

サプライチェーン・ マネジメント

「運ぶ」を支え、信頼されるパートナーとして豊かな暮らし創りに貢献する、という理念をお取引先様と共有し、協力し合いながら購買活動に取り組みます。オープンでフェアな取引を行い、サプライチェーンに関わるさまざまなお取引先様と双方向のコミュニケーションを行うとともに、信頼関係を築いていきます。

マネジメントアプローチ	74
活動報告	76
お取引先様各種ガイドライン	77
お取引先様とのコミュニケーション	80



マネジメントアプローチ

基本方針

「運ぶ」を支え、信頼されるパートナーとして豊かな暮らし創りに貢献する、という理念をお取引先様と共有し、協力し合いながら購買活動に取り組みます。

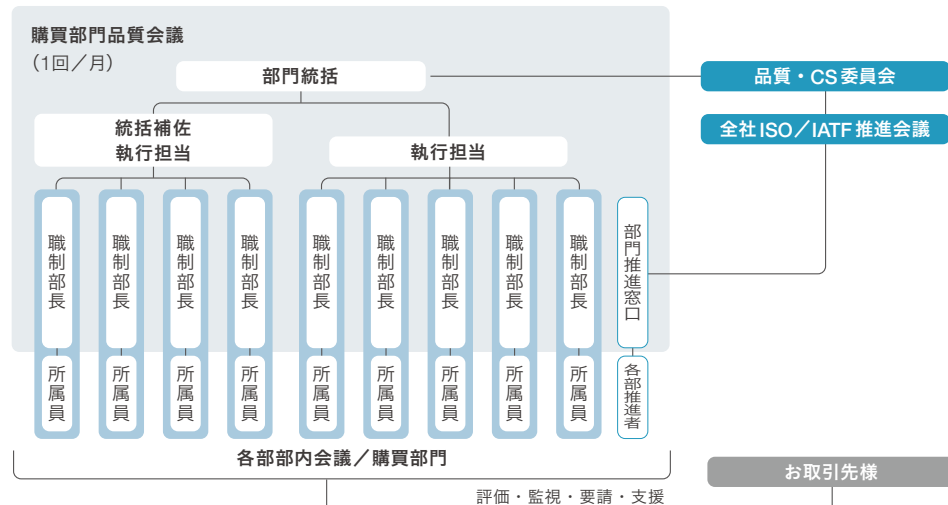
オープンでフェアな取引を行い、サプライチェーンに関わるさまざまなお取引先様と双方向のコミュニケーションを行うとともに、信頼関係を築いていきます。

推進体制

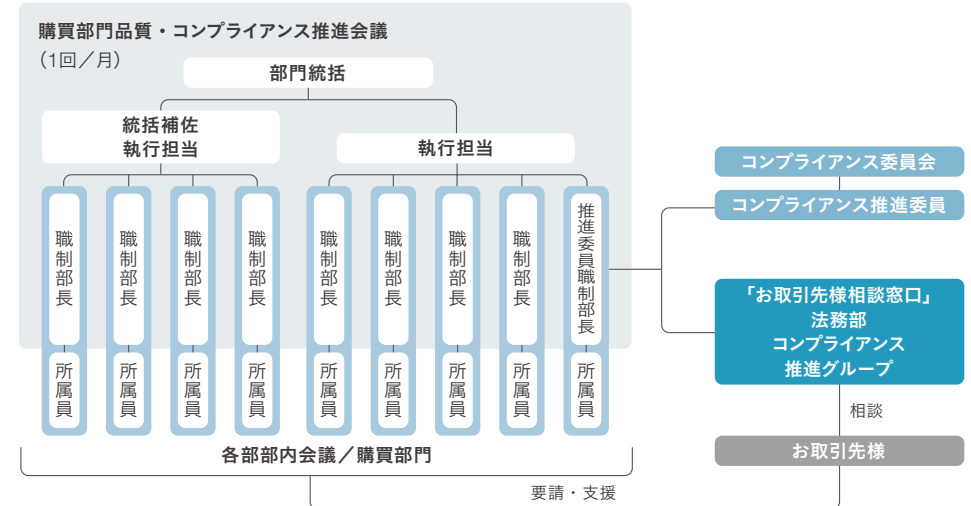
いすゞでは、購買部門品質会議を毎月1回開催し、前月の購入部品の品質状況、新規お取引先様の監査結果、およびISO / IATF関連の内部監査／外部審査結果などの報告と討議を行っています。さらに、購買部門品質・コンプライアンス推進会議、および購買部門環境会議をそれぞれ毎月1回開催し、各委員会からの情報を購買部門内の各部に展開しています。コンプライアンスと環境に関する購買部門の活動方針は、この会議体で決定しています。

また、お取引先様に対する中立的な相談窓口として、「お取引先様相談窓口」を法務部コンプライアンス推進グループ内に設け、コンプライアンスに関するお取引先様からの相談を受け付けています。

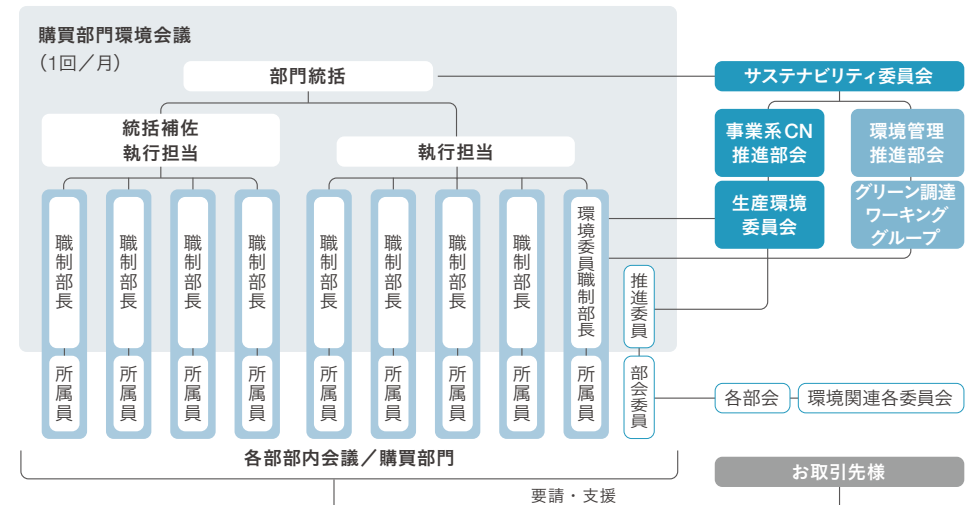
品質管理体制



コンプライアンス推進体制



環境管理体制



マネジメントアプローチ

購買活動における考え方

いすゞは、企業の社会的責任を果たすとともに、社会からの信頼を獲得し、社会の持続可能な発展に貢献するためには、環境、品質、コンプライアンス、および地域・社会貢献などの各活動分野において、お取引先様を含めたステークホルダーの皆様のご協力と信頼を得ることが非常に重要であると認識し、各種課題に取り組んでいます。

いすゞ製品に使用する部品等は、その多くを外部のお取引先様から購入しています。万が一購入品に品質問題が発生すると、いすゞ製品をご利用いただくお客様に多大なご迷惑をお掛けすることになります。

そのような事態を未然に防ぐには、良品を安定的に確保することが重要です。そこで、いすゞでは、お取引先様と信頼関係を築きながら、購入品の品質保証体制を構築しています。これからもいすゞは、お取引先様との品質改善活動を継続し、サプライチェーンの強化を目指します。

また、1997年には、購買活動に関する基本的な方向付けを示し、その一貫性を保つための「購買基本理念」と「購買基本方針」を制定しました。購買活動に関する基本的な理念と方針については、新入社員および購買部門外からの転入者に対しては、導入教育の際に、その徹底を図っています。

購買基本理念

私たちは、購買活動を通じて円滑な生産活動が達成されるよう、購入品の満足のゆく品質と納期と数量を保証すると共に、購買市場を通じて新技術の提供に協力し、会社の利益に貢献します。また、お取引先様との相互信頼に基づく双方向コミュニケーションを確立します。

（制定：1997年7月、最新改訂：2008年4月）

購買基本方針

- 1 品質を第一に考え「お客様が満足する商品を創り出し提供する」体制の構築を目指します。
- 2 品質・価格・納期に於いて満足のいく商品であれば、国内・海外を問わず「公平・公正」な競争のもと調達することを目指します。
- 3 お取引先様との共存共栄を目指した購買活動を展開し、会社の競争力強化に取り組みます。

購買スローガン

OPEN (Optimum Procurement to Embody the Needs)

購買活動の変革を促し、市場ニーズへの適合と最適調達ルートの確立。

変革のイメージを形にし、社内外へ発信することを目的とした購買スローガンです（2010年7月制定）。社内外へ配布する資料や名刺などにも表示しています。

※「OPEN」は「開かれた購買」の意味も併せ持っています。



購買部門員への購買基本理念・基本方針徹底

購買基本理念・基本方針を「購買部門コンプライアンス・ガイドブック」に記載し、購買部門員がいつでもこのガイドブックを閲覧できるよう、社内のデータベースに掲示しています。

2020年度も、購買部門へ配属された際の導入教育に購買基本理念・基本方針の説明を組み込み、全員に徹底しています。

また、併せて購買部門員の知識として不可欠な「下請代金支払遅延等防止法」、および「自動車産業適正取引ガイドライン」に関する講習会を開催し、その理解と遵守にも努めています。

活動報告

いすゞのサプライチェーン

いすゞは、国内・海外を問わず、「公平・公正」な選定プロセスの下で調達先を決定しています。お取引先様との共存共栄を目指した購買活動を展開し、グローバル調達拠点でも同様の活動に取り組むことで、企業の競争力強化に取り組んでいます。日本での取引社数は国内と海外を合わせて666社で、このうち約9割が日本国内のお取引先様です。取引金額を費目別で見ると、車両・エンジン部品の購入が約8割を占めています。

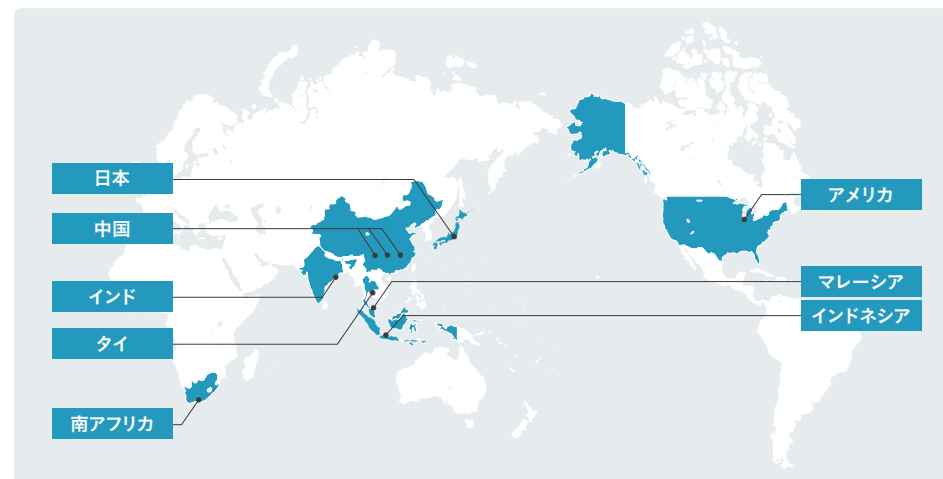
いすゞでは、お取引先様の納入品質と市場品質をモニターするために、不良の発生件数、不良の個数、不良の重要度などをもとに、毎月、評価点を算出しています。その結果、納入品質の評価点が一定基準に達しないお取引先様は「管理企業」に、管理企業に準ずるお取引先様は「観察企業」に区分し、毎月の品質会議開催等によって納入品質の改善に努めています。

このような取り組みの結果、2020年度は、納入品質が向上し、約9割のお取引先様が納入品質評価点の基準を満たしました。品質評価点が一定基準に達しない管理企業はなかったものの、それに準ずる観察企業は数社あったため、該当するお取引先様に対しては、ともに改善活動に取り組みながら、品質向上に励んでいただきました。

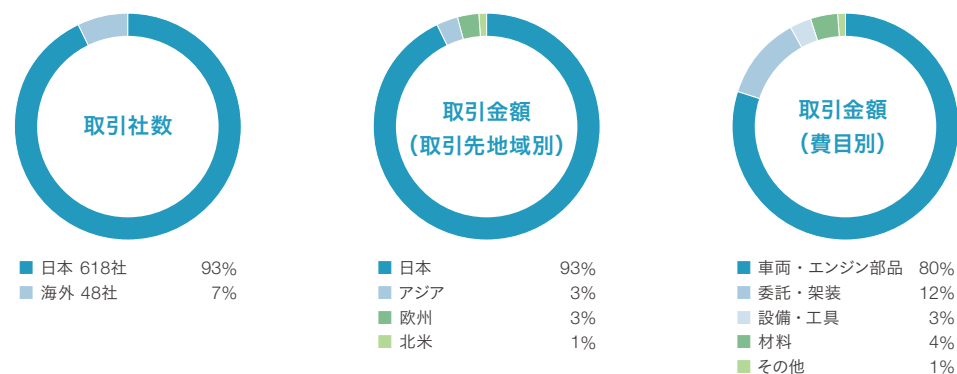
また、いすゞでは、一部のお取引先様に対して、3年ごとの直納認定更新審査時に実地監査を行い、品質マネジメントシステムの運用状況を確認しています。なお、新規のお取引先様については、取引開始前に実地監査を行い、品質マネジメントシステムの有効性を評価し、採用基準に達しているかの確認を行っています。

一方、BCP/BCM体制構築も推進しており、サプライチェーンの再確認や災害等発生時における稼働再開最短化に向けた取り組みも行っています。災害等発生時は、初動を早め、お取引先様と協力し合いながら早期の復旧に努めるとともに、いすゞ商品の販売への影響を最小限に抑える体制を構築しています。

主なグローバル調達拠点



日本での取引実績



お取引先様各種ガイドライン

いすゞサプライヤーCSRガイドライン

いすゞでは、CSR活動／企業理念／購買基本理念等と、CSRに関するお取引先様への依頼事項をまとめた「いすゞサプライヤーCSRガイドライン」を制定しています。このガイドラインは、一般社団法人日本自動車工業会が策定した「サプライヤーCSRガイドライン」、および一般社団法人日本自動車部品工業会が策定した「CSRガイドブック」に準拠しています（最新改訂2018年3月）。

2018年3月に改訂発行したいすゞサプライヤーCSRガイドラインの見直しの主なポイントは次のとおりです。

▶ 紛争鉱物等※への対応を追加

※紛争鉱物：コンゴ民主共和国およびその周辺国で採掘される鉱物で、武装勢力の資金源となっている鉱物（錫、タンタル、タングステン、金が規制の対象）

お取引先様へのお願い

お取引先様に対しては、「いすゞサプライヤーCSRガイドライン」に沿った活動の展開をお願いしています。また、新規のお取引先様についても、契約時にCSRガイドラインに沿った取り組みを要請しています。

万が一、お取引先様のほうで企業としての社会的な責任を果たせなかった事象が起きると、取引をしているいすゞのイメージが損なわれるだけでなく、生産活動も多大な影響を受けてしまいます。例えば、検査データのねつ造、人権に関する問題などの不正が発生した場合、いすゞのイメージだけでなく、購入部品の供給停止などによって、いすゞの生産活動に影響が発生し、いすゞ製品をご利用いただいているお客様に大変なご迷惑をお掛けしてしまいます。このようなリスクを回避するため、お取引先様には、CSRガイドラインに沿った取り組みをお願いしています。

その確認方法として、品質については、毎月の納入品質評価点や市場品質評価点において、お取引先様の状況をモニターすることが可能です。しかし、環境活動と危機管理については、毎月のモニターは困難であることから、環境事故や災害が発生してから、初めて管理体制や問題に気付くことになってしまいます。そのため、いすゞでは、お取引先様が抱えるリスクの大きさを事前に把握し、必要に応じてリスクの除去／回避／発生頻度の低減活動を促すことが非常に重要であると認識しています。具体的な施策としては、毎年一回、お取引先様に対して環境活動と危機管理のアンケート調査を実施し、リスクが高いと判断したお取引先様については、生産現場の確認を行い、改善に向けたアドバイスを行っています。

2020年度に実施したアンケート調査では、90%を超すお取引先様からご回答をいただきました。重要なリスク因子としては、感染症、自然災害が多く、その他にも火災・設備故障に対するリスク意識も高まっていることがわかりました。

なお、継続的なフォローアップを実施することで改善の効果もあらわれていることから、2021年度も引き続き、同様の活動を実施する予定です。

一方、二次以降のお取引先様については、原則として、一次のお取引先様にその管理と指導をお願いしています。しかし、重要保安部品に関連する特殊工程については、直接、二次以降のお取引先様に出向き、工程の管理状況を監査しています。もちろん、二次以降のお取引先様に対しても、「いすゞサプライヤーCSRガイドライン」を遵守していただくよう、一次のお取引先様を通して要請しています。

紛争鉱物への対応

いすゞでは、紛争地域における人権侵害、環境破壊や不正採掘を引き起こし、武装勢力の資金源となっている紛争鉱物の使用は、サプライチェーンにおける重大な問題として捉え、その使用の中止をCSRガイドラインで要請しています。今後もお取引先様への要請を継続し、紛争鉱物の使用中止を促します。

 https://www.isuzu.co.jp/company/sustainability/pdf/isuzu_csr_guideline.pdf

ISUZU

サプライヤーCSRガイドライン

2018年3月
いすゞ自動車株式会社

お取引先様各種ガイドライン

いすゞサプライヤーCSRガイドラインの概要

人権や労働環境についても配慮した調達活動を目指しています。

1) 安全・品質

- ①消費者・顧客ニーズに応える製品・サービスの提供
- ②製品・サービスに関する適切な情報の提供
- ③製品・サービスの安全確保
- ④製品・サービスの品質確保



2) 人権・労働

- ①差別撤廃
- ②人権尊重
- ③児童労働の禁止
- ④強制労働の禁止
- ⑤紛争鉱物等への対応
- ⑥賃金
- ⑦労働時間
- ⑧従業員との対話・協議
- ⑨安全健康な労働環境



3) 環境

- ①環境マネジメント
- ②温室効果ガスの排出削減
- ③大気・水・土壌等の環境汚染防止
- ④省資源・廃棄物削減
- ⑤化学物質管理



4) コンプライアンス

- ①法令の遵守
- ②競争法の遵守
- ③腐敗防止
- ④機密情報の管理・保護
- ⑤輸出取引管理
- ⑥知的財産の保護



5) 情報開示

- ①ステークホルダーへの情報の開示



6) 社会貢献

- ①地域社会との調和



いすゞグリーン調達ガイドライン

いすゞグループ地球環境憲章などの紹介と環境に関するお取引先様への依頼事項を業種ごとにまとめた「いすゞグリーン調達ガイドライン」を制定しています（最新改訂2017年10月）。

この「いすゞグリーン調達ガイドライン」により、いすゞの環境への取り組みをお取引先様にご理解いただくとともに、環境活動の推進をお願いしています。2017年10月に改訂発行したグリーン調達ガイドラインの見直しの主なポイントは以下となります。

- ① IMDS 関連の URL を最新の URL に変更
- ② 「環境担当者届出書」の届け出方法変更

いすゞサプライヤーポータルサイトおよびいすゞホームページに「いすゞグリーン調達ガイドライン」を掲載し、お取引先様に周知しています。

 https://www.isuzu.co.jp/company/sustainability/pdf/isuzu_green_procurement.pdf



お取引先様各種ガイドライン

購買（グリーン調達ワーキンググループ）

環境マネジメントシステムについての自主評価

いすゞでは、お取引先様に対して、アンケート調査によって環境マネジメントシステムに関する状況報告をお願いしています。いすゞは、環境への取り組みについての啓発活動を推進していくことは非常に重要であると認識しており、今後もこの活動を継続していきます。

主な自主評価項目

- ▶ 環境マネジメントシステム
- ▶ 環境関連法規の遵守
- ▶ 省エネルギー活動の推進
- ▶ 水使用量の低減
- ▶ 廃棄物排出量の低減と廃棄物の適正処理
- ▶ 規制化学物質の排出低減
- ▶ 環境負荷物質の管理（質問内容を見直し）
- ▶ 物流におけるCO₂排出量の削減と梱包・包装資材の低減

回答に対するアクション

- ▶ 2019年度のアンケート結果を踏まえ、2020年度も化学物質管理に焦点を当てて、お取引先様に対する現認活動を実施する予定でした。しかし、新型コロナウイルス感染拡大防止による政府の緊急事態宣言の発出を受けて、2020年度はお取引先様への訪問を延期したことから、改めて2021年度に実施する予定です。また、2021年度は、今年度のアンケート結果を踏まえ、化学物質管理基準の明確化、取引先の管理状況、製造工程での禁止物質含有防止、および社内教育の実施状況等を訪問によって現認する予定です。この現認活動によって得た、化学物質の管理に積極的に取り組んでいるお取引先様の情報については、今後の活動に役立てるとともに、活動が低調な取引先様へのアドバイスに活かし、フォローを継続していきます。

環境活動セミナーの開催

いすゞは、2020年10月、お取引先様の環境活動のレベルアップに向けた「環境活動セミナー」を開催しました。当セミナーは、コロナ禍での開催ではありませんでしたが、ソーシャルディスタンスを十分に確保し、対策ガイドラインに沿った開催により、環境活動のさらなる底上げを目指すお取引先様36社37人に参加していただきました。昨年に引き続き、みずほリサーチ&テクノロジーズより講師を招き、「製品含有化学物質に関わる法規制と対応」をテーマにご講演いただきました。参加したお取引先様からは、「今後の環境活動に大いに役立てたい」とのご感想をいただきました。

2020年度の「環境マネジメント自主評価報告書」は、お取引先様365社に自主評価をお願いしました。評価結果は、平均点が昨年並みだったものの、回答率では昨年に引き続き過去最高を更新し、活動に取り組むお取引先様の裾野が広がっていることが確認できました。良くなった点としては、「省エネ活動」「水の使用量削減」における自己目標達成の増加や、「取引先への環境活動促進依頼」「廃棄物削減活動」「環境負荷物質の管理・低減」等に取り組んでいるお取引先様が増加していることで、環境活動への意識が一段と高まっていることが確認できました。こうした成果を受け、今後もお取引先様への訪問活動や環境セミナー開催を継続し、サプライチェーン全体のレベルアップに努めてまいります。

お取引先様とのコミュニケーション

お取引先様とのコミュニケーション

いすゞは、説明会および会合を通して、お取引先様との相互コミュニケーションの強化に取り組んでいます。コロナ禍で直接の対面が難しい状況下でも、Webツールの活用や資料展開を中心とした情報発信を通じて、コミュニケーションの継続に注力しています。

また、いすゞは日頃からお取引先様との丁寧なコミュニケーションを心がけています。お取引先様との相互信頼に基づく双方向コミュニケーションの充実こそが、サプライチェーン強化につながると確信しています。

お取引先様との主なコミュニケーション機会

- ▶ 購買方針説明会
- ▶ 生産説明会
- ▶ 品質方針説明会
- ▶ いすゞ協和会※

※いすゞ協和会：いすゞのお取引先様で構成された協和会

お取引先様の取り組み状況のモニタリング実施

いすゞは、人権、労働、環境問題に対して、サプライチェーン全体として取り組むために、「いすゞサプライヤーCSRガイドライン」を発行しています。このガイドラインを通して、お取引先様にいすゞのCSRに対する取り組みをご理解いただくとともに、お取引先様にも取り組んでいただきたい内容の共有に活用しています。

また、2021年より、お取引先様の紛争鉱物の使用状況、人権への取り組み状況についてのモニタリングを開始する予定です。具体的には、「セルフ・アセスメント質問票」を用いて、お取引先様に自主評価していただき、その内容をいすゞにご提示いただきます。それによって、お取引先様が抱える潜在リスクを把握し、改善すべきリスクがあると判断した要因に対してはモニタリングを行い、必要に応じて研修を実施してまいります。

部門内教育の実施

新入社員および購買部門に新たに配属された社員に対する導入教育では、遵守すべきコンプライアンスや下請法に関する教育を実施しています。また、全部門員を対象として、サステナビリティのeラーニングを実施しています。

お取引先様相談窓口の設置

お取引先様対応する中立的な相談窓口として、「お取引先様相談窓口」を法務部コンプライアンス推進グループ内に設けています。