売上高の大幅成長という目標達成には差別化を図ることが不可欠

Mitsubishi Motors
de México S.A. de C.V. (MMDM)
Brand & Marketing Director

Ana Paulina Velazquez

中期経営計画「Challenge 2025」における私たちの重要な目標のひとつが売上高の大幅成長であり、現在は前年度比40%成長の達成に向けて取り組んでいます。メキシコは非常に競争が激しい市場であり、さらにその傾向は加速しています。例えば2020年頃までのメキシコの自動車ブランド数は22でしたが、中国ブランドがメキシコ市場に参入し始めた結果、2024年には46のブランドがしのぎを削り、そのうち25が中国ブランドという状況になっています。

目標を達成するには、まずこの競争の激しい市場で差別化を図る必要があり、「三菱自動車らしさ」を最大限に活かしたマーケティングを展開しています。お客様のモビリティニーズを満たすとともに冒険心を喚起する手法で訴求しています。また、新車販売時だけではなく、アフターセールスでの戦略にも取り組んでいます。特にカスタマーエクスペリエンス戦略に力を注いでおり、魅力ある商品と優れたサービスを通じて三菱自動車との体験全体に満足していただけるよう努め、お客様のロイヤルティーの維持を図ります。そのため、お客様が三菱自動車のクルマを使用する間、ずっと楽しい体験をしていただけるよう差別化を図ります。

売上高の大幅成長に加え、私には三菱自動車で仕事を頑張る原動力となっている目標がもうひとつあります。それは電動車の普及です。電動車はメキシコの環境汚染を減らすための重要な手段であり、三菱自動車はこれを実現できる頼もしいブランドだと私は考えています。

MMDMの従業員

販売台数の伸びを確かなものとするために期待を上回る品質を追求

Mitsubishi Motors Philippines Corp.
(MMPC)
President

今枝 律

MMPCは、社員数約1,400名で自動車の製造・販売を手掛けており、フィリピンでは市場販売シェア第2位を誇っています。現在、フィリピンでの販売台数はダイナミックに伸びており、三菱自動車にとって重要な市場のひとつになっています。

私が就任以来取り組んでいるのは、品質に関する体制の強化です。品質と言っても製造品質・セールス品質・サービス品質など多面的な取り組みが必要です。しかしながら、近年の販売台数の伸びを確かのものとし、さらなる成長を図るにはお客様の期待を上回る品質を追求していくことがとても大切です。例えば、ディーラーの顧客対応にフォーカスした改善活動をはじめ、販売からサービスまでの各プロセスでお客さまの満足度を高める品質の追求をしていきます。

また、サステナビリティの視点では事業を通じてフィリピンの機械産業や地域経済の発展に貢献し続けたいと考えています。2023年に三菱車はフィリピンで60周年を迎えましたが、その間にアジア通貨危機やリーマン・ショックなどの難局もありました。それらを乗り越えてフィリピンで製造販売を続けてきたことは誇れることであり、当社がシェア2位と市場に受け入れられていることにも少なからず貢献しています。その流れを大切にし、今後も従業員や約60社のサプライヤーの技術的な成長を支えるなど、私たちの役割を果たしていきたいと思います。

最後になりますが、フィリピン市場での日本車のシェアは約80%ありますが、その状態に安穏としていられないことも、また事実です。国民の皆さんは車だけでなく日本ブランドに対し親近感を持って頂いていますが、今後更にプレゼンスを高める為には三菱自動車としての価値訴求のみならず、日本ブランドの価値訴求も織り交ぜた貢献をしていくことが重要であると考えております。

『エクスフォース』発表会

新たな価値創造を促す人材戦略を推進

人事本部
本部長補佐

今井 章人

私たちは、中期経営計画「Challenge 2025」の完遂を支えるべく、経営戦略と連動した人材戦略を進めていくため、社長および幹部からなる「人材開発会議」を設置し、人材ギャップの明確化を踏まえた具体策を展開しています。具体的には、現下における人材ギャップを埋めるべく、量と質の改善を切り口に、人材理念「MMC WAY」の徹底、人材確保・定着、人材開発、組織開発、DE&Iに取り組んでいます。

人材理念の徹底では、2022年度に刷新した新「MMC WAY」をもとに毎年職場ワークショップを開催、また新「MMC WAY」に基づく行動評価を行うなど、体現度を図る評価システムも導入しました。人材確保と定着については要員構成の是正、新技術開発や新規事業への取り組みを背景に、新卒・キャリア採用強化に取り組んでいます。人材開発については、管理職においては組織管理・指導育成を強化するべくマネジメント研修を充実するとともに、選抜型研修（Leadership Development Program）導入により、次世代リーダー人材の育成強化を図っています。一般職においては、各機能別、職務区分別にあるべき人材像を規定。これに基づく研修の品揃えを整え、きめ細かな人材育成を図っています。また、海外関係会社との相互人材交流を通じた海外派遣研修（GCDP：Global Career Development Program）により、若手・中堅社員のキャリア支援を実施しています。そして、エンゲージメントサーベイを実施し、全社・部門取り組み対する定点観測、効果検証を行うとともに、活気のある職場づくりのための組織開発支援プログラムを展開しています。

私たちは、三菱グループ共通理念の「三鋼領」や、「ビジョン・ミッション」・「MMC WAY」のもと、当社で働くことに誇りを持ち、多様な人材が互いに敬意を払い、変革にチャレンジするキャリア形成支援を図るとともに、社員一人ひとりの活躍を促す環境整備に取り組んでいきます。

Global Career Development Program (MMTh)

「Challenge 2025」実践への5つのアプローチ

Mitsubishi Motor
Sales of Caribbean, Inc.
(MMSC)
Vice President

Madelene Nieves

私は現在、地域配送センターと19のディーラーからなるMMSCの運営を統括しています。私の主な役割は、配送とディーラーの運営を強化するとともに、顧客体験を向上させブランドイメージを高めることです。「Challenge 2025」の実践においては、変革プロセスとして5つのアプローチを採用しています。

第一は、従業員の参加、組織改革、多様性です。数年前から「三菱自動車らしさ」、顧客ケアアプローチ、社会的責任の考え方を根付かせるために、変革のプロセスに従業員を参加さています。従業員は変革プロセスにおけるMMSCの役割を理解しており、組織は従来のビジネスモデルから顧客ケアアプローチへ着実に移行しています。多様性の面でも男性が多い業界でありながら、従業員の43%、管理職の55%が女性となっています。

第二はディーラーによる顧客体験全体を包括する総合的なアプローチの実施です。その促進に向けて、例えばディーラーの業務分野における全体的な改善を強化する「スコアカード」を導入しています。

第三はブランドイメージの向上です。「三菱自動車らしさ」の訴求に向けて、三菱自動車製品に関する新しい体験を促進するデジタルコンテンツの作成、試乗体験、展示会を強化するとともに、タッチポイントの拡大に努めています。

第四はコンプライアンスの強化です。コンプライアンス部門を設立し、各方針やプロセス、内部統制、契約管理、意思決定プロセス管理などの見直しと改訂を進めています。

最後に第五として、持続可能な社会への貢献に努めています。2023年に「Mi Society」という社会的責任プログラムを開始しました。具体的な活動としては、島の経済発展促進、土地保護と天然資源の保全の促進、健康と福祉を支える取り組みなどを実施しています。

今後も、これらの変革プロセスを通じて、地域社会の発展に継続して貢献してまいります。

MMSC's CX Workshop

MMKIから世界に高品質な製品を提供

Mitsubishi Motors
Krama Yudha Indonesia (MMKI)
Manager

Oktobriyanto

生産活動を成功に導く鍵は紛れもなく品質です。私たちは、MMKIの製品が多くのお客様のニーズを満たし、ご満足いただいていると確信しています。常に高い品質を保つためには、各部門やサプライヤー間のサポートが極めて重要です。そのため、生産に関係する部門はもちろん、次のステージである納車前検査やディーラー、そしてお客様にお届けするまでの工程を網羅した部門間のコミュニケーションを深める工夫や連携強化に努めています。

中期経営計画「Challenge 2025」のもと、私たちは生産目標と品質の向上に最優先で取り組んでおり、定量的な目標も掲げています。この目標達成に私たちの品質部門は戦略的な役割を担っており、私のチャレンジはこれらの目標の達成に向けて最善を尽くすことです。そこで前述のように、私たちは品質の問題を段階的に解決するために、緊密な情報交換とコミュニケーションを深める体制を整えました。具体的には、3現場フォローアップ活動会議で毎日、週次品質確認会議で毎週、月間品質確認会議で毎月、また毎日の車両監査フォローアップで品質について話し合いをしています。各会議における密なコミュニケーションのもと、不良品発生防止策を実施するとともに、不良品が発生した場合は迅速な対応と並行して調査を実行し、根本原因に対する恒久的な対策を講じています。

最終的に、2023年度の生産実績は約143千台、新車販売後3カ月間の不具合指摘率は1.0（目標は1.6未満）となりました。生産目標と品質向上を達成でき、世界の50以上の国や地域に品質の高い製品を納品できたことに喜びとやりがいを感じています。今後も「Challenge 2025」の目標を超えることができるように、これらの活動を継続していきます。

生産現場

アセアン地域における渉外活動で、環境と安全に貢献

開発マネジメント本部長

渡邉 計彦

開発マネジメント本部は経営資源である人、モノ、カネを管理し開発のサポートをする開発管理部と、世界各地で情報収集を行い法規に適合した車両開発をサポートし認証を取得する認証部で構成されています。

私たちの活動でユニークなのは、アセアン地域で現地政府・省庁と積極的にコミュニケーションを深め、その国や地域の環境と安全に貢献しWin-Winの関係を築く技術渉外活動です。

例えば、アセアン各国では環境規制強化や電動化を進めるためにバッテリーEVに特化する傾向があります。しかしながら、当面の間はHEVやPHEVも電動車促進のために重要であるという認識を各国政府と共有し、継続的にサポート政策が検討されるように働きかけています。

また、アセアン地域のお客様や政府・省庁のニーズを調査したところ、CO_2削減に加え、交通事故死者削減が課題であることが明らかになったため、道路交通安全分野においても産学官で連携した活動を計画し実施しています。

インドネシア エネルギーセキュリティ&カーボンニュートラルセミナー（バンドン工科大学主催）
2023年11月に開催された会議では、カーボンニュートラルの実現やエネルギーセキュリティに対する現状と課題についてプレゼンテーションやパネルディスカッションに参画しました。

タイ道路交通安全フォーラム（Thailand Accident Research Center 主催）
2024年3月に開催されたフォーラムにて、アセアン地域で特徴的に多い自動二輪車乗員の死亡事故などの交通事故データ分析の現状、将来像についてのプレゼンテーションやパネルディスカッションに参画しました。