

# アメリカ・ラスベガスで開催される北米最大規模の国際見本市 「KBIS 2023」に出展

～「TOTO CLEANOVATION」のもと、ブランド訴求強化～

TOTO株式会社(本社:福岡県北九州市、社長:清田 徳明)は、**北米最大規模のキッチン・浴室・水まわり設備の国際見本市「Kitchen & Bath Industry Show 2023(以下KBIS)」[2023年1月31日(火)～2月2日(木)<sup>※1</sup>]へ出展します。**「KBIS」は、キッチン・浴室・水まわり設備業界の新商品、テクノロジー、トレンドを紹介する50年以上続く歴史ある見本市です。当社は、TOTOブランドの認知拡大を目的に、1992年より出展し、今回で31回目となります。

コーポレートメッセージ「Life Anew」<sup>※2</sup>のもと“今までとは「ちがう」価値を生み出し、世界の人に期待を超える「まいにち」を届けたい”というメッセージを、北米でも発信します。

ニューノーマルにおいて衛生・清潔への意識が高まる中、「CLEAN」と「INNOVATION」を組み合わせた造語「TOTO CLEANOVATION」のもと、「TOUCHLESS(非接触)」、「WASHLET<sup>※3</sup>」、「CLEAN SYNERGY」の3つの価値で、TOTOが追求してきた清潔性の様々なソリューションを提案します。

今回の展示では、2022年8月に日本で発売となったウォシュレット一体形便器の最上位モデルである新「NEOREST NX」をはじめとした新NEORESTシリーズをフルラインアップで展示し、NEORESTのブランドメッセージ「PURE LUXURY」により、圧倒的な清潔感と心地良さを表現します。

また、「CLEAN SYNERGY」の展示エリアでは、TOTOの独自開発のクリーン技術「EWATER+」(日本名:きれいな除菌水<sup>※4</sup>)と共に、大便器と「WASHLET」の機能的なコラボレーションを実現する海外向けのコンセプト商品「WASHLET+(ウォシュレットプラス)」を展示し、清潔機能のシナジー効果を紹介します。

※1: 現地時間

※2: TOTOグループの世界共通のコーポレートメッセージ“あしたを、ちがう「まいにち」に。”の英語表記として、2017年10月に追加したものです。

※3: 「ウォシュレット」および「WASHLET」は、TOTO株式会社の登録商標です。

※4: 水に含まれる塩化物イオンを電気分解して作られる、除菌成分(次亜塩素酸)を含む水。



「KBIS 2023」 TOTOブース(イメージ)

上記写真の高解像度データは、下記URLの当該ニュースリリースよりダウンロードいただけます。  
<https://jp.toto.com/company/press/>

## 概要

展示会名……………Kitchen & Bath Industry Show 2023

会期……………2023年1月31日(火)～2月2日(木)

会場……………Las Vegas Convention Center

TOTOブース……面積＝約715m<sup>2</sup>

<ご参考>

■KBIS2022(2022年2月8日～2月10日)

出展企業…97社(リアルとデジタル併催)

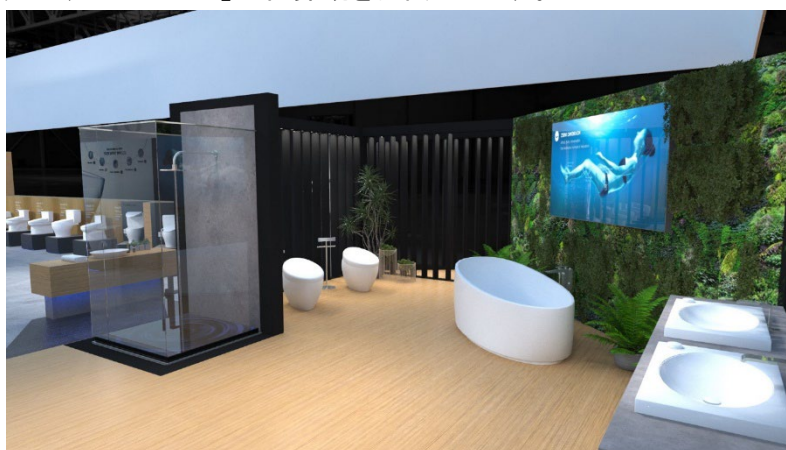
■KBIS2021(2021年2月9日～2月12日)

出展企業…147社

## 展示内容

### 「NEOREST COLLECTIONS」の展示エリア

トイレ、洗面器、浴槽などが一つの空間に設置された人気の高いバスルーム商品の最上位クラス「NEOREST COLLECTIONS」(<https://www.toto.com/jp/neorestcollections/index.htm>)を展示します。このエリアでは、グローバル統一のフラッグシップモデル新「NEOREST NX」をはじめ、生体工学の研究を重ねて生まれた、究極のリラクゼーションを追求する画期的な浴槽「FLOTATION TUB」に加え、水はねの少ない水を柱のようなシャワー水流で体を水の膜で包み込み体の芯まで温める新しい感覚のシャワー「WARM SPA」を展示し、「Life Anew」の世界観をお伝えします。



「NEOREST COLLECTIONS」の展示エリア(イメージ)

### 「CLEAN SYNERGY」の展示エリア

TOTOの便器と「ウォシュレット」の組み合わせだから実現する清潔機能のシナジー効果である「CLEAN SYNERGY」を紹介します。「汚れを浮かせる」(PREMIST)・「汚れを滑らせる」(CEFIONTECT<sup>※5</sup>)・「汚物をきれいに流しきる／お掃除ラクラク」(TORNADO FLUSH／RIMLESS)・「菌を抑制する」(EWATER+)といった技術のポイントを動画と実機を通じてわかりやすくお伝えします。また、外から見える給水管やコードがなく周囲と調和するデザインの海外向けのコンセプト商品「WASHLET+」も展示します。



「CLEAN SYNERGY」の展示エリア(イメージ)

※5: 従来の釉薬上に純度の高いガラス層を均一に形成し、100万分の1mmのナノレベルで便器内部表面を滑らかにするTOTO独自開発の防汚技術。

## パブリック空間向け商品の展示エリア

これまでの出展に引き続き、今回もパブリック空間向けの展示を充実させ、空港・商業施設、オフィスビル等のパブリック空間向けの大便器、小便器、洗面器、ハンドドライヤーをはじめ、自己発電機能の付いた自動水栓、自動洗浄フラッシュバルブを含む機能性の高い商品を紹介します。



パブリック空間向け商品の展示エリア(イメージ)

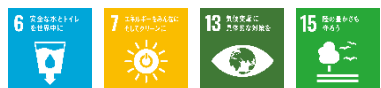
新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030

## 新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030

### きれい快適



### 環境



### 人とのつながり



「環境・社会的価値」と「経済価値」を同時に実現する新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030では、「きれい快適」「環境」「人とのつながり」を取り組むべき重要課題「マテリアリティ」として経営とCSRの一体化に取り組み、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」にも貢献していきます。

<https://jp.toto.com/company/ir/individual/vision/index.htm>