



人的資本レポート

2023

目指す企業像

Vision

明日の社会を見据え、
世界中のお客さまへ感動を織りなす
移動空間の未来を創造する

QUALITY OF TIME AND SPACE

すべてのモビリティへ“上質な時空間”を提供



CONTENTS

人的資本戦略の全体像



1	目指す企業像	
	Vision	02
	CHRO メッセージ	03
2	マテリアリティ	
	トヨタ紡織グループのマテリアリティ	05
3	事業戦略と活躍の領域	
	マテリアリティ達成に向けた事業戦略と 人材戦略上のポイント	07
4	人材戦略の目指す姿	
	人材戦略のテーマと目指す姿	09
5	人材戦略の各施策とKPI	
	1 必要な人材の明確化	11
	2 優秀な人材の確保	13
	3 成長への支援	15
	4 ダイバーシティ&インクルージョンの浸透	17
	5 働きやすさの追求	19
	6 健康・安全の増進	21
	7 コンプライアンス・倫理の遵守	23
	KPI一覧	25

人的資本レポートの目的

当社は、「明日の社会を見据え、世界中のお客さまへ感動を織りなす移動空間の未来を創造する」というVisionのもと、多様な価値観や考え方を持つ社員が協力し合い、ともに成長できる会社を目指しています。さまざまなステークホルダーの皆さまに当社をより理解していただくためには、現行の人材戦略の課題と目標を明確にし、その取組みを公表することが必要であると考え、本レポートを作成いたしました。

今後は、報告内容に対する対話やフィードバックを通じて、人的資本の価値を最大限に引き出し、企業価値の向上につなげてまいります。

報告対象の範囲

本レポートは、日本および世界各地のトヨタ紡織グループを報告対象としていますが、取組みごとに報告範囲は異なります。本レポートでは、右記の表記で報告対象を使い分けています。

トヨタ紡織グループ：日本、米州、中国、アジア・オセアニア、欧州・アフリカ地域
トヨタ紡織：トヨタ紡織(株)
日本地域：トヨタ紡織(株)、日本子会社

本レポートの対象期間

2022年4月1日から2023年3月31日まで。
一部に当該期間外の活動内容を含んでいます。



※1 Battery Electric Vehicle:電気自動車

※2 Mobility as a Service:マイカー以外のすべての交通手段によるモビリティ(移動)を1つのサービスとしてとらえ、シームレスにつなぐ、新たな「移動」の概念

※3 個人の権利や自己実現が保障され、身体的、精神的、社会的に良好な状態にあること

CHROメッセージ



多様な人材の可能性を力に、
世界中で「好きだな、トヨタ紡織」
と言われる風土を目指す

Chief Human Resource Officer
ふえ た やすひろ
笛田 泰弘

多様なアイデンティティを持つ 人材が集まり、 活躍できる会社を目指す

人材は会社にとって一番大切な資産、財産だと思っています。トヨタ紡織グループは2030年の目指す姿を「インテリアスペースクリエイターとして快適な移動空間を実現し、製品、顧客の幅を広げながら社会課題の解決に貢献している会社」としています。その実現のためには、多様なアイデンティティを持つ人材が、トヨタ紡織グループに魅力を感じて集まり、自由に意見を出し合い、尊重し合うことにより、新しい価値やアイデアが生まれ続ける環境をつくっていく必要があります。トヨタ

グループの創始者であり、豊田紡織(現トヨタ紡織)の創業者である豊田佐吉の言葉「障子を開けてみよ、外は広いぞ」に今一度回帰し、すべての社員が新しい可能性に向けて、ワクワクしながら挑戦し、活躍できる仕組みを構築したいと考えています。

社員一人ひとりの可能性を、 会社の成長・発展のための大きな「力」に

当社は2004年に豊田紡織・アラコ・タカニチの3社が合併してトヨタ紡織となり、近年では、アイシンシロキの自動車シート事業と、トヨタ車体精工のメンバーが、当社に加わりました。また、外国籍、障がい者の採用、

およびキャリア採用も積極的に行い、多様な人材が集まっています。一方、こうした多様な人材の可能性を、私たちはまだ十分に活かしきれていないと感じています。

社員一人ひとりが持つ意見やアイデア、あるいは本人が気付いていない能力や可能性を事業活動に活かすことができれば、大きな力となり、また、トヨタ紡織グループの飛躍的な成長につながる大きな可能性を秘めていると考えます。そこで2023年に、日本だけでなく日本以外の多様なアイデンティティを持つメンバーで構成する「100人委員会」(下図参照)を発足し、メンバーの多様な考え方や発想を人材戦略や人事制度改革に活用しています。

インテリアスペースクリエイターへ 成長するために、 人事としての課題を明確に

今後BEV※1やMaaS※2の進展に伴う自動車市場の変化や、ユーザーニーズの多様化などにより、快適な車室空間へのお客さまからの期待が高まることが想定されます。この機会を的確に捉えるために、ものづくりの競争力を磨き続けることに加え、お客さまへの提供価値の向上や顧客の拡大を図り、車室空間全体を企画・提案できるインテリアスペースクリエイターへの成長が

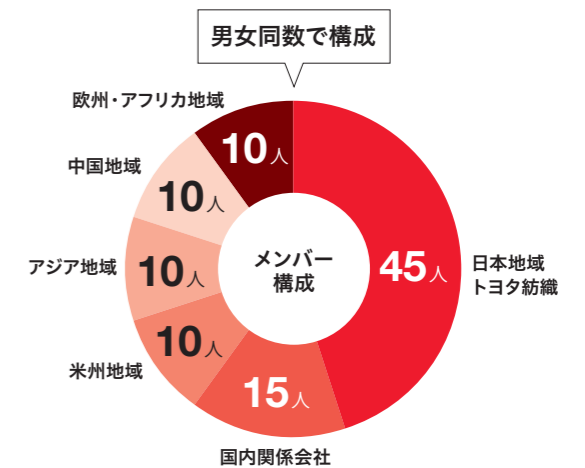
求められます。この実現には、事業戦略と統合した人材戦略の策定が必要です。必要な人材の活躍領域、質、量を明確にし、どのように確保をしていくか、またこうした人材が持つ可能性を最大限引き出し、活躍できる組織をどのようにつくるかについて改めて整理を行いました。そして取組むテーマ、目指す姿、及び具体的な人事施策まで落とし込み、これらの進捗を管理するためKPIを定めました。

より多くの人を惹きつけ共感される 会社を目指して

私たちは豊田佐吉の創業の精神である「世のため人のため」をこれまでも、これからも受け継ぎ、より多くの人をひきつけ、共感される会社でありたいと考えています。近年、少子高齢化や人材の流動性の高まり、またChatGPTの登場など、人材を取り巻く環境は大きく変化しています。当社の人的資本経営に向けた取組みはまだスタートしたばかりです。私たちのありたい姿の実現に向け、人的資本経営のサイクルを確立し、レベルアップすることにより、すべての社員、その家族、さらにはお客さまのWell-being※3の実現につなげたいと考えています。そして、世界中で「好きだな、トヨタ紡織」と言っていただけの風土へと変革を進めていきます。

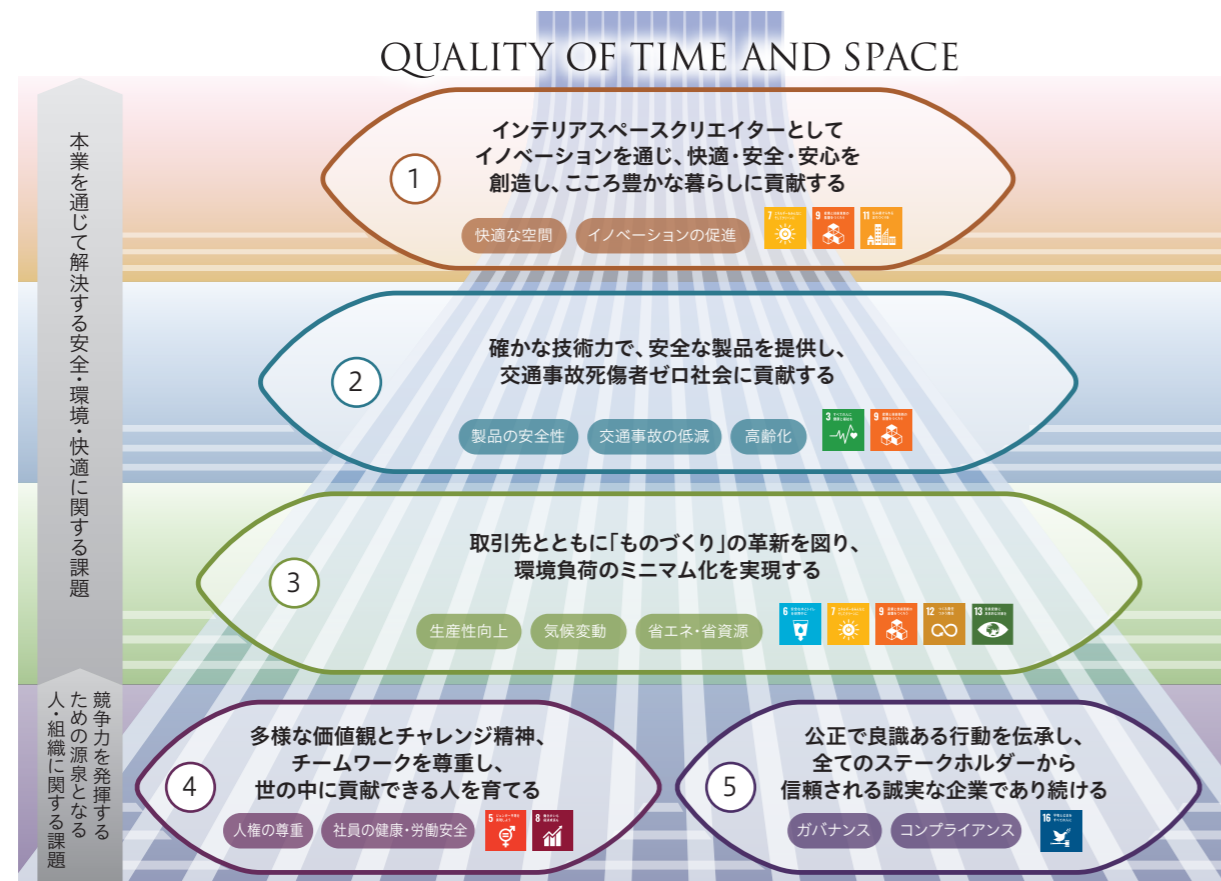
100人委員会

目的	資格・職種・拠点・性別など多種多様な人材を幅広く網羅したメンバーで構成された委員会を設置し、各立場を代表して意見をいただくことで、広く社員の「生の声」を集め、よりよい人材戦略・人事施策を創っていくこと
メンバー	部署・年齢・性別などの属性が極力偏りのないように選出
活動内容	検討中の人材戦略・施策等について、率直な意見、感想の提供 ①意見交換会への参加 ②人事施策に関するアンケートへの回答



マテリアリティ

トヨタ紡織グループのマテリアリティ



図は、経糸で社会を表し、緯糸で当社グループを表しています。5つのマテリアリティを経糸の間に緯糸を通す「罎(シャトル)」に表し、Visionの達成と、本業を通じて持続可能な社会の実現を当社グループが織りなす姿として表現しました。

マテリアリティについて

2020年7月に、さまざまな社会課題の中から本業を通じて優先的に取り組む重要課題を特定し、それらを解決する姿として、5つのマテリアリティを定めました。

Vision達成に向けて、安全・環境・快適に関する課題(①・②・③)には事業戦略での解決を図ると同時に、競争力を発揮するための人・組織に関する課題(④・⑤)の解決については、人材戦略での取り組みを進めています。

マテリアリティと人的資本経営の結びつき

本業を通じて解決する安全・環境・快適に関する課題

マテリアリティ	マテリアリティの意味・想い	関連するSDGs
1 インテリアスペースクリエイターとしてイノベーションを通じ、快適・安全・安心を創造し、こころ豊かな暮らしに貢献する	「世のため人のため」、繊維事業から内装事業へと発展してきたトヨタ紡織グループが、「人々が不安なく・自分らしく生きること＝“快適”」の実現(スマートシティの実現)のために、センシングによる生体情報を活用するなどの製品やサービスの提供を行うインテリアスペースクリエイターへと進化する	7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 11 住み続けられるまちづくりを
2 確かな技術力で、安全な製品を提供し、交通事故死傷者ゼロ社会に貢献する	究極の目標である「交通事故死傷者ゼロ」社会に貢献するために、トヨタ紡織グループの強みである「技術開発」を生かした、高品質で安全性の高い製品(オールインシートやシートベルト、エアバックなどの製品)やサービスを提供し続ける	3 すべての人に健康と福祉を 9 産業と技術革新の基盤をつくろう
3 取引先とともに「ものづくり」の革新を図り、環境負荷のミニマム化を実現する	子どもたちが笑顔で暮らせる持続可能な地球環境を目指し、取引先とともに最先端技術による「ものづくり(モノづくりに関する全工程)」の革新・生産性を向上することにより、CO ₂ 排出量ゼロや生産工程の排水ゼロ、天然資源使用量ミニマム化、廃棄物のミニマム化など2050年環境ビジョンのチャレンジ目標を達成し、経営資源を有効活用する	6 安全な水とトイレを世界中に 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 12 つくもの責任 13 気候変動に具体的な対策を

競争力を発揮するための源泉となる人・組織に関する課題

マテリアリティ	マテリアリティの意味・想い	関連するSDGs
4 多様な価値観とチャレンジ精神、チームワークを尊重し、世の中に貢献できる人を育てる	世の中の困りごとを解決するテーマに挑戦し続けるために、世界中から人材が集まり、発想や考え方を理解し、認め合い、ともに考えられる自律した人材を育てる	5 ジェンダー平等を促進しよう 8 働きがいも経済成長も
5 公正で良識ある行動を伝承し、全てのステークホルダーから信頼される誠実な企業であり続ける	これからも、すべてのステークホルダーから信頼され、ともに成長する会社であり続けるために、創業以来の豊田佐吉翁の想いを具現化した豊田綱領、基本理念にある「公正で透明な企業活動の推進」とTB Wayの「良識ある行動」を実践する	16 平和と公正をすべての人に

※1 Total Quality Management: 総合的品質管理
 柔軟で強靱な企業体質を保つため、基本理念の「全員参加」「お客さま第一」「絶え間ない改善」に基づき、「人」「組織」「プロセス」の能力を高め、業務品質向上を図る

※2 Original Equipment Manufacture: 完成車メーカー

※3 Noise and Vibration: 騒音・振動

※4 Connected, Autonomous, Shared, Electric: コネクティッド・自動運転・シェアリング・電動化

マテリアリティ達成に向けた事業戦略と人材戦略上のポイント

事業戦略と人材戦略

当社は自動車の内装における知識と技術を基盤に、次世代のモビリティに対応した価値を提供し、お客様の要望にマッチした移動サービスを提供できる立ち位置にいます。この強みを活かし、将来を見据えたモビリティサービスの提供に焦点を当て、市場の変化に柔軟に対応していきます。

さらに、グローバルだけでなく、飛行機・新幹線等、自動車以外の多岐にわたるマーケットにおいても新しい価値を提案し、実現する可能性を有しています。

この可能性を活用し、事業戦略を実現するためには、付加価値とマーケット両面でのケイパビリティ向上が重要であると考え、注力したい3つの領域を「活躍の領域」と定義しました。

人材戦略として、それぞれで必要な活躍人材の獲得に向けて、取り組みを行っていきます。

活躍の3領域

1. コア領域: ものづくりの向上と DX 化の推進

当社の主要な事業を担う「コア領域」では、ものづくりの品質向上と、DX化の推進により効率化を図り、競争力を強化してまいります。高度な技術を有する優秀な人材の獲得と育成に注力していきます。

2. 顧客拡大領域: マーケットの拡大

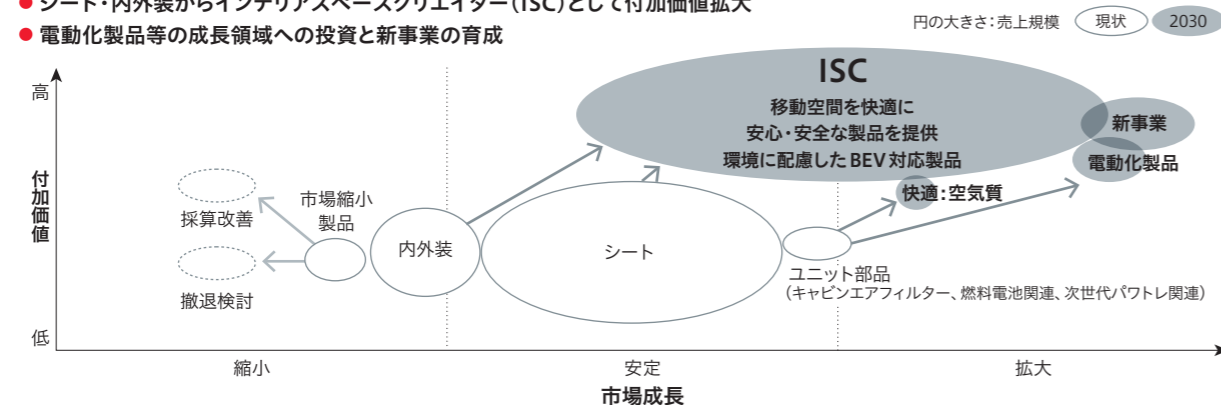
「顧客拡大領域」では、既存市場の拡大と新規市場への進出を図ります。ここでは市場ニーズに応えられるよう、マーケティングや販売チームの強化が不可欠です。この領域では、日本以外の国でのローカル幹部人材の育成・登用に加え、グローバルな視点を持つ優れたマーケティングのプロフェッショナルを積極的に採用し、市場に柔軟に対応していきます。

3. 新価値領域: 提供価値の拡大

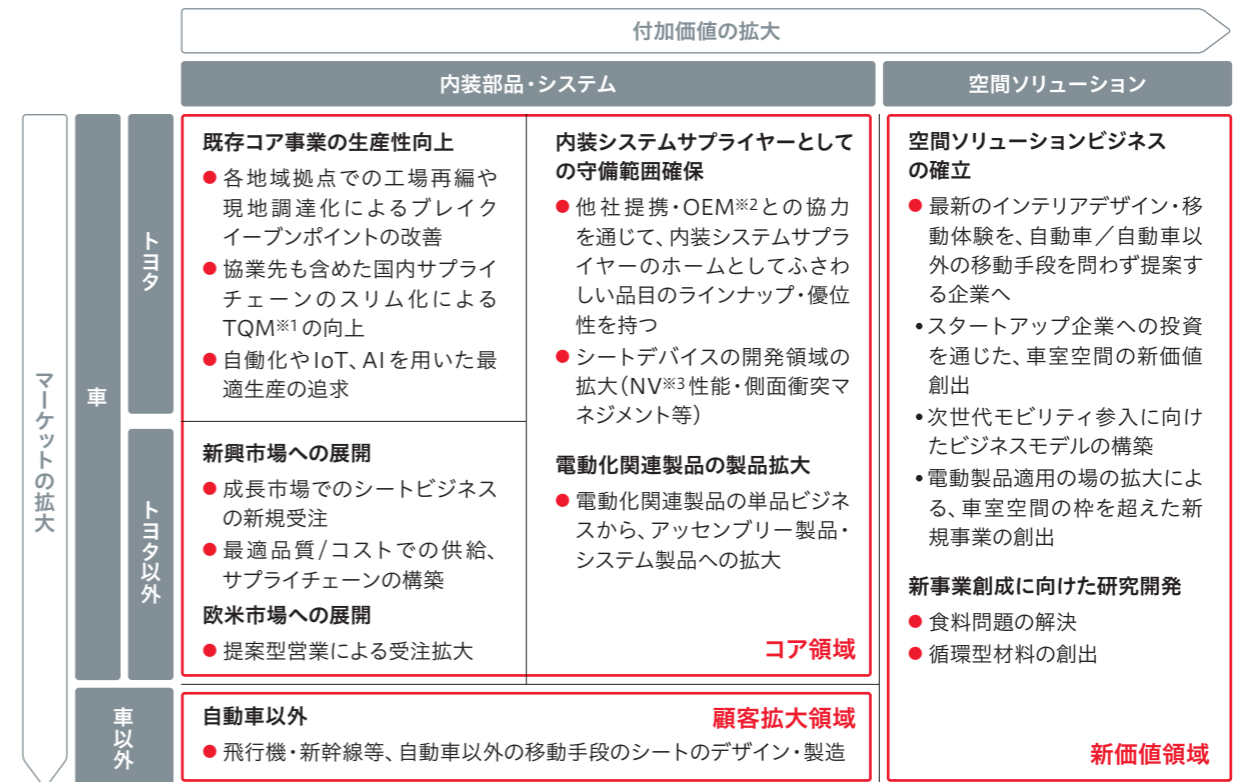
「新価値領域」では、革新的なアプローチにより提供価値を拡大し、新たな事業領域を開拓していきます。クリエイティブで既存概念にはまらない考え方で課題や問いを生み出し、解決策をデザインできる人材を募集し、新たなビジョンの実現を目指します。

事業ポートフォリオイメージ

- シート・内外装からインテリアスペースクリエイター (ISC) として付加価値拡大
- 電動化製品等の成長領域への投資と新事業の育成



活躍の3領域



領域	定義	必要な人材
コア領域	高品質な製品をつくり出し、高度な技術力を活用して製品の種類や機能を広げていく領域	<ul style="list-style-type: none"> ● 電子制御や情報技術分野の強化ができる人材 ● DXを活用し業務の進め方を抜本的に改革する人材 ● ハード・ソフト両面に精通した保全人材 ● 高い縫製技術を持つ人材
顧客拡大領域	成長市場への製品の拡販と効率的なサプライチェーンを構築し、世界中に、また自動車以外の分野への展開を促進する領域(ブランド・地域・異業種への広がり)	<ul style="list-style-type: none"> ● グローバルでのローカル幹部人材 ● グローバルでの企画交渉力を持つ人材 ● 経営戦略を考える異業種人材 ● 新たな市場開拓や顧客拡大を担うマーケティング人材
新価値領域	新たなモビリティと未来の空間に対応するためのプロジェクトを展開し、CASE ^{※4} とMaaS市場に先駆的な提案と、新事業創成に向けた研究開発を行う領域	<ul style="list-style-type: none"> ● 先進技術の融合とトレンドの洞察で新価値を創造できる人材 ● 感性工学や人間工学などの専門領域をもとに空間設計ができる人材 ● 将来を見据えた思考力と行動力を持つ人材 ● 世の中の社会課題を解決し、こころ豊かな社会へ貢献できる人材

人材戦略のテーマと目指す姿

事業戦略の実現に向けて、7つのテーマで人事施策に取組み、それぞれの取組みのゴールを「目指す姿」として定義します。



人材戦略	目指す姿
1 必要な人材の明確化	人材ポートフォリオに基づく採用・育成と、人材の活躍状況をモニタリングする仕組みを構築し、「活躍の3領域」における必要な人材の適時かつ効率的な確保を目指す。 →P.11
2 優秀な人材の確保	インテリアスペースクリエイターの実現・グローバルへの拡大に向けて、活躍の領域に必要な人材の採用競争力を維持または向上する。 →P.13
3 成長への支援	未来につながるイノベーション探求の観点から、専門家としての深い知識と、幅広い業界や事業展望を理解することで、柔軟性や創造性をもたらし、組織全体の成長に貢献する人材の育成を目指す。 →P.15
4 ダイバーシティ&インクルージョンの浸透	多様なバックグラウンド・価値観を持つ人材が、互いの違いを尊重し、活かすことで、新たな価値を創造できる組織を目指す。 →P.17
5 働きやすさの追求	柔軟で効率的かつ創造的なワークルールの整備と、風通しのよい職場づくりを通じて、新たな挑戦を促進し、社員が明るく楽しく働くことのできる環境を構築する。 →P.19
6 健康・安全の増進	「社員の安全と健康はすべてに優先する」という信念のもと、健康経営および安全衛生マネジメントを推進し、社員が心身ともに健康で安心して働ける環境を実現する。 →P.21
7 コンプライアンス・倫理の遵守	コンプライアンスの遵守や人権尊重への取組み、リスクマネジメントを実施することで、継続的な組織運営と信頼できる環境を目指す。 →P.23

人材戦略の各施策とKPI

人材戦略

1 必要な人材の明確化

人材ポートフォリオに基づく採用・育成と、人材の活躍状況をモニタリングする仕組みを構築し、「活躍の3領域」における必要な人材の適時かつ効率的な確保を目指す

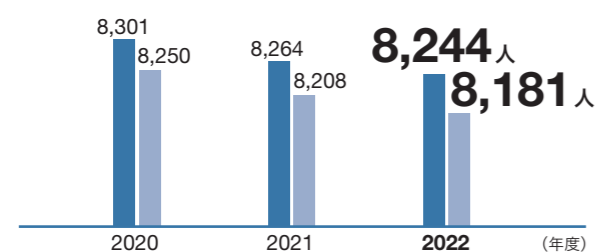
当社では、中期的な市場の変化や技術の進展、競合の動向を分析し、必要な人材の質・量を明確化した上で、人材ポートフォリオを策定しています。定期的に計画の進行状況の把握と、見直しを行い、採用・育成施策につなげることで、迅速かつ適切な人材確保を実現します。さらに、確保した人材の活躍状況についても、具体的なKPIや評価基準を設け、適応力や成果を継続的にモニタリングできる仕組みの構築を進めています。

また、日本以外の国の拠点長・統括会社のローカル化を推進し、派遣中のコーディネータ(日本人非ライン長)を適正化し、帰任者が新領域へシフトする取組みも進めています。これらの取組みを通じて、全社で最適な人材活用を実施し、組織全体のパフォーマンス向上に貢献します。

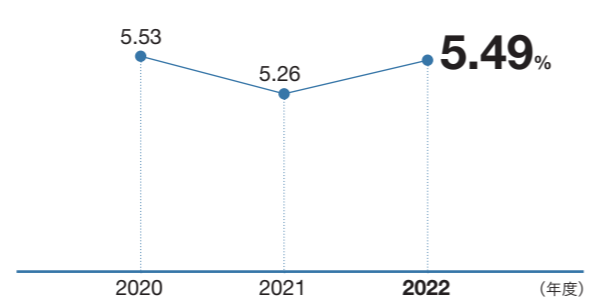
2023年度データ

従業員数・フルタイム当量 (FTE) (人)

■ 従業員数 ■ フルタイム当量 (FTE)

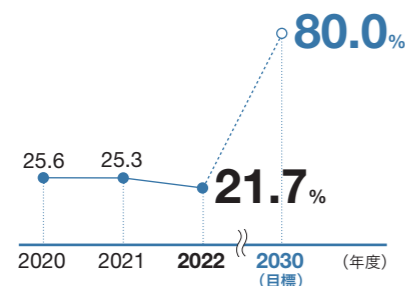


人的資本 ROI (%)

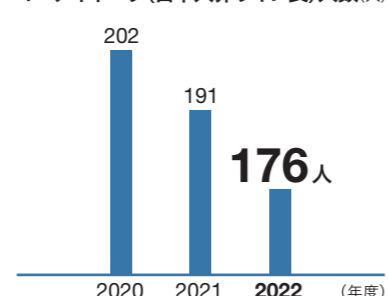


※ 人的資本 ROI = 営業利益 ÷ 人的資本コスト。人的資本コストは労務費で算出。

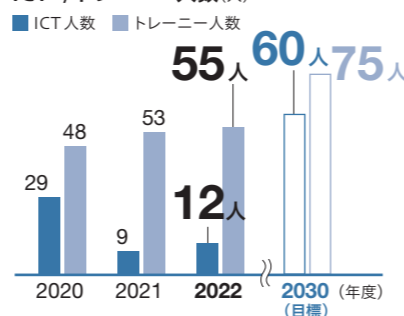
日本以外の国の拠点長等のポストに占める現地社員の割合 (%)



コーディネータ(日本人非ライン長)人数(人)



ICT※/トレーニー人数(人)



※ ICT (Intra-corporate transfer) は海外メンバーの受け入れのこと

重点施策と具体的な取組み

重点施策	施策目的	主なKPI
中期要員計画の策定	● 今後の事業の成長に欠かせない「活躍の3領域」で必要な人材を、計画的に確保する体制を整備する	● 人的資本ROI ● 総人件費 ● 従業員数 ● フルタイム当量 (FTE) ● 外部労働人数
KPIの可視化	● 要員計画の進捗状況や人材の活躍状況を定量的に分析しPDCAを回す仕組みを作る	

詳細

- **人材ポートフォリオの策定**
「活躍の3領域」に焦点を当て、必要能力・人数・タイミングを予測・分析し、策定
- **Global HRプラットフォーム**
管理職以上を対象にグローバル共通の人事制度(Global HRプラットフォーム)を適用することで、グローバルレベルでの最適な人材配置を実施
- **KPIの可視化**
中期人材ポートフォリオに基づき、確保した人材の活躍状況まで包括的かつ効果的に可視化し、定量的なデータで経営判断を行えるよう、必要なデータの収集やデータ基盤への取り込みを推進中

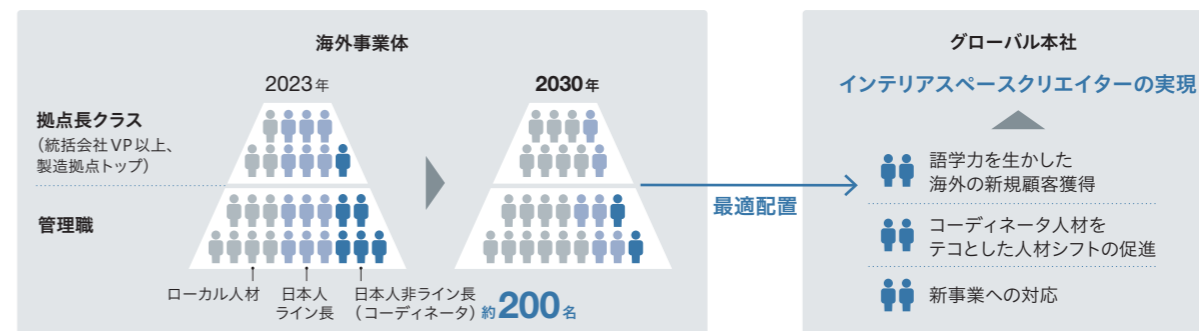
重点施策

コーディネータ配置の最適化を通じた新領域へのリソースシフト

施策目的	主なKPI
● 日本本社の社員と海外事業体のローカル社員が直接やりとりできるようになることで、海外事業をよりリークした体制で運営し、新領域へリソースシフトを行う	● 日本以外の国の拠点長等のポストに占める現地社員の割合 ● コーディネータの人数 ● ICTの人数 ● トレーニーの人数

詳細

- **新領域へのリソースシフトと海外事業体のローカル化推進**
日本本社との連携のために、多くの日本人コーディネータを海外事業体に派遣。このコーディネータを適正化し、帰任者が新領域 (ISCやBEV等) で活躍できるよう、日本以外の国の拠点長・統括会社機能トップポストのローカル化を推進
- **日本本社のグローバル化推進**
海外事業体のローカル社員が日本本社とのコミュニケーションを取りやすくするために、中堅社員も含めて各拠点からのICT/トレーニーを積極的に受け入れる。また、帰任した出向者(コーディネータ含む)を窓口とし日本以外の国の拠点が直接本社の各機能・本部・領域に連絡・相談できる体制を構築する



人材戦略

2 優秀な人材の確保

インテリアスペースクリエイターの実現・グローバルへの拡大に向けて、活躍の領域に必要な人材の採用競争力を維持または向上する

競争が激化する市場で、当社がインテリアスペースクリエイターとして活躍するためには、優秀な人材の確保が鍵となります。活躍の3領域に必要なスキルや経験を具体的に明示し、それにマッチする優秀な人材を積極的に迎え入れることで、事業戦略の実現につなげていきます。

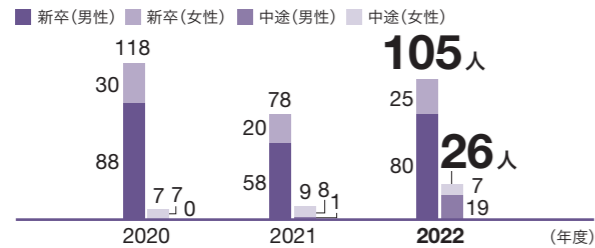
採用のターゲット層も、日本国内だけでなく、人口増加が見込まれるグローバル市場にも視野を広げ、地域の文化やニーズに合わせた多様なバックグラウンドを持つ人材を獲得していきます。

また、採用活動には多くの社員が関わりを持っています。社員自らの言葉で、当社の魅力や未来を語り、広めることで、その志に共感する人材が引き寄せられるよう、そして、会社側・入社希望者側、双方のミスマッチがなくなるよう活動しています。

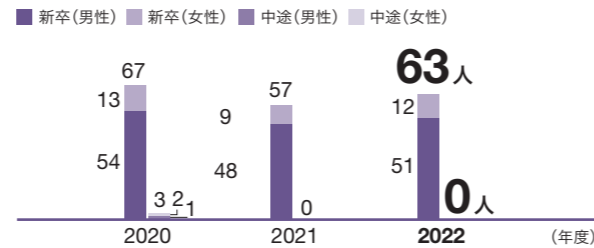
入社後も、入社者と人事担当者の個別面談や、上司・先輩への研修を通して、職場での円滑なコミュニケーションが進むよう丁寧にフォローを行っています。

2023年度データ

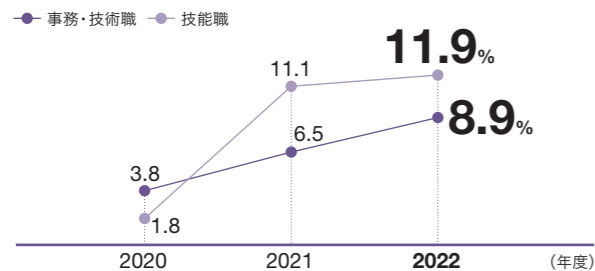
事務・技術職
新卒/中途 男女別採用人数(人)



技能職
新卒/中途 男女別採用人数(人)



事務・技術職/技能職 新卒3年以内離職率(%)



〈ご参考〉

■新規学卒就職者(2018年3月卒業者)の3年以内離職率
 ●新規大卒就職者: 31.2%
 ●新規高卒就職者: 36.9%

■製造業の新規学卒就職者の3年以内離職率
 ●新規大卒就職者: 19.0%
 ●新規高卒就職者: 27.2%

出所:厚生労働省「新規学卒就職者の離職状況(平成30年3月卒業者の状況)」

重点施策と具体的な取組み

重点施策	施策目的	主なKPI
人材の確保	●「活躍の3領域」において独自のポテンシャルを発揮でき、当社の志に共感する優れた人材を、多様なバックグラウンドから集める	●新卒/中途採用人数 ●外国籍社員採用人数 ●平均勤続年数 ●新卒3年以内離職率

詳細

●新卒採用

①ターゲット層の拡大

既卒者や日本以外の大学卒業生等も含めた採用活動の実施。コア領域や新価値領域で活躍できる若手の獲得に向け、新規開拓や工業系の各高校との連携を強化

②新入社員の定着向上

「配属後アンケートと個別面談」、「育成記録表を用いた上司・先輩との面談」、など、新入社員の個々の希望や成長に沿ったサポートを提供
 また、直属上司・先輩に「コミュニケーションスキル研修」を実施し、新入社員との円滑なコミュニケーションを促進

●中途採用

①リファラル採用

即戦力となる能力の有無や当社の志への共感の有無を見極めることと、スピーディーな採用を両立させるため、当社社員の知人の紹介採用を実施

②アルムナイ採用

当社OB/OGの採用を実施

重点施策

社外への
魅力発信
(企業認知度の向上)

施策目的

●さまざまなバックグラウンドの採用候補者に対し、トヨタ紡織の魅力や志を効果的に伝えるため、候補者との交流や広報に力を入れ、企業の認知度とブランドを向上させる

詳細

●新卒採用候補者との交流・広報活動

①インターンシップの開催

約3週間、先輩社員からのサポートやフィードバックを受けながら、例えば、「カーボンニュートラルに貢献するウレタン材料技術開発」、「グローバル展開車種に搭載されるシート設計・開発」等のテーマに取組み、多くの先輩社員との交流や、期間中の成果のプレゼン体験を通して、会社や風土についての理解を深める

②OB/OGリクルーターによる対話・広報活動

③学校内少人数座談会の実施

就活生のみならず、低年次の学生も含めて交流を図り、当社の魅力を伝える

④大学研究室との連携

必要な人材を明確にし、早期から大学と連携し、育成や採用につなげることで、ミスマッチをなくし、高度な研究開発ができる人材、また、新顧客領域・新価値領域で求められる深い専門知識を持つ人材の獲得につなげる

●デジタルでの広報活動

①SNSの活用による企業文化や社内の雰囲気発信

②当社の活動や社員の声を動画で発信

③バーチャル空間での企業展示会・学生との交流会の開催



技術系インターンシップ

※1 Global Succession Committee by Top Executives
 ※2 Global Succession Committee
 ※3 Regional Succession Committee

人材戦略

3 成長への支援

未来につながるイノベーションの探求の観点から、専門家としての深い知識と、幅広い業界や事業展望を理解することで、柔軟性や創造性をもたらし、組織全体の成長に貢献する人材の育成を目指す

多様な価値観とチャレンジ精神、チームワークを尊重し、世の中に貢献できる人を育てるための、人材育成・登用の基本的な考え方として、経営理念に基づいた「TB Way コンピテンシー（求める人材像、職能基準）」を策定し、「戦略立案」「実行貫徹」「人材・組織力向上」「人間力」の4つの観点で、バランスよく能力を発揮できる人材の育成と登用をグローバルに行っています。

活躍の3領域それぞれで活躍できる人材の育成のため、幹部人材・経営者層の育成、自身の専門分野を超えた教育やキャリア機会の提供、デジタル人材の育成を行っています。特に、コア領域では技能や技術力の強化、顧客拡大領域ではグローバル対応力の強化を図ります。新価値領域では先駆的な提案を行うために必要な各分野のエキスパートや、新たなビジネスモデルを構築するための幹部人材・経営層の育成にも力を入れています。

各自の専門性を基盤にしながらも、幅広い領域に目を向け、変化する事業環境に適応するための新たな洞察力を持つ人材を育成しています。

2023年度データ

	2020	2021	2022
開発トレーニングに関する総コスト (億円)	11.1	11.8	13.5 億円
従業員1人当たりの平均研修時間 (時間)	19.1	17.6	18.8 時間



グローバル幹部教育プログラム

	2022
愛知県優秀技能者(あいちの名工)表彰者数	3 人
文部科学大臣表彰 創意工夫功労者	8 人
技能五輪の入賞者数	4 人
特級	4 人
技能検定合格者数	28 人
1級	
2級	30 人
グローバル幹部教育プログラムに参加した人数	138 人

重点施策と具体的な取り組み

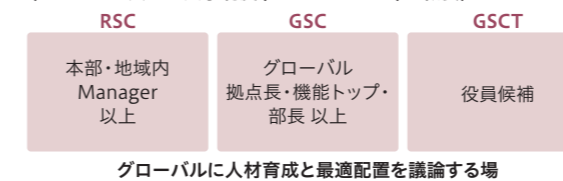
重点施策	施策目的	主なKPI
幹部人材・将来の経営者層の育成	● 既存事業の深化に加え、当社の価値向上に必須となるマーケット拡大や新たなビジネスモデル構築をリードできる次世代経営幹部候補を育成する	● グローバル幹部教育プログラムに参加した人数
自身の専門分野を超えた教育やキャリアの提供	● 意欲のあるすべての人材に学ぶ機会を提供し、多様な業務経験や他社・他業界を知ること、多角的な視点を持った社員を育てる	
デジタル人材育成	● 将来の競争力確保に向けた業務改革のため、社員がスピード感のあるDXを推進できるよう、デジタルツールの活用、データの有効活用、これらを安全に利活用できる知識を備えた人材の育成を目指す	

詳細

● 幹部人材・将来の経営者層の育成

経営幹部候補はGSCT※1、日本以外の拠点の拠点長・統括機能トップ候補者はGSC※2、その他重要ポスト候補者はRSC※3の各後継者育成委員会において議論し、属性に関係なく育成を見据えたグローバル最適配置を推進

〈グローバル共通の人事制度(GHR Platform)の概要〉



● グローバル幹部教育プログラム

将来の経営幹部候補の育成の実施

● 社員の学習意欲への支援と学ぶ機会の提供

社員が自身の専門分野以外の業界や領域から学ぶことで、従来の枠組みに捉われない、よりクリエイティブで革新的な考えを職場で発揮できるよう、ふるさと兼業越境研修プログラム「シェアプロ」の導入を開始。また、社員の新たな挑戦を後押しするため、希望する部署やポストに異動できる社内公募制度の対象を若手社員にも拡大中

● デジタル人材の育成

- ①業務プロセス改革を支える最適なデジタルツールの活用推進
- ②増加するデータの有効な業務活用ができる人材の強化
- ③デジタルツール、データを安全に利活用するための知識習得

重点施策	施策目的	主なKPI
技能の強化・育成	● 今後の事業の成長に欠かせない「活躍の領域」で必要な人材を、計画的に確保する体制を整備する	● 愛知県優秀技能者(あいちの名工)表彰者数 ● 技能五輪の入賞者数 ● 技能検定合格者数
イノベーション活性化	● イノベーションを起こす風土を醸成し、Seeds(事業の芽)を事業成長につなげる	

詳細

● コア領域での必要人材の育成

安全・品質・納期・原価をグローバルに高いレベルで達成できる人材の育成を目的に、知識教育・実践教育を通じ、職場力向上をサポート。技能員の育成度合いを確認するため、社内技能コンクールを開催。トヨタ紡織学園では、将来、技能系職場のトップリーダーとして活躍できる人材の育成を目的に、技能五輪入賞に向けた取り組みを実施

● 新顧客拡大領域・新領域での必要人材の育成

- ①Re:act, We:ave
事業領域の拡大、新規ビジネス創成の担い手を育てることを目的とした2つのプログラム(Re:act, We:ave)を継続的に実施。イノベーションを起こす風土を醸成するための全社的な底上げと、実際に新規事業の旗振り役となる社員の育成につなげる
- ②イノベーションや新規事業が育ちやすい環境づくり
新たな価値観・考え方を身につけることを意図したベンチャー企業・他社・大学への派遣制度の整備や、新事業を立案する専門部署の設立などの施策を推進

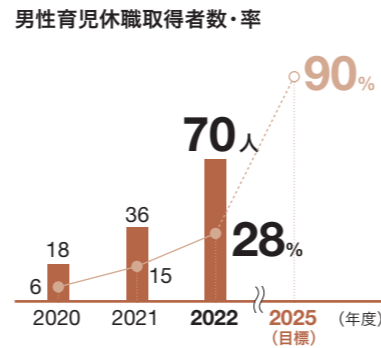
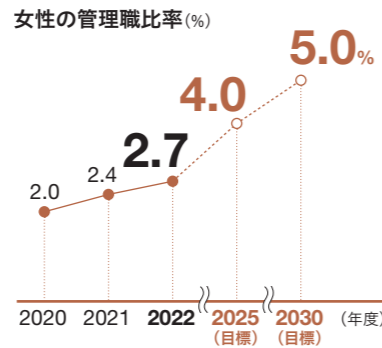
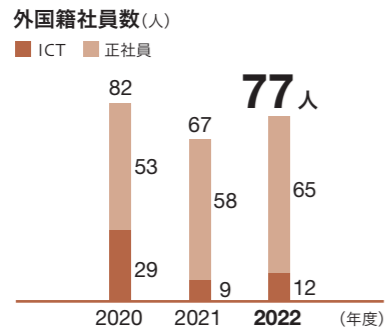
人材戦略

4 ダイバーシティ&インクルージョンの浸透

多様なバックグラウンド・価値観を持つ人材が、互いの違いを尊重し、活かすことで、新たな価値を創造できる組織を目指す

当社は、事業拡大や新規事業の創出のために、多様な知識とアイデアの融合によるイノベーションの活性化が必要不可欠であると考えています。そのために、性別、年齢、国籍、障がいなど異なる背景や属性、価値観を持つ人材が社内で当たり前存在し、個々の違いを強みに変え、高め合って活躍できる組織づくりに取り組んでいます。その中で誰もが自分の考えを気兼ねなくオープンにできる風通しのよい職場風土づくりと、個々の特性に応じた働き方の選択肢を広げる活動を推進しています。これらの活動を通して、社員が自分らしく活躍し、協力し合える土壌を整備すると同時に、多角的な視点から新たな価値を創造できる組織を目指します。

2023年度データ



ENRG 女性チーム キックオフ



育児期間中の女性でも働きやすい工程づくり

重点施策と具体的な取組み

重点施策	施策目的	主なKPI
社員ネットワーク リソースグループ	● 多様な背景・属性、価値観を持つ社員が結集し、社員一人ひとりが能力を存分に発揮できるような施策やプログラムを共同で考え、実行に移すことで、ダイバーシティ&インクルージョンを推進する	
ワークライフ バランス	● 育児や介護などさまざまなライフイベントに直面した社員に多様な選択肢を与えることでキャリアとの両立を図ることを支援する	● 短時間勤務制度の利用者数・率 ● 男性育児休職取得者数・率 ● スキルカムバック制度利用者数

詳細

- **ENRG(Employee Network Resource Group)**
2022年度に設立し、社員の生の声の把握や、活躍促進策の議論を進めている。これまでに女性、若手、外国籍社員、シニア、障がい者などのENRGを立ち上げ活動を広げている
- **仕事と家庭の両立支援策の充実**
・ライフサポート休暇の新設：家族のケア、不妊治療といった幅広い事由で取得できる休暇制度を2024年4月開始予定
- 育児休業応援金制度：育児休業中の経済的不安を男女ともに解消するため、会社から応援金を支給
- 短時間勤務制度の充実：対象者・勤務時間の選択肢を拡大
コアタイムの撤廃や、フレックス・テレワーク勤務といった柔軟に働ける環境を整備
- **育休前後のキャリアセミナーの実施**
育休後の復職を見据え、上司、配偶者を含めて今後のキャリアについて考える機会を提供

重点施策	施策目的	主なKPI
多様な人材の 活躍推進	● 社員が、ライフイベントや年齢、異なる文化、言語、障がいに左右されずに、自己成長の機会を与えられ、仕事にやりがいや働きがいを感じ、個々の力を最大限に発揮できる組織を目指す	● 管理職比率 ● 男女間の賃金差異 ● 再雇用者制度利用者数 ● 高齢者継続雇用率 ● 障がい者雇用人数 ● 障がい者雇用率

詳細

- **女性のキャリア支援**
ワークライフバランスのための環境整備、本人と上司の意識改革、各職場での重点育成対象者の登録と育成を実施
- **シニア人材の活用**
意欲・経験・スキル・ノウハウを最大限活用するため、50歳以上対象の社内公募制度であるジョブポスティング制度や、役職定年の柔軟な運用、再雇用者の海外出向を実施。定年(60歳)以降の再雇用制度では、働きがいの向上のため、職務・報酬のあり方について見直しを検討中
- **外国籍社員の積極採用・ICTの受け入れ**
グローバル化への対応力を高めるために、外国籍社員の積極採用に加え、将来の幹部候補である海外メンバーをより多く日本に招へい。国内人材の語学力の強化も積極的に取組み中
- **障がい者雇用**
個々に必要なサポートを提供するため、相談窓口を設置し、障がい者本人やその上司が担当者に相談できる体制を構築
- **インターンシップの実施**
外国籍社員、障がい者向けに実施。入社前に業務内容・必要なサポートを相互にすり合わせることで、不安を解消

重点施策	施策目的
LGBTQ+など 性の多様性への対応	● LGBTQ+の人材も安心して働ける環境を整備し、性のどのようなあり方も尊重できる組織になる
人にやさしい工程・ 環境づくり	● シニア人材や障がいのある方、またフルタイムで働けない方など、さまざまな個性を持った人材が働きやすい職場をつくる

詳細

- 同性カップルへの結婚・家庭に関する社内制度の適用
- 誰でも働きやすい工程設計、環境整備
- 管理・監督者の教育の推進

人材戦略

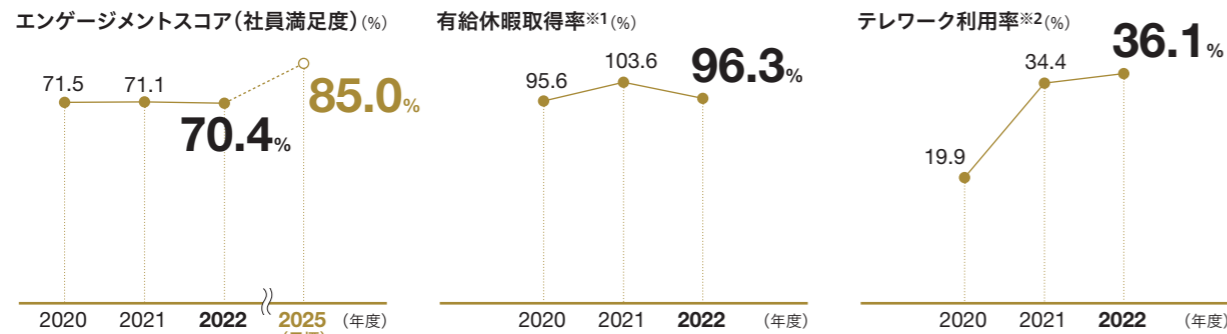
5 働きやすさの追求

柔軟で効率的かつ創造的なワークルールの整備と、 風通しのよい職場づくりを通じて、新たな挑戦を促進し、 社員が明るく楽しく働くことのできる環境を構築する

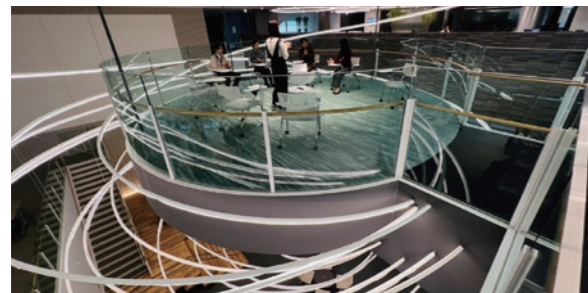
当社では、「いきいき働き方改革」として、より柔軟で効率的かつ創造的なワークルールの整備を進めています。同時に、誰もが自分の考えを気兼ねなくオープンにできる「風通しのよい職場風土」を醸成し、社員が明るく楽しく、いきいきと働ける職場づくりに注力しています。さらに、「社員のいきいき」を定量的に評価するため、全社で統一された指標として「いきいきKPI」を導入し、その向上に向けて、制度や環境の整備を進めています。

事業戦略の実現と社員のいきいきという双方に向け、一層高い次元で取り組んでいきます。

2023年度データ



※1 前年度繰り越し分も含む有給休暇取得日数を、繰り越し分を除く有給休暇付与日数で割って計算するため、有給休暇取得率は、100%を超える場合がある
 ※2 延べ利用回数÷勤務日数(製造職場を除く)



オープンなコミュニティスペース



重点施策と具体的な取り組み

重点施策	施策目的
風通しのよい職場風土の醸成	● トップ、上司部下間のコミュニケーションを活性化させ、聴ける・言える関係性を構築すること
社員の声を聴く仕組みの充実	● 資格・職種・拠点・性別など多種多様な社員の「生の声」を集め、よりよい人材戦略、施策を創っていくこと

詳細

- 風通しのよい職場づくり
 - ①社内教育
有識者による風通しのよい職場づくり講演会の実施、感謝と思いやりあるコミュニケーションを体得する研修の実施
 - ②トップメッセージ発信
 - ③社員の声の認知
上司や同僚・部下など、さまざまな立場の人物が多角的に評価する制度(360度評価)に加え、職能評価基準に人間力を追加
 - ④「聴ける・言える」関係性の構築
部門間の連携とコミュニケーションを促進し、モチベーション向上を図るためのイベントなどへの費用補助を実施。また、レガッタ大会や、サマーフェスティバル、駅伝大会等、社内イベントも実施
 - ⑤あいさつ・感謝が自然とできる職場づくり
お互いが尊重し合える関係性構築のため、あいさつ活動、サンクス活動、「さん付け」運動に労使で取り組む
- 多様な社員の声を聴く仕組みの充実
多種多様な人材を幅広く網羅したメンバーで構成され、各立場を代表して意見を出してもらう100人委員会を設立

重点施策	施策目的	主なKPI
「いきいき働き方改革」の推進	● 社員がいきいきと明るく楽しく働くことができ、改善が自律的に進む職場づくり	● テレワーク利用率

詳細

- 柔軟な働き方の推進
テレワーク制度(家庭の事情に応じてフルリモートも可)やコアレスフレックス、オフィス改革を行い、柔軟に働ける環境を整備
- 業務の効率化
社員一人ひとりが、より付加価値の高い業務を行えるよう、全社で毎月1人1件以上、業務の効率化に関する提案を行う制度(インセンティブあり)や、権限委譲を進め、会議体の見直しやノー会議デーの設定により、労働時間の低減を推進



駅伝大会



サマーフェスティバル

※1 WHO-HPQ (Health and Work Performance Questionnaire) 絶対的プレゼンティズムで測定。
健康の問題を抱えながら業務を行うため、100%の能力が発揮できず、生産性のロスが発生している状態を示す。
※2 傷病による休務の全従業員平均日数

人材戦略

6 健康・安全の増進

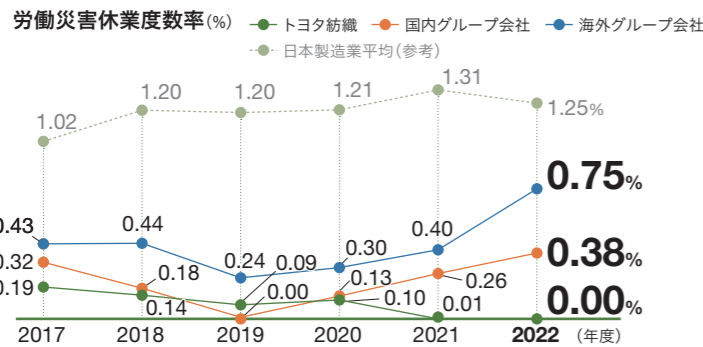
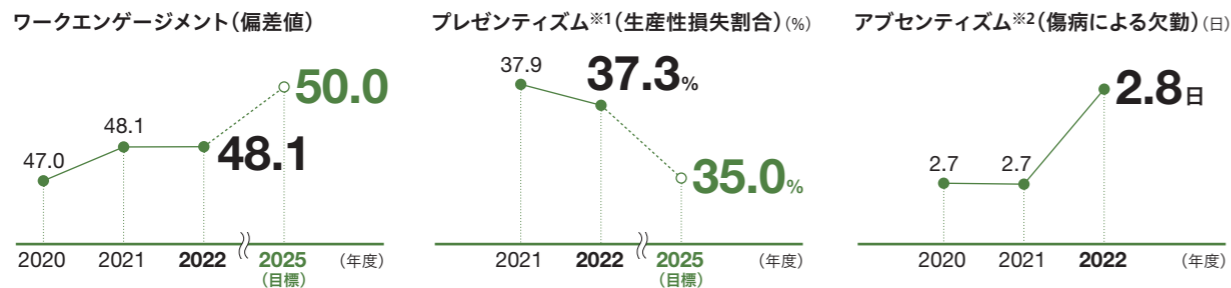
「社員の健康と安全はすべてに優先する」という信念のもと、健康経営および安全衛生マネジメントを推進し、社員が心身ともに健康で安心して働ける環境を実現する

当社は、「安全衛生基本方針」に基づいて、「社員の健康と安全はすべてに優先する」という企業風土の確立のため、健康経営および安全衛生マネジメントを推進しています。

健康経営では、社員の健康増進を経営課題の一つと捉え、「トヨタ紡織 健康宣言」のもと、一人ひとりが心身ともに健康にいきいきと働くことで、持てる能力を最大限発揮できる会社づくりを進めています。CEOを最高責任者とした関係部署との推進体制を構築し、作成した戦略マップをもとに、「社員のワークエンゲージメント向上」、「プレゼンティズム改善」、「アブセンティズムの低減」に向けて全社で取り組んでいます。

また、安全衛生では、労働安全衛生マネジメントシステム(OSHMS)に沿った活動をグローバルに行っており、安全な職場環境を、地域や職種を問わず当社のあらゆる職場で実現できるよう取り組んでいます。

KPIデータ



	2020	2021	2022
社員の重大災害発生件数(件)	0	0	0件
外来工場業者・外来者の重大災害件数(件)	0	0	0件

重点施策と具体的な取組み

重点施策	施策目的	主なKPI
健康経営	● 社員の健康増進を経営課題として捉えることで、社員一人ひとりが心身ともに健康にいきいきと働き、持てる能力を最大限発揮できる状態を実現する	● ワークエンゲージメント ● プレゼンティズム(生産性損失割合) ● アブセンティズム(傷病による欠勤) ● 運動習慣がある人の比率(40歳以上) ● 定期健康診断後の精密検査受診率

詳細

- **健康経営推進体制**
CEOを最高責任者とし、推進部署である安全健康推進部、人材戦略部、経営企画部、健康保険組合での定期的なミーティングの実施。各部に配置された健康活動推進員が中心となり、健康活動を主体的に推進
- **健康経営の戦略マップ**
健診データやストレスチェック結果のクロス分析から戦略マップを作成し、活動を推進
- **健康リテラシー向上**
生活習慣病を防ぐための健康的な生活を定義した8つの項目(適正体重・朝食・飲酒・間食・禁煙・運動・睡眠・ストレス)を「健康チャレンジ8」と定義し、実践数5を目標に活動を実施。支援ツールと

してスマートフォンアプリ内で企画されたイベントの目標を達成した社員にはポイントを付与するなどのインセンティブを設け、行動変容を促進

- **体の健康づくり**
各種健康セミナーの開催(28歳/35歳健康セミナー、女性健康セミナー、睡眠セミナー)、フィットネス動画付き健康コラムの配信、2023年4月からの敷地内全面禁煙化、禁煙補助薬の補助
- **心の健康づくり**
メンタル不調を予防するため、セルフケア教育やラインケア教育の実施、メンタル不調者に対して、産業医や産業保健スタッフ、人材戦略部が連携した復職支援の実施

健康経営優良法人(ホワイト500)の認定取得

当社の活動が評価され、昨年に引き続き2022年度「健康経営優良法人2023 ホワイト500」に認定されました。



重点施策	施策目的	主なKPI
安全衛生	● 安全な職場環境を、地域や職種を問わず当社のあらゆる職場で実現する	● 労働災害休業度数率 ● 社員の重大災害発生件数 ● 外来工場業者・外来者の重大災害件数 ● 労災による死亡率

詳細

- **労働安全衛生マネジメントシステム(OSHMS)活動の推進**
当社グループで統一したマネジメントシステムを構築。労働安全衛生上の問題や課題を把握し、労働安全衛生の継続的な改善を実施
- **安全な職場環境づくり**
リスクアセスメント(設備・化学物質・作業)を軸とした適切な管理方策の実施、安全基本行動の啓発や安全点検、安全教育の実施
- **防火防災への取組み**
トップ自ら行う防火点検の実施(統括工場長による管理状況の確認)、VRを活用した消火器訓練の実施

- **外来者・外来工事の安全確保**
安全な工事管理を目指した、トヨタ紡織外来工事安全衛生協会(47社)と一体となった活動を実施。また、工事担当者が実際の現場と同じ機材を用いて工事環境を体感できる、外来工事教育アカデミー(SEAC)を開講し、訓練を実施
- **安全行動できる人材育成**
2020年に「安全衛生環境実考館」を設立。館内は、過去の労働災害の背景や原因を「知り」、その対策について「考え」、社員一人ひとりが当事者意識を持って自ら「実考(実行)」できるようになるための設備や仕組みを整備。階層別に教育を実施し、災害発生防止と安全な人づくりを推進

人材戦略

7 コンプライアンス・倫理の遵守

コンプライアンスの遵守や人権尊重への取組み、 リスクマネジメントを実施することで、 継続的な組織運営と信頼できる環境を目指す

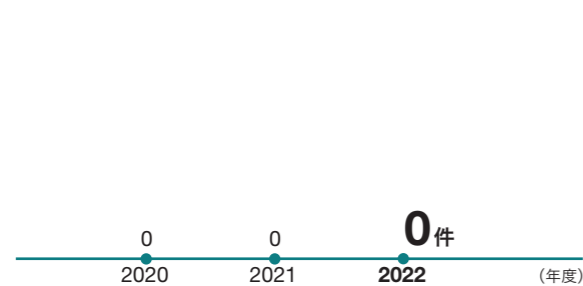
当社は、「よき企業市民として社会との調和ある成長を目指す」ことを基本理念を掲げ、経営トップの強いリーダーシップのもとで、グローバルにコンプライアンスのあり方、推進体制、活動内容・目標を明確にし、各地域の法務担当者が課題を共有しながら、コンプライアンス活動の強化を図っています。

また、独占禁止法の遵守や贈収賄防止などに加えて、人権を尊重することの重要性がますます高まっています。法令を遵守するだけでなく、多様な文化や価値観、個性を尊重し、地域社会と共生していくために、役員や社員を対象とする研修、啓発活動を通じて、コンプライアンスや人権に関わる意識向上と実践度の向上に努めています。

経営に関わるリスクや外部環境に起因するリスクにも迅速に対応するため、リスクマネジメントの強化とリスク低減に積極的に取り組んでいます。

2023年度データ

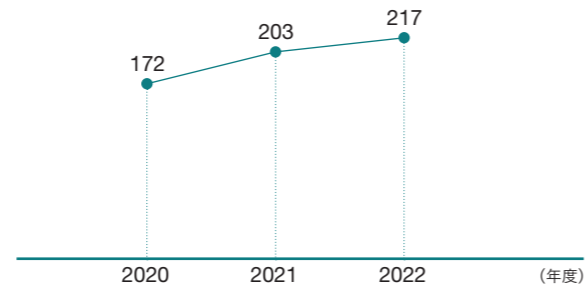
重大なコンプライアンス違反の事例総数(件)



ハラスメントに関する研修受講人数・受講率

2022	
実績	950人
受講率	98%

相談通報窓口への相談件数(件)



全ライン長対象のハラスメントに関する研修

重点施策と具体的な取組み

重点施策	施策目的	主なKPI
コンプライアンスを重視した倫理的な職場づくり	● ハラスメントや不適切な労務管理を防止することで、誰もが安心して働くことができる環境をつくる	● ハラスメントに関する研修受講人数・受講率
人権の尊重	● 当社としての人権に関する取組み事項だけでなく、社員の意識向上、仕入先における人権の状況など、幅広い取組みによって社会全体の人権意識向上に寄与する	● 人権啓発に関する階層別研修や人権セミナーの参加人数

詳細

- **ハラスメント防止活動の強化**
2022年より、全ライン長に向けた教育を継続的に実施し、ハンドブックを配付。ハラスメントに対する正しい知識の理解と、上司側の意識の変容を促進
- **適正な時間管理の徹底**
① 日常の労働時間管理の質の向上：職場ごとに労務管理推進者を選任し、人事と連携して各部で適正な労働時間管理ができる体制を強化
- **人権啓発に関する研修の実施**
② 不適切な時間管理の撲滅活動：始終業時刻の客観的記録と自己申告に乖離がある場合、全件調査を実施。定期的な全社教育の実施
③ 入退場の管理方法および勤怠システムの見直し
- **人権啓発に関する研修の実施**
人権への意識向上のため、役員・ライン長への研修と全社でのe-Learningを実施

重点施策

リスク・情報マネジメント

施策目的

- リスクや情報セキュリティ、機密情報の管理に取組むことで、継続的な事業運営を可能にする

詳細

- **リスクマネジメント活動**
 - チーフオフィサーを中心に、グループのリスクマネジメント体制をグローバルに整備。各年度の重点的にフォローしていくリスクを設定し、状況のモニタリングを行う。危機発生時、迅速な対応・人命の安全確保・損失の最小化に向けた基盤づくりを推進
 - 危機発生時に備え、事業の早期復旧に向けた「事業継続計画(BCP)」を策定。より実効性を高めることを目的に、活動内容のアセスメントや訓練等を通じたPDCAを回すことで改善を推進。この活動を「事業継続マネジメント(BCM)」と位置づけ、平時から危機に強い組織・職場・個人づくりを推進
- **機密管理と情報セキュリティ**
 - 当社グループ共通の方針である「情報セキュリティ基本方針」を制定し、情報セキュリティの強化を推進
 - セキュリティガイドライン等を用いた取組み状況の点検・改善を通じ、機密情報漏えいリスク低減を推進
 - e-Learning 研修や標的型メール訓練などを通じた社員のセキュリティ意識向上活動も定期的実施

KPI一覧

※1 人的資本ROI=営業利益÷人的資本コスト。人的資本コストは労務費で算出。
 ※2 日本以外のメンバーの日本への受入れのこと。
 ※3 妊娠・出産・育児・介護・転勤(配偶者)などを理由として退職した社員の再雇用制度利用者数。
 ※4 社員の会社に対する愛着心や思い入れのこと。50が平均で、数値が高いほどよりよい結果を示す。

※5 WHO-HPQ(Health and Work Performance Questionnaire)絶対的プレゼンティズムで測定。
 健康の問題を抱えながら業務を行うため、100%の能力が発揮できず、生産性のロスが発生している状態を示す。
 ※6 傷病による休務の全従業員平均日数

KPI	単位	範囲	2020年度	2021年度	2022年度	目標値	目標値
						2025年度	2030年度
従業員数(正規社員)	人	グループ	44,154	44,264	44,581	-	-
日本	人	グループ	13,814	13,537	13,420	-	-
北中南米	人	グループ	12,025	12,148	12,381	-	-
中国	人	グループ	13,991	7,810	7,761	-	-
アジア・オセアニア	人	グループ		6,186	6,156	-	-
欧州・アフリカ	人	グループ	4,324	4,583	4,863	-	-
従業員数(正規社員)	人	単体	8,301	8,264	8,244	-	-
男性	人	単体	7,251	7,190	7,161	-	-
内 外国籍	人	単体	34	38	45	-	-
女性	人	単体	1,050	1,074	1,083	-	-
内 外国籍	人	単体	19	20	20	-	-
女性比率	%	単体	12.6	13.0	13.1	-	-
外国籍比率	%	単体	0.6	0.6	0.7	-	-
年齢別 20代	人	単体	1,278	1,223	1,187	-	-
30代	人	単体	2,553	2,442	2,328	-	-
40代	人	単体	2,711	2,666	2,623	-	-
50代	人	単体	1,749	1,927	2,099	-	-
60代	人	単体	10	6	7	-	-
人的資本ROI※1	%	グループ	25.95	24.90	17.32	-	-
	%	単体	5.53	5.26	5.49	-	-
総人件費	百万円	グループ	220,047	242,108	275,279	-	-
	百万円	単体	82,962	84,922	87,518	-	-
フルタイム当量(FTE)	FTE	単体	8,250	8,208	8,181	-	-
外部労働人数(請負/臨時労働者)	人	単体	2,029	2,583	2,680	-	-
日本以外の国の拠点長等のポストに占める現地社員の割合	人	グループ	25.6	25.3	21.7	-	80.0
コーディネータ(日本人非ライン長)の人数	人	グループ	202	191	176	-	-
ICT(Intra-corporate transfer)※2の人数	人	グループ	29	9	12	60	-
トレーニーの人数	人	グループ	48	53	55	75	-
事務・技術職 社員の採用	人	単体	125	87	131	-	-
新卒採用	人	単体	118	78	105	-	-
男性	人	単体	88	58	80	-	-
女性	人	単体	30	20	25	-	-
内 外国籍	人	単体	7	5	10	-	-
中途採用	人	単体	7	9	26	-	-
年度採用者に占める中途採用率	%	単体	4.6	7.0	13.4	-	-
男性	人	単体	0	1	19	-	-
女性	人	単体	7	8	7	-	-
外国籍	人	単体	0	0	2	-	-
20代	人	単体	0	1	7	-	-
30代	人	単体	3	4	10	-	-
40代以上	人	単体	4	4	9	-	-
技能職 社員の採用	人	単体	108	91	98	-	-
新卒採用	人	単体	67	57	63	-	-
男性	人	単体	54	48	51	-	-
女性	人	単体	13	9	12	-	-
中途採用	人	単体	0	0	0	-	-
男性	人	単体	2	0	0	-	-
女性	人	単体	1	0	0	-	-
非正規から正社員への登用	年	単体	41	34	35	-	-
外国籍	人	単体	0	1	3	-	-
平均勤続年数	年	単体	17.0	17.5	17.8	-	-
男性	年	単体	17.4	18.0	18.3	-	-
女性	年	単体	14.0	14.2	14.6	-	-
新卒3年以内離職率	%	単体	3.2	8.3	9.9	-	-
事務・技術職	%	単体	3.8	6.5	8.9	-	-
技能職	%	単体	1.8	11.1	11.9	-	-

KPI	単位	範囲	2020年度	2021年度	2022年度	目標値	目標値
						2025年度	2030年度
開発トレーニングに関する総コスト	億円	単体	11.1	11.8	13.5	-	-
従業員1人あたりの平均研修時間	時間	単体	19.1	17.6	18.8	-	-
グローバル幹部教育プログラムに参加した人数	人	グループ	80	108	138	-	-
黄綬褒章受賞者数	人	単体	1	1	0	-	-
卓越した技能者(現代の名工)表彰者数	人	単体	1	0	0	-	-
愛知県優秀技能者(あいちの名工)表彰者数	人	単体	3	3	3	-	-
文部科学大臣表彰創意工夫功労賞	人	単体	7	8	8	-	-
技能五輪の入賞者数	人	単体	3	2	4	-	-
技能検定合格者数 特級	人	単体	0	8	4	-	-
1級	人	単体	4	28	28	-	-
2級	人	単体	7	31	30	-	-
管理職数	人	グループ	-	-	1,387	-	-
男性	人	グループ	-	-	1,337	-	-
女性	人	グループ	-	-	50	-	-
女性比率	%	グループ	-	-	3.6	-	-
管理職数	人	単体	1,213	1,226	1,236	-	-
男性	人	単体	1,189	1,197	1,203	-	-
内 外国籍	人	単体	4	4	5	-	-
女性	人	単体	24	29	33	49	65
内 外国籍	人	単体	0	0	1	-	-
女性比率	%	単体	2.0	2.4	2.7	4.0	5.0
外国籍比率	%	単体	0.5	0.4	0.5	-	-
役員数 男性	人	グループ	13	12	12	-	-
女性	人	グループ	0	1	1	-	4
女性比率	%	グループ	0.0	7.0	7.0	-	30.0
男女間の賃金差異	%	単体	-	-	72.7	-	-
正規社員	%	単体	-	-	73.0	-	-
非正規社員	%	単体	-	-	81.5	-	-
短時間勤務制度の利用者数	人	単体	195	211	242	-	-
内 男性	人	単体	3	2	5	-	-
育児休業取得者数	人	単体	68	80	119	-	-
内 男性	人	単体	18	36	70	-	-
男性育児休業取得率	%	単体	6	15	28	90	-
スキルカムバック制度利用者数※3	人	単体	7	3	4	-	-
再雇用者制度利用者数	人	単体	343	354	392	-	-
高齢者継続雇用率	%	単体	76	81	89	-	-
障がい者雇用 人数	人	単体	159	167	165	-	-
雇用率	%	単体	2.33	2.50	2.53	-	2.80
エンゲージメントスコア(社員満足度)	%	単体	71.5	71.1	70.4	85.0	-
有給休暇取得率(組合員)	%	単体	95.6	103.6	96.3	-	-
平均給与	円	単体	6,716,515	6,835,847	7,005,275	-	-
テレワーク利用率	%	単体	19.9	34.4	36.1	-	-
ワークエンゲージメント※4(偏差値)	-	単体	47.0	48.1	48.1	50.0	-
プレゼンティズム※5(生産性損失割合)	%	単体	-	37.9	37.3	35.0	-
アブセンティズム※6(傷病による欠勤)	日	単体	2.7	2.7	2.8	-	-
運動習慣がある人の比率(40歳以上)	%	単体	18.9	19.2	20.4	22.0	-
定期健康診断後の精密検査受診率	%	単体	84.4	87.0	91.3	94.0	-
労働災害休業日数率	%	単体	0.10	0.01	0.00	-	-
社員の重大災害発生件数	件	単体	0	0	0	0	0
外来工場業者・外来者の重大災害件数	件	単体	0	0	0	0	0
労災による死亡率	%	単体	0	0	0	-	-
重大なコンプライアンス違反の事例総数	件	単体	0	0	0	-	-
相談通報窓口への相談件数	件	グループ(国内)	172	203	217	-	-
ハラスメントに関する研修受講人数・受講率	人	単体	-	-	950	-	-
研修受講率	%	単体	-	-	97	-	-