

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO



TOTO Corporate Report 2016

TOTOグループ コーポレートレポート 2016

100年変わらぬTOTOの想い

先人の言葉

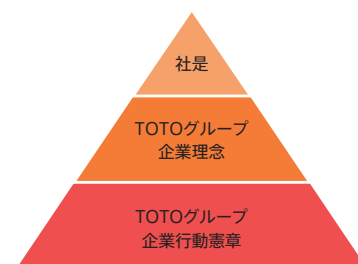
どうしても親切が第一
奉仕観念を以て
仕事をお進め下され度
良品の供給、需要家の満足が
掴むべき実体です。
此の実体を握り得れば
利益・報酬として影が映ります。
利益という影を追う人が
世の中には多いもので
一生実体を捕らえずして
終わります。

初代社長大倉和親から二代目社長の百木三郎に送られた書簡の中に記された言葉は、今日まで「先人の言葉」として大切にされています。

1962年には、創立以来の伝統を尊重しつつ、将来にわたって企業活動の基調となるものとして、「社是」が制定されました。

これらを含めた創立時からの思想を、今の時代にふさわしく、さらにTOTOグループで共有できるように制定したものが「TOTOグループ経営に関する理念体系」です。

TOTOグループ経営に関する理念体系



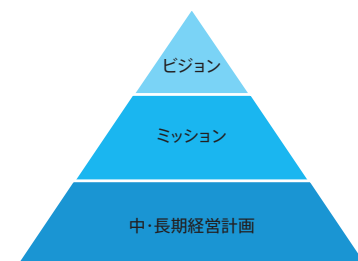
グループ共有理念

将来にわたって引き継いでいくもの、
つまり『心』



事業活動ビジョン

その時代における進むべき方向性、
つまり『体の動かし方』



目次

はじめに

100年変わらぬTOTOの想い	1
トップメッセージ	3
TOTOの歴史	5

中・長期経営計画

TOTO Vプラン2017	7
グローバル住設事業 日本住設事業	9
グローバル住設事業 中国・アジア住設事業 米州・欧州住設事業	11
新領域事業 セラミック事業／環境建材事業	13
マーケティング革新	14
デマンドチェーン革新・マネジメントリソース革新	15
コーポレート・ガバナンス	16
TOTOグローバル環境ビジョン	17

TOTO NOW

ものづくり	19
グローバル展開	21

事業を支える力

CSR経営	23
お客様満足のために	24
社員とともに	25
サプライヤーとともに	27
社会のために	28
ステークホルダーエンゲージメント	29

第三者意見	30
-------	----

▶ TOTOグループ企業理念

私たちTOTOグループは、社会の発展に貢献し、
世界の人々から信頼される企業を目指します。

そのために

- 水まわりを中心とした、豊かで快適な生活文化を創造します。
- さまざまな提案を通じ、お客様の期待以上の満足を追求めます。
- たゆまぬ研究開発により、質の高い商品とサービスを提供します。
- 限りある資源とエネルギーを大切にし、地球環境を守ります。
- 一人ひとりの個性を尊重し、いきいきとした職場を実現します。

▶ TOTOグループ企業行動憲章(目的)

TOTOグループは、各国・地域において公正な競争を通じて付加価値を創出し、雇用を生み出すなど経済社会の発展を担うとともに、広く社会にとって有用な存在であり続けたいと考えています。その実現のために、TOTOグループで働くすべての人々が社是・企業理念に基づき高い倫理観をもって活動し、社会的責任を果たしていくことを目指します。

この「TOTOグループ企業行動憲章」は、ステークホルダーの皆様の満足を実現するために、TOTOグループで働くすべての人々の活動の基本スタンスとするものです。

企業行動憲章の詳細はWebサイトの「グループ共有理念」をご覧ください。
<http://www.toto.co.jp/company/profile/philosophy/group/>

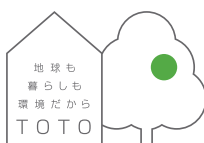
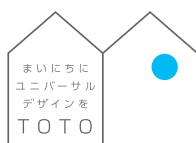
▶ ビジョン

“強く・明るく・美しい会社”を目指して

▶ ミッション

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO



TOTOグループ コーポレートレポート2016編集方針

このレポートは、ステークホルダーの皆様へ向けた統合的コミュニケーションツールとして発行しました。財務・ESG(環境・社会・ガバナンス)のアンニアルデータに加え、TOTOグループの成り立ちや事業活動のトピックスなどを紹介しています。コーポレートレポートを通して、創立時から現在を結ぶ企業姿勢や、未来へ向けてのさらなる企業価値向上への取り組みをお伝えしています。

● 活動報告の対象期間

2015年度(2015年4月1日～2016年3月31日)

*一部対象期間外の情報も掲載しています。

● 報告範囲

TOTOおよびTOTOグループ会社

● 参考ガイドライン

GRI(Global Reporting Initiative)「サステナビリティ・レポートガイドライン第4版」
Webサイトには対照表を掲載しています。

<http://www.toto.co.jp/company/csr/stakeholder/gri/>

● TOTOグループのコーポレートコミュニケーションツール

● エッセンスを小冊子で

TOTOのご案内



● 活動を広くご紹介

TOTOグループコーポレートレポート2016



● 活動と専門データをご紹介

TOTOグループコーポレートビュー2016
<http://www.toto.co.jp/company/profile/library/>



● 幅広い最新情報を詳しく掲載

TOTOグループWebサイト
<http://www.toto.co.jp/>



トップメッセージ

私たちは先人から受け継ぐ変わらぬ想いを胸に、
次の世代へ力強く進んでいきます。

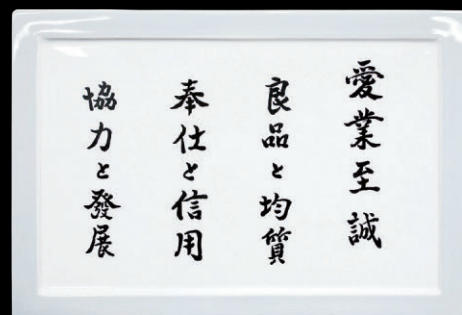
変わらぬ想い

TOTOグループは、広く社会や地球環境に貢献する存在であり続けることを目指して企業活動を推進しています。この根底にある、「国民の生活文化を向上させたい」、「健康で文化的な生活を提供したい」という創立者の信念は、「グループ共有理念」として社員一人ひとりに脈々と受け継がれ、お客様満足の原点として共有されています。

TOTOグループの考えるCSR経営とは、企業活動をESG（環境・社会・ガバナンス）視点で推進することです。これによって、事業活動とCSR活動の戦略的統合を図っています。

私たちの事業の原点には、CSRの考え方が深く根付いています。それは初代社長から二代目社長に送られた書簡“先人の言葉”や社是に記されています。この創立以来受け継いできた志こそが、経営の根幹を成し、ものづくりの原点となっています。

社是



ステークホルダーの皆様とともに

私たちの事業は、お客様、社員、株主など、幅広いステークホルダーの皆様あってのものだと考えています。

お客様にご満足いただくためには、社会的に価値のある商品を適正な価格で提供し続けることが重要です。

これを実現するには、社員が常に最大限の力を発揮できる環境が必要です。そのため、多様な人財の個性を尊重し、自ら考え行動する、自律した人財の育成を目指しています。

そしてチャレンジする意志と、そこから生まれる新しい発想を活かした事業で、豊かで快適な生活文化を創造し、社会に貢献していきます。

また、株主の皆様への利益還元も経営の重要課題の一つとしています。業績に連動した利益還元を目指しつつ、安定的な配当水準の維持に努めています。

「TOTO Vプラン2017」

TOTOグループは、創立100周年を迎える2017年にに向けた長期経営計画「TOTO Vプラン2017」を2009年に策定しました。この計画において、私たちはグローバル各事業地域で多くの皆様に信頼いただける企業を目指しています。

また、私たちの商品がお客様の快適な生活を支えるとともに、環境負荷の少ない生活を実現し続けることを目指しています。そのために「TOTOグローバル環境ビジョン」を推進エンジンとして、グループをあげて取り組んでいます。

水資源問題が深刻さを増す中、創立以来「水」に大きく関わる事業を展開してきた企業として、環境に配慮した商品を世界中のお客様にお届けし、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

グローバル展開

「TOTO Vプラン2017」を達成し、その後、持続的な成長軌道に乗って進化し続けるためには、事業のさらなるグローバル展開を強化することが必要です。

「日本もグローバルの一つ」という考えのもと、2016年度より住設事業をグローバル視点で一本化し、「日本住設事業」「中国・アジア住設事業」「米州・欧州住設事業」の3本柱による新体制としました。意思決定の迅速化、グローバルでの連携強化により、事業の持続と加速、企業価値の向上を図っていきます。

東京2020オフィシャルパートナー(水回り備品)に

TOTOは、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」オフィシャルパートナー(水回り備品)の契約を締結しました。

企業理念にある「水まわりを中心とした、豊かで快適な生活文化の創造」という考え方にに基づき、大会のために来日するアスリートの皆様はもとより、日本国内で応援するあらゆる人々が安全・安心・快適にお使いいただける水まわり空間を創造し提供し続けることにより、大会ビジョンの具現化に貢献したいと考えています。

次の世代へ

創立100周年における目標「TOTO Vプラン2017」は、その先に向けた通過点に過ぎません。この勢いを持続・加速させることで企業価値を向上させていきます。生活価値を創造し提供していく企業として、未来へとつながる「あした」に向かい、期待を超える「まいにち」を提案します。

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTOグループ一丸となって実現してまいります。

代表取締役 社長執行役員

喜多村 岡

TOTOの歴史

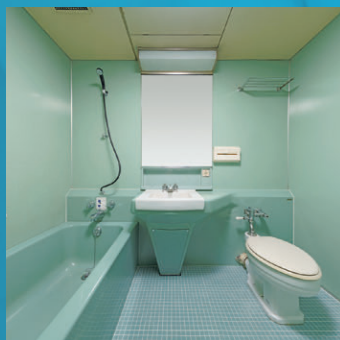
創立時からのスピリットを受け継ぎ、

1914 国産初の腰掛式水洗便器

創立者の大倉和親は、海外で見聞した欧米の衛生文化を日本で普及することを目指しました。その頃は下水道もない時代でしたが、水洗便器などの衛生陶器の開発に向け、製陶研究所を設立します。そして1914年、国産初の腰掛式水洗便器が誕生しました。



1964 初代ユニットバスルーム



1964年、ホテルニューオータニに日本初のユニットバスルーム（JIS規定による）が納入されました。工期は大幅に短縮され、美観も向上しました。

1980 日本人の生活様式を一変させた ウォシュレット®

1980年には、日本人の生活様式やトイレ設備の環境を一変させた温水洗浄便座「ウォシュレット®」が登場しました。



私たちは「イノベーション」の道を歩き続けます。

進化するトイレ



トルネード洗浄やセフィオンテクトの技術によって、これまでにない節水と清潔さをかなえる、タンクレストイレ「ネオレスト」。

節水と清潔さをかなえる技術



トルネード洗浄

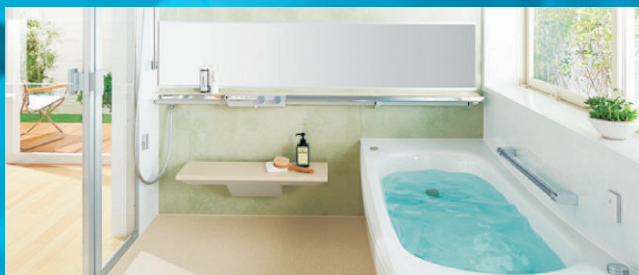
渦を巻くようなトルネード水流が、少ない水を有効に使って、しつこい汚れも効率よく洗浄。便器ボウル面をまんべんなく、しっかり洗います。



セフィオンテクト

陶器表面の凹凸を100万分の1mmのナノレベルでツルツルに。汚れが付きにくく、落ちやすいTOTO独自の技術です。

進化するバスルーム



お掃除ラクラクほっカラリ床、エアイン®シャワー、魔法びん浴槽®によって高い快適性と環境性能を実現するシステムバスルーム「サザナ」。

快適性と環境性能を実現する技術



お掃除ラクラクほっカラリ床

やわらかい感触が心地よく、ヒヤッとしないほっカラリ床に親水特殊処理を施すことでお掃除のしやすさも進化させました。



エアイン®シャワー

水に空気を含ませて吐水する技術で、水の一粒一粒を大粒にし、心地よい浴び心地と節水を実現しました。

進化するウォシュレット®



便器やノズルをきれいに保つきれい除菌水や、エコな瞬間暖房便座を備えた「ウォシュレット® アプリコット」。

ウォシュレット®の最新技術



きれい除菌水

TOTOのクリーン技術「きれい除菌水」は汚れのもとからきれいにします。



瞬間暖房便座

センサーが人の動きを検知し、使用するときだけ便座を暖めます。

※:イメージです。

TOTO Vプラン2017

TOTOグループは、2009年7月に、長期経営計画「TOTO Vプラン2017」を策定しました。

その戦略フレームは、コーポレート・ガバナンスの強化、「国内住設」「海外住設」「新領域」の3つの事業軸と、3つの全社横断革新活動「マーケティング革新」「デマンドチェーン革新」「マネジメントリソース革新」の推進です。これらの事業活動について、「TOTOグローバル環境ビジョン」を推進エンジンとして、グループをあげて取り組んでいます。

なお、2016年度より、グローバル視点で住設事業を一本化し、「日本」「中国・アジア」「米州・欧州」の3つの事業で構成される「グローバル住設事業」と「セラミック」「環境建材」で構成される「新領域事業」の2つの事業軸でさらに強化して推進しています。

2017年度の経営計画目標※は、売上高6,500億円、営業利益610億円、ROA 10%以上（営業利益ベース）、ROE 10%以上（純利益ベース）です。



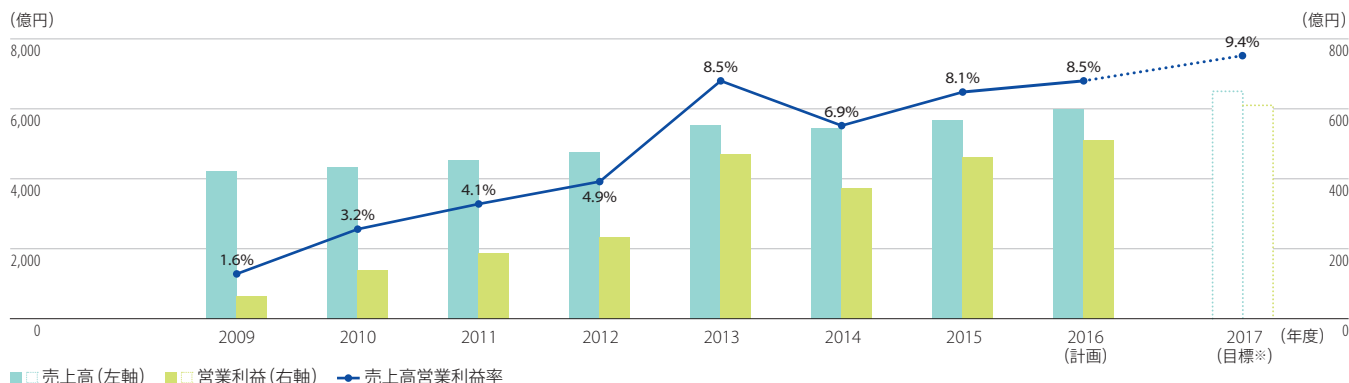
「TOTO Vプラン2017」策定年度からの実績と2016年度業績計画、2017年度目標

(単位: 億円、未満切り捨て)

	2009 年度実績	2010 年度実績	2011 年度実績	2012 年度実績	2013 年度実績	2014 年度実績	2015 年度実績	2016 年度計画	2017 年度目標※
売上高	4,219	4,335	4,526	4,762	5,534	5,445	5,678	6,000	6,500
営業利益	65	140	187	233	471	374	461	510	610
売上高営業利益率	1.6%	3.2%	4.1%	4.9%	8.5%	6.9%	8.1%	8.5%	9.4%
ROA(営業利益ベース)	1.7%	3.7%	5.0%	6.0%	10.7%	7.5%	8.8%	9.4%	10%以上
ROE(純利益ベース)	0.5%	2.8%	5.2%	8.8%	19.4%	10.0%	13.1%	13.1%	10%以上

* TOTOグループは、事業の成長および収益力の向上、ならびに資産の効率的な運用の観点から、売上高営業利益率とROA(営業利益ベース)・ROE(純利益ベース)を、重要な経営指標としています。

* ROA=営業利益/総資産、ROE=純利益/自己資本



※: 2017年度目標は2014年5月23日発表時点のものです。今後、変動する可能性があります。

TOTO Vプラン2017解説

TOTOグローバル環境ビジョン

TOTOグループは、各国・各地域の環境問題と向き合いながら、これまでの環境貢献活動をさらにグローバルに進化させるため、2014年に「TOTOグローバル環境ビジョン」を策定しました。グローバルで6つのテーマに取り組み、グループ丸となって事業を通して地球環境に貢献していきます。

□ ▶▶ p.17

事業軸

国内住設事業

新設住宅着工が減少し、ストック型社会への移行が進む中、強みであるリモデル戦略をさらに加速させます。コスト構造改革も進め、持続的に成長し、高い利益の出せる事業体質の構築を推進します。

□ ▶▶ p.9

海外住設事業

海外住設事業は「成長のエンジン」としてTOTOが展開する世界各国・地域において、市況・環境変化に耐える事業基盤を強化します。新規市場を開拓し、TOTOグループの成長を牽引します。

□ ▶▶ p.11

新領域事業

衛生陶器で培ってきたオンリーワン技術を活かした「セラミック商品」や、光触媒を利用し、光の力で環境浄化を進める技術「ハイドロテクト」をグローバル展開しています。

□ ▶▶ p.13

全社横断革新活動

マーケティング革新	全社最適視点での商品戦略を担います。	□ ▶▶ p.14
デマンドチェーン革新	お客様のご要望に早く効率的にお応えします。	□ ▶▶ p.15
マネジメントリソース革新	多様な人財の活躍によってイノベーションを牽引します。	□ ▶▶ p.15

コーポレート・ガバナンス強化

経営判断事項について、「誰が、何を、どこで意思決定するのか」「どのようにチェックするのか」を公平・公正な仕組みとして体系化することが重要です。監査役会設置会社の枠組みの中で、意思決定と監督、および効果的かつ効率的な執行業務の仕組みを構築し、企業価値の持続的な向上を図っています。

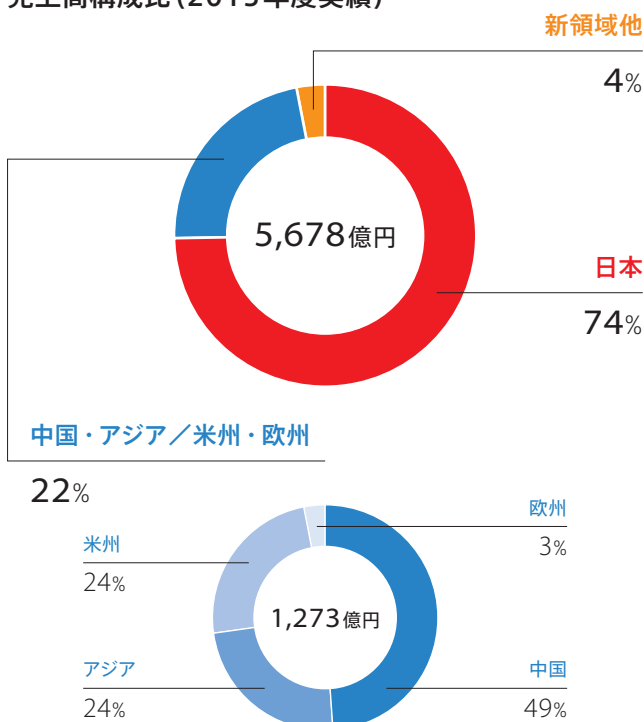
□ ▶▶ p.16

2009年に策定した「TOTO Vプラン2017」のもと、2010～2011年度の2年間は基盤の整備に取り組み、2012年には、2012～2014年度の中期経営計画を策定しました。

続く2013年度は、最終年度の2014年度目標を前倒しで達成したため、2014年に2014～2017年度までの新しい中期経営計画を策定しました。

中期経営計画2年目にあたる2015年度の業績は、売上高は5,678億円(前期比4.3%増)、営業利益は461億円(前期比23.3%増)となりました。

売上高構成比(2015年度実績)



グローバル住設事業

日本住設事業

*「国内住設事業」は、2016年度より「日本住設事業」としています。

2015年度実績

売上高



4,203 億円

前年比

+5%

営業利益



285 億円

前年差

+95 億円

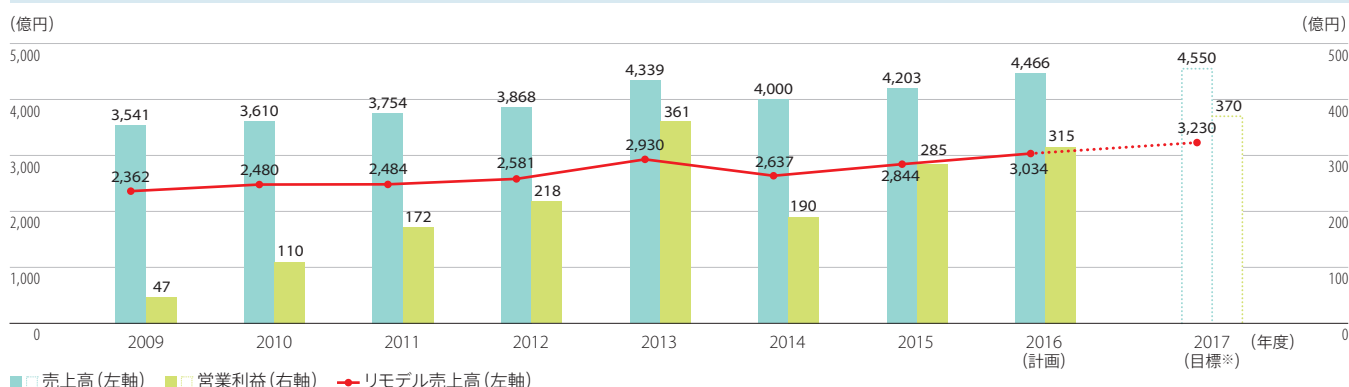
リモデル分野が伸長



売上高
前年比

+8%

業績の推移



2015年度の成果

日本の住宅市場は、景気の回復に伴い雇用・所得環境の着実な改善が継続したことに加え、政府による住宅関連支援策が打ち出されたこともあり、持ち直しています。TOTOグループにおいては、**リモデル分野**が伸長、特に住宅リモデルが全体を牽引しました。新築分野においても戸建住宅が回復傾向となっています。また、**パブリック**においては宿泊施設向けの売上が順調に推移しています。商品面では、特にウォシュレット®、**ウォシュレット®一体形便器**や**システムバスルーム**の売上が順調に推移しました。**TOTO、DAIKEN、YKK AP (以下TDY)**では、引き続き「**グリーンリモデル**」を推進しています。

リモデルとは

単なる増改築やリフォームから一步前進させ、お客様の期待以上の新しい生活スタイルをお約束することを「リモデル」と呼んでいます。

また「グリーンリモデル」は、2008年から提唱している、TDY3社共同のコンセプトです。各社それぞれの技術を活かしコラボレーションすることで、「健康配慮」「長もち住宅」「CO₂削減」の3つのテーマを実現する商品・空間づくりを提案しています。家族それぞれのライフスタイルや暮らしの夢に応えながら、人にも地球にもやさしい住まいを実現する取り組みです。

TDYとは

「グリーンリモデル」事業の認知拡大やシナジー商品の開発・共同検証などを行うため、2002年2月、水まわりの住設機器メーカーTOTOと建材の大建工業、窓・エクステリアのYKK APの3社が、資本関係を伴わない提携として始動したアライアンスです。





住宅向けには新築需要およびリモデル需要に応える、レストルーム、バスルーム、キッチン、洗面所の各商品や、水栓金具を展開しています。オフィスや商業施設、宿泊施設などのパブリック施設向けには、レストルーム、洗面空間における商品を展開しています。TOTOならではの技術を搭載し、節水・節湯・節電など環境負荷の少ない商品で、水まわりをトータルに提案しています。

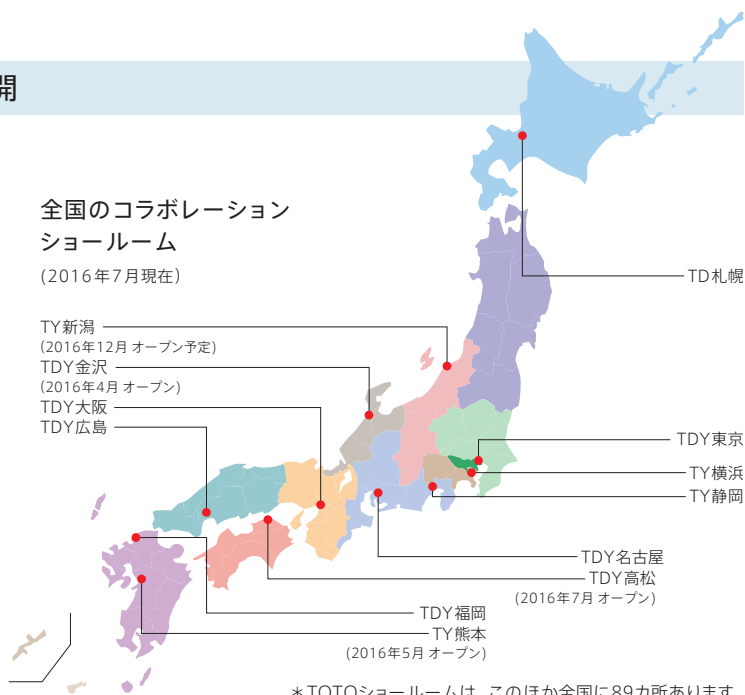
TDYコラボレーションショールームの全国展開

TDY3社のリモデルに関する情報発信の拠点として、コラボレーションショールームを全国に展開しています。2016年3月には、「TDY名古屋コラボレーションショールーム」をオープンしました。

2016年12月には、全国12カ所目となるコラボレーションショールームを新潟にオープンする予定です。3社連携した充実の空間展示とコンサルティングで、環境に配慮しながら快適な暮らしを実現するグリーンリモデルの提案を進めています。

全国のコラボレーションショールーム

(2016年7月現在)



* TOTOショールームは、このほか全国に89カ所あります。

グリーンリモデルフェア2015

2015年4月から7月にかけて、TDY3社共同で「グリーンリモデルフェア2015」を全国4カ所(東京・名古屋・大阪・福岡)で開催しました。TDYが提唱する「グリーンリモデル」のコンセプトに賛同した住宅関連メーカーおよびエネルギー会社とコラボレーションし、省エネ性能や耐久性、清掃性などをさらに向上させた空間の訴求を図りました。



グリーンリモデルフェア2015

グローバル住設事業

中国・アジア住設事業／米州・欧州住設事業

*「海外住設事業」は2016年度より「中国・アジア住設事業」および「米州・欧州住設事業」としています。

2015年度実績

売上高



1,273 億円

前年比

+2%

営業利益



214 億円

前年差

▲6 億円

(為替影響抜きの前年差+1億円)

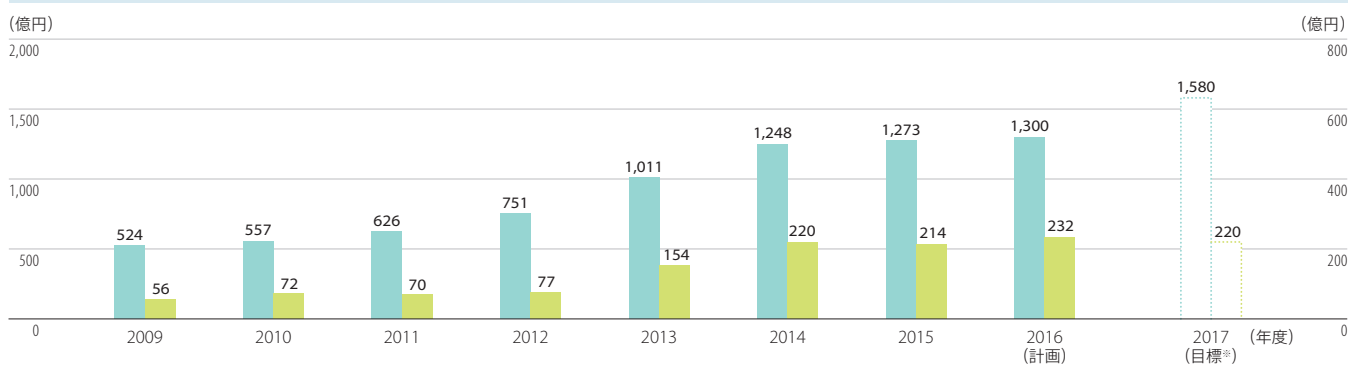
ウォシュレット®の
販売台数が大きく伸長



ウォシュレット®販売台数
2012年比

約1.9倍

業績の推移



■売上高(左軸) ■営業利益(右軸)

※: 2017年度目標は2014年5月23日発表時点のものです。今後、変動する可能性があります。

2015年度の成果

海外の住設事業においては、各国・各地域での経済動向や社会動向を注視しつつ、着実な成長戦略を推進しています。

重点商品であるウォシュレット®は、世界各国の高級ホテルへの設置促進をはじめ、増加している訪日外国人への認知・体験・販売活動など、TOTOグループ全社活動として各国でお客様への積極的な働きかけを行い着実に売上が伸長しています。

中国 > 一級都市をはじめとする都市部を中心に、市場環境や消費者の購買行動の変化などに注視しつつ、高級ブランドとしての強みを活用し、事業活動を推進しています。

アジア > 世界の供給基地としてベトナム、タイでの生産体制を充実させるとともに、新興国市場での販売力を強化しています。

米州 > 中高級市場において、商品優位性や価値伝達によって、ブランドの価値を高め、競合他社との差別化を図っています。

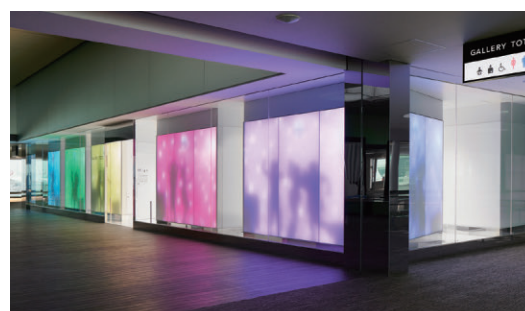
欧州 > ドイツ、フランス、イギリスを中心に、販売チャネルの構築を進めており、代理店のショールームでは、当社の商品の展示が進んでいます。また、ブランド認知の向上により、ホテルなどの高級現場における商品の採用が進んでいます。



日本で開発したTOTOならではの技術を搭載した、レストルーム、水栓金具、洗面から浴槽までの商品を展開。環境負荷の少ない性能と、統一感をもたせたデザインで、水まわり空間をトータルに提案しています。

日本の空の玄関口に体感型トイレ空間をオープン

2015年4月、成田国際空港第2旅客ターミナル連絡通路に体感型トイレ空間「GALLERY TOTO」を開設しました。このトイレ空間は、ウォシュレット®・ネオレストなどの器具を設置することはもちろん、西洋と東洋の文化・感性を融合させ、異なる10のブースが点在する開放的で上質な空間を演出し、訪日外国人の方へ日本のトイレ文化・技術の発信を行っています。



体感型トイレ空間「GALLERY TOTO」

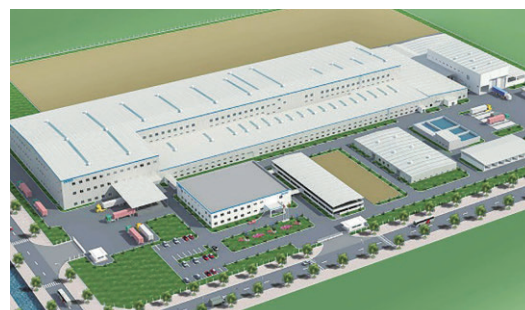
©DAICI ANO

ベトナムに衛生陶器生産工場を建設

TOTOはベトナムに新たな衛生陶器の生産工場を建設しています。

2018年の本格稼働を目指し、これまでの地産地消の生産体制に加え、世界の供給基地としてアジアの生産体制を充実させます。

建設にあたっては2014年に策定した「TOTOグローバル環境ビジョン」に基づき、エネルギー効率の高い最新のトンネル窯を導入するなど、最新の技術とノウハウを結集し、環境に優しいグリーンファクトリーを実現します。



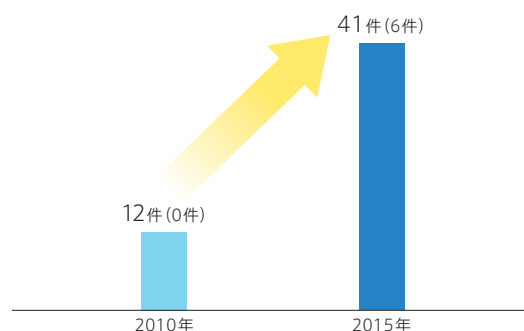
TOTO ベトナム新工場(仮称)の外観イメージ

欧州ホテルにおけるウォシュレット®採用の増加

ブランド認知向上により、欧州ホテルにおけるウォシュレット®の全室採用が増加しています。

ドイツにおける著名リゾート施設である5スターホテル「ホテル シュロス・エルマウ」に、ネオレストをはじめウォシュレット®などの水まわり商品を納入しました。

欧州ホテル ウォシュレット®採用累計件数
*カッコ内は全室ウォシュレット®設置件数



新領域事業

セラミック事業／環境建材事業

2015年度実績

売上高

198 億円

前年比 +3%

セラミック事業売上高

106 億円

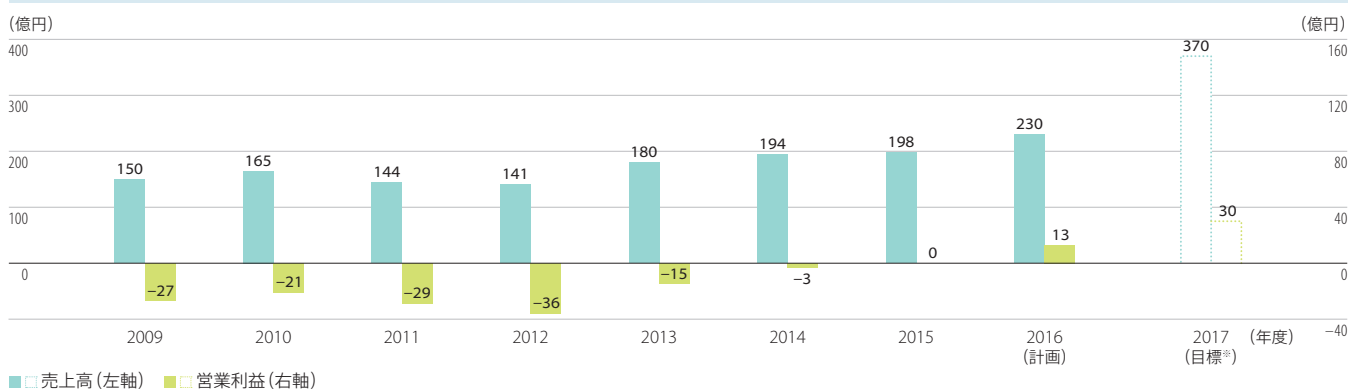
前年比 +1%

環境建材事業売上高

92 億円

前年比 +4%

業績の推移



※：2017年度目標は2014年5月23日発表時点のものです。今後、変動する可能性があります。

2015年度の成果

新領域事業では、セラミック事業の黒字幅が拡大し、新領域事業全体で黒字化しました。

セラミック事業 > 光通信市場における普及品の生産調整が継続し前年比で売上が減少しましたが、次世代高速通信への技術移行が明確になり、今後の成長が見込まれます。**半導体市場**では、3D化などの先端半導体デバイスに対するタイムリーなソリューション提案により、特に静電チャックの新商品が好調で、前年比で売上が増加しました。お客様基点の体質強化の効果とともに利益改善が進み、黒字基盤が強固になっています。

環境建材事業 > 「**ハイドロテクト**」は、光触媒を利用して光や水の力で地球も暮らしもきれいにする環境浄化技術であり、技術ブランドです。すでに多くのパートナーシップ企業様にご活用いただいており、建物の外壁から室内の壁や床までさまざまな製品に利用されています。また、事業戦略も国内中心から海外へと拡大させ、業種を横断したパートナーシップをグローバルに広げ、「ハイドロテクト」の普及とともに環境貢献を進めています。

セラミック事業

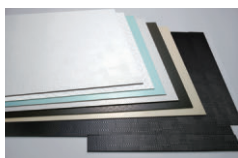
半導体・液晶製造装置分野や光通信分野で、エアベアリング、静電チャック、ボンディング・キャピラリー、レセプタクルなどの高品質・高精度セラミック商品を生産・販売しています。



セラミック製品

環境建材事業

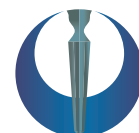
環境浄化技術「ハイドロテクト」を応用した塗料・建材商品を展開。また、全世界で建築用外装材（タイル、塗料、金属パネル、ガラス、建築石材など）を扱う企業とライセンス・技術導入契約を締結するビジネスを行っています。



環境建材

第6回ものづくり日本大賞 「内閣総理大臣賞」

「次世代半導体デバイスを支える『製造装置用低発塵性部材』の開発」で受賞。



ものづくり日本大賞
内閣総理大臣賞

マーケティング革新

Marketing

「お客様を笑顔にする美しいデザイン・機能の実現」に向けて、グローバルレベルで魅力ある商品を創り出す活動を積極的に推進していきます。

また、日本発のコアテクノロジーをグローバルでも共通基盤技術として活かしながら、エリアごとの市場や特性に応じた商品企画・開発も強化しています。

Technology

日本発のコアテクノロジー

トルネード洗浄

渦を巻くようなトルネード水流が、少ない水を有効に使いながら、しつこい汚れも効率よく洗浄。

きれい除菌水

TOTOのクリーン技術「きれい除菌水」は汚れのもとからきれいにします。

セフィオンテクト

陶器表面の凹凸を100万分の1mmのナノレベルでツルツルに。汚れが付きにくく、落ちやすいTOTO独自の技術です。



トルネード洗浄

きれい除菌水

セフィオンテクト

※:イメージです。

Design

各国・各地域にあわせた展開

海外で販売する商品は、日本で開発したコアテクノロジーを各国・各地域にあわせた機能、好まれるデザインにして商品化しています。

各国・各地域の生活文化の違いを背景に日本の技術力・環境配慮性能と海外のトイレ文化を融合させ、日本では発売していないデザインや機能のバリエーションも品揃えしています。



日本

中国

アジア

米州

欧州

Technology + Design

Award

国際的な評価を獲得

TOTO独自の技術や機能と洗練されたデザインの融合が高く評価され、数々の国際的な賞を受賞しています。

「iFプロダクトデザイン賞」・「レッドドット・デザイン賞」

「GREEN GOOD DESIGN AWARDS」



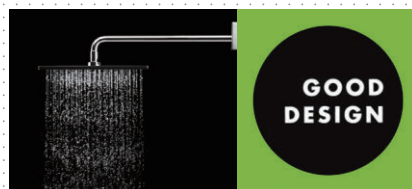
Neorest DH



アクアオート



ネオレスト



エアイン®オーバーヘッドシャワー

デマンドチェーン革新

Demand Chain

原材料の調達から、商品がお客様の施工現場に到着するまでの流れにおいて高速サプライチェーンを構築する「サプライチェーン革新」と、全社最適の生産技術開発体制で既成概念を超えた新たな発想によるものづくりを進める「ものづくり革新」を統合して、「デマンドチェーン革新」として取り組んでいます。これにより、商品企画から、研究開発、生産技術、購買、製造、物流、販売、アフターサービスまでが一体となって、お客様のご要望に早く効率的に応える体制の構築を推進していきます。

2015年度までの主な進捗状況

「サプライチェーン革新」では、「生産・販売・物流・購買・情報の一体行動」「総合リードタイムの徹底短縮」という基本方針のもと、物流拠点再編による調達・配送網の整備、および、生産部門と販売部門が一体となり「納期乖離」「棚卸資産」「サプライチェーンコスト」の極小化を進めてきました。

「ものづくり革新」では、「素材」「グローバルプラットフォーム(設計の効率化)」「次世代生産方式」

「グローバル生産拠点最適化」の新たな視点での革新活動を進めています。グローバルプラットフォームの推進による、部品の共通化・原材料集中購買によるコストリダクション、および、開発期間の短縮、生産性向上などを進めています。また、開発部門と製造部門が一体となったものづくりによる生産性向上に取り組んでいます。

マネジメントリソース革新

Management Resource

経営資源の中で、「人財※」を最も重要なマネジメントリソースと位置づけ、「自ら学び続ける、多様な人財の確保」と「チャレンジする企業風土の実現」を目指し、ダイバーシティの推進や人財育成の強化を進めています。また、財務面では成長のための積極的な投資と並行して、資産の評価・整理を進め、財務体質の改善・スリム化を図っています。

2015年度までの主な進捗状況

さまざまな分野での女性の活躍推進、管理職への登用とともに、障がい者の雇用を促進し、あわせて職場環境の改善を図ることで、一人ひとりがいきいきと活躍できるよう支援を行いました。

人財育成においては、グローバルな人財マネジメントに関する調査・研究を進め、海外拠点の経営幹

部を対象にした研修や海外インターンシップなどを充実させました。国内では全世代チャレンジ型風土の醸成のため、階層別研修を強化・充実させるとともに、自ら学ぶ風土づくりに向けた啓発活動を強化しました。

※:TOTOグループでは、TOTOグループで働くすべての人々を「次世代を築く貴重な財産」と考え、「人財」と表記しています。

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

TOTOグループは、「社会の発展に貢献し、世界の人々から信頼される企業」を目指し、公正な競争を通じて利潤を追求するという経済的主体であると同時に、広く社会にとって有用な存在であり続けるための経営を推進しています。その実現にあたっては、公平で公正な経営を執行・監督するための仕組みを構築すると共に、その拠り所となる理念を明確にすることが重要であると考えています。

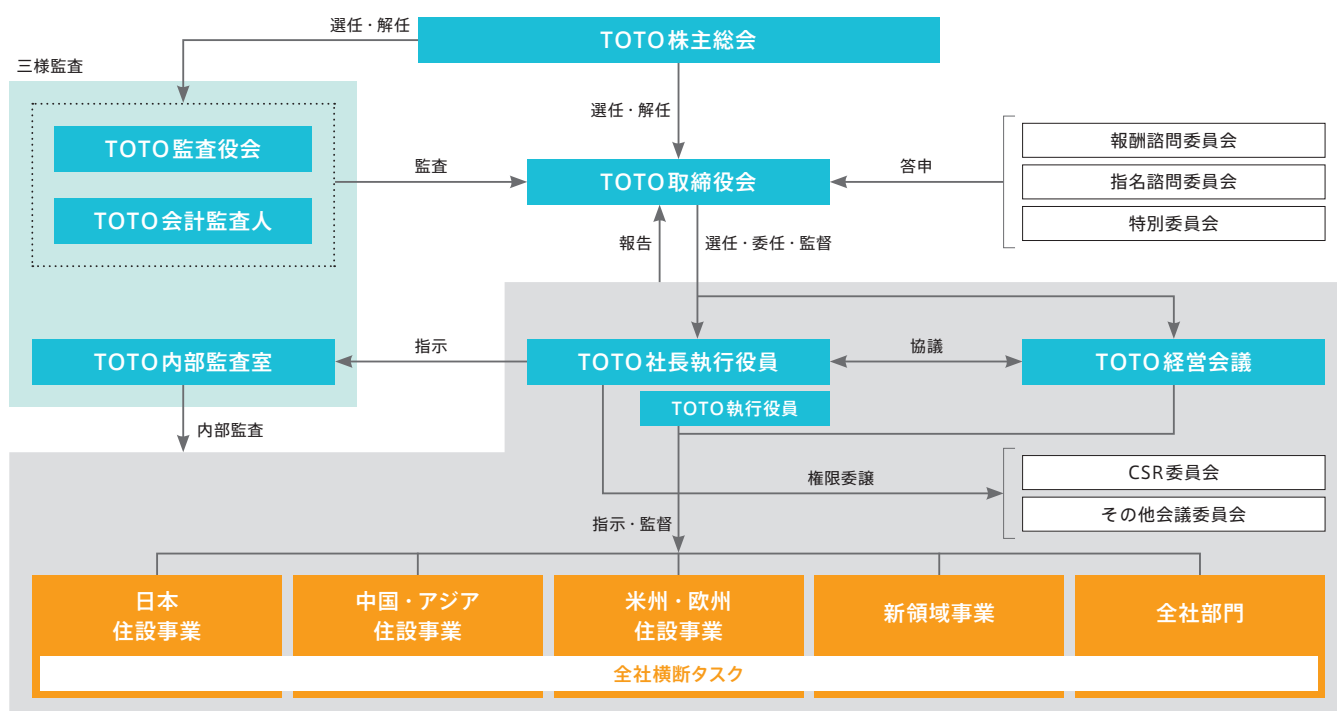
① TOTOグループは、将来にわたって引き継ぐべき「心」にあたる「グループ共有理念」と、その時代において進むべき方向性、つまり「体の動かし方」にあたる「事業活動ビジョン」から構成される「TOTOグループ経営に関する理念体系」を制定し、すべての事業活動の拠り所としています。

② 取締役会・監査役会・会計監査人を設置し、法令及び定款に適合した業務執行の決定及び職務執行を行います。取締役会においては、公平性・客観性・透明性を重視し、当社から独立した社外取締役3名を招聘しており、当社の経営全般についての様々な助言・提言をいただいています。また、取締役の職務執行を監査する監査役会

は、社外監査役2名を含む4名で構成されています。取締役会をはじめとする主要会議への出席・取締役との定期的な意見交換等により、監査役の監査が実効的に行われることを確保するための体制を整備しています。

③ 監査役監査、会計監査人監査に加え、より高い内部監査システムを確立するため、業務執行部門から独立した内部監査室を設置し、社長執行役員の指示のもと、内部監査の充実を図っています。また、監査役、会計監査人及び内部監査室各々による監査（三様監査）を実施すると共に、監査役による各監査結果の確認や情報連絡会など相互の緊密な連携により、監査の実効性強化・質的向上に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制



TOTOグローバル環境ビジョン

TOTOグローバル環境ビジョンを事業活動と一体となって推進します。

TOTOグループは、各国・各地域の環境問題と向き合いながら、これまでの環境貢献活動をさらにグローバルに進化させるため、2014年に「TOTOグローバル環境ビジョン」を策定しました。

グローバルで6つのテーマに取り組み、グループ一丸となって事業を通して地球環境に貢献していきます。この「TOTOグローバル環境ビジョン」実現に向け、創立100周年を迎える2017年度までの目標「グローバル環境目標」を設定しています。水に大きく関わってきた企業として「水資源の保全（水を大切に）」を軸に、6つのテーマそれぞれで目指す目標を明確に定め、取り組んでいます。グローバル環境ビジョンを推進することで「TOTO Vプラン2017」の実現を目指していきます。

水と地球の、あしたのために。

創業以来、水の大切さを心に刻んできたTOTOグループ。私たちはあらためて、資源としての「水」を見つめ直しています。「水資源の枯渇」や「地球温暖化」が深刻さを増すいま、果たすべき責任とは、何か。それは、ただひとつ。水まわりからの環境貢献に全力をそそぐことです。

蛇口をひねる。シャワーをあびる。繰り返されるまいにちの中で誰でも節水、CO₂削減ができる、優れた環境性能の商品を世界にお届けする。グローバル環境目標に「水資源の保全」を追加し、一日も早い実現を目指していく。地域、地域に寄り添った活動の先に、地球のよりよい「あした」が待っていることを願いTOTOグループ一丸となって取り組んでまいります。



2017年度までのグローバル環境目標



水を大切に

節水商品をグローバルに投入することで、2005年当時の性能の商品を普及し続けた場合に対し、商品使用時の水消費量を2017年度までに7億m³削減することを目標に掲げて取り組んでいます。

2015年度は、6.6億m³の削減となりました。また、節水便器（4.8L以下）出荷比率は国内78%、海外59%と順調に推移しています。今後も節水商品を世界に普及させることで、事業を通して水資源保全に貢献していきます。

各国の節水トイレ



日本



米州



中国



アジア

商品使用時 水消費削減量※
2015年度実績

6.6 億m³

2017年度目標

7 億m³

※：一般的な商品の使用期間を考慮し、2016年度より基準年を1990年から2005年に変更



温暖化を防ぐ

事業活動を通じて温暖化の防止に取り組んでいます。国内外の各事業所においては、施策によりCO₂排出量を2017年までに2013年度比で2.9万t削減することを目標として、生産性の向上や省エネの取り組みを推進しています。2015年度は1.61万tの削減となりました。

また、節水・省エネ商品を投入することで、2005年当時の性能の商品を普及し続けた場合に対し、商品使用時のCO₂排出量を2017年度までに330万t削減することを目標に掲げて取り組んでいます。2015年度は287万tの削減となりました。



滋賀工場外観

施策による事業所からの
CO₂排出削減量
2015年度実績

1.61万t

2017年度目標

2.9万t



地域社会のために

社会の持続的な発展にも、会社の事業継続にも、水環境をはじめとする自然環境の保全は不可欠です。TOTOグループでは、水資源の再生・保全や水源となる森の保全活動など、地域や社会と関わり合った環境貢献活動を国内外で進めています。また、植樹や地域清掃などの社会貢献活動「グリーンボランティア」への参加を促進しています。2015年度も各拠点でさまざまな活動を企画した結果、グローバルでのグリーンボランティア参加人数は42,200人となりました。



中国でのグリーンボランティア

グリーンボランティア参加人数
2015年度実績

42,200人

すべてのボランティア活動参加率※

2017年度目標

100%

※: ボランティア対象範囲拡大にあわせて2016年より管理指標を「すべてのボランティア活動参加率(のべ参加人数/連結社員数)」に変更



資源を大切に

限りある資源を有効活用するために、製造事業所でのリサイクル率の目標を掲げ、排出物「減量化・再資源化」活動を3Rの視点(リデュース・リユース・リサイクル)で積極的に取り組みを進めています。製造事業所でのリサイクル率は2017年度目標国内99%、海外90%に対し、2015年度は国内100%、海外87.5%でした。



地球を汚さない

環境マネジメントシステムの推進により、法規制遵守はもとより、自主管理基準値を定め、環境負荷の低減と汚染の未然防止に努めています。2017年度目標の国内環境法令違反件数0件に対し、2015年度は0件でした。



生物多様性を守る

原材料の調達においては、生産地の環境・生態系に与える影響に配慮したCSR調達を推進することで、資源の持続可能な利用と安定調達のバランスをとりながら進めています。

国内商品に使用している木質材料の合法材・再生材の使用率は2017年度目標100%に対し、2015年度は99%でした。

「ものづくり」を支える研究・技術

創立以来、さまざまな商品やサービスの開発を通して、多くのものづくり技術を培ってきました。これらの技術を有機的に結合させ、お客様価値を創出し、魅力ある商品・技術を生み出しています。



TOTOの商品を支える ものづくりの技術

TOTOは創立以来、さまざまな商品やサービスの開発を通して、多くのものづくりの技術を培ってきました。人の動きや感覚を数値化し、論理的に使いやすさや快適性を実現する「人を観る」技術。次に、「流体制御」「電子制御」「水の改質」といった、水の流れる方、性質を変えることで、より快適で清潔な機能を実現する「水を操る」技術。そして、「表面制御」「素材・プロセス」「分析」といった、

素材そのものの性質や、素材表面の特性を変えることで意匠性、防汚性、耐久性などを向上させる「素材を究める」技術。これらを有機的に結合させ、魅力ある商品を生み出してきました。

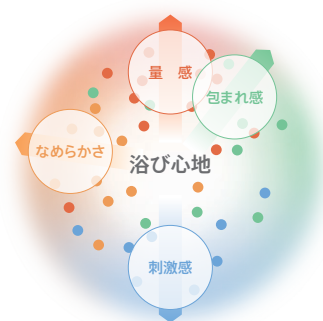
「人を観る」技術

「人間工学」や「感性工学」といった、人の動きや感覚を数値化し、論理的に快適性を実現する「人を観る」技術がTOTOのものづくりには活かされています。

少量の水でも快適な浴び心地を実現したエアイン®シャワーには、その技術が凝縮されています。商品開発段階で、人間がシャワーの水量を快適と感じる水の状態を細かく数値化し、分析を重ね、節水と快適さを両立させる数値を導き出しました。エアイン®シャワーは、節水とたっぷりした浴び心地を独自の技術で両立させたことが国内外で高く評価されています。

「水を操る」技術

「水を操る」技術は、トイレを常時きれいに保つ機能に活かされています。TOTOのクリーン技術「きれい除菌水」は汚れのもとからきれいにします。この「きれい除菌水」を便器のボウル面に噴射したり、ノズルの内側と外側を洗浄したりすることでトイレのきれいが長もちします。



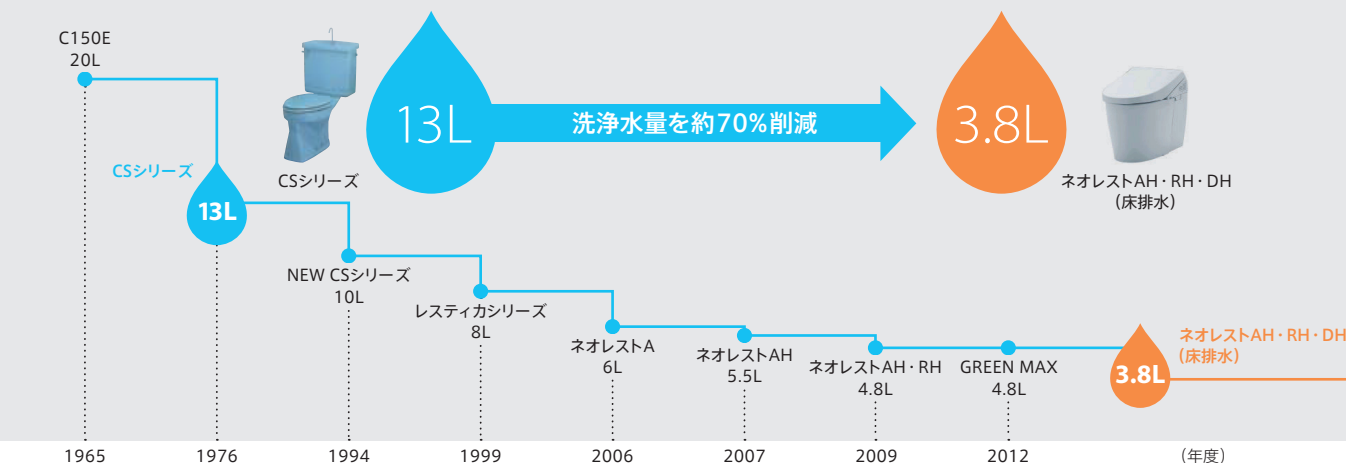
エアイン®シャワー

「人を観る」：エアイン®シャワーの浴び心地の感性モデル

たっぷりとお湯をあびている量感、お湯に包みこまれる感覚、お湯のなめらかさを感じる触感、肌への刺激感などシャワーから感じるさまざまな感覚をたくさんの人の意見から数値化しました。

大便器 節水性能の進化(日本)

* 1回あたりの洗浄水量(大洗浄)



TOTOは1976年発売の節水便器「CSシリーズ」以降、トイレを快適に使用していただきながら確実に汚物を排出・搬送できる洗浄水量の削減を進めてきました。現在は3.8L洗浄を実現した商品を開発するなど、節水技術のさらなる進化を進めています。

また、「水を操る」技術のひとつである「トルネード洗浄」は、便器の内面を、まんべんなく、しっかりと洗うための洗浄水流に関する研究によって生み出されました。渦を巻くようなトルネード水流によって、少量の水で洗浄できるこの技術は、水資源保全につながり、地球環境へ貢献することができます。

「素材を究める」技術

「素材を究める」技術も、より衛生的な便器の開発に貢献しています。セフィオンテクトは、陶器表面の凹凸を滑らかにし、汚れの付着力を弱めることで、理想的な自浄力を実現しています。このTOTO独自の技術は、日本ではもちろん、アメリカやヨーロッパ、アジア諸国でも特許を取得し、世界中で認められています。

今後の展望

お客様にとって魅力のある商品とは、機能、デザイン、価格のすべてにおいて満足できるものです。こうした商品を創出するための基盤となるのが、ものづくり技術です。

日本で培ってきた技術力で、世界中に画期的な商品を提供し、必要とされ続ける。今後も将来に向けて、魅力ある商品を生み出していきます。



「水を操る」：スーパーコンピューターでトイレ洗浄を解析

トイレやシャワーなど、水まわり商品の価値を生み出すには欠かせない流体制御の技術。東京工業大学のスーパーコンピューター「TSUBAME」を使ってトイレの洗浄を解析しています。流体力学に基づく「水を操る」技術という視点に立ち、コンピューターシミュレーションで水の流れを解析することで効率化を実現しました。



「素材を究める」：水まわり汚れを発生メカニズムから解明

汚れの原因になる菌のメカニズムや、部材表面に汚れが付着するメカニズムなどから解析。普段落ちづらい汚れにも効果的な抑制方法を見つけ出します。



※：イメージです。



TOTOのグローバル展開

それぞれの国・地域に根ざした企業として、そこで暮らすお客様から必要とされ続ける存在になること。各国・各地域でのブランドを確立し、さらなるグローバル展開を推進します。



WELCOME TO JAPAN

<http://www.toto.com/en/wtjapan/>



©DAICI ANO

体験していただく機会をつくる

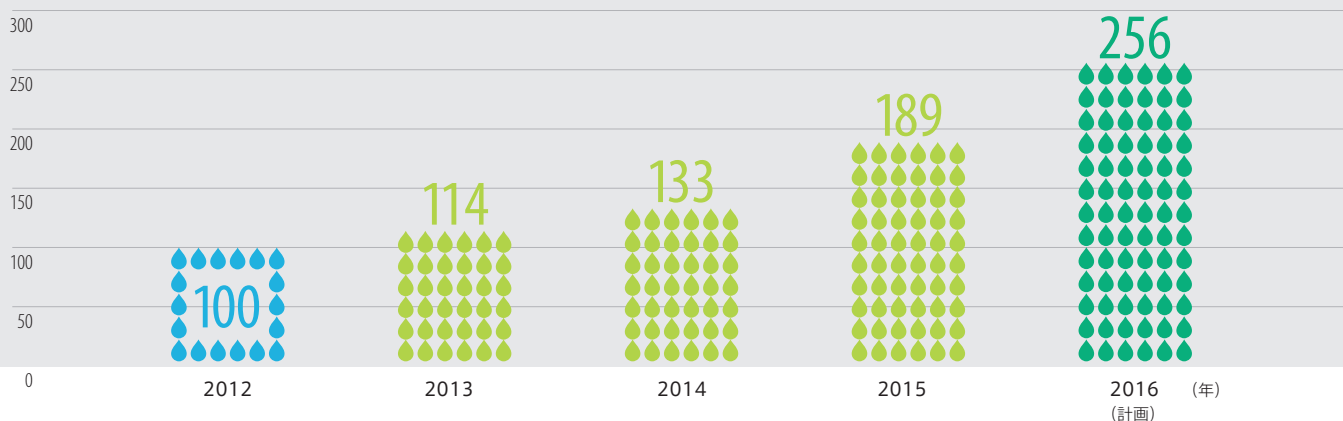
TOTO商品が世界に広まるには、海外のお客様が商品に触れ、体感し、知っていただく機会を増やすことが大切だと考えています。その第一歩が、2015年4月、成田国際空港に開設した

体感型トイレ空間「GALLERY TOTO」です。この空間は、訪日された外国のお客様がTOTO商品の心地良さを体感し、日本のきれいなトイレ文化に触れ、帰国後に「日本で使ったようなトイレが欲しい」と思っていただけ

を目指しています。今後も日本でのこうした体験機会を増やしていくとともに、関連情報を随時Webサイトなどを通じて世界に発信していきます。

海外におけるウォシュレット®販売台数の実績と計画

(2012年を100とした指数)



海外でのウォシュレット®の販売拡大

1986年にアメリカでウォシュレット®の販売を開始して以来、TOTOグループは、中国、アジア・オセアニア、欧州へと世界中に販売を拡大してきました。現在では、ウォシュレット®は日本の快適なトイレ文化を代表するキーアイテムとして、世界から認知されつつあり、各国での需要は着実に伸びています。海外における2015年のウォシュレット®販売台数は、2012年比で約1.9倍となりました。地域別では、米州(アメリカ・カナダ)は前年比約30%増、中国は約50%増

と、各国で販売が伸長しており、今後もさらなる販売増加が期待できます。

現地に根ざしたTOTOのビジネス

ウォシュレット®をはじめとしたTOTO商品を、お客様が世界各地でスムーズに購入・設置できる仕組みづくりを進めています。また、現地のお客様とのコミュニケーション機会を増やし、TOTO商品のファンになっていただけるよう各国のさまざまな展示会に出展しています。

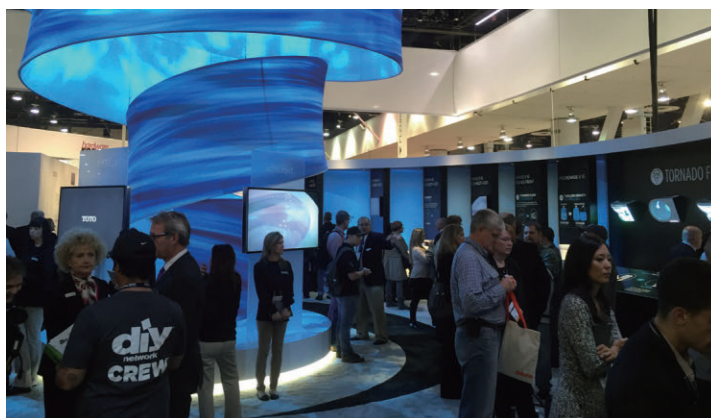
2015年3月にはドイツで開催された世界最大規模の住宅

設備機器の国際専門見本市「International Sanitary and Heating 2015」、2016年1月にはアメリカの水まわり設備の国際見本市「Kitchen & Bath Industry Show 2016」、6月には上海で開催されたアジア最大規模の水まわり設備の国際見本市「Kitchen & Bath China 2016」に出展しました。

今後も各拠点との連携を強化し、TOTOグループ一丸となって、現地に根ざしたビジネスモデルを構築することで、グローバルでの飛躍を目指していきます。



フランクフルトで開催された「International Sanitary and Heating (ISH) 2015」



ラスベガスで開催された「Kitchen & Bath Industry Show (KBIS) 2016」

CSR経営



TOTOグループのCSR
http://www.toto.co.jp/company/csr/management/



* CSR: Corporate Social Responsibility 企業の社会的責任

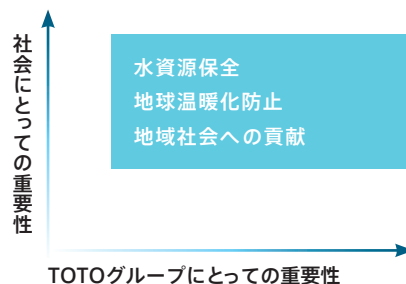
TOTOグループは、CSR経営をCSRの取り組みにより「TOTOグループ企業理念」の実現を目指す経営と考えています。

CSRの考え方

TOTOグループは、CSR経営をCSRの取り組みにより「TOTOグループ企業理念」の実現を目指す経営と考えています。「TOTOグループ企業理念」は、「社是」が伝えようとしている思想を基本とし、すべてのステークホルダーに対して、「企業としての存在目的」「事業領域」「在りたい姿」を示しています。

また、グローバルな社会課題に戦略的に取り組むために、マテリアリティ(重要課題)マップを利用して、優先的に取り組むべき重要課題を明確化して、CSR活動を推進しています。

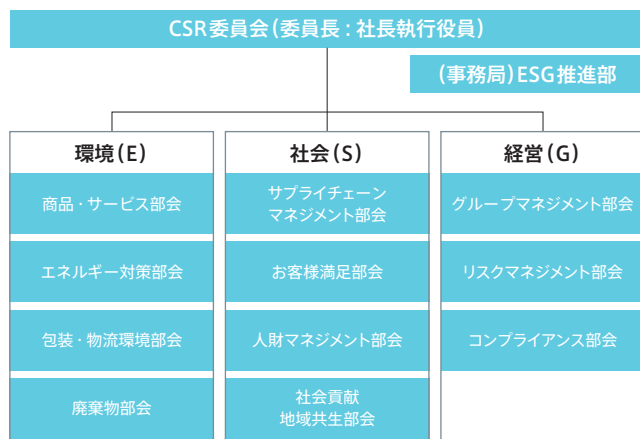
マテリアリティマップ



CSR推進体制

2004年に「CSR委員会」および、CSR専任部署を設置し、CSR活動を開始しました。CSR委員会は、社長執行役員を委員長として、年1回開催し、「環境(Environment)」「社会(Social)」「経営(Governance)」の3分野を俯瞰することで、事業活動とCSR活動の戦略的な統合に取り組んでいます。

また、CSR委員会では、各分野を構成する部会が、推進計画を策定のうえ、関連部門、国内外のグループ会社に展開し、部門横断的な活動を行っています。



TOTOは、国際連合が提唱する「国連グローバル・コンパクト」への参加を表明し、2011年11月8日付で参加企業として登録されました。

リスクマネジメント

毎年、ステークホルダーに大きな影響をおよぼす恐れのある重大リスクを抽出し、リスクの未然防止を推進しています。抽出された重大リスクは、リスクの想定シナリオに沿って、ブランドの毀損・人的影響・金銭的影響の観点から、影響度と発生頻度をマトリクスで評価しています。リスクポイントの上位項目を最重点リスクとして、リスク管理委員会でモニタリングを行い、全グループを挙げて、リスクの低減活動を推進しています。

コンプライアンスの強化

違反を未然に防止するためには、マネジメントシステムの強化だけでなく、コンプライアンスを尊重する組織づくりが不可欠であるという考えのもと、「対話型コンプライアンス研修」と「コンプライアンスマネジメント研修」の2つの研修をグループ内に展開しています。

お客様満足のために



お客様満足のために
<http://www.toto.co.jp/company/csr/cs/>



TOTOグループは、あらゆるお客様のさらなる満足のために商品・サービスを継続的に提供していきます。

お客様の声を共有し、「ものづくり」に活かす

TOTOグループでは、お客様満足（CS）を「お客様の期待以上の満足につなげる商品とサービス」の域にまで高めることを目指し、お客様の声を原点として商品開発や品質管理を行っています。お客様本部では、商品ご使用者へのアンケートやお客様相談室へのご意見・ご要望など、いただいた声を整理し、担当部門に伝えるほか、社内のイントラネットにも掲載し、日ごろお客様との接点のない社員に対しても情報の共有と活用を図っています。さらにお客様の声を収集・分析し、新商品開発や商品改善など「ものづくり」に活かしています。



お客様相談室

お客様視点での活動事例の共有・実践

TOTOグループでは『実践！連携！いつでもどこでもお客様の笑顔を目指して！』をスローガンに、TOTOグループのすべての部門（ものづくり部門・間接部門・販売サービス部門）でCS向上活動を推進しています。2015年度は「TOTOグループCS大会」や「各部門ごとの活動事例発表会」を開催し、これらの活動事例を全員で共有しました。TOTOグループで働く一人ひとりのCSの実践と、ともに働く仲間との連携の輪を広げ、さらなるお客様視点での活動に取り組んでいます。



2015年度TOTOグループCS大会

品質とアフターサービス

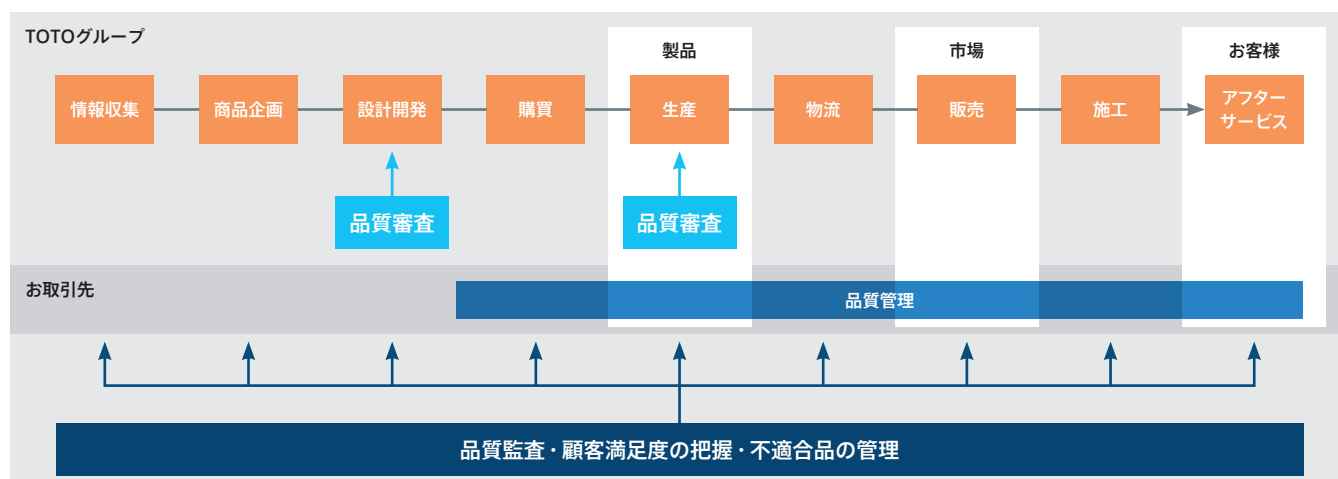
TOTOグループの商品は、「まいにち必ず使うもの」「みんなが必ず使うもの」。だからこそ、お客様に安心して安全にご利用いただける商品を提供する使命があると考えています。そのため、ISO9001を基本としたマネジメントシステムを導入し、品質の継続的改善に取り組んでいます。

また、商品そのものの品質だけでなく、商品組み立て時や故障した際のメンテナンスまでを含めて「TOTO品質」と考えています。メンテナンス技術の向上だけでなく、お客様への対応マナーや修理受け付けから修理完了までの対応スピードを向上させ、お客様の希望に沿った納期対応を目指して活動しています。



アフターサービス

品質マネジメントシステム



社員とともに



社員とともに

<http://www.toto.co.jp/company/csr/employees/>



TOTOグループで働くすべての人々の、一人ひとりの個性を尊重し、いきいきとした職場を実現するために、さまざまな取り組みを推進しています。

ダイバーシティの推進

年齢や性別、国籍など、多様な人財の個性を尊重し、そこから生まれる新しい発想によって、豊かで快適な生活文化を創造していきたいと考えています。現在は、人財本部内の「ダイバーシティ推進グループ」が中心となり、「女性の活躍推進」「障がい者の雇用促進」など、広範囲な活動を推進しています。

女性管理職比率

2015年度実績^{※1}

6.9%

女性の活躍推進

創立100周年を迎える2017年度に、女性管理職比率を10%とすることを目標に掲げ、さまざまな取り組みを進めています。特に、女性社員対象の研修では、その上司への研修も実施し、マネジメントスキル強化を図っています。こうした取り組みの結果、2013年に「ダイバーシティ100選」企業に選出、2016年3月には、2年連続で東京証券取引所の「なでしこ銘柄」に選定されました。



「なでしこ銘柄」に選定

障がい者の雇用推進

「ノーマライゼーション」の実現を目指して、継続的な障がい者採用に取り組んでいます。2014年度には、2017年度に障がい者雇用率2.5%とした目標を前倒しで達成しました。現在は知的・精神障がい者の雇用促進など、グループ全体で障がい者の一層の職域拡大に努めています。

障がい者雇用率

2015年度実績^{※2}

2.52%

企業理念のグローバル共有

海外経営幹部クラスを日本に招き、自身が考える「TOTOらしさ」について議論・共有を行うとともに、経営層と意見交換を実施しています。

また、事業に貢献した社員を日本に招き、経営層より直接表彰を行うことで、モチベーションの向上を図るとともに、関連事業部との人財交流を行っています。今後も、企業理念の理解・浸透を進めていきます。



海外現地社員との交流

※1：TOTO（株）の正社員

※2：TOTOグループ（国内）

ワークライフバランス

すべての社員の労働時間を見直し、仕事と家庭生活の調和を図ることが、生産性や働きがい向上につながるという考えのもと、ワークライフバランスの推進に取り組んでいます。

有給休暇については、年間12日以上の有給休暇取得を奨励しており、2015年度は7割以上の社員※1が年間12日以上を取得しました。また、多様な働き方を支援するため、1時間単位で取得できる時間有給休暇制度や、育児・介護と仕事の両立支援として、短時間勤務や始業・終業のずらし勤務、フレックス勤務を選択できる制度などがあります。

2015年には、社員の家事育児参画推進を目的に、子どもをもつ社員に対する有給の休暇取得制度として、新たに「パパママ休暇」の導入を開始し、社員がさらに家事や育児に専念できる支援を進めています。

自ら学ぶ風土の醸成

階層別研修、本人が学ぶ項目を選択できる「オープン研修」や幅広いコンテンツの通信教育講座、異業種からの知を学び成長に活かす「武者修行研修」、次期リーダー育成の「経営塾」、ベテラン社員を対象とした「ミドルパワーアップ研修」などを実施しています。

今後も引き続き、全世代が自ら学んでいく風土を醸成していくために、「学びたい」「育てたい」という「想いの連鎖」を生み出していきます。



厚生労働省より「子育てサポート企業」に認定され、次世代認定マーク『くるみん』を取得しています。



ミドルパワーアップ研修

こころと体の健康づくり

健康管理、メンタルヘルス対策、健康増進を3本柱とした健康配慮の取り組みを展開しています。健康管理については定期健診実施と事後措置を徹底しています。

また、社内ウォーキングイベントや血圧測定会などを実施し、身体疾患の予防と健康の保持増進を図っています。メンタルヘルス対策としては、新入社員の入社時アンケートやコミュニケーション研修、入社3年目社員へのメンタルヘルス研修などを行っており、ラインケアとして管理監督者へマネジメント教育などを実施しています。このような活動の結果、2016年1月には2年連続で「健康経営銘柄」に選定されました。

安全衛生

「安全に対する感受性の向上」と「不安全行動・不安全状態ゼロ」を目指し、労働災害撲滅活動を推進しています。近年では、改善が必要な事業場について安全管理活動のレベルアップに向けた独自の活動を義務付けるなど、事業場の実情にあわせた活動を展開しており、日本国内の労働災害発生件数も5年連続で減少しています。



社内血圧測定会



国内労働災害度数率
2015年度実績※2

0.17

サプライヤーとともに



サプライヤーとともに

<http://www.toto.co.jp/company/csr/customers/>



TOTOグループは、経営・環境・社会の面で企業としての責任を果たし、企業と社会、そして地球の持続可能な発展を目指します。サプライヤーの皆様とともに、お客様に価値のある商品・サービスを提供していきます。

CSR調達の取り組み

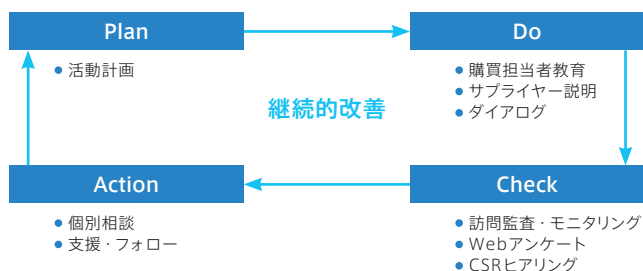
TOTOグループでは、サプライヤー様や商品組み立てを行う工事店様とともに、CSR活動に取り組んでいます。

活動にあたっては、サプライヤー様への方針説明やアンケート調査、訪問監査などを柱として、業界の状況などを勘案しながら確実に進化させています。

特に、海外事業所では法令や慣習を尊重し、各国の情勢にあったCSR活動を進めることで、相互理解を深め共生していくことを目指しています。また、説明会や企業訪問によるモニタリングを積極的に実施するとともに、CSRの取り組みの必要性を理解いただくように啓発・支援も推進しています。

TOTOグループのサプライチェーン全体でCSRの取り組みレベルが向上するように努めています。

サプライチェーンマネジメントのPDCAサイクル



対象サプライヤー

- 1 原料・部品の調達先である国内サプライヤー
- 2 原料・部品の調達先である海外サプライヤー
- 3 TOTO商品組み立てを行う国内工事店

生物多様性に配慮した調達

国内工場向けの土石原料においては、全鉱山へ「採掘完了区域において、森林などの再生を行っているか」「採掘および粉碎くずなどにおいて、河川や湖沼の汚染を起こさないような取り組みを行っているか」など、TOTOが求める基準を設定した項目を含むアンケートの実施、または商社を通じたヒアリング結果により、合法性および持続可能性の確認をしました。その結果、全鉱山においてTOTOが求める基準を達成していることが確認できました。

TOTOグループ購買方針

- 1 パートナーシップを心がけます。
- 2 公平・公正な取引を行います。
- 3 優良なサプライヤーとの取引を優先します。
- 4 法令・倫理を遵守します。
- 5 地球環境に配慮します。



国内サプライヤー方針説明会(上)、海外サプライヤーとの意見交換(下)

国内サプライヤー遵守項目の基準達成率
2015年度実績

100%

鉱山遵守項目の基準達成率
2015年度実績(国内工場向け)

100%



TOTOグループは、地域および地球規模での社会的課題の解決を目指し、経営資源を有効に活用して、社会貢献・地域共生活動を行っています。

社会貢献・地域共生活動の考え方

「TOTOグループ社会貢献・地域共生方針」に基づき、「水環境の保全」「衛生的かつ快適な生活環境づくり」「次世代育成」の3分野を重点分野として、さまざまな活動を行っています。

水環境の保全

TOTOグループは、水まわり商品を提供する企業として、節水商品をグローバルに普及させるだけでなく、2005年に「TOTO水環境基金」を設立し、水環境の保全活動を通して、水源涵養や水質保全、生物多様性の保全などに貢献しています。活動には、市民団体や地域の方々をはじめ、グループ社員も積極的に参加しています。2015年度は22団体に総額1,430万円を助成しました。なお、2016年度には初めて海外現地団体（インドの団体）への助成も決定しています。

TOTO水環境基金 第10回助成

22団体
1,430万円

第1回～第10回助成累計

180団体
約1.8億円

衛生的かつ快適な生活環境づくり

創立者の「国民の生活文化を向上させたい」「健康で文化的な生活を提供したい」という強い信念のもと、TOTOグループは事業活動を通して、衛生機器やユニバーサルデザイン商品の開発・普及を推進してきました。社会貢献・地域共生活動でも世界の人々が衛生的かつ快適な生活環境で暮らせるよう推進しています。国内では、「学校のトイレ研究会」などを通じた水まわり設備の調査研究、海外では「TOTO水環境基金」を通じて、安全な飲料水を供給できる井戸の設置などを行っています。



TOTO水環境基金助成団体「NPO法人ウォーターエイドジャパン」ネパールの井戸の設置

次世代育成

TOTOグループは、事業のグローバル化を推進していますが、各国・各地域での事業活動は、地域の方々のご協力と地域環境があってこそ成り立っています。次世代を担う若者を育成し、地域の活性化や維持・発展に貢献することで、事業活動の持続的発展の基盤づくりを行っています。

水まわりの文化の発信として、2015年8月にTOTOミュージアムを開設しました。2017年に創立100周年を迎える記念事業として設立し、快適な生活文化を創造してきた足跡や、今へ受け継がれるものづくりへの想いなどをご紹介します。

また、建築とデザインの専門ギャラリーとして、東京の乃木坂に「TOTOギャラリー・間」を運営。1985年のオープン以来、国内外の建築家やデザイナーの思想・哲学をお伝えしています。



TOTOミュージアム



TOTOギャラリー・間（藤本壮介展 未来の未来）

© Nacása & Partners Inc.

ステークホルダーエンゲージメント



ステークホルダーエンゲージメント
http://www.toto.co.jp/company/csr/stakeholder/



TOTOグループは、未来のより良い社会を目指して活動する企業であるために、ステークホルダーの皆様との高い信頼関係と協働関係を築く「ステークホルダーエンゲージメント」の考えを重視しています。

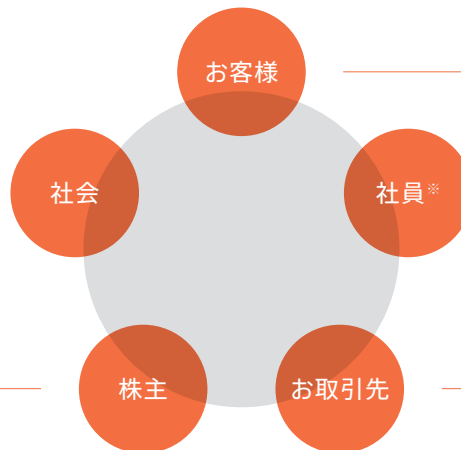
双方向のコミュニケーションを推進

TOTOグループは、お客様、社員、株主など、多くのステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを大切にし、より深めたいと考えています。

お客様とは日ごろからショールームでのイベントや工場の見学会、夏まつりなどを通じて交流を深め、お取引先とは方針説明会やCSRヒアリングを通じた直接対話を行っています。また、株主の方には適時適切な情報開示とともに、TOTOのもののづくりのスピリットを知っていただけるよう、工場見学やショールームへのご招待などを行っています。これからも対話を通じたステークホルダー満足の向上に努め、企業活動のさらなる進化を目指していきます。

ステークホルダーとのCSRコミュニケーション

- 講演・研修依頼、教育現場などへの講師派遣
- NPO・市民団体への活動支援、各種ボランティア活動
- 文化支援活動（「TOTOギャラリー・間」「TOTO出版」）
- 工場見学会、夏まつり
- NPO・CSR専門家との意見交換会



- ショールーム
- お客様相談室
- 各種展示会
- ステークホルダーダイアログ

- 各種職場ミーティング
- 意識調査アンケート
- イン트라ネット・グループ報
- 内部通報制度（社内・社外窓口）

- 株主総会
- 各種説明会
- 株主アンケート

- 方針説明会
- CSRアンケート
- CSRヒアリング
- 内部通報制度（社外窓口）

※：TOTOグループでは、「TOTOグループで働くすべての人々」を「社員」と表現しています。

株主・投資家との対話

透明・公平に、最新の情報を伝えるIR活動

TOTOは、国内外の株主・機関投資家および個人の株主・投資家を対象とし、透明性と公平性を期するため、IRポリシーに基づいたコミュニケーションに努めています。Web専用ページでのタイムリーな情報開示をはじめ、決算説明会や個別ミーティングなどを行っています。



外国人投資家との面談の様子

CSR経営に対する国内外評価

MEMBER OF

Dow Jones Sustainability Indices

In Collaboration with RobecoSAM



FTSE4Good



ROBECOSAM Sustainability Award Silver Class 2016



TOTOの取り組みが国内外から評価され、SRI*インデックスに組み入れられています。SRIインデックスとは、収益性に加え、法令遵守や雇用問題、人権問題、消費者対応、社会や地域への貢献などCSRの取り組みについても優れている企業を組入れる指数です。

※：SRI：Socially Responsible Investment 社会的責任投資

第三者意見



株式会社創コンサルティング

代表取締役

海野みづえ氏

環境・CSR分野の経営のあり方について、総合的なコンサルティングを行っている。企業の価値観こそがCSRの根幹であり企業価値を高める、という基本姿勢のもとに、独自の分析眼でCSRマネジメントの推進を展開中。

TOTOグループでは、「TOTO Vプラン2017」に基づいて技術革新を切り口にした事業活動が着実に展開されています。今後、成長が期待される新興国市場では、ESG（環境・社会・ガバナンス）の要素が鍵になります。

グローバル展開

新興国では、ウォシュレット®を中心にしたハイエンドな市場だけでなく、社会インフラの整備が不十分な市場への展開が今後の課題です。下水道の普及状況やトイレの習慣が異なる中で、単なる日本の製品や技術の導入ではなく、それぞれの国にあわせた健康的な生活を提供することが、グローバル企業として求められる役割でしょう。

このためのキーワードが“衛生”です。世界の社会課題として、衛生問題を正面から捉えることが大事であり、国連の持続可能な開発目標（SDGs）の視点も取り入れて、「グローバル環境ビジョン」に節水、地球温暖化防止とともに“衛生”を位置づけることが求められます。

サプライチェーン

自然資源のサプライチェーンでは、生物多様性ばかりでなく社会面も含めたCSR調達への要請が厳しくなっています。海外では、森林伐採の問題がクローズアップされており、木材調達に対する注目が高まっています。TOTOでは、これまでも、土石や木材の原材料において調達先への調査を実施して

いますが、調達地域の実態調査や監査など、さらに踏み込んだ取り組みが必要です。

地域・社会活動

TOTO水環境基金を活用した海外での実践事例が充実してきました。日本国内での水資源保全を重点とする活動とは異なり、地域住民の衛生や健康問題の解決につながる活動を行っていくことがポイントです。社会貢献活動を通して地域との接点を創っていくとともに、そこで得られる信頼をブランド構築に活かして製品開発やマーケティングにつなげ、戦略的に展開することを期待します。

主要なパフォーマンス指標（KPI）の改善

ESG指標を整理・体系化し、成果が視覚的につかめています。次の課題は、ある程度達成された項目について目標値や取り組むべき内容を再検討することです。また数値目標ばかりでなく、質的な目標設定についても検討してください。

社員

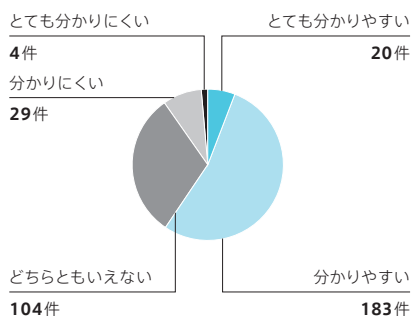
職場環境の整備や労務マネジメントといった人財基盤の整備は十分に展開されています。そのうえで、ダイバーシティや国際化などの人財強化策については戦略性の強さを意識し、事業上の付加価値創造としての視点を強調していくことが大事です。

ステークホルダーエンゲージメント

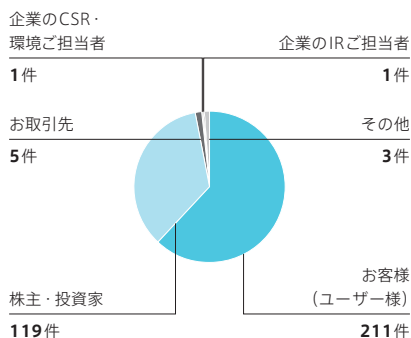
グローバル展開の進展にあわせて、海外事業地域のステークホルダーとのエンゲージメントを広げていくべきです。各地域での社会活動の接点を活かし、積極的に連携をすることが必要です。さらに、事業の展開地域の拡大にともない、サプライチェーンや海外の自然保護分野などで接点を求めてくる、さまざまな関係者対話を行い、その要素を実行していくことも求められます。

「TOTOグループコーポレートレポート2015」アンケートに寄せられたご意見・ご感想（2016年4月現在 計340件）

● 報告書全体を通しての感想



● 報告書をお読みになった立場について



● ご興味をもった内容

（複数回答）[上位10位まで]

1	水を大切にするTOTO	171
2	TOTOのものづくり	147
3	TOTOを支える「ものづくり」	68
4	TOTOのグローバル戦略の現在と今後	68
5	中・長期経営計画	64
6	TOTOグループの事業展開	54
7	2014年度の活動と成果	42
8	お客様満足の実現	39
9	トップメッセージ	29
10	共有理念と事業ビジョン	26

企業概要（2016年3月現在）

商号	TOTO株式会社（TOTO LTD.）
創立年月日	1917年（大正6年）5月15日
資本金	355億7,900万円

本社所在地	福岡県北九州市小倉北区中島2-1-1
従業員数	連結 28,148名 単独 7,283名



TOTO株式会社 広報部

〒802-8601 福岡県北九州市小倉北区中島2-1-1

TEL: 093-951-2901 FAX: 093-952-3173

URL: <http://www.toto.co.jp/>