TOCLAS

トクラスレポート 2026-2027

TOCLAS REPORT



トクラスの理念体系

TOCLAS PHILOSOPHY FRAMEWORK



お客様の「まいにち」と暮らす。

企業理念

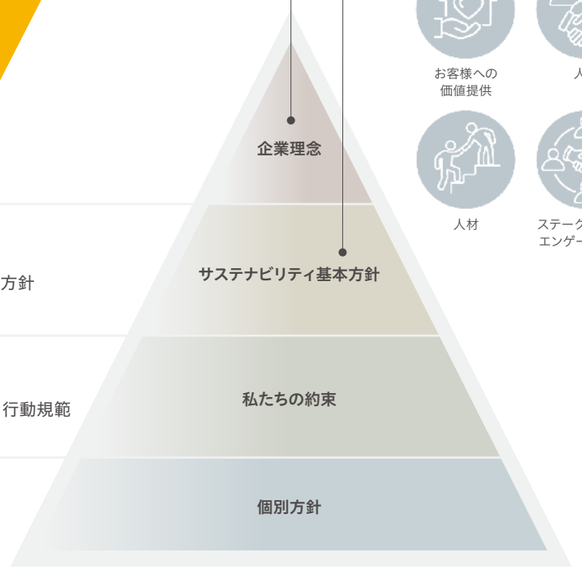
私たちは、お客様の「かけがえのない毎日」、
その一瞬一瞬を、より快適に、より楽しく、
そして、より充実したものにするため、
つねに時代をリードする「新たな価値」の創造を目指します。

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

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



事業活動を続ける上で
大切にすべき根本的な価値観

持続可能な社会の
実現を目指して取り組むための方針

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

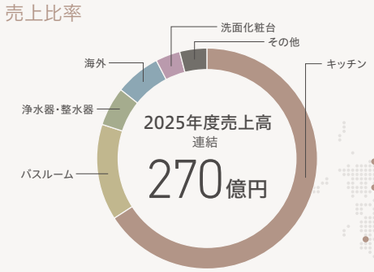
サステナビリティ基本方針を
実践するための行動規程

トクラスについて

ABOUT TOCLAS

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



キッチン	バスルーム	浄水器・整水器
65.9%	14.1%	5.7%

海外	洗面化粧台	その他
6.7%	3.6%	4.0%

ショールーム数
26カ所
2026.10時点



本社事業所
敷地面積
12.8万m²

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



寧波托客楽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

TOCLAS DATA

2026.3時点

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 16万台（ビルトインタイプ 7万台／スパウトインタイプ 9万台）	従業員数	グループ全体 928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 寧波托客楽思家居科技有限公司
協力会社数	設置店 171社	調達先 232社	サービス店 222社	2025年度 共同研究契約数 18件（秘密保持契約数を含む）	2025年度 顧客満足度	78.4%（お客様アンケートはがきより）	
2025年度 生産に要したエネルギー投入量	2,111kl（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	取得した件数 476件	グッドデザイン賞 受賞数（1972年～）	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（トクラス株式会社における数値）	1級建築士 3名	2級建築士 27名	インテリアコーディネーター 42名	キッチンスペシャリスト 57名			

CONTENTS

報告期間：2025年4月～2026年3月　※一部報告期間外の情報も掲載しています。

01 トクラスの理念体系
02 トクラスについて
03 トクラスヒストリー
05 トップメッセージ
11 価値創造プロセス
13 トクラスの強み
17 トクラスサロン東京
18 トクラスの強みをつなぐバリューチェーン
19 サステナビリティ
20 ステークホルダーエンゲージメント
21 カーボンニュートラルに向けて
22 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
23 多様な人材と社会をつなぐ取り組み
25 コーポレート・ガバナンス

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

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。

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

1987 家族の中心にあるキッチンを



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。



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

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

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「ブロッコバスタブ」。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を発売。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。

現在 — 個の多様化

個性豊かな日常をかなえる

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(コラージア)」。楽しい“ひととき”をコラージュして味わい深い最好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。

2024 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(ノーレ)」。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

- 1887 創業者山葉寅楠がオルガンを製作
- 1897 日本楽器製造(株)(現ヤマハ(株))設立
- 1903 高級木製家具製造開始
- 1964 FRPバスタブ発売
- 1967 ホーム用品事業部発足
- 1987 日本楽器製造(株)からヤマハ(株)に社名変更
- 1991 ヤマハリビングテック(株)設立
- 2010 ヤマハ発動機(株)から浄水器事業譲受
- 2011 中国に現地法人設立
- 2013 ヤマハリビングテック(株)からトクラス(株)に社名変更
- 2026 (株)ヤマダホールディングス傘下に



トクラスらしさを追求し新たな価値創造へ

代表取締役社長　小泉 和弘

顧客接点の拡大を目指した ヤマダホールディングスグループへの参画

当社は2026年、ヤマダホールディングス（以下ヤマダHD）グループに参画しました。新築住宅着工数の減少や資材・エネルギー価格の高騰など、当社を取り巻く環境が厳しさを増す中、2021年に掲げた「TOCLAS VISION 2031」のもとで、高級キッチンブランドとしての地位を獲得し、収益構造を転換すべく尽力してきました。しかしながら、この5年間を振り返ると、目指すべき水準に到達できていない領域もあり、今後の成長を確かなものにするため、新たなシナジーが見込めるヤマダHDグループへの参画に大きな可能性を感じています。

当社は現在26カ所のショールームを構えていますが、ヤマダデンキの店舗網は全国をくまなくカバーしており、シナジーにより、地域に密着した販売活動の展開や、当社がこれまで接点がなかったお客様にもアプローチが可能になります。またグループ内には、住宅メーカー、家具販売、リサイクル関連など多様な関連会社が存在しており、販売チャネルを拡大するとともに、トクラスの価値をより幅広いお客様に届けられることを期待しています。

ヤマダHDには、トクラスブランドの継続と雇用の維持を尊重していただいています。その期待に応えるためには、優れた業績を創出し、グループ内に確かな存在感を示すことが重要だと考えています。ヤマダHDが掲げる「くらしまるごと戦略」を念頭におきつつ、「“こころくすぐる”水まわりで、最好の暮らしをかなえる。」という当社のビジョン実現に向け、着実に歩んでまいります。

TOCLAS VISION 2031

理想の暮らしを作るリフォームで シナジーを発揮

ヤマダHDが掲げる「くらしまるごと戦略」では、家電販売の企業から生活インフラ企業への進化を目指しており、当社の事業がその一翼を担うことによって、グループ内の存在価値を更に高めていきたいと考えています。

現在ヤマダHDグループが住宅設備機器に関して展開しているのは、新築住宅向けの販売や、入れ替えリフォーム工事が中心です。当社が得意とするお客様の理想の暮らしに近づけるためのリフォームは、グループ全体の事業領域を拡大し、新たな価値創出につながります。

また、ヤマダデンキ店舗での当社商品の取り扱いや、ヤマダホームズでの採用を通じて、システムキッチン、システムバス、洗面化粧台の販売を拡大し、当社の価値をより多くのお客様に伝えていきます。

グループ参画により、事業の領域を広げると共に、調達・生産・物流の効率化によって新たな経営資源を創出し、人への投資を一層強化します。処遇改善に加え、採用、人材育成を積極的に進める方針です。



ヤマダデンキで販売が始まったEPOCH（エポック）

営業スタイルの変革で “一生もの”の価値を伝えたい

一方でヤマダHDグループへの参画後も、ブランド、商品、販売方針、そして既存の取引先やお客様との関係は変わりません。当社を支える一番大きな幹として、これまでに築いてきた商流を大切にしながら、さらに強固なものへと発展させていきたいと考えます。トクラスの商品価値と暮らしの提案をお客様に届けるための欠かせないパートナーとして、特約店、販売店、工務店、ハウスメーカーの皆様とこれまでと変わらず共に成長してまいります。

パートナーの皆様と足並みを揃え、当社の商品価値をより明確に伝えるためには、提案型営業への転換が不可欠です。“お客様の「まいにち」と暮らす。”の実現を目指し、従来の商品説明中心の営業スタイルから、お客様の悩みや課題に寄り添う提案型営業へ変革するため、ショールームスタッフや営業担当者に対して、1年にわたって営業強化研修を行いました。この研修の成果を営業現場に展開し、トクラスの価値を伝える提案型営業スタイルの確立を目指します。

提案型のアプローチに加えて、当社の商品がお客様に選ばれるためには、明確な“選ばれる理由”も必要です。価格や営業担当者の力量に頼っていては、継続的に選ばれる商品にはなりません。そこで、トクラスがお客様にお約束する価値を表す言葉として、「それは、一生ものと言える、水まわり。」を掲げました。当社が考える“一生もの”とは、適切にお手入れをしながら、商品を長く安心して使い続けていただけるという価値です。耐久性だけでなく、暮らしにしっくりとなじみ、時間とともに愛着が深まっていく。そうした上質な暮らしを長く支え続けるブランドであることを、“一生もの”という言葉とともに打ち出していきます。



トクラスサロン東京からブランド価値を発信

ブランド価値を具体的に伝える拠点として、トクラスサロン東京（以下、サロン）を2026年1月に開設しました。「お客様の理想の暮らしを“できる”に変える」をコンセプトとしています。お客様の価値観や希望に寄り添う接客と、商品や空間を通じた提案を組み合わせることで、トクラスブランドの世界観を感じていただける場所を目指しています。今後も、その価値をより多くのお客様へ伝える拠点として、活用を進めていきます。



今後は首都圏を中心に幅広いお客様にご利用いただける拠点として認知拡大を図るとともに、将来的な展開も見据えています。まずは東京で確かな成果を積み上げ、ブランド価値向上につなげます。

また、サロンをお客様の声を商品開発へつなげるマーケティング拠点としても位置付けています。これまでも、個別のお客様のご要望に特注商品でお応えしてきましたが、そこから得られた気づきを蓄積し、継続的に商品開発へ生かす仕組みは十分ではありませんでした。

今後は、接客を通じて得られたお客様の声や気づきを関係部門で共有し、新たな商品やサービスの創出へ結び付けます。

リスクへの先行投資や海外事業の転換　課題の先へ

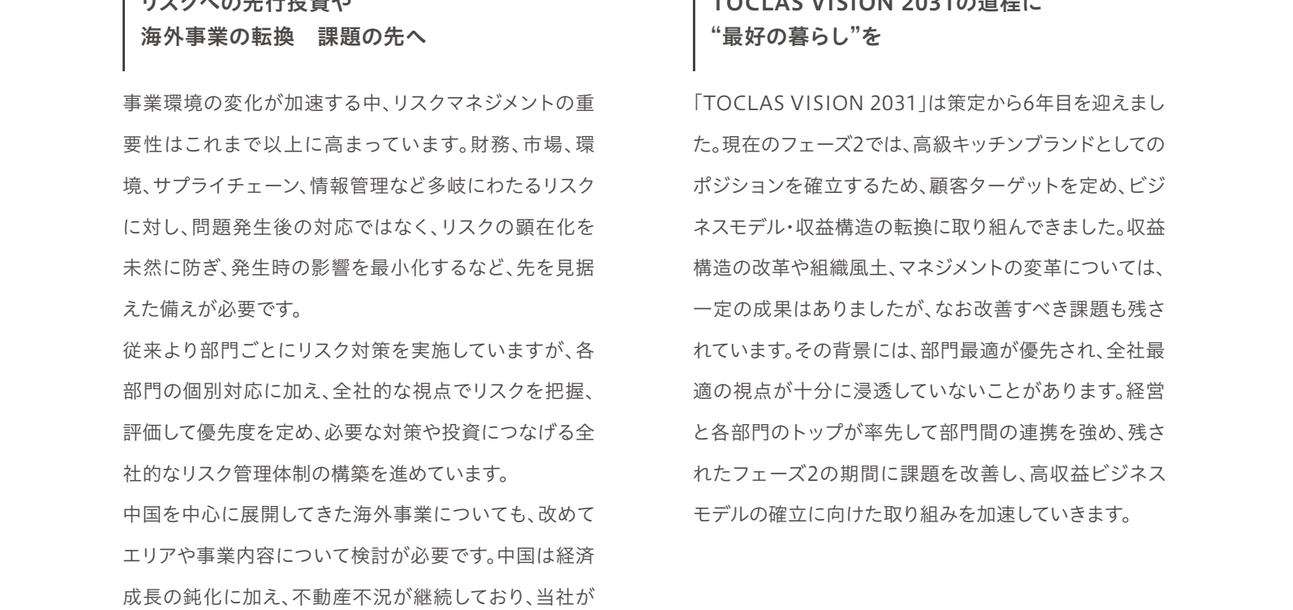
事業環境の変化が加速する中、リスクマネジメントの重要性はこれまで以上に高まっています。財務、市場、環境、サプライチェーン、情報管理など多岐にわたるリスクに対し、問題発生後の対応ではなく、リスクの顕在化を未然に防ぎ、発生時の影響を最小化するなど、先を見据えた備えが必要です。

従来より部門ごとにリスク対策を実施していますが、各部門の個別対応に加え、全社的な視点でリスクを把握、評価して優先度を定め、必要な対策や投資につなげる全社的なリスク管理体制の構築を進めています。

中国を中心に展開してきた海外事業についても、改めてエリアや事業内容について検討が必要です。中国は経済成長の鈍化に加え、不動産不況が継続しており、当社が現在中国国内に展開している代理店事業のビジネスモデルは、今後も苦戦が予想されます。こうした環境を踏まえ、海外事業を中国国内にとどめることなく、新たな地域への展開を検討すべき段階にあると捉えています。中国で培った知見やネットワークを活かしながら、新たな市場開拓に挑戦してまいります。

TOCLAS VISION 2031の道程に“最好の暮らし”を

「TOCLAS VISION 2031」は策定から6年目を迎えました。現在のフェーズ2では、高級キッチンブランドとしてのポジションを確立するため、顧客ターゲットを定め、ビジネスモデル・収益構造の転換に取り組んできました。収益構造の改革や組織風土、マネジメントの変革については、一定の成果はありましたが、なお改善すべき課題も残されています。その背景には、部門最適が優先され、全社最適の視点が十分に浸透していないことがあります。経営と各部門のトップが率先して部門間の連携を強め、残されたフェーズ2の期間に課題を改善し、高収益ビジネスモデルの確立に向けた取り組みを加速していきます。

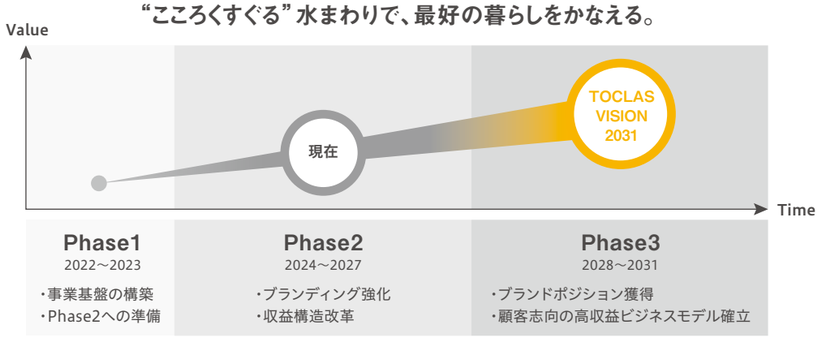


トクラスサロン東京

VISIONとは企業理念を実現するために目指す姿

TOCLAS VISION 2031

“こころくすぐる”水まわりで、最好の暮らしをかなえる。



※ 当初計画よりPhase2を1年前倒しした

お客様の心をくすぐる“最好の暮らし”を創り続ける

トクラスが提供するのは単なる商品ではなく、お客様の「まいにち」と暮らす価値です。私たちの使命は、お客様一人ひとりの暮らしにしっくりとなじみ、使うたびに頬がゆるみ、時間とともに長く愛せる商品・サービスを届けることです。

そのためには、当社はまだまだ変わり続ける必要があります。ヤマダHDグループの資本基盤と販売網のもと、お客様を深く知る力、独自の素材・技術、ものづくりを支える技能、商品を確実に届ける物流、提案・施工・アフターサービスまで、トクラスの強みをつなぐことで、これまで以上の価値を生み出していきます。

今後もトクラスらしさを守りながら、ヤマダHDグループとのシナジーを新たな力に変え、お客様の心をくすぐる「最好の暮らし」の実現に挑戦し続けてまいります。



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。

価値創造プロセス

VALUE CREATION

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、
「一生ものと言える水まわり」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。

INPUT →P.02

- 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

- 新築住宅着工数の減少
- 人口減少、少子高齢化、労働力不足
- 資材、エネルギー価格の高騰
- 気候変動、生物多様性、資源循環
- AIの進化と台頭
- 情報セキュリティリスクの高まり

HLDGS.

ヤマダホールディングス

くらしまるごと戦略

TOCLAS

TOCLAS VISION 2031

→P.06

→P.13

強み

ワンストップ事業
（リフォーム＋周辺工事）

海外事業

国内住宅設備事業

アフターサービス事業

OEM／共同開発事業

バリューチェーン・サプライチェーン

→P.18

ESG

→P.19

企業理念
→P.01

OUTPUT

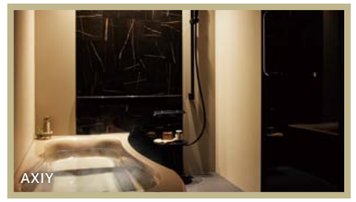
それは、一生ものと言える、水まわり。

キッチン





バスルーム





洗面化粧台





浄水器





暮らしの提案



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

- **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

トクラスの強み

TOCLAS CORE COMPETENCE

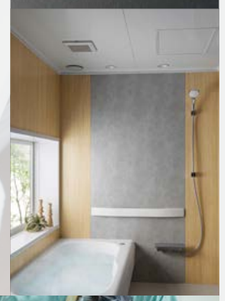




”最好の暮らし“を届ける







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“最好の暮らし”をかなえるため。
“使い心地に頬がゆるむ”、“暮らしにしっくりとなじむ”
そんな、“長く愛せる”ものをお届けします。

TOCLAS MUSEUM





ブランドクリエイティブポリシー

VALUE PROPOSITION

最好の暮らし

暮らしにしっくり
お客様個々の幸せを
共に創る
（暮らしに合わせた提案と邸別生産）

頬がゆるむ
心にゆとりを生む、
あそびを大切にする
（触れた時の心地よさまでこだわる）

長く愛せる
タイムレスな商品・サービスを
丁寧に届ける
（モデルチェンジしない完成度）

ユーザーバリュー

タッチポイント ＝ こころくすぐる水まわり

トクラス「かわいい」＝商品提供指針

愛嬌
（遊び心・意外性）
素材や製法、使い勝手、
人の動きから生まれた、親しみが持てる商品

柔らかな形状／触り心地のよい素材／
一目惚れ／細部まで配慮した設計／
作り手を感じる／光の反射と奥行き感／
無くてもいいけど
あったらうれしいひっかかり etc.

自分らしさ
（希少性）
お客様が、自分の個性や世界観を
表現できる商品対応やサービス

ショールーム提案力／邸別生産／
多彩な色柄質感／個性に応える／
自由度が高い（特注対応） etc.

モノ語
（ストーリー性）
歴史や社会に敬意を払った
モノづくりの思想

信念を持って商品を作る／
アフターサポート充実／
形と意味、本質的な価値の追求／
職人語り部／
社会背景・環境を意識したものづくり etc.

トクラスの持つ資質

技術研究
変わらない人造大理石の性能・製法・独自の
評価基準、熟練技術者による高度な技術

DNA
ヤマハの高級家具製造から
始まった歴史

哲学
暮らしを見つめてきた研究と、
固定観念にとらわれない自由な発想

マーケティング／商品開発

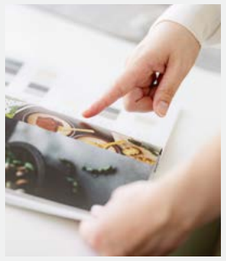
お客様を知る、デザインする

マーケティング

トクラスのマーケティングは、お客様一人ひとりの暮らしを深く知ることから始まります。
アンケートなどによる定量調査に加え、OBユーザーのご自宅を訪ね、購入の決め手や迷い、使い続ける中で感じる満足や変化について丁寧に伺っています。また、商品をご採用いただいたお客様の実際の暮らしを取材し、商品が日々の暮らしにどのような心地よさや満足をもたらすのか、理解を深めています。取材を通じて見えてきた暮らしや商品の魅力は、Webサイトなどを通じて紹介しています。
さらに、社会の動向や生活様式、インテリア、価値観の変化も継続的に調査し、一人ひとりのお客様から得た気づきを、より広い視点で捉え直しています。
こうして得られたお客様への深い理解と定量調査の結果を組み合わせ、商品開発、ショールームでの展示や接客、情報発信の改善につなげています。

商品開発

お客様の暮らしから学んだ気づきを基に、トクラス独自のクリエイティブポリシーに沿って商品を企画・デザインしています。それは単にキッチンやシステムバスといった商品のデザインを考えるだけでなく、「お客様の暮らしをデザインする」という視点に立つことを意味します。
そのためには、お客様から寄せられる顕在化したニーズを形にするだけではなく、その背景にある暮らし方や価値観を深く掘り下げ、様々なトレンドも踏まえて商品コンセプトとして組み立てます。
そしてトクラスがこれまで培ったDNAや技術を組み合わせ、商品の仕様や機能、意匠としてお客様に新たな価値を提供しています。お客様の“最好の暮らし”をかなえるため、マーケティング・デザイン・商品企画・設計の各部門が連携し、商品開発を進めています。









VOICE



企画開発部
商品企画室 課長代理
両林 由希子

居心地の良さをキッチンからデザインする

商品企画室でデザインを担当しています。国内外のインテリアトレンドや住まいと暮らしの変化を研究し、商品コンセプトに基づき、“最好の暮らし”を実現するための色や形、質感、そしてストーリーをデザインしています。
例えばCollagia（コラージア）の扉シリーズ「リュッケファーブ」は、インテリアとなじみがよく、温かみも感じられるくすみカラーを、トクラス独自の塗装色で表現しています。また、人造大理石のリサイクルフリットを塗料に混ぜることで、環境にもやさしく、ふれた時の心地よさも実現しています。デンマーク語の「幸せな色」から名付けたリュッケファーブ。キッチンからLDK全体の居心地の良さを感じていただけるようデザインしています。

技術開発／自社生産／クラフトマンシップ

価値をかたちにする技術

技術開発

人造大理石の製造・加工技術、塗装技術、浄水技術はトクラス独自のコア技術です。例えば人造大理石では、キッチンカウンターやバスタブなど製品ごとの使用環境や求められる性能を研究し、原材料の開発から自社で取り組んでいます。適材適所の材料設計により、高い精度や複雑な形状が要求される場面でも製造できる成型技術を確立しています。
また、浄水カートリッジにおいては、ろ材の研究開発から水質分析、製造までを一貫して自社で行っています。業界トップレベルの浄水性能により、水のおいしさと安全性の両立を追求しています。



自社生産

トクラスキッチンの製造のルーツは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や室内造作の製造を通じて培ってきた木工・塗装技術を基盤に、細かなオーダーに応じた寸法調整など、お客様一人ひとりのご要望に応じたキッチンを提供しています。
トクラス独自の品質基準もまた、長い歴史の中で培われてきた大切な財産です。「良いものを長く愛用していただきたい」という想いのもと、厳しい基準を設け、お客様の「まいにち」に寄り添う品質を追求しています。



クラフトマンシップ

トクラスのものづくりには“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次世代に伝え、技術者の育成に取り組んでいます。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。
例えば、高い耐久性と独自の意匠性を兼ね備えたTENOR（テノール）カウンターは、人造大理石技術と塗装技術の融合から生み出されました。
長年培ってきた技術の蓄積と異なる技術の掛け合わせが、新たな発想と付加価値の創出につながっています。



VOICE



トクラスプロダクツ
塗装課塗装係 係長
守屋 賢太郎

匠道場で学んだのは、「ものを見る視点」

トクラス商品の生産を担当するトクラスプロダクツでは、若手の技術者が生産現場を離れて技術を学ぶ「匠道場」があり、私は１年間そこで学びました。
それまでは担当者として決められた品質基準や作業条件を守りながら製品を作ることに重点を置いていました。しかし、匠道場では「どう見えるかは、どう見せるか」という考え方のもと、お客様にどのような価値を届けたいのかという視点に立ち、そのために何が必要かを考えながら知識や技能を身につけることが求められます。見る立場や角度を変えると、課題や改善点の見え方も変わります。匠道場で学んだ「ものを見る視点」をものづくりの原点として、現在の業務にも活かしています。

ショールーム・営業／アフターサービス・リフォーム

丁寧に寄り添い信頼をつなぐ

ショールーム・営業

ショールームでは、お客様が“かなえたい暮らし”を丁寧にヒアリングしていきます。お客様が思い描く“最好の暮らし”は、一人ひとり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、商品の機能や仕様を説明するだけでなく、理想の暮らしの実現をお手伝いしたいと考えています。
SNSやカタログを通じて商品の魅力をお伝えすることもできますが、ショールームではものの大きさや形、色の見え方はもちろん、素材の質感やさわり心地などを実際に体感していただくことを大切にしています。
またショールームでのヒアリング内容からお客様の“かなえたい暮らし”を実現するためには、販売店や工務店などパートナーの皆さまとの連携が欠かせません。すべてのプロセスで適切なコミュニケーションを行い、お客様の理想の暮らしの実現につなげています。







アフターサービス・リフォーム

お客様に商品をお届けしたその日から、また新たなお付き合いが始まります。修理が必要になった時のサポートはもちろん、商品の使い方のご不明点やお手入れのコツなど商品をより長くご使用いただくための情報をお届けしています。また、DXを活用した多彩なサービスメニューの開発にも取り組んでいます。
一方、多様化するリフォーム需要に幅広くお応えするため、商品提案から周辺工事までを当社のサプライチェーンの中で完結できる体制づくりを進めています。従来は複数業者が行っていた取付設置や周辺工事を当社が一括で承ることで、工期短縮とお客様の負担軽減を実現しています。
当社商品のご使用期間にかかわらず、お客様の「まいにち」に寄り添い、快適な暮らしを支え続けるサポート体制の構築を目指しています。





VOICE



営業統括部
営業企画室 主任
山地 茜

お客様の“かなえたい暮らし”に寄り添う

ショールームでは「来てよかった」と感じていただけることを目指し、お客様をお迎えしています。ショールームには、色選びや寸法、レイアウトについて悩まれているお客様や、一度決めたけれども再び悩まれるお客様など、様々な悩みを持つお客様が多く来場されます。私たちの役割は、お客様のお話を丁寧に伺い、不安や疑問を解消しながら、それぞれの理想の暮らしを実現する商品のご提案を行うことです。また、オリジナルアロマによる香りの演出や、記念品のお渡しなどショールームで過ごす時間そのものがお客様にとって心地よい体験となることを大切にしています。お客様の思いに寄り添いながら、一緒に悩み、一緒に考え、理想の暮らしの実現をお手伝いしていきたいと思っています。

TOCLAS SALON TOKYO

トクラスサロン東京が目指す、新たな提案価値



トクラスサロン東京は、「高級キッチンブランドポジション」の
確立に向け、2026年1月に開設しました。
通常のショールームが商品確認や仕様検討を中心に担う一方、
サロン東京は、お客様の価値観や理想の暮らしを深く理解し、
空間や仕様へ具体化する新たな提案のあり方を検証する拠点です。
また、サロン東京はマーケティング部門が運営しており、
接客を通じて得られるお客様の価値観や選択理由、
提案プロセスに関する知見を蓄積し、
今後の商品開発や販売、接客へ還元する役割も担っています。

対話を重ね、思いを引き出す

サロン東京では、新たな接客の型づくりを進めています。お客様が求める仕様やデザインを確認するだけでなく、「なぜそうしたいのか」「どのような暮らしを大切にしたいのか」まで対話を深め、独自のヒアリングシートを活用しながら、価値観や優先順位を整理しています。
ヒアリングを重ねる中で、一見同じ要望でも、その背景には、家族との時間を大切にしたいという思い、住まい全体との調和へのこだわり、家事負担を軽減したいという期待など、多様な価値観があることが見えてきました。こうした理解を起点に提案することで、単なる設備選定ではなく、自分らしい暮らしを実現するために商品や空間を検討いただける場になりつつあります。
また、商品単体ではなく空間全体を体感できる展示により、お客様は理想の暮らしを具体的に思い描きながら、対話を進めることができます。展示空間への共感をきっかけに、サロンで使用している塗装扉や、展示を参考にしたプランを採用いただいた事例もみられます。落ち着いた空間で対話を重ね、自分たちが大切にしたいことや、その優先順位に気づけることが、サロンならではの体験価値になり始めています。





サロンから広がるつながり

サロン東京では、住宅・リフォーム事業者向けの研修会に加え、著名な建築家や専門家を招いたトークイベントも開催しています。こうした活動を通じ、これまで接点の少なかった設計事務所や工務店、住まいやインテリアへの関心が高いお客様との新たなつながりが生まれています。実際に、イベントへの参加をきっかけにリフォームを具体的に検討し、その後サロンへ来場された事例もありました。
今後も認知・集客の強化と接客の磨き上げを進め、お客様との対話から得られる声を、理想の暮らしを実現する提案へつなげていきます。トクラスサロン東京を、ブランド価値と新たな顧客体験を生み出す場とするとともに、お客様理解を起点に、提案・接客・商品開発の進化を支える検証・開発拠点へ成長させていきます。

トクラスサロン東京 サロン長
杉本 美雪

トクラスの強みをつなぐバリューチェーン

お客様の声を起点に、各工程の専門性をつなぎ、品質管理とパートナーとの連携によって、
確かな商品品質と安定供給を実現します。

01 バリューチェーン

顧客価値を生み出し、届け、次の改善へつなぐ流れ

顧客理解・企画開発	調達・取引先連携	生産	販売・提案	物流・施工	アフターサービス
暮らしとニーズを捉える	品質と安定供給を確保	技術と技能でつくり込む	最適な暮らしを提案	確実に届け施工する	使用後まで長く支える

お客様の声を商品開発と各工程の改善へ還元

02 品質保証体制

全プロセスで品質保証体制を構築

要求品質	調達品質	工程品質	提案品質	物流・施工品質	市場品質
・品質目標・設計審査 ・試作評価	・調達先評価 ・品質基準・受入検査	・工程管理・検査 ・履歴管理	・商品情報 ・適正なプランニング	・輸送品質 ・施工基準・技能	・情報収集 ・原因究明・再発防止

品質情報を一元管理し、関係部門が原因と対策を検討

品質方針・品質基準	品質情報の共有	部門横断の品質改善	品質監査・PDCA
共通の判断基準	市場・工程情報を蓄積	原因と対策を展開	有効性を確認

ISO9001に基づく品質マネジメントシステムを運用し、継続的な品質向上に取り組んでいます

03 サプライチェーン

パートナーと連携し、品質と安定供給を支える流れ

サプライヤー	調達	生産	物流パートナー	販売店・工務店 施工店	お客様

安定調達／生産・在庫管理／物流・施工管理／納期・供給リスク管理

サプライチェーン全体を通じた品質保証体制を構築

3つの流れを支える経営基盤

情報システム・DX	人材・組織	環境・サステナビリティ	ガバナンス・リスク管理

組織横断による品質維持向上

2026年2月に、企業理念のもと進められる“サステナビリティ基本方針”実現のための個別方針の1つとして、品質方針を改訂しました。
品質はお客様の期待と実際の結果にズレがないことを意味します。製品性能だけでなく、現場への物流や商品の取付設置を含むお客様への提供プロセス全体において、組織横断で品質の向上に取り組んでいます。
品質へのより高い期待と結果を一致させるため、全社社員が品質を意識した具体的行動を積み重ねていけるよう推進してまいります。



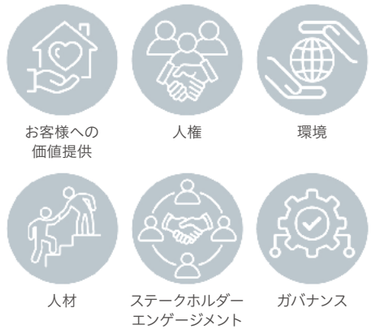
CS事業推進部 品質保証室長 横山 雅一
生産統括部 物流・生産管理室長 清水 訓子
営業統括部 エンジニアセンター長 柴山 博史

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

	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 ●女性活躍推進 ●労働安全衛生への取り組み ●自社及びサプライチェーンの人権保護	●コーポレート・ガバナンス体制の強化 ●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
2025年度 実施事項	●人造大理石端材のリサイクル活用推進 ●塗料、アセトンの単位使用量削減 ●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 10%削減 （2019年度比） ●GHG排出量削減（Scope1+2）20.3% （2021年度比） ●GHG排出量削減（Scope3、カテゴリー1、カテゴリー11）22.6% （2021年度比） ●緊急時訓練 5回実施（6項目） ●環境パトロール実施（12回） ●環境社内教育、社内啓蒙の実施（10回） ●労使共済 NPO法人との環境活動実施（1回） ●環境関連新技術情報収集の実施	●人事制度改定（企業年金制度など） ●育児休職取得率（女性：100%、男性：100%） ●女性正社員比率54.5% ●階層別研修、ライフキャリア研修の実施 ●システム改革の実行（勤怠システムなど） ●取引先、協力業者向け説明会実施（継続） ●本社事業所内安全パトロール実施（12回） 衛生管理者パトロール（36回） ●拠点訪問による安全衛生チェック活動（19拠点） ●労災、通災、交災総数一桁達成 ●トクラスフェスタ2025開催 ●CSRアンケート実施	●取締役会実効性評価（継続） ●取締役会議事録の電子化 ●社内規程改定 改定44件、新設2件、停止0件 ●コンプライアンス通信発行（4回） ●コンプライアンス教育（4回） ●中途入社者へコンプライアンス研修（7回） ●災害時安否確認メール訓練実施（4回） ●契約書AIチェック導入
2026年度 の目標	●SBT目標に基づいたGHG削減の推進 ●Scope1、2の月次進捗管理実施 ●水資源使用量削減の検討 ●有害化学物質の使用量削減、仕様変更実施 ●廃棄物排出量削減、有価化の継続推進 ●新商品開発及び仕様変更時の 環境アセスメント実施 ●環境法令順守、緊急時対応訓練の強化 ●環境教育、啓蒙の推進 ●行政、NPO法人等と協力した地域貢献活動実施	●多様な働き方実現に向けた職場環境整備 ●女性活躍推進の取り組み（えるぼし認定継続） ●エンゲージメントサーベイの実施 ●社内研修制度の拡充 ●主体的なキャリア形成支援 ●労災、通災、交災のミニマム化 ●地域社会との交流イベント開催 ●CSRアンケートをヤマダHDの調達先アンケートに統合し実施	●内部統制の強化 ●コーポレート業務の効率化、精度向上の実現 ●コンプライアンス実効性の強化 ●セキュリティ対策強化（Eメール） ●大規模災害対応の強化（防災マニュアル整備） ●リスク管理体制の整備 ●攻撃型メール訓練実施 ●ISMS取得準備
達成状況	○	○	○

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

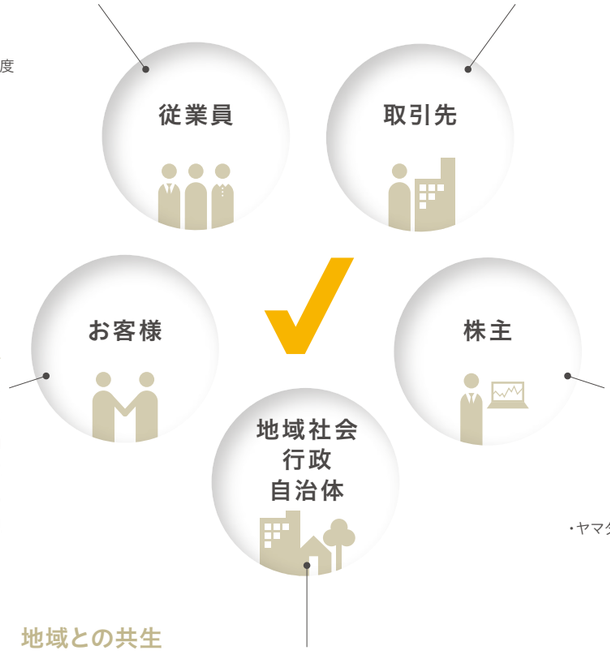
・経営計画説明会
・人事評価及びフィードバック制度
・階層別研修
・資格取得支援
・労使協議会
・内部通報制度
・社長表彰制度
・全社安全衛生推進委員会
・エンゲージメントサーベイ
・ストレスチェック
・社内研修

“つながり”を大事に

お客様の“最好の暮らし”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
・トクラスサロン東京
・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全ての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
・ヤマダ住建ホールディングス取締役会
・経営陣ミーティング

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NPOとの環境活動
・行政・自治体との意見交換







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	●省エネ推進　●省エネに関する中長期投資計画 ●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　●環境ラベリングの推進

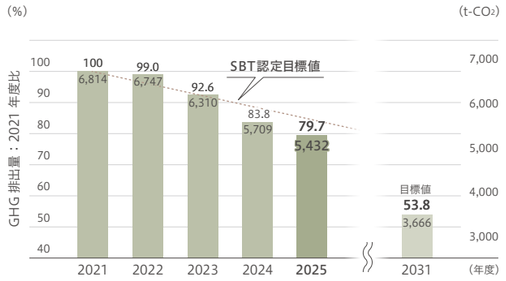
GHG排出量目標と達成状況

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	
Scope3：Scope2以外の間接排出	2031年度までに、27.5%削減する

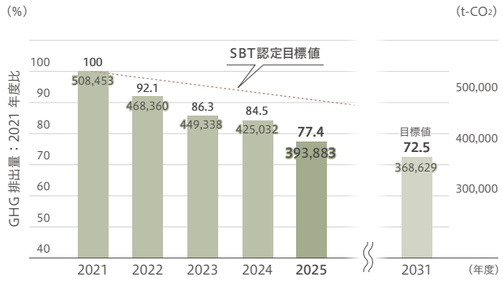
SCIENCE BASED TARGETS
DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

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。

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保全活動に協力しています。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回の活動を開始し、第2回は2025年12月7日に実施しました。お子さんには周辺公園でごみ拾いを実施いただき、総勢34名が参加しました。今後は浜松市、NPO法人とパートナーシップ協定を結び、廃材活用なども進め、より充実した活動を目指してまいります。


伐採した竹の運搬


NPO法人による説明


活動場所での集合写真

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	資源の安定調達が困難になり 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　●生産時の水使用量削減 ●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

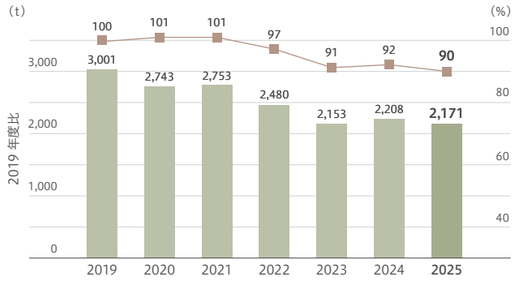
事業活動における3R

- 歩留まり改善、購入品サイズ変更
- 廃材・展示品リユースの推進
- マテリアルリサイクル推進（木質材、樹脂材料、活性炭等）
- 人造大理石のダミー成形
- 品質向上（不良品対応コスト削減）
- 地中熱利用による冷却水削減検討

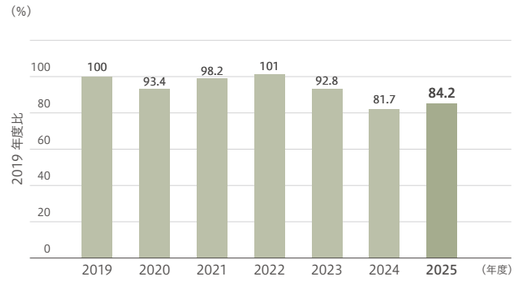
商品開発における3R+Renewable

- 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（リュッケファーブ）
- バイオプラスチック等の製品活用検討

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推移



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 —多様な人材が活躍できる組織づくり—

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。

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。

	2023年度	2024年度	2025年度
有給休暇取得率	57.2%	54.6%	59.6%
平均有休取得日数	11.0日	10.5日	11.6日
ファミリーホリデー取得率（年度毎に連続2日）	91.4%	90.1%	91.3%
ライフサイクル休暇取得率（5年毎に連続5日）	97.7%	96.5%	86.3%

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。

	2023年度	2024年度	2025年度
平均時間外労働／月	10.7時間	11.9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。

	2023年度	2024年度	2025年度
女性正社員比率	51.4%	53.2%	54.5%
女性管理職比率	6.7%	8.0%	8.8%

育児休暇取得者の声



企画開発部 商品企画室
課長代理
山本 拓人

育児休暇を取得して

私は第3子の誕生にあたって約1か月の育児休暇を取得しましたが、なぜ第1子、2子の際にも育児休暇を取らなかったのかと後悔するほど、育児のたいへんさを実感しました。育休取得にあたっては、事前に上司に相談し、チームへの引継ぎ準備を進めましたが、業務の平準化やフォロー体制など、日頃から改善すべきことも多々あると気づく機会にもなりました。
そして、大切な家族にしっかりと向き合うことができる会社の制度が、どれほどありがたいかを痛感するとともに、支えてくれた職場の皆さんには感謝しかありません。これから育児の機会を迎える人には「今は仕事を休めない」と諦めるのではなく、早目に上司に相談し、しっかりと育児に関わってほしいと思います。

人材育成 —未来を担う人材の育成と活躍支援—

従業員一人ひとりが自律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。

研修体系図（トクラス単体）

	階層別研修	選抜型研修	ライフキャリア研修	自己啓発
役員層	新任役員研修			
管理職層	マネジメント研修 経営数値財務研修（応用）	基幹人材育成プログラム	50歳キャリアデザイン研修 55歳キャリアデザイン研修 セカンドライフ準備セミナー	資格取得支援制度 通信教育制度
リーダー層	リーダーシップ研修 経営数値財務研修（基礎）	女性リーダー育成プログラム 営業強化プログラム		
若手・中堅層		コーチング研修 メンター研修		
3年目～新入社員	キャリアアップ研修 フォローアップ研修 入社後フォロー5カ月・9カ月 入社研修			

2025年度の取り組み

- 営業強化プログラムの実施
- その他階層別・選抜型・ライフキャリア研修の実施
- 資格取得支援制度の拡充
- 新任ライン長向けのカリキュラムの整備
- マネジメント強化に向けた研修体制の整備
- 通信教育「トクラスビジネススクール」の開講

社会とのつながり —地域とともに歩むトクラスの取り組み—

トクラスフェスタ 2025

2025年10月、前年に引き続き「トクラスフェスタ」を開催しました。今回も「あそぶ」「たべる」「つくる」をテーマに、キッチンに使われている素材で時計やフォトフレームをつくる「ものづくり体験」や、製造時に発生する廃材を利用した「手作り縁日」、通常は一般公開していない本社ショールームを開放する「ショールーム見学ツアー」など、「記憶に残る」を目指した様々な体感コンテンツを従業員の手で準備しました。また、事業パートナーの皆様にもご協力いただき大抽選会も実施しています。
当日は、子どもから大人まで約3,000名の方にご来場いただき、地域の皆様へ日頃の感謝を伝え、交流を図るイベントとなりました。



廃材を利用した手作り縁日



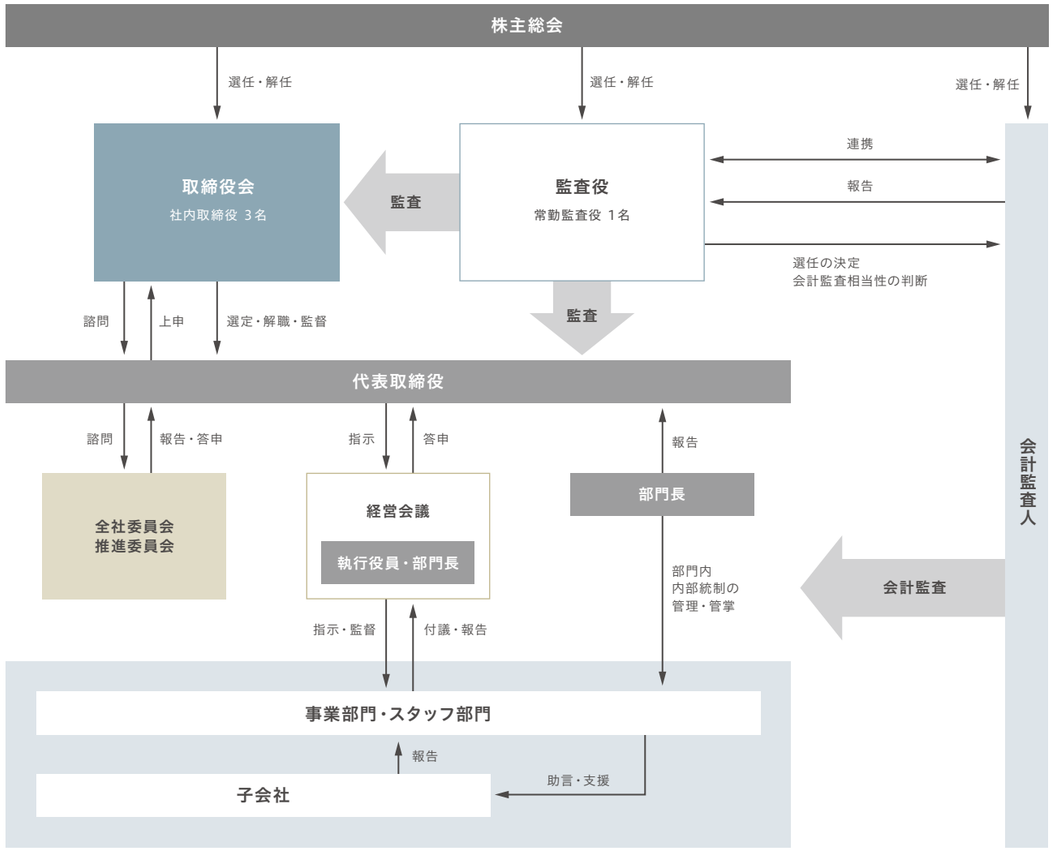
構内が憩いの場に



感謝の気持ちを込めた餅投げ

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（16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**

実効性評価に基づき、取締役会資料のクラウド化を実施し、迅速な資料閲覧が可能になりました。また、過去の取締役会資料の確認等利便性が向上し、取締役会の実効性向上につながりました。

ガバナンスデータ

取締役及び監査役

取締役3名、監査役1名の計4名で構成する役員体制としています。全役員を社内出身者とすることで、事業環境や経営課題への深い理解を活かし、迅速な意思決定と適切な経営監督を通じて、持続的な企業価値の向上に取り組んでいます。

取締役　2026年6月株主総会にて選任



代表取締役社長
小泉 和弘
Koizumi Kazuhiro
経営管理部
CS事業推進部
経営戦略室管掌

略歴、当社における地位及び担当
1992年 6月 ヤマハリビングテック株式会社入社
2014年 6月 当社執行役員 リビングサービスセンター長
2017年 4月 当社執行役員 営業技術サービス部長
2017年 6月 当社取締役
2018年 3月 当社取締役営業本部長
2019年 6月 当社取締役上席執行役員 営業本部長
2020年12月 当社代表取締役副社長執行役員 営業本部長
2021年 1月 当社代表取締役社長（現任）
寧波托客楽思家居科技有限公司 董事長（現任）

重要な兼職の状況
寧波托客楽思家居科技有限公司 董事長



取締役
市川 和幸
Ichikawa Kazuyuki
営業統括部管掌

略歴、当社における地位及び担当
1992年 4月 ヤマハ株式会社入社
2018年 3月 当社執行役員 経営企画部長
2018年11月 当社執行役員 営業本部副本部長
兼同東京支社長 兼マーケティング部長
2020年 1月 当社執行役員 営業本部副本部長
兼同北関東信越支店長
2021年 1月 寧波托客楽思家居科技有限公司 董事
2021年 2月 当社執行役員 事業戦略部長
2021年 6月 当社取締役執行役員 事業戦略部長
2021年12月 当社取締役執行役員 企画開発部長
2022年 6月 当社取締役上席執行役員 企画開発部長
2024年 1月 当社取締役常務執行役員 営業統括部長
2026年 6月 当社取締役常務執行役員 特命担当（現任）

監査役



取締役
佐藤 貴浩
Satou Takahiro
生産統括部
企画開発部管掌

略歴、当社における地位及び担当
2002年 6月 ヤマハリビングテック株式会社入社
2023年 6月 当社執行役員 CS事業推進部副部長
2024年 1月 当社執行役員 CS事業推進部長
2026年 6月 当社取締役執行役員（現任）



常勤監査役
宮﨑 直人
Miyazaki Naoto

略歴、当社における地位及び担当
1990年 4月 ヤマハ株式会社入社
2017年 6月 当社執行役員 総務部長
2018年 3月 当社執行役員 営業本部副本部長
2018年 8月 当社執行役員 営業本部国内営業支社
北陸支店長
2019年 6月 当社参与 営業本部北陸支店長
2020年 2月 当社参与 総務部副部長
2020年 4月 当社参与 総務部長
2021年 6月 当社常勤監査役（現任）
株式会社ジョイエルホーム監査役（現任）
寧波托客楽思家居科技有限公司監事（現任）

重要な兼職の状況
株式会社ジョイエルホーム 監査役
寧波托客楽思家居科技有限公司 監事

取締役会の実施および出席状況

企業における最高経営意思決定機関である取締役会は、コーポレート・ガバナンスにおいて最も重要な会議体と言えます。
ボードメンバー全員参加を原則とする中、WEB参加も併用することで、出席率を高める工夫をしています。

2025年度取締役会実施回数：13回（定時12 回、臨時1回） 出席率

社内取締役（3名）	社外取締役（3名）	常勤監査役（1名）	社外監査役（1名）
100%	88.6%	100%	100%

※ 株主構成の変更により、2026年3月をもって社外取締役は退任

全社委員会・推進委員会

委員会は、社長の諮問機関として、社会の要請を踏まえ、全社経営の重要課題（リスクマネジメント、コンプライアンス、品質、環境等）への対応及び継続的な改善を行うために設置しています。

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
防災推進委員会
CS・品質向上推進委員会
環境推進委員会
IT戦略推進委員会

TOCLAS

トクラスレポートについて

「トクラスレポート２０２６ー２０２７」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、トクラスは価値を創造し続けます。

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