

# SATO Tap

新しい衛生ソリューションで  
手洗いをすべての人に

『アッチー・アーダトキャンペーン』

坂田 優 (Sakata Suguru)

株式会社 LIXIL

Leader, Asia Sales, SATO

2022年10月14日

**SATO**  
A BETTER LIFE.  
EVERY DAY.



PART OF LIXIL

# LIXIL's Purpose (存在意義)

世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現

**SATO**  
A BETTER LIFE.  
EVERY DAY.

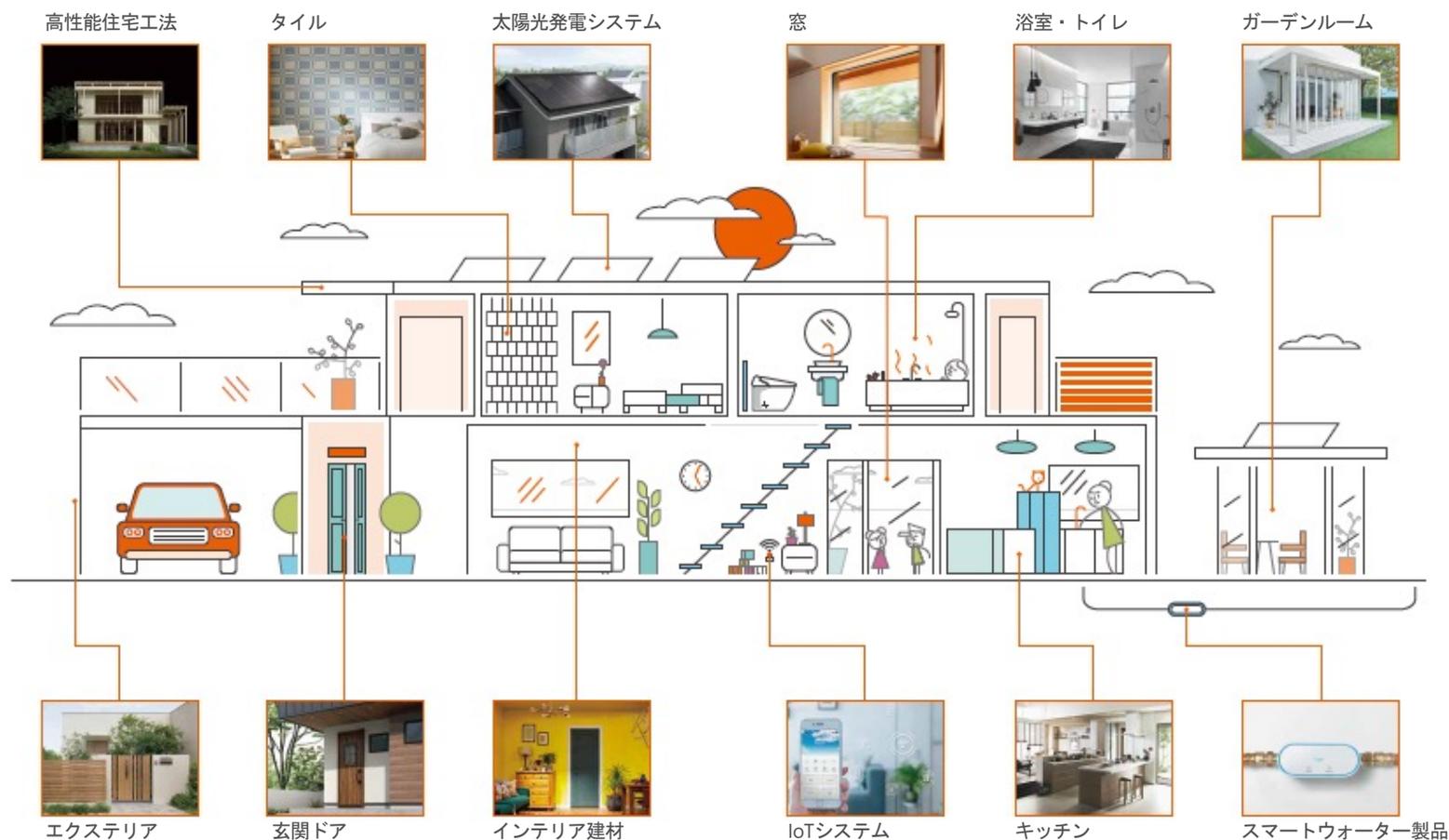


› LIXILは、人びとの住まいの夢を実現するために、先進的な技術と製品を開発、提供しています。

# 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。



# グローバルブランド

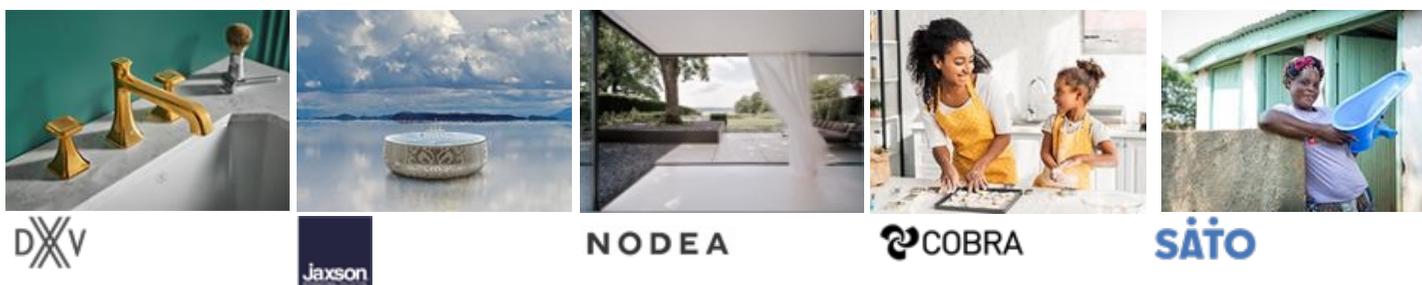


LIXILは、独自の個性や強みを有する数多くのブランドを展開しており、さまざまなライフスタイルやニーズに対応しています。

## Global



## Specialty



## Japan



# LIXILのCR（コーポレート・レスポンシビリティ）



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。

## Corporate Responsibility について

**CR**は事業の持続的な成長の基盤であり、  
**CR**戦略と事業戦略は一致している必要があります。

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。



取締役 代表執行役社長 兼  
CEO 瀬戸 欣哉

# LIXILのCR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。

## LIXIL Purpose 世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現



倫理的な事業活動を行うことが、LIXILのコーポレート・レスポンスビリティ活動の基盤となっています



\*1 日本国内で提供する製品・サービスが対象

# SATO事業：グローバルな衛生課題の解決に向けて



## グローバルな衛生課題の解決

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

世界は今...

安全で衛生的なトイレを利用できない世界の人口

約17億人

そのうち、屋外で排泄をしている人口

約4.9億人

自宅で手洗い設備を利用できない世界の人口

約23億人

下痢性疾患で命を落とす5歳未満の子ども

1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

### 開発途上国向け簡易式トイレシステム「SATO」

少量の水で使用でき、臭いや病気を媒介する虫の出入りを防ぐ低価格のトイレ設置が容易で、水洗トイレに比べて最大80%の節水が可能



世界  
45カ国で  
使用

3500万人  
以上に貢献

出荷台数  
650万台

(2021年3月の実績)

### 『アッチー・アータトキャンペーンにて利用』

#### 手洗いステーション「SATO Tap」

新型コロナウイルス感染症等の対策である手指衛生の普及のために開発された、家庭や集団施設など、どこでも利用が可能な、ペットボトルを活用した手ごろな価格の手洗いステーション



- ・ インドに加え、タンザニアでも生産を開始
- ・ インド、アフリカなど様々な地域で、SATO Tapを活用した衛生習慣の啓発活動も展開

# 世界における手洗いの現状

世界では **23億人** が自宅で衛生的な手洗いを行えていません



その数は、全世界で **5人に2人**



... 実に人口の **40%** に相当します



これは、  
自宅に限った話ではありません

衛生的な手洗い場の整備されていない学校に通う子どもたちは、

**9億人** いると言われています



# 世界における手洗いの現状

## 家庭向けではない

- 各家庭に水道がない
- 生活用水は、河川や地域単位の手洗い場で入手
- こまめな手洗いが困難

## 衛生面が課題

- 共同の手洗い施設では、地域住民が同じ場所に集まり、接触する可能性が高い
- 手洗い場の蛇口には、感染リスクがある

## 水量を調整できない

- 「手を洗う」ことはできるが、水の入手が限られている地域では機能性に課題



# SATO Tap – 新しい衛生ソリューション



## 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



**2020年9月**よりインドで生産開始し、  
現在**10州**で販売  
(UP・MP・MH・Orissa・Telangana・  
WB・BR・JK・Assam・RJ)

# アッチー・アーダトキャンペーンでの連携



## JICA（独立行政法人国際協力機構）

2019年10月、LIXILとJICAは、途上国の衛生環境の改善や安全な水の確保などに向け、連携のための覚書を締結。この分野での民間企業とJICAによる連携は初めての試み。\*1

アッチー・アーダトキャンペーンにおいて、インドでは手洗いなど衛生習慣の啓蒙活動を実施。



インドにおける啓蒙活動の様子  
（提供 国際協力機構（JICA））



SATO Tapを使った手洗い体験学習  
（提供 国際協力機構（JICA））

# アッチー・アーダトキャンペーン使用ツール



- ✓ JICA様が作られたチラシ
- ✓ シンプルな使用方法ビデオ



## アッチー・アーダトキャンペーンでの良かった点



- ✓ コロナ禍においても積極的に活動ができた
- ✓ トイレと言う枠組みだけではなく、衛生という分野においても協業できた
- ✓ ラストマイル（エンドユーザー）への確実なアプローチができた
- ✓ 多くの子供達に手洗いの大切さを伝えることができた

衛生課題解決へ向けた取り組みを  
加速させる3つの鍵

安価で  
革新的な  
トイレ製品

- 開発途上国向け  
「SATO」・「SATO Tap」

現地で製造・販売。また、必要に応じて現地の若者を施工職人として教育し、雇用を創出

- 政府・国際機関や市民社会へ働きかけ

衛生環境の未整備による経済損失の算出、TICAD出展、CRMキャンペーン等

アドボカシー  
活動

戦略的  
パートナー  
シップ

- 国連機関、NGO等との戦略的パートナーシップ

JICA、ユニセフ、WaterAid、ゲイツ財団等と協働

# Video

**SATO**  
A BETTER LIFE.  
EVERY DAY.



<https://youtu.be/LLwghqfbjNA>



<https://youtu.be/b0q-ZPKr0Yg>

## 事前に頂いていた質問



1. SATO Tapのインドへの普及に関して、インドならではの難しさはありましたか。
2. SATO Tapを購入／活用したい場合、お問い合わせ先はどちらになりますか。

お問い合わせ先：

坂田 優 (Suguru Sakata)

Email: [suguru.sakata@lixil.com](mailto:suguru.sakata@lixil.com)

or

SATO India customer experience center

Call: 1800 202 1626

**THANK YOU!**

© SATO LIXIL 2022

**SATO**  
A BETTER LIFE.  
EVERY DAY.