

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、「笑顔をつくる会社」という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、お客様をはじめとするステークホルダーの皆様へ「安心と楽しさ」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従業員一人ひとりが成長の原動力となり、持続的な成長を目指すとともに、愉しく持続可能な社会の実現に貢献していきます。

経営資源



笑顔をつくる会社



財務資本

製造資本

知的資本

人的資本

社会関係資本

自然資本

愉しく持続可能な社会の実現

SUBARUグループの持続的な成長

SUBARU グループのユニークなビジネスモデル
 選択と集中 + 差別化 + 付加価値

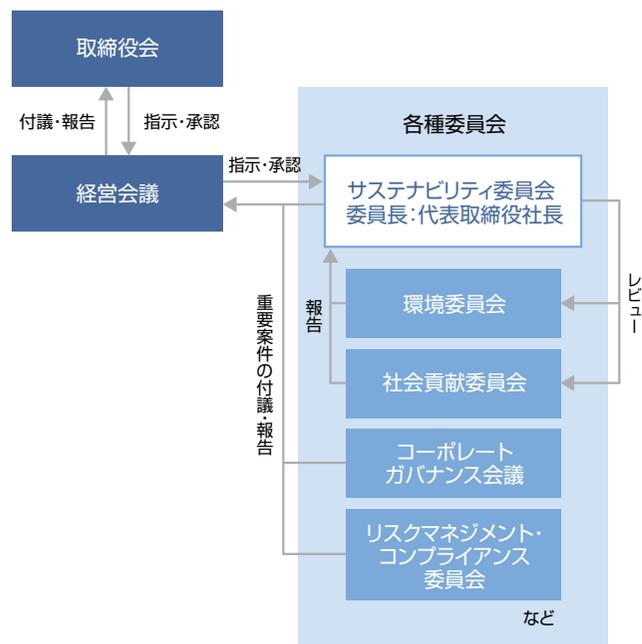
働き方の変化 自動車を取り巻くイノベーションの進化 社会課題 気候変動 資源循環 交通事故 人権尊重

CSR推進体制

CSRの取り組みを議論する場として、「サステナビリティ委員会*」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。サステナビリティ委員会は、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。

※ 2021年度に「CSR委員会」から改称。

CSR推進体制



CSR浸透への取り組み

グループ全体で理解浸透を推進

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年度に経営層や管理職がCSRについて自ら考える機会を設け、2019年度に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みました。さらに、2020年度には各本部向けにCSR推進用の動画を作成し、各本部主導で理解促進を図りました。それに加え、国内グループ会社向けには、重点6領域の取り組みの進捗状況および課題の共有を開始しました。2021年度からは国内販売特約店、海外グループ会社とのコミュニケーションの機会を設けて、グループ・グローバルでグループ全体で持続可能な社会の実現に向け、取り組みを推進しています。

また、社会とSUBARUグループのサステナビリティを目指し、SUBARUの経営課題に向き合い、財務・非財務の両面から経営を高めていくことが重要であると考え、東京理科大学大学院教授・一般社団法人WICIジャパン専務理事 宮永雅好様をお招きし「統合思考経営」についての勉強会を開催しました。統合思考経営の歴史・考え方を学び、SUBARUが目指す統合思考経営についてのディスカッションなどを行いました。

勉強会の開催実績

| 内容 | 開催時期 | 対象 |
|--------|----------|-------|
| CSR | 2020年10月 | 新入社員 |
| | 2020年11月 | 新任係長 |
| | 2020年11月 | 新任管理職 |
| 統合思考経営 | 2021年5月 | 国内全役員 |



統合思考経営勉強会

VOICE

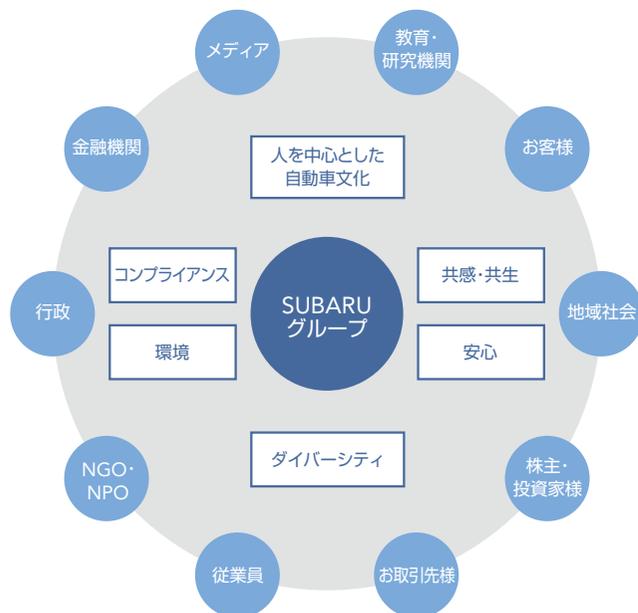
CSR推進用動画 「SUBARUグループのCSRの考え方」を 視聴した従業員の声

- CSRに対するお客様および社会からの要請は日に日に増しており、何を企画するうえでもCSRを意識することが強く求められる分野だとあらためて認識した。より深く全社会的な考え方・戦略を理解し、自らの業務を通じて貢献していきたい。
- 自動車をデザインするという自身の業務は、CSR重点6領域「人を中心とした自動車文化」の発展と普及につながっており、また、多様な価値観を持ったメンバーが協力して業務を進めていくためには、CSR重点6領域「ダイバーシティ」を意識した組織運営は欠かせない。
- 受講して、あらためて、新しく何かをすることだけでなく、これまで、SUBARUが行ってきたこともCSRに結びついていていることに気づいた。
- 難しく感じることもあるが、今後の社会（人類、地球環境）のサステナビリティに向けてという基準で行動すれば、小さいことかもしれないが、貢献できることがあると感じた。

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、また皆様からのご意見・ご要望の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に貢献するとともに、企業価値の向上を図っていきます。

SUBARUグループのステークホルダーとCSR重点6領域の関係



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によるお取引先様の表彰 |
| 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の開催（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 |

* 一部、2020年度に実施していない活動も含む。

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。「安心と愉しさ」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
「カートピア (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。また、その他のSUBARUが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。

今後も、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きます。

→ 社会貢献



群馬製作所
「スバル感謝祭」(2019年度)



宇都宮製作所
「ふれあい祭」(2019年度)

株主様

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

生産現場などSUBARUの活動を株主の皆様へ直接ご確認いただき、コミュニケーションを図ることは重要な機会であると捉えています。これまでのご視察会では、役員が参加する質疑応答の時間を設けており、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に共有し、事業活動・IR活動に活かしています。

2020年以降は、新型コロナウイルス感染症予防のためにご視察会を中止していますが、今後は同感染症の状況を勘案しながらも、株主様とのコミュニケーションの充実に向けて、新たな施策に取り組んでいきたいと考えています。



航空宇宙カンパニー半田工場の視察
(2019年度)



群馬製作所の視察 (2019年度)



質疑応答の様子 (2019年度)

販売特約店

販売特約店と共に一体感を持ってSUBARUブランドを支えていくことを目的に、国内外の販売特約店に向けて、様々な取り組みを実施しています。特に、品質において、SUBARUの「お客様第一」

の姿勢を貫くため、世界各地のお客様対応に責任を持つ販売特約店との対話を重視しています。国内では年2回の技術連絡会議、海外では年2回の主要特約店サービス会議ならびにCIS、中欧、北欧、南欧、オセアニア、中南米地域で開催されるブロック会議を開催するなど(2020年度は国内・海外共にWEBで実施)、販売特約店の意見を取り入れた、お客様満足度向上に向けた取り組みを進めています。

なお、2020年度は新型コロナウイルス感染症予防から、国内の一部の会議はWEBで実施し、アーカイブ配信などの新たな方法も取り入れました。今後も、プログラムの充実や実施期間の拡大などの改善を織り込みつつ、継続的に実施していきます。



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、2019年度から継続している役員講話リレーに加え、中堅社員を対象とした部長対話リレーを開始しました。また、イントラネット上に「SUBARUコミュニケーションパーク」を開設し、様々な立場の従業員と相互にコミュニケーションを図る場を設けています。



社内報「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「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・投資家にアンケートを実施しました。それらの回答・意見を踏まえ、「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

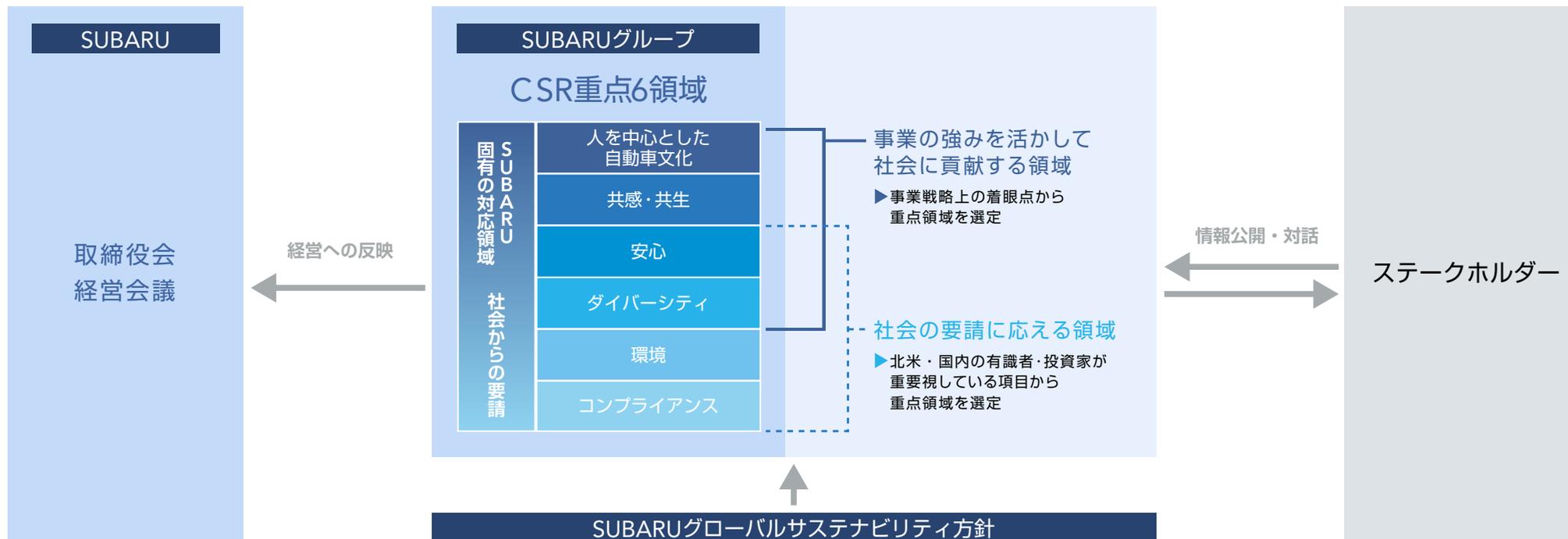
応える領域」の2つの視点から評価・検討しました。その結果、事業の強みを活かして社会に貢献する領域として、「人を中心とした自動車文化」「共感・共生」「安心」「ダイバーシティ」の4つを、社会の要請に応える領域として、「安心」「ダイバーシティ」「環境」「コンプライアンス」の4つを選定しました。

「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。

2021年5月に「STEP」の進捗報告を発表しましたが、重点領域に基本的な変更はありません。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て、今後も「笑顔をつくる会社」を目指し、CSR重点6領域の取り組みを推進していきます。

CSR重点6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。 | → P.13 | → P.19 |
| 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。 | → P.14 | → P.21 |
| 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。 | → P.15 | → P.23 |
| 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考え、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。 | → P.16 | → P.25 |
| 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。 | → P.17 | → P.27 |
| 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。 | → P.18 | → P.29 |

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との衝突による歩行者・自転車など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 2025～2030年度 | 貢献するSDGs |
|------------------|------------------|--|--|-------------|---|---|
| | | | 2020年度 | 2021～2025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 | スバルグローバルプラットフォームの進化と、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 | | | |
| | | SUBARUのアイデンティティであるDynamic × Solidをより「大胆」なデザイン表現に進化 | | | | |
| | 新しいモビリティの提案 | SUBARUらしい新たなモビリティ提案と技術研究 | 実現に向けた技術開発 | | | |
| | 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 2025～2030年度 | 貢献するSDGs | | |
|-------|------------------|-----------------|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------|---|--|--|
| | | | 2020年度 | 2021～2025年度 | | | | |
| 共感・共生 | お客様 | お客様との つながり強化 | 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 (マイスバル、次期システム、 テレマティクス) |  <p>11.2</p>  <p>17.16</p> | |
| | | | ロイヤルティの向上 | | | | | |
| | | | お客様との交流活動の継続 | | | | | |
| | | | 豊かな暮らしに貢献する商品・サービスの提供 | | | | | |
| | | 新しい整備体制づくり | EV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 | | | | | |
| | | | グループのテレワーク環境の充実・強化 | | | | | |
| | | 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 | | | | |
| | | | | 活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 | | | | |
| | | | | 一般社団法人などとの連携強化による地域社会への貢献 | | | | |
| | | | | 災害やパンデミック時における地域支援活動 | | | | |

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 2025~2030年度 | 貢献するSDGs |
|-----------|---|------------------------------|-----------------------------------|-------------|--------------------------|----------|
| | | | 2020年度 | 2021~2025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 | | | |
| | | | 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 | | | |
| | | | 2020年度から拡充した安全機能の拡大展開 | | | |
| | | | 自律化による飛行安全の追求 (空中衝突回避、耐故障システム改善) | | | |
| | | 安全な運転への貢献 | 高齢者向け安全運転講習などの実施・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 (部品センター能増計画・部品供給システム改善) | | | |
| | | 点検・整備の質向上 | 正確で質の高い点検・整備の推進 | | | |
| | | 品質の確保・向上 | 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 | | | | | |
| | 製造部門管理スパンの適正化 | | | | | |
| | 従業員 | 安心な職場づくり | 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 | | |
| | | | 雇用の確保・創出 | | | |
| | 地域社会 | 地元の安心への貢献 | 工場環境整備の推進 | 信用度、安定感の醸成 | | |
| | | | 地域の交通弱者保護の実践 (タウンウォッチャー活動) | | | |
| | | | 環境負荷の低減、公害の未然防止 | | | |
| 安心な生活への貢献 | | | | | | |
| 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 | | | | |

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。

▶ KPI

・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
車など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



3.6

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 2025～2030年度 | 貢献するSDGs | |
|-----------------|------------------|----------------------|---|------------------------------------|---|--|--|
| | | | 2020年度 | 2021～2025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 (2025年までに2021年時点の2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 (2025年までに2021年時点の2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 ジェンダー平等を 実現しよう</p> <p>5.5 5.5.2</p> | |
| | | | 直接部門女性の育児支援 | | | | |
| | | すべての人々の人権、多様性の尊重 | | | | | |
| | | 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 | | | | | |
| | | 多様な人材活用 | 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 2020年度以降 2.3% | | | | |
| | | 外部人材積極採用による新しい知見の獲得 | | | | | |
| | | 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取り組み強化 | | <p>8 働きがいも 経済成長も</p> <p>8.5</p> | | |
| | | | 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 | | | | | | | |

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 2025～2030年度 | 貢献するSDGs | |
|-------|------------------|-------------------------------|------------------------------|--------------|---|------------------------|--------------|
| | | | 2020年度 | 2021～2025年度 | | | |
| 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 | | 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。 | 13 気候変動に 具体的な対策を | |
| | | | SHEV開発および販売 | | | | |
| | | | EV開発 | EVグローバル展開・販売 | | | |
| | お客様と連携した 環境保護 | 環境負荷を低減する 事業活動 | アウトドアのフィールド保護活動の実施・継続 | | ▶ KPI ・直接排出するCO ₂ 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 ・二次電池などを含めた資源循 環戦略の立案 ・リサイクル率の向上 | 13.1 13.2 | |
| | | | 自家消費型太陽光発電の導入 | | | | |
| | 行政 | 環境負荷を低減する 事業活動 | アクアプレミアム導入 | | | | |
| | | | 省エネ投資、設備の効果的活用 | | | | |
| | | | 行政などと連携した自然保護活動の継続 | | | | |
| | | | 航空機機体の軽量化・電動化・バイオ燃料化の推進 | | | | |
| | 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 | | | | |
| | | | 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 | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | 12.2 12.5 |

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 2025～2030年度 | 貢献するSDGs | | |
|----------|------------------|----------|--------------------------------------|-------------|--|---|---|---|
| | | | 2020年度 | 2021～2025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 | | 誠実に行動し、 社会から信頼され、 共感される企業になる。 |  8.7 8.8 | | |
| | | | コンプライアンス研修、役員講話の継続 | | | | | |
| | | 社内教育・浸透 | SUBARUグループ視点のコンプライアンス遵守の促進 | | | | | |
| | | | 社内規程、各法規に関わるマニュアル整備・周知 | | | | | |
| | 従業員 | 労働者の人権保護 | 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 | | | | | |
| | | | 人権方針の制定・周知、 デュー・ディリジェンスの実施 | 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取り組み強化 | | | | ▶ KPI ・人権方針に基づく人権尊重の 取り組み推進、サプライチャー 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 |  16.5 16.5.2 |
| | | | 適正取引の推進継続 | | | | | |
| | | | ソフトウェア・ライセンスの適正管理 | | | | | |

* 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6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。

「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、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。



TOPICS 01 > CSR重点6領域 人を中心とした自動車文化

「SUBARUらしさ」の進化

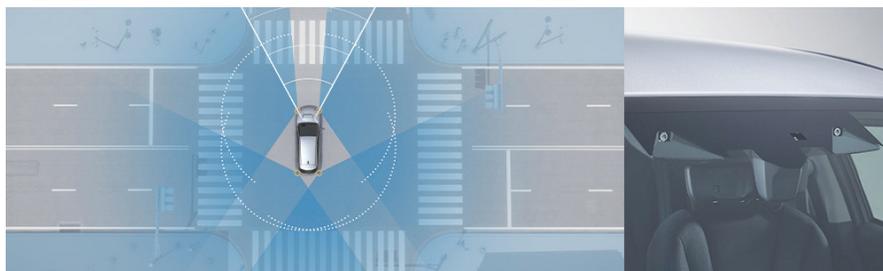
～ 死亡交通事故ゼロ*と脱炭素社会への貢献 ～

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

交通事故のないクルマ社会を目指して

「交通事故をなくしたい」——SUBARUは、その飽くなき思いと共に長年にわたり、知能化技術の研究開発に取り組んできました。その技術の集大成とも言える「アイサイト」が、革新的な進化を遂げました。「新世代アイサイト」は、前後4つのレーダーを組み合わせることで360度センシングを実現し、これまで以上に幅広いシーンで安全運転をサポートします。その主な機能は、「ステレオカメラ」による認識と制御によって実現されており、このカメラは常に前方を監視し、人の「目」と同じように距離を測ることが可能です。さらに、クルマや歩行者、白線などを識別できる他、広い視野角と視認距離、カラー画像によるブレーキランプの認識など、高い認識性能を誇ります。その情報と走行状況をもとに、“頭脳”にあたるソフトウェアが必要な制御を判断し、状況に合わせてクルマの各ユニットを“手足”のように適切に制御します。

360度センシングを実現し、これまで以上に幅広いシーンで安全運転をサポートする「アイサイト」



SUBARUは、クルマの基礎となり、走行性能、乗り心地の良さ、衝突安全性など、あらゆる性能向上につながるプラットフォームも進化させています。SUBARUがこれまで培ってきた知見と技術力をすべて結集した「スバルグローバルプラットフォーム」は、世界の安全アセスメントで高い評価を得たトップクラスの衝突安全性能に加え、乗り心地と運動性能を高次元で両立した走行質感やトップクラスの揺れの少なさを実現した剛性と静粛性により、クルマを操る愉しさにつながる「動的質感」をもたらししています。

今後も、知能化技術と「スバルグローバルプラットフォーム」の融合を加速させ、SUBARU独自の「総合安全」思想に基づく「そもそも事故を起こしにくいクルマ」と走行安全性を追求し、「安心と愉しさ」を進化させていきます。

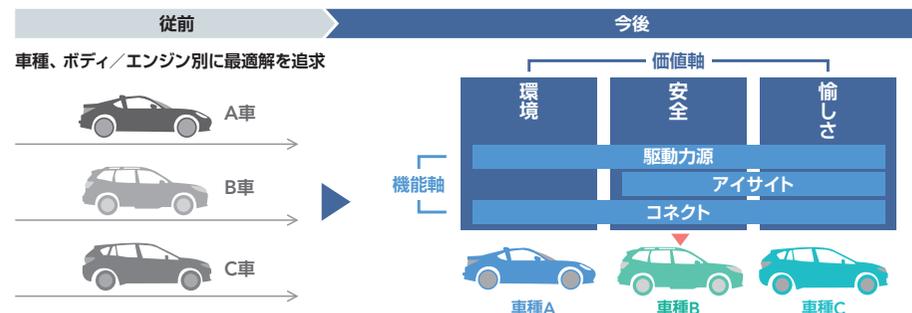
電動化の時代に向けた「SUBARUらしさ」の強化

環境対応に向けた電動化やデジタル化など、クルマの技術開発領域が大きく変化するなか、SUBARUは、2020年1月に「CO₂削減のための技術ロードマップ」を公表し、2050年カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みを加速させています。

その施策の一つとして、電動化の時代においても、動的質感をさらに進化させることで「SUBARUらしさ」を強化し、将来のSUBARUを実現しうる技術を「養い、高め、蓄積する」ために、開発体制の抜本的な改革を行いました。具体的には、従来の「車種と機能」で区分された組織体制から、お客様に提供する「価値軸」とクルマの「機能軸」を有機的に組み合わせる体制に移行しました。これにより、縦割り型の部門最適の視点から全社最適の視点へと高め、将来技術に柔軟に対応できる体制を目指しています。また、その実現に向けた意思決定の迅速化と技術経営の強化を図る組織として、2021年1月にCTO（最高技術責任者）室を設置しました。さらに、調達、製造、アフターサービスとの連携を深め、中期経営ビジョン「STEP」で掲げている「SUBARUづくりの刷新」をより加速させていきます。

開発体制の改革

将来のSUBARUを実現しうる技術を養い、高め、蓄積する



TOPICS 02

CSR重点6領域
共感・共生

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。



TOPICS 02 > CSR重点6領域 共感・共生

困難に直面した時こそ、SUBARUらしい「共感・共生」をさらに大きく、強く。日本、米国を中心に取り組みを推進

SUBARUグループは、広く社会から信頼・共感され、共生できる企業になることを目指しています。新型コロナウイルス感染症の拡大のような大きな困難に直面した時こそ、一人ひとりのお客様や社会の声に向き合い、すべてのステークホルダーの皆様と共に考え、活動することが重要だと考えています。2020年度は、この大きな困難をステークホルダーの皆様と乗り越えていくために、お客様、グループ会社を含めた従業員とその家族、お取引先様など、すべての関係者の皆様の安全・安心を第一に考え、日本国内と米国を中心にグローバル拠点で、SUBARUらしい活動を推進しました。

国内の取り組み

新型コロナウイルス感染症拡大による大きな困難をお客様、地域社会と共に乗り越えていくために、SUBARUができることを従業員一人ひとりが考え、SUBARUらしい技術や人材スキルを活かした様々な取り組みを行いました。

医療用フェイスシールドの生産・贈呈

SUBARUは、お取引先様とも協力して、医療用フェイスシールドを延べ約500人で1万3,600個を生産しました。このフェイスシールドの制作・生産は、「命を守るため今できることは何か」「医療従事者の方々に対し、SUBARUで何かできないか」との従業員の発案から始まり、複数の事業部門、そして、お取引先様にも活動の輪が広がって、実現したものです。出来上がった商品は、SUBARUの拠点がある地域の医療機関の他、地域によっては教育委員会にも届けられ、医療や教育の現場で活用いただいています。また、SUBARUの販売特約店にもフェイスシールドを配布し、お客様との身体的距離がとりにくい試乗や、詳細な説明が必要になるサービス入庫時に、安全を守るため活用されています。



医療用フェイスシールド

飛沫感染対策車両の寄贈

新型コロナウイルス感染者の搬送用車両を開発し、2020年9月、工場のある群馬県の災害拠点病院に指定されている太田記念病院へ寄贈しました。搬送用車両は、運転席と後部座席を透明の特殊フィルムで仕切り、常時、運転席側を加圧することで後部座席の感染者からの二次感染を防止し、安心して患者を搬送できる工夫をしました。



搬送用車両「フォレスター」

手指消毒スタンドの寄贈

航空宇宙カンパニー半田工場は、手指消毒スタンド100台を製作し、半田市（愛知県）に寄贈しました。寄贈した手指消毒スタンドは、航空機工場内の棚や足場などに使用している材料を活用してSUBARUの従業員が製作したものです。ペダルを踏むことでポンプに触れずに噴射できる仕様で、衛生面にも配慮しています。

寄贈した手指消毒
スタンド

米国の取り組み

Subaru of America, Inc. (SOA) は、ステークホルダー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、様々な活動に取り組んでいます。自動車会社を超えた存在になるために、5つのPromiseの実行によりステークホルダーから信頼を得て、誠実さと思いやりを提供していくことで、期待を超えることを目指しています。

5つのPromise



食糧支援

SOAは、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から生じた食糧事情悪化の緩和に向けて、2020年に「Feeding America®」に約5,200万食を寄付し、2021年には、さらに1億食の寄付を追加しました。また、自ら食事を購入し用意することが困難な個人に食事を届ける「Meals on Wheels」プログラムと提携し、米国の高齢者に230万食以上の食事を届けました。



支援活動

医療支援

新型コロナウイルス感染症拡大による大きな影響を受け、これまで以上に難病患者や障がい者への支援活動の重要性が高まった2020年は、パートナーシップをさらに強化させて、できるだけ多くの方々への支援活動を展開しました。白血病・リンパ腫学会に75万米ドルを寄付するとともに、19,000枚の毛布も寄贈しました。さらに、同学会を支援し、経済的に困難な状況にある対象患者1人につき250米ドルを提供しました。加えて、様々な災害などの影響を受けた人々を支援する米国赤十字社の「Ready 365 Giving」プログラムへの取り組みも強化するなど、多くの活動を拡大して、推進しました。



寄付・寄贈活動

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^{※1}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なら安心と思っていただくこと、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。

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



TOPICS 03 > CSR重点6領域 安心

「安心と楽しさ」を支えるSUBARUならではの 技術開発の追求と品質改革の実行

新世代アイサイトのさらなる進化で 安全性能を向上

ADAS（先進運転支援システム）の核となる「アイサイト」は、カメラ映像を高精度に立体化し、距離や速度、位置を特定することで優れた予防安全性能を発揮します。日本では年間約3,000件の死亡交通事故が発生していますが、「アイサイト」を搭載したSUBARU車が関連する死亡交通事故は年々減少傾向にあり、2019年では過去5年に初度登録されたSUBARU登録車が関連した死亡事故は3件^{※2}でした。

2020年に発売した新型「レヴォーグ」の全グレードには、アイサイトの安全機能をさらに高度化した「新世代アイサイト」が導入されており、SUBARUは、本気で死亡交通事故ゼロを目指し、その取り組みを進めています。SUBARU最先端の安全性能のなかでも、高い注目を集めている機能が、高速道路での高度運転支援システム「アイサイトX」です。一定条件を満たした自動車専用道路において不安やストレスを減らす「アイサイトX」は、衛星やGPS、高精度地図データを活用した新開発システムを備えることで、新次元の先進安全技術を実現しました。

さらに、SUBARUは死亡交通事故ゼロの実現に向けて、「アイサイト」や「スバルグローバルプラットフォーム」を核とした予防安全性能・衝突安全性能の進化とともに、24時間365日、クルマとSUBARUがつながることで、さらなる安心を提供するSUBARU STARLINKなどのコネクテッドサービスと連携した「つながる安

全」の強化に取り組んでいます。また、SUBARUは自動通報するAACN（先進事故自動通報）を採用しており、エアバッグが展開するような衝突事故発生時に、自動的にコールセンターに通報し、その後の救命活動につなげます。

これら、現在のSUBARUの安全性能技術のすべてを結集し、自信を持って発売した新型「レヴォーグ」は、「2020-2021日本カー・オブ・ザ・イヤー」および「2020年度JNCAP安全性能評価大賞^{※3}」を受賞するなど、乗る人すべてを魅了する走りの楽しさと併せて、その安全性能が高く評価されています。

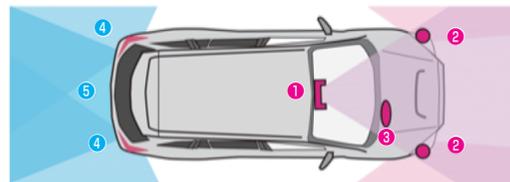


※2 公益財団法人交通事故総合分析センターのデータをもとにSUBARUが独自に算出。
※3 国土交通省および独立行政法人 自動車事故対策機構（NASVA）が実施した、自動車の安全性能を比較評価する自動車アセスメント（JNCAP）において、レヴォーグが最高評価を獲得し、「自動車安全性能2020ファイブスター賞」を受賞。さらに、最高得点である186.91点（190点満点）を獲得し、「自動車安全性能2020ファイブスター大賞」を受賞。

■新世代アイサイトのデバイス構成 ●追加・性能向上デバイス ●継続採用デバイス

① 新型ステレオカメラ

新世代アイサイトでは、ガラス貼り付け式のステレオカメラを採用し、視野角を従来型比約2倍に拡大。画像認識ソフトと制御ソフトの性能も向上させています。



④ 後側方レーダー
後側方から接近する車両を検知。

② 前側方レーダー
ステレオカメラや人の目視で確認しにくい、前方の横方向から接近する車両を検知するために追加。

⑤ リヤソナー
後退時の衝突回避をサポート。

③ 電動ブレーキブースター
急な飛び出しなどにも対応し、さらにはすばやく衝突回避するためブレーキブースターを電動化。

品質改革

～品質最優先の意識の徹底と体制・プロセスの強化～

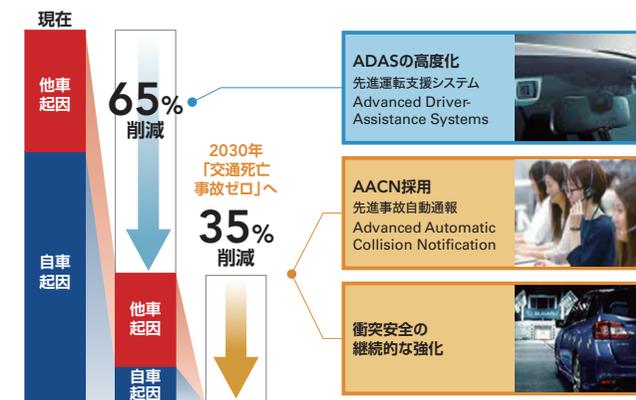
SUBARUは、「品質改革」の実現に向けて、大きく以下の3つの活動を推進しています。

1つ目は、品質改革の土台としての「品質最優先の意識の徹底と体制強化」です。従業員一人ひとりに「品質最優先」の意識を浸透させるべく、愚直に活動を継続しています。2020年4月には、CQO（最高品質責任者）直属の品質保証統括室も設置するなど、組織改正を進めつつ、品質保証本部の人員は、この3年間で約50%増員し、組織と人員の両面から増強を推し進めています。

2つ目は、品質問題の約40%を占める生産準備段階以降の領域において、不具合の流出防止を目指す「つくりの品質の改革」です。現在、新完成検査棟の建設を進めており、2022年度以降、各生産ラインにて順次稼働する予定です。

3つ目は、品質問題の約60%を占める初期の検討段階から開発・設計までに至る開発の源流そのものの「生まれの品質の改革」です。開発の最上流の段階から品質の重要ポイントを洗い出し、開発から生産、物流まで、モノづくりの全プロセスにわたり品質管理の強化を進めています。

SUBARUの死亡交通事故（米国FARSデータから推定）



TOPICS 04

CSR重点6領域
ダイバーシティ

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、2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。



TOPICS 04 > CSR重点6領域 **ダイバーシティ**

SUBARUらしい価値創造に向けた、 SUBARUが取り組む2つのダイバーシティ

従業員のダイバーシティ

SUBARUグループの主要マーケットの一つである北米地域でビジネスを展開するSubaru of America, Inc. (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、次世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おり、ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョン(多様性、公平性、包摂性)の原則を重視し、5つの従業員グループ「Subaru Women's Network」「BLENDS」「Out + Ally」「SARGE」「Evolve」が中心となり、取り組みを推進しています。また2020年は、真のインクルージョンの実現に向けて、5つの従業員グループが協同し、様々な活動を展開しました。

Subaru 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「Subaru Women's Network」では、性差にかかわらず全従業員にキャリアアップの機会を創出するとともに、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。2020年、これまでのSOAの女性支援活動や地域組織への支援活動などへの取り組みが評価され、サウスジャージー地域の全米女性経営者協会から「年間最優秀企業」に選ばれました。また、サウスジャージー商工会議所が主催する「Equity Across Our Communities Forum」に参加し、いかにSOAが、結びつき、共に動き、共に支え合ってきたかについて、これまで

の取り組み経緯や事例などを紹介しました。

年間最優秀企業に選出



従業員グループの協同活動

2020年、従業員グループは協同して様々な活動を実施しました。主な取り組みとしては、SOAが事業所を置くカムデン(ニュージャージー州)で様々な課題に直面する若者を支援する団体に各グループが協同で寄付を行うとともに、「BLENDS」と「Out + Ally」が、アフリカ系コミュニティへの支援活動やイベントなどを協同開催しました。さらに、ヒスパニック文化遺産月間には、「Subaru Women's Network」「Evolve」「BLENDS」の連携によるイベント開催や、地元のアート作品を集めたバーチャル・アート・ミュージアムづくりなどに取り組みました。

従業員グループが共同で
慈善団体に寄付を実施



商品のダイバーシティ

SUBARUは、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で「商品のダイバーシティ」を推進しています。またそのラインアップの一つとして、SUBARUならではの走りの愉しさと時代が求める環境性能を両立させる商品も市場に投入していきます。

その成果・取り組みとしては、新型「レヴォーグ」が市場から高く評価され、「2020-2021日本カー・オブ・ザ・イヤー」および「2020年度JNCAP安全性能評価大賞」を受賞しました。新型「レヴォーグ」は、SUBARUに脈々と受け継がれる「より遠くまで、より早く、より快適に、より安全に」というグランドツーリングのDNAを継承しており、「先進安全」「スポーティ」「ワゴン価値」の3つの価値を革新的に進化させたパフォーマンスワゴンです。さらに、北米市場においては2020年度に、ピュアスポーツカーならではの、感性を刺激し、高揚感を引き出す走りの愉しさを実現した新しい時代のスポーツカー「SUBARU BRZ」の2代目となる新型も発表するなど、「商品のダイバーシティ」強化に向けた取り組みを加速させています。また、2021年度は、来る本格的電動化時代へ向け、自然との共生を目指すSUBARU初のグローバルEVの名称を「SOLTERRA(ソルテラ)」と決定しました。EVならではの魅力を持つSUVとし、日本、米国・カナダ、欧州、中国などで2022年の年央からの発売を予定しています。



レヴォーグ



SUBARU BRZ



SOLTERRA

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。



TOPICS 05 > CSR重点6領域 環境

独自の技術視点で脱炭素社会の実現に貢献する、
SUBARUらしい「もっといいクルマ」づくり脱炭素社会の実現に向けた
ロードマップをグローバルで加速

SUBARUは、脱炭素社会の実現への貢献は企業として必須の取り組みであると考え、SUBARUらしい個性と技術革新でCO₂削減に取り組んでいます。

私たちは、2050年頃のカーボンニュートラルを目指すべき方向として定め、「2050年に、Well-to-Wheel*1で新車平均（走行時）のCO₂排出量を2010年比で90%以上削減*2」という長期目標を策定しており、そのマイルストーンとして、2030年頃を想定した「2030年までに全世界販売台数の40%以上をEVとハイブリッド車にする」「2030年代前半には生産・販売するすべてのSUBARU車*3に電動技術*4を搭載」という中期目標を策定し

ています。

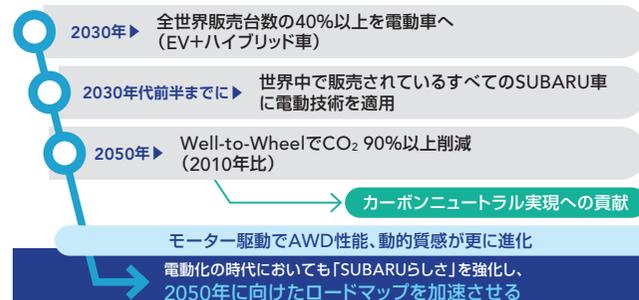
また、2020年1月に、電動化に向けたロードマップを発表しました。当面は、EVとハイブリッド車で電動比率を高めていき、将来的にはモーター駆動に置き換わっていきと予想しています。当社が持つAWDの制御知見は、緻密で応答性の高いモーターでより活かせると考えており、走りの安定性、動的質感、操る楽しさといった「SUBARUらしさ」はより高められると考えています。

*1 「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。

*2 2050年に世界で販売されるすべてのSUBARU車の燃費（届出値）から算出するCO₂排出量を同2010年比で90%以上削減。総量ベース。市場環境変化による販売台数の増減は加味するが、走行距離の多少は考慮しない。

*3 他社からOEM供給を受ける車種を除く。

*4 EV・ハイブリッドなど、電力利用を高める技術を指す。

環境対応とSUBARUらしさの強化
CO₂削減に向けたロードマップ電動化でCO₂を削減しつつ、環境時代も「SUBARUらしさ」を際立たせる

| | 2020年 | 2025年 | 2030年 | 2035年 |
|---------|----------------------------|--------------------------|-------------------------------|---|
| EV | | 2022 Cセグメント SUVから市場投入 | | |
| ハイブリッド車 | | 2018 Plug-in Hybrid | 202X Strong Hybrid SHEVを追加 | |
| エンジン車 | 2020 新設計1.8L リーンターボエンジン | | 203X 全車 xEV*化 | 2030年代前半までに 世界中で販売されている すべてのSUBARU車に 電動技術を適用 |

*電動技術を投入したクルマ。

SUBARU初のグローバルEVによる
「もっといいクルマ」づくりの実践

SUBARUではグローバルEV第1弾として、トヨタ自動車と共同開発するCセグメント SUVモデル「SOLTERRA（ソルテラ）」を2022年の年央からグローバル展開します。

米国をはじめとするSUBARUのお客様の期待は、安全性能をはじめ、AWDと悪天候時の安定走行、走りの楽しさなどです。SUBARUでは初となるEVの開発において、AWDを知り尽くしたSUBARUならではの路面状況変化に強い駆動力配分と、高応答なモーター制御によりさらに高い操縦安定性を強化し、SUBARUらしい安心と楽しさを実現します。両社で共同開発したEV専用の「e-SUBARU GLOBAL PLATFORM」を採用し、SUBARUらしい走りを磨きました。「SOLTERRA（ソルテラ）」は、日本をはじめ、米国・カナダ、欧州、中国などの市場に投入していきます。今後も、クルマを操る楽しさと環境性能を両立したEV車の開発を通じて「もっといいクルマ」づくりに取り組んでいきます。

誠実に行動し、 社会から信頼され、 共感される企業になる

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。



TOPICS 06 > CSR重点6領域 **コンプライアンス**

一人ひとりが意識と行動を変える。 そして、一緒に考えて、行動する組織をつくる。

コンプライアンス取り組みの 深化に向けて

SUBARUは、コンプライアンスの実践を経営の最重要課題の一つと位置づけています。企業活動上求められるあらゆる法令・社内諸規程などの遵守はもとより、社会一般の倫理、常識および規範に則した公明かつ公正な企業活動を徹底して遂行することを従業員一人ひとりに浸透させ、行動の実践につなげるべく、コンプライアンス体制・組織の構築および運営、ならびに各種研修などの活動を行っています。

併せて、法令遵守など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。また、毎年10月をコンプライアンス月間と定め、コンプライアンス意識の向上のため、社内報などの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。

2020年度は、「考えるコンプライアンス」の浸透と実行に向けて、改革を実行しました。SUBARUグループ従業員一人ひとりが当事者意識を持って「考えるコンプライアンス」を実行していくために、これまでの全社一律の研修での取り組みに加えて、部門ご

とに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、自発的な取り組みの浸透を図っています。これにあたっては、法令遵守の視点のみならず、社会的規範も含め、役職などにとら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。また、2020年度の全社研修および部門ごとの研修活動の実行にあたっては、新型コロナウイルス感染症流行の影響による執務環境の変化を踏まえ、WEBを活用したコンプライアンス研修への移行など、新しい研修内容・手法の導入を模索・推進しました。今後も、より実効性のある研修内容・手法の構築に向けた取り組みを進めていきます。

2021年度も引き続き、全社一律の研修での取り組みを進展させていくとともに、各部門主催の研修活動もより活発化させていくことで、SUBARUグループ一人ひとりの「考えるコンプライアンス」の浸透と実行に取り組んでいきます。



社内報「秀峰」
2020年10月号の特集ページ

モニタリング取り組み

コンプライアンス活動を実効性のあるものにするために、SUBARUは、各取り組みのモニタリングにも注力しています。具体的には、贈賄防止のためのモニタリングでは、全社コンプライアンス活動や内部通報制度などを通じてコンプライアンス違反の恐れのある事案がないか情報収集を行うとともに、内部監査部門による業務監査などを通じて事案の早期発見に努めています。さらに、リスクの大きい事案などについては、リスクマネジメント・コンプライアンス委員会および取締役会へ報告する体制とし、監督の強化を図っています。また、SUBARUグループで働く従業員や派遣社員がグループ内のコンプライアンスに関する問題を発見した場合に、「ホットライン・デスク」に相談できるコンプライアンス・ホットライン制度を定めており、関連規程に基づいて任命されたリスクマネジメント・コンプライアンス室所属の従業員が郵送・電話・Eメールによる通報を直接受けつけ、事実調査や対応にあたっています。相談に対しては、リスクマネジメント・コンプライアンス室長を中心に迅速かつ柔軟に対応しています。また、適宜、経営層やリスクマネジメント・コンプライアンス委員会に報告し、再発防止に向けた取り組みも行っています。

WEBを活用したコンプライアンス研修（一例）

- 新入社員研修
- 階層別研修（新任係長・新任管理職）
- 部長級向けパワハラ研修
- 国内販売特約店管理者向け研修

その他各部門・カンパニーによる自発的・自主的な研修