

# マテリアリティの特定

東京エレクトロン（TEL）では、中長期的な企業価値の向上において、重要かつ優先的に取り組むべきマテリアリティ（重要課題）を以下のようなプロセスで特定しています。

## 課題の認識

### 社会環境

世界経済の堅調な成長が予測される一方、異常気象や自然災害、国家間紛争やサイバーテロ、水危機や食糧危機など人類はさまざまな社会課題に直面しています。TELはSDGsや国連グローバル・コンパクト、RBAや第三者機関の提言などを考慮し、バリューチェーン全体において影響をおよぼす可能性のある社会環境、および事業との関連性が高い社会課題の認識に努めています。

### 事業環境

IoT\*1の幕開けとともにビッグデータ\*2やAI\*3の普及、また次世代通信規格5G\*4の導入を背景に、社会のインフラを支える半導体やフラットパネルディスプレイ（FPD）の用途は拡大し、技術革新への要求も高まっています。このような状況において、半導体やFPDの製造装置の事業を核とするTELにおいては、社会の動向やお客さまの要請を的確に把握し、それらを開発の早期段階から考慮して、タイムリーに製品を市場に提供していくことが求められています。また、納入済装置の生産性向上や延命化など、付加価値の高い保守サービスの提供も重要です。

### リスクと機会

TELではSDGsをはじめとする社会課題や社会環境・事業環境を鑑み、サステナブルな事業展開に関連深いリスクと機会を検討しました。

社会テーマ	TELにおけるリスク	想定される機会
環境問題の対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>法規制や業界行動規範の不履行</li> <li>事業コストの増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境経営の推進</li> <li>製品の環境性向上と事業機会の創出</li> </ul>
テクノロジーの進化	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客満足度の低下</li> <li>ビジネス機会の喪失</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>革新的なイノベーションの創出</li> <li>競争優位性の確保</li> </ul>
サイバー依存度の高まり	<ul style="list-style-type: none"> <li>基幹情報の流出</li> <li>事業オペレーションの停止</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報インフラの強化</li> <li>ネットワーク化による生産性向上</li> </ul>
ガバナンス・コンプライアンス	<ul style="list-style-type: none"> <li>倫理・コンプライアンス違反</li> <li>社会的信用の失墜</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実効性の高いガバナンス</li> <li>サステナブルな企業運営</li> </ul>
サプライチェーンマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>供給体制の脆弱化</li> <li>事業継続性の損失</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>協業による新たな価値の創造</li> <li>信頼関係の構築による継続的な連携</li> </ul>

## ステークホルダーエンゲージメント

ステークホルダーの皆さまとの継続的な対話を通じて得られた、ご意見やご要望を整理し、取り組むべき重要テーマの検討をおこないました。

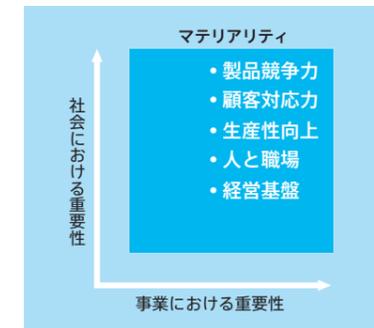
ステークホルダー	コミュニケーション機会	主なご意見やご要望	該当するマテリアリティ
株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> <li>決算説明会</li> <li>ESG調査</li> <li>個別インタビュー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中長期的な成長シナリオとその施策</li> <li>企業統治へのさらなる取り組み</li> <li>市場の見方の共有と業績予想の確度向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品競争力</li> <li>生産性向上</li> <li>経営基盤</li> </ul>
お客さま	<ul style="list-style-type: none"> <li>技術交流会</li> <li>顧客満足度調査</li> <li>個別の技術協業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様なアプリケーションニーズの把握</li> <li>付加価値の高いソリューションの提案</li> <li>総合的かつ最適な解決策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品競争力</li> <li>顧客対応力</li> <li>生産性向上</li> </ul>
お取引先さま	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産動向説明会</li> <li>パートナーズデイ</li> <li>STQA* 監査</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>より質の高いタイムリーな情報共有</li> <li>品質基準への対応による自社プロセスの改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産性向上</li> <li>経営基盤</li> </ul>
従業員	<ul style="list-style-type: none"> <li>社員集会</li> <li>グローバル・エンゲージメント・サーベイ</li> <li>自己申告制度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営メッセージのさらなる共有と直接対話</li> <li>従業員の中長期的なキャリア形成支援</li> <li>多様な従業員の挑戦を促し認知する機会の創出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人と職場</li> <li>経営基盤</li> </ul>
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域社会貢献活動</li> <li>事業所見学会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域と企業の共生</li> <li>雇用の創出</li> <li>購買や物流などによる地域経済の活性化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人と職場</li> <li>経営基盤</li> </ul>
行政機関・各種団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>業界団体活動</li> <li>各種イニシアティブとの連携</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会課題解決に結びつくイノベーションの創出</li> <li>気候変動や人権尊重に向けた取り組み</li> <li>健全なサプライチェーンの構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品競争力</li> <li>人と職場</li> <li>経営基盤</li> </ul>

\*STQA: Supplier Total Quality Assessment

## 分析と抽出

社会環境や事業環境の認識、リスクと機会の検討、ステークホルダーの皆さまからのご要望の整理などをおこない、サステナブルな社会の構築における重要性および、TELの企業価値向上につながる事業における重要性の観点からマテリアリティを検討しました。

その結果、中期経営計画の強化項目である『製品競争力』『顧客対応力』『生産性向上』に加え、価値創造の源泉として重要である『人と職場』、また企業統治や環境、人権などに関わる『経営基盤』をTELのマテリアリティとして定義しました。



## 妥当性の検証

定義したマテリアリティについて外部の有識者を含めたレビュー会議にて、妥当性の検証をおこないました。

### レビュー会議で得られた主な見解・助言

- 中期経営計画と連動させ、基盤強化と価値創造の双方に関わるマテリアリティを特定し、目標を設定している点に、統合的思考が見られる
- 高度な目標設定や、独自の指標も見られ、取り組みの意欲がうかがえる
- 今後は目標に対し、結果指標とプロセス指標の双方を組み合わせるなど、さらなる向上を期待

## 特定したマテリアリティ

マテリアリティ	中期目標	重点テーマ
製品競争力	●強いネクストジェネレーションプロダクトの創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>技術革新への挑戦</li> <li>製品の環境貢献</li> </ul>
顧客対応力	●唯一無二の戦略的パートナーになる	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客価値創造</li> <li>顧客満足度の向上</li> </ul>
生産性向上	●経営効率向上の継続的な追求	<ul style="list-style-type: none"> <li>品質マネジメント</li> <li>バリューチェーンにおける品質の向上</li> </ul>
人と職場	●夢と活力の最大化	<ul style="list-style-type: none"> <li>ダイバーシティ&amp;インクルージョン</li> <li>キャリア形成</li> <li>ワーク・ライフ・バランス</li> <li>健康と安全</li> </ul>
経営基盤	●価値向上に向けた経営基盤の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>コーポレートガバナンス</li> <li>コンプライアンス</li> <li>人権</li> <li>環境マネジメント</li> <li>サプライチェーンマネジメント</li> </ul>