

JVCKENWOOD

Company Profile Section
JVCKENWOOD Report
2018



株式会社 JVCケンウッド

JVCKENWOOD Report 2018 会社案内セクション

企業ビジョン

感動と安心を世界の人々へ

Creating excitement and peace of mind for the people of the world

経営方針

顧客価値創造企業への変革
技術立脚型企業としての進化
事業を通じた持続型社会への貢献

Contents

- **グループ概要～特集**
 - JVCケンウッドグループの概要／財務ハイライト 2
 - トップインタビュー 4
 - 特集① 顧客価値創造企業への変革 8
 - 特集② 技術立脚型企業としての進化 10
 - 特集③ 事業を通じた持続型社会への貢献 12
- **事業概要**
 - JVCケンウッドグループの事業概要 14
 - オートモーティブ分野 16
 - パブリックサービス分野 18
 - メディアサービス分野 20
 - ブランド価値向上への取り組み 22
- **サステナビリティへの取り組み**
 - 社会・環境活動（CSR） 24
 - ダイバーシティへの取り組み 28
 - 従業員への取り組み 30
 - コーポレート・ガバナンス 32
- **資料**
 - 役員紹介 36
 - 会社概要／株式関連情報 37
 - 海外ネットワーク 38
 - 国内ネットワーク 39
 - 沿革 40



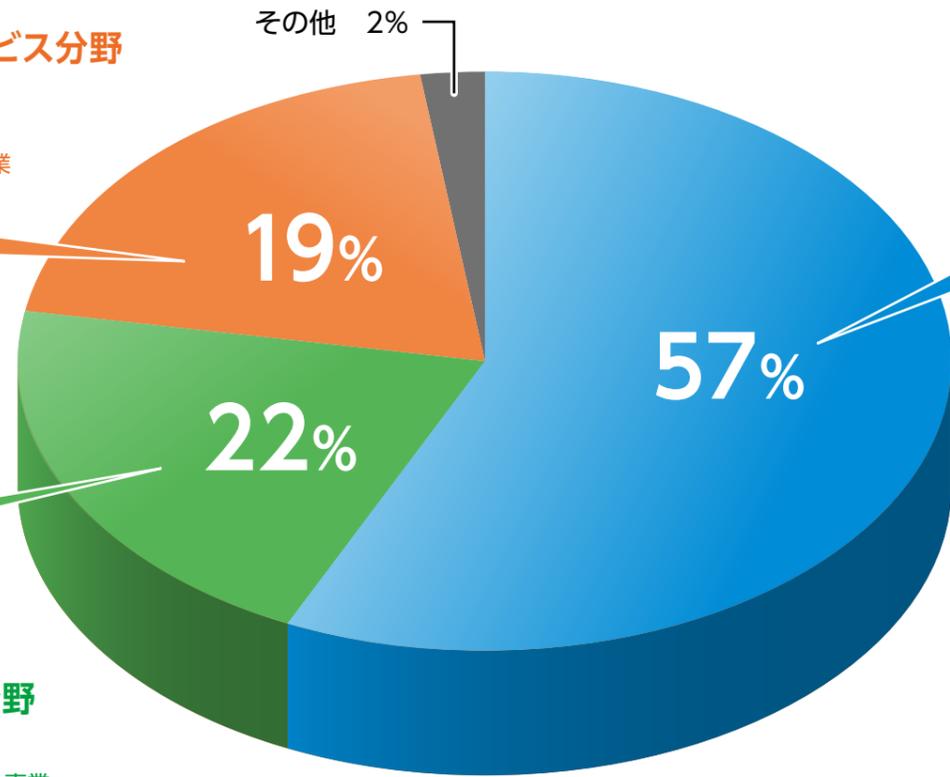
JVCケンウッドグループの概要

▶ 分野別売上構成比('18/3期)

※ 国際財務報告基準(IFRS)ベース



メディアサービス分野
 【主な事業内容】
 メディア事業、
 エンタテインメント事業

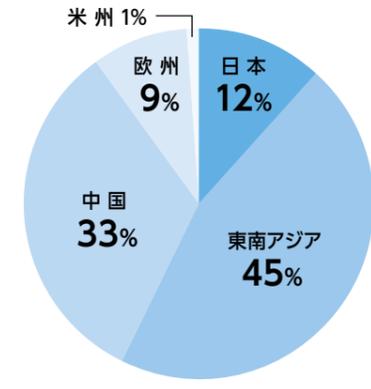


オートモーティブ分野
 【主な事業内容】
 アフターマーケット(旧市販)事業、
 OEM事業

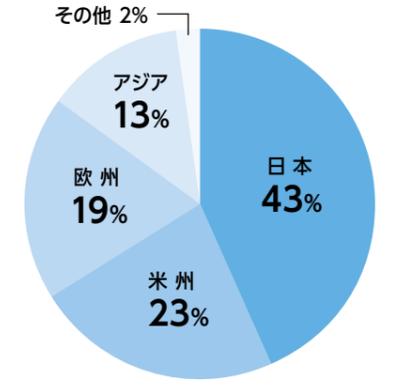


パブリックサービス分野
 【主な事業内容】
 無線システム事業、業務用システム事業、
 ヘルスケア事業

▶ 地域別生産比率('18/3期)



▶ 地域別売上高構成比('18/3期)

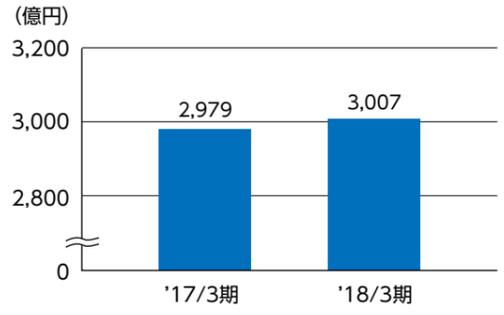


財務ハイライト

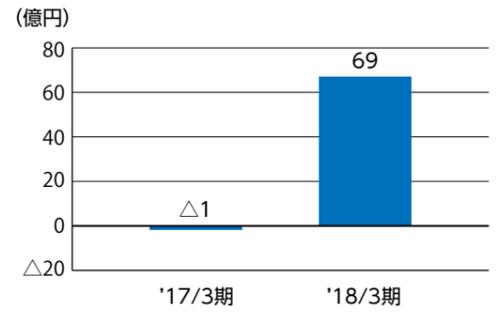
※ 国際財務報告基準(IFRS)ベース

(単位:百万円)

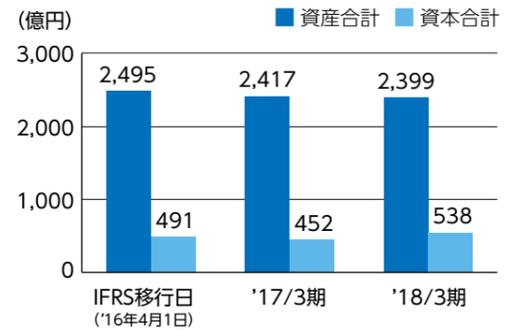
売上収益



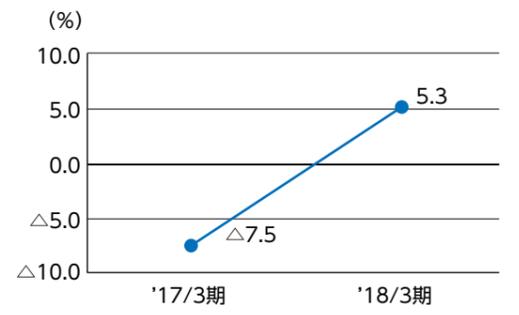
営業利益



資産合計・資本合計



親会社所有者帰属持分当期利益率



	IFRS移行日(2016年4月1日)	2017年3月期	2018年3月期
売上収益	—	297,890	300,687
営業利益(損失)	—	△128	6,942
税引前利益(損失)	—	△1,259	5,946
親会社の所有者に帰属する当期利益(損失)	—	△3,114	2,393
資産合計	249,467	241,696	239,877
資本合計	49,123	45,236	53,792
1株当たり親会社所有者帰属持分(円)	314.32	284.65	364.45
親会社所有者帰属持分比率(%)*1	17.5	16.4	21.1
基本的1株当たり当期利益(円)	—	△22.42	17.23
親会社所有者帰属持分当期利益率(%)*2	—	△7.5	5.3
営業活動によるキャッシュ・フロー	—	19,624	18,379
投資活動によるキャッシュ・フロー	—	△17,690	△14,835
財務活動によるキャッシュ・フロー	—	△2,052	△7,043
従業員数(人)	17,884	18,051	17,801

*1: 親会社の所有者に帰属する持分 ÷ 資産合計
 *2: 親会社の所有者に帰属する当期利益 ÷ 期中平均親会社の所有者帰属持分

辻孝夫 × 江口祥一郎

代表取締役 会長執行役員 最高経営責任者 (CEO)

代表取締役 社長執行役員 最高執行責任者 (COO)

私たちは、2016年6月の新経営体制発足を機に、「JK 3.0 (第三世代のJVCケンウッド)」を旗印として新たな成長に向けて邁進しています。当社の企業ビジョンである「感動と安心を世界の人々へ」を堅持し、顧客満足度を高めることはもちろんですが、それに加えて「驚き (Wow!)」を提供すべく日々努力を重ねています。当社は2018年4月1日付で、社長執行役員だった辻が会長執行役員 最高経営責任者 (CEO) に、副社長執行役員だった江口が社長執行役員 最高執行責任者 (COO) に就任し、新経営体制に移行いたしました。

会長と社長による「二人三脚体制」で、「JK 3.0」の進化版、すなわち「JK 3.1」へ向けて当社の体制を進化させ、時代の流れに同期しながら、わずかでも先回り (Slightly Ahead) できるよう、当社の発展を加速させてまいります。

はじめに、新しい「二人三脚体制」について、狙いや背景を教えてください。

辻: 私は社長執行役員CEOとして約2年間、国内外のグループ拠点を数多く回るとともに、世界中のお客さまを訪問しました。しかし一人では限界もあって、まだまだ訪問しきれない所もたくさんあります。現場を訪ねて行けば実態が分かりますし、気合が入ると感じてくれる従業員もたくさんいます。迷惑と思う人もいるでしょうけど (笑)。ですから、これからは二人で手分けしてできる限り社内も社外も回りたいと思っています。

江口: 私たちは企業として成長途上にあります。今後、当社

が拡大成長路線に舵を取っていくには、積極的に対外的な活動を増やしていかなくてはなりません。しかし1つの分野だけでも深く関わるにはかなり時間がかかりますし、一人で全事業を網羅するのは並大抵ではありません。特に辻CEOが得意とする業務用分野をはじめ、その知見を必要とする事業分野も数多くあります。そうしたことも含め、いわゆる「二人三脚」という言葉よりもっと深い意味合いがあると思っています。

辻: 「二人三脚体制」では、当初、業務における私たち二人の棲み分けも考えましたが、江口COOと私は考え方や価値感が非常に近く、スムーズな意識の共有ができています。しかし、問題解決に向けての方法は同じではありません。今、課題となっているパブリックサービス分野の無線システム事業にしましても、江口COOと私では、どのように立て直すか、まったく異なる視点で見えています。しかし、コンフリクトを起こさず、お互いうまく補完できる関係を築くことができている。

江口: 英語には、「Two heads are better than one」ということわざがあります。よく「二人三脚」と和訳されていますが、むしろ「三人寄れば文殊の知恵」のような意味です。お互い異なる面もありますが、会社を良くしていきたいという志は同じです。お互いに補完しながら進めていくことを軸に置けば、おのずと相乗効果が生まれ、思いもよらぬケミストリーが起こるかもしれません。

今後、江口社長が積極的に進めていきたいことは何でしょうか。

江口: 特に「JK 3.0」で課題として取り組んだものの、完遂できなかったことは「JK 3.1」でぜひやり遂げたいと思っています。企業風土改革、機構改革に関しましては、経営統合時 (2008年) の「JK 2.0」からはるかに進化し、社内文化も大きく変わりました。しかし、まだまだやり終えていない事業改革は、これを機に全面的に推進します。そして、まさにこれからの一年を正念場と考え、中長期経営計画「2020年ビジョン」の最終年度である2020年に向けてしっかりとした経営基盤を築いていきたいと思っています。

このたび中長期経営計画「2020年ビジョン」の見直しを行いました。具体的にはどのような姿を目指していくのでしょうか。

江口: 中長期経営計画の策定は統合してから何度も行ってまいりました。しかし残念ながら、数値的にはすべて目標を下回り、市場の信頼を失ってきたという過去があります。ビジョンとは、夢ではなくコミットメントです。事業を司る経営者として、当社を積極的な企業風土に変えていきたいと思っています。今回、私たちが発表した「2020年ビジョン」は市場へのコミットメントです。その実現のためには、まず私たちの考え方から変えていかなくてはなりません。

「2020年ビジョン」の目標には、自己資本利益率 (ROE) 10%の達成が掲げられています。この目標を達成するためのポイントは何でしょうか。

江口: 私たちの数値目標には、まず各事業分野の目標があり、さらにグループ全体の目標があります。しかし、環境変化が激しい昨今では、個別の事業やその市場は、3か月ごと、半年ごと、1年ごと、それぞれの周期での変動があります。そのため、グループ全体として目指す目標は変えませんが、各事業分野の細かいメニューや割り振りは、臨機応変に見直すべきであると考えています。もちろん、目標に向かって全役職、従業員一丸となって取り組まなくてはなりませんが、これまでのように3年後の個々の事業の目標に固執するのではなく、もっと短い期間で必要に応じて軌道修正を図りながら進めていくべきだと考えます。ある事業分野の業績が落ちたら、他の事業分野でカバーすることもあります。あるいは、新規事業を始めるという考え方もあります。過去を振り返ると、数値が目標と大きく乖離したまま事業ごとの組み立ても見直ししていなかったことがありましたの

で、その反省を踏まえフレキシブルに進めていながら、最終的な到達地点は変えないというふうを考えています。

大きく成長したオートモーティブ分野が今後も収益的に牽引するという位置付けでしょうか。

江口: 今後もオートモーティブ分野が大きく牽引していく可能性があると考えています。しかし、市場というものは時として大きく揺れ動きます。今、私たちのリソース、事業領域はオートモーティブ分野、パブリックサービス分野、メディアサービス分野の3つですが、総合的な力はこの3つが揃ってこそ非常に強いものとなります。そのため、軸足を1つの事業分野に置くのではなく、3つの分野で互いを支え合うほうが、企業としてより安定した事業構造を構築できると思っています。

辻: 既存事業に続く今後の事業展開についてお話ししますと、医用画像表示用ディスプレイをはじめ、既に取り組みを始めているヘルスケア市場が挙げられます。創薬、医療なども含めると、世界的には既にヘルスケア市場のほうが自動車市場より規模が大きくなっています。そうした中で、まだ大海の一滴ほどしか達成していませんが、2025年以降には、私たちの知財をうまく活用してヘルスケア事業を収益の柱へと成長させたいと考えています。

江口: オートモーティブ分野での次世代事業への取り組みにあたっては、やはり光学・映像関連、具体的にはカメラ関連



こそが当社の強みであろうと思っています。そしてそれらの強みは、ヘルスケア市場を含む新規分野でもまだまだ生かせる場所があり、差別化を図っていけるとみえています。

「2020年ビジョン」の見直しの中で、知財を活用した「技術立脚型企業」への発展、という方針を追加されています。この狙いは何でしょうか。

辻:当社のような企業にとって知財は非常に重要で、攻める面と守る面とがあります。自社に知財があれば、それを武器に攻めていけます。また、競合企業が攻めてきても、知財があれば会社を守ることができます。かつて、当社には知財による収益・支払いがそれぞれ百億円以上という時代がありました。私たちの知財を売ると同時に他社の知財も使うというように、知財を駆使して振幅の大きな仕事を行っていたわけです。時代が異なるとはいえ、会社の未来を創っていくためには、知財をさらに充実させていかなければなりません。

江口:知財を使っているということは、その企業の業容が関連に動いている、拡大している証拠です。ですから、知財を使っていないということは、逆にビジネスが縮小しているといえます。

辻:「技術立脚型企業」は、当社にとって考え方の重要な軸です。知財を保有していれば他社連携も優位に進められます。逆に、提供してもらえばかりだと他社連携を行っても利益を生み出さないでしょう。あえて「技術立脚型企業」と打ち出すことで、保有する知的財産権による新たな事業領域の創出などを積極的に行っていきたいと考えています。

このたび経営方針と行動指針を改定されました。この改定に込められた思いは何でしょうか。

辻:掲げている企業ビジョン「感動と安心を世界の人々へ」を実現するためには、その都度ごと全役職、従業員で意識を共有しながら進んでいかなければなりません。当社は規模的に世界一になれるとは思っていませんが、お客さまや世界にWow!という驚きを与える企業でありたい、という思いがあります。

江口:私は、経営方針、行動指針にしましても、時代とともに変わっていくべきだと考えています。「JK 3.1」で経営方針、行動指針を変えることは、ビジネスにおける適者生存という観点からみても、自然の摂理であると思います。

辻:全世界的にみて、今はさまざまな分野で新しい波が来ている時期です。そうした波が私たちのところに到達したとき、私たちJVCケンウッドは波の真ん中ではなく、前面に乗って先取的な姿勢で突き進んでいきたいと思えます。世界が大きく動いていくときは、先端領域が必ず伸びるものです。そして同じように努力をするにしても、流れに逆えばうまく進まず、追い風を受けて波に乗ると、わずかな労力で進んでいきます。追い風のある領域に注力していきたいと思えます。

経営方針

- 顧客価値創造企業への変革
- 技術立脚型企業としての進化
- 事業を通じた持続型社会への貢献

行動指針

- 常に感性を磨き、人々の心を動かす製品やサービスを届ける
- 課題解決のためのソリューションを内外の英知を集結し、実現する
- コンプライアンスを遵守し、誠実で責任ある行動に徹する

この経営方針の中で「事業を通じた持続型社会への貢献」と謳われています。またホームページでも「サステナビリティについての考え方」を大きく打ち出していますが、これはどういったお考えからでしょうか。

辻:常々思っていたことですが、これまでのいわゆるメセナ的な社会奉仕でなく、事業そのものを通じた社会への貢献というものが本来あるべき、目指す姿だろうと思えます。国連でSDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標) が採択されたように、これは世界的な潮流でもありますね。

江口:当社は国内外でさまざまな地域貢献活動を行ってきました。こうした社会貢献活動はもちろんですが、社会性発達評価の早期実施を支援する視線計測装置「Gazefinder (ゲイズファインダー)」やドライブレコーダー・車載カメラなどによる安心・安全な車社会への貢献など、我々JVCケンウッドの多くの事業が「事業を通じて世の中に貢献する」というものに当てはまっていると思われます。そういう意味では誇りを持てると思えます。

辻:事業には、左脳部分と右脳部分があると考えています。つまり、感性的かつ暗黙知である右脳と、形式知である左脳という2つの領域があって、我々の事業は感性の世界で勝負している部分も結構あると思われます。特にエンタテインメント事業がそうですが。

江口:むしろ感性による事業のほうが多いような気がしますね。

辻:音楽コンテンツや音響機器はもちろん、映像機器関連においても、映像表現力だけでなく人間工学的な意味で、特に感性がその良し悪しを決定するといえます。業務用カメラは機器の中身こそデジタルですが、「フォーカスを合わせやすい」、「絞りの回し具合が手にフィットする」など、非常にアナログライクな面でも製品が評価されます。こうした数値化が難しい感覚的な世界を追求し、さらに新たな事業領域を創出していくことこそ、世界の中で日本のメーカーの生き残っていく道ではないかと思えます。

デジタル化によって誰でも簡単に製品を作れるようになったと思われがちですが、実際の製品には大きな開きがあるということですね。

辻:製品やサービスとは、その会社における経験と知見が、歴史を経て重層的に積み重なって生まれるものですからね。

江口:企業価値には、有形の部分と無形の部分があります。有形の部分は定量的に量れるものですが、無形の部分は差別化や相対化が難しいものです。しかし、そこにこそ、デザインなり、匠の技なり、伝統なり、従業員の士気なり、さまざまな要素が詰まっています。もちろん、この部分はバランスシートにはまったく表れませんよね。この可視化できない無形の部分がとても重要ですが、私は、JVCケンウッドにはこの部分が非常にあると思っています。そして、こうした技術、経験、知見が収益に結び付けられていないという部分がまだまだありますし、これらは生かし方次第でかつてのVHSのように大きく世の中を変える可能性すら秘めていると思っています。

辻:そして、ESG (Environment, Social, Governance: 環境・社会・ガバナンス)の観点で、世の中に貢献するという方向性で事業を行っていけば、タイミングの早い遅いはあるかもしれませんが、必ず収益にも結びついてくると思っています。世の中の流れに乗って、それを「Slightly Ahead」で、一歩でも半歩でも、もしくは1インチでも先回りする気持ちで(笑)、進めていきたいと思えます。

江口:今後とも皆さまのご理解、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。



特集① 顧客価値創造企業への変革

当社は、強みである「映像」「音響」「無線」技術を融合するとともに、オープンイノベーションの活用により、お客さまの課題を深く理解し、新たな価値を提供する「顧客価値創造企業」への変革を図ります。

具体的事例

●安心・安全で快適なドライブや運行への貢献 ドライブレコーダー

車載技術と映像・光学技術の融合により、高性能・高信頼性・高画質録画を実現するとともに、安全運転をアシストできる運転支援機能などを搭載したドライブレコーダーの提供により、お客さまの安心・安全で快適なドライブに貢献します。



タクシー配車システムの開発

顧客サービス拡充に向けてIPを活用した配車システムの導入を検討している三和交通株式会社と次世代IoT配車システムの開発および導入に関する業務協働を行っています。当社が保有する車載機器や業務用無線機器などの技術やノウハウと、三和交通が保有するタクシー業界および車両への知見や経験を融合することで、お客さまだけでなくタクシー運転手に対しても快適で安心・安全な運行を提供する次世代IoT配車システムを目指します。



●社会課題の解決

視線計測装置「Gazefinder (ゲイズファインダー)」

独自の視線計測技術により、被験者の視線の可視化を実現する視線計測装置「Gazefinder」。当社はこの「Gazefinder」を通じて、研究機関や大学との共同研究により、発達障がいなどの早期発見への貢献を目指します。



●新たな体験の提供

頭外定位音場処理技術「EXOFIELD (エクソフィールド)」

当社音場再生技術を生かした独自の音場処理により、ヘッドホンリスニングにおいてスピーカーで聴いているかのようなリアルな音場効果をもたらす、頭外定位音場処理技術「EXOFIELD」。お客さまにこれまでにない新たなリスニング体験を提供します。



「顧客価値創造」の推進にあたっては、音楽・映像コンテンツ制作やデザイン、ソフト開発技術など、多様な価値創造を実践するグループ会社と共に、総力を結集して取り組んでいます。

●JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント「ビクタースタジオ」

音楽コンテンツの製造・販売を手掛ける株式会社 JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメントのコンテンツ制作を担うビクタースタジオは、高い経験値・豊富な知識・独自のノウハウ・鮮やかな直観力を持ったスタジオエンジニアと業界屈指の設備により、アーティストの想いやこだわりを理解し、お客さまに「アーティストが真に届けたい音」を提供します。

ビクタースタジオ



日本プロ音楽録音賞にて23年間連続受賞という実績を持ち、国内外に認められる高い技術力をもつエンジニアと最先端の設備を誇るビクタースタジオ。幅広いエンタテインメントコンテンツをサポートしています。

JVCケンウッド・ビデオテック

メディアの多様化で増加の一途にある映像制作へのニーズに応えるため、蓄積してきたノウハウと最新の設備で、お客さまのイメージを具現化します。



●JVCケンウッド・ビデオテック

多種多様なメディアに向けてコミュニケーションする新しいコンテンツが求められる中、株式会社 JVC ケンウッド・ビデオテックは、4K/HDR・8K・VR、ドーム、3D映像をはじめ、配信用エンコード (iTunes)、各種メディア対応など、最先端ポストプロダクションとしてのトータルサービスを提供します。

●JVCケンウッド・デザイン

「人間中心設計 (ヒューマンセンタードデザイン)」を推進する株式会社 JVC ケンウッド・デザインは、2017年10月、東京都世田谷区用賀への移転と同時に、多くの皆さまとの共創活動を可能にする空間として、オープンイノベーションルーム「SPARK」を開設しました。ここでのワークショップや体験会、勉強会などさまざまな活動を通し、より深く、より広く、お客さまの課題を抽出・理解し、解決に向けた共創活動を行っていきます。

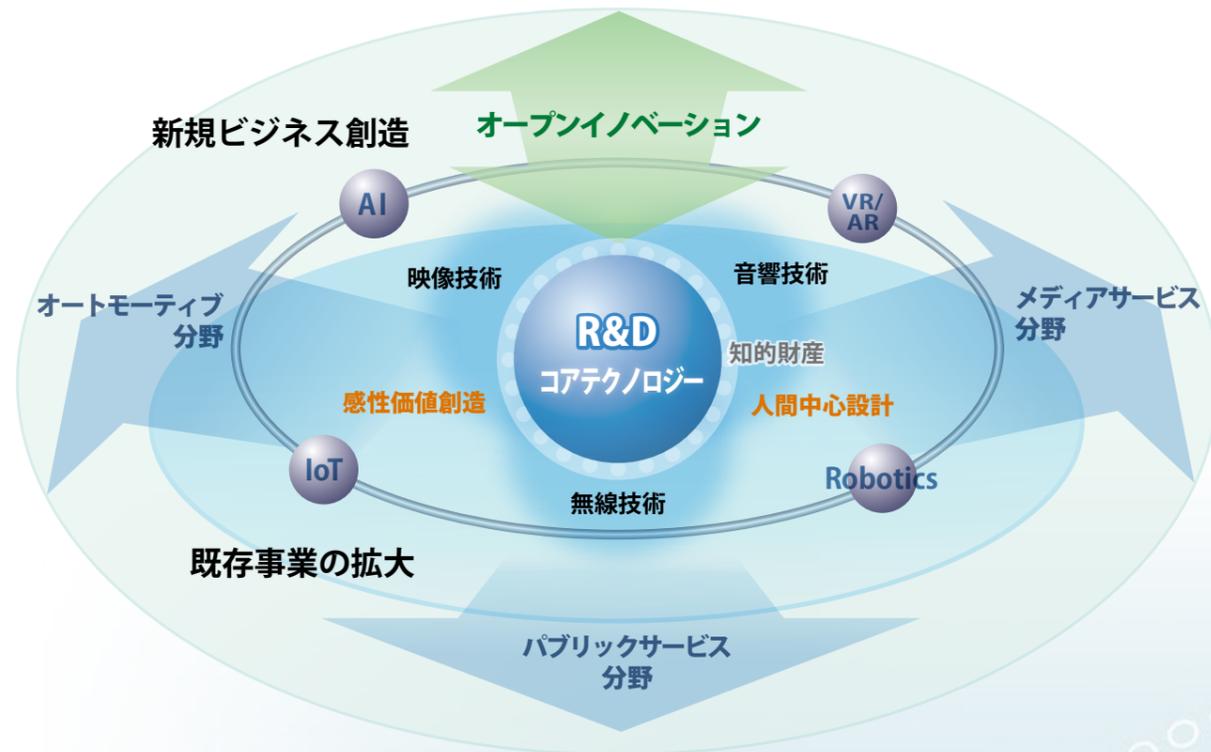
JVCケンウッド・デザイン
オープンイノベーションルーム「SPARK」



「感性価値創造」「人間中心設計」から情感と論理を結び付け、民生事業で培った「顧客視点」に立った商品企画力や「感動」の体験を具体化する開発力、また豊富な知財とコアテクノロジーの融合により、お客さまに満足いただけるソリューションの提案を目指します。

オープンイノベーションルーム「SPARK」では、JVCケンウッド・デザインのさまざまな手法によるワークショップや、体験会、勉強会を通して、お客さまの課題解決に向けた共創活動を推進しています。

特集② 技術立脚型企業としての進化



当社では、「技術立脚型企業」としての進化を図るため、技術戦略と知財戦略の両輪での取り組みを強化・推進しています。

「日本ビクター」「ケンウッド」時代から培ってきた膨大な「映像」「音響」「無線」技術を中心に、本社技術開発部と各事業部技術部門にて、技術戦略に基づいた先行開発に取り組んでいます。

企業ビジョンである「感動と安心を世界の人々へ」のもと、既存事業拡大のため、長年培ってきた技術力をもとに、お客さまの課題を解決するソリューションビジネス領域へ注力し、開発を進めています。

また新規事業領域に対しては、「AI」「IoT」「VR/AR」「Robotics」といった社会インフラとしてのベース技術が生み出す未来社会の中で、当社コアテクノロジーを生かした新たな価値を社会に提供するとともに、社会課題の解決や顧客視点での課題解決に貢献するソリューションの実現に向けて、事業の垣根を越えて取り組んでいます。

そして、これらのコアテクノロジーをはじめとするすべての技術を、本社知的財産部が中心となる知財戦略で支えています。知財体制としては、会社の未来を支える「尖った知財」を創出する本社知的財産部に加え、事業分野ごとに特許開発グループを設置。また各事業部技術部門へも知財責任者や知財推進責任者を設置しています。このような全社体制で、事業を守る防壁特許、将来を創る未来特許、収益に貢献する規格特許の創出など、知財活動を積極的に推進しています。

技術戦略

当社は、独自のコアテクノロジーに加えて、さまざまな業界分野のパートナーとのオープンイノベーションにより、社会課題を解決するための尖ったソリューションビジネスにつながる技術開発を行っています。

- 各事業部技術部門では、自動車のEV化/自動運転化/コネクテッド化時代に向けたドライブレコーダーや車載カメラなどの車載光学関連の強化、業務用無線インフラのブロードバンド化に向けたIP無線を含むトータルソリューション事業の強化、医用映像・情報ソリューション事業に向けた技術の強化、8K/4Kなど高画質化を追求した商品群の強化、などの開発を推進しています。
- 本社技術開発部ではコアテクノロジーである「映像」「音響」「無線」技術の強化と新規事業の創出を目指し、各事業部門の取り組みよりもさらに先の“未来を見据えた”先行開発を推進しています。
- 株式会社 JVCケンウッド・デザインや株式会社 JVCケンウッド・ビデオテックといったグループ会社と協力し、来るべき未来からの顧客視点のニーズを明確化し、社会課題解決のために必要な技術開発につなげています。

●活動

イノベーションを創出する取り組み

- 社内に埋もれているアイデアを発掘し、イノベーション創出を誘発しやすい風土をつくるための活動として「イノベーションアクト」を2016年度より実施しています。この活動は、新しい技術アイデアを募集し、優れたアイデアについては試作品を制作し、社内で発表する「技術アイデアコンテスト」と、新規事業に関するオーディションを開催し、優れたビジネス提案については事業化に向けた支援を行う「ビジネスアイデアオーディション」が中心となっています。
- 技術者同志の交流や全従業員への技術情報提供の場として、毎年「技術シンポジウム」を開催しています。またその中で技術者表彰を行うなど、技術者のモチベーションを向上させる取り組みも行っています。

未来を見据えた技術力の向上

- 技術者のスキル登録を全社統一基準で毎年実施することで当社の技術力を可視化し、中長期視点での人事戦略に生かすとともに、技術者の教育研修などのスキル向上施策にも反映させています。

知財戦略

当社は、「事業としての知財（活用・収入確保）」と「事業を守る知財（権利化）」の攻めと守りの両面で、事業と経営に貢献する知財活動を行っています。

- オープン&クローズ戦略として、標準化・パテントプール・売却による収益化と、新規事業・重点事業領域への参入障壁構築を推進しています。
- 事業戦略・技術戦略と連動した知財戦略を立案、当社の方向性を見極め、強化すべき領域をポートフォリオ化しています。
- 知財 MIX 戦略として、特許・意匠・商標の複合的保護と活用により、新たな企業価値創造を推進しています。

●活動

知財意識向上の取り組み

- 経営層、技術部長、全社技術者への知財意識向上のため、「知財シンポジウム」（外部講師の講演、知財表彰、事例発表等）を開催しています。
- 知的財産基本規程、知的財産報奨規程、知的財産リスク管理規程を制定してイントラネット上で公開し、全従業員へ知財活動の周知を図っています。
- 従業員の意識啓発のため、知財活動状況をまとめた知財月報、ノウハウ伝達のための知財新聞をイントラネット上で公開するとともに、経営層に向けて知財年報を発行しています。

知財力の強化

- 新入社員、新任幹部職、技術者、デザイナーを対象に研修を実施し、知財力の強化を行っています。
- 全社技術標準規程に「特許提案・出願標準」ならびに「パテントクリアランス標準」を制定し、商品開発プロセス中に発明発掘活動と他者特許調査を組み込むことで、自社技術を特許で保護し、他者特許を侵害しない製品作りを行っています。
- 既存事業の保護のための発明発掘活動と並行して、新規事業保護のための特許アイデア会議を年300回開催し、未来特許ポートフォリオを構築しています。

特集③ 事業を通じた持続型社会への貢献



私たちは、企業が持続的な発展を遂げるためには、あらゆるステークホルダー（関係者）の皆さまのご期待に応えるべく、社会から信頼され、社会に貢献し続けることが重要と考えています。

企業ビジョンである「感動と安心を世界の人々へ」のもと、事業活動を通じたサステナビリティ活動の推進を重視しており、さまざまな社会的課題を解決する商品やサービスを生み出し続けると同時に、お客さまだけでなく、当社に関わるすべてのステークホルダーと深く信頼関係を築き上げながら、事業を通じた社会的課題の解決に貢献することで、持続可能（サステナブル）な成長と企業価値の向上を常に図り、持続可能（サステナブル）な社会の発展に貢献してまいります。

事業活動を通じた社会課題解決への取り組み

サステナビリティを基本戦略に置き、当社事業とSDGs※1の達成課題とを結び付け、事業活動を通じて社会課題の解決に取り組むとともに、社会のニーズを先取りしたイノベーションによる持続可能（サステナブル）な企業価値向上を目指します。

※1 SDGs (Sustainable Development Goals)：国連サミットで採択された2030年の実現を目指す17の目標



当社実践例

サステナビリティへの取り組み方針

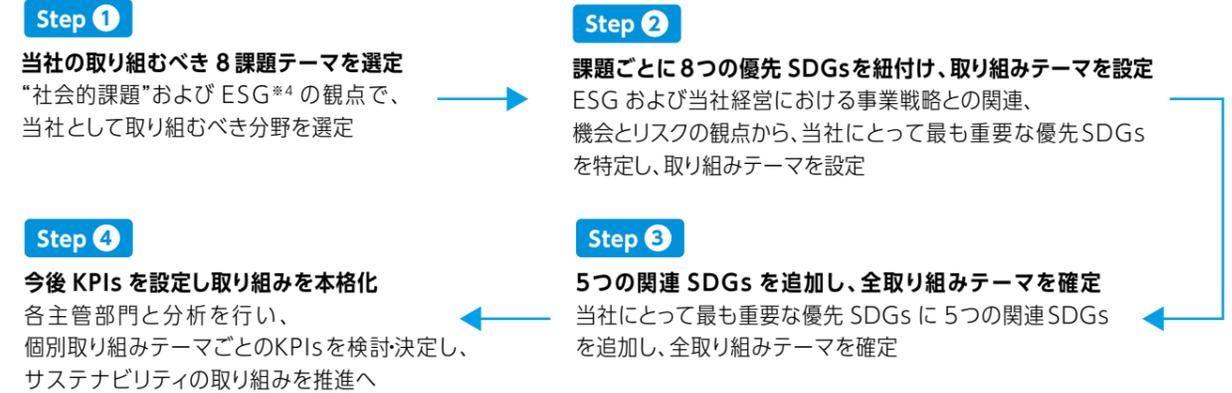
- 2018年4月1日付で全社推進部門としてサステナビリティ推進室を設置
- トップマネジメントが取り組みを推進
- 中長期経営計画「2020年ビジョン」と整合をとった目標とKPIs※2を設定
- すべての事業活動と結び付けることにより、全従業員の参画を促進
- Society 5.0※3への貢献を通じてSDGsを達成
- ステークホルダーに対し取り組みをWEB等で積極的に分かりやすく開示

※2 KPIs (Key Performance Indicators)：重要業績評価指標

※3 Society 5.0：仮想と現実を高度融合させた、人間中心の新たな社会（政府により閣議決定された、第5期科学技術基本計画）

サステナビリティへの取り組みプロセス

以下の4つのステップでサステナビリティへの取り組みテーマ・目標を定め、推進していきます。



※4 ESG：Environment（環境）、Social（社会）、Governance（企業統治）の3つの要素の頭文字。

課題テーマ	SDGs	ESG	サステナビリティ取り組みテーマ	当社事業との関連性
I 「社会」課題	3	S	医療アクセスの拡大	画像診断装置など、ヘルスケア製品・サービス
	4	S	交通事故の防止	(ナビ・ドライブレコーダーなど、オートモティブ製品・サービス)
	4	S	適切な教育アクセス	視線計測装置「Gazefinder(ゲイズファインダー)」など、ヘルスケア新製品・サービス
	10	G	イノベーションの加速	V 「経済」課題として推進
II 「労働」課題	5	S	ダイバーシティ & インクルージョン	女性活躍推進
	8	S	ダイバーシティ & インクルージョン	風土・働き方改革/外国籍従業員の活躍推進/LGBT障がいを持つ従業員の活躍推進/人財育成/健康管理
	8	S	従業員の活躍推進	労働安全衛生/公正な労使関係/児童労働禁止/強制労働禁止
III 「環境」課題	13	E	気候変動への対応	ISO14001への対応/CDPスコープ1・2への対応
	13	E	防災・減災への対応	防災および減災新製品・サービス
	6	E	水資源の保全	水使用量の管理
	15	E	自然環境の保全	生物多様性の保全(トンボ池)
IV 「品質」課題	12	E	持続可能なものづくり	フォレストノーツなど、環境配慮型製品・サービス
	12	E	環境負荷の低減	
V 「経済」課題	9	G	イノベーションの加速	要素技術の実用化件数/イノベーションアクトの成果 *イノベーションアクト：当社独自の革新推進プログラム
VI 「安全」課題	11	S	安全・安心なまちづくり	セキュリティカメラなど、セキュリティ新製品・サービス
	11	S	安全・安心な輸送システムの確保	ナビ・ドライブレコーダなど、オートモティブ製品・サービス IoTソリューション製品・サービス
VII 「ガバナンス」課題	16	G	リスクマネジメントの取り組み	公正な取引/取締役有効性評価/コンプライアンス行動基準 情報セキュリティ/個人情報保護/製品品質・安全 顧客満足など
VIII 「価値創造」課題	17	G	ステークホルダーパートナーシップ	M&A件数・産学官の連携/社会貢献活動プログラム

優先SDGs | サステナビリティ優先テーマ | 関連SDGs