

優秀賞

大企業区分

リンナイ株式会社

※事業者の情報は応募時点(2018年)

所在地	愛知県名古屋市中川区福住町 2-26
業種	製造業
社員数	3,665名(単体)、10,571名(連結)
受賞歴	なし
ウェブサイト	https://www.rinnai.co.jp/

中期経営計画 G-shift2020

「環境経営・貢献を推進していく人材づくり」

取組の目的

リンナイは、1990年代より「環境保全」と「利益創出」の同時実現を図る環境行動計画『7E戦略』の中で、全事業域で全員参加の環境活動を推進してきた。そして、今年5月に公表した中期経営計画「G-shift2020」では、今後、長期的に成長し社会へ還元していくため、ESG指標を重視した上で、以下3つのG【Global・Generation・Governance】を強化していくことを宣言。その中の【Generation】は、100年に渡って培った伝統を継承しつつ、新たな世代へのシフトが重要であると考えている。これらの達成には、座学による環境教育だけでなく、自然に触れるなど、実践を通じた人材づくりを行い、環境経営のレベル、環境ガバナンスのレベルを向上させる必要があると考え、取り組んでいる。



中期経営計画 G-shift2020<3つのG>

取組の実績

環境行動計画『7E戦略』を基本に、各社の責任者・社員全員参加の環境経営をめざし、環境イベントを定期的開催することで【意識・理解】を促し、【行動】につながるよう取り組んでいる。

「環境 人づくり企業大賞 2018」受賞企業の取組事例

運営は、環境部を事務局に、全国事業所の環境担当者を通じて推進。さらに『7E 戦略』の E マーケティング(客先)や E プロキュアメント(取引先)など、外部のステークホルダーの皆様へも展開している。

◆意識・理解

A1. 『7E 戦略』を軸に作成した「環境カード」を全社員へ配布し、各自「わたしの ECO チャレンジ宣言」を実施。

- 参加者:国内の全社員 3,665 名

A2. 生物多様性の概念を知り、身近な所で取り組める事を周知していくため、UNDB-J の「MY 行動宣言」に参加。

補足として、当社と生物多様性との関連性などを記した解説書を独自に作成し、賛同してもらえるよう配慮した。

- 配布数:4,230 名、半券の回収数:3,922 名(回収率 92.7%)

A3. 環境社内報「eco のこエ」で、当社の環境方針や、環境にも貢献する改善事例<個人・組織・組織外(サプライチェーン等)>を定期的に掲載。

- 社内イントラアクセス数:196,280PV

A4. 環境法律・監査等に関する知識向上を目的とした環境ガバナンス教育を開催するとともに、全グループ社員が閲覧できるよう社内イントラで発信。

- 社内イントラアクセス数:1,450PV

◆行動

【地元の自然を守るために】

B1. 希望者(社員、社員家族)へ伝統野菜の種を配布し、自ら育成・収穫・調理・食すことを通じて、自然に親しんでもらっている。

- 参加者:604 名(うち、社員による収穫・調理時の写真投稿数:250 枚)

B2. 特定外来生物「オオキンケイギク」の駆除活動を通じて、社員や地域住民と一緒に生物多様性保全を推進している。

- 工場に隣接する国道沿い(約 2,000 m²区域)に生えている特定外来生物 180kg 駆除



愛知伝統野菜「十六ささげ」の収穫
【社員 投稿写真】

【環境経営(環境×改善)を推進するために】

B3. 社長表彰「環境大賞」を開催して、サプライチェーンを通じた環境活動の活性化を狙う。

環境大賞とは、社内審査を経て、国内・海外グループ全拠点の環境保全や社会貢献に大きく貢献した取り組みを、全社の式典(年賀式)の場で表彰する仕組み。

- 総応募件数:127 件

B4. 6 月の環境月間に、他社の環境技術や環境設備の見学等を行う「環境先進企業視察会」を開催し、担当者の環境業務のレベルアップを図っている。

成果・課題

<個人の変化について>

【1】環境カードの「私の ECO チャレンジ宣言」によって、リンナイ環境行動計画『7E 戦略』の認知度向上、自分事化する風土が高まってきた。さらに、具体的な改善事例を、環境社内報「eco のコエ」に掲載し続けたことで、本業(改善)と環境貢献の関連性についても理解してもらえるようになった。

- 「eco のコエ」への社内イントラアクセス数:前比 125%
- 社員からの声 <アンケート結果より>
 - ✓ 社員の『7E 戦略』認知度:「知っている」回答 (前年度 60% ⇒ 90%)
 - ✓ 本業と環境貢献のつながり(商品ライフサイクル毎の環境活動):「理解できた」の回答 (前年度 50% ⇒ 72%)

【2】伝統野菜づくりは、当初本社のある愛知県内のみで実施していたが、他地域の社員からも要望があり、これまで京都、東京、九州など、全国の伝統野菜を紹介し、展開している。

- 参加者数 :前年比 173% (前年度 350 名 ⇒ 604 名)
- 参加者からの声 <アンケート結果より>
 - ✓ 伝統野菜や旬の野菜に絞った展開のため、地域の特性や昔の話を知るいい機会となっている。
 - ✓ 生物多様性保全是、何をやればいいのか分からなかったが、MY 行動宣言の「地元の食べもの」をみて参加を決めた。子どもと一緒に楽しんで栽培ができ、地球環境に貢献している1人として感じられて嬉しい。

<組織の変化について>

社長表彰の「環境大賞」をきっかけに、優秀な環境貢献事例は社内でも話題に挙がることが増え以下の効果がみられるようになった。

- 環境大賞への総応募件数:前比 108% (前年度 117 件 ⇒ 127 件 (過去最多))
- 環境経営効果 (サプライチェーンを通じた環境改善や、オフィスでの環境貢献等も含む)

CO ₂ 排出量削減効果	約 150%アップ
廃棄物排出量削減効果	約 480%アップ
節水効果	約 70%アップ
コスト削減効果	約 20%アップ

- よりレベルの高い環境改善を展開していくために、製造現場では、改善(本業)の技術・ノウハウ、環境にも寄与する改善を伝承する勉強会(OJT)を開催。さらに、自社だけでなく、サプライチェーンレベルにおいても進めるべく、取引先様や次世代の経営者育成等を目的とした「レベルアップ部会」を開き、現場改善などの習得支援を実施している。
- 比較的、環境負荷の少ないオフィス部門においても、ユニークな環境取り組みを自主的に行う風土ができてきた。

■ 環境大賞 関係者からの声

＜経営層(審査員) コメント(抜粋)＞

- ✓ 長年、環境業務に取り組んできた担当者を褒めることができ、チームとしてのモチベーションが上がってきている。これからも、「環境大賞」を継続し、環境経営や、地域貢献にも寄与する事例を紹介し続けてほしい。

＜担当者からのコメント(抜粋)＞

- ✓ 環境大賞で活動をお披露目できたおかげで、自分の業務を他部門にも理解してもらえるようになり、同ベクトルで一緒に取り組めるようになってきた。

＜地域社会の変化について＞

【1】オオキンケイギク駆除の社内展開にあたって、リンナイがこの地で事業を行うことで起こりうる環境影響(生物多様性とのつながり)をなるべく平易に伝えることで、徐々に理解してもらえるようになってきた。

行政、他近隣企業の賛同もあり、当初 15 名の参加から、63 名にまで増えてきた。

■ 参加者からの声

- ✓ 昨年、リンナイ主催の当駆除活動に参加し、今年は、自社主催で開催した。同じ日に同じエリアで一緒に行う事で一体感が高まり、近隣企業や地域住民の皆さんと交流しながら楽しく駆除を行うことができた。(近隣企業 社員)
- ✓ 「業務時間内でも地域に貢献できる」というワードが響いた。求められる社会課題に少しでも貢献できるよう、他事業所においても駆除を進めていきたい。(関連会社 社員)

【2】当社の商品をライフサイクル別にみると「使用時における CO₂ 排出量」が一番多いため、機器自体のエネルギー効率向上や普及、商品のエコな使い方を訴求していくことが環境経営を推進するうえで大切だと考えている。

当社主催のエコフェスタや、エコプロへの出展、また、工場見学等の交流を通じて、来場されたステークホルダーの皆様へ、社員自らがエネルギーや地球温暖化問題の現状や、家庭でのエネルギーの使われ方、商品の環境性能(優位性)などを紹介している。

- 例 1 エコフェスタ参加者:延べ 3 万 5,000 名/年 (全国のリンナイ営業拠点での開催)
- 例 2 エコプロ 弊社ブースへの来場者:7,378 名/年 (5 年連続出展)
- 例 3 弊社への工場見学参加者:3,422 名/年

＜上記 3 視点の相互作用について＞

【1】G-shift2020 の中で【E:環境】は、2030 年をゴールとする長期環境目標【CO₂ 削減貢献量の目標達成】を宣言。

アクションプランとして、『7E 戦略』に基づき、商品ライフサイクルを通じた環境取り組みを強化していく。

【2】リンナイの CSR レポート 2018 を題材に、「ESG」そして、持続可能な社会への共通目標「SDGs」に関する勉強会を広報部主催で開催。外部講師を招き、その背景と企業の関わりを学ぶとともに、マテリアリティ分析を実施している。

今後の改善

- ✓ 国内を中心に根付いてきた風土を、海外へも展開し、環境改善・地域貢献の輪を広げていく。
- ✓ 生物多様性保全は地域社会の貢献に寄与すると考えている。当社は、オオキンケイギクの駆除活動を広げていくため、社員自らが黄色い花(オオキンケイギク)を見つけて駆除を行えるような参加しやすい企画を通して全国事業所へ展開していく。
- ✓ 自社だけでなく、サプライチェーンを通じた改善は継続実施していく。また、使用時における環境負荷(CO₂)が一番大きいことを念頭に、エコな使い方や、環境性能(ランニングコスト削減)を分かりやすく伝えられる人材教育に注力していく。
- ✓ 社員一人ひとりが事業活動を通じて、社会課題解決へ貢献できる組織風土を醸成していくため、環境だけでなくSDGs全般の啓発が必要と感じている。イベント等と絡めてSDGsとの相関性を定期配信していく。

関連・補足情報

1. 中期経営計画 G-shift2020

https://www.rinnai.co.jp/corp/manage_plan/index.html

2. CSRレポート2018

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

3. エコワンの環境優位性

<https://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/award/result/excellence01.html>

<https://rinnai.jp/eoone/>

審査委員会からの講評

環境保全と利益創出の同時実現を目指す「環境行動計画(7E 戦略)」を設定し、グループ全体で実践してきた。会社の根幹となる行動計画や中期経営計画にしっかりと環境人材の育成が位置付けられており、基礎的な環境教育を全社員に行うほか、環境保全の取り組み、社長表彰制度、チャレンジ宣言など多様なアクションが効果的につなげられている。

社長表彰は、国内・海外のグループ全拠点が対象で、各地で地に足のついた環境活動が全社で共有できている。CO₂ 排出量や廃棄物、排水などの数値にも成果が表れていると報告されているが、それぞれの拠点での数値目標とそのクリアだけでも大きな効果を生む。今後も正確な実績の測定と公表をさらに進めてほしい。