

企業名： TOTO 株式会社

レポート名： 統合報告書 2021

1. この会社が目指す姿が理解できるか

TOTO 株式会社（以下 TOTO）の統合報告書では、TOTO グループの企業理念だけでなく、その理念を実現していくためのマテリアリティとして「きれいと快適」「環境」「人とのつながり」を掲げ、具体的な取り組み方法を示していることにより、会社が目指す理想を想像しやすくなっている。また、「きれいと快適」「環境」「人とのつながり」というフレーズが繰り返し用いられているため、読む人の記憶に残りやすくなっており、会社の目指す姿を意識、理解しやすい。

「お客様起点」ではなく、「お客様基点」という言葉を紹介して、お客様に重点を置き、お客様中心で価値創造を目指していくという TOTO という会社独自の考え方を提示することで、ほかの会社との区別につながり、会社の独自性が示されてより深い理解につながるのではないかと思った。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

ほかの会社が機能面について追随してきていることから、オンリーワンの技術や価値を創造することを目指していることがうかがえる。「きれい除菌水」や「ウォシュレット」、「タッチレス」といった、現代の新型コロナウイルス感染症の対策となるような、安心安全な生活を送れるような技術の開発、普及に努めており、競争優位性が保たれていると思う。

3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか

上にあげたような「きれい除菌水」や「ウォシュレット」、「タッチレス」などの技術は、いずれほかの会社によって追随されてしまう可能性があるため、これらの技術に依存したままでは競争優位性を持続することはできない。

しかし、TOTO は日本国内だけでなく、アジアやアメリカ、ヨーロッパなどにも市場を展開しており、TOTO の製品の普及によって安全な水の供給に貢献している。日本と比べると、海外のトイレなどの水まわりの衛生状況は優れていないため、今後海外事業がますます展開していくのではないかと、予想される。

4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

人々の生活の質の向上を目指すという点で、仕事に対してある程度やりがいを感じることができると思う。また、お客様との接触を通して、より良い製品の提供や改善につながるため、そこで得られる達成感を起爆剤として自らの人的資本の価値向上に努めていくよう

になると考えられる。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

カタカナ語が多用されていることが気になった。マトリクスやローリング、リージョンマーケティングなどは、その言葉を読んだだけで多くの人が容易に理解できるとは思はない。様々な人に読んでもらい、興味を持たせることが目的であるならば、意味が分かりにくいカタカナ語を用いるよりも日本語で説明した方がわかりやすいと思われる。また、マテリアリティやダイバーシティなど比較的わかりやすいカタカナ語も用いられていたが、あえてカタカナ語にする必要があったのか疑問である。いずれにしても、カタカナ語を用いると、内容が難しく感じられ、抵抗感も生まれやすくなることが想像されるため、必要以上の使用は控えた方が良いと思われる。

見開きにほとんど文字しか書かれていないページが、数か所見受けられたが、TOTOに興味があってこの報告書を読む人はそのページも読むと思われるが、とりわけ興味のない人間にとっては、読むことが煩わしく、飛ばし読みする可能性もある。おそらくTOTOが伝えたい詳細な情報はその文の中に記されているのだと感じたため、読みやすさの改善や図解を用いての理解のしやすさを図ってみるべきだと思った。