

## Chapter 1

# Value Creation Story

価値創造ストーリー

- 28 価値創造プロセス
- 30 ダイフクのバリューチェーン
  - 34 見る・知る・ヒントをつかむ「日に新た館」
- 36 マテリアリティ
- 38 サステナビリティアクションプラン

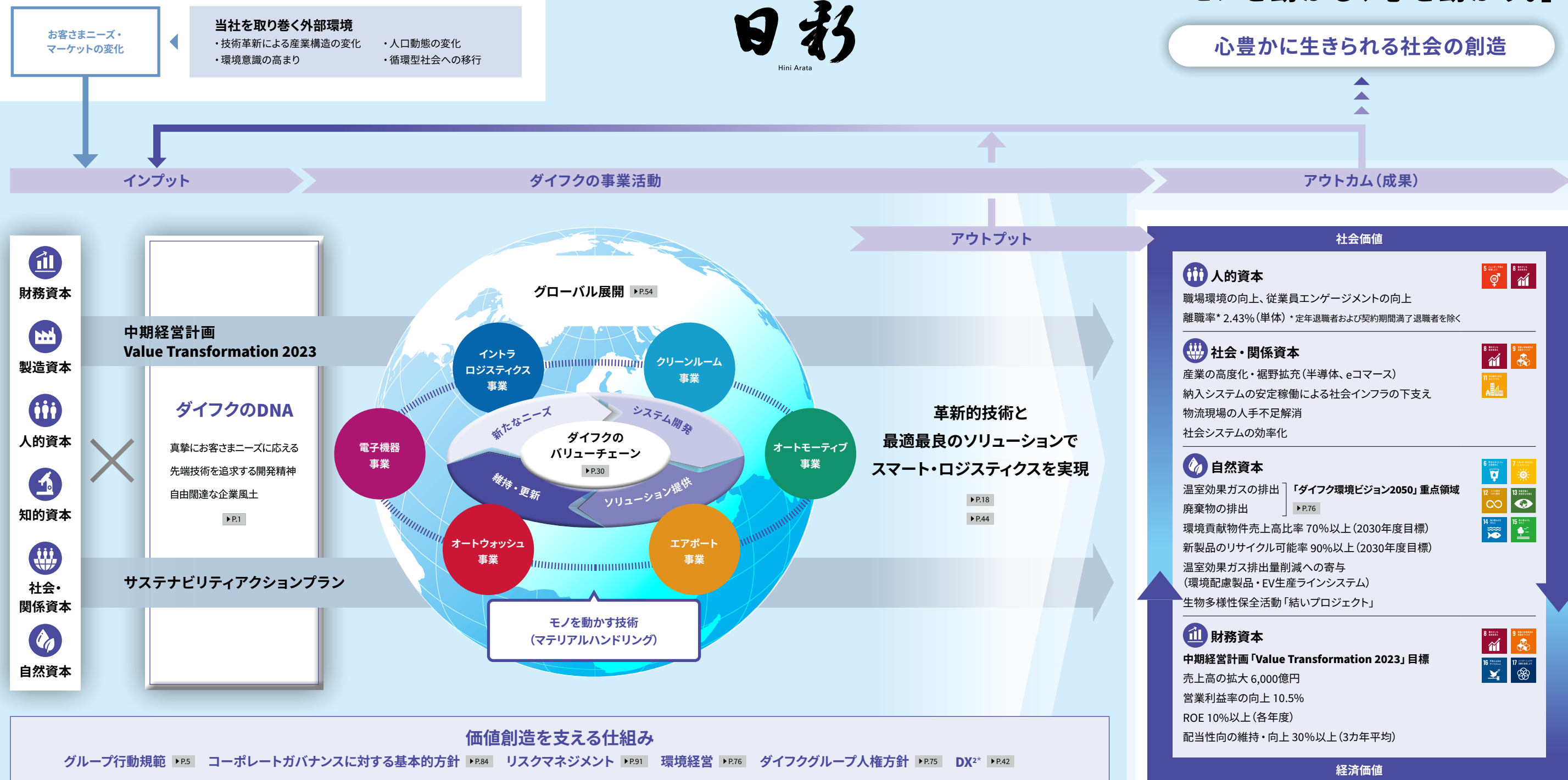
# 価値創造プロセス



経営理念

「モノを動かし、心を動かす。」

心豊かに生きられる社会の創造



\*DX<sup>2</sup> (DXスクエア) = Digital Transformation × Daifuku Transformation

## インプット資本 ▶P.24

| 財務資本                                                                                                   | 製造資本                                                           | 人的資本                                                                                                                                   | 知的資本                                                                       | 社会・関係資本                                                                                       | 自然資本                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| <p>純資産 <b>2,920</b> 億円</p> <p>当期純利益 <b>358</b> 億円</p> <p>外部格付 <b>A</b></p> <p>(R&amp;I、2021年12月時点)</p> | <p>生産拠点数 <b>26</b> 拠点 (10カ国・地域)</p> <p>設備投資額 <b>115</b> 億円</p> | <p>従業員数 <b>12,436</b> 人 (単体 3,202人、国内その他 588人、海外 8,646人)</p> <p>設計・開発エンジニア数 <b>955</b> 人 (単体)</p> <p>フィールドエンジニア数 <b>797</b> 人 (単体)</p> | <p>イノベーション投資額 (研究開発費+DX投資額) <b>130</b> 億円</p> <p>特許登録件数 <b>3,726</b> 件</p> | <p>主要パートナー企業数 <b>700</b> 社以上* (単体)<br/>*年間取引額1,000万円以上</p> <p>マテリアルハンドリング事業開始から75年に及ぶ納入実績</p> | <p>エネルギー使用量 <b>770,790</b> GJ</p> <p>水使用量 <b>207,253</b> m<sup>3</sup></p> |

## ダイフクのバリューチェーン

ダイフクのバリューチェーンは、お客さまとダイフク双方の担当者が何代にもわたって築き上げてきた長期的なビジネスモデルです。自動倉庫は極めて長期間使用することができますが、例えば、納入後30年も経過すると社会・事業環境は大きく変化し、お客さまに新たなニーズが発生します。一つのサイクルの終着点が、新たなニーズを取り込む出発点になります。当社はバリューチェーン経営に磨きをかけ、経験・ノウハウに基づくシステム開発・ソリューション提供力を向上させ、世界トップクラスの競争力を保っています。

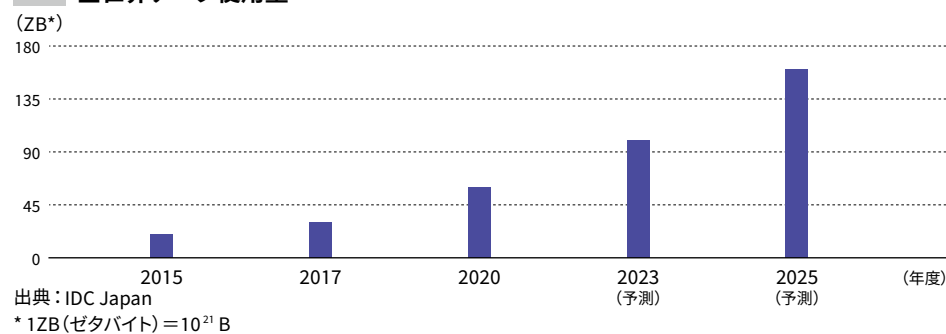


## 新たなニーズとシステム開発

### 社会の変化を ビジネスチャンスに

スマートフォンの普及と用途の拡大に伴い、データ使用量が増加し、半導体需要は飛躍的に伸長しています。また、より高性能な半導体が求められるようになり、微細化が進展するなど、半導体業界は短期間で事業環境が激変しています。このような社会の変化に伴って生まれる新たなニーズに対応できる企業のみが、新たなビジネスを獲得することができます。

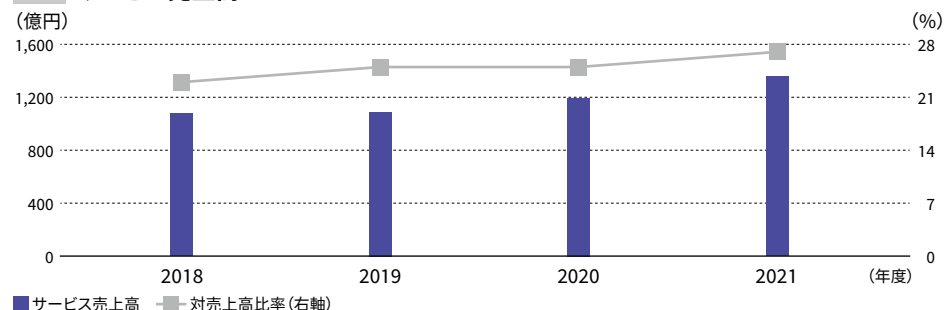
図1 全世界データ使用量



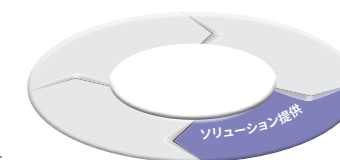
### イノベーションを 支えるサービス収益

ダイフクのバリューチェーンでは、お客さまへのサービス提供が2つの点で重要な位置を占めます。一つは、お客さまとの信頼関係の維持です。もう一つは、長年にわたる豊富なシステムの納入実績を背景としたストックビジネスであるという点です。図2のように、サービス売上高は全体の25%前後を維持しており、安定的な収益確保に貢献しています。

図2 サービス売上高



## ソリューション提供



お客さまは「計画から立ち上げまでのトータル時間の短縮」と「止まらないという信頼性」をマテリアルハンドリング(マテハン)システムに求めます。当社は、お客さまの要望を反映する「コンサルティング・エンジニアリング」、その要望を製品・ソリューションに展開する「設計・製造」「工事・アフターサービス」が一体となって製品・システムを提供し、お客さまニーズに応えています。

### 最適提案を実現する コンサルティング・ エンジニアリング

当社は、一貫してコンサルティング・エンジニアリング機能の充実を図ってきました。「個々のお客さまにとっての最適なマテハンシステムは何か」を、ハード・ソフト両面を含むあらゆる角度から検証し、最適の答えを導き出します。また、調達・生産・物流・販売といった事業活動全般にわたる視点での提案がお客さまから高く評価されています(図3)。

図3 システム設計の考慮要素



## ダイフクのバリューチェーン

### ソリューション提供 –モノづくりへのこだわり

ダイフクは、さまざまな業種・業態のお客さまニーズに合った最適なシステムを提供するため、製品ラインアップの充実に努めています。主要製品を自社生産することで、システム全体を自社のコントロール下に置き、立ち上げ時間の短縮、高い信頼性を確保しています。

#### 多様なニーズと標準化の両立を目指す

##### 1 豊富な品揃え

特定の機種や分野に専念するメーカーが多い中、ダイフクは「保管する」「運ぶ」「仕分ける」「ピッキングする」すべてを一括して提供します。

##### 2 内製化

主要な製品は、すべて自社で開発・製造しています。これにより、納期、コスト、長期安定稼働のいずれにおいても、お客さまの期待を高いレベルで満たすことができます。

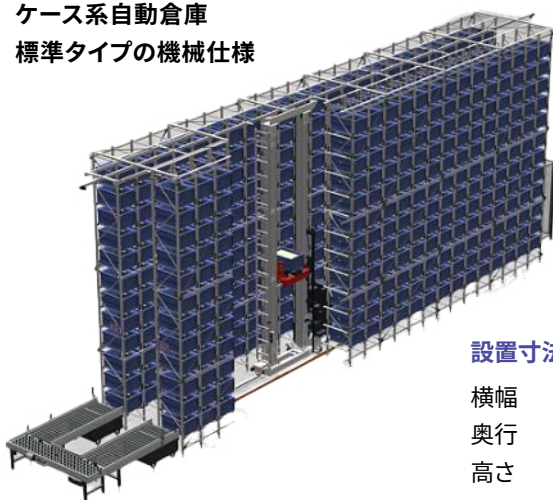
##### 3 収益性との両立

上記から製造品目や仕様が多岐にわたりますが、パーツを標準化し組み合わせることによりコストダウンにつなげ、工場で利益を生み出す仕組みが一部の事業で定着してきました。これにより、ダイフク単体の報告セグメント利益率は2016年度の9.1%に対し、2021年度は12.7%となりました。引き続きこの取り組みをグループ全体に展開し、さらなる収益力向上につなげていきます。

#### 自動倉庫の設計前提要件

- 使用環境 …………… 一般、クリーン、冷蔵・冷凍、危険物
- 荷姿 …………… パレット、バケット・段ボール、特殊品（長尺もの、ドラム缶、金型等）
- 処理能力 …………… 標準、高能力
- 設置要件 …………… 建屋一体、屋内設置、梁下高さスペース、耐震性度合い

#### ケース系自動倉庫 標準タイプの機械仕様



##### 設置寸法(導入例)

|    |        |
|----|--------|
| 横幅 | 2 m    |
| 奥行 | 13.8 m |
| 高さ | 5.3 m  |

#### お客さまの多様なニーズを実現

##### 物流業A社

作業の標準化や省人化に加え、出荷パターンの変化に対応しやすいセンターを構築しました。

##### 家庭用品B社

物流工程で夜間の人手作業が不要になったことは、働き方改革につながり、大きな成果であったと実感しています。

### 維持・更新

#### 次世代への 架け橋となる サービスビジネス

ダイフクの製品は、長期間稼働します。この間、劣化や破損、保証期間終了による部品交換、トラブル対応などのメンテナンスが不可欠です 図4。また、お客さまの事業環境変化に伴う能力増強などの改造工事も行います 図5。当社のサービスに対する評価は高く、新システムへの切り替えにあたっても継続的に採用いただけます。その際、新しいニーズが明らかとなり、技術開発につながることもあります。

図4 自動倉庫のサービスサイクル

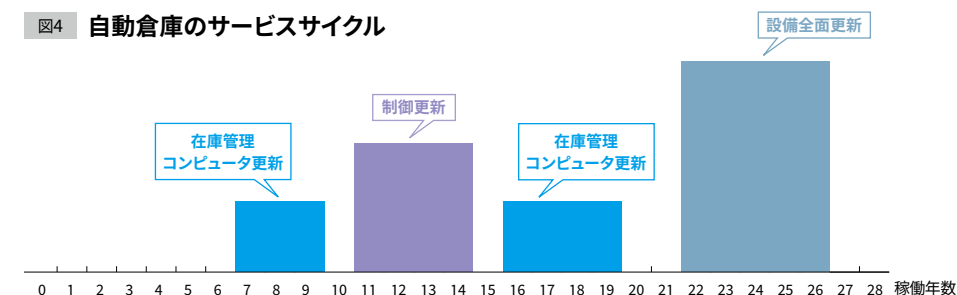


図5

・設備能力が不足し残業が多い  
・設備が老朽化して故障が多い  
・コンピュータや部品の保守が終息しメンテナンスに不安  
・商品や仕事の内容が変化して設備が使いつらい

##### 速い!

・処理速度が速い  
・サイクルタイムが短い

##### 安心!

・故障が少ない  
・復旧が早い

##### 快適!

・使いやすい

生産性アップ  
保守費用ダウン  
作業環境改善

#### 省エネ・ 省資源性に優れた ダイフクエコ プロダクツへの 切り替え

一部のコンポーネントを入れ替えるリニューアルによって、能力を向上させながら、システム寿命を延ばすことも可能です。自動倉庫を例に挙げると、ラック部分はそのまま活かすことができ、鋼材などの有効利用につながります。新たに導入いただいた最新のスタッカークレーンは軽量化、省電力化が進んだダイフクエコプロダクツとなっているので、CO<sub>2</sub>排出量削減効果も見込めます。図6のスタッカークレーンは、フレーム構造の見直し、プレミアム効率モーターの標準採用等により、消費電力は従来比最大8%、CO<sub>2</sub>排出量およびエネルギー消費量は最大10%削減しました。

日系自動車メーカーは、大規模な改造であっても、生産ラインを稼働させながら工事を進めることがあります。高いプロジェクト管理能力を必要としますが、既存の設備を利用することで資源の廃棄ロスを抑えることができます。同様のアプローチは、空港向けシステムでも見るすることができます。

図6 スタッカークレーン「ラックマスター」(機種：R-L10)

ラックマスター (R-L10) は、パレット単位の荷物をラックに出入庫するスタッカークレーンで、荷重1トン、高さ15メートルまで搬送可能です。フレームの軽量化やプレミアム効率モーターの標準採用により、消費電力を従来比8%削減しました。また、フレーム構造の見直しや省配線などにより部品点数を10%削減し、省資源化も図っています。





## 見る・知る・ヒントをつかむ「日に新た館」

世界最大級のマテリアルハンドリング(マテハン)・ロジスティクスの体験型総合展示場「日に新た館」。ダイフクは約40億円を投じて滋賀事業所内(約2万㎡)に建設し、1994年6月に営業を開始しました。1993年度の売上高1,111億円、営業利益26億円という時代の決断でした。

立体自動倉庫や無人搬送車、自動仕分けシステムなど最先端の物流システムを中心に、6事業の主要なマテハンシステム・機器54機種を展示しています。運用システムや物流設備をより深く理解していただけるよう専任スタッフが説明(日本語・英語・中国語・韓国語)を行い、実際に先進技術・システムを使った体験をすることができます。また、お客さまが抱える課題解決へのヒントになればと、大型モニターで納入事例や現場での活用方法を紹介しながら最適・最良のソリューションを提案しています。

また、サプライヤー企業26社に協力いただき、マテハンシステムの構成要素であるモータ、センサー、画像認識システムなどの展示スペースを設けています。シアタールーム、大小会議場、レストランも設置し、お客さまとの商談だけでなく、企業研修における人材育成、地元の小学生の社会科見学など幅広く活用されています。館名の由来である社は「日新(ひにあらた)」を継承し共有・理解する場として社内でも活用するとともに、地域社会との共生に向けた施設としても位置付けています。

## 常に最先端の設備を展示

新型コロナウイルス感染症の影響により2020年3月より一般見学を中止していました。その期間を利用して開館以来の大規模な全面リニューアルを実施(設備投資額:約13億円)、2022年6月1日にグランドオープンしました。今回のリニューアルでは、「デジタル化」「無人化」などのお客さまニーズに対応するため、自社で開発・製造した最新のマテハンシステム・機器を新たに展示。当社の先進技術・システムを体験していただけます。



### イントラロジスティクス事業

次世代物流をリードする開発製品が集結。多様な製品を展示しています。



### クリーンルーム事業

半導体向けシステムの実機エリアにシアタールームを併設。バーチャリアリティを活用し、通常立ち入ることのできない半導体工場内を疑似体験していただけます。



### オートモーティブ事業

自動車組立工程内の搬送システムと共働ロボットを展示。架台上から全体的にダイナミックな動きをご覧いただけます。



### エアポート事業

スマートエアポート化の実現をサポートする空港向けシステムを展示。空港で手荷物を預けて受け取るまでの一連の流れを紹介しています。



## 独自のソリューション営業

展示製品には「デモモード」と「テストモード」の機能を搭載しており、導入を検討されるお客さまは、実際に商品を持ち込んで「テストモード」による検証を行うことができます。例えば、煎餅のような菓子商品や瓶詰め商品など割れやすいものをケースに入れ、自動倉庫へ保管・搬送した場合に割れないことを確認することができます。速度などのスペックを調整することもでき、お客さまが自社でのオペレーションを実際にイメージすることができます。これは製品を自社開発し、滋賀事業所内に設計・製造チームを持つダイフクの強みです。さらに、営業チームは止まらない物流という視点から、設計チームとともにトラブル時の退避方法なども提案します。

1階の商談スペースでは、システムサポートセンター\*とリアルタイムでつながる遠隔システムを設置しています。納入後のリモートメンテナンス、サポートの様子を疑似体験していただけます。

日に新た館は単なる展示場ではなく、お客さまとともに課題解決に挑戦できる場となっており、ダイフク独自の販売モデルとして他社との差異化を図っています。

\* 24時間365日体制のコールセンター



## VOICE



日に新た館 館長  
加藤 康弘

### 世界中のお客さまに満足していただける展示場を目指して

日に新た館は、これまで世界90の国と地域から約50万人のお客さまにご来館いただきました。今後は世界最先端の体験型総合展示場という役割にとどまらず、地域社会と共生するための開かれた場としての役割も担っていきます。

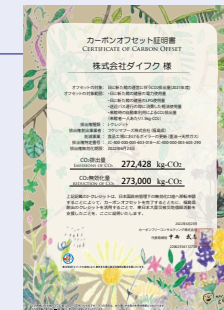
約35年間の営業経験を活かし、お客さまの課題解決につながる最適・最良のソリューションを提案できる展示場を目指していきます。皆さまのご来館をお待ちしています。

詳細はこちら  
[www.daifuku.com/jp/showroom/hiniaratakan](http://www.daifuku.com/jp/showroom/hiniaratakan)

## CO<sub>2</sub>ゼロ(オフセット)展示場

2014年より日に新た館で排出されるCO<sub>2</sub>\*および来館者1人当たり1.5kg-CO<sub>2</sub>の100%カーボンオフセットを実施し、「CO<sub>2</sub>ゼロ展示場」と「CO<sub>2</sub>ゼロ送迎バス」を実現しています。この取り組みへの参加記念として、滋賀事業所の間伐材を活用したポストカードも用意しています。

\* 展示場の運営にかかる電力および液化石油ガス(LPG)に加え、送迎バスの燃料である軽油(バイオディーゼル燃料含む)使用により排出されたCO<sub>2</sub>



マテリアリティ

マテリアリティに関する考え方

ダイフクグループは、2014年6月に特定したあらゆるCSR活動の根幹となるマテリアリティ\*（重要課題）について、2021年2月に経営の持続的成長とSDGsが目指す持続可能な社会の実現の両立に向け、見直し・再特定しました。

\* 環境・社会・ガバナンスに著しい影響を与え、またはステークホルダーの評価や意思決定に影響を与える最優先で取り組むべき課題

特定プロセス

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| STEP 1<br>課題の把握・整理   | <div>1 ESG評価分析</div> <p>複数のグローバルESG評価機関による評価結果をとりまとめ、主要なステークホルダーからの期待とともに課題や強みを把握</p> <div>2 インパクト分析</div> <p>バリューチェーンにおけるリスクと機会を洗い出し、SDGsが目指す2030年に向けた対策の経営へのインパクトを整理</p>                                                                                                                                              |
| STEP 2<br>マテリアリティの特定 | <div>1 候補群抽出</div> <p>STEP 1の結果から、事業部門およびコーポレート部門からの選任者プロジェクト（10人）にてマテリアリティ候補群を抽出</p> <div>2 項目別インパクト評価</div> <p>マテリアリティ候補群について、社外有識者（5人：投資家、大学教授、NGO）、お客さま（3社）、および社外取締役（4人）により「ステークホルダーに与える影響度」と「ダイフクの経営に及ぼす影響度」を評価</p> <div>3 マテリアリティの特定</div> <p>複数人によるインパクト評価の結果をもとに、優先度の低い項目の除外、新たな項目の追加などを行い、マテリアリティリスト（案）を特定</p> |
| STEP 3<br>妥当性の確認     | <p>特定したマテリアリティについては、CEOが委員長を務めるサステナビリティ委員会および取締役会で審議（課題設定の妥当性検証と見直し）の上、承認</p>                                                                                                                                                                                                                                           |

評価結果

社内プロジェクトにおいて抽出したマテリアリティ候補群を以下の方法に沿って評価を行い、18のマテリアリティを特定しました。

ステークホルダーに与える影響度（縦軸）

各課題に対して、ステークホルダーの期待や要求と取り組みによるプラス・マイナスの両面から影響度を評価

ダイフクの経営に及ぼす影響度（横軸）

各課題に対して、経営方針や戦略との整合性、経営指標への影響、およびレピュテーションリスク・機会の観点から評価



18のマテリアリティが重要であるとする理由についてはこちら  
[www.daifuku.com/jp/sustainability/management/materiality](https://www.daifuku.com/jp/sustainability/management/materiality)



サステナビリティアクションプラン

社会を支える、  
未来を支える企業で  
ありたい

ダイフクグループは、2020年度まで「CSRアクションプラン」で取り組んできたマテリアリティ  
を見直し、重点的に取り組む5つのテーマのもと、新たに「サステナビリティアクションプラン  
(2021～2023年度)」を策定しました。経営の持続的成長とSDGsが目指す持続可能な社会の  
実現の両立に向け、事業を通じた貢献を重要視しています。

2021年度の実績は、▶P.67 ～ ▶P.79 をご参照ください。

\*1 研究開発費＋DX投資額  
\*2 当社の製品・システムの不具合を原因とした稼働中における死亡事故および重傷病(治療に要する期間が30日以上)の負傷・疾病)事故  
\*3 同一の認証機関による同一基準・スケジュールでの審査を実施し、認証を取得・維持すること  
\*4 主に設計者を対象とした国際安全規格に基づく安全の知識、能力を有することを認証する資格  
\*5 2022年度から目標を「対話社数」に変更  
\*6 自社の業務中における死亡事故(労働災害)  
\*7 調達先におけるCO<sub>2</sub>排出量削減に向けた取り組み(目標の共有と削減対策支援など)に関する当社独自の枠組み  
\*8 お客さまに納入した製品・サービスから排出されるCO<sub>2</sub>排出量を、基準年度である2011年度時点の製品・サービスによるCO<sub>2</sub>排出量から差し引いたもの  
\*9 ダイフクエコプロダクツ認定製品などを通じて、お客さまに環境配慮の面で貢献した物件(プロジェクト)

| テーマ                                                                                                  | 2030年に目指す姿                                          | マテリアリティ                               | 2030年 Goals                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                    | SDGs                            | KPI(実績評価指標)                                                                                                  | スコープ                                                                       | 目標                                                                         |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|--|--|
|                                                                                                      |                                                     |                                       | 2021年度                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 2022年度                                                                                                                             |                                 |                                                                                                              |                                                                            | 2023年度                                                                     |  |  |
|  スマート社会への貢献         | 社会課題を解決する<br>新たな技術開発と<br>製品・サービスの提供                 | 革新的技術開発、発明促進 ▶P.67                    | イノベーションによる<br>物流システムへの新たな価値創出         |                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>1</b> イノベーション投資額* <sup>1</sup><br><b>2</b> 特許登録件数(累計)                                                                           | グローバル                           | <b>1</b> 150億円<br><b>2</b> 3,600件                                                                            | <b>1</b> 150億円<br><b>2</b> 3,800件                                          | <b>1</b> 150億円<br><b>2</b> 4,000件                                          |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | 新規領域の創出 ▶P.68                         | 事業戦略<br>(M&A、アライアンス等含む)による<br>事業領域の拡大 |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 新業態・新市場への進出、新商品の上市                                                                                                                 | グローバル                           | ・大学・企業との共同研究や協業による開発<br>・新たな自動化ソリューションの提供<br>・新規顧客の開拓、グローバルでのビジネスエリア拡大<br>・サービス事業の拡大                         |                                                                            |                                                                            |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | スマート・ロジスティクスによる<br>お客さまニーズへの対応 ▶P.68  | 先端技術を使った効率化、<br>自動化による顧客価値の創出         |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 製品・サービスへの先端技術の導入                                                                                                                   | グローバル                           | ・無線・5G技術、二次電池の活用<br>・AI技術を活用した高効率なシステム、予知保全システム導入<br>・給電装置の高度化による消費電力の削減<br>・IoT活用による保守サービスの効率化              |                                                                            |                                                                            |  |  |
|  製品・サービス品質の<br>維持向上 | 安心、安全、高品質な<br>製品提供体制・<br>システムの構築・維持                 | グローバル化による<br>生産の最適地化 ▶P.69            | グローバル最適地生産の実現                         |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 最適地生産実現に向けた生産拠点の新設・増設、<br>その他の対策実施                                                                                                 | グローバル                           | ・グローバルでの調達ネットワークの構築と生産技術の共有<br>・海外子会社における対応力(営業～生産・サービス)の強化<br>・集約・内製化による最適分担生産                              |                                                                            |                                                                            |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | 製品品質、製品安全の追求 ▶P.69                    | 製品に対する品質、<br>安全面でのお客さまの信頼獲得           |                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>1</b> 製品・システムの安全に関する重大事故**発生件数<br><b>2</b> 生産拠点におけるISO9001統一認証**取得比率<br><b>3</b> セーフティアセッサ資格**取得者数                              | <b>1 2</b> グローバル<br><b>3</b> 日本 | <b>1</b> 0件<br><b>2</b> 60%<br><b>3</b> 160名                                                                 | <b>1</b> 0件<br><b>2</b> 60%<br><b>3</b> 190名                               | <b>1</b> 0件<br><b>2</b> 65%<br><b>3</b> 220名                               |  |  |
|  経営基盤の強化          | 事業運営と<br>社会的責任の両立                                   | ガバナンスの強化 ▶P.70                        | グループガバナンス体制の<br>さらなる強化                | —                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>1</b> 取締役会の実効性向上<br><b>2</b> 社員意識の徹底<br><b>3</b> 確実な内部監査実施                                                                      | グローバル                           | <b>1</b> 実効性向上への取り組み実施<br><b>2</b> グループ行動規範のグローバルでの浸透策実施<br><b>3</b> 国内部署・海外子会社での内部監査(全300件／3カ年)実施と内部評価の適合維持 |                                                                            |                                                                            |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | コンプライアンスの徹底 ▶P.70                     | 重大な贈収賄事案の根絶                           |                                                                                                                                                                                                                                                                    | 贈収賄に関する研修実施                                                                                                                        | グローバル                           | 受発注権限を持つ国内外全対象者への研修実施・フォローアップ                                                                                |                                                                            |                                                                            |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | リスクマネジメント ▶P.70                       | 海外子会社を含む<br>グループリスク管理の実践              |                                                                                                                                                                                                                                                                    | 重要リスクへの対策実施                                                                                                                        | グローバル                           | ・定期的なリスクアセスメント<br>・リスクマネジメント方針の策定と周知浸透<br>・重要リスク対策の実施<br>・リスク対応トレーニングの実施                                     |                                                                            |                                                                            |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | サプライチェーンでの責任ある調達 ▶P.71                | グローバルでのCSR調達の実施                       |     | CSR調達の制度確立、および運用範囲拡大                                                                                                               | グローバル                           | CSR調達基準の見直しと新規ガイドライン策定、国内外への展開                                                                               |                                                                            |                                                                            |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | 情報セキュリティの強化 ▶P.71                     | 社内グローバルスタンダードの徹底と<br>継続運用             | —                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>1</b> グローバル情報セキュリティ教育実施回数<br><b>2</b> グローバルメール訓練実施回数                                                                            | グローバル                           | <b>1</b> 2回<br><b>2</b> 3回                                                                                   | <b>1</b> 4回<br><b>2</b> 4回                                                 | <b>1</b> 4回＋訓練フォロー教育<br><b>2</b> 4回                                        |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | 透明性の高い情報開示と<br>戦略的なコミュニケーションの実践 ▶P.71 | ステークホルダー・<br>エンゲージメントの向上              |                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>1</b> 株主・投資家との対話件数* <sup>5</sup><br><b>2</b> ステークホルダーとのコミュニケーション活性化                                                             | <b>1</b> グローバル<br><b>2</b> 日本   | <b>1</b> 370件(ESG関連10件)<br><b>2</b> 理工系学生向けモノづくりイベント実施、社員による社会貢献活動への参画                                       | <b>1</b> 1,200社(ESG関連20社)<br><b>2</b> 1,200社(ESG関連20社)                     |                                                                            |  |  |
|  人間尊重             | 人々の安心と<br>快適の追求                                     | 労働安全衛生の徹底 ▶P.72                       | 事業活動における労働災害・<br>重大災害の根絶              |                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>1</b> 度数率：日本(海外)<br><b>2</b> 強度率：日本(海外)<br><b>3</b> 労働安全衛生研修受講延べ人数<br><b>4</b> 重篤災害* <sup>6</sup> 発生件数                          | グローバル                           | <b>1</b> 0.4(0.9)<br><b>2</b> 0.02(0.03)<br><b>3</b> 1,500名<br><b>4</b> 0件                                   | <b>1</b> 0.4(0.8)<br><b>2</b> 0.01(0.02)<br><b>3</b> 1,600名<br><b>4</b> 0件 | <b>1</b> 0.3(0.6)<br><b>2</b> 0.01(0.02)<br><b>3</b> 1,700名<br><b>4</b> 0件 |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | ダイバーシティ&<br>インクルージョン ▶P.72            | 多様な人材が活躍できる環境づくり                      |                                                                                                                                                                               | <b>1</b> 女性管理職数<br><b>2</b> 障がい者雇用率<br><b>3</b> 男性の育児休業取得率                                                                         | 日本                              | <b>1</b> 19名<br><b>2</b> 2.3%<br><b>3</b> 5%                                                                 | <b>1</b> 25名<br><b>2</b> 2.3%<br><b>3</b> 8%                               | <b>1</b> 30名<br><b>2</b> 2.3%<br><b>3</b> 10%                              |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | 働きがいのある<br>職場環境の整備 ▶P.73              | 快適、健康、幸福を実感できる<br>職場の実現               |                                                                                                                                                                               | <b>1</b> 有給休暇取得率<br><b>2</b> ストレスチェック高受検率維持<br><b>3</b> 心と体の健康づくりイベント実施                                                            | 日本                              | <b>1</b> 73%<br><b>2</b> 96%<br><b>3</b> 主要拠点を中心としたイベントの継続実施                                                 | <b>1</b> 76%<br><b>2</b> 96%                                               | <b>1</b> 80%<br><b>2</b> 96%                                               |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | 人材の育成 ▶P.74                           | 個々のキャリア志向に応じた<br>成長機会の提供              |                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>1</b> 管理職層および管理職候補への教育強化<br><b>2</b> オンラインを活用した研修の展開と自律的な学習の促進                                                                  | 日本                              | <b>1</b> 昇格候補者の特性に応じた教育の実施<br><b>2</b> 研修教材のオンデマンドライブラリ整備                                                    |                                                                            |                                                                            |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | 人権配慮 ▶P.75                            | 事業に関わるすべての人の権利尊重                      |                                                                                                                                                                               | <b>1</b> 人権に関する職場理解促進<br><b>2</b> 人権デュー・ディリジェンスの実施                                                                                 | グローバル                           | <b>1</b> グループ社員への人権研修実施<br><b>2</b> 人権方針策定、社内外への周知、デュー・ディリジェンス実施                                             |                                                                            |                                                                            |  |  |
|  事業を通じた環境貢献       | すべての地域、<br>職場において<br>地球環境への<br>負荷低減につながる<br>取り組みの実践 | 事業運営における環境配慮 ▶P.77                    | 気候変動、資源枯渇など<br>地球環境への負荷低減策の充実         |     | <b>1</b> 自社CO <sub>2</sub> 排出総量削減率(2018年度比)<br><b>2</b> サプライチェーンCO <sub>2</sub> 削減プログラム* <sup>7</sup> 参加企業率<br><b>3</b> 廃棄物のリサイクル率 | <b>1 3</b> グローバル<br><b>2</b> 日本 | <b>1</b> 2.5%削減<br><b>2</b> 32%<br><b>3</b> 海外拠点調査、目標設定                                                      | <b>1</b> 5.0%削減<br><b>2</b> 34%<br><b>3</b> 99%                            | <b>1</b> 7.5%削減<br><b>2</b> 36%<br><b>3</b> 99%                            |  |  |
|                                                                                                      |                                                     | 環境配慮製品・サービスの拡充 ▶P.78                  | 環境配慮による<br>顧客提供価値の最大化                 |                                                                                          | <b>1</b> 製品、サービスを通じたCO <sub>2</sub> 削減貢献量* <sup>8</sup><br><b>2</b> 環境貢献物件**売上高比率<br><b>3</b> 新製品のリサイクル可能率                         | グローバル                           | <b>1</b> 30,000t-CO <sub>2</sub><br><b>2</b> 43%<br><b>3</b> 90%                                             | <b>1</b> 60,000t-CO <sub>2</sub><br><b>2</b> 46%<br><b>3</b> 90%           | <b>1</b> 90,000t-CO <sub>2</sub><br><b>2</b> 49%<br><b>3</b> 90%           |  |  |