



# トクラスCSRレポート

# 2016



TOCLAS(トクラス)に込めた思い



TOCLAS(トクラス)の語源は、  
当社の企業理念“お客様の「まいにち」と暮らす。”の  
「と暮らす」からつくられ、お客様一人ひとりの暮らしに長く寄り添い、  
新たな生活価値を提供し続ける企業でありたいとの思いを込めています。  
また、このロゴマークはTOCLASブランドの「くらしをつくる品質と意思」を  
「チェックマーク」として表現しています。

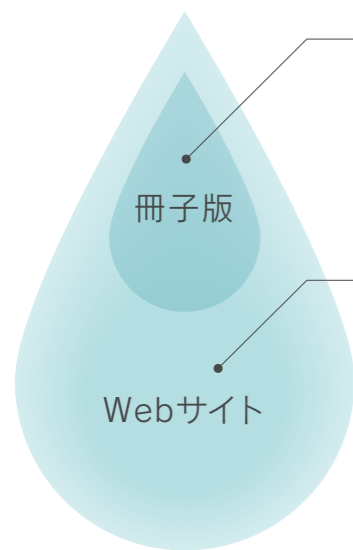


contents

- 編集方針 ..... 01
- 企業理念・事業紹介 ..... 03
- CSR方針 ..... 07
- トップインタビュー ..... 09
- 特集 ..... 11
- よりよい商品をお客様へ ..... 17
- お客様の満足に向けて ..... 19
- パートナーの皆様とともに ..... 21
- ともに働く人々と ..... 23
- 環境のために ..... 27
- 社会とともに ..... 29
- CSRの基盤 ..... 31
- CSRレポートアンケート結果報告 ..... 33
- 第三者意見・編集後記 ..... 34

## 編集方針

トクラスは、CSRレポートがステークホルダーの皆様との重要なコミュニケーションツールであると考えます。  
今回の特集では、新商品開発への熱い思いやこだわり、組立や取付設置の効率が向上するように考えられた仕様改善など、各プロセスに携わるパートナーの皆様と、CSRに関しての考え方を共有し取り組んだ活動を掲載しています。



### 重点報告(年次レポート)

トップメッセージ、特集など2015年度に実施した活動や今後の方針をダイジェストで報告しています。

### 詳細報告(年次レポート)

Webサイトでは、冊子版で開示している情報と合わせて、各ステークホルダーの皆様に対して取り組んだ活動の報告を掲載しています。



### 報告期間

2015年度(2015年4月~2016年3月)  
(一部2016年4月以降の情報を記載しています)

### 報告組織

トクラス株式会社、及びトクラスプロダクツ株式会社  
(他2社は製造拠点ではないため、報告対象外としています)

### 想定している対象読者

お客様、パートナー企業、地域住民、行政機関、NGO、NPO、従業員など、さまざまなステークホルダーの皆様

### 参考としているガイドライン

GRIガイドライン 第4版  
環境省 環境報告ガイドライン 2012年版

### 次回発行予定

2017年9月

### お問い合わせ先

トクラス株式会社 経営管理部 総務室  
TEL.053-485-1201

## 会社概要

### 商号

トクラス株式会社

### 本社所在地

静岡県浜松市西区西山町1370番地

### 沿革

1991年10月1日  
ヤマハリビングテック株式会社設立  
2013年10月1日  
トクラス株式会社に商号変更

### 資本金

11億2204万円

### 従業員

893名

### 連結子会社

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

(2016年8月時点)

## 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るため、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。

## トクラスがお客様に提供する価値

### いつも心地よく

世の中を見据えて  
新たな「心地よさ」を探求し  
家に帰るとほっとする  
そんな空間創りを  
提案します

### いつまでも安心

購入前はもちろん  
購入した後もずっと  
商品やサービスを通して  
お客様をサポートする  
安心を提供します

住宅設備は洋服や自動車のように何度も買い替えられるものではありません。

だから、「長く快適に使える」という視点を一番大切にしたい。

何気ない日常にそっと寄り添い、「いつも心地よく、いつまでも安心」をお届けします。

## トクラスのものづくりを支える3つの軸

### ソリューション提案

今のあたりまえが本当にあたりまえなのか。今どきの生活、これからの生活を見据えて潜在的なお困り事に対して提案していきます。

### 素材品質

お客様の生活に最も適した品質を目指し、ロングライフと快適な使い勝手を素材から提案していきます。

### 感性品質

その場にいるだけで心が安らぐ、愛着を持って自分なりの使い方を創造できる、そんなお客様の気持ちに応える提案をしていきます。

## キッチン事業

自社開発の人造大理石を軸に、DK空間トータルでの提案をしていきます。

当社が日本初の人造大理石カウンターキッチンを開発してから2016年で40周年を迎えます。1976年、ステンレスカウンターが当たり前の時代に、キッチンのカウンターとして最適な素材とは何かを考え、原料の配合から追求して生まれた人造大理石カウンター。お客様のご要望に応えるべく改良を重ね進化してきました。

現在では、カウンターだけでなく、キッチンメーカーであるトクラスだからこそのものづくりとして、サイクロンフード、塗装扉、浄水器を自社開発しています。

今後もお客様のニーズの多様化や時代の変化にあわせ、住空間におけるキッチンのあり方を見直し、トクラス独自の人造大理石カウンターのさらなる進化とDK空間トータルでの提案をしていきます。



## バス・洗面事業

いつでも誰でも、入浴の楽しみ方いろいろ入浴スタイルで選ぶトクラスバスルーム。

### トクラスバスルーム

ファッションや趣味を楽しむように、毎日の入浴を自分らしいスタイルで楽しむ人々が増えています。多様化するライフスタイルに合わせて、いつでも、誰にでも心地よいバスタイムを演出するトクラスバスルーム。そこには空間を広くのびのびと使える工夫を取り入れた新発想の「3Dエルゴデザイン」、お手入れや省エネへの配慮、キレイが続く人造大理石のバスタブなどトクラス独自の技術が詰め込まれています。

今後はさらなる暮らしの快適を求め、トクラススマートパッケージ<sup>®</sup>による「思った時、思い通り」が生む快適さの技術開発に取り組んでいきます。



### トクラスドレッサー

「毎日の生活をもっと輝かせる洗面化粧台ってなんだろう？」という発想のもと、お手入れ、使いやすさ、収納、省エネ、キレイが続く人造大理石のポウルなどトクラス独自の技術が詰め込まれています。

今後は洗面室での生活シーンを思い浮かべ、新たな空間創りへもチャレンジしていきます。



※トクラススマートパッケージ: 住宅の設備機器をインターネットと室内ネットワークでつなげて、便利で快適な住まいを実現する製品群の総称。詳しくはWebサイトをご覧ください。 <http://www.toclas.co.jp/bathroom/toclassmartpackage/>

# 浄水器事業

まいにちに欠かせない「水道水」を通して、より安心して過ごせる生活を提案していきます。

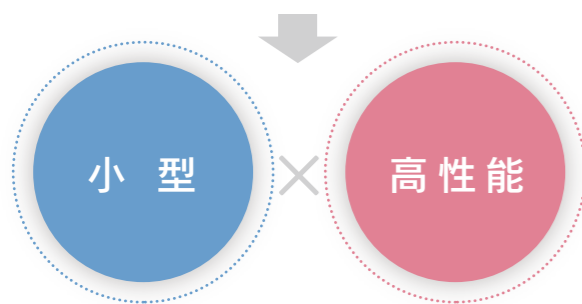
## 飲用・調理用浄水器

「小さなサイズで最大限の除去力」をコンセプトに、キッチンでお使いいただける飲用浄水器、料理用浄水器の企画・開発・販売を行っています。

通常、浄水カートリッジのサイズを小さくすると、浄水性能が低下します。トクラスは活性炭の配合技術を活かし、小さくても浄化性能を維持できる浄水カートリッジの開発を進め、お客様一人ひとりに提案できる生活スタイルの可能性を広げていきたいと考えています。



## 活性炭の配合技術



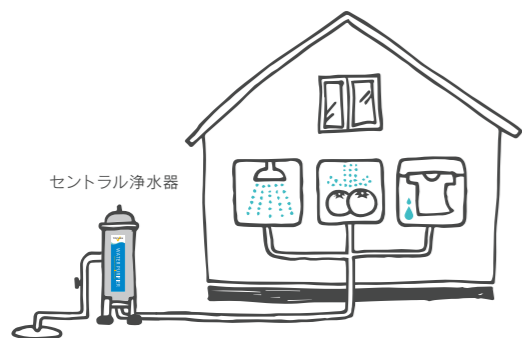
浄水カートリッジ

## セントラル浄水器 (海外のみの展開)

水道インフラの発展途上にあるインドネシアを中心に「セントラル浄水器」の販売を展開しています。

キッチンに取り付ける飲用・調理用浄水器に対して、セントラル浄水器は給配管に取り付けて、家中の生活用水を「きれいな水」にする浄水器です。

活性炭の成形技術を活かし、海外においてもメンテナンスしやすい浄水カートリッジの開発を進めています。また、より多くの人に生活用水を安心してお使いいただけるまいにちを提供していきたいと考えています。



セントラル浄水器の取付イメージ

※調理、野菜・食器洗いには、飲用・調理用浄水器の併用が必要です。



# 技術開発

独自の技術により事業の土台を固め、更に新しい分野への発展を担っています。

## 化学技術

商品のお手入れ性の良さやロングライフを支えるために素材配合の研究から行っています。キッチンカウンターやバスタブは発売当初から独自に素材開発を進めており、商品のコンセプトと時代に合わせた提案を続けています。



キッチンカウンターとシンク



バスタブ

## 機器技術

サイクロンフードやミスト温風、サウンドシャワーなど住宅設備に関する機器を自社開発することで、お客様に生活提案を行ってきました。今後はネットワークと連携した機器開発をすすめ、トクラス独自の提案をしていきます。



サイクロンフード



スピード暖房「すくほか」

## WPC技術

WPC(ウッドプラスチックコンポジット)とは、木粉と樹脂を混合し、粒状に加工した素材で、エクステリアなどの製品に加工されて使用されています。

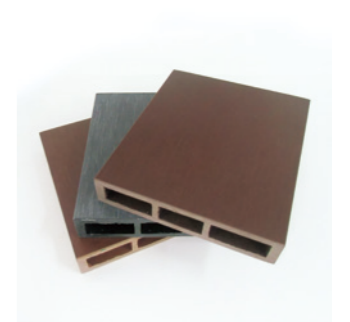
トクラスでは、2001年より水に強い木質系の開発、キッチン生産工場から排出される木質系廃棄物の削減を目的に研究を開始し、ウッドデッキの材料として販売しています。

更に、未利用バイオマスの活用へと視点を広げ、セルロースナノファイバーの研究にも着手しています。また、環境省の助成金事業の一環としてその活用用途の可能性などについても研究を進めています。

素材としての特性の研究から、活用用途とその影響に至るまで一貫した視点で研究を進めることで、環境に貢献できる素材を社会に提案していきたいと考えています。



WPC



WPCを使用したウッドデッキ材



自動車パーツの試作

# CSR方針

私たちは、社会の声に耳を傾けながら、お客様やパートナーの皆様との対話を重ね、ともに働く人々とトクラスが果たすべき務めを見出します。

そして、常に真摯に対応し誠実に行動することで務めを果たし、事業活動を通して持続可能な社会<sup>\*</sup>の実現に貢献します。

ステークホルダーの皆様に対して2015年度に取り組んだ活動の振り返りと、これからの目標・方針を報告します。



## お客様の満足に向けて

### 2015年度の振り返り

- 常に安定したサービスを提供するために、サービス代行店の評価制度を開始
- 浴室壁を交換せずに外観を新しくするリニューアルメニューを充実
- お客様の困り事の解決や生活を快適にするためのプラン提案とショールームづくりを促進

### 2016年度以降の目標・方針

- リニューアルメニューの増加による、お客様の選択肢の更なる拡大
- クリーニングサービス等、新しいサービスメニューの充実
- 販売店様への商品研修会開催やお客様満足につなげる情報提供の基盤づくり

## パートナーの皆様とともに

### 2015年度の振り返り

- 政策方針説明会に加え、商品説明会の実施で関係性を強化
- 設置品質のさらなる向上のために、取付設置現場における安全衛生に関する基準書の制定に着手
- サプライヤーの皆様へCSR調達ガイドラインのご理解をお願いするとともに、主要サプライヤー様のCSR調達の取り組み状況把握のためのアンケート調査を実施

### 2016年度以降の目標・方針

- 定期的な情報提供と販促提案で関係性を強化
- 配送イレギュラー削減のために物流費の見える化のレベルアップと、取付設置安全体制の確立
- サプライヤーの皆様へのCSR調達ガイドラインの説明とアンケート調査の継続

## ともに働く人々と

### 2015年度の振り返り

- より多様な働き方が実現できるように、育児フレックスタイム勤務制度を導入
- 人事制度の運用高度化を目的として、人事制度の運用状況に関する従業員アンケートを実施
- 従業員のさらなる能力発揮のために、若年層向け教育研修体系を見直し

### 2016年度以降の目標・方針

- 性別・年齢・育児・障害等に拘わらず活躍できる就労環境の整備
- マネジメント力強化に向けた管理職層・リーダー層研修の見直し

<sup>\*</sup> 持続可能な社会: 人類・その他生物が生存可能な地球環境を維持し続けることはもとより、健全な社会基盤や秩序、幸せを感じる生活を将来世代に継承できるような社会。

## 環境のために

### 2015年度の振り返り

- ボイラーの燃料転換により温室効果ガスの発生を抑制
- 太陽光発電システムの運用を開始
- ISO14001規格改定への対応を開始

### 2016年度以降の目標・方針

- ISO14001の2015年度版への移行
- 電力使用のピークコントロールとエア供給量の最適化によるエネルギー使用量の削減
- 社外情報発信として、「平成28年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」へのエントリー

## 社会とともに

### 2015年度の振り返り

- トクラスの認知・理解促進のために、地域に貢献する活動を実施
- 全国の大学生・大学院生を対象にしたインターンシップを実施
- 地域の企業や次世代を担う皆様へ、知識を提供する取り組みを実施

### 2016年度以降の目標・方針

- 活動を継続することで、地域・社会との関係を強化
- 次世代育成の推進に向けた、知識を提供する取り組みを実施

## CSRの基盤

### 2015年度の振り返り

- 「経営会議」の運営見直しと「執行役員会議」の新設により執行体制を強化
- 「トクラス・コーポレートガバナンス憲章」を制定
- 「ERM分科会」による事業基盤を脅かすリスクの認識共有と部門間の連携を促進

### 2016年度以降の目標・方針

- 全社委員会の活性化によるリスクマネジメントの強化
- 従業員へのコンプライアンス意識の継続的醸成

# わたしたちの企業理念を実現していく ことこそが、トクラスのCSRです。 そのためにも、パートナーの皆様との 連携を大切にしています。

トクラスの企業理念は“お客様の「まいにち」と暮らす。”です。「私たちにしかできない発想」を大切に、お客様にご満足いただく製品づくりと新しい生活提案をしまいいりました。社会の変化に伴い、お客様の暮らしも多様化しています。その中で、一人ひとりの暮らしが少しでも快適になるよういつも考えています。企業理念を真摯に実践することこそが、トクラスの社会貢献であり、CSRの基本姿勢です。



代表取締役社長 八幡 泰司

## 数多くの工程と作業が必要なシステムキッチン

トクラスの主要な商品は、システムキッチンやシステムバスルーム、洗面化粧台といった住宅設備です。住宅設備には他にもトイレなどの衛生陶器がありますが、巨大な生産設備を持つ工場内で、一貫して製造され、設置現場まで梱包された状態で運ばれて納品が完了する衛生陶器と当社の商品とはその製造方法や納品形態が大きく異なっています。

例えばシステムキッチンは、それほど大規模な生産設備は必要ないかわりに、工場内の工程は多岐にわたります。サプライヤー様から仕入れたさまざまな材料や部品で、キャビネットの組み立てやカウンターの製造が行われます。さらに、食洗機やIHヒーター、ガスレンジなどを供給いただきます。そして、扉やパネルなど部材ごとに分けて30~50個に梱包され、工場から取付設置現場へ搬送されます。このように、サイズや色や機器などお客様それぞれのご要望に合わせてオーダーされた商品が、工場内で数多くの手間をかけて作られています。現場に届いた商品は、取付設置店様によって梱包を解かれ、組み立て、設置されて初めてシステムキッチンとして完成します。このさまざまな部材の組み合わせによって生まれるオーダーメイド性の高さこそがシステムキッチンと呼ばれる所以なのです。



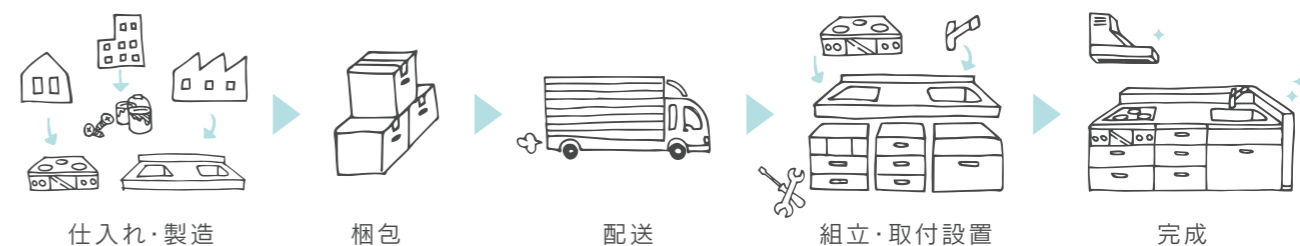
## システム製品だからこそ 多様なパートナーの皆様が欠かせない

このように、様々な材料や多様な加工・製作工程、熟達した施工技術などを必要とするシステムキッチンやシステムバスルームといったシステム製品を製造・販売するトクラスにとって、信頼のおけるパートナーの皆様は命綱と言ってもいいほど大切な存在です。商品を買ってくださるお客様はもちろんですが、販売店様、物流会社様、サプライヤー様、取付設置店様など、お互いを支え合う「パートナー」の存在が欠かせません。



このように、多様なパートナーの皆様に多面的に支えられているトクラスですが、パートナーの皆様にとってもトクラスは「必要な存在」でありたいと願っています。それは単に仕事の発注者としてだけでなく、例えば、商品の品質やデザインに対する要求レベルが高いトクラスと取引しているということが、パートナーの皆様への信頼度や商品の評価を高め、新たなビジネスチャンスを生む、そんな存在でありたいのです。

## システムキッチンができるまで



## “支え合う”関係から“高め合う”関係を 築いて、社会へ貢献したい

さらに、今後はこうしたビジネスにおける共存共栄の「支え合う」関係を超越して、お互いが新しい価値を創造し、それを認め合い、商品化して社会に送り出すことで、ともに社会的な企業価値を高めていく、そのような「高め合う」関係を構築して、社会の持続可能な発展に貢献していきたいと考えています。

私たちがパートナー様と共に世に送り出してきた商品のひとつである人造大理石のカウンターを搭載した国産初のシステムキッチンは、今年で発売40周年を迎えます。これまでにない商品は、素材から開発が必要で、様々なパートナー様のご協力を得て生み出されました。発売当初にご購入いただいたお客様から、「毎日使うものでありながら、簡単にキズを取り除き、きれいになって、40年経ってもその美しさを失わない」とお喜びの声を頂戴しています。長く愛されるロングライフの品質を創り出すことは私たちの使命であり、大切な社会貢献のひとつと考えています。

トクラスはオリジナリティで勝負している会社ですので、“濃い”関係のパートナー様が不可欠です。これからも、技術やサービスの質を高め、パートナー様との強い連携のもと、お客様に新しい価値を提供していくために、全社を挙げて邁進していきます。



## 特集 「every(エブリイ)」に込めた「パートナーの皆様×トクラス」の思い

2016年2月に発売されたトクラスバスルーム「every」。

お客様の「かけがえのない毎日」のために、パートナーの皆様とトクラスが切磋琢磨して創り上げた新商品はいかにして生まれ受け止められているのか。

関係者の思いを追い、明らかにする。



## お客様、パートナーの皆様… あらゆる「every」に応える商品を世に出したい。

バス洗面企画グループ 高塚 達也

トクラスと他社のシステムバスルームを改めて比較してみると、バスタブがあって、カウンターがあって、正面にミラーがあって…と、パッと見て区別がつかなかったんです。そこで、この業界の常識を一旦取り払うために、お客様が実際にお風呂をどう使い、何を重視しているかを調査してみました。その結果、シャワーだけで済ましたり、半身浴で長時間過ごしたり、入浴方法が多様化していることに気が付きました。これらをヒントに、様々な入浴方法でも自由に使える、「いつでも、誰でも、いろいろな楽しみ方が出来る」、つまり「every」をコンセプトとして開発をスタートさせました。

一方で、「every」には販売店の皆様、サプライヤー様、物流会社様、取付設置店様などのパートナーの皆様にも使いやすい商品にしようという思いが込められています。そのために、全ての過程で問題点を洗い出し、「パートナーの皆様にとってもいい商品」を徹底的に追求しました。販売店の皆様にとってはお客様に提案しやすくなるように、サプライヤー様にとっては安定した品質で生産・供給しやすくなるように、取付設置店様にとっては取付設置がスムーズになるように。そのような意味で「every」は実際に使用するお客様だけでなく、パートナーの皆様の「every」に応える商品であると言えます。

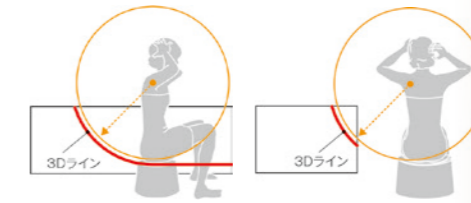
あらゆる「every」に応えることで、トクラスにとって新しい切り口の商品になったと思います。



## 空間を広くのびのびと使えるデザインを追求しました。

バス洗面企画グループ 柴谷 将史

「エルゴデザイン」は2000年の発売以降、多くのお客様にご愛顧いただいているトクラスバスルームの資産です。今回「エルゴデザイン」を進化させる為、「エルゴデザイン」の本質である「洗い場も、浴槽もどちらも使いやすいデザイン」に立ち返りました。従来は、バスタブに浸かる、洗い場で体や髪を洗い流すといった人の動きを2次元の「円」でとらえていました。それを「球」という3次元でとらえることで、これまで以上の「動きやすい広さ」を実現したのが「3Dエルゴデザイン」です。



洗い場での人の動きから導き出された3Dライン  
バスタブを切り取ったような形は、洗い場で腕や手が当たらないように考えられたデザイン。



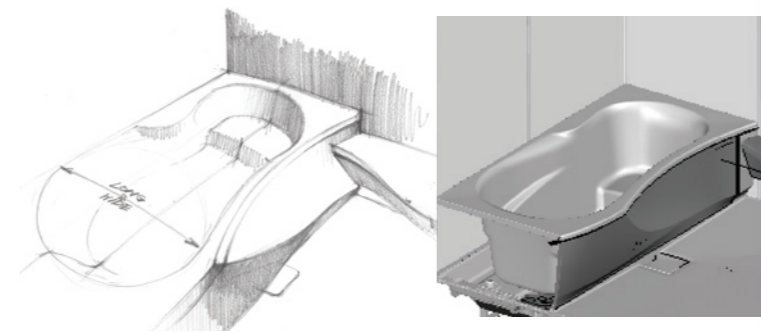
## デザイナーの感性を形にする。それはまさに挑戦でした。

バス洗面開発グループ 野村 勇太

「3Dエルゴデザイン」のコンセプトを具現化する際、最も注力したのは、洗い場の広さの確保とバスタブへの入り心地の向上という相反する要件を同時に実現するフォルムを探し出すことでした。

「3Dエルゴデザイン」はバスタブの形だけでは完結せず、バスエプロン(バスタブ側面)も含めたデザインになっています。全てが曲面からなる「3Dエルゴデザイン」を量産化するためには、デザイナーの感性をも数値化しなければならず、コンセプトを満足させ、かつ造型として成り立つ3次元データ作りを頭を悩ませました。

幾度かの試作と修正を繰り返し、それを3次元データに反映することで「3Dエルゴデザイン」を取り入れたトクラスバスルームが出来上がっています。



デザイン画(左図)をもとに3次元データ(右図)を作成。デザイナーの感性を再現した3次元データにより、「every」の量産化が実現。



## お客様、取付設置店様双方の負担軽減を目指して。

SCM設置物流改善グループ 野村 龍二

「every」開発において、取付設置の観点からは、2つのことに重点をおきました。1つ目は、水廻りリフォームなどでの訪問滞在時間を短縮することでお客様のご負担を軽減すること。2つ目は、職方の高齢化や若年層の就業率低下などの影響を受ける取付設置店様の経営状態を改善するために、作業内容に見合った対価を提供することです。それら重点対応のためには、「設置時間の短縮」という課題に取り組みなければならないと考えました。

そこでまず、現行の取付設置に関する問題点を把握するために、取付設置店様に対しヒアリングを行い、一つひとつ改善策を練っていきました。商品仕様を確定するまでには、数多くの難関がありました。特に苦労したのは、私たち取付設置技術担当が希望する構造と、安定的に供給可能な材料・構造とがなかなか一致しなかったことです。設置研修時に取付設置店様から、「手間が少なくなったね」と言われた時は、達成感がありました。今後もずっと、取付設置店様に「トクラス商品を設置したい」と言っていただけるよう、取付設置に対する負荷軽減活動を続けていきたいと思ひます。



## ヒアリングから見えた改善策を「every」で活かしました。


よくしたいポイント 1

**天井をもっとラクに取り付けたい!**

↓

**天井の構造を改良!**

ネジ固定箇所が多く、工数がかかっていた天井の設置作業。「every」では、天井レールの取り付けをネジ固定からネジを使わない嵌め込み式にすることで、品質を確保したまま、工数の改善ができました。また天井本体のサイズを見直し、空間の限られた建築躯体の中でも設置しやすくしました。



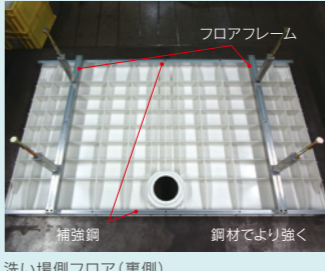
よくしたいポイント 2

**フロアの水平調整をカンタンにしたい!**

↓

**フロアの構造を強化!**

浴室設置の要ともいえる、フロアの水平調整。「every」のフロアは、樹脂製の洗い場パンに鋼材フレームを取り付ける構造にしたことで、形状を安定させ、フロアの水平がより調整しやすくなりました。さらに重量は軽量化しながらも剛性は向上しており、このことも設置時間の短縮に貢献しています。




よくしたいポイント 3

**養生材があると便利!**

↓

**梱包材を再利用!**

商品を安全にお客様に届け終わると、廃棄していた梱包材。「every」の梱包材は作業中の養生材として再利用できるように、洗い場フロアの大きさに合わせて切り取り線を設けました。そのため、取付設置店の皆様に作業養生材を準備していただく手間を省くことができました。



### 取付設置店の皆様に実施したヒアリング

- ムダ、ムラの洗い出しのための部材点数測量
- 養生材、管材に関する使用目的、用途等の調査とその妥当性
- 主要設置店様と開発担当および全国の取付設置技術担当・サービス担当との構造に関する協議



「every」の構造に関する意見交換会の様子

## 「every」には取付設置店の意見も活かしています。

有限会社ケイズ・システム 代表取締役 水谷 高広様

「every」の開発段階での検証会に参加し、「every」の試作品を実際に組立てながら、設計・技術担当の方と意見交換をしました。取付設置店である私たちの意見を前向きに検討していたことが印象に残っています。その結果、発売された「every」は、防水パンが非常に軽くなったことや、器具の取付方法が一部変更されたことなどにより、従来の商品と比較して作業効率が格段に良くなりました。また、器具の取付方法の変更により、設置完了後の追加工事等にも容易に対応できるようになったことは、取付設置店にとって、何よりお客様にとって大きなメリットだと思います。



その他約50項目について仕様改善したところ...

システムバスルームの取付設置時間

**2時間短縮!!** ※

※当社比 検証条件:1616サイズ カウンタータイプ 新築現場での取付設置を想定

## 「every」が目指す品質の実現に向けて

### ものづくりへの熱い思いに応えるために。

児玉化学工業株式会社 課長 青木 光喜様

「every」の発売前、トクラスとのやりとりの中で特に印象に残っていることは、「成形し難くはないか?」「組立し難くはないか?」など、私たち生産する側の立場に立った気づきのある言葉を数多くいただいたことです。試作段階に留まらず、その後の当社における量産性までを考えたものづくりへの熱い思いを感じました。私たちも「その思いに応えなければ」という気持ちが自然と湧いてきて、心地よくモチベーションを高めることができました。私たちは安定した品質の製品をお届けすることを使命と考えます。また外観のクオリティにもこだわり、妥協はしません。これからも製品に込めた思いをお客様へ伝えられるように精進していきます。



トクラスバスルーム 天井加工の様子

### 企業の枠を超えて、お客様の満足を目指す提案を。

トクラスプロダクツ株式会社 部長 坂田 利博

トクラスの生産子会社であるトクラスプロダクツは、新商品開発段階から、生産の立場でものづくりの提案をしています。今回の「every」開発においては、試作から量産に落とし込んだ場合に想定される問題点や、どの工程までをサプライヤー様にお願いし、どこからトクラスプロダクツで請け負うことが最適であるかを、全体の効率を考えた上で提案しました。お客様にご満足いただける商品をお届けしたいという気持ちは、私たちも同じです。







## お客様の生活スタイルに合わせた ご提案をしています。

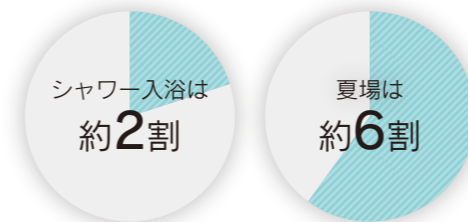
トクラスリフォームクラブ加盟店  
株式会社エレフオン 代表取締役 佐山 華奈子様

2016年2月に宇都宮ショールームで開催された説明会に参加し、そこで新商品の「every」について知り、お客様に提案したいと考え当社に展示しました。新商品のトクラスバスルーム「入浴スタイルで選べるお風呂」のお客様へのご提案方法が今までになく、提案しやすい印象でした。今までは大きさや色、機能などに重点を置いて選択していたので、お客様の生活に寄り添うカタチで提案できると考えました。提案する際は、家族構成や入浴時間、またお湯をはる頻度やシャンプーなどの収納が必要な量を伺い、実際にバスルーム内のアイテムをご案内しています。

## お客様への新しい提案 入浴スタイルで選ぶバスルーム「every」。

11ページに記載があるように、現代人のお風呂の使い方は様々です。シャワーのみの入浴、半身浴などの入浴方法、椅子や洗面器の利用の有無、スマートフォンや雑誌などの持込など、入浴スタイルが多様化しています。例えば、シャワー入浴のみの人、洗面器をまったく使わない人にとって、カウンターは不要になります。こうした背景から「シャワータイプ」、「カウンタータイプ」、「ベーシックタイプ」の3つのタイプをラインナップし、お客様の入浴スタイルに対応する洗い場を開発しました。

### シャワー入浴の頻度は？



### 洗面器の用途は？



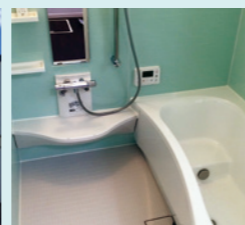
都市生活研究所 都市生活レポート2012

### “四季の森とちぎ”住宅展示場

お客様へ暮らしのヒントを発見いただけるよう、これからの住まいをご提案されています。今回ご採用いただいた「every」はカウンタータイプでお客様へご提案されています。



モデルハウス



「every」カウンタータイプ

## お客様満足につながる提案を、 工務店の皆様と実践しています。

北関東営業所 大桑 良

工務店の皆様がお客様にご提案いただく際、商品の特徴をわかりやすく、簡単にご提案できるよう案内しています。エレフオン様のようにお客様の生活スタイルに合わせて商品を提案される場合、入浴スタイルで選べる「every」はお客様へ提案しやすい商品です。お客様の生活がどのように変わるのか、より豊かになるよう工務店の皆様と一緒に提案しています。



**シャワータイプ**  
シャワー入浴の心地よさを追求したバスルーム

快適に心地よくシャワーを浴びていただけるよう、シャワーゾーンは立ったままで使いやすい設計。



**カウンタータイプ**  
家族みんなが使いやすいカウンターを備えたバスルーム

洗面器やボトルが置ける便利なカウンター付き。風呂イスを使っても足を伸ばしてゆったりと洗えます。



**ベーシックタイプ**  
シンプル派もカスタマイズ派も満足するバスルーム

シンプルな標準仕様のバスルームを自分好みに必要なアイテムをプラスしてカスタマイズできます。



## 全てのお客様に安心をお届けするために

### 信頼されるアフターサービスを目指して。

カスタマーセンター

お客様やパートナーの皆様からのお問い合わせに対し、窓口となって会話させていただいているのが、カスタマーセンターです。そのため、私たちの対応がトクラスの第一印象となる、重要な役割を担っています。正確・丁寧・スピーディーに対応することを心がけ、長期的なお付き合いが継続できるよう、一人ひとりがお問い合わせいただいた方と向き合っています。皆様に安心を感じていただけるような、最高品質のサービスを提供できるよう日々努めています。

### ご要望の中身を的確に把握することが大切。

株式会社武州住機 代表取締役 河野 詩音様

サービス代行店として、お客様のご自宅にお伺いする際、心がけているのは、お客様一人ひとりのご要望を的確に把握することです。それは、同じ用件のアフターサービスでも、お客様が望まれる内容は十人十色。10件あれば10通りの正解があるからです。その微妙な差異を感じ取れるか否かで、お客様の満足度は大きく変わります。そのため、常にお客様の立場に立ち、お客様の声に真摯に耳を傾け、何を本当に望んでいらっしゃるかを考え、可能な限りそれぞれのお客様に合ったベストなサービスを提供することで、トクラス製品ならびにトクラスに対する満足度を高めていきたいと考えています。





# よりよい商品をお客様へ

## 2015年10月に発売した商品

自社開発の人造大理石カウンターキッチンを発売して40年。キッチンで最も大切なワークトップを知り尽くしたトクラスから、お客様のライフスタイルや使い勝手にあわせて提案できる2つのプランを発売しました。

こんな困りごとありませんか？

### リフォームにぴったり「間口フィットプラン」

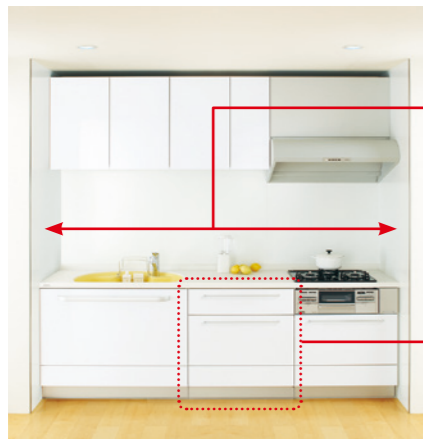
せっかくリフォームするのに、今のスペースにぴったりのサイズがない…。オーダー対応すると追加料金や納期が余分にかかってしまうから、隙間(使えないスペース)ができるのは仕方がない…。なんて思っていないですか？



“使えないスペース”だけでなくほこりが溜まる心配も…

### トクラスキッチン「Berry」の「間口フィットプラン」で解決!

カウンターのサイズ調整もキャビネットのサイズ調整も“差額0円”かつ“納期0日”で対応できます。



#### アジャストカウンター・間口フィットカウンター



シンクやコンロの位置を左右にずらしたり、カウンターのサイズを1mm単位で拡大できます。(一部のプランを除く)

#### 間口調整キャビネット



調理スペース用キャビネットを10mm単位で拡大できるので、使えないスペースや隙間もなく、収納スペースを確保できます。(一部のキャビネットを除く)

従来は特注対応していた部分を、標準プラン同様“差額0円”かつ“納期0日”で対応できるようになり、評価いただいています。

今まで使えないスペースだった部分が、引出してぴったり納まるので、見た目もよく、収納量も増えて満足しています。

お客様

リフォーム現場は納期が重要なので、標準プランと納期が同じなのは見積りや工程が組みやすく、Berryの使い勝手が良くなりました。

リフォーム店

今までは特注対応で価格や納期を即答できないこともありましたが、“差額0円&納期0日”なので、お客様に提案しやすくなりました。

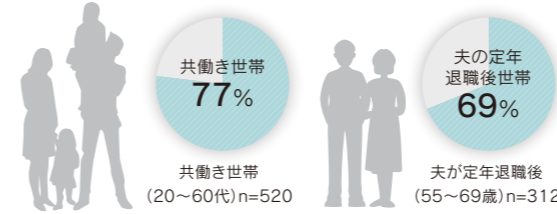
トクラス従業員

こんな困りごとありませんか？

## 1人はもちろん、2人でも使いやすい「デュアルワークスペース」

共働き世帯や、夫が定年退職を迎えた世帯の増加にともない、キッチンは“1人で使う場所”から“家族の誰もが使用する場所”に変化しています。

キッチンでの家事に参加している男性



2015年7月トクラス調べ

しかし実際2人で使うと…



### トクラスキッチン「Berry」の「デュアルワークスペース」で解決!

調理スペースが2つあるから、同時作業がスムーズ。もちろん1人で使っても使いやすい。

2人同時作業も



もちろん1人でも



朝食の準備を邪魔せずにゴミ出しもカンタン



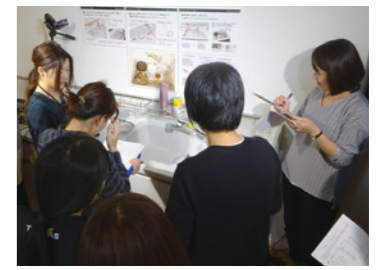
火元から離れているから、お子様のお手伝いもスムーズ



サイドスペースで調理家電も便利に

## 2016年10月発売の「奥までシンク」

2016年10月発売予定の新しいシンクの使い勝手をCSRレポート編集委員会のメンバーが検証しました。実際に使ってみることで、どういった点がいやすいか、どうアピールしたらいいか等さまざまな意見が出ました。ネーミングに至っては、なんと100個を超える案が集まりました。たくさんの候補の中から決まったのは「奥までシンク」。多くの方に使っていただけるのが楽しみです。



使い勝手を検証するメンバー

### 「奥までシンク」のらくらくポイント



- POINT 1 奥行きが広いから洗い物がらく!
- POINT 2 シンクがジャバジャバ洗えてお手入れがらく!
- POINT 3 水の流れがスムーズだから、残葉の片付けがらく!



# お客様の満足に向けて

## リフォーム&ライフスタイル情報メディア

### リフォームマガジン

リフォームをご検討中の方だけでなく、暮らしを楽しむ全ての方に、忙しい毎日をより楽しく心地よくするアイデアで、毎日の暮らしを一緒に育むウェブページです。住宅設備の選び方やお手入れ方法はもちろんのこと、暮らしの小技、レシピや季節にあったアイデアを発信しています。「お料理をする」、「お風呂に入る」、「顔を洗う」など何気なく過ごす時間をしあわせなひとときに。



「季節を楽しむ模様替え」  
お部屋の中に自然をプラス！  
気軽にできる簡単な模様替え



「アレンジレシピ」  
野菜を余さずフル活用



「お手入れ」  
白・黒・ピンク・青…  
浴室汚れの“色別”落とし方



「季節・収納」  
季節ごとに使うイベントグッズ  
などの片付け方法



#### 「工務店・リフォーム店検索」

リフォームの依頼先をお探しの方へ、トクラス製品を取り扱う地域に密着した工務店様・リフォーム店様を「トクラスリフォームクラブ」の加盟店からお探しいただけます。

### トクラス オンラインショップ

キッチンの浄水カートリッジや水切り網カゴ、バスルーム用のバスクリナーなどの消耗品、使い勝手が向上するアイテム、お手入れ用品などを販売しています。



アクセスはこちらから

◎トクラス  
リフォームマガジン  
www.toclas-reform.jp

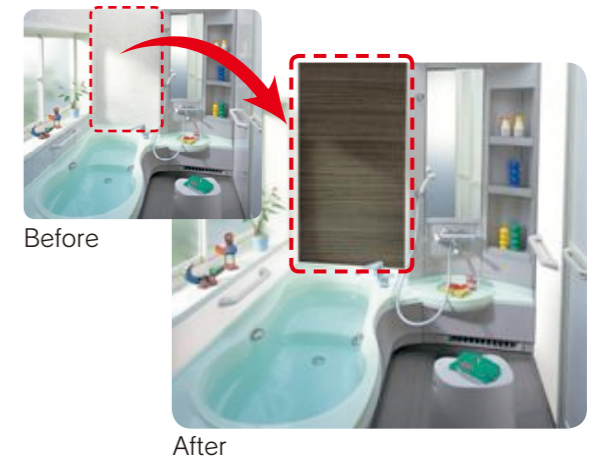
◎トクラス  
オンラインショップ  
shop.toclas.co.jp

## ご購入後のサポート

### リニューアルメニューのご提案

お客様の「困った」を「よかった」に変えるべく、一部商品でリニューアルメニューを用意しています。全体のリフォームや部材交換に比べ、費用を抑えるとともに工事日数を短縮でき、お客様にメリットのあるアフターサービスの提案です。廃棄物を減らすこともでき、環境にも配慮しています。これからもニーズに合わせたメニューを増やしていきます。写真は、トクラスバスルームの壁を交換することなく、壁表面にリニューアルパネルを貼る提案事例です。

#### 壁リペアの提案事例



### 浄水カートリッジに関するサポート

ご購入いただいた浄水器のカートリッジは交換の都度ご購入いただくほか、定期購入のお申込みが可能です。定期購入のご登録により、通常の10%オフの価格で1年に1回ご自宅にお届けします。ご購入手続きの手間が軽減され、交換忘れの防止になるとご好評いただいています。



案内ハガキ

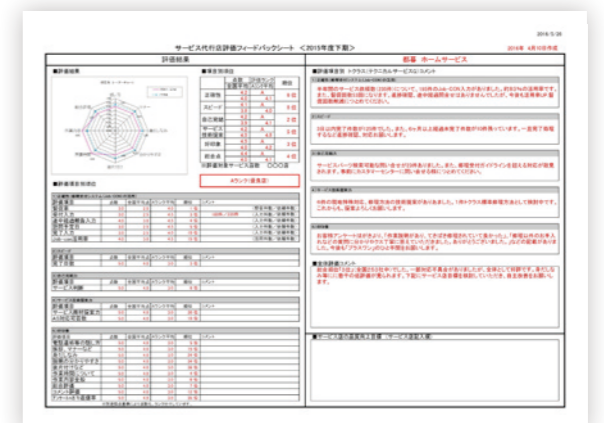
## サービス品質向上

### サービス代行店評価制度

2016年4月からサービス品質向上のため、サービス代行店の評価制度を始めました。評価は、下記5項目を採点化し集計します。

- ・正確性
- ・スピード
- ・自己完結力
- ・サービス技術提案力
- ・好印象評価(アンケートはがきによるお客様目線の評価)

結果は毎月集計し、項目別の採点や総合点をサービス代行店へ公開します。半期に一度、フィードバックシート(右図)を作成・サービス代行店毎に配布し、年度末には優秀なサービス代行店に対し表彰を行うなど、サービス品質向上へのモチベーションを高め、お客様満足へと繋げていきます。



フィードバックシート



# パートナーの皆様とともに

パートナーとは、販売店様、サプライヤー様、物流会社様、取付設置店様、サービス代行店様などです。

## 政策方針説明会の開催

パートナーの皆様とコミュニケーションを深め、事業方針を共有するため、政策方針説明会を開催しました。



八幡社長による政策方針説明の様子

### 販売店様向け

2015年10月から11月にかけて、647名の皆様に参加いただき、全国8会場にて開催しました。今後もパートナーの皆様との交流を深め、継続的に実施していきます。

### サプライヤー様、物流会社様向け

2016年4月に開催し、108社197名の皆様に参加いただきました。事業方針の共有と2015年に制定した「CSR調達方針」に基づき、パートナーの皆様とともにCSR活動を推進していくことを確認しました。

### 取付設置店様、サービス代行店様向け

2016年6月から7月にかけて、205社249名の皆様に参加いただき、全国17会場にて開催しました。

## 商品コンセプトのご紹介

時代や暮らしの変化に応じワークトップを進化させた2015年10月発売のトクラスキッチン「Berry」をシステムキッチンの歴史とともに紹介しました。また、多様な入浴スタイルに対応し、いつでも、誰でも、色々な楽しみ方ができる2016年2月発売のトクラスバスルーム「every」の開発コンセプトを実際に携ったデザイナーより紹介しました。

実際の開発担当からの説明に、新商品のコンセプトがより理解しやすかったとご好評をいただき、また、「every」への熱い思いを感じていただきました。



デザイナーによるコンセプト紹介の様子

## CSR調達の推進

トクラスでは、2015年4月に制定したCSR調達ガイドライン<sup>\*</sup>を核に調達担当者からサプライヤーの皆様までが方向性、価値観を共有しながら、サプライチェーン全体の発展を目指してCSR調達を推進しています。サプライヤー様、物流会社様向けの政策方針説明会でもCSR活動推進の説明をしたうえで、サプライヤーの皆様はCSR調達ガイドラインのご理解と更なる取り組みをお願いしました。

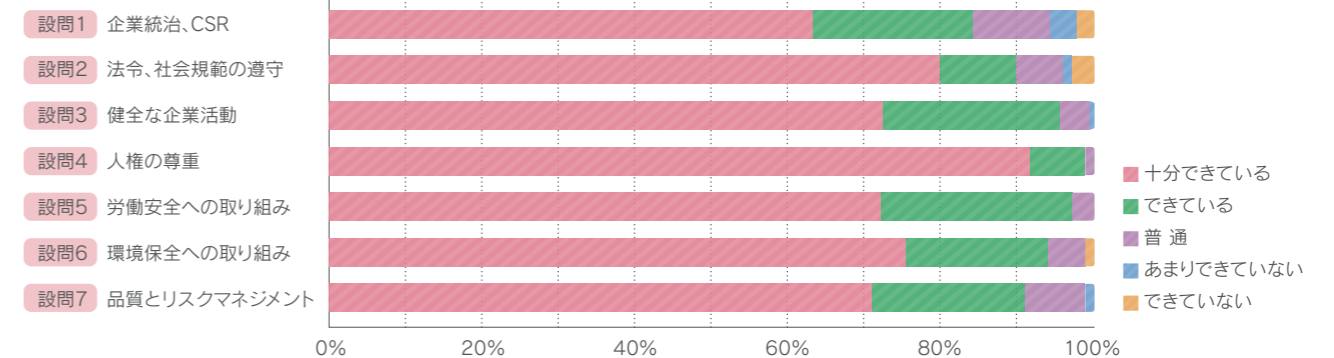
<sup>\*</sup>CSR調達ガイドラインについては、Webサイトをご覧ください。http://www.toclas.co.jp/corporation/csr/pdf/toclas\_csr\_2015.pdf#page=31

## CSR調達基準に基づくアンケートの実施

サプライヤー様のCSR調達の取り組み状況を把握するため、2015年2月に主要サプライヤー様93社を対象にアンケートを実施しました。第1回の回答率はサプライヤー様のご協力により、100%でした。結果については、法令、社会規範の遵守(設問2)や人権の尊重に関する設問(設問4)は高い実施率がみられました。一方で、企業統治、CSRのための理念や行動指針を定めているかどうかの設問(設問1)、品質や災害などのリスクマネジメントの社内体制づくりができていないかどうかの設問(設問7)は実施率が低いという結果でした。

アンケート結果は調達担当者にフィードバックし、取り組みが不十分と思われるサプライヤー様には、調達担当者より、CSR調達ガイドラインの丁寧な説明を行うとともに実態を把握し、改善のお願いと支援を行います。

### 《アンケート結果》



## VOICE

調達グループ 山本 育史



トクラスのものづくりを支えてくださるサプライヤーの皆様には「トクラス調達基準」の遵守やCSRアンケートへのご協力をいただき感謝しています。CSR調達ガイドラインの制定、アンケートの実施をするために、調達グループ全員で勉強会を実施しました。内容は勿論のこと、どのような表現がパートナーの皆様にとってわかりやすいか、トクラスの意味が明確に伝わるかなど話し合いを重ねました。今後も勉強会などを継続し、パートナーの皆様とともにCSR活動を推進していきます。

## 取付設置現場における安全衛生体制の構築

### 安全衛生における基準書の制定

トクラスの商品はお客様のご自宅に取付設置して初めてお届けが完了となります。この取付設置作業品質の向上と、取付設置店様の作業安全確保をより確実にするため、設置現場における安全衛生体制の再構築を進めています。

2016年4月には、安全衛生に関する運用管理ルールや体制を明確に記した基準書を制定しました。2016年6月より各地の取付設置店様に対し基準書の説明を開始し、設置現場においてもPDCAサイクルを回せるよう体制を構築していきます。



### 基準書における制定項目概要

安全衛生推進の計画立案について  
実施記録の管理手法  
安全衛生パトロールの評価基準 など

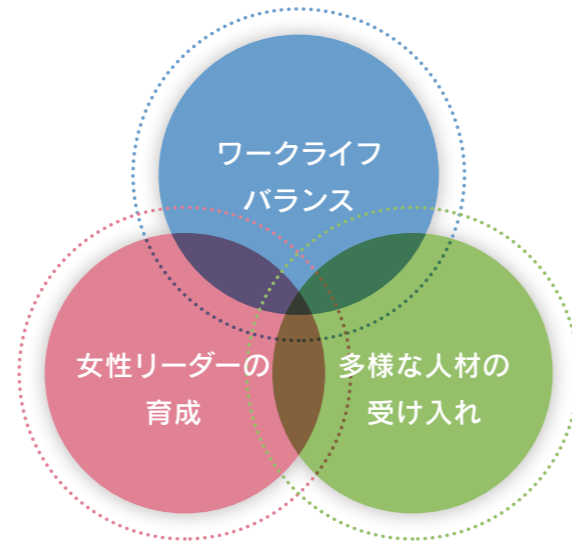


# ともに働く人々と

## ダイバーシティ推進

### トクラスのダイバーシティ推進

トクラスは、2015年に会社の現状分析や従業員・退職者へのヒアリングをもとに、ダイバーシティ推進の枠組みを策定しました。企業理念の実現に向けて、住宅・生活スタイルにおける多様化した価値観を的確に捉えるために、3つの軸（ワークライフバランス、女性リーダーの育成、多様な人材の受け入れ）を連携させて、ダイバーシティ推進に取り組みます。



### 育児フレックスタイム勤務制度の導入

これまでフレックスタイム勤務制度<sup>※</sup>は、本社事業所の一部職場に限られていましたが、2016年4月から、育児しながらの就労を実現するために、小学校3学年までのお子さんを持つ従業員を対象としたフレックスタイム勤務制度を全国の事業所に導入しました。今回の導入により、育児を理由とする更なる弾力的な勤務が可能となります。

2016年4月の利用者は11名です。

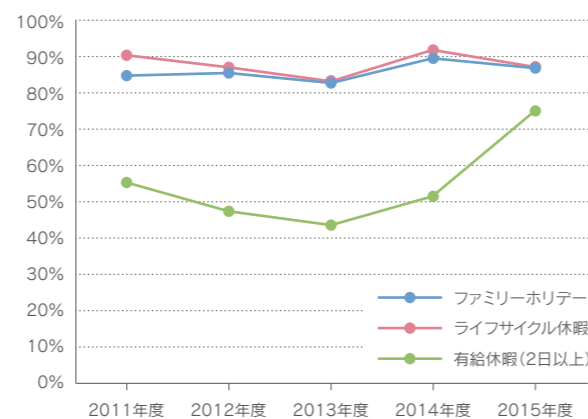
### 休暇の取得促進

ファミリーホリデー、ライフサイクル休暇といった特別休暇以外に、有給休暇を2日以上取得できるように取り組みました。

休暇を取得するために、毎年、従業員自らが主体者となって働き方を見直し、仕事の組み立てを行うとともに、それぞれの職場で連携・協力をしながら、お互いが取得しやすい職場環境・雰囲気づくりを目指しています。

2015年度のファミリーホリデー取得率は87%、ライフサイクル休暇取得率は87%、有給休暇2日以上取得率は75%でした。

《特別休暇と有給休暇(2日以上)の取得推移》



[ファミリーホリデー]  
家族と余暇を楽しむための特別休暇(毎年連続2日)

[ライフサイクル休暇]  
心身ともにリフレッシュするための特別休暇(5年毎に連続5日)

※フレックスタイム勤務制度：1ヶ月の労働時間を予め定め、日々の始業・終業時刻を弾力的・自律的に決定し、効率的に勤務する制度。

## 深夜残業原則禁止

長時間労働の撲滅、従業員の健康・安全の確保をねらいとして、原則21時までに退社する取り組みを進めるため、21時に消灯し、社内システムの稼働時間を制限しています。また、定時退社を目標に働き方にメリハリをつけるよう、職場ごとに「ワークライフバランスの日」を設定し、余暇の創出を促しています。

2015年度の21時以前退社率は95%でした。

## 地域限定社員の採用スタート

2015年4月の人事制度改定に伴い、働く価値観の多様化に対応する取り組みの一つとして、勤務エリアを限定できる正社員の採用を開始しました。2016年4月には、7名(男性1名、女性6名)が入社しました。等級制度は、全国転勤ありの一般社員の制度を準用しているため、地域限定社員でもキャリアを積んで活躍することが可能です。今後も地域限定社員の採用を継続します。

## 主な両立支援制度一覧

制度・休暇	内容 <sup>※</sup>	2013年度	2014年度	2015年度	
出産・育児	出生支援休暇	配偶者の出産前後に5日間	12名	6名	4名
	育児休職	子が最長で満1歳6ヶ月到達まで又は満1歳到達後の4月末までの期間(正社員の場合)	25名	24名	24名
	育児短時間勤務	子が満3歳到達後の3月末まで、勤務時間を1日最大2時間15分まで短縮	25名	29名	24名
	子の看護休暇	小学校1年生以下の子1人につき年5日間	1名	3名	3名
介護	介護休職	要介護者1人につき通算1年間(正社員の場合)	1名	1名	1名
	介護短時間勤務	要介護者1人につき通算1年以内で、勤務時間を1日最大2時間まで短縮(正社員の場合)	0名	0名	0名
	介護休暇	要介護者1人につき年5日間	0名	0名	0名
再雇用制度	結婚、出産、育児、介護、傷病等の理由で退職した社員が、退職時の諸条件で再度入社できる	0名	2名	再雇用1名 2015年度末時点登録46名	

※雇用形態等により内容は異なります。

## VOICE

関西第二営業所 寺崎 剛



### 特別休暇の取得で想像以上にリフレッシュできました。

2015年の夏にライフサイクル休暇を取得し、家族4人で淡路島～姫路へ2泊3日の旅行を楽しみました。ファミリーホリデーは第3子の誕生直後に取得し、妻の入院中、主夫業をしました。「パパのごはん、おいしいやん」と子供たちに言ってもらえ、育児・家事の目まぐるしさと充実感を感じられた良い時間になりました。

休暇前に担当の取引先へ休暇取得を案内し、休暇中でも仕事が進むように、物件確認や受発注対応を可能な限り前倒しで行いました。取引先の皆様の理解もあり、休暇中の至急連絡はほとんどありませんでした。

これまでは日々仕事をこなす中、長期休暇の取得は難しいと思っていましたが、今回初めてライフサイクル休暇を取得してみて、事前準備をきちんとすることで、気持ちよく取得できることがわかりました。また、会社から「計画取得」と発信されることで、言い出しにくさも軽減されたと思います。数日間仕事から離れることで想像以上にリフレッシュできたので、このような制度があることに改めて感謝しています。皆さんにも、思い切って休暇取得されることをお勧めします。

## 人事制度の運用状況に関するアンケートの実施

2015年4月の人事制度改定に伴い、期初・中間・期末の目標管理面談の実施状況について、正社員・契約社員のうち被評価者を対象にアンケートを実施しました。面談を「満足」とする回答は全体で8割を超えました。

今回の結果を踏まえ、2016年度は面談実施の徹底および研修等を通じた評価者のレベルアップを図ることで人事制度の運用精度を上げ、人材・組織の活性化につなげたいと考えています。

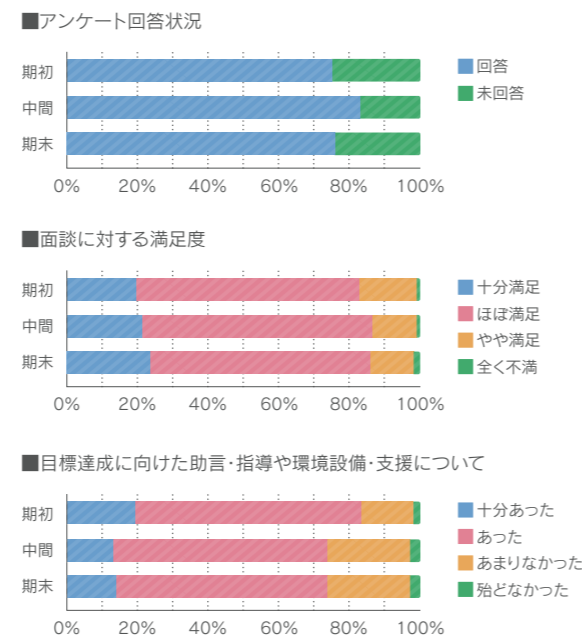
### 《目標管理面談の内容》

時期	面談内容
期初	全社ミッション、職務を踏まえ、1年間の業務内容と目標を設定・共有する
中間	上期時点の目標達成状況を振り返り、下期に向けた行動を共有する
期末	1年間の目標達成状況を共有し、来期に繋げる

## 階層別研修の一部見直し

トクラスは、階層別研修を実施しています。これまで入社4年目の正社員を対象に、初配属以降の振り返りと今後の目標設定を目的としたキャリアアップ研修を実施していましたが、対象者を見直し、2015年度から入社3年目の正社員に変更しました。実施時期を早めることでキャリア形成の早期イメージ化を図り、より早い段階での活躍につなげたいと考えています。

### 《アンケート結果》



### 《階層別研修一覧》

研修名	対象者	受講人数
新入社員研修	入社1年目の正社員	25名
フォローアップ研修	入社1年目の正社員	25名
キャリアアップ研修	入社3年目の正社員	20名*
新任L職研修	課長代理昇格者	17名
上級L職研修	課長代理のうち選抜	11名
新任ライン長研修	所属長任用者	7名
新任M職研修	基幹職登用者	7名
契約社員研修	入社半年～1年の契約社員	27名

※2015年度は移行期間のため、入社4年目社員18名も受講

## 若手技術者による新商品提案プロジェクト

開発スタッフが社内に向けて新技術や新商品の提案を行う技術展に、人材育成の一環として、若手技術者のプロジェクトチームが参加しました。トクラス独自の人造大理石技術を活かした新たなジャンルの商品「FACTORY PRODUCT」は技術展での発表後、販売店様向けの政策方針説明会\*の来場記念品に採用され、来場した皆様に大変好評でした。

トクラスの将来を担う商品開発を期待される若手技術者が、プロジェクト活動を通じて、ものづくりのプロセス・手法を体験することで、技術者としての知識・ものづくりの喜びや難しさを改めて知る良い機会となりました。

\*政策方針説明会:トクラスの事業方針をパートナーの皆様と共有するために開催する説明会。



はし置きとカードスタンド

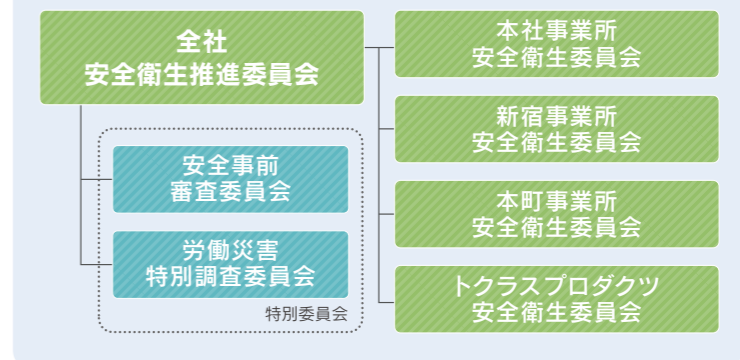
## トクラスの労働安全衛生

トクラスグループで働く人々の安全と心身の健康を守るために、労働安全・交通安全・健康づくりの視点から、労働安全衛生を推進しています。主要事業所には安全衛生委員会を設置し、災害・事故対策や法改正の対応等のテーマに継続的に取り組んでいます。

## 交通安全のための取り組み

全国の事業所で約250台の社用車を運用しているトクラスは、交通事故抑止対策として、交通KYT(危険予知トレーニング)の定期実施など、様々な取り組みを実施しています。中でも、新入社員研修での運転教習を充実させるなど若年層の事故抑止に注力しています。その他に、安全運転支援装置や衝突防止補助システムを採用した車両を増やすなど、ハード面の対策も強化しています。これらの取り組みにより、2015年度の交通事故件数は前年度から13%減少。特に若年層の事故は同39%減少するなど、顕著な効果が現れました。2016年度もこれらの取り組みを継続し、自動ブレーキシステム搭載車を順次導入するなど、さらなる事故抑止を図ります。

### 《安全衛生推進体制》



### 《トクラスの交通安全に関する取り組み》

対象	実施内容
全社用車	一斉点検(3月) 衝突防止補助システムの車載(7台)
本社勤務者	危険予知トレーニング(1回/3ヵ月)
支店勤務の社用車運転者	交通安全ミーティング(1回/月)
新入社員	運転教習(4月・5月)
若年層の社用車運転者	運転診断装置による技量測定(6名) 安全運転支援装置の車載(13台)



新入社員研修での運転教習の様子

## 労働安全のための取り組み

製品の生産過程で使用する化学物質の危険性や有害性について予めリスクを見積もり、リスク低減に向けた措置を行う「化学物質リスクアセスメント」の推進体制を構築し運用を進めています。職制を単位としたリスクアセスメント活動を実施し、実施結果を安全衛生委員会で定期的に報告し、従業員へ周知します。

その他に、本社事業所では、安全衛生委員会メンバーによる職場巡視を毎月1回実施し、さらにトクラス・トクラスプロダクツ合同による安全パトロールを2回実施しました。また、14拠点に対し拠点巡回訪問を実施し、安全衛生・事業所管理のレベルアップを図っています。

## 健康づくりのための取り組み

従業員の健康づくりのために、定期健康診断を年1回実施しています。2015年度の実受率は99%でした。また、メンタルヘルスの観点から、外部機関による相談窓口の設置や、月1回のカウンセリング事例紹介の配信などに取り組むとともに、新入社員や管理職向けのメンタルヘルス研修を実施しています。2016年度はストレスチェックの実施を通じて、セルフケア(自発的な心の健康管理)を充実・強化します。



# 環境のために

## 生産活動に関わる環境負荷の状況

トクラスでは環境に与える影響を定量的に把握し、環境負荷の低減に取り組んでいます。2015年度は、コージェネレーション\*の稼働を高め電力量をまかなったため、2014年度と比べて電力使用量が減り、重油使用量が増えました。また、蒸気ボイラーの燃料をCO<sub>2</sub>の排出量が少ない都市ガスへ燃料転換したため、都市ガス使用量が増え、CO<sub>2</sub>排出量が減りました。

### マテリアルフロー

INPUT		2014年度	2015年度
電力	(万kwh)	1,067	956
重油	(kl)	1,493	1,838
都市ガス	(km <sup>3</sup> )	6	241
水	(km <sup>3</sup> )	200	205
木材	(t)	10,821	10,821
ダンボール	(t)	2,775	2,597
プラスチック	(t)	3,349	3,159
金属	(t)	2,156	2,019
化学物質	(t)	1,942	1,808

OUTPUT		2014年度	2015年度
CO <sub>2</sub>	(t-CO <sub>2</sub> )	6,988	6,214
廃棄物	(t)	4,388	4,176
ばい煙	(Nm <sup>3</sup> )	24,822	25,142
排水	(km <sup>3</sup> )	182	195

マテリアルフローとは、生産活動の流れに沿って、環境側面から投入される、エネルギーや資材 (INPUT) と、排出されるCO<sub>2</sub>や廃棄物 (OUTPUT) を「見える化」したものです。

## ISO14001規格改訂への対応

本社事業所ではISO14001の認証を取得し、規格に基づき環境マネジメントシステムを構築しています。2015年9月にISO14001が改訂されたことを受け、規格移行に向けた対応を進めてきました。社内ISO事務局が中心となり規格改訂の意図を理解し、社内マニュアルへの反映、従業員への変更ポイントの解説を実施しています。事業への落とし込みを更に進めることで、より経営に貢献できるマネジメントシステムとしていきたいと考えています。



改訂ポイント説明会実施の様子

\*コージェネレーション:電気と熱を同時に発生させ総合エネルギー効率を高める熱電併給システム。

## 環境設備改善への取り組み

地球温暖化防止 (CO<sub>2</sub>削減) の取り組みとして、蒸気ボイラーの燃料転換と太陽光発電システムの導入を行いました。今回の環境設備改善は政府の補助金や制度を活用し、企業として経済的バランスを保ちながら進めています。より効率の高い設備への更新や、早めの修理・保全により、早期に設備改善することが環境のためにもメリットがあると考えています。

### 蒸気ボイラーを燃料転換、温室効果ガス削減実施

製品生産時に使用している蒸気は、主に蒸気ボイラーでまかっています。この燃料として重油を使用していましたが、CO<sub>2</sub>排出量削減のため2016年1月より都市ガスへ転換しました。都市ガスボイラーは燃焼効率の高い都市ガスと負荷に応じた高効率運転により、従来の重油ボイラーに比べて高い省エネルギー性を有しています。また都市ガスは石油や石炭などの他のエネルギー資源に比べ、燃焼時に発生するCO<sub>2</sub>を35%程度削減可能です。この転換で2015年と比べて、約800tの削減が見込まれます。2016年度でその効果を観測するとともに、更なる環境対策を実施していきます。



蒸気ボイラー建屋

蒸気ボイラー本体

### 太陽光発電システム運転開始

再生可能エネルギーの供給により電力不足への対応とCO<sub>2</sub>排出削減による地域社会への貢献をするため、太陽光発電システムを構築し、2016年1月より運転を開始しました。製品生産工場の屋上15,000m<sup>2</sup>に14,000kwhの電力を生む太陽光パネルを設置することで、工場内の遮熱効果も期待でき、生産職場の環境向上にもつながっています。災害時の電力供給も可能であることから、地域防災という観点で近隣住民とのコミュニケーションを進めていきたいと考えています。



製品生産工場の屋上に設置した太陽光パネル

### VOICE

総務室 鈴木 正法

#### トクラスならではの環境ビジョンの設定を目指して。

一人ひとりの感性を高めて、継続的に改善を行うことが必要だと思います。そのためには、全社的なスローガンや将来を見据えた目標・目的の設定が不可欠です。トクラスは、木工や塗装の技術、人造大理石に代表される化学技術、浄水器・WPCの専門技術を有しており、これらの特色を生かした独自の環境ビジョンを設定することが可能だと考えています。全社的な目標達成のために、当面は、一人ひとりの感性を高めるための方策および継続的活動のためのツール・ルールづくりを実施したいと思っています。

具体的には、

1. FEMS (factory energy management system) の拡充、工場全体の計測の一元化、見える化を推進します。
2. 工程別の生産原単位の改善をします。
3. 各職場において、より具体的な環境活動を実施します。





# 社会とともに

## 社会貢献活動

### 夏祭り開催

2015年7月に本社事業所で恒例の夏祭りを開催しました。この夏祭りでは、屋台や盆踊り、抽選会などを催して、約2,000名の地域の皆様楽しんでいただきました。またジュビロ磐田のマスコットであるジュビロくんとのじゃんけん大会に加え、浜松市のゆるキャラである出世大名家康くんも登場し、お子さんも大喜びでした。地域に愛される企業を目指して、今後も継続していきます。



家康くん、ジュビロくんとお子さん

### 佐鳴湖清掃活動

毎年6月に本社事業所に程近い佐鳴湖沿岸の清掃活動を実施しています。この活動は10年以上実施しており、2015年は101名の従業員が参加しました。毎年、清掃活動と併せて環境学習イベントを企画しており、2015年は市民ボランティア団体「里山楽校」様の先生による佐鳴湖環境学習イベントを実施しました。2014年の環境省調査では佐鳴湖は水質改善で全国1位となっています。トクラスではこれからも、湖沿岸や公園の美化に寄与していきます。



佐鳴湖清掃活動の様子

### 《水質改善の上位湖沼》

濃 度 差 <sup>※1</sup>				増 減 率 <sup>※2</sup>			
順位	類型指定水域名	県 名	濃度差	順位	類型指定水域名	県 名	増減率
1	佐鳴湖	静岡県	-3.7	1	佐鳴湖	静岡県	-32.7
2	油ヶ淵	愛知県	-1.7	2	栗駒ダム	宮城県	-31.6
3	長沼	宮城県	-1.5	3	高瀬湖	山口県	-31.1
4	高瀬湖	山口県	-1.4	4	夏瀬ダム	秋田県	-28.6
5	児島湖	岡山県	-1.3	5	漆沢ダム	宮城県	-26.8

〔平成26年度公共用水域水質測定結果〕(環境省) (<http://www.env.go.jp/water/suiiki/h26/H26-2.pdf>) を加工して作成

※1 濃度差は、(平成24～26年度のBOD又はCOD平均値) - (平成14～16年度のBOD又はCOD平均値) で算出。

※2 増減率は、濃度差 ÷ (平成14～16年度のBOD又はCOD平均値) × 100 で算出。

## AED設置の公表

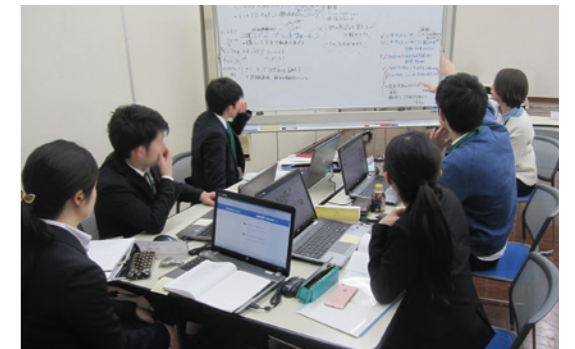
心停止状態の傷病者の人命救助には、AEDによる一刻も早い処置が効果的であると言われています。そのため浜松市は、AEDを設置している事業所をまとめた「AEDマップ」を公開しています。トクラス本社事業所では、正門と南門それぞれの守衛所にAEDを設置しています。また、事業所周りの塀の外側にもAED設置施設であることを表示し、地域の方に認知、活用していただけるよう努めています。



正門守衛所に設置したAED

## インターンシップの開催

2016年2月にインターンシップを実施しました。今年度は全国の大学生・大学院生21名が参加しました。今回は、当社の工場見学やショールーム見学のほか、セールスプロモーションの企画や新たな技術開発をテーマとしたグループワークやプレゼンテーションと、座談会を行いました。グループワークでは「ものづくりの過程を体験できた」「大学では味わえない緊張感を体験できた」、座談会では「従業員の気さくな雰囲気が伝わってきた」「社会人、就職活動のイメージ作りに役立った」と、参加した学生から好評をいただきました。



グループワークの様子

## 知識の提供

### 「ものづくり見学会」の開催

2015年10月に公益財団法人浜松地域イノベーション推進機構様主催のもと、本社事業所で「トクラス株式会社ものづくり見学会」を開催しました。浜松市に事業所を構えている企業の現場マネジメントの皆様を中心に、29名が参加しました。現場力向上に悩みを持つ地域企業の参考にしてもらうべく、見学会では郵別受注生産方式の説明と工場見学、顧問による特別講義「トクラスのものづくり、人づくり」を実施しました。



特別講義の様子

### 「水のふしぎ展」への参加

2015年10月に機能水研究振興財団様の主催する「水のふしぎ展」に後援企業として参加しました。料理用整水器とアルカリ性や酸性の違いで色が変わる展示キットを用い、お子さんに水のふしぎについて学んでいただきました。来場したお子さんは変化する水の色に驚きながらも、楽しそうに実験を繰り返していました。自社製品を通じて、水のふしぎを体験していただきました。



社員と実験しているお子さん

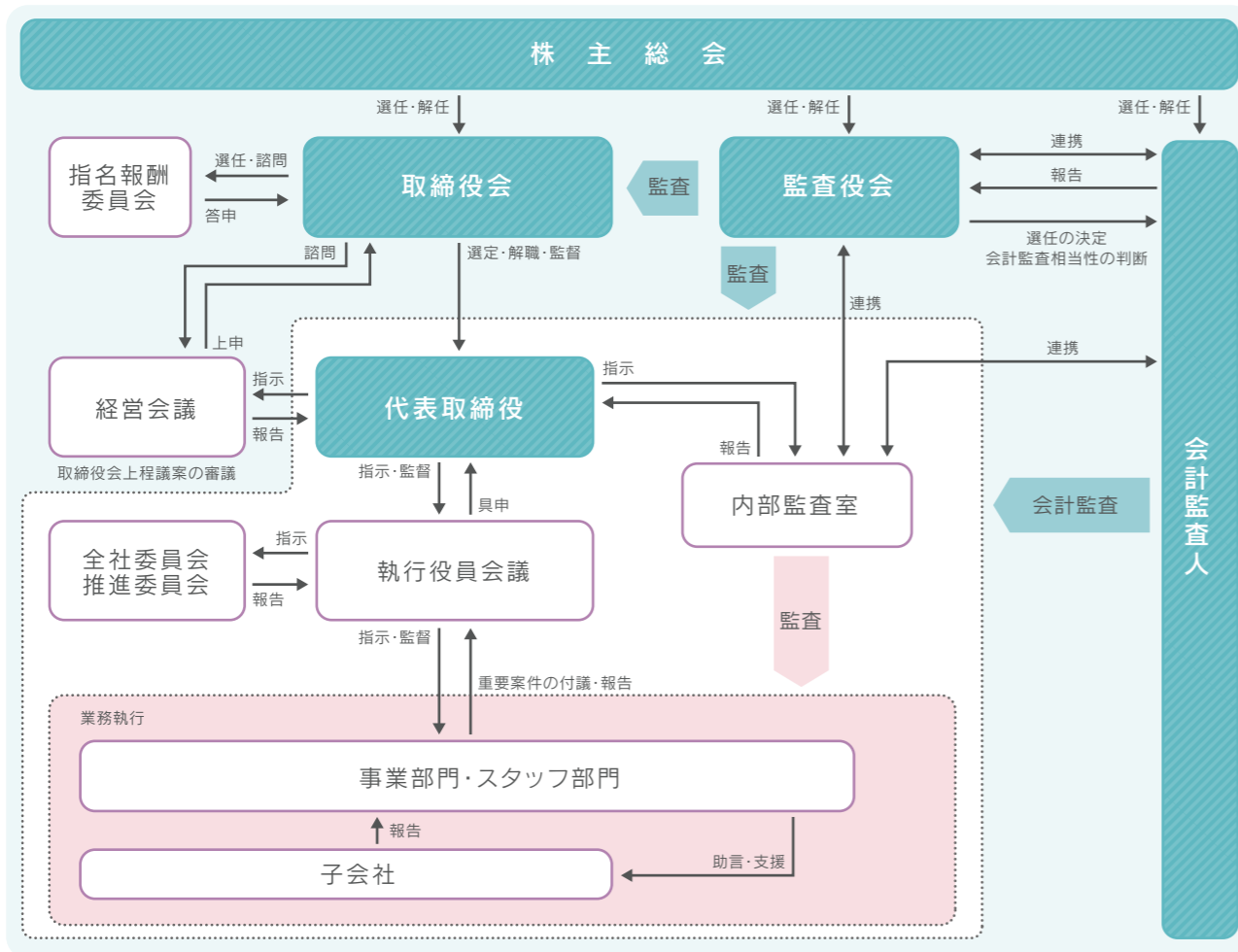




# CSRの基盤

## 内部統制システムの整備

業務の適正を確保するために内部統制システムの運用整備に取り組みました。



## 経営会議・執行役員会議の運営強化

「経営会議」の運営の見直し、「執行役員会議」の新設を行い、それぞれの役割を明確に整備することで運営強化を図りました。

### 経営会議

取締役会付議議案の事前協議、確認を行い、円滑な合意形成を図る。

### 執行役員会議

業務執行に関する意思決定、執行状況の確認/是正などを行う。

## 「トクラス・コーポレートガバナンス憲章」の制定

コーポレートガバナンス・コードへの対応として、「トクラス・コーポレートガバナンス憲章」を策定しました。事務局一任のような形式的整備とせず、役員ガバナンス教育の機会と捉えて各原則の理解を通してトクラスがどのように考え行動すべきか、という観点から策定しています。

「憲章」を定款に次ぐ基本規程として位置付け、トクラス企業理念の実現と適切な企業統治によってステークホルダーへの約束を果たしていけるよう、今後は具体的な展開を進めていきます。

### 《「憲章」の構成》

第1章	総則	憲章の目的、コーポレートガバナンスの基本的な考え方、経営理念・ビジョン・行動規準、中期経営計画について
第2章	株主の権利・平等性の確保	コーポレートガバナンス・コード 基本原則1、5に準拠
第3章	ステークホルダーとの適切な協働	コーポレートガバナンス・コード 基本原則2に準拠
第4章	適切な情報開示と透明性の確保	コーポレートガバナンス・コード 基本原則3に準拠
第5章	取締役会の役割・責務	コーポレートガバナンス・コード 基本原則4に準拠
第6章	取締役、監査役、執行役員の役割責務	コーポレートガバナンス・コード 基本原則4に準拠
第7章	その他	

## 全社委員会・推進委員会活動の活性化

執行役員会議の諮問機関として、「全社委員会」「推進委員会」を設置しています。委員会活動の位置付けを、リスクマネジメント上の重要組織と再確認し、各委員会事務局による合同会議の定期開催など、リスク管理における「タテ(ライン組織)とヨコ(委員会)」の連携を強化し、委員会活動の活性化を図りました。

## リスクマネジメントの推進

リスク管理に関する審議および方針決定はCSR委員会が行っています。2015年度には、下部組織として「ERM<sup>※</sup>分科会」を設置し、トクラスの事業基盤を脅かす30項目のリスクに対する取り組み状況について認識を共有し、部門間の連携を図りました。今後も引き続き定期的なモニタリングを実施することで、PDCAサイクルを確立し、リスクの回避・低減に努めていきます。



ERM分科会の様子

## コンプライアンスの取り組み

トクラスのコンプライアンスとは、事業活動において適用される法令を遵守するとともに、社内規範やビジネス倫理、社会規範に則って行動することをいいます。実効的な活動の推進を担うコンプライアンス推進委員会は、毎月「コンプライアンス通信」を発行し、法令の内容や折々の重点テーマを取り上げて従業員を啓蒙しています。また、外部講師による社内研修も実施し、2015年度は「ハラスメント」をテーマに65名が学びました。



社内研修の様子

※ERM(Enterprise Risk Management):全社的なリスクマネジメント。企業にとってのリスクを把握・管理するために企業全体で行われるプロセス。

## 2016年、熊本地震により被災された皆様に 心よりお見舞い申し上げます。

熊本県内を中心に被害を受けられたトクラスユーザーの皆様に対して、「無償点検」を実施しました。  
従業員に加え、全国各地の取付設置店・サービス代行店の皆様にもご協力いただき、熊本ショールーム内に特別点検  
チームを編成して、作業にあたりました。

### 本社事業所でのチャリティバザー

本社事業所では、有志のボランティアチームがチャリティバザーを企画しました。  
トクラス労働組合、トクラスプロダクツ社員の協力を得て、多くの本社従業員  
が遊休品の提供・購入を通してチャリティに参加しました。  
売上金は、労働組合の義援金カンパと合わせて、被害の大きかったトクラス事業  
所へのお見舞いと、被災された地域への復興救済支援を目的とした社会活動に  
寄贈されました。  
被災地の一刻も早い復興を心よりお祈りしています。



## 第三者意見：『CSRレポート第1期の集大成から更なる飛躍に向けて』



株式会社経済分析センター  
代表取締役  
消費生活アドバイザー  
**大矢野 由美子**氏

今年度のCSR特集は、システムバスルーム「every(エブ  
リイ)」の商品開発プロセスごとに関わるパートナーを紹介  
しています。多様な取引先や顧客との関係性を、まず  
トップがパートナーと「支え合う関係から高め合う関係  
を築いて社会へ貢献したい」と明確に位置づけたこと。  
さらにパートナーとCSRに関しての考え方を共有して  
「every」が出来上がったというストーリーに、CSRの考え  
方が着実に根づきつつあることを心強く思いました。  
CSRに関する各ステークホルダーの内容はWebサイトで  
紹介されていますが、その中でこれは優れていると感じ  
た活動をいくつか紹介します。

### ともに働く人々と

3つの軸(ワークライフバランス、女性リーダーの育成、  
多様な人材の受け入れ)を連携させたダイバーシティ  
の推進が光ります。出産・育児、介護等の両立支援制度  
の充実と取得数や、休暇の取得率が着実に上昇してい  
るなど、職場環境の整備が伺えます。また今回のレポ  
ートでは労働安全衛生に対する具体的な取り組みも優れ  
ています。

### 環境のために

生産活動におけるマテリアルフローを明示した点は大き  
く評価できます。ただ、生産量が不明であるため、単純  
にそれぞれの項目が負荷削減しているのか判断すること  
ができません。原単位の分母となる生産量を工程別に  
「見える化」していくことで、エネルギーのコスト管理を  
より効果的に進めることができるといわれています。次  
年度以降の取り組みに大いに期待しています。

### 社会とともに

地道な社会貢献活動が実を結びつつあります。市民団  
体の共同イベントもさることながら、佐鳴湖清掃活動の  
成果は大変うれしいニュースです。今後も更なる地域や  
社会に寄与する社会貢献活動を期待します。

### CSRの基盤

①内部統制システムの整備と充実、②ERM分科会による  
リスクマネジメントの推進、③コンプライアンス通信や社  
内研修セミナー等のコンプライアンスの推進など、基盤  
が確実に築かれているといえます。さらに2016年6月の  
「トクラス・コーポレートガバナンス憲章」制定は大いに  
評価したいですね。コーポレートガバナンス(以下CG)  
コードは、2015年3月に金融庁と東京証券取引所が上場  
企業に求めたルールです。7章/37条からなるトクラス  
CG憲章を、CGコードと対応させた作業表を拝見しまし  
たが、その緻密な作業工程に真摯な姿勢を感じました。

トクラスCSRレポート第三者意見も、今回で3回目とな  
ります。第1回目(2014年)はトクラスの自己紹介と  
CSRの考え方、現状の取り組みを総花的に整理し、CSR  
経営を宣言したもので、棚卸フェーズといえるものでし  
た。第2回目(2015年)は基礎固めの段階といえます。  
CSR体制を整備し、CSR調達ガイドラインなど各種基  
準・計画を策定、特集記事は従業員の目ちからを具現化  
する内容でした。

今回(2016年)のCSRレポートは、どこまで達成でき  
たのでしょうか。今年度はアベレージ達成段階と謙遜して  
いましたが、着実に基礎固めは完了しつつある中で、経  
営状況や事業特性に沿ったコンセプトを適切に取り入れ  
始めたことを評価したいと思います。第1ステージを終  
えたトクラスのCSR。さて次年度以降のステージでは、ど  
のような展開を見せてくれるのか、非常に楽しみです。

## 編集後記

「トクラスCSRレポート2016」をご覧いただきありがとうございます。  
CSRレポートは、初刊から編集委員のメンバーが中心となって原稿を執筆しています。  
制作にあたっては、皆様からいただいた貴重なアンケートの結果を参考に、情報の拡充と  
より読みやすいレポートになるように工夫を重ねました。本書では、トクラスがパート  
ナーの皆様との対話を大切に、共に取り組んだ具体的な事例を紹介しています。今後も  
情報の開示を充実させ、皆様とのより良いコミュニケーションツールとなるよう取り組  
んでまいります。皆様からの率直なご意見・ご感想をお聞かせいただくと幸いです。

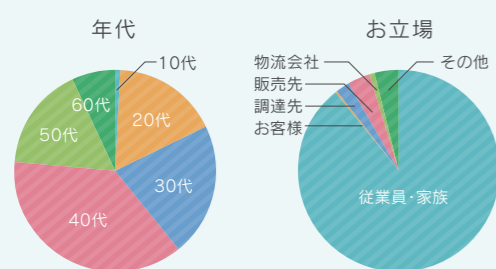


## CSRレポートアンケート結果報告

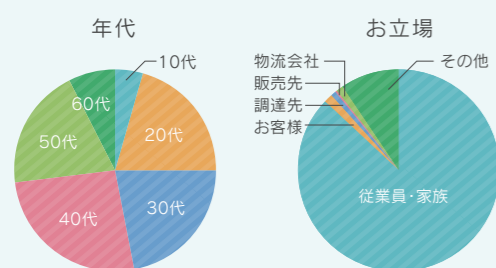
トクラスCSRレポートアンケートに、たくさんのご回答をありがとうございました。  
皆様からいただいた貴重なご意見、ご感想は今後の活動に役立てていきたいと思  
います。  
なお、集計結果は下記のとおりです。

### ■ プロフィール

2014年度 / アンケート回答: 372名

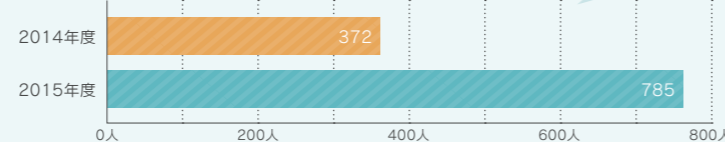


2015年度 / アンケート回答: 785名



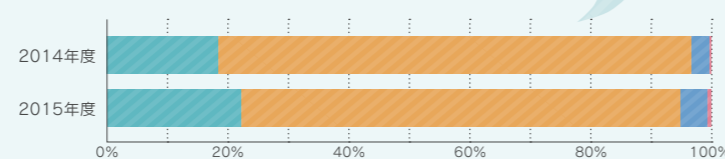
様々な年代の方々から、また従業員以外の方  
からのご意見をいただくことができました。

### ■ 回答数



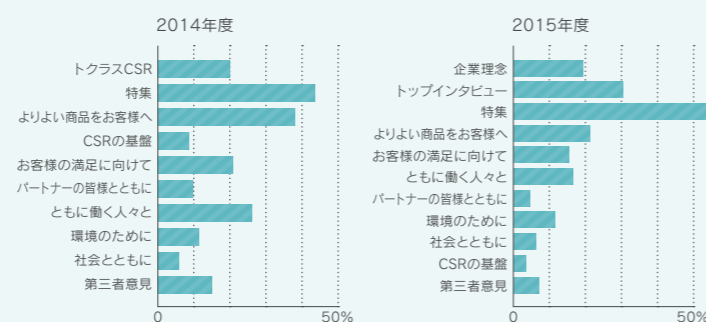
回答数は2倍以上と  
なりました。

### ■ わかりやすさ



「とてもわかりやすい」の比率  
が増えましたが「わかりにくい」  
の比率も増えました。

### ■ 印象に残った、また関心を持たれた内容をお聞かせください。 (複数回答可)



**TOCLAS**

A large, bold, yellow checkmark is positioned behind the word "TOCLAS". The checkmark is centered vertically and horizontally, with its top point reaching the top of the letter 'O' and its bottom point reaching the bottom of the letter 'S'. The checkmark is a solid yellow color and has a slight shadow or gradient effect.