

マツダについて

マツダの由来と意味

社名「マツダ」は、西アジアでの人類文明発祥とともに誕生した神、アフラ・マズダー(Ahura Mazda)に由来します。この叡智・理性・調和の神を、東西文明の源泉的シンボルかつ自動車文明の始原的シンボルとして捉え、また世界平和を希求し自動車産業の光明となることを願って名付けられました。それはまた、自動車事業をはじめた松田重次郎の姓にもちなんでいます。

マツダブランドシンボル

「自らをたゆまず改革し続けることによって、力強く、留まることなく発展していく」というブランドシンボル制定のマツダの決意を、未来に向けて羽ばたくMAZDAの<M>の形に象徴しています(1997年6月制定)。



マツダコーポレートマーク

コミュニケーションの核となる企業シンボルとして1975年1月に制定しました。その後1997年のブランドシンボル制定に伴い、可読性を生かした「マツダコーポレートマーク」と位置付けています。



ブランドスローガン“Zoom-Zoom(ズーム・ズーム)”

創造性と革新性で、子どものときに感じた動くことへの感動を愛し持ち続ける人々に「心ときめくドライビング体験」を提供したいというマツダの想いを示した言葉です(2002年4月発表)。

編集方針

- マツダが事業活動を通じて解決すべき8つの社会課題について、「地球」「人」「社会」それぞれの領域で考え方や実績を中心に報告。
- 読者の皆さまのニーズに合ったレポートを目指して、制作方針・内容の検討にあたっては、アンケート、ステークホルダーエンゲージメントなどを通していただいた意見を参考に制作。

報告対象

対象組織：マツダ株式会社およびグループ会社を含むマツダグループ全体について報告(マツダグループ全体を対象にしている場合、個々に対象範囲を記載)。

対象期間：2020年4月から2021年3月を中心に報告(一部、2021年4月以降の活動も報告しています)。

対象分野：社会、環境、経済の3側面の情報について報告。

※経済面についての詳細は、「公式ウェブサイト 株主・投資家情報」「アニュアルレポート」をご参照ください。

参考にしたガイドライン

この報告書は、GRIスタンダードの中核(Core)オプションに準拠して作成しています。その他参照したガイドライン：環境省「環境報告ガイドライン(2018年版)」、環境省「環境会計ガイドライン(2005年版)」、ISO26000

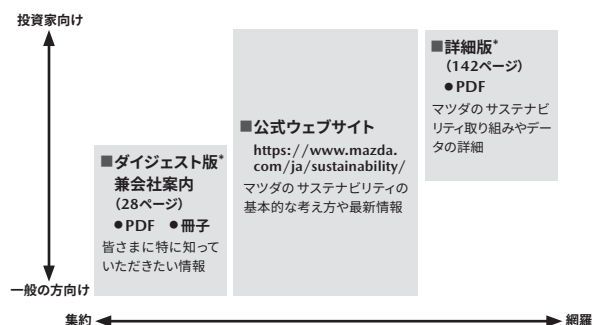
発行時期

日本語版：2022年2月(前回発行2020年10月、次回発行2022年秋予定)
英語版：2022年3月予定(前回発行2020年12月、次回発行2022年冬予定)

報告メディアの考え方

以下の媒体[※]で情報開示を行っています。

※発行後に記載内容に誤りがあった場合は、公式ウェブサイトに正誤表を掲載します。



*<https://www.mazda.com/ja/sustainability/report/>に掲載

免責事項：本レポートの記述には、マツダ株式会社および、そのグループ会社の過去の事実から、将来の事業環境に関する予測、事業に関する計画などさまざまな情報を記載しています。これらの掲載事項は、記述した時点で入手できた情報に基づいたものであり、将来、諸条件の変化によって異なったものとなる可能性があります。読者の皆さまには、以上をご了解いただきますようお願い申し上げます。