

届 け た い
ト ク ラ ス の こ と

T O C L A S R E P O R T

2 0 2 4 - 2 0 2 5



TOCLAS HISTORY

作り続けてきたのは「暮らしの新しい価値」

〈沿革〉



1970年代～ 住まいの質の向上

1990年代～ 生活様式の多様化

2010年代～ 家族時間の充実

現在 個の多様化

日本に豊かな暮らしの文化を作る

機能性を取り入れて暮らしに快適さを添える

機能美と住まいの美しさで暮らしを楽しく

個性豊かな日常をかなえる

1976

日本に新しいキッチン文化を

ステンレス流し台が主流の時代、国産初となる人造大理石カウンターのシステムキッチンが発売。美しさと性能を備えた人造大理石は、キッチンを調理作業の場から家族が集まる場へと進化させました。



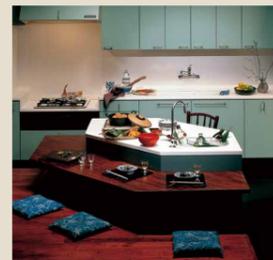
1984

浴室空間に美しさと耐久性を

大理石のような深みのある質感を目指し、「宝石箱」の意味を持つ人造大理石バスタブ「エクラン」を開発。贅沢な浴室空間を提供可能となりました。



1987



家族の中心にあるキッチン

愛着が湧いて幸せな気分になれるちょっと贅沢なキッチン。自由な発想と、自社生産の人造大理石カウンターならではの製造技術で、形やサイズを自由に選択できる、使いやすさを優先したキッチン。

2000



入浴動作をのびのび快適に

洗い場も浴槽もゆったり使える「エルゴデザイン」。人間工学に基づいた複雑なデザインを実現したのは、独自の人造大理石技術でした。

2002



形状や色が多彩に進化

早くからオープンキッチン提案の中で、リビングとも調和するインテリア性と清掃性を備えた業界初の人造大理石製「マーブルシンク」を発売。多様化する暮らしの中に、家族が集う彩りを提案しました。

2012

キッチンカウンターの奥まで使いやすくお手入れしやすく



カウンター奥のバックガードを高く立ち上げた人造大理石ハイバックカウンター。段差をなくしてカウンター奥のお手入れをスムーズに。標準装備のハンガーアイテムでキッチングッズを浮かせ置きし、調理をスムーズに。

2012

身をゆだねて安らげる入り心地を

外観はストレート形状でありながら、内部は身体にフィットする曲線。深くつろげる入り心地を追求しました。



2018

おいしい水をどこでも手軽に

水中の重金属を除去する世界初の新素材を、国立大学法人信州大学と共同開発。携帯型浄水ボトル「NaTiO(ナティオ)」なら、水道水があればどこでも手軽においしい水を飲むことができます。



2022

家族の「ひととき」を楽しむ

調理性と意匠性、多彩なプランが自慢のキッチン「Collagia(コラージャ)」。楽しい「ひととき」をコーディネートして味わい深い最高のまいにちをお届けします。



2024

浴槽入浴を通して、Well-Beingな暮らしを

2024年6月発売のバスルーム「AXIY(アクシィ)」。新提案の「シンメトリーデザイン」の壁面により、視覚から入浴時の開放感を実現しました。シンプルでありながら個性的な空間を演出します。



2024

暮らしを創造する新しい水まわりを

2024年11月発売のライブドレッサー「Noare(ノアレ)」。従来の洗面化粧台の概念を超え、空間や用途を限定しない自由な発想から誕生しました。自分らしい日常を創造する新しい水まわりを提案します。



Contents

トクラスヒストリー P1

トップメッセージ P3

トクラスの理念体系 P7

価値創造プロセス P9

トクラスについて P11

トクラスの強み 一ものづくり P13

トクラスの強み 一つながり P15

事業領域の拡大 P17

サステナビリティ ESG P19

ステークホルダーエンゲージメント P20

コーポレート・ガバナンス P21

リスクマネジメント P22

多様な人材の活躍に向けて P23

カーボンニュートラルに向けて P25

報告期間：2023年4月～2024年3月
※一部報告期間外の情報も掲載しています。

2012 暮らしの中に「私らしさ」を取り入れて

114色のカラーパレットから好みやインテリアに合わせて、お客様にぴったりの色を見つけていただけます。色選びの楽しさとお気に入りのキッチン空間の実現をかなえます。



2019 誰も見たことのない質感と意匠でキッチンに豊かな彩りを

トクラスの人造大理石技術と塗装技術から生まれた新質感人造大理石「テノール」カウンター。鑄鉄や焼き締め陶等、多様な質感の表現が可能となりました。トクラスだからこそ実現できる技術の融合です。



お客様の視点に立ち

真の価値を追求する

持続可能な社会の実現に向けて

お客様の生活をより豊かにする提案を継続することで
企業価値向上を目指します。

2023年度(第11期)を振り返ると、世界的なインフレや円安による資材高騰、情勢不安によるエネルギー価格の上昇等想定を上回るコストアップや、国内の新築住宅着工が30ヶ月連続で前年を下回る等厳しい事業環境となりましたが、高付加価値商材の販売、業務効率化、原価低減活動、商品定価の改定等の対策を講じた結果、2022年度に対し増収増益を達成することができました。ご協力いただいた全てのステークホルダーの皆様に、この場を借りて御礼申し上げます。

一方、2021年に策定した「TOCLAS VISION 2031」の実現に向け、改めて理念経営の重要性を感じています。トクラスは“お客様の「まいにち」と暮らす。”という企業理念のもと、事業活動において、SDGsのさまざまな課題に取り組むことで持続可能な社会の実現を目指しています。その一端として、昨年度ビジョン達成に向けた「重要課題(マテリアリティ)」の特定や、ポリシーの整備を進めてきました。重要課題の解決がSDGsに貢献することを改めて管理職に共有し、理念経営の理解度が深まったと考えますが、全従業員に浸透するにはまだ時間が必要だと感じています。理念経営の実現に向け、「サステナビリティ基本方針」を策定するとともに各方針を整理し、従業員一人ひとりが理解を深め、考えや行動の変化が現れるよう取り組んでいきます。

当社の理念経営の根幹にあるのは、「お客様の視点に立つ」という考え方です。これは単なるスローガンではなく、我々の事業活動全体を貫く重要な指針です。

企業の価値について考えるとき、当社では、塗装や人造大理石等の技術力が挙げられますが、技術はお客様にとっての直接的な価値ではありません。重要なのは、私たちが保有する技術をお客様のニーズに沿って商品・サービスに反映させ、それらがお客様の生活にどのような変化をもたらすかということです。つまり、お客様が本当に求める価値を提供することが私たちの使命であり、この姿勢こそが当社ならではの強みだと考えます。

また理念経営を進めるにあたり、全てのステークホルダーに対して、対話が重要であると考えます。当社でもコロナ禍以降、安全衛生、業務効率化等の観点から、WEB会議システムを頻繁に活用していますが、バーチャルなコミュニケーション手段の利便性を感じるとともに、リアルなコミュニケーションの重要性を痛感しています。社内はもちろんのこと、全ての取引先との膝をつき合わせたコミュニケーションは、目まぐるしく変化する世の中において、厚い信頼関係を構築するために不可欠であると思いついて、直接お会いして対話することも継続します。人と人のつながりによって生まれる関係力の中で、当社の理念に共感をいただき、全てのステークホルダーのベクトルが重なることで、理念経営の実現を目指します。

目標を明確化し、社内に共有することで
収益構造を改善します。

2024年度は、「TOCLAS VISION 2031」のフェーズIの最終年度になりますが、事業環境は想定以上のスピードで変化をしています。企業としてお客様への価値提供の領域を早期に拡大するため、今年度の中期経営計画のローリングにおいて、フェーズIIを1年前倒し、「収益構造の改革」を全従業員に宣言しました。

2024年度以降も外部環境のリスクは多々想定されますが、状況をしっかりと見極め、適切に対処していきます。新築市場の低迷により、住宅業界は厳しい状況の継続が予想されますが、堅調なリフォーム需要の取り込みの具体策として、「こだわりあるお客様のリフォーム需要に対して『コラージア』の販売に注力する」という目標を明確化し、社内でも共有しました。これは、フェーズIIの中核となる「収益構造の改革」という考え方を、表現した言葉です。この目標のもと、2024年度(第12期)以降は、高付加価値商材販売の強化を軸に、リフォームへ注力し、工場のコストダウン推進、経費の効果的な使用等を進めることで、収益構造の改革を実現します。

新たな商品も積極的に市場導入を図ります。2022年10月に発売したシステムキッチン「Collagia(コラージア)」は、デザインと機能性の両面で従来よりもワンランク上を目指した商品として、その価値が徐々に市場で認められつつあります。このことは、高付加価値商材を軸に市場を分析し、ターゲットに合わせた商品開発の成果を示すものとなりました。2024年6月に発売したシステムバス「AXIY(アクシイ)」は、視覚的な広がり重視したデザインや、使用時の動線を考慮したレイアウトを特徴とする、高品位な商品です。人造大理石の握りバーやアクセントパネルの配置等、他のメーカーにはない発想を盛り込むことで差別化を図っています。

洗面化粧台については、近年、暮らしの多様化が進む中で、洗顔や身支度といった従来の用途にとらわれない、新たなニーズが生まれています。それらを踏まえ、自分らしい日常を創

造する新世代の水まわり「Life Dresser(ライフドレッサー)」へカテゴリーを進化させることを発表しました。その第一弾として、2024年11月にライフドレッサー「Noare(ノアレ)」を発売します。昨今の生活様式や価値観の変化を深く理解した上で、「Collagia」「AXIY」「Noare」を中心に今後もお客様に新たな価値を提供できる商品の提案を続けていきます。

お客様とのタッチポイントであるショールームの体制も刷新しました。全国のショールームを東日本・中日本・西日本の3グループに分け、それぞれにショールームで豊富な経験を積んだ女性のグループ長を配置しました。これにより、今まで以上にお客様の視点に立ったサービス提供が可能になり、マネジメントに関しても活躍の場を広げ、多様性のある組織づくりが進むと考えます。

ショールームは今後、単なる商品展示の場ではなく、お客様の生活をより豊かにするための提案の場へと進化します。その実現に向け、2024年9月に創業以来初めて、全国のショールームスタッフ全員を当社の本社がある浜松市に集め、ショールームに対する私の想いを直接伝えるとともに、より上質な接客の実現に向け、研修を実施しました。



代表取締役社長
小泉 和弘

10年、20年後に再び当社を 選んでいただけるような お客様との関係づくりを目指します。

マーケティングについては、WEB戦略を強化し、InstagramやYouTube等のSNSを積極的に活用したことで、双方向のコミュニケーションが活発化しています。昨年度に公開したWEBサイト「TOCLAS Museum」では、商品情報だけでなく暮らしに関するヒントや、当社の技術がどのように生活を豊かにするかを具体的に紹介。Instagramについては、当社の社名や商品名のハッシュタグを付けて投稿してくださったお客様とつながることで、実際の施工事例や感想等を紹介しています。最近では、SNSを含むWEBからの情報をきっかけにショールームにご来場されるお客様が増加する等、成果を上げています。また、人気YouTuberとコラボレーションしたYouTubeコンテンツも好評をいただいています。

当社は、国内市場の変化に対応しつつ、アジア最大の市場である中国においても長期的な視点に立った戦略を展開しています。

中国市場は不動産バブル崩壊の影響を受け、厳しい状況が続いています。マンション物件の販売は滞り、現地の人々もどこまで物件価格が下落するのかを静観している状況です。

しかし、中長期的には高齢化対策需要や日本式バスルームの需要等、大きな可能性を秘めています。

それらを踏まえて、主要都市にある代理店のネットワークをベースにした、現地企業との連携が、今後の中国市場で事業展開するために有効な手段であると感じています。特に高齢化社会に向けた戦略では、中国市場特有のニーズを的確に捉えた商品の開発を進め、評価をいただいています。

一方、国内では従来の事業領域にとどまらず、新たなビジネスモデルの構築にも取り組んでいます。その一例として、商品販売・設置・周辺リフォーム工事を一括で請け負う「ワンストップ工事」や「アフターサービスの事業化」にも取り組み、お客様との長期的な関係の構築を目指しています。納品後の修理対応だけではなく、その後のリフォーム提案や新商品の紹介等で接点を増やし、10年、20年後に再び当社を選んでいただけるようなお客様との関係づくりを目指します。新規事業として行ってきた「部材販売」では、ホテルや商業施設等への採用が進み、成果が出ています。これら部材販売を含め、新たなBtoB事業の推進として「外販推進室」を新設しました。当社の製造・開発の強みを直接販売へ結びつけることで、工場の稼働率維持による利益率改善に貢献します。



1965年兵庫県神戸市生まれ。大学を卒業後、マンションデベロッパーを経て1992年にヤマハリビングテック(現トクラス)に入社。営業部門、サービス部門のキャリアを経て取締役上席執行役員営業本部長、代表取締役副社長を経て2021年2月に代表取締役社長に就任。



価値創造と持続可能な成長を目指して

お客様の視点に立って、新たな価値を創造。
循環型社会の実現に向けた取り組みを強化し、
持続可能な社会づくりに貢献します。

当社ではガバナンスの強化にも力を入れています。取締役会の実効性評価を定期的に行い、その結果に基づいて改善を実施しています。また、監査役による監査、会計監査人による会計監査及び、ISOに基づく、内部監査、外部審査を実施し、抽出された課題を解決することで、業務の実効性を高めるとともに、法令順守状況のチェックを行っています。また、関連法令の改定を定期的に確認し、各種規程やルール改定・整備につなげています。

人的資本経営の面では、2023年7月に「えるぼし認定(3つ星)」を取得しました。これは、女性活躍推進に向けた取り組みが評価されたものです。当社は女性従業員の比率が多く、2022年度には過半数を超え、今後もその割合は増える見込みです。近い将来ジェンダーフリーな経営体制を構築するためには、年齢・性別を問わずキャリア意識を高めていく必要があります。そのために、女性従業員だけでなく、管理職や次期経営層についても研修を実施し、やる気ある全ての従業員に活躍の場を提供したいと思います。もちろん女性の活躍推進だけでなく、シニア社員や障がい者等も含めた多様な人材が活躍できる環境整備を進めていきます。

新卒者の採用については、昨年に続き「当社が選ぶ」のではなく「当社が選ばれる」というスタンスで選考を行う等、さまざまな工夫を凝らし採用活動に取り組んだ結果、今年度は採用目標

数を上回る内定の承諾を得ることができました。また、中途採用にも力を入れており、特に過去に当社を退職した人の再雇用を推進する「カムバック制度」や従業員の知人を紹介する「リファラル制度」等の活用で即戦力となる優秀な人材が入社し活躍しています。

また、環境面では、脱炭素社会の実現は企業にとって重要な課題であるとの認識から2024年3月に「SBT認定」を取得しました。今後の事業活動において、温室効果ガスの削減計画を着実に進めるため、トクラスグループ一丸となって省エネ、生産性向上に取り組み、再生可能エネルギーの活用検討を進めます。

さらに、循環型社会の実現に向けた取り組みとして、製造工程における歩留まり改善、本社社員食堂の予約システム導入によるフードロス削減、再生材の使用拡大、廃棄物の有効利用等を実施します。

トクラスは、これからもお客様の豊かで幸せな暮らしの実現を目指し、新たな価値を創造することで社会課題を解決しながら、社会における自社の存在価値を高めていきます。ステークホルダーの皆様におかれましては、引き続きご支援とご理解を賜りますようお願い申し上げます。

トク拉斯の理念体系

企業理念

事業活動を続ける上で大切にすべき
根本的な価値観

サステナビリティ 基本方針

持続可能な社会の実現を目指して
取り組むための方針

私たちの約束

事業活動を行う上で従業員一人ひとりが
実践すべき行動規範

個別方針

サステナビリティ基本方針を
実践するための行動規定

TOCLAS VISION トク拉斯ビジョン 2031

(理念・方針を踏まえ)2031年をターゲットとした
当社が目指す姿

重要課題

ビジョン実現および事業成長のために
取り組むべき優先度の高い課題

中期経営計画

ビジョン実現に向けた直近3カ年の事業計画

お客様の毎日に寄り添う存在であり続けたい

企業理念を実現することで、社会への貢献と経済的な価値・利益の創出を達成すべく、
不変的な理念・方針から具体的な計画までを体系化し実践することで事業活動の成果を確実なものにしていきます。

■ 企業理念

お客様の「まいにち」と暮らす。

私たちは、お客様の「かけがえない毎日」、その一瞬一瞬を、より快適に、より楽しく、そして、より充実したものにすため、つねに時代をリードする「新たな価値」の創造を目指します。

■ サステナビリティ基本方針

トク拉斯グループは、“お客様の「まいにち」と暮らす。”の企業理念のもと、お客様の豊かで幸せな暮らしの実現のために新たな価値を創造し続けることが持続可能な社会の実現につながると考えています。その実現のために、サステナビリティ活動に取り組み、倫理的な企業運営及び、公正・健全なサプライチェーンを構築することで、企業価値を向上します。

サステナビリティ実現のための6つの要素

お客様への価値提供	人権	環境	人材	ステークホルダーエンゲージメント	ガバナンス
-----------	----	----	----	------------------	-------

■ 私たちの約束 (旧コンプライアンスガイドライン)

当社の事業活動に適用される法令を遵守するとともに、適切な社内規程等を策定してこれを守り、かつビジネス倫理、社会規範に則って行動するための基準です。また、組織としての不正撲滅と従業員保護についても宣言しています。

■ 個別方針

ESGの主要な要素となる「環境方針」「人権方針」「コーポレートガバナンス方針」に限らず、さまざまな方針について具体的なルール・原則を整備し(一部策定中)それに基づく事業活動を展開することでサステナビリティの実現を目指すとともにガバナンスの強化に取り組みます。

■ TOCLAS VISION 2031

“こころくすぐる”水まわりで、
最高の暮らしをかなえる。

見ていると楽しい気分になる。ちいさな幸せをたくさん感じる。形や使いやすさから、つくり手の技と想いが伝わってくる。これに代わるものなんてない。「かわいい」と思っていただけの水まわりをトク拉斯はお届けします。自分らしく丁寧に暮らしたいあなたを“こころくすぐる”会社になります。「まいにち」を共にする水まわりをもっと好きになれたら、いつもの暮らしが、最高の暮らしになると思うから。

また、ビジョン実現を支えるための2つのポリシー「ものづくりポリシー」「クリエイティブポリシー」を策定しています。

■ 重要課題

ビジョン実現のため、解決すべき社会課題6つ(マテリアリティ)と事業成長のための3つの重要課題を設定

地球環境の保全と負荷軽減	ユーザーの視点に立った製品・サービスの開発	信頼に応える品質の維持・向上
多様な人材の育成と働きやすい環境の整備	事業を支えるガバナンス体制の強化	ステークホルダーとの誠実な対話と開示による価値共創
ターゲットの明確化 ブランディング	ユーザーとのつながり強化	DX推進

■ 中期経営計画

2025年3月期～2027年3月期事業計画(毎期3カ年計画としてローリング)

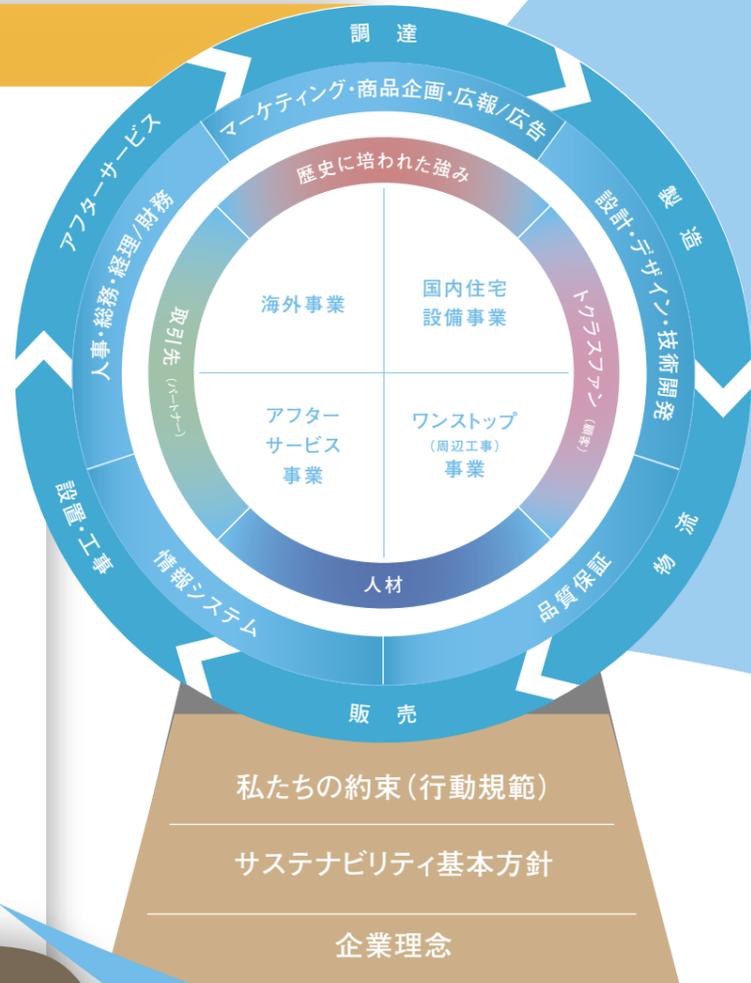
価値創造プロセス

トクラスが作り出す新たな価値

トクラスは、“お客様の「まいにち」と暮らす。”の企業理念のもと、お客様の豊かで幸せな暮らしを実現するため、“こころくすぐる”水まわりを通じてトクラスならではの新たな価値を提供し続けます。サプライチェーンと共にTOCLAS VISION 2031を実現し、社会課題の解決と企業成長の両立を図り、持続可能な社会の実現に貢献します。

Input

- 財務資本
- 製造資本
- 知的資本
- 人的資本
- 社会関係資本
- 自然資本



外部環境

- ・新設住宅着工戸数の減少
- ・資材・エネルギー価格高騰
- ・気候変動対策、生物多様性、資源循環
- ・労働人口減少

TOCLAS VISION 2031

“こころくすぐる”水まわりで
最高の暮らしをかなえる。

6つの社会課題

地球環境の
保全と負荷軽減



事業を支える
ガバナンス体制の強化



ユーザーの視点に
立った製品・サービスの開発



ステークホルダーとの誠実な
対話と開示による価値共創



多様な人材の育成と
働きやすい環境の整備



信頼に応える
品質の維持・向上



事業成長のための
3つの重要課題

ターゲットの明確化
ブランディング



ユーザーとの
つながり強化



DX推進



Output

“こころくすぐる”
水まわり商品・サービス

お客様に“最好”(最も好き)と感じていただけるような、親しみがあり愛着が持てる商品と、長く安心して使っていただけるアフターサービス体制や水まわり周辺工事で、お客様の暮らしをサポートします。



キッチン
・Collagia
・Bb



バスルーム
・AXIY
・YUNO
・every
・VITAR



ライフドレッサー
・Noare
・EPOCH
・Jolie



浄水器
整水器



ワンストップ
工事



アフター
サービス

Outcome

“お客様の豊かで
幸せな暮らしの実現”

【トクラスが提供する価値】

お客様の「まいにち」と共に過ごす
高品質・長寿命な商品

最高の暮らしを彩る、機能性とデザインを
追求した商品と暮らしの提案

ご購入後もずっと満足いただける
アフターサービス体制

伝統と新しさの融合による
トクラスならではのモノとコトの創出

【価値創造のための資本】

財務資本 事業を支える安定した財務基盤

製造資本 品質・収益性向上を実現する生産体制
安全で働きがいのある労働環境

知的資本 信頼のあるブランド
積み上げられた技術とノウハウ

人的資本 エンゲージメントの高い多様な人材
人材育成への投資

社会関係資本 トクラスファンとのつながり
持続可能なサプライチェーン

自然資本 環境負荷を軽減する体制
資源を有効活用する仕組み

トクラスについて



長年の事業継続により培われた塗装技術や人造大理石技術を核に、国内住宅設備機器事業を中心として浄水器事業や海外事業を成長させながら、長く愛着を感じていただける商品・サービスをお客様にお届けしています。

JAPAN



ショールーム数
27カ所

トクラス株式会社

所在地 | 静岡県浜松市中央区西山町1370番地
事業内容 | 住宅設備機器の製造販売

トクラスプロダクツ株式会社

所在地 | 静岡県浜松市中央区西山町1370番地
事業内容 | 住宅設備機器の生産・加工

株式会社ジョイエルホーム

所在地 | 静岡県浜松市中央区高林二丁目5番26号
事業内容 | 新築、増改築、エクステリア

CHINA



寧波托客樂思家居科技有限公司

所在地 | 中国 浙江省 寧波市
事業内容 | 中国における浄水器、キッチン、その他建材等の製造・販売

事業概要

2023年度売上高
(連結) **244**億円



キッチン **66.2%**

バスルーム **16.2%**

浄水器・整水器 **6.4%**



海外 **5.3%**

ライフドレスサー **3.6%**

その他 **2.3%**

TOCLAS DATA

本社事業所 敷地面積	12万8千 m ²	協力 会社数	設置店 169 社 <small>(2024.3時点)</small>	調達先 252 社 <small>(2024.3時点)</small>	サービス店 187 社 <small>(2024.3時点)</small>
年間 生産能力	キッチン 3.7万台 浄水カートリッジ 13万台	バスルーム 2万台 ビルトイン 「内訳」 6万台	ライフドレスサー 2万台 スバウトイン タイプ 7万台	2023年度 生産に要した エネルギー 投入量	住宅設備 関連特許 469 件 <small>(2024.3時点)</small>
従業員数 <small>(2024.3時点)</small>	グループ全体 933 人	トクラス株式会社 トクラスプロダクツ株式会社 株式会社ジョイエルホーム 寧波托客樂思家居科技有限公司	グッド デザイン賞 受賞数 (1972年~) <small>(2024.3時点)</small>	キッチン 8 件	取得した件数 469 件
資格 取得者数 <small>(2024.3時点)</small>	1級 建築士 3 名	2級 建築士 27 名	バスルーム 4 件	洗面化粧台 3 件	2023年度 顧客満足度 69.87% <small>(お客様アンケートは98.1%) (2024.3時点)</small>
	インテリア コーディネーター 40 名	キッチン スペシャリスト 63 名 <small>(トクラス株式会社における数値)</small>	キッチン バスルーム 20 件 <small>(秘密保持契約数を含む)</small>	GOOD DESIGN	

トクラスの強み -ものづくり-



あなたの暮らしに寄り添うことから、トクラスのものづくりは始まります。
 素材感やディテールまでこだわる職人の技や感性と、本質的な価値の追求で、
 ふれ心地や美しさ、使いやすさを高めていく。
 高級家具製造から脈々とつづく、ものづくりへのこだわり。
 それは、日々が優しさと明るさで包まれる“最高の暮らし”をかなえるため。
 “使い心地に頬がゆるむ”、“暮らしにしっかりとなじむ”
 そんな、“長く愛せる”ものをお届けします。



PLAY MOVIE



暮らしに美しく溶け込む、デザインの魅力

2024年6月に発売したバスルーム「AXIY(アキシイ)」は、“浴槽入浴のある暮らしを通して、Well-Beingな暮らしをお客様に提供する”というコンセプトのもと、デザインを一新。入浴時の開放感につながる「広さ」に最もこだわり、新たに「シンメトリーデザイン」を開発しました。視覚的に奥行と広がりを感じられる空間で、よりリラックスしてお過ごしいただけます。シンプルな内装設計は、素の状態でも魅力的な空間を作ることができる上、お客様自身の暮らしに合わせてカスタマイズできる自由な余白のあるデザインです。

強さと美しさを求めた
人造大理石技術



国産初の人造大理石カウンターキッチンを開発して約50年。素材の研究・開発から成形まで自社で一貫して行い、その性能や美しさに磨きをかけてきました。現在、トクラスの商品には欠かせないコア部材です。1984年にバスタブ用として開発された、「エクラン」もそのひとつ。深みのある輝きと、しっとりとした肌触りはもとより、数十年使用後の劣化の少なさから、ご愛用者様の多いアイテムです。「AXIY」では「エクラン」をバスタブだけではなく、カウンターやワイドグリップ等にも使用し、空間全体の質を高めました。



塗装技術は
新たなステージへ



トクラスは、高級家具製造等で培った100年以上にわたる塗装技術を有します。従来キッチン扉を彩ってきた塗装技術は、基材に新たな表情と機能を加えるコーティング技術として進化しています。キッチンカウンターにも使用できる耐久性と独自の意匠を実現した「TENOR(テノール)」や、人造大理石の端材を塗料に混ぜ、サステナブルと高耐久を実現した「リュックファープ」が、2024年11月発売のドレッサー「Noare(ノアレ)」では、洗面ボウルとして登場。コーディネートしやすい塗装ボウルが、洗面室のみならず、家のあらゆる空間を引き立てます。



トクラスの強み -つながり-



すべてはお客様を知ることから始まります。

一歩踏み込んだ生活提案を通じて

お客様のこれからの生活が快適で豊かなものになるよう

提案力を高める活動を推進しています。



事例取材を軸とした、お客様との コミュニケーション強化

“長く愛着をもってご使用いただける”という魅力をお伝えするため、商品をご愛用中のお客様を積極的に取材し、SNSやWEBサイトで紹介しています。商品の満足、不満足だけでなく、普段の生活や興味の対象等深く知ることで、お客様の価値観を理解し、暮らしと真摯に向き合うことにもつなげています。



周辺工事も当社でワンストップビジネス

ワンストップビジネスとは「商品販売・設置・周辺リフォーム工事」までを当社が請ける仕組みです。従来複数業者が行っていた取り付け設置や周辺工事を、当社のサプライチェーンで完結し、工期短縮につなげています。対応範囲を広げることで、よりお客様の暮らしのご希望をかなえる体制を整えてまいります。



お客様とつながり続ける、アフターサービス

長く安心してご使用いただくため、サポートの拡充を進めています。まずは、コールセンターの待ち時間抑制に努めており、DX化を進めることで、対応時間を約24%短縮しました。修理対応に留まらず、暮らしに寄り添う提案で、“トクラスにしてよかった”と感じていただけるサービスを目指します。



商品だけでなく最高の暮らしを体現する場へ



全国27カ所にあるショールームでは、最高の暮らしをご提案するためお客様の満足度を重視しています。長く暮らしに寄り添う商品だからこそ、居心地の良い空間で、リラックスしてお選びいただくことを大切に、丁寧なヒアリングに基づく提案はもちろんのこと、季節の彩りでお客様との出会いに感謝を伝える「ハレの日のおもてなし」や、空間を五感で体感できるオリジナルアロマ等、“話しやすい”、“また来たい”と感じていただける魅力あるショールームを目指しています。

商品アドバイザーの接客品質向上

トクラスショールームならではの強みを強化しながら、組織全体の専門性と接客レベルを向上するため、全国のショールームを組織化し、独自のスキルマップに基づき研修を行っています。全国のスタッフが一堂に会する研修の場を設ける等、マインドとナレッジの共有を図ることで、全てのショールームにおいて一貫したトクラス品質の接客を提供してまいります。また、ショールームスタッフにとっても、キャリアビジョンを描きやすい組織運営を進めます。



全国ショールームスタッフ合同研修

事業領域の拡大



■ ブランドポジションの向上を目指して

2011年、浙江省寧波市に現地法人を設立しました。以来、現地で求められるものを現地の考え方で提供するマーケットインのビジネスモデルをつくり上げ、現在はトクラスブランドのポジション向上に注力しています。より高い顧客の要望に応えるために、商品だけではなく、ショールームや営業、アフターサービス等の事業活動の面でも、ブランドを意識した施策を行っています。中国では代理店がメーカーを選び自前のショールームをつくり、商品を販売するビジネスモデルとなっているため、代理店からの評価は非常に重要です。現在、当社の看板を掲げる代理店は150社以上あり、ショールームは約200店舗にも上ります。当社のブランドポジション向上の取り組みが高く評価され、北京、上海、蘇州、武漢、長沙といった大都市に旗艦店が出店されています。



■ ビジネスの柱「浄水器」と新たな「高齢化対応商材」

浄水器の販売は、当社が中国市場へ参入した当初から継続しているビジネスのひとつです。日本の技術を導入しながら、現地の水質に合わせて開発された浄水器は、徐々に機種を増やし、2022年に家中のすべての用途に浄化された水を提供できるフルラインナップを完成させました。昨今、中国国内では安全な水の需要が高まり、ローコスト浄水器が市場に増え競争が激化しています。その中で当社は、高い認知度とブランド力を生かし、価格競争に陥らないビジネスを展開しています。一方で、急速に進む中国の高齢化に伴う在宅介護ニーズの増加を背景に、新たな取り組みとして約5年前から、高齢者向け商材の研究開発も行ってきました。その成果を、2024年6月、中国最大規模の高齢者関連展示会「CHINA AID 2024(中国・上海市)」にて初披露。キッチンや浄水器等の水まわり品だけではなく、空気清浄器や家具等住宅におけるあらゆる側面からの高齢者サポート商材を、生活シーンを想起させる居住空間で展示しました。一般来場の方だけではなく、各方面から関心をお寄せいただき、上海市長の視察を受ける10社に選出される等、注目を集めました。今後新しいビジネスとして成長できるよう事業展開を図っていきます。



2024年6月「CHINA AID 2024(中国・上海市)」

■ 住宅設備の枠を超えて、新たな成長の機会を創出する

蓄積された技術から生まれた部材は、既存市場とは異なる分野にも活躍の場を広げています。部材商品のハーフベッセルボウルは、人造大理石で成形された洗面ボウルに特殊な塗装を施したものです。一般的な陶器製洗面ボウルと比べ、形状や色、質感の自由度が高く、また性能面でも、軽さや強度、寸法精度の高さを併せもち、施工性のよいことが強みです。これらの強みが評価され、ホテルの客室や商業施設等、一般住宅とは異なる分野においても品質基準を満たし、採用につながっています。今後も既存の枠にとらわれない提案を続けていきます。



リユッケファープ塗装の洗面ボウル



ホテルインティゴ東京渋谷に採用の当社洗面ボウル

サステナビリティ ESG

サステナビリティ基本方針

トクラスグループは、“お客様の「まいにち」と暮らす。”の企業理念のもと、

お客様の豊かで幸せな暮らしの実現のために新たな価値を創造し続けることが

持続可能な社会の実現につながると考えています。

その実現のために、サステナビリティ活動に取り組み、

倫理的な企業運営及び、公正・健全なサプライチェーンを構築することで、企業価値を向上します。

サステナビリティ実現のための6つの要素



トクラスのESG活動

ESG	E [環境]	S [社会]	G [ガバナンス]
ISO26000 中核課題	● 環境	● 人権 ● 労働慣行 ● 公正な事業慣行 ● 消費者課題 ● コミュニティへの参画	● 組織統治
重要な 取り組み	● カーボンニュートラルへの取り組み ● 資源循環(3R+Renewable)への取り組み ● 水資源使用量削減への取り組み ● 化学物質の適正管理 ● 従業員の環境リテラシーの向上 ● 地域との共生	● ステークホルダーエンゲージメント ● 多様化に合わせた制度づくり ● ワークライフバランスの推進 ● 労働安全衛生への取り組み ● 女性活躍推進	● コーポレート・ガバナンス体制の強化 ● 社外取締役の設置 ● 全社委員会の活性化 ● 社内規程の継続的な見直し ● コンプライアンスの取り組み ● BCPに関する取り組み
2023年度 実施事項	● SBT認定取得(2024/3) ● 黒色人造大理石カウンターのリサイクル化開始 ● 新商品開発及び仕様変更時のアセスメント実施 ● 廃棄物排出量原単位18%削減(2013年比) ● 事業所からのCO ₂ 排出量47%削減(2013年比) ● 緊急時訓練 6回実施(11項目) ● 環境ハトール実施(12回) ● 環境社内教育の実施(4回) ● 労使共催 佐鳴湖清掃活動実施(12月)	● 育児休職取得率 女性:100% 男性:100% ● 女性正社員比率51.4% ● えるぼし(3つ星)認定取得(2023/7) ● シニア従業員の活躍推進 ● テレワークの継続推進 ● 階層別研修、ライフキャリア研修の実施 ● 本社事業所内安全ハトール実施(12回)、衛生管理者ハトール実施(15回) ● 拠点訪問による安全衛生チェック活動(14拠点) ● ショールームヒヤリハットマニュアル作成、公開 ● 労災、交災、通災 総件数一桁化達成	● 取締役会の実効性評価実施(継続) ● マテリアリティ特定(2023/9) ● クリエイティブポリシー策定(2023/10) ● ものづくりポリシー策定(2023/10) ● インボイス対応、新経理システムへの移管完了(2023/10) ● 情報セキュリティ診断に基づく対策実施 ● 社内規程 改定18件、新設・停止0件 ● コンプライアンス通信発行(4回)、および同教育・テスト実施(8回) ● 中途入社へのコンプライアンス研修(11回) ● 災害時安否確認システム訓練実施(6回、内1回48時間以内100%返信達成) ● BCP観点で本社建屋の耐震診断実施
2024年度 の目標	● GHG削減の推進、CFP(カーボンフットプリント)への取り組み ● 人造大理石リサイクルの推進 ● 新商品開発及び仕様変更時における環境アセスメント100%実施 ● 廃棄物排出量原単位20%削減(2013年比) ● 事業所からのCO ₂ 排出量48%削減(2013年比) ● 環境法令遵守、緊急時対応レベルの向上 ● 地域への継続的な貢献	● システム改革の実行(7項目) ● 多様化や成果に対応した人事制度・運用の確立 ● 女性活躍推進の取り組み(えるぼし認定継続) ● 仕事と育児の両立支援取り組み(ブラチナくるみんの取得準備) ● 主体的なキャリア形成支援 ● 社内研修制度の拡充 ● 労災・交災・通災 総件数一桁化(労災・交災・通災 総件数一桁化)	● ビジョン及び中期経営計画等の浸透 ● 内部統制の強化 ● コーポレート業務の効率化・精度向上実現(電子化等) ● 電子化による法務効率化 ● コンプライアンス実効性の向上 ● 大規模災害時等の初動対応力の向上
達成度	○	○	△

ステークホルダーエンゲージメント

ステークホルダーの皆様との良好な関係を当社の経営資源と捉え、

積極的なコミュニケーションによる信頼関係を築き、社会課題の解決に協働して取り組んでまいります。

価値共創

公正な取引と適切なコミュニケーションによる信頼関係を構築し、サステナブルな販売・調達に取り組みます。また、お客様の暮らしをより豊かにするため、お客様視点に立った商品の共同開発や、設置・サービス・物流品質の向上に取り組みます。

- エンゲージメントの方法
方針説明会/安全衛生協議会
調達先へのCSRアンケート
技術交流/定期監査/定期訪問
物流品質安全会議
取引先向け工場見学

“つながり”を大事に

お客様の最高の暮らしを実現するため、トクラスを知っていただく段階から、商品購入、アフターサービスにいたるまで、つながり続けるコミュニケーションの実現に努めます。

- エンゲージメントの方法
ショールーム/お客様相談窓口/ソーシャルメディア/WEBサイト
お客様アンケート/顧客接点(パートナー)/工場見学

ともに成長を

従業員一人ひとりを尊重し、従業員の成長がトクラスの成長であることを軸に、多様性を受け入れ、仕事と生活の調和が取れる労働条件及び健康で安全な職場環境の整備、研修/資格取得支援等を通じた専門性の向上を以て、生き生きと働くことができる職場の実現を目指します。

- エンゲージメントの方法
経営計画説明会/人事評価・フィードバック制度
階層別研修/資格取得支援/労使協議会
内部通報制度/社長表彰制度
全社安全衛生推進委員会



地域との共生

地域社会との対話、及び地域の環境活動、安全活動、福祉協賛活動等への参画に加え、政府機関や地方自治体が策定する各種関係法令を遵守し、持続可能な社会の実現に貢献します。

- エンゲージメントの方法
産官学共同研究/関連団体、工業会等への参画/労使共催地域清掃活動
行政・自治体との意見交換

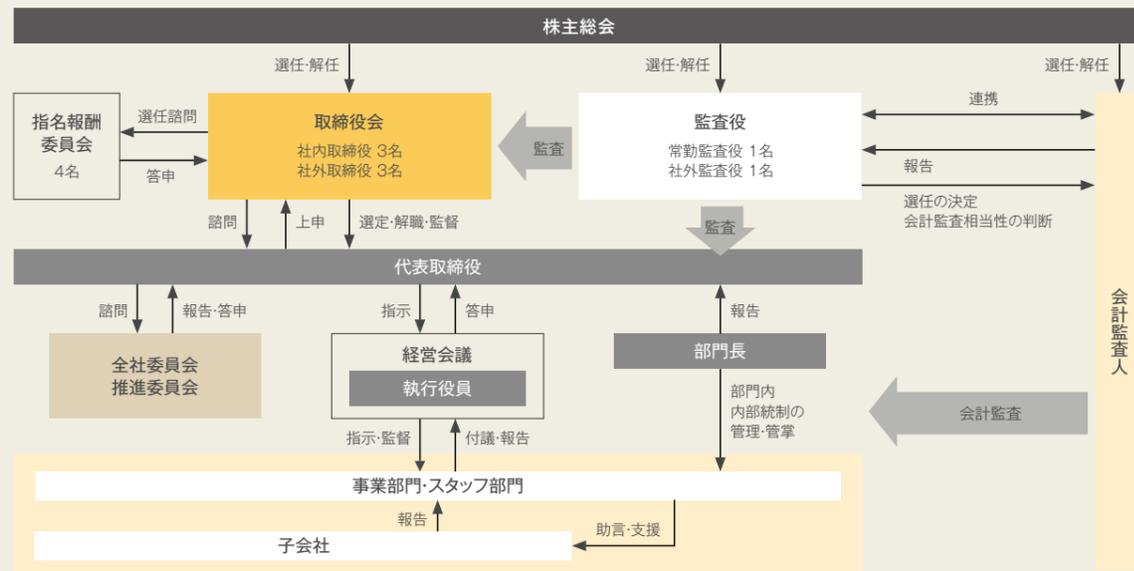
開示と対話

株主の信頼に応えるため、透明性の高い開示と株主との対話により得られた意見を経営に生かし、持続的な成長と企業価値の向上に取り組めます。

- エンゲージメントの方法
株主総会

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスとは、明確で透明性のある、ぶれることのない企業の意思決定の原理であると考えます。事業活動の効率性向上、企業情報の信頼性向上、法令遵守の徹底、財産の保全及びリスク管理力の強化を図るべく、コーポレート・ガバナンス体制図に基づき、内部統制システムの実効性向上に努めることで、企業理念の実現とステークホルダーに対する約束を果たしていけるものと考えます。



ガバナンス強化の取り組み ～取締役会の実効性評価～

当社は、より良いコーポレート・ガバナンスの実現を図るため、毎年、取締役会全体の実効性の分析・評価を行うこととし、その結果を踏まえ翌期の取締役会の運営改善、ガバナンスの強化に生かしています。

● 評価の方法: 取締役、監査役、執行役員を対象としたアンケート形式(16項目)

● 評価、分析のポイント

① 取締役会の構成	② 取締役会の実効性を高める仕組み	③ 取締役会での議論の質と意思決定プロセス
④ 取締役会の議論に関連して提供される情報の質	⑤ 対外的なコミュニケーション	

● 評価の反映と新たな課題

評価を踏まえ2023年度に社内取締役を1名増員、3名に変更し、オブザーブ参加者を減員しました。取締役会資料の事前送付タイミングの前倒しによる議論の円滑化を推進し、取締役の多様性確保、重要な経営課題に対する議論の充実を課題として認識し、今後改善していきます。

リスクマネジメント

事業活動に影響するさまざまなリスクに対して、適切な予防、対応をすることで、お客様への影響を回避、最小化し、社会からの信用維持に努めます。

情報セキュリティの強化



第三者によるセキュリティ診断結果をもとに課題解決に向けた対策スケジュールを策定し、その計画に沿って、WEB/ネットワーク強化、クライアントセキュリティの強化を実施しました。また従業員に対する教育を行い、情報セキュリティに対するリテラシー向上を図りました。今後も対策スケジュールをもとに、デバイス制御、データ保護等について、計画的にセキュリティ強化へ取り組みます。

コンプライアンス



個人情報漏洩防止を中心としたコンプライアンス社内教育を毎月実施しました。コンプライアンスに関する相談や、違反が発生した際に、迅速に情報収集・対応を行うため、新卒入社者及び中途入社者研修時に、コンプライアンス研修とともに、ヘルプラインの説明を行い、実効性を高めています。また、法令WEB配信サービスを活用し、各種関連法令の改正を速やかに社内規程改定やルールの見直しに反映ができるよう取り組んでいます。

BCPへの取り組み



本社事業所では、大規模地震を想定した避難訓練や、浜松市消防局と共催で工場火災を想定した危険物合同訓練を実施しました。大規模災害時に緊急用の電源確保として、発電設備の維持管理を行い、万が一電力の供給が遮断されても、早期の事業再開を視野にライフラインの確保ができる体制を整えています。加えて大規模災害発生時に、従業員の安否と適切な初動対応を行うため、全従業員に対して、安否確認システムの定期的な訓練を実施しています。

品質向上への取り組み



ISO9001をベースにした品質の維持向上に努めています。CS・品質向上推進委員会では、社内外の重要な品質課題に対して部門横断で改善に取り組んでいます。また、取り付け設置においては、現場安全衛生活動に軸をおき、完工検査、安全衛生パトロールの実施や、設置店評価制度を導入し、設置品質向上の意識醸成を図ったことで、取付設置起因による手直しの発生率を低減することができました。

また、物流網の見直しや、システムバスの配送に関し、新たにリターナブルコンテナを採用したことで積載効率が向上するとともに、配送によるキズ等の発生が減少する等、物流品質の向上に取り組み成果を出しています。

調達先に対しては、リスク抽出のためのアンケートを定期的実施し、その対策を共有しています。また人件費上昇に対する価格転嫁を適正に受け入れることで、健全なサプライチェーンを構築するとともに、調達品質の向上につなげています。



多様な人材の活躍に向けて

従業員一人ひとりの行動や判断が今のトクラスをつくり、今後のトクラスに新たな価値を創造していきます。

TOCLAS VISION 2031達成のため、多様な従業員がそれぞれの能力を最大限に発揮できる職場環境づくりを進めています。

ダイバーシティ& インクルージョン

多様な個性を受け入れ、認め、尊重する企業を目指して、従業員一人ひとりが活躍できるよう、職場環境の整備に取り組んでいます。

● 各種休暇取得率

トクラスでは有給休暇の他にも独自の休暇制度を設けています。2023年度はショールーム土日休暇を新設し、通常は土日勤務のショールームスタッフが、必要に応じて土日に休暇を申請しやすい職場風土をつくることをねらいとしています。

	2021年度	2022年度	2023年度
有給休暇取得率	53.0%	58.5%	57.2%
平均有休取得日数	10.2日	11.2日	11.0日
ショールーム土日休暇取得率 (2023年度新設)	—	—	43.6%
ファミリーホリデー取得率 (年度毎に連続2日)	80.5%	86.2%	91.4%
ライフサイクル休暇取得率 (5年毎に連続5日)	83.4%	89.4%	97.7%

● 平均時間外労働

長時間労働の解消を目指して、社内ネットワークの使用時間制限や事務所内消灯時間を設定する等、メリハリのある業務遂行を推進しています。

	2021年度	2022年度	2023年度
平均時間外労働/月	11.1時間	9.7時間	10.7時間

● 女性の活躍状況

トクラスの女性正社員比率は業界内でも高く、社内では多くの女性従業員が活躍しています。結婚や出産後もキャリアを継続できる職場環境の整備を行うとともに、キャリアアップの支援を拡充していきます。

	2021年度	2022年度	2023年度
女性正社員比率	48.6%	50.5%	51.4%
女性管理職比率	4.8%	5.6%	6.7%

■ 人材育成

従業員一人ひとりが自立的にキャリアを描き成長できる環境づくりを進めています。組織の活性化と個々の成長を促すことで、トクラスの新たな価値を創造する原動力をつくっていきます。

テクニカルスキル

職種ごとの専門性を高めるため、社内各部門で次世代の育成に取り組んでいます。

開発

開発スケジュールに合わせた柔軟な要員シフト

2024年6月発売のバスルームAXIYの開発に合わせて、キッチンの開発担当者がバスルームの開発担当にシフトし、新たな領域の業務を経験しました。今後は若手技術者の業務領域を拡大するとともに、担当業務の複線化を目指し、次世代への業務継承を進めていきます。



生産

次世代へ受け継がれる技術「道場」

道場と呼ばれる独自の技能継承の仕組みがあります。一定の技術を習得した若手従業員が約一年間生産ラインを外れ、道場に入門します。道場では、マスターの指導の下で塗装技術を学ぶだけでなく五感に関する美学を学び、職人としての技術と感性を磨いていきます。



販売

次世代の販売を担う若手の育成、全社一丸のチャレンジ

全社をあげてバスルームの販売強化にチャレンジしました。若手営業を中心に、本社での体験入浴会や、取り付け設置・建築現場の下見研修等を開催し、知識の習得とスキルアップに取り組んできました。今後も、お客様の最高の暮らしをかなえるための営業活動を追求していきます。



ポータブルスキル

職種を問わず、時代を超えて発揮できる能力を育成するため、新たな取り組みを開始しています。

● コーチング研修(2023年度新設)

若手から中堅の従業員を対象として、部下・後輩の育成に関する基本的な考え方とスキルを習得する場として本研修を新設しました。受講後の変化として、部下・後輩に対する多様性への理解と、個人の経験則ではなく研修で学んだ育成手法を実践する姿勢が見られています。今後も継続して研修を実施していきます。

● 新入社員研修体系の再整備

2023年度新卒入社者を対象に、一貫した研修プログラムを企画・実施しました。入社時研修から1年間を通して講師と受講者が相互理解を深め、成長ぶりを共有することで、新入社員のモチベーションアップにつながっています。引き続き3年目までフォロー研修を行っていきます。

TOPICS えるぼし認定(3つ星)取得～「どうすれば従業員が働き続けられるか？」を考え実践～



「えるぼし認定」とは、女性の活躍推進に関する取り組みが優良な企業に対して、厚生労働大臣が認定する制度です。トクラスでは15年以上前から、育児を理由とした離職を課題に掲げ、短時間勤務の対象者拡大やフレックスタイム制度の導入に取り組んできました。現在では女性の平均勤続年数が12.2年にまで伸びています。また、正社員への転換制度や、再雇用制度を整備することで、さらに女性のキャリアを広げています。こうした長年に渡る取り組みの結果、「えるぼし認定」の最高位である3つ星を取得することができました。

女性比率の高さをトクラスの強みとして、多様な人材が活躍できる企業へ

女性比率が半数以上となったトクラスがさらに発展していくためには、女性従業員の活躍が不可欠であり、キャリア継続・キャリアアップを支援する取り組みが必要です。2023年度より、次世代の基幹候補人材に向けた取り組みのひとつとして女性リーダー育成プログラムを計画し、2024年度から研修を実施します。その前段階として上司向けセミナーを開催し、全社をあげて組織風土づくりを進めていきます。このような取り組みをはじめとして、女性だけでなく従業員一人ひとりが個々の能力を十分に発揮し、多様な人材が活躍できる環境を整備してまいります。



カーボンニュートラルに向けて

■ 気候変動への取り組み

トラスグループは気候変動を重要な課題であると認識しています。

社会全体で取り組む脱炭素社会への貢献のため、科学的根拠に基づいたGHG(温室効果ガス)

削減目標を設定し、2024年3月14日にSBTi(SBTイニシアチブ)から承認を受けました。

事業所から排出されるGHGについては、BCPや中長期の生産体制も考慮した

計画的な省エネ・創エネ・再エネへの取り組みを開始し、順調な削減ができています。

商品ライフサイクルにおけるGHG削減については、全社で目標を共有し、各部門が協力して

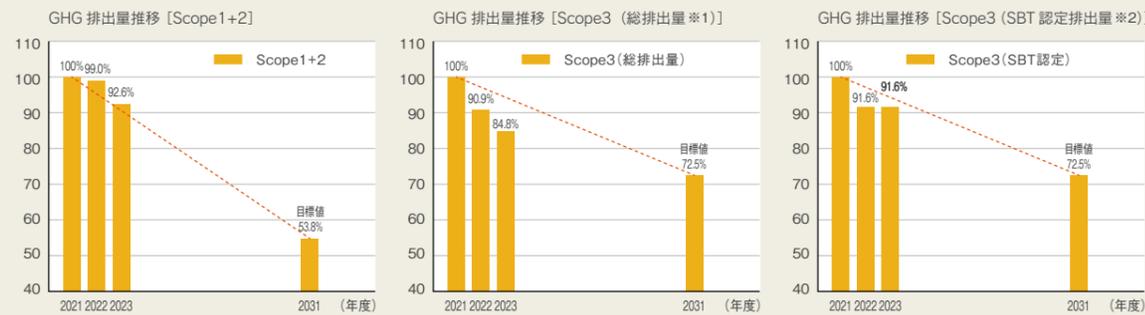
省エネ機器の設定や省資源化、及び物流効率や品質の向上により、目標を達成してまいります。

■ SBTiから承認されたトラスグループのGHG排出量削減目標

対象項目	削減目標
Scope1: 事業者自らによる温室効果ガス直接排出	2021年度を基準年度とし、 2031年度までに46.2%削減する
Scope2: 他社から提供された電気、熱、蒸気の使用に伴う間接排出	2031年度までに、27.5%削減する
Scope3: Scope2以外の間接排出	2031年度までに、27.5%削減する



■ GHG排出量推移(2021年度を100%とした場合)



※1:すべてのカテゴリーの直接排出量及び間接排出量の合計
 ※2:カテゴリー1及びカテゴリー11の合計値。カテゴリー11の給湯エネルギー及び水使用に関するGHG排出量は除く。

■ GHG削減の具体的取り組み例

GHG Scope	GHG削減取り組み例
Scope1	A重油使用停止、製造工程見直し、蒸気削除取り組み、EV/HV車への転換
Scope2	省エネ、高効率設備導入、PPA等再エネ導入、地中熱利用、エア使用量削減
Scope3	
Category1 購入した製品・サービス	原材料使用量の削減、歩留まり向上、品質不具合削減、サステナブル素材への転換
Category4 輸送、配送(上流)	配送率向上、積載率の改善、イレギュラー配送削減、物流品質向上、物流網再編
Category5 事業から出る廃棄物	歩留まり改善、廃棄物の有償化、リサイクル、分別の徹底
Category11 販売した製品の使用	省エネ機器の採用、環境負荷低減商品の設定
Category12 販売した製品の廃棄	省資源化・軽量化、リサイクルの推進

循環経済(サーキュラーエコノミー)に向けて

■ 資源循環(3R+Renewable)への取り組み

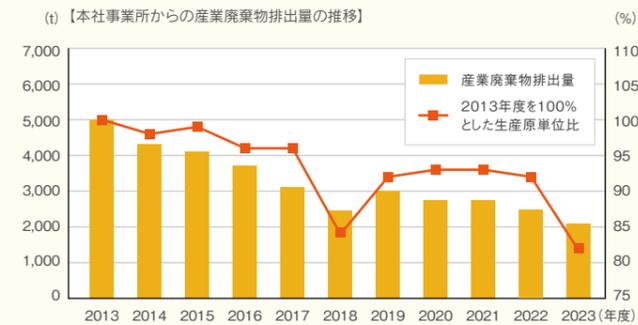
限りある資源の効率的な活用のため、バリューチェーン全体で3R+Renewableに取り組んでいます。年々、事業所から排出される廃棄物量は減少しており、リサイクル率も向上しています。

- 新商品開発時には原材料使用量削減の目標値を設定し、開発完了時に達成度評価を実施しています。
- また仕様変更時には、原材料や部品の削減量だけでなく、CO₂削減量についても算定・評価を開始しました。今後はScope3との連動や、CFP(カーボンフットプリント)への取り組みを推進します。

- 技術開発部門において、バイオプラスチックの適用可能性検討を開始し、環境に配慮した商品開発を進めています。

- 製造部門では歩留まり向上等、木くずの削減やマテリアルリサイクルに取り組んでおり、廃棄物削減に大きく貢献しています。

近年、重要テーマと位置付けているのが、商品企画、設計・デザイン、技術開発部門及び製造部門が一体となり、環境の視点も考慮した新商品開発に取り組むことです。2024年6月発売のバスルーム「AXIY(アクシイ)」の標準仕様では、従来品よりも製品重量を14.5kg(4.3%)削減しました。トラスの強みである「人造大理石技術」と「塗装技術」を最大限に活かした新キッチン扉「リュッケファープ」は、2023年度のグッドデザイン賞を受賞しましたが、評価理由のひとつには、廃棄物として発生する人造大理石の粉を塗料に混ぜることで、意匠性や耐久性だけでなく環境にも配慮した点が挙げられます。



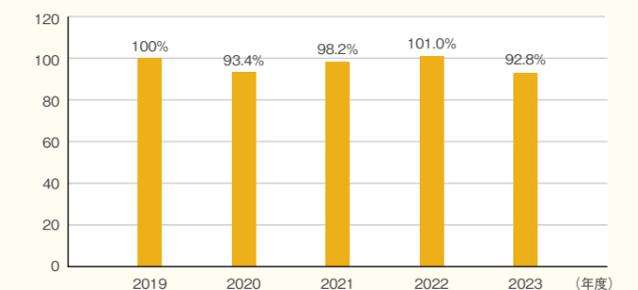
L型ランニングソー:木工課での歩留まり向上

スチロールポスト:浴室生産課でのスタイロフォームのリサイクル化

■ 水使用量削減への取り組み

当社の人造大理石キッチンカウンターやシンクの成形では蒸気を使用しています。また成形後の冷却にも水を使用し、これらはすべて地下水を使用しています。蒸気使用量の削減については、生産工程の見直し、蒸気配管の断熱化、配管からの漏れチェック、ジャストインタイムの送蒸運用等を実施しています。今後は開発部門において中長期的な視点での水使用量削減に取り組むことで、限りある水資源に対し使用量の削減のみならず、原材料の削減、熱エネルギーの削減、井戸からの汲み上げ時の電力削減等、総合的な環境負荷低減を目指します。

【本社事業所 地下水使用量】



※2019年度を100%とした場合。



トクラスレポートについて

「トクラスレポート2024-2025」は、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションツールとして、理念体系、歴史、目指すべき姿やサステナブル活動などを、一部、国際統合報告フレームワークなどを参照して報告しています。お客様の“まいにち”の暮らしが“豊かで幸せ”になるため、トクラスが提供する価値をお届けします。

お問い合わせ先

トクラス株式会社 経営管理部 総務室 TEL: 053-485-1200

