

TOTOグループの強み

強み
1

デザインとテクノロジーの融合

創立以来、培ってきたものづくりの技術とともに、デザインを事業戦略の中核に位置付け、商品を創出しています。TOTOのデザインが目指していること、それは美しく快適に過ごせる空間と、心地よいと思える体験を紡いでいくことです。私たちが作り出す一つひとつの商品の魅力をより一層高めるためにTOTOは、デザインフィロソフィー「静かなる存在感」を掲げています。ずっとお客様の暮らしに寄り添うことができるデザインで且つ、高い品質と性能を備えた商品を世界中のお客様にお届けするために、研究・開発

を追求し続けていることは、TOTOグループの強みとなっています。その一つの成果として、国際的に権威のあるデザイン賞を多数受賞。これからも、デザインとテクノロジーの融合により、お客様の暮らしに新たな価値を創造していきます。



強み
3

高度な生産技術とグローバルな供給体制

衛生陶器をつくる難しさは、粘土質の素地を焼成する際の形状や収縮の制御です。成形から焼成の段階でミリ単位の制御を行い、社に届けられた「良品と均質」を実現できるように、ものづくりに取り組んでいます。また、施釉や成形の技能を競い合う衛陶技能選手権などをグローバルで開催し、100年以上受け継がれてきた手づくりの技を継承・向上していることは大きな強みになっています。併せて、生産現場にAIなどの最新技術を導入し、スマートファクトリー化を推進しています。

グローバルに供給拠点を展開するにあたって大切にしているのは「その国・地域のTOTOになる」ことです。高度な技術によってつくられた商品を使用していただくだけでなく、その国・地域の衛生面や快適性の向上や環境面での貢献など「TOTOがあって、よかった」と感じていただけることを目指しています。



強み
5

ステークホルダーとのリレーション

私たちは、国・地域の垣根を越えてさまざまなステークホルダーとの関係を築きながら、社会的価値・環境価値を創造し続けています。「TOTO水環境基金」は、ステークホルダーの環境貢献へのかかわりに応じて助成金を拠出し、水まわり商品を提供する企業として大切にしている「水」に関わる地域に根差した環境活動を支援しています。また、TOTOミュージアムやTOTOギャラリー・間では、水まわり文化の発信や建築文化に関する

強み
2

独自開発の技術による価値創造

1914年、日本に下水道の概念さえ浸透していない時代に完成した国産初の「腰掛式水洗便器」。1964年の東京オリンピック前の建設ラッシュの中、厳しい工期を短縮するために開発した日本初の「ユニットバスルーム」（JIS規定による）。おしりを洗うという日本の新しいトイレ習慣を創造した温水洗浄便座「ウォシュレット」。これらはほんの一例ですが、「良品の供給」と「お客様の満足」を志し、「奉仕の精神」を貫き、社会の発展に寄与するよう努めたいという想いを胸に、世の中の生活文化を変えるものをいち早く生み出し続けてきた強みがあります。また、スタートアップをはじめとした他企業との協業により、自社だけでは成し得ない未来のお客様価値創造に向けた取り組みも進めています。創造した価値は知的財産権として保護・公開することで、産業や技術の発展にも貢献し、さらなる価値創造のサイクルにつなげています。



強み
4

高品質な商品とサービスの提供

TOTO商品は、長い間、お客様の毎日の暮らしの中でお使いいただくものです。だからこそ、実際に見て、触れて、実感して選んでいただくために、日本では97カ所、海外では12カ所の直営ショールームを運営し、お客様に寄り添い、最適なプランを提案しています。また、施工を伴う商品も多く、代理店や工事店の皆様とともに、お客様に安心して商品をお買い求めいただける販売・施工網を国内外で整備していることが強みになっています。そして、選んでいただいたお客様には、長く使用される中で、不具合があった場合のアフターサービスも大切にしています。このように高品質な商品のご提供だけでなく、お客様満足を目指した一連のサービスのご提供により、豊かな暮らしに貢献していきます。



る展覧会・講演会の開催を通じ、文化を醸成するとともに次世代を育成しています。これらの活動を実践するのは、企業理念が浸透した社員です。社長とのオンラインミーティングによる直接対話を通じてエンゲージメントを高め、TOTOグループが持つ強みにさらに磨きをかけます。

