

衛生環境改善への取組みやコロナ禍における新たな取組み

株式会社 LIXIL

LIXIL Corporation

SATO事業部

SATO Business Division

小林裕生

Yuuki Kobayashi

2021年9月15日



SATO
Smart, fresh toilets

PART OF **LIXIL**

Copyright © LIXIL Group Corporation. All rights reserved.

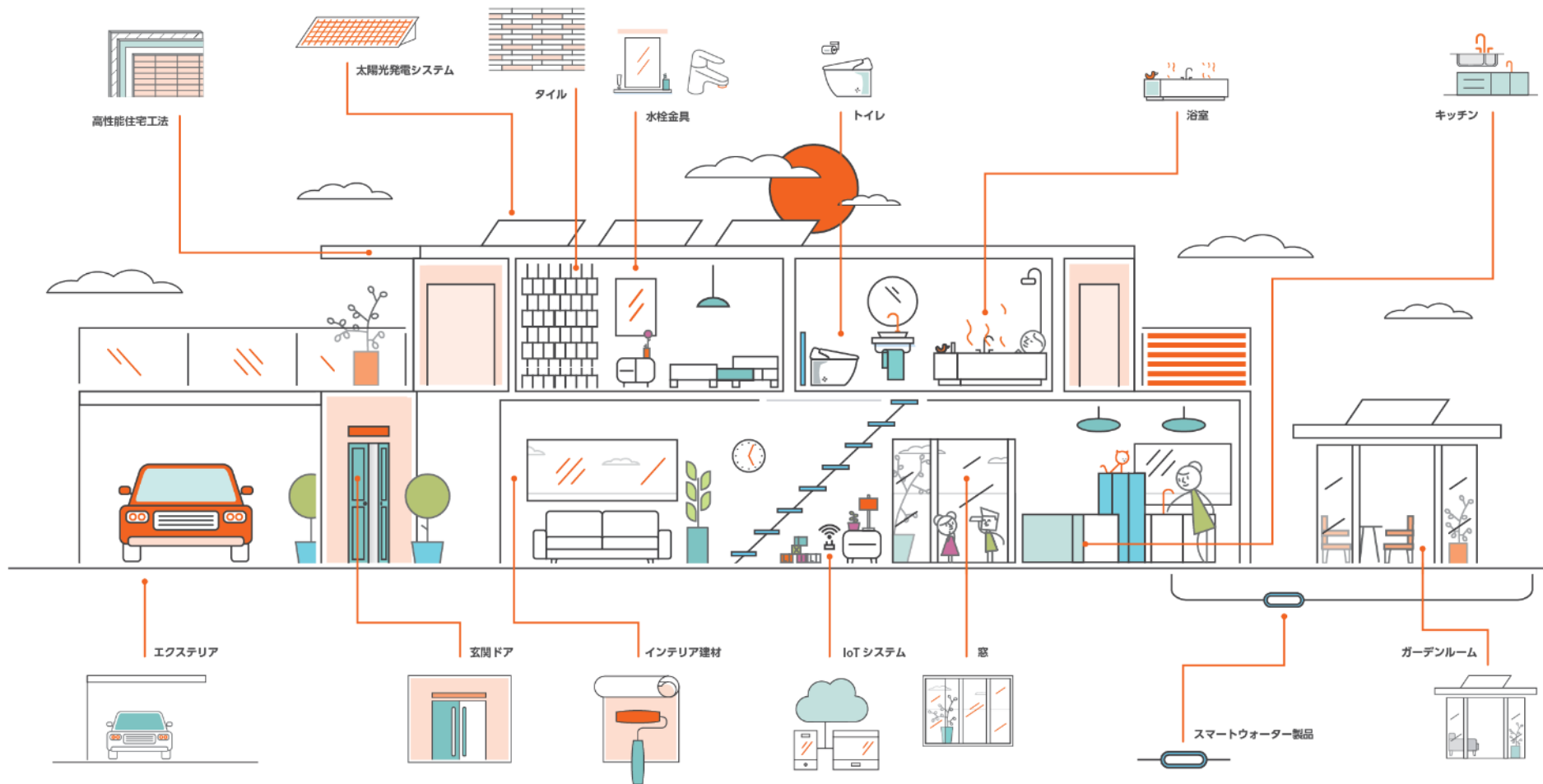
世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現



› LIXILは、人びとの住まいの夢を実現するために、先進的な技術と製品を開発、提供しています。

住まいを豊かで快適にする製品・サービス

LIXILは多彩なブランドを通じて、世界中の人びとの住まいの夢を実現する先進的な製品・サービスを提供しています。



LIXILのCR(コーポレート・レスポンスビリティ)とは



取締役 代表執行役社長 兼 CEO
瀬戸 欣哉

Corporate Responsibility

CRは事業の持続的な成長の基盤

CR戦略と事業戦略は一致すべき

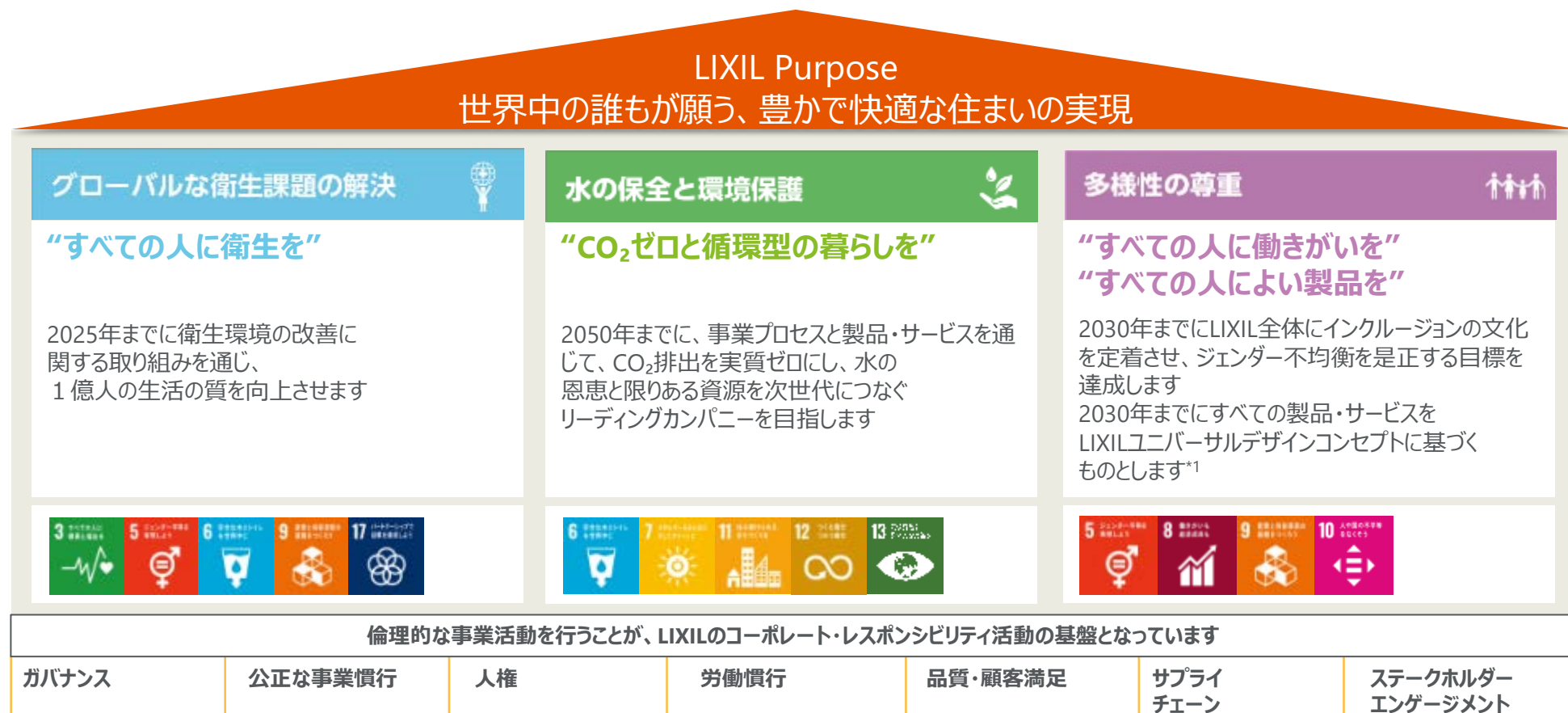
社会が企業にかける期待はかつてないほどに高まっています。

ESG（環境、社会、ガバナンス）投資への関心も高まる中、企業の持続可能性を確保する上で、また企業市民として、地球規模の環境問題や社会的課題の解決に積極的に取り組むことは非常に重要です。

事業活動を通じて社会課題を解決することで、従業員一人ひとりがより大きな力を発揮でき、それがひいては長期的な競争力につながると信じているからです。

LIXILのコーポレート・レスポンスビリティ戦略

LIXIL Purpose(存在意義)を支えるコーポレート・レスポンスビリティ戦略は、世界的な社会課題のうち、緊急性が高く、LIXILの専門性を生かし、事業活動を通じて貢献できる3つの優先項目を重点取り組み分野として定める。倫理的な事業活動へのコミットメントがCR戦略の基盤となっている。



*1 日本国内で提供する製品・サービスが対象

SATO

SÄTO
Smart, fresh toilets

PART OF **LIXIL**

世界における衛生課題の現状

安全で衛生的なトイレを
利用できない世界の人びと

約20億人

下痢性疾患で命を落とす
5歳未満の子ども

毎日約700人

衛生的なトイレの不備による
2015年の経済的損失

推定約22兆円



SATO事業部の取り組み

グローバルな
衛生課題の解決



“すべての人に衛生を”

2025年までに衛生環境の改善に
関する取り組みを通じ、
1億人の生活の質を向上させます

関連するSDGsの目標



- › SATOブランド製品によるビジネス
- › 基本的な衛生設備を持たない層がターゲット
- › ビジネスを通じて衛生課題の解決を目指す



開発途上国向け簡易式トイレ

SATO

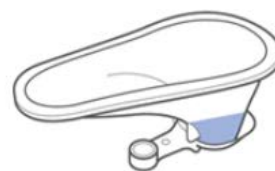


数ドルという
低価格帯

シンプルな
構造で
設置が簡単

少量の水で
洗浄できる

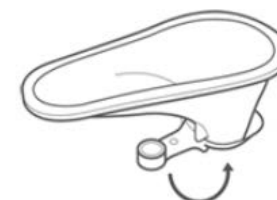
虫や悪臭が
あがって
こない



① 排泄後、水を流します



② 水と排泄物の重みで
弁が開きます



③ 流れた後、弁が閉じ、
虫や悪臭を防ぎます

学校保健分野での活動事例

衛生環境の改善に資するトイレ普及のための調査事業（インド）

目的と概要

- 内閣官房の委託によりLIXILとNGOとの協働で**インドの公共施設における衛生状況の実態調査及び改善事業を実施**。事業実施後には、本事業の効果・影響を追跡し、ヘルスケア分野における国際協力のモデル事業として今後の日本企業・団体の国際支援活動に繋げる。

実施事項

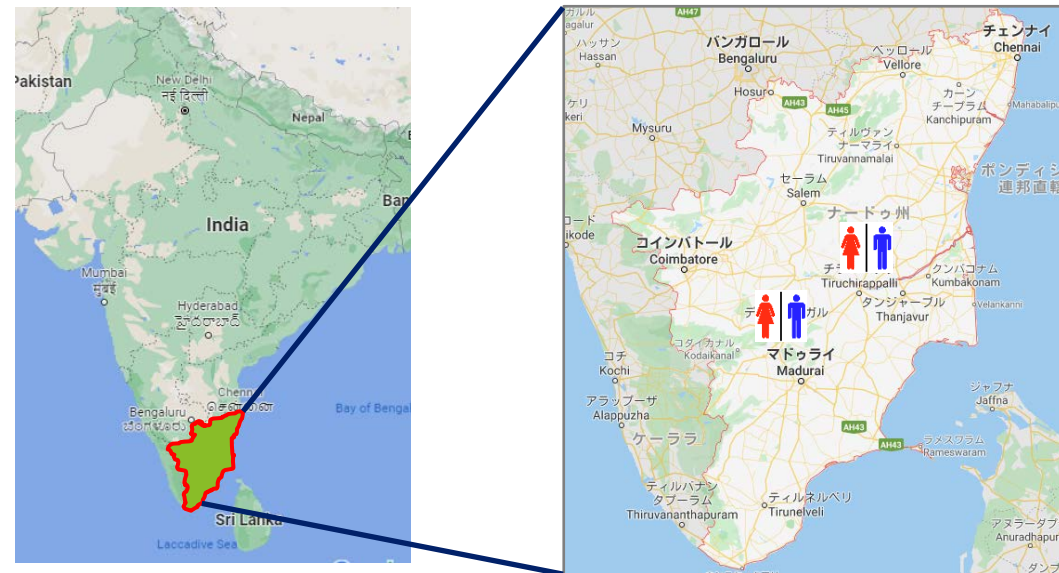
① トイレの普及・発展へ向けた調査

- 小学校にSATOトイレを設置**
- 日本の衛生（本事業においては特にトイレ）に関する技術・製品・経験の普及が可能かを検討する
- 日本国のNPO法人と現地NGOとの協働での事業の可能性も合わせて調査（現地での継続的なモデルを作り上げる為）

② 事業実施後の追跡調査

- 事業で設置した施設のその後の状況調査
- 日本の製品（付随する教育プログラムを含む）を設置をした事による現地側の変化やメリットに関する調査

調査地



調査事業地

タミル・ナードゥ州

言語：タミル語

人口：72,138,958人（日本の約57%）

州都：チェンナイ（ニューデリーから約2,000km）

調査地：ママラスパティ、ティルチラパリ

事業① : ママラスパティ 学校トイレ建設

Before

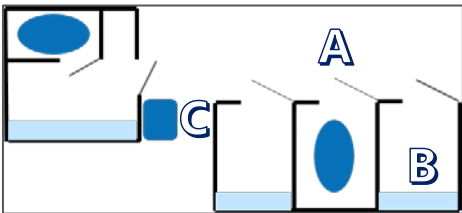


学校の基本情報

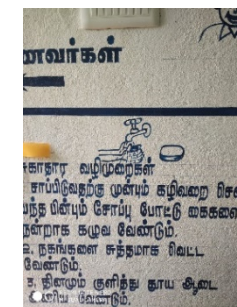
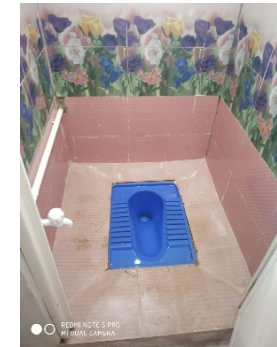
生徒：男子77名・女子91名
 学年：1～8年生(5～12歳)
 教諭：男性8名・女性3名

問題点

- ひどく老朽化している
- トイレには一部、屋根がなく雨天時使用できない
- 悪臭が漂っている
- 生徒はトイレを使用せず、屋外排泄をしている



After



事業②：ティルチラパリ 事業の追跡調査

前年度事業について



【小学校の抱えていた問題】

- 女子トイレがない
- 野外排泄をする生徒がいる
- 手洗い用の設備が無い

【実施事項】

- SATOを導入した女性用・先生用**トイレの建設**
- 生徒・親・コミュニティ対象の**トイレに関する教育の実施**



↓
その後の施設運営に関しては、現地側に引き渡し

本年度実施事項



【建設後、約1年のトイレの現状視察】

“施設を建築するだけでは、トイレは有効に活用されない”



きちんとした設備と教育はサステイナブルな環境を作れたか？

【実施事項】

- 現地調査による使用状況・製品状況の確認
- 生徒・先生・職員、計100名へのアンケートでの追跡調査実施

【調査結果】

- トイレは清掃もメンテナンスも行き届いていた
- 生徒達にトイレの使用習慣が根付いていた
- いくつかの生徒の家庭でトイレを新たに設置していた

衛生環境改善へ向けた調査プロジェクト（ケニア）

目的と概要

- シアヤ郡はケニアで二番目に野外排泄の根絶が達成されたと宣言された郡であるが、より安価で質の高いトイレ製品を現地市場に提供すべく、その準備段階として学校を対象としたプロジェクトを行い、製品の人々への影響を調査。同時にトイレ設置の為にインフラ整備や衛生教育をユニセフ様と協働で実施する。

実施事項

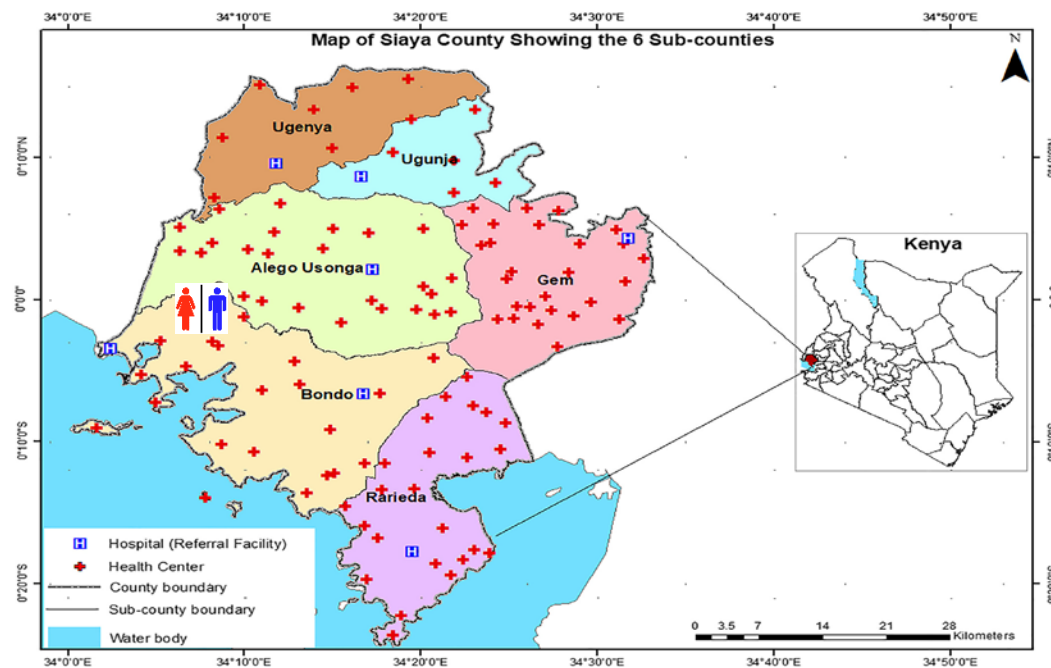
① トイレの普及・発展へ向けた調査

- 学校にSATOトイレを提供
- 日本の衛生（本事業においては特にトイレ）に関する技術・製品・経験の普及が可能かを検討する
- アフリカ市場向けに開発した洋式タイプのトイレについて、ユーザーの反応を調査する

② 衛生教育の企画・実施

- 生徒たちや地域住民を対象とした教育プログラムの実施
- 石工職人の方々を対象としたSATOトイレ設置研修も併せて実施

調査地



事業実施地

シアヤ郡

言語：ルオ語、スワヒリ語、英語

人口：993,183人

郡庁所在地：Siaya Alego（ナイロビから約420km）

調査地：シゴメア

シゴメア 障害を持つ子供たちの為の学校へのトイレの提供

Before



学校の基本情報

身体障害を持つ子供の為の学校
生徒：男子26名・女子 24名
年齢：5～15歳

問題点

- 悪臭が漂っている
- ハエが飛び地面にもその他の虫がしばしば見られる
- 身体に障害を抱える子供たちにとって使用が非常に難しい設計
- 穴がむき出しで落下の危険性がある



After



活動を通しての気付きや学び

日本と対象国の学校保健を実施する上での環境の違い

- 地域社会において学校がより大きな存在であり、重要な役割を果たしている
- なぜトイレを使うことが重要なのか理解してもらうことからスタートする必要がある
- 維持・管理の重要性についても認識してもらう必要がある
- プロジェクト終了後は近くでサポートをできないケースが多く、より長く影響を与えられる仕組みを構築する必要がある

活動を通しての弊社（日本側）の学び

- 日本ではいつでも水が手に入るのが当たり前であるが、それが当たり前でない国や地域が多くある
- 子供たちが学校で学んだことを家庭に持ち帰り、家族の方にも少くない影響を与えることができる
- トイレが学校に無いことは就学率の低下や教育格差に繋がりが得る大きな問題である

プロジェクト実施における工夫

- 日本のやり方の押し付けにならないように、弊社の現地メンバーや、知見を有する現地のNGOと連携して計画を立案しプロジェクトを実施
- 日本から製品を提供して終わりではなく、いかに我々の手が離れても、自立して衛生環境を維持できるかの仕組み作り
- 現地の地方自治体（特に衛生分野管轄の部門）への事前根回し

今後の展望

- 学校保健分野での継続的なプロジェクトの立案と実施
- トイレだけでなく手洗いも含めたより広い衛生分野での貢献への取り組み
- 弊社として、より継続して、より規模を広げてプロジェクトを行っていけるような体制・仕組みの構築（ソーシャルビジネス）

コロナ禍における新たな取り組み

SATO Tap – 新しい衛生ソリューション

~コロナ禍におけるイノベーション~

コンパクトな設計

- 小型でどこでも簡単に利用できる
- 家庭だけでなく、公共の手洗い場でも設置が可能

衛生面への配慮

- 手がふれる回数を極力減らした設計と操作性で感染リスクの低減

節水

- 一度に出る水量を極力抑えるように設計
- 水を詰め替える頻度を減らし、水を無駄なく利用する

低価格

- 二つのプラスチック部品で構成されるシンプルな設計
- 一般的な押し型射出成形法とブロー成形で、量産が可能

現地のニーズに対応

- 世界中で手に入るペットボトルをタンクとして利用
- さまざまな大きさや形状のペットボトルに合うよう設計



「たとえCOVID-19が終息しても、私たちはその次に起こりうる脅威に備えなくてはなりません。次のパンデミックは今後100年以上起こらないかもしれませんが、すぐにまたやってくる可能性もあります。そのために、できる限り多くの人が、手洗いができる環境を整えなければいけません。そのためには、手洗いという衛生習慣を浸透させ、こまめな手洗いができるソリューションを届ける必要があるのです。」

SATO Innovation Leader 石山大吾

2020年9月よりインドで生産開始し、現在は一般発売に向け生産拠点、生産量を拡大中。

インドでのSATO Tapの活用事例

JICAインド事務所様 「アッチー・アータト キャンペーン」への協賛

『今年 1 月から 12 月までの 1 年間、新型コロナウイルスをはじめとする感染症の予防策として、衛生的な習慣を啓発する「アッチー・アータト キャンペーン」を実施しています。「アッチー・アータト」はヒンディー語で「良い習慣」という意味です。手洗いや爪の衛生、正しいマスク着用、ソーシャル・ディスタンスの確保など、感染症予防のための「良い習慣」を身に付けてもらいたいとの思いから名付けました。啓発活動はインド国内において一億人を目標に実施予定です。本キャンペーンには日本企業 3 社が協賛しており、LIXIL 社が手洗いステーション「SATO Tap」、貝印社が「爪切り」、ユニ・チャーム社が「使い捨てマスク」を提供予定です。これらの衛生関連商品を活用し、インド各地の NGO や、他の JICA 事業の関係機関の協力を得て、村落、学校、病院等を対象に活動を展開する予定です。』

※JICA様発行「Handwashing News No.9」2021年2月12日 より抜粋

①



① 1 月 28 日、ウッタル・プラデシュ州のスラナ（首都のデリーから車で 90 分）で子ども 20 名（7 歳～15 歳）を対象に行われた初回イベントの様子

②



② JICA様が現地で作成されたポスター



<https://www.sato.lixil.com/>