

ヤマハ発動機グループ CSR REPORT 2009



持続可能な発展をめざして



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>

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、本レポートに「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。



Mixed Sources
Product group from well-managed forests and other controlled sources
www.fsc.org Cert no. SGS-COC-2007
© 1996 Forest Stewardship Council



環境にやさしい大豆油インクを使用しています
Lit No. CSRJ200906-©A

■ 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、世界の国々を舞台として製造・販売しています。

■ 創 立：1955年(昭和30年)7月1日

■ 資 本 金：483億42百万円(2008年12月末現在)

■ 代 表 者：代表取締役社長 梶川隆

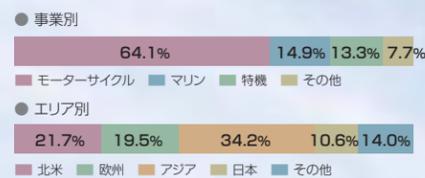
■ 従 業 員 数：ヤマハ発動機株式会社(単独)=9,396人(2008年12月末現在)
ヤマハ発動機グループ(連結)=49,761人(2008年12月末現在)



■ 売 上 高：連結決算=1兆6,039億円(2008年12月期)

単独決算=7,402億円(2008年12月期)

■ 売上構成比：連結ベース



■ 関 係 会 社：連結子会社=113社：国内31社/海外82社(2008年12月末現在)

持分法適用子会社=7社(2008年12月末現在)

持分法適用関連会社=26社(2008年12月末現在)

■ 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、ウォーターバイク、プール、和船、漁船、船外機、ディーゼルエンジン、四輪バギー車(ATV)、サイド・バイ・サイド・バイク、レーシングカート、ゴルフカー、汎用エンジン、発電機、ウォーターポンプ、スノーモバイル、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、車イス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。各種商品の輸入・販売、観光開発事業およびレジャー、レクリエーション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

※ 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ヤマハ発動機 Web サイト「企業・IR 情報」をご参照ください。

目 次

■ ヤマハ発動機グループのCSR情報開示について	04
■ ご挨拶	06
■ Close up 1：「お客さま基点」の製品開発	08
■ Close up 2：事業を通じた途上国支援	10
■ Close up 3：スポーツ振興財団を通じた取り組み	12

CSRの考え方と活動

■ 担当役員からのメッセージ	14
■ ヤマハ発動機グループのCSR活動に対する考え方	15
■ ステークホルダーへの取り組み実績と課題	16
■ 「社会への約束」の取り組み報告	18
■ 2008年のCSR活動報告	20

お客さま

● 活動推進者からのメッセージ	24
● お客さまの声を活かした品質づくり	25
● お客さまとの触れあい	26
● 安心と信頼のための店舗づくりとサービス	27
● サービスを支えるスタッフ育成	28
● 安全運転普及活動のグローバル展開	29

株主・投資家

● 株主還元方針と配当について	30
● 株主・投資家とのコミュニケーション	31

従業員

● 活動推進者からのメッセージ	32
● 多様な人が働く活力ある職場づくり	33
● グローバルな人材育成	34
● キャリア形成の支援/仕事と生活の両立支援	35
● 安全な職場づくり/心と体の健康のためのサポート	36

取引先

● 活動推進者からのメッセージ	37
● グリーン調達/サプライヤーからのメッセージ	38
● 緊急時への備え/公正な取引	39

地域社会

● 活動推進者からのメッセージ	40
● 将来を担う人たちの育成	41
● 環境意識を高める取り組み	42
● 交通安全普及/災害復旧支援	43

地球環境

● 活動推進者からのメッセージ	44
● 2008年の計画と実績	45
● CO ₂ 排出量削減の取り組み	46
● 環境負荷物質削減の取り組み/生物多様性保全の取り組み	48
● 資源循環の取り組み/環境コミュニケーションの推進	49

■ 第三者意見/編集後記	50
--------------	----

お客さま

株主 投資家

従業員

取引先

地域社会

地球環境

ヤマハ発動機グループのCSR情報開示について

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」という企業目的のもと、グローバルに展開するあらゆる事業活動を通じて、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。

そうした企業活動をさまざまなステークホルダーの皆さまにご報告するために、当社グループでは2000年以降「環境活動報告書」を発行し、さらに2005年より持続可能な社会の実現をめざした「企業の社会的責任」をテーマとした「CSRレポート」に変更し、併せて内容の充実を図ってきました。

2009年は、さらに正確でリアルタイムな情報開示をめざして、本レポート(冊子)および当社Webサイトを活用して、CSRの考えや取り組み状況などについてタイムリーなご報告に努めています。

CSR活動の情報開示にあたっては、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・ガイドライン第3版(G3)」や、環境省の「環境報告ガイドライン2007年版」等を参考にし、当社独自のグローバルな視点で充実した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の皆さま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、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います。また、2007年に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」の取り組み経緯についても、2年間のまとめとしてご報告いたしました。

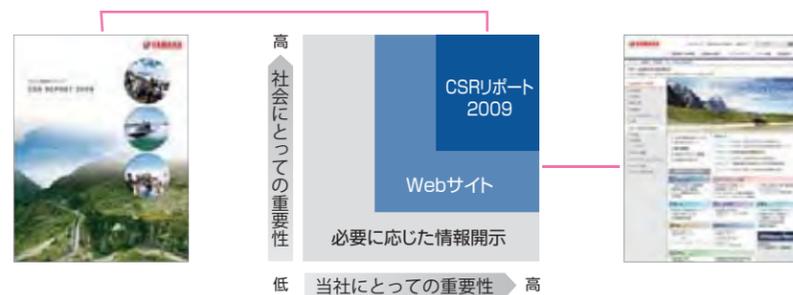
今後とも、当社グループは経営の透明性をさらに高め、さまざまなステークホルダーの皆さまへの説明責任を果たしていきたいと考えています。皆さまとの対話を重ねることで当社グループのCSR活動の継続的な改善に努めてまいります。

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だけの皆さまからのご意見やご感想をお寄せいただければ幸いです。

2009年6月

■ 情報開示の考え方

多岐にわたる当社CSR関連情報を、ステークホルダーの皆さまに、よりわかり易くご報告するため、社会にとっての重要性と当社にとっての重要性の観点から総合的に検討し、特に重要性が高いと考えられる事項をCSRレポートで報告すると共に、それ以外の情報は網羅性を考慮し、Webサイト等を通じての情報開示に努めています。



■ 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を基本としますが、活動ごとに対象範囲を明記しました。

■ 対象期間：2008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む)

■ 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しました(一部、表組み等では略称として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ました。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)や(社)などの略称を用いました。

■ 前回発行：2008年6月

■ 次回発行：2010年6月頃

本レポートおよびWebサイトで開示しているCSR情報の項目

ヤマハ発動機Webサイト CSRトップページ
<http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/csr/index.html>

■ トップメッセージ	社長からのご挨拶
■ 2008年活動クローズアップ	「お客さま基点」の製品開発 事業を通じた途上国支援 スポーツ振興財団を通じた取り組み
■ CSRの考え方と活動	担当役員メッセージ ヤマハ発動機グループのCSRに対する考え方 ステークホルダーへの取り組み姿勢 「社会への約束」の取り組み報告 リスクマネジメント/コンプライアンス <ul style="list-style-type: none"> 内部通報制度 内部統制監査 安全保障貿易管理 コーポレートガバナンス Web
■ お客さま	活動推進者メッセージ 品質方針 お客さま対応/サービス 安全運転普及活動
■ 株主・投資家	株主還元方針と配当 情報開示とIR活動
■ 従業員	活動推進者メッセージ 人事方針 多様性を活かした職場づくり 人材育成/キャリア支援 仕事と生活の両立支援 職場の安全衛生
■ 取引先	活動推進者メッセージ 購買取引基本方針 グリーン調達 サプライヤーとのパートナーシップ <ul style="list-style-type: none"> 安定供給の確保 公正な取引、法令遵守

■ 地域社会	活動推進者メッセージ 社会貢献活動方針 社会貢献活動の事例 <ul style="list-style-type: none"> 将来を担う人たちの育成 地球環境の保全 交通安全普及 地域社会の課題 従業員によるボランティア活動の事例 Web
■ 地球環境	活動推進者メッセージ 環境活動の方針 2008年の計画と実績 環境マネジメント Web <ul style="list-style-type: none"> 環境経営の推進体制 環境マネジメントシステム 環境内部監査 環境経営のコスト オフィスでの削減 CO ₂ 排出量削減の取り組み <ul style="list-style-type: none"> 製造段階での削減 物流段階での削減 製品での削減 環境負荷物質削減の取り組み <ul style="list-style-type: none"> 製造段階における取り組み (PRTR制度、REACH規制への対応) 資源循環や使用量削減の取り組み <ul style="list-style-type: none"> 部品物流での取り組み 製品における3R (リデュース、リユース、リサイクル) 生物多様性保全の取り組み 環境コミュニケーション グループや各工場の環境データ Web
■ CSRレポート	CSR情報の開示について 第三者意見 GRIガイドライン対照表 Web 過去の発行物 Web ※PDFダウンロード

[Web](#) はWebにのみ情報開示

多様な“価値の創造”を通して 持続可能な社会の発展に貢献します

2008年、ヤマハ発動機グループは、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』として発表しました。

そのフェーズ1として2008年から2010年までの3ヶ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、新たな一歩を踏み出しました。

2008年12月期は連結売上高1兆6,039億円(前期比8.7%減)、営業利益484億円(同61.9%減)、経常利益

589億円(同58.0%減)、当期純利益19億円(同97.4%減)で着地いたしました。

大変厳しい結果となりましたが、お客さま、株主、お取引先、従業員をはじめ、多くのステークホルダーの皆さまのご理解とご支援を頂きましたことを心より御礼申し上げます。

ご承知のように、米国サブプライム問題に端を発した100年に一度といわれる未曾有の世界不況は当社グループをも直撃し、昨秋以降、想定をはるかに超える急激な変化

に見舞われており、経営計画の軌道修正を進めています。

今後の需要動向につきましては、引き続き厳しい状況が予想され、いずれの事業・地域も予断を許さない状況に置かれています。

“ピンチはチャンス”と捉え競争力強化

当社グループでは、これまでの上昇基調から一転し、しばらくは耐えるような施策が圧倒的に多くなると考えられます。現在の厳しい経営環境においては、現状をしっかりと認識し、取りうる施策は全てやりとげる姿勢と実行力を大切にし、迅速にこれらの課題に対処してまいります。

すでに徹底した経費・投資の削減を図るとともに、「ものづくり体制」の構造改革や、将来のための基盤技術強化などに取り組んでいます。

私たちは、現在のこの局面(ピンチ)をチャンスと捉え、原点に立ち返り、スリムで効率的な企業体質を再構築し、将来に向けた競争力ある企業をめざしています。

「社会への約束」を誠実に実践

CSR(企業の社会的責任)の観点からは、2007年4月に社外有識者で構成されたコンプライアンス推進特別委員会の提言を受け、「社会から信頼され模範となる企業風土づくり」を社会の皆さまにお約束しました。

この約束を当社グループの最優先のCSR課題と位置づけ、全社を巻き込んで展開しました。2年間で必要な体制や仕組みづくり、さらに教育研修の充実などを進め、着実に成果が上ってきたものと実感しています。

今後は、これまでの取り組みを継続し、着実に定着させ、変化する社会の要請や期待に対する感度の高い企業風土づくりをめざしています。

長期的な視点に立って“価値創造”を

地球温暖化が進行し、エネルギー、水資源、生物多様性などの環境・資源問題が世界レベルで深刻化している中で、輸送機器メーカーの社会的責任としても、これらの課題に対応することが求められています。

私たちは、グローバルに事業展開する企業として、こうした社会的課題に対する認識をさらに高め、当社グループの強みを活かした活動を進めてまいります。

先に触れた長期ビジョン『Frontier 2020』では、長期的にありたい姿を「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」と示しました。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、これを中心に顧客・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。

これまでも当社グループでは、「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、多様な価値の創造に努めてきましたが、今後もこの姿勢を大切にして感動創造企業として持続可能な社会の発展に貢献していく所存です。

最後に、本レポートをご覧いただくことを通して、ステークホルダーの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、本レポートに対する忌憚のないご意見をお聞かせいただけましたら幸いです。皆さまの変わらぬご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

ヤマハ発動機株式会社
代表取締役社長

梶川 隆



社会環境の変化をとらえ お客様のニーズに応える製品開発

「お客さま基点」の製品開発

期待に応え、 豊かなライフスタイル実現に貢献したい

「楽しみながら健康維持をしたい」、「環境に配慮したものを選びたい」といった志向をもつ人たちが増えていることもあって、ここ数年、電動ハイブリッド自転車への関心は高まる一方で。さらにガソリン価格高騰の影響もあって、2008年7月に発売した「PAS Brace(パスペイス)」は、数ヶ月間も供給が追いつかなかったほどの大きな反響を頂きました。ヤマハPASに限らず、ヤマハ製品に対してはお客さまから強い期待やご要望を寄せていただくことが多いのですが、PAS事業推進部で毎年実施しているお客さまアンケートでは、高い回収率だけでなく、回答以外にもご要望が綿々と綴られているケースがよくあります。そのなかの「もっとカッコいい電動自転車が欲しい」「もっとスポーティに走れるものが欲しい」というメッセージに応えることができたのではないかと嬉しく思っています。

一方、自転車協会による一般対象の意識調査では、電動ハイブリッド自転車への認知が90%を超えていながら機能性への理解は数%という結果もでており、社会への浸透という点では発展途上にあると認識しています。しかし、自転車にもモーター



PAS事業推進部 企画・営業グループ
鹿嶋 泰広

サイクルにもない独自の特徴をもち、モビリティ機会をより広い層に提供できるという、電動ハイブリッド自転車をもつ社会的価値は、さらに増してきていると感じています。

今後も、メタボ対策などの健康維持に役立つという点や、移動の必要性や楽しさと環境への配慮の両立といった社会的な課題に対しては、今以上にお客さまのニーズが高まってくることが予測されます。常にお客さまの期待がどこにあるのかを敏感に探り、それに応える価値(商品/サービス)の提供に努めることで、豊かなライフスタイル実現に役立ちたいと考えています。

■ 電動ハイブリッド自転車「PAS」開発の背景

ヤマハ発動機は、1993年に「世界初製品」として小型モーターとバッテリーを搭載した電動ハイブリッド自転車「PAS(パス)」を発売しました。

自転車のメリットをもちながら、坂道や向かい風、荷物を載せている状況でも快適な移動が可能で、女性やシニア層の方にとってもハードルが高くない乗り物、という開発コンセプトの背景には、1980年代から表面化していた、省エネルギーをはじめとする「地球環境問題」や高齢化という「社会問題」に対し、モビリティに関わるメーカーとしてどう応えていくか、という課題認識がありました。

■ 社会環境の変化やお客さまニーズの把握

ヤマハPASの当初のお客さまは、シニア層や子供をもつ主婦層といった、電動アシストによる恩恵をもっとも受ける層が中心でした。続いて、通学に使う学生や都市部の通勤者、さらに環境意識の高まりによる官庁や自治体、企業による業務での使用へと拡がりました。

さらに、近年では、便利さ、快適さや環境への負荷軽減だけでなく、健康維持に役立つものを、というニーズも増えてきています。一方、都市部でのモーターサイクル駐輪禁止エリアの増大といった社会環境の変化もあります。

こうしたなかで、お客さまの使用状況やその変化に日々接している販売店からの情報、年1回の頻度で継続的に実施している購入者のアンケート、試乗会でのヒアリングやお客様相談窓口寄せられる声などを通じて、従来の製品ラインナップにはない、趣味として楽しめるタイプの電動ハイブリッド自転車を望んでいる層の存在が大きくなってきていることもわかってきました。

■ 「期待」を知り、その深層に応える製品開発

こうした電動ハイブリッド自転車を取り巻く環境、ニーズの変化を受けて「PAS Brace(パスペイス)」の開発をスタートしました。具体的な商品コンセプトの決定や細かな仕様の選定においては、想定メインユーザー層である30~40代男性を対象としたグループインタビューや、販売店へのヒアリングが大きな役割を果たしています。

そこでは、「人間感覚を最優先した操作性」、「スポーティな走行性能」、「スタイリングの美しさ」といったお客さまの期待が浮かび上がってきていました。電動ハイブリッド自転車でも「お客さまが望むライフスタイルの実現に役立つこと」——まさに「PAS Brace」は、「お客さま基点」のもとで開発が進められた製品なのです。



開発プロジェクトチームの中心メンバーと「PAS Brace」



1



2

1. 「PAS Brace」の開発・発売後に実施したアンケートは、今後の製品改良や新製品の企画に活かしている
2. ヤマハPASの主要なお客さまの一つである子供を持つ主婦層を対象に実施している試乗会では、今後のための意見収集とともに、安全で適正な使用方法についての認知向上にも取り組んでいる



修理・修復の技術を教育することで「MOTTAINAI」の思想を伝承

事業を通じた途上国支援



海外市場開拓事業部
第3開拓部 経済協力グループ 津守 克平

いつまでも大切に使用いただくために

そもそも私が15年以上も前に関わったプロジェクトのフォローだったので、今回のモーリタニアに対する財団法人海外漁業協力財団の拠点整備事業*は、それで、私が再びモーリタニアに足を運び、事前調査をしてきたわけですが、それにしても、実際に市場を見て驚きました。あの時、現地の漁業従事者の要望を聞き入れながら、設計し建造したビーチランディングカヌー（BLC）が、ボロボロになりながらもどこの浜でも現役として使われていたのですから。潮にまみれたまま灼熱の浜辺に置かれ、過酷な漁で酷使されたBLCは、いずれも艇体が破損し、エンジン部品が磨耗しトラブルに見舞われたりしていましたが、それでも彼らは不便や苦勞をしながら何とか騙し騙し漁に出ていたのです。

約15年前に当社が70隻のBLCを納品した際、私たちが彼らに最低限のメンテナンスを教育していたからこそ、今まで使いこなすことができたのですが、いかんせん部品や材料を購入する資金が無いので、こうした状況に甘んじていたわけです。今回のプロジェクトで完全にフォローができたわけではありませんが、なんとか窮状を救うことができました。

ものを作る人間には、基本的な感性として「できるだけ長く使ってほしい、壊れても補修していつまでも使ってほしい」という気持ちがありますが、今回のプロジェクトに関わって改めてその気持ちを強く意識しました。ワンガリ・マータイさんではありませんが、私たちの活動を通して少しでも『MOTTAINAI』の言葉の意味を理解していただければ幸いです。

■ 海外市場開拓事業部の発展と経緯

ヤマハ発動機は、1955年の創業から3年目にメキシコに初の海外現地法人を設立しています。以来、サービスマンやセールスマンやエンジニアが直接市場に出向いて情報収集を行うとともに、お客さまの期待を超える製品を開発してきました。1970年代は各国の沿岸漁業開発支援に奔走し、1977年に途上国での沿岸漁業開発支援のための海外プロジェクト室を発足、1991年に現在の海外市場開拓事業部を設立しました。未開拓・未成熟市場のお客さまにヤマハ製品とサービスを提供するとともに、事業を通じて現地の生活改善や発展に貢献しています。

■ 海外漁業協力財団の支援プロジェクトに参加

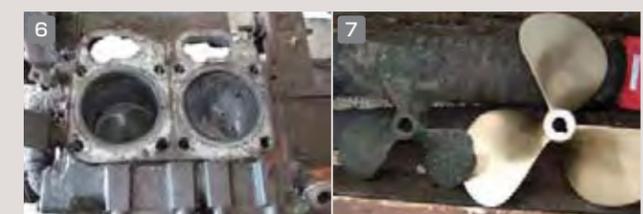
今回の漁船と搭載エンジンの修理修復業務は、モーリタニア漁業省からの援助依頼による財団法人海外漁業協力財団のプロジェクトのひとつです。15年以上前に納入した漁船は、モーリタニアの中でも特に貧しい沿岸漁業従事者に供与されており、タフな漁業で傷みながらも大掛かりな修理ができないままに、不便で不効率な漁業を強いられていました。当社では1年前からコンサルタント会社による事前調査、故障状況の把握、修理方法の提案や部品選定を全面的にバックアップ、2名の本社スタッフが現地拠点のサービスマンの協力を得るなかで漁船と搭載エンジンの修理修復業務を行いました。



今回の修理・修復プロジェクトはモーリタニアの首都ヌアクショットの北に位置する5つの沿岸漁村を駆け巡った

■ 同時に技術移転のための教育も実施

今回のプロジェクトでは、90kmの海岸線に点在する5つの沿岸漁村で43日間の長丁場にわたる修理修復業務を行いました。そのほかにも20名の現地漁業従事者・関係者に対して技術移転のための教育を実施しました。日常点検や整備、資機材管理方法の指導を行い、地域へのノウハウの伝承を通して貴重な技術交流を果たすことができました。



1. 破損したまま漁に使われている船体をチェックする漁業省のスタッフ
2. 川崎章（ポート事業部）が担当した艇体修理修復作業は、時として砂嵐が襲う炎天下での作業となった
3. ほとんどの漁村で見られた船体の破損
4. 破損部をFRPで補修積層し、サンディングしてゲルコート塗布して修復

5. エンジンの修理修復作業は、一基一基を分解して不良部品の交換と各部調整を行った
6. 取り外したエンジンを分解した状態
7. 酷使したプロペラ（左）は新品の2/3のサイズに磨耗していた

*財団法人海外漁業協力財団が実施している水産関連施設の修理およびメンテナンス技術の移転を目的とした拠点整備事業。当社はその一部を請負いプロジェクト参加している。

スポーツ振興の事業活動を通じて 「挑戦する心」の尊さを社会に

スポーツ振興財団を通じた取り組み

社会にとって有用な、 たくましい人材を育てたい

公益財団法人「ヤマハ発動機スポーツ振興財団(YMFS)」は、ヤマハ発動機の創立50周年事業の一環として2006年11月に設立されました。設立から丸2年を経た現在の状況をマラソンに例えたとしたら、スタートの号砲を聞いてトラックをぐるりと1周し、これから真の力が試されるロードの戦いへと飛び出す時のランナーにも似た心持ちです。

YMFSの設立にあたって、私たちは「スポーツを通じて、夢の実現にチャレンジする人を応援する」という基本的な活動のビジョンを定めました。ここで言う「チャレンジする人」の定義は、何もトップアスリートだけに限りません。競技レベルや競技種目、そして選手や指導者、または審判といった立場にかかわらず、夢を抱き、高い目標を掲げ、それを乗り越えるために情熱を燃やすその「心」を応援したいと考えたのです。

残念ながら現在の日本の社会は、将来を担う若者たちにとって、「挑戦する心」を抱きにくい環境にあるように感じます。仮に



公益財団法人ヤマハ発動機スポーツ振興財団
事務局長 岸川 善次郎

そうした「心」を若者たちが持っていたとしても、実行に移すことが難しい社会と言えるかもしれません。しかし、人と違う行動をとることが「恥ずかしい」「不安」という価値観の中からは、社会にとって有用なたくましい人材は育たないと考えています。チャレンジスピリットの喚起を目的としたさまざまな事業活動を通じて、夢を持つこと、そして挑戦することの尊さを社会に発信し続けることこそ、私たちの使命であると考えています。

■ YMFSスポーツチャレンジ助成事業

「YMFSスポーツチャレンジ体験／研究助成」は、スポーツを通して自己の夢の実現に向けてチャレンジする個人・団体を支援する助成金交付制度です。平成20年度は、第2期生・25件に対し、合計2,706万円の助成金を交付しました。また、「YMFS国際スポーツ奨学金」は、スポーツの普及・振興にかかわる学問・研究に取り組む国内外の留学生を対象とした奨学金制度です。平成20年度は、第2期生・6名に対し、合計720万円(1年分)の奨学金を交付しました。こうした助成対象者の中から、アスリートとして北京パラリンピックのメダリストが誕生し、また研究者では国際的な学術誌に論文が掲載されるなど、それぞれの夢を実現したチャレンジャーが生まれました。

■ ヤマハ発動機スポーツ振興財団 スポーツチャレンジ賞

「ヤマハ発動機スポーツ振興財団スポーツチャレンジ賞」は、平成20年度から新設された表彰制度です。「功労賞」はスポーツ振興への長年にわたる貢献や先駆的な過去の実績に対して、「奨励賞」は今後のスポーツ界に大きな影響が期待される極めて高い成果をあげたチャレンジに対して贈られます。平成20年度の「功労賞」は高校柔道部の監督として40年間にわたり熱心な指導を行い、その後、金メダリスト2名を含む複数のオリンピック選手を輩出した指導者に対して、また「奨励賞」は北京パラリンピックの金メダリストをはじめ、複数の世界的なプレーヤーを指導した車いすテニス日本代表コーチに対して、それぞれメダルと賞状、賞金が贈られました。



■ YMFSセーリング・チャレンジカップ IN 浜名湖

ジュニア世代におけるセーリングスポーツの最高峰「YMFSセーリング・チャレンジカップ」は、毎年、春休みの期間を利用して静岡県・浜名湖で開催されています。第16回大会となる2008年の大会は、北海道から九州まで17クラブ、62名のジュニア選手が出場し、各地で日頃培ってきたセーリングの技術を競いました。同大会は、競技力向上ばかりに偏ることなく、心身両面におけるジュニア世代のセーラーの育成を目的として運営され、全国各地で活躍する選手や指導者の交流の場としても機能しています。また、マリンスポーツの振興事業としては、ジュニアヨットスクール葉山を運営している他、全国14のヨットスクールと提携(2008年現在)し、マリンスポーツの裾野拡大を図っています。



1. 「世界記録の樹立!」「殻をやぶる!」など、それぞれの意気込みを書き込んだフラッグを囲む第2期生の皆さん
2. 平成20年度「功労賞」は旭川南高校柔道部元監督の中野政美さん、「奨励賞」は車いすテニス指導の第一人者である丸山弘道さんに贈られた
3. 第16回大会での熱戦の様子は、新たな試みとして陸上と海上から撮影を行い、この映像を編集したDVDも教材として配布した

社会からの信頼を基盤に 事業活動を通じたCSRへ

代表取締役 常務執行役員 内山 徹雄

■ 社会からの信頼回復に努めた2年間

創業以来、当社はさまざまな製品やサービスを通じて社会に貢献してきましたが、さらなるCSR(企業の社会的責任)の推進強化のため、2006年に専任組織を設置しました。

折しも、産業用無人ヘリコプターの不正輸出容疑・輸出管理体制に関わる経済産業省の行政指導を教訓として、全社のコンプライアンス体制を抜本的に見直し、社会からの信頼回復に努めることが当社にとって最優先のCSR課題でした。

以来この2年間は「コンプライアンス推進特別委員会」の提言を受け、「社会から信頼され模範となる企業風土づくり」を社会の皆さまにお約束し、必要な体制や仕組みの整備、教育研修の充実などを、全社を巻き

込みながら着実に進めていくことができたと考えています。今後は、これまでの取り組みを企業風土として定着させるよう活動を継続していきます。

■ 事業活動を通じたCSR

昨年来、100年に一度といわれる未曾有の世界不況の中、この厳しい経営環境を乗り越え、将来の成長をめざすためには、企業活動の原点、社会的責任の原点に立ち返った行動のあり方を再認識することが重要です。

当社は創業以来「社訓」に「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掲げています。

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、併せてこの目的実現のため「経営理念」を制定し、「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」の3つの目標を定めました。お客さまはもとより従業員、社会に対する課題を明確化し、世界のステークホルダーから信頼される企業をめざしたものです。

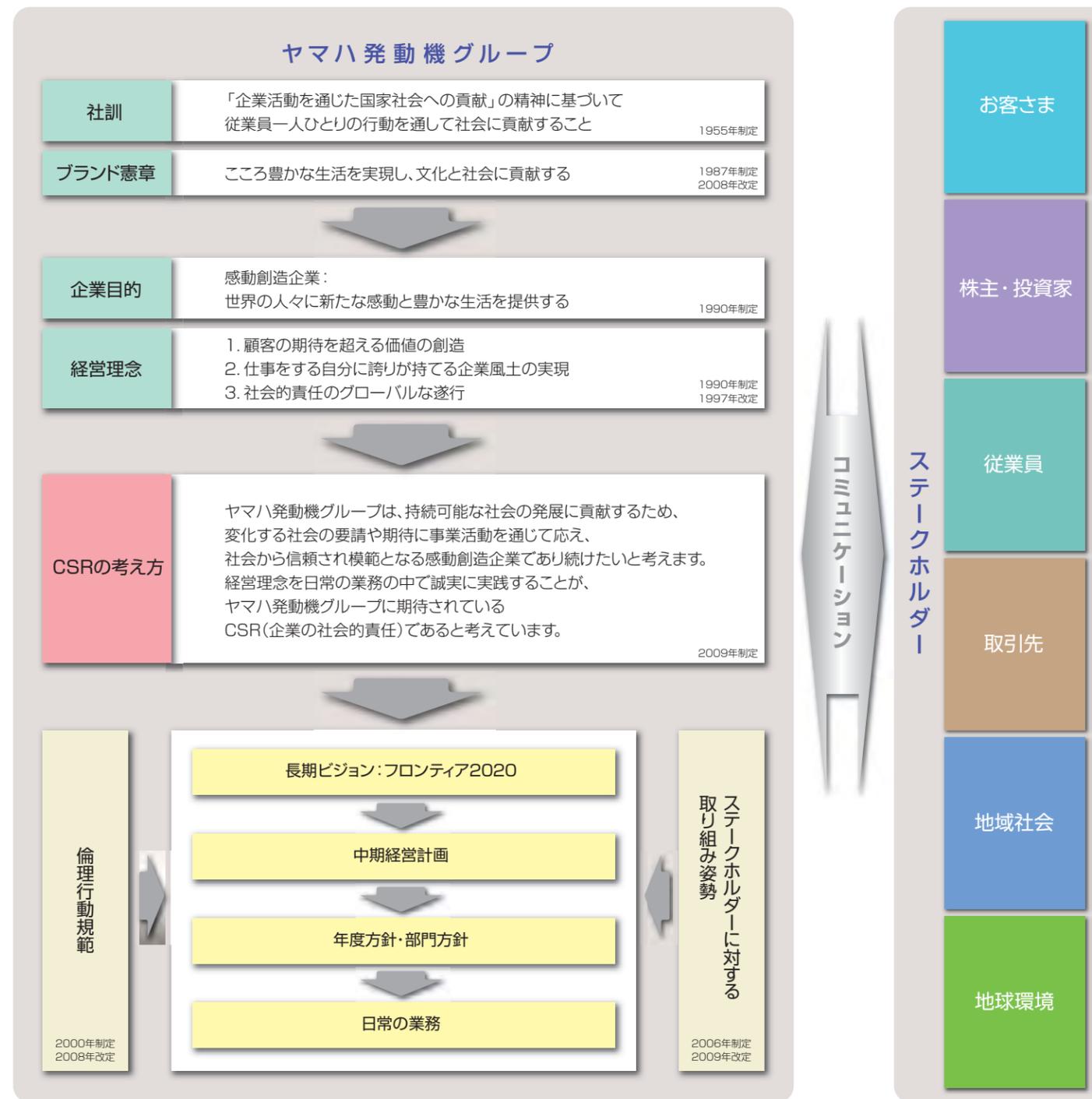
こうした「経営理念」を日常の業務を通じて誠実に実践することが、当社グループに期待されているCSRを果たすことであると考えています。

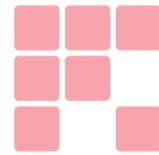
■ グローバル企業としての社会的責任を認識

グローバルに活動する企業として、また輸送機器を製造する企業として、地球温暖化に代表される環境問題をはじめ、当社グループに期待される社会的責任は大変大きいものと認識しています。

世界各地の社会において、事業活動を通じてその責任を誠実に果たすことにより、社会の持続可能な発展に貢献していきたいと考えています。

ヤマハ発動機グループのCSR活動に対する考え方





ステークホルダーへの取り組み実績と課題

ヤマハ発動機グループは、国内外の法令並びにそれらの精神を遵守し、公正かつ誠実な事業活動を行うと共に、オープンなコミュニケーションを通じて、ステークホルダーの皆さまとの健全な関係の維持・発展に努めます。

	ステークホルダーに対する取り組み姿勢	2008年の課題	2008年の主な実績(事例)	掲載ページ	2009年の課題
お客さま	<ul style="list-style-type: none"> ● 私たち(ヤマハ発動機グループ)は、世界の人々の感動と豊かな生活の実現に貢献するため、「お客さま基点」のもと、お客さまのさまざまな期待に応える革新的かつ安全で高品質な製品とサービスを提供します。 ● 私たちは、お客さまに製品に関する有益な情報をわかり易く提供します。 ● 私たちは、お客さまをはじめ事業活動に関わる全ての人々の個人情報保護の徹底に努めます。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「お客さま基点」の製品開発 ■ 「お客さま基点」のものづくり 	<ul style="list-style-type: none"> ■ PASプレイスの開発 ■ グローバルトレーニングセンター ● インドネシア 	P8.9 P25	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「お客さま基点」の製品開発 ■ 「お客さま基点」のものづくり
		<ul style="list-style-type: none"> ■ お客さまの満足のための活動 	<ul style="list-style-type: none"> ■ サービス活動の展開 ● YTA(ヤマハテクニカルアカデミー) ■ お客さまとの触れ合い ● 中国YESキャンペーン 	P26~28	<ul style="list-style-type: none"> ■ お客さま満足のための活動
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 安全運転教育の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 安全運転教育の推進 ● タイでYRA(ヤマハライディングアカデミー)の開所 	P29	<ul style="list-style-type: none"> ■ 安全運転教育の推進 ● 中南米での活動充実など
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業を通じた途上国支援 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業を通じた途上国支援 ● モーリタニアの漁業支援 	P10.11	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業を通じた途上国支援
株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> ● 私たちは株主利益のため、適切な経営行動に基づく長期安定的な成長を通じた企業価値の向上をめざします。 ● 私たちは株主および投資家に対して、事業・財務状況と成果の適時かつ適正な開示を行います。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内外の株主・投資家とのコミュニケーション 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内外の株主・投資家とのコミュニケーション ● 決算説明会の実施(4回) ● 発表資料掲載 ● 決算説明会動画のWeb配信 ● 海外投資家向けIRロードショー(4回 欧州・米国など) 	P30.31	<ul style="list-style-type: none"> ■ IR活動等による会社業績/活動の理解推進 ● 決算説明会 ● Webサイトでの情報開示 ● 海外投資家向けIRロードショー ● 投資家カンファレンス参加
従業員	<ul style="list-style-type: none"> ● 私たちは、従業員一人ひとりの尊厳、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、ビジネスパートナーとして、チームワークを大切に、活力あふれる企業風土を形成します。 ● 私たちは、従業員に対し公正な労働条件を提供し、安全かつ健康的な労働環境を維持・向上するよう努めます。 ● 私たちは従業員との相互信頼のもとに、誠実な対話と協議を通じ、従業員と会社がお互いに繁栄するよう努力します。 ● 私たちは、均等な雇用機会を提供するとともに、従業員の多様性を認め、その一体感の確保に努力します。 ● 私たちは、倫理的な行動を促す企業風土を育て、全ての人々の人権を尊重し、いかなる形であれ、児童労働、強制労働は行いません。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 個人と会社が高めあう人材育成と多様な人材登用(ダイバーシティ) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 多様な人が働く活力ある職場づくり ● 人事処遇制度の改定と周知 ● 定年後の再雇用制度の拡充 ● 障がい者雇用機会の拡大 ● セルフバリューチャレンジ ● 社員意識調査 ■ グローバルな人材育成の取り組み ● グループ会社での取り組み ■ キャリア形成の支援 ● キャリア支援室設置 	P33~35	<ul style="list-style-type: none"> ■ 多様な人が働く活力ある職場づくり ■ コミュニケーションを高めチームワーク強化のための活動 「1万人の対話作戦」の推進 ● 「ひと声運動」 ● カジュアルトークデー(職場懇談会) ● 社員意識調査など ■ グローバルな人材育成の取り組み ■ キャリア形成の支援 ● キャリア支援室の活動など
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 仕事と生活の両立支援(ワークライフバランス) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 仕事と生活の両立支援 ● 育児・介護支援制度の充実 	P35	<ul style="list-style-type: none"> ■ 仕事と生活の両立支援 ● 短時間労働制度の実施
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 安全な職場づくり 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 労働災害低減の取り組み ● OSHMSグループ会社への展開(インドネシア) ● 安全管理者、監督者研修 	P36	<ul style="list-style-type: none"> ■ 安全な職場づくり ● OSHMSのグループ会社への展開 ● 階層別教育の充実
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 心と体の健康づくりをサポート 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 健康づくりイベント ● ウォーキングイベントなど ■ メンタルヘルス教育 ● 管理監督者、海外駐在員、他 	P36	<ul style="list-style-type: none"> ■ 心と体の健康づくりをサポート ● メンタルヘルス教育
取引先	<ul style="list-style-type: none"> ● 私たちは、サプライヤーや販売店などの取引先を尊重し、相互信頼に基づき、公正・公平な取引を維持し、長期的視野にたった、相互繁栄の実現に取り組みます。 ● 私たちは、取引先の選定にあたっては、国籍や規模に関わらず広く世界に門戸を開き、総合的な評価に基づき決定します。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 公正な取引のための活動 ■ 調達方針にCSRの考え方を補強 ■ グループ会社、サプライヤーを含めたBCPの推進 ■ 二輪車販路における「エコパートナー」ショップの展開 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全社適正取引推進活動 ■ 調達方針にCSRの考え方を補強 ■ サプライヤーに対する当社CSR活動の説明会 ■ 地震復旧訓練の実施(課題の抽出と対応) ■ 「エコパートナー」ショップ認定(日本96店) 	P37~39 P39 P39 Web	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全社適正取引推進活動の継続 ■ 業界動向を踏まえたCSR調達方針の見直し ■ サプライヤーに対する活動継続 ■ グループ会社、サプライヤーを含めたBCPの推進 ■ 二輪車販路における「エコパートナー」ショップの展開(日本)
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> ● 私たちは、各国の文化・慣習を尊重し、企業市民として、社会との調和に努めるとともに、納税、雇用創出、モビリティ創出と安全、地域社会支援等を通じて、健全な地域社会の発展に貢献します。 ● 私たちは、事業活動を行うあらゆる地域において、地域社会とともに豊かな社会づくりをめざし、社会貢献活動を推進します。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 将来を担う人たちの育成 	<ul style="list-style-type: none"> ■ スポーツを通じた支援 ● ベトナムサッカー大会支援など ■ ヤマハ発動機スポーツ振興財団の活動支援 	P41 P12.13	<ul style="list-style-type: none"> ■ 将来を担う人たちの育成 ● アセアンカップの継続開催など ■ ヤマハ発動機スポーツ振興財団の活動支援
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 地球環境の保全 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 環境シンポジウム2008の開催 	P42	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地球環境の保全
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 交通安全普及の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域社会での交通安全教育の推進 	P43	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域社会での交通安全教育の推進 ● 青少年を対象とした安全教育の推進
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域社会の課題に対する活動 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中国・四川大地震での復旧支援 	P43	<ul style="list-style-type: none"> ■ 従業員のボランティアマインドの啓発
地球環境	<ul style="list-style-type: none"> ● 私たちは、地球と共に生きていることを自覚し、地球温暖化防止や生物多様性の保全など、「人と自然の調和」をめざした活動に取り組み、幅広く社会と連携・協力を図ります。 ● 私たちは、事業活動による環境負荷の最小化と環境保全に努めるとともに、安全でクリーンな技術の開発を進めることにより、環境と経済が両立し、かつ社会のニーズを満たすサステナブル・モビリティの実現をめざします。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 環境活動の推進と体制充実 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「グループ環境マネジメント認証制度」の推進 ■ ISO14001推進組織を職制単位に変更 	Web	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「環境ビジョン2020」検討 ● CO₂長期削減計画など ■ 「グループ環境マネジメント認証制度」の推進 ■ 内部監査員の充実
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 温室効果ガス削減: 売上高当り1.5%削減/年 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 温室効果ガス削減: 売上高当り2.4%削減/年 	P46.47	<ul style="list-style-type: none"> ■ 温室効果ガス削減: 売上高当り1.5%削減/年
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 環境負荷物質の削減: VOC40%削減 	<ul style="list-style-type: none"> ■ VOC排出量の削減: 製品単位面積あたり39%削減 ■ REACH規制の予備登録実施 	P48	<ul style="list-style-type: none"> ■ VOC排出量の削減: 製品単位面積あたり46%削減 ■ 製品含有化学物質の調査の仕組み詳細決定
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 資源循環と資源保護の取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 3R推進 ● 軽量化モデルの開発/FRPのリサイクル ■ 製品リサイクル推進(日本) 	P49	<ul style="list-style-type: none"> ■ 3R(リデュース、リユース、リサイクル)推進 ■ 製品リサイクル適正処理システム推進(日本)
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 生物多様性保全の取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 施設建設予定地にて、季節ごと4回、環境(生態系)アセスメントを実施 	P48	<ul style="list-style-type: none"> ■ 生物多様性保全の取り組み継続
		<ul style="list-style-type: none"> ■ エコマインドの醸成と環境コミュニケーション 	<ul style="list-style-type: none"> ■ エコポイント制度の導入 	P49	<ul style="list-style-type: none"> ■ エコポイント制度の参加者前年比20%増

「社会への約束」の取り組み報告

2007年4月に「コンプライアンス推進特別委員会」の提言を受け、同年5月に社会の皆さまに「社会から信頼され模範となる企業風土づくり」を約束し着実に推進してきた活動は、現在もおおぐらう社を含めて展開しています。ここでは、推進役のCSR企画推進部長の杉本と社外委員として参画していただいた江上節子氏から、これまでの取り組み経過や今後の課題をご報告いたします。

会社の内側と外側を再確認した提言から2年

CSR企画推進部 部長 杉本 典彦



当社は、2007年の産業用無人ヘリコプター不正輸出容疑および輸出管理体制に関わる行政指導を契機に設置した「コンプライアンス推進特別委員会」の提言を受け、「社会から信頼され模範となる企業風土づくり」を社会の皆さまに約束しました。この提言は当社のコンプライアンス体制や活動を抜本的に見直す起点になったものです。私自身もこの議論を通じて、変化する社会の要請や期待に対する感度の大切さ、そしてこれに誠実に対応することこそ、お客さまや社会からの信頼を得る基盤であることを再認識しました。まさにコンプライアンス、CSRを再認識し、会社の内側と外側を再確認した取り組みだったと考えています。

■ 全社で推進した浸透活動

この2年間では、①コンプライアンス最優先の経営姿勢の明示、②職場で抱える具体的なリスクを反映するための社員参画、③より自律的・主体的な行動を促すこと、などを中心に倫理行動規範を改定しました。また、浸透活動の基本に戻り、行動規範を上司がまず理解し、社員に説明するなど、上司自ら率先垂範を実践してきました。関係者の真剣な取り組みにより着実に浸透してきたと感じます。並行してコンプライアンス教育の強化

を図り、重要なリスクを具体的に管理するマネジメントシステムの再構築、危機管理体制の見直しなども着実に進めてきました。

■ 課題は組織風土としての定着

今後の課題は、①リスク管理の実効性をより高め、②海外拠点などへ面的な広がりをもたせ、③コンプライアンスを組織風土として定着するための活動継続にあると考えています。またこの取り組みを通じて、社会の要請や期待に対するセンシビティ（感受性）の高い組織になることをめざしています。一方でコンプライアンス、CSRは規制、遵守を超えた企業の誠実性やポジティブな側面が大切だと思います。昨年来の世界的な不況下、厳しい経営環境にありますが、この取り組みを着実に継続し、当社らしい、自由闊達でポジティブな組織風土づくりを通じて当社の競争力につなげていきたいと考えています。

「いきいき」とした組織文化がCSRの原点

リスク・コンプライアンス委員会 社外委員 江上 節子 氏
(早稲田大学大学院/公共経営研究科客員教授)



産業用無人ヘリコプター不正輸出容疑問題を契機に、ヤマハ発動機のインナーに入り調査した時、社員の皆さんは初めて直面する容疑と捜査と報道への困惑は大きいものの、製品に対する情熱、事業に対する使命感、企業人としての職業倫理に、いささかも揺るぎはありませんでした。しかし、近年の売上高の急速な伸びに対応する社内体制と整備は、必ずしも十分にキャッチアップできているとは言えず、「コンプライアンス推進特別委員会」として出した直言は、真摯に受け止められました。「ピンチはチャンス」として、企業価値を持続的に高めていくための投資として、徹底的にコンプライアンスの推進に取り組むことを決意した企業姿勢は、大いに評価できるものと私は考えています。

■ コンプライアンス優位の経営判断と着実な運動

リスクとコンプライアンスを統括する会議体を社長直轄に設定し、実効性のある有機的な機能に高め、CSR企画推進部による全社縦断活動により、ヤマハ発動機グループのコンプライアンス教育が推進されました。とくに多くの企業でも、中間管理職のコミットの希薄さが指摘される中、ヤマハ発動機は、カスケード方式の研修を通じて、管理職自身がコンプライアンスの実行リーダーになるべく、地道な行脚を続けました。

私自身も、インドネシア、ベトナムの現地法人、関連会社、製造工場を回りましたが、その成果はグループ全体に徐々に浸透し始めていることを実感しました。

■ 複雑化する社会のルールに敏感に

コンプライアンスの道のりは、完成というゴールはなく「絶えず、いつも」なのです。企業環境を取り巻く法制的改正、その解釈規定の変化、それは、グローバルな社会変動も踏まえて、今日、刻々と進行しています。変化の激しい時代に対する感覚を磨く努力は今後いっそう求められます。また、ヤマハ発動機においては、売上げの9割が海外市場で達成されるという特異な構造を持っています。国内部門の社員が、市場の感覚と乖離を生じやすい状況にあることは、リスクのひとつとして位置づけておいたほうが良いでしょう。ただ、コンプライアンスの徹底が企業の優れた文化を衰退させるような結果をもたらしては意味がありません。社員一人ひとりが「いきいき」として、自己の成長と企業の発展を統合させていくことが真のCSR活動の原点なのです。

5つの提言および「社会への約束」の内容		2007年の取り組み	2008年の取り組み	2009年の課題
「お客さま基点」を徹底するため 企業統治を強化	「お客さま基点」に立ち、役員・幹部にネガティブ情報がかかる仕組みを強化。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 ・独立社外取締役の選任、取締役と執行役員の役割を明確化 ・コンプライアンス重視の経営姿勢を社内に周知 ・ネガティブ情報が経営トップに速やかに報告される仕組みと風土の醸成	■ 独立社外取締役の選任 ■ コンプライアンス推進特別委員会提言報告会を開催し、課題を共有・臨時部長会(国内子会社の社長を含む) ■ リスク情報の報告基準の策定とRC委員会での定期報告 ■ コンプライアンス重視の経営姿勢を周知	■ コンプライアンス最優先の経営姿勢を周知(年頭挨拶・方針説明会・社内報など) ■ RC方針説明会(グループ方針を周知)	■ ネガティブな情報も経営トップに速やかに報告される、風通しの良い風土をめざした取り組みを継続 ■ 重要課題の共有促進 ・RC拡大会議(本部長、国内子会社社長)
リスクを合理的に管理するため 専門委員会の機能を強化	リスク・コンプライアンス(RC)に関わる専門委員会の責任権限を明確にし、強化。その決定事項を着実に実行に移していく体制整備 ・グループ全体のリスク管理とコンプライアンスを推進するため、社外有識者も参画する「リスク・コンプライアンス(RC)委員会」を設置 ・個別テーマに関わる専門委員会の責任権限の明確化と強化 ・「RC委員会」での決定事項を着実に実行するため、下部組織として担当役員を議長とし、コーポレート各部門長で構成する推進会議を設置	■ 社長を委員長とし、社外委員も参画したRC委員会設置(3回開催) ■ 実行組織として推進会議設置(月次開催) (重要リスクの管理責任体制の明確化) ■ コンプライアンスリスク含む重要リスクの洗い出し・評価 ■ リスクマネジメントシステムの見直し ■ 緊急時対応(危機管理体制)の見直し	■ RC委員会(3回開催) ■ 推進会議(月次開催) ■ リスクマネジメントシステム(RMS)導入 ■ 緊急時対応マニュアル運用開始 ■ 法令改正情報サービス運用開始	■ リスク管理の実効性向上 ■ 一人ひとりが社会の要請や期待に対するセンシビティ(感受性)を高める活動を継続
責任ある対応を推進するため 組織風土を抜本的に改革	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、一人ひとりが常にお客さま、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む ・部門長を推進リーダーとする職場レベルでのコンプライアンス教育 ・各階層別のコンプライアンス教育を充実すると共に、重要法令に関連する部門を対象とした教育研修の強化 ・「人と組織の活性化」をテーマとした組織風土改革の推進	■ コンプライアンス教育研修の強化(より現場リスクを反映した教育研修) ・役員(執行役員以上対象)・基幹職・監督職(1,630名参加) ・CCSアカデミー職場研修(延べ11,000名参加) ■ 部門別法令研修の継続 ■ 倫理行動規範の見直し	■ コンプライアンス教育研修の継続 ・役員研修(執行役員以上対象)・基幹職・監督職(1,752名参加) ・CCSアカデミー職場研修(延べ24,000名参加) ■ 倫理行動規範を職制を通じて周知徹底(国内子会社含む) ・基幹職(1,313名参加)・職場説明会(18,445名参加) ■ コンプライアンス管理規程改訂	■ コンプライアンス教育研修の継続 ■ 規制遵守の視点から、一人ひとりが常に「お客さま基点」や「社会の物差し」で判断・行動する風土づくりのための取り組みを継続 ■ コミュニケーションをテーマとした社内活性化運動の展開(1万人の対話作戦)
コンプライアンスの機能を強化	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む ・主要PC項目のマネジメントを各コーポレート部門の重要なミッションと位置づけ、各部門にてPDCAサイクルを構築し、スタッフの育成強化を推進 ・内部通報制度の機能強化と社内への周知促進による実効性の向上 ・各国・地域での法令・社会規範の遵守を徹底するための倫理行動規範の見直し	■ 内部通報制度(コンプライアンスホットライン)の周知と制度改定 ・社外(弁護士)窓口開設 ・相談案件、匿名受付 ■ リスク統括部門の体制強化(CSR企画推進部13名体制)	■ コンプライアンスグループホットライン開設(国内29社対象) ■ 倫理行動規範をグループ会社へ展開着手 ・国内子会社策定完了(29社)・海外子会社策定着手 ■ RMSをグループ会社へ導入着手 ・国内子会社(29社導入)・海外子会社(24社導入)	■ グループ会社での着実な整備・定着とサプライチェーンへの展開 ■ 倫理行動規範のグループ会社への展開継続 ・海外子会社(22社)策定 ■ RMSをグループ会社へ導入拡大 ・海外主要子会社(21社導入)
監査機能を強化	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・強化を進める ・監査役を支援する体制の強化 ・内部監査部門の体制強化 ・地域統括機能の整備を通じたグローバルな監査体制の強化	■ 監査役との定期的情報交換継続(内部監査部門他主管部門) ■ 中期監査方針策定(グローバル体制) ■ 内部監査部門体制強化(7名体制)	■ 監査役との定期的情報交換継続(内部監査部門他主管部門) ■ 年度監査計画に基づく監査実施 ■ 内部監査部門体制強化(20名体制)	■ リスク主管部門と内部監査部門との連携強化

2008年のCSR活動報告

リスク・コンプライアンスのグループ展開

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管理(PDCA)を推進し重要なリスクの未然防止を図っています。2008年には近年の社会情勢などを反映し、グループ共通の管理手法として、RMS(リスクマネジメントシステム)および緊急時対応(危機管理)マニュアルを再整備しました。

これにより、コンプライアンスなどに関わる不祥事や災害、事故など重要なリスクの未然防止と早期発見、さらには発現時の迅速・的確な対応を図るとともに、部門やグループ各社でのリスク管理のバラツキを是正し、グループ全体での統合的なリスクマネジメントをめざしています。また、社外有識者が参加したリスク・コンプライアンス委員会(委員長:社長)は、環境や労働関連などのCSRに関連したテーマも視野に入れて、グループ全体の重要なリスクの管理状況をモニタリングしています。

グループリスクマネジメントの具体的展開として、2008年はヤマハ発動機および国内子会社全社へ導入し、海外子会社24社でも運用を開始しました。今後は未導入の海外子会社への展開と合わせ、重要なリスクに関わる管理の実効性、効率性の観点から継続的な改善を行ってまいります。

さらに、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、調達本部、総務部、安全

保障貿易管理本部、コーポレート品質保証部、広報部等が主管となって、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。2008年は、27項目にわたる教育研修に対して延べ41,670名が参加したほか、Eラーニング研修も延べ27,948名が受講しました。

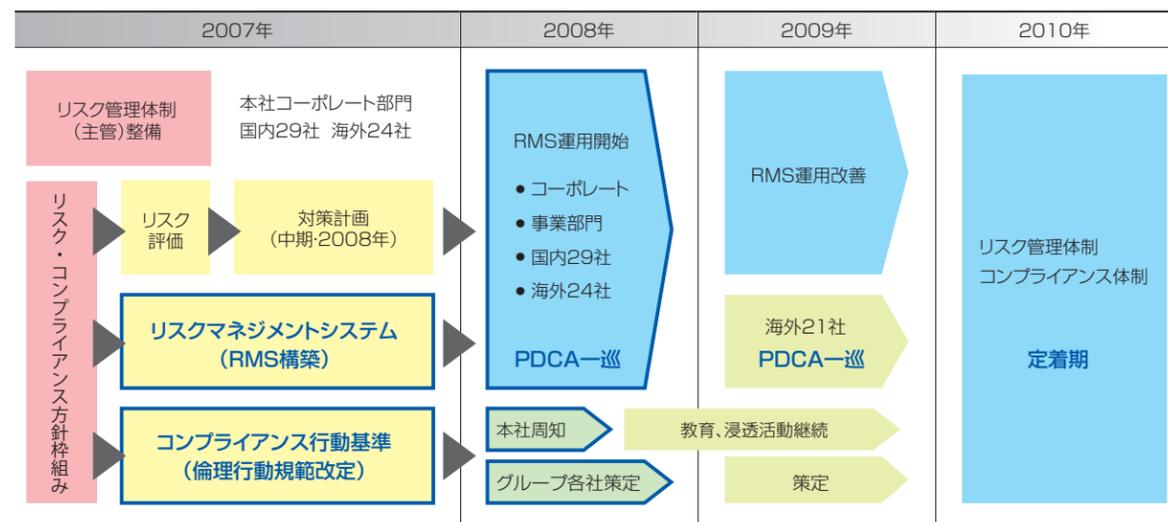


コンプライアンス所属長研修



法令研修

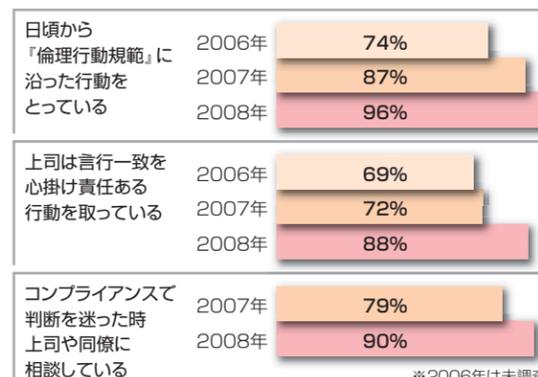
■ ヤマハ発動機グループ展開の大日程



コンプライアンス意識調査

ヤマハ発動機では、2008年に実施した教育研修のモニタリングとして、本社のほか、国内グループ会社から無作為に抽出した役員に対するアンケート調査を実施しました。(回答数1,841名)

なお、本調査の結果や意見などは、コンプライアンス研修やリスク対策などに活用しています。



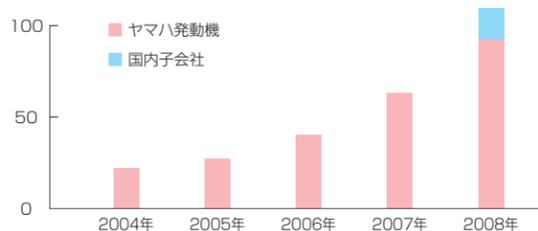
内部通報制度の周知徹底

ヤマハ発動機では、従業員が「倫理行動規範」に違反する行為を見つけた場合の通報やコンプライアンス全般に関わる相談・問い合わせのために、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ハラスメントホットラインを設置し、違反行為や不正行為の早期発見と未然防止の徹底を図っています。

2008年は、倫理行動規範の周知徹底や教育研修のさらなる強化により、職場に気づきの行動が増え、相談・問い合わせの件数が増加しました。

制度の充実のため、2007年の社外窓口(弁護士事務所)設置に続き、2008年は国内子会社の従業員も対象としたホットラインに拡大し運用を開始しました。

■ ホットラインでの報告・相談・問い合わせ件数



3年間の活動での意識変革、そして行動改革へ

「コンプライアンス塾」主宰
中村 葉志生 先生
株式会社ハリウッドカンパニー
代表取締役



この3年間のヤマハ発動機におけるコンプライアンスの取り組みを通して感じる社員の変化・会社の変化は、以下の3点に集約される。

- ① コンプライアンスという言葉は特別な言葉であったが、コンプライアンスが日常言語となっている
- ② 自分だけの知識にとどまっていたが、気づき、話せる雰囲気醸成されつつある
- ③ コンプライアンスは他人事であったが、自分ごととしてコンプライアンスを捉えている

以上のことは、コンプライアンスが一人ひとりの仕事の土台となり、その共有・共感が広がり、日常業務の中で実践されてゆく過程である。また、コンプライアンスの意識と知識が行動へと昇華されつつあると捉えることもできる。醸成された意識と習得された知識は、よりよい行動へと結びつかなければならない。コンプライアンスは意識改革ではなく行動改革である。

これからも、コンプライアンスは行動であるとの自覚をもって、グローバルな視点での知見を広げつつ足元の行動を大切に活動する活動を望んでいる。

ヤマハ発動機が世界的な不況の中においても怯(ひる)むことなくコンプライアンスに取り組むのは、不況下においてこそ不祥事は発生しやすいというリスクへの対応と一人ひとりに自信と誇りを失わせないためのコンプライアンスの取り組みであることを自覚しているからこそ期待している。



コンプライアンス 基幹職・監督職研修

CCSアカデミーで職場改善に取り組む

ヤマハ発動機では、会社の方針や考え方を従業員一人ひとりのものにするための「CCSアカデミー」の機会を使い、コンプライアンスに関する従業員の意識向上と行動を推進する活動に取り組みました。

2008年は、延べ24,085名(前年比216%)の従業員が参加して、全ての職場でコンプライアンスに関わる1,203項目の職場チェックを行いました。各職場における身近なコンプライアンスの問題についての意見交換を通して、継続的なチェックと改善活動を展開しました。

また、安全保障貿易管理の研修では、職場毎の業務に合わせた具体的な事例を交えて、貿易管理の社内手続きを学びました。

なお、「CCSアカデミー」は2009年からスタートした「1万人の対話作戦」へ引き継がれています。



各部門ごとに開催したCCSアカデミー

内部統制監査

ヤマハ発動機の内部統制監査部は2004年9月にCSR監査準備室として3名のスタッフで発足し、2005年には「内部監査基本規程」を制定、監査を開始しました。

2006年に初めて海外拠点の監査を実施、2007年には内部統制監査部に改称し、2008年にはスタッフを20名まで増員して14件の監査を実施しました。

内部統制監査部は、独立した社長直轄の内部監査部門として位置付けており、モニタリング部門と連携した監査体制の強化を図っています。

ミッションは『グループにおける経営の諸活動全般にわたる統制活動を、独立にして客観的な立場から点検・評価し、その結果をマネジメントに正しく報告し、改善のための助言・提案を行うことによって企業価値の向上に寄与する』ことと定めています。

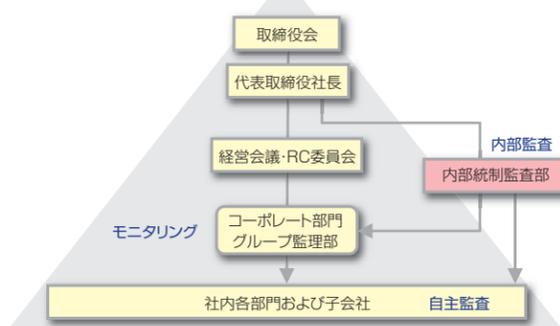
また、監査対象領域としては、①コンプライアンス、②財務報告の信頼性、③資産の保全、④組織体の

リスクマネジメントシステムの有効性、の4領域を優先的に定めており、リスク評価に基づいて年度監査計画を展開しています。

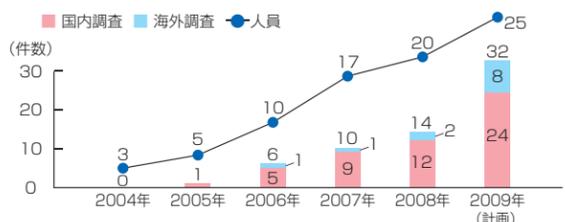
2009年は、人員を25名体制にまで強化し、国内、海外合わせて32件の監査を計画しています。さらに、J-SOX適用開始に伴い、財務報告の信頼性および海外拠点の監査強化を計画しています。

また、監査品質については、
①外部評価、内部評価に基づいた監査手続きの改善、
②監査資格取得の奨励による監査スタッフのレベル向上、の2つの活動を推進することにより、トータルの監査品質向上を図り、信頼される内部統制監査部への飛躍をめざしています。

■ 内部統制監査部の位置付け



■ 内部統制監査部における監査件数と人員の推移



安全保障貿易管理の徹底

ヤマハ発動機グループでは、グローバル企業として「外国為替及び外国貿易法」等の関連法規を遵守し、リスク管理の視点に立った安全保障貿易管理を実施しています。

具体的には、該非判定・取引審査・内部監査・社内教育等、経済産業省が望ましいとしている9つの条件を満たした社内規程に沿って、再発防止とともに貿易管理のPDCAが確実に回るように努めています。

特に、社員一人ひとりの意識の向上に重点を置き、積極的な外部の資格取得を通して社内教育に活用しています。2008年は、(財)安全保障貿易情報センター主催の実務能力認定試験に、Expert 4名、Legal Expert 5名、Associate 82名(累計142名)が合格しました。

また、同年8月には、当社は経済産業省より「一般包括輸出許可証」および「一般包括役務取引許可証」を

再取得いたしました。今後も、「社会から信頼され模範となる企業」をめざして、安全保障貿易管理の維持・向上を着実に実行していきます。



Expert 認定証と当社認定バッジ



(財)安全保障貿易情報センター主催の実務能力認定試験の合格者

ブランドマネジメントの展開

ヤマハ発動機グループでは、2008年にヤマハ株式会社とヤマハ発動機で制定した「YAMAHAブランド憲章」をもとに、企業目的「感動創造企業」の実現に向けた、新たなブランドビジョン体系を策定しました。

これはヤマハ発動機が創業以来、大切にしてきた価値観を「コアバリュー」、お客さまに約束する価値を「ブランドプロミス」、経営理念にうたっている「お客さま“働く人”“社会”に対してのありたい姿を「ブランドビジョン」として制定したものです。

このブランドビジョンの中にある、「きらりと光る、憧れ・誇り・共感」のブランドになるため、また、仕事をする自分自身に誇りが持てる企業風土の実現に向けて、社内向けの新たなブランドスローガン「Be the One.」*を、2008年7月1日の創立記念日に掲げました。

ブランド価値を高める活動のスタートにあたって、職場にポスター「Be the One.」を掲示し認知を高め、イントラネットや社報による啓発をすすめました。現在は、社内浸透活動(キャラバン)の展開、さらにトータルYAMAHAのブランド価値向上の視点で、ヤマハ発動機*「きらりと光る誇りのブランド」の意味

機ならびにヤマハ株式会社による、合同ワーキンググループ活動も実施しています。



イントラを活用した啓発

社報でのキャンペーン



ヤマハ株式会社とのワーキンググループ

『お客さま基点』を合言葉に 期待を超える“価値創造”をめざす

製品保証本部 コーポレート品質保証部長 杉山 明久



いった趣味の領域から、通勤通学や荷物の運搬といった生活に欠かせない道具としての領域まで、用途は多岐にわたり、国や地域によっても考慮すべき基準や対応すべき規制が異なっている場合が多いのですが、いずれにしても「お客さま基点での判断」が最優先されることに違いはありません。

そして、その判断の際に必要な不可欠、かつ貴重な情報源となっているものが、販売会社や販売店、お客様相談室などを通じて集まってくる、実際にお使いいただいているお客さまからの評価や要望などです。私たちは、それらを最大限に活用し、企画開発の段階からサービスに至るまで、「お客さま基点」での検証・改善による品質向上を続けています。

2008年に私たちは、品質保証における「お客さま基点」のさらなる強化をめざした品質マネジメントシステム(品質への取り組み方)の充実と、お客さまの声をさらに活かした品質づくりに取り組みました。

私たちは品質保証には近道も終わりもなく、常に全社員が品質の強化・充実の努力を続けなければならないと考えています。グローバル経済が大きく変動し、その影響を強く受けている状況ではあっても、地道で継続的な取り組みを続けることで、より満足度の高い製品をお客さまにお届けできるように努めていきます。

ヤマハ発動機の企業目的「世界の人々に新たな感動と豊かな生活をj提供する」の実現にあたっては、製品の品質が大きな役割を担っています。まず製品が「優れた品質を持っていること」が確かな基盤として必要であり、そのうえで期待を超える価値を提供することが、お客さまの感動、豊かさの体験へとつながっていきます。したがって私たちは、品質とはお客さまとの関係をより密に続けていくことによって高められるものであると考えています。

ヤマハ発動機の製品の多くはモビリティ(=人やモノの移動)に関わるものです。乗ること自体を楽しむと

ヤマハ発動機グループの品質基本方針

ヤマハブランド憲章の精神に則り、豊かな『感性』を尊重し、お客さま基点に立ち高品質主義、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、常にお客さまに安心と信頼、そして感動を提供する

品質基本方針を達成するための行動指針

- 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

お客さまの声を活かした品質づくりのために

ヤマハ発動機に寄せられるお客さまからのご意見・ご要望は、製品やサービスへの期待の表れであり、一つひとつに対する誠実な対応が、お客さまの満足度を高め、ヤマハへの信頼につながると考えています。

そして、お客さまの製品への評価や使用状況を知り、品質改良や将来の製品づくりに活かすために、販売店やグループ会社のサービス関連部署を通じて集められる情報とともに、お客様相談窓口寄せられた声を情報共有し、サービス対応の強化に取り組んでいます。

例として、日本のお客様相談窓口では、国内のお客さまからの問い合わせ・相談を日々受けるなかで、製品・サービスの改善の必要性もしくはその可能性があると判断された内容については、お客さまのご要望・ご意見と窓口の判断を関連部署に連絡し、また製品の改良やサービスの改善、Webサイトや販売店を通じたお知らせなどの実施を確認することで、対応の強化を行っています。

ヤマハ発動機グループの製品に関する問い合わせ先については、Webサイトでご覧いただけます。
<http://www.yamaha-motor.co.jp/faq/contact/index.html>

世界各地のお客さまに、同品質のものづくりを提供するために

近年のグローバル化の進展にともない、全世界の生産拠点における技術、技能レベルの標準化が大きな課題となっています。これまで当社が培ってきたものづくりのための有形無形の資産を、海外拠点においても若い世代に継承していくことが、「ヤマハの品質」をこれからもお客さまに提供していくためには不可欠と考えています。

ヤマハ発動機は、2008年11月、世界各地におけるものづくり技術の標準化と人材育成を目的とした生産技術者教育施設「グローバルトレーニングセン

ター」をインドネシアに開所しました。この施設には、大会議室や教室などの座学エリア、溶接・機械加工・組立・塗装・完成検査などの訓練を行う実技エリアなどを備えており、インドネシアでの新規採用者の教育を皮切りに、タイやベトナムといった周辺国からも研修生を受け入れ、世界共通のカリキュラムに沿った教育を実施しています。

今後も、ものづくり人材のレベル向上に取り組んでいきます。



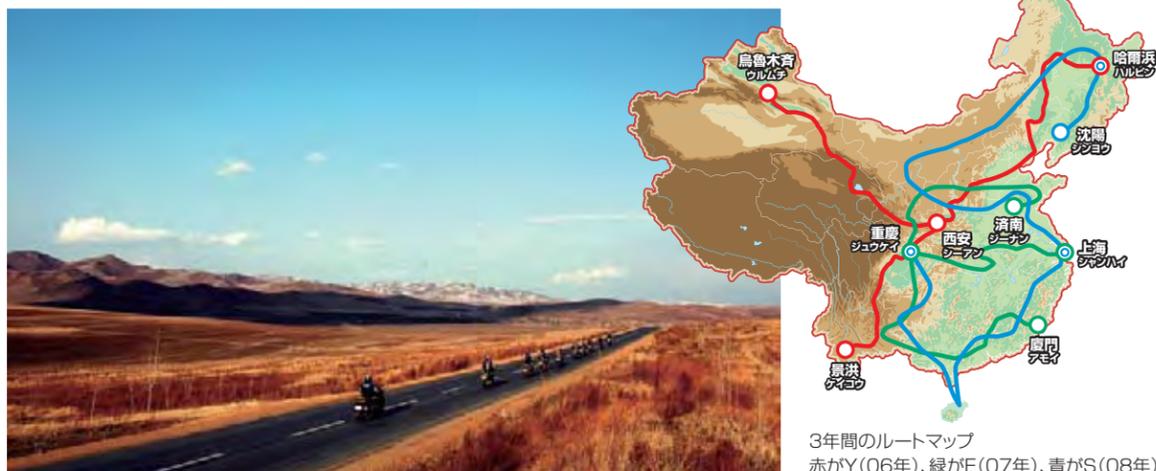
グローバルトレーニングセンター



「セオリーの理解」と受講生自身による「気づき」のための訓練



中国全土57,000キロを舞台にお客さまとの触れあい



3年間のルートマップ
赤がY(06年)、緑がE(07年)、青がS(08年)

中国におけるヤマハ発動機の現地法人YMSMでは、2006年から2008年までの3年間にわたり、中国史上最大規模のバイクツーリング「YES!ラリー」を実施しました。広大な中国の大地にヤマハ製バイクの轍(わだち)で「Y(06年)」「E(07年)」「S(08年)」の3文字を描くというスケールの大きなこのラリーでは、3年間で地球1周半にも相当する57,000キロを走破して、各地のお客さまとの交流を深めました。

バイクの年間総需要が1,000万台ともいわれる中国市場ですが、その多くは人々の生活や業務を支える実用車として活躍しています。しかし、日常の移動や運搬に欠かせないパートナーとして深く生活に根付く一方で、バイクの保有台数が増えるに従い交通事故も増加傾向にあり、使用者のルールとマナー向上が社会的な課題としてクローズアップされるようにもなりました。

こうした背景の中で「YES!ラリー」は、整然と隊列を組んで各地を旅しながら、立ち寄る先々で地域の警察やヤマハ販売店と協力しながら、安全運転の啓発

活動を積極的に展開しました。

「交通ルールを守ろう!」「運転マナーを心掛けよう!」というラリー隊の呼びかけに賛同した人々には安全運転宣言を行っていただき、その数は3年間で119,000名にものびました。

さらに、今回の「YES!ラリー」では、経済成長著しい沿岸地域の都市部だけでなく、内陸地域の農村部までくまなく訪問し、そこで暮らすお客さまの生活やヤマハ製品の使用実態、ヤマハ販売店におけるサービス体制の実態なども正確に把握することができました。3年間の「YES!ラリー」で蓄積した各種の生きた情報は、今後展開する“お客さま基点”のマーケティング活動に役立てられることになっています。

ラリーの名称に冠せられた「YES!」は、YAMAHAブランドとともに広く人々の心の中に残すことができ、「さすがだね!」といった評価に加えて、安全運転普及やツーリングをする楽しさを伝えるなど、モーターサイクル文化の醸成を図ることができました。



地域のヤマハ販売店では、大勢のお客さまがラリー隊の到着を待ちかまえて熱烈歓迎
YMSM = Shanghai Yamaha Jianshe Motor Marketing Co., Ltd.

白バイを先頭に模範ライダーとして市街地をパレードするラリー隊

農村部の小中学校も積極的に訪問、児童に対して交通安全教育を実施

安心と信頼のための店舗づくりとサービス



展開中の店舗マスター(CADイメージ)

新VIを採用した店舗(インドネシア)

ヤマハ発動機グループでは、お客さま満足を高めるために、お客さまとの接点を大切にする取り組みを行っています。

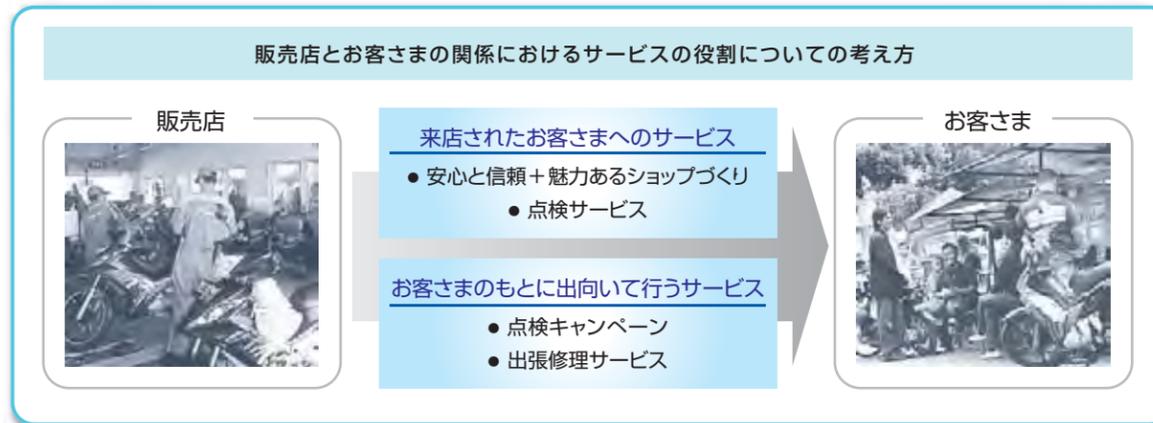
アセアン地域や中南米をはじめとする世界各地では、2007年に改定されたVI(ビジュアル・アイデンティティ)の導入により店舗の刷新をスタートしています。定期点検やメンテナンスのために訪れたお客さまに作業の様子を見ていただいたり、快適にお待ちいただけるスペースを設置するとともに、作業ロスやミスを未然に防ぐ効率的かつ充実した設備や工具を備えたサービススペースの設置を進めています。

また、店舗が近くにないお客さまに対しては、適切なメンテナンスの重要性を知っていただくことや安全に製品を使用してもらうために、地域の代理店や

販売店と共同で点検キャンペーンや出張修理サービスを実施しています。

店舗を訪れるお客さまへのサービスと、お客さまのもとに向いて行うサービス、そのどちらにおいても根底にある考え方は、「安心」と「信頼」を感じていただくことによって「お客さま満足」の向上をめざすというものです。

当社グループでは、店舗や設備の刷新、的確な接客マナーや十分な説明スキルを身につけるためのスタッフ指導、補修部品の供給体制の拡充といった、総合的なサービス向上への取り組みを、各地の状況や実態を考慮しながらグローバルに推進しています。





サービスを支えるスタッフの育成「ヤマハテクニカルアカデミー」

お客さまの満足のためには、最前線にいるディーラースタッフの対応・サービスの質向上に努め、安心と信頼をいただくことが欠かせません。ヤマハ発動機では、ディーラースタッフが新規購入から購入後の点検整備、さらに買い替えにいたるまでの全てのステージにおいて、必要とされる知識・技術・接客スキルを体系的に身に付けていくために、「ヤマハテクニカルアカデミー(YTA)」の導入をグローバルに推進しています。

YTAのプログラムは、広範囲にわたる知識を習得する座学と、製品の取り扱い方法や状況に応じたメンテナンス等の実地研修、検定試験で構成されています。また、マニュアルや教材は日本語・英語・スペイン語・フランス語・中国語・ポルトガル語の6ヶ国語が用意されています。

2008年の取り組み事例(ブラジル)



YMDB マリン事業
小野利彦

YTA導入の初期段階にあるブラジルの現地法人YMDBのマリン事業では、現地の公的機関SENAI(全国工業関係職業訓練機関)と相互連携し、YAMAHA認定ショップ/スタッフ数を増やすことでサービス全体の底上げを図るという方針で取り組んでいます。

YTAは、サンパウロに開設したトレーニングセンターに各地の代理店の代表者を集めて行うほか、YTAのプログラムを熟知したインストラクターが各地方に出向いてトレーニングを展開しています。



サンパウロのトレーニングセンターで実施されている実地研修と講義
YMDB = Yamaha Motor do Brasil Ltda.



サンパウロのトレーニングセンター

東西南北ともに約4,000kmという広大な国土や、都市と地方の経済格差に開きがあるというブラジルの状況下で、少しでも多くの人々にトレーニング機会を提供することに配慮しています。

今後は、モーターサイクル事業で展開しているYTAと連携して相乗効果を高めていくことや、職業機会の提供といった側面での地域社会への貢献にもつなげていきたいと考えています。

グローバルな安全運転普及活動の一環としてトレーニング施設を開所

ヤマハ発動機グループでは2004年から二輪車の安全運転普及活動をより積極的に推進していくため、それまでの活動を一本化し、グローバルに「ヤマハライディングアカデミー(YRA)」を展開しています。

プログラムは、安全普及、レース普及、製品普及の3つの要素を統合・体系化したもので、安全普及に関しては、各国の社会環境や交通環境、ユーザー事情に適合したカリキュラムのもとで活動を実施しています。

また、二輪車のみならず、ATVやウォータービークルの領域においても同様の取り組みを行っており、アセアン、中南米、中東、ロシア、アフリカなど、近年市場が急成長し、かつ安全運転についての指導や啓発教育が社会課題となっている地域においても活動を進めています。

タイの現地法人TYMでは、2008年8月、二輪車の安全運転を普及させるためのトレーニング施設を開所し、運用を開始しました。実技用のトレーニングコースのほか、大会議室やレクチャールーム、シミュレーターを備えた総合的なトレーニング施設で、当社グループにとって海外初の常設施設です。

タイでは、二輪車の交通事故件数が2004年以来、毎年7万件以上発生しており、社会的な課題となっています。TYMでは、25年前から継続的に二輪車の安全普及活動に取り組んできましたが、2005年からはタイ運輸局との共同により、各地で年間40~50回の安全運転講習を行うとともに、政府機関の公式テストの実施による運転免許資格証(免許証発行に必要な証明書)の

発行も行っています。

今後は、YRA施設の活用によって、お客さまの安全運転技能の向上と同時に、タイも含むアセアン地域のディーラーを対象とした、インストラクターの養成にも取り組み、安全運転普及活動の底辺拡大に努めていきます。



ヤマハライディングアカデミートレーニング施設



技術習得のために講習をうけるライダー



安全運転についての講義
TYM = Thai Yamaha Motor Co., Ltd.



危険を伴わずにさまざまな状況を体験学習するためのシミュレーター

持続的成長のための 「利益」と「価値」の創出をめざす

株主還元方針と配当について

ヤマハ発動機は、株主の利益向上を経営の重要課題と位置づけ、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。利益配分につきましては、配当性向を尺度として連結業績などを総合的に考慮しながら、長期的な視点に立った配当を基本方針とし、株主のご期待に応じていきたいと考えています。

中期経営計画 配当政策について

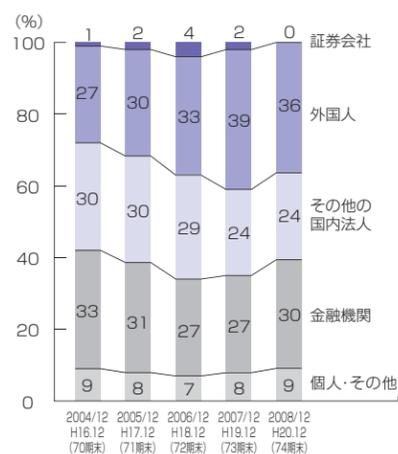
2008年2月発表の中期経営計画(2008年-2010年)につきましては、経営環境の大幅な悪化により見直すこととしました。新たな計画につきましては、適切な時期に公表する予定です。

配当および配当予想

現在は、極めて深刻な経営環境下にあると受け止めており、2008年12月期の配当金は前期比15円50銭減配の1株につき普通配当25円50銭(うち中間配当金20円50銭)といたしました。

また、2009年12月期の配当金につきましては、上述の経営環境のもと、今後の状況を見極めた上で、予想額の開示が可能となった適切な時点で速やかに開示いたします。

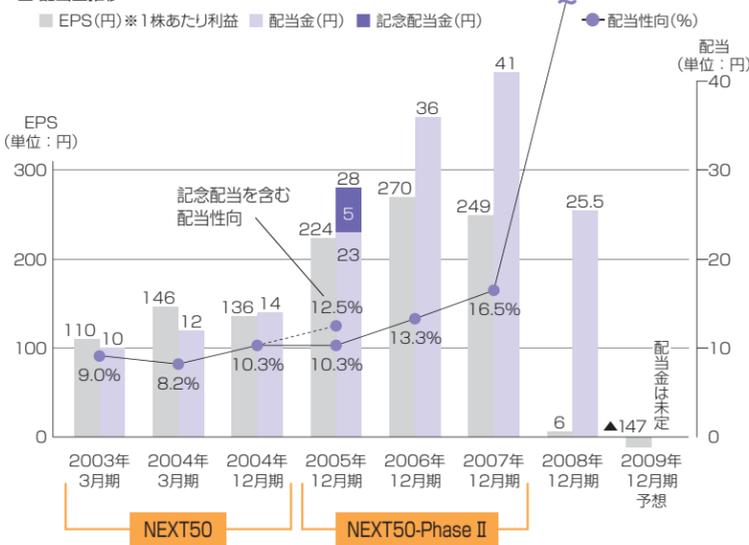
■ 持株比率の推移



■ 配当金

1株当たり配当金(円)	2008年12月期		
	中間配当金	期末配当金	年間配当金
	20.5	5.0	25.5

■ 配当金推移



注1: 2004年12月期は変則9ヶ月決算 注2: EPS=当期純利益÷期末発行済み株式数
 注3: 配当性向(%)=1株当たりの配当金/1株当たり当期純利益×100
 注4: 2009年12月期のEPS算出の株式数は2008年期末発行済み株式数(287百万株)を使用

株主・投資家との適時かつ適切なコミュニケーション

情報開示のポリシー

1. ディスクロージャーの基準

ヤマハ発動機では、東京証券取引所の定める適時開示規則に沿ってディスクロージャーを行っています。投資判断に影響を与える決定事項、発生事実、決算に関する情報が発生した場合、東京証券取引所から照会があった場合、すでに開示した重要な会社情報の内容について重大な変更、中止等が行われた場合に適時開示を行っています。

また、当社では、会社説明会での発表内容等、適時開示規則に該当しない情報についても、投資家のご要望に応えるべくできるだけ積極的かつ公平に開示する方針を定めています。

2. 情報の開示方法

適時開示規則に該当する情報の開示は、同規則に従い、東京証券取引所への事前説明の後、同取引所の提供する適時開示情報開示システム(TDnet)にて

公開しています。TDnetにて公開した情報は、当社Webサイトに速やかに掲載することとしています。

3. 将来の見通しに関して

当社では、東京証券取引所に提出する収益予想に加えて、機関投資家説明会や決算時の証券アナリスト説明会資料等、見通しに関する資料を提供する場合があります。

また、ニュースリリース、質疑応答、当社の発行する書面、Webサイト記載内容等には、現在の計画、見通し、戦略などが含まれる場合があります。これらの情報は、発表の時点で入手可能な情報に基づき当社の経営者が合理的と判断したもので、リスクや不確実性を含んでいます。実際の業績は、さまざまな要因の変化により大きく異なることがあり、影響を及ぼす可能性がある要因には、主要市場における経済状況および製品需要の変動、為替相場の変動などが含まれます。

個人株主向けWebサイトの充実

ヤマハ発動機では、すべての株主・投資家への公平な情報開示のために、情報の公開後、できるだけ速やかな当該情報のWebサイトへの掲載に努めています。

個人株主向け優待制度のなかで 社会貢献活動への寄付を実施

ヤマハ発動機では、12月31日現在の株主名簿(実質株主名簿を含む)に記載されている1単元(100株)以上を保有の株主を対象として株主優待を実施しています。選択肢の1つとして、株主1人あたり1,000円の社会貢献活動への寄付を用意しています。2008年には、ヤマハナイスライド募金に973,000円の寄付を実施いたしました。



詳細についてはWebサイトのIR情報セクション <http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/ir/index.html> をご覧ください。

掲載Webページ (財務に関するQ&Aの1項目として) <http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/ir/faq/index.html>

個人株主向けWebサイト <http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/ir/individual/index.html>

多様性を活かした 個人と会社が高め合う職場づくりを

執行役員 人事部長 橋本 義明



創業以来、ヤマハ発動機が追い続けていることは、製品を通してお客様の喜びや幸せ、さらには「感動」を生み出すことです。

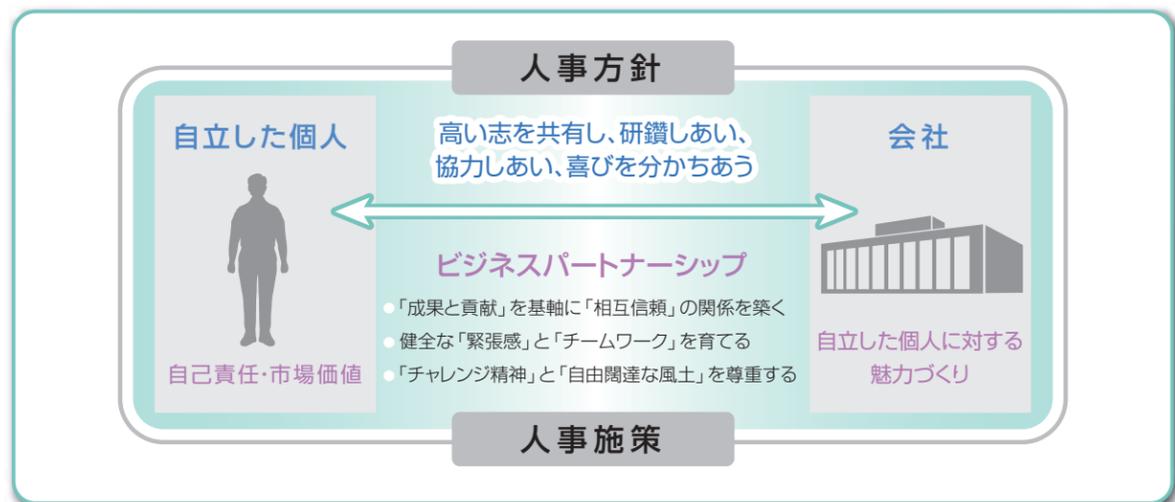
ヤマハ発動機グループでは、人事方針として、個人と会社が「高い志を共有し、研鑽しあい、協力しあい、成長しあい、喜びを分かちあえる」関係を築くことをめざしています。そうした一人ひとりの高い力の結集で、社会に対して貢献できる有用な企業活動を展開し、持続可能な社会の発展に寄与することをめざしています。

人事部では、経済などの外部環境が世界的に激しく変化する中であっても、お客様の期待に応え続けるためには、自ら考え行動する従業員と、活気あふれる職場づくりが必要と考えています。特に力を入れて取り組んでいるのは、自立した個人と、それを育む職場づくりであり、個人の活躍と会社の成長を支えるものとして、さまざまな人事施策を構築しています。

人権や個を尊重した多様な人材を活かす施策については、「グローバル」で「マルチ」な人材を育成するために、ヤマハビジネススクールや海外実務研修、セルフ・バリユー・チャレンジ、海外留学等の制度を運用しています。

また、従業員のワークライフバランスの実現を支援するために、育児・介護休職制度や事業所内託児所、フレックスタイム制度、定時退社デーなども設けています。

今後も、ヤマハ発動機のDNAと言える「チャレンジスピリット」を共有し、変化の激しい世界の舞台で「責任」をもって組織に貢献できる人材と、成果と貢献を基軸とした「ビジネスパートナーシップ」を構築して共に成長していきたいと考えています。



多様な人が働く活力ある職場づくり

ヤマハ発動機グループでは、「企業活動の原点は人」という考えのもと、人権に対する考え方を『倫理行動規範』の中で以下のように示しています。活力ある職場を実現するためには、まず各人が持つ個性を尊重し合うべきと考えています。

従業員との関係をビジネスパートナーシップとし、会社から提供するものを「自立した個人に対する魅力づくり」と定義した人材施策の一環として、キャリアサーベイを従業員に対して行っています。これは全ての正規従業員を対象とし、それぞれに与えられる業務

上の役割において、本人による自己評価・上司による評価を行いながら、今後3年間のキャリアプランについて相談の機会を設けるものです。

2008年には、「チームワーク、コミュニケーションなどの組織活性化につながる行動、取り組みをより明確に評価」するよう、人事処遇制度の改定を行いました。また、非正規従業員の正規社員登用制度のもと116名の紹介派遣従業員、契約・パート従業員、派遣従業員、期間社員の正規社員採用を実施しました。

ヤマハ発動機グループの人権に対する考え方

- 1. 基本的人権の尊重** 私たちは、基本的人権を尊重し、いたずらに人種、国籍、思想、生活信条、身体、性格、親族等について、誹謗中傷したり、相手の人格を否定するような言動は行いません。
- 2. セクシャルハラスメントの禁止** 私たちは、男女を問わず、職場で、セクシャルハラスメントに当たる発言、行為は行いません。
- 3. パワーハラスメントの禁止** 私たちは、職場における地位や上下関係を背景に、相手の人格、尊厳を継続的に侵害するような行為を行いません。

※『倫理行動規範』より

障がい者の雇用機会を拡大

ヤマハ発動機では、「障がい者と健常者が一緒に就労できる職場運営を行う」という考え方のもと、社内「障がい者雇用促進委員会」を設置しています。各部門に配置した担当委員で構成されるこの組織は、組織の業務分析などにより、積極的な雇用機会の拡大への取り組みに努めています。

2008年12月31日現在では重度障がい者89名、軽度障がい者73名の計162名が活躍しており、障がい者雇用率は2.08%となっています。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

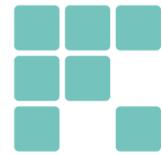
を実施するなど、より円滑なコミュニケーションを実現するための取り組みにも力を入れています。



定年後の再雇用制度を拡充

ヤマハ発動機では、定年後の再雇用制度を導入しており、60歳の定年以降も就労する意欲のある人材が、長年にわたる業務経験で培った知識やスキルを発揮できるだけでなく、若手従業員にとって有益な経験やノウハウを継承する制度として定着しています。

2008年には、「勤務形態の統一」、「人事考課の実施」、「業務成績に応じた退職金の支給」を項目として追加するなどの改訂を行い、対象者の再雇用率は55%となりました。そのうち定年前と同じ職場に就いた割合は90%以上となっています。



グローバルな人材育成

グローバルにビジネス展開するヤマハ発動機グループでは、必要とされる人材育成のために、海外研修や海外留学制度(2008年の制度利用者は5名)を設けています。

また、多様な業務を経験することを通じてマルチス

グループ会社における取り組み

グループ会社での2008年における人材育成の事例として、中国に拠点を置くYMSLXでは、IT分野での段階的なエキスパート育成だけでなく、「ゼロからでも日本語を習得できる」体制の整備に努めています。全社員が日本語での会議や発表の機会を持つことで、日本の関連会社とのコミュニケーションスキルの向上に取り組んでいます。

また、ヤマハモーターアシストでは、国際人材育成プログラムの運用をインドネシアでスタートさせました。このプログラムは拡大を続ける海外市場のグループ会社においても、将来リーダー的存在となる優秀な技術者を育成することを目的としています。

現地での採用後に日本語を習得する期間をもうけ、必要なレベルに達した段階で日本での勤務を体験する仕組みとなっています。日本での3年間の技術修得および育成プログラムを終えたスタッフは、帰国後に現地グループ会社内で中核を担うことになっています。

YMSLX = Yamaha Motor Solutions Co., Ltd. Xiamen

社員意識調査の実施

ヤマハ発動機では、「いきいき」とした職場づくりのための活動を進めており、効果検証のための社員意識調査を継続的に実施しています。

2008年の9～10月に実施した調査(正規従業員から無作為に抽出した4,243名が対象)では、総合満足度・経営・CSR・コンプライアンス・職場・仕事・上司・人事制度といった項目別に経年変化による評価を行いました。

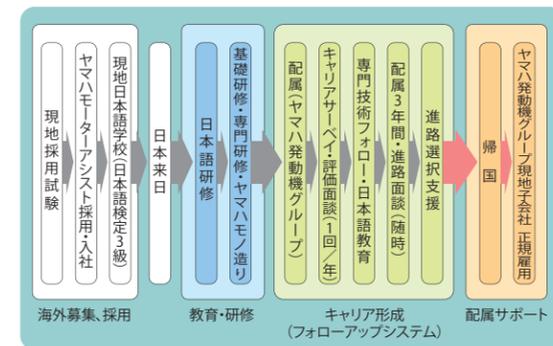
総合満足度・経営の分野では「当社で働くことへの

キル度を高める施策として、若手従業員の積極的な異動を実施しています。

さらに、英語、中国語、スペイン語を学ぶ自己啓発講座を実施(2008年の受講者は延べ392名)、グローバルに活躍する人材の育成に取り組んでいます。



実際の業務で日本語スキル向上に取り組む中国現地スタッフ



ヤマハモーターアシストの国際人材育成プログラム

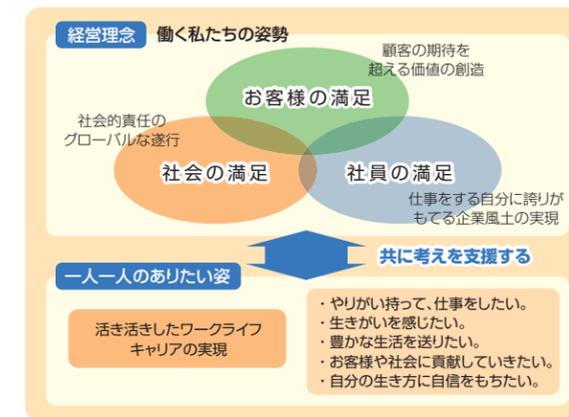
満足感」などで高い満足度が得られました。一方、仕事の分野では「業務改善への心がけ」を意識している従業員が多く、「専門性への自負」や「業務での周囲からの称賛」といった項目において改善の余地があることが把握できました。

いずれの項目においても、年ごとに評価ポイント向上がみられており、今後も継続的な改善に向けた取り組みを行っていきます。

キャリア形成の支援

ヤマハ発動機グループでは、「人は誰でも、自分の目標に向けて、自らを発展させようとするマインドを持っている」という基本認識に基づき、キャリア支援室を設置し、従業員一人ひとりのキャリア形成を支援しています。

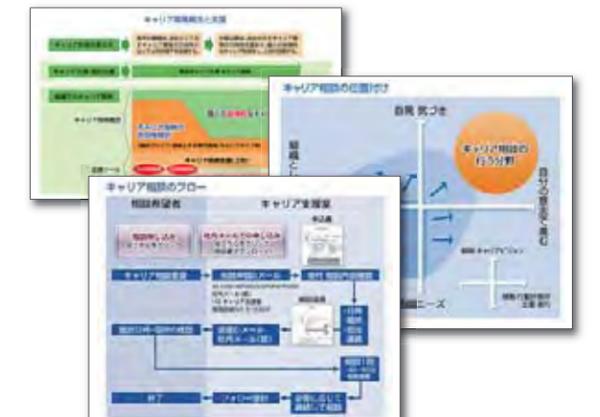
また、キャリアは仕事上だけで形成されるものではなく、仕事外での経験も含めた「生きるうえでの



経営理念(企業)と個人の関係のイメージ

キャリア」と定義し、「やりがいを持って仕事をしたい」、「自分の生き方に自信をもちたい」などといった従業員側の視点に立った、キャリア形成サポートに努めています。

※キャリア形成のための制度(セルフ・バリュー・チャレンジ制度、ヤマハビジネススクールなど)の情報はWebサイトに掲載しています



キャリア形成支援ツールの資料より

仕事と生活の両立支援(ワークライフバランス)

育児・介護支援制度の拡充

従業員のワークライフバランス(仕事と生活の両立)の実現を支援するため、ヤマハ発動機グループでは、多様な働き方を選択できる体制の整備を進めています。

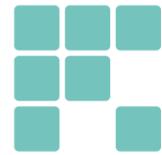
育児や介護のための休職制度、フレックスタイム制度や定時退社デー、さらに事業所内託児施設「わいわいランド」を設け、休職者に対しては休業中の定期的な

情報提供を行うとともに、円滑に復職するための環境整備にも努めています。

2008年には、短時間勤務制度の導入に向けての準備に着手し、従業員の状況に適した選択肢の提供に取り組んでいます。

■ ヤマハ発動機の主な育児・介護支援制度

制度	内容
育児休職	産前産後休暇の翌日以降、子女の満2歳の誕生日まで休職可能(2008年 女性95人 男性2人取得)
介護休職	1年以内で本人が申請する期間で休職が可能(2008年 女性1人 男性2人取得)
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	6:30～21:45の時間内で労働時間の設定が可能 ※コアタイム 例=10:15～15:00
勤務の軽減	小学校の就学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免除
短時間勤務制度	2時間の勤務時間短縮が可能 ※2009年より実施
その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 定時退社デーの設定(毎週水・金曜日、給与日、賞与日) ● 3日連続有給休暇取得(30歳以上は5歳毎に5日連続取得)



安全な職場づくり

ヤマハ発動機では、中央労働安全衛生委員会が中心となり安全な労働環境の整備をグローバルに推進しています。導入から4年目となった労働安全衛生マネジメントシステム(OSHMS※1)については、2008年から設備の安全基準を統一し、より効率的な運用に取り組んでいます。労働災害の低減や設備の安全化と、階層別の教育・研修についても引き続き実施し、安全を支える人材育成にも取り組んでいます。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。

2008年からグループ会社へのシステム導入をすすめるため、国内では2社がグループ認証を取得、海外ではインドネシアとタイで、国際労働安全衛生管理システム規



YIMMで実施した社内講習

格(OHSAS※218001)外部認証を取得しています。今中期(2008年~2010年)では、17社(国内8社、海外9社)を対象にグループ認証の取得を計画しており、これまでの国内やアジア地域に加え、北米・南米でもシステム導入に着手します。

グループ認証

2008年に認証を取得した事業所



(YIMM)

(TYM)

地域	事業所名	事業内容
国内	ヤマハモーターエレクトロニクス	電装品の開発・製造・販売
	ヤマハモーターパワープロダクツ	四輪バギー車、ゴルフカーなど特機製品、二輪車フレームなどの製造・販売
アジア	YIMM	二輪車部品の製造
	TYM	二輪車の製造・販売

※1 : OSHMS : Occupational Safety & Health Management System
 ※2 : OHSAS : Occupational Health and Safety Assessment System

YIMM = PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing
 TYM = Thai Yamaha Motor Co., Ltd.

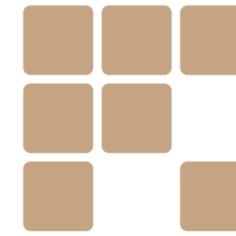
心と体の健康のためのサポート

ヤマハ発動機では、従業員の心と体の健康維持・改善のための取り組みとして、時間外労働が70時間を超過した時点で産業医による保健指導の対象とするなど、従業員の健康管理や生活習慣改善のための支援に努めています。年々減少傾向にある喫煙率については2008年も引き続き減少させることができました。

健康増進のためのイベントも随時実施しており、ウォーキングイベントの開催や健康づくり大賞の実施によるメタボ対策に努めるなど、健康で活力ある職場づくりを推進しています。

メンタルヘルスに対する取り組みとしては、従来から推進してきた管理監督者への教育、海外駐在員に対す

るサポートをはじめ、中途で入社した人材への支援強化や、新任基幹職・監督者を対象としたメンタルヘルス研修といった取り組みを引き続き実施しています。



サプライヤーとの協働で持続的な成長をめざす

執行役員 調達本部長 秀島 信也

ヤマハ発動機グループの製品は、多種多様な部品・資材で構成されており、国内外のさまざまなサプライヤーとの協働で成り立っています。そして、事業のグローバル化の進展によって海外現地工場での調達比率が高まり、サプライチェーン全体もより複雑に拡大していきながら、企業の社会的責任という観点での「調達」の重要性はさらに高まってきていると考えています。

当社の購買取引基本方針およびCSR調達方針では、まず「オープンポリシー」をうたい、国籍や会社の規模、取引実績の有無にかかわらず、参入機会を国内外に広く提供しています。そして、取引先の選定にあたっては、可能性があるすべてのサプライヤーへの公平な情報開示と、コンプライアンスやリスクマネジメント、経営方針まで含めた総合的な評価を行うことで「公正・公平な取引」の徹底を図っています。

また、倫理行動規範や関連法規の遵守、機密の保持、環境保全や資源保護といった、企業が社会的責任を果たすうえで不可欠な課題を重視しています。そのため社内外での講習会やセミナー、日常のコミュニケーション、アンケート調査などを通じた意識向上を図り、サプライ



チェーン全体を適正化させ、CSR調達を推進しています。直近の重点課題としては、グローバル規模での新たな調達体制の構築にも取り組んでいます。2009年1月には、事業横断的な組織として調達本部を新設しました。同時に「相互信頼・相互繁栄」を基点とした「サプライヤーと商品事業の永続発展に貢献する」ことを部門のミッションとして明確に定め、厳しいビジネス環境にあっても、サプライヤーとともに持続的な成長の実現に取り組んでいます。

ヤマハ発動機の購買取引基本方針

- **オープンポリシー**
実績のあるお取引先のみでなく、新しいお取引先からの購入に心がけるとともに、そのお取引先を広く世界に求めています。
- **公正・公平な取引**
お取引先の選定は、品質、価格、納期、安定供給などの継続性・信頼性、ならびに実績についての公正・公平な評価に基づいて行います。また、購買品目の仕様、数量、取引条件の情報は厳格に管理するとともに取引を希望し契約の成立する可能性があるお取引先に公平に開示します。
- **遵法・機密保持**
購買取引にあたっては、取引に関する法令を遵守するとともにその精神を尊重します。お取引先との購買取引において知り得た営業上および技術上の機密は、お取引先の承諾なしには第三者に開示しません。
- **地球環境重視**
調達にあたっては資源の有効活用に心がけ、環境保全、資源保護に積極的に取り組みます。
- **相互信頼・相互繁栄**
お取引先との相互信頼を大切に、持続的な相互繁栄の考え方のもとに、お取引先と協調して購買行動に取り組めます。

2000年制定

持続可能な社会に貢献するグリーン調達を推進

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部品・資材で成り立っています。社会的な責任を果たしお客さまに満足いただく製品・サービスを提供するためには、サプライヤーとのパートナーシップが不可欠であると考えています。

また、モビリティに関わるメーカーとして、事業活動や製品における環境負荷物質の低減やエネルギー・資源の効率利用にも積極的に取り組んでおり、グリーン調達ガイドライン(2003年制定、2008年8月に改訂第10版を発行)をはじめとする基準・情報を全ての

サプライヤーと共有しています。サプライヤー全社には「環境負荷物質代替完了報告書/不使用誓約書」の提出や、環境マネジメントシステムの構築を必須条件として要請するとともに監査を実施しています。

近年のグローバル経済の進展により、サプライチェーン全体での標準化や情報管理などのシステム構築が重要となってきています。今後もサプライヤーとの密接な協力のもと、環境負荷物質管理の促進や継続的な削減に取り組んでいきます。

ヤマハ発動機グループ グリーン調達ガイドライン(PDF: 日本語/英語/中国語)はWebサイトでご覧いただけます。
<http://www.yamaha-motor.co.jp/profile/csr/environmental-field/publish/index.html>

日々の研鑽でパートナーシップを高めています

ヤマハ協友会 会長 石川 泰博 氏
 (株式会社 協栄製作所 代表取締役社長)



ヤマハ協友会にはサプライヤー195社*が加盟しています。品質改善をはじめ、環境負荷の低減、安全業務や地震防災対策といったリスク管理など、さまざまな分野で30年以上にわたる取り組みをヤマハ発動機と協働で続けてきました。ここ数年は企業の社会的責任という考え方や意識の高まりによって、課題の領域や深さはさらに増してきていると感じています。また、私たちサプライヤーにとってもサプライチェーンのグローバル化の進展とともに、国内外の仕先へのヤマハ発動機調達方針の浸透も重要な課題と捉えています。

実際の活動としては、講演会や研修会の開催、相互視察などによる情報提供や意見交換を行いながら、会員企業各社での取り組みを進めてきました。協友会には、さまざまな規模の会社や業態が存在するなかで、今後、クリアすべき項目が増加していくことを考えると、達成レベルの維持・向上のためにも、ヤマハ発動機との

協力体制のあり方を見直し、強化していく必要性も感じ始めています。

ヤマハ発動機からは、これまでも品質面の指導や環境対策をはじめとした運用面でも継続的にサポートを受けてきました。CSR調達の重要性がさらに高まるなかで、サプライヤー各社が各々単独でカバーしていくには負担が大きくなるものと思われます。2008年11月に実施されたコンプライアンスに関する研修会のように、ヤマハ発動機ですでにノウハウや体制を持っている分野での情報提供や教育講座、必要な法知識など意識向上のための活動、サポート等を期待しています。

ヤマハ協友会の会員企業も激変する経営環境の中、ヤマハ発動機との連帯感を一層強め「相互に信頼し合うパートナー関係」を構築することで持続的な発展に努めていきたいと思っています。

*2009年3月時点

災害などの緊急時に備える取り組み

ヤマハ発動機グループの事業拠点や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いることもあり、製品の安定供給体制の確立という点においてもサプライヤーとの緊密な連携が不可欠であると考えています。

具体的には、事業継続計画(BCP)の整備を進めて地震などの災害発生時に迅速な復旧が行えるように、リスクを評価し、その低減のための対策、マニュアルの作成・配布、日々の教育や訓練を実施しています。

さらに、災害復旧システムの開発・導入に関してはグループ会社だけでなく、サプライヤーに対するシステムの導入支援も行っており、2008年には生産設備などのハード面の対策を行いました。また、人命の安全については「災害発生後2日間での確認」、生産復旧の方針としては「災害発生後2週間で生産再開準備完了」と定めています。



復旧用機材(発電機)の操作訓練

2008年6月に発生した岩手・宮城内陸地震の際には、2日後の時点で87.2%の安否確認でしたが、引き続き2009年の重点管理項目を「人命・安全に関する項目を中心に展開」し、運用面での強化に努めていきます。

公正な取引、法令遵守の徹底

持続的かつ発展的な事業活動のためには、信頼関係が必須であり、そのためにはサプライチェーン全体で公正な取引が行われていることが必須であると考えています。

ヤマハ発動機グループでは、経済産業省から発行されている「自動車産業適正取引ガイドライン」を踏まえたうえで、下請法などの法令遵守に努めるとともに、サプライヤーに対しても適切な情報共有や各社の取引における同様の取り組みをお願いしています。

また、取り組みの基準は法令だけにとどまらず、ヤマハ発動機グループの倫理行動規範の開示や講習会などを通じた、信頼関係の基盤づくりを行っています。今後についても、事業活動の根幹に「お客さまの安全・安心」をおき、人権や文化・慣習の尊重、地域社会との関係や地球環境への配慮、情報の保護・管理といった社会的な責任を満した、総合的な取引関係の構築を進めていきます。



関係者を対象に開催された「倫理行動規範講習会」



毎年末に開催している「お取引先業務連絡会」の資料から抜粋

地域社会に密着した社会貢献活動の推進

CSR企画推進部長 杉本 典彦



ヤマハ発動機グループの活動拠点は、世界各地に所在し、地域社会の人々に支えられて事業活動を行っています。また、私たちの製品が世界各地の人々に利用され、より豊かな生活に役立つよう願っています。私たちは企業と地域社会との共存共栄を図り、持続可能な関係が重要であるとの認識に立ち、そのためには地域

のステークホルダーの皆さまと日常的なコミュニケーションを通じて、信頼関係を維持・向上することが大切であると考えています。

また、2007年には社会貢献活動を私たちグループの持つさまざまな資源を活かすことができる4つの領域に重点化しました。

この活動領域の中で、これまで培ってきたスポーツやものづくりを通して将来を担う人たちの育成をはじめ、事業活動から得られた環境に関するさまざまな知見を生かした活動を進めています。また、従業員一人ひとりが自主的に活動する「4万人のV作戦」をスローガンとした活動も推進しています。

これからも当社グループの持つ技術やノウハウ、グループ各社の施設など企業を持つ資源をもとに、行政・学校・NPOなど地域社会の皆さまと協働しながら、地域社会に役立つ活動を進めていきたいと考えています。

ヤマハ発動機グループの社会貢献活動方針

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」を通じて社会貢献に努め、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、交通安全普及、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。

社会貢献活動の重点領域

		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	交通安全普及	地域社会の課題
活動	社会との共存のための社会貢献	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツを通じた心身の育成 ・ものづくりを通じた創造性の育成、など 	<ul style="list-style-type: none"> ・地球環境保全 ・生物多様性の尊重、など 	<ul style="list-style-type: none"> ・社会への交通安全教育 ・啓発活動、など 	<ul style="list-style-type: none"> ・当社製品や人材、ノウハウを使った地域支援、など

スポーツ振興を通じた将来を担う人たちの育成



優勝した開催国ベトナムのダナンチーム

「感動創造」を企業目的とするヤマハ発動機グループは、将来を担う青少年育成を目的とした活動の一環として、国内外でモータースポーツやマリンスポーツ、さらにはラグビーやサッカーなど、さまざまなスポーツの普及・振興支援活動を行っています。

なかでも、基幹事業である二輪車やマリノ製品の主要市場の1つであるアセアン地域においては、2005年からアジアサッカー連盟の公式スポンサーとしてサッカーの普及・振興に寄与してきました。2007年にはベトナム現地法人YMVNがベトナムサッカー連盟主催の小学生サッカー全国大会の単独スポンサーとして「YAMAHA CUP 2007」を開催しました。さらに、優勝チームを日本に招待してJリーグで活躍する「ジュピロ磐田」のジュニアユースとの親善試合を行うなど、スポーツを通じた青少年の親睦をサポートしてきました。

ベトナムサッカー協会副理事 ヴー・クワン・ビン 氏



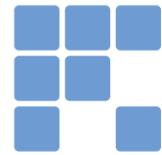
「ベトナムでは、さまざまなサッカー選手の強化育成制度を積極的に行っており、とりわけ重視しているのが若手選手の育成です。本大会は、まさに私たちが取り組んでいる活動と合致し、ただ競技するだけでなく、国を超えて親睦を図り、互いに切磋琢磨し合って技術を磨くよき機会でもあります。サッカーに励む将来ある子どもたちの動機づけになるよう、可能性を多くの人々に示す場としてこれからも未永く開催され続けることを願っています」

YMVN(ベトナム) 浅野 正樹 社長



「ベトナムサッカー協会の方を始め、大勢の方のご協力で、第1回大会を無事終了することができました。選手たちがあきらめずに最後まで戦い抜いたあとに見せる笑顔は、会場にお越し下さった皆さまにも感動を与えたのではないのでしょうか。また最も多感な時期に各国の代表として参加した本大会での経験が、サッカーだけでなく、彼らの今後の人生においても多いに役立つことを願ってやみません。ヤマハ発動機グループらしい形で、地域社会にお返しをし、感動を共有できる場として本大会を継続していきたいと思っています」

YMVN = Yamaha Motor Vietnam Co., Ltd.



環境意識を高める取り組み『環境シンポジウム2008』



ヤマハ発動機グループでは、『ヤマハ発動機グループ地球環境方針』のスローガンである「人と自然の調和をめざして」をテーマに、地域の皆さまとさまざまな角度から環境問題を考え、思いを共有するための取り組みを進めています。

そのひとつとして、2008年7月に日経BP社の協力のもと、「ヤマハ発動機・環境シンポジウム2008」(第2回)を開催しました。

2007年冬に開催した前回は、従業員を主体にグループ会社・地域関係者等を対象として行いましたが、2008年はさらに多くの人びとの参加を求めて、当社Webサイトで参加者を募集しました。会場も、前年の当社コミュニケーションプラザから静岡県浜松市のアクトシティホールに移して、一般の人々を対象としたエコイベントとして開催し、約700名が集まる中で環境問題に対する熱い議論が繰り広げられました。

最初に行われた基調講演は、世界に誇るアルピニストの野口健氏による「清掃登山」。若くして世界の最高峰を制覇した野口氏が、自身も含めたアルピニストの環境意識の低さから自然破壊を続けていた現状に警鐘を鳴らし、自ら「清掃登山」という行動を通して環境保全活動に取り組んでいる体験談が披露されました。

基調講演に続いては、野口健氏と環境省の3Rマイスター*を務められるミュージシャンの白井貴子氏、当社の梶川社長によるパネルディスカッションが行われました。野口氏の「清掃登山」の取り組みを口火にスタートしたこのディスカッションでは、白井氏や梶川社長も地

*環境省から委嘱されたリデュース・リユース・リサイクルの3R推進員



当社グループや地元NPOの環境への取り組みについて展示を行った

アクトシティ浜松の中ホールで開催(来場者は約700人)

域における環境活動の重要性や持続可能な社会の実現に対する企業責任のあり方を述べ、地球環境保全の取り組みこそが今まさに最重要課題であることを確認しました。

また、会場ブースでは、環境活動をさまざまな角度から考え、当イベントを一人ひとりが「気づき」を得る機会とするために、当社グループの環境保全活動に加え、NPO団体をはじめとする地域の人々と従業員による環境ボランティア活動を紹介したパネル展示も行いました。

ヤマハ発動機グループでは、今回のシンポジウムで行ったアンケートで寄せられたご意見を反映しながら、今後も地域の人々とともに地球環境保全に取り組んでいきます。



エベレストや富士山での清掃活動で得られた貴重な経験を交えて基調講演いただいた野口健氏



自身の取り組み経験や日常での意識の持ち方についてお話いただいたミュージシャンの白井貴子氏

青少年や児童を対象とした交通安全普及

ヤマハ発動機は、世界各地のグループ各社を通じ、二輪車における交通事故の減少を目的に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を伝えるもので、当社独自の制度であるYRA(ヤマハラライディングアカデミー)の養成研修を終えたインストラクターによる指導を行っています。

こうした活動の一環として、長期的な視点による地域社会の安全意識の向上をめざした、免許取得前の青少年や児童を対象とした安全教室にも力を入れています。地域の学校や行政などの施設に担当スタッフが訪問し、科学的な理論に基づいた講義や体験型の講習、



科学理論を織込んだYRAカリキュラムを使った高校生への講義(タイ)

親子バイク教室などを実施しています。

少年児童を対象とした安全教室は、2008年は国内を中心に行いましたが、2009年からはさらにグローバルな展開をめざしています。

現地グループ会社とともに災害復旧を支援

ヤマハ発動機は、2008年5月に発生した中国・四川大地震の被害地域への緊急支援として、5月14日に日本赤十字社を通じて義援金100万円(約1,500万円)の寄付を行いました。

また、5月19日には追加支援として、中国におけるグループ会社(14社)の合計で、義援金116万円(約1,740万円)の寄付と救援物資の提供(12万6,800円=約189万円相当:主な支援物資は防寒着、ミネラルウォーター、テント等)を実施しました。

さらに、中国で二輪車の販売を行うYMSMが中心となり、CJYM、ZJYM、LYMの生産拠点3社が加わった計4社の連携により、10月末からの約1ヶ月にわたって、人的な復興支援を行うサービス活動「スマイル(微笑)プロジェクト*四川ヤマハ支援キャラバン」を展開しました。

当社独自のサービスマン教育プログラム「YTA」(ヤマハテクニカルアカデミー)の初級以上の二輪車整備技能をもち、ボランティアとして公募した中国国内の販売店のサービスマン、およびYMSMのサービスマン総勢42名で構成されたキャラバン隊は、①被災地区の児童への文具贈呈、②四川省の当社製全二輪車対

*「スマイル(微笑)プロジェクト」は、2007年より中国で行っている安全運転啓蒙活動の名称

象の無料サービス点検、③オイル・プラグなどの無料交換およびその他パーツ類の特別価格での供給、④安全啓蒙活動などの活動を行いました。

また、冷え込みが厳しくなった2009年2月には、YMSMによる、被災地の小学生への防寒ジャケットの提供を実施しており、ヤマハ発動機グループでは、今後も必要に応じて追加支援を実施、震災復興を支援していく予定です。



2008年10月から11月にかけて被災地で実施した無料点検サービス



被災地小学校に防寒ジャケットを提供

YMSM = Shanghai Yamaha Jianshe Motor Marketing Co., Ltd.
CJYM = Chongqing Jianshe Yamaha Motor Co., Ltd.
ZJYM = Zhuzhou Jianshe Yamaha Motor Co., Ltd.
LYM = Jiangsu Linhai Yamaha Motor Co., Ltd.

持続可能な発展をめざした地球環境との共存

総務部長 鈴木 正典



ヤマハ発動機グループの企業目的は「世界の人々に新たな感動と豊かな生活を提供する」であり、製品の多くはモビリティ(=人やモノの移動)に関わるものです。多くの方の飲びや豊かに貢献することをめざし、50年以上にわたりグローバルに事業を行ってきていますが、世界中のさまざまな場所や分野でお客さまからの支持を頂いていることを嬉しく思っています。

その一方で、私たちの企業活動や製品の開発・生産においては、多くの資源が使用され、お客さまが使用される際にはエネルギーが必要となりCO₂を排出、さらにその役目を終える際にもエネルギーを必要として廃棄物を出します。感動の体験や豊かな暮らしの実現といった正の側面だけでなく、地球環境に負荷を与えている面があることも直視すべき事実であり、そこを課題とし挑戦することがヤマハ発動機グループの社会的責任であると考えています。

また、いま求められている持続可能な発展の実現に対し、ヤマハ発動機グループのビジネスの基軸である

パーソナルモビリティが果たす役割は非常に大きいと認識しています。

そのためには社会からの期待が大きい電動ハイブリッド自転車、電動二輪車、エンジンの燃費向上といった分野での革新的な製品・技術・サービスの提供をめざすとともに、環境に関わる全ての項目で地道でも具体的な取り組みを重ねていくことも不可欠です。

ヤマハ発動機グループ各社だけでなく、ステークホルダーとの連携・コミュニケーションのもと、事業活動や製品におけるCO₂削減や、資源の循環利用(リデュース・リユース・リサイクル)、大気・水・土壌・生態系の保全への取り組みを今後も積極的に進めていくことで、社会から共感され自らも誇りが持てる企業であり続けたいと考えています。

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、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。		
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「グリーンエネルギー」	CO ₂ 原単位削減30%*(1990年を基本とし、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
仕組み	「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
	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。



2008年の計画と実績

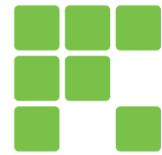
めざす姿	2008年計画	2008年実績
	「環境の柱」を明確にして、製品・サービスによる環境貢献	更なる推進を計るため、2010年の目標見直しと2013年の定量目標再設定ができた

環境保全課題	2008年計画	2008年実績	
温室効果ガス	1. CO ₂ 排出量把握と削減活動	売上高あたり1.5%/年の削減	売上高あたり2.4%/年の削減
	2. 製品の燃費向上	各事業部製品毎に目標設定(全製品平均燃費：基準年比27%向上)	各事業部製品毎の目標を達成
	3. 製造段階でのCO ₂ 削減	YMC全社製造、総量25.9%削減(90年比)	基準年比28%削減
	4. 物流段階でのCO ₂ 削減	原単位(輸送量)で年あたり1%削減(2007年基準)	原単位(輸送量)で3.4%削減
有害物質	1. 製品・排出ガス低減	レギュレーションの前倒し	100%レギュレーションクリア
	2. VOC排出量*1削減(3社*2)	2000年度比40%削減(塗装面積あたり原単位)	2000年度比39%削減(原単位)。粉体塗装の新品採用、高塗着効率ラインの稼動により前年比5%改善
	3. グリーン調達活動	国内・海外の全環境連絡拠点にてグリーン調達を推進	「2010年度有害物質ゼロ」をめざし、個々の日程表に基づいて展開中
	4. 法律・自主行動基準の遵守	部品含有環境負荷物質把握システム(E-sis)の展開を27社に拡大し、導入完了	27社に同システム(E-sis)導入完了。21社にてデータ整備が進行中
廃棄物	1. 開発段階での「3R」推進	軽量化モデル拡大 リユース&リサイクル可能率95%	マグネシウム リアフレームをYZF-R1(2009モデル)に新規採用 製品リサイクル率95%以上をほぼ達成(1モデルだけ業界のリサイクル基準見直しにより未達)
	2. 製造段階での「3R」推進	廃棄物の直接・間接埋立量0トン 製造部門のリサイクル率100%	0トン 100%
	3. 製造廃棄物排出量3社*3	スーパーゼロエミッション継続 施策の実行と効果の確認	スーパーゼロエミッション継続して達成 分別徹底による有価物化などの推進により、各社目標達成
	4. 国内製品リサイクル体制の確立	二輪車リサイクルシステム推進運動	前年比2.6倍の適正リサイクル処理を実施
		FRP産船リサイクルシステムの認知活動	ホームページ掲載、検査時のパンフレット配布など実施
	5. 部品梱包材の削減	梱包資材の削減。リターナブル率65%	リターナブル率66.4%を達成
	6. 販路でのリサイクル推進	国内店舗のエコパートナー認定店の割合 9割以上(対象店：YSP) 水の実態調査のグローバルな把握を開始	エコパートナー認定店 99%達成 運用面を中心に収集の仕組みを改善し、一部事業所からのデータ収集を開始
7. 水使用量の低減	節水についての社内基準を作成し、節水マインドの取り組み見直し	一部具体的な施策も折り込み、定性基準(社内導入基準)を示すことができた。節水ラベルの貼付による啓発活動実施	

環境活動を保証する仕組み	2008年計画	2008年実績
1. グループEMSの構築・運営(ISO14001/ヤマハ自己宣言)	自己認証制度YEMCSの運用初年度として、YEMCSのグローバル展開に努める。運用目標、国内32社、海外38社 グローバルEMSの運営についてG-YECOSを利用したセルフチェック導入60社	YEMCS導入展開実施により6社および1事業所にて運用開始。EMS運用は国内27社、海外38社となり未達 G-YECOS導入済み57社中42社にてセルフチェックを実施
2. 環境リスクマネジメント	YMC全社統合環境マネジメントシステムで新組織による活動の定着 環境監査員を10名増員し90名体制の確保	52ユニットにより活動スタート。環境リスク低減につながる 環境監査員80名体制(増員8名、減少7名)の維持に留まる
3. 環境ガバナンスの充実	全社リスク・マネジメントシステムとの整合性評価を実施 統合環境経営指標の開発・スキーム決定・システム外部仕様決定	全社重要リスクの環境法令違反に関し、EMS展開にて対応 統合環境経営指標スキーム作成。システム外部仕様検討
4. 環境管理支援ツールの整備・運用	G-YECOSにおける環境連結全社60社中で 情報が共有化され相互研鑽される	57社でG-YECOSを導入完了。 環境情報が共有化され相互研鑽されている
	新たな化学物質管理システム構築及び導入	化学物質管理システムを11月より稼動

取り組み姿勢	2008年計画	2008年実績	
環境取り組み姿勢	1. エコライフ活動メニュー拡大	エコ通勤者参加率65%。通勤および家庭でのエコドライブ推進	参加率65%達成とエコドライブ推進継続
	2. 多様なエコ活動の展開・支援	ボランティア活動支援や就業規則など人事制度の調査・整備 エコポイント制度をYMCにて実施	実態を把握し検討中 2008年1月より運用開始。申請者数490人
	3. 環境マインド教育	階層別教育に「経営層・部長級教育」を導入し制度の体系化と充実 人材の発掘・登録によるエコリーダーの養成	導入の検討にとどまる 関係部署と継続協議中
地域との共生	1. 地域共生活動	4万人のV作戦において、ヤマハグループで延べ4万人参加 地域・学校に対する企業環境取り組み講演の実施	環境分野で2.5万人、社会貢献分野で1.9万人。延べ4.4万人参加 袋井市(静岡県)の学校への企業環境取り組み講演会を実施
	2. 企業社会貢献活動	各種研修受け入れを継続 地方自治体・研究教育機関・各企業と連携した環境活動の継続	磐田市(静岡県)親子エコ教室を実施 浜松市、磐田市(ともに静岡県)への環境活動を実施
	3. 自然共生活動	生態系モニタリングの研究・準備の実施	菊川テストコース建設予定地において環境アセスメントを実施。 開発予定区域内に生息する希少動物の保全対策を立案
情報の公開	1. 情報公開と対話	CSRレポートにおける新GRIガイドライン(G3)環境項目準拠項目の拡大(レベルB+α) 展示会・イベントを2回/年実施。環境シンポジウムの対象拡大。	新GRIガイドライン(G3)環境項目準拠項目(レベルB) 2回実施。1)環境シンポジウム実施により経営トップからの環境メッセージ発信 2)エコプロダクツ2008に出展
	2. 製品・技術・サービスでの環境情報発信	メタガスリリース、カタログ、パンフレットなどに環境アウトプットを必ず表現して環境商品・環境技術をアピール 製品の環境情報の提供を推進	メタンガス燃料のゴルフカーなどの展示出展や記事広告により新視点での環境アウトプットを実施 「燃料電池二輪車」について、63件の展示・講演を実施

*1：製品の単位面積当りの排出量 *2：ヤマハ発動機、ヤマハマリン、ヤマハモーターパワープロダクツ
*3：ヤマハマリン、ヤマハモーターパワープロダクツ、ヤマハモーターエレクトロニクス *4：鉛蓄電池再資源化協会の略称

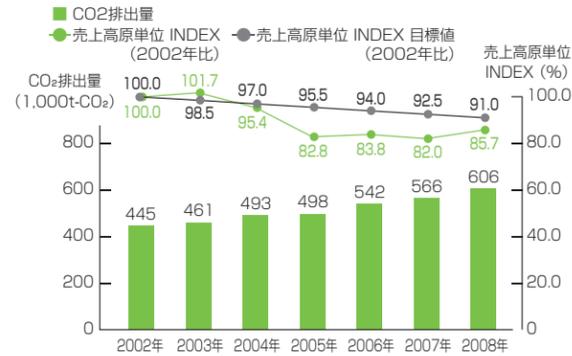


CO₂排出量削減の取り組み

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を環境分野における最重要課題に挙げた取り組みを進めています。グループ共通の2010年目標としては、「CO₂原単位削減30%（1990年度比）」を設定し、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での取り組みを中心に、事業活動全般における温室効果ガスの削減を進めています。

各事業所においては、「売上高原単位あたり年1.5%

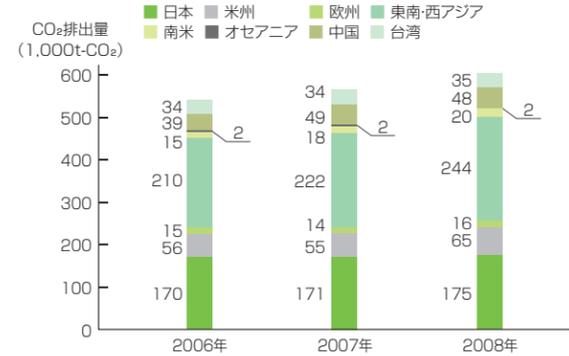
■ ヤマハ発動機グループのCO₂削減活動目標 達成状況



のCO₂排出量削減」を目標に活動を展開しており、2008年には、評価対象会社114社に対し、グループ共通目標を達成した会社は62社（54%）となりました。CO₂排出量では、目標91%に対して85.7%となり、2002年からの6年で2.4%/年の削減を達成しています。

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ながら進捗の遅い会社に対して支援を行うなど、効率的な温室効果ガス削減に取り組んでいきます。

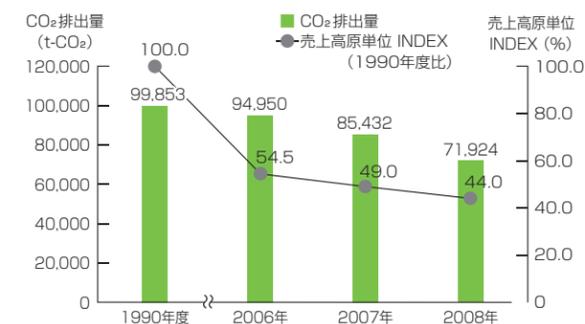
■ 地域別CO₂排出量の推移



■ 製造段階におけるCO₂排出量削減

ヤマハ発動機では、全社製造枠での2010年目標を26%削減に設定しています。2008年の実績としてはCO₂発生量74,019t-CO₂の目標に対し71,924t-CO₂となり、目標を超える28%の削減をすでに達成しています。今後も引き続きCO₂削減をめざし、省エネ設備の導入や運用管理の徹底・改善を進めていきます。

■ 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



中瀬工場に太陽光発電と風力発電を導入

二輪車の外装部品の成形・塗装などを行っている中瀬工場（浜松市）において、「脱石油化」の一環として、当社では初のケースとなる太陽光発電と風力発電システムの同時稼働を開始しました。両システムによる発電量は年間26,000kWh（約18トンのCO₂削減効果）を見込んでおり、同工場の事務所の照明や空調などに使用しています。



プロペラ型に比べ、静粛性に優れた縦型風力発電システム



NEDOとの共同研究事業として導入した太陽光発電システム

■ 物流段階におけるCO₂排出量削減

ヤマハ発動機では、各部門の物流におけるCO₂削減については、2011年まで「輸送効率を年あたり1%削減（2007年を基準として）」という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ながら削減効果の大きいものから実施することを基本とし、物流におけるCO₂削減を統合的に進めるワーキンググループを設置して取り組みを進めています。

2008年は、輸送ルートの見直しや積載率向上、エコドライブの推進などの施策により、輸送効率で3.4%（2007年を基準として）、また、CO₂排出量では12.9%の削減を達成しました。今後も、車両の大型化や部

品形状に合わせたフレキシブルなパレットの採用、混載輸送の推進や長距離物流のモーダルシフト化などに注力することで、さらなる削減を推進していきます。



■ 製品におけるCO₂排出量削減

ヤマハ発動機グループが製造する製品には、開発、生産、使用、廃棄のなかでも使用段階におけるCO₂排出が特に大きいという特徴があります。製品のライフサイクル全体での負荷を総合的に考え、使用中のCO₂の削減にも積極的に取り組んでいます。

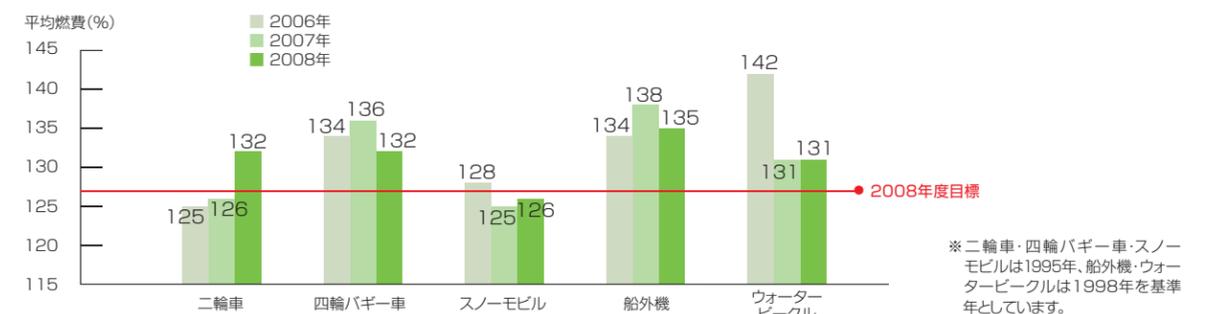
新動力源「スマートパワー」による乗り物の開発

ヤマハ発動機では、走行中にCO₂を発生しない電動二輪車と圧縮水素型燃料電池二輪車、走行中のCO₂を50%削減できる直接メタノール型燃料電池二輪車の研究に取り組んでおり、持続可能な社会の実現をめざした活動を継続しています。

内燃機関の燃費向上

内燃機関による製品の使用時におけるCO₂削減策としては、2010年までに全対象製品で30%の削減を目標に掲げています。目標を27%とした2008年の実績としては、スノーモビルなどのレクリエーション・ビークル事業については欧米での急激な市場変化による販売モデル構成の変化のため未達成となりましたが、他の事業部製品についてはほぼ達成できています。

■ 主要製品別平均燃費の推移



※二輪車・四輪バギー車・スノーモビルは1995年、船外機・ウォータービークルは1998年を基準年としています。

お客さま

株主・投資家

従業員

取引先

地域社会

地球環境



環境負荷物質削減の取り組み

PRTR制度報告対象物質の削減

ヤマハ発動機グループでは、人体や環境にとって有害となる化学物質の、排出物や廃棄物などへの含有量について、各国の規制に準じて把握・報告を行っています。

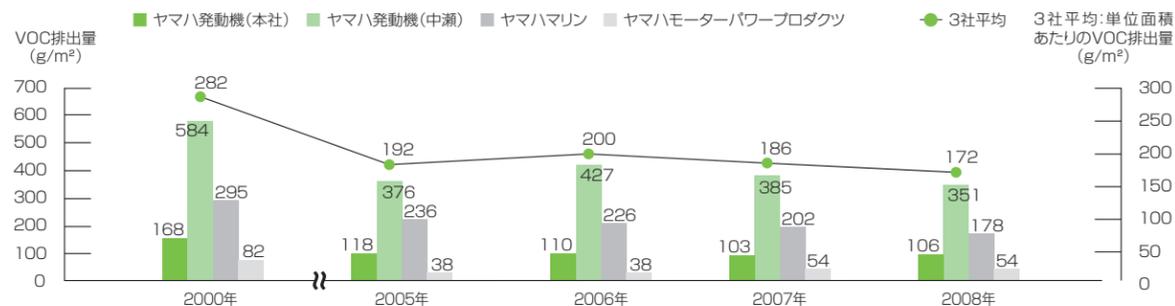
ヤマハ発動機が排出するPRTR制度報告対象物質の99%以上はVOCとなっており、そのほとんどは塗装工程に関わるものです。2010年までには原単位50%削減(2000年比)に向けて活動中です。2008年は塗料調合精度の向上によるVOC排出量削減をはじめ、粉体塗装の新色採用やハインリッド塗料の採用拡大により、原単位172g/m²(下記3社平均)、39%の削減を達成しました。今後も低VOC塗料の採用拡大、塗着効率の改善、廃塗料の削減を推進していきます。

また、PRTR報告が必要な当社事業所数は、2008年は前年と比較して1事業所増え、11事業所となっています。

REACH規制対応

欧州での化学物質の登録・評価・認可および制限に関する規則(REACH)が2007年6月に制定されたことを受け、ヤマハ発動機グループでは化学物質管理の強化を進め、2008年12月1日までの予備登録期間中に、対象となる物質の予備登録の対応を完了することができました。今後は2011年の届出に向けてグループ会社に対して管理システムの導入を進めるほか、サプライチェーン全体での情報の共有を図るとともに、化学物質の情報管理の強化に努めていきます。

VOC排出量の推移



※PRTR: Pollutant Release and Transfer Register(環境汚染物質排出・移動登録)
※VOC: Volatile Organic Compounds(揮発性有機化合物)

生物多様性保全の取り組み

ヤマハ発動機では、静岡県菊川市で着工を予定しているテストコース建設用区域(486,000m²)およびその周辺において環境評価を実施し、植物、哺乳類、鳥類、両生類・は虫類、昆虫類、魚類、貝類などの生息状況について1年間にわたる調査を実施しました。静岡県レッドデータブック掲載種(カテゴリー: 絶滅危惧II類、準絶滅危惧)のうち6種類の植物、1種類の哺乳類、4種の鳥類、1種類の魚類などが確認されたため、同保護方針に従って自然林を残すなどの生息環境の保全を図るとともに、移植、土地改変後の緑化による生息地の創出などの対応・対策を行い、その結果についても継続的な評価を実施していきます。

また、造成期間中の周辺地域に対する、大気汚染、騒音、振動、水質汚濁、土壌汚染の予測および、周辺の生態系などへの影響を評価し、工事においては極力低減する工夫を行う方針です。



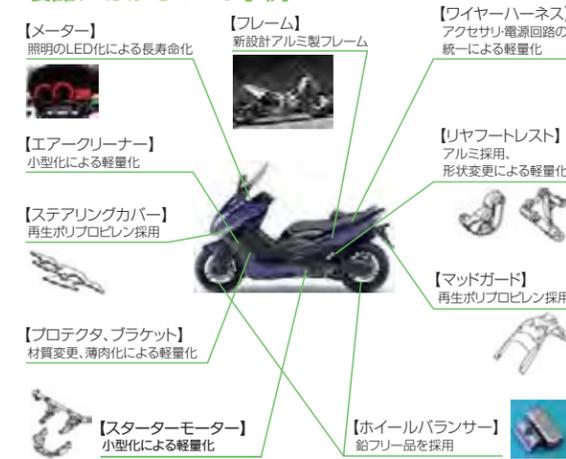
環境評価で確認されたナギラン: 静岡県レッドデータブック掲載種(カテゴリー: 絶滅危惧II類)

資源循環や使用量削減の取り組み

グローバル経済の進展や新興国の動向をうけ、循環型社会の実現に向け、製品の開発、生産、使用、廃棄の各段階で「3R(リデュース、リユース、リサイクル)」の重要度は、さらに高まってきています。

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。また、軽量化として最も効果が期待できる小型化をはじめ、マグネシウムやアルミニウム、樹脂部品の拡大や一体化による部品点数の削減、最適形状の追求による薄肉化など様々なアプローチを進めています。さらに、部品リサイクル性などのデータ集計システムの運用を高め、製品3R向上に取り組んでいます。

製品における3Rの事例



部品物流における3Rの取り組み

輸送用コンテナにおいて、抱き合わせ梱包化(充填率の向上によるリデュース)、中南米センターの稼働によるリターンパレット採用地域の拡大(リターンパレット率向上におけるリユース)、事業所より排出される樹脂を再利用したリターンパレットの製作(事務所内廃材のリサイクル)など、部品物流における資源循環・省資源化に努めています。

製品リサイクルの推進

ヤマハ発動機グループでは、各種製品のリサイクル性向上に積極的に取り組んでいます。2008年には、廃棄二輪車取り扱い店が1店1台以上のリサイクル適正処理を実施する「二輪車リサイクルシステム推進運動1by1」を実施、前年比で2.6倍の実績となりました。また、産業用無人ヘリコプターでは、リサイクル制度の運用を2月から全国展開し、71機を適正に処理しています。

環境コミュニケーションの推進

ヤマハ発動機グループは、地球環境との共存を図るうえで、製品・サービスの提供という事業活動において環境保全活動を推進することはもちろん、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ていくことも重要であると考えています。また、環境保全活動への取り組みについて説明責任を果たすことも企業の社会的責任の一つであると考えています。

これらの認識のもと、「ヤマハ発動機グループ」



2008年12月開催のエコプロダクツ2008にはヤマハ株式会社と共同で出展

環境計画2010」において、「企業市民として地域から信頼され、敬愛を受ける」ことを目標として掲げており、環境シンポジウムの主催や外部の環境イベントへの参加、メディアや、CSRレポートなどを通じた情報発信を行うことで、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを深めています。

エコポイント制度の導入

「ヤマハ発動機グループ環境計画2010」では、「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」ことを目標に掲げています。その支援策として、ヤマハ発動機は2008年1月にエコポイント制度を導入しました。この制度は、エコ活動をポイント化する指標を設定し、年間ポイントの獲得と活動項目数に応じて、エコ賞品が選べる仕組みになっています。

第三者意見



一橋大学大学院商学研究科 教授
谷本 寛治氏

ヤマハ発動機のCSRへの取り組みは、この1年間で一步前に踏み出していると言える。コンプライアンス、リスク対応を踏まえ、CSRを具体的にマネジメントシステムに落とし込む努力を始めている。今後はこれまでのコンプライアンス問題に追われてきた時期を乗り越え、環境・社会・経済的な価値が同時に高まっていくよう、CSRを企業経営のコアに組み込むことが求められる。社会的に責任ある企業としてステークホルダーから支持され、それが競争力の基礎となっていくよう、よりイノベティブな取り組みで先進企業となることを期待したい。

さて昨年度の報告書で私は次のように書いている。「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じて開示していくことが、これからの課題」であり、また「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うたうからには、説明責任として丁寧な情報開示を行う必要がある」と。コンプライアンス、CSRを企業経営に浸透させていくためには、基本的に①日常のマネジメントシステムにCSRを組み込み運用していくこと、そして②働く人々がそれぞれの部署におけるCSRを自らの問題として理解すること、が必要である。

ヤマハ発動機はこれらの課題に取り組み始めている。ただその際、それがこれまでのヤマハ発動機の取り組みや事業計画とどうつながるのか、さらにヤマハ

発動機独自のCSRとは何かを明確にしていくことが必要であろう。とくに経営環境がかつて経験したことのない厳しい状況のもと、「企業活動の原点に立ち返る」という姿勢とCSRがどう結び付くのか、社内外に丁寧に説明していく必要があろう。

まず①のマネジメントシステムに関して。2006、2007年の不祥事後、コンプライアンス体制の立て直しを進めてきた。昨年度の報告書ではそれが明示されていなかったのも、私は「外部に向けわかりやすく説明する必要があった」と書いたが、本報告書では「5つの提言と社会への約束」にどう取り組んできたか、そして今後の課題が明記されている。さらに昨年からは、グループでコンプライアンス、リスクマネジメントのシステム(RMS)を本格的に運用し始めている。何が重要な課題かリスク評価を行い、各地・各事業所において主要項目毎にPDCAのサイクルをまわし、全社的な定着をめざしている。

また本報告書ではまだ示されていないが、CSR経営の課題についてもこれまでの取り組みを見直し(社会の要請・期待と現状の棚卸しをし)、ステークホルダー毎に重点課題を評価し、達成できている課題、未達成の課題を明らかにする作業を行っている。今後の進展が期待される。

次に②の働く人々の意識について。ヤマハ発動機に働く人々の満足度と愛社精神は高い一方で、現場と経営層とのコミュニケーションが必ずしも十分ではないという社内の社員意識調査を受けて、社内風土変

革への新しい試みを進めている。本年度から本社各部署において「対話作戦」を始め、各人が改めて足下を見直し、それぞれの職場の課題は何か、そして社会から何が期待されているのか、といったことを話し合っている。これは地味な取り組みではあるが、重要な試みである。一人ひとりの意識を高める活動は、まさに人材育成の一環としても理解されている。こういったプロセスを通して、社内でのCSR理解を深め、取り組みの温度差を解消していくことができる。今後はこれをグループ全社に広げ、継続した取り組みとして行うことが期待される。

最後に、情報開示のあり方について。昨年私は「さまざまなメディアを通して、経済・環境・社会の各分野の情報をいかに開示していくかが課題である」と指摘した。本年度から紙の報告書をスリム化し、Webにおいて詳細のデータ等を開示するようにしている。Web上では、以前からIR系の経済データや環境データに関しては詳しく開示されていた。ただ工場別の専門的な環境データについては、もう少し解説が付されると分かりやすいであろう。また社会データに関しては、従業員への取り組みはその現状や実績、社会貢献活動はその評価について、より詳しく示すことができると思われる。さまざまなメディアにおけるCSRに関する情報開示の一貫性やメディア戦略については今後の課題であろう。

■ 編集後記：第三者意見を受けて

ヤマハ発動機グループはCSRの取り組みを着実にレベルアップするため、2008年レポートにおいて初めて第三者意見(一橋大学大学院谷本寛治教授)を掲載いたしました。この第三者意見を当社CSRへの社会の期待(課題)と認識し、着実な改善に努めてきました。

昨年は、コンプライアンス推進特別委員会(社外有識者会議)からの提言を受けた活動の2年目にあたり、コンプライアンス、リスクマネジメント体制の見直しを図るとともに、国内外のグループ企業にも展開し、定着を進めてきました。一方、非財務領域に関わる社会的な要請や期待を具体的な課題として体系化・見える化し、今後、全社でマネジメントしつつ、冊子やWebなどを活用した総合的な情報開示を通じて説明責任を果たす方向をめざしています。

本年の谷本教授のご意見としては、当社グループ独自のCSRを明確にし、①日常のマネジメントシステムにCSRを組み込み運用していくこと、②働く人々がそれぞれの部署におけるCSRを自らの問題として理解すること、③専門的な情報、社会的な情報の開示度や分かりやすさの向上、とCSRに関する情報開示の一貫性やメディア戦略についてご指摘をいただきました。

本年のレポートでも報告しておりますように、お客さま、従業員、社会への当社グループの基本的姿勢を掲げた「経営理念」を再認識するとともに、これを日常の業務の中で誠実に実践することが当社グループに期待されるCSRと考え、今後も引き続き社内での着実な浸透を図ってまいります。

さらに、現在の経営危機(ピンチ)を企業風土変革の絶好の機会(チャンス)と捉え、よりチームワークの強い組織をめざし、コミュニケーションを活性化させるための「対話作戦」を推進しています。今後もこのような地道な試みを継続していくことを大切にしたいと思います。

また、こうしたさまざまな取り組みのプロセスや結果を、ステークホルダーの皆さまに分かりやすく報告し、皆さまのご理解とご意見を頂戴し、当社グループの経営に活かしていきたいと考えています。



ヤマハ発動機株式会社
代表取締役 常務執行役員
内山 徹雄