

ヤマハ発動機グループ

CSR REPORT 2008

ヤマハ発動機株式会社 CSR REPORT 2008



YAMAHA
ヤマハ発動機株式会社
〒438-8501 静岡県磐田市新貝2500
<http://www.yamaha-motor.co.jp>

持続可能な発展をめざして



プロフィール

ヤマハ発動機は、創立以来、小型エンジン技術やFRP加工技術、さらには制御技術などの向上に取り組みながら、常に「高品質・高性能」や「軽量・コンパクト」を追求し、地球環境に対して負荷の少ない製品を開発し、世界の国々を舞台に製造・販売しています。

■ 創 立：1955年(昭和30年)7月1日

■ 資 本 金：48,300百万円(2007年12月31日現在)

■ 代 表 者：代表取締役社長 梶川 隆

■ 従業員数：

ヤマハ発動機株式会社(単独)= 9,019名(2007年12月31日現在)

ヤマハ発動機グループ(連結)= 46,850名(2007年12月31日現在)

■ 連結子会社：国内・海外の製造会社、販売会社を合わせて111社(主要な連結子会社の名称、所在地および、それに関わる変更等については本頁下に記載のヤマハ発動機Webサイト「企業・IR情報」をご参照ください)

■ 事業内容：モーターサイクル、スクーター、電動ハイブリッド自転車、ボート、ヨット、ウォータービークル、プール、和船、漁船、船外機、ディーゼルエンジン、ATV(四輪バギー車)、サイド・バイ・サイド・ビークル、ゴルフカー、汎用エンジン、発電機、ウォーターポンプ、スノーモビル、小型除雪機、自動車用エンジン、産業用ロボット、産業用無人ヘリコプター、車椅子用電動補助ユニット、乗用ヘルメット等の製造および販売。バイオテクノロジーによる農林水産物・微生物の生産・加工・販売。各施設の経営、ならびにこれに付帯する事業。

■ 本社所在地：静岡県磐田市新貝2500番地

<ヤマハ発動機：ウェブサイトのご案内>

ヤマハ発動機のWebサイトでは、「CSRレポート2008」の情報に加えて、さらに環境情報では各グループ会社や工場ごとの取り組みをご紹介した「資料編」や、財務情報をご紹介した「アニュアルレポート」も掲載しています。また、本レポートでご紹介した各分野の活動の追加情報も随時更新いたしておりますので、是非こちらもご覧ください。

- 企業・IR情報Webサイト <http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/>
- CSRレポート：資料編 <http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/csr/download/index.html>
- アニュアルレポート <http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/ir/material/>
- ファクトブック <http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/ir/material/>
- 決算資料 <http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/ir/report/index.html>
- 有価証券報告書 <http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/ir/security/index.html>

編集方針 ―本レポートでお伝えしたいこと―

ヤマハ発動機グループは、“世界の人々に新たな感動と豊かな生活を提供する”という企業理念のもと、グローバルな事業活動を通じて社会のさらなる発展に貢献していくことをめざしています。

2007年度の活動をご報告する本レポートは、グローバル・リポーティング・イニシアティブ(GRI)のサステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2006や、環境省の環境報告書ガイドライン2007年度版を参照し、グローバルな視点で質の高い情報開示をめざしています。

編集にあたっては、社会的な動向やステークホルダーから求められる要望などの把握に努め、当社グループのCSR活動について皆さまにより分かり易くご理解いただくために、それぞれの分野でCSR活動を推進するリーダーの考えをご紹介しますと共に、社会に信頼され模範となる企業をめざした諸活動の方針や実績をレポートしております。

さらに、世界の数多くの国に生産・販売拠点を持ち、連結売上高の約90%を海外で占めるグローバル企業としての認識に立ち、世界各地で行われている活動もできる限り広くお伝えしております。また、昨年の安全保障貿易に関わる一連の教訓を将来に活かすために「お客さま基点」の徹底と「コンプライアンス最優先」の企業風土づくりに向けた社内改革についても、ご報告しております。

なお、当社グループのCSR活動のご報告は、本レポートに加え、本レポートの資料編および当社グループのWebサイトにも掲載させていただいております。今後も当社グループは経営の透明性を高め、さまざまなステークホルダーの皆さまへの説明責任を果たしていきたいと考えています。さらに皆さまとの対話を重ねることで当社グループのCSR活動の継続的な改善に努めてまいります。

最後に、当社グループの今後のCSR活動のご参考にさせていただくために、本レポートをお読みになったの皆さまからのご意見や感想をお寄せいただければ幸いです。よろしく願いいたします。

2008年6月

- 報告範囲：ヤマハ発動機株式会社および連結対象会社(一部、関係会社を含む)からなるヤマハ発動機グループ
環境分野、社会分野の活動報告における数値データはデータ毎に対象範囲を明記しています。
- 対象期間：2007年1月から12月末
重要な情報については、一部対象期間前後の報告を含みます。また、2004年度の数値データは、決算期変更のため日本・北米などは2004年4月1日から12月31日、欧州・アジアなどは2004年1月1日から12月31日の変則決算となっています(一部、推定データにおいては、2004年度も12か月換算の参考数値を掲載)
- 社名表記：ヤマハ発動機株式会社は、本CSRレポートにおいてヤマハ発動機と表記(一部、表組みなどでは略称としてYMCを使用)。ヤマハ発動機の連結子会社(一部、関係会社も含む)のうち、日本国内の会社の社名表記については日本語表記とし、法人格呼称を省略しています。日本国外の会社の社名表記については、英文の社名の略称を用いました。また、団体名については(財)社)などの略称を用いました。
- 前回発行日：2007年6月
- 次回発行予定：2009年6月頃

目次

■ プロフィール	01
■ 編集方針・目次	02
■ ご挨拶	03
■ 座談会	05
■ TOPICS:1 社会とともに触れ合う「感動」	11
■ TOPICS:2 安全普及活動をグローバル推進	13
■ TOPICS:3「お客さま基点」のモノづくり推進	15

CSR推進	
■ CSRの取り組み姿勢	17
■ ステークホルダー	19
■ CSR推進体制と活動	21
■ コーポレート・ガバナンスと内部統制	25

経済分野の活動報告	
■ 財務担当役員からのメッセージ	27
■ 長期ビジョンと新中期経営計画の概要	28
■ 業績・財務の状況	29

環境分野の活動報告	
■ 環境担当役員からのメッセージ	31
■ 環境活動の方針と計画	32
■ 2007年度実績	33
■ 環境マネジメント	34
■ 温室効果ガス削減の取り組み	37
■ 環境負荷物質削減の取り組み	41
■ 廃棄物削減と資源保護	43
■ エコマインドの醸成と環境コミュニケーション	45

社会分野の活動報告	
■ MC事業担当役員からのメッセージ	47
■ ブランド憲章とブランドビジョン・ブランドプロミス	48
■ お客さま	
■ 「お客さま基点」のモノづくり	49
■ 「お客さま基点」のコミュニケーション	51
■ 「お客さま基点」の情報コミュニケーション	53
■ 従業員	
■ 多様性を活かした職場づくり	55
■ 健康で活力ある職場づくり	57
■ 個人と会社が高めあう人材育成	59
■ サプライヤー・販売店	
■ サプライヤー・販売店との協働でCSR推進	61
■ 地域社会	
■ 地域社会と共存するための社会貢献活動	63

■ 第三者意見	68
■ GRIガイドライン対照表・編集後記	69

社会からの信頼を基盤に グローバル企業として経営の質を高め 『感動創造企業』であり続けます。

2005年のスタートから3ヵ年にわたって取り組んできました中期経営計画『NEXT50-PhaseⅡ』は、お客さま、株主、お取引さま、従業員をはじめ多くのステークホルダーの皆さまのご支援のおかげをもちまして、大きな成果を上げることができました。あらためて心よりお礼を申し上げます。

「持続的な価値創造」と「競争力強化」

前中期経営計画『NEXT50-PhaseⅡ』では、ヤマハ発動機グループは「CSR¹の遂行」を重要な経営基盤に位置付け、持続的な成長と収益力の基盤強化はもとより、環境や社会との共生に努め、CSRの根幹ともいべきコーポレート・ガバナンスの強化や、コンプライアンスの推進に積極的に取り組んできました。

また、グローバルな視点では、世界各地での事業を通じてステークホルダーの皆さまや広く社会との信頼関係を築き、「持続的な価値創造」と「競争力の強化」に努めてきました。

「社会への約束」を誠実に実践

さらに、2007年度は、安全保障貿易に関わる一連の教訓を将来に活かすため、2007年4月のコンプライアンス推進

特別委員会(外部有識者委員会)からの提言を真摯に受け止め「社会への約束」を誠実に実践するため、「お客さま基点」の徹底、コンプライアンス最優先の企業風土づくり、社内の推進体制の強化など、より信頼される企業をめざした諸改革に取り組んできました。

長期的な視点に立った「価値創造」の追求

そうした経過を踏まえた今年度は、グローバル企業としての持続的な成長を果たすため、2008年から2010年までの3ヵ年における経営課題、事業戦略、数値目標をまとめた新中期経営計画を策定し、その推進をスタートいたしました。

この新中期経営計画は、ヤマハ発動機グループの長期経営ビジョン“Frontier2020”のフェーズ1として位置付け、ステークホルダーの皆さまからの信頼を基盤に「収益」「成長」「顧客提供価値」の3要素をさらに高い次元へ発展させていきます。さらに、前中期経営計画の達成状況と残された課題を踏まえ、信頼性を担保できる「経営の質」の強化を図りながら、長期視点に立って「価値創造」を追求していくものです。

社会と共に持続的な発展

人が地球によって生かされているように、企業もまた同様に地球によって生かされている存在です。従って、企業の存続は地球や社会の存続なしに考えることはできません。そうした視点で現状に目を向けると、今、地球環境は深刻な状況を迎えていることがわかります。

昨年のIPCC²報告では、「20世紀半ば以降に観測された世界平均気温の上昇は、その大部分が人為的温室効果ガスの排出増加による可能性が非常に高い」と結論づけられました。

今年7月に開催される洞爺湖サミットでも、地球環境問題が主要なテーマとなるものと思われ、地球の温暖化は国際的な枠組みの中での対策が必至となっています。

ヤマハ発動機グループとしても、この地球環境問題は最重要課題と認識し、特に地球温暖化に深く関わるとされるCO₂の排出については、「2010年までに1990年比30%原単位³削減」を共通目標として提示。世界の拠点や工場の全ての部門で省エネ、製品の燃費や環境性能の向上などに努め、グローバルな活動を通じて着実に成果を上げ「社会の持続可能な発展」の中で「企業の持続的な成長」をめざしています。

社会的責任を自覚し誠実に実践

ヤマハ発動機グループは、創業以来、“社訓”において、「企業活動を通じた国家社会への貢献」を掲げ、社会にとって有用で存在価値のある取り組みに努めてきました。

本業を通じた社会への貢献や本業で培った人材や資産を活かした社会と共存のための貢献など、さまざまな分野において展開いたしました。今後もグループ従業員の一人ひとりが、社会的責任を自覚し誠実に実践し、自らの職務を通じた社会貢献を果たすことによって、「世界の人々に新たな感動と豊かな生活を提供する」感動創造企業であり続けたいと考えております。

本リポートをご覧いただくことを通して、皆さまとのより良い信頼関係を築いていけることを願うとともに、本リポートの内容を含めて、忌憚のないご意見を賜ることができれば幸いです。

2008年6月吉日

ヤマハ発動機株式会社
代表取締役社長

梶川 隆

1:CSR(Corporate Social Responsibility)=企業の社会的責任
2:IPCC(Intergovernmental Panel on Climate Change)=気候変動に関する政府間パネル
3:原単位:製品1台あたりの燃費、その他は売上高に対するエネルギー使用量を意味する

「社会への約束」を誠実に実践し、 社会から信頼され模範となる企業をめざして

当社は、昨年の安全保障貿易に関わる一連の教訓を機に、「社会からより信頼される会社」をめざし、コンプライアンス推進特別委員会(外部有識者委員会)の提言を誠実に実践することを社会の皆さまに約束し、これを基にさまざまな活動を進めてきました。

そこで今回の座談会では、提言者の立場から当時委員長を務められた高巖先生をお招きし、これまでの当社の取り組みや今後の課題などについてご意見をいただくとともに、さらに第三者の視点から当社のこれまでのCSR活動やこれからの取り組みについてご意見をいただくために、上村雄彦先生にもご参加いただきました。



梶川 社長を挟んで、向って左が高 巖 先生、右が上村 雄彦 先生

プロフィール

高 巖 先生 ■ 麗澤大学 大学院 国際経済研究科教授 京都大学 経営管理大学院 客員教授
1956年生まれ。早稲田大学大学院商学研究科博士課程単位取得、同大商学博士、同大社会科学部研究員。ペンシルバニア大学ウォートン校フィッシャー・スミス客員研究員。麗澤大学国際経済学部専任講師、同大国際経済学部教授(企業倫理センター長)。経済産業省、国土交通省などの審議会委員。企業のコンプライアンス委員、企業倫理委員会委員長などを務め、企業倫理の実践的提言を多く行っている。著書に「企業の社会的責任」(共著)、「コンプライアンスの知識」などがある。

上 村 雄 彦 先生 ■ 千葉大学 大学院 人文社会科学研究科 地球福祉研究センター准教授
1965年生まれ。大阪大学大学院法学研究科博士前期課程、カールトン大学大学院国際関係研究科修士課程終了。カナダ国際教育局カナダ・日本関係担当官、国際食糧農業機関住民参加・環境担当官、奈良大学教養部専任講師、ネットワーク「地球村」国際部長、CSR経営研究所主任研究員、千葉大学大学院公共研究センターCOEフェローを経て現職。アフリカをはじめとする途上国での環境破壊、貧困、紛争、食糧事情等の問題に積極的に取り組み、関連した著書や論文も多く発表している。



司会進行はCSR企画推進部長の杉本典彦(左から2人目)が担当

「お客さま基点」と「コンプライアンス最優先」の 経営姿勢を徹底

司会 2007年4月に高先生を委員長とするコンプライアンス推進特別委員会から「5つの提言」を受け、社会から信頼され、模範となる企業風土をつくるため、さまざまな取り組みを行ってきました。

提言の趣旨であった当社の経営は、お客さまからの信頼の上へのみ成り立っていることをまず自覚した上で、改めてコンプライアンス最優先の経営姿勢をあらゆる機会を通じて発信すると共に、役員・社員の行動基準としての倫理行動規範の改定と職制を通じた周知活動、現場リスクを反映した教育・研修、重要なリスクの未然防止を強化するための体制やグループリスクマネジメントシステムの整備、内部監査体制の強化などに取り組んできました。

こうした2007年度の当社の取り組みを振り返り、印象や課題認識について梶川社長から報告をお願いします。

梶川 先生方からさまざまなご意見をいただき、改革に努めてまいりました。まだ十分とはいえませんが、コンプライアンスの周知徹底、教育研修やリスク・コンプライアンス委員会などでの活動も徐々にですが活発になり、社内を着実に浸透してきていると見ています。特に「お客さま基点」の徹底やネガティブな情報も上がり易い、風通しの良い企業風土づくりは社内の隅々に根付くまで、今後も強く意識して取り組まなければなりませんし、考えているだけではなく、行動することを徹底しています。コンプライアンスは法令遵守というだけではなく、社会規範、常識も含めて守るんだということを繰り返し認識して、職制を中心に社内に浸透させていくつもりです。

高 委員会というものは形骸化しやすいもので心配しておりましたが、リスク・コンプライアンス委員会も機能し始めていることや、行動規範の見直しや周知徹底など、積極的によくここまで取り組んでくれたなと思います。

梶川 社内での議論を重ね、職場で抱えるリスクを反映したより実用的な「倫理行動規範」へ見直しをしたり、リスクマネジメントを日常

業務に組み入れていくための体制づくりや必要最低限のルールへの徹底など、グループ全体でコンプライアンスとリスクマネジメントを統合的に取り組んできました。まだまだ緒についた段階かも知れませんが、今年はそれぞれの活動をモニタリングしていかなければなりません。言い放しで終わらないように、倫理行動規範についても意識調査などを通じて確実にフォローアップしています。

また「倫理行動規範」は、国内関係会社30社についても、それぞれの会社の規範として制定してもらいました。もちろん、そこには私のメッセージも発信しましたが、各会社の社長のメッセージも入れて当事者意識を高めました。

司会 コンプライアンスのグループ全体での浸透と言う点では、海外関係会社、そしてその先のサプライチェーンでの取り組みも着実に進めていかなければなりませんが、その点についての課題を伺いたと思います。

梶川 海外でもやはり、なぜ取り組まなくてはならないのかをじっくり社内で共有しながら、法令や文化、慣習も違うなどの問題を調整し、また、こうした活動をバックアップする取り組みも始めています。

サプライチェーンに対しては、今後の課題ですが、例えば工場で環境対策を行うことはコストや先々のリスクを下げることであり、資源の節約はお互いのメリットになるということをきちんと説明し、理解してもらうよう努力しています。当社では、このようにグリーン調達への切り口からサプライチェーンの教育を推進してきましたが、これからはCSR調達の視点から着実にステップアップしていきたいと思います。

上村 サプライチェーンに対する意識改革の取り組みは、どこの会社もとても難しい課題として上げられていますが、積極的に取り組んでいる会社については何らかの報償があってもいいでしょうね。環境対策でも、コンプライアンスでも、きちんと行ったら得をするという仕組みをつくったらいかがでしょうか。

梶川 そういった意味ではきちんと対応していただいたサプライヤーには、表彰をしてモチベーションアップを図ることも大切だと考えています。全てのサプライヤーが当社だけの仕事をしているわけでは

「コンプライアンス推進特別委員会」の提言を受けての当社の対応について(2007年5月)

当社は、グローバル企業としての社会的責任を自覚し、さらにお客さま基点の経営に立ち返り、より信頼されるヤマハ発動機となるために、「コンプライアンス推進特別委員会」においてまとめられた以下の5つの領域の提言に沿った改革に着手しています。

- 1)「お客さま基点」を徹底するため、企業統治を強化します。
お客さま基点に立ち、役員・幹部にネガティブ情報が上がる仕組みを強化します。また、意思決定における議論のプロセスを重視し、取締役会の牽制機能を強化します。
- 2)リスクを合理的に管理するため、専門委員会を機能強化します。
リスク・コンプライアンスに関わる専門委員会の責任権限を明確にし、強化します。その決定事項を着実に実行に移していく体制を整えます。
- 3)責任ある対応を推進するため、組織風土を抜本的に改革します。
役員・社員各階層へのコンプライアンス教育の一層の充実をはかり、また各階層間のコミュニケーションを促進することにより、一人ひとりがつねにお客さま、株主・投資家、社会に対する責任を意識して行動する企業風土づくりに取り組みます。

- 4)コンプライアンスの機能を強化します。
グローバル企業として世界の各国・地域での法令・社会規範に適合した企業活動を推進するために、グローバルに現場を支援するスタッフを育成強化し、グループ全体の企業倫理の向上に取り組みます。
- 5)監査機能を強化します。
グローバルな企業活動に対応した効率的で実効性の高い監査体制の整備・強化を進めます。

ありませんから、当社の意思を一方的に押し付けることもできません。しかし、さまざまな問題があり、道のりは遠いかもかもしれませんが取り組んでいく必要があります。

高 海外関係会社への取り組みも簡単ではありませんが、特に海外サプライヤーへコンプライアンスを浸透させるのは、たしかに難しい問題だと思います。一次のサプライヤーならまだしも、二次、三次となると本当に難しい。まず、できるところから徹底していくことでしょうね。

私はコンプライアンス全般というより、たとえば環境、児童労働、強制労働問題などに絞って取り組んではいかがかと思います。本社でまずこうしたケースについて現状把握し、「この国のこの問題から解決していこう」、「もしできないのならどんな支援が必要なのか」を地道に対話していくという姿勢が必要ですね。いちばんいけないのは、言いつ放しやマニュアルなどを渡して、うちはこれで取り組んでますよ、という態度や、質問票を渡してアンケートを集計するだけで仕事をしたと考えることです。

原理に基づき、迅速に意思決定できる会社に

高 コンプライアンス経営はたしかに重要なのですが、これをやれ、あれをやれということになると、現場の方が「よけいなことはしない」とか「言われたことだけをやる」というネガティブな意識が出てくる危険があります。そうなると本来めざしているものと違ってきますので、いちばん大切なのは、今回の倫理行動規範にも述べられている基本姿勢だと思います。

ヤマハ発動機グループは、それこそ世界中でビジネスを展開しているわけですから、世界各国の法律を細かく確認してから・・・などしていると、ビジネスチャンスを逃してしまうことにもなりかねません。だから、基本姿勢に立ち返って行動できるような主体性のある会社にすることが理想だろうと思います。

私は提言をまとめるにあたって、従業員の皆さんと話しましたが、皆さんとても熱心で燃えているんですね。こういう気持ちを生かして基本姿勢に立ち返る意識を伸ばしていけないと、元気がなくなってしまおうと思うんですよ。

梶川 私もそう思います。元気がなくなってしまっっては、元も子もありません。ですが、今はとにかくコンプライアンス意識をしっかり根付かせて、主体性をもって行動するのは次のステップだと考えています。当社は、まだ「5つの提言」のもとで、社会から信頼され、模範となる企業風土を作る段階にあると考えています。コンプライアンスの周知徹底や教育研修はかなり進めていますが、これは継続していかなければ本当に成果は得られないと思っています。

高 なるほど、わかりました。まず、この段階を徹底的にやる、ということですね。社長の強い決意を感じました。

梶川 研修も、一般的な話ではなく、当社の具体的事例を取り上げて研修しています。そうしないと実にならないのではないかなと思うんです。それで少しずつレベルアップしてきていると見ています。

高 最終的にめざすのは、ガバナンスでもコンプライアンス研修においても、ヤマハ発動機の良い企業風土をつくっていくことだと思います。梶川社長のお話からも、一足飛びにはできないから、まずここから取り組んでみよう、というように、それが職場の中から自然とてくるような企業風土をめざしてもらえればいいと思います。

梶川 先頃、“社長に物申す”というような内容で、私と会社について話したい社員を募集しました。10数名ほど集ってもらい、この時、今日と同じような話が出たんです。「社長はコンプライアンスと言うけれども、我々はもっと伸び伸びと仕事をしたい」と。

ですが、社会人として規範を守ることが、なぜ仕事の邪魔になるのかと話したところ、結局は自主的に判断してやろうということになったんです。

その後で彼らから感想文をもらいましたが、皆、「安心しました」と書いてあるんですね。いろいろ話し合えて良かったと思いました。

高 伸び伸びと仕事をするために今、取り組んでいるということを理解してくれたんでしょう。

今のお話を生かすためにはやはり具体例での研修ですね。言葉で理解するだけでなく、実際に行動しなければならなくなる。将来的に工夫点があるとすれば別の職場や部署の研修に出て話をすること一つの手ですね。自分の部署では言えなかったことが言えたり、違ったビジョンが生まれてくるかもしれません。

中間管理職から文化を変える、という点でも研修はいいアイデアです。それをまた、横に展開するなどすれば良い成果が出てくるのではないのでしょうか。

上村 この座談会に参加するにあたって、ヤマハ発動機のこの間の報告書や資料を読ませていただきましたが、率直にコンプライアンスについて真剣に取り組んでいる、という印象を強く受けました。

さらに、今の梶川社長のお話を聞いて、トップ自らが言っているだけでなく、実際に会社全体で行動を起こし、改革したいという熱意を感じました。

高 私の知っているアメリカの会社の話をしますが、1990年代まではコンプライアンス・マニュアルをどんどん厚くしていったんです。しかし、ある段階にきたらやめてしまいました。社内でそれが常識だという意識が徹底されたら、こんなマニュアルは必要ないということに気づいたわけですね。そこで、ルールに基づいて行動するのではなく、原理に基づいて行動する会社をめざし、迅速に意志決定できる会社へと切り替えていきました。

まずは今の段階を徹底的にやり、最終的にはそこをめざしたらいいかなと思います。



左から 高先生、梶川社長、上村先生

上村 一人ひとりが責任を自覚する、見識を持って行動できるようになることは素晴らしいことだと思います。そのような研修を行うためには、専門的なテクニックが必要です。ルールから原理に基づく行動のできる研修、つまり発展性のある研修をしていくことが大切ではないかと思います。

グローバルな視点を意識し、社会との連携を

司会 ありがとうございます。それではここで少し視点を広げ、CSRの視点から当社の活動について、ご意見を戴きたいと思います。ヤマハ発動機グループは、従来から世界の国々において事業を通じて社会に貢献する活動も展開しています。その一例として、1970年代から当社が途上国を対象に取り組んできた沿岸漁業支援があります。このプロジェクトは、お客さまが求める真に価値あるものを提供しようという考えのもとに、漁業の安全性向上を図り、漁獲量の増大による収入アップで生活を安定させることを最終的な目標にいたしました。

そのために、現地の伝統的な漁業スタイルを尊重し、それまで長年にわたり使用されてきた手こぎカヌーに船外機を搭載して動力化を図ったり、そうした船型をベースにさらに安全性の高いIFRP船を設計して導入しています。

このようなハード面のほか、船の設計者の派遣やメンテナンスの実

地指導など、ソフト面でも活動を充実させました。そして、さらに漁業資源の効率化を図るため、日本の漁法を紹介するほか、商品価値を引き上げ、収入アップを支援する燻製や干物などの魚の加工法や流通方法などを広報誌で紹介してきました。この広報誌は大きな反響を呼びました。

梶川 このような社会貢献活動は、当社は昔からずいぶん取り組んでいると思います。これはほんの一例で、もう少し紹介すると、途上国の交通インフラが整備されていない地域では、当社のバイクがタクシーとして活躍しています。道すらない地域では水路や湖を利用して、当社の船外機を搭載したボートが人や荷物を載せて行き来しています。

また、途上国の水不足問題にも取り組み、茶色い河川水を安全な生活用水に変える緩速ろ過装置を開発し、アセアン諸国で数々のモニター評価実績を上げ、さらに国際機関とともに持続可能なビジネス育成プログラムの一環としてスタディを進めています。

高 いろいろと活動を展開されているのですね、驚きました。このような活動を広く展開しているのであれば、こうした社会貢献活動に対する視点というものを少し整理してみてもいいかなと思います。

バイクやボートによるタクシーは、交通というインフラに貢献していると思いますし、水の供給はとても重要なことだと思います。これはもう貧困問題にも取り組んでいるのと同じことです。

私は、ヤマハ発動機はいい会社だと思っていますので、さらに世界で

の視点を意識して、いい意味でもっと社会に対してアピールしてもいいんじゃないかと思います。

梶川 CSRとして意識してやってきたわけではないので、今まではそうした取り組みに対しては、メディアに取り上げられたことはあっても、当社が社会に対してあまりアピールしていませんね。手前味噌のように受け止められるのも嫌でしたし。

上村 広く社会に知ってもらおうという点からいえば、先ほどの沿岸漁業支援の話や、また農業問題への取り組み等の話は、私が以前勤務していたFAQ(国連食糧農業機関)と何らかのジョイントプロジェクトを進めるとか、評価してもらおうというような国連との関わりも一つの方法だと思います。

その点でいくと、国連グローバルコンパクトへの参加ということも視野に入りますよね。世界的な企業ということを考えれば、こうした活動をもっと積極的にアピールすることが重要なことだと思いますし、さらに活動の成果を広げ、より社会的責任を果たしていくためには、社会的な課題解決を推進している機関や組織、地域社会との連携も大切になってきます。

多様な発想をもつ人材を基盤に世界の感動を創造

司会 ヤマハ発動機グループは、2008年2月に発表した中長期ビジョン(Frontier2020)の中で、2020年にありたい姿として「多様な価値を持つ複数のコア事業体で構成されるひと回り大きな個性的企業」を掲げ、またその第1フェーズとしての3ヵ年中期経営計画ではステークホルダーからの信頼を高め、将来の持続的な成長の基盤として経営の質の強化をめざしています。



長期ビジョンでの多様な価値の方向としては、3つの領域を設定しています。その中でも「パーソナルモビリティのフロンティア」を基軸として極めていく、と定めています。具体的には、現在の高い環境性能をもつPASやエレクトリックビークル領域に加え、新しいコンセプトのパーソナルコンピューターなどが重点領域となります。これからの当社事業活動や社会との関わりについて期待することや、CSRの視点からご意見をいただければ、と思います。

上村 一番大事なのは、これからどういう世界をつくりたいかといったビジョンやイメージを持っていることなんです。そのためには、バックキャストという考え方が大切になると思います。

これは、たとえば2050年に日本や世界はどうなっているかを想定し、2050年にあるべき社会を実現するために2040年までにこれをして、2030年までにはこれをやろうというプランを逆から立てる手法です。

今を起点として将来を考えるのとは逆の発想です。ですから2050年に環境はどうなっているか、経済社会はどうなっているか、そこを考えていくのも大切ではないかと。問題が見えれば、それを解決するためにヤマハ発動機はどのように動いていくか。そのようなビジョンがあれば、これからのニーズがはっきりし、ヤマハ発動機がやるべきことが明確になる。それを本気でやっていけば、世界にも感動させることができるわけです。かなり長期的ですが、この視点も加えてお考えいただければと思います。

高 このような議論をさせる会社は最近多いですね。たとえばある自動車会社では、若い社員に「車のない社会を考えると、そんなテーマを突きつけて会社の将来ビジョンのイメージを描かせていますね。

梶川 当社の長期ビジョンでは、10年後の会社の姿は…ということで、皆に出してもらったんですね。「パーソナルモビリティ」を主軸に考えていますが、そのさらに先の社会構造の枠組みの中でのパーソナルモビリティを考えていかなくてはいけないということですね。

上村 世界は想像以上に早いスピードで変化しています。たとえば地球環境問題。2050年には相当悲惨な状況になることが予測されています。でも、多くの人々はいやなことはわかっていても見ようとしません。そういう人間心理ってあるでしょう。しかし、そこを積極的に取り組んでいくことが、これからは大切なことと私はとらえています。

ヤマハ発動機の場合は事業の性格上、CO₂低減に対しては注目を浴びると思いますが、排出権取引や排出量取引などについてはどのようにお考えですか。

梶川 それについては業界全体として研究しているところです。いずれ、そういうことは何らかの決着を見るものと思いますが、今はどのような仕組みが想定されるかなど注視しているところです。もちろん自助努力も必要で、CO₂低減をめざした個別対応についてはバイクの開発や燃費向上、電動ビークルや燃料電池車の開発・研究や一部実用化もしています。

また、ライフサイエンス事業でもCO₂を吸収する研究を早くから取り組んできました。現在は、サプリメントが注目を集めていますが、ヘマトコッカス藻のCO₂吸収力も期待ができそうで、これを環境活動に応用できれば、また、違った貢献ができると考えています。

上村 本当にいろいろな領域で活動していられっしょですね。緩速ろ過装置や沿岸漁業支援、バイクタクシーなど、ヤマハ発動機はバイクの会社だけれど、社会の面や環境の面でいろいろなことに取り組んでいるという印象です。

“感動”という面で考えれば、バイクに乗っての“感動”もあれば、水をきれいにして人に喜んでいただく中での“感動”もあります。ちょっと飛躍しますが、ヤマハ発動機が電動バイクやバイオの技術を基盤にして、各自治体や関連企業に環境コミュニティの創造を提案されてはいかがでしょう。きっと大きな“感動”を呼びますよ。

梶川 そういったところで、当社にはたくさんの才能、経験を持った人材がいます。先の沿岸漁業支援は海外市場開拓事業部(OMDO)が中心となったプロジェクトです。

以前から海外青年協力隊の出身者を採用していますが、これが皆バイタリティにあふれた人たちで、こうした人たちがOMDOの母体となっています。当社における海外青年協力隊出身者の採用率が高いことで評価を受けたこともありました。

最近では、ライフサイエンス事業で農学部出身者を採用しています。この人たちも海外青年協力隊OBと同じく、当社の中では異色の発想をもっているといえますね。

上村 なるほど、それで納得できました。先の梶川社長のお話を伺っていて、普通のサラリーマンがよくそうした事業に取り組めたなと思っていたんですよ。今でも海外青年協力隊の方が任務を終えて帰国しても、日本で仕事がなかなか見つからないそうです。その意味で、これもひとつの社会貢献ですね。



世界のステークホルダーが誇れる会社に

司会 最後になりましたが、梶川社長からは社会から信頼を得るための会社としての抱負を、そして両先生からはヤマハ発動機グループのCSRの取り組みに対しての期待やご意見をお願いいたします。

梶川 世界中のステークホルダーが誇れる会社をめざしていきたいですね。私も含めて、従業員一人ひとりがそのことを自覚して、会社にどんな貢献をしているのか、そして会社を通して社会にどんな貢献をもたらしているかを、つねに意識し事業に取り組んでいきたいと思います。

上村 梶川社長のようにトップがCSRの重要性を認識するということは、とても大切なことだと思います。さらに従業員の皆さんがオーナーシップをもってビジョンづくりをしたり、CSRを考えるワークショップをするなどの自主的な動きがあればもっと前進するのではないのでしょうか。

バックキャスト的な考えも取り入れて、二輪車事業やバイオ事業などを組み合わせたインパクトのある新たな事業を開拓してみたいかがでしょう。お話をきいていると、多くの才能ある人材も基盤もあります。私は、ヤマハ発動機がそんな時期にきているという気がします。**高** ひとことで言いますと「いい会社で働いていますね」と言われる企業になってほしいですね。国内だけでなく海外で働く人も含めてです。そのために何をすればいいのか、私は同じことを言いますが、中間管理職の方がこれから会社を引っ張っていくわけです。ですから、その方たちの行動、意志決定がとても重要になってきます。

基本姿勢に戻って、自分で考えて判断してみせる。それを見て、部の皆さんはこのように判断するんだと学ぶ。それが積み上がっていく会社ができるのではないかと思います。自分の意志決定が次の時代のヤマハ発動機をつくるんだという自覚をもって行動してほしいということです。

ケストラーの「飛躍のための後退」という言葉があります。これは生物が生き残るための戦略なんですね。日常の中で、「ちょっと待てよ」と考える、そうすればまた別の方向が見えてくる。私が今お話ししたのは、こういう上司なんですよ。上村先生がおっしゃった新規事業のことも同じだと思います。立ち止まって振り返ってみれば、いい人材、事業があるんじゃないかと、そこから飛躍があるのではないのでしょうか。

社会とともに触れ合う「感動」を

TOPICS : 1



1

地球温暖化とともに、今、世界規模で問題解決を迫られている課題の一つに、アフリカなどに象徴される途上国の貧困問題があります。「世界の人々に新たな感動と豊かな生活を提供する」ことを企業目的に謳ったヤマハ発動機グループでは、そうした社会的な課題を真摯に受け止め、1970年代より途上国に対する漁業や農業などの産業支援に着手しました。1975年には海外市場開拓事業の駐在員事務所をナイジェリアに開所。以来、約144の国および地域で“その地域のために”をモットーにしたさまざまな取り組みをしています。

□ 船外機やFRP船とともに沿岸漁業のノウハウを提供

ヤマハ発動機グループの途上国に対する象徴的な活動事例として、アセアンやアフリカや中東などの途上国に対する沿岸漁業支援と漁業資源保全があげられます。

伝統的なスタイルを踏襲していたそれまでの途上国の漁業活動のほとんどは、人力で行われていたために漁業作業の効率面はもとより安全面でも大きな課題を持っていました。さらに、森林伐採で砂漠化が進んでいる状況下で木造船が使われていたために、環境面でも大きな課題を抱えていました。

そうした課題に対してヤマハ発動機は、船外機やマリンディーゼルエンジンなどの動力源の導入をはじめ、木造船に代わる素材としてのFRP船の建造を提案。現地の伝統的な漁業スタイルを重んじながらも、安全性や効率性を重視した漁業スタイルの改



2

- 1 水中ポンプで井戸水を汲み取りチューブで農地を点滴灌水
- 2 船外機の導入による沿岸漁業振興
- 3 沿岸漁業のノウハウが詰まった「フィッシャリー in ジャパン」や「フィッシャリージャーナル」

3



善に力を尽くしてきました。

さらに、漁業先進国である日本の沿岸漁業や養殖漁業の実態を、自ら取材し編集した情報紙の発行を通してノウハウを提供。併せて、漁業資源保全を目的とした人工漁礁の設置など、漁業関係者はもとより政府関係者や国連機関の間で高い評価と信頼を獲得し、それぞれの市場における沿岸漁業の発展に寄与してきました。

□ 人々の生活に欠かせないヤマハ製品の数々

アフリカなどの途上国で今なお課題となっていることの一つに、交通インフラの未整備があります。

道路自体の整備もそうですが、そのアクセスは幹線道路こそ何とか対応されていたとしても、人々が生活する村落までは交通網が整備されていないのが実情です。

そんな環境下で人々の生活に受け入れられているのが、悪路も走破が可能な当社のバイクによるタクシーです。後部荷台が大きく、さらに強力なサスペンションをそなえたモデルは、運搬車としても活躍し、国によっては医療用のワクチンを僻地まで運ぶNPOの足として高い評価を受けています。

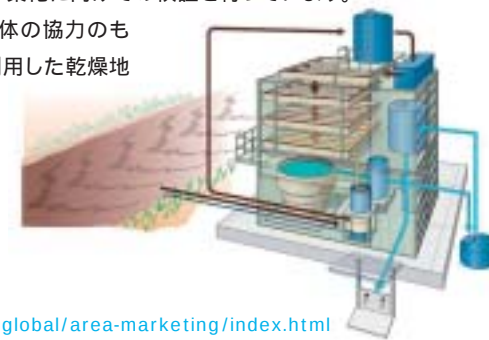
また、そうした悪路すらない地域では、水路を利用した船外機搭載船が活躍しています。そのほか、一般家庭での電源としての発電機やボリス向けの警備車両としてのATVなど、ヤマハブランドの製品は途上国の生活を支える必需品として無くてはならない存在となっているのです。

□ 安全な生活用水の確保や農業用水の散布にも貢献

さらに近年、深刻な問題として話題にのぼっているのが水問題です。ヤマハ発動機では、こうした課題にも積極的に取り組み、途上国の人々をはじめ国際機関や関係するNPO等の信頼を獲得しています。

国際機関や途上国政府の要請を受けて取り組み、今、注目を集めているのが集落単位の生活用水供給システム、緩速ろ過装置「クリーンウォーター」です。「クリーンウォーター」は、既にアセアン諸国において数々のモニター評価実績を上げていますが、現在は国際機関とともに持続可能なビジネス育成プログラムの一環として、インドネシアでスタディを進めるとともに事業化に向けての検証を行っています。

また、セネガルでは産業支援団体の協力のもとで、当社のウォーターポンプを利用した乾燥地域での野菜栽培を可能とした点滴灌水装置を開発・導入。水資源の節約はもとより、農作業の省力化や収穫物の均質化などに大きな成果を上げています。



関連情報：
<http://www.yamaha-motor.co.jp/global/area-marketing/index.html>

- 4 住民の足として活躍するタクシーバイク
- 5 水域を行き来するタクシーボート

- 6 茶色い河川水を安全な生活用水に変えるろ過装置
- 7 登校前に学校への給水を手伝う小学生たち



4



5



6



7

安全普及活動をグローバルに推進

TOPICS : 2



1

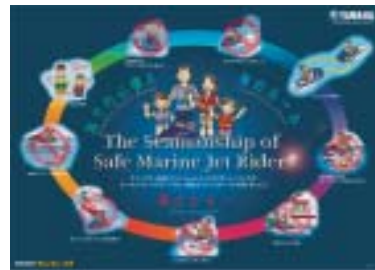
製品をステークホルダーの皆さまにお届けするだけでなく、それを安全に安心してお使いいただくために、ヤマハ発動機グループでは、製品の営業とともにさまざまなピフォア&アフターの活動を行っています。

時には、営業の範疇を超えた地域社会への貢献活動まで。モーターサイクルをはじめとした輸送機器においては、地域社会の要請に応えた乗り方指導や安全教育も、企業の社会的責任活動としてグローバルに取り組んでいます。

□ 製品を正しく安全に利用していただくために

モーターサイクルやスクーター、ウォータービークルやATVなど、陸地や海や湖、野山をフィールドとして活躍する当社のパーソナルモビリティは、人々の心の豊かさをもとより生活の豊かさを提供する輸送機器として、世界中の国々のさまざまなお客さまによって、さまざまな環境下で、さまざまな使い方がされています。

ヤマハ発動機グループでは、そうした全てのお客さまに質の高い製品提供はもちろん、その製品を正しく安全にお使いいただけるよう、製品知識の伝達と正しいお取り扱い方法をお伝えしています。さらに、それらの製品がもたらす利便性や楽しさ、喜びをより実感していただくために、各種スクールやイベントやシンポジウム等を通じた安全普及活動を展開しています。



2

日本語



アラビア語



中国語



ポルトガル語

1 アフリカで一般ユーザー向けに行われたモーターサイクルのYRA

2 各国語で表示されたウォータービークルの安全啓発教材

□ レベルに応じて体系だった指導教育を実践

ヤマハ発動機グループが推進する安全普及活動として、現在、最も注目を集めているのが「YAMAHA RIDING ACADEMY」(ヤマハ・ライディング・アカデミー=YRA)の取り組みです。

YRAは、2004年にモーターサイクルの安全普及活動をより積極的に推進していくために、これまでの活動を一本化し、①安全普及・②レース普及・③製品普及を統合・体系化したプログラムです。さらに①安全普及では、安全普及機能・活動が統合・体系化されて、各国の社会環境や交通環境やユーザー事情に適合したカリキュラム展開しています。

その基本思想をもとにして、今ではATVやウォータービークルの領域でもYRAがパッケージ化され、同様のカリキュラムでアセアン、中南米、中東、ロシア、アフリカなど、市場が急成長している地域での安全運転指導や啓発教育を目的とした活動が展開されています。

□ それぞれの地域ごとに現地の指導者を養成

ヤマハ発動機グループでは、こうした活動をそれぞれの市場に定着させるために、現地スタッフの指導者教育にも着手。安全インストラクターや安全コーディネーターの養成や、安全活動組織の構築を行っています。

さらに、そうした教育指導のレベルアップをめざして、2007年には日本にインド、インドネシア、タイ、ベトナム、マレーシアから11名のインストラクターを招聘。安全運転指導者として必要な知識や教え方のノウハウやポイントを教育。受講者からは「ここで学んだことを自国の安全講習会の運営や教材に反映し、ヤマハの価値をより際立たせていきたい」といった声が聞かれました。

□ 交通安全教育は大学をも巻き込んで展開

YRAの開催は、主にモーターサイクルやATVやウォータービークルのユーザーを対象にしたものですが、ヤマハ発動機グループでは、さらにそれぞれの地域の一般生活者を対象とした交通安全教育の取り組みも行い、地域社会の交通安全意識の向上に貢献しています。

2005年よりアセアン地域を中心に展開している「YAMAHA SAFETY RIDING SCIENCE」(ヤマハ・セフティ・ライディング・サイエンス=YSR)の取り組みは、各国の学校教育とも連携して、大きな成果を上げています。「安全運転は“気づき・気づかせ”」「運転は動作・操作ではなく“知的活動”」というコンセプトの下、科学的な視点でカリキュラムを構成したYSRSですが、2007年はインドネシア、タイ、シンガポール、マレーシア、ベトナムの5カ国で324回の講習が行われ、39,476名の学生が交通ルール&マナーの醸成教育を受講しました。

3 アフリカで警察官向けに行われたATVのYRA

4 UAEでは中東5カ国のヤマハ公認ATVインストラクター養成のYRAを開催

5 アセアンのインストラクターのスキル向上をめざして日本でYSRSインストラクター講習を実施

6 ベトナムではハノイ市の協力の下、中心地であるオペラハウス前の公道を閉鎖して、地元の39大学の学生を対象に交通安全コンテストが開催された



3



4



5



6

「お客さま基点」のモノづくりを推進

TOPICS : 3



1

ヤマハ発動機グループでは、常にステークホルダーの皆さまに感動と喜びを感じていただける製品の提供をめざしています。そのために、世界の製造拠点では「お客さま基点」に立ったモノづくりを念頭に、よりよい製造環境づくりや、製造技術へのあくなき挑戦を行っています。

長年にわたる歴史の中で培った製造環境・技術力は、今や海外工場にも適宜移管され、ヤマハ発動機グループ全体のレベルアップに繋がっています。



2

□ 組立現場の理想を追求し最善の製造環境

ヤマハ発動機グループでは、中期経営計画「NEXT50」に向けた製造モノづくり改革として、2002年から製造現場での課題を理論的に明らかにすることで効率をアップさせる「理論値生産」に取り組み始めました。以来、現在までその取り組みは続けられ、「理論値生産」を実践することで、組立作業のあるべき姿を追求しています。

具体的には、作業動作を時間換算することによって、理論上どのくらいの時間で組立作業ができるかを算出し、目標値を定めます。作業ロスがない限り、達成可能な数値を設定することで無駄な作業を削減し、価値ある作業のみを追求しようという試みです。

この手法によって従業員の意識改革、製造環境の改善に大きな成果をあげています。ラインに1台分の部品をトレーに載せて、モーターサイクルと一緒にライン上に流して、

作業員が組立に集中できる「キット化」もここから生まれました。現在は、理論値組立から工程スルーでの理論値生産へと発展させ、新しい生産をめざして新しい製造の形を切り開いていこうとしています。

□ 「こだわる」ことで新たな技術開発を生み出す

ヤマハ発動機グループの社風の一つ「こだわる」とは、目標に向かって挑戦し続けることです。こだわりこそが良い製品・品質を生む原動力であり、それを通じて技術と技能が醸成されています。

なかでも、今や環境性能を高める上で必須の車体軽量化のためのアルミ casting 技術に対するこだわりは、世界でヤマハ製品を製造する人々のモチベーションを高める上でも、大きな成果を上げています。

アルミは、製造に適した多くのメリットを備えています。鉄に比べて錆びにくく、軽量で、融点が低くて加工しやすく、リサイクル性も優れています。また、熱伝導効率も良いためモーターサイクルのエンジン部品には最適な素材です。しかし、鉄に比べると溶接が難しく、コスト面が課題となっていました。そうした課題をも乗り越え、肉厚2mmという難易度の高い薄肉ダイキャストフレームや、世界初のオールアルミ製ダイキャストシリンダ「DiASilシリンダ」の実用化を成し遂げたのは、まさに当社のアルミの匠たちの「こだわり」に他なりません。

□ 「DiASilシリンダ」の海外技術移管への挑戦

そして、このモノづくりのこだわりと製造の現場力が、今や急成長著しい二輪車市場の拠点ともいえるインドネシアでの「DiASilシリンダ」量産化&海外技術移管をも可能にしたのです。

日本とインドネシアの2つの異なる文化を融合させたこの試みは、両国の関係者の心を奮い立たせ、思いを一つに結束させた大プロジェクトとしてスタートし、幾つもの越えるべき難題をクリアして、実用化に踏み切りました。市場導入後は、5万キロ保証を始めとしたキャンペーンや、全てのベンケル(修理工場)へのDiASil教育などが実を結び、お客さまに大きなインパクトを持って受け入れられました。

ダイキャスト casting で、めっきなしのオールアルミシリンダを輸送機器に実現しているのは、現在世界中で当社だけです。インドネシア現地では、現在も地道な熟成が続けられ、さらなるコスト改善などが実行され、当社のDNAが自ら成長を続けています。



3



4

5



6

「第2回海外中期モノづくり戦略会議」を開催

2007年11月、世界同一品質達成とコストの作り込み、人材の育成をテーマとした「第2回海外中期モノづくり戦略会議」が本社で開催されました。海外23拠点、国内関連会社6社が参加し、各SyS・工場から「理論値生産」「全数良品工程活動」などの事例報告が行われたほか、海外拠点からの報告もあり、グローバルな視点で有意義な意見交換ができました。



1 インドネシア市場にモーターサイクルを送り出すYMMWJ

2 作業員が組立に集中できる環境を実現したEライン

3 究極のフレームと高評価されるアルミ薄肉ダイキャストフレーム

4 アルミ溶湯の凝固を予防するための流動解析

5 ヤマハDiASilシリンダ(右)と铸铁ライナー使用アルミシリンダ(内側の濃い部分が铸铁ライナー)

6 日本とインドネシアの文化が融合したヤマハ発動機の新たなDNAが生まれる

社会的責任の グローバルな遂行

CSR推進

■ ヤマハ発動機グループのCSRの取り組み姿勢

地球環境問題を例にとるまでもなく、今や「企業の持続的な成長」と「社会の持続可能な発展」は、同次元で考えなければならない時代を迎えています。

言いかえると企業は、その市場である「経済」「環境」「社会」などの各分野で社会的な責任を果たし経営の質を高めながら、「持続的な価値創造」や「競争力向上」を達成することが使

命となっています。

私たちは、こうした認識に立って、お客さまをはじめ株主、お取引先、従業員など多くのステークホルダーの皆さまとの積極的なコミュニケーションを通じて、より良い信頼関係を築きながら、事業活動を行うことが、ヤマハ発動機グループの責務であり、「CSRの遂行」であると考えています。

□ ヤマハ発動機グループの企業理念とCSRの考え方

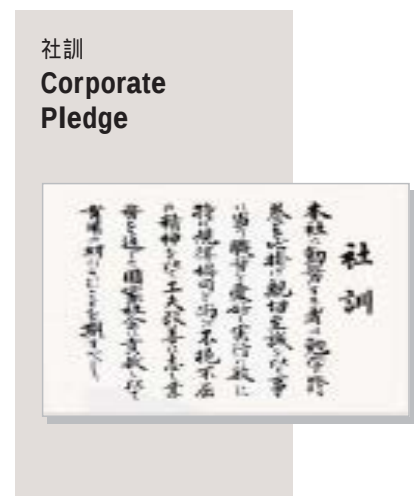
ヤマハ発動機グループは、1955年の創業以来、『社訓』を掲げて、事業を推進する上での基本的な指針としています。『社訓』では、「企業活動を通じた国家社会への貢献」を謳い、この精神に基づいた従業員一人ひとりの行動を通して社会に貢献することをめざしてきました。

さらに1990年には、企業目的を“世界の人々に新たな感動

と豊かな生活を提供する—感動創造企業”と定め、併せてその目的を達成するための経営理念を制定いたしました。

経営理念では、「顧客の期待を超える価値の創造」「仕事をする自分に誇りを持てる企業風土の実現」「社会的責任のグローバルな遂行」を掲げ、世界のステークホルダーから信頼される企業をめざしています。

●ヤマハ発動機グループの『社訓』



●ヤマハ発動機グループの『企業理念』



□ 中期経営計画の基盤となるCSRの活動展開

2008年2月に発表した『長期ビジョン—“Frontier 2020”』のフェーズ1と位置付けた『新中期経営計画』では、企業目的である『感動創造企業』をめざして、「収益」「成長」「顧客提供価値」の3要素をさらに高い次元へ発展させています。この目的に向って、「経営の質」を強化し、長期視点に立った「価値創造」に取り組みます。

そして、そのために不可欠なステークホルダーとの信頼関係を構築するため、3つの領域でCSRを展開していきます。

具体的には、製品・サービスおよび業務プロセスにおける本業を通じた社会への貢献を進めます。さらに、企業資源の社会的活用および利益の社会還元など、社会と共存するための貢献を展開します。また、これまで同様、企業活動を遂行する上で守るべきボトムラインであるコンプライアンスや環境保全など、社会の一員としての責任を遂行していきます。



■ ヤマハ発動機グループのステークホルダー

世界を舞台に企業活動を展開するヤマハ発動機グループは、お客さまはもとより、株主・投資家、地域社会、従業員、サプライヤー・販売店など、世界中のさまざまなステークホルダーの皆さまによって支えられています。

さらに、企業活動を推進するために必要なあらゆる資源を享受しているという意味において、地球環境も重要なステークホルダーのひとつとして位置付けています。

私たちは、そうしたステークホルダーの皆さまからの信頼を築くために、良き企業市民として社会的責任を果たし、企業価値を高めていきます。

ステークホルダーの皆さまに対しては、あらゆる機会を通じて積極的なコミュニケーションを図り、当社への期待や新たな価値観を学び、さらに強い信頼関係を構築していきます。

ステークホルダー



お客さま



株主
投資家



従業員



サプライヤー
販売店



地域社会



地球環境



感動/豊かさ/安心



誇り/満足



企業価値の向上



共鳴/期待



健康で豊かな生活
能力を発揮する環境



創造/チャレンジ精神
達成感

公平/公正

パートナーシップ

共生/共存

支持/信頼

調和/保全/再生

資源/活動フィールド

ヤマハ発動機グループ

取り組み方針	2007年度の主な取り組み	関連頁
私たちは、お客さまに対し商品やサービスを提供することで利益を得ています。二輪車や船外機を主軸とする多様な事業を日本、北米、欧州、アジアなどの地域で展開しています。 私たちは、感動を生む価値を創造し、豊かな生活の実現に貢献するために、お客さまの夢を追求し続け、革新的かつ安全で、品質の高い商品とサービスを創造、提供します。	■ 「ものづくり革新」に向けた海外生産拠点の強化 ■ 「お客さま基点」の徹底をめざした品質保証体制の強化 ■ お客さまの声を事業にフィードバックする取り組み強化 ■ 改正消費生活用製品安全法に対応した、事故情報の報告・公表のスピードアップのための仕組構築 ■ 交通安全教育や安全運転指導のグローバル展開 ■ サービス・キャンペーンの展開	15頁 50頁 53頁 54頁 13頁 52頁
私たちは、株主から事業資本の提供を受けており、その構成は機関投資家、外国人株主、個人株主など、非常に多様です。 株主利益の追及は、私たちの責務です。適切な経営行動を通して、利益を継続的に生み出し、企業価値の向上を追求します。	■ 国内外投資家へのコミュニケーション強化 ・決算説明会の実施(2007年:4回) ・ウェブサイトでの情報開示(発表資料掲載・決算説明会動画配信) ・海外投資家向けIRロードショー(2007年:2回 欧州・米国) ・投資家カンファレンス参加(2007年:2回 日本) ■ 6年連続となる増配	30頁 30頁
私たちは、全世界で約4万7千人の従業員とともに活動しています(連結)。従業員が生み出す創造性やチャレンジ精神は、私たちのイノベーションの源泉です。 私たちは、従業員一人ひとりの個人としての尊厳、価値、および自主性を尊重するとともに、創造性豊かな人材育成に努め、活力あふれる企業風土を形成します。	■ 第2回海外中期モノづくり戦略会議の開催 ■ 満足度向上をはかる施策や制度改善 ■ 障害者雇用・職域の拡大 ■ 労働災害リスクの低減 ■ 従業員の心と体の健康づくりをサポート	15頁 55頁 56頁 57頁 58頁
私たちは、サプライヤーから部品等の供給を受け、販売店からは、販売チャネルや商品のアフターケアの協力を受けています。 私たちは、これらのサプライヤーとの相互信頼に基づく、公正な取引を維持し、より良きサプライチェーンを形成します。	■ 調達業務の標準化とグローバル展開 ■ 地震復旧訓練をサプライヤーと共同で実施し、システムの課題を抽出、対応 ■ サプライヤーに対するCSR教育の実践 ■ 二輪車販路における「エコパートナーショップ」の展開	61頁 62頁 62頁 62頁
私たちは、私たちを取り巻く地域社会から事業環境の提供を受け、一企業市民として、地域社会の中で活動しています。 私たちは、地域社会との調和に努めるとともに、納税、雇用創出、モビリティ創出、地域社会支援等を通じて、健全な地域社会の形成に貢献します。	■ 社会貢献活動方針の見直し ■ 従業員のボランティアマインドの育成 ■ 財団法人ヤマハ発動機スポーツ財団の活動支援 ■ 本業を通じた発展途上国への産業振興支援 ■ 本業を通じた安全運転教育の推進	63頁 65頁 67頁 11頁 13頁
私たちが商品を提供するためには、鉱物資源やエネルギー資源、水資源などの天然資源に頼らざるを得ません。また、事業活動に伴い、環境負荷物質や廃棄物を排出しています。 そして、私たちの事業活動においては、製品の使用段階において、特に大きな環境影響を及ぼしています。事業活動による環境への影響を最小化するための取り組みを継続するとともに、サステナブル・モビリティを実現することが重要な責務です。	■ 「環境ビジョン2020」/「環境計画2013」の策定に着手 ■ 「ヤマハ発動機グループ環境マネジメント認証制度」の導入 ■ 温室効果ガス削減の取り組み ■ 環境負荷物質削減の取り組み ■ 廃棄物削減と資源保護 ■ エコマインドの醸成と環境コミュニケーション	32頁 34頁 37頁 41頁 43頁 45頁
コンプライアンス推進特別委員会からの 提言を受けた「社会への約束」を誠実に実践	■ 独立社外取締役の選任 ■ リスク・コンプライアンスの統合的推進(リスク・コンプライアンス委員会) ■ リスクマネジメントシステムの再構築 ■ 「倫理行動規範」の改定と周知徹底を通した「お客さま基点」コンプライアンス最優先」の企業風土づくり ■ 現場リスクを反映した教育・研修の充実 ■ 内部監査体制の強化	25頁 22頁 22頁 22頁 22頁 25頁

■ CSR推進体制と活動

□ ヤマハ発動機グループのCSR推進体制

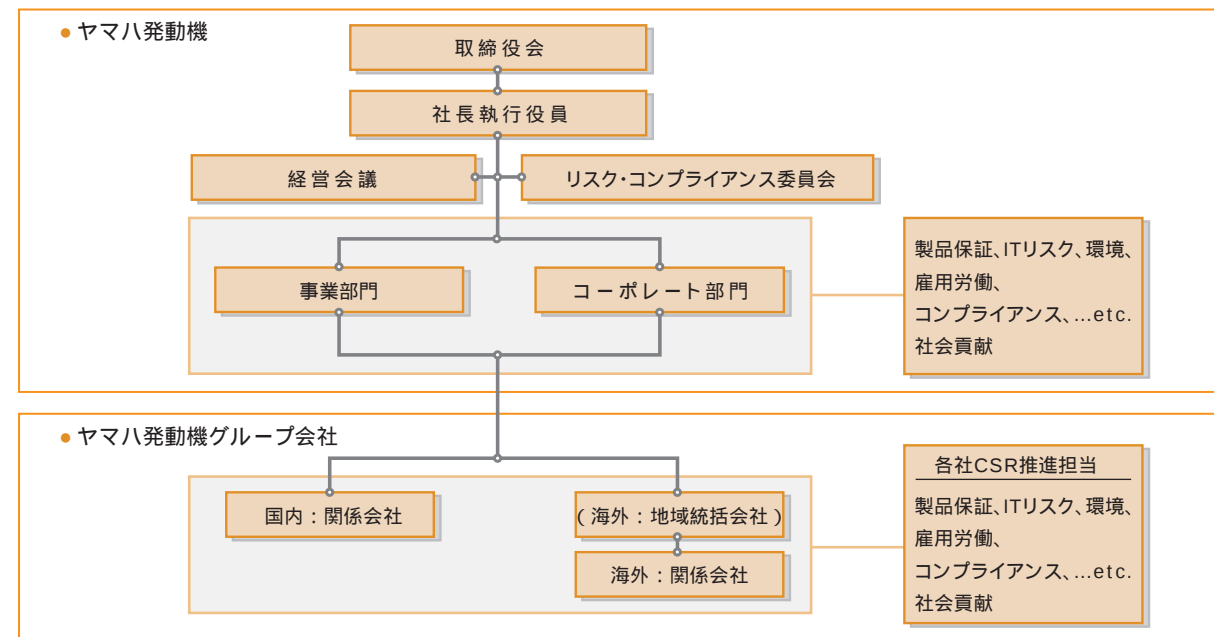
ヤマハ発動機グループでは、コーポレート・ガバナンスの強化を図るとともに、グループ全体のCSR活動の取り組みを推進するために、2006年7月にグループ全体のCSR活動を推進する組織としてCSR企画推進部を設置しました。

また、2007年度からは、これまで個別に推進していたコンプライアンスとリスクマネジメントをCSRの最優先課題として位置付け、統合的な推進や、内部統制視点からの強化を図るために、社長執行役員を委員長とし、役付執行役員全員および社外有識者から構成する「リスク・コンプライアンス委員会」を設置するなど、グループ全体でCSRに取り組む体制

を整備しています。

リスク・コンプライアンス委員会は、ヤマハ発動機グループの抱えるリスクの統合的な管理と推進する役割を担い、リスクの洗い出しと評価に基づき選定した重要リスクの担当部門を決定し、リスク発生の未然防止から発生後の対応までの取り組みを行い、推進状況をモニタリングします。

また、重大な危機が発生した場合には、RMS(リスクマネジメントシステム)および緊急時対応マニュアルに基づき、社長執行役員を本部長とする緊急対策本部を設け、損害・影響を最小限にとどめる体制を整えています。

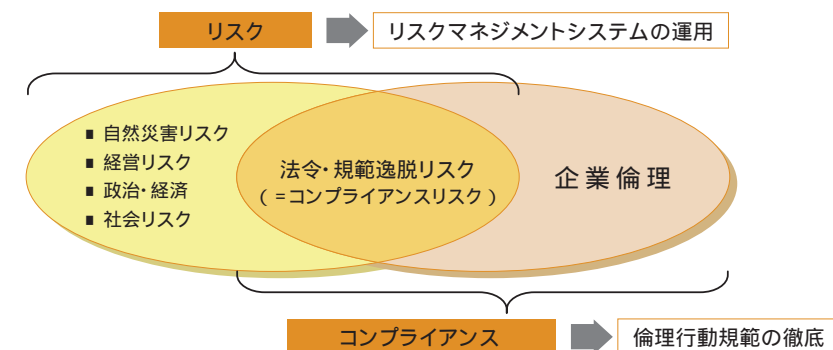


□ リスク・コンプライアンスの統合的推進

ヤマハ発動機グループでは、会社を取り巻く環境の変化に対応するため、社内改革に努めています。

こうした取り組みの一環として、2007年度には「倫理行動規範」の改定を行うとともに、リスクマネジメントを日常業務に組み入れ推進するためのリスクマネジメントシステムを再構築するなど、グループ全体でリスクマネジメントとコンプライアンスの統合的な推進に取り組んでいます。

●コンプライアンスとリスクマネジメントの統合的推進



□ グループリスクマネジメントの取り組み

ヤマハ発動機グループは、グループ全体でのリスクマネジメント体制の構築と確実なPDCAを推進し、重要なリスクの管理・低減を図るため、2003年に導入したマネジメントシステムを近年の社会的情勢を踏まえ、大幅に見直し段階的に導入しています。

これにより、重要なリスクの未然防止と早期発見、さらに発見時の迅速・的確な対応を図るとともに、部門および各社リスク管理のバラツキを是正し、グループの統合的なリスクマネジメント体制の構築をめざしています。

2007年度は、当社グループ共通の手法によるリスクの洗い出しと評価を実施し、2008年度に取り組むべき重要リスクの設定を経て、その管理・対策を推進しました。

さらに、こうした活動を経て2008年3月には、当社グループのリスクマネジメントに係わる全ての活動のガイドラインとして『リスクマネジメントマニュアル』を発行し、本社部門および国内外関係会社への説明会を通じて周知するとともに、

段階的運用を開始しました。今年度以降、本社部門はもとより国内外関係会社へ順次導入拡大を図り、重要なリスクをより確実に管理・低減する体制を着実に整備していきます。



『リスクマネジメントマニュアル』

□ コンプライアンスの取り組み

ヤマハ発動機グループは、コンプライアンスを「社員一人ひとりが法規範、社会規範および社内規範を理解・遵守し、さらにこれを超える高い倫理観と自律した判断に基づき、公正

で誠実な企業活動を実践していくこと」と考えています。

2007年度には、コンプライアンスの活動として以下の項目を実施しました。

● 2007年度の取り組み	
行動規範	1) 倫理行動規範の改定(2008年3月発行) 2) コンプライアンスQ&A第4版発行(=180事例)
推進体制	1) リスク・コンプライアンス委員会の組成(社長を委員長とし社外委員、役付執行役員で構成) 2) リスク・コンプライアンス推進会議の組成(担当役員を議長としコーポレート部門の長で構成) 3) リスク・コンプライアンス方針説明会の実施(本社部門の部門長および国内関係会社社長を対象)
教育・研修	1) 役員研修: 役員・執行役員を対象にコンプライアンスの潮流等の講演を開催 2) 基幹職・監督職研修: 国内関係会社からの参加を含め延べ1,630名が参加 3) 一般職研修: CCSアカデミー第2弾(安全貿易管理および職場改善についての討議) 4) 部門別法令研修: 法務部などリスク主管部門が実施 5) 関係会社向け研修: 方針説明会時にコンプライアンスに関する講演を実施、等
その他の活動	1) モニタリングの一環として社員意識調査の実施 2) ホットラインの社外窓口を設置 3) 社内報を通じた啓発活動

「倫理行動規範」の改定

ヤマハ発動機グループの『倫理行動規範』は、2000年に制定し、これまで部分改訂を4回実施してきました。

2007年には、同年5月のコンプライアンス推進特別委員会の「5つの提言」を受けた当社の“社会への約束”を踏まえ、CSR(企業の社会的責任)の視点や職場で抱える日常的リスクへの対応、今後のグローバルな展開など社内外の動向や要請を反映し、大幅な改訂に取り組み2008年3月に『倫理行動規範』の改定版を発行しました。

今回の改定では、巻頭に社長から「私をはじめ役員全員が、この倫理行動規範を実践することを約束します。日常活動の中で、判断に迷うことがあれば“コンプライアンス最優先”で対応してください」というメッセージを掲載し、“コンプライアンス最優先”の徹底を宣言しています。



『倫理行動規範ガイドブック』



『倫理行動規範』

リスク・コンプライアンス教育の推進

ヤマハ発動機グループでは、法令や情報、環境、労働安全衛生などさまざまなリスクに的確に対応し、問題点の早期発見と損失発生への未然防止を図ることで、企業価値の持続的な向上をめざすために、国内外グループ企業でのリスク評価の実施とこれに基づくリスク対策計画を策定し、リスクマネジメントのグローバル展開を推進しています。

また、CSR企画推進部はもとより人事部、法務・知財部、プロセスIT部、財務部、調達統括部、総務部、安全保障貿易本部、製品保障本部が主管部署となって、リスク・コンプライアンスに関わるさまざまな社内教育を実施。2007年度における集合教育の開催実績は187回で、参加人数は延べ8,339名(2006年度:5,266名)を数えました。



1



3



2



4

1 ヤマハ発動機本社部門(事業部長、部門長)と国内関係会社(社長、推進責任者)を対象とした「リスク・コンプライアンス方針説明会」

2 3ヶ月間で延べ1,630人が受講したヤマハ発動機本社および国内関係会社の基幹職・監督職を対象とした「コンプライアンス集合研修」

3 社員一人ひとりが高いコンプライアンス意識を持って、自律した行動を実践できるよう、職場単位の自主活動としてスタートしたヤマハCCSアカデミー「コンプライアンスセミナー」には105回、1,639名が参加

4 コンプライアンス推進特別委員会の高嶽委員長による報告会には約200名の部門長、国内関係会社社長が参加

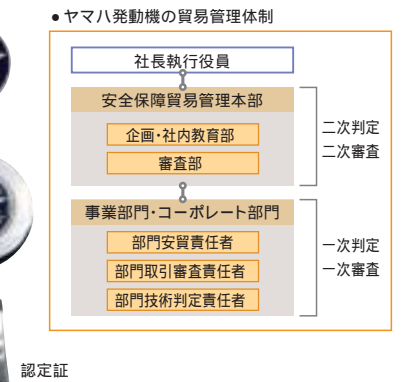
安全保障貿易管理の徹底

2006年4月の『安全保障貿易管理規程』改定、同年5月の安全保障貿易管理本部の発足を機に、ヤマハ発動機グループでは、輸出管理体制の見直しと再構築を推進して、企業のリスク管理の視点に立った輸出管理体制のグローバル化を推進しています。

2007年には、社員一人ひとりの“安全保障”意識の向上をめざして、財団法人安全保障貿易情報センター(CISTEC)が主催する実務能力認定試験を活用。基礎コースの「STC Associate」資格を50名の社員(累計60名)が取得しました。



「STC Associate」の認定を受けたスタッフ



コンプライアンスホットライン

ヤマハ発動機では、従業員が『倫理行動規範』に違反する事実がある時や疑義を抱いた時に、会社または社外の窓口(弁護士事務所)に直接報告・相談できるシステムとして、「コンプライアンスホットライン」と「セクハラ・パワハラホットライン」の2つの通報システムを設置し、『倫理行動規範』に違反する行為・不正行為の早期発見と未然防止の徹底を図っています。

CSR活動のグローバル推進

CSR活動をグローバルに展開していくにあたっては、グループ各社が統一して展開する共通項目と、それぞれの国や地域に対応して取り組むべき項目を定め、世界の各地域における関係会社と連携して情報共有し、お互いに啓発し合いながら、持続可能な社会の実現をめざしたさまざまな活動に

情報開示のルール徹底

ヤマハ発動機では、ステークホルダーの皆さまからのさらなる信頼を獲得するために、2006年4月に『情報開示規程』を制定して、正確な情報を公正かつ適時適切に開示しています。

2007年度は、情報管理システムの運用状況に関してモニタリング調査を進めるとともに、情報開示ルールの周知徹底を行ったほか、2008年度より導入する子会社の決定、その拡大と浸透を図りました。

取り組んでいます。

ヤマハ発動機グループは、今後のCSR活動のグローバル展開に際して、グループ共通の価値基準を共有しつつ、相互の違いを尊重し合うコミュニケーションやプロセスを大切に、取り組みを着実に進めていきます。



南米地域の6グループ会社から21名の関係者が集まり、南米地域としては初めての「CSR南米会議」がブラジルで開催された。



アジア大洋州地域からグループ会社8社14名のCSRリーダーが参加し「第3回CSRアジア会議」がタイTYMを会場に開催された。

■ コーポレート・ガバナンスと内部統制

□ コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

ヤマハ発動機グループは、コーポレート・ガバナンスを長期的な企業価値最大化のために、経営体制を規律していくことと認識し、意思決定の迅速化や責任の明確化、透明性のある役員人事・報酬制度の整備、内部統制システムの整備などを進めています。

今後も最も重要な経営課題のひとつとして、監督機能の強化など、コーポレート・ガバナンスの一段の強化・確立に取り組むとともに、IR活動の充実を図ることで、株主・投資家の皆さまとの信頼関係の構築を図っていきます。

□ 経営の意思決定、執行および監督に係る経営管理組織その他の体制の状況

(1) 取締役・取締役会

ヤマハ発動機は、迅速な業務執行を目的として執行役員制を導入しており、執行役員の役割を「業務執行」とする一方、取締役会の役割を「グループの基本方針の承認と業務執行の監督」とし、それぞれの役割を明確化することで、監督機能の強化を図っています。

取締役の定数は、定款で15名以内と定められていますが、2008年3月26日現在の員数は12名で、そのうち3名は社外取締役です。取締役会は、原則として毎月1回開催するほか、必要に応じて随時開催されます。

なお、株主総会における取締役の選任決議は、議決権を行使することができる株主の議決権の3分の1以上を有する株主が出席し、その議決権の過半数をもって行う旨定款に定められています。

執行役員は2008年3月26日現在23名で、そのうち8名は取締役が兼務しています。業務執行の決定機関として役付執行役員で構成される経営会議を設け、意思決定の迅速化を図っています。

なお、取締役、執行役員ともに、責任の明確化のため任期を1年としています。

(2) 役員人事委員会

役員候補者の選任や報酬決定における透明性や妥当性を高めるため、2001年8月に取締役会の諮問機関として「役員人事委員会」を設置しました。役員人事委員会は、社外有識者1名、社外役員3名、社内役員3名で構成され、役員候補者の

推薦、報酬制度および報酬・賞与案のほか、ガバナンス全般のあり方について審議し、取締役会に対して答申しています。

(3) 監査役・監査役会

監査役は2008年3月26日現在4名で、そのうち社外監査役は2名です。監査役は、取締役会、経営会議その他の重要な会議に出席するほか、業務執行状況の報告を受け、重要な決裁書類の閲覧、子会社の往査などを通じて、監査を実施しています。会計監査人との関係においては、法令に基づき会計監査報告を受領し、相当性についての監査を行うとともに、必要の都度相互の情報交換・意見交換を行うなどの連携をして、内部監査部門との関係においても、内部監査の計画および結果についての報告を受けることで、監査役監査の実効性と効率性の向上をめざしています。

以上のような監査役の監査業務を支援するため、監査役室を設けて専任スタッフを配置しています。

(4) 内部監査

内部監査部門として社長執行役員直属の内部統制監査部（人員21名：2008年3月26日現在）を設置しています。内部統制監査部は、年間の監査計画に基づいて当社およびグループ各社の業務執行の適正性、妥当性、効率性について監査し、評価と提言を行っています。

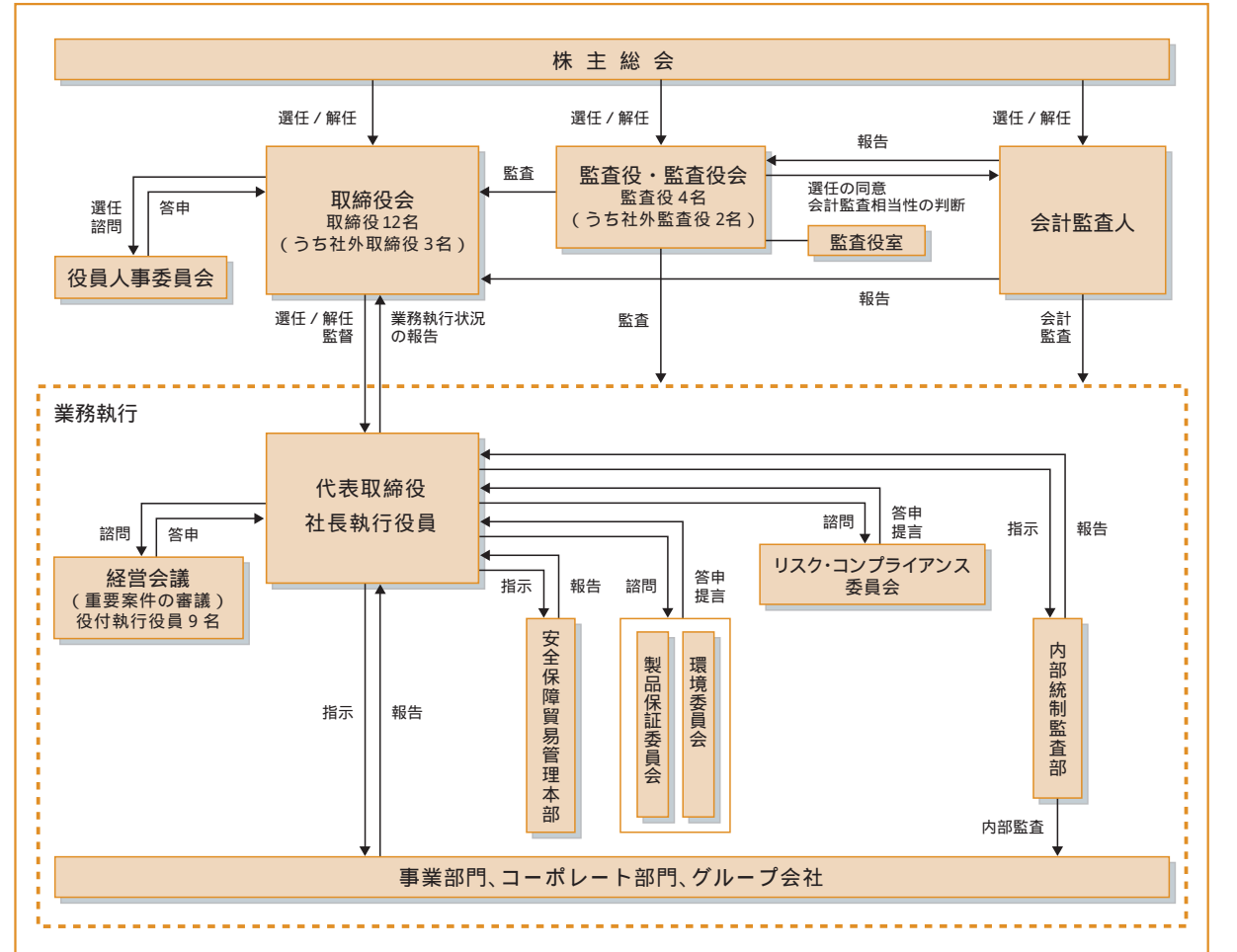
取締役会で決議した内部統制の基本方針は、ヤマハ発動機のウェブサイトに掲載していますので、詳しくはそちらをご参照ください。

<http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/ir/governance/index.html>

□ 内部統制システムに関する基本的考え方

ヤマハ発動機は、会社法に基づき、業務の適正を確保するための体制の整備に関する基本方針を取締役会で決議し、リスクマネジメントやコンプライアンスを最重要テーマとし、内部統制システムの整備に取り組んでいます。

● コーポレート・ガバナンスおよび内部統制に関する体制の模式図



□ 役員報酬等の内容

ヤマハ発動機の実績は、固定額の基本報酬（月額報酬）、短期的な全社業績を反映する取締役賞与、取締役個人の業績に連動する個人業績連動報酬、中長期的な全社業績を反映する株式取得型報酬およびストックオプションとしての新株予約権で構成されています。

株式取得型報酬は、毎月一定額で自社株を取得（役員持株会経由）し、在任中保有をするもので、株主価値との連動をは

かったものです。なお、社外取締役および監査役については、業績連動報酬制度は採用していません。

また、役員退職慰労金につきましては、第70期定時株主総会（2005年3月29日開催）終結時をもって廃止しましたが、同日までに積み立てた退職慰労金につきましては、第73期定時株主総会（2008年3月26日開催）における打ち切り支給決議に基づき、各役員の退任時に支払うこととしています。

● ヤマハ発動機の2007年度取締役・監査役報酬

区分	取締役		監査役		合 計	
	支給人員	支給額	支給人員	支給額	支給人員	支給額
定款または株主総会決議に基づく報酬（うち社外）	16名（3名）	288（18）	5名（3名）	65（14）	21名（6名）	354（33）
費用処理した役員賞与の額（うち社外）	13名（3名）	230（-）	-	-	13名（3名）	230（-）

（注）1. 上記のほか、使用人兼務取締役の使用人給と相当額99百万円を支払っています。
2. 上記の費用処理した役員賞与の額230百万円は、費用計上時の支給見込額であり、実際の支給額は2008年3月26日開催の第73期定時株主総会において承認可決された160百万円となります。

持続的成長のための 「利益」と「価値」の創出

経済分野の活動報告

■ 財務担当役員からのメッセージ

ステークホルダーの皆さまの信頼を基盤に 「収益」「成長」「顧客提供価値」をさらに高い次元に

ヤマハ発動機グループは、2005年から2007年までの3か年にかけて『NEXT50-PhaseⅡ』という中期経営計画のもとで、これまで培ってきた「利益体質」に加え、「価値」「収益」「成長」のバランスの取れた事業戦略を進め、「オンリーワン・ブランド」をめざして持続的な成長と収益基盤の強化に取り組んできました。「CSRの遂行」として「リスクマネジメント」「コーポレート・ガバナンス」「人と組織の活性化」を重要な経営基盤に位置付けて展開した3年間でした。

併せて、事業活動では、アセアンおよびブラジル市場における二輪車事業での「成長機会の取り込み」と「収益性確保」、SSVの市場導入やライフサイエンス分野の事業化等の「差別化価値の追求」において成果を果たしました。

数値目標として掲げた売上高(1兆4,500億円)と営業利益(1,200億円)も、それを上回る実績(売上高1兆7,567億円、営業利益1,270億円)を果たすことができました。

そして今年、新たに2008年から2010年までの3か年における経営課題、事業戦略、数値目標をまとめた『新中期経営計画』を策定しました。『新中期経営計画』は、ヤマハ発動機グループの長期ビジョン『Frontier 2020』のフェーズ1と位置付けました。

新中期経営計画では、企業目的である「感動創造企業」をめざして、「収益」「成長」「顧客提供価値」の3要素をさらに高い次元へ発展させていきます。

この目的に向かって、「経営の質」を強化し、長期視点に立った「価値創造」に取り組むとともに、そのための「戦略的な資源投入」を進めます。

具体的には、当社の基幹事業である二輪車事業では、日米欧市場で高付加価値マーケティングを継続し収益性の向上を図るとともに、中国・インドではプレゼンスの確立に向けた基盤構築を図ります。成長市場であるアセアンおよび中南米地域においては引き続き、積極的に成長機会を取り込みます。

マリン事業では、主力の船外機事業で世界での販売を拡大し、収益性の向上を図るほか、ウォータービークル事業でモデルラインアップ強化による販売拡大と、ジェット推進機搭載のスポーツボート事業強化によって売上・利益を拡大します。

ATV事業では、スポーツカテゴリーでのトップポジション維持に努めるとともに、ユーティリティカテゴリーでのシェア拡大を図り成熟市場での収益体質の向上をめざします。新規領域のSSVカテゴリーでは追隨してくる他社との差別化を図り、優位性を訴求し売上げ拡大による成長をめざします。

また、IM事業は、新規需要を創造する新商品を市場投入し、商品競争力の強化により収益率の回復と売上規模の拡大をめざします。

さらに持続的な成長のもとでグループ全体の発展を図り、株主・投資家をはじめとしたステークホルダーの皆さまの信頼を獲得するとともに、持続可能な社会の発展への貢献をめざしています。引き続きご支援、よろしくお願いいたします。



代表取締役常務執行役員 内山 徹雄

SSV：サイド・バイ・サイド・ビークル ATV：オール・ティラン・ビークル(4輪バギー車)
IM：インテリジェントマシーナリー(産業用ロボット)

■ 長期ビジョン『Frontier 2020』と 新中期経営計画の概要

ヤマハ発動機グループは、持続可能な社会の実現に貢献するため、2020年を視野に入れた経営、事業の方向性を長期ビジョン『Frontier 2020』としてまとめました。これは、当社がこれまで培ってきた資産・特長・強みの棚卸しを行い、既存事業の将来展望や外部環境も考慮しながら、今後、当社が進むべき道筋を描いたものです。

長期的にありたい姿としては、成長の質を変え、「多様な価値を持つ複数のコア事業体で構成されるひと回り大きな個性的企業」となり、その成長を高いレベルで持続させ、それを支える活気あふれる組織文化を持つ企業となることをめざします。

次世代の飛躍に向けた基盤の確立 ―「顧客提供価値」と「信頼性」の追求―

長期経営ビジョン『Frontier 2020』のフェーズ1として、2008年から2010年までの3か年における経営課題、事業戦略、数値目標をまとめた新中期経営計画を策定しました。

新中期経営計画は、ヤマハ発動機グループの前中期経営計画の達成状況と残された課題を踏まえながらグループの発展をめざすものです。

その成果として、最終年の2010年には連結売上高2兆1,000億円、連結営業利益1,430億円、連結経常利益1,500億円の達成を計画しています。

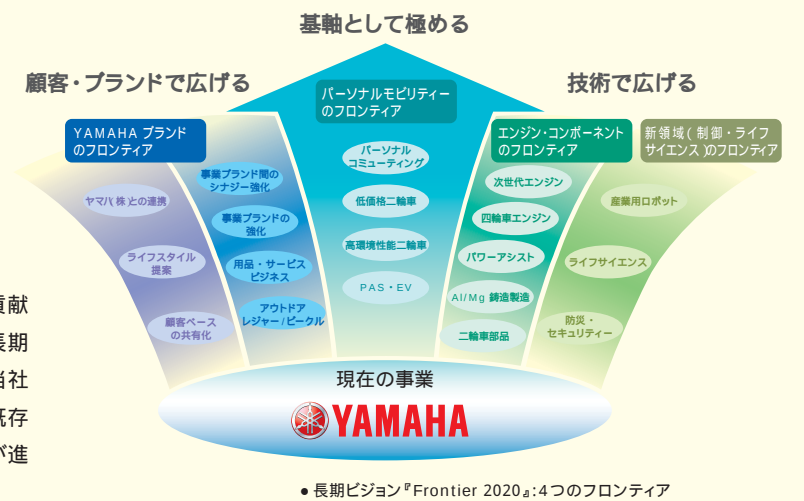
< 数値計画 >

USD 105円、ユーロ155円の為替レートを前提とした新中期最終年2010年12月期の連結業績の目標数値は、売上高＝2兆1,000億円(2007年比19.5%増)、営業利益＝1,430億円(同12.6%増)、営業利益率＝6.8%、経常利益＝1,500億円(同6.9%増)です。

< 設備投資 >

新中期3か年においては、更なる「成長」と将来の「価値創造」をめざし、3,000億円(前中期比で約550億円の増加)の設備投資を行います。

特に「成長投資」については、アジア・中南米の二輪車事業の拡大を中心に、前中期比50%増の1,090億円を計画しています。



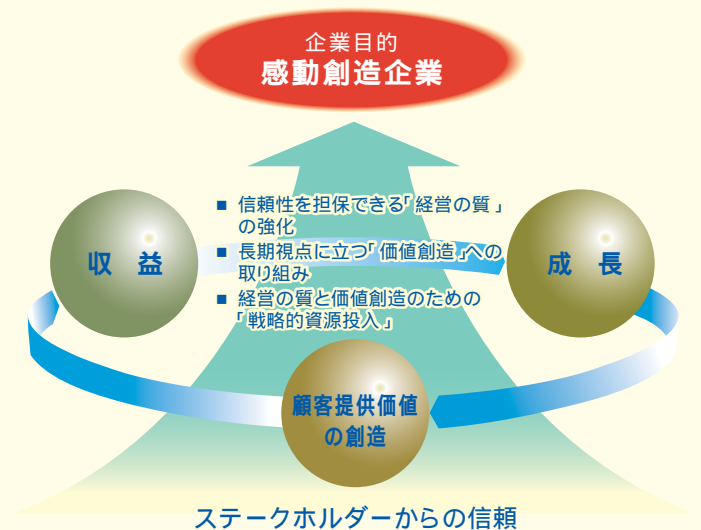
多様な価値の大きな方向性としては、二輪車を含む「パーソナルモビリティ」を基軸として極め、それを中心に「顧客・ブランド」による広がり、技術による「新領域」への広がりをめざしています。

「収益向上投資」としては、欧米を中心とした「収益力向上」をめざす新機種投資、コストダウン投資などを、また「価値創造投資」としては、マグネシウムなどの新素材部品生産体制の強化やライフサイエンス事業の拡大をめざした投資などを計画しています。

< 配当性向 >

新中期での連結配当性向20%をコミットし、成長投資とのバランスをとりながら25%程度をめざします。

● 長期ビジョン『Frontier 2020』のフェーズ1: 新中期経営計画のめざす姿



業績・財務の状況

ヤマハ発動機の2007年12月期本決算の連結業績は、売上高、営業利益とも過去最高を更新し、2005年にスタートした中期経営計画「NEXT50-PhaseⅡ」の最終年である2007年の目標数値(売上高=1兆4,500億円、営業利益=1,150億円、

ヤマハ発動機グループの決算概況(2007年12月期)

ヤマハ発動機の2007年12月期本決算の連結業績は、売上高が1兆7,567億円(前期比11.0%増)、営業利益が1,270億円(同2.8%増)、経常利益が1,403億円(同11.9%増)となり、過去最高を更新しました。当期純利益は、製造物賠償責任引当金特別繰入額を計上したことにより、712億円(同7.8%減)と減益になりました。

事業セグメント別の売上高は、二輪車事業がインドネシア、ベトナムおよびブラジル等で好調に推移したため1兆562億円(前期比15.5%増)となり、初めて1兆円を超えました。マリ事業は米国でのウォータービークルや欧州での船外機が好調に推移し2,899億円(同8.8%増)、特機事業は米国での四輪バギーの販売は減少したものの、サイド・バイ・サイド・ビークルの販売が大幅に増加して2,656億円(同6.1%増)、その他の事業はIM事業の販売減少に伴い1,450億円(同3.5%減)となりました。

経常利益=1,200億円)を大きく上回ることができました。

そして、この業績を反映して、当期の配当金は6年連続の増配となる年間41円とさせていただきます。株主や投資家の皆さまには、配当による利益還元を果たしました。

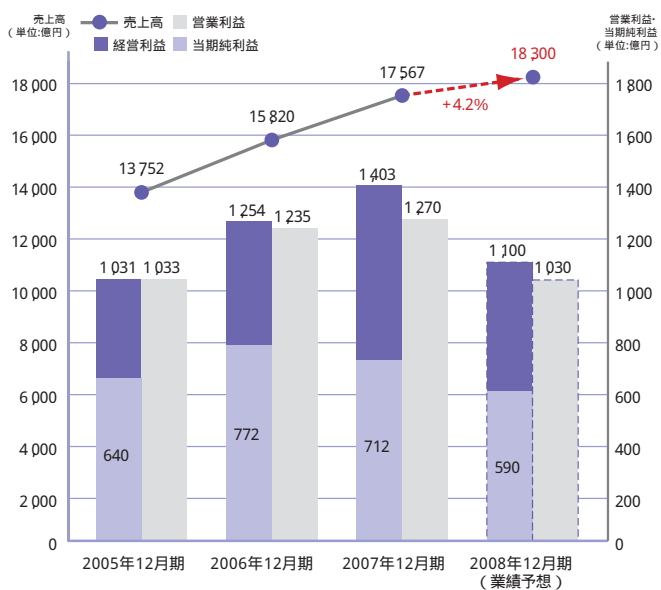
事業セグメント別の営業利益は、二輪車事業が630億円(前期比15.4%増)、マリ事業が282億円(同21.6%増)、特機事業が222億円(同19.5%減)、その他の事業が135億円(同25.3%減)となりました。

営業利益の変化要因は、販売管理費の増加(同528億円)、研究開発費の増加(同75億円)、原材料高騰の影響(同49億円)、減価償却費の増加(同57億円)、商品構成変化等(同103億円)があったものの、為替の影響(同+402億円)、売上増による荒利の増加(同+317億円)や調達による原価低減(同+128億円)の増益要因が上回り、7年連続の増益で過去最高の業績となりました。

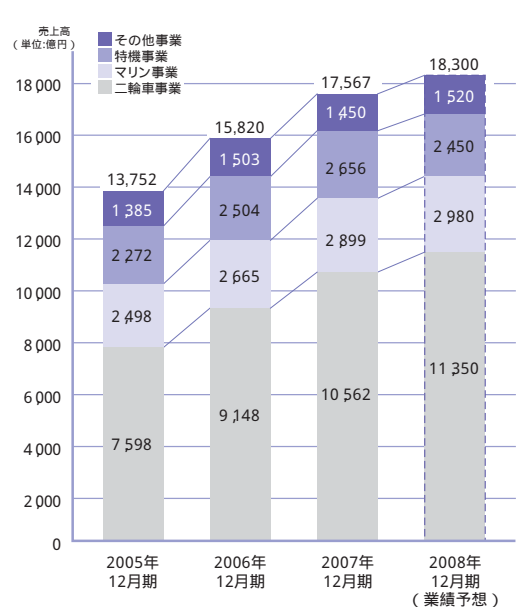
なお、当期よりヤマハ・モーター・ミドル・ヨーロッパを連結対象子会社に新規に追加したことなどにより、連結対象子会社数は111社(前期末比+3社)、持分法適用会社数は38社(前期末比5社)となりました。

<http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/ir/explanation/index.html>

● ヤマハ発動機グループ(連結)の売上高、営業利益、純利益の推移



● ヤマハ発動機グループ(連結)の事業セグメント別売上高の推移



ヤマハ発動機の株主還元方針

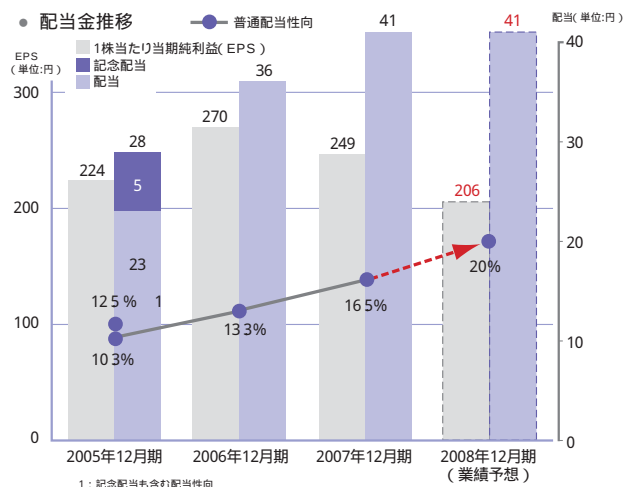
ヤマハ発動機は、株主の皆さまへの利益配分を経営の重要課題と位置付け、グローバルな視点から世界各地で事業を展開し、企業価値の向上に努めています。

利益配分については、配当性を尺度として連結業績に応じた配当を実施することを基本方針とし、新たな成長のための投資による企業価値の増大の追求と合わせて、株主の

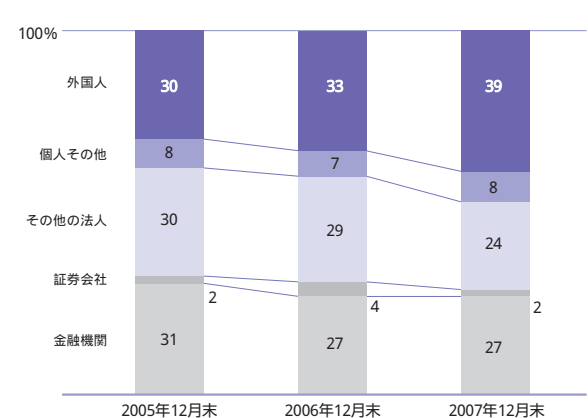
皆さまのご期待に応えていきたいと考えています。

新中期経営計画における配当政策は、連結配当性向20%を確保し、成長投資とのバランスを見ながら25%程度をめざしています。

2007年12月期の配当性向は16.5%、年間配当は41円でした。



● 株主構成比率推移



株主の皆さまとのコミュニケーション

ヤマハ発動機では、株主や投資家の皆さまに当社の経営活動について、正確で適切な情報を迅速に提供し、説明責任を果たすためにIR戦略チームを設置して、国内外で積極的なIR活動を行っています。

2007年度は、2月に2006年度の本決算発表を行い、3月に定時株主総会を開催、4月、8月、10月には2007年度の第1四半期、中間、第3四半期の決算発表を行いました。

このほか、海外投資家向けのIRロードショーやIRホームページでの情報開示の充実、個人投資家向けのホームページの運営も行っています。さらに、個別対応については、本社所在地での対応に加え、証券アナリスト・投資家の皆さまの便宜を考慮して、東京での対応も積極的に行いました。



決算発表風景

ヤマハ発動機の国内外の格付け評価について

国内外の格付会社による、現在の長期債権格付です。格付の定義は各会社によって異なります。詳しくは各会社のウェブサイトをご覧ください。

(ヤマハ発動機 証券コード:7272)

長期債券格付け情報(2008年5月現在)

ムーディーズ	= A2
格付投資情報センター(R&I)	= A
日本格付研究所(JCR)	= A+

持続可能な発展をめざした地球環境との共存

環境分野の活動報告

■ 環境担当役員からのメッセージ

地球市民の一員という自覚のもとに環境活動をグローバルに推進

地球温暖化の問題はもとより、資源枯渇、生物多様性の喪失などの地球環境問題を契機に、「企業の社会的責任」に対する期待が高まっており、企業が社会・地球と共生関係を築くことが強く求められています。

ヤマハ発動機では、1990年以来、「地球環境重視の経営」を経営理念に掲げ、環境活動を経営の最重要課題のひとつとして位置付け、積極的な取り組みを推進してきました。

2002年度に制定した『ヤマハ発動機グループ地球環境方針』のもと、「ヤマハ発動機グループ環境計画2010」を設定し、達成すべき目標と重点取り組みを掲げ、早期達成に向けてグループ全体で推進してきました。

その中で、特に地球温暖化に対しては、グループ共通の目標を設定して、工場やオフィスすべての部門で、省エネや製品燃費の向上など、グローバルな活動として取り組み、着実に成果をあげてきました。

さらに昨年(2007年)は、グローバルな環境変化を踏まえ、『環境ビジョン2020』のフェーズ1と位置付けた「ヤマハ発動機グループ環境計画2013」の策定に着手し、2010年計画の達成状況と新たな課題を踏まえながらグループ全体で推進していくこととしました。

「環境ビジョン2020」では、地球市民の一員として積極的に持続可能な社会の実現をめざして環境活動をグローバルに推進し、つねに世界の人々に「新たな感動」と「豊かな生活」を提供しつづけることをめざして、4つの主要取り組み分野を定めています。



取締役上席執行役員 大坪 豊生

具体的には、製品事業ごとに、製品・サービスでの環境貢献を具現化するための「環境の柱」となる考え方を明確化し、これを推進することを中心とした、環境・健康を重視した製品開発による社会貢献を進める(「エコプロダクツ」)とともに、従業員によるエコ活動促進支援策の導入など、多様なエコ活動を通じて、参加、共生、自主をめざします(「エコマインド」)。また、社会の一員として果たすべき役割として、グローバルな事業活動の環境負荷最小化(「エコオペレーション」)や、グループ環境ガバナンス強化と環境管理支援ツールの充実(「エコマネジメント」)にも取り組んでいきます。

これらの取り組みでは、定量的な環境パフォーマンス目標を設定していきますが、特に重要度の高い温室効果ガスの削減に関しては、2050年を視野に入れた長期削減計画を策定していく予定です。また、製品に含有する環境負荷物質の削減をはじめとした化学物質リスクの低減や、排出物削減、水使用量低減、製品リサイクル・回収などの資源循環の取り組みについても、温室効果ガスの削減と同様に、定量的目標に基づく活動を進めていきます。

当社グループは、これらの活動を通して、経営理念である「社会的責任のグローバルな遂行」を達成するとともに、低炭素型、循環型、自然共生型の、持続可能な社会の実現に貢献して行きたいと考えています。今後とも温かいご支援をお願い致します。

■ 環境活動の方針と計画

ヤマハ発動機グループ 地球環境方針	
スローガン	「人と自然の調和をめざして」
基本方針	ヤマハ発動機グループは、かけがえのない地球の美しい自然を未来に引き継ぐために、地球とともに生きていることを自覚し、限りある資源を大切にし、幅広く社会との連帯・協力を図り、あらゆる活動の場でチャレンジし続けます。

● シンボルマーク



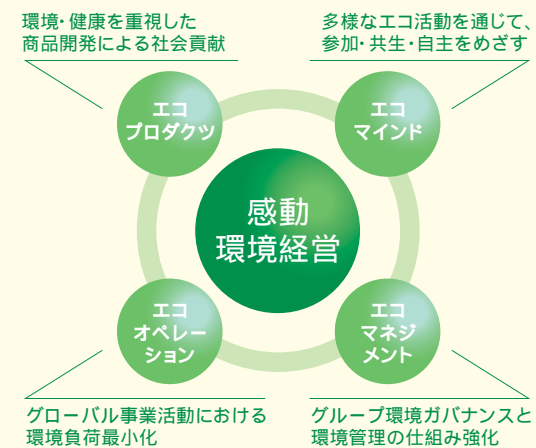
ヤマハ発動機グループ 環境計画2010			
	自然環境課題	グループの重点取り組み	2010年目標
めざす姿	「製品・サービス」と「環境貢献」	「環境トップランナー製品・技術の開発」 「健康増進事業の推進」	事業計画に織り込まれ推進されている
課題	「温室効果ガス」と「気候変動」	「燃費向上」 「省エネ」と「クリーンエネルギー」	CO ₂ 原単位削減30% (1990年度を基本とし、グループ会社毎に目標を設定)
	「有害物質」と「健康・安全」	「排出ガス低減」 「環境負荷物質の管理と低減」	自主規制値クリア 有害物質:ゼロ
	「廃棄物」と「資源保護」	「3Eで3Rを」、「水使用量の低減」 3E:つくりやすく、直しやすく、分解しやすく 3R:リデュース、リユース、リサイクル	製品・工場:リサイクル100% 「ロングライフ」の達成
仕組み	環境活動を保証する仕組み	「グループ全体の環境管理システムを構築し運営」	グループ全体の運営とローカルな活動との連携が取れている
姿勢	環境取り組み姿勢	「継続的な環境教育による意識改革」	グループ全員が高い目標意識で環境取り組みを積極的に行っている
	地域との共生	「感覚環境(臭気、騒音など)の改善」 「地域とのコミュニケーション」	企業市民として地域から信頼され、敬愛を受けている
	情報の公開	「環境を切り口とした積極的な情報発信」	環境先進企業として社会から高い評価を受けている

原単位:製品1台当たりの燃費、その他は売上高に対するエネルギー使用量を意味する。

ヤマハ発動機グループでは、2007年度に、「環境ビジョン2020」のフェーズ1と位置付けた「環境計画2013」の策定に着手しました。この「環境計画2013」は、地球市民の一員として積極的に持続可能な社会の実現をめざし、環境活動をグローバルに推進していくために4つの取り組み分野を定めた「環境ビジョン2020」を基本とするものです。

なお、環境計画2013は、これまでの「環境計画2010」と期間が重複していますが、これは中期経営計画のサイクルと連動させるように設定したものです。今後「環境計画2010」の目標と整合させて2013年のゴールを明示していきます。

● 「環境ビジョン2020」と主要取り組み分野



■ 2007年度実績

□ 環境目標と実績(YMCグループ)

● めざす姿

2007年度計画	2007年度実績	達成 割合	関連頁
製品・サービス「環境の柱」の定量目標の設定	2013年までの製品・サービス「環境の柱」の定量目標の設定 (但し、目標の定量化が不十分な部門も一部あり)		－

● 環境保全課題

	2007年度計画	2007年度実績	達成 割合	関連頁
温室 効果ガ ス	CO ₂ 排出量原単位削減(グループ)			37頁
	売上高あたり1.5%削減 / 年	評価対象98社中70社(71%)が達成		
	1. 製品燃費の向上(グループ)	25% 向上	全製品で、25% 以上達成(25% ~ 38%)	38頁
	2. 製造段階におけるCO ₂ 排出量削減(YMC)	8% 削減(90年比) 91,923t-CO ₂	14.4% 削減(90年比) 85,432t-CO ₂	39頁
有 害 物 質	3. 物流段階におけるCO ₂ 排出量の削減(YMC)	原単位で毎年1%削減	原単位(輸送量)で2.2%削減、(総量で8.6%削減)	40頁
	1. 製品の排出ガス低減(グループ)	レギュレーション対応の前倒し	全製品レギュレーション対応の前倒し	41頁
	2. VOC排出量 ¹ 削減(3社 ²)	2000年度比34%削減	2000年度比34%削減	42頁
	3. グリーン調達活動の推進(グループ)	国内・海外の全環境連結拠点にてグリーン調達を展開	「2010年度有害物質ゼロ」を目指した個々の日程表に基づき展開中	41頁 61頁
廃 棄 物	4. 環境負荷物質の管理(グループ)	部品含有の環境負荷物質の把握システムグローバル導入完了(E - sis)	25社中24社導入完了(導入率96%)	41頁
	1. 開発段階での「3R」推進(グループ)	軽量化モデル拡大	RV:ALダイキャスト製新モデル、マグネチオンケース採用拡大 アクア:交換カートリッジ体積比75%以下	43頁
		可能率95%を達成	PAS:92.0%、船外機92.7%、発電機94.0%、その他:95%以上	○
	2. 製造段階での「3R」推進(YMC)	廃棄物直接・間接 ³ 埋立量0トン	0トン	44頁
		製造部門のリサイクル率100%	100%	
	3. 製造廃棄物排出量(3社 ²)	ゼロエミッション達成	ゼロエミッション達成、うち2社は間接埋立ゼロも達成	－
	4. 国内製品リサイクル体制の確立(YMC)	二輪車リサイクル実効率85%以上	2006年度再資源化率は85.1%で計画達成。	43頁
		FRP 廃船リサイクルシステムの全国展開	リサイクルシステムの全国展開完了	
	5. 水使用量の低減(グループ)	水の使用実態調査	58社実態把握(調査対象拠点90社中)	44頁

● 環境活動を保証する仕組み

2007年度目標	2007年度実績	達成 割合	関連頁
1. EMS(ISO14001 / 自己認証)の構築・運用(グループ)	グループ環境マネジメント認定制度が構築され運用が開始されている	グループ環境監査委員会 / 監査会運営、YEMCS制度運用開始	34頁
2. 全社統合環境マネジメントシステムの構築(YMC)	統合EMS10サイト19拠点でのEMS構築完了	10サイト19拠点でEMS構築完了 2007年度登録更新	34頁 35頁
	環境内部監査員90名に増員	2007年度5名の監査員養成するも退職 / 出向等で実質82名となった	
3. グローバル環境情報ネットワーク(グループ)	環境連結51社の環境情報共有と相互研鑽	環境連結41社の環境情報が入力され、情報が共有化されている	○ 34頁

● 姿勢

	2007年度計画	2007年度実績	達成 割合	関連頁
組 環 み 境 姿 取 勢 り	1. 環境意識教育 教育の体系化と充実(YMC)	「各階層別教育の実施・イントラネット環境教育定期更新	・階層別教育資料リニューアル・Eラーニング「ヤマハエコ検定」作成、実施	45頁
	2. 通勤におけるCO ₂ 削減(YMC)	エコ通勤者参加率65%以上	参加率71.8%達成	45頁
共 地 生 域 と の	1. 4万人のV作戦グローバル展開(グループ)	延べ4万人参加	環境で2.2万人、社会活動で1.4万人合計延べ3.6万人	45頁 63頁
	1. 展示会・イベントへの参加(YMC)	当社の環境活動のメッセージを出す場として、2回 / 年の定着化 双方向コミュニケーションイベント開催	「エコプロダクツ2007」「しずおか環境・森林フェア」出展 他NPOイベント、産業祭等出展	46頁 65頁
情 報 の 公 開	2. 環境商品・技術アピール(YMC)	環境アウトプットを必ず表現し、評価を高める工夫をする (ニュースリリース、カタログ、パンフ他に新視点を織込みユーザーや社会にアピールする)		46頁

(注) 2007年度目標に対して100%以上達成 = 、80%以上 = ○、60%以上 = 、60%未満 = ×。定性目標は、「達成」もしくは「進展」であれば、「継続推進」であれば○、「維持・停滞」の場合は、「未達成」または「未実施」であれば×。
1製品の単位面積当りの排出量 2ヤマハ発動機、ヤマハマリ、ヤマハモーターパワープロダクツ 3非生産活動により発生する試薬類を除く

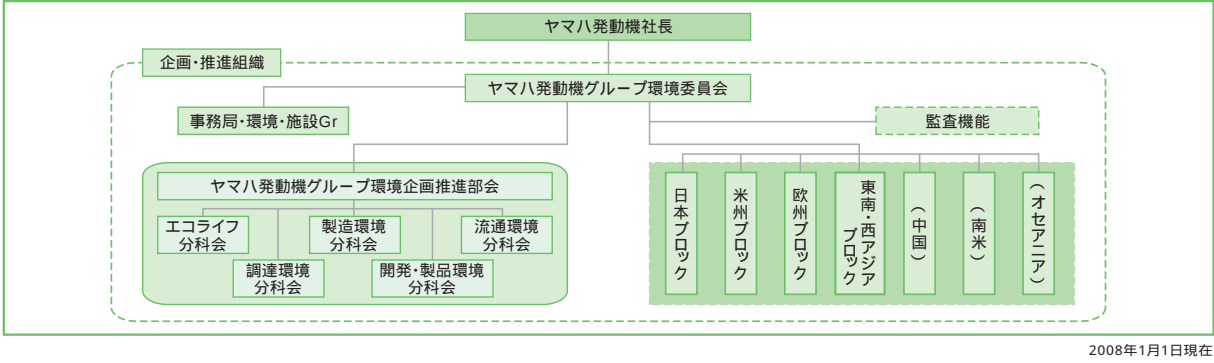
■ 環境マネジメント

□ 環境経営を推進する体制

ヤマハ発動機グループでは、「ヤマハ発動機グループ環境委員会」を国内外の環境活動に関わる上位の組織として位置付け、グループ全体の環境活動の取り組みの方向性を決定しています。

同委員会において定められた方針や目標は、定期的な見直しを行いながら、傘下の企画組織であるヤマハ発動機グループ環境企画推進部会や分科会などで検討を行い、世界をブロックに分けて活動を推進しています。

● ヤマハ発動機グループの環境推進組織



□ 環境マネジメントシステム

ヤマハ発動機グループでは、グループ全体で環境保全活動に取り組む連結環境経営を推進しています。

これらの活動の実効性を担保するため、環境マネジメントシステムISO14001を導入し、PDCAサイクルの考え方に基づき、法的要求事項やその他の要求事項の順守、環境リスクの低減およびグリーン調達の推進を図りながら、継続的な改善に努めています。

これと並行して2007年度には、地域特性や経営規模に対応した環境マネジメントの社内規格として「ヤマハ発動機グループ環境マネジメント認定制度(略称:YEMCS)」を策定し、

2008年度から本格的な運用を開始します。これはヤマハ発動機グループ環境監査委員会がヤマハ発動機グループすべての会社が環境経営を推進することを目的に、独自認証を与える制度です。グループ会社は2010年までにISO14001またはYEMCSの取得を目指します。



YEMCS環境マネジメント認定証

□ グローバル環境情報ネットワークシステム(G-YECOS)

ヤマハ発動機グループでは、「グローバル環境情報ネットワークシステム(G-YECOS)」の展開を図り、環境マネジメントシステムISO14001と環境パフォーマンスに関する情報、環境活動事例を共有するなど、グループとしての環境保全活動レベルの向上に努めています。また、優れた事例だけでなく、ネガティブ情報も共有し、環境リスクの低減を図っています。

国内・海外グループ会社でG-YECOS導入が拡大することによって、これまで「本社」対「各社」だった情報共有の構図に、グループ会社間での横のつながりができ、環境保全の意識高揚につながっています。各国の環境法適用状況やグループ各社が実施した環境リスクモニタリングの結果も把握でき、環境活動に対する見直しができるようになりました。

2007年度は、日本、北米、中国の11社でG-YECOS導入説明会を実施。各国語の操作マニュアルを基に各社の環境スタッフによるデータ入力やメンテナンスを行いました。2008年2月末時点で、46社でG-YECOSが運用されています。

これからも国内・海外グループ全社へのG-YECOS導入を図り、グループ会社間でのさらなる相互研鑽を図っていきます。



ヤマハ発動機グループ環境監査委員会

ヤマハ発動機グループ環境監査委員会は、ヤマハ発動機グループの環境分野のガバナンス強化を図るため、グループ全社における環境マネジメントシステムの運用に関して支援を行っています。

委員会の主な役割としては、(1)潜在的な不適合の抽出、(2)グループ環境監査員教育の徹底、ならびに環境監査の質向上、(3)グループ会社間監査の促進が挙げられます。

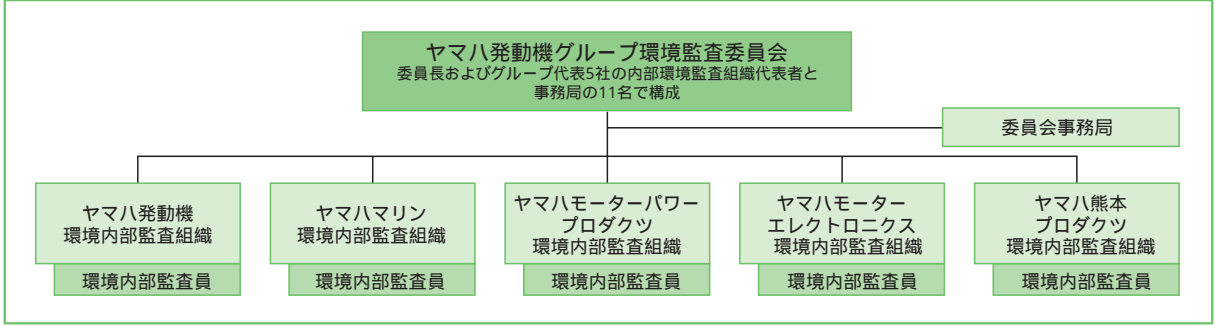
2007年度は、環境内部監査員研修会を3月と11月に開催しました。ヤマハ発動機からは98名、グループ会社から35名の合計133名が研修会に参加し、環境監査の進め方や環境法、監査事例、環境内部監査指摘項目などについてスキルを向上させました。



佳新創輝(中国)での監査風景

佳新創輝=福州佳新創輝機電有限公司

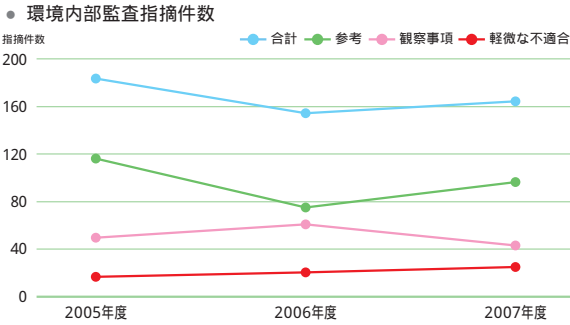
- ヤマハ発動機グループ環境監査委員会



ヤマハ発動機の環境内部監査

2004年度に導入した統合システムでは、指摘事項の種類を従来の「重大な不適合」「軽微な不適合」「参考」の3種類に、「観察事項」を追加し、より多くの改善につなげられる仕組みとしています。

2007年度に実施した環境監査には、グループ会社4社から8名の環境監査員が参加し、第2者監査によるスキルアップを図りました。



2007年度の「環境内部監査指摘件数」に関しては、監査視点の強化により、「軽微な不適合」「参考」が増加しましたが、「観察事項」が減少し、総指摘件数は若干増加しました。なお、指摘事項に対しては、それぞれ適切な対策を実施しています。

さらに、環境内部監査や環境外部審査以外で報告される不適合や苦情についても、環境マネジメントシステムを運用する中で継続的に改善に取り組んでいます。

- 不適合項目と苦情の種類(内部監査も含む)

不適合項目	2005年度	2006年度	2007年度
法的要求事項	14	11	11
システム	18	23	28
その他	5	8	6
合計件数	37	42	45

苦情の種類	2005年度	2006年度	2007年度
臭気	2	1	0
騒音	3	4	3
ほこり	1	1	0
合計件数	6	6	3

2007年度において、環境に関する課徴金の支払いはありませんでした。

環境経営のコスト

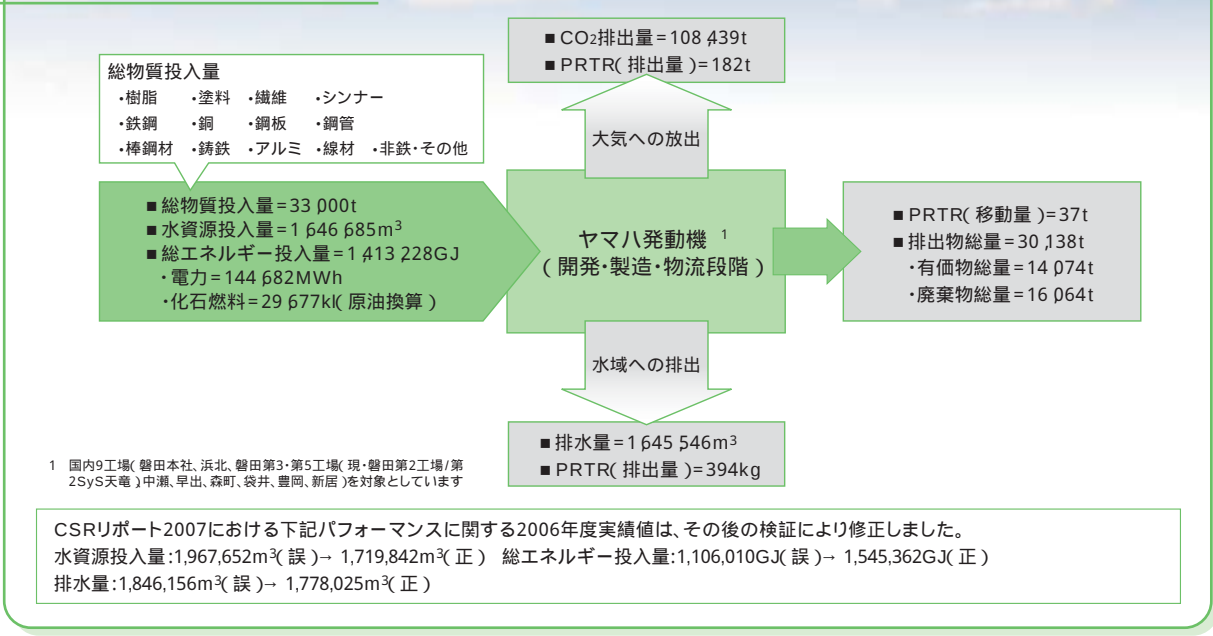
ヤマハ発動機では、環境保全活動の定量的な情報開示を図るとともに、より効果的な環境経営を進めるために、環境省「環境会計ガイドライン(2005年版)」を参考に環境対応コストとコストに相応する効果を算出しています。2007年度

の算定範囲はヤマハ発動機統合認証の9社(ヤマハ発動機、メルコ、ヤマハ発動機販売、ヤマハ発動機マネジメントサービス、ヤマハモーターソリューション、ワイズギア、ワイエス、イー・アンド・エス、サンワード)です。

分類		環境対応コスト			経済効果		環境保全効果		
		投資	経費	合計	年度内	通年換算	分類	年度内	通年換算
事業エリア内	公害防止コスト	159	622	781	32	32	削減エネルギー(GJ)	23,790	50,344
	地球環境保全コスト	585	65	650	36	76	CO ₂ 削減(t)	1,603	3,672
	資源循環コスト	89	536	625	136	141	節水量(t)	17	13,020
小計		833	1,223	2,056	204	249	削減廃棄物(t)	400	445
上流・下流コスト		0	304	304	44	258	削減VOC(t)	52	57
管理活動コスト		125	610	735	0	0	環境保全効果は、対応コストに対応する推定効果の集計です ・削減エネルギー：電力、石油類、ガス類の削減効果をエネルギー換算 ・CO ₂ 削減：エネルギー起原CO ₂ の削減効果 ・節水量：主に、井戸・工水の削減 ・削減廃棄物：ACEP処理分も含む		
研究開発コスト		78	5,494	5,572	0	0			
社会活動コスト		0	33	33	0	0			
循環損傷対応コスト		10	15	25	0	0			
合計		1,046	7,679	8,725	248	507			

- ・研究開発コスト：販売前提の製品開発は含みません
- ・環境保全効果：環境コストに対応する推定効果を期内効果と通年効果の2通りで算出しています
- ・経済効果：「リスク回避」「企業イメージ向上」などのみなし効果については対象としていません
- ・キャッシュフローをベースに算出しており、減価償却費や積立金などは含まれていません

事業活動と環境負荷



■ 温室効果ガス削減の取り組み

□ ヤマハ発動機グループにおけるCO₂排出量の削減

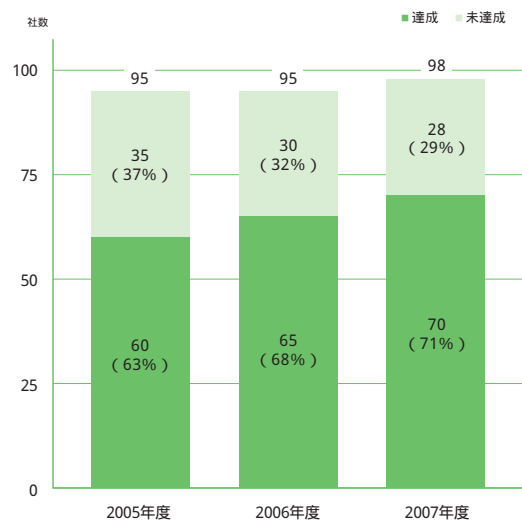
ヤマハ発動機グループは、二輪車を中心とした輸送機器メーカーであり、温室効果ガスの削減はきわめて重要な課題となっています。グループ共通の2010年目標である「CO₂原単位削減30%（1990年度比）」の早期達成に向け、製品の開発から製造、使用、廃棄にいたるライフサイクル全体において温室効果ガスの削減を図っています。

現在、事業所におけるグループ共通の目標値である「売上原単位あたり、年1.5%のCO₂排出量削減」に向けた活動を

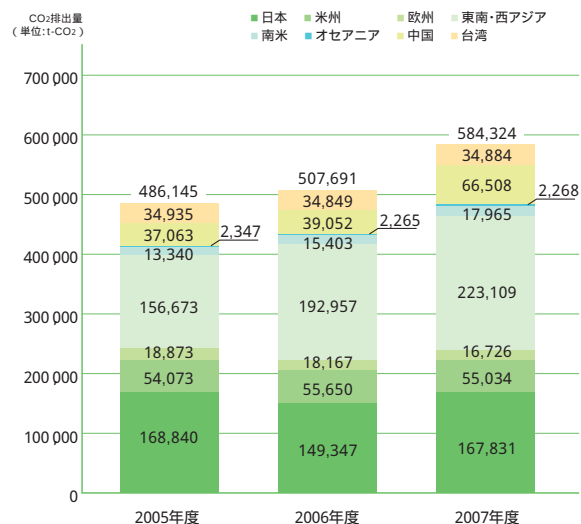
展開しています。

2007年度は、評価対象会社が2006年より3社増えて98社になりました。その中でグループ共通目標を達成した会社は70社（71%）となり5社増加しました。一方、グループ全体のCO₂排出量は増加傾向にあるため、今後も、国内、海外のグループ会社のエネルギー使用量削減に向けた活動状況を確認し、進捗の遅い会社に対して支援を行うなど、効率的に温室効果ガス削減を図っていきます。

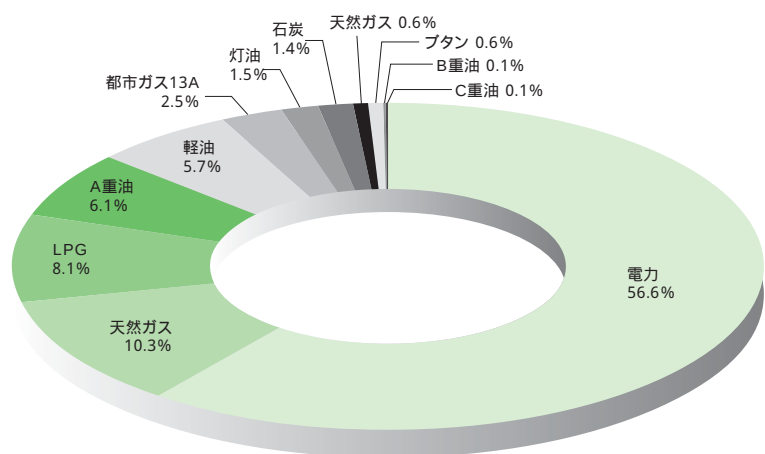
● ヤマハ発動機グループ会社のCO₂削減活動目標達成状況



● 地域別CO₂排出量推移(2005年度～2007年度)



● ヤマハ発動機グループ2007年度燃料別CO₂排出比率



□ 製品におけるCO₂の削減

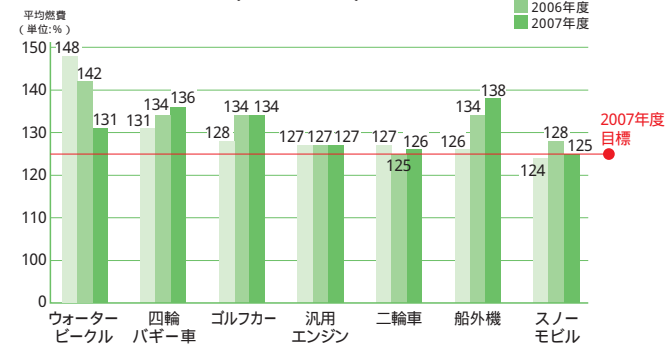
燃費向上への取り組み……………

ヤマハ発動機グループが製造する製品の多くは、パワーユニットを搭載しているため、開発、生産、使用、廃棄といったライフサイクルの中でも使用段階における環境負荷が特に大きいという特徴があります。

そこで当社では、製品使用時における消費エネルギー削減策として燃費の向上に取り組み、2010年までに達成すべき目標として「全対象製品で30%向上（1990年度比）」を設定しています。2007年度については、目標の25%に対し全製品で25%～38%の燃費向上を達成しました。

二輪車・四輪バギー車・スノーモビルは1995年度、ウォータービークル・船外機は1998年度、ゴルフカー・汎用エンジンは2000年度を基準年としています。

● 製品別平均燃費の推移(基準年:100)



環境性能に優れた「ビーノXC50」を発売……………

ヤマハ発動機では、環境性能に優れた4ストロークエンジンを搭載する「ビーノXC50」シリーズにF.I.(フューエルインジェクション)を新たに装備し、2007年11月に発売しました。燃料供給方式にF.I.を採用することにより始動性、燃費特性が向上し、1ℓあたりの走行距離が62kmから66km(30km/h定地)に伸びました。環境性能に加え、レトロポップなスタイリングと軽快な走行性から人気を得ています。



ビーノXC50

環境にやさしい「ヤマハPAS」……………

「PAS(パス)」は、排出ガスや騒音を出さない環境にやさしい電動ハイブリッド自転車です。電動モーターが漕ぐ力とほぼ同じ力でアシストするため、坂道や向かい風でも快適に走ることができます。2007年7月に発売された「PAS CITY-X リチウム」は「オートエコモードプラス」を装備し、平坦路や下り坂など、負荷の少ない走行時にはアシスト力を自動でセーブします。それにより、一充電あたりの走行距離が最大60kmとなり、標準モードに比べ、約58%向上しました。



PAS CITY-Xリチウム

新動力源の技術思想「スマートパワー」

「乗り物は環境への配慮と新しい楽しさを備えているべき」と、環境負荷が小さく、手軽な人間中心の小型電動車両の開発に向けて取り組んでいる技術思想が「スマートパワー」です。今後もこれ

燃料電池

FC-AQEL

FC-AQEL(エフシーアクエル)は、35MPa(メガパスカル)の圧縮水素を燃料とする燃料電池二輪車。独自の制御技術により高効率な発電を行い、電力を安定的にモーターに供給します。



FC-Dii

FC-Dii(エフシーディー)は、54質量%メタノール水溶液を燃料とする燃料電池二輪車。脱着可能な二次電池とのハイブリッドシステムにより利便性を確保、外部電源から充電を行うことも可能です。



電動

BOBBY

「ガジェット」ガジェットとは気のきいた小物という意味。コンパクトに折りたためるため、クルマに乗せたり、玄関にしまったりすることも可能な電動二輪車です。



C3+

誰にでも扱いやすい軽量・コンパクト設計で、走るスタイルにもこだわったミニマム電動通勤車。ヘルメットをきちんと収納できるスペースも用意されています。



上記モデルは、いずれも2007年10月に開催された東京国際モーターショーに参考出品し発表したモデルです。

製造段階におけるCO₂排出量の削減

ヤマハ発動機の製造部門では、現在、(社)日本自動車工業会の自主計画に基づき、2010年度CO₂総排出量を1990年度比12.5%削減に向けて取り組んでいます。

省エネのさらなる推進

2007年度は浜北工場でLPGから天然ガスに切り替えるための導管を完了しました。また、本社溶解炉、第2工場溶解炉では石油系燃料の天然ガス化をほぼ完了させました。

各工場ではCO₂削減量、削減コスト効果等を調査し、省エネ施策の遂行を計画的に進めており、さらに、全社的な省エネ診断を実施し、工場の省エネアイテムの掘り起こしを行っています。特に、エネルギー使用量の多いダイキャスト工場や鋳造工場では継続的に省エネ診断を実施し、CO₂排出量を削減していきます。

新エネルギーの導入を推進

ヤマハ発動機では、CO₂排出量の削減策として新エネルギーの活用を推進しています。これまでコージェネレーションシステムを4基、太陽光発電設備を6カ所に導入しました。

2007年度の新エネルギー発電量は、全電力使用量の26.4%にあたる51,667kWhとなり、12,927t-CO₂(火力換算) の削減ができました。

今後も新エネルギーの導入を積極的に推進していきます。



森町工場の太陽光発電設備

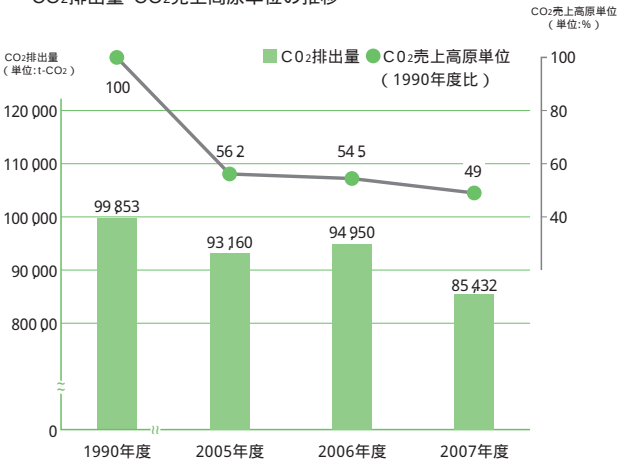
太陽エネルギーの導入実績および効果

2004	2005	2006	2007
本社5・7号館 ▲52.0t-CO₂(火力換算)	第5工場 ▲49.7t-CO₂(火力換算) 袋井パーツセンター ▲22.8t-CO₂(火力換算)	早出工場 ▲24.8t-CO₂(火力換算)	森町工場・厚生棟 ▲59.1t-CO₂(火力換算) 袋井工場・1号館 ▲47.0t-CO₂(火力換算)

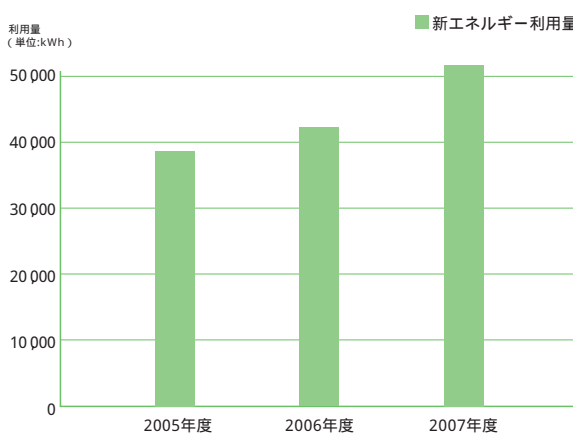
表中の数値は、太陽エネルギー導入によって従来型のエネルギー使用に比べて削減されるCO₂排出量(単位:t-CO₂)を表しています。

2007年度のCO₂排出量は目標の91,923t-CO₂に対し、85,432t-CO₂の実績となり、目標を大幅に達成することができました。

ヤマハ発動機の製造段階におけるCO₂排出量・CO₂売上高原単位の推移



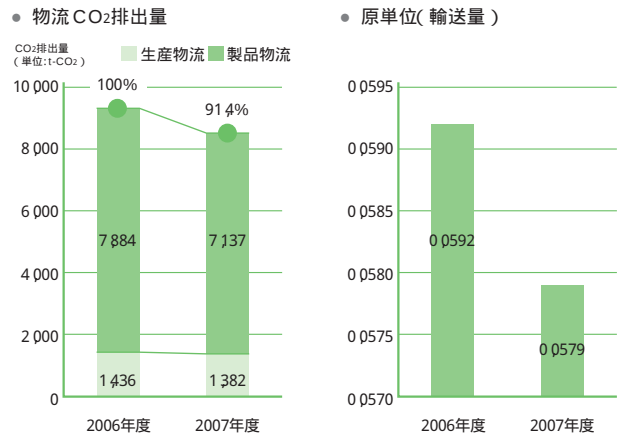
新エネルギー 利用量の推移



新エネ法で定義されている太陽光発電と天然ガスコージェネレーション発電を対象としています。

物流段階におけるCO₂排出量の削減

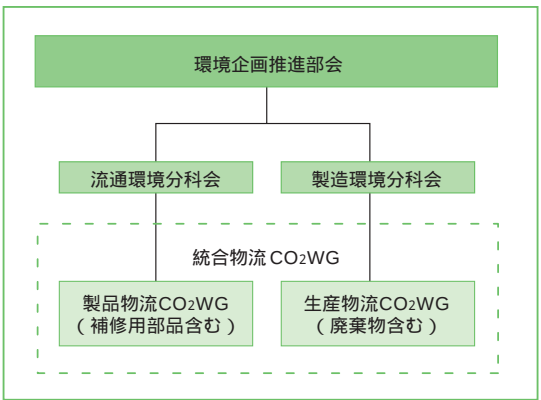
ヤマハ発動機では、各部門の輸送エネルギー消費量を原単位(輸送量)で2010年まで毎年1%(2006年度比)の削減目標を掲げています。省エネ効果とコスト効果の両立を図り、削減効果の大きいものから実施を検討することを基本とし、統合物流CO₂ワーキンググループ(WG:生産物流CO₂WGと



製品物流CO₂WG を設置し、全社でISO14001の取り組みとして推進しています。

2007年度は、生産物流CO₂WGが輸送ルートの見直しや積載率向上をし、製品物流のCO₂WGはグリーン経営認証の取得促進、車両の大型化による輸送の効率化を実施しました。

総合物流CO₂WG体制



オフィスにおける省エネ活動

ヤマハ発動機では、技術・事務部門などオフィスにおいても省エネ活動に積極的に取り組んでいます。コージェネを利用した冷暖房やインバータ照明、LED照明、人感センサー照明の採用など設備の省エネ化を計画的に実施するとともに、ステッカーの貼付などにより従業員の省エネ意識を

啓発しています。併せて、トイレの洗浄水や手洗い蛇口のセンサー取り付け、紙の分別リサイクルボックスの設置や、不要となった制服のリサイクル回収など、資源の節約や再利用を推進しています。

建物に対する省エネ活動

ヤマハ発動機では、工場建設時における環境負荷低減の取り組みとして、その建物が環境に配慮したのかを判断する指標である「CASBEE(建築物総合環境性能評価システム)」を基に、工場建設用として独自の環境配慮設計指標を考案しました。

施工建築物の省エネ検証例

2006年竣工の事務所(IM営業・技術棟)増築に際し、単位面積あたりのエネルギー使用量を増築前後の各1年間で検証しました。
増築前：1,453MJ/m²、増築後：662MJ/m²
単位面積あたりのエネルギー使用量は54%の削減となりました。



■ 環境負荷物質削減の取り組み

□ 開発段階における環境負荷物質の削減

「ヤマハ発動機グループ環境計画2010」で掲げている「自主規制値クリア」「有害物質:ゼロ」の達成に向け、製造段階や製品の使用段階、廃棄段階などのライフサイクル全体を考慮し、環境負荷物質削減に取り組んでいます。

グリーン調達徹底

全サプライヤーのグリーン調達ガイドライン達成状況を管理する帳票管理システム「E-sis」を導入しました。これは、ヤマハ発動機のサプライヤーに環境負荷物質について不使用宣誓していただき、その情報をデータベースで管理し、全世界で共通に利用できるものです。データベースはヤマハ

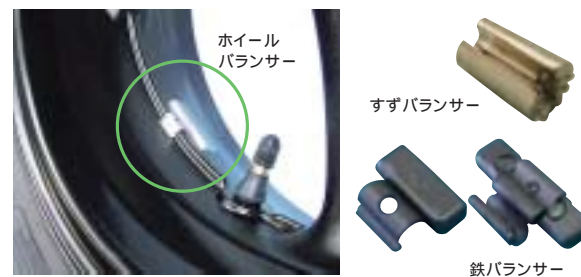
開発段階においては、「製品排出ガスのクリーン化」「資材・部品に含有されている環境負荷物質削減をめざすグリーン調達の推進」に関して目標を設定して取り組んでいます。

発動機内で管理し、インターネットを経由して海外各拠点、サプライヤーがWeb画面から直接アクセスし、情報入力、メンテナンスする仕組みです。E-sis導入により環境負荷物質削減活動の状況をより細かく把握し、これからの削減活動に活用します。

ホイールバルンサーから鉛を全廃

鉛は金属の中で重く、加工がしやすくコストも安いので、ホイールバルンサーの素材として適していました。しかし、二輪車業界全体で鉛の全廃に動き出し、ヤマハ発動機でも2003年に、ホイールバルンサーの素材を鉄やすずに切り替え、国内で全廃を果たしました。

その後、海外においても、2007年には全世界でホイールバルンサーの鉛使用を全廃しました。



米国舟艇工業会の「イノベーションアワード」を受賞

ヤマハ発動機の4ストローク船外機「F350A」が、2007年10月に米国マイアミビーチで開催された「国際マリントレードショー」において、米国舟艇工業会の「イノベーションアワード」を受賞しました。

「F350A」は、市販船外機としては初めてV型8気筒エンジンを採用。5,330cm³の排気量から最高出力257.4kW(350ps)を発揮する船外機として2007年2月に発表しました。F350Aは、排気干渉を抑え、出力を向上する「インバンク排

気別サージタンク付マニホールド」、燃焼状況を適正に保つ「イオン燃焼センサー」などの独自技術を導入しています。

環境性能の面では、世界で最も厳しいといわれている米国カリフォルニア州大気資源局(CARB)の2008年度規制における最高基準値(スリースター)をクリアしています。

今回の受賞は、「F350A」がこれら技術の先進性、高性能、環境性能を兼ね備えた船外機であることはもちろん、船外機の新たな領域を開拓する当社の取り組みが高く評価されたものと考えています。



イノベーションアワード

4ストローク船外機「F350A」

□ 製造段階における環境負荷物質の削減

PRTR対象物質の削減

ヤマハ発動機が排出するPRTR対象物質の95%以上はVOCです。2007年度のVOC排出量の上位5物質は、トルエン、

キシレン、エチルベンゼン、スチレン、1,3,5-トリメチルベンゼンとなっています。

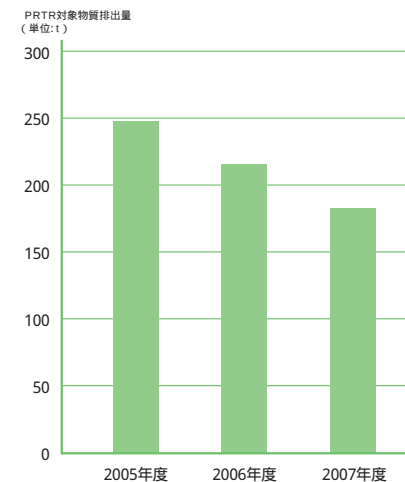
VOCの削減

大気汚染防止法が2004年5月に改正され、2006年4月からVOCの排出規制が開始されています。製造段階の中で、VOCは主に塗装工程で発生しますが、ヤマハ発動機主要3社では、複雑な形状で高い塗装技術が要求される二輪車・マリン製品・四輪バギー車等の部品塗装において、塗着効率の向上や塗料の改良、使用量削減などを継続的に実施し、VOCの削減に取り組んでいます。

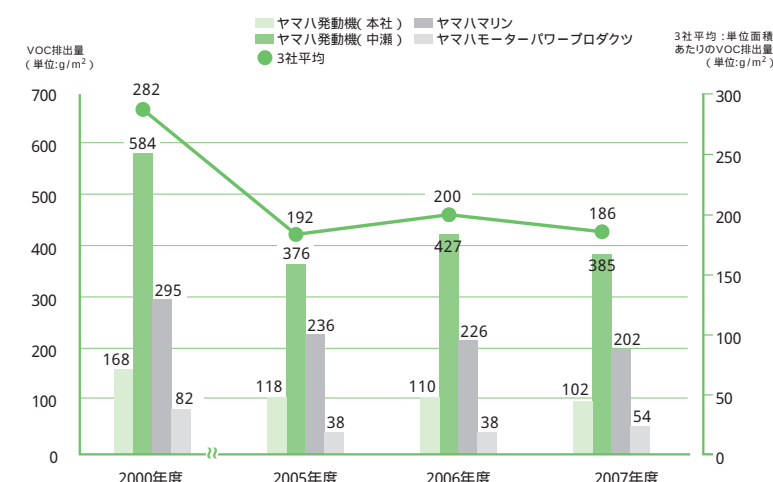
2007年度は高塗着効率設備による塗着効率の向上をはじめ、VOC排出量の削減などの取り組みで、原単価186g/m²(グループ平均)となり、34%の削減(2000年度比)を達成しました。これからも低VOC塗料であるハイソリッド塗料の積極的な導入や新規高塗着効率設備の効率的な稼働、塗装方法のさらなる変更・改善を図り、VOC削減に努めていきます。

ヤマハ発動機、ヤマハマリン、ヤマハモーターパワープロダクツ

● ヤマハ発動機のPRTR対象物質排出量の推移



● ヤマハ発動機、ヤマハマリン、ヤマハモーターパワープロダクツのVOC排出量の推移



MBK(フランス)で新アルミ塗装ラインを導入

MBKは、欧州環境規制に対応した新アルミ塗装ラインを2007年12月に導入しました。今回の設備導入を機に、六価クロムフリー、およびVOC規制値クリアを実現しました。今後も環境に配慮するとともに、よりお客さまに満足していただけるよう、品質の向上を図っていきます。



MBK = MBK Industrie

■ 廃棄物削減と資源保護

□ 製品における廃棄物の削減

限りある資源を有効に無駄なく活用し、循環型社会の構築を図るためには、製品の開発、生産、使用、廃棄の各段階において「3R」(リデュース、リユース、リサイクル)の観点で、廃棄物削減・適正処理に取り組む必要があります。

リサイクル設計が進む各種製品

ヤマハ発動機グループでは、各種製品のリサイクル可能率を95%以上とする自主目標を設定しています。2007年度は、二輪車について、リサイクル可能率をさらに高めるために、再生樹脂製チェーンケース・ダストカバーの採用などを行いました。また、事前選別評価システムに基づいたチェックを徹底し、解体性の向上を図りました。

今後もリサイクル樹脂材料の採用拡大や部品の締結点数削減、リユース性の向上、リサイクルに関するデータ収集・集計システムの運用などを実施し、目標未到達の製品リサイクル性向上に取り組んでいきます。

http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/csr/environmental-field/mc-3r_design/index.html

● MC製品の3R設計事例(YP250)



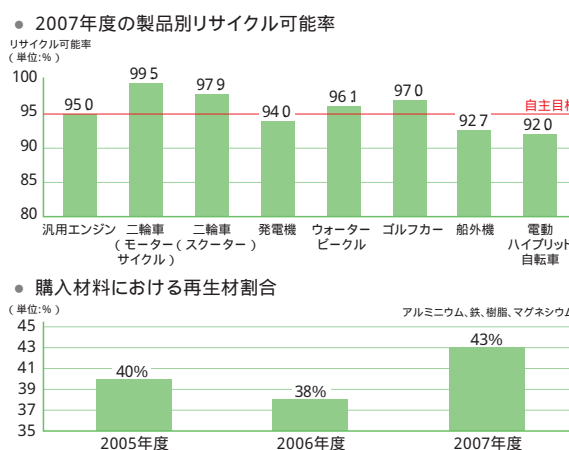
二輪車リサイクル自主取り組み

ヤマハ発動機では、他の国内二輪車製造事業者、ならびに参加二輪車輸入業者と協力し、2004年10月から「二輪車リサイクル自主取り組み」を始め、二輪車の適正処理・リサイクルを推進しています。

2007年度は、「廃棄二輪車取扱店」によるリサイクルシステムの健全で円滑な活動推進策として、3月から6月にかけて「二輪車リサイクルシステム推進運動1by1」キャンペーンを実施しました。2006年度の当社における再資源化率は85.1%となりました。

今後もリサイクルシステムの恒常的な運営を図るため、関連事業者と協力し、二輪車ユーザーへの理解活動や販売店に対する周知徹底を継続的に行っていきます。
<http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/csr/environmental-field/mc-recycle/index.html>

ヤマハ発動機グループでは「製品・工場・リサイクル100%」「『ロングライフ』の達成」を2010年目標として掲げ、さまざまな取り組みを行っています。



FRP船リサイクルシステムの自主取り組み

FRPを材料とする小型船舶(モーターボート・ヨット、漁船など)を製造・輸入しているヤマハ発動機では、(社)日本舟艇工業会が実施しているリサイクルシステムに参加しています。このシステムはFRP船リサイクルセンターが実施主体となり、廃FRP船を解体後、破碎・選別を行い、最終的にセメント焼成することによりリサイクルを行うものです。2006年度までに西日本10県、中部以西29府県で、廃船の適正処理・リサイクルを実施しました。2007年度は、リサイクルシステムの全国展開を完了するとともに、お客さまへの周知徹底や販売店の理解・協力を呼びかけました。

<http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/csr/environmental-field/frp-recycle/index.html>

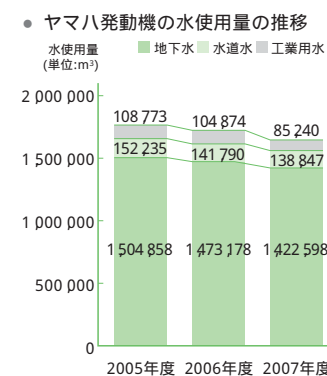
□ 製造段階における廃棄物削減と資源保護

2007年度の産業廃棄物排出量は30,138t、排出物の売上原単位は2006年度と比較して5%削減となり、目標としていた年平均1%削減を達成すると同時に、間接埋立て「0」を継続しています。廃棄物は、マテリアルリサイクル処理(26,356t)と、社内の廃棄物焼却処理施設(ACEP)によるサーマルリサイクル(3,782t)により適正処理され、リサイクル率100%を継続達成しました。また、2007年度に削減取組検討を開始した副産物(金属くず、廃砂)については全体の削減率5%を大幅に上回り、8.6%の削減となりました。

水資源保護

ヤマハ発動機グループでは、グループ共通の課題として、水資源の保護に取り組んでいます。

ヤマハ発動機では、2007年度は1,646,685m³の水を使用しましたが、これは2006年度に比べて総量で4.3%の削減となりました。



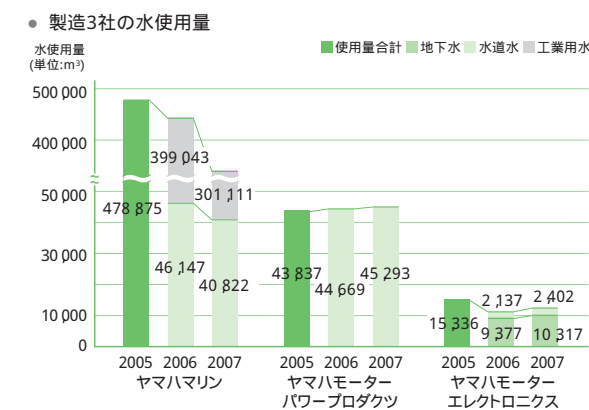
□ 物流段階における梱包資材の削減

ヤマハ発動機では、部品梱包資材の削減を図るため、補修部品の海外向け梱包出荷容器を、ワンウェイ梱包容器からリターナブル梱包容器へと順次転換しています。2007年度の部品梱包容器の海外出荷リターナブル率は61%でした。2008年度の部品梱包資材の削減については、中南米セン

環境にやさしい「バイオマスプラスチック」を梱包資材に

ヤマハ発動機では、自然環境保全に向けた取り組みのひとつとして、2007年9月より、二輪車製品取扱説明書の包装袋や梱包資材の一部を植物性樹脂「バイオマスプラスチック」に切り替えました。バイオマスプラスチックとは、石油・石炭など化石資源以外の生物に由来する再生可能な資源(バイオマス)を原料として作られた樹脂のことです。一般的には工業用・飼料用のトウモロコシが多く使われており、当社採用のバイオマスプラスチック包装袋や梱包資材も成分の約30%はトウモロコシです。バイオマスプラスチックは石油資源の節約に貢献し、地中に埋めても約1年で分解します。また、焼却処理をしても製品ライフサイクルの中ではCO₂を増加させない(カーボンニュートラル)ことになります。

<http://www.yamaha-motor.co.jp/biomass/index.html>



ター稼動に伴うリターナブル梱包出荷運用の拡大により、さらに梱包資材の削減を図るほか、国内ではリターナブル梱包の課題抽出、検討を続けていく方針です。また、輸出向け二輪車の梱包が大部分を占めるMC梱包材についても、リターナブル梱包化の推進と拡大を図ります。

船外機の梱包がWPO(世界梱包機構)ワールドスター会長賞の銅賞に

ヤマハ熊本プロダクツのF9.9・15PS船外機のダンボール梱包システムが、2006年度の「ワールドスター賞」に選ばれ、さらに「協会会長賞」の銅賞を受賞しました。



■ エコマインドの醸成と環境コミュニケーション

□ エコマインドの醸成に向けて

ヤマハ発動機グループでは、「ヤマハ発動機グループ環境計画2010」において地球環境との共存を図るため事業活動を通じた環境負荷低減にとどまらず、グループ従業員全員が高い目標意識で積極的に環境活動に取り組むことを目標に

環境教育と啓発活動……………

環境教育ではEラーニング「ヤマハECO検定」の受講促進をはじめ、イントラネット「エコロジーネットワーク」で情報発信による環境啓発活動も展開しています。また、家庭のエネルギー使用量チェックに役立つ環境家計簿「エコライフノート」を従業員に配付。家庭でできるちょっとした節約も地球温暖化に役立つと考えています。このようなエコマインドの醸成に伴い、「エコ通勤（四輪以外の通勤）」に参加しようという意識も定着し、車による通勤は減少しています。

2004年から社内で展開している「4万人のV（ボランティア）作戦」は、従業員が年に一度はボランティア活動に参加し、地域の社会貢献活動をしようとするものです。2007年7月からパソコンを利用し、従業員が毎月の活動報告をするようにしました。これにより社会貢献活動の状況を把握しやすくなり、従業員の意識も向上しました。

インドネシアの「ヤマハの森」……………

ヤマハ発動機は、ヤマハ（株）と共同で、2005年から5ヶ年計画でインドネシアで植林プロジェクト「ヤマハの森」を実施しています。2007年度には3回目となる植林を行い、インドネシア政府関係者、学校関係者、住民、NGO法人オイスカ、ヤマハグループなどから過去最高の1,900人が参加。マホガニーやチーク、マンゴーやジャックフルーツなど、計3,500本の苗木を植林しました。今後も土地の森林再生に貢献していきます。



約50haとなったヤマハの森（インドネシア）

ペーパークラフト Webサイト: <http://www.yamaha-motor.co.jp/entertainment/papercraft/index.html>

掲げ、エコマインドの醸成に努めています。

そして、従業員一人ひとりが、地球環境保全の意識を持った「地球市民」であるための自覚を促し、地球環境保全の意識を持って業務を遂行し、企業の持続的発展をめざしています。

生物多様性（自然環境）の保全活動……………

生物多様性（自然環境）の保全への関心が世界的にも高まっています。ヤマハ発動機でも重要な課題として認識し、さまざまな活動を展開しています。

浜名湖東方に位置する佐鳴湖の水質改善および快適な空間づくりを目的とした研究「快適空間『佐鳴湖』の創造」が産官学連携のもとで行われました。ヤマハ発動機はこの研究に3年にわたって参画し、2007年9月にその成果を発表しました。

また、「ビーチクリーン&子ガメ放流会」を浜松市中田島海岸と磐田市竜洋駒場海岸で開催し、ヤマハ発動機グループ従業員やその家族800人が参加。この活動は、絶滅危惧種アカウミガメの保護活動をしているサンクチュアリジャパンの協力によって実施されているもので、17年目を迎えています。さらに、カナダでは地元のカモの保護団体「Ducks Unlimited」に35,000カナダドルを寄付し、活動を支援しています。このほか、ヤマハ発動機ホームページ上でも地球上から姿が消えつつある希少動物をペーパークラフトで紹介するという啓発活動を行っています。なお、浜北工場（97,154m²）にはビオトープ（1,250m²）があり、袋井工場は優良緑化工場として2004年に「関東経済産業局長賞」を受けています。



「快適空間『佐鳴湖』の創造」研究発表



海岸清掃後に子ガメを放流（浜松市 / 磐田市）

□ 環境コミュニケーションの推進

地球環境との共存を図るためには、企業が効果的な環境保全活動を推進すると同時に、ステークホルダーの皆さまの理解・参加を得ながら連携を深めることが重要です。

ヤマハ発動機グループでは、「ヤマハ発動機グループ環境計画2010」において「企業市民として地域から信頼され、

□ さまざまなステークホルダーとの交流

「環境シンポジウム2007」の開催……………

ヤマハ発動機は2007年2月、「企業が行う環境活動と社会との関わり」をテーマに、「ヤマハ発動機 環境シンポジウム2007」をコミュニケーションプラザで開催し、地域や行政関係の方々、従業員など約300人の皆さまに参加いただきました。当日は、東京大学教授・山本良一さんの基調講演のほか、各種の環境問題に関する活動に参加している元F1レーサーの片山右京さんを迎え、ヤマハ発動機からは取締役会長（当時）の長谷川至も参加し、トークセッションを行いました。参加者からは、「環境問題の深刻さを実感し、まずは自分にできることから行動を始めます」、「世界では多くの生物が温暖化に対応できず絶滅していることに衝撃を受けた」などの声が聞かれました。

「CSR企画展」の開催……………

コミュニケーションプラザでは、2007年7月～9月にかけて「持続可能な発展をめざして一人とともに社会とともにー」と題したCSR企画展を開催しました。期間中は、「親子バイク教室」「ウインドカー工作教室」「親子・工場＆コミュニケーションプラザ見学会」などのイベントも実施。また、特別イベントとして映画「不都合な真実」の上映会も行いました。「不都合な真実」は、地球環境を守る努力を続けることの重要性を訴えるドキュメント映画で、ヤマハ発動機では2007年度に社内外で計3回、上映会を開催しています。



“人とともに社会とともに”と題した「CSR企画展」

敬愛を受ける」「環境先進企業として社会から高い評価を受ける」ことを目標に掲げています。

具体的には環境シンポジウムやイベント、メディアや環境WEBサイト、CSRレポートなどを通じて、ステークホルダーの皆さまとの双方向コミュニケーションを深めています。



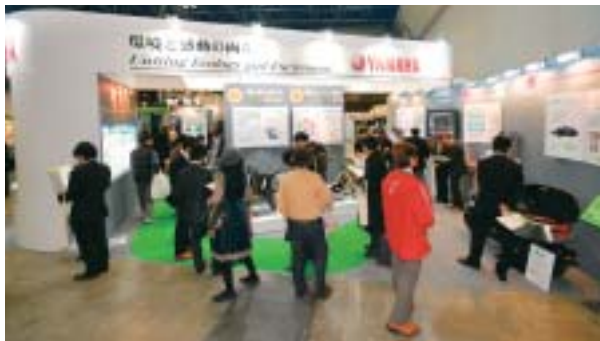
「環境シンポジウム2007」のトークセッション

「エコプロダクツ2007」への出展……………

2007年12月には2006年度に引き続き日本最大級の環境展示会である「エコプロダクツ2007」に出展しました。ヤマハ発動機ブースは「Uniting Ecology and Excitement（環境と感動の両立）」をテーマに掲げ、電動二輪車や研究開発を進めている燃料電池二輪車、ライフサイエンス事業の製品などを展示。このほか、世界各地での社会貢献活動を写真で紹介しました。

地域の方々とのコミュニケーション……………

ヤマハ発動機では、環境活動を地域の自治会の皆さまに定期的に説明しています。2007年度は7月に2回説明会を実施しました。廃棄物焼却処理施設（ACEP）の概要や産業廃棄物排出量の推移などをはじめ、排ガス、ダイオキシン類などの測定値が法基準だけでなく、それより厳しい自主基準をクリアしていることを説明しました。



“環境と感動の両立”をテーマとした「エコプロダクツ2007」のヤマハ発動機ブース

信頼される企業で あり続けるために

社会分野の活動報告

■ MC事業担当役員からのメッセージ

本業を通じてCSRを実現するために ステークホルダーの皆さまと協調・協働を推進

企業は従業員の集合体であると同時に、あらゆるステークホルダーの皆さまの力によって支えられています。従業員一人ひとりの力が合わさって企業の力となり、さらにお客さまや株主の皆さまはもとより、販売店やサプライヤー、地域社会の人々の力によって、企業活動が可能となります。

グローバルにビジネスを展開するヤマハ発動機グループにおいては、さらにこうした自覚のもとに各事業の推進が求められています。このことは、私が担当するモーターサイクル事業においても然りで、あらゆるステークホルダーの皆さまと協調・協働することをもって事業の推進を行い、本業を通じてのCSR活動を積極的に展開することをめざしています。

幸い、当社は創業以来の社訓の一つに、「企業活動を通じて国家社会への貢献」があり、また、「感動創造企業—世界の人々に新たな感動と豊かな生活を提供する」という企業目的のもとで、世界中のステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを図ってまいりました。私は、こうした当社の風土に誇りを感じ、今後においてもさらにこの精神を根底に据え、社内外の活動を通じて社会への貢献と事業の発展に力を尽くしていきたいと考えています。

当社の創業者である川上源一が私たちに残した言葉に「世界に通用するもの」「世界の一級品」「常に挑戦する心」…といった言葉があります。お客さまの満足を前提とし、世界中の他のどんな製品よりも品質や性能で優れた製品開発に対する思いから発せられた言葉ですが、そこには、匠のモノづくりによる洗練された品格や確かな技術に裏打ちされた信頼性、さらには未来を見据えた新たなチャレンジの姿がイメージできます。

お客さまの立場に立って考え、お客さまの関心を集め、当社製品や活動でしか得られない価値を創造し、「生活の豊かさ」とともに「心の豊かさ」を追求し、「感動」を提供します。事実、当社はこれまであらゆるビジネスシーンにおいて、こうしたイメージを具現化することにより、多くのお客さまの信頼を獲得し、さらに新しい市場の開拓を実現してきました。

当然のことながら、こうした活動の原動力となる従業員をはじめ、販売店やサプライヤー、さらには当社を取巻く地域社会の人々との関係に対しても、最大にして細心の注意を払いながら深くかかわりを持って、ともに学び力を合わせて対応してきました。そして、これが現在の事業の発展に繋がっているものと私は確信しています。

従業員が家族や社会に対して誇れる企業、地域の人々が当社が存在していることで誇りを感じていただける企業。製品やサービスなどの提供だけでなく、さまざまな活動を通じて、法人として尊敬される価値ある企業になるために、これからも日々、努力をしていきたいと考えております。

今後ともご支援とご指導を、よろしくお願いいたします。



取締役常務執行役員 綿引 亨

■ 「YAMAHAブランド憲章」と 「ブランドビジョン」「ブランドプロミス」

ヤマハ発動機は、「世界の人々に新たな感動と豊かな生活を提供すること」を企業目的として、ステークホルダーの皆さまの期待を超える価値の創造に努めてまいりました。

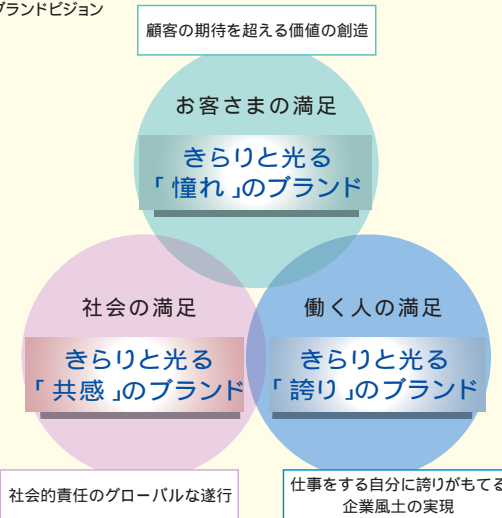
ヤマハ発動機は、1955年に創業以来、ヤマハ株式会社（旧・日本楽器製造株式会社）とともに「YAMAHA」の6文字をブランドロゴとして共有してきましたが、今後においてもさらに両社の協力のもと、世界の人々に愛されるブランドとしての価値向上をめざしています。

2007年には、そうした背景の中で1987年にヤマハ株式会社とともに制定・共有してきた「YAMAHAブランド憲章」の改定に取り組みました。そして2008年1月にトータルYAMAHAのブランド価値向上をめざして、新たな「YAMAHAブランド憲章」を制定しました。

ヤマハ発動機では、さらにこれと併行してブランドマネジメント本部の主管のもとで「ブランドビジョン」や「ブランドプロミス」の改定にも着手しました。

経営理念で謳っている「お客さま」「社会」「働く人」の3つの視点で時代性をもって判りやすい表現に改定することにより、ステークホルダーの皆さまにさらに“心の豊かさ”を感じてもらえるヤマハ製品やサービスの創造をめざします。

● ブランドビジョン



ヤマハ発動機グループは、経営理念で示した3つの課題認識をもとに、「お客さま」「社会」「働く人」の3つの提供価値によって、“心のゆたかさ”を追求し、ステークホルダーの期待に応え続けます。

企業目的

Corporate Mission

感動創造企業

世界の人々に新たな感動と豊かな生活を提供する

経営理念

Management Principles

- 顧客の期待を超える価値の創造
- 仕事をする自分に誇りがもてる企業風土の実現
- 社会的責任のグローバルな遂行

● YAMAHAブランド憲章

ヤマハブランドは、
世界的視野に立った高品質かつ独創的な
商品および事業の象徴です。

ヤマハブランドには、
豊かな感性を大切にする心、
常に進化を求め続ける意志、
そして、一人ひとりの挑戦と創意工夫が
凝縮されています。

ヤマハブランドの使命は、
お客様とともに感動を創り、
こころ豊かな生活を実現し、
文化と社会に貢献することです。

ヤマハブランドの信頼を、さらに高め、
新しい時代に向かってより一層輝くよう
私たちは、努めます。

● ブランドプロミス

エキサイティング

MCなどのレジャービークルを
中心とした事業が提供するプロミス

ハートフル

会社発足時から取り組んできた
豊かな生活を提供するプロミス

トラステッド

製造業、輸送機器メーカーとして
必要不可欠なプロミス

ヤマハ発動機グループは、「エキサイティング」「ハートフル」「トラステッド」の3つの約束のもとに、ステークホルダーの期待に応えた製品やサービスを提供し、未来永劫、ステークホルダーの信頼獲得をめざします。

■「お客さま基点」のモノづくり

「感動創造企業」を企業目的としているヤマハ発動機グループは、「世界に通用しないものは商品ではない」という創業当初からのポリシーを受け継いでいます。モノづくりに始まり、販売・カスタマーサービス活動にいたるまで、事業全ての段階においてつねにお客さまを基点にした考え方に立つことで、製品やサービスを通じて世界の人々に「感動」の機会を提供する企業であり続けることをめざしています。

ヤマハ発動機グループは、まずお客さまの信頼と安全を最

□ 期待を超える価値の創造

人間の感性に訴えることを重視する独自の着眼、実際に製品が使われる現場を多くの技術者や営業担当が見聞きすることによって培われてきた発想、それらをかたちにする開発、生産技術と、期待を超える高い目標値の設定。ヤマハ発動機グループは、世界のさまざまな地域、それぞれの事業活動においてオンリーワンのブランドであり続けるために、つねにお客さまの感動や幸福につながる差別化・高付加価値を追求してきました。

□ 独自のモーターサイクル設計思想「人機官能」

モーターサイクルのお客さまが製品を評価される際には、エンジン排気量やパワーなどの数値性能だけでなく、「走る楽しさ」「音や鼓動感」「デザイン」といった、人間の感性に訴える要素も重要な価値基準となります。単なる移動の手段としてではなく、お客さまに充足感を感じて頂けることを重視した設計思想をヤマハ発動機は「人機官能」と呼び、つねに技術チャレンジを進めています。

こうしたヤマハ発動機固有の設計思想は、車体構成などのメカニズムに関する「GENESIS(ジェネシス)」が基礎にあり、感性への高次元の呼応を実現する電子制御分野についての「G.E.N.I.C.H.(ジェニック)」と、環境問題への対策手段とし

□ 地域社会に根差した製品開発

実際の製品開発にあたっては、開発者が各国を訪問し、直接お客さまの生の声を伺う活動等によって、お客さまのご要望を反映しています。美しいデザインや高品質、量産性やリサイクル性にも優れた製造技術の開発にも努めています。さらに、その技術をアセアンなど海外の現地工場に移管する取り組みを行う等、お客さまの期待を超える製品を創造することに日々努めています。

インドネシア女性のフットワークをサポートする「Mio(ミオ)」

公共の交通手段が十分に整備されていないインドネシアで、現地女性にも扱いやすいようにオートマチック化や軽量・コンパクト・スリムな車体を実現。スコールによって冠水した悪路などでの走破性も兼ね備えるなど、地域条件に即したモノづくりを行っています。

優先とした品質を提供することが全ての基本であり、メーカーとして取り組むべき社会責任であると考えています。そして今後も、技術の進歩、法規制や社会からの要求の変化に対応したモノづくりの見直しを継続的に行っていきます。

また、お客さまに接する販売・アフターサービスの販路や社内においては、つねに「お客さま基点」のポリシーを持ち続けるよう、CCS(Customer & Community Satisfaction)活動を引き続き進めていくことで、新たな価値・満足を提供していきます。

そして、グローバル経済の変化をうけ、持続的な社会の実現に対する意識・関心が高まった近年は、環境への負荷軽減にも貢献しながら、さらに高度なモノづくりに挑戦しています。多くの価値観や地域条件に対応することで培ってきた、人々の暮らしに密着したモノづくり技術を、世界各地の拠点への技術移管も含めた取り組みを続けています。



2007年東京モーターショー参考出品車(試作車): LUXAIR ヤマハ発動機は、環境との調和を図りながら乗り物の楽しさとの両立をめざす、次代のモーターサイクルの研究開発を続けています。東京モーターショーでは、その一例としてハイブリッド技術を用いたモーターサイクルを参考出品しました。

て社会の期待・関心が高まってきているEV(電動車両)やハイブリッド車両などの新動力源に関する「Smart Power(スマートパワー)」の3領域で構成されています。



「製品開発は、ターゲットカスタマーの期待を超える“感動”を創り出さないと駄目なんです。私たちは、お客さまがヘルメットを脱いだ瞬間に見せる笑顔のために仕事をしているんです」

MC事業本部第2ボディ設計部プロジェクトリーダー：横溝 晋さん



□ お客さまの喜びにつながる品質保証

ヤマハ発動機の第1号製品の製造現場に、「品質絶対」と記された大きな看板が掲げられてから半世紀にわたり、品質に対する高い意識はヤマハ発動機グループの企業風土となっています。

ヤマハ発動機は、安全性の確保はもちろんのこと、適切な製品寿命をもち、継続的に信頼がおける製品であることは、お客さまに喜びを感じていただくことに意味があり、感性に

□ 品質保証の活動方針

ヤマハ発動機グループでは、1991年に制定された「品質保証規程」に基づき、3年毎に「中期製品品質方針」を策定しています。期末となった2007年度は、改正消費生活用製品安全法の施行もあり、システムのみならず、組織変更に至るまで、より迅速な対応を実現する取り組みを行うとともに、2008年度からの次期新中期においてはマネジメントシステムの変革

□ 品質保証の体制

二輪車や船外機からライフサイエンス事業にいたるまで、多種多様な製品をお客さまにお届けするようになった近年は、分野毎に商品特性が大きく異なるそれらの製品において、お客さまにご満足いただける「全数良品」を実現するため、製品群をまとめた事業毎に品質保証体制を構築しています。

しかし、当然のことながらその一方で、「ヤマハ発動機の品質」は事業や製品群が異なっても、その品質のレベルに違いはあってはならないと考えています。そのため、全社の品質保証活動を統括する「製品保証委員会」そして、品質保証に関する方針・計画の審議・答申や各事業部・社内カンパニー・子会社間にまたがる課題の調整、解決、施策の進捗状況の確認などを担う「品質保証部会」を設置しています。

また、2007年4月の組織変更では、日々の品質保証活動を監視する機能強化のため、事業部横断で品質についての取り

訴えることをめざした製品においては、何より重要な基本要素であると考えています。

ヤマハ発動機グループが共有する「品質方針」

ヤマハブランド憲章の精神に則り、豊かな『感性』を尊重し、高品質主義、即ち選りすぐられた製品を効果的に具現化するために最良品質を指向し、最適水準の創出により、確かな製品安全性・信頼性を実現し、製品を通じて、つねに顧客に信頼と喜びを提供する

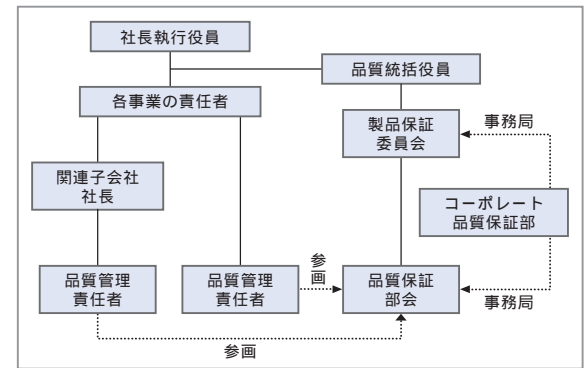
と、新たな製品において、リコールの発生をゼロにするという目標達成に向けた、施策と環境の整備を進めてきています。

2008年度以降の方針達成の為の行動指針

- ・お客さま基点での思考、判断
- ・当事者レベルでの問題完結
- ・問題解決の基本に戻った現場主義

組みを行う部署として「製品保証本部コーポレート品質保証部」がスタートしています。(従来の組織では総務部お客様相談・品質グループ)

● ヤマハ発動機グループの品質保証体制



2007年4月1日現在

□ リアルタイムの情報共有や教育の徹底

コーポレート品質保証部では、その日にお客さまから入電した不具合や対応についての情報を、翌日には全社員がイントラネット上で共有できるようにDBシステムを運用管理しています。また、全ての事業部門の品質保証に関する会議に参加し、お客さま・社会・会社の3者間のニュートラルな視点から監視や指導を行うとともに、品質や製品安全に関わる法律や社

会情勢などの最新情報の収集、社内への教育や問題解決支援など、未然予防と事後対応の両面からPDCAサイクルが有効に機能する取り組みに努めています。



イントラネット画面

■「お客さま基点」のコミュニケーション

□ 安心・安全・快適の提供とともに「感動」をつくる

ヤマハ発動機グループは、高い品質や性能に優れた製品を販売するだけでなく、製品を正しく安全にご使用いただきながら、お客さまが購入後も継続的に「ヤマハのある生活」を楽しんでいただく機会を提供しています。

お客さまとのより良い関係づくり・・・・・・・・・・・・・・・・

二輪車の販売においては、One to One Service“一人ひとりのお客さまとのより良い関係づくり”という世界共通のサービスローガンを合言葉に、各地の社会環境や二輪車が使用される状況に即したさまざまな情報発信、安全と楽しさを追求したサービスの提供に取り組んでいます。

余暇を楽しむものとしての二輪車使用の歴史が長く、成熟した市場である国内や欧州、北米では、顧客満足度の向上のためのカスタマイズイベントの開催やサポートを継続的に行之、

お客さまの期待を超える価値を、製品のライフサイクル全てにわたって創出するために、カスタマーサービスの充実への取り組みを、世界各地で進めています。

車両の展示や試乗機会の提供、用品の販売などによって、多様化するお客さまからのご要望に応えるための努力を続けています。

近年、著しい経済成長を見せる国々も含めたグローバルな取り組みとしては、各地の状況や交通社会の発展レベルに応じたライディングスクールやツーリングイベントの開催によって、ヤマハ製品をより安全に使用することへの意識向上や理解を深める活動を行っています。



YMSMが中国各地で安全運転意識向上活動を展開

中国で展開中のブランドキャンペーンの一環として、交通安全普及活動や社会貢献活動をしながら、2006～2008年の3年間で全土をまわる「YES! ライダー」。2007年は、上海、済南、アモイの3ヶ所を起点に重慶をめざし、各地で交通ルールやマナーの順守を呼びかける安全運転教室を開催しました。

感動をお届けするモータースポーツ活動・・・・・・・・

メーカーの技術力が試される場であり、多くのお客さまが関心をよせるモータースポーツに関しては、国内外のさまざまなカテゴリーへの積極的な参加、ワンメイクレースの開催によるファン層拡大や、プライベートチームやライダーのレベル向上への支援を行うなど、ブランド価値の認知や向上に取り組んでいます。



YMUSが「STAR DAYS」をサポート

家族も含めた仲間同士の交流と社会活動を目的として、毎年夏に開催される、自主運営組織STAR協会(会員数4万人、全国支部200以上)による最大イベント「STAR DAYS」。YMUS(米国)とディーラーによるサポート活動は、2007年で9年目を迎えました。



アセアン諸国持ち回りのアセアンカップ。2007年度はマレーシアで開催されました

YMSM = Yamaha Jinsheng Motor Shanghai Marketing Co., Ltd.
YMUS = Yamaha Motor Corporation, U.S.A.

「今回のワールドテクニシャングランプリを通して、学んだことや見直すべきことが数多くありました。ここで経験したことを忘れることなく、今後も多くのお客さまを笑顔にできる仕事をしていきたいと思います」

WTGPのスポーツモデル部門で優勝したイタリアディーラーのMassimiliano Cordeschiさん



継続的なお客さまの満足を支える体制・・・・・・・・・・・・・・・・

優れた性能や品質をもつ製品を提供できたとしても、経年変化による消耗部品や、お客さまが使用していく間におこる不慮のトラブルで必要となる交換部品の供給が滞ってしまうようでは意味がありません。

二輪車や船外機を始めとする当社の製品の多くは、お客さまが喜びを感じるために使用されるものであり、地域によっては社会や経済活動を支えるインフラとしての役割も担っている製品もあります。また、事業分野が広範であること、製品レベルでみても地域対応による製品バリエーションの多さや技術進化・多機能化による部品の多様化など、確実に安定した部品供給管理に関する要求度は、高くなる一方です。

ヤマハ発動機グループでは、2006年に稼働をはじめたグロー

バルパーツセンター(静岡県袋井市)に続いて、2007年9月には中国全土への供給活動を集約する上海部品センターの整備を行うなど、国内・販売店数:約16,000店、海外の子会社・インポーター(約300社、180ヶ国)を結ぶ部品供給体制の強化・構築を世界各地で進め、お客さまの満足を支える取り組みを行っています。



中南米への部品供給拠点「YDLA」の2008年3月に稼働にむけ、中南米13ヶ国の代理店と部品マネージャーを集めて開催された第5回中南米部品マーケティング会議

満足と安全を提供するサービスのスキルアップ・・・・・・・・・・・・・・・・

お客さまの製品に対する日々の満足を、安全・安心・快適の3要素において支えるためには、滞りない安定した部品供給と同じく、確実な点検整備や修理メンテナンスが実施されることが不可欠です。

ヤマハ発動機グループでは、二輪車サービス部門の2013年での目標達成をめざした「グローバルサービスビジョン2013」に基づいた活動をはじめ、世界各地の市場で、メカニック一人ひとりの高い技術力と心からの接客で、お客さまが安心して製品を購入し、点検整備を任せられる店づくり、人づくりを進めています。

ヤマハ発動機グループが長年取り組んできた活動として、地域の代理店や販売店と共同で行う無料点検活動がありま

すが、2007年度についても、成長著しいアセアン諸国やインド市場において、キャンペーンを展開しました。

また、国内外のサービススタッフを対象に世界各地で定期的に開催される研修会や、事業のグローバル化や企業の社会責任への認識の変化に対応して、2002年より開始したサービス技術教育プログラムであるYAMAHA TECHNICAL ACADEMY(YTA)の普及も進めることができました。

ヤマハ発動機グループでは、以上のようなグローバルレベルでの活動によって、サービススキルのレベル向上や、地域に関わらずお客さまに高品質なサービスを提供する標準化に対する取り組みを、今後も継続的に行っていきます。

YTA(Yamaha Technical Academy)活動実績

制度の導入開始から5年目となった2007年現在、世界34カ国において第一線のサービスマン教育を推進しており、独自の認定制度による資格保持者は約17,000名を数えています。さらには、行政機関の資格認定として採用される国もでてきており、各地への定着浸透が進んでいます。



欧州でマリナーサービステクニシャン育成システムを導入。参加者はYMENVでYTAトレーナーの認定を行いました

また、YTAの一環として、各国予選を勝ち抜いた選手が学科・実技・接客の分野でお客さまへのサービスの「技」を競う「ヤマハワールドテクニシャングランプリ」については、4回目(隔年開催)の実施となりました。



第4回目の「YAMAHA World Technician GP 2007」は、世界17カ国から選抜された21人のサービスマンが参加しました

YMENV = Yamaha Motor Europe N.V.

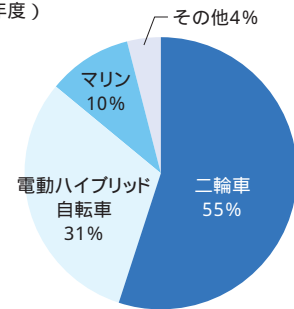
■「お客さま基点」の情報コミュニケーション

□ お客さまからのご相談への対応

ヤマハ発動機では、二輪車、マリン製品、電動アシスト自転車などの製品についての相談窓口を設置し、年間約3万4千件のお客さまからのお問合せ、ご要望、ご意見に対応しています。ご購入に関する相談から、30年以上ご愛用いただいている製品についてのお問合せまで、その内容は多岐にわたりますが、全てのお客さまにご満足・ご納得いただける対応をめざし、独自の取り組みを行っています。

まず、相談への対応で求められる製品の知識を広げ深めるために、相談員本人が製品の使用方法や分解整備を行うなど、実質的な研修会を定期的に実施しており、周辺情報に関しても毎週勉強会を行っています。さらに、実際の電話対応では、必ず熟練スタッフを含む2名のペア体制をとるようにしており、これらの取り組みの結果、電話を受け取った相談員（一次受付）の段階で、対応を完了できる案件の割合は約9割となっています。

●「お客さまの声」(苦情・問い合わせ・要望)事業別比較
(2007年度)

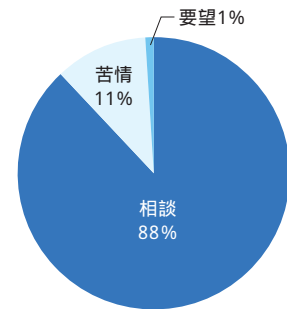


また、頂いたご意見やご要望は、個人情報保護のうえでデータベースによる一元管理を行うとともに、その日に入電したものが翌日には全社スタッフが内容を把握できるようになっており、商品企画開発、品質保証、販売、サービスなどの関連部門へのフィードバックによって、製品品質向上やお客さまの満足度向上の為に有効に活用されています。



お客様相談窓口

●「お客さまの声」(苦情・問い合わせ・要望)の内訳



□ お客さまからの声を製品に活かす体制

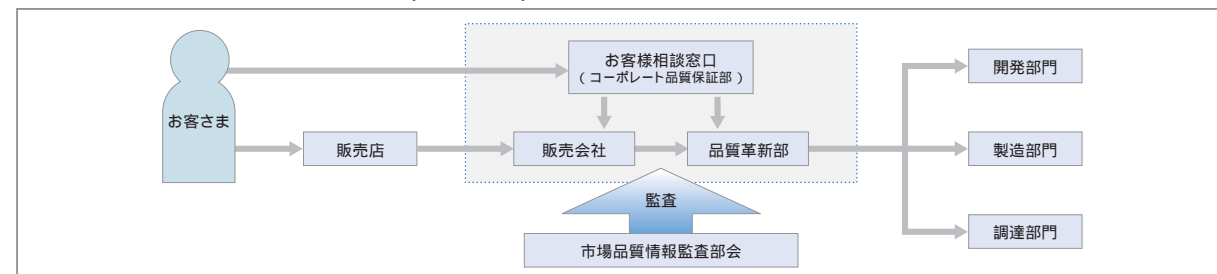
ヤマハ発動機グループでは、お客さまからの製品の品質に関する苦情やご指摘や、ご要望を、担当事業部・カンパニー毎に集約、分析→解析→対策→再発防止まで市場品質情報を一貫して扱う体制をとることで、迅速な対応に努めています。

なかでも、ヤマハ発動機グループの主力製品である二輪車部門では、品質問題に特化した「品質革新部」を設け、国内外

の市場品質問題を集約し、原因究明、対策の推進、再発防止への迅速で的確な措置を講じています。

さらに、全社共通組織として、各事業における対応が的確であることを確認するための「市場品質情報監査部会」を設置し、対応結果や仕組み、ルールに対する定期監査を行っています。

●「お客さまからの声」の社内各部署への流れ(二輪車の例)



「お客さまからの相談や苦情に対しては、迅速かつ公正に対処し、当社の製品やサービスの改善に活かして、お客さまの満足度を高めることに努めています」
お客様相談室グループリーダー：野本 達夫さん



□ 製品安全問題への対応

ヤマハ発動機グループでは、安心してご使用頂くための品質保証への取り組みには最善を尽くしておりますが、予期せぬ不具合が発生してしまった場合のご迷惑を最小限に抑えるための取り組みにも注力しています。

また、消費生活用製品安全法の改正によって重大製品事故の報告が義務化された2007年には、情報収集と伝達を早めるために製品ごとの事故受付窓口を新たに設置、「事故の重大性判断フロー」「業務マニュアル」などの業務ツールを含めた社内イントラの整備、社内ルールの改定を進める等、より迅速で確実な対応のための体制作りを進めました。

製品不具合や重大製品事故への対応

- 不具合/重大製品事故についての正確な情報把握と現品の入手
- 事業責任者を中心とした調査委員会による、原因究明、対策、市場措置判断、管轄機関(重大製品事故であった場合は主務大臣に報告)への届出
- リコールなどの市場措置実施の要否判断に関しては、事業内での判断に加え、社内の第三者を入れた別の審議会で妥当性、透明性を確保
- ウェブサイトやダイレクトメール、販売店からの連絡などの手段による、お客さまへの周知の徹底(市場措置を決定した場合)

■参照:ヤマハ発動機製品のリコール情報は、以下のウェブサイトで公開しています。
<http://www.yamaha-motor.co.jp/recall/index.html>

昨年度には一部の電動アシスト自転車製品で問題が見つかり、お客さまをはじめ社会の皆さまにご迷惑とご心配をおかけしておりますことを改めてお詫び申し上げます。

ヤマハ発動機では、自社ウェブサイトや社告の掲載による周知の徹底や、製品購入時の盗難保険加入リストや販売網を通じて把握できたお客さまにはダイレクトメールやお電話等で直接のご

連絡を行うなど、早期の問題解決に向けた活動に引き続き努めております。

(単位:台)	
対象台数(当社ブランドのみ)	128,982
修理済み台数	73,876
改修率	57.1%(2008年4月末時点)

□ 安全にお使いいただくための表示・広告への配慮

ヤマハ発動機グループでは、ウェブサイトやカタログ、広告などを通して、取り扱い方法、メンテナンスの大切さ、お客さまご自身だけでなく周囲の環境も含めた安全への配慮など、お客さまに製品を正しく安全にお使いいただくための意識啓発に取り組んでいます。

交通ルールなどの法令順守をはじめ、安全運転や使用マナーの向上につながるように、ウェブサイトや広告などで使用する写真・映像での表現について配慮し、誤解を招くことの

ない表示を心がけています。例としては、運転に適切な服装であることや、安全が確保された乗り方であることを確認し掲出することや二輪車カタログの裏面には「安全で快適なバイクライフのために。」という表示を行うなど、無理な運転や不正な改造の抑止に努めています。



□ 個人情報保護の取り組み

ヤマハ発動機では、個人情報保護の取り組みについて、すでに2003年より「プライバシーポリシー」の制定と、「個人情報保護対応マニュアル」の作成を通して、従業員への周知徹底を図ってきました。

この活動は、現在ヤマハ発動機グループ各社にまで拡大展開しており、2007年度は「個人情報保護対応マニュアル」の

改訂とその周知、「プライバシーマーク」取得の促進に取り組んできました。

また、2008年以降は、階層別の集合研修、ヤマハ発動機およびグループ各社に対するモニタリングなどを予定しており、今後とも個人情報保護の周知と徹底に努めてまいります。

<http://www.yamaha-motor.co.jp/policy/index.html>

YMMSにプライバシーマーク認定(2007年8月)

ヤマハ発動機マネジメントサービスは、日本工業規格「JIS Q1500個人情報保護マネジメントシステム-要求事項」に適合して、個人情報について適切な保護措置を講ずる体制を整備している事

業者として、プライバシーマークの認定を受けました。これによりグループ各社をはじめ、お取引先会社の個人情報を適切に、安全にお預かりすることで、さらに信頼を高めています。



■ 多様性を活かした職場づくり

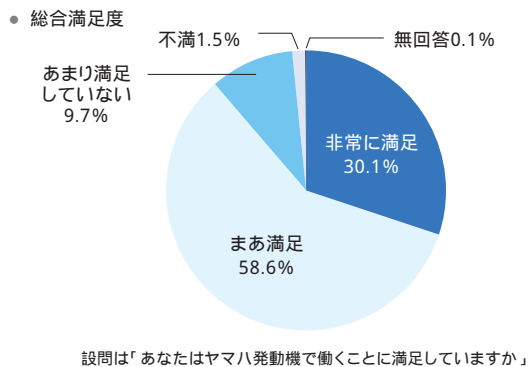
ヤマハ発動機グループでは、人事方針として、会社と個人が「高い志を共有し、研鑽しあい、協力しあい、成長しあい、喜びを分かちあえる」関係を築くことをめざしています。

グローバルな環境で、モビリティを中心とした多岐にわたる事業を展開し、さまざまな背景をもつ人たちが業務に携わ

□ 満足度向上をはかる施策や制度改善

ヤマハ発動機では、92年より継続的に、会社の風土、経営、人事制度、職場、上司、福利厚生に対する従業員の評価として「従業員意識調査」を行っています。また、2007年には「組織の元気度調査」も行い、さらに従業員のヒヤリングを通じて現状把握と、課題の整理を行ってきました。それぞれの調査で抽出された課題は制度運用の改善や、部署での施策に活かされています。

具体的な取り組みとしては、効果者のマネジメントスキル向上のための研修や、人材育成計画の再構築、組織階層の見



□ 仕事と生活の両立支援

従業員のワークライフバランスの実現を支援するため、ヤマハ発動機グループでは、多様な働き方の整備を進めています。

例えば、ヤマハ発動機では、育児や介護のための休職制度、フレックスタイム制度や定時退社デーを設けています。また、

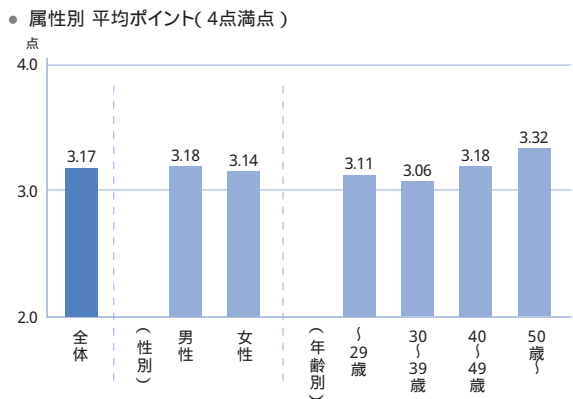
● ヤマハ発動機の主な育児(介護)支援制度

育児(介護)両立支援制度	内容
育児休職	産前産後休暇の翌日以降、子女の満2才の誕生日まで休職可能
介護休職	1年以内で本人が申請する期間休職可能
看護休暇	小学校就学前の子どもを看護するための休暇を年間5日まで取得可能
フレックスタイム制度	6:20～21:45の時間内で労働時間を設定 コアタイム10:10～14:50
勤務の軽減	小学校就学の始期に達するまでの子どもを養育する従業員、または家族を介護する従業員に対しては、時間外労働の制限や深夜業務が免除される
その他	・定時退社デーの設定 毎週水・金曜日・給与日・賞与日 ・3日連続有休取得(30歳以上は5歳毎に5日連続取得)

るヤマハ発動機グループでは、「仕事をする自分に誇りが持てる企業風土」という理念のもと、人種・国籍・思想・生活信条・身体・性格・親族などについての差別や誹謗中傷を禁止することを『倫理行動規範』で明文化し、従業員の多様性の尊重に努めています。

直しや管理スパンの適正化に向けて施策を検討、実施しています。また、いくつかの部門では、部署内の情報共有化など独自の施策を展開し、改善に努めており、今後の取り組みについての告知は、社報や施策開催時の説明会などを通じて行っていく予定です。

ヤマハ発動機では会社と従業員のコミュニケーションが潤滑に行われ、従業員の満足度を高めるための取り組みを今後もさらに強化していきます。



休職者に対しては、休業中の定期的な情報提供を行うとともに、事業所内託児施設「わいわいランド」を設置するなど、休職者が円滑に復職するための環境整備に努めています。また、2007年5月には、次世代育成支援対策推進法に基づく「次世代認定マーク」を取得しました。

● 育児・介護休暇取得日数

	育児休暇取得日数		介護休暇取得日数	
	女	男	女	男
2005年	71	1	0	2
2006年	76	1	1	3
2007年	103	0	1	1

「会社や仕事のことを考えるのは大前提ですが、従業員の立場や現場を大事にした施策を考えて皆さんに喜んでもらいたいですね。両立支援もその1つです」
社内活性化グループリーダー：竹田 かおるさん

□ 多様な人材の登用

障がい者雇用・職域の拡大

ヤマハ発動機グループでは、障がい者雇用への取り組みとして、「障がい者と健常者が一緒に就労できる職場運営を行う」という基本方針のもとで、障がい者雇用の社内推進役として、「障がい者雇用促進委員会」を設置し、各部門に担当委員を置いて、在宅勤務も含めた雇用の場の拡大や、より積極的な採用・募集活動への取り組みに努めています。

また、障がい者を多面的に支援するために、手話教室や要約筆記研修を実施するなど、コミュニケーションの向上への取り組みにも力を入れています。



手話教室

なお、ヤマハ発動機の2007年度における障がい者雇用率は2.1%でした。

定年後の活躍支援

ヤマハ発動機では、定年後の就労を可能とする再雇用制度を2001年4月に導入以降、60歳定年以降も意欲と能力のある従業員に活躍の場を提供するとともに、熟練度の高い人材の継続確保に取り組んでいます。

2006年4月には高齢者雇用安定法の改正に併せ、再雇用者選考基準を全業務にまで拡大しており、賃金基準など関係諸基準もあわせたさまざまな見直しを引き続き進めています。

2007年度は、249名の対象者に対し、136名(約55% 内訳:

同じ職場で採用=131名、別の職場で採用=5名)が再雇用者として採用され、その豊富な経験や専門能力を活かして活躍しています。

また、その他の支援活動としては、定年後の多様なライフプランの策定を支援するために、57歳の従業員を対象とする「ヤマハ年金ライフプランセミナー」を開催しています(1991年度からの延べ実施回数約160回)。

「多様性」に取り組むYMDBとYMDA(ブラジル)

ブラジルのサンパウロに所在するYMDBとマナウスに所在するYMDAでは、「多様性」に対する取り組みを重視し、人権に関する社内規定を整えるとともに、従業員に対する人権教育を積極的に展開しています。

人権に関した取り組みテーマとしては、雇用機会の均等をはじめ、労働健康と安全性、差別の撤廃、宗教の自由、いやがらせや児童労働/強制労働の撤廃、等と幅広く、人権教育も管理職だけでなく工場ラインで働く従業員までも対象に、広く実施しています。

その他、施設内に投書箱を設置して抗議や不満や提案を聞き入れたり、社内異動の希望を適えやすくするための告知を展開したり、健康的に労働をしてもらうための労働トレーニングとエクササイズなど、さまざまな定期的プログラムを実行しています。

「多様性」への取り組みを紹介したプレゼンテーションシート(一部)

さらに、障がい者雇用についても積極的に受け入れており、2007年には119人の障害をもった人々が活躍する環境を作り上げています。



YMDB = Yamaha Motor do Brasil Ltda.
YMDA = Yamaha Motor da Amazonia Ltda.



健康で活力ある職場づくり

安全衛生の基本方針

企業活動の原点は人であり、従業員が健康で活力をもって働くことのできる職場環境を育むことは、健全で持続的な企業経営を実現するための基盤と考えています。

ヤマハ発動機では、健全な労働環境の整備を実践し、各国・

地域の適用法令の遵守を徹底するとともに、「労働安全」「労働衛生」「健康づくり」の三つをその基本と位置付け、2004年度よりテーマ毎に重点項目と中期・単年目標を設定し、さまざまな活動を計画的に進めています。

安全衛生基本方針

ヤマハ発動機は、人々に感動と豊かな生活を常に提供しつづける企業であり、その事業活動を支える社員の安全と生命を守ることが健全な企業運営の基盤であると考えます。この基本的考えのもと、全員参加で働く一人ひとりが安心して健康に働ける環境づくりを推進します。

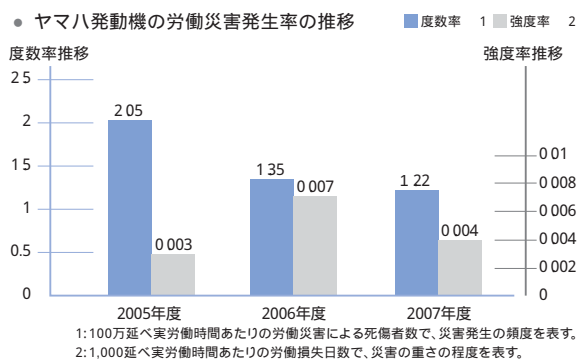
1. 職場に潜む危険・有害要因の排除活動を継続的に実施する
2. 安全衛生関係法令及び各種社内規則・ルールを遵守する
3. これら実現のために適切な安全衛生の仕組みを確立し運用する

労働災害リスクの低減に向けて

2005年の導入から3年目となった労働安全衛生マネジメントシステム(OSHMS)については、引き続き、労働災害リスクの低減や設備の安全化と、階層別の教育・研修を実施し、安全に行動できる人づくりに取り組みました。さらに、安全衛生大会の開催や、安全管理者研修、監督者の能力向上研修も実施しています。

2007年度の労働災害発生率については、度数率において更に順調な改善が見られ、また2006年度に上昇した強度率は、前年並みにまで改善をすることができました。今後も階層別教育の充実とOSHMSの拡大展開によって労働災害リスクの低減を図っていきます。

また、2007年度は、2006年度に引き続き国内グループ会社へのOSHMS整備を進めるとともに、海外のグループ関連会社へのOSHMS整備にも着手し、2008年度のアジア子会社へのスムーズな導入・運用を実現するための教育や周知活動にも取り組みました。



インドネシアでリスクアセスメント講習を開催

インドネシアのYIMMでは、2007年7月2日～5日の4日間にわたって、OSHMSの活動の柱の一つであるリスクアセスメントの講習を開催しました。対象は、製造部門の職長以上、マネージャー、安全スタッフおよびYPMIメンバーを2グループに分け実施。90名の受講者は、ケーススタディやグループ討議を含めて熱心に聴講。今後、リスクアセスメントを現場で実施し、その結果、評価等を通して継続的に指導を予定しています。なお、YIMMは2008年、OHSAS18001外部認証を取得予定。



タイではOSHMSシステム監査を実施

タイのTYMでは、2007年9月17日にOSHMSの事前システム監査を行い、安全衛生状況を確認しました。今後は、リスクアセスメント等の指導を行う予定です。なお、TYMもYIMM同様に2008～9年にOHSAS18001外部認証を取得予定しています。

YIMM = Yamaha Indonesia Motor Manufacturing
TYM = Thai Yamaha Motor CO.,Ltd

「私の入社当時に比べたら健康志向は高まっていますが、それでも無関心層もいるんですね。そんな従業員の健康意識を高めて、健康的で元気の職場づくりに力を尽くしています」

健康推進センター 保健師：荒井 方代さん

職場環境改善への取り組み

職場環境改善については、2005年度に改訂した当社独自の衛生管理基準に基づいて、2007年度も引き続き、産業医と衛生管理者による職場巡視を通じた、健康障害要因の洗い出

しと対策を進めました。また、イオン飲料水の自動販売機の設置など、近年、厳しさが増す夏場などの熱中症対策も進めています。

従業員の心と体の健康づくりをサポート

健康診断や保健指導、生活習慣改善のための支援のほか、従業員の健康づくり活動の推進組織であるウェルビー委員会による健康増進のためのイベント開催にも取り組み、2007年度も引き続き、喫煙率を低下させることができました。

メンタルヘルスについての取り組みとしては、従来から進めてきた管理監督者への教育、海外駐在員に対するサポート体制や中途入社者への支援強化に加え、新任基幹職・監督者を対象としてメンタルヘルス研修を行いました。また、2006・

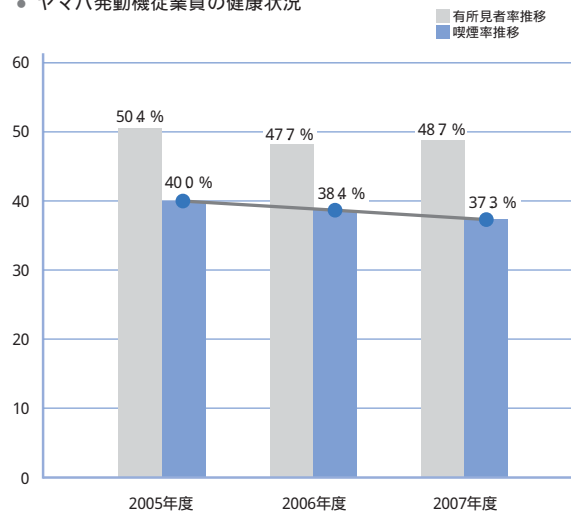
2007年度に実施した「元気度調査」の結果をもとにした対策を通して、職場の環境改善に取り組んでいます。

メタボ対策への取り組み

ヤマハ発動機では、2008年4月からの特定健康診断と特定保健指導の義務化実施に先がけ、継続的な保健指導を実施したり、ウェルビー委員会によるウォーキング大会や健康づくり大賞などの活動を通して、従業員の肥満対策に取り組んできました。



● ヤマハ発動機従業員の健康状況



お互いを尊重しあう職場づくり

ヤマハ発動機グループでは、改定した『倫理行動規範』においてセクシュアルハラスメントとパワーハラスメントの禁止を明文化するとともに、人事部内に対策委員会を設置し、撲滅への取り組みを強化しています。

具体的には、相談者のプライバシー保護のもと、事実関係を迅速・公正に把握するための仕組みとともに、メールや電話で気軽に相談できる「セクハラホットライン」を設置し、万が一問題が発生した場合に備え、早期解決が図れるよう社内相談員、ならびに外部の専門カウンセラーを置いています。

2007年度も、基幹職・監督職を対象とした教育活動や

一般従業員研修を行い、また現状把握のために毎年実施しているアンケート調査では従業員の意識向上が進み、相談窓口の認知においては30%(2006年度54%→2007年度84%)の改善が見られました。また、2007年は違法・違反に至る前の「相談」の件数が増加しており、事の発生前に気づく行動、声にする姿勢が職場で進んでいます。

今後も、セミナー開催、社報やイントラネットでの情報発信を通じて一層の意識向上をはかるとともに、相談員のスキルアップにも努めることで、セクハラのない安心して働ける職場づくりを進めていきます。

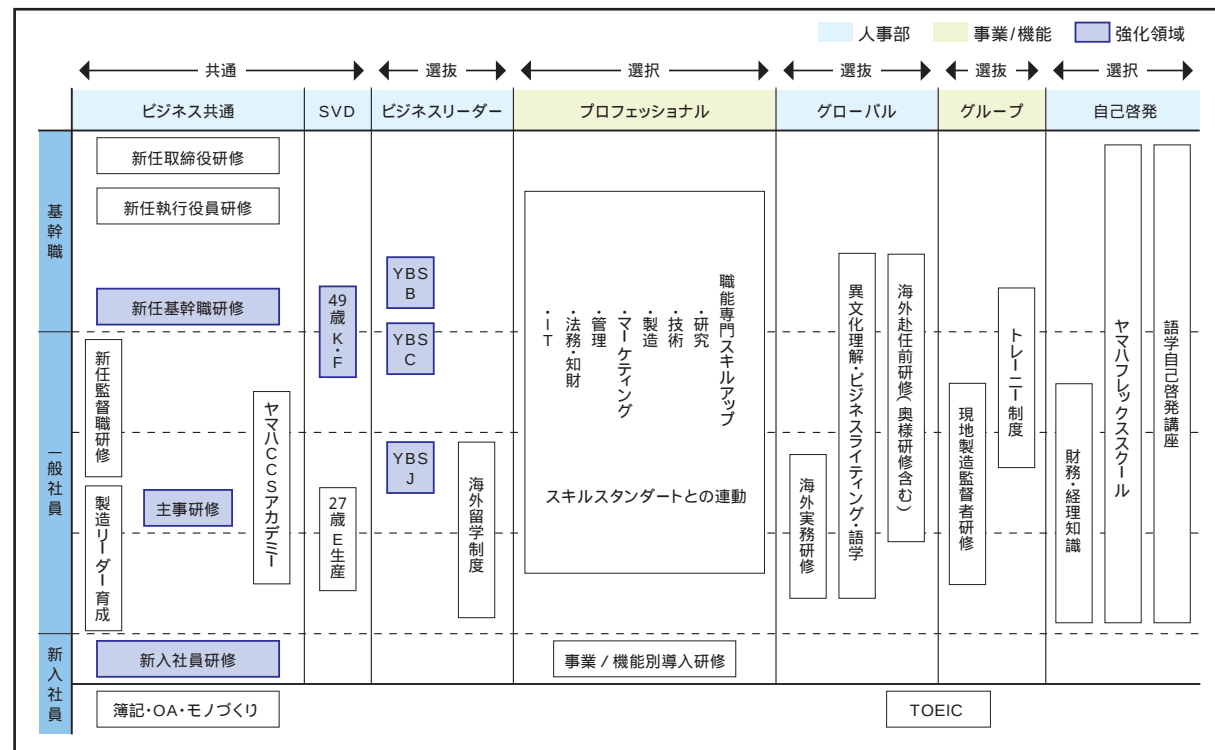
■ 個人と会社が高めあう人材育成

□ 自律的なキャリア形成へのサポート

ヤマハ発動機は、会社と個人が高い志を共有し、研鑽しあい、協力しあい、成長しあい、喜びを分かちあえる関係の構築をめざしています。この実現に向けて、「個人は自己責任を持

ち自己価値を高め、会社は個人に対して魅力ある環境づくりを行う」という考えのもとに、さまざまな人事施策を実践しています。

● 教育体系の全体像



□ グローバルでマルチな人材育成のために

ヤマハ発動機では、全社的な人材マネジメント政策を以下のように考えて推進しています。まず、会社として重視する能力を、「構想力」「人間力」「専門力」の3要素においています。そのうえで、各個人それぞれの役割に応じて「個人別計画」に基づいた教育・研修を行うとともに、適切な異動・配置によるOJTを通じて、「マルチスキル度」と「グローバル度」を高めていきます。

また、ヤマハ発動機ではグローバルに活躍できる人材を育

成することを目的とした制度として、海外実務研修と海外留学制度を整備しており、2007年度は3名の従業員が、アメリカ、オランダへ留学しています。

2007年度の活動としては、「マルチスキル度」の向上を目的として、若手を対象に計画的な人事異動を推進しました。また、「グローバル度」の向上施策として、英語・中国語・スペイン語の自己啓発講座(40時間履修)を実施し、374人の従業員が受講しました。

□ 通信教育によるスキルアップ

従業員の自己啓発、スキルアップを図る通信教育課程「ヤマハフレックススクール」を開講しています。2007年度のスクールは「ビジネススキル」、「語学」、「資格・検定」など多岐

にわたり、約300コースを用意しました。受講修了者には、全コース受講料の半額を負担しています(上限2万円)。

「当社の教育制度は、まだまだ完璧とはいえません。個々人がキャリアビジョンを描いて、能動的に成長していけるお手伝いを会社ができるよう整備していければと考えています」
人材開発グループ：松田 正行さん

□ ビジネスリーダーの育成

将来の経営を担う人材を育成することを目的として、2003年から「ヤマハビジネススクール(YBS)」を開催しています。経営者を囲んでの経営塾、外部講師を招いて実施するテーマ別セッション、各種専門家による自己開発プログラムなどをカリキュラムとし、ヤマハ発動機における「経営の遺伝子」を継承し、10年、20年先の競争力の維持・向上に努めています。2007年度は73名(延べ参加人数:374名)が受講しました。



ヤマハビジネススクール(YBS)

□ セルフバリューデザインのための機会提供

人材育成には、画一的なモデルやパターンがあるわけではなく、一人ひとりにあったキャリアアップの道があります。

そして、近年、変化の度合いがますます激化しているビジネス環境においては、そのステップを所属・役職など現在の延長線上で描くのではなく、「自らの意志に基づき、将来の自らの価値を設計する」というセルフ・バリュー・デザイン(自己価値設計)の考え方が、強く求められるようになっていきます。

ヤマハ発動機では、1998年に社内公募制である「セルフ・バリュー・チャレンジ制度(SVC)」を導入して以来、全社的、海外駐在、あるいは新規プロジェクトの立ち上げに際して、その要員を全社から広く募集しています。

この制度は上司の承認を得ることなく応募する仕組みとなっており、2007年度までに192件の公募を実施し、137名の異動が成立しています。

□ 海外グループ会社での取り組み

ヤマハ発動機グループでは、事業拠点のグローバル化の進展により、国内は年2回、北米・南米・欧州・アジアの各地域では関係者が情報交換、交流を行うための地域別ミーティングを年1回程度開催しています。

また、海外子会社従業員のスキルアップと、人材交流によるヤマハらしさの伝承を目的に、海外子会社の現地スタッフを外向者として受け入れる制度も実施しています。

知財創造・活用に対する報奨制度

ヤマハ発動機では知財創造・活用に対する報奨制度を設けています。これは事業貢献のあった知財創造・活用について知財創造・活用委員会が審議し「報奨」、「奨励」を行うものです。2007年度の「報奨」、「奨励」は右表の通りです。

なお、社内実施の実績報酬については、2007年度より発明者の申告に基づいて報奨が行われるようになりました。これまで制度の定着とともに報奨金額、件数も増加しています。

また、知財価値の評価も継続的に行っており、有用な権利は維持する一方、不要な権利は処分し、知財経費の面でも最適化が図られています。

	報奨総額	高額報奨の内訳
社内実施の実績報酬 登録後に自社製品に使用された発明を対象とし、その知財価値に応じて報奨	1,868万円	100万円以上...2人 10万～100万円未満...37人
社外実施の実績報酬 他社へのライセンスによる利益に応じて報奨	956万円	200万円以上...3人 10万～100万円...3人
優秀発明奨励 2006年出願の中で発明の内容が優れているものを報奨	438万円	20万円...6件 10万円...19件
発見奨励 届け出られた有用情報の価値に応じて報奨	9.5万円	高額報奨者なし

(注)対象期間は、社内実施の実績報酬が2006.10.1～2007.3.31で、それ以外が2006年度(2006.1.1～2006.12.31)です。

■ サプライヤー・販売店との協働でCSR推進

ヤマハ発動機グループの製品は、多くのサプライヤーから調達した資材・部品によって構成されており、持続的・安定的に事業を発展させていくためには、サプライチェーンを構成する全てのサプライヤーとの協働が基盤となります。また、販売店においては、販売チャネルや商品のアフターケアの協力

を受けています。

ヤマハ発動機グループでは、サプライヤー・販売店との対話を重ねながら、相互に信頼し合うパートナーとして相互発展できる関係を築くとともに、企業市民としての法令遵守、労働、安全衛生、環境保全などへの取り組みを進めています。

□ 調達業務の標準化とグローバル展開

経済のグローバル化が急速に進んだことによって、新興国を含めたさまざまな市場環境への対応や、生産の現地化、調達プロセス・体制のグローバル化への必要性はますます高まっています。

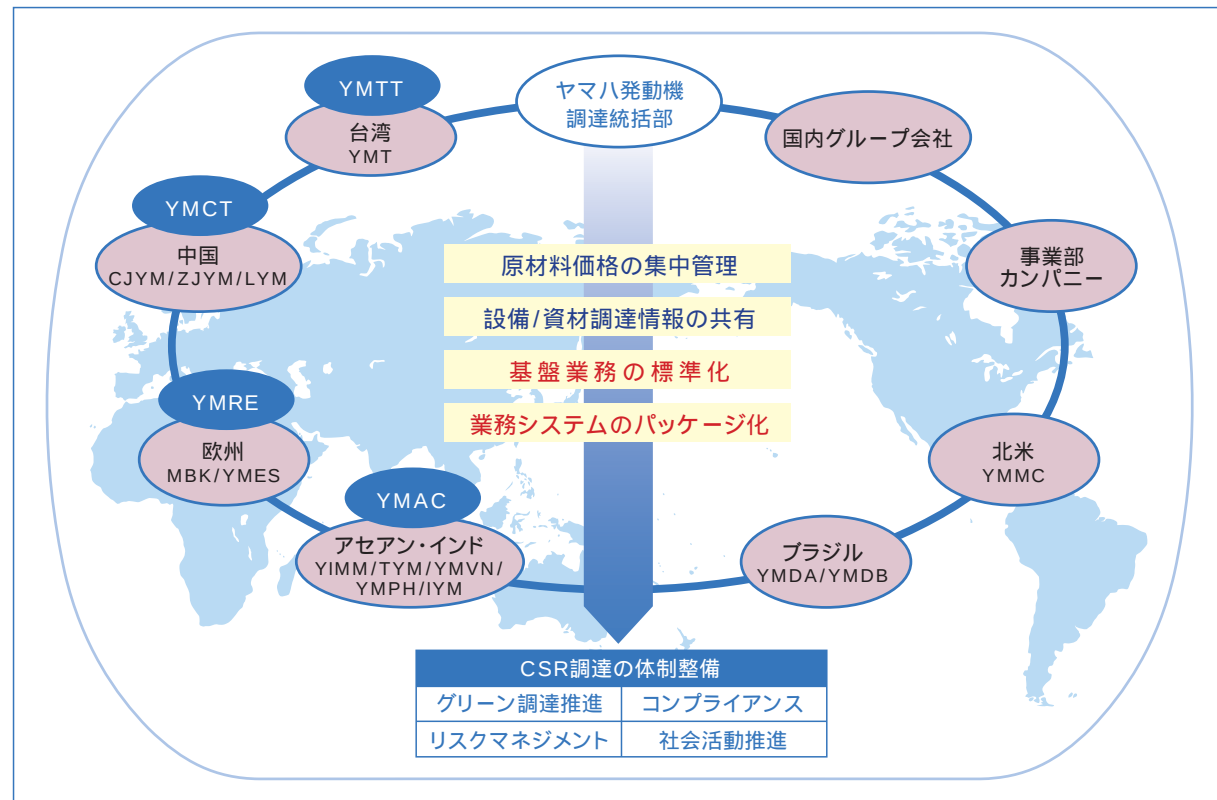
ヤマハ発動機グループでは、国内のサプライチェーンにおけるコンプライアンス・リスク管理・E-sisの導入によるグリー

ン調達などへの取り組み強化も含め、全世界共通ルールのもとでの基盤業務の標準化と、業務システムの海外グループ会社・現地サプライヤーへの展開に取り組んでいます。

具体的には、YIMM(インドネシア)をパイロット拠点としたグローバルスタンダードの構築に着手しており、2008年1月の導入以降、その他の地域でも導入を進めていく予定です。

グリーン調達の詳細を記載した「グリーン調達ガイドライン」をホームページに掲載しています。
<http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/csr/environmental-field/publish/pdf/grn-guideline.pdf>

- 調達機能の強化と維持 グローバルにヤマハグループの情報共有化 / 業務の標準化を推進する



YMTT = Yamaha Motor Taiwan Trading Co., Ltd.
 YMT = Yamaha Motor Taiwan Co., Ltd.
 YMCCT = Yamaha Motor Commercial Trading(Shanghai) Co., Ltd.
 CJYM = Chongqing Jianshe Yamaha Motor Co., Ltd.
 ZJYM = Zhuzhou Jianshe Yamaha Motor Co., Ltd.
 LYM = Jiangsu Linhai Yamaha Motor Co., Ltd.
 YMRE = Yamaha Motor Research & Development Europe S.r.l.
 MBK = MBK Industrie
 YMES = Yamaha Motor Espana S.A.

YMAC = Yamaha Motor Asian Center Co., Ltd.
 YIMM = PT.Yamaha Indonesia Motor Manufacturing
 TYM = Thai Yamaha Motor Co., Ltd.
 YMVN = Yamaha Motor Vietnam Co., Ltd.
 YMPH = Yamaha Motor Philippines, Inc.
 IYM = India Yamaha Motor. Pvt. Ltd.
 YMMC = Yamaha Motor Manufacturing Corporation of America
 YMDA = Yamaha Motor da Amazonia Ltda.
 YMDB = Yamaha Motor do Brasil Ltda.

「私たちはYAMAHAブランドを背負ってお客さまとの信頼関係を作っています。環境活動は安全普及とともに、最も意識して日々の仕事の中で取り組んでいます」
 YSPメンバーズクラブ：板橋 一男 会長(YSP成増 社長)

□ サプライヤーとの連携で災害への備え

ヤマハ発動機とそのサプライヤーの多くは、予想される東海地震の地震防災対策強化地域内に集中しており、ヤマハ発動機では、サプライヤーとの連携を図りながら、地震発生時における事業活動の継続と迅速な再開を図るため、事業継続計画(BCP)の整備を進めています。

2007年度も引き続き、「災害復旧システム」の開発・導入を進め、サプライヤーに対するシステムの導入支援を行いました。設備などのハード面については、ほぼ導入完了となっており、今後は人や運用面での強化を図っていきます。

□ 持続的な事業展開のためのサプライヤー支援

ヤマハ発動機では、静岡県下のサプライヤーの労働災害防止と労務管理の向上を目的として「ヤマハ安全労務研究会」を設立し、講習会やセミナーの開催、相談機関の紹介、社内体制整備に関する情報提供などの活動を進めています。

また、会員各社の安全管理者・衛生管理者を対象とした研修や、各社で安全管理などについて自己診断するための安全衛生管理チェックシートを作成し、安全パトロールを通じた相

互確認の実施や、安全コンクールなどを通じた意識向上への取り組みを行っています。

さらに、中小企業規模の地場サプライヤーに対する支援としては、後継者向けの研修会(年4回開催)に講師を派遣するなど、持続的な成長をサポートするさまざまな活動を行っています。



「お取引先品質連絡会」を開催

国内取引先48社が参加し、「お取引先品質連絡会」を開催しました。ヤマハ発動機の各部門から「品質(安全)」に対する社会の要求レベルの向上、「調達部品の品質活動方針と品質状況」などの説明を行い、品質を作り込む重要性とその手法に理解と協力を求めました。



サプライヤーの持続的成長をサポート

地場サプライヤーを中心とした、次世代経営者による会員組織「ヤマハジュニア会」に対し、経営課題の解決やモノづくりに関する情報の共有や、研修会(年4回開催)への講師派遣を通して、持続的成長の実現にむけたサポートに約30年間取り組んできています。

□ 販売店に対する「エコパートナーシップ」の育成

ヤマハ発動機グループでは、サプライチェーンに対するグリーン調達をはじめとする環境活動への取り組みを推進しています。

その取り組みの一つとして、ヤマハ発動機販売ではヤマハエコパートナー・プログラムに基づく「エコパートナーシップ」を各販売店で展開中です。これは、お客さまと接する販売・サービス段階においても環境活動を行うことで、環境保全に貢献し、お客さまや地域社会にも支持される販売活動をめざすものです。具体的には「営業活動」、「お客さま」、「地域社会」の3つの領域における環境活動の取り組みを掲げており、販売店による中古車の適正な保管・廃却、お客さまへ廃油、廃棄物の適正な処理方法のアドバイス、地域美化活動参加など、

多岐にわたる取り組みが、これに該当します。

エコパートナーシップは、右のような環境活動に取り組み、実施することを約束し、お客さまや地域社会に宣言します。



宣伝ポスター(サンプル)

■ 地域社会と共存するための社会貢献活動

□ ヤマハ発動機グループの社会貢献活動の取り組み

「持続可能な社会の発展」をめざすために、ヤマハ発動機グループは、本業を通じた社会への貢献はもとより、社会との共存のための社会貢献を果たすべく、グループ会社が所在する地域をはじめ、世界のステークホルダーとのコミュニケーションを通じて数々の社会貢献活動に取り組んでいます。

2004年には、そうした社会貢献活動をヤマハ発動機グループ全体で継続的に推進していくために、「ヤマハ発動機

グループ：社会貢献活動方針」を策定し、人と人との心の結びつきを大切に、社会の一員として積極的な活動を展開してきました。

2006年には、活動方針・活動領域を見直し、また2007年には活動目的の明文化や活動領域の重点化、従業員の参加支援の明確化など、全面的に見直し改定しました。

ヤマハ発動機グループ：社会貢献活動方針

1. ヤマハ発動機グループは、経営理念に掲げる「社会的責任のグローバルな遂行」を実践するために社会貢献に努め、持続的な社会の発展に寄与する企業をめざします。
2. これまで培ってきた人材、技術などの経営資源を活かし、将来を担う人たちの育成、地球環境の保全、安全普及、地域社会の課題解決を推進します。
3. 従業員の自主的な社会貢献活動を支援します。

● ヤマハ発動機グループの社会貢献活動の重点領域とポイント

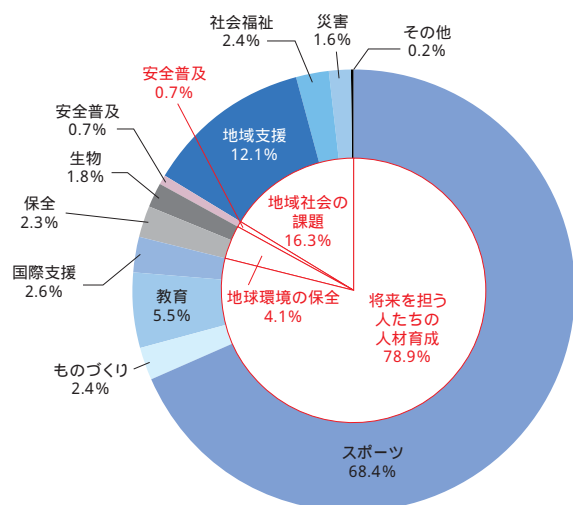
		グローバル課題			ローカル課題
取り組みテーマ		将来を担う人たちの育成	地球環境の保全	安全普及	地域社会の課題
活動	社会との共存のための社会貢献	・スポーツを通じた心身の育成 ・モノ作りを通じた創造性の育成、等	・地球環境保全 ・生物多様性の尊重、等	・社会への交通安全教育 ・啓発、等	・当社製品や人材、ノウハウを使った地域支援、等

□ 情報提供システムの運用

従業員の社会貢献意識の向上を目的として、ヤマハ発動機グループでは2007年7月からITを活用した社内の情報提供システムを開設しました。このシステムは、グループ会社の社会貢献活動報告や従業員のボランティアグループの登録を始め、活動報告、活動スケジュール、社会貢献情報、豆知識、外部関連団体が掲載されています。この仕組みを使うことにより、情報を瞬時に広く伝えることが可能になり、従業員の意識向上や活動への動機付けとして役立っています。

なお、当社がグループ内で進めている「4万人のV(ボランティア)作戦」も、このシステムの活用で簡単に報告できるようになり、2007年度は34,459件の活動情報を集めています。

● ヤマハ発動機グループの分野別社会貢献活動の金額換算比率(2006年度実績)



□ 2007年度社会貢献活動パフォーマンス

将来を担う人たちの育成

① ヤマハジュビロサッカースクール

ヤマハジュビロサッカースクールは、1974年から34年間続いている、全国でも有数の長い歴史を誇るサッカースクールです。現在は静岡県磐田、浜松、掛川の3地区6会場で活動しており、小・中学生を含めたスクール生は約1,600名を数えています。

スクールでは、サッカーの技術向上と、サッカーを通じた人材育成という両面から子どもたちを指導しています。サッカーの技術向上という面においては、有資格指導者が子どもたち一人ひとりに丁寧に指導をするともに、サッカーの楽しさも伝えています。子どもたちに楽しさを伝えることで、子どもたちがサッカーを好きになり、そしてより積極的に取り組むという、良いスパイラルを実践しています。

サッカーを通じた人材育成という面においては、グラウンドでの挨拶を徹底することから始まり、トレーニングや試合は一緒にプレーする仲間を大切にすることをもちに、周囲の人々を大切にできる人間性を醸成しています。

② ヤマハ発動機ラグビースクール

6年目を迎えたヤマハ発動機ラグビースクールの活動目的は、「ラグビーを通じてスポーツの楽しさを理解する」、「仲間との協調性を養い思いやりの心を育む」、「ラグビーを通じて健康な身体を育成する」の3点です。

2007年度は、ラグビー部OB・磐田クラブ(同好会)・ヤマハ発動機ラグビー部現役選手の指導のもとで、小・中学生:約190名・保護者中心の大人の講座:約60名が、ヤマハ発動機大久保グラウンドを中心に練習・試合に励みました。ラグビーの普及拡大・競技力向上を図るとともに、「ONE FOR ALL, ALL FOR ONE」に代表されるラグビーが持つ本質の精神を生徒たちに体感してもらい、「心身の成長」に重点を置いた指導・活動を行っています。

③ ベトナムで「YAMAHA CUP 2007」開催

サッカーを通じた地域社会とのコミュニケーションをめざして、YMVNでは小学生サッカー全国大会(13歳以下、11歳以上)の単独スポンサーを3年間に渡って引き受ける契約を同国スポーツ局との間で交わし、2007年7月に「YAMAHA CUP 2007」がハノイ市で開催されました。

この大会では、同国64省の直轄都市の各代表チームによる予選を勝ち抜いた16チームが参加して、決勝ラウンドが行われダナン代表チームが優勝を果たしました。なお、優勝したダナン代表チームは、8月に

日本に招聘されヤマハジュビロFC掛川やジュビロ磐田jrユースと親善試合も行い、国境を越えたサッカーによる親睦が交わされました。

YMVN = Yamaha Motor Vietnam Co., Ltd.

④ 地域社会へのタグラグビー普及活動

磐田市ラグビーフットボール協会とヤマハ発動機ラグビー部の選手たちが中心となって、タグラグビーの普及活動を展開しています。2007年度は、磐田市内の小・中学校6校を対象に継続型の教室を開催し、164名の生徒にタグラグビー指導を実施。また、5月から11月にかけては近隣の小・中学校の生徒や先生、保護者を対象に体験教室を実施しています。

さらに12月には、タグラグビーを通して仲間と助け合い、自ら考えて道を切り開くラグビースピリットを身につけるとともに、タグラグビー普及をめざした「ジュビロカップラグビー大会」をヤマハスタジアムや磐田市のスポーツ交流の里ゆめりあを会場として開催。磐田市や浜松市など静岡県西部を中心に、小学生クラス32チーム(278名)、中学生クラス18チーム(137名)を迎えて熱戦が繰り広げられました。

⑤ モノづくりの面白さを普及

ヤマハ発動機の従業員とOBのボランティア活動団体『おもしろエンジンラボ』『トンガリ・クラブ』は、モノづくりの楽しさや科学的探究の面白さを伝える活動を展開しています。

『おもしろエンジンラボ』は、浜松・静岡の科学館で「エンジン分解組立教室」「ウインドカー工作教室」「電動乗り物講座」を年間約10回開催しながら技術の視点で子どもたちにモノづくりの楽しさを伝えています。

『トンガリ・クラブ』は、モノづくりの原点である力学的思考力を養う目的で磐田市の向笠公民館を会場にして、「船を作ろう」「飛行機を作ろう」の二つのテーマを約1年掛けて力学実験教室を開催しました。企画・設計から製作・実験を行うことにより、より深く科学を理解させ科学の面白さを伝えています。

⑥ 大学で「企業講座」

ヤマハ発動機は、モーターサイクルやマリノ・その他事業製品のモノづくりで培った技術やノウハウを広く社会や地域に役立ててもらおうと、静岡県理工科大学・静岡産業大学・東京工業大学の各大学に、実務経験豊富な従業員を講師として派遣しています。

学術的なモノの見方、考え方だけでなく『生きた技術』としての捉え方や、技術者として企業や社会の中で責任を果たして行くための基礎的要素を身に付けることを目的に講座を行っており、2007年度は約400名の学生が受講しています。



⑦ 「学生フォーミュラ」支援

『全日本学生フォーミュラ大会』は、モノづくりの未来の担い手を育成する場として、毎年9月にエコパ(小笠山総合運動場:掛川市)で開催されていますが、ヤマハ発動機は2003年の第1回大会から支援しています。

2007年は国内8大学・海外2大学チームにエンジンやパーツ供給・事前壮行会のハード面支援と、エンジン・電装・車体設計・カウルなどの技術的アドバイスといったソフト面の支援も行いました。特に、カウル製作に必要なFRP製造技術の講習会では、長年舟艇・プールで培ってきた当社FRP技術の講習会とあって、支援チームを含む18大学47名が参加し熱心にメモを取っていました。

ヤマハ発動機は、具体的かつ実践的な支援活動と大会を影から支える大会運営支援を行いながら学生フォーミュラを盛り上げています。なお、支援大学チームが2年連続で全日本総合優勝しているほか、3位・6位入賞を果たしました。

その他のパフォーマンスは、ヤマハ発動機ウェブサイトに掲載されています。

地球環境の保全

⑧ インドネシアで地域とともに植林活動を推進

ヤマハ発動機はヤマハ株式会社と共同によるインドネシア植林活動「ヤマハの森」の第3回目となる植林イベントを2007年12月2日にインドネシア・スカブミ県チタプス村で行いました(本誌45頁で紹介)。また、グループ会社の株式会社メルコでは、2005年に植林した樹木の成長を助けるため、6月と10月に従業員有志で静岡県磐田市敷地区内にて、下草刈を実施、社員の環境意識の高揚を図りました。

⑨ 自然の生態系保全をめざした「ビーチクリーン作戦」

沿岸漁業の振興やマリンスポーツ普及でなじみの深いビーチの環境保全を目的とした「ビーチクリーン作戦」は、世界に点在するヤマハ発動機グループ会社で積極的な取り組みが行われています。

2007年度も、「ビーチクリーン作戦」は、ヤマハ発動機やヤマハマリ株式会社による浜松市中田島海岸と磐田市駒場海岸でのビーチクリーン&子ガメ放流活動を始め、カナダのYMCAのオンタリオ湖でのクリーン活動や、南米のコロンビアや東南アジアのインドネシアやフィリピン、タイ等の海浜でのビーチクリーンキャンペーンが実施されました。

YMCA = Yamaha Motor Canada Limited

⑩ YMMCが「自然環境保護功労賞」を受賞

アメリカのジョージア州でゴルフカーやATVなどの開発・製造を行っ

ているYMMCは、産業廃棄物削減や、省エネ、大気中への廃出物削減、地域社会との連携活動を通じた環境負荷物質削減活動において、積極的な取り組みが評価され、2006年度に引き続き2007年度もジョージア州の天然資源局から「自然環境保護功労賞」を受賞しました。

これはYMMCが、事業拡大を続ける中でも環境政策とその成果が目覚しかったことから、他の「公害防止助成」パートナーたちに対して多くのモデル的存在であることが認められたものです。

YMMC = Yamaha Motor Manufacturing Corporation of America

⑪ 近隣小学校の校庭の芝生化に協力

ヤマハ発動機の地元である磐田市は、安全に楽しくスポーツができる環境づくり、学校と地域との交流の推進、砂塵の飛散防止などの目的で、小・中学校グラウンドの芝生化に取り組んでいます。

ヤマハ発動機では、磐田市のそうしたスポーツのまちづくりの推進やJリーグのサッカー100年構想に協力するため、ヤマハスタジアムやヤマハ発動機大久保グラウンドの芝生(コア)を近隣小学校5校に提供し、学校周辺の環境整備に協力しています。

その他のパフォーマンスは、本誌44-45頁の「エコマインドの醸成と環境コミュニケーション」およびヤマハ発動機ウェブサイトに掲載されています。

安全普及

⑫ スペインで安全運転講習会

YMESでは、二輪車における交通事故の減少を目的として、50cc・125ccのモーターサイクルユーザーに対して、安全運転指導のプログラムを実施しています。

その内容は、交通社会における安全運転の基本的な知識に加えて、予防安全としてのヘルメットや手袋等の装備の奨励や、ライディング技術としてのタイヤの特性やブレーキングの知識など伝えるもので、同社のインストラクターが指導をします。

さらに、地域社会における安全運転意識の向上をめざして、地域の学校や市等の施設に同社スタッフが訪問し、科学的な理論に基づいた安全運転講習を実施しています。

YMES = Yamaha Motor Espana S.A.

⑬ 親子が一緒にバイク教室を体験

二輪車に乗る楽しさと親子のコミュニケーション作りを目的に、磐田市・袋井市を中心とした静岡県内をはじめ、長野や栃木・茨城で地域や行政との共同で親子バイク教室を開催しています。

2007年度は、25回85教室を開催し約600組の親子が参加されました。最初は緊張な面持ちの親子も徐々に馴染み、教室が終わる頃には

120%のスマイルに、親子のふれあいを深め、オートバイに親しむようきっかけづくりになっています。

⑭ ヤマハナイスライド募金

ヤマハ発動機とヤマハ発動機販売は、「目の不自由な方に安心して町を歩けるよう盲導犬を贈ろう」というスローガンのもと、1989年より活動をスタートした『YAMAHA NICE RIDE募金』の2006年度分の集計が終了し、2007年9月、MotoGPロードレース世界選手権シリーズ第15戦日本グランプリのヤマハファンブースにおいて、財団法人日本盲導犬協会に対して599万2千円の募金を贈呈しました。

『YAMAHA NICE RIDE募金』には、この活動に深い理解と関心を持たれたお客さま、ヤマハラライダーやレース関係者、各オーナーズクラブ、株主の皆さまからの暖かい募金が寄せられ、18年間の累計金額は6,321万円を超える額となっています。

その他のパフォーマンスは、本誌13-14頁の「トピックス:2」およびヤマハ発動機ウェブサイトに掲載されています。

地域社会の課題解決

⑮ 洪水被災者に「愛を込めた寄贈活動」

2007年7月に115年ぶりの集中豪雨に見舞われた中国の重慶市に対して、重慶建設ヤマハ有限公司では、全社一丸となって「愛を込めた寄贈活動」を推進しました。

日中双方の従業員による寄付金は、22万7,359,4元(日本円:約350万円)にもおよび、洪水被災者の生活秩序の回復と生活環境の再建に対する救済金として寄贈されました。

⑯ 地震の被災地で無料サービス点検を実施

インドネシアでモーターサイクルを販売するYMKIでは、2007年9月から2ヶ月間に渡って、地震による被災にあった地域に対して2,000台におよぶモーターサイクルの無料点検やスベアパーツの50%オフ・キャンペーンを展開しました。併せて、医療や食糧の支援も実施して被災者に対するケアを行いました。

YMKI = PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia

⑰ 中越沖地震の災害復旧支援:日本

2007年7月、新潟県中越沖を震源とするマグネチュード6.8の強い地震により柏崎市、長岡市や長野県飯綱町を中心に多くの被災を受けた中越沖地震では、被災地域に対しての支援活動として、食料や飲料水・簡易トイレなどの支援物資を柏崎市災害対策本部に、会社の拠出

金と組合を通じた従業員の募金を日本赤十字社を経由して速やかに提供しました。

ちなみに、緊急支援物資と義援金を合わせた当社の支援総額は10,000千円となります。また、追加支援として避難所や出先機関の連絡や移動手段として、ヤマハ発動機販売会社と共同で、スクーター10台を柏崎市災害本部に提供しました。車両の登録および柏崎市災害本部への納入につきましては、新潟の特約店(株)タカハシ様の協力を得て実施しました。

⑰ 技能役付会(FC会)の地域ふれあい活動

ヤマハ発動機の技能役付会(FC会)では、地域社会への貢献活動として、会員が休日を利用してさまざまなCCS活動を展開しています。

その活動の一つとして、磐田市の養護施設「緑ヶ丘学園」に8回/年訪問し、生徒や学園関係者とともに旧緑ヶ丘学園跡地公園内の花壇やベンチ・遊具作りなどの奉仕活動を行いました。また、11月には整備された公園での学園祭でポップコーン、焼き芋の販売を行い、生徒たちに喜ばれました。

⑰ 浜北工場、知的障がい者の工場実習受け入れで受賞

知的障がい者授産施設の「静岡県立浜松学園」が開園40周年を迎え、記念式典が2007年10月に開催されました。この式典で、29年間にわたり毎年1週間、2年生全員(2007年度は30名)を8時間の労働に耐え、仕事に対する自信と自立の意欲を喚起し、社会性を身につけることを目的とした工場実習を受け入れてきた当社浜北工場(第3SyS部)の実績が学校側から高く評価され、感謝状をいただきました。

⑳ 「ブラインドセーリング」ボランティア

ヤマハ発動機グループの従業員8名は、視覚障がい者と晴眼者がひとつの艇に乗り込んで一体となってヨットを操るブラインドセーリングの支援スタッフとして活動しています。

2007年9月にヤマハ発動機グループ会社が協賛・後援をした『第7回全日本ブラインドセーリング選手権大会in浜名湖』では、大会を陰で支える運営スタッフを行いながら大会にも参加し、見事総合2位という成績を収めました。

視覚障がい者の方々と、日頃は海原をセーリングで楽しむ一方、2008年秋に開催される全日本大会で上位の成績を収め、ニュージーランドで開催されるワールドカップの代表権を得るために、浜名湖で月2回の活動にも熱が入っています。

その他のパフォーマンスは、ヤマハ発動機ウェブサイトに掲載されています。

<http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/csr/social-field/activities/index.html>



□ お客さまとコミュニケーション

ヤマハ発動機 コミュニケーションプラザ



ヤマハ発動機の本社敷地内にある「コミュニケーションプラザ」は、創立40周年記念事業のひとつとして、当社の経営理念である「顧客の期待を超える価値の創造」、「誇りが持てる企業風土の実現」および「社会的責任のグローバルな遂行」の3つの理念を具現化するスペースとして、1998年7月にオープンしました。

ヤマハ発動機グループの「過去」「現在」「未来」の姿を再現することで、社内外の多くの人々が「集って」「見て」「聞いて」「語って」「いただく」ことを目的としたこの施設では、ヤマハ発動機の歴史を綴った過去のモデルや世界中で活躍する現行モデルが展示されている他、企画展や各種シンポジウム、グローバルミーティングなどのイベントスペースとして活用されています。

さらに、近隣の小中学校や高校、各種学校はもとより、海外からの観光客も含めた一般の方々に工場ラインの見学をも含めた受け入れを行い、多くのステークホルダーとのコミュニケーションを図っています。

コミュニケーションプラザ
<http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/cp/index.html>

□ スポーツを通じた人材育成

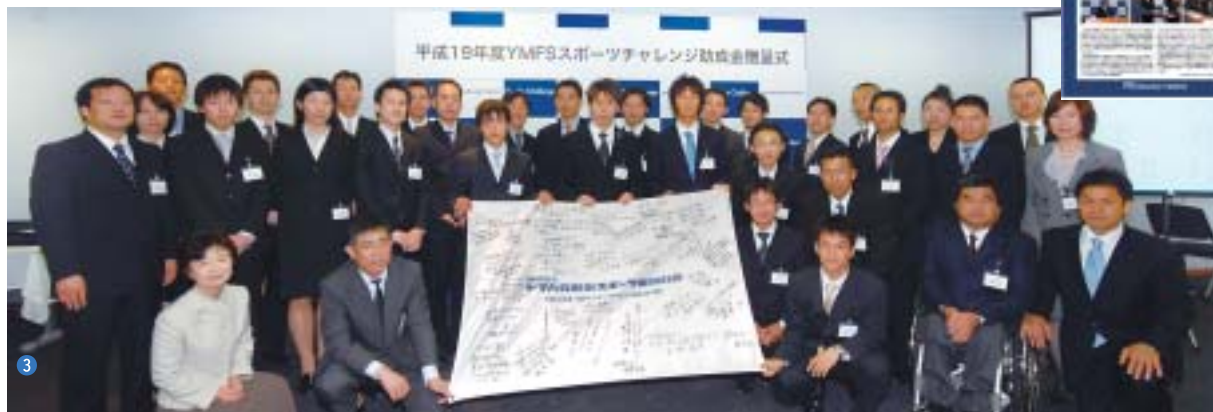
財団法人 ヤマハ発動機スポーツ振興財団



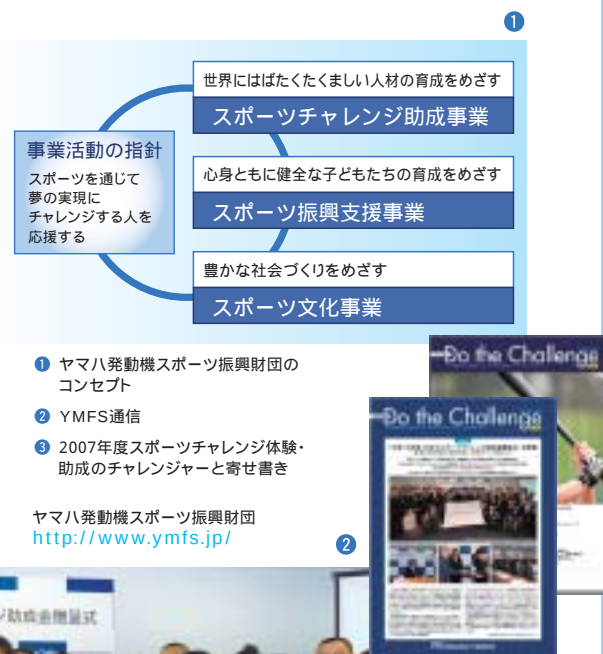
財団法人ヤマハ発動機スポーツ振興財団は、ヤマハ発動機の50周年記念事業のひとつとして、文部科学省の指導の下で創設した組織です。「スポーツを通じて、夢の実現にチャレンジする人を応援します」をスローガンに掲げ、「豊かな人間性涵養」に効果的なスポーツの振興およびスポーツ文化向上による国家社会への貢献をめざしています。

具体的な事業としては、スポーツを通じて世界に翔くたくましい人材を育成するために、自己の夢の実現にチャレンジする個人やグループを応援する『YMFSスポーツチャレンジ体験・研究助成』や『YMFS国際友好スポーツ奨学金』を実施しています。

また、スポーツ振興支援事業では、JMPF(日本マリンスポーツ普及教育振興財団)からの事業を引き継ぎ、マリンスポーツ振興事業を開始いたしました。さらに、スポーツ文化向上事業としての全国児童を対象とした「水辺の風景画コンテスト」なども開催しています。



- ① 製品展示のほか、企画展等のイベントスペースや大中小のホールを備えたコミュニケーションプラザ
- ② 世界中で活躍する現行モデルの展示
- ③ 年間を通して開催されている子供向けの「工作教室」



第三者意見

一橋大学 大学院商学研究科 教授
 谷本 寛治 氏



ヤマハ発動機では現在、顧客提供価値と信頼性の追求を謳った新中期経営計画がスタートし、とくにステークホルダーからの信頼を担保できる経営の質の強化に向け、真摯な取り組みが始まっている。本業を通じたCSRへの取り組みも定着しつつある一方、グループ会社も含めたCSRにかかわる全社的なマネジメント体制を構築し定着させること、非財務領域に関する情報を整理しCSRレポートやその他の媒体を通して開示していくことなどは、これからの課題である。

ヤマハ発動機では、2006年に輸出管理体制改善への行政指導、さらに2007年には産業用無人ヘリコプターの輸出に関する外国為替および外国貿易法違反の問題に対し浜松簡易裁判所から罰金納付の略式命令が、経済産業省からは産業用無人ヘリコプターや部品等の輸出9ヶ月間禁止の行政処分があった。この事態を受けて2006年に「安全保障貿易管理本部」や外部委員を含めた「コンプライアンス推進特別委員会」が設置され、翌年5月には今後の改善策として「5つの提言」が示された。

以上のことについて昨年のCSRレポートでは社長挨拶・対談で、行政指導・処分の内容や、その原因・対策などが触れていた。しかし、これらの内容については、委員会での議論や、「5つの提言」に関する具体的な取り組みスケジュール等も含めて、CSRレポートでは外部のステークホルダーに向けて、わかりやすく説明する必要があったと言える。

それから1年が経過し、「5つの約束」が実際どのように取り組まれてきたのか、その成果はどうであったか、特集として座談会が生まれ、その冒頭で1年間の取り組み概要が述べられているが、別途本件に関する特集などを組んで、もう少し分か

りやすく、詳しい説明を行うべきであった。社内ではこの1年間議論が積み重ねられてきたことでリスク、コンプライアンス意識も高まってきたと聞いている。同社がステークホルダーとのコミュニケーション、信頼関係の構築の重要性を謳うからには、説明責任として丁寧な情報開示を行う必要があったと思われる。

またステークホルダーとの関係については、さまざまなステークホルダーの声をどのように収集し、受け止め、事業活動に活かしていくのか、それぞれの領域において対応していくことが求められる。例えば、株主とのコミュニケーションを重視するのであれば、昨年ヤマハ(株)との資本関係、持ち合い関係を見直したことに変わり、株主から賛否があった件についても触れておく必要があったと思われる。

会社が急速に成長しグローバル化してきたことに対して、組織や社員が対応しきれていないところがあった。つまり情報の伝達の仕方、決め方、そのベースにある組織文化が変化に追いついていなかったという議論が社内でなされてきた。それを議論で終わらせず、自由闊達な風土は活かしつつ、CSRへの取り組みをマネジメントシステムとして構築していくこと、課題毎に具体的なPDCAのサイクルをまわしていくことが求められる。

CSRレポートでは、この1年間の取り組みをどう評価するか、その上で次年度の課題を示すことが大切である。また情報開示・報告については、有価証券報告書、アニュアルレポート、ウェブサイトなどのメディアも通して、どのように経済、環境、社会の各分野の情報を開示していくか、今後アカウンタビリティのあり方について検討していくことが求められよう。

■ GRIガイドライン対照表

項 目	指 標	掲載ページ
1. 戦略および分析		
1.1	組織にとっての持続可能性の適合性とその戦略に関する組織の最高意思決定者(CEO、会長またはそれに相当する上級幹部)の声明	3-4
1.2	主要な影響、リスクおよび機会の説明	19-20
2. 組織のプロフィール		
2.1	組織の名称	1
2.2	主要なブランド、製品および / またはサービス	1
2.3	主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの、組織の経営構造	1
2.4	組織の本社の所在地	1
2.5	組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っているあるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	1
2.6	所有形態の性質および法的形式	1
2.7	参入市場(地理的内訳、参入セクター、顧客/受益者の種類を含む)	29
2.8	以下の項目を含む報告組織の規模 ・従業員数 ・純売上高(民間組織について)あるいは純収入(公的組織について) ・負債および株主資本に区分した総資本(民間組織について) ・提供する製品またはサービスの量	1, 29
2.9	以下の項目を含む、規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更 ・施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 ・株式資本構造およびその資本形成における維持および変更業務 (民間組織の場合)	1
2.10	報告期間中の受賞歴	41, 44, 65
3. 報告要素		
3.1	提供する情報の報告期間(会計年度 / 暦年など)	2
3.2	前回の報告書発行日(該当する場合)	2
3.3	報告サイクル(年次、隔年など)	2
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	70, アンケート用紙
3.5	以下の内容を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス ・重要性の判断 ・報告書内のテーマの優先付け ・組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定	2, 19-20
3.6	報告書のバウンダリー (国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤーなど)	2
3.7	報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項	2
3.8	共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列での、および / または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の説明	2
3.9	報告書内の指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤	資料編に記載
3.10	以前の報告書で掲載済みである情報を再度記載することの効果の説明、およびそのような再記述を行う理由 (合併 / 買収、基本となる年 / 期間、事業の性質、測定方法の変更など)	36
3.11	報告書に適用されているスコープ、バウンダリーまたは測定方法における前回の報告期間からの大幅な変更	37
3.12	報告書内の標準開示の所在場所を示す表 以下の項目を検索できるように、ページ番号またはWEBリンクを明らかにする。 ・戦略および分析 1.1～1.2 ・組織のプロフィール 2.1～2.10 ・報告要素 3.1～3.13 ・ガバナンス、コミットメントおよび参画 4.1～4.17 ・カテゴリごとのマネジメント・アプローチの開示 ・中核パフォーマンス指標 ・盛り込まれているGRIの追加指標 ・報告書に盛り込まれているGRIの業種別補足文書の指標	69-70

項 目	指 標	掲載ページ
3.13	報告書の外部保証を受けることに関する方針および現在の実務慣行。サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する。	68
4 .ガバナンス、コミットメント、および参画		
4.1	戦略の設定または全組織的監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造(ガバナンスの構造)	25-26
4.2	最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す (兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す)	25-26
4.3	単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび / または非執行メンバーの人数を明記	25-26
4.4	株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム 以下のプロセスへの参照を盛り込む ・少数株主が最高統治機関に意見を表明するための株主決議またはその他のメカニズムの利用 ・組織レベルの「労使協議会」などの正式な代表組織および最高統治機関内の従業員代表との、職務上の関係についての従業員への通知および協議	25-26
4.5	最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬 (退任の取り決めを含む)と組織のパフォーマンス(社会的および環境的パフォーマンスを含む)との関係	26
4.6	最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	25-26
4.7	経済、環境および社会的パフォーマンスに関連する課題を含め、組織の戦略を導くために、最高統治機関のメンバーに求められる適性および専門性を決定するためのプロセス	25
4.8	経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション(使命)およびバリュー(価値)についての声明、行動規範および原則 以下の項目についての程度を説明する ・組織全体を通じて、異なる地域および部署/ユニットでどの程度適用されているか ・国際的に合意された基準にどの程度関連しているか	17-18, 27-28 31-32, 47-48
4.9	組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会を特定かつマネジメントしていること、さらに国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または遵守を含む	21
4.13	以下の項目に該当するような、(企業団体などの)団体および / または国内外の提言機関における会員資格 ・統治機関内に役職を持っている ・プロジェクトまたは委員会に参加している ・通常の会員資格の義務を超える実質的な資金提供を行っている ・会員資格を戦略的なものとして捉えている	62
4.14	組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	19
4.15	参画してもらうステークホルダーの特定および選定の基準	19
4.16	種類ごとの、およびステークホルダー・グループごとの参画の頻度など、ステークホルダー参画へのアプローチ	30, 46, 53, 55, 62
4.17	ステークホルダー参画を通じて浮かび上がった主要な課題および懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	6, 20
5 . マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標		
【経済】		
マネジメント・アプローチ		
目標		27-28, 29-30
方針		27-28, 29-30
パフォーマンス指標		
EC8	商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図と影響	63-67

項 目	指 標	掲載ページ
【環境】		
マネジメント・アプローチ		
目標		32, 33
方針		31-32
組織の責任		
研修および意識向上		34
監視およびフォローアップ		35
パフォーマンス指標		
EN1	使用原材料の重量または容積	36
EN3	1次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	36
EN4	1次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	36
EN8	水源からの総取水量	36
EN11	保護地域内、あるいはそれに隣接した場所および保護地域外で生物多様性の価値が高い地域に所有、賃借、あるいは管理している土地の所在地および面積	45
EN12	保護地域および保護地域外で生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明	45
EN16	重量で表記する、直接および間接的な温室効果ガスの総排出量	36
EN17	重量で表記する、その他の関連ある間接的な温室効果ガス排出量	36
EN18	温室効果ガス削減のための取り組みと削減実績	37-40
EN19	重量で表記する、オゾン層破壊物質の排出量	該当なし
EN20	種類別および重量で表記するNOx、SOxおよびその他の著しい影響をおよぼす排気物質	42
EN21	水質および放出先ごとの総排水量	資料編に記載
EN22	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	44
EN28	環境規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	35
【労働慣行と公正な労働条件】		
マネジメント・アプローチ		
方針		55, 57
研修および意識向上		56, 57-58
監視およびフォローアップ		55, 58
パフォーマンス指標		
LA1	雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	56
LA7	地域別の、傷害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合および業務上の総死亡者数	57
LA10	従業員のカテゴリ別、従業員あたり年間平均研修時間	60
【人権】		
マネジメント・アプローチ		
方針		55
研修および意識向上		56, 58
監視およびフォローアップ		58
【社会】		
マネジメント・アプローチ		
方針		23
組織の責任		
研修および意識向上		22, 23
監視およびフォローアップ		22
パフォーマンス指標		
SO3	組織の不正行為対策の方針および手順に関する研修を受けた従業員の割合	23
SO4	不正行為事例に対して取られた措置	6
【製品責任】		
マネジメント・アプローチ		
方針		50
組織の責任		
研修および意識向上		50
監視およびフォローアップ		53-54
パフォーマンス指標		
PR3	各種手順により必要とされる製品およびサービス情報の種類とこのような情報要件の対象となる主要な製品およびサービスの割合	54

編集後記

2007年度も引き続き、経済、環境、社会の各分野におけるさまざまなCSR活動に取り組んできましたが、特にコンプライアンス推進特別委員会の5つの提言を受けた「社会への約束」を誠実に実践すべく「お客さま基点」の徹底と、「コンプライアンス重視」の風土づくりを最優先課題と位置付けて推進してきました。

こうした活動は、ひとえに、ステークホルダーの皆さまとの信頼関係を築き、良き企業市民としての社会的責任を果たす上でのボトムラインと認識しております。本リポートでは昨年度の主な活動を外部有識者との対談などを交えてわかり易く紹介することに努めてまいりました。

さらに将来に向けて、社会の要請や期待をより反映した活動を進めるために、第三者意見を谷本先生に執筆戴きました。その中では、より説明責任を果たす上で、「社会への約束」の実践について、具体的な取り組みの内容と成果について、もっと丁寧な情報開示を行うべきとのご意見をいただきました。この点は、今後、情報開示のあり方について追求し改善していきたいと考えています。

一方、近年の温暖化問題や途上国での貧困問題など、地球規模の問題に対する企業の役割が重視されている中、当社は、輸送機器メーカーとして本業を通じた活動や社会と共存するための貢献活動を積極的に取り組んできました。こうした活動も、「お客さま基点」や「コンプライアンス重視」の風土が根底にあってこそその活動と認識し、今後ともこの風土を大切に、そして確実に取り組み続けなければならないと考えております。

次年度のCSRリポートに向け、今回いただいた第三者意見やステークホルダーダイアログでの貴重なご提言を活かせるよう、着実な改善と情報開示の充実に努めていきたいと思います。また、皆さまからのご意見、ご感想もぜひお寄せくださいますよう、心からお願い申し上げます。

発 行 者：ヤマハ発動機株式会社 広報部
〒438-8501 静岡県磐田市新貝2500番地
編 集 者：ヤマハ発動機株式会社 CSR企画推進部
問合せ先：ヤマハ発動機株式会社 広報部
Tel.0538-32-1145 / Fax.0538-37-4250

FSC認証紙の採用について



ヤマハ発動機グループは、積極的に地球環境の保全に貢献するために、CO₂を吸収する森林の保全とその持続可能な利用のための森林認証制度を推進するFSC(Forest Stewardship Council=森林管理協議会)に賛同し、本リポートに「FSC認証紙」を採用しました。
「FSC認証紙」は、植林から保育・伐採のサイクルを適切に管理し、周りの生態系などにも十分配慮した森林の木材を原料とした用紙です。今後も、ヤマハ発動機グループではFSC認証紙と再生紙をバランスよく使用することで、CO₂の削減と資源の有効活用を図っていきます。