

## b. 組織が気候関連リスクを管理するプロセス

サステナビリティ委員会で特定した気候変動リスクと機会および対応策は、執行役員クラスの取り組み責任者を決め、KPIを設定し、PDCAを進めています。なお、迅速な対応が必要な重要リスクおよび機会については、逐次取締役会へ報告し、対応を決定しています。

また、三菱自動車は、2018年度に環境・社会・ガバナンス各分野の様々な課題から当社が取り組むべき重要課題としてマテリアリティを特定しており、「気候変動・エネルギー問題への対応」は最重要課題の一つと認識しています。特定に際してはステークホルダーの関心度と自社への影響度の観点から検討を重ね、有識者へのヒアリングを実施しました。そのうえで、サステナビリティ委員会にて議論を重ね、経営会議にて決定しました。

## 指標・目標

## a. 組織が自らの戦略とリスク管理プロセスに即して、気候関連リスクと機会を評価するために用いる指標

当社は、2020年に環境計画パッケージを策定し、電動車と再生可能エネルギーの普及拡大を通じて、2050年までにカーボンニュートラルを実現し、気候変動による影響に強靱な社会の実現に貢献することを目指しています。このビジョンにもとづく2030年までの具体的な取り組みを明確にした環境ターゲット2030において最重要課題と位置付けている気候変動対策では、Scope1、2<sup>※1</sup>について「事業活動からのCO<sub>2</sub>排出量」を、当社サプライチェーン全体の排出量の約7割を占めるScope3<sup>※</sup>のカテゴリ11（販売した製品の使用）について「新車からのCO<sub>2</sub>排出量」と「電動車販売比率」を管理・評価するための主な指標として設定しています。

※1 Scope1：事業者自らによる直接排出（燃料の燃焼など）  
Scope2：他社から供給された電気、熱、蒸気の使用に伴う間接排出  
Scope3：Scope1、Scope2以外の排出（販売した製品の使用による排出など）

## b. Scope 1、Scope 2、Scope 3のGHG排出量と関連リスク

当社は、GHGプロトコルにもとづきCO<sub>2</sub>排出量の算定を行っています。次の表は、2018年～2022年度におけるScope1,2,3でのCO<sub>2</sub>排出量の実績を示しています。

なお、当社は情報の信頼性・透明性の確保を目的として、Scope1,2排出量に対して独立第三者による認証を取得しています。

## &lt;Scope1,2,3排出量実績&gt;

	単位	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
Scope1	千t-CO <sub>2</sub>	119	110	80	92	95
Scope2	千t-CO <sub>2</sub>	469	416	285	319	271
Scope3	千t-CO <sub>2</sub> eq	42,580	35,429	20,286	28,294	28,710
合計	千t-CO <sub>2</sub> eq	43,168	35,955	20,651	28,705	29,076

## c. 気候関連リスクと機会を管理するために用いる目標、および目標に対する実績

当社は、2020年に策定した環境計画パッケージにもとづき、電動車や燃費向上技術の開発、生産工程における省エネルギー機器の導入、工場やオフィス、販売店での再生可能エネルギーの導入など、様々な取り組みを推進しています。

環境計画パッケージは、中長期的な展望を織り込んだ環境方針、2050年までに目指したい社会像と、当社の取り組みの方向性を定めた環境ビジョン2050、このビジョンにもとづく2030年までの具体的な取り組みを明確にした環境ターゲット2030で構成しており、気候変動対策、資源循環、環境汚染防止の3つを当社が直接的に取り組む環境課題と位置付け、具体的な目標を設定しています。

最重要課題と位置付けている気候変動対策については、2022年9月に、当社としてサプライチェーン全体で2050年カーボンニュートラルの実現を目指すことを宣言し、あわせて環境ビジョン2050を改定しました。また、2050年カーボンニュートラルの実現に向けたマイルストーンとして環境ターゲット2030の目標を見直し、2023年3月に公表しました。

## 主な2030年度目標と進捗

指標	2030年度目標	2035年度目標	2022年度実績
新車からの平均CO <sub>2</sub> 排出量 (Tank to Wheel、2010年度比)	-40%		-18%
電動車販売比率	50%	100%	11%
事業活動CO <sub>2</sub> 排出量 (Scope1, 2総量、2018年度比)	-50%		-33% <sup>※2</sup>

※2 2018基準年度のCO<sub>2</sub>排出量 (Scope1+2)：588千t-CO<sub>2</sub>。  
環境マネジメント対象会社の要件を整理し、2021年度より対象から持分法適用関連会社を除外した。持分法適用関連会社を除いた2018年度CO<sub>2</sub>排出量は545千t-CO<sub>2</sub>となり、その場合の2022年度におけるCO<sub>2</sub>排出量削減率は-33%

## 道路交通事故の削減に寄与する製品の提供

三菱自動車は、クルマづくりの企業として交通安全への責任を認識し、「道路交通事故の削減に寄与する製品の提供」をマテリアリティとして特定しています。

世界では年間約135万人が交通事故により亡くなっているといわれています<sup>\*</sup>。特に、新興国ではクルマの保有台数増加にともない、交通事故の死者数が増加傾向にあります。交通事故の削減は世界的に喫緊の課題であり、持続可能な開発目標 (SDGs) のターゲット3.6については、2020年に開催された第74回国連総会で、2021年から2030年までの10年間で世界の道路交通事故による死傷者を半減させることが採択されました。

当社は、交通事故ゼロのクルマ社会に向けた安全理念を掲げ、安全技術の開発・普及と、交通安全教育の2つの側面から取り組みを進めています。

※ 2018年 世界保健機関 (WHO) 調査より

## 製品品質、セールス・サービス品質の向上

当社は、2019年4月に改定した品質方針にもとづき、お客様の購入検討から車両の保有期間、すべての段階で品質を向上させるため、コンプライアンスを基盤要件として「製品品質」「感性品質」「セールス品質」「サービス品質」の4つのカテゴリで改善に取り組んでいます。

「製品品質」には、お客様が新車購入直後に経験される「初期品質」と、末永くお使いいただく中で経験される「耐久品質」があり、市場において発生する様々な問題やお客様から寄せられる声を真摯に受け止め、迅速に改善につなげていく体制を強化しています。

また、お客様が商品を“見て・触って・使ってみて”感じる使い勝手や心地良さ、見た目の良さなど、感性で受け止める「感性品質」の向上にも取り組んでいます。

販売会社での「セールス品質」や「サービス品質」は、お客様の声を確実に聞き取り、ご要望に沿った提案や対応をすることによりお客様がご満足いただけるよう日々改善を行っています。

## 品質方針

事業を支える重要な基盤として“品質”を位置づけます。

- お客様の期待を上回る製品品質、およびセールス・サービス品質を追求します。
- 全社的なマネジメント品質の向上に取り組めます。
- 法令とグローバル規範を遵守し信頼される三菱自動車の品質を約束します。

## 事業を通じた地域経済への貢献

三菱自動車は、アセアン地域でモータリゼーションが興る以前より事業を展開し、「地域の発展」が「当社の発展」という思いで地域に寄り添いながら各国と共に成長してきました。

長年にわたり事業活動を行っている地域の社会課題の解決に積極的に取り組み、共に成長を目指し、促すことは、地域の活性化、市場の育成、消費者ニーズの把握、当社ブランド力の強化などにつながり、「地域の発展」と「当社の発展」を同時に実現できると考えています。2023年3月に発表した新中期経営計画「Challenge 2025」では、アセアンを事業中核地域として経営資源を集中投入します。さらに、こ

れまで以上に研究開発費と設備投資を安定的に投じ、特に、電動化、IT分野、新事業への支出割合を増やすことで、会社のさらなる成長を目指しています。また、マテリアリティの一つである「事業を通じた地域経済への貢献」では、アセアン地域における事業の発展を通じ、雇用・人材育成・投資・技術移転・輸出による地域経済への貢献を果たすことを目標として取り組んでいます。

加えて、アセアン地域固有の社会ニーズに応える形で、環境と社会貢献の分野でも当社独自の技術・サービスを生かして取り組んでいます。