

ダイハツ工業の サステナビリティ

100年に一度といわれる自動車業界の大変革に加え、人権尊重や環境保全など社会課題解決への貢献が企業に強く求められる中、それらに应运えてサステナビリティ活動を着実に進めるべく、サステナビリティ推進体制を整備しました。

25 サステナビリティ推進

27 ステークホルダーエンゲージメント

29 企業理念の浸透

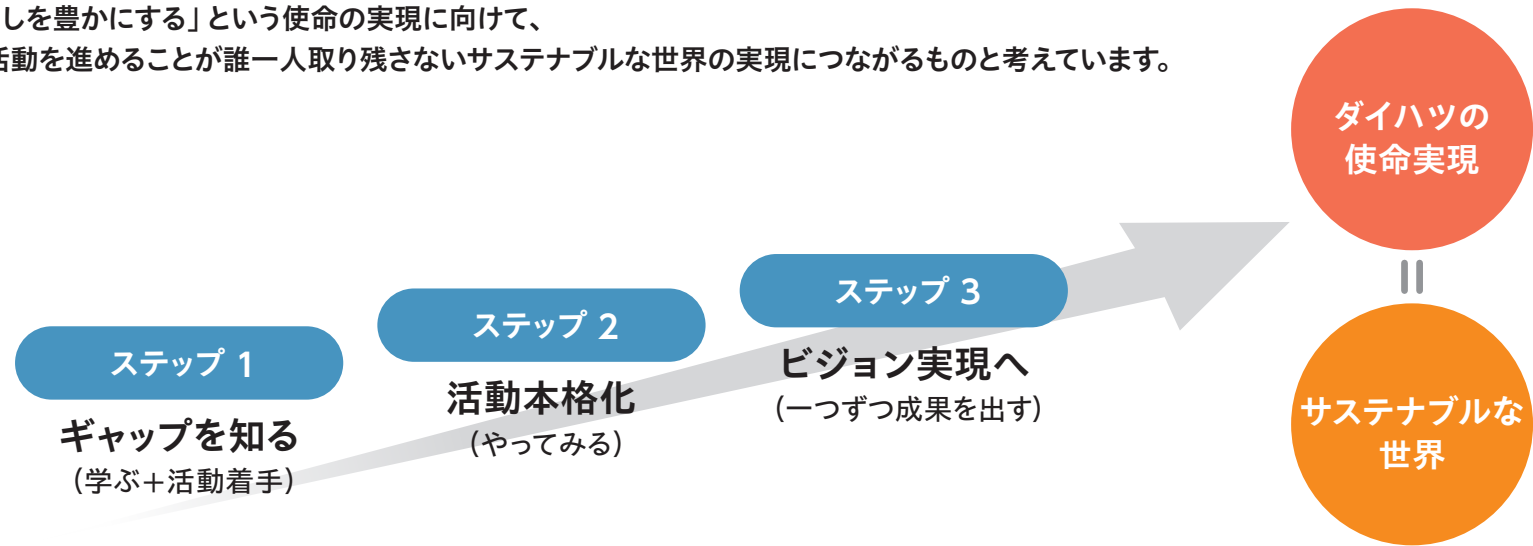
SECTION

3



サステナビリティ活動の進め方

「お客様に寄り添い、暮らしを豊かにする」という使命の実現に向けて、
下記3ステップを踏んで活動を進めることが誰一人取り残さないサステナブルな世界の実現につながるものと考えています。



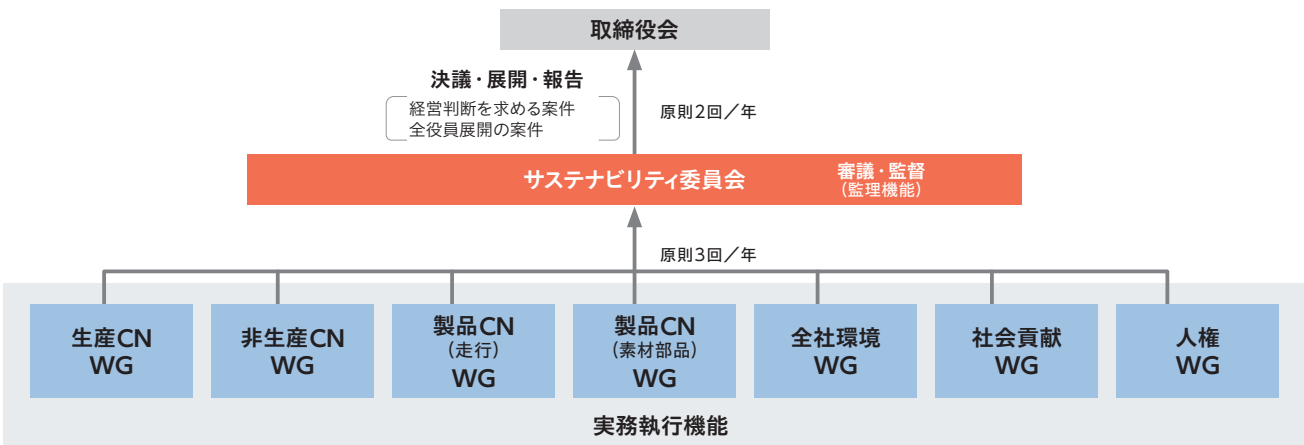
カテゴリー	活動内容		
	ステップ 1	ステップ 2	ステップ 3
人権 P.60をご参照ください	- 人権リスク評価の実施 - 優先取り組み課題の設定	- 人権リスク回避への活動着手（社内） - 活動の実効性評価 - 上記結果を踏まえた - 中期計画の策定（KPIを含む） - 活動内容の改善、グループ展開	活動の定着化、および基本方針の実現に向けた取り組み進化
社会貢献 P.70をご参照ください	- 現状把握（グループ会社を含む） - 重点活動選定 - 新規活動企画	- 中期計画策定 - 新規活動本格着手 - 活動内容の改善、グループ展開	活動定着化
環境 P.31をご参照ください	第8次ダイハツグループ環境取組みプラン P.33～34をご参照ください		

サステナビリティ推進体制

サステナビリティ委員会は、ダイハツのサステナビリティ活動における方針立案とダイハツおよび関係会社への展開、また、方針を受けた各種活動の推進状況の監督・助言を担っています。代表取締役副社長を議長として、メンバーは全本部長、主要海外生産拠点の責任者、および常勤監査役で構成されています。トヨタグループの一員として「TOYOTA 仕入先サステナビリティガイドライン」に従って、ダイハツのサステナビリティ活動の充実化を図っています。

また、サステナビリティに関する重要課題や各ワーキンググループ(以下、WG)の進捗、方針・目標に関する事項、各活動の推進状況は、取締役会に定期的に報告し、議論を踏まえて取り組みの見直しや改善につなげ、レベルアップを図っています。

体制図



各WGのタスク

部長・部格室長を執行責任者として、各WGの方針・KPIなどを議論、および情報共有を実施

WG	活動内容
生産CN WG	・工場で車両製造する際に排出するCO ₂ を削減 ・省エネルギー（以下、省エネ）活動推進や、革新技術・再生可能エネルギー（以下、再エネ）の導入などの検討
非生産CN WG	・オフィスなどで排出するCO ₂ を削減 ・照明や空調のエネルギー低減・再エネ化などの検討
製品CN(走行) WG	・走行時に排出するCO ₂ を削減 ・エンジン車の燃費改善、電動車やカーボンニュートラル燃料車の拡大などの検討
製品CN(素材部品) WG	・部品の素材製造時・加工時に排出されるCO ₂ を削減 ・排出量見える化、削減アイテム創出、カーボンニュートラル素材などの検討
全社環境 WG	・環境戦略、環境取り組みプラン、循環型社会、自然共生、環境マネジメントの推進（CN活動を除く）
社会貢献 WG	・社会貢献活動の事業場間の連携・推進
人権 WG	・サプライチェーン全体（調達・製造・物流・販売の流れ）における人権侵害リスクの低減 ・予防活動の推進

SECTION 3

ダイハツ工業のサステナビリティ

25 サステナビリティ推進

27 ステークホルダーエンゲージメント

29 企業理念の浸透

トップメッセージ

SECTION 1
ダイハツ工業とは

SECTION 2
ダイハツ工業のストーリー

SECTION 3
ダイハツ工業のサステナビリティ

SECTION 4
環境

SECTION 5
社会

SECTION 6
コーポレートガバナンス

【前文】

私たちダイハツは、法令・ルールを順守するとともに、ダイハツ企業理念「お客様に寄り添い、暮らしを豊かにする」を使命に掲げ、ダイハツならではのモノづくり・コトづくりを通じて、従業員一人ひとりが社会の持続可能な発展に貢献します。

また、企業市民としての自覚を持ち、社会や環境に与える自社の影響を認識し、全てのステークホルダーと誠実に向き合い、相互理解を深め長期的な信頼関係を育みます。

1. お客様とともに

- ◆私たちは、お客様に寄り添うという想いを大切に、小さな車を中心としたモビリティカンパニーとして、安全安心で品質が高い良品廉価な商品・サービスを提供し、お客様の暮らしを豊かにします。
- ◆私たちは、お客様をはじめ事業活動に関わるすべての人々の個人情報保護を徹底します。

2. 地域社会とともに

- ◆私たちは、事業を行う地域に根ざした企業となるため、地域の伝統・文化・慣習などを尊重し、住民の皆様との対話や協働を通じて、社会課題の解決と地域の調和ある発展に貢献します。

3. 地球環境に対して

- ◆私たちは、かけがえのない地球環境を次世代に引き継ぐことは人類共通の使命であると考え、ライフサイクルの観点からすべての事業プロセスで環境負荷の最小化に取り組むとともに、優れた環境技術の導入を通じて、自然環境への負荷が軽いモビリティ社会の実現に取り組みます。

4. 取引先とともに

- ◆私たちは、オープンでフェアな商取引を通じて、取引先との共存共栄に取り組みます。
- また、取引先や業界団体との協働を通じ、サプライチェーンにおける社会的責任を果たすことに努めます。

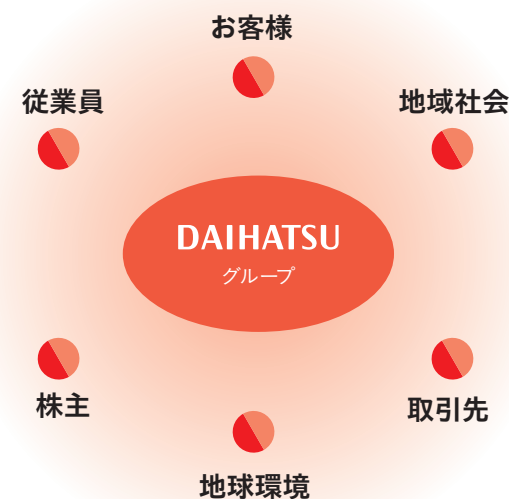
5. 株主とともに

- ◆私たちは、経営の健全性・透明性を確保しつつ、適切かつ公正な情報開示と対話を通じて、長期的視点で株主とともに企業価値の向上を目指します。

6. 従業員とともに

- ◆私たちは、事業に関わるすべての人々の人権を尊重するとともに、ダイハツで働く従業員が、安全で健康的にいきいきと働ける職場環境を整備します。
- ◆私たちは、公正に評価される職場づくりに努めるとともに、従業員が働きがいを感じ自ら成長する仕組みを整備し、オープンな企業風土を実現します。

ダイハツグループのステークホルダー



詳細はP.28をご参照ください。

SECTION 3

ダイハツ工業のサステナビリティ

25 サステナビリティ推進

27 ステークホルダーエンゲージメント

29 企業理念の浸透

トップメッセージ

SECTION 1
ダイハツ工業とは

SECTION 2
ダイハツ工業のストーリー

SECTION 3
ダイハツ工業のサステナビリティ

SECTION 4
環境

SECTION 5
社会

SECTION 6
コーポレートガバナンス

取り組み例

ステークホルダー	主な対話方法	概要
お客様	市場調査	アンケートやインタビュー、使用状況の観察などを通じてお客様のニーズを把握し、商品企画・開発に反映しています。海外市場でも各国のニーズに応じた調査を行っています。
	業務体験	特に商用車では、お客様の業務に同行・体験し、実際の使用環境を踏まえた商品改善につなげています。
地域社会	コトづくり	地域密着の活動を通じてお客様や地域との接点を広げ、体験価値の向上に取り組んでいます。
	NPO法人との連携	妊産婦支援に関する活動に協賛し、安心して利用できる社会環境づくりを支援しています。
	いけだエリアプラットフォーム	地域活性化の取り組みに参画し、商店街や学生と連携した地域密着活動を行っています。
	地域懇談会	地域懇談会や環境パトロールを通じ、国内外拠点で地域との対話と環境保全への理解促進に取り組んでいます。
	工場公開イベント	各工場では一般公開を行い、地域の皆様に見学いただいています。
取引先	仕入先サステナビリティガイドライン TOYOTA 仕入先サステナビリティガイドライン	取引先様とのサステナビリティ推進のため、具体的な取り組み事項を記載したガイドラインを発行しています。また、親会社であるトヨタ発行のガイドラインについても周知し、順守の徹底を図っています。
	方針説明会、月次説明会	活動方針や重点取り組みについて、取引先様に適宜情報共有しています。
	バイヤー担当とのコミュニケーション	DSC (Daihatsu Suppliers Club) や、取引先様感謝の会などを通じて、バイヤー担当や関係部署が取引先様と継続的に対話し、品質改善や原価低減に取り組んでいます。
株主	株主総会	ダイハツはトヨタの完全子会社です。トヨタの株主の皆様も重要なステークホルダーと捉え、グループビジョンに基づく企業価値向上に努めています。
従業員	労使協議体	従業員の声を経営に反映するため、職場懇談会や労使協議会を通じて、働き方や経営課題について継続的に対話しています。
	社内報	会社の取り組みや従業員の活動を伝え、モチベーション向上と社内コミュニケーションの活性化を図っています。
	ふれあい広場	経営層と従業員が直接対話する場を設け、経営への理解促進、現場の声の把握、モチベーション向上につなげています。
加盟団体	委員会など	業界団体の委員会などに参加し、情報収集と意思決定への参画を通じて責任ある役割を果たしています。

ステークホルダーとの関わりについては、「ネイチャーポジティブ事例」「社会貢献」もご覧ください。

📄 ネイチャーポジティブ事例 P.47～48をご参照ください。

📄 社会貢献 P.70～76をご参照ください。

企業理念の浸透

企業理念浸透のための取り組み

ダイハツの使命は、「お客様に寄り添い、暮らしを豊かにする」ことです。1907年の創業以来、商品は変わっても、この想いは受け継がれてきました。これからも大切にしていきたい考えが、企業理念に込められています。

ダイハツは、この企業理念を従業員一人ひとりが理解し、実践できるよう、経営層との対話やワークショップ、各種人事研修を通じて浸透を図っています。あわせて、こうした対話や研修の機会を通じて寄せられた声も踏まえながら、企業理念を日々の行動につなげる取り組みを進めています。

経営層との対話の場での共有

2024年9月、再整理した「ダイハツ企業理念」を、経営層と従業員の対話の場である「ふれあい広場 ～風土改革／企業理念インナー共有会～」で共有しました。社長や各本部長が、企業理念に込めた想いや、自らどう行動していくかを発



対話の様子は全社にリアルタイムで配信

信し、企業理念の浸透に向けた取り組みを進めています。

また、企業理念を再整理した背景や想いは、社内イントラネットで従業員がいつでも確認できるよう公開しています。あわせて、社長が従業員に向けて想いを語る動画も掲載しています。

企業理念を用いたワークショップ

対話型の「企業理念つながるワークショップ」を実施しています。このワークショップでは「自分の想いと企業理念とを照らし合わせ、共通点を確認する」というグループワークを通じ、言葉に込められた想い・イメージを獲得し、より企業理念を身近なものに感じることを目的としています。

新しく整理された企業理念を自分の価値観に通じるものとして意識してもらえるよう促しています。

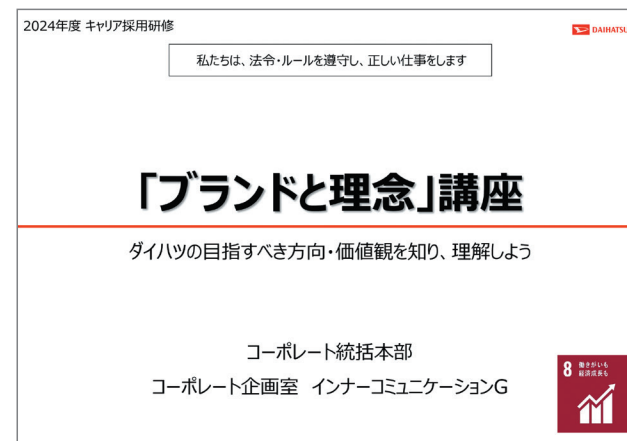


自分の想いと企業理念がつながる部分をグループワークで見つけていきます

GRI > 2-29

各種人事研修

新卒入社者とキャリア採用者の導入研修で、「ブランドと理念」講座を実施しています。この研修を通じて、ダイハツ企業理念に込めた想いへの理解を深めるとともに、コーポレートアイデンティティについて考える機会を設けています。入社時から、一人ひとりの行動がブランド価値の向上につながることを伝えています。



新しく入社した社員は正しくダイハツのブランド価値を知ることから仕事が始まります

SECTION 3

ダイハツ工業の サステナビリティ

25 サステナビリティ推進

27 ステークホルダーエンゲージメント

29 企業理念の浸透

トップメッセージ

SECTION 1
ダイハツ工業とは

SECTION 2
ダイハツ工業のストーリー

SECTION 3
ダイハツ工業の
サステナビリティ

SECTION 4
環境

SECTION 5
社会

SECTION 6
コーポレートガバナンス



29

