

あしたを、ちがう「まいにち」に。

**TOTO**



TOTOのご案内

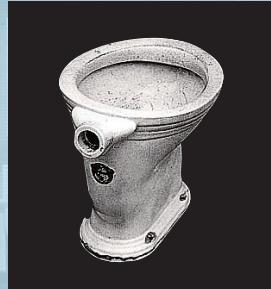
# TOTOの歴史

## 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」。



**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。汚れがつきにくく、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<sup>®</sup>シャワー、魔法びん浴槽<sup>®</sup>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」。



**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、ヒヤッとしている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<sup>®</sup>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<sup>®</sup>



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<sup>®</sup>アブリコット」。



**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。

# ごあいさつ

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。

TOTOグループは、広く社会や地球環境にとって有益な存在であり続けることを目指して企業活動に取り組んでいます。

その根底には、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」という強い信念があり、その想いは「TOTOグループ企業理念」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。

創立以来受け継いできたこの志こそが、企業経営の根幹であるとともに、ものづくりの原点です。

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 四



## 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

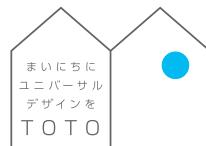
- 水まわりを中心とした、豊かで快適な生活文化を創造します。
- さまざまな提案を通じ、お客様の期待以上の満足を追求します。
- たゆまぬ研究開発により、質の高い商品とサービスを提供します。
- 限りある資源とエネルギーを大切にし、地球環境を守ります。
- 一人ひとりの個性を尊重し、いきいきとした職場を実現します。

## ミッション

---

3つのミッションを通して“あしたを、ちがう「まいにち」に。”を実現します。

まいにちに、ユニバーサルデザインを。TOTO



地球も、暮らしも、環境だから。TOTO

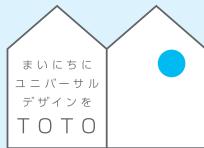


サービスをこえる、きずなを。TOTO



# TOTOのユニバーサルデザイン

まいにち使うそのトイレ、  
みんながいつも「使いやすい」ですか？



TOTO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、「みんなに使いやすい」を30年以上にわたり  
考え続けてきました。

年齢もちがえば、体格もちがう。  
あらゆる人生のあらゆる状況において、不便や不快を与えず、  
楽で安全で、快適な商品・空間をお届けしたい。  
そのために、専門の「UD研究所」をつくり、人間研究を進め、  
まいにちまいにちの「使いやすい」を追求しています。  
それが、TOTOの考えるユニバーサルデザインです。

**まいにちに、ユニバーサルデザインを。TOTO**

## TOTOのユニバーサルデザインのあゆみ

### 障がい者配慮の取り組み

- 衛生器具研究会発足(1968)
- 健康環境システム研究会発足(1973)

### 高齢者配慮の取り組み

- シルバー研究室新設(1991)
- サンアクセートー設立(1993)
- レブリス推進部新設(1996)
- 楽＆楽事業推進本部新設(2001)

1971



- 障がい者用便器

1974



- バリアフリーの提案冊子

1996



- 高齢者配慮システムバス

2004



- レストバルDX

## TOTOの考える ユニバーサルデザイン

### ゴールはすべてのお客様の「使いやすい」

ユニバーサルデザインは、自分自身にとっての「使いやすさ」、「快適さ」を考えることから始まると私たちは考えています。TOTOでは、この「使いやすさ」、「快適さ」を「TOTOのユニバーサルデザイン5原則」としてまとめ、つねにこの5原則を心に留めながら、よりよい商品開発・提案を行っています。

#### TOTOのユニバーサルデザイン5原則

- ① 姿勢・動作がラク
- ② わかりやすく、簡単な操作
- ③ 使用者の違い・変化に対応
- ④ 快適
- ⑤ 安全



さまざまな年齢層のモニターの方にご協力いただきながら、生活シーンにおける行動を検証・分析しています。

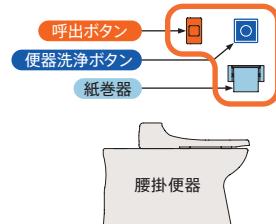
## ユニバーサルデザインの 研究成果

### 操作系設備の共通ルールで、

### 初めてのトイレも安心

TOTOが産学連携共同研究で調査・研究を重ねてきた、紙巻器・便器洗浄ボタン・呼出ボタンの配置・形状・色に関する「共通ルール」は、2007年3月、JIS規格として定められました。現在は、この内容も含め、高齢者・障がい者に配慮した規格が国際的に整備され、一人でも多くの人に、使いやすく、快適な商品をお届けできるよう活動しています。

#### 公共トイレ操作系設備の共通ルール



パブリックトイレの操作をだれにでもわかりやすいものにするために定められた共通ルール「公共トイレ操作JIS (JIS S 0026)」

#### ユニバーサルデザインの取り組み

- UD推進本部新設(2004)
- CSR宣言(2004)
- UD研究所(茅ヶ崎市)設立(2006)

2007



● キッズトイレスペース

2008



● RESTROOM ITEM 01

2013



● ベッドサイド水洗トイレ

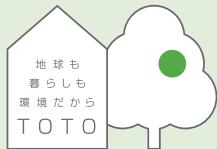
2014



● 介護ユニットバス

# TOTOの環境へのとりくみ

まいにちみんなが使うものだから、  
地球にやさしい商品の普及を進めています。



TOTOの商品は、

「まいにち必ず使うもの」「みんなが必ず使うもの」。

それだけに、ふつうの日々の積み重ねが、

よくも悪くも、地球環境へ大きな影響を与えます。

快適な生活環境を守りながら、

いつの間にか地球環境も守れるような暮らしを実現したい。

そのために、節水・省エネ商品の開発はもちろん、

「健康」で「クリーン」な暮らしを支える光触媒などの環境技術。

さらに企業活動全体でも、TOTO独自の「環境負荷削減目標」

を設定し、生産・販売・物流のすべてで環境配慮に

総合的に取り組んでいます。

地球も、暮らしも、環境だから。TOTO

## TOTOグローバル環境ビジョン

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

### 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、CO<sub>2</sub>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。



環境への強い思いで、  
世界中に節水を。

環境にやさしい商品を一人でも多くのお客様に使っていただけます。この強い思いは、日本・海外すべてのTOTO商品に反映されています。例えば、最新型のトイレは1回あたりの洗浄水量が3.8L(床排水)です(旧型品\*13Lの約30%)。トイレのみならず、少ないお湯で快適に洗えるシャワー、お湯が冷めにくい浴槽など、TOTOの技術を世界に広げていく。このことを通じ、世界中のお客様が暮らしの中で地球環境に貢献できる社会を実現していきます。

\*: 1987~2001年商品(C720R)

#### ハイブリッドエコロジーシステム

内蔵タンクから加圧される水(ゼット洗浄)と水道から直接流れる水(トルネード洗浄)、2つの水流をあわせた新しい洗浄技術で、さらなる節水を実現しました。



オンリーワン技術で、  
もっと人にやさしく。

ハイドロテクトは、光触媒を利用し、光や水の力で地球も暮らしもきれいにするTOTOの環境浄化技術であり、技術ブランドです。ハイドロテクトの膜を建材や建物などの材料表面に形成すると「空気浄化」「セルフクリーニング」など暮らしや地球環境に役立つ効果を発揮します。TOTOは、世界中のパートナー企業とともに、このハイドロテクトの拡大に取り組んでいます。

#### 環境浄化技術「ハイドロテクト」

ハイドロテクトは、建物の外壁から室内の壁や床まで、さまざまな場所で活躍しています。



# TOTO商品のエコとグリーンリモデル



## トイレのエコ

まいにちの小さな節水が、大きな節水につながります



ネオレスト

## TOTOのこだわり

トイレは、おうちの中で、まいにち何度も水を使う場所。だから、1回の洗浄水量の違いが、大きな節水につながります。TOTOの最新のネオレストは、1回あたりの洗浄水量が3.8L(床排水)になりました。旧型品<sup>※1</sup>(13L)と比べて、なんと約30%の水量ですので、まいにち普通に使っているだけで大幅に節水ができます。

※1: 1987~2001年商品(C720R)

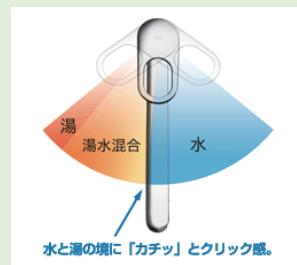
ネオレストRH2W(床排水)に取り替えると<sup>※2</sup>

年間節水量	約56,575L	年間水道代	約15,000円お得
年間CO <sub>2</sub> 削減量	約119Kg	年間電気代	約5,200円お得



## キッチン&洗面所のエコ

お湯のムダ使いを減らすことで、CO<sub>2</sub>削減にも役立ちます



エコシングル<sup>®</sup>水栓

## TOTOのこだわり

キッチンや洗面所で、少しだけ水を流すときにも、給湯機が作動していることがあります。これって、お湯がもったいない。そこで、TOTOは水とお湯の境がはっきり分かる「エコシングル<sup>®</sup>水栓」を開発。キッチンや洗面所にもさまざまな工夫をこらしています。

キッチン用エコシングル<sup>®</sup>水栓に取り替えると<sup>※2</sup>

年間節水量	約6,087L	年間水道代	約1,600円お得
年間CO <sub>2</sub> 削減量	約108Kg	年間ガス代	約8,600円お得



eco products awards  
2011  
第8回エコプロダクツ大賞  
エコプロダクツ部門  
環境大臣賞  
エコシングル水栓  
(製造会社:TOTO(PE))



### バスルームのエコ

水に空気を含ませることで  
浴び心地はそのままに大幅節水

#### TOTOのこだわり

節水しながら、たっぷりの浴び心地が体感できる。そんなエコと快適性の両立を目指したのが、今までにない新しいシャワーの提案「エアイン®シャワー」です。

TOTOの新技術により、水に空気を含ませることで、水の一粒一粒を大粒化。従来のシャワーと比較して約35%（当社比）節水しながら、快適な浴び心地を実現しました。

エアイン®シャワーに取り替えると<sup>※2</sup> –

年間節水量	約20,541L	年間水道代	約5,500円お得
年間CO <sub>2</sub> 削減量	約147Kg	年間ガス代	約11,000円お得



エアイン®シャワー



- W受賞 -



### グリーンリモデル

住み続ける方の健康も  
守ってくれる家づくり

#### グリーンリモデルって

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、TDY<sup>※3</sup>3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」「CO<sub>2</sub>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。



※3: TDYとは

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。

※2: 試算条件はこちらを参照ください。 [http://www.toto.co.jp/products/eco/s\\_jyouken.htm](http://www.toto.co.jp/products/eco/s_jyouken.htm)

# TOTOとお客様のきずな

まいにちみんなが使うものだから、  
お客様との一生のおつきあいを考えています。



TOTOの商品は、

「まいにち必ず使うもの」「みんなが必ず使うもの」。

暮らしの中で、長くお使いいただくものばかりです。

だからこそ、ただ商品を売るだけでなく、

一生のおつきあいを考えたい。

アフターサービスはもちろん、それぞれのライフサイクルに  
あわせ、期待以上の新しい生活価値を提案していく。

そのために、ショールームやリモ델ネットワークを充実させ、  
お客様のよき相談相手になること。

人としての「きずな」を深め、あなたのまいにちを、  
より快適な未来へと結んでいきます。

サービスをこえる、きずなを。TOTO

## ショールーム

見て、ふれて、体験していただくことから

日本国内100カ所以上のTOTOショールーム  
やTDY※コラボレーションショールームで、皆様  
をお待ちしています。お気軽に足を運んでいただき、商品の機能や使いやすさを実際に体験してください。

※ : TDYとは

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。

## 全国ショールーム一覧

黒字／TOTOショールーム

青字／TDYコラボレーションショールーム

緑字／TYコラボレーションショールーム

赤字／TDコラボレーションショールーム



## リモデルネットワーク

リモデルのご提案から施工まで、全国5,000店を超えるリモデルクラブ店が総合的にサポートします。



## アフターサービス

お客様に、商品を安心して安全にお使いいただきために、365日年中無休で修理・補修を受け付けています。

## ショールーム

ショールームアドバイザーが、お客様のご希望にあった最適な生活空間をご提案します。



## お客様相談室

商品に関するご相談やお問い合わせに迅速に対応し、いただいたご意見は、新商品開発や商品改善などに活かしています。

### ● 北海道地区ショールーム

札幌／旭川／苫小牧／函館／帯広／釧路

### ● 東北地区ショールーム

青森／盛岡／仙台／秋田／山形／庄内  
郡山／福島／いわきサテライト

### ● 関東地区ショールーム

＜東京・山梨＞  
東京センター（新宿）／立川／足立／大田／三鷹  
江戸川／練馬／甲府  
＜神奈川＞  
横浜ランドマーク／厚木／相模原／藤沢／横浜港北  
＜千葉・茨城＞  
柏／千葉／木更津／船橋／松戸／成田／水戸／つくば  
＜埼玉・栃木・群馬＞  
大宮／熊谷／川越／越谷／宇都宮／小山／高崎  
● 信越地区ショールーム  
新潟／長岡／長野／松本／佐久平

### ● 東海地区ショールーム

岐阜／静岡／沼津／浜松／名古屋／岡崎／豊橋／  
春日井／津／四日市

### ● 北陸地区ショールーム

富山／高岡／金沢／福井

### ● 関西地区ショールーム

草津／彦根／京都／大阪／堺／箕面／枚方／神戸／姫路／西神  
奈良／橿原／和歌山

### ● 中国地区ショールーム

鳥取／米子／岡山／倉敷／広島／福山／山口

### ● 四国地区ショールーム

徳島／高松／松山／新居浜／高知

### ● 九州地区ショールーム

福岡／北九州／久留米／福岡南／福岡東／佐賀／長崎／佐世保  
熊本／大分／宮崎／都城／鹿児島／沖縄

(2016年7月現在)

# TOTO商品の体験を 世界中のお客様に



「International Sanitary and Heating 2015」展示ブース

## 日本のトイレ文化の発信

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」と思っていただけることを目指しています。

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。

TOTOグループは、各国・各地域に根ざしたビジネスモデルを開発し、ブランドの認知・浸透から確立への着実なステップを進めていきます。

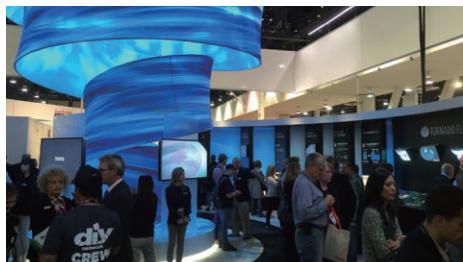


GALLERY TOTO

©DAICI ANO

## 海外の展示会を通じたプロモーション活動

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「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。海外の展示会を通じて、TOTO商品の優れた機能やデザインを、多くの海外のお客様にアピールしています。



Kitchen& Bath Industry Show 2016

## グローバルなTOTOブランドの確立

グローバルに販売しているウォシュレット®一体形便器「Neorest DH」が、世界のデザイン界で権威のある「iFプロダクトデザイン賞」と「レッドドット・デザイン賞」をダブル受賞しました。今後も画期的な商品づくりを進め、世界中のお客様から評価されるTOTOブランドを確立していきます。



Neorest DH



reddot award 2016  
winner

# 世界に広がる ウォシュレット®

TOTOが初めて、温水洗浄便座「ウォシュレット®」を発売したのが1980年です。この初代ウォシュレット®は「おしりを洗う」という、日本における新しいトイレ習慣を創造した画期的な商品でした。

その後、海外への拡大を目指し、1986年にアメリカでウォシュレット®の販売を開始。現在では中国、アジア・オセアニア、欧州へと販売を拡大しています。

さらに、ウォシュレット®の素晴らしさを知っていただくため、世界各国の高級ホテルや多くの人が集う商業ビルへの設置を積極的に進めています。清潔で快適な商品として、現地での認知度も高まってきており、今後もさらなる拡大が期待できます。

## ウォシュレット®全世界合計販売台数

(2015年7月現在)

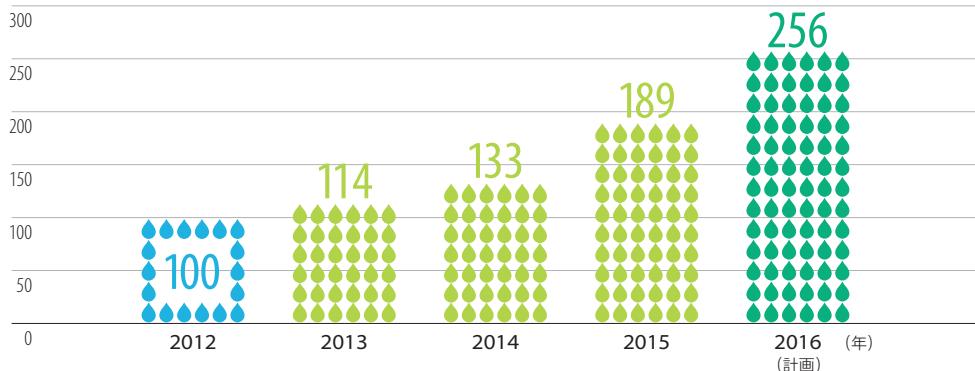
40001  
万台突破

1980年の発売以降、ウォシュレット®は、日本のトイレ文化を大きく変えてきました。そして、ウォシュレット®は、世界へと着実に広がりを見せています。



## 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)



ご採用事例：Schloss Elmau (ホテル シュロス・エルマウ)



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。

## 空の上でも快適な空間をご提供

航空機のボーイング787などには、航空機向けの「ウォシュレット®」が搭載されており、空の上でもさまざまな国の人々へ快適なトイレ空間を提供しています。



航空機向け温水洗净便座「ウォシュレット®」  
(写真提供: JAL)





こんな社会になるといいね。  
そんな気持ちが活動になりました。



## 水や森を、未来に継承していく

TOTOグループは、水まわりを中心とした豊かで快適な生活文化を皆様にご提供することで、社会の発展に貢献する企業を目指しています。

社会の持続的な発展には、水環境をはじめとする自然環境を守ることが不可欠です。そのため、水資源の再生・保全や水源となる森の保全活動に努め、さらに生物多様性の保全にも取り組んでいます。

また、2005年に「TOTO水環境基金」を設立し、2015年度は22団体に総額1,430万円を助成しました。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。

## 世界に衛生的な環境を

TOTOグループには、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」という強い信念が受け継がれています。その信念のもと、世界中の人々が衛生的かつ快適な生活環境で暮らすことができるよう、さまざまな社会貢献・地域共生活動を推進しています。

その一環として、国内では、児童・生徒が安心して使える清潔で快適なトイレの普及を目指す「学校のトイレ研究会」を立ち上げ、水まわり設備の調査研究を行っています。また、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推進しています。



TOTO水環境基金助成団体「白子川源流・水辺の会」清掃活動



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」ネパールでの井戸の設置



## ものづくりへの想いと建築・デザインを次世代へ

2017年に創立100周年を迎える記念事業として開設した「TOTOミュージアム」ではTOTOが受け継いできた創立の精神やものづくりへの想いとともに、新しい生活文化を創造してきたその歴史と進化を紹介しています。お越しの際は、お取引先様、地域の方々との接点の場として、また創立の地「小倉」から世界へTOTOブランドを発信するランドマークとして魅力ある施設を目指します。



TOTOミュージアム(展示室)



TOTOミュージアム(外観)

東京の乃木坂にある「TOTOギャラリー・間」は、2015年に30周年を迎えました。1985年のオープン以来、建築とデザインの専門ギャラリーとして、国内外の建築家やデザイナーの作品と思想を展覧会、講演会を通してお伝えしてきました。出展者自身が展示空間をデザインすることで、その価値観が凝縮された「作品」としての展覧会を創り出しています。学生の方にも気軽に見に来ていただけるように無料で開催しています。

また、TOTO出版では、1989年の創設以来、建築・デザイン・生活文化をユニークな視点で捉えた書籍を発行しています。1995年からはTOTOギャラリー・間と連動した書籍の刊行も開始し、建築家・デザイナーの思想・価値観をより多面的に伝えています。



TOTO ギャラリー・間

© Nacasa & Partners Inc.



一人ひとりの個性を尊重し、  
いきいきとした職場の実現を目指しています。

## ダイバーシティの推進

TOTOグループは、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することを目指しています。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。

\*: 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。



ダイバーシティ経営企業100選



なでしこ銘柄



女性管理職候補者研修

## グローバルな人財育成

これまでマネジメント層に機会の多かった海外派遣を若手社員にも門戸を広げる「海外インターンシップ制度」を導入しています。若いうちから異文化やその地域特有のビジネス風習を体験させるなど、グローバルで活躍する人財が育つ仕組みづくりを進めています。

また、海外経営幹部クラスを日本に招き、「TOTOらしさ」について議論を行うとともに、経営層と意見交換を行い、理念の共有を図っています。

あわせて、一般社員層の人財交流や表彰制度を充実させるなど、海外現地社員がより一体感をもって働く風土の醸成に努めています。



海外現地社員との交流



## ワークライフバランス

仕事と家庭生活の調和をとるワークライフバランスの推進こそが、生産性や労働意欲の向上につながるとTOTOグループは考えています。

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\*が年間12日以上を取得しました。

また、多様な働き方をサポートするため、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・終業のすらし勤務、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」の導入を開始しました。

\* : TOTO (株)の正社員



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。

## 自ら学ぶ風土の醸成

TOTOグループでは、社員一人ひとりが成長に向けて学習する風土を浸透させるための機会を提供しています。社員が現在よりも一つ上のレベルを意識するための「階層別研修」や、本人が学ぶ項目を選択できる「オープン研修」、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」などを実施しています。また、社員の学習意欲をさらに向上するために、学びに特化した冊子を社内で発行しています。

これからも、あらゆる世代、職種の社員が自ら学んでいく風土を高めていくために、「学びたい」「育てたい」という「想いの連鎖」を生み出していくきます。



社内情報誌「わたしのまなび」

# 数値で見るTOTOグループ

事業概要  
(2015年度実績)



売上高

5,678 億円

営業利益率

8.1 %

営業利益

461 億円

従業員数

28,148 人

(2016年3月現在)

人財  
(2015年度実績)



社会貢献



有給休暇取得率

76.1<sup>※1</sup> %

TOTO水環境基金(第1回～第10回助成累計)

約 1.8 億円

女性管理職比率

6.9<sup>※2</sup> %

のべ 180 団体

障がい者雇用率

2.52<sup>※3</sup> %

グリーンボランティア参加人数(2015年度実績)

42,200 人

※1: TOTO(株)の正社員・契約社員

※2: TOTO(株)の正社員

※3: TOTOグループ(国内)

# 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

## 事業概要

国内住設事業	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、洗面商品と水栓金具を展開。オフィスや商業施設、学校、病院などの公共施設向けにはレストルーム、洗面空間などの商品を展開。
海外住設事業	日本で開発したコア技術を搭載した、レストルーム、浴槽、洗面商品と水栓金具を展開。
新領域事業	TOTOのオンライン技術を活かした新分野の事業。高品位・高精度セラミック商品や、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。

## TOTOグループの海外拠点



● TOTOをより知っていただくために(リンク集)

TOTO商品を知りたい、見たい



商品を選ぶ

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



全国のショールーム

<http://showroom.toto.jp/>



リモデルする

<http://re-model.jp/>

TOTOの技術や歴史を知りたい



お客様向け環境コミュニケーションサイト

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



技術・研究開発

<http://www.toto.co.jp/company/profile/technology/>



TOTOミュージアム

<http://www.toto.co.jp/social/museum/>



● 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/>

● お問い合わせ

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