



CLEANUP SUSTAINABILITY REPORT 2024

クリナップ | サステナビリティレポート

CONTENTS

- 2 トップメッセージ
- 3 経営理念
- 4 経営思想
- 5 Our History
- 7 社長メッセージ
- 11 サステナビリティマネジメント
- 15 TOPIC：未来キッチンプロジェクト

16 環境 Environment

- 16 クリナップグループ
環境ビジョン2050 (CEV50)
- 16 方針・マネジメント
- 18 気候変動への対応
- 21 資源循環の推進
- 22 水資源の有効利用
- 22 化学物質に対する取り組み

23 社会 Social

- 23 社会課題解決につながる
製品・サービスの創出
- 26 安心・安全のための品質保証
- 26 お客さまのサポート
- 27 お客さまとのコミュニケーション
- 28 働きやすい職場づくり
- 30 労働安全衛生
- 32 ダイバーシティ・エクイティ&
インクルージョン
- 33 人材育成
- 34 人権の尊重
- 35 CSR調達の推進
- 35 社会、文化性をもった貢献活動

36 ガバナンス Governance

- 36 コーポレート・ガバナンス
- 39 内部統制
- 39 コンプライアンス
- 40 リスクマネジメント

- 41 第三者意見
- 42 会社概要

編集方針

クリナップは、企業理念「家族の笑顔を創ります」のもと、キッチンを起点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2023年度の取り組みを、環境(E)社会(S)ガバナンス(G)に沿ってお伝えします。

〈対象組織〉

原則として、クリナップとすべての連結子会社を対象としています。ただし、GHGを除く環境数値については、主要生産拠点を対象としています。

- ・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

(注)主要生産拠点 (GHGを除く環境数値の範囲)

- ・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

上記以外を範囲とする場合は、範囲を別途記載しています。

〈対象期間〉

2023年4月1日～2024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〉

2024年9月(前回発行：2023年9月)

〈参考ガイドライン〉

- ・GRI「GRIサステナビリティ・レポートニングスタンダード2016/2018/2019/2020/2021」
- ・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 サステナビリティ推進課
Eメール：grp.sdgs@cleanup.jp



企業理念

「家族の笑顔を創ります」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「家族の笑顔を創ります」であり、
クリナップの企業活動のすべてが、この理念の実現に向けられています。

今なおクリナップが存続していただけるのは、社会に生かされ必要とされてきたからこそであり、
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。
サステナビリティ重要課題の解決をベースに、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

経営理念

当社では「創業者理念」「企業理念」「行動理念」の3つを理念として定めています。

最上位には創業者が求めた五つの経営信条である創業者理念「五心」を掲げ、その信条を学んだ社員達が定めた企業理念が「家族の笑顔を作ります」です。クリナップの企業活動のすべてが、この企業理念の実現に向けられています。さらに、社員たちが日々行動するための価値基準を行動理念として定めることで企業理念の実現方法を具体化しています。

創業者理念「五心」

一、創業の心

我々は一家一族の精神に則り喜びも苦しみも顔合わせ
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

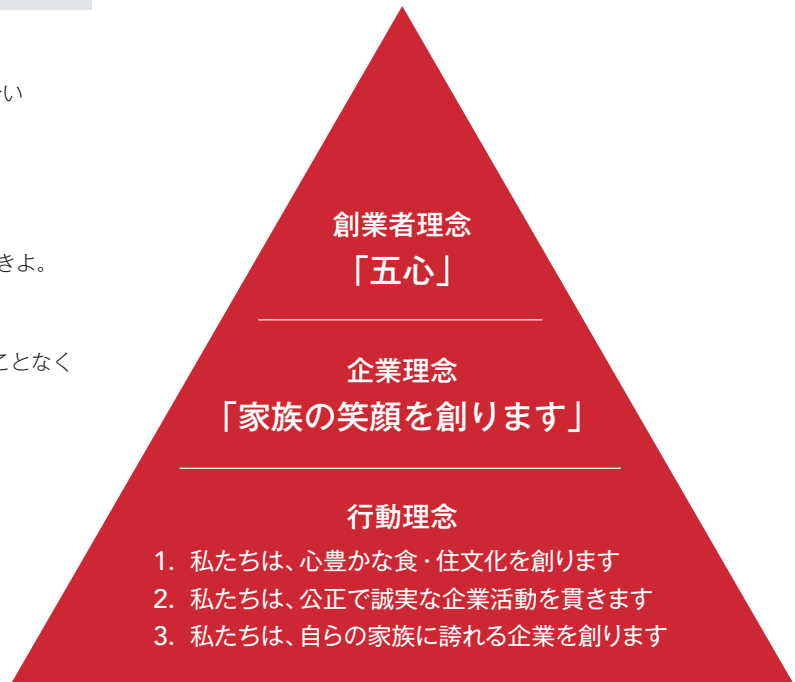
創意・開発は我が社の生命である。この心を忘れることなく
会社の繁栄をはかり社会に貢献せよ。

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、あるいは将来において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。クリナップが何のために存在し、企業活動をするのかの根幹を表し、これを全社員で共有し実践することで本当の笑顔を作り、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ています。

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います」
3. 「私たちは、自らの家族に誇れる企業を作ります」

クリナップの行動理念は、私たち一人ひとりが企業活動の中で日々行動するための価値基準、指針を定めたものです。

1. 「心豊かな食・住文化を作る」ため、常に時代にふさわしい感性を磨き、社会動向や生活者の暮らしを見つめ続けることで、新たな商品やサービスを生み出し、「食と住」このふたつの文化の交点において豊かな暮らし価値をお届けしていきます。
2. 人としての基本的な精神性（「親愛・信頼・感謝」の心、「社会貢献」）や人権を尊重する精神、道徳・法令等の社会規範の遵守を通じて、「公正で誠実」な個人からなる、「公正で誠実」な企業活動を買います。
3. クリナップとしての活動のすべてにおいて、笑顔を決やさず、努力し、仲間をいたわり、社会に向き合うことで「自らの家族に誇れる」企業を目指します。

経営思想

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

クリナップには、経営理念を実現する独自のシステム、CPSがあります。製品在庫を持たずに、「必要なモノを、必要な時に、必要なだけ生産する」、受注生産型の製造・販売システムです。販売、調達、製造、物流、取付・設置を精緻な情報連携・作業連携で結び、高品質な商品を適正な価格で迅速かつタイムリーにお客さまのもとへお届けします。また、「モノづくり」の発展の要は「人づくり」にあると考え、CPSに取り組む過程で技術開発や現場改善に強い人財育成にも力を注いでいます。

これら「改善活動」と「人財育成」の推進を通じて企業体質を強化するとともに、顧客満足向上につながる「品質」「納期」「価格」「サービス」の実現を可能とする強い経営体質を追求していきます。

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。



営業／開発

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つて、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。



製造

1

2

5

コミュニケーション

CPS

3

物流／取付・設置

4

サポート／リフォーム



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



モノの豊かさから心の豊さへ

2024年10月、創業75周年を迎えるクリナップは座卓から始まり、キッチン、バスルーム、洗面化粧台など水まわり製品を通じて、家族の笑顔を創ってきました。そしてこれからも、ライフスタイルに合わせた食住空間の提案で笑顔あふれる豊かな暮らしを創っていきます。

Kitchen

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、一家で座卓を囲んで食事をする形が浸透。座卓の販売開始から数年で生産量日本一に



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表
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、新鮮なサラダを手軽に楽しめるようになるなど本格的に欧米化が進む



1983

業界初の簡易施工型
システムキッチン
「クリンレディ」を発売

調理機器や道具が進化し、個々の要望に対応できるシステムキッチンのニーズが拡大



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
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なる



1960~

モノが豊かな暮らし

誰もがモダンで豊かな食住環境を享受できるようになる

1956 ダイニングキッチンの普及が始まる
1963 日本初の高速道路開通

1980~

個性が尊重される

画一的な大量生産から個性が尊重される時代に変化

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

1990~

家事が見直される

共働き世帯の増加に伴い、家事の分担に変化

1997 共働き世帯数が半数を上回る

Bathroom + Washstand

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」(人魚姫)を
発売



1987

システムバスルーム
「きらら」を発売



1997

システムバスルーム
「ラクシーユ」を発売
滑りにくい「フラットフロア」や
入浴動作をサポートする
「握りバー」など、
ユニバーサルデザインを採用



1999

業界初ペンタム樹脂を
採用した衝撃に強い
洗面化粧台
「ファンシオ」を発売



2023 未来キッチンプロジェクト

「キッチンから心豊かな未来を創る。」をコンセプトにしたプロジェクトを始動。産学共同研究開発などの活動を通じてサステナブルな社会の実現に貢献

2007

業界初、フィルター自動洗浄機能があり節水にも貢献する「洗エールレンジフード」を発売



2011

レアメタル削減のステンレスキャビネットを発売
レアメタルを約46%削減、分解が容易な構造に



2018

「CENTRO」「STEDIA」を発売

「キッチンを暮らしの真ん中に」をコンセプトに、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カシステムキッチン2シリーズを新ブランドへリニューアル



CENTRO



STEDIA

2021

現代の多様なライフスタイルに合わせたテーブルキッチン「HIROMA」を発売



HIROMA

クリナップ
サステナブルビジョン 2030

人と暮らしの 未来を拓く

キッチン、バスルームの
固定概念にとらわれない食住空間を
提案していきます

2000~

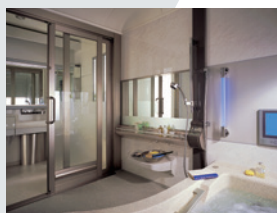
健康、安全・安心、多様なライフスタイル

高齢社会に突入、健康や安全、環境、多様性への関心が高まる

- 2005 65歳以上が人口の20%を超える
- 2007 団塊世代の退職が始まる
- 2020 コロナ禍で新たな様式が広がる

2004

システムバスルーム「アクリアバス」洗面化粧台「アクリアサルーン」を発売
洗面室と浴室のコーディネートを提案



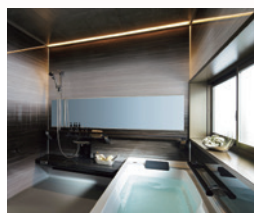
2009

システムバスルーム「hairo」を発売
小さな子どもとの入浴を考えた浴室を提案。キッズデザイン金賞受賞



2016

あたたか空間に加えて入浴動作、デザイン、清潔さにもこだわり、アクリアバスをリニューアル



2024

新概念「リビングバスルーム」を発表

リビングのような使い方や楽しみ方を取り入れた浴室2ブランドと洗面台2ブランドを発売



システムバスルームSELEVIA

洗面化粧台ELVITA

家族の“これから”に寄り沿う ESG / SDGs視点の経営

長期的なスパンで企業価値を高めながら
人と暮らしの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 宏



2023年度を振り返って

クリナップグループは、長期ビジョン「クリナップサステナブルビジョン2030(CSV30)」のもと、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」を目指して事業活動を展開しています。CSV30を戦略的に進めるために、2023年度に最終年を迎えた2021中期経営計画を「ESG/SDGs視点での経営基盤の強化フェーズ」、2024中期経営計画以降を、「成長を支える経営基盤の強化フェーズ」と位置づけ、全社一体となって企業価値の向上を成し遂げていかねばならないと考えています。

2021中期経営計画は、財務目標に対する課題が残る結果であった一方、非財務に関する目標、つまり基本戦略のひとつとして推し進めてきたESG/SDGs視点での経営基盤の強化については十分な成果を上げることができ、評価に値すると考えています。

企業として利益を追求するのは当然ですが、財務と両輪でESG/SDGsにかかわる取り組みも推進しなければ、長期的な利益獲得や企業価値向上は見込めません。そのような意味で、当社グループとして初めてESG/SDGs視点を取り込んだ2021中期経営計画は意義あるものでした。

この2021中期経営計画の成果として挙げたいのは、2030年度温室効果ガス排出量削減目標におけるSBT認定の取得、そして「キッチンから心豊かな未来を創る」をコンセプトに本格始動した「未来キッチンプロジェクト」です。このプロジェクトは人口減少、高齢社会といった社会課題に向き合い、食と暮らしで自分らしく生きるためのキッチンの在り方を模索していくという未来を見据えた産学共同研究で、当社グループとしてはチャレンジングな取り組みです。2023年度には、未来を担う子ども達とともにこれからのキッチンについて考える「未来キッチン イラストコンテスト」の開催、災害時の使用も想定し循環ろ過装置を備えた「モビリティキッチン」のプロトタイプを発表することができました。こうした取り組みは、すぐに利益を生

み出せるような試みではないため、経営全体のバランスを保ちながら、どの程度注力すべきなのか、社内で多角的な視点による検討を行ってきました。私自身、本プロジェクトが当社の長期的な企業価値向上につながる重要な取り組みであるという信念を持って進めていたものの、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆さまからの評価に一抹の不安もありました。実際には、本プロジェクトをリリースした折に想定以上の大きな反響をいただき、この想いは確固たるものとなりました。

2024中期経営計画の策定と重要課題の見直し

CSV30の実現に向けて動き出した2021中期経営計画においては、経営基盤のなかにESG/SDGs視点という種をまき、芽を出すことができました。2024年4月からスタートした新たな「2024中期経営計画」では、その芽をさらに成長させていかねばなりません。2024中期経営計画の主な重点施策、およびそれらを実現するためのサステナビリティの重要課題は、当社グループの成長のために何をなすべきかを考慮して、策定・見直しを行っています。太陽光発電設備の導入をはじめとする環境対策はもちろんのこと、当社事業の成長を担う人材投資やサプライチェーンへの対応を幅広く実行していく予定です。

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)を新たな重要課題として加えたのも、ダイバーシティ経営へのシフトが当社の成長、ひいては企業価値に大きく影響するためです。昨今注目されている女性活躍に限らず、当社グループの若手社員・熟練社員・外国籍社員・障がいがある社員などが、個人の状況に合わせて、誰もが意見を伝え、活躍する機会が均等になるということを目指します。これはクリナップグループとして成長し続けるために、今取り掛からなければならない重要な課題です。この実行部隊として、2024年に人事部

社長メッセージ

内にDE&I推進プロジェクトを設置しました。このプロジェクトは、血が通った社内コミュニケーションを通じて、イノベーションが創出される活力ある組織をつくるという壮大なミッションのもと活動をスタートしており、グループ全体で推し進めていきます。

サプライチェーンとの対話

当社グループが安定したサプライチェーンを維持していくために、また、長期的な視点で課題を捉えていく上でも、人材に重きを置く必要があります。私自身、営業からの叩き上げということもあり、現場での対話を大切にしており、数年前に当社グループの製品をお

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になります。

〈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. 人材を活性化し、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

2024中期経営計画の基本方針

「ファン化促進」「專業力強化」を進め、企業価値の向上を目指します

戦略1 「ファン化促進」による成長拡大、収益力の向上

1. 住空間への提供価値をキッチンからサニタリーへ展開、新たな価値の提供
2. 海外・オーダー系・サービス・子会社のビジネス拡大、新たな顧客の創造
3. 製商品・サービス・業務品質の向上、CPSを核とした原価低減の継続

戦略2 「專業力強化」による経営基盤の次世代化

1. 需要構造の変化に合わせた営業バックヤード体制、生産体制の整備
2. 安定した供給能力を維持できるサプライチェーン体制の構築
3. サステナビリティ推進体制のもとでSDGsに向けた重点取組を推進
4. 新たな人事制度の確立、社員エンゲージメントの向上策を推進

戦略3 資本収益性の重視と利益還元の拡充

1. 財務健全性の維持、重点施策への成長投資、株主還元の強化

客さま宅に取り付ける作業を委託している業者様に集まっていたいただき、対話の場を設けました。直接お話をし、取付・設置を行う人材の高齢化、重量のある製品を取り扱うときにかかる身体への負担、さらには作業に見合った委託先への賃金面での問題に業者様が頭を悩ませている状況を目の当たりにし、危機感を抱きました。この状態を改善せねば、当社の事業活動で欠かせない作業を請け負ってくださる業者が減ってしまい、当社の経営にも影響が及ぶことは明白でした。課題解決のために、私たちが着手した施策は主にふたつ。ひとつは製品の軽量化による作業負担の軽減、そしてもうひとつが、委託先が作業に見合った収益を得られるような収益構造の改善です。いずれも企業の一担当者だけで解決できるような問題ではありません。

ひとつめの施策は、「サニタリー元年」と銘打ち2024年2月に「水まわり」はもっと自由にリビングに近づくべき。」というコンセプトでリリースした「SELEVIA」「rakuvia」です。

この商品は優れた保温性による省エネ効果、膝や腰への負担を軽減できるハイポジション設計が特徴的ですが、実はそれだけではなく、パネルを軽量化かつ組み立て時間短縮が可能となる構造へ改良しました。これは取付・設置業者様との対話から生まれたアイデアで、作業時の負担低減に貢献できるものと自負しております。

ふたつめの施策については、製品・サービスに見合った料金をユーザー様からいただき、それをきちんと取付・設置業者様にもお支払いしていく仕組みの確立に向けて動き出しています。自社だけではとても実現できない難題ですが、対話をした以上、きちんとそれに代えていく姿勢を示していかなければ信頼を失いかねません。関係会社、そしてキッチンバス業界に対しても投げかけを行い、業界全体で改善に努めていきたいと思っております。



対話は問題解決の糸口

近年、環境や人権に関する課題について、企業に対する要求が一層高まっています。そうした動きは欧州中心に活発化しているため、日本人には耳慣れない横文字の言葉が飛び交っています。カーボンニュートラル、人権デューデリジェンス、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンなどがその代表例です。それぞれ重要なテーマにもかかわらず、言葉の印象が先立つからか、社内でサステナビリティの取り組みを担う社員には難しい概念として捉えられがちで、自分たちの事業活動と結びつけて考えにくい状況になっていると感じています。

私は社員に“対話”と“変えられる勇気”が大切だと常日頃から伝えています。特に人権などの人に関連する課題は、先述の取付・設置業者様との対話のように本質に立ち返ると決して難しい概念ではなく、まさに“対話”と“変えられる勇気”が解決の糸口になるのではないかと考えています。対話だけで終わらせず、相手の声をきちんと受け止めて、声をあげてくれた人たちの期待に応えていくことが何にも増して重要です。人権デューデリジェンスで求められている本質的な部分は、まさしくそういうところだと思います。

そういったマインドが社員一人ひとりに根づくことで、結果的に社会や環境に関する課題を真に解決していけると信じています。

これまでにない前例をつくりながら 挑戦していける会社を目指して

社員からは「前例がないからできません」という声を聴くこともあります。前例がなければつくればいだけの話です。チャレンジしてみなければ何も始まりません。対話と変えられる勇気を大切に、個としても組織としても何事にも臆せずスピード感を持って挑戦していける会社を目指し、サプライヤーの皆さまにも、クリナップグループは“対話”と“変えられる勇気”がある会社であることを知っていただきたいと思っています。

人と暮らしの未来を拓く——。CSV30でも掲げるこの大目標の達成に向かって邁進することこそ、当社グループの大きな存在意義だと思いますし、それをしっかりと実践していきます。また、クリナップグループがそういう企業だということを、社外のステークホルダーの皆さまにきちんと知っていただく努力も惜しまないつもりです。そして、一緒になって持続可能な社会の実現を目指してまいります。

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「家族の笑顔を創ります」を事業活動のなかで具現化することで、持続可能な社会に貢献しつつ自社の持続的成長を目指すことが、クリナップグループが考えるサステナビリティです。この考えのもと、2023年、「CSR方針」を見直し、新しく「サステナビリティ方針」を策定しました。

また、クリナップグループは、中長期的に経営基盤強化と企業価値向上を図るため、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(CSV30)」、「2024中期経営計画」およびサステナビリティ重要課題を軸としたサステナビリティ活動を推進していきます。

サステナビリティ方針

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、全てのステークホルダーとの対話を重視した事業活動を通じて、持続可能な社会の発展と企業価値の向上を目指します。

1. 「心豊かな食・住文化を創る」という理念のもと、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暮らし価値を提供し続けます。
2. 社会性、文化性をも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. 全ての事業活動においてサプライチェーンと協働で環境課題に取り組み、地球環境との共生を目指します。
4. 各国・地域の法令等を遵守し、人権および多様な価値観を尊重するとともに、サプライチェーン全体での公正で透明な事業活動を推進します。
5. 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。

(2023年9月1日)

サステナビリティ推進体制

クリナップグループは、サステナビリティに関する重要課題を定め、事業経営に大きく影響を与える気候変動などの環境課題への対応や、会社の持続的な成長を支える人的資本に関する重要課題に取り組む推進体制として代表取締役 社長執行役員を委員長とする「サステナビリティ委員会」、「リスクマネジメント委員会」を設置しています。

サステナビリティ委員会は、当社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、重要課題にかかわる活動の進捗状況の管理を行っています。

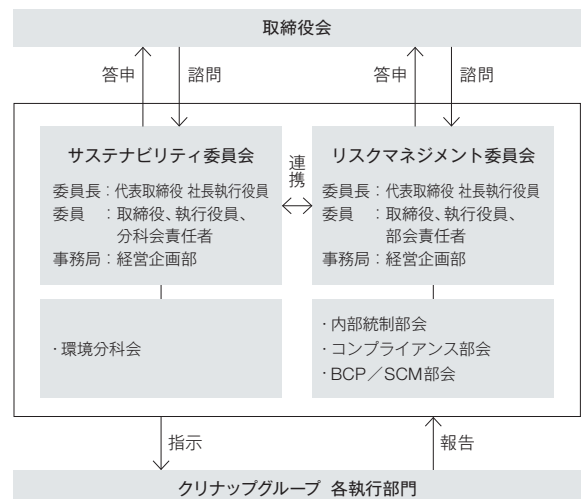
重要課題のうち環境にかかわる課題に対しては、当委員会の傘下に「環境分科会」を設置し、人的資本にかかわる課題に対しては、人事部門が主管となって対応するとともに、DE&I(ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)推進プロジェクトを立ち上げ、実行計画、進捗状況などをサステナビリティ委員会に報告する体制をとっています。

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、活動状況を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。

サステナビリティ重要課題にかかわるリスクは、両委員会において情報の共有を図り、連携をとりながら対応を進めており、評価・審議した内容に応じて、取締役会に報告・提案される体制を整えています。

サステナビリティ推進体制図



サステナビリティ重要課題

クリナップグループは、2020年にステークホルダーからの期待や当社グループの活動が社会に与える影響を踏まえ、4つの重要課題(ESG・SDGs課題)を特定し、重点取組を推進してきました。2024年は、カーボンニュートラルやDE&I(ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)をはじめとしたサステナビリティにかかわる社会要請の高まりを受け、より具体的な方向性を示すことで、事業活動と統合した取り組みを推進できるように、8つのサステナビリティ重要課題に深化させました。

| | サステナビリティ重要課題 | リスク | 機会 | 課題解決に向けた重点取組 | 掲載ページ |
|-----|--|--|---|--|-------------------------|
| E | 気候変動への対応  | <ul style="list-style-type: none"> 炭素税導入等の規制強化によるコストの増加 台風や洪水等の被災による操業停止 | <ul style="list-style-type: none"> 省エネ等、CO₂削減に貢献する製品の市場拡大 低炭素なモノづくりによる企業価値向上 | <p>[Scope1,2の取り組み]</p> 再生可能エネルギー採用/太陽光発電導入/老朽化設備入替/エネルギー転換/ハイブリッド自動車への切替/省エネ推進活動 | P.18-20 |
| | 資源循環の推進  | <ul style="list-style-type: none"> 資源循環の対応遅れによるお客さまの離反 | <ul style="list-style-type: none"> 3Rに対応したモノづくりによる企業価値向上 | <p>[Scope3の取り組み]</p> 低CO ₂ 材料採用の検討/材料生産性の向上/サプライヤーへの働きかけ/省エネ機器採用推進/お客さまへの啓発活動推進 | P.18-19 P.25 P.35 |
| | 水資源の有効利用  | <ul style="list-style-type: none"> 節水製品の開発遅れによるお客さまの離反 | <ul style="list-style-type: none"> 節水製品の市場拡大 | 製品の水使用量削減/事業活動における水使用量の削減 | P.22 P.25 |
| S | 社会課題解決につながる製品・サービスの創出  | <ul style="list-style-type: none"> 多様化するお客さまのニーズに対する当社製品のミスマッチ 環境配慮製品の開発の遅れによるお客さまの離反 | <ul style="list-style-type: none"> ライフスタイルに即した新たな生活空間の創出 環境や健康に配慮した製品の市場拡大 | SDGs視点の製品・サービス指針に基づいた開発の推進 | P.15 P.23-26 |
| | 働きやすい職場づくり  | <ul style="list-style-type: none"> 労働生産性の低下や人財獲得の競争激化 ダイバーシティや人権対応の遅れによる企業イメージの毀損 社員の健康被害、健康関連費用の増加 | <ul style="list-style-type: none"> 多様な人財活用を通じたイノベーションの創出 社員の健康増進による生産性およびモチベーション向上、それを通じた企業価値向上 | 社員エンゲージメント向上のための新人事制度構築/多様な働き方推進への取り組み/社員の健康増進の取り組み/労働安全衛生マネジメントシステムの推進 | P.14 P.28-30 |
| | ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)  | | | 社員のキャリア形成支援/女性活躍推進/男性育休取得/障がい者への就労機会提供 | P.28 P.31-33 |
| | 社会性、文化性をもった貢献活動  | <ul style="list-style-type: none"> 地域社会との信頼関係の希薄化による事業活動の停滞 | <ul style="list-style-type: none"> 地域社会との共生による事業の安定化、企業価値向上による人財確保 | スポーツや教育、食育などの文化活動を通じた社会貢献活動/介護事業を通じた持続可能な高齢社会の実現 | P.35 |
| S・G | 公正で誠実な企業活動  | <ul style="list-style-type: none"> 自社およびサプライチェーン上のコンプライアンス違反(環境・人権問題)による信用低下 | <ul style="list-style-type: none"> 長期的な競争力の向上 | コーポレート・ガバナンス体制/サステナビリティ推進体制の整備と維持/人権デューデリジェンスの運用/CSR調達の推進 | P.34-40 |

指標と目標

長期ビジョン「CSV30」において5つの非財務目標を設定し、具体的な施策に取り組んでいます。

Scope1,2削減、男性育児休業取得率、有給休暇取得率の3つは、施策実施によって改善されました。Scope3削減、女性管理職比率の2つは、継続的に取り組む社内体制を整備しており、中長期的な施策を確実に実施することで、目標達成を目指していきます。

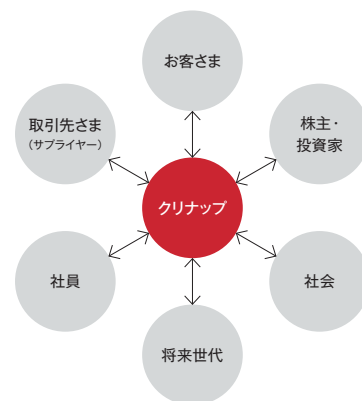
非財務目標に関する実績

| 非財務目標区分 | 対象 | 2022年度実績 | 2023年度実績 | 2030年度目標 |
|----------------------|----|----------|----------|----------|
| Scope1,2 削減(2021年度比) | 連結 | 17.1%減 | 21.6%減 | 42%減 |
| Scope3* 削減(2021年度比) | 連結 | 4.2%増 | 3.7%増 | 25%減 |
| 女性管理職比率 | 連結 | 3.8% | 3.8% | 15% |
| | 単体 | 3.1% | 3.1% | |
| 男性育児休業取得率 | 連結 | 56.6% | 70.2% | 100% |
| | 単体 | 52.2% | 71.2% | |
| 有給取得率 | 連結 | 61.3% | 63.8% | 60% |

*カテゴリ1および11を削減目標の対象としている

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行っています。また、社会の未来を担う子ども達を「将来世代」と位置づけ、重要なステークホルダーと認識し、教育および社会・文化活動に取り組んでいます。今後も、事業活動を通して多種多様な期待や要請に誠実に応え、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 | コミュニケーションの事例 | 事業活動への反映 |
|---------------|---|--|
| お客さま | 当社グループの製品・サービスを購入・利用されているお客さま 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 | ・安全で快適な製品・サービスの提供 |
| 取引先さま(サプライヤー) | 製品の原材料調達先、お客さま宅に製品を設置する取付・設置業者 取引先さまとの対話、CSR調達によるコミュニケーション、グリーン調達アンケート調査 など | ・対話やアンケートの結果を踏まえたCSR調達の推進 ・取引先さまの労働安全に配慮した製品の創出 |
| 株主・投資家 | 当社に出資してくださる株主および投資家 株主総会、決算説明会、IRミーティング など | ・配当金による利益の還元 ・適正な会計処理と適時情報開示 |
| 社員 | 当社グループの事業に従事する国内外の社員 社員エンゲージメントサーベイ、職場ミーティング、人事アンケート、社内報、家族工場見学、内部通報制度 など | ・働きやすい職場づくり ・人事制度の改善 ・多様性を尊重した社内風土 |
| 将来世代 | 社会の未来を担う子ども達 未来キッチン イラストコンテスト、子ども料理教室、社会科工場見学 など | ・将来世代の社会・文化活動を支援する取り組みの実践 |
| 社会 | 当社グループが所在する地域やその近隣の住民の皆さま、当社グループの事業に関心を寄せる外部有識者など 食文化活動、クリ夫のパン屋、Dreamia Club(ドリーミアクラブ)運営、地域貢献活動(地域イベント協賛、清掃活動、献血など)、有識者との意見交換 など | ・地域社会の活性化につながる取り組みの実践 |

お客さまとのコミュニケーション

「クリナップ販売店会議」中国初開催

中国本土において、2024年6月に上海市の上海虹橋雅高美爵酒店にて、当社では海外初となる販売店会議を開催しました。現地販売店全4社の代表をはじめとした関係者計20名が参集し、会議では、クリナップの事業方針を伝えるとともに各現地販売店からの意見を丁寧に聞き取り、情報を共有しました。

今後も、国内だけでなく海外の販売店様とのコミュニケーションを図り、東アジア・東南アジアのエンドユーザー向けにより快適な水回り空間を提供していきます。



販売店会議に出席した各販売店代表者

社員とのコミュニケーション

社員エンゲージメントの取り組み

クリナップグループは、2021年度から毎年1回、全社員を対象とした社員エンゲージメントサーベイを実施しています。この調査結果に基づいた改善活動を推進することで、社員一人ひとりの多様性を尊重し、能力を最大限に発揮できる職場環境と社内風土をつくっていくことを目指しています。

2023年度には、2022年度の社員エンゲージメントサーベイ結果を踏まえ、「エンゲージメント向上のためのワークショップ」を、2支店の営業所長計12名を対象に、「部下の労働時間に関するエンゲージメントをどのように向上させるか」をテーマとして、約6カ月間にわたり、延べ4回実施しました。

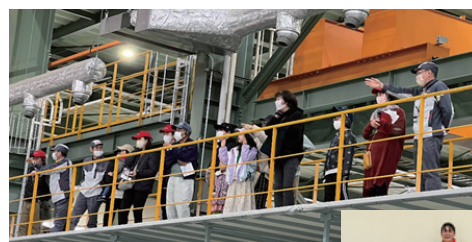


ワークショップ風景

家族工場見学

2024年2月、岡山工場と岡山県内のクリナップグループ事業所が協力して、社員の家族が参加する「家族工場見学」を開催しました。

61名が参加して、家族の前で少し照れながら仕事をする社員や、オートメーション化が進む工場に目を見張るお子さんの姿が見られました。昼食時には、社員による和太鼓の演奏やお子さんに和太鼓を叩いてもらうなど、「家族の笑顔」をつくることができました。



キッチン製造の様子を見学している家族の皆さま



昼食時間の和太鼓演奏の様子

将来世代とのコミュニケーション

「夏休み子ども料理教室」開催

クリナップは、2023年7月に開催されたはばたけらポ(含「弁当の日」応援プロジェクト)主催による「夏休み子ども料理教室」に協力し、キッチンタウン・東京を会場として提供しました。本イベントには小学3年生から5年生までの児童18人が参加しました。

“一人で簡単ランチを作ろう！”と題し、子ども達は3班に分かれ、スタッフの補助を受けながらも自分たちで調理を進めました。一人で包丁を使ったりフライパンに油をひいてガスコンロを使うなどの調理技術を学ぶとともに、班内では作業を分担したり、手が空くと率先して洗い物をしたりと、互いを尊重しながら交流を深めました。

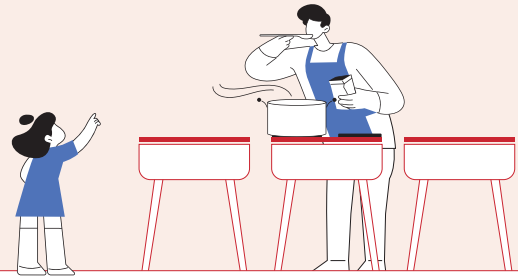


包丁を使った調理に挑戦

Topic : 未来キッチンプロジェクト

クリナップは、長期ビジョン「クリナップ サステナブルビジョン 2030」で掲げた「人と暮らしの未来を拓く」を実現するため、2023年2月に「未来キッチンプロジェクト」の発足を宣言、ビジョン実現に向けたアクションを推進しています。

2024年3月、「未来キッチンプロジェクト」産学共同発表会において、「モビリティキッチン」プロトタイプを発表と未来キッチンイラストコンテストの授賞式を行いました。



「モビリティキッチン」プロトタイプの発表

システムキッチンの次の時代を担う「モビリティキッチン」のプロトタイプは、移動できるという新機能を有しながら、メインキッチンとして使用することを想定して開発しました。

「モビリティキッチン」を構成する3つのユニットと特長

シンクユニットは、循環ろ過装置を搭載し、水を繰り返し使用できます。ワークユニットは必要な調理スペースと収納を備え、コンロユニットはバッテリーを内蔵、どこでも使用できる加熱機器です。これらのユニットは持ち運びが可能で、家の中のあらゆる場所でも使用することができます。このため、どの場所でも馴染むように、曲線のやわらかいラインと温かみのある質感のあるデザインにしました。

また、3つのユニットを積み重ねることで、小型車両にも搭載することができ、キャンプなどの野外使用も可能です。

「モビリティキッチン」プロトタイプは、給排水という住宅設備の制約から解放されたことで、場所を選ばない自由な調理と新たなライフスタイルを創出していく可能性を持っています。クリナップは、次世代キッチンの提案に向けて、今後もプロトタイプの開発を継続し、新たな「暮らし価値」を見定めていきます。



「モビリティキッチン」プロトタイプ発表の様子



右からシンクユニット、ワークユニット、IHコンロユニット

未来キッチン イラストコンテスト

クリナップは「未来キッチンプロジェクト」の一環として、「未来キッチン イラストコンテスト」(主催：キッズエクスプレス、後援：全国連合小学校長会 他)に協力し、2023年から開催しています。

本コンテストは、暮らしの真ん中に、そして子ども達の身近にある「キッチン」から、未来やSDGsについて考えるきっかけを持ってもらいたいとの想いを背景に、第1回となる2023年度(募集期間：6月1日～10月15日)は、全国の小学生から、3,003作品が寄せられました。

最優秀賞は、千葉市立土気南小学校3年生 西岡 蓮さんの作品で、“エコな恐竜”という斬新なアイデアをベースに、ペットボトルをエネルギーに変える、食品ロスをなくす、生ゴミのリサイクルなど、SDGs視点を具体的なプランとして表現したことと、インパクトと繊細さを兼ね備えた、完成度の高いイラストであることが高く評価されました。

当社は、今後もキッチンを通して子ども達に学びの機会を提供し、柔軟なアイデアを今後のイノベーションにつなげていきます。



〈最優秀賞〉千葉市立土気南小学校3年生 西岡 蓮さん



2024年3月7日(木)に開催されたクリナップ「未来キッチンプロジェクト」産学共同発表会(武蔵野美術大学市ヶ谷キャンパス)での受賞風景

クリナップグループ環境ビジョン2050(CEV50)

2023年度、気候変動などの環境課題への対策を推進するため、「クリナップグループ環境ビジョン2050(CEV50)」を策定し、2050年カーボンニュートラル達成を目指しています。この中間目標として、Scope1^{*1},2^{*2}は、パリ協定に整合した、世界の気温上昇を産業革命前から1.5°Cに抑えることを目指す「1.5°C水準」に目標を引き上げ、Scope3(カテゴリ1+11)^{*3}は、「2°Cを十分に下回る(Well Below 2°C)水準」の新目標を設定しました。

クリナップグループの事業活動における環境負荷を低減するため、気候変動への対応、資源循環の推進、水資源の有効利用を目指した取り組みをグループ内に浸透させるとともに、環境活動をより一層、推進していきます。

*1 Scope1：燃料の使用や燃焼設備での燃焼に伴う直接排出

*2 Scope2：電気、熱、蒸気の導入に伴う間接排出

*3 Scope3：資材調達から製造、販売、廃棄までに伴うScope1、2以外の間接排出
カテゴリ1(購入した資材・サービスに伴う排出)とカテゴリ11(販売した製品の使用に伴う排出)の合計がScope3の9割以上を占めているため削減目標の対象としている

クリナップグループ環境ビジョン2050(CEV50)

「人と暮らしの未来を拓く」

クリナップグループは、2050年までに、カーボンニュートラルの達成と資源循環および水資源の有効利用に取り組み、持続可能な社会の実現を目指します。

気候変動への対応

2050年 カーボンニュートラル(Scope1,2)

| | | | |
|-------|----------|-----------|-----------------|
| 2030年 | Scope1,2 | 温室効果ガス排出量 | 42%削減(2021年度比)* |
| | Scope3 | 温室効果ガス排出量 | 25%削減(2021年度比) |

*2013年度比では60%削減に相当

資源循環の推進

- 製品の3R推進
- 持続可能な材料の使用

水資源の有効利用

- 製品の水使用量削減
- 事業活動における水使用量の削減

方針・マネジメント

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』、CSV30(クリナップサステナブルビジョン2030)および、CEV50(クリナップグループ環境ビジョン2050)のもと、品質・環境マネジメントシステムを推進し、持続可能な社会を実現します。

1. 事業活動における温室効果ガス削減および廃棄物削減などの環境負荷軽減を推進します。
2. 省エネ、省資源など環境に配慮した製品・サービスを提供します。
3. 環境法令などを遵守し、汚染の予防を図り、環境保全を行います。

(2024年4月1日)



ISO14001 (環境) のマネジメントシステム

クリナップグループは、環境マネジメントシステムを構築し、すべての生産工場(関係会社を含む)やオフィス部門を中心に、ISO14001の認証を取得しています。

環境に関する全社的な意図および方向付けを示す環境方針を制定し、全社員に浸透させるとともに、各部門が方針に基づき全社的な環境活動を推進しています。また、PDCAサイクルに従い、事業活動へ展開して継続的改善に取り組んでいます。

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。2023年度は以下のカリキュラムを実施しました。

環境教育受講者数

| 教育テーマ | 単位 | 対象者 | 受講者数 |
|-----------------------|----|---------------|------|
| 内部環境監査員教育 | 名 | 新任管理者および新任担当者 | 4 |
| 新任ライン長係長研修 | 名 | 新任ライン長および新任係長 | 12 |
| 新入社員教育 (本社・いわき・岡山) | 名 | 新入社員 | 123 |

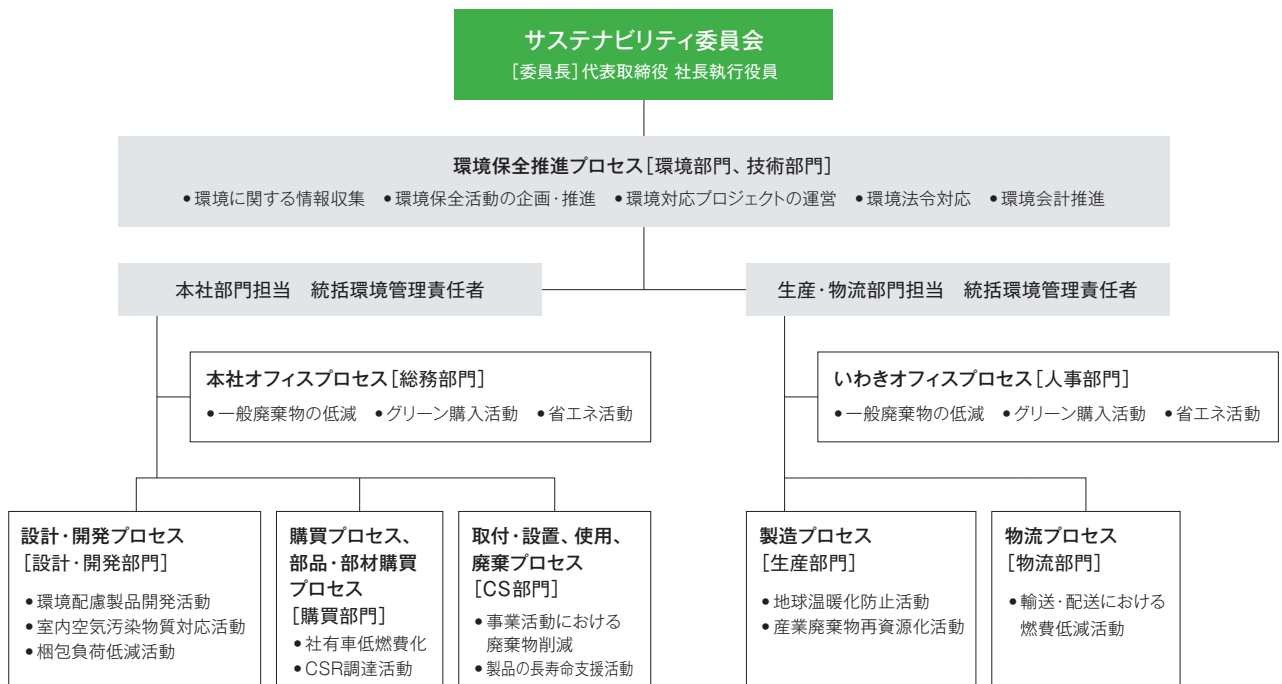


内部環境監査員教育

環境保全活動推進体制

クリナップグルー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」を設置しています。環境に対する議題は「クリナップグループ環境ビジョン2050(CEV50)」の設定、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のほか、さまざま議題を報告・審議しています。

環境保全活動推進体制図



気候変動への対応

地球や企業活動に重大な影響を及ぼす気候変動は、クリナップグループの経営にとってリスクであると同時に、新たな事業機会をもたらすものと考え、環境課題の解決に向けた取り組みを推進するとともに、TCFD提言に基づく環境情報の開示拡充を行っています。

ガバナンス

代表取締役 社長執行役員を委員長とし、取締役および執行役員を中心とした委員で構成されるサステナビリティ委員会を設置、年5回の頻度で開催しています。気候変動対応や気候関連に関する施策や計画・目標の立案は委員会の下部組織である「環境分科会」にて協議・審議され、それら協議・審議事項の結果が委員会に報告されます。環境分科会は営業・開発・生産・調達を中心とした各部門および関係会社のメンバーで構成されています。

また、気候変動対応の施策内容や実施計画の進捗状況についてはサステナビリティ委員会で確認・審議された上で、取締役会へ適時答申がなされており、取締役会にて管理・監督が行われています。さらに、気候変動によるリスクは事業継続に重大な影響を及ぼすことから、リスクマネジメント委員会においても情報の共有を図り、連携をとりながら対応を進めています。

リスク管理

気候関連リスクをグループ全体の経営リスクの一つとして位置づけ、サステナビリティ委員会にて審議、評価して管理しています。気候関連リスクのなかで特に自然災害に起因する物理リスクへの対応に関しては、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の下部組織である「BCP/SCM部会」とも情報を共有し、取り組みを進めています。

サステナビリティ委員会の下部組織である環境分科会において、事業にかかわる気候関連リスクおよび機会を抽出、「自社にとっての重要性」「発生の可能性」「ステークホルダーにとっての重要性」の3つの指標を元に評価し、重要なリスクおよび機会を特定しました。さらに特定されたリスクおよび機会が事業に与える影響などについて討議が行われ、サステナビリティ委員会に報告されます。委員会において内容の確認と審議が行われた上で取締役会に答申され、管理・監督が行われています。

戦略

気候変動がクリナップグループ事業に及ぼす影響の把握とそのリスクおよび機会を具体的に捉えるために、1.5℃シナリオおよび4℃シナリオを対象としたシナリオ分析を実施しました。それぞれのシナリオにおけるリスクと機会を特定し、環境施策の展開を進めています。なお、当社では、シナリオ分析を、NZE (Net Zero Emissions by 2050 Scenario)、Stated Policy Scenario (IEA World Energy Outlook 2023)、IPCC RCP8.5などの既存シナリオを参考にしました。

気候関連リスクおよび機会

| リスクと機会の種類 | | リスクと機会の概要 | 影響を受ける場面 | 財務影響の程度 | | 対応策 | |
|-----------|-----------|-----------------------------|---|------------|----|--|--|
| | | | | 1.5℃ | 4℃ | | |
| リスク | 移行 | 政策規制 | 炭素税導入によるコストの増加 | 直接操業 | 中 | 小 | ・低炭素エネルギーへの代替 ・温室効果ガス削減につながる設備導入 ・省エネ活動の推進 |
| | | 政策規制 | 炭素税の導入や温室効果ガス排出規制等により、原材料、部材、エネルギー等の調達コストが増加 | 直接操業 上流 | 大 | 小 | ・低炭素な部品・部材の採用 ・生産効率の向上 |
| | 技術 | 環境に配慮した技術・製品開発の遅れによる販売機会の損失 | 直接操業 | 中 | 小 | ・環境配慮製品開発の推進 ・取引先さまとの協業推進 ・産学共同開発の推進 | |
| | 物理 | 急性 | 台風や洪水等による自社工場とサプライチェーンの被災による販売機会損失 | 直接操業 上流 | 小 | 中 | ・BCP体制の拡大推進 ・サプライチェーンの強靱化推進 |
| 機会 | 製品およびサービス | | 気候関連の社会ニーズ拡大による環境に配慮した製品の需要増加 ・省エネ、節水製品、環境負荷の少ない材料を採用した製品の需要増加 | 下流 | 中 | 小 | ・環境配慮商品開発の推進 ・取引先さまとの協業推進 ・産学共同開発の推進 |
| | 市場 | | 資源循環市場の拡大による3Rに対応した高耐久製品の需要増加 ・リサイクルが容易で高耐久なステンレス製品の需要が増加 | 下流 | 中 | 小 | ・製品の3R推進 ・持続可能な材料の使用 |

指標と目標

2023年度に「クリナップグループ環境ビジョン2050 (CEV50)」で掲げたカーボンニュートラル達成に向け、その中間目標となる2030年度の温室効果ガス(GHG)*1 排出量削減目標をより高い目標へ改訂しました。

GHG排出削減目標

| | | |
|---------------|-----------|-----------------|
| 2050年度 | Scope 1,2 | カーボンニュートラル |
| 2030年度 | Scope 1,2 | 42%削減 (2021年度比) |
| | Scope 3*2 | 25%削減 (2021年度比) |

*1 「Greenhouse Gas」の略称

*2 カテゴリ1および11を削減目標の対象としている

なお、この目標はSBT (SCIENCE BASED TARGETS) イニシアチブから「科学的根拠に基づいた目標」として2023年11月に正式に認定されました。

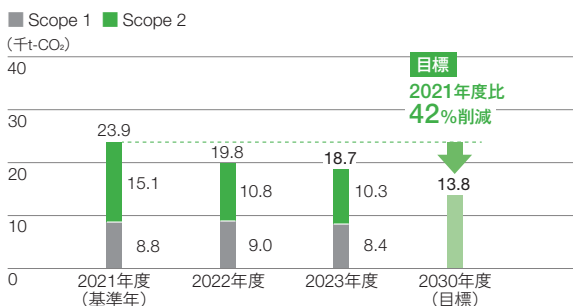


SCIENCE
BASED
TARGETS

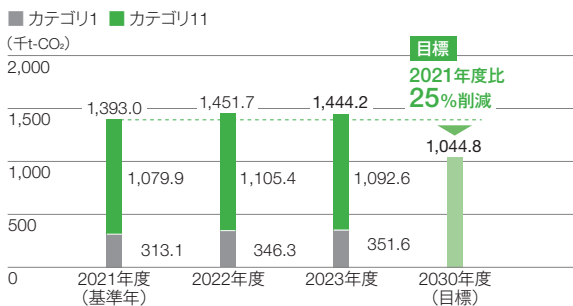
DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

GHG排出量の推移

Scope1,2の推移



Scope3(カテゴリ1+11)の推移



クリナップグループの2023年度GHG排出量 (Scope 1,2合計) は、再生可能エネルギー導入や省エネ活動などにより前年度比5.3%削減となりました。この結果、2021年度比では21.6%まで減少しています。Scope 3 (カテゴリ1+11) については、製品販売数の減少などにより前年度比0.5%削減となりました。

GHG排出量

(千t-CO₂)

| スコープ | 概要 | 排出量 | | |
|-------------|-------------------|---------|---------|---------|
| | | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
| Scope 1 | 直接排出 | 8.8 | 9.0 | 8.4 |
| Scope 2 | 電気・熱・蒸気の導入に伴う間接排出 | 15.1 | 10.8 | 10.3 |
| Scope 1,2合計 | | 23.9 | 19.8 | 18.7 |
| Scope 3 | Scope 1,2以外の間接排出 | 1,437.6 | 1,493.4 | 1,501.0 |
| カテゴリ1 | 購入した製品・サービス | 313.1 | 346.3 | 351.6 |
| カテゴリ2 | 資本財 | 14.9 | 12.3 | 28.4 |
| カテゴリ3 | エネルギー関連活動 | 3.9 | 3.4 | 3.2 |
| カテゴリ4 | 輸送、配送(上流) | 6.3 | 6.1 | 6.5 |
| カテゴリ5 | 廃棄物 | 2.3 | 2.3 | 2.4 |
| カテゴリ6 | 出張 | 0.5 | 0.5 | 0.5 |
| カテゴリ7 | 従業員の通勤 | 1.3 | 1.1 | 1.4 |
| カテゴリ8 | リース資産(上流) | 算定対象外 | | |
| カテゴリ9 | 輸送、配送(下流) | 1.5 | 1.5 | 1.5 |
| カテゴリ10 | 販売した製品の加工 | 算定対象外 | | |
| カテゴリ11* | 販売した製品の使用 | 1,079.9 | 1,105.4 | 1,092.6 |
| カテゴリ12 | 販売した製品の廃棄 | 13.7 | 14.4 | 13.0 |
| カテゴリ13 | リース資産(下流) | 0.1 | 0.1 | 0.1 |
| カテゴリ14 | フランチャイズ | 算定対象外 | | |
| カテゴリ15 | 投資 | 算定対象外 | | |

対象範囲：クリナップグループ (P.42 企業データを参照ください)

*SBTへの申請の際、算定方法を精査し、過年度データを修正

GHG排出量削減の取り組み

サステナビリティ委員会の下部組織である環境分科会が中心となり、GHG排出量削減目標の達成に向けた具体的な行動計画を検討しています。Scope1,2(当社グループによる排出量)に対しては、再生可能エネルギーや低炭素エネルギーへの転換を進めるとともに省エネ設備へ

の更新や省エネ活動による削減を推進しています。一方、Scope3 (Scope1,2以外の間接排出) の削減に向けてはサプライヤーとの協働が不可欠となります。削減に向けた行動計画やプロセスを検討するとともに、取引先さま (サプライヤー) との協働によるGHG排出量削減を働きかけていきます。

■ 再生可能エネルギー導入

〈太陽光の自家発電〉

クリナップグループは、主にエネルギー消費が多い生産部門における太陽光発電設備の設置に取り組んでいます。2022年の湯本工場への設置に続き、2023年には、岡山工場に設置し、2工場での導入により、2023年度は170t-CO₂の削減効果がありました。



工場に設置した太陽光発電設備 (左: 湯本工場、右: 岡山工場)

また、隣接する津山ショールームの駐車場には、ソーラーカーポートを設置し、2024年4月から運用を開始しました。



駐車場に設置したソーラーカーポート

〈再生可能エネルギー由来の電力購入〉

クリナップグループのいわき地区の生産部門と関係会社は2022年4月より購入電力の50%を再生可能エネルギー由来の電力に切り換え、2023年度は4,488t-CO₂の削減効果がありました。

■ LNG (液化天然ガス) への燃料転換

クリナップグループは、化石燃料の消費が多い生産部門において、GHG排出の少ないLNGへの転換を推進しています。

2023年度は、1工場でボイラーの燃料をLPGからLNGに転換しました。2024年度は、さらに1工場で空調設備燃料をA重油からLNGに転換する予定です。

これによってGHG排出量は年間で約279t-CO₂削減できる見込みです。

■ ハイブリッド自動車の導入

クリナップグループは、2023年5月より営業用社用車にハイブリッド自動車の導入を開始しました。2027年度末までに全営業用社用車の約70%を、ガソリン車からハイブリッド自動車に入れ替える計画です。これにより、年間で約250t-CO₂のGHG削減効果が見込まれます。

2050年カーボンニュートラルに向けて、営業車に求められる航続距離、社外充電スポット利用における待機時間などの実用性を確認した上で、電気自動車の導入も検討していきます。

ハイブリッド自動車 導入概要

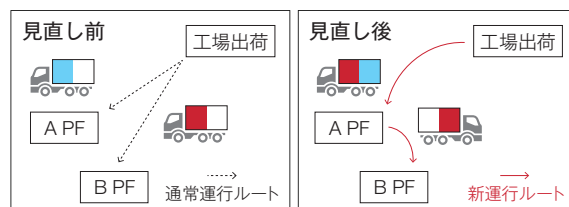
| | |
|------------|------|
| 2023年度導入実績 | 123台 |
| 2024年度導入予定 | 87台 |

■ 物流部門における取り組み

クリナップグループの物流を担うクリナップロジスティクス株式会社では、GHG排出削減に向けて積載効率の改善^{*1}やエコドライブの推進などを推し進めています。

〈輸送ルートの見直しによる積載効率の改善〉

工場から出荷される製品を2つの配送先 (PF^{*2}) に2台で輸送する運行を、1台で輸送 (下右図) する運行に見直し、トラック使用台数削減とGHG排出量削減につなげています。



■ A PF搭載スペース ■ B PF搭載スペース

*1 許容積載量に対して実際に積載する貨物の割合のこと
*2 荷物の積み降ろしをする配送の土台となる場所

〈エコドライブの推進〉

社員へのエコドライブ教育のほか、輸送協力会社の意識向上に取り組んでいます。エコドライブの基本である「穏やかな発進と加速」などを徹底し、輸送協力会社とともに推進しています。

■ 省エネ推進活動

〈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、エアー漏れや照明の設置状況、生産設備および冷暖房設備などをチェックし、省エネ改善を促す活動です。

2023年度は12回実施し、年間約42t-CO₂の削減効果がありました。

資源循環の推進

クリナップグループは、資源循環の推進を重要課題の一つとして掲げ、持続可能な材料の使用や製品の3R推進を推し進めています。

廃棄物削減の取り組み

クリナップグループの生産部門では、ゼロエミッション*1に向けて取り組んでいます。

2023年度の生産部門における廃棄物総排出量は、前年度から164トン増の9,069トンとなりました。これは、セラミックを加工する際に発生する廃棄物が増加したことが一つの要因です。

廃棄物の内訳は、木くずが89%、廃プラスチック類が7%、残り4%をその他の廃棄物*2が占めています。

廃棄物の大部分を占める木くずの再資源化を重点的に取り組んでおり、再資源化率は100%です。しかしながら、廃プラスチック類とその他の廃棄物の再資源化率が低いため平均再資源化率は97%になりました。

*1 環境負荷を低減するために廃棄物を再資源率99%以上にする

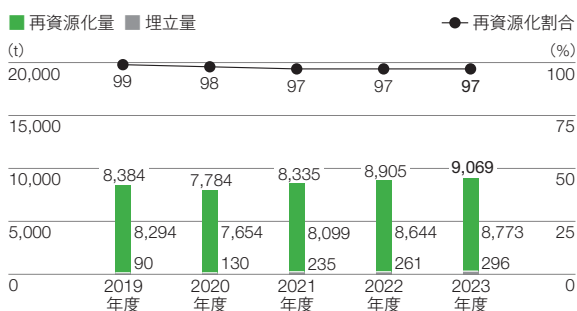
*2 ガラス・陶磁器くず、金属混合物、廃油、汚泥など

再資源化の課題

埋立処分量は、材料を加工する際に発生する汚泥が増えるなどの要因で前年度から35トン増加しました。汚泥の再資源化は難しく、減量化や再資源化ができる業者の発掘が今後の課題です。

廃棄物総排出量と再資源化率

廃棄物総排出量と再資源化割合



再資源化率の内訳

| | | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|-----|--------|----|--------|--------|--------|
| 木くず | 廃棄物排出量 | t | 7,452 | 7,967 | 8,062 |
| | 再資源化率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 廃プラ | 廃棄物排出量 | t | 605 | 612 | 632 |
| | 再資源化率 | % | 88 | 94 | 95 |
| その他 | 廃棄物排出量 | t | 277 | 326 | 376 |
| | 再資源化率 | % | 42 | 30 | 30 |

(注) 各処分量は、マニフェストより算出しています

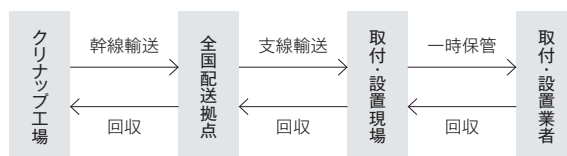
製品梱包の負荷低減

■ 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、繰り返し使えるように設計されたリターナブル梱包を使い、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」回収の仕組み

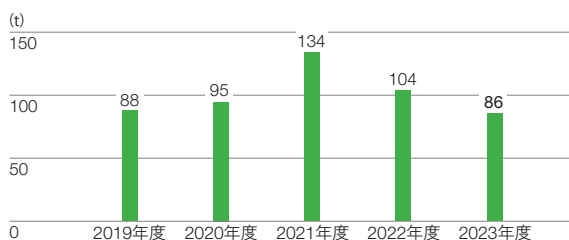


出荷時のリターナブル梱包



回収時のリターナブル梱包は清掃して再出荷

「リターナブル梱包」によるダンボール梱包削減量推移



2023年度の活動

| 活動 | 出荷率 (%) | 回収率 (%) | 削減量 (t) |
|----------|---------|---------|---------|
| リターナブル梱包 | 31 | 95* | 86 |

*リターナブル梱包は回収までに時間が掛かるため、回収率は2023年4月現在の実績

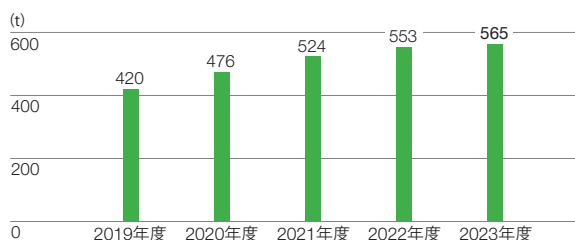
■ 省資源への取り組み「シュリンク梱包」

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。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ます。



キッチン壁パネルのシュリンク梱包

「シュリンク梱包」によるダンボール梱包削減量推移



キッチンキャビリサイクルプログラム

クリナップでは、「未来キッチンプロジェクト*」の一環として、リサイクル率の高いステンレスキャビネットキッチンへの買い替え支援プログラム「キッチンキャビリサイクルプログラム」を2023年4月から開始しました。

当プログラムは、当社の会員制リフォームネットワーク「水まわり工房」の加盟店（リフォームショップ、工務店、販売店など）を通じて、キッチンのリフォーム時に廃棄される旧キッチンの回収とリサイクル事業者への引き渡しを促進します。

クリナップは、加盟店との協働によって、地域のリフォーム活性化と地球環境の保護に努めていきます。

*未来キッチンプロジェクトの概要はP.15をご参照ください

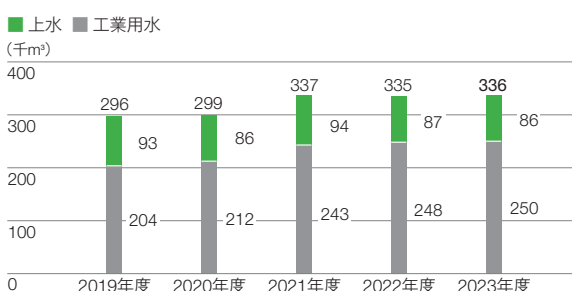
水資源の有効利用

クリナップグループは、水回りの製品を多く提供しています。製造から製品の使用に至るまでのプロセスにおいて、限りある水資源を有効利用できるような努めることが持続可能な社会の実現につながるという考えのもと、重要課題の一つとしています。

事業活動における水使用量の削減

クリナップグループの生産部門では、上水と工業用水を合わせた使用量が2023年度は生産品目などの増減による影響により前年度比は0.3%増加となりました。

水使用量の推移

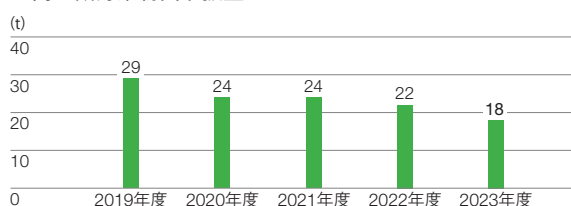


化学物質に対する取り組み

室内空気汚染物質

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、2023年度は18トンとなり、減少しています。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



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取扱量削減を検討すべき対象となっています。

一部、水系エマルジョンタイプへの切り替えを行っており、さらに品質・機能・価格を満足した代替品への転換、対象物質の使用削減に取り組んでいきます。

PRTR指定化学物質

人の健康、生態系に有害な影響を与えるおそれのあるPRTR指定化学物質の取扱量および移動量を把握し、監督官庁に届出を行っています。

PRTR取扱量・移動量



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。

また、クリナップグループにおいては2023年度に環境法令への違反はありませんでした。

社会課題解決につながる製品・サービスの創出

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、キッチンを中心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自らの役割と捉えています。また、お客さまの感動や驚きは、お客さま自身も気がついていない困りごとを探り出し、解決策を具現化させるところに生まれるという考えのもと、「クリナップらしさ」にこだわった製品開発を進めています。

2022年3月には、「SDGs視点の製品・サービス指針」を策定。中長期の研究開発テーマを設定し、指針に基づく個別の指標と連動させました。今後も、社会課題の解決につながる製品・サービスの創出を推進していきます。



木目の温かさとセラミックの機能性を両立させたキッチン

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。

SDGs視点のモノづくり

クリナップは、家族の笑顔を創ることをモットーに、SDGsに近い考え方で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。今後は、多様化するお客さまの新しいニーズに対応していくため、SDGsの視点で製品やサービスを評価・開発していくことがより重要になると考えています。「SDGs視点の製品・サービス指針」はその「ものさし」として、クリナップのモノづくりに活かしていきます。

■ クリナップセーフティ

安全・清潔は、クリナップの商品に必要な要素であり、さらに進化させていくための指針です。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、当社独自技術を進化させ、さまざまな部材へ展開していきます。

■ クリナップライフサイクル

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するための指針です。

クリナップは以前からこの思想を基に開発を行ってきました。2011年、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、設計においてリサイクルを考慮し、レールなどの部品を簡単に取り外せるよう、ネジを可能な限り使わない易解体設計を導入しています。

今後はリサイクルに加えて、製品の軽量化や省エネ・節水に貢献するアイテムの開発などを進めていきます。



■ クリナップコンフォート

将来の製品開発においてキーワードとなる指針です。指針作成を目的にし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、指針に加えました。2023年2月には、「未来キッチンプロジェクト*」が始動し、その一環として次世代キッチンに向けたプロトタイプの研究開発と将来ニーズの探索を進めています。

*「未来キッチンプロジェクト」の概要はP.15をご覧ください

清潔・健康に配慮した製品

清潔・健康に配慮した製品を提供することで、心地よい暮らしに貢献します。

■ 清潔を保つ「流レールシンク」と美コート

「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内のゴミが「流レール」に集められ、排水口に向けて流れていくシンクです。調理中からシンクをキレイに保つことができます。

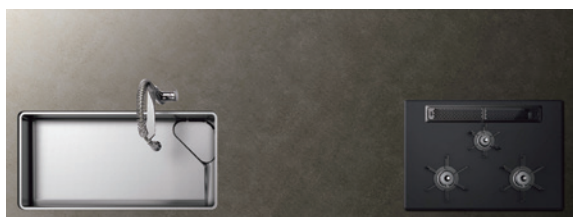
また、ステンレスのワークトップ、シンクに採用されている親水性コーティング(美コート)は、油污れや水あかなどの落ちにくい汚れも落としやすくして、キッチンを清潔に保ちます。



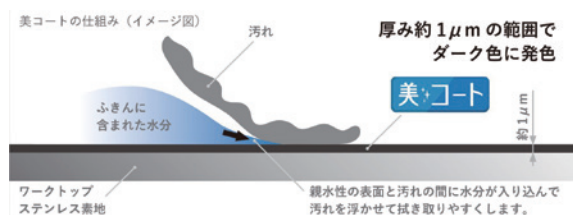
■ リビングに馴染む色へ「バイブレーションダーク」

ステンレスワークトップの新柄「バイブレーションダーク」は、ステンレスの表面加工と厚み約1μmの美コートに着色することで、清潔に保つことに加え、リビングのインテリアに馴染みやすいダークな色合いを実現しました。

また、ステンレスはリサイクル性が高く環境によい素材であることから、「バイブレーションダーク」は、意匠性と環境性を両立した製品です。



「バイブレーションダーク」対面ワークトップ



■ 健康に配慮したHotウォール

浴室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。パネル型壁付け暖房機「Hotウォール」は、居室と脱衣所・浴室の温度差を解消することが可能な商品です。18mmにまで厚みを抑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。

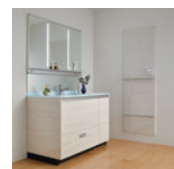


クリナップは、入浴前の洗面室から、入浴中の浴室、そして入浴後の洗面室まで、温かな空間を保つ製品を提供しています。

入浴前

Hotウォール

朝晩2回のタイマー予約でいつもの時間に自動でスイッチオン



入浴中

浴室まるごと保温

浴室全体を保温材で包み込み温かさをキープ



入浴後

Hotウォール

お風呂上がりの寒さをやわらげる



環境に配慮した製品

地球資源に配慮した製品を提供することで、地球環境と共生する持続可能な暮らしに貢献します。

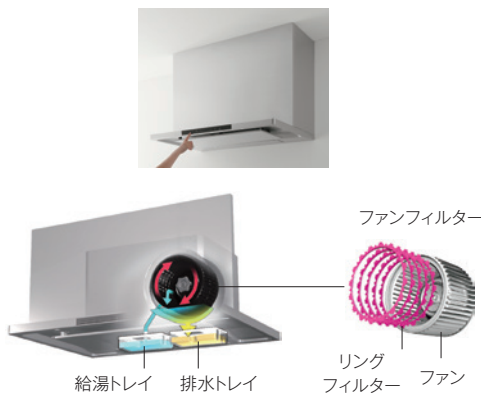
■ 水資源とCO₂排出量削減に貢献する「洗エールレンジフード」

「洗エールレンジフード」の自動洗浄では、レンジフードのフィルター油汚れを約9割^{*1}落とすことができます。また、手洗いと比べて水の使用量を約99%削減^{*2}することができます。

使用水量の比較



^{*1} 当社試験条件による
^{*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)



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

■ 調理によって換気風量の自動調節で省エネ

「調理センサー」は調理物の温度を検知し、自動的に換気風量を切り替えて省エネ運転を行います。一般的なシロッコファンのレンジフードと比べると省エネモーターの効果も含めて、最大で約83%^{*3}のCO₂排出量を削減します。

^{*3} メーカー調べによる(標準的な4名家族世帯の1週間の標準的な料理メニューを1品ずつ調理した場合のデータ)
 (注)一般的なシロッコファンレンジフードはACモーター搭載、50Hz時の場合・加熱調理機器はIHクッキングヒーターを使用した場合



■ CO₂排出量削減に貢献する「SELEVIA」

2024年発売のシステムバスルーム「SELEVIA」は、主要部材を軽量化して、旧製品と比べて総重量を約10%削減^{*1}しました。これによってCO₂排出量も約10%削減^{*2}になります。

^{*1} 当社の旧製品アクリアバス1616と標準セットで比較した場合の数値
^{*2} 製品に使用する材料等を調達するまでの過程で排出されるCO₂を対象に、当社の旧製品アクリアバスと1616標準セットで比較した場合の数値



SELEVIA

■ 「SELEVIA」の省エネ、節水につながる機能

高い保温性や節水・節湯など、省エネにつながる機能をもったアイテムによって、CO₂排出量の削減に貢献することができます。

浴室まるごと保温

浴室全体を保温材で覆うことで、冬場の入浴でも冷めにくく、快適な環境を省エネでキープします



高断熱浴槽

浴槽の保温材と断熱性の高い風呂フタによって、お湯が冷めにくく、追い炊きを減らすことができます



半身浴ラグーン浴槽

少ないお湯でも温まれる半身浴槽で、お湯の使用量を減らすことができます



シルクベールシャワー

水圧を保ちながら、節水できるシャワーヘッドで水の使用量を抑えることができます



ダウンライト

省エネ効果の高いLEDを使用し、電気を抑えることができます



乾爽！除湿ファン

エネルギーを効率的に利用するヒートポンプ式なので、衣類や浴室の乾燥時の消費電力を抑えることができます



安心・安全のための品質保証

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、お客様の安全と健康を第一に考え、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。製品に限らず、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で、お客さまに満足いただけ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』、CSV30(クリナップサステナブルビジョン2030)およびGEV50(クリナップグループ環境ビジョン2050)のもと、品質・環境マネジメントシステムを推進し、持続可能な社会を実現します。

1. お客様の安全を第一に考え、高品質で快適な暮らしに貢献する製品・サービスを提供します。
2. お客様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. 法令、規制要求事項を遵守します。

(2024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・設置を提供するため、「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。



クリナップグループ製品安全自主行動指針
https://cleanup.jp/policy/privacy_indicate.shtml

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。

お客さまのサポート

クリナップグループが提供する製品・サービスは、長期間にわたり使用される特性上、お客さまが購入された後におけるサポートの体制やチャネルの充実に注力しています。

20年サポートプログラム「スマイル20」

お客さまの「飲み」「笑顔」を実現するためのお手伝いをさせていただくというクリナップにおける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。



20年サポートプログラム
https://cleanup.jp/smile20/20y_support.php

延長保証制度「クリナップスマイル会員」

延長保証制度「クリナップスマイル会員」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」のセレクトプラン、スタンダードプランの方には、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 |
|-----------|--|
| ライトプラン | 延長修理保証のみのプラン。 本体10年/機器6年のほか計3コースあります。 |
| 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。 |
| 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。 |

クリナップスマイル会員
https://cleanup.jp/smile20/cleanup_smile.php

SNSによるサポート情報の充実

kitchen trip(キッチントリップ)は、キッチンを使い始めの約1年間、お客さまに寄り添いながら、「キッチンを楽しく学ぶ」をコンセプトとした使い始めをサポートする公式LINEサービスです。

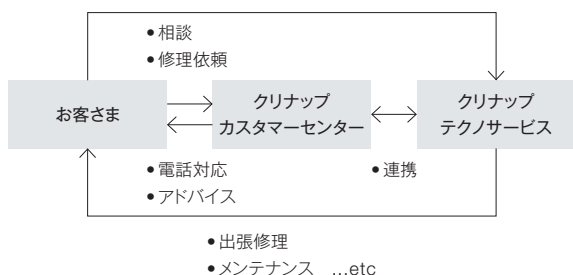
使い方やお手入れ方法など、使い始めの疑問にお答えするコンテンツや使用開始日や商品シリーズに合った情報のお届けのほか、お客さまが参加できる投稿企画やイベントなどを定期的で開催するなど、使い始めのサポートが充実しています。



クリナップのお客さま総合窓口と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と、全国7カ所に取付・設置およびアフターサービスを担当するテクノセンターを有するクリナップテクノサービスとの連携で、質の高い充実したアフターサービスを提供しています。

また、お客さまから毎年数十万件の情報が寄せられるカスタマーセンターでは、大事な「お客さまの声」を分析し、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。



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、お客さまとの接点である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、快適な暮らしを叶える商品をご提案します。現在、ショールームは日本全国に102カ所(2024年4月1日時点)となっています。

旗艦ショールーム「キッチンタウン」

東京・横浜・名古屋・大阪にある4カ所の旗艦ショールームは「キッチンタウン」として展開しています。

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、最新の商品ラインナップとライフスタイルの提案を通じ、お客さまの暮らし方をサポートしています。

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、来館せずに「オンライン相談」でのプラン提案も可能です。



キッチンタウン・東京

オンライン接点のさらなる充実

オンライン上でのメインプラットフォームとなる公式ホームページを継続的に強化しています。2023年2月に大規模なリニューアルを実施して、キッチン購入の初期検討時に参考となる記事コンテンツ「いつかキッチンを選ぶ日に」を公開しました。

SNSでは「Instagramクリナップ公式アカウント」で、画像投稿キャンペーンなどを通じて当社ユーザーさま同士の交流や、購入の検討を始めたばかりの方々との情報交換を促しています。今後もお客さまと双方向でコミュニケーションができる重要な接点として注力していきます。

働きやすい職場づくり

お客さまのみならず、社員の家族の笑顔も創っていききたい、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。サステナブルな考えを軸に「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」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

クリナップグルー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、2022年4月に人事部門長を責任者とする「人的資本分科会」を設置しました。

全社員を対象にしたエンゲージメントサーベイの調査結果などをもとに、CSV30に掲げた「2030年までに女性管理職比率15%、有給休暇取得率60%、男性育児休業取得率100%」達成にむけ、あるべき姿・方向性・施策をまとめ、サステナビリティ委員会へ報告しました。2024年度からは、人事部門が主管となって推進し、サステナビリティ委員会へ報告する体制をとっています。

多様な働き方推進への取り組み

■ 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。

■ ワークライフバランスを実現する休暇制度

| 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 | 本人の誕生日内において、1日の休暇取得が可能 |
| ファミリーバースデー休暇 | 家族の誕生日内において、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 |

休暇取得率（育児・介護・有給）

男性育児休業については、徐々に育児休業を取得する意識が根つき始め、取得率が大きく伸びています。女性の育児休業については100%を維持しています。介護休業についても少しずつ取得実績が出てきています。

育児休業取得率・取得者数／介護休業取得者数

| | | | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|------|----|----|-------|----------|----------|----------|
| 育児休業 | 単体 | 男性 | % (名) | 29.8(14) | 52.2(24) | 71.2(37) |
| | | 女性 | % (名) | 100(62) | 100(47) | 100(45) |
| | | 合計 | % (名) | 69.7(76) | 76.3(71) | 90.1(82) |
| | 連結 | 男性 | % (名) | — | 56.6(30) | 70.2(40) |
| | | 女性 | % (名) | — | 100(28) | 100(50) |
| | | 合計 | % (名) | — | 71.6(58) | 84.1(90) |
| 介護休業 | 単体 | 男性 | 名 | 0 | 0 | 0 |
| | | 女性 | 名 | 0 | 3 | 3 |
| | | 合計 | 名 | 0 | 3 | 3 |
| | 連結 | 男性 | 名 | — | — | 1 |
| | | 女性 | 名 | — | — | 4 |
| | | 合計 | 名 | — | — | 5 |

有給休暇取得率

| | | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|-----|----|----|--------|--------|--------|
| 取得率 | 連結 | % | 56.7 | 61.3 | 63.8 |

人事データ

| | | | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|-------------------|----|----|------|--------|--------|--------|
| 社員数 ^{*1} | 単体 | 男性 | 名 | 1,988 | 1,960 | 1,977 |
| | | 女性 | 名 | 953 | 966 | 996 |
| | | 合計 | 名 | 2,941 | 2,926 | 2,973 |
| | 連結 | 男性 | 名 | 2,361 | 2,333 | 2,349 |
| | | 女性 | 名 | 1,108 | 1,123 | 1,154 |
| | | 合計 | 名 | 3,469 | 3,456 | 3,503 |
| 女性社員比率 | 単体 | % | 32.4 | 33.0 | 33.5 | |
| | 連結 | % | 31.9 | 32.5 | 32.9 | |
| 平均年齢 | 単体 | 歳 | 41.0 | 41.1 | 41.1 | |
| | 連結 | 歳 | 41.0 | 41.0 | 41.1 | |
| 平均勤続年数 | 単体 | 年 | 16.0 | 16.0 | 16.0 | |
| | 連結 | 年 | 15.0 | 15.0 | 15.1 | |
| 離職率 ^{*2} | 単体 | % | 4.2 | 6.0 | 6.1 | |
| | 連結 | % | — | — | 6.3 | |

*1 社員数は就業人員で記載しています

*2 離職率は正社員・契約社員の自己都合退職者を対象としています

社員の健康増進の取り組み

社員の健康増進は会社の責務であるとの認識から、以下の健康方針を掲げ取り組んでいます。

健康方針

〈基本理念〉

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

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

(2024年4月1日)

■ 時間外労働削減の取り組み

モバイルワークやパソコンのシャットダウンシステム導入・フレックスタイム制など、時間外労働削減に取り組み、効率的な業務遂行を推進しています。

一人あたりの平均時間外労働の推移

| | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|----|----|--------|--------|--------|
| 単体 | 時間 | 21.0 | 21.9 | 21.7 |
| 連結 | 時間 | — | — | 15.7 |

■ メンタルヘルス

クリナップグループは、2023年度の取り組みとして、ストレスチェックと産業医面談およびメンタルヘルスに関する面談を適宜実施しました。

■ 良好なコミュニケーションの実現

2006年度から始まった「事業所スポーツ文化活動補助金制度」は職場内のコミュニケーションの向上と心身のリフレッシュを目的に、事業所メンバーで行うスポーツ活動や文化活動に対し補助金を支給する制度です。2023年度支援実績は、延べ12事業所、全216名に対して、補助金を支給しました。

4年ぶりに開催したウォークラリー

健康増進と部門の垣根を越えたコミュニケーションを目的として、約4年ぶりに本社安全衛生委員会の主催する「ウォークラリー」を開催しました。社員だけでなく家族も一緒に参加ができるイベントで、この日は社員の家族を含め27名が参加しました。飛鳥山公園や六義園などを巡る7kmコースを思い思いに会話を楽しみながら散策し、子ども達も参加してレクリエーションを楽しみました。

休日に自然とふれ合いつつ、社員家族を含めた交流を深め、健康的で笑顔があふれる時間となりました。



参加者の集合写真



コース散策の様子

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

クリナップ工場グループでは、労働安全衛生マネジメントシステム(OSHMS)を導入しています。生産本部長の安全衛生重点施策に基づき、各工場長が工場の特性を踏まえた安全衛生計画を策定します。この安全衛生計画に沿って全社員が一体となり安全衛生活動のPDCAサイクルに取り組んでいます。

主な安全衛生活動としては、安全衛生管理者や産業医による職場巡視、ヒヤリハットや気づき現場の確認などを行っています。また月に一度、安全衛生委員会を開催し、活動の報告や管理者と一般社員の安全衛生に関する意見交換を実施し、職場の安全衛生を推進しています。

また、2023年度から、ロジスティクス部門にもOSHMSを導入しました。荷主側と物流側が協同で、安全衛生活動に取り組んでいます。

■ 機械設備のリスクアセスメント

「機械は故障する。人間はミスをする。」この考えのもと設備機械の導入時は、工場・技術部門・安全部門の共同でリスクアセスメントによる危険源の同定を行い、リスク評価に応じた安全対策をしています。また、設備機械の移設、材料や作業手順の変更時も改めてリスク評価を行っています。安全対策には、機械設備の故障や、作業手順を誤った場合でも安全に停止するフェイルセーフ*1とフルプルーフ*2の機能を導入しています。

*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

■ 安全衛生教育

〈始業時5分間の教育(毎日)〉

- 始業時5分間を使って安全衛生教育を行っています。
- ・現場現物やイラストシートを用いたKYT教育
 - ・ヒヤリハットや気づき報告、過去災害の情報共有
 - ・作業手順書読み合わせによる再確認

〈社内教育〉

物造り学校「登工房」(社内技術伝承施設)では、定期的に安全衛生教育を行っています。

- ・KYリーダー育成
- ・危険体感教育
- ・安全作業のやり方(TWI-JS)
- ・普通救命講習I(心肺蘇生とAEDの使い方)
- ・能力向上教育(有機溶剤・プレス・フォークリフト)
- ・特別教育(アーク溶接・粉じん作業・低圧電気)

〈社外教育〉

安全衛生計画に基づき定期的に免許の取得を行います。

- ・作業主任者(プレス・有機溶剤・木材加工機械・フォークリフト他)
- ・特別教育(産業用ロボット教示・高所作業)

■ エルゴノミクス活動

クリナップ工場グループでは、人間の身体的・生理的・精神的特性に、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、働きやすい職場環境の整備に取り組んでいます。

■ 保安防災(環境汚染の予防対策)

〈緊急事態への対応〉

クリナップ工場グループでは危険物類・化学物質類・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
- ・危険物、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

避難訓練

DE&I対談

会社を発展させていく土台として DE&I推進は全社をあげて取り組むべき 大きな経営戦略の一つです

クリナップのダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン (DE&I) について、その背景、そして今後の展望と 社長とDE&Iの推進リーダーが語り合いました。



代表取締役
社長執行役員
竹内 宏

人事部
DE&I推進プロジェクト
白石 久美子

▶ 新たにDE&Iを重要課題に加えた背景と 推進の狙いについてお聞かせください。

〈竹内〉当社グループは、これまで人材関連KPIに女性管理職比率や男性育児休業取得率を掲げていた一方で、なぜ会社としてそれらに注力しようとしているのか、その先に目指すことを社員に伝えきれていませんでした。

そこで、2024中期経営計画の策定に伴い、サステナビリティ重要課題としてDE&Iという新たな概念を加え、このたびDE&I推進プロジェクトを発足しました。そして、ショールーム担当や営業部門で経験を積み、自ら道を切り開いてきた白石さんをプロジェクトのリーダーに抜擢しました。

〈白石〉DE&Iというと「女性活躍推進」のイメージが先行されがちですが、それはDE&Iの考え方が当たり前になり、組織として活性化した会社が行きつく姿の一部だと思っています。決して女性だけを意識したものではありません。性別、年齢、障がいの有無などにかかわらず、多様な人材である私たち社員一人ひとりが、公平に仕事をし力を発揮し、組織が活性化することが大切です。女性活躍推進は、DE&Iイコールではなく、DE&I推進の第一歩としての取り組みなのです。社員の皆さんにはそういった部分も含めて、クリナップらしいDE&Iについて一緒に考えていきたいと思っています。

〈竹内〉社内の傾向として、DE&Iという言葉は、日々の業務のなかで語られることが少ないことは事実ですが、DE&I推進は全社をあげて取り組むべき大きな経営戦略の一つです。DE&Iを実現してこそ、当社グループが未来に向けて価値を創出し続け、存続できることを、社員一人ひとりにも理解してもらいたい。そして、一人ひとりが考え行動に移してほしいです。

▶ DE&I推進に向けて、それぞれの役割から どのように社内へ働きかけていきますか。

〈白石〉社員は仕事に対する思いや考えをそれぞれに持っていますが、それらを立場にとらわれず表現し、受け止めて

もらえる環境がない限り、会社の飛躍的な成長は厳しいと思います。そこで社長が日々おっしゃる“対話”と“変えられる勇気”がキーワードになると思っています。プロジェクト推進にあたり、人事部内で「クリナップらしいDE&I」をテーマとしたワーキングを実施したのですが、年齢・性別さまざまな社員同士が本音で意見を交わしたところ、対話により互いの人となりや考え方・背景を知ることが、重要だと実感しました。

〈竹内〉私は経営トップとして、役員・管理職にDE&Iについて考え・討議する機会をきちんと設けるように働きかけていきます。白石さんには全国の事業所へ積極的に足を運んでもらい、現場の声を聞いてほしいですね。直接耳を傾け、それに応えることは現場のモチベーション向上にもつながります。白石さんに限らず立場のある者には聞く耳を持ってもらうことを切望しています。

〈白石〉2023年にグループ全体で実施したキャリアアンケートでは、自身のキャリアにおける相談の機会が少ないと感じている回答が多く集まり、課題が見えてきました。まず、社員が今後のキャリアプランや働き方についての希望を、上司と対話する場を設け、社員が長く働きたいという意欲が持てるような環境づくりにつなげたいです。さらにその範囲を広げて、ワーキンググループなど多様な立場の社員同士がコミュニケーションを行う機会を増やしていくと考えています。

〈竹内〉現場の意見が経営層にまで上がってくるかどうかは各所・部署の風通しの良さ次第です。対話を通じて、相手が望むことを理解し、勝手なバイアスをかけないマインドを身に付けること、そのマインドを持った人が集う場所こそ多様性を育み、自由で漸進的なイノベーションの創出にもつながります。その積み重ねが必ず、クリナップの新しい風土を醸成し、グループ全体の発展を支える土台になると信じています。当社グループの中長期的発展を見据えた強い意志のもと、トップダウンで進めていきます。

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン

クリナップは、これまで女性が活躍できる職場づくりに取り組んできましたが、誰もが活躍できる会社を目指し、公平公正な組織でお互いを受容し合い「対話」をすることで、多様な人材である一人ひとりの社員がやりがいを感じられるようダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(以下、DE&I)を推進します。

推進体制

ダイバーシティ経営へのシフトが、当社の成長に大きく影響することから、2024年度新たに重要課題と位置づけ、DE&I推進プロジェクトを立ち上げました。あるべき姿や各種施策などをサステナビリティ委員会に報告し推進していきます。

社員のキャリア形成支援

DE&I推進の一つとして、コース転換制度や社内公募制度による社員のキャリア形成支援に積極的に取り組んでいます。

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。女性に限らず多様な価値観を受容することで、経営面でも多様な意見や発想が広がっていくことが期待できます。女性管理職比率は、2024年4月現在3.2%(11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、報酬総額の男女間の格差低減に取り組むなど、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2024年4月時点で167名です。

女性活躍推進の状況

| | | 単位 | 2022年4月 | 2023年4月 | 2024年4月 |
|---------|----|----|---------|---------|---------|
| 女性管理職数 | 単体 | 名 | 9 | 9 | 9 |
| | 連結 | 名 | 13 | 13 | 11 |
| 女性管理職比率 | 単体 | % | 3.1 | 3.1 | 3.1 |
| | 連結 | % | 3.8 | 3.8 | 3.2 |

社員一人あたりの報酬総額の男女比*

| | | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|----------|----|----|--------|--------|--------|
| 男女の賃金の差異 | 単体 | % | — | 62.1 | 63.9 |
| | 連結 | % | — | — | 70.2 |

*「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)の規定に基づき算出したものです

対象範囲：正規雇用労働者、パート・有期労働者

(注)クリナップは、同じ役割・職種において男女同一賃金ですが、勤続年数が長い場合は給与が高くなる傾向にあり、勤続年数が長い従業員の男性比率が高いことや、給与所得の高い職種の男性比率が高いことにより賃金の男女差が発生したと考えています

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(2024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。

また、結婚や出産での離職者は減少し、キャリア継続を選択する女性社員が増えています。一度離職しても復職可能な「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。

男性育休推進

女性活躍を推進するためには、男性の育児参加が不可欠です。また企業理念「家族の笑顔を創ります」を実現するためにも、男性育児参加を推進します。2030年までに取得率100%を目指します。

(注)男性の育児休業取得率は、P28に掲載しています

シニア活躍支援

クリナップグループでは、長年にわたって培ってきた技術や経験を次世代に継承し、世代を超えた価値観を共有するため定年後再雇用制度を導入しています。2023年度は定年退職者70名中46名を再雇用しました。また、シニア活躍の支援制度として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」(マネープランの設計や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」を実施し、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。

障がい者への就労機会提供

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。生産工場においても、柔軟な勤務時間への対応、定期的な面談を設けるなど、働きやすい体制を整備し、障がい者雇用に取り組んでいます。



クリナップのパン屋で働く皆さん

障がい者雇用者数／雇用率の推移

| | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|----------|------|--------|--------|--------|
| 障がい者雇用者数 | 連結 名 | 52 | 59 | 61 |
| 障がい者雇用率 | 連結 % | 2.17 | 2.45 | 2.48 |

(注)一部の子会社を除く

多様な社員の活躍推進

多様な社員が活躍できる機会を創出することで、DE&Iが目指す多様な価値観を認め合いイノベーションを創造する風土醸成につなげていきます。

多様な社員の雇用に向けた取り組み(経験者、外国人)

| 雇用の種類 | 内容 |
|-------|--|
| 経験者雇用 | ・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 |
| 外国人雇用 | ・多様な社員の活躍推進として、外国人労働者の雇用を継続する |

採用者数の推移(新卒、経験者、外国人)

| | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|-----|------|--------|--------|--------|
| 新卒 | 単体 名 | 143 | 81 | 123 |
| 経験者 | 単体 名 | 47 | 92 | 134 |
| 外国人 | 連結 名 | 1 | 0 | 1 |

人材育成

クリナップは、当社が掲げる理念の実現に資する人材の育成を心がけています。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

推進体制

中期経営計画、年度方針に基づいた人材育成活動業務の全社統制および円滑な業務推進を目的に、人事担当役員を議長とし、部門横断的なメンバーで構成した人材育成推進会議を開催しています。

全社教育

当社では人材育成の仕組みとして、スキルマップを設定しています。職能等級ごとに求める職務能力基準とカリキュラムを視える化し、適正な人材育成につなげていきます。



教育研修制度

<https://cleanup.jp/recruit/education/>

■ 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です。階層別、スキルマップ必修、部門別・推奨コースがあり、職務に必要な講座を選択します。定められた期間内に受講した講座を修了すると、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)が目的です。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のために、2021年に開講しました。6カ月のプログラムを経て、経営層にプレゼンする機会を設けているのが特徴です。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。徐々にその成果が現れており、育成プログラムを修了した社員が中心となって新プロジェクトをスタートさせました。このプログラムを通じて、社員自らが提案し会社を動かしていく風土に変化してきています。女性の参加者もあり、今後の成果に期待しています。



受講生のプレゼンに耳を傾ける
竹内社長をはじめとする経営陣

〈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です。

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3週間の研修で、社会人としての基本スキル、会社や業界の概要と歴史、商品知識などを習得します。入社・赴任から約1年後にはステップアップ研修(工場見学研修含む)、2年後にはジャンプアップ研修を実施、入社時から現在までを振り返り、現状の課題を整理した後、今後のアクションプランを各自で設定します。

主な研修の参加者数

| | 単位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|---------------------|----|--------|--------|--------|
| 次世代リーダー育成プログラム(CBA) | 名 | 20 | 21 | 20 |
| 新入社員研修(定期学卒) | 名 | 115 | 62 | 98 |
| ブラザー・シスタープログラム | 名 | 115 | 62 | 72 |
| 新任執行役員研修 | 名 | — | 2 | 2 |
| 新任部門長研修 | 名 | 1 | 11 | 7 |
| 新任管理者研修 | 名 | 16 | 25 | 22 |
| 新任係長研修 | 名 | 38 | 41 | 39 |
| 新任主任研修 | 名 | 99 | 116 | 118 |

人権の尊重

クリナップグループは、人権の尊重を企業活動の基盤であると考え、当社にかかわるすべての人の人権に配慮した活動を推進しています。

2022年度、人権の取り組みを強化するため、「ビジネスと人権」についての役員勉強会を開催し、人権尊重の取り組みにおける企業に求められる対応について理解を深めました。それを踏まえ、2023年度には、「クリナップグループ人権方針」を策定し、取締役会の承認により制定しました。人権方針では、ビジネスパートナーの皆さまにも本人権方針を支持していただけるように働きかけること、人権デューデリジェンスの実施体制を整備すること、人権リスク低減に向けた継続的な取り組みなどについて明記しています。

人権方針 前文(抜粋)

私たちクリナップグループは、創業以来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まいりました。“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「家族の笑顔を創ります」であり、クリナップの企業活動のすべてが、この理念の実現に向けられています。そして私たちは、『クリナップサステナブルビジョン2030「人と暮らしの未来を拓く」』を掲げています。社会とともに新しい未来をつくっていくため、社会の一員として人権尊重の重要性を認識し、人権尊重の責任を果たすべく取り組みを推進していきます。

(2023年9月1日)



人権方針

<https://cleanup.jp/policy/humanrightspolicy.shtml>

人権デューデリジェンス実施体制と運用

人権方針に基づき、当社における人権リスクの特定および優先付け、また、人権デューデリジェンスについて、各関係部門が連携して検討、推進しています。なお重大な人権リスクについては、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との連携体制により、予防と適切な対処を行います。

CSR調達の推進

クリナップグループは、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「クリナップグループCSR調達ガイドライン」を制定し、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。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。

社会、文化性をもった貢献活動

クリナップグループは、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はじめとした4名の選手が活躍しています。また、生産拠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。

クリナップは、スポーツの交流を通して、今後も日本のレスリング競技発展に貢献していきます。



活動の詳細はWEBをご覧ください。
<https://cleanup.jp/wrestling/kids.shtml>



さらなる飛躍を誓うクリナップキッズの選手、コーチ

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年から2024年までの12年間で累計奨学生は510名となりました。



奨学金授与式に参加した学生

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、監査役会および取締役会の諮問機関として経営諮問委員会、サステナビリティ委員会、リスクマネジメント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

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。

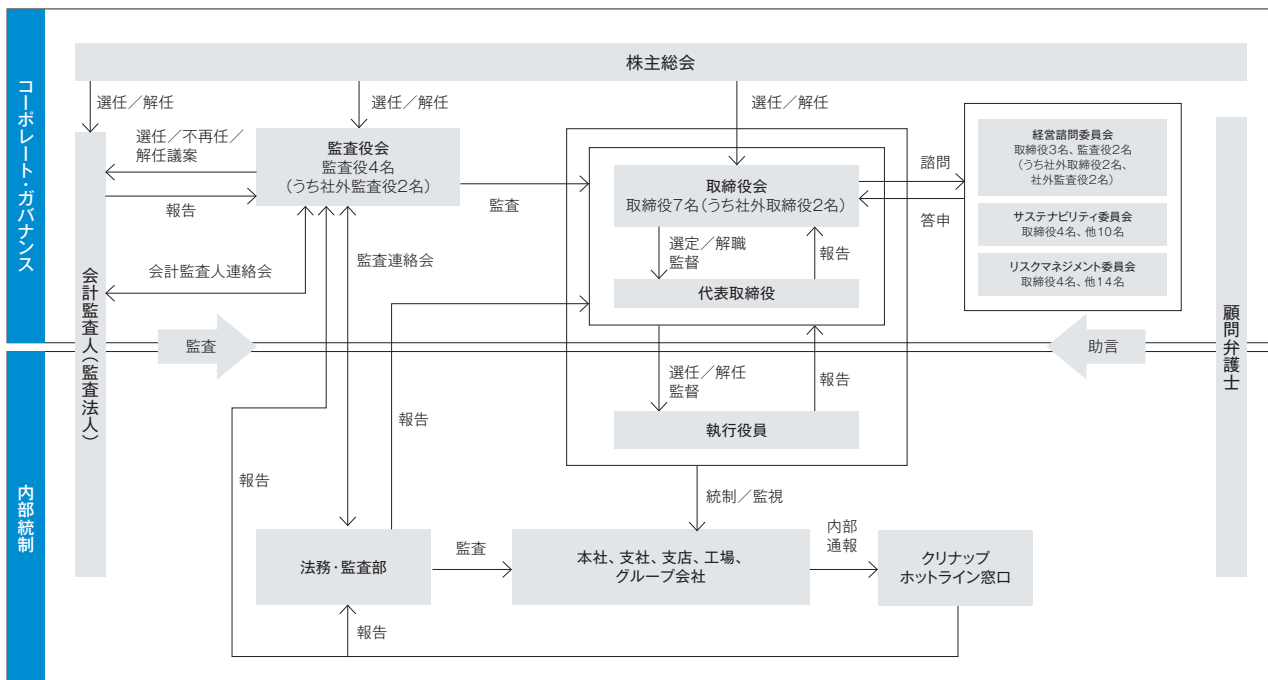
取締役の多様性

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スキル・マトリックスの通り(P.37)です。

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、適法性の観点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


コーポレート・ガバナンスの体制図(2024年6月末現在)



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、過半数が独立社外役員で構成（社内取締役1名、社外取締役2名、社外監査役2名）された取締役会の諮問機関であり、取締役の指名や報酬についての審議、答申を行っています。定期的、または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。

社外取締役メッセージ

能登半島地震という甚大被災で幕を開けた2024年の日本経済は、半年余りが経過した現在、約3年に及んだコロナ禍は沈静化したとはいえ、急激な円安や資材高騰の影響で企業を取り巻く経営環境は先行き不透明かつ厳しい状況が続いています。クリナップグループが身を置く住宅設備業界も少子化による人口減少に伴い、新築住宅の着工数は減少の一途をたどり、今後の課題はリフォーム需要への対応と人手不足の克服です。その一方で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内容は年々変化し、クリアすべきハードルも一層高まっております。クリナップグループが長年、コーポレート・ガバナンス並びにコンプライアンスに対して真摯に取り組んできたことに疑う余地はありませんが、事が起きてしまっただけでは、これまでの取り組みも水泡に



社外取締役
川崎 享

帰します。それを未然に防ぐのが社外取締役の役割と考えております。株主を始めとする様々なステークホルダーの方々のご期待に応えるべく、客観的かつ中立的な立場で、企業価値の持続的な向上に資する意見を具申して参る所存です。

取締役・監査役のスキル・マトリックス (2024年6月末現在)

| | | 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 | 島崎 憲夫 | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | | ● |
| | 伊藤 慶一 | | | | | ● | ● | | | |
| | 新谷 謙一 | ● | | | | | ● | | | |
| | 高品 彰 | ● | | | | ● | ● | | | |

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

役員紹介 (2024年6月末現在)

取締役



代表取締役会長
井上 強一
1974年7月 当社入社
1978年3月 当社取締役
1983年3月 当社代表取締役副社長
1987年7月 当社代表取締役社長
2017年1月 当社代表取締役会長(現任)



代表取締役 社長執行役員
竹内 宏
1979年4月 当社入社
2012年7月 当社執行役員
2014年7月 当社常務執行役員
2016年6月 当社取締役
2018年4月 当社代表取締役社長執行役員(現任)



取締役 専務執行役員
山田 雅二
1978年4月 当社入社
2012年7月 当社執行役員
2016年6月 当社取締役(現任)
2016年7月 当社常務執行役員
2018年7月 当社専務執行役員(現任)



取締役 専務執行役員
川田 和弘
1982年4月 当社入社
2014年7月 当社執行役員
2015年7月 当社常務執行役員
2018年6月 当社取締役(現任)
2019年7月 当社専務執行役員(現任)



取締役 専務執行役員
井上 泰延
2014年3月 当社入社
2017年3月 当社執行役員
2019年6月 井上興産株式会社代表取締役(現任)
2019年7月 当社常務執行役員
2020年6月 当社取締役(現任)
2021年7月 当社専務執行役員(現任)



社外取締役
川崎 享
1995年10月 川崎電気エンジニアリング株式会社代表取締役社長
2001年12月 シーアンドケー株式会社代表取締役社長
2013年5月 株式会社エム・アイ・ピー代表取締役社長(現任)
2015年5月 株式会社リンガーハット社外取締役(現任)
2016年6月 当社社外取締役(現任)



社外取締役
千代田 有子
1994年4月 弁護士登録、開業
2002年1月 千代田法律事務所開設 同事務所代表(現任)
2016年6月 当社社外取締役(現任)
2020年6月 株式会社TBK社外取締役(現任)

監査役



常勤監査役
島崎 憲夫
1978年4月 当社入社
2008年5月 当社執行役員
2014年6月 当社取締役
2014年7月 当社常務執行役員
2020年6月 当社常勤監査役(現任)



常勤監査役
伊藤 慶一
1992年4月 当社入社
2022年4月 当社経理部長
2024年4月 当社監査役付
2024年6月 当社常勤監査役(現任)



社外監査役
新谷 謙一
1985年4月 弁護士登録、開業
2000年6月 当社社外監査役(現任)
2011年6月 日清オイログループ株式会社社外監査役



社外監査役
高品 彰
1983年9月 公認会計士登録、開業
2004年6月 明和監査法人代表社員
2013年7月 日本公認会計士協会本部理事
2019年6月 当社社外監査役(現任)

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適正を確保するための体制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

監査役は、監査役監査の実効性の確保の取り組みとして、監査上不可欠な情報を十分に入手するため、取締役会、執行役員会その他重要な社内会議に出席するほか、取締役や各部門の責任者との面談や重要書類の閲覧を行っています。またグループ監査役会における子会社監査の状況確認や、内部監査部門より内部通報を含めた監査状況の報告を定期的に受ける体制を整備しています。

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付しています。

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」に、制度の趣旨のほか、社内窓口と社外窓口（顧問弁護士）の設置を始めとする詳細を記載し、周知しています。なお、2023年度の通報件数は9件でした。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。

腐敗防止

すべての取締役と社員に配付している「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。

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>

コンプライアンス教育

クリナップグループは、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。

また、業務遂行にあたり社員が知っておくべき重要な個別法令や社内ルールを取り上げ、クリナップグループ

共通のeラーニングと各部門向けにカスタマイズした個別のeラーニングを実施しています。社員は、自己の業務内容に応じて受講すべきテーマが設定されており、毎年受講することで、最新の知識を習得できるようにしています。

重要な個別法令や社内ルールにかかわる eラーニングの一例

- ・ 景品表示法
- ・ 著作権、肖像権
- ・ 下請法
- ・ ハラスメント
- ・ 情報セキュリティ
- ・ 安全運転

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の傘下に「内部統制部会」「コンプライアンス部会」「BCP/SCM部会」を設置し、各分野の課題対応について立案し、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しています。

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え、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とっています。

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。

情報セキュリティ

クリナップグループは事業活動において保有する情報資産を重要な資産と位置づけ、情報資産の改ざん、破壊、流出などを防ぐため、「セキュリティポリシー」を掲げ、関連規程によって情報システムを利用する社員が遵守すべきルールを定めています。また、実施されており、情報資産やネットワークのセキュリティ強化・維持に努めています。

なお、年々高度化を続けるサイバー攻撃への対策として以下の取り組みを行っています。

サイバー攻撃への対策

- ・ クリナップグループが所有するパソコンやサーバ、通信機器、ソフトウェアの設定やセキュリティ対策の標準化、自動化
- ・ 外部（インターネット）と社内ネットワークの間、および社内ネットワークのなかでの通信内容の監視、分析
- ・ 会社からパソコンを貸与されている社員を対象としたeラーニング（年1回）や抜き打ちでの不審メール対応訓練

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>

第三者意見

私は常々、紛争などが絶えず悲観的にもなりがちな世界において、それでも世界全体を良き方向へと導く大いなる力を有しているのは、財・サービスの供給側を担う企業群、その中でもすぐれた経営者による中長期視座から俯瞰した経営哲学に基づく行動変革を推進する企業であると考えています。サステナビリティ経営を企業に求める昨今の風潮は、その私の思いと同軸にあると信じています。クリナップのサステナビリティレポートに第三者意見を寄せる機会をいただいて3年目となりますが、クリナップはその期待に応えていただいている企業だと、ますます感心の度合いを高めています。当レポート2024の社長メッセージを拝読すると、サステナビリティ経営の本質を完全に体得された上で会社を導いている社長のお考えの一端を受けとめることができます。レポート内容の経年での充実変化により、クリナップの着実な行動変容をうかがい知ることもできます。

2年前のレポート2022の第三者意見で私は2つの課題提示をさせていただきました。その一つは、サステナビリティ経営にはバリューチェーン思考が欠かせないことです。今回の社長メッセージでは、お客様宅にクリナップ製品設置を委託している業者を集めての社長自らが行った直接の対話会の開催、その対話会の後に着手された施策としての、製品軽量化による作業負担軽減、委託先の収益構造改善紹介がありました。社長ご自身、現場での対話を大切にされているとのことですが、対話の内容に応える姿勢を示さねば信頼を失いかねないという覚悟に基づく行動の一端をも知ることができ、深い感銘を受けました。社員の皆様に、“対話”と“変えられる勇氣”が大切であると常日頃から社長自ら伝えているとのことであり、今後のサステナビリティ経営を基盤とした具体的活動のクリナップグループへの期待は、さらに高まるばかりです。レポート2022での意見でお伝えした

課題提示のもう一つはKPIの今現在の進捗度合いの定量開示でしたが、これは既に昨レポート2023において大幅な改善がなされたことを昨年意見で評価しています。

加えて当レポート2024では、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンをより強力に推進するDE&I推進プロジェクトの発足、温室効果ガス削減に関するSBT認定取得などの報告があり、多面的な活動充実があったことを受けとめています。2024年4月からスタートした2024中期経営計画の内容、ならびに今後の進捗報告によって、サステナビリティ経営の全体像、ひいてはクリナップの成長、企業価値の向上を今後を確認できるのが楽しみです。息の長い取り組みで効果はすぐには見えにくいかもしれませんが、企業の基盤作りとして今後とも着実に歩みを進めてください。

いわばサステナビリティ経営の優良企業とあってよいクリナップではありますが、優良企業であるからこそもう少し高いレベルの意見をさせていただきます。KPIの実現に向けた定量分析を伴う説明内容のさらなる充実・強化です。たとえばクリナップグループは2030年度GHG排出量(Scope1,2計)を2021年度比で42%減とされましたが、それに向けた施策の計画内容などの記述があると外部への訴求力、共感性が増します。2023年度までに実施された再生可能エネルギー導入、再生可能エネルギー由来電力購入、LNGへの燃料転換ごとの削減効果計約5千t-CO₂の内訳を既にレポート開示されているクリナップであるからこそ、可能ではないかと期待を寄せる次第です。社会性指標においても、たとえば男性育児休業取得率100%を目指すとのことですが、サステナビリティレポートでは取得された休暇日数の平均値なり分布が今後で紹介されると、サステナビリティ経営、DE&I推進の本気度がより伝わるものと考えます。



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経営のポイントを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 (2024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) 3,503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

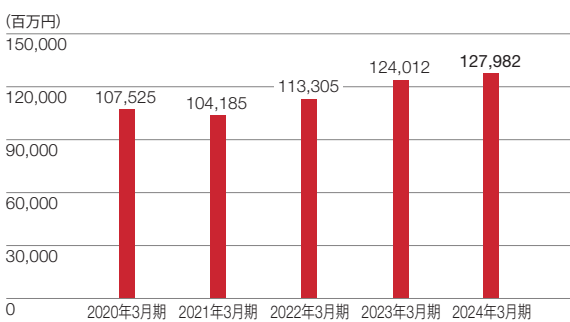
- クリナップ株式会社
- 株式会社クリナップステンレス加工センター(生産)
- 井上興産株式会社(商社)
- クリナップロジスティクス株式会社(運輸)
- クリナップテクノサービス株式会社(取付・設置・サービス)
- クリナップキャリアサービス株式会社(人材派遣・介護)
- クリナップハートフル株式会社(障がい者雇用)
- クリナップソリューション株式会社(情報システム)

海外 連結子会社1社

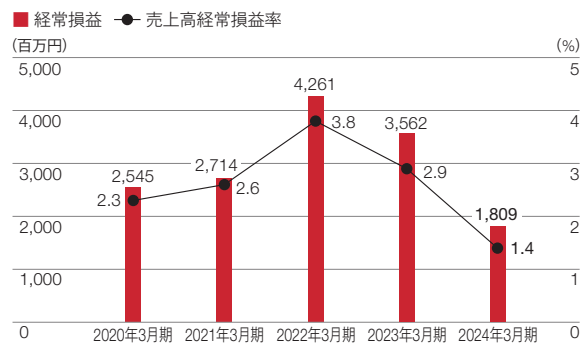
- 可麗娜厨衛(上海)有限公司(原材料および商品の販売)

業績の推移

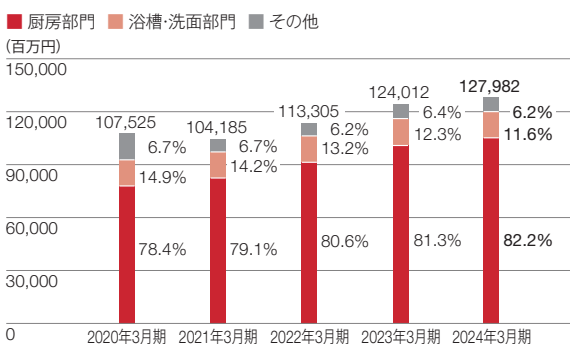
売上高(連結)



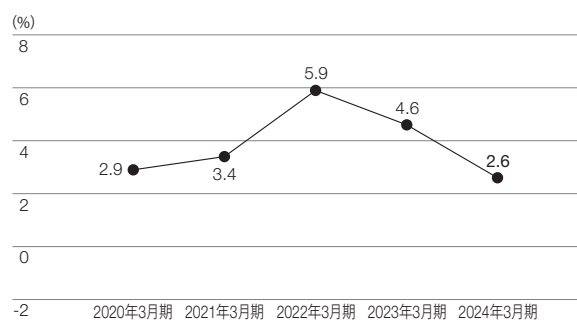
経常損益/売上高経常損益率(連結)



売上構成 部門別(連結)



ROE(連結)



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排出量を実質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。

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。