東リグループ価値創造プロセス

ライフスタイルをデザインする企業へ

当社グループは、激しく変化する社会環境や事業環境の中で、持続可能な事業活動を目指し、自社にとっての重要課題（マテリアリティ）を特定し、その実現にむけた取り組みを進めております。創業以来の長い歴史で培ってきた資本をベースに、インテリア商品とサービスを通じて、社会と経済の発展に貢献してまいります。

外部環境

社会全体における環境変化

- 地政学リスクの高まり
- 少子高齢化、人口減少
- 脱炭素にむけた意識の高まり
- 働き方の多様化・ダイバーシティの浸透
- 人材の流動化
- AI・IoTの進化
- サイバーリスクの高まり
- 資源不足・自然災害の深刻化
- ガバナンスの高度化

当社グループを取り巻く事業環境

- 原材料価格の高止まり
- サプライチェーンの不安定化
- 建設技能者の減少
- 物流コストの上昇
- 国内新設着工量の減少
- 環境対応商品ニーズの高まり
- 空間デザインの多様化
- 建設テックの普及

マテリアリティ ▸P.32

当社グループにとっての重要課題

01 高付加価値商品の開発

02 安心・安全な商品・サービスの提供

03 持続的な地球環境保全への貢献

04 活力あふれる職場環境づくり

05 健全で透明性の高いガバナンス体制の構築

ESG基本方針 ▸P.31

インプット

「信頼」を支え、創造する東リグループの資本

財務資本
- 連結純資産 48,377百万円
- 連結自己資本比率 51.1%

製造資本
- ビニル系床材 約2,600万㎡/年
- タイルカーペット 約1,300万㎡/年

知的資本
- 知的財産権（特許権・意匠権・商標権） 約800件
- 研究開発費 599百万円

人的資本
- 連結従業員数 1,910人
- 連結公的資格保有数 484件

社会・関係資本
- 販売得意先 約360社
- サプライヤー 約540社

自然資本
- エネルギー使用量 703千GJ
- 水使用量 92.2万㎥
- 環境保全コスト 2,162百万円

ビジネスモデル

事業活動

アウトプット

提供商品・サービス

長期ビジョン／中期経営計画 ▸P.15 / 18

ステークホルダーや社会への価値の提供

アウトカム

お客様にとっての価値

- インテリアを通じた心豊かな空間環境づくりの実現
  - ・安心安全の「TOLI品質」
  - ・ライフスタイルを彩る高付加価値商品

株主にとっての価値

- 持続的な企業価値の向上と安定的な還元
  - ・連結売上高 105,709百万円
  - ・連結純利益 3,507百万円
  - ・連結ROE 7.5%

従業員にとっての価値

- 健康的な活躍と豊かなライフスタイルの実現
  - ・従業員満足度の向上
  - ・平均勤続年数 17.1年
  - ・女性管理職者比率 11.1%
  - ・女性育休取得率 100%
  - ・男性育休取得率 100%

（※）すべて単体実績

社会/環境にとっての価値

- 地球環境保全への貢献と社会課題の解決
  - ・産業廃棄物排出量 57.9%削減（2019年度比）
  - ・リサイクル率 87.9%
  - ・CO_2排出量
    - スコープ1＋2 12.1%増加
    - スコープ1＋2＋3 17.9%削減（2020年度比）

東リグループ経営理念 ／ 東リグループバリュー