



キッチンから、笑顔をつくろう



Cleanup Sustainability Report 2022

クリナップ サステナビリティレポート 2022

Contents

トップメッセージ 2

経営理念 3

経営思想 4

Our History 5

社長メッセージ 7

サステナビリティマネジメント 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
開発担当役員インタビュー
清潔・環境・健康への配慮
品質保証
お客さまサポート
お客さまとのコミュニケーション

マテリアリティ 2 | 働きやすい職場づくり 19

働きやすい職場づくりに向けたクリナップの考え方
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
人材育成
労働安全衛生

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
気候変動への取り組み
資源循環
環境負荷の軽減

マテリアリティ 4 | 公正で誠実な企業活動 30

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
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

クリナップは、企業理念「家族の笑顔を作ります」のもと、キッチンを中心とした事業を通じて社会への貢献と中長期的な企業価値向上を図っていきます。本レポートは、当社グループを取り巻く幅広いステークホルダーの皆さまと、さらなる対話のきっかけとなることを目的に、クリナップのサステナビリティに関する考え方やESG・SDGsにかかわる2021年度の取り組みを、重要課題(マテリアリティ)に沿ってお伝えします。

対象組織

- ・クリナップ株式会社
- ・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）
- ・井上興産株式会社
- ・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
- ・可麗娜厨衛(上海)有限公司

環境データの対象範囲

原則として、クリナップ株式会社(本社および生産部門)、株式会社クリナップステンレス加工センター、クリナップロジスティクス株式会社

対象期間

2021年4月1日～2022年3月31日
一部対象期間外の報告を含んでいます。

発行年月

2022年9月
(前回発行：2021年11月)

参考ガイドライン

- ・GRI「GRIサステナビリティ・レポーティングスタンダード 2016/2018/2019/2020」
- ・環境省「環境報告ガイドライン(2018年版)」
- ・「ISO26000」

問い合わせ先

経営企画部 SDGs推進課
Eメール：grp.sdgs@cleanup.jp

トップメッセージ

企業理念「家族の笑顔を作ります」の実現に向けて

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、家族の暮らし方を提案してきました。

“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「家族の笑顔を作ります」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。今なおクリナップが存続していただけるのは、社会に活かされ必要とされてきたからこそであり、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。

社会は、気候変動や生物多様性などの環境課題をはじめ、コロナ禍によってもたらされた生活様式の変容、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などによって、大きな転換期を迎えています。さらに、国際紛争は、多くの国や地域に甚大な影響を及ぼし、供給リスクの要因となっています。

このような混沌とした社会状況のなか、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。そこで将来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」を策定しました。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で経営に取り組んでいます。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「家族の笑顔を作ります」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

経営理念

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、心を一つにして、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領ち合い
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

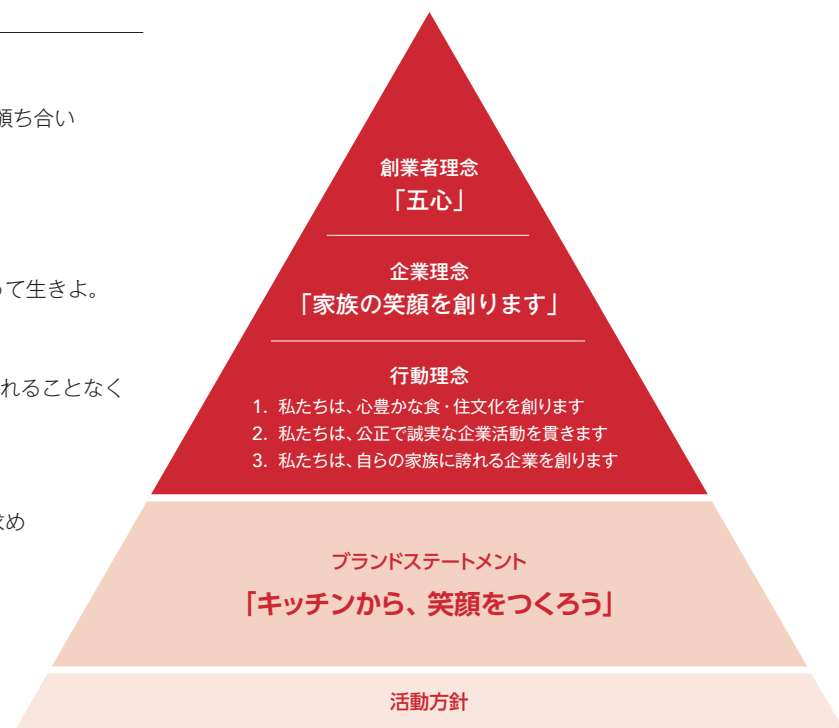
創意・開発は我が社の生命である。この心を忘れることなく
会社の繁栄をはかり社会に貢献せよ。

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、そして社会へと拡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、私たちの生活のなかで食と住の交点にあります。おいしいもの、心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。

経営思想

CPS (Cleanup Production System : クリナップ プロダクション システム)

クリナップの経営理念を実現する独自のシステムがCPS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「人づくり」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及していきます。

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及びます。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。



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及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。

Our History

社会価値の変遷とキッチンづくりの歩み

サステナブルで多様な ライフスタイルの提案を

どんな時代でも家族が
笑顔なら社会が豊かになる

生活スタイルの多様化

- 2013 「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録
- 2015 持続可能な開発のための2030アジェンダが採択
- 2020 コロナ禍で新たな生活様式が広がる

2021～ 多様化

間取りをフレキシブルに発想する現代のライフスタイルに合わせたキッチンテーブル「HIROMA」を本格発売。新型コロナウイルス感染拡大により、リモートワークが浸透し、キッチンが仕事場にも。夫も食事づくりに参加し、キッチンの多様化が進む



「HIROMA」作業場の近くにシンクがあり、仕事も趣味も楽しくなる



2018～ 高級化・個性化

「CENTRO」「STEDIA」を発売。暮らしの真ん中に置きたくなるデザインと革新を求め続けた素材と機能で、より高い価値を目指し主力システムキッチン2シリーズを新ブランドへリニューアル



「CENTRO」クラフトマンシップ、最新のステンレス技術を追求



「STEDIA」“わたしキッチン”を実現する

2016

新しい食住空間の提案

ミラノサローネにてコンセプトモデル「DAIDOCORO」出展

リビング、ダイニング、キッチンをついに重ね、家族の視線が重なるキッチン提案。つくる、食べるからくつろぐ空間へ



超高齢社会へ突入

- 2005 65歳以上が人口の20%を超える
- 2007 団塊世代の退職始まる
- 2005～ 超高齢社会という大きな社会課題がクローズアップされるとともに、生活環境・健康への配慮への関心が高まる

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



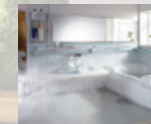
2007

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。2015年省エネ大賞経済産業大臣賞受賞



2007

7 Smiles Cycleをコンセプトにした「アクリアバス」を発売



2011

レアメタルを削減したステンレスキャビネットを発売

レアメタルを約46%削減（SUS304比）したステンレス材を採用、分解が容易な構造でリサイクル性にも優れています



2000～

生活環境に配慮したくつろぐ空間へ

さまざまなライフスタイルに合わせた食住空間の提案へ拡がりました。

1973

日本初のシステムキッチンを発売

高度経済成長期を経て、冷蔵庫が一般家庭に普及し、食材の長期保存が可能に。食卓で、新鮮なサラダが手軽に親しまれるようになるなど本格的に欧米化が進む



女性の社会進出

- 1986 男女雇用機会均等法が施行
- 1997 共働き世帯数が半数を上回る

1999～ 女性の社会進出による共働き世帯の増加に伴い、家事の省力化ニーズが増え、収納の使い勝手が製品開発の大きなテーマに

ライフスタイルの欧米化

- 1971 マクドナルド第1号店オープン
- 1974 セブンイレブン第1号店オープン

1999

業界初、足元部分を引出し収納にして収納力アップ「フロアコンテナ」を開発

共働き世帯数が半数を上回り、個食・孤食・中食・内食など食事のスタイルが多様になったことで、調理道具やストック食材など収納物も増えていき、収納力のある「フロアコンテナ」が人気に



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。リーズナブルな価格帯で普及が進む

肉や乳製品が食卓によく登場するようになり、一般家庭での調理もバリエーションが豊かになり、道具や機器も進化



1970

当社初の洗面化粧台「B型」を発売



モダンで豊かな食住環境

- 1956 ダイニングキッチン普及始まる
- 1963 日本初の高速道路開通

1949

座卓製造販売を開始
クリナップの原点

戦後、生活様式の変化に伴い、複数人で食事を分け合う様式へ。座卓の販売開始から数年で生産量日本一に



1949～

住宅設備の近代化

高度成長期、モノの豊かさが価値だった時代は、新しいデザインや機能が求められました。

食住空間の可能性を広げる サステナブル経営

システムキッチンのパイオニアとして持続的な成長を遂げながら
「人と暮らしの未来を拓く」を実現してまいります

2021年度の事業振り返りと今後の展望

新型コロナウイルス感染症の世界的な蔓延やデジタル化の進展を背景に、人々の働き方が変わり、在宅時間が長くなりました。それに伴い、住まいに対する考え方も変化し、これまで以上に住み心地の良さが求められています。そうした社会の変容を追い風に、2021年度の売上は、主力である対面型のシステムキッチン「STEDIA」を中心に堅調に推移しました。その結果、売上は前期比8.8%増、同じく営業利益、経常利益もそれぞれ45.2%増、57.0%増と、増収増益で1年を終えることができました。

しかしながら、状況は決して楽観視できるものではありません。長引くコロナ禍や先行き不透明な国際情勢に起因したサプライチェーンの混乱などによる資材の不足・値上がりの影響は想定以上に大きく、商品の値上げをせざるを得ないのが実情です。こうした社会状況下では、消費者マインドの低下が懸念され、マーケットの見通しは厳しいものになりかねません。そのようななかでも、強靱な企業体として変わらず事業活動を展開していくには、これまで以上にニーズをとらえたお客さまへの提案が必須となります。住まいに集う家族がコミュニケーションを取り合い、快適に過ごせる場を提供していくために、LDKの要素・機能をライフスタイルに合わせて空間デザインする「HIROMA」をはじめとした新たな商材の展開も進めながら、食住空間の可能性を広げていきます。

長期ビジョン実現に向けた取り組み

気候変動問題の深刻化、DXによる働き方改革の急速な進展など、この激動の時代を生き抜いていくには、サステナブル経営が欠かせません。当社は2021年度に、長期ビジョン「クリナップ サステナブルビジョン2030」(CSV30)を策定しました。持続可能な社会の実現に貢献すべく「人と暮らしの未来を拓く」をテーマに据えたこのCSV30のもと、4つの重点指針を定め、その実現に向けて取り組みを推進しています。

まず、新たな事業領域として、2018年に生産・販売ライセンスを取得したイタリアの高級キッチンブランド「Valcucine」の商品を展開できる体制を構築しました。タワーマンションなどへ納入する土台が整い、富裕層向けの大きな事業になると手応えを感じています。

社内のデジタル化の進展に向けては、すでに商談をオンラインで行える環境を整備しておりますので、状況に応じて対面形式を織り交ぜながら、効率的かつ効果的な商談を実施していきます。

人材の活性化に関しては、2021年に幹部候補として会社を背負っていく人材を育成するための「クリナップ ビジネスアカデミー」(CBA)を開講しました。社員には常々「意識が変われば行動が変わる、行動が変われば結果が変わる」と説いてきました。自ら考え、行動を変え、そして会社の変革を担っていく、CBAを通してそれを実践していける人材を育てていきます。

最後にサステナブルについて、持続可能な社会の実現に貢献できる会社になっている、と謳っています。2021年の東証の市場再編において、当社はプライム市場を選択しました。技術や専門能力を含め、新たな価値を世に送り出し続けていける、プライム市場に相応しい企業を目指します。

これらCSV30の4つの重点指針に対し、全社員が同じ方向で取り組み、サステナブルな経営を実践してまいります。

代表取締役 社長執行役員

竹内 宏



社長メッセージ

2021 中期経営戦計画におけるサステナビリティ

環境問題をはじめ多くの社会課題が顕在化し、社会は今、大きく変わろうとしています。住みやすい世の中を次の世代へとつないでいくためにも、企業にはこれまで以上に事業活動を通して持続可能な社会の実現に貢献していく姿勢が求められています。当社はこの潮流をとらえ、CSV30実現に向けての第一歩として、2021年度に始動させた「2021 中期経営計画」に、経営戦略の一つとして「ESG／SDGs課題の解決」を盛り込みました。特に企業として急務であるのは、カーボンニュートラルに向けた対策です。製造部門においては、重油やガスなどの燃料から、CO₂排出量の削減が見込めるエネ

ギーへ変換、太陽光発電設備の随時設置など、投資を惜しまず、新設した環境分科会と連携を図って数値目標を明確化しつつ、カーボンニュートラルの実現に寄与する取り組みを推進していきます。

サステナブル経営を推し進め、社会課題一つ一つを着実に解決すべく、2021年度にはCSR委員会において議論を重ねたほか、2022年度では社長直轄のサステナビリティ委員会とリスクマネジメント委員会を設置し、体制化を図りました。十分な成果を上げるには、トップダウンの施策のみではなく、社員自らが社会に内在する問題にアンテナを張り、解決に向けて主体的に考え、行動する姿勢が重要であると考えています。経営層から若手社員まで全社で認識を統一し、種々の課題に挑んでいきます。

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 中期経営計画の基本方針 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

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

戦略1 既存事業の需要開拓、低収益からの転換

水まわり3品（キッチン、浴室、洗面）事業での安定した収益確保を目的に、主に、次の点に取り組む

1. 中高級品の販売力強化、システムバス販売の底上げ、リフォーム需要獲得
2. 水まわり3品事業で培ったノウハウを活かした、サービス、物流分野での外販ビジネスの拡大
3. 生産変革、CPSを核とした原価低減、間接業務の効率化、利益改善

戦略2 新規事業による新たな顧客の創造

中長期的な成長戦略として、新たな顧客の創造を目的に次の点に取り組む

1. 新商材やサービス、新チャネルについての施策を実行計画に展開
2. 海外事業戦略における3つのビジネスモデルを強気に推進

戦略3 ESG／SDGs視点での経営基盤の強化

持続可能な社会の実現に向けて、事業を通じ重要課題（ESG・SDGs課題）の解決に取り組む

人材育成の取り組み

会社を支えているのは社員です。限られたリソースのなかでパフォーマンスを最大化していくために、職場環境の充実是不可欠と考えています。現場の想いを汲み取り、より現実に即した職場改革を推進すべく、当社は2021年に社員エンゲージメント調査を実施しました。調査を通して改めて痛感したのは、報酬や働き方の面でまだまだ満足感が十分ではないという実情です。密接に関連しているこの2つのテーマは、仕事へのモチベーションにつながるものです。サステナビリティ委員会の傘下に設けた人的資本分科会と連携し、販売基幹システムなどをアップデートしながら、不平等感が少なく納得感のより高い賃金・評価体系、社員がより効率的でワークライフバランスの向上を図れる勤務体系を整えていきます。

そしてもう一つ、将来のクリナップの可能性を社員にしっかりと示せるか否かも、モチベーションを左右する重要なファクターと言えるでしょう。特に新たな事業については、それが先々の何を見据えた事業なのか、直接かかわっていない社員にも把握してもらえるよう、確たる方向性を示していく必要性を感じています。これまで、会社のこれから先の展望について、クローズにしていた部分も少なからずありました。そこをオープンにし

て、こういうことを目指している夢のある会社だと具体性を持って社員に伝えていく。それがモチベーションのアップを促すと考えています。

ステークホルダーの皆さまへのメッセージ

住まいに対する考え方が変化するなかで、企業理念「家族の笑顔を作ります」とブランドステートメント「キッチンから笑顔をつくろう」は、より時代にマッチしたテーマとなりました。システムキッチンのパイオニアとして、世界中のすべての家族から選ばれ続ける会社となるためにも、私たちクリナップは現状に甘んじることなく、変わっていかねばなりません。そのためにも、ステークホルダーとの積極的なコミュニケーションは欠かせません。お客さま、お取引先さま、さらには社員とその家族の声に真摯に耳を傾け、必要に応じて変革・改革を重ね、皆さまの期待に応える事業活動を展開していく所存です。

全社一丸となって知恵を出し合い、私たち自身が持続的な成長を遂げながら、CSV30で打ち出す「人と暮らしの未来を拓く」というビジョンの実現に向けて邁進してまいります。



サステナビリティマネジメント

——経営とサステナビリティ

企業理念「家族の笑顔を作ります」を一步一步実践していくことがクリナップグループのCSRという考えのもと、「CSR方針」を策定し、方針に基づいたCSR活動を展開しています。

また、クリナップグループとして目指すべき方向性を明確にした長期ビジョン「クリナップ サステナブルビジョン2030」を策定し、その実現に向けて「2021 中期経営計画」に取り組んでいます。

CSR方針

私たちクリナップグループは、企業理念「家族の笑顔を作ります」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、高い倫理感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)

——サステナビリティ推進体制

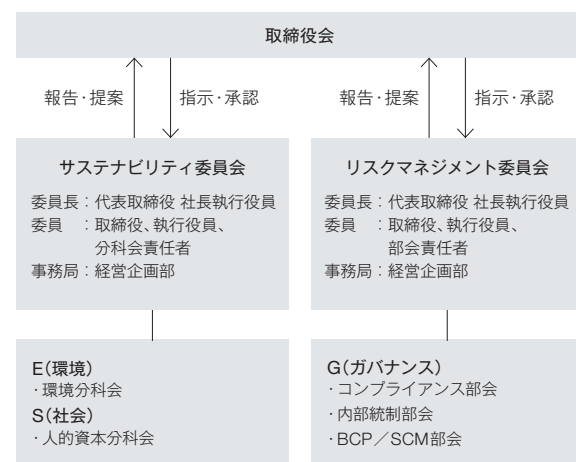
2022年4月、クリナップグループはサステナビリティに関する議論を集約して実効性を高めるため「CSR委員会」の呼称を変更し、「サステナビリティ委員会」として改編しました。また、企業経営におけるリスクマネジメントを確実に実施していくため「リスクマネジメント委員会」を新設しました。両委員会の委員長を代表取締役 社長執行役員としています。

サステナビリティ委員会は、クリナップグループにおける持続可能な社会の実現に向けた活動の方向性や目標設定、重要課題(ESG・SDGs課題)にかかわる活動の進捗状況の管理を行っています。さらに、重要課題のうち、環境と人的資本にかかわる課題に対しては、当委員会の傘下に「環境分科会」「人的資本分科会」を設置し、実行計画の立案、進捗状況の管理を行い、サステナビリティ委員会に報告する体制をとっています。

リスクマネジメント委員会は、対処すべきリスクの発生を事前に把握・管理し対策を講じるとともに、全社で

将来起こり得る損失の発生についての予測・低減・回避に取り組んでいます。当委員会の傘下には「内部統制部会」「コンプライアンス部会」「BCP(事業継続計画)／SCM(サプライチェーンマネジメント)部会」を設置しています。

サステナビリティ推進体制図



——重要課題(ESG・SDGs課題)と中期経営計画

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つの重要課題を特定しました。長期ビジョン「CSV30」の非財務目標として、人財関連KPIを3つ新設、本重要課題を中期経営計画に組み込み、具体的な施策に取り組んでいます。

2030年度 非財務目標	環境関連KPI	人財関連KPI(2022年度より、3つ新設)		
	2013年度比 温室効果ガス 50% 削減	女性管理職比率 15%	男性育児休業取得率 100%	有給休暇取得率 60%

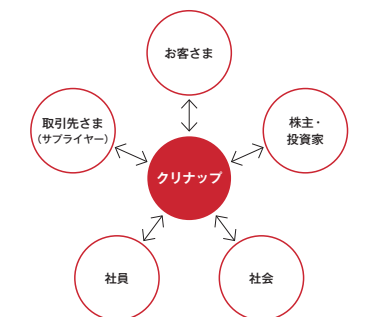
重要課題	課題解決に向けた重点取組	2021 中期経営計画施策との関連性
製品・サービス等を通じた暮らし価値の提供 	社会の多様なライフスタイルの変化に合わせ、安全への配慮はもとより、省エネ、省資源などの環境配慮を通して、健康で快適な暮らしに貢献する製品やサービスを提供します。	●食と住の文化の交点領域に向け新たな商材やサービス・ソリューションを展開 ●生活者や社会に役立つ価値を提供（健康・省エネ・省資源・節水） ●既存需要の開拓 ●新規事業による新たな顧客の創造
働きやすい職場づくり 	多様な人財を活かし、その能力が最大限発揮できる機会を提供することでイノベーションを生み出し、価値創造につなげることを目的として、健康的で多様な働き方を可能にする労働環境の整備を推進します。	●働きがい、多様な働き方のある職場能力を最大限発揮できる職場 ●ダイバーシティ推進による多様な人財活用 ●「働きがい」ある人事制度の構築
環境保全と環境負荷軽減 	すべての事業活動において地球環境との共生を図るとともに、温室効果ガス削減や廃棄物削減などの環境負荷軽減を推進します。	●事業活動におけるCO ₂ 排出削減、環境負荷低減、省エネルギー推進 ●ISO14001認証の維持、更新 ●再生可能エネルギーからの電力購入検討
公正で誠実な企業活動 	社会の持続的な発展と企業の持続的な成長を図るとともに、企業としての社会的責任を果たすこと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構築を目指します。	●サプライチェーン全体を通じて社会的課題の解決を図る(CSR調達の推進) ●事業を通じての社会貢献推進、地域社会の一員として、ともに発展し続ける ●CSR調達の推進 ●障がい者への就労機会提供 ●介護事業を通じて持続可能な高齢社会の実現に貢献

——ステークホルダーとのかわり

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とらえてコミュニケーションを行っています。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。

社員エンゲージメントの取り組み

2021年11月、クリナップグループは社員の生の声を聴き、課題を特定することを目的に、全社員を対象とした「社員エンゲージメント調査」を実施しました(回答率96.7%)。この結果に基づいた改善活動を推進することで、社員一人ひとりの能力を最大限に発揮できる労働環境をつくっていくことを目指していきます。



お客さま：ショールーム、カスタマーセンター、愛用者カード、顧客満足度調査、各種展示会、工場見学 など

取引先さま(サプライヤー)：貿詞交歓会、取引先さまとの対話、環境取組アンケート など

株主・投資家：株主総会、決算説明会、IRミーティング など

社員：社員エンゲージメント、職場ミーティング、人事アンケート、社内報、内部通報制度 など

社会：食文化活動、クリ夫のパン屋、社会科工場見学、食文化コミュニティサイト「Dreamia Club(ドリーミアクラブ)」運営、社会貢献活動(地域イベント協賛、清掃活動、献血など)、CSR専門家との意見交換会 など

1 製品・サービスなどを通じた暮らし価値の提供

Management Approach

● 背景にある社会課題

- ・超高齢社会における安全で健康的な生活の実現
- ・資源の持続可能な消費を実現する製品開発の推進
- ・快適な生活のさらなる質(QOL)の向上

● 基本的な考え方

社会の多様なライフスタイルの変化に合わせ、安全への配慮はもとより、省エネ、省資源などの環境配慮を通して、健康で快適な暮らしに貢献する製品やサービスを提供します。

● 関連するSDGs



● 2021 中期経営計画施策との関連性

- ・既存需要の開拓
- ・新規事業による新たな顧客の創造



— 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、お客さまの声に耳を傾け、キッチンを主軸に食住空間の提案をする住宅設備機器メーカーとして「暮らし価値」を創造していくことをクリナップの役割としており、それが製品開発の考え方です。2022年3月には、「SDGs視点の製品・サービス指針」を策定し、持続可能な社会の実現に貢献する「暮らし価値」提供を推進しています。

SDGs視点の製品・サービス指針

クリナップセーフティ

～安全で清潔、健康的な暮らし～

1. 全ての人にとって安全な住空間を提供します。
2. 清潔で健康的な暮らしに貢献する製品を提供します。
3. 安全な暮らしを支える技術を向上します。

クリナップライフサイクル

～持続可能な環境保全～

1. 製品のライフサイクルで環境汚染を防止します。
2. 地球資源を有効に活用します。
3. 省エネや節水などによってCO₂排出を削減します。

クリナップコンフォート

～人とつながる心地よい暮らし～

1. 全ての人にとって心地よい住空間を提供します。
2. 生活スタイルの変化に対応する製品とサービスを提供します。
3. 人とのつながりを醸成する製品とサービスを提供します。



リビングダイニングを演出する対面式キッチン

〈開発担当役員インタビュー〉新しい暮らし価値の提案に向けて

クリナップらしさを追求し、社会課題の解決につながる製品・サービスを創出していきます

常務執行役員 開発部門担当

藤原 亨



家族の笑顔を創造するクリナップのものづくり

— 創業から受け継がれているクリナップの“ものづくり”に対する想いと取り組みについてお聞かせください。

創業から今も受け継がれているのは、当社の独自性「クリナップらしさ」へのこだわりだと思います。私が考える「クリナップらしさ」は、当社製品を通じてお客さまに心がときめくような感動や新しい驚きを提供することだと思っています。

お客さまの不满やご要望に対応することは大切なことでありますが、そこに感動は生まれません。感動を起こすには、お客さまが自分では気づいていない困りごと（当社では不満になっていないニーズとして「非満」と呼びます）を探り出し、それらを満足させる必要があります。とはいえ、非満はお客さまに聞いても出てきません。我々開発者は常にお客さまの非満に気づき、クリナップらしい商品の開発につなげていくことを目指しています。

事業（製品やサービス）を通じた社会課題への対応

— SDGsについて、どのようなご認識をお持ちですか。

当社は創業当時から、家族の笑顔を創ることをモットーに、時代や社会に求められる製品を世に送り出してきました。そのような点は、SDGsの根幹に流れる考え方と近く、SDGsに対して自社の製品が社会課題の解決に貢献できているかを測る「ものさし」というイメージを持っています。今後は、SDGsの視点で製品やサービスを見た結果、足りないところは改善していかなければなりませんし、皆さまに説明していく必要もあります。SDGsへの取り組み状況が判断基準の一つになるなど、お客さまの購買意識も変化していくはずですので、その変化に対応していくことが重要になると考えています。

— 「SDGs視点の製品・サービス指針」に込められた想いと取り組みについてお聞かせください。

まず、セーフティは当社のこれまでの取り組みを継続、進化するための指針です。安全・清潔は、我々の商品に必

要な要素ですし、コロナ禍によって清潔への意識も上がりました。さらに進化させていくため、キッチンのシンクやワークトップに採用している親水性コーティング（美コート）など、清潔につながる当社独自の技術を進化させ、さまざまな部材へ展開していきたいと思っています。

次に、ライフサイクルは環境保全の指針です。製品素材の選定から使用後の廃棄やリサイクルまでトータルでの環境負荷を配慮した開発を目指すものです。実際には以前からこの思想に根付いた開発を行ってきました。例えば、2011年に主力キッチンのキャビネットを木製からステンレス製に変更した際、枯渇が懸念されるレアメタルの含有量が少ない新ステンレス材を採用しました。設計においてもリサイクルを考慮し、組み立てと分解を容易にするため、レールなどの部品を簡単に取り外せるよう、ネジや補強材を可能な限り使わない易解体設計を導入しています。今後はCO₂排出量削減も踏まえ、製品に使用する樹脂の段階的な削減や自然由来の素材を採用するなどの素材開発も強化していきたいと考えています。

最後のコンフォートは、今後のキッチンを開発する際のキーワードとなる指針です。指針案作成を目的に行った若手社員によるワークショップでは、デジタル社会だからこそ、実際に人と会うこと、人とのつながりを大事にしたいという声があがりました。これが発端となり、コンフォートを指針に加えています。コロナ禍による新生活様式は、家族との過ごし方、仕事の仕方、キッチンやダイニングテーブルの使われ方、コミュニケーションに、多様化という変化をもたらしました。このような生活の変化に即した部材や、将来に向けたキッチンの開発に着手していきます。

未来に向けたこれからの商品開発は、SDGs達成を起点とすることが前提条件となることでしょう。現在、産学連携で2030年からバックキャストिंगでのアプローチにより当社が実践できることを検証する積極的な取り組みを行っています。それぞれの技術やノウハウを結集して、さまざまな社会課題の解決に貢献できる未来のキッチンを実現したいと思っています。

清潔で環境に優しいステンレスへのこだわり

クリナップがキッチンの素材としてステンレスを採用しているのは、以下の4つの特長からです。

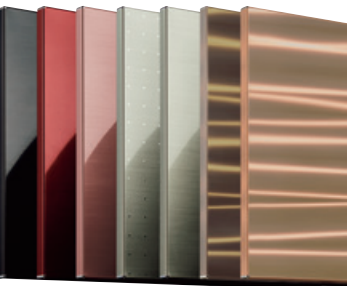
- 特長1** サビにくく、熱や薬品にも強い
- 特長2** お手入れ簡単。末永く使える耐久性
- 特長3** 有害なホルムアルデヒドが発生しない
- 特長4** リサイクル率が80%以上
リサイクル性に優れた素材

クリナップの中高級システムキッチンには、こうしたステンレス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

- リサイクルを考慮した分解しやすい構造**
 ステンレス製のキャビネットは、廃棄後のステンレス材としてリサイクルを容易にするため、レールなどの部品を簡単に取り外せるように、可能な限りネジを使わない構造にしています。
- 機能やデザインを支える素材と加工技術**
 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)は、油汚れや水あかななどの落ちにくい汚れも落としやすくして、キッチンを清潔に保ちます。
 また、ステンレスの高度な表面処理加工技術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のは熟練工のクラフツマンシップ。細やかな手作り作業や長年の経験と上質へのこだわりが、クリナップの最高級システムキッチン「CENTRO」に結集されています。



システムキッチン「CENTRO」のクラフツマンデックスシンク



— 清潔・環境・健康への配慮

暮らしのなかで関心の高い清潔・環境・健康に配慮した製品開発を進めることで暮らし価値の向上に貢献します。

清潔を保つ流レールシンク

「流レールシンク」は、調理中の野菜洗いや、後片付け時の食器洗いの水の力でシンクの中のゴミが排水口に向けて流れていくシンクです。

調理などで使用した水が、ゴミや汚れを手前の「流レール」に集めながら流し、「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によって、調理中からシンクをキレイに保つことができます。



水資源に配慮した洗エールレンジフード

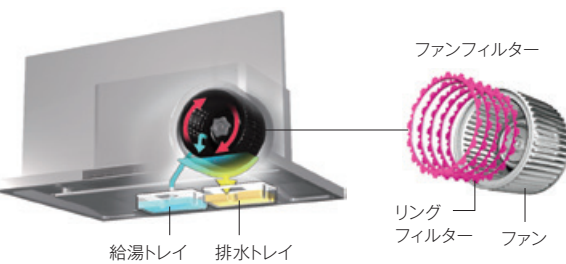
世界的な人口増加や気候変動などにより、2050年には50億人分の水の確保が困難になるおそれがある¹といわれています。クリナップは、キッチンや浴槽など水とかわりの深い製品を扱っており、限りある水資源の利用効率改善に取り組んでいます。

「洗エールレンジフード」は、レンジフードのフィルター油汚れを自動洗浄で約8割²落とすことができます。手洗いをした場合は、大量の水を使用しますが、自動洗浄では手洗いの1.2%以下の水使用量に抑えることができます。

使用水量の比較



- 世界気候機関(WMO)による試算
- 当社試験条件による
- 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)



洗エールレンジフード
<https://cleanup.jp/online-showroom/centro/rangehood/araeru/>

温度差を解消するHotウォール

浴槽における事故の大きな要因に、ヒートショックがあげられます。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にまで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。



また、クリナップは、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、温かな空間を保つ製品を提供しています。



品質保証

基本的な考え方

クリナップグルー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、営業や物流、取付・設置やアフターサービス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。

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。

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』およびCSV30(クリナップサステナブルビジョン2030)のもと、品質・環境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るとともに、地球環境との共生を図ります。

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を行い、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。

(2022年4月1日)

製品安全を確保するための行動指針

お客さまが安全・安心に使える製品と取付・設置を行うため、「クリナップグループ製品安全自主行動指針」に則り製品安全の確保に取り組んでいます。安全に関す

る法令や安全基準の遵守はもとより、製品開発・設計、製造、検査、原材料の調達、取付・設置および修理、事故発生時の苦情受付、製品回収の対応について社内規程を定めています。



デザインレビューと製品アセスメントの運用

クリナップでは開発工程の各段階でのデザインレビューを実施し、製品を市場に提供する前に、安全性や品質などの問題がないことを確認しています。

また、製品の環境負荷軽減を目的に、開発工程において製品アセスメントを運用しており、製品の減量化や化学物質の使用削減、省エネ法の遵守状況などについて確認しています。

重大製品事故発生時の対応

重大製品事故が発生した場合には、お客さまの安全確保を最優先とし、必要な場合には製品回収などの処置を実施します。また、社内の品質保証体制に則り、製品事故などの情報を関係部署へフィードバックし、製品の改良、警告ラベル、取扱説明書の改訂、ならびに取付・設置および修理方法の見直しを行うことにより、継続的に製品事故などの再発防止に努めます。

お客さまサポート

20年サポートプログラム「スマイル20」

お客さまの「喜び」「笑顔」を実現するお手伝いというクリナップアフターサービスの基本的な考え方に基づき、快適な使い勝手や機能を長期にわたり維持する20年サポートプログラム「スマイル20」を用意しています。

このプログラムでは商品の機能・性能を維持するためのメンテナンス情報の提供と併せて必要なサポート体制を整えています。

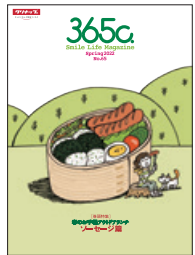


アフターサービス作業風景

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届けしています。



生活情報誌「365C.」

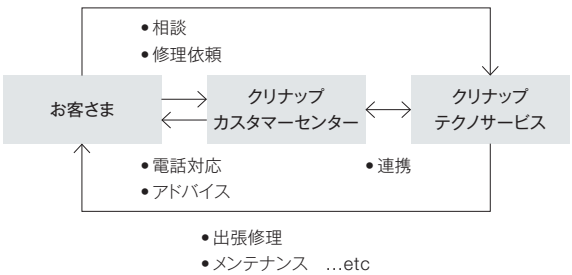
「クリナップスマイル会員」3つのプラン

プランの種類	種類
LIGHT ライトプラン	延長修理保証だけ欲しいという方向け。 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年ごとの定期点検サービスの固定プランです。

クリナップのアフターサービス体制

クリナップグルー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提供しています。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。

クリナップアフターサービス体制



お客さまとのコミュニケーション

クリナップが初のショールームを1970年に東京・飯田橋に開設して以来、半世紀の時が経過しましたが、お客さまとの接点としてのショールームを重視する姿勢は一貫しています。

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。現在、ショールームは日本全国に102カ所(2022年4月1日現在)となっています。

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なかで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。

2021年3月には、コロナ禍により外出を控えるお客さまが多くなるなか、新しい生活様式に対応したマーケティング施策として、自宅で商品を体感できる「オンラインショールーム」を開設しました。オンラインからショールームでのリアルな体験への連携を目指しています。



キッチンタウン・東京

2 働きやすい 職場づくり

Management Approach

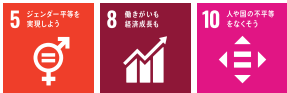
● 背景にある社会課題

- 人々の多様性に寛容な社会とジェンダー平等の実現
- 誰もが働きがいを感じ、人の個性を活かせる社会の形成

● 基本的な考え方

多様な人材を活かし、能力が最大限発揮できる機会を提供することでイノベーションを生み出し、価値創造につなげることを目的として、健康的で多様な働き方を可能にする労働環境の整備を推進します。

● 関連するSDGs



● 2030年度までのKPI

- 女性管理職比率 15%
- 男性育児休業取得率 100%
- 有給休暇取得率 60%

● 2021 中期経営計画施策との関連性

- 「働きがい」ある人事制度の構築



—— 働きやすい職場づくりに 向けたクリナップの考え方

お客さまのみならず、社員の家族の笑顔も創っていき、クリナップグループはその想いを、行動理念「私たちは、自らの家族に誇れる企業を創ります」に込めています。CSR方針には「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」を掲げ、多様な社員が心身ともに健康で充実した生活を送り、それぞれが能力を十分発揮できるような職場環境の整備に取り組んでいます。

推進体制

クリナップの人的資本に対する全社的な方向性や施策を検討する会議体として、人事部門長を責任者とする「人的資本分科会」を2022年4月に設置しました。本分科会で議論した施策などをサステナビリティ委員会に報告していきます。

—— ワークライフバランス

これまでのワークライフバランス推進の取り組み

	取り組み内容
2015年	・働き方変革会議設置 ・働きがいと働きやすさ視点による人事制度見直し
2018年	営業職にモバイルワーク導入
2019年	リフレッシュ休暇制度導入
2020年	ボランティア休暇制度導入
2021年	フレックス勤務制度導入(本社のみ)

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、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。

人事データ

	単位	2019年度	2020年度	2021年度
社員数*	連結 名	3,462	3,454	3,469
	単体 名	2,904	2,896	2,941
	男性 単体 名	2,025	1,991	1,988
	女性 単体 名	879	905	953
女性社員比率	単体 %	30.3	31.3	32.4
平均年齢	単体 歳	40.1	40.1	41.0
平均勤続年数	単体 年	15.1	16.0	16.0
離職率	単体 %	5.8	3.8	4.2

※ 社員数は就業人員で記載しています。

・育児休業取得推進と介護中の働き方支援

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いきます。

また、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。

育児・介護休業取得者数

	単位	2019年度	2020年度	2021年度
育児休業	単体 名	65	69	76
	男性 単体 名	19	11	14
	女性 単体 名	46	58	62
介護休業	単体 名	0	0	0
	男性 単体 名	0	0	0
	女性 単体 名	0	0	0

・休暇制度の導入と利用の促進

クリナップグループは社員とその家族のより充実した生活のために、さまざまな休暇制度を導入しています。

休暇の種類	内容
リフレッシュ休暇	心身のリフレッシュを目的に勤続の節目の年(5,10,20,30年)に2～5日の休暇が取得可能
アニバーサリー休暇	本人および家族に関する記念日において、1日の休暇取得が可能
マイバースデー休暇	本人の誕生月内において、1日の休暇取得が可能
ファミリーバースデー休暇	家族の誕生月内において、1日の休暇取得が可能
ボランティア休暇	自然災害への社会貢献活動など、ボランティア活動に参加することを目的に最大5日の休暇取得が可能

有給休暇取得率の推移

	単位	2019年度	2020年度	2021年度
取得率	単体 %	56.2	53.2	56.7

時間外労働削減の取り組み

モバイルワーク導入やパソコンのシャットダウン時間を早めるなど、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。

一人あたりの時間外労働時間の推移

	単位	2019年度	2020年度	2021年度
年間総労働時間	単体 時間	2,196.6	2,119.9	2,154.6
平均時間外労働時間	単体 時間	24.5	18.1	21.0

—— ダイバーシティ＆ インクルージョン

女性活躍推進

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、2015年度末には1.7%でしたが、2022年4月現在で2.8% (8名)となりました。社員一人ひとりが能力を最大限に発揮でき社員の成長が会社の成長につながることを目指し、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、女性総合職は2022年4月時点で109名です。

女性管理職の推移

	単位	2020年 4月	2021年 4月	2022年 4月
女性管理職数	単体 名	10	9	8
女性管理職比率	単体 %	3.6	3.2	2.8

女性のキャリア形成支援と両立支援

クリナップの女性社員は全体の約1/3(2022年3月時点)で、その約半数が全国のショールームアドバイザーとして活躍しています。そのため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が重要と考え、取り組んできました。その結果、女性の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。全国に4カ所ある「キッチンタウン」と呼ぶ旗艦ショールームの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。

高齢者雇用

50歳以上を対象とする「ネクストステージプラン制度」を設け、50歳時に今後のキャリアをどのように構築していくかを考える「キャリアプランセミナー」と、56歳時に定年前後の情報提供を行う「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、60歳定年時の選択肢について、定年後再雇用制度と社外への再就職支援サービスの説明を行っています。

障がい者雇用

障がいのある社員が社会的に「自律」し、地域社会と「共生」できる会社を目指し、2008年に特例子会社クリナップハートフル株式会社を設立しました。障がいのある社員はグループ内の施設管理や、データ入力、発送作業、パン製造・販売などの業務に従事しています。

障がい者雇用者数／雇用率の推移

	単位	2019年度	2020年度	2021年度
障がい者雇用者数	連結 名	57	56	52
障がい者雇用率	連結 %	2.47	2.36	2.17

(注)一部の子会社を除く

多様な社員の雇用に向けた取り組み

雇用の種類	内容
中途雇用	・業界経験者、建築など各種専門能力保有者の雇用に注力 ・業界未経験者も誠実かつ前向きに取り組む人材を中心に積極的に雇用
外国籍雇用	多様な社員の活躍推進として、2022年度より一部の製造ラインにおいて外国籍労働者の雇用を目指す

採用者数の推移

	単位	2019年度	2020年度	2021年度
外国籍人数	連結 名	0	0	1
新卒採用人数	単体 名	122	106	143
中途採用人数	単体 名	54	31	47

「クリ夫のパン屋」で多様な障がい者雇用を創出



Our Mission (私たちの使命)

障がいのある社員が社会的に「自律」し、健常者と障がいのある社員が「共生」することで、心のこもった価値を「創造」する職場を目指しています。

Our Action (私たちの活動)

パン製造現場において、障がいのある2名の社員に担当業務を持たせ日々指導することで、生き生きと活躍してもらっています。怪我ややけどには細心の注意を払い、安全で衛生的な環境のもと、各自が責任とやりがいをもって作業をすることで、効率のよい活気ある職場を実現することができています。



クリナップハートフル株式会社「クリ夫のパン屋」障がい者指導担当
廣瀬 薫

人材育成

クリナップは、経営理念の実現に資する人材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。

人材育成基本理念

企業目標に貢献する組織と個人の目標を持ち、各自がより高みを目指し、組織の枠を超えてチーム力を促進させる人材を育成します。



人材育成基本方針
https://cleanup.jp/policy/hr_development.shtml

全社教育

●成長支援制度

- ・クリナップビジネススクール(CBS)

自己啓発支援として、通信教育とeラーニングの受講が可能。階層別、スキルマップ必修、部門別・推奨コースを用意し、職務に必要な講座を選択可能。定められた期間内に受講した通信教育を修了すると奨学金が支給されます。

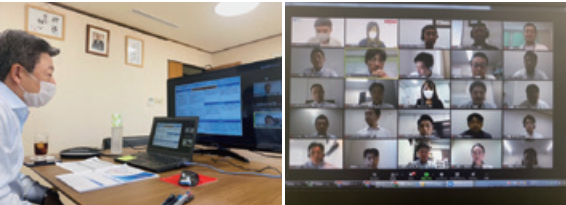
- ・公的資格取得支援

社員の自己啓発支援(幅広いスキルや専門知識・技能の取得)が目的。会社で定める公的資格(キッチンスペシャリストや建築士、販売士など)を取得した社員にはお祝い金が支給されます。

●選抜・選任型

- ・次世代リーダー育成プログラム(CBA)

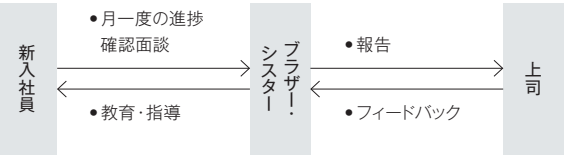
クリナップの10年後を切り拓いていく次世代リーダー育成ために、2021年に開講。バイタリティある40歳前後のリーダー層に教育機会を自ら選び取ってもらい、視座を高め視野を広める中長期的な育成を目指します。



アカデミー長として受講生の討議に耳を傾ける竹内社長とオンライン上で討議を行う受講生

- ・ブラザー・シスター制度

新入社員が配属後、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を目的とした制度。先輩社員がブラザー・シスターとして指導にあたり、仕事のみならず、日常生活の困りごとの相談相手としてフォローします。



●階層別研修

- ・新入社員研修

入社後の約2週間の研修で、社会人としての基本スキル、会社・業界の概要、歴史、商品知識などを習得。入社・赴任から約1年後にはステップアップ研修を実施、入社時から現在までを振り返り、現状課題を整理した後、今後のアクションプランを設定します。

部門別研修

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に必要な専門知識を深める目的で実施します。

労働安全衛生

クリナップ工場グループ安全衛生方針

〈基本理念〉

クリナップは、当社で働く全ての人が安全で健康的な働きやすい職場環境を確保するよう、安全衛生活動を推進します。



クリナップ工場グループ安全衛生方針(全文)
https://cleanup.jp/policy/occupational_safety.shtml

労働安全衛生マネジメントシステム

クリナップグループ内工場を対象とする労働安全衛生マネジメントシステム(以下、OSHMS)は、生産部門担当取締役を最高責任者として、労働安全衛生活動の主体である各工場の工場長をOSHMS管理責任者とする体制で運用しています。

各工場では年間の安全計画を策定し、社員に周知する

とともに産業医や安全衛生委員会と協力して、職場の安全推進を実施しています。また、生産部門担当取締役を委員長として、各部門長と労働組合を含めた中央安全衛生委員会を1カ月に1度開催し、安全衛生に関する問題や職場環境の改善・健康に関するテーマについて協議しています。

労働安全に関する取り組み

- ・工場内設備の安全対策

クリナップグループの各工場では、作業・機械設備・化学物質に対してリスクアセスメントを実施し、リスクの定期的な見直しを行っています。また、法令などの安全基準に準じた安全装置を設置するだけでなく、フェイルセーフ^{※1}とフールプルーフ^{※2}の観点で当社独自の安全機能を設備に導入しています。これにより、労働災害減少と災害時の重篤化抑制の効果がでています。

※1 製品やシステムに故障が発生しても安全が維持できるような工夫
※2 人間が誤った行為をしようとしてもできないようにする工夫

- ・安全教育

クリナップグループの工場では、社員が安心して働けるよう災害などを未然に防ぐための各種教育を年間通して継続的に実施しています。

1. 危険予知訓練教育(職場の中に潜む災害要因を予知する手法を学ぶ)
2. 危険体感教育(災害が発生した場合の危険性を擬体験する)
3. リスクアセスメント教育(リスクアセスメントの実施方法を学ぶ)
4. 設備機械の保守や点検に関する教育
5. 特別作業や作業主任者の安全能力向上教育
6. 管理監督者向けの安全衛生教育

労働災害の発生状況

クリナップグループの全工場における労働災害は、通常の生産工程にはない非定常作業や低頻度作業で発生する傾向にあります。近年、災害件数は減少傾向にありますが、社員の危険意識高揚と安全衛生意識の深化が図れる取り組みを継続し、労働災害ゼロを目指しています。

エルゴノミクス活動

クリナップグループの工場では、人間の身体的、生理的、精神的能力などの特性に、仕事、製品、システム、環境を調和させ、人間の健康、福祉、安全を向上させることを目的としたエルゴノミクス活動を推進しています。

3 環境保全と 環境負荷軽減

Management Approach

● 背景にある社会課題

- ・気候変動による社会的影響の最小化
- ・再生可能エネルギーの使用促進
- ・資源の持続可能な消費や生産、開発の推進

● 基本的な考え方

すべての事業活動において地球環境との共生を図るとともに、温室効果ガス削減や廃棄物削減等の環境負荷軽減を推進します。

● 関連するSDGs



● 2030年度までのKPI

- ・2013年度比温室効果ガス50%削減

● 2021 中期経営計画施策との関連性

- ・ISO14001認証の維持、更新
- ・再生可能エネルギーからの電力購入検討

— 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。気候変動問題については、長期ビジョンであるCSV30において環境目標を掲げています。

また、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。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

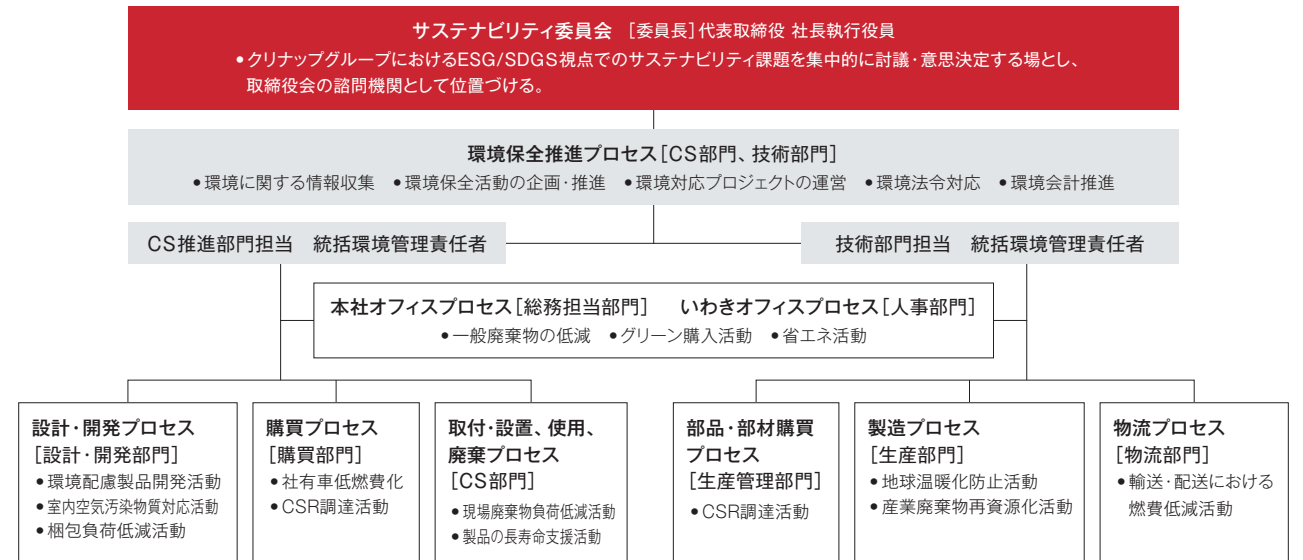
私たちクリナップグループは、企業理念『家族の笑顔を創ります』およびCSV30(クリナップサステナブルビジョン2030)のもと、品質・環境マネジメントシステムを推進し、お客さま満足度の向上に努めるとともに、地球環境との共生を図ります。

1. 地球環境負荷低減のため、温暖化防止・廃棄物削減等に取り組めます。
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. 環境法令等を遵守し、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。

(2022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を含むサステナビリティに対する全社的な意思決定を行う会議体として、「サステナビリティ委員会」を2022年4月に設置しました。環境に対する議題としては、環境保全活動の方向性や目標設定、「2021 中期経営計画」に取り上げた環境保全活動の進捗状況のほか、さまざまな議題について幅広く報告・審議していきます。



— 環境課題とマテリアルバランス

クリナップグループの環境課題は以下の5つです。

- 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
上記の課題は、マテリアルバランス、環境法令、顧客と社会から求められる課題を踏まえて抽出しています。

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			
購買プロセス				製造プロセス			
	2020年度	2021年度	単位		2020年度	2021年度	単位
電気	20,251	21,472	千kWh	CO ₂ 排出量	13,606	13,354	t-CO ₂ * [※]
A重油	274	237	kℓ	PRTR指定化学物質	14	15	t
軽油	3	3	kℓ	産業廃棄物排出量	7,784	8,335	t
灯油	28	34	kℓ	金属有価物排出量	1,057	1,199	t
ガソリン	9	7	kℓ	部品梱包用ダンボール	516	566	t
LPG	343	351	千m ³	一般廃棄物排出量	34	36	t
水資源	72	80	千m ³	排水量	72	80	千m ³
製品梱包用ダンボール	2,962	3,199	t	物流プロセス			
木材	36,356	41,810	t		2020年度	2021年度	単位
樹脂	22,294	23,731	t	製品出荷重量	63,091	71,158	t
金属	11,542	12,879	t	CO ₂ 排出量	3,296	3,104	t-CO ₂ * [※]
PRTR指定化学物質	1,013	1,060	t	取付・設置・使用・廃棄プロセス			
オフィス活動					2020年度	2021年度	単位
本社・いわき部門オフィスプロセス				製品梱包材重量	2,962	3,199	t
	2020年度	2021年度	単位	オフィス活動			
電気	2,517	2,581	千kWh	本社・いわき部門オフィスプロセス			
軽油	4	3	kℓ		2020年度	2021年度	単位
灯油	8	5	kℓ	CO ₂ 排出量	1,381	1,298	t-CO ₂ * [※]
ガソリン	14	17	kℓ	一般廃棄物排出量	13	10	t
LPG	6	5	千m ³	書類	31	35	t
水資源	13	12	千m ³	排水量	13	12	千m ³
コピー用紙	2,112	2,109	千枚				

CO₂排出量は、製造プロセスで前年対比1.9%削減、物流プロセスで前年対比5.8%削減、本社・いわき部門オフィスプロセスで前年対比6.0%削減となりました。産業廃棄物の排出量は、内作生産台数8.6%増加に伴い産業廃棄物総量も7.1%増加となりました。

※ 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。

環境計画の目標と実績

長期ビジョン達成に向けて、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目標を設定しています。2021年度の目標と実績は以下の通りです。

クリナップサステナブルビジョン2030
(CSV30)(環境)

温室効果ガス **50** %削減 (2013年度比)

●達成 ●未達成

方針	活動項目	単位	主幹部門	2021年度		達成度	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 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91%	●	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 なかでの 環境負荷軽減	生産部門のCO ₂ 排出量 生産台数原単位の削減 [※]	前年比 (%)	生産部門	1%削減	4.2%削減	●	生産台数原単位 前年比1%削減
	物流部門のCO ₂ 排出量 走行距離原単位の削減 [※]	前年比 (%)	物流部門	1%削減	3.3%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CO ₂ 排出量の削減	t-CO ₂	購買部門	0.304t削減	0.148 t 削減	●	総量304kg-CO ₂ ／年 以上の削減
	本社オフィス部門の CO ₂ 排出量の削減 [※]	前年比 (%)	本社総務部門	1%削減	5.6%削減	●	総量前年比1%削減
	いわきオフィス部門の CO ₂ 排出量の削減 [※]	前年比 (%)	いわき 人事部門	1%削減	1.5%増加	●	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	6.9%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	1.4%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	17.1%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	0.9%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	10%削減	12.4%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	—	経営企画部門	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

※ 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

2021年度は、14の目標のうちの9の目標を達成し、5の目標が未達成となりました。

物流部門のCO₂排出量走行距離原単位の削減は、年度計画以上の出荷台数が未達の要因と考えられます。いわきオフィス部門のCO₂排出量の削減は、情報システム部門の人員増・事務所拡張に伴う電気使用量増加が未達の要因と考えられます。また、一般廃棄物排出量の削減は、食堂の生ごみ増加が未達の要因と考えられます。なお、敷地周辺清掃はコロナ渦の状況を考慮し、中止としました。

環境教育

環境保全活動の推進に向け、専門性や階層に応じて、人材の育成を行っています。2021年度は以下のカリキュラムを実施しました。

(単位：名)

教育テーマ	対象者	受講者数
内部環境 監査員教育	新任管理者および 新任担当者	14
新入社員教育(いわき)	新入社員	16
カーボンニュートラル セミナー	経営層	35

気候変動への取り組み

気候変動に対するマネジメント

・ガバナンス

気候変動をサステナブル経営の重要課題の一つととらえ、代表取締役 社長執行役員を委員長とするサステナビリティ委員会にて経営にかかわる対応を審議した上で、取締役会に報告する体制を整備しています。

気候変動を含む環境保全に関する全社的な対応は同委員会の下部組織である環境分科会で審議され、サステナビリティ委員会に報告されます。

・戦略

気候変動が及ぼすリスク・機会を、事業戦略の重要な要素と位置づけ、長期ビジョン「CSV30」において温室効果ガス排出削減目標を掲げました。目標に向けた具体的な取り組みについては、「2021 中期経営計画」の事業戦略・計画として策定し、温室効果ガス排出削減に対する施策を掲げて課題解決に取り組んでいます。

・リスク管理

代表取締役 社長執行役員を委員長とするリスクマネジメント委員会を設置し、リスクの特定とともに継続的な管理強化を図っています。特に自然災害に起因する物理的リスクへの対応に関しては、同委員会の下部組織としてBCP／SCM部会を設置し、事業継続について議論する体制を整備しています。

・指標と目標

2030年度までに2013年度比で温室効果ガス50%削減の目標を策定しました。

温室効果ガス削減対策として、2022年4月より生産部門において購入電力を一部再生可能エネルギー由来のものに切り替えており、同年5月からは太陽光発電の運用を開始しました。今後、再生可能エネルギーの購入運用を段階的に高めていく予定です。

温室効果ガス排出量については、クリナップグループの事業活動による排出量(スコープ1、2)を算定し、把握しています。

今後は事業活動に伴う間接的な排出量(スコープ3)の算定を進めていきます。

2021年度
クリナップグループ
温室効果ガス排出量

23,691 t-CO₂

スコープ1
8,774 t-CO₂
スコープ2
14,918 t-CO₂

生産部門における省エネ・エネルギー効率化に向けた取り組み

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、そのなかで電気の占める割合が約8割を占めています。エネルギー使用量の多い電気を削減するため、2021年度は以下の施策を行いました。

・LED照明

鹿島工場にLED照明を導入しました。これにより年間約22.8t-CO₂削減しました。



鹿島工場のLED照明

・省エネパトロール

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、エアー漏れや照明、冷暖房設備などをチェックし、改善を促す活動です。2021年度は13回実施し、年間約6.5t-CO₂削減の効果がありました。



省エネパトロールでのエアー漏れチェック

太陽光発電の運用開始

2022年5月、クリナップの湯本工場では太陽光パネルを工場屋根に設置し、自家消費型の太陽光発電の運用を開始しました。通常稼働日(天気：晴れ)のときで1,270kWh／日の発電が可能となります。



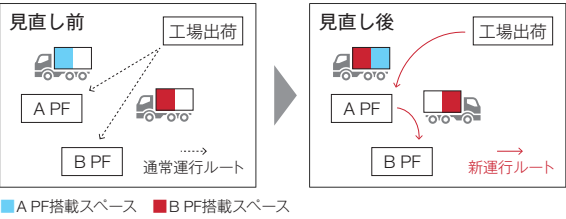
太陽光発電を設置した湯本工場

物流部門における省エネ・エネルギー効率化に向けた取り組み

工場から出荷される製品は、配送先別 (PF¹) 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²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。

・積載効率が悪い車輛 (車輛削減)

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2021年度のCO₂排出量削減効果は、約124t-CO₂の削減でした。



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

・海上輸送へのモーダルシフトCO₂排出量削減

福島県いわき市から沖縄県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月より、東京港からの海上輸送に切替えたことで、年間約42t-CO₂排出量を削減しました。

・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、社員へのエコドライブ教育のほか、輸送協力会社のエコドライブ意識の向上に力を入れています。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」などを行い、CO₂の排出量削減、使用燃料の削減、安全管理や事故防止を輸送協力会社とともに推進しています。

—— 資源循環

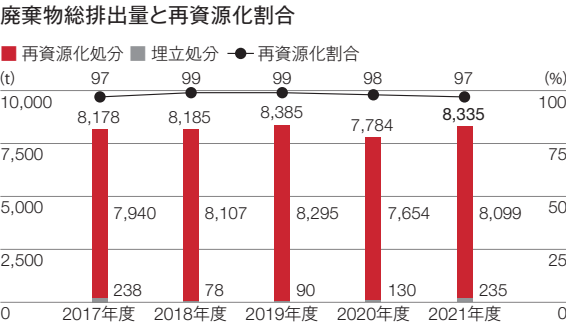
廃棄物削減の取り組み

クリナップの生産部門ではゼロ-エミッション¹に向けて取り組んでいます。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。

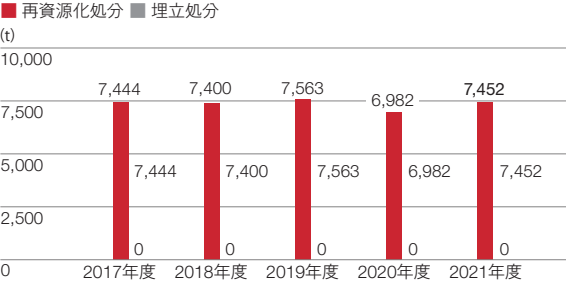
2021年度の再資源化率はその他の廃棄物²の埋立量増加により97%となりました。

・再資源化の課題

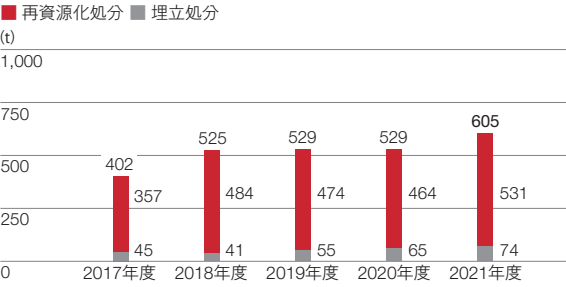
2021年度の廃棄物の総排出量は、内作生産台数が前年比8.6%増加したことに伴い、550トン増の8,335トンとなりました。埋立量は前年比105トン増加しており、これは廃油および汚泥が再資源化できなくなったことが要因です。再資源化できなくなった廃棄物の対応が今後の課題です。



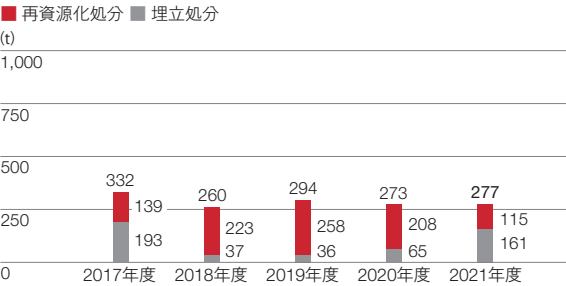
木くずの再資源化処理推移



廃プラスチック再資源化処理推移



その他の廃棄物の再資源化処理推移



1 ゼロ-エミッションとは、環境負荷を軽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。(注) 各処分量は、マニフェストより算出しています。

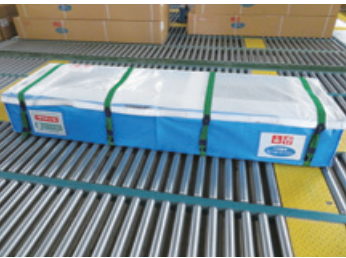
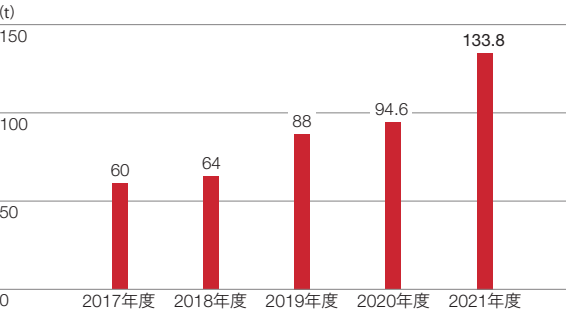
製品梱包の負荷低減

・省資源への取り組み「リターナブル梱包」

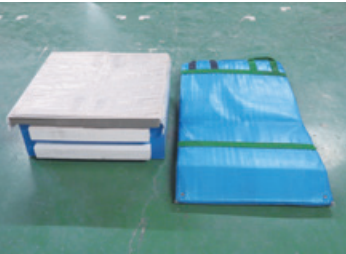
システムキッチンのワークトップ梱包によく使われるのは使い捨てのダンボールです。

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、繰り返して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電子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。

「リターナブル梱包」によるダンボール梱包削減量推移

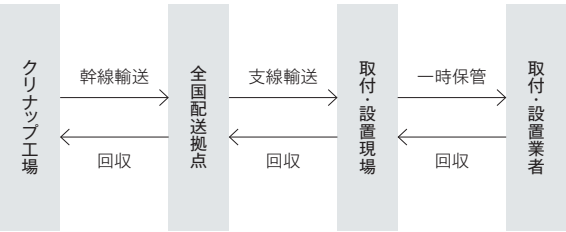


出荷時のリターナブル梱包



回収時の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



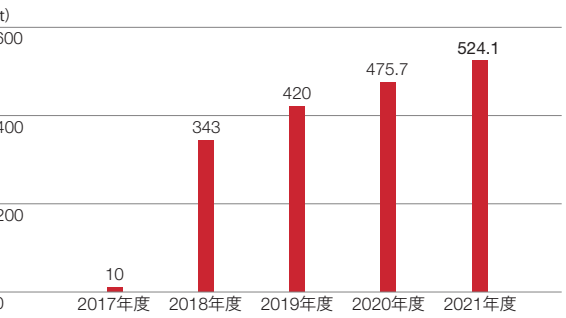
・省資源への取り組み「シュリンク梱包」

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。2022年5月に岡山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

「シュリンク梱包」によるダンボール梱包削減量推移



シュリンク梱包機 (岡山工場)



シュリンク梱包機 (鹿児島システム工場)

再生可能エネルギーと省エネ活動で製造時のCO₂排出削減



Our Mission (私たちの使命)

太陽光発電と省エネ推進活動によって製造時のCO₂排出を削減していこう。

Our Action (私たちの活動)

湯本工場では2022年度のエネルギー削減目標として、CO₂排出量生産台数原単位にて3%削減を目標に掲げています。この目標を達成するための手段の一つとして、『太陽光発電システム』を導入し、5月より稼働開始となりました。クリナップ初の導入であったため、さまざまな課題と直面しましたが、社内外の関係者のご協力のもと無事に稼働することができました。今後のCO₂削減に大きく寄与することを期待しております。また、今回の太陽光発電にすべてを頼ることなく、工場内のエネルギーロス削減(エアー漏れの修繕や照明などの節電)を工場内にかかわるすべての方々とともに継続的に推進してまいります。



生産本部
湯本工場
工場長付 主任
大津 茂一

Voice

・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、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。

・周辺環境への配慮

製造工場の周辺環境へ環境負荷の高い有害物質が排出されないよう、関連法令に基づき有害物質などの適切な管理、処理を行っています。2021年度、環境関連の法令への違反はありません。

保安防災(環境汚染の予防対策)

・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。昨年はコロナ禍に配慮し、地域の消防署へ相談のもと火災発生からの初動対応連絡伝達訓練を実施致しました。

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



消火訓練



通報訓練

4 公正で誠実な企業活動

Management Approach

● 背景にある社会課題

- ・ステークホルダーの期待に応え、社会に貢献する企業であることへの責任

● 基本的な考え方

持続的な成長と中長期的な企業価値向上を図り、企業としての社会的責任を果たすとともに、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構築を目指します。

● 関連するSDGs



● 2021 中期経営計画施策との関連性

- ・CSR調達の推進
- ・障がい者への就労機会提供
- ・介護事業を通じて持続可能な高齢社会の実現に貢献

— コーポレート・ガバナンス

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。

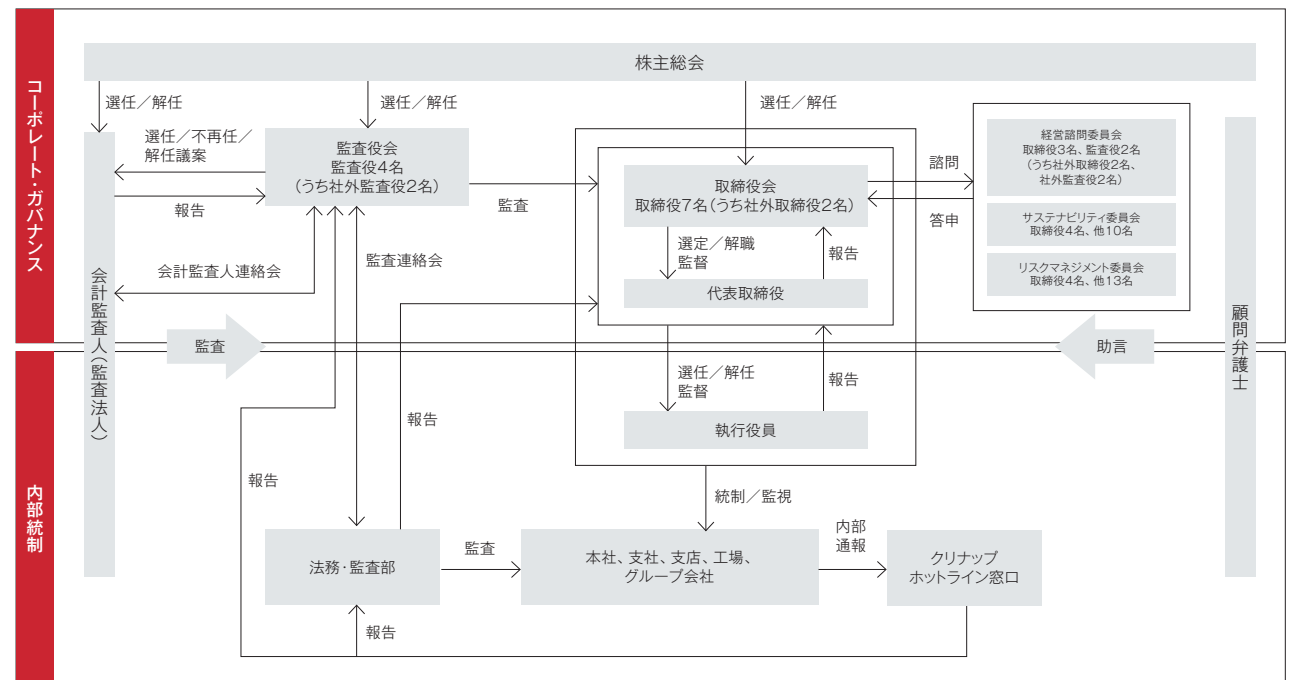
コーポレート・ガバナンスの体制

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。



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

コーポレート・ガバナンスの体制図(2022年6月末現在)

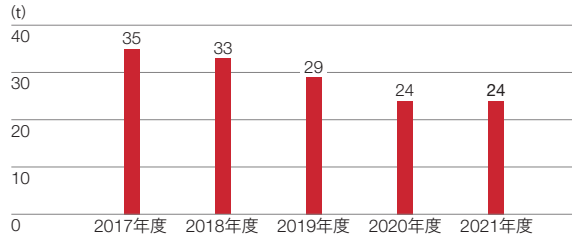


— 環境負荷の軽減

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、2021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。

室内空気汚染物質取扱量の推移



取締役会の役割・責務

当社の取締役会は、社内取締役5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、さらなる改善に取り組んでいます。

取締役の多様性

取締役会は、多様な専門知識を有する取締役でバランスよく構成しています。各取締役が保有しているスキル、および当社が各取締役に発揮を期待しているスキルは以下の通りです。

取締役・監査役のスキルマトリクス

		社外独立	企業経営・経営戦略	営業・マーケティング	生産・調達・研究開発・品質	財務・会計	法務・リスク管理	人事・労務	グローバル（国際）	IT・DX
取締役	井上 強一		●	●		●				
	竹内 宏		●	●						
	山田 雅二		●		●					
	川田 和弘		●	●		●		●		
	井上 泰延		●				●	●	●	●
	川崎 享	●	●		●				●	
	千代田 有子	●					●		●	
監査役	山根 康正					●	●			
	島崎 憲夫		●	●	●	●	●	●		●
	新谷 謙一	●					●			
	高品 彰	●				●	●			

（注）ESG・サステナビリティ、SCMiは「企業経営・経営戦略」に含まれるものとなります

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しています。

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

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、過半数を独立社外役員（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あり、取締役の候補や報酬についての審議、答申を行っています。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。

サステナビリティ委員会と
リスクマネジメント委員会

当社は、「サステナビリティ委員会」および「リスクマネジメント委員会」を取締役会の諮問機関として位置づけ、委員長を代表取締役 社長執行役員としています。

内部統制

内部統制システムの整備

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。

「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

内部統制の体制

内部統制の体制は、内部統制部会のもと、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、一元的に取り組むことで、全社的改善につなげています。

内部監査

当社の内部監査は、内部監査部門が担当し、担当執行役員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執行役員ならびに監査役などに報告しています。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

新型コロナウイルス感染症の災禍も3年目に入った2022年、2月にはロシアによるウクライナ侵攻が始まり、世界を席卷する「未曾有の二つの災厄」によって、世界中の企業を取り巻く経済環境は激化の一途をたどっております。

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も、さらなる厳しさを増しておりますが、人類社会の一員たる企業としてのクリナップグループでは、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対して、以前より真摯に取り組み続けてまいりました。

そのなかで、株主の皆さまをはじめとするステークホルダーの方々のご期待に応えるべく、企業価値の持続的な向上を目指して、客観的かつ中立的な立場で、価値観の変化する時代に即応した実効あるガバナンス機能が発揮できるように、社外取締役の一人として全力で努めてまいる所存です。



社外取締役
川崎 享

コンプライアンス

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徹底に向け、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、都度見直しをしています。

「クリナップグループ行動基準」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布しています。

腐敗防止

すべての取締役と社員に配布している「クリナップグループ行動基準ハンドブック」に「汚職の禁止」などの項目を設け、周知を図っています。

コンプライアンス教育

クリナップグループ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。

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かか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」のなかに、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、一切のかか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。

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

人権の尊重

クリナップグループは、人権の尊重は企業活動の基盤であると考え、事業活動にかかわるすべての人の人権を尊重し、社会への責任を果たす努力をしています。ハラスメント防止については、グループ全社員を対象に毎年、eラーニングによるハラスメント教育を実施しています。2021年度は、さらに弁護士によるハラスメントの禁止事項を解説した動画を全社員に向けて配信し、視聴を指示しています。2022年4月には、人権尊重の取り組みをさらに推進していくため人的資本分科会の傘下に人権WGを設置しました。人権に対する具体的な施策を立案し、サステナビリティ委員会へ提案していきます。

——リスクマネジメント

リスクマネジメント体制

リスクマネジメント委員会（委員長：代表取締役 社長執行役員）の傘下には「内部統制部会」「コンプライアンス部会」「BCP／SCM部会」を設置し、それぞれの分野における重要課題への対応について立案を行い、リスクマネジメント委員会に報告する体制をとっています。また、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、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、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を整備。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いては、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。

危機管理体制

クリナップグループは、自然災害など、経営に重大な損害や影響などを与える可能性のある不測の事態の発生に備え、危機管理体制の整備を推進しています。リスクマネジメント委員会において、将来起こり得る損失の発生についての予測・低減・回避に全社的に取り組むとともに、「危機管理規程」その他関連規程による危機管理体制の確認を行うなど、企業活動における対処すべきあらゆるリスクの発生に対して事前に把握・管理し、対策を講じることとしています。

感染症対策への取り組み

クリナップグループは社員とその家族・お客さまの健康・安全を第一に考え、新型コロナウイルス感染症拡大防止に向けた取り組みとして、在宅勤務や時差出勤の活用、ITツール活用によるリモート会議・研修・面談の実施など、引き続きの感染防止に向けた取り組みを進めていきます。新たな感染症などが発生した場合においても、安定した事業活動が維持できるよう、体制構築に向け推進していきます。

お客さま情報の保護

お客さまの重要な情報である、マイナンバー（個人番号）、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。

「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

——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

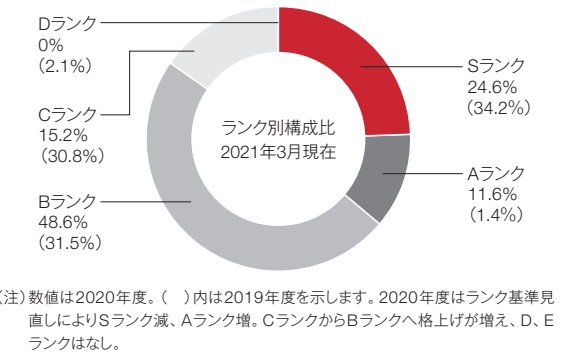
クリナップグループは、取引先さまとともに社会からの期待に応え、責任ある調達活動を行っていくため、「クリナップグループCSR調達ガイドライン」を2020年9月に制定しました。本ガイドラインは、クリナップグループが調達活動において取引先さまにお願いする事項を9項目にまとめたものです。ガイドラインを各取引先さまへ送付し、同意確認を行うなどして本ガイドラインの主旨についてご理解とご協力をいただき、公正で透明なCSR調達を推進していきます。

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。2021年度は2年に一度の調査のため実施しませんでした。今後も調査を継続して、取り組みのランクに応じた支援活動を行い、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きます。

環境取組企業ランク構成比



アンケート調査／現地調査

	調査項目	取引先さま
クリナップ 購買部門	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）	〈OEMメーカー〉 相手先仕様の完成品
	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）	〈部品・材料メーカー〉 部品・材料
	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）	〈外注先〉 クリナップ仕様の 完成品、半完成品

調査結果集計

	ランク	環境取組 企業レベル	意味
グリーン 調達の指標	S	高度レベル	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	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

——社会とのかかわり

クリナップグループは、社会との共存と信頼関係の醸成を目指し、スポーツや教育、食育などの文化活動を通じて持続可能な社会の発展に貢献します。

レスリング部と

クリナップキッズいわきレスリングクラブ

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、世界を目指すアスリートの支援を行っています。現在、東京オリンピック女子76kg級で5位入賞した皆川選手を筆頭に3名の選手が活躍しています。

生産拠点がある福島県いわき市では、地域の小中学生を対象とした「クリナップキッズいわきレスリングクラブ」の運営を支援しています。

2022年3月、令和3年度福島県いわき市のスポーツ振興に貢献し優秀な成績をおさめた選手と指導者を対象とした表彰が行われました。このいわき市体育協会スポーツ功労等表彰者では、「クリナップキッズいわきレスリングクラブ」の選手といわき市レスリング協会に所属するクリナップの3選手に加え、OB・OG、指導者など計11名が受賞しました。当社レスリング部からは優秀指導者賞として今村監督、優秀選手賞として3選手が選ばれました。

クリナップは、今後も子どもたちの笑顔を創るスポーツの交流を通して、日本のレスリング競技発展に貢献していきます。



東京オリンピックで5位入賞と健闘した皆川選手(左)



表彰されたクリナップキッズの選手とコーチたち

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皆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、経済的な理由で就学が困難な学生を対象に、給付型奨学金制度を設け、奨学支援を行っています。2013年より開始し、2022年度までの10年間で累計奨学生は410名となりました。



奨学金授与式に参加した学生

献血活動

クリナップ生産部門(福島県いわき市)では、福島県内の血液不足緩和を目的として、年2回の献血活動を実施しています。2021年11月、コロナ対策を実施した上で、四倉工場と鹿島システムテム工場の社員食堂でそれぞれ実施、延べ60名程の社員が献血活動に参加しました。

クリナップは、今後も社会貢献として、献血活動を継続していきます。



献血活動に参加したクリナップ社員

キッチン白書

クリナップは「家族の笑顔を創ります」という企業理念のもとで、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2022」ではコロナ禍での料理の実態について調査した結果をご紹介します。

特に20・30代の若年層に、料理への向き合い方について変化の兆しが見られました。在宅勤務を行う平日だけでなく、休日にも男女ともに料理頻度が増加しており、男性では食事を手作りする動機に「日々の楽しみ」や「料理スキルの向上」を目指している様子を見出すことができるなど、それぞれ「“いま”大切に思うこと」のために料理をしている姿が浮き彫りになりました。

「キッチン白書2022」
<https://cleanup.jp/oikura/pdf/kitchen-hakusyo2022.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年からは生産拠点のある福島県いわき市の地元企業と「お弁当コンテスト」を毎年共催。2021年11月、いわき市内で表彰式が行われ、一次審査と当社内のWEB審査で選ばれた9名に、クリナップ賞を授与しました。「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。



「お弁当コンテスト」でクリナップ賞を受賞したお弁当

DreamiaClub

「DreamiaClub(ドリーミアクラブ)」は、クリナップが2008年に立ち上げた食・住文化の情報発信をするWEBサイトです。自宅などで教室を主催する講師と学びたい方をマッチングし、憧れのライフスタイルに近づくコミュニティづくりのお手伝いを行っています。その他、暮らしに役立つ情報や、各種イベントの開催、教室運営の支援や、オンラインなど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。



オンラインでのイベントの様子

第三者意見

プライム市場上場企業をはじめとする一流企業には、サステナビリティ経営が求められる時代に入っています。サステナビリティ経営とは何か、明確な定義は存在していませんが、社会課題をしっかりと受けとめ、社会の期待に応えつつ、自ら対応すべきことの優先テーマや重要課題を定め、関連するKGIやKPIを設定、日頃においてPDCAを回しその実現に向け邁進していくことと考えています。また、視野は自社の中だけでなく、グループ会社の中だけでもなく、事業を推進する上で欠くべからざるバリューチェーン全体を入れねばなりません。

クリナップは、「クリナップ サステナブルビジョン 2030」(CSV30)の実現に向け、中期経営計画である「2021中期経営計画」の戦略の3つめに、ESG/SDGs視点での経営基盤強化を宣言しています。サステナビリティ経営上の重要課題として「製品・サービス等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。環境関連KPIとして2030年度に2013年度比で温室効果ガス50%削減を宣言。さらには2022年度に新たに3つの人財関連KPIを設定、女性管理職比率15%、男性育児休業取得率100%、有給休暇取得率60%を2030年度に実現するとしています。2022年4月にCSR委員会をサステナビリティ委員会に改編、その委員長を代表取締役 社長執行役員が務めるなど、サステナビリティ経営の骨格がまさにできあがりつつあると理解しました。

開発担当役員様のインタビュー(14頁)に、クリナップのサステナビリティ経営が目指す素晴らしい方向性が紹介されていると感じる文脈があったので、重ねてここに要旨をご紹介します。

お客さまが自分では気づいていない困りごと、そのことをクリナップでは不満になっていないニーズとして「非満」と呼ぶとのこと。感動を起こすため、クリナップは常にお客さまの非満に気づき、クリナップらしい商

品の開発につなげていくことを目指しているとのこと。それに関連してSDGsへの取り組み状況が判断基準の一つになるなど、お客さまの購買意識も変化していくはずなので、その変化に対応していくことが重要になると考えている、とのことでした。クリナップが目指す非満の気づきとSDGs対応のリンクは、社会への貢献力と、クリナップご自身の成長力の両者を確実にするに違いない、素晴らしい取り組みになるものと期待します。

一方で、今後においてご留意いただきたいことを2点、お伝えします。サステナビリティ経営において、バリューチェーン視野を持つことが極めて重要なことであると上述しました。温室効果ガス排出量において、スコープ1、2の算定はなされていますが、事業活動に伴う間接的な排出量(スコープ3)については、今後に算定を進めるとのことであり、現時点で道半ばであり、その削減目標設定と併せて今後の取り組みに期待します。また、CSR調達ガイドラインは2020年9月に制定されたのですが、運用面においてはグリーン調達に関するアンケート調査にとどまっているようです。人権デューデリジェンスを含め、広範囲なテーマ設定によるバリューチェーン全体を視野とした取り組み拡大が求められます。

2つめに改善を期待したいのが、日頃のPDCAを、しっかりと開示する姿勢の強化です。設定された環境関連KPIの1つ、人財関連KPIの3つの指標について、今、どのようなレベルにあり、このサステナビリティレポートで中心的に報告すべき2021年度においてどのような進展をみたのかについて平易に読み解けることを求めます。非財務目標としてのKPI設定によるサステナビリティ経営推進は、外部からはその進捗がわかりにくいことから、活動主体である企業自らのていねいな解説、自己評価の記述が必要不可欠であり、サステナビリティレポートに求められる骨格部分であろうと考えています。



公認会計士。1996年より大手監査法人にて環境経営やCSR全般のコンサルティング、検証業務のマネジメントに携わる。2006年独立。株式会社サステナビリティ会計事務所を設立し、CSRへの取り組み支援や評価向上支援などを継続して行う。2008年、各種レポート制作をワンストップで直接請け負うサスティービー・コミュニケーションズ株式会社を設立。CSR・財務双方にわたる広範なノウハウを活かし、企業の自主的かつ健全な情報開示をサポート。著書に企業のサステナビリティとESGを1冊に詰め込んだ『CSRエピソード』(幻冬社)、『ストーリー オブ サステナビリティ』(風詠社)がある。

株式会社サステナビリティ会計事務所 代表取締役 公認会計士
福島 隆史 氏

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、暮らしのなか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。

企業データ(2022年3月31日現在)

(社名)	クリナップ株式会社
(英文社名)	Cleanup Corporation
(代表者)	代表取締役 社長執行役員 竹内 宏
(本社所在地)	〒116-8587 東京都荒川区西日暮里6丁目22番22号
(創業)	1949年10月5日
(会社設立)	1954年10月5日
(上場)	東京証券取引所 プライム市場
(資本金)	132億6,734万円
(決算期)	3月31日(年1回)
(従業員数)	3,469名(連結)
(事業内容)	厨房機器／システムキッチン、流し台など 浴槽機器／システムバスルーム、人工大理石浴槽、ステンレス浴槽など 洗面機器／システム洗面化粧台、洗髪洗面化粧台、洗面収納キャビネットなど その他／その他住宅設備機器

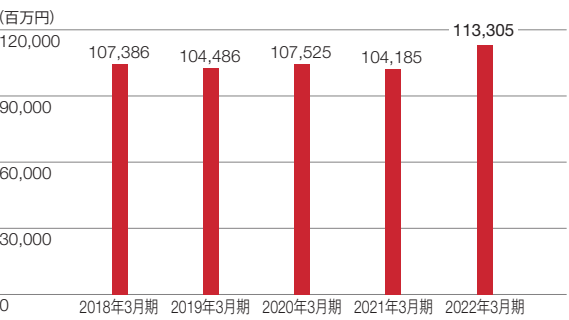
クリナップグループ

〈国内 本体および連結子会社7社〉
クリナップ株式会社
株式会社クリナップステンレス加工センター(生産)
井上興産株式会社(商社)
クリナップロジスティクス株式会社(運輸)
クリナップテクノサービス株式会社(取付・設置・サービス)
クリナップキャリアサービス株式会社(人材派遣・介護)
クリナップハートフル株式会社(障がい者雇用)
クリナップソリューション株式会社(情報システム)

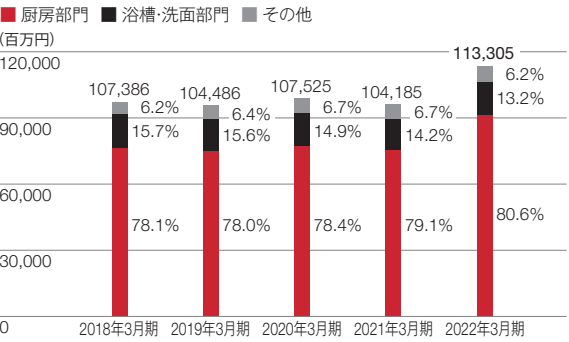
〈海外 連結子会社1社〉
可麗娜厨衛(上海)有限公司(原材料および商品の販売)

業績の推移

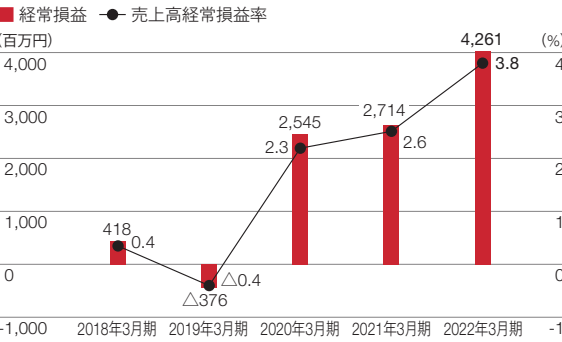
売上高(連結)



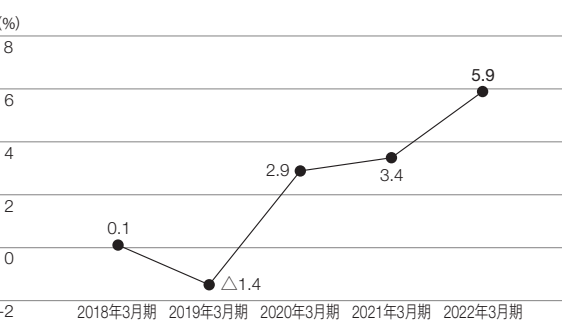
売上構成 部門別(連結)



経常損益／売上高経常損益率(連結)



ROE(連結)





キッチンから、笑顔をつくろう

クリナップ株式会社

<https://cleanup.jp>



この印刷物はサステナブルな社会の実現を目指して、適切に管理された森林およびその他の管理された供給源由来のFSC®認証紙を使用し、Scope1とScope2のCO₂をゼロにしたカーボンゼロプリント工場で印刷しています。



この印刷製品は、環境に配慮した資材と工場で製造されています。



P12D0031301B
この印刷物は、リサイクル印刷版を使って印刷しています。