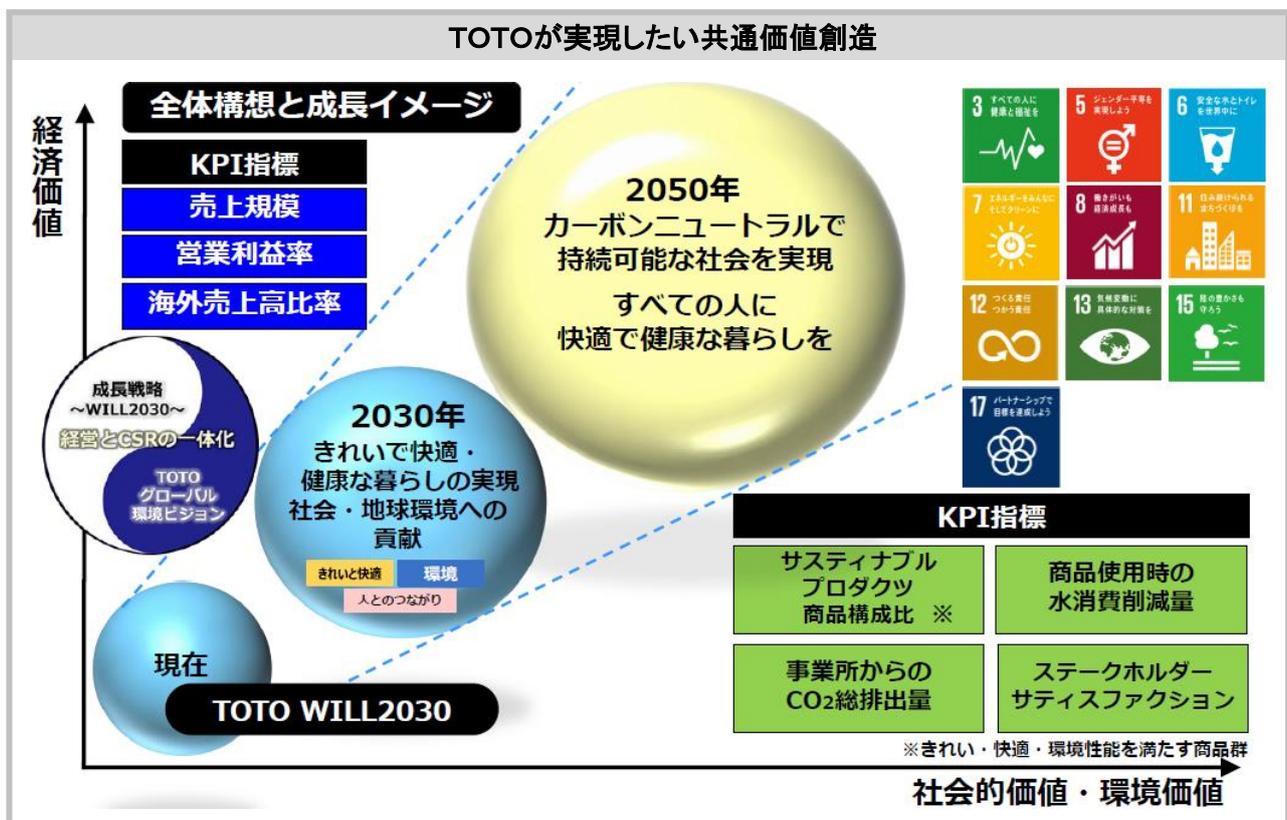


経営とCSRの一体化を加速させる 新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030を策定 —2030年に「持続可能な社会」と「きれいで快適・健康な暮らし」の実現を目指す—

TOTO株式会社(本社:福岡県北九州市、社長:清田 徳明)は、2030年に「持続可能な社会」と「きれいで快適・健康な暮らし」の実現を目指す、新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030を策定しました。合わせて本戦略を実現していくため、最初の3年間(2021年度~2023年度)を中期経営課題(WILL2030 STAGE1)として具体的な目標を定め、環境変化に対応していきます。

これまでTOTOグループは、創立者の「健康で文化的な生活を提供したい」という想いのもと、約1世紀にわたり、時代の変化に対応しながら水まわりを中心とした豊かで快適な生活文化を創造し続けてきました。今回、新たに長期視点で実現したい暮らしや社会・環境について定め、その実現に向けた戦略を策定し、取り組むべき重要課題「マテリアリティ」を「きれいと快適」「環境」「人とのつながり」として、経営とCSRの一体化に取り組みます。そして、2050年にカーボンニュートラルで持続可能な社会の実現を見据え、2030年に地球環境に負荷をかけず豊かで快適な未来社会を実現することや、楽しく健康で安全な暮らしの実現に取り組むことで、経済的成長の実現を目指します。

TOTOグループは広く社会や地球環境に貢献する存在であり続けることを目指し、環境や社会的価値、経済価値を同時に実現する新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030を通じて、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」にも貢献していきます。



新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030

<https://jp.toto.com/company/ir/individual/vision/index.htm>

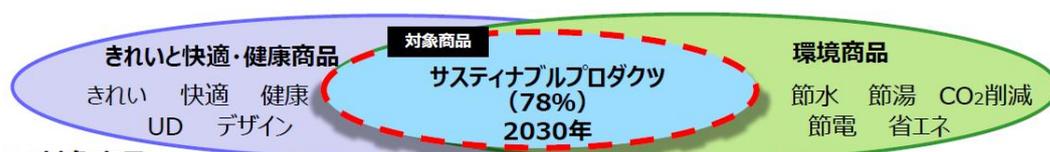
新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030に込めた想い

TOTO WILL2030は“We Innovate Leading Lifestyles(わたしたちは、最上のライフスタイルを提案(革新)します)”の略で、“新しい暮らし方や価値観の変化の中で、『持続可能な社会』と『きれいで快適・健康な暮らし』を実現するという「意志=WILL」を持って、世界中にTOTOファンを増やしていく”という想いを込めたものです。

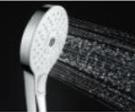
昨今の度重なる自然災害や世界規模のパンデミックなど、変化が激しく、不確実な経営環境下において、企業が果たすべき責任や役割はますます大きくなっています。そこで、TOTOグループは従来型の緻密に積み上げていく計画ではなく、長期視点で実現したい暮らしや社会・環境を定め、バックキャストアプローチで策定しました。創立者の「健康で文化的な生活を提供したい」という志を原点に、事業を通して社会課題の解決に取り組むことで経済的成長も実現します。

「きれいと快適」「環境」を両立するTOTOらしい商品「サステナブルプロダクツ」

今回新たに策定した新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030の中で、「きれいと快適」「環境」を両立するTOTOらしい商品群として「サステナブルプロダクツ」を設定しました。これらの商品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。



■対象商品

住宅			パブリック		
 大便器 きれい(7年なし形状、 トイレド洗浄、セフトレク) 節水(4.8L以下)	 浴室 きれい(きれい除菌水)・快適・デザイン 省エネ(魔法びん浴槽)・節湯		 大便器 きれい 節水(6L以下)	 ウォッシュレット きれい 節電	 自動フラッシュバルブ きれい(タッチレス) 節水
 ウォッシュレット きれい(きれい除菌水) 節電	 洗面 きれい(きれい除菌水)・デザイン 節湯(エコシングル)	 キッチン きれい(きれい除菌水)・デザイン 節湯(エコシングル)	 小便器 きれい(タッチレス・きれい除菌水) 節水	 自動水栓 きれい(きれい除菌水) 節水	 IoT対応 快適、UD 節水

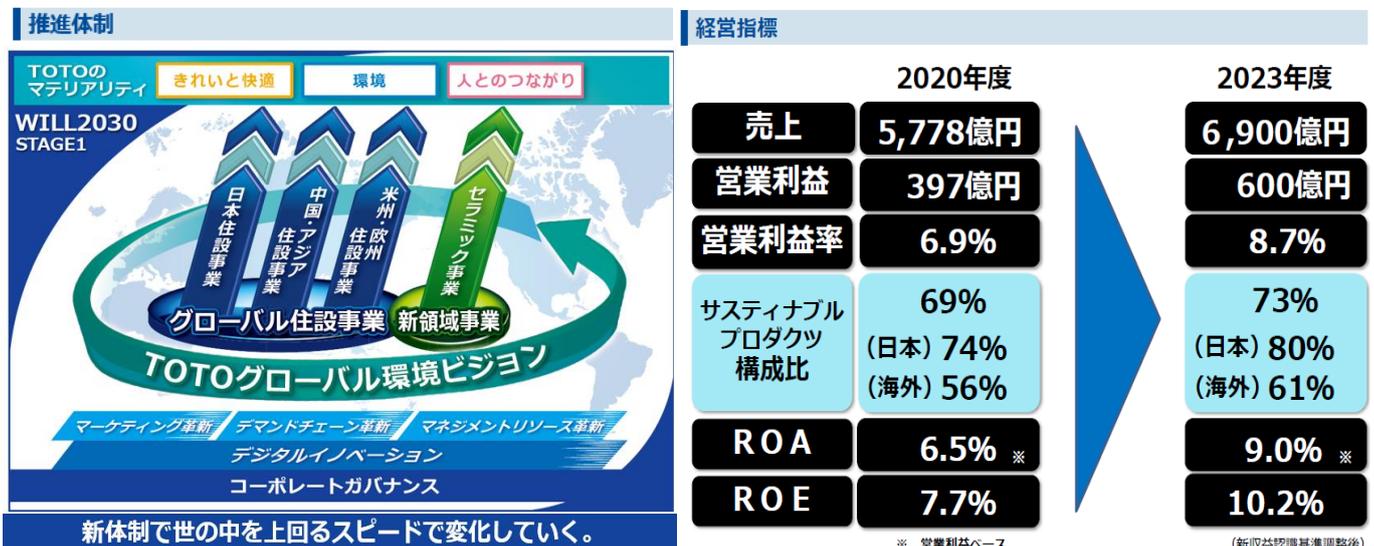
	KPI指標	2020年	2030年
社会的価値・環境価値	サステナブルプロダクツ商品構成比	69% (日本) 74% (海外) 56%	78% (日本) 85% (海外) 70%
	商品使用時の水消費削減量(水ストレスの軽減)	9億m ³	17億m ³
	事業所からのCO ₂ 総排出量	35.7万t ※2018年度実績	25.0万t
	ステークホルダーサティスファクション	社員満足度 74pt ショールーム満足度 73pt アフターサービス満足度 92pt	80pt 80pt 95pt
経済価値	売上規模 ※	5,778億円	9,000億円以上
	営業利益率	6.9%	10%以上
	海外売上高比率(住設事業)	25%	50%以上

※新収益認識基準調整後

2021～2023 年度 中期経営課題(WILL2030 STAGE1)

新共通価値創造戦略を実現していくための最初の3年間(2021年度～2023年度)を中期経営課題(WILL2030 STAGE1)として、事業活動と「TOTOグローバル環境ビジョン」をより一体化させ、市場の成長性を常に注視し、実行計画に落とし込み、具体的な目標を定め、環境変化に対応していきます。中期経営課題(WILL2030 STAGE1)は「持続可能な社会」と「きれいで快適・健康な暮らし」に貢献するために、「商品」においてはTOTOらしい「きれいで快適・健康」に役立ち「環境」配慮した商品群を次々と市場に投入し、「サービス」においては世界中で人とのつながりを大切に、信頼され続ける存在へ進化していきます。マーケットを見える化し、各国にあった体制づくりを行い、デジタル技術を活用し、自社だけでは成し得ない価値創出、事業プロセス変革を実践していきます。

新体制で世の中を上回るスピードで変化しながら、広く社会や地球環境に貢献する存在であり続けていくことで、世界中にTOTOファンを増やしていきます。



新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030

きれいと快適



環境



人とのつながり



「環境・社会的価値」と「経済価値」を同時に実現する新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030では、「きれいと快適」「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」として経営とCSRの一体化に取り組み、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/ir/individual/vision/index.htm>