

海外成長戦略を支える グローバルサイト活用



2015 9. 4.
TOTO株式会社
メディア推進部 WEB企画G
羽佐田 浩

目次

1. はじめに

- 1) 企業概要 2) 業務内容
-

2. 海外事業展開

- 1) 海外沿革 2) 小項目
 - 3) 業績 4) 中期計画
-

3. 訪日渡航者への対応

- 1) 海外事業について 2) 訪日外国人の増加 3) アジアの増加
 - 4) GALLERY TOTO 5) GALLERY TOTO WEBサイト
-

4. 訪日外国人へのWEB施策

- 1) ねらい 2) 受け皿サイトの内容
 - 3) 訪日向け案内コンテンツ
-

5. グローバルサイトについて

- 1) 現状のグローバルサイト 2) グローバルサイトの役割
- 3) 本国サイト・ローカルサイトの役割
- 4) グローバルサイトの機能検討 5) まとめ

目次

1. はじめに

- 1) 企業概要
- 2) 業務内容

2. 海外事業展開

- 1) 海外沿革
- 2) 小項目
- 3) 業績
- 4) 中期計画

3. 訪日渡航者への対応

- 1) 海外事業について
- 2) 訪日外国人の増加
- 3) アジアの増加
- 4) GALLERY TOTO
- 5) GALLERY TOTO WEBサイト

4. 訪日外国人へのWEB施策

- 1) ねらい
- 2) 受け皿サイトの内容
- 3) 訪日向け案内コンテンツ

5. グローバルサイトについて

- 1) 現状のグローバルサイト
- 2) グローバルサイトの役割
- 3) 本国サイト・ローカルサイトの役割
- 4) グローバルサイトの機能検討
- 5) まとめ

企業概要 (2015年6月26日現在)

正式社名 TOTO株式会社(TOTO LTD.)

創立 1917年(大正6年)5月15日

資本金 355億7,900万円(2015年3月現在)

営業品目 <住宅設備機器>

衛生陶器(大便器、小便器、洗面器、手洗器など)

腰掛便器用シート(ウォシュレットなど)

浴槽、ユニットバスルーム、浴室換気暖房乾燥機

水栓金具(各種給水栓、排水金具など)

システムキッチン、洗面化粧台、マーブライトカウンター

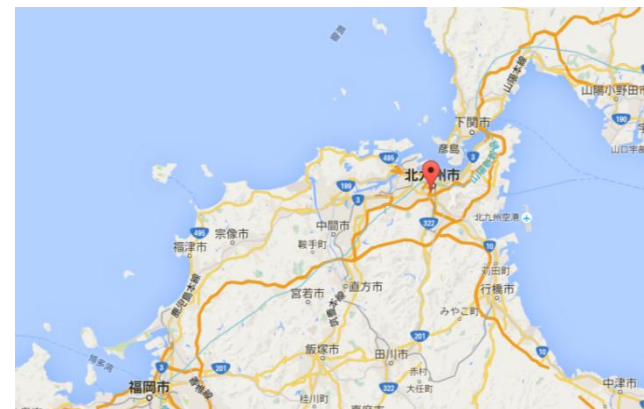
福祉機器など

代表取締役 代表取締役 会長 兼 取締役会議長 張本 邦雄

代表取締役 社長執行役員 喜多村 円

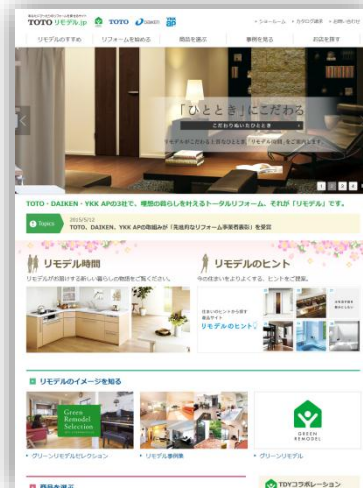
従業員数 連結 26,842名 単独 6,783名(2015年3月末現在)

本社所在地 〒802-8601 福岡県北九州市小倉北区中島2-1-1



業務内容

メディア推進部 WEB企画Gが運営・管理を行うサイトは以下のとおり。



www.toto.co.jp

www.com-et.com

re-model.jp

facebook

企業情報サイトランキング

	総合順位
2007年	9位
2008年	10位
2009年	2位
2010年	10位
2011年	7位
2012年	7位
2013年	15位
2014年	13位

Webサイト価値ランキング

	総合順位	価値金額
2007年	38位	16701
2008年	31位	19285
2009年	43位	17893
2010年	41位	15430
2011年	40位	16754
2012年	29位	20819
2013年	50位	15328
2014年	47位	20412

金額は百万円単位

BtoBサイトランキング

	総合順位
2007年	3位
2008年	7位
2009年	8位
2010年	4位
2011年	5位
2012年	9位
2013年	6位
2014年	9位
2015年	5位

出典基
株式会社トライベック・ブラン
ド戦略研究所
http://japanbrand.jp/

目次

1. はじめに

- 1) 企業概要
- 2) 業務内容

2. 海外事業展開

- 1) 海外沿革
- 2) 小項目
- 3) 業績
- 4) 中期計画

3. 訪日渡航者への対応

- 1) 海外事業について
- 2) 訪日外国人の増加
- 3) アジアの増加
- 4) GALLERY TOTO
- 5) GALLERY TOTO WEBサイト

4. 訪日外国人へのWEB施策

- 1) ねらい
- 2) 受け皿サイトの内容
- 3) 訪日向け案内コンテンツ

5. グローバルサイトについて

- 1) 現状のグローバルサイト
- 2) グローバルサイトの役割
- 3) 本国サイト・ローカルサイトの役割
- 4) グローバルサイトの機能検討
- 5) まとめ

海外沿革

- 1977年 インドネシアに初の合弁会社「P.T.SURYA TOTO INDONESIA」設立
- 1984年 東陶機器(香港)有限公司設立(現・東陶(香港)有限公司)
- 1986年 タイに合弁会社「Siam Sanitary Ware Co., Ltd.」設立
- 1987年 台湾にTAIWAN TOTO CO.,LTD [台湾東陶]設立
- 1990年 米国の販売拠点「TOTO KIKI U.S.A.,INC.」設立
- 1991年 米国の生産拠点「TOTO Industries (Atlanta),Inc.」設立
- 1994年 中国に合弁会社「北京東陶有限公司」設立
「南京東陶有限公司」設立
「東陶機器(大連)有限公司」設立(現・東陶(大連)有限公司)
- 1995年 中国に合弁会社「東陶機器(北京)有限公司」設立
マレーシアに「TOTO KIKI (MALAYSIA) SDN.BHD.」設立(現・TOTO MALAYSIA SDN. BHD)
中国に統括会社「東陶機器(中国)有限公司」設立(現・東陶(中国)有限公司)
- 1996年 米国に統括会社「TOTO U.S.A.,INC.(現・TOTO U.S.A.Holdings,INC.)」設立
- 1997年 中国に合弁会社「東陶機器(上海)有限公司」設立(現・東陶(上海)有限公司)
- 2001年 韓国に「TOTO KIKI KOREA LTD.」設立(現・TOTO KOREA LTD.)
中国上海市に「東陶華東有限公司」設立
- 2002年 ベトナムに「TOTO VIETNAM.CO.,LTD」設立
- 2004年 東陶機器(広州)有限公司設立
- 2005年 中国に「VORETO PLUMBING TECHNOLOGY CO.,LTD」設立
- 2006年 メキシコに「TOTO MEXICO, S.A. DE C.V.」設立
- 2008年 統括会社「TOTOアジアオセアニア」「TOTOヨーロッパ」設立
- 2009年 タイに「TOTO Manufacturing (Thailand)」設立
- 2011年 ブラジルに「TOTOブラジル」設立
インドに「TOTOインド」を設立
「東陶(福建)有限公司」設立
「国連グローバル・コンパクト」へ参加



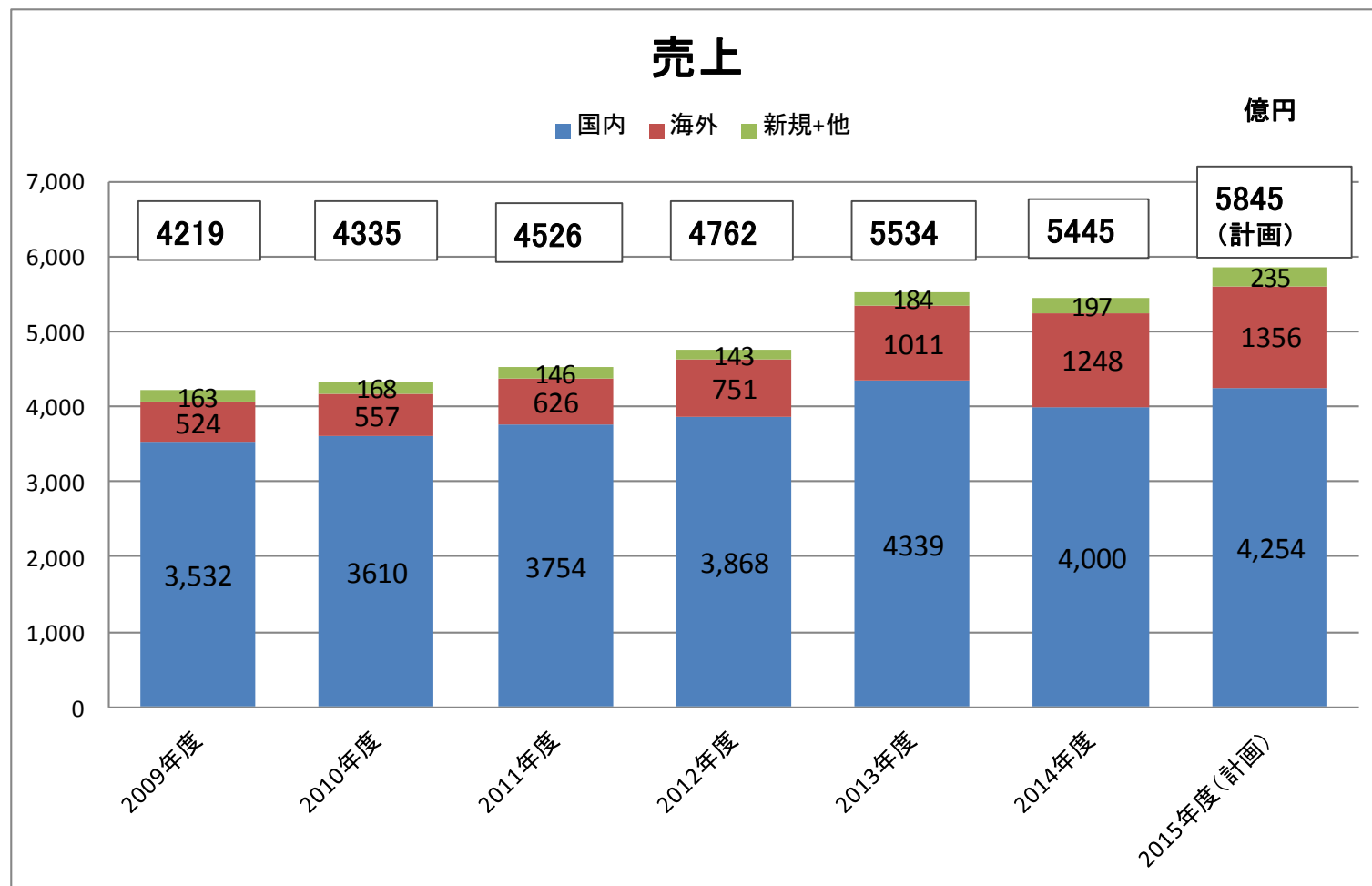
海外拠点 18の国と地域 グループ会社:23社 関連会社:1社



JAPAN	TOTO LTD.
U.S.A.	TOTO U.S.A., INC.
MEXICO	TOTO MEXICO, S.A. DE C.V.
BRAZIL	TOTO Do Brasil Distribuição e Comércio, Ltda.
CHINA	TOTO(CHINA) CO.,LTD. [東陶(中国)有限公司]
	BEIJING TOTO CO.,LTD. [北京東陶有限公司]
	TOTO (BEIJING) CO.,LTD. [東陶機器(北京)有限公司]
	TOTO DALIAN CO.,LTD. [東陶(大連)有限公司]
	NANJING TOTO CO.,LTD. [南京東陶有限公司]
	TOTO (SHANGHAI) CO.,LTD. [東陶(上海)有限公司]
	TOTO EAST CHINA CO.,LTD. [東陶華東有限公司]
	TOTO (FUJIAN) CO., LTD.[東陶機器(福建)有限公司]
	TOTO (GUANGZHOU) CO.,LTD. [東陶機器(広州)有限公司]
	TOTO(H.K.)LTD. [東陶(香港)有限公司]
	TOTO ASIA OCEANIA PTE.LTD.
SINGAPORE	
	UAE TOTO ASIA OCEANIA PTE.LTD. Sales offices DUBAI BRANCH
	PHILIPPINES TOTO ASIA OCEANIA PTE.LTD. Sales offices MANILA BRANCH
THAILAND	TOTO (THAILAND) CO., LTD.
VIETNAM	TOTO VIETNAM CO., LTD.
MALAYSIA	TOTO MALAYSIA SDN. BHD.
INDIA	TOTO INDIA INDUSTRIES PVT. LTD.
INDONESIA	P.T.SURYA TOTO INDONESIA
TAIWAN	TAIWAN TOTO CO.,LTD [台湾東陶]
KOREA	TOTO KOREA LTD.
GERMANY	TOTO Europe GmbH
	TOTO Germany GmbH
	UNITED KINGDOM TOTO Europe GmbH Sales offices LONDON BRANCH
	FRANCE TOTO Europe GmbH Sales offices PARIS BRANCH

業績

海外の売上比率、伸び共に著しい。



中長期計画より

「TOTO Vプラン 2017」の目指す姿

TOTO

2017年 真のグローバル企業 TOTO へ

新しい「まいにち」を世界中のお客様へ提供し、これからも必要とされ続けるTOTOグループへ

2017年＝売上高 6,500億円、営業利益 610億円、ROA・ROE 10%以上達成に向けて

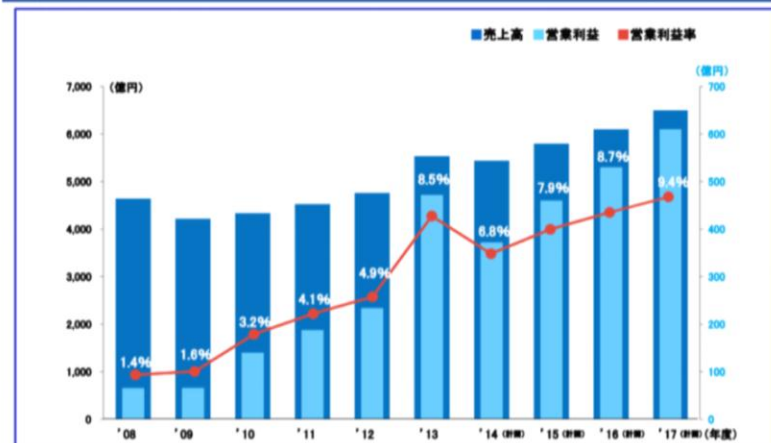
環境貢献「TOTOグローバル環境ビジョン」の実現



注記: 営業利益は、3事業以外の「その他」項目▲10億を含む

「TOTO Vプラン 2017」業績推移と計画

TOTO



TOTO Vプラン2017 策定後、さまざまな革新活動の効果により、業績が順調に回復。さらなる飛躍を見込む

「TOTO Vプラン 2017」これまでの歩み

TOTO

■中期経営計画の位置付け



2014年度-2017年度 中期経営計画 概要

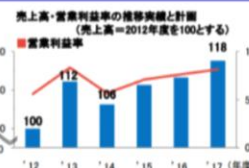
TOTO

■国内住設事業

【目指す姿】成長の持続と高収益な事業体質の確立

2017年度目標: 売上高 4,550億円、営業利益 370億円

2017年度リモデル売上高3,230億円、新築売上高1,320億円。今後も成長の柱はリモデル。リモデル市場で勝ち続けるためリモデル戦略を強化し、「リモデルにおける競争優位性」の維持・拡大をはかる。

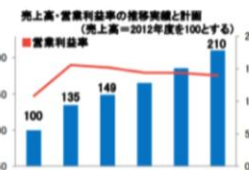


■海外住設事業

【目指す姿】リージョンNo.1 メーカーとしての地位の維持・確立

2017年度目標: 売上高 1,580億円、営業利益 220億円

海外住設事業は成長のエンジン。「各市場のニーズに対応した販売戦略の推進」「新興市場における販売基盤の確立」「ウォシュレットの拡販」に取り組み、各地域で高級ブランドとしての地位を維持・確立し、売上・利益の拡大をはかる。

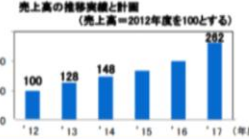


■新領域事業

【目指す姿】「3つの事業黒字化実現」と「次世代に向けた成長」

2017年度目標: 売上高 370億円、営業利益 30億円

「オンリーワン技術」を活かして、将来につながる事業として成長をはかる。この中期経営計画の期間内に燃料電池を含めた3事業の黒字化実現を目指す。



目次

1. はじめに

- 1) 企業概要 2) 業務内容
-

2. 海外事業展開

- 1) 海外沿革 2) 小項目
 - 3) 業績 4) 中期計画
-

3. 訪日渡航者への対応

- 1) 海外事業について 2) 訪日外国人の増加 3) アジアの増加
 - 4) GALLERY TOTO 5) GALLERY TOTO WEBサイト
-

4. 訪日外国人へのWEB施策

- 1) ねらい 2) 受け皿サイトの内容
 - 3) 訪日向け案内コンテンツ
-

5. グローバルサイトについて

- 1) 現状のグローバルサイト 2) グローバルサイトの役割
- 3) 本国サイト・ローカルサイトの役割
- 4) グローバルサイトの機能検討 5) まとめ

海外事業について

海外：中高級から高級路線。

マス広告を出しているが、商流の流通施策(BtoB)

商品・ブランド認知が進まない(除く中国・米国)

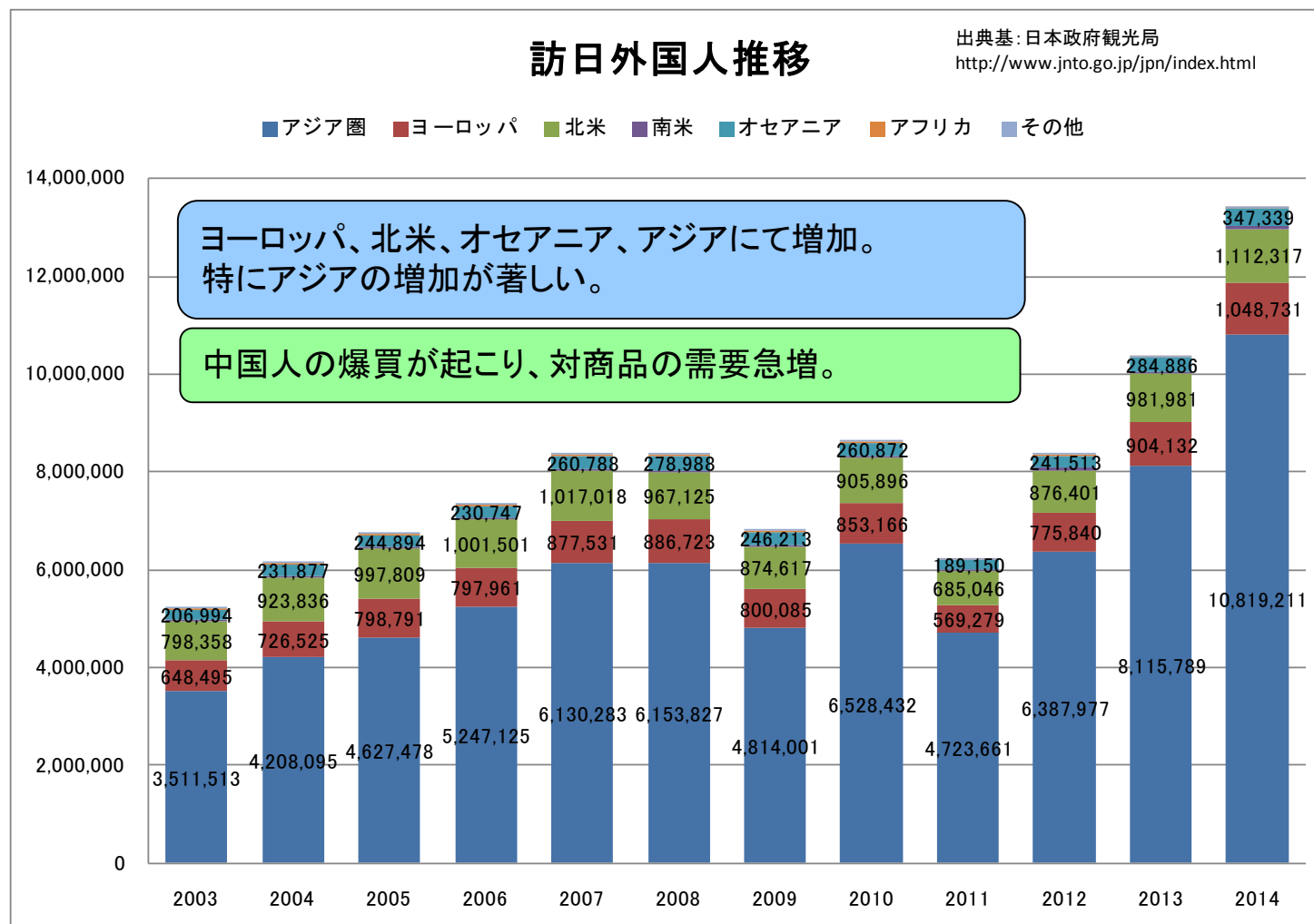
グローバルで事業が伸びないと、今後の成長期待できない

<Topics>

2005年にケリー・チャンをCMに起用し、商品認知を高め、売上を伸ばした。
アジアでは、トイレやおしりで広告を打てるが、欧米はタブー。

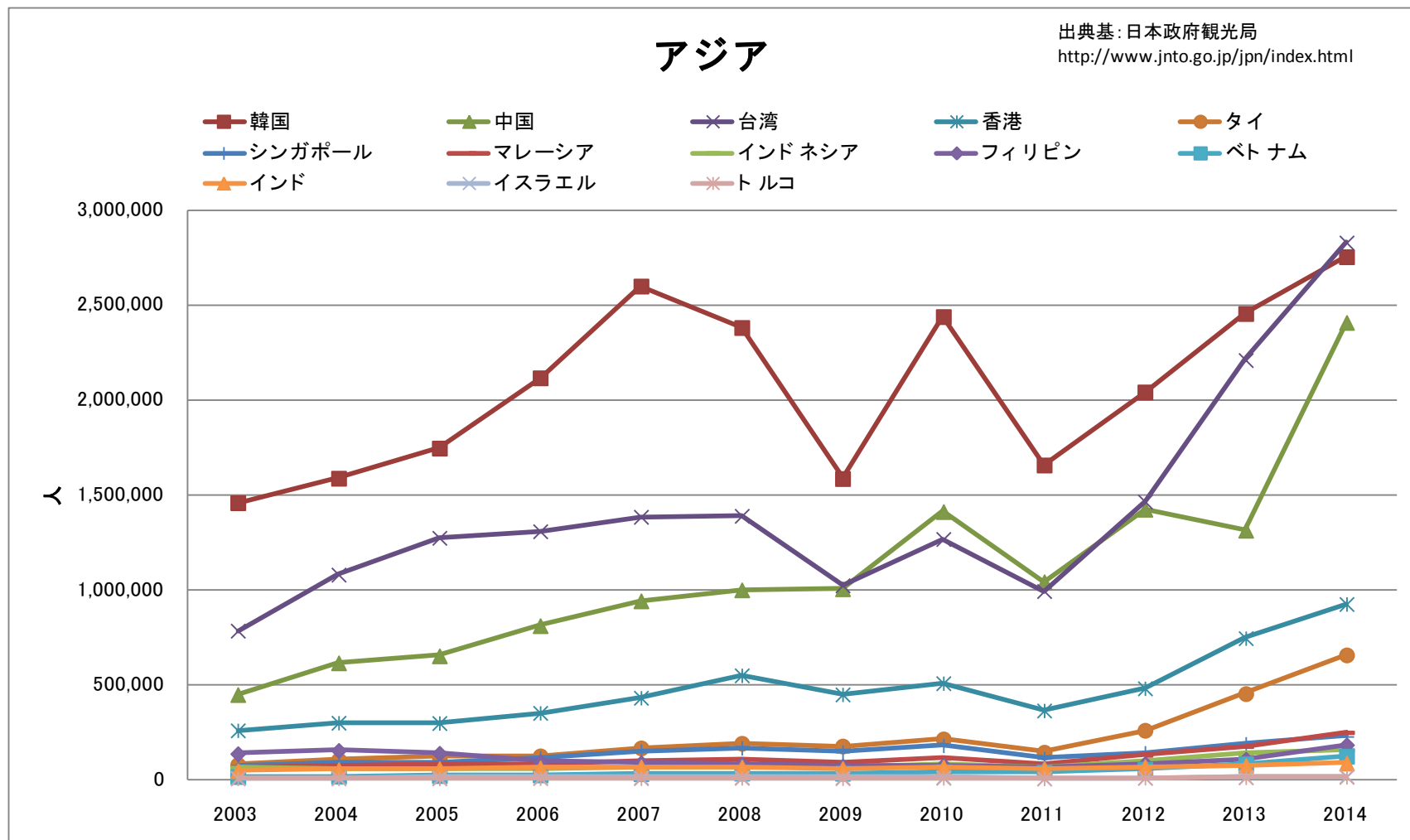
とにかく使ってもらえれば、よさに気づくので体験してもらうことが必要。

訪日外国人の増加



2012年に比べ13年から大幅増加。
オリンピック開催の2020年には目標の2200万人を超える勢い。

アジアの増加



アジア各国の経済も成長過程にあり、人口も多いので、主要対象とする。
中でも、中国、台湾、香港、タイが主要国。

GALLERY TOTO

スライドをご覧ください。

GALLERY TOTO

スライドをご覧ください。

GALLERY TOTO

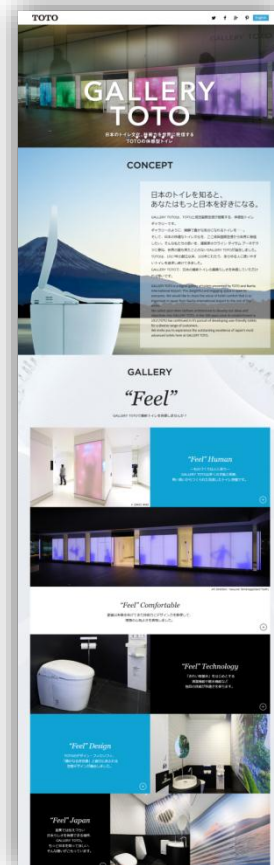
スライドをご覧ください。

GALLERY TOTO WEBサイト

2015年4月23日成田オープンと合わせ公開(PC+タブレット+スマホ対応)
言語は日英。今後多言語化を進める予定。



<http://www.toto.co.jp/gallerytoto/index.htm>



GALLERY TOTOを疑似体験することで、実際のウォシュレットを使ってみたい気持ちを醸成させる

目次

1. はじめに

- 1) 企業概要
- 2) 業務内容

2. 海外事業展開

- 1) 海外沿革
- 2) 小項目
- 3) 業績
- 4) 中期計画

3. 訪日渡航者への対応

- 1) 海外事業について
- 2) 訪日外国人の増加
- 3) アジアの増加
- 4) GALLERY TOTO
- 5) GALLERY TOTO WEBサイト

4. 訪日外国人へのWEB施策

- 1) ねらい
- 2) 受け皿サイトの内容
- 3) 訪日向け案内コンテンツ

5. グローバルサイトについて

- 1) 現状のグローバルサイト
- 2) グローバルサイトの役割
- 3) 本国サイト・ローカルサイトの役割
- 4) グローバルサイトの機能検討
- 5) まとめ

ねらい

訪日外国人を攻略して海外事業の推進を図る

旅前

- ・ 観光地の情報収集
- ・ 生活文化・マナーなど
- ・ (もしかしたら)生活インフラ情報

- ・ 各国での広告で認知
- ・ 渡航前に見る情報
サイトや雑誌など

旅中

- ・ 目的の交通施設、宿泊施設、観光地、商業施設
- ・ 必ず利用するトイレにて、ウォシュレットを使ってもらう。
- ・ 出来れば、ウォシュレットを探してもらうくらいになってもらいたい。

- ・ 交通広告
- ・ 案内パンフ
- ・ 宿泊施設

旅後

- ・ もう一度体験したい。
- ・ 是非購入したい。

- ・ 各国サイトへガイド
- ・ 購入案内

旅中の体験してもらうことが重要と位置づけ。
各広告や体験後自国で購入したいと思う方への受け皿となるサイトが必要。

受け皿サイトの内容

スライドをご覧ください。

訪日向け案内コンテンツ <http://www.toto.co.jp/en/gtjt/jp/index.htm>

日本のトイレの使い方やウォシュレットの使い方がわからない訪日外国人向け

TOPページ



パソコン



スマホ

パソコン

スマホ



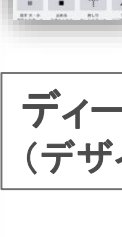
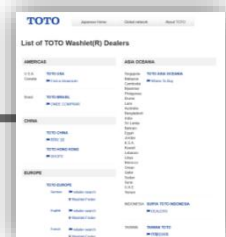
日本のトイレの
使い方



初めての方向けウォ
シュレット紹介



ウォシュレットの
使い方詳細



ディーラーリスト
(デザイン見直し予定)

言語対応



英語



韓国語



中国語
(簡体・繁体)



日本語

旅中でウォシュレットを使ってもらい、心地よさを実感してもらおう

目次

1. はじめに

- 1) 企業概要
 - 2) 業務内容
-

2. 海外事業展開

- 1) 海外沿革
 - 2) 小項目
 - 3) 業績
 - 4) 中期計画
-

3. 訪日渡航者への対応

- 1) 海外事業について
 - 2) 訪日外国人の増加
 - 3) アジアの増加
 - 4) GALLERY TOTO
 - 5) GALLERY TOTO WEBサイト
-

4. 訪日外国人へのWEB施策

- 1) ねらい
 - 2) 受け皿サイトの内容
 - 3) 訪日向け案内コンテンツ
-

5. グローバルサイトについて

- 1) 現状のグローバルサイト
- 2) グローバルサイトの役割
- 3) 本国サイト・ローカルサイトの役割
- 4) グローバルサイトの機能検討
- 5) まとめ

グローバルサイトについて

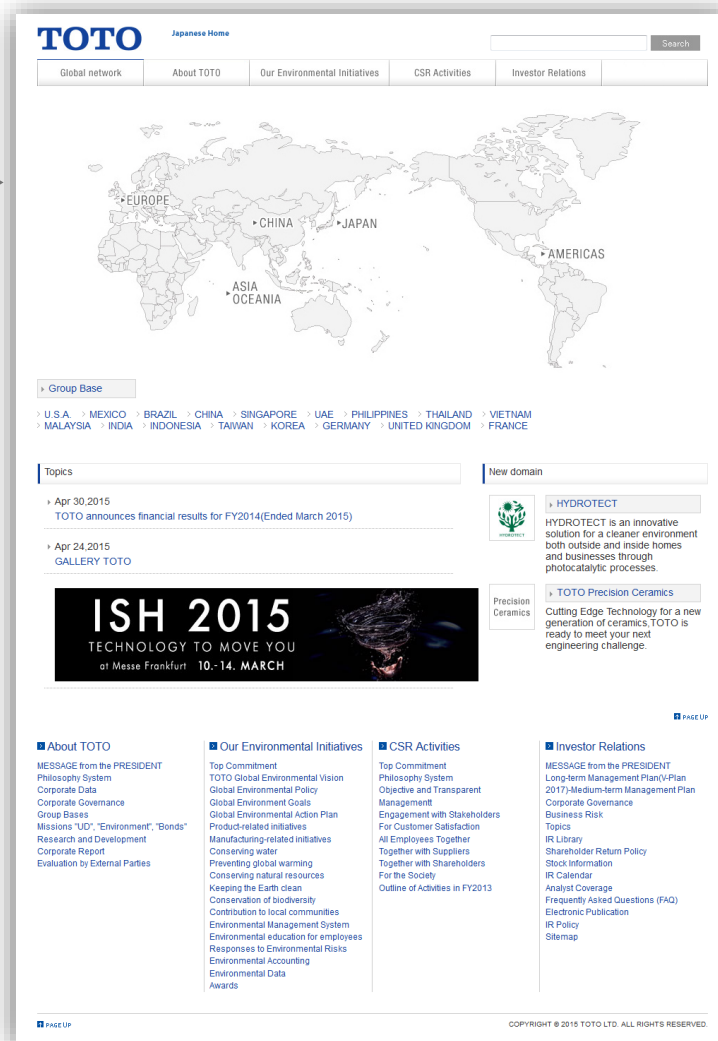
現状のグローバルサイト

www.toto.co.jp/en/

国内サイトの中で管理



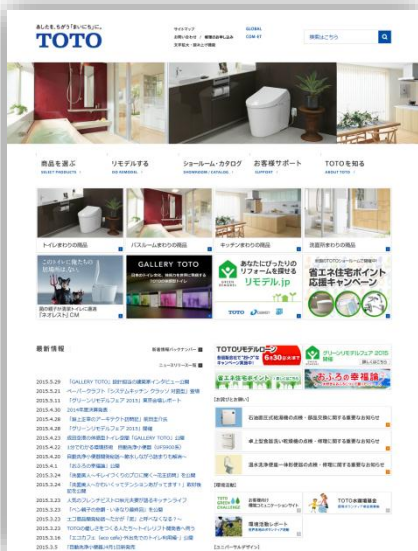
GLOBAL
COM-ET



主に海外の投資家向けサイト

現状のグローバルサイト

グローバルサイト、GALLERY TOTOともに日本のオフィシャルサイト内に入っている。



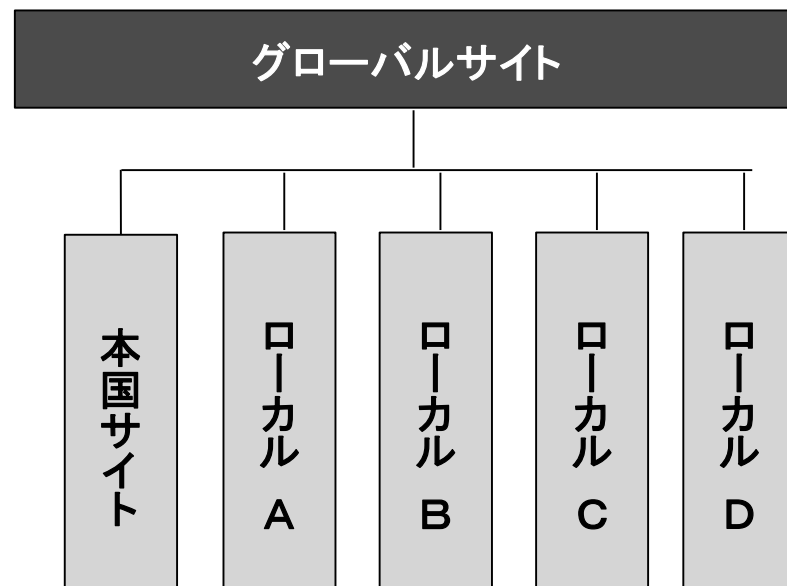
<http://www.toto.co.jp/>



<http://www.toto.co.jp/en/index.htm>



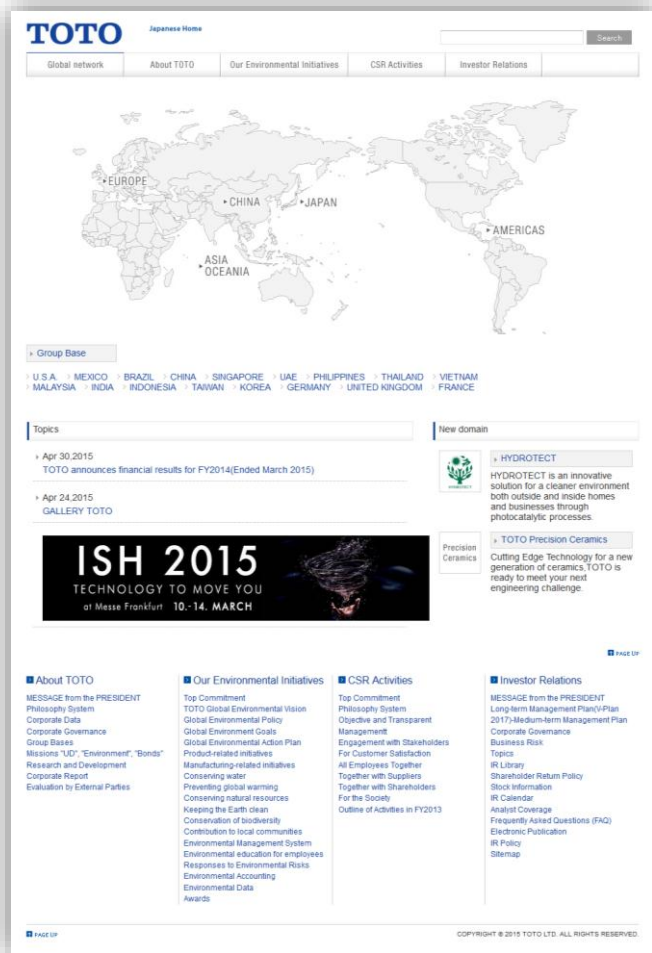
<http://www.toto.co.jp/gallerytoto/index.htm>



グローバルサイトはローカルサイトから独立した管理とすべき。
(コンテンツの独立戦略、SEOなど)

日本の国内サイト内での管理・運営となり、独立していない

現状のグローバルサイト



コンテンツ内容

- ・海外投資家向けの企業情報がメインのつくり
- ・突然地図が表示され、商品やサービスなど事業紹介が無い
- ・ユーザー環境に合わせたつくりになっていない
- ・現在のコンテンツは、上記企業情報とISH(展示会)のコンテンツのみ

問題点

1. 多くのユーザーは、TOPページのみ閲覧し、離脱してしまう。
2. 下層のコンテンツを見ようという気持ちにさせないつくり。

訪日外国人の受け皿コンテンツを乗せるグローバルサイトのTOPページが離脱が多く、TOPページの機能を果たしていない。

グローバルサイトの役割

● グループで重複するようなブランディング情報 ●

ローカルサイトで重複するようなブランディング(企業情報・歴史)の機能

ローカルサイトで重複するような技術力訴求の機能

● ローカルサイトが無い国 ●

グローバルサイトがオフィシャルサイトの機能

● ローカルサイトを繋ぐハブサイト ●

他国のローカルサイトを探したいときに各国間を繋ぐ

ローカルサイトの質・充実度により求められる機能は違い、グローバルサイトはこれらを保管するコンテンツが必要になる

本国サイト・ローカルサイトの役割

コーポレートガバナンス
開示情報、ポリシーなど
マーケティング・ブランディング
企業理解、認知と指定購入誘導
リクルート
優秀な人材確保
アフターサービス・サポート
製品のサポートや購入前の問い合わせなど

本国サイト	各国ローカル
グループ全体のコーポレートガバナンス(本国本社主導)	
本国製品・サービス	ローカル製品・サービス
グローバル共通	
本国採用	ローカル採用
グローバル採用	
本国サービス	ローカルサービス

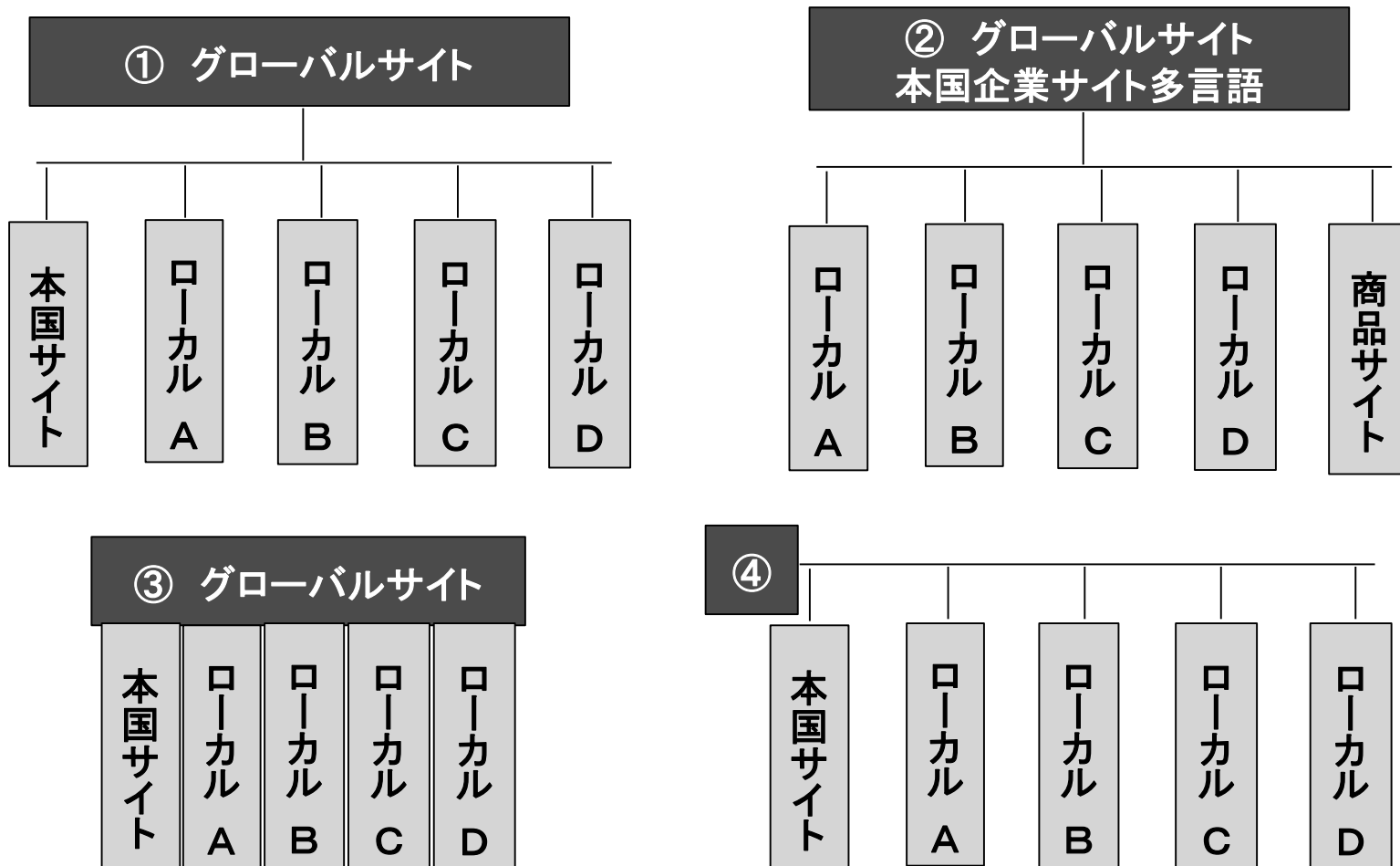
グローバルサイトの役割を決める前に、ローカルサイトの機能の重複や抜け盛れが無い確認

グローバルサイトの機能検討

	本国サイト	各国ローカル	グローバル
コーポレートガバナンス	グループ全体のコーポレートガバナンス(本国本社主導)		
マーケティング・ブランディング	本国製品・サービス	ローカル製品・サービス	
	グローバル共通		
リクルート	本国採用	ローカル採用	コンテンツはローカルサイトに任せる
	グローバル採用		
アフターサービス・サポート	本国サービス	ローカルサービス	

ローカルサイトと合わせ見直しを行うと総合的にバランスの取れたサイト設計が出来る

まとめ



本国と各国ローカルサイトの機能を整理して、グローバルサイトの役割に合ったサイト構成で全体を設計することが重要

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO