SUMINOE GROUPはグループ理念に基づき、社会に貢献する価値を創造し、持続可能な社会の実現と企業価値の向上に繋げます。

外部環境

- 環境リスク
- 資源 エネルギー不足
- モビリティ 社会の変化
- 高齢化／労働人口の減少
- 働き方改革
- 情報化社会
- ESG／SDGsの高まり

インプット（資本と強み）

製造資本
- 設備投資額24.4億円
- 連結対象製造子会社8ヵ国
- グローバル最適供給体制
- 環境対応型商材の専用設備
- 各工場との強固な関係

人的資本
- 連結従業員数2,779名
- 企業価値向上に向け、多様な専門性を発揮する経営層
- 各事業分野に精通する多様な人材

知的資本
- 研究開発費10.7億円
- 特許保有140件
- 開発人員の連携
- 知的財産の創出

社会・関係資本
- 異なる市場に属する顧客・サプライヤー
- 産学連携
- 歴史に培われたステークホルダーからの信頼
- 地域社会との共生

自然資本
- 太陽光発電など持続可能な資源
- 総エネルギー消費量
- エネルギー使用量

財務資本
- 総資産88,151百万円
- 有利子負債21,280百万円
- 自己資本比率32.7%
- 積極的なM&A

事業とアウトプット

SUMINOE GROUPのコアとなる力
- 多様なスキルを持つ人材
- モノづくりに関わる専門的なノウハウ
- モノづくりと市場ニーズを融合できるデザイン力
- 歴史に培われた信頼
- 市場のニーズに合わせて変化する力

技術・開発力 P31

インテリア事業 P21
- メーカー・卸・工事業者の多面性を持ち併せているとともに、空間全体の設計・デザイン・施工もできることで、多様な提案が可能

自動車内装事業 P23
- ファブリック・カーペット・マットなど様々な内装材に関わる技術を他事業に応用可能
- 強固なサプライチェーンマネジメントによる、品質・供給面での安定性

車両内装事業 P25
- 公共交通機関に求められる高耐久性・難燃性への対応力
- 長い歴史のなかで培われた信頼をもとに、1世紀以上高い市場シェアを誇る

機能資材事業 P27
- グループ独自の豊富な機能材料・機能加工技術を活用し、営業をするなかで市場が求める新たな商材を生み出す、営業開発力

開発の基本理念から生まれる技術・製品

K：健康
- 消臭加工技術「トリプルフレッシュ®」
- 抗菌・抗ウイルス加工技術「トリプルフレッシュ®デオ」「クインテック®」
- 自動車用吸音・遮音カーペット

K：環境
- 染色工程を削減した自動車シート表皮材「エコローレ®」
- 使用後のリサイクルのしやすさを向上させた自動車用天井材
- 植物由来の自動車・車両内装材
- 処分時に有毒ガスを出さない鉄道用車両クッション材「スミキューブ®」
- 燃焼時に有毒ガスを出さないオレフィン系浴室床材

R：リサイクル
- 水平循環型リサイクルタイルカーペット「ECOS®（エコス）」
- 再生ポリエステル糸「スミトロン®」
- 廃棄漁網由来の再生ナイロン糸

A：アメニティ：快適さ
- 快適な生活に貢献するスマートテキスタイル
- 独創性を高める自動車用アクセント材（GRACE CORD®ほか）
- 鉄道・バス内の優先スペースを示す難燃床表示フィルム
- 繊維系暖房商材
- 家庭用脱臭・消臭剤Tispa®シリーズ

中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022～2024～2027」P13
環境マネジメント P41～46　グループ理念 P3

ガバナンス、コンプライアンス、リスクマネジメント P53～60
サステナビリティ基本方針 P37

提供価値

社会的価値

環境価値 P41～46
- 事業活動による環境負荷低減
- 製品による環境負荷低減貢献
- 産業廃棄物発生量の削減
- サーキュラーエコノミーの実現
- 環境マネジメントの強化

ステークホルダーに提供する価値

お客様・消費者
- QOL（Quality of Life）向上
- 環境負荷低減

従業員 P51～52
- ダイバーシティ&インクルージョン
- 健康経営、ワーク・ライフ・バランス推進

お取引先様
- 責任あるサプライチェーンの構築による関係強化
- 取引を通じた技術力向上と相互成長

株主・投資家様
- 企業価値向上による株主還元
- パートナーシップの強化

地域社会
- 雇用、社会貢献活動を通じた地域経済の活性化

経済的価値

売上高　94,828百万円
親会社株主に帰属する当期純利益　320百万円
営業利益率　1.4%
ROE　1.1%
DE レシオ　0.73倍

目指す姿

MISSION
SUMINOE GROUPの目指す姿

“くらしに寄り添う技術とアイデアで人と社会にやさしい空間を世界中へ”を提供する存在へ

VISION
作りたい未来

時代や地球と調和する「新しい快適のスタンダード」を織りあげよろこび広がる未来のくらしをつくる。

社会課題解決への貢献　資本・強みの強化

SGW課題におけるサステナビリティ重要課題からマテリアリティ特定へ

SUMINOE GROUPは、中長期経営目標「SUMINOE GROUP WAY 2022〜2024〜2027」（以下SGW）策定において、社会的責任に関する国際規格、サステナビリティに関する国際基準から特定したCSR中期計画の重点課題を踏まえ、9つの課題を抽出しました。サステナビリティの重要性が高まるなか、サステナビリティ基本方針のもと、社内外のステークホルダーへのインタビューや調査を行った上で、SGW課題におけるサステナビリティ重要課題から進化させたマテリアリティを特定します。

マテリアリティの特定プロセス

STEP1
外部環境・社会課題の把握、抽出
SGW課題におけるサステナビリティ重要課題の「リスクと機会」に対する認識

STEP2
ステークホルダーエンゲージメント（期待の確認）

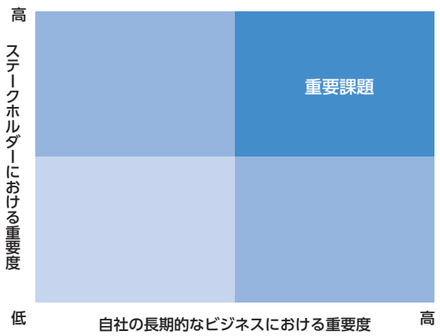
STEP3
マテリアリティマップの策定
マテリアリティの特定
マテリアリティの特定の承認と取り組みの推進

2023年9月末現在の進捗状況は、STEP1の終了となります（P18参照）。

手順と体制

手順	内容	マテリアリティ特定メンバー※	有識者	取締役・役員	経営会議	CSR推進委員会
STEP1	**外部環境・社会課題の把握、抽出** ●社会的責任に関する国際規格やサステナビリティ指標をもとに、社会課題を把握する（参考指標：ISO26000、GRIスタンダードなど）				○	○
	SGW課題におけるサステナビリティ重要課題の「リスクと機会」に対する認識 ●SUMINOE GROUPグループ理念と照らし、経営戦略に重要な影響のあるリスクと機会の抽出・整理も行う。				○	○
STEP2	**ステークホルダーエンゲージメント（期待の確認）** ●経営戦略に重要な影響のあるリスクと機会の抽出・整理を行う。 ステークホルダー＝従業員・労働組合・取引先・仕入先・投資家・銀行など	○	○	○	○	○
STEP3	**マテリアリティマップの策定** ●課題の重要度を、「自社の長期的なビジネスにおける重要度」と「ステークホルダーにおける重要度」を軸に評価する。（グローバル指標・事業部門報告・投資家期待など）	○	○			○
	マテリアリティの特定 ●評価した個々の課題の重要度を優先順位づけし、マテリアリティを特定する。各マテリアリティにおける主な施策と指標の立案も行う。	○		○	○	○
	マテリアリティの特定の承認と取り組みの推進 ●経営会議・取締役会は、経営戦略との妥当性を確認し、承認する。	○		○	○	○

※ マテリアリティ特定メンバーは、CSR推進室・経営企画室・人事部・財務経理部を主とした本部、管理本部と事業部門の部門長などで構成されます。



2023年5月期の活動について

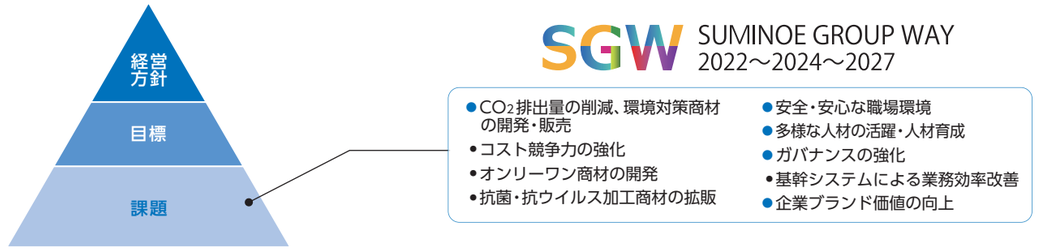
SGW課題におけるサステナビリティ重要課題の特定と「リスクと機会」に対する認識

CSR推進室では、2023年1月よりマテリアリティの特定に関する情報収集を進め、外部有識者による「マテリアリティ特定に関する勉強会」を、2023年2月、5月の2回、経営企画室、財務経理部、人事部を対象に実施しました。

CSR推進委員会では、9つのSGW課題から選定した5つのサステナビリティ重要課題において、事業活動のなかで、リスクの適切な対応、機会の活用が実施されていることを確認しました。

SGW課題におけるサステナビリティ重要課題（●印 5つの課題）

自社にとってもステークホルダーにとっても重要と思われる課題を抽出しました。



留意すべき外部環境の変化	SGW課題におけるサステナビリティ重要課題	「リスクと機会」に対する認識 ●リスク　○機会
E 環境関連 気候変動 循環型社会	●CO_2排出量の削減、環境対策商材の開発・販売	● 天災による事業被害リスク ● 環境規制によるコスト増加 ● 製造工程、廃棄物発生時の環境破壊、負荷 ○ CO_2排出量削減による事業戦略の構築 ○ 資源を効率的に利用、資源を再利用する技術に対するニーズの高まり、市場の拡大
S 社会課題関連 労働人口の減少 働き方の多様性 人的資本の注目 人権意識の高まり	●安全・安心な職場環境	● 労働安全衛生対策不備による労働災害の発生 ○ 安全文化の醸成
	●多様な人材の活躍・人材育成	● 国内人口構造の変化における労働力不足 ● 多様なニーズに対応できないことによる人材の流出 ● 人権ガバナンスの不足によるサプライチェーンの混乱 ○ 多様な人材が能力を発揮する機会の拡大 ○ 働き方改革、健康経営の推進による従業員の生産性向上、モチベーション向上によるイノベーションの創出 ○ 国際規範に準じた人権方針に基づく企業活動
社会に向けた企業の 存在価値への期待の高まり	●企業ブランド価値の向上	● 自社のみの利潤追求による社会からの信用の失墜 ○ ステークホルダーからの共感 ○ 経営、従業員の行動変化 ○ チャレンジ精神の醸成
G ガバナンス関連 法令・規制の変化 コンプライアンス意識の 高まり	●ガバナンスの強化	● ガバナンス・内部統制の機能不全で不祥事が発生することによる信用の失墜 ● サイバーセキュリティの脅威 ● 法令対応の遅れ ○ ガバナンスが機能していることにより、業務の適正性が確保され、経営の信頼性が向上 ○ 意思決定の透明性

※ 取り組み施策、2022年実績（P39〜40）

2024年5月期の課題について

STEP2、STEP3の実施を進めていきます。
ビジネスモデルの持続性といった「個別性」に着目し、当社グループの独自性あるマテリアリティの特定を進めていきます。