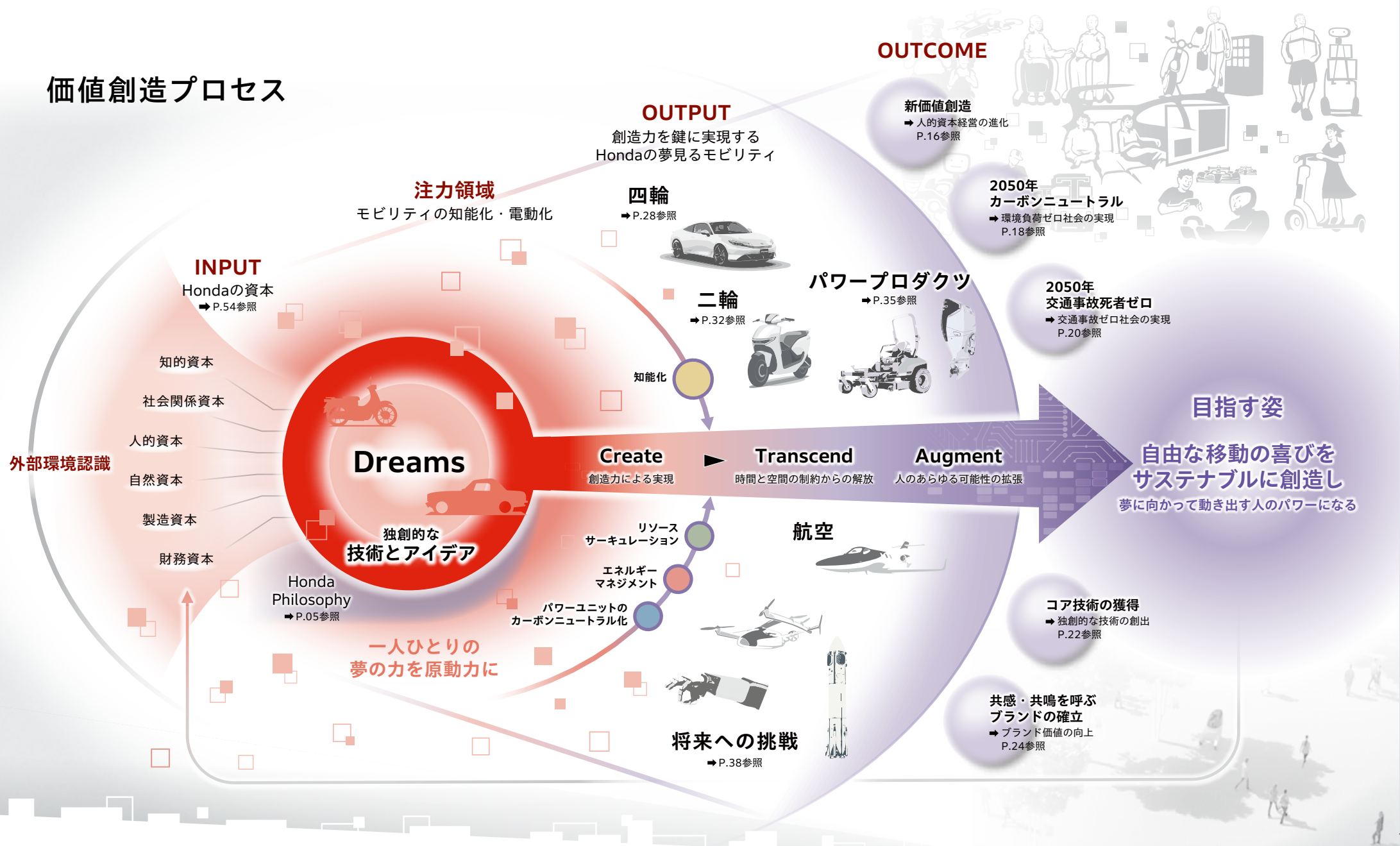


価値創造プロセス



Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
価値創造プロセス
マテリアリティと 経営管理指標策定の考え方
人的資本経営の進化
環境負荷ゼロ社会の実現
交通事故ゼロ社会の実現
独創的な技術の創出
ブランド価値の向上
重要テーマの目標と進捗状況
事業戦略
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

マテリアリティと経営管理指標策定の考え方

私たちは自由な移動の喜びをサステナブルに提供していくために、全社で重点的に取り組むべき課題と目標を明確に定め、Hondaで働く一人ひとりがそれを道標として、同じ方向に向かって全力で進んでいく必要があります。

この観点から、グローバルブランドスローガン再定義を通して明確化した私たちの「目指す姿」や「提供価値」、およびHondaを取り巻く環境変化などを踏まえ、今後優先的に取り組む領域を「重要テーマ」として定め、さらに各重要テーマにおいて特に注力していくべき課題を「マテリアリティ」として定義しています。加えて、それに紐付く指標と目標を整理することで、施策の実効性とスピードのさらなる向上を図っていきます。

「重要テーマ」の特定にあたっては、まず持続可能性の観点から網羅的に抽出した社会課題を、Hondaの目指す方向性に照らし、優

先順位付けを行いました。その結果、モビリティカンパニーとしての責務である「環境」と「安全」に加え、Hondaの成長の原動力である「人」と「技術」、そしてこれら全ての企業活動の総和ともいえる「ブランド」の5つを重要テーマとして決定しています。これら非財務領域の取り組みを財務戦略・資源配分と連動させることで、社会的価値と経済的価値の創出につなげていきます。

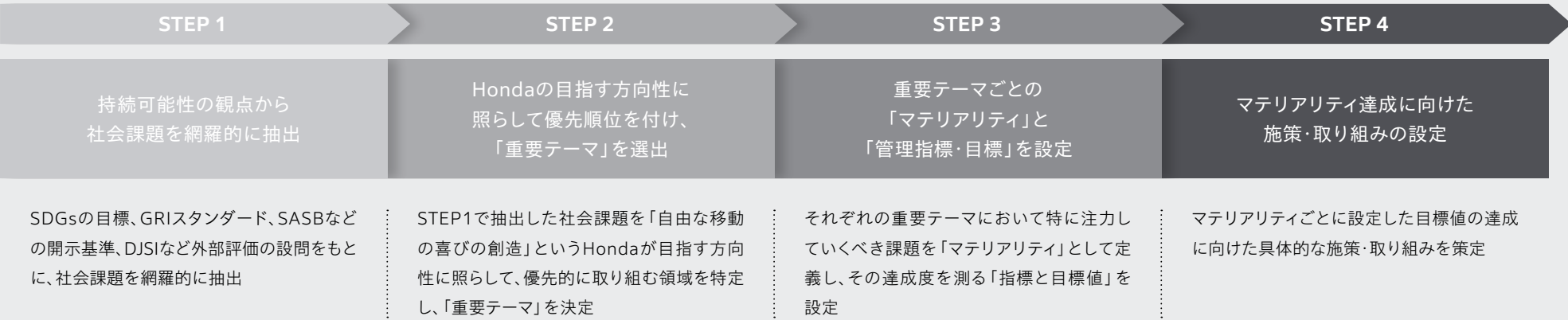
各テーマにおいて特に注力していくべき課題である「マテリアリティ」には、その達成度を測る定量的な管理指標と目標値を設定しています。管理指標として各重要テーマが達成された状態を測定するKGIと、KGIの達成に向けた施策の進捗を測定するKPIを設定し、目標値と併せて、事業・地域・機能といった各領域の戦略や活動に反映しています。

重要テーマやマテリアリティは、外部環境の変化や事業の状況を

踏まえ、定期的に見直しを行い、経営会議での十分な議論を経て、取締役会の承認を得ています。また変化が激しい事業環境下では、マテリアリティに基づく管理指標・目標とそれに連なる施策のモニタリングも極めて重要であり、経営会議で定期的な進捗管理を行うとともに、その結果や施策についても、取締役会へ報告し適切な監督を受ける体制としています。

Hondaは、今後も「目指す姿」と「提供価値」を実現するため、不確実性の高い事業環境下においても中長期的な視点に立った戦略策定と資源配分の軸をぶらすことなく、長期の目標達成を目指すと同時に、足元の環境変化に機動的かつ柔軟に対応できる経営を実現していきます。

マテリアリティ特定プロセス



Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

価値創造プロセス

マテリアリティと経営管理指標策定の考え方

人的資本経営の進化

環境負荷ゼロ社会の実現

交通事故ゼロ社会の実現

独創的な技術の創出

ブランド価値の向上

重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ



人的資本経営の進化

マテリアリティ

- 従業員の内発的動機の喚起と多様な個の融合
- 将来の競争力を支える人と組織基盤強化

戦略の概要

目指す姿

目指す姿である「自由な移動の喜びをサステナブルに創造し、夢に向かって動き出す人のパワーになる」ことを目指し、事業戦略の到達点からバックキャストして、将来必要となる最適な人材ポートフォリオを形成。

考え方とアプローチ

Hondaフィロソフィーの「人間尊重」とグローバルブランドスローガンを基盤とし、夢の力とスピードを原動力に「チャレンジ・融合・成長」のサイクルを高速で回し、個と組織の変革を進める。

主要施策

1 価値創出行動を促す人マネジメントの進化と組織活性化

- 行動要件「Honda 6ACTIONS for Change」の設定
- 社内公募制度の拡大
- エンゲージメント向上活動の推進

2 多様な個が融合し活躍できる組織風土の醸成

- インクルージョンスコアによる組織状態の可視化
- キャリアコーチングとキャリア研修の実施
- 女性活躍推進

3 将来の価値創出を支える人的資本投資

- GLP(グローバルリーダーシッププログラム)の実施
- 産学連携したAI開発や人材育成
- GenAIエキスパート制度の拡大

経営管理指標

KGI

- 従業員エンゲージメントスコア
(肯定回答率)

KPI

- インクルージョンスコア
- 女性管理職数比率(2021年3月期比)
- 人的資本投資額

これまでの主な成果

1 価値創出行動を促す人マネジメントの進化と組織活性化

- 行動要件「Honda 6ACTIONS for Change」を設定し、これまでの考え方・やり方に固執することなく、一人ひとりの考えをぶつけ合い相互主観性を発揮することで、フィロソフィーを体現し続けていく行動の意識付けを全社に展開。
- 新たな領域へのチャレンジを希望する従業員向けに、社内公募制度の対象をキャリア採用の募集枠まで拡大。
- 従業員との対話をグローバルで強化。一例として欧州・アフリカ中東地域においては、従業員との対話強化に加え地域オリジナルのエンゲージメント向上活動を推進。

2 多様な個が融合し活躍できる組織風土の醸成

- グローバルで独自目標「インクルージョンスコア」を設定。[多様性受容度][組織内での帰属意識・個の発揮][心理的安全性]のスコアを基に、多様な個が受容され、自分らしさを発揮できる職場であるかモニタリングを実施。
- 自律的なキャリア支援を目的にオンラインコーチングとキャリア研修を展開、2025年度で延べ約3,000名に実施。
- 将来的に女性管理職として活躍が期待される層に対するポジティブアクション(メンター制度・マネジメント研修)を展開。

3 将来の価値創出を支える人的資本投資

- グローバルでの人材育成を目的とした階層別研修「GLP(グローバルリーダーシッププログラム)」を2013年から延べ1,033名に実施。また、経営層による「グローバルタレントボード」を通じ、国籍や性別不問の戦略的な任用を推進、後継者管理にはグローバルで共通のシステムを導入し、育成から任用までのサイクルを強化。
- 慶應義塾大学、大阪大学と連携し、高度AI人材育成と最先端AI技術開発を目的とした産学連携プロジェクト「BRIDGE」を開始。
- 「Gen-AIエキスパート制度」による専門性に応じた手当支給とともに、対象者の拡大と進化のための育成と制度のさらなる強化、全社のAI教育についても階層別教育等を実施し全体の強化施策も推進。
- 米国オハイオ州立大学と連携し、学生に実践的な課題解決の場を提供、即戦力人材の獲得と育成を両立。

Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

価値創造プロセス
マテリアリティと
経営管理指標策定の考え方

● 人的資本経営の進化
環境負荷ゼロ社会の実現
交通事故ゼロ社会の実現
独創的な技術の創出
ブランド価値の向上
重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ

LINK

- 📖 「人的資本経営の進化」の別冊
- 📖 Honda ESG Report 2026 社会
- 📖 人的資本経営 webサイト
- 📖 高度AI人材育成および最先端AI技術開発に向けた産学連携を開始



企業価値向上と企業変革を支える人的資本経営の進化

Hondaのフィロソフィーと変わらぬ“人への考え方”

Hondaフィロソフィーの基本理念には、「人間尊重」があり、「人間尊重」とは、自立した個性を尊重し合い、平等な関係に立ち、信頼し、それぞれが持てる力を尽くすことで、ともに喜びを分かち合うという考え方です。Hondaはこの理念のもと、一人ひとりの意欲や能力を高め、持てる力を発揮できる環境づくりに取り組み、ボトムアップ文化が育まれてきました。そして、夢や志を持った一人ひとりが、自ら考え、挑戦し、新たな発想や技術を形にしてきたからこそ、今日

のHondaがあります。

現在、Hondaを取り巻く事業環境は大きく変化しています。企業として変革が求められる中、その変革を実現するの人もです。だからこそHondaは、厳しい環境下においても人的資本投資を維持・継続していきます。一人ひとりの成長や挑戦を支え、多様な個が力を発揮できる環境を整え続けることが、未来のHondaをつくることにつながると考えているからです。夢を原動力に挑戦する多様な個が輝き続けられるHondaであるために、人と組織への投資を続けていきます。

Hondaの人的資本経営

Hondaの人的資本経営は、全社方針の実現に向けて、Hondaフィロソフィーをベースに、一人ひとりの夢を起点としながら、チャレンジ・融合・成長のサイクルを通じて人と組織の変革を推進します。その実現のために、二つの人材マテリアリティと経営管理指標(KGI、KPI)を設定しています。本年度、人材マテリアリティと経営管理指標

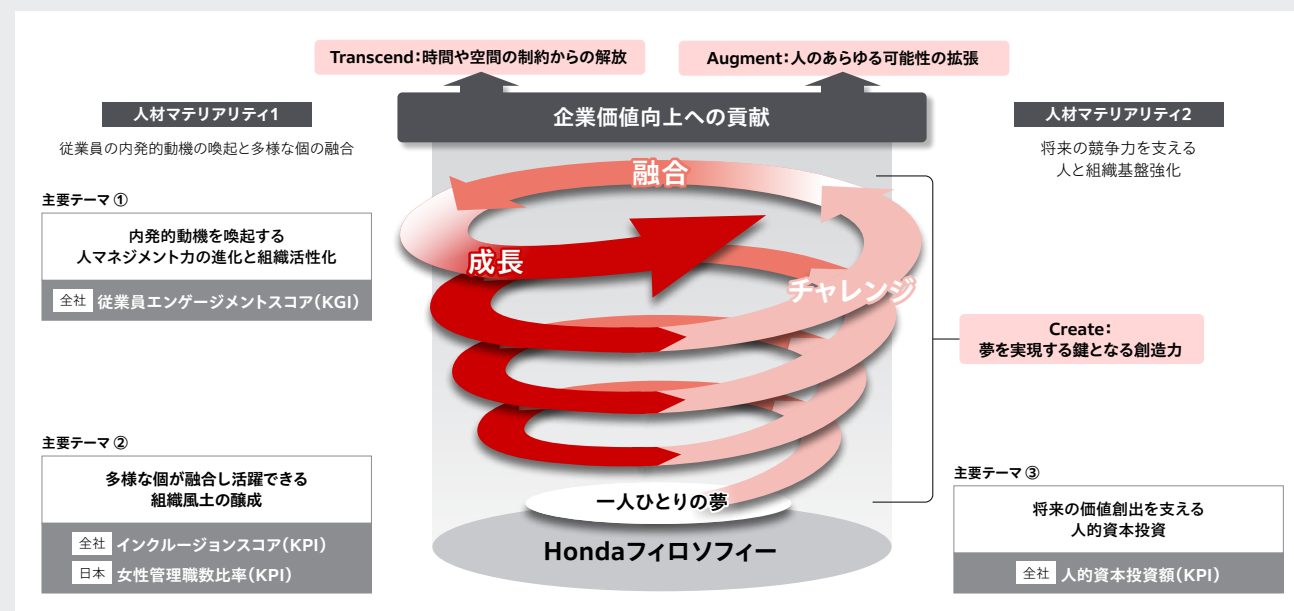
の一部を見直し、Honda独自指標である従業員エンゲージメントについては、お客様価値創出とのつながりをより明確にするとともに、人的資本投資額については、注力領域に限定せず全ての従業員が企業価値向上を目指す観点から、全社を対象とした指標へ位置付けを変更しました。これらを通じて、一人ひとりの創造力を最大限発揮できる環境を整え、事業変革と企業価値の向上に貢献していきます。

人的資本経営のさらなる進化に向けた方向性

Hondaの人的資本経営の強みは、Hondaフィロソフィーをベースとする「個の高い内発的動機(チャレンジ)」と、それを相互に発揮し合い、組織の力へと変えていく風土です。従業員一人ひとりの挑戦を尊重し、自発的な行動を組織の力へとつなげる風土は、Hondaならではの競争力を生み出しています。

こうした風土は、人材育成やイノベーションの創出など、さまざまな場面でHondaらしい価値創出を支えています。2013年からグローバルで展開しているリーダー育成プログラムでは、自ら成長に挑戦する人材を後押しし、中長期的な視点でHondaフィロソフィーを体現できる次世代リーダー・後継者の育成・輩出を進めています。また近年では、現場の有志コミュニティから生まれた生成AIの取り組みが全社のAI人事制度へと発展するなど、自律的な挑戦が新たな価値創出へ広がる動きも生まれています。

一方で、事業規模の拡大や社内外環境の複雑化に伴い、こうした挑戦やボトムアップの文化を発揮しにくい場面も生じています。Hondaはこうした課題を踏まえ、「Honda 6ACTIONS for Change」をはじめとする全社的な取り組みを通じて組織文化を進化させ、Hondaらしい強みをさらに高めながら一人ひとりの生産性を高めていくことで、お客様と社会へ持続的に価値をお届けすることにつなげていきます。



Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

価値創造プロセス

マテリアリティと

経営管理指標策定の考え方

● 人的資本経営の進化

環境負荷ゼロ社会の実現

交通事故ゼロ社会の実現

独創的な技術の創出

ブランド価値の向上

重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ



環境負荷ゼロ社会の実現

マテリアリティ

- 気候変動問題への対応
- 資源の効率利用
- エネルギー問題への対応
- 生物多様性の保全

戦略の概要

目指す姿

自由な移動の喜びをサステナブルに提供し続けていくために、環境負荷ゼロ社会の実現を掲げ、その実現に向け、環境負荷を網羅的に低減することが必要であることから、「気候変動問題への対応」「エネルギー問題への対応」「資源の効率利用」「生物多様性の保全」の4つをマテリアリティとして設定。

考え方とアプローチ

- 2050年のカーボンニュートラル達成に向け、「気候変動問題への対応」と「エネルギー問題への対応」を優先的な実行施策とし、将来に向けた仕込みが必要な「資源の効率利用」と「生物多様性の保全」を「長期的な負荷低減施策」と位置付け、段階的に取り組む方針。
- 「カーボンニュートラル」「クリーンエネルギー」「リソースサーキュレーション」を統合したコンセプト「Triple Action to ZERO」を推進。この取り組みは、国際的な要請が高まる生物多様性の保全を含む自然共生にもつながるものであり、推進にあたっては「自然に根ざした解決策」※も考慮。

※ 自然生態系を保全・再生しながら社会課題への対応を進める取り組み(Nature-based Solutions(NbS))

主要施策

- 1 カーボンニュートラル工場化の拡大
- 2 製品の環境性能向上
- 3 取水量の最小化に向けた取り組み
- 4 廃棄物削減と3R(リデュース、リユース、リサイクル)取り組みの全社展開
- 5 製品の水平リサイクル実現

経営管理指標

KGI

- 企業活動CO₂排出総量削減率(2020年3月期比)
- 製品CO₂総量
- 工業用取水量削減率(2020年3月期比)
- 工業系廃棄物削減率(焼却・埋立処理)(2020年3月期比)

KPI

- 製品CO₂排出原単位削減率(2020年3月期比)
- 再生材・バイオマス材使用率

これまでの主な成果

- 埼玉製作所 完成車工場では、塗装工程の廃熱回収や乾燥設備などのガス燃焼設備の電化などを推進し、2026年3月期にHonda初となる実質的なCO₂排出ゼロ※を実現。
※削減困難な残存排出量に対し、信頼性の高いカーボンクレジットによるオフセットを実施
- CO₂排出削減のため、グローバルで太陽光・風力発電など再生可能エネルギーの活用を拡大。
敷地内の建屋や駐車場、調整池などに太陽光パネル設備を導入。国内では、バーチャルPPAを締結し2025年12月発電月より、非化石証書を取得。
- CO₂排出削減に最も有効な手段である電動製品の普及・拡大に加え、四輪車のICE(内燃機関)やHEVの排ガス・燃費向上、二輪車の燃費向上やカーボンニュートラル/バイオ燃料技術の研究など、環境性能向上。
- 排水リサイクルの高度化や節水技術の導入など、地域の水事情を踏まえた施策を実施。
インドのタップカラ工場では、排水の全量回収・処理により、排水リサイクル率100%を実質的に達成。
2025年からはブラジルのマナウス工場においても、排水リサイクルシステムを導入。
- 廃棄物などの発生量最小化を目指して、生産工程における端材の削減や各リサイクル施策を実施。
製造工程での歩留まりの向上による発生量の削減、素材・材料のリサイクル施策の実施。
- 「資源の効率利用」として、2024年よりポリプロピレン製のプレコンシューマーリサイクル材※の適用を開始。
2025年販売の「CB1000F」「CB1000GT(欧州販売モデル)」へ展開。2026年3月より、埼玉製作所 完成車工場では、アルミ板の水平リサイクルを開始し、「PRELUDE」のアルミ製ボンネットフードに採用。
※ 自動車や家電などの製造や成形過程において発生する、端材由来のリサイクル材
- 埼玉製作所 完成車工場では、工場敷地内にビオトープを設置。生物多様性を考慮した自然環境の維持や絶滅危惧種の保全を行い、2024年9月に「自然共生サイト」として認定。



埼玉製作所 完成車工場
カーボンニュートラル工場化



タップカラ工場(インド)の
排水リサイクルシステム



アルミ製
ボンネットフード

PRELUDE

Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

- 価値創造プロセス
- マテリアリティと
経営管理指標策定の考え方
- 人的資本経営の進化
- 環境負荷ゼロ社会の実現
- 交通事故ゼロ社会の実現
- 独創的な技術の創出
- ブランド価値の向上
- 重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ

LINK

- 📄 Honda ESG Report 2026 環境
- 📄 環境への取り組み
- 📄 環境ニュースHot!Eyes



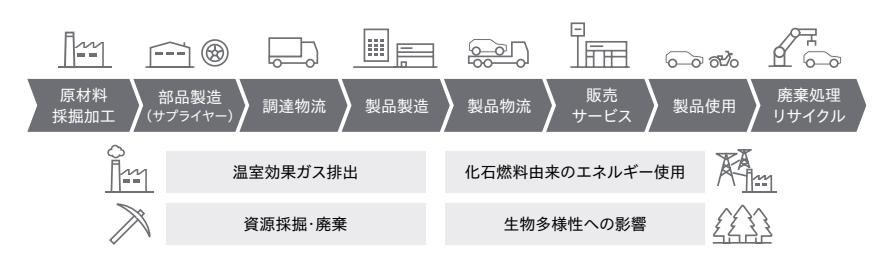
環境負荷ゼロ社会の実現に向け、変化に柔軟に対応しながら取り組みを続ける

Hondaが最終的に目指すのは、「環境負荷ゼロ社会」の実現です。その実現に向けて、2050年カーボンニュートラルを重要なマイルストーンと位置付けています。市場環境や政策、技術の変化に柔軟に対応しながら、製品と企業活動のライフサイクル全体を通じて、環境負荷を低減していく取り組みを進めています。

目指す姿

Hondaが目指すのは、製品と企業活動のライフサイクル全体を通じて環境負荷を低減し、「環境負荷ゼロ社会」を実現することです。Hondaは全ての企業活動において環境負荷があることを認識しています。課題達成のためには企業活動を製品ライフサイクルに合わせた各工程に分けて、それぞれの環境負荷を考えることが重要です。Hondaが認識する主な環境負荷として、「温室効果ガス排出」・「化石燃料由来のエネルギー使用」・大量の「資源採掘・廃棄」、そして「生物多様性への影響」を設定しました。

製品ライフサイクルにおける主な環境負荷



Hondaは、持続可能な企業活動を目指し、それぞれが連鎖している環境負荷を網羅的に低減する取り組みに向けて、全社の重要テーマの一つを「環境負荷ゼロ社会の実現」と設定し、環境負荷への対応を4つのマテリアリティとして定めています。

Triple Action to ZEROを軸に、環境負荷を総合的に低減

「環境負荷ゼロ社会の実現」に向けて、2050年の二酸化炭素排出量実質ゼロ、カーボンフリーエネルギー活用率100%、サステナブルマテリアル使用率100%を目指す姿として、「カーボンニュートラル」「クリーンエネルギー」「リソースサーキュレーション」、この3つを1つのコンセプトにまとめた「Triple Action to ZERO」を中心にし、取り組んでいます。

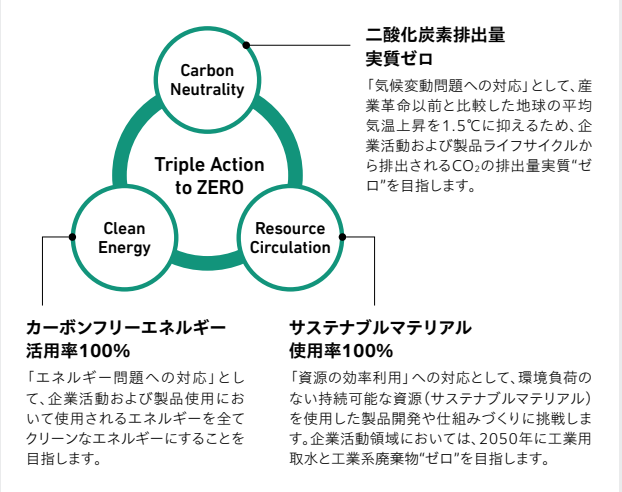
「Triple Action to ZERO」の3つの取り組みは密接に関連しており、それぞれの連鎖を考慮してシナジー効果の最大化を目指していきます。また「Triple Action to ZERO」の取り組みは、国際的な要求が高まっている、生物多様性の保全を含む自然共生にもつながると考えています。その推進においては“自然に根ざした解決策”※1も考慮していきます。

目標達成に向けた重点的な取り組み

Hondaはパリ協定※2を支持し、環境負荷ゼロ社会の実現に向けて、2050年に「Hondaの関わる全ての製品と企業活動全体を通じてカーボンニュートラルを実現する」ことを目指しています。

環境領域の4つのマテリアリティのうち、カーボンニュートラルに向けて「気候変動問題への対応」と「エネルギー問題への対応」について優先度を上げて取り組んでいます。優先的な実行施策として製品使用のCO₂排出削減と企業活動のCO₂排出削減を主要施策とし、より具体的な施策に細分化して取り組んでいます。具体的には、各事業領域の個別の製

Triple Action to ZERO



品群についてのCO₂排出や各々の製品工場や製造設備のCO₂排出を積み上げ、製品・工場ごとのCO₂排出削減量の把握につなげています。Hondaは、地域ごとの市場環境、需要動向を見極めながら、EV、HEV、カーボンニュートラル燃料、カーボンオフセット技術などを組み合わせ合わせた多角的なアプローチを加速させます。

マテリアリティ「資源の効率利用」に紐付く、長期的な負荷低減施策については、Hondaとして既存の枠組みを超えた新たな取り組みが必要となる施策もあります。現在は、製品ライフサイクルにおける資源の採掘（上流）から廃棄（下流）工程における将来のCO₂排出削減への準備の段階にあり、これらの取り組みは、マテリアリティ「生物多様性の保全」など自然への影響を考慮しながら進めていくことも重要と認識しています。Hondaは「2050年カーボンニュートラル」に向けた取り組みのみならず、「環境負荷ゼロ社会の実現」のために長期的な視点を持って将来への取り組みを継続していきます。

※1 自然生態系を保全・再生しながら社会課題への対応を進める取り組み（Nature-based Solutions（NbS））
※2 パリ協定では、世界共通の長期目標として、産業革命前からの平均気温の上昇を2℃より十分下方に保持し、1.5℃に抑える努力を追求することが目的とされている

Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

- 価値創造プロセス
- マテリアリティと経営管理指標策定の考え方
- 人的資本経営の進化
- 環境負荷ゼロ社会の実現
 - 交通事故ゼロ社会の実現
 - 独創的な技術の創出
 - ブランド価値の向上
 - 重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ



交通事故ゼロ社会の実現

マテリアリティ

- 人の意思をとらえ補完・拡張する技術の開発
- 安全教育・啓発活動
- 交通エコシステムの構築

戦略の概要

目指す姿

自由な移動の喜びをサステナブルに提供し続けていくために「Safety for Everyone」のグローバル安全スローガンのもと「事故に遭わない社会」の実現を目指す。その実現に向けて、2050年に全世界でHondaの二輪車・四輪車が関与する交通事故^{※1}死者ゼロを目標とし、2030年に交通事故死者半減^{※2}をマイルストーンとして設定。

考え方とアプローチ

「Honda 安全3つの要素」である、モビリティの性能(技術開発)、人の能力(啓発活動)、交通エコシステム(協働、システム／サービス開発)をそれぞれ進化させ相互に連携させることで、さまざまな要因により引き起こされる事故に対応。

主要施策

- 2030年に向けて
- 1 先進安全装備の普及拡大・機能進化 <モビリティの性能>
 - 2 世界各地でインストラクターの育成を強化 <人の能力>
 - 3 教育品質の向上とグローバル標準の確立 <人の能力>
 - 4 国際機関との連携による交通安全政策支援
(Hondaの見解・実践的なノウハウの提供)<交通エコシステム>
- 2050年に向けて
- 5 安全・安心ネットワーク技術の開発・社会実装・標準化<交通エコシステム>

※1 Hondaの二輪車・四輪車が関与する交通事故: Hondaの二輪車・四輪車に乗車中に発生した交通事故(歩行者、自転車などの他者との衝突を含む)。ただし、故意による悪質な交通ルール違反や、飲酒・薬物などの使用により自ら正常な運転能力を欠いた状態での事案は除外する

※2 2020年比で2030年に全世界でHondaの二輪車・四輪車が関与する1万台当たりの交通事故死者数を半減

経営管理指標

KGI

- 日米四輪関与事故死者数

KPI

- 先進安全装備適用率
 - ・ 二輪(新興国)^{※3} 先進ブレーキ ABS/CBS
 - ・ 四輪(先進国)^{※4} Honda SENSING360
 - ・ 四輪(新興国)^{※5} Honda SENSING

※3 代表測定国: インド、インドネシア、ベトナム、タイ、ブラジル

※4 日本、米国、中国、欧州

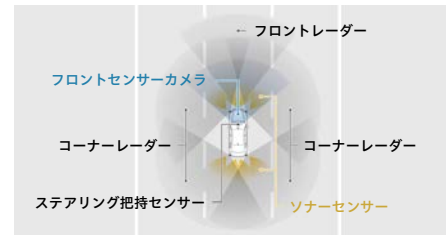
※5 代表測定国: インド、インドネシア、マレーシア、タイ、ブラジル

これまでの主な成果

- 世界43の国と地域において、子どもから高齢者までを対象とした交通安全教育プログラムを展開し年間約460万人が受講。
- Uberのデリバリーライダー向けインタラクティブ動画教材を監修し、世界21カ国で配信。約50万人のデリバリーライダーに閲覧・視聴され、安全運転意識の向上に貢献。
- Honda独自の次世代ドライバー教育・試験プラットフォーム「Intelligent Driving Circuit(IDC)」のシンガポールの自動車教習所への導入に向けた取り組みを推進。交通安全教育の質の標準化と深刻化する指導員不足という社会課題に対する新たなアプローチの確立を図る。
- 自動車メーカーとして初めて国連交通安全基金(UNRSF)とパートナーシップを締結。交通事故の実態把握や要因分析、関連法規・制度の整備や執行強化に関する提言を行うなど各国の交通安全政策を支援。
- 内閣府が主導する戦略的イノベーション創造プログラム(SIP)第3期に参画。通信技術を通じた交通参加者間でリスク情報を共有し事故を未然に防ぐ「安全・安心ネットワーク技術」の社会実装を見据えた実証実験を茨城県つくば市で実施。スマートフォンを活用した交通参加者間の情報共有により事故の未然防止を支援する技術について公道の環境における有効性を確認。
- 多数のHonda四輪車が日本や米国、アジアなど各地域の第三者評価において最高ランクの安全性能評価を獲得していることに加え、FIA(国際自動車連盟)が定める企業・団体の交通安全への取り組み評価指標「FIA Road Safety Index」の製品・サービスの安全関連評価において、世界で初めて最高ランク「5スター」を獲得。



交通安全教育プログラムの実施国・地域



Honda SENSING360 システム構成

Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

- 価値創造プロセス
- マテリアリティと経営管理指標策定の考え方
- 人的資本経営の進化
- 環境負荷ゼロ社会の実現
- 交通事故ゼロ社会の実現
 - 独創的な技術の創出
 - ブランド価値の向上
 - 重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ

LINK

- 📄 Honda ESG Report 2026 安全
- 📄 安全への取り組み
- 📄 トピックス 交通事故死者低減に向けて、国連交通安全基金とパートナーシップを締結
- 📄 トピックス 企業・団体の交通安全への取り組み 評価指標「FIA Road Safety Index」において、世界初となる最高ランクの「5スター」を獲得

人の能力・モビリティの性能・交通エコシステムを連携・進化させ、交通事故死者ゼロを目指す

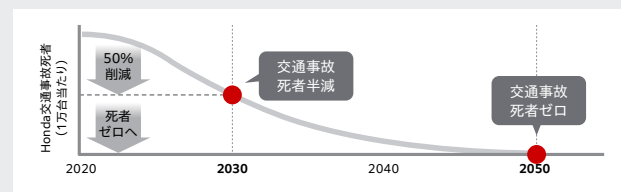
Hondaは、2050年に全世界でHondaの二輪車・四輪車が関与する交通事故死者ゼロを目指し、2030年には、交通事故死者数の半減をマイルストーンと位置付けています。「Safety for Everyone」のスローガンのもと、クルマやバイクに乗っている人だけでなく、道を使うだれもが安全でいられる「事故に遭わない社会」への取り組みを進めています。

目指す姿

Hondaは、2050年に全世界で、Hondaの二輪車・四輪車が関与する交通事故^{※1}死者ゼロを目指します。また、そのマイルストーンとして2030年に全世界でHondaの二輪車・四輪車が関与する交通事故死者半減^{※2}を目指します。これらは、新車だけでなく、登録・届出された全てのHondaの二輪車・四輪車が対象となります。

Hondaは、非財務領域の重要テーマの一つとして「交通事故ゼロ社会の実現」を掲げており、これらの状況を把握するための管理指標(KGI)として「日米四輪車関与事故死者数」(日本と米国にお

Honda 安全目標 2050年交通事故死者ゼロに向けたシナリオ



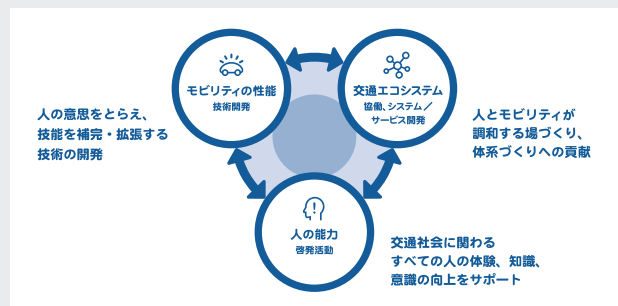
る、Honda四輪車が関与する交通事故死者数)を定め、目標値(非開示)の達成に向けて取り組みを推進しています。

KGIの対象地域を日本・米国に限定しているのは、両国以外ではメーカー別の交通事故データの蓄積が十分でないためです。四輪車に限定している理由は、一部タイプの二輪車に関するデータが不足していることによります。ただし、安全への取り組みは日本や米国の四輪車に限定されるものではなく、社内では各国のHonda二輪車・四輪車の関与事故死者数も推計し、施策を推進しています。同時に交通事故死者数を含む精度の高いデータは対策を検討する際の必要不可欠な情報となるため、この情報把握を大きな課題として認識しており、国際機関および各国機関、また業界関係者へその重要性を伝え、対応にあたっての働きかけをしています。

「Honda 安全3つの要素」を連携・進化させることで事故に対応

Hondaは、「人の能力(啓発活動)」、「モビリティの性能(技術開発)」、「交通エコシステム(協働、システム／サービス開発)」(以下、「Honda 安全3つの要素」)をそれぞれ進化させ、組み合わせることでさまざまな要因により引き起こされる事故に対応しています。これらは、一つの事故シーンに対し、さまざまな領域の技術や活動をもって安全対策を冗長化するものであり、昨今、国連が各国に推奨している「Safe System Approach」と同様の考え方です。なお、この安全3

Honda 安全3つの要素



つの要素は取り組むべきマテリアリティとして設定されています。

目標達成に向けた重点的な取り組み

2030年に向けた重要課題は、新興国における二輪車関与の死亡事故削減です。この課題に対応するため、「人の能力(啓発活動)」においては、インストラクターの養成や交通教育センター^{※3}での企業向けの研修、個人向けのスクールを積極的に展開します。「モビリティの性能(技術開発)」においては、二輪車では、ABSやCBS^{※4}などの先進ブレーキシステム、視認性・被視認性を高める灯火器の採用を拡大します。四輪車では、新興国で二輪検知機能付「Honda SENSING」を、また、先進国で「Honda SENSING 360」をはじめとする先進運転支援システム(ADAS)の普及や機能進化を地域の実情に合わせて推し進めます。

「交通エコシステム(協働、システム／サービス開発)」においては、交通安全に関する国連などの国際的な機関との連携を強化しています。Hondaの長年の安全活動から培われた知見やノウハウを、こうした機関を通じて、新興国を中心とした各国へ提供することで制度改革、啓発、インフラ整備などの安全政策を支援します。

2050年に向けた大きな課題として、歩行者、自転車の利用者、二輪車のライダーなどの交通弱者の死亡事故を削減する必要があります。この課題に対応するため、「交通エコシステム(協働、システム／サービス開発)」の取り組みを加速させます。

具体的には、「安全・安心ネットワーク技術」の研究開発と、社会実装に向けた技術の標準化を推し進めます。

安全・安心ネットワーク技術は、通信を介した情報提供により、事故リスクが生じる前に各交通参加者が自ら備え、対処できるよう支援する技術です。

- ※1 Hondaの二輪車・四輪車が関与する交通事故: Hondaの二輪車・四輪車に乗車中に発生した交通事故(歩行者、自転車などの他者との衝突を含む)。ただし、故意による悪質な交通ルール違反や、飲酒・薬物などの使用により自ら正常な運転能力を欠いた状態での事業は除外する
- ※2 2020年比で2030年に全世界でHondaの二輪車・四輪車が関与する1万台当たりの交通事故死者数を半減
- ※3 交通教育センター: 交通安全に関する社内内外の指導者養成や、企業・学校・個人のお客様に安全運転教育を行うHondaの施設
- ※4 Combined Braking System(コンバインドブレーキシステム)の略

Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

価値創造プロセス
マテリアリティと
経営管理指標策定の考え方
人的資本経営の進化
環境負荷ゼロ社会の実現
● 交通事故ゼロ社会の実現
独創的な技術の創出
ブランド価値の向上
重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ



独創的な技術の創出

マテリアリティ

● 注力領域における競争優位性の確立

戦略の概要

目指す姿

5年、10年先の将来価値につながる中長期的な成長と競争優位性の獲得を目指し、従来の知財活動から一歩進んだ「知的資本経営」を推進。未来社会に貢献する革新技術の創出を通じ、企業価値の向上を図る。

考え方とアプローチ

IPランドスケープとポートフォリオマネジメントの融合：

注力領域における知的資産の保有目的（自社での活用、他社への参入障壁、ライセンス収益など）を明確化した上で、IPランドスケープ（IPL：知財情報と市場・事業情報の統合分析）と、特許のポートフォリオマネジメントを組み合わせ、事業戦略や技術戦略の継続的なアップデートを図る。

競争優位性の確保：

「4つの注力領域」および「新価値技術」に関連する技術ごとにベンチマーク企業（競合）を設定し、単年度および累積の目標件数（KPI）を策定。出願件数（量）だけでなく、特許の内容（質）も詳細に分析して競争力を評価し、その結果を技術戦略部門にフィードバックすることで、戦略の精緻化サイクルを回す（図2）。

主要施策

- 1 特許ポートフォリオの転換と競争優位性の確立
- 2 IPL機能の拡張とAI活用による意思決定の高速化
- 3 ポートフォリオマネジメントによる「コア出願」の確実な権利化
- 4 AI開発支援システム（ESS/GITEN）※と知財AIプラットフォームの構築（➡P.23）

※ESS：エンジニアリングサポートシステム GITEN：Generative Insight Technical Engineering Nexus（特典）

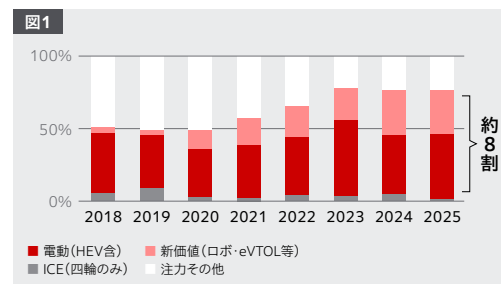
経営管理指標

KPI

- 知財創出力

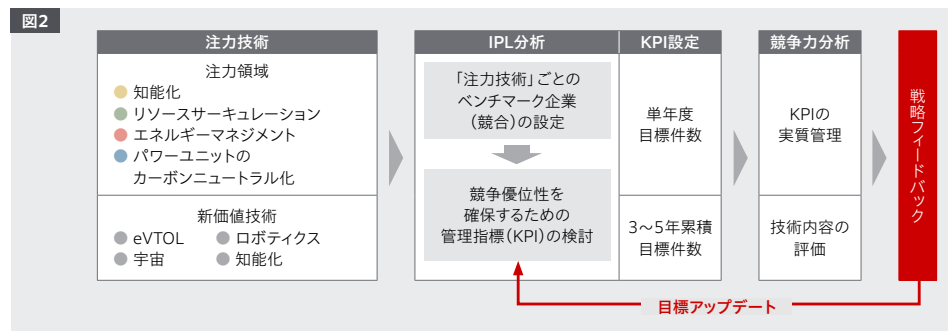
これまでの主な成果

- 特許ポートフォリオの転換と競争優位性の確立に向け、自社の特許ポートフォリオの大胆な転換を進めており、注力技術領域における電動化や新価値技術の特許出願比率を約8割まで拡大（図1）。一方、多指ハンド技術などの新領域でもIPL分析を組み込み、競争優位性の高いポートフォリオを構築。特許の保有数は約37,100件以上、出願中は14,700件以上（日本・海外、2026年3月末）となっている。



- ポートフォリオマネジメントによる「コア出願」の確実な権利化のため、出願段階から活用方針を明確に管理し、特に事業競争力の源泉となる中核技術（コア出願）を最優先課題として推進。これにより、市場での優位性確保と技術の防御力を高め、持続的な差別化を図る。
- 経営戦略部門にIPL分析人材を直接配置し、事業・技術戦略との連携を強化。
- 技術者の開発スピードを加速させる取り組みとして、特許情報や過去の開発資料を生成AIで構造化し、革新的技術の創出を支援。AI統合プラットフォームを基盤とする知財の業務DXや、多角的な分析を可能とする知財業務支援アプリを展開することで、経営層へ事業・技術戦略を提案する取り組みも合わせて推進している。（➡P.23）

競争優位性を確保するKPIの設定フロー



Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

- 価値創造プロセス
- マテリアリティと経営管理指標策定の考え方
- 人的資本経営の進化
- 環境負荷ゼロ社会の実現
- 交通事故ゼロ社会の実現
- 独創的な技術の創出
- ブランド価値の向上
- 重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ

LINK

📄 2026年3月期有価証券報告書



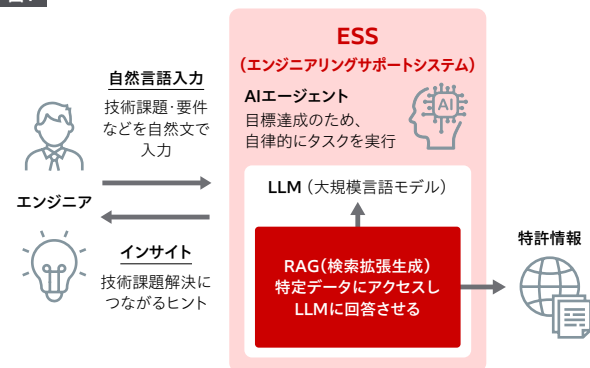
知財が開発スピードを加速する

AIプラットフォームが拓く、開発と知財の新しい協創

AI開発支援システムでインサイトを届ける エンジニアリングサポートシステム「ESS」

Hondaは将来の競争力を高めるため、開発の期間・工数・コストを半減させる「トリプルハーフ」の実現を目指しています。そのため、競合他社の技術動向や自社の技術資産を迅速に把握し、それを開発の初期段階から戦略的に活用しています。従来、知財部門が自社・他社の特許情報を分析・整理した上で開発部門へ提供していましたが、開発現場からタイムリー且つ直接に一次情報にアクセスしたい、という要望が寄せられていました。Hondaはこの要望に応えるべく、知財情報を開発現場でより使いやすい形に変換し、エンジニアの思考を拡張するAI活用の仕組みとして、エンジニアリングサポートシステム「ESS(Engineering Support System)」(図1)を

図1



構想しました。

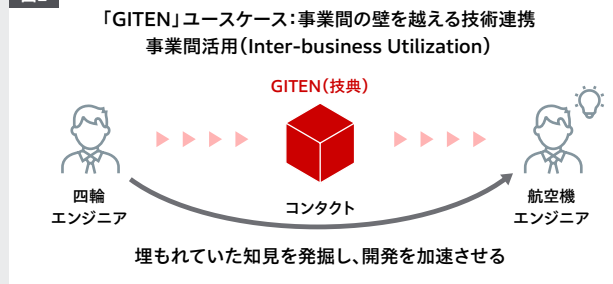
ESSは、エンジニアが特許特有の専門知識を持たなくても、自然言語で問いを入力するだけで、関連する特許情報や技術情報へ容易にアクセスできる仕組みです。

従来のキーワード検索では抽出が難しかった技術的な示唆や競合の開発動向を、生成AIとRAG技術により的確に抽出・整理します。これにより、エンジニア自らが仮説を立て、技術の方向性を検討した上で、発明創出や設計判断に生かせる環境を構築しました。

社内に眠る「知の財産」をイノベーション創出の後押しとする 独自生成AIプラットフォーム「GITEN」(技典)

ESSが特許情報を起点としてエンジニアの技術探索や意思決定を支援するのに対し、GITENは社内に蓄積された膨大な技術資産や開発知見を掘り起こす役割を担います。事業間の壁を越えた新たな技術の組み合わせ(図2)や新たな事業機会の発見につなげることで、全社的なイノベーション創出を後押しします。

図2



「知財AIプラットフォーム」を基盤としたAX※進化

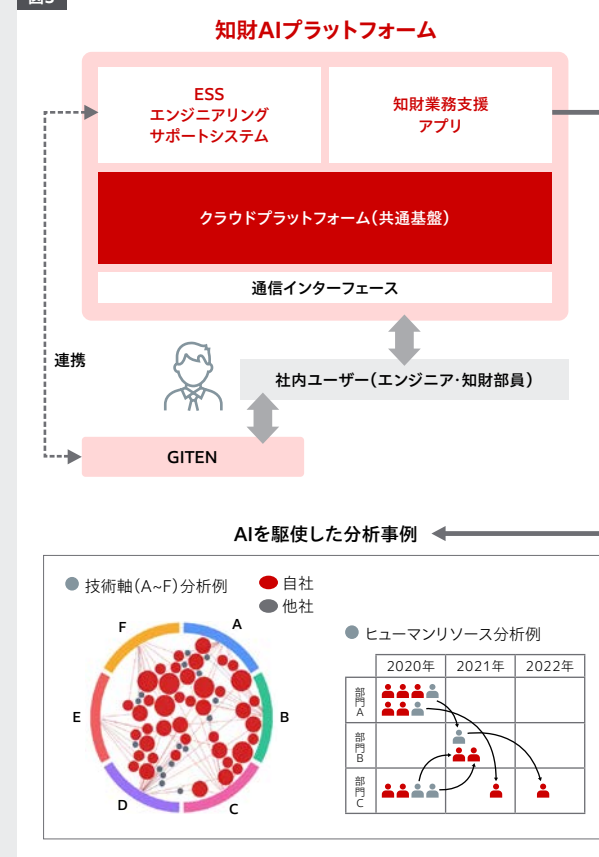
ESSを支える基盤として、クラウド環境上に「知財AIプラットフォーム」(図3)を構築し、知財データ、検索機能、および開発環境を共通基盤としています。

この基盤上で、知財業務支援アプリを展開し、発明抽出から出願・権利化を支援する知財業務のDXや、AIを駆使して大量のデータを

技術軸やヒューマンリソースなど多様な観点で短時間に分析可能とすることで、経営層への事業・技術戦略提案に活用しています。将来的にはESSとGITENの連携も視野に、特許情報と社内技術情報を組み合わせた、より高度な知的資本の活用を目指していきます。

※AIを活用して業務や事業を変革すること

図3



Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

価値創造プロセス
マテリアリティと
経営管理指標策定の考え方
人的資本経営の進化
環境負荷ゼロ社会の実現
交通事故ゼロ社会の実現
● 独創的な技術の創出
ブランド価値の向上
重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ

ブランド価値の向上

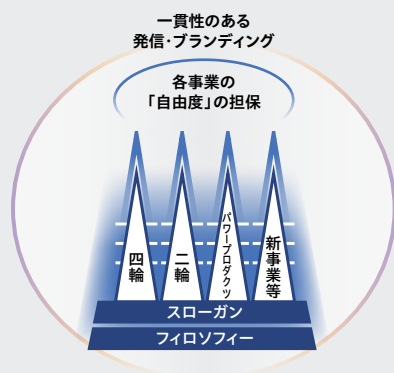
マテリアリティ

● 一貫したブランドマネジメントの強化

戦略の概要

目指す姿

総合モビリティカンパニーであるHondaの全ての企業活動の根底には、共通した「価値観や思想」が存在する。その上で地域や事業の文脈に応じた画一ではない「多様かつ多面的なブランド」の個性が「Hondaらしさ」であり未来への財産として位置付けている。グローバルブランドスローガン(GBS)をブランドマネジメントの基軸に据え、Hondaとしての「価値ある一貫性」と各事業の「自由度」による個性を融合させることで、Hondaブランド全体のさらなる価値向上を目指す。



考え方とアプローチ

経営会議直轄の体制と、グローバルでのネットワークを構築し、GBSを起点とした全社共通のブランドアセットを活用した発信・ブランディングを推進。さらにHondaが大切にしている「挑戦」を体現する多様な活動を通じて技術と人を鍛え、その知見や経験を商品・事業へ還元させる。

主要施策

- 1 「ブランドコミティ」新設による実行体制の強化
- 2 ブランドアセットの整備・拡充を通じた、「価値ある一貫性」の強化
- 3 多様な「挑戦」を通じたHondaブランド価値の向上
- 4 「挑戦」と「先進性」の象徴であるモータースポーツにおけるさらなる挑戦

経営管理指標

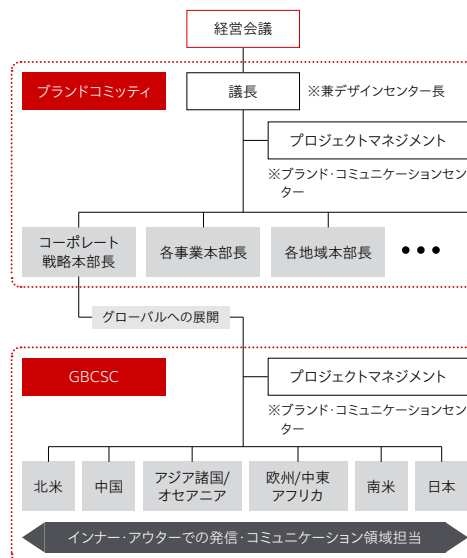
KGI

- ブランド強度(インターブランド調べ) ※従来のKPIからKGIに格上げ

これまでの主な成果

- 経営会議直下に「ブランドコミティ」を新設し、実行施策判断の迅速化と事業戦略との連携を強化。北米・中国・欧州など6極をカバーする「グローバルブランドコミュニケーションステアリングコミティ(GBCSC)」により、質と実効性の高いブランドマネジメント体制とネットワークを構築。
- 「ブランドポータル」の運営やガイドラインの整備。2025年よりグローバル企業広告シリーズを展開し、Hondaの多様性と共通する価値観・思想の一貫した発信・ブランディングを強化。
- 二輪・四輪の各種レース活動や企業スポーツ、今年で20周年を迎えた「Hondaビーチクリーン活動」などの社会貢献活動、教育活動を通じ、「挑戦」する人を後押しし、Hondaブランド価値の幅を拡大。
- 2026年より、新型パワーユニット「RA626H」を開発し、F1™に再参戦。F1™や国内SUPER GT/SUPER FORMULAなど、極限のレース活動で培われた技術や人材の知見を四輪商品に生かし、HRC仕様のモデルを幅広い車種で展開するなど、今後のスポーツモデル強化の柱として位置付ける。

ブランドマネジメントの体制



ブランドアセットの例



ブランドポータルを運営し、ガイドラインを整備。ブランド発信の一貫性を強化

企業広告シリーズで、Hondaの多様性と共通する価値観を発信

「挑戦」を後押しする多岐にわたる取り組み



公式クラブの運営や大会への協賛アスリートへのスポンサー活動

20周年を迎えた「Hondaビーチクリーン活動」

四輪レース SUPER FORMULA

二輪レース MotoGP

Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

価値創造プロセス
マテリアリティと
経営管理指標策定の考え方
人的資本経営の進化
環境負荷ゼロ社会の実現
交通事故ゼロ社会の実現
独創的な技術の創出

● ブランド価値の向上

重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ

LINK

- ☐ コーポレートブランド
- ☐ Motorsports F1
- ☐ HRCサイト
- ☐ Honda Sports Challenge
- ☐ 社会貢献活動



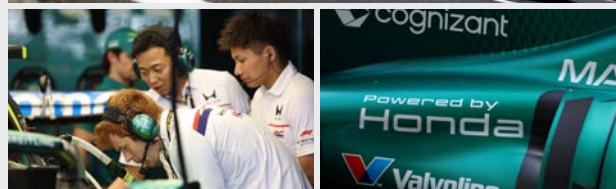
多様な「挑戦」を通じた Hondaブランド価値の向上

「挑戦」と「先進性」の象徴であるF1™をはじめとするモータースポーツへの挑戦

F1™への再挑戦

Hondaは1964年、四輪車を販売して間もない頃に世界最高峰の自動車レースであるF1™へ挑戦。数々の困難を乗り越え、成果とドラマを生み出してきました。F1™への参戦は、「世界一にこだわれ」「最も困難なものへ挑戦せよ」という創業者・本田宗一郎の精神を体現したものであり、長きにわたり大切にしてきた“挑戦”と“先進性”の象徴です。2026年よりF1™は車体とパワーユニットの両面で大きなレギュレーションの変革を遂げ、パワーユニットでは、電動出力が従来の約3倍となり、内燃機関にはサステナブル燃料の使用が義務付けられ、F1™は「速さ」と電動化をはじめとした「カーボンニュートラル」の両方に挑む次世代モータースポーツへと進化しました。

2026年シーズンでは、新たな参戦体制のもと、レースを担うHRC(Honda Racing Corporation)が新型パワーユニット「RA626H」を開発。技術で世界の頂点を目指す姿を通じて「挑戦のすばらしさ」を広く世界へ伝え、Hondaブランド価値の向上を図るとともに、極限に挑み続ける中で技術や人を鍛え、培われた人材の知見や経験を四輪商品や事業へ還元していきます。



Aston Martin Aramco Formula One™ Team

モータースポーツの活性化と事業への還元

Hondaは、F1™をはじめとしたモータースポーツの価値を多様な接点で訴求することでブランドへの共感・共鳴を創出し、ファンの拡大につなげています。



F1™ Promotion movie



F1™ Public viewing



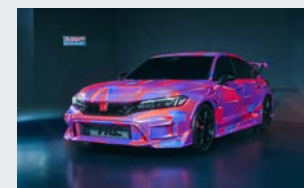
Celebrating 40 years of Acura with Lance Stroll



さらには、HRCがレース活動で積み重ねた技術やレーシングドライバーのフィードバックを生かしたHRC仕様のモデルを、広い車種ラインアップで展開し、今後のスポーツモデル強化の柱として位置付けています。2026年1月、東京オートサロンにて発表したCIVIC Type R HRC Conceptをはじめ、オンロード/オフロードのモータースポーツで培った知見や技術等を市販車へ落とし込み、お客様へお届けすることでHondaならではのスポーツ価値をお客様に提供し、信頼と技術のイメージをHonda四輪事業全体へ波及させていきます。



2026 SUPER GT参戦: Honda HRC PRELUDE-GT



CIVIC Type R HRC Concept



PRELUDE HRC Concept



HRC ORIGINALS TOKYO

Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

価値創造プロセス
マテリアリティと
経営管理指標策定の考え方
人的資本経営の進化
環境負荷ゼロ社会の実現
交通事故ゼロ社会の実現
独創的な技術の創出

● ブランド価値の向上

重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ



重要テーマの目標と進捗状況

重要テーマ	マテリアリティ	KGI／KPI※1	管理指標	区分※2	実績※3		目標値※3
					2025年3月期	2026年3月期	2031年3月期 (30年目標)
人的資本経営の進化	●従業員の内発的動機の喚起と多様な個の融合 ●将来の競争力を支える人と組織基盤強化	KGI	従業員エンゲージメントスコア (肯定回答率)	全社※4	日本:46%	全社:66%	全社:65%以上
		KPI	インクルージョンスコア	全社	3.67pt(5段階)	3.7pt(5段階)	(非開示)
			女性管理職数比率 (2021年3月期比)	日本	1.7倍	2.1倍	4.0倍
			人的資本投資額	全社	—	—	(非開示)
環境負荷ゼロ社会の実現	●気候変動問題への対応 ●エネルギー問題への対応 ●資源の効率利用 ●生物多様性の保全	KGI	企業活動CO ₂ 排出総量削減率 (2020年3月期比)	全社	47.5%	51.3%	46%
			製品CO ₂ 総量	全社	2億3,220万t-CO ₂ e	2億3,277万t-CO ₂ e	(非開示)
			工業用取水量削減率 (2020年3月期比)	全社	—	—	12%
			工業系廃棄物削減率(焼却・埋立処理) (2020年3月期比)	全社	—	—	20%
		KPI	製品CO ₂ 排出原単位削減率 (2020年3月期比)	二輪車	3.1%	1.6%	15%
				四輪車	3.5%	3.1%	13.6%
				パワープロダクツ	12.5%	5.4%	13.4%
			再生材・バイオマス材使用率	二輪車	—	—	30% (日本生産欧州設定モデル)
				四輪車	—	—	30% (日本生産EV)
交通事故ゼロ社会の実現	●人の意思をとらえ補完・拡張する技術の開発 ●安全教育・啓発活動 ●交通エコシステムの構築	KGI	日米四輪関与事故死者数	全社	(非開示)	(非開示)	(非開示)
		KPI	先進安全装備適用率	二輪(新興国)	88%	91%	100%
				四輪(先進国)	96%／1%(360※5)	95%／1%(360※5)	100%／100%(360※5)
				四輪(新興国)	61%	71%	100%
独創的な技術の創出	●注力領域における競争優位性の確立	KPI	知財創出力	全社	(非開示)	(非開示)	(非開示)
ブランド価値の向上	●一貫したブランドマネジメントの強化	KGI	ブランド強度(インターブランド調べ)	全社	—	—	(非開示)

※1 本表では全てのKGIと一部のKPIを掲載しております
※2 一部の指標では、対象となる会社が異なっています
※3 新指標のため実績がないものおよび目標を設定中のものを「—」と表記しております
※4 2025年3月期まで日本国内のみを対象としていたものを、2026年3月期より国外を含む全社に対象を拡大しました
※5 360:「Honda SENSING 360」を指します。2025年3月期からは、「Honda SENSING」と「Honda SENSING 360」を分けて目標を定めております

Hondaとは

経営が描くHondaの未来

重要テーマとマテリアリティ

価値創造プロセス
マテリアリティと
経営管理指標策定の考え方
人的資本経営の進化
環境負荷ゼロ社会の実現
交通事故ゼロ社会の実現
独創的な技術の創出
ブランド価値の向上

重要テーマの目標と進捗状況

事業戦略

Hondaを支える本田技術研究所

財務戦略

ガバナンス

関連データ

