



2026 年 10 月 20 日

「マツダ統合報告書 2026」を発行

—ブランド価値経営に基づく企業価値向上の道筋を提示し 5 つのマテリアリティ(重点課題)を特定—

マツダ株式会社(以下、マツダ)は、本日、マツダグループの中長期的な価値創造に向けた取り組みを財務・非財務両方の観点から体系的にまとめた「マツダ統合報告書 2026」*¹ を発行し、企業サイトで公開しました。「マツダ統合報告書」は、当社の持続的な成長ストーリーや価値創造の考え方をお伝えするとともに、ステークホルダーの皆さまとの対話を深めるコミュニケーションツールとして、2022 年より毎年発行しています。



「マツダ統合報告書 2026」

2026 年版では、規模ではなく価値でお客さまに選ばれることを目指す当社の経営哲学「ブランド価値経営」とその実践を通じた企業価値向上の取り組みを、CEO*² を含む 7 名の CXO*³ や各領域責任者、従業員の声を交えながら価値創造ストーリーとして紹介しています。

また、企業価値向上の道筋として、「社会から必要とされる企業だからこそ、お客さまから選ばれ、従業員が誇りを持ち、パートナーから信頼され、その積み重ねによりブランド価値を高めていく」というブランド価値経営の実践による好循環の構造を整理しました。



「ブランド価値経営に基づく企業価値向上の道筋(コンセプト図)」

さらに、持続的な企業価値の向上を実現するための羅針盤となる「マテリアリティ(重点課題)」を見直しました。事業環境の変化や社会課題を踏まえ、2035 年を見据えて取り組むべき 5 つのマテリアリティを特定するとともに、関連する取り組みと指標・目標を設定し、進捗と成果を定量的かつ継続的にモニタリングできる体制を整えました。

■ 5 つのマテリアリティ(2035 年にむけて)

マテリアリティ (重点課題)	関連する主な ステークホルダー	指標
選ばれ続ける お客さま体験価値の提供	お客さま・ 販売会社	再購入率、推奨意向指数、 フランチャイズバリュー
制約を創造に変える力を 生み出す人・組織の強化	従業員	グローバル社員意識調査、 間接従業員 1 人当たりの売上高 ほか
パートナーと実現する サプライチェーン強靱化	ビジネスパートナー (お取引先さま)	国内生産台数、 地場のお取引先さまの労働生産性
地域・環境・社会への ポジティブなインパクトの創出	株主・投資家、 グローバル社会・地域社会、 次世代の人々(環境)	温室効果ガス排出量、 自動車技術で対応可能なものによる自社の 新車が原因となる死亡事故数 ほか
ブランド価値の向上	上記すべての ステークホルダー	ROS、ROE、売上高、 ブランド価値評価

マツダは、お客さま、従業員、パートナー、株主・投資家の皆さま、地域・社会との共感・信頼を積み重ね、それらをブランド価値の向上につなげることで、持続的な企業価値向上を目指します。

なお、サステナビリティに関する考え方や ESG 観点での取り組み、実績データについては、企業サイトのサステナビリティページ^{*1}で公開しています。同サイトでは、サステナビリティの取り組みを年次でまとめた「マツダサステナビリティレポート 2026」も掲載予定です。

【企業サイト URL】

「マツダ統合報告書」	https://www.mazda.com/ja/investors/library/integrated-report/
「サステナビリティページ」	https://www.mazda.com/ja/sustainability/
「MAZDA MIRAI BASE」	https://www.mazda.com/ja/mazda-mirai-base/

以 上

*1 英語版は2026年11月末に公開予定

*2 CEO(最高経営責任者)

*3 CXO(最高責任者)各領域における最高責任者