

社会・関係資本

資本強化の取り組み概要

先行き不透明な時代において、デンソーだけで社会の変化やニーズに柔軟に応えるのは非常に困難です。ステークホルダーとの良好な関係を築き、仲間を広げていくことは、企業価値向上には欠かせません。

デンソーでは、ステークホルダーとの関係を強化するため、ステークホルダーとの対話を通じて、その期待やご意見への理解を深め、企業活動に反映させます。そして、ステークホルダー・社会と共に成長していくことで、心の底から共感される企業を目指します。

社会・関係資本の強化を通じた企業価値向上への取り組み (価値創造パス)

ステークホルダー	社会・関係資本と企業価値・各資本とのつながり	関係強化に向けた取り組み (インプット)	
		デンソーへの期待・関心ごと	取り組み
社員	社員が総智・総力で新たな価値を生み出し、デンソーが成長するため、社員のエンゲージメントを高めることが不可欠です。 働き方や人事制度の改革、安心して働ける職場環境づくりなど、社員がいきいきと能力を発揮できる風土づくりを推進します。	働きがい、風通しの良い職場、柔軟な働き方、平等・適正な人事評価制度、多様な人財の活躍、安全・健康で快適な職場環境など	社員エンゲージメント調査、社内報やイントラネットを通じた情報発信、相談窓口（ホットライン、なんでも相談室など）、労使懇談会など
お客様 カーメカ／ クルマのユーザー／ 農業・FA領域の 非自動車関係のお客様 など	お客様に製品・サービスを採用していただくことで財務資本が拡大するだけでなく、最適な供給体制の構築、取引を通じた技術・ノウハウの蓄積、社員の育成にもつながります。 お客様との対話を通じてニーズや期待への理解を深め、お客様から信頼されご満足いただける製品・サービスを創出します。	高品質・高性能な製品・サービスの提供、社会課題解決に貢献する製品の提供、製品の安定供給、満足度の高いサービス網など	日常の営業活動におけるコミュニケーション、新製品展示会、共同研究開発、共同出資による新会社設立、お客様窓口など
ビジネス パートナー サプライヤー／ サービス店／ M&Aの事業提携先 など	製品・サービスの競争力はビジネスパートナーの高い技術力や安定供給に支えられています。また、カーボンニュートラルや人権デューディリジェンスなどの推進にもビジネスパートナーの理解や協力が不可欠です。 パートナーシップ強化を図り、社会から選ばれる製品・サービスの提供や、支持される企業行動の実践により、共に成長していきます。	ビジネス拡大、業務提携、異業種交流、サステナビリティ要請（環境・人権など）への対応支援、業界課題解決のリードなど	日常のコミュニケーション、「取引先様感謝の会」の実施、サステナビリティ自己診断、業界団体への参画、SS*総会、サービス技術コンクールなど *デンソーサービスステーション
地域社会 地域住民／行政／ NPO・NGO／次世代 など	操業地域で、良き企業市民として受け入れられ、共存共栄していくことは重要です。また、地域課題に向き合うことで、ビジネスに必要な社会課題解決の視点を獲得する機会につながります。 地域社会との対話を通じて、ニーズを理解し、共に課題解決に挑むことで、地域の発展に貢献していきます。	現地雇用・現地調達、地域振興（スポーツ、文化）、次世代教育支援、交通安全活動、地域環境保全など	地域住民・行政との懇談会、工場見学、モノづくりスクール、地元NPOと協働した社会貢献プログラム、地域自治体との地方創生協定など
株主・投資家	持続的に成長し、企業価値を高めるには、設備増強、研究開発、人財育成などへ投資するための財務資本が必要です。株主・投資家は、健全な経営を推進するための助言を得られる大切な支援者であり、信頼関係を構築することは重要です。 適時・適切な情報開示と対話を通じて経営の透明性を高めることで、企業価値の向上を目指します。	適正な株価、配当などの株主還元施策、適時・適切な情報開示と対話機会、非財務情報の開示など	株主総会、ダイアログデー、決算説明会、技術説明会、事業戦略説明会、個人投資家向け説明会、統合報告書、有価証券報告書など

デンソーの社会・関係資本の特徴
(2024年度末日時点)

サプライヤー社数 約 7,480 社 (グローバル)	株主数 約 22.4 万名	デンソー製品を採用していただいているお客様数 約 200 社 (グローバル)
デンソーサービスネットワーク (店舗数) 約 3,400 店舗 (グローバル)	操業する国・地域数 35 の国と地域	会社のボランティア活動参加人数 延べ約 10.5 万名 (グローバル) ※ 社員やその家族のほか、一般参加者含む

アウトプット

- ・社員エンゲージメント向上
・定着率向上／離職率低下
・発明カイゼン件数増加
・労災／事故件数低下
など
- ・世界での製品シェアの獲得
・お客様数増加
・最適なグローバル供給体制の構築
・知的財産権やノウハウの創出
など
- ・高品質・高性能な製品
・安定したサプライチェーン構築
・お客様満足度の高い
アフターサービス網構築
・責任ある調達の実現
・Scope3のCO₂排出量低減
など
- ・新事業製品創出
・会社認知度向上
・社員エンゲージメント向上
・地方創生ビジネスへの
参画機会獲得
など
- ・適正株価の形成
・長期安定的な配当水準の向上
・株式保有年数の長期化
(株価変動リスク低減)
・投資評価
(レーティング・格付) 向上
・経営の質向上

提供価値 (アウトカム)

