

**Rinnai**



CSRLレポート  
2015  
Corporate  
Social  
Responsibility  
Report 2015

# 品質こそ我が命 明人

## 会長メッセージ

1920年の会社創業以来、リンナイは「和・氣・眞」という社是のもと、熱を通じて社会に快適な暮らしを提供し続けてきました。日本だけでなく、世界16カ国・地域に拠点を持つ「総合熱エネルギー機器メーカー」として成長した今日も、その姿勢は何ら変わることがありません。

中でも「品質こそ我が命」を最も優先すべき理念と位置付け、その取り組みを強化しています。商品の開発・生産はもちろんのこと、物流、お客様対応、アフターサービスなど、事業活動全てにわたってさらなる品質向上をめざし、日々研鑽を重ねています。

海外においては、当社が日本で培った品質へのこだわりを持ちつつ、現地の社会や文化、消費者ニーズに適した商品の提案を行っています。海外現地法人では原則としてその国・地域の人を経営トップに迎えるなど、法人自体の現地化も積極的に推進しています。

その一方で地球環境保全のための活動にも力を注いでいます。省エネルギー、地球温暖化対策への貢献は、「総合熱エネルギー機器メーカー」である当社に課せられた大きな使命であると認識し、環境にやさしく、高効率な熱エネルギー機器の開発・普及に力を注いでいます。

さらに少子高齢化が進む日本においては、これまで以上にどのような年代の人も「安全で快適な生活」を送ることができる住環境が求められています。我々は今後も「安全・安心、快適で、環境にやさしい」熱エネルギー機器を追求し、社会に貢献していきたいと考えています。



代表取締役会長

内藤 明人

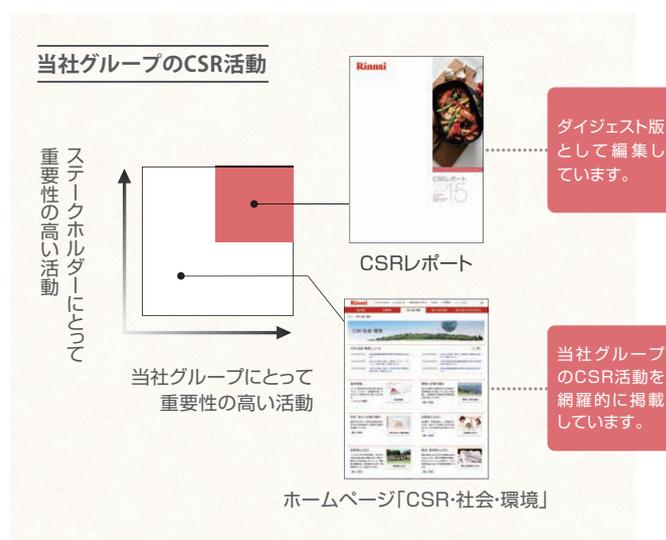
## CSRレポート2015

### ●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、より多くの皆様に当社グループの活動へのご理解を深めて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ほかの取り組み事例、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。



## CONTENTS

会長メッセージ	01
社長メッセージ	03
リンナイグループの事業紹介	05
企業理念・事業活動ビジョン	07
中期経営計画	09
リンナイグループのCSR	11
リンナイグループのバリューチェーンと社会への影響	13
CSR重要課題(マテリアリティ)の特定	15
環境への取り組み	17
安全・安心への取り組み	21
ステークホルダーとのコミュニケーション	25
マネジメント体制	33

### ●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

2014年度(2014年4月1日~2015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Ver4」  
ISO26000:2010  
環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」  
環境省「環境会計ガイドライン(2005年版)」

### ●発行時期

2015年10月(次回:2016年9月予定 前回:2014年10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

「熱と暮らし」のあり方を見つめ  
「安全・安心で、快適・健康的な暮らし」と  
「地球にやさしい」社会の実現に貢献します



代表取締役社長

内藤弘康

ハイブリッド給湯・暖房システムなど  
高効率で環境負荷の少ない商品を提案

中期経営計画「ジャンプUP 2014」の最終年度にあたる2015年3月期は、日本国内において消費増税による駆け込み需要の反動はあったものの、海外市場が堅調に推移。さらにリンナイインドネシアの連結化などによって5期連続の増収となる売上高2,950億円（前期比2.8%増）を達成しました。一方、営業利益は利益貢献度の高い日本とオーストラリアの利益減が響き、307億円（前期比9.5%減）になりました。ただし売上高営業利益率は10.4%の高水準を保っています。

当社グループは「総合熱エネルギー機器メーカー」として、「快適で安全・安心、地球環境にやさしい生活」を提案しています。当社の事業そのものが社会に貢献できると考えています。

具体的には高効率ガス給湯器エコジョーズにヒートポンプの技術を組み合わせたハイブリッド給湯・暖房システムECO ONE（エコワン）など、CO<sub>2</sub>（二酸化炭素）の排出量が少なく、環境負荷が少ない商品の普及に努めています。昨年は消費税率上昇などの影響でこれらの普及が想定よりも進みませんでした。今後もその優位性と意義を社会に向けて強くアピールし、普及に力を入れていく考えです。ECO ONEについてはこの4月に世界最高レベルの省エネ性を実現した第3世代モデルを発売しました。こうした高効率・省エネルギーを実現した熱エネルギー機器が、今までなかなか進まなかった家庭からのCO<sub>2</sub>排出量削減につながるものと確信しています。さらにこれらの取り組みのほかに、未来の「熱と暮らし」のあり方も追求、スマートハウスや家庭

用エネルギー管理システムHEMSへの対応も進めています。

また、昨年引き続き、「温度のバリアフリー化」にも力を注ぎます。急激な温度差によって浴室で亡くなる人の数は年間約1万7,000人。浴室暖房乾燥機を普及させることによって、浴室での事故を減らすことができると考えています。



### 「品質こそ我が命」が原点思想 常に品質の向上をめざす

リンナイにとって原点になる思想が「品質こそ我が命」。国内外で「品質」を向上させる取り組みを強化しています。全社で故障やクレームなどのデータを共有、部署を超えた体制で問題点を改善しています。さらに海外拠点の間でモノづくりに関する情報交換を活発に行い、よい取り組み事例を相互に取り入れるなど、品質向上のための努力を日々行っています。

安全面の取り組みとしては、「長期ご使用製品の保守点検制度」による点検の実施があります。これは長期間使用されている商品をメーカーが点検するというものです。点検体制の構築や、点検対象機器の把握など、課題はありますが、消費者の皆様の安全を確保できるように努めてまいります。

なお、2014年に不具合が発覚した株式会社ガスター製造・当社販売の浴室設置型FF式ガスふろ給湯器の一部機種、2012年に同じく不具合が判明した食器洗い

乾燥機の点検・修理、部品交換を全社挙げて進めています。利用者、関係者の皆様に大きなご迷惑をおかけしたことを改めてお詫びするとともに、最後の一台の修理が完了するまで、全力を尽くします。

### 女性が活躍しやすい環境を整備 海外は現地化と労働安全意識向上に取り組む

これまで当社では女性従業員の活躍に向けた環境整備に取り組んできました。その結果、実際に各制度を活用する女性従業員も増加、外部から認証や表彰をいただくようになりました。具体的には育児休業制度や育児のための短時間勤務制度などのほか、一部部署で在宅勤務も試験的に実施。今後も従業員一人ひとりのライフスタイルに合った働き方ができる職場づくりを推進します。

一方、グローバルな面では新興国の拠点における労働安全の意識向上を図ります。当社グループでは、海外法人の経営層に現地の人を配置するとともに、その拠点の地元の人を雇用、現地の市場にあった事業展開を図ることを基本としていますが、労働安全意識に関しては日本と同じレベルにまで引き上げることを課題にしています。

社会貢献活動としては、各拠点で地域の状況に合った活動を行うほか、今年も引き続き中川運河再生計画を担う「中川運河再生文化芸術活動助成事業(ARToC10)」(事業主体: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)への寄付を行っています。この再生事業は、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た中川運河を市民の交流の場、芸術活動の発信地として再生しようとするもので、数多くのアートイベントなどが開催されています。

今後もリンナイは日本国内と世界において「熱と暮らし」をテーマに、「安全で安心、快適で健康的、そして環境にやさしい社会の実現」に向けて貢献していきたいと考えています。

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 (2015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] 9,682名 [単体] 3,630名  
 グループ会社数：41社(国内14社、海外27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。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。



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。



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

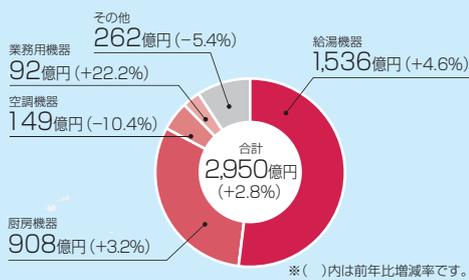
- リンナイ(株)
- 支社  
東北、関東、中部、関西、九州
- 支店  
北海道、北東北、仙台、新潟、東京、北関東、東関東、南関東、東海、静岡、北陸、長野、大阪、京滋、兵庫、中国、四国、福岡
- 研究所  
技術センター
- 工場・センター  
大口工場、瀬戸工場、旭工場、暁工場、生産技術センター、総合物流センター、リンナイパーツセンター

- (株)柳澤製作所
- リンナイテクニカ(株)
- アールピー・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)

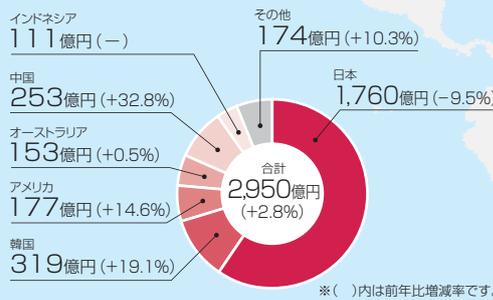
● リンナイカナダ  
ホールディングス(株)

● リンナイアメリカ(株)

### 機器別売上高 (2015年3月期)



### 地域別売上高 (2015年3月期)



● リンナイニュージーランド(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、心地よい空間づくりをめざし、様々な空調機器を開発しています。



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



業務用炊飯器/業務用コンロ/業務用オープン/業務用焼物器 など

## その他



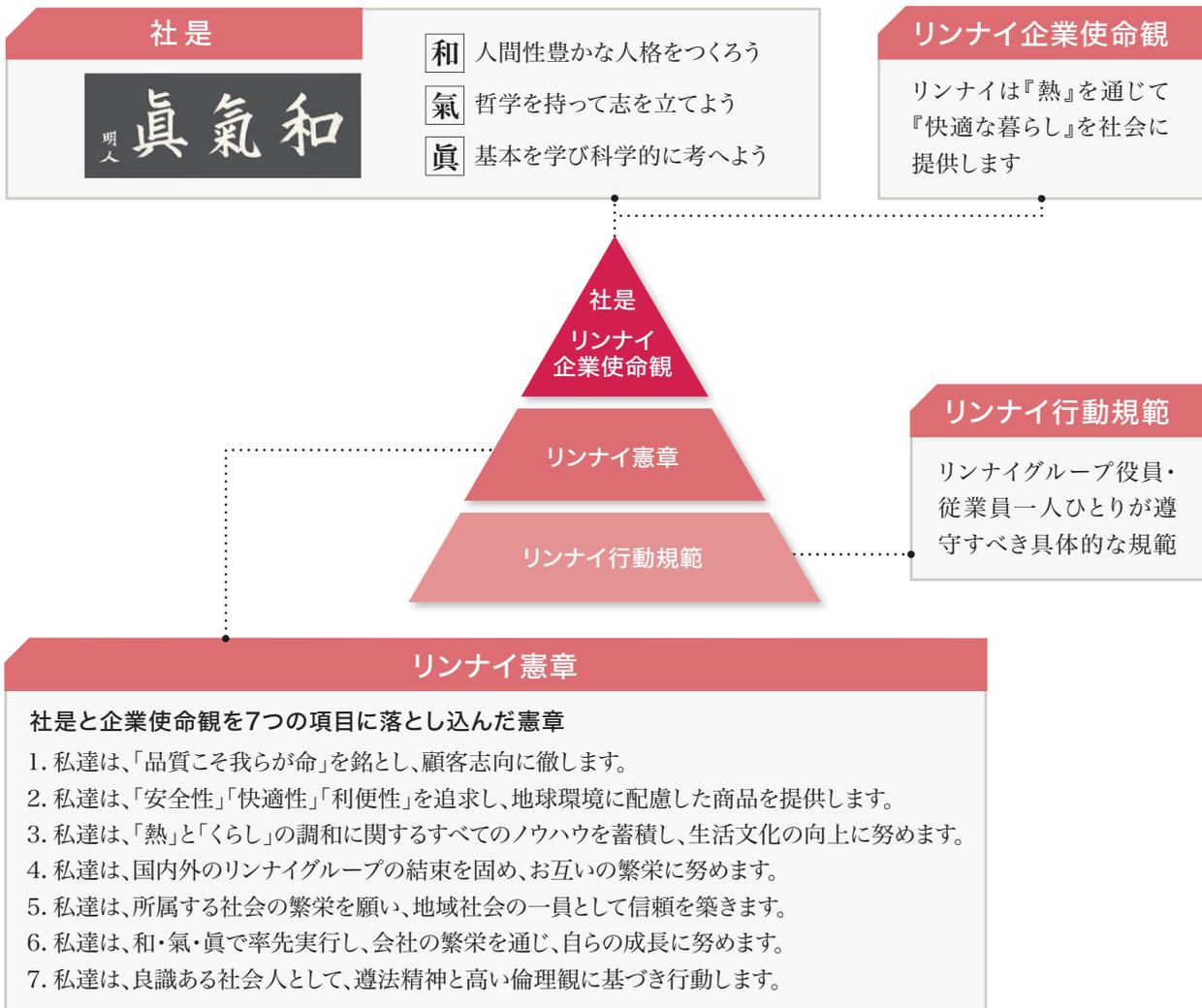
はやい  
乾太くん

衣類乾燥機/赤外線バーナー/部品 など

原点思想

品質こそ我らが命

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、「品質こそ我らが命」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。

## リンナイの源流

### 創業の精神を受け継ぎ、 確かな技術で「熱と暮らし」を創造

1918年11月のある日、今川焼きの店先に立ち寄った内藤秀次郎は、輸入品の石油コンロの青い炎に見られました。「こんなコンロを自分で作ってみたい」と思った秀次郎は、このコンロを店主に頼み込んで譲り受け、見よう見まねで作り上げた林内式石油ガスコンロがリンナイの源流です。

その2年後の1920年、内藤秀次郎は、名古屋ガス(現・東邦ガス株式会社)を退職し、同僚で幼馴染であった林兼吉とともに独立し「林内商会」(現・リンナイ株式会社)を設立しました。

以来、先進の熱エネルギー機器の開発に取り組み、近代化が進む日本の暮らしに少しずつ普及していきました。「熱を通じて快適な暮らしを社会に提供」することが創業当時から現在まで受け継がれる当社の企業使命であり、創業当時の林内式石油ガスコンロのカタログには、現在でも変わらない当社の社会への貢献の姿勢が記されています。

現在のリンナイのビジョンは、「熱と暮らし」「品質」「現地社会への貢献」の3つのこだわりを継承しながら、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することです。創業者の思いは、時代が変わり、商品が変われども、今も脈々と受け継がれています。



初代社長 内藤 秀次郎



創業当時の「林内式石油ガスコンロ」



二代目社長 林 兼吉

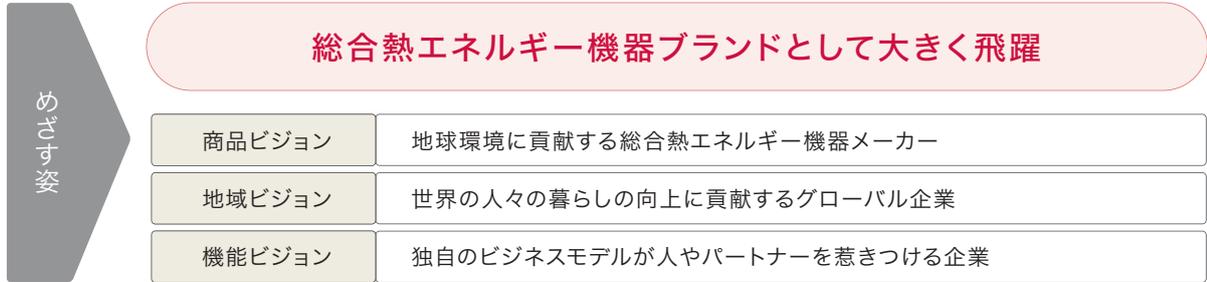
- 要約**
- 日常生活の大部分を占める燃料費の節約を急務とする弊社
  - 科学的製造の理想を実現
  - 従来の商品とその構造を異にする
  - 卓越した技術をもち責任を重んじ、信用を基礎として、製造能率の増進を図る
  - 社会に貢献する



林内式石油ガスコンロのカタログ

「生活の改善は先づ御臺所から」  
おだいじょうぶ

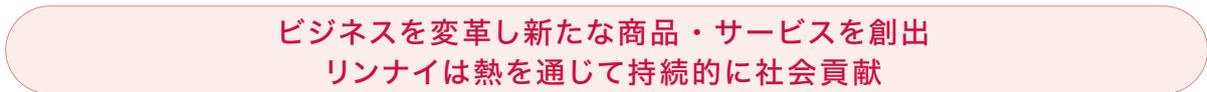
めざす姿 3つのビジョン



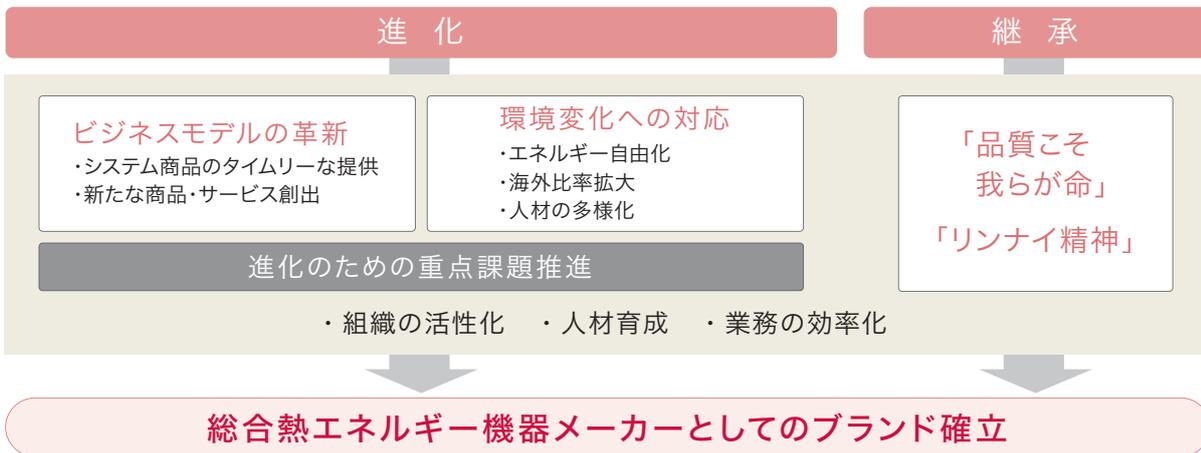
事業環境の見通し

	日本	海外・先進国	海外・新興国
背景	<ul style="list-style-type: none"> <li>電力・ガス自由化</li> <li>環境・省エネ政策推進 (ゼロエネルギーハウス など)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エネルギーの多様化</li> <li>環境規制の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>電力不足・ガス普及</li> <li>環境保全の推進</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口減少・高齢化 (労働人口減少・人材の多様化)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境・省エネと安全志向の高まり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生活水準向上</li> <li>中間所得者層増加</li> </ul>

2015～2017年は過去にない大きな変化局面



2015～2017年 中期経営計画「進化と継承2017」概略図



## 4つのビジネスモデル

### 国内のビジネスモデル

ECO ONE



ハイブリッド給湯・暖房システム  
ECO ONEを軸としてシステム商材  
主体のビジネスモデルに再構築

#### 生産体制

3カ年内、晓工場新工場棟建設予定  
ECO ONE 2017年度 年間3万台 突破  
(2020年度 10万台の目標設定)

開発・生産・販売プロセスの強化で国内成長の柱に

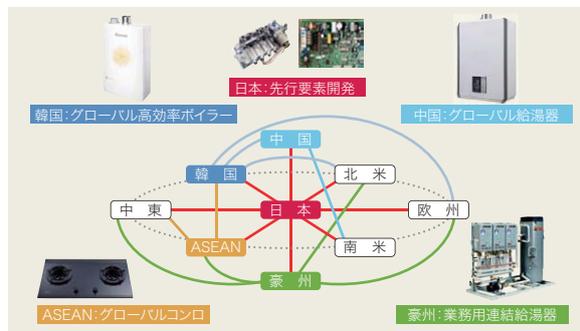
国内のビジネスモデルを加速させる体制構築



- 開発** ・生産技術開発体制の強化
- 営業** ・営業拠点のスペース拡充  
・サービス・物流体制の強化

### 海外のビジネスモデル

リンナイ グローバル技術ネットワーク

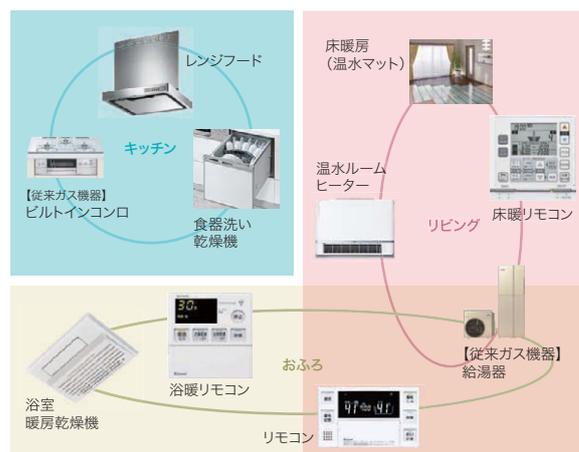


グループそれぞれの強み連携で相乗効果  
ローカルの集合体から技術連携型モデルに発展

日本を中心とした技術支援から、  
海外拠点それぞれが「強み」を活かす技術支援へ  
設計開発・生産技術の海外ネットワークモデル

### ガス機器周辺のビジネスモデル(国内)

ガス機器周辺商材を日本で効率良く生産し、競争力を確保



ガス機器以外の周辺商材を増やし、総合熱エネルギー機器メーカーとしてのブランドを確立

### 新分野のビジネスモデル

熱機器とジャンルの異なる新分野事業を拡大



ガス機器製造で培ったコア技術を応用  
モノづくりの強みを活かし暮らしに貢献

### 最終年度(2017年度)連結経営数値目標

売上高	3,500億円
営業利益	390億円
営業利益率	11.1%

## 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いと考えています。

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・製造・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



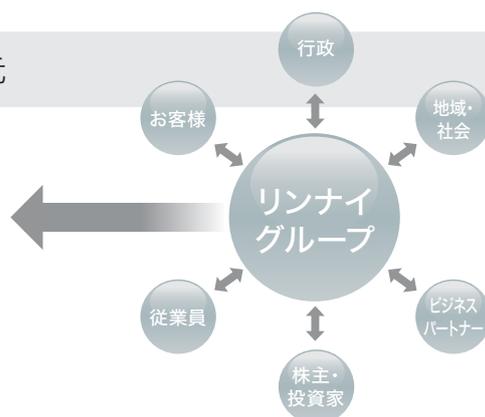
日本とは異なる気候・生活文化・習慣に合った商品・サービスを提供することを目的とし、現地生産・現地販売を基本に国外での事業展開を行い、現地の人々の生活文化の向上に貢献します。

## ステークホルダーの皆様への付加価値還元

ステークホルダーの皆様とともに当社の事業活動を通じて得た経済的価値を、ステークホルダーの皆様へ還元することによって、お互いの持続的な発展に努めます。

### サステナビリティ

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



## 環境理念・方針

さらに環境への取り組みについては、以下のような環境基本理念、環境スローガン、環境基本活動(7E戦略活動)を定めています。環境配慮商品による使用時における省エネルギーや、温室効果ガス削減への取り組みは

もちろんのこと、商品の開発・調達・生産・販売・廃棄時など、私たちの様々な活動があらゆる場面で地球環境と深く関わっていることを認識し、全事業域で全員参加の環境活動に取り組んでいます。

### 環境基本理念

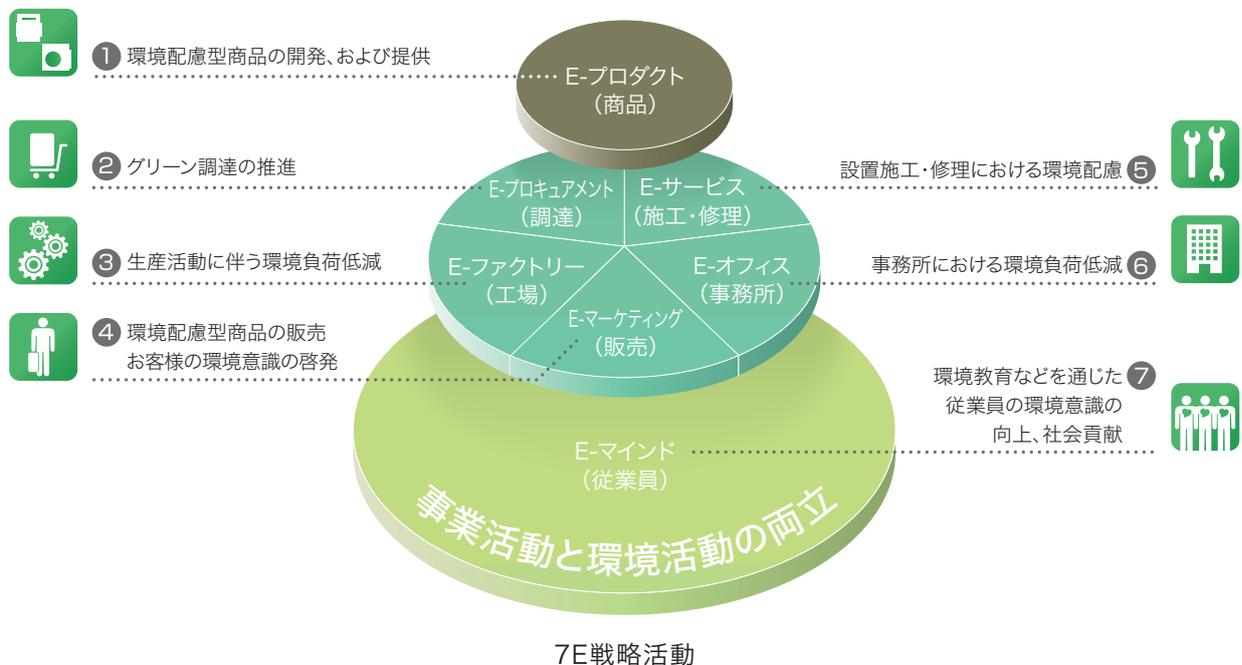
リンナイは、人と地球にやさしい優れた技術の追求と、人間性豊かな製品の開発・生産活動・販売・サービスなどを通じて、地球規模での環境保全に取り組み、社会に貢献することを基本理念とする。

### 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)



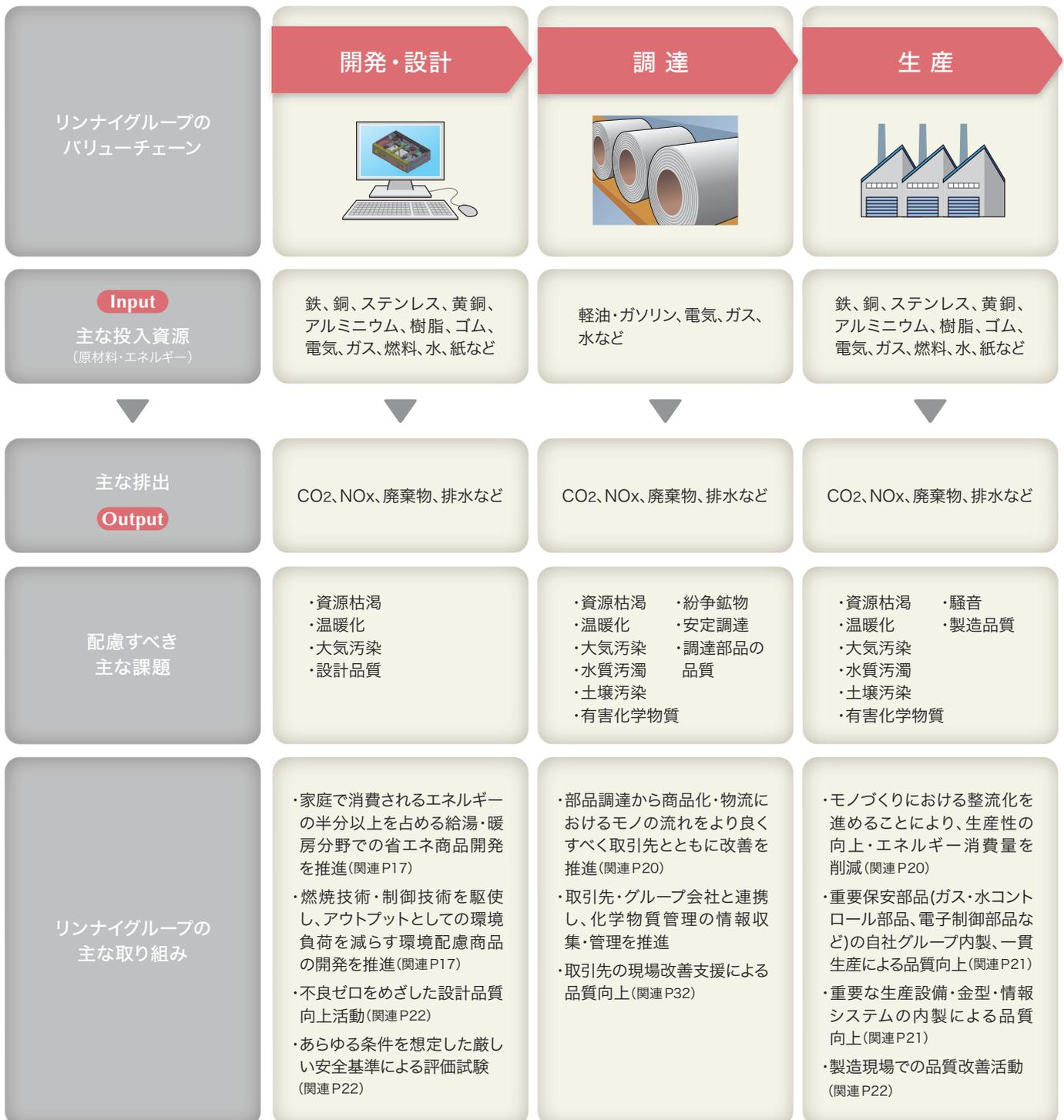
## CSRに関する国際的評価

当社は2004年から10年連続で世界的なSRI指標(インデックス)のFTSE4GoodGlobalIndexの組入れ銘柄企業に選定されています。



社会への影響とリンナイグループの取り組み

私たちの事業活動が、社会へあらゆる影響を及ぼすことを認識し、全事業域で社会的責任を全うすべく様々な取り組みを行っています。





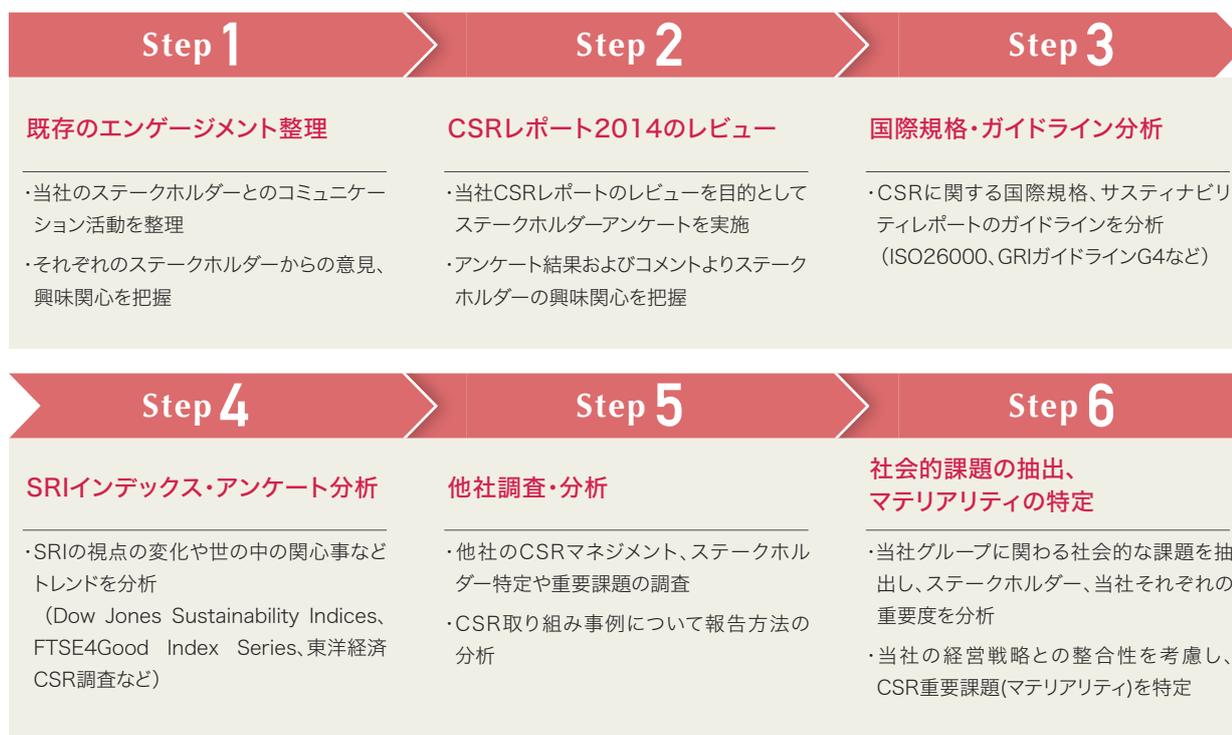
## CSR重要課題(マテリアリティ)の特定

### CSR重要課題の特定プロセス

ステークホルダーの皆様と当社グループのお互いの持続的な発展のため、当社グループは積極的に様々なステークホルダーの皆様の意見や期待の把握に努め、CSR活動に取り入れています。こうした継続的な活動が、企業価値の向上、ステークホルダーの皆様との成長、持続可能な社会の実現に寄与すると考えています。

また、ステークホルダーの皆様との日々のコミュニケーション活動や、様々なガイドライン・SRIインデックスの調査・分析を通じて、当社グループに関わる様々な社会的課題の把握に努めています。さらに、経営企画部門を中心に、経営戦略と照らし合わせ、CSR重要課題を特定しています。

#### 特定のプロセス



取り組み分野	CSR重要課題(マテリアリティ)	
<b>環境への取り組み</b> (P17～)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エネルギー消費量</li> <li>・CO2排出量</li> </ul>	日本では、家庭におけるエネルギーの半分以上が、給湯・暖房分野で使用されています。給湯・暖房分野のエネルギー消費量・CO2排出量の削減が大きな課題です。
<b>安全・安心への取り組み</b> (P21～)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者安全</li> <li>・品質向上</li> </ul>	商品の不良による事故をゼロにすることはもちろん、台所での火災事故、浴室での死亡事故を減らすことも大きな課題です。

## CSR重要課題(マテリアリティ)の特定

当社グループに関わる社会的な課題を抽出し、ステークホルダーの重要度、当社グループの重要度をそれぞれ分析し、CSR重要課題を特定しています。

この課題は、ステークホルダーの皆様の関心、影響度が高いことはもちろん、当社グループにとっても経営戦略上重要なテーマとして位置づけています。

### CSR課題の分類

●環境に関する課題 ●お客様に関する課題 ●その他の課題



※現時点において、特に重要と思われる課題を特定しています。

※特定した課題は、社会の変化に合わせて必要に応じて見直しを図ります。

### 対象地域・ステークホルダー

### 取り組み内容

対象地域：グローバル  
(主要な取り組み国：日本)  
対象ステークホルダー：全て

省エネ性・環境性を追求した給湯・暖房機器を開発し、家庭への普及を促進することを通して、使用時におけるエネルギー消費、および家庭から排出されるCO2の削減をめざします。

対象地域：グローバル  
対象ステークホルダー：お客様

商品を開発・製造・販売し、お客様のもとで使用を終えるまで「不良」を出さない「ZD(ゼロディフェクト：不良ゼロ)」をめざした取り組みと、家庭内での事故防止のための安全・安心情報開示、啓発活動を推進します。

## 家庭からのCO<sub>2</sub>排出量を大幅に削減する「ECO ONE」の普及をめざして

高い環境性能が認められ、2013年に省エネ大賞を受賞したハイブリッド給湯暖房システム「ECO ONE(エコワン)」。  
リンナイは、特に家庭からのCO<sub>2</sub>を大幅に低減させる「ECO ONE」を通じ、お客様とともに環境負荷低減への貢献を図っています。  
今回はECO ONEの普及に携わる商品設計者、設置施工・販売担当者の声を通じてリンナイが考える本業における環境への取り組みを紹介します。

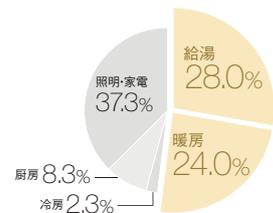


**1次エネルギー効率が138%**  
他機種と比べてダントツの高効率

家庭で使われるエネルギー用途のうち、半分以上を占めるのが給湯と暖房※1。ここから発生するCO<sub>2</sub>をいかに減らすかが、地球温暖化防止の大きな鍵と言われています。エネルギー消費とCO<sub>2</sub>を劇的に減らすECO ONEのさらなる普及を図るため、第3世代※2では様々な改良を加えました。

開発本部の所 寿洋は「第3世代では、環境性能と設置・施工面での課題解決に取り組みました」と語ります。環境性に関しては、1次エネルギー効率※3を従来の129%から業界トップレベルの138%に向上させました。

(※1)家庭の用途別エネルギー消費割合

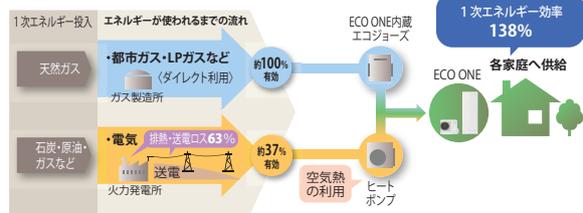


出所:資源エネルギー庁「エネルギー白書2014」より

(※2)ECO ONE初代～第3世代の変遷

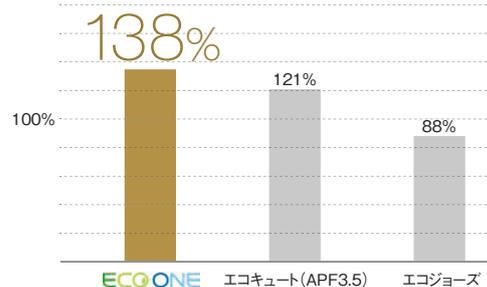


(※3)1次エネルギー効率とは?



石炭、石油、天然ガスなど、自然界にあるままの状態からどれくらいのエネルギー(お湯)が得られたかを比率で示したもの。電気・ガス・石油などの異なる機器であっても、同じ条件下で比較しています。

機種別1次エネルギー効率比較



●給湯使用時による効率(暖房使用は除く)  
●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(6地域)の条件を参考にリンナイ株調べ 2015年3月現在



開発本部  
所 寿洋

### 施工性の向上を追求

現場の声を集めて改善に取り組む

「今回の大きな改良点は何よりも『施工性の追求』にあります」(所)。給湯器のような住宅の設備機器は、工務店やビルダーが選択するケースがほとんど。環境性能が高くても施工しにくいものはどうしても敬遠される傾向にあります。「施工現場の声を商品開発に反映させました」(所)と話しています。

主な変更点は商品構造の見直しです。タンク・ガス給湯器・ヒートポンプそれぞれを、現場の敷地面積や状況に合わせて配置できる構造とし、今まで不可能だった狭小地における設置作業を可能にしました。また、狭い間口であっても搬入しやすくなっています。さらに、従来手作業で行っていたECO ONEの試運転作業を、スイッチ1つで行えるようにするなど、想定される条件を可能な限り洗い出し対応しました。



現場に応じた配置を可能に(スペース幅は業界最少)

### もう一つの環境性

#### 次世代冷媒 R32を採用

第3世代のECO ONEは、ヒートポンプの冷媒に代替フロンR32を採用しました。オゾン層破壊係数がゼロの物質であり、従来冷媒(R410A)に比べ、地球温暖化係数(GWP)が約3分の1と極めて低いという特長があります。

地球温暖化係数(GWP): 温室効果がどれくらいあるかを比較するために使われる指標。CO<sub>2</sub>の100年間の温室効果を1としたときの相対値で表し、値が大きいほど温室効果が高いことを示す。

### 難しいというイメージを払拭!

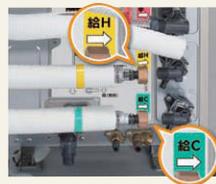
「目で見て分かる」ことで施工ミスを減らす

「ECO ONEはガスのエネルギーとヒートポンプによる空気の熱をミックスさせたハイブリッドシステム。システム機器のため設置・施工は難しいというイメージをもたれやすい。それをいかに解消するかが鍵でした」と話すのは、営業本部施工管理グループの後藤 敦司。工事説明書の簡素化や、配管接続部の色識別化を行いました。



#### 【事例1】かんたん施工マニュアルの制作

プラモデルの組み立て説明書のように、写真や図を用い組付け手順を見やすく伝える説明書を別途制作しました。



#### 【事例2】連結配管セットの開発

ECO ONEの施工では、タンクユニット間の配管を接続する必要があります。それぞれ接続間違いを起こさないよう色分けしました。

また、商品の発売前に全国9営業拠点に施工業者の方々を招いて講習会を開催しました。「設置施工時における注意点やポイントを伝え、商品をもっと知ってもらい、施工性の向上に努めました。実際に電話による問い合わせ件数も減っています」(後藤)。

営業本部 施工管理グループ  
後藤 敦司



「住」における  
省エネルギー推進の流れとともに

日本では、2020年に向けて住宅・建築物の省エネルギー基準適合住宅義務化の流れが進みつつあります。新たに住宅を建てる際には、「断熱性能」に加えて高効率給湯器などの「省エネルギー設備機器」の設置が求められており、今後、工務店やビルダーの方々を経由して省エネルギー機器の導入が一層進むと予測されます。

「ECO ONEは、家庭のエネルギー消費の約半分を占める給湯・暖房分野に貢献できるもの。『住宅の省エネルギー化』を支える存在になると思います」と話すのは営業本部の柴田 毅です。

2016年から始まる電力の全面自由化や、2017年からのガスの全面自由化の中で、家庭のエネルギーも競争が進み、料金の多様化とエネルギー間の垣根がなくなっていくことで光熱費でもECO ONEが優位になる可能性が考えられます。

このような流れの中、今後のECO ONEのあり方はどうなっていくのでしょうか。

「給湯の省エネルギー性に加え、今後は床暖房をはじめ、暖房システムとしての評価も上げていきたい」(所)、「『熱を通じて快適な暮らしを提供する』のがリンナイの使命。お湯の熱を利用して部屋を暖める体にやさしい温水暖房を広めていきたい」(柴田)と言うように、「暖房システムとしてのECO ONE」をめざすことが課題になるでしょう。そのためには、床暖房・浴室暖房乾燥機など「温水」を用いた端末機器を充実させるとともに、温水暖房の良さを広く世間へ伝えていくことが必要です。

「『省エネルギーが必要だ、光熱費を下げたい』と言っても、無理な節約は続かないもの。ECO ONEなら無理



なく省エネルギーと光熱費の低減につながる(光熱費の大きな負担なしに快適な暖房が手に入れられる)。こうしたメリットを広くアピールしていきたいですね」(柴田)と語っています。



営業本部  
柴田 毅



Column

お客様の声

— 「ECO ONE」を体感して —

狭いスペースに設置可能。「手足の冷え」や「肌の乾燥」をやわらげ、より快適な暮らしに。

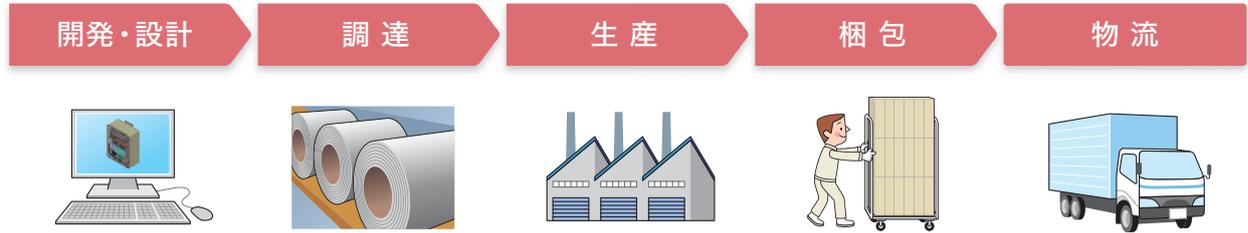
愛知県在住 F様

新しいマイホームは敷地面積が狭いことが悩みでしたが、ECO ONEなら狭小地でも設置作業ができるので聞いてひと安心。リビングの床暖房は足元がぽかぽかと暖かく、冷え性の妻も「楽になった」と喜んでます。娘からは「エアコンと違い直接風が当たらないので、肌やノドが乾燥しにくい」と好評です。温水式の浴室暖房乾燥機も大活躍。天気を気にすることなく洗濯ができるので助かっています。



## 環境に配慮したモノづくり

材料や部品の調達から商品化・物流におけるモノの流れをより良くするためにバリューチェーン間での環境改善を推進しています。今回はその一例を紹介します。

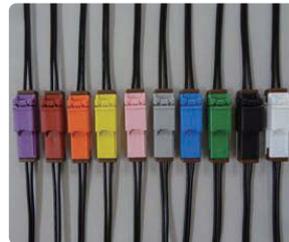


〈事例〉

当社商品に年間約1,700万本以上も使われている「ワイヤーハーネス」とその接続部「コネクタ」のモノづくりについてリンナイ担当者と取引先様に話を伺いました。

### 取り組み概要

ワイヤーハーネスに使われる接続部「コネクタ」のカラーバリエーションを増やすことによって、従来の接続間違いを防止するとともに、コネクタへの色付けを染色ではなく元染めに変更するなどの取り組みで大幅な環境負荷低減・合理化を進めました。また、材料や部品の梱包をゴミの少ない荷姿へ変更するなど、物流網も含めた全フローでの改善を行いました。



10色の次世代コネクタを共同開発



コネクタ組付け時の様子

### 改善による主な環境効果

廃棄物 ▲約21t/年  
水 ▲約1万9000リットル/年

## 次世代コネクタづくりを通じて

大切にしてきたのは、改善に関わる全ての会社・人と連携し、部分最適ではなく「全体最適」を実現していくこと。現場でニーズを見つけたら、材料から物流に至る全フローを眺め、環境改善や効率化に繋がるような手法を考え取り組んでいます。今回は、コネクタ・ハーネス・電線メーカーなどの取引先様と、当社の製造部門や設計部門らの「みんなの思いを一つに繋ぐ」ことができ、次世代に通じるコネクタになったと思います。

これらはバリューチェーンにおける環境への取り組み、更には企業の持続可能な成長につながるの



ではないかと考えています。

瀬戸工場  
柘植 悟



リンナイの要求仕様に合った環境・品質・生産性など、世の中になかったコネクタをともに作りあげました。

当社単独では思いつかなかった視点が多く、コネクタメーカーとしても角度を変えた新たな発見ができたと思います。今後も人と人を繋ぐコネクタづくり



取引先様 日本モレックス合同会社  
太田 彩子さん 松本 明香さん

に邁進していきたいと思っています。

## 常に「安全・安心」であること。 それがリンナイのモノづくりの基本

「品質こそ我が命」を原点思想とする

リンナイでは、「安全・安心」を基本にモノづくりを行っています。

ガス機器をはじめとする熱エネルギー機器は、少しの不具合や故障が

大きな事故につながりかねません。

商品が生まれ、お客さまのもとで使われ、役目を終えるまで、

常に「安全・安心」であり

続けるための取り組みを紹介します。

品質こそ我が命

内  
発  
明  
人

### 「安全・安心」に真摯に取り組むことが 持続的成長の最低条件

当社では「ガス機器も飛行機と同じ。何か不具合があれば大きな事故につながる」という考えのもと、「安全・安心」を重視した事業活動を進めています。これはガス機器をはじめとする熱エネルギー機器は、少しの不具合や故障、誤った使い方などによってやけどや一酸化炭素中毒、火災、爆発などを引き起こす可能性があり、最悪の場合は死亡事故にまで発展してしまうからです。かつては台所のコンロが火元の火災事故、最近では浴室におけるヒートショックによる死亡事故などが大きな問題とされました。「安全・安心な商品を世の中に送り出す」というメーカーとしての基本的な使命を果たさない限り、当社がメーカーとして持続的成長をすることは考えられません。

「不良品を世の中に出さない」「自社の商品によって事故が発生しない」ようにするためには、商品が生まれ、使われ、寿命を迎える日まで、「安全・安心」を確保する活動を行っていく必要があります。そこで当社では「安全・安心」にこだわりぬいたモノづくりを進める一方、商品が消費者の皆様の手へ渡っても「安全・安心な使い方」を常に呼びかけていく啓発活動を積極的に推進しています。

### 不良を一切発生させない 「ゼロディフェクト」を追求

モノづくりにおける基本方針として「商品の自社設計」「重要保安部品の自社開発・内製」「生産設備の自社設計」が挙げられます。熱に関わるコア技術および重要保安部品の自社開発・当社グループ内での生産、生産設備の自社設計は大きなポイントです。設計段階から「安全・安心」を確保するとともに、万が一、不具合や故障が起きた時に、すぐに原因を突き止め、改善できる体制を取っています。さらにモノづくり（開発、生産）、商品の販売・使用・アフターサービス、廃棄に至るまで、全ての段階で不良を一切発生させない「ZD（ゼロディフェクト）」活動にも力を注いでいます。

なお、当社が考える「品質」とは、単に不具合や故障を起こさないことを指す言葉ではありません。ガス機器をはじめとする熱エネルギー機器を通して「快適な生活」を提供することも「品質」とあると考えています。



## 開発・試験

### 安全・安心にお使いいただくために 設計段階で「品質をつくりこむ」

ガス機器における危険な事象には、ガス漏れや不完全燃焼、やけどや火災など様々なものがあります。これらの危険を招く原因を排除し、いかに安全なガス機器をつくりあげることができるかが開発部門に課せられた使命。例えばガスコンロには立ち消え安全装置や天ぷら火災防止用の温度センサー、あるいは特別な設置条件の給湯器に搭載されるCOセンサーなど、現在までに数多くの安全装置が搭載されてきました。

設計部門においては、あらゆる使用環境においてこれらの安全装置が機能すること、長い使用期間にわたって安全性能が維持できること、そして万が一機器が故障した時は安全な状態で停止する「フェールセーフ」の実現など、使用開始からその商品が寿命を迎える日まで安全性を維持する「未然防止」の考え方を基本に、設計段階から安全のつくりこみを行っています。また、シミュレーションを活用した解析や厳しい評価基準による各種試験を数多く行い、その結果を検証する会議での確認を経て、次のステップに進む仕組みを構築し、設計に起因する不具合をゼロにする取り組みを進めています。このほか過去の不具合を二度と繰り返さないための品質会議や過去のノウハウを次の世代の従業員へ伝える勉強会を開くなど、「安全・安心」な商品の開発に向けた情報の共有・教育も積極的に進めています。



商品試験の様子

## 生産

### 加工した瞬間に良品ができる 生産体制の整備・拡充を図る

当社の生産技術の基本的な考え方は「加工した段階で正常な商品ができる」というもの。品質をつくりこむ「自工程完結型」業務を行っています。

商品の企画・設計の段階から製造部門が関与し、加工・製造に関する豊富なノウハウを生かし、自社の技術や生産設備から開発が意図した性能を実現することができるか、安全・安心な商品になるか、作業する人がつくりやすい形になっているかなどを検討。開発部門とつくりこみをしたうえで生産を行います。生産設備に関しては5M (Man: 人、Machine: 機械、Material: 材料、Method: 方法、Measurement: 計測)を念頭に自社で設計・製作。設備の不備が原因となる不良を発生させないようにしています。製造現場では、QC活動、改善提案など改善活動に力を入れ、強い製造現場づくりをめざしています。製造工程のムリ・ムダを見つけ、それを1つつコツコツと改善していく地道な活動を継続し、昨日より少しでも良い現場をめざしています。また、モノづくりは人づくりの考えのもと、こうした改善活動を通じて、モノづくりの思想・技能・技術を継承する人材育成にも力を入れています。

一方、海外拠点においては現地市場などその国・地域に合ったモノづくりが求められます。日本の品質は、国際的にもトップクラスであり、海外でも高く評価されています。例えば、リンナイインドネシアでのガスコック生産立ち上げの際は、現地の従業員が来日し、日本で当社のモノづくりの哲学を徹底的に学び、日本の従業員と一緒に生産ラインを準備し、現地で立ち上げました。

「品質こそ我らが命」を基本に、今後も国内外で「安全・安心」で高品質なモノづくりができる体制を構築し続けます。

### 熱に関わるコア技術の自社開発



バーナー



熱交換器



電子ユニット



ガスバルブ



水バルブ



生産技術センター



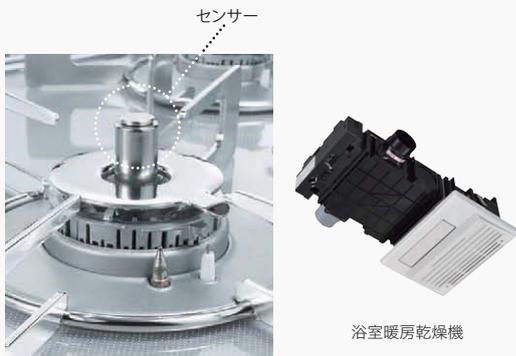
給湯器組立ライン

## 販売

### Siセンサーコンロや 浴室暖房乾燥機の普及にも注力

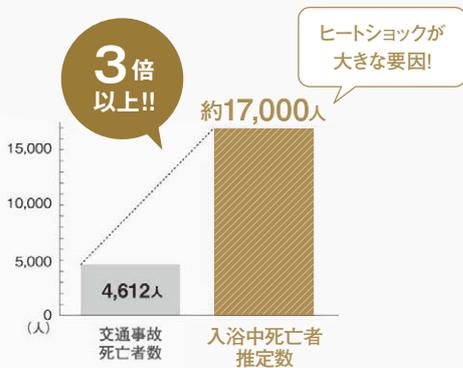
コンロによる火災事故防止のため、2008年10月からガスコンロの全口に安全センサー（Siセンサー）の装着が義務づけられました。当社はガスコンロの分野で高いシェアを誇るメーカーとして、このSiセンサーコンロの普及に努めています。お客様に買い替えを検討してもらえるように、各種展示会やカタログ、ホームページを通して、Siセンサーコンロの安全性に対する理解を深めていただく活動を行っています。

また、近年、浴室における死亡事故が大きく取り上げられるようになってきました。その多くが入浴時の急激な温度差によって脳梗塞、心筋梗塞を起こすヒートショックによるものだと言われています。こうした状況を受け、浴室や脱衣場と居室の温度差をなくし、浴室で亡くなる人が1人でも少なくなるように浴室暖房乾燥機の有用性を広く発信する取り組みを進めています。



Siセンサーコンロ

### 交通事故死亡者数と入浴中死亡者数の比較[2011年]



出典:東京都健康長寿医療センター研究所  
「高齢者の入浴中の急死に関する調査」  
2011年総務省統計局  
「平成23年中の交通事故死亡者数について」

## お客様の商品使用時

### ホームページなどを通じて 安全に対する注意喚起を実施

お客様に「熱を通じて、安全・安心で快適な生活」をしていただくために、様々な取り組みを展開しています。その1つが商品を安全に使うための情報発信。特に長い期間にわたって商品を使用すると部品の劣化などが起こり、火災やケガの原因になることも考えられます。さらに誤った使い方をすれば大きな事故につながる可能性も否定できません。

当社では商品による事故やケガを防ぐために、お客様に向けた安全に関する情報開示は重要なものとして位置づけています。ホームページや印刷物などを用いて過去の事故の実例や経年劣化の影響、正しい商品の使い方などの情報発信を積極的に行っています。



商品に関する大切なお知らせ



誤った使い方が原因と思われる事象

## 安全・安心への取り組み

### アフターサービス

#### アフターサービスも「品質」 迅速な対応で高い評価

アフターサービスにおいては「お客様満足度(CS)」を重視。「ご要望、ご相談に誠実、迅速かつ的確に対応」をし、「お客様に満足と安心・信頼されるサービスを提供する」ことを方針に定めています。

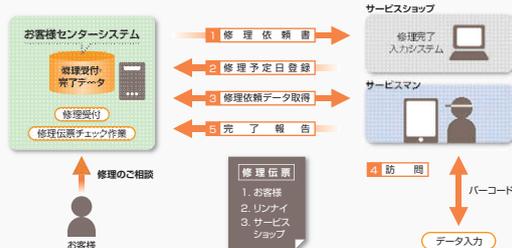
全国に約700名のサービス担当者が、携帯用タブレット端末をはじめとするICTを駆使したシステムを活用し、アフターサービスの迅速化を図っています。

また商品の部品については、原則として製造終了後5～10年間(機種によっては10数年間)にわたって、供給できる体制を構築。リンナイパーツセンターで徹底した在庫管理を実施し、必要な部品を必要な時に、迅速にお届けできる体制を整えています。

#### お客様満足(CS)方針

1. お客様からのご意見・ご要望は、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. つねに法令を遵守し、不当な要求に対しては、毅然とした対応を行います。
5. お客様の個人情報は、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。

#### 〈アフターサービス体制〉



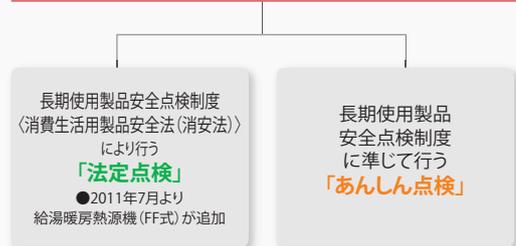
### 点検・買い替え

#### 長期間使用製品安全点検制度施行を受け 点検とその体制の充実を図る

2009年4月の消費生活用製品安全法改正により「長期使用製品安全点検制度」が施行されました。製品には標準的な使用期間があることをご理解いただき、対象製品を使用されているお客様に機器の点検や必要に応じて買い替えをおすすめしています。なお、当社では制度で定められた「特定保守製品」はもちろん、それ以外の製品についても「長期使用製品安全点検制度」に準じて行う「あんしん点検」をご提案しています。

カタログやホームページを通じて、お客様に点検に関するご案内を行うとともに、サービス訪問時などのお客様との接点機会においても積極的に所有者登録をお願いしています。また、家庭用給湯機器については、所有者登録をいただいた方を対象に保証期間を3年に延長するなどのサービスを行い、所有者登録率の向上に努めています。

#### 長期間ご使用製品の保守点検制度



経年劣化による製品事故を未然に防止するために、法令に準じて**あんしん点検マーク**のある製品について、所有者登録や点検(有料)をおすすめしています。

消費生活用製品安全法により**特定保守製品**のマークのある製品について、経年劣化による製品事故を未然に防止するための所有者登録や点検(有料)などが求められています。

#### Column

#### 識者に聞く

#### 「安全」も購入の大きな動機 買い替えの時期も伝えて欲しい。

消費者総合雑誌「消費と生活」編集長 前田 ちえ子さん



消費者安全という視点から見ると、ガス機器メーカー各社は努力をしているものの、消費者にうまく伝わっていないという印象を受けます。カタログやポスターを見ると、厨房製品ならおいしそうなお料理、給湯機器なら快適そうなバスタイムをイメージさせるものになっていますが、その中に「より安全にするためにこの部分を変えました」という説明も具体的かつわかりやすい形で取り入れて欲しいと感じています。ガス機器は製品のデザイン性やその製品によってもたらされる生活のイメージだけでなく、「安全」も購入の大きなきっかけになります。地味ですが「以前の製品に比べてどう安全になったのか」を表現

してもらいたい。ただ、ガス機器のようなものは昨年の製品との違いを訴えても意味はありません。たとえばビルトインコンロなら買い替え対象になる10年前の製品と比べて「こう変わった」ということを知らせてもらえれば適正な時期での買い替えの促進にもなるはずですが。

それから家電製品にも共通することですが、多くの家庭で長期使用が増えています。品質が高くて壊れないのはよいことですが、モノには必ず寿命があり買い替えが必要です。「ビルトインコンロは10年、テーブルコンロは6年が交換の目安」など、買い替えの重要性を消費者に伝えることもメーカーに課せられた使命の一つだと思います。

## ステークホルダーとのコミュニケーション

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

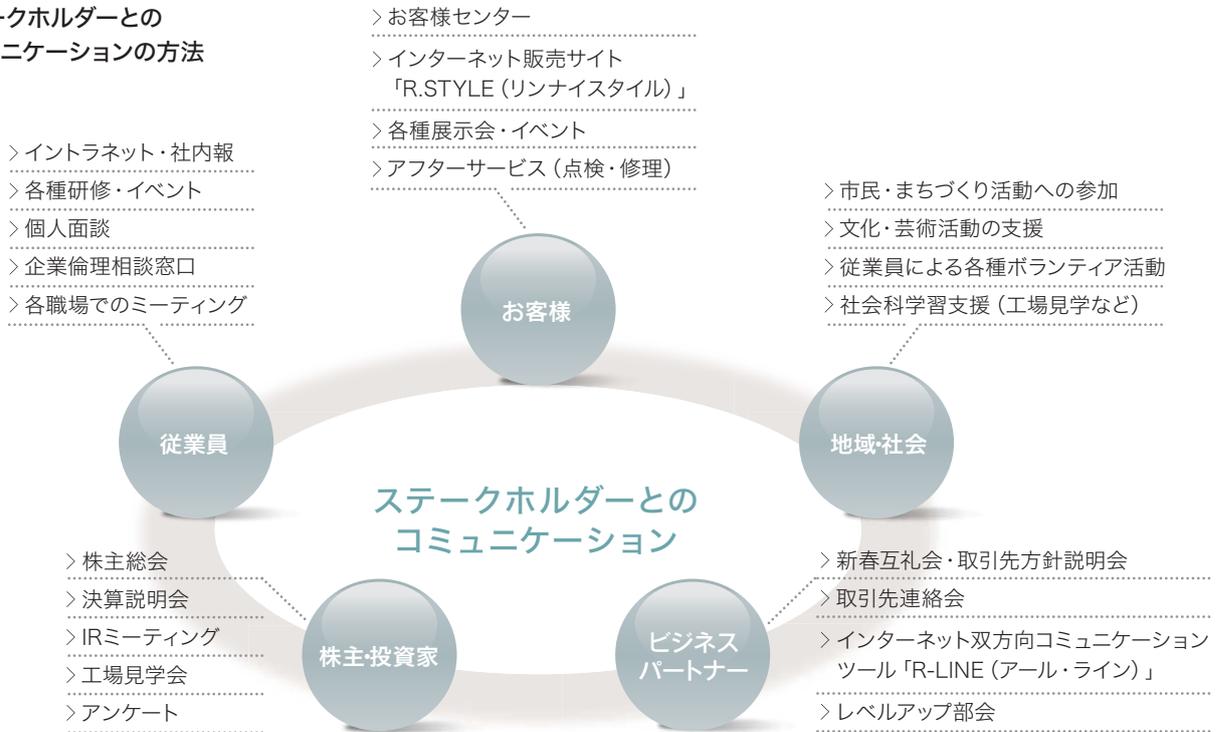
当社グループは、お客様、従業員、株主・投資家、ビジネスパートナー、地域・社会の皆様とのコミュニケーションを大切にしています。

例えば、お客様とは、展示会やインターネット販売サイトなどを通じて、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。また、ビジネスパート

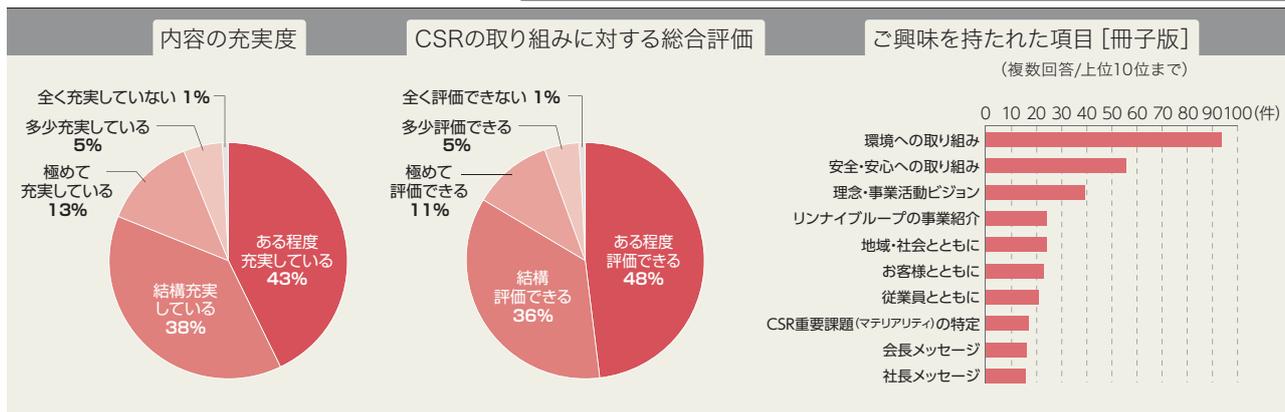
ナーの皆様とは、経営方針や商品の情報交換だけでなく、お互いの経営改善につなげるためのレベルアップ部会などを共同で行っています。

今後もステークホルダーの皆様との日々の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、皆様の満足度向上に努めます。

#### ステークホルダーとのコミュニケーションの方法



#### 「CSRレポート2014」アンケートの結果 n=376



ステークホルダーエンゲージメントのプロセスと内容

主要なステークホルダー	コミュニケーションの方法	寄せられた意見・課題とそれらに対する当社の対応
お客様	<ul style="list-style-type: none"> <li>・お客様訪問</li> <li>・お客様センター (問い合わせ対応、修理受付)</li> <li>・各種展示会・イベント</li> <li>・新春の会・方針説明会</li> <li>・商品勉強会・研修会</li> <li>・各種アンケート</li> <li>・インターネット販売サイト 「R.STYLE(リンナイスタイル)」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品・部品に関する様々なお問い合わせに対し、お客様に丁寧に回答させていただくとともに、よくいただくご質問についてはホームページに掲載しています。</li> <li>・「電話のつながりやすさ」「オペレーターの応対の丁寧さ」など、修理を実施された方からの満足度調査を実施しています。回答いただいた内容は各オペレーターにフィードバックし不満足項目の課題を改善する取り組みを行っています。</li> <li>・所有者登録していただいた方へのアンケート調査において、「販売店が代行記入してくれると良い」との声が寄せられました。2012年7月から所有者票を改訂し、説明の強化や販売店へ代行記入を要請できることを明記するなど改善をしました。</li> <li>・長期使用製品安全点検制度をご存じないお客様もいらっしゃいますので、修理などお客様との接点時に、点検制度に関するご案内を行っています。</li> </ul>
従業員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各職場での組合ミーティング</li> <li>・従業員満足度調査</li> <li>・人事制度改定現場説明会</li> <li>・各種委員会</li> <li>・イントラネット/社内報</li> <li>・各種研修・イベント</li> <li>・個人面談</li> <li>・企業倫理相談窓口</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・働きやすい職場環境の整備のため、カムバック制度、短時間勤務制度、在宅勤務制度などを制定しました。引き続きハード面・ソフト面での整備を実施していきます。</li> <li>・従業員個人の人事考課結果をフィードバックしてほしいとの声から面談制度の確立と、各本部へフィードバックする取り組みを促しています。</li> <li>・再雇用期間延長の要望がありましたので、制度を改訂し一部再雇用年齢の上限を65歳から68歳に引き上げました(一部従業員が対象)。</li> <li>・子育て支援、女性活躍支援に注力し、法令以上への制度改訂を進めています。</li> </ul>
株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> <li>・株主総会</li> <li>・決算説明会</li> <li>・IRミーティング</li> <li>・機関投資家向け工場見学会</li> <li>・個人投資家向けセミナー</li> <li>・アンケート</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・決算説明会や個別のIRミーティングにて、中期経営計画「進化と継承2017」を丁寧に説明し、当社グループの経営方針・戦略についてご理解いただくよう努めています。</li> <li>・当社の強み・優位性についての理解を深めていただくため、機関投資家向けの施設・工場見学会を定期的に開催し、当社のモノづくりに対する考え方、技術力を紹介しています。</li> <li>・配当方針に関するお問い合わせへの対応として、決算説明会や個別のIRミーティングの中で、当社の考えを説明しています。</li> </ul>
ビジネスパートナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新春互礼会</li> <li>・取引先方針説明会</li> <li>・レベルアップ部会</li> <li>・経営者育成部会</li> <li>・R-LINE※</li> <li>・R-TALK※</li> <li>・取引先連絡会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・直近の生産状況についてお問い合わせをいただきます。定期開催の取引先連絡会にて各商品ごとの生産実績、および今後の生産計画をお伝えしています。</li> <li>・取引先様から品質改善や生産性向上への取り組みなどについて、当社に指導要請がありますので、主要の取引先様に対してはレベルアップ部会や経営者育成部会を開催して現場改善指導を行い、取引先様の経営改善をサポートしています。</li> </ul>
地域・社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民・まちづくり活動への参加</li> <li>・文化・芸術活動の支援</li> <li>・従業員による各種ボランティア活動</li> <li>・社会科学習支援(工場見学など)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業所立地の地元住民の方々から地域活性化のためのイベントや、お祭りへの協力依頼をいただきます。地域社会の一員として積極的に協力・参加しています。</li> <li>・中川運河周辺地域をはじめ、文化・芸術活動への協力を行い、市民の交流・創造活動を継続的に支援しています。</li> <li>・地域学習や学校教育への協力依頼があり、当社のモノづくりの歴史をお伝えするセミナーの実施や、小学生の工場見学受け入れなどを行っています。</li> </ul>

※R-LINE(アール・ライン)、R-TALK(アール・トーク)…インターネットを利用した取引先様との情報連携・コミュニケーションツール

アンケート回答者からのご意見(抜粋)

Q.リンナイグループにエネルギーの側面で期待されること

- ・エネルギーはなくてはならないものであると同時に、使うほどに環境に負荷をかけてしまうのだと思います。もっともっと効率化を図るとともに、高効率の商品の普及に取り組んでいただきたいです
- ・省エネ、省資源の熱エネルギー供給とその機器。有限な地球への負荷低減、後世へと続く豊かな社会
- ・もっとCO2削減に取り組んだり、電力ではない別のライフラインとしての役割を大きく担っていただきたい。人類が生活するには当然熱量の消費はつきものではあるが、有限であると分かっているのだから、出来る限り我々の暮る地球に負担をかけないように願っている
- ・特に再生可能エネルギーの利用にも目を向ける必要があるのではないと思う

Q.全体的な評価、ご意見、ご感想など

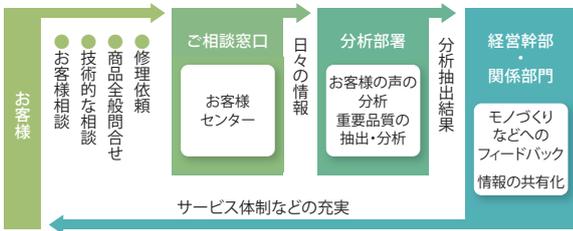
- ・安全を第一に誠実に活動してほしいと思います。省エネなども大切ですが追求するあまりそれを見失わないようお願いします
- ・家庭用で大きなシェアを占めるリンナイの貢献できることは、大きいはず。安全、エネルギー効率改善といったエリアに集中投資しているか?すなわち、会社の意志がそこにあるか?をしっかりと表現してください
- ・ガス、燃焼を扱っているので安全が第一であってほしい
- ・地域社会への貢献の更なる充実を望みます
- ・環境問題とともに、途上国への支援等も行って欲しいと思う

## お客様とのコミュニケーション

### ● お客様の声を課題抽出と見直しに

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



### ● 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、インターネット販売サイト「R.STYLE (リンナスタイル)」を通じ、お客様自身で取り替えられる部品やお手入れ用品を販売しています。直接寄せられるお客様の声を反映して、当社商品と相性のよい「お掃除グッズ」や「キッチングッズ」、リンナスタイル限定の「オリジナル商品」も開発するなど、取り扱い商品を日々拡充しています。

2015年3月には、会員登録数が30万人を突破し、当社商品をご利用のお客様との接点がさらに拡大しました。会員の皆様とのコミュニケーションとして、インターネットアンケートを実施し、収集したデータからお客様のニーズをくみあげた商品企画や課題の解決などに活用しています。今後も、お客様との直接の接点を拡大し、サービス向上に努めてまいります。



公式部品販売サイト R.STYLE (リンナスタイル)

### ● ホームページに寄せられたお客様の声を 社内改善へ展開

「R.STYLE」では、販売サイトをご利用いただいたお客様から、商品やサービスへのご意見・ご感想が多く寄せられています。お客様の声は社内共有サイト「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。



ひまわりメッセンジャー

### ● 若年層へのマーケティングの取り組み

若年層のマーケティング活動の一環として、お客様の声をヒアリングし、2011年12月にインターネット限定モデルとしてガステーブルコンロ「HOWARO (ホワロ)」を発売しました。一般的なテーブルコンロは汚れが目立ちにくい黒やグレーが主流ですが、「HOWARO」はキッチンをコーディネートしやすいオフホワイトを全面に採用。点火つまみはポイントカラーを選ぶことができ、お気に入りの色を選ぶ楽しみも提供しています。

2015年4月には第3世代モデル「HOWARO」を発売。インターネットサイトに寄せられた1,200件を超える購入者アンケートの意見をもとに、さらにお客様の要望を反映した商品へとモデルチェンジしました。



## 株主・投資家とのコミュニケーション

### ● IR活動

株主・投資家の皆様へ事業概況を直接お伝えする場として、また迅速かつ公平な情報開示の手段として、アナリスト・機関投資家向け決算説明会(年2回)、株主通信の発行(年2回)、ホームページ上でのニュースリリースや決算説明資料の掲載、IRカレンダーなどによる情報提供を行っています。英語版ホームページでも日本語版と同様に決算情報や株主通信などのIR情報を掲載し、タイムリーな情報提供に努めています。



決算説明資料



株主通信

また、機関投資家・アナリストの皆様向けに、決算説明会(年2回)の開催をはじめ、スモールミーティング、個別訪問や電話取材、工場見学会などを通じて、業績説明や意見交換を積極的に行っています。

### ● 個人投資家とのコミュニケーション

個人投資家の皆様に事業内容をより理解していただくため、個人投資家セミナーなどに参加しています。企業理念・経営方針・事業戦略・海外展開など資料を用いてわかりやすくご説明し、当社の取り組みを幅広く知っていただくことに努めています。



個人投資家セミナー

### ● 配当に関する考え方

株主・投資家の皆様に持続的に安定した利益を還元することが経営の重要施策の一つと考えています。配当については、連結業績、株主資本利益率、財務状況などを総合的に勘案し実施しています。2014年度の年間配当金額は、前年度より1株あたり8円増配の76円とし、13期連続の増配となりました。

## ビジネスパートナーとのコミュニケーション

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せない重要なパートナーです。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。

### ● 取引先様とのコミュニケーション

毎年開催する「新春互礼会」や「取引先方針説明会」、定期的実施している「取引先連絡会」などを通じて、当社の品質に関する考え方、モノづくりの基本を理解していただくとともに、当社の生産動向を含めた情報提供を行っています。また、取引先様からのご提案や質問事項についても協議する場として、お互いの連携強化を図っています。インターネット環境を利用した双方向型の情報交換ツール「R-LINE(アール・ライン)」を通して、多くの取引先様と円滑な情報連携を推進しています。



取引先方針説明会

### ● 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、改善能力向上と次世代の経営者育成を目的とした「レベルアップ部会」や「経営者育成部会」を展開し、当社指導のもとで現場改善や経営手法などの習得をめざした活動を行っています。取引先様の現場にて直接指導などを行うことで、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。



レベルアップ部会



経営者育成部会

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。

## 基本方針

従業員が「やりがい、働きがい」を持って活躍するために、人事制度支援および健康面や家族への各種福利厚生サポートを行っています。また、一人ひとりが最大能力を発揮できるよう「アットホームな風土づくり」と安全・安心で健全な「職場環境への改善と維持管理」に努めています。

従業員一人ひとりが成長し最大能力を発揮するための源泉は、「成長の場の提供」と「やりがい、働きがい」であると考え、従業員満足度をさらに高めるべく、下記4項目を基軸として推進しています。

- (1) 自己成長の場を提供(階層別研修、専門研修、OJT実践指導、最適配置、ローテーション)
- (2) 公正で納得性の高い評価と報酬(人事考課、面談制度、給与・手当改善)
- (3) アットホームな職場環境づくり(社屋および環境設備改善、恒例行事、クラブ活動支援、部門間連携)
- (4) 家族も含めた福利厚生支援(選択型福利厚生、健康支援、企業年金、従業員組合とのイベント)

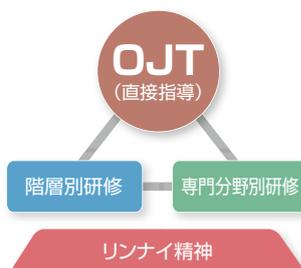
## 人材育成

### ● 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(上司から部下への直接指導)」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すべて企画し実践しています。

### 人材育成の3本柱



## ワークライフバランス

### ● ワークライフバランスの支援

会社で働く全従業員が、個々のライフスタイルに応じて、仕事と個人の生活を調和させながら、自分らしく「やりがい」と「充実感」を持って活躍できるように、生涯にわたり従業員を支援できる人事制度の充実に取り組んでいます。

### 主な制度

- ・育児休業制度
- ・子の看護休暇制度
- ・介護短時間勤務制度
- ・在宅勤務制度
- ・時差出勤制度 など
- ・育児短時間勤務制度
- ・介護休業制度
- ・介護休暇制度
- ・再雇用(カムバック)制度

### ● 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」との認識のもと、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。

### 「リンナイ従業員組合」2014年度の取り組み

項目	概要	参加者合計
全国イベント	ボーリング大会、バーベキュー大会、スポーツフェスティバルを通じて、社員および家族の健康維持、相互親睦を目的とした各種イベント	4,181名
年代層別研修会	「心の教育」に主眼を置き社会人としての豊かな人格形成を養う場としての研修会	295名



新入社員コミュニケーション研修



中部スポーツフェスティバル

## 労使関係・人権

### ● 良好な労使関係の構築

当社の社員は、社員代表機関としての役割を持つ「リンナイ従業員組合」の組合員になっています。会社と従業員組合は、相互の理解と信頼に基づき健全で良好な労使関係を構築し経営の諸課題や労働条件や職場環境、待遇面について率直に意見交換し、改善案の協議を行っています。

また、当社社員以外の従業員に対しても、安心して安全に働ける環境を提供できるように努めるとともに、従業員本人や家族に対する福利厚生や各種行事、イベントも積極的に企画、実践しています。

### ● 人権・人格の尊重に関する考え方

当社グループは、国際的に宣言されている人権の保護を支持・尊重し、性別、年齢、国籍、身体的特徴などの理由によって差別的な行為をしないこと、また強制・児童労働を認めず、人権侵害に加担しないことを、国連フレームワークやISO26000などの考え方を参考にし、「リンナイグループ倫理綱領」に反映しています。

また、従業員に内容を周知・徹底するために、各種職場にはコンプライアンス委員を配置し、定期的な企業倫理教育を実施するとともに、階層別研修の際にも職責と役割に準じた教育を行っています。

## 公正で多様な雇用

### ● 女性の活躍支援

当社の商品は、日々の生活で使用されるものが多く、女性のアイデアや意見が非常に重要です。商品企画・

設計部門、販売企画PR部門、ルート営業部門および、製造部門を中心に、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、役職に就く女性も少しずつ増えてきています。国内では、2015年7月時点で、女性の管理職は4名、主任・係長職は67名(全総合職の2.8%)となっています。



ライフクリエイター意見交換会

## 健康への配慮

### ● 健康増進活動の充実

健康支援室を設置し、専任保健師による従業員の健康増進活動を実施しています。個別健康指導や相談、生活習慣病対策などの健康情報提供をはじめ、健康づくりセミナーも実施しています。

また、メンタルヘルスセミナーや、長期の休職に至った従業員に対する職場復帰支援プログラムを用意し、リハビリ出社を通じて円滑な職場復帰が図れるようにサポートしています。長時間労働者に対しては、健康障害を未然に防ぐため、法令を上回る基準を設定し、保健師や産業医の面談を実施しています。



専任保健師による健康増進活動

## 社外からの評価・認証

愛知県名古屋市が主催する平成27年度「名古屋市子育て支援企業」の認定を受けました。子育て支援企業認定とは、子育てにやさしい活動に取り組んでいる企業を認定あるいは表彰する制度です。当社では在宅勤務制度や再雇用(カムバック)制度など仕事と家庭の両立を助ける制度の整備が進められています。



厚生労働省愛知労働局より次世代育成支援対策推進法に基づく「基準適合一般事業主」に認定され、次世代認定マーク「くるみん」を取得しました。今回の認定では、「専任保健師の雇用」、「男性の育児休業取得」、「年次有給休暇取得の促進」を目標とした行動計画を策定、推進してきたことが評価されました。



次世代認定マーク「くるみん」

当社グループは、積極的、主体的かつ継続的に様々な地域・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。

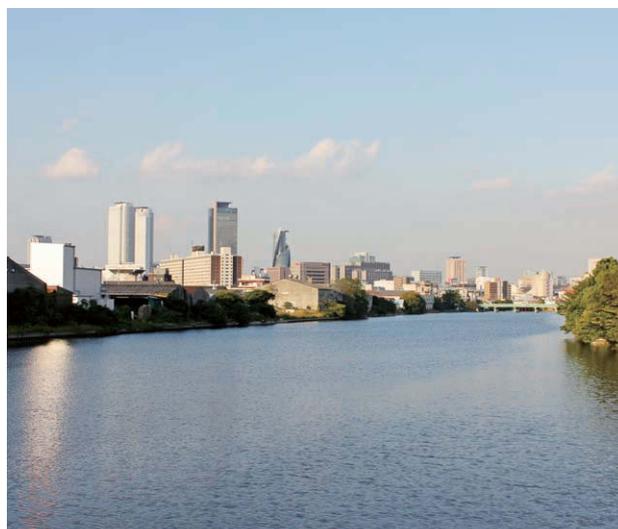
### 地域・社会とのコミュニケーション

#### ● 中川運河再生事業の支援

1920年(大正9年)、名古屋市中川区で生まれた当社は、本社を中川区に構え95年の歴史を歩んでまいりました。これまで温かく見守り、育てていただいた地元地域への社会貢献に取り組んでいます。

当社近くに位置する中川運河周辺の再生支援を目的として、2012年度から「中川運河再生文化芸術活動助成事業(愛称:中川運河助成ARToC10)」へ10年間、毎年1,000万円、総額1億円を寄付しています。この活動は、中川運河を舞台とする現代アートを通じてこの地域を活性化し、人々が文化芸術を楽しむために訪れたいくなるような地域にしていくものです。

支援活動も3年目となり、徐々に地域住民や地元アーティストへの認知度も上がってきており、人々が中川運河へ目を向けるきっかけとなっています。2014年11月には、中川運河の近くに位置する当社旧部品センターで、「中川運河助成ARToC10」のアートイベントが行われました。会場では、地元音楽教室スズキメソッドによるヴァイオリン演奏や地元出身の舞踏家浅井信好氏によるコンテンポラリーダンスの公演があり、多数の人々が来場しました。



中川運河—長良橋から北を望む



地元音楽教室スズキメソッドによるヴァイオリン演奏



舞踏家浅井信好氏によるコンテンポラリーダンスの公演

#### ● アルツハイマー病患者への寄付支援イベント

リンナイアメリカ(株)では、アルツハイマー病への認識、理解、支援、研究を高めるための寄付支援イベントThe Alzheimer's Association Walkに参加しました。



#### ● 障がい者自立支援協会の施設を訪問

リンナイブラジル ヒーティングテクノロジー(有)では、モジ・ダス・クルーゼス市[ブラジル・サンパウロ州]の障がい者自立支援協会施設を訪問し、施設の子もたちに600個のイースター祭のチョコレートをプレゼントしました。



### ● ガン患者の支援団体への寄付を募る チャリティウォークを実施

リンナイUK(株)では、ガン患者を支援する団体John Holt Cancer Support Foundationの活動支援を目的として、トレイルコースSandstone Trail 7.5マイル(約12km)を踏破するチャリティウォークを行いました。今回のチャリティウォークの実施にあたり、ファンディングサイトを通じてインターネット上で寄付を募り、33の個人・団体から782.80英ポンドの寄付が集まりました。集まった資金はJohn Holt Cancer Support Foundationへ寄付され、ガン患者とその家族の支援に充てられます。



### ● ハビタットの家づくりにガスレンジを提供

リンナイコリア(株)では、2009年から毎年、韓国ハビタットの入居家庭にガスレンジを提供しています。ハビタットは、住まいの問題を解決していくため世界約80ヶ国で住居建築や自立支援に取り組んでいる活動です。2014年は、ソウル・群山等の地域に46台のガスレンジを提供しました。



## 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では、事業所周辺や通勤路の清掃をはじめ、定期的に地域主催の美化活動などに参加しています。



アール・ビー・コントロールズ(株)周辺 ジャパンセラミックス(株)周辺

## 児童・生徒・学生とのコミュニケーション

### ● 中川区ものづくり見学バスツアーが大口工場を見学

名古屋市の中川区役所が主催する「中川区ものづくり見学バスツアー」が開催され、ツアーに参加した中川区の小・中学生25名が厨房機器の主力工場の大口工場を見学しました。この他にも、当社は、地元の児童・生徒の工場見学を積極的に受け入れています。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。



### ● 「地域たんけん隊」が関西研修センターを探検

大阪市城東区にある榎並小学校2年生が課外授業の一環で「地域たんけん隊」となって、小学校の近くにある当社の研修施設「関西研修センター」を訪問し、当社商品展示コーナーを中心に探検しました。後日、探検した小学生から心温まるお礼状もいただきました。



### ● 大学生の職業訓練の受け入れ

リンナイタイ(株)では、大学生2名を受け入れ、工場内の安全リスク管理について職業訓練を行っています。タイでは、製造事業所(工場)には安全リスク管理の専門管理者の常駐が法的義務となっており、安全リスク管理者の育成に貢献しています。



## 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

#### ● 基本的な考え方

当社では、グループ会社の競争力強化と継続的な企業価値向上の観点から、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皆様に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で透明性の高い経営をめざしています。

#### ● 取締役会

当社の取締役会は、経営に関わる重要な事項の意思決定と取締役の職務執行の監督を行っており、社外取締役1名を含む、取締役7名で構成され、原則毎月1回開催しています。なお、事業年度ごとの経営責任をより一層明確にし、株主の皆様からの信任の機会を増やすために、取締役の任期を1年としています。

#### ● 業務執行体制

当社は、経営環境の変化に迅速に対応できる機動的な経営体制を構築するため、執行役員制度を導入しており、社長以下の取締役の一部が執行役員を兼務し、取締役会の決議内容を担当部門の管理責任者に伝え業務執行を行っています。また、四半期ごとの全社経営会議および個別経営会議で経営進捗の確認と課題事項の共有化を図っています。

#### ● 経営を監視・監督する監査体制

当社の監査役会は、監査役4名で構成されており、うち2名が社外監査役です。監査役は、取締役会や重要な会議に出席し、取締役および執行組織の職務状況をはじめ、内部統制システムの整備・運用状況や本社および主要な事業所ならびに子会社における業務や財産管理の状況について監査しています。会計監査については、有限責任監査法人トーマツが会計監査を実施し、会計に関する内部統制の適法性について、第三者の立場から検証しています。

### リスクマネジメント

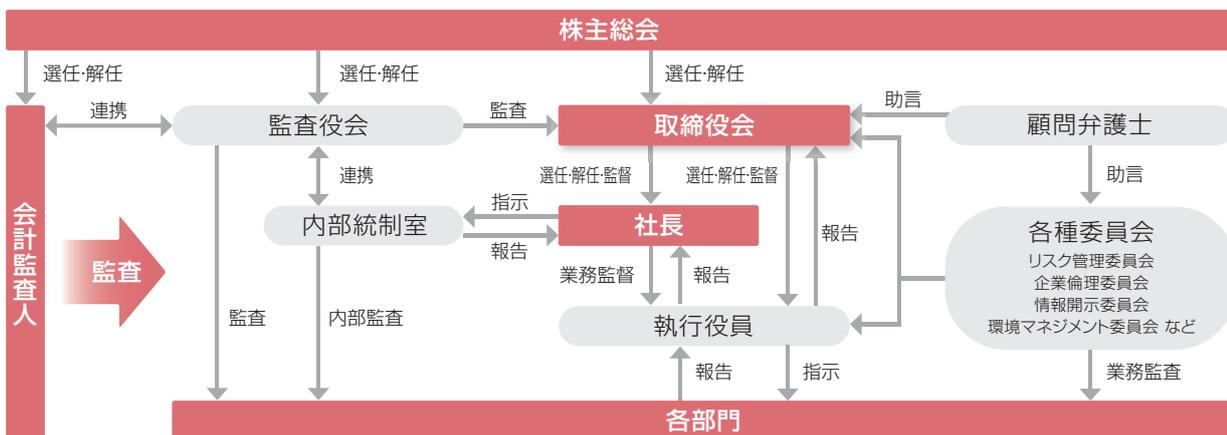
#### ● リスクマネジメント方針

社会の複雑化などにより、企業は多様なリスクにさらされています。その中でグローバルな事業展開を推進する当社グループは、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。

#### ● 推進体制

社長を委員長とし、執行役員・部門長などで構成される「リスク管理委員会」を定期的に開催しています。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特定し、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、再発防止などに取り組んでいます。全部門ならびにグループ会社と連携して、リスクの未然防止とリスク対応力の向上に努めています。

### コーポレート・ガバナンス体制



### 特定している重要リスク(例)

- ・関係法令などの不遵守
- ・違反経営のリスク
- ・災害・事故による工場・建物・生産設備の倒壊・損傷のリスク
- ・原材料調達活動の停止・遅延のリスク
- ・環境にかかわるリスク
- ・情報漏洩にかかわるリスク
- ・基幹システム損壊のリスク
- ・ソーシャルメディアのリスク など

### ● 事業継続の推進

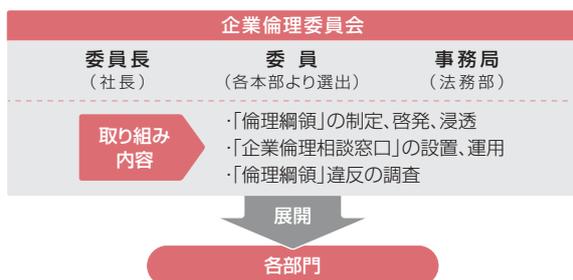
地震や風水害などの自然災害や感染症の流行・発生への対策が十分でない場合、長期にわたって操業停止に陥り、多大な損失を被ると同時にステークホルダーの皆様には大きな影響を与える恐れがあると想定されます。人々の暮らしを支える熱エネルギー機器を製造する当社としては、安定して商品を提供し続けることが社会的責任であると考えています。お客様が必要とする重要商品の生産・供給が滞る恐れがある場合に備え、事業継続マネジメントを経営上の重要課題と位置付け、国内生産部門を中心に事業継続計画(BCP)の作成・見直しに取り組んでいます。

## 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。



### ● 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18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、韓国などにおいては、各国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



倫理綱領の周知(左:リンナイインドネシア 右:リンナイブラジル)

### ● コンプライアンス活動の推進

当社では、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。2014年度は当社グループで合計246名が受講し、法律知識を深めました。また、新入社員研修や階層別研修においても毎年倫理教育を実施しており、2014年度は256名が受講しました。

そのほか、イントラネット上に法改正情報や業務に関する法律の解説などを掲載するなどして、国内グループ会社の従業員へ各種情報を発信しています。



法律教育

# 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。