

北米最大の水まわり設備機器の国際見本市

「KBIS 2025」に出展

～成長する米州住設事業の戦略商品「ウォシュレット^{※1}」をはじめ、最新の水まわり商品を展示～

TOTO株式会社(本社:福岡県北九州市、社長:清田 徳明)は、アメリカ・ラスベガスで開催される北米最大の水まわり設備機器の国際見本市「Kitchen & Bath Industry Show(以下KBIS) 2025」[会期:
2025年2月25日(火)～27日(木)、会場:ラスベガスコンベンションセンター]に出展します。

KBISはキッチン・バスルーム^{※2}などの水まわり設備機器に関する国際見本市です。TOTOは1992年から出展しており、今回で33回目となります。

コーポレートメッセージ「Life Anew^{※3}」および「TOTO CLEANOVATION^{※4}」を展示コンセプトに、豊かで快適なバスルームを実現できるTOTOならではの水まわり商品を展示します。また、マットブラックなど多数の新色を追加し、「選ぶ楽しさ」を充実させたカラーバリエーションも訴求します。

TOTOでは米州住設事業^{※5}を成長セグメントと位置付けており、持続的成長のための戦略商品である温水洗浄便座「ウォシュレット」の販売拡大に注力しています。米州における同商品の販売台数は、直近5年間^{※6}で年平均伸長率約25%となっており、中期経営課題「WILL2030 STAGE2」では、2026年度に2023年度比で2倍以上とする目標を掲げています。

「KBIS 2025」には、TOTOトイレの最上位グレード「ネオレスト」をはじめ、ウォシュレット関連商品を各種展示します。新商品として、従来品より消費電力を抑えたシートタイプ^{※7}のウォシュレット「S5」「S2」を出展します。

TOTOは、「きれいと快適・健康」と「環境」の両立を実現する「サステナブルプロダクト」をグローバルで普及させることにより、地球環境に配慮した、豊かで快適な社会の実現に貢献していきます。



KBIS 2025:TOTOブース(イメージ)

※1:「ウォシュレット」はTOTO株式会社の登録商標です ※2:北米をはじめとする海外では、キッチンを除く水まわり——シャワー(+浴槽)・洗面・トイレが1つの部屋に納まった「バスルーム」が一般的 ※3: 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月に制定したもの ※4:「CLEAN」と「INNOVATION」を組み合わせたTOTO独自の造語 ※5: 北米(アメリカ・カナダ)を主に住宅設備機器の製造・販売を行う事業 ※6: 2018年度を起点とし、2023年度までの5年間 ※7: 便器を含まず、ウォシュレット単体で販売している商品

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/>

「KBIS 2025」概要

会期——— 2025年2月25日(火)～2月27日(木)

会場——— ラスベガスコンベンションセンター

TOTO出展面積——約650m²

詳細は公式ウェブサイトをご覧ください

[URL] <https://kbis.com/>

参考:2024年実績

来場者数——約5.5万人

出展社数——約670社

展示内容

ウォシュレット関連商品

ウォシュレット一体形便器「ネオレスト」や、便器とウォシュレットを好みに応じて組み合わせられる「WASHLET+（ウォシュレットプラス）」など、ウォシュレット関連商品を多数展示します。

TOTOトイレの最上位グレード「ネオレスト」は、カラーバリエーションに新たに加わった「マットブラック」を、本展で初めて参考出展します。また、米州でも人気が高まっている壁掛けタイプ「ネオレストWX」は、洗面と組み合わせた展示でその魅力を訴求します。

「WASHLET+」およびシートタイプの展示コーナーでは、新商品の「S5」「S2」が加わった最新のラインアップを紹介します。



「ネオレスト」の展示コーナー
マットブラック仕様の「ネオレストLS」を参考出展



壁掛けタイプ「ネオレストWX」の展示



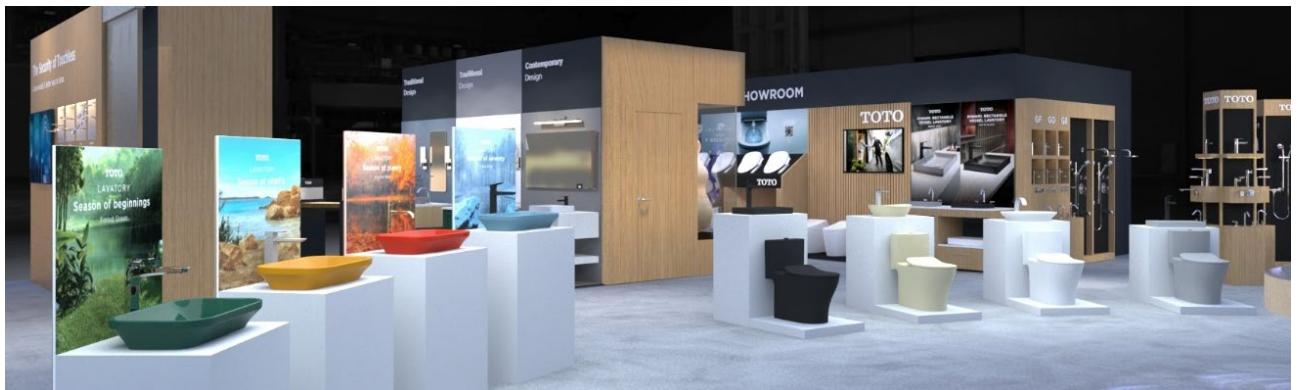
「WASHLET+」などの展示コーナー
左端は、ウォシュレット一体形便器「G5A」
新商品であるウォシュレット「S5」「S2」との組み合わせも展示



シートタイプのウォシュレット展示

カラーバリエーション

2024年から展開しているマット調4色（マットブラック、マットホワイト、マットグレー、マットベージュ）に加え、四季をコンセプトとする洗面器カラー4色（フォレストグリーン、マンダリンオレンジ、スカーレットレッド、ッシュブルー）を本展で初めて参考出展します。



カラーバリエーションの展示コーナー

左半分は参考出展となる4色のカラー洗面器、右半分はマット調4色のトイレ

サステナビリティ

TOTOグループは、2030年に「きれいで快適・健康な暮らしの実現」と「社会・地球環境への貢献」をめざす「共通価値創造戦略 TOTO WILL2030」のもと、サステナビリティ経営を推進しています。

本展では、その具体的な取り組みを4事例紹介。うち2事例はウォシュレットに関連するものです。

新商品の「S5」「S2」は、従来品より消費電力を約38%抑えた商品です。おしり等の洗浄水の加温方式をタンク内で加温して貯めておく「貯湯式」から、上位グレード品と同様の使うときだけ瞬間に加温する「瞬間式」に変更することで、省電力化を実現しています。

また、北米で販売しているシートタイプの最上位モデル「S7」は環境製品宣言（EPD）を取得しており、原材料調達から製造、物流、使用、廃棄・リサイクルまで、製品のライフサイクル全体の環境負荷について第三者検証を経て定量的に開示しています。



サステナビリティの展示コーナー

右から、環境製品宣言（EPD）を取得した「S7」、瞬間式を採用した新商品「S5」「S2」

販売代理店向け「新ショールームプログラム」

米州住設事業の販売チャネルは、「建材店(Kitchen & Bath Shop)」「eコマース」「リテール多店舗店」の3つに大別されます。

このうち、エンドユーザーが実際の商品を体感しやすい建材店チャネルについては、販売代理店のショールーム整備をTOTOがサポートし、お客様との成約率を高めていただく一連の取り組みを「新ショールームプログラム」と称し、推進しています。

本展では、同プログラムの概要を紹介するコーナーを設け、来場する販売代理店の方々に訴求します。



「新ショールームプログラム」の紹介コーナー

共通価値創造戦略 TOTO WILL2030

きれいと快適・健康



環境



人とのつながり

「社会的価値・環境価値」と「経済価値」を同時に実現する共通価値創造戦略 TOTO WILL2030 では、「きれいと快適・健康」「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」としてサステナビリティ経営を強化し、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/profile/philosophy/managementplan>