マテリアリティ

社会課題の解決と井関グループの持続的成長を両立させるためのマテリアリティを定めています。

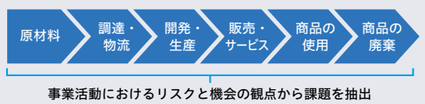
マテリアリティ				目指す姿（2030年）	関連するSDGs	リスクと機会		KPI	目標値	注力テーマ（戦略）	活動状況
						リスク	機会				
事業を通じた価値創造	共通			豊かな社会の実現へ貢献する商品の開発やビジネス創出		各国政策変化への対応 他社との競争、経済情勢・農業環境の変化 気候変動、環境負荷低減、自然災害、感染症等 欧米市場で中国勢をはじめとする電動商品に劣後、遅延	新たな需要・ニーズ イノベーションによるビジネス創出と新たな価値創造 電動化製品需要の高まり 景観整備事業、個人ホビー市場における電動製品の浸透	先端技術知的財産の拡充 重点戦略分野への研究・開発投資割合の拡大	先端技術関連の発明提案件数比率：60%（2025年）	需要・ニーズ変化への対応 イノベーションによるビジネス創出と新たな価値創造	P45～48, P55～56
		農業の生産性向上	国内	スマート農機やデータを活用した農業の普及・促進により持続可能な農業の実現へ貢献する		国内農業戸数減少と高齢化、請負増加による需要減速	国内農業の大規模化、作付け多様化 食料安定供給確保に向けた施策展開 スマート農業の普及（データ駆動型、環境保全型農業） DXによる異業種との連携	大型農機、スマート農機の普及	大型農機、スマート農機の売上に占める割合拡大	大規模農家取り組み強化 DX、スマート戦略強化 収支構造改革加速	P37～40
			アジア	日本で培った稲作技術を生かし、各国・地域に適した農業機械の提供を通じて農業の機械化による生産性向上に貢献する		低価格化、インド・韓国・中国勢台頭 中国メーカー等によるEV化の先行	アセアン・インド等の農業の機械化進展 東アジア等でのスマート農業の普及（データ駆動型、環境保全型農業） TAFE社生産による価格競争力ある商品のアセアン市場への展開	アジア地域への商品浸透	アジアの売上に占める割合拡大	ISTファームマシナリー社を起点としたアセアン事業基盤づくり 高性能大型農機の投入 サービス体制強化 TAFE社との協業による新たなビジネスモデル構築	P41, 44
		生活の質の向上	北米	小型トラクタ等の提供により、趣味の園芸や農業等プライベートな生活充実を支援する			電動商品等の新たな需要 当社商品販売増による「住み続けられるまちづくりを」といったSDGsに貢献	北米、欧州向けトラクタ、芝刈機の販売拡大	電動商品の売上に占める割合拡大	AGCO社ブランド戦略展開サポート エコノミー仕様コストダウン機投入	P41～42
			欧州	美しい景観や環境を守ることで、住みよい街づくりに貢献する						連結化を展望した販売網再構築 電動化等の商材拡充 コンシューマー向け商品、インプル調達効率化	P41, 43
	脱炭素社会と循環型社会の実現			環境に配慮した事業活動を通じて、脱炭素社会と循環型社会の実現に貢献する		環境関連規制強化 市場ニーズの変化による需要の低下 GHG排出削減ソリューション対応遅れによる競争力の低下	農業環境の変化に対応する商品・サービスの需要増 ・省エネ、省作業 ・GHG排出量削減 ・肥料・農薬低減 ・有機農業拡大　等	エコ商品売上高比率 有機農業取り組み面積（水稲）	エコ商品国内売上高比率：65%（2025年） 国内有機農業取り組み面積(水稲)：5,000ha（2030年）	気候変動への対応 生物多様性保全 生産における資源循環	P49～51, P61～62
						台風や水害等の自然災害による商品・サービス提供体制の停止 炭素税導入やエネルギー価格上昇によるコスト増	環境効率が高い設備導入によるコスト削減 資源消費の最小化 廃棄物の発生抑止による環境負荷の低い生産活動	CO_2排出量削減 生産資源の削減や再利用	グループ全体CO_2排出量削減率（2014年比）:46%（2030年） 廃棄物最終処分量削減率（2013年比）：71%（2030年）		
レジリエントな経営基盤の構築	ブランド価値向上（信頼づくり）			社会課題の解決によって存在感を発揮し、ステークホルダーとの信頼関係構築とともに、リスク低減・回避につなげる		商品・サービスの重大な瑕疵・欠陥の発生 特定取引先・調達先への依存、原材料価格高騰、調達難、サプライチェーンの混乱 レピュテーションリスク	安全・安心、コストパフォーマンスの高い商品・サービスでお客さま・ファンの獲得 取引先との信頼関係構築 地域での存在感、ブランド価値向上、共生による事業の安定化	顧客満足度の向上	各調査項目の満足度：NPS20以上、前年比100%以上	お客さま満足度向上と品質づくり	P63～64
								CSR調達の推進	取引先のCSRアンケート回答率：80%以上（2030年） 取引先に占めるグリーン調達率：85%以上（2025年）	サプライチェーンマネジメントの強化	P66
								コミュニケーション活動の継続実施による地域社会との関係強化	農業女子プロジェクト活動の実施（農機セミナー：3回/年、オンラインセミナー　：3回/年）	地域社会との共生	P66
	従業員エンゲージメント向上			事業戦略の実行に向けた中核人材の確保 一人ひとりの力を最大限に引き出し「変革」を起こすチャレンジ精神あふれる人材を育成 従業員への安全・安心な職場の提供と働きがいのある職場づくり		労働力不足、人材の流出 人材の同質性・偏りによる組織・文化の硬直化	女性・専門家・外国人材の確保・育成によるイノベーション創出力向上	DE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）に変更の推進と教育の充実	管理職に占める女性比率：7%以上（2025年） 外国人の管理職：現状より増加 管理職に占める中途採用社員比率：7%以上（2025年）	多様な人材の活用と育成	P57～60
						物的、人的被害による事業への影響 労災によるレピュテーションリスクや損害賠償 労働問題による人権侵害（ハラスメント、長時間労働等）	モチベーション向上、生産性向上 従業員の健康・安全確保	エンゲージメントサーベイのスコア向上	エンゲージメントサーベイ総合満足度：70%以上（2025年）	健康経営の推進	
	ガバナンス強化による企業価値向上			経営環境の変化に迅速かつ的確に対応し、公正な経営を維持する		リスク全般 ・法令違反リスク ・情報セキュリティに関するリスク ・国際的な事業活動に伴うリスク　他	事業活動の安定化 迅速な経営判断、適切なリスクテイクによる変革	重大な法令違反と不祥事ゼロ	重大な法令違反と不祥事の発生件数：発生ゼロ継続 情報セキュリティの重大事故：発生ゼロ	ガバナンス体制の強化 内部統制の強化、コンプライアンスの徹底 リスクマネジメントによるリスク顕在化防止・損失の最小化、迅速な経営判断、適切なリスクテイク	P69～73
				必要な情報の迅速で正確な開示に努め、透明性のある企業づくり			情報開示により認知・理解促進 建設的な対話による信頼関係の構築	エンゲージメント機会	経営層による株主・投資家との対話回数：50回以上/年（2025年）	情報開示と建設的な対話 情報開示ワーキンググループ・ESG委員会を通じた組織的な開示情報のチェック	P54, P77～78
財務パフォーマンス向上	筋肉質な企業体質への転換			環境変化に対応できる経営体質・基盤を構築し、持続的な成長と企業価値向上に努める		経済情勢・環境変化による生産変動 株式市場動向、土地およびその他の固定資産の価値下落 為替レートの変動 借入金利上昇、財務制限条項抵触による繰上返済義務発生	変化に対応可能な最適生産体制構築 経営効率化、経営管理の高度化 成長戦略に沿った設備投資 調達方法の多様化	営業利益率向上	営業利益率：5%（2027年）	構造改革 経営効率化	P25～32
								資産効率改善	営業キャッシュ・フロー創出：500億円（2024～2027年累計）	棚卸資産回転率改善 固定資産回転率改善	

マテリアリティの特定プロセス

マテリアリティの特定にあたっては、井関グループの基本理念や長期ビジョンの目指す姿の実現と社会課題の両面から検討しています。2022年に目指す姿と経営戦略との整合を図るとともに、サステナビリティ外部専門機関との対話による示唆を踏まえて、経営層で議論を行い、マテリアリティを一部改訂しました。

課題の抽出

- 社会課題、各種ガイドライン（ISO26000、GRI、SDGs等）を踏まえて課題を抽出。
- SWOT分析によりリスクと機会を特定し課題を抽出。
- 事業活動により社会的価値、経済的価値を創出していくために重点的に取り組む課題、環境変化や事業活動への阻害要因、地球環境への負荷など事業活動におけるリスクと機会の観点から課題を抽出。



重要性の評価

- 抽出した課題を「社会への影響」と「井関グループへの影響」の観点から重要性を評価。

妥当性の評価

- 課題や重要性評価結果の妥当性について、ESG委員会にて議論するとともに、サステナビリティ外部専門機関のレビューを実施。

マテリアリティ特定

- ESG委員会、取締役会での審議・決議を経て、井関グループのマテリアリティを特定。
- マテリアリティの見直し要否については、年に一度ESG委員会およびマテリアリティワーキンググループにて検討。