

マテリアルな項目の特定

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。

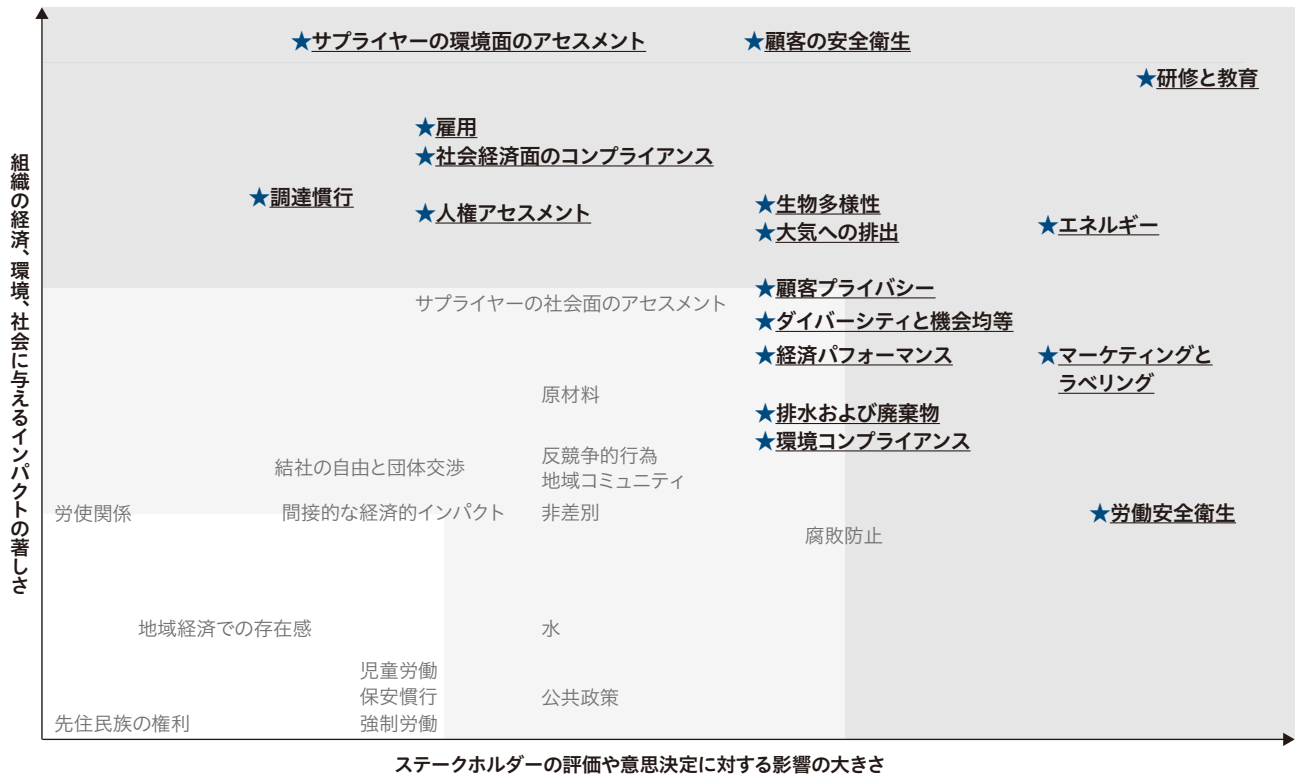
「ステークホルダー」と「社会への影響」に配慮し、マテリアルな項目を特定

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、社会へのインパクト」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と特定。さらに2017年にはGRIスタンダードに準拠すべく17のマテリアルな項目(下図)にアップデートしました。CSV戦略にも関連する重要項目として、継続して取り組んでいます。CSV戦略とマテリアルな項目との関係はP.17をご覧ください。

「ステークホルダーへの影響」と「社会へのインパクト」から見たマテリアルな項目(重要課題)

★が特定した17の項目



「17のマテリアルな項目」の該当範囲(バウンダリー)

経済パフォーマンス	積水ハウスグループ、お客様、従業員、株主・投資家、取引先	雇用	積水ハウスグループ、従業員、地域社会
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	労働安全衛生	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	研修と教育	積水ハウスグループ、従業員、取引先
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	ダイバーシティと機会均等	積水ハウスグループ、従業員、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	人権アセスメント	積水ハウスグループ、従業員、株主・投資家、取引先、地域社会
排水および廃棄物	積水ハウスグループ、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
マーケティングとラベリング	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
環境コンプライアンス	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	社会経済面のコンプライアンス	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
サプライヤーの環境面のアセスメント	積水ハウスグループ、株主・投資家、取引先		