

積み重ねる、トクラスのこと

TOCLAS REPORT

TOCLAS HISTORY

作り続けてきたのは「暮らしの新しい価値」

1970年代～ 住まいの質の向上

日本に豊かな
暮らしの文化を作る

1990年代～ 生活様式の多様化

機能性を取り入れて
暮らしに快適さを添える

2010年代～ 家族時間の充実

機能美と佇まいの美しさで
暮らしを楽しく

現在～ 個の多様化

個性豊かな日常を
かなえる

1964



FRPバスタブ発売
FRP素材研究から、保温性がよく衛生的なバスタブに適したFRPを開発。

1971

洗面化粧台発売

FRPだから描ける曲線となめらかな肌触り。細部まで使う方の身になって設計。



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を開発。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。



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	P13
強みを支えるバリューチェーンプロセス	P17
サステナビリティ/ステークホルダーエンゲージメント	P19
コーポレート・ガバナンス/リスクマネジメント	P21
多様な人材と社会をつなぐ取り組み	P23
カーボンニュートラルに向けて	P25

報告期間：2024年4月～2025年3月
※一部報告期間外の情報も掲載しています。

1984

浴室空間に美しさと耐久性を

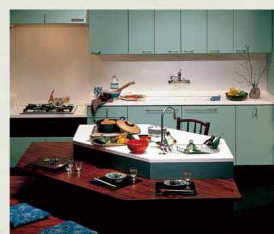


大理石のような深みのある質感を目指し、「宝石箱」の意味を持つ人造大理石バスタブ「エ克蘭」を開発。贅沢な浴室空間を提供可能となりました。

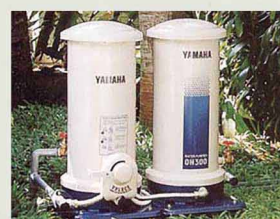
1987

家族の中心にあるキッチンで

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ました。



1989



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) 安心で安全な水を届けることで、毎日の暮らしを支える新たな一歩を踏み出しました。

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を提案する中で、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」を開発。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簡単に。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の「ブロックバスタブ」。深く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「三チタン酸ナトリウム」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、水道水があれば手軽においしい水を飲むことができます。

2020

より安心でおいしい水のある暮らし



キッチン水栓一体型浄水器の浄水カートリッジに、三チタン酸ナトリウムを採用したJC501を開発。業界最高水準の性能を誇るカートリッジとタッチレス浄水器「エルタスSP」の融合で、より安心、快適な暮らしを実現しました。

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」をコラージュ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**

心身をリセットできる癒しのバスルーム「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。

**暮らしを創造する
新しい水まわりを**

ライフドレッサー「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。



〈沿革〉





”理念は”旗”ではなく”羅針盤” 経営の軸を現場に 根づかせるために

代表取締役社長 小泉 和弘

2024年度は当社にとって事業構造の大きな転換期となりました。住宅市場の成熟化、原材料費や人件費の高騰、金利上昇による消費動向の変化など、外部環境は大きく変化しました。こうした状況の中、2021年に掲げた「TOCLAS VISION 2031」達成に向け、変化の兆しを捉えた戦略的な判断として、ビジョンの第2フェーズである収益構造改革を予定より1年前倒しで開始しました。

収益構造を変化させるため、高付加価値商品である、システムキッチン「Collagia(コラージャ)」、システムバス「AXIY(アクシィ)」、ライフドレッサー「Noare(ノーレ)」を中心にお客様の多様な生活様式や価値観に寄り添う提案が成果となって表れ始

めた1年であったと感じています。

また、WEBを中心としたプロモーション戦略の強化により、ショールームご来場数は前年と比べて大きく伸長しました。

その結果として、昨年度は計画数値通りに進捗し、2023年度に対し増収増益を達成することができました。ご理解、ご協力を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。

トクラスグループの今後を考えるにあたり、私が就任時より大切にしているのは「理念」です。企業理念は、単なるスローガンでも、ホームページに掲げるだけの言葉でもありません。理念とは、トクラスが何のために存在し、どこへ向かうのかを示す道しるべであり、

日々の意思決定や行動の根拠となるものです。

しかし、現場ではまだ「理念は理念、業務は業務」と分断されている現状があります。これは、私が社長として最も課題意識を持っていることの一つです。理念が現場に浸透していない限り、どれだけ戦略を立てても、どれだけ良い商品を作っても、企業としての一体感は生まれません。

私が考える理念経営とは、従業員一人ひとりが「自分の仕事が会社の理念とどのようにつながっているか」を理解、納得し、行動に移せる状態です。たとえば、営業担当が「この商品を売ることで、お客様の暮らしがどう豊かになるのか」を語ることができ、製造現場のスタッフが「この品質が、トクラスの信頼につながる」と実感できるかどうか。そうした“つながり”が理念経営の本質だと考えます。

そのために、私は社長室に「我々はお客様のことをどこまで真剣に考えているだろうか」という言葉を掲げています。これは、自分自身への問いかけであり、従業員にも問いかけたいメッセージです。理念は、経営者だけが語るものではなく、全従業員が共有し、実践するものです。

理念の浸透には、お客様視点の徹底は欠かせません。トクラスはメーカーですが、単に「良い商品を作る」ことが目的ではありません。お客様の暮らしに寄り添い、「この商品があることで、生活がどう変わるのか」「どんな体験が生まれるのか」を考え、実現することが重要です。

理念を浸透させるには、トップダウンだけでは不十分です。私はワンマン経営ではなく、多様な意見を尊重する議論中心の意思決定を重視しています。建設的な対話を通じて最適解を導く、それが、理念に基づいた経営のあり方だと考えています。

理念は“旗”のように掲げるだけでは意味がありません。進むべき方向を示し、迷ったときに立ち返る“羅針盤”として機能することで、従業員は自律的に判断し、行動できるようになります。

理念の浸透は一朝一夕では実現しません。しかし理念を軸にした経営を続けることで、組織は確実に変わっていきます。

「それは、一生ものと言える、水まわり」と感じていただくために

トクラスの品質の源泉は、ヤマハ時代から受け継いできた技術力にあります。人造大理石の美しさと耐久性、塗装の表現力と深み。これらは、単なるスペックではなく、使う人の暮らしに寄り添う“体

験価値”を生み出します。私は、こうした技術が“長く愛せる”商品を支えていると確信しています。

また、調達、製造から配送、設置、アフターサービスといったサプライチェーンや、企画、開発、製造、販売などバリューチェーンにおける品質管理体制も強みの一つであると捉えています。これらはお客様が商品を長く安心して使っていただくために、とても重要な要素です。

「それは、一生ものと言える、水まわり」という言葉は単なるキャッチコピーではなく、トクラスの品質への誇りと責任の象徴です。定年を機に60歳でリフォームされたお客様が、適切なメンテナンスを実施することで、80歳になっても改めてリフォームの必要性を感じない商品。それが、トクラスが目指すものづくりの姿です。

品質とは、使い続ける中で感じる信頼だと考えます。初めて使ったときの感動だけでなく、長年使い続ける中で、「やっぱりトクラスにしてよかった」と思っていたただけることが、トクラスの目指す品質であり、そのような商品をお届けすることが私たちの使命です。

「選ばれる必然”をつくる
ブランド価値の本質とは何か

市場には多くの競合が存在します。その中で、トクラスが独自のブランド価値を築くには、単なる価格や機能競争ではない“選ばれる必然”が必要です。ブランド価値とは、ロゴや広告の印象だけではありません。お客様が「この会社の商品を使いたい」と心から思える理由。それがブランドの本質です。

トクラスは、お客様の“最高の暮らし”を実現するために、3つのユーザーバリューを定義しています。

I. 暮らしにじっくり：生活に自然になじむデザインと機能

II. 頬がゆるむ：使うたびに心地よさや満足感を感じられる体験

III. 長く愛せる：耐久性や品質に優れ、長く使い続けられる商品

これらは、単なる製品スペックではなく、使う人の感性に響く価値です。私は、ブランドとは“体験”であり、“共感”であると考えています。だからこそ、トクラスは「それは、一生ものと言える、水まわり」とお客様に感じていただけるよう、長期的な安心と信頼を提供するブランドとしての立ち位置を確立していきます。

その実現に向け2026年1月に東京駅近くに、お客様へ価値提案を行う新たな場として、「TOCLAS SALON TOKYO(トクラスサロン東京)」をオープンします。

TOCLAS VISION



このサロンでは、商品単体ではなく「暮らしの理想を実現するストーリー」を体験していただけます。これは、ブランド価値を“体験”として届けるための重要なチャネルです。

また、ブランドの象徴となる「理想を実現する提案力」を持つ、次世代キッチンの開発を進めています。お客様が「心から欲しい」「一生使いたい」と思える、そんな商品設計が目標です。

そのために、お客様の希望を実現する唯一無二のキッチンを目指します。間取りに合わせた設計、素材、色、質感の選択自由度。これらは、感性に訴える価値であり、お客様の“最高の暮らし”を実現するために不可欠な要素です。

ブランド価値は、従業員の姿勢にも宿ります。ものづくりを支えるクラフトマンシップや、営業担当、営業推進担当、ショールーム担当の“商品愛”や“誠実な提案姿勢”が、ブランドの信頼感を支えると考えています。お客様は、商品だけでなく、それを届ける人の熱意や人柄にも共感します。

だからこそ、従業員一人ひとりがブランドの担い手であるという意識を持つことが重要です。従業員の情熱を、言葉遣い、立ち振る舞いを通じて伝えることで、ブランドの厚みを増していきたいと思っています。

従業員一人ひとりが“経営者”になる 意識改革が未来をつくる

従業員の意識改革なくして、企業の変革は実現しません。「TOCLAS VISION 2031」の達成に向けて、戦略や商品開発はもちろん重要ですが、それ以上に大切なのは、従業員一人ひとりが自ら考え、動く組織風土をつくることです。

意識改革の第一歩は、「経営的視点」を持つことです。自分の仕事が会社全体にどう貢献しているのかを理解し、主体的に動ける

人材を育てることが、必要不可欠だと考えています。

そのために、中堅の従業員を中心とした、経営視点を育てる教育プログラムの導入を検討しています。加えて階層別の育成カリキュラムを整備し、計画的に人材を育てていきます。ジョブローテーションによって経験の幅を広げ、マネジメント研修でリーダーシップを育てる。こうした取り組みを通じて、多くの従業員に「経営的視点」を浸透させていきます。

また、評価制度の透明性も重要です。私は「計画と責任」という言葉を社内に伝えてきました。成果を明確化し、従業員が自分の努力と成果が正当に評価されると感じられる。残念ながら計画が未達であった場合は厳しい評価を受け、次回奮起のきっかけとする。このようなメリハリのある評価制度の浸透が、意識改革の土台になります。

もう一つの課題は、マネジメント層が業務を抱え込みすぎて「考える時間」が不足していることです。これは、組織全体の思考力と判断力を低下させる要因になります。業務の適正な分担と権限移譲によって、本来の役割である戦略的思考と意思決定に集中できる体制を整える必要があります。

現場にも、自律的に動ける仕組みをつくることで、従業員の主体性を引き出します。これは、単なる業務効率化ではなく、意識改革の一環です。

構造、教育によってスキルと経験の幅が広がり、日々の業務の中で「自分の仕事が会社に貢献している」と感じられる職場づくりを目指します。

従業員一人ひとりが経営者意識を持つ組織とは、肩書きに関係なく、全従業員が自分の役割を理解し、責任を持って行動する組織です。そうした組織こそが、変化に強く、持続的に成長できる企業の姿だと信じています。

持続可能な未来へ ESG経営は理念の延長線上にある

トクラスがサステナビリティ経営に取り組む理由は、単なる社会的責任の履行ではありません。それは、「お客様の豊かな暮らしを支える」を未来にわたって実現し続けるための必然的な選択です。環境(Environent)、社会(Social)、ガバナンス(Governance)この3つの視点は、企業の持続的成長に欠かせない柱です。そして、これらは経営の“外側”ではなく、“内側”にあるべきものだと私は考えます。

環境面では、SBT認定取得時に掲げたGHG排出量削減目標を進めています。本社工場の省エネ、一次エネルギーの変換などによりScope1、Scope2は計画に沿った削減が進み、Scope3はビジネスモデルの改革により、目標を上回る削減が進んでいます。また、バイオマス素材の活用も検討しています。技術的な課題はありますが、環境配慮型商品の開発は、トクラスのものづくりの未来を切り拓く挑戦です。

社会面では、地域社会との関係を大切にしています。去年は数年ぶりに地域向けイベントとして「トクラスフェスタ2024」を開催しました。コロナ禍以降久しぶりのイベント開催ではありましたが、3,000人を超えるご来場があり、地域の皆様と交流を深めることができました。これは単なる広報活動ではなく、「知っていただくこと」「関心を持っていただくこと」が、地域社会との信頼関係構築の第一歩だと考えています。

人権への配慮も重要なテーマです。当社グループのみならずサプライチェーン全体でのチェック体制の整備など、具体的な対応を進めています。

ガバナンス面では、内部統制の強化に取り組んでいます。新たに経営管理部内に内部統制担当を配置し、リスク評価や業務の

洗い出しを進めています。現状、悪意ある不正は発生していませんが、無意識のリスクに対する備えが重要であると考えています。健全な事業運営のために、チェック機能の強化を継続します。また、ガバナンスは人材育成や組織風土の改善とも密接に関係しています。従業員が安心して働ける環境を整え、経営的視点を持って行動できるようになることが、ガバナンスの実効性を高める鍵だと考えます。

サステナビリティ経営は、未来への責任です。トクラスは、その責任を果たすために、理念を軸に現場とともに歩み続けていきます。

変革の先にある 「豊かな暮らし」の実現へ

トクラスは今、大きな変革の真っ只中にいます。理念を軸に、従業員一人ひとりの意識を変え、品質を磨き、ブランドを育て、そして社会とともに持続可能な未来を築いていく、そのすべてが、「TOCLAS VISION 2031」の実現に向けた道のりです。変革には時間がかかります。時には迷い、立ち止まることもあるでしょう。しかし、トクラスには「何のために変わるのか」という明確な軸があります。それが、理念であり、お客様の暮らしに寄り添うという使命です。

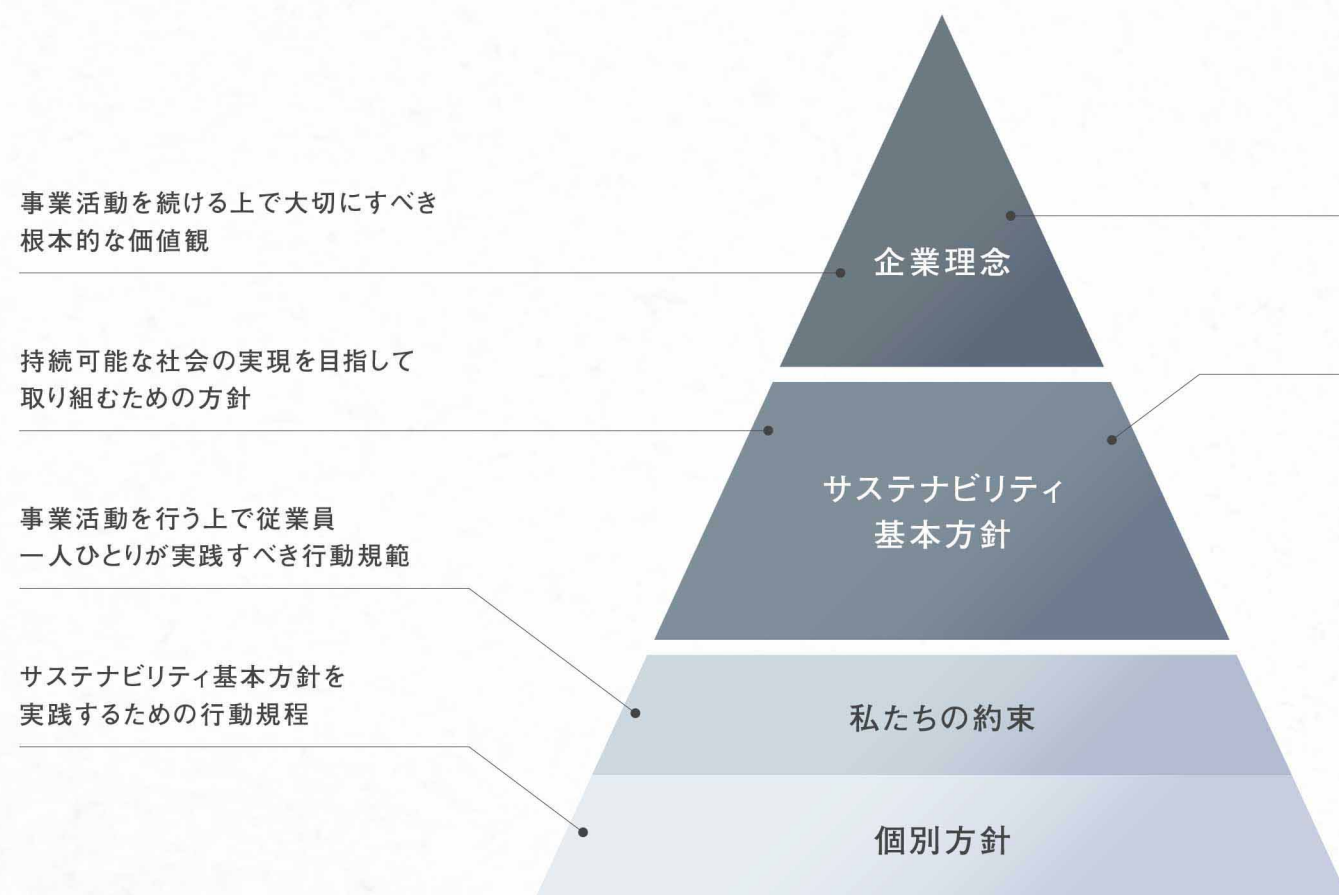
これからも、我々トクラスグループは変化を恐れず、挑戦を続けていきます。すべては、お客様のより豊かな暮らしと未来のために。

小泉 和弘

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。



トク拉斯の理念体系



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

TOCLAS VISION 2031

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

重要課題

ビジョン実現に向けた
直近3カ年の事業計画

中期経営計画

トク拉斯
ものづくり
ポリシー※ブランド
クリエイティブ
ポリシー※ビジョン
達成のための
行動指針※

■ 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



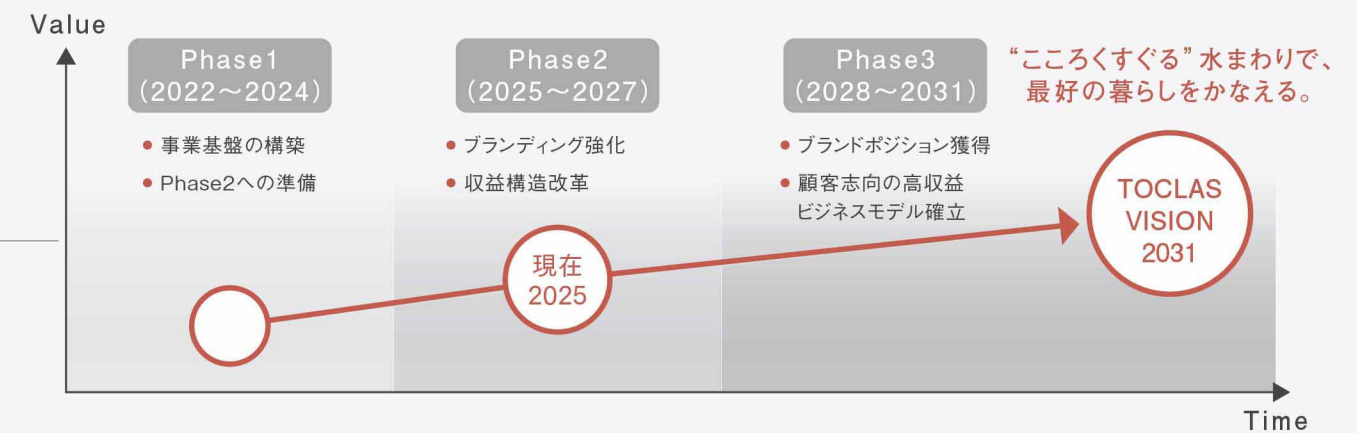
環境



人材

ステークホルダー
エンゲージメント

ガバナンス



● 重要課題

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

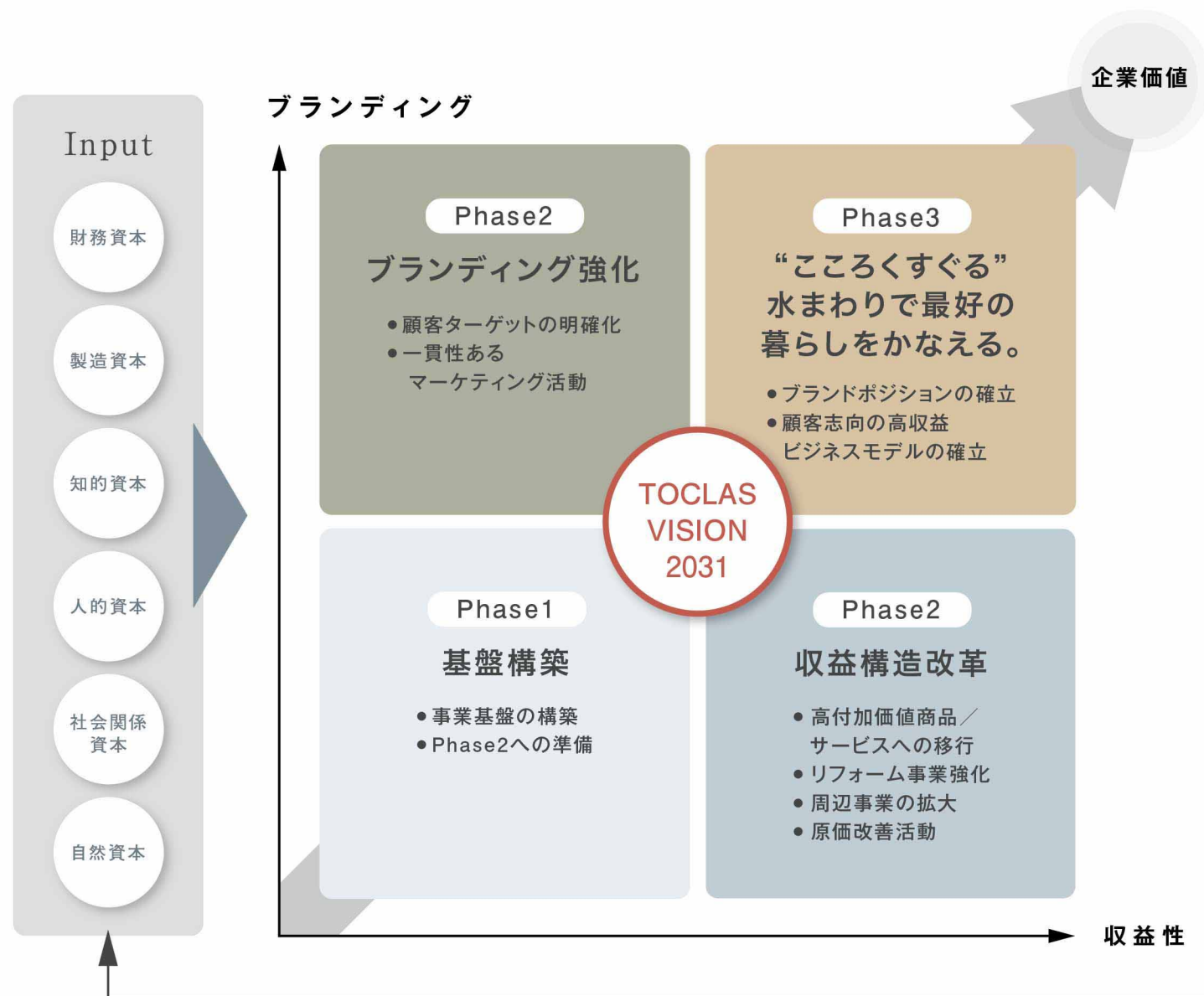
ターゲットの明確化、ブランディング

ユーザーとのつながり強化

DX推進

価値創造プロセス

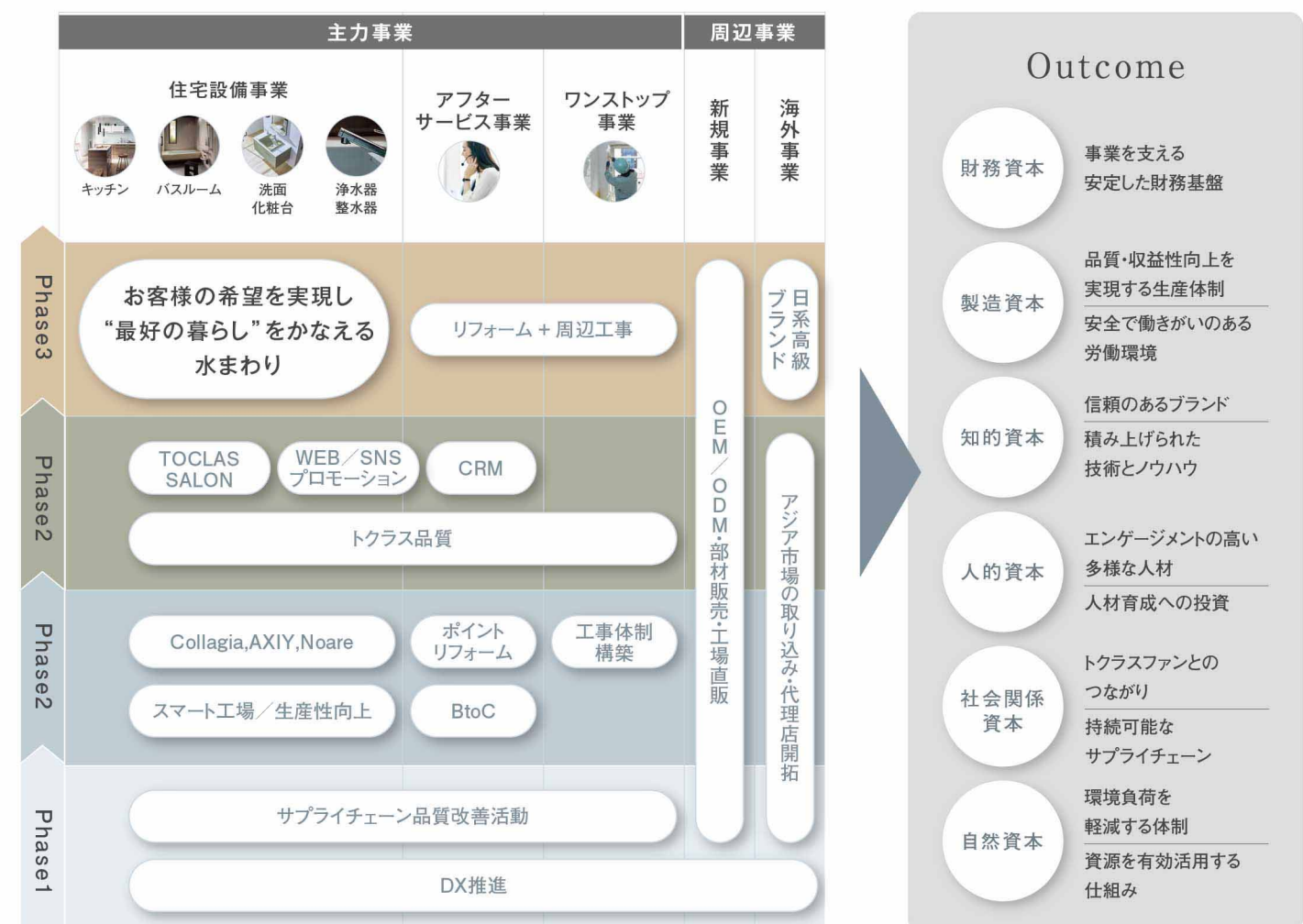
トクラスは「お客様の『まいにち』と暮らす。」の企業理念のもと、お客様の豊かで幸せな暮らしを実現するため、「こころくすぐる」水まわりを通じてトクラスならではの新たな価値を提供し続けます。



- 外部環境**
- 新築着工戸数は大幅な減少、リフォーム市場は堅調
 - 住宅価格などあらゆる価格の高騰、高付加価値商品需要の増加
 - ライフスタイル、住宅や暮らしの価値観が変化
 - 生産労働人口の減少（職人、配送ドライバーの減少）、法規制強化
 - 地政学リスクの高まり

豊かな暮らしを支える企業

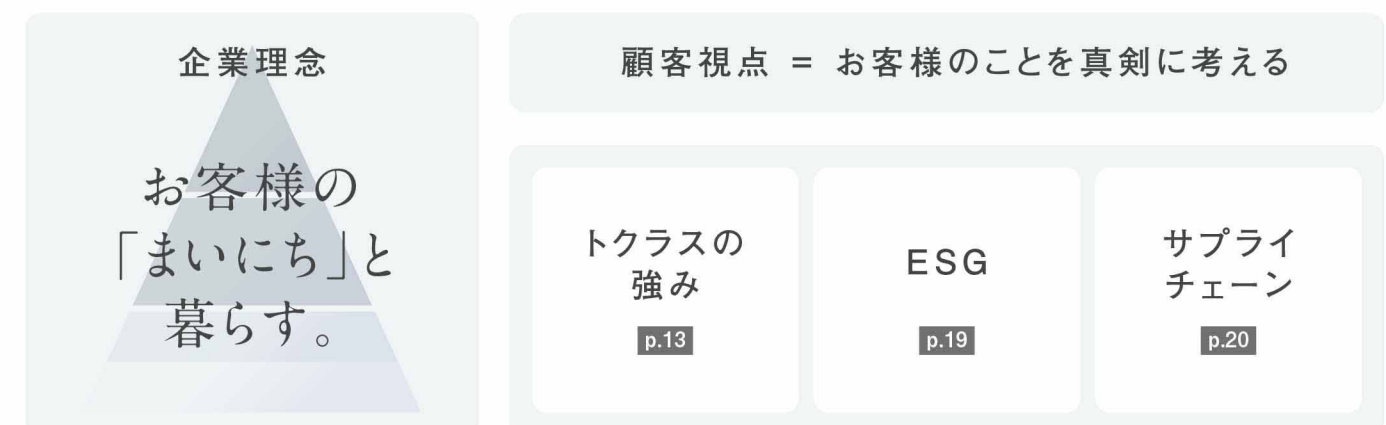
- 暮らしに
じっくり
- 頬が
ゆるむ
- 長く
愛せる



重要課題とSDGsの関係



価値創造を支える基盤



About TOCLAS



トクラスにフュー

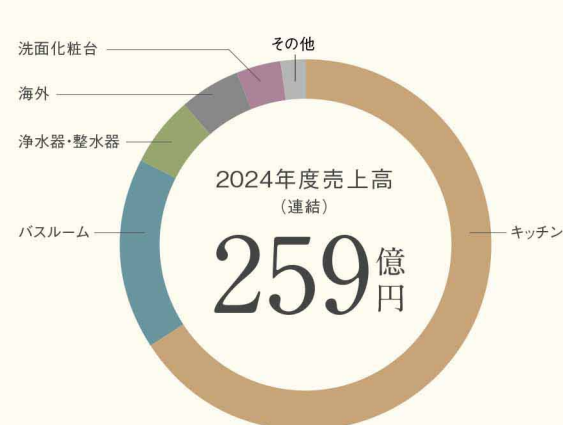
長年培ってきた塗装や人造大理石の独自技術を核にした

国内の住宅設備機器事業を中心に、

浄水器事業や海外事業を成長させてきました。

お客様に長く愛される、商品・サービスをお届けしています。

売上比率や商材



キッチン
66.7%



バスルーム
14.5%



浄水器・整水器
6.2%

海外 6.1%

洗面化粧台 3.6%

その他 2.9%

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



JAPAN

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



本社事業所
敷地面積

12.8万m²

ショールーム数

25カ所
(2025.10時点)

TOCLAS DATA

年間 生産能力	キッチン 3.6万台	バスルーム 1.8万台	洗面化粧台 1.8万台	浄水カートリッジ 15万台	従業員数 (2025.3時点)	グループ全体 953人
				「ビルトインタイプ」7万台 「スパウトインタイプ」8万台	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

協力 会社数	設置店 177社 (2025.3時点)	調達先 251社 (2025.3時点)	サービス店 208社 (2025.3時点)	2024年度 共同研究 契約数 (2025.3時点)	24件 (秘密保持契約数を含む)	2024年度 顧客満足度 (お客様アンケートはがきより) (2025.3時点)	72.8% (2024年度から算出方法を変更)
-----------	---------------------------	---------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	---------------------	--	----------------------------

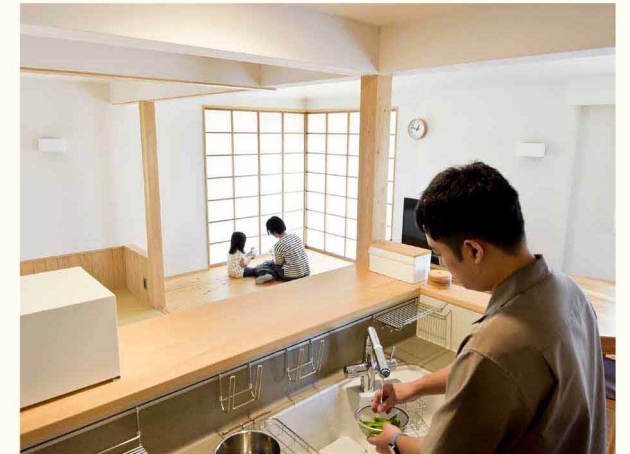
2024年度 生産に要した エネルギー 投入量	2,184kl (省エネ法算定方法の変更に基づいた値)	住宅設備 関連特許 (2025.3時点)	取得した件数 472件	グッド デザイン賞 受賞数 (1972年～) (2025.3時点)	キッチン 8件	バスルーム 5件	洗面化粧台 6件
----------------------------------	--------------------------------	----------------------------	----------------	--	------------	-------------	-------------

資格 取得者数 (2025.3時点)	1級 建築士 3名	2級 建築士 29名	インテリア コーディネーター 43名	キッチン スペシャリスト 58名 (トクラス株式会社における数値)
--------------------------	-----------------	------------------	--------------------------	--

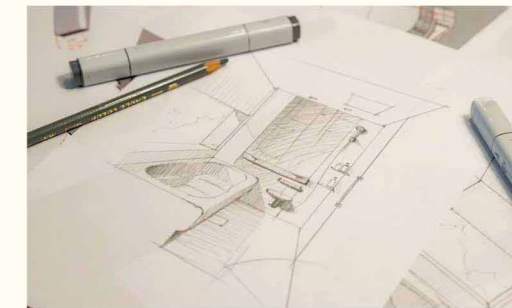
お客様を 知ることから始まる。

お客様の声を聞き、
より良い商品を
お届けするために

すべてはお客様を知ることから始まります。アンケート等の定量的な調査だけではなく、実際に商品をご愛用中のお客様のお宅に伺い、その生の声を聞く事例取材を積極的に行っています。商品の満足・不満足だけではなく、お客様の普段の生活や価値観を理解することが、私たちの企画開発の原点です。



“暮らし”を原点に
価値を生み出すデザイン思想



ご購入いただいたお客様の声はもちろんのこと、住宅をとりまく環境の変化や住まいの変化、世界的なインテリアトレンド、また住宅の枠を超えた人々の暮らしや価値観の変化を、デザイン思想の原点にしています。そこから「お客様の暮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開発が始まります。

「まいにち」使うものだからこそ
確かな品質を



トクラスの厳しい品質基準は長い歴史の中で培われてきたものです。良いものを長く愛用してほしいという思いから、開発・製造・設置のすべてに厳しい基準を設けています。ずっと心地よく使っていただきたいからこそ、お客様の声や環境の変化を捉えた改善を行い、商品やサービスに反映させ続けることで、「まいにち」に寄り添う品質を提供します。

トクラスの強み

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。

何年も経った先のことや、かなえたい暮らしを共に考え、困ったときには寄り添える。

お客様へ商品をお届けするすべてのプロセスにおいて細部にまでこだわっていく。

それは、日々がやさ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”ものをお届けするために。

“最高の暮らし”を届ける



TOCLAS Museum



価値をかたちにする 技術とつながり

心地よさを支える、独自の素材



キッチンカウンターやバスタブに使用している当社の人造大理石は原材料から自社開発しています。日常で想定されるキズや汚れの取りやすさといった機能性と、深みや明るさ、透明感等の美観を両立させることはもちろんのこと、用途に合わせて配合や成型方法を変えられることも、自社開発の強みです。

時とともに、積み重ねた 職人の手が紡ぐ、こだわり



トクラスキッチン製造のルーツは1903年の高級家具製造にまでさかのぼります。オーダーメイド家具の製造や室内造作の製造を通じ、木工・塗装技術を磨いてまいりました。その技術は百有余年経った今でも受け継がれています。たとえばキッチンの塗装扉では一見すると分かり難いレベルの色のバラつきを抑えるため、一人の職人が一部分のキッチン扉を一貫して塗装しています。

ものづくりの技術と伝統を次世代へ



当社のものづくりは「技能」と「技術」の継承が欠かせません。「品質」「能率」「安全性」のノウハウを実習を通じて伝承し次世代の技術者を育成しています。なかでも、塗装技術ではものの見方や五感に関わる美の在り方、経年変化の見極め等、塗装技術にとどまらない研鑽を重ねています。

「まいにち」つかう水も、おいしさと安心を追求



業界トップレベルの浄水性能を持つカートリッジで、安全でおいしい水を提供しています。ろ材の素材の研究開発や、水質分析から製造までをすべて自社で行うことで、水の安全性と、料理用や飲用としてのおいしさを両立しています。

丁寧に寄り添い 信頼をつなぐ



“最高の暮らし”を パートナーの皆様とともに

お客様のかなえない“最高の暮らし”はそれぞれの価値観によって異なります。

長く暮らしに寄り添う商品だからこそ、その先の生活にまで踏み込んだ提案ができるよう、丁寧なヒアリングに基づく提案や、オリジナルアロマ導入等の“話やすさ”を感じる場づくりにも力を入れています。

また、ショールームでのヒアリング内容からお客様の“かなえない暮らし”を実現するためには工務店や販売店等のパートナーとの連携が欠かせません。

当社の商品は、注文から納品までにさまざまな関与者が介在します。すべてのプロセスで迅速かつ適切なコミュニケーションを行い、携わる皆様が快適に業務を進められる場をつくることでともに“最高の暮らし”をかなえます。



トクラスならではの リフォームを目指して



多様化するリフォーム需要に幅広く応えるべく、商品提案から周辺工事までで当社のサプライチェーンの中で完結できるよう取り組んでいます。従来、複数業者が行っていた取付設置や周辺工事を当社で一括で承ることで、工期の短縮を実現しています。今後は対応範囲を広げリフォーム全体を受け入れる体制を目指します。

暮らしとともに歩む、 安心の体制



アフターサービスでは修理対応だけでなく、トクラス商品を長年ご使用いただいているからこそご提案できる、特別なメニュー開発にも力を入れています。ご使用期間にかかわらず、お客様の「まいにち」をサポートできる体制を目指します。

強みを支えるバリューチェーンプロセス

技術開発



人造大理石の製造・加工技術、塗装技術、浄水技術といった独自のコア技術はトクラスの象徴です。人造大理石では原材料の段階から素材研究に取り組み、適材適所の材料設計により、精度や複雑な形状が要求される場合でも製造できる成型技術を確立しています。また塗装技術は、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。これらのコア技術を融合させ、新たな価値として生み出されたのが、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)」です。加えて、2022年には人造大理石の製造時に生じる端材を粉末にして塗料に混ぜることでサステナブルかつ高耐久性とマットな質感を実現した「リュッケファープ」を発売しました。浄水技術では、国立大学法人信州大学との産学連携で基礎研究を進め、材料研究から着手、世界初の浄化材料である「三チタン酸ナトリウム」を開発し、業界トップレベルの浄水性能を実現しています。こうした技術の積み重ねと融合が、新しい発想や付加価値を絶え間なく創出する源泉となり、“最高の暮らし”を実現する商品を生み出しています。

調達



重点管理取引先との品質改善活動や監査を通じて不具合の削減に努め、毎日の納期チェックにより出荷欠品の防止を徹底しています。設計・開発・生産技術・製造工場と連携したコストダウン活動を推進し、CSRアンケートの実施とフィードバックを通じて取引先とともに成長を目指しています。また、SCMマップ※を活用し、災害や天候不良時にも迅速に供給状況を把握できる体制を整え、安定した調達を支えています。

※サプライチェーンマネジメントマップ

営業



当社が展開する営業活動は、商品・スペックの案内にとどまらず、お客様のかなえない“最高の暮らし”を実現するための提案を行っています。全国のショールームではお客様のライフスタイルを深く理解し、最適な商品やプランを提案します。また、地域特性や設置条件にも配慮した提案を可能にし、お客様との長期的な信頼関係構築を目指しています。

生産



当社が強みとしている商品の要素技術を深耕するとともに、製造工程で取得した様々なデータを元に、成型工程や塗装工程等で製造条件の最適化を図っています。これまで製造現場で培われてきた勘やコツ、ノウハウといった暗黙知を、形式知として可視化することで、次世代への技能伝承や品質の均一化へ役立ててまいります。

物流・設置

配送パートナー、トクラスプロダクツ、営業部門と協力し持続可能な物流を実現する物流体制の構築を行っています。特に配送パートナーとは、毎月の物流会議に加え、物流拠点での商品破損の低減を目的とした荷扱い指導や、梱包破損実験等を実施し、お客様へ安心安全な商品を提供するための活動を行っています。



お客様の暮らしに価値をお届けするために、設置品質の向上は必要不可欠です。日常的な設置店研修・完工検査・安全マナーパトロールはもちろん、ワンストップ工事をはじめとした難易度の高いリフォーム現場にも対応できるよう、工事領域を広げる体制づくりを進めています。また、工事管理体制整備の一環で、社内の技術担当者による資格取得への取り組みを開始する等、設置品質のさらなる向上に努めています。

アフターサービス



ご購入後も安心してお使いいただくために、サポート体制の充実を進めています。修理受付窓口では従来の電話に加え、WEBやSNSからもご連絡いただけるようになりました。また、「トクラスオンラインショップ」ではお手入れに役立つアイテムや消耗品等を揃え、浄水カートリッジの定期購入も承っています。今後もお客様のライフスタイルに合わせたサービスを提供していきます。

海外



アジア諸国でシステムキッチンをはじめとした各種商品の販売を行っています。2011年に中国現地法人を設立以来、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展開しています。中国では近年、急速な高齢化が進んでおりますが、そのニーズを捉えたリフォームビジネスに挑戦しています。今後も現地で求められるものを日本の品質で提供しながら、さらなる顧客要求に応えてまいります。

情報システム



トクラスグループはビジョン実現のため、SNSや顧客情報システム導入でオンライン上の顧客体験を充実させてきました。今後はIT戦略推進委員会を中心に、「業務プロセス変革」「マーケティング強化」「ブランド認知拡大」「営業戦略推進」の4点を掲げ、生産から販売、アフターサービスまで一貫した顧客体験の実現と、環境に配慮した経営を強化していきます。

サステナビリティ

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
2024年度 実施事項	● 人造大理石リサイクルの推進(継続) ● 塗料の単位使用量削減 ● 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87%削減[2013年比] ● GHG排出量削減(Scope1,2) 83.8%[2021年比] ● GHG排出量削減(Scope3) 84.5%[2021年比] ● 緊急時訓練 5回実施(6項目) ● 環境ハトロール実施(12回) ● 環境社内教育の実施(4回) ● 労使共催 市内竹藪伐採活動実施(3月)	● 人権方針の策定(2024/10) ● 取引先、協力業者向け説明会実施(継続) ● 育児休職取得率 女性:100% 男性:50% ● 女性正社員比率53.2% ● シニア従業員の活躍推進 ● 階層別研修、ライフキャリア研修の実施(女性リーダー育成プログラム実施含む) ● 本社事業所内安全ハトロール実施(12回)、衛生管理者ハトロール実施(36回) ● 拠点訪問による安全衛生チェック活動(18拠点) ● 労災、交災、通災 総件数一桁化達成 ● 企業年金制度変更(DC化) ● トクラスフェスタ2024開催	● 取締役会の実効性評価実施(継続) ● 理念体系再整理、関連方針策定(2024/10) サステナビリティ基本方針 他 ● 情報セキュリティ診断に基づく対策実施 ● 社内規程 改定35件、新設5件・停止0件 ● コンプライアンス通信発行回数(4回)、および同教育(設置店サービス店向け1回) テスト実施回数(4回:コンプライアンス通信に含む) ● 中途入社者へのコンプライアンス研修(8回) ● 災害時安否確認システム訓練実施回数、及びうち48時間以内100%返信達成回数 48h以内返信 5回中2回達成 ● BCP観点で本社建屋の耐震計画策定 ● 内部統制担当設置
2025年度 の目標	● GHG削減の推進 熱源転換に向けた検証、トライアル実施 省エネ設備の導入、更新、再エネ導入検討 ● 井水揚水量削減等水資源の保全 ● 環境教育の強化・推進 ● 地域への継続的な貢献 ● 塗料の単位使用量削減 ● 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 ● GHG排出量(2021年度を基準年度とした2031年度の削減目標) Scope1,2:46.2%、Scope3:27.5% ● 環境法令遵守、緊急時対応レベルの向上	● システム改革の実行(8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(えるぽし認定継続) ● 仕事と育児の両立支援取り組み(プラチナくるみんの取得準備) ● 主体的なキャリア形成支援 ● 新卒入社1~3年目向けに従業員サーベイ取得を開始 ● 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、AI活用による法務効率化 ● 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。

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、活き活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/トクラスフェスタ
地域NGOとの環境活動/行政・自治体との意見交換



“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/サロン/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

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

開示と対話

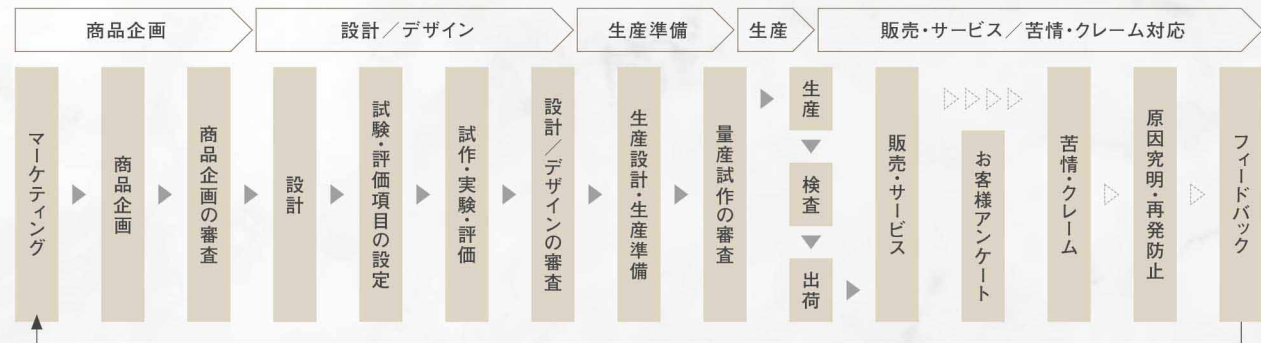
株主の信頼に応えるため、透明性の高い開示と株主との対話により得られた意見を経営に生かし、持続的な成長と企業価値の向上に取り組みます。

● エンゲージメントの方法

株主総会

品質保証体制／バリューチェーン・サプライチェーン

商品開発における品質保証体系



バリューチェーン



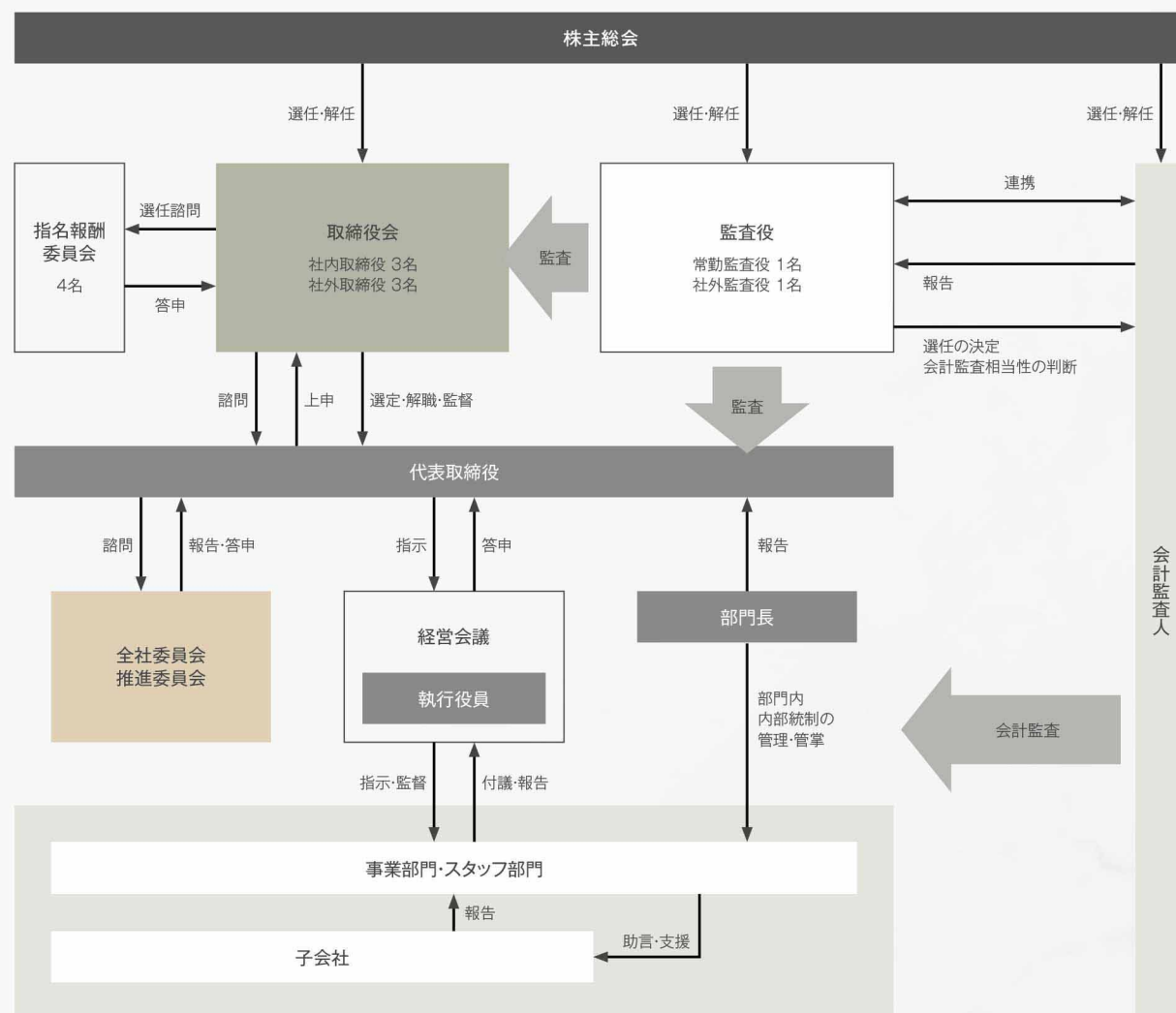
サプライチェーン



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～

当社では、より良いコーポレート・ガバナンスの実現に向け、毎年取締役会の実効性評価を実施し、その結果を踏まえ、翌期の取締役会の運営を改善し、ガバナンス強化につなげています。

- 評価方法:取締役、監査役、執行役員を対象としたアンケート形式(18項目)

- 評価、分析ポイント

①取締役会の構成 ②取締役会の議論に関連する情報の質 ③取締役会の議論を関連にする仕組み ④取締役会の意思決定プロセス ⑤取締役へのトレーニング

- 評価の反映と新たな課題

実効性評価を踏まえ、2024年度に独立取締役を1名減員しました。また月次報告におけるKGI、KPIを見直し、業務実効性を高める取り組みを行いました。重要な意思決定のプロセスやトレーニング実施について課題を認識し、今後改善を図ります。

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。

■ サプライチェーンの取り組み



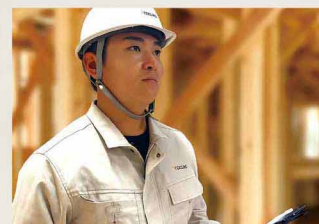
調達

グローバルに広がる取引先と連携し、環境・人権・労働安全などに配慮した調達活動を推進しています。サプライチェーン全体の可視化のため、SCM（サプライチェーンマネジメント）マップを作成・活用し、リスク管理や迅速な対応の体制構築につなげています。法令遵守を徹底した取引の強化を目的として、「トクラスCSR調達ガイドライン」を策定し、国内外の規制や社会的責任への対応状況を確認するため、定期的にアンケートを実施、2024年度のアンケート結果は前年と比較して改善が見られました。また、調達方針説明会による、中長期的な情報の開示や、定期的な訪問を通じて双方向の情報交換をすることで、信頼関係をより一層深め、さらなるパートナーシップの強化を目指しています。



物流

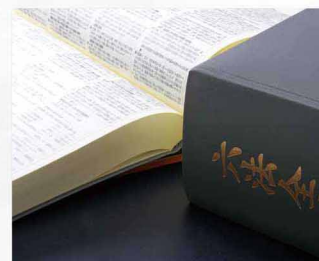
物流2024年問題による輸送力不足やドライバーの労働環境の変化に対応するため、エリア別に配送のリードタイムを変更するといった配送スケジュールの適正化による積載効率の向上、配車時間に合わせた生産で積込みの荷待ち時間を発生させない仕組みづくりなど、持続可能な物流体制の構築を進めています。また、配送パートナーの皆様と法令遵守の徹底やパートナーシップ強化を図るため、定期的な物流安全品質会議を実施し、課題点について適宜対応を行っています。



取付設置

設置現場の安全文化の醸成に向け、安全衛生活動を進めています。安全衛生協議会の毎月開催、安全衛生勉強会や個別勉強会の実施、安全衛生パトロールの強化を通じて、安全衛生への意識定着を進めた結果、2024年度は労働災害ゼロを達成しました。また、職人不足に起因する労務リスクへの対応として、技能者情報の可視化を推進しています。あわせて、各エリアにおける職人の年齢層の分布を把握し、中長期的な対応として人材の計画的な管理及び育成の取り組みをはじめています。

その他の取り組み



コンプライアンス

従業員向けに個人情報保護、ハラスメントに関するコンプライアンス研修を4回実施しました。また、コンプライアンスの相談や違反が発生した際に、迅速に情報収集、対応を実施するため、新入社員及び中途入社者の入社時にコンプライアンス研修を実施するとともに、報告、相談窓口であるヘルプラインの説明を行い、実効性を高めています。加えて取付設置やアフターサービスの協力会社向けに教育を実施し、サプライチェーン全体で個人情報保護体制の強化を図りました。法令改正に速やかに対応するため、法令WEB配信サービスを活用し、社内規程や業務ルールの見直しを実施しています。



情報セキュリティ

2024年度は、クライアントの資産管理、エンドポイントセキュリティ対策の強化、財務リスク転嫁を目的とした保険の見直しを行いました。2025年度は、標準型メール訓練やセキュリティ規程の改定を進めます。また、現在の計画立案から3年が経過するため、再アセスメントも予定しています。今年度中には、当初計画の約7割の施策を完了する見込みです。2026年度以降は、さらなるセキュリティ強化に向けた施策を計画しており、長期的な視点で取り組みを推進していきます。

多様な人材と社会をつなぐ取り組み

トクラスでは、多様な人材の育成と活躍支援、地域社会とのつながりを通じて、持続可能な未来の実現を目指しています。

本ページでは、ESGの「S(社会)」の視点から、組織・人材・社会への取り組みをご紹介します。

ダイバーシティ&インクルージョン ー多様な人材が活躍できる組織づくりー

● 機能別組織体制の導入

営業体制を再編し、営業推進とショールームの各機能を独立した専門部署としました。これにより各職務の専門性が高まり、生産性向上が見込めます。また、複数拠点を統括するブロックリーダーを新設し、全国3エリアをまとめるグループ長といった上位職位を設けたことで、従業員のキャリアパスが広がり、成長の機会を拡大します。

○ ブロックリーダーの声



諸岡さん 営業推進(名古屋)
「自分のことよりも周りのこと」

ブロックリーダーとして営業推進の旗振り役となり、ショールームや営業との連携を強く意識するようになりました。調整には苦労しますが、皆が同じ方向を向いたときの達成感は格別です。自分のことよりも周りのことを考える時間が増え、特に若手の成長を目の当たりにすると、自分のことのように嬉しく感慨深いです。



上高原さん ショールーム(福岡)
「一つ上のやりがいを実感」

ブロックリーダーとして、他拠点の営業所長やメンバーからも頼られることにやりがいが高まっています。TWMP研修で学んだ背中中で引張るリーダーシップスタイルを取り入れ、自分がお手本になるんだという気持ちで取り組んでいます。今後も、拠点を越えた業務の平準化と、皆が前向きに働ける環境づくりに尽力します。

● 各種休暇取得率

有給休暇の他にも独自の特別休暇を設け、ワークライフバランスを推進しています。

	2022年度	2023年度	2024年度
有給休暇取得率	58.5%	57.2%	54.6%
平均有休取得日数	11.2日	11.0日	10.5日
ファミリーホリデー取得率 (年度毎に連続2日)	86.2%	91.4%	90.1%
ライフサイクル休暇取得率 (5年毎に連続5日)	89.4%	97.7%	96.5%

● 平均時間外労働

長時間労働の解消を目指し、メリハリのある業務遂行を推進しています。

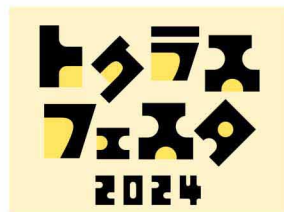
	2022年度	2023年度	2024年度
平均時間外労働/月	9.7時間	10.7時間	11.9時間

● 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。

	2022年度	2023年度	2024年度
女性正社員比率	50.5%	51.4%	53.2%
女性管理職比率	5.6%	6.7%	8.0%

社会とのつながり ー地域とともに歩むトクラスの取り組みー



2024年10月、トクラス初めての試みである「トクラスフェスタ」を開催しました。日ごろお世話になっている地域の皆様へ、「キオクに残る体験を」をテーマに、「つくる」「たべる」「あそぶ」体験をお届け。3,000名を超えるお客様にご来場いただきました。

キッチン扉の塗装を施したオリジナル時計作りや、従業員が塗装や加工を手がけた魚釣りはじめとする手作り縁日など、「トクラスのものづくりの魅力を伝えたい、そしてその技術を体感していただきたい」という従業員の思いを、多くの方に感じていただけるイベントとなりました。

人材育成 ー未来を担う人材の育成と活躍支援ー

● サクセッションプラン

事業の継続性(サステナビリティ)実現のため、次世代の担い手を育成するサクセッションプランを策定しました。まず、次期役員候補を対象とした経営資質強化のためのプログラムを開始し、今後は若手・中堅メンバーからも将来の経営人材候補を発掘・育成します。これにより、経営意識を持ったマネジメント能力を開発していきます。

TMP概念図



○ TMP※ (次期経営人材育成プログラム)

次期経営人材候補を育成する1年間のプログラムです。研修を通じて社外の多様な人材と交流し、視野を広げ、実践的な経験値を高めます。研修の集大成として経営陣への提言を行うことで、候補者自身の潜在能力を最大限に引き出し、経営者としての土台を築きます。

※:TMP=Toclas Management leader development Program

○ TWMP※ (女性リーダー育成プログラム)

次世代の女性リーダー候補の意欲醸成を目的とした半年間のプログラムです。参加者は自己理解と多様なリーダーシップを学び、「トクラスをもっと良くしたい」という情熱を育みながら、組織への影響力を高めます。本プログラムを通じて、誰もが能力を発揮し、いきいきと活躍できる組織を目指します。

※:TWMP=Toclas Women Management leader development Program



● 若手人材の成長支援

一人ひとりの成長を大切にしたいという思いから、多様な研修機会を設けています。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生み出します。

○ メンター研修の新設

新入社員の成長を1年間サポートするメンターの役割を重視し、研修を新設しました。定期的なメンター面談に加え、サーベイを活用することで、新入社員一人ひとりの状況に合わせた最適な育成を支援していきます。

○ 新入社員研修成果発表会

2か月間の新入社員研修の集大成として、経営陣に向けた成果発表を実施しています。固定観念にとらわれない自由な発想で、ビジョンに基づいた新しい商品やサービス、暮らしの提案を行い、エンゲージメントを高めます。



ものづくり体験



手作り縁日



最後は餅投げで締めくくり

カーボンニュートラルに向けて

気候変動に対するリスク及び機会

カーボンニュートラル実現に向け、事業プロセス及び、製品・サービスを通じた温室効果ガス削減に取り組むため、トクラスグループでは気候変動のリスクを以下のように設定しています。

気候変動に関するトクラスグループのリスクと機会		中長期の対応
移行リスク	炭素税導入による事業コストの増加	●省エネ ●高効率設備機器の導入 ●再生可能エネルギー導入の拡大
	原材料、調達コストの増加	●部材共通化・プラットフォーム設計 ●スマート工場化 ●歩留まり改善 ●物流効率化 ●品質向上
物理リスク	気象災害による施設損害・事業停止 従業員及び家族の被災、サプライチェーン被災による調達・工事の遅延	●気象情報を基にした事前対応 ●被災情報の早期把握及び一元化 ●熱中症対策 ●サプライチェーンの分散化・被災時復旧協力
機会	気候変動対応による新たな需要の創出	●気候変動対応の見える化・開示 ●建築BIM・LCA等への対応 ●環境配慮商品の設定

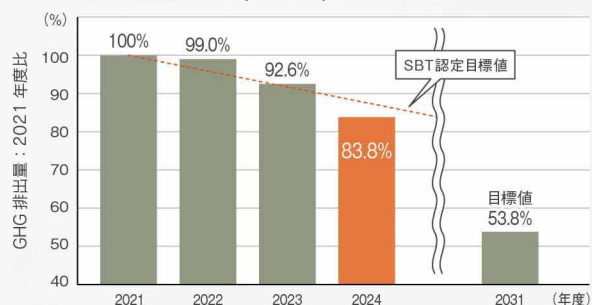
GHG排出量目標と達成状況

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

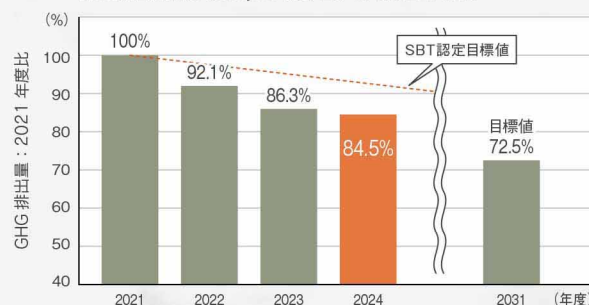


GHG(温室効果ガス)削減を推進するためトクラスグループでは、科学的根拠に基づいた削減目標を設定し、2024年3月にSBTイニシアチブから1.5℃水準の認定を受けました。
Scope1、Scope2、Scope3いずれも、SBT認定目標値を上回る削減量で推移しています。

GHG 排出量推移 [Scope1、Scope2]



GHG 排出量推移 [Scope3 (カテゴリ 1、カテゴリ 11)]



※：算定精度向上のため、2024年度から算定方法を変更し、基準年度に遡って数値を見直しています。
※：Scope3 (カテゴリ11:商品使用時)については、エネルギーを直接排出する商品を算定範囲としています。

循環経済(サーキュラーエコノミー)と 生物多様性の保全に向けて

循環経済と生物多様性の保全に対するリスク及び機会

資源の有効活用はトクラスグループが事業活動と一体になり取り組まなければならない社会課題であり、生物多様性へも大きく貢献すると認識し、3R+Renewableを推進します。

資源循環・生物多様性に関するトクラスグループのリスクと機会		中長期の対応
移行リスク	原材料のトレーサビリティ要求の高まりによる対応コスト増加	●認証材の購入 ●社内体制の構築 ●サプライチェーン全体での対応 ●監視測定
	環境法規制強化への対応コスト増加	●ISO14001をベースとしたガバナンス強化 ●アセスメントの実施 ●法令遵守体制強化 ●第三者検証
物理リスク	資源の安定調達に困難になり 調達コストの増加、生産効率の低下	●サプライチェーン全体での対応 ●水資源保護 ●3R・気候変動対応の全社推進 ●生産効率改善
機会	資源循環・生物多様性対応による 新たな需要の創出	●資源循環・生物多様性対応の見える化、開示 ●サプライチェーンとの方針共有 ●環境配慮商品の設定 ●地域コミュニティとの連携

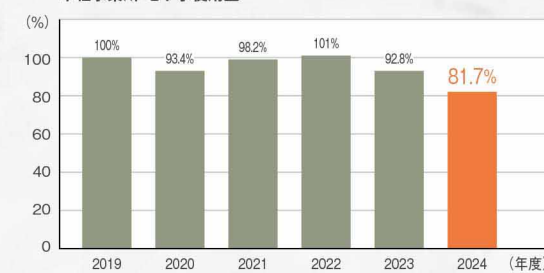
3R+Renewableの取り組み

事業活動における 3R	歩留まり改善、購入品サイズ変更
	マテリアルリサイクル推進 (木質材、熱可塑性樹脂、活性炭等)
	人造大理石のダミー成形
	品質向上(不良削減)
商品開発における 3R+Renewable	生産工程における冷却水削減取り組み
	新商品開発時の部品点数・重量削減
	仕様変更時の部品点数・重量削減
	人造大理石粉の活用(リュッケファープ) バイオプラスチック等の製品活用検討

(t) 本社事業所からの産業廃棄物排出量推移



本社事業所 地下水使用量



地域と連携した環境保全活動

2024年度より、本社事業所及び生産工場がある浜松市において、新たな環境保全活動を開始しました。地域のNPO法人と連携し、浜松市にある森林の竹伐採に協力しています。将来的には地域住民が森で散策したり、様々な活動ができるような自然との共生の場を提供できるようになればと考えます。
2025年3月1日に第1回の活動を実施し、トクラス㈱及びトクラスプロダクツ㈱の両社長、環境管理責任者、本社労働組合委員長及びトクラスプロダクツ社員会会長含め約20名が参加しました。会社として継続した活動となるよう推進してまいります。



竹伐採の指導を受ける小泉(代表取締役社長)



トクラスレポートについて

「トクラスレポート2025ー2026」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