LIXIL
Link to Good Living

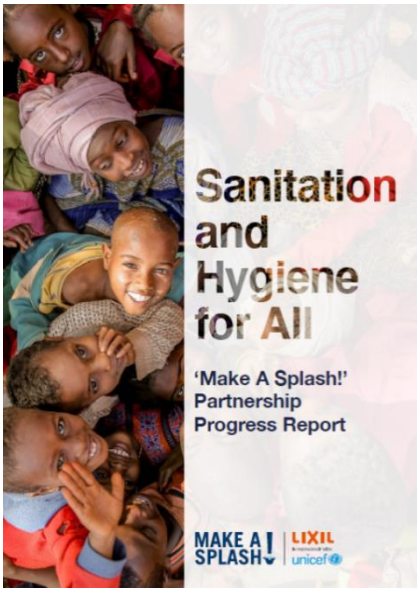
PRESS RELEASE
株式会社 LIXILグループ

報道関係各位

2020 年 11 月 18 日

11 月19日は「世界トイレの日」
LIXIL、38ヶ国以上で2,100万人以上の衛生環境改善に貢献

株式会社 LIXIL グループ（以下 LIXIL グループ）は、革新的な水まわりと住宅建材のメーカーとして「グローバルな衛生課題の解決」に取り組んできましたが、11 月 19 日の「世界トイレの日」を前に、これまでの活動を通じて、38 ヵ国以上で 2,100 万人を超える人びとの衛生環境の改善に貢献したことを発表しました。また、LIXIL グループは国連児童基金（ユニセフ）とのパートナーシップ「MAKE A SPLASH!」を通じて、エチオピア、ケニア、タンザニア連合共和国で屋外排泄を根絶し、安全で衛生的なトイレの普及に向けて連携してきた活動をまとめた初の進捗報告書「衛生環境をすべての人びとに （Sanitation and Hygiene for All）」を発行します（日本語は 11 月 19 日公開）。LIXIL グループは、世界各地でのマーケティングや啓発キャンペーンの展開、従業員参加型の寄付プログラム「Team Splash」、トイレの普及に向けた社外のステークホルダーとの連携を目的とした Toilet Board Coalition への参画など、幅広い活動を通じて、世界の衛生環境の改善に継続的にして取り組んでいきます。



「衛生環境をすべての人びとに」進捗報告書はこちらからご覧いただけます。（日本語は 11 月 19 日公開）

世界では 4 人に 1 人、およそ 20 億人が安全で衛生的なトイレを使えないという現実があります。不衛生な水と劣悪な衛生環境による下痢性疾患で、1 日に約 700 人の子どもが亡くなっています。屋外で排泄をすることにより、女子児童や女性が暴力や嫌がらせの被害にさらされており、思春期を迎えた女子生徒の多くが、学校に適切なトイレがないことで中退を余儀なくされています。安全で衛生的なトイレがないことには、人びとの生活や命を脅かす深刻な人的損失が伴います。そして、新型コロナウイルス（COVID-19）の感染拡大によって、衛生設備を利用できない不平等な世界の現実が浮き彫りになりました。

コーポレート・レスポンシビリティ（CR）戦略の一環として「グローバルな衛生課題の解決」を掲げる LIXIL グループでは、衛生的で安全なトイレの提供を通じて、人びと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 グループは、開発途上国向け簡易式トイレシステム「SATO」の提供を通じて、「2025 年までに 1 億人の衛生課題の解決」するという、高い目標を設定しており、これまでにアジア、アフリカ、南米の 38 ヵ国以上で 430 万台を出荷し、2,100 万人以上※1 の衛生環境

開発途上国向け簡易式トイレシステム「SATO」は 38 か国以上に、約 430 万台出荷され、2100 万人を超える人びとの衛生環境の改善に貢献しています。（ブランドについて）

の改善に貢献してきました。LIXIL グループの強みである水まわりソリューションの専門性と生活者視点のイノベーションを活かし、都市隣接部や農村部などの低所得世帯が求める、安価な開発途上国向けトイレシステム「SATO」を提供しています。現在では、各地域によって異なるニーズに対応できるよう、スツール式を含む様々なモデルの便器から V-Trap、I-Trap といったシステムなどの幅広い製品を展開しています。また、ソーシャルビジネスである「SATO」は、地域住民と協力することで、持続的な衛生市場の確立にも取り組んでいます。

「MAKE A SPLASH!」パートナーシップ

2018 年、LIXIL グループはユニセフとグローバルなパートナーシップ「MAKE A SPLASH!」を締結しました。ユニセフが「水と衛生の分野（WASH）」において、「シェアードバリュー・パートナーシップ」を結ぶのは初であり、さらに日本企業とこのようなパートナーシップを締結したのも初めてのことでした。この度発行した「衛生環境をすべての人びとに （Sanitation and Hygiene for All）」進捗報告レポートでは、ユニセフの「WASH」の分野におけるリーダーシップと LIXIL グループの強みであるトイレ設計やイノベーションを活かした革新的なパートナーシップによる 2 年間に渡る活動がまとめられており、衛生市場の確立に向けた継続的な活動を通じて、ケニア、エチオピア、タンザニアの地域社会や住民、学校にもたらされた具体的な変化を紹介しています。

ケニア・シアヤ郡は、屋外排泄を根絶した地域の一つです。しかし、トイレの質の問題は依然として残っています。「MAKE A SPLASH!」パートナーシップはこの不足を補い、清潔なトイレの快適性と利便性を通じて子どもたちに自立心と自信を与えています。

「LIXIL グループとユニセフの『MAKE A SPLASH!』パートナーシップは、まさに世界の衛生問題の現状に立ち向かうべく結ばれた最適なパートナーシップだと考えています」と、LIXIL グループ 取締役 Chief People Officer の Jin Montesano はコメントしています。「LIXIL は、世界中で衛生的なトイレを使うことができない僻地や隔離された地域の消費者のニーズを満たす安価で革新的なトイレソリューションである『SATO』など 、人びとにとって意味のある製品を考案しているからです。このパートナーシップは、LIXIL グループのような民間企業がユニセフ、政府や自治体、NGO、そして地域社会との連携が持続可能な衛生市場の発展を助け、現地にいる起業家や職人にとって新たなビジネスを創出できることを実証するものです。そして、『MAKE A SPLASH!』パートナーシップが 3 年目を迎えられたことを嬉しく思います。COVID-19 の感染拡大という緊急事態に迅速に対応するために、活動範囲を手洗いと衛生の分野に拡充しており、基本的な手洗い施設を利用できない世界人口の 40%の人びとを対象に、豊かで快適な住まいの実現に向けて連携していきます」

Charlotte Petri Gornitzka、ユニセフ事務局次長（パートナーシップ担当）も同様にパートナーシップの重要性について言及しています。「このパートナーシップはそれぞれの強みを活かしながら、子どもたちの転機となる大きな共通目標を実現するものであり、ユニセフの描く民間企業とのパートナーシップのビジョンにおける優れた例です。衛生問題という世界的な危機に対し、革新的なアプローチを採用することで大規模な成果をあげると同時に、企業の評価、従業員のエンゲージメントやその事業の実績にもつながります。ポストコロナの世界を再構想するなかで、このようなクリエイティブで革新的なパートナーシップを発展させていく必要があります。共通のコミットメントと責任をもとに、すべての場所のすべての子どものためのよりよい世界を築くことを目指す「MAKE A SPLASH!」のようなパートナーシップは欠かせないものになるでしょう。一つの組織が単独でそうした成果を達成することはできないのですから」

お客さま、従業員そしてパートナーと取り組みプログラム

LIXIL グループは、「世界トイレの日」にあわせて、様々なプログラムやイベントを開催する予定です。例えば、日本では LIXIL 製品を購入されたお客さまに、長く安心してご使用いただくための無料サービス「リクシルオーナーズクラブ」の会員に登録すると、一人につき 10 円を LIXIL グループから寄付することを決定しました。また、ベルギー、オランダ、ならびにルクセンブルグでは今年 GROHE がシャワーヘッド一台につき、最高 20 ユーロを寄付する CRM キャンペーンを 4 月から 10 月にかけて実施しました。さら

に、これまでに総額 1,200 万円以上を集めている LIXIL の従業員参加型プログラム「Team Splash」では、新たな参加者を呼び掛ける 5 期目の募集を実施しています。そして「世界トイレの日」には、Facebook や LinkedIn を通じて、世界の衛生環境の改善を訴える「#Whereisthetoilet?」キャンペーンを展開します。

LIXIL グループは今年も Toilet Board Coalition への参画を通じ、イノベーションの創出や起業家精神の発揮、そして投資機会の可能性を示す衛生市場の成長に向け、官民との連携を強化していきます。

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。また、2020 年からの 10 年は「行動の 10 年（Decade of Action）」とし、世界中に連携と変革を呼びかけています。ソーシャルビジネスとしての「SATO」の取り組みや、パートナーシップとステークホルダーとのプログラムを通じ、世界中の誰もが願う豊かで快適な住まいの実現を目指しながら LIXIL は SDGs の達成に貢献していきます。
※2020 年 10 月時点「SATO」一台につき、利用者 5 人として算出

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。

■LIXIL について

LIXILは、世界中の誰もが願う豊かで快適な住まいを実現するために、日々の暮らしの課題を解決する先進的なトイレ、お風呂、キッチンなどの水まわり製品と窓、ドア、インテリア、エクステリアなどの建材製品を開発、提供しています。ものづくりの伝統を礎に、INAX、GROHE、American Standard、TOSTEMをはじめとする数々の製品ブランドを通して、世界をリードする技術やイノベーションで、人びとのより良い暮らしに貢献しています。現在約60,000人の従業員を擁し、世界150カ国以上で事業を展開するLIXILは、生活者の視点に立った製品を提供することで、毎日世界で10億人以上の人びとの暮らしを支えています。LIXILなどのブランドを展開する、株式会社LIXILグループ（証券コード: 5938）は、2020年3月期に1兆5,144億円の連結売上高を計上しています。
LIXILについて：www.lixil.com/jp、https://www.facebook.com/lixilcorporation/