

マテリアリティへのアプローチ

特定した4つのマテリアリティを達成するためにビジネス(必要な製品開発等)、プラットフォーム(環境対応、高効率運営等)、マインドセット(人材育成、企業文化醸成等)の側面から策定したアプローチ毎にKPI・目標値

を設定しました。長期ビジョン「TOKYOink Vision 2030」期間中の中期経営計画の中で、目標達成に必要な具体的な施策を決定し、2030年の目指す姿の実現に向けて取り組んでいきます。

特定したマテリアリティ	アプローチ	KPI	目標値	2025年度進捗
1 製品・サービスを通じた持続可能な社会に対する価値の提供 ＜ビジネスアプローチ＞	● サステナブル対応製品の充実	サステナブル対応製品売上高比率	50%(2030年度)	24.6%(単体)
	● 市場ニーズの的確な把握	事業別売上高	毎期売上高計画値	計画比実績(連結) インキ事業 達成 化成品事業 達成 加工品事業 未達
2 環境・社会と共存共栄する企業経営の推進 ＜プラットフォームアプローチ＞	● 気候変動への対応	GHG排出量削減	2013年度比50%削減(2030年度) カーボンニュートラルの実現(2050年)	△26.3%(国内連結子会社) (2013年度対比・Scope1、2)
	● 人的資本経営の推進と人権の尊重	エンゲージメントスコア 当社グループ調達基本方針の策定	8.0点(10点中)(2030年度) 当社グループ調達基本方針の策定(2024年)	5.9点(10点中)(単体)
	● 社会貢献	社会貢献活動の参加延べ人数	2,500人(毎年)	2,186人(連結)
	● 労働安全衛生	度数率 強度率	0(毎年) 0(毎年)	度数率 0.67(連結) 強度率 0.001(連結)
3 高効率で安定した企業基盤づくり ＜プラットフォームアプローチ＞	● 財務資本戦略	ROE	8.0%以上(2030年度)	6.1%(連結)
	● 高効率化	従業員一人当たりの付加価値額	13百万円(2030年度)	12百万円(単体)
	● コーポレート・ガバナンス体制の強化	取締役会の実効性向上(定性)	—	—
4 新たな価値を創造できる人材の創出とマインドの醸成 ＜マインドセットアプローチ＞	● 行動指針を体現できる人材の育成と企業文化の醸成	パーパス・バリューの認知度・理解度・共感度	パーパス(2030年度) 認知度 100.0% 理解度 80.0% 共感度 70.0%	パーパス(連結) 認知度 75.9% 理解度 55.0% 共感度 39.2%

▶ マテリアリティ(重要課題)

Step 1

メгатrendの抽出

持続可能な社会(サステナビリティ)の観点から、2030年までのメガトレンドを「地球環境」「人権尊重、人口動態」「信頼、安心・安全」「イノベーション」の4つの項目で抽出しました。

Step 2

メгатrendからのリスクと機会の分析

サステナビリティを巡る課題への対応は、リスクの減少のみならず収益機会にもつながる重要な経営課題と捉えていることから、ステップ1において抽出したメガトレンドと当社グループの事業領域との関連性を考慮した上で、経営に与える重要なリスクと機会の分析を行いました。

Step 3

マテリアリティの特定

ステップ2の分析結果を基に、当社グループのパーパス(存在意義)と照らし合わせた上で、2030年に目指す姿からバックキャストして設定した課題を「当社の重要度」「ステークホルダーの重要度」の2軸でマッピングし、それぞれにおいて、重要度が高い4つをマテリアリティ(重要課題)に特定しました。

Step 4

マテリアリティのアプローチ方法の策定

ステップ3で特定したマテリアリティに対して、達成に向けたアプローチをビジネス(必要な製品開発等)、プラットフォーム(環境対応、高効率運営等)、マインドセット(人材育成、企業文化醸成等)の3つの側面から策定しました。

Step 5

経営会議、取締役会での承認

マテリアリティの特定は経営層に定期的な進捗報告を実施しながら進め、最終的に経営会議審議、取締役会決議を経て、承認・決定しました。

マテリアリティマトリクス