つでまるごと自動洗浄します。お掃除の時間短縮だけでなく、節水による環境へも配慮した商品です。

● 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。そして、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※1を自動で洗浄できます。
※1 当社試験条件による

● 時短も、節水もできる※2

洗エールレンジフードならお掃除の時間短縮もできて節水もできます。

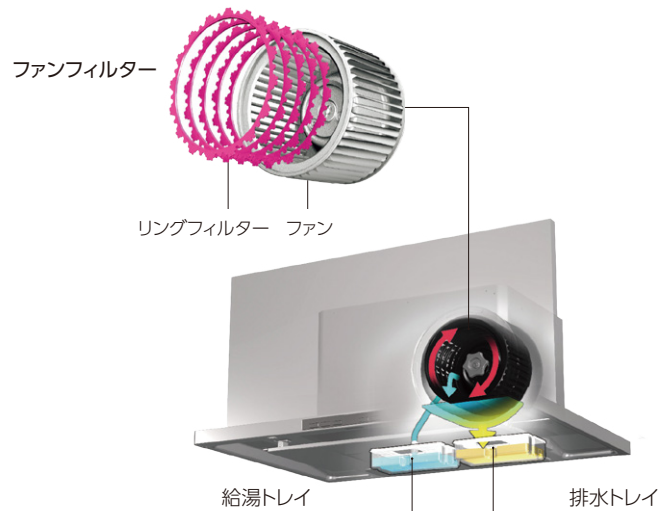
● 使用水量の比較

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 ※お客さまの作業は給湯・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**
節水

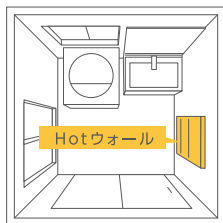
※2 当社検証比(月に一度手洗いをした場合と2カ月に一度洗エールレンジフードの自動洗浄を行った場合の実験データ)



■ 温度差を解消するHotウォール

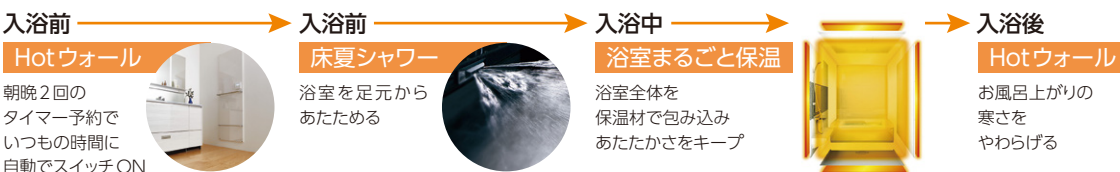
室内空間の急激な温度変化による血圧の急変動で起こる「ヒートショック」は、特に冬場に増加する傾向にあります。血圧の急変動を抑えるために、居室と脱衣所・浴室の温度差を解消する商品がパネル型壁付け暖房機「Hotウォール」です。

脱衣所や洗面室に設置する暖房機として、18mmの厚みをおさえたスリムな外観と、ふく射熱による安全性により、狭い場所でも安心して使えるものです。



● 入浴前の洗面室から、入浴中の浴室、

そして入浴後の洗面室まで、あたたかな空間を保ちます



新しい暮らし価値の提案

新しいLDKのあり方を考えたキッチンテーブル「HIROMA」



あるときは、ワークスペース



あるときは、キッチンに



「HIROMA」は、家事の省力化や住宅・LDK空間のコンパクト化が進む現代において、キッチンの要素を極力シンプルにし、ダイニングテーブルと融合することで新しい暮らしを提案する商品として、テスト販売期間を経て、2021年10月より本格販売を開始しました。

※詳しくはHIROMAブランドサイト：<https://hiromastyle.jp/> を参照ください。

● 職住融合の暮らし提案

・仕事も趣味も、おうち時間が楽しくなる

テレワークに必要な快適なワークスペースに、趣味の作業スペース。作業場の近くにシンクがあると、お茶やフラワーアレンジメントもできて便利です。

・毎日の食事作りをもっとラクに、食事はゆったりと

時間がなくても家事をシェアする、調理準備から片付けまでをスムーズにする。食事作りをもっとラクにすると、家族との食事に余裕が生まれます。

● 環境活動に積極的な老舗家具メーカーとのコラボレーション

「HIROMA」は、優れた技術で天然木を扱う老舗家具メーカー飛騨産業株式会社との合作により実現しました。貴重な森林資源を無駄なく活用するため、天然木のさまざまな表情を活かした製品づくりを行っています。



生活研究を源泉に新しい暮らし価値創造へ

クリナップでは、顧客満足度とブランド価値の向上を目指し、生活者の意識実態を踏まえた企業活動を継続的に行うために生活研究を実施しています。その生活研究を担う「おいしい暮らし研究所」では、食や空間、保有する物といった観点から生活者の意識や実態を定期的に調査することで変化の兆しを見つけ、生活実態の基礎情報として社内の企画担当者と共有しながら新しい暮らし価値の創造に取り組んでいます。

2020年は家事だけではなく家の中の動線に着目した調査を実施しました。キッチン空間の実態の観察を行い、示唆されるさまざまなニーズから今後キッチンが果たすべき役割の仮説を導き出し、検証を行っています。

研究成果については、報告会などを通して社内での共有を行い、浸透を図っています。



高級システムキッチンに向けた新提案

■ イタリアValcucine (バルクッチーネ) との共同開発

クリナップは、国内の高級オーダーキッチン市場に向け、2017年9月に取引契約をしたイタリアのプレミアムキッチンブランドValcucine (バルクッチーネ) と共同開発した「iaponica」(イアポニカ) をValcucineJPブランドとして2021年より販売を開始しました。

このValcucineJPブランドは、Valcucineがデザイン監修し、クリナップにて国内ライセンス生産を行う日本限定ブランドです。コロナ禍により海外輸入が不安視されるなか、国内で生産することにより、「納期の短縮」、「輸入コストの削減」とともに「輸送時の環境負荷低減」を可能とし、国内富裕層住宅市場のニーズに合わせた提案がより一層できるようになりました。



ValcucineJPブランド「iaponica」(イアポニカ)

■ Valcucineのサステナブルなキッチンの販売

クリナップは、Valcucineの高級システムキッチンを日本国内で販売しています。

Valcucineはサステナブル(持続可能な社会への貢献)がまだ一般的に認知されていない40年前の1980年の創業当時からその思想に注目し、ブランドフィロソフィーと商品に取り入れました。その後、Valcucineのサステナブル思想と商品性が広く評価され、イタリアを代表するキッチンのトップブランドとなりました。

2009年にはガラス素材で構成されたキャビネットを開発し、100%リサイクル可能なキッチンとして世界に発表しています。また、イタリア国内ではValcucine製の使い終わったキッチンを自ら回収し、リサイクルを行っています。

● 自然素材を生かしたValcucineのデザイン

Valcucineブランドの思想・デザインをはじめ、ものづくりの全てを創り上げたのがイタリアの天才彫刻家、ダ・ヴィンチを彷彿させるガブリエレ・チェンタツツォ氏です。彼はValcucineブランドの創業メンバーであり、現在でもデザイン・設計の責任者を自ら行っています。

ガブリエレ・チェンタツツォ氏のデザインは自然からすべて着想をされ、その構造は自然に負荷をかけないようにつくられています。その背景には彼が幼少時に豊かな自然に囲まれながら感性を育ててきたこと、「何でも興味を持って問いかける心」から生まれています。このあくなき探求心と自然界からのインスピレーションを大切にしているデザインが、斬新で独創的でありながらも安らぎとぬくもりを感じさせます。

また、イタリア各地に残る手工芸の文化も積極的にキッチンに取り入れ、工場では熟練した職人が一つ一つ製作しています。これにより、キッチンの概念にはない美と実用性という新たな価値を生み出しました。

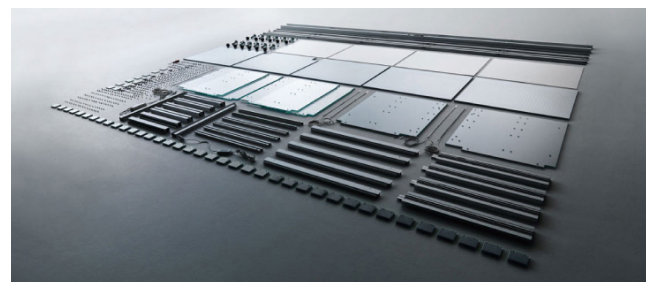
● Valcucineの3つのブランド理念

Valcucineは世界に向けて次のような理念を創業当初から発信しています。

クリナップは、Valcucine創業時からの理念に共感し、賛同したことで、共同開発や、Valcucineの国内販売を行っています。



Valcucine高級システムキッチン



完全リサイクル可能なキャビネット(分解した様子)

WELL-BEING ウェルビーイング	:	「人間工学」「材料の品質」「健康および非毒性」「自由な感覚」「環境との調和」
TIMELESS タイムレス	:	「耐久性」「トレンドを超えたデザイン」「10年間の保証」
INNOVATION イノベーション	:	「素材のイノベーション」「機能的な革命」「脱物質化とリサイクル性」

品質保証／お客さまサポート

■ 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、お客さまの安全を第一に考え、感動していただける製品・サービスの提供に努めています。そして製品だけでなく、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ようトータル品質の向上にも力を入れています。

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」を大事にしながら分析を行い、製品・サービスの企画に反映し、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。物流関係会社の「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」

商品がお客さまのもとに届いたときから、いつかその役目を終えるときまで、快適な使い勝手や機能をずっと、そして存分に発揮させるために、クリナップは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では、商品の機能・性能を維持してするためのメンテナンス情報をご提供しています。それに必要なサポート体制を整え、より永くつづく「喜び」「笑顔」を実現させていくためのお手伝いをさせていただき、クリナップアフターサービスの基本的な考え方です。

■ 延長保証制度「クリナップスマイル会員」制度

「クリナップスマイル会員」制度は、スマイル20の通常サポートに加えて、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。単なる延長修理保証だけでなく定期点検も含めたプランなど、お客さまに合わせた3つのプランをご用意、安心、快適なスマイルライフをサポートします。

また、「クリナップスマイル会員」の皆さまには、暮らしや食にまつわる有益な情報をお届けする生活情報誌「365C」を定期的に無料でお渡ししています。



■ クリナップのアフターサービス体制

クリナップのアフターサービスは、お客さま総合窓口のカスタマーセンター、技術サービスを担当するクリナップテクノサービスの連携で、質の高い充実したアフターサービスをご提供しています。

品質方針

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、品質マネジメントシステムを推進し、お客さま満足度の向上に努めます。

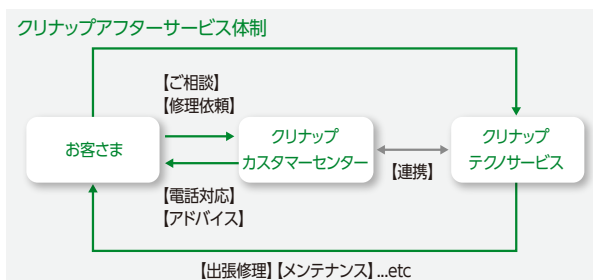
1. お客さまの安全を第一に考え、感動していただける高品質の製品・サービスを提供します。
2. お客さまの声を積極的に品質に反映して、お客さま満足度の向上に努めます。
3. サプライチェーン全体における品質改善活動を継続的に行い、トータル品質とコストマネジメントを強化します。
4. 法令、規制要求事項を遵守し、社会から信頼される企業を目指します。
5. 品質マネジメントシステムを推進し、継続的改善を行います。

2021年4月1日



アフターサービス作業風景

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/機器6年のほか計3コースあります。
SELECT セレクトプラン	延長修理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。 年会費制の定額プランです。





お客さまとの接点

クリナップが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、以来半世紀の時が経過しましたが、お客さまとの接点としてショールーム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（2021年7月1日現在）あります。

クリナップはショールームを「暮らし方情報発信拠点」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・問題に日々お応えしています。

■ 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。

キッチンタウンでは、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・住に関する情報の定期的な発信や、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、お客さまに対して暮らし方のサポートをしています。



キッチンタウン・東京

■ ショールームにおけるITツールの活用

クリナップでは2019年度から、全ショールームでインターネット予約サイトを稼働しました。お客さまが思い立ったタイミングで、お好みの日時を選びながらご予約いただける環境が整い、ご来場に対する予約割合が向上しています。

2020年9月から、全ショールームでタブレットPCを活用したショールーム商談を行っています。ショールームに展示された実際の商品をご確認いただくだけでなく、お客さまのご要望に適した商品イメージのシミュレーションや、ショールーム内に展示されていない商品も、ご案内しています。

さらに、同年10月から、オンライン上に親しみやすいイラストでショールームを再現した「オンラインショールーム」を設けて、お客さまが自宅で商品を体感できるような“展示”を開始しました。2021年3月には、オンラインショールームへの主力商品の“展示”が完了し、WEB上で感覚的に商品の情報収集ができるだけでなく、簡易プランニングや、カラーシミュレーションがオンライン上で行えるようになりました。

また、同時に開始した「360°バーチャルショールーム」では、各商品のアイテムや機能をショールームアドバイザーが説明する「説明動画」を約50本公開し、商品訴求力を強化しています。



オンラインショールーム



説明動画

Topics

コロナ禍での海外オンライン会議

クリナップの海外事業は、中国・台湾を中心に、商圏を広げられるべくアジア圏の現地販売店ショールームの協力を得ながらキッチンの輸出版売を行っています。

2020年は新型コロナウイルスの影響から、現地販売店に直接赴くことが難しくなりましたが、オンライン会議やライブ配信による商品研修など、効果的な販売政策を展開することで、クリナップ商品の魅力をお客さまに伝えています。



オンライン会議の様子



クリナップ海外事業の拠点

ワークライフバランス

社員が心身ともに健康で充実した生活を送ることができるための取り組みを通じて、社員のモチベーションと生産性の向上を目指しています。

■ 時間外労働削減の取り組み

ワークライフバランス実現のためには時間外労働削減は欠かせません。モバイルワーク導入やパソコンのシャットダウン時間の短縮などにより、働き方変革に取り組み効率的な業務遂行を推進しています。

● 時間外労働時間の目標

年度	2020	2021	2023
	実績	計画	目標
総労働時間 (年度計)/名	2119.9 時間	2087.5 時間	2059.9 時間
時間外労働時間 (月平均)/名	18.1 時間	15.4 時間	13.1 時間

■ 休暇制度の促進

数年前より「リフレッシュ休暇制度」を導入し、勤続の節目(5・10・20・30年)を迎える社員が心身をリフレッシュし、新たな気持ちで仕事に取り組める環境を整備しました。

また、2020年4月からは有給休暇の更なる取得促進策として「ボランティア休暇」を導入しました。「アニバーサリー休暇」「マイバースデー休暇」「ファミリーバースデー休暇」に加え、近年多発している自然災害への社会貢献活動にも繋がりたいと考えています。

● 有給休暇取得率の目標

年度	2020	2021	2023
	実績	計画	目標
取得率	53.2%	54.0%	56.0%

■ 多様な働き方支援

● 次世代法行動計画 (2021 ~ 2025年度)

次世代育成支援対策推進法(次世代法)に則り、新たな行動計画では、より働きやすい職場環境の構築を通じて多様な働き方の支援を図っています。

● 育児休業取得推進

産休前面談の強化により育児休業に対する理解促進を通じて育児休業取得を推進しています。また、今後は改正育児・介護休業法を踏まえ男性社員の育児休業の取得率向上も積極的に推進してまいります。

● 介護中の働き方支援

仕事と介護の両立支援として、介護休業制度のほかに介護休暇・介護時短勤務など、介護と両立しながら働ける制度も整備しています。

● モバイルワーク制度

数年前より営業職を対象にした携帯型パソコンによるモバイルワーク導入により、直行直帰を推奨し、柔軟な勤務管理制度に移行しました。移動時間の負荷削減、隙間時間の有効活用などにより業務効率化が進んでいます。

● 人事データ (単体)

年度	2018	2019	2020
従業員数 (男性・女性)	2,926名 (2,061名, 865名)	2,904名 (2,025名, 879名)	2,896名 (1,991名, 905名)
平均年齢	40.0 歳	40.1 歳	40.1 歳
平均勤続年数	15.1 年	15.1 年	16.0 年

※従業員数は就業人員で記載しています。

● 育児休業取得者数

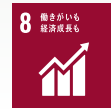
年度	2018	2019	2020
育児休業取得者数 (男性・女性)	67名 (19名, 48名)	65名 (19名, 46名)	69名 (11名, 58名)

Topics

新型コロナウイルス感染拡大における対応

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、感染リスク軽減の特別措置として在宅勤務の適用範囲を拡大し積極的な活用を推進しています。また、通勤における時差勤務の推進を通じてクラスターの発生防止も徹底しています。

さらに、業務のオンライン化が進む中で、WEBコミュニケーションツールの活用による会議や教育研修、採用選考、働き方改革などオンラインを活用した施策の充実にも積極的に取り組んでいます。



ダイバーシティ & インクルージョン

性別、年齢、障がい、国籍など、社員の多様性を尊重し、それぞれの良いところを活かした職場を目指しています。

女性活躍推進と管理者雇用

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。

管理職女性比率は、女性活躍推進法が成立した2015年の末には1.7%、現在は3.0%となり、社外役員を含めた女性管理職は10名です。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繋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2021年度31名になります。

● 女性管理職の推移（社外役員含まない）

年月	2019.4	2020.4	2021.4
女性管理職数	11名	10名	9名
女性管理職比率	4.0%	3.6%	3.2%

● 障がい者雇用者数／雇用率の推移

年度	2018	2019	2020
障がい者雇用者数	54名	57名	56名
障がい者雇用率	2.34%	2.47%	2.36%

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1/3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。

障がい者雇用

クリナップの特例子会社として、障がいのある社員が社会的に「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。クリナップグループの施設管理や、データ入力、発送作業、パン製造・販売業務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。また、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。

Topics

クリ夫のパン屋

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、障がい者雇用を創出するため、2016年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。

オープンして5年を迎えた今も、地域の皆さまからのご愛顧を賜っています。



人財育成

クリナップは、経営理念の実現に資する人財の育成を心掛けています。また、社員の自立的な能力開発とキャリア形成を推進しており、自己啓発支援と資格取得支援を行っています。

■ 次世代リーダー育成プログラム(CBA)

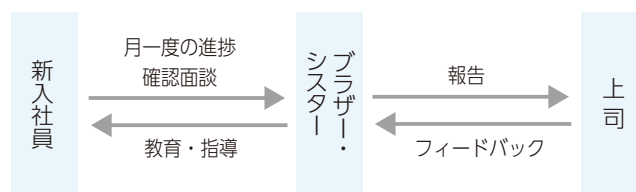
2021年にクリナップの10年後を切り拓いていく次世代リーダーを育成するための「クリナップビジネスアカデミー (CBA)」を発足しました。ここではバイタリティある40歳前後のリーダー層に教育機会を自ら選び取っていただき、視座を高め視野を広める中長期的な育成を図っていくことを目指します。

■ 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、2年目ステップアップ研修です。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。ブラザー・シスターに選任された先輩社員が指導にあたり、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(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、新任主任研修などがあります。

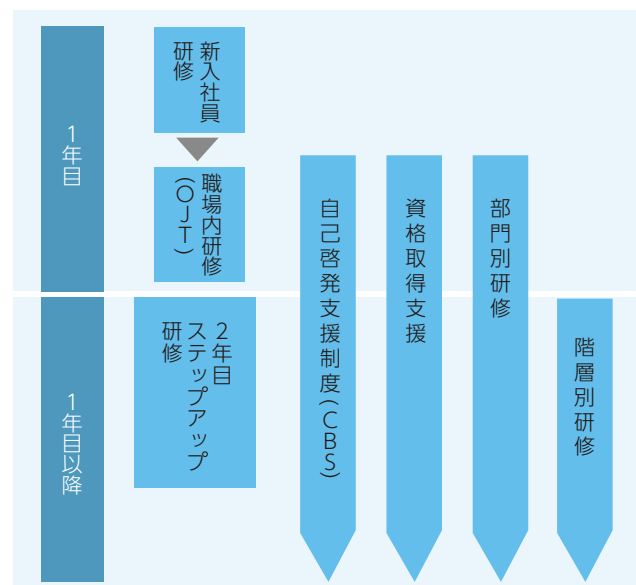
■ 自己啓発支援と資格取得支援

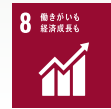
自己啓発支援として「クリナップビジネススクール (CBS)」があり、そのなかに通信教育とeラーニングがあります。

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、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





環境教育・保安防災

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

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、通報訓練、消火訓練、避難訓練などを取り上げ定期的に実施しています。



消火訓練



消火訓練



避難訓練

● 社内資格を与える環境教育・訓練

環境に著しく影響をおよぼすと思われる作業の従事者を「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実施しています。

● 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



内部環境監査員養成セミナー

※コロナ過のため、リモート講習にて実施

- ・入室時のアルコール消毒
- ・マスクの徹底
- ・3密回避
- ・常時換気

● 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



緊急事態対応訓練



緊急事態対応訓練

環境マネジメント

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、全社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

環境方針

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、環境マネジメントシステムを推進し、地球環境との共生を図ります。

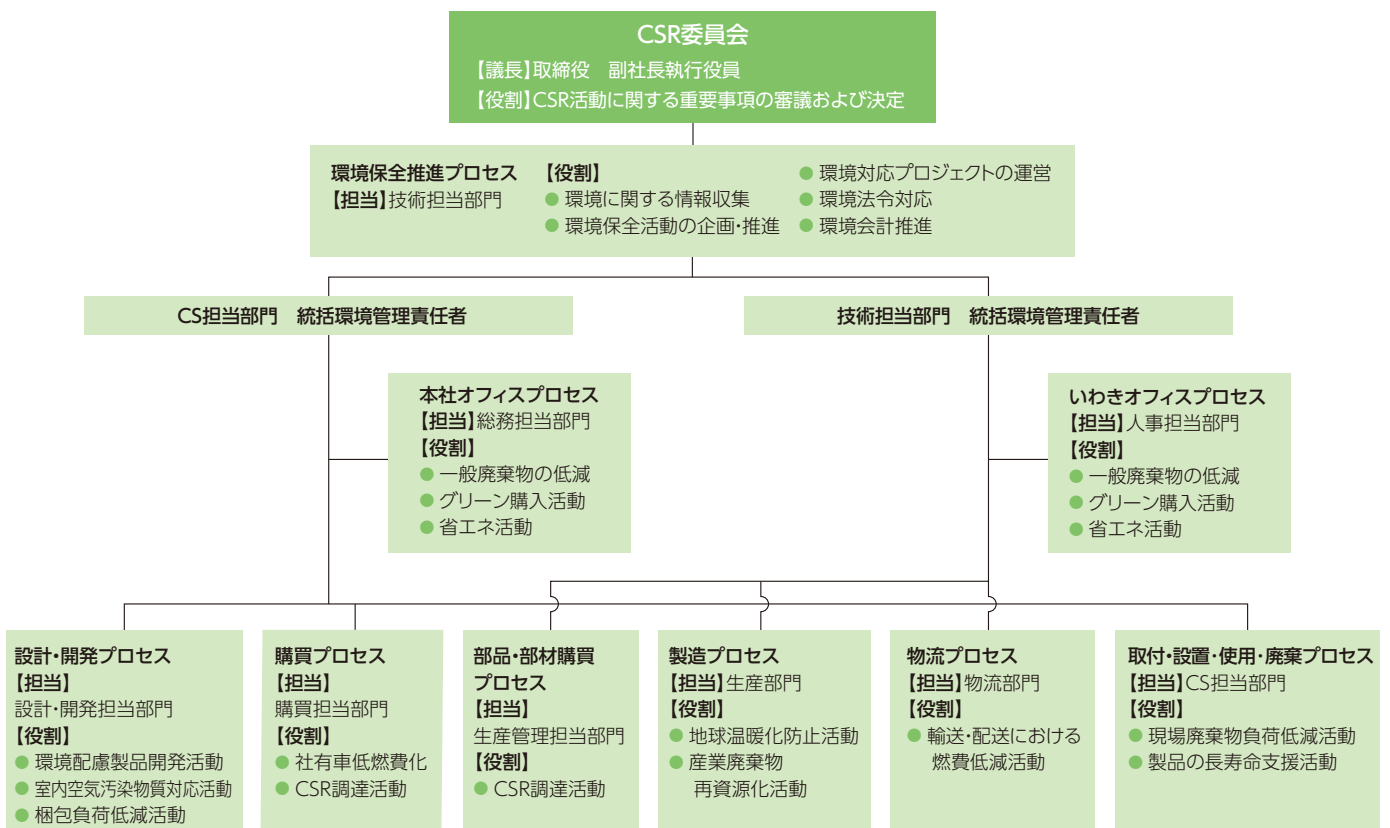
1. 地球環境負荷低減のため、温暖化防止・廃棄物削減などに取り組めます。
2. 環境への負荷が少なく安全に配慮した製品づくりを行います。
3. ステークホルダーとのコミュニケーションの充実に向け、情報の発信および地域奉仕活動を行います。
4. 環境法令などを遵守し、汚染の予防を図り、環境保全に努めます。
5. 環境マネジメントシステムを推進し、継続的改善を行います。

2021年4月1日現在

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、「CSR委員会」があります。「CSR委員会」で取り扱う環境に対する議題は、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あります。

それ以外にもさまざまな議題について幅広く報告・審議されています。



環境課題とマテリアルバランス

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。

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排出量の収支です。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

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は以下の通りです。

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 13,606 t-CO ₂ (14,759 t-CO ₂) !	
購買プロセス		PRTR指定化学物質 14t (13t)	
電気	20,232千kwh (21,112千kwh)	産業廃棄物排出量	7,784t (8,385t)
A重油	274kℓ (809kℓ)	金属有価物排出量	1,057t (1,076t)
軽油	3kℓ (5kℓ)	部品梱包用ダンボール	516t (518t)
灯油	28kℓ (24kℓ)	一般廃棄物排出量	34t (32t)
ガソリン	9kℓ (10kℓ)	排水量	72千m ³ (76千m ³)
LPG	343千m ³ (155千m ³)	物流プロセス	
水資源	72千m ³ (76千m ³)	製品出荷重量	63,091t (64,535t)
製品梱包用ダンボール	2,962t (3,134t)	CO ₂ 排出量	3,296 t-CO ₂ (3,363 t-CO ₂) !
木材	36,356t (39,529t)	取付・設置・使用・廃棄プロセス	
樹脂	22,294t (21,919t)	製品梱包材重量	2,962t (3,134t)
金属	11,542t (12,548t)		
PRTR指定化学物質	1,013t (1,135t)		

オフィス活動

IN		OUT	
電気		本社・いわき部門オフィスプロセス	
電気	2,517千kwh (2,498千kwh)	CO ₂ 排出量	1,381 t-CO ₂ (1,422 t-CO ₂) !
軽油	4kℓ (5kℓ)	一般廃棄物排出量	13t (13t)
灯油	8kℓ (13kℓ)	書類	31t (37t)
ガソリン	11kℓ (16kℓ)	排水量	13千m ³ (15千m ³)
LPG	6千m ³ (7千m ³)		
水資源	13千m ³ (15千m ³)		
コピー用紙	2,112千枚 (2,564千枚)		

数字は2020年度、()内は2019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、照明設備のLED化や燃料転換、設備の省エネ化により総量前年比7.8%削減し、産業廃棄物の排出量は、分別の徹底や端材の有効利用により総量前年比7.2%の削減となりました。

環境計画の目標と実績

クリナップの事業活動と環境コミュニケーションにおける2020年度の目標と実績は以下の通りです。

● 達成 ● 未達成

方針	活動項目	単位	主幹部門	2020年度		今後の達成目標
				目標	実績	
環境に配慮した製品への取り組み	進行中の開発テーマにおける使用禁止化学物質の不使用確認	不使用率 %	開発部門	100%確認	100%確認 ●	進行中の開発テーマにおける使用禁止化学物質の不使用確認
	ハウスメーカーのリターナブル梱包推進	利用率 %	営業部門	90%以上	利用率95% ●	特定ハウスメーカー(工場納品分)リターナブル梱包利用率90%以上
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	6.5%削減 ●	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	1.5%削減 ●	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	1.89 t 削減	2.11 t 削減 ●	総量304kg-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	1.2%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	6.7%削減 ●	総量前年比1%削減
	本社オフィス部門の電力使用量削減	前年比 %	本社総務部門	1%削減	0.2%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	7.4%削減 ●	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	3.4%削減 ●	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	9.1%増加 ●	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	10%削減	15.6%削減 ●	1人当りの排出量前年比10%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	中止(コロナ禍による) ●	敷地周辺清掃継続
	環境取組の情報開示	-	CSR委員会	報告書の発行	サステナビリティレポートの発行 ●	サステナビリティレポートの発行

①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。

● 目標未達成の要因

2020年度は、14の目標のうち11の目標が達成したのに対して、3つの目標が未達成となりました。

いわきオフィス部門の一般廃棄物排出量削減は、2020年7月より食堂の業者が変わり、調理工程の変更による生ゴミ増加が未達成の要因と考えられます。本社オフィス部門の電力使用量削減は、新型コロナウイルスの感染拡大防止のための換気による空調機への負荷などにより、空調機の電気使用量増加が未達成の要因と考えられます。また、敷地周辺清掃はコロナ禍の状況を考慮し、中止としました。



CO₂排出量削減の取り組み (生産部門)

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%を占めています。エネルギー使用量の多い電気を削減するため、2020年度は、設備の省エネ化や照明のLED化および省エネパトロールに取り組みました。

設備の省エネ化では、A重油を燃料とした蒸気ボイラーをLPG蒸気ボイラーに更新しCO₂排出量を約380トン削減しました。また、照明のLED化ではCO₂排出量を18トン削減し、省エネパトロールでは約2トン削減しました。

■ 設備の省エネ化によるCO₂排出量削減

人工大理石の成型加工に必要な熱源は、A重油を燃料とする蒸気ボイラーを使用していました。人工大理石の生産比率が増加したことにより、A重油に起因するCO₂排出量も増加傾向となっていました。そこで、2020年1月にA重油を燃料とする蒸気ボイラーを高効率のLPG蒸気ボイラーへ更新し、CO₂排出量の削減を行いました。今後は、効率的な運用を図るため運転状況を監視していきます。



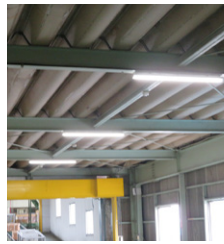
LPGガスタンク (湯本工場)



蒸気ボイラー (湯本工場)

■ 照明のLED化によるCO₂排出量削減

生産部門では、工場のLED照明化を推進しており、2020年度は鹿島システム工場、株式会社クリナップステンレス加工センターの野田工場と鹿島アート工場で導入しました。今後も継続的に更新していきます。



鹿島システム工場



株式会社クリナップ
ステンレス加工センター
野田工場



株式会社クリナップ
ステンレス加工センター
鹿島アート工場

■ 省エネパトロールによるCO₂排出量削減

省エネパトロールは、各工場の製造ラインを定期的に巡回し、設備が停止している時間帯を利用して、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。2021年度は、パトロールの回数(年6回⇒年12回)を増やしエネルギー使用のムダを削減しながら一人ひとりの省エネに対する意識づけを行っています。



省エネパトロール

VOICE

省エネパトロールによる意識の向上

生産部門では、エネルギー削減目標として、二酸化炭素排出量生産台数原単位1%削減を目標に掲げ、省エネ活動を推進しています。その活動の一環として、各工場の製造ラインを定期的にパトロールする「省エネパトロール」を継続して実施しています。「省エネパトロール」とは、製造設備が停止している時間帯を利用して、エアリーク(コンプレッサーへの負荷)や照明、各電気機器類の消し忘れをチェックし、「ムダ」なエネルギーの使用をさせない活動を行うことです。2020年度の効果をCO₂換算すると約2トンの削減になります。今後も、一人ひとりの省エネに対する意識を高めるために、「省エネパトロール」を継続していきます。



技術部品質環境技術課係長
鈴木 直人

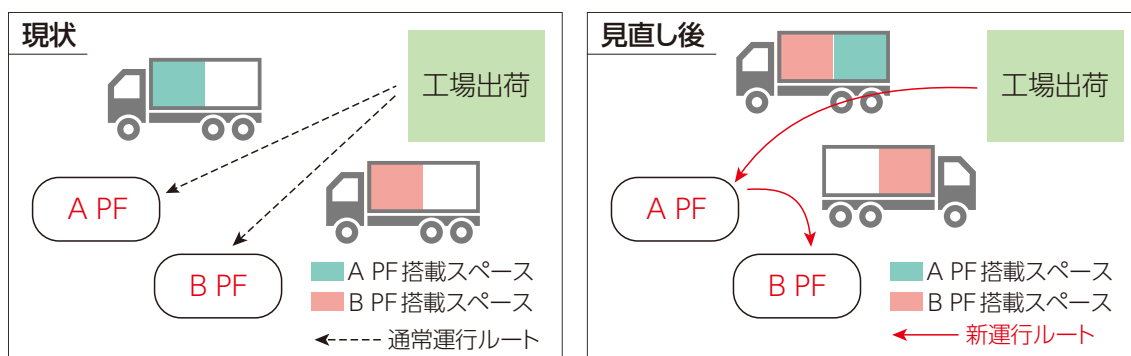
CO₂排出量削減の取り組み (物流部門)

■ 設備の省エネ化によるCO₂排出量削減

工場から出荷される製品は、配送先別 (PF*) に仕分けを行いトラックに積載しています。製品の荷量は日々変化するので、平均出荷量や積載効率**などから、効率の悪い輸送ルートの見直しを図っています。

● 積載効率が悪い車輦 (車輦削減)

積載効率が悪くても2つの配送先に2車で輸送していた運行を、2つの配送先に1車でまとめて輸送することによって、車両とCO₂排出量を削減することができます。車両削減によるCO₂排出量削減効果は、年間約131トンを見込んでいます。



※1 PF (プラットフォーム) = 荷物の積み降ろしをする配送の土台となる場所

※2 積載効率 = 許容積載量に対して実際に積載する貨物の割合のこと

■ 沖縄向け輸送改善 (海上輸送へのモーダルシフト) によるCO₂排出量削減

福島県いわき市から那覇市までの輸送ルートは、鹿児島新港まで陸送輸送を行っていました。2021年1月に、東京港からの海上輸送に切り替え、CO₂排出量を削減しました。

現在、那覇市向けの製品全てに対応できてはませんが、年間約89トンの削減を見込んでいます。

■ エコドライブの推進

クリナップロジスティクス株式会社では、従業員へのエコドライブ教育の他、輸送協力会社のエコドライブ意識の向上に力を入れてます。エコドライブの基本である「おだやかな発進と加速・一段上のギアで走行・定速走行の励行・エンジンブレーキの多用」などを行うことは、CO₂の排出量削減、使用燃料の削減、安全管理や事故防止にも繋がります。今後も、「環境に優しい物流」を輸送協力会社と共に推進していきます。

VOICE

効率のよい輸送配車を目指して

クリナップグループの物流部門として、東日本エリアの輸送配車の担当をしています。

輸送配車業務とはPFごとの荷量を見てトラックを手配し、5カ所ある工場の巡回計画を決めることです。「効率の良い配車」を目標に日々配車を行っています。効率の良い配車とは、車両数・巡回工場数を極力少なくし、積載効率を上げると言いますが、ただ積載効率を上げればよいということではなく、法令・安全・品質を考えなければいけないので、知識とスキルが要求されます。知識とスキルの上達には時間がかかるので、部内で勉強会などを開き知識やスキルの共有を図っていきます。

今後も「効率の良い配車」を目指して輸送配車業務の改善活動を行っていきます。



クリナップロジスティクス株式会社
業務部東日本事業課
高木 紀明



廃棄物対策・資源の有効利用

廃棄物削減の取り組み

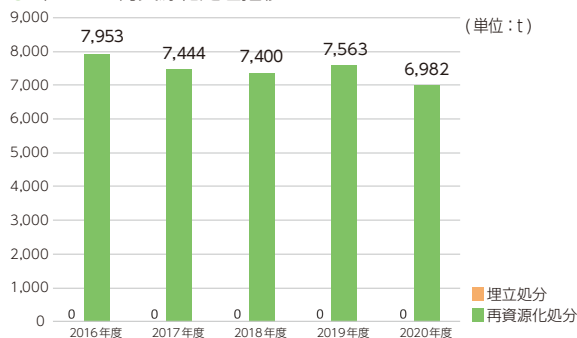
クリナップの製造プロセスで発生する産業廃棄物は90%が木くず、7%が廃プラスチック類、残りの3%はその他が占めています。

ゼロエミッション^{*1}に向けて取り組みましたが、その他の廃棄物^{*2}の埋立量増加により2020年度の再資源化率は98%となりました。

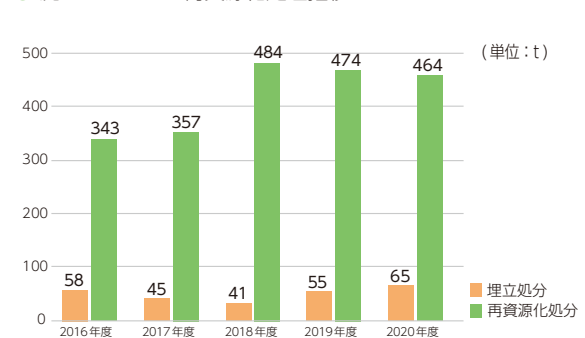
再資源化の課題

廃棄物の総量は、内作生産台数が微増の状況で前年比601トン減となりましたが、廃棄物の埋立量はその他で前年比29トン増加しました。要因は、廃油および汚泥が再資源化できなくなったことによります。再資源化できなくなった廃棄物の対応が今後の課題です。

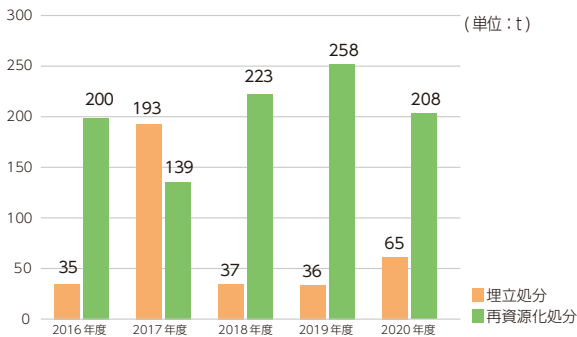
木くずの再資源化処理推移グラフ



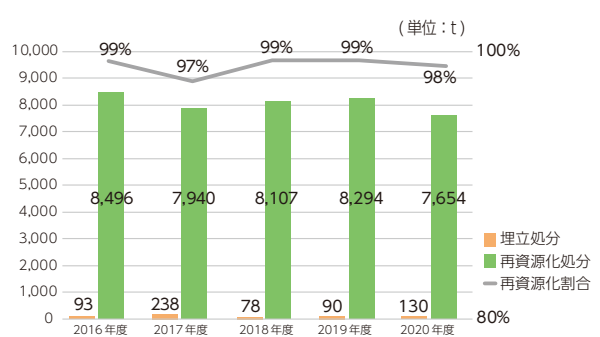
廃プラスチック再資源化処理推移グラフ



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。

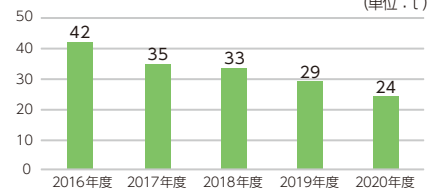
有害化学物質に対する取り組み

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、2020年度は24トンとなり、年々減少傾向となっています。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。

取扱量削減への課題

接着剤に含有されている溶剤や樹脂の可塑剤が主な対象となりますが、一部、水系エマルジョンタイプへの切り替えを行ってきておりますが、さらに品質・機能・価格を満足した代替品への切り替えを加速させていきます。

室内空気汚染物質取扱量の推移



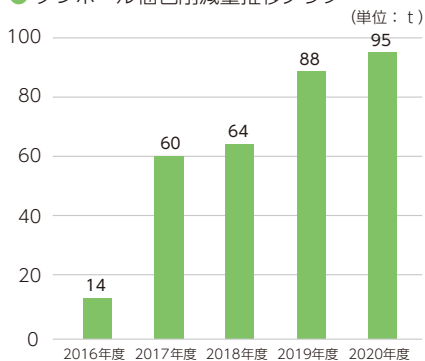
製品梱包の負荷低減

■ 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。

取付・設置現場での廃棄物対策として、製品納入後に回収し、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、ダンボール梱包削減に取り組んでいます。リターナブル梱包を定期的に購入し、リターナブル梱包での出荷率向上を行っています。また、リターナブル梱包をバーコード管理することで未回収を防ぎ円滑な運用を行っています。

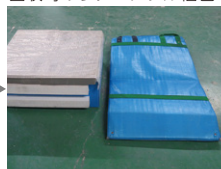
● ダンボール梱包削減量推移グラフ



出荷時のリターナブル梱包

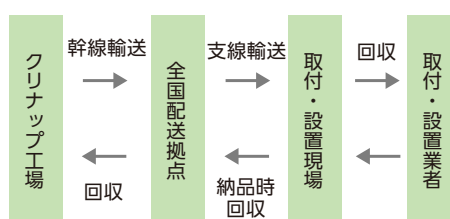


回収時のリターナブル梱包



回収したリターナブル梱包は清掃して再出荷

● リターナブル梱包回収のしくみ



■ 省資源への取り組み「シュリンク梱包」

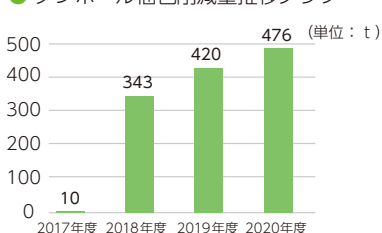
キッチン壁パネルを透明フィルムで覆い、シュリンク梱包機に通して加熱するとフィルムが縮んで製品を密封加工します。鹿島システム工場では2018年3月に、岡山工場では2019年9月にキッチン壁パネルの梱包をダンボール梱包から一部ダンボールを使用しながら、シュリンク梱包へ設計変更を実施しました。

2021年5月に鹿島システム工場へサイドパネルのシュリンク梱包のラインを増設し、対象機種を拡大しました。引き続きシュリンク梱包を活用しダンボール梱包を削減する活動を行っていきます。



出荷時のパネルシュリンク梱包

● ダンボール梱包削減量推移グラフ



シュリンク梱包機 (岡山工場)



シュリンク梱包機 (鹿島システム工場)

VOICE

鹿島システム工場にシュリンク梱包導入

シュリンク梱包は2018年3月に鹿島システム工場キッチン壁パネルラインに導入し、2019年9月に岡山工場キッチン壁パネルラインへ展開導入しました。そして、2021年5月より鹿島システム工場パネルラインのキッチン周辺パネル部材へ展開を図りました。パネル部材のこれまでの梱包は、全体を段ボールで覆っていましたが、シュリンク梱包のメリットである外部からのゴミの侵入を防ぎ、製品にぴったりと貼り付いて密封できる特徴を利用することによって、段ボールを製品輸送上必要な部位だけにすることができました。これにより、段ボール資源の大幅な削減を実現し、同時に大きな変動費削減に繋がりました。検討を進める中で多くの課題がありましたが、関係部門や協力会社の協力のおかげで実現させることができました。今後も環境負荷低減や会社への利益貢献を実現させていきたいと思っています。



生産管理部原価管理課主任
新家 慶勝



環境会計

● 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		2019年度	2020年度
1. 収益	有価物売却などにより得られた事業収入	48.7	55.9
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	42.2	52.5
	リサイクルに伴う廃棄物処理費の低減	0.0	0.0
合計		90.9	108.5

● 環境保全コスト

(単位：百万円)

活動分類		環境保全コスト			
環境会計ガイドラインの分類	クリナップの活動分類	投資		費用	
		2019年度	2020年度	2019年度	2020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	7.0	0.0	13.1	14.8
② 地球環境保全コスト	地球温暖化防止活動など	85.0	84.0	21.2	32.0
③ 資源循環コスト	産業廃棄物再資源化活動	0.3	0.0	129.0	117.6
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	2.1	0.0	6.8	15.3
3. 管理活動コスト	ISO14001維持活動 環境教育・訓練活動 環境指標の監視・測定活動	0.0	0.0	11.7	14.4
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	1.5	0.0
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 報告書の発行	3.5	3.6	14.7	10.6
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		97.9	87.5	198.0	204.7

● 環境保全効果

物量効果

物量項目	単位	2019年度	2020年度	前年比
電気使用量	千kwh	23,610	22,749	-861
燃料使用量	kℓ (原油換算)	2,504	2,406	-98
水道水使用量	千m ³	91	85	-6
CO ₂ 排出量	t-CO ₂	19,544	18,283	-1,261
CO ₂ 排出原単位	t-CO ₂ /売上高(億円)	19.4	18.7	-0.7
再資源化処理割合	%	99	98	-1
産業廃棄物排出量	t	8,385	7,784	-601
産業廃棄物排出原単位	t/売上高(億円)	8.3	8.0	-0.3
一般廃棄物(可燃物)排出量	t	45	47	2
室内空気汚染物質取扱量	t	29	24	-5
PRTR取扱量	t	1,135	1,013	-122
グリーン調達対象取引先	取引先件数	146	138	8
ダンボール梱包削減量	t	508	570	62

①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。

コーポレート・ガバナンス

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、右の基本的な考え方にに基づき、「ESG / SDGs 視点での経営基盤の強化」としてコーポレート・ガバナンスの充実に向けて取り組んでいきます。

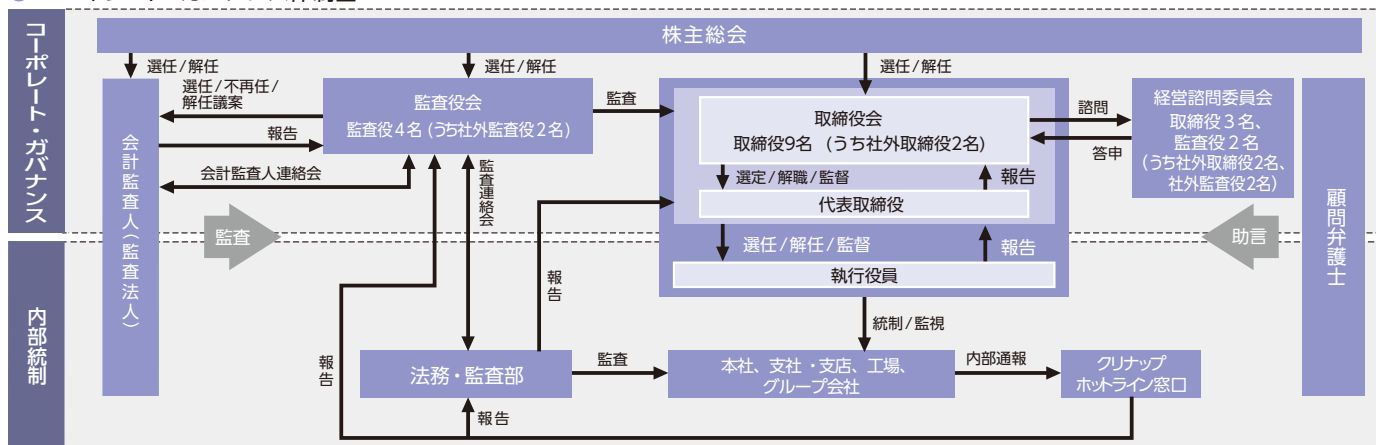
コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

- (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。

コーポレート・ガバナンスの体制

当社は取締役会、監査役会、経営諮問委員会を設置するほか、執行役員制度を導入して業務執行機能を分離し、迅速な業務執行および的確な意思決定を図っています。

コーポレート・ガバナンス体制図



取締役会の役割・責務

当社の取締役会は、社内取締役7名、社外取締役2名(うち女性1名)で構成しており、経営方針や経営戦略の重要な意思決定を行うとともに、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ており、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。

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。

監査役および監査役会の役割・責務

当社の監査役会は、常勤監査役2名と社外監査役2名で構成しています。各監査役は、専門性の高い知識と豊富な経験を活かし、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。

経営諮問委員会

当社は、コーポレート・ガバナンス体制のより一層の強化を図るために、2019年に経営諮問委員会を設置しました。経営諮問委員会は、社内取締役1名、社外取締役2名、社外監査役2名で構成された取締役会の諮問機関です。必要に応じて臨時に開催され、取締役会から諮問を受けた事項などの審議、取締役会への答申を行います。



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担当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、各業務の管理部門が、監査役、会計監査人、内部監査部門と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、全社的改善につなげています。

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」
https://cleanup.jp/ir/pdf/cpg_01.pdf

「社外役員の独立性に関する判断基準」
https://cleanup.jp/ir/pdf/cpg_02.pdf

「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」
https://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」
<https://cleanup.jp/policy/mynumber.shtml>

「個人情報保護方針」
<https://cleanup.jp/policy/privacy.shtml>

「反社会的勢力排除に向けた基本方針」
<https://cleanup.jp/company/antisocial.shtml>

内部監査

当社の内部監査は、内部監査部門が担当し、担当取締役が承認した年度計画に基づき、子会社を含めたクリナップ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ています。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、内部監査部門、経理部門その他の各部門に監査への協力を求めることができる体制を整備しています。また、「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

近年の新型コロナウイルス感染症の拡大により、企業を取り巻く経営環境が変化しただけでなく、人々の価値観をも大きく変え、企業は、法令遵守（コンプライアンス）はもちろん、社会的意義の確認や活動（CSR）、持続可能な社会形成（SDGs）をも担うことが、以前にも増してより求められるようになりました。企業としても持続可能な社会があってこそ活動が続けられるのであり、利益追求のみにとどまらず社会が抱える課題に対して積極的に関わり対応していく必要があります。

社外取締役として、今後も当社のさまざまな活動についてチェック機能を果たし、経営の透明性を確保し、当社の企業価値向上と社会課題の解決が両立する持続可能な社会の実現を目指していきます。



社外取締役
千代田 有子

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、事例などによってより分かりやすく解説した「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。制度の浸透を図るため、「クリナップグループ行動基準ハンドブック」の中に、制度の趣旨のほか、社内窓口と社外窓口(弁護士)の設置を始めとする詳細を記載し、周知しています。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。

■ 反社会的勢力排除への取り組み

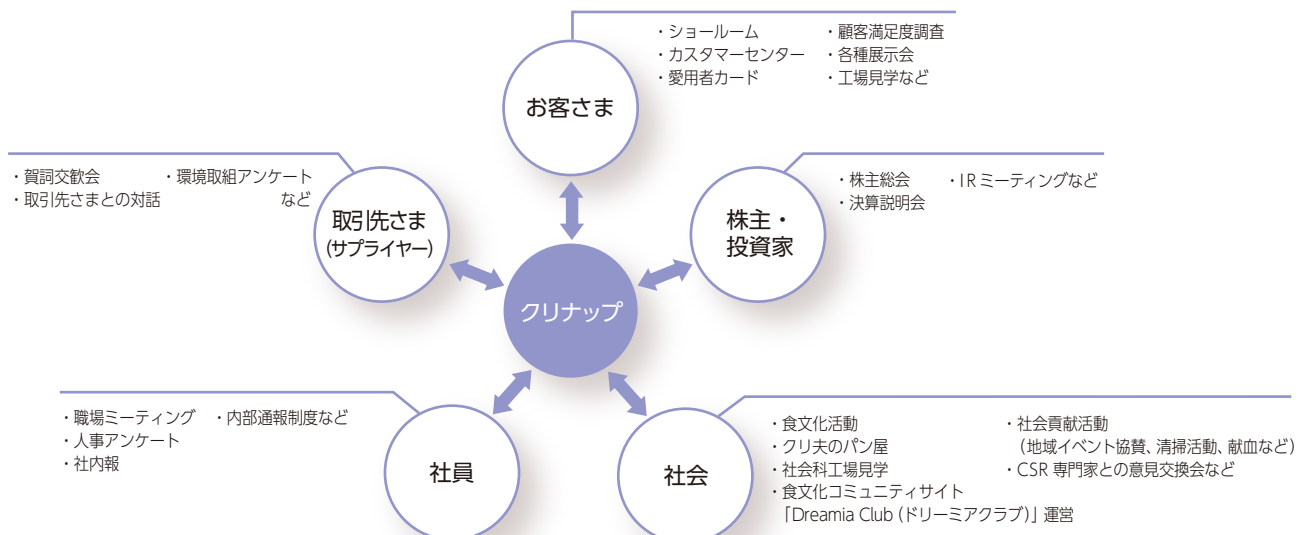
当社は、「クリナップグループ行動基準」において、反社会的勢力に対しては毅然とした態度で対応し、また、一切の係わりを持たないことを定めています。2010年には「反社会的勢力排除に向けた基本方針」を制定し、反社会的勢力排除に向けた社内体制を整備するなど、全社的な取り組みを行っています。

ステークホルダーとのかかわり

クリナップグループは、社会の一員として果たすべき役割と目的意識を明確に持ちさまざまな機会を捉えてコミュニケーションを図っています。事業活動を通して多種多様な期待や要請に誠実に応えていくことで、ステークホルダーとの信頼関係と協働関係を築いていきます。

● 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」には、ショールーム、カスタマーセンター、各種展示会を通じて頂戴し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」の皆さまには、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。取引先さまには、賀詞交歓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。





CSR調達

クリナップグループは、お客さまに満足していただける商品とサービスを持続的に提供していくため、取引先さまと信頼関係を築き、社会的責任を果たす調達活動を目指した「調達方針」のもと「CSR調達ガイドライン」を策定し、2020年より運用しています。

調達方針

私たちクリナップグループは、取引先さまと公正、自由、透明な競争原理をもって、サプライチェーン全体で共存共栄をはかり、社会的責任を果たしてまいります。

1. 取引先さまに競争の機会を公正・公平に提供します。
2. 取引先さまの選定は、品質・価格・納期・技術開発力・安定供給能力・環境対応などの総合的な評価と適正な手続きにより行います。
3. 法令、社会的規範などを遵守し、人権、安全衛生、環境など社会的責任を果たす調達活動を行います。
4. 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。

2020年9月1日

CSR調達ガイドライン

クリナップグループは、取引先さまとともに社会からの期待に応え、責任ある調達活動を行っていくため、「クリナップグループCSR調達ガイドライン」を2020年9月に制定しました。本ガイドラインは、クリナップグループが調達活動において取引先さまにお願いする事項を9項目にまとめたものです。

ガイドラインを各取引先さまへ送付し、同意確認を行う中で本ガイドラインの主旨についてご理解とご協力をいただき、公正で透明なCSR調達を推進していきます。

お客さまにお願いする事項

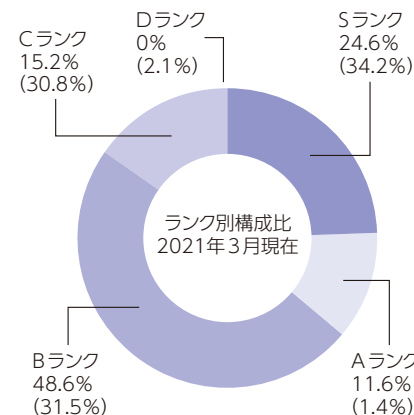
- | | |
|-----------------|-------------|
| 1) 法令および社会規範の遵守 | 6) 公正な事業活動 |
| 2) 品質の維持・向上 | 7) 環境対応 |
| 3) 価格 | 8) 人権・労働 |
| 4) 安定供給 | 9) 地域社会との共生 |
| 5) 安全の確保 | |

※お客さまにお願いする事項に関する20項目の予備アンケートでは88%のお取引さまから満点の回答をいただいております。

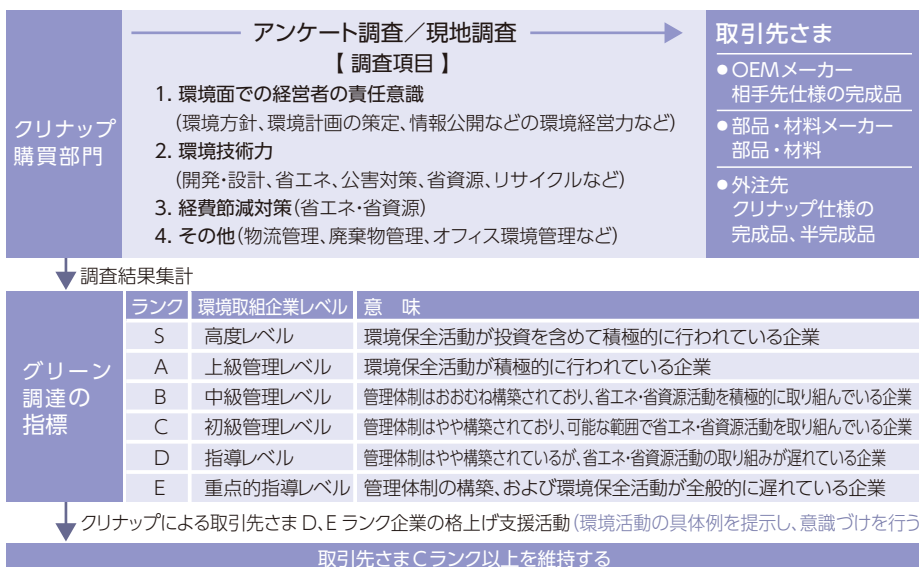
グリーン調達

2007年度から、取引先さまにグリーン調達のアンケート調査を実施し、取引先さまの環境保全活動の取り組み状況を確認しています。取り組みのランクに応じ、取り組みの弱い企業に対しては支援活動を行い、取引先さま全体の環境保全に対する底上げを実施し、環境に対する社会的要求をサプライチェーン全体で取り組む活動を行っています。

● 環境取組企業ランク構成比



※数値は2020年度。()内は2019年度を示します。
2020年度はランク基準見直しによりSランク減、Aランク増。
CランクからBランクへ格上げが増え、D、Eランクはなし。



社会とのかかわり

レスリング部

東京オリンピックに、クリナップレスリング部所属の皆川博恵選手(女子76kg級)が出場し、見事5位入賞を果たしました。2011年に入社した皆川選手は、全日本選抜選手権8連覇や、世界選手権銀メダルなど、日本女子レスリング最重量級の第一人者として活躍。東京オリンピックが集大成の場となりました。

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、世界を目指すアスリートの支援を行っております。現在は、皆川選手を含め3名の選手が所属。生産拠点である福島県いわき市では、キッズレスリングクラブも支援しています。クリナップは、今後も日本のレスリング競技発展に貢献してまいります。



東京オリンピックで5位入賞と健闘した皆川選手(右)



キッズレスリング風景

クリナップ財団の奨学支援

東日本大震災で被災し、操業停止を体験したクリナップは、早期復旧に向けご支援いただいた地域のみなさまに感謝の気持ちを伝えるため、震災の翌年・2012年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」を設立しました。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、経済的な理由で修学が困難な学生を対象に、給付型奨学金制度を設け、奨学支援を行っております。2013年より開始し、今年度までの9年間で累計奨学生は360名となりました。

資源循環の取り組み紹介

「森林資源の有効利用に関する学生向け教育」の一環として、当社取引先でもある福島県いわき市の企業が開設した環境展示室に協賛。生産工場から排出される木質系廃棄物を、新たな資源として活用するまでの仕組みなど、当社で行っている資源循環活動をパネル展示でわかりやすく紹介しています。



奨学金授与式に参加した学生



木質系廃棄物の活用をパネル展示



■ キッチン白書

クリナップは「家族の笑顔を創ります」という企業理念の下で、もっと食を、家族を、暮らしを、深く知り、考えていくために「食、物、空間」をテーマにさまざまな切り口で調査しています。調査の結果から見えてきた生活者の“いま”を『キッチン白書』として2017年から公開しています。

「キッチン白書2021」では、キッチン空間での過ごし方や意識についての調査結果を30～40代子育て世代を中心に分析してご紹介しています。

子育て世代は、コロナ禍を経て、料理など家ナカ生活を楽しむ工夫を今後も続けたいと思っており、キッチン空間が癒しや気分転換の場所になっている様子や、料理の気分を盛り上げるためにキッチン空間でのお気に入りの過ごし方があることなどが分かりました。

「キッチン白書2021」は当社ホームページに掲載しています。

<https://cleanup.jp/oikura/pdf/kitchen-hakusyo2021.pdf>



■ 食育活動

子どもが育つ環境に「くらしの時間」を取り戻すために考案された「弁当の日」は、単なる調理技術の習得だけでなく、子ども達自身が弁当を作ることを通じて、家庭や地域、社会のあり方などを見つめ直す試みです。この取り組みを全国に広げるため「弁当の日応援プロジェクト」に、2012年の立ち上げから参画。講演会や子ども料理教室などの支援を行っています。

2014年からは生産拠点であるいわき市の地元企業と「お弁当コンテスト」を毎年共催。「弁当の日」の実践を通じて、健全な次世代育成と持続可能な社会の構築を目指しています。



当社が支援し「弁当の日」を導入した小学校の様子

■ DreamiaClub

クリナップでは、心豊かな食住文化を創るために、食と暮らしの夢、楽しさ、喜びを伝える活動を自身のスキルを生かして自宅などで行う教室の主宰者「サロナーゼ」と、その教室に関心がある人を支援する組織「DreamiaClub」を2008年に立ち上げました。豊かな食と暮らしの実現を目指して、教室運営の支援や、オンラインや対面でのイベントで講師として活躍する機会の提供など、継続的な活動を実施しています。



教室名「Lisas おうちパーティーコーディネイト京都 (主宰：大橋りさ様)」

サステナビリティレポートは、ガイドラインに従って忠実に開示することも重要ですが、それ以上に時代の動向や社会・読者の要請に対応した自社の取り組みを重要な訴求点として丁寧に取り上げることが「読まれるサステナビリティレポート」として不可欠と考えます。本レポートにおいてもそうした開示を随所に見ることができます。

その筆頭が「クリナップ サステナブルビジョン2030」(CSV30)の策定報告です。現代は、Volatility (変動性)、Uncertainty (不確実性)、Complexity (複雑性)、Ambiguity (曖昧性) という4つのキーワードの頭文字をとった「VUCA」の時代と呼ばれています。要するに「先が読めない」時代で、羅針盤と自らの変革が求められています。そのため、企業の中長期経営ビジョンの重要性がこれまで以上に高まり、ステークホルダーの要請も同様です。CSV30の報告はこうした要請に的確に対応しています。また、CSV30は後述するサステナブル経営の方向性を明らかにしたことと「温室効果ガス50%削減(2013年度比)」と「社員エンゲージメントを把握し公表」という2つの非財務目標を設定していることも高く評価できます。目標の前者については、今後、2030年目標からバックキャストした短期目標を作成し、必達で取り組んでいただきたいと思います。後者については、一人ひとりが自分の仕事を通じてビジョンの達成に貢献できているかを確認するためにここ数年非常に注目されている取り組みであり、毎年の公表を期待しています。

初めて本レポートで言及されたサステナブル経営も注目しました。上記に示したような今日の下況下では、いかに経営を変革できるかがサステナブルに大きく影響します。変革の方向性として、「経済価値の創造」のみならず「生活環境価値」「社会環境価値」を創造することを明言しました。「サステナブル経営を推し進めてまいります」という力強い社長メッセージを具現化することによって、多くのステークホルダーから支持され応援される企業になることを期待しています。そのためには、サステナビリティに関する事項についてリスクと機会を明らかにし、それらの対応が各部門でどのように取り組まれているかを丁寧に報告することが重要になってきます。

マテリアリティ別の構成も読者の要請に応えています。マテリアリティはGRIスタンダードの「報告内容に関する原則」の一つであり、「サステナビリティ報告におけるマテリアリティとは、関連する項目のうち、報告が必要であるほど重要なものを決定する原則である」と述べられています。そのため、マテリアリティの特定は、当該企業はもとよりステークホルダーにとっても欠かせないものです。また、マテリアリティは不動のものではありません。最近、社会の変化に合わせて随時変更すべきであるという“ダイナミック・マテリアリティ”が提起されています。毎年、マテリアリティを再確認するプロセスを経ることが必要です。

一方、先進企業のレポートをベンチマークしますと欠如している報告項目や開示の質が不十分な点も少なくありません。今後、さらにサステナビリティレポートの質を向上させていくためには、時代の動向や社会の要請に対してアンテナを高く張って把握し、社内において共有化することが重要と考えます。制作担当部門との意見交換において、このような活動が、まだまだ少ないように感じています。こうした問題は各社とも存在し、その是正について注力されているのが現実です。そこで、制作担当部門がイニシアティブを取って各部門、場合によってはマネジメント層との勉強会を定期的に行うことを提案いたします。



特定非営利活動法人
循環型社会研究会

理事 山口 民雄

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。研究会内のサステナビリティワークショップで、報告書のあるべき姿を研究し、提言している。

URL:<https://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

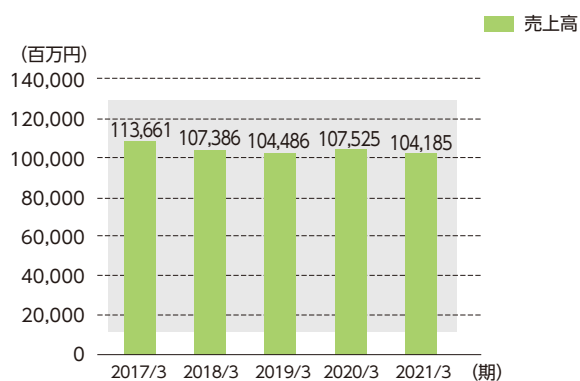
決算期 3月(年1回)

クリナップグループ

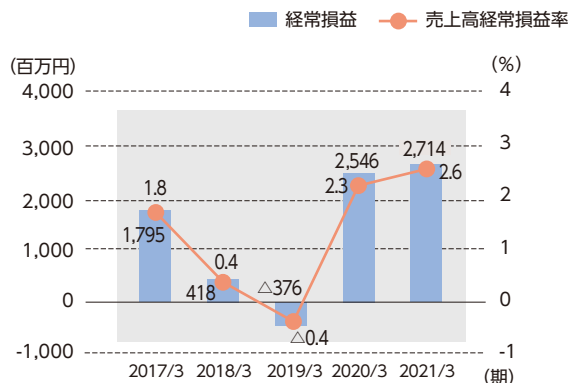
連結：本体●クリナップ株式会社、生産／関連1社●株式会社クリナップステンレス加工センター、商社／関連1社●井上興産株式会社、運輸／関連1社●クリナップロジスティクス株式会社、取付・設置・サービス／関連1社●クリナップテクノサービス株式会社、人材派遣・介護／関連1社●クリナップキャリアサービス株式会社、障がい者雇用／関連1社●クナップハートフル株式会社、情報システム／関連1社●クリナップソリューション株式会社、中国●可麗娜厨衛(上海)有限公司、可麗必斯家具(瀋陽)有限公司

業績の推移

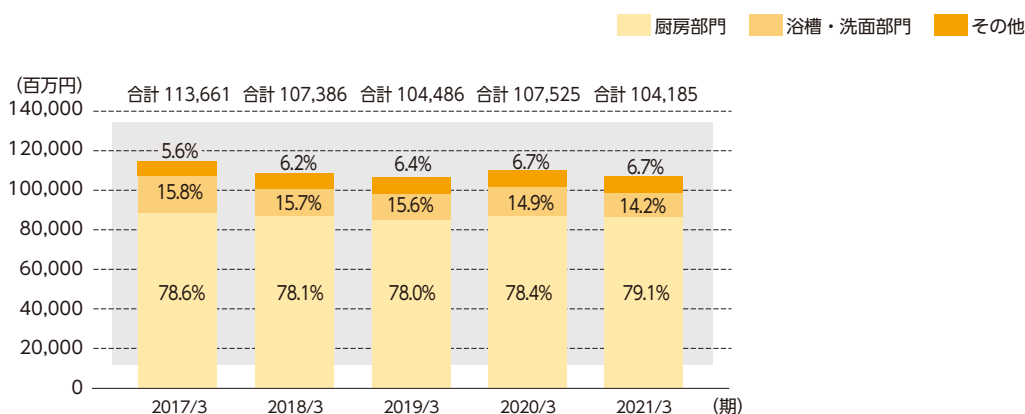
売上高(連結)



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

<https://cleanup.jp/>