

CSR活動報告（各CSRガイドラインの活動報告）

コミュニケーション

企業情報を積極的・公正にわかりやすく開示し、経営の透明性を維持します。お客様、社員、株主、取引先、消費者、地域社会、マスメディアなど各ステークホルダーに適切に情報を開示し、対話と協働を促進します。



基本的な考え方

東レグループは、「ステークホルダーとの対話の促進に関する基本方針」「情報公開原則」に則り、企業活動のあらゆる場面でさまざまなステークホルダーとのコミュニケーション活動を展開しています。活動に際しては、各ステークホルダーに対応する担当部署だけでなく、経営陣も先頭に立ってコミュニケーション活動を実施しています。

将来にわたって持続的成長をグローバルに実現するための東レグループの目標は、単に事業規模を拡大するのではなく、「東レ流の経営」を実践して社会に貢献し、社会から尊敬される企業体になることです。「東レ流の経営」とは、企業理念である「わたしたちは新しい価値の創造を通じて社会に貢献します」を具現化することであり、そのための経営基本方針として、「お客様のために」「社員のために」「株主のために」「社会のために」を掲げています。2020年からの2年間では、全社横断プロジェクトとして『「東レ理念」共有・発信プロジェクト（TPプロジェクト）』を展開し、社内外に対して「東レ流の経営」の理解促進を図りました。2023年度からスタートした中期経営課題“プロジェクト AP-G 2025”では、「人を基本とする経営」が社内外に伝わることで、社員が生き活きと活躍でき、誇りを持てる組織風土を醸成すること、そして社外のステークホルダーから信頼と期待を得ることを目的としたコミュニケーション施策を実施することで、「東レブランド」の強化を図っています。

ステークホルダーとの対話の促進に関する基本方針 2005年9月制定

1. 東レグループをあげて、すべてのステークホルダー、すなわち、お客様、株主・投資家、お取引先、社員、行政、地域社会、NPO、市民、国際社会、マスメディアなどとの対話と協働を促進します。
2. 東レグループ各社は、ステークホルダーとの対話と協働を通じて、皆様の満足度の向上に向けた行動改革に取り組むこととします。
3. 東レグループ社員は各々の職場単位で、CSR活動推進の一環として、ステークホルダーの満足度向上のための課題を設定し、その解決に取り組めます。

情報公開原則 2004年1月制定

1. 情報開示原則
適切な情報開示を積極的に行い、当社を取り巻く様々なステークホルダーとのコミュニケーションを図る。
2. 自主開示原則
法定開示・適時開示の遵守に努めると共に、公開可能な事実について自主的に任意開示する。
3. 適時開示原則
法定開示・適時開示の開示時期を厳守するとともに、任意開示においても公開可能な事実については、可能な限り早期のタイミングで情報開示する。
4. 公平開示原則
あらゆるステークホルダーに対して、偏ることなく公平に情報発信を行う。
5. 情報管理原則
情報開示内容に関わる役職員は、情報開示までの情報管理を徹底する。

体制

総務・コミュニケーション部門が、東レ（株）および国内外グループ会社の社内部署と連携し、情報の収集・発信方法の検討などの役割を担っています。各拠点では定期的に近隣の地域住民や行政などとのコミュニケーションを行っています。また、ウェブサイトでは、ステークホルダーからのお問い合わせやご意見などを常時受け付けています。

各ステークホルダーとのコミュニケーションによって把握したご意見、ご要望などは、適宜、関係部署にフィードバックし対応を促すことで、ステークホルダーとの良好な関係維持につなげています。例えば、安全・衛生・防災・環境保全などに関することは各拠点にて適切に対応しています。社会貢献活動については、CSR推進室が推進部署となり各拠点での取り組みを行っています。

「CSRロードマップ 2025」の目標

CSRロードマップ目標

1. 「ステークホルダーとの対話の促進に関する基本方針」「情報公開原則」にのっとり、各ステークホルダーとのコミュニケーション活動を強化し、企業価値向上を目指します。
2. 各ステークホルダーとの対話と協働を促進し、得られた情報を、適時適切に経営判断に反映させます。

主な取り組みとKPI実績

	KPI
(1) 「東レ理念」を積極的に発信し、社内への教育・浸透を図っていきます。	-
(2) オウンドメディア（ウェブサイト、SNSなど）による情報発信の強化を図ります。	6-①
(3) お客様のニーズを汲み取り、お客様満足度の向上に努めます。	-
(4) 社員との意見交換を充実させ、課題や問題点を把握してCSRの取り組みに反映させていきます。	6-②
(5) 経営層による情報発信の機会を拡充して、株主・投資家とのコミュニケーションを促進します。	6-③
(6) マスメディアとのコミュニケーションを強化します。	6-④

KPI（重要目標達成指標）	目標値			2023年度 実績
	2023年度	2024年度	2025年度	
6-① コーポレートサイト閲覧件数	100万PV/月	100万PV/月	100万PV/月	112万PV/月
6-② 社内意見交換の面談実施進捗率	(1巡目) 100% 完	(2巡目) 30%	(2巡目) 60%	100%
6-③ 経営層が参加する主要投資家面談件数	延べ120件	延べ120件	延べ120件	延べ197件
6-④ プレスリリース件数	200件	200件	200件	178件

報告対象範囲：6-①は東レ（株）。6-②、6-③、6-④は東レグループ。

■関連マテリアリティ

- ステークホルダーとの共創と対話による発展

※ マテリアリティから見た「CSRロードマップ 2025」は[こちら](#)（PDF:1.10MB） **PDF** をご覧ください。

今後に向けて

近年、社会的課題が多様化する中、ステークホルダーとの対話はますます重要度を増しています。東レグループのブランド価値は、祖業である繊維事業から拡大し築き上げてきた事業ポートフォリオであり、他社が容易に真似することが出来ないところにあります。各ステークホルダーからの要請を成長機会と捉え、事業を通じた社会への貢献をはじめ、社会の発展と課題解決に積極的な役割を果たすことで、企業価値が向上すると考えています。東レグループは、すべてのステークホルダーにとって高い存在価値のある企業グループとなるために、これからも行動していきます。

「CSRロードマップ 2025」（対象期間：2023－2025年度）におけるCSRガイドライン6「コミュニケーション」の主な取り組みやKPIは[こちら](#)をご覧ください。

CSR活動報告（各CSRガイドラインの活動報告） - コミュニケーション ウェブサイトによるコミュニケーション

CSRロードマップ2025
主な取り組み(2)

コーポレートサイト閲覧件数

実績値（2023年度）

■報告対象範囲

東レ（株）

■目標値

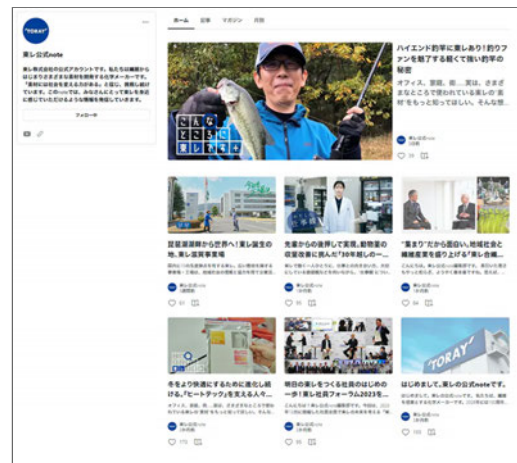
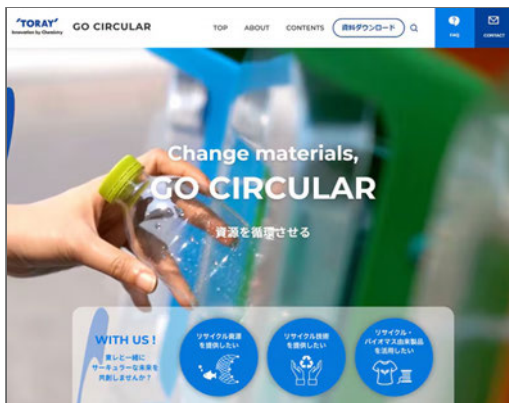
2023年度 / 100万PV/月

112万PV/月

東レグループのコーポレートサイトでは、さまざまなステークホルダーに対して自社の正しい姿を理解していただくため、「企業情報」「サステナビリティ」「製品・サービス」「研究・技術開発」「株主・投資家情報」「採用情報」のカテゴリに分けて情報を発信しています。

2023年度は、東レの循環型社会の実現に向けた取り組みを紹介する新サイトを立ち上げ、サーキュラーエコノミーに関する情報発信を強化しました。繊維、フィルム、樹脂などの各事業におけるリサイクルの取り組みや他社との共創事例など、さまざまな事例を記事で紹介しています。

また、「東レの今」を発信し、多くのステークホルダーからの理解・共感を得るため、noteのプラットフォームを活用したオウンドメディア「東レ公式note」を立ち上げました。当メディアでは、東レグループ社員を主役にし、実際の声や想いにフォーカスすることで、東レグループの「人を基本とする経営」の姿勢を伝えていきます。



オウンドメディア「東レ公式note」

東レ資源循環サイト「GO CIRCULAR」

「CSRロードマップ 2025」におけるCSRガイドライン6「コミュニケーション」の主な取り組みは[こちら](#)をご覧ください。

CSR活動報告（各CSRガイドラインの活動報告） - コミュニケーション

お客様とのコミュニケーション

CSRロードマップ2025
主な取り組み(3)

東レグループでは「お客様第一の東レ」を実現するために、2008年から2020年まで、3年ごとに全社一斉でのお客様満足度アンケートを実施してきました。

お客様のニーズをよりきめ細かく拾うために、現在は必要に応じて事業ごとに市場調査などを行い、お客様のご意見を事業運営に反映させるよう努めています。

また、お客様に東レグループをより深くご理解いただくための情報発信として、以下のような活動を積極的に推進しています。

ショールームの設置

お客様とのコミュニケーションスペースとして、三島（総合研修センター内）、滋賀（滋賀事業場内）をはじめとした主な拠点にショールームを設置しています。革新技術と先端材料の創出を通じてさまざまな課題解決に貢献している東レグループの姿勢や「東レグループ サステナビリティ・ビジョン」について理解を深めていただけるよう、事業内容や製品用途をわかりやすく展示しています。2022年度は、総合研修センター（三島）の企業文化フロアの展示スペースの改装を実施しました。



総合研修センター（三島）展示スペース

グローバルコミュニケーションアセットの開発

グローバル企業として、国内だけでなく海外の顧客やステークホルダーに対しても東レの本質的価値を伝えるために、東レ社員にフォーカスしたストーリー動画などの、会社紹介ツールの開発を行いました。ストーリー動画では、Toray Membrane USA, Inc.のTri社長の半生を描いた短編映画「STRAIGHT PATH」や、Urban Air Mobility（空飛ぶ車）の開発を行う米国のスタートアップ企業Joby Aviation, Inc.との共創を描いたブランドムービー「Evolution in Aviation」などを通して、東レ社員が創り上げる社会に対する価値を魅力的に表現しています。

なお、「STRAIGHT PATH」はアジア最大級の国際短編映画祭「ショートショート フィルムフェスティバル & アジア」の企業・自治体の広告映像部門

「Branded Shorts（ナショナルコンペティション部門）」にて、グランプリに当たる「Branded Shorts of the Year」を獲得しました。



短編映画「STRAIGHT PATH」

「CSRロードマップ 2025」におけるCSRガイドライン6「コミュニケーション」の主な取り組みは[こちら](#)をご覧ください。

CSR活動報告（各CSRガイドラインの活動報告） - コミュニケーション

株主・投資家の皆様とのコミュニケーション

東レ（株）は、独自の情報開示ポリシーに従い、法令・規則で定められた情報を適時・適切に開示するとともに、それ以外の情報も積極的に開示しています。対応窓口としてIR室を設置し、株主・投資家の皆様とできるだけ多くの機会を利用してコミュニケーションを図っています。

経営層が参加する主要投資家面談件数

■報告対象範囲

東レグループ

■目標値

2023年度 / 延べ120件

実績値（2023年度）

延べ**197**件

積極的なIR活動と株主・投資家の声の反映

CSRロードマップ2025
主な取り組み⑤

機関投資家や証券アナリストの皆様に対しては、四半期ごとの決算発表日と同日に開催する決算説明会、各事業の概要・戦略をテーマとしたIRセミナー、取材対応などを通じて積極的にコミュニケーションを図っています。また、株主向け事業説明会や個人投資家向けの説明会も開催しています。こうした説明会や日常の株主・投資家の皆様とのコミュニケーションを通じて得たご意見は、定期的に取り締役会などでも報告し、経営・事業活動に反映するよう努めています。



株主向け事業説明会の様子



IRセミナーで説明する東レ（株） 大矢社長

活動内容	開催回数	対応件数／参加人数
機関投資家・証券アナリストとの対話	随時	572件
機関投資家・証券アナリスト向けIRセミナーの開催	3回	292名
個人投資家向け説明会の開催	1回	78名
株主向け事業説明会の開催	1回	68名

IR情報発信に対する社外からの評価

CSRロードマップ2025

主な取り組み②

ウェブサイトに**株主・投資家の皆様向けコーナー**を設け、経営方針・戦略、財務・業績情報をはじめとする各種情報を掲載しています。また、機関投資家向け説明会で使用した資料や各種資料の英文版も速やかに掲載するなど、公平な情報開示に努めています。2023年度は次のような評価をいただきました。

■ウェブサイトの評価

評価機関	内容
大和インベスター・リレーションズ（株）	2023年インターネットIR・優良賞
日興アイ・アール（株）	2023年度全上場企業ホームページ 充実度ランキング総合 最優秀サイト
GOMEZ	IRサイトランキング（2023年）銀賞、業種別（繊維製品）1位

■統合報告書の評価

内容
LACP 「2022/23 Vision Awards」 Gold Award, Technical Achievement Award

SRI（社会的責任投資）などからの評価

CSRロードマップ2025

主な取り組み②

- Dow Jones Sustainability™ Asia / Pacific Indexに採用
- 「The S&P Global Sustainability Yearbook 2024」に掲載
- FTSE4Good Index / FTSE Blossom Japan Index / FTSE Blossom Japan Sector Relative Indexに採用
- MSCI ESG格付けでAAA評価を獲得 / 「MSCIジャパンESGセレクトリーダーズ指数」に採用

株主総会は、株主の皆様が参加しやすいよう、集中日を避けて開催しています。2023年6月27日に開催した定時株主総会では来場を見合わせた株主の皆様や遠方の株主の皆様に向けてライブ配信（ハイブリッド参加型バーチャル株主総会）を実施しました。ライブ配信は2021年から行っています。株主総会招集ご通知は、株主の皆様が十分に総会議案を検討できるように早期の発送を目指しており、開催日の約4週間前にウェブサイトでも開示しています。また、招集ご通知の英訳、スマートフォンなどで議決権を電子的に行使いただけるシステムの整備や、「機関投資家向け議決権電子行使プラットフォーム」の利用も行っています。

2023年からは会社法改正による株主総会資料電子提供制度に対応し、ご送付する招集ご通知はサマリー版とさせていただきます。2024年は6月25日に開催しました。利便性向上のため、招集ご通知をフルカラー化、報告事項にナレーションを活用するなどしました。

「CSRロードマップ 2025」におけるCSRガイドライン6「コミュニケーション」の主な取り組みは[こちら](#)をご覧ください。

CSR活動報告（各CSRガイドラインの活動報告） - コミュニケーション

お取引先とのコミュニケーション

ともに企業活動に取り組むパートナーとして、常日ごろのコミュニケーションに加え、方針説明会やCSR調達アンケートなどを通じて、相互理解を深めています。

関連情報

- ＜ [東レグループのCSR調達活動](#)
- ＜ [東レグループの物流活動](#)

CSR活動報告（各CSRガイドラインの活動報告） - コミュニケーション

社員とのコミュニケーション

インナーブランディング

CSRロードマップ2025
主な取り組み(1)(4)

2026年の創立100周年に向け、2023年度からは「挑戦を生み出す機会と機運づくり」を掲げ、社員が業務の中で「新たな価値の創造」を意識できるような仕掛けや社員と社長との対話の場の創出による自由闊達な風土の醸成を目指した活動を実施しています。

（1）「リアルトーク～みんなの声～」

経営陣と社員の双方向のオープンなコミュニケーションの機会として、動画ライブ配信「リアルトーク～みんなの声～」を2023年1月から実施しています。2023年度は、工場での開催も含めて、合計6回開催しました。平均参加者数は898名、参加者の満足度は平均90%となりました。

（2）「はじめの一步賞」

社員一人ひとりの「挑戦」を促す施策として、2023年度に「はじめの一步賞」を実施しました。規模の大小や成果の有無、成功・失敗を問わない「挑戦」事例を、自薦・他薦のどちらでも応募可として募集し、応募にあたっては上司の承認を不要としました。応募数は想定を上回る190件となり、すべての社員が応募事例に触れることができるような工夫をした上で社員投票を実施したところ、社員投票数は9,000件を超えました。票数の多い上位案件は、「東レ社員フォーラム」の場で実施内容の紹介と表彰を行い、社員の関心・共感を高めることができました。

この取り組みは、2024年度以降も継続して実施する予定です。

（3）「東レ社員フォーラム」

「東レ理念」を基本とした考えや行動のベストプラクティスを全社員で共有し、東レのDNAを体感することで、会社としての一体感を醸成することを目的として「東レ社員フォーラム」を2023年12月に開催しました。「みんなで挑戦を考えよう」というテーマのもと、(株)ユニクロの柳井会長と東レ(株)の大矢社長との対談や「はじめの一步賞」の表彰などを企画しました。当日は、東レ(株)の本社、各事業(工)場の全16拠点をオンラインで接続し、リアルタイムで3,112名が参加しました。参加者の満足度は90%、次回実施希望度は97%となり、社員からの関心が高い取り組みとなりました。

今後も開拓者精神溢れる自由闊達な組織風土の醸成を目指し、社員が誇れる企業であるように、さまざまなインナーブランディング施策を実施していきます。

なお、2024年度は11月の開催を予定しています。



名古屋事業場での第6回リアルトークの様子



三島工場での第8回リアルトークの様子



「はじめの一步賞」の告知メッセージ



「はじめの一步賞」受賞者の皆さんと。日覚会長（右端）、大矢社長（左端）



「東レ社員フォーラム」でのユニクロ×東レトップ対談。柳井会長（右）、大矢社長（左）



「東レ社員フォーラム」東京本社会場の様子

「決算説明懇談会」の開催

東レ（株）では、社員向けに、社長をはじめとする役員が出席する「決算説明懇談会」を、各事業（工）場で半年に1回開催しています。質疑応答では、事前に募集した質問のほか、当日飛び入りの質問も受け付け、社長および各役員が回答します。社員が経営層の生の声を聞き、対話する良い機会となっています。



東京本社での決算説明懇談会



岡崎工場での決算説明懇談会で役員に質問をする社員

東レグループでは、冊子の社内報やイントラネットなどさまざまな社内媒体を活用し、会社の経営方針や課題を浸透させるとともに、グループ社員の「東レブランド」への共感や帰属意識の向上につながるコミュニケーション活動を実施しています。すべての媒体に社長からのメッセージを掲載しているほか、冊子の社内報は和文版・英文版を作成し、経営・事業トピックスやプロジェクトの解説などの情報共有化、理解促進に努めています。

また、国内外関係会社を含めた東レグループ向けのイントラネット「TORAYNAVI」（和英）を開設し、グループ間でのタイムリーな情報共有を図っています。

2023年度は、「挑戦を生み出す機会と機運づくり」として実施した「リアルトーク～みんなの声～」 「はじめての一步賞」 「東レ社員フォーラム」などについて社内報でも紹介し、イントラネットで動画配信するなど連動した情報発信を行いました。また、令和6年能登半島地震に際しては、イントラネットを災害時の主要な情報共有手段として活用し、東レグループの対応状況などについて随時社内に発信しました。

東レグループ社内報発行部数

『ぴいぷる』（和文社内報）：

約16,000部／回（隔月、年6回発行）

『PEOPLE』（英文社内報）：

約3,000部／回（季刊、年4回発行）

『東レマネジメント（社外秘）』（管理職層対象）：

約7,000部／回（年4回発行）



従業員サーベイの実施

東レグループでは、国内外の関係会社を含む全社員の帰属意識やモチベーション、長期ビジョンや中期経営課題への取り組み状況を把握するために、定期的に社員意識調査を実施しています。2023年度から調査内容を刷新し、満足度のみの調査から期待と実感の両面を測定するようにしました。また、実施頻度を隔年から年1回に増やし、調査結果のフィードバックを迅速化し、調査の翌日から結果を閲覧可能にしました。さらに、各組織・個人の状況をきめ細かく確認し、速やかに改善活動が実施できる仕組みに見直しました。

調査結果はEXスコア^{※1}という点数で可視化をしており、2023年度のEXスコア^{※1}は64.8点でした。毎年、前年度よりも改善することと70点を上回ることを目指し、社内イントラネットでの情報開示や各職場での話し込み、改善好事例の全社展開など、さまざまな施策を実施しています。

※1 EXスコア^{※1}：組織状態を示す指標です。各個人の期待値と実感値、そのギャップを測定します。期待・実感ともに高く、ギャップが小さい場合にスコアは最大化されます。調査委託先である（株）HRBrainの登録商標です。なお、調査時点の他社平均は約70点／100点満点でしたが、当社は、他社と比較して期待値が大きく上回り、実感値は領域により上下がある結果でした。

東レグループのCSR活動は、現場での実践を重視した全員参加型「CSRライン活動」を特徴としています。各職場がそれぞれの実情に応じて、職場におけるCSRの課題について話し込みを行うなど、継続的に取り組んでいます。

関連情報

＞ 東レグループのCSR活動

CSRに関する社内意見交換の推進、意識浸透

社内意見交換の面談実施進捗率

■ 報告対象範囲
東レグループ

■ 目標値
2023年度 / (1巡目) 100% 完

実績値 (2023年度)

100%

東レグループでは、さまざまな機会を通じてグループ全体でのCSRの意識浸透を進めています。

2019年度より東レ（株）CSR推進室が社内各部署および全ての国内外関係会社を対象として意見交換会を実施し、各職場におけるCSRの意識浸透を進め、CSRへの取り組み実態を把握しています。本取り組みの進捗率は、2023年度末の時点で目標の1巡目100%を達成しました。2024年度からは2巡目の意見交換会を実施しています。意見交換会で把握した各職場のCSR活動における課題は、東レグループのCSR推進活動に反映しています。

また、社員が各職場でのCSR活動の必要性をより分かりやすく理解できるように、さまざまな社内刊行物（「ぴいぷる」、「東レマネジメント」、「CSRニュースレター」など）でCSRの情報発信をしています。さらに、CSRの基本的な内容を盛り込んだeラーニングや、CSRの各種課題への理解や意識啓発を目的としたCSRウェブセミナーなども実施し、東レグループでのCSRの意識浸透を進めています。



CSR調達をテーマに社外コンサルタントを講師に招いて2024年3月に開催したCSRウェブセミナーの様子

CSRウェブセミナーの実施状況

開催年度	テーマ
2021	河川/海洋ごみ問題から考える地球環境
2022	「サーキュラーエコノミー」って、なに？
2023	「CSR調達」って、なに？

社内コミュニケーションの促進活動



600人が参加したハロウィンパーティーで開催された仮装コンテストのグランプリ受賞者と滋賀事業場長（中央）（東レ（株）滋賀事業場）



5年ぶりに開催した運動会の様子（東麗繊維研究所（中国）有限公司）



「ウルトラスエードTM」製品の製造現場で働く社員向けに、最終製品のサンプル展示会を滋賀事業場と岐阜工場で開催（東レ（株））



ウェブ会議システムを活用して、エンジニアリング部門長（右下）と工務系新入社員の座談会を開催（東レ（株））

社員の家族とのコミュニケーション

東レグループでは、社員の家族に東レのことを知っていただくことを目的に、社員とその家族を対象とした職場見学会を開催しています。また、家族との絆を深めることなどを目的としたファミリーデーも開催しています。



ショーケースに展示したABS樹脂製品を社員の家族に説明（東レ（株）千葉工場）



トレビーノ生産課を見学（東レ（株）岡崎工場）



工場全景を見学（東レ（株）東海工場）



約1,800人の参加者で賑わったメキシコ東レグループ4社合同のファミリーデー（Toray Advanced Textile Mexico, S.A. de C.V.、Toray Resin Mexico, S.A. de C.V.、Zoltek de Mexico S.A. de C.V.、Toray International de Mexico, S.A. de C.V.）

「CSRロードマップ 2025」におけるCSRガイドライン6「コミュニケーション」の主な取り組みは[こちら](#)をご覧ください。

CSR活動報告（各CSRガイドラインの活動報告） - コミュニケーション マスメディアとのコミュニケーション

CSRロードマップ2025
主な取り組み(6)

プレスリリース件数

■報告対象範囲
東レグループ

■目標値
2023年度 / 200件

実績値（2023年度）

178件

広報・広聴活動は社会的説明責任を果たすという役割に加え、世論形成の一端を担っているとの認識に基づき、広報室が、さまざまなマスメディアに対してコミュニケーションを図っています。

情報開示にあたっては、「情報公開原則」のもとに、不利益情報なども含めて適時・適切に、公平かつ公正な情報発信に努めています。2023年度はプレスリリース178件のほか、244件の取材に対応しました。

関連情報

> [情報公開原則について](#)

「CSRロードマップ 2025」におけるCSRガイドライン6「コミュニケーション」の主な取り組みは[こちら](#)をご覧ください。

CSR活動報告（各CSRガイドラインの活動報告） - コミュニケーション

地域社会とのコミュニケーション

東レグループでは、さまざまな機会を通じて、地域住民の方々とのコミュニケーションを図っています。

2023年度も前年度に続いて地域社会への貢献活動に積極的に取り組みました。



近隣地域代表者との懇談会を実施（東レ（株）岐阜工場）



地元の市立公園の環境整備・清掃奉仕活動に参加（東レ（株）三島工場）



近隣中学校の防災意識向上を目的とした校外学習を受け入れ（東レ（株）基礎研究センター（鎌倉））



4年ぶりに「東レなごや夏祭り」を開催。従業員と家族、近隣住民の方々など約800人が参加（東レ（株）名古屋事業場）



甘粛省の地震被災地へ寄付を実施（藍星東麗膜科技（北京）有限公司）



視覚障害児が楽しく点字を学べる「点字キューブ」を社会福祉団体に寄贈（Toray Advanced Materials Korea Inc.）



ファッションデザイン専門学校生の見学を受け入れ（P.T. Century Textile Industry Tbk（ジャカルタ））



慈善団体主催の「Day of Caring」（思いやりの日、寄り添いの日）に品物の寄贈とボランティア参加（Toray Composite Materials America, Inc.）

