

三菱自動車らしい価値を磨き、 成長を実現する

価値を生み出す「三菱自動車らしさ」

社長として私が担うのは、新たな中長期ビジョンで示した方向性を具体的な商品やサービスに落とし込み、お客様に確実にお届けすることです。そのために、それぞれの市場で求められる価値を見極め、開発・生産・販売が一体となって、その実現に取り組んでいきます。

市場によって、お客様がクルマに求める価値は異なります。例えば、アセアンでは、厳しい使用環境においても安心して使える実用性や、多人数での移動を支える居住性が求められます。一方、先進国では、アウトドアやレジャーを安心して楽しむための走行性能や安全性・信頼性が評価されています。

私たちは、こうした地域ごとのニーズを的確に捉え、悪路走破性や登坂性能に代表される走行性能、過酷な環境でも安心してお使いいただける耐久性・信頼性、そしてPHEVを中心とした電動化技術を、それぞれの市場で求められる商品価値へと具現化していきます。どのような環境でも、お客様を安全・安心・快適に目的地へお届けする。その価値を商品やサービスを通じて実現することが、私たちの考える「三菱自動車らしさ」です。

尖った商品・ブランドの強化

私たちは、誰にでも受け入れられる商品を目指すのではなく、お客様に明確な理由をもって選んでいただける「尖った商品」に注力していきます。商品そのものの魅力に加え、その背景にあるブランド価値を磨くことで、三菱自動車ならではの存在感を高めていきます。

その強みを象徴するのが、長年にわたり磨き続けてきた四輪制御技術と、過酷な道を走り抜く力です。2026年のアジアクロスカントリーラリー（AXCR）では、『トライトン』で2年連続となる総合優勝を果たしました。高温多湿の環境のもと、泥濘や岩場、川渡りなどが続く過酷なラリーでの連覇は、卓越した走破性に加え、ドライバーが意のままに操れる性能と、最後まで安心して走り切れる信頼性の証しです。私たちは、こうした限界への挑戦を通じて技術と人を鍛え、そこで得た知見を市販車へ還元することで、どんな天候や路面でも安心して、自信をもって運転を楽しめるクルマづくりを追求していきます。



AXCRで2年連続総合優勝を果たした『トライトン』

岸浦 恵介

三菱自動車工業株式会社
代表執行役社長 兼 COO

COO メッセージ

新型『パジェロ』

三菱自動車の中長期ビジョンを具現化する商品の第一弾として、本年、新型『パジェロ』を投入します。新型『パジェロ』は、当社が長年培ってきた四輪制御技術を核に、あらゆる道で安心して運転を楽しめる力強い走りをさらに磨き上げました。これまで受け継いできたConfidenceとComfortに、新たな価値としてPrestigeを加え、走行性能、デザイン、室内空間のすべてにおいて劇的な進化を遂げています。新時代の三菱自動車を象徴するフラッグシップモデルとして、洗練された上質さを身にまとい、走る喜びと所有する喜びをともにお届けする、「このクルマだから選びたい」と思っていただけの一台中です。

今年度は、生産拠点であるタイを皮切りに、オーストラリア、日本に順次投入し、来年度以降グローバルで展開を拡大し、100カ国を超える国と地域で販売します。さらに、今後新型『パジェロ』を頂点とし、コンパクトSUV、スモール

SUVを加えたパジェロシリーズとして展開し、世界中のお客様に三菱自動車ならではの価値をお届けしていきます。

ブランド優位市場での販売力強化

当社は、三菱自動車らしい価値を発揮し、ブランド優位性を有する国・地域に経営資源を集中していきます。

新たな中長期ビジョンでは、日本、フィリピン、ベトナムを重点国と位置づけ、これまで築いてきたブランド力や販売基盤を生かしながら、各国の市場特性やお客様のニーズに応じた商品・販売施策を展開します。国ごとに戦略を深掘りし、経営資源を重点的に配分することで、販売力と収益力の向上につなげていきます。

また、営業力や店舗品質、販売ネットワークの強化に加え、中古車や販売金融などのバリューチェーン領域にも取り組みます。お客様との接点を広げ、提供価値を高めることで、持続的な成長を目指します。



新型『パジェロ』は、三菱自動車ブランドを象徴する新世代のフラッグシップモデルであり、上質に進化した、あらゆるシーンで頼れる prestéigeなクロスカントリー SUVです。



不確実な事業環境の中で目標を達成するための＜成長戦略 × 構造転換＞

成長戦略	ブランドを体現する 尖った商品・技術の投入	ブランド優位性のある 国・地域で販売強化	当社特徴を活かした バリューチェーン収益拡大
構造転換	コスト競争力の強化	事業規模に応じた 損益分岐点の最適化	AI・DX活用による 生産性向上

ブランドを支える技術戦略

私たちは、「三菱自動車らしさ」を支える技術領域に経営資源を集中していきます。その核となるのが、長年にわたり磨き上げてきた「四輪制御技術」「電動化技術」「高性能エンジン」です。これら3つの技術をさらに進化させ、知能化技術と融合することで、ブランド価値を体現する商品を生み出していきます。

具体的には、次期『アウトランダー』や新型オフロードコンパクトSUVに、世界トップクラスの熱効率を誇る新開発エンジンと次世代HEVシステムを搭載し、その後、フレームモデルを含む電動車へ展開していく計画です。これにより、環境性能と、力強く安心・快適な三菱自動車らしい走りを高い次元で両立させていきます。

一方で、すべてを自社単独で開発するのではなく、知能化や電動化をはじめとする領域では、部品メーカーやパートナーとの協業も活用し、開発の高度化と効率化を進めます。自社の強みをさらに磨く領域と、外部の知見を活用する領域を明確にし、技術開発のスピードと商品競争力を高めていきます。



構造転換の実行

持続的な成長を実現するためには、商品力の強化とともに、環境変化に柔軟に対応できる収益構造を構築することが不可欠です。そのため、成長戦略と並行して構造転換を進めています。

部品・コンポーネントの共用化やグローバル調達最適化、開発効率の向上、生産体制の見直しなどを通じて、固定費の抑制と原価低減に取り組みます。また、AI・DXを活用して業務プロセスを変革するとともに、開発・生産・販売が一体となり、意思決定とお客様への価値提供のスピードを高めていきます。

私たちが目指すのは、単なるコスト削減ではありません。構造転換を通じて収益基盤を強化し、商品・ブランドや将来技術への継続的な投資を可能にすることで、持続的な成長と企業価値の向上につなげていきます。

実行へのコミットメント

私たちは、これからも三菱自動車らしい価値を磨き続けます。お客様に選ばれる商品を生み出し、その価値を着実に届けすることが、ブランドの成長と企業価値の向上につながると考えています。

新たな経営体制のもと、私は事業執行の責任者として、結果にこだわり、この戦略を着実に実行していきます。

CFO メッセージ

収益力と資本効率を高め
持続的な価値創造へ

松岡 健太郎

三菱自動車工業株式会社
代表執行役副社長CFO

2025年度の振り返り

2025年度は、売上が2兆8,965億円と前年度比4%増となった一方、営業利益は755億円、営業利益率は2.6%と前年度を大きく下回りました。米国関税や為替が利益を押し下げましたが、この結果を真摯に受け止め、外部環境だけに帰すべきではないと考えています。オセアニアの収益悪化や競争激化への対応の遅れもあり、環境変化を吸収できる収益基盤が十分でないことが明らかになりました。

一方、商品ミックスと売価の改善、資材費低減には一定の成果が表れはじめ、計画に基づいて投入した新型車の寄与も顕在化しています。財務健全性を維持しつつ構造課題を明確にできたことを、次の改革につなげていきます。「Challenge 2025」を通じて財務基盤を立て直した一方、収益基盤には課題が残りました。この成果と反省を次の成長に向けた改革の土台としていきます。

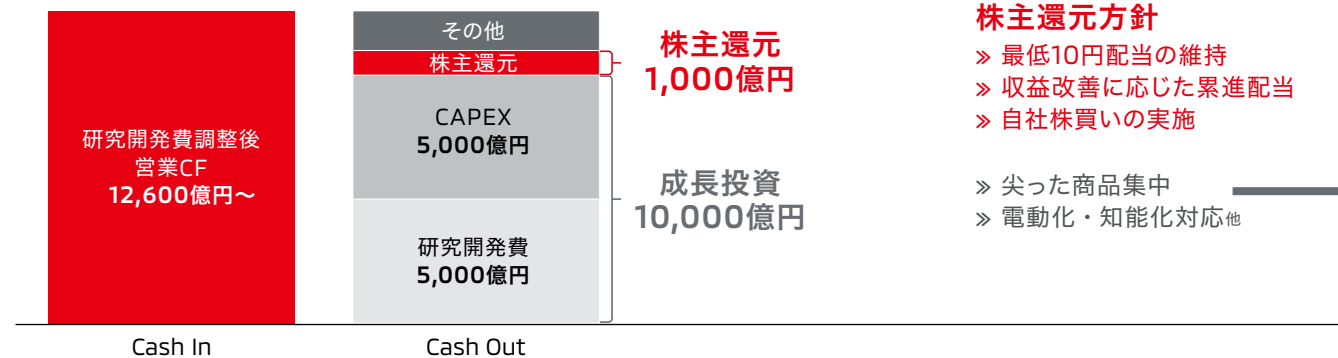
収益力と資本効率を同時に高める

当社は今、収益基盤の強化を継続しながら、「成長戦略と構造転換による再成長」へ舵を切る転換点にあります。中長期ビジョンでは、2029年度に営業利益1,600億円、ROE10%、2030年代前半に営業利益2,000～2,500億円、ROE12%以上を目指します。

重視するのは、規模の拡大だけではありません。尖った商品への集中、重点市場の深掘り、バリューチェーン収益の拡大、コスト競争力の強化を通じて利益率を高めるとともに、投じた資本が生み出す利益とキャッシュを意識し、資本コストを上回る持続的な価値創出につなげます。

財務戦略の役割は、健全性を守ることにとどまりません。限られた資本を企業価値向上につながる領域へ振り向け、戦略の実行力を高めることだと考えています。

キャピタルアロケーション (2026年度～2029年度)



株主還元方針

- » 最低10円配当の維持
- » 収益改善に応じた累進配当
- » 自社株買いの実施

- » 尖った商品集中
- » 電動化・知能化対応^他

キャピタルアロケーション

2026年度から2029年度までの4年間で、研究開発費とCAPEXを合わせて1兆円の成長投資を計画しています。研究開発費調整後営業キャッシュ・フロー1兆2,600億円以上を創出し、成長投資と株主還元に分します。その原資を確かなものとするため、営業キャッシュ・フローの拡大に加え、運転資本と保有資産の効率化を進めます。

成長投資は、尖った商品、電動化・知能化、ブランド・販売ネットワーク、AI・DXによる生産性向上に重点配分します。地域では、フィリピン、ベトナム、日本など、当社が強みを発揮できる市場に経営資源を集中します。

投資規律の徹底も重要です。成長投資については、事業戦略との整合性に加え、収益性、資本効率、リスクを多面的に検証します。一方、安全・品質や事業継続に必要な投資については、その必要性と優先度を見極めます。投資の性質に応じた判断を行い、限られた経営資源を、より大きな価値創出につながる領域へ配分していきます。

投資は、実行して終わりではありません。実行後も成果と前提条件を継続的に検証し、事業環境や採算見通しに変化が生じた場合には、計画の見直しや経営資源の再配分を機動的に行います。こうした一連のプロセスを通じて、投資ポートフォリオ全体の質を高めていきます。

同時に、成長投資を継続するためには、環境変化に耐え得る財務基盤が不可欠です。大幅な需要減少やサプライチェーンの混乱などが生じた場合にも、事業運営と必要な投資を継続できる流動性を確保し、有事への備えと成長機会を逃さない財務余力を両立します。

株主還元

2025年度は1株当たり10円の配当を実施しました。中長期ビジョンでは、2026年度から2029年度までの期間累計1,000億円の株主還元を計画しています。年間配当は1株当たり10円を下限とし、安定的・継続的な還元を上場企業としての基本的な責務と位置づけます。

資本配分の優先順位も明確にしています。まず配当の下限を維持し、そのうえで資本コストを上回る価値創出が期待できる投資に優先的に配分します。さらに、収益の成長、投資機会、財務余力を総合的に勘案し、累進的な増配や自己株式取得による追加還元を検討します。

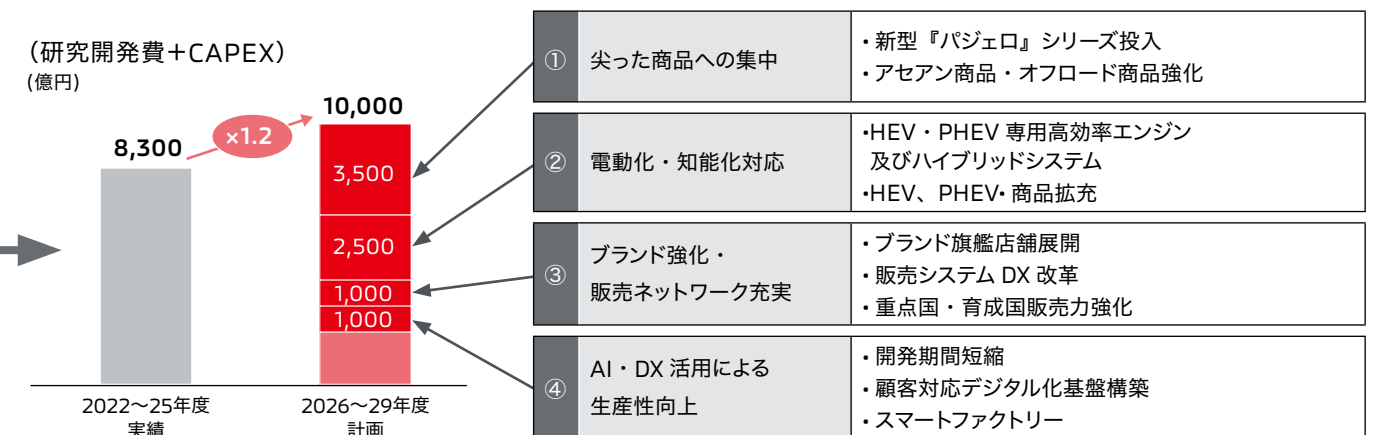
CFOとしてのコミットメント

キャピタルアロケーションは、資金の使途を示して終わるものではありません。

CFOとして、投資判断の規律を徹底し、実行後の成果を検証し、必要であれば経営資源を機動的に組み替えます。成長投資を着実に利益とキャッシュへ結びつけ、収益力と資本効率を同時に高めていきます。

また、株主・投資家の皆様との対話を一層深め、いただいたご意見を経営に生かします。計画の進捗だけでなく、成果と課題を率直かつ透明性高くお伝えし、持続的な企業価値向上への信頼を積み上げてまいります。

成長投資の主な内容



副社長メッセージ



技術と商品で 「三菱自動車らしさ」を進化させる

山口 武

三菱自動車工業株式会社
代表執行役副社長
(開発・デザイン・TCS担当)
認証業務責任者

商品開発の基本的な考え方

自動車業界は今、電動化や知能化の進展によって、これまでにない大きな転換期を迎えています。

技術革新が加速し、お客様がクルマに求めるものも変わりつつあります。その一方で、私たちが守り、磨き続けるべきものがあります。

悪路走破性や登坂性能に代表される走行性能、厳しい気候や道路条件にも応える耐久信頼性、そして快適性は、長年受け継いできた三菱モノづくりのDNAです。

これらの前提に環境・安全性能があります。いかに技術が変わろうとも、私たちの姿勢は変わりません。

『パジェロ』や『デリカ』が体現してきたように、私たちは、どのような時代にあってもお客様の行動範囲を広げ、新たな一歩を踏み出す気持ちを支えるクルマを提供したいと考えています。

これまで培った強みと新しい技術を融合し、期待を超える高品質の商品として具現化することが、我々の使命です。

「尖った商品」を支える技術開発戦略

2026年度に始動した新中長期ビジョンでは「尖った商品とブランドの強化によるお客様満足と企業価値の向上」を掲げています。

私たちが目指すのは、お客様に「これだから選びたい」と感じて頂ける、明確な個性を備えた商品を生み出すことです。

その実現に向け、当社が培ってきた技術を一層磨くととも

に、地域ごとの道路環境やクルマの使われ方を的確に捉え、車種ごとの際立った魅力へと仕立てていきます。独自性を追求するだけでなく、お客様の暮らしの中で真に役立つクルマであることも欠かせません。この両立によって、他にはない競争力を築いていきます。

当社の優位性を最大限に発揮できる領域へ重点的に経営資源を配分します。企画、開発、購買、生産が早い段階から連携し、目指す姿を共有することで、魅力あるクルマを継続して市場へ送り出せる基盤を整えていきます。

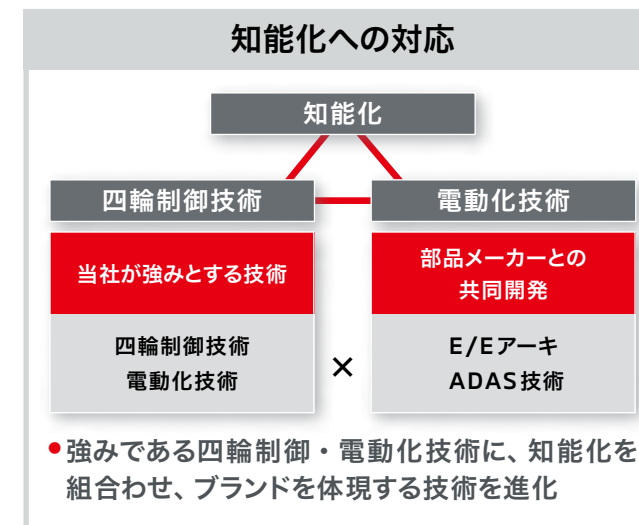
電動化と知能化への挑戦

電動化と知能化は、これからの商品競争力を左右する重要な領域です。

当社は、電気自動車やプラグインハイブリッドの開発・実用化にいち早く取り組み、知見を蓄積してきました。引き続き、三菱自動車らしい走りと環境性能を高い次元で両立させていきます。



商品の個性を際立たせ、ブランドを体現する「尖った技術」に集中



新中長期ビジョンのもと、競争力の源泉となる技術に経営資源を集中します。

プラグインハイブリッドやハイブリッドに最適化した新型エンジンの自社開発に加え、電動化システムや知能化技術を高度化し、四輪制御をはじめとする当社の強みと融合させます。

先進技術を搭載すること自体が目的ではありません。お客様が、その魅力を実感できて、環境にやさしく安全で使いやすい商品に仕上げるのが、私たちの役割です。

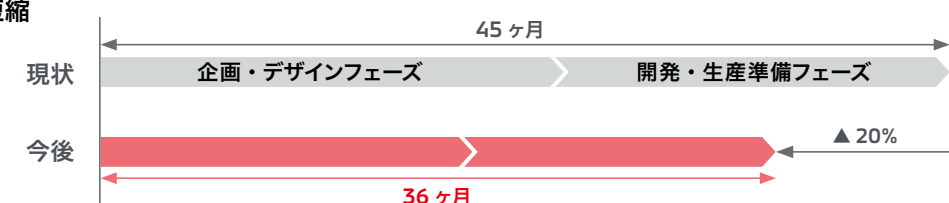
開発の構造転換

電動化や知能化の進展により、開発領域は急速に広がっています。

こうした環境下で競争力ある商品を継続的に市場へ投入するためには、開発の進め方そのものを変革していく必要があります。

当社ではAIやデジタルツールを活用し効率化を進めることで、開発期間短縮を実現できる、競争力ある体制の構築に取り組んでいます。

開発期間の短縮



AI・DXの活用によりTime to Marketを早め、市場ニーズ変化への対応力を高める

市場ニーズの変化に対する対応力を高め、開発費を抑制し、魅力ある商品を投入していきます。

変化の速い電子及びソフトウェア領域ではアライアンスパートナーや部品メーカーとの協業を活かし、車両運動性能や四輪制御等、お客様に三菱らしいと感じて頂ける商品としての差異化技術に自社の資源を集中します。商品競争力と開発効率を同時に高めていきます。

未来に向けて

私たちが目指すのは、お客様に「三菱自動車だから選びたい」と感じていただけるクルマを生み出し続けることです。

そのために、三菱モノづくりのDNAを受け継ぎながら、電動化や知能化への対応を進め、企画、開発、購買、生産が一体となり、仕事の進め方を変えていきます。

技術を確かな商品力に結び付け、三菱自動車にしかつくれないクルマを世に送り出していきます。

変革を着実に実行し、新中長期ビジョンで掲げた商品群を実現することで、将来の競争力を築いていきます。



お客様との接点を起点に、 ブランド価値を成長へつなげる

五十嵐 京矢

三菱自動車工業株式会社
代表執行役副社長
(営業担当)

営業戦略の基本的な考え方

私は、営業の仕事は販売台数や利益目標を達成することだけではないと考えています。商品やサービスを通じてお客様にご満足いただき、その体験を次のお客様との出会いへとつなげていく。そうした積み重ねによってブランドへの信頼を育て、持続的な成長につなげることが、営業部門の重要な役割です。その出発点は、お客様や市場を深く知ることです。価値観やニーズが大きく変化する中、お客様との一つひとつの接点を大切に、地域ごとの暮らしやクルマの使われ方を丁寧に捉えることで、三菱自動車らしい価値への共感を広げていきます。

また、営業部門には、商品が持つ価値を分かりやすくお伝えするだけでなく、お客様や販売現場から得た声を商品やサービスのさらなる向上へとつなげる役割があります。社内の関係部門や販売会社と一体となり、この循環をより強く、より速く回していくことで、ブランド価値を確かな成長へと結び付けていきます。

重点市場での成長戦略

2026年度に始動した、中長期ビジョンでは、「尖った商品とブランドの強化によるお客様満足と企業価値の向上」を掲げています。営業部門は、お客様に最も近い立場から三菱自動車らしい商品の魅力をお客様に実感いただける形でお届けし、ブランドへの共感と信頼を高め、持続的な成長につなげていきます。

特に、日本、フィリピン、ベトナムをはじめとする重点市場においては、これまで築いてきたブランド基盤や販売ネットワークを生かしながら、お客様との接点をさらに強化していきます。市場ごとに異なる暮らしやクルマの使われ方、お客様の価値観を深く理解し、それぞれの特性に即した営業・マーケティング活動を展開することで販売力と収益力の向上を図っていきます。

「三菱自動車らしさ」という共通の軸を大切にしながら、市場ごとの変化に柔軟に対応し、お客様との関係をより強固なものにしていく。こうした取り組みを通じて、重点市場におけるブランド価値を高め、持続的な成長を実現していきます。

ブランド優位性のある国・地域に集中した販売力強化

重点国	フィリピン ベトナム 日本	既存事業の競争優位を背景に、さらなる成長を加速する重点国
育成国	UAE メキシコ インドネシア ブラジル	高いブランド力と市場成長ポテンシャルを背景に、事業拡大を図る育成国
再建国	豪州 タイ 米国	既存の事業基盤を礎に、ブランド価値の再強化を通じて収益回復を図る再建国

ブランド訴求販売に向けた販売力強化

営業スタッフ	- 営業スタッフへの商品教育強化（技術目線お客様目線） - ブランドマイスター等のスタッフ資格制度新設
店舗	- 老朽化店舗リニューアルとブランド価値に見合う店構えへの転換 - 高価格オフロード車種に合った店舗の演出
ネットワーク	- 空白地帯に出店し、需要取りこぼしを無くす - 新型『パジェロ』投入を機に、ハイブランド旗艦店舗を新設
バリューチェーン	- 認定中古車制度の拡張・中古車ビジネスの拡大・収益アップ - 販売金融商品の拡大
ITシステム	顧客情報の統合データ基盤整備

販売ネットワークの強化

私は、お客様との長期的な信頼関係を築く上で、販売店は極めて重要な役割を担っていると考えています。販売店は、お客様が最初に三菱自動車の商品やブランドと出会い、その魅力を体感する最も重要な接点です。

そのため、店舗品質や営業力の向上、人材育成、デジタル活用などを通じて、一人ひとりのお客様により良い体験を提供できる販売ネットワークづくりを進めています。

また、販売店は、お客様と三菱自動車をつなぐ重要な存在でもあります。販売現場で得られたお客様の声を商品開発やサービスの改善へとつなげることで、よりお客様に寄り添った商品・サービスを生み出し、三菱自動車らしい魅力をさらに高めていきます。

バリューチェーンを通じた価値創造

持続的な成長を実現するためには、新車を販売するだけでなく、購入前から保有期間、そして次の買い替えに至るまで、お客様との関係を長期にわたって築いていくことが重要です。

そのため、中古車、アフターセールス、販売金融など、バリューチェーン全体を通じて、お客様のカーライフを支える商品やサービスの充実に取り組んでいます。クルマをご購入いただいた後も、安全・安心にお乗りいただける環境を提供し、さまざまな接点を通じてお客様のニーズにお応えすることで、三菱自動車への信頼と愛着を育んでいきます。

こうした活動を着実に積み重ねることで、次にクルマを選ばれる際にも三菱自動車を選んでいただける関係を築くことが、ブランド価値の向上と安定した収益基盤の強化につながっていると考えています。営業部門として、お客様のカーライフに長く寄り添い、持続的な成長につながる好循環を生み出していきます。

企業価値の向上に向けて

企業価値向上の出発点は、お客様から選ばれ続けることにあります。私には考えています。そのために営業部門が果たすべき役割は、お客様や市場を深く知り、そこで得た気づきを、より良い商品・サービスと顧客体験へとつなげていくことです。

そして、「三菱自動車だから選びたい」「次も三菱自動車に乗りたい」と思ってくださいお客様を、一人でも多く増やしていく。それが、販売力と収益力を高め、ブランドを強くし、ひいては企業価値の向上につながると確信しています。

私は営業部門を率いる立場として、販売会社をはじめとする国内外の仲間と力を合わせ、お客様を起点とした活動を着実に実行していきます。三菱自動車らしい商品とブランドを成長の力に変え、新中長期ビジョンの実現に向けて、営業部門としての責任を果たしていきます。

サステナビリティの考え方と推進体制

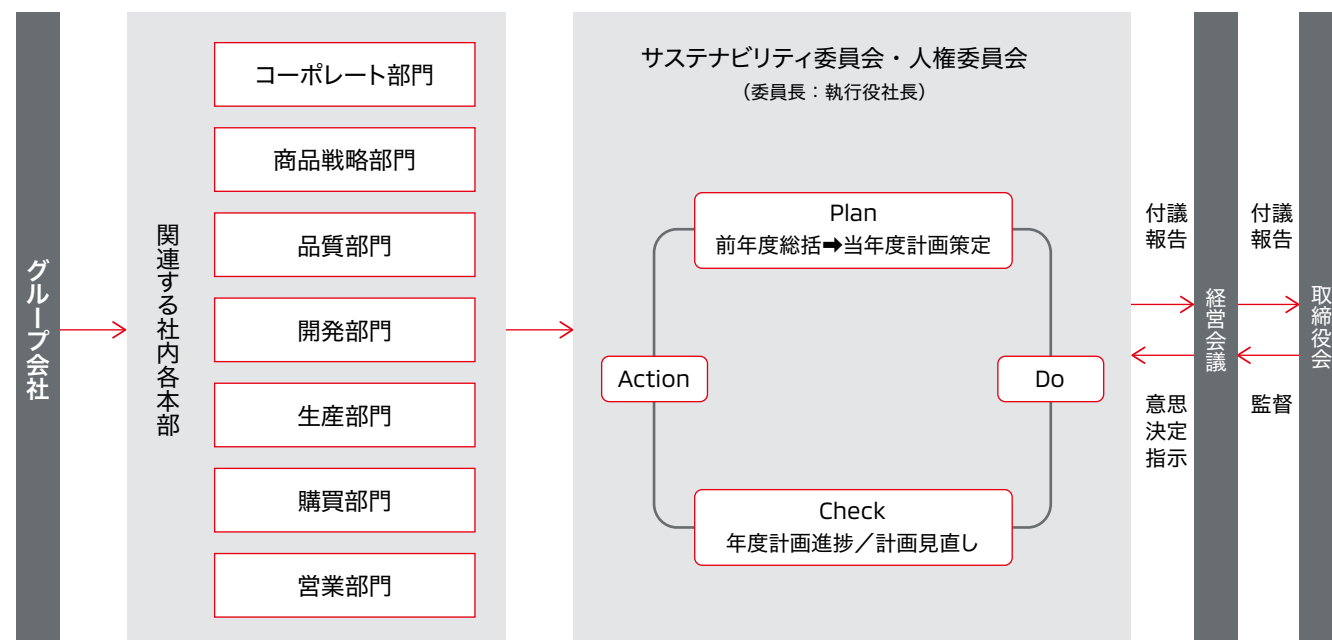
サステナビリティに対する考え方

自動車産業は、電動化や知能化の進展に加え、脱炭素、資源・地政学リスク等への対応が求められる等、大きな変革期にあります。

当社グループを取り巻く外部環境が一層複雑化する中で、当社のビジョン「モビリティの可能性を追求し、活力ある社会をつくります」のもと、持続可能な社会の実現と競争力の強化に取り組むことが、グループの持続的成長に不可欠と考えております。

「2030年代に向けた新中長期ビジョン」の策定にあたっては、地政学リスクの拡大や環境規制対応の見直し等、不確実性が継続的に高まっている事業環境の中、従来の中期計画の延長線にとどまることなく、より中長期的な方向性として、「尖った商品・ブランドの強化でお客様満足と企業価値を向上」を掲げ策定しました。また、当社グループは、環境、社会、ガバナンスの各分野の様々な課題が企業の持続的成長を脅かすリスクとなる一方、社会課題の解決に取り組むことは、新たなビジネスの機会につながると捉え、リスクの低減に努めるとともに、責任ある事業運営を通じて社会課題の解決に貢献していきます。

サステナビリティ推進体制図



サステナビリティ推進体制

当社では、グループ全体でサステナビリティの取り組みを推進することを目的に執行役社長を委員長とするサステナビリティ委員会、及び人権委員会を設置し、年3回を目途に開催しております。同委員会では、環境、社会、ガバナンス各分野の様々な課題から当社グループが優先的に取り組むべき重要課題として特定したマテリアリティに関して、各取り組み責任者が長期視点で洗い出したリスクと機会を確認しております。また、これらのリスクと機会の評価・管理をおこなうとともに、中期視点による外部環境及びステークホルダーのニーズと期待を踏まえた取り組み目標やKPIを審議・決定し、それらの進捗を確認することによりPDCAを回しております。

更に、マテリアリティの見直し等の重要事項やサステナビリティ全般の活動状況は、取締役会で審議・報告を行うとともに、意思決定・監督を行い、必要に応じて指示する体制としております。

- ▶ サステナビリティ委員会の議事概要
- ▶ サステナビリティ委員会の構成
- ▶ 人権委員会の議事概要
- ▶ 人権委員会の構成
- ▶ サステナビリティの社内浸透
- ▶ ステークホルダー・エンゲージメント

三菱自動車のマテリアリティ

マテリアリティの特定と見直し

当社は、国連持続可能な開発目標（SDGs）の重要性を認識し、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ました。

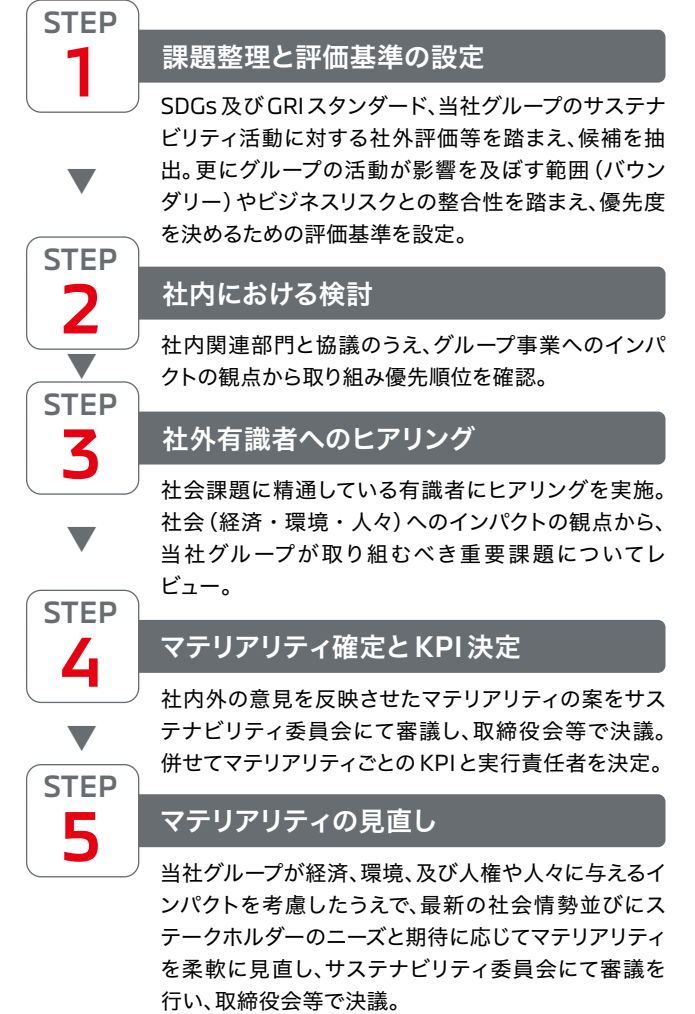
特定に際してはステークホルダーの関心度と自社への影響度の観点から検討を重ね、有識者へのヒアリングを実施しました。そのうえで、サステナビリティ委員会にて議論を重ね、経営会議にて決定しました。（※）

近年、サステナビリティにかかわる社会動向は、大きくかつ急速に変化しており、当社が経済、環境、及び人権を含む人々に与えるインパクトを考慮したうえで、最新の社会情勢及びステークホルダーのニーズと期待に応じてマテリアリティを柔軟に見直し、取り組んでおります。

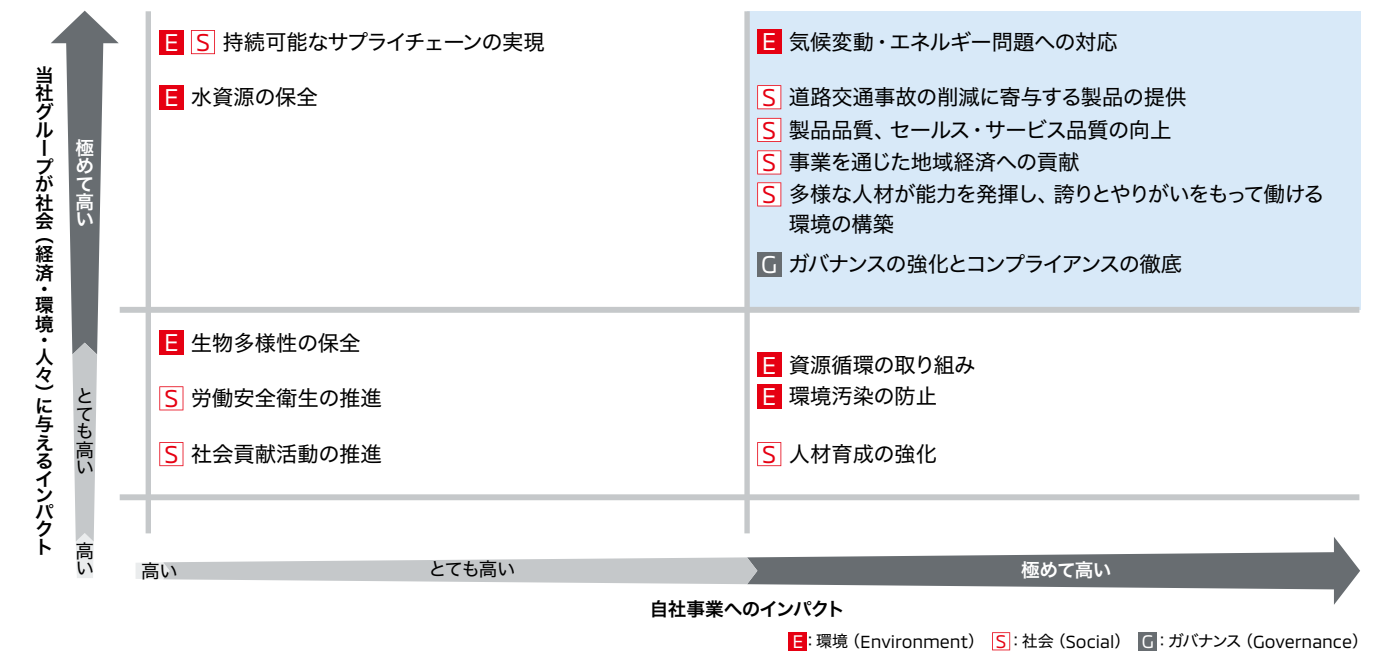
※2018年当時の社内規程に従い経営会議にて決定。2019年以降は社内規程の変更に伴い取締役会等で決議。

▶ マテリアリティの特定及び見直しの経緯

特定と見直しのプロセス



特定されたマテリアリティ



三菱自動車のマテリアリティ

影響度の大きいマテリアリティ 外部環境分析／リスク・機会／インパクト／中期目標

マテリアリティ	外部環境分析	自社におけるリスク	自社における機会	社会や環境に与えるインパクト	中期目標
気候変動・エネルギー問題への対応	140超の国・地域が2050年カーボンニュートラルを宣言 - 世界の気温上昇を1.5℃に抑えるには2035年に2019年比▲60%の温室効果ガス排出削減が必要だが、各国目標の積み上げとのギャップが顕在化、COP30では一時的な1.5℃オーバーシュートを前提とした議論が進展 - 各国政府によるCO₂・燃費基準やZEV規制、排出量取引制度、開示規制などの導入・強化が進む一方、米国や欧州等で制度運用の柔軟化・見直しも一部で進展 2050年カーボンニュートラルに向け、BEVのみならず、ハイブリッドや低炭素燃料等を含む多様な方策を組み合わせるアプローチの広がり	- 規制強化に対応するための開発・調達・生産コストの増加 - 規制未達による罰金・クレジット購入費用、ステーキホルダーからの訴訟対応費用等の増加 - 炭素税等カーボンプライシングの導入・拡大や炭素価格の上昇による自社CO₂排出にかかる税負担や、調達・生産・物流段階への価格転嫁によるコストの増加 - 台風や豪雨に伴う工場の被災による建屋・設備・在庫車両等への損害発生や、サプライチェーンの寸断（取引先の被災や輸送ルート寸断による部品供給の遅延）に伴う生産拠点の操業停止	- 商品力向上や政府・自治体の電動車普及施策の活用による電動車の販売拡大 - 電動車のエネルギーインフラ価値の高まりに伴う電動車の販売拡大や、V2X（※）関連機器・サービスの提供 - 災害時の非常用電源確保のニーズの高まりに伴う電力供給に貢献できる電動車の販売拡大 ※ V2X：V2H(Vehicle to Home)やV2G(Vehicle to Grid)等の総称	電動車と再生可能エネルギーの普及拡大を通じたCO₂排出ネットゼロで、気候変動による影響に強靱な社会の実現への貢献	2030年度目標： - 新車からの平均CO₂排出量：-40%（Tank to Wheel、2010年度比） - 電動車販売比率：50%（2035年度100%） - 事業活動からのCO₂排出量：-50%（Scope 1, 2 総量、2018年度比） - 主要な取引先とのCO₂削減活動を推進 - 輸送会社と協力したCO₂削減活動の推進 - 電動車と使用済みバッテリーを活用したエネルギーマネジメントサービスの提供 - 気候変動への適応策の実施
道路交通事故の削減に寄与する製品の提供	- 交通事故関連法規や規制、政府安全目標や安全性能評価基準の強化 - CASE等の先進技術への安全基準・規制の導入	- 世界的ドライバーの高齢化及び新興国の自動車保有急増による事故の増加 - アセアンの自動二輪車死亡事故多発	- 先進技術投入によるブランド確保と販売拡大 - アセアン向け自動二輪車等の事故対策技術開発・投入によるブランド力と収益の確保	安全技術の普及・拡大による交通事故ゼロのクルマ社会実現への貢献	- 環境をリードし、安全・安心・快適な移動手段をお客様に提供 - アセアン及び注目地域の道路交通環境に適した事故低減技術の開発
製品品質、セールス・サービス品質の向上	- 車両の高機能化（電動化／知能化）に伴う顧客ニーズの多様化 - 車両のオフボード機能（コネクティッド／スマホ連携）の拡大	製品・サービス品質に起因した品質問題の発生によるお客様満足度及び購入意欲の低下	高品質な製品とサービスの提供によるロイヤリティの向上及び新規顧客の獲得	お客様の期待を上回る製品品質及びセールス・サービス品質の提供による顧客満足度の向上	- 真の顧客志向でお客様の視点に立ち、不具合／不満の未然防止とお客様の困り事を迅速に解消する - 新型車立ち上げ時の重大品質不具合撲滅 - 既販車の不具合解決スピード向上 - 重点国でセールス／サービス品質のサーベイスコア改善、及び不満・苦情発生時の迅速な解決
事業を通じた地域経済への貢献	アセアンにおける - 経済成長の継続、所得の上昇により自動車市場は緩やかに拡大 - 海外メーカーの進出拡大による競争激化 - 自国産業育成のための保護政策の推進 - 各国政府によるカーボンニュートラル社会への取り組み推進 - 経済発展による環境問題の深刻化・気候変動による自然災害の多発	- 経済発展による域内・所得格差の拡大（それによる自動車市場の伸び悩み） - 世界的にアセアンへの投資が進むことによる、労働力不足／人件費の上昇 - 環境規制強化を伴う新税制により、企業負担増 - 自然災害に伴うサプライチェーンへの影響（工場稼働停止・物流網停滞・販売活動休止）	- 働きやすい労働条件による継続的な人材確保及び人材の育成による経営基盤の強化 - 継続した設備投資による労働環境の改善／生産性向上 - 規制動向への対応により、技術革新が促進 - カーボンニュートラル社会実現のためのESG貢献が評価され、ブランドイメージの向上	事業展開している地域の発展と課題解決を通し、ともに成長	- アセアン地域で事業活動を展開・継続することにより、雇用、人材育成、投資、技術移転、輸出の5項目を通じて地域社会の経済発展の貢献に継続的に取り組む - 中期経営計画でも表明しているとおり、今後もアセアンを事業中核地域として経営資源を集中し、全てのステークホルダー・社会への貢献を重視した事業展開を更に推進する - より重要性が増している環境・社会貢献については、当社の技術を活用し、HEVを含む電動車をアセアン各国市場に投入することで地域の環境負荷軽減に貢献する
多様な人材が能力を発揮し、誇りとやりがいをもって働ける環境の構築	- 国連ビジネスと人権に関する指導原則 - 人的資本に関する情報開示（有価証券報告書、ISO 30414） - 障がい者法定雇用率の引き上げ（2026年7月2.7%） - 男性の育児休業等の取得状況の公表義務化（2023年4月施行） - 女性活躍推進法及び次世代法に基づく一般事業主行動計画（当社設定期間：2024年4月～2029年3月）	- ダイバーシティが進んでいる企業や、より働きやすい環境にある企業への人材流出 - 人権を尊重していない企業とみなされるリスク	- 優秀な人材の確保、多様な視点からの価値創造 - 個々の事情に応じた働く環境の整備による、生産性の向上	- 多様な人材が活躍できる組織の構築による企業価値の向上 - 生産性が一層高まる、働きやすい環境の整備による価値の提供	- 多様な人材が活躍できる環境づくり（社員のエンゲージメント向上） - 上記観点も含め、生産性が高まる、より働きやすい職場の構築
ガバナンスの強化とコンプライアンスの徹底	- 事業に関連する法令等の改正 - 自然災害や感染症発生による事業の中断 - サイバー攻撃等による情報漏えい・事業中断の多発 - 当社重要市場における戦争・テロ・政治不安・治安の悪化等	- 企業の不正行為の社会問題化 - 自然災害や感染症の発生、戦争・政治不安等による事業の中断 - サイバー攻撃等の情報漏えい事故の増大、影響深刻化	- 強固なガバナンス体制の確立による健全性と透明性の確保、及び社会からの信頼獲得 - リスクマネジメント強化による事業の安全性・継続性の確保	- 法令の遵守、業務執行の適正性・効率性の確保等、一層のガバナンス強化による信頼向上 - リスクを適切に把握し、顕在化を未然に防ぎ、顕在化した場合はその影響を最小化することによる事業継続の確保	- 有効な内部統制システムの継続的運用による、より強固なガバナンス体制の構築・維持、及びステークホルダーからの信頼確保 - コンプライアンスの徹底による重大インシデントの発生防止 - リスク顕在化時のネガティブインパクトを極小化し、事業継続を確保し得る体制の構築 - サイバー攻撃に関する情報の継続的な収集・分析、技術的対策の向上及び継続的な社員教育による持続可能な情報セキュリティ体制の構築と運用

環境計画パッケージ

環境計画パッケージの全体像

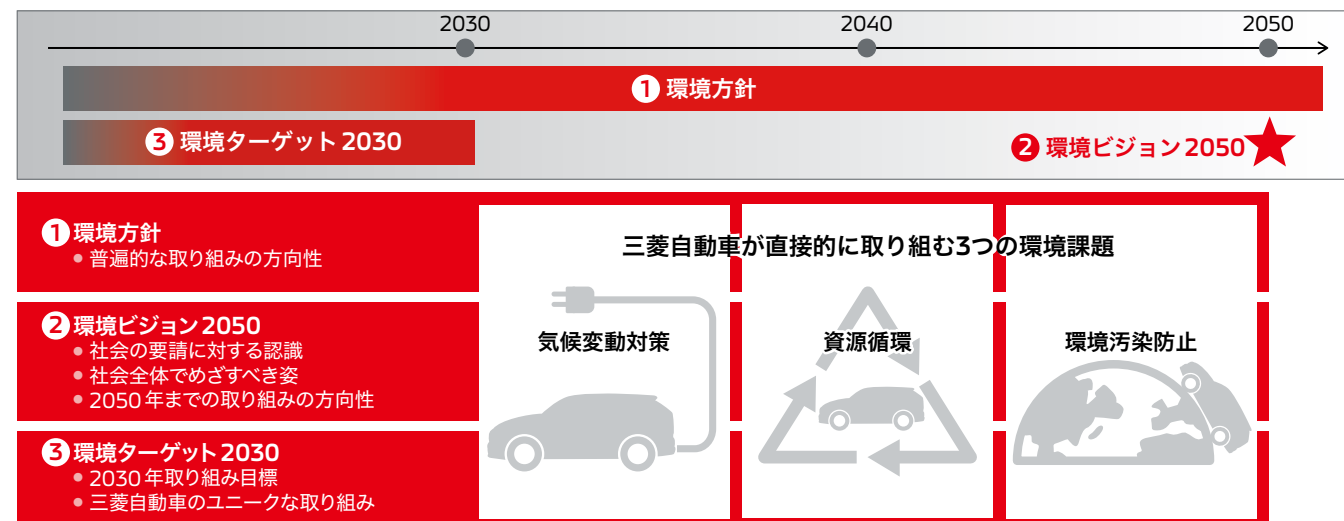
当社グループは2020年10月に30年先を見据え、環境への取組みの方向性と目標を定めた「環境計画パッケージ」を策定しました。カーボンニュートラル社会を含む持続可能な社会の実現をめざす当社グループが事業活動を行ううえで、環境に関わる経営戦略の土台となる方針です。「環境計画パッケージ」は、中長期的な展望を織り込み改定した「環境方針」、2050年までに目指したい社会像と、当社グループの取組みの方向性を定めた「環境ビジョン2050」、このビジョンに基づく2030年までの具体的な取組みを明確にした「環境ターゲット2030」で構成しております。

環境方針

当社グループは1999年に「環境指針」を定めて環境問題に取り組んできましたが、策定から20年以上が経過し事業環境や社会動向が変化してきたことを踏まえ、2020年に同指針を「環境方針」として改定しました。環境問題への対応は事業活動を行ううえでの必須要件という認識のもと、中長期的な展望を新たに織り込みました。気候変動、資源枯渇、環境汚染への対応に特に注力し、これらの取組みを通じて水資源や生物多様性の保全にも貢献していきます。

▶ 環境方針

環境計画パッケージの構成



環境ビジョン2050

当社グループは「気候変動対策」「資源循環」「環境汚染防止」について、2050年までに実現したい社会像と当社グループの取組みの方向性を定めた「環境ビジョン2050」を策定し、気候変動対策については、当社としてカーボンニュートラルの実現を目指すことを宣言しました。

環境ターゲット2030

当社グループは「環境ビジョン2050」で定めた目指すべき社会と取組みの方向性に沿って、取り組むべき目標を「環境ターゲット2030」として策定しております。策定にあたっては、IEA(国際エネルギー機関)やIPCC(国連気候変動に関する政府間パネル)が公表したシナリオ、SDGsやパリ協定等の国際的な枠組みを参考にしました。

2023年2月、カーボンニュートラルの実現に取り組む当社グループの姿勢を示すため、取締役会決議を経て「環境ターゲット2030」を改定し、気候変動対策において更に高い目標を掲げました。Scope 1(※1)及びScope 2(※2)のCO₂排出量については、国際的な気候科学に基づく1.5℃目標水準を参照し、目標を設定しております。

※1 Scope 1：事業者自らによる直接排出(燃料の燃焼等)

※2 Scope 2：他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出

▶ 環境計画パッケージ 策定の推進体制、策定のステップ

環境ビジョン2050と環境ターゲット2030

環境ビジョン2050

2015年12月、COP21においてパリ協定が採択され、地球の平均気温上昇を産業革命以前と比べ2℃までに抑制すること、1.5℃までの抑制に向けた努力を追求することが合意されました。三菱自動車は、このような社会の要請を認識し、電動車の普及とその社会的活用を促進を通じて、人類の発展と地球環境が両立した持続可能な社会の実現に貢献します。

環境ビジョン2050		環境ターゲット2030 (2030年度目標)
電動車と再生可能エネルギーの普及拡大を通じて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します。	気候変動対策	新車からの平均CO ₂ 排出量(※1)：-40%(2010年度比)
		電動車(※2)販売比率：50%
		2035年度 100%
		事業活動からのCO ₂ 排出量(※3)：-50%(2018年度比)
		主要な取引先とのCO ₂ 削減活動を推進
投入資源の最小化と資源効率の最大化により、資源循環型社会の実現に貢献します。	資源循環	輸送会社と協力したCO ₂ 削減活動の推進
		電動車と使用済みバッテリーを活用したエネルギーマネジメントサービスの提供
製品による環境負荷や事業活動にともなう汚染を低減することで人の健康と生態系に影響を及ぼす環境汚染のない社会の実現に貢献します。	環境汚染防止	気候変動への適応策の実施
		脱石油資源プラスチック材の採用拡大
	環境マネジメント	直接埋立廃棄物ゼロ化(0.5%未満)
		電動車の使用済みバッテリーの再利用
		製品の環境負荷物質規制の遵守
		LCA(Life Cycle Assessment)の推進
		グループ・販売店の環境マネジメントの推進
		環境情報開示の充実
		社員教育・啓発活動の推進
		サプライヤーとの協働
		地域に根ざした環境保全活動の推進

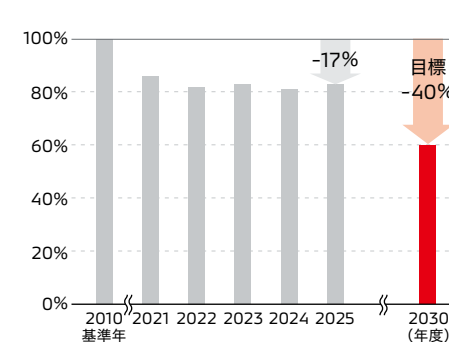
※1 新車からの平均CO₂排出量：新車1台当たりの走行時CO₂排出量。Tank to Wheel

※2 電動車：電気自動車(バッテリーEV)、プラグインハイブリッド車(PHEV)、ハイブリッド自動車(HEV)

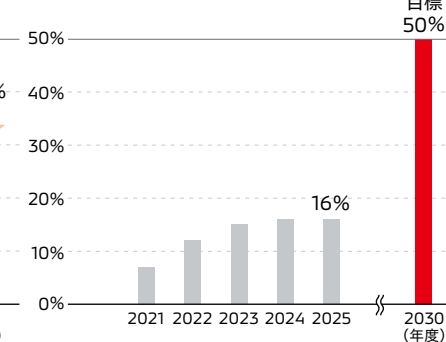
※3 事業活動からのCO₂排出量：Scope 1及びScope 2の総量

2025年度の主な実績

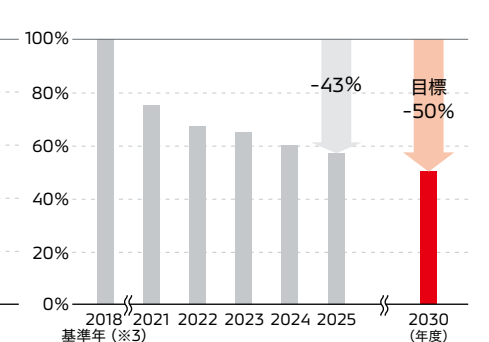
新車からの平均CO₂排出量



電動車販売比率(※1)



事業活動からのCO₂排出量(※2)



※1 卸売り台数ベース

※2 Scope 1及びScope 2

※3 基準年である2018年度の排出量の公表値588千t-CO₂には、一部の持分法適用関連会社の排出量43千t-CO₂が含まれる。目標設定に際し、現在の環境マネジメント対象会社選定の考え方によって、当該持分法適用関連会社の排出量を除いた545千t-CO₂を基準値とした

気候変動・エネルギー問題への対応

ガバナンス

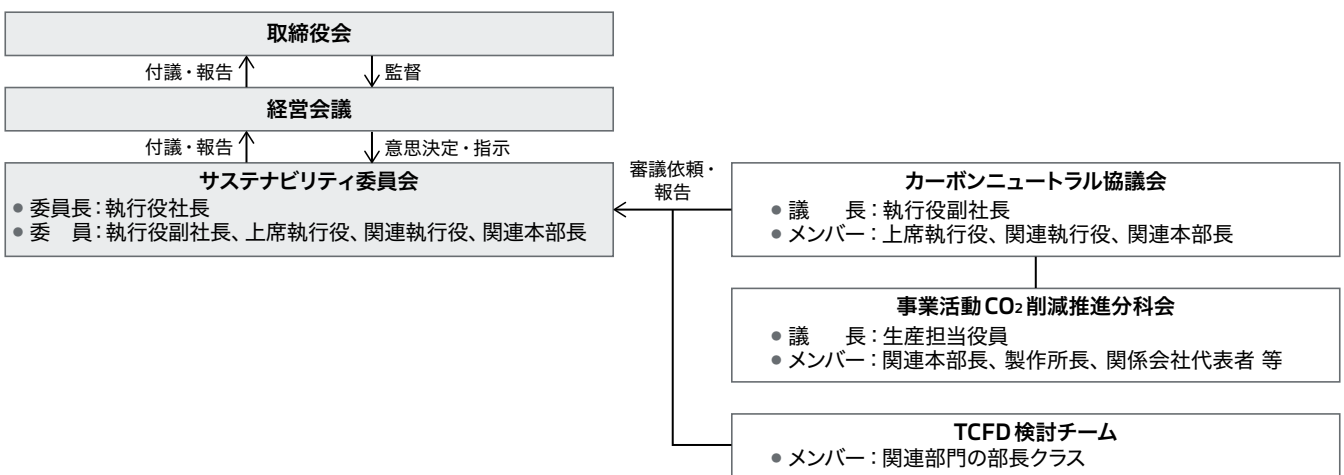
基本的な考え方

世界の共通課題である2050年カーボンニュートラルの実現に向けた対応は、当社グループの中長期的な企業価値に影響を及ぼし得る重要な取組みであると認識しております。当社グループは気候変動対策を事業戦略策定上の重要な課題の一つと位置付け、気候変動リスク及び機会への対応策を、環境への取組みの方向性と目標を定めた環境計画パッケージや、事業戦略に反映させることで、事業の持続的な成長や将来リスクの低減につなげ、企業としてのレジリエンスを高める取組みに挑戦しております。

加えて、近年の地政学的リスクの高まりやエネルギー需給構造の変化を背景に、エネルギー安全保障の重要性が高まっております。当社グループは、省エネルギーの推進や再生可能エネルギーへの転換等を通じて、温室効果ガス排出量の削減に加え、エネルギーセキュリティの向上やエネルギー価格変動リスクの低減にも取り組んでおります。

▶ 環境計画パッケージ

カーボンニュートラル推進体制（2026年3月末時点）



	役割	開催頻度
サステナビリティ委員会	環境ターゲット2030の進捗状況のモニタリング等	年3回
カーボンニュートラル協議会	2050年カーボンニュートラル実現に向けた中長期的な対応方針や目標の立案等	年3回
事業活動CO ₂ 削減推進分科会	事業活動領域におけるCO ₂ 削減の実行計画の立案、具体的な対策の推進等	年2回
TCFD検討チーム	気候変動リスク及び機会の特定・評価、シナリオ分析の検討等	適宜開催

マネジメント体制

a. 気候関連リスクと機会についての取締役会による監視体制

当社グループは、「気候変動・エネルギー問題への対応」を重要な経営課題と認識し、マテリアリティとして特定しました。当社の取締役会は気候変動関連を含む環境取組みに関する重要な事案について意思決定し、また執行状況を監督します。2022年度に改定した環境ビジョン2050及び環境ターゲット2030も、取締役会での決議を経て策定・公表しました。

取締役会に付議又は報告した気候変動関連の事案例

- TCFD提言への賛同表明
- TCFD提言に沿った情報開示
- 2050年カーボンニュートラル宣言と環境ビジョン2050の改定
- 環境ターゲット2030の改定

b. 気候関連リスクと機会を評価・管理するうえでの経営の役割

「気候変動・エネルギー問題への対応」については、気候変動課題に関する取組みの最高責任者でもある執行役社長を委員長とするサステナビリティ委員会にて、気候変動

リスクと機会の評価や対応策等を審議するとともに、環境ターゲット2030の進捗状況・実績等を確認しております。

また、サステナビリティ委員会のもとに、経営戦略、商品、生産、調達、物流等を担当する執行役等が参画し、執行役副社長が議長を務める「カーボンニュートラル協議会」を設置しております。同協議会では、気候変動リスク及び機会の評価を踏まえつつ、各領域における具体的な対応策を検討するとともに、中長期的な対応方針・目標等を立案します。立案した方針、目標、進捗等は、各領域を担当する本部長がサステナビリティ委員会にて報告し、審議する体制としております。同委員会は原則年3回開催し、特に重要な事案が生じた場合は取締役会にて審議・決定します。

特定した気候変動リスク・機会

カテゴリー		項目	想定される当社事業活動への影響	影響の発生時期 (※1)	影響度
移行リスク	政策・法規制	燃費／CO ₂ 、ZEV規制等の強化	●規制強化に対応するための開発・調達・生産コストの増加 ●規制未達による罰金・クレジット購入費用・ステークホルダーからの訴訟対応費用の増加	短／中／長期	大
		カーボンプライシングの導入・拡大	●炭素税等カーボンプライシングの導入・拡大や炭素価格の上昇による自社CO ₂ 排出にかかる税負担や、調達・生産・物流段階への価格転嫁によるコストの増加	中／長期	大
	技術	新技術への投資	●電動化技術等の新技術への投資遅延による競争力や市場シェアの低下	短／中／長期	中
	市場	エネルギーミックスの変化	●再生可能エネルギーや水素等のカーボンニュートラル電源の導入拡大にともなう電力価格上昇によるエネルギーコストの増加	中／長期	小
		原材料（希少金属）の需給ひっ迫	●蓄電池需要の拡大による希少金属等の原材料・部品コストの増加	中／長期	中
		ユーザー意識・行動の変化	●都市部での公共交通インフラの整備やシェアリングの普及にともなう販売台数の減少	中／長期	中
評判	ESG評価機関やステークホルダーによる評価の厳格化	●企業の社会的イメージや株価の低下	短／中期	中	
物理リスク	急性	気象災害の頻発・激甚化	●台風や豪雨にともなう工場の被災による建屋・設備・在庫車両等への損害発生や、サプライチェーンの寸断(取引先の被災や輸送ルート寸断による部品供給の遅延)にともなう生産拠点の操業停止	短／中／長期	大
	慢性	平均気温の上昇	●職場環境や社員の健康を維持するための空調（エネルギー）コストの増加 ●水資源の枯渇にともなう自動車の製造に必要な水資源確保の難化	中／長期	小
		海面の上昇	●海面上昇にともなう洪水や高潮の増加による生産拠点の操業停止や災害対策投資の増加	中／長期	中
機会	製品・サービス	電動車の需要拡大	●商品力向上や政府・自治体の電動車普及施策の活用による電動車の販売拡大 ●電動車のエネルギーインフラ価値の高まりにともなう電動車の販売拡大や、V2X(※2) 関連機器・サービスの提供 ●災害時の非常用電源確保のニーズの高まりにともなう電力供給に貢献できる電動車の販売拡大	中／長期	大
	エネルギー源	エネルギー技術の進展	●省エネルギー活動・再生可能エネルギー導入の推進によるエネルギーコスト低減	短／中／長期	中

※1 影響の発生時期 短期：～3年、中期：3～10年、長期：10年～を想定。なお、昨今の国際情勢からすでに発生している可能性が高い事例もあります

※2 V2X：V2H(Vehicle to Home)やV2G(Vehicle to Grid)等の総称

気候変動・エネルギー問題への対応

特に影響度が大きい項目として、移行リスクでは「燃費／CO₂、ZEV規制等の強化」「カーボンプライシングの導入・拡大」、物理リスクでは「気象災害の頻発・激甚化」を特定しました。これらのリスクは、当社グループの事業に対して様々な影響を及ぼす可能性があります。適切に対応することで電動車（※1）の販売拡大や新たな事業機会の獲得にもつながると認識しております。

※1 電動車：電気自動車（バッテリーEV）、プラグインハイブリッド車（PHEV）、ハイブリッド自動車（HEV）

b. 気候関連リスクと機会が組織のビジネス、戦略及び財務計画に及ぼす影響

当社グループは、「モビリティの可能性を追求し、活力ある社会をつくる」というビジョンのもと、カーボンニュートラルへの貢献等を通じて三菱自動車らしい価値のある製品を提供し、長期的な企業価値向上を目指しております。カーボンニュートラルの実現に向けた各国の政策や市場環境の変化が進むなか、気候関連事項が事業や戦略及び財務計

画に影響を及ぼす可能性があることを認識し、気候変動リスクや機会を踏まえて、適宜、戦略や計画等の見直しを行っております。

c. ビジネス、戦略及び財務計画に対する2℃シナリオ等の様々なシナリオ下の影響

IEA（国際エネルギー機関）やIPCC（気候変動に関する政府間パネル）、NGFS（気候変動リスクにかかる金融当局ネットワーク）等の気候シナリオや将来情報をもとに、2030年及び2050年時点において社会全体で気候変動対策が進む「2℃未満シナリオ（※2）」、現行または表明済み政策を前提とした「成行シナリオ（※3）」を想定し、特に影響度が大きい項目のリスクと機会、当社グループの事業活動への影響等を検討しました。

※2 IEAの「APS（Announced Pledges Scenario）」、IPCCの「RCP4.5」、NGFSの「Net Zero 2050」等を参照

※3 IEAの「STEPS（Stated Policies Scenario）」、IPCCの「RCP8.5」、NGFSの「Current Policies」等を参照

戦略・計画等への影響

事業分野	認識する影響	戦略・計画等への織り込み
製品・サービス	カーボンニュートラル社会の実現に向けて、各国・各地域において燃費／CO ₂ 、ZEV規制等が強化され、当社グループの製品開発・生産・調達等の戦略に影響が生じる。	2020年に環境ターゲット2030を策定し、新車からのCO ₂ 排出量「40%削減（2010年度比）」、電動車の販売比率「50%」を2030年度目標に設定した。2023年2月には、電動車の販売比率「2035年度100%」という目標を新たに掲げた。また、2026年5月に公表した新中長期ビジョンには、2026年度から2031年度にかけて、10車種の電動車を投入する計画を織り込んだ。
サプライチェーン・バリューチェーン	自動車の製造・販売事業においては、製品の製造時だけでなく、バリューチェーン全体でCO ₂ 等の温室効果ガスが排出される。また、気候変動の進行にともない、世界各地で台風や洪水等が頻発・激甚化するリスクがある。当社のサプライチェーンやバリューチェーンが被災した場合、当社グループ工場の操業や販売に影響を与える可能性がある。	2023年2月に環境ターゲット2030を見直し、調達では「主要な取引先とのCO ₂ 削減活動を推進」、物流では「輸送会社と協力したCO ₂ 削減活動の推進」という目標を追加で設定した。
研究・開発への投資	当社が商品を展開する国や地域において、燃費／CO ₂ 、ZEV規制等の強化や新たな規制へ対応するため、当社は研究・開発への投資を促進しており、電動車等の製品の研究・開発費に影響が生じる。	2026年5月に公表した新中長期ビジョンには、2026～29年度に「電動化・知能化対応」にかかる成長投資（研究開発費＋CAPEX）として2,500億円投入する計画を織り込んだ。
適応・緩和策	気候変動の進行にともない、各国・各地域において炭素税や排出量取引制度の導入・拡大、またはエネルギーコストの上昇等、当社グループ事業に影響を及ぼす可能性がある。	2020年に環境ターゲット2030を策定し、事業活動からのCO ₂ 排出量「40%削減（2014年度比）」を2030年度目標に設定した。2023年2月には、国際的な気候科学に基づく1.5℃目標水準を参照し、同目標を「50%削減（2018年度比）」に引き上げた。

リスクと機会の当社グループ事業への影響

シナリオ		リスク／機会		当社事業への影響	対応策
項目					
2℃未満	燃費CO ₂ ／ZEV規制等の強化	リスク	●先進国・新興国とも、厳格化された規制への対応が必要となる ●規制未達の可能性が高まる	●開発・調達・生産コストが増加する ●規制未達の場合、罰金・クレジット購入費用が増加する	●パートナーとの協業や部品・コンポーネント共用の最適化等によるコスト低減 ●HEV・PHEVの自社開発やBEVの協業モデル活用等の電動化の推進
		機会	●電動車の需要が増加する	●電動車の販売及び電動車関連のバリューチェーンが拡大する	●電動車と使用済みバッテリーを活用したエネルギーマネジメント等新たなモビリティビジネスの推進
	カーボンプライシングの導入拡大	リスク	●炭素税等が導入・拡大され、炭素価格が上昇する	●調達、生産及び物流の各段階で、直接的・間接的に税負担等が増加し、コストが上昇する	●省エネルギー活動・再生可能エネルギー導入の推進 ●サプライヤーと連携したCO ₂ 排出量削減取組みの推進
		機会	●省エネルギー技術が進展する ●再生可能エネルギーの普及が拡大する	●エネルギーコストが低減する	
成行	気象災害の頻発・激甚化（洪水・浸水）	リスク	●大雨・洪水等の頻発・激甚化により工場被災やサプライチェーン寸断の可能性が高まる	●生産・開発設備等が損害を受ける ●自社工場やサプライヤーの被災にともない、操業が停止し収益が減少する	●大雨・洪水等を想定したBCPの見直し ●サプライヤーと連携したリスク軽減取組みの推進
		機会	●災害時の非常用電源確保のニーズが高まり、電動車の需要が増加する	●非常用電力供給に貢献できる電動車の普及が拡大する	●パートナーとの協業や部品・コンポーネント共用の最適化等によるコスト低減 ●外部給電機能を搭載したPHEV・BEV等の電動化の推進 ●電動車と使用済みバッテリーを活用したエネルギーマネジメント等新たなモビリティビジネスの推進

リスクと機会を踏まえた当社グループの対応策

当社グループは、気候変動リスク及び機会への対応策を、環境への取組みの方向性と目標を定めた環境計画パッケージや事業戦略に反映させることで、将来リスクの低減や事業の持続的な成長につなげ、企業としてのレジリエンスを高める取組みを推進しております。

製品においては、電動車の開発や内燃機関車の燃費改善等を推進し、各国・各地域のエネルギー事情やインフラ整備状況、お客様のニーズに応じた最適な電動車を積極的に投入しております。2025年までの中期経営計画「Challenge 2025」では、主要なChallengeの一つにカーボンニュートラル対応を掲げ、『ASX』（PHEV/HEVモデル）、『コルト』（HEVモデル）、『エクспанダー』（HEVモデル）、『エクспанダー クロス』（HEVモデル）、『エクスフォース』（HEVモデル）、『グランディス』（HEVモデル）、『エクリプス

クロス』（BEVモデル）の7車種を投入しました。2023年2月以前に投入した車種（『ミニキャブEV/L100 EV』、『eKクロスEV』、『アウトランダー』（PHEVモデル）、『エクリプス クロス』（PHEVモデル）を含め、2026年3月時点で11車種の電動車を販売しております。今後は、2026年5月に公表した新中長期ビジョンに基づき、2026年度から2031年度にかけて、新型車13モデルを投入し、商品ラインアップの強化を計画しております。電動化については、EVは引き続き協業モデルを活用する一方、自社開発ではHEV及びPHEVに注力し、それぞれ5モデルずつ、計10モデルを順次投入していく予定です。加えて、「PHEV・HEV専用の高効率エンジンの自社開発」や「部品メーカーとの共同開発による電動化システムの次世代化」等を通じて、当社の強みである電動化技術を継続的に深化させていきます。

事業活動においては、エネルギーミニマム化と再生可能エネルギーへの転換を推進し、CO₂排出量の削減に取り組んでおります。

サプライチェーン全体においては、原材料・部品の生産

気候変動・エネルギー問題への対応

段階や製品を含めた物流領域のCO₂排出量の低減、再生可能エネルギーや充電インフラの普及、カーボンニュートラル燃料の活用、V2X(※)の推進等で、取引先や関連企業・団体、政府・自治体と連携しております。

電動車の普及によって、エネルギーマネジメントや使用済みバッテリーのリユース等の新しい事業機会を提供でき、更に車両データ等を組み合わせることで価値向上が図れるものと考えます。そのため、当社では様々なパートナー会社、自治体と協業することで、カーボンニュートラル社会の実現だけでなく、電動車の価値向上に貢献すべく取り組んでおります。

※ V2X：V2H (Vehicle to Home) やV2G (Vehicle to Grid) 等の総称

▶ 電動車を活用した気候変動への適応策の推進

リスク管理

a. 組織が気候関連リスクを特定及び評価するプロセス

当社グループは、サステナビリティ委員会のもとで全社横断的な検討チームを立ち上げ、TCFD提言に基づいたシナリオ分析を行い、事業に影響を及ぼす可能性のある気候変動リスク及び機会を抽出・特定し、発生時期と影響度による評価を行っております。特に影響度が大きい気候変動リスク及び機会への対応については、目標・実行計画に落とし込み、サステナビリティ委員会にて進捗を確認しております。

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にて特定した気候変動リスクと機会及び対応策は、本部長クラスの取組み責任者を決め、KPIを設定し、PDCAを進めております。なお、迅速な対応が必要な重要リスク及び機会については、逐次取締役会へ報告し、対応を決定しております。

また、当社グループは、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グループが取り組むべき重要課題として特定したマテリアリティにおいて、「気候変動・エネルギー問題への対応」を最重要課題の一つと位置付け、グループ全体での対応を強化しております。

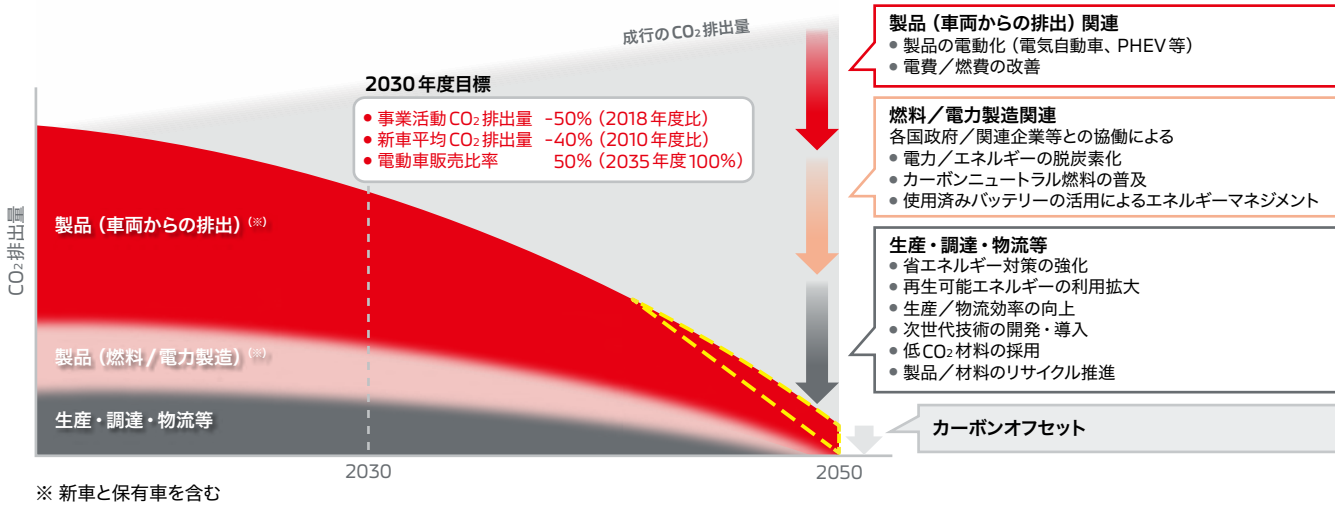
c. 気候関連リスクを特定し、評価し、マネジメントするプロセスが、組織の全体的なリスクマネジメントにどのように統合されているか

当社グループの事業に影響を与えるリスクは、グループ全体で管理しており、気候変動の影響に関連するリスクも対象に含まれます。また、内部統制委員会では、毎年実施する「全社リスク調査」をもとに、オペレーショナル・ハザードリスクを管理しております。

▶ TCFD提言にもとづく情報開示

▶ 気候変動・エネルギー問題への対応の詳細

サプライチェーン全体でのCO₂排出量削減イメージ



人権の尊重

ガバナンス

基本的な考え方

当社グループは、人権の尊重が事業活動の基本であるとの考えのもと、「国際人権章典」「ビジネスと人権に関する指導原則」「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」「OECD責任ある企業行動に関する多国籍企業行動指針」等の国際的な規範や基準を支持・尊重しております。

当社グループはステークホルダーの人権を尊重した事業活動を行うことを目的として、「人権方針」を専門家との協議及び経営会議の承認を経て制定しております。同方針では、人権に関する国際的な規範や基準を支持・尊重することを基本としつつ、遵守すべきこと等の基本事項、人権に与える負の影響の防止・低減と救済措置、役員・従業員教育の実施等の具体的な取り組みについて定めております。同方針は英語に翻訳し、国内外の全てのステークホルダーがウェブサイトにて閲覧できるようにしております。

当社グループのグローバル行動規範における第8条「人権と多様性の尊重、機会平等」では、人権を尊重するとともに、取引先、お客様、役員・従業員、地域社会の多様性を尊重し、差別や報復、いやがらせは、どのような形・程度にせよ容認しないことを定めております。

2026年3月には、環境・人権に関するデュー・ディリジェンスの定義、対象及びプロセス等を定めた「サステナビリティ・デュー・ディリジェンス・ポリシー」を策定し、開示しております。

▶ 人権方針

▶ 人権方針の遵守

▶ サステナビリティ デュー・ディリジェンスポリシー

業務・投資における人権配慮

当社グループは、事業を持続的に成長させていくためには従業員や地域の皆様と相互理解に基づき良好な関係を構築することが不可欠であると考えます。事業所や関連施設を開設する際は、国や地域の慣習、宗教を含む文化的価値観等に配慮しております。

販売会社における人権配慮

販売会社では、従業員の安全や健康に配慮した職場環境の整備に取り組むとともに、人権侵害の行為を禁止しております。

マネジメント体制

当社は、サステナビリティ部門、人事部門、購買部門、管理部門等が中心となり、外部専門家のアドバイスも得ながら人権尊重の活動に取り組んでおります。また、2024年に執行役社長を委員長とする「人権委員会」を設置しました。同委員会は、年に3回を目途に開催し、人権に特化した主要事項に関して協議しており、重要事項に関しては取締役会へ報告し審議する体制としております。取締役会へ報告され審議された内容については、人権委員会委員から担当部門へ共有し、社内外における人権尊重の取り組みの改善につなげております。

加えて、ビジネスと人権におけるリスクを潜在的な影響が大きく、かつ緊急性の高い優先リスクの一つとして位置付け、内部統制委員会が管理する全社リスクに統合し、適切に管理しております。

▶ 人権マネジメント体制

▶ 「内部統制」基本的な考え方・方針、体制

情報開示

各国・地域における人権デュー・ディリジェンスの報告義務や、サステナビリティ報告に関する国際基準に適切に対応すべく、防止・軽減措置の開示を含む情報開示の強化を検討し透明性を確保していきます。

戦略

当社グループは人権の尊重を各マテリアリティに落とし込んで全社的な取り組みとして推進しており、執行役社長が委員長を務めるサステナビリティ委員会及び人権委員会にて各マテリアリティのKPIや進捗をモニタリングしております。

具体的には、「事業を通じた地域経済への貢献」「多様な人材が能力を発揮し、誇りとやりがいをもって働ける環境の構築」「持続可能なサプライチェーンの実現」等のマテリアリティで設定した中長期的な目標やKPIを通じて、従業員や取引先とともに人権リスクに対する感度を高め、実践的な対応を強化しております。これにより、企業活動の全体にわたる人権尊重の意識が浸透し、社会的責任を果たす基盤となっております。

▶ 人権の尊重の詳細

人的資本の考え方：人材マネジメント

MMC WAY(行動指針)

当社は、事業環境が急速に変化するなか、グループが持続的に成長し、企業価値の向上を実現していくための鍵は「人材」と考えております。

そこで当社グループでは、組織と組織で働く全従業員で共有し、物事を進めるうえでの“拠りどころ”となる共通の行動指針として2017年度に「MMC WAY」を設定しました。また、当社グループを取り巻く環境が大幅に変化していることを踏まえ、グループのあるべき姿について執行役社長をはじめとする経営陣が改めて議論を重ね、社員からも意見を聞いたうえで、2022年度には「MMC WAY」を刷新しました。企業として大切にすべきこと、人として生きていくうえで大切なことを新たな「MMC WAY」に整理し、全役員・従業員が一体となって当社の「ビジョン・ミッション」の実現にチャレンジしております。

「MMC WAY」の冒頭2項には、ベースとなる重要な価値観として、社会からの信頼の土台となる「お客様第一」と企業活動を通じた「社会の発展への貢献」を据えました。当社グループの存在意義は「企業活動を通じてお客様に喜んでいただき、社会に貢献していく」ことであり、このことを従業員一人ひとりがつねに念頭に置いて行動できるよう冒頭2項を定めております。ほかの3項については、従来の「MMC WAY」の大切な要素をより具体的にわかりやすく表現しました。

企業として重視すべき行動指針である「MMC WAY」は人事評価制度にも反映しております。「MMC WAY」「人材育成・組織管理」「専門性」の3つの基軸による多面的なコンピテンシー（行動特性）評価を導入し、社員の主体的な成長を図っております。

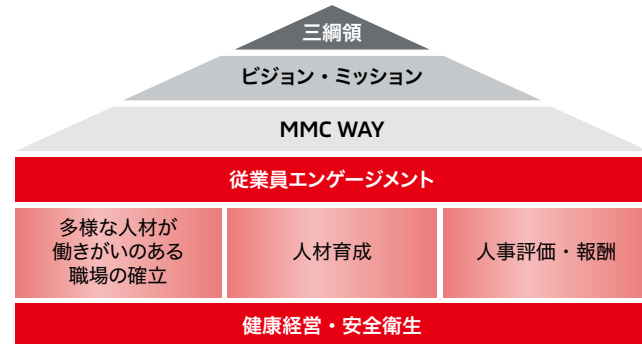
また、「MMC WAY」の浸透のために毎年職場ワークショップを開催しております。

▶ MMC WAY

基本的な枠組み

当社は「ビジョン・ミッション」を遂行するための行動指針である「MMC WAY」を体现できる「人材育成」、また一人ひとりがやりがいを持って働き、自身の能力を存分に発揮し、エンゲージメント高く、心身ともに健康でいきいきと働ける職場環境を整えることが重要な課題であると認識し、各種取り組みを進めております。

人材マネジメントの基本的な枠組み



▶ 三綱領、ビジョン・ミッション

マネジメント体制

当社では、経営戦略と連動した人材戦略を推し進め実行していくため、執行役社長及び幹部から成る人材開発会議を設置し、企業競争力に直結する人材確保・育成に関する課題や施策について月1回、計画的に議論及び検討しております。

事業を支える各機能の専門性の強化を織り込んだ最適な要員計画を策定し、電動車のパワートレイン制御システムの開発や各種要素技術の領域拡大、カーボンニュートラル対応の促進、デジタル化の推進、新ビジネス領域への進出等を企図した体制の強化を進めております。社員が安心して能力を発揮できる働きがいのある職場づくり、社員のチャレンジと成長を促す教育・研修を含む育成機会の拡充、社内外の優秀な人材を惹き付けるような魅力ある会社のあり方等、当社を取り巻く社内外の環境や市場動向を分析しながら、人材開発会議の場での関連な議論を通じて、既存の施策の振り返りと効果検証、加えて、新規施策の検討・審議を行っております。

人事評価・報酬

当社の評価・報酬制度においては、目標管理制度に基づく業績達成度評価に加え、行動指針「MMC WAY」、並びに「人材育成・組織管理」「専門性」の3つの柱による多面的なコンピテンシー（行動特性）評価を採用し、個人の業績と成長を多角的に捉える仕組みを構築しております。

管理職に対しては、組織活性化の推進に資するマネジメントの役割を担わせるとともに、

- ①組織目標の共有と達成責任の徹底
- ②目標達成に向けたインセンティブの強化
- ③求められる思考・行動様式の浸透
- ④実力本位の公正な登用

を図ることで、経営基盤の強化に資する人材マネジメントを実践しております。

一般社員に対しては、

- ①組織目標の共有と達成意識の醸成
- ②評価・処遇における透明性及び納得感の向上
- ③企業理念及び行動規範の浸透

を通じて、組織としての一体感の醸成と個の成長をともに促す仕組みを整えております。

更に、役職や担う責任の大きさ、並びに個々の会社への貢献度を的確に評価し、これらを適正に処遇へと反映する報酬制度を設計することで、社員一人ひとりのキャリア形成と、更なる意欲向上につながる環境の整備に努めております。特に管理職においては、経営への参画意識及び高い当事者意識を涵養するとともに、透明性・公平性を確保すべく、賞与に会社業績連動の要素を組み入れております。

なお、給与水準については、法令を遵守することはもとより、業界水準にも十分配慮しつつ職務の内容に応じ適正に決定しております。加えて、人種、国籍、性別等による不当な給与格差の排除を徹底し、公正かつ信頼に足る制度運用を堅持しております。

▶ 社会関連データ：給与水準

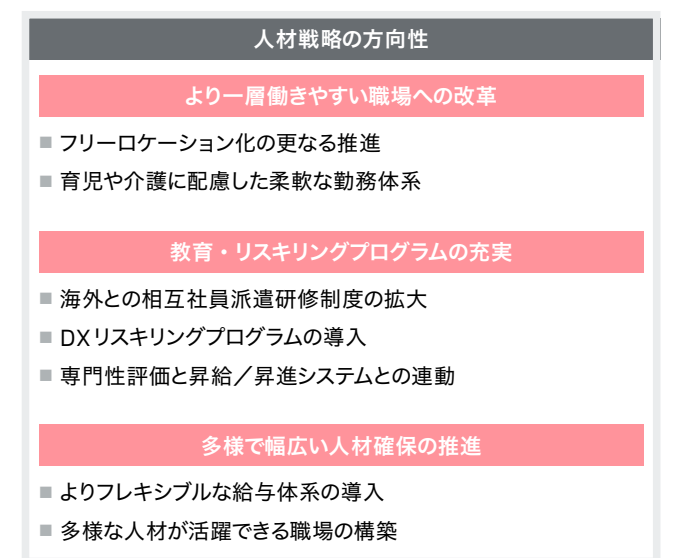
また、当社従業員の働きやすさ、モチベーションの維持・向上を図るため以下のような福利・厚生制度を採用しております。

- ・寮・社宅制度
- ・社員食堂

- ・退職金・確定拠出年金制度
- ・社員持株会制度
- ・財産形成支援制度
- ・カフェテリアプラン制度
- ・保養所の割引利用
- ・団体保険
- ・企業内保育施設（ディアキッズ） 等

当社の人材戦略

持続的な成長を実現するためには、全ての従業員が心身ともに健やかに、そして働きがいを感じながらその能力を最大限に発揮できる職場環境を整備することが不可欠です。加えて、かつてない事業環境の変化に直面するなか、DXの加速や新規事業の創出を実現するための教育とリスクリングの強化、多様な価値観やバックグラウンドを有する人材の確保・活用が、企業としての競争力を左右する重要な要素であると認識しております。こうした認識のもと、当社は人材戦略の中核に「より一層働きやすい職場環境の整備」「全社的な教育・リスクリングプログラムの充実」「多様な人材の戦略的確保と活躍推進」の3つを据え、具体的な施策の策定と実行に注力しております。



▶ マテリアリティ、リスク・機会／インパクト／中期目標

▶ 人材マネジメントの詳細はこちら

人的資本の考え方：多様な人材が能力を発揮し、誇りとやりがいをもって働ける環境の構築

ガバナンス

ダイバーシティ推進方針

お客様ニーズの多様化や技術革新等による市場環境・経営環境の著しい変化に対応し、当社グループが持続的に成長していくためには、異なる価値観や考え方を持つ社員が互いに切磋琢磨し、クルマの新しい魅力・価値を創り出していくことが重要です。そのために、当社グループでは、人種、国籍、民族、性別、性的指向、性自認、年齢、障がいの有無、宗教を問わず社員の多様性を尊重し、一人ひとりが働きやすく、いきいきと仕事ができる環境づくりに取り組んでおります。

当社では、女性管理職比率、男性育休取得率、障がい者雇用率の3点を重点課題として、毎年目標を設定し、活動進捗、実績のフォローを実施しております。

この3点はマテリアリティ活動としても取り組んでおり、各年度における目標値と実績値は、執行役社長が委員長を務めるサステナビリティ委員会にて、経営層にも報告されております。

また、ダイバーシティを浸透させ実現するため、2014年に策定した「ダイバーシティ推進方針」に基づき、ダイバーシティ推進室を設置してDi@MoND活動を推進しております。この活動は、多様性を受け入れ、社員の多様な個性を活かし、会社と社員一人ひとりの成長につなげることを目的としております。社員の誰もが働きやすく、働きがいをもって活躍できる環境づくりを進めております。

ダイバーシティ推進方針について

社員一人ひとりの違いを活かして、多様な視点、思考を取り入れることで、変化に対応し、組織力を高め、クルマの新しい魅力、価値を創り出すことを目指します。そのために個々人が持てる能力を最大限に発揮できる環境整備に取り組み、社員一人ひとりが活躍し、輝き続ける支援を“Di@MoND(Diversity @ Mitsubishi Motors New Drive)活動”として推進します。

Di@MoND  Diamondはそれぞれが個性をもった輝きを持ち、岩盤をも切り崩す強度もあわせ持ちます。社員一人ひとりがその個性を発揮し、光り輝くとともにさまざまな困難にも立ち向かい目標を成し遂げていく様をイメージし、それを新たな推進力としていきたいという思いをこめております。

- ▶ 人事関連データ：従業員数、地域別従業員数、女性の管理職登用状況、女性の役員登用状況、従業員の構成、新卒採用者数、キャリア入社者数
- ▶ マテリアリティ、リスク・機会／インパクト／中期目標
- ▶ 多様な人材が能力を発揮し、誇りとやりがいをもって働ける環境の構築の詳細

戦略

ワーク・ライフ・バランス

当社グループは、一人ひとりがやりがいを持って働き、自身の能力を存分に発揮し、心身ともに健康でいきいきと働ける職場環境を整えることが、重要な課題と認識しております。こうした認識のもとで、個々の能力を最大限発揮できる働き方が可能となる環境を整備し、仕事の生産性向上と生活の質向上の双方が両立するワーク・ライフ・バランスの実現を支援することで、多様な人材の活躍を価値創造につなげております。当社では、フレックスタイム制度やリモートワーク制度、また両立支援施策として短時間勤務や各種休暇・休業制度を整備する等、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方を推進しております。

仕事と育児の両立を支援

当社は、仕事と育児の両立を目指す従業員を積極的に支援しております。設備面では、企業主導型保育施設として、岡崎製作所内に「ディア・キッズおかざき」(2017年4月)、本社ビル内に「ディア・キッズたまち」(2019年2月)を開設しております。また2023年度からは、全社員を対象に両園スタッフによる「育児相談」を実施しており、社員やその家族からの育児の相談にオンラインや電話で個別に応じております。



従業員向け保育園
「ディア・キッズたまち」(本社内)



「ディア・キッズおかざき」
(岡崎製作所内)

環境整備面では、様々な両立支援制度の拡充に努め、社員が働きやすい基盤づくりを進めております。2018年度には、仕事とプライベートとの両立に関する相談窓口として「両立支援コンシェルジュ」を社内を設置しました。育児や介護等両立に関する相談に対し、適した両立支援制度の活用を案内しております。コンシェルジュに集められた社員の声から、制度・取扱いを改善する等、より柔軟な働き方が実現できるよう環境づくりに取り組んでおります。

また、育児介護休業法の改正に伴い、男性の育児休業取得を一層促進するため、2022年より管理職向け研修、父親学級、プレパパセミナー、eラーニングを継続的に実施しております。更に、各種研修・セミナーの動画教材を提供し、各自のニーズや業務都合にあわせて視聴できる環境を整備しております。今後も、男性社員の育児休業取得率を、女性社員育児休業取得率に近づけることを目標に取り組みを進めます。

仕事と介護の両立を支援

高齢化社会が進むなか、社員の仕事と介護の両立を支援することが重要と考えております。先述の「両立支援コンシェルジュ」に加えて、介護の専門家にメールや電話で随時相談できる窓口を設置しているほか、仕事と介護の両立に向けた基本知識について外部講師から学ぶ動画教材を継続的に配信しております。

外国籍従業員の受け入れ環境の整備

当社では、年々増加する外国籍従業員の受け入れ対応の一つとして、宗教・宗派を問わず利用可能な祈祷室を本社



本社内の祈祷室

岡崎地区内の祈祷室

と岡崎地区の2拠点に設置しており、各拠点を訪問するお客様やサプライヤーなどのステークホルダーにも開放しております。岡崎地区の祈祷室には、礼拝前に身体を清めるための「小浄施設」も設置しております。

▶ 人事関連データ：地域別従業員数

障がい者の雇用促進

誰もが活躍できる職場を目指し、障がいのある方を幅広い職種で積極的に採用しております。2025年度における当社の障がい者雇用率は法定雇用率を上回る2.76%（2025年6月時点の障害者雇用状況報告値）であり、今後も更なる雇用促進と社内環境の整備に取り組んでいきます。当社単独では、身体、精神、知的障がいのある社員が約190人勤務しております。オストメイトや車いすにも対応した多目的トイレの設置のほか、聴覚障がいのある社員に対するコミュニケーション補助ツールの配布等、障がいのある社員に配慮した職場づくりを進めております。2024年度からは、本社の人事本部内に専門人材を配置し、部署集中型でも雇用を展開できるようにする等、多様な障がいのある方々に、働く可能性を広げる取り組みを推進しております。2025年度には、全社共通の理解浸透セミナーを開催する等、更なる雇用促進を見据えた企画を実施しております。2007年4月に設立した特例子会社「三菱自動車ウイング株式会社」(2023年12月にMMCウイングから名称変更)においても、障がい者雇用の促進を図っており、岡崎、水島、京都の各製作所内に事業所を構え、身体、精神、知的障がいのある社員が計約90人勤務しております。同社は設立から18年目に入り、ハローワーク、県内の障がい者就労支援機関や特別支援学校から障がい者就労に関するお問い合わせやご相談を多数いただく等、地域での認知度も向上しております。また、障がい者の就労支援への協力として、特別支援学校、就労支援機関からの現場体験実習を積極的に受け入れ、集団行動や仕事の進め方等についての指導も担っております。今後、各職場における障がい者雇用の取り組みの共有や、関連情報の発信等も強化していきます。

▶ 社会関連データ：障がい者雇用の推移

道路交通事故の削減に寄与する製品の提供

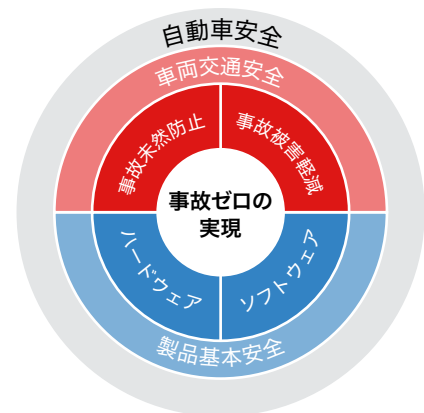
ガバナンス

マネジメント体制

製品開発においては、安全理念に基づき、製品安全委員会にて安全開発指針・戦略とともに、安全技術の考え方として自動車安全フレームワークを策定し、以下の3点を軸として取り組んでおります。

- ① 交通事故を未然に防止する技術（予防安全）
 - ② 交通事故による被害を軽減する技術（衝突安全）
 - ③ 工業製品としてハードウェア、ソフトウェア両面から想定される危険の回避（製品基本安全）
- また、技術開発従事者に対して教育を通じて安全理念及び自動車安全フレームワークを浸透させ、マネジメント体制の強化を図っております。

自動車安全フレームワーク



▶ 道路交通事故の削減に寄与する製品の提供の詳細

戦略

基本的な考え方

当社グループは、クルマづくりの企業グループ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おります。

世界では年間約119万人が交通事故により亡くなっているといわれております。2010年から2021年の間に約5%減少しているものの、依然として多くの人が亡くなっているのが現状です（※1）。交通事故の削減は世界的に喫緊の課題であり、国連持続可能な開発目標（SDGs）のターゲット3.6（世界の道路交通事故による死傷者を半減させる）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。

※1 2023年世界保健機関（WHO）調査より

リスクと機会

当社グループは、「道路交通事故の削減に寄与する製品の提供」のマテリアリティに関連するリスクと機会を踏まえ、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おります。

リスクと機会	
リスク	機会
・世界的ドライバーの高齢化及び新興国の自動車保有急増による事故の増加 ・アセアンの自動二輪車死亡事故多発	・先進技術投入によるブランド確保と販売拡大 ・アセアン向け自動二輪車等の事故対策技術開発・投入によるブランド力と収益の確保

▶ マテリアリティ、リスク・機会／インパクト／中期目標

安全技術の開発

当社グループでは、様々な安全技術を製品に反映することによって、お客様に、安全、安心かつ快適な運転をしていただけることを目指しております。

“ぶつからない”予防安全技術

交通事故をなくすために、事故を未然に防止することを目指し、各種予防安全技術の開発・搭載を推進しております。

e-Assist（イーアシスト）

電波レーダーやカメラ等を利用して、事故の危険を検知し、被害を予防・回避・軽減できるようアシストする技術です。

▶ 予防安全機能の例

「サポカー」対象車の拡大

セーフティ・サポートカー（サポカー）は安全運転をサポートする先進技術を搭載したクルマです。高齢運転者の交通事故防止対策の一環として、日本が官民一体で推進する新しい自動車安全コンセプトです。搭載機能に応じて「サポカー」「サポカー S（ベーシック、ベーシック+、ワイド）」に区分されます。当社は、サポカー Sワイド（※2）のラインアップを拡大しております。

※2 対象機能として衝突被害軽減ブレーキ（対歩行者）、ペダル踏み間違い時加速抑制装置、車線逸脱警報、先進ライトを含む。

▶ 対象車種

加えて、国土交通省の「先進安全技術の性能評価認定制度」において、ペダル踏み間違い急発進抑制装置、後付ペダル踏み間違い急発進抑制装置が一定の性能を有していると認定を受けております。

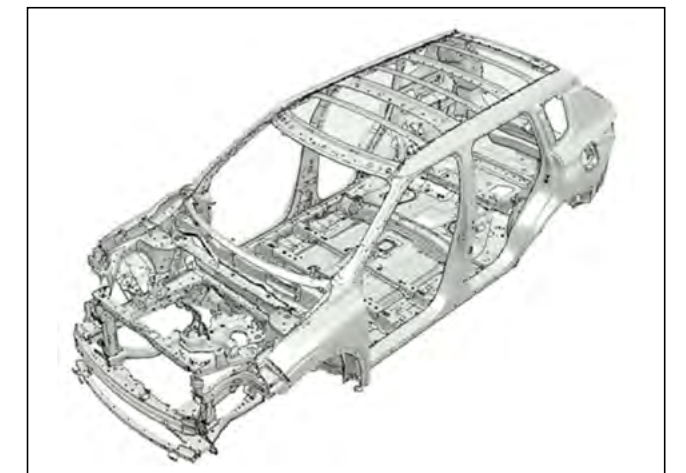
▶ 認定車種

“人を守る”ボディ構造

万一の衝突の際には、乗員が受ける衝撃を緩和し、かつ十分な空間が確保できる車体構造が重要です。当社では、衝突安全強化ボディ「RISE（ライズ）」（※3）を採用し、前面、側面、後面の全方位での衝突安全性能を向上させております。

※3 RISE：Reinforced Impact Safety Evolution

▶ 採用車種



『アウトランダー』（PHEVモデル）に採用したRISEボディ

工業製品として想定される危険の回避

ハードウェア面の取組みとして、難燃性の材料の使用や高電圧部の隔離等、安全・安心のための技術を採用しております。

また、ソフトウェア面の取組みとして、クルマに搭載されている電子機器へのサイバー攻撃に対するリスクを低減するため、車両ネットワークにファイヤーウォールや暗号化通信等を採用しております。

交通安全の教育・普及

当社では、交通事故削減を目的に交通安全の教育・啓発を通じて社会全体の安全意識を高めることに取り組んでおります。また、産官学連携の活動を通じ、交通事故死傷者数の削減を目指しております。

▶ 交通安全の教育・普及

▶ 社会貢献活動「交通安全」

製品品質、セールス・サービス品質の向上

基本的な考え方・品質方針

当社は、2019年4月に改定した品質方針に基づき、お客様の購入検討から車両の保有期間、全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おります。「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なかで経験される「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おります。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、見た目の良さ等、感性で受け止める「感性品質」の向上にも取り組んでおります。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おります。

当社は、品質領域の中期計画である「品質MTP（Mid Term Plan）」も2026年度から刷新し、活動しております。「真の顧客志向でお客様の視点に立ち、不具合／不満の未然防止とお客様の困り事を迅速に解消する。」ことを基本方針とし、製品品質については、車両の電動化や先進化への対応を強化し、「三菱自動車らしさ」を体現した商品を品質面で下支えしております。セールス品質とサービス品質については、それらの商品をベースにお客様との長期的な信頼関係を構築すべく、お客様への接遇品質向上や、デジタル・ITを活用したカスタマーエクスペリエンスの充実等に取り組み、お客様との全ての接点においてご満足いただけるよう、お客様視点でトップレベルの品質を目指しております。

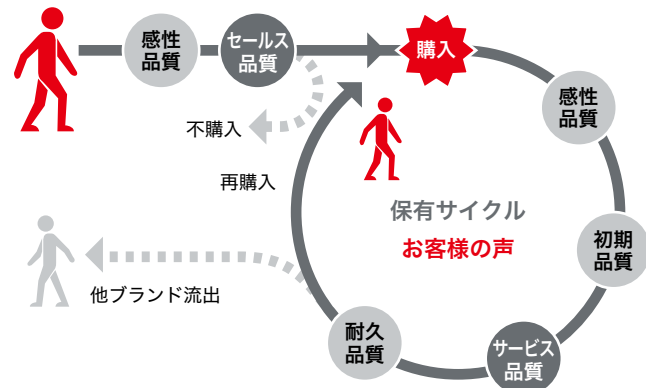
▶ 品質方針

品質改善の推進組織

会議体名	開催頻度	議長	構成メンバー	目的
Quality Strategy Committee(QSC)	四半期ごと	執行役社長、もしくは担当役員(※1)	開発担当役員、生産担当役員、販売・サービス・製品品質に関連する各本部長	販売・サービス・製品の各品質領域に関わる戦略的な事項の討議・決定
Quality of Management Committee(QMC)	四半期ごと	QMSトップマネジメント(※2)	部門の長(本部長／所長)及び直属部署を所管する責任者	全社的なマネジメント品質向上に関わるベストプラクティスの共有及び外部審査の対応要領、是正を要する事項の報告並びに水平展開
Quality Management Meeting(QMM)	毎月	QMSトップマネジメント(※2)	製品品質に関連する各本部長、統括専門職(課長クラス以上)の品質担当者	製品品質目標に対する進捗状況の確認と改善施策の検討・有効性の協議、活動を推進するうえでの障害に対する解決策の検討

※1 執行役社長が委譲した場合 ※2 執行役社長、もしくは執行役社長から指名された品質マネジメントシステム実行責任者

クオリティーエクスペリエンスサイクル



マネジメント体制

当社では「お客様からトップレベルの品質と評価される」ために品質情報を解析し、具体的目標値を設定のうえ、その実現に向けた施策を検討・実施し、改善状況の実績を定期的にフォローしております。

また、販売会社から寄せられるお客様の車両不具合情報については 日々、関連部門において共有を図り、迅速に対策を協議・決定・実行する体制を整えております。品質に関するお客様の声に接する部署を傘下に持つTCS(※)本部が、お客様の声に基づき、これらの全社的な品質改善の取り組みを推進しております。

※ TCS : Total Customer Satisfaction

▶ マテリアリティ、リスク・機会／インパクト／中期目標

▶ 製品品質、セールス・サービス品質の向上の詳細

事業を通じた地域経済への貢献

基本的な考え方

当社グループは、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、「地域の発展が当社グループの発展につながる」という考えのもと、地域に寄り添いながら各国とともに成長してきました。

長年にわたる事業活動を通じて、展開地域における社会課題の解決に積極的に取り組むとともに、地域の活性化や市場の育成、消費者ニーズの把握を進めてきました。こうした取組みは、当社の事業基盤及びブランド力の強化にもつながり、「地域の発展」と「当社の持続的成長」の両立を実現するものと考えております。

当社にとってアセアン地域は、成長戦略の中核を担うコア市場であり、持続的な事業成長を支える重要な基盤です。

当社の中長期ビジョンでは、「尖った商品・ブランドの強化による成長」と「構造転換による競争力強化」を両輪とし、アセアン地域を中心とした事業成長を目指しております。この考えのもと、電動化をはじめとする技術の進化や新商品の継続的な投入、バリューチェーン事業の拡大を推進することで、地域経済への貢献と当社の持続的成長の両立を図っております。

また、「事業を通じた地域経済への貢献」をマテリアリティの一つに位置付け、雇用の創出、投資の拡大、技術移転、輸出に加え、自動車産業を支える人材育成（地域経済を担う人材の成長支援）に取り組んでおります。これらを通じて、アセアン地域における事業の発展と地域経済への貢献を一体的に推進していきます。

更に、アセアン地域の社会ニーズに応えるべく、環境及び社会分野においても、当社グループの技術・サービスを活かした取組みを進めております。

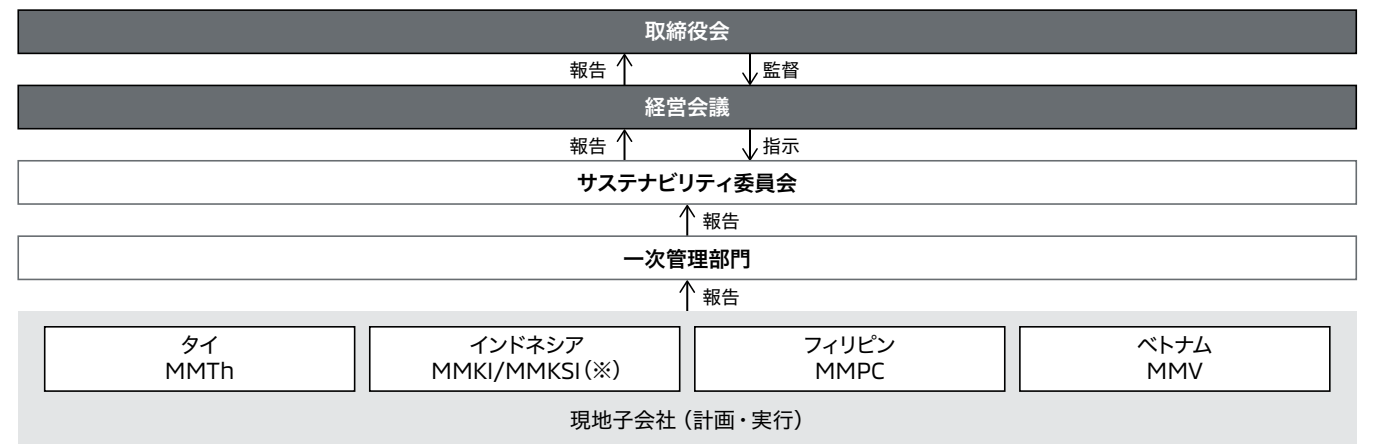
マネジメント体制

アセアン地域でのマテリアリティ「事業を通じた地域経済への貢献」への取組みは、現地子会社が活動計画の策定及び実行を担い、責任部門として当社営業部門が取組みを管理・監督しております。生産拠点を持つタイ、インドネシア、フィリピン、ベトナムの4カ国の現地子会社については、年2回、当社営業部門において取組みの進捗や実績を確認し、サステナビリティ委員会を通じて経営層に報告しております。

▶ マテリアリティ、リスク・機会／インパクト／中期目標

▶ 事業を通じた地域経済への貢献の詳細

「事業を通じた地域経済への貢献」推進体制図



※ インドネシアの自動車販売会社