TOLI Group

INTEGRATED REPORT 2026

東リグループ統合報告書



東リ株式会社

〒664-8610 兵庫県伊丹市東有岡5-125

https://www.toli.co.jp/

Webサイトのご案内

コーポレートサイト
https://www.toli.co.jp/

IR情報サイト
https://www.toli.co.jp/ir/

サステナビリティサイト
https://www.toli.co.jp/sustainability/

FSC ミックス 紙 | 責任ある森林管理を支えています FSC® C022915

UD FONT

VEGETABLE OIL INK

ライフスタイルを
デザインする企業へ



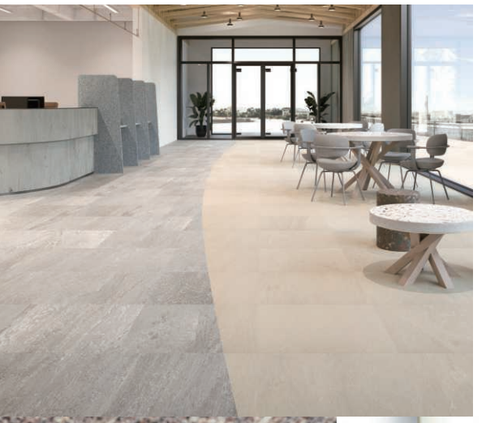


私のSHINKA

培った経験と多彩な発想を
掛け合わせ、新たな可能性を
価値へと変える次世代の
製品開発を追求しています。

技術開発部
（2015年入社）





私のSHINKA

商品に向き合う視点から、
市場の未来を見据える視点へ。
将来の成長につながる
価値創出に挑戦しています。

商品企画部
（2023年入社）





私のSHINKA

利用者視点と専門性を
磨き続け、心地良さや豊かな
体験価値を育む空間づくりを
実践しています。

スペースクリエーション部
（2020年入社）







私のSHINKA

製品提案にとどまらず、
その背景にある想いや
社会的意義を伝え、共感を
広げることを大切にしています。

東日本営業開発部
（2013年入社）



私のSHINKA

グローバルを舞台に
新たな市場との接点を広げ、
東リグループの
次なる成長に向けた一歩を
着実に積み重ねています。

グローバル戦略推進部
（2015年入社）

東リグループ経営理念

私たちは「信頼」を糧として新たな価値を創造し、
世界の人々の心豊かな空間環境づくりに貢献します。

東リグループバリュー

1.「確かな品質と技術」を信頼に繋げる。
2.「お客様目線のモノづくり」で共創の精神を貫く。
3.「グローバルな進化」を目指す。

INDEX

東リグループについて
- 03 東リグループ価値創造の軌跡（沿革）
- 05 東リグループの事業
- 07 トップメッセージ

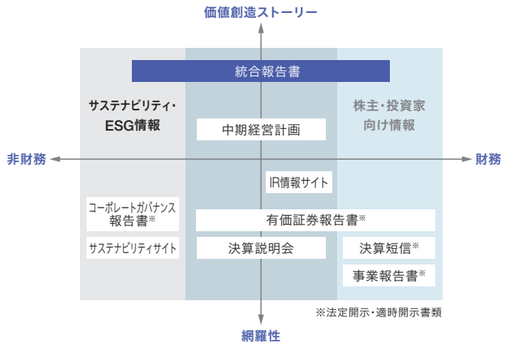
東リグループ価値創造
- 11 東リグループ価値創造プロセス
- 13 東リグループの強みと生み出した価値

東リグループ戦略
- 15 長期ビジョン〈TOLI VISION 2030〉
- 16 中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」
- 17 インテリア事業
- 19 グローバル事業
- 21 建材その他事業
- 22 国内営業戦略
- 23 【特集】東リグループの技術開発とモノづくり
- 25 バリューアップドライバー戦略
- 27 財務戦略
- 29 サステナビリティ経営の推進

ESG
- 30 マテリアリティと主な取り組み実績
- 31 地球環境
- 35 雇用・労働
- 37 【社員クロストーク】人的資本経営の実践
- 41 人権
- 42 事業活動
- 43 品質
- 45 企業統治

DATA
- 49 東リ株式会社 役員一覧
- 51 財務データ
- 53 非財務データ
- 54 会社概要・株式情報

情報開示体系と統合報告書の位置づけ



「東リグループ統合報告書2026」の発刊にあたって

本統合報告書は、当社グループが大切にしている理念やバリューをはじめ、価値創造の源泉から経営戦略に至るまでのストーリーをわかりやすくお伝えし、株主・投資家や顧客、従業員などすべてのステークホルダーの皆様に、事業活動への理解を深めていただくことを目的として発刊しています。

4回目の発刊となる本報告書では、中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」における成長戦略の初年度の成果や今後の見通し、サステナビリティを重視した事業の取り組みについて、財務・非財務の両面から詳しく報告するとともに、モノづくり企業として挑戦を続ける当社グループの思いを紹介しています。

今後も、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを通じて、当社グループの企業価値向上を目指してまいります。

制作委員会一同

東リグループ 価値創造の軌跡（沿革）

当社グループ沿革の詳細は当社ホームページをご覧ください。
「東りの歴史」 https://www.toli.co.jp/company/toli_history.html

1887 起源
「寺西由多加織合名会社」設立

廃棄されていた稲わら繊維を活用した敷物「由多加織（ゆたかおり）」を開発。



1919 創業
「東洋リノリューム株式会社」設立

植物由来の原料から作られる床材「リノリウム」のアジア初の国産化に成功。天然素材でありながら高い耐久性が認められ、戦後に至るまで多くの建造物に用いられた。



1957 ビニル系床材の誕生
「ビニラートタイル」発売

塩化ビニル樹脂を加工した床材の開発・販売を開始。



1963 「マチコV」発売
現在も製造・販売が続く、ロングセラー製品となった。

1967 繊維系床材への挑戦
ニードルパンチカーペット「O.I.C.」発売

1970年に開催された日本万国博覧会において、各国パビリオンにて採用。

1970 コントラクトカーペット「グレース」発売
カーペット事業を本格的に展開していく。

1972 ビニル床シートへの事業拡大
「CFシート」発売

クッションフロア国産化に成功。住宅や店舗の床材として普及し、現在も広く使用される製品となっている。

1977 「フロアリューム」発売
「リノリューム」の製造を終了し、ビニル床シートのスタンダード品として新たに発売。

1979 リサイクル材の使用開始
使用済みの農業用ビニルを再利用する取り組みがスタート。

1982 タイルカーペットというイノベーション
「GA-100」発売

オフィスのOA化に対応し、貼り替えが可能なタイルカーペットの開発に成功。執務空間の利便性が大きく向上した。



1984 トータルインテリアメーカーへ
「東リカーテン」発売

1986 紙壁紙「バザラダン」発売
カーテン・壁紙を商品ラインアップに加え、企業活動を空間全体へと拡大。

1991 TOLIのスタート
「東リ株式会社」に社名変更

2000 サステナビリティ経営に向けて
「東リエコスピリット」発表

東リグループの環境への取り組みを明確化。

2009 環境配慮型商品の充実
「ノンワックスリューム」発売

ワックスメンテナンス不要のビニル床シートの開発に成功。水資源の節約や環境保護に大きく貢献。

2012 「NWシリーズ」としてブランド化
ワックスメンテナンス不要の床材を、ビニル床タイルにも拡張し、シリーズ化。

廃材回収の取り組み開始
「東リ カーテン循環型リサイクルシステム」運用開始

2013 「東リ タイルカーペットリサイクル」運用開始
広域認定制度を利用し、自ら廃材を回収してリサイクルする取り組みを開始。

2019 創業百年

2021 サステナビリティ経営の強化
中・長期「環境負荷低減目標」策定

（リサイクル率・産業廃棄物排出量削減・CO_2排出量削減）

「タイルカーペットリサイクル1号プラント」稼働

2022 「TOLI完全循環型リサイクルシステム」確立
「GA-3600 サスティブバック」発売

使用済みタイルカーペットの回収、再資源化を行い、タイルカーペット裏面のバッキング層の一部として再利用する「サスティブバック®」の開発に成功。このリサイクルは繰り返し可能であり、サーキュラーエコノミー型事業として確立した。

2024 「タイルカーペットリサイクル2号プラント」稼働



2025 環境対応型タイルカーペットバッキング「サスティブバック®」グッドデザイン賞受賞

1887～ リノリウムとの出会い・創業
1957～ ビニル系床材事業への本格展開・総合床材メーカーへの発展
1984～ トータルインテリアメーカーへの挑戦
2019～ SHINKAの時代

❖東リグループ 主な製造拠点・販売会社の歩み

1919
伊丹工場 設立
（リノリウム製造工場 ► 現在はクッションフロア、ビニル床シート、巾木等を製造）

1963
厚木工場 設立
（ビニル床タイル製造工場）

1984
滋賀東リ㈱ 設立
（カーペット製造会社）
広化東リフロア㈱ 設立
（ビニル床シート製造会社）

1986
北海道東リ㈱ 設立
（インテリア製品販売会社）

1987
山天東リ㈱ 設立
（壁装材製造会社）

1995
㈱テクノカメイ 設立
（内装工事会社）

1999
リック㈱ 設立
（インテリア製品販売会社）

2006
㈱キロニー 設立
（インテリア製品販売会社）

2008
岐阜東リ㈱ 設立
（カーペット製造会社）

2014
東璃（上海）貿易有限公司 設立
（中国 販売会社）

2020
江蘇長隆装飾材料科技有限公司への出資
（ビニル床タイル製造会社）
※持分法適用会社

2023
東リインテリアサービス㈱ 設立
（内装工事会社）

2024
TOLI North America Corporation 設立
（北米 販売会社）

東リグループの事業

インテリア事業

P.17

インテリア事業は、日本国内における東リブランド製品の製造販売及び内装工事、各種インテリア資材の仕入販売が主な事業内容です。戸建て住宅・マンション・オフィス・病院・学校・宿泊施設など、さまざまな建築物にインテリア製品・サービスを提供しています。人々の多様なライフスタイルに合う幅広い機能やデザインをもつ製品を企画・開発し、製造から在庫・物流、販売や工事に至るまで、お客様のニーズに寄り添う事業を展開しています。

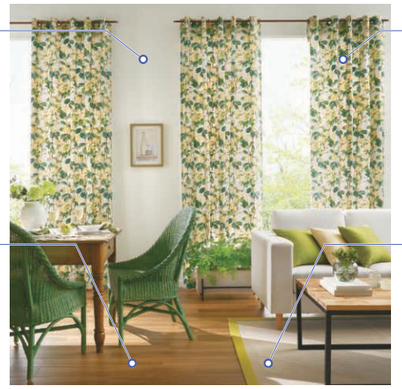
主な製品・サービス

壁装材

壁装材は、豊富なデザインと、防汚・抗菌などの多様な機能により、安心・安全で心地良い空間環境づくりに役立ちます。

ビニル系床材

ビニル系床材ならではの豊富な機能性や意匠性を活かし、多様なライフスタイルを足元から支えています。



ウィンドウトリートメント

東リブランドのオーダーカーテンと、グループ販売会社にて取り扱うカーテンレールやブラインドが、窓回りを華やかに演出します。

内装工事

内装仕上げ材は、その多くが技能士の施工により完成します。専門部署やグループ販売会社がもつ“高品質な施工力”が大きな役割を果たしています。

カーペット

オフィスや宿泊施設など、さまざまな空間に合う製品を展開しています。特にタイルカーペットは、国内トップクラスのシェアを誇ります。

各種インテリア資材の仕入販売

グループ販売会社では東リブランド製品以外の商品も幅広く取り扱い、お客様のニーズに応じたワンストップソリューションを実現しています。

❖東リ製品との身近なタッチポイント





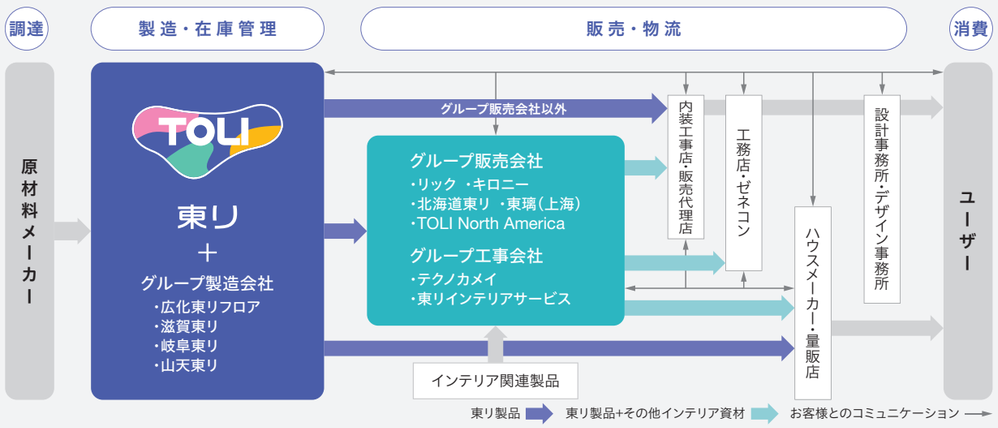




さまざまな空間で東リ製品が活躍しています。詳しくは**納入事例紹介ページ**及び**暮らしの東リ図鑑**をご覧ください。

納入事例紹介　暮らしの東リ図鑑

サプライチェーンとグループ体制



グローバル事業

P.19

グローバル事業は、グローバル市場において東リブランド製品を中心に輸出販売を展開する事業です。中国、北米、ASEANを中心に世界の各地域における販売代理店と、各地域特有の市場ニーズに対応する技術開発力・製造技術を武器に、「JAPAN TOLIブランド」の浸透に取り組んでいます。

グローバル拠点



グローバル戦略商品

由多加(YUTAKA)シリーズ

グローバル事業専用タイルカーペット



各国・各地域でのローカルニーズに対応するグローバル戦略商品を展開しています。

建材その他事業

P.21

建材その他事業では、特殊な使用用途が求められる業際分野や産業資材向け製品の製造販売、またグループ販売会社による建材・住設機器の仕入販売などの事業活動を推進しています。インテリア製品に対する豊富な知見を活かして新分野へ挑戦し、新規技術の獲得、事業領域の拡大と新たな事業の創造に取り組んでいます。

業際分野の主な製品

バスナシリーズ 浴室・浴場向けビニル床シート



ビニル系床材の特性を活かし、冬場の床面の冷たさを軽減する断熱効果があります。リフォームに最適で、ビニル系床材が浴室市場にも進出しています。

NS遮熱ガーデント プールサイド用ビニル床シート



遮熱性・防滑性・抗菌・防カビ性などプールサイドに求められる機能を備え、環境にも配慮したエコマーク認定商品として、2025年10月に発売しました。教育・スポーツ市場にも注力しています。

原材料調達

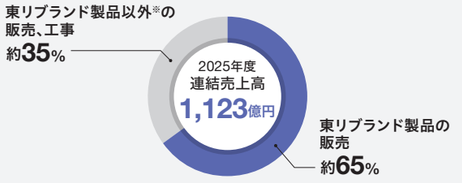
東リ製品の原材料は、塩化ビニル樹脂や可塑剤、ナイロン繊維など多岐にわたり、調達は数多くのサプライヤーと連携しています。また、当社グループは40年以上前から使用済み農業用ビニルのリサイクル等のグリーン調達にも取り組み、リサイクル原材料の使用比率は年々増加傾向にあります。

製造・在庫管理・物流

国内の5つの製造拠点でビニル系床材、カーペット、壁装材をはじめとしたインテリア製品を製造しています。生産計画は東リ株式会社にて一元管理を行い、製品は工場に隣接する物流拠点や、全国各地に拠点を構えるデポ倉庫に在庫しています。事業パートナーと物流体制を整備し、安定供給を実現しています。

販売

当社グループの販売機能は、東リ株式会社とグループ販売会社・工事会社が担っています。多様な業態の顧客に対応するグループ営業体制を構築し、グループ販売会社・工事会社が東リブランド製品とともに、同業他社品も取り扱うことで、インテリア商品のワンストップサービスを提供しています。



※ 東リブランド製品以外…同業他社商品、カーテンレール、ブラインド、住設機器など

トップメッセージ



「SHINKA Plus ONE 2.0」2年目に挑む

代表取締役社長
永嶋　元博
MOTOHIRO NAGASHIMA

“危機感をもって、さらなるSHINKAへ”

2026年3月期は、全世界を巻き込む地政学リスクが高まり続ける中、米国の通商政策や中国経済の低迷などが複雑に絡み合い、引き続き、先行き不透明な事業環境となりました。当社グループの事業と関連性の深い国内建設市場では、建築コストの高騰や人手不足などを背景に新設の建築着工量は住宅・非住宅分野ともに弱含みの状況が続きました。一方、快適な生活空間や職場環境の向上に対するニーズは底堅く、リフォーム・リニューアル市場は比較的堅調に推移しました。そして、人口減少や環境規制の強化、サプライチェーンリスクや自然災害リスクの高まりなど、企業を取り巻く経営環境は大きな転換期を迎えております。

このような状況の下、東リグループは**長期ビジョン〈TOLI VISION 2030〉**の実現に向けた第Ⅱフェーズ、中期経営計画**「SHINKA Plus ONE 2.0」**（2025～2027年度）を推進しています。環境配慮型製品や高付加価値製品の開発・販促活動に加え、製造原価の低減や収益力の強化といった様々な施策に取り組み、2026年3月期は増収増益となりました。

人口減少に伴い、国内インテリア市場が今後大きく伸長する可能性は低いものと予測されます。独創性の高い新たな提案によるリフォーム・リニューアル需要の開拓や環境負荷低減への取り組みなどを通じて、当社グループの**新たな「伸びしろ」**を創出していくことが確かな成長へのポイントとなります。**市場環境の変化に対する感度を研ぎ澄まし、技術開発力や強固な顧客基盤といった東リグループの強みを持続的成長につなげていくことこそ、私どもの最重要課題と認識しております。**

春先以降の中東情勢の緊迫化が世界経済に大きな混乱をもたらしているのは皆様ご承知の通りです。当社グループにおきましても原材料調達環境の急激な悪化が進行していく中で、中期2年目がスタートいたしました。如何なる変化にも怯まず、危機感をもって**さらなるSHINKA（進化・深化・真価）**を目指し、製品安定供給体制の構築と高付加価値製品の開発に取り組んでまいります。

「SHINKA Plus ONE 2.0」初年度の成果 “投資効果を最大限に活かして事業基盤を強化”

SHINKA Plus ONE 2.0
2025~2027

中期初年度（2026年3月期）では、前中計の中で推進してまいりました大型設備投資（広化東リフロア3号ライン、タイルカーペットリサイクルプラント、カーペット用ナイロン紡糸設備）の戦略的成果を発揮する一年となりました。高品質かつ製造原価低減を含む生産能力の増強や環境配慮型製品の拡充、高付加価値製品の開発などが具体的成果として挙げられます。

ビニル床シートの需要増やサプライチェーンリスクの増大に対する製品供給力の強化、独自の技術でデザイン性を高めた防滑性シートの新発売、環境配慮型タイルカーペット「GA-3600 サスティブバック」（全点自社内製糸使用）のラインアップ拡充など、大型設備投資がもたらす様々な投資効果を引き続き最大限に活かしてまいります。

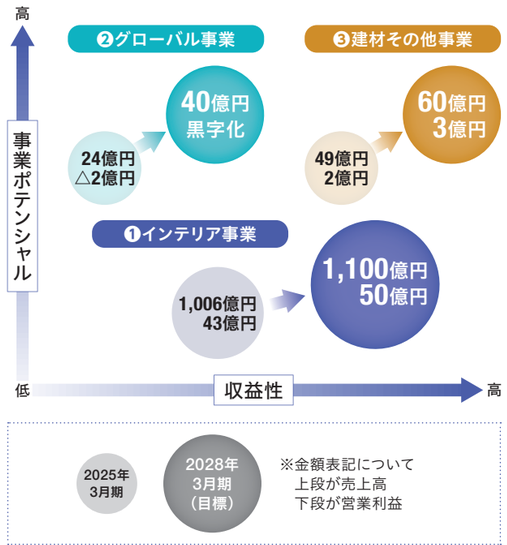
当社グループ・事業セグメントの核となる**「インテリア事業」**では、住宅リフォーム市場向け製品の拡販にも注力しました。Eコマース市場を中心にDIY需要にフィットした「LAYフローリング ピタフィー」が前期に続いて大きく売上を伸ばしたほか、賃貸住宅向けリフォーム用床材「クラシアルタイル」の拡販とともに壁装材売上も伸長しました。

「グローバル事業」は、東リグループにおける重要な“伸びしろチャレンジ領域”となります。2026年3月期は、販売子会社を置く中国・米国での市場環境の低迷により、計画を下回る結果となりました。引き続き、各国・各地域のニーズに応じた製品展開と販促活動に注力し、現地代理店とのパートナーシップを強化してまいります。高品質と優れたデザイン性をベースとする**「JAPAN TOLIブランド」**の浸透を加速し、東リグループの新たな成長基盤を築いてまいります。

「建材その他事業」では、浴室・浴場用ビニル床シート「バスナシリーズ」が堅調に推移したほか、スポーツ分野への取り組みが進展しました。卓球「Tリーグ」とのオフィシャルフロアマットパートナー契約に続き、カーリング練習用シート「スウィバリーシート」を開発するなど、事業領域の拡大が進行中です。既存事業で培った技術やノウハウをもとに業際分野や産業資材向け製品の開発・販売に取り組むことで、新技術の獲得も目指してまいります。また、産学官連携での研究開発活動などを通じ、新たな事業の創造にも挑戦してまいります。

「SHINKA Plus ONE 2.0」の成長戦略は、**インテリア事業における国内市場でのシェア拡大、グローバル事業の加速度的成長**、そして**建材その他事業における事業領域の拡大**が重点ポイントです。事業ポートフォリオ戦略の質的向上が当社グループ成長の鍵となります。

経営目標指標達成に向けたセグメント別目標



“サステナブル社会の構築に資する、信頼の企業グループを目指して”

「SHINKA Plus ONE 2.0」では、3つの事業セグメントの成長を支える経営基盤の強化として**「バリューアップドライバー戦略」**を推進しています。中でも“サステナビリティ経営”の推進は、企業の社会的責任にとどまらず、持続的な成長に向けた重要な経営課題であると認識しております。“真のESG経営実現”に向けた一体的取り組みを推進し、事業活動を通じた社会への貢献を果たしてまいります。

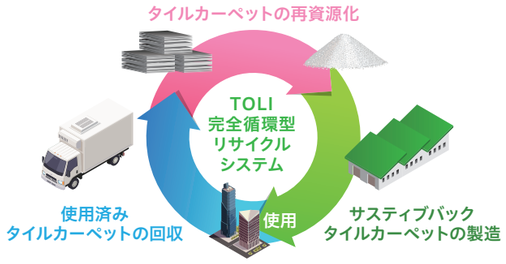
環境面では、気候変動への対応やサーキュラーエコノミー社会の実現に向けた取り組みを推進しています。**〈TOLI VISION 2030〉**では環境負荷低減目標として**リサイクル率・産業廃棄物排出量削減・CO_2排出量削減**を掲げ、各中計単位での期限達成目標を設定しています。

トップメッセージ

「TOLI完全循環型リサイクルシステム」は、当社グループの基幹製品であるタイルカーペットの水平リサイクルを通じた、循環型社会の実現に資する取り組みです。製造工程で発生する端材（**工場内端材**）や使用済みタイルカーペット（**市中廃材**）を**丸ごと再資源化**し、タイルカーペットのバッキング材「**サスティブバック®**」として再製品化することで、環境負荷低減とともに製品付加価値の向上を実現します。その技術的確立と環境への取り組みが評価され、「**サスティブバック®**」は**2025年度グッドデザイン賞を受賞**しました。また、厚木事業所における中間処理設備の増強や、滋賀東リ株式会社での広域認定取得による回収体制の拡充など、リサイクル処理能力向上のための基盤整備もさらに進展しました。

引き続き、より多くのお客様やパートナーの皆様とその理念を共有すべく努めてまいります。

「TOLI完全循環型リサイクルシステム」のビジネスモデル



GOOD DESIGN　**サスティブバック®**
2025年度グッドデザイン賞を受賞

“人的資本投資のさらなる推進”

そして、こうした様々な戦略的取り組みを支える最大の原動力が“人財”であることは言うまでもありません。当社グループでは**健康経営**を重要な経営課題の一つと位置づけ、従業員一人ひとりが心身ともに健康で能力を最大限に発揮できる環境づくりを進めています。また、多様な価値観や働き方を尊重しながら、キャリア形成を支援する制度の充実にも取り組んでおります。男性育児休業取得の推進では、制度利用者や各職場での工夫、体験談などを共有し、“取得しやすい風土づくり”を進めた結果、男性社員の育児休業取得率は100%達成を現在継続中です。また、エンゲージメントサーベイを通じて従業員の声を継続的に収集し、組織課題の把握と職場環境の改善につなげていくことも重要課題と捉えております。職種別・階層別教育や自律的な学びを支援する教育制度の充実に加え、DX、空間デザイン、内装工事分野などを担う専門人材の育成にも注力しています。今後も一人ひとりの挑戦と成長を支えていくことで、**それぞれの「SHINKA」が新たな価値創造につながる組織づくり**を進めてまいります。



“ガバナンス機能の強化”

また、これらの取り組みを着実に推進するためには、実効性の高いガバナンス体制の構築が不可欠です。取締役会において重要テーマに関する議論を深めるとともに、ステークホルダーとの対話を通じて経営の透明性向上に努めてまいります。また、事業活動全体を通じたリスクマネジメントの強化や、コンプライアンスを遵守する組織風土の醸成にも継続して取り組んでまいります。

私が思う最も大切な要素は、「**風通しの良い組織風土**」です。先ずは自らが率先して社員との接点を増やし、コミュニケーションを深めていくことが大切だと認識しております。

“資本効率を高め、企業価値向上につなげる”

上場企業として**“資本市場からの信頼獲得”**は最も重要な経営課題の一つに挙げられます。足元の業績推移やIR活動の強化により、PBR（株価純資産倍率）は改善傾向にありますが、引き続き資本効率を高めるべく、資本コストを意識した経営にも注力してまいります。

事業面では、前中期経営計画で実行した大型設備投資効果を最大限に生み出し、高付加価値製品の拡販やグローバル事業の成長を通じて収益力を高め、資本コストを上回るリターンの創出を目指します。事業単位の収益性や資本効率を継続的に検証しつつ、メリハリの効いた資源配分のあり方にも留意し、事業ポートフォリオ戦略を推進してまいります。

そして、企業価値を高めるべく、**成長投資と株主還元のバランス**にも留意してまいります。当社グループでは、キャピタルアロケーション計画の下、事業成長や研究開発、環境対応に向けた投資を継続するとともに、株主還元方針も明示しております。政策保有株式の縮減や自己株式取得なども含め、資本のさらなる有効活用を進めてまいります。

また、資本コストを意識した経営の実践には、株主・投資家の皆様との建設的な対話が欠かせません。IR活動の一環として、東リグループのモノづくりへのご理解をさらに深めていただくことを目的として、2025年11月に**第1回「株主様向け伊丹本社見学ツアー」**を開催いたしました。

（2026年度も11月26日開催予定。※詳細は当社ホームページをご覧ください。）

今後も、当社グループの成長戦略や資本政策について、わかりやすく丁寧な情報発信に努めるとともに、株主・投資家の皆様との対話を通じていただいたご意見やご期待を経営に反映し、企業価値向上への取り組みを推進してまいります。



第1回「株主様向け伊丹本社見学ツアー」〈東リ インテリア歴史館の見学〉

「IRイベントのお知らせ」はこちら

“さらなるSHINKAへの挑戦”

長期ビジョン〈TOLI VISION 2030〉の実現に向けて、「**進化**」「**深化**」「**真価**」という**3つの“SHINKA”**をキーワードとして掲げております。今般、“さらなる進化への挑戦”・現中計「SHINKA Plus ONE 2.0」の目玉とも言える新たな展開、デジタル印刷独自技術「**TOLIデジタルプリント irodoria**」の発売をニュースリリースいたしました。（9月17日付）「**TOLIデジタルプリント irodoria**」は研究開発に10年以上の歳月を費やした当社独自のデザイン表現技術です。印刷フィルムをベースとした従来製品の常識を覆す革新的な製法により、自由度が高く、大胆な柄リピートで本物ライクなデザインを表現します。また、お客様の様々なニーズに対応したカスタムオーダーで、より魅力的な空間演出を実現します。その第1弾として、ビニル床タイルでの新展開を本年度中にスタートいたします。

東リグループの全従業員がそれぞれの立場で**“SHINKA”**を追求し、その挑戦から生み出される**“Plus ONE”**の積み重ねによって、新たな価値を創造してまいります。東リグループの**“さらなるSHINKA”**にご期待ください。



東リグループ価値創造プロセス

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、その実現に向けた取り組みを進めています。創業以来の長い歴史の中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
- 脱炭素に向けた意識の高まり
- 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

- 原材料価格の高騰
- 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.30

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.29

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 52,188百万円
- 連結自己資本比率 52.0%

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

※約3,900万㎡（東京ドーム約830個分に相当）

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 585百万円

人的資本
- 連結従業員数 1,940人
- 連結公的資格保有数 505件

社会・関係資本
- 販売得意先 約350社
- サプライヤー 約550社

自然資本
- エネルギー使用量 740千GJ
- 水使用量 91.6万㎥
- 環境保全コスト 1,177百万円

事業活動

基礎研究 / 技術開発
デザイン開発 / マーケティング
原材料調達
製造 / 在庫
物流 / 販売
施工
アフターフォロー

TOLI

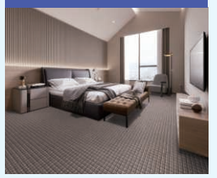
コアコンピタンス
（イノベーションの源泉）

P.13・14

アウトプット

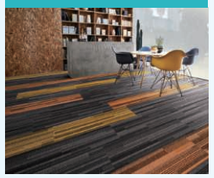
提供商品・サービス

インテリア事業



- ビニル系床材
- カーペット
- ウィンドウトリートメント
- 壁装材 ●内装工事
- 各種インテリア資材の仕入販売

グローバル事業



- 東リブランド製品の輸出販売
- 他社ブランド品の仕入販売

建材その他事業



- 業際分野及び産業資材向け東リブランド製品
- 建材・住設機器等の仕入販売

長期ビジョン／中期経営計画 P.15 / 16

東リグループ経営理念 ／ 東リグループバリュー

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製品
  - ・心安らぐデザイン
  - ・豊かな体験価値

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 112,337百万円
  - ・連結純利益 4,459百万円
  - ・連結ROE 8.9%
  - ・連結配当性向 44.2%
  - ・連結DOE 3.9%

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
  - ・平均勤続年数 17.0年
  - ・離職率 3.1%
  - ・女性管理職比率 11.7%
  - ・男性育休取得率 100%
  - ・エンゲージメントスコア 4.63（5点満点）

（※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 57.3%削減（2019年度比）
  - ・リサイクル率 88.5%
  - ・CO_2排出量
    スコープ1+2 47.0%削減
    スコープ1+2+3 15.0%削減（2020年度比）

東リグループの強みと生み出した価値

バリューチェーン

知的財産権
（特許権・意匠権・商標権）
約800件

研究開発費
585百万円
（2025年度）

環境配慮型製品
約3,600アイテム

日経アーキテクチュア「採用したい建材・設備メーカー」ランキング タイルカーペット部門 2025
第1位
5年連続

グッドデザイン賞 累計受賞数
21件

営業部門からのフィードバック件数
約3,600件/年
（2025年度）

お客様相談室 相談件数
約7,300件/年
（2025年度）

品質向上に向けた社内施工セミナーの開催
24回/年
（2025年度）

アフターフォロー

施工

基礎研究 / 技術開発

デザイン開発 / マーケティング

原材料調達

物流 / 販売

製造 / 在庫

コアコンピタンス

樹脂加工技術
東リグループの進化を支えるコア技術は樹脂加工技術（配合、成形、表面加工、設備設計、試験評価）です。樹脂加工技術を日々磨き上げ、高付加価値商品や環境配慮型商品、独自のリサイクルシステムなどのコア事業の進化に繋げています。

東リグループ総合力
商品開発から製造、在庫、販売、アフターサービスにいたるバリューチェーン全体をグループ会社でカバーし、各グループ会社が持つ技術と英知を結集し競争力を高め、新たな価値の創造に繋げています。

お客様エンゲージメント
お客様との強固な繋がりは東リグループの強みのひとつです。長きにわたる「信頼」の積み重ねにより築いたお客様との高いエンゲージメントは、東リグループの進化の源です。

（イノベーションの源泉）

プロダクトデザイン力
長い歴史で蓄積された開発力とデザインを融合し、魅力的かつ長く愛される製品を生み出すプロダクトデザイン力は、東リグループの強みのひとつです。素材を知り尽くしたインハウスデザイナーと研究開発員によるプロダクトデザインは、東リ独自の表現や高付加価値商品を生み出します。

ブランド力
創業以来積み上げてきた「TOLI品質」に裏付けされたブランド力は東リグループが持つ強みのひとつです。「TOLI品質」は、ビニル系床材やタイルカーペットでの高いマーケットシェアに繋がっています。

安定供給力
東リグループは幅広いサプライヤーとビニル系床材・タイルカーペットの国内トップクラスの生産能力、そしてお客様のニーズに応えるフレキシブルな製造技術により、お客様に安心・安全をお届けしています。

価値創造を支える事業基盤　財務基盤 / 人材基盤

サプライヤー数
約550社

リサイクル材の使用による年間のCO₂排出削減量
49,800t/年
（2025年度）

生産拠点
国内5ヶ所
海外1ヶ所（持分法適用会社）

公的資格保有数
505件
（連結）

販売得意先
約350社
（単体）

営業拠点
国内42ヶ所（単体）
海外7ヶ所

CO₂排出量 スコープ1+2
（2020年度比）
47.0%削減
（2025年度）

リサイクル率
88.5%
（2025年度）

産業廃棄物排出量
（2019年度比）
57.3%削減
（2025年度）

長期ビジョン〈TOLI VISION 2030〉

当社グループは2021年4月、『創業110年目』にあたる2030年のあるべき姿〈TOLI VISION 2030〉～ライフスタイルをデザインする企業へ～を策定し、その実現に向けて事業活動を推進しています。

事業環境が劇的かつ急激に変化する時代において、人々の価値観は多様化し、企業の役割や在り方は大きな転換期を迎えています。

当社グループは、百年の歴史で培った**コアコンピタンス（強み）と、全従業員の個性を融合させて生まれるイノベーション**によって、「モノを造って売る」企業から、新たな価値・サービスの創造を通じて世界の人々に安らぎを提供する企業＝**「ライフスタイルをデザインする企業へ」**と進化することを目指しています。

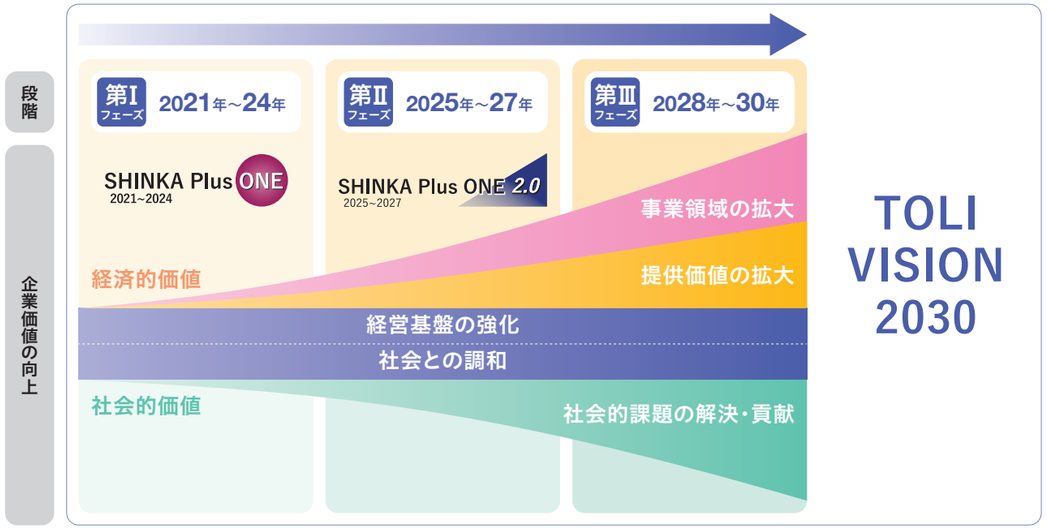


2030年のあるべき姿

収益性目標		環境負荷低減目標	
連結売上高	1,200億円以上	リサイクル率	90%以上
連結営業利益	60億円以上	産業廃棄物排出量（2019年度比）	60%以上削減
効率性目標		CO_2排出量 スコープ1+2（2020年度比）	30%以上削減
ROE	10.0%以上		

〈TOLI VISION 2030〉は、その実現に向けた3つのフェーズからなる中期経営計画で構成しています。各フェーズの成長戦略を着実に実行し、経済的価値と社会的価値の拡大を通じて、グループ一体であるべき姿の実現を加速します。

❖長期ビジョン達成に向けた成長プラン



基本方針 3つのSHINKA

進化	深化	真価
チャレンジングな進化を求め、事業基盤をより強固なものとする	より高度な探求心であらゆる課題を深掘りする	経済的価値と社会的価値の向上をもって企業価値向上を目指す

あるべき姿を実現するための基本施策

1 コアコンピタンス（強み）をベースとした既存事業の強靭化とともに新たな価値を創造する
2 東リグループの総合力をさらに融合し、企業価値の向上（バリューアップ）を図る
3 「ヒトの成長」をイノベーションの実現に繋げる
4 中期経営計画をベースとした着実なステップアップにより最終目標指標に挑む

中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」

2025年4月よりスタートした中期経営計画「**SHINKA Plus ONE 2.0**」は、〈TOLI VISION 2030〉の実現に向けた第Ⅱフェーズ、**"さらなる進化への挑戦"**フェーズと位置づけ、前中期経営計画期間中に実行した大型設備投資効果の最大化を図るとともに、新たな成長戦略を推進しています。

また、事業ポートフォリオ戦略を明確化するため、2025年4月より事業セグメントを見直しました。3事業のあるべき姿を定め、経営資源の最適配分のもと成長戦略を実行するとともに、各事業を支える経営基盤の強化に取り組み、持続的成長を目指しています。

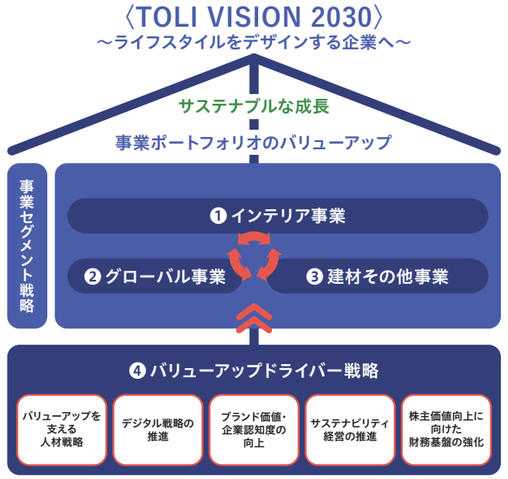
❖「SHINKA Plus ONE 2.0」全体概要

❶インテリア事業 ▸P.17･18
- グループ事業推進力の源泉であり、「SHINKA Plus ONE 2.0」の中心戦略に位置づけ
- 持続的成長に向けた積極的設備投資を引き続き推進
- 内製化戦略による製品安定供給体制の構築、コスト競争力の向上

❷グローバル事業 ▸P.19･20
- 東リグループの伸びしろであるグローバル事業の拡大
- グローバル戦略商品展開・営業拠点の強化による売上拡大

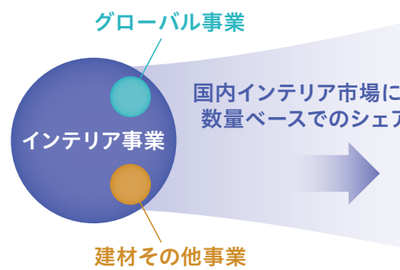
❸建材その他事業 ▸P.21
- 業際分野・産業資材向け製品の開発・拡販
- 技術的アプローチによる新たな市場・新規チャネルの開拓

❹バリューアップドライバー戦略 ▸P.25～29
- バリューアップの加速度的な成長を支える経営基盤の多面的強化
- 人的資本・デジタル・ブランド価値・サステナビリティ・株主価値を切り口とした機能強化



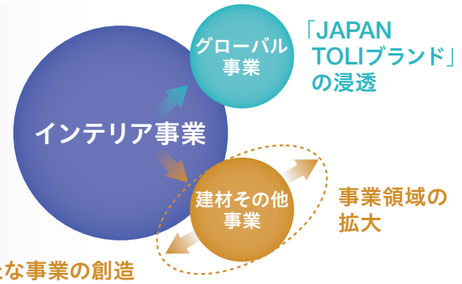
❖事業ポートフォリオのバリューアップ

これまでの事業ポートフォリオのイメージ



国内インテリア市場における数量ベースでのシェア拡大

事業ポートフォリオのあるべき姿



- インテリア事業戦略を基軸とした、その他事業の推進
- 基幹事業の「**インテリア事業**」におけるさらなる成長原資の獲得
- 伸びしろ事業の「**グローバル事業**」、「**建材その他事業**」における事業別戦略の推進

経営目標指標（KPI）

収益性目標	2026年3月期	2028年3月期 目標
連結売上高	1,123億円	1,130億円以上
連結営業利益	51億円	50億円以上
効率性目標	2026年3月期	2028年3月期 目標
ROE	8.9%	8.0%以上

環境負荷低減目標	2026年3月期	2028年3月期 目標
リサイクル率	88.5%	88.5%以上
産業廃棄物排出量（2019年度比）	57.3%削減	58%以上削減

東リグループ戦略

インテリア事業

●売上高｜1,072億円（前年比＋6.5%）●セグメント利益｜51億円（前年比＋17.8%）
2026年3月期

当社グループは、価値創造を支える技術開発力と安定供給力を有し、販売・物流を含めたグループ総合力により国内インテリア市場に貢献しています。インテリア事業は、これらの強みを基盤としたグループ成長の中核を担う基幹事業です。「SHINKA Plus ONE 2.0」では、持続的成長を支える積極的な設備投資を推進し、独自製品の開発や安定供給体制の強化、コスト競争力の向上、グループ販売力の強化に取り組んでいます。また、経済的価値拡大とともに、リサイクル活動などを通じた社会的価値拡大の両立を目指しています。

事業内容	機会・リスク	強み
●東リブランド製品の製造販売 ●各種インテリア資材の仕入販売 ●内装工事　　等	●国内新設着工量の減少 ●サプライチェーンの不安定化 ●建設技能者の減少 ●循環型経済の進展	●開発、製造、販売、物流にいたる東リグループ総合力 ●「信頼」の積み重ねによる高い顧客エンゲージメント

事業課題

- 原材料調達環境の変化への対応
- 減価償却費増加を踏まえた収益性の改善
- 設備投資効果の最大化
- 新たな成長分野への投資拡大

取り組みテーマ

- 高付加価値製品の開発・拡販
- カーペット用ナイロン紡糸設備4号機の本格稼働
- 「TOLI完全循環型リサイクルシステム」の運用拡大
- タイルカーペット国内市場シェア向上
- 壁装材シェアの飛躍的拡大

2026年3月期は、当社グループの独自技術による高付加価値製品の開発・販促活動を推進するとともに、グループ内の生産・出荷体制を強化しました。国内シェアの拡大と収益性の向上により成長原資を獲得し、新たな成長分野への投資につなげる戦略を展開しています。

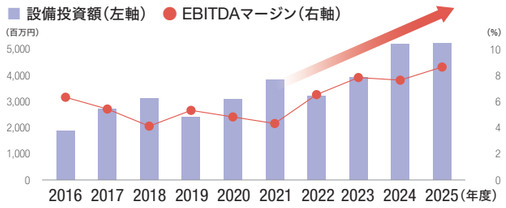
Ⓐ持続的成長への投資

当社グループは、前中期経営計画期間中の3大設備投資案件をはじめ、持続的成長に向けた投資を推進しています。付帯設備の整備を進めるとともに、「SHINKA Plus ONE 2.0」では、生産・販売数量の拡大と生産効率の向上により、投資効果の早期最大化を目指しています。さらに、新たな事業領域や技術開発への投資を推進し、将来の成長基盤の強化に取り組んでまいります。

❖3大設備投資案件の進捗

	投資目的	2026年3月期実績	次期テーマ
広化東リフロア 3号ライン 〈新しいビニル床シート工場〉	●製造原価低減 ●独自製品開発	●大幅な生産効率の向上、ビニル床シート増産体制を牽引 ●独自技術を活用したプールサイド用シート「NS遮熱ガーデント」発売	品質の向上と収益率の改善
タイルカーペットリサイクルプラント 〈「TOLI完全循環型リサイクルシステム」の心臓部〉	●産業廃棄物排出量削減 ●製造原価低減	工場内端材・市中廃材等の再資源化処理量 約3,660t	処理量の拡大とさらなるコスト低減
カーペット用ナイロン紡糸設備 〈川上技術の内製化〉	●安定供給 ●独自製品開発 ●製造原価低減	自社内製糸使用の「GA-3600 サスティブバック」アイテム数拡大	新設ライン（4号機）の本格稼働（生産能力強化）

積極的な設備投資の推進により、設備投資額及び減価償却費は増加傾向にありますが、設備投資効果を着実に積み重ね、EBITDAマージンは上昇基調を維持しています。



Ⓑリサイクル活動の拡大

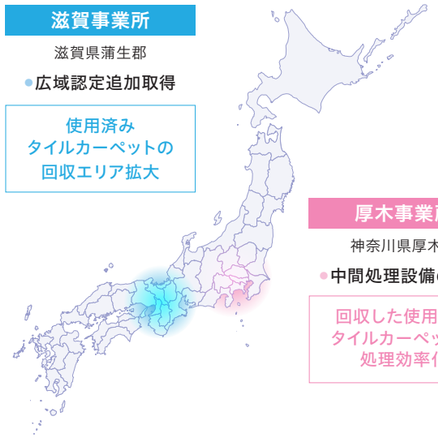
当社グループは、リサイクル活動を事業戦略の重要テーマと位置づけています。リサイクル活動は、産業廃棄物削減などの環境負荷低減に加え、独自製品による市場競争力向上や製造原価低減を通じて、収益性向上にも寄与しています。

独自技術により構築した「TOLI完全循環型リサイクルシステム」のもと、タイルカーペットの水平リサイクルを展開しています。使用済みタイルカーペットの回収から再資源化、再製品化までをグループ内で一貫して行っています。2026年3月期は中間処理設備の増強や、西日本への回収エリア拡大に取り組みました。回収量・処理量の拡大を通じて、産業廃棄物削減とコスト低減の両立を図っています。また、ビニル系床材の原材料として使用済み農業用ビニルを再利用していますが、農業人口の高齢化や素材の変化により調達量は減少傾向にあります。このため、代替となる新たなリサイクル材の研究も進めています。

❖使用済みタイルカーペット回収量増大に向けた取り組み

滋賀事業所
滋賀県蒲生郡
●広域認定追加取得

使用済みタイルカーペットの回収エリア拡大



厚木事業所
神奈川県厚木市
●中間処理設備の増強

回収した使用済みタイルカーペットの処理効率化

年度	2023	2024	2025
再資源化処理量 ※工場廃材を含む	約2,500t	約4,180t	約3,660t

東リ環境対応タイルカーペットバッキング
Sustive Back
「サスティブバック®」

「TOLI完全循環型リサイクルシステム」環境対応型タイルカーペットバッキング「サスティブバック®」の詳細はこちら

Ⓒさらなる内製化への挑戦

当社グループは、サプライチェーンの不安定化を背景に、安定供給体制の構築及び製造原価の低減を目的として、一部の川上工程の内製化に取り組んでいます。カーペット用ナイロン紡糸設備については、外部調達とのバランスを検討しながら開発を進め、これまでに3機が稼働しています。2026年3月期は、1～3号機よりも生産能力の高い4号機を導入し、2026年度より本格稼働しています。

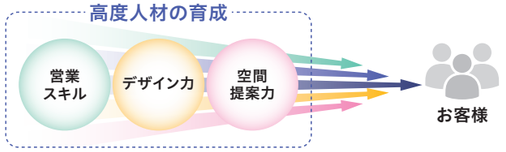
生産・販売数量の拡大を通じてコスト低減を図るとともに、カーペット製造メーカーとしての視点を活かした独自の意匠表現にも取り組んでいます。

そして、新たな成長分野として、デジタル印刷独自技術の確立に向けた研究開発投資を進めています。

Ⓓプロモーションの進化

インテリア事業では、設備投資を中心とした製品力の強化とともに、営業活動・スペースクリエーション・プロダクトデザインの3つの機能が一体となったプロモーションの進化に取り組んでいます。スペースクリエーションでは、東リブランド品に加え、グループで取り扱う製品まで対象を広げた提案の実現により、空間提案力の飛躍的な向上を図っています。また、製品分野間のシナジーを高めながら、デジタル技術を活用した新たなプロダクトデザイン開発を推進することで、「JAPAN TOLIデザイン」の価値をさらに高め、新たな価値創造の源泉としていきます。これら3つの機能が、有機的に関わり合うことでインテリア事業の成長を加速し、シェア拡大を牽引する力となります。お客様一人ひとりのニーズに応じた提案力の向上と、新たな顧客接点の創出を通じて、持続的な競争優位性の確立につなげていきます。

●国内営業戦略 P.22▸



東リグループ戦略

グローバル事業

●売上高 | 23億円（前年比△5.8%） ●セグメント利益 | △2億円（前年同期 △2億円）
2026年3月期

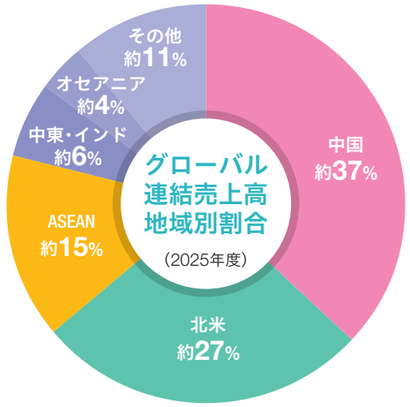
グローバル事業は、東リブランド製品のグローバル展開を通じて、当社グループの中長期的成長を支える“伸びしろ”となる事業です。当社グループの持続的成長に向けては、グローバル事業における質的・量的拡大が不可欠であり、各国・地域別戦略の推進と、高品質・高機能・高意匠製品を軸とした競争優位性の確立によるビジネスモデルの構築を目指しています。

事業内容	機会・リスク	強み
●東リブランド製品の販売 ●グローバル戦略商品の開発・販売 ●他社ブランド品の仕入・販売	●安心・安全な日本品質への信頼 ●サステナビリティニーズの多様化 ●地政学リスクの高まり	●各国のニーズに対応する技術開発力と製造技術力 ●各地域の販売代理店網

事業課題
- 事業規模・ブランド認知の向上
- 各国・地域の環境規制・認証対応
- デザイン・機能ニーズへの対応
- 現地在庫・物流体制の強化
- 輸出業務体制の整備

取り組みテーマ
- 地域ニーズへの対応力とグローバル戦略商品の開発力強化
- 設計者・デザイナーへのブランド認知向上によるスペックイン（設計採用）拡大
- 量的拡大に向けた営業体制の構築
- 販売代理店ネットワークのさらなる充実

2026年3月期は、中国市場において「ファブリックフロア」や「バスナシリーズ」などBtoC向け製品の販路開拓が進展しました。今後は、既存事業の拡大を図るとともに、これらの成功事例を各国・地域へと展開し、住宅市場や一般消費者向け市場など、新たな需要領域の開拓を推進してまいります。



グローバル事業の成長に向けた戦略

各国・地域のニーズに合った製品開発
［製品戦略］

「JAPAN TOLIブランド」の認知拡大
［プロモーション戦略］

スペックインの強化と販売代理店網・現地在庫拠点の整備
［エリア別販売戦略］

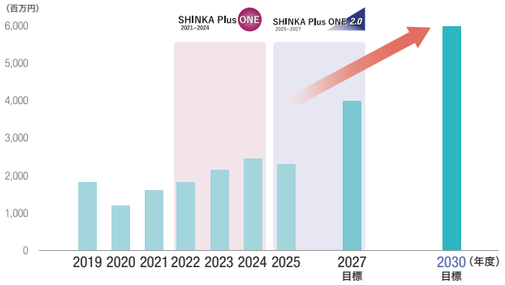
↓

収益性の高い事業の拡大

↓

収益基盤強化に向けた再投資

■ グローバル売上高



2027年度 目標売上高	2030年度 目標売上高
40億円	60億円

グローバルブランド企業への進化

❶ 製品戦略

各国・地域において、市場参入にはそれぞれの規格・認証制度への適合が求められるほか、文化や生活様式の違いにより、デザインや性能に対するニーズも多様化しています。当社は、各地域における規格・認証への対応を計画的に進めるとともに、固有のニーズに対応する開発力・技術力を活かし、グローバル戦略商品の開発と、地域特性に応じた製品提案を推進しています。高品質・高機能・高意匠を兼ね備えた製品を通じて、グローバル市場での競争力の強化を図ってまいります。

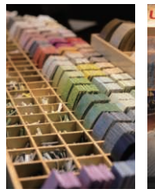


単層ビニル床シート「HITOE」を戦略商品として、北米向けに上市

❷ プロモーション戦略

エンボス加工や面取り、防汚性能など、製品の細部（ディテール）にまでこだわった品質・機能・デザインは、当社製品の大きな差別化要因です。展示会、販促ツール、SNSなどを通じて、海外の設計者・デザイナー・施設オーナーに対し、TOLIならではのブランド価値を発信しています。

また、製品そのものだけではなく、日本ならではの美意識や空間づくりの思想を体感できる展示演出を取り入れることで、設計段階での採用（スペックイン）につながるブランド認知の向上を図っています。今後も、各国・地域の代理店と連携しながら、日本の伝統的な意匠や表現の魅力を積極的に発信してまいります。

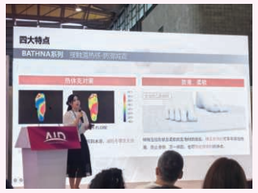



タイで開催された展示会 architect'26に現地代理店を通じて参画

❸ エリア別販売戦略

中国 ～市場変化に対応したBtoB・BtoC需要の開拓～

東璃（上海）貿易有限公司を中心に、きめ細かな営業活動とアフターフォローにより、中国市場での事業基盤強化を進めています。不動産市況低迷による市場環境の変化に対応し、医療・福祉分野など専門市場への提案活動を強化するとともに、BtoC製品の販路開拓にも注力しています。双方の市場開拓を進め、中国市場における持続的な成長を目指します。



China Aid（中国国際福祉機器展）

北米 ～高付加価値市場でのスペックイン強化～

2024年7月に営業を開始したTOLI North America Corporationを中心に、東部・中部に加え、西部エリアでの販路拡大を推進しています。特に、強みを発揮できる医療・教育施設分野を重点市場と位置づけ、設計事務所・デザイナーとの関係強化によるスペックイン活動に注力しています。また、耐久性が高く、独自の意匠表現をもつHITOEなどの現地在庫商品を拡充し、高付加価値市場での販売拡大を推進しています。今後は、西部エリアでの販売拡大にあわせて現地在庫拠点を整備し、納期対応力と顧客サービスの向上を図ります。



FUSE Expo
～サンディエゴでの展示会に出展～

ASEAN ～市場特性に応じた販売網の最適化～

シンガポール Branch Officeを中核拠点として、各国の市場特性に応じた販売体制の構築を進めています。ASEAN市場では、国ごとに市場規模や流通構造、求められる製品・価格帯が大きく異なることから、市場環境や代理店特性に応じた最適な販売戦略を展開しています。今後は、新規代理店の開拓と既存代理店との協働を一層強化するとともに、現地市場に即した商品提案や営業活動を推進し、持続的な販売拡大と市場シェアの向上を目指します。

～国ごとに異なる代理店施策を展開～



ASEAN諸国代理店数マップ

その他のエリア ～代理店との協働によるローカル戦略推進～

各国・地域の市場環境や代理店の強みを踏まえ、地域ごとの販売戦略を実行しています。例えばオーストラリア市場では、現地代理店と連携し、Webサイトやブランドロゴの刷新によるブランド認知向上を進めるとともに、メルボルン拠点における在庫構成の最適化を推進しています。今後も各地域のパートナーとの協働を通じて、ローカルニーズに即した営業・マーケティング活動を展開してまいります。

東リグループ戦略

建材その他事業

●売上高 | 49億円（前年比+1.8%） ●セグメント利益 | 2億円（前年比△0.1%）
2026年3月期

建材その他事業では、当社グループの持続的成長のため、事業領域の拡大や新たな事業の創造に向けた取り組みを推進しています。特殊な使用用途が求められる業際分野や、顧客特有のニーズに応える産業資材向け製品の研究開発を通じて、事業領域の拡大を図るとともに他製品への応用が可能な新規技術の獲得を進めています。そして、当社グループにとって床材・カーペット・カーテン・壁装材に次ぐ“第5事業”の創造は、重要課題の一つです。本事業の着実な成長により、事業ポートフォリオの充実を図ります。

事業内容

- 業際分野・産業資材向け製品の製造販売
- 建材・住設機器等の仕入販売
- 床材・カーペット・カーテン・壁装材に次ぐ、第5事業の創造

機会・リスク

- 顧客特有のニーズの実現
- 新分野への挑戦による技術獲得
- 持続的成長に向けた事業領域の拡大・新たな事業の創造

強み

- 内装材（特に床面）への豊富な知見
- 顧客ニーズを具現化する技術開発力
- グループ販売会社によるインテリア商材のワンストップサービス

事業課題

- 特定市場におけるニーズの把握とチャネル開拓
- 浴室向け床材「バスナシリーズ」に続く、収益の柱の育成
- グループ販売会社での建材・住設機器の販売拡大
- 第5事業の早期の実現

取り組みテーマ

- 新たな業際分野の発見や産業資材向け製品の開発に向けたアイデア創出
- さらなるスポーツ市場の発掘と研究
- 事業パートナーや産学官との連携を通じた研究開発

2026年3月期は、浴室向け床材「バスナシリーズ」の伸長に加え、業際分野ではスポーツ市場での取り組みが進展しました。卓球リーグ「Tリーグ」とオフィシャルフロアマットパートナー契約を締結し、卓球用フロアマット「コネクトマットT」が2025-2027年の3シーズンにわたり男子・女子の公式戦で採用されています。特殊吸着フォームにより施工・撤去が容易で、競技運営者の負担軽減と魅力的な競技空間の創出に貢献しています。また、練習環境が限られるカーリング競技向けに「スウィバリーシート」を開発・発売しました。アイデアと技術開発力を活かし、事業領域の拡大と新たな事業の創造を進めています。

TOPICS 新たなスポーツ市場向け床材の開発



価値創造例 **カーリング練習用シート「スウィバリーシート」**

当社グループでは、長年培ってきた「滑りにくい床材づくり」という常識を逆転させ、「滑る床」という新たな価値の創出に取り組み、カーリング練習用シート「**スウィバリーシート**」を開発しました。近年、ビニル系床材において機能・品質面での差別化が難しくなる中、「滑る機能」の活用可能性に着目し市場調査を実施した結果、カーリング競技においては施設の不足や転倒リスクといった課題を背景に、「陸上で氷上環境を再現したい」というニーズが顕在化していることを確認しました。これを受け、当社は特殊配合樹脂を用いた低摩擦技術により、小さな力でも物体がスムーズに動く「高摩動技術」を確立しました。本技術を応用したスウィバリーシートでは、氷上特有のペブル（微細な凹凸）やブラシ操作時の抵抗感を再現し、実際の競技に近い使用感を実現しています。

この独自技術は、事業パートナーである公益社団法人日本カーリング協会と連携し、ビギナーからトップ選手まで幅広い検証を重ね、感覚面における品質向上にも取り組んだ成果です。本製品は、安全かつ場所にとらわれない練習環境の実現を通じて、競技者の裾野拡大やスポーツの活性化にも貢献しています。今後も当社は、「高摩動技術」を活かした用途展開を進め、床材の新たな価値創出に取り組んでまいります。

事業パートナーの声 **公益社団法人日本カーリング協会**

「スウィバリーシート」は、選手のトレーニングをはじめ、本会主催を含む全国各地のカーリング普及イベントで活用されています。選手の意見を汲みながら開発いただいたこともあり、場所を選ばずトレーニングができる点が高く評価され、選手からも好評です。





東リグループ戦略

国内営業戦略

市場環境や顧客ニーズが地域ごとに多様化する中、当社グループは「エリア戦略」と「人材」を国内営業戦略の両輪として位置づけています。各エリアの主体性を活かした営業活動の推進と、人材の成長・活躍を支える組織づくりを通じて、お客様への提供価値を高め、持続的な成長の実現を目指しています。

目指すべき姿

全国各地で「地域」と「人」に根差した営業活動を通じて
企業としての社会的責任を果たしながら、持続的な成長を実現する
販売数量ベースでのシェアアップ

戦略テーマ

エリア戦略	営業人材戦略
各地域・市場のお客様ニーズに即した営業戦略の推進	お客様への親切と丁寧さを極め、対応の高みへの挑戦

取り組み施策

エリア戦略	営業人材戦略
各エリアの部門長を中心としたエリア戦略推進体制の構築	対面営業活動の質的・量的拡大
安定かつタイムリーな製品供給を支える物流ネットワークの最適化	デジタルプロモーションによる営業活動量の増大
「TOLI完全循環型リサイクルシステム」の高度化と「サスティブバック」シリーズの拡販	グループ内装工事体制の整備
	お客様ニーズの分析力向上

製品別取り組みテーマ

- 高付加価値製品の拡販による床材・カーペットのシェア拡大
- 独自製品による新市場の開拓
  - ・住宅向け簡単リフォーム用床材「**クラシアルタイル**」 ・屋内スポーツ施設向け床材「**アリーナフィット**」
  - ・セルフリフォーム吸着床タイル「**LAYフローリング ピタフィー**」など
- スペックと販売チャネルの強化による壁装材売上の飛躍的伸長

TOPICS 独自製品による新市場の開拓

クラシアルタイル | 賃貸住宅市場への拡販

賃貸住宅の入退去工事におけるお客様ニーズに応える製品として、既存床の上から施工できる床材「**クラシアルタイル**」を2024年12月に発売しました。独自の材質により木質フローリングに遜色ない仕上がりを実現し、優れたコストパフォーマンスを備えています。こうした製品価値の認知拡大と市場定着に向け、賃貸住宅関連イベントへの出展や工事会社様向け施工動画の公開など、さまざまなプロモーション施策を展開しています。

また、賃貸住宅市場に精通したハウジング営業部が中心となり、地域特性に応じた商品説明や施工講習会を現地営業員と連携して実施するなど、営業部門が一体となって「**クラシアルタイル**」の販売拡大を推進しています。その結果、販売数量は着実に伸長しています。



工事会社様向け施工動画を配信

アリーナフィット | 体育館施設市場への拡販

体育館施設では、既存フローリングの老朽化を背景に、安全性や快適性に優れた床材への需要が高まっており、近年はビニル床シートが注目されています。当社は、衝撃吸収性、ボール反発性、防滑性を兼ね備えた屋内スポーツ施設向け床材「**アリーナフィット**」の提案活動を強化しました。スポーツ市場への知見を有する特販営業部が社内説明会を開催し、体育館施設特有の施工方法や商流、お客様ニーズを各エリアの営業員と共有することで、提案力の向上を図りました。

学校体育館の避難所機能向上に向けた取り組みが進む中、一般社団法人文教施設協会の調査研究『避難所となる学校体育館等の空調整備・断熱性等について』において、「**アリーナフィット**」が断熱性向上に寄与する床材として紹介されています。



特集 東リグループの技術開発とモノづくり

価値創造の源泉 ― 技術開発が支える、現在と未来 ―

東リグループが持続的に価値を創造し続ける背景には、市場や施工現場で顕在化する課題を、自社の技術と知見によって解決し、製品として社会へ届けてきた技術開発とモノづくりの体制があります。

当社グループは、製品開発から製造、販売、アフターサービスまでをグループ一体で担う体制により、市場ニーズの変化を迅速に取り込み、顧客価値と社会価値の両立につながる価値創造を推進しています。

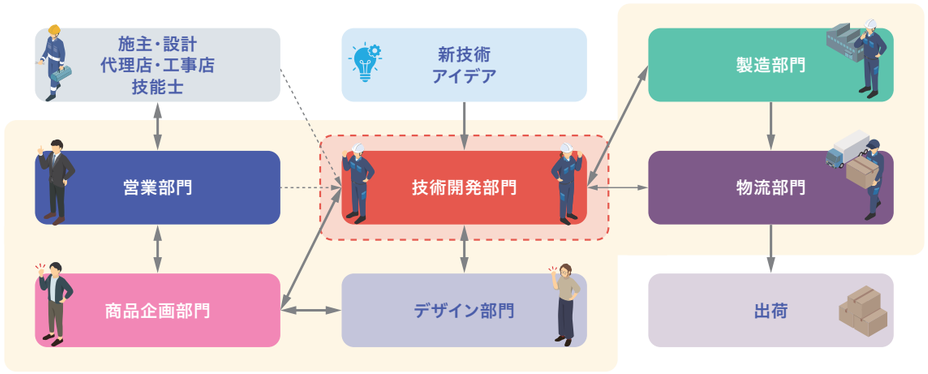
技術開発の重点テーマ

- **既存事業** 高付加価値化・品質向上による収益基盤の強化
- **新市場** 用途拡張・サービス化による成長領域の創出
- **新規事業** 新技術による第5事業への展開

当社グループでは、技術開発・モノづくりの体制を、事業ポートフォリオの成長を支える**価値創造の源泉**として位置づけています。

❖競争優位性を生み出す体制と役割

当社グループでは、技術開発機能を中核として、お客様や社会が求める価値の創出から、技術による課題解決、製品化までを一貫して担うモノづくりの体制を構築しています。



お客様のニーズや施工現場で生じる課題を営業部門が収集し、商品企画部門で整理・分析した上で、技術開発部門が研究開発を通じて解決策を創出します。そして、製造部門と連携しながら製品として具現化し、社会へ新たな製品・サービスとして提供しています。このように、各部門が連携して価値創造を実現する一体型のプロセスは、東リグループの競争力を支える強みとなっています。

価値創造を支える技術開発・モノづくりの役割

❶ 市場変化への柔軟な対応
❷ 品質・施工性・環境性能の両立
❸ 安定供給と新技術獲得

価格競争に依存しない持続的な競争優位性を確立

❖4つの機能が支える価値創造

当社グループの技術開発・モノづくりの体制では、「**製品開発**」、「**研究開発**」、「**知財管理**」、「**製造・供給**」という4つの機能が相互に連携しながら、社会や市場に新たな価値を提供しています。

① 〈現在を支える〉製品開発	② 〈未来を創る〉研究開発	③ 〈競争力を守る〉知財管理	④ 〈価値を実装する〉製造・供給
床材・カーペット 壁装材 等	要素技術 新規技術	技術保護・活用	製品化 安定供給

❶ 製品の開発・改廃・性能向上に取り組み、市場ニーズに応える製品力の強化と品質の維持・向上を担っています。
❷ 既存技術の応用に加え、産学官の技術パートナーとの連携を通じて新技術の獲得を図るとともに、次世代製品や第5事業につながる技術基盤の構築を推進しています。
❸ 技術や品質に関する知的財産の保護・活用を通じて競争優位性を維持・強化し、価格競争に依存しない事業構造の確立に貢献しています。
❹ ニーズに合致した製品を安定的につくる技術を有するとともに、環境負荷や製造原価の低減を推進し、当社グループの事業活動を支えています。

❖持続的成長を支える基盤

当社グループでは、持続的な成長に向けて、**研究開発への継続投資**、**知的財産としての技術蓄積**、**技術人材の育成**を一体的に推進し、技術開発・モノづくりを支える基盤の強化に取り組んでいます。

特に技術開発・モノづくりを担う人材には、各部門と緊密に連携しながら仮説と検証を繰り返し、技術を社会や市場が求める価値へと結び付けていく力が求められます。当社グループでは、技術者が経歴や年齢に関わらずさまざまなプロジェクトに参画する機会を設けることで、中長期的な成長を支える人材の育成を推進しています。

継続投資 研究開発 ＋ **技術蓄積** 知的財産 ＋ **人材** 育成と強化

競争力の源泉

年度		2021	2022	2023	2024	2025
研究開発費	（百万円）	666	692	788	599	585
特許保有件数	（件）	120	125	136	147	149

東リグループの技術開発・モノづくりの体制は、単なる研究開発の枠にとどまるものではありません。それは、**現在の事業を支え、未来の成長を生み出す原動力**です。4つの機能の連携をさらに強化しながら、技術を価値へと転換し社会に提供することで、持続的な成長と中長期的な企業価値向上につなげてまいります。

技術開発部長メッセージ 技術開発とモノづくり

当社グループの技術開発部門には、二つの大きな使命があります。

一つ目は、インテリア4事業における「商品・サービスの価値向上」です。常に付加価値の創出を意識し、お客様の期待を超える製品開発を推進するとともに、競争力のあるモノづくりを通じて、差別化を図ってまいります。

二つ目は、第5の事業基盤の構築です。既存事業の枠を越え、業際領域にも積極的に目を向けながら、新たな製品開発や技術シーズの獲得に取り組み、将来の成長を支える新たな事業機会の創出を目指してまいります。

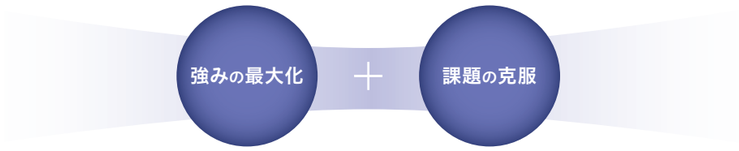
取締役 執行役員　技術開発部長　竹川　政克

東リグループ戦略

バリューアップドライバー戦略

「SHINKA Plus ONE 2.0」では、事業ポートフォリオの着実な成長に向け、人材戦略・デジタル戦略・ブランド価値向上・サステナビリティ経営・財務基盤の5つを軸に、経営基盤の強化を推進しています。これらの取り組みは、当社グループの中長期的な価値創造の源泉となります。

バリューアップドライバー戦略の方向性



バリューアップを支える人材戦略

当社では、中長期的な企業価値の向上に向け、人的資本を価値創造の基盤と位置づけています。事業環境の変化に柔軟に対応し、持続的な成長を実現するためには、社員一人ひとりの能力発揮と自律的な成長が不可欠であると考えています。その実現に向けて、「事業戦略に沿った人材の確保」「自律的な学びの促進」「専門性強化に向けたリスキリング」を柱とした人的資本強化に取り組み、組織全体の競争力向上を図っています。

❖あるべき姿への人材戦略アプローチ



❖事業戦略に沿った人材の確保

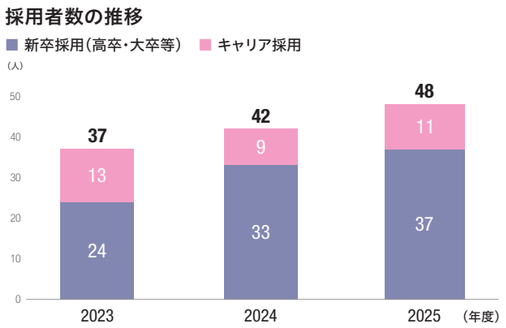
成長戦略の実現に向けて、必要な人材の育成・採用に取り組んでいます。

将来の中核人材の計画的な育成を推進するとともに、キャリア採用の拡充により、専門性・実務経験を備えた即戦力人材の確保を強化しています。

また、事業環境や技術の進展を踏まえ、求める人材像や必要資格を明確化し、職種・領域ごとの採用戦略に反映しています。加えて、採用活動で培ったノウハウや知見をグループ会社とも共有し、グループ全体の人材確保力向上に努めています。

これらの取り組みにより、採用基盤の拡充を進め、各事業セグメントの成長を支える人材の確保につなげています。

採用者数の推移

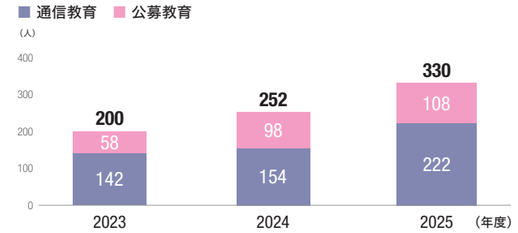


❖自律的な学びの促進

社員の持続的な成長の実現に向け、自律的な学びの定着を重視しています。公募教育や通信教育制度を通じて主体的な学習機会を提供するとともに、評価制度との連動により学びへの動機づけを強化しています。

また、近年ではデジタル技術の活用や業務効率化・品質向上に関する学習ニーズの高まりに対応した教育機会の充実を図っています。こうした取り組みにより受講者数は増加しており、自ら学び、成長しようとする意識の醸成につながっています。

受講者数の推移



❖リスキリングの推進

事業環境の変化や顧客ニーズの多様化・高度化に対応するため、リスキリングを通じた専門性の強化に取り組んでいます。特に、空間デザイン力の向上やグループ内装工事体制の強化に向けた人材育成を重点領域と位置づけ、実践的なスキル習得を支援しています。その成果として、2025年度にはインテリアコーディネーター、1級建築施工管理技士取得者を輩出するなど、専門人材の着実な育成につながっています。今後も、事業戦略と連動した人材育成を通じて人的資本の質的向上を図り、当社ならではの空間価値の提供力強化と持続的な価値創造の実現につなげていきます。

ブランド価値・企業認知度の向上

当社グループはこれまでの事業活動を通じ、国内建設市場において一定の知名度を有している一方、若年層を中心とした一般消費者や海外のステークホルダーへの認知拡大が課題であると認識しています。「SHINKA Plus ONE 2.0」では、経営基盤強化の重要テーマの一つとしてブランド価値・企業認知度の向上を掲げ、SNSを活用した情報発信の強化などに取り組んでいます。当社製品の魅力や独自技術の価値を広く発信し、より多くの方々との接点を創出することでブランド価値の向上を図り、持続的な企業価値向上につなげてまいります。

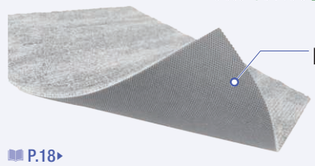
TOPICS 国内外の受賞が示す東リの技術力とブランド価値

東リグループの環境配慮型技術と持続可能なモノづくりへの取り組みが、国内外で高い評価を獲得しています。

環境対応タイルカーペットバッキング「サスティブバック®」は、2025年度グッドデザイン賞を受賞したほか、「PVC Award 2025」において準大賞を受賞しました。

独自のリサイクル技術により、使用済みタイルカーペットをパイル層とバッキング層に分離することなくほぼ100%再資源化できる資源循環モデルが評価されたものです。また、回収から再生までを一貫して行うリサイクルシステムと処理体制を構築し、循環型社会の実現に貢献している点も、高く評価されました。

GOOD DESIGN
東リ環境対応タイルカーペットバッキング
Sustive Back
「サスティブバック」



P.18▸

「96%バイオマスタイル」は、欧州最大級の塩ビメーカーが主催する国際的な表彰制度「Inovyn Awards 2025」の「Reaching Net Zero」部門で銀賞を受賞しました。高いバイオマス比率の実現や環境負荷低減への取り組みが国際的に評価されたものです。これらの受賞は、東リの技術力と環境価値が世界水準で評価された証であり、企業ブランド価値の向上とグローバル市場における信頼獲得を力強く後押ししています。



東リグループ戦略

財務戦略

成長投資と株主還元を推進し、企業価値向上を実現します。



常務執行役員　管理本部長
荒木　陽三

中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」(2025～2027年度)の財務戦略と進捗

「SHINKA Plus ONE 2.0」では、「株主価値向上に向けた財務基盤の強化」をバリューアップドライバー戦略の一つに掲げています。キャピタルアロケーション計画に基づく成長投資と株主還元を実行し、持続的な成長と資本効率の向上を通じて企業価値の向上を目指してまいります。

キャピタルアロケーション計画の進捗(3ヶ年計画及び進捗)※

キャッシュイン	キャッシュアウト	2026年3月期の主な投資・還元
営業キャッシュフロー 約175～210億円 2026年3月期 実績 91億円	成長及び環境貢献への投資 約70～90億円 2026年3月期 実績 25億円	●カーペット用ナイロン紡糸設備の拡充 ●新規技術確立に向けた新ラインへの投資 等 ●インテリア事業 P.17 / 18▸
＋ 資金調達※ 借入金(2026年3月期) 4億円	BCP対策・経常設備投資 約60～70億円 2026年3月期 実績 27億円	●各生産ラインの合理化 ●人手不足に対応した省人化設備の導入 等
政策保有株式の縮減 等 約20～25億円 2026年3月期 実績 5億円	株主還元 約65～75億円 2026年3月期 実績 27億円	●約15億円の配当を実施 ●約12億円の自己株式を取得 P.27 / 28▸

※ 今後の成長・環境投資等の資金需要に応じた借入金等の資金調達も想定

中期経営計画初年度となった2025年度は、好調な業績を背景とした営業キャッシュフローの増大により、キャッシュインは当初想定を上回る結果となりました。キャッシュアウト面では「成長及び環境貢献への投資」「BCP対策・経常設備投資」「株主還元」を計画通りに実施しました。これらの結果、期末キャッシュ残高は約20億円増加しました。

❖政策保有株式の縮減

今中期経営計画では、連結純資産に対する政策保有株式の比率を、2028年3月末までに10%以下へ縮減する方針を掲げています。

2025年度は、3銘柄・588百万円を売却したほか、同方針に基づき、みなし保有株式1,271百万円を縮減しました。売却は計画通り推移し、保有株式数は減少しています。一方、株式市場の活況を背景として時価評価額が上昇したこともあり、2026年3月末時点の保有比率は16.8%（前期比△0.6ポイント)にとどまりました。引き続き、資本効率の向上と資産の有効活用の観点から、政策保有株式の縮減を着実に進めてまいります。

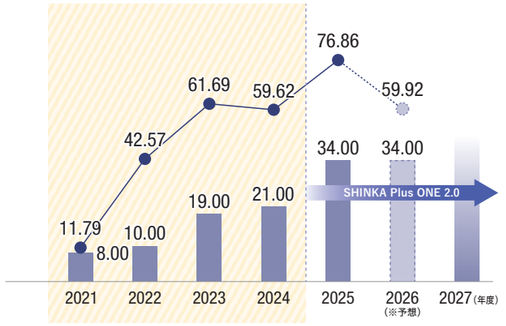
❖株主還元

今中期経営計画の配当方針につきましては、連結配当性向50%又はDOE3.5%を目安に安定的な配当を継続的に実施することとし、年間配当額は19円を下限としています。企業価値と資本効率の向上を目的とし、総還元性向は当中期3ヶ年平均で70%以上を目指してまいります。2025年度は1,944百万円の株式配当と、自己株式150万株(発行済株式の2.58%)1,192百万円を取得したことにより、総還元性向は70.4%となりました。

配当実績推移

■ 1株当たり年間配当額(円)　● 1株当たり当期純利益(円)

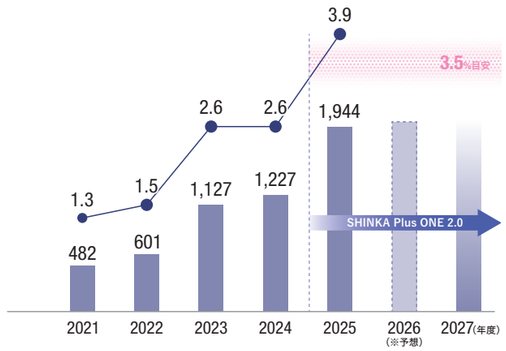
配当性向	67.9%	23.5%	30.8%	35.2%	44.2%	56.1%



※ 2026年9月時点

DOE(純資産配当率)推移

■ 配当金総額(百万円)　● DOE(%)



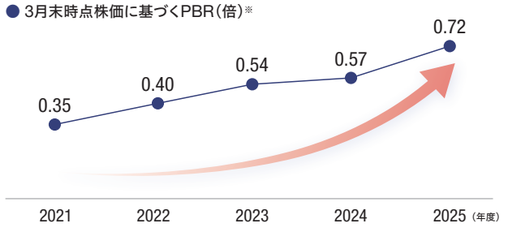
※ 2026年9月時点

配当性向に基づく利益還元と、DOE(純資産配当率)を指標とする安定的な配当を両輪とした配当政策に加え、計画的な自己株式取得を実施することで、継続的な株主還元を推進し、企業価値の向上を図ります。当社は百余年の歴史の中で蓄積した連結純資産521億円(2026年3月末時点)と50%超の自己資本比率を有する強固な財務基盤を背景に、中長期的な成長と安定的な株主還元の両立を図っています。

市場から評価される企業へ

PBR(株価純資産倍率)推移

● 3月末時点株価に基づくPBR(倍)※



※ 各年度の最終日の株価(終値)及び各年度末の純資産をもとに算出しております。

2025年度の株価につきましては、業績が好調であったこともあり、8月以降概ね上昇基調となり、2026年2月には期初来高値となる822円を付けるなど、一時はPBRも0.9倍に達しましたが、2026年3月後半は0.7倍台で推移しました。近年は改善傾向にあるものの、依然としてPBR1.0倍を下回る状況にあります。当社では、この状況を重要な経営課題と認識し、早期の改善を図ってまいります。

ROE = 売上高純利益率×総資産回転率×財務レバレッジ

年度		2021	2022	2023	2024	2025
ROE	(%)	1.90	6.52	8.57	7.50	**8.93**
売上高純利益率	(%)	0.81	2.69	3.60	3.32	**3.97**
総資産回転率	(回転)	1.13	1.16	1.17	1.14	**1.16**
財務レバレッジ	(倍)	2.07	2.10	2.04	1.98	**1.94**

PBRの改善と株主価値向上のためには、資本収益性を示すROEの向上が重要であると考えています。そのため、収益力の強化と資本効率の向上の両面から取り組みを進め、投下資本が効率的に利益を創出できる企業体質の強化に努めてまいります。

また、市場金利の上昇を踏まえ、適正な財務レバレッジを維持しつつ、資本効率と財務健全性のバランスを意識した資本政策を推進してまいります。

長期ビジョン〈TOLI VISION 2030〉で掲げるROE10%の達成に向け、事業収益力の強化に加え、政策保有株式の縮減などによる資産効率の改善や継続的な株主還元を通じて資本効率を高め、市場から評価される企業を目指してまいります。

ROE 向上 × **PER 適正化** = **PBR 改善**

収益性・資本効率	市場評価	株主価値
収益性の改善による利益率向上 政策保有株式の縮減、在庫効率化による総資産回転率の改善 適正な財務レバレッジの維持	安定した業績と継続的な株主還元による市場評価の改善 IR活動強化による株式市場へのアピール	収益性・資本効率の高い企業 × 市場から評価される企業

東リグループ戦略／ESG

サステナビリティ経営の推進

「SHINKA Plus ONE 2.0」では、バリューアップドライバー戦略の一つとして、当社グループと社会の持続可能性の実現に向け、「サステナビリティ経営」のさらなる定着に取り組んでいます。経済的価値の拡大に加え、地球環境やステークホルダーへの配慮を通じた社会的価値の拡大を目指し、ESGに関する基本方針及び経営層主導の推進体制を構築しています。また、2024年よりESGに対する従業員の理解促進を目的としたCSR研修を実施し、サステナビリティ経営の浸透を図っています。

マテリアリティについては、事業環境の変化や毎年のモニタリング結果を踏まえた見直しを行い、あるべき姿の実現に向けて取り組みを継続的に深化させています。こうした取り組みの進展として、EcoVadis評価においてスコアが向上し、各分野におけるマネジメント体制の整備が評価された結果、コミットメントバッジを取得しました。

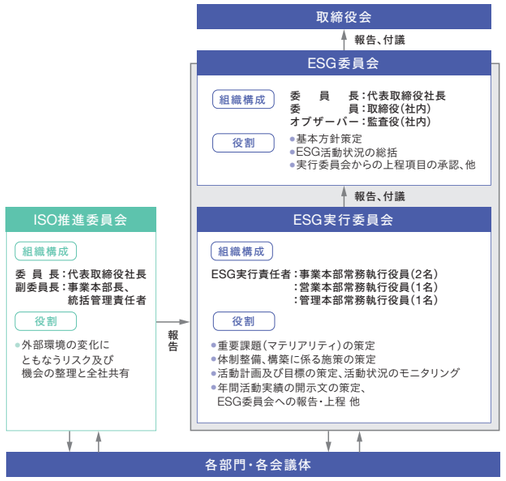
東リグループESG基本方針

地球環境	地球環境保全を人類共通の重要な課題と認識し、事業活動において環境負荷低減に取り組み、持続可能な社会への貢献を目指します。
人権	全ての人権の重要性を認識し、事業活動における人権尊重の実践を目指します。
雇用・労働	雇用の確保・創出と安全で働きやすい職場環境づくりを目指します。
事業活動	公正・平等な事業活動を推進し、全てのステークホルダーとのより良い信頼関係の構築を目指します。
品質	確かな品質と技術をもとにお客様目線のモノづくりを推進し、安心・安全な商品とサービスの提供を目指します。
社会貢献	社会との共創の実現に向けて、より一層の自主的な活動を推進し、社会の発展に貢献することを目指します。
企業統治	企業倫理の重要性を認識し、ガバナンスの有効性を確保する仕組みづくりを積極的に推進することにより、健全で透明性の高い企業経営を目指します。



❖ESG推進体制

代表取締役社長を委員長とする「ESG委員会」を設置するとともに、下部組織として実務を管掌するESG実行責任者（事業本部、営業本部、管理本部の常務執行役員）で構成する「ESG実行委員会」を配し、ESG経営の推進体制を構築しています。



❖マテリアリティ特定のプロセス

Step1 方針策定
各種フレームワークを参考に、サステナビリティの基本方針や取り組みの方向性を検証しました。

Step2 課題抽出
外部環境の変化（リスク・機会）を踏まえ、ISO 26000のフレームワークを活用し、当社グループの課題を網羅的に抽出しました。

Step3 重要度判断
抽出した課題を「社会にとっての重要性」と「東リグループにとっての重要性」の2軸で評価し、重要度を判断しました。

Step4 テーマ分け
ESG評価項目やESG評価基準を踏まえ、重要課題に分類・集約し、マテリアリティ（最重要課題）として構成しました。

Step5 協議・承認
マテリアリティの適切性について、ESG実行委員会 / ESG委員会による協議を経て、取締役会にて承認しました。

マテリアリティと主な取り組み実績

マテリアリティ	主な重要課題	目標	2025年度・実績	判定	関連P
高付加価値商品の開発 確かな品質と技術をもってお客様目線のモノづくりに取り組み、環境配慮型商品をはじめとする、東リグループ社会的価値の拡大に向けた高付加価値商品を開発し、事業活動の持続性をさらに高めます。	お客様満足度の向上	・環境配慮型商品（エコマーク認定）の拡充	・GA-3600 サスティブバック 従来の9柄62アイテムから 10柄67アイテムに増強 ・ロイヤルシリーズ全点認定取得 ・NS遮熱ガーデントの認定取得	●	P.18, 33-34
		・SuMPO EPDの認定取得	・イークリンNW-EXで取得	●	P.34
		・お客様相談室による消費者ニーズの収集	・全方位顧客からの問い合わせ対応 年間問い合わせ件数：7,362件	–	P.13
	知的財産権の保護と活用	・知的財産評価委員会開催 ・出願、登録報奨の実施（9月・3月）	・実績報奨：特許7件	–	P.23-24
安心・安全な商品・サービスの提供 仕入先・取引先との信頼関係構築から、原材料調達、商品・サービスの製造・販売、アフターフォローにいたるすべてのバリューチェーンにおいて、確かな品質と高い透明性をもってお客様目線の安心・安全な事業活動に取り組みます。	品質保証体制の充実	・床材及びカーペット製造工場5拠点における品質クレーム発生件数 2025年度・年間113件以下	・品質クレーム数：215件 ※件数ベースの品質クレーム発生率：0.009%	×	P.43-44
		・品質不正防止活動 「QCコミュニケーション」の実施	・13部門、部署と対話を実施 品質不正リスクのチェックと共有	●	P.44
	サプライチェーンの強化	・カーペット用ナイロン糸の内製化推進 既存紡糸機（1～3号機）の安定稼働 紡糸機（4号機）の早期稼働	・1～3号機：フル稼働継続 ・4号機：設置完了（2026年1月）	●	P.17-18
	商品・サービスに関する適正な情報の提供・開示	・適正担保のための 定期的な社内審議の実施	・技術データ審議会：3回/年 ・環境安全委員会：4回/年 ・品質管理委員会：12回/年	●	P.43
		・デジタル販促物の強化 「Image Fit」の進化	・「Image Fit」に壁面合成と範囲修正機能を追加（2025年7月）	●	
持続的な地球環境保全への貢献 モノづくり企業の責任として、商品・サービスのライフサイクルにおける環境負荷低減に取り組みます。	産業廃棄物の削減・省資源/リサイクルの推進	・2027年度リサイクル率88.5%以上 ※2030年度リサイクル率90.0%以上	・リサイクル率：88.5% ※2027年度目標を前倒しで達成	●	P.33-34
		・2027年度産業廃棄物排出量 2019年度比58%以上削減 ※2030年度産業廃棄物排出量60%以上削減	・産業廃棄物排出量：57.3%削減	×	P.33-34
		・タイルカーペット 循環リサイクルの推進 再資源化処理量：4,800t以上	・再資源化処理量：約3,660t	×	P.33-34, 17
	温室効果ガス排出量削減・省エネルギーの推進	・2030年度まで CO_2排出量を 2020年度比で30%以上削減 ※スコープ1＋2	・2025年度CO_2排出量：47.0%削減 （スコープ1＋2・2020年度比） ※再生エネルギーへの切り替え等で中期目標達成	●	P.34
		・CDP「Bスコア」の維持	・2025年度：Bスコア獲得	●	P.32
活力あふれる職場環境づくり 従業員のキャリア形成支援をはじめ、企業と社会の持続的な発展に貢献する人材を育成し、従業員全員が心身ともに健康な状態でその能力を最大限に発揮できる職場環境を創造することで、ワークライフバランスの充実とウェルビーイングの実現を目指します。	人権の尊重	・人権行動指針の浸透	・人権行動指針の周知（2024年4月～） グループ内に啓発ポスター掲示	●	P.41
		・人権デュー・ディリジェンスの実施	・調達先146社に対し人権リスク調査 実施リスク評価と改善指導中	●	P.41
	健康経営の推進 労働環境の向上	・ストレス者とその上長が相談できる専門窓口の新設・運用	・全国網羅型の産業医相談サービス「N-コンシェルジュ」を新設、運用スタート、周知	●	P.35
	計画的な人材育成	・自己啓発通信教育修了率80%以上 公的資格取得支援	・2026年3月末時点修了率：87% 公的資格取得者数：169名	●	P.25-26
		・選抜型語学研修の継続と昇級支援（中国語講座5期生・6期生）	・HSK1級取得2名、2級取得1名 3級取得1名	●	P.25-26
		・各種研修計画の実施と研修満足度及び研修有効度4.0点以上確保（5点満点）	・階層別12回：満足度4.1、有効度4.2 ・職種別14回：満足度4.4、有効度4.3 ・公募研修：満足度4.5、有効度4.1	●	P.25-26
		・幹部候補生研修の実施（ネクストジェネレーション研修）	・管理職層対象6名履修 ・中堅層対象者4名履修	●	P.25-26
	ダイバーシティマネジメントの推進	・女性管理職比率10%以上 ・障がい者雇用率2.5%以上	・女性管理職比率：11.7%（2025年6月） ・障がい者雇用率：2.5%	●	P.54
健全で透明性の高いガバナンス体制の構築 すべてのステークホルダーとの健全な関わりを目的に、報告内容の正確性及び信頼性の確保を徹底し、透明性の高いガバナンス体制の構築を目指します。	公正な取引の遵守コンプライアンスの徹底	・独占禁止法研修実施（1回/年　全役員、幹部社員、関係会社役員）	・2025年9月12日実施 参加者55名（役員19名含む）	●	P.42,45
		・東リグループ行動憲章・行動規範の浸透	・全役職員による読み合わせ実施 日英中に加えスペイン語版追加	●	P.45
	情報開示の充実	・有価証券報告書の株主総会前開示	・2025年3月期有価証券報告書を株主総会の2営業日前に開示	●	
	健全なガバナンスの強化	・政策保有株式の合理性検証 2027年度、対純資産比目標 10%以内に向けて計画的に売却	・2026年2月度取締役会にて合理性の検証を審議 ・2026年3月末時点対純資産比：16.8%	×	P.27
		・取締役会の実効性に関する分析・評価の実施と改善（1回/年）	・2025年度分の分析（2026年2～3月） 結果の審議と開示（2026年6月）	●	P.48

〈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

〈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

〈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

〈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

地球環境

関連するSDGs

ESG基本方針〈地球環境〉

地球環境保全を人類共通の重要な課題と認識し、事業活動において環境負荷低減に取り組み、持続可能な社会への貢献を目指します。

- 環境負荷低減目標と実績 P.31
- 気候変動問題への対応 P.32
- 産業廃棄物の削減・省資源 / リサイクルの推進 P.33
- 温室効果ガス排出量削減・省エネルギーの推進 P.34

環境行動指針

1 安心・安全な環境配慮設計、顧客サービスに積極的に取り組みます。
2 省エネ・省資源・リサイクルに継続的に取り組みます。
3 環境に関する法令を遵守し、企業の社会的責任を遂行します。
4 環境目標を設定し、環境マネジメントシステムの活用と目標達成に努めます。
5 環境方針と環境行動指針及び取り組み実績を定期的に公開します。

TOLI ECO SPIRIT
since 2000

環境負荷低減目標と実績

前中期経営計画においては、環境負荷低減目標として掲げたリサイクル率及び産業廃棄物排出量削減の各目標を達成しました。

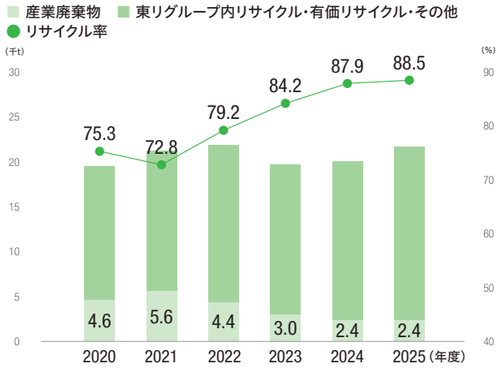
中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」では、これまで以上に高い目標を設定し、初年度となる2025年度は、リサイクル率88.5%を達成しました。産業廃棄物排出量の削減についても、目標達成に向けて取り組みを継続しています。また、CO_2排出量については、再生可能エネルギーへの転換により削減を図りました。当社グループは、2030年度の目標達成に向け、環境負荷低減を重視した事業活動を引き続き推進してまいります。

	「SHINKA Plus ONE」 2021-2024年度		「SHINKA Plus ONE 2.0」 2025-2027年度		〈TOLI VISION 2030〉 2030年度
	目標	実績	目標	2025年度実績	目標
リサイクル率※	85%以上	87.9%	88.5%以上	88.5%	90%以上
産業廃棄物排出量 (2019年度比)	40%以上削減	57.9%削減	58%以上削減	57.3%削減	60%以上削減
CO_2排出量(スコープ1+2) (2020年度比)	—	12.1%増加	—	47.0%削減	30%以上削減

※ リサイクル率：総排出量における東リグループ内リサイクル物＋有価リサイクル物の割合

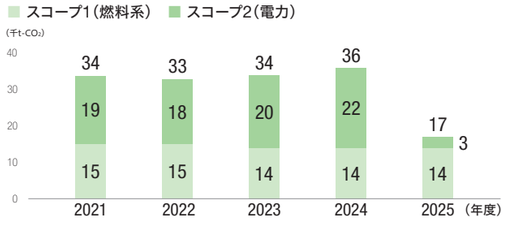
実績推移

産業廃棄物 / リサイクル

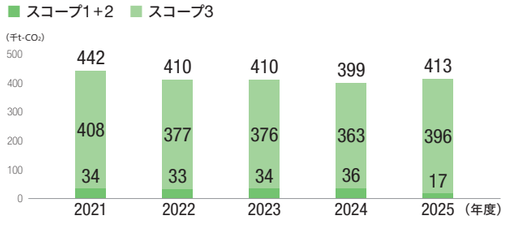


※ 東リグループ内リサイクル物：排出物の中で東リグループ内の製造工程に還元したもの
※ 有価リサイクル：排出物の中で有価物として売却したもの
※ 集計対象：本社・伊丹工場・厚木工場・広化東リフロア(株)・滋賀東リ(株)・滋賀東リ(株)伊丹事業所・岐阜東リ(株)・山天東リ(株)・東リインテリアサービス(株)・(株)東リインテリア企画・東リ物流(株)

CO_2排出量



CO_2排出量



気候変動問題への対応

気候変動の進行にともない、世界各地で自然災害の激甚化が進み、企業活動への影響も拡大しています。こうした状況を踏まえ、当社グループでは気候変動への対応を重要な経営課題と位置づけ、温室効果ガス排出量の削減、省エネルギーの推進、環境配慮型商品の提供に取り組んでいます。また、2022年にはTCFD提言への賛同を表明し、気候関連情報の開示を実施しています。気候変動がもたらす事業上のリスクと機会を継続的に分析し、その対応を強化しています。

TCFD提言に基づく情報開示はこちら

❖リスクと機会

当社グループは、想定される要因毎にリスクと機会を洗い出し、その影響の大きさを考え、項目を特定しています。特定したリスクと機会に対して中長期的な対応策を継続的に実施し、事業活動のレジリエンスを高めています。

			リスクの発生要因	内容	財務影響
リスク	移行リスク	政策規制	カーボンプライシングの進行	カーボンプライシングの導入、上昇によりエネルギーコスト・原材料コストが増加する。	大
				カーボンプライシングの導入にともない、民間需要が停滞し、売上が減少する。	小
		技術	既存商品/サービスの環境配慮型オプションへの置換	排出係数の高い原材料から低い原材料への転換にともない、設備投資・開発・調達コストが増加する。	大
			環境配慮型技術への移行にともなう先行コスト	循環型事業へシフトすることにより設備投資・開発コストが増加する。	大
				省エネルギー・長寿命・簡易施工・軽量商品の開発・設計コストが増加する。	小
		市場	原材料価格上昇	原材料価格が上昇し、内製化施策を取った場合、設備投資・開発コストが増加する。	大
	物理的リスク	急性	台風や洪水などの異常気象の重大性と頻度の上昇	被災によりサプライチェーンが寸断し、事業活動の停止や縮小が起こることにより売上が減少する。また対策によりコストが増加する。	小

		機会の発生要因	内容	財務影響
機会	資源の効率	サーキュラーエコノミー型事業の確立	市中廃材や自社工場で発生する端材等をリサイクル原材料にするリサイクル事業の確立により、原材料コストが減少する。また、CO_2排出量削減への貢献にともない企業評価が向上し、売上が増加する。	大
	エネルギー源	高効率設備の導入等によるエネルギーコストの抑制	CO_2排出量削減に貢献する高効率設備の導入や商品の軽量化、輸配送の効率化により、サプライチェーン毎のエネルギーコストが減少し、利益が増加する。	小
	製品及びサービス	R&Dとイノベーションを通じた新商品・サービス開発	リサイクル比率の拡大やCO_2排出量の削減、製造コスト縮減に対応するための技術を確立し、それら技術を応用した環境配慮型商品・サービスの展開により、売上が増加する。	大
			低CO_2排出素材等、さまざまな原材料への対応や効率的に加工する技術を高め、原材料調達の選択肢が増えることにより、事業継続力が高まるとともに製造コストが減少する。	小
			CO_2排出量削減に貢献する新商品やサービスを提供することにより、売上が増加する。	中
	市場	公共セクターのインセンティブの利用	リニューアル、建替需要が発生し、売上が増加する。	小

6つの取り組み戦略

グループ計画の着実な実行による温室効果ガスの削減
①【減らす】
・節減、高効率設備の導入、工程見直し
・輸配送エネルギーの削減
②【創る】
・太陽光発電設備の導入
③【置き換える】
・低排出エネルギー、再エネ電力等への切替
・排出係数の低い原材料への切替

川上工程の内製化
①川上原材料の内製化技術の確立
②原材料製造設備の新規導入
③さまざまな原材料への対応技術の拡大
④中間処理、リサイクルのための新規設備投資と安定稼働

環境配慮型商品・サービスの拡大、利益率の改善
①リサイクル原材料使用商品の拡大
②長寿命・省メンテナンス商品の拡大
③簡易施工商品の拡大
④商品の軽量化の推進
⑤新たな環境配慮型商品・サービスの展開
⑥リサイクル原材料の使いこなし技術の向上

サプライチェーンBCPの強化
①サプライチェーンまで含む事業継続計画(BCP)の強化

リサイクル原材料の確保と利用
①リサイクル原材料の安定調達ルートの構築
②リサイクル原材料の活用技術の向上
③タイルカーペット事業ゼロエミッション化
④広域認定制度等の活用による市中廃材の回収
⑤事業横断型の原材料活用推進

輸配送の改善
①【減らす】〈スコープ3〉
輸配送エネルギー・コストの削減
・商品の軽量化　・輸配送の効率化
・保管、荷役の効率化
・委託先への輸配送エネルギー効率の改善要請

❖CDP2025 気候変動質問書において3年連続「B」スコアを獲得

当社グループは、気候変動が事業に及ぼす中長期的な影響の重要性を踏まえ、2022年よりCDP気候変動質問書への回答を開始し、継続的な情報開示に取り組んでいます。2025年は「B」スコアを獲得し、3年連続で同水準を維持しました。ESGに関する重要課題への取り組みと情報開示が継続的に評価されたものと認識しています。

CDP Discloser 2025

産業廃棄物の削減・省資源 / リサイクルの推進

東リグループは、持続可能な地球環境への貢献に向けて、産業廃棄物の削減やリサイクルの推進を重要課題（マテリアリティ）の一つと位置づけ、環境負荷低減目標を設定して取り組みを進めています。産業廃棄物排出量については、2019年を基準年とし、製造部門を中心にグループ全体で削減活動を推進しています。製造工程の改善やリサイクル技術の活用、再生材料の利用拡大を通じて、資源の有効活用と環境負荷の低減を図ってまいります。

主な取り組みテーマ　●製造工程の見直し　●製造工程にて発生する廃棄物の分別　●製造資材の再利用

	産業廃棄物発生量	削減率
2019年度	5.6千t	57.3%削減
2025年度	2.4千t	

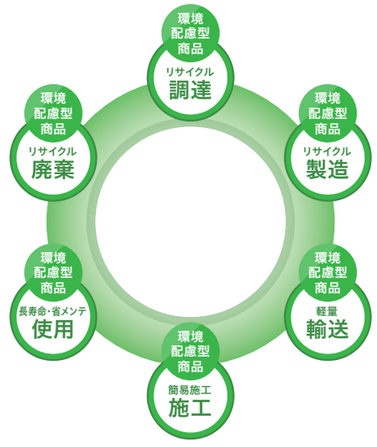
達成目標
2030年度までに 60%以上削減

❖6つの取り組みと環境配慮型商品・サービス

当社グループは、グループ全体でサーキュラーエコノミー型事業の確立を目指しています。製品の調達から廃棄に至るまでのサイクルにおける環境負荷低減に向け、リサイクル、長寿命化（美観維持、高耐久）、省メンテナンス、簡易施工、軽量化の6つの取り組みに基づき、環境配慮型商品とサービスを提供しています。

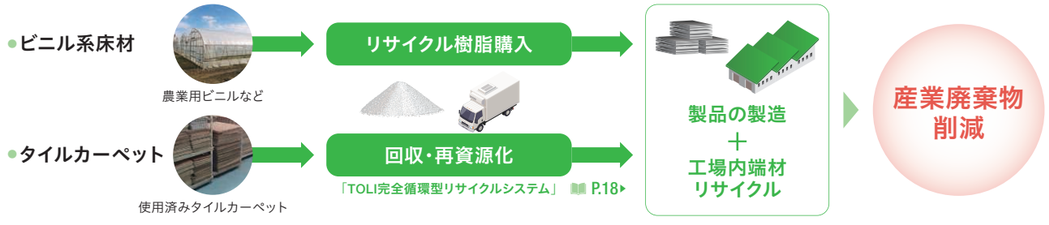
6つの取り組み

リサイクル材の使用	リサイクル材の使用及び広域認定制度を活用した回収材料をリサイクルするシステムの運用等により、バージン原材料及び廃棄物を削減し、環境負荷を低減します。
省メンテナンス	ワックスによるメンテナンスが不要な商品を開発・販売することで、定期・特別清掃時に必要となるワックス等のメンテナンス材料や電力を削減し、環境負荷を低減します。
商品の長寿命化（美観維持）	防汚加工等の表面処理加工により、汚れがつき難い商品を開発・販売することで、商品の美観を長期間保ち、貼替えサイクルの長期化（長寿命化）を実現し、環境負荷を低減します。
簡易施工	ビニル系床材またはタイルカーペットを施工する際に使用する接着剤を粘着剤や吸着剤、両面テープに置き換え、もしくは、接着剤等の使用量を削減することで、環境負荷を低減します。
商品の長寿命化（高耐久）	耐摩耗性、耐動荷重性、耐静荷重性等の耐久性に寄与する機能に優れた商品を開発・販売することで、貼替えサイクルの長期化（長寿命化）を実現し、環境負荷を低減します。
商品の軽量化	商品の軽量化を推進することで、輸配送時に必要なエネルギーの削減に繋がり、環境負荷を低減します。



❖リサイクル材の使用

サーキュラーエコノミー型事業の確立に向けた取り組みとして、当社グループは製造メーカーとして長年培ってきた技術開発力と材料調達力を活かし、かつて産業廃棄物として処分されていた農業用ビニルや使用済みタイルカーペットなどをリサイクル材として活用しています。資源は消費するものではなく、循環させながら新たな価値を創出するものと捉え、原材料の有効活用や製造技術の高度化を通じて、リサイクル材の利用拡大を進めています。



主なリサイクル材使用商品

商品分類	品名	リサイクル材料配合	グリーン購入法適合商品	エコマーク認定商品	SuMPO EPD登録商品
ビニル床タイル（コンポジション）	バイオミックストーン	●	●		
	ダイナミックストーン	●	●		
	ピエスタ	●	●		
	リノテスタ	●	●		
	ストレイン	●	●		
	マチコV	●	●		
	フェイソールプルス	●	●		
	モクリン	●	●		
	グラノープル	●	●		
	リフライプ	●	●		
ビニル床タイル（複層ビニル床タイル）	ロイヤルウッド / ロイヤルストーン	●	●	●	
	イークリンNW-EX	●	●	●	●
	イークリンマスターNW-EX	●	●	●	
	ルースレイ40NW-EX	●	●	●	●
	ルースレイ50NW-EX	●	●	●	●
	ルースレイマスターNW-EX	●	●	●	●
	クラシアルタイル	●	●		
	LAYフローリング ピタフィー	●	●	●	

商品分類	品名	リサイクル材料配合	グリーン購入法適合商品	エコマーク認定商品	SuMPO EPD登録商品
ビニル床タイル（複層ビニル床タイル）	フロアリューム プレーンNW	●	●	●	
	フロアリューム マーブルNW	●	●	●	
	フロアリューム ソイルドNW	●	●	●	
	フロアリューム ウッドNW	●	●	●	
	フロアリューム モルタルNW	●	●	●	
	フロアリューム フレークNW	●	●	●	
	フロアリューム ラティスNW	●	●	●	
	フロアリューム ナッティNW	●	●	●	
	マチュアNW	●	●	●	
	NSシートNS800	●	●	●	
	NS遮熱ガーデント	●	●	●	
	NSプレーンNW	●	●	●	
巾木	ソフト巾木 / ソフト巾木（木目）	●			
	防汚抗菌ワイド巾木	●			
タイルカーペット	GA-100EM	●	●	●	●
	GA-3600 サスティブバック	●	●	●	●
	アルトグラン（GX-3800）	●	●	●	●
	ソコイタリ クラシック（GX-7900）	●	●	●	●

…グリーン購入法適合品〈カーペット〉
…グリーン購入法適合品〈ビニル系床材〉
…エコマーク認定商品
…SuMPO EPD登録商品

インテリアファブリックス産業活性化協議会が定める「グリーン購入法適合品」統一表示マークです。未利用繊維、リサイクル繊維、再生プラスチック及びその他の再生材料の合計重量が製品全体重量比で25%以上使用している事などが適合条件です。
日本インテリア協会プラスチック床材部会が定める「グリーン購入法適合商品」に表示されるマークです。再生ビニル樹脂系材料の合計重量が製品の総重量比で15%以上使用されている事が適合条件です。
エコマークは、日本環境協会が審査・認定するマークです。「生産」から「廃棄」にわたるライフサイクル全体を通して、環境の負荷が少なく環境保全に役立つと認められた商品です。
SuMPO EPD（マーク）はLCA（ライフサイクルアセスメント）によって得られた製品の定量的環境影響データを検証・公開するものです。

温室効果ガス排出量削減・省エネルギーの推進

東リグループでは、事業活動における温室効果ガス排出量の削減に向け、「**増える**」、「**減らす**」、「**創る**」、「**置き換える**」、「**置き換わる**」の5つの視点から各種施策を推進しています。

2025年度は、生産数量の拡大やナイロン紡糸設備の稼働などにより、事業活動にともなうCO_2排出量は増加しました。一方で、生産工程の見直しや太陽光発電設備の導入、使用電力の一部を再生可能エネルギーへ切り替えたことにより、CO_2総排出量（スコープ1+2）は2020年度比で47.0%削減しました。

取り組み分類	施策	2025年度実績	2030年度目標
増える	●売上拡大　●生産量拡大 ●新設備の導入	47.0%削減	30%以上削減
減らす	●高効率設備の導入 ●生産工程の見直し		
創る	●太陽光発電設備の導入		
置き換える	●再生可能エネルギーへの転換		
置き換わる	●政府、エネルギー企業による再生エネルギーへのシフト		

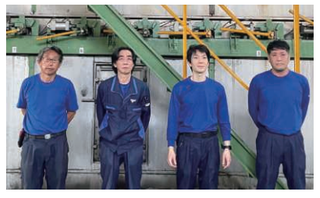
CO_2排出量（スコープ1+2）（2020年度比）

減らす　CO_2排出量削減活動の推進

事業所の取り組み「ジブンゴトのカーボンニュートラル」

2025年度のCO_2排出量削減活動「ジブンゴトのカーボンニュートラル」において、優秀な実績を挙げた滋賀東リ㈱伊丹事業所の取り組みを紹介します。

同事業所では、カーペットの染色工程を担っています。染色には、ガスや電気に加え、多くのエネルギーを必要とする蒸気を使用しています。取り組みでは、製造品質を維持しながら管理基準値を見直すことで、蒸気使用量の削減を実現しました。その結果、染色工程での蒸気量削減は、製造原単位換算で年間85.2t-CO_2となり、大きな成果となりました。


滋賀東リ（株）伊丹事業所 推進メンバー

雇用・労働

関連するSDGs

ESG基本方針〈雇用・労働〉

雇用の確保・創出と安全で働きやすい職場環境づくりを目指します。

- **人と信頼が支える価値創造** P.35
- **多様な人材が価値を生み出す組織へ** P.36

人と信頼が支える価値創造

東リグループは、「信頼」を基盤とした事業活動を通じて、すべてのステークホルダーとの持続的な関係構築を目指しています。モノづくり企業として高い品質と価値を提供し続けるためには、それを支える社員一人ひとりの力が不可欠です。当社では、多様な価値観やライフステージを尊重しながら、それぞれの能力を最大限に発揮できる職場環境の整備と人材育成に取り組んでいます。こうした取り組みを通じて、社員との信頼関係を深めるとともに、新たな価値創造につなげていきます。

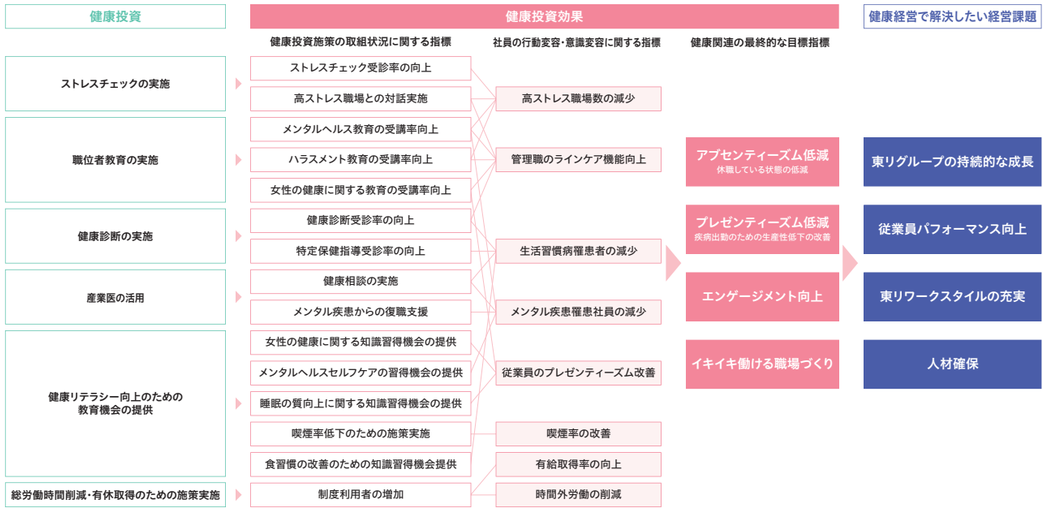
❖健康で安心して働ける基盤づくり

当社は、社員の健康を重要な経営資源と捉え、心身ともに健康で安心して働き続けられる環境づくりを推進しています。
社員の健康は生産性向上や組織の持続的成長の基盤であり、企業価値向上に直結する重要な要素であると考えています。

東リグループ 健康経営宣言

私たちは積極的健康経営に取り組み、心身ともに健康な一人ひとりがその能力を最大限に発揮できる生活環境づくりに努め、「信頼」を糧とする未来創造企業を目指してまいります。

東リ健康経営マップ



❖ストレスチェックの実施と実施後のフォロー

当社では、職場環境の改善とメンタルヘルス不調の未然防止を目的として、労働安全衛生法に基づき、毎年9月に全社員を対象としたストレスチェックを実施しています。

実施結果については年代や職種などさまざまな切り口で分析し、課題の把握と改善につなげています。また、高ストレス者への医師面談の推奨にとどまらず、特に課題が懸念される職場については所属長と共有し、具体的な改善活動を推進しています。加えて、ストレス水準が低い職場へのヒアリングも実施し、良好な取り組みの把握と全社展開に取り組んでいます。

今後も、社員一人ひとりの声に向き合いながら、持続的な企業価値向上に資する職場環境の整備を進めていきます。

❖育児とキャリアの両立支援

当社は、社員一人ひとりがライフステージの変化に応じて安心して働き続けられる環境の整備を目的に、子育て支援制度の拡充を継続的に進めてきました。

- **配偶者の出産時に取得できる特別休暇制度の新設**
- **育児短時間勤務制度の対象期間を、子が小学校1年生を終えるまで拡大**
- **育児休業中に未使用の年次有給休暇ストックを活用できる制度（最大100日）を導入**

など、育児と仕事の両立を支援する制度の充実を図っています。

これらの取り組みの成果として、2025年度には厚生労働省の「くるみん認定」を取得しました。今後も、多様な人材が能力を十分に発揮できるよう、育児とキャリアの両立を支える制度のさらなる充実と、利用しやすい職場風土の醸成に取り組んでまいります。

男性育休取得者の声



年の離れた第三子の誕生にあたり、上の子どもたちの育児と高齢出産となる妻の体調面を支えるため、1ヶ月間の育児休業を取得しました。管理職として長期間職場を離れることに不安もありましたが、事前に顧客対応や業務の引き継ぎについて上司や所員と十分に共有できたことで、大きなトラブルもなく過ごすことができました。育休中は、家族とのかけがえのない時間を過ごすことができ、取得して本当に良かったと感じています。

管理職であっても安心して取得できる環境が今後さらに広がっていくことを期待しています。この先、出産や育児に向き合うすべてのパパに、ぜひ活用してほしい制度です。

東日本営業開発部　髙尾　敏弘

多様な人材が価値を生み出す組織へ

多様な人材の知見や経験が価値創造の源泉であると考え、さまざまなバックグラウンドを持つ人材が力を発揮できる環境づくりを推進しています。顧客ニーズが多様化・高度化する中、異なる視点や価値観を組織に取り入れることは、競争力の強化と新たな価値創出につながる重要な要素であると認識しています。当社では、キャリア採用社員やエルダー社員に加え、外国籍社員、障がいのある社員、さらには一度退職した社員の再雇用（カムバック制度）など、多様な人材が活躍できる機会の拡充に取り組んでいます。それぞれの経験や強みを活かしながら、多様な人材が相互に補完し合うことで、組織としての知識や技術の共有と創造力の向上を図っています。こうした取り組みを通じて、多様性を価値創造につなげる組織基盤を強化し、持続的な企業価値の向上を目指しています。

❖キャリア採用社員と経営層の対話機会の創出

キャリア採用社員を対象に、経営層との意見交換の機会を設けています。本取り組みは、経営方針や事業の方向性に対する理解を深めるとともに、キャリア採用社員が有する外部視点や多様な経験を通じて、当社の強みや課題に関する気づきを共有し、組織の改善や価値創出につなげることを目的としています。今後もこうした対話の機会を通じて、多様な視点を活かした組織づくりを進めていきます。

キャリア採用社員の声



前職では海外営業や品質管理、生産体制構築に携わり、営業とモノづくりの両面で経験を積んできました。その経験を活かし、日本発の価値ある製品を世界に広めたいとの思いから当社に入社しました。

現在はグローバル戦略推進部に所属し、タイ・フィリピンの代理店営業や顧客訪問に加え、EU市場の販路開拓に取り組んでいます。高品質な製品を世界各国・地域のお客様へ自信を持って提案できることにやりがいを感じるとともに、社員が真摯に業務に向き合う企業風土にも魅力を感じています。今後は、当社ブランドの認知向上とグローバル事業拡大に貢献し、社内外から信頼される人材を目指していきたいと考えています。

グローバル戦略推進部　愛宕　佳央理

❖経験・知見の活用と継承

年齢やキャリアにとらわれず、多様な経験を有する人材の活躍を推進しています。特に、長年にわたり培われた技能やノウハウは当社の競争力の源泉であり、60歳以上の再雇用社員をはじめとする経験豊富な人材が、その知見を現場に還元しています。こうした経験は、技術・品質の維持向上を支えるとともに、多様な世代が共に働く職場において継承されるべき貴重な財産となっています。

ESG

社員クロストーク 人的資本経営の実践

制度と風土が、人と組織の成長を育む



当社では、多様な人材がそれぞれの持ち場で力を発揮し、成長し続けるために、人事制度の整備に加え、挑戦を後押しする組織風土づくりを進めています。制度だけでは、人は十分に成長できません。社員一人ひとりが自ら課題に向き合い、周囲と協働しながら経験を重ねることで、個人と組織双方の持続的な成長へとつながっていきます。本クロストークでは、営業、技術開発、人事の立場から、成長機会や活躍する人材像、人事制度と風土のあり方について語り合いました。

01 挑戦と失敗の積み重ねがキャリアを創る

―これまでのキャリアで、自身の成長につながった経験を教えてください。

増田：私は入社以来、床材開発に従事しています。入社3年目から床材の新工場「広化東リフロア3号ライン」の立ち上げプロジェクトに携わり、新設備の導入から製品化まで経験したことが、自身の大きな成長につながったと実感しています。技術開発だけではなく、生産の安定化に向けて必要な工程や条件にも一から向き合い、「NS遮熱ガーデント」を発売することができました。このプロジェクトにあたっては、生産工場や品質管理部門、商品企画部門など、多くの部署との連携が必要でした。関係者と最適解を模索する過程は試行錯誤の連続でしたが、**簡単に答えの出せない仕事にどう向き合うか**を学ぶ貴重な機会になりました。技術開発だけでは製品を世に送り出すことができないという実感は、今後のモノづくりに役立つ視点だと感じています。

小林：私は入社以来、札幌・横浜で営業に従事してきました。私にとっての大きな経験は、担当物件における特注タイルカーペットの仕上がりに対するお客様の要望への対応です。お客様からの指摘に対し、当初は解決策が見つからなかったものの、横浜営業所のみならず、関連する部署の多くのメンバーを巻き込みながら、誠心誠意、対応に努めました。その結果、最終的には一連の対応に感謝の言葉までいただくことができました。この経験から、**周囲を巻き込みながら力を結集し、課題に向き合うことの大切さ**を学びました。

堀江：私も入社以来営業に従事しており、昨年、福岡営業所長を拝命しました。私は、入社3年目に大手代理店を担当した経験が大きな転機となりました。当初はお客様からの要望や問い合わせに応えることで精一杯でしたが、次第に、潜在的なニーズを汲んでプラスアルファの提案を行うことを心がけるようになりました。その行動を続けるうちに、自らの仕事に自信が湧き、**主体的に行動することの重要性**を実感しました。成功だけではなく失敗も含めた経験の積み重ねが、自分を成長させてくれたと思っています。

薗田：皆さんのお話から、**成長には成功体験だけでなく、その過程で高いハードルに向き合い、試行錯誤した経験が重要**だということを感じました。私自身も人材育成に携わる立場として、部下が課題に取り組む際には、より良い結果を求め、あきらめずに試行錯誤する姿勢を大切にしています。私たち人事部が考えている社員の活躍とは、単に大きな成果を上げることだけではありません。**自身の持つ能力を惜しみなく発揮し、難しい局面でもあきらめずに考え抜き、行動する**こと。その積み重ねが、本人の成長にも、組織の成長にもつながることをあらためて認識しました。

―今後、当社ではどのような人物が活躍していくと考えられているか、お聞かせください。

堀江：私は、当社では主体性と調和性を併せ持つ人が活躍すると感じています。研修などの成長機会を活用するだけでなく、自ら考えて行動し、成長を求める姿勢が大切だと思います。その**経験や成果を周囲に還元できる人は、さらに活躍の場を広げる**でしょう。また、周囲と協力しながら物事を前に進める力も欠かせません。そのような考えのもと、職場でのOJTでは、知識だけでなく、先輩社員の知恵や判断の仕方を伝えていくことが若手社員の成長につながると考え、実践しています。

増田：私も、部署を越えて、**立場や考え方の異なる人とも対話する力**が重要だと感じています。技術開発は、専門知識だけでは進みません。調和性をもって意見を出し合い、協働できる人が、今後さらに活躍していくと考えています。

小林：私は、社員が活躍するための前提として、まずは**安心して働ける職場環境が大切**だと考えています。長く働きたいと思える環境があって、その上での経験や学びが、社員の活躍に活きてくるのだと感じています。仕事のやりがいに対する感じ方は人それぞれですが、社員同士が気軽に相談し合える職場は、誰にでも共通して働きやすい環境だと言えます。良好なコミュニケーションが、結果として安心して働ける職場環境をつくるのではないでしょうか。

薗田：小林さんのご意見の通り、部署の雰囲気や会社全体の風土として、**社員がいきいきと業務に取り組む環境をつくる**ことは人事部の大切な役割だと考えています。研修や学びの機会を提供することだけではなく、社員の皆さんが心おきなく能力を発揮し、それぞれの職場で挑戦し、自身のキャリアを形成していってほしいと考えています。

02 キャリアと成長を支える人事制度

―これまでに、自身や同僚のキャリアが支えられていると感じた場面を教えてください。



小林：以前所属していた営業所で、男性育休を取得した先輩がいました。当社の制度に加えて、職場の協力体制が整えば、**個人のライフプランと業務は十分に両立できる**ことを実感しました。対象者に取得を促すだけではなく、各部署における取り組みの好事例や事前の準備方法などを継続的に共有していくことで、さらに取得しやすい環境になると思います。

堀江：部下の一名が、まもなく男性育休を取得する予定です。制度の取得を前向きに捉え、本人とお客様へのフォロー体制を整えていきたいと考え、他の所員と協力して業務を分担するための準備を進めています。この制度の取得にあたっては、**周囲のサポートが欠かせません**。福岡営業所は当社の中では比較的メンバーが多い部署ですが、少人数の部署でも取得を支援できる体制整備は、重要なポイントになると認識しています。

薗田：人事部としては、**社員が自律的にキャリアを考え、成長し続ける**ための視点に立ち、人事制度を整備しています。制度面の不備を理由に、社員がキャリア形成を断念することがあってはならないと考えています。社員の多様な働き方を尊重し、時代に合った制度設計に取り組んでいきたいと思っています。
技術開発部は業務を進めていく中で、他部署との連携が多いと認識していますが、在宅勤務などの制度はうまく活用できていますか？



増田：技術開発部の中でも、試験や検証に向き合う業務に従事していると、在宅勤務制度は活用しにくい面があると考えています。私自身もそのような業務が多く、現在は活用機会が限られています。制度自体は整っていると思いますが、**社員一人ひとりが制度の目的を理解し、適切に活用していくことも重要**だと感じています。

薗田：在宅勤務制度については、集中して業務に取り組みたい場合や、より高い成果につながる働き方として活用されることを想定しています。育児や介護など多様な事情への対応については、時代の変化に合わせて柔軟に検討を重ねていく必要があると考えています。制度を活用しながら、一人ひとりが自律的に成果を生み出し続けることが、個人と組織双方の成長につながるのだと考えています。

堀江：私の職場にはキャリア採用社員が複数在籍しています。当社に入社した感想を聞くと、地域限定職や経験を考慮した採用条件など、**多様なキャリアを尊重する仕組み**が評価されています。さまざまな人事制度により、当社で安心してキャリア形成ができると感じている社員も多いようです。

薗田：キャリア採用社員からも一定の評価が得られていることに安心しました。その点も踏まえると、当社における人事制度の充実度は、適正な水準にまで高まってきているのではないかと感じます。今後は、運用面の向上が重要です。私は、**「制度の趣旨を理解し、自律的に活用する風土」**をつくっていくことが大切だと感じています。制度を利用する本人だけではなく、それを支える周囲の社員への配慮にも取り組み、社員の皆さんのキャリアと成長を支えていきたいと思います。

03 挑戦を後押しする風土が成長を加速する

―職場で新しい挑戦を後押しされた、周囲の環境で成長できたと感じた経験を教えてください。

小林：入社7年目に横浜営業所へ異動したことが、自身の成長につながっていると感じます。新入社員として配属された札幌営業所では、基本的な考え方を学びました。キャリアを積んで環境が変わり、新たな職場でさまざまな価値観や仕事の進め方に触れられたことで、業務に取り組む上での視野が広がったと感じています。また、新たに接するお客様との出会いも、挑戦意欲を高めてくれます。この経験から、**営業職における部署異動は、成長機会の一つ**であると考えています。

増田：私は、**当社が研究開発分野へ積極的に投資していることが、研究職の社員にとっての挑戦機会**となり、成長につながる大きな後押しになっていると感じています。
また、私が所属する技術開発部には「まずやってみよう」という風土があり、若手も意見を発信しやすく、自律的に業務に取り組むことができる職場環境があります。それゆえ、責任やプレッシャーを強く感じることもありますが、さまざまな挑戦を通じて得た経験は、失敗も成功も自身の成長につながる貴重な財産になっています。

堀江：私は、自身の提案で開催した得意先向けの勉強会を通じて、挑戦を後押ししてもらった経験があります。当時の上司は見守るだけではなく、的確な指摘を与えてくれたことで、内容の充実を図ることができました。他部署を含む多くの方々の協力を得て実現したこの取り組みは、お客様との関係強化につながるとともに、自身の大きな成長を実感する機会になりました。

―社員同士はどのような関係性をもち、よりよい風土へとつなげていくべきでしょうか。

堀江：全社的に、一体感を高めていくことが重要だと考えています。同じ会社で働く社員同士、目指す方向は同じであるはずですが、業務を進める中で、視点が異なるように感じた経験があります。部署の垣根を越えて連携し、**お客様からの「信頼」という共通の目標**に向かって、一枚岩となって業務に取り組んでいくことが大切だと思います。

小林：私も同感です。さまざまな課題やトラブルに対しては、チームの意識で取り組むことで新たなアイデアが生まれ、乗り越えられたときの達成感も共有できます。そうした経験は、働きがいにもつながると考えています。後輩にもその視点を持ってほしいという思いから、日頃から周囲に意見を求める姿勢を意識し、行動しています。こうした**風土づくりは、職位者だけではなく、私たち中堅社員も主体的に担っていくべきもの**だと感じています。

薗田：堀江さんは職位者として、職場で意識的に取り組まれていることはありますか。

堀江：私は、コミュニケーションの頻度を高めるために、業務の合間に積極的に部下へ声を掛けることを心がけています。何気ない会話の中で、「実はこのようなことで困っている」と相談を受けることもあります。地方都市にある営業所は職場の人数が少なく、社員同士が接する機会も少なくなりがちです。職位者として、**社員の継続的な挑戦を後押しする風土**を福岡営業所でも整えていきたいと考えています。

増田：技術開発部は所属する人数が多い部署ですが、**「立場に関係なく対等に議論し、最終的な判断は上司が行う」という考え方**が浸透しています。若手でも意見を発信しやすく、実際にその環境が機能していると感じています。
現在、後輩2名を含むメンバーと取り組む新たなテーマでは、厳しいスケジュールの中で役割を分担しながら活動を進め、成果を残せたことで、チームとして大きな達成感が得られました。このような経験は、個人の成長には欠かせないと強く感じています。また、部署内ではテーマごとにメンバーが混成され、固定化されない運用となっています。これにより、個人が孤立することなく、アイデアや気づきも共有でき、チームの一体感や社員の挑戦を支える風土につながっていると感じます。



薗田：職位者が細かく指示を出し続けるのではなく、周囲の適切な協力をもって、まずは社員本人に任せて挑戦の機会をつくる、という考え方はとても大切です。社員一人ひとりが安心して挑戦できる風土を整え、その支えで成長を加速させていきたいですね。

堀江：私の部署では、勉強会をチームで運営し、若手社員が発表をする機会を積極的につくっています。そうした経験がお客様との対話などを通じて、個人の成長に活きていることを実感しています。一方で、中堅社員は業務量が多く、処理作業に手一杯になっている場面も見かけます。彼らにも継続的に成長機会を提供することも意識していきたいと考えています。

小林：私は営業所会議において、上司からテーマ発表や読書課題など、さまざまな成長機会を与えられています。当初は負担に感じることもありましたが、振り返ると、自身の成長につながる貴重な経験だったと感じます。

薗田：皆さんのお話を聞いていて、挑戦の機会そのものは当社に多く存在していることをあらためて認識しました。職位者や中堅社員を中心に、それぞれの職場で挑戦を後押しする風土づくりに取り組む風潮も素晴らしいと感じます。一方で、個人と組織がともに持続的に成長するためには、自身のキャリアと成長について考える機会を増やしていく必要があると感じています。そのため、今後人事部として、**キャリア教育の充実にさらに注力していきたい**と考えています。職位者による育成支援にキャリア教育を加え、全世代の社員一人ひとりが主体的に成長できる環境づくりを進めていきます。

04 一人ひとりの挑戦が未来を切り拓く

―当社で働くことの魅力や可能性について教えてください。また、若手社員や、将来当社に入社する方に向けてメッセージをお願いします。

増田：入社面接の際、面接官だった役員から「泥臭い会社ですが大丈夫ですか」と言われたことが今でも印象に残っています。実際に働いてみると、その**泥臭さとは、正解のない課題に向き合い、本質にたどり着くまで試行錯誤を重ねる姿勢**なのだと実感しています。
当社には、挑戦を後押ししてくれる文化があります。社歴に関係なく大きなテーマに挑戦できる環境があり、周囲もその挑戦を支えてくれます。**チャレンジ精神を持ち、難しい課題にも前向きに取り組める方にとって、大きく成長できる会社**だと思います。私自身も、これまで培ってきた開発の経験に加え、今後は新たな領域にも積極的に挑戦し、自身の可能性を広げていきたいです。

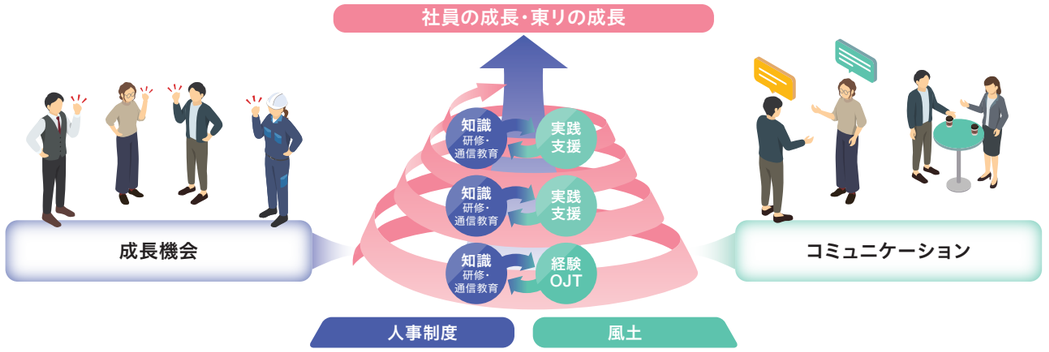
小林：**当社の一番の魅力は「人の良さ」**です。入社面接の時から他社にはない温かい雰囲気を感じていましたが、現在もその印象は変わっていません。実際に働く中で、多くの方に支えられながら成長することができました。そして、これまで以上に一人ひとりが主体的に成長を目指すことで、お互いに刺激を受け、さらに働きがいのある会社になると考えています。私自身も、これまでの経験に加え、新たな環境や経験を前向きに捉えながら、今後も成長を続けていきたいです。



堀江：当社の魅力は大きく三つあります。一つ目は、**人としてもビジネスパーソンとしても成長できる**こと。二つ目は、**内装材を通じて社会に貢献できる**こと。三つ目は、**支え合いながら働ける風土がある**ことです。
歴史ある企業としての安定した事業基盤を持ちながら、一人ひとりが主体的にキャリアを築いていける環境があることは当社の大きな特徴です。若手社員やこれから入社を検討される方には、失敗を恐れず積極的に挑戦してほしいと思います。当社には、その挑戦を支え、成長を後押しする風土があります。私自身も、皆さんとともに成長していきたいと考えています。

―本日はありがとうございました。皆さんのお話を通じて、キャリアを支える制度や挑戦を後押しする風土が当社の強みであり、それを基盤とする人的資本経営が、人と組織の持続的成長につながることをあらためて実感しました。

人的資本経営の実践イメージ



人権

関連するSDGs

ESG基本方針〈人権〉

全ての人権の重要性を認識し、事業活動における人権尊重の実践を目指します。

- 人権の尊重 / 人権侵害の早期発見・解決・予防

人権の尊重 / 人権侵害の早期発見・解決・予防

当社グループは中期経営計画「SHINKA Plus ONE 2.0」のバリューアップドライバー戦略として、サステナビリティ経営の推進を掲げています。サステナビリティの中核課題の一つである人権の尊重/人権侵害の早期発見・解決・予防については、企業経営における普遍的・基本的価値と捉えており、責任ある企業としてこれらの課題により一層配慮し、積極的に取り組みを推進してまいります。

人権行動指針

当社グループでは、すべての人々の人権を尊重し、あらゆる差別、強制労働、児童労働などを禁止し、また間接的にも人権侵害に加担あるいは助長する行為を行わないという姿勢を示すため、2025年に「東リグループ人権行動指針」を制定してホームページに公表しています。本行動指針は、国連「国際人権章典」などの国際的な規範の尊重や人権デュー・ディリジェンスへの取り組み、教育・研修、救済・是正、自社における重点課題・主な取り組み等の開示を柱としています。

人権行動指針の策定プロセス

国際的なガイダンスや、他企業の人権方針や環境・社会リスク管理ポリシー等を調査・分析

関連性の高い人権課題を洗い出し、有識者である日本CSR推進協会 近畿支部等の助言を得て、東リとして目指すべき方向性を踏まえ、人権行動指針案を作成

上位規程である東リグループESG基本方針と同様に、ESG実行委員会及びESG委員会で審議し、取締役会で承認

人権デュー・ディリジェンス / CSR調達の推進

当社グループは「東リグループCSR調達ガイドライン」に沿った調達活動を推進しており、取引先様にも当ガイドラインの内容をご理解いただくとともに、ESG関連テーマに対する負の影響の特定・把握を目的として「CSR調達アンケート」を毎年実施しております。

人権デュー・ディリジェンスに関する当社グループの取り組みの詳細については、別途レポートを開示しております。

詳細はこちら

ガイドラインの主な項目	●人権の尊重 ●地球環境の保護 ●公正な事業活動 ●商品の安定供給と品質の保証

責任ある企業行動実施宣言

カーペットやカーテン等の繊維製品を扱う企業として、日本繊維産業連盟が作成した「繊維産業における責任ある企業行動ガイドライン」の趣旨に賛同し、2023年に「責任ある企業行動実施宣言」を発表しました。当ガイドラインで示される、繊維産業全体のディーセント・ワークへの取り組み強化をはじめとした目的に資するため、人権リスクのチェックやリスクの防止・軽減に向けた行動に取り組んでいます。

カスタマーハラスメント対策

当社グループは2026年4月1日付で「カスタマーハラスメント対応方針」を制定し、ホームページに公表しました。本方針は、公正・平等な事業活動を維持するとともに、従業員が安心して働ける環境を確保することを目的としており、当社グループの基本方針、対応姿勢、従業員への支援体制、さらには当社グループとしての責任を定めております。

またカスタマーハラスメント対策として、マニュアルを作成するとともに、社内研修の実施も進めてまいります。当社グループは、お客様の声に真摯に向き合い、商品・サービスの品質向上に努めていく一方、従業員の人格や尊厳を守り、相互尊重に基づく信頼関係の確保を目指してまいります。

事業活動

関連するSDGs

ESG基本方針〈事業活動〉

公正・平等な事業活動を推進し、全てのステークホルダーとのより良い信頼関係の構築を目指します。

- サプライチェーンマネジメント
- 公正な取引の遵守

サプライチェーンマネジメント

お客様に安心して商品をお使いいただくために、製造メーカーとして商品の安定的な供給体制の確保と、商品の安全に関する情報開示に努めています。さらにお客様からの信頼を一層高めるため、サプライチェーン全体にわたるリスク管理の強化に取り組んでいます。

安心・安全の調達環境づくり

当社グループでは多様な原材料や商品の調達を通じて、製造・販売を行っています。近年、地政学リスクの高まり等を背景に、原材料調達環境の不確実性が増しています。こうした状況に対応するため、主要原材料や商品の調達先の多角化を進めるとともに、一部川上工程の内製化を推進し、調達リスクの低減に取り組んでいます。

また、各部門責任者で構成するSCM強化委員会を設置し、生産・在庫・販売の最適化を通じてサプライチェーン全体の効率化とレジリエンス向上を図っています。

一方、主要原材料である化学品については、関連法規制の見直しが進む中、企業に求められる責任が一層高まっています。当社グループは国内外の法令遵守を徹底するとともに、規制物質に関する情報収集と適切な管理を推進しています。あわせて、より安全性の高い原材料への切り替えや情報開示の充実を進め、お客様に安心してご使用いただける商品の提供に取り組んでいます。

公正な取引の遵守

独占禁止法研修の実施

独占禁止法を中心とした競争法に詳しい弁護士を招き、役員・幹部社員を対象に「独占禁止法研修」を2006年から毎年開催しています。カルテルや談合の防止に向け、会合等報告書制度の運用とあわせて、独占禁止法の遵守のための取り組みを進めています。

- **2025年度研修受講者：**取締役・監査役・執行役員、営業部門・購買部門・企画部門等の幹部社員、関係会社役員　計55名
- **2025年度研修テーマ：**取適法（下請法改正）及び企業結合規制



取適法及びフリーランス保護法への対応

取適法改正にあわせて、改正内容の社内周知や支払いサイトの見直しを進め、価格協議の記録や取適法の該否判定などの仕組みを構築しました。さらに、フリーランス保護法についても、改めて研修やチェックリストによる社内周知を進めました。引き続き法令を遵守した事業活動を推進し、取引先とのより良い信頼関係の構築を目指します。

パートナーシップ構築宣言への賛同

当社は「パートナーシップ構築宣言」の趣旨に賛同し、2023年、同宣言を公表しました。当社グループは、「東リグループ経営理念」ならびに「東リグループ ESG 基本方針」のもと取引先との共存共栄の構築及び「振興基準」の遵守を通して、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

※2026年1月、取適法の改正にあわせてパートナーシップ構築宣言を更新しました。

品質

関連するSDGs

ESG基本方針〈品質〉

確かな品質と技術をもとにお客様目線のモノづくりを推進し、安心・安全な商品とサービスの提供を目指します。

- 品質保証・製品安全体制の推進 P.43
- TOLI品質の向上 P.44

品質保証・製品安全体制の推進

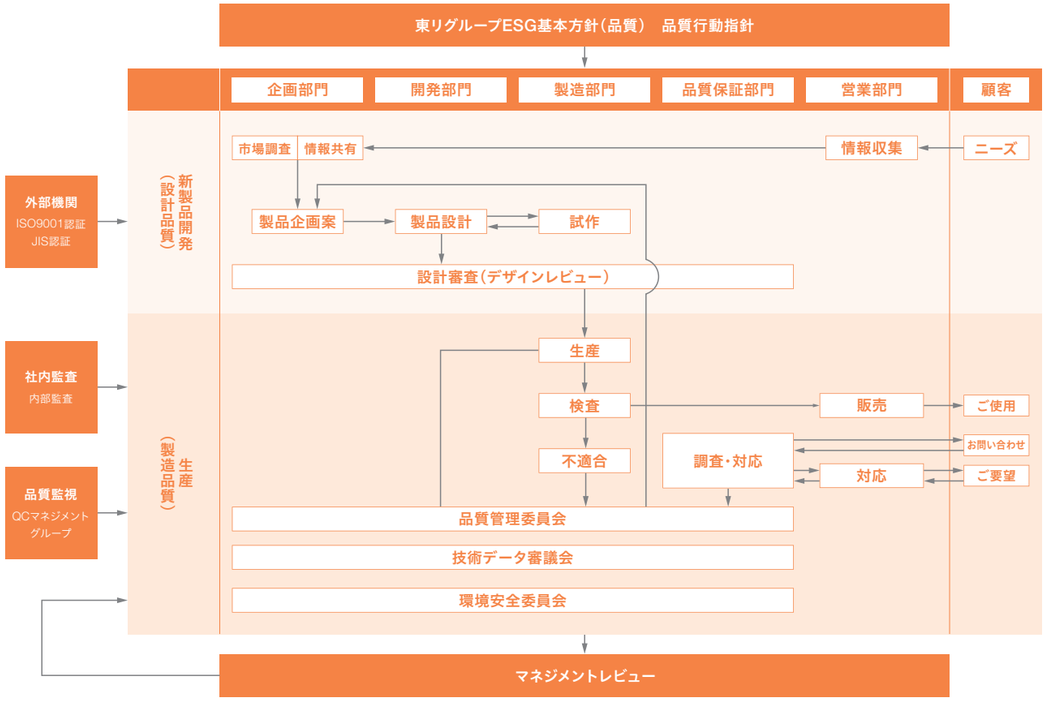
品質行動指針

社　長　方　針　“革新性と深化” 挑む心でさらなる進化へ
事業本部長方針　高品質、高付加価値、環境に配慮した製品を作り続け、さらなる挑戦と進化を目指す。
営業本部長方針　お客様への親切と丁寧さを極め、対応の高みに挑み続ける。
管理本部長方針　エンゲージメントを高め、挑戦意欲のある人を育成し、企業のさらなる発展を目指す。

品質保証・製品安全（TOLI品質）についての基本的な考え方

東リグループでは、「品質」を東リグループESG基本方針の7つの柱の一つとして位置づけ、品質行動指針に沿った活動を行い、品質と安心・安全の両面においてお客様の満足度を最大化することを目指しています。東リ製品の品質や安全性がお客様のご使用時に問題とならないよう、発売前に企画部門・開発部門・製造部門・品質保証部門合同による設計審査（デザインレビュー）を「企画・設計段階」・「試作評価段階」などに分けて繰り返し行い、作り手側の視点だけではなく、お客様側の視点に立ったチェックも交えて行っています。また、発売後にもお客様より寄せられた情報や行政機関の動向に対して、各部門があらゆるプロセスで連携して対応できる体制を整えています。

東リ品質保証・製品安全体系図



TOLI品質の向上

品質には「製品品質」だけではなく、さまざまな「品質」があります。「TOLI品質」は、お客様による使用時や施工時の品質確保はもちろんのこと、原材料調達・製造・物流・廃棄に至るまでの製品のすべてのライフサイクルにおける品質や、お客様への正確な説明や丁寧な対応による営業品質など、さまざまな側面で捉えた「品質」を表した言葉です。「TOLI品質」を高めることで、お客様に安心・安全と感動を与えることを目指しております。



「TOLI品質」向上に向けた取り組み❶　製品品質

施工研修の充実

当社グループでは、技能士の育成を目的とした研修会や、卸代理店向けセミナーなど社外向けの施工セミナーを実施する一方で、社員を対象とした施工研修も体系的に展開しています。具体的には、新入社員研修をはじめ、若手社員や営業フロアセールス担当向けのスキルアップ研修など、多様なプログラムを整備しています。

これらの研修では、技能士資格を有する社員や外部の技能士の協力を得ながら、実践的な施工指導を行っています。あわせて、接着剤や下地に関する基礎知識、施工におけるクレーム事例などを体系的に学ぶ機会を提供しています。

こうした取り組みを通じて実践的な施工知識を社員が習得し、研究開発や商品企画段階からの品質管理向上、さらには施工に関するクレーム対応の高度化につなげています。



「TOLI品質」向上に向けた取り組み❷　原材料調達の品質

環境安全委員会による徹底した安心・安全の担保

お客様に東リ製品を安心・安全にお使いいただくために、化学物質情報については、企画・開発・製造・品質保証部門でそれぞれ監視を行い、国内外の化学物質規制情報の早期入手に努めています。そこで新たに得られた情報に対しては、関連部門を中心とした「環境安全委員会」において共有し、お客様の安心・安全を第一に考え、当社の扱うすべての製品の使用材料と照らし合わせを行います。必要に応じて配合変更を行うとともに、SDS（安全データシート）やAIS（製品環境安全情報シート）、その他開示資料などへの迅速な反映により、お客様への正確な情報伝達に努めています。



SDS（安全データシート）

品質不正改ざんの未然防止（QCマネジメントグループ）

品質の不正改ざんは、お客様との信頼関係を一瞬にして損なうことにつながります。当社では、不正改ざんが自社でも起こり得るリスクとして捉え、2018年1月より品質管理体制の強化・品質不正改ざんの未然防止を目的として「QCマネジメントグループ」を設置して活動しています。活動内容は、①「法令遵守」、「製造段階」や「検査・出荷段階」といったさまざまな場面で起こり得る品質不正リスクの洗い出し、②取り上げた品質不正リスクについて、製品品質と関連の深い品質保証部門や開発部門とのリスクレベル共有のためのコミュニケーション活動の実施、③活動により共有したリスクレベルの「気づき」からそのリスクをどのように低減していくかの検討、といった3つのステップで取り組んでいます。

また、今後はこれまで当然のように行ってきた作業が実は本来の内容とは少し異なっていた「意図的ではない誤り」についても目を配り、そのようなことが起こっていないか、あるいは起こりやすい土壌となっていないかについてチェックを行い、お客様に信頼し続けていただける企業グループを目指してまいります。

企業統治

関連するSDGs

ESG基本方針〈企業統治〉

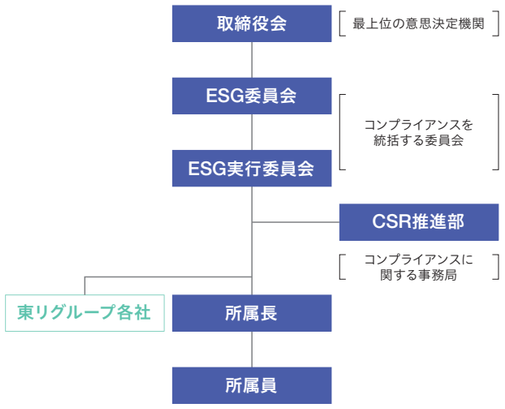
企業倫理の重要性を認識し、ガバナンスの有効性を確保する仕組みづくりを積極的に推進することにより、健全で透明性の高い企業経営を目指します。

- コンプライアンスの徹底 P.45
- リスクマネジメント P.46
- 健全なガバナンスの強化 P.47

コンプライアンスの徹底

当社グループでは「コンプライアンス規程」を定め、これらを統括する「ESG委員会」及び「ESG実行委員会」のもと、年度報告や具体的な取り組み方針について審議を行い、健全な企業風土の醸成に努めています。また、定期的な研修の実施や「東リグループ行動規範」の周知徹底を通じて、グループ役職員の意識啓発に継続して取り組んでまいりました。役職員一人ひとりが高い倫理観を持って実践することが重要であると考え、現在は以下の取り組みをはじめとする教育・浸透活動に積極的に注力しています。

コンプライアンス体制図



コンプライアンス活動

2025年度実績

- 取適法研修　●新入社員研修　●独占禁止法研修
- フリーランス保護法研修　●新任職位者研修
- コンプライアンスレッスンの配信、改正法令への対応等
（取適法、フリーランス新法、カスハラ対策法）

2026年度計画

- 業務委託研修　●新入社員研修　●独占禁止法研修
- 新任職位者研修　●カスタマーハラスメント対策研修
- コンプライアンスレッスンの配信、改正法令への対応等
（取適法、カスハラ対策法、公益通報者保護法）

❖内部統制、グループガバナンスの強化、見直し

リスクが高い工事取引において、内部統制及びグループガバナンスの強化を進めています。

- 工事取引に関する業務プロセスの再点検と適正な計上処理の周知徹底
- 内部監査体制の強化（売掛金残高に応じた重点ヒアリング、規程及び業務マニュアル逸脱の有無や印章管理体制の点検、見積書注文書等の決裁状況の確認）
- 内部通報制度の周知徹底とその活用促進 など

❖行動憲章・行動規範の周知・徹底

当社グループで働く役員・従業員の共通の価値観を醸成し、価値判断の拠り所となるものとして「東リグループ行動憲章」「東リグループ行動規範」を定め、それらを記した小冊子の配付・携帯を義務づけるとともに、年1回の読みあわせを実施すること等により、その浸透を図っています。あわせて、「東リグループESG基本方針」ならびに各行動指針をカードにして、配布しております。

❖ホットラインの設置・運営

法令違反や人権侵害、不正等の早期発見・是正のため、「東リグループホットライン（内部通報窓口）」を設置・運営しています。社内・社外（弁護士）それぞれに窓口を設けることにより、通報者の利便性に配慮するとともに、社内規程や行動規範において情報提供者の秘匿と不利益取扱の禁止を定め、その運用の徹底を通じて通報者の保護を図っています。2025年度は人権や不正に関する通報があり、いずれも適切に対応したことを取締役会にて報告しました。

リスクマネジメント

❖サイバーセキュリティ

近年、サイバー攻撃の脅威が深刻さを増していることに対応し、当社では多層的なセキュリティ対策を強化しています。まず、不正アクセスやコンピューターウイルス、ランサムウェアなどのリスクに対して、Webサイト閲覧制限や新たなシステム導入といった防御策を実施し、マルウェア対策システムの更新も進めています。さらに、インシデント発生時に迅速かつ効果的に対応できる体制を整えるため、「セキュリティインシデント報告・対応標準」の見直しを行い、緊急時の対応体制を強化しました。この取り組みにより、被害の最小化と組織のセキュリティレベルの向上を図っています。加えて、全社員の意識向上を目的とした施策も推進しています。「情報セキュリティポリシー」や「情報セキュリティ対策10ヶ条」を策定し、定期的な遵守状況の点検やIT便りによる情報共有を行っています。特に2022年度からは、「標的型攻撃メール訓練」を導入し、社員のITリテラシーの向上に努めています。これらの総合的な取り組みにより、組織全体のセキュリティ対策を強化しています。今後も情報セキュリティに関する脅威や環境変化を踏まえながら、セキュリティ対策の継続的な改善と従業員教育の強化に取り組み、情報資産の保護及びセキュリティレベルの向上を推進してまいります。

- **標的型攻撃メール訓練：**2025年6月 856名を対象に2回、2025年9月 879名を対象に1回　計3回実施
- **IT便り 2025年度テーマ：**「PCの電源管理の理解と対応」「Windows11への移行の必要性」　計2回配信
- **確認された情報セキュリティインシデントの件数：**2025年度 0件

❖リスクマネジメント体制

当社グループは、その持続的発展及び企業価値向上に資することを目的として、「リスク管理基本方針」及び「リスク管理行動指針」を定め、同方針と関連するその他社内規程に基づき、事業の円滑な運営に重大な影響を及ぼすさまざまなリスクの把握とその対策に取り組んでいます。

リスク管理基本方針

1. 企業の社会的責任の履行
2. ステークホルダー・社会からの信頼性の確保
3. 事業の継続

リスク管理行動指針

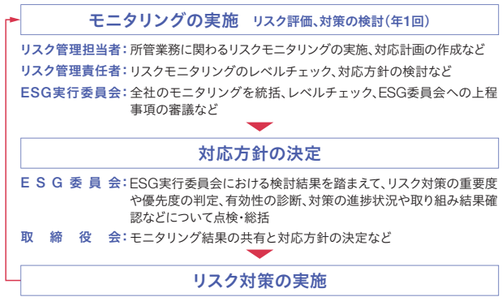
1. リスクが顕在化した場合には、迅速な対応・復旧を図り、再発防止策を講じる。
2. 役職員・家族・顧客・地域社会等の安全・健康に配慮し、資産の保全に努める。
3. リスク情報の共有化・管理体制の整備を通じて、損害発生の予防に努めるとともに、リスク対応能力の向上を図る。
4. 常に社会貢献の意識を持ち、東リグループの社会的評価を高めるよう努める。

リスクマネジメント推進体制



リスクマネジメントのプロセス

当社グループは、“適切なリスク対策の実施は重要なサステナブル活動である”との考えのもと、以下のプロセスによりリスクマネジメントを推進しています。



健全なガバナンスの強化

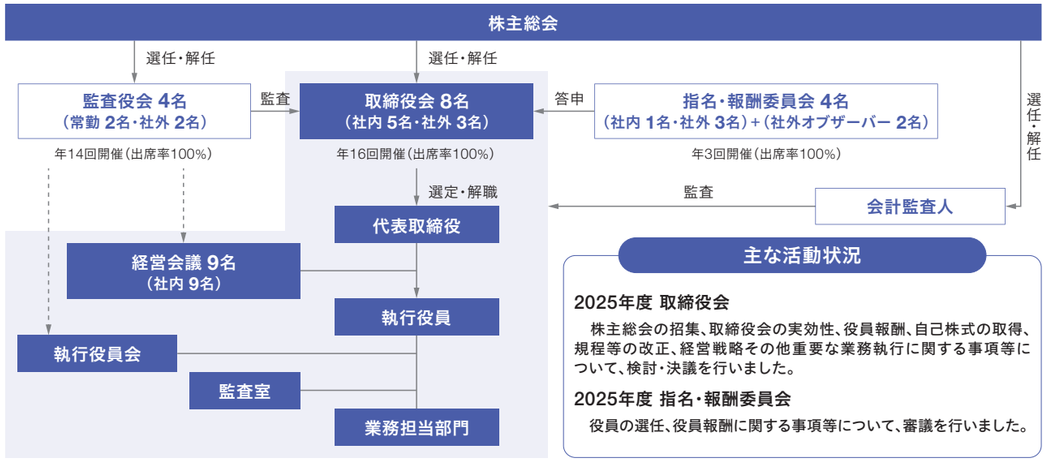
持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に向け、コーポレートガバナンス強化を経営の重要課題の一つと位置づけ、以下の基本的な考え方に沿って、コーポレートガバナンスの充実に取り組んでいます。

1 株主の権利を尊重し、その平等性を確保するとともに、適切な権利行使のための環境整備に努めます。
2 顧客、従業員、地域社会等、さまざまなステークホルダーとの適切な協働に努めます。
3 適切な情報開示（非財務情報を含む）や株主との対話を通じて、経営の透明性確保に努めます。
4 取締役会及び監査役（監査役会）の役割・責務を明確にするとともに、独立性の高い社外役員の活用等により、コーポレートガバナンスの実効性向上に努めます。

❖コーポレートガバナンス体制

経営のスピード向上及び監査・統制機能の強化を両立する経営組織の構築を目的として、以下の体制を整えています。当社は迅速かつ適正なる経営判断を行い、グループ経営全体の最適化を目指すべく経営会議・執行役員会を開催しております。

コーポレートガバナンス体制図（2026年6月末時点）



取締役会

経営及び業務執行に関する重要事項の意思決定を行うとともに、各取締役が業務執行の状況（社外取締役を除く）及び取締役会で必要と認めた事項を報告すること等を通じて、業務執行の状況を監督しております。

監査役会

会社の健全で持続的な経営に資するため、客観的かつ独立した立場で取締役の職務執行を監査しており、監査の方針、会社の業務及び財産の状況の調査、その他監査役の職務執行に関する事項について決議しております。

経営会議

代表取締役、取締役（社外取締役を除く）及び執行役員（常務執行役員以上）によって構成されており、原則月2回開催しております。経営会議では、株主総会、取締役会に付議する経営の基本重要事項や重要な経営政策全般にわたる事前協議を行っております。

執行役員会

代表取締役、取締役（社外取締役を除く）及び執行役員によって構成されており、原則月1回開催しております。執行役員会では、執行役員に対する経営方針の周知徹底と業務執行に関する報告及びそれに対する助言・勧告を行っております。

❖役員の報酬

取締役の報酬は、中長期的な企業業績と企業価値の向上に資するものであること、役職及び職責に応じたものであることを基本的な考え方としており、月額の基本報酬と会社の業績等を勘案した賞与で構成しております。

役員区分	報酬等の総額（百万円）	報酬等の種類別の総額（百万円）			対象となる役員の員数（人）
		基本報酬	業績連動報酬等	非金銭報酬等	
取締役（うち社外取締役）	167（28）	156（28）	11（－）	－	9（4）
監査役（うち社外監査役）	47（12）	47（12）	－	－	5（2）

※ 2026年3月末時点

❖取締役会の実効性に関する分析・評価

当社は、取締役会の実効性確保及び機能性向上を目的として、毎年、取締役会の実効性に関する分析・評価を行っています。2025年度は、すべての取締役及び監査役を対象に、外部専門家（弁護士事務所）の助言を参考に作成したアンケートを実施し、その回答内容をもとに取締役会において議論を行い、実効性の評価を確定しました。

実施の流れ

2月 すべての取締役及び監査役へのアンケート実施（4段階評価と自由記述にて回答）

3月 アンケート集約と分析・評価

4月 取締役会にて、実効性評価結果の共有・審議

評価項目

- 取締役会の体制（人数・構成等）
- 取締役会の運営状況（開催頻度、審議時間、議事の内容・数、情報提供、質疑応答等）
- 重要課題の審議状況（サステナビリティ、人的資本経営、株主・投資家との対話を踏まえた対応）
- 昨年提示された課題への取り組み状況
- 各取締役及び各監査役の自己評価
- その他（指名・報酬委員会及び監査役会の構成・運営の状況、等）

2025年度 分析・評価結果の概要

アンケートではすべての項目において概ね良好な評価が得られ、課題である「当社事業に対する社外役員の理解促進」については、引き続き重要案件の複数回審議や、テーマを設定し事業活動上の課題やその取り組み状況に関する報告・討議を行うとともに、社外役員意見交換会、代表取締役や各担当役員と監査役・社外取締役との個別ミーティングを定期的に実施し、コミュニケーションの充実を図るなど、その理解促進に向けた取り組みが着実に進展していることが確認されました。以上より、当社の取締役会は全体として適切に機能し、実効性は確保されていると判断しました。

❖指名・報酬委員会の状況

役員人事及び報酬制度に係る事項の決定プロセスの透明性と客観性を高めるため、取締役会の諮問機関として、指名・報酬委員会を設置、運営しており、必要に応じて随時開催しています。委員の過半数を独立社外取締役とし、かつ議長を社外取締役が務めることにより、委員会の独立性を確保しています。

社外取締役インタビュー



社外取締役
藤井　秀延

―取締役会の実効性分析・評価結果を受けて、手応えはいかがですか？

以前に比べると、資料や情報の共有体制は大きく改善したと感じています。重要案件を複数回にわたってじっくり審議するなど、さまざまな取り組みを重ねてきました。その結果、私たち社外役員の事業や人材、議案への理解がぐっと深まり、取締役会全体の活発化につながっています。

ただ、運営の工夫という点では、まだまだ改善の余地があります。これらを一過性の変化で終わらせることなく、より良い対話の場を目指して、今後も取り組みを継続していきたいですね。

―指名・報酬委員会の議長としては、どのような点に留意されていますか？

経営陣の指名や報酬を決める議事運営にあたっては、常に「透明性」「客観性」「公正性」を確保することを何よりも心掛けています。

当委員会は、業務執行を担う社長と、監督を担う3名の社外取締役で構成されています。そのため、業務執行側だけで不透明な決定が下されることのない、健全なチェック機能がしっかりと働いています。現状、委員会は非常にクリーンで、適切に運営されていると評価しています。

―昨年は「株主様向け伊丹本社見学ツアー」にも参加されたそうですね。

はい。社外役員によるIR活動への参画は、投資家ミーティングをはじめ、ステークホルダーの皆様との貴重な対話の機会として非常に前向きに捉えています。

昨年11月には、私も「株主様向け伊丹本社見学ツアー」に参加させていただきました。株主の皆様と一緒に、東リの歩んできた歴史や伝統に触れ、製造現場や製品をじっくりと視察しました。直接お話しする中で、多様なご意見だけでなく、たくさんの温かい励ましの言葉をいただき、本当に有意義で嬉しい時間となりました。

ここで得た「株主様の視点」をこれからの経営にしっかりと活かすとともに、今後もこうした機会にはぜひ積極的に参加していきたいと思っています。

東リ株式会社 役員一覧

取締役

代表取締役社長
永嶋　元博　MOTOHIRO　NAGASHIMA



1982年4月　当社入社
2003年4月　当社総合企画部長
2007年6月　当社執行役員 経営企画部長 兼 総務人事部長
2008年6月　当社取締役
2009年4月　当社取締役 営業本部長
2012年4月　当社代表取締役社長(現任)

取締役 専務執行役員
天野　宏文　HIROFUMI　AMANO



1984年4月　当社入社
2005年4月　当社企画推進室長
2009年4月　当社商品企画部門長
2011年4月　当社フロア開発部長
2012年4月　当社執行役員 フロア開発部長
2015年6月　当社取締役
2016年4月　当社取締役 事業本部長
2018年4月　当社常務取締役 事業本部長
2021年4月　当社取締役 専務執行役員 事業本部長(現任)

社外取締役
関根　近子　CHIKAKO　SEKINE



1972年4月　資生堂山形販売(株)入社
2012年4月　(株)資生堂執行役員
2014年4月　同社執行役員常務
2016年1月　同社顧問
2016年2月　イーサポートリンク(株)社外取締役
2018年2月　(株)Bマインド代表取締役(現任)
2018年6月　(株)バルカー社外取締役
2019年5月　(株)ファミリーマート社外取締役
2019年8月　(株)TAKARA&COMPANY社外取締役(現任)
2021年6月　当社取締役(現任)

社外取締役
藤井　秀延　HIDENOBU　FUJII



1979年4月　(株)三和銀行入行
2006年6月　(株)三菱東京UFJ銀行
　〈(現)(株)三菱UFJ銀行〉執行役員
2009年5月　同行常務執行役員
2010年6月　同行常務取締役
2013年6月　三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)
　代表取締役社長
2017年6月　日立造船(株)〈(現)カナデピア(株)〉
　取締役副会長
2021年6月　当社取締役(現任)
2021年8月　(株)中北製作所社外監査役

取締役 常務執行役員
橋本　昌幸　MASAYUKI　HASHIMOTO



1983年4月　日商岩井(株)〈(現)双日(株)〉入社
2009年4月　双日(株)化学品本部大阪化学品部長
2016年4月　同社化学本部副本部長
2018年4月　当社常勤顧問
2018年6月　当社取締役
2019年4月　当社取締役 グローバル戦略推進部長
2021年4月　当社取締役 常務執行役員
　グローバル戦略推進部長
2023年4月　当社取締役 常務執行役員
　グローバル戦略推進担当 兼
　気候変動対応プロジェクトマネージャー(現任)

取締役 執行役員
加藤　晃朗　KORO　KATO



1995年4月　当社入社
2018年4月　当社経営企画部長
2021年4月　当社経営企画部長 兼 デジタル戦略室長
2022年4月　当社執行役員 経営企画部長 兼
　デジタル戦略室長
2024年4月　当社執行役員 経営企画部長
2025年6月　当社取締役 執行役員 経営企画部長(現任)

社外取締役
木村　麻子　ASAKO　KIMURA



2008年4月　関西大学 商学部准教授
2014年4月　関西大学 商学部教授
2022年10月　関西大学 商学部副学部長
2023年8月　京都大学 経営管理大学院 客員教授(現任)
2024年6月　(株)常陽銀行 社外取締役監査等委員(現任)
2024年10月　関西大学 学長補佐
2025年6月　当社取締役(現任)
2026年4月　慶應義塾大学 商学部教授(現任)

取締役 執行役員
竹川　政克　MASAKATSU　TAKEKAWA



1997年4月　当社入社
2021年4月　当社技術開発部長
2023年4月　当社執行役員 技術開発部長
2025年6月　当社取締役 執行役員 技術開発部長(現任)

監査役

常勤監査役
松本　渉　WATARU　MATSUMOTO



1980年4月　当社入社
2003年4月　当社経理部長
2005年4月　当社中部ブロック統括部長
2006年12月　ダイヤ・カーペット(株)代表取締役社長
2010年4月　当社執行役員 経営企画部長 兼
　総務人事部長
2011年6月　当社取締役
2012年4月　当社取締役 営業本部長
2015年4月　リック(株)代表取締役社長
2022年4月　同社代表取締役会長
2023年4月　同社取締役会長
2023年6月　当社監査役(現任)

常勤監査役
中野　洋二　YOJI　NAKANO



1989年10月　当社入社
2011年4月　当社近畿圏ブロック統括部長
2015年4月　当社執行役員 営業本部副本部長 兼
　近畿圏ブロック統括部長
2021年4月　当社常務執行役員 営業本部副本部長 兼
　首都圏ブロック統括部長
2022年4月　当社常務執行役員 営業本部長
2025年4月　当社常勤顧問
2025年6月　当社監査役(現任)

社外監査役
森川　拓　TAKU　MORIKAWA



2001年10月　弁護士登録
2005年2月　ひょうご法律事務所所長(現任)
2015年6月　当社監査役(現任)

社外監査役
渡沼　照夫　TERUO　WATANUMA



1984年8月　公認会計士登録
2005年6月　有限責任あずさ監査法人代表社員
2016年10月　渡沼公認会計士事務所代表(現任)
2018年1月　帝人フロンティア(株)社外監査役
2019年6月　当社監査役(現任)

スキルマトリックス

◎：特に期待する分野　○：期待する分野

分類	氏名	企業経営 経営戦略	製造・技術 品質管理	イノベーション 研究開発	営業 マーケティング	財務 会計	人事 人材開発	グローバル	法務 リスクマネジメント	ESG
取締役	永嶋　元博	◎			◎	○	○	○	○	○
	天野　宏文	○	◎	◎				○		○
	橋本　昌幸	○			○			◎		○
	加藤　晃朗	◎			○	○			○	○
	竹川　政克	○	◎	◎						○
	関根　近子	○			◎		○			○
	藤井　秀延	◎			○	○	○			○
	木村　麻子	○				◎				◎
監査役	松本　渉	◎			○	◎	○		○	○
	中野　洋二				◎				○	○
	森川　拓					○			◎	○
	渡沼　照夫					◎				○

財務データ

（年度）	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
経営成績											
売上高（連結）（百万円）	91,840	91,466	91,291	90,355	94,701	85,931	88,513	95,230	102,470	105,709	**112,337**
営業利益（連結）（百万円）	3,825	4,249	3,522	1,991	2,382	1,595	878	3,531	4,978	4,376	**5,100**
経常利益（連結）（百万円）	3,907	4,367	3,681	2,243	2,639	2,026	1,244	3,640	5,240	4,665	**5,733**
親会社株主に帰属する当期純利益（連結）（百万円）	2,420	3,031	2,479	1,345	2,059	1,386	720	2,562	3,689	3,507	**4,459**
減価償却費（連結）※キャッシュ・フローベース（百万円）	1,276	1,302	1,431	1,634	1,921	1,954	2,167	2,340	2,619	2,892	**3,226**
設備投資額（連結）（百万円）	2,400	1,879	2,685	3,094	2,383	3,064	3,805	3,175	3,913	5,153	**5,198**
研究開発費（連結）（百万円）	611	588	708	599	654	655	666	692	788	599	**585**
財政状況											
総資産（連結）（百万円）	72,923	75,498	77,703	77,654	78,369	76,817	79,982	84,791	90,849	94,063	**99,639**
純資産（連結）（百万円）	30,323	33,555	35,894	36,042	36,363	38,087	38,285	40,894	45,760	48,377	**52,188**
自己資本（連結）（百万円）	30,162	33,376	35,703	35,833	36,124	37,825	38,013	40,613	45,433	48,046	**51,808**
自己資本比率（連結）（%）	41.4	44.2	45.9	46.1	46.1	49.2	47.5	47.9	50.0	51.1	**52.0**
DEレシオ（有利子負債÷自己資本）（連結）（%）	30.7	26.8	24.6	24.4	24.4	23.1	23.5	22.2	19.9	25.4	**24.5**
キャッシュ・フロー											
営業活動によるキャッシュ・フロー（連結）（百万円）	4,426	5,187	2,668	2,321	5,095	4,161	4,962	3,599	5,288	2,469	**9,115**
投資活動によるキャッシュ・フロー（連結）（百万円）	△ 2,571	△ 2,254	△ 2,690	△ 2,575	△ 1,190	△ 3,106	△ 4,016	△ 3,275	△ 3,895	△ 4,769	**△ 4,351**
財務活動によるキャッシュ・フロー（連結）（百万円）	△ 1,145	△ 1,547	△ 1,231	△ 1,187	△ 1,486	△ 987	△ 1,060	△ 934	△ 1,567	842	**△ 2,862**
フリー・キャッシュ・フロー（営業CF-投資CF）（連結）（百万円）	1,854	2,933	△ 22	△ 253	3,905	1,054	945	323	1,393	△ 2,300	**4,763**
現金及び現金同等物の期末残高（連結）（百万円）	8,955	10,353	9,176	7,749	10,155	10,268	10,189	9,587	9,460	8,026	**10,001**
株式情報											
発行済株式総数（千株）	66,829	66,829	66,829	66,829	66,829	66,829	66,829	66,829	60,129	60,129	**60,129**
1株当たり配当額（円）	9.00	10.00	10.00	10.00	13.00	8.00	8.00	10.00	19.00	21.00	**34.00**
配当性向（連結）（%）	22.9	20.4	24.9	45.8	38.8	35.3	67.9	23.5	30.8	35.2	**44.2**
DOE（連結）（%）	1.9	1.9	1.8	1.7	2.2	1.3	1.3	1.5	2.6	2.6	**3.9**
1株当たり情報											
1株当たり純資産額（連結）（円）	488.92	541.03	578.76	580.88	590.38	618.20	630.05	674.80	767.66	824.90	**913.01**
1株当たり当期純利益（連結）（円）	39.23	49.14	40.20	21.81	33.49	22.66	11.79	42.57	61.69	59.62	**76.86**
経営指標											
ROA（連結）（%）	5.4	5.9	4.8	2.9	3.4	2.6	1.6	4.4	6.0	5.0	**5.9**
ROE（連結）（%）	8.2	9.5	7.2	3.8	5.7	3.8	1.9	6.5	8.6	7.5	**8.9**
ROIC（連結）（%）	6.7	7.4	5.7	3.1	3.7	2.4	1.3	5.1	7.1	5.6	**6.4**
EBITDA（連結）（百万円）	5,052	5,736	5,140	3,740	5,059	4,086	3,832	6,199	7,968	8,017	**9,707**

※「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を2021年度の期首より適用しております。

非財務データ

環境指標

		(年度)	2021	2022	2023	2024	2025
温室効果ガス排出量							
CO_2排出量(スコープ1～3)		(千t-CO_2)	442	410	410	399	**413**
スコープ1		(千t-CO_2)	15	15	14	14	**14**
スコープ2		(千t-CO_2)	19	18	20	22	**3**
スコープ3		(千t-CO_2)	408	377	376	363	**396**
	カテゴリ1	(千t-CO_2)	348	319	322	307	**332**
	カテゴリ2	(千t-CO_2)	10	12	9	11	**18**
	カテゴリ3	(千t-CO_2)	7	7	7	7	**6**
	カテゴリ4	(千t-CO_2)	13	12	11	12	**12**
	カテゴリ5	(千t-CO_2)	4	3	2	2	**2**
	カテゴリ12	(千t-CO_2)	25	23	23	23	**25**
	上記以外のカテゴリ	(千t-CO_2)	1	1	1	1	**1**
産業廃棄物							
産業廃棄物排出量		(千t)	5.6	4.4	3.0	2.4	**2.4**
リサイクル率		(%)	72.8	79.2	84.2	87.9	**88.5**
エネルギー							
エネルギー使用量		(千GJ)	756	757	693	703	**740**
水資源							
水使用量		(万㎥)	88.8	92.3	98.3	92.2	**91.6**
排水量		(万㎥)	49.0	44.7	44.2	42.5	**43.3**

環境指標の算定にあたっての補足説明

●CO_2排出量算定にあたって
・環境省、経済産業省「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン（ver2.8）」を基に算定しました。
・当社グループ内の工場・倉庫間輸送、出荷にともなう委託先倉庫の荷役・保管及び輸配送は、環境省ガイドラインに従いスコープ3のカテゴリ4にて算定しました。
・ スコープ3の算定は当社が販売する製品に関する事業活動部分を算定、当社グループ販売会社の他社仕入れ販売は算定対象に含みません。
・スコープ3の各カテゴリの算定は、継続的に算定精度の向上に努め、見直しを行っています。そのため過去の開示数値と異なる場合があります。
カテゴリ1：購入した製品・サービスの原材料・部品・容器・包装等が製造されるまでの活動にともなう排出
カテゴリ2：自社の資本財の建設・製造にともなう排出
カテゴリ3：スコープ1、2に含まれない燃料及びエネルギー使用量関連活動（調達している燃料及び電力等の上流工程）にともなう排出
カテゴリ4：報告年度に購入した製品・サービスのサプライヤーから自社への物流（輸送・荷役・保管）にともなう排出及び、それ以外の物流サービスにともなう排出（自社が費用負担している物流にともなう排出）
カテゴリ5：自社で発生した廃棄物の輸送、処理にともなう排出
カテゴリ12：使用者による製品の廃棄時の処理にともなう排出

●産業廃棄物の算定にあたって
・総排出量：排出量の総重量 ※東リグループ内リサイクル物、有価リサイクル物、専ら物、廃棄物の合計
・東リグループ内リサイクル物：排出物の中で東リグループ内の製造工程に還元したもの
・有価リサイクル：排出物の中で有価物として売却したもの
・集計対象：本社・伊丹工場・厚木工場・広化東リフロア(株)・滋賀東リ(株)・滋賀東リ(株)伊丹事業所・岐阜東リ(株)・山天東リ(株)・東リインテリアサービス(株)・(株)東リインテリア企画・東リ物流(株)
●エネルギー使用量の算定にあたって
・2023年度以降のエネルギー使用量は、「エネルギーの使用の合理化及び非化石エネルギーへの転換等に関する法律」（改正省エネ法）により見直された係数を用いて算定しました。
・集計対象：本社・営業所・伊丹工場・厚木工場・東リ物流(株)・他グループ会社
●水使用量・排水量の算定にあたって
・集計対象：本社・伊丹工場・厚木工場・広化東リフロア(株)・滋賀東リ(株)・滋賀東リ(株)伊丹事業所・岐阜東リ(株)・山天東リ(株)・東リインテリアサービス(株)

環境会計

環境保全コスト

(百万円)

分類			主な取り組み内容	2024年度 費用	2024年度 投資	2025年度 費用	2025年度 投資
(1)	事業エリア内コスト			538	1,466	**584**	**374**
	内訳	(1)-1 公害防止コスト	公害防止設備の導入や維持管理	104	28	**109**	**19**
		(1)-2 地球環境保全コスト	省エネルギー設備の導入や維持管理	250	181	**73**	**118**
		(1)-3 資源循環コスト	リサイクル設備導入や廃棄物処理費用	184	1,257	**401**	**236**
(2)	上・下流コスト		エコマーク使用料	10	0	**11**	**0**
(3)	管理活動コスト		環境マネジメントシステムの維持、植栽管理	81	0	**88**	**0**
(4)	研究開発コスト		環境配慮型商品の開発	57	9	**111**	**6**
(5)	社会活動コスト		ー	0	0	**0**	**0**
(6)	環境損傷対応コスト		汚染負荷量賦課金（大気）	1	0	**1**	**0**
合計				687	1,475	**796**	**381**

環境保全効果

効果項目		2024年度	2025年度
エネルギー使用量※1	(千GJ)	672.1	**709.8**
CO_2排出量※1	(千t-CO_2)	34.0	**33.9**
産業廃棄物排出量※1	(千t)	2.6	**2.6**
リサイクル率※1	(%)	87.0	**87.0**

※1：P.12、P.14、P.17、P.32、P.33、P.53上段のグラフ・表とは集計範囲が一部異なるため値が異なります。

環境保全対策にともなう経済効果

(百万円)

効果項目		2024年度	2025年度
収入※2	有価物売却による収益	34.4	**△14.3**
費用削減※3	エネルギー費用削減	△109.0	**43.0**
	産業廃棄物処理費用削減	26.7	**△10.5**
合計		△ 47.9	**18.2**

※2：有価物を廃棄処理した場合の推定支払費用と実際の収入額の合計の前年度差額（△は収益減）
※3：実績値の前年度差額（△は費用増）

集計対象：本社、営業所、伊丹工場、厚木工場、広化東リフロア(株)、滋賀東リ(株)、滋賀東リ(株)伊丹事業所、岐阜東リ(株)、山天東リ(株)、東リインテリアサービス(株)、(株)東リインテリア企画、東リ物流(株)
集計参考：環境会計ガイドライン2005年版（環境省）

社会指標

	(年度)	2021	2022	2023	2024	2025
従業員数（連結）	(人)	1,874	1,856	1,883	1,910	**1,940**
従業員数（単体）	(人)	885	882	883	905	**920**
女性従業員数（単体）	(人)	256	268	278	282	**293**
女性従業員比率（単体）	(%)	28.9	30.4	31.5	31.2	**31.8**
女性管理職数（単体）	(人)	11	9	11	13	**18**
女性管理職比率（単体）	(%)	9.6	8.1	9.7	11.1	**11.7**
平均年齢（単体）	(歳)	41.7	42.2	42.4	43.0	**43.0**
平均勤続年数（単体）	(年)	16.5	16.7	16.6	17.1	**17.0**
新卒採用数（単体）（ ）内は新卒女性従業員数	(人)	34(13)	27(5)	30(12)	24(9)	**33(13)**
離職率（単体）	(%)	3.5	4.2	3.8	3.3	**3.1**
女性育休取得率（単体）	(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	**100.0**
男性育休取得率（単体）	(%)	6.9	71.4	88.9	100.0	**100.0**
産休取得後職場復帰率（単体）	(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	**100.0**
障がい者雇用率（単体）	(%)	1.9	2.1	2.3	2.5	**2.5**

※ 単体の従業員数は、東リグループ会社への出向者、パート社員除く。またグループ会社から東リへの出向者含む。
※ 育休：育児休業・育児目的休暇
※ 女性従業員数及び女性従業員比率については、算出条件の違いにより、有価証券報告書に記載している数値と一部異なります。

ガバナンス指標

		2022年6月末	2023年6月末	2024年6月末	2025年6月末	2026年6月末
取締役会の構成	(人)	6	6	6	9	**8**
うち社外取締役	(人)	3	3	3	4	**3**
うち女性取締役	(人)	2	2	2	3	**2**
監査役会の構成	(人)	4	4	4	4	**4**
うち社外監査役	(人)	2	2	2	2	**2**
うち女性監査役	(人)	0	0	0	0	**0**

❖会社概要・株式情報（2026年3月31日時点）

会社概要

社名	東リ株式会社
創業	1919年（大正8年）12月1日
資本金	6,855百万円
事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
本社	兵庫県伊丹市東有岡5丁目125番地
東京本部	東京都港区東新橋2丁目10番4号
工場	伊丹、厚木
ショールーム	札幌、東京、名古屋、大阪、岡山、高松、福岡
営業所	札幌、仙台、盛岡、郡山、新潟、長野、東京、大宮、千葉、水戸、八王子、横浜、名古屋、静岡、金沢、大阪、京都、神戸、岡山、広島、高松、松山、福岡、北九州、鹿児島、沖縄、シンガポール

株式情報

定時株主総会	毎年6月
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
単元株式数	100株
発行可能株式総数	141,603,000株
発行済株式総数	60,129,249株
上場証券取引所	東京証券取引所　スタンダード市場
証券コード	7971

統合報告書に関するお問い合わせ窓口

東リ株式会社　経営企画部　|　Mail：toli_ir@toli.co.jp