



編集方針

トヨタ紡織のはじまりとこれから

## ● 価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

事業と製品

経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

マテリアリティ

特集：価値提供事例

## 戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

## 資本

イノベーションを生み出す強み

## 環境・社会

持続的な価値創造の基盤

## ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

## 補足資料・データ

# 価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

010 価値創造プロセス

011 事業と製品

012 経営資源とその強化

014 ステークホルダーとの共創

016 マテリアリティ

019 特集：価値提供事例



## 価値創造プロセス

# Visionの実現に向けて――

トヨタ紡織グループは、「技術開発」「ものづくり」「人づくり」の3つの強みを活かし、安全・環境・快適を追求した最高のモビリティライフを提供することで、企業価値を向上、持続可能な社会の実現に貢献します。

マテリアリティ

本業を通じて優先的に取り組む重要課題を解決する姿

P.16

Vision

明日の社会を見据え、世界中のお客さまへ感動を織りなす移動空間の未来を創造する

P.8

経営資源

事業活動

創出価値

財務資本

製造資本

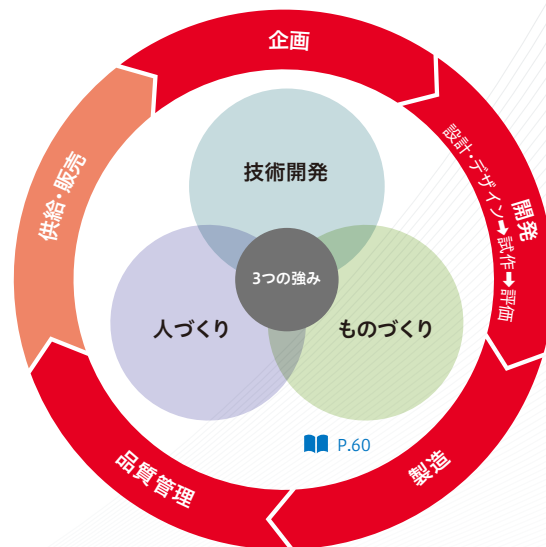
知的資本

人的資本

社会・関係資本

自然資本

P.12



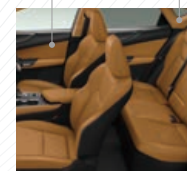
P.60

### 移動空間

インテリアスペースクリエイターを目指して

ドアトリム

天井まわり



自動車用シート

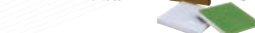


航空機用シート

### ユニット部品

マルチバスウェイへの貢献

フィルター製品



電動製品



モーターコア FCセパレーター リチウムイオン電池

P.11

## QUALITY OF TIME AND SPACE

すべてのステークホルダーに「好きだな、トヨタ紡織」と言ってもらいたために…



を追求した最高のモビリティライフを提供

P.36

編集方針

トヨタ紡織のはじまりとこれから

価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

### ● 価値創造プロセス

事業と製品

経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

マテリアリティ

特集：価値提供事例

### 戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

### 資本

イノベーションを生み出す強み

### 環境・社会

持続的な価値創造の基盤

### ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

補足資料・データ

## 事業と製品

# 世界中のお客さまに、最高のモビリティライフを提供する製品

トヨタ紡織グループは、モビリティ社会において人々が過ごす時間や空間を、より豊かで上質なものにするため、確かな品質と新たな価値を生み出す製品をお届けしています。

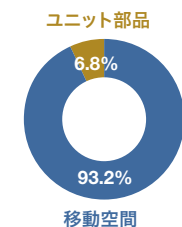
売上収益 (2024年度)

19,542 億円

営業利益 (2024年度)

423 億円

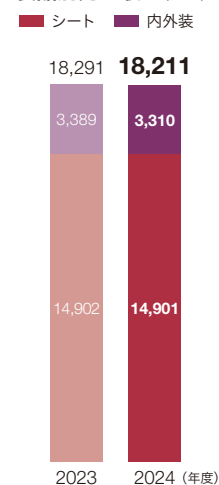
売上収益構成比



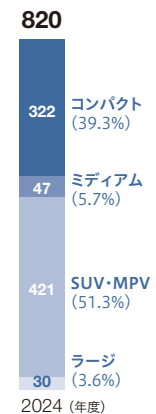
### 移動空間

世界中の人々が、家族や友人、大切な人と過ごすかけがえない時間を、クルマや航空機といった移動空間の中でより豊かに感じられるように。私たちは、シートや内外装といった個々の製品の枠を超え、「移動空間」全体を企画・開発するインテリアスペースクリエイターとして、時代の一步先を見据えた快適で魅力的な空間価値の提供を目指しています。

製品別売上収益 (億円)



自動車用シート  
生産台数・車種  
構成 (万台)



製品ラインナップ

自動車用シート



自動車以外



内装品



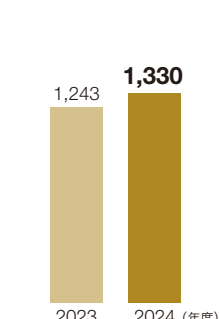
外装品



### ユニット部品

どんな過酷な環境でも、スムーズで安定した走りを支えるために。私たちは、エンジン性能を最大限に引き出すフィルター製品、モーターコア、FCセパレーターなどの次世代技術の研究・開発を進めています。電動化・水素・内燃機関に対応する「マルチパスウェイ」戦略のもと、次世代パワートレイン部品の高度化を通じて、クリーンで快適な移動空間の実現に貢献しています。

製品別売上収益 (億円)



製品ラインナップ

FPT (フィルター・パワートレイン) 製品※

※ 内燃機関向け

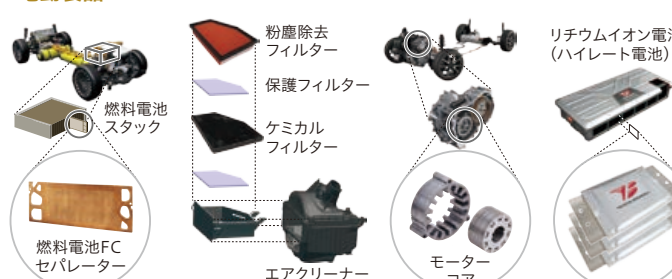
フィルター製品



エンジン周辺  
樹脂製品



電動製品 FCEV (燃料電池車)、HEV (ハイブリッド車)、BEV (電気自動車) 向け



編集方針

トヨタ紡織のはじまりとこれから

価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

● 事業と製品

経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

マテリアリティ

特集: 価値提供事例

戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

資本

イノベーションを生み出す強み

環境・社会

持続的な価値創造の基盤

ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

補足資料・データ

経営資源とその強化

| 経営資源                                                                                        | 重視する理由                                                                                                                          | 強化策(●)・課題(▲)                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  財務資本      | キャッシュ・フローの最大化と最適なアロケーションを図ることで、健全な財務基盤を維持しつつ、持続可能な成長を実現します。                                                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>● 成長・戦略投資の確実なリターン獲得</li><li>● 資産効率化を含めた営業キャッシュ・フローの最大化</li><li>● 株主・投資家との建設的な対話</li><li>▲ 資本効率の向上と財務健全性の強化を両立</li></ul>                                                 |
|  製造資本      | 世界を舞台に、高品質なもののづくりを追求しています。各地域において、最適な製品を最適なタイミングで生産・納入するために、企画・設計から製造・物流までを一気通貫で捉え、ものづくり競争力を強化していきます。                           | <ul style="list-style-type: none"><li>● 競争力のある次世代ものづくり体制の確立</li><li>● 常に改善し続ける現場力の実現</li><li>▲ 匠の技能と手の内化した技術の融合</li><li>▲ サプライチェーンスルーでの次世代物流の実現</li></ul>                                                     |
|  知的資本      | 時流に先んじた飽くなき好奇心と探求心を原動力に、技術開発に挑戦してきました。これまで蓄積してきた知見やノウハウを活かし、すべてのモビリティへ“上質な時空間”を提供していきます。                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>● 移動空間全体の企画提案力・技術開発力の強化</li><li>● インテリアスペースクリエイター・マルチパスウェイ・新事業創出を軸とした技術戦略に資する知財戦略の推進</li><li>▲ 将来の変化を見据えたマルチパスウェイやカーボンニュートラルへの迅速な対応</li><li>▲ 制御・ソフトウェア技術者の確保</li></ul> |
|  人的資本     | 世界各地に拠点を展開する中で、成長戦略を実現するための人材を確保し、配置、育成するための人材戦略は、最重要な経営課題の一つです。グローバルレベルでの人材育成と活用を強化していきます。                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>● 新しい価値やアイデアを生み続けることができる人づくり・環境づくり</li><li>● 多様な人材の活躍推進と成長への支援</li><li>● 働きやすさの追求</li><li>▲ 主要ポストへのローカル人材登用の加速</li></ul>                                                |
|  社会・関係資本 | トヨタ紡織グループの事業活動は、多様なステークホルダーとの連携により成り立っています。ステークホルダーとの良好な関係づくりが、競争力の向上や新たなビジネス機会の創出につながると考えています。共存共栄の精神のもと、ステークホルダーとともに成長を目指します。 | <ul style="list-style-type: none"><li>● CVC(コーポレートベンチャーキャピタル)によるスタートアップ企業や産官学連携による価値共創</li><li>▲ サプライチェーン全体でのものづくり競争力の獲得とサプライチェーンスルーでの次世代物流の実現</li><li>▲ ステークホルダーとの積極的な対話と経営へのフィードバック</li></ul>               |
|  自然資本    | 私たちの社会生活や経済活動は、自然が提供する多くの恵み(生態系サービス)に依存しています。私たちは、事業活動を通じて環境課題に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献します。                                           | <ul style="list-style-type: none"><li>● 製品設計における素材の簡素化と代替素材の導入によるモノマテリアル化</li><li>● 再生可能エネルギー比率の引き上げと省エネアイテムの導入</li><li>▲ 製品ライフサイクル全体でのGHG排出量(Scope1、2、3)の可視化と削減</li><li>▲ 各国・各地域の水資源状況に配慮した水使用量の削減</li></ul> |



編集方針

トヨタ紡織のはじまりとこれから

価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

事業と製品

● 経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

マテリアリティ

特集:価値提供事例

戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

資本

イノベーションを生み出す強み

環境・社会

持続的な価値創造の基盤

ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

補足資料・データ



経営資源とその強化

| 経営資源                                                                                        |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  財務資本      |  |
|  製造資本      |  |
|  知的資本      |  |
|  人的資本     |  |
|  社会・関係資本 |  |
|  自然資本    |  |

投入される資本

| INPUT                    |                        |                            |
|--------------------------|------------------------|----------------------------|
| 自己資本(親会社所有者<br>帰属持分)期首残高 | 営業キャッシュ・フロー            | 現金及び<br>現金同等物期首残高          |
| 4,495 億円                 | 1,218 億円               | 2,441 億円                   |
| 生産拠点数                    | 設備投資額                  | たな卸し資産回転日数<br>(原材料・仕掛品・製品) |
| 119 拠点                   | 781 億円                 | 7.1 日                      |
| 研究開発拠点数                  | 研究開発費                  | 特許保有件数                     |
| 12 拠点                    | 551 億円                 | 4,244 件                    |
| 連結従業員数                   | 日本以外の地域で<br>勤務する従業員の割合 | 開発トレーニングに<br>関する総コスト       |
| 45,004 人※1               | 68.5 %                 | 20 億円                      |
| グローバル展開                  | CVC出資額<br>(出資件数)       | 投資家・アナリストとの<br>対話回数        |
| 23 の国と地域                 | 14 億円(17件)             | 156 回/年                    |
| 総エネルギー使用量                | 水使用量                   |                            |
| 3,130,072 GJ             | 3,012 千m <sup>3</sup>  |                            |

2025年3月31日時点(2024年度実績含む)

※1 臨時従業員除く

主な実績や外部評価

| OUTPUT                           |                             |
|----------------------------------|-----------------------------|
| 営業利益率                            | 2.2 %※2                     |
| DOE(株主資本配当率)                     | 3.4 %                       |
| 自己資本比率(親会社所有者帰属持分比率)             | 40.9 %                      |
| ROE                              | 3.7 %※2                     |
| 市場シェア                            | シート世界 3 位    ドアトリム世界 2 位    |
| インテリアスペースクリエイターにつながる<br>新製品開発率   | 15 %                        |
| 社外発表・論文数                         | 93 件/年                      |
| 特許出願件数                           | 371 件/年                     |
| 男性育児休職取得率                        | 69 %                        |
| 有給休暇取得率                          | 96.5 %                      |
| 従業員エンゲージメント肯定回答率                 | 51 %                        |
| 社会貢献活動の推進延べ参加者数                  | 3,085 人/年                   |
| サプライチェーンものづくり向上活動<br>延べ参加サプライヤー数 | 2,539 社/年                   |
| GHG排出量(Scope1+Scope2)            | 207,771 t-CO <sub>2</sub> e |
| 廃棄物排出量                           | 28,392 t                    |
| 再エネ導入率                           | 46 %                        |

※2 減損損失計上による影響

編集方針

トヨタ紡織のはじまりとこれから

価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

事業と製品

● 経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

マテリアリティ

特集:価値提供事例

戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

資本

イノベーションを生み出す強み

環境・社会

持続的な価値創造の基盤

ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

補足資料・データ

編集方針

トヨタ紡織のはじまりとこれから

## 価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

事業と製品

経営資源とその強化

● **ステークホルダーとの共創**

マテリアリティ

特集:価値提供事例

## 戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

## 資本

イノベーションを生み出す強み

## 環境・社会

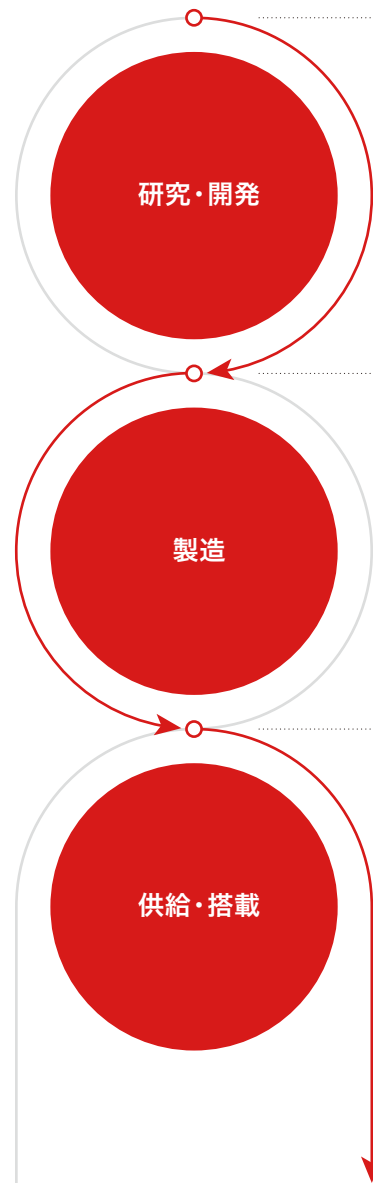
持続的な価値創造の基盤

## ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

## 補足資料・データ

# ステークホルダーとの共創



### 共創の事例

## 次世代モビリティやカーボンニュートラルの実現に向け、 多様なパートナーと素材・技術の開発を共創

自動車メーカー、大学、スタートアップ企業など多様なパートナーと連携し、環境負荷の低減や快適性向上に資する新素材、技術を開発しています。大学との共同研究では、植物由来の樹脂素材の開発が進められており、内装部品としての性能を維持しつつ、石油由来素材と比べてCO<sub>2</sub>排出量の削減に貢献することが期待されています。また、快適な車室空間の実現や生体センシング技術の活用も進められています。スタートアップ企業とは、CVCを通じて、人の感覚をデータ化する技術やXRを活用した移動空間体験など、革新的な技術の社会実装に取り組んでいます。こうした共創は、単なる技術開発にとどまらず、新たな価値創出の基盤となっています。

## 現場と技術部門が連携し、AI・IoTを活用したスマートファクトリーで 生産効率を向上

社員の改善提案に加え、技術部門、設備メーカー、サプライヤーが連携し、AI・IoTを活用したスマートファクトリー化を推進しています。  
例えば、協働ロボットによる自動組立ラインでは、画像認識による自動検査システムや、設備の稼働状況をリアルタイムで可視化するしくみを導入。人とロボットの協働により、安全性・生産性・品質の三位一体の向上を図っています。これにより、現場の負担軽減や技能の継承も促進されています。また、サプライヤーとの改善活動を通じて省エネルギー化にも取り組んでおり、電力使用量の削減を推進しています。

## 物流・製造現場との連携により、 JIT供給と環境負荷を低減

DX部門、サプライヤー、物流企業、自動車メーカーが連携し、JIT供給と環境配慮の両立を目指しています。必要な部品を必要なタイミングで届けることで、生産の効率化と在庫の削減を実現しています。さらに、AIを活用した物流最適化により、配送ルート効率化を図っています。これにより、輸送中のCO<sub>2</sub>排出量の削減にもつながっています。

また、製品梱包の簡素化・リユースを進めることで、廃棄物の削減にも貢献しています。サプライチェーン全体での環境負荷低減を目指し、持続可能なものづくりの実現に取り組んでいます。

### 関わるステークホルダー

社会 お客さま 社員 取引先

スタートアップ企業 大学・研究機関

自動車メーカー

技術開発部門 調達部門

サプライヤー 化学メーカー

環境団体・認証機関

生産技術部門 製造部門

DX部門 品質部門

サプライヤー 設備メーカー

自動車メーカー

調達部門 DX部門

生産管理・物流部門

サプライヤー 物流企業



編集方針

トヨタ紡織のはじまりとこれから

## 価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

事業と製品

経営資源とその強化

●ステークホルダーとの共創

マテリアリティ

特集:価値提供事例

## 戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

## 資本

イノベーションを生み出す強み

## 環境・社会

持続的な価値創造の基盤

## ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

## 補足資料・データ

### 共創の事例

### 関わるステークホルダー

## 自動車メーカーとの共創により 快適性・安全性に貢献する製品を提供

自動車メーカーをはじめとするステークホルダーと連携し、ユーザー視点に立った製品開発を推進しています。お客さまの快適性と安全性の向上を目指し、シートには乗員の姿勢を的確にサポートする設計を採用。長時間の運転でも快適性を維持し、ドライバーの集中力向上にも寄与しています。さらに、事故時の衝撃緩和やエアバッグとの連携を考慮した安全設計を施すことで、乗員保護性能を高めています。車種や市場ニーズに応じた最適な製品を提案することで、期待を超える製品の提供を目指しています。

自治体

エンドユーザー

自動車メーカー

技術開発部門

品質部門

販売会社

## 自治体・NGOと連携し、循環型社会への対応と資源再利用を推進

使用済み製品の廃棄段階における回収・再資源化に向けて自治体やNGOと連携し、リサイクル性の高い設計を推進しています。例えば、使用済み自動車用シートからウレタン素材を分離・再加工し、新たな内装部品として再利用することにより、廃棄物を削減するほか、分解しやすい設計や単一素材化を進めることで、リサイクル効率を向上しています。これらの取り組みにより、資源の有効活用に加え、原材料コストの削減も実現しています。これらの活動は、循環型社会に向けた取り組みとして今後も拡大を予定しています。

政府・自治体

NGO・環境団体

技術開発部門

環境部門

自動車リサイクル業界

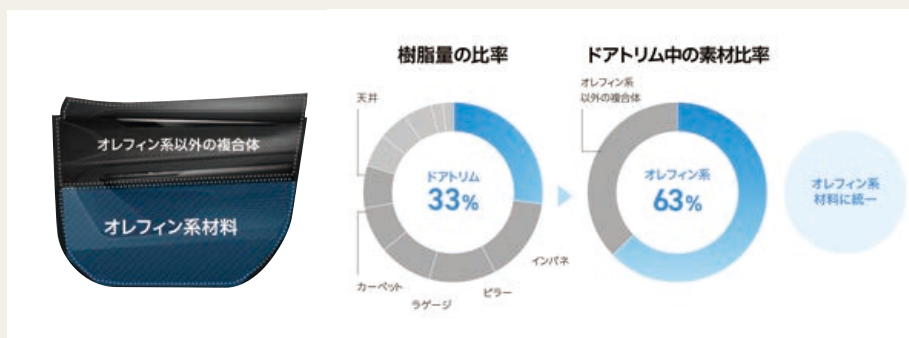
素材リサイクル企業

産業廃棄物処理企業

### 実践事例:モノマテリアルドアトリムの開発

## 「モノマテリアル化(単一素材化)」、で持続可能なものづくりへ

現在、自動車全体の約80%(総重量比)はリサイクルされていますが、内装部品は再資源化が十分に進んでいません。これは、内装部品が複数の素材から構成されており、分別や回収の工程が複雑になるためです。当社は自動車1台当たり約30kgに及ぶ内装樹脂部品の中でも、特に樹脂使用料が多いドアトリムに着目し、オレフィン系素材のみで構成された「モノマテリアルドアトリム」を開発。性能や意匠性を維持しつつ、素材を単一化することで、解体作業の効率化とリサイクル時のCO<sub>2</sub>排出量削減に貢献しています。





# マテリアリティ

| マテリアリティ                    |                                                                                            | マテリアリティの意味・想い                                                                                                                                                     | 関連するSDGs                                                                                                                                          |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 本業を通じて解決する安全・環境・快適に関する課題   |                                                                                            |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                   |
| 1                          | インテリアスペースクリエイターとしてイノベーションを通じ、快適・安全・安心を創造し、こころ豊かな暮らしに貢献する<br><div>快適な空間イノベーションの促進</div>     | 世のため 人のため、繊維事業から自動車部品事業へと発展し、安全・安心な人々の暮らしの向上に貢献してきたトヨタ紡織グループが、「人々が不安なく・自分らしく生きること＝“快適”」の実現（スマートシティの実現）のために、センシングによる生体情報を活用するなどの製品やサービスの提供を行うインテリアスペースクリエイターへと進化する | <div>7 2050年までに再生可能エネルギーを拡大する</div> <div>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</div> <div>11 住み続けられるまちづくりを</div>                                                      |
| 2                          | 確かな技術力で、安全な製品を提供し、交通事故死傷者ゼロ社会に貢献する<br><div>製品の安全性交通事故の低減高齢化</div>                          | 究極の目標である「交通事故死傷者ゼロ」社会に貢献するために、トヨタ紡織グループの強みである「技術開発」を活かした、高品質で安全性の高い製品（オールインシートやシートベルト、エアバッグなどの製品）やサービスを提供し続ける                                                     | <div>3 すべての人に健康と福祉を</div> <div>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</div>                                                                                            |
| 3                          | 取引先とともに「ものづくり」の革新を図り、環境負荷のミニマム化を実現する<br><div>環境負荷の低減生産性向上気候変動省エネ・省資源取引先との協業</div>          | 子どもたちが笑顔で暮らせる持続可能な地球環境を目指し、取引先とともに最先端技術による「ものづくり（モノづくりに関わる全工程）」の革新・生産性を向上することにより、温暖化抑制、資源循環、自然共生の3つを重点として取り組みを進め、2050年環境ビジョンのチャレンジ6を達成し、経営資源を有効活用する               | <div>6 安全な水とトイレを世界中に</div> <div>7 2050年までに再生可能エネルギーに切りかえよう</div> <div>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</div> <div>12 つくる責任つかう責任</div> <div>13 気候変動に具体的な対策を</div> |
| 競争力を発揮するための源泉となる人・組織に関する課題 |                                                                                            |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                   |
| 4                          | 多様な価値観とチャレンジ精神、チームワークを尊重し、世の中に貢献できる人を育てる<br><div>多様性の確保働き方改革人権の尊重社員の健康・労働安全</div>          | 世の中の困りごとを解決するテーマに挑戦し続けるために、世界中から人材が集まり、発想や考え方を理解し、認め合い、ともに考えられる自律した人材を育てる                                                                                         | <div>5 ジェンダー平等を促進しよう</div> <div>8 働きがいも経済成長も</div>                                                                                                |
| 5                          | 公正で良識ある行動を伝承し、すべてのステークホルダーから信頼される誠実な企業であり続ける<br><div>ガバナンスコンプライアンス情報セキュリティ強化公平で公正な調達</div> | これからも、すべてのステークホルダーから信頼され、ともに成長する会社であり続けるために、創業以来の豊田佐吉翁の想いを具現化した豊田綱領、基本理念にある「公正で透明な企業活動の推進」とTB Wayの「良識ある行動」を実践する                                                   | <div>16 平和と公正をすべての人に</div>                                                                                                                        |

編集方針

## トヨタ紡織のはじまりとこれから

### 価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

事業と製品

経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

● マテリアリティ

特集：価値提供事例

### 戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

### 資本

イノベーションを生み出す強み

### 環境・社会

持続的な価値創造の基盤

### ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

## 補足資料・データ



## マテリアリティ

2020年7月に、さまざまな社会課題の中から本業を通じて優先的に取り組む重要課題を特定し、それらを解決する姿として、マテリアリティを定めました。

### マテリアリティ策定の考え方

2019年4月から2020年7月にかけて、全社を挙げて重要課題の特定に取り組み、6つのステップ(次頁参照)でマテリアリティを策定しました。

特定した重要課題は、人と生活を豊かにする「プラスの影響を最大化するもの」と、リスクを回避する「マイナスの影響を最小化するもの」に分類し、それらを「本業を通じて解決する安全・環境・快適に関する課題」と、「競争力を発揮するための源泉となる人・組織に関する課題」に整理。それぞれの課題へ

「解決する姿」を加えたものをトヨタ紡織グループのマテリアリティとしました。

一連のプロセスで、経営陣と次世代リーダー、主管部署であるグローバル経営戦略部(現:経営企画部)が、合計27回の協議を重ね、最終的に取締役会でマテリアリティを決定しました。

その後、2025年中期経営計画で設定した経済的価値を測る財務目標に加え、社会的価値を測るESG KPIを、2021年12月に設定しました。

### ESG KPI策定の考え方

- ESGの観点で整理
- トヨタ紡織グループサステナビリティ基本方針に沿っている
- マテリアリティの進捗を測ることができる

- コーポレートガバナンス・コードに則している
- 社会からの要請に対応している

### マテリアリティの進捗管理

年に2回開催するCSV推進会議(議長:経営企画本部を担当するCSO(Chief Strategy Officer))では、CSVの考え方に基づいた企業価値向上に向け、課題や方向性の報告、審議を行うとともに、環境変化に応じ、マテリアリティ自体の見直しも検討しています。また、マテリアリティの進捗を管理するESG KPIについても、CSV推進会議で進捗を確認し、マテリアリティとともに達成度をフォローしています。なお、2030年中期経営計画策定にともない、ESG KPIを見直しました。

### 社会課題のプロットと重要課題の抽出



トヨタ紡織グループのマテリアリティ

## 編集方針

## トヨタ紡織のはじまりとこれから

## 価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

事業と製品

経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

### ● マテリアリティ

特集:価値提供事例

## 戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

## 資本

イノベーションを生み出す強み

## 環境・社会

持続的な価値創造の基盤

## ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

## 補足資料・データ



編集方針

トヨタ紡織のはじまりとこれから

価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

事業と製品

経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

● **マテリアリティ**

特集:価値提供事例

戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

資本

イノベーションを生み出す強み

環境・社会

持続的な価値創造の基盤

ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

補足資料・データ

マテリアリティ

マテリアリティ策定プロセス

STEP  
0

CSR、CSV、ESG、SDGsなどの理解

- **役員、部長向け講演会**  
CSR推進会議(現CSV推進会議)の定例メンバーに加え、2025年中期経営計画の策定に携わる役員、関係部長も出席し、CSV経営の理解を深めた
- **役員、事業体トップ、次世代リーダー向けSDGs講演会**  
当社グループの役員・事業体トップ・次世代リーダーが一堂に会し、当社グループの未来のあり方やその実現のために何をすべきか議論をする「グローバルウィーク」のプログラムとして実施し、SDGsに関する理解を深めた
- **SDGsカードゲームと社会課題の議論(13カ国 41人の次世代リーダー参加)**  
カードゲーム形式でSDGsと社会課題への理解を深めた。その後、当社グループを取り巻く社会課題・経営課題に関し、フィロソフィーに含まれる当社にとって重要な考え方をベースに議論

STEP  
1

社会課題の把握

- **SDGsをはじめとする社会課題の洗い出し**  
SDGsに加え、当社グループが事業を展開する国・地域の社会課題にも注目し、100以上の社会課題を抽出
- **現時点ですでに解決に貢献できている社会課題の確認**  
当社グループの事業のライフサイクルバリューチェーンマップを作成し、すでに実施できている社会課題解決への貢献を正(機会)と負(リスク)の両面から整理

STEP  
2

社会課題の抽出

- **当社のフィロソフィーから取り組むべき社会課題の確認**  
フィロソフィーに織り込まれている意味を再度認識・理解し、抽出した社会課題の解決がフィロソフィーと一致しているかを確認
- **当社の強みを活かして解決できる社会課題の確認**  
当社グループの3つの強みである「技術開発」「ものづくり」「人づくり」を発揮することで解決できるかを確認
- **マテリアリティワーキングによる議論**:10回(17人参加)

| 参画者 |            |        |
|-----|------------|--------|
| 社員  | 社外ステークホルダー | 取締役/役員 |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   |  |   |
| ○ |  | ○ |
|   |  |   |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   |  |  |
| ○ |  |  |
|   |  |  |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   |  |  |
| ○ |  |  |
|   |  |  |

STEP  
3

ステークホルダーからの期待の確認

- **投資家へのヒアリング**:3回(3社7人参加)
- **社員向けアンケート**:1回(対象260人)
- **経営上の課題確認**:上記ヒアリング、アンケート結果を踏まえ、社内の方針との整合性を確認

STEP  
4

社会課題のプロットと重要課題の特定

- **社会課題を整理し、当社が優先して取り組むべき重要課題を特定**  
「社会・環境へのインパクト」と「当社グループの事業へのインパクト」の視点で検証し、取り組むべき重要課題を特定
- **当社のVisionとも整合する、5つのマテリアリティを策定**  
「本業を通じて解決する安全・環境・快適に関する課題」と「競争力を発揮するための源泉となる人・組織に関する課題」に整理し、5つのマテリアリティを特定

STEP  
5

妥当性の確認

- **CSV推進会議で議論**  
2020年2月に臨時のCSR推進会議(現CSV推進会議)を開催し、マテリアリティの構成・文言(表現)について議論。社員のマテリアリティへの理解を深めるため、この文言を選んだ理由を「意味・想い」として整理することを決定
- **社外取締役、社外監査役との議論**  
社外役員への説明を2回実施(2020年4月、7月)。得られた指摘に基づいて経営におけるマテリアリティの位置づけを明確にし、「経営の考え方」として経営体系を整理

STEP  
6

マテリアリティ決定

- 2020年7月の取締役会で、トヨタ紡織グループのマテリアリティを決定

STEP  
7

ESG KPI設定

- 社会的価値を測るESG KPIを設定。マテリアリティの実現に向けて、達成を目指す

| 参画者 |            |        |
|-----|------------|--------|
| 社員  | 社外ステークホルダー | 取締役/役員 |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   |   |   |
| ○ | ○ | ○ |
|   |   |   |
| ○ |   |   |
|   |   |   |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   |  |   |
| ○ |  | ○ |
|   |  |   |
|   |  |   |
|   |  |   |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | ○ |
|  |  |   |
|  |  |   |

|   |  |   |
|---|--|---|
| ○ |  | ○ |
|   |  |   |
|   |  |   |



## 価値提供事例 1

### 関連するマテリアリティ

**1** インテリアスペースクリエイターとしてイノベーションを通じ、快適・安全・安心を創造し、こころ豊かな暮らしに貢献する  
快適な空間 イノベーションの促進

**3** 取引先とともに「ものづくり」の革新を図り、環境負荷のミニマム化を実現する  
環境負荷の低減 生産性向上 気候変動 省エネ・省資源 取引先との協業

## 蓄熱量を抑えた車室内温度の管理と、乗員への直接的な温冷調節により、エネルギー消費を低減しながら快適性を追求

### どんな取り組み？

車内の温度は、直射日光が当たると急激に上昇します。例えば、外気温が35℃の日にエアコンを切った状態では、わずか1時間で車内温度が50℃を超え、ダッシュボードは70℃に達することもあります。また、車内に蓄えられた熱を下げるには多くのエネルギーが必要となります。トヨタ紡織グループでは、シートや内装製品の開発で培った技術を組み合わせ、エネルギー効率向上に貢献しながら快適な車室空間を実現します。

### 価値提供ポイント

#### 快適を実現する技術

シルバーア vant 遮熱表皮  
遠赤外線反射天井  
サーマルコンフォートシート

#### 環境負荷の低減

温度上昇の抑制  
エネルギー効率の向上

#### ① シルバーア vant 遮熱表皮

**技術** 内装品の温度上昇を抑止するファブリック。砂漠に生息するシルバーア vant (アリ) が持つ、太陽光を反射し体温の上昇を抑える体毛構造を模倣。

**効果** 最大20℃低減<sup>※1</sup>  
※1 模擬条件下での試験結果

#### ② 遠赤外線反射天井

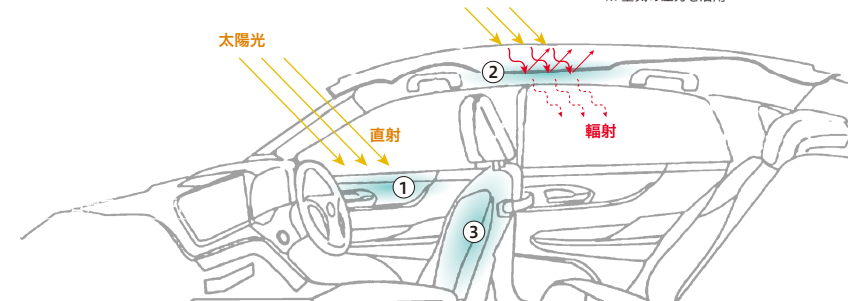
**技術** 日射によってルーフパネルが加熱されると、遠赤外線(輻射熱)が放射されます。この輻射熱を天井裏面の反射層で反射することで、天井材の温度上昇を抑え、車室内への熱の侵入を防ぎます。

**効果** 2.5℃低減<sup>※2</sup>  
※2 炎天下駐車1時間後、天井表面温度

#### ③ サーマルコンフォートシート

**技術** シートヒーターやシートベンチレーションシステムを備えたヒト中心の直接温空調。

**効果** ニューマチック<sup>※</sup>による背中とシートとの接触面積の増加・減少で温感・冷感を向上  
※ 空気の圧力を活用



熱マネジメント技術で  
快適な車室内空間と  
環境負荷低減を両立

### 編集方針

## トヨタ紡織のはじまりとこれから

### 価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

事業と製品

経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

マテリアリティ

●特集：価値提供事例

### 戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

### 資本

イノベーションを生み出す強み

### 環境・社会

持続的な価値創造の基盤

### ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

### 補足資料・データ



## 価値提供事例 2

# 人とクルマの 一体評価で実現する、 快適・安全・安心な 製品の提供

### 関連するマテリアリティ

- 1 インテリアスペースクリエイターとして、イノベーションを通じ、快適・安全・安心を創造し、ここから豊かな暮らしに貢献する  
快適な空間 イノベーションの促進
- 2 確かな技術力で、安全な製品を提供し、交通事故死傷者ゼロ社会に貢献する  
製品の安全性 交通事故の低減 高齢化
- 3 取引先とともに「ものづくり」の革新を図り、環境負荷のミニマム化を実現する  
環境負荷の低減 生産性向上 気候変動 省エネ・省資源 取引先との協業

## 実車評価と多様な交通環境や天候を想定したシミュレーションを駆使し、究極の乗り心地を追求

### どんな取り組み？

多治見テストコースは、670mの直線路に加え、高速コーナーやヘアピンカーブ、起伏や悪路など、多様な走行シーンを備えており、実際の使用環境を想定した車両評価を実施しています。テストドライバーの育成にも注力しており、評価部門の約80%が専用の運転資格を保有。年間約5,000人の技術者がこのテストコースを活用し、日々、性能向上と開発に取り組んでいます。また、開発品の評価・検証には、360度の仮想空間を備えたドライビングシミュレーターを導入。天候や路面状態を自在に再現し、実車に近い環境で検証が可能です。自動車メーカー、ユーザーそれぞれの目線に立った的確な評価を通じて、人とクルマが一体となる走行フィーリングを追求し、動的乗り心地性能の向上を目指しています。

### 価値提供ポイント

#### 安全性と快適性の両立

リスクの低減  
生体情報の解析  
ユーザー目線での官能評価

#### 開発の加速と環境配慮

開発プロセスの短縮  
試作品の製作削減による環境負荷低減

#### ユーザー目線での官能評価

定量評価に加え官能評価も行うことで、数値では捉えきれない細かな感覚まで評価し、乗り心地を追求

#### 生体情報の解析

ドライバーの生体情報をリアルタイム計測し、眠気・覚醒・維持、長時間運転による疲労、自動運転による乗り物酔いなどを評価し、より安全・快適な車室空間を提供

#### リスクの低減

実車によるさまざまな走行シーンでの評価に加え、実車でリスクをとるような環境もシミュレーションすることで、緻密なデータを製品に反映し、安全性を向上

#### 開発プロセス短縮・試作品の削減

設計の初期段階で問題点を特定し、迅速に修正することが可能。ドライビングシミュレーターのVR技術で、物理的な試作品の製作回数を削減。これにより、材料の使用量が減少し、廃棄物を低減

### 編集方針

## トヨタ紡織のはじまりとこれから

### 価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

#### 価値創造プロセス

#### 事業と製品

#### 経営資源とその強化

#### ステークホルダーとの共創

#### マテリアリティ

#### ●特集：価値提供事例

### 戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

#### 社会課題の解決に貢献する

#### 中期経営計画を遂行する

#### 財務・非財務を戦略的に管理する

### 資本

イノベーションを生み出す強み

### 環境・社会

持続的な価値創造の基盤

### ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

### 補足資料・データ



## 価値提供事例 3

# 小型モビリティに 搭載可能な ハイドロジェン パワーシステム



### 関連するマテリアリティ

**1** インテリアスペースクリエイターとしてイノベーションを通じ、快適・安全・安心を創造し、こころ豊かな暮らしに貢献する  
快適な空間 イノベーションの促進

**3** 取引先とともに「ものづくり」の革新を図り、環境負荷の最小化を実現する  
環境負荷の低減 生産性向上 気候変動 省エネ・省資源 取引先との協業

## コア技術である精密プレス技術を活用し、 水素社会の実現に貢献

### どんな取り組み？

カーボンニュートラルの実現に向け、世界中で注目を集める水素エネルギー。トヨタ紡織グループは、長年培ってきた生産技術とノウハウを結集し、小型の水素発電システム「ハイドロジェンパワーシステム」を開発しました。小型モビリティへの運用が可能となり、CO<sub>2</sub>を一切排出しないクリーンな移動手段を実現。さらに、高性能なエアフィルターを搭載しており、大気中のNO<sub>x</sub>(窒素酸化物)やSO<sub>x</sub>(硫黄酸化物)を捕集。環境負荷を低減するだけでなく、クリーンな空気を排出することで、大気質の改善にも貢献します。今後ますます普及が見込まれるシェアリングサービスや「ラストワンマイルモビリティ」に搭載することで、水素エネルギーのさらなる利活用を推進します。

### 価値提供ポイント

#### 強みを結集した技術

精密プレス・樹脂成形・水素技術の応用

#### 安全・環境への配慮

小型・低圧・安全な水素発電ユニット



#### 精密プレス・樹脂成形・水素技術の応用

独自の工法と金型技術を駆使して生産したFCセパレーターの成形や、形状の工夫を通じて小型水冷燃料電池を開発

#### 小型・低圧・安全な水素発電ユニット

低圧(1MPa未満)のため取扱い免許不要で扱いやすく、電動アシスト自転車やその他のモビリティへの搭載が可能

**Team Breakthrough**  
挑戦と実証で未来をつくる  
トヨタ紡織グループが強く未来と取り組みを伝えるメディア

水素を活用した燃料供給システムで、カーボンニュートラルに貢献  
<https://www.toyota-boshoku.com/jp/teambreakthrough/technology/007/>

### 編集方針

## トヨタ紡織のはじまりとこれから

### 価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

#### 価値創造プロセス

事業と製品

経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

マテリアリティ

●特集：価値提供事例

### 戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

#### 社会課題の解決に貢献する

#### 中期経営計画を遂行する

#### 財務・非財務を戦略的に管理する

### 資本

イノベーションを生み出す強み

### 環境・社会

持続的な価値創造の基盤

### ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

### 補足資料・データ

## 価値提供事例 4

### 関連するマテリアリティ

**1** インテリアスペースクリエイターとしてイノベーションを通じ、快適・安全・安心を創造し、こころ豊かな暮らしに貢献する  
快適な空間 イノベーションの促進

**3** 取引先とともに「ものづくり」の革新を図り、環境負荷の低減、生産性向上、気候変動、省エネ・省資源、取引先との協業  
環境負荷の低減 生産性向上 気候変動 省エネ・省資源 取引先との協業

## デジタル技術で保全員の配置や作業内容をリアルタイムで表示。 2025年度から本格運用へ、日本の他工場へも展開予定

### どんな取り組み？

将来の労働人口の減少を見据え、保全員の確保が課題となっています。故障の未然防止と効率的な業務を推進するため、2024年4月に猿投工場にグローバルメンテナンスセンターを設置しました。10枚以上のモニターを並べ、設備の故障や復旧状況をリアルタイムで表示しています。また、業務の進捗を可視化し、人員配置の適正化を図ることでサポートを強化。解析モニターや会社携帯の保全アプリはすべて若手の保全員が開発しており、将来を担うデジタル人材の育成にも力を入れています。

### 価値提供ポイント

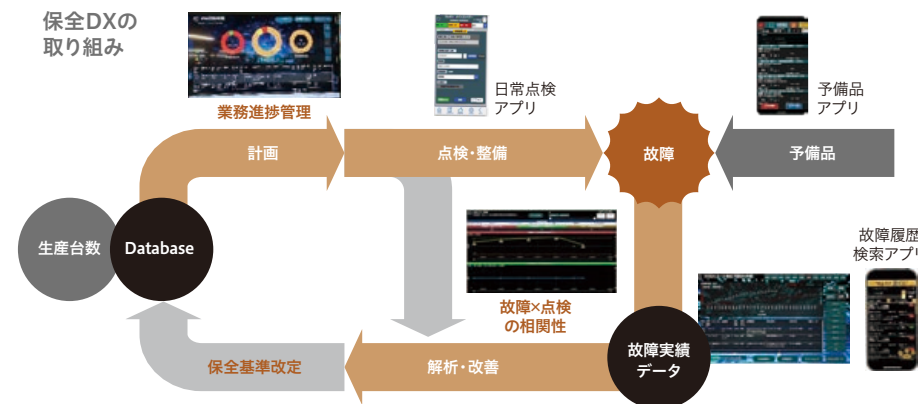
#### スマート保全

生産設備の点検、修理などの保全作業をデジタル技術で効率化  
故障を未然に防止

#### 生産性の向上

設備故障の低減、ばらつき抑制  
納期遅延のリスクが減少  
データを活かした提案力

### 保全DXの 取り組み



グローバル  
メンテナンスセンターで  
データ集約→業務の可視化→故障解析→  
兆候保全へ

編集方針

トヨタ紡織のはじまりとこれから

## 価値創造ストーリー

目指す姿の具体化

価値創造プロセス

事業と製品

経営資源とその強化

ステークホルダーとの共創

マテリアリティ

●特集：価値提供事例

## 戦略

2030年インテリアスペースクリエイターを目指して

社会課題の解決に貢献する

中期経営計画を遂行する

財務・非財務を戦略的に管理する

## 資本

イノベーションを生み出す強み

## 環境・社会

持続的な価値創造の基盤

## ガバナンス

強靱なグローバル経営基盤の確立

補足資料・データ