

5 戦略

重要課題

- 電動化の推進
- モビリティデバイドの解消
- モビリティ体験の質の向上
- 情報化・自動化技術の生活への活用
- ブランドマネジメントの強化
- 経営資源の有効活用
- 開発途上国の経済発展への貢献



5 戰略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

Honda のサステナビリティ

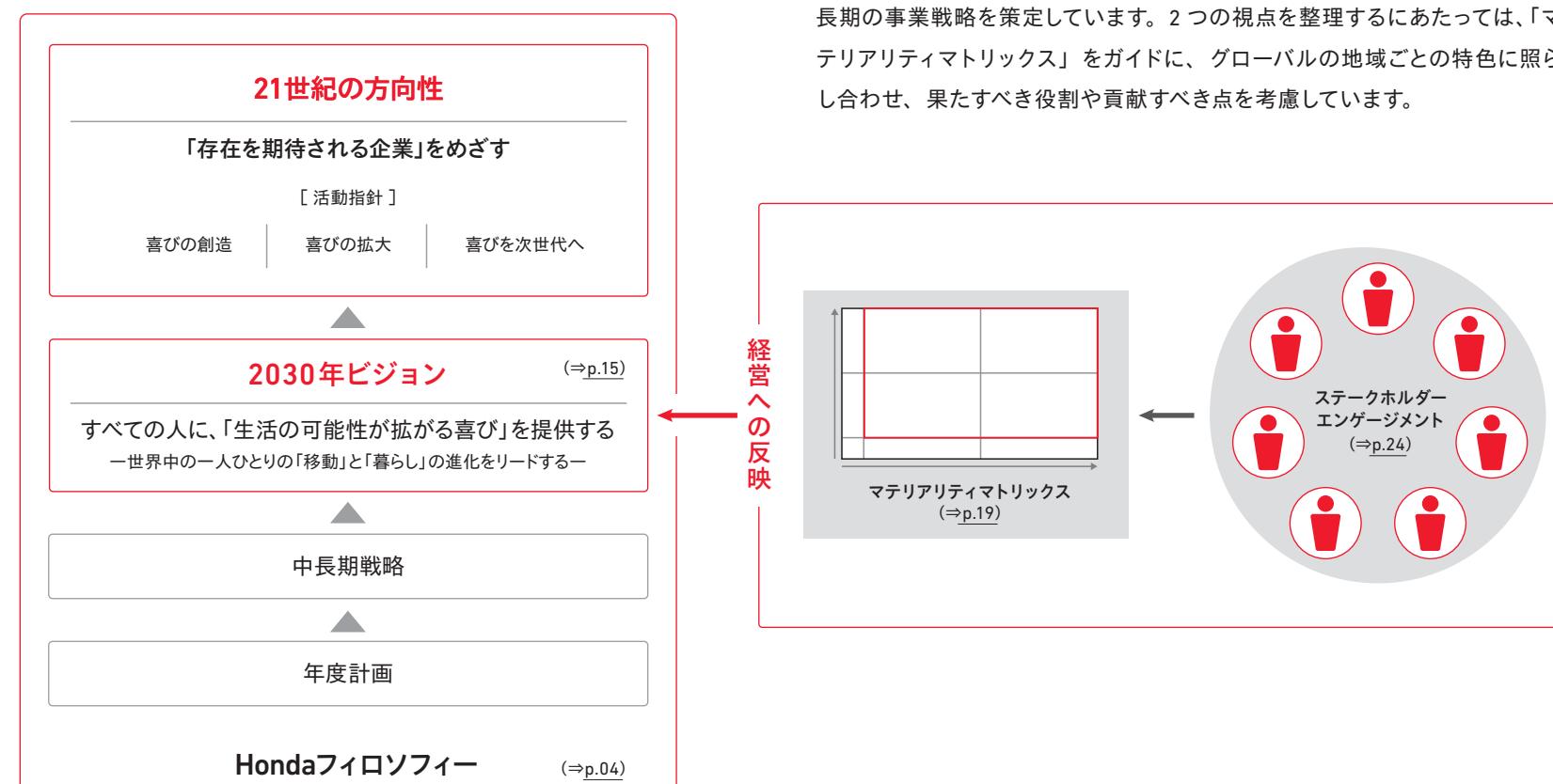
「Honda フィロソフィー」は、Honda グループすべての企業と、そこで働くすべての従業員の価値観として共有され、あらゆる企業活動と、従業員の行動や判断の基準となっています。

さらに、企業の成長機会の創出とサステナブルな社会の実現を両立させるため、21世紀の方向性として「存在を期待される企業」を掲げ、「喜びの創造」「喜びの拡大」「喜びを次世代へ」という取り組みを推進しています。

これらの実現に向けて、Honda が進むべき方向性を具体的に示したマイルストーンが、「2030年ビジョン」です。

Honda のサステナビリティにとって重要なことは、商品・サービスを通じた価値の提供によってステークホルダーの期待・要請に応えるとともに、環境や社会に対する影響への配慮など、企業の社会的責任を果たすことや、事業活動を通じて社会課題の解決に貢献することです。

そこで Honda では、ステークホルダーと Honda の両視点を踏まえて、中長期の事業戦略を策定しています。2つの視点を整理するにあたっては、「マテリアリティマトリックス」をガイドに、グローバルの地域ごとの特色に照らせ合わせ、果たすべき役割や貢献すべき点を考慮しています。



5 戰略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

持続的な成長のために

貧困や難民問題、人権問題、気候変動、エネルギー問題、労働安全衛生の改善、高齢化社会など、多くの社会的課題が取りざたされています。そんななか、グローバルで多岐にわたるビジネスを行っている Honda にとって、バリュー・チェーンにおける機会や責任を理解することは、経営上の優先課題を特定するうえでも欠かせません。また、事業環境の急激な変化にいち早く対応し、乗り越えていくためには、次の方向性をビジョンとして定める必要があります。

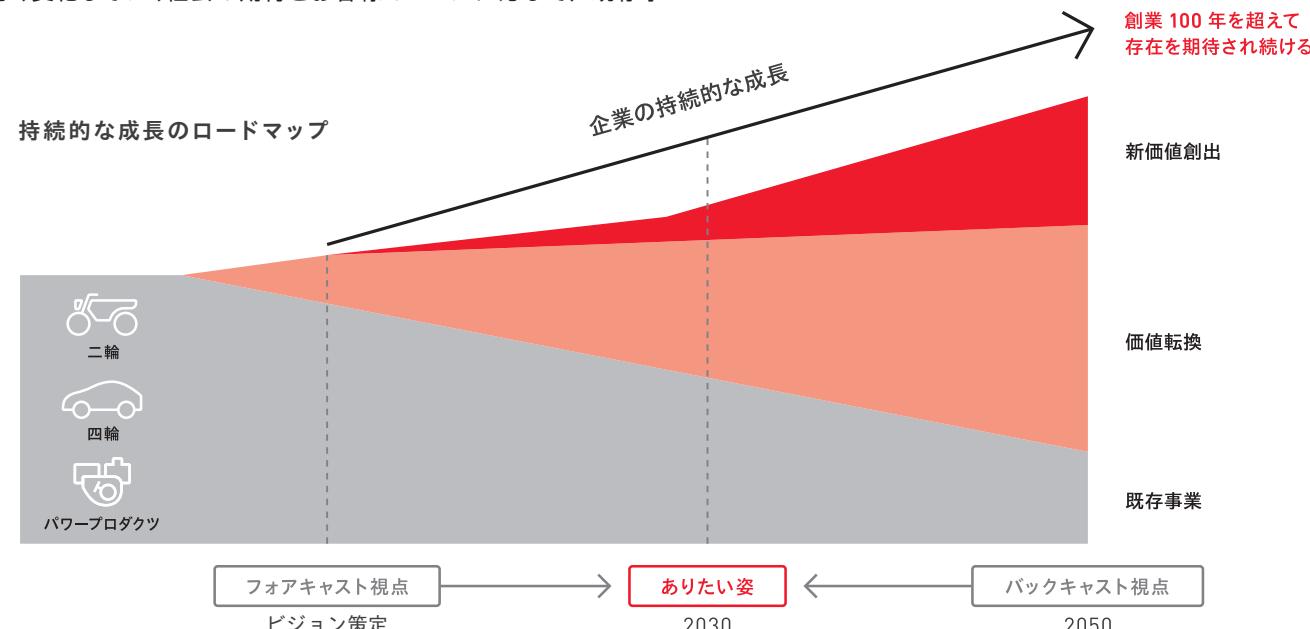
Honda が、創業 100 年を超える 2050 年に「存在を期待される企業」であり続けるために、2030 年にありたい姿をまとめたのが「2030 年ビジョン」です。

ビジョンの策定にあたっては、現在から将来を見据えた視点（フォアキャスト）と、2050 年から現在にさかのぼった視点（バックキャスト）、この両方の視点から長期の環境変化を検討しました。既存事業を継続的に運営していくなかで、大きく変化していく社会の期待とお客様のニーズに応じて、既存事

業の価値をどう転換・進化させていくのか。また、二輪・四輪・パワープロダクト、そして、その枠を超えた新しい領域も含め、これまでなかった新たな価値をどのように創出していくのか。長期にわたって持続的な成長を実現し得るビジョンとするために、この「既存事業」「価値転換」「新価値創出」の 3 つの視点から、2030 年に向けた事業の変革の方向性を検討しました。

Honda が徹底的に取り組むと定めた「地球環境への負荷をなくすこと」「尊い命を守る安全を達成すること」の実現に向けて、四輪の電動化戦略によるカーボンニュートラルの達成、安全については安全技術の実装による交通事故死者の削減を着実に進め、持続可能な社会の実現への貢献を目指しています。

また、ハードとソフトを融合させた新領域への事業拡大により、複合的な社会価値を創造することで、持続的な成長の実現をめざします。



5 戰略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
— 2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

2030 年ビジョン

Honda が策定した 2030 年ビジョンは、「すべての人に、『生活の可能性が拡がる喜び』を提供する — 世界中の一人ひとりの『移動』と『暮らし』の進化をリードする —」というステートメントで表されるものです。このビジョンを達成するため、21 世紀の方向性の活動指針である「喜びの創造」「喜びの拡大」「喜びを次世代へ」の 3 つの視点で、取り組みの方向性を定めました。

まず、「喜びの創造」を実現するのが、「『移動』と『暮らし』の価値創造」です。「自由で楽しい移動の喜びの提供」と「生活が変わる・豊かになる喜びの提供」をめざして、「モビリティ」「ロボティクス」「エネルギー」の 3 つの分野に注力していきます。

次に、「喜びの拡大」を実現するのが、「多様な社会・個人への対応」です。先進国や開発途上国にかかわらず多様な社会に向けて、また、多様な文化・

価値観を持つすべての人に向けて、最適な商品・サービスを提供することで、人々の喜びを、さらに拡げていくことをめざします。

最後に、「喜びを次世代へ」を実現するのが、「クリーンで安全・安心な社会へ」です。環境と安全の領域でのナンバーワンをめざして、さらに資源を投入し、カーボンフリー社会と、交通事故ゼロ社会の実現をリードする存在となることをめざしていきます。

また今回のビジョンでは、Honda 普遍の想いに立ち返り、「量」から「質」へと大きく舵をきりました。それが、我々の企業姿勢である「質の追求による成長」です。「提供価値の質」と「取り組みの質」を徹底して追求していくことで、喜びの輪を拡げ、より輝く Honda ブランドをめざします。

このビジョンの実現に向けて、限られた経営資源を有効活用し、既存ビジネスの転換や進化、新価値創造を行っていきます。

2030 年ビジョン

すべての人に、「生活の可能性が拡がる喜び」を提供する — 世界中の一人ひとりの「移動」と「暮らし」の進化をリードする —

質の追求による成長

《喜びの創造》 「移動」と「暮らし」の価値創造

- 自由で楽しい移動の喜びの提供
- 生活が変わる・豊かになる喜びの提供

《喜びの拡大》 多様な社会・個人への対応

- 社会特性や個人の状況に合わせた、最適な商品・サービスの提供

《喜びを次世代へ》 クリーンで安全・安心な社会へ

- カーボンフリー社会の実現をリード
- 交通事故ゼロ社会の実現をリード

注力すべき事業視点：経営資源の有効活用

5 戰略

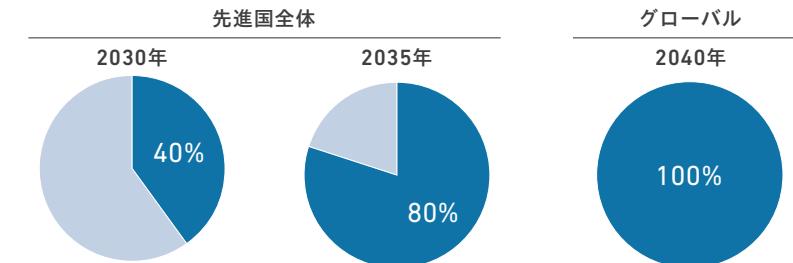
Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
— 地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み

四輪 電動化戦略

Hondaは徹底的に取り組んでいくテーマを「地球環境への負荷をなくすこと」と定め、環境目標として「2050年 カーボンニュートラル」の達成をめざしています。先進国全体でのEV(電気自動車)・FCV(燃料電池自動車)の販売比率を、2030年に40%、2035年には80%、そして2040年には、グローバルで100%をめざして取り組みを進めています。その中で重要な達成手段の一つである四輪製品の電動化についての取り組みをご紹介します。

EV・FCVの四輪車電動化販売比率



バッテリー調達戦略

EVの時代において、重要な課題は、グローバルでのバッテリー調達です。これに対する基本的な考え方は当面、外部パートナーから調達し、将来的には、独自研究開発を加速させることで対応します。

液体リチウムイオン電池の調達

現在から当面の間必要となる液体リチウムイオン電池については、EVの製品ライフサイクルの観点でも競争力を担保するため、地産地消の考えに基づき、主要な市場ごとに方針を固めました。外部パートナーシップの強化により、

安定的な調達量の確保をめざします。

地域ごとの液体リチウムイオン電池の調達方針

地域	方針
北米	・ゼネラルモーターズ(GM)から「アルティウム」の調達を計画 ・バッテリー生産を行う合弁会社の設立についても、検討を進める
中国	・寧徳時代新能源科技股份有限公司(CATL)との連携をさらに強化
日本	・軽EV向けに、エンビジョンAESCから調達することで合意

全固体電池の取り組み

2020年代後半での実現をめざし、独自に研究開発を進めている全固体電池の研究開発を加速させます。

現在ラボレベルで技術・生産の検証を行い、目標とする性能を定めています。また、量産レベルでの性能や、コスト・安全面での優位性を確保するため、生産プロセスも含めた設計に取り組める実証ラインの建設を定めました。2024年春の栃木県さくら市での立ち上げを予定しており、約430億円の投資を計画しています。

2020年代後半のモデルに採用できるよう、研究開発を加速させていますが、量産はHondaにとってもチャレンジングであり、今後、専門人材の獲得を強化するなど、積極的に体制の強化を図っていきます。

5 戰略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
— 地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み

EV 製品の投入ロードマップ

EV 普及の黎明期（現在～2020 年代後半）には、主要市場となる北米・中国・日本など、地域ごとの市場特性に合わせた商品投入を進めます。

EV の普及期（2020 年代後半～）は、「各地域ベスト」から進化し、「グローバル視点でベスト」な EV を展開していきます。

地域ごとの EV 製品投入ロードマップ

地域	投入する商品
北米	<ul style="list-style-type: none"> GMと共同開発している、中大型クラスのEVを投入 2024年にはHondaブランドの新型EV「プロローグ」に加え、アキュラにも大型SUVタイプEVを投入
中国	<ul style="list-style-type: none"> EV先進市場としての特性を活かし、現地独自開発でスピーディーに対応 2027年までに、合計10機種のHondaブランドEVを投入
日本	<ul style="list-style-type: none"> 2024年前半に商用の軽EVを100万台で投入 パーソナル向け軽EV、SUVタイプのEVも適時投入

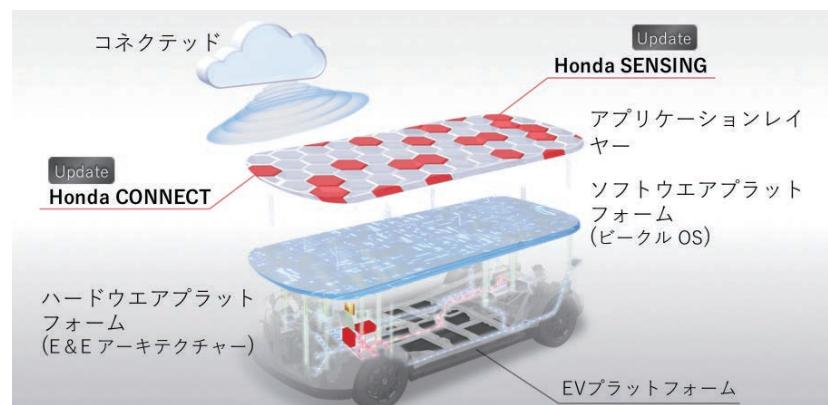
EV 向けプラットフォーム「Honda e: アーキテクチャー」

2026 年から、EV のハードウェアとソフトウェアの各プラットフォームを組み合わせた、EV 向けプラットフォーム「Honda e: アーキテクチャー」の展開を始めます。これは、バッテリーをはじめとした EV ハードウェアプラットフォームと、クルマの機能をあとから進化させるために必要な OTA * の基盤となる次世代電子プラットフォームを組み合わせたものです。ハードとソフトを融合させることで、商品販売後もお客様とつながり、さまざまなサービスや価値を提供できます。四輪車のみならず、その他のモビリティへの適用も見据えたプラットフォームとして展開していくことで、Honda ならではの付加価値の提供をめざします。

ゼネラルモーターズ（GM）とのアライアンス

2027 年以降には、GM とのアライアンスを通じて、コストや航続距離などにおいて従来のガソリン車と同等レベルの競争力を持つ、量販価格帯 EV を投入する計画です。この共同開発を通じて、共同購買なども含め、グローバルで EV 普及の裾野を広げて行けるよう、取り組みを継続していきます。

Honda e: アーキテクチャー



* OTA : Over The Air : 無線通信の略。

5 戰略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
— 地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み

生産体制

2030 年までにグローバルで、軽商用からフラッグシップクラスまで 30 機種の EV の展開と、年間 200 万台を超える生産を計画しています。こうした台数を支える生産体制として、中国の武漢と広州に、EV 専用工場の建設を計画しています。また、北米でも EV 専用の生産ラインを計画しています。

ライフサイクル観点での地産地消が競争力を生むことから、主要な市場ごとに、必要な生産能力を適時検討していきます。



中国の武漢工場（イメージ）

クロスドメインでのコネクテッドプラットフォーム構築

電動化にあたっては、製品単体にとどまらずさまざまな製品が連鎖し、領域を超えてつながることで、より大きな価値を提供することをめざします。そのためには、電動モビリティやその他製品に蓄えられたエネルギーと情報を、ユーザーや社会とつなげることが必要です。その鍵となる、領域を超えた「コネクテッドプラットフォーム」の構築に取り組んでいきます。今後、バッテリーを始めとした「電動領域」、そして「ソフトウェア、コネクテッド領域」について、外部からの採用強化も含め、開発能力の強化を図ります。また、互いにシナジーを発揮できる異業種間の連携やアライアンス、ベンチャー投資も積極的に行っていきます。

コネクテッドプラットフォーム



5 戰略

Hondaのサステナビリティ	1
持続的な成長のために	1
2030年ビジョン	1
地球環境負荷ゼロ達成に向けた 取り組み	1
マテリアリティ分析	1
Hondaの取り組みとSDGs	2
サステナビリティマネジメント体制	2
ステークホルダーエンゲージメント	2
研究開発	2
イノベーションマネジメント	2

マテリアリティ分析

ステークホルダーの視点を踏まえた課題評価

Honda フィロソフィーを基点とした長期ビジョン達成に向けては、取り組むべき重要な課題を Honda とステークホルダーの 2 つの視点から整理しています。「マテリアリティマトリックス」はこうした課題を整理するための代表的なフレームワークであり、これを作成・活用することで、課題の網羅性を確認し、位置付けを明確化しました。

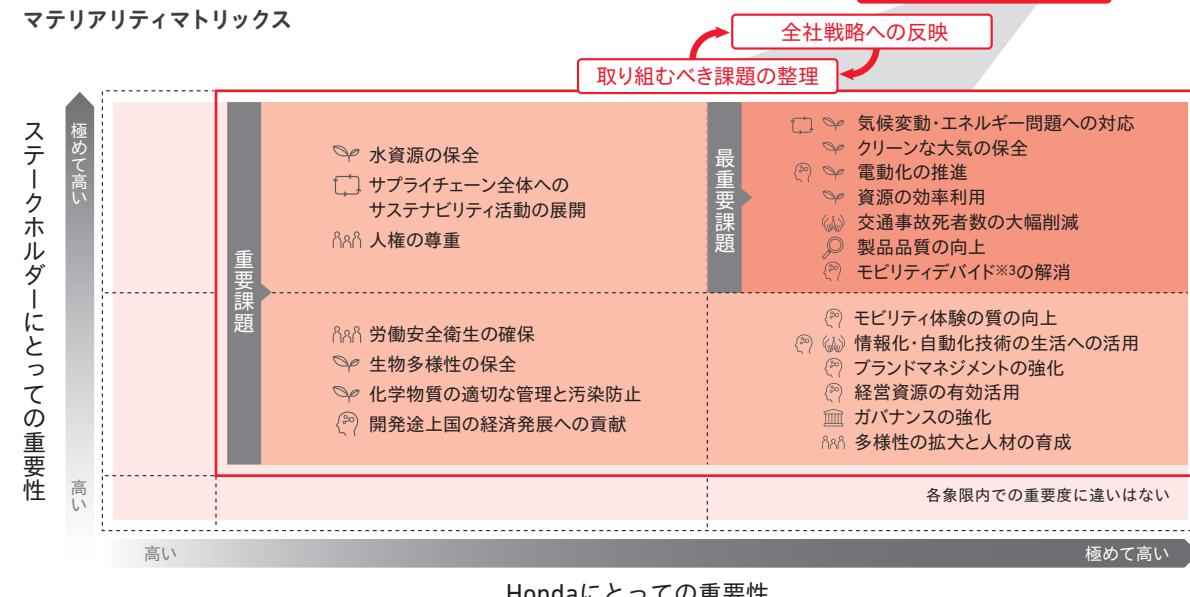
マテリアリティマトリックスの作成にあたっては、課題の抽出とその重要性の評価という2段階で行いました。課題の抽出は、社内各本部のメンバーによる議論に加え、技術革新の状況、SDGs^{※1} やパリ協定に記された社会課題も踏まえ、グローバルかつバリュー・チェーンの観点で実施しています。そしてこれら課題の重要性について、代表的なESG^{※2}評価機関や、企業のサステナビリティに精通した欧米のNGOとの対話などを通じて、ステーク

ホルダー視点での評価を行いました。そのうえで、サステナビリティ戦略会議などにおいて、経営メンバーが評価・確認をしています。

こうして、「カーボンフリー社会の実現」や「交通事故ゼロ社会の実現」などを、モビリティカンパニーとして優先的に取り組むべき重要課題として可視化することができました。これらは、SDGs の目標 13「気候変動とその影響に立ち向かうため、緊急対策を取る」、目標 7「すべての人々に手頃で信頼でき、持続可能かつ近代的なエネルギーへのアクセスを確保する」や目標 3「あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を推進する」などの達成に貢献するものと考えています。このように、ステークホルダーの視点を踏まえて特定された重要課題は、ビジョン達成のための全社戦略に反映され、各事業活動へ織り込まれていきます。

存在を期待される企業へ

2030年ビジョンの実現



- ※ 1 SDGs : Sustainable Development Goals の略。2015 年に国連持続可能な開発サミットにおいて採択された貧困や飢餓、エネルギー、気候変動、平和的社會などに関する国際目標。

- ※2 ESG:Environment(環境)、Social(社会)、Governance(ガバナンス)の略。

- ※3 モビリティデバイド：移動手段の違いによる人の生活の格差。

-  戰略 (\Rightarrow p.12)
-  ガバナンス (\Rightarrow p.30)
-  環境 (\Rightarrow p.55)
-  安全 (\Rightarrow p.79)
-  品質 (\Rightarrow p.96)
-  人材 (\Rightarrow p.112)
-  サプライチェーン (\Rightarrow p.139)

各重要課題に対する取り組みは、各パートで説明しています。

5 戰略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

Honda の取り組みと SDGs

SDGs への貢献

Honda はステークホルダーの皆様と喜びを共有するために、時代のニーズを先取りした世の中に役立つ独自の技術で、モビリティ社会の発展に貢献することをめざしています。

この考え方は SDGs の目標 9「産業と技術革新の基盤をつくろう」、目標 12「つくる責任 つかう責任」や目標 17「パートナーシップで目標を達成しよう」の達成に通じるものであり、Honda の企業活動全般に関わるものとなっています。

また、Honda は経済的な価値を追求しながら、社会への価値を創出していくことが、持続可能な経営にもつながり、ひいては社会の持続可能性にも貢献できるものと考えています。

2030 年ビジョンの実現に向けた重要課題 (⇒ p.19) に基づき、企業活動を通じて「持続可能な開発目標 (SDGs)」にも貢献していきます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



5 戦略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

Honda の取り組みと SDGs

Honda の取り組み内容

Honda の企業活動全般に共通な取り組み

Honda は、時代のニーズを先取りした独自の技術で、移動と暮らしの価値を高める製品を広めていきます。そして、それらは社会課題解決に役立つ産業と技術が、社会に普及することにつながっていきます。また、ステークホルダーの皆様と協力しながら、環境や安全をはじめとする社会課題の解決をリードしていきたいと考えています。

最重要課題ごとの取り組み

最重要課題	Hondaの取り組み	達成に貢献するSDGs目標
気候変動・エネルギー問題への対応	地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み (⇒p.16) 気候変動・エネルギー問題への対応 (⇒p.60) 物流に関する取り組み (⇒p.143) サプライヤーとの環境負荷低減 (⇒p.149)	    
電動化の推進	四輪 電動化戦略 (⇒p.16) 電動化の推進 (⇒p.63)	 
クリーンな大気の保全	クリーンな大気の保全 (⇒p.68)	 
資源の効率利用	資源の効率利用 (⇒p.65)	 
交通事故死者数の大幅削減	事故に遭わない社会へ (⇒p.80)	 
モビリティデバイドの解消	事業領域 (⇒p.06, 07) 価値創造の歴史 (⇒p.08) Hondaのサステナビリティ (⇒p.13)	 

5 戦略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

Honda の取り組みと SDGs

重要課題ごとの取り組み

重要課題	Hondaの取り組み	達成に貢献するSDGs目標
水資源の保全	水資源の保全 (⇒p.69)	
サプライチェーン全体へのサステナビリティ活動の展開	サプライチェーンのサステナビリティ強化に向けて (⇒p.140) サプライヤーとの環境負荷低減 (⇒p.149)	  
人権の尊重	人権 (⇒p.116) 人権方針 (⇒p.137) ダイバーシティの取り組み (⇒p.120)	  
経営資源の有効活用	持続的な成長のために (⇒p.14)	
ガバナンスの強化	コーポレートガバナンス (⇒p.31)	 
多様性の拡大と人材の育成	人総合力の発揮に向けた多様性の進化 (⇒p.118) OJTを基盤とする人材育成 (⇒p.118) ダイバーシティの取り組み (⇒p.120)	   
労働安全衛生の確保	労働安全衛生 (⇒p.128)	
生物多様性の保全	生物多様性の保全 (⇒p.70)	 
化学物質の適切な管理と汚染防止	化学物質の管理と削減 (⇒p.70)	 
開発途上国の経済発展への貢献	2030年ビジョン (⇒p.15)	 

※ OJT : On the Job Training (オン・ザ・ジョブトレーニング) の略。

5 戰略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
— サステナビリティマネジメント体制	… 23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

サステナビリティマネジメント体制

サステナビリティ課題の特定と推進体制

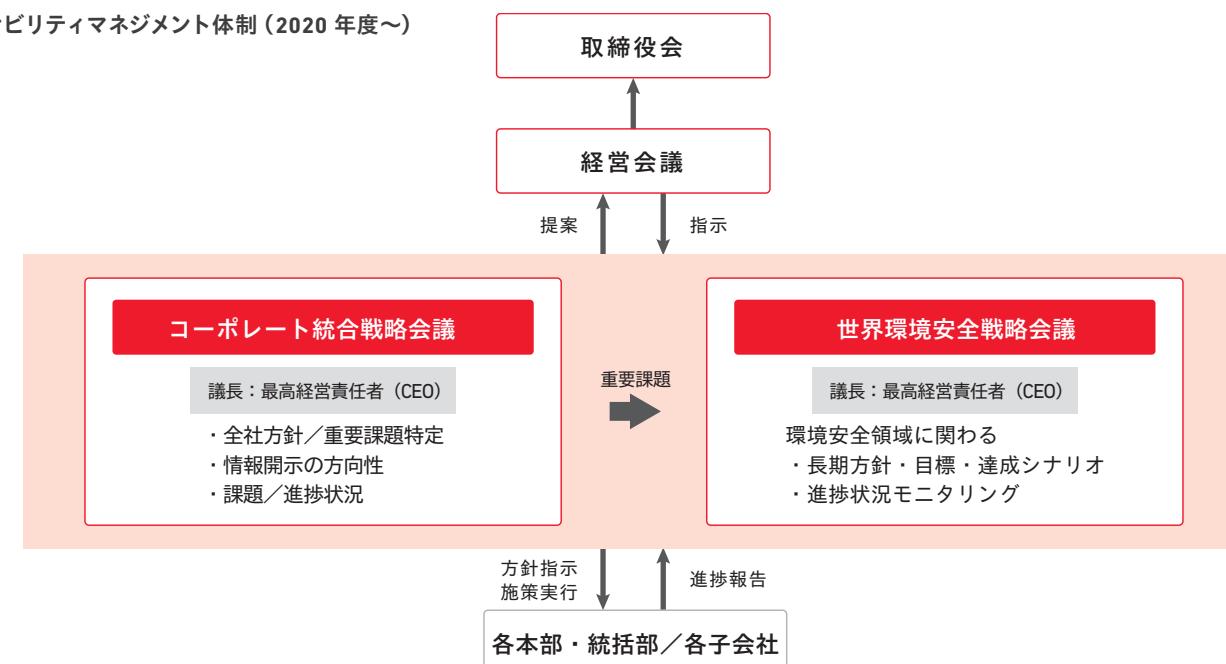
Hondaは、内外環境認識を踏まえた全社の方向性と、コーポレートとして取り組むべき重要課題を合意することを目的として、最高経営責任者（CEO）を議長とした「コーポレート統合戦略会議」を設定しており、その中でサステナビリティ課題への方針や取り組みの議論・検討を行っています。

今後も「フィロソフィーに根ざした企業活動全体を世の中に示していくことで存在価値を高め、社会からの正当な評価につなげる」といった活動を継続しながら、サステナビリティ視点を反映した全社戦略を立案していきます。

また、モビリティカンパニーとして最重要課題である環境安全領域のさらなる推進強化として、CEOを議長とした「世界環境安全戦略会議」を設定しています。

環境領域の戦略には気候変動対応も含まれており、世界環境安全戦略会議において定めたCO₂排出量の削減目標については、取締役会で決定されています。

これらの会議体で検討された重要課題を踏まえて、経営会議や取締役会で全社戦略を決定し、各本部・統括部、各子会社の方針・施策として実行しています。



5 戰略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
— ステークホルダーエンゲージメント … 24	
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

ステークホルダーエンゲージメント

基本的な考え方

Honda が社会から「存在を期待される企業」となるためには、コミュニケーション・サイクルを実践していくことが必要です。それは、① Honda がどのような価値を社会に提供しようとしているのかを適宜・的確に伝え、②多様なステークホルダーの Honda に対する要請や期待を把握・理解し、③具体的な施策に落とし込み、④その評価を受ける、という仕組みです。

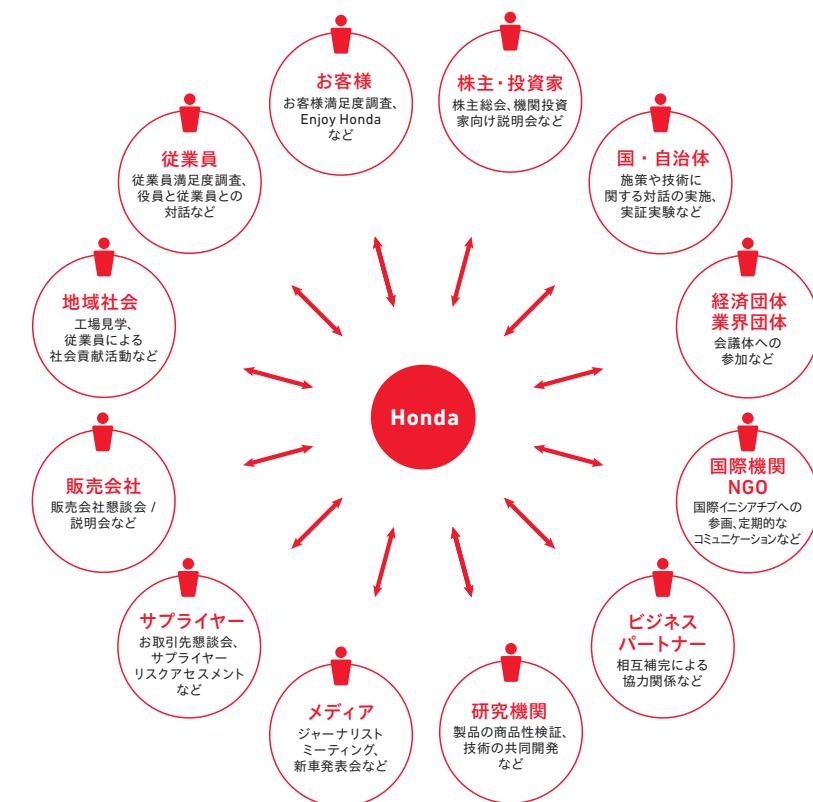
とりわけ近年は、事業の規模拡大やグローバル化に加え、IT の急速な普及によって、企業活動が社会に及ぼす、また社会が企業に及ぼす影響の大きさや範囲が広がっており、そのスピードも加速しています。そんななか、「ステークホルダーとの対話」は、Honda の取り組みに対するより正しい理解につながるとともに、社会環境の変化やリスクを把握できる有益な手段でもあると考えています。

こうした認識のもと、Honda はグローバルで、さまざまな機会を通じて対話を実施しています。この対話は、Honda のステークホルダーのなかでも、右図の主要なステークホルダー（Honda の事業活動により影響を受ける、もしくはその行動が事業活動に影響を与えるもの）と、社内各部門との間で行っています。

例えば、株主・投資家とのエンゲージメントでは、シェアホルダー（株主）リレーションズと、インベスター（投資家）リレーションズを通じて、Honda をより正しく理解してもらえるよう対話をっています。

また、代表的な ESG 評価機関や NGO との対話から得られた意見を「マテリアリティ分析」（⇒ p.19）に反映させ、Honda が取り組むべき課題の特定に役立てています。

ステークホルダーエンゲージメント



5 戰略

ステークホルダーエンゲージメント

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント … 24	
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

2021 年度における取り組み例

ステークホルダー	主な対話方法	概要	頻度	対応するマテリアリティマトリックス項目	窓口	参照
お客様	お客様満足度調査	世界中の顧客の満足のため、全世界の各販売店でアフターサービスを受けたお客様に対し、顧客満足度についての調査を実施し、質の高いサービスオペレーション実施の改善活動を行っています。	毎年	ブランドマネジメントの強化	顧客担当部門	⇒ p.104
株主・投資家	決算説明会	決算概況、取り組みなどについて、記者会見、電話会議を開催しています。得られたご意見、ご要望を参考に企業価値の最大化に取り組んでいます。	年4回	財務部門	https://www.honda.co.jp/investors/	
	個別説明・カンファレンス参加	経営状況、生産、研究開発、事業戦略の説明や、意見交換を実施しています。得られたご意見、ご要望を参考に企業価値の最大化に取り組んでいます。	通年			
サプライヤー	お取引先懇談会	事業の方向性や取り組み内容をサプライヤーと共有する懇談会を、定期的に開催しています。全社方針や購買方針の発信とQCDE [®] などの各領域において、とくに優れた実績を残されたサプライヤーに対し、感謝賞を贈呈しています。懇談会終了後には、出席者に対しアンケートを実施し、満足度や次回イベントに活かすための改善点の把握を行い、さらなる充実に向けた活動を行っています。	毎年	製品品質の向上 サプライチェーン全体へのサステナビリティ活動の展開	購買部門	⇒ p.154
	事業計画懇談会・事業状況共有会	中長期経営方針、事業計画、サステナビリティ案件（ESG／コンプライアンス・ガバナンス／リスクアセスメント）に関する情報を共有します。	毎年	製品品質の向上 サプライチェーン全体へのサステナビリティ活動の展開	サプライチェーン全体へのサステナビリティ活動の展開 ガバナンスの強化	⇒ p.152
	サプライヤーへのESG調査の実施	「Hondaサプライヤーサステナビリティガイドライン」（⇒ p.147）に基づき、コンプライアンス違反等の未然防止、環境負荷低減実現のため、主要サプライヤーへのESG調査を実施しています。	毎年			
経済団体・業界団体	業界団体活動への参画	業界団体活動を通じて社会の期待・要請を把握し、持続可能な事業環境を整え社会に貢献すべく、各種会議体に参画しています。	通年	渉外部門、他	サステナビリティ企画部門、他	
国際機関・NGO	国際イニシアチブへの参画	持続可能な社会の実現に向けた、期待・要請の把握と貢献をめざし、各種会議体に参画しています。	通年			
地域社会	安全運転普及活動	Hondaは、事故を未然に防ぐために「人から人への手渡しの安全」と「参加体験型の実践教育」を基本として、運転者だけではなく、子どもから高齢者まで、交通社会に参加するすべての人を対象とした交通安全啓発活動に積極的に取り組み、現在では、世界43の国と地域で活動を行っています。	通年	交通事故死者数の大幅削減	安全運転普及担当部門	⇒ p.83
お身体の不自由な方々の運転復帰	運転補助装置を提供とともに、運転復帰を望む方々の支援のため、地域での支援環境確立に向け、作業療法士をはじめとする方々へサポートしています。	通年	モビリティデバイドの解消	社会貢献活動推進部門	⇒ p.87	
	ビーチクリーン活動	独自開発した機材を使用し、Hondaグループが地域の参加者とともに使う砂浜の清掃活動。2006年より活動を開始して以来、これまでに全国200カ所以上の砂浜で活動を行い、実施回数は約400回、回収したゴミは総量約490tにのぼります。	年11回程度			
国・自治体	里地里山保全活動	東京都八王子市と活動協定を締結し、従業員とその家族が八王子市の「上川の里特別緑地保全地区」での里地里山保全活動を実施しています。	年11回程度	社会貢献活動推進部門、他	https://www.honda.co.jp/philanthropy/saiga/covid-19-support/index.html	
	新型コロナウイルス感染防止に向けた支援活動	世界のさまざまな地域において、直面した新型コロナウイルスによる課題・問題に対し、感染拡大を防ぐために我々Hondaができると考え、支援活動を行いました。	年3回程度			
従業員	意識調査	より働きやすい職場環境づくりのため、従業員の意識調査や活性度測定を行っています。	意識調査：年3回 活性度測定：毎年	多様性の拡大と人材の育成	人事部門	⇒ p.128

※ QCDE : Quality (品質)、Cost (コスト)、Delivery (調達)、Development (開発)、Environment (環境) の略。

5 戰略

ステークホルダーエンゲージメント

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
— ステークホルダーエンゲージメント	… 24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

外部団体との協働

Hondaは、グローバルなモビリティカンパニーとしての責任を果たしていくために、政府をはじめ経済団体や業界団体との対話を推進するとともに、外部団体との協働を行っています。日本においては、一般社団法人日本自動車工業会の副会長職や委員会委員長職、一般社団法人経済団体連合会の委員会委員長職、東京商工会議所の副会頭職や委員会委員長職を引き受けています。

また、IMMA^{※1}やOICA^{※2}といった二輪車、四輪車の国際団体においても、委員会、作業部会の議長を各業界団体の代表として務めています。さらにWEF^{※3}や、WBCSD^{※4}への加盟を通じて、サステナビリティに関するイニシアチブとも協力しています。

なお、Hondaの各地域における事業執行にあたっては、各地域が自立性を高め、迅速な意思決定を行うため、一定の範囲内で権限を委譲しています。政治献金^{※5}を行う場合は、各国の法令に基づき、社内の必要な手続きを経て行っています。

※1 IMMA : International Motorcycle Manufacturers Association (国際二輪車工業会) の略。

※2 OICA : Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (国際自動車工業連合会) の略。

※3 WEF : World Economic Forum (世界経済フォーラム) の略。

※4 WBCSD : World Business Council for Sustainable Development (持続可能な開発のための世界経済人会議) の略。

※5 献金先：一般財団法人国民政治協会。
政治献金額：2018年度：25百万円、
2019年度：25百万円、2020年度：25百万円。なお、この支出は「Honda贈収賄防止ガイドライン」に抵触しないことを確認しています。

5 戦略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
イノベーションマネジメント	29

ステークホルダーエンゲージメント

外部評価

企業の持続可能性の指標

「Dow Jones Sustainability World Index」の構成銘柄に選定

2021年12月、Hondaは社会的責任投資の代表的な指標であるDJSI^{※1}の評価において、全世界における自動車セクターの上位5社に入り、「Dow Jones Sustainability World Index」の構成銘柄に5年連続で選定されました。また同時に、アジア・太平洋地域の「Dow Jones Sustainability Asia/Pacific Index」の構成銘柄に7年連続で選ばれています。

DJSIは、米国のS&Pダウ・ジョーンズ・インデックス社によって運営されている投資指標です。経済・環境・社会の3つの側面から世界の主要上場企業のサステナビリティを評価し、総合的に優れた企業を構成銘柄として選定しています。

Member of

**Dow Jones
Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA

※1 DJSI : Dow Jones Sustainability Indices (ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックス) の略。

※2 GHG : Greenhouse Gas (温室効果ガス) の略。

※3 TCFD : The FSB Task Force on Climate-related Financial Disclosures の略。

**S&P Global 社によるサステナビリティ評価にて
「Silver Class」に選定**

HondaはS&P Global社によるサステナビリティ企業評価「Sustainability Award 2022」において、「Automobiles」セクターで「Silver Class」を獲得しました。S&P Global社は経済・環境・社会の側面から、世界約7,500の企業のサステナビリティ評価を行い、毎年、各セクターの評価上位企業を「Gold Class」「Silver Class」「Bronze Class」として発表しています。

Sustainability Award

Silver Class 2022

S&P Global**「CDP Japan 500 Climate Change Report 2021」において
「B」を獲得**

2021年12月、CDPは、世界の大手企業を対象に実施した、各企業の気候変動対策やGHG^{※2}排出量削減への取り組みの調査結果を発表しました。

Hondaは、そのなかの1カテゴリーである「CDP Japan 500 Climate Change Report 2021」にて、「B」を獲得しました。

CDPは、企業や都市の重要な環境情報を測定・開示・管理し、共有するためのグローバルなシステムを提供する国際的な非営利団体です。企業の環境問題への取り組みレベルを「情報開示」「認識」「マネジメント」「リードーシップ」の4段階で評価しています。

CDP評価指標である気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD^{※3})で要求されている項目については、パフォーマンス報告の環境(⇒ p.55)をご参照ください。

5 戦略

研究開発

基本的な考え方

Honda は、未知の世界の開拓を通じて新しい価値を創造することを目的に、1960 年、本田技研工業株式会社から研究開発部門を分離・独立させ、独自の研究開発機構である株式会社本田技術研究所を設立しました。

以来、研究所は多様な個の一人ひとりが能力を最大限に發揮するという Honda の基本理念を体現するとともに、徹底的な本質的価値の追求、とくに人を中心とした価値観の研究に取り組むことで、新しい価値の創造に挑戦してきました。カーボンニュートラル社会へ向けた世界的取り組みの加速、急速に進むデジタル化等、大きな社会構造の変化においてもその考え方には変化はありません。地球的視野に立ち、提供する技術、商品、サービスを通じ、一人ひとりのお客様の喜びを追求していくことが Honda の企業活動および研究開発の本質であると考えています。

サービス・ソリューション指向のモビリティカンパニーへの変革をめざして

Honda は 2019 年 4 月に二輪の研究開発機能を、その翌年 2020 年 4 月には四輪の研究開発機能をそれぞれ本田技研工業株式会社に統合することで、開発・営業・製造・購買が一体となり競争力の高い商品をタイムリーに提供していくための体制に再編しました。

また、2022 年 4 月には新たな成長・価値創造を可能とするモビリティカンパニーへの変革のため、ハードウェアとソフトウェアやサービスの融合にむけた新組織として本田技研工業株式会社下に「事業開発本部」を設立しました。電動事業開発、新事業開発ならびに複合ソリューション開発の加速と早期具現化をめざし、ソフトウェア、電動コア部品各領域の開発を加速しています。

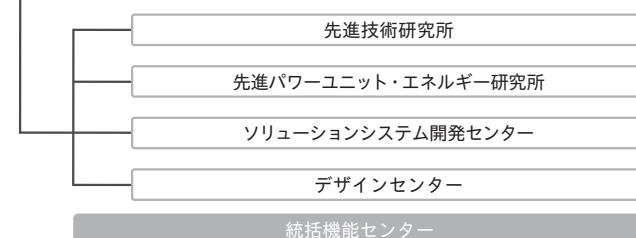
さらに、株式会社本田技術研究所は、将来のモビリティ革新技術と先進

技術創出に取り組む専任組織である「先進技術研究所」、Honda の競争力の源泉であり強みであるパワーユニットと環境エネルギー領域のエキスパートを商品の枠組みを超えて集結させた「先進パワーユニット・エネルギー研究所」、暮らしの新価値を創造する「ソリューションシステム開発センター」、価値創造の原点である「デザイン」を、一貫性のあるブランドメッセージとしてお届けする「デザインセンター」の体制に再編しました。

新たな価値創出に向けては、自社単独開発のみにとらわれることなく外部協業先・ビジネスパートナーとの連携も図りながら、「すべての人に生活の可能性が拡がる喜び」をお届けすべく取り組んでいきます。

研究開発体制

株式会社本田技術研究所



5 戦略

Hondaのサステナビリティ	13
持続的な成長のために	14
2030年ビジョン	15
地球環境負荷ゼロ達成に向けた取り組み	16
マテリアリティ分析	19
Hondaの取り組みとSDGs	20
サステナビリティマネジメント体制	23
ステークホルダーエンゲージメント	24
研究開発	28
— イノベーションマネジメント	29

イノベーションマネジメント

オープンイノベーションを通じた新規領域への取り組み

Honda の研究開発子会社である株式会社本田技術研究所は、従来の機械工学に加えて、脳研究や視覚・聴覚認識など最先端の知能化研究をさらに進化させることを目的に、2003 年に株式会社ホンダ・リサーチ・インスティチュートを設立。ドイツ・フランクフルト、米国・シリコンバレーおよびコロンバス、日本・埼玉県和光市に拠点を設け、先進科学的研究者とのネットワークを構築し、研究領域の進化と発展に取り組んできました。

また、米国・シリコンバレーにある現地法人 Honda Innovations, Inc. では、革新的なスタートアップ企業との共創・オープンイノベーションに取り組んでいます。2015 年より「Honda Xcelerator (ホンダ・エクセラレーター)」プログラムを、シリコンバレーを中心に、イスラエル、欧州、中国、日本などで推進してきました。

Honda Xcelerator は、革新的なアイデアを持つスタートアップ企業に対し、資金やコラボレーションの場、テスト用車両、Honda のメンターによるサポートなどを提供するプログラムです。パーソナルモビリティ、自動運転、人工知能、先進素材、ロボティクス、エネルギー、ヒューマン・マシン・インターフェース、製造技術などの基礎技術の研究開発に加え、カーボンニュートラル社会や資源循環・リサイクルといったサステナブルな事業環境に向け、事業開発や協業・アライアンスの構築にも取り組んでいます。

従業員のアイデア・夢を実現する新事業創出プログラム
「IGNITION」

IGNITION は、すべての従業員が新事業創出にチャレンジできる社内公募型プログラムです。2017 年に株式会社本田技術研究所で開始し、2021 年 4 月からは全社展開を開始。これにより、すべての従業員が新事業創出にチャ

レンジできるようになりました。

本プログラムはベンチャーキャピタルと連携して進めており、審査過程では投資家視点での厳しい審査とアドバイス、社内タスクフォースによる事業検討の支援を受けることができます。これらの過程を経て、同年 6 月には IGNITION 発のベンチャー企業第 1 号として株式会社 Ashirase、8 月には第 2 号となる株式会社ストリーモが設立されました。

本プログラムの最大の目的は、これらの尖ったアイデアを育て、新しい価値を創造してスピーディに社会課題の解決に結びつけることです。自社のみでなく、これらベンチャー企業の創出や外部企業とのオープンイノベーションを通じた価値創造にも積極的に取り組み、社会実装を拡大していくことで、これまで以上に多様な価値を幅広いお客様に提供していきたいと考えています。

Honda は創業以来、一人ひとりの従業員が持つアイデア・夢を尊重し、新たな価値の創造にチャレンジしてきました。技術者だけでなく、生産や営業、管理などさまざまな部門の多様な従業員が持つアイデア・夢を、組織やエキスパートの支援を得ながら自ら率先して実現していくことで、まだ世の中にはないモノやコトを創造していくとともに、イノベーションを生み出す組織風土を大切に育んでいきます。