

サステナビリティマネジメント

企業理念・方針

三菱グループ三綱領

三菱創業の精神である「三綱領」は、三菱グループ共通の根本理念と位置づけられています。

所期奉公 (しょきほうこう)

＝期するところは社会への貢献

事業を通じ、物心共に豊かな社会の実現に努力すると同時に、かけがえのない地球環境の維持にも貢献する。

処事光明 (しょじこうめい)

＝フェアプレイに徹する

公明正大で品格のある行動を旨とし、活動の公開性、透明性を堅持する。

立業貿易 (りつぎょうぼうえき)

＝グローバルな視野で

全世界的、宇宙的視野に立脚した事業展開を図る。

ビジョン・ミッション

三菱自動車は、グループの社員が未来を向き、同じ考えを共有し、一丸となって行動していけるように企業ビジョン・ミッションを制定しています。自動車業界は大きな変革期を迎え、事業環境も大きく変化しています。その中で私たちは、これまでよりも積極的に、いかに社会に働きかけていくのかを定めたものが、ビジョン (我々がつくりたい社会) とミッション (ビジョンを実現する方法) です。

VISION

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

MISSION

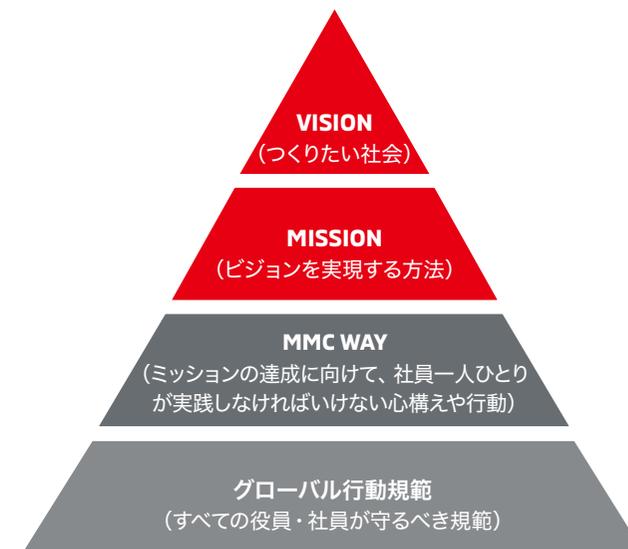
1. 独創的な商品と優れたサービスにより、お客様に新たな体験を提供します
2. 社会の持続可能な発展に貢献します
3. 信頼される企業として誠実に活動します
4. アライアンスを活用し、ステークホルダーにより高い価値を提供します

自動車業界はパワートレインの多様化、クルマの知能化・IoT化などにより、次々と技術革新が生まれており、自動車の役割もハードとしての「クルマ」から交通システム全体としての「モビリティ」に変化しています。このような大変革期の中、幅広くモビリティの可能性を検討し、誰もが・いつでも・どこへでも自由に移動でき、見たいものを見て、会いたい人に会うことのできる、そのような機会を提供したいと思います。ビジョンには、人々の移動を効率化・最適化することで、個人の新しい挑戦や経済活動を促進し、社会全体の活性化に貢献していきたい、という思いを込めています。

三菱自動車の理念体系

当社は、三菱グループ共通の基本理念として位置づけられている「三綱領」を企業活動の指針としています。社員一人ひとりにおいては、必要最低限度の心構えや行動を示す「MMC WAY (※1)」およびすべての役員・社員が守るべき「グローバル行動規範 (※2)」の実践を通じて、「ミッション」を遂行し、「ビジョン」を実現することを目指しています。

多様なステークホルダーとの対話を通じて相互に理解を深めながら、クルマという身近な製品を中心とする各国・各地域における事業活動を通じて、社会の持続可能な発展に貢献します。



※1: 「MMC WAY」の詳細は、P67をご参照ください。

※2: 「グローバル行動規範」の詳細は、P86をご参照ください。

サステナビリティマネジメント

サステナビリティに対する考え方

近年、国連における「持続可能な開発目標 (SDGs)」の採択、「パリ協定」の発効、ESG投資の拡大など、持続可能な環境・社会・経済の実現への関心が高まり、それらに関する企業の取り組みが一層重要視されています。

特に、自動車業界ではコネクテッド、自動運転をはじめとする新技術やカーシェアリングに代表される新しいビジネスモデルなど、100年に1度の大変革期を迎えています。

また、環境面では世界的に気候変動・エネルギー問題が深刻化しています。三菱自動車は製品や事業活動からの温室効果ガス低減をはじめ、責任ある事業運営に取り組み、各国・各地域における事業活動を通じて社会課題の解決を図ることにより、社会の持続可能な発展に貢献していきます。



サステナビリティ推進体制

当社では、執行役CEOを委員長とするサステナビリティ委員会にて、マテリアリティに対応する取り組みの目標設定とその進捗確認を行うことにより、PDCAを回しています。三菱自動車グループ全体でサステナビリティを推進し、重要事項は取締役会で審議・報告する体制としています。

2019年4月、社内外とのコミュニケーション強化を目的にサステナビリティ推進部を新設し、サステナビリティ委員会メンバーをはじめとする役員・従業員、ならびにステークホルダーとのコミュニケーションを強化しながら、持続可能な社会の実現と企業価値の向上に取り組んでいます。



2019年度のサステナビリティ委員会の実績

- 開催回数：3回
- 主な審議事項
 - マテリアリティ 2018年度の取り組みレビューおよび2019年度の取り組み計画、三菱自動車人権方針、サステナビリティレポート2019の編集方針、新環境計画パッケージなど
- 委員会メンバー (2020年4月時点)

- 委員長： 執行役CEO
 副委員長： 総務・コミュニケーション、サステナビリティ担当執行役員
 委員： 代表執行役Co-CEO兼 開発担当
 代表執行役Co-CEO兼 アセアン・オセアニア担当兼
 グローバルセールスデベロップメント本部長
 コーポレートガバナンス担当上席執行役
 生産担当上席執行役
 経営戦略室長
 TCS(※) 本部長
 商品戦略本部長
 人事本部長
 財務経理統括室長
 モビリティビジネス本部長
 調達管理本部長
 管理本部長
 生産技術本部長
 グローバルアフターセールス本部長
 国内営業本部長
 開発マネジメント本部長
 広報部長
 IR室長

オブザーバー：取締役 (監査委員)
 ※ TCS : Total Customer Satisfaction (トータルカスタマーサティスファクション)

サステナビリティの社内浸透

三菱自動車は、役員・従業員がサステナビリティについて理解を深め、日々の業務を通じてサステナビリティの取り組みを実践できるよう、1年を通して浸透活動を行っています。浸透度は社員意識調査で確認し、調査結果は次年度の活動に生かしています。

<活動事例>

- ・サステナビリティ全般に関するeラーニング
8,724名受講
- ・サステナビリティ全般に関する階層別研修
833名受講
(新入社員、中途入社社員、新任M2社員<課長級>、
M1社員<部長級>)
- ・サステナビリティに関する月間ニュースレター



階層別研修 (M1社員<部長級>)

「国連グローバル・コンパクト」への参加

当社は、2019年5月、国連が提唱する「人権・労働・環境・腐敗防止」についての普遍的原則である「国連グローバル・コンパクト」への支持を表明しました。「国連グローバル・コンパクト」は、国連のコフィー・アナン事務総長(当時)が1999年に世界経済フォーラム(ダボス会議)で提唱した、企業による自主行動原則です。

当社は、「国連グローバル・コンパクト」の10原則にもとづき、これからも社会の持続可能な成長の実現に向け活動を続けていきます。



外部団体への参画

- 一般社団法人日本経済団体連合会
- 一般社団法人日本自動車工業会
- 公益社団法人自動車技術会
- 一般社団法人グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン (GCNJ)

支持または参考にしている外部イニシアティブ

- 国連持続可能な開発目標 (SDGs)
- 国連グローバル・コンパクト (UNG)
- ILO 中核的労働基準
- OECD 多国籍企業行動指針
- ISO26000 「社会的責任の手引」
- 日本経団連 「企業行動憲章」

ステークホルダー・エンゲージメント

基本的な考え方

三菱自動車は、企業の持続的成長にとって重要なステークホルダーとの対話を通じて、三菱自動車グループの責任と課題を明確にし、改善の努力をしながら日々の業務に取り組んでいます。

例えば、お客様から寄せられたご指摘のうち、品質・不具合に関する事柄については、販売会社と連携してお客様の問題解決に対応し、さらに品質改善にも活用しています。また、商品性や仕様に関するご意見・ご指摘については、関連部門と共有し、さらなる商品力の向上につなげています。さらに、寄せられた声の中から重要情報は、経営幹部へ定期的に報告しています。

当社はステークホルダーとの対話を一層深め、社会の期待や課題と真摯に向き合い、今後の取り組みに生かしていきます。



コールセンターでのお客様対応



岡崎地区にてお客様の声講座を開催

ステークホルダーとの対話

ステークホルダー	対話方針	対話の機会	頻度	事業への反映
消費者・お客様	お客様の声を、よりよい製品・サービスに反映する活動の推進	お客様相談センター、販売会社、アフターサービス	常時	CS活動の推進 製品・サービスの改善
		ウェブサイト、ソーシャルネットワーク	常時	
		お客様満足度調査	随時	
		イベント、TV・新聞・雑誌の広告、メール配信	随時	
ビジネスパートナー	相互信頼にもとづく共存共栄に向けたコミュニケーション	問い合わせ窓口、お取引先様相談窓口	常時	相互信頼にもとづく共存共栄に向けた関係構築
		定期総会、説明会、イベント、専門ウェブサイト	随時	
		各種業界団体への参加	随時	
株主・投資家	事業・財務状況と成果の適時・適正な開示 持続的な成長・企業価値向上に向けた建設的な対話	IR問い合わせ窓口	常時	持続的な成長・企業価値向上に向けた取り組みの推進
		取材対応	随時	
		決算説明会	年4回	
		中期経営計画説明会	随時	
		個別施策説明会	随時	
		株主総会	年1回	
		IR向けウェブサイト	常時	
		イベント、メール配信	随時	
		統合報告書	年1回	
		従業員	労使相互信頼・相互責任の関係を原則とする、チームワークや一体感の醸成に向けた双方向コミュニケーション	
相談窓口（社員相談室、MMCほっとライン、三菱自動車グローバル内部通報窓口）	常時			
経営幹部とのタウンホールミーティング	随時			
社内ウェブサイト	常時			
社員意識調査	隔年1回			
地域社会	地域社会との良好な関係の構築			地域コミュニティ窓口、ウェブサイト
社会・環境課題の解決に向けた多様なステークホルダーとの対話	自治体との連携	随時		
	社会貢献活動（次世代育成、交通安全、環境保全、地域活動、被災地支援）	随時		
	地域イベント	随時		
	工場見学	常時		

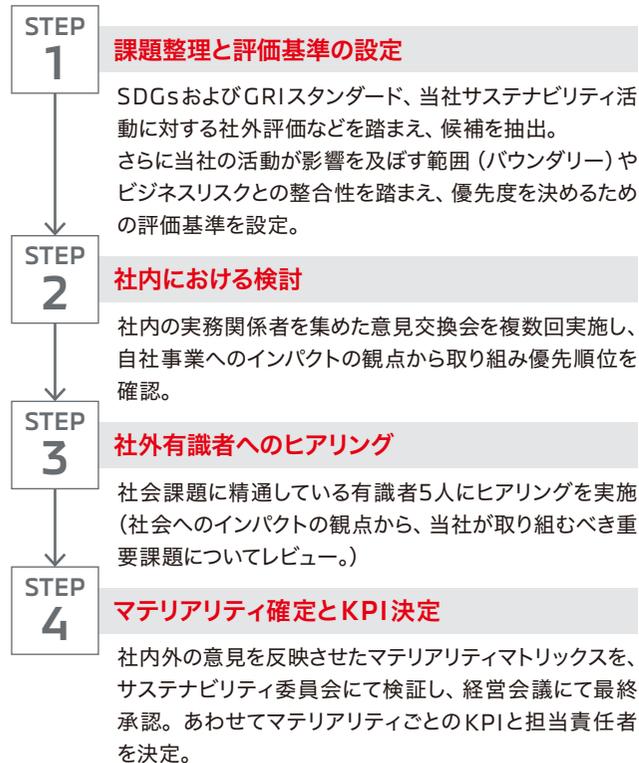
三菱自動車のマテリアリティ

マテリアリティ(重要課題)の特定

三菱自動車は、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15の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。

特定のプロセス



特定されたマテリアリティ

当社は2018年度に環境・社会・ガバナンスの各分野において取り組むべき15のマテリアリティを特定しました。2020年度は、環境問題の深刻化や新型コロナウイルス感染拡大による社会情勢の変化への対応を踏まえ、マテリアリティの見直しを進めています。



※ **E**: 環境 (Environment) **S**: 社会 (Social) **G**: ガバナンス (Governance)

特に重要度の高いマテリアリティにおけるリスクと機会

三菱自動車は、マテリアリティの特定に際し、認識する社会的問題を「リスク」、リスクを踏まえて当社が取り組むべき課題を「機会」と整理しました。

マテリアリティ	リスク	機会	SDGsへの貢献
気候変動・エネルギー問題への対応	<ul style="list-style-type: none"> 地球温暖化対応への企業責任の増大 消費者の環境製品購買への志向拡大 人命・経済に甚大な影響を与える世界的な気象災害の増加 	<ul style="list-style-type: none"> CO₂排出量を低減した商品のラインアップ強化による販売拡大 再生可能エネルギーの積極的導入など、調達～生産～販売に亘るCO₂排出量低減による環境貢献 気象災害時の電力供給などに貢献できる電動車の販売拡大 	 
道路交通事故の削減に寄与する製品の提供	<ul style="list-style-type: none"> 高齢ドライバーによる道路交通事故の社会問題化 新興国の自動車保有急増による死亡事故の増加 	<ul style="list-style-type: none"> 予防安全技術の開発・普及による販売拡大 衝突安全(ドライバー/同乗者・被害者)性能による競争力の強化 	
製品品質、セールス・サービス品質の向上	<ul style="list-style-type: none"> 安全・安心な製品購買への消費者志向の拡大 自動車ライフサイクルを通じての顧客ニーズの多様化 	<ul style="list-style-type: none"> 高品質な製品の提供による顧客満足度の向上 不具合発生時の迅速な対応による信頼の獲得 販売店スタッフの顧客対応力強化によるロイヤリティの向上 	
事業を通じた地球経済への貢献	<ul style="list-style-type: none"> 先進国企業の新興国への進出による企業間競争の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> アセアン地域における事業強化による地域社会の繁栄 アセアン地域のステークホルダーからの信頼向上への取り組みによる事業機会の拡大 	  
働き方改革	<ul style="list-style-type: none"> 過重労働による心身の病の社会問題化 少子高齢化による労働人口の減少と困難になる優秀な人材の確保 	<ul style="list-style-type: none"> 労働環境の革新による労働生産性の向上と総労働時間の短縮 育児、介護、通院などを理由とする離職率の減少 多様な働き方の提供による優秀な人材の確保 	  
コーポレート・ガバナンス、コンプライアンス	<ul style="list-style-type: none"> 企業の不正行為の社会問題化 サイバー攻撃などの情報漏洩事故の増大、深刻化 	<ul style="list-style-type: none"> 強固なガバナンス体制の確立による健全かつ透明性の確保 コンプライアンス体制・社員教育強化による社会からの信頼の獲得 リスクマネジメント強化による事業安全性の確保 	 