グループマテリアリティ 2025-2030

マテリアリティ実践を通じた経営価値の創造

新マテリアリティ運用初年度を振り返って

当社グループは、サステナビリティを経営と連動する基盤として位置付けています。この考えに基づき、経営計画artience2027/2030“GROWTH”の期間において、私たちの本分である「事業を通じて価値を創造し、お客様に提供すること」と「サステナビリティ活動を通じて価値を創造し、社会の持続可能性向上に貢献すること」が一体となった「経営価値の創造」を推進すべく、2025年2月にマテリアリティを再定義しました。また現在、ESGに対していろいろと逆風が見受けられますが、当社グループとしては、これまで整理してきたマテリアリティの方向性を大きく変更する考えはなく、社会のニーズを的確に把握しその精度を高め成長戦略と結び付けることで、実効性の高いサステナビリティとしていきたいと考えています。加えて、マテリアリティは一度定めて終わりというものではなく、事業の進捗や環境変化を踏まえ、社会からの要求水準が年々高まるなかで、継続的に見直し、検証しながら進めていくものだと考えています。市場からの要求として特に大きいのが、EV関連をはじめとする事業構造の変化に対するステークホルダーからの確認です。サステナビリティは、事業と一体であるため、事業構造に変化があれば、サステナビリティの取り組みも変化していくのは自然なことだと捉えています。

新マテリアリティ運用の初年度である2025年度、「製品・サービスを通じて『感性に響く価値』を提供し将来の持続可能性に貢献する」というテーマにおいて、サステナビリティ観点はメーカーとして生き残るうえでの必須条件になってきていると痛感しました。戦略的重点事業群をメインに、サステナビリティ貢献製品のラインナップ拡充や、売上増大をマテリアリティの目標に掲げており、投資判断においてもこの点の見極めは優先事項になっています。そういった意味でも、マテリアリティを見直したことで、サステナビリティと経営の一体化がより進んだ1年だったと認識しています。

マテリアリティ推進を通じた「感性に響く価値」創出を目指す

私は、マテリアリティの実践にあたって、サステナビリティと経営は不可分であるということを常に確認しながら、意思決定に取り組む必要があると考えています。正式なサステナビリティ担当としては着任したばかりですが、これまでも製造所での事業運営を通じてサステナビリティに関わってきました。営業・市場対応の経験を通じて、お客様や経営者との対話のなかから、市場がどのようなサステナビリティを求めているのかを体感してきています。投資判断においてもESGへの影響評価は必須となっており、事業戦略との整合性を確認し、意思決定のプロセスにしっかりと組み込んでいかなければなりません。当社では多くの製品分野でサステナビリティに関する取り組みを行っていますが、その表現や発信は十分ではなく、どのようにわかりやすく伝えるかについては、さらなる工夫が必要だと考えています。現在、マテリアリティの進捗確認とフィードバックを進めているところですが、戦略に即してリスク／機会を見極め、次の中期経営計画にどのように統合させていくかが課題だと考えています。

経営判断において常にサステナビリティの視点を持つことは、サステナビリティ担当役員としての私の責務であり、この視点をどのように定義していくかが重要な課題です。さらに、Brand Promiseに掲げる「感性に響く価値の創出」においても、こだわりたいのはものづくりの現場マインドを持った人材です。マテリアリティの実践を通じて、経営の意思決定とともに現場の意思決定の精度を上げ、その過程でサステナビリティ視点と経営視点を併せ持つ現場人材の育成を進めることで、経営価値に直結する組織づくりにつなげたいと考えています。

社名であるartとscienceの融合という独自の強みを発揮していくことが私たちの価値そのものであり、「感性に響く価値の創造」を通じて社会課題の解決に貢献できるのだと考えます。

取締役
品質保証・生産・環境、サステナビリティ、購買、物流担当
中嶋 由元

策定プロセス

社内ワークショップで各課題候補の重要性・優先順位・影響度などについて議論。社外有識者ヒアリングで意見聴取

策定チームで検討を重ね、**15の重要課題を特定**。非財務戦略のコンパスとするasv2050/2030との連動性も確保

年次での進捗確認とレビューを実施。次期中期経営計画検討と並行して見直すことで**経営計画との連動性を維持**

STEP 1 課題の抽出と整理
STEP 2 社内外ステークホルダーへのヒアリング
STEP 3 各課題の分析と考察
STEP 4 重要課題の特定
STEP 5 KPI/目標の設定
STEP 6 レビューと改定

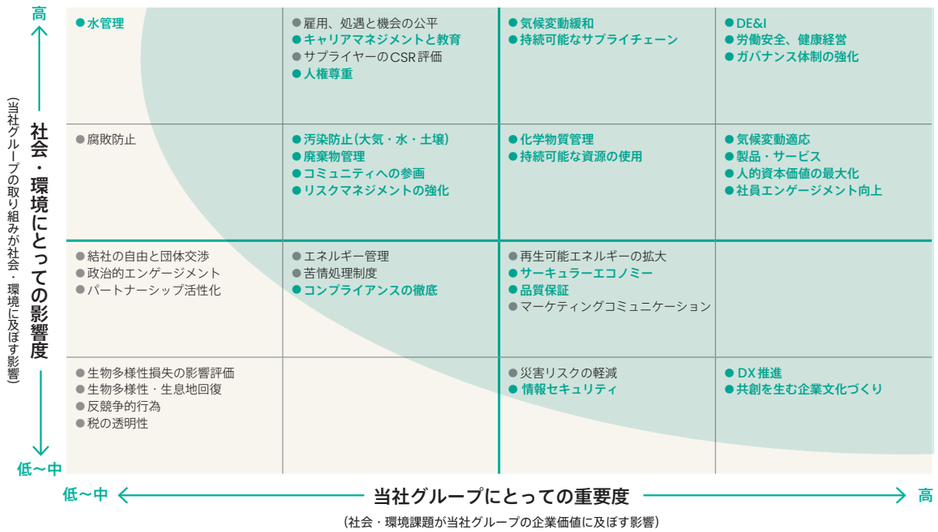
主要ESG投資指標や国際規範、SDGsなどから社会・環境課題を抽出。分類整理して39課題のショートリストを作成

課題解決による当社と社会・環境への相互影響をリスク／機会の両面で分析。運用期間内での**重要度マトリックス**を作成

各課題について関係部門と協議し、中期経営計画と連動するKPIおよび目標を設定。グループ経営会議と取締役会で承認

重要度マトリックス（ショートリスト39課題の分析）

国際的な非財務情報開示の枠組み、主要なESG投資指標の評価項目、SDGs、RBA行動規範などから抽出した課題項目の候補を39課題に分類・整理してショートリストを作成し、各課題候補を2030年を見据えた社会・環境にとっての重要度（社会・市民・自然環境にとっての関心、深刻度、緊急性などを4段階で区分）と、当社グループにとっての重要度（ワークショップ参加者（主要部門長）の意見や関心、事業との関連性、市場からの要求度、artienceらしさの醸成に対する影響度などを4段階で区分）で評価し、マトリックス化することで、重要課題の特定につなげました。



※マテリアリティに採用した課題を**太字**で表示しています。

WEB 15の重要課題それぞれの特定理由については、当社ウェブサイトの「サステナビリティ＞ artienceグループのサステナビリティ＞グループマテリアリティ2025-2030」をご覧ください。また、目標達成を主管する担当部門については、当社の「第188期有価証券報告書」P.20 ～21をご覧ください。
https://www.artiencegroup.com/ja/corporate/sustainability/strategy/materiality/
https://ssl4.eir-parts.net/doc/4634/yuho_pdf/S100XRLA/00.pdf

グループマテリアリティ2025-2030

グループマテリアリティ2025-2030（2025年度進捗状況）

	テーマ（課題の分野）	アクション（課題の実行項目）	KPI／目標値（2030年度）または施策（定性目標）		施策の進捗状況または実績（2025年度）	関連するSDGs
1. 製品・サービスを通じた「感性に響く価値」の提供						
1-1	製品・サービス	●戦略的重点事業群をメインに、サステナビリティ貢献製品の売上増大を図る	●戦略的重点事業群の営業利益比率（連結）：40%以上 ●サステナビリティ貢献製品売上高比率：80% ●サステナビリティ貢献製品（環境価値製品、生活価値製品）のラインナップ拡充		●戦略的重点事業群売上高（連結）：2,700百万円 ●戦略的重点事業群営業利益率（連結）：13.2%（目標達成度：33.0%） ●サステナビリティ貢献製品売上高比率：61.9% ●軟包装の剥離・脱墨リサイクルスキーム、紙器パッケージ向け機能性コーティング剤、LED対応バイオマスUV硬化型インキ、軟包装用水性インキ、PFAS・BPA非含有塗料など	
1-2	脱炭素	●バリューチェーン全体でのGHG排出削減、脱炭素化を推進する	●Scope4（サプライチェーン川下でのGHG排出削減貢献量）の算定の着手と推進 ●国際ルールに基づく自社CFP算定体制の構築および特定製品分野への適用完了 ●Scope3排出量削減を目的としたサプライヤーエンゲージメントの強化		●Scope4算定トライアルの開始 ●社内CFP算定ルール策定完了 ●購入原材料のCFP算定の取り組み推進。CSR調達調査・CO_2排出量調査のアンケート実施。サプライヤー向けオンラインシステムを試験導入	
2. モノづくりでの環境負荷低減						
2-1	気候変動	●全方位的なGHG排出量削減に取り組み、気候変動抑制に貢献する	●Scope1＋2排出量（グローバル）：2020年度比26%削減 〔CO_2排出量として、国内2020年度比35%削減、海外2030年度BAU比35%削減〕 ●Scope3排出量削減の取り組み推進		●Scope1＋2排出量：145,525t-CO_2（2020年度比27.9%減）、目標達成度：107.3% ●CO_2売上高原単位：0.42t-CO_2/百万円 ●エネルギー使用量：69,526kL〔原油換算〕	
2-2	水管理	●生産拠点での水利用を改善し、自然環境と生活環境の保全に貢献する	●水リスク地域（渇水・洪水・浄水不足）に所在する拠点での水資源保護活動の推進 ●水リサイクルの活動推進とリサイクル率の算定		●雨水利用設備の活用（トルコ）、ため池を活用した利水スキームを構築（インド）など	
2-3	廃棄物 資源循環	●生産拠点やオフィスの廃棄物等を削減し、バリューチェーンにおける資源循環を推進する	●3R推進によるゼロエミッションを達成：グループ拠点におけるトータルの廃棄物最終処分率1%以下 ●プラスチック資源循環、プラスチック廃棄物削減の取り組み推進		●生産職社員の作業着のリサイクル推進（守山製造所）	
2-4	汚染防止 化学物質	●大気・水・土壌の汚染防止を徹底し、環境汚染ゼロの生産活動を目指す	●有害化学物質排出量（グローバル）：2020年度比30%削減 ●汚染防止関連の法令違反件数：0件継続		●「第5回 JRECOフロン対策格付け」にて3年連続でAランク評価を取得	
3. 人的資本を重視する経営						
3-1	SCM	●責任ある原材料調達を実現するサプライチェーンを構築する	●CSR調達率：80%（カバレッジ70%） ●ガイドライン同意率：85%（カバレッジ70%） ●物流、原材料取引、業務委託におけるサステナブルサプライチェーン取り組み推進		●CSR調達率：77.5%（カバレッジ42.1%） ●ガイドライン同意率：83.2%（カバレッジ42.1%） ●サステナビリティ委員会下に「鉱物調達対応分科会」を設置。改正下請法（取適法）遵守のための取引条件改定を実施	
3-2	人権尊重 DE&I	●人権と多様性が尊重される、ジェンダー差異のない職場環境を構築する	●女性管理職比率（国内連結）：10% ●社員に対する人権デュー・ディリジェンス実施率（グローバル）：100% ●障がい者雇用率（国内・特例子会社をグループに適用）：3% ●DE&I活動の推進（ジェンダー・障がい者・シニア対応など）		●女性管理職比率（国内・持株会社原籍・2026年1月時点）：6.2%（前年度比0.4ポイント増） ●新卒女性採用比率（国内連結・2026年4月時点）：54.2%（前年度比9.2ポイント増） ●男女の賃金の差異（国内・持株会社原籍の労働者）：78.8%（前年度比0.6ポイント増） ●Corporate Philosophy（経営哲学）「人間尊重の経営」を含む理念体系の社内浸透活動（グローバル）：100%、コンプライアンス研修での各種ハラスメントについての継続的な啓発活動 ●障がい者雇用率：2.8%（前年度比0.23ポイント増） ●特例子会社クローバー・ビズ活動拡大（埼玉製造所でのランドリー事業開始、特別支援学校学生インターン継続受け入れなど） ●PRIDE指標「ゴールド」に4年連続で認定 ●女性部下を持つ上司向けダイバーシティマネジメント研修、ALLY向け勉強会（LGBTQ『カランコエの花』映画上映会）などを開催	
3-3	人的資本	●チャレンジを応援する人材育成を通じて、社員のキャリアアップとエンゲージメントを高める	●社員教育・研修平均投資額の増大（国内） ●主体的キャリア形成（社内公募、社内FA）の成立推進（国内） ●社員エンゲージメント調査におけるスコア向上 ●社員のチャレンジ支援強化（ビジネスアイディアコンテスト参加者支援、報奨制度など）		●社員1人あたり教育・研修費用：58千円 ●社内公募／キャリアチャレンジ制度／海外ワークショップ制度成立件数：13件 ●エンゲージメントサーベイによる「持続可能なエンゲージメント」スコア：83（前年度比7ポイント増） ●社内表彰エントリー数：31件 ●ビジネスアイディアコンテスト応募件数：204件（前年度比79%増） ●新人事制度において「Plus Try」制度を導入。持株会社原籍の組合員社員の約半数が挑戦表明、そのうち約6割がアクション実行	
3-4	労働安全 健康経営	●現場の労働安全と社員の健康をレベルアップし、安心できる職場環境を構築する	●休業災害発生件数（国内、場内委託先を含む）：0件 ●生活習慣病リスクの低減（国内）：肥満リスク21.3%・高血圧リスク9.7%・糖尿病リスク9.1%・脂質リスク31.0% ●育児休業等・育児目的休暇取得率（国内）：100%維持 ●社員の労働安全衛生、健康増進に資する取り組み推進		●休業災害発生件数（国内・自社）：5件 ●休業災害度数率：0.755、休業災害強度率：0.006 ●労働基準関係法令違反件数：0件 ●育児休業等・育児目的休暇取得率：男性100%・女性100%、育児休業後の復職率：男性100%・女性100%、育児時短勤務者数：39名 ●平均残業時間：8.7時間／月、有給休暇取得率：70.0%、年次有給休暇取得平均日数：13.3日、選択型福利厚生制度利用率：83.9%	
4. 信頼され、価値を共創しつづける経営基盤の形成						
4-1	コーポレート・ガバナンス 財務基盤	●経営の透明性確保を推進し、財務基盤の健全性を向上させる	●役員（取締役、執行役員）の多様性（ジェンダー、スキル）の向上 ●役員報酬制度の改革（決定プロセスのさらなる透明化、非財務成果の反映、情報開示など） ●ROE（親会社株主に帰属する当期純利益／自己資本）：10%以上		●取締役会女性比率：27.3%（11名中3名） ●役員報酬制度改革（取締役の個人別報酬額の決定を諮問委員会に委任、業績連動報酬・株式報酬の比率変更およびROE指標の導入決議、マルス・クローバック制度の導入決議） ●ROE：3.9%（前年度比3.4ポイント減）	
4-2	コンプライアンス リスクマネジメント 情報セキュリティ	●コンプライアンスとリスクマネジメントを継続的に見直し、体制の実効性を向上させる	●倫理行動規範および内部通報制度の周知浸透 ●重大コンプライアンス違反（法令違反等懲戒対象に相当する違反行為）発生件数：0件継続 ●海外情報セキュリティ体制の整備（共通ルール施行と拠点ごとのカスタマイズ、脆弱性検査・是正活動など）		●海外グループ会社にて倫理行動規範の周知活動を含むコンプライアンス拠点ミーティングを実施（31拠点・2,708名参加） ●重大コンプライアンス違反：0件 ●グローバルセキュリティガイドラインを策定・対策明文化、各社状況をチェックシートで把握し必要に応じて実地確認、脆弱性検査を通年実施・情報共有・是正措置推進	
4-3	製品安全 品質保証	●製品安全・品質保証体制を強化し、モノづくり企業としての信頼を高める	●グローバル品質標準ネットワークの充実化（品質水準の統率、品質保証情報の共有など） ●安全性・品質に関する重大な製品トラブル（法令違反、人的被害、一定以上の財産的損害）の発生件数：0件継続		●国内8生産拠点に対しグローバル・スタンダード・ヒアリングを実施、品質標準要件に関するマネジメントの状況や文書類を確認 ●安全性・品質に関する重大製品事故：0件	
4-4	DX推進	●DX推進・AI活用・デジタル変革を加速し、事業環境変化への適応力や労働生産性を向上させる	●「生成AIネイティブ500」（生成AI核人材／活用推進人材の育成）の推進：2027年度までに500名育成 ●生・販・技・管の各職務分野におけるDX導入推進		●「生成AIネイティブ500」研修プログラム修了者（生成AI核人材／活用推進人材）人数：累計296名 ●スマートファクトリー推進（埼玉製造所、川越製造所など）、東洋インキ「CXセンター」のエリア水平展開、全社横断知識共有プラットフォーム構築・MI活用推進、RPA／業務クラウド活用推進、生成AIプラットフォーム構築・運用など	
4-5	共創風土 コミュニティ	●パートナーシップ構築と地域コミュニティとの共生を通じて、価値共創を実現する企業風土を醸成する	●行政・企業・研究機関とのパートナーシップ構築（事業共創、共同研究開発など）の推進 ●地域社会とのコミュニケーション推進 ●社会貢献活動（災害等支援、文化・教育支援、環境保全、寄付・寄贈、雇用など）の推進		●Incubation CANVAS TOKYO開設、海外R&D・共創拠点の設置（インド、韓国）など ●スポーツチームとのパートナー契約（SVリーグ：東京グレートベアーズ、地域サッカークラブ：COEDO KAWAGOE F.C） ●リスクコミュニケーションの実施（川越製造所）、地域の環境美化活動や防災活動など催事への参加・協賛	

※2026年5月時点で集計完了している情報を記載。