

11月19日は「世界トイレの日」 LIXIL、41カ国で2,500万人以上の衛生環境改善に貢献

株式会社 LIXIL (以下 LIXIL) は、「グローバルな衛生課題の解決」への取り組みを通じ、これまでに 41 カ国で 2,500 万人¹の衛生環境の改善に貢献したことを発表しました。これは、新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) の感染拡大をはじめ、世界が厳しい状況下に置かれている中においても、従業員、ビジネスパートナー、消費者の協力を得ながら達成できたことです。

世界人口の約 5 分の 1 にあたる約 17 億人が、安全で衛生的なトイレを利用できてい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起因する下痢性疾患で、1 日あたり約 700 人もの 5 歳未満の子どもたちが亡くなっています。また、約 4 億 9,400 万人が現在でも屋外排泄をしていることにより、女子児童や女性が性的暴行の被害にさらされています。また、学校に適切なトイレがないことで 10 代の女子生徒は月経期間を自宅で過ごさざるを得ず、学業に遅れが生じ、いずれは中退を余儀なくされるなど、男女の教育格差の要因にもなっています。

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。しかし、国連が発表した最新の報告書によると、その進捗は芳しくありません。加えて、COVID-19 の感染拡大が招いた厳しい状況はそれを悪化させる結果となりました。同報告書では、今後 9 年間で進捗を加速させる必要があり、地域によっては最大 4 倍のスピードで進める必要があるとしています²。

LIXIL のコーポレート・レスポンシビリティ委員会の委員長を務めるジン・モンテサーノは次のようにコメントしています。

「安全で清潔なトイレを提供することは、ジェンダー格差の是正や社会的に最も弱い立場にある人びとの生活を向上させ、命を救うことにつながります。これは LIXIL のパーパスとも一致し、従業員が会社に誇りをもって働く原動力にもなっています。従業員、パートナー、そして消費者の皆さまの協力を受け、これまでに約 2,500 万人が基本的な衛生設備を利用できるようになり、この数はさらに増え続けています。しかしながら、COVID-19 の感染拡大は衛生の分野だけではなく、世界の格差を拡大させています。このような課題の解決に向けて、多くの企業や機関の参加に期待しています」

SDGs の目標 6 に沿って、LIXIL は 2025 年までに衛生設備やソリューションの提供を通じて 1 億人の人びとの衛生環境を改善することを目標に掲げています。

製品ポートフォリオを拡大して成長を続ける LIXIL の SATO ブランド

LIXIL では、SATO ブランドを通じて、開発途上国向けにトイレや衛生設備を提供しており、「グローバルな衛生課題の解決」を目指す取り組みを推進してきました。LIXIL の強みである水まわりソリューションに関する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。

さらに SATO ブランドでは、COVID-19 の世界的な感染拡大が広がりはじめた際、シンプルで手頃な価格の手洗いソリューション「SATO Tap™」を開発しました。SATO は、ユーザーの安全と健康のために、市場のノウハウとパートナーのネットワークを活用することで、迅速に活動を展開しました。

こうした取り組みを通じて、課題に直面している地域社会や地元のビジネスパートナーを支援することで、この1年間、SATO は以下の実績を上げることができました。

- 100 万個以上のトイレおよび衛生ソリューションを出荷し、世界で約 550 万人の生活の改善に貢献
- ユニセフ（国際連合児童基金）をはじめとする重要なパートナーとの連携し、十分なサービスが行き届いていないコミュニティに 32 万 5,000 台以上の簡易式トイレ「SATO」と手洗いソリューション「SATO Tap™」を寄贈
- インド、アフリカ、東南アジアで、約 3,000 人以上の Mason（設置職人）を育成

LIXIL とユニセフ、「MAKE A SPLASH!」パートナーシップを通じて 290 万人の衛生課題解決に貢献 活動地域と範囲を拡大

グローバルパートナーシップ「MAKE A SPLASH!」は、LIXIL とユニセフそれぞれの強みを生かして、2030 年までに達成すべき持続可能な開発目標(SDGs)の目標 6 の実現を目指し、2018 年に締結されました。過去 3 年間における活動を通じて、エチオピア、ケニアおよびタンザニアのコミュニティにおいて、290 万人の衛生環境の改善に貢献してきました。これまでのパートナーシップを通じた活動の実績をふまえ、より多くの人びとの衛生環境の改善を目指し、活動地域を拡大します。



動画：[「Make a Splash!」の活動がコミュニティに与える影響と、地域拡大について](#)

「MAKE A SPLASH!」パートナーシップは、衛生製品やサービスの入手可能性、価格、品質を向上させることで、何百万人もの人びとがアクセスできる持続可能な衛生市場を構築することを目的としています。対象国の拡大に加えて、パートナーシップの活動範囲も拡大し、以下に注力していきます。

- **より良い衛生の選択肢を人びとに提供**
ユニセフによる衛生需要喚起活動、LIXIL によるユーザーのニーズや好みに応じたソリューションの設計・供給を通じ、地域の人びとの能力を育成する活動を共同で行う
- **衛生関係者の機会創出を支援**
地元のサプライヤーや消費者を含む関係者が必要な資金を調達できるよう推進し、開発途上の衛生市場の成長を促す
- **政策や規程の作成をサポート**
各国の目標と戦略のモニタリングおよび評価を通じて実施

[詳細についてはユニセフと LIXIL の共同リリースをご覧ください](#)

LIXIL の GROHE ブランドが「Energy for Life」キャンペーンで 120 万ユーロの寄付を実施

水まわりのグローバルブランドである GROHE は、2021 年夏に、ヨーロッパ、中東、北アフリカの 13 カ国において、「MAKE A SPLASH!」パートナーシップを支援する独自の「Energy for Life」キャンペーンを実施しました。対象となる GROHE のシャワーシステムやサーモスタットを 1 台購入すると、1 ユーロが寄付される本キャンペーンを通じて総額 120 万ユーロを集めることができました。LIXIL は GROHE 製品の売上を通じて集めたこれらの資金を、より多くの子どもたちのための清潔で安全なトイレや手洗い設備を利用できるようにするための費用として活用しています。

「Energy for Life」の詳細については、[こちら](#)をご覧ください。

¹2021 年 4 月時点「SATO」一台につき、利用者 5 人として算出

² <https://www.unwater.org/sdg6-update-the-world-is-off-track>

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、「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、責任ある持続可能なイノベーションを追求しています。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

About LIXIL

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 55,000 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。

株式会社 LIXIL（証券コード: 5938）は、2021 年 3 月期に 1 兆 3,783 億円の連結売上高を計上しています。

LIXIL グローバルサイト：<https://www.lixil.com/jp/>

LIXIL Facebook（グローバル向け）：<https://ja-jp.facebook.com/lixilglobal/>

LIXIL Facebook（日本国内向け）：<https://www.facebook.com/lixilcorporation>

げる「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に貢献しています。