

社是



和 人間性豊かな人格をつくろう 氣 哲学を持って志を立てよう 真 基本を学び科学的に考へよう

会長メッセージ

リンナイは1920年、石油コンロの製造・販売を行う会社としてスタートし、翌年にはガス機器を扱うなど、順調に事業を拡大してきました。第二次世界大戦中は軍需工場になったものの、戦後は再びガス機器を中心に製造・販売を行い、現在では日本だけでなく世界16か所に拠点を持つ総合熱エネルギー機器メーカーに成長しました。これは皆様の長年にわたるご支援のおかげと感謝しています。

当社グループは「和・氣・真」の社是のもと、「リンナイは『熱』を通じて『快適な暮らし』を社会に提供します」というリンナイ企業使命観を設けています。中でも「品質こそ我らが命」を最も優先する理念とし、安全性を確保する品質の追求に力を注いできました。ここで言う「品質」とは、モノづくりに限定されるものではなく、物流や顧客対応、アフターサービスまで、事業の全てを対象にしています。

一方、海外においては、日本のリンナイが持つ品質へのこだわりを維持しながら、現地のニーズに合わせた商品の提供を行っています。そのため海外法人のトップには、原則としてその国・地域の人を立て、現地の消費者の志向を把握し、事業に反映させています。

環境問題、特に地球温暖化が国際的課題となっている今、総合熱エネルギー機器メーカーである当社が果たすべき役割には大きなものがあると強く感じています。これからも「安全・安心」「快適性」「環境性」を追求し、社会に貢献していく考えです。



代表取締役会長

内藤 明人

CSRレポート2013

●編集方針

当社グループがCSRをどのように考え、実行しているのかをステークホルダーの皆様にお伝えするとともに、当社グループの活動へのご理解を深めていただくためにレポートを発行しています。

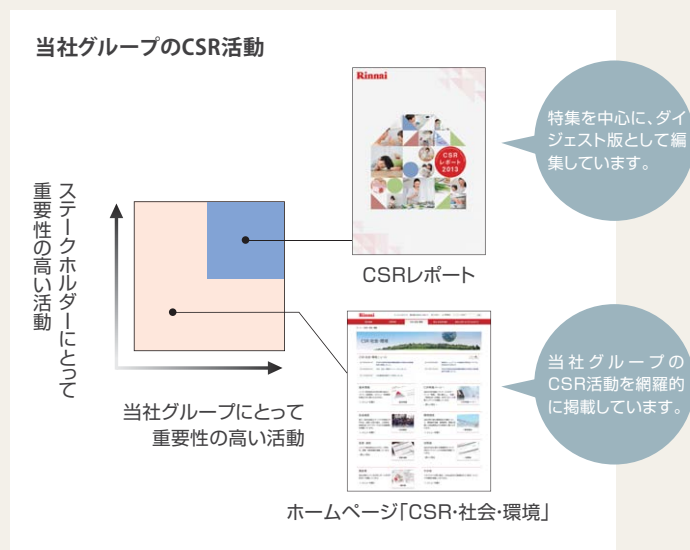
CSRレポート2013では、当社が考える本業を通じたCSR活動の特集とし、より多くの皆様にご理解いただけるよう編集しています。

●冊子とホームページでの報告

当社グループのCSR活動について全体像を分かりやすくお伝えするため、冊子版の「CSRレポート」は、ダイジェスト版として編集しています。冊子に掲載されていないその他の取り組み事例、詳細情報、関連データなどはホームページの「CSR・社会・環境」に掲載していますので、本報告書と併せてご覧ください。



<http://www.rinnai.co.jp/csr/index.html>



●対象範囲

リンナイグループ

(リンナイ株式会社、および国内外のグループ会社)

●対象期間

2012年度(2012年4月1日～2013年3月31日)の実績を中心に、これ以前からの取り組みや直近の活動報告、これ以降の方針や目標・計画などについても一部掲載しています。

●参考としたガイドラインなど

GRI「サステナビリティ・リポーティング・ガイドラインVer3.1」

ISO26000:2010

環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」

環境省「環境会計ガイドライン(2005年版)」

※GRIガイドライン対照表はホームページに掲載しています。

●発行時期

2013年10月(次回:2014年8月予定 前回:2012年9月)

■お問い合わせ先

リンナイ株式会社 管理本部 広報室

〒454-0802 愛知県名古屋市中川区福住町2番26号

TEL:052-361-8211(代) FAX:052-361-8529

CONTENTS

- 01 会長メッセージ
- 03 社長メッセージ
- 05 リンナイグループの事業紹介
- 07 ビジョン・中期経営計画
- 09 リンナイグループのCSR

11 特集①

快適性と経済性、
環境性の実現
「ECO ONE・販売の現場から」

15 特集②

現地社会への貢献
「Korea(韓国)」

- 19 マネジメント体制
- 21 ステークホルダーとの関わり
- 23 お客様とともに
- 25 従業員とともに
- 27 地域・社会とともに
- 29 環境理念(方針)
- 31 環境に配慮した商品開発
- 33 環境に配慮したモノづくり

品質への飽くなき追求を通して 安全で快適な生活と環境保全に貢献します

はじめに

リンナイグループはガス機器を中心とした総合熱エネルギー機器メーカーとして、「熱と暮らし」「品質」「現地社会への貢献」にこだわりグローバルに事業を展開しています。

当社グループが扱う熱エネルギー機器は、人々の生活に欠かせないものであることから、本業を通して社会に貢献することこそ、当社の果たす大きな役割であると考えています。

その基本になる考えが当社グループに長年引き継がれている「品質こそ我らが命」という理念です。「安全性」を最優先にしながら、快適性・環境性を実現するモノづくりに力を注いでいます。

ガス給湯器の「エコジョーズ」化と「ECO ONE」普及によって環境保全に貢献

地球温暖化防止は、環境問題の中で重要な課題の一つです。当社グループとしても、特に力を注ぐテーマとして位置づけています。

日本の家庭で使用されるエネルギーの内訳をみると、給湯と空調による利用が約60%を占めています。この分野で温室効果ガスの排出を減らすことができれば、温暖化防止はもちろん、様々な環境問題へも大きく貢献できるはずです。そこで当社は高効率ガス給湯器「エコジョーズ」と空気熱を利用するヒートポンプ機能を組み合わせた「ECO ONE」の普及に力を注いでいます。今後も「エコジョーズ」さらに、「ECO ONE」の普及拡大に向け、力を注いでいく考えです。

こうした取り組みの一方、スマートハウスやHEMS（ホームエネルギーマネジメントシステム）との連携を見据えた研究開発にも着手しています。

食器洗い乾燥機の点検・修理作業とともに再発防止に取り組む

「品質こそ我らが命」を掲げ、安全性の追求を何

よりも優先してきた当社ですが、2012年8月に食器洗い乾燥機に不具合が判明しました。利用者の皆様および関係者の皆様には、大変なご迷惑をおかけしました。ここに深くおわび申し上げます。

判明後、迅速にサービス部隊を結成し、対象となった34万台の点検・修理にあたっています。お客様には機器の状況についてしっかりと説明を行い、適切な修理を施しています。今後も点検・修理作業の実施について周知を徹底し、修理完了率の向上に努めます。最後の一台の修理が完了するまで全力を尽くす考えです。

その一方でメーカーとして不具合の原因究明、デザインレビューの徹底や設計仕様の変更など再発防止のための取り組みも継続して行っています。

浴室暖房乾燥機で「温度のバリアフリー」 冬のヒートショックを予防

当社グループの本業を通じた社会貢献の新しいテーマが「温度のバリアフリー」です。これは冬場に暖かい部屋から冷えた浴室へ向かい、熱いお湯の入った浴槽につかるなど、急激な温度変化にさらされることで体に負担をかけ、血圧が急上昇・急降下してしまうヒートショックをなくそうとするものです。浴室で亡くなる方は日本国内で年間1万7,000名と言われており、これは年間の交通事故死者数(4,000名超)の約4倍にあたります。

冬場のヒートショックを予防するには、室温の変化をなるべくなくすため浴室を暖めておくことが大変有効です。ヒートショックの怖さ、浴室暖房乾燥機の有効性については、まだ広く認知されていないため、これらの広報活動も推進していく考えです。

海外は現地のニーズ・状況に 合わせた事業展開を推進

アメリカでは、マーケティングの見直しや、物流体制の充実に力を注ぎます。タンクレス給湯器の積極的な展開、アメリカ市場で主流のタンク式(貯湯型)よりも

利便性・環境性が高いことをPRしていく方針です。

中国では、これまで主に上海市場を重点に展開してきましたが、今後は北京、天津、成都、重慶など、そのほかの主要都市も視野に入れた営業活動を進めます。生産に関しても拠点の拡充を図ります。

ヨーロッパやASEAN、オセアニアなどにおいても、それぞれの地域における消費者の皆様の志向、エネルギー事情、経済状況に応じた取り組みを進めます。

「ジャンプUP 2014」の1年目 さらなる飛躍に挑む

現在、当社グループでは2013年3月期を初年度にした3か年の中期経営計画「ジャンプUP 2014」に取り組んでいます（詳細は7・8ページ）。

2013年3月期の業績は、世界経済の停滞を受け、期初に海外売上が伸び悩んだものの、国内は堅調に推移しました。しかし、8月に食器洗い乾燥機の不具合が判明し、その点検・修理費用を計上。その結果、連結売上高は2,518億円（前期比2.1%増）、連結営業利益は263億円（前期比1.1%減）、当期純利益は193億円（前期比15.3%増）になりました。2014年3月期は連結売上高2,680億円、連結営業利益300億円、営業利益率11.2%をめざします。

中川運河の再生支援活動に参画 地域の社会貢献活動も推進

当社グループは地域社会の一員として、拠点ごとにその地域の活性化や環境問題などの解決に向けて力を注いできました。

当社の本社近くにはかつて交通インフラとして利用されていた中川運河が流れています。このほど公益財団法人名古屋まちづくり公社名古屋都市センターが実施する「中川運河再生文化芸術活動助成事業（ARToC10）」に賛同し、10年間にわたり毎年1,000万円、総額1億円を寄付することを決定しました。中川運河がかつてのにぎわいを取り戻し、市民や地元産業の活性化を促す地域の貴重な財産になることを願っています。

最後に～ステークホルダーの皆様へ～

当社グループは短期的な利益の追求でなく、常に長期的展望の中で企業活動を行っています。今後も「品質こそ我が命」を理念に、高品質で安全・安心なモノづくりを通してグローバル市場におけるリンナイのブランド力を維持・向上させ、企業価値を高めていきたいと考えています。



代表取締役社長

内藤弘康

リンナイグループの主要拠点

● 製造・販売会社 ● 販売会社 ● その他事業



会社概要

(2013年3月末現在)

創業：1920年9月1日

設立：1950年9月2日

資本金：64億5,974万円

本社所在地：〒454-0802

愛知県名古屋市中川区福住町2番26号

従業員数：[連結] 8,824名 [単体] 3,628名

グループ会社数：44社 (国内：14社、海外：30社)

[給湯機器／温水端末]

優れた省エネ性と快適性を実現するリンナイの給湯機器が、床暖房や浴室暖房など、先進的で快適な暮らしを支えています。



ハイブリッド給湯・暖房システム
ECO ONE



給湯器/給湯暖房機/ハイブリッド給湯・暖房システム/
浴室暖房乾燥機/ミストサウナ/床暖房 など



[厨房機器]

コンロには全てのバーナーに温度センサーを搭載し、安心で便利な機能を充実させています。また、時代のニーズに合わせたデザイン性の優れた商品を生み出しています。



DELICIA

テーブルコンロ/ビルトインコンロ/食器洗い乾燥機/炊飯器/
ビルトインレンジ/レンジフード など

日本

●リンナイ(株)

・支社

東北、関東、中部、関西、九州

・支店

北海道、仙台、新潟、東京、北関東、東関東、
南関東、名古屋、静岡、北陸、長野、大阪、
京滋、兵庫、中国、四国、福岡

・研究所

技術センター

・工場・センター

大口工場、瀬戸工場、旭工場、
暁工場、生産技術センター、
総合物流センター、
リンナイパーツセンター

●(株)柳澤製作所

●リンナイテクニカ(株)

●アール・ビー・コントロールズ(株)

●リンナイ精機(株)

●アール・ティ・エンジニアリング(株)

●ジャパンセラミックス(株)

●能登テック(株)

●テクノパーツ(株)

●グランシュトラール(株)

●リンナイネット(株)

●アール・ジー(株)

●リンナイ企業(株)

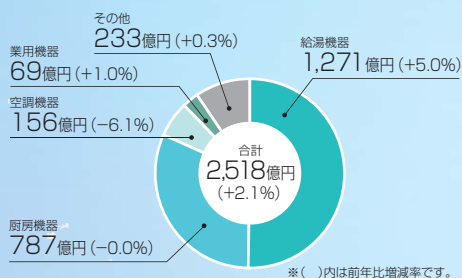
●リンナイテック北陸(株)

●リンナイ興業(株)

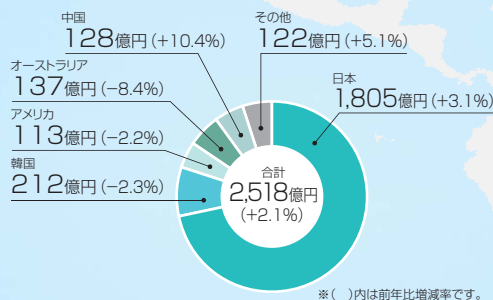
●リンナイカナダ ホールディングス(株)

●リンナイアメリカ(株)

機器別売上高 (2013年3月期)



地域別売上高 (2013年3月期)



●リンナイニュージーランド(株)

●HJクーバー(株)

●リンナイブラジル ヒーティングテクノロジー(有)

[空調機器]

心身ともに安らげる、心地よい空間作りをめざし、
リンナイは様々な空調機器を
開発しています。



A-style IV



Arriva

ファンヒーター/FF暖房機/赤外線ストーブ/暖炉 など

[業務用機器]



業務用コンロ/業務用レンジ/業務用炊飯器/
業務用焼物器/スチームオープン など

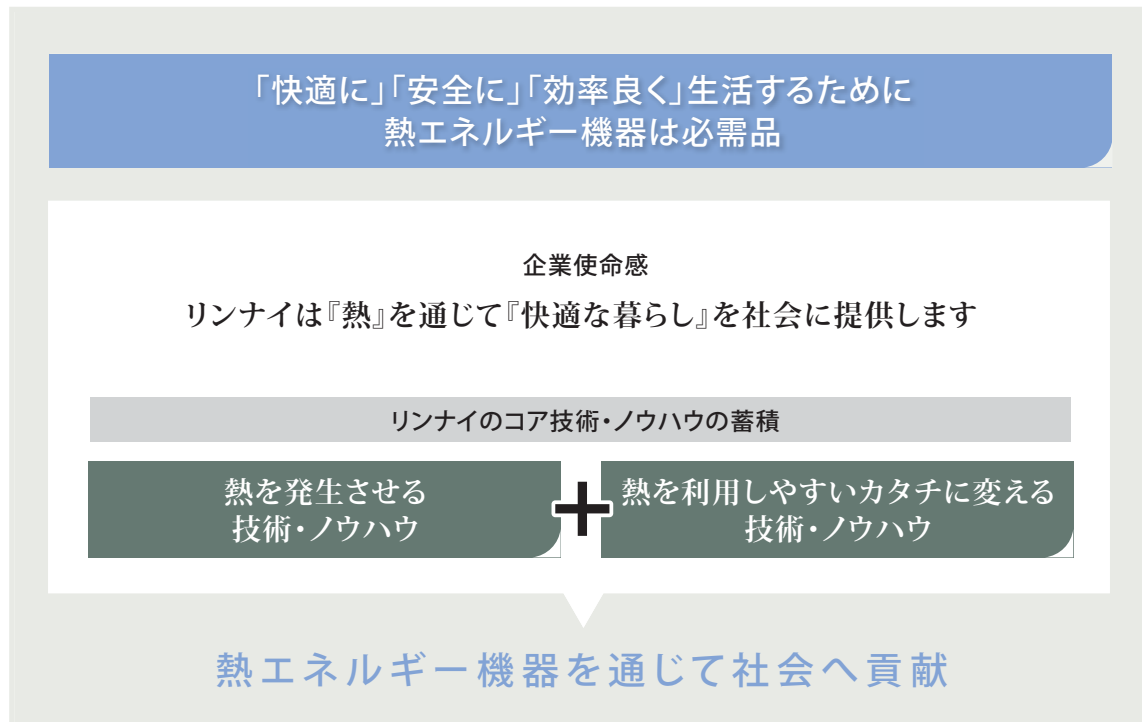
[その他]



はやい
乾太くん

衣類乾燥機/赤外線バーナー/部品 など

熱と暮らしを創造するリンナイ

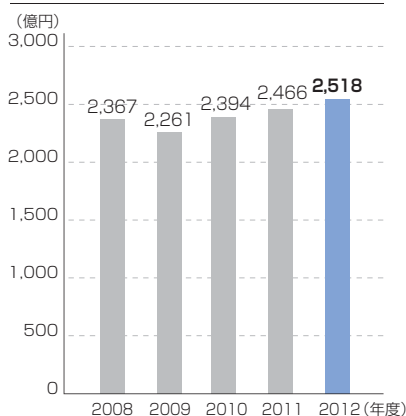


熱とともに人間が「快適に」「安全に」「効率良く」生活するために、熱エネルギー機器は欠かせないものであり、生活必需品です。当社グループは創業以来、「熱を通じて快適な暮らしを社会に提供する」ことを企業使命として事業を行い、「熱を発生させる」技術と「熱を利用しやすいカタチに変える」技術を培って、ノウハウを蓄積してきました。独自のコア技術で暮らしに役立つ

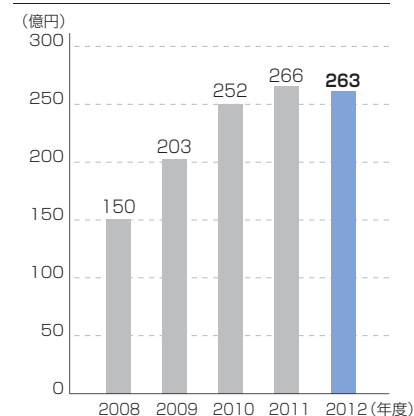
安全で品質の良い熱エネルギー機器を提供してきましたが、社会のニーズはさらに高度化し、単一エネルギーによる効率の追求から、省エネ・環境を追求したエネルギーのベストミックスが求められています。世帯人数・生活様式・時間帯・気候等が異なる暮らしのあらゆる環境において、総合熱エネルギー機器メーカーとして最適な提案で社会に貢献していきます。

連結指標推移

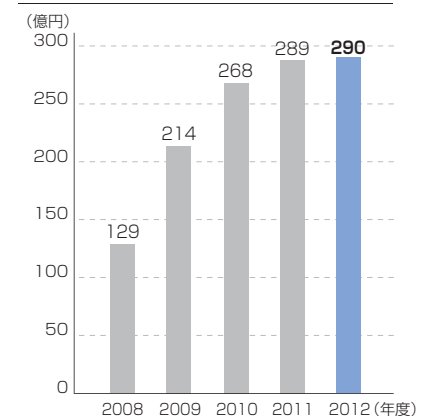
売上高



営業利益



経常利益



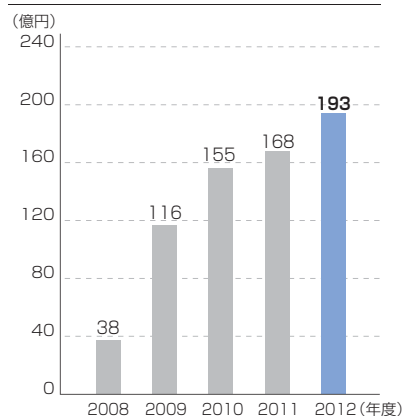
中期経営計画「ジャンプUP 2014」

今後の中長期にわたる経済において、世界的な人口の増加と、新興国を中心とした生活水準の向上によって高度な熱機器を利用する世帯は今後も一段と増加へと向かい、熱機器市場の拡大が継続すると予測されます。また、世界的なエネルギー構造の抜本的見直しが加速することに加え、人々の生活スタイルは多様化し、更なる環境・省エネを追求するエネルギーのベストミックス時代へと向かっています。このような状況の中で、当社グループは、中期経営計画「ジャンプUP 2014」を策定し、総合熱エネルギー機器メーカーとして企業価値の向上と社会貢献を推進しています。

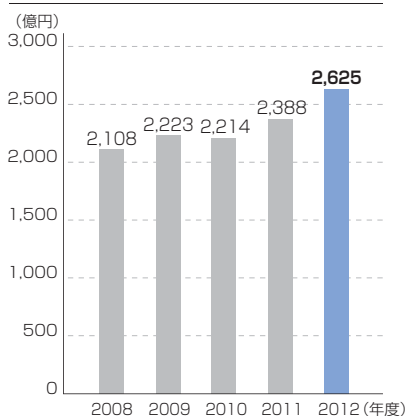
当計画では、経営重点課題として「3つのジャンプUP」を柱に企業の体質強化を図り、長期成長路線を築いていきます。重点ポイントとしては、「電気」と「ガス」の組み合わせで世界最高レベルの環境性能を誇るハイブリッド給湯・暖房システム「ECO ONE」の販売促進や、環境・省エネに大きく貢献する高効率給湯器「エコジョーズ」シリーズの積極展開など、地球環境保全に貢献できる商品を提供していきます。また、グローバル戦略として、既存市場の更なるラインアップの拡充や重点新規市場の開拓を推進し、現地社会をより豊かな生活へ導くサポートを推進していきます。

めざす姿	総合熱エネルギー機器メーカーとして 世界の人々の暮らしと地球環境に貢献	
	商品ビジョン	地球環境に貢献する総合熱エネルギー機器メーカー
	地域ビジョン	世界の人々の暮らしの向上に貢献するグローバル企業
	機能ビジョン	独自のビジネスモデルが人やパートナーを惹きつける企業
3つのジャンプ		
1	ゼロディフェクトの追求で	品質レベルUP
2	開発・生産・販売のプロセス革新で	機動力UP
3	人づくりとグループ連携で	組織力UP
経営指標		
	売上高	2,800億円
	営業利益	330億円
	営業利益率	11.8%

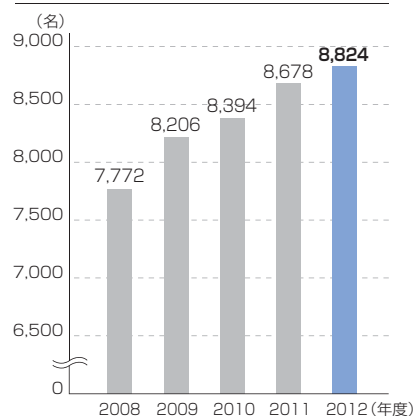
当期純利益



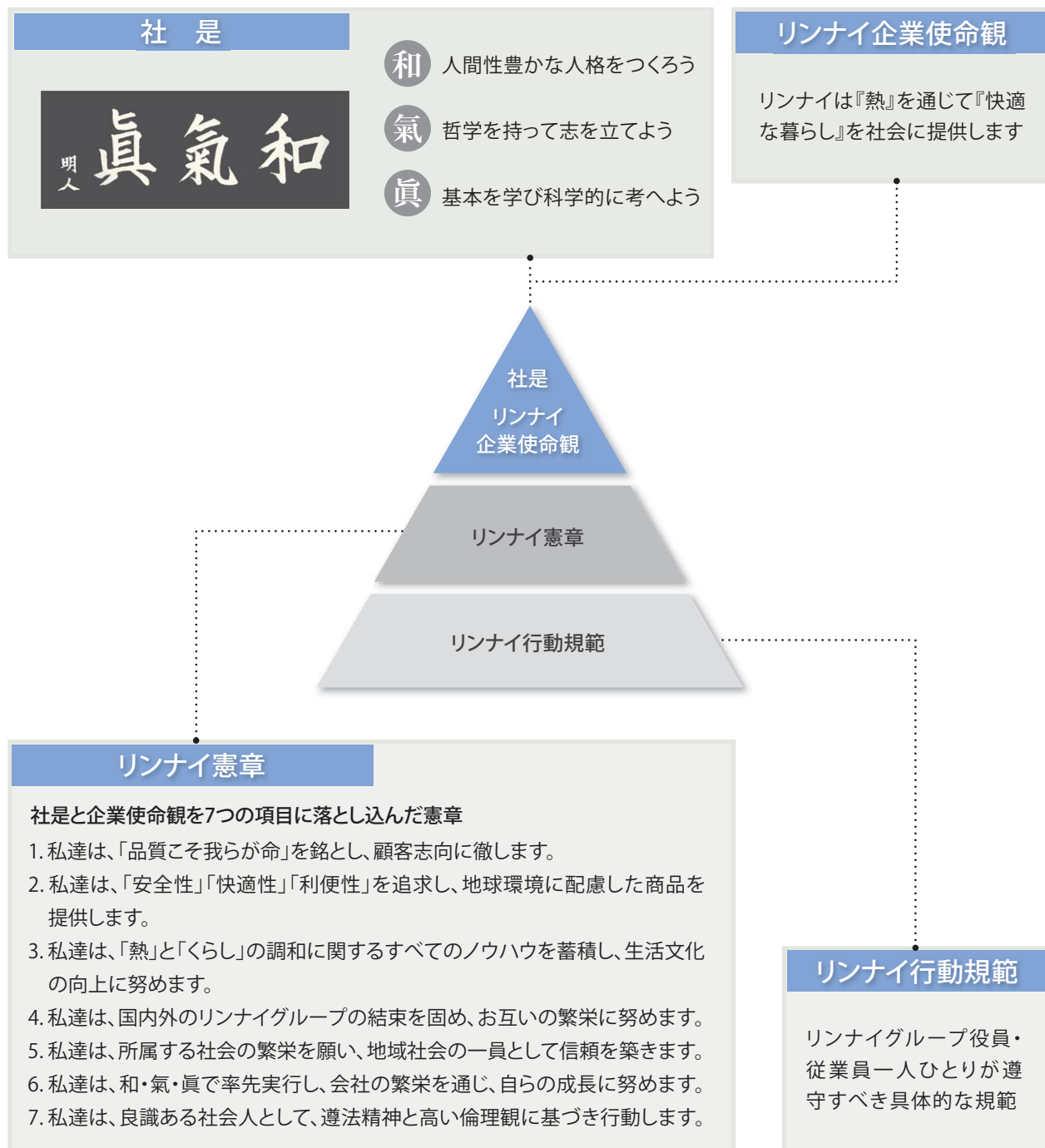
純資産



従業員数



企業理念体系図



3つのこだわり

当社は創業以来、3つのこだわりを持って事業の成長・発展を遂げてきました。この思想は、これからも変わることのないリンナイ精神として継承していきます。

熱と暮らし	リンナイは、「 熱 」を通じて「 快適な暮らし 」を社会に提供することを企業使命とし、「熱」を扱う高度な技術を強みとし、人々の暮らしを支えます。
品 質	リンナイは、「 品質こそ我が命 」を銘とし、品質にこだわるからこそ、内製重視の商品づくり・モノづくりを行って、お客様に「安全・安心」をお届けします。
現地社会への貢献	リンナイは、何よりも現地の人々の生活文化の向上に貢献することを信条とし、現地に密着した販売・サービス活動と現地生産を基本に海外展開を行います。

CSRに対する考え方

当社グループは“「熱」を通じて「快適な暮らし」を社会に提供する”ことを企業使命として、「安全・安心」「快適性」「環境性」に優れた熱エネルギー機器を提案し、世界の人々の生活文化の向上と未来の地球のために貢献していきたくと考えています。

CSR活動においては、創業以来大切にしてきた3つのこだわり（「熱と暮らし」「品質」「現地社会への貢献」）に、「環境」を加えた4つのテーマを掲げ、本業を通じたCSR活動をグループ全体で推進しています。

環境



家庭部門において多くのエネルギーが使用されている給湯・暖房分野で、省エネ性に優れた機器の開発・生産・販売に取り組み、家庭から排出される温室効果ガスの削減に貢献します。

熱と暮らし



企業使命である“「熱」を通じて「快適な暮らし」を社会に提供する”ために、熱利用に関する高度な技術・ノウハウの蓄積、安全で快適に効率よく熱を利用する商品の開発に取り組み、人々の豊かな暮らしに貢献します。

品質



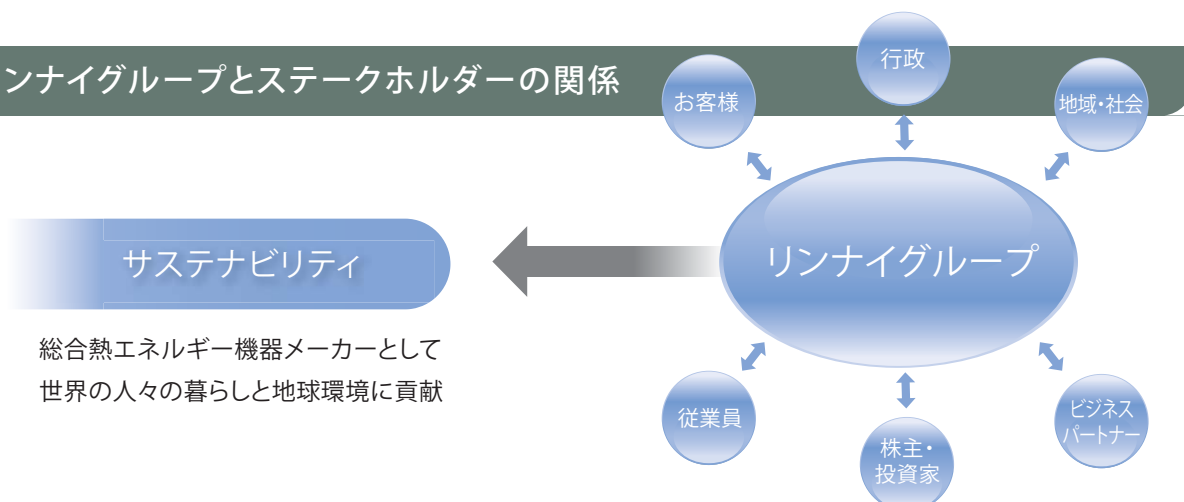
お客様に「安全・安心」をお届けするために、「品質こそ我が命」を品質基本理念として、商品を開発・製造・販売し、お客様のもとで使用寿命を終えるまで「不良」を出さない「ZD(ゼロディフェクト:不良ゼロ)」をめざしています。

現地社会への貢献



日本とは異なる気候・生活文化・習慣に合った商品・サービスを提供することを目的とし、現地生産・現地販売を基本に国外での事業展開を行い、現地の人々の生活文化の向上に貢献します。

リンナイグループとステークホルダーの関係





ECO ONE・販売の現場から ハイブリッド給湯・暖房システム ECO ONEの今とこれから

2010年に当社が発売した世界初※1のハイブリッド給湯器ECO ONE。高効率ガス給湯器と空気熱を利用したヒートポンプ機能を組み合わせたECO ONEは、お湯をつくる時間の早さと省エネ性、そしてその環境性が高く評価され、着実にその販売を伸ばしています。今回の特集では森のめぐみ工房 柿沼さん、住友不動産株式会社 石塚さんにお話を伺い、ECO ONEがこれから果たす役割とは何かを考えます。

すぐに十分な暖かさが得られる ECO ONEと温水ルームヒーターを提案

「この地域は冷房を使う人はいなくても、暖房を使わない人はいない。住宅を新築する際に『間取り』の次に『暖房』がくるぐらい、住まいにおける暖房は重要なんです」と話すのは、宮城県仙台市を中心に新築住宅の設計を手掛ける株式会社森のめぐみ工房、代表取締役専務の柿沼博久さんです。

森のめぐみ工房が手掛ける住宅の特長は「ムク材を使用していること」。そのため、反りの原因になる床暖房を使用することはできません。「仙台あたりでも、エアコンの暖房だけでは冬は越せません。だから当社では、『オール電化住宅であっても、暖房・給湯器の熱源はガス』という姿勢でお客様に提案してきました。ECO ONE

やエコジョーズなどの熱源機を採用し、お湯が沸くまでの時間が短い、十分な暖かさを確保できる温水ルームヒーターで暖房することを勧めています」。



温水ルームヒーター

柿沼さんによれば、東日本大震災以降、電気とガスに対する消費者の考え方が変わってきた、といいます。震災の影響でエコキュートの多くが破損してしまい、修理依頼がメーカーに殺到。メーカー側は人手不足から十分な対応ができないという事態になったそうです。そのため、電気は比較的復旧が早かったものの、肝心の給湯器（エコキュート）が壊れたままで、



株式会社 森のめぐみ工房
代表取締役専務 柿沼 博久さん

※1 ヒートポンプと高効率給湯器を組み合わせた家庭用給湯・暖房システムの場合



お湯を使うことのできない家庭が数多くありました。一方、ガスはその性質から配管などの安全確認作業に時間を要するため復旧は電気よりも若干遅かったものの、熱源器の故障が少なく、すぐにお湯を使える状態になったとのこと。この経験から「熱源器はガスを使うものにしたいというニーズが高まったと感じています」(柿沼さん)。

「寒さの解消」がリフォームの理由 経済的メリットでECO ONEが普及

一方、リフォーム市場でのECO ONEの反応はどのようなものでしょうか。岩手県盛岡市を中心に住宅のリフォーム事業を行う住友不動産株式会社住宅再生事業本部新築そっくりさん盛岡営業所の石塚淑江さんは「電気や灯油に比べてECO ONEは光熱費が安く済むため、ランニングコストを含めてトータルで見ると、コストが安いのが魅力」と語ります。

冬場は－7～－8度の気温になることも珍しくない盛岡市とその周辺地域では、「冬に家が寒いから」という理由でリフォームを決める家庭が多いと言われています。従来は「ガスは値段が高い」という理由で敬遠され、オール電化か灯油を選択する消費者が多く見られました。しかし、灯油は年々その価格が上昇していること、東日本大震災以降の電気代の値上がりや深夜電気料金割引がなくなる方向であることなど、「安かったはず」のエネルギーの価格が上昇してきました。

そのような中で注目されたのが、

一つの暖房システムで家全体の暖房・給湯が賄えるECO ONEです。LPガス・都市ガス事業者の協力によって、冬場のガス料金を安く設定できたこともあって普及が進みました。石塚さんによれば、「リフォーム前は暖房代(灯油代)が月4～5万円かかっていた家が、ECO ONEにしたら暖房・給湯にかかるコストが3万円になった例もあります。私も自分が担当するお客様のうち、約9割の方々へECO ONEを提案しています」とのことです。

家庭からのCO2排出量を 減らすことが今後の大きな課題

「光熱費が安く済む」ということは、使うガスの量が少なく、排出されるCO2が少ないことを意味します(グラフ1参照)。家庭におけるCO2などの温室効果ガス削減にもECO ONEは貢献しています。

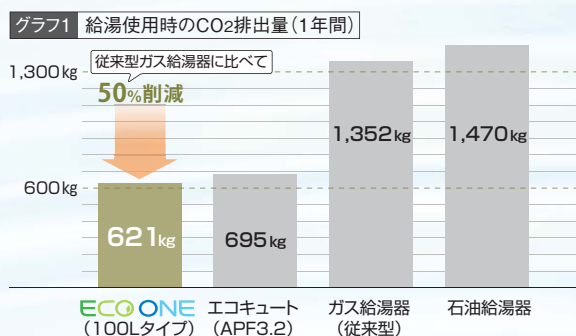
地球温暖化防止は国際的な課題であり、日本の産業界では以前から徹底した取り組みが行われてきました。日本のCO2排出量のうち、家庭部門からの排出は全体の約15%を占めています(グラフ2参照)。ここ数年の変化を見ると、産業部門は減少傾向である一方、家庭部門は上昇基調にあります(グラフ3参照)。産業部門における排出は今後大きな削減を見込むのは難しい状況になりつつあると言われていたにもかかわらず、増加傾向にある家庭部門では、削減の余地が大きいと考えられています。

あまり知られていないことですが、家庭でのエネルギー消費のうち、給湯と暖房での

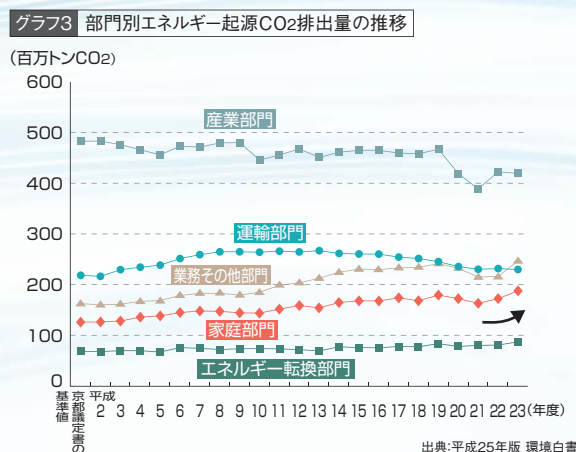
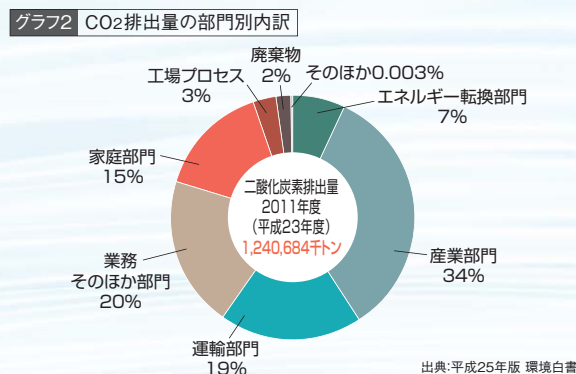


住友不動産株式会社
住宅再生事業本部新築そっくりさん 盛岡営業所
二級建築士・宅地建物取引主任者・インテリアコーディネーター
石塚 淑江さん

利用が5割以上を占めており(給湯28.3%、暖房26.7%:
COLUMN1参照)、当社では、給湯・暖房機器の省エネ化
が、家庭全体のエネルギー消費の抑制に寄与すると
考えています。特に省エネ性能の高いECO ONEの普
及に注力し、家庭におけるエネルギー消費量の削減
に貢献していきたいと考えています。



財団法人建築環境・省エネルギー機構 住宅事業建築主の判断基準によるCO₂排出係数を使用



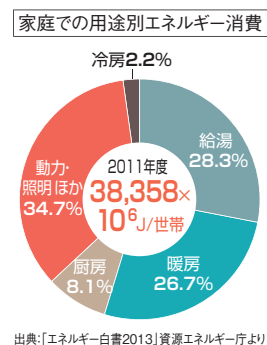
COLUMN 1

家庭のエネルギー消費量の 5割超が給湯と暖房

日本ではこれまでも、様々な省エネルギー技術
の開発と導入、エネルギー消費効率の改善を図っ
てきました。

しかし、ライフスタイルの変化から、家庭におけ
るCO₂排出量は増加しています。

家庭におけるエネ
ルギー消費を見ると、
給湯と暖房が5割を超
えています。したがっ
てこれらのエネルギー
使用量を削減すれば、
CO₂排出量の低減に
大きく貢献できると考
えられます。



販売促進活動の拡充で 家庭での省エネを推進

販売が拡大するECO ONEのことをさらに多くの人に
知ってもらうため、当社では様々な取り組みを行ってい
ます。

その一つがテレビCM。インパクトのある内容のCM
を制作・放映したことによって、ECO ONEの名前は広く
知られるようになりました。実際に「お客様に提案する
と『テレビのCMで見たことがある』と言われることが
多くなってきました」(柿沼さん)との声も寄せられてい
ます。また、リンナイのホームページでは、ECO ONEの
優れた性能を紹介するコンテンツを充実させるなど、
積極的な情報発信を行っています。





ECO ONE・販売の現場から

ハイブリッド給湯・暖房システムECO ONEの今とこれから

認知度が徐々に上がっていく中で、住宅設備機器会社・建築施工会社が消費者に対してECO ONEを提案しやすくするための取り組みも強化しています。

具体的にはECO ONEを導入した場合と他の熱源器を使用した場合のランニングコストを比較できるランニングコストシミュレーションを作成しました。このシミュレーションシステムは、地域によって異なる電気料金・ガス料金、ライフスタイル、使用する商材などを考慮して作られたもの。そのエリアの事情を反映した結果が得られるようになっています。

また、当社の営業担当者とは別にECO ONEの販売促進を専門に行う営業組織を編成しました。現在、専任スタッフ20名、兼任を含めると約30名が全国で販売促進活動にあたっています。さらにこのスタッフが当社の支店・営業所にある体感型ショールーム「ほっとラボ」に設備機器会社、住宅会社、あるいはエンドユーザーをお招きしてECO ONEの良さを体験していただくという取り組みも行っています。ECO ONE専任スタッフには女性もあり、給湯だけでなく、ガスコンロなど、女性ならではの視点でキッチン関連のご相談も受け、好評を得ています。

ガスを使用した快適な暮らしを ECO ONEでご提案

東日本大震災以降、日本の電力事情は大きく変わりました。原子力発電推進の方針は転換され、火力発電設備の増強や、政府が再生可能エネルギーや創エネルギーを支援するなどの動きが出てきています。このような変化を受けて、消費者もエネルギーの利用について関心を持つようになり、エネルギーそれぞれの長を生かした快適な暮らしを求めるニーズも高まっています。なかでも暖房ニーズの高い世帯ではECO ONEを給湯・暖房の熱源機として選択するケースが増えてきています。また、LPガス事業者や地方の都市ガス事業者にとっても、お客様にガスを使用した快適な暮らしを提案する機会を得られ、ECO ONEを採用していただく新しいお客様の開拓に結びつく事例が増えてきました。

環境保全に貢献する機器として開発されたハイブリッド給湯器ECO ONE。順調に販売台数を増やしていますが、当社はさらなるレベルアップをめざし、技術開発に力を入れる計画です。また、商品の進化とともに販売促進も強化し、より多くの皆様にECO ONEの優位性をアピールしていきたいと考えています。

COLUMN 2

営業企画担当者からの
メッセージ



ECO ONEの普及は省エネ住宅推進に 寄与するものと考えています

当社は家庭のエネルギー利用についての意識調査を定期的に行っています。その結果から、消費者の皆様が多すぎる情報を整理できずにいるということを感じています。お客様に適切に情報を提供するの也是我々の役割の一つです。今後もECO ONEの優れた点をわかりやすく紹介し、皆様の選択肢に加えていただくように努力していこうと考えています。

今、日本では低炭素住宅認定制度など省エネ住宅を増やす取り組みが進んでいます。高断熱構造にし、ECO ONEを導入すれば、低炭素住宅の基準を満たすことができるため、大手の住宅会社でなくても認定を受けることが可能です。ECO ONEの普及を進め、日本の省エネ住宅推進を後押ししていきたいと考えています。

営業本部 営業部 営業企画室 部長 中尾 公厚

「安全」「高品質」なモノづくり、 充実したアフターサービスで 韓国国民から愛されるブランドに成長

企業表彰制度で連続1位 顧客から信頼を集める企業に

1974年に創業したリンナイ코리아は、リンナイグループの中でも長い歴史を持つ海外拠点の一つです。暖房などに使用される家庭用ガスボイラー、ガスレンジ（ガスコンロ）、業務用機器を主力商品にしており、そのいずれもが韓国国内で高いシェアを獲得しています。「Rinnai」ブランドは現地の方々から最も愛されるブランドの一つに成長し、設立から約40年を経た今では「『Rinnai』はコリアンメーカーだ」と思っている人々も

少なくありません。

その評価の高さは、韓国能率協会などが主管している様々な企業の表彰制度にも表れています。同社は7つの部門で連続して1位を獲得。中でも「KCSI－韓国産業の顧客満足度（家庭用ボイラー部門）」は7年連続15回目、「韓国産業のブランドパワー（ガスレンジ部門）」は14年連続14回目と競合他社の追随を許さない状態になっています。これは商品の「安全性」「品質」に加え、「顧客へのサービス品質の高さ」が認められたものであると言えます。



本社



コールセンター

〈会社概要〉

社 名：リンナイ코리아
(RINNAI KOREA Co)
設 立：1974年
所 在 地：本社／仁川広域市富平区
営業本部／ソウル特別市麻浦区
CS本部／ソウル特別市永登浦区
売 上：225億円（2012年12月期）
取扱商品：家庭用ガスボイラー、
ガスレンジ（ガスコンロ）、
業務用機器

主力商品



ガスレンジ（ガスコンロ）



家庭用ガスボイラー

韓国・ガス機器業界のリーディング企業 100年企業をめざして事業を推進



リンナイ코리아は、韓国の生活文化の向上に寄与する企業として、長年にわたり消費者から高い支持を得てきました。国民生活になくてはならないガス機器を提供するリーディングカンパニーとして歩みを続け、現在では韓国のガス機器・ボイラー文化を創造する代表的な企業として広く認知されています。今後もこの姿勢を変えることなく、業界を代表する企業として持続的に技術開発を行い、消費者の期待に応えていきたいと考えています。

当社は来年で設立40周年を迎えます。100年企業をめざして経営基盤をより強固なものにするとともに、長く消費者に愛され続ける存在になるように、努力していきます。

リンナイ코리아 社長 姜 栄喆

高い内製率と商品へのこだわりが特長 サービス体制は業界屈指の内容

リンナイ코리아は、仁川広域市に本社と3か所の工場を、ソウル市内に営業本部とコールセンターを含むCS本部を置いています。工場は、日本リンナイと同様、高い内製率と高品質なモノづくりが大きな特長です。

一方、韓国ガス業界の中でも屈指の内容を誇るサービス機能は、ソウルのCS本部と全国33か所のアフターサービスセンターが担っています。アフターサービスを代行店に任せている企業が多いのに対し、同社は自社で運営。さらに年中無休、ボイラーサービスが増える冬季には、24時間受付など、他社には真似できない体制を構築しています。

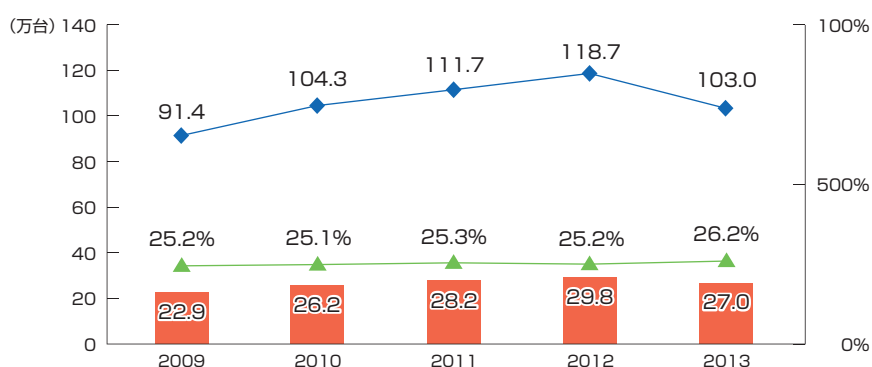
同社には、昔から「社員は兄弟姉妹。お客様は恩人」という言葉が根付いており、CS本部では「顧客中心・現場中心」をモットーに日々、お客様に真摯に向き合い、活動をしています。こうした充実した

サポート体制が、前述の「KCSI－韓国産業の顧客満足度(家庭用ボイラー部門)」、「韓国サービス品質指数」、「韓国産業のサービス品質指数」などで表彰を受けている理由になっています。

充実した機能とアフターサービスで、 韓国ボイラー市場において支持を受ける

冬場の気温が－2～－5度(ソウル)になるほど寒さの厳しい韓国では、約1,500年前よりかまどで火を焚き、暖められた空気を建屋の下に通すことによって部屋を暖める「オンドル」という暖房が用いられてきました。

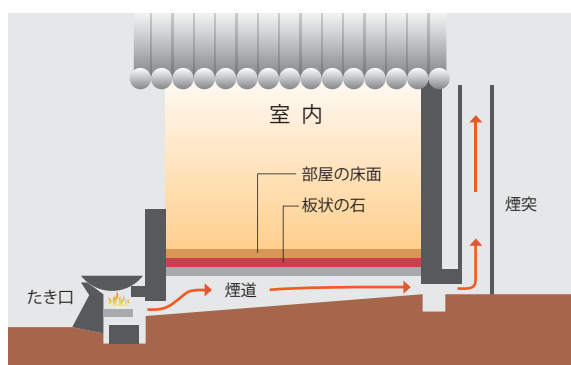
■韓国のボイラー市場の推移



その伝統的な暖房文化を引き継ぎ、現在ではボイラーでつくった温水を使って暖める「床暖房」が主流になっています。

韓国の都市部には、一戸建て住宅が少なく、集合住宅であることがほとんど。そのため、かつては団地に1つの大型ボイラーを設置し、温水(暖房)を供給する「中央暖房」が主流でした。しかし、中央暖房の問題点として各世帯で温度調整ができない、温水の使用量に関わらず料金が一定である、供給システムが老朽化しているなどからその数は少なくなりつつあります。

その一方、増えているのが一定地域に小規模な発電



韓国伝統の暖房方式「オンドル」の仕組み

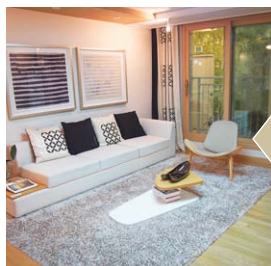
■ 現代の暖房方式(床暖房)



[温水供給]



[各室分配]



[床加熱]



[循環パイプ]

所を設けて、発生した熱・温水をその地域へ供給する「地域暖房」と、各家庭にボイラーを設置する「個別暖房」です。「地域暖房」は新しく開発される都市での導入が増加している傾向にありますが、その数はまだ少なく、暖房形態の約8割を「個別暖房」が占めています。

韓国の家庭用ボイラー市場は年間約100万台。他社が景気低迷から低い価格でボイラー販売を強化している中で、リンナイ코리아は省エネ・環境配慮型の商品を打ち出しています。具体的には、エネルギー消費効率が高く、CO₂やNO_xの排出量を抑えたバーナーや、外部の温度変化に合わせて温水・暖房の温度を自動調節することができる「Full Auto Mode」、一般的な暖房設備に比べて14%以上のガス代を節約できる「Eco Save Mode」などを搭載した機能重視の商品です。

こうした機能の高さに加え、ボイラー購入後のお客様に対するアフターサービスの充実も大きな特色です。冬の寒さが厳しく、暖房の重要性が高い韓国では、万が一故障した時にはすぐに修理をすることが求められています。同社はICTを活用、GPS(全地球測位システム)を用いて修理担当者の位置をリアルタイムに把握し、依頼主の近くにいる修理担当者がいつでも急行できる体制を構築しています。修理依頼の電話を受けてから、夏は2時間以内、サービスが集中する冬でも遅くとも当日中(おおむね12時間以内)に対応するなど、速さ、サービスの質の面からも高い顧客満足を得ています。

ガスレンジの全てのバーナーへ 温度センサーを標準装備

ガスレンジ(ガスコンロ)では、より高い安全性を追求しています。韓国では、日本の天ぷらのような料理は少ないものの、煮物料理があることに加え、衣類を煮沸消毒する習慣が残っていることから、従来、ガスレンジのつけっぱなしによる火災が発生していました。

そのような状況を受けて、2013年4月から、ガスレンジのバーナーの一口に高温になると火が消える温度センサーを装着することが義務づけられました。さらに

私たちの対応が当社の評価を決める—— そのぐらいの気持ちを持って業務にあたっています。



お客様と接するコールセンターの対応は、企業の評価を決定づけるほど非常に重要です。冬の寒さが厳しい韓国では、ボイラーの故障が生死に関わることもあります。そのため冬はサービスセンターに電話が集中。最近ではお客様の商品に対する知識が深まったことに加え、当社のサービスに対する要求レベルも非常に高くなっています。こうした状況を受け、新人には3週間の基礎研修を受けさせるなど、センターの対応力の強化・向上に努めています。私たちのオペレーションによって、お客様の問題が解決し、お礼の言葉をいただいた時に大きなやりがいを感じています。

CS本部 顧客相談室 顧客相談TEAM

パート長 吳 宙妍

2014年1月からはガスレンジの全バーナーに温度センサーを装着することが義務づけられます。

リンナイ코리아もこのような動きを受け、温度センサーの標準装備を進めています。

「禮重視経営」を実践 文化・地域社会貢献活動にも積極的

リンナイ코리아は「競争力のある優れた商品を顧客に提供し、消費者の生活の質の向上に寄与する」ことを最も優先させています。さらに「禮重視経営」を掲げ、「従業員が通いたい会社」「取引先が取引したい会社」をめざしています。この姿勢が消費者をはじめとする

様々なステークホルダーの皆様から高い支持を得ている理由と言えるでしょう。

本業以外では1986年に、音楽大学出身の従業員を中心に構成された「リンナイポップスオーケストラ」を結成。韓国唯一の企業管楽オーケストラとして、定期演奏会のほか、各種イベントなどで公演を行っています。

また、近年発生することが多い水害の被災地域において、ガス機器の無償点検・修理や、ガス衣類乾燥機で濡れた衣服・布団を乾燥する水害地域緊急復旧サービスなどの活動に取り組んでいるほか、販売収益の一部を福祉団体に寄付する「Nキャンペーン」などの社会貢献活動にも積極的に取り組んでいます。



リンナイポップスオーケストラ



水害地域緊急復旧サービス

マネジメント体制

経営の客観性・透明性を高め、社会から信頼される企業グループであることが、ステークホルダーの皆様の満足と継続的な企業価値向上につながると考えています。

コーポレートガバナンス

●透明性を高める体制へ

当社では、グループ企業の競争力強化と継続的な企業価値向上の視点から、コーポレートガバナンスの強化・充実を経営上の重要課題としてとらえています。取締役会や監査役会などの機能強化を図り、様々なステークホルダーの方々に対する迅速かつ正確な情報開示に努めるとともに、幅広い情報を開示することにより透明性の高い経営をめざしています。

●内部統制

経営体制を強化し社会的責任を遂行するために、下記を内部統制の目的と考え、リスクマネジメント、内部監査などをその手段として、2006年5月に制定した「内部統制システム構築」の基本方針を適宜改定し、内部統制システムの強化を図っています。

内部統制の目的

1. 業務の有効性および効率性
2. 財務報告の信頼性
3. 事業活動に関わる法令等の遵守
4. 資産の保全

●情報の開示

子会社に関する情報を含む社内重要情報の適時開示のための体制および手続などを社内規程に定めています。各情報については情報開示委員会により適時開示の判断を行い、必要に応じて開示しています。

リスクマネジメント

●リスクマネジメントの推進体制

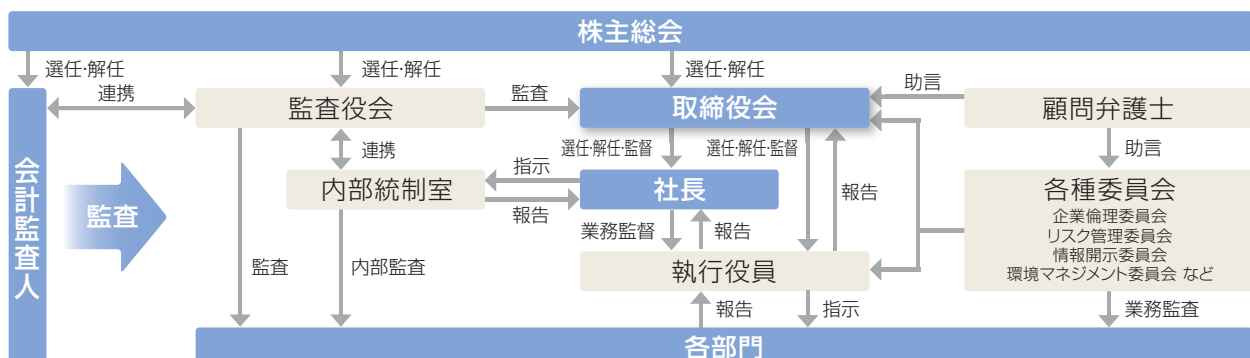
社会の複雑化により企業が多様なリスクにさらされる中、当社グループはグローバルな事業展開を推進し、お客様や社会の信頼に応え、安定した事業活動を行うため、リスクマネジメントに取り組んでいます。社長を委員長とするリスク管理委員会を定期的開催し、生命・信用・事業活動・財産に影響をおよぼす恐れのある重要リスクを項目ごとに主管部門を決め、未然防止の仕組みづくり、危機の早期解決、損害の最小化、再発防止策などを実施し、リスクの低減に努めています。そしてリスク回避のための手法を当社グループ全体へ水平展開しています。

●事業継続の推進

地震や風水害などの自然災害や感染症の流行・発生への対策が十分でない場合、長期にわたって操業停止に陥り、多大な損失を被ると同時にステークホルダーの皆様に大きな影響を与える恐れがあると想定されます。また、人々の暮らしを支える熱エネルギー機器を製造する当社としては、安定して商品を提供し続けることが社会的責任であると考えています。

お客様が必要とする重要商品の生産・供給が滞る恐れがある場合に備え事業継続マネジメントを経営上の重要課題と位置付け、国内生産部門を中心に事業継続計画(BCP)の作成・見直しに取り組んでいます。2011年3月11日に発生した東日本大震災での経験や、

コーポレート・ガバナンス体制



今後起こりうる可能性が高い南海トラフ巨大地震などの大規模災害を踏まえ、原材料の調達先などの代替先をあらかじめ検討するとともに平時から調達を分散するように展開しています。

コンプライアンス

●コンプライアンス推進体制

社会から信頼される健全な企業グループであるために、当社では2004年4月に社長を委員長とする企業倫理委員会を設置し、コンプライアンスの徹底を図っています。

コンプライアンスという企業風土を高め、全従業員が社会的責任を果たすとともに、業務に前向きに取り組む環境づくりを推進しています。

●コンプライアンス教育活動

当社では、社長自らが率先して企業倫理メッセージを発信し、従業員のコンプライアンス意識を高めています。

さらに、各部門の業務に関わりの深い法律について、法務部が中心となり、毎年法律教育を実施しています。2012年度は当社グループで合計785名が受講し、法律知識を深めました。

また、新入社員や各階層別の従業員に対しても毎年倫理教育を実施しています。2012年度は353名が受講しました。



法律教育

●全社への情報発信

毎年10月を「企業倫理月間」と定め、啓発活動を展開しています。社長自らの企業倫理メッセージをイントラネットで公開するほか、企業倫理遵守ポスターを全職場に掲示しています。



企業倫理月間に際しての社長メッセージ(イントラネット)

●リンナイグループ「倫理綱領」

リンナイグループ「倫理綱領」は、当社グループの「企業理念」および全役員・従業員が遵守すべき具体的な行動基準である「リンナイ行動規範」をまとめた小冊子です。各職場に配置されたコンプライアンス委員が、毎年全従業員に対して「倫理綱領」の浸透を図っています。

また、海外グループ会社19社には「倫理綱領」の英語版である「Code of Ethics」を配布しています。さらに、中国、韓国などへは、現地の言語に翻訳したものを配布しています。各社の教育担当者が従業員に対し周知・徹底を行っています。



各国の「倫理綱領」冊子



倫理綱領教育(左:リンナイホールディングス[シンガポール] 右:広州林内[中国])

●個人情報の保護

当社では、個人情報保護法に基づき社内規程を整備しています。また、個人情報取り扱いガイドラインとなる「プライバシーポリシー」を定め、ホームページ上に公開しています。それらにより、個人情報の適正な管理・運用・保護に努めています。

具体的には、本社に「個人情報保護責任者」を置き、さらに国内グループ会社を含む各職場に「個人情報保護委員」を配置し、個人情報取り扱い担当者に対する社内規程の教育や各職場における物理的・技術的安全管理措置の体制づくりを行っています。

また、各職場における個人情報の管理状況について、年1回、個人情報保護委員による内部監査を行っています。なお、2012年度は、個人情報の漏洩事故は発生していません。

ステークホルダーとの関わり

ステークホルダーの皆様と双方向コミュニケーションを通じて信頼関係を築き
事業活動の継続的な進化とステークホルダーの皆様の満足度向上をめざしています。

双方向コミュニケーションの取り組み

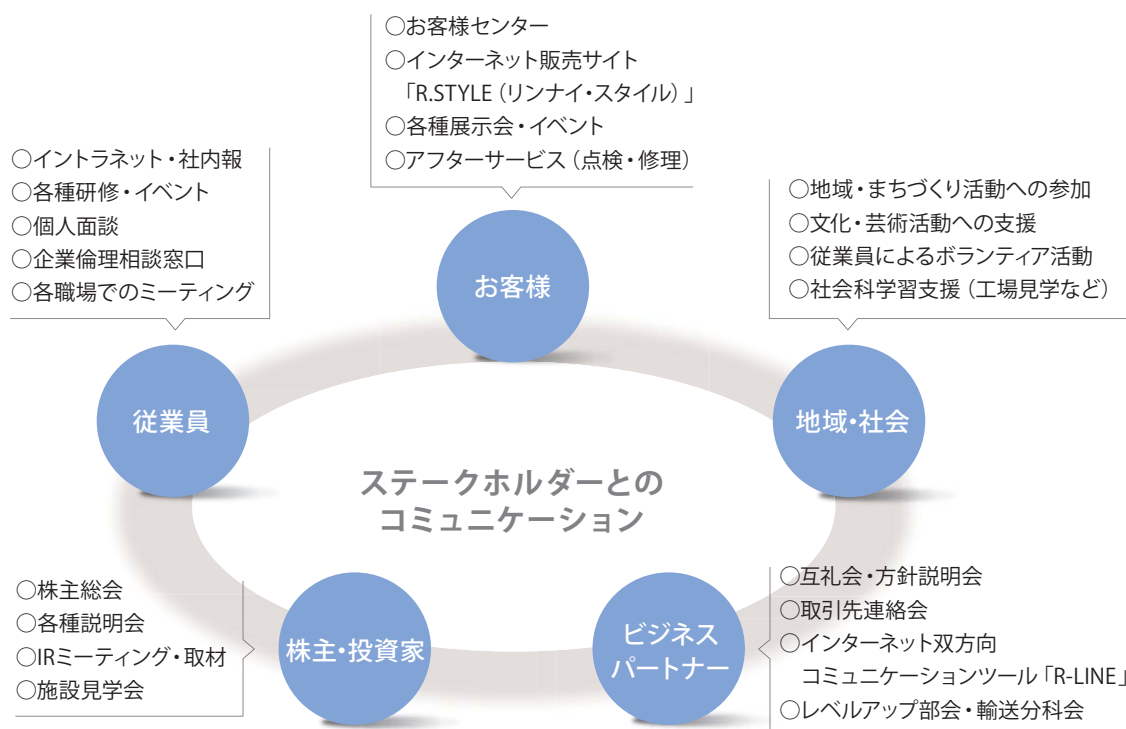
当社グループは、お客様、従業員、株主・投資家、ビジネスパートナー、地域・社会の皆様とのコミュニケーションを大切にしています。

お客様とは、展示会・イベントやインターネット販売サイトを通じたコミュニケーションを行い、いただいたご意見やご要望を商品・サービスの改善に役立てています。ビジネスパートナーの皆様とは、経営方針や商品戦略の情報交換だけでなく、お互いの経営改善

につなげるためのレベルアップ部会や輸送分科会を共同で行っています。また、株主・投資家の皆様とは適時・適切な情報開示とともにミーティングや施設見学などを行い、当社グループの取り組みをより深く理解していただけるよう努めています。

今後もステークホルダーの皆様との密なコミュニケーションを通じて、事業活動をさらに進化させ皆様の満足度向上をめざします。

■ステークホルダーとのコミュニケーション



社外からの評価



社会的責任投資 (SRI) インデックスへの選定

近年、企業の業績など財務面だけでなく、環境保全や社会貢献への取り組みを評価基準とする「社会的責任 (SRI: Socially Responsible Investment)」が注目されています。当社は、「持続可能な発展」に向けたCSR活動を推進している企業として、外部の評価機関から高い評価を得ており、「FTSE4 Good Index Series」の構成銘柄に2004年より9年連続で採用されています。

取引先様との共存共栄

商品を構成する原材料や部品を提供していただく取引先様は、魅力ある商品づくりに欠かすことのできない、重要なパートナーです。変化が大きな時代の中にあっても、取引先様と長期安定的な関係を築き、相互に成長・発展していくことが、より良い商品をつくる上で重要であると考えています。

●取引先様との改善活動

取引先様との改善活動の取り組みとして、当社指導のもと、改善能力のレベル向上と次世代の経営者の育成をめざした「レベルアップ部会」を展開しています。取引先様の現場にて直接指導を行うなど、改善効果を身近に感じてもらいながら、ともにモノづくりのレベルアップを図っています。また、次世代の経営者として必要な能力・知識を高めるために当社の専門担当者が個別に対応しています。



レベルアップ部会

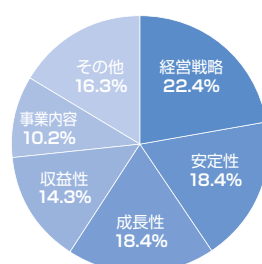
IR・コミュニケーション活動

適時・適切に公正で公平な情報をお伝えするとともに、株主・投資家の皆様との相互理解の深化や信頼関係を構築するため、双方向のコミュニケーションを重視したIR活動を展開しています。当社は、「リンナイ倫理綱領」および「ディスクロージャーポリシー」に基づき、当社グループの経営内容、事業活動状況などの企業情報を適時・適切かつ公平に情報開示することを基本としています。

●機関投資家・アナリストとのコミュニケーション

決算説明会（年2回）開催をはじめ、スモールミーティング、個別の機関投資家訪問や電話取材などを通じて、機関投資家・アナリストの皆様に対して業績説明や意見交換を積極的に行っています。証券会社主催のカンファレンスへも参加しIR活動の拡充に取り込んでいます。工場見学会も毎年開催し、当社のモノづくりへの理解を深めていただく機会としています。

当社の評価できる点



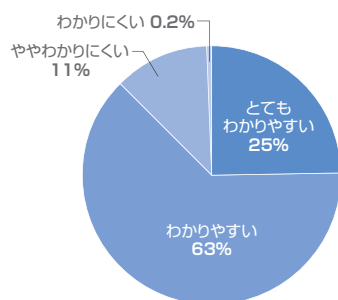
工場見学会

「CSRレポート2012」アンケートの結果

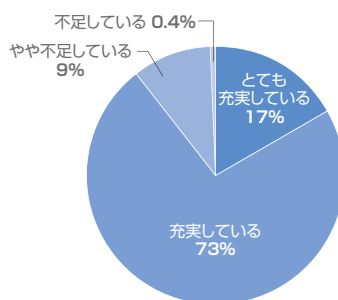
n=446

(2013年3月期決算説明会アンケート結果)

報告書全体のわかりやすさ

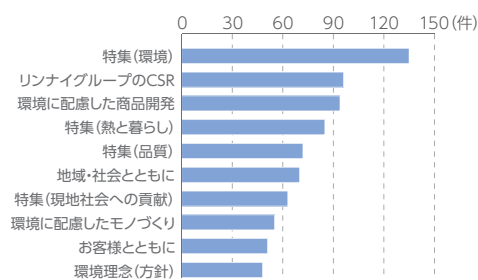


内容の充実度



ご興味を持たれた項目〔冊子版〕

(複数回答/上位10位まで)



お客様とともに

お客様の「快適な暮らし」を実現するために、安心してご使用いただける商品とサービスの提供に取り組んでいます。

お客様満足(CS)方針

『品質こそ我が命』の基本理念のもと、お客様に満足していただけるよう「ご要望、ご相談に誠実、迅速かつ的確に対応」を行い、「お客様に満足と安心・信頼されるサービスを提供する」ことを方針としています。

基本方針

1. お客様からの苦情対応は、当社の全ての部門において最優先の課題であると認識します。
2. お客様からの苦情は、当社全体に向けられたものと理解し、組織をあげて最後まで責任のある対応を行います。
3. お客様の声は真摯に受けとめ、社内で共有するとともに、より良い製品・サービスを提供するための貴重な情報源とします。
4. つねに法令遵守を優先し、不当な要求に対しては、毅然とした対応を行います。
5. お客様の個人情報、関連する法令や当社の個人情報保護規程を遵守し、厳重に保護します。

品質への取り組み

●製品安全自主行動計画

2007年6月に「製品安全自主行動計画」および、これに基づいた行動内容を具体化する推進計画を同時に策定しました。以降、社内関連部門と本計画の推進とその進捗を確認し、翌2008年2月に計画に基づく対応が完了しました。現在は、品質保証本部が製品安全自主行動計画の運用、状況を適宜確認し、品質方針を日々達成できるように全社をあげて取り組んでいます。

- ・製品品質、製品安全への取り組み
- ・製品安全の推進体制
- ・市場品質情報の収集・伝達体制
- ・製品事故の対応と情報分析
- ・製品使用のリスク回避
- ・社内教育
- ・製品安全自主行動計画実施の検証と継続的改善

●安全・安心を追求した商品開発

ガス機器という商品の性質上、安全性を第一に考えたモノづくりに取り組んでいます。規格規程や安全基準

に則り、開発・生産された商品をお客様へお届けしています。

商品の機能や信頼性を評価する設計審査(デザインレビュー)など、商品化の各段階で決められた評価を行っています。日常発生する問題は、関連部門が連携して解決していますが、特に重要な問題については品質協議会を開催し、マネジメントを含めた場で対策などを検討しています。

●迅速な情報開示の徹底

リンナイ製品を安全に快適にお使いいただくために、ホームページを通じてお客様へ商品の安全に関する情報をご案内し、修理・点検などへの迅速な対応をめざしています。

万一、製品・サービスの欠陥やその使用に伴う重大事故が発生した場合は、法に則って所管官庁へ速やかに報告しています。

製品に起因するか否かが特定できていない重大事故についても、お客様や関係者に注意を喚起するため、ホームページを通じて適切な情報開示を行っています。

また、該当製品の法定点検のご案内や適切な保守点検制度を設けています。



リンナイホームページ「商品に関する大切なお知らせ」

お客様との新たな絆づくり

●インターネットの特性を活かしてお客様サポートを拡充

当社商品を長く大切にに使っていただくため、お客様自身で取り換えられる部品やお手入れ用品をインターネット販売サイト「R.STYLE(リンナイ・スタイル)」を通じて販売しています。

また、R.STYLEに寄せられたお客様の声を、社内共有サイト「ひまわりメッセンジャー」に掲載しています。部門間で情報を共有し、分析・対策をすることにより、品質向上やサービス活動拡充などの改善につなげています。



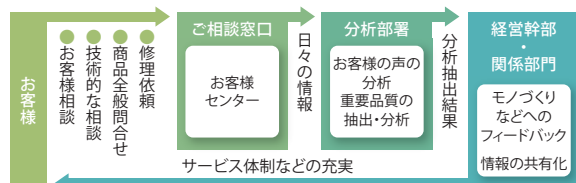
公式オンラインショップ R.STYLE

お問い合わせ・サポート体制

●お客様の声を課題抽出と見直しに

お客様満足 (CS) のさらなる向上をめざし、「お客様センター」を設置しています。お客様からは直接、電話やホームページを通じて、様々なお問い合わせやご意見・ご要望などをいただいています。数多く寄せられた貴重な声を各部門へフィードバックし、商品開発や品質管理、販売・サービス向上など課題の抽出と見直しに役立てています。

■お客様の声を商品・サービスに活用



お客様センター

●円滑なアフターサービスのご提供

お客様の『快適な暮らし』を実現するために、安心してご使用いただけるサービスの提供に取り組んでいます。

全国各地でサービスマンによる機器の修理を実施しています。携帯の端末機を通して、お客様からの

サービス受付状況を確認し、当日、翌日までの点検完了に努めています。

長く安全に使っていただくために

●点検に対する5つの基本姿勢

1. よい点検 (良い点検者、良い対応、法令知識、点検者レポート)
2. 顧客視点 (経年商品の使用実態・お客様の声の商品反映)
3. 顧客満足 (適切・親切な情報提供など)
4. 安心提案 (壊れてからではなく壊れる前の安心提案)
5. 信頼づくり (長くご使用いただいたことへの感謝をもとに)

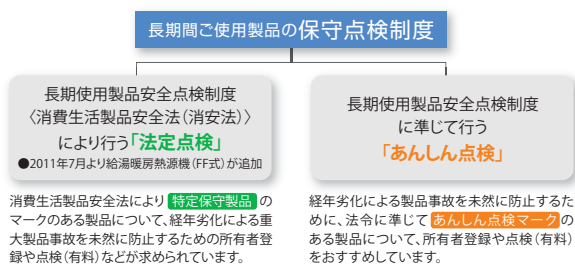
2009年4月に消費生活用製品安全法が改正され、『長期使用製品安全点検制度』が施行されました。

製品の中には、長期間で使用いただくことにより経年劣化が進み、事故に結びついてしまうケースが報告されています。製品にも標準的な使用期間があることをご理解いただき、対象製品をご愛用のお客様に点検を受けていただくことをおすすめするとともに、ホームページでの情報提供や製品点検センターでのご相談に応じ、事故の未然防止に努めています。

●保守点検制度の概要

製品を安全にお使いいただくために、製造後9～11年※の間に点検をおすすめしています。

※家庭用機器の場合 (業務用機器の場合は2.5～4.5年)



●開放式小型湯沸器の無償点検について

2007年、当社の開放式小型湯沸器の事故を受け、新たな事故を二度と起こさないために、引き続き「開放式小型湯沸器RUS-5RX」(1991年7月から1995年1月に製造)、「開放式小型湯沸器RUS-51BT」(1994年5月から1997年1月に製造)を含めた小型湯沸器をお使いのお客様に対し、無償で点検作業を実施しています。

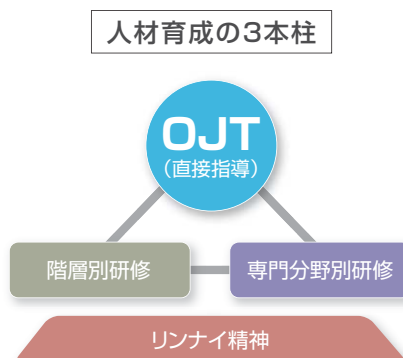
従業員とともに

一人ひとりがやる気を高め、それぞれが能力を最大限に発揮できる「明るく働きがいのある風土づくり」と、従業員の健康促進・安全維持のための「職場環境づくり」を進めています。

人材育成

●OJTを基盤とする人材育成

「人を最も大切な経営資源」と位置づけ、従業員一人ひとりの能力を最大限に引き出し、発揮するための人材育成を進めています。仕事を通じ上司から部下への「OJT（直接指導）」を育成手段の軸に置き、職責に合わせて人間力向上を支援する「階層別研修」と、専門プロ化を推進する「専門分野別研修」を両輪とした「3本柱の育成体系」を基本としています。また、2010年度から、事業計画を推進している組織リーダーのさらなるレベルアップを目的とした研修を実施し、より質の高いプログラムを社内で企画し実践しています。



●グローバル人材の育成

国境を越えて活躍できる人材育成と全世界の当社グループ従業員の能力向上を目的として、「経営・マネジメント」「商品開発」および「モノづくり」の各部門が、各々の研修プログラムと相互赴任による業務実践プログラムを展開しています。

海外関連会社出向者の声

開発本部からリンナイオーストラリアへ出向し、約1年になります。主な業務は新商品開発における日本との連携、現地情報のフィードバック、日本からの技術的なアドバイスの展開、各国グループ会社との連携など多岐にわたります。海外では自分一人で行える仕事は少なく、関係部門の協力が欠かせません。周囲の皆さんに支えられている事を日々実感しつつ、業務に励んでいます。文化・習慣が異なる人々との仕事では互いを良く知ることがとても大切ですが、1年たった今でも、まだまだ新しい発見があります。今後なるべく多くのことを吸収し、将来の発展に繋がりたいと思います。



リンナイオーストラリア株式会社 岡田 直也

Close Up

家族の生活を豊かにする取り組み

従業員の「心の教育」「生きがい」をテーマに、倫理観、コミュニケーション能力、人生設計、マネープランなど、生涯の生活を支えることを目的とした研修を「リンナイ従業員組合」が中心となり開催しています。また、「元気に働けるのは、明るい家族・家庭があればこそ」との信念のもと、全国的に「和づくり」の親睦活動として、家族を含めた交流の機会づくり（スポーツ大会・バーベキュー大会など）を推進しています。

全国イベント	参加者	
全国イベント	中部スポーツフェスティバル（大日総合グラウンド）	1664名
	ウォーキングフェスティバル（東山動植物園）	1448名
	関東フェスティバル（葛西臨海公園）	179名
	関西フェスティバル（万博記念公園）	197名
	全国プロジェクト（BBQ）札幌・東北・新潟・静岡・広島・九州	計571名
年代層別研修会	パーソナルデザイン研修	80名
	ライフデザイン研修	59名
	セルフセミナー	88名
	新入社員コミュニケーション研修	136名

Braves Family Day



リンナイアメリカでは、2012年7月に家族感謝デーとしてアトランタ地元チームBravesの試合観戦に従業員およびその家族を招待しました。

労使関係・人権

●人権・人格の尊重に関する考え方

当社グループは人権・人格の尊重は欠かすことのできない企業運営の基本であると考えています。性別、年齢、国籍、身体的特徴などに基づくあらゆる差別的な取り扱いを一切禁止しています。また、国連フレームワークやISO26000などの考え方を参考に、「リンナイグループ倫理綱領」に反映しています。

●女性登用の拡大

当社の商品は、女性のアイデアや意見が非常に重要であり、商品企画部門、販売企画PR部門、ルート営業部門および、製造部門を中心とし、女性の特性を活かし様々な職務で幅広く活躍しています。また、総合職（基幹職）に占める女性の割合も年々増加しており、役職者への登用も積極的に行っています。国内では、2013年4月時点で、女性の主任・係長職は55名（全総合職の2.4%）となり、2006年の約2倍となっています。

公正で多様な雇用

●定年退職後の再雇用と活躍支援

当社グループでは定年退職後の再雇用制度を積極的に推進しています。これは熟練層の社員にその能力を引き続き発揮してもらうとともに、次世代へ技能やノウハウ、「リンナイ精神」を円滑に伝承することを目的としたものです。現在、この制度のもと160名が活躍しています。65歳までの1年契約で、フルタイム・隔日・短時間勤務の3つの雇用形態を設定。各人の希望する多様なライフスタイルに応じています。この制度により、本人の指導者・支援者としての生きがいと働きがいを高めるとともに、職場風土と活力の維持・向上を図っています。

労働安全衛生

●労働災害発生状況

『リンナイ全社安全衛生委員会』を国内グループの運営組織として、「労災：0件」を目標に2012年度も活動してきましたが、残念ながら国内グループ全体での労働災害件数は、36件（前年比+5件）となりました。労働災害の発生部門の内訳と占有率は、生産部門29件

（93%）、営業部門5件（7%）、開発部門2件発生で、災害発生要因の上位は下記のようにになりました。

1位 設備、材料で手足を切傷	：11件（31%）
2位 設備、治工具に挟まれ切傷、骨折	：8件（22%）
3位 転倒による手足の切傷、打撲、骨折	：4件（11%）

この結果を考慮し、2013年度改善計画には職場別および内容別に保護具着用のあるべき姿を一から見直し、「ルール化と標準化」を図って遵守することを重点課題として取り組みます。

●交通安全活動の推進

従業員による交通事故の撲滅を図るため、様々な施策や啓発運動を実施しています。「社有車運転許可」取得者とマイカー通勤者を対象に、自動車安全運転センターから運転記録証明書を取得し、事故・違反を正確に把握するとともに本人への法令遵守意識の向上をめざしています。また、安全運転エコドライブ推進システムを一部で導入し、毎日の運転記録を確認することで、安全意識向上とともに、燃費改善が達成され環境対策にもなっています。さらに、新入社員には、自動車学校の協力を得て社有車での運転実技・動画を活用した危険予測研修や交通法規の再徹底適性検査などを実施し、安全運転への意識を高めています。



自動車学校での安全運転講習

健康への配慮

●メンタルヘルスケア

「心の病気の未然防止」と「ストレスの早期発見」を目的とした、メンタルヘルスケアによる健全な職場づくりを推進しています。2012年度は、日頃のストレスに気づき、その対処方法を身につけることを目的とした「ストレス・セルフケアセミナー」と、管理監督者として部下の管理と対処方法を学ぶ「管理監督者基本セミナー」およびグループワークを中心とした「管理監督者応用編セミナー」の3コースを22回実施、428名が受講しました。また、個人的に職場の悩みだけでなく地域社会や家庭面での悩みになどについても相談できる外部ケアの取り組みも導入しています。

地域・社会とともに

当社グループは、積極的、主体的かつ継続的に様々な社会貢献活動に取り組んでいます。
世界各地で地域に密着した活動を展開しています。

地域・社会とのコミュニケーション

●老人福祉施設を訪問



リンナイブラジルヒートテックテクノロジー(有)は、2012年9月にモジ市にある老人福祉施設「Pró+Vida」を訪問しました。大人用おむつや食料品を寄贈し、施設の皆様との会話を楽しみました。

●山登りチャリティー



リンナイUK(株)は、2013年7月に社員とその家族がウェールズのスノードン山1,085mに給湯器を担いで登るイベントを行いました。これは非営利の団体「Ciaran's Cause」に寄付する2,000ポンドを募るために企画したものです。

Close Up

中川運河再生事業の支援

中川運河は、かつて外船荷物を名古屋港から名古屋市中心部へ結ぶ運搬路として栄えていました。しかし、鉄道、自動車運送の発展に伴って、運河利用が激減し、今ではほとんど活用されていません。開通80周年を迎えた2010年から、名古屋の新たな都心軸として中川運河再生をめざし企画されたアートイベント「中川運河キャナルアート」が毎年10月に開催されています。舞踏家・浅井信好氏による公演や地元のヴァイオリン教室で学ぶ子どもたちによる演奏会、キャンドルの幻想的なあかりで中川運河を灯すなど、運河を舞台に様々なイベントが催されました。

当社は地元企業として、行政・地域・企業が連携して進める中川運河再生事業への支援を行っています。さらに、2012年度より「中川運河再生文化芸術活動助成事業」へ総額1億円を寄付することを決定しました。今後も市民とともに中川運河の活用・再生に協力し、まちづくり活動を進めていきます。



当社の本社近くを流れる中川運河

中川運河を灯す無数のキャンドル

キャンドルを装飾する参加者の皆さん

※「中川運河再生文化芸術活動助成事業」とは
名古屋市、名古屋港管理組合が策定した「中川運河再生計画」の趣旨を踏まえ、公益財団法人名古屋まちづくり公社名古屋都市センターが、同再生計画の「にぎわいゾーン」における市民の交流・創造活動を継続的に支援するために実施する文化芸術活動への助成事業です。

文化・スポーツ支援

●世界最大の長距離リレーを支援

リンナイアメリカ(株)は、アメリカで開催される約300kmを最大12人で繋ぐ世界最大の長距離リレー「ラグナーリレー」の中継地点2か所及び最終地点にシャワールームを設置し、支援・協力しました。



ラグナーリレー

児童・生徒とのコミュニケーション

●小学生の工場見学実施

各工場では地元の小学生などの工場見学に協力しています。生産ラインの設備の紹介、組み立て方や商品の説明など、モノづくりについての社会学習の場として活用していただいています。



瀬戸工場

●高校生実習生の受入れ

当社グループでは、高校生が工場や事務所で働くインターンシップに協力し、毎年積極的に受け入れています。



能登テック(株)

従業員による活動

●美化活動への参加

当社グループ各事業所は、事業所周辺や通勤路の清掃をはじめ、地域主催の美化活動などに参加し、地域に根ざした活動を行っています。



アール・ティ・エンジニアリング(株) 会社周辺

●新病院の植樹祭に参加

リンナイテクニカ(株)では、2012年度に静岡県掛川市にて「いのちを守る希望の森づくりプロジェクト」として行われた中東遠総合医療センターの植樹祭に参加しました。



植樹祭の様子

●献血活動

アール・ビー・コントロールズ(株)では、毎年8月と2月の2回「愛の献血」を実施しています。毎回100名以上の社員が参加しています。



献血の様子

環境理念(方針)

持続可能な社会・地球のために、「環境基本理念」に基づき、
全ての事業活動で環境に配慮した取り組みを推進しています。

リンナイは創業以来、「熱を通じて快適な暮らしを
社会に提供する」を企業使命として、長年培ってきた
「熱」と「暮らし」の調和に関する全てのノウハウを活
かし、持続可能な発展をめざした地球環境保全に

寄与するよう努めてきました。同時に、私たちの様々
な活動が環境と深く関わっていることを認識し、本業
を通じた環境への配慮を優先課題として取り組んで
います。

環境基本理念

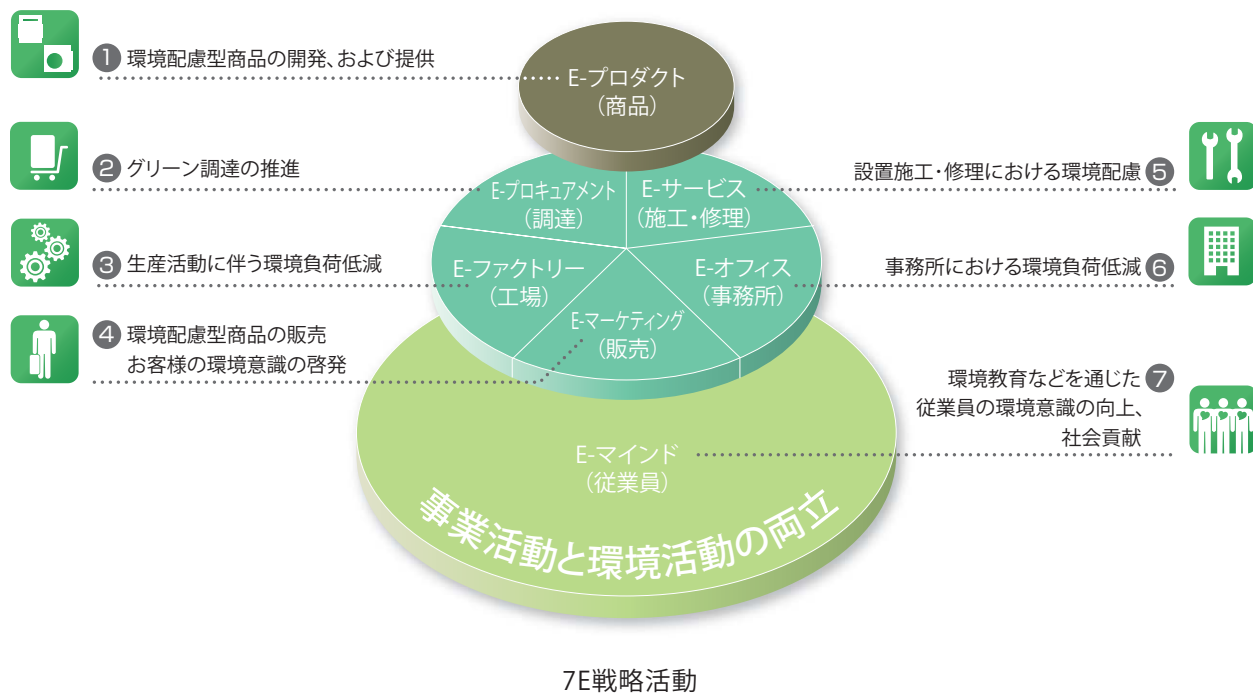
リンナイは、人と地球にやさしい優れた技術の追求と、人間性豊かな製品の開発・生産活動・販売・サービスなどを通じて、
地球規模での環境保全に取り組み、社会に貢献することを基本理念とする。

環境スローガン

『私達は英知を結集し、人と地球にやさしい環境に配慮し、行動します。』

環境基本活動

全事業域で全員参加の環境活動を推進（7E戦略活動）



環境行動計画の実績

2012年度の主要取り組み(マネジメント、7E活動)の目標と実績について、報告します。

年度目標に対する達成度の自己評価基準
○達成 △未達成 ×未実施

取り組み項目	基本行動計画	2012年度目標	評価
環境マネジメントシステム	グループ全体での環境マネジメントシステムを構築し、連携した活動により環境パフォーマンスの向上を図る	営業1支社・1支店、1海外拠点 3拠点のISO14001認証取得	○
E-プロダクト (商品)	使用時の省エネを目的としたダブルハイブリッド給湯・暖房システムをはじめとする機器の高効率化、待機電力低減への取り組み、省資源を目的とした小型・軽量化など環境配慮型商品の開発を継続的に行う	・ダブルハイブリッド給湯・暖房システムの開発 ・高効率機器の開発・待機電力の低減 ・軽量化エコジョーズ熱源機の開発 ・製品アセスメントの実施	○
E-プロキュアメント (調達)	サプライヤーおよびグループ会社と連携し、環境に配慮した原材料・部品(省資源、省エネ、リサイクルなど)の調達を推進する	E-調達基準書に準拠した材料の使用推進 化学物質管理の強化	○
E-マーケティング (販売)・E-サービス (施工・修理)	高効率商品の販売拡大	お客様使用時における給湯器のCO ₂ 排出量削減 ▲4.3万t-CO ₂ /年	△
E-マインド (従業員)	従業員への環境教育・啓発活動を積極的に行い、環境意識の向上を継続的に図る	・年度計画に従った教育活動を推進 ・環境教育やイベントを通じて生物多様性とのつながりの理解を深める	○
E-ファクトリー (工場)	CO ₂ 排出量原単位※1の低減 2014年度までに2009年度比▲5%以上	2009年度比▲3%以上	○
	ゼロエミッションの継続(再資源化率99.5%以上) 廃棄物排出量原単位※2の低減 2014年度までに2010年度比▲4%以上	ゼロエミッションの維持・向上 2010年度比▲2%以上	○
	有害化学物質取扱量原単位※3の低減 2014年度までに2010年度比▲4%以上	2010年度比▲2%以上	○
	水使用量原単位※4の低減 2014年度までに2010年度比▲4%以上	2010年度比▲2%以上	○
E-オフィス (事務所)	2014年度までに事務用品やOA機器のグリーン購入比率91%以上 (拡大した品目含む)	90.5%以上	○

※1 CO₂排出量原単位＝CO₂排出量／売上高 ※2 廃棄物排出量原単位＝廃棄物排出量／売上高 ※3 有害化学物質取扱量原単位＝有害化学物質取扱量／売上高
有害化学物質＝PRTR法に定める第1種指定化学物質 ※4 水使用量原単位＝水使用量／売上高

事業活動と環境影響



環境に配慮した商品開発

当社では、地球温暖化防止、資源の循環的利用など、環境配慮設計を基本に快適な生活づくりに役立つ技術の研究と商品開発を進めています。

ハイブリッド給湯・暖房システムECO ONEの更なる普及をめざして

高効率ガス給湯器「エコジョーズ」と空気の熱を利用する「ヒートポンプ技術」を融合させた新発想の環境配慮型商品「ハイブリッド給湯・暖房システムECO ONE」の開発がスタートしてはや7年。2012年モデルでは、1次エネルギー効率を初期モデルの112%から125%まで上げ、業界最高水準※1の省エネを実現しました。

※1 住宅の省エネルギー性能の判定プログラム(独立行政法人建築研究所[協力:国土交通省国土技術政策総合研究所])に基づく1次エネルギー消費量算定の結果、ECOONEは、日本で使用されている電気・ガス・石油給湯機器の中で、給湯1次エネルギー効率が最も高い機種となりました。

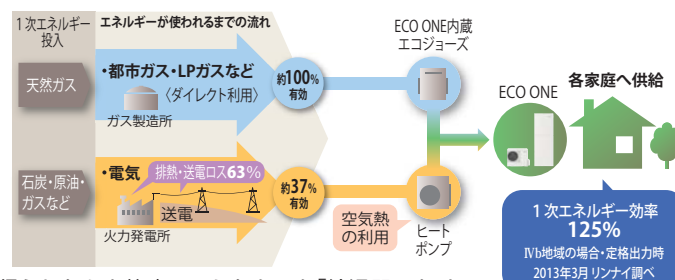


Column

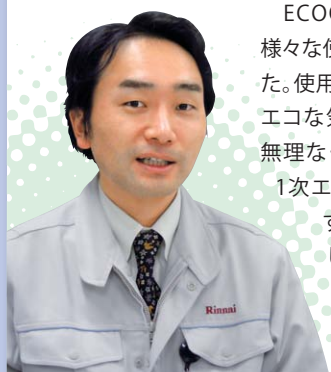
1次エネルギー効率とは

石炭・石油・天然ガスなどの自然界にあるままの姿のエネルギーを1次エネルギーといいます。私たちはこの1次エネルギーを電気や都市ガス・プロパンガスなどの使いやすいカタチに変えて利用してきました。さらに給湯器の場合、電気やガスを熱エネルギーに変換し「お湯」を得ています。投入した1次エネルギー量に対し、どれだけのお湯を得られたかを比率で示したものを「給湯器における1次エネルギー効率」と呼びます。この数値が大きいほど省エネ性に優れた商品と言えます。

〈ECO ONEの場合〉



開発者の声



どんなライフスタイルの方々にも、快適な省エネライフを送っていただきたい

ECOONEの開発では、機器の省エネ性を高めると同時に、様々な使用シーンを想定し「快適さ・使いやすさ」にこだわりました。使用状況に合わせて最適な給湯を行う「おまかせモード」やエコな気づきを与える「ECOお知らせ機能」など、暮らしの中で無理なく省エネが進められるような工夫も取り入れています。1次エネルギー効率の更なる追求、さらに構造をシンプルにすることで材料使用量を削減するなど、今後も商品を通じた環境配慮が少しでも進むよう邁進していきたいと思っています。

開発本部 新技術開発部 主事 小川 英朗

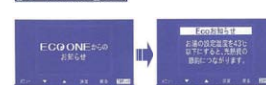
ECO ONEのエコな使い方

リモコン設定の工夫



① おまかせモード
ECOONEの使用状況を学習し、ムダなく、最適な給湯を行うことができます。

② エネチェック
効果を実感しながら、最適なエネルギー消費量の削減が可能です。



③ ECOお知らせ
使用状況に合わせた省エネアドバイス機能を搭載

省エネルギー・省資源への取り組み

厨房 アセアン地域向けガスコンロ



RB-7902Sシリーズ



点火・火力調節時には、つまみをスライドします。

省 エ ネ

- 中華鍋対応の大きなバーナー搭載で、熱効率42%から46.5%にアップ(LPガス仕様の場合)

省 資 源

- 部品重量を減らしたエコ設計
コンロバーナー約1kgの軽量化(当社従来品比74%削減)
- 部品の90%以上をリサイクル可能な材料で構成
- 煮こぼれが器具の内部に入りにくい仕様(シールド構造)で部品の耐久性アップ

安全性・利便性

- スライド式の調節機構を採用し、火力調節が容易(いたずら点火防止機構付)
- 乾電池の点火のため、停電時にも使用可能



GOOD DESIGN

給湯 ガス給湯暖房熱源機 (RUFH-EM2402シリーズ)



RUFH-EM2402AFF2-1



搭載機能



給湯+お風呂のおいだし+暖房
の3つの機能を備えたタイプ

省 エ ネ

- 排熱利用により、熱効率約95% (給湯)・約89% (暖房)
- 待機電力を2.4W以下に低減

省 資 源

- 約2kgの軽量化(当社従来品比4.2%削減)

戸建て・集合住宅向け・業務用など、多様な設置条件・要求などに対応するため、2009年から様々なタイプの高効率給湯器「エコジョーズ」を開発。バリエーション展開を進めています。

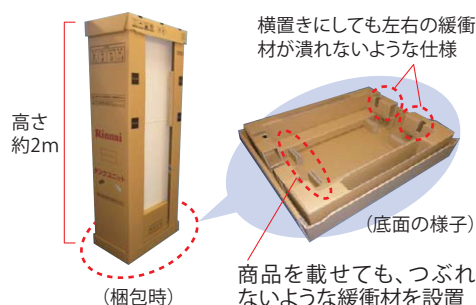
Close Up

ECO ONEが2012日本パッケージングコンテストで「大型・重量物包装部門賞」を受賞

高さ約2m、50kg超のタンクにおいて、ダンボールのみを使用した梱包設計に取り組みました。木材など同等の強度を確保するほか、横置き輸送にも対応しています。また、梱包作業工数を大幅に低減しました。



表彰状



高さ
約2m

横置きにしても左右の緩衝材が潰れないような仕様

(底面の様子)

商品載せても、つぶれないような緩衝材を設置

空調

スプラッシュミストサウナ※2付浴室暖房乾燥機



〈ミストサウナ付き〉

RBHM-C337K1P

RBHM-C337K2P

RBHM-C337K3P

〈ミストサウナなし〉

RBH-C336K1P

RBH-C336K2P

RBH-C336K3P

省 エ ネ

エコ乾燥モード※3の採用でCO₂排出量を約60kg-CO₂/年削減(当社従来品比32%削減)

省 資 源

- ミスト運転時の水使用量を約9m³/年削減(当社従来品比50%削減)
- ミストユニットを改良し、約4kgの軽量化(当社従来品比25%削減)(1室換気型の場合)

※2 ミストサウナ:浴室で目に見えないほどの小さな粒子(温水:40℃)を吹きかけ全身を包みます。低温でも十分発汗でき、美容効果・新陳代謝の促進などに寄与します。

※3 エコ乾燥モード:涼しい風でゆっくり乾燥させた後、乾燥運転で仕上げます。RBHM-C337シリーズ、RBH-C336シリーズに搭載しています。

環境に配慮したモノづくり

創業以来蓄積してきた「モノづくりの技術」と、実践すべき「仕事の手法」など、優れたモノづくりの継承と共有により、様々な技術革新を通じて環境負荷を低減すると同時に、トップクラスの環境効率や高い資源生産性を追求し、環境保全に配慮した事業活動を積極的に展開しています。

モノづくり革新の追求

取引先様とのチームワークで、環境改善活動を推進
～全ての給湯器に使われている「パッキン」に着目～

●主な改善テーマ

- ・パッキンの「抜き加工レイアウト」を見直し、材料取りの最適化を実施
- ・のり付け・抜き加工設備の一本化ラインを構築
- ・輸送ロス削減によるエネルギー使用量削減
- ・取り出しやすく、入れやすい荷姿（梱包仕様）へ変更



材料歩留まり向上のための打ち合わせの様子

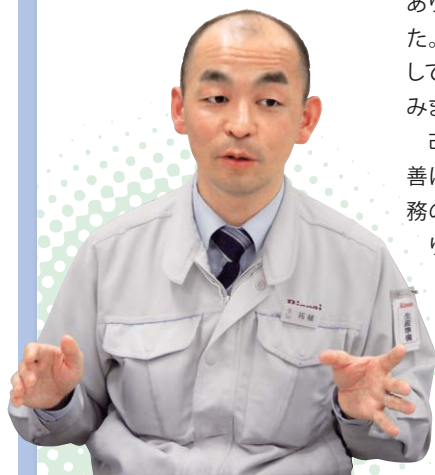


廃棄物排出量削減効果：約7t/年



CO2排出量削減効果：約2t-CO2/年

担当者の声



現場の管理状況を徹底把握 全員参加の環境改善を展開

モノづくりの過程で発生するゴミや作業ロスなどのムダは、環境にも生産性にも良くありません。廃棄物置き場をチェックするなど、現場の管理状況を徹底的に見直しました。全ての給湯器に使われている「パッキンの製造工程」に着目し、加工時大量に発生していた材料ロスを切り詰めるため、取引先様・設計者など多くの関係者とともに取り組みました。

改善を進めるポイントは人と人との面と向かったコミュニケーション。個別の工程改善に加え、各工程のつなぎ部分にも目を向けたことにより、生産工程だけでなく物流業務の効率化にもつながりました。あわせて、過去から続いていた梱包方法を見直し「取り出しやすく・入れやすい」荷姿へ変更するなど、後工程の作業のしやすさにも配慮しています。

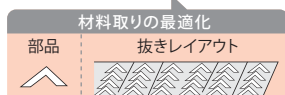
自分たちのアイデアが世の中に出ていくことにやりがいを感じています。今後も省エネルギー・省資源を重要な課題として位置づけ、課題解決型のモノづくりをめざします。

瀬戸工場 生産準備課 主査 柘植 悟

【事例1】のり付け・抜き加工設備の一本化ライン構築



【事例2】 抜き加工レイアウトの 見直し



【事例3】部品梱包の見直しによる仕分け・出荷作業の簡素化



地球温暖化防止への取り組み

従来の省エネ活動とともに、東日本大震災以降、夏期節電期間における電気使用量を削減すべく、徹底的なムダ取り活動を実施しています。

国内事業所における夏期（6～9月期）の節電効果

【節電量】129万kWh 【節電アイテム数】390件

※節電量は2010年同期使用量の15.8%に相当します

事例紹介

電力監視システムによるピーク警報の発令 (生産技術センター)

電気使用量が設定値の上限に達した時に、従業員へメールで警報を発令する仕組みを構築し運用しました。



電力監視モニター

事例紹介

省エネ照明への変更 (大口工場)

工場建屋の天井や、通路誘導灯などをLED照明やHf式蛍光灯へ切り替えることで、電気消費量を削減しました。

- ・電気使用量の削減
22,013kWh/年
- ・CO₂排出量削減効果
約8t-CO₂/年



省エネ照明への切替え

●その他の節電・省エネ取り組み (抜粋)

更新・新規導入 (投資あり)	太陽光発電装置の導入、高効率照明・空調機器への更新
運用の最適化 (製造系)	コンプレッサー設定圧力の最適化、ボイラーの排熱利用
その他	早朝残業制度の導入(夜残業の制限・早朝時の冷房不使用)、グリーンカーテンなどを利用した空調負荷抑制

水への配慮

水資源を重要な資源と認識し、事業活動において水の使用量削減に取り組んでいます。

事例紹介

試験水の再利用 (技術センター)

風が給湯器の「燃焼」や「排気」に与える影響を評価する耐風試験において、大量に使用する試験水を再利用できるように水回路を改修し、年間約1,000m³の水使用量を削減しました。



耐風試験装置の外観



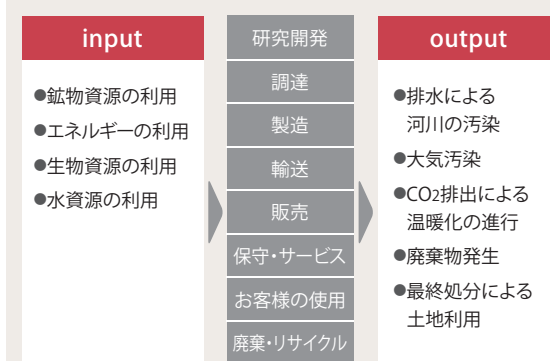
ガス給湯暖房熱源機

生物多様性への対応

社会の持続性を支えている生物多様性の保全は、今や人類にとって急務の課題です。企業として、生物多様性との関わりを認識し、生態系から得られる便益の持続可能な利用を視野に入れた活動が求められています。各事業所では、環境負荷低減を通じて、生物多様性保全に寄与する活動を推進しています。



リンナイグループの事業活動と生物多様性への影響



リンナイ株式会社

<http://www.rinnai.co.jp/>



この報告書は、
有害な廃液が出ない
"水なし方式"で
印刷しています。