

TOTO



TOTO 안내

TOTO의 역사

우리는 창립 때의 정신을 이어받아

1914 일본 최초 수세식 좌변기

창업자 오쿠라 가즈치카는 해외에서 보고 들은 서양의 위생 문화를 일본에 보급하는 것을 목표로 삼았습니다. 당시는 하수도조차 없던 시대였는데 수세식 변기 등 위생 도기를 개발하기 위해 제도(製陶) 연구소를 설립합니다. 그리고 1914년에 일본 최초의 수세식 좌변기가 탄생하였습니다.



1964 초대 유닛 배스룸



1964년, 호텔 뉴오타니에 일본 최초의 유닛 배스룸(JIS 규정에 따름)을 납품하였습니다. 공기가 대폭 단축되고 미관도 좋아졌습니다.

1980 일본인의 생활 양식을 크게 바꾼 워쉬렛

1980년에는 일본인의 생활 양식과 화장실 설비의 환경을 크게 바꾼 비데 기능의 좌변기 '워쉬렛'이 등장하였습니다.



'혁신'의 길을 걷고 있습니다.

진화하는 화장실



토네이도 세정과 세피온텍트의 기술로 지금까지 볼 수 없던 절수와 청결함을 실현하는 탱크리스 변기 '네오레스트'.

절수와 청결을 실현하는 기술



토네이도 세정

소용돌이치듯 흐르는 토네이도 물살로 잘 떨어지지 않는 오물까지 적은 양의 물로 효과적으로 세정. 변기 안쪽을 빈틈없이 깨끗이 씻어냅니다.



세피온텍트

도기 표면을 100만분의 1mm의 나노 레벨로 매끈하게 소성(燒成). 오물이 잘 붙지 않고 쉽게 제거되는 TOTO의 독자적인 기술입니다.

진화하는 배스룸



간편한 청소와 빨리 마르는 욕실 바닥, 에어인 샤워기, 보온병 욕조에 의해 높은 쾌적성과 환경 성능을 실현하는 시스템욕실 'SAZANA'.

쾌적성과 환경 성능을 실현하는 기술



간편한 청소와 빨리 마르는 욕실 바닥
부드러워 기분 좋은 감촉, 차갑지 않은 바닥, 청소도 간편합니다.



에어인 샤워기

물에 공기를 함유시켜 토수하는 기술로 물 입자를 크게 만들어 상쾌한 느낌의 샤워와 물 절약을 실현하였습니다.

진화하는 워쉬렛트



변기와 노즐을 깨끗하게 유지하는 청결 제균수와 환경 친화적인 순간난방 변화를 겸비한 '워쉬렛 애플리컷'.

워쉬렛트의 최신 기술



청결 제균수

TOTO의 클린 기술 '청결 제균수'는 오염원을 근본적으로 제거합니다.



순간난방 변화

센서가 사람의 움직임에 감지해 사용할 때만 변화를 따뜻하게 합니다.

인사말

우리는 선조들의 뜻을 가슴에 품고 다음 세대를 향해 힘차게 나아갑니다.

TOTO 그룹은 사회와 지구환경에 유익한 존재가 될 수 있도록 기업활동을 펼치고 있습니다.

그 뿌리에는 창업자의 '국민 생활문화를 향상시키고 싶다' '건강하고 문화적인 생활을 제공하고 싶다'는 강한 신념이 있으며, 이 마음이 'TOTO 그룹 기업 이념'으로서 사원 한 사람 한 사람에게 면면히 이어져 고객 만족의 원점으로 공유되고 있습니다.

창립 이래 계승되어 온 이러한 마음이야말로 기업 경영의 근간이자 제조의 원점입니다.

생활가치를 창조하고 제공하는 기업으로서 미래로 이어지는 '내일'을 향해 이전에 없던 기대 이상의 '매일'을 제안하겠습니다.

내일을 새로운 '매일'로.

TOTO 그룹이 하나가 되어 실현해 내겠습니다.

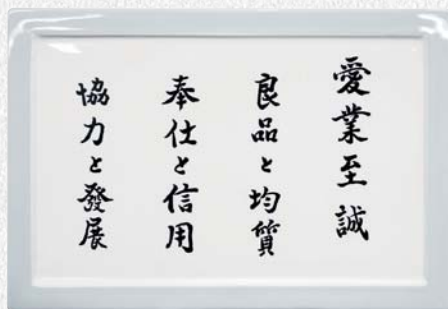
대표이사 사장집행임원 기타무라 마도카

喜多村 岡



사시와 기업이념과 미션

사시



1962년 제정

'사시'는 '봉사정신으로 고객의 생활문화 향상에 이바지하고,
일치단결하여 사회의 발전에 이바지한다.'
라는 결의를 나타내고 있습니다.

TOTO 그룹 기업이념

**TOTO 그룹은 사회의 발전에 공헌하고
세계에서 신뢰를 얻는 기업을 지향하기 위해서
아래와 같이 실현하겠습니다.**

- 욕실문화를 중심으로 한 풍부하고 쾌적한 생활을 창조합니다.
- 다양한 제안을 통해서 고객의 기대 이상의 만족을 추구합니다.
- 지속적인 연구개발로 질이 높은 상품과 서비스를 제공합니다.
- 한정된 자원과 에너지를 소중히 여기고 지구환경을 보호합니다.
- 사원의 개성을 존중하고 명랑한 직장을 실현합니다.

TOTO의 상품과 서비스

사용하는 사람의 마음을
생각하면서 만듭니다.

→ P.6



매일 사용하는 것이기에
환경을 배려하고 싶다.

→ P.7



상품을 통해 항상 고객의
생활을 지원합니다.

→ P.8



사용하는 사람의 마음을 생각하면서 만듭니다.



'UD 연구소'에서의 공간검증



쇼룸의 공간 전시 모습

모든 사람들이 '사용하기 쉬운' 상품을 위해서

TOTO가 UD(유니버설 디자인)를 연구 개발의 중점 테마로 둔 것은 40년도 훨씬 전의 일입니다. UD란 연령이나 성별, 신체적 조건, 국적, 언어, 지식, 경험 등의 차이와 관계없이 모든 사람이 쾌적하고 안전하게 사용할 수 있는 상품 디자인을 뜻합니다. 2006년에 설립한 UD 연구소에서는 고객모니터 요원분들과 반복적으로 대화와 검증 등을 실시하여 상품 제작에 참고하고 있습니다. '매일 반드시 사용하는 것'이기 때문에 TOTO의 상품은 더욱 사용하기 쉬운 상품, 사용하는 사람을 생각한 상품으로 진화해 갈 것입니다.

앞으로도 내 집의 편안함을 누리기 위해

주거에 필요한 기능과 공간은 거주하는 사람의 신체적 조건이 변하면서 바뀌게 됩니다. TOTO는 앞으로 달라질 수 있는 신체 조건을 고려한 위생설비의 이상적인 모습을 항상 생각하면서 '현재'를 쾌적하게 가꾸는 것은 물론 '미래'에도 편안함을 누릴 수 있는 주거 공간을 꾸미는 데 도움을 드리고자 합니다.

매일 사용하는 것이기에 환경을 배려하고 싶다.

'토네이도 세정'

기존 상품에 비해 대폭적인 물 절약을 실현하였습니다.



환경에 대한 열의로 전 세계에 물 절약을

환경을 배려하는 상품을 한 분이라도 많은 고객이 사용하시도록 한다. 이러한 열의가 일본과 해외의 모든 TOTO 상품에 반영되어 있습니다. 예를 들면, 최신식 변기는 1회당 세정수량이 3.8L(바닥 배수)입니다(종래품* 13L의 약 30%). 변기뿐만 아니라 적은 온수로도 쾌적하게 씻을 수 있는 샤워기, 물이 잘 식지 않는 욕조 등 TOTO의 기술을 세계로 전파해 나갈 것입니다. 이를 통해 전 세계의 고객이 생활 속에서 지구환경에 기여할 수 있는 사회를 실현해 나가겠습니다.

* : 1987~2001년 상품(C720R)

환경 정화 기술 '하이드로텍트'

하이드로텍트는 건물 외벽부터 실내의 벽과 바닥에 이르기까지 다양한 곳에 널리 사용되고 있습니다.



TOTO의 독자적인 기술로 보다 인간 친화적

하이드로텍트는 광촉매를 이용하여 빛과 물의 힘으로 지구와 생활을 깨끗하게 만드는 TOTO의 환경 정화 기술이자 기술 브랜드입니다. 건축 자재나 건물 등의 재료 표면에 하이드로텍트 막이 형성되면 '공기 정화', '셀프 클리닝' 등 생활과 지구 환경에 유익한 효과를 발휘하게 됩니다. TOTO는 전 세계 파트너 기업과 함께 이 하이드로텍트의 보급을 위해 힘쓰고 있습니다.

상품을 통해 항상 고객의 생활을 지원합니다.



일본 내에 100개 이상 개설된 TOTO 쇼룸



고객 서비스 창구인 고객상담실

많은 고객에게 TOTO의 상품을 알리기 위해

일본 지역에 100개 이상 개설된 TOTO의 쇼룸. 부담 없이 방문하여 상품의 기능과 편의성을 실제로 체험하실 수 있습니다. 아울러, 네트워크 'TOTO 리모델링 클럽'에 가입된 일본 내 5,000여 개의 지역 밀착형 시공회사가 리모델링 플랜에서부터 시공, 설비 수리, 애프터 서비스에 이르기까지 종합적으로 고객을 지원하고 있습니다.

※ : 리모델링이란 증개축이나 리폼에서 한 걸음 나아가 고객에게 기대 이상의 새로운 라이프 스타일을 제안하고 실현을 약속하는 것입니다.

TOTO의 상품을 계속 사용하실 수 있도록

TOTO에게 있어 '고객만족'이란 창업 이래 계승되어 온 기업경영의 원점입니다. 고객으로부터 받은 의견은 상품과 서비스를 개선하는 데 반영하고 있습니다. 또한, 해외에도 콜센터를 두고 고객의 다양한 문의에 대응하거나 메인テナンス 서비스를 접수하는 등 지원 체제를 정비하고 있습니다. TOTO는 고객이 안심하고 계속해서 상품을 사용하실 수 있도록 세심한 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

전 세계의 고객이 TOTO 상품을 체험하도록



'International Sanitary and Heating 2015' 전시회 부스

일본의 화장실 문화 전파

TOTO의 상품이 세계로 퍼져 나가려면 해외 고객이 상품을 접하고 체험하여 인식하는 기회를 늘리는 것이 중요하다고 생각합니다. 그 첫걸음이 2015년 4월 나리타 국제공항에 개설한 체험형 화장실 공간 'GALLERY TOTO'입니다. 이 공간은 일본을 방문한 외국의 고객이 TOTO 상품의 편안함과 일본의 깨끗한 화장실 문화를 체험하고 귀국한 후에 '일본에서 사용했던 화장실을 갖고 싶도록' 만드는 것이 목적입니다.

앞으로도 일본에서 이런 체험 기회를 더욱 늘리고 웹 사이트 등을 통해 수시로 관련 정보를 세계로 발신하고자 합니다.

TOTO 그룹은 각 나라와 지역에 뿌리 내린 비즈니스 모델을 보급하면서 브랜드 인지·침투에서 확립까지를 단계적으로 착실히 추진할 것입니다.

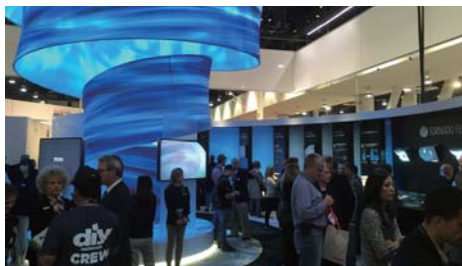


GALLERY TOTO

©DAICI ANO

해외 전시회를 통한 판촉 활동

2015년 3월 독일에서 개최된 세계 최대 규모의 주택 설비기기 국제 전문박람회 'International Sanitary and Heating 2015', 2016년 1월 미국의 'Kitchen & Bath Industry Show 2016', 6월 상하이에서 개최된 아시아 최대 규모의 위생설비 국제박람회 'Kitchen & Bath China 2016'에 출전하였습니다. 해외 전시회를 통해 TOTO 상품의 우수한 기능과 디자인을 많은 해외 고객에게 알리고 있습니다.



Kitchen & Bath Industry Show 2016

글로벌한 TOTO 브랜드 확립

전 세계에 판매되고 있는 워쉬렛트 일체형 변기 'Neorest DH'가 디자인 업계에서 세계적인 권위를 가진 'iF 디자인 어워드'와 '레드닷 디자인 어워드'를 동시에 수상하였습니다. 앞으로도 획기적인 상품을 만들어 전 세계의 고객이 평가해 주시는 TOTO 브랜드를 확립해 나갈 것입니다.



Neorest DH



reddot award 2016
winner

세계로 퍼져 나가는 워쉬렛트

TOTO가 처음으로 비데 기능의 좌변기 워쉬렛트를 출시한 것이 1980년입니다. 이 초대 워쉬렛트는 '둔부를 씻는다'는 새로운 일본의 화장실 습관을 만들어준 획기적인 상품이었습니다.

그 후 해외 확대를 목표로 1986년에 미국에서 워쉬렛트 판매를 시작, 지금은 중국, 아시아, 오세아니아, 유럽으로 판매를 확대하였습니다.

또한 워쉬렛트의 우수성을 알리기 위해 세계 각국의 고급 호텔과 많은 사람이 모이는 상업 빌딩에 적극적으로 설치하고 있습니다. 청결하고 쾌적한 상품으로 현지에서 인지도가 높아지고 있기 때문에 앞으로도 더욱 확대가 기대됩니다.

워쉬렛트 전 세계 총 판매 대수

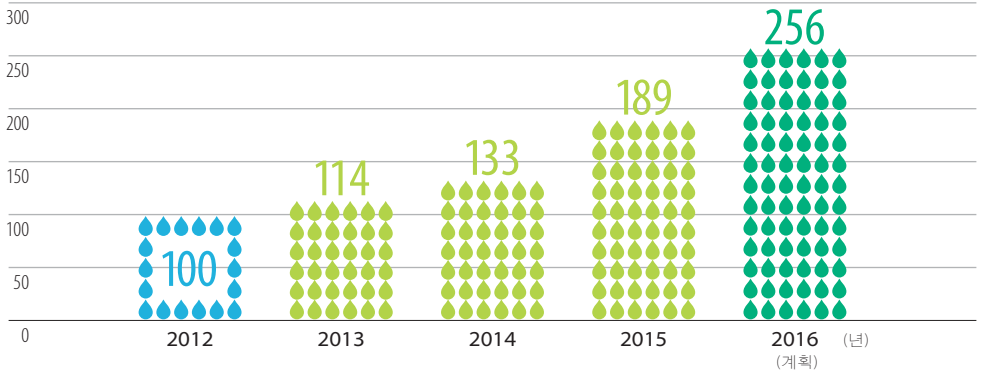
(2015년 7월 현재)

4001만 대 돌파

1980년 출시 이후 워쉬렛트는 일본의 화장실 문화를 크게 바꿨습니다. 그리고 워쉬렛트는 세계로 꾸준히 퍼져 나가고 있습니다.

위쉬렛 해외 판매 대수 실적 및 계획

(2012년을 100으로 설정한 지수)



사용 사례 : Schloss Elmau(슐로스 엘마우 호텔)



독일의 유명 리조트 시설인 5성 호텔 '슐로스 엘마우 호텔'에 네오레스트를 비롯해 위쉬렛 등 위생설비를 납품하였습니다.

하늘에서도 쾌적한 공간을 제공

항공기 보잉 787 등에 항공기용 '위쉬렛'을 설치하여 하늘에서도 다양한 나라의 사람들에게 쾌적한 화장실 공간을 제공하고 있습니다.



항공기용 비데 기능의 좌변기 '위쉬렛'
(사진 제공 : JAL)



사회와 함께

이런 사회가 됐으면 좋겠다,
그 마음이 활동으로 이어졌습니다.

물과 숲을 미래에 물려주기 위해

TOTO 그룹에는 창업자의 '국민 생활문화를 향상시키고 싶다', '건강하고 문화적인 생활을 제공하고 싶다'는 강한 신념이 계승되고 있습니다. 이러한 신념 아래, 전 세계 사람들이 위생적이고 쾌적한 생활 환경에서 지낼 수 있도록 다양한 사회 공헌 활동과 지역 공생 활동을 추진하고 있습니다.

사회의 지속적인 발전을 위해서는 물 환경을 비롯한 자연 환경을 보호하는 것이 필수적입니다. 이를 위해 수자원의 재생·보전과 수원이 되는 숲의 보전에 힘쓰고 생물 다양성 보전 활동도 실시하고 있습니다.

2005년에 TOTO '水' 환경기금을 설립하고 기금을 운용하여 안전한 식수를 공급할 수 있는 우물 설치 등을 추진 중입니다. 2015년에는 22개 단체에 총 1,430만 엔을 지원하였습니다. 2016년에는 처음으로 해외 현지 단체(인도 단체)에도 지원하기로 결정하였습니다.



TOTO '水' 환경기금 지원 단체 '시라코가와강 원류 수변회' 청소 활동



TOTO '水' 환경기금 지원 단체 'NPO 법인 WaterAid Japan'이 네팔에 우물 설치

제조에 대한 생각을 차세대에

2017년에 창립 100 주년 맞이 기념 사업으로 개설한 'TOTO 뮤지엄'에서는 TOTO가 계승해 온 창립 정신과 제조에 대한 생각, 새로운 생활 문화를 창조해 온 역사와 진화 과정을 소개하고 있습니다. 방문 고객, 거래처, 지역 주민과 만나는 공간이자 창업의 땅 '고쿠라'에서 세계를 향해 TOTO 브랜드를 전파하는 랜드마크로서 매력적인 시설이 되는 것이 목표입니다.



TOTO 뮤지엄(외관)

TOTO 그룹 회사개요 (2016년 3월 현재)

상호	TOTO LTD.
창립연월일	1917년 5월 15일
자본금	355억 7,900만엔
본사 소재지	후쿠오카현 기타큐슈시 고쿠라키타구 나카시마 2-1-1
사원 수	연결 28,148명
	단독 7,283명

사업 개요

국내 주택 설비 사업	주택용으로는 신축 수요 및 리모델링 수요에 따른 화장실, 욕실, 주방, 세면용 제품, 수전금구를 전개. 사무실이나 상업 시설, 학교, 병원 등 공공 시설용으로는 화장실, 세면 공간 등의 제품을 전개.
해외 주택 설비 사업	일본에서 개발한 핵심 기술을 탑재한 화장실, 욕조, 세면용 제품, 수전금구를 전개.
신영역 사업	TOTO의 독자적 기술을 활용한 새로운 분야의 사업. 고품질 · 고정밀 세라믹 상품 및 환경 정화 기술 '하이드로텍트'를 응용한 도료 · 건자재 제품을 전개.

TOTO 그룹의 해외 거점



●TOTO에 대한 자세한 정보는 (링크 모음)



글로벌 웹 사이트
<http://www.toto.com/>



GALLERY TOTO
<http://www.toto.co.jp/gallerytoto/en/>



WELCOME TO JAPAN
<http://www.toto.com/en/wtjapan/>



TOTO LTD.

(우) 802-8601 후쿠오카현 기타큐슈시 고쿠라키타구 나카시마 2-1-1