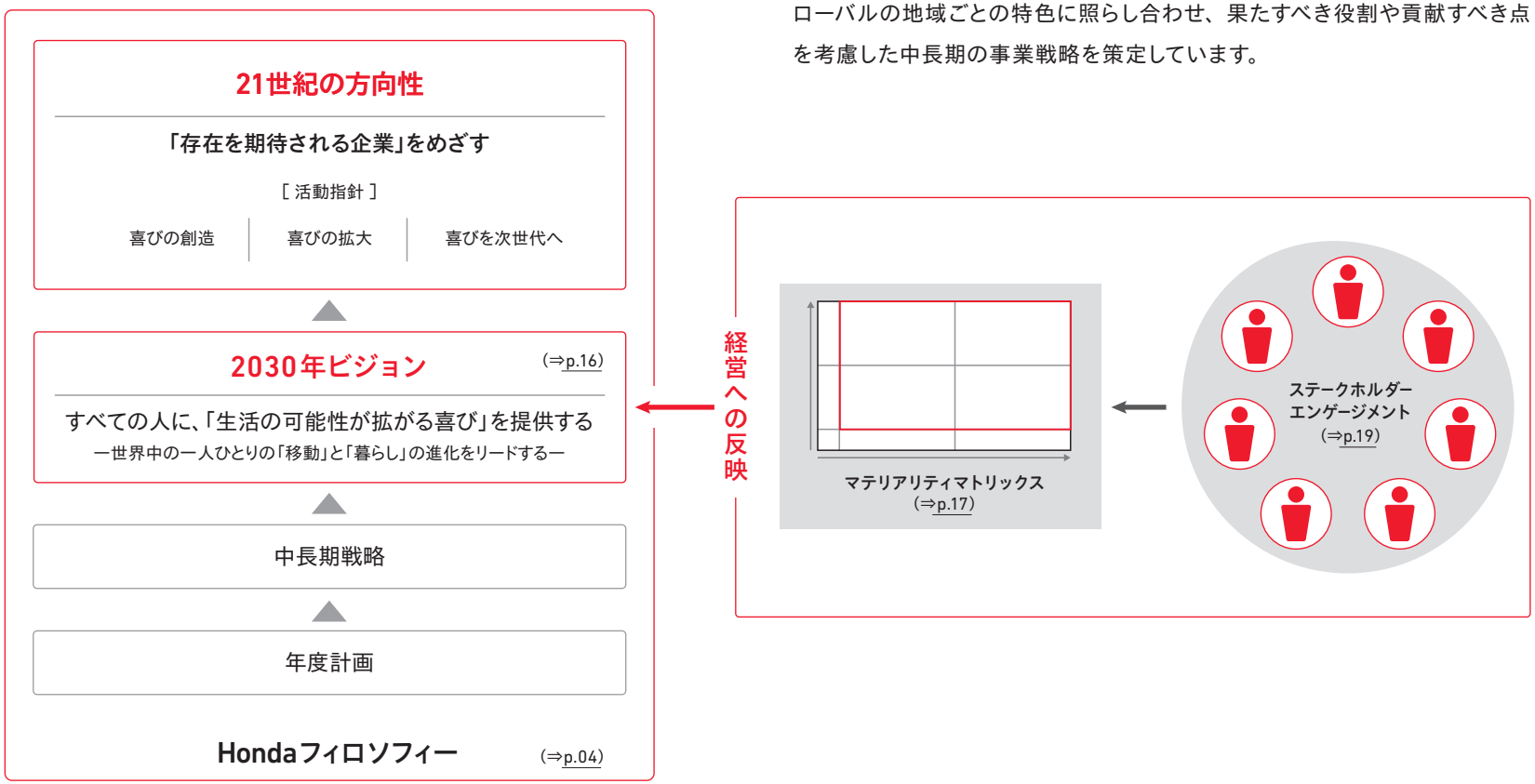
## 5 戦略

Hondaのサステナビリティ …… 14
持続的な成長のために …… 15
2030年ビジョン …… 16
マテリアリティ分析 …… 17
サステナビリティマネジメント体制 …… 18
ステークホルダーエンゲージメント …… 19
研究開発 …… 22
イノベーションマネジメント …… 23

# Hondaのサステナビリティ

「Honda フィロソフィー」は、Honda グループすべての企業と、そこで働くすべての従業員の価値観として共有され、あらゆる企業活動と、従業員の行動や判断の基準となっています。

さらに、企業の成長機会の創出とサステナブルな社会の実現を両立させるため、21 世紀の方向性として「存在を期待される企業」を掲げ、「喜びの創造」「喜びの拡大」「喜びを次世代へ」という取り組みを推進しています。

これらの実現に向けて、Honda が進むべき方向性を具体的に示したマイルストーンが、「2030 年ビジョン」です。Honda のサステナビリティにとって重要なことは、商品・サービスを通した価値の提供によってステークホルダーの期待・要請に応えるとともに、環境や社会に対する影響への配慮など、企業の社会的責任を果たすことや、事業活動を通じて社会課題の解決に貢献することです。そこで Honda では、ステークホルダーと Honda の両視点を踏まえた課題の評価である「マテリアリティマトリックス」をガイドに、グローバルの地域ごとの特色に照らし合わせ、果たすべき役割や貢献すべき点を考慮した中長期の事業戦略を策定しています。