

新型コロナウイルス感染症への対応

世界各地で感染が拡大している新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様に、心よりお見舞い申し上げますと共に、お亡くなりになられた方々に謹んでお悔やみを申し上げます。また感染拡大防止にご尽力されている医療関係者をはじめとする多くの方々に深く感謝申し上げますと共に心より敬意を表します。

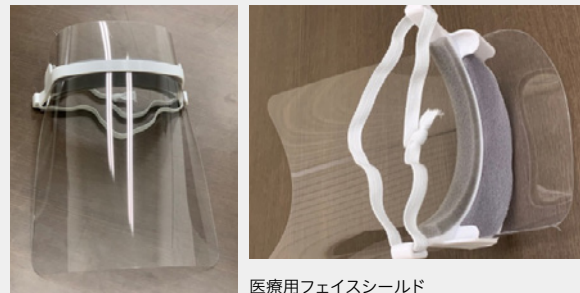
SUBARUグループでは、操業の一時停止を含む生産調整を余儀なくされ、多くの販売特約店において様々な制約を受けるなど事業活動に大きな影響が生じました。こうしたなか、CEOをトップとした「新型肺炎対策本部」を設置し、CRMO(最高リスク管理責任者)による全体統括のもと、お客様、お取引先様、そして従業員の健康と安全を最優先に、感染予防策の徹底、時差通勤や在宅勤務の拡充を行いました。今後もいかなる環境の変化にも対応できるよう、強靱な事業基盤と収益構造へと変化させていきます。

また、SUBARUグループでは様々な側面から支援活動を行ってきました。一人ひとりのお客様や社会の声を真摯に受け止め、すべてのステークホルダーの皆様に信頼・共感され、共生できる企業になることを目指します。

支援活動の例

医療用フェイスシールドの生産と提供

SUBARUではお取引先様企業と協力して、医療用フェイスシールドを生産し、5月末までに約7,000個を、事業所の近隣医療機関や地域の医師会などに提供しました。



医療用フェイスシールド

消防士に物資を寄付

Subaru of Indiana Automotive, Inc.では、新型コロナウイルスに晒される可能性のある消防士を守るため、地元インディアナ州ラフィエット地域の消防署に75着の防護服と320個のウェットティッシュを寄付しました。

5千万食の食事を寄付

Subaru of America, Inc.では、SUBARUのあらゆる接点で会うすべての方々への愛と尊敬の念を示すビジョンとして「The Subaru Love Promise」を掲げています。その一つであるLoves to Helpの一環で、アメリカ合衆国全土で食事の提供を行う慈善団体Feeding Americaに5千万食の食事を寄付しました。これにより、全国199のフードバンクに対して食事を提供できるようになりました。

「知的財産に関する新型コロナウイルス感染症対策支援宣言」の参加

SUBARUは、新型コロナウイルスの感染拡大防止を目的とする「知的財産に関する新型コロナウイルス感染症対策支援宣言」の趣旨に賛同し、同宣言に参加しました。これは新型コロナウイルス感染症のまん延終結を目的とした治療薬、ワクチン、医療機器、感染防止製品などの開発、製造、販売などの行為に対し、SUBARUが国内外で保有する知的財産権を行使せず、一切の対価や補償を求めない旨を宣言するものです。

SUBARUグループのCSR

私たちSUBARUは、2018年に策定した中期経営ビジョン「STEP」にて、「お客様第一を基軸に『存在感と魅力ある企業』を目指す」という不変の経営理念のもと、「モノをつくる会社から笑顔をつくる会社へ」という2025年のありたい姿を描きました。その実現に向け、CSR重点6領域の考え方を取り入れ、SUBARUグローバルサステナビリティ方針に基づいた取り組みを行うことで、企業としての社会的責任を果たし、これからもお客様をはじめとするステークホルダーの皆様に「安心と愉しさ」を提供していきます。そして、SUBARUグループは真のグローバル企業として社会から信頼される企業を目指し、より豊かで持続可能な社会づくりに貢献していきます。

中期経営計画

STEP

- 不変の経営理念**
お客様第一を基軸に「存在感と魅力ある企業」を目指す
- ありたい姿**
モノをつくる会社から笑顔をつくる会社へ
- 2025年 ビジョン**
1. 個性を磨き上げ、お客様にとってDifferentな存在になる
2. お客様一人一人が主役の、心に響く事業活動を展開する
3. 多様化する社会ニーズに貢献し、企業としての社会的責任を果たす

マネジメント

- コーポレートガバナンス
- コンプライアンス
- リスクマネジメント

ステークホルダー

→ ステークホルダーエンゲージメント



提供価値



SUBARUグループのCSR重点6領域

SUBARU 固有の対応領域 社会からの要請	人を中心とした自動車文化
	共感・共生
	安心
	ダイバーシティ
	環境
	コンプライアンス



SUBARU グローバルサステナビリティ方針

社会課題

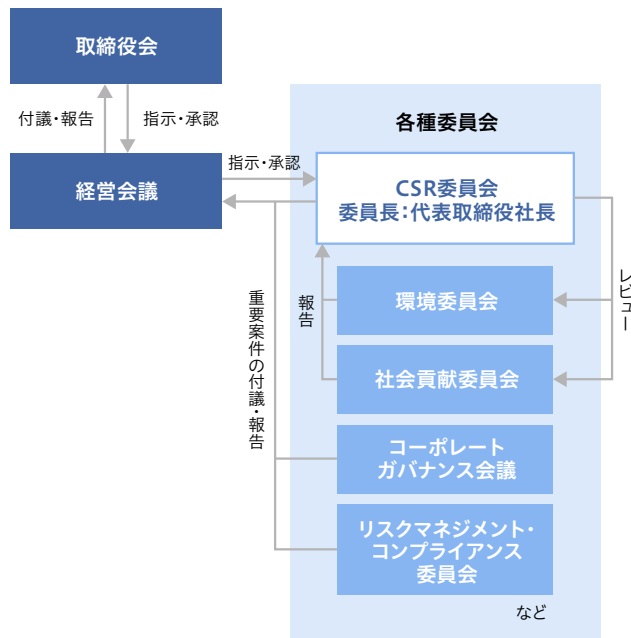
- 気候変動
- 人権問題
- 少子高齢化
- 交通事故の増加
- 環境負荷の増大
- CO₂排出量の増加
- 資源リサイクル
- ドライバーの運転負担増大
- モビリティ社会への対応
- 貿易問題



CSR推進体制

CSRの取り組みを議論する場として、「CSR委員会」を年2回開催し、関係する委員会や部門のPDCAの状況を確認しています。CSR委員会は、委員長を代表取締役社長とし、全役員がメンバーとして加わり、事業を社会的側面から考察し、取り組みの強化を図っています。

◆CSR推進体制



CSR浸透への取り組み

階層別にCSRの理解を深める機会を創出

SUBARUグループでは、一人ひとりがCSRへの理解を深め、その取り組みをさらに推進していくことを目的として、2018年度には経営層や管理職がCSRについて自ら考える機会を設けました。2019年度は対象を新任管理職・係長、新入社員にも拡大して階層別の研修のなかに組み込むことで、より多くの従業員がSUBARUグループのCSRについて理解を深める機会を増やしました。

またグローバルに事業を展開する企業として、世界の課題に向き合い、世界と共に行動することが重要であると考え、ロイドレジスタージャパン株式会社 取締役 富田秀実様をお招きし持続可能な開発目標（SDGs）の勉強会も開催しました。SDGsから見る世界のトレンドやSUBARUが事業を通じて果たしていくべき課題などを学びました。

2019年度の勉強会実績

内容	実施時期	対象者
CSR	2019年4月	新入社員
	2019年6月	新任管理職
	2019年10-11月	新任係長
SDGs	2019年12月	各本部CSR推進責任者・ 本社管理部門関係者
	2020年1月	国内全役員
	2020年2月	各本部CSR推進責任者および 担当者



SDGs勉強会



富田様より講演

Voice

参加者の声

CSR勉強会

- CSRで新しいことをやるのではなく、CSR視点で自分の業務で何ができるかを考えることが重要であると感じた。
(2019年6月参加者)
- 業務においてCSRとの接点を常に意識できているかを定期的に確認する仕掛けを本部として検討していきたい。
(2019年6月参加者)

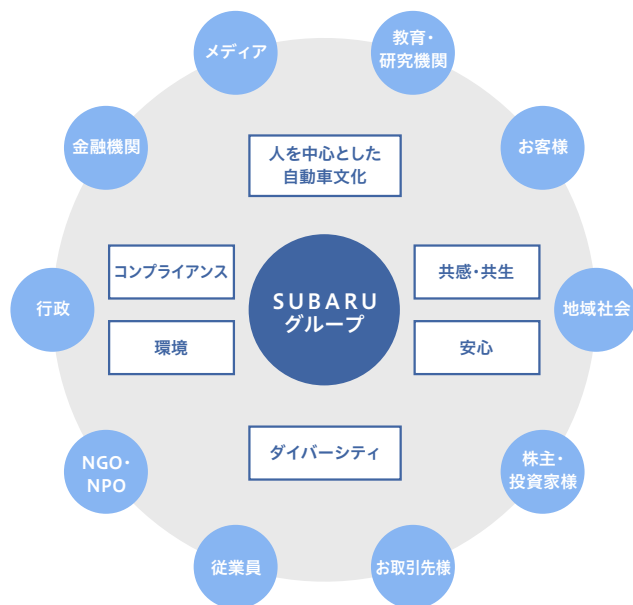
SDGs勉強会

- とても勉強になった。SDGsの169のターゲットをみていくことで、自分の仕事との関係性を改めて、考える場となった。
(2019年12月参加者)
- 自分でできることから活動しようと思う。社会のなかでの存在感を考えた行動が必要と感じた。
(2020年2月参加者)

ステークホルダー・エンゲージメント

SUBARUグループのCSRの取り組みは、ステークホルダーの皆様との関わりに重点を置いており、ステークホルダーの皆様への情報公開や対話、また経営への反映が必要不可欠であると考えます。経営理念にある「存在感と魅力ある企業」を実現するために、今後もステークホルダーの皆様から信頼される企業を目指して、継続的に社会の発展へ貢献すると共に、企業価値の向上を図ってまいります。

SUBARUグループのステークホルダーとCSR重点6領域の関係性



SUBARUグループのステークホルダーとのコミュニケーション方法

ステークホルダー

コミュニケーション方法

お客様	SUBARUお客様相談センターの設置、満足度調査の実施、イベントの開催
地域社会	安全教室や交通指導による交通安全啓発、従業員による清掃活動、地域住民との交流イベント開催
株主・投資家様	定時株主総会開催（年1回）、報告書発行、WEBでの各種情報開示、機関投資家面談実施、投資家説明会開催、工場視察会開催
お取引先様	調達方針説明会開催、定期的な情報交換、技術や品質などの貢献度大のお取引先様の表彰
従業員	労使協議会の開催、ストレスチェック実施、従業員意識調査、階層・職能別プログラムによる教育研修
NGO・NPO	調査・アンケートへの回答、理念の賛同を通して寄付や地域・社会貢献活動の実施
行政	経済団体・業界団体の会議体への参加、地域自治体との交流・意見交換
金融機関	WEBでの各種情報開示、決算時の説明、月次意見交換
メディア	マスコミ・アナリスト向け決算説明会（年4回）、WEBでの各種情報開示
教育・研究機関	職場体験実施、小・中学校へ出前授業実施、工場見学会開催（年間約9万人来場）

ステークホルダー・エンゲージメント事例

お客様

「お客様第一」を基軸として、すべての事業活動に取り組んでいます。「安心とゆしさ」でお客様に選ばれ続けるブランドになるため、「正確・迅速・適切・公正・公平・親切」を行動の基本としてお客様に対応しています。お客様からいただいた貴重なご意見、ご要望、ご指摘などは、関連部署にフィードバックし、品質・商品改善や提案、アフターサービスの改善に役立てています。



お客様向け広報誌
『Cartopia』

地域社会

SUBARUは、事業所を置く地域の方々とコミュニケーションを図り、各地域の発展や信頼関係づくりに努めています。群馬県太田市においては、SUBARUとお取引先様、そして太田市をはじめとする周辺地域にお住まいの皆様と一つの輪になっ

て「地域の発展と住み良い街づくり」を目指し、スバル地区交流会を1995年に発足し、ボランティア活動、文化活動、教育活動、市民生活活動に取り組んできました。

これらの活動をベースにおきながら、時代のニーズに呼応するため「環境活動」および「交通安全活動」にも傾注し、より地域に密着した活動の展開を進めています。

その他、栃木県宇都宮市、東京都



群馬製作所「スバル感謝祭」



宇都宮製作所
「SUBARUふれあい祭」

渋谷区・三鷹市など事業所を置く地域においても交流会やイベントなどを実施しています。

→ 社会貢献

株主様

SUBARUは、株主の皆様にも、SUBARUの方針・事業内容や日頃の生産活動に対するご理解を深めていただくことを目的として、「株主様工場ご視察会」を2004年より実施しています。

ご視察会では、工場などの生産現場をご覧いただくと共に、株主の皆様とSUBARUとの間で直接コミュニケーションを図るため、役員が参加する質疑応答の時間を設けています。なお、ご視察会でいただいたご意見・ご感想などは、経営層をはじめ社内関係者へ共有し、事業活動およびIR活動に活かしています。



工場ご視察会（群馬製作所）



質疑応答（群馬製作所）



工場ご視察会
（航空宇宙カンパニー 半田工場）

販売特約店

「国内スバル2025ビジョンキックオフ」を開催し、国内販売特約店の社長をはじめ幹部、SUBARUの幹部合わせて約1,000人が出席しました。SUBARUからは将来に向けたクルマづくりの考え方や商品計画について、販売特約店の店長からはビジョン実現への思いを発表し、国内営業本部と販売特約店における2025年のありたい姿「愛されるSUBARU」を共有しました。また、全国の販売特約店の従業員を対象に群馬工場視察を実施しました。最前線でお客様対応を続けている販売特約店の従業員に、工場やそこで働く従業員の姿を実際に見てもらうことでSUBARU社内の品質向上のための取り組みの理解を促進し、SUBARUグループで一体感を持ってSUBARUブランドを支えていくことを目的としました。



販売特約店向け広報誌
『SPICE magazine』

従業員

SUBARUでは、会社の方針や取り組みなどの情報共有をはじめ、従業員のモチベーション向上やコミュニケーション促進を目的に、社内広報誌を毎月発行しています。

また、重要度の高い情報については、よりタイムリーに周知徹底を図るために、従業員一人ひとりに対して、電子メールにて情報を発信しています。さらに、定期的に経営層が各事業所を訪れて従業員と直接対話し、コミュニケーションを図る場を設けています。



社内広報誌『秀峰』

SUBARUグループのCSR重点6領域

CSR重点6領域特定プロセス

SUBARUグループは、中期経営ビジョン「STEP」に合わせ、CSRの取り組みについても従来の「CSR活動8項目」を見直し、「CSR重点6領域」－「人を中心とした自動車文化」「共感・共生」「安心」「ダイバーシティ」「環境」「コンプライアンス」－を定めました。

重点領域の選定にあたっては、まずCSR重点項目として社会的要請の高い41項目を抽出したうえで、北米や国内の有識者・投

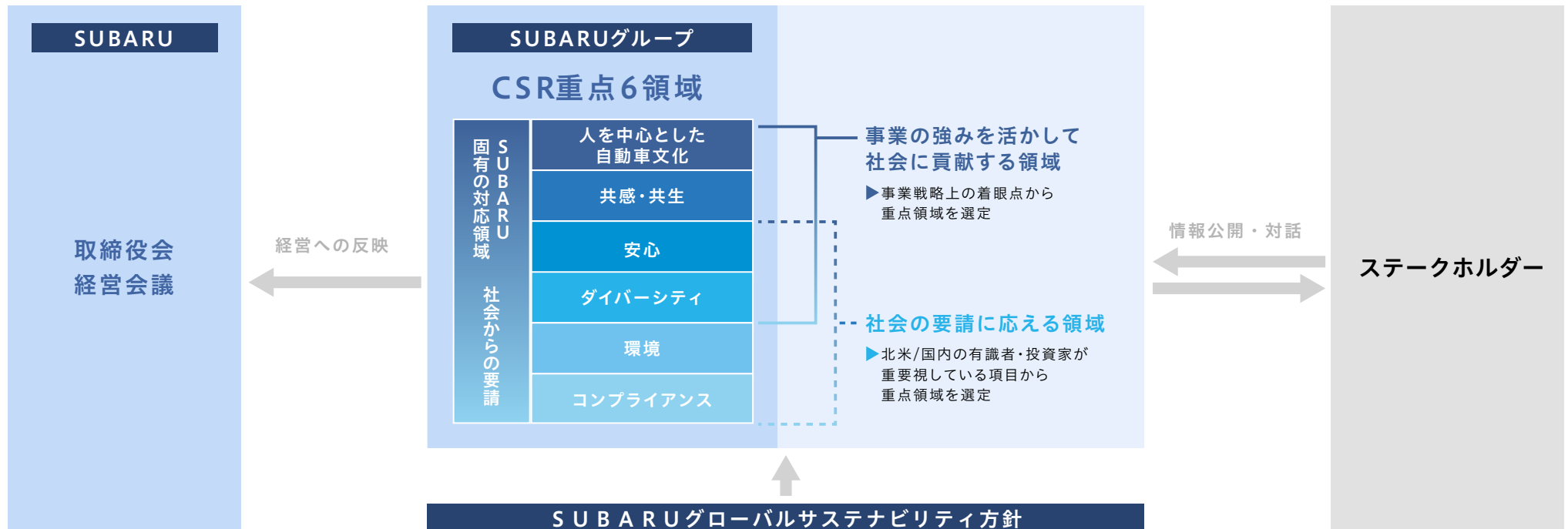
資家へのアンケートを実施しました。最終的に「事業の強みを活かして社会に貢献する領域」と「社会の要請に応える領域」の2つの視点から考えました。その結果、事業の強みを活かして社会に貢献する領域として、「人を中心とした自動車文化」「共感・共生」「安心」「ダイバーシティ」の4つを、社会の要請に応える領域として、「安心」「ダイバーシティ」「環境」「コンプライアンス」の4つを選定しました。

「安心」と「ダイバーシティ」が重複していますが、「安心」に

ついては、社会の要請とSUBARUグループの事業の強みが合致している領域であり、「ダイバーシティ」については、社会から求められるダイバーシティだけでなく、お客様に提供する商品のダイバーシティを含めた広義のものとして捉えたためです。

2020年4月に制定したSUBARUグローバルサステナビリティ方針を軸にグループ・グローバルで意思を共有し、重点6領域の取り組みを推進していきます。

CSR重点領域の経営への反映



CSR重点6領域「基本的な考え方」と「2025年のありたい姿」

CSR重点6領域	基本的な考え方	2025年のありたい姿	取り組みとSDGs	TOPICS
人を中心とした自動車文化	「クルマは単なる移動手段ではない。」と考えます。 SUBARUは、「安心と愉しさ」といった人の「感性」を大切に、人の心や人生を豊かにするパートナーとなる商品やサービスを付加価値としてお客様に届け、持続可能なモビリティ文化を醸成します。	人の心や人生を豊かにするパートナーとなる企業になる。	→ p014	→ p019
共感・共生	人と人とのコミュニケーションの輪を広げ、一人ひとりのお客様および社会の声に真摯に向き合うことで、信頼・共感され、共生できる企業になります。	広く社会から信頼・共感され、共生できる企業になる。	→ p015	→ p021
安心	すべてのステークホルダーに「最高の安心」を感じていただける存在となります。	すべてのステークホルダーに「最高の安心」を感じていただける企業になる。	→ p016	→ p023
ダイバーシティ	多様な市場価値を尊重した商品の提供と、SUBARUグループで働くすべての人々の多様な価値観の尊重と反映がSUBARUグループのダイバーシティと見え、推進します。	すべての人々の多様な価値観を尊重しつつ、多様な市場価値を創出する事業を推進する。	→ p017	→ p025
環境	SUBARUのフィールドである「大地と空と自然」を将来世代へ伝承するため、企業活動全体で環境に配慮していきます。	企業活動を通じて「大地と空と自然」が広がる地球環境を大切に守っていく。	→ p017	→ p027
コンプライアンス	法令や社会規範を守って業務が遂行できている、そしてコンプライアンス重視・優先の考え方がSUBARUグループで働くすべての人々に浸透し、実行されている企業になります。	誠実に行動し、社会から信頼され、共感される企業になる。	→ p018	→ p029

CSR重点6領域の取り組みとSDGs

2030年に向けた持続可能な未来を実現するための開発目標SDGs (Sustainable Development Goals) への対応については、SUBARUグループとして重要性を認識しています。CSR重点6領域について「2025年のありたい姿」を明確にす

ることで各領域の取り組みを一層強化し、持続可能な開発目標(SDGs) の達成に積極的に貢献していきます。

具体的には、「2030年に死亡交通事故ゼロ※を目指す」という目標を掲げているSUBARUグループの取り組みは、SDGsのター

ゲット3.6「2020年までに、世界の道路交通事故による死傷者を半減させる」の達成に寄与すると考えています。

※ SUBARU乗車中の死亡事故およびSUBARU車との衝突による歩行者・自転車等の死亡事故をゼロに。

重点6領域	主要対象 ステークホルダー	テーマ	取り組み			ありたい姿/KPI 2025年度～2030年度	貢献するSDGs
			2019年度	2020年度	2021年度～2025年度		
人を中心とした 自動車文化	お客様	クルマを操る楽しさ	SUBARU GLOBAL PLATFORMの進化と、知能化技術との融合 (Skilled Driver※のような安心で楽しい走りの実現) ※Skilled Driver：熟練した腕の良いドライバー			<p>人の心や人生を豊かにする パートナーとなる企業になる。</p> <p>▶ KPI ・お客様満足度調査の継続実施 (お客様評価結果の改善)</p>	 <p>9.1</p>  <p>11.2</p>
		カスタマイズの 楽しみ提供	新車に同期した高品質用品の開発				
			高機能付加価値用品品揃えの拡大				
		ブランドイメージの 向上	ブランド戦略の推進(愛されるSUBARUになる/More than a Car Company)				
			市場特性にあったマーケティング活動の推進				
			モータースポーツの推進と啓発活動の継続				
		新しいモビリティの提案	関係省庁連携による技術開発		将来モビリティへの対応		
	地域社会		自動車文化の発信	「SUBARUのモノづくりおよび安心と楽しさ」の発信			

CSR重点6領域の取り組みとSDGs

重点6領域	主要対象 ステークホルダー	テーマ	取り組み			ありたい姿/KPI 2025年度～2030年度	貢献するSDGs
			2019年度	2020年度	2021年度～2025年度		
共感・共生	お客様	お客様との つながり強化	国内店舗投資	IoTによる新しいつながり方の強化		<p>広く社会から信頼・共感され、共生できる企業になる。</p> <p>▶ KPI</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お客様満足度調査の継続実施（お客様評価結果の改善） ・IoTを活用したお客様との接点強化（マイル、次期システム、テレマティクス） 	 <p>11.2</p>
				ロイヤルティの向上			
				お客様との交流活動の継続			
				人々の暮らしに役立つ商品の提供			
		新しい整備体制づくり	BEV販売に向けた整備体制の準備・確立				
	お取引先様	お取引先様との共存共栄	お取引先様のCSR調査・啓発	CSRを考慮したお取引先様との関係構築			
	従業員	安心して働ける 環境づくり	労働安全活動の取り組み強化、工場環境整備の促進				
			生き活きと働ける職場環境づくり、従業員からも愛されるブランドへの昇華				
			各事業所における生産活動と雇用の維持継続				
			運動部の活用、従業員の士気高揚				
	地域社会	地域とのつながりの 活性化	地域交流活動、パートナーシップ活動の強化				
			スポーツ活動を通じた貢献、関係強化				



17.16

CSR重点6領域の取り組みとSDGs

重点6領域	主要対象 ステークホルダー	テーマ	取り組み			ありたい姿/KPI 2025年度～2030年度	貢献するSDGs	
			2019年度	2020年度	2021年度～2025年度			
安心	お客様	安全機能の向上	ADAS(先進運転支援システム)の高度化			<p>すべてのステークホルダーに「最高の安心」を感じていただける企業になる。</p> <p>▶ KPI</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2030年に死亡交通事故ゼロ*を目指す ※SUBARU乗車中の死亡事故およびSUBARUとの衝突による歩行者・自転車等の死亡事故をゼロに ・衝突時のエネルギー吸収量を1.4倍に向上 	 <p>3.6</p>	
			AACN(先進事故自動通報)採用、機能拡充					
			衝突安全の継続的な強化					
			自律飛行システムの追求(衝突回避技術)					
		安全な運転への貢献	高齢者向け安全運転講習等の実施・継続					
			信頼できる商品供給体制の 確立・増強	タイムリーかつ高効率な補修品・用品供給体制の確立				
		商品供給能力の増強						
		品質の確保・向上	点検・整備の質向上	正確で質の高い点検・整備の推進				
				品質方針改定	品質でも選ばれるクルマづくり実現に向けた取り組みの推進			
			商品企画から生産、販売、サービスに至るまでのあらゆるプロセスにおける業務品質の向上					
	品質キャラバン実施、品質意識醸成教育による品質最優先の徹底							
	従業員	安心な職場づくり	製造部門管理スパンの適正化					
			安全衛生委員会活動の継続・強化					
			職場安全衛生の維持向上およびより快適な職場環境づくりの推進					
			健康増進取り組み計画策定・推進	健康増進取り組み強化				
	地域社会	地元の安心への貢献	雇用の確保・創出					
			工場環境整備の推進	信用度、安定感の醸成				
			環境負荷の低減、公害の未然防止					
行政	安心な生活への貢献	人々の生命と財産を守り安心して暮らせる社会づくりへの貢献						

CSR重点6領域の取り組みとSDGs

重点6領域	主要対象 ステークホルダー	テーマ	取り組み			ありたい姿/KPI 2025年度～2030年度	貢献するSDGs	
			2019年度	2020年度	2021年度～2025年度			
ダイバーシティ	従業員	女性の活躍推進	女性管理職の拡大 20年度（2014年比5倍） 25年度（2014年比12倍以上）			<p>すべての人々の多様な価値観を尊重しつつ、多様な市場価値を創出する事業を推進する。</p> <p>▶ KPI</p> <ul style="list-style-type: none"> 女性管理職の増加（2020年に2014年比5倍以上、2025年に12倍以上） キャリアアップ研修受講者数 法定雇用率の達成 再雇用希望者100% 	 <p>5.5 5.5.2</p>  <p>8.5</p>	
			直接部門女性の育児支援					
		多様な人材活用	シニア人事制度の見直し		シニア人事制度の運用			
			外国籍人材の活躍推進					
			社会的少数派にも配慮した職場環境構築の検討・推進					
			障がい者法定雇用率の遵守 20年度以降 2.3%					
	多様な働き方推進	多様な働き方：新勤怠システム導入による労働管理支援、テレワークの拡大						
グループ企業人材確保	多様な雇用の維持・拡大							
お取引先様	ビジネスパートナーと連携した活動	お取引先様のCSR調査・啓発	サプライチェーンにおけるCSR取り組みの強化					
		従業員の理解度向上、NAMAD(米国マイノリティ自動車販売協会)との協力の推進						
お客様	多様な商品の提供	多様な市場ニーズの着実なフィードバック						
		複数車種で採用可能な部品の設計						
環境	お客様	環境負荷を低減するクルマの普及拡大	電動車(HEV、PHEV)の販売拡充		<p>企業活動を通じて「大地と空と自然」が広がる地球環境を大切に守っていく。</p> <p>▶ KPI</p> <ul style="list-style-type: none"> 直接排出するCO₂を2030年度までに2016年度比30%削減（総量ベース） 2030年代までに全世界販売台数の40%以上を電気自動車(EV)+ハイブリッド車に 2030年代前半には、生産・販売するすべてのSUBARU車に電動技術を搭載 二次電池等を含めた資源循環戦略の立案 リサイクル率の向上 	 <p>13.1 13.2</p>  <p>12.2 12.5</p>		
		お客様と連携した環境保護	アウトドアのフィールド保護活動の企画	アウトドアのフィールド保護活動の実施・継続				
	行政	環境負荷を低減する事業活動	自家消費型太陽光発電の導入					
			アクアプレミアム導入					
			グリーン電力証書など	省エネ投資、設備の効果的活用				
	行政等と連携した自然保護活動の継続							
	お取引先様	ビジネスパートナーと連携した環境の取り組み	環境マネジメントシステム構築および継続					
海外事業所における輸送も考慮したお取引先様の選定								
部品保管・輸送の効率化			輸送量低減の推進					
リテイラーによる省エネ、水質保全、リサイクルの実施・継続								
物流費およびCKD費用の最適化								

CSR重点6領域の取り組みとSDGs

重点6領域	主要対象 ステークホルダー	テーマ	取り組み			ありたい姿／KPI 2025年度～2030年度	貢献するSDGs
			2019年度	2020年度	2021年度～2025年度		
コンプライアンス	行政	輸出管理の徹底	安全輸出管理の強化			<p>誠実に行動し、 社会から信頼され、 共感される企業になる。</p> <p>▶ KPI</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人権方針に基づく人権尊重の取り組み推進、サプライチェーン全体への展開 ・CSR調達活動の管理強化 ・コンプライアンス研修・実務法務研修の実施 	 <p>8.7 8.8</p>  <p>16.5 16.5.2</p>
		社内教育・浸透	コンプライアンス研修、役員講話の継続				
			SUBARUグループ視点のコンプライアンス遵守の促進				
		従業員	労働者の人権保護	社内規定、各法規に関わるマニュアル整備・周知			
	ハラスメントの防止						
	働き方改革推進および労働基準法遵守による労働環境の維持・向上						
	人権方針の策定		人権方針の制定・周知	労働者の人権尊重の取り組み推進			
	お取引先様	公正な関係維持	お取引先様のCSR調査・啓発				
			サプライチェーンにおけるCSR取り組みの強化				
			適正取引の推進継続				

商品(クルマ)については、最新の技術を搭載しながらも、お客様がお求めやすい価格で提供できる開発を前提としています

TOPICS

01

CSR重点領域

人を中心とした自動車文化

人の心や人生を豊かにする パートナーとなる

重要と考える理由

SUBARUグループは、人々の多様な価値観を尊重し、多様な市場価値に対応した個性的な商品を提供していくことで、お客様の選択肢を増やすことに貢献してきました。

私たちは、クルマを単なる移動手段ではなく、人の思いを受け止め、それに応える「人生を豊かにするパートナー」であると考えます。

「モノをつくる会社から笑顔をつくる会社へ」

SUBARUグループはこれからもお客様一人ひとりの「安心と楽しさ」といった人の「感性」を大切にし、人生におけるライフスタイルやライフステージの変化とクルマを結び、人が主役の自動車文化の発展と普及を担っていきます。

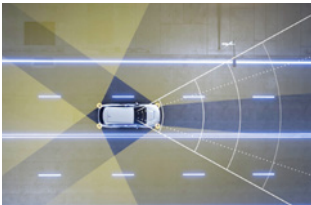


「安心と楽しさ」を追求し続けるSUBARUのコアテクノロジー

知能化技術

SUBARUは、人を中心としたクルマづくりを追求して常に独自の技術を磨き、クルマに新しい価値を生み出してきました。その最新テクノロジーの一つがアイサイト。人の「目」と同じように左右2つのカメラで前方のクルマや歩行者を立体的に認識して事故回避や運転支援を行うシステムです。2020年代は次世代アイサイトとして交差点事故対応強化、高速道運転支援の拡大の他、カメラを刷新し、全周囲センシングにより認知、判断能力を絶え間なく進化させます。AIとの融合などによってアイサイトの機能をさらに高めると共に、ドライバーを見守るモニタリングシステムやコネクティッド（つながる）サービスであるSUBARU STARLINKなどとの連携を進めています。運転支援技術のさらなる進化が事故リスク回避に貢献します。

また、独自の4輪駆動システムであるAWDにおいてもSUBARUならではの動的質感をさらに向上。これらの知能化技術をさらに進化させ、SUBARUらしい安心とクルマを操る楽しさを磨き続けていきます。



次世代アイサイト

ステレオカメラを中核とし、認識判別力向上、統合制御の拡大などで様々な事故シーンへの対応を強化。コネクティッドサービスとの連携、自動駐車などのシステムの導入に向けて進化中。



ドライバー・モニタリング・システム

ドライバーの表情や顔の向きから、眠気や不注意を検知すると警報音や警告表示で注意を促す。今後は、アイサイトとの連携をさらに深めることも視野に入れている。



スバル・スターリンク

米国で導入しているコネクティッドサービス。今後、日本にも導入を予定。日本では、事故発生時にコールセンターに自動通報してくれるAACNを展開し、事故時の救命率引き上げに取り組む。

SUBARU GLOBAL PLATFORM

乗る人の「安心と楽しさ」を深め、クルマのある人生をより豊かにする。そのようなSUBARUならではの思いを叶える車体の設計思想がSUBARU GLOBAL PLATFORMです。乗り心地と運動性能を両立させた走行質感、優れた静粛性、揺れの少ない剛性など、人の感性に着目した動的質感と、合理的なパッケージ、世界トップクラスの衝突安全性能を高次元で融合させています。2016年10月にフルモデルチェンジした新型インプレッサを皮切りに改善を重ねながら順次導入し、2020年度に発売が予定される新型レヴォーグはその最終型ともいえるものです。

SUBARU GLOBAL PLATFORMは、運転する人にあたかも熟練ドライバーのように意のままにクルマを操るよろこびを、そして乗る人すべてに深い安心感をもたらします。将来、自動運転の時代になっても、クルマの「安心と楽しさ」を支える根幹となるのは車体のプラットフォームに他なりません。今後もSUBARUのクルマを支えるコアテクノロジーとして、次世代のSUBARU GLOBAL PLATFORMへと進化させていきます。

「安心と楽しさ」を支えるSUBARU GLOBAL PLATFORM

パッケージ 同サイズでの室内幅・室内高さ改善



衝突安全性能 世界一を堅持

動的質感

1 走行質感

乗り心地と運動性能の高次元での両立

2 静粛性

欧州車並みの静粛性・動剛性が自銘比1.8倍

3 剛性・揺さぶられ

トップクラスの揺れの少なさ

広く社会から 信頼・共感され、 共生できる企業になる

重要と考える理由

SUBARUは、企業活動を行っていくうえで重要となるステークホルダーの一つが、お客様と地域社会であると考えています。

「お客様第一」はもちろんのこと、事業を展開する地域社会においても、多くの人々にSUBARUは支えられてきました。

SUBARUは、日頃のコミュニケーションを通じて、お客様には商品やサービスに対し、また地域社会には地域における企業活動に対し、信頼され共感していただくことで、共感・共生のコミュニティを形成し、企業としての持続的成長を図っていきます。



「共感・共生」を目指し、5つのプロミスを掲げて全米で取り組みを推進

Subaru of America, Inc. (SOA) では、自動車会社以上の存在であるために、「The Subaru Love Promise」を展開しています。SUBARUと販売特約店が多くのコミュニティパートナーと共に世界をより良い場所にするを約束するもので、5つのプロミスを掲げています。お客様との生涯にわたる関係を構築し、信頼を得て、誠実さと思いやりを提供することで、お客様の期待を超えられると信じています。



■ Subaru Loves the Earth

SUBARUのお客様には自然を愛する方が数多くいます。SOAが進める「The Subaru Love Promise」では、自然環境を守る様々な活動を進めています。国立公園局をサポートする取り組みもその一つ。2013年から継続して資金を提供しており、米国の国立公園におけるごみの削減・リサイクル、来場者への啓発など幅広く活用されています。また、Terra Cycle®社とのパートナーシップのもと、リサイクルが難しい廃棄物の収集などに取り組んでいます。



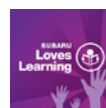
■ Subaru Loves to Care

難病患者や障がい者をはじめ多様な人々の健康に貢献するために、多くの非営利団体の活動を支援しています。白血病・リンパ腫学会への支援では、血液がんを患う約15万人の患者の方々に全米の販売特約店と協力して毛布などを寄付しています。



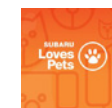
■ Subaru Loves to Help

高齢者や子供、貧困家庭、被災者など、困難な立場にある人々を支える慈善団体を通じて、食事やそれを運ぶためのクルマを寄付、災害時の避難所や介護の提供、災害救援車の維持など、幅広い支援を行っています。また、新型コロナウイルス感染症の拡大で、失業し食事もままならない人々に対しても、米国全土で食事の提供を行うFeeding Americaを通じて、5,000万食の食事を寄付するなど、全米の販売特約店と連携して様々な活動に取り組んでいます。



■ Subaru Loves Learning

教育の機会に恵まれない子供たちが米国にも数多くいます。このような子供や学生たちの学習支援、教育機会の拡大などに取り組む組織に対して様々な支援を行っています。米国科学振興協会とのパートナーシップのもと、2015年から全米の学校に27万冊以上の科学書を寄贈しています。



■ Subaru Loves Pets

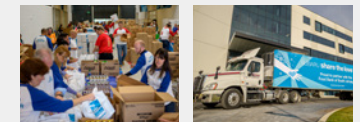
人ばかりでなく、ペットや野生動物の「安心・安全」も「The Subaru Love Promise」における重要なテーマです。アメリカ動物虐待防止協会をはじめ、保護されたペットのケアや養子縁組などに取り組む各地の団体への支援活動を行っています。また、動物たちの安全を守るために、ペット安全センターが進める動物に関わる衝突実験のサポートも行っています。



Subaru Share the Love®

毎年、Share the Love®の期間中にSUBARU車を購入したお客様から1台当たり250ドルをお預かりし、お客様が選択した慈善団体へ寄付を実施しています。2008年から12年間で寄付総額はSOAからの寄付も合わせて1億7600万ドル以上となりました。

2019年のShare the Love®キックオフイベントではニュージャージー州カムデンの子供たちに向けてフードバンクの食事を袋詰めしました。2019年は、2018年の2倍にあたる60,000食相当を寄付し、カムデンの食糧不安を抱える子供たちを支援しました。



すべてのステークホルダーに 「最高の安心」を感じていただける 企業になる

重要と考える理由

SUBARUは、クルマに求められる安心感を、クルマづくりやサービスを通して実現します。

お客様が安心して長く使い続けていただける「品質」No.1を目指し、品質に関わる全プロセスを不断に見直していきます。そして、「人の命を守る」ことにこだわり、2030年に死亡交通事故ゼロ※を目指して取り組みます。他方で、地域で操業する製造業として地域社会にもSUBARUなら安心とさせていただくこと、またSUBARUグループで働くすべての人々が安心して働け、かつ、安全な職場環境をつくることも不可欠です。さらには、交通事故などクルマに関わる社会課題の解決にも貢献していきます。SUBARUは、お客様・地域社会・従業員をはじめとするすべてのステークホルダーにとって、「最高の安心」を感じていただける企業となることを目指していきます。

※ SUBARU乗車中の死亡事故およびSUBARUとの衝突による歩行者・自転車等の死亡事故をゼロに



「最高の安心」を届けるためのSUBARUの品質と安全技術

品質改革

SUBARUは、中期経営ビジョン「STEP」において品質向上を最重要テーマとして掲げており、商品の企画段階をはじめ、サプライヤーからの部品調達、工場における製造・検査、さらには共通部門も含めた従業員全員の日々の業務まで、あらゆるプロセスで品質改革に取り組んでいます。例えば商品企画・技術部門では、リコールをはじめとする重大不具合の原因となるような「種」がないように、初期段階から品質に対する施策を織り込む開発に取り組んでいます。製造工程では、最終の検査工程に頼るのではなく、上流の段階から高い品質を確保するために、各工程を担当する従業員が自ら常にチェックし、万一問題があればラインを止めて確実に解決する「自工程保証」の実現に取り組んでいます。

また、「品質改革」に向かうベクトルを全従業員で共有するために、2019年4月、会社として目指すべき「品質のあるべき姿」を規定した品質方針を25年ぶりに改定しました。さらに、品質に対する意識を浸透させる取り組みとして、不具合の事例やお客様の声などを展示する「品質キャラバン」を各事業所で開催しています。「お客様が安心して長く使い続けることができる品質」No.1を目指し、これからも徹底した品質改革に全社をあげて取り組んでいきます。

人の命を守る安全技術

クルマは人の命を乗せて走ります。だからこそ、なによりも安全を最優先すべきであると、SUBARUは常に考えてきました。それは、航空機メーカーを原点に持つ、SUBARUのDNAと

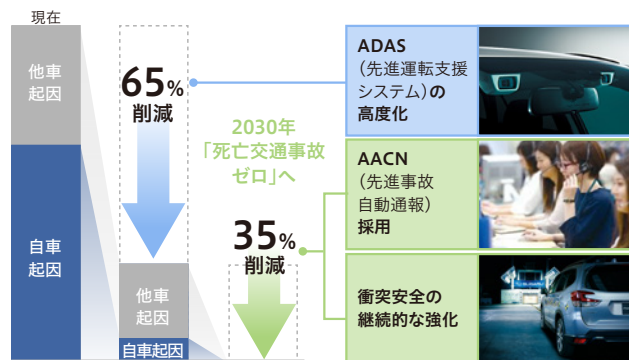
もいえる思想です。

SUBARUは、独自の総合安全性能を追求して人の命を守る技術の向上に継続して取り組んでおり、その安全性能は日本や米国、欧州などの第三者機関から最高ランクの評価を獲得しています。これからも、アイサイトをはじめとする知能化技術をさらに高度化させると共に、コネクティッドサービスとの連携によるつながる安全や衝突安全などと連携させ、「安全」というクルマに求められる価値を高めていきます。ADAS（先進運転支援システム）の高度化に加え、衝突安全の継続的な強化とコネクティッドを利用したAACN（先進事故自動通報）を採用することで、2030年に死亡交通事故ゼロ*の達成を目指します。

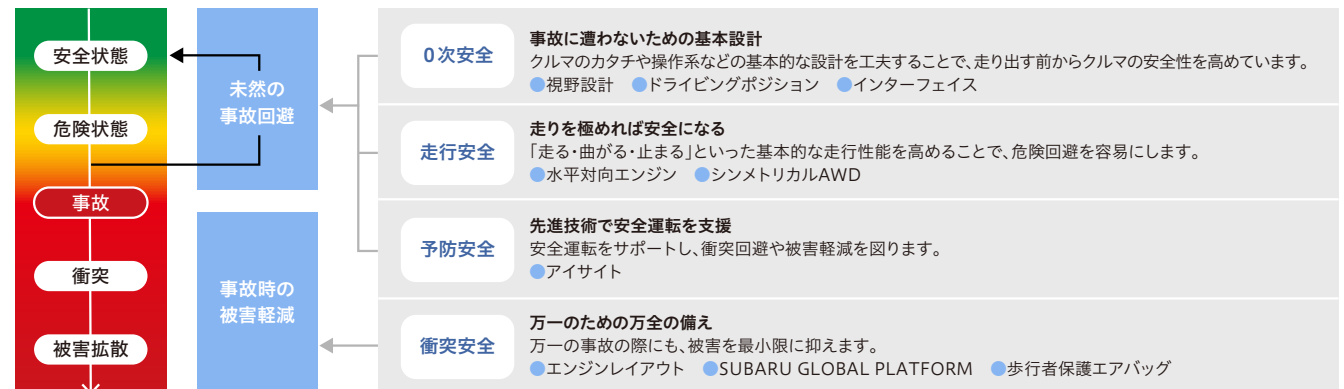
* SUBARU乗車中の死亡事故およびSUBARUとの衝突による歩行者・自転車等の死亡事故をゼロに

死亡交通事故ゼロに向けたシナリオ

SUBARUの死亡交通事故(米国FARSデータから推定)



総合安全思想



すべての人々の多様な価値観を尊重しつつ、 多様な市場価値を創出する事業を 推進する

重要と考える理由

今日、社会的要請として、従業員のダイバーシティや多様な働き方が広く企業に求められています。一方で、SUBARUは、今後とも多様な市場価値を尊重し、お客様の選択肢を増やすことに貢献する商品を提供することが、企業の持続的成長にもつながると考えています。そのためには、SUBARUグループで働く人々の視点にも多様性が求められます。

このように、SUBARUにとってのダイバーシティは、「商品のダイバーシティ」と「従業員のダイバーシティ」という、二つの重要な意味を持っています。SUBARUは、「商品のダイバーシティ」を追求すると同時に、「SUBARUグループで働くすべての人々のダイバーシティ」を推進していきます。



新たな価値を創造するために、SUBARUが取り組む2つのダイバーシティ

Subaru of America, Inc.(SOA)における 従業員のダイバーシティ

SOAは、多様な経験や視点、価値観を持つ従業員が互いに学び、成長することで、次代のビジネスの創出につながり、ひいては会社をより強くすると考えています。SUBARUの企業組織にも、多様性のダイバーシティ、公平性のエクイティ、包括性のインクルージョンの原則は織り込まれており、従業員の活動から生まれた5つの従業員グループが活動しています。

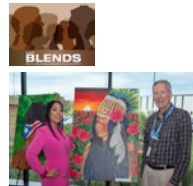
■Women's Network

女性従業員を支援する姿勢は全従業員の職場環境の改善につながるという発想のもとに設立された組織です。性差に関わらず全従業員にキャリアアップの機会を創出すると共に、女性従業員のネットワークづくりの場ともなっています。



■BLENDS

アフリカ系およびラテン系の従業員を支援する従業員グループで、従業員の声を実現できるような場所を目指しています。企業文化の多様性にもつながるように、文化的なイベントや地域に根ざした活動などを支援し、幅広いコミュニティづくりに貢献しています。



■Out + Ally

SOAで初めて設立された従業員グループで、LGBTQ+メンバーとストレートメンバーの同盟的な組織です。HIV/AIDSなどの疾患を抱える人々への教育、検査、カウンセリングなどへのサポートの他、食事の提供支援などの活動にも取り組んでいます。



■SARGE

退役軍人やその家族、支援者たちのための組織です。軍役から一般的な生活に復帰するのは容易なことではありません。そのために役立つ情報を共有するために、ネットワークやコミュニケーションづくりの場を提供しています。



■EVOLVE

多様な従業員が集い、お互いに励まし合い楽しみながら、身心の健康などを見直すための組織です。そのために役立つ多様な情報の提供をはじめ、従業員が自らを高められるようにサポートしています。



SUBARUが進める従業員のダイバーシティ

SUBARUでは、多様な個性を持つ従業員誰もが活き活きと働くことのできる環境づくりを目指し、ダイバーシティを推進しています。2015年1月にダイバーシティ推進室を設置し、「女性活躍」「障がい者雇用」「高齢者再雇用」「外国籍従業員雇用」を重点テーマに掲げ、なかでも女性活躍の推進を最重要課題として取り組みを進めています。

現在、2025年に女性管理職を2014年時点の12倍以上とする目標掲げ、女性管理職育成に向けた取り組みを強化しています。また、2019年度には群馬製作所に新たに製造部門のダイバーシティを推進する部署を設置し、女性・障がい者・高齢者などが働きやすい製造職場づくりに取り組んでいます。社内の会議室を利用した保育士による早朝保育制度も導入するなど、製造部門の女性の活躍推進も強化しています。

商品のダイバーシティ

多様なお客様に「安全と楽しさ」を提供し、これからのクルマに求められる新たな価値を創出するために、SUBARUならではの走りの楽しさと、時代が求める環境性能を両立させる、いわば「商品のダイバーシティ」に取り組んでいます。2018年には、SUBARU独自の水平対向エンジンと最新の電動技術を組み合わせたパワーユニット「e-BOXER」を搭載した新型「フォレスター」と「SUBARU XV」を日本市場に投入。北米ではプラグインハイブリッド車「クロストレックハイブリッド」を発売しました。また、2019年には「e-BOXER」を搭載した欧州仕様の「フォレスター」と「SUBARU XV」を発売しました。さらに、2020年代前半にはBEV(電気自動車)の投入も予定しています。

新しいカテゴリーの開拓で世の中にクルマの新しい価値を提供



LEGACY Touring Wagon

バンにスポーティ性能を持たせた
→ツーリングワゴンの基礎

↓ + 走破性



OUTBACKの基礎

↓



FORESTER

オンロードの走りとおフロードの走破性を
両立したクロスオーバーを開発
→現在のSUVの基礎

TOPICS

05

CSR重点領域
環境

企業活動を通じて 「大地と空と自然」が広がる地球環境を 大切に守っていく

重要と考える理由

SUBARUは環境方針のなかで「大地と空と自然」をSUBARUのフィールドと定め、自然との共生を目指す取り組みへの注力を掲げました。これは、自動車と航空宇宙事業を柱とするSUBARUの事業フィールドである「大地と空と自然」を大切に守っていきたいという思いを込めたものです。豊かな「大地と空と自然」が広がる地球環境があってこそ、社会とSUBARUの持続性が可能になるという考えのもと、オールSUBARUで地球環境保護に取り組んでいきます。



「大地と空と自然」と共生する、SUBARUらしいクルマづくり

脱炭素社会を目指した取り組み

SUBARUは気候変動を最も重要な課題の一つと認識し、21世紀後半の早い段階で脱炭素を目指すパリ協定の趣旨を支持し、スコープ1、2排出量（オフィス・工場で排出するCO₂）およびスコープ3排出量（商品の使用時に排出するCO₂）に関する中長期目標を掲げ、グループをあげて取り組んでいます。

スコープ1、2排出量は、2050年度にカーボン・ニュートラルを目指し、そのマイルストーンとして2030年度に2016年度比で30%（総量ベース）の削減に取り組めます。

スコープ3排出量に関しては2050年にWell-to-Wheel^{*}で新車平均（走行時）のCO₂排出量を2010年比で90%以上削減を目指し、2030年までに全世界販売台数の40%以上を電気自動車（EV）+ハイブリッド車に、さらに2030年代前半には生産・販売するすべてのSUBARU車に電動技術を搭載するという目標を掲げています。2030年、そして2050年の中長期目標の達成に向けて、SUBARUらしい独自の技術を磨き続けると共に、従業員一人ひとりが常にその使命を意識し、社会とSUBARUグループの持続可能な成長を実現していきます。

^{*}「油井から車輪」の意味。EVなどが使用する電力の発電エネルギー源まで遡って、CO₂排出量を算出する考え方を指す。

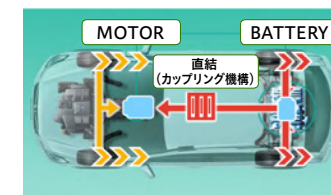
工場やオフィスおよび商品のCO₂削減に向けた中長期目標

カテゴリー	時期	目標
スコープ1、2	2050年度	カーボン・ニュートラルを目指す
	2030年度	2016年度比30%削減（総量ベース）
スコープ3	2050年	Well-to-Wheelで新車平均（走行時）のCO ₂ 排出量を、2010年比で90%以上削減
	2030年代前半	生産・販売するすべてのSUBARU車に電動技術を搭載
	2030年まで	全世界販売台数の40%以上を、電気自動車（EV）+ハイブリッド車にする

環境性能と「SUBARUらしさ」の融合

今後、ハイブリッド車や電気自動車の時代が到来しようとも、「安心と楽しさ」を追求するSUBARUのクルマづくりのDNAは変わることはありません。トヨタ自動車とのアライアンスを活用してこれらの技術開発を加速させる一方で、SUBARU GLOBAL PLATFORMやシンメトリカルAWD、水平対向エンジンなどSUBARU独自のコアテクノロジーも進化させていきます。そして、これらの先進技術を高次元で融合させることによって、CO₂排出量削減だけではなく、SUBARUらしさを際立たせる安全性能やAWD性能、動的質感をさらに高めていきます。いつの時代においても、SUBARUが目指すのは人を中心としたクルマづくりです。ドライバーにクルマを操る楽しさを、乗る人すべてに深い安心感を、そして「大地と空と自然」と共生するクルマづくりを追求していきます。

CO₂排出量削減に加え、安全性能・AWD性能・動的質感を高める



トヨタと共同開発しているBEV^{*}のエクスタリアデザインのスタディモデル



^{*}BEV (Battery Electric Vehicle)

誠実に行動し、 社会から信頼され、 共感される企業になる

重要と考える理由

SUBARUは、業務遂行において社会規範への意識が欠如していたことや社内ルールの不備、また業務遂行に関連する法令の理解が乏しかったことなどへの反省から、意識改革の必要性を痛感し、徹底した組織風土改革を推し進めています。お客様をはじめとするすべてのステークホルダーから信頼され、共感される存在となることを目指し、SUBARUグループ一丸となってコンプライアンス重視、優先の取り組みを進めていきます。

一人ひとりが意識と行動を変え、風通しのよい組織づくりに取り組む

実効性の高い「コンプライアンス+α」に向けて

SUBARUでは、コンプライアンスの実効性をより高めるため、各部門がそれぞれのコンプライアンス上の課題を抽出し、対応計画を立案・実行する「考えるコンプライアンス」を推進し、自律的取り組みの浸透を図っています。これにあたっては、役職などに捉われない各人から挙がる問題意識や、多様性などに基づく「気づき」や「違和感」を起点とした職場における活発なコミュニケーションを徹底しています。

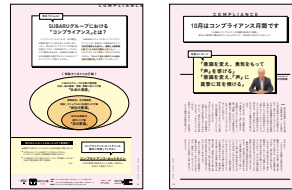
併せて、法令などの遵守といった従来型のコンプライアンス思考を起点とした行動に加え、社会規範や倫理観に基づく誠実な立ち居振る舞いといった、インテグリティ思考を起点とした積極的かつ自発的な行動を心がけるよう、教育などを通じて役職員への浸透を図っています。

さらにこれらの活動をグループ全体で推進するため、グループ共通のコンプライアンス方針の策定・実行、情報の共有化を行っています。

社内報『秀峰』による情報発信と啓発活動

毎年10月はコンプライアンス月間として、コンプライアンス意識の向上のため、社内ツールによる啓発活動やコンプライアンス研修などを実施しています。SUBARUの社内報『秀峰』2019年10月号では特集ページを組み、「意識を変え、勇気をもって『声』を挙げる」「意識を変え、『声』に真摯に耳を傾ける」という内容の社長メッセージを掲載しました。また、全社的な風土改革の取り組み事例を紹介するなど、コンプライアンスへ

の意識向上と行動変革のために、従業員の日々の業務に密着した情報発信と啓発活動を行いました。



社内報『秀峰』
2019年10月号の特集ページ

「コンプライアンス座談会」による率直な意見交換

コンプライアンスの浸透を図っていくためには、それぞれの現場に根ざした取り組みが欠かせません。その活動の一環として、コンプライアンス推進の全社的な組織であるコンプライアンス委員会の委員長と現場の従業員たちによる「コンプライアンス座談会」を実施しています。これは委員長が各部門の現場に出向き、課長・係長など10人前後の少人数の従業員たちと膝をつき合わせて対話するもので、2019年度は、製造本部、技術本部、調達本部、原価企画管理本部、航空宇宙カンパニーで実施し、合計138人が参加しました。こうして現場で集めた従業員たちの生の声を速やかに活かし、コンプライアンス活動の継続的な改善を進めています。

役員自らが従業員に語りかける「コンプライアンス講話会」

コンプライアンスに関する姿勢や考え方を、コンプライアンス委員長以外の役員も自ら生の声で従業員たちに伝える「コンプライアンス講話会」を実施しています。2018年度に続き2回目と

なる2019年度は、従業員の誰もがコンプライアンスへの理解・意識を向上できるように、職位・属性などを限定せずにオープンに参加者を募りました。全事業所で計16人の役員による講話を行い、合計3,476人の従業員が参加。講話会の後に行った全参加者対象のアンケートでは、講話への感想や組織風土に対する意見など、従業員の貴重な声が多数集まりました。

コンプライアンスに対する真摯な姿勢をSUBARUの風土として根づかせていくためには、従業員の誰もが率直に意見を伝え合い、それをお互いに真摯に受け止めて一緒に答えを導き出せるような職場づくりが重要となります。「風通しのよい何でも言える会社」を目指し、これからもコンプライアンスの取り組みを継続して推し進めていきます。



コンプライアンス講話会

Voice

参加者の声

- 自身の経験や身近な例をあげながら分かりやすくお話しただいたおかげで、我が身を振り返るきっかけになった
- 風通しのよい何でも言える企業風土のためには、コミュニケーションの大切さを再認識した。上司部下お互いのリスペクト・声掛けなど、実行していきたい
- これまで「相談すべきか?」「どう話すべきか?」悩むことがあったが、『報連相』から『雑な相談(0次相談)』との考え方を教えていただいた。そのように上司と情報共有から始めたいと思う