

STEP 2

マテリアリティ分析

(縦軸)

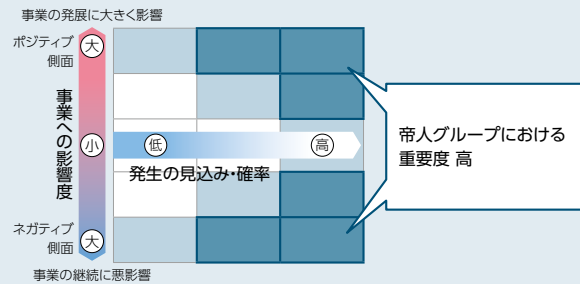
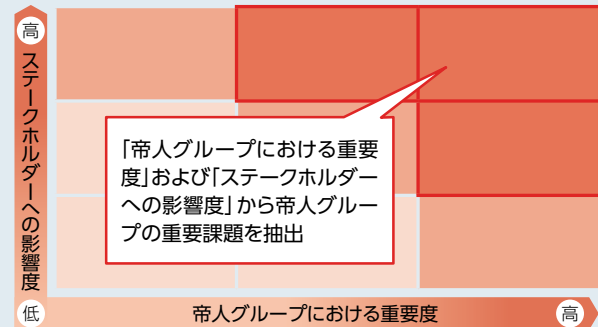
ステークホルダーへの影響度の判定方法

ステークホルダーを、「株主・投資家」「社員」「顧客」「サプライヤー」「地域住民」に分類し、CSR課題ごとに、各層のステークホルダーの立場からみて相当に関心があると推定されるか、それほど関心がないと推定されるかを判定し、ステークホルダーへの影響度を決定。

(横軸)

帝人グループにおける重要度の判定方法

事業への影響度(ポジティブ側面・ネガティブ側面の双方を考慮)と、発生の見込み・確率の両面から、帝人グループにおける重要度を決定。



STEP 4

外部有識者とのダイアログ

外部有識者とのダイアログを実施(2017年3月)するなど、社外からの視点も積極的に取り入れています。マテリアリティの設定に留まらず、今後への期待など幅広い見地からご意見をいただきました。



ロイドレジスタージャパン(株)
取締役 事業開発部門長
富田 秀実

事業との関連が明確になることで、社会課題解決への意識が高まる

現在、企業がその技術力や新規事業を通じて、社会の課題に対して何を貢献できるかが大きな課題となっています。帝人の新中期経営計画では3つのソリューションとその道筋が示されており、特に社会課題へのアプローチが明示されていることは素晴らしいと思います。さらに、どの事業部門がどこに関連しているかについても明確になっており、社員にとっても、取り組んだ結果が見えてくることで、CSR思考の感度を高めるとともに、価値創造に結び付けることができると思います。



コモンズ投信(株)
取締役会長
渋澤 健

ストーリーの語り手を多様化することが、次のステップ

前回ダイアログから、帝人の取り組みが進んでいること、活動がさらに広がっていることがわかります。次のステップとしては、ストーリーの語り手の多様化だと思います。役員の意識が高いのはよくわかりますが、今後はもっと社員への浸透を「見える化」し、CSR思考の再浸透を図ることが大切です。若手中心の社内キャラバンを実施して、新鮮な意見も取り込むことも有益だと考えます。10年後、20年後を見据えた時、今の若い世代が帝人を支えていることになるからです。



グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン ボードメンバー
NPO法人サステナビリティ日本フォーラム代表理事
後藤 敏彦

自らの活動が売上に貢献することを実感することが重要

社会課題解決についての意識醸成は教育すればよいということではありません。例えば、自らの環境製品の開発が売上や利益にどう結び付くのか、現場の社員が実感できることが重要です。環境や社会課題を製品・技術開発の目標に織り込むことで、現場のモチベーション向上にもつながります。自分たちで何ができるのかに自ら取り組むことで、さまざまなオポチュニティが生まれ、どんな開発、イノベーションが必要なのか事業部から発信されるようになる、これが意識醸成だと考えています。