



# トクラスレポート 2019



企業理念

お客様の「まいにち」と暮らす。

私たちは、お客様の「かけがえのない毎日」、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、イノベーションに挑戦していきます。

ブランドスローガン

ずっと、ここに届くもの。

私たちの商品・サービスは、お客様と長い時間を共に過ごすものであってほしいから、お客様の人生にきちんと寄り添い、長く心に響く感動を生み出すものをお届けしたいと考えています。

ビジョン

暮らしデザインカンパニー

グローバル視点で環境の変化を捉え、暮らしのデザイン(モノ・コト)を追求し、「もっと楽しく、もっと快適に」を実現します。

INDEX

- トクラスについて 1
- 社長メッセージ 3
- 価値創造プロセス 5
- トクラスの強み 7
- 4つの事業領域 11
- トクラスのCSR 13
- コーポレートガバナンス 14
- ステークホルダーエンゲージメント 17
- 活きいきと働くために 19
- 環境のために 21

1903年  
高級木製家具製造開始

1935年~  
"システム"の思想

暮らしに合わせて組み換えができる書架「山葉整理箱付セクショナル書架」「山葉文化椅子」販売発表



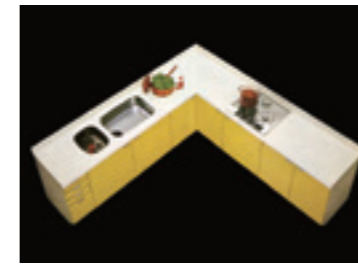
1975年~ 暮らしのアドバイザー



インテリアの楽しさを広める家具ショップオープン  
(現在のショールームの前身)

1976年~  
日本に新しい  
キッチン文化を

国産初、人造大理石カウンターのシステムキッチン発売。ステンレス3点流し台が主流の時代に、家族の中心にキッチンがある姿を提案



2002年~  
リビングと調和する  
デザインと  
コミュニケーションの  
楽しさを

業界初、人造大理石マーブルシンクが登場。一人ひとりの暮らしに合わせたキッチンを提案

2019年  
新世代カウンター  
「TENOR(テノール)」  
発売



1958年  
FRPの技術開発

1964年~  
快適な入浴を

衛生的で保温性のよいFRPバスタブ発売



1971年~  
細部まで  
使う方の身にな  
って設計

洗面化粧台発売



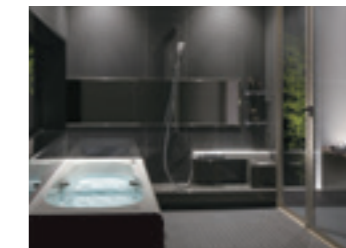
1984年~  
ゆったり入浴を  
楽しむ暮らし

強く美しい人造大理石バスタブ「エクラン」発売



1994年~  
お風呂をもっと、寛ぎの場に  
ミストサウナやサウンドシャワーなどの  
独自機能や、エルゴデザインなどの空  
間デザインで使いやすさと寛ぎを追求

2018年  
トクラスバスルーム  
「YUNO(ユノ)」発売



1989年  
浄水技術  
開発

1989年~  
世界中の人々が安心して  
水を使える暮らし

浄水器事業開始  
(当時、ヤマハ発動機子会社IIC)



2008年  
WPC技術  
開発

2008年~  
環境配慮型素材で  
これまでにない価値創造

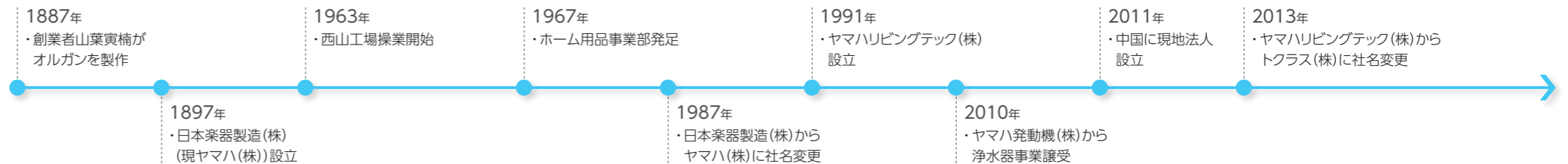
プラスチックの機能化素材ウッドプラスチックコンポジット(WPC)発売



2018年  
携帯型浄水ボトル  
「NaTiO(ナティオ)」  
発売



CNF木粉ハイブリッドWPC「ウッドナノプラス」発売



グローバル視点・環境の変化を捉え、新たな「暮らしの価値」を創造



「お客様ファースト」を貫き、  
当社らしい強みを追求して、  
さらなる企業価値向上を図ります。



### 就任以来さらに深めた 「お客様ファースト」の想い

リゾート企業のトップを務めていた私が、トクラスの経営に参画することを求められたのが2016年2月。翌年4月には代表取締役社長に就任し、以来当社を牽引してきました。私の経営ポリシーの根幹には、いつも「お客様ファースト」の強い想いがあります。サービス業ではサービスを受けられるお客様の反応がすべてです。お客様に喜んでいただくことが会社と従業員の喜びにつながり、そこから対価を得られることに大きな価値があると感じてきました。それはメーカーでも同じです。当社に共感し、商品・サービスを購入されるお客様の存在を大切に、「トクラスは本当にいいな」と、ずっと思っていただけ企業であり続けることが、当社の責任であり使命であると考えます。

### 事業概況について

国内住宅設備事業の事業環境を見ると、10年前には約105万戸だった新設住宅着工件数も2018年は94万戸となり、今後は確実に減少トレンドが見込まれます。しかし市況がいかに悪くならうとも、新たな価値を提供することで成功する企業は必ずあります。スモールマス市場をターゲットに、カテゴリーキングのポジションを獲得することで、当社が成長するチャンスは大いにあります。キッチンでは、住まい方の変化、一人ひとりの暮らし方にきめ細かく対応し、商品価値を常に進化させていけば、当社の強みが活かされると確信しています。また浴室は国内においてはコモディティ化が進み、業界全体でコスト競争に陥るリスクを抱えていますが、日本の浴室構造や入浴

文化が海外で受け入れられる傾向も見られ、需要拡大の可能性を感じています。

### デザイン、技術開発、 ものづくりの強み

当社がお届けする商品の価値は、使いやすさや機能だけではありません。使い続けていただく中で、お客様に愛着を持っていただける商品でお客様のロングライフに貢献する—これは技術だけで実現できることではなく、お客様からの評価を重ねて培われてきたデザイン力が重要です。また当社は、本物の価値を探求し、工業製品としてリーズナブルな価格で新たな価値を提供していくことを目指しています。例えば2019年7月に販売した「TENOR(テノール)」は、本物の鉄や焼き物の質感に迫る堅牢な美しさと機能性、加工性を備えた新素材としてキッチンカウンターに搭載いたしました。取引先からも高い関心をいただいております。キッチンカウンター以外の用途含め住宅設備市場に変革を起こすような商材に育てていきたいと考えています。2019年1月からサンプル提供を開始した「ウッドナノプラス」は、ウッドプラスチックコンポジット(WPC)にセルロースナノファイバー(CNF)を含有させた新素材です。一般的なWPCに比べ強度が高く、将来的には自動車の構造部材や機械用部品への展開も可能であると考えています。「TENOR」ともども技術開発力に加え、それを商品として作り込むものづくり力の複合効果による成果です。今後も、デザイン力と技術開発力、そしてものづくり力をベースに「くらしデザインカンパニー」を目指し、強みをさらに追求していきます。

### 国内の新たな取組みと 海外の展望

国内住宅設備事業では、2019年4月、料理家の栗原はるみさんのプロデュースによる「harumi's kitchen」を発売しました。これは、当社と、同氏((株)ゆとりの空間)、東邦ガス(株)の3社で2018年4月から共同開発に取り組み、商品化したオリジナルキッチンです。さまざまなキッチンを開発し新たなくらしの提案をしてきた当社が、「料理をもっと楽しむためのキッチンを実現したい」という同氏の強い想いに共感し、誕生しました。この商品は、お客様に喜んでいただくという当社の姿勢を表しています。現在、モノだけでなく、料理を楽しむという体験、つまりコトの価値を伝えるための「アンバサダー活動」を全国的に展開しており、企業や業界の枠を超えて共感の輪を広げていきたいと考えます。

海外事業においては、浄水器販売をメインに事業を展開しています。中国では住宅設備機器を扱う代理店の業種が多岐にわたります。地域密着型でまずは水事業を中心に販路を拡大し、将来的に商材を広げていく考えです。市場規模への期待感は大いものがありますが、成果が出るまでには時間がかかると認識しています。

### 社会から信頼されるための 基盤づくり

社会からの信頼にお応えするために、生産段階における環境負荷低減やWPCのように環境に配慮した商品開発にも取り組んでいます。また多様なシェアホルダーの中で経営上のバランスを考慮し、コーポレートガバナンス上の独立した目線を担保するために、今年度より2名の独立役員を招聘し、信頼性と透明性、独立性の高いガバナンス体制構築を進めています。

### イノベーションに挑戦し続けて 「くらしデザインカンパニー」を目指す

2019年度は、これまで取り組んできた構造改革の成果が表れ、反転攻勢の体制が整いました。栗原はるみさんとのコラボ企画である「harumi's kitchen」や新素材、「TENOR」の開発は当社にとってイノベーションへの挑戦です。技術開発力によるマテリアルの進化、それを活用したプロダクツの進化、そのための生産プロセス改革、新たなカスタマーを開拓するためのアプローチ、これら4つのイノベーションの先にあるのが私たちの目指す「くらしデザインカンパニー」です。

2020年度は、より多くのお客様から「いいね」をいただけるようさまざまな課題に挑戦してまいります。ステークホルダーの皆様にはぜひご期待いただきたいと思います。





# 『暮らしデザインカンパニー』を目指して

トクラスは、「お客様ファースト」をベースとした「デザイン力」「技術開発力」「ものづくり力」を強みとし、4つの事業領域を通して「ずっと、ここに届くもの。」をお客様にお届けすることで「暮らしデザインカンパニー」を目指します。そして、お客様のまいにちに寄り添い、お客様の暮らしをより豊かにすることで、広く、社会や地球環境に貢献してまいります。



ずっと、ここに届くもの。

環境・社会問題の解決に向けて

お客様の「まいにち」とくらし  
お客様の暮らしをより豊かに。

- 暮らしの多様化
- 気候変動
- 働き方改革
- 水資源の枯渇
- ダイバーシティ
- 安全、安心
- 健康長寿命社会の実現



- 投入資本**
- 経営資源 (財務資本)
  - 国内生産拠点
  - 国内外営業拠点
  - 製造委託先 (製造資本)
  - 蓄積された技術
  - 知見・ノウハウ
  - 共同研究機関 (知的資本)
  - 企業理念、ブランドスローガン、ビジョンを共有した多様な人材 (人的資本)
  - ステークホルダーとの信頼関係
  - ブランド (社会・関係資本)
  - エネルギー
  - 木材等原材料 (自然資本)

<b>E(環境)</b>	地球環境との共生を図るため、気候変動対策や資源効率性の向上に取り組めます。	P.21~
<b>S(社会)</b>	多様性のある社会の実現や地域社会への貢献のため、お客様ファーストのもと、ステークホルダーと共に社会問題の解決に取り組めます。	P.17~
<b>G(ガバナンス)</b>	持続的な成長による企業価値の向上のため、公正・透明な企業統治体制の構築やコンプライアンス・リスクマネジメントに取り組めます。	P.14~

トクラスの強み  
デザイン力

お客様ファーストのデザイン思想

半世紀におよび住宅設備事業に身をおいてきたからこそ、日々の暮らしの中にどんな瞬間があって、どのような作業をするのか、そこで何を感じるのかなど見えてきたものがあります。私たちの考えるデザイン思想と技術的強み、マーケティングからオリジナリティある商品を提供しています。



[ブランドスローガン]  
ずっと、ここに届くもの。

愛着を持って、ずっと使いたくなるような商品を提供すること。

デザイン思想の原点  
「お客様の暮らし」、「お客様の住まい」

住宅をとりまく環境、国策はもちろんのこと、世界的なインテリアトレンドや人口変動、お客様のくらしや住まいの変化をデザイン思想の原点にしています。そこから「お客様のくらしをデザインする」という視点で、トクラスらしさを盛り込んだ商品の企画に結びつけます。



トクラスの原点  
「TOCLASの強みを活かす」

これまで培ってきた技術開発やものづくりの技術は、商品企画を進める上でとても強いバックグラウンドとなっています。お客様に提供したい価値をつくりだし、それを具現化できるという信頼感があるからこそオリジナリティのある商品を開発することができます。



トクラスの価値提案

道具としての機能美  
Balance of Functionality and Beauty

本質をふまえた  
使いやすさと美しさの両立

住まいの響きあい  
Living Link Design

リアリティのある住まいの美しさと  
周囲との響きあい

くらしを楽しむ工夫  
Ideas for your life

日々のくらしが  
楽しくなるような生活提案

私たちTOCLASは、これからの毎日を楽しむ「くらし」を提案する  
「くらしデザインカンパニー」を目指します

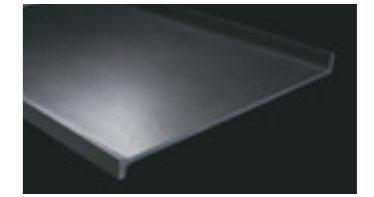
- 革新的でありながら、これからのあたりまえとなり得るくらしの提案
- お客様のくらしを変える魅力の提案
- 愛着がわき、心豊かなライフスタイルの提案

トクラスの強み  
技術開発力

「化学技術」 × 「自社開発」

キッチンカウンターや浴槽に使われている人造大理石[Clastone(クラストン)]は自社で素材開発してきました。ステンレス流し台が当たり前だった時代に、国産初の人造大理石カウンターキッチンを開発して以来、キッチンで使用される条件、浴槽として使用される条件などを日々研究・改良し、量産化が可能となるための仕様設定にいたるまで、自社で開発しています。

私たちに住宅設備として“どういった素材を提供すべきか”という要求に応えつづけることで蓄積されたノウハウがあります。市販の素材をそのまま使用するのではなく、お客様のくらしのご要望に沿った素材開発ができるからこそ、お客様の想像を超えた価値を持つ、オリジナリティのある商品を開発することができるのです。



● 新世代カウンター「TENOR(テノール)」

本物の鉄・金属・焼き物の質感に迫る美しさと、優れた耐久性・お手入れ性を兼ね備えた新世代カウンター「TENOR」。長年にわたる素材研究の深化と、クロスファンクショナルチームでのプロジェクト活動から生まれ、2019年7月よりキッチンカウンターとして販売開始しました。今後はキッチンカウンターのみならず、幅広い分野への展開を検討していきます。



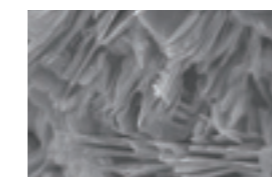
これからの新しい技術

これまで培ってきた化学技術を礎とし、新しい分野への研究開発も進めています。浄水器のカートリッジ開発、ウッドプラスチックコンポジット(WPC)開発は、産学連携による研究開発などで新たな事業領域へ挑戦し、更には持続可能な社会への貢献を目指します。



● 携帯型浄水ボトル「NaTiO(ナティオ)」

国立大学法人信州大学との共同研究により、水中の重金属を取り除く世界初の結晶材料「三チタン酸ナトリウム」を開発しました。信州大学の結晶育成技術「フラックス法」を用いて層状の結晶構造とすることで水との接触面積を広げ、従来のイオン交換樹脂よりも小型・短時間での重金属除去を実現することが可能になりました。信州大学とトクラスでは携帯型浄水ボトルへ搭載し、2018年に「NaTiO」を発売。今後は海外の水事情に合わせた安価な有害物質除去メディアを開発し世界に展開していきます。

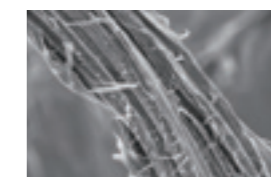


三チタン酸ナトリウムの結晶



● CNF-木粉ハイブリッドWPC「ウッドナノプラス」

環境省の委託業務(平成27年-29年 CNF活用製品の性能評価事業)で得られた成果と、国立研究開発法人 産業技術総合研究所との共同開発を基に当社が改良を重ね、セルロースナノファイバー(CNF)と木粉を含むWPCを開発しました。フィブリル化\*をした木粉を含むことで、当社従来品のWPCより1.5倍の耐衝撃性を実現しています。今後、自動車部品等への活用など幅広い分野に対して、軽量かつ高強度な環境配慮材料としての展開を見込んでいます。  
\*フィブリル化とは、マイクロサイズの木粉表面に、微細なマイクロフィブリルが毛羽立つ現象です。



フィブリル化した木粉





トクラスの強み  
ものづくり力

伝承される  
「技」 × 「精神」

塗装の技

「手塗りグレード」のキッチン扉は、熟練の技術者による手塗り塗装で、一枚一枚仕上げています。木材は同じ物が2つとなく、木地や含水率、形や材色などの違いまで把握しながら塗り分けには、機械にはできない人間の感覚による調整が必要だからです。

品質に対して常に自信と責任を持ちながら仕上げるとともに、熱や紫外線などに対する耐久性を機械でもチェックすることで高い品質を保ち続けています。(手塗りグレードは、Berry、DOLCE Xのみ)

国家資格である塗装技能士(木工塗装)の取得だけでなく、社内の熟練技術者から塗装技術を習得するための『匠道場』が設けられ、次世代の技術者を育成しています。確かな技術と、伝承された技により、トクラスにしかできないオリジナルの塗装扉をお届けしています。



人造大理石製造の技

部位や使用環境・頻度などによって樹脂の調合仕様や成形条件がそれぞれ違います。条件に合わせて確実に成形することはもちろん、製造時の環境を考慮し、その日の温度・湿度によって添加剤の量や、樹脂を型に流し込むタイミングを調整することで、品質を安定的に保っています。

また、平滑面をつくりだすための研削作業では、経験値に基づいた“人の手の感覚”が不可欠です。お客様がカウンターに触れた時に「心地よい」と感じていただいているのは、現場スタッフ一人ひとりの技が伝承されているからこそです。



ものづくりの精神

ものづくりに携わるメンバー一人ひとりの仕事に対する姿勢はどうあるべきか、という観点に立ち、日常業務や研修を通じてものづくりに向き合う精神を養っています。個々のレベルを上げ続けることは、社会と会社の発展への貢献に不可欠であるとし、「人づくり」を重視してきました。

次世代育成とものづくりの伝承を目的とした研修制度である『以心伝心塾』を実施しており、全社から選出した講師陣により、これまで培われてきたトクラスのものづくりに欠かせない「品質」「能率」「安全性」のノウハウを2年間にわたり実習を交えて伝承しています。

価値提供を支える取組み

顧客満足のため、バリューチェーン一体となった品質向上、くらしの提案に取り組みます。ISO9001に基づいたマネジメントシステムを構築し、各プロセスにおける品質向上を推進しています。

品質向上に向けた取組み

【バリューチェーン一体での品質向上活動】

顧客満足度向上のため、調達・製造～出荷・納品までの品質課題を改善する活動を行っています。お客様からのご意見を関連部門で共有の上、具体的な目標を掲げて活動し、2018年度はキッチン27件、バス19件の製品改善を行いました。

運搬時の製品破損削減や安全性向上のため、物流会社と定期的に会議を開催し、また、荷扱いが製品に及ぼす影響を把握するための確認試験を実施しており、両社の物流品質向上への意識付けを強化しています。



【設置品質の向上】

お客様宅での設置状況をチェックできるトクラスエンジニアサポートシステム(TESS)により、設置プロセス管理を実施しています。また、トクラス商品の設置店に対しては、新商品発売前に設置研修を実施することで、設置品質の安定化を図っています。さらには、設置店のマッピングや技量把握による、設置作業の最適化を図っています。



【アフターサービス品質の向上】

アフターサービス部門では受付窓口の対応力向上に向けた取組みを実施しています。開発部門経験者、取付設置部門経験者などからなる技術陣を、受付窓口のサポートとして配置し、さまざまな案件に対して対処方法を共有できる仕組みとしています。一次受付で対処方法をお伝えすることで、対応時間に余裕が創出され、更なる体制強化に向けた施策を推進しています。



くらし提案力向上の取組み

各営業支店のマネージャーが中心となり、必要な営業スタイルを科学的に分析し、各営業プロセスの品質を向上させるためのトレーニングを実施しています。

また、ショールームにおいてはキッチンなどの水まわりだけでなく、くらし全体のご提案ができるよう、プランニング研修を行っています。くらし提案やプランニングを通してお客様のこころにずっと届くものとなるよう、営業現場でのスキル向上に取り組んでいます。

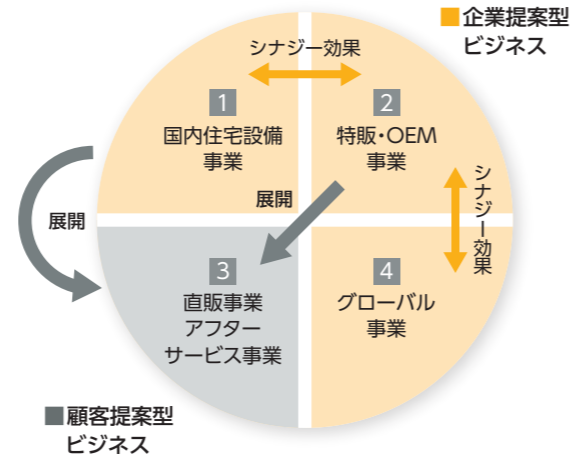


## 各事業領域の位置づけ

トクラスの強みを基盤に、小回りが利く規模感を活かしながら、国内外の企業・顧客それぞれへくらしの提案ができる提案型企業「くらしデザインカンパニー」を目指します。

ターゲット別の事業領域を構成し、各事業に適した商品・サービス「ずっと、ここに届くもの。」を提供することで、お客様のご要望にお応えします。

技術開発力の強化、生産構造改革、ご要望への対応力向上の実践により、トクラスらしいオリジナリティあふれる提案の幅を更に広げ、事業の成長に向けて取り組んでまいります。



### 1 国内住宅設備事業

#### 事業概要

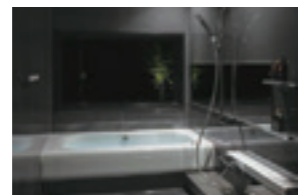
システムキッチン、浴室、洗面化粧台などの企画・開発から、生産、販売を行っています。商社や卸流通業者に販売し、工務店やリフォーム専門店等を経由して消費者にお届けする他、大手ハウスメーカーやホームビルダー向けに直接販売を行っています。これら営業活動を、全国28か所の事業所と併設されたショールームが支えています。当事業の売上構成比は全体の約90%と、当社の基幹事業となっており、今後は「お客様ファースト」をベースにくらしのデザインを通じて、住空間に新たな価値を提供してまいります。

#### 商品・サービス

キッチンでは、一人ひとりのくらしに合わせたレイアウトとスタイリングが特徴のBerry(ベリー)とシンプルかつ基本性能を備えたBb(ビービー)をラインナップ。浴室では、リラクゼーションできる入浴感を目指したYUNO(ユノ)、広く快適な空間を実現したevery(エブリイ)などをご用意しています。その他、洗面化粧台や家庭用浄水器などをラインナップしています。



トクラスキッチン Berry(ベリー)



トクラスバスルーム YUNO(ユノ)

#### ハウスメーカー、ホームビルダーの取組み

ハウスメーカーやホームビルダーはお客様に対して住宅トレンドを牽引する役割を担っていると同時に、当事業では売上の約半分を占める重要な取引先です。様々なコミュニケーションを通じて新たな住まい方を提案することに加え、ともに社会の要請に応える取組みを進めていきたいと考えています。

#### とりまく環境

人口減少および世帯数減少に伴い、国内の新築住宅需要も減少が見込まれており、大手ハウスメーカーには新たな地域・事業領域への進出など業界の範囲に留まらない変化が見られます。また、戸建住宅市場ではリーズナブルな価格帯のホームビルダーが伸長し、限られた需要に対して競合企業間での競争が激化する状況にあります。一方で、サービス付高齢者向け住宅やシェアハウス、狭小住宅の伸長など、住まい方の多様化が進み、それぞれに適した住宅設備のあり方、くらし方にあった提案が求められています。

#### くらしをデザインする新たな取組み

料理家・栗原はるみ氏プロデュースのもとオリジナルキッチンを開発し、2019年4月に発売しました。ワークトップワゴンやオープンストッカーなど「料理をもっと楽しむ」ためのアイデアが随所に盛り込まれています。また、ユーザーアプローチの新たな取組みとして「harumi's kitchen ambassador」を発足させ、販売網のスペシャリストと一体になって料理をもっと楽しむという本商品のコンセプトをお客様にお届けする活動を展開しています。

harumi's kitchenは、(株)ゆとりの空間、東邦ガス(株)、当社の共同開発商品です。



harumi's kitchen

#### 国内住宅設備事業を支える事業インフラ

当事業に関連して、全国にアフターサービス網と設置工事網を配備しています。各エリアの事業所(ショールーム)が起点となり、取引先と一体になって事業を支えています。



トクラスショールーム

### 2 特販・OEM事業

#### 事業概要

業務提携をベースとした開発・製造のOEM(ODM)事業、ハウスメーカーの新規事業向けのオリジナル商品開発などに取り組んでいます。ここではキッチンカウンターや、浄水器の販売も手掛けています。また、ウッドプラスチックコンポジット(WPC)事業も本事業に含まれます。

#### OEM事業

2018年8月に株式会社ノーリツからシステムキッチンの開発・生産を受託し、2019年4月に出荷を開始しました。



ノーリツ社キッチン出荷式(2019年4月22日)

#### とりまく環境

大手ハウスメーカーは戸建住宅需要の減少に対して、特徴ある集合住宅や街づくりなど、新規事業開発を進めており、各コンセプトに合わせた柔軟な商品開発と生産対応が求められます。また、浄水器事業、WPC事業は、環境配慮の観点からも時流に沿った事業といえます。

#### BtoB部材販売

業界初、13+4物質除去を実現する浄水器内蔵シャワー混合水栓等を単品販売する他、保育施設の付加価値向上を狙い当社の成型技術を活かした幼児用洗面台などを開発、販売しています。



浄水器内蔵シャワー混合水栓



幼児用洗面台

### 3 直販事業、アフターサービス事業

#### 事業概要

浄水器カートリッジや、キッチン用・浴室用小物等、当社に関連する商品やパーツを直接お客様に販売しています。また、ご購入いただいたお客様に対してメンテナンスや部材交換の情報を提供し、アフターセールスとしても事業化を進めています。

#### とりまく環境

情報化社会の発展に伴い、消費者の購買行動におけるインターネットの役割拡大と同時に、コト消費、顧客体験(CX)が注目されるようになってきました。商品のご購入を検討いただく段階から、納入後の継続的なサポートを含めお客様とのつながりを大切にしていきたいと考えています。

#### トクラスオンラインショップ／トクラスサポート10

「トクラスオンラインショップ」をご用意し約300点のアフターパーツ等を販売しています。また、有料の10年間延長保証サービス「トクラスサポート10」をご用意し、ご購入後も末永く安心してご使用いただけるよう取組みを進めています。



トクラスオンラインショップ



### 4 グローバル事業

#### 事業概要

中国での事業については、グループ会社の「寧波托客樂思家居科技有限公司」が担っています。台湾、インドネシア、韓国といったアジア諸国に対して、システムキッチンやその他キッチン部材、セントラル浄水器等、輸出販売も行っています。

#### とりまく環境

SDGsのゴールにもある、安全な水の供給はアジア諸国でも社会的な課題となっています。同時に市場としても大きな期待が寄せられています。当社では、住宅への水の入り口部分に設置する中型のセントラル浄水器ビジネスに取り組んでおり、更なる市場開拓の検討を進めています。

#### 中国

##### [取扱商品]

- 浄水アイテム(48品目)
- システムキッチン(現地での見積~施工)
- キッチン部材(シンク、収納機器他)
- その他(洗面化粧台 他)

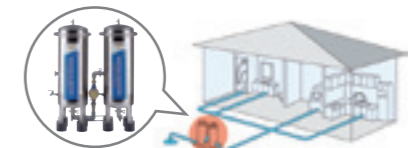


中国で開催された第4回浄水器ブランドサミットで、当社浄水器が、海外ブランドTOP10に選ばれました

#### インドネシア

##### [取扱商品・サービス]

- セントラル浄水器
- 水栓取付型浄水器
- ディスペンサー型浄水器
- 水質検査サービス



セントラル浄水器設置イメージ



浄水器



# トクラスのCSR

## CSR方針

私たちは、社会の声に耳を傾けながら、お客様他ステークホルダ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の実現に貢献します。

## CSR行動指針

私たちは、コンプライアンスの徹底、更なるガバナンスの強化、事業継続のためのリスクマネジメント体制の構築を推進し、CSRの基盤を築きます。これらの意識、施策はステークホルダーの皆様と共有し、ともに成長します。

- 人権の尊重** 私たちは、いかなる場面でも、人種、性別、宗教、出身、年齢、障害、家族状況などにおける差別、いやがらせをおこないません。また、人権を侵害する行動への加担もしません。
- 活きいきと働く** 私たちは、従業員一人ひとりを尊重し、多様な働き方を受け入れる風土醸成、個々の能力向上を促す教育訓練の機会提供、仕事と生活の調和が取れる労働条件の整備を通じて、働きがいがあり活きいきと働くことができる職場を実現します。
- 社会・環境との共生** 私たちは、温室効果ガスの削減とエネルギー、水、その他の資源を有効活用するために、製品の省エネ化、廃棄物の削減、エネルギーと化学物質の適正な管理を推進します。また、持続可能な調達を促進し、サプライチェーン全体での環境負荷軽減を推進します。
- お客様への約束** 私たちは、お客様の安全・安心な暮らしを第一と考え、お客様と真摯に向き合い、期待にかなう製品・サービスを提供するとともに、購入後のご心配やご要望にお応えするサポートシステムの更なる向上を目指します。

## トクラスのCSR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
重要な取組み	・ 省エネルギーへの取組み ・ 廃棄物削減に向けた取組み ・ 化学物質の適正管理 ・ 地域との共生 ・ 環境社内教育	・ ステークホルダーエンゲージメント ・ ワークライフバランス ・ 多様化に合わせた制度づくり ・ 労働安全衛生	・ コーポレートガバナンス体制の構築 ・ 社外取締役(独立役員)の招聘 ・ 全社委員会、推進委員会の設置 ・ 社内規定の継続的見直し ・ コンプライアンスの取組み ・ BCP対応
2018年度 実施事項	・ CO <sub>2</sub> 排出量:32%削減(*2013年比) ・ 産業廃棄物排出量:15%削減(*2013年比) ・ 化学物質排出量:94%削減(*2013年比) ・ 地域との共生に向けた取組み ・ 技術開発部門でのSDGs教育	・ ショールームでのくらし提案 ・ SNS等での企業情報発信 ・ 政策方針説明会 ・ 新人事制度、社宅制度改定 ・ ワークライフバランス推進 ・ 本社夏祭りの開催	・ ガバナンス体制の整備 ・ 取締役会の開催(13回) ・ 委員会の再編、活性化 ・ 社内規定の見直し(14規程) ・ コンプライアンス通信の発行(毎月)
2019年度 取組み目標	・ CO <sub>2</sub> 排出量:35%削減 ・ 産業廃棄物排出量:4%削減 ・ SCMIにおける化学物質管理の見直し ・ 地域環境活動への参画 ・ 製造スタッフ部門でのSDGs教育	・ くらしの提案力強化 ・ 広報・広告の充実 ・ 政策方針説明会の実施 ・ 研修・表彰制度の拡充 ・ ワークライフバランス推進 ・ 本社夏祭りの開催	・ ガバナンス体制の整備(社外取締役) ・ 取締役会の開催 ・ 委員会の実効性向上 ・ 社内規定の継続見直し ・ コンプライアンス通信発行(毎月) ・ 防災組織の見直し

\*基準年:2013年(トクラス株式会社へ名称変更した年)

# コーポレートガバナンス



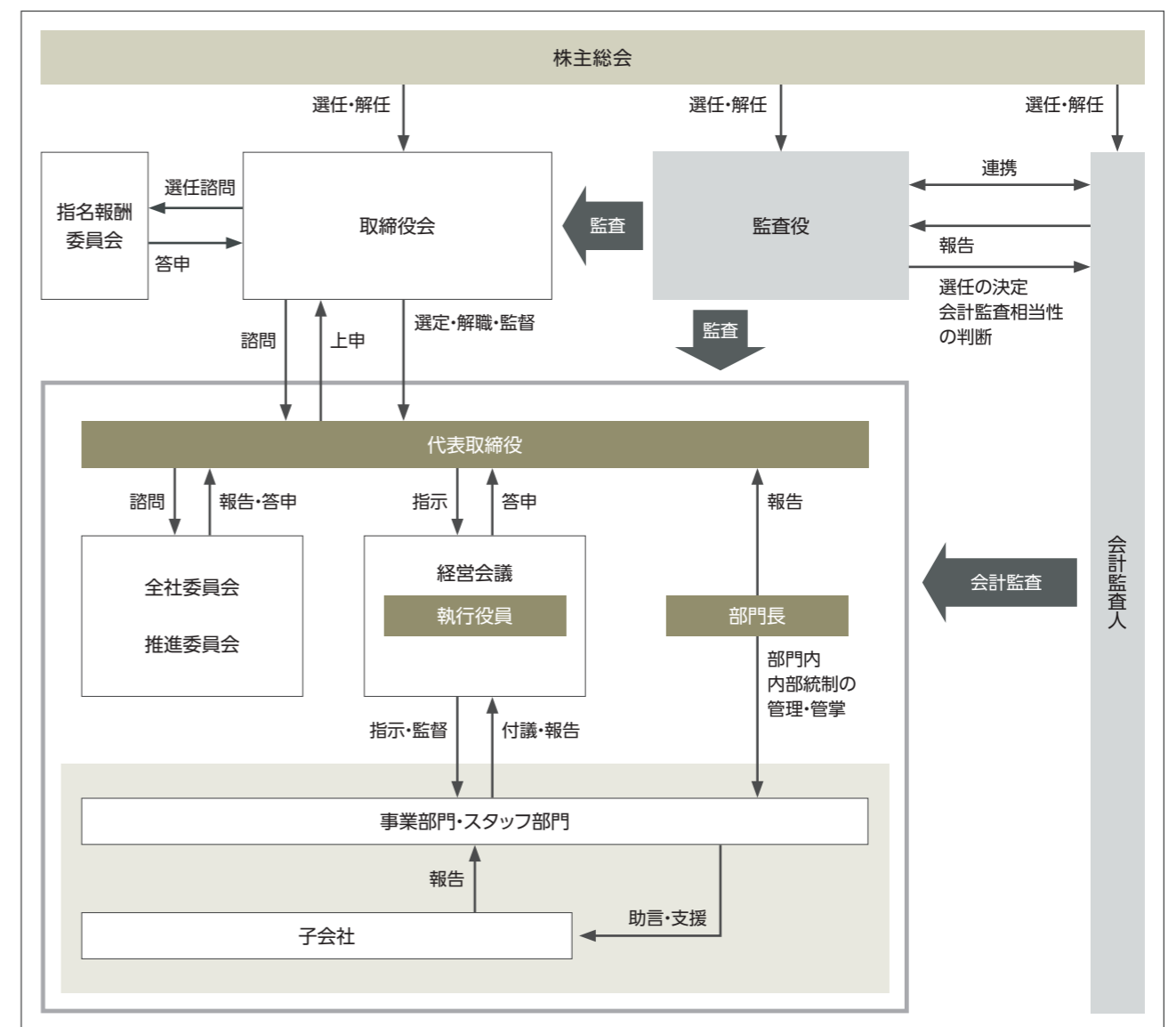
## コーポレートガバナンスに対する基本的な考え方

企業理念の実践を通して「お客様満足の追求」「社会の持続的発展への貢献」「長期的な企業価値の向上」「ともに働く人々の幸せ」を目指しています。これらのステークホルダーに対する約束の実現のためには、社長から最前線の営業担当者、ものづくり現場の担当者に至る全ての従業員が当社の企業理念を理解し、それぞれの立場と責任において適切に判断し行動することが求められます。

## コーポレートガバナンス体制

会社の事業運営は一人ひとりの全ての意思決定と行動の総和に他ならず、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。それに依拠する行動規範や社内諸規程等を遵守することで、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ています。

〈コーポレートガバナンス体制図〉





## 取締役および、取締役会出席率

取締役 代表取締役社長 佐々木 良  
取締役 小泉 和弘

社外取締役 仲村 貴文（独立）  
株式会社ノーリツ顧問。住宅設備機器業界における豊富な営業経験及び上場企業で経営に携わった経験を当社の経営に活かしていただくことを期待しています。

岡田 尊志  
住友林業株式会社理事木材建材事業本部国内流通部長。住宅設備機器業界及び建材業界に対する豊富な専門知識を有しており、それらを当社の経営に活かしていただくことを期待しています。

田中 穰（独立）  
日本特殊陶業株式会社顧問。技術開発領域及び製造領域に深い知見を有することに加え、前職では自動車関連業界において経営にも関与され、当社の新たな価値創造に貢献いただくことを期待しています。

内田 敏春  
株式会社日本政策投資銀行企業ファイナンス部長。同行での業務を通じた経営に関する経験・ノウハウが取締役会の機能強化に資することを期待しています。

監査役 常勤監査役 清野 康人  
社外監査役 中嶋 武司

〔2018年度取締役会実施回数〕

13回

〈出席率〉

	社内	社外
取締役	96%	100%
監査役	100%	100%

## 執行役員

上席執行役員 小泉 和弘 営業本部長  
上席執行役員 白川 勝 新規事業推進部長  
上席執行役員 杉森 康雄 総務部長  
執行役員 市川 和幸 営業本部副本部長兼マーケティング部長  
執行役員 北川 昭宏 技術開発部長  
執行役員 坂下 典之 技術開発部副部長  
執行役員 岸 健太郎 生産企画部長

## 全社委員会、推進委員会活動の活性化

社長の諮問機関として、CSR、法令遵守、リスク・コンプライアンス、品質・環境、その他全社経営の重要課題への対応および継続的な改善を行うため、「全社委員会」「推進委員会」を設置しています。

委員会は、全社の各組織機能に対して部門を横断して取り組むことで、重要課題への諸対策の実効性をより高める動きを有しています。委員会機能については、その実効性をさらに向上させることを目的に4つの「全社委員会」と7つの「推進委員会」に再編、見直しを図りました。

〔全社委員会〕

人事委員会	コーポレート・コミュニケーション委員会	ブランド戦略委員会	コンプライアンス委員会
-------	---------------------	-----------	-------------

〔推進委員会〕

全社安全衛生推進委員会	輸出審査推進委員会	防災・BCP推進委員会	スペース活用推進委員会
-------------	-----------	-------------	-------------

HMTF推進委員会	CS・品質向上推進委員会	環境推進委員会
-----------	--------------	---------

## 社内規程の継続的な見直し

企業活動における関連法令および諸規則の遵守、および適切な業務運営を図るため、各種の社内規程を整備しています。これらの規程については、会社の状況等に応じた継続的な見直しを図っています。2018年度は、権限規程、委員会規程等、14規程(延べ20回)の改定を行いました。とりわけリスクマネジメントの観点から、事業所管理、安全衛生、防災等についてはタイムリーな規程改定を行っています。

## コンプライアンスの取組み

当社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、ビジネス規範、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委員会では、従業員への教育、啓蒙活動等コンプライアンス意識の向上を図っています。

### ■コンプライアンス通信の配信

コンプライアンス委員会では毎月「コンプライアンス通信」を発行しています。法令の内容や折々の重点テーマに加え、各部門長による関連テーマの寄稿等も取り上げて、従業員を啓蒙しています。



実際に発行しているコンプライアンス通信

### ■コンプライアンス教育の実施

コンプライアンス意識の周知徹底を図るため、全社員に「コンプライアンスガイドライン」を配布しています。また、新入社員等の社内研修時にもコンプライアンス教育を実施しています。

### ■コンプライアンスヘルプラインの設置

コンプライアンス事案に対する早期把握による是正・解決ならびに再発防止策を適切に行うため、社内および社外(顧問弁護士事務所)に「トクラスコンプライアンスヘルプライン」を設置しています。

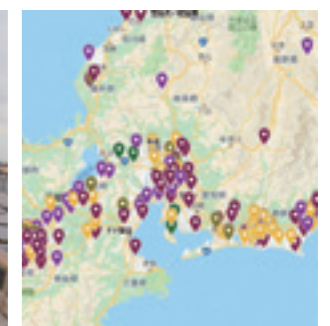
## BCPに関する取組み

BCPに関しては2010年から取組みを開始し、2015年からは第三フェーズとして、防災BCPの効率的推進とサプライチェーンマネジメントの強化を主要テーマとして掲げ、以下の取組みを実施しています。

- ◎防災・BCP推進委員会の実効性向上のため、推進体制変更。
- ◎外部コンサルタントによるリスク評価の実施。
- ◎本社事業所において、従業員の安全確保を目的とした防災訓練を年1回以上実施。
- ◎ライフサポートメール(災害時の安否確認メールシステム)の導入と訓練の実施。
- ◎有事の際に迅速な対応をとるための主要部材生産拠点マップ化。
- ◎供給リスク部材に対し、社内外での一定量在庫確保。
- ◎輸送機能のリカバリー対策。



スローダンを使用した避難訓練の様子



生産拠点のマップ化

# ステークホルダーエンゲージメント



## 基本的な考え方

ステークホルダーと関わりながら事業活動を行うことで、「暮らしデザインカンパニー」の実現を目指します。そのために、ステークホルダーそれぞれの意見や期待を受け止める機会、適切に情報を開示する機会を持ち、今後より一層の継続した関わりをもって、価値共創を目指します。

## お客様

お客様の安全・安心な暮らしを第一と考え、お客様と真摯に向き合い、期待にかなう製品・サービスを提供するとともに、購入後のご心配やご要望にお応えするサポートシステムの更なる向上を目指します。



主な責任と課題	コミュニケーション方法・機会
安全・安心・高品質な製品、サービスのご提供	・ショールームでの商品体験 ・アフターサービスのご提供
暮らし方のご提案	・ショールームでの暮らしのトータル提案 ・SNSでの暮らしに関する情報発信
企業情報の開示(ご購入前)	・ウェブサイトでの企業情報開示 ・ウェブサイト、カタログでの商品情報開示 ・ウェブサイトでの工務店・リフォーム店紹介
企業情報の開示(ご購入後)	・オンラインショップでのメンテナンスグッズの販売 ・ウェブサイトでのアフターサービスのご案内 ・お客様相談窓口でのお問い合わせ対応

## 取引先

取引先の皆様との公正な取引を通じて信頼関係を構築し、ともにお客様の暮らしをより豊かにすることで、お互いの発展を目指します。

主な責任と課題	コミュニケーション方法・機会
公正な取引	・取引基本契約
優先的な地位濫用の禁止	
公平かつ合理的な基準による取引先の選定	・CSR調達ガイドライン ・取引先選定表
人権の尊重と労働環境への配慮	・安全衛生協議会 ・CSR方針の共有
企業情報の発信	・政策方針説明会
良好な信頼関係の構築	・日々の業務を通じた対話 ・トクラスリフォームクラブ
高品質な製品・サービスの提供	・品質確認会 ・施工研修 ・定期取引先監査
研究成果の社会への還元	・産学共同研究

## 従業員

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、多様な働き方を受け入れ、個々の能力向上を促す教育訓練の機会提供、仕事と生活の調和が取れる労働条件の整備を通じて、生きいきと働くことができる職場の実現を目指します。

主な責任と課題	コミュニケーション方法・機会
人権・人格・個性・多様性の尊重	・自己申告制度 ・ダイバーシティ推進 ・ワークライフバランス推進 ・新人事制度(地域限定社員)
方針・情報の共有	・中期経営計画説明会 ・イントラネットでの社内報配信
公正な評価	・人事評価制度 ・定期面談とフィードバック
人材育成、モチベーション向上	・表彰制度(社長賞など) ・資格取得支援制度 ・階層別研修制度
安全で働きやすい職場づくり	・安全衛生パトロール ・コンプライアンスヘルプライン ・労使協議 ・メンタルヘルスサポート

### 〈階層別研修制度〉

研修名	対象者
新入社員研修	入社1年目の正社員
フォローアップ研修	
キャリアアップ研修	入社3年目の正社員
新任L職研修	課長代理昇格者
上級L職研修	課長代理のうち選抜
新任ライン長研修	所属長任用者
新任M職研修	基幹職登用者
営業強化プログラム	営業本部支店長他
キャリアデザイン研修	50歳の正社員・契約社員



営業強化プログラムの様子

## 株主

透明性の高い経営と各ステークホルダーとの良好な関係性を構築し、株主価値の最大化と利益の還元を目指します。

主な責任と課題	コミュニケーション方法・機会
適時、適切な情報開示 持続的な企業価値向上	・定時株主総会 ・臨時株主総会 (2019/3期は3/29に1回開催⇒議案:取締役(社外)1名選任)

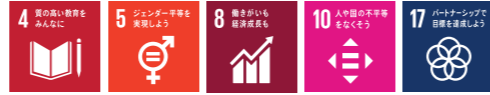
## 社会

社会に必要とされる企業となるため、社会の規範を遵守し、社会の一員として持続可能な社会の発展に貢献します。また、地域との共生により地域社会の発展を目指します。

主な責任と課題	コミュニケーション方法・機会
継続的な環境活動の推進	・環境マネジメントシステムの運用 ・再生可能エネルギーの提供 ・リサイクルの推進 ・環境配慮商品の開発
地域社会への貢献、地域社会との協調	・本社夏祭りの開催 ・交通安全街頭立哨活動の実施 ・地域清掃活動の実施 ・インターンシップ



# 生きいきと働くために



## 人事に関する考え方

### 人事の基本原則

企業活動の源泉は「人」です。従業員一人ひとりが従来の考え方、やり方に捉われず、また失敗を恐れず勇気と創造力をもってチャレンジし続ける。私たちはそんな「人」の集団を目指し、従業員に「行動基準の内容を徹底する」ことを求めます。従業員の能力を最大限に発揮させるために人材を活かして育てるとともに、その成果や貢献度を適切に評価し報いることで、従業員・会社双方がともに成長することにつなげていきます。

### 会社が従業員のために行うこと

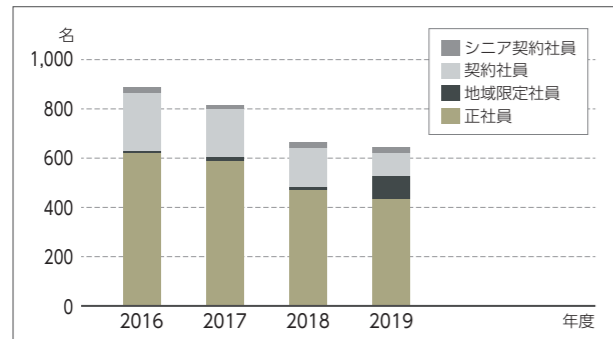
①「行動基準」の内容を徹底する
②能力を最大限発揮させる <ul style="list-style-type: none"> <li>多様性を受け入れ、従業員一人ひとりの個性や潜在能力を見極め、個々の持ち味を発揮させる</li> <li>自律的な成長を促し、やりがいを持って業務に打ち込めるよう環境作りを行う</li> </ul>
③成果に報いる <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員の努力や挑戦意欲を的確に確認した上で、成果を適切に評価する</li> <li>個々の従業員の業績に応じ、メリハリのある処遇に結びつける</li> </ul>
④人材を活かし、育てる <ul style="list-style-type: none"> <li>職種ごとに、期待される人材像や必要な能力を定義し、人材モデルを明確にする</li> <li>従業員全体のレベルアップを図るトレーニングを推進する</li> </ul>

## 多様化に合わせた制度づくり

### 人事制度改定

2015年4月に、勤務エリアを限定できる地域限定社員制度を導入しました。2019年4月には、無期転換ルール適用に伴い、5年を超えて反復更新した契約社員が希望した場合、地域限定社員に転換できる制度に改定しました。転勤あり正社員への転換制度も備えており、ライフスタイルに合わせて活躍の機会を広げることが可能です。

#### 〈雇用形態別 従業員数推移〉



### 資格取得支援

自らの知識・技術を自らの意思で研鑽し、従業員個人の価値、会社の価値を高めることにつながるよう資格取得の支援を行っています。一級建築士、二級建築士、インテリアコーディネーター等、業務遂行上の専門能力強化に有効な資格を取得した場合、受験料や資格登録料、合格時祝金を支給しています。

#### 〈資格保有者数〉2019年3月末現在

公的資格	保有者数
一級建築士	3名
二級建築士	25名
インテリアコーディネーター	33名
キッチンスペシャリスト	59名

### 社宅制度改定

年齢、婚姻、持家の有無など属人的な貸与条件を見直し、転勤者、独身者、単身赴任者、二重社宅適用者等の負担軽減となるよう改定を行いました。(2019年4月改定)

### 両立支援制度

制度・休暇	内容	2018年度	
出産・育児	出生支援休暇	配偶者の出産前後に5日間	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)	26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分短縮⇒小学校3学年修了時まで(2019年度より)	14名
	育児フレックスタイム勤務	子が小学校3学年修了時までフレックス勤務可能⇒小学校6学年修了時まで(2019年度より)	15名
	子の看護休暇	小学校1学年修了前までの子1人につき年5日間	2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)	0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	0名
	介護休暇	要介護者1人につき年5日間	0名

※雇用形態等により内容は異なります。

## ワークライフバランス推進

働き方改革関連法の2019年4月1日運用開始に伴い、勤務ルールについて一部改定を行いました。

### 長時間労働の解消

① 時間外の上限を100時間から80時間へ変更
② 時間外が月40時間を超える月を年6回までとする
③ 時間外が月60時間を超える場合は、上司が「時間外超過改善報告書」を提出する
④ 健康安全基準(在場時間)を80時間から60時間に変更

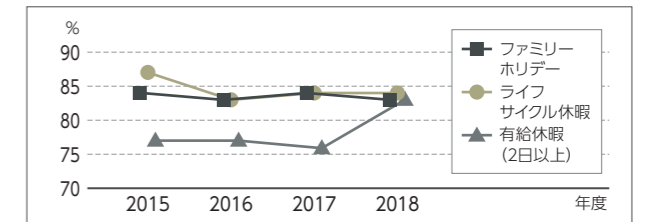
### 年次有給休暇の確実な取得推進

有給休暇4日の計画的付与を労働組合と協定締結しました。これに各自が1日有給休暇を取得することで5日義務化の達成を目指します。初年度となる2019年度は、有給休暇取得支援金制度を導入し、計画有休を含む有給休暇を6日取得した従業員に対して支援金を支給することで、全従業員の完全取得を推進します。

### 休暇取得推進運動

ファミリーホリデー(毎年連続2日取得)、ライフサイクル休暇(5年毎に連続5日取得)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んできました。従業員自らが働き方を見直し、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。2018年度のファミリーホリデー取得率は83%、ライフサイクル休暇取得率は84%、有給休暇2日以上取得率は83%でした。

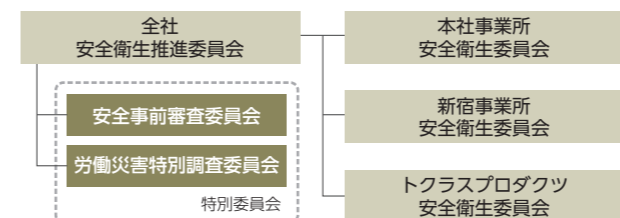
#### 〈特別休暇と有給休暇(2日以上)の取得率推移〉



## 労働安全衛生に関する取組み

従業員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、継続的に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・事故対策や法改正対応等のテーマに取り組んでいます。

#### 〈安全衛生推進体制〉



### 労働安全のための取組み

従業員の労働安全のため、リスク低減活動に力を入れています。衛生管理者等による安全パトロールはもとより、機械、設備等の新設時に行う安全事前審査を実施。また、製品の製造および開発過程で使用する化学物質については、SDS管理、作業環境測定、リスクアセスメント活動を通じてリスクの洗い出しとその低減に取り組んでいます。



構内安全パトロールの様子

#### 〈労働安全活動実績〉

活動	2018年度実績
安全事前審査	2回/2設備
SDS登録状況の報告	12回
作業環境測定	2回
特殊健診時の対象物質チェック	2回

### 交通安全のための取組み

全国の事業所で約180台の社用車を運用しており、若年層の交通事故抑制に注力しています。新入社員研修では適性検査、座学に加え、専門施設での運転教習プログラムを実施しています。安全運転支援装備や衝突防止システムを搭載した車両の採用を2016年度より進めています。

### 健康づくりのための取組み

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、本社には相談窓口となる健康管理室を設置しています。また、年1回のストレスチェック実施や、月1回のカウンセリング事例紹介の配信などに取り組んでいます。

# 環境のために

## 基本的な考え方

環境方針を定め、当社の事業活動から生じる環境影響を継続的に低減する取組みを進めることで、持続可能な開発目標 (SDGs) と深く関わりながら、持続可能な社会への貢献を目指します。

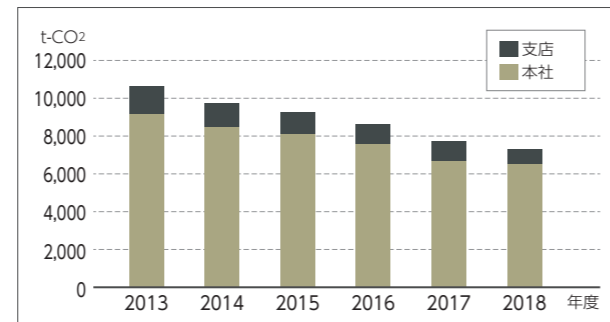
具体的には、ISO14001をベースとしたマネジメントシステムを構築し、省エネルギー、廃棄物削減、化学物質管理、製品のライフサイクルマネジメントについて、各部門から横断的に選出されたメンバーによる推進チームを中心に、事業活動と密接に関連した環境活動を計画的に推進しています。

## 省エネルギーへの取組み

生産拠点を有する本社エリアのエネルギー消費量が高く、生産現場を中心に省エネルギーへの取組みを進めています。日々の改善活動、定期的な設備点検・補修を中心とした省エネを推進し、2018年度には2013年度比32%のCO<sub>2</sub>排出量削減を達成しています。

今後は電力使用時のピークカット・準準化、効率的な生産ラインの再構築や再生エネルギーの活用などを進めるとともに、空調使用の最適化や節電意識の向上など、全社を通じた省エネ活動についても推進します。

〈CO<sub>2</sub>排出量の推移〉



## 廃棄物削減に向けた取組み

生産時に排出される廃棄物のうち、70%以上は木材です。廃棄物削減に向けた取組みの中心は木材使用量の削減、歩留まり向上などであり、設計部門と製造部門それぞれが主体となり進めています。

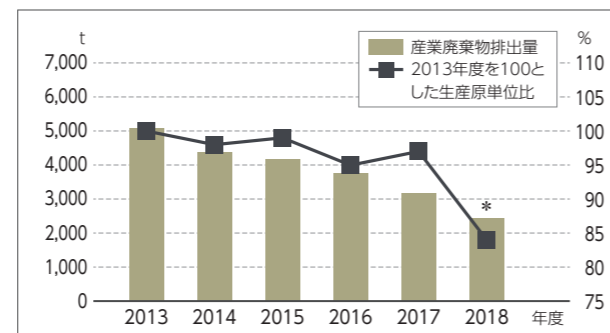
これらの取組みにより生産原単位における廃棄物の総排出量は2013年度比15%削減を達成しています。

一方、ライフサイクルの視点から、商品に使用される材料の削減、商品梱包材の削減など、設置時やお客様宅での廃棄物量を削減する取組みも、設計部門が中心となり進めています。

### プラスチック使用量削減活動

トラスの強みである人造大理石の製造において、原材料のプラスチック使用量削減は、社会的な重要課題の一つと捉えています。キッチンカウンター製造時、樹脂を型に流し込む際、開口部にあらかじめダミーを用いることで、必要なだけの材料を使用することとなり、一般的な板材から開口部を取り除く手法よりも、大幅なプラスチック使用量削減を実現しています。また、キッチンカウンターを成形したときに出る端材は粉碎し、原材料の一部としてリサイクルしています。更なるリサイクル率向上に向け、技術開発部門と製造部門が協力しながら改善を進めています。

〈産業廃棄物排出量の推移〉



\*2017年度から2018年度の廃棄物排出量の大幅な減少は、2018年度に廃材の再資源化に取組み、一定の成果があったため。しかしながら、社会情勢の変化や内部環境の変化等により継続的な運用が難しくなったことから、2018年12月で取組みを終了しています。



## 化学物質管理

商品の製造には一定の化学物質が使用されるため、化学物質管理推進チームと製造部門が中心となり、化学物質の購入量と製造時使用量のモニタリング、SDS管理、有資格者の配置、化学物質教育等による化学物質管理を実施しています。これらの活動を通して環境法令の遵守、作業者の労働安全衛生、化学物質使用量の削減を推進しています。

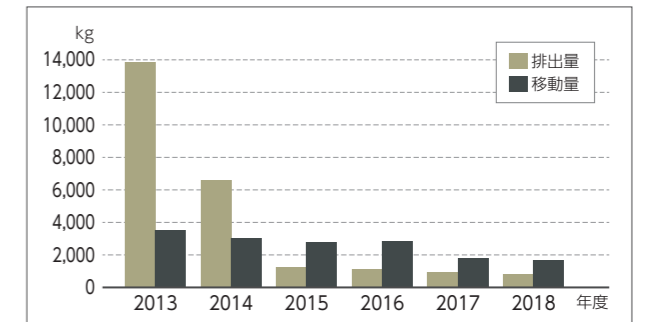
また製品に含有する化学物質に対しては、法令や各種ガイドラインを考慮した自主基準を定め、バリューチェーン全体での化学物質管理と使用量削減に努めています。

### 緊急時訓練実施

化学物質の運搬時や使用時、災害時などにおける化学物質の漏洩といった緊急事態に備えて、定期的に緊急時訓練を実施しています。緊急事態が発生したときの連絡ルートの確認、吸着マットや土のうを使用した漏洩遮断など、実践的な訓練を実施しています。

また、訓練の場を活用して、取り扱う化学物質の特性や危険性についても共有し、「慣れ」の防止にも努めています。

〈化学物質排出量の推移〉



緊急時訓練の様子

## 地域との共生に向けた取組み

労働組合主催の活動として、毎年6月の環境月間に、本社事業所からほど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15年以上継続して実施しており、2018年度は70名の従業員が参加しました。

事業発祥の地域において活動を継続することで、快適に住み続けられる街づくりへ貢献していきたいと考えます。



清掃活動の様子

## SDGsについての社内教育

環境教育の一環として、国連で採択された持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals: SDGs) について、環境事務局が中心となり社内教育を実施しました。社会の一員としての持続可能性に対する責任、ESG投資等との関連などを、知識として共有するだけでなく、一人ひとりの気づきに変えることが狙いです。

環境マネジメントシステムの評価指標にSDGsのゴールテーマを関連付けた運用もスタートし、課題である事業テーマと社会テーマの融合の実現に向け、環境教育活動を継続していきます。







ずっと、こころに届くもの。

#### 編集方針

「トクラスレポート 2019」はステークホルダーの皆様とのコミュニケーションをさらに深めるために、統合レポートの視点を踏まえて編集、発行しました。トクラスの企業価値向上を目指した事業面や今後の成長の基盤となるESGの取組みなどについて掲載しています。

#### 報告組織

トクラス株式会社および国内外のグループ会社

#### 本社所在地

静岡県浜松市西区西山町1370番地

#### 報告期間

2018年度(2018年4月～2019年3月)

※一部報告期間外の情報も掲載しています。

#### 次回発行予定

2020年10月

#### 参考ガイドライン等

IIRC「国際統合報告フレームワーク」

環境省「環境報告ガイドライン2018年版」

経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」

#### お問い合わせ先

トクラス株式会社 経営企画部 秘書広報室

TEL.053-485-1561

URL : <https://www.toclas.co.jp/>