

## 上海で開催されるアジア最大規模の国際見本市

# 「Kitchen & Bath China 2025」に出展

～TOTOならではの商品・サービスで、さらに快適な水まわり空間を中国大陸で提案～

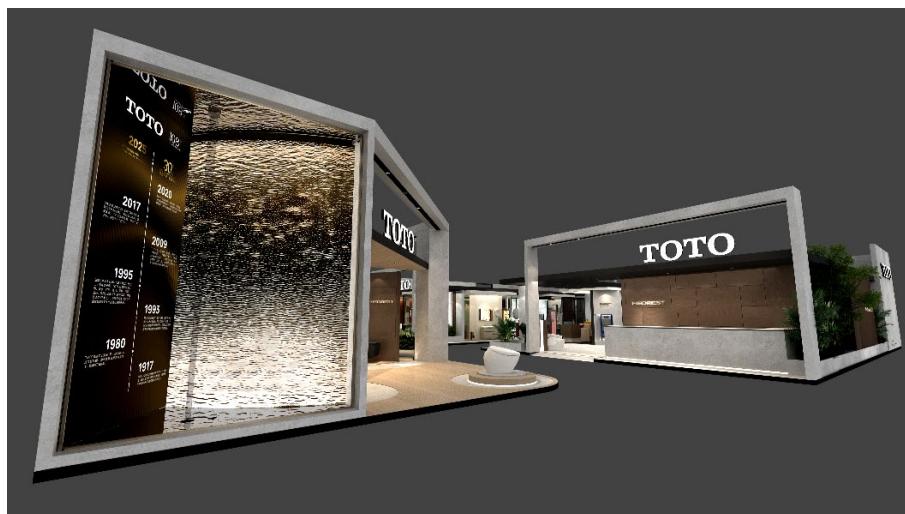
TOTO株式会社(本社:福岡県北九州市、社長:田村 信也)は、中国上海市で開催されるアジア最大規模の水まわり設備の国際見本市「Kitchen & Bath China 2025(以下KBC)」[会期=2025年5月27日(火)~5月30日(金)<sup>※1</sup>]へ出展します。TOTOは、2001年の初出展から今回で22回目の出展となります。

TOTOは例年と同様、会場となる上海新国際博覧センターのメインゲートに最も近い場所にブースを構え、中国大陸事業の新たな販売戦略である「日本で培ったリモデルの知見を活かし、現地のスタイルに合わせたきめ細やかな提案活動」に基づいた展示を行います。また、高級市場から中高級・中級市場まで対応できる、新商品を含めた幅広い商品ラインアップを展示します。高級市場の空間トータルコーディネートを望むお客様のニーズに応えるため、ネオレストをはじめとした水まわり商品のCMF[Color(色) | Material(素材) | Finish(表面加工)]の品揃えを強化します。加えて、お求めやすい価格帯のタンクレストイレで、中高級・中級市場の幅広い顧客層の獲得を狙います。

展示コーナーは大きく3つに分かれしており、「空間展示コーナー」では、日本で蓄積してきた、お客様の潜在的なニーズを引き出し、それに合った最適な商品を提案するというTOTOの「リモデル」ノウハウを活かした展示をします。実際の使用シーンを想起できる展示を通じ、中国大陸市場に新たな水まわり空間を提案します。

「その国・地域のTOTOになる」ことをめざし、中国大陸市場で事業を開始して今年で40年<sup>※2</sup>となります。この間、地元政府、現地パートナー企業の支援のもと、中国大陸の社員と共にTOTOブランドを築き上げてきました。これからもTOTOは、「きれいと快適・健康」「環境」を両立したTOTOらしい商品「サステナブルプロダクト」により豊かで快適な暮らしの実現に貢献し、中国大陸の皆様に必要とされる企業であり続けます。

※1:中国標準時 ※2: 1985年2月、北京駐在員事務所を開設



TOTOブースのエントランス(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/>

## 「KBC 2025」概要

会期——— 2025年5月27日(火)～5月30日(金)

会場——— 上海新国際博覧センター

TOTO出展面積—— 約528m<sup>2</sup>

詳細は公式ウェブサイトをご覧ください  
[URL] <https://kitchenbathchina.co/>

参考:前回(2024年)実績

来場者数—— 約14万人

出展社数—— 1478社

## 特設サイト

URL—— <https://www.toto.com.cn/2025kbc/index.html> (以下公開期間よりアクセス可能となります)

公開期間—— 2025年5月26日(月)15:00(中国標準時)～8月26日(火)

公開言語—— 簡体字中国語

## 主な展示内容

### 空間展示コーナー

実際の使用を想起できるバスルーム空間展示を充実させます。

TOTOは、「リモデル」で実現できる快適で使い勝手の良いバスルーム空間を中國大陸市場で新たに提案し、お客様の潜在的なニーズにお応えします。レストルーム商品に加え、日本市場で既に発売しているユニットバスルームやシャワールームの展開で、快適で機能的なバスルームが実現できることを訴求します。さまざまなお客様の生活シーンを想定した展示で、快適性・機能性・デザイン性にこだわったTOTO商品でつくられたバスルームを体験できます。



空間展示コーナー(イメージ)

### TOTOブランド訴求コーナー



「ネオレスト」商品ラインアップ紹介コーナー(イメージ)

グローバル統一モデルである、ウォシュレット一体形便器「ネオレスト」は、今回、新たにマットホワイト・マットブラックの2色を新商品として展示します。

「ネオレスト」は、衛生性と快適性を高めながら、節水や節電など地球環境への配慮も両立したTOTOの最先端技術を導入し、世界のトイレの「きれいと快適・健康」「環境」に関わる性能を高めてきました。ブランドメッセージ「Pure Luxury」のもと「ネオレスト」は今後も進化を続け、唯一無二の存在であり続けます。

## 技術訴求コーナー



技術訴求コーナー(イメージ)

陶器の表面の凹凸を100万分の1mmのナノレベルまでなめらかにした「セフィオンテクト」や、水に含まれる塩化物イオンを電気分解してつくられる除菌成分(次亜塩素酸)を含む水「EWATER+<sup>※3</sup>」といったTOTOのクリーン技術と、それら技術の組み合わせで生じる相乗効果「CREAN SYNERGY」を紹介します。

加えて、便器の洗浄水が流れてくる流路～吐水口が陶器の素材でつくられている点や、便器内部のトラップ部分にも釉薬(ゆうやく)を施している点など、TOTOのこだわりポイントをデモ実機で分かりやすく訴求します。

※3:日本名称は「きれい除菌水」

## 主な出展商品

### システムバスルーム「SYNLA(シンラ)」

日本市場で発売しているシステムバスルームの最上位商品「SYNLA(シンラ)」を、中国大陸市場でも発売開始します。

TOTOは、日本初<sup>※4</sup>のユニットバスルームを1964年に発売して以来、60年以上にわたってユニットバスルーム(システムバスルーム)の進化を重ねてきました。短工期で高品位な浴室を提供できるユニットバスルームを中国大陸市場に投入することで、より快適な水まわり空間の実現を新たに提案してまいります。

シンラは、翌朝にはカラリと乾く「お掃除ラクラクほっカラリ床」などのクリーン機能や、肩と腰をたっぷりの水流で刺激する「楽湯」などのリフレッシュ機能が充実しているだけではなく、本年、「iFデザイン賞2025」と「レッドドット・デザイン賞2025」をダブル受賞し、世界的にもデザイン性が認められた商品です。

※4:JIS規定による



システムバスルーム「SYNLA」  
2025年2月受注開始



「シンラ」のリラックス機能のひとつである「楽湯」

## シャワー(G Selection)

TOTOは、Z Selection、G Selection、L Selectionの3グレードで海外向けのシャワーを展開しており、G Selectionに加わった新商品を展示します。

「Human approach」をデザインコンセプトとする新商品は、身体に寄り添う優しいフォルムと、自然な動作を促すユーザビリティを表現したデザインが特長です。

オーバーヘッドシャワーには、ショールのように首から下を肩まで包み込み、リラックスしてシャワーを浴びられる新吐水「CALMING SHAWL(カーミング・ショール)」を採用。ハンドシャワーには、ウルトラファインバブルを含む細かいミストで優しい肌あたりと高い洗浄力を実現した「MIST SPA(ミスト・スパ)」を新たに追加しました。

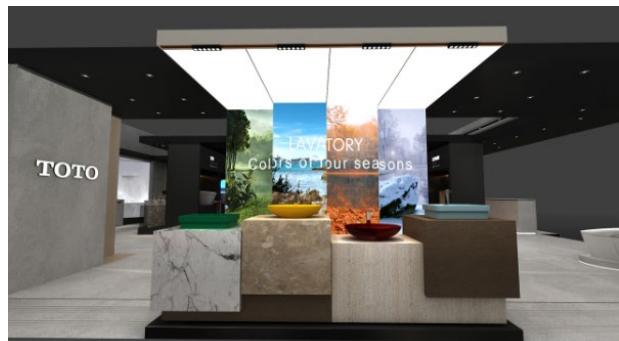


G Selection オーバーヘッドシャワー(埋込タイプ)とハンドシャワー

## 洗面器

四季をコンセプトとする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、アッシュブルー)で展開する洗面器の新商品を出展します。

水栓金具を含めた水まわり商品のCMF[Color(色) | Material(素材) | Finish(表面加工)]の品揃えを強化し、選ぶ楽しさをお客様へ提供します。



カラー洗面器 2025年3月受注開始

## タンクレストイレ

幅広い価格帯を揃えた「WASHLET G5シリーズ」の一部機種をモデルチェンジした商品を参考出展します。

高級から中高級・中級市場向けの便器の品揃えを強化することで、中国大陸市場で人気のあるタンクレストイレの幅広い需要獲得を狙います。



タンクレストイレ 「WASHLET G5A」 参考出展

## 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>