

マテリアルな側面の特定

積水ハウスグループは、ステークホルダーや社会の期待に応えながら本業を通じたCSRに注力し、価値を創造することにより、持続可能な発展を目指しています。

ステークホルダーや社会にとって重要なことは何かを常に意識して活動することが、価値創造につながると考えます。

「ステークホルダー」と「社会への影響」に配慮し、マテリアルな側面を特定

2015年に、GRIガイドライン(G4)の特定標準開示項目における46側面のうち、30側面をマテリアルな側面と特定しました。そして2016年には、社会の変化・ニーズなどを踏まえ、「ステークホルダーの評価や意思決定への影響」と「会社の経済、環境、社会影響の著しさ」の両面から再

分析し、優先順位付けを行いました。

その結果、19の項目をマテリアルな側面(下図)と特定。CSV戦略にも関連する重要側面として、2017年も継続して取り組んでいます。CSV戦略とマテリアルな側面との関係はP.19をご覧ください。

「ステークホルダー」と「社会への影響」から見たマテリアルな側面(重要課題)

★が特定した19の側面



「19のマテリアルな側面」の影響範囲(バウンダリー)

| | | | |
|--------------|---------------------------------------|-----------------|---------------------------------------|
| 経済的パフォーマンス | 積水ハウスグループ、お客様、従業員、株主・投資家、取引先 | 労働安全衛生 | 積水ハウスグループ、従業員、取引先 |
| 調達慣行 | 積水ハウスグループ、従業員、株主・投資家、取引先、地域社会 | 研修および教育 | 積水ハウスグループ、従業員、取引先 |
| エネルギー | 積水ハウスグループ、従業員、株主・投資家、取引先 | 多様性と機会均等 | 積水ハウスグループ、従業員、地域社会 |
| 生物多様性 | 積水ハウスグループ、お客様、従業員、取引先、地域社会 | 投資(人権) | 積水ハウスグループ、株主・投資家、取引先、地域社会 |
| 大気への排出 | 積水ハウスグループ、お客様、従業員、株主・投資家、取引先、地域社会 | コンプライアンス(社会) | 積水ハウスグループ、お客様、従業員、株主・投資家、消費者、取引先、地域社会 |
| 排水および廃棄物 | 積水ハウスグループ、お客様、従業員、取引先、地域社会 | 顧客の安全衛生 | 積水ハウスグループ、お客様、消費者、地域社会 |
| 製品およびサービス | 積水ハウスグループ、お客様、従業員、株主・投資家、消費者、取引先、地域社会 | 製品およびサービスのラベリング | 積水ハウスグループ、お客様、消費者、取引先 |
| コンプライアンス(環境) | 積水ハウスグループ、お客様、従業員、株主・投資家、消費者、取引先、地域社会 | 顧客プライバシー | 積水ハウスグループ、お客様、従業員、消費者、取引先 |
| サプライヤーの環境評価 | 積水ハウスグループ、株主・投資家、取引先 | コンプライアンス(製品責任) | 積水ハウスグループ、お客様、従業員、株主・投資家、消費者、取引先、地域社会 |
| 雇用 | 積水ハウスグループ、従業員、地域社会 | | |