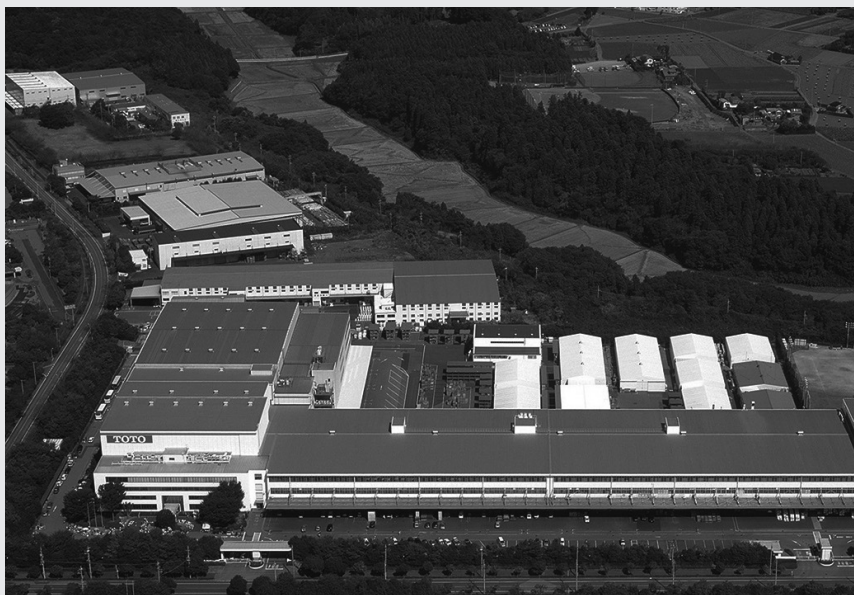


佐倉市

TOTOバスクリエイト

ユニットバスおよび
システムバスの開発・設計と製造

世界の「TOTO」の浴室は
すべて千葉で開発・設計されている



事業内容

・ユニットバス／システムバスの開発・設計・製造

日本で「TOTTO」を知らない人はいないだろう。浴室、トイレ、洗面所、キッチンなど、住宅の、水まわりで見かけることの多いブランドだ。この中で、浴室・浴槽についてはすべて千葉県佐倉市のTOTTOバスクリエイトで開発されているのをご存じだろうか？日本人が大好きなお風呂タイムを演出するものづくりの現場を、代表取締役の橋口裕昭社長に案内していただいた。

当社はTOTTOが100%出資する子会社で、浴室の開発から設計・製造、配送までを行っている。資本金は1億円、売上高は623億円、従業員は約570名。グループで他に浴室を作っている会社はありませんから、皆さんがバスルームで「TOTTO」と見かけたら、すべて当社の製品ということになります。

ここ佐倉の本社には工場もあり、敷地面積は10万1856平方メートル（東京ドーム2個分の広さ）、構内協力企業の方を含めると約1500人が働いています。工場は兵庫県赤穂市にもあって、基本的に琵琶湖以东は佐倉から、琵琶湖以西は赤穂から出荷しています。

リモデルに強く今後も需要増が見込まれる

ユニットバスルーム（以下ユニットバス）／システムバスルーム（以下システムバス）は「新築」と「リフォーム／リモデル」で需要がありますが、当社はどちらかというと後者の市場に強いのが特徴です。特に、国内のリモデル（増改築やリフォームを一步進め、お客様の期待以上の新しい生



2018年8月発売の「SYNLA」(シンラ) 上質で心休まる穏やかな時間をバスルームで

活スタイルを提供すること) に関しては、他社の追隨を許さないシェアがあります。

ご存じとは思いますが、国内の新築住宅の着工件数は年々減少傾向にあります。一つには将来の少子化で住宅需要が伸びていかない一方で、高齢化に伴い空家が増えていく問題があります。もう一つにはエコロジの観点から「壊して作る」住宅のあり方を改め、既存の住宅をメンテナンスしながら大切に使うという流れがあります。

こうしたことから新たに建てる住宅は減っても、リフォーム／リモデルの需要は今後も伸びていくという予測が立ちます。

一方で、海外では新興国を中心に新築着工が伸びている国々もあります。日本以外にはお湯に浸かる文化こそないものの、バスタブを備えたバスルームの需要は以前からありまして、そちらは中

国・南京にあるグループ会社で生産しています。海外市場は住宅だけではなく高級ホテルへの納入もされています。

ユニットバスの歴史を作ってきた会社

当社の歩みは1986年、ユニットバスの製造から始まりました。ユニットバス自体は、TOTOの前身である東洋陶器が、1964年の東京オリンピックに向けたホテルの建設需要に应运で開発したものです。

それまでの浴室は建物に配管を通してコンクリを打ち、壁にタイルを一枚ずつ貼って作るものでした。それに対してユニットバスは「FRP」（繊維強化プラスチック）という素材を用い、浴槽・トイレ・洗面台を備えた浴室をまるまる工場で製造、建設現場に運び込んで設置するという画期的な工法でした。

その後、マンシヨンの建設ブームが到来してユニットバスの需要は急増、戸建て住宅用商品も開発されるなどして全国に普及することになりました。当社がユニットバスの製造部門を担当する専門子会社として設立されたのは、拡大期が始まる1986年のことでした。

当初は神奈川県茅ヶ崎市に開発拠点があったのですが、増大する需要に対応するために広大な敷地が必要だったこと、特に需要が高まっていた首都圏になるべく近いところ、そして良い人財が確保できそうだとということで、この佐倉が選定されたのです。

ちなみに、ユニットバスと同じくしてシステムキッチンも普及し需要が拡大する中、OTTOのシステムキッチンと洗面化粧台の製造を担うOTTOハイリビング株式会社も、千葉県茂原市に設立されました。

ユニットバスの進化

浴室に話を戻しますと、製品も時代と共に進化しており、浴槽や床の色・壁柄などオーダーメイド感覚で選んでいただけると、床に水がたまらず乾きやすい「カラリ床」（2001年）、断熱材を組み込みお湯を冷めにくくした「魔法びん浴槽」（2004年）、カラリ床を進化させ入室時に冷やつとせず浴室全体の保温性を高め、踏み心地もやわらかい「ほっカラリ床」（2010年）などが、浴室のトレンドを作ってきました。

2018年8月には「SYNLA」（シンラ）というフラッグシップ・シリーズがモデルチェンジ致しました。首、背中、おしり、足の4点で身体を支えて身体にかかる負担を小さくしリラックスした姿勢でお湯に浸かれる浴槽や、肩の辺りから優しくお湯がかかる「肩楽湯／腰楽湯」、あるいは天井からお湯が落ちるオーバーヘッドシャワーや、照明をさまざまに変えられる調光調色システムなど、バスルームでの時間を充実させる機能を備えています。

また、お手入れの簡単さも、当社が力を入れている点です。身体を洗うのに今どきは若者を中心にシャワーで簡単に済ませたり、高齢者も入浴を敬遠する人が増えているというデータがあります。

そういう方々も決してお湯に浸かるのが嫌いなわけではなく、手入れや、掃除の手間や負担を考えるとシャワーで簡単に済ませていることがあるようです。

そこで、一日の終わりにスイッチひとつで見えない汚れや菌を洗い流す「床ワイパー洗浄」と仕上げの「きれい除菌水（水に含まれる塩化物イオンを電気分解して作られる除菌成分（次亜塩素酸）を含む水）」や、洗面器置台カウンターを壁や浴槽から離してデザインすることで汚れがたまりにくくお手入れをしやすくした「お掃除ラクラクカウンター」なども開発し、製品化しています。

将来に向けてIoTの技術を活用した研究も進めています。日本の浴室・浴槽のトレンドは我々がしっかりとリードしていかなければならないところです。

ワークライフバランスを大切にする理由

当社は人々の快適な生活を創造する企業ですから、私たち自身がまず日々を快適に過ごせていなければなりません。そのために会社として、「ワークライフバランス」が充実するような職場の環境づくりを進めています。

例えば、一定の基準を超えて残業をした従業員の勤務状況はすべてリストとして社長の私に上がってきます。そこで特定の社員に負荷がかかり過ぎないように目を配り、忙しかった翌月には休みを取りやすくするなどの仕組みづくりはできています。TOTOグループでは年間100%の有給休暇取得を目指しており、管理職が率先して休みを取りますから、若手が休みづらいとい



橋口裕昭代表取締役社長（左）、総務部総務課課長の小川正人さん（右）

う雰囲気はありません。また、産休・育休も整備しており、社員の育休からの復帰は100%です。さらに、短時間勤務や在宅勤務制を整備し、復帰後も両立を支援する環境を整備しております。

プライベートが充実すると、仕事にも生きる相乗効果があります。私たちの作る製品は人々の暮らしに密着したものですので、社員それぞれがお客様と同じユーザーでもあるわけです。お客様に寄り添った製品・サービスを生み出すヒントは暮らしの中で発見されることが多く、そういう時間を大切にしたいというのが私の願いです。

**ものづくりに対する
思いを持った人に来てほしい**

我々はユニットバスを専門に作つてき

て、業界をリードしてきた自負があります。それは多くの社員の「こういうお風呂が作りたい」という熱い思いの結実であり、守っていききたい社風です。

また、我々TOTOグループが大切にしている理念の一つに「良品と均質」があります。「良品」はものづくりに携わる者であれば誰もが究めようとするところですが、それを同じ品質で作りに続けることの大切さ・難しさが「均質」です。この理念を守ってきた結果が、今日のTOTOブランドに対する信頼につながっています。

誰もがお風呂には入りますしほとんどの人が好きでしょうから、何かしらお風呂に対する思いはあるのではないのでしょうか。その思いをぜひ当社で実現してもらいたいと思います。先ほど挙げたシステムキッチンと洗面化粧台を製造しているTOTOハイリビング株式会社（千葉県茂原市）を含め、TOTOグループにご興味のある方のご応募をお待ちしております。

TOTOバスクリエイト株式会社

設立	昭和61年3月
事業内容	ユニットバスルーム／システムバスルームの開発・設計・製造
資本金	1億円
従業員	約570名
本社住所	千葉県佐倉市大作2-5-1
電話番号	043-498-3211
URL	https://tbc.jp.toto.com

