

「VISION 2030 stage1」4つの成長戦略(マテリアリティ)

重要な社会課題に関係するリスクと機会を抽出し、グンゼグループの事業と強みを活かして課題解決に貢献する重点テーマを、2022年に中期経営計画と連動するマテリアリティとして設定しました。

マテリアリティ実現のための施策と取り組みを通じて、社会的価値と経済的価値の両立を図ることで、社会貢献とグループの持続的成長を実現するサステナブルカンパニーとなることを目指します。

マテリアリティ	グンゼグループの施策	グンゼの時間軸	KPI (2024年度目標)	2023年度の取り組み	今後の課題
新たな価値の創出	●新規事業の創出と既存事業の成長 (M&A含む)	中期	新規事業関連 ・次世代型リチウムイオン電池向けフィルムなど機能フィルムの事業化	・次世代型機能性フィルムの初期設計完了 ・機能フィルム事業化に向けた取り組み推進中	・顧客の事業状況に合わせた量産型対応 ・領域拡大を見据えた研究開発対象の拡大と精査
	●サステナビリティを追求した新商品・新サービスの提供	短期	環境配慮型製品の開発 循環型フィルムの価値創造 ・バイオマスプラスチック製品の拡販 ・低比重オレフィン製品の拡販 ・食品廃棄ロス削減フィルムの開発 メディカル関連製品の売上高 ・メディカル新規製品の拡販 ウエルネス&ヘルスカテゴリ商品 の売上高 ・健康カテゴリ商品の開発強化 ・ライフスタイルに対応した商品の拡販	・リサイクル原料を使用した環境対応収縮フィルム「GEOPLAS」の拡販 ・食品廃棄ロス削減、冷凍食品真空包装用チューブフィルムの開発上市、採用拡大 ・研究から販売まで一気通貫に運営できる医療機器専業の組織体制へと変革 ・遮着防止材などの積極的な上市・拡販 ・アパレル事業トータルで企画・営業部門を一体化し、消費行動やライフスタイルの変化への対応力を強化 ・アパレル事業でのDtoCビジネスシフト加速 (EC、直営店舗) ・汗解消テクノロジーブランド「アセドロン」の上市	・環境配慮型商品の採用拡大と資源循環の技術確立および、サプライチェーン協働の仕組み作り ・食品廃棄ロス削減フィルムのラインアップ拡充とさらなる採用拡大 ・臨床現場ニーズを反映した新製品開発の迅速化 ・医療領域別ポートフォリオ戦略による選択と集中や、M&A探索を強化 ・顧客のライフタイムバリュー最大化につながるMD戦略再構築と商品提案による新規顧客の獲得
企業体質の進化	●多様な人材が活躍する組織風土づくり	長期	D&Iの推進 (女性活躍の推進など) ・女性管理職比率：6%以上 ・女性社員比率：35% ・男性育休取得率：50%	・女性管理職比率：7% ・女性社員比率：34% ・男性育休取得率：42%	・採用における女性比率50%の継続 ・キャリア採用比率の向上 ・リーダー層育成プログラムの充実、育児支援制度の拡充 ・男性従業員の育児休職取得率の向上
	●働き方改革による意識・業務改革の推進	中期	人権尊重に関する取り組み ・自社・主要取引先の人権デューデリジェンスの実行	・自社アセスメント(外国人技能実習生の実態把握)の実施(国内工場3社) ・サプライヤーアセスメントの実施：エンブラ分野9社及び繊維資材分野12社 ・分析結果に基づく改善対応の実施 ・追跡調査、今後の対応協議	・サプライヤーを対象とした全事業での研修などを実施(海外サプライヤーに対象拡大)
	●デジタルの積極活用によるプロセス変革 (生産、販売、開発、物流、間接などすべて)	中期	リスク対応力の強化 ・リスクマネジメント委員会の開催：4回/年 人事制度の構築、職場環境の改善 ・エンゲージメントスコアの向上：70点想定 ・年休取得率：75% ・意識改革、業務改革、オフィス改革による生産性向上 ・オンライン会議などを利用したDXの推進	・リスクマネジメント委員会の開催：4回/年 ・エンゲージメントスコア：62点 ・年休取得率：74.8% ・人事処遇制度改革の改革スタート	・内部通報制度の運用強化 ・1on1ミーティングの継続実施 ・DX・働き方改革など業務の効率化による年休取得率の向上 ・労働時間管理の徹底や長時間労働の削減 ・多様なバックグラウンドを持つ従業員が自分に合った働き方を進められるような仕組み(フレックワーク、フレックス制度など)の整備・拡充
環境に配慮した経営	●事業活動における環境負荷の低減	長期	AI、IoT、センシング技術などの活用による生産などすべての生産性の向上 ・生産現場の効率改善指数 (P値)※：103% ※グンゼオレシナルの生産性対前年向上指標	・生産現場の効率改善指数 (P値)：国内99.5%、海外99.2%	・新時代のアパレル事業を目指した生産自動化
環境に配慮した経営	●事業活動における環境負荷の低減	長期	CO₂排出量の削減 ・2013年度比28%以上削減 (国内+海外) Scope1+Scope2* ※グンゼグループ合計 ・Scope3: 390,856t ・2023年度エネルギー原単位削減率：対前年1.8%増加(国内) ・スマートファクトリー (自動化ライン) を推進 (梁瀬工場) ・ネットゼロファクトリー (建設)：アパレル梁瀬工場 (兵庫県)	・Scope1+Scope2: 115,517t 33%以上削減 (2013年度比) ・Scope3: 390,856t ・2023年度エネルギー原単位削減率：対前年1.8%増加(国内) ・スマートファクトリー (自動化ライン) を推進 (梁瀬工場)	・Scope1+Scope2: 28%以上削減 (2024年度) 持続的な省エネ活動および再生エネルギー比率の拡大 ・Scope3の目標設定 (2024年度) ・2022年度エネルギー原単位削減率1%/年の継続 ・プラスチック守山工場でのリサイクルセンターの設立 ・スマートファクトリー (自動化ライン) の拡大
			成長事業、成長領域への経営資源の重点投資 ・環境関連投資：86億円 (サーキュラーファクトリー関連27億円、機部エンブラ工場1億円) ・チャネルの拡大による新ターゲットの獲得：EC+SPA売上比率：25% ・業務提携やM&Aによる事業拡大 低成長事業および分野の再構築 ・ROE6.3%以上 ・全社計でのGVA黒字化 ・収益性の改善	・環境関連投資：28億円 (サーキュラーファクトリー関連27億円、機部エンブラ工場1億円) ・EC+SPA売上比率：25% ・マッシュグループと合併会社「Ballelite」の設立 (2023年9月) ・ROE4.4% ・GVA -16億円 (対前年7億円改善) ・電子部品分野 (タッチパネル事業) の株式譲渡予定の公表 ・レックウエア分野ではインドネシアソックス工場の終業 ・メカトロ事業譲渡について検討開始 ▶詳細P.28→財務資本戦略ページ	・リサイクルセンターの建設計画推進 ・EC+SPA売上比率向上 ・独自のCRMプログラムによるロイヤルカスタマーの獲得 ・集客力の高い商業施設への新規出店 ・ROE6.3%以上 (2024年度) ・GVAの全社計黒字化 (2024年度) ・構造改革の継続的な取り組み
資本コスト重視の経営	●経営資源の戦略的配分	中期			
	●資本効率の追求によるGVA黒字化	中期			