



リンナイレポート2021(統合報告書)

Rinnai

健全で心地よい暮らしと 持続可能な社会の実現に向けて

リンナイグループは1920年の創業からこれまで、
ガスコンロや給湯機器、暖房システムなどの提供を通し、
世界中の人々の豊かな暮らしに貢献してきました。

現在、リンナイグループは18の国・地域に拠点を持ち、
世界80カ国以上に商品を展開しています。
世界各国、それぞれの生活文化・気候条件・
エネルギー事情に合った最適なソリューションを提供し、
世界中の人々の健全で心地よい暮らしと
持続可能な社会の実現に貢献していきます。



原点思想

品質こそ我らが命

社 是



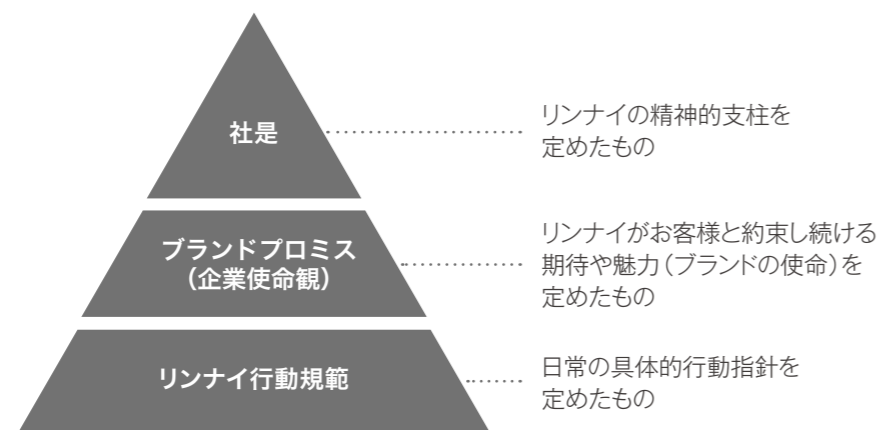
和 人間性豊かな人格をつくろう
 氣 哲学を持って志を立てよう
 眞 基本を学び科学的に考へよう

ブランドプロミス — 企業使命観 —

Creating a healthier way of living

— リンナイは、健全で心地よい暮らし方を創造します —

企業理念体系図

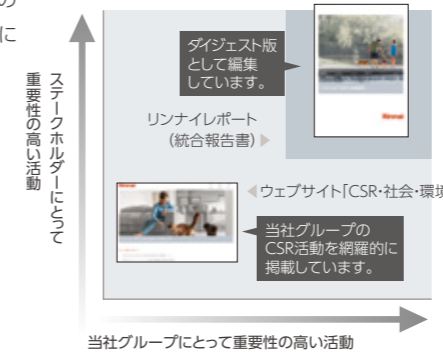


編集方針

当社グループが持続可能な社会の実現に向けてどのように考え、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。

冊子とウェブサイトでの報告

冊子版の「リンナイレポート(統合報告書)」は、ダイジェスト版として編集しています。そのほかの取り組み事例、詳細情報、関連データなどはウェブサイトの「CSR・社会・環境」に掲載しています。



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

2020年度(2020年4月1日~2021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スタンダード、ISO26000、環境報告ガイドライン
 環境省「環境会計ガイドライン」
 IIRC「国際統合報告フレームワーク」

発行時期

2021年8月(次回:2022年8月予定 前回:2020年9月)

将来の見通しに関する注意事項

本レポートにはリンナイおよびグループ会社についての業績予想や見通しの記述が含まれています。
 これらの記述は現時点において入手可能な情報に基づき、当社が判断して予想したものであり、実際の業績は今後様々な外部環境の要因などにより、予想とは異なる結果となる可能性があることをご了承ください。

Contents

- 01 Corporate Message
- 03 企業理念・事業活動ビジョン 編集方針/目次
- 05 100年の歩み
- 09 リンナイグループの事業紹介
- 11 価値創造プロセス
- 13 社長メッセージ
- 19 中期経営計画「New ERA 2025」
- 23 経営企画本部長メッセージ
- 25 海外グループ会社 経営トップメッセージ
- 27 重要課題(マテリアリティ)の特定

Environment [環境]

- 29 地球環境問題への対応
- 31 気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)への賛同
- 33 グローバルに展開される
リンナイグループの給湯器
- 35 バリューチェーンにおける環境影響

Social [社会]

- 37 「生活の質の向上」定義
- 39 利便性向上によるストレス低減
- 40 住空間の安全性向上
- 41 健康増進
- 43 レジリエンス(回復力)
- 45 公正で多様な雇用
- 47 労使関係・人権
- 48 労働安全衛生

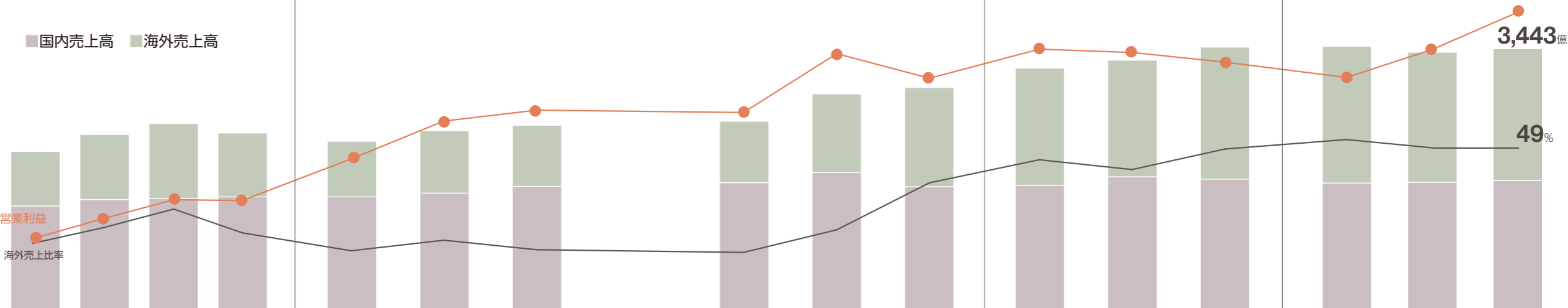




Governance [ガバナンス]

- 49 マネジメント体制
- 51 役員紹介
- 53 社外取締役からのコメント
- 54 コンプライアンス/リスクマネジメント
- 55 データ集
財務データサマリー、社会データ、環境データ

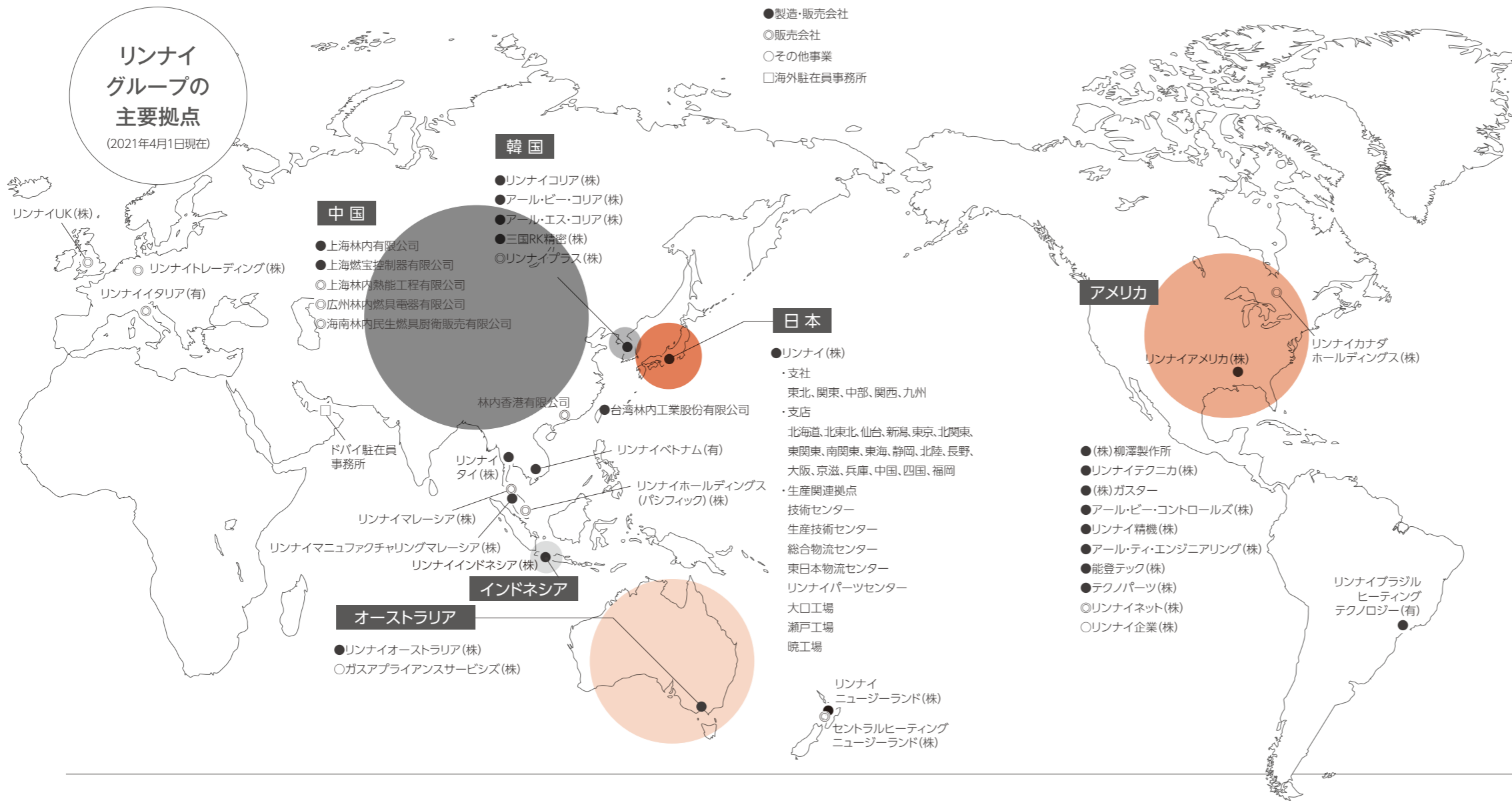
100年の歩み(前編) 1920~2004

2020年9月1日、リンナイは創業100年を迎えました

<h3>時代概略</h3>	<h4>Phase 1 設立と戦争からの再建 〔1920~1949〕</h4> <p>幼なじみだった内藤秀次郎と林兼吉は、今川焼屋の店先に置かれていた石油コンロの青い炎に魅せられ起業を決断。二人の姓から1字ずつとった「林内商会」を立ち上げ、石油ガスコンロや石油ストーブを次々に開発・商品化し事業を発展させました。</p> <p>日中開戦後、軍事を優先する石油消費規制により石油ガスコンロの市場は閉ざされ、航空機部品の製造等で凌ぎました。戦後は産業用・農業用器具製造から事業を再開し、1949年に元のガス・石油用器具の製造再開にこぎ着けました。</p>	<h4>Phase 2 企業基盤の確立 〔1950~1965〕</h4> <p>1950年には、「株式会社林内製作所」となり法人としての歩みをスタートしました。1950年代中頃には東京、大阪、福岡など各地に営業所を設け、販売網を整備しました。</p> <p>大きな転機となったのはガス赤外線セラミックバーナーを開発したシュバング博士との出会いです。シュバング社との技術提携を前提に、同社製バーナーを使用したガス赤外線ストーブは大ヒット。1960年代前半には、印場工場(後の旭工場)や大口工場を設けるなど旺盛な需要に応じていきました。</p>	<h4>Phase 3 海外における事業活動を推進 〔1966~1978〕</h4> <p>1970年に創業50周年を迎えた当社は、その翌年には現社名の「リンナイ株式会社」へと改称しました。また技術センターを開設し、商品開発を担う開発部を発足させるなど、開発志向型企業としての構えを整えました。</p> <p>海外展開としては、米オハイオ州にリンナイインターナショナル社(1967年)を設立したのを皮切りに、台湾、オーストラリア、マレーシア、韓国、ニュージーランド、ブラジル、英国など幅広い地域で、現地事務所や現地法人を設け、進出先の生活文化の向上に努めました。</p>	<h4>Phase 4 上場企業としての挑戦 〔1979~1987〕</h4> <p>1979年には名古屋証券取引所第二部、1983年には東証・名証第一部への株式上場を実現しました。また同じ頃、これまで外注してきた金型や重要部品の内製化を図りQCDの面で進化を遂げました。</p> <p>新技術・新製品の開発では、コンパクト型ガス給湯器「ユッコ」(1982年)やプッシュ式ガステーブルコンロ(1984年)など、ユーザーニーズを捉えた新製品を市場に投入。1986年には24時間365日の電話対応を実現するなど、顧客サービス体制の充実にも力を注ぎました。</p>	<h4>Phase 5 グローバル企業への躍進 〔1988~2004〕</h4> <p>1989年度にはかねてより目標としてきた売上高1,000億円を初めて達成し、翌年には創業70周年記念事業として新本社ビルの建設を計画。1994年に竣工しました。</p> <p>製品面では、COセンサー付ガス給湯器や天ぷら油火災防止機能搭載コンロなど安全機能による高付加価値化を進めました。また中国やASEAN諸国の急速な発展に対応すべく合弁生産拠点の設立、ISO9000シリーズや同14000など品質・環境マネジメントを取得し、グローバル企業としての取り組みも進めました。</p>
<h3>業績推移</h3>	<p>「林内商会」創業</p> <p>1950 0.21億円</p> <p>1966 56億円</p> <p>1979 483億円</p> <p>1988 984億円</p> <p>2004 2,020億円</p>				
<h3>技術・製品</h3>	<h4>1920</h4> <ul style="list-style-type: none"> ●1920 林内式石油ガスコンロ誕生(実用新案登録) ●1923 ガステーブルコンロ、ガスレンジ、ガスオープン、ガス湯沸器などを全国のガス会社へ納入及び輸出開始 ●1937 中国・天津市を拠点として華北地域に石油ガスコンロを展開 <p>林内式石油ガスコンロ</p>	<h4>1950~</h4> <ul style="list-style-type: none"> ●1957 シュバング社(独)と技術提携し、赤外線ガスバーナーを製造販売、この応用によりストーブ、各種焼物器を開発 <p>シュバング式ガス赤外線ストーブの開発(国内初)</p>	<h4>1966~</h4> <ul style="list-style-type: none"> ●1967 技術センターを新設 ●1971 ガス高速レンジコンベックを開発・発売 ●1972 ガス高速レンジ「コンベック」で日本瓦斯協会より太田賞を受賞 <p>ガス高速レンジ「コンベック」</p>	<h4>1979~</h4> <ul style="list-style-type: none"> ●1980 ビルトイン機器の製造を本格的に開始 ●1983 不完全燃焼防止装置搭載ガス小型湯沸器「ユーティ」発売 ●1985 不完全燃焼防止装置付小型湯沸器で日本瓦斯協会より太田賞を受賞 ●1986 超コンパクト給湯器「スーパーユッコ」で第一回中日産業技術賞、日本瓦斯協会より技術大賞を受賞 <p>ガス小型湯沸器「ユーティ」</p>	<h4>1988~</h4> <ul style="list-style-type: none"> ●1990 筑波研究所(現つくば研修センター)を新設 ●1998 ガスファンヒーターと空気清浄機を融合 ●1999 高効率コンデンス給湯器発売 ●2000 高効率コンデンス給湯器で省エネ大賞(通商産業大臣賞)を受賞 ●2003 内炎式バーナー搭載ガラスストップコンロで省エネ大賞(省エネルギーセンター会長賞)を受賞 <p>高効率コンデンス給湯器</p>
<h3>経営と組織</h3>	<ul style="list-style-type: none"> ●1920 内藤秀次郎と林兼吉により「林内商会」創業 ●1938 軍の監督工場となり、航空機部品を製作 ●1940 「林内航空機製作所」と改称 ●1947 本所に工場を再建 	<ul style="list-style-type: none"> ●1950 株式会社に改組し、(株)林内製作所に ●1954 東京営業所(現関東支社)を開設 ●1956 大阪営業所(現関西支社)を開設 ●1957 愛知工場(現中部支社)を新設 ●1960 印場工場(のちに旭工場)を新設 ●1961 福岡営業所(現九州支社)を開設 ●1963 仙台出張所(現東北支社)を開設 ●1963 札幌出張所(現北海道支店)を開設 	<ul style="list-style-type: none"> ●1968 新潟出張所(現新潟支店)を開設 ●1969 名古屋営業所(現中部支社)を開設 ●1970 台湾林内工業を設立 ●1970 柳澤製作所と業務提携 ●1970 山内洋行(現アール・ティ・エンジニアリング)へ出資 ●1971 社名をリンナイ株式会社に変更 ●1971 アール・ピー・コントロールズを設立 ●1971 リンナイオーストラリアを設立 ●1973 リンナイマレーシアを設立 	<ul style="list-style-type: none"> ●1979 株式(名証二部)上場 ●1979 リンナイ精機を設立 ●1979 瀬戸工場を新設 ●1981 ジャパンセラミックスを設立(のちにリンナイ精機と合併) ●1981 磯村機器(現リンナイテクニカ)と業務提携 ●1983 広島営業所(現中国支店)を開設 ●1983 株式(東証・名証一部)上場 	<ul style="list-style-type: none"> ●1988 リンナイインドネシアを設立 ●1988 香港駐在員事務所を開設 ●1990 リンナイタイを設立 ●1990 能登デックを設立 ●1991 リンナイシンガポールを設立 ●1993 上海林内を設立 ●1994 本社新社屋竣工 ●1995 国内全工場でISO9001認証取得 ●1996 リンナイホールディングス(シンガポール)を設立 ●1997 技術部門にてISO14001認定取得(以降順次取得) ●2004 広州林内を設立

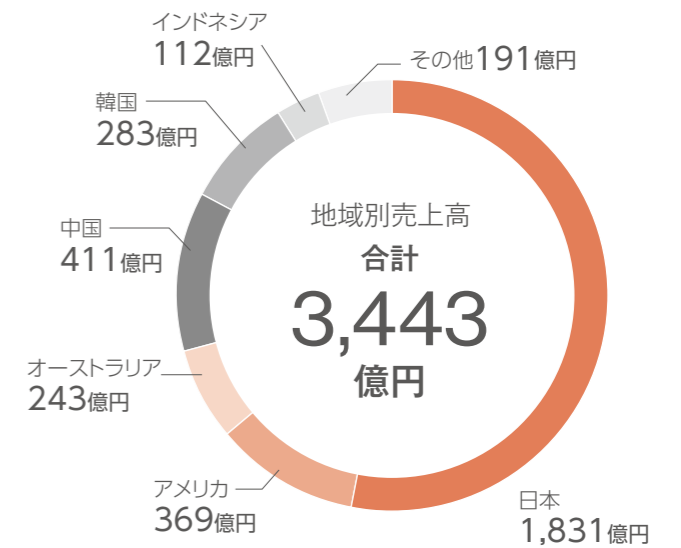
<p>中期経営計画</p>	<p>Phase 6 Vシフトプラン (2006~2008)</p> <p>2005年、現社長の内藤弘康が社長に就任。最初に掲げた方針が「目先の製品開発ではなく、新技術を核とした付加価値の高い差別化商品戦略」でした。この考えを具体的施策に落とし込んだ中期経営計画が「Vシフトプラン」です。 Vはバリューを意味しており、一言で表現するならば「量から質への転換」をめざした計画です。「売上・シェア重視から付加価値・利益重視へ」「全方位戦略から選択と集中へ」といった方針に沿う形で、コスト構造の見直しとモノづくり技術の革新を図りました。</p>	<p>Phase 7 改革と躍進 (2009~2011)</p> <p>「改革と躍進」と銘打った2009年からの中期計画では、世界の人々の暮らしと地球環境に貢献する総合熱エネルギー機器メーカー、さらに独自のビジネスモデルが人やパートナーを惹きつけるような存在をめざすしました。 環境を第一に考えたモノづくりを加速する一方、徹底して事業活動のムダを省いた筋肉質な企業体を志向しながら、国内外で同じ理想を共有するグループ企業との連携・連帯を強化するなど、総合熱エネルギー機器グループとしての体制固めを進めました。</p>	<p>Phase 8 ジャンプ UP 2014 (2012~2014)</p> <p>「ジャンプ UP 2014」では、東日本大震災の直後でもあり、エネルギーのベストミックスという社会ニーズを踏まえつつ、環境視点で最適なエネルギー機器をグローバル市場に提供できる企業体制をめざしました。 リンナイファンの「安全で故障がない」との評価に応えるゼロデフィクトの追求による品質レベルUP。開発・生産・販売のプロセスを見直し革新を図る機動力UP。国際化や高度化に対応した戦略的な人材育成やグループ連携強化による組織力UP。これらに注力しつつ、長期的な企業価値向上に取り組みました。</p>	<p>Phase 9 進化と継承 2017 (2015~2017)</p> <p>我々が「継承」すべきものは「品質こそ我が命」とする原点思想であり、世界市場を対象に「熱を通じて快適な生活を社会に提供する」というリンナイの使命です。 一方の「進化」については、エネルギーの自由化や労働人口の減少など著しく変化する事業環境に対応すべく、国内であれば商品の高度化、海外については各国グループ企業で生まれた技術・製品のスムーズな水平展開といった重点課題を推進することでビジネスモデルを革新。総合熱エネルギー機器メーカーとしてのブランド確立をめざしました。</p>	<p>Phase 10 G-shift 2020 (2018~2020)</p> <p>創業100年を視界に捉え、グループローガン「次世代への技術革新と海外成長戦略の強化でグローバルブランドへの躍進」を掲げました。 核となる3つの方針から「G-shift」と名付けた中計では、グループネットワークを活かしたグローバル(Global)な戦略推進、100年培った伝統を継承しつつ常識を打ち破る新たな世代(Generation)への前進、社会と時代の要請に応える企業統治(Governance)体制の確立に邁進。2019年には「Creating a healthier way of living」なるブランドプロミスを策定し、立ち位置を明確にしました。</p>
<p>業績推移</p>	 <p>■国内売上高 ■海外売上高</p> <p>営業利益</p> <p>海外売上比率</p> <p>406億円</p> <p>3,443億円</p> <p>49%</p>				
<p>技術・製品</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●2005 コンデンス給湯暖房機「エコジョーズ」で日本瓦斯協会より技術大賞を受賞 ●2006 ミストサウナ機能付浴室暖房乾燥機で日本瓦斯協会より技術大賞を受賞 ●2007 ビルトインコンロ「DELICIA」シリーズ誕生 ●2008 重曹洗浄モード搭載の食器洗い乾燥機発売 ●2008 リンナイインドネシアがベストブランド賞を受賞 ●2008 ガス瞬間式給湯器で、アメリカの省エネ推進機構より「スーパーノバスター アワード(エネルギー効率大賞)」を受賞 	<ul style="list-style-type: none"> ●2010 生産技術センターを開設 ●2010 ヒートポンプとガス給湯器を組み合わせた家庭用ハイブリッド給湯器を商品化 	<ul style="list-style-type: none"> ●2014 ハイブリッド給湯・暖房システム「ECO ONE(エコワン)」で省エネ大賞(経済産業大臣賞)を受賞 ●2014 北海道向けハイブリッド給湯・暖房システムで北国の省エネ・新エネ大賞を受賞 	<ul style="list-style-type: none"> ●2016 調理サポート機能搭載のデリシア専用アプリ「DELICI APP」配信開始(2020年から「+R RECIPE」) ●2017 ハイブリッド給湯・暖房システム第3世代「ECO ONE(エコワン)」が省エネ大賞の省エネルギーセンター会長賞を受賞 ●2017 上質感と高級感を追求した厨房機器シリーズGライン誕生 	<ul style="list-style-type: none"> ●2018 ドミノ式ドロップインコンロ「G:101」が「iF デザインアワード2018」を受賞 ●2020 ドミノ式ビルトインコンロ G-LINEシリーズ「レッドドット・デザイン賞2020」を受賞 ●2020 マイクロバブルバスユニットを発表 
<p>経営と組織</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●2006 上海林博熱能技術を設立 ●2008 リンナイイタリアを設立 ●2008 総合物流センターを開設 	<ul style="list-style-type: none"> ●2009 リンナイカナダホールディングスを設立 ●2010 生産技術センターを開設 ●2011 西日本お客様センターを開設 ●東日本大震災のサービス応援を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●2013 暁工場を新設 ●2013 業務の統合に伴いリンナイパーツセンターを開設 ●2014 オーストラリアのプライビスクライメイットシステムズを買収 	<ul style="list-style-type: none"> ●2015 ドバイ駐在員事務所を開設 ●2016 ガスターを連結子会社化 	<ul style="list-style-type: none"> ●2018 東日本物流センターを開設 ●2019 ブランドプロミスを策定、Rinnaiロゴを一新 ●2020 ISMS(情報セキュリティマネジメントシステム)の認証取得 ●2020 環境 人づくり企業大賞で「優秀賞(大企業区分)」を受賞

リンナイグループの事業紹介



会社概要 (2021年3月31日現在)

創業	1920(大正9)年9月1日
設立	1950(昭和25)年9月2日
資本金	6,459,746,974円
本社	〒454-0802 名古屋市千川区福住町2-26
TEL	052-361-8211(代表)
従業員数	連結 10,386名、単体 3,722名
グループ会社数	46社(国内12社、海外34社)



給湯機器、温水端末

給湯器、ふろ給湯器、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、床暖房 など



厨房機器

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



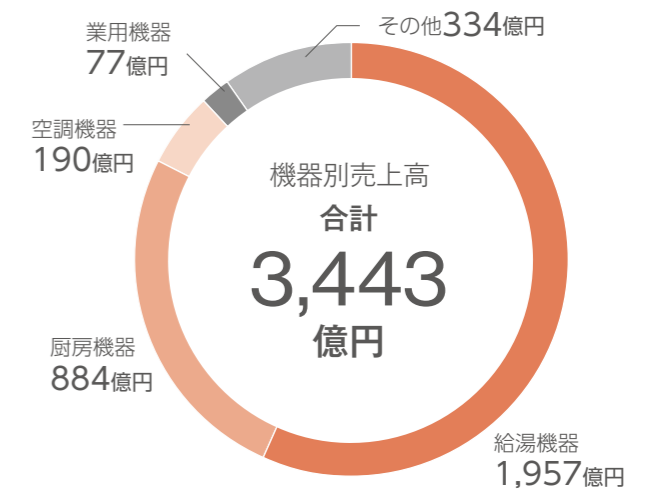
空調機器

ファンヒーター、FF暖房機、赤外線ストーブ など



業用機器、その他

業務用焼物器、業務用レンジ、業務用炊飯器、衣類乾燥機、部品 など



価値創造プロセス

当社グループは様々な社会課題や事業活動における環境影響、また関係するステークホルダーの皆様の意見や期待を把握し、ESG指標を重視した企業運営を行っています。ESG指標を重視した経営戦略による価値創造プロセスの実施により、企業の持続可能な成長の実現と、持続可能な開発目標(SDGs)などの国際的な取り組みへの貢献に努めていきます。

リンナイグループの価値創造プロセス

外部環境・社会課題

気候変動、地球温暖化	家庭での使用エネルギーの割合が高い給湯機器や暖房機器を当社が取り扱っている。
商品使用時におけるリスク	ガスコンロに起因する火災や浴室で発生する「ヒートショック」など、当社に関連した商品使用時のリスクがある。
働き方の変化に伴う生活の質の低下	共働き家庭や少子高齢化に伴い生活の質が低下、日常生活における家事時短となる商品が求められている。

投下資本(2020年度)

人的資本	従業員数 ^{*1}	10,386名
	採用数(リンナイ単体) ^{*1}	101名
	研修・教育費用(リンナイ単体)	99百万円
	海外研修生受け入れ人数(リンナイ単体)	0名
知的資本	開発本部人員(リンナイ単体) ^{*1}	499名
	研究開発費(リンナイ単体)	79億6百万円
	ISO9001認証取得数(会社数) ^{*1}	17社
	ISO14001認証取得数(会社数) ^{*1}	15社
財務資本	ROE	8.4%
	ROIC	17.6%
	自己資本比率	68.8%
製造資本	リンナイグループ製造拠点(会社数) ^{*1}	25社
	製造グループ人員(リンナイ単体) ^{*1}	1,583名
	設備投資費(リンナイ単体)	61億69百万円
自然資本	投入エネルギー	1,100,713GJ
	水使用量 地下水	162,990m ³
	上水	595,343m ³
社会関係資本	リンナイブランド、外部評価 ステークホルダーエンゲージメント リンナイグループ倫理綱領	

※1 2021年3月31日時点

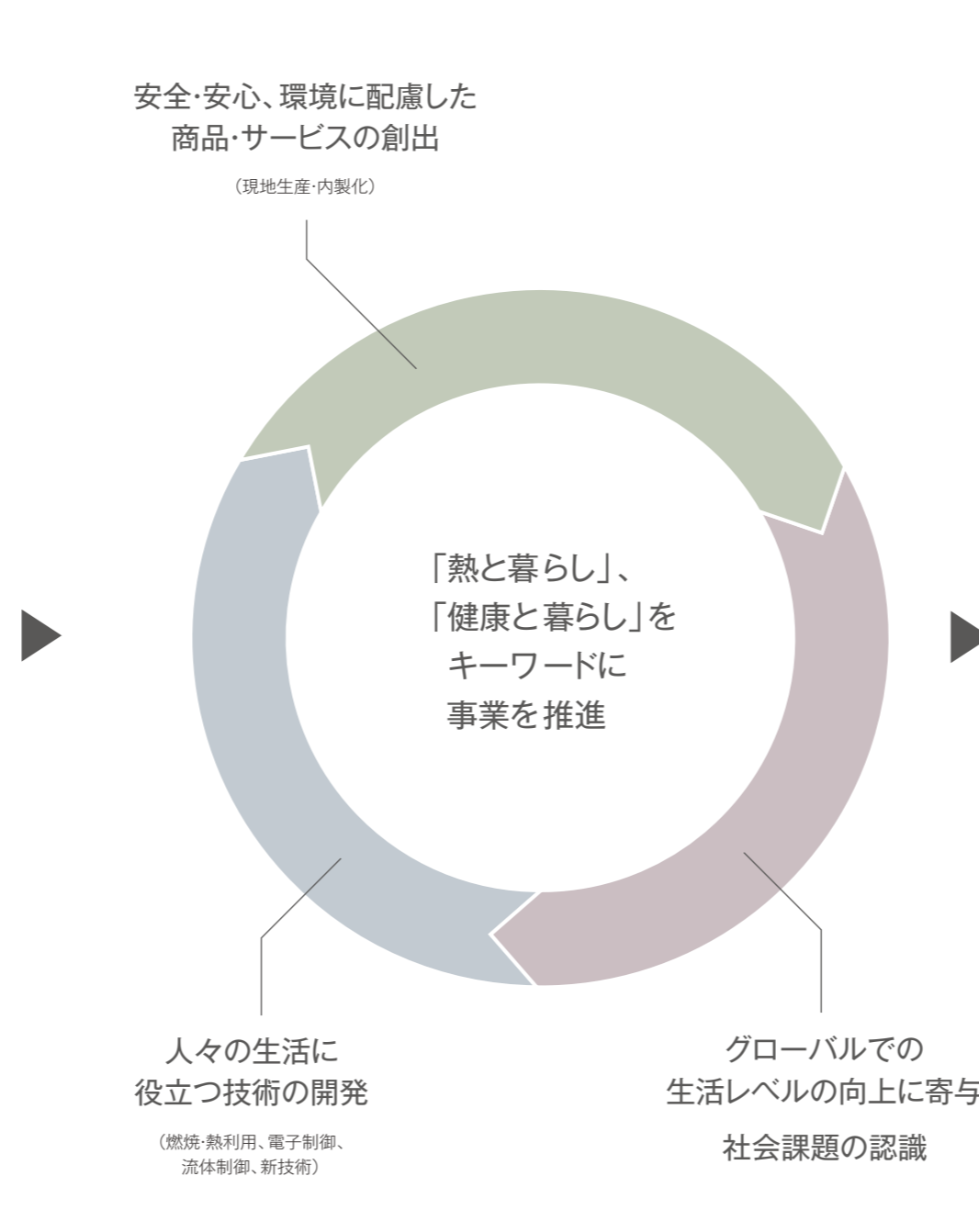
リスク

- 【国内】電力を軸とする熱エネルギーシステムの伸長
- 【国内】取引先要求によるガス器具の価格低下
- 【国内】少子高齢化・世帯数の減少労働時間の減少と人材確保の競争激化

機会

- 環境政策の強化による省エネ商品の需要拡大
- 社会課題としての安全・事故防止ニーズの高まり
- 【海外】天然ガス利用の拡大
- 【海外】生活水準の向上
企業のESG 評価進行

事業活動

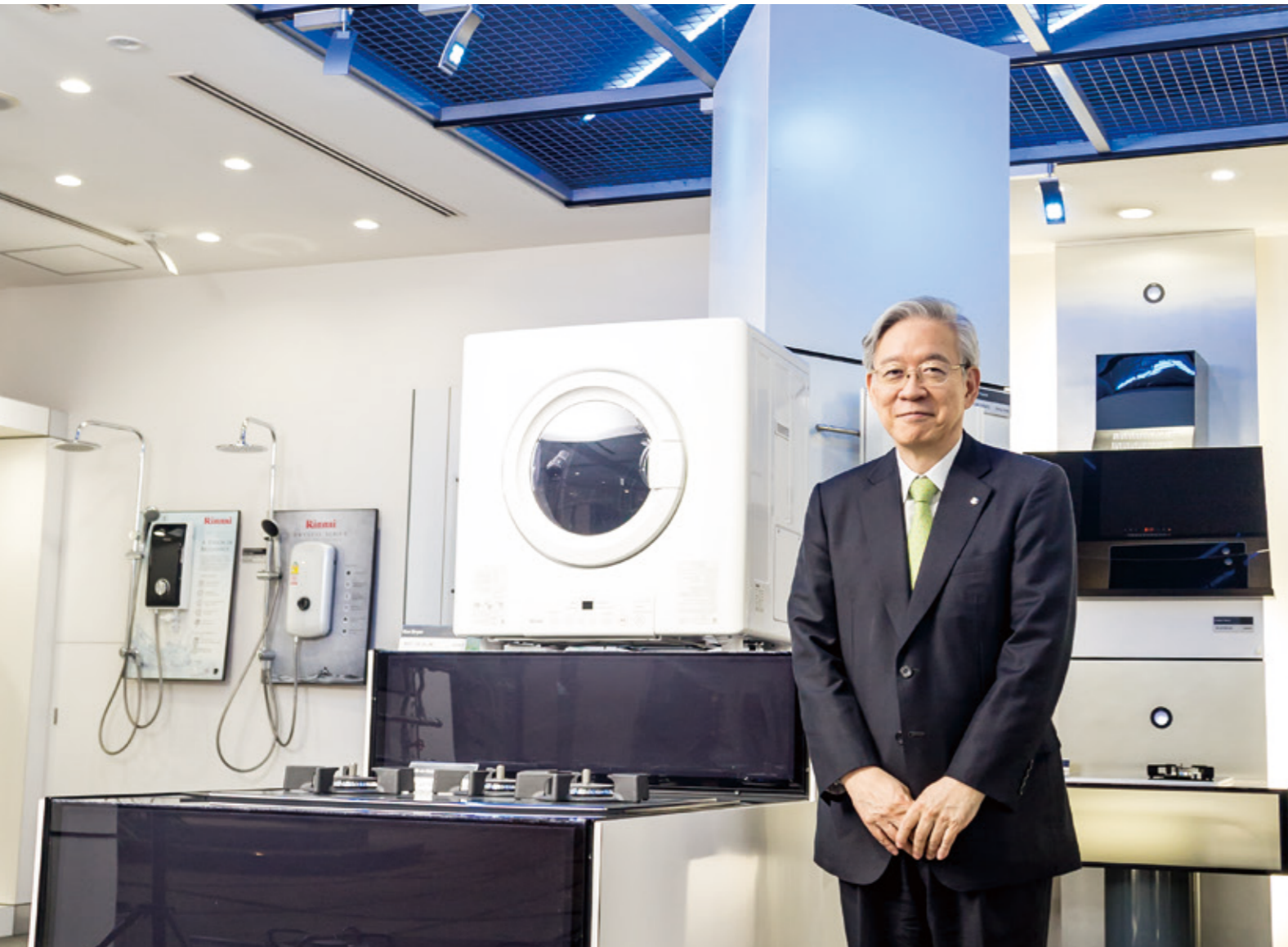


提供価値

- 環境貢献**
生活の中で日常使われるエネルギーの消費や地球環境の負荷を減らす暮らし方を提供
- 安全・安心**
家庭内に潜む様々な危険を予防・回避できるよう生活をサポート
- 生活の質**
家事の負担を低減したり、家事の時間を短縮できる暮らし方を提案

2020年度 主な実績

主な商品・サービス	ガスコンロ、レンジフード、給湯器、温水式床暖房、ガス衣類乾燥機、食器洗い乾燥機など
グループ売上高	3,443億64百万円
営業利益	406億90百万円
営業利益率	11.8%
親会社株主に 帰属する当期純利益	275億81百万円
純資産 (自己資本比率)	3,713億18百万円 (68.8%)
1株当たり配当金 (年間)	125円
CO₂削減貢献量 (※グループ連結計算)	450万t
リコール社告にいたる 不具合の発生件数	0件



Creating a healthier way of living
 健全で心地よい暮らし方を創造する
 リンナイの新時代(New ERA)に向かって

代表取締役社長 内藤弘康

原価低減や需要拡大を受け、過去最高の業績となる

新型コロナウイルス感染症により、お亡くなりになられた方に哀悼の意を表すとともに、罹患された方、ご家族の方に心よりお見舞い申し上げます。また、医療機関や行政機関の方々など、感染拡大防止に日々ご尽力されている皆様に厚く感謝を申し上げます。

世界経済は今なおコロナ禍による大きな影響を受けており、段階的な経済活動の再開が進んだものの、依然として深刻な状況が続いています。そうした中、リンナイグループは2020年9月に創業100周年を迎えました。これも偏に先人たちの弛まぬ努力とステークホルダーの皆様のご支援の賜物です。

中期経営計画「G-Shift 2020」の最終年度となった2020年度は「熱と暮らし」「健康と暮らし」をキーワードに、既存商品やサービスの提供に加え、自社のコア技術に新しい技術を取り込んだ独自の商品・サービスの創出に努めました。期初はコロナ禍の影響も鑑み、上場以来初の赤字決算も予想しましたが、グループ

全体での徹底した原価低減活動に努めるとともに、給付金などの影響を受けて巣ごもり需要を取り込み、国内では高付加価値の給湯器や家事の時短化に貢献するガス衣類乾燥機、自動調理機能付きのビルトインコンロなどの販売が非常に好調でした。

一方、海外においてはアメリカやオーストラリアでタンクレス給湯器が好調に推移しました。アメリカではコロナ禍で都心部から郊外へ移住する人々が増え新築・中古住宅需要が増加しそれに伴いタンクレス給湯器に買い替える動きがあり、バックオーダーすら発生している状況でした。中国においては特にインターネット販売が伸長し、インドネシアでもビルトインコンロの販売が好調で、世界的に巣ごもり需要が旺盛で増益となりました。その結果、当期の実績は、売上高3,443億64百万円(前期比1.1%増)、営業利益406億90百万円(前期比18.2%増)と過去最高の業績となりました。



2020年9月1日の「創業100周年記念式典」は、コロナ禍のため全拠点にWeb配信にて実施



代表取締役会長 林 謙治



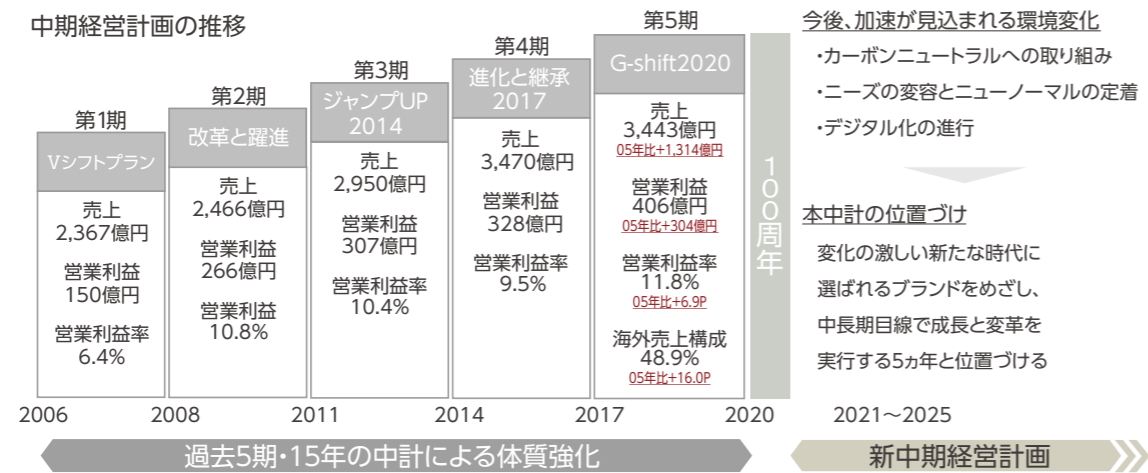
代表取締役社長 内藤 弘康

社長メッセージ

社長就任から15年間で、リンナイを大きく変え、足場を固めることができた

私は入社以来、営業・開発・製造・品質など、あらゆる部門を経験させていただき、それぞれの現場感覚が解るという点では恵まれたと思います。2005年に社長を拝命し、最初に行ったのは「売上第一主義」から「利益重視」への転換でした。ある小売店を訪問した際に当社商品が二束三文で売られ、バックヤードに山積みされている姿を見て強い衝撃を受け「これからは付加価値を高め、利益も確保しよう」と決意し、大きく方針転換したのです。突然の方針転換でしたが、その年は厳冬などの影響もあって赤字にならなかったのも幸運でした。

そして、15年間で5期の中期経営計画を遂行し、最初の「Vシフトプラン」で「利益体質」に舵を切り、次の「改革と躍進」で利益率を10%台に押し上げました。「ジャンプUP 2014」と「進化と継承 2017」で海外売上比率が約50%になり、「G-shift 2020」は100周年への準備期間でもあり、ブランド構築も同時にめざしました。全体としてはこの15年間で着実に足場を固めることができたと考えます。



新・中期経営計画「New ERA 2025」の策定にあたり

「New ERA 2025」はリンナイグループ初の5年期の中長期経営計画となります。まさに創業101年目となる2021年からスタートする新中期経営計画を新時代(New ERA)と捉え、

- 事業規模の拡大 (Expansion) と
- 企業体質の変革 (Revolution) を通して、
- 社会課題解決への貢献 (Advancement) を図ってまいります。

■ 「事業規模の拡大」(Expansion) について

事業エリアの拡大において、今後の重要戦略市場となるのがアメリカと中国です。アメリカでは2020年にイノベーションセンターを開設し、現地での技術力、競争力の強化を図る中、未開拓の中南米地域にも注目し始めました。2021年10月(予定)にはグリフィン工場が竣工し、拡大するタンクレス給湯器の需要に応えてまいります。

中流層の拡大によって世界最大規模の市場へと変貌する中国では特にマーケティングを強化し、世界の競合他社との差別化を図ります。EC市場が拡大する中国ではインターネット販売比率も上昇しており、大型ECイベントでは給湯器の売上金額で1位を獲得、2023年2月

■ 「企業体質の変革」(Revolution) について

ESGやSDGs、サステナビリティが注目を集める中で、人材、技術、ブランドなど「非財務」と呼ばれる無形資産の価値が見直されていますが、リンナイの強みは、まさにここにあると思います。コンプライアンスを遵守し、高い技術に裏付けられた品質へのこだわりなど、全社員のめざす方向がしっかりと合っていることを誇りに思っています。

リンナイは昔から品質を究める上で様々なことを「見える化」しており、現在のITを使った工数削減などの合理的な仕事のやり方を追求するDXの推進においても、それらの経験値が生かされています。生産活動だけでなく、お客様と直接つながるマーケティングの例として「Rinnai BiZ」というプラットフォームを立ち上げ、消費者志向の新しい営業スタイルを展開しています。

には奉賢工場の増強も予定しています。

海外諸国で高いシェアを有するリンナイの商品には、高い技術力に裏付けられた“簡単にマネができない”複雑な機能が組み込まれています。今後も卓越した商品力で海外におけるブランド力も高めてまいります。

事業領域の拡大においては、「熱と暮らし」に加え、これからは「健康と暮らし」を強く意識してまいります。「企業体質の変革」という点でも「消費者志向への変革」を標榜し、「新事業戦略室」「マーケティング室」などの新設部署が中心となり、ユーザーニーズの把握や商品を通じたブランドイメージ向上施策など、新たなマーケティングアプローチを行ってまいります。

社長就任以来「利益を出せる企業」への変革を推進してまいりましたが、これからも「高付加価値商品戦略」と「徹底したコスト削減」への取り組みによって「稼ぐ力」のさらなる向上をめざしてまいります。そして、効率的な経営資本の投下によってROIC(投下資本利益率)を高めてまいります。今後は売上の海外比率が増えることによる「リスクプレミアム」もしっかり確保しながらの「最適な資本配分」が必要であり、さらには総還元性向40%超をめざした還元の拡充も図ってまいります。



社長メッセージ

■「社会課題の解決」(Advancement)について

現在、全世界において脱炭素の動きが加速しています。これまでリンナイはマテリアリティに「環境」を掲げ、「ECO ONE(エコワン)」、「エコジョーズ」など環境貢献商品の機能向上、ラインアップ拡充、販売拡大などを通じて、本業で環境問題の解決に取り組んでまいりました。しかし、これからはもう一段踏み込んだ取り組みが求められます。

例えば、大手ガス会社などではCO₂と水素を利用してメタンを生成する「メタネーション」に取り組む動きがあり、それが実現すれば今のガス機器をそのまま使うこともできますが、CO₂の排出をゼロにするためには多様なエネルギー機器の可能性を追求する必要があります。リンナイはこの度「総合戦略部」という専門部署を新設し、脱炭素社会の実現に寄与すべく様々な検証を進めてまいります。

各国においても、今後どのようにカーボンニュートラルを実現していくかが問われており、リンナイは具体的な目標指標を掲げてまいります。アメリカではタンクレスガス給湯器の普及を通じて、中国やモンゴルでは主力エネルギーを石炭からガスに切り替えることで、CO₂だけでなくPM2.5も抑制します。このように世界各地でCO₂排出量削減と大気汚染問題の解決において当社商品の普及が期待されています。



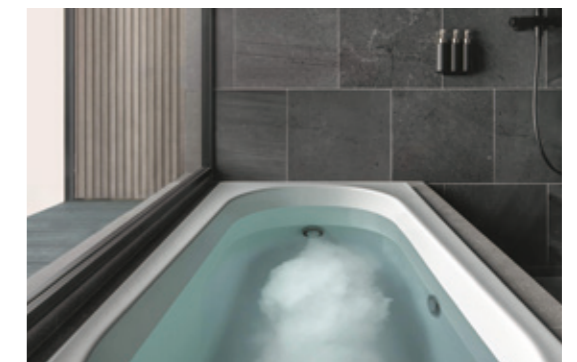
ECO ONE(エコワン)

リンナイがこれまで掲げてきた「熱と暮らし」に、どんな分野を加えれば可能性が広がるのかと考え続けた末に「健康と暮らし」に行きつきました。例えばガス衣類乾燥機「乾太くん」は、電気式乾燥機を凌ぐ強力な殺菌力や花粉症の人は衣類を外干しなくてよいというメリットがあります。「マイクロバブルバスユニット」は、肉体的にも精神的にも癒しの効果があり、気分爽快になるなど、それぞれが現代人の「健康と暮らし」における課題解決に貢献しています。



ガス衣類乾燥機「乾太くん」

「乾太くん」も「マイクロバブルバスユニット」も完全なる新商品ではなく既存商品を改良したのですが、何かを少し変えるだけで受け入れられ方が全く違うのです。日本では「時短」が切実な問題となる中で「乾太くん」の存在価値が高まってきました。つまり、お客様は今の暮らしに満足していないということです。こうした潜在的な課題を見出し、世界中の社会的課題を解決できるような「生活の質の向上」商品を開発していきたいと思えます。



マイクロバブルバスユニット

社会から必要とされる商品を提供し続けることで持続的な成長をめざす

今後の課題は「柱となる商品を、もっと創らなければならない」ということです。今後の国内市場は従来の給湯機器や厨房機器だけでは売上減少が予想される中、「乾太くん」や「マイクロバブルバスユニット」など、次の柱になりえる商品が出てきたことは大きな収穫です。これまでの商品開発は1つの分野を攻略した後は全く別の分野を模索していましたが、ヒットしたら終わりではなく、その周辺需要を探ることを徹底したいと思えます。

当社の商品はある意味では地味ですが、世界中の

人々に必要とされる「生活必需品」であることを、この度のコロナ禍で再認識しました。社員には「社会から必要とされる仕事に携わっている」という幸せを、今一度感じてほしいと思えます。

リンナイグループは、「熱と暮らし」から「健康と暮らし」への領域を広げ、今後もブランドプロミス「Creating a healthier way of living -リンナイは、健全で心地よい暮らし方を創造します-」の実現をめざし、「人々の生活を豊かにする」という使命にこだわって、より魅力的な商品を創出してまいります。



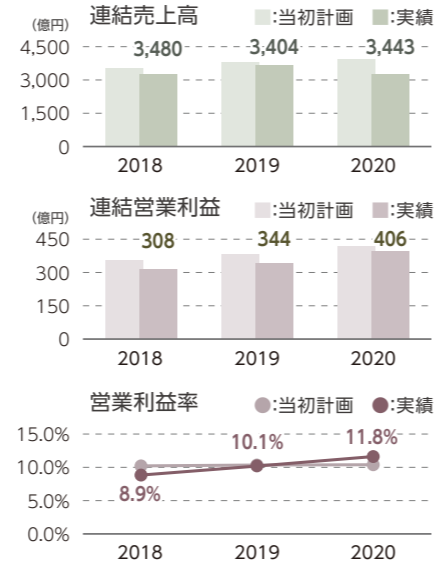
中期経営計画

前中期経営計画「G-shift 2020」の振り返り


2018年度 増収・減益	国内:業界縮小と価格競争の中、主力商品が伸び悩む 海外:継続的に売上が成長するも、投資先行で減益
2019年度 減収・増益	国内:消費税引き上げに伴う環境変化の中、利益改善が進む 海外:競争激化や現地通貨安により、一部で踊り場に差し掛かる
2020年度 増収・増益 過去最高益	新型コロナウイルス感染症による影響が世界各地で発生 国内:好調な成長品目が牽引、巣ごもり需要や寒波需要を取り込む 海外:アメリカが伸長。中国をはじめ各地で期初の想定を上回る回復

2018年度～2020年度の振り返り

- ・大きな環境変化の中、売上/営業利益とも立案時の数値目標は未達
- ・原価低減等の企業努力を推し進め、想定以上に利益改善が進む
- ・過去最高益を更新し、次の100年に向けた基礎が固まる




外部環境の動向とリンナイグループの強み




グローバル

- ・世界総人口は増加、新興国の経済成長は継続
- ・地球温暖化によりカーボンニュートラルの動きが加速
- ・デジタル技術の発展による生活様式の変化
- ・アメリカ…好調な住宅市場中国…地方都市へのガスインフラ拡大



日本

- ・人口減少・世帯数減少の流れ、共働き世帯は増加
- ・住宅着工件数は減少、ガス機器市場も横ばいが見込まれる
- ・自然災害の頻発、規模拡大
- ・価値観、行動様式の変容



Rinnai

- ・重要ユニットの自社開発と自動化設備/金型の内製力
- ・省エネを実現するハイブリッド技術、熱に関するコア技術
- ・最新型工場と特色ある製造関連会社を持つモノづくり力
- ・全国を網羅する販売チャネルや体感型提案スペース
- ・現地生産拠点、海外ネットワーク
- ・高品質なブランドイメージが定着
- ・堅実な財務基盤

中期経営計画2021-2025

New ERA 2025

New Expansion, Revolution and Advancement

創業101年目となる2021年からスタートする本中計を、新時代(New Era)と捉え、
**事業規模の拡大(Expansion)と企業体質の変革(Revolution)を通して、
 社会課題解決への貢献(Advancement)を図る**

めざす姿

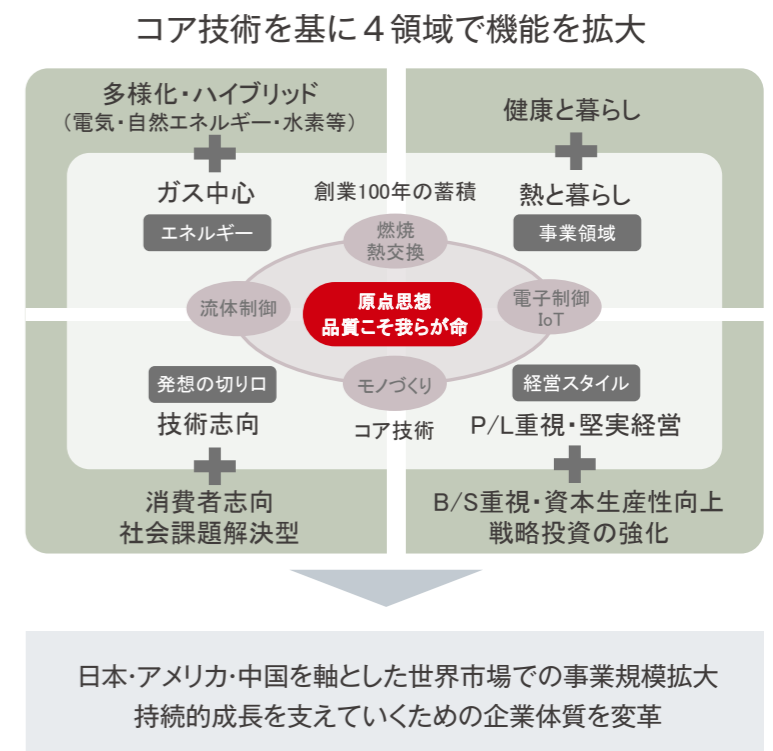
ブランドプロミス
Creating a healthier way of living
 リンナイは、健康で心地よい暮らし方を創造します

リンナイが取り組むべき社会課題

- ◆生活の質の向上
- ◆地球環境問題への対応

めざす姿

あらゆるエネルギー源を活用し、
 熱と暮らし・健康と暮らしの分野における
 世界の社会課題をコア技術で解決することで
 持続的で堅実な長期成長を図る



戦略ストーリー

「社会課題解決への貢献」、「事業規模の拡大」、「企業体質の変革」を軸とした3つの戦略ストーリーを策定

社会課題解決への貢献

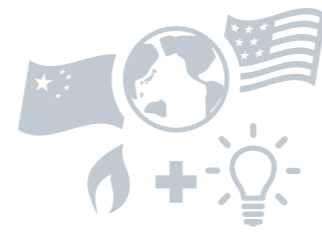
- ・生活の質の向上
- ・地球環境問題への対応

事業規模の拡大

- ・地域領域の拡大
- ・事業領域の拡大

企業体質の変革

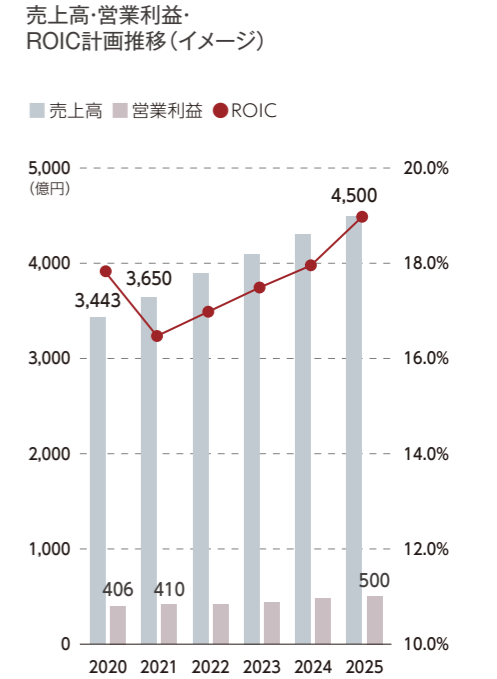
- ・消費者志向への変革
- ・無形資産への重点投資
- ・収益力の強化



Rinnai

数値目標(2025年度連結)

事業規模の拡大 地域領域の拡大 事業領域の拡大	連結売上 4,500億円 (国内2,000億円、 海外2,500億円)
企業体質の変革 消費者志向への変革 無形資産への重点投資 収益力の強化	営業利益 500億円 投下資本効率(ROIC) 19.0% 総還元性向(5年平均) 40.0%
社会課題解決への貢献 生活の質の向上 地球環境問題への対応	「生活の質の向上」 「地球環境」貢献商品 売上高(2020年度比) 50%UP CO ₂ 削減貢献量 700万t



8つの重点施策

1	生活の質・環境商品の拡大
2	研究開発の領域拡大と次の柱に向けた事業の構築
3	長年に利益を支えるモノづくり体制強化
4	グローバル体制の強化
5	デジタル・トランスフォーメーション(DX)による業務改革とセキュリティ対策の強化
6	リンナイブランド社内外浸透
7	人材価値向上への取り組み
8	ESG評価向上への取り組み

本中計とESGのつながり

ESG項目	主な取り組み	本中計とのつながり (3つの戦略ストーリー)	SDGsへの貢献
E: 環境	省エネ給湯機器の普及によるCO ₂ 排出量削減→2025年目標:700万t 省エネ機器の開発・販売促進 脱炭素社会に向けた研究開発の投資拡大	社会課題解決への貢献(地球環境貢献) 事業規模の拡大(地域領域の拡大) 企業体質の変革(無形資産への重点投資)	13 気候変動 7 持続可能なエネルギー
S: 社会	生活の質向上商品の創出 人材価値向上への取り組み →人材成長への投資、人事制度見直し、 健康経営の推進 多様な働き方への環境整備	社会課題解決への貢献(生活の質の向上) 事業規模の拡大(事業領域の拡大) 企業体質の変革(消費者志向への変革) 企業体質の変革(無形資産への重点投資)	3 健全な労働と職業生活 5 ジェンダー平等を実現しよう
G: 企業統治	コンプライアンス徹底 サイバーセキュリティ対策の強化 コーポレートガバナンス・コード各原則の実施 業績連動・株式報酬の導入 指名諮問委員会/報酬諮問委員会の設置	企業体質の変革	

世界から“選ばれる企業”であり続けるために「社会課題解決への貢献」に挑戦し続けてまいります

上席執行役員 経営企画本部長 **小川 拓也**



前中計「G-shift 2020」新中計「New ERA 2025」について

前中期経営計画「G-shift 2020」(2018～20年度)は、国内市場の縮小とそれに伴う価格競争、海外での投資の先行などにより、厳しいスタートとなりましたが、徹底した原価低減の取り組みや国内外の巣ごもり需要の取り込みなどによって最終的には過去最高益を更新しました。創業100周年の集大成として利益面での体質改善が進み、「稼ぐ力」が強化された3年間となりました。

この度の新中期経営計画「New ERA 2025」の策定においては、カーボンニュートラルやニューノーマル社会の到来、デジタル化の進行など、今後想定すべき経営環境の変化も大きく、各部門と活発な議論を積み重ねた結果、近視眼的では対応しきれない課題も多く、中長期的な視点で課題解決に取り組む必要があると考え、対象期間を5カ年(2021～25年度)としました。

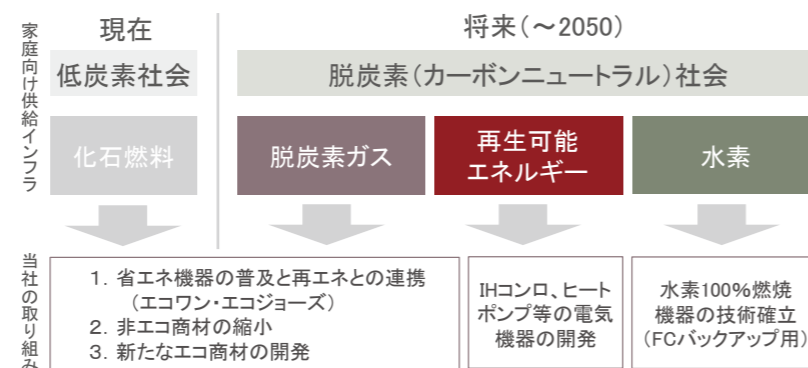
「社会課題解決への貢献」に向けて

新中計の3つの戦略ストーリーの中でも、「社会課題解決への貢献(Advancement)」を最重要視すべき目的と位置付けており、それを実現するためには「事業規模の拡大(Expansion)」や「企業体質の変革(Revolution)」も同時に進めていかねばならないと考えています。

「社会課題解決への貢献」における「生活の質の向上」については、我々が世界中に商品・サービスを展開していく上で、その国に最適なものを提供していく必要があると考え、「1.利便性向上によるストレス低減」「2.住空間の安全性向上」「3.衛生改善・健康増進」「4.レジリエンス」の4つを定義し、地域ごとに具体的な該当商品を明確にしました。これは「事業規模の拡大」にもつながりますが、今後より「生活の質の向上」への貢献を拡大していくためにも、米・中の重要戦略市場のほか、既存市場、新市場への展開を進め、より多くの国々へと“面を広げていく”ことにも注力してまいります。

一方の「環境問題への対応」については、これまでも重要課題(マテリアリティ)として取り組んでまいりましたが、日本政府の2050年カーボンニュートラル宣言を受け、さらに踏み込んだ議論を進行させております。今後、家庭のエネルギー源は、「水素」「再生可能エネルギー(電気)」「脱炭素ガス(メタネーション)」の3つにシフトしていくことが予想されますが、こうしたエネルギーインフラについては我々機器メーカーは動向を見守るしかありません。しかし、どのシナリオが実現しても、より熱効率の高い機器を開発・提供していくために、各分野の知見を蓄えたり、それを研究する人的資源を充実させるなど、我々ができることにいち早く投資し、今から積極的に対応していくこと

によって、脱炭素社会への貢献を大きなチャンスにしたいと考えています。



「消費者志向への変革」と「無形資産への重点投資」

新中計では「企業体質の変革」も重要なテーマと考えており、その一つは「消費者志向への変革」です。

直近の時短・健康関連商品のヒットなどで、ある程度の手応えを感じておりますが、マーケティング力の強化や消費者接点の構築による価値創出を推進します。「マーケティング室」の新設などによって市場のニーズを吸い上げつつ、DX(デジタル・トランスフォーメーション)の動きの中で、商品選択から使用、点検、故障対応、廃棄にいたる一連の流れにおける有益な情報発信やサービス提供のあり方を模索してまいります。

もう一方の「無形資産への重点投資」については、これまで当社は生産設備や商品などの有形資産への投資が中心でしたが、これからの時代における企業体質の強化策として、人材、情報技術、コア技術(ノウハウ)、ブランディングなど、無形資産に対するさらなる重点投資が必要と考えます。

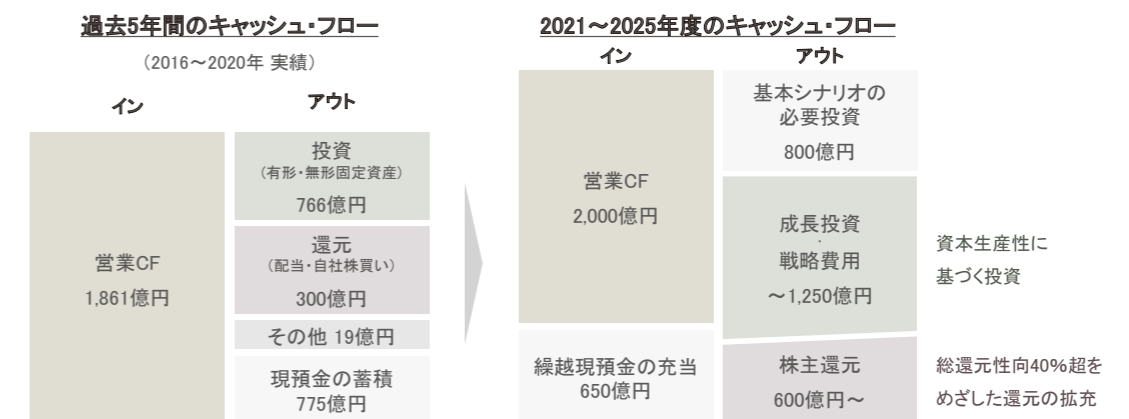
人材投資 (主な投資内容) エンゲージメント向上施策、自己成長への評価・教育制度の構築、新しい働き方への職場環境整備		情報技術 (主な投資内容) グローバル連携強化に向けた情報インフラ整備 デジタルトランスフォーメーションへの技術開発	
コア技術(ノウハウ) (主な投資内容) 高度なモノづくり体制に向けての強化 「熱と暮らし」「健康と暮らし」研究開発体制の拡充		ブランディング (主な投資内容) グローバルブランドイメージの社外浸透 インナーブランディングの強化	

「収益力の強化」と「資本政策」について

この度のコーポレートガバナンス・コード改訂においても、資本コストの把握や資本施策の基本方針などの開示が求められる中、まずは2020年度の業績および期末時点での財政状態をベースに、必要現金水準を1,800億円(運転資金+災害対応等に備える機動的資金)と定義しました。そして、それを上回る部分については、中計期間中のキャピタルアロケーションとして、将来に向けた成長投資や戦略費用を最大1,250億円、株主還元を600億円以上とする方針を打ち出しました。還元指標である総還元性向40%超は、過去5年間の300億円に対して2倍となります。

これまでも、ROE、ROICなどの財務指標を活用してまいりましたが、従来の売上・利益を重視する経営方針に加え、今回の新中計では資本政策の基本方針を「健全な財務基盤を確保した上で、未来への成長投資と株主の安定還元を図る」と定め、ROICを最重要指標として活用しながら、10年先、20年先を見据えたバランスのよい経営をめざしてまいります。

そして、世界中の人々の「生活の質の向上」やカーボンニュートラルをはじめとする様々な社会課題解決への貢献を果たし、いつまでも“選ばれる企業”であり続けたいと思います。



海外グループ会社 経営トップメッセージ (リンナイアメリカ)

海外事業の発展とともにリンナイの ブランドプロミスを世界の人々に 発信してまいります。

Frank Windsor President, Rinnai America Corp



コロナ禍での好業績

近年、リンナイグループの海外売上比率は50%弱程度ですが、今後の日本市場は少子高齢化などの課題もあり、持続的に高い成長率を見込むのは厳しいと予想されます。その点においてもリンナイアメリカは、グループの海外事業を牽引すべき立場にあり、グループの成長(事業規模の拡大)という意味でも、非常に重大な役割を担っていると認識しています。

2020年度は新型コロナウイルス感染症の拡大が北米市場にも甚大な影響をもたらしました。まずは何よりも従業員の健康・安全を最優先にするとともに、取引先がビジネスを継続できるよう、様々な面でのサポートに尽力しました。

年度当初は受注が大きく減少したものの、当社の商品は家庭用が約8割を占めることもあり、6月以降のいわゆる巣ごもり需要により、売上は力強く盛り返しました。そして、年末には前年実績を大きく上回り、最終的には全商品カテゴリーでシェアを伸ばすことができました。

拠点としての機能強化

2018年4月より、北米で初となるタンクレス給湯器(瞬間給湯器)の生産を開始しました。市場に近いところで生産する「地産地消」の方針は、為替やサプライチェーンのリスク低減のためだけでなく、雇用・納税等を通じて地域社会に貢献していく企業であることを北米のパートナーや消費者にコミットメントすることになります。

北米では年間約1,000万台の給湯器が販売されますが、タンクにお湯を貯めて使用する貯湯式がその内の約90%を占めています。リンナイアメリカは、湯切れがなく省スペースで環境性能にも優れたタンクレス式の良さを広く消費者に認知していただくために、2015年以降、テレビCM、印刷物、Webメディアなどを使って精力的に広告してきました。

大型バンにタンクレス給湯器を搭載し、北米をキャラバンした「Try Rinnai Tour」



タンクレス給湯器「SENSEI」



一方で「どのメーカーの給湯器を設置するか」は、多くの場合、販売代理店やハウスメーカーが意思決定権を持っています。当社は北米のハウスメーカー、トップ14社中12社と専売契約を結んでおり、タンクレス給湯器の設置が決まれば、必ずリンナイ製が採用されることになっています。

また、リンナイアメリカでは、本社を最先端のトレーニングおよび研究開発(イノベーション)センターに改装し、販売や施工におけるパートナーをお招きし、充実した実地研修メニューを提供しています。

新設したイノベーションセンターでは、日本の優秀な開発部門との連携をベースに、こうした優良設置業者との接点によって得た声(意見・アイデア)を採り入れることで、競合他社との差別化も図っています。特に熟練作業者が人手不足傾向にある中で、施工時間の短縮や簡便性につながる商品開発も益々重要となっています。

これからのリンナイアメリカ

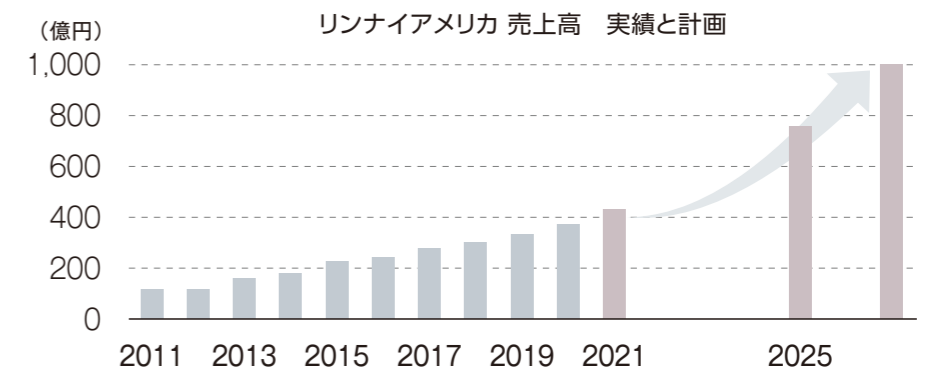
リンナイは海外においても、高い技術力に裏付けられた品質の高さには定評があります。2018年からは、日本におけるエコジョーズタイプ、いわゆる排気ガスの熱を回収して再利用することでCO₂の排出量を削減する「コンデンシング技術」を搭載した高効率給湯器を投入し、タンクレス給湯器市場においても、さらなる高付加価値化を図っています。

北米でも気候変動・脱炭素社会への意識は高まってきており、一部の地方自治体では新築住宅へのガス機器設置を禁止するような動きも見られるものの、当社のコンデンシング給湯器の熱効率は96%と極めて高く、いまだ石炭火力発電が多い現状においては、一概にガスの使用が悪いとは言い切れません。リンナイアメリカは電気化やヒートポンプを用いた商品ラインアップの拡充も含めて、グループの総合力で脱炭素社会に貢献してまいります。

そして、これまではリンナイ本社の海外事業本部が担当していた中南米エリアの開拓を、2020年度からリンナイアメリカで担うこととなりました。新中期経営計画「New ERA 2025」に掲げる事業規模の拡大・地域領域-においても、グループに貢献できるよう鋭意取り組んでまいります。

リンナイグループは「Creating a healthier way of living」というブランドプロミスを策定し、人々の健全で心地よい暮らしへの貢献を目標として掲げました。今、私たちが注力しているのはタンクレス給湯器の普及によって、水の加熱方法を変えることで人々の生活を向上させることです。

この目標の実現に向けて、日本のリンナイ本社のみならず他の海外グループ会社との連携、そして北米の外部機関や企業との戦略的な提携なども視野に入れて、人々の健康で快適な生活に貢献してまいります。



連結給湯器を導入

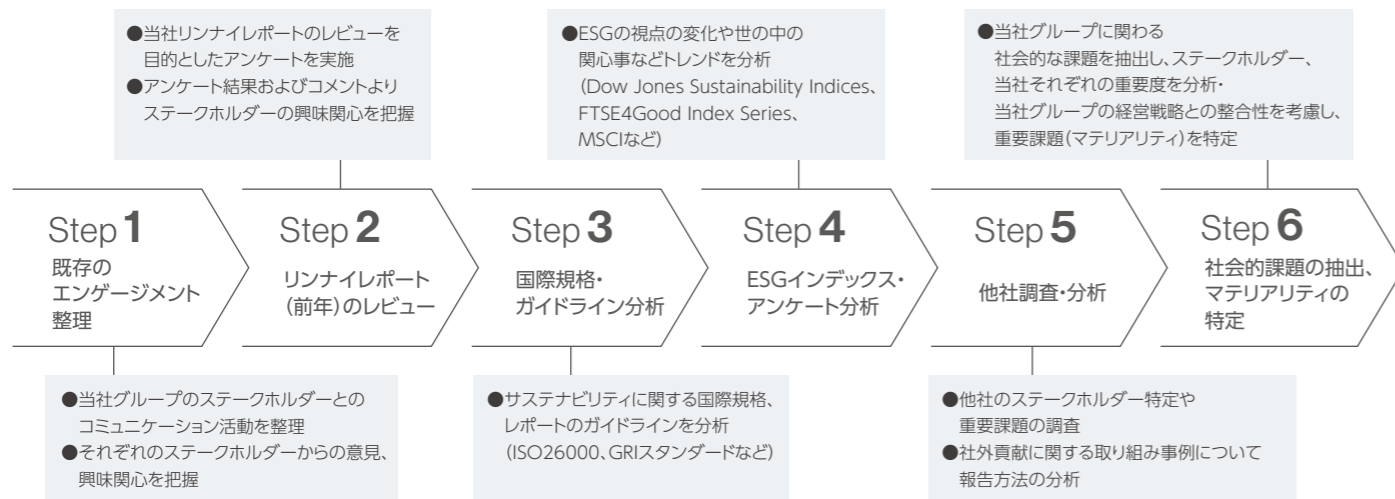


リンナイアメリカ本社 エントランス

重要課題(マテリアリティ)の特定

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・ESG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。そして経営企画部門を中心に、経営戦略と照らし合わせ、リンナイグループの価値創造プロセスを通して重要課題(マテリアリティ)の特定を行っています。

重要課題(マテリアリティ)の特定フロー



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、重要課題を特定しています。



重要課題(マテリアリティ)の目標と結果

重要課題

エネルギー消費量 CO₂排出量

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・促進を通して、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。

主な目標指標

商品使用時におけるCO₂削減貢献量
対象地域:グローバル
対象ステークホルダー:全て



重要課題

消費者安全 品質向上

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。

主な目標指標

「リコール社告」にいたる不具合の発生件数
対象地域:グローバル
対象ステークホルダー:お客様



持続可能な社会の実現に向けて

リンナイグループは2015年9月に国連サミットで採択された持続可能な開発目標(SDGs)に賛同し、積極的な活動を行ってまいります。地球環境や生活に密着した商品を社会に提供していることから、その重要性を認識し、さらなる事業活動の展開を図ってまいります。

「SDGs」持続可能な開発目標



リンナイ価値創造プロセスの提供価値に関連するSDGs項目

環境貢献	生活の中で日常使われるエネルギーの消費や地球環境の負荷を減らす暮らし方を提供	3 気候変動に具体的な対策を 7 再生可能エネルギーを拡大 9 産業と雇用創出を促進 11 持続可能な都市とコミュニティを構築 12 つくる責任 つかう責任 13 気候変動に具体的な対策を
安全・安心	家庭内に潜む様々な危険を予防・回避できるよう生活をサポート	3 気候変動に具体的な対策を 11 持続可能な都市とコミュニティを構築 12 つくる責任 つかう責任
生活の質	家事の負担を低減したり、家事の時間を短縮できる暮らし方を提案	5 女性の権利を平等にする 8 豊かさを促進 10 人や国の不平等をなくす 11 持続可能な都市とコミュニティを構築

地球環境問題への対応



商品使用時における
CO₂削減貢献量

2021年目標

515万t

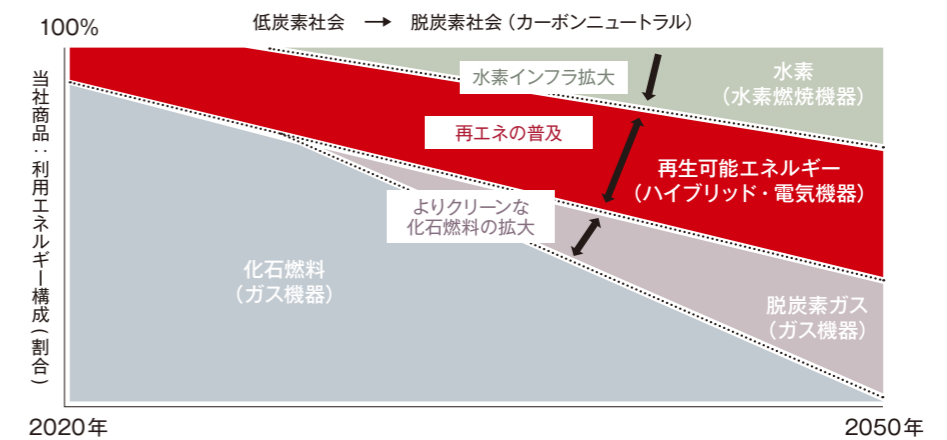
2025年目標

700万t



2016年パリ協定により、各国CO₂排出量削減・排出量ゼロ(カーボンニュートラル)の動きが加速しています。ガス機器を中心に取り扱っている当社は、現在の『低炭素社会』から将来の『脱炭素社会』を念頭に置いた多様なエネルギー機器の可能性を追求していきます。

『脱炭素社会』実現までの当社商品の構成イメージ



将来の『脱炭素社会』実現に向けたエネルギー機器については状況変化を迅速に読み取りつつ、技術確立を進めていく一方、現在の中期経営計画期間中(2021年度~2025年度)は、当面の低炭素社会に向けた環境商品のラインアップ拡充と販売拡大を進めていきます。

中期経営計画期間中の取り組み商品

項目	主な該当商品 各国地域のエネルギー事情を考慮	「地球環境への貢献」内容
1 CO ₂ 排出量の低減	エコジョーズ・エコワン(日本)	省エネ性の高い給湯器によるCO ₂ 排出量の削減
	タンクレスガス給湯器(アメリカ、オーストラリア)	
	ガス給湯器(中国)	
	コンデンシングボイラー(韓国)	
	ガステーブルコンロ(インドネシア)	
2 PM2.5排出量の低減	太陽熱温水パネル(ブラジル)	太陽熱を利用した温水供給によりCO ₂ 排出の削減
	ボイラー(中国、モンゴル)	石炭ボイラーからガスボイラー化によりPM2.5排出量を削減

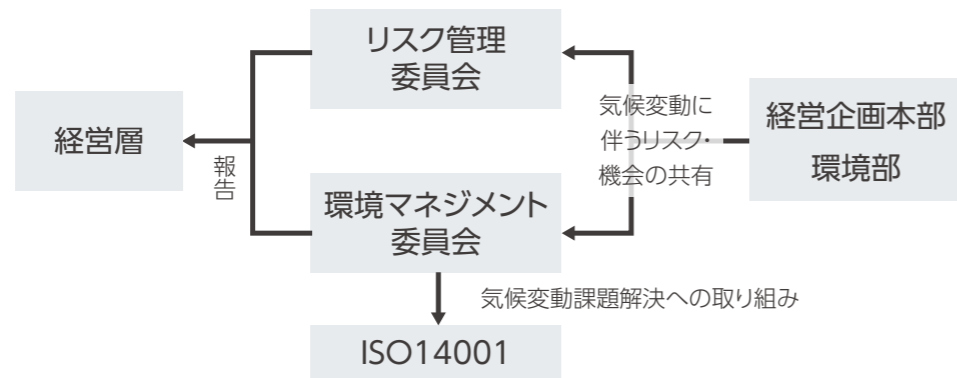
気候関連財務情報開示 タスクフォース (TCFD) への対応



当社は持続可能な社会を前提とした「環境と経済の好循環」の実現に向けて、金融安定理事会 (FSB) による気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) に賛同 (2020年8月) し、当社における気候変動に伴う財務インパクト及び課題解決に向けた取り組みの開示を推進しています。

ガバナンス

当社は経営企画本部、環境部を中心にESG関連課題をとりまとめ、関係部門への展開と改善に向けた取り組みを推進しています。また環境マネジメント委員会を事務局としたISO14001の運用により、気候変動に伴うリスク・機会に関する取り組みを推進し、経営層への報告を行っています。



リスク管理

当社はリスク管理委員会によりリスク管理を行っています。気候変動に伴うリスクも含めた当社に関連するリスク内容の定期的な更新を行い、発生頻度と影響度のレベル分けを行い、リスク管理に努めています。

指標・目標

当社は気候変動リスクへの対応として「エネルギー効率の向上、およびそれを実現した環境配慮型商品の開発・普及」が重要と考え、重要課題 (マテリアリティ) の一つを「エネルギー消費量、CO₂排出量」とし、主な目標指標として「商品使用時におけるCO₂削減貢献量」を定め、気候変動リスクへの対応に努めています。

戦略

		リンナイへの影響	財務影響	緊急度	リンナイとしての対応
移行リスク	気候変動に伴う原材料調達リスク	温室効果ガス排出量の多い材料のサプライヤーへのカーボンプライシング (炭素税・排出量取引) によって原材料への価格転嫁が進むことで、調達コストが上昇するリスクがある。	大	低	・リサイクル可能な材料へ転換する ・自助努力によって調達コストを削減する
	水資源の枯渇による給湯器規制	世界的な水不足問題において、水資源を多く利用する可能性のある給湯器の販売に規制がかかるリスクがある。	小	低	水使用量の制御ができる給湯器を開発する。
	化石燃料規制によるガス給湯器規制	今までの「省エネ」「省資源」といった『低炭素社会』の概念から、『脱炭素社会』という長期的目標概念への変化により、化石燃料を使用するガス給湯器は、消費者の使用目的を達成するために今までと違う方法を求められる方向へ進み、従来商品を代替する対策を迫られるリスクがある。	大	中	エネルギーに関わる状況変化を読み取りつつ、必要となる商品を意識した技術を開発、確立する。
物理的リスク	自然災害による物流リスク	自然災害 (洪水・集中豪雨・水不足など) の影響によってサプライチェーンの流通が継続できないリスクがある。	大	中	事業継続計画 (BCP) による対応能力を高める (資材調達先・生産拠点の分散化など)。
	稼働コストの増大リスク	平均気温上昇による空調や冷却装置の稼働コストが増大するリスクがある。	中	低	再生可能エネルギーなどによる自家発電の導入を推進する。
機会	環境規制強化 (CO ₂) による省エネ給湯器の普及	当面の『低炭素社会』においては、より効率の良い省エネ給湯器が求められる。また、『脱炭素社会』実現における脱炭素ガスなどの技術の進行により、従来から継続した省エネ給湯器が求められる。	大	中	より効率の良い省エネ給湯器のラインアップ拡充と販売拡大を進めていく。
	環境規制強化 (PM2.5) によるガスボイラーの普及	石炭ボイラーを使用しているエリアにおいて、PM2.5を発生しないガスボイラーが求められる。	中	中	環境規制が進んでいないエリアをターゲットとし、そのエリアの使用環境に合った商品を普及拡大していく。

TCFD推奨開示項目と当社の開示内容

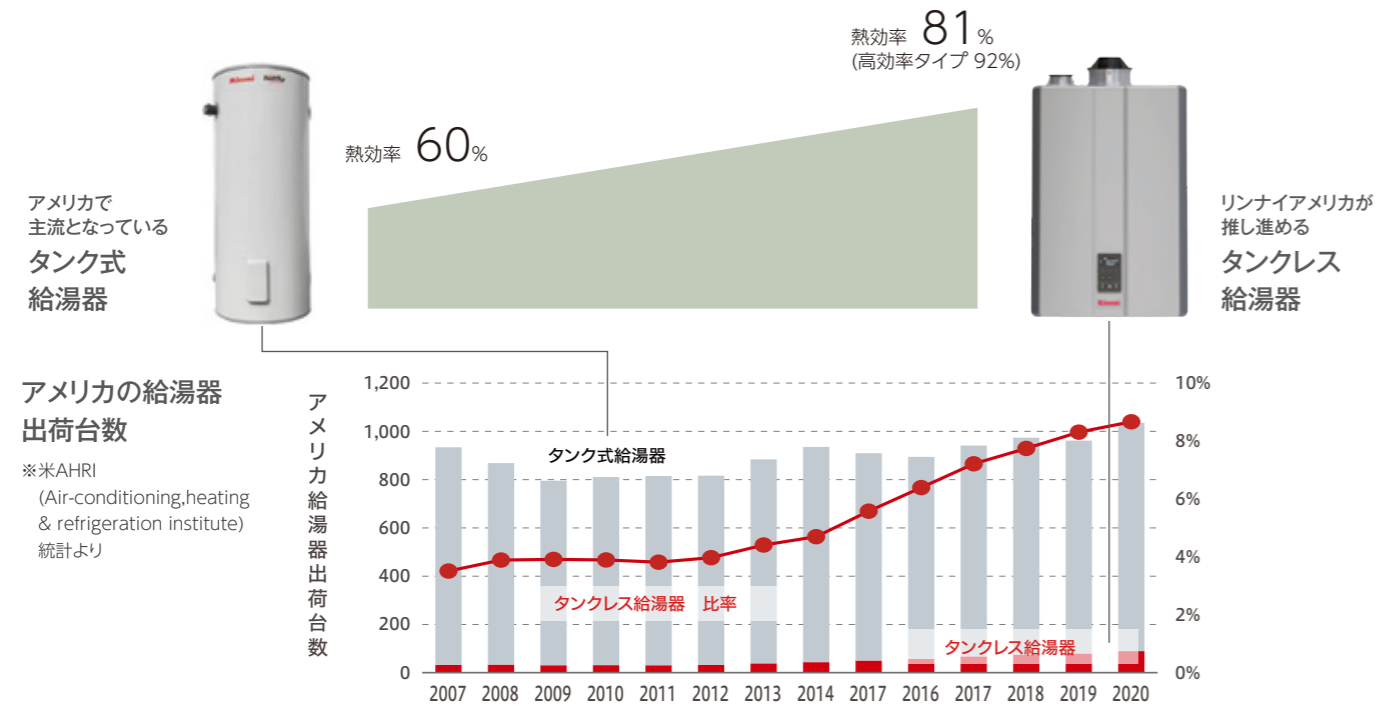
推奨開示項目	当社の開示内容
ガバナンス	環境マネジメント https://www.rinnai.co.jp/csr/manage_system/
戦略	価値創造プロセス https://www.rinnai.co.jp/csr/value/
リスク管理	リスクマネジメント https://www.rinnai.co.jp/csr/risk_manage_system/
指標・目標	価値創造プロセス https://www.rinnai.co.jp/csr/value/ 省エネ給湯器を通じた地球温暖化防止への取り組み https://www.rinnai.co.jp/csr/reduction/

グローバルに展開されるリンナイグループの

給湯器

リンナイグループは日本だけでなく、海外でも給湯器を広く展開しており、地球温暖化やエネルギー消費において関連性の深い事業を行っております。見方を変えると、より効率の高い給湯器の開発・普及をすることで、大きな環境負荷低減を実現することが可能になります。

リンナイアメリカの取り組み



アメリカの給湯器市場はエネルギー効率のあまりよくないタンク式が主流となっており、リンナイアメリカはこのような市場に対し、熱効率の高いタンクレス給湯器へのシフトを促す活動を続けています。長年の認知活動が実を結び、近年ではタンクレス給湯器の販売数が伸長しております。効率の良いタンクレス給湯器を広く普及することで地球環境への負荷低減を実現しています。

巨大なアメリカの給湯器マーケットの中で、急速に伸び続けるタンクレス給湯器の需要に対応するために、素早くニーズに合った商品を開発するためにイノベーションセンターを開設し、また現地での生産を拡大するために自前による工場建設に現在取り組んでいます（現在はリース工場にて現地生産中）。



イノベーションセンターの環境試験室



グリフィンに建設予定の現地生産工場

上海林内（中国）の取り組み

中国では、上海に開発・生産拠点を持ち、中国全土に向けて販売を拡大しています。中国は、日本のようにどこでもガス管が通っているわけではなく、行き届いていない地域では、利便性の良い、かつ効率の良いガス給湯器を使うことができない状況にあります。

ガス配管の整備が進み、人々の生活水準が向上することによって、まだまだ増える可能性のあるガス給湯器を軸に販売を推進します。需要の拡大を見込み、生産工場の増設を計画しており、また、実際に商品に触れて購入検討することができる体験センターを主要都市に設置するなど事業規模の拡大を進めていきます。



奉贤工場の増強を予定



商品に触って検討できる体験センター



インターネットによるライブ配信



実店舗のリニューアル

給湯器の販売においても、市場ではインターネット販売が購入の一つの方法となっており、上海林内としても積極的に活動を進めています。「独身の日」や「618」といった一般消費において大きなセール期間では、ライブ配信や有名インフルエンサーを活用した販売活動を行い、上海林内は、給湯器分野において売上額で1位を記録しました。上海林内の売上高におけるインターネットの販売比率は3割に達し、グループとしてECやDXといったネット技術のビジネスを確立し、経営の実績を積み上げていきます。

中国の事業活動において、ガス給湯器やガスボイラーなどの販売促進は、効率の良い機器を拡大した分だけ、地球環境に貢献するものと理解し、様々なビジネス展開を進めていきます。

バリューチェーンにおける環境影響

当社は、社会からの要請・期待や地球環境への影響を考慮し、バリューチェーン*を通じた環境負荷低減活動を推進しています。

* お客様に商品やサービスという価値を提供するために、企業が行っている一連の事業活動・価値創造のプロセス



「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン」に基づき、当社試算
 [対象範囲] リンナイ株式会社および連結子会社(開発・製造)、リンナイ株式会社(調達・販売・物流・サービス・商品使用・廃棄)
 [対象期間] 国内:2020年4月1日~2021年3月31日
 海外:2020年1月1日~12月31日
 [CO₂排出量(単位)]: tCO₂e、(%)は、それぞれの各プロセスでの排出割合を表す

の指標は、ロイド レジスター クオリティ アシユアランス リミテッド(LRQA)による第三者保証を受けています。

「生活の質の向上」定義

リンナイは「給湯機器⇒お湯を作る」、「厨房機器⇒料理を作る」、「空調機器⇒部屋を暖める」など、人々の生活に密着した商品を展開しており、商品のさらなる価値の提供により、人々の生活を支えることに加え、「生活の質の向上」をサポートすることができると考えています。

例えば、アメリカではタンク式給湯器を使う中で、温めていたお湯を使い切ってしまうと水になってしまうという「湯切れ」の問題が発生してしまいますが、リンナイが提供するタンクレス給湯器であれば、お湯を使いたいときにすぐに出湯できるという利点があり、日々の生活においてストレスを低減することができます。

より豊かで楽しみに満ちた生活を実現することは、リンナイのブランドプロミスである「Creating a healthier way of living (健康で心地よい暮らし方を創造する)」を体現するうえで大きな使命と認識しており、健康・上質・心地よさなど、お客様の「楽しみ」や「ワクワク」を実現する商品を提供するため、販売を拡大していきます。



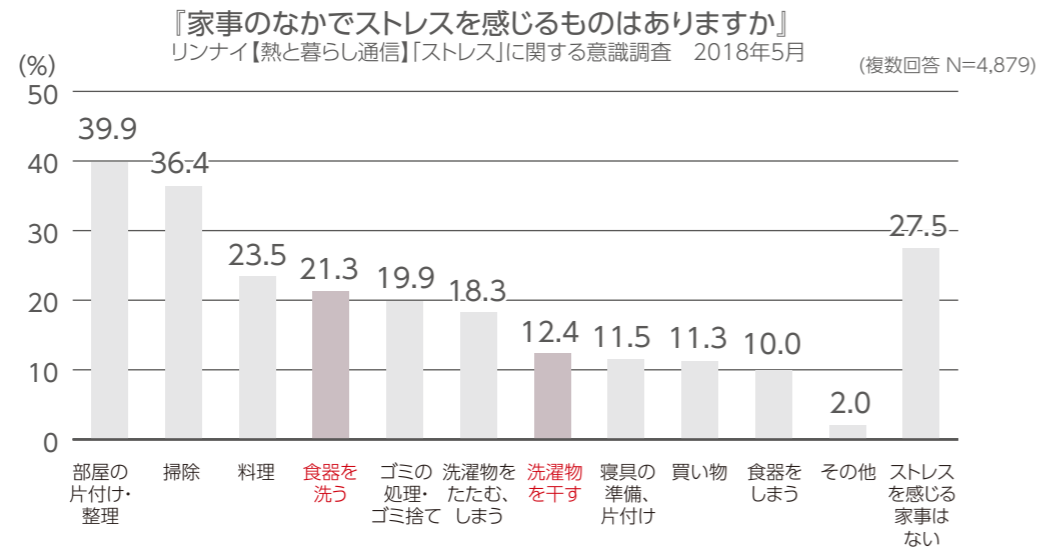
リンナイにおける「生活の質の向上」項目の定義

項目	主な該当商品	「生活の質の向上」内容
1 利便性向上による ストレス低減	タンクレスガス給湯器 (アメリカ)	タンクレス給湯器による湯切れのない環境の提供
	ガス衣類乾燥機 (日本・韓国・中国)	家事負担の軽減
	食器洗い乾燥機 (日本・中国)	
2 住空間の安全性向上	無線LAN対応リモコン (日本)	遠隔操作機能、見守り機能の提供
	センサー付きコンロ (中国・ASEAN)	センサー機能付きコンロによる火災事故防止
3 衛生改善・健康増進	マイクロバブルバスユニット (日本)	マイクロバブルバスによる健康増進
	浄水器 (中国)	浄水器による衛生環境の改善
	ガス・電気給湯器 (ASEAN)	給湯環境のない家庭への給湯機器の設置
4 レジリエンス (回復力)	ハイブリッド給湯・暖房システム「ECO ONE (エコワン)」 (日本)	災害時における給湯機能の提供
	ガスコンロ (ASEAN)	停電時でも調理できる環境の提供

「生活の質の向上」として定義した商品が広く拡大することで、世界全体の生活が豊かになるということを想定し、これらを指標化して管理していきます。「生活の質の向上」商品の売上高を2020年度を基準として2025年度には50%アップすることをめざしてまいります。

利便性向上によるストレス低減

「ストレス」に関する意識調査で、「食器を洗う」「洗濯物を干す」といった家事が生活の中で負担を与えていることが分かりました。このような家事負担を低減することが生活の質の向上につながると認識しています。



「食器を洗う」ストレス低減



「食器を洗う」ストレス低減として、リンナイでは食器洗い乾燥機を提供しています。食器を機械にセットしてボタンを押すだけで、1～2時間ほどで自動で洗浄・すすぎ・乾燥を行ってくれます。生活水準の高い日本でも普及率は半分以下となっており、日本だけでなく世界においてまだまだ提供拡大していく余地があると考えています。

また、手洗いよりも節水において約8～9割の低減、使用する洗剤や水のコストにおいて約5～6割の低減が実現し、資源節約にも貢献しています。

「洗濯物を干す」ストレス低減



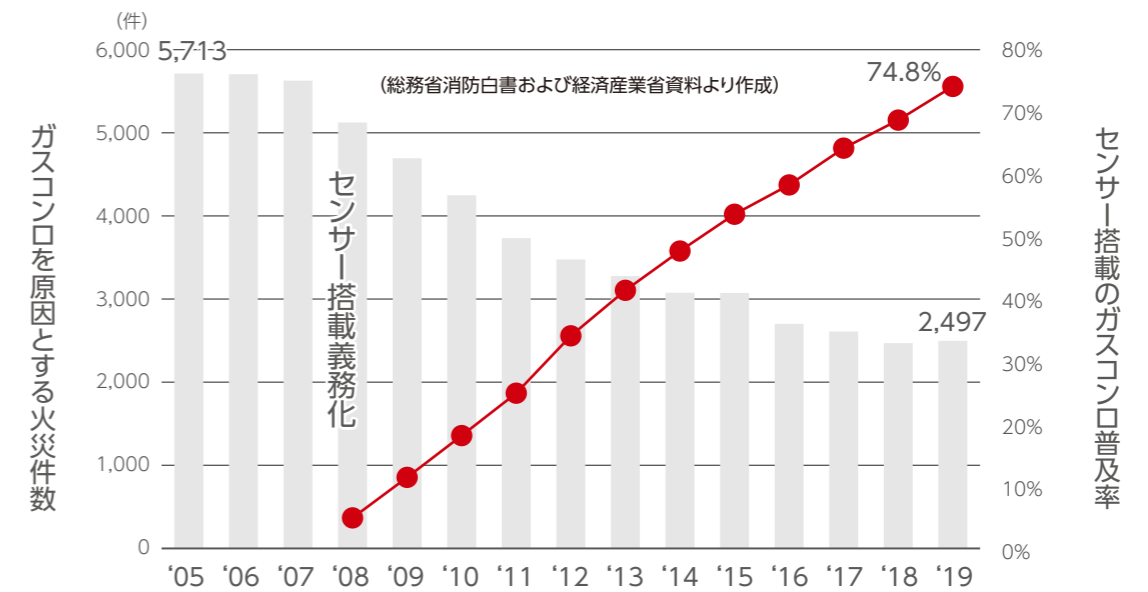
「洗濯物を干す」ストレス低減として、リンナイではガス衣類乾燥機を提供しています。洗濯後の衣類5kgを約50分で乾燥してくれます(電気ヒートポンプ式の乾燥機に比べ約1/3の時間で乾燥)。洗濯をしてから洗濯物を干す作業が短縮でき、家事負担の低減につながります。

ガスを使ったパワフルな温風で嫌な生乾き臭を除去し、繊維1本1本を立たせることで天日干しよりもふっくらした仕上がりになり、衣類の乾燥において最も最適な方法として提案しながら、生活の質の向上に貢献していきます。

住空間の安全性向上

日本では、天ぷら油によるコンロ火災を抑制するために、法令*により2008年からコンロの全口に安全センサー搭載が義務化されました。安全センサー搭載のコンロが普及することに併せ、ガスコンロによる火災は減少しています。

*「ガス事業法」および「液化石油ガスの保安の確保および取引の適正化に関する法律」において、家庭用ガスコンロは、政令指定(PSTG又はPSLPGを表示)の規制対象となりました。これにより、2008年10月1日より全てのバーナーに「調理油加熱防止装置」と「立消え安全装置」を搭載することが義務付けられています。



リンナイは早くから安全センサーの開発に取り組み、販売・普及の促進によって火災防止活動の実績を積み上げてきました。さらに韓国でも2014年から日本と同じく安全センサーの義務化が施行され、同様の成果をあげています。社会課題の一つとなる家庭内の火災事故を防止するため、普及活動を進めています。



世界各国で生活水準が向上するとともに、豊かな生活を求めると同時に増えていくと予測される調理器具においても、先進国で培った技術開発を駆使して、需要拡大に合わせた安全性の高い商品を提供していきます。



健康増進

当社は、2019年4月にブランドプロミス「Creating a healthier way of living」を制定し、さらにブランドロゴを刷新しました。新しいロゴマークを新生リンナイの象徴として健全で心地よい暮らし方を創造していくブランドイメージの醸成をめざし、従来の「熱と暮らし」に加えて「健康と暮らし」も新たなテーマとしています。加えた『健康』テーマを推進する一つのメッセージとして新しいマイクロバブルバスユニットを発売しました。

マイクロバブルとは

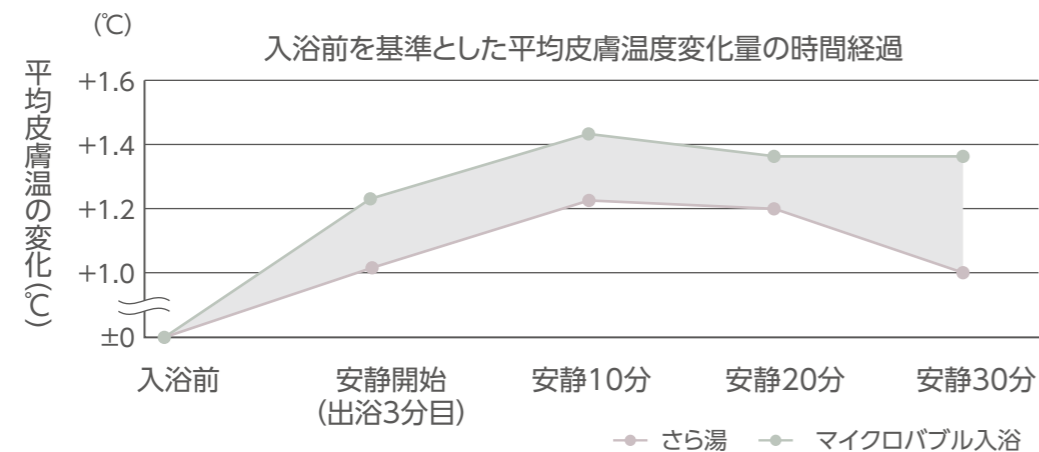
マイクロバブルは、直径約1~100 μ mの微細な気泡のことです。浮力が小さく、白濁しながら雲のように広がり緩やかに上昇します。時間の経過とともに、水面まで浮上したり、水中で収縮してより細かい泡になります。

マイクロバブルバスユニット

浴槽と給湯器の間にマイクロバブルバスユニットと専用の循環金具（浴槽内にあるお湯を噴出させる装置）を装着することで、お風呂にマイクロバブルを発生させて、入浴する人へ健康についての様々な効能が期待できます。

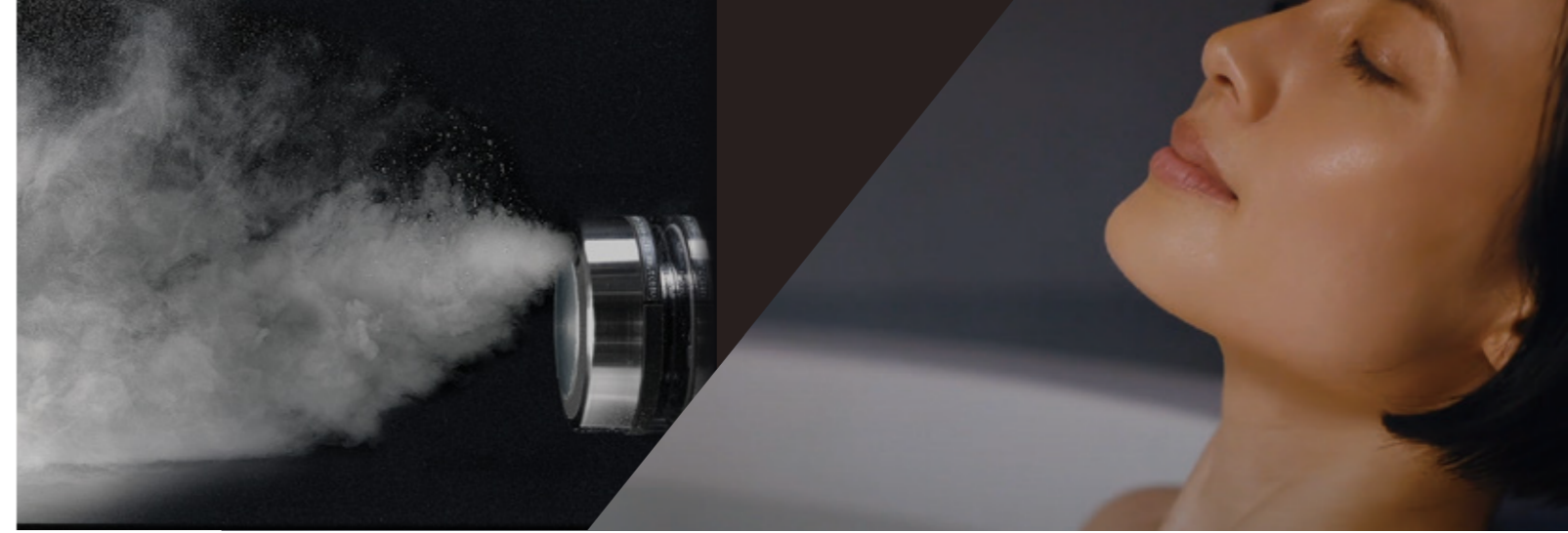


マイクロバブルによる「温浴効果」



<実験条件> 2019年度 東邦ガス株式会社と日本福祉大学の共同研究 / 被験者:健康な30代女性7名 / 浴室環境:室温29°C 湿度97% / 入浴方法:湯温40°Cで10分間の全身浴

気泡が体を包み込むため、お湯から体への熱の伝わりが緩やかになり、ゆっくりと体を温めます。入浴後は高くなった体温を徐々に放出するため、湯冷めしにくくなり、冷え対策も期待できます。



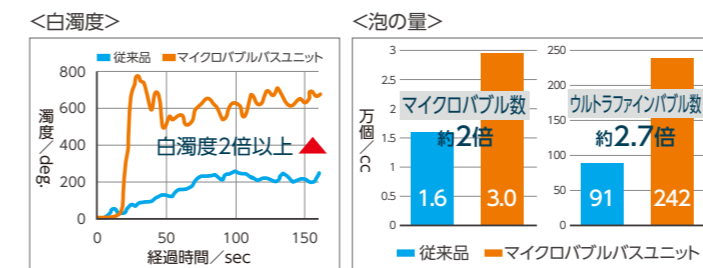
業界最高レベルのマイクロバブル発生量

マイクロバブルの発生方法として、従来品*1の加圧溶解式に加えて、溶解タンク内でお湯を回転する方式を取り入れたことで、より多くの空気を溶け込ませることが可能になりました。気泡を発生させるノズル部分も改良し、マイクロバブルの泡の量は従来品の約2倍で1ccあたり3万個発生します。これにより白さは2倍になりました。ウルトラファインバブル*2の量は従来品の約2.7倍、1ccあたり242万個発生します。

今回、加圧、回転方式の開発において、もう一つの大きな成果は、溶解タンクのコンパクト化です。タンクサイズを従来より30%小型化できたことで、マイクロバブルユニット内蔵型給湯器が開発できました（従来品は外付けタイプで、今回は外付けタイプに加えて給湯器に内蔵するタイプも発売）。

マイクロバブル数 **3万個** (1ccあたり)

ウルトラファインバブル数 **242万個** (1ccあたり)



*1 従来品:リンナイ 2007年発売「美・白湯」 UF-MBU2
*2 ウルトラファインバブル:直径1 μ mの微細な気泡

VOICE



要素開発部 機器技術開発室
雨宮 一幸

マイクロバブルバスユニットの開発にあたり

以前に発売したマイクロバブル発生機「美・白湯」ユニットは、とても良いコンセプトの商品でしたが、もっとたくさんの泡を発生させてお客様に感動を届けたいという願いから今回のマイクロバブルバスユニットを開発しました。

たくさんの泡を発生させるため、CAE(コンピューターを用いた仮想試験)による確認だけでなく、実際に多くの試作品をつくって評価を繰り返しました。実測の泡の量を増やせただけでなく、見た目にもはっきりとした白濁の湯を生み出すことができ、大変成果があったと思います。

多くの皆様が快適で上質な暮らしができるような商品を今後も提供できるように日々開発をしていきたいと思っています。

レジリエンス(回復力)

ハイブリッド給湯・暖房システム
「ECO ONE (エコワン)」で
もしものときの災害対策



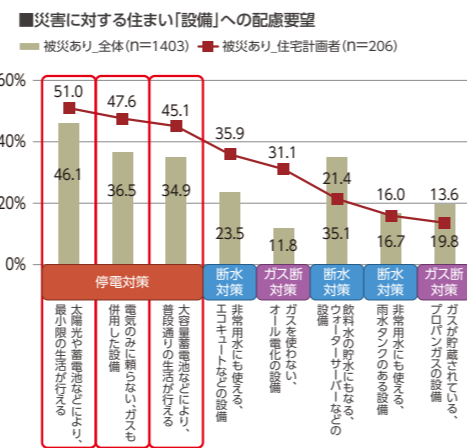
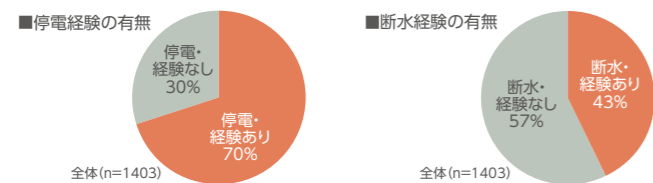
近年、日本でも多くの災害が発生しております。災害におけるリスク対策を深く考える機会となり、日ごろの備えをしっかりとしよう、という機運がより一層高まっています。

近年の主な災害発生

2020年 3月	石川県能登地方の地震(最大震度5強)	2020年 7月	各地で観測史上1位の降雨量を記録した豪雨
2020年 4月	長野県中部地方の地震(最大震度4)	2020年 7月	九州や東北地方が被害を受けた台風10号
2020年 6月	千葉県東方沖の地震(最大震度5弱)		

災害時のライフライン停止において、停電経験者は7割、断水経験者は4割

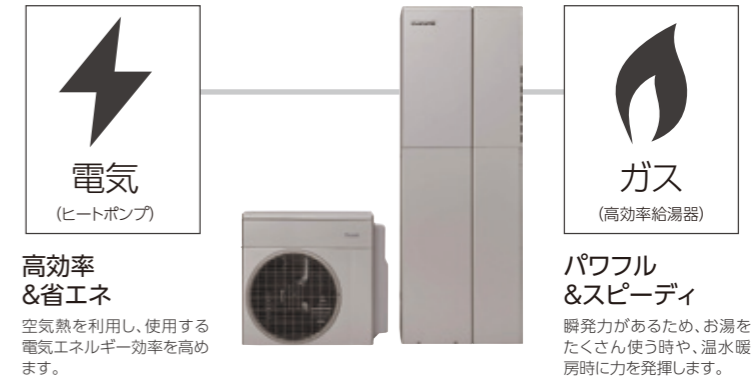
被災した際に停電を経験した方は全体の70%にのびりました。また、断水を経験した方は全体で43%となり、被災時にライフライン関連がストップする状況が数多く発生していることがわかります。停電対策として「太陽光や蓄電池などにより最小限の生活が行える」51.0%、「電気だけに頼らない、ガスも併用した設備」47.6%などといった設備への要望が挙がっています。



出典:2019年(株)住環境研究所 <https://www.jkk-info.jp/publicity/deteil/id=107>

災害に強い給湯器で、暮らしを守る・支える
ハイブリッド給湯・暖房システム
ECO ONE (エコワン)

災害は予期せぬときに起こってしまいます。有事の備えとして、ガスと電気いずれにも対応した給湯器を設置しておくことで、リスクを分散させ、限られたライフラインの中でも生活を維持することができます。



災害時にECO ONE (エコワン) ができること

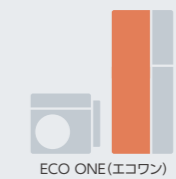
⚠️ 停電の場合

車か太陽光発電があれば、
ガスを使ってお湯を沸かすことが可能



⚠️ 断水の場合

タンクのお湯(水)を生活用水として利用可能



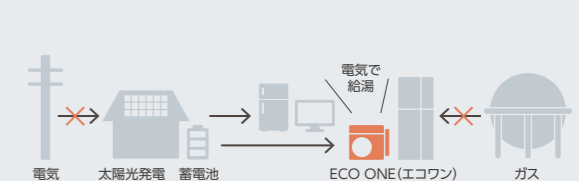
⚠️ ガスが止まったとき

電気だけでもお湯の供給が可能



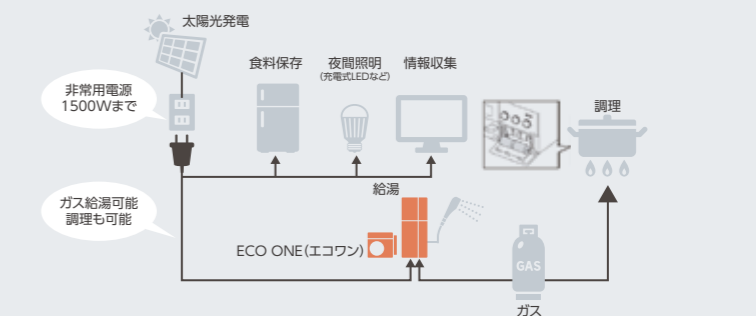
⚠️ 電気とガスが両方止まったとき

蓄電池があれば、電気を使ってお湯を沸かすことが可能



⚠️ 停電時のハイブリッドな暮らしのイメージ

災害時、太陽光発電+ECO ONE (エコワン) を利用することで、食料保存・夜間照明などの電気を使いながら、ガスによって給湯や調理もできます。



ECO ONE (エコワン) のような商品や様々な商品に搭載される機能などを通じて、お客様の安全をサポートし、安心して快適な生活ができるよう努力していきます。

公正で多様な雇用

雇用に関する考え方

当社は、個人の多様性(ダイバーシティ)を重視し、様々な能力を発揮できる職場環境と仕事の機会を提供しています。リンナイグループ倫理綱領では、『個人に対し、性別、年齢、国籍、身体的特徴等の理由によって差別的な取扱いをしてはならない』と定めています。これに基づき、経営計画と人員計画を踏まえ、公正・公平で透明性のある採用活動を行っています。

また、これまでの経験や知識を当社で発揮していただく経験者(専門プロ)採用も「毎年10名程度」積極的に行っています。

女性登用の拡大と活躍支援

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、様々な職務で女性が幅広く活躍しています。当社の体感施設Hot.Lab(ほっとラボ)ではライフクリエーターと呼ばれる女性従業員がお客様へ商品実演を通じたPRを行っています。毎年、全国各地のライフクリエーターが集まり意見交換会を実施しています。商品機能からデザイン、実演方法など様々な意見を共有し新商品への展開や商品PRの改善につなげています。またルート営業部門においても、販売店やハウスメーカーなどのお客様に対して、女性目線での提案営業業務を積極的に行っています。

VOICE

お客様の声を励みに商品の開発を行います

私が所属している部署では、厨房機器製品の開発を行っています。グリルの中やコンロ上で使用する容器「ザ・ココット」の設計や、コンロとスマートフォンとの連携で自動調理ができるレシピアプリ「+Rレシピ」の開発など、新しい分野の商品に携わっています。

日々の業務内容は任されることが多く、責任は重大ですが大きなやりがいを感じています。ステップが進むごとに、やりがいや自信につながり、活躍の場をいただけているありがたさを実感しています。新しい商品の開発は常に困難の連続ですが、お客様の声を励みに今後もよい商品をお届けできるよう努めます。



第二商品開発部 厨房機器開発室
梅田 真由子

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・マネジメント部門」「商品開発部門」および「モノづくり部門」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。国内人材に関しては、20代から「海外グループ会社への出向」の機会を与え、現地赴任による実践体験をベースとしたカリキュラムで、異文化への適応力と国際ビジネス感覚を磨いています。

VOICE



リンナイアメリカ
成瀬 英克
(前列右から2人目)

生産技術部から海外グループ会社へ出向

生産技術部にて約25年、社内製設備の設計・新製品の生産設計等の担当業務・管理業務に携わった後、2018年1月からリンナイアメリカに駐在しています。

リンナイアメリカでは、タンクレス給湯器の現地生産化推進のため、現地におけるプロジェクトリーダーとして、現在2018年4月に立ち上げたリース工場の運営とさらなる現地生産化拡大のため、自前の工場である新工場の準備を進めています。

新工場の総投資は70億円を超え、このビッグプロジェクトに携われることにやりがいを感じると同時に、アメリカ全土に利便性の高いタンクレスガス給湯器を普及できることに喜びを感じています。ただし、現地での立ち上げにおいては、これまであまり経験していない技術以外のあらゆる分野(人事、経理、安全、環境など)の対応が必要でした。また、日本のやり方では通用しない内容も多く、3年経過した現在でも日々勉強となっています。

今後も、製造としてスタートしたばかりのリンナイアメリカのさらなる発展に貢献したいと考えています。



リンナイ香港
堤 俊介
(左側)

海外事業本部からアメリカ、香港へ駐在

入社して4年間日本本社の海外事業本部にて東アジアや欧州向けの輸出業務や商品企画に携わった後、アメリカにて2年間駐在し市場動向調査を中心に経験しました。その後日本本社に戻り2年間の代理店向け営業を経て、現在香港に駐在し法人の全般管理を行いながら市場動向調査や営業活動を行っています。

海外駐在においては違う言語や文化の中で日々のコミュニケーションに苦労することがありますが、母国語ではない言語で何をどのように伝えたら相手に伝わるか悩みながら考えることは、物事の本質を掴む修練につながっていると感じます。

また複数の国を経験させていただいたおかげで、国や地域による違いを見出しながら、より視座の高い考えを持てるようになっていくと実感しています。

今後、グローバルでさらに活躍していけるよう、一つの価値観にとらわれず、様々な文化や考え方に触れながら、新たな価値を創出できるような人材になっていきたいと考えています。

Social [社会]

労使関係・人権

良好な労使関係の構築

当社と社員代表機関としての役割を持つ「リンナイ従業員組合」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、派遣社員等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、社内イントラネットに資料を公開し、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。

児童労働・強制労働防止への取り組み

児童労働・強制労働防止への取り組みについて、「リンナイ行動規範 4.2 児童労働・強制労働の禁止」に、『就業の最低年齢に満たない児童に対する有害な労働および本人の意に反した不当な労働を一切認めません。』と定め、当社グループ全体で遵守、行動しています。

ハラスメント防止の取り組み

従業員にとって働きやすい職場環境を維持するために、セクシュアルハラスメント(セクハラ)、パワーハラスメント(パワハラ)などの人権侵害行為の防止に努めています。

セクハラとパワハラについては、ハラスメントとなり得る具体的行為例をチェックリスト化し、社内イントラネットにおいて従業員が自己診断できるようにしています。

さらに、新たに課長級に昇格した従業員に対しては、昇格時の研修においてハラスメント教育を行い、その防止に努めています。

また、妊娠・出産・育児休業・介護休業等に関するハラスメント(マタハラ・パタハラ等)の防止措置として、就業規則および社内規程に不利益取り扱いの禁止を定め、それに違反した従業員に対しては、就業規則に基づき懲戒処分対象とすることを明記しております。

労働安全衛生

安全衛生基本方針

安全衛生は「働く人の命と健康を守る」という企業存立の基盤であり、当社の企業ブランドともいえる「安全、安心」をお客様に提供し続けるためにも、職場の安全衛生は何よりも優先すべき重要事項であると考え取り組んでいます。

2021年度 安全衛生基本方針

1. 法令や社内ルール遵守で安全安心な職場環境づくり
2. 職場環境の維持管理と改善
3. 働き方改革・36協定の遵守
4. 健康保持増進対策の推進
5. 危機管理活動の推進
6. 安全衛生教育・訓練による人材育成
7. 交通安全活動の推進

安全衛生活動の推進

『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、各拠点の安全衛生・防災担当者とともに活動を推進しています。

各拠点の安全衛生活動では、労働災害を発生させないために、労災事例の水平展開・再発防止策、労使で構成する安全衛生委員会の設置、安全衛生パトロール、安全衛生活動の基本である5S(整理・整頓・清掃・清潔・躰)活動などを実施し、さらなる安心・安全・快適な職場環境の実現に向けて取り組んでいます。

交通安全活動の推進

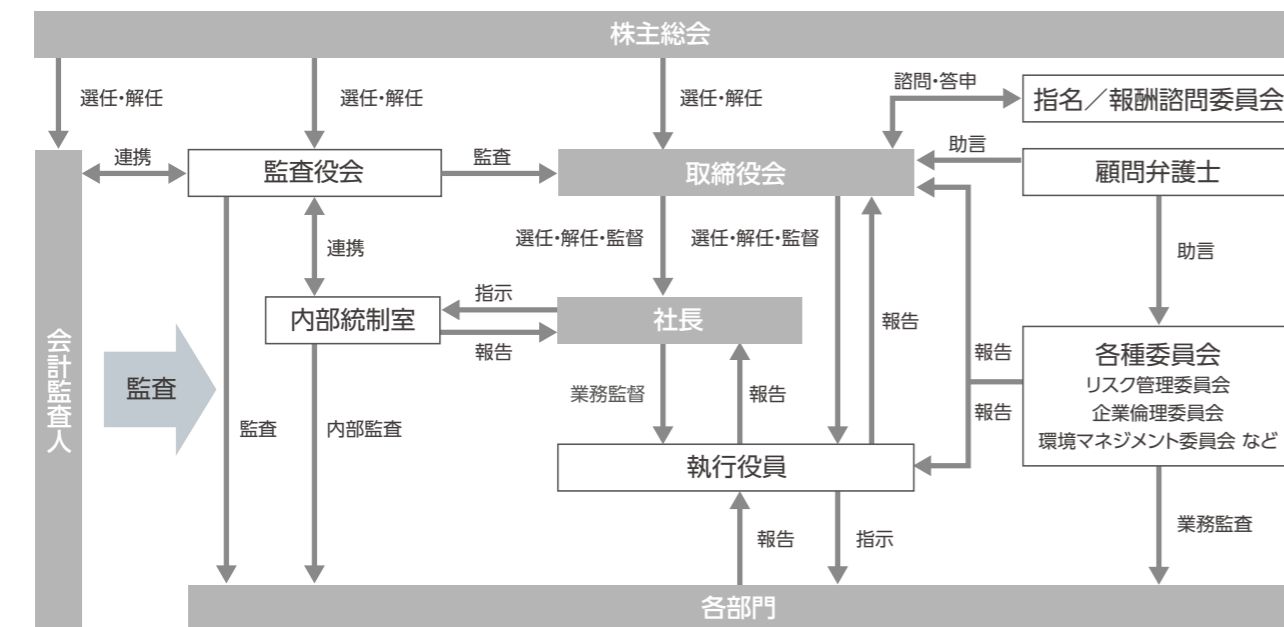
従業員の交通安全に対する意識向上と地域への貢献を目的に、様々な啓発活動を実施しています。「ゼロの日」活動として、従業員自らが街頭に立ち通行者への声掛けをしています。地域の警察署と連携して警察官による講演会を開催、新入社員には自動車学校を貸切ったの実技講習を実施しています。また定期的に運転記録証明書を取得し、従業員の安全運転遂行状況を把握、状況に応じた個人別指導も行っています。会社が所有する車両にドライブレコーダーを順次搭載、また安全運転エコドライブ推進システム(テレマティクス)の導入などで、ハード・ソフトの両面で従業員の交通安全とエコを推進しています。

マネジメント体制

基本的な考え方

- 01 グループ企業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、充実が経営上の重要課題として認識します。
- 02 株主の有する権利が実質的に確保され、その円滑な行使と株主の平等性確保に配慮します。
- 03 あらゆるステークホルダーとの適切な協働が企業価値向上には不可欠であることを認識し、企業活動を通じて社会・経済の繁栄と会社自らの成長に努めます。
- 04 会社情報の開示は、法令に基づくものはもとより、幅広い情報を迅速かつ正確に開示し、透明性の高い経営をめざします。
- 05 取締役会は、株主に対する受託者責任を認識し、透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定を行い、持続的な企業価値向上に取り組みます。
- 06 株主を含むステークホルダーとの対話により、双方向のコミュニケーションを促進し、ステークホルダーとの信頼関係を築きます。

コーポレートガバナンス体制



経営を監視・監督する監査体制

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捉えています。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へ迅速かつ正確で幅広い情報開示に努めることで透明性の高い経営をめざしています。

監査役会は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において業務や財産管理の状況について監査しています。これに加え、外部会計監査人が会計監査などを実施し、会計に関する内部統制の適正性について、第三者の立場から検証しています。

取締役会

取締役会は、当社の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2名を含む、取締役5名で構成され、原則毎月1回開催しています。社長以下の取締役の一部が執行役員を兼務しており、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、四半期ごとの全体経営会議および個別経営会議で経営状況の確認と課題事項の共有化を図っています。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。

指名諮問委員会および報酬諮問委員会

当社は、経営陣幹部・取締役の指名・報酬等の決定における客観性と透明性を一層確保することを目的に、取締役会の諮問機関として構成員の過半数を独立社外取締役とする指名諮問委員会および報酬諮問委員会を設置しております。取締役・監査役・執行役員の指名等および取締役・執行役員の報酬等を決定する際は、それぞれの委員会における審議を経た上、取締役会で決定します。

役員報酬制度

役員の報酬については、株主総会の決議により取締役および監査役それぞれの報酬などの限度額を決定しています。また、社内規程において、役員報酬の決定方法・改定・減額などに関する基本的な事項を定め、これに基づき、取締役の報酬については取締役会の決議により決定し、監査役の報酬については監査役の協議により決定しています。当社では、取締役の報酬は職務の内容に応じた額を固定報酬として支給しています。

なお、当社を取り巻く事業環境やコーポレートガバナンスに関する要請の変化等を鑑み、当社の着実な中長期的企業価値の創造を促すことを目的として2021年度より、年次賞与制度ならびに譲渡制限付株式報酬制度を導入することといたしました。

取締役および監査役の報酬等の額(2020年度)

区分	人員	支給額報酬額の総額
取締役 (うち社外取締役)	7名 (2)	289百万円 (14)
監査役 (うち社外監査役)	4名 (2)	41百万円 (10)
合計	11名	330百万円

取締役の支給額には、使用人兼務取締役の使用人分給とは含まれていません。2020年度末現在の取締役は7名(うち社外取締役は2名)、監査役は4名(うち社外監査役は2名)です。

社外取締役からのコメント



社外取締役

松井 信行

新たな変革の時代に社外取締役として貢献する

創業以来「品質こそ我が命」を原点思想に掲げてガス器具製造事業を発展させてきた会社がリンナイです。当社の取締役会は自由闊達な雰囲気の中で月次の国内外の事業報告はもとより、企業活動の重要案件の審議がなされ、社外役員に対して必要に応じて該当事業部による事前説明会や見学会などが実施されて情報共有に完璧を期す努力が日常的に行われています。特に事前説明会を通じて「中期経営計画」の内容が上位職のみならず担当者レベルにまで十分浸透していること、具体的な実績数字から結果が明確に把握できている点などが理解でき、高く評価します。

給湯、厨房、空調、業務用の4事業分野では、収益性の観点から製造、販売両面において付加価値率向上への努力が継続しており、さらに中期経営計画に結び付いた市場ニーズに応える新製品開発結果が数量、金額両面で大きな成果を上げつつあるのは心強く感じます。コロナ禍における市場低迷に対して安直な廉価販売に走ることなく、真正面から市場の求めに応じてきた経営姿勢は十分に評価に値します。背景に、製造面、技術面のみならず、事務系、販売系などを含めた全リンナイ構成員に配布されている「リンナイ倫理綱領」を通じて、社是、企業使命観、行動規範などのリンナイ経営理念が浸透している事実も見逃せないと感じます。

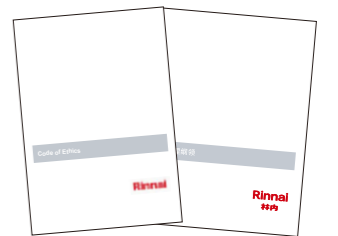
事業拡大とともに増加する海外事業割合に対して必要な要員増加に対応した人材育成、海外各地域の生活実態に即した、より詳細な市場ニーズ探索とそれに対する製品開発が今後重要になってきます。また、アフターコロナ、あるいはDXによる国内外の生活様態変化によって引き起こされる新たな市場ニーズの見極めと、それに対処するための技術開発も急務となります。後者には、単なる技術分野ではなく、心理学、デザイン学、ゲーム感覚など従来のリンナイの事業範疇以外の人材が必要になって来ると考えられます。新たな変革の時代に社外取締役として貢献できれば無上の喜びであります。

コンプライアンス

社会から信頼される健全な企業グループであるために、当社では全ての役員および社員に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、全ての役員および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」

リンナイグループでは、全ての役員および従業員が企業活動を行ううえで、最も大切にしなければならない理念を「倫理綱領」として小冊子にまとめており、その中で、日常の具体的行動の指針として「リンナイ行動規範」を定めております。なお、海外グループ会社には「倫理綱領」の英語版である「Code of Ethics」を配布しており、公用語が英語以外の国においては、現地に於いて各国の言語にこれを翻訳しております。



倫理綱領 (英語版・中国語版)

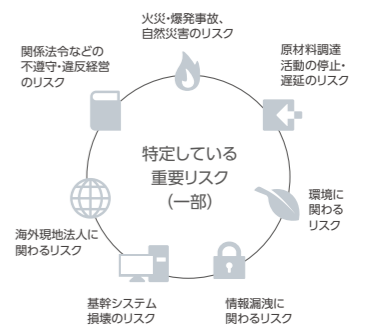
リスクマネジメント

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

当社は社長を委員長とした執行役員・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、リスクの低減とリスク対応力の向上に努めています。



データ集

財務データサマリー

回次		第61期	第62期	第63期	第64期		第65期	第66期	第67期	第68期	第69期	第70期	第71期
年度		2010年度	2011年度	2012年度	2013年度		2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
売上高	(百万円)	239,436	246,636	251,832	286,981		295,022	319,935	330,256	347,071	348,022	340,460	344,364
営業利益	(百万円)	25,238	26,634	26,351	34,018		30,787	34,593	34,056	32,849	30,879	34,422	40,690
営業利益率	(%)	10.5	10.8	10.5	11.9		10.4	10.8	10.3	9.5	8.9	10.1	11.8
経常利益	(百万円)	26,824	28,907	29,064	36,910		32,938	35,807	35,280	34,286	33,318	35,679	42,400
当期純利益	(百万円)	15,510	16,807	19,371	23,254		20,647	22,710	22,322	21,194	20,480	21,561	27,581
純資産額	(百万円)	141,110	154,737	178,007	232,635		261,414	271,709	290,638	307,965	320,696	340,959	371,318
総資産額	(百万円)	221,495	238,853	262,590	334,382		355,140	368,084	402,107	422,422	430,885	450,486	497,291
1株当たり純資産額	(円)	2,798.07	3,070.14	3,516.11	4,245.48		4,742.42	4,924.24	5,245.62	5,589.17	5,819.80	6,140.52	6,660.40
1株当たり当期純利益金額	(円)	311.52	342.60	394.86	454.74		397.03	436.71	429.27	410.41	398.45	419.49	536.62
自己資本比率	(%)	62.0	63.1	65.7	66.0		69.4	69.6	67.8	68.0	69.4	70.1	68.8
自己資本利益率	(%)	11.2	11.7	12.0	11.8		8.8	9.0	8.4	7.6	7.0	7.0	8.4
営業活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	27,536	23,074	22,872	36,453		25,671	36,066	39,554	29,914	29,479	37,694	49,491
投資活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△10,634	△16,222	△12,607	△32,908		△23,649	△17,770	△17,732	△12,190	△7,288	△7,124	△15,820
財務活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△16,958	△3,937	△5,002	13,183		△8,659	△6,554	△5,217	△11,725	△6,150	△6,436	△7,269
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	46,145	48,618	55,030	74,279		69,340	79,600	95,297	101,697	116,133	140,138	166,524
設備投資額	(百万円)	7,590	9,378	8,222	12,439		13,774	16,938	20,664	16,105	13,481	10,580	13,301
研究開発費	(百万円)	6,934	7,665	8,060	8,380		8,895	9,113	9,340	9,918	9,503	9,308	11,802
配当金	(円)	48	56	60	68		76	82	86	90	94	98	125
配当性向	(%)	15.4	16.3	15.2	15.0		19.1	18.8	20.0	21.9	23.6	23.4	23.3
発行株式数	(株)	54,216,463	54,216,463	54,216,463	52,216,463		52,216,463	52,216,463	52,216,463	51,616,463	51,616,463	51,616,463	51,616,463
期末株価(期末終値)	(円)	5,520	5,960	6,770	9,070		8,910	9,940	9,230	10,100	7,830	7,650	12,390
時価総額	(百万円)	299,275	323,130	367,045	473,603		465,249	519,032	481,958	521,326	404,157	394,866	639,528

※「[税効果会計に係る会計基準]の一部改正」(企業会計基準第28号 2018年2月16日)等を第69期から適用したことにより、第65期～第68期は、当該会計基準等をさかのぼって適用した後の指標となっております。

データ集

社会データ

各種データ		2018年度	2019年度	2020年度
新入社員数(名)	男性	81	62	66
	女性	50	22	35
	計	131	84	101
キャリア採用数(名)	男性	3	2	0
	女性	6	6	1
	計	9	8	1
中途採用比率(%)	計	6	9	1
臨時雇用者数(名)	計	283	189	194
平均勤続年数(年)	男性	16.6	17.3	17.9
	女性	12.7	13.3	14.2
	計	15.5	16.1	16.8
平均年齢(歳)	男性	39.3	39.7	40.1
	女性	34.0	34.5	35.3
	計	37.7	38.2	38.7

		2018年度	2019年度	2020年度
有休取得	付加日数	20.0	20.0	20.0
	取得日数	10.5	12.1	12.2
	取得率(%)	57.1	58.0	63.0
障がい者雇用	実人数(名)	66	74	79
	雇用率(%)	2.05	2.23	2.22
労働災害 ※国内連結子会社含む	発生件数(件)	26	37	28
	災害度数率(%) (LTIFR)	0.70	0.23	0.56
メンタルヘルス休職者数(名)		13	21	20
産休取得者数(名)		82	57	62
育児休業取得者数(名)	男性	0	0	5
	女性	117	123	95
	計	117	123	100
育休取得者の復職率(%)	男性	100	—	100
	女性	100	100	98
	計	100	100	99
短時間勤務制度利用者(名)	男性	0	0	0
	女性	109	131	161
	計	109	131	161
看護休暇取得者数(名)	男性	1	1	1
	女性	53	48	27
	計	54	49	28
介護休暇取得者数(名)	男性	1	1	2
	女性	3	4	3
	計	4	5	5
介護休業取得者数(名)	男性	0	1	0
	女性	2	4	5
	計	2	5	5
再雇用(カムバック)制度利用者数(名)	男性	0	1	0
	女性	0	2	0
	計	0	3	0
在宅勤務利用者数(名)	男性	1	59	835
	女性	2	14	247
	計	3	73	1,082

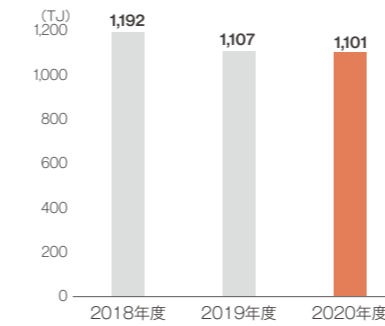
労働時間	2018年度	2019年度	2020年度
1人当たり年間総実労働時間 ※管理監督者除く	2,097.0	2,007.9	1,952.0
1人当たり年間所定外労働時間 ※管理監督者除く	217.0	199.2	176.7
月平均残業時間 ※管理監督者除く	18.7	16.6	14.7

その他(社会貢献、コンプライアンス)	2018年度	2019年度	2020年度
内部通報件数 ※国内連結子会社含む	5	6	2
コンプライアンスに関わる事故・事件で刑事告発(件数) ※	0	0	0
社会貢献活動支出額総額(百万円)	14	14	13
政治献金・ロビー活動等への支出額(百万円)	1.0	1.0	0.7

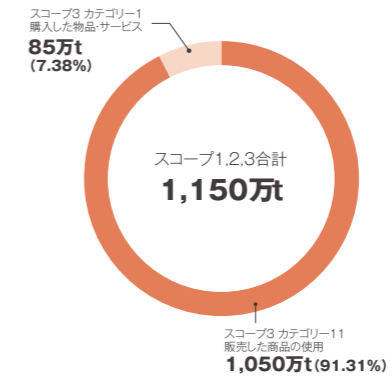
※2018年度、当社子会社の能登テック㈱において、排水関係の基準オーバーが発生し、行政に改善報告書を提出しました。対策後の水質分析結果では、基準内で問題なく推移していることを確認しています。

環境データ

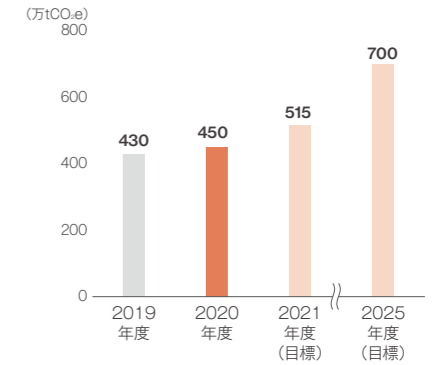
総エネルギー使用量



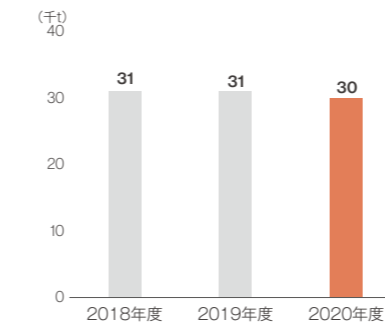
バリューチェーン全体の総量割合(CO₂排出量) ※1



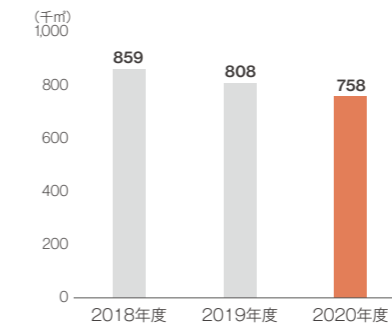
環境配慮商品(CO₂削減貢献量)



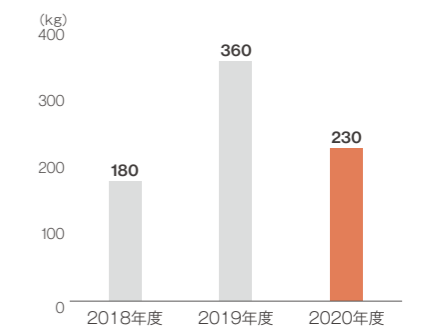
廃棄物排出量 (有価物含む)



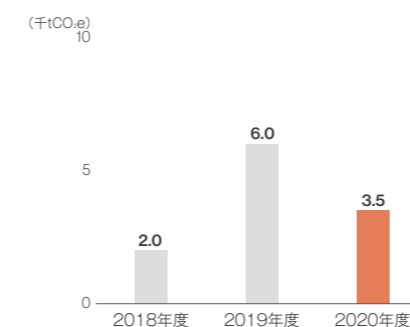
水使用量



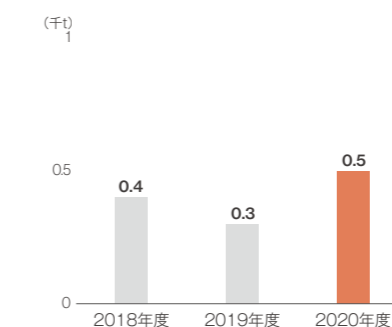
生物多様性(特定外来生物の駆除重量)



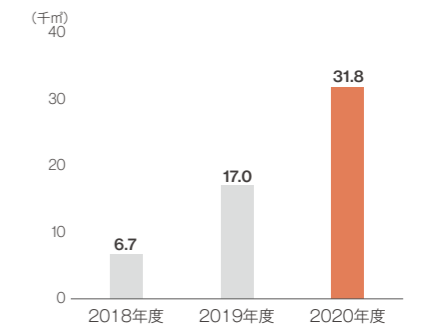
CO₂排出量削減効果 ※2



廃棄物排出量削減効果 ※2



節水効果 ※2



[対象範囲]:リンナイ株式会社および連結子会社

※1 対象範囲 スコープ1,2:リンナイ株式会社および連結子会社
スコープ3 :リンナイ株式会社

※2 全体量の増減ではなく各拠点の改善活動等による効果量と判断したものとみ計上

リンナイ株式会社

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