

報道関係各位

2019年11月18日

「世界トイレの日」にあわせ、 グローバルなソーシャルメディアキャンペーン「#トイレはどこ？」を展開

株式会社 LIXIL グループ（以下 LIXIL グループ）は、明日 11 月 19 日の「世界トイレの日」に合わせ、「#トイレはどこ？」と題したグローバルなソーシャルメディアキャンペーンを実施します。

ー「トイレはどこ？」

日本のような先進国でこの質問を受けたら、誰でも当たり前のように答えることができるでしょう。しかし、世界の誰もが、この質問に容易に答えることができるとは限りません。

LIXIL グループでは、毎年「世界トイレの日」に合わせ、世界で起きている「トイレの問題」について、様々な視点で問題提起を行っています。今年も、「トイレはどこ？」をテーマに、動画をはじめとするデジタルコンテンツを活用したキャンペーンを実施し、世界が直面する深刻な衛生課題について認知拡大を図ります（#whereisthetoilet）。

世界では今もなお 20 億人にのぼる人びとが衛生的なトイレを利用できないという現実があります。また、不衛生な環境に起因する下痢性疾患で命を落とす 5 歳未満の幼児は、毎日約 800 人にのぼり、この統計は 2016 年から変わっていません。2015 年に実施した調査によると、衛生環境の未整備によってもたらされた経済損失は 23 兆円^{*1}にのぼり、開発途上国とそこで暮らす人びとに大きな負担を強いる状況が続いています。こうした危機的状況を打開するべく、国連では、全世界が 2030 年までに達成を目指す持続可能な開発目標（SDGs）の一つとして「安全な水とトイレを世界中に」を掲げ、衛生環境の改善を推進しています。

※1 衛生環境の未整備による社会経済的損失の分析 https://www.lixil.com/jp/sustainability/sanitation/pdf/white_paper_jp_cc_2016.pdf

LIXIL グループは、2016 年に策定したコーポレート・レスポンスビリティ（CR）戦略に基づき、「グローバルな衛生課題の解決」に継続的に取り組んできました。「2025 年までに 1 億人の人びとの衛生課題を改善する」というサステナビリティの最新目標を設定し、衛生的で安全なトイレの提供を通じて、人々の衛生環境を改善し、生活の質の向上につなげることを目指しています。

LIXIL グループ 執行役専務兼 Chief Public Affairs Officer の Jin Montesano は以下のようにコメントしています。



「今年も『世界トイレの日』を迎えます。現在も世界の 4 人に 1 人が安全で衛生的なトイレを使えないという現実に、私たちは向き合わなくてはなりません。LIXIL グループでは、CR 戦略に基づき、事業活動を通じて、グローバルな衛生課題の解決に積極的に取り組んできました。当社では途上国向け簡易式トイレシステム『SATO』を開発、提供していますが、2016 年来、『SATO』の事業はソーシャルビジネスとして大きな成長を遂げてきました。今後、持続可能なビジネスとして『SATO』事業の黒字化実現を目指していきます。私たちは、衛生ソリューションの提供を通じて、これまでに 1,500 万人^{*2}の衛生環境を改善に貢献しており、こうした実績は、当社で働く従業員の誇りにもつながっています。バングラデシュにおいて、『SATO』事業の黒字化を達成しましたが、これは事業としての収益性の追求と社会貢献は両立できるということを示しています。なすべきことはまだたくさんありますが、近い将来、誰もが『トイレはどこ？』というシンプルな問いに答えられる日がくると信じています」

開発途上国向けトイレシステム「SATO」は、LIXIL グループの一員である American Standard のエンジニアが開発した製品です。下水道が整備されていない地域でも、水洗トイレのように使えるという画期的な構造かつ低価格を実現した「SATO」は、衛生市場の創出を加速するビジネスモデルを確立し、2019 年 10 月時点で、約 300 万台の SATO 製品がアフリカ、アジア、南米の 27 ヶ国で利用されています。

※2：SATO 一台につき、利用者 5 人として算出

SATO 事業は順調に拡大を続けており、2020 年 3 月期上期（2019 年 4 月～9 月の 6 か月間）における世界での出荷台数は約 42 万台、利用者は約 210 万人となりました。SATO 事業は、作る（MAKE）、売る（SELL）、使う（USE）というプロセスを、現地で一貫して行うことで、開発途上国での雇用創出にも貢献しています。

LIXIL グループは、寄付によって製品を提供するのではなく、地域社会に根付いたビジネスとして展開することが、持続的な衛生環境の改善につながると考えています。そのためには、現地の人びとにとって魅力的な商品の開発と雇用創出が欠かせません。より多くの人々の衛生環境の改善に向けて、当社は、急速に成長を続けるグローバルブランド「SATO」の強化を進め、製品ポートフォリオの拡充や、インドネシアやフィリピンへの本格参入へ向けたパイロットプロジェクトを推進していきます。



「トイレはどこ？」ソーシャルメディアキャンペーンの詳細は、下記をご覧ください。

LIXIL グループ Facebook: <https://www.facebook.com/lixilgroup/>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/lixil-group>

■LIXIL のコーポレート・レスポンシビリティ（CR）戦略について

LIXIL は、責任ある持続可能なイノベーションを追求し、世界中の人びとの暮らしの質の向上とビジネスの成長を同時に実現することを目指しています。事業戦略と CR 戦略の一体化を進めるとともに、「グローバルな衛生課題の解決」、「水の保全と環境保護」と「多様性の尊重」の 3 つの分野に焦点を当て、積極的な取り組みを推進しています。こうした取り組みを通じて、国連が掲げる「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に貢献しています。