

マテリアリティに基づくサステナビリティ経営

4つの柱	マテリアリティ	目的(ありたい姿)	主な取り組み(2022年度~)	SDGs	KPI	範囲	目標年度	目標値	2021年度の主な実績	関連ページ
ステークホルダーとの信頼醸成	企業倫理・コンプライアンス	サステナビリティ経営の基盤として、全従業員の倫理観、会社や仕事への誇りを高め、社会への責任を果たす。	行動ガイドライン自己点検実施と是正、腐敗防止およびコンプライアンスの啓発と不正防止、各層への啓発・教育の実施、社内報での展開	12.8 16.5および 全般	行動ガイドライン 調査自己点検 実施率	グループ	2022	85%	<ul style="list-style-type: none"> ●行動ガイドラインの海外8社を含む従業員アンケートを実施。グループ73%実施 ●SDGsの各層への啓発・教育・社内報・メルマガ展開 ●腐敗防止に関する第三者向け調査の実施 	p24
	責任ある調達	人権・環境等、求められる社会課題に、サプライチェーン全体で協働して取り組む。	「仕入先サステナビリティガイドライン」見直し・展開・浸透、仕入先サステナビリティリスク評価と懸念サプライヤーへの監査・支援、サプライチェーンにおける紛争鉱物資源の不使用、取引先のBCP啓発、海外部材の部品調達状況調査	3.9 6.3 6.4 7.3 8.7 8.8 11.5 12.2 12.4 12.5 13.1-13.3	仕入先サステナビリティガイドラインの遵守調査会社割合(仕入高ベース)	グループ	2025	80%	<ul style="list-style-type: none"> ●仕入先サステナビリティガイドラインに基づき、サプライヤーへの展開・自己チェックを実施(単体・80%以上に実施。平均遵守率95%) ●主要仕入先様にSDGs関連の勉強会実施 ●紛争鉱物調査 ●コロナ禍における対話と支援 ●「パートナーシップ構築宣言」(2022年4月) 	p25
	顧客満足度の向上	サステナビリティに関する評価や品質を高めることで、長期的に顧客からの信頼を高める。	高い品質の実現による製品ライフサイクルの長期化、廃棄物の低減、複数の顧客から要請のあるEcoVadis(エコバディス)・CDPの評価向上	7.3 12.2 12.4 12.5 13.2 13.3	市場クレーム(リコール)件数	グループ	-	0件	<ul style="list-style-type: none"> ●リコール件数0件(グループ) ●顧客からの表彰20件 ●START活動やSSA活動の推進 ●CDP評価維持、EcoVadis評価UP 	p26
	地域社会の発展	企業活動の基盤である地域社会が魅力的に発展することにより、ステークホルダーとの共存共栄を図る。	教育・科学研究・ものづくり等の次世代育成支援、生物多様性保全活動、大垣ミナモトFC岐阜・ソフトテニス等、文化・スポーツ支援、グローバルでの地域社会貢献の推進、災害時の地域支援活動案策定	4.5 4.7 10.2 11.5 17.16 17.17	社会貢献活動実施件数	グループ	2022	130件	<ul style="list-style-type: none"> ●各種協賛・寄付の継続的実施 ●継続的なマスク生産と地域への配布 ●子どもの居場所づくり支援 ●産学官共同の高校生向けSDGs探求学習プログラムへの参加 ●小川科学技術財団による継続的な研究者支援 ●社会貢献活動実績129件(グループ) 	p27
製品を通じた社会・顧客課題の解決	持続可能なモビリティ社会と豊かな暮らしへの貢献	既存分野と新規分野双方で、社会課題の解決に貢献できる製品を生み出し、事業を通して社会に貢献する。	次世代モビリティ社会に寄与する製品、豊かな暮らしに貢献する製品の研究と開発	9.5 11.2+個別判断	社会課題解決型製品開発件数	グループ	2030	20件	<ul style="list-style-type: none"> ●社会課題解決型製品の開発案件を特定(8件:製品化2件、開発中6件) ●牛体調モニタリングシステム「CAPSULE SENSE」上市 	p29
	モビリティの安全性向上	主力事業を通して自動車の安全性を高めることで、交通事故死ゼロに貢献していく。	交通事故死傷数の削減(高強度の超ハイテン製品や、空気圧不足による事故を防止するTPMS等の製品を通じた貢献)	3.6	プレス製品に占める超ハイテン製品比率	グループ	2024	25%	<ul style="list-style-type: none"> ●冷間プレスによる超ハイテン製品の開発と拡販(Lexus「NX」向けループリンフォース等) ●プレス製品に占める超ハイテン製品比率:23.2% 	p30
	環境配慮製品の開発	バリューチェーン全体で価値創造できる開発や設計、新事業の創造を行っていくことで、売れば売れるほど地球にも優しい好循環をつくっていく。	環境配慮製品の開発と売上拡大(軽量化、省エネ等)、資源利用効率の向上とクリーン技術および環境に配慮した技術の導入により、持続可能性を高める	7.3 9.4 11.2 12.2 12.5 13.2 13.3	電動車向け製品売上比率	グループ	2030	70%	<ul style="list-style-type: none"> ●ヒートポンプ向け製品の開発 ●トヨタ自動車BEV「bZ4X」向け製品開発(ホイールキャップ等) ●電動車向け製品売上比率 21.5% 	p31
環境負荷の極小化	気候変動の緩和および適応	世界的な大問題であり、当社ビジネスにも大きな影響がある気候変動の緩和と適応に取り組む。	IPCC1.5度または2度目標達成のため行動を実施、エネルギー使用量の低減、再生可能エネルギーの導入、CDPサプライチェーンプログラム「気候変動」「水」への参加	7.2 7.3 13.1 13.2 13.3	CO ₂ 排出量	グループ	2030	50%削減(2019年度比スコープ1.2)	<ul style="list-style-type: none"> ●CDP評価気候変動リーダーシップレベル「A」、サプライヤーエンゲージメント評価「リーダーボード」選定(2年連続) ●TCFDに基づく開示・シナリオ分析実施 ●国内3拠点(栗原・若柳・九州工場)で再エネ電力100%を達成(2022年4月) ●CO₂排出量(グループ)85.2kt(2019年度比9.7%削減) 	p38
	持続可能な資源の利用	社会からの要請や価値観の変容を踏まえ、原材料の調達、製品設計の段階も含め、省資源・再利用を前提にしたものづくりに取り組む。	廃棄物の極小化・リサイクル推進	9.4 12.2 12.4 12.5	廃棄物排出量	グループ	2030	国内60%削減 海外30%削減(2019年度比)	<ul style="list-style-type: none"> ●主に栗原工場での汚泥のマテリアル化と、東大垣工場の廃プラスチックの削減 ●廃棄物排出量(グループ)2,256t(2019年度比 国内36.9% 海外24.2%削減) 	p38
	水資源の保全	世界的な水害や渇水の深刻化、水不足の懸念の高まりのため、水資源の有効活用、生物多様性に配慮する。	水使用量の削減、水質のモニタリングおよび外部開示	3.9 6.3 6.4	水使用量	グループ	2030	適正利用	<ul style="list-style-type: none"> ●カチオン電着塗装設備の小型化の本格稼働により、水使用量を低減 ●水使用量(グループ)1,374千㎡(2019年度比21.2%削減) 	p38
人財の尊重と活躍	人権の尊重	人権問題は、国内だけでなく、開発途上国やサプライヤーなどでも深刻な問題が起きやすい。当社は人間性の尊重を重視しており、人権を尊重する責任を果たしていく。	ステークホルダーの人権侵害の防止	5.1 8.7 8.8 10.2 10.3	人権調査(SAQ)の実施率	グループ	2022	85%	<ul style="list-style-type: none"> ●行動ガイドライン自己チェックによる人権調査73%実施(グループ) ●階層別教育プログラムへの人権教育の織り込み ●社内報での啓発 ●主要取引先への教育 	p39
	安定した雇用と働きやすい職場	雇用の安定性と公平性をベースに、ディーセント・ワーク(働きがいのある人間らしい仕事)やウェルビーイング(心身および社会的にも健康な満たされた状態)を実現し、従業員エンゲージメントを高めることで、生産性の向上と従業員の働きがいの両立をめざす。	従業員エンゲージメント、適正な評価と適材適所で働きがいを高める雇用の確保と、離職の防止、個人の状況に応じた柔軟に働きやすい職場の実現	8.5	離職率	単体	2025	1.5%以下	<ul style="list-style-type: none"> ●一部工場における始業時間の変更による、従業員への負担軽減 ●非正規雇用の正社員化(30名) ●離職率2.5% 	p39
	従業員の安全と健康	従業員の安全と健康を重視することで、人間性を尊重するとともに、従業員が挑戦し能力を最大限に発揮できる環境を整える。	労働災害の撲滅、労働環境の整備、健康経営で健康的な職場を実現	8.8	休業災害度数率	グループ	-	0	<ul style="list-style-type: none"> ●重大災害未然防止に向けた「STOP6」活動の推進 ●継続的な階層別安全教育の実施 ●健康宣言と「健康経営優良法人2022(大規模法人部門)」認定 ●休業災害度数率0.24(グループ) 	p40
	人財育成と挑戦できる風土の醸成	グローバルに挑戦できる人財育成と、その風土の醸成を通じて、変化の激しい市場環境を生き抜く力を磨くとともに、従業員の自己実現の場を提供する。	階層別教育の推進、挑戦を評価する制度・風土づくり	4.4 8.2	従業員一人あたりの研修時間	単体	2025	30時間/人	<ul style="list-style-type: none"> ●人財育成のベースは「能力×人間力」であると考え、それらをバランスよく習得できる有効的な教育としての新教育プログラムへ全面見直し ●「心理的安全性」を高める教育を追加 ●従業員一人あたりの研修時間26.3時間(単体) 	p41
	ダイバーシティ&インクルージョン	個性や強み・弱み、健康状態、性格、信条、性的指向などを含め、個々人の内部属性に応じて包摂的(インクルーシブ)に能力が発揮できる環境・風土を整えることで、職場の活性化や、イノベーションへの寄与、離職率の低下につなげていく。	誰もが働きやすい職場づくり、女性の活躍の機会を提供	10.2 10.3 5.5 5b	女性管理職比率	単体 グループ	2030	5%以上 14%以上	<ul style="list-style-type: none"> ●女性採用比率目標の強化(10%→20%)。実績は26%(2022年9月時点) ●男性の育児休業取得推進 ●女性管理職比率 グループ9.9% 単体3.0% 	p41