

価値創造プロセス



Mission 新しい幸せを、わかすこと。

Outcome 世界の人々や社会に提供する価値

豊かな暮らしと地球への貢献を両立できる社会

サステナビリティ ● 人と地球の適切な関係	ウェルビーイング ● お湯と食のプラスの価値	ケア ● 多様性と人への寄り添い
---------------------------------	----------------------------------	----------------------------

Output 事業活動の結果 (Vプラン26)

経済目標	売上	2,100 億	2030年 Vision 「なくてはならない」を、 届けつづけるために。 「なくてはならない」を、 新しくつくるために。
	ROE	6%超	
ESG目標	製品CO ₂ **	-20% (国内グループ)	
	事業CO ₂ **	-40% (国内グループ)	
	製品リサイクル	15万台 (国内グループ)	

※2018年度比、CO₂削減量

外部環境	世界的なCO ₂ 削減要請の加速
循環型社会の拡大	世界人口の増加
日本の超高齢社会進展と人手不足	水リスクの顕在化
原材料の調達リスク増大 (サプライチェーンマネジメントの要請)	個人の価値観多様化

Input 価値創造の源泉

さらなる価値の創造へ

Values
すべては
挑戦から
はじまる。

自然資本 事業を支える貴重な資源	● エネルギー投入量：130,330GJ(単体) ● 原材料投入量：28,934t (うち金属材料：27,650t)(単体)
人的資本 事業を支える多様な人材	● 従業員：5,934名(グループ) ● 海外人員比率：41.4%
知的資本 これまでに培ったコア技術	● 燃焼制御・熱交換・流体制御技術 ● 研究開発人員：505名(グループ)
社会・関係資本 創業以来築いたつながり	● 展開国：18の国と地域 ● お客さま(ユーザー)とのつながり： 506万件(国内グループ) ● サービスネットワーク
製造資本 グローバル展開する生産技術	● 製造拠点：国内8社・海外7社 ● プレス、ダイカスト、樹脂成型、溶接、造管技術他
財務資本 事業を支える財務基盤	● 純資産：145,029百万円(グループ) ● 自己資本比率：59.0%(グループ)

Process 事業活動

開発 → 製造 → 品質管理 → 販売 → アフターサポート

脱炭素社会・循環型社会実現に向けた深化と探索

国内住宅 深化 ・新規商材投入 ・高付加価値品拡大 ・厨房分野拡大	国内非住宅 探索 非対人領域開拓	海外事業 深化+探索 ・北米・豪州への新規商材投入 ・中国の厨房拡大 ・東南アジア展開(浄水器) ・新規国開拓
--	-------------------------------	---

実現のドライバー ・熱活用技術 ・データソリューション ・グローバルな広がり ・お客さまとの新たなつながり ・サービス対応力

Materiality 重要課題

事業継続における重点課題	資本強化における重点課題	
つながりを起点とした顧客価値最大化	カーボンニュートラル・資源循環促進による自然資本開発	事業拡大に向けた知的資本開発
カーボンニュートラル/社会課題対応 (国内住宅・国内非住宅・海外)	事業を支える人的資本開発	DX等による製造資本開発

ガバナンス/戦略

取締役会

● 実効性向上 ● 独立性と客観性の確保

ERM(統合型リスク管理)

● 重要リスク管理 ● 内部統制強化

財務戦略

● 資本収益性向上 ● キャッシュフローアロケーション