



2007

Sustainability Report 2007



サステナビリティレポート2007

NISSAN
MOTOR COMPANY

はじめに

日産は、「人々の生活を豊かに」することをビジョンに掲げ、グローバルなあらゆる事業活動を通じて社会のさらなる発展に貢献していくことを目指しています。そのためには、日産の持続的な利益ある成長と、社会の持続可能な発展、この2つの方向性をつねに一致させた経営を行うことが重要であり、この方向性の一致には、CSR*の概念を経営に取り込むことが有効です。そして、これはさまざまなステークホルダーとの信頼関係の醸成につながると考えます。

日産では、2005年度に「日産CSR方針」と「日産CSR重点9分野」を設定しました。また、全社視点でCSRの進捗を管理するために、「CSR ステアリング コミッティ」という委員会を設置しました。2006年度は、このコミッティにおいて、「日産CSRスコアカード」を管理ツールとし、CSR重点9分野ごとの進捗状況・目標などを議論しました。今回のレポートで、初めてこのスコアカードを公開します。スコアカードを社会と共有することで透明性を高め、社会からフィードバックを頂き、それを再び社内に取り込み、各機能を強化していきたいと考えています。(詳細は20ページをご覧ください)

なお、今回より環境配慮の観点から冊子印刷を廃止し、インターネット上で電子データ(pdfファイル)をダウンロードしていただく開示方法に変更しました。インターネット上での報告を主体とすることで、「サステナビリティレポート」での年次報告に加え、多様なニーズに対応したさまざまなCSRの情報開示を充実させていく予定です。

*CSR: Corporate Social Responsibility
企業の社会的責任

日産自動車 グループ概要

- 設立 1933年12月26日
 - 連結売上高(2006年度) 10兆4,686億円
 - 連結従業員数(2007年3月末現在) 186,336人
 - 構成・事業内容
- 日産グループは、日産自動車株式会社とその子会社、関連会社等で構成されています。「自動車」「フォークリフト」「マリーン」およびそれぞれの「部品」の製造・販売を主な事業内容としており、さらに同事業に関連する「物流」「金融」をはじめとした各種サービス活動を展開しています。

- ビジョン
日産:人々の生活を豊かに
- ミッション
わたくしたち日産は、独自性に溢れ、革新的なクルマやサービスを創造し、その目に見える優れた価値を、すべてのステークホルダー*に提供します。それらはルノーとの提携のもとに行っていきます。

*ステークホルダーとは、お客さま、株主、社員、販売会社、部品メーカー、そして、私たちが働く事業を営む地域社会を指します

関連ウェブサイト・レポートのご紹介

● ウェブサイト

● **Link** 企業情報
<http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/>

● **Link** 環境への取り組み
<http://www.nissan-global.com/JP/ENVIRONMENT/>

● **Link** IR情報
<http://www.nissan-global.com/JP/IR/>

● **Link** 商品情報(国別)
<http://www.nissan-global.com/JP/GLOBAL/>

● **Link** 商品情報(日本)
<http://www.nissan.co.jp/>

● **Link** 社会貢献活動
<http://www.nissan-global.com/JP/CITIZENSHIP/>

● **Link** 品質への取り組み
<http://www.nissan-global.com/JP/QUALITY/>

● **Link** 安全への取り組み
<http://www.nissan-global.com/JP/SAFETY/>

● **Link** 最新の技術
<http://www.nissan-global.com/JP/TECHNOLOGY/>

● **Link** デザインへの取り組み
<http://www.nissan-global.com/JP/DESIGN/>

● レポート

● **Link** アニュアルレポート
<http://www.nissan-global.com/JP/IR/LIBRARY/AR/>

● **Link** プロファイル
<http://www.nissan-global.com/JP/IR/LIBRARY/PROFILE/>

はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

■ はじめに	1
CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

日産にとって「サステナビリティ(持続可能性)」とは何を意味するのでしょうか。

昨今話題となっているこの言葉は、日産にとってさまざまな意味合いを持っています。持続可能性とはまず、私たちのあらゆる活動がすべてのステークホルダーに対してプラスの効果を生み出すことでなくてはなりません。そのためには、すべての取り組みにあたってバランスをとることが必要です。たとえば、短期的な課題と長期的な課題のバランス、お客さまのニーズと会社のニーズのバランス、社員の仕事と私生活のバランス、環境への配慮と人のモビリティ(移動すること)とのバランス、などが挙げられます。

つまり日産は、人と社会と自然環境がバランスよく、互いに持続可能なものとなるよう積極的に貢献することによって、自らの事業の持続可能性を確かなものにできると考えています。

20万人規模の社員を抱え、数え切れないほどの商品を扱う私たちのような企業にとって、持続可能なバランスを見出し、それを維持することは、複雑かつ終わることのない課題です。しかしひとつだけ、決して欠かすことのできない要素があります。それは、いかなる状況においても現実を把握し、分析することです。

きれいに整えた庭に雑草が生えたらすぐ分かるように、職場において怠慢や不正、不公平が生じた場合に、すぐにそれを察知できる環境を整えておかなければなりません。雑草がはびこって庭木の成長を妨げる前に、根絶やしにする必要があるからです。それこそが、このサステナビリティレポートの狙いです。

本報告書は、日産の活動を社外にアピールする試みではありません。自らの活動に対する評価基準を年々厳しくし、オープンにしていく取り組みの一環なのです。

競争の激しい自動車業界で生き残るためには、事業のあらゆる側面においてつねに実績を評価し、向上に努めなければなりません。したがって、生産効率であれ、持続可能性であれ、そのプロセスに作り話の入り込む余地などないのです。

今年のレポートは前年よりもさらに厳密な評価基準を採用しました。「CSR(企業の社会的責任)スコアカード」には、「誠実」「経済的貢献」「ブランド」「品質」「環境」「社員」「安全」「バリューチェーン」そして「社会貢献」という、日産が定めたCSRの重点9分野における進捗を測るための指標が詳しく記されています。

日産の現状を明らかにすることで、お客さま、株主、社員、そして社会というすべてのステークホルダーの皆さまと、より具体的な議論ができるようになるでしょう。そうした対話を通して、私たちは皆さまの期待値に照らして実績を評価し、いかにして現状を改善すべきかを知ることができるのです。



日産自動車株式会社
社長兼最高経営責任者
カルロス ゴーン

CEOメッセージ

3 Nissan Sustainability Report 2007

■ はじめに	1
CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

このように、透明性はあらゆる側面で持続可能性の鍵を握っています。コーポレートガバナンス(企業統治)においては、堅固な土台を築く要素となります。透明な情報開示によって、投資家すなわち株主の方々には、日産が皆さまの資産価値の保持、向上に絶えず努めていることをご理解いただければ幸いです。

事業のうえでも、あらゆる面で透明性を浸透させていかなければなりません。このことは日産だけにとどまらず、サプライチェーン全体における課題です。企業は今日、直接的な取引先のみならず、その取引先の先の先におけるガバナンスと倫理についても、最高水準を維持する責任を求められています。このように、ますます高まるステークホルダーの期待に応えるべく、日産はサステナビリティレポートのベースとなる評価プロセスを、年々強化させているのです。

しかし、持続可能性という点から、自動車メーカーが社会からもっとも期待されているのは、明らかに環境への配慮です。クルマ中心の現代社会がどこまで永らえることができるのか、という懸念は世界中で高まっています。

日産はこうした動きを心から歓迎しています。世界中で数十億人の人びとが問題意識を持ち、対応を求めていることこそ、環境問題の改善に向けた究極の原動力となるからです。

クルマの世界というのは極めて民主的な性格を持っています。国を問わず、消費者一人ひとりのクルマ選びが票につながり、人気のあるクルマには瞬く間に票が集まります。それゆえに自動車メーカーは、消費者の嗜好のわずかな変化をも感じ取り、それに対応しようと努力するのです。

私たちを動かしているのは消費者からの要求です。つい最近までは、環境性能を求める声は決して大きくありませんでした。しかし、人びとの意識の向上にともなって環境対応がクルマ選びを左右するようになれば、急速な進歩を遂げるでしょう。

技術力を誇る日産にとって、消費者の意識が環境保護に傾いていることはたいへん喜ばしいことです。私たちはいわゆる販売促進のためのインセンティブ(優遇策)ではなく、技術革新で勝負をしたいと考えているからです。

環境性能に対する消費者の関心が一貫して続けば、1960年代の「宇宙開発競争」のごとく競争に火がつき、メーカーは環境対策に努力と情熱を傾け、経営資源を惜しみなく投じることになるでしょう。日産はこのレースに臨む準備ができています。

持続可能性を追求するうえで利益は欠かせません。利益なくして大規模な研究開発活動をまかなうことはできないからです。経営難に陥っていた8年前にはなかったその鍵が、今の日産にはあります。

日産の研究開発費は1999年以降倍増しており、2007年度には5,000億円近くに達します。アライアンス・パートナーであるルノーと協力して研究開発を進められることも日産の強みです。

しかし、投資額の多さがすべてではありません。研究開発の効率化についても飛躍的に向上させています。さらに、すべての事業分野に二酸化炭素(CO₂)の排出基準および削減目標を導入しました。

■ はじめに	1
CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

以上のように体制を整えたうえで、2006年12月には「ニッサン・グリーンプログラム2010」という意欲的な環境計画を始動させました。これにより、環境対応でトップクラスの企業になることを目指しています。

本プログラムは、環境面で有望視されるさまざまな技術の可能性を追求しています。現時点では、すべての問題を解決する万能薬のような技術はまだ見つからないからです。そして何より、主流となる技術を決めるのは技術者ではありません。環境対策を前進させるのが消費者であるように、その方向性を決めるのも消費者なのです。

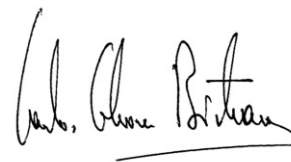
すでに、世界の市場はそれぞれ異なる方向へと進んでいます。日本市場がひたすら小型車への移行を図る一方、ブラジルはエタノールに力を入れています。欧州市場では、手ごろなコストで具体的な成果を実現できる高性能ディーゼルが人気を博しており、米国市場ではハイブリッド車がメディアの注目を集め、ニッチ市場として拡大しています。

自動車メーカーが競って次世代技術を開発することで、いずれ劇的な変化がもたらされるでしょう。ただし、それには時間がかかります。したがって企業は目先の機会にも目を向けなければなりません。たとえば、先進国市場で使われている古いクルマを一掃し、新興市場には環境性能の優れた新型車を投入することで、環境への取り組みは大きく前進します。いずれの場合も、いかに手ごろな価格で環境対応を実現できるかが、成功の鍵となるでしょう。

本報告書をお読みいただければお分かりのように、持続可能性が事業のあらゆる面において日産のビジネスの理にかなっていることは明らかです。従来と同じ、あるいはさらに少ない資源で、より大きな効果を生み出すことは、無駄を廃するだけでなく、新たな価値を創出することになるのです。環境問題への対応は日産の長期的な成長に大きく寄与することでしょう。

本報告書が日産のCSR活動の進捗を測る良い指標となり、ステークホルダーの皆さまとの対話の基礎となることを願っています。そうした対話を通じて新たな手法を学び、持続可能性をさらに確かなものとするためです。

あらゆる事業分野で持続可能な価値を創造することが日産の目標です。ぜひ、今後の改善に向けたご意見やご感想をお寄せください。



カルロス ゴーン
社長兼最高経営責任者
日産自動車株式会社



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

長期的な視点なくして、持続的成長はなし ～CSRは企業の5つめの競争力～

日産は、企業としての社会的責任（CSR）と企業経営の際の現実的な課題を、どのように両立させようとしているのか。生産体制と販売網がさらにグローバル化していく中、CSR活動にはどのような課題があるのか。また、2006年に発表した中期環境行動計画「日産・グリーンプログラム2010」の狙いと、これからの展開は——。最高執行責任者（COO）の志賀俊之が、企業のCSR活動に詳しいピーター D. ピーダーセン氏を迎え、こうしたテーマについて意見交換を行いました。

企業経営とCSRのバランス

ピーダーセン：企業がサステナビリティ（持続可能性）を追求していくと、さまざまなジレンマに直面することがあると思います。CSR、とくに環境関連の課題は、ときに事業拡大や売上目標とは逆の方向に引っ張っていく場合があります。そうした現実的課題とCSRへの取り組みの間で起こるジレンマに、日産はどのように折り合いをつけていますか。

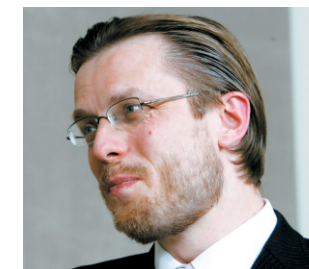
志賀：ジレンマを起こす、というのは「視点の問題」だと思います。企業経営を行ううえで、日産は「利益ある成長をいかに持続できるか」ということにチャレンジしていますが、そのためには長期的に社会や地球環境に貢献していくことが求められます。短期的には、その年の全体枠の中で活動の比重に違いが出ることはありますが、具体的にジレンマを感じることはありません。

ピーダーセン：CSRと企業経営は、基本的に同じベクトルということですね。

志賀：そうです。長期的な視点なくして、短期的な収益だけ追いかけても、企業が持続的に成長することはできません。すべては企業としての長期的ビジョン、あるいは事業計画から導き出されて、今日の活動につながっているわけです。日産の場合は「人々の生活を豊かに」というビジョンを掲げています。そこから中長期的な戦略、3年間の中期経営計画、そして単年度の予算、という形でおりてきます。その中で企業としてなすべきCSRの活動もおのずと位置づけられると思います。



日産自動車株式会社
最高執行責任者
志賀 俊之



株式会社イースクエア
代表取締役社長
ピーター D. ピーダーセン

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

ピーダーセン：しかし企業には、株主というファイナンス・ステークホルダーがいます。たとえば、事業拡大のペースが減速したり、環境や社会貢献などに注力したときに逆にクレームがつけたりすることはありませんか。

志賀：すべての株主の方々が短期的な収益だけをチェックしているわけではありません。日産の株式を長期で保有していただいている株主の方々もいらっしゃいますから、長期的な視点も必要です。またステークホルダーには、株主の方々だけでなく、お客さまや社員もいます。あるいは日産が事業をしている地域社会の方々もいます。その中で、私たちの活動がどのような貢献をするかという、あくまでもバランスの問題だと思うのです。

ビジネスパートナーとの連携

ピーダーセン：昨年も品質やガバナンスに関する数々の企業不祥事が起きています。また、気候変動、グローバル리즘の影にある貧困や格差の問題などもクローズアップされていますね。2006年を振り返って、日産にとっての課題はどのようなものでしたか。

志賀：ひとつの例を出すと、コンプライアンスの問題があります。まずは日産自身がさまざまな法律に対して誠実に行動し、社会貢献や環境問題などにも積極的に取り組んでいく。それと同時に、私たちと一緒に仕事をするサプライヤーさんや販売会社などビジネスパートナーの皆さまにもCSRの活動を十分に進めていただく必要があると感じています。誠実な企業活動をしているか、環境や労働問題に対して誠実かつ積極的に取り組んでいるかといった観点から、私たちはパートナーを選んでいかなければなりません。

ピーダーセン：サプライヤー側に問題が起きれば、ブランド本体に影響が及ぶこともありますから、環境や労働慣行などの社会的側面も視野に入れたサプライチェーン・マネジメントの必要性が増しています。日産のサプライチェーンに対する考え方や関与の仕方はどのようなものでしょうか。

志賀：サプライヤーさんを選定する際に、法律や規範の順守という観点からも審査を行うことにしています。そして、単に選定のプロセスだけではなく、継続的に啓発していくことが必要だと思っています。企業としての行動規範をまとめ、それを確実に履行していただけるサプライヤーさんを選んでいるのです。とくに購買面では、RNPO（ルノー・ニッサンパーチェシングオーガニゼーション）というルノーと共同の購買組織を通じて行っていますので、そうした活動を今後も強化していきます。

ピーダーセン：生産体制と販売網もますますグローバル化していますね。生産現場は今や日本だけでなく南アフリカ、スペイン、メキシコ、イギリスにも広がっています。多様な価値観がある中で、日産としてとくにCSRの観点から気をつけている点はありますか。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

志賀：全世界に18万人を超える社員がいて、ビジネスパートナーを含めるとさらに大きなネットワークになりますから、CSRに対する共通理念を深く組織の中に浸透させていくことが重要です。さまざまな機会を通じてCSRの重要性をグローバルに発信していく。そうすることで社員やビジネスパートナーの皆さんが高い意識を持ち続けることができると考えています。

グローバルで統一した方針を持つということは、単にルール化することではありません。たとえば万一、工場からオイルがそのまま下水道や川に流れてしまった場合には、環境に大きな影響を及ぼします。大切なのは「してはいけない」というルールを徹底するだけでなく、「それがどういう問題を引き起こすか」を認識させることです。使っていない場所の電気を消す行為は、単なるコスト削減ではなく、環境問題に対する配慮です。社員がつねにそういうマインドで活動している状態を目指したいですね。

ピーダーセン：日産は、CSRをグローバル・スタンダードで展開していると考えてよろしいですか。

志賀：はい。法律の問題ではなく、企業の姿勢としてなすべきことをきちんと行う。それがグローバル企業としての私たちの役割です。たとえば、開発途上国に工場を建て、その国の法律で定められているレベルよりも高い目標値で廃棄物処理やリサイクルを行えば、その国自体の環境保全レベルが上がっていきます。そういう形で、日本やほかの先進国の目標値を世界のスタンダードにしていけば、それは本業を通じたCSRだといえます。

中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2010」

ピーダーセン：2006年には、2010年に向けた中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2010 (NGP2010)」を発表されました。このプログラムの意義と、今後の展開についてお聞かせください。

志賀：日産は従来から環境問題に積極的に取り組んできました。マネジメントそして商品・技術を含む企業全体の包括的な日産の環境への取り組みについて、ステークホルダーの皆さまに理解していただきたかったです。ですから、まず「シンシア・エコイノベーター (Sincere Eco-Innovator)」という企業姿勢を打ち出して、私たちが目指す究極のゴールである「日産の企業活動と日産車の使用過程から生じる環境負荷を、自然が吸収可能なレベルに抑える」を掲げました。そのうえで、商品や技術、あるいは工場、販売会社といったバリューチェーンのすべての段階において、どう取り組んでいくのかを示したかったです。それが「NGP2010」の狙いです。

ピーダーセン：日産には「シンシア・エコイノベーター」という基本姿勢や「NGP2010」の行動計画がある、ということはグローバルな環境戦略から考えても非常に大事ですね。



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

志賀：クルマの環境技術においては、ひとつの技術だけが、現在起きている問題を解決するわけではありません。日産では、「2050年に新車のCO₂排出量を2000年比70%削減」を設定し、そのために今すぐに行えること、中期的そして長期的に可能なことをそれぞれ検討し、多面的に実行していくこととしています。たとえば、ガソリンエンジンの場合、理論的には約30%のCO₂排出量を減らすポテンシャルがあります。しかし、それだけでは全体のCO₂排出量は減りません。70%削減レベルに持っていくには、ハイブリッド車や燃料電池車、電気自動車といった電動化に加え、再生可能エネルギーの使用が必須となります。そうしたロードマップを示すことが重要だと思います。日産が環境技術についてどのように考えているかを、「NGP2010」というロードマップを通じてステークホルダーの皆さまに説明したかったのです。

つねにお客さまの視点で考える

ピーダーセン：今まさにクルマの環境技術で激しい競争が起きていますが、日産はしばしば「4 Rights (適切な技術を、適切な市場に、適切なタイミングで、適切な価値とともにお客さまに提供する)」という方針を謳っていますね。もちろん論理性はあるのですが、見方によっては攻めの姿勢に欠けるようにも感じます。

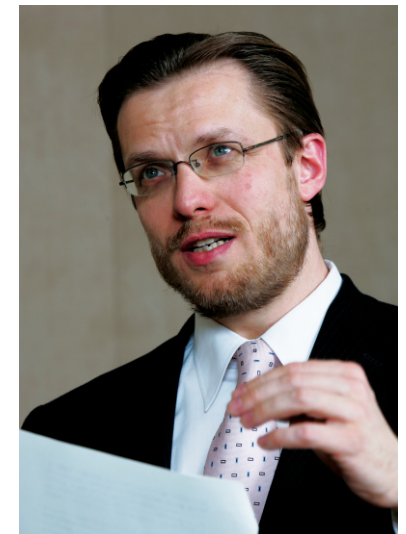
志賀：「4 Rights」の考え方は、「お客さまから見た価値をつねに第一に考えないといけない」ということです。どんなに優れた技術でも、市場に出すタイミングを間違えたり、投入する市場が違ったり、コストが高すぎたりすると普及しません。お客さまに広く使っていただかないと環境への負荷は減らないわけですね。ですから「つねにお客さまの視点で」ということを強調する意味で、「4 Rights」を打ち出しています。

ピーダーセン：この1年でハイブリッド車を、まずアメリカ市場へ投入しました。それは、ある意味でハイブリッドの「4 Rights」がそろった、ということですね。

志賀：そうですね。お客さまがハイブリッド車の価値を見い出してくれるところであれば、さまざまな市場に拡大していくこととなります。そのためには、優れた環境性能をお客さまに積極的にアピールしてコストに見合う付加価値を認めていただき、その結果として広く普及するという活動も必要だろうと考えています。

環境コミュニケーションを強化する

ピーダーセン：今、志賀さんもおっしゃったように「お客さまが価値として認めなければ意味がない」わけですね。そこでコミュニケーション、あるいはマーケティングとの連動が出てきます。これまでの日産はリバイバル・ストーリーが先行していて、環境のストーリー、あるいは社会性のストーリーは少し



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

希薄に見えました。もはや性能的に卓越しているだけでは、グレート・カンパニーにはなれません。性能的な卓越性と社会的な卓越性のセットで初めて強いブランドが生まれると思うのです。そうしたコミュニケーションやマーケティングの重要性について、どのようにお考えですか。

志賀：その部分は非常に強化をしていきたい分野です。実は私たち自身が少し控えめで、十分にアピールできていなかった点もあります。これまでは商品の魅力という部分に片寄り過ぎて、企業全体の活動、あるいは日産ブランドに対する取り組み、環境に対する取り組みという部分のアピールが少し弱かったと反省もしています。日産ブランドに対して十分信頼していただけるように、ぜひコミュニケーションを強化していきたいと思います。

ピーダーセン：次に日産が語るストーリーに、こうした社会性あるいは環境的な色彩が出るかどうか。これは日産が消費者に選ばれる会社になるかどうかの大事な要素ですね。

志賀：そのとおりだと思います。CSRや環境への取り組みは、これまでの「価格」「マーケットシェア」「品質」「マスカスタマイゼーション」という4つの競争力に加わる「5つめの競争力」ですから。市場での競争力があっても、企業としての存続性や、環境や社会への貢献活動が弱ければ、お客さまにも株主の方々にも満足していただけません。サステナビリティに対する取り組みの強さや高さをアピールしていくことは、非常に重要だと思います。

ピーダーセン：誠実でダブルスタンダードのない日産の姿勢を、ぜひ今後も続けていただきたいですね。そのうえで、もう一歩踏み出し、「控えめ」とおっしゃったところを乗り越え、積極的に社会やお客さまとのコミュニケーションや対話をされることを期待しています。



株式会社イースクエア
代表取締役社長
ピーター D. ピーダーセン

日産は、単に規模拡大や販売増といった数値目標の達成にとどまらず、CSR活動や環境戦略を通じて、広くそして継続的に社会や顧客から支持される会社になることを目指すべきだと思います。真のグレート・カンパニーになるには、売上やROIC（投下資本利益率）だけでは不十分です。社会に向けて土台をつくり、どんな展望を描き、そして自社の取り組みと製品を通じてその展望を形にするためにどんな行動をとるかが、今こそ問われているのではないのでしょうか。

CSR分野におけるグローバルでの知見、企業のビジョンを引き出すファシリテーション能力を生かし、グローバル企業に対する戦略的コンサルティングを多数手掛ける。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

日産のCSR

フーガ



Nissan's Approach to CSR

短期視点と長期視点のバランスを追求

Nissan's Approach to CSR

日産のCSRの発展プロセス



- はじめに 1
- CEOメッセージ 2
- CSR対談 5
- 日産のCSR 10
 - 日産のCSRの発展プロセス 11
 - 日産CSR重点9分野 17
 - 日産CSRスコアカード 20
 - ステークホルダー エンゲージメント2006 24
- 事業活動報告・コーポレートガバナンス 25
 - 「日産バリューアップ」進捗状況・2006年度決算概況 26
 - コーポレートガバナンス 29
- ステークホルダーへの価値の向上 36
 - お客さまのために 37
 - 株主・投資家の皆さまとともに 44
 - 社員とともに 46
 - ビジネスパートナーとともに 54
 - 社会とともに 60
- 地球環境の保全 71
- 安全への配慮 100
- 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ 110
 - パフォーマンスデータ 116
 - 事業等のリスク 118
 - 第三者意見書 119

CSRは短期視点と長期視点のバランスを見直す プロセスマネジメントツール

日産は「人々の生活を豊かに」することをビジョンに掲げており、製品・サービスの提供を通じた価値の創造はもとより、グローバルなあらゆる事業活動を通じて、社会のさらなる発展に貢献していくことを目指しています。そのためには、日産の持続的な利益ある成長と、社会の持続可能な発展、この2つの方向性をつねに一致させた経営を行うことが重要であり、この方向性の一致には、CSRの概念を経営に取り込むことが有効です。そして、これはさまざまなステークホルダーとの信頼関係の醸成につながると考えます。



日産の考えるCSRとは？

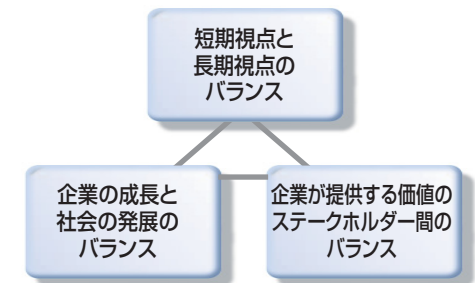
CSRの定義はグローバルにさまざまな形で議論され続けていますが、日産ではCSRを次のように定義づけています。

CSRとは、さまざまなビジネスの領域において、次の3つのバランスを追求するプロセスマネジメントである。

1. 短期視点と長期視点のバランス
2. 企業の成長と社会の発展のバランス
3. 企業が提供する価値のステークホルダー間のバランス

これら3つのバランスを追求することで、企業はあらゆるステークホルダーの信頼を獲得し、ひいては、持続的な利益ある成長を果たすことができると考えます。

CSRとは、企業活動のあらゆる領域において、以下の3つのバランスを追求する活動



日産のCSRの発展プロセス

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

中期経営計画「日産バリューアップ」期間中のCSR発展プロセス

日産では、現在実施している中期経営計画「日産バリューアップ」の期間中において、次のような発展プロセスを描いてCSRの進展を図っています。

- 2005年度:日産のCSRを定義づける年
- 2006年度:日産のCSRを体系化する年
- 2007年度:日産のCSRを社会に伝えていく年

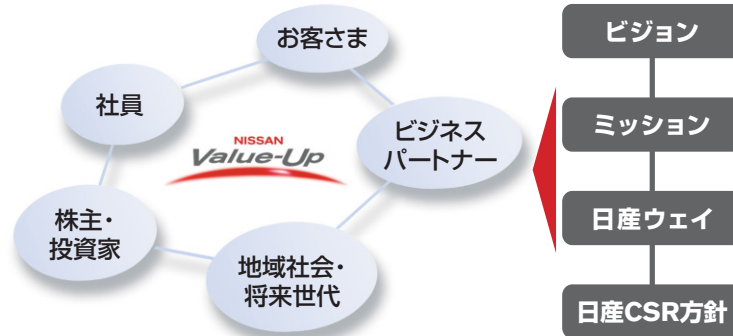
2005年度の振り返り:日産のCSRを定義づける年

発展プロセス初年度の2005年度は、「日産CSR方針」「日産CSR重点9分野」を定めることで日産のCSRの定義づけを行い、その重点9分野の進展を管理するために「CSR ステアリング コミッティを設立すること」を機関決定しました。

日産CSR方針

- ・日産のあらゆる活動は、倫理的行動、高い透明性に裏打ちされたコーポレートガバナンス（企業統治）、そして多様性の尊重のうえに成り立っています。
- ・私たちが目指すのは、企業として持続的な利益ある成長を追求すると同時に、持続可能なモビリティと社会の実現に向けて積極的に貢献していくことです。
- ・世界中のステークホルダーの声に耳を傾け、協力し合うことで、信頼と機会を生み出し、価値を創造し続けていきます。

日産CSR方針は「ビジョン」「ミッション」「日産ウェイ」のもとにおかれ、さまざまなステークホルダーへの価値創造に貢献します。



※「ビジョン」「ミッション」は1ページ、「日産ウェイ」は29ページ参照

日産CSR重点9分野

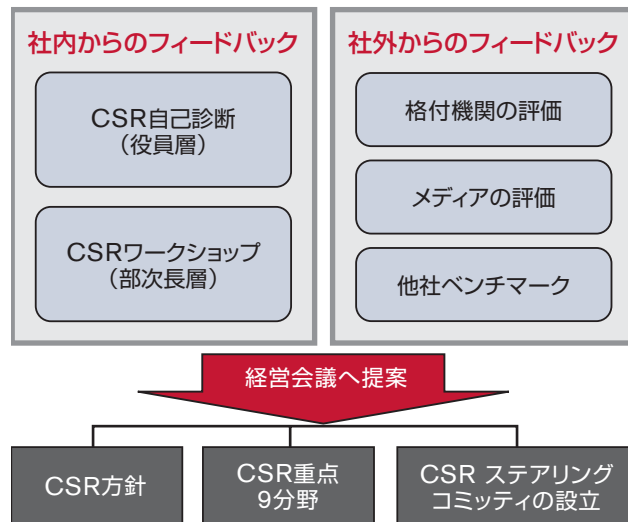
<p>誠実</p> <p>公平・公正を旨とし、社員は日産グローバル行動規範に則って、事業を営むあらゆる場所で倫理的に行動します。</p>	<p>品質</p> <p>世界で高品質が認められる製品やサービスを創造します。</p>	<p>安全</p> <p>技術の革新に加え、安全推進活動に積極的に取り組み、クルマ社会をより安全なものにしていきます。</p>
<p>経済的貢献</p> <p>持続的な利益ある成長を目指します。そして社会全体の経済的發展にも貢献します。</p>	<p>環境</p> <p>クルマのライフサイクルから生じる環境負荷を低減し、持続可能なクルマ社会の実現に貢献します。</p>	<p>バリューチェーン</p> <p>サプライチェーンのあらゆる段階において、倫理的で環境に配慮した行動がなされるよう促進していきます。</p>
<p>ブランド</p> <p>人、環境、そして事業を営む地域社会への配慮で知られる、信頼されるブランドを創造します。</p>	<p>社員</p> <p>多様な人材が自らの成長を実感できる、魅力的な組織となることを目指します。</p>	<p>社会貢献</p> <p>NGOとのパートナーシップなどにより、地域社会や人びとの繁栄に寄与します。</p>

日産のCSRの発展プロセス

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

CSR方針の策定と重点分野の設定にあたってまず行ったことは、社内外のフィードバックを集めることでした。社内フィードバックは役員層と部次長層に分けて集約。役員層においては、経営陣の頭の中にあるCSR観点でみた日産の強みと弱みを把握するために、「自己診断インタビュー」（14ページ参照）を取締役を含む12名の役員を対象に実施しました。続いて、部次長層を対象に同じくCSR観点でみた日産と強みと弱みを把握するために、海外拠点の代表者を含むあらゆる部門の部次長約50名を集めて「CSRワークショップ」（14ページ参照）を開催しました。

一方、社外からのフィードバックに関しては、世界各地の格付機関の評価、メディアの評価、他社ベンチマークをそろえました。以上の社内外からのフィードバックを分析・統合し、「日産CSR方針」「日産CSR重点9分野」を策定、重点分野の進展を管理するための「CSR ステアリング コミッティの設立」とあわせ、2005年度末（2006年3月）の経営会議において機関決定しました。

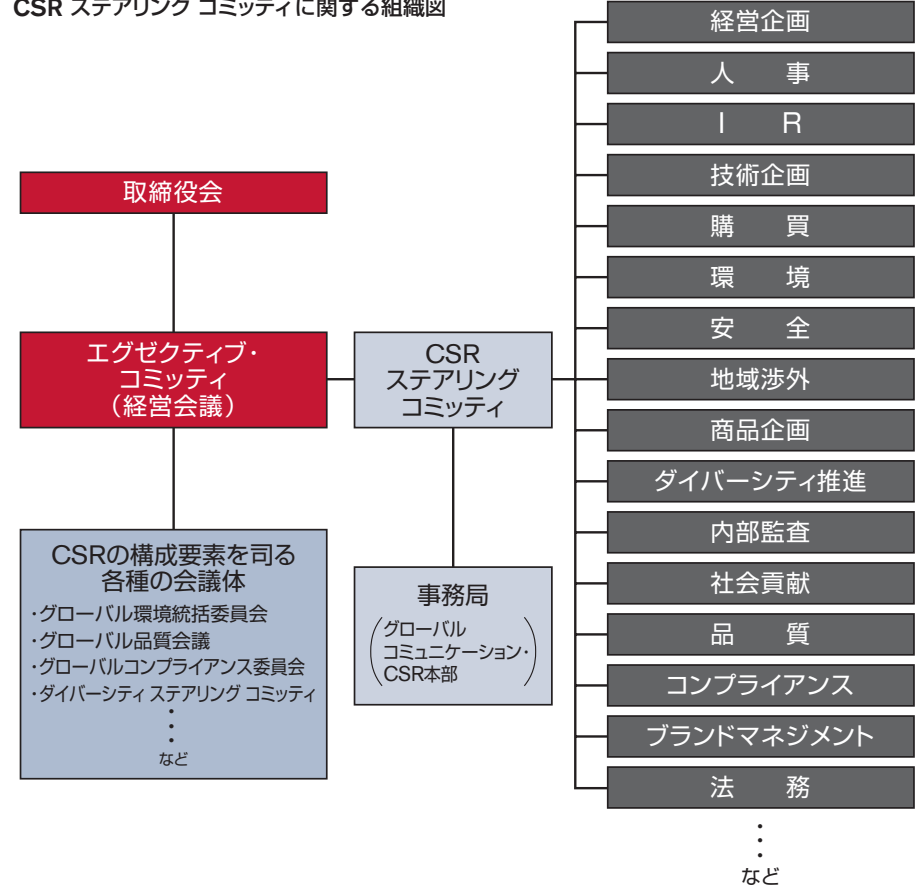


CSR ステアリング コミッティのミッション

重点9分野において、CSRで求められる3つのバランスを追求すること

1. 短期視点と長期視点のバランス
2. 日産の成長と社会の発展のバランス
3. 日産が提供する価値のステークホルダー間のバランス

CSR ステアリング コミッティに関する組織図



日産のCSRの発展プロセス

14 Nissan Sustainability Report 2007

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

役員層向け「自己診断インタビュー」

日産では2005年秋に、12名の役員層を対象に自己診断プログラム「CSRイノベーション」を実施しました。これは、日本・北米・欧州の経営者からなるグローバルネットワーク「経済人コー円卓会議」*により開発されたツールで、1994年に同会議により策定された「企業行動方針」に基づいて設計されています。このプログラムでは、各役員がインタビューーとの直接対話を通して、多様な切り口による49の設問に答え、その結果を分析し役員層がどのような認識を持っているかを客観的に把握します。この「CSRイノ

ベーション」の実施は、本来の目的に加え、役員層がCSRの視点からあらためて自社の経営のあり方を考える機会にもなりました。

この自己診断を通じて、右記のような強みと課題が抽出されました。

*経済人コー円卓会議 (Caux Round Table: CRT) は、各国のビジネスリーダーらにより1986年にスイスのコーに創設され、主に企業倫理やCSRといった経済・社会関係の健全な発展に寄与するために活動しています。

<強み>

- ・ダイバーシティ(多様性)の取り組み
- ・透明性の確保に向けたさまざまな取り組み
- ・クルマの高リサイクル率の実現と業界におけるリーダーシップの発揮 など

<課題>

- ・社会全体の発展への貢献がまだ不十分
- ・ビジネスと環境・社会面の取り組みの両立
- ・日本、北米、欧州以外の地域での対応 など

部次長層向け「CSRワークショップ」

日産ではCSRの活動を、社会に対してより大きな価値を創造する方法で、日常の業務を実践していくこととらえています。こうした考えに基づき、日産の社会的責任という観点から、各部門で日々行われている業務を見つめ直し、課題を認識する機会として、2005年秋に社内ワークショップを行いました。

このワークショップには、欧州、北米の代表者を含む関連部門の部次長約50名が参加。グローバル社会において企業の役割がどのように変化しているか、ステークホルダーが企業に期待することは何かなど、基本的な考えや世界動向についての情報を共有した後、日産の強みと課題、将来に向けての目指すべき方向、重点的に取り組むべき分野などについて議論を行いました。

このワークショップにおける議論の結果は、CSR方針および重点9分野の設定に生かされました。

ワークショップ参加部門

経営企画、ブランドマネジメント、購買、技術企画、品質、マーケティング、アフターセールス、物流、生産、環境・安全、ダイバーシティ推進、社会貢献、関係会社管理、販売会社支援、産業機械事業、リサイクル推進、ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェア推進、中国事業、欧州日産、北米日産、一般海外市場、地域渉外、人事、広報、IR、経理、内部監査、法務など



社内ワークショップ

2006年度の振り返り:日産のCSRを体系化する年

2006年度は、前年度に策定した日産のCSRの定義である「日産CSR方針」「日産CSR重点9分野」に基づいて、「日産のCSRを体系化する年」でした。

4月に重点9分野に関係する部門の部次長約20名からなるCSR ステアリング コミッティを組織化し、5月に2006年度上半期のCSR ステアリング コミッティを開催、重点9分野ごとにCSR観点でみた将来のリスク・オポチュニティについての議論を行いました。CSR ステアリング コミッティでは、CSRスコアカードを管理ツールとして用い、重点9分野ごとに議論を進めています。(15ページ参照)

6月には、サステナビリティレポートの2006年版を前年に続き株主総会にあわせて発行。総会の会場では、CSR活動に関するパネル展示を実施し、総会後はステークホルダーエンゲージメントの一環として、ゴーン社長はじめ役員全員が出席し、株主との懇談会を実施しました。

7月には、SRI(社会的責任投資)の動向を探るイベント「SRIファンドマネジメントカンファレンス」(東京)に協賛、CSR担当役員による講演や、グローバルな有力CSR格付機関各社との意見交換を行いました。



6月: CSR活動に関するパネルを展示



7月: SRIファンドマネジメントカンファレンス

日産のCSRの発展プロセス

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

8月には、東京の大手キー局の夜のニュース番組で、SRIの動向とあわせ、日産のCSRへの取り組みを特集。そのほか新聞、経済誌などでの記事とあわせ、いずれも社外ステークホルダーとの意見交換のための良い接点となりました。

10月には、社外のCSR有識者3名を招き、CSR ステアリング コミッティメンバーとの意見交換会を開催。サプライチェーンにおけるCSRマネジメント、中でも人権マネジメントをテーマに議論を行いました。



アムネスティ・インターナショナル日本
寺中 誠氏



経済産業研究所
藤井 敏彦氏



新日本監査法人
大久保 和孝氏

同じく10月には、世界各地から環境の有識者を招き、環境ステークホルダーダイアログを開催。日産のグローバル環境統括委員会議長である志賀COOをはじめ関係者が参加し、意見交換を行いました。ここで得られたフィードバックを、同12月に発表した中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2010」に反映しました。

11月には、2年に一度発表されるCSRに関する企業情報開示の格付である「グローバルレポーターズ」において、ワールドベストプラクティス50社に選定されました。「グローバルレポーターズ」は、非財務情報で企業を評価するキープレイヤーであるサステナビリティ社、財務情報で企業を評価するスタンダード&プアーズ(S&P)、および国連環境計画(UNEP)の3者が共同で進めています。2007年2月、2006年度下期のCSRステアリング コミッティを開催し、2007年度より公開するCSRスコアカードに関する全体確認を行いました。また、有力CSR格付機関のひとつであるイノベストの方を招き、日産への評価に関する意見交換を行いました。

2007年度:日産のCSRを社会に伝えていく年

日産では2007年度よりCSRスコアカードを公開していきます。重点9分野ごとの進展状況・目標を社会と共有することで透明性を高め、社会からフィードバックを頂き、それを再び社内に取り込み、各機能を強化することで、社会全体の持続的な発展に寄与したいと考えています。

管理ツール「CSRスコアカード」

CSR ステアリング コミッティでは、年間を通して、CSRスコアカードを管理ツールとし、CSR視点で3つのバランスを確認し、レビューしています。「CSRスコアカード」では、次ページにある図のように、重点9分野ごとに、(A)の欄に日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標を、(C)の欄に企業に対する社会からの要請を記載しています。(B)の欄には、(A)と(C)のバランスを保つためには中長期にどう行動していくべきかを想定し、管理指標を記載します。つまり、CSRスコアカードの横軸で日産の成長と社会の発展のバランスを追求していきます。一方、縦軸では日産が提供している価値のステークホルダー間のバラン



10月: 意見交換会



10月: グローバル環境アドバイザー・ミーティング



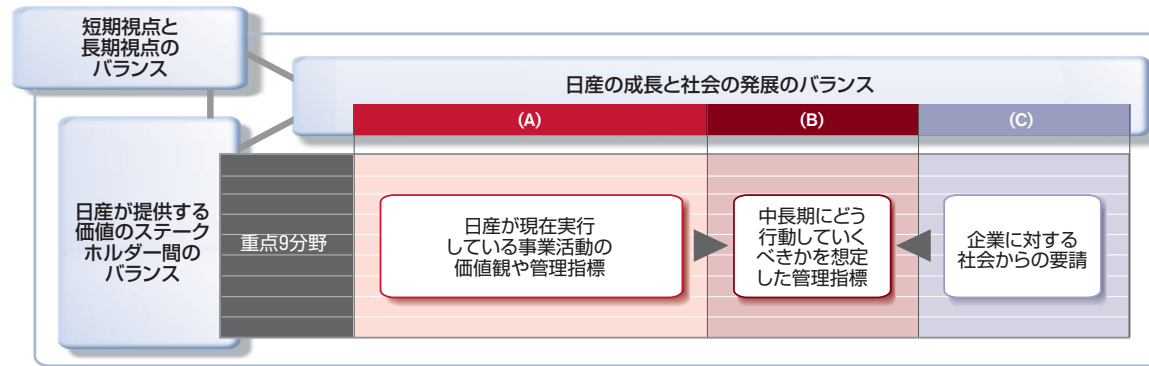
2月: CSR ステアリング コミッティ

日産のCSRの発展プロセス

- はじめに 1
- CEOメッセージ 2
- CSR対談 5
- 日産のCSR 10
 - 日産のCSRの発展プロセス 11
 - 日産CSR重点9分野 17
 - 日産CSRスコアカード 20
 - ステークホルダー エンゲージメント2006 24
- 事業活動報告・コーポレートガバナンス 25
 - 「日産バリューアップ」進捗状況・2006年度決算概況 26
 - コーポレートガバナンス 29
- ステークホルダーへの価値の向上 36
 - お客さまのために 37
 - 株主・投資家の皆さまとともに 44
 - 社員とともに 46
 - ビジネスパートナーとともに 54
 - 社会とともに 60
- 地球環境の保全 71
- 安全への配慮 100
- 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ 110
 - パフォーマンスデータ 116
 - 事業等のリスク 118
 - 第三者意見書 119

スの確認・追求を目指します。さらに、全体として短期視点と長期視点のバランスも追求していきます。なお、20～23ページに掲載した「日産CSRスコアカード」は、上述の(A)の部分に4ページに分けてご紹介しています。

管理ツール「CSRスコアカード」



日産自動車株式会社
グローバルコミュニケーション・
CSR本部
執行役員
サイモン スプロール

CSR ステアリング コミッティ議長からのメッセージ

日産のCSR方針を策定し、遂行していくことが、CSR ステアリング コミッティ議長としての私の責務です。今年、日産にとって初の試みとなる「CSRスコアカード」を公開する重要な年です。スコアカードを通じて、CSR重点9分野における進展をステークホルダーの皆さまにお伝えし、幅広くご意見を頂きたいと考えています。目標達成の成否については、1年後に発行する2008年版サステナビリティレポートでご報告いたします。

日産のような規模になると、社会からの期待は当然高くなります。大規模ゆえに私たちの行動が世界中の何百万という人びとに影響を及ぼす可能性もあります。環境問題への対策についても、企業が果たすべき責任がますます大きくなっています。日産は、こうした大企業としての社会的責任を十分に認識しており、皆さまとの信頼構築に向け、情報をできるだけオープンにしていきたいと思っています。

日産のCSR活動やこれまでの成果は、業界トップというには程遠いかもしれませんが、しかし、CSR専任の執行役員を設け、この問題をCEOが認識できるようにするとともに、活動内容を公にすることによって、進むべき道を着実に歩んでいます。また、CSRに対する日産の姿勢は、他社とは違います。CSRは、企業のイメージアップを図る手段でも、慈善目的の寄付行為でもありません。私たちの考えるCSRとは、事業を長期的に持続可能なものとするための活動であり、利害関係を越えた「信頼」の上に成り立つ経営を指しているのです。

2004年に初めて発行したサステナビリティレポートは、日産のCSR活動の記録でしかありませんでした。3年後の現在、このレポートは日産の活動記録であると同時に、将来に向けたメッセージであり、本業にも深くかかわる重要な内容となっています。本レポートがステークホルダーの皆さまとの活発な対話と、信頼関係の構築につながっていくことを期待しています。

皆さまにとって、このレポートが興味深く、有意義な情報となれば幸いです。



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

日産CSR重点9分野

誠実	品質	安全
経済的貢献	環境	バリューチェーン
ブランド	社員	社会貢献

2006年度に発足した「CSR ステアリング コミッティ」では、「CSRスコアカード」を管理ツールとし、「CSR重点9分野」ごとに進捗状況などについて確認・レビューを行っています。ここでは、重点9分野の各オーナーが語る「2006年度実績のポイント・2007年度計画の課題」をご紹介します。

CSR重点9分野のオーナーからのメッセージ

誠実



コンプライアンス事務局
(人事部 報酬・労務担当部長)
北城 武

コンプライアンス違反の防止を目指し、第一ステップとして日産グループ全体のグローバルなコンプライアンス体制の強化や規範の整備などの活動を積極的に推進してきました。次のステップは、社員一人ひとりへの規範のさらなる浸透を図ります。また、コンプライアンス違反案件がタイムリーに報告される体制を整備し、報告に対してスピーディかつ的確に対応できる体制を強化していくことで、コンプライアンス違反の未然防止を目指します。

経済的貢献



執行役員
(IR部、財務部担当)
田川 丈二

私たちは社内で、「利益ある持続的成長」という言葉をキーワードにし、さまざまな活動をしています。利益が増えていかなければ魅力的な商品・先進技術への投資も、成長市場やセグメントへの投資も、お客さまへのサービス向上も、株主への配当も社会貢献もできません。日産リバイバルプランから一貫して収益性を向上させ、日産バリューアップでは、トップレベルの営業利益率と高い投下資本利益率を目標に掲げていますが、利益の追求とその還元サイクルを通じて、これからもサステナブルな活動を続けていきたいと思っています。

日産CSR重点9分野

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119


ブランド



ブランドマネジメントオフィス
次長
蔵隅 正明

日産は、NISSANとインフィニティの2つのブランドについて、それぞれの存在意義とお客さまに提供する具体的価値を明確にし、お客さまや社会にとって、なくてはならないブランドに育てていくことを2006年度に再確認しました。そのためには、全世界の日産社員がモチベーションと志を共有し、具体的な活動を加速させていく所存です。これにより、定評のある日産ならではのクルマとサービスをさらに進化させて、NISSANとインフィニティのファンを増やしていけるものと信じています。また、ブランドの独自性のみならず“信用力”についても中長期的な観点で戦略を実施していきたいと考えています。

品質



トータル・カスタマー・
サティスファクション本部 部長
寺田 孝

日産がお客さまにお約束するもの。それは製品への信頼感とサービスへの安心感、すべてのお客さまに向けた誠実な想いです。それを実現するために、日産では独自の品質方針「Nissan Product Quality Policy」を掲げ推進しています。2006年度には、グローバルで4拠点をフィールド・クオリティ・センターを設立しました。この施設では、市場から回収した部品の調査・分析を実施しています。2007年度には、市場品質の改善スピードの飛躍的な向上とワランティの大幅な削減を見込んでいます。また、リコールやサービスキャンペーンについても、法規のみならず、お客さまの安全を第一にとらえ、透明性の高い取り組みを進めていきます。

環境



企画室 グローバル環境企画オフィス
次長
上田 昌則

日産は昨年、中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2010」を発表しました。このプログラムを軸に、持続可能なモビリティ社会に向けて環境への取り組みを積極的に進めていきます。環境パフォーマンスの向上は日産の長期的な成長に貢献し、ビジネスバリューを高める原動力となります。そのために、日産は真に実効性の高い環境技術をより早くより広く、お客さまにとって最適な価値とともに提供していきます。

社員



ダイバーシティディベロップメントオフィス
室長
吉丸 由紀子

ダイバーシティ(多様性)は日産の強みです。多様なステークホルダーの皆さまにより大きな価値を提供していくことが目指す姿です。とくにクルマの購入時に女性の関与が6割を超えることから、「管理職における女性比率」をグローバルな指標として設定、その成果をモニターしていくことでダイバーシティ推進が加速すると考えています。グローバルにビジネスを展開する日産にとって、多様な人財は持続的な成長の源泉です。お客さまの期待により応えていくためにダイバーシティ推進をいっそう加速していきます。

※「社員」のエリアは、ダイバーシティに加え人材開発や労働安全といった項目で構成しています。詳しくは22ページをご覧ください。

日産CSR重点9分野

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

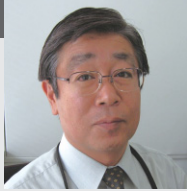
安全



環境・安全技術渉外部
部長
長谷川 哲男

日産は、2015年に日産車が関わる交通事故における死亡、重傷者数の半減(1995年比)を目指し、クルマ、人、社会面から安全向上に向け幅広い取り組みを行っています。2006年度は、ITS(高度道路交通システム)技術を活用したSKYプロジェクトを立ち上げ、路車間通信による出会い頭の事故などの低減に向けた実証実験も開始しました。クルマが人を守る“Safety Shield”という考え方にに基づき、少しでも危険に近づけないようサポートする技術の開発と、技術と連動した交通安全推進活動を行い、より安全なクルマ社会を目指し、総合的な活動を推進していきます。

バリューチェーン



購買管理部
主管
上原 成司

日産とルノーの購買部門が、取引にあたって大事にしている価値やプロセスを「The Renault-Nissan Purchasing Way」というブックレットにまとめました。とくに両社が重視する児童労働・強制労働の禁止、環境に関する法規や条例の順守を織り込み、基本方針や対応策も求めています。今後は、これらを実行し、CSR上のリスク防止を徹底するために、サプライヤー選定のプロセスにおいて、CSR対応の方針や体制の評価を織り込み、サプライヤーと一体となってCSRマネジメント推進を目指していきます。

社会貢献



グローバルブランドコミュニケーション部
部長
野口 恭平

日産では、「人々の生活を豊かに」というビジョンのもと、「教育への支援」「環境への配慮」「人道支援」の3つの領域を中心に、企業市民としての活動を行っています。2006年度は、グローバルな一貫性の確保や地域を超えたベストプラクティスの共有化を目的として、「社会貢献 ステアリング コミッティ」を設置しました。このコミッティでは、2007年度以降の、さらに日産らしい、息の長い社会貢献活動に向けた論議を行っています。

CSR ステアリング コミッティ事務局からのメッセージ



広報・CSR部 課長
(企画室グローバル環境企画オフィス課長兼務)
菅 慶太郎

「CSR ステアリング コミッティ」のミッションは、日産の成長と社会の発展のバランス、短期視点と長期視点のバランスといった観点から、私たちのCSR重点9分野における日々のビジネスを振り返り、改善を図り、そのプロセスを社会と共有することです。これにより透明性を向上させることで、ステークホルダーの皆さまとの信頼関係を強化していきたいと考えています。今回のレポートでは、そのPDCAサイクルの一環として、CSRスコアカードの一部を公開いたしました。これを機に、CSR格付評価機関の方々を通じて、いっそう社会の声に耳を傾けていきたいと思っております。

Nissan's Approach to CSR

日産CSRスコアカード(1)



アルティマ

2006年度に発足した「CSR ステアリング コミッティ」では、「CSRスコアカード」を管理ツールとして、「CSR重点9分野」ごとの活動の進捗状況を確認し、レビューを行っています。ここでは、「CSRスコアカード」のうち、日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標についてご紹介します。

日産CSR重点9分野

誠実	品質	安全
経済的貢献	環境	バリューチェーン
ブランド	社員	社会貢献

フォーカスアイテム		重点活動(価値)	適応範囲	進捗確認指標例	2004年(度)実績	2005年(度)実績	2006年(度)実績	2007年(度)目標	長期ビジョン	
誠実	公平・公正を旨とし、社員は日産グローバル行動規範に則って、事業を営むあらゆる場所で倫理的に行動します	コンプライアンス違反案件が確実に報告される仕組みの確立	連結会社	世界全地域のコンプライアンス組織の整備と行動規範の展開	81.6%完了	86.0%完了	97.8%完了	100%完了を目指す	グローバルにコンプライアンス違反未然防止の仕組みが機能している	
経済的貢献	持続的な利益ある成長を目指します。そして社会全体の経済的発展にも貢献します	中期経営計画「日産バリューアップ」の実行によるステークホルダーへの価値創造と社会への貢献	連結会社	売上高営業利益率(%)	10.0% (トップレベル)	9.2% (トップレベル)	7.4% (トップレベル)	グローバルな自動車業界の中でトップレベルの営業利益率を維持する	持続的な利益ある成長を果たす。そして、お客さま、株主、社員、ビジネスパートナー、地域社会といったあらゆるステークホルダーに、長期的な価値を提供し続ける	
				株式配当(円/株)	24円/株	29円/株	34円/株	40円/株		
ブランド (コーポレートブランド)	人、環境、そして事業を営む地域社会への配慮で知られる、信頼されるブランドを創造します	ステークホルダー意識におけるブランドの価値向上	世界中のお客さま (右は日本のケース)	日経「企業イメージ調査」のCSR関連指標(一般個人)	「信頼性がある」という指標	35.5点 約1000社中25位	33.7点 約1000社中31位	36.1点 約1000社中29位	信頼性の構築を図り、スコアのさらなる向上を目指す	本指標を、社会が求める価値がどれだけ企業活動に反映できているかを測定する外部指標のひとつとして位置づけ、継続的かつ安定的なスコアの向上を目指す
				社内の独自ブランド管理指標を通じて間接的に参照	「社会の変化に対応できる」という指標	17.4点 約1000社中3位	15.6点 約1000社中2位	14.5点 約1000社中7位	市場が求める価値を事業活動に迅速に反映し、スコアのさらなる向上を目指す	
品質	世界で高品質が認められる製品やサービスを創造します	お客さまに安心してお使いいただくための品質である「当たり前品質」	連結会社 (右は米国のケース)	外部調査機関によるお客さまへの新車初期品質調査結果	NISSAN系:16位 インフィニティ系:9位	NISSAN系:12位 インフィニティ系:7位 2005年より調査内容が変更された	NISSAN系:19位 インフィニティ系:9位	該当するカテゴリーにおいて、さらなる順位の向上を目指す	該当するカテゴリーにおいて、NISSAN系でトップ3以内、インフィニティ系でトップ2以内を維持する	

Nissan's Approach to CSR

日産CSRスコアカード(2)



X-TRAIL FCV 2005年モデル

フォーカスアイテム		重点活動(価値)	適応範囲	進捗確認指標例					
					2006年(度)実績	2007年(度)目標	2010年目標(NGP2010)		
環境	クルマのライフサイクルから生じる環境負荷を低減し、持続可能なクルマ社会の実現に貢献します	ニッサン・グリーンプログラム2010(NGP2010)の実行・推進	グローバル	CO ₂ 排出量の削減	商品・技術分野	<ul style="list-style-type: none"> 低燃費によるCO₂の排出削減とクリーンな排出ガスを両立したコンパクトカー6車種の発売 北米市場への「アルティマ ハイブリッド」の投入 環境性能と動力性能を飛躍的に向上させるVVEL(バルブ作動角・リフト量連続可変システム)のグローバルな投入開始を発表 日本において、エコドライブをサポートするカーウイングスの新サービス開始 	NGP2010(右記)の確実な実行と達成	<ul style="list-style-type: none"> 各国燃費基準の着実な達成とさらなる燃費向上の推進 日産独自のシステムを搭載したハイブリッド車を、2010年度を目標に北米、日本で発売 日産独自の燃料電池スタックにさらなる改良を加えた新型燃料電池車を、2010年代の早い時期に北米、日本で発売 3リッターのガソリンで約100km走行できるクルマ(3リッターカー)を2010年に発売 	
					生産・物流分野	<ul style="list-style-type: none"> <生産>グローバル台あたりCO₂排出量4%減(2005年度比) <物流>日本はCO₂排出量の把握完了、グローバルのCO₂排出量把握に着手 			<ul style="list-style-type: none"> <生産>2010年度までに全工場から排出されるCO₂を2005年比7%減(グローバル台あたりCO₂排出量) <物流>2006年度に排出量を把握し、2007年度から管理を開始
					販売・オフィス分野	非生産拠点CO ₂ 排出量の把握に着手			2007年度までに排出量を把握し、2008年度から管理を開始
					商品・技術分野	「平成17年基準排出ガス75%低減レベル適合車(SU-LEV)」の販売比率拡大。ガソリン乗用車販売台数(日本)のSU-LEV比率84.4%を達成(2007年3月末実績)			<ul style="list-style-type: none"> 各国の将来排気規制適合車の早期導入 大気並みにクリーンな排出ガスを目指した技術開発の実施
					生産分野	日本国内VOC排出量:9.7%減(2005年度比、ボディ+バンパー)			グローバル:各国の規制値より厳しいVOC削減 日本:VOC10%低減(排出量原単位、2005年度比)
					生産分野	日産(5工場と1事業所)および日本の関連製造会社5社中、日産(4工場と1事業所)および日本の関連製造会社2社で工場再資源化率100%を達成			グローバル:各国で工場再資源化率ベストレベル 日本:工場再資源化率100%(日産および連結製造会社、日産算出基準による)
					市場および販売会社におけるリサイクル活動の推進	リサイクル実効率(日本):2006年度実績で95.2%を達成			グローバル:主要4市場でELVリサイクル実効率95%を目指す 日本:ELVリサイクル実効率95%達成~2010年度(2015年法規 5年前倒し達成)
	マネジメント・社会との共同	<ul style="list-style-type: none"> 社内教育用環境e-ラーニングプログラムの開発 横浜市の小学校における環境教育の実施 ITSを活用し、交通事故の低減や渋滞緩和を目指す「SKYプロジェクト(スカイプロジェクト)」の実証実験を開始 	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスパートナーにおける環境マネジメント強化 事業活動全般における環境マネジメント強化 社員の環境マインド向上 他セクターと連動した総合的な取り組みの推進 環境情報の開示とステークホルダーとのコミュニケーションの充実 						

Nissan's Approach to CSR

日産CSRスコアカード(3)



インフィニティFX

フォーカスアイテム		重点活動(価値)	適応範囲	進捗確認指標例	2004年(度)実績	2005年(度)実績	2006年(度)実績	2007年(度)目標	長期ビジョン
					2004年(度)実績	2005年(度)実績	2006年(度)実績	2007年(度)目標	
社員	多様な人財が自らの成長を実感できる、魅力的な組織となることを目指します	学習する企業文化の醸成	日産自動車(株)	教育受講者満足度 年1回の教育受講者に対するアンケート。スコアは各教育における平均スコアのうち最低のもの(5点満点)	4.0以上	4.0以上	4.0以上	社員一人ひとりの能力向上に繋がる教育の実施。教育受講者満足度の維持・向上	学習する企業文化を醸成し、社員一人ひとりが自らの成長を実感できる組織の実現
		社員意識調査を踏まえたモチベーションの向上	グローバル	Employee Engagement スコア 社員意識調査の設問中「社員のモチベーション」に関する設問の肯定回答率	未実施	62%	55%	社員意識調査結果を反映した、経営の質の向上、および企業文化変革への取り組み推進。Employee Engagement スコアの維持・向上	社員の意欲を引き出し、向上させる組織の実現
		自律的キャリア開発サポート	日産自動車(株)	オープンエントリー制度とシフトキャリア制度の合格者数 オープンエントリー制度: ポストの募集があれば自ら自由に応募できる制度 シフトキャリア制度: ポストの募集有無に関係なく、自ら自由に希望する部署や職種に応募できる制度	74名(オープンエントリー制度)	96名(オープンエントリー制度+シフトキャリア制度)	111名(オープンエントリー制度+シフトキャリア制度)	オープンエントリー制度とシフトキャリア制度などを通じた適材適所の人材配置のいっそうの推進	社員一人ひとりの自主性を重んじたキャリア形成の支援
		安心して働ける安全な職場を目指して	日産自動車(株)	労働災害全度数率 (全度数率=全災害件数÷延べ労働時間×100万)	0.18	0.26	0.24	0.27	安心して働ける安全な職場の構築と維持
		女性の能力活用を通じたダイバーシティの推進	グローバル	女性管理職比率	日本(日産自動車(株)): 2% 北米・中南米/欧州: 2005年度から集計開始 一般海外地域: 2006年度から集計開始	日本(日産自動車(株)): 3% 北米・中南米: 15% 欧州: 7% 一般海外地域: 2006年度から集計開始	日本(日産自動車(株)): 4% 北米・中南米: 14% 欧州: 10% 一般海外地域: 15%	日本(日産自動車(株)): 5% 北米・中南米: モニタリング 欧州: 11% 一般海外地域: モニタリング	多様なお客さまに、より大きな価値を生み出す組織の実現
		クロスカルチャーを通じたダイバーシティの推進	日産自動車(株)	外国籍社員比率	2006年度から集計開始	2006年度から集計開始	1%	多様なお客さまに、より大きな価値を生み出す組織の実現	

Nissan's Approach to CSR

日産CSRスコアカード(4)



ヴァーサ

フォーカスアイテム		重点活動(価値)	適応範囲	進捗確認指標例	進捗確認指標				長期ビジョン
					2004年(度)実績	2005年(度)実績	2006年(度)実績	2007年(度)目標	
安全	技術の革新に加え、安全推進活動に積極的に取り組み、クルマ社会をより安全なものにしていきます	日産車に関わる交通事故死者数などの定量的低減目標値を設定し、リアルワールドでの事故分析をもとに、安全なクルマづくりと安全啓発活動の実施	日本、米国(右は日本のケース)	日産車に関わる交通事故における死亡・重傷者数の1995年比低減率 公共データをもとに算出するため、実績の把握は当該年度の約2年後	27%減少	34%減少	2007年10月以降に算出	2015年半減に向けて、日産の安全の考え方「セーフティ・シールド」に基づき、安全技術の開発、実用化に取り組む	2015年に50%減少
バリューチェーン	サプライチェーンのあらゆる段階において、倫理的で環境に配慮した行動がなされるよう促進していきます	日産・ルノーが尊重するバリュー、法令、規範の順守をサプライヤーに展開し共有	日産・ルノー共同購買会社*の世界中の全一次取引先サプライヤー *日産とルノーの年間合計購買額の75%を扱う(2006年度実績)	サプライヤーと共有する価値観・規範の展開プロセスおよび浸透度合い	サプライヤーと共有する価値観・規範の整備を完了	価値観・規範をまとめたサプライヤー向けブックレットを発行し、日産・ルノー共同購買会社の世界中の全一次取引先サプライヤーに展開	日産・ルノー共同購買会社の取引サプライヤー選定時に、CSR視点のコミットメントを頂く仕組みを導入	サプライヤーから頂いたコミットメントをもとに、サプライヤーにおけるCSRの方針や体制を評価する評価項目を定め、ビジネスパートナーと一体となったCSRマネジメントの推進を開始	サプライヤー選定プロセスにおいてCSR視点の充実を図り、サプライヤーと一体となったCSRマネジメントを遂行する
		グリーン調達活動を通じた、製品の環境負荷低減を推進	世界中の全一次取引先サプライヤー	日本でのグリーン調達基準に基づく納入部品の環境負荷物質把握活動の完了と、グローバルグリーン調達基準に基づく同活動の推進	日本の95%以上のサプライヤーと活動済	日本のほぼ100%のサプライヤーと活動済	グリーン調達活動のグローバルな展開に関し、展開準備を完了	グリーン調達ガイドラインを世界中の全一次取引先サプライヤーに順次展開	サプライヤーにおける環境負荷が目標値をもって削減され、ライフサイクルを通して日産車の環境負荷が低減される
社会貢献	NGOとのパートナーシップなどにより、地域社会や人びとの繁栄に寄与します	日産の社会貢献活動方針の明文化、社内運営体制の整備および活動内容の充実	グローバル	日産の社会貢献活動方針、推進体制、社内各機能の役割の構築	地域ごとに個々の活動を実施	グローバルな社会貢献活動方針を策定し展開	社内横断組織として「社会貢献ステアリングコミッティ」を設置、より有機的に連携した活動を開始	教育または環境をテーマとした日産独自のプログラムを確立	「教育への支援」「環境」「人道支援」の分野を中心に、グローバルな考え方と各地域に最適な活動のバランスをとりながら、日産らしい社会貢献プログラムを継続的に実施していく

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

Nissan's Approach to CSR

ステークホルダー エンゲージメント2006



日産では、2006年度もステークホルダーの皆さまと対話する機会を設け、頂いたさまざまなご意見を各事業活動に生かしています。

株主の皆さまとの懇談会



2002年より、毎年定時株主総会終了後に、全役員が出席し株主懇談会を開催しています。株主の皆さまとオープンに意見交換できる場として定着しています。詳細は45ページ。
(2006年6月27日、パシフィコ横浜にて実施)

社員との意見交換会



年間を通して、経営者層が社員と直接対話する場を設けています。また、経営者層が海外拠点に出張した際にも、各拠点や工場の社員と意見交換を行っています。詳細は47ページ。

環境コミュニケーション・ミーティング



NPO/NGO、販売会社、消費者団体、メディアの方々をお招きし、この1年間に行った日産の環境コミュニケーションについて、さまざまな立場からご意見を頂きました。
(2007年3月19日、日産自動車(株)本社にて実施)

サプライヤーミーティング



世界各国のサプライヤー代表の方にお集まりいただき、サプライヤーミーティングを開催。あわせて「日産グローバル サプライヤー アワード」の表彰式を行っています。詳細は56ページ。
(2006年7月13日、東京にて実施)

販売会社社員との意見交換会



ゴーンCEO、志賀COOが販売会社を訪問する際は、販売会社社員(カーライフ・アドバイザー、テクニカル・アドバイザーなど)と商品やサービス、お客様対応などについて、活発な意見交換を行っています。詳細は40ページ。

中国自動車技術研究センター(CATARC)*との中国道路交通安全フォーラム



日産(中国)投資有限公司と日産は、CATARCと共同で「中国道路交通安全フォーラム」を開催。政府、大学、サプライヤー、メディアなど約100名が出席しました。
(2007年3月30日、北京にて実施)

*中国の自動車国家研究機関

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

事業活動報告・コーポレートガバナンス

X-TRAIL



Performance and Corporate Governance

長期的な利益ある成長を目指して



引き続きコミットメント完遂に全力を尽くす

中期経営計画「日産バリューアップ」の進捗状況

日産の中期経営計画である「日産バリューアップ」には、3つのキー・コミットメントがあります。

1. 2005年度から2007年度にかけ、グローバル自動車業界のトップレベルに売上高営業利益率を維持する
2. 2008年度に販売台数420万台を達成する
3. 3年間平均で投下資本利益率20%を確保する

2006年度の実績は日産バリューアップの目標達成に貢献しませんでした。しかし、日産には事業計画のコミットメントを実現する潜在力があり、引き続きコミットメント完遂に全力を尽くします。これに伴い、日産バリューアップのすべてのコミットメント達成時期を1年延長することとしました。

このような中で、この1年間で、日産バリューアップの中心となる4つのブレークスルーは確実に前進を遂げました。

1. インフィニティを世界で名立たるラグジュアリー・ブランドにする

2006年には、インフィニティをロシアに展開しました。今後、グローバル展開を加速し、2007年には中国とウクライナ、2008年には西欧全域に拡大していきます。

2. 小型商用車のプレゼンスをグローバルに強化する

小型商用車のグローバル販売台数は、日産バリューアップ開始以降57%伸び、2006年度には49万台に達しました。さらに、8.0%を超える売上高営業利益率を達成しました。

3. リーディング・コンペティティブ・カントリー（競争力のある国々）からの部品、機械、設備、ベンダーツーリング（取引先の型、治工具）、サービスの新たな調達ソースを確立する

中国、アセアン、メキシコ、東欧などを中心とする競争力のある国々からのグローバル調達額は、2005年度には12%でしたが、2006年度には15%に達しました。



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

- はじめに 1
- CEOメッセージ 2
- CSR対談 5
- 日産のCSR 10
 - 日産のCSRの発展プロセス 11
 - 日産CSR重点9分野 17
 - 日産CSRスコアカード 20
 - ステークホルダー エンゲージメント2006 24
- 事業活動報告・コーポレートガバナンス 25
 - 「日産バリューアップ」進捗状況・
2006年度決算概況 26
 - コーポレートガバナンス 29
 - ステークホルダーへの価値の向上 36
 - お客さまのために 37
 - 株主・投資家の皆さまとともに 44
 - 社員とともに 46
 - ビジネスパートナーとともに 54
 - 社会とともに 60
 - 地球環境の保全 71
 - 安全への配慮 100
 - 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ 110
 - パフォーマンスデータ 116
 - 事業等のリスク 118
 - 第三者意見書 119

4. 新興国での地理的拡大を強化する

ブラジルや中国における事業への追加投資に加え、ロシアでは組立工場建設のための投資を行ってきました。また、インドではルノーとともにマヒンドラ・マヒンドラと提携し、3社共同で新工場を建設します。

● 連結営業利益率

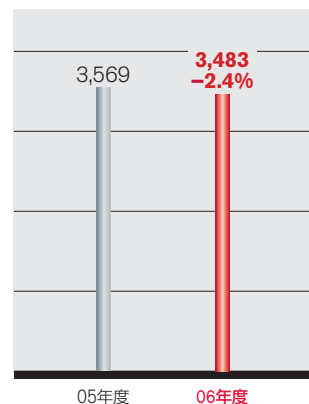
2005年	9.2%
2006年	7.4%

● 投下資本利益率:ROIC (自動車事業)

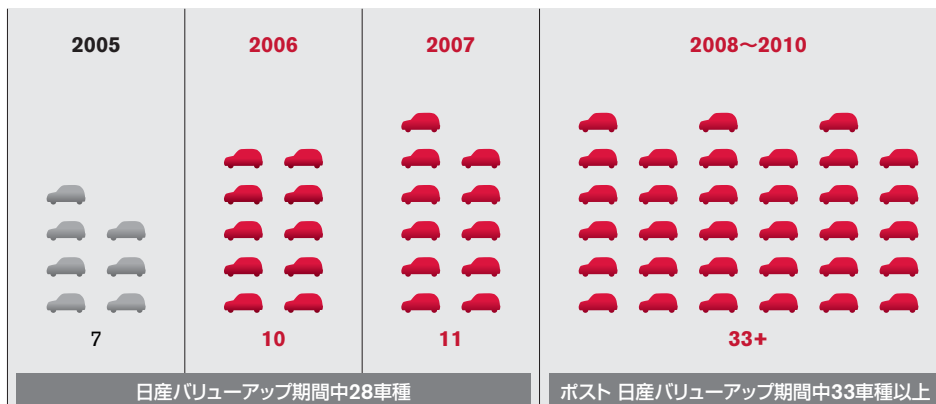
2005年	19.4%
2006年	15.3%

$$\text{ROIC (自動車事業)} = \frac{\text{連結営業利益}}{\text{(固定資産+運転資金)}}$$

● グローバル販売台数(千台)



● グローバル新型車投入計画:2005~2010年度(車種)



2006年度 決算概況

2006年度のグローバル販売台数は348万3,000台、前年比2.4%減となりました。2006年度はグローバルで10車種の新型車を投入しましたが、複数の主力商品を含め、ひとつの例外を除いて、発売時期は下期に集中しました。この新型車とは米国での最量販車種である新型「アルティマ」、インフィニティでもっとも販売に寄与している新型「G35」、そして中国を皮切りに投入していく新しいグローバル・カー「リヴィナ・ジェニス」を含みます。これらはいずれも好調なスタートを切ったものの、年度の後半に投入されたため、通期のグローバルな台数増には至りませんでした。

はじめに	1
CEOメッセージ	2
CSR対談	5
日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
地球環境の保全	71
安全への配慮	100
社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

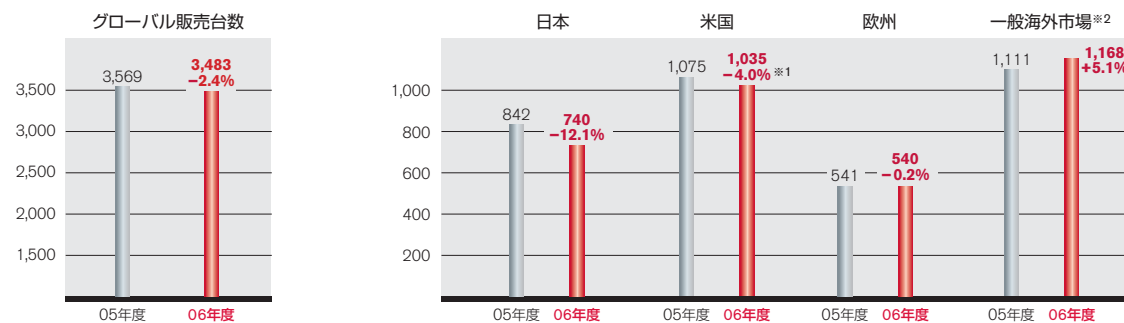
透明性と一貫性を確保するため、従来暦年ベースを採用していた子会社である欧州やメキシコなどを、日産自動車の会計期間である3月末決算の会計年度に統一しました。したがって、2006年度は暦年ベースを採用していた会社の2007年1月から3月までの実績を第5四半期として織り込みました。これにより、2006年度の売上高は7,676億円、営業利益は214億円、そして当期純利益は116億円にそれぞれ増加しています。その結果、連結売上高は10兆4,686億円、連結営業利益は7,769億円、そして連結売上高営業利益率は7.4%となりました。

●2006年度 財務実績(億円)

	2005年度	2006年度	差異
連結売上高	94,283	104,686	+11.0%
連結営業利益	8,718	7,769	-10.9%
連結売上高営業利益率	9.2%	7.4%	-1.8 ポイント
営業外損益	-259	-158	+101
経常利益	8,459	7,611	-10.0%
特別損益	-369	-637	-268
税金等調整前当期純利益	8,090	6,974	-13.8%
法人税等調整額	-2,544	-2,121	+423
実効税率	31.4%	30.4%	-1.0 ポイント
少数株主利益	-365	-245	+120
当期純利益	5,181	4,608	-11.1%
設備投資	4,750	5,090	-
研究開発費	4,476	4,648	-
減価償却費	3,071	3,561	-
実質手許資金(自動車事業)	3,729	2,547	-

2006年度 為替レート ￥117.0/\$
￥148.2/€

●2006年度 販売状況(千台)



*1: 営業日調整済み
*2: メキシコ、カナダを含む



高い透明性を維持し、ステークホルダーとの信頼を確かなものに

コーポレートガバナンス(企業統治)の充実は、日産のCSR推進において要となる取り組みです。コーポレートガバナンスにおいてとくに重視しているのが、経営の透明性の確保です。日産はステークホルダーに向け、経営陣の責任を明確にした経営目標や経営方針を公表し、その達成状況や実績をできるだけ早く開示しています。コーポレートガバナンスの充実を図り、経営者層と社員、日産と社会の間の透明性を保ち続けることこそが、ステークホルダーとの信頼関係の基礎であると考えます。

持続的成長へのベクトルを示す行動指針「日産ウェイ」

日産は、異文化共生・多様性(ダイバーシティ)を実現しながら、価値を創出し続ける企業です。この独自の企業文化こそ、先進的な自動車メーカーとしての日産の強みです。日産とルノーのアライアンス(提携)に基づく相互作用は、経営哲学や「行動」、「心構え」を生み出しています。「日産ウェイ」は、私たちが復活の過程で実践してきた「クロスファンクショナル・クロスカルチュラル」や「コミット アンド ターゲット」などからなる、日産マネジメントウェイをより高めた行動指針です。

一人ひとりの意欲の集積が、お客さま価値向上の源

「日産ウェイ」は、2006年度よりグローバルに共有化し、すべての社員が実践できるよう推進しています。私たちは“The power comes from inside”「すべては一人ひとりの意欲から始まる」という考え方のもと、多様性を基本とした環境で、異なる人びとや社会から学び、連携を深め、さらなる進化を目指しています。基本はつねにお客さまに焦点を当て、お客さまから出発し、継続的に価値を創出しながら業績向上を果たす活動を行っていくことです。

今後、「日産ウェイ」の浸透度について、毎年社員意識調査などを通じて検証を重ねていきます。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

「すべては一人ひとりの意欲から始まる」

焦点はお客様、原動力は価値創造、成功の指標は利益です。

Mindset 心構え

- 1. Cross-functional, Cross-cultural**
クロスファンクショナル クロスカルチュラル
異なった意見・考えを受け入れる多様性。
- 2. Transparent** トランスペアレント
すべてを曖昧にせず、わかりやすく共有化。
- 3. Learner** ラーナー
あらゆる機会を通じて、学ぶことに情熱を。学習する組織の実現。
- 4. Frugal** フルーガル
最小の資源で最大の成果。
- 5. Competitive** コンペティティブ
自己満足に陥ることなく、つねに競争を見据え、ベンチマーキング。

Actions 行動

- 1. Motivate** モチベート
自分自身を含め、人のやる気を引き出していますか？
- 2. Commit & Target** コミット アンド ターゲット
自ら達成責任を負い、自らのポテンシャルを十分に発揮していますか？
- 3. Perform** パフォーマンス
結果を出すことに全力を注いでいますか？
- 4. Measure** メジャー
成果・プロセスは誰でもわかるように測定していますか？
- 5. Challenge** チャレンジ
競争力のある変革に向けて継続的に挑戦していますか？

グローバルに展開されるコンプライアンス施策で企業倫理を高める

コンプライアンス(法令順守)はCSR推進の土台です。日産は2001年に、日産グループすべての社員がどのように行動すべきかを「日産グローバル行動規範」として定め、グローバルに展開しています。また、法令・倫理順守機能を高め、違法行為や非倫理的行為を未然に防ぐ仕組みとして「グローバルコンプライアンス委員会」を設置。日本、北米・中南米、欧州、一般海外地域など各拠点の委員会が連携して施策を推し進めています。

さまざまな機会で行動規範浸透に向けた啓発活動を推進

日産は、すべての社員が行動規範を理解し、実際の行動に反映させるための教育を重視しています。北米では法令順守の全社員教育を定期的実施し、欧州では各国共通のガイドラインを作成。一般海外地域でも、異なる各国の事情を考慮したガイドラインを作成して周知を進めています。また、日本では2004年に制定した行動規範についての教育を全社員が受講したほか、グループ各社でも同規範を基準とした行動規範を導入しています。各国の事情を考慮しながら、事業拠点ごとにコンプライアンス施策を進める担当部署と推進責任者を配置し、コンプライアンスに対する意識を高める活動を推進しています。



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

業務改善と企業倫理順守の風土づくりにオープンな仕組みを導入

日産は、社内の自浄作用を高めるため、窓口部署に直接意見を届けられる「イージーボイスシステム」を2002年に導入しました。社員は専用の意見書で、意見・質問・要望を窓口部署に直接届けることができます。2006年4月に施行された公益通報者保護法に則した、通報者保護の観点も織り込み、日本の日産グループ各社も導入しています。

明文化された行動規範を、日々の業務へと浸透させる教育活動

日本では、2004年に制定した「日産行動規範(日本版)～わたしたちの約束～」について、全社員がe-ラーニングまたはVTRによる教育を受講し、規範順守に関する誓約書に署名するなど周知徹底を図っています。

日産グローバル行動規範

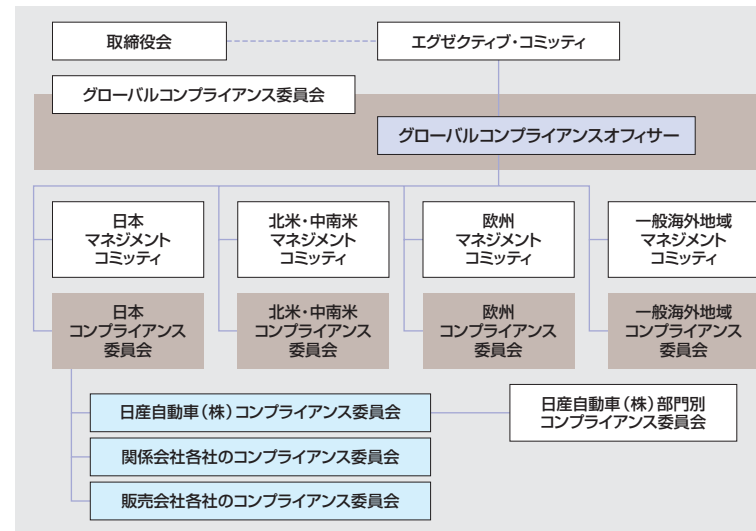
信条

私たちは、お客さま・従業員・株主・取引先・地域社会に対し、つねに実直・誠実・公正・敬意の姿勢を持って接します。下記行動規範は、日産グループに働くすべての従業員に適用となります。また、われわれ一人ひとりはこの行動規範をしっかりとし、維持・改善していく責任があります。

グローバル行動規範(抜粋)

1. 法律・ルールの順守
2. 利益相反行為の禁止
3. 会社資産の保護
4. 公平・公正な関係
5. 透明性と説明責任の確保
6. 多様性の尊重と機会平等
7. 環境保護
8. 実践・報告の義務

グローバルコンプライアンス委員会組織



責任者であるグローバルコンプライアンスオフィサーの統括のもと、各地域ごとのコンプライアンス委員会を設置しています。内部監査や社内からの通報などにより問題の早期発見に努めるとともに、問題の解決、行動規範のさらなる整備や啓発活動を行っています。



「日産行動規範(日本版)～わたしたちの約束～」

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

公正で透明性のある企業活動の継続のために、内部統制システムを充実

日産は、社内外に対して透明性の高い経営を重視するとともに、明確なコミットメントを達成するために、一貫性のある効率的な経営を目指しています。この基本理念のもと、取締役会は、会社法および会社法施行規則に定める「会社の業務の適正を確保するための体制」を取締役会で決議しました。取締役会は、その責任において、体制と方針の実行状況を継続的にモニターするとともに、必要に応じて変更・改善を行っています。また、内部統制全般について担当する役員を置いています。

日産では、監査役制度を採用しています。監査役は、取締役会への出席のほか、取締役などから職務状況の聴取などを行い、取締役の職務執行全般にわたり監査をしています。また監査役は、定期的に会計監査人から監査計画および監査実施結果の報告を受けるとともに、意見交換を行い、その相当性を判断しています。同様に、内部監査部署からも定期的に報告を受け、監査の参考としています。

高い信頼性を目指して、独立した組織による効率的な内部監査を実施

日産の内部監査部署は、CEO（最高経営責任者）直轄の独立した組織として、日産および日本国内の連結子会社の業務執行に関する監査を実施しています。グローバルでは、各地域の統括会社に設置された内部監査部署が担当しており、それらの活動をチーフインターナショナルオーディットオフィサーが統括することにより、グループ・グローバルに有効かつ効率的な内部監査を行っています。

いち早くリスクに対応できる、リスクマネジメント体制を整備

日産では、リスクを「事業目的の達成を阻害する要因」と定義し、リスクをいち早く察知し、評価して必要な対策を検討・実行することにより、発生する確率と発生した場合の被害を最少にとどめる努力をしています。

日産は、さまざまな観点から、日産および日産グループにおけるリスク評価を行い、あるべき管理体制や方法の検討を重ねてきました。2004年から財務部が中心となり、市場リスクやハザードリスク（事故や災害、取引先の倒産などの損害を発生させるリスク）を対象にして、リスクマネジメントの手法に基づきリスクの低減対策を講じています。さらに2005年度からは、従来のリスクに加え、戦略的なリスクやビジネスプロセスにかかわるリスクにも対象を拡大しました。新たに内部監査と同様のレポートラインで全社的なリスクをコーディネートし、エグゼクティブ・コミッティ（経営会議）のメンバーが、コーポレートレベルで管理すべきリスクを直接モニターしています。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

個人情報保護法に対する取り組み

日本では、2005年4月に「個人情報の保護に関する法律」が施行され、日産では、社内の管理体制およびルール、手続きを整備した個人情報管理規定を策定しました。導入当初、全社員を対象にe-ラーニングを実施し、以降、新卒入社および中途入社の社員に対してもe-ラーニングを実施しています。また、個人情報保護法全社事務局を中心に、情報漏えい事案をもとに情報セキュリティをより強化するために必要な対策も随時実施しています。日本国内の関連会社においても同様に実施しています。

日本で日産車の販売を金融面からサポートしている(株)日産フィナンシャルサービスでは、金融事業という特性もあり、法律の施行以前から個人情報保護のための取り組みや体制の整備を進めてきました。2005年度末には、個人情報の適切な取り扱いを実施している企業に認定される「プライバシーマーク」を取得し、保護措置のいっそうの強化を図っています。

お客さま情報流出にかかわる再発防止に向けたセキュリティ対策

2006年10月、日産が保管する「旧お客さまデータベース」の一部情報(日産販売会社を通じて日産車をご購入いただいたお客さまの情報)が、なんらかの形で流出した可能性が判明しました。日産はこれまでも「個人情報の保護に関する法律」施行などを契機に、社内の情報セキュリティレベルの向上に努めて参りましたが、このたびの事象を厳粛かつ重大に受け止め、さらなる体制強化を図り、お客さま、社会から信頼していただける企業となるよう、再発防止に向けたより厳格な情報セキュリティ対策の強化を実施しています。お客さまには多大なご心配と不安、不快の念をおかけしましたこと、深くお詫び申し上げます。

なお、本件では、「旧お客さまデータベース」に登録されていた可能性のあるお客さま全員(5,379,909名)に対してダイレクトメールをお送りし、調査結果の報告とあわせ、本データ悪用への注意喚起を行いました。

セキュリティ強化・再発防止の具体策

2005年4月に施行された個人情報保護法にあわせ、お客さま情報を扱うすべてのシステムについて、利用者の限定と認証、システム利用履歴の記録、データの暗号化処理などの追加対策を行いました。2006年1月からは、「旧お客さまデータベース」を「新お客さまデータベース」に移行し、さらに高いセキュリティのもとで、厳格な管理を実施しています。

2006年10月の情報漏えいに関する調査結果に基づき、個人情報保護法に則った対策強化に加え、情報管理に対するセキュリティレベルをさらに一段強化しました。具体的には、お客さま情報取り扱い専用エリアの入退室管理のさらなる厳格化などの物理的対策、お客さま情報取り扱いシステムに対するアクセス監視ソフト導入などのシステム対策、セキュリティ教育の再強化と機密情報取り扱いルールの再徹底などの組織的対応を、2007年3月までに実行してきました。

Link

日産自動車(株)における個人情報の取り扱いに関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。
<http://www.nissan.co.jp/SITEINFO/privacypolicy.html>

力の結集、そして成果へ、より強固なパートナーシップがさらなる進化を目指す

1999年3月27日に締結されたルノーと日産のアライアンス(提携)は、お互いの企業文化やブランド・アイデンティティを尊重しあうことを基本とした、日本とフランスの企業間で結ばれた初のアライアンスです。両社は、利益ある成長と共通利益の追求という共通戦略を掲げています。

RENAULT NISSAN



「セニック」(ルノー) 「デュアリス」(日産)

アライアンス・ビジョン

2004年3月、アライアンス5周年を機に、両社のアライアンスのさらなる飛躍に向けた決意を表明するとともに、両社で共有すべき価値観および理念について再確認しました。

アライアンス・ビジョン - 目指すべき姿

ルノーと日産のアライアンスは、2つのグローバル企業同士が株式の相互保有を伴って、下記の特徴を実現した、世界に類のない企業グループである。

- ・ルノーと日産は、一貫した戦略や共通の目標と理念を掲げ、シナジーを成果に結びつけ、ベストプラクティスの共有化を通じて、力を結集して高い成果を目指す。
- ・ルノーと日産は、おのこの個性とブランドを尊重し、それをさらに強化していく。

アライアンスの行動指針

アライアンスは、相互に信頼し尊敬しあう透明性の高い組織のもとで、以下を実現する。

- ・明確な意思決定による迅速な実行、アカウントビリティ、意欲的な水準の業績を目指す。
- ・両社の強みを相互に活用し、共同組織、CCT(クロス・カンパニー・チーム)、プラットフォームや部品の共通化を通じたシナジーの創出による効率の最大化を図る。

アライアンスは、魅力的な仕事と挑戦する機会を社員に提供することにより、つねに優秀な人財を引きつけ、グローバルな視野と起業家精神を育成する。

アライアンスは、それぞれの株主にとって魅力的なリターンをもたらす、世界の模範になるような企業統治機構を実践する。

アライアンスは、世界の持続可能な発展、すなわち、環境、社会的責任、経済成長の調和のとれた発展に貢献する。

目指すべき目標

アライアンスは、利益ある成長のための戦略を策定し実行することにより、以下3つの目標達成を目指す。

- 1.各地域、各市場セグメントで、製品品質、魅力品質、販売・サービス品質の3分野において、ベスト3に入る自動車グループであるとお客様から認識されること。
- 2.おのこの得意とする特定の領域で責任あるリーダーシップを発揮し、将来的に重要な技術で、世界のベスト3に入る自動車グループになること。
- 3.高い営業利益率を維持し、つねに成長することにより、両社の営業利益合計額が、世界の自動車グループの中で、つねに3位以内に入る企業グループになること。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

アライアンスの組織と決定プロセス

アライアンスの組織は、9つのSC、18のCCT、9つのFTT、5つのTT、ルノー・日産パーチェシンググオーガニゼーション(RNPO)とルノー・日産インフォメーションサービシズ(RNIS)という2つの共同会社で構成されています。SCのリーダーは、ルノーと日産の副社長あるいは常務が担当し、CCT/FTT/TTは原則としてこの9つのSCの傘下に入ります。SCは傘下のCCT/FTT/TTを管理し、CCT/FTT/TTが決断を下せない問題を解決します。また、SCは実務的な課題を扱い、戦略的な課題については、両社のエグゼクティブ・コミッティ・メンバーが出席するアライアンス・ボード・ミーティング(ABM)で議論、決定されます。

学びあう情熱、学習する組織の実現、アライアンス・コンベンション

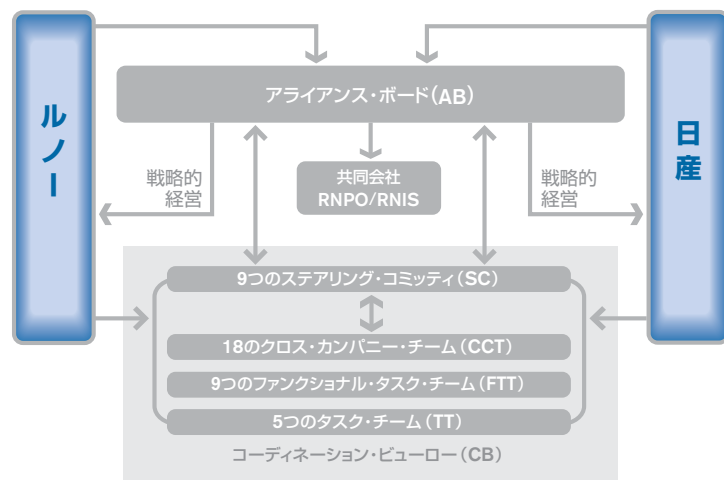
2006年9月、第4回アライアンス・コンベンションがパリで開催され、日産とルノーの役員と両社のあらゆる部門からアライアンス関係者300名以上が出席しました。このコンベンションは、アライアンスの基本精神と目指すべき3つの目標を改めて確認する機会となりました。

力強い成長を目指す、アライアンスの協力関係

2006年、ルノーと日産のグローバル販売台数は年間約591万台強に達し、世界市場において9%のシェアを獲得しています。アライアンスでは、さまざまなフィールドでの協力とベスト・プラクティスの共有化を図り、両社間のWIN-WIN*関係を築いています。

*WIN-WIN: 双方が利益を得て、ともに成功する

アライアンスの組織図



AB:アライアンス・ボード(Alliance Board)

アライアンスの中長期的戦略およびグローバルレベルでの共同活動の決定を行います。

SC:ステアリング・コミッティ(Steering Committee)

アライアンス・ボード・ミーティングの議題とすべき重要な課題を提案し、傘下のCCT/FTT/TTの活動を管理し、CCT/FTT/TTが決断を下せない問題を解決します。

CCT:クロス・カンパニー・チーム(Cross Company Team)

ルノー・日産間のシナジーの可能性を追求し、共同プロジェクトを企画・提案し、進捗を管理します。

FTT:ファンクショナル・タスク・チーム(Functional Task Team)

CCTの活動を支援し、プロセス、標準化、管理、情報ツールなどを含むサポート機能面から、ルノー・日産間のシナジー創出に貢献します。

TT:タスク・チーム(Task Team)

特定の課題が発生したときに、解決に向けて取り組みます。

CB:コーディネーション・ビューロー(Coordination Bureau)

ルノーはパリに、日産は東京にオフィスを置き、SCやCCT/FTT/TTの活動のサポートと、アライアンス・ボード・ミーティングの準備を行います。

Link

ルノーとの提携に関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。

<http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/ALLIANCE/>



パリで開催された「第4回アライアンス・コンベンション」

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

ステークホルダーへの価値の向上

フェアレディZ



Enhancing Value for Stakeholders

人びとと社会の持続可能な発展へ

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

Enhancing Value for Stakeholders

お客さまのために



より良い品質を目指して

お客さまの期待を上回る高い品質のクルマやサービスをお届けしたい。これは変わらぬ日産の願いです。より良い品質を目指して改善を重ね、独創性を求めてチャレンジしていく。その両立が、快適で安全なクルマ社会を導くと信じています。

品質向上への取り組み

お客さまの視点で品質を考える3つの領域

日産の品質を判断するのは、いかなる場合においてもお客さまであり、その評価を真摯に受けとめ、期待に応えていくことが原点です。

日産は、品質に関してお客さまの視点に立った3つの領域を定義しています。安心してお使いいただける「当たり前品質」、お客さまにとって魅力的な商品であるという「魅力品質」、高い満足を実感していただける「営業・サービス品質」です。そして、この3つの品質領域は、グローバルで実施しているお客さま満足度調査を外部調査機関に依頼し、客観性のある指標により達成度を見極め、さまざまな品質向上活動に役立てています。日産の品質ポリシーは、世界のどの地域のお客さまにも深い満足を感じていただくことを基準としています。

製品・サービスに一貫性のある品質保証マネジメントをグローバルで展開

日産では2006年4月から、これまで製品の品質保証に特化していた品質保証部門を、営業・サービス品質に携わっていた部門と統括し、総合的にお客さま満足度の向上に取り組む「トータル・カスタマー・サティスファクション本部」とあらためました。この新しい試みでは、日本、北米、南米、欧州、および一般海

Link

品質への取り組みに関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/QUALITY/>

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

外市場に各1名、カスタマー・サティスファクション・オフィサーという役職を新設し、製品品質だけでなく、販売およびアフターサービスの品質管理全般における業務プロセスの改善と推進にあたっています。

品質保証へのさらなる追求の道、日産品質保証ウェイ

「日産品質保証ウェイ」は、日産車すべてに共通する品質基準を、企画開発から市場販売までトータルで保証し、新車開発時のさらなる品質向上を実現する、有機的サイクルを持ち合わせた品質保証の流れです。お客さまの声は、つねに品質マネジメントに反映されます。全社的に見直すべき基準は企画開発の段階から改善を行う、確かな品質保証を持続させるために採用されたプロセスです。

お客さまに生涯品質のクルマをお届けするために

日産は、新車開発から生産、物流、販売、アフターサービスまで、お客さまにご使用いただくクルマのライフサイクルすべてにわたる品質保証を実現するため、プロジェクト・クオリティ・ダイレクター（PQD）という役職を設けています。主要市場のひとつである北米では、2004年から品質マネジメントと生産管理にPQDを責任者とする体制としました。毎月、北米の各生産拠点の品質担当者らが参加して行う品質会議では、PQDが中心的な役割を果たし、生産拠点・販売拠点双方の情報を共有しながら、生涯品質への取り組みがなされています。

サプライヤーと一体となり、品質向上に取り組む

2006年度から本格稼働を始めた「フィールド・クオリティ・センター」において、設計、開発、品質など各部門のスタッフやサプライヤーが一堂に会し、お客さまから頂いたクルマに関するご意見を分析し、本質的な要因を洗い出し、基準、スペックの見直しを図る品質改善にあたっています。クルマの部品の70%はサプライヤーからの調達によってまかなわれており、日産ではサプライヤーとの協働をグローバルで展開し、フィールド・クオリティ・センターを拠点とした品質マネジメントを推進しています。



フィールド・クオリティ・センター

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

リコールへの対応は、公正で透明な判断で実行

製品の不具合は、発生しないよう最善を尽くすことが生産者の責務です。しかしながら、複雑な工業製品であるクルマづくりにおいて、ときとして予期せぬ不具合や不具合の恐れが生じてしまう場合があります。そのため日産は、お客さまの安全確保とお客さまへのご迷惑を最小限にすることを最優先に、必要と判断されたリコールは迅速に実行しています。日産のリコールへの基本姿勢は、経営判断を介さず、実施要否の判断はテクニカルな判断に徹し、お客さまの立場に立った透明で公正な対応により、客観的な処理を遂行することを基軸としています。

お客さまのニーズをすばやく的確にキャッチ、年間18万件の声をきく

世界の各地域には、お客さまと日産を結ぶ窓口となるコールセンターが配置され、お客さまからのお問い合わせやご相談にお応えしています。たとえば、日本の「お客さま相談室」には、年間約18万件のお電話が寄せられています。今後は、より早くて的確にお客さまの声をキャッチし、ニーズに対応するため、「お客さま相談室」の受付体制を強化していく予定です。また欧州においては、これまで各国に配置されていたコールセンターをハンガリーのブダペストに統合して、統合コールセンターとして稼働しています。

高度化する電装部品への対応、新型車両診断機「CONSULT-Ⅲ」を導入

販売会社のサービス工場において、急速に高性能化するクルマに対応し、迅速かつ正確な故障診断、修理を実現するため、各種の車載電子システムを対象とした独自の車両診断機「CONSULT-Ⅲ（コンサルト・スリー）」を新開発し、2006年10月から世界各国の販売会社に順次導入しています。

この診断機は、とくに目視で発見するのが難しい電気系統の不具合を診断する際に、すばやく的確な診断ができます。診断結果は、グラフなどでわかりやすくお客さまにご説明しています。また、オンラインで交換すべき部品を発注できるなど、診断から修理完了までの時間を大幅に短縮して的確な修理が可能となります。さらに、雨の日にエンジンノイズが気になる、走行時にいつも同じ場所で不具合を感じるなど、お客さまが実際に走行している状況での診断も可能となり、静止時には見つけにくい微妙な不具合にも対応できます。

日本の販売会社においては、無線LANを介して日産自動車の専用ネットワークにつなげ、診断結果に連動した整備マニュアルなど必要な各種情報を検索・表示し、さらに正確で効率的な点検や修理が可能となりました。

2006年度中の主なリコール

6月 エルグランド(フロントブレーキ)	約14.4万台(日本)
7月 アルティマ、セントラ(クランク角センサーなど)	約20万台(米国)
7月 FX(ヘッドランプ)	約10.5万台(米国)
7月 ラルゴ(サンルーフガラス脱落)	約13.5万台(日本)
9月 AD、ウイングロード(バックドアガステー、バックドア)	約43.5万台(日本)

Link

リコールなどに関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。

<http://www.nissan.co.jp/RECALL/>

日産車に関するお問い合わせ・ご相談：

「お客さま相談室」

フリーコール（携帯・PHSも対応）

0120-315-232

受付時間：9：00-17：00

お問い合わせ・ご相談内容につきましては、お客さま対応や品質向上のために記録し活用させていただきます。



高性能化するクルマの不具合を「CONSULT-Ⅲ」で的確に診断

店舗での多様性

お客さまの多様性に応える、女性スタッフ増員を積極推進

お客さまと直接コミュニケーションを担う販売店において、日産では、女性カーライフ・アドバイザー（CA）の割合を増やし、お客さまの多様性にお応えできるスタッフ体制を推進しています。日本の年間自動車販売台数約600万台のうち、女性のオーナー比率が30%、女性が男性とともにクルマを選び購入している比率は30%以上に及び、購入意思決定の60%に女性が何らかの関与をしています。日本での女性CAの割合はわずか6%に過ぎませんが、女性を積極的に採用・育成し、2007年度末には10%にまで引き上げていく方針です。同時に、サービス入庫時にお客さまのご要望を直接お聞きするテクニカル・アドバイザー（TA）についても、現状13%の水準にある割合を、2007年度末までに20%に引き上げるよう、採用と育成に力を注いでいます。

2006年12月に、女性CA育成の一環として、「販売会社女性社員の懇談会」を開催しました。全国の販売会社から、店長・工場長を含め約90名の女性社員が参加し、商品説明力やお客さま対応でのレベルアップを目的に、参加者によるグループディスカッションや志賀COOとの懇談、先輩女性社員のパネルディスカッションなどを行いました。参加した社員からは、「同じ立場の社員や目標となる先輩社員と対話することで、仕事への意欲が向上した」「仕事に活用できるヒントを得られた」といった意見が寄せられました。販売の第一線で働く女性社員のさまざまな意見から、メーカー側も有効な方策を得ることができ、ともに学び合う場となりました。

クルマで出かける喜びを一人でも多くの方に、日産のライフケアビークル

お年寄りやお身体の不自由な方の移動をお手伝いするライフケアビークル（LV：福祉車両）を、日産は幅広い品ぞろえのひとつとらえています。ライフケアビークルを展示し、専門知識を持つLVアドバイザーリースタッフを配置した店舗が「LV認定店」です。LV認定店では、実際に試乗していただくなどして、お客さまのご要望に沿った商品とサービスを提供しています。LV認定店は全都道府県に設置されており、2007年3月末現在で389店舗、LVアドバイザーリースタッフは3,500名にのぼります。



販売店における女性販売員の割合を2007年度末までに10%に拡大（日本）



専門知識を持ったLVアドバイザースタッフが対応（日本）

Link

ライフケアビークルに関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。
<http://LV.nissan.co.jp/>

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

LVをもっと身近に感じていただくために、試乗モニター「お出かけキャンペーン」を実施

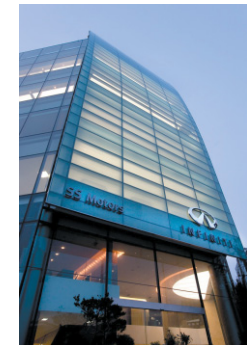
外出する機会が少なくなっているお客さまに「出かける喜び」を体感していただきたい。日産はこんな願いから、ライフケアビークルの試乗モニター「お出かけキャンペーン」を毎年実施しています。2006年度は、201組のお客さまにLVを貸し出し、ご家族やご友人との思い出づくりの時間を過ごしていただきました。体験された皆さまから多くの喜びの声をお寄せいただいています。さらに、ライフケアビークル専用サイトを設け、LVをご利用いただいているお客さまの声や、LV認定店、LV試乗車の検索機能など、各種情報を提供するコンテンツの充実も図りました。



ライフケアビークルの試乗モニター「お出かけキャンペーン」を実施

インフィニティブランドを世界各地に展開

日産は、中期経営計画「日産バリューアップ」実施にあたり、長期的なグローバル戦略の一環として、インフィニティブランドのグローバル展開を掲げています。インフィニティブランドは、1989年に米国に導入し、現在はカナダ、中東、台湾、韓国、ロシアなどに展開しています。2007年には、中国、ウクライナへの導入を予定しています。さらに欧州においても、インフィニティブランド専用の販売サービス・ネットワークを2008年から開始するため、2006年夏にスイスに欧州地域の新本社を設立しました。日本を含むほかの地域への導入についても、現在検討しています。



インフィニティの販売店（韓国）

Messages from Our Stakeholders ステークホルダーからのメッセージ

クルマ好きの主人が納得した日産のLV



神奈川県横浜市 下条 八重子 氏

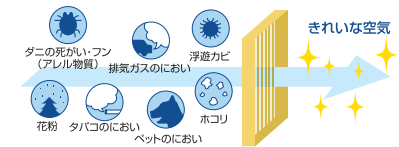
脳梗塞で倒れた主人が入院生活を送った後、介護施設に入所しました。退所後の生活設計で、家の改築とともに福祉車両の購入は、家族の暗黙の了解事項でした。日産カーライフ・アドバイザーの薦めもあって、いろいろなLVを試してみることに。1日で7~8台を乗り比べ、出した結論は、普段介護を担当する娘が力を使うことなく、乗り降りが簡単にできる「キューブ チェアキャブ・スロープタイプ」でした。

乗る側の夫は、「車内がゆったりしていて落ち着ける。オプションの車いす用手すりは、カーブのときでも体を支えてくれるのですごく安心」。一方、乗せる側の娘も「車高が下がるので、私の方でもスムーズに父を乗り降りさせられる。オプションの電動式車いす固定装置は操作がとっても簡単」と評価も上々です。主人はドライブが大の趣味だったので、最近ではガイドブックを買ってきて、家族で一緒に出かけられる先を探しています。

日産らしい多様な価値を提供する

花粉症の原因となるアレルゲンの除去効果を高めた 天然ブドウ種子ポリフェノールフィルターを新開発

日産は、天然ブドウ種子ポリフェノールの抗アレルゲン効果によって、花粉症の原因となるアレルゲンの除去効果を大幅に高めた高性能フィルターを新開発しました。通常のフィルターは塵埃や花粉の粒子除去を主目的としているため、花粉症の原因となる花粉が破裂して飛散するアレルゲンやディーゼル煤塵などの微粒子を十分に除去できませんでした。そこで日産は、ポリフェノールがスギ花粉やダニのアレルゲンを不活性化させる特徴に着目し、繊維に天然のブドウ種子ポリフェノールを染み込ませたフィルターを開発。2006年12月に「キューブ」などのコンパクトカーから採用を開始しました。



天然ブドウ種子ポリフェノールフィルター

ユニバーサルデザイン社会の実現に向けて

日産は、ユニバーサルデザイン社会の実現に向けて、多様化したお客さまのクルマの使い方や運転時の心理状態を研究しながら、「日産らしいクルマづくり」を創造していきたいと考えています。私たちは、「クルマは人間のモビリティ機能を拡張した夢である」という考え方にに基づき、「安全を守るという立場」で使いやすさと運転のしやすさの向上に取り組んでいます。また、つねに魅力的で心地よいインテリアのクルマを提供していくため、人間中心設計の考え方に従い、社内に各部門を横断するタスクチームを編成し、技術開発を推進しています。

たとえば、運転のしやすさを追求した電動シティコミューター「PIVO」は、コンパクトなボディとキャビン回転による使いやすさを「パイワイヤ」技術で実現しました。視界を拡大する「シースルーピラー」や、クルマの周囲を俯瞰で表示する「アラウンドビューモニター」でドライバーの視界をサポートします。「こんなクルマがあったらいいのに」という夢を具現化したクルマです。



「PIVO」

ファンの皆さまに走りの喜びと感動をお届けするモータースポーツ活動

モータースポーツは、自動車メーカーの技術力があらゆる面で試される場です。日産は、日本最高峰のチャンピオンシップ「SUPER GTシリーズ」をはじめ、国内外でさまざまなカテゴリーのレースに参戦しています。また、より多くのお客さまにモータースポーツの素晴らしさ、楽しさを理解していただけるよう、入門カテゴリーであるワンメイクレース「マーチカップ」の開催やプロドライバーによるレーシングスクール、プライベート参戦するチームへの技術支援など、レースの感動を分かち合うことのできるグラスルーツ活動にも取り組んでいます。



スーパーGT 第3戦
(富士スピードウェイ) 2006年5月

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

創業以来、グローバル生産累計1億台を達成

日産は、グローバル生産累計台数が2006年6月で1億台を突破しました。創業以来73年間で達成したもので、日本での生産は約7,664万台、海外生産は約2,350万台となります。

日産の前身であった「戸畑鋳物自動車部」から小型車「ダットサン」製造事業を引き継いで1933年12月に独立し、「自動車製造(株)」として創業。翌年に現社名「日産自動車(株)」に改称しました。翌1935年に日産は日本初の自動車量産工場である横浜工場の稼働を開始し、日本の自動車産業草創期における先駆的役割を演じました。その後、1962年に追浜工場(神奈川県横須賀市)、1965年に座間工場、1966年にプリンス自動車工業(株)との合併にともない村山工場、1971年に栃木工場(栃木県河内郡上三川町)、1976年に九州工場(福岡県京都郡苅田町)でそれぞれ車両組立が開始され、飛躍的に生産能力を拡大してきました。

一方、海外における生産は1959年、台湾にて本格的に開始。1966年にメキシコ、1983年に米国とスペイン、1986年に英国、1995年に中国でそれぞれ開始しています。

この1億台の達成は、73年の長きにわたるお客さまのご支持の証であり、さらなる品質の向上、生産性の向上、お客さまへの納期短縮の達成を目指し、次の1億台に向けて努力を続けていきたいと考えています。



生産累計1億台達成記念式典

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

公平性と透明性をポリシーに、 迅速で正確な情報開示の継続に努める

日産の投資家向け広報(IR*)活動の基本は、公正性と透明性を高めた情報開示を継続的に実践することです。機関投資家のみならず、証券アナリスト、多様化する個人投資家の皆さまとのきめ細かなコミュニケーションを通して、誤解のない正確な情報を伝えることにより、株式市場の期待を適切なレベルに導き、企業の本質的価値と市場価値の一致を目指しています。また、株式市場からのフィードバックを経営に活用することは、日産の長期的な企業価値創造において欠くことのできない要素です。そのため私たちは、すべての株主・投資家の皆さまが満足感を持って、的確な投資判断をしていただくために必要となる情報の開示に取り組んでいます。

*IR: インベスター・リレーションズの略。株主・投資家向け広報

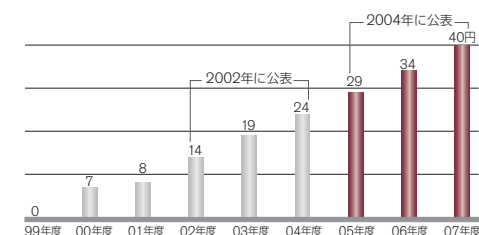
明確な配当政策をお約束

2004年6月23日に開催された定時株主総会において、「日産バリューアップ」の配当政策を発表しました。株主還元の透明性を高めるため、長期的な配当政策を提案しています。具体的には2005年度:29円/株、2006年度:34円/株、2007年度:40円/株という金額をお約束しています。

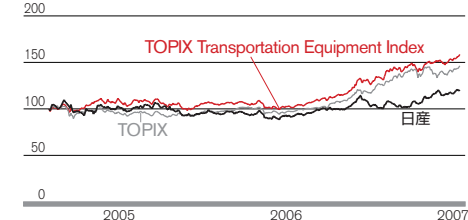
資本市場から信頼される公正で透明性のある情報開示を強化

世界160カ国以上に市場を持つ日産は、資本市場における適正な株価形成のために、ディスクロージャー(情報開示)においてもグローバルレベルの公平性と透明性の維持に努めています。そのため、投資家の皆さまのニーズに対応した情報開示をいっそう強化すべく、決算結果のみならず、製品や技術などの基礎情報の開示も行っています。また、日産の経営戦略を継続的に理解していただくために、経営者層と直接対話していただく機会も増やしています。日産は、株主や投資家の皆さまが今後の業績をより正確に予測するうえで有益となる情報を、迅速かつオープンに開示することにより、長期的な株主価値創造に貢献できるIR活動の推進に取り組んでいます。

● 配当計画の公表(円/株)



● 過去3年間の株価パフォーマンス
(インデックス:2004年3月31日=100)



Link

IRに関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/IR/>

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

1,742名の株主の皆さまにご出席いただいた株主総会

2006年6月27日、横浜での2回目の開催となった日産自動車(株)の「第107回定時株主総会」には、1,742名の株主の皆さまにご参加いただきました。総会では、2005年度の営業および中期経営計画「日産バリューアップ」の進捗状況を報告し、2006年度の業績見通しについての説明を行いました。また、2010年に予定していた横浜への本社移転を2009年とすることを発表。総会後は、日産の企業市民としての取り組みを紹介するビデオの上映、経営層が出席する懇談会を実施して、株主の皆さまとのオープンで活発な意見交換を行ったほか、会場内に車両やパネルの展示コーナーを設け、日産の事業活動に対する理解を深めていただきました。

日産への理解をより深くしていただくために、個人投資家との対話にも注力

日産は、四半期決算ごとに各種メディアの取材対応、世界各地の機関投資家への個別訪問やミーティング、カンファレンスを通して業績を報告しているほか、個人投資家の皆さまと対話する機会も増やしています。各地で実施される個人投資家説明会や「女性のための投資フォーラム」にも参加し、日産の成長戦略について説明しています。また、日本IR協議会の行ったアンケートでは、「個人投資家向けIR活動に優れた企業」の第3位に選ばれました。



株主の皆さまとの懇談会

Link

個人投資家の皆さまにさまざまな情報をご案内するホームページもございます。あわせてご覧ください。

<http://www.nissan-global.com/JP/IR/INDIVIDUAL/index.html>

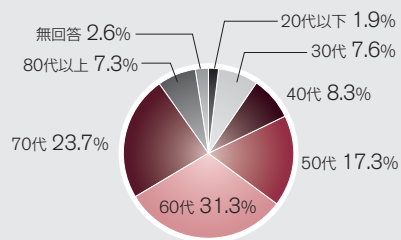


「女性のための投資フォーラム」

個人株主アンケート調査結果 個人株主の皆さまを対象に、はがきによるアンケート調査を実施しました。調査結果から抜粋してご紹介します。

調査実施期間:2006年11月24日~12月31日、回収数32,347票(回収率16.4%)

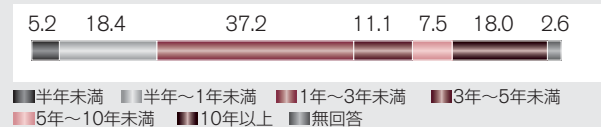
●年代



●性別

男性:61.6%、女性24.6%、無回答13.8%

●保有期間



●今後の保有予定



●株式を保有した理由(複数回答):

「配当」(47.2%)、「将来性」(46.0%)、「株価の割安感」(28.1%)、「安定性」(25.1%)

●関心のある日産の情報(複数回答):

「新技術」(50.9%)、「新商品」(42.1%)、「日産バリューアップの内容」(31.3%)、「日産バリューアップの進捗」(28.5%)、「CSRへの取り組み」(18.4%)

●株主還元策としてもっとも期待すること(単数回答):

「増配」(71.1%)、「株式分割」(10.6%)



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

社員の多様性を生かし、未来を拓く

日産は、国籍や性別、経歴など、多様な個性を持った多くの社員が、その多様な能力を結集し企業としての力が120パーセント発揮できる会社であることが、国際的な競争力の向上につながると考えます。そのために日産は、多様性を生かす方法や環境づくりに力を注いでいます。

グローバルに活動する社員が互いの意見に耳を傾け、互いの視点を理解することによって信頼関係は築かれていきます。多様な人財によりもたらされる相乗効果が、日産が持続的成長を遂げるための原動力です。

・連結従業員数186,336人(2007年3月末現在)

・かけがえのない財産であるという意味を込めて、日産では人材を「人財」と表記しています。

コミュニケーションが信頼を生む

定期的な社員意識調査により、社員の声に耳を傾ける

日産は、毎年グローバルに社員の意識調査を行い、その結果を経営の質の向上と企業文化の変革に生かしています。2006年度もグローバルの全拠点において「日産バリューアップ社員意識調査」を実施。業務に対する意識や前年に実施した調査が効果的に活用されているかなどについて、日産全体および地域別などで分析し、調査結果をイントラネットなどを通じて社員に公開する予定です。

イントラネットでグローバルに情報を共有、業務の効率性や透明性を高める

社内の情報共有と業務推進の効率化をうながすツールとして、日産はイントラネット「WIN*」を活用し、重要な経営情報を世界に同時発信しています。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

パソコンを介して会議ができるシステムや情報管理・活用ツールの導入は、業務の効率化にも貢献しています。「WIN」は現在、日本、北米、欧州などの地域に導入されており、2007年中に順次アジア、中東などの地域と主要関連会社にも拡大する予定です。

※WIN: Workforce Integration @Nissan

経営トップと社員の意見交換会を実施

日産は、経営層と社員、また社員と社員が、互いに透明なコミュニケーションを築くことを大切にしています。そのための機会のひとつとして、経営層と社員が直接対話する「意見交換会」を実施しています。経営トップがメッセージを伝えるとともに、社員からの質疑に直接答える、双方向のコミュニケーションの場として、今後も内容を充実させていく予定です。

2006年度に実施した主な「社員との意見交換会」

開催年月	対象	役員	
2006年	5月	販売会社カーライフ・アドバイザー、テクニカル・アドバイザー	ゴーンCEO
	10月	インドネシア日産社員	ゴーンCEO
	10月	日産テクノ(ベトナム)社員	ゴーンCEO
	11月	日産自動車(株)監督者、チーフ・リーダー	志賀COO/山下副社長/高橋副社長
2007年	1月	北米日産会社(本社、キャントン工場)社員	ゴーンCEO
	2月	日産自動車(株)本社社員(テーマは環境)	志賀COO
	2月	東風汽车有限公司社員	ゴーンCEO
	2月	日産デザインヨーロッパ社(英国)と英国日産自動車会社社員	ゴーンCEO
	3月	日産自動車(株)追浜工場社員	ゴーンCEO



日産デザインヨーロッパ社で実施された意見交換会(英国)

多様性の尊重

グローバルで地域の実情に即したダイバーシティ活動を推進

日産にとって、多様性(ダイバーシティ)こそ、持続可能な成長を続ける原動力です。2004年10月に発足した日本の「ダイバーシティ ディベロップメント オフィス」を中心に、北米、欧州や一般海外地域の「ダイバーシティ・クロスファンクショナル・チーム」および人事部門が主導的役割を果たし、年3回実施される「ダイバーシティ ステアリング コミッティ」の場で、さまざまな課題について話し合っています。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

日産自動車(株)のダイバーシティ ディベロップメント オフィスでは、2006年度から「カルチャーダイバーシティ」をテーマに加え、1999年のルノーとのアライアンス以降日産の強みである「クロスカルチャー」を通じてより高い価値創造を目指した支援を行っています。2004年度から取り組んでいるテーマの「女性の能力活用」では、以下の3つを重点課題に活動を強化しています。

重点課題1「女性のキャリア開発支援」

キャリアアドバイザーとの1対1形式の面談のほか、キャリアについて考えるイベントや人事部門と協働してキャリアアップに必要な能力開発をサポートする研修なども実施しています。また、社内ウェブサイト上には、さまざまな部署で活躍する先輩女性社員へのインタビューで構成されたロールモデル紹介も行っています。

重点課題2「ワークライフバランス(仕事と家庭の両立)の支援」

2006年4月から育児支援制度の一部を改正。育児のための就業時間短縮制度を小学3年生までを対象を拡充するとともに、妊娠期の母性保護休職制度や育児・介護期間中の在宅勤務制度を新たに導入しました。

2007年1月、日産は2006年度「につけい子育て支援大賞」(主催:日本経済新聞社)を受賞しました。上記の母性保護休職制度や在宅勤務制度の導入、事業所内託児所(マーチランド)の設置などの取り組み、管理職に占める女性の割合などの実績が評価されました。また、2006年12月には在宅勤務制度導入と運用への努力が評価され、第7回テレワーク推進賞「奨励賞」(主催:日本テレワーク協会)を受賞しています。

重点課題3「ダイバーシティマインドの醸成」

2006年8月の本社を皮切りに、各事業所において「日産ダイバーシティフォーラム」を開催しました。このフォーラムでは、さまざまな部門から社員が出席する中、経営者層が企業戦略としてのダイバーシティの重要性を語ったほか、社外ゲストの講演や体験セミナーを行い、日産が取り組むダイバーシティへの理解を深め、社員一人ひとりの行動への橋渡しをしました。

シンガポールにおいて「カルチャーダイバーシティワークショップ」を開催

日産は、カルチャーダイバーシティを通して、国籍や育った国の違いから文化の異なる人たちが、互いを尊重し、能力を生かす組織風土を目指しています。

2006年3月に、シンガポールのアジア・パシフィック日産会社で「カルチャーダイバーシティワークショップ」を開催。異文化交流とリーダーシップについてのセッションや現地スタッフと日本人出向者との相互コミュニケーションをテーマとしたワークショップを実施しました。



「につけい子育て支援大賞」(日本)



「日産ダイバーシティフォーラム 2006」(日本)



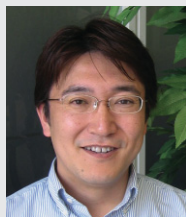
「カルチャーダイバーシティワークショップ」(シンガポール)

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

Messages from Our Stakeholders

ステークホルダーからのメッセージ

男性社員の育児休職を積極的に
支援してくれた日産



日産自動車株式会社(日本)
人事部 人材開発グループ 課長
大江 功次

長女が生まれたときに2週間の休暇を頂きましたが、その際「子どもが小さいうちだからこそ、きちんとコミュニケーションを取っておきたい」と感じ、2人めの子を授かったら、育児休職を取ろうと心に決めていました。

そこで、2人めが生まれる前、職場の同僚に「育児休職を取りたい」と話しました。業務が多忙な時期だったので、内心は難しいだろうと思っていましたが、全員が自分のことのように喜んでくれ、むしろ積極的に育児休職を

取得するよう勧めてくれました。

休職した結果、“主婦”の目線で商品を考えることや、子どもとの会話を通じてコミュニケーションの大切さを再認識することができました。こうした経験は今の業務にも役立っていると思います。

社員のワークライフバランスの実現に向け、育児休職を安心して取れるよう、さまざまな取り組みをしてくれる日産に本当に感謝しています。

社員のキャリア形成を支援

透明で公平な人事制度により、広い視野で社員の能力を評価

一人ひとりの社員が能力を最大限に発揮できるように、日産では継続的に人事制度の改善に努めています。

社員が意欲を持って高い成果を達成できる環境づくりの一環として、2004年度に新たな評価報酬制度を導入しています。仕事の実績としての「パフォーマンス」の評価に加え、行動や思考に表れる特性である「コンピテンシー」の評価も加味して能力を測り、報酬が決まります。

社員のキャリア形成を積極的にサポート

日産は、「自らのキャリアは、自らデザインする」という考え方のもと、社員のキャリア形成を積極的にサポートしています。採用というキャリアの入口において、チャレンジしたい仕事を選択する職種別採用を実施するとともに、入社後も「シフトキャリア制度」と「オープンエントリー制度」によって、社員のキャリア実現を支援しています。この「シフトキャリア制度」は、ポストの募集に関係なく、自ら希望する部署や職種に自由に応募できる制度として2005年4月に導入しました。

また、ポストの募集があればその部署に応募できる「オープンエントリー制度」には、2006年度は約320のポストに約260名が応募、約75名が合格しています。今後はグループ会社への適用も検討しながら、さらなる適材適所の人財配置を推進していきます。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

2006年度からは欧州域内の人事情報を一元化したうえで、人財募集情報を域内イントラネットで公開。欧州エリアの社員は国境や会社を越えて、希望するポストに自由に応募できるようになりました。

日産をグローバルにリードする「エキスパートリーダー制度」

日産は、働く社員の専門性を中長期的に高めていくことが、継続的な成長につながると考えています。2006年度、研究成果や専門性が世界レベルのエキスパートリーダーを選任し、その専門性を高めていく「エキスパートリーダー制度」を導入しました。経営上の優れた意思決定は信頼できるエキスパートリーダーの知見があってこそ初めて実現するとの考えのもと、2006年度は18名（開発部門13名、生産3名、人事/財務各1名）のエキスパートリーダーが任命されました。

今後、エキスパートリーダーはその優れた専門性を発揮し、経営上の意思決定に寄与してだけでなく、それぞれの専門分野を強化し、次世代の研究者を育てていきます。



「第1回エキスパートリーダー会議」

「学習する企業文化」の醸成

さまざまな学びの場を提供・支援する

日産は、つねに学び続ける組織として成長していきたいと考え、計画的な人財開発と育成に取り組んでいます。学ぶということは、価値創造のために足りないものを補おうと「ストレッチ」することであり、価値創造に向けた意欲なしには「学習する企業文化」は生まれません、と日産は考えます。

たとえば、現場における価値創造を支援する研修体系を整備するとともに、イントラネットの「Learning Navigation（通称「ラーナビ」）」を運用しています。この「ラーナビ」は、社員一人ひとりが学びたいと思ったときに、自分にあつた専門研修、マネジメント研修、e-ラーニング、通信教育や外部の講演会などの情報をナビゲートするラーニング検索サイトです。さらなる価値創造を目指したスキルアップやキャリアアップを目指す社員のニーズにあつた情報を随時提供しています。2006年度からは、「ラーナビメール」の定期配信をスタートさせ、年々高まる社員の学習意欲の向上に応えています。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

国境を越えて、企業を超えて人財を育成する

「日産の遺伝子」を次世代に伝承するとともに、社会とともに学習する文化を育みます。「日産ウェイ」を基盤としたリーダーシップ、将来の発展に必要な専門性の開発、そしてイノベーションを創造する「場」の提供を通して、日産の価値創造に貢献していきます。リーダーの育成を目的に2005年に設立した「日産ラーニングセンター マネジメント インスティテュート」(神奈川県・箱根)では、日産が培ってきた知識や経験を次世代に継承するための新たな人財開発プログラムをスタートしています。これまでリーダーシップ研修やカルチャーダイバーシティに関する研修を実施し、2005年10月には新しい試みであるコンソーシアムプログラム(グローバル企業による異業種交流型研修)もスタートしました。

また、2006年度からは、全世界のリーダー層を対象とした「日産ウェイワークショップ」がスタートしました。現在ワークショップに参加したリーダーが、日産が復活の過程で学んできた知識、経験の結晶である「日産ウェイ」を、職場の一人ひとりにまで浸透させる活動を開始しています。

グローバルレベルで生産現場の人財を育成、「グローバルトレーニングセンター」を開設

日産は、追浜工場と横浜工場(神奈川県)に、生産拠点のトレーナー育成を目的とした施設「グローバルトレーニングセンター(GTC)」を開設しました。GTCは、全世界の生産拠点を対象とした人財育成の核と位置づけ、日産がグローバルに採用する「マスタートレーナー制度」という人財育成方式に基づき、国内外の生産拠点から選抜された人財の研修を行います。研修を終え、マスタートレーナーの資格を取得した卒業生は、自拠点のリージョナルトレーニングセンターで、グローバルに標準化された教育内容、訓練器材を使用して、現地社員の人財育成にあたります。2007年3月末で200名のマスタートレーナーが誕生しており、現地での人財育成、技能伝承を進めています。

また、日産は、これまで取り組んできた人財育成をさらに強化するために、トレーニング組織を再編し、2007年4月に日産ラーニングセンターを開設しました。これまで関係会社各社、日産自動車各部門に分散していた教育機能を集約し、専門性の強化、効率化の推進を通じて、社員に対してより付加価値の高いサービスを提供していくことを目的としています。日産のビジョン「人々の生活を豊かに」を実現できる人財の育成を通じて、社会への貢献を果たしていきたいと考えています。

こうした人財開発に取り組む一貫した姿勢が評価され、2006年2月に「第18回能力開発優秀企業賞」(主催:日本能率協会)において、最優秀賞である「本賞」を受賞しました。



日産グローバルトレーニングセンター

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

安心して働ける安全な職場を目指して

エルゴノミクスに基づいた作業負担の低減、「人にやさしい」生産ライン

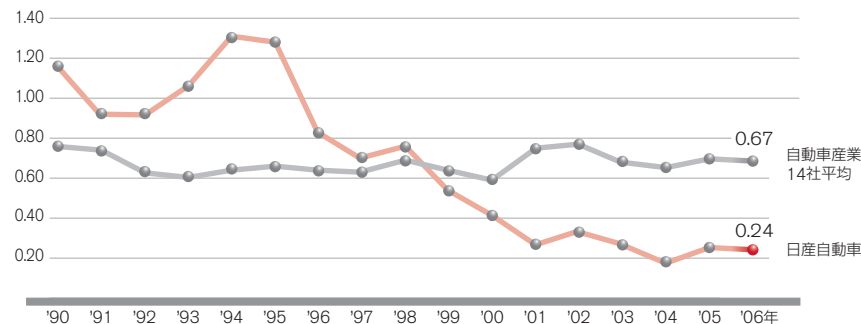
日産では、「日産生産方式」を基盤に、「人にやさしいモノづくり」を理念として掲げ、エルゴノミクス(人間工学)に基づいた作業環境の改善をグローバルに進めています。ライン作業者の手の届く範囲に部品を供給して、無理な姿勢や無駄な作業を低減する「ストライクゾーン」などの作業手順の改善をはじめ、作業の難易度や作業負担を客観的に計測する手法をアライアンス・パートナーのルノーから導入し、お互いのノウハウの共有から、作業者の負担低減と生産性向上に向けた取り組みを続けています。

また、毎年1回開催される「グローバル安全&エルゴノミクス会議」では、生産ラインや職場改善に関する各国の情報を共有し、グローバルレベルの向上を推進。2006年の会議では、これまでの活動を振り返り、「安全評価システムの水平展開」や「エルゴノミクス評価と対策の促進」などの課題を論議しました。

つねに安全な職場環境を実現するために「リスクアセスメント」を導入

社員の「安全」と「健康」を確保することは企業としての責務です。日産では2004年度から「リスクアセスメント」という手法を導入して、工場における作業の危険リスクを事前に察知、予防しています。とくに新しい設備の導入、作業方法を変更する場合には、より積極的な「リスクアセスメント」を実施し、安全をおびやかす危険リスクを排除して、社員の安全を確保しています。また世界の各拠点から研修生を受け入れ、労働安全に関する実習も行っています。

● 労働災害発生概況(全度数率)



全度数率(全災害件数÷延べ労働時間×100万) 出典:日本自動車工業会「自動車産業労働災害統計表」



日産生産方式「ストライクゾーン」

改善前(写真上): 作業者が部品棚まで歩いていき、必要な部品を選択してクルマまで戻り、部品を取り付ける。
改善後(写真下): 作業者の手元に来るキットボックスに、そのクルマに取り付ける部品が入っており、部品を取り出し組み付ける。

日産自動車安全衛生基本方針

私たちは、トップから社員一人ひとりに至るまで、全員が人間尊重の考え方を共に認識しあい、職場環境の最適化、心身にわたる健康増進を積極的かつ継続的に進め、災害や疾病のない明るく活気ある職場づくりを推進する。

日産自動車株式会社 最高執行責任者(COO)

志賀俊之

安全衛生基本方針宣誓書

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

英国日産自動車製造会社 デュポン・セーフティ・アワードを受賞

2006年10月、スイスのジュネーブで開かれた「デュポン・リーダーズ・フォーラム」(主催:イー・アイ・デュポン・ドゥ・ヌムール・アンド・カンパニー)において、生産現場の安全に模範的な改善の取り組みを行っている企業に対して贈られる「デュポン・セーフティ・アワード」を、英国日産自動車製造会社が受賞しました。

日本の自動車業界で初の外部機関との連携、 専門性の高いメンタルヘルスケアを提供

日産では、社員の精神面のケアを行うため、精神科の医師を中心に構成したメンタルヘルスケア専門チームを2005年に結成。専門チームは、各事業所の診療所に相談窓口を設置したほか、精神的な疾患で休職していた社員の職場復帰をサポートするプログラムも実施しています。さらに、外部の専門機関と連携した「エンploy・アシスタンス・プログラム(EAP)」を導入して、メンタルヘルスに関する相談、職場復帰へのアドバイスやコンサルティングも行うプログラムで、ココロの健康診断「eMe」などを展開。社員のプライバシーにも配慮した、専門性の高いメンタルヘルスケアを提供しています。

また、近年増加傾向にある「メタボリック症候群」の有所見者低減に向け、健康診断結果に基づく保健指導や、ウォーキング活動などの各種健康増進活動に積極的に取り組んでいます。

企業としてHIV/エイズとも真剣に向き合い、社員の健康維持を図る

社員の健康を守ることは、企業の持続的な発展に欠かすことのできない重要な課題です。南アフリカ日産自動車会社では1999年にHIV/エイズ・ワークプレイス・プログラムを創設、2003年からはさらにこれを発展させた「ウェルネス・プログラム」を導入して社員の健康管理に取り組んでいます。このプログラムでは、HIV/エイズの予防・管理対策、健康相談サービス、HIVカウンセリングおよび検査、HIV/エイズ問題に取り組む近隣地域に対する援助活動などを実施しているほか、サプライヤーに対しても健康管理対策を呼びかけています。2006年には自発的カウンセリング・検査(VCT)を受診する社員の割合を、それまでの21%から50%へと引き上げることを目標としていましたが、実際には目標値を2ポイント上回る52%にまで上昇させることができました。2007年にはこの受診率を60%にすることを目標としており、2011年には100%を目指しています。また、日本においては厚生労働省の指導のもと、新入社員全員にパンフレットを配布し、考え方や予防について教育を行うほか、社内に相談窓口を設置しています。



南アフリカで実施している「ウェルネス・プログラム」

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

Enhancing Value for Stakeholders

ビジネスパートナーとともに



サプライヤー、販売会社とともに持続的成長を目指す

日々のビジネス現場で、ともに切磋琢磨しあうビジネスパートナーとの関係においては、ときに意見の一致を見ることがあれば、意見の相違が生じることもあります。日産は自分たちの考えだけを主張するのではなく、そうした考えの違いを大事にしていきたいと考えます。サプライヤーや販売会社とつねにオープンで率直な意見交換ができるよう心がけ、競争の激しい自動車業界で互いにWIN-WIN*の関係を築けるよう努めていきます。

※WIN-WIN：双方が利益を得て、ともに成功する

サプライヤーとともに

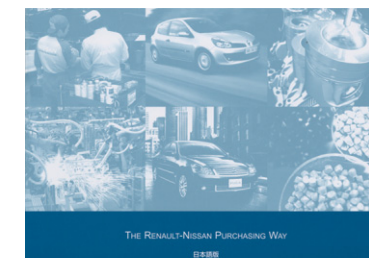
信頼関係を構築するために、公平・公正な業務プロセスを徹底

日産はサプライヤーとの信頼関係を発展するために、すべてのサプライヤーに同じ取引条件を提示して、国籍、企業規模、取引実績の有無にとらわれない、公平・公正で透明な取引先選定を行っています。選定にあたっては関係部門が横断的に参加する会議において、サプライヤーからの提案を検討し最終決定を下します。さらに選定結果は、必ず選定プロセスに参加した全サプライヤーに説明しています。

実際の取引においては、「日産グローバル行動規範」(第4項「公平・公正な関係」)をもとに、公平・公正な業務の徹底を図ります。また、日常の緊密なコミュニケーションに加え、サプライヤー各社へのアンケートや意見交換の場などを通じ、社外の視点からもチェックしています。

購買指針を示したブックレットをルノーと共同制作

これらの基本的な考え方は提携先のルノーとも共有しています。2006年2月、日産とルノーの購買部門が、取引を行うにあたって大事にしている価値やプロセスを、「The Renault-Nissan Purchasing Way」というブックレットにまとめました。すべてのサプライヤーと公平・公正に取引すること、透明性のあるプロセスでのサプライヤー選定が大原則であることなどをあらためて明記しています。ここで述べ



日産とルノーが共同で発行したサプライヤー向けブックレット

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

ている考え方は、日産とルノーの全世界での購買活動において適用されるもので、サプライヤーと共有していくものです。日産とルノーでは、このブックレットを日産・ルノー共同購買会社の全世界の一次取引サプライヤーに配布しました。このブックレットによって、日産とルノーの目標、考え方、プロセスやマネジメントツールなどをご理解いただくとともに、日産・ルノーとサプライヤーが、さらに信頼と理解を深め、持続的なパートナーシップを築くことを目指していきます。

日産が尊重する価値観・規範をサプライヤーと共有

日産は、世界各地のさまざまなサプライヤーと取引を行っていますが、どこの国においても新たなサプライヤーとの取引を開始する際に前提としているのは、持続可能性です。日産は、サプライチェーンのあらゆる段階において、倫理的で環境に配慮したビジネスがなされるように促進していきたいと考えています。前述のブックレットの発行・展開に加え、2006年度から、サプライヤー選定プロセスの際、サプライヤーから「環境汚染防止」と「児童労働・強制労働の禁止」について、書面によるコミットメントを提出していただく仕組みを導入しました。今後は、サプライヤーと一体となったCSRマネジメントを遂行するプロセスを構築していきたいと考えています。

ベストプラクティスを生むパートナーシップ「プロジェクトパートナー制度」

日産は、商品開発のより早い段階からサプライヤーと中長期的な計画をベースにプロジェクトを組む「プロジェクトパートナー制度」を2005年度より導入しています。これは日産とサプライヤーが新技術の開発や商品力の向上、効率的な生産投資などについて、密接に共同検討することで、中長期的に効率をより高めていく新たなビジネス形態です。プロジェクトパートナーとなるサプライヤーの選定も、通常のサプライヤー選定プロセスと同様、透明で公正なプロセスを通じて選定を行っています。

より競争力の高い商品を生む「日産3-3-3プログラム」

日産では2000年より「日産3-3-3プログラム」を実施しています。サプライヤー、日産の購買部門、開発部門の三者が、コスト低減と高品質を両立させながら、パフォーマンスを最大限に高めていく、ベストプラクティスを目指した活動です。コスト削減の専門家であるコストエンジニアによる科学的な判断と、サプライヤーとの密なコミュニケーションを基本に、三者がアイデアを出し合い、より競争力の高い商品を生むために挑戦を続けています。また、サプライヤーの競争力を高めるために、日産からサプライヤーにスタッフを派遣し、協働して生産工程を改善する活動もグローバルに行われています。



「2006年度 日翔会 総会」

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

グローバルで事業に貢献したサプライヤーを表彰

日産では、毎年世界各地の日産拠点が、地域ごとに日産の事業発展に貢献いただいたサプライヤーを表彰しています。2005年度からは、この地域ごとの表彰制度に加え、グローバル サプライヤー アワードとして「グローバル品質賞」と「グローバルイノベーション賞」を新設しました。

グローバル品質賞は、購買部門や品質部門などが、グローバルに統一したサプライヤーの品質評価基準に基づいて選考します。グローバルイノベーション賞は、表彰対象分野を商品技術とプロセスマネジメントに分けて、生産部門、開発部門、品質部門といった関連部門の推奨を受けたサプライヤーから選考します。2006年度は、商品技術分野で7社、プロセスマネジメント分野で1社を表彰しました。

日産はこの表彰をきっかけに、品質、コスト低減、技術開発といった経済活動、環境配慮、社会性の側面で、バランスのとれた経営を目指す考え方が、グローバルレベルでサプライチェーン全体に浸透することを期待しています。



「グローバル サプライヤー アワード」の表彰式

日本のほぼ100%のサプライヤーが環境マネジメントシステムを構築

日産は、製品の環境負荷物質を技術標準規格でグローバルに管理しています。日本では、「日産グリーン調達基準」を定め、環境負荷物質データの報告と環境マネジメントシステムの構築、環境責任者の届出をサプライヤー各社に要請しています。このうち環境マネジメントシステムの構築については、2006年末時点で、ほぼ100%のサプライヤーが環境マネジメントの国際規格である「ISO14001」、もしくは環境省が策定した環境活動評価プログラムの「エコアクション21」を取得しました。さらに、2007年度から、日産グリーン調達基準をグローバルの一次取引サプライヤーに展開していく予定です。

Messages from Our Stakeholders

ステークホルダーからのメッセージ

製品競争力の向上を目指して 相互に協力



カルソニックカンセイ株式会社
開発本部 空調設計グループ
高崎 浩美 氏

私はカルソニックカンセイで空調製品開発を担当しています。私たちサプライヤーは、競争力のある製品を提案し、自動車メーカーからの信頼と、クルマを購入されたお客さまにご満足いただけることを誇りとし、日々努力を重ねています。製品競争力の向上は、私たちの努力はもちろんのこと、メーカーとの強いパートナーシップや信頼関係があってこそ実現するもの。昨年は日産3-3-3プログラムを通じ、低コスト・高品質のLCC調達部品の

採用拡大を促進することができました。地球環境対策についても、私たちの新技術・新製品を提案し、メーカーとのタイアップによるグローバルな活動を進めています。

日産グループの一員として、今後も競争力ある製品を継続的に提供していくために開発段階から日産自動車と一緒に活動を進め、お客さまにご満足いただけるクルマづくりに向け、開発・生産・品質など、あらゆる部門が丸となって取り組んでいきたいと思っております。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

販売会社とともに

販売・サービスのすべてにおいて、お客さまにとって最高の満足を提供するために

日産は、販売・サービスにおいて、日産らしい価値あるサービスの提供を目指しています。2008年までに外部調査機関によるお客さま満足度調査において世界各地で業界トップグループになることを目標としており、2006年度は日本、北米、欧州、中国や東南アジアなど24カ国の約半分の国々でトップ3にランクインしました。

2006年度は、サービスの質的向上をさらに目指して、サービス面におけるさまざまなお客さまプログラムをそれぞれの国や地域の文化や慣習にあわせて策定し、実践してきました。

たとえば中国では、「5つの安心」と名づけたサービスにおけるお客さまへの約束を掲げて、他国に先駆けて改善に取り組んでいます。東南アジア、中東、アフリカ、中南米諸国では、サービスの質の向上に向けて、「5つの活動の柱」を定め、各国でのサービス面でのお客さまプログラムを策定し、実践しています。北米日産でもサービスの質の向上に向けた独自の活動を展開しています。一方欧州では、統括会社の欧州日産自動車会社（フランス）と欧州域内の販売会社が共同で、サービスの質を高める仕組みづくりを開発し、2007年から活動を開始しました。日本では、お客さまサービスの質を店舗ごとに評価し、改善指導する「スーパーバイザー制度」を導入し、改善活動を強化しています。

日産は、お客さまにとって最高の満足を提供するために、「たいへん満足したお客さまの比率」という評価基準を設け、お客さまの評価を繰り返し分析して、最高のお客さま満足度の達成を目指しています。この評価の仕組みをグローバルに展開し、世界中の販売店において、サービスの質の向上を目指していきます。

優れた販売会社のCS*活動を表彰、「グローバルNSSWアワード」

日産では、サービスの質の向上を加速させるために、セールスとサービスの領域において、優れたCS結果を達成し、日産ブランドに大きく貢献したディーラーをグローバルに選定し、表彰しています。2006年度は世界30カ国・49の販売会社（日本4社、米州11社、欧州16社、一般海外地域18社）が、この「グローバルNSSWアワード」を受賞しました。

また、2006年度は「グローバルNSSWアワード」を受賞した世界各国のCS優秀販売会社の成功事例集を集約し、CS経営ノウハウ集としてグローバルに供給し、各国でのサービス品質の改善に生かす活動を開始しました。優れた店舗を再確認することは、日産の理想的な店舗像をグローバルに浸透させることにも貢献しています。



「2006年 グローバルニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ (NSSW) アワード」の表彰式

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

今後も「グローバルNSSWアワード」により、世界中の優秀な販売会社のCS活動に対するモチベーションが向上するとともに、グローバル規模での日産のCS推進活動が大きく飛躍し、広がっていくことを期待しています。

※CS: Customer Satisfaction (顧客満足)

価値あるサービスをグローバルで展開

【米国】全米の販売店をリノベーション

全米にある約1,250拠点のNISSAN系販売店では現在、強固で一貫性のあるブランドづくりのためにVI (ビジュアル・アイデンティティ) 活動が重要であると考え、販売店の看板、内装、外装の統一を図る「N-REDI」(Nissan Retail Environment Design Initiative) プログラムを推進しています。すでに約38%の販売店が改装を終え、さらに10%が現在改装中です。2007年度末までに大半のNISSAN系の店舗が「N-REDI」プログラムを利用する計画です。

インフィニティの販売網ではモダンラグジュアリーのテーマを追求しており、プレミアム車をご利用のお客さまに対して、迅速かつ個々のご要望に応じたサービスを提供できるよう努めています。2005年度には「I-REDI」(Infiniti Retail Environment Design Initiative) を導入し、ラグジュアリー市場のお客さまに対するリテール環境を整えました。米国ではインフィニティ販売店の18%が2007年度内に改装を開始ないし完了し、2010年度には60%の販売店がI-REDI設備へのアップグレードを完了する予定です。

米国日産会社では、この販売拠点の拡張は、単に販売を増やすためではなく、急増しているNISSANおよびインフィニティのお客さまの急増に伴い、より満足していただけるサービスの提供に必要な対応であるととらえています。

【モンゴル】ウランバートルに日産初のショールームをオープン

2006年9月、建国800年を迎えたモンゴルの首都、ウランバートルに本国初の日産ショールーム、「Nissan Center」をオープンしました。日産VIに基づくショールームで、世界標準の高品質サービスをモンゴルのお客さまに提供し、またこのショールームがウランバートル市街の新しいスポットとなることが期待されています。日産はモンゴルにおいて、「パトロール」「X-TRAIL」「ピックアップ」「サニー」などを販売しています。

【アルジェリア】北アフリカ最大級のショールームをオープン

2006年7月、アルジェリア日産はアルジェリアのパン マルティンに北アフリカ最大規模となるショールームをオープンしました。同ショールームは、日産VIに則ってデザインされており、敷地面積1万2,000m²内に15台を展示することができます。また、アルジェリア日産の本社としての機能も備えており、2007年9月には近郊にパーツ管理拠点もオープンする予定です。



「N-REDI」



「I-REDI」



北アフリカ最大級のアルジェリアのショールーム

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

【日本】新車販売網を刷新、販売店に新VIを導入

2005年4月から、日本での2系列販売網「レッドステージ」と「ブルーステージ」を統一し、現在では全販売店で日産の全車種を販売しています。この完全併売化にともない、各販売会社では新VIを導入して、新しい店舗デザインへの切り替えを順次行い、イメージを刷新するとともに、展示車や試乗車のラインアップの充実を図っています。

2007年1月、旧村山工場跡地に、大型中古車店舗「カーミナル東京」と新車店舗「東京日産 新車のひろば 村山店」を出店しました。新車または中古車購入に迷っているお客さまに対して、2店の相乗効果による最良の選択肢を提供することで、日産のブランド価値をより高める店舗運営の実現に取り組んでいます。

Messages from Our Stakeholders

ステークホルダーからのメッセージ

生産・販売一体の取り組みで、 より良いサービスを



ヴァムサ ニーニョス エロス(メキシコ)
ゼネラルマネジャー
カルロス エスキベル ベタンクール氏

全世界の優れたディーラーに贈られる「グローバルNSSWアワード」を今年も受賞できたことをたいへん光栄に思っています。また、その受賞により、私たちの販売店が日産の目標達成の一翼を担っていることを実感できました。

メキシコ日産が実施しているさまざまなプログラムに積極的に参加したことにより、お客さまの満足度が確実に高まり、その結果、私たち自身が定めた目標の達成につながりま

した。また、新車投入は私たちの販売店にとっては絶好の機会であり、そのおかげで、急成長中のメキシコ市場で競争力を維持することができていると思っています。

私たちの社員は日産の経営の方向性を共有し、つねに一丸となって努力しています。お客さまのご満足度を高めることで、5年連続のNSSWアワードの受賞を目指したいと思っています。

Enhancing Value for Stakeholders

社会とともに



次世代のために、社会の持続可能性に貢献する

日産は、利益ある成長を遂げながら、将来にわたって持続可能な企業であることを目指し、企業市民として責任を果たすべき社会の持続可能性にも貢献していきたいと願っています。そして、日産が掲げるビジョン「人々の生活を豊かに」のもと、次の世代に対して、より豊かな未来を引き継ぐために、社会との共生に根ざした、さまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。

グローバル企業としての取り組み

より良い企業市民として果たすべき支援、日産の社会貢献活動

日産は、社会の持続可能性を実現するため、「教育への支援」「環境への配慮」「人道支援」といった分野を中心に、企業市民として果たすべきさまざまな支援活動を行っています。実際の活動にあたっては、社会の持続可能性への貢献という目的をグローバルに共有し、それぞれの国や地域の実情に配慮した活動を展開しています。事業所近隣では、地域への協力、雇用の創出など経済的な貢献はもとより、社会的貢献も行うことで、地域コミュニティとの強固なパートナーシップの構築に努めています。さらに、国や地域を越えて、グローバル企業として取り組むべき課題には、グローバルな考え方と各地域に最適な活動のバランスを取りながら、日産らしい社会への貢献となるよう心がけています。

グローバル推進体制



Link

社会貢献の取り組みに関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。

<http://www.nissan-global.com/JP/CITIZENSHIP/>



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

日産では、社会貢献活動への取り組みにおいて、以下のような点が重要と考えています。

1:社員の自発的な参加意識を育てる

社員一人ひとりの社会貢献活動を積極的に支援し、より多くの社員が企業市民意識を持つことにより、大きな社会貢献の輪を育んでいきます。

2:会社の強みや特性を生かした活動を考える

金銭的な支援だけではなく、ノウハウや日産関連施設の活用など、日産が本業で培った資源を十分に生かすことによって、持続的な活動を行うことを目指しています。

3:専門性のあるNPOやNGOとの協働

日産の社会貢献活動をより実りあるものとするために、NPO(民間非営利組織)やNGO(非政府組織)と連携した協働プログラムの可能性を探求していきます。

日本での社会貢献活動

次世代を担う子どもたちの創造性を育む 「ニッサン童話と絵本のグランプリ」と「ニッサンゆかいな絵本と童話展」

日産では、次世代を担う子どもたちに夢や創造性あふれる童話や絵本を届けようと、1984年から(財)大阪国際児童文学館と連携して、アマチュア作家を対象にした「ニッサン童話と絵本のグランプリ」を実施しています。2006年度に実施した第23回のグランプリでは、童話応募作品2,108編、絵本応募作品553編の中から38の入賞作品を決定し、表彰しました。

第1回より大賞作品を出版し、公立図書館(約3,550館)や日産の事業所近隣の幼稚園など(約700園)に寄贈を行っているのが本グランプリのもうひとつの特徴で、現在までに出版された作品の寄贈累計冊数は約14万3,000冊にのぼります。

また、日産はこどもの城((財)児童育成協会:東京都渋谷区)と共催し、こどもの城のギャラリーにおいて、15回目となる「ニッサンゆかいな絵本と童話展」を開催しました。本イベントは、社会貢献活動の重点分野として取り組む「教育への支援」の一環として、1992年より企画・実施してきたもので、子どもたちの好奇心や創造力、思いやりを育むことを目的に、童話や絵本にちなんださまざまな展示やワークショップを行いました。

NPOとのパートナーシップで若者の未来を応援、 「日産NPOラーニング奨学金制度」

日産は、企業とNPOとの協働プログラムの一環として、1998年より「日産NPOラーニング奨学金制度」を実施しています。このインターンシッププログラムは、NPOでの活動体験を希望する大学生・大学



第23回ニッサン童話と絵本のグランプリ表彰式



「日産NPOラーニング奨学金制度」第9期修了生

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

院生を公募し、活動実績に応じて奨学金を支給する、優れた人材の育成を目的としたプログラムで、NPOでの体験を通じて、創造性や考える力、行動する力を育成することを狙いとしています。9回目となる2006年度は、海外を含む32大学、68名の応募の中から、書類選考・面接により選ばれた18名の奨学生が、環境、国際交流、文化・芸術、福祉など16の受入団体で活動を行いました。

教育現場と連携して日産の環境への取り組みを紹介

日産は、2007年1月、早稲田大学平山郁夫記念ボランティアセンター(WAVOC)・早稲田大学エコフューチャー委員会共催の公開講座「環境ボランティア学校」を開催しました。これは、追浜工場や総合研究所において日産の環境への取り組みについて学ぶツアーで、講義、工場見学、FCV(燃料電池車)試乗、技術展示・実験室見学を行い、早稲田大学の学生を中心とした37名に学びの場を提供しました。

2007年3月には、横浜市立本町小学校と連携し、FCVを活用した環境出張授業を実施しました。年間を通じた総合的環境学習を重んじる本町小学校と教育への支援を重点分野とする日産が合意し、実現に至った活動で、本町小学校との取り組みは、2007年度も継続的に行う予定です。

社員一人ひとりの社会参加を奨励する「日産ボランティア活動資金支援制度」

日産は1996年から、社員のボランティア活動や社会参加を資金面で支援する「日産ボランティア活動資金支援制度」を導入しています。これは社員が寄付を行う場合、会社からも同額の寄付(マッチング・ギフト)を提供するほか、ボランティア活動や物品購入の費用が不足している際に、その資金を支援する制度です。日産は、社員による自主的な社会参加や寄付活動を奨励し、社会貢献に関心のある社員が積極的に活動に取り組める環境づくりを推進しています。

地域との協働により開催、全国車いすマラソン「日産カップ追浜チャンピオンシップ 2006」

日産追浜工場は、2006年12月1日から3日間、地域の関係諸団体とともに、全国車いすマラソン「日産カップ追浜チャンピオンシップ 2006」を開催しました。この大会は、追浜工場の敷地や周辺の公道を利用した日本陸上競技連盟認定コースで開かれる、地域活性化と障害者スポーツの普及を目的とした、企業と地域の協働運営が特色の車いすマラソン大会です。



燃料電池車を興味深く観察する小学生



車いすマラソン「日産カップ追浜チャンピオンシップ」

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

7回目を迎えた今大会は、日本トップレベルの選手を含む約210名の選手が参加、フルマラソンとハーフマラソンで構成されたロードレースのほか、短距離タイムレースやジュニアを中心とした初心者向け講習会も実施しました。

また、この大会を記念して社員募金を実施し、障害者スポーツ振興のために、障害者陸上競技団体などに寄付しました。

環境、認知科学、理科・環境教育の三本柱で社会に貢献する「日産科学振興財団」

日産科学振興財団(理事長:カルロス ゴーン)は、環境研究、認知科学研究、科学・技術教育研究の3分野を重点化し、活動しています。環境研究においては目覚ましい研究成果がありました。光合成酵素の一部配列を遺伝子導入することにより、炭酸ガス識別能力の向上を世界で初めて実証し、植物の炭酸ガス吸収能力向上の可能性を見出しました。この成果は、地球温暖化問題解決のための有力な手段になる可能性があるとともに、食糧問題への貢献、あるいは植物増産に伴うバイオエタノール生産能力の向上によるエネルギー問題への貢献が期待できる画期的なものです。

2006年度は、新たに2つの教育プログラムを開始しました。1つめは、社会の持続性を考慮して政策判断や社会的合意形成ができるアジアの将来のリーダー育成を目指す「Nissan Workshop in Intensive Program on Sustainability」。2006年12月、東南アジアなどの大学院生20名が参加し、「2050年のクルマ社会とは」をテーマに社会の持続性・多様性の理解を深めました。2つめは、科学的知識を積極的に活用して社会と技術のイノベーションを推進するリーダー育成を目指す「Nissan Leadership Program for Innovative Engineers」。博士課程後期の学生から助教授までの大学関係者や企業の中堅技術者20名が参加し、グループワークを通じて、課題実現のための方法論や事業計画を提案書としてまとめました。これらの教育プログラムは2007年度も実施する予定です。



「Nissan Leadership Program for Innovative Engineers」での対話セッション

北米での社会貢献活動

学生リーダー育成プログラムを通じた地域貢献

北米日産会社は全米の大学生を対象とした「Nissan Student Government Leadership Program」を実施しています。このプログラムは、HBCU (Historically Black College and Universities)と呼ばれるアフリカ系アメリカ人の教育を第一とする大学の学生組織リーダーをミシシッピ州トゥガルー大学に招き、通常はフォーチュン・トップ500社の企業幹部に対して行われる高水準のリーダー教育・研修を提供する、という革新的なものです。3年目を迎えた2006年は、HBCUの学生組織で会長や副会長を務める優秀な学生100名以上を招きました。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

講義では「チームづくり」や「リーダーが直面する問題」などのテーマが取り上げられ、学生たちは自己認識や自己管理の大切さを学び、社会政治学的な視点や人間関係への理解を深めました。プログラム期間中、北米日産会社の役員やマネジャーが「メンター（助言者）」として参加し、学生たちの良き相談相手になりました。また学生たちには、組織のトップを務めるうえで役に立つ「リーダーシップ・ツールキット」が配布されました。

このほか、著名な文化人や作家、HBCUの学長、有識者、政府関係者などをゲストスピーカーとして招へい。講演を聴いた学生たちは、自分のコミュニティに関わるだけでなく、その指導者になるのだという思いを強くしていました。

日産は数十年にわたり、さまざまなプログラムを通じてHBCUを支援してきました。学生組織のリーダー育成プログラムは、「人々の生活を豊かに」という企業ミッションの一環としてコミュニティ・リーダーを育て、地域社会に貢献したいという日産の姿勢をあらわしています。

世界自然保護基金 (WWF) とのパートナーシップ

地球の未来を担うのは、環境や科学、工学、ビジネス、公共政策などの分野で豊かな才能と高い志を持つ学生たちであるといえます。そこで、北米日産会社と世界自然保護基金 (WWF) は、全米の大学の若きリーダーたちがいずれ環境保護の有力な担い手になるよう、協力することを決めました。

「Nissan-WWF 環境リーダーシップ プログラム」は、将来の環境リーダーとして期待される人材に、地球が直面している問題についてより深く学んでもらおうという試みです。具体的には、環境問題に取り組む科学者や政策立案者、経済人との会合、リーダーとしてのスキル開発、科学的なフィールド調査の体験、全米各地の仲間との学際的なネットワークづくりなどを行います。

北米日産会社はこの連携を通じて、アフリカのナミブ・カルー環境保全地域や、アマゾン川流域、米国南東部の河川およびその流域など、WWFが優先的に取り組んでいる地域での活動を支援しています。また、アフリカの野生生物保護管理官への奨学金制度を支援するため、南部アフリカ野生生物カレッジに10万ドルを寄付しました。

2006年は18人の学生がプログラム対象者として選ばれ、1人あたり5,000ドルの奨学金を受け取りました。学生たちはこのほか、6月にワシントンD.C.で開催された4日間の環境サミットや、8月初めに米国の非政府組織「アースウォッチ・インスティテュート」が主催した南アフリカ調査隊に参加しました。



将来の環境リーダーを育てる「Nissan-WWF 環境リーダーシップ プログラム」の参加者

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

Messages from Our Stakeholders
ステークホルダーからのメッセージ

かけがえのない自然環境を守るために
—WWFと日産



世界自然保護基金(米国)
自然保護リーダーシップ
プログラムダイレクター
ショーン マーティン 氏

世界自然保護基金(WWF)と北米日産会社は、自然保護活動を推進するため、米国内を含む世界各地で共に活動しています。そのひとつが米国の大学生を対象とした「Nissan-WWF 環境リーダーシップ プログラム」。プログラムを通じて環境問題への見識を深め、将来の有力な担い手となってもらう、というのが目的です。参加した学生たちは「私生活でもキャリアの面でも大いに影響を受けた」と語っており、私たちは彼らが将来、自然保護活動に大いに貢献してく

れるものと期待しています。

このほか北米日産は、アフリカの環境保全地域を管理する人びとへの奨学金を支給したり、アメリカ南東部河川流域の生態系を守る地元の非営利団体の活動を助成するWWF基金を支援するなど、さまざまな活動を実施。ブラジル・アマゾン川流域の広大な自然を保護する私たちの活動にも協力しています。北米日産が昨年に引き続きWWFとのパートナー関係を継続してくれることをたいへんうれしく思っています。

欧州での社会貢献活動

仏カンヌで人道支援のためのオークションに協賛

2006年5月にフランスで開催したカンヌ国際映画祭。フランス日産はクリスチャン・ディオール、ロイヤル・バーム、スワロフスキーなどのブランドと提携し、映画祭の期間中に開かれた人道支援オークション「ガラ・フォー・ライフ」に協賛しました。国連児童基金(ユニセフ)が主催するこのオークションは、出品された商品すべてに買い手がつくほどの大成功を収め、収益金11万ユーロがセネガルの11の学校を支援するためユニセフに寄付されました。

カンヌ映画祭ではほかにも多くのイベントがあるにもかかわらず、オークションにはカーメン チャップリンやイーサンホーク、それにイタリアのサヴォイア家に嫁いだフランスの女優クロティルド クローといった映画スターなど200名近い著名人が集まりました。

この特別な夜のフィナーレを飾ったのが、フランス日産が出品した「マイクラC+C」でした。フランス日産は2003年からユニセフに協力しています。



カンヌ国際映画祭でのチャリティオークションに「マイクラC+C」を出品(フランス)

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

学生の就職活動支援のため、仏Terre de Talentsワールドツアーに協力

フランスの名門ビジネススクールの学生5名が、2006年9月～2007年6月まで、世界各地の主なリセ(フランスの国立高等中学校)を訪問しました。リセの生徒たちに、就職試験の面接に際して役立つトレーニングを行うことが目的です。

この教育プロジェクトはフランスの非営利団体「Terre de Talents」が企画したものです。欧州日産自動車会社は資金援助に加え、指導面でも協力しています。今回は欧州日産広報部の社員がボランティアで審査官の一員として加わり、ロンドンのリセを訪問して学生たちのキャリア・プランや面接試験に関するアドバイスをを行いました。欧州日産は、学生たちが将来の就職に備えるうえで、企業が一定の役割を果たす必要があると考えています。



オーストリア、ウィーンにある
フレンチ・リセを訪問

ルーマニアの孤児たちに心のこもったクリスマスギフト

欧州日産は2005年以来、クリスマスカードの購入と郵送にかかる費用を、ルーマニアの孤児たちを支援するNGO「CAREフランス」が実施する慈善プログラムに全額寄付しています。2005年には人道支援プログラムの一環として、支援対象の子どもたちを医療施設に送り迎えするための小型バス「プリマスター」も2台寄贈しました。2006年も同様の支援を決めましたが、前年に贈った車両がまだ大いに活躍しているため、資金面での援助のみとし、総額5,000ユーロの寄付を行いました。

プロを目指す若きドイツ人デザイナーたちを支援

ロンドンに拠点をおく日産デザインヨーロッパ社では、ドイツのプフォルツハイム大学でデザインを専攻する学生たちに、「2015年のクルマ」を描いてもらうことにしました。次の世代を担うデザイナーを支援し、後押しすることは、自動車メーカーである日産の大切な仕事です。あえて高いハードルをおくことで、有望な若手に早くから実践的でクリエイティブな経験を積んでもらうことを目的としています。

学生たちは外装と内装のデザインにそれぞれ分かれ、4ヵ月をかけてデザインコンセプトを練り上げました。2006年2月に行われたプレゼンテーションの結果、高い評価を受けた9名の学生は翌月にロンドンに招かれ、最終的なプレゼンテーションを行うとともに日産デザインヨーロッパ社の本社を見学しました。学生たちには、日産ブランドが将来何を表現すべきか、グローバルな競争の中で自らをどう位置づければよいのか、という点についても意見を述べてもらいました。



デザイン専攻のドイツ人学生をロンドンの
日産デザインヨーロッパ社に招待

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

英国の乳がん啓発キャンペーンへの参加

英国日産自動車会社は、乳がんの啓発活動を行っている英国有数の慈善団体「ブレイクスルー・ブレストキャンサー」を支援しています。2006年5月には、恒例となった報道関係者向けの試乗会を実施。ブレイクスルーのトレードマークと同じピンク色に塗った「キャプスター」と「マイクラC+C」を用意しました。会場では、試乗されるたびに日産がブレイクスルーに寄付をするという方法で、最終的に8,000ポンド以上が集まりました。さらに6月までの2ヵ月間、販売店で「マイクラ」が試乗されるたびに10ポンドをブレイクスルーに寄付する慈善活動を実施しました。



乳がん啓発キャンペーンのための試乗会を実施（英国）

オックスフォード大学内 日産日本問題研究所にて講演

日産は、英国オックスフォード大学内に1981年に設立した「日産日本問題研究所」において、2006年10月、学生向け講演会を実施しました。日産からは高橋副社長、欧州日産からはコリン ドッジ上級副社長が講師として参加、日産生産方式(Nissan Production Way)や、日産の革新的マネジメントについて、2日間、約120名の学生に向けて講義を行い、国境を越えた教育的交流を実現することができました。

さらに、この研究所には英国日産が寄贈した商用車の「プリマスター」が1台あり、書籍などの配送に利用されています。オックスフォード大学の図書館は全30ヵ所に散らばっており、各図書館の間でやりとりされる書籍の数は年間25万冊にのぼります。日産のクルマが学生や研究者に情報を届ける貴重な足として役立てられています。



オックスフォード大学の学生向けに開催した講演会（英国）

一般海外地域での社会貢献活動

求められる支援を迅速かつ的確に、大規模災害時の初動支援と復興支援活動

大規模災害発生時の支援は、発生直後の迅速な支援も大切ですが、被災地域の生活を再建するための、長期的な復興支援活動も重要です。そのため日産では、被害を受けた現地の実態を可能な限り正確に把握し、本当に必要とされている支援の提供を心がけています。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

スマトラ沖地震およびインド洋大津波(2004年12月)

災害発生直後に、グローバル本社において緊急被災地支援を決定し、一部を初動支援に、多くの部分を被災地の長期的な復興支援活動に充てました。支援内容の決定にあたり、社員による被災地への視察を実施したほか、現地で活動する諸団体からの情報収集も行いました。

インドでは、被災した子どもたちの精神・心理的支援を行う施設の建設に協力しました。すでにチャイルドケアセンター6カ所が完成し、実際の施設運営を行う地域組織に引き渡しました。これらの施設では、5歳までの子どもたちを対象とした教育、給食、予防接種などのプログラムを提供しているほか、両親を対象にしたカウンセリングも行っています。

またタイでは、シャンティ国際ボランティア会との協働事業として、子どもたちの心のケアを目的に、図書運搬、目的地到着時の閲覧に必要な改造を施した車両、「アーバン(日本名:キャラバン)」が移動図書館として活躍しています。この車両は、主にタイ南部の被災地域で利用され、子どもたちや被災者が笑顔を取り戻し、希望を持って復興に取り組めるよう、その環境づくりに役立てられています。2007年1月末現在、走行距離は16,000kmを超え、12,000名以上の方々に、良書に触れる機会を届けることができました。

パキスタン大地震(2005年10月)

グローバル本社で義援金の拠出を決定し、NGO ジャパンプラットフォーム(国際人道支援機関)を通じて、生活援助物資の配給、避難所の設置活動などに役立てられました。

ジャワ島中部地震(2006年5月)

緊急支援として義援金1,000万円を、ジャパンプラットフォームを介して提供したほか、日本とインドネシアにおいて社員募金を実施。集められた社員募金2億4,000万ルピア(約318万円)が直接被災者のもとへ届けられるよう、現地の社員やオーナーズクラブが共同で現場視察を行い、ジョグジャカルタ市の小学校修復プロジェクトに寄付されました。この寄付により、現在までに4つの教室の修復が完成しています。

これら災害緊急支援にあたっては、グローバル本社だけではなく、各地域本社や各国事務所においても、被災の規模や地域に応じて、もっとも適切な事業所による支援、社員による支援活動や募金などを行っています。



被災した子どもたちを支援する施設の建設に協力(インド)



子どもたちの心のケアを目的とした移動図書館プロジェクト(タイ)



社員義援金により再建された現地の学校(インドネシア)

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

中国での社会貢献活動、「日産10年徒歩 シルクロード国際市民徒歩大会」

日産(中国)投資有限公司(NCIC)は、「日産10年徒歩 シルクロード国際市民徒歩大会」を開催しました。10年かけてシルクロード約7,000kmを歩くというイベントです。さまざまな土地を歩きながら中国の歴史や美術に触れるだけでなく、中国の教育や環境について考える機会を提供したり、貧困地域の小学校で寄付活動を行っています。また、中国商務省と中華健康列車基金회가、内陸貧困地域の白内障患者の無料治療を列車病院で行う「健康列車光明行き」イベントに、10万円の寄付を行い、感謝状が贈られました。



内陸貧困地域の白内障患者の無料治療を列車病院で行う「健康列車光明行き」イベント(中国)

サウジアラビアの成績優秀な小中学生を表彰

サウジアラビア東部州の販売店アルジャブル・トレーディング社は2006年7月、アルジュバイル市の公立小・中学校に通う成績優秀な生徒の表彰式を行いました。市内の日産ショールームで開催された式典には、90名ほどの生徒が招待されました。このプログラムは、中東日産会社が2005年から開始したもので、初年度はサウジアラビア国内の優秀な高校生約500名が表彰されました。

アルジャブル・トレーディング社は年間1万台以上を販売する、サウジアラビアの主要な日産ディーラー。こうしたプログラムを通じて、地域社会の経済だけでなく、教育振興にも貢献しています。

アジアで「日産デザインフォーラム“イマジネーションファクトリー”」を開催

日産自動車(株)は、2006年8月末からシンガポールを皮切りにアジア各地でクルマのデザインをテーマとするフォーラムを開催しました。「イマジネーションファクトリー」と名づけた同フォーラムは、地元のデザイン振興団体との共催で実施。日産のデザイナーと現地で活躍するクリエイターが、パネルディスカッションを通じてデザインの新たな可能性を探るといふものです。自動車メーカーがこうしたデザイン・イベントを開催するのは、今回が初めての試みです。

会場内には、自動車デザインのトレンドの理解を深めていただくため、日産のデザインに対する姿勢や方針、取り組みを紹介する展示も行い、広く一般に公開しました。このほか国によっては、カーデザイナーや工業デザイナーを目指す学生向けにワークショップを開催し、日産のデザイナーが作品の評価にあたりました。



日産デザインフォーラムの開催ポスター

南アフリカにおける社会貢献活動

南アフリカが抱える社会格差。この是正に少しでも貢献しようと、南アフリカ日産自動車会社（NSA）は地元の経済環境や生活水準が向上するための活動を積極的に行ってきました。中でも、教育、環境、人道支援の分野に力を注いでいます。

そのひとつが子どもたちに通学カバンを贈る「アドバッグ」キャンペーン。これは貧困をなくすとともに、ポリ袋の散乱による環境汚染を減らそうというNSAの独創的な取り組みです。カバンの生地にはNSAの看板をリサイクルしたビニール材を使い、製造は心身に障害を抱えた生徒たちが通う学校に依頼。完成したカバンを再びNSAが買い取り、貧困地域の小学校に配布しています。プロジェクトが始まった2006年には、貧困地域のひとつであるリンポポの子どもたちに合計1万5,000個のカバンを贈りました。いまでは北西州、クワズール・ナタール州、東ケープ州などへも広がっています。このプロジェクトによって雇用の場が広がるだけでなく、多くの子どもたちに通学カバンが行き渡り、ポリ袋に教科書を入れて持ち歩くという習慣もなくなりました。

このほか、南アフリカ産業界の技術力の向上を支援する取り組みとして、300人以上の若者を対象とした「学習者プログラム」を2年前から実施しています。優秀な若者は企業の採用基準を満たす技術力を身につけられるため、NSAのみならず、南アフリカの製造業界全体にとってプラスになっています。南アフリカの多くの学生は、NSAの各部門にインターンとして採用されており、正社員として登用されるケースもあります。このプログラムは南アフリカ政府の技能開発計画の一環として実施されているもので、NSAはこの協力を通じて関係省庁や南アフリカ大学と長期的なパートナーシップを結んでいます。

さらに2006年9月には、現地のトランスネット財団が主催する「フェロフェパ保健列車」の活動に対して、最新鋭の「モバイルアイクリニック（移動眼科診療車）」を寄贈しました。このクリニックは農村地域の学校を巡回し、生徒たちの視力検査を実施してメガネを処方しています。列車だけでなく車両を利用したサービスにより、さらに活動範囲が広がることになりました。



南アフリカの農村を巡回診療するモバイルクリニックを寄贈

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

地球環境の保全

アルティマ ハイブリッド



Protecting the Environment

人とクルマと自然の共生を目指して

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

Protecting the Environment

日産と地球環境



環境貢献を通じて、持続可能なモビリティ社会の実現へ

2006年度は、地球環境の問題がより鮮明になった重要な年といえます。とくに、気候変動については世界共通の最重要課題であり、IPCC*の第四次報告書の一部をなす作業部会報告書や、英国政府からスターン・レビュー**報告書が公表されました。これらの報告書では、気候変動は人的要因による可能性があり、早期の取り組みが必要であると結論づけられており、国、企業などあらゆるレベルでのさらなる貢献が求められています。

日産にとっても2006年度は、環境における“究極のゴール”を明確にした、2010年までの中期環境行動計画「日産・グリーンプログラム2010」を発表した節目の年です。今後私たちはこの計画に基づいて、技術革新とその普及に努め、さまざまな課題の解決に貢献するとともに、持続可能なモビリティ社会の実現に貢献していきます。

*IPCC: Intergovernmental Panel on Climate Change 国際的な専門家で作る気候変動に関する政府間パネル(政府間機構)。第四次報告書を2007年末に発行予定

**スターン・レビュー: 2006年10月、英国財務省が地球温暖化の世界経済への影響を予測した報告書「気候変動の経済学」

日産のビジネスと環境

地球環境への誠実な想いを実践する企業へ

日産の商品であるクルマは多くの資源を使ってつくられ、現在主にガソリンやディーゼルなどの化石燃料により走行しています。私たちはグローバル自動車メーカーとして、日産のビジネスが環境に与える影響を把握し、最小化していくことに取り組んでいます。そして、環境における究極のゴール「事業活動やクルマの走行時に生じる環境負荷や資源利用を、自然が吸収できるレベルに抑えること」を設定し、私たちが地球に残すフットプリントをできるだけ小さくしていくことを目指します。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

また同時に日産が目指す姿は、「シンシア・エコイノベーター(Sincere Eco-Innovator)」です。シンシア(誠実である)ということは、環境問題に積極的に取り組み、真に効果の高い対策を実行するという事。そして、エコイノベーターとは、持続可能なモビリティ社会の発展のため、お客さまに革新的な商品・技術・サービスを提供したいと考える、私たち日産の意思をあらわしています。

日産は、私たちの取り組みが地球環境の保全に大きく貢献できる可能性があると考えています。現在もっともクリーンなガソリン車からの排出ガスは1970年代当初の規制レベルに対して1/100~1/250にまで低減されています。さらに、将来的にはこれを大気並みのクリーンなレベルにすることを目指しています。私たちはモビリティを通じて環境保全に貢献し、「人とクルマと自然の共生」の実現に向けた取り組みを推進していきます。

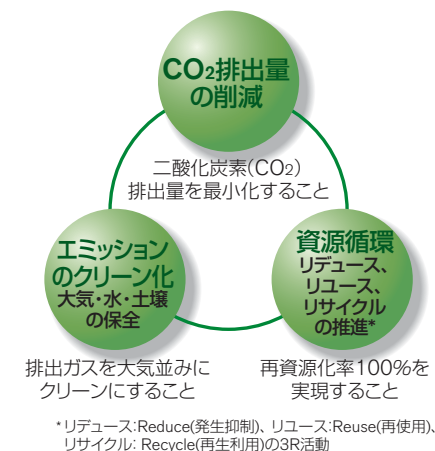
究極の目標を掲げ、達成を目指す3つの重要課題

気候変動、環境負荷物質による生態系や人体への影響、鉱物や水資源の枯渇など、日産を取り巻くさまざまな課題に関して、私たちは日産の商品であるクルマや事業活動が及ぼす環境への影響を考慮し、現在日産が取り組むべき3つの重要課題を設定しました。「二酸化炭素(CO₂)排出量の削減」「エミッションのクリーン化(大気・水・土壌の保全)」「資源循環」の3つの分野において、それぞれ究極の目標を掲げ、達成を目指します。

また、これらの課題解決において、お客さまに提供する価値やコストなど、ほかのファクターとの並立なくしては持続可能ではありえないと考えます。日産にとってとくに優先順位が高い課題ととらえている「CO₂排出量の削減」において、私たちはこれまでの経営指標である品質(Quality)、コスト(Cost)、納期(Time)に、CO₂を加え、「QCT・C」としました。今後はQCTだけでなく、CO₂の観点からも判断し、全社的にCO₂マネジメントを実行していきます。

中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2010」を策定

2006年12月、日産は中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2010」を発表しました。これは、環境における究極のゴールを実現するために今何をすべきか、という視点でグローバル日産全体として2010年に達成すべき目標と取り組みをまとめたものです。従来の「ニッサン・グリーンプログラム2005」をさらに発展させると同時に、環境に対する私たち日産の認識と決意を強く示しています。私たちはこの計画に基づいて、お客さまが求める真に環境に配慮した商品を提供し、さまざまなチャレンジを続けます。



NISSAN
GREEN PROGRAM

Link

「ニッサン・グリーンプログラム2010」に関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。
http://www.nissan-global.com/JP/ENVIRONMENT/GREENPROGRAM_2010/index.html

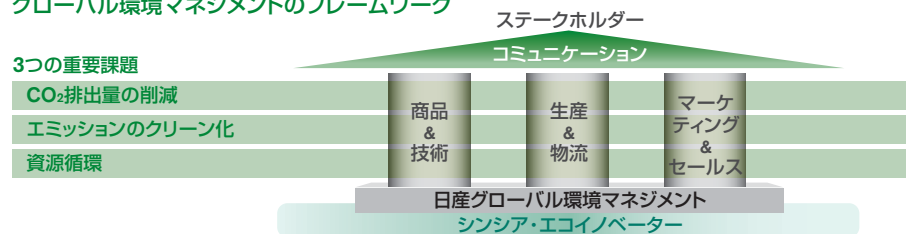
- はじめに 1
- CEOメッセージ 2
- CSR対談 5
- 日産のCSR 10
 - 日産のCSRの発展プロセス 11
 - 日産CSR重点9分野 17
 - 日産CSRスコアカード 20
 - ステークホルダー エンゲージメント2006 24
- 事業活動報告・コーポレートガバナンス 25
 - 「日産バリューアップ」進捗状況・2006年度決算概況 26
 - コーポレートガバナンス 29
- ステークホルダーへの価値の向上 36
 - お客さまのために 37
 - 株主・投資家の皆さまとともに 44
 - 社員とともに 46
 - ビジネスパートナーとともに 54
 - 社会とともに 60
- 地球環境の保全 71
 - 安全への配慮 100
 - 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ 110
 - パフォーマンスデータ 116
 - 事業等のリスク 118
 - 第三者意見書 119

環境マネジメント

グローバル環境マネジメントの体制

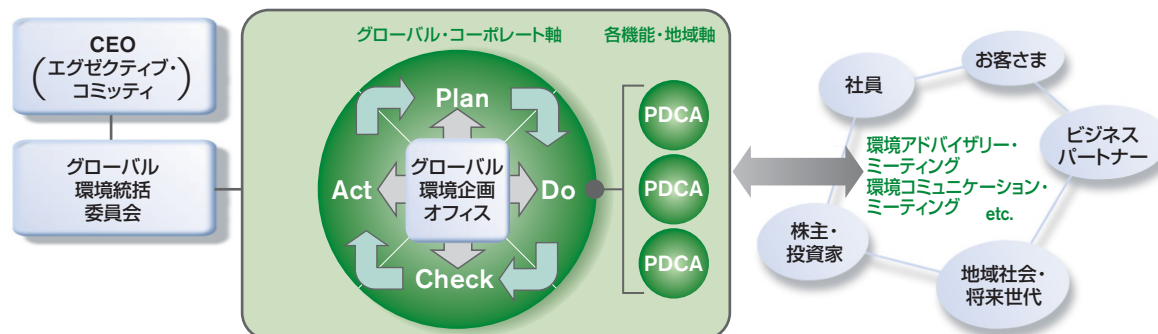
3つの重要課題を解決するためには、商品・技術開発、生産、物流、そしてマーケティング、セールスなど社内の各部門を有機的に連動させ、効果が最大となるよう互いに協力しながら進める必要がある、と日産は考えます。こうした広範囲な取り組みを推進するため、グローバル環境マネジメントのフレームワークを構築しました。それぞれの活動領域について目標値とアクションプランを設定し、統合的な活動を行うことが可能になります。

グローバル環境マネジメントのフレームワーク



また、グローバルな活動領域における環境マネジメント推進のため、下図のような組織体制を構築しています。COOを議長とするグローバル環境統括委員会 (G-EMC) では、全社的な方針やエグゼクティブ・コミッティ (経営会議) への提案内容の決議などを行います。2007年4月に新設したグローバル環境企画オフィスは、G-EMCへの提案内容や各部門での具体的な取り組みを決定し、進捗状況を管理するなど、PDCA (Plan Do Check Action:計画、実施、評価、改善) を運用する役割を担っています。

グローバル環境マネジメント組織体制



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

これらの社内組織に加えて、環境アドバイザー・ミーティングにおける有識者・専門機関との意見交換などを通じて、ステークホルダーの意見や考え方を理解し、日産の目標や活動内容を精査します。また、SRI（社会的責任投資）ファンドの動向や格付機関からの評価も参考にし、取り組みのさらなる充実を図ります。

継続的な環境マネジメントシステムの導入、改善

環境への取り組みを促進するために、生産拠点、販売会社、関係会社を含むグローバル日産グループ各社において環境マネジメントシステムの導入を推進しています。

グローバル主要生産工場、開発拠点ではISO14001の導入を推進しています。生産拠点においては、現在、日産および連結製造会社18社中15社で認証取得・運用しています。今後新規に事業展開する地域についても、同じ基準で環境マネジメントを導入していく方針です。

日本の販売会社では、ISO14001認証をベースとした日産独自の環境マネジメントシステムである「日産グリーンショップ制度」を導入し、2007年3月末時点で全販売会社の店舗約3,300店を認定。3年ごとに日産本社が更新審査を行い、半年に一度、販売会社自らの内部審査を通じ、継続的な改善に努めています。

ルノーとのアライアンスによる環境配慮型サプライチェーン・マネジメントを展開

日産とルノーの購買部門では、ビジネスパートナーであるサプライヤーとの取引上の考え方である「The Renault-Nissan Purchasing Way」に基づき、サプライチェーン・マネジメントを行っています。社会の持続的発展を図るため、信頼、相手への敬意、透明性という価値をサプライヤーと共有していくとともに、環境をはじめとしたCSRに関する法律・規範の順守をサプライヤーに約束していただき、CSR調達を実施しています。また、日本では、日産グリーン調達基準を設け、サプライヤー各社に環境負荷データの報告、環境マネジメントシステムの構築、責任者の届出を要請しています。今後はこの活動を海外にも広げていく予定です。

ステークホルダーとのコミュニケーション

日産はステークホルダーの皆さまと双方向のコミュニケーションを図るため、直接対話させていただく機会を設けています。これらのコミュニケーションを通じてステークホルダーの方々の考えを理解し、企画や戦略に反映し、あらゆるステークホルダーに対する日産の企業価値を向上させることが目的です。また、有識者との意見交換などを通じて、方向性や目標の軌道修正も図っており、これらを第三者によるレビューという意味から重要なマネジメントの一環と位置づけています。

Link

日産の環境に関するパンフレットは、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/ENVIRONMENT/>

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

このほか日産では、サステナビリティレポートをはじめ、パンフレット、ウェブサイトなどでの情報開示や、展示会、試乗会、工場ゲストホールでの環境パネル展示、環境設備見学、社内コミュニケーション、環境アドバイザー・ミーティング、環境コミュニケーション・ミーティングなども実施、あらゆるステークホルダーの方々とはさまざまにコミュニケーションを図っています。

環境アドバイザー・ミーティング

2005年より「環境アドバイザー・ミーティング」を毎年開催しています。このミーティングは、話し合いの成果を環境戦略に反映していくことを目的としています。「日産がグローバルな環境戦略をどのように打ち出していくべきか」について、社外の有識者から客観的なご意見を数多く頂いています。2006年12月に発表された中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2010」も、社内の検討だけではなく、このミーティングの結果が反映されたものです。今後もこうした外部の方々のご意見を真摯に受け止め、積極的に環境戦略の検討に取り入れていきます。



「環境アドバイザー・ミーティング」

東風汽車有限公司(中国)で環境フォーラム開催

東風汽車有限公司は、2006年9月、工場の所在地である広州市花都区において、国家環境保護総局科技司、中国汽车工业协会、花都区政府との共催で「花都自動車環境フォーラム」を開催しました。フォーラムには中央政府、学会、広州市政府、花都区政府からの参加に加えて、250名ものメディア関係者が出席し、自動車の発展と環境保護との協調をテーマにした盛大なイベントとなりました。

政府、学会からの環境保護に関する講演に加え、東風汽車有限公司の中村克己総裁が東風汽車の環境戦略に関する講演を行いました。東風汽車のバリューチェーン全体における具体的な活動内容と目標値を持った環境保護活動への取り組み、CVT（無段変速機）やリサイクル設計に関する日産の技術や導入検討中の将来の新技術に対し、政府、学会やメディアから高い関心と評価を頂きました。



「花都自動車環境フォーラム」

神奈川県横浜市の本町小学校における出張授業

横浜市立本町小学校で実施した環境授業は、「教育への支援」活動として半年以上の準備期間を経て実現に至りました。年間を通じた総合的環境学習を重んじる本町小学校は、100年以上の歴史を持つ公立小学校である一方、提案公募型改革モデル校「パイオニアスクールよこはま」への指定も受けるなど、先進的な活動で地域をリードする学校です。環境授業は、4、5年生約140名を対象に、環境問題の講義と日産の燃料電池車（X-TRAIL FCV）への試乗などで構成されました。今後も同校で環境に関する授業を継続的に実施する予定です。



神奈川県横浜市の本町小学校における出張授業



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

環境意識の向上を目的とした社内コミュニケーション

日産は、環境への取り組みや外部ステークホルダーとの対話を促進していくためには、社員一人ひとりの意識を向上させることが重要だと考え、社内コミュニケーションに注力しています。2006年度は社員に対して、イントラネットやポスターを活用し、日産の環境への取り組みについて積極的に情報を発信しました。また、「日産・グリーンプログラム2010 (NGP2010)」をテーマに、社員と志賀俊之COOが意見交換会を実施。志賀COOが「NGP2010」に対する考えを直接伝え、この課題にどのように取り組んでいくかについて、社員と活発な議論を行いました。



社員と志賀COOとの意見交換会

日産独自のカリキュラムによる社員向け環境教育

社員一人ひとりの環境への意識を促進させるため、全社員に対して環境教育を実施しています。新入社員には、入社時のオリエンテーションで環境の基礎教育を実施。2006年度も約240名が受講しました。新任の管理職に対しても、環境保全活動をリードするための知識や意識を高める教育を実施しています。このほか、環境における有識者とのディスカッション形式による教育プログラム、中堅層の社員を対象とした環境意識向上教育、技術開発部門のトップマネジメント層を対象にした環境セミナーなど、独自のカリキュラムで環境教育に取り組んでいます。

環境教育ツール「日産環境e-ラーニング」を開発

社員向けの環境教育のツールとして、国際NGOナチュラル・ステップとの協働により、「日産環境e-ラーニング」を作成しました。この「e-ラーニング」は、地球環境のメカニズムや、自動車会社としてなぜ環境に取り組むことが重要なのかをわかりやすく解説した、楽しみながら学べるツールです。日本で2007年6月から活用を開始し、今後は海外拠点にも広げ、日産グループ全体の環境リテラシーの向上につなげていきます。



環境教育ツール「日産環境e-ラーニング」

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

すでに私たちは炭素制約化社会にあるといわれています。私たち日産は、自動車メーカーとして何をしなければならないか。クルマがある生活という豊かさを将来の世代にわたり、世界中の人びとに提供し、日産のビジョンである「人々の生活を豊かに」を実現するために、この重大な課題に誠実かつ革新的に取り組まなければならないと認識しています。

日産のCO₂排出の現状



CO₂削減における日産のアプローチ

私たちは、CO₂削減において技術の果たすべき役割は大きいと考えています。しかし、CO₂排出量を持続可能なレベルまで削減する唯一の技術はないと理解しています。CO₂の削減は、技術だけでは解決できず、社会全体で取り組まなければならない課題とも認識しています。また、ただ単にCO₂を削減するのではなく、ほかの性能やコストとの並立なくしては、真に持続可能ではありえないと考えます。

このような認識に基づいて、日産は以下のアプローチでCO₂削減に取り組み、このチャレンジをオポチュニティに変えていきたいと考えています。

グローバルCO₂マネジメントウェイ“QCT・C”

CO₂排出量低減の取り組みをより確実に、革新的に行うために、グローバルCO₂マネジメントウェイ“QCT・C”を導入しています。これは、これまでの経営指標である品質 (Quality)、コスト (Cost)、納期 (Time) に、CO₂を加えたものです。QCT・Cの導入により、クルマの燃費のみならず、すべての企業活動に対してCO₂排出量の目標を設定し、QCTとのバランスを取りながらCO₂を削減していくこととなります。相反するこれらの課題を両立させることは大きな挑戦です。私たち日産は、そこからブレークスルーを生み出し、新たな価値をお客さまに提供することがビジネスに不可欠であると考えています。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

日産が掲げるCO₂排出量削減の長期目標とロードマップ

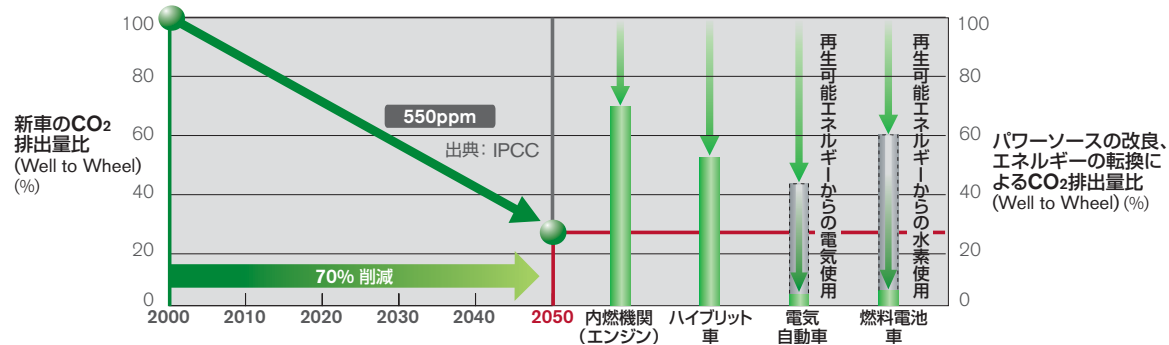
私たちは、CO₂削減の長期目標を設定し、それに基づいて必要な技術開発を進めています。地球の平均温度上昇やCO₂濃度をどのくらい抑えなければならないかについては、さまざまな論議があります。地球の平均気温の上昇を2℃以内に抑えるために、大気中のCO₂濃度レベルを550ppm以下で安定させる必要があると仮定すると、私たちの試算によれば、新車のCO₂排出量(Well to Wheel*)を2050年時点で、2000年比70%低減する必要があります。

クルマのパワーソースごとにCO₂削減のポテンシャルを見ると、ガソリンエンジンは今後さらに30%程度のCO₂を削減できる可能性を持っています。したがって、短・中期的にはエンジンの燃費の向上を中心にCO₂を削減していくことになり、加えて、CO₂排出量が少ないディーゼルエンジンについて、課題である排出ガスをクリーン化することが重要と理解しています。

しかし、さらにCO₂を削減するためには、ハイブリッド車や燃料電池車、電気自動車といった電動車両を普及させていくことが必要となります。また、これらの電動化技術も、再生可能なエネルギーを利用しなければCO₂の70%低減という水準に至りません。このため、エネルギーセクターとの連携強化が必須となってきます。

*Well to Wheel: 一次エネルギーの採掘から車両走行による消費までに発生するCO₂排出総量。クルマからのCO₂排出量は、石油の採掘から精製、お客さまへの燃料供給に至るプロセス(Well to Tank)も含めて削減する必要があります

CO₂排出量削減の長期目標

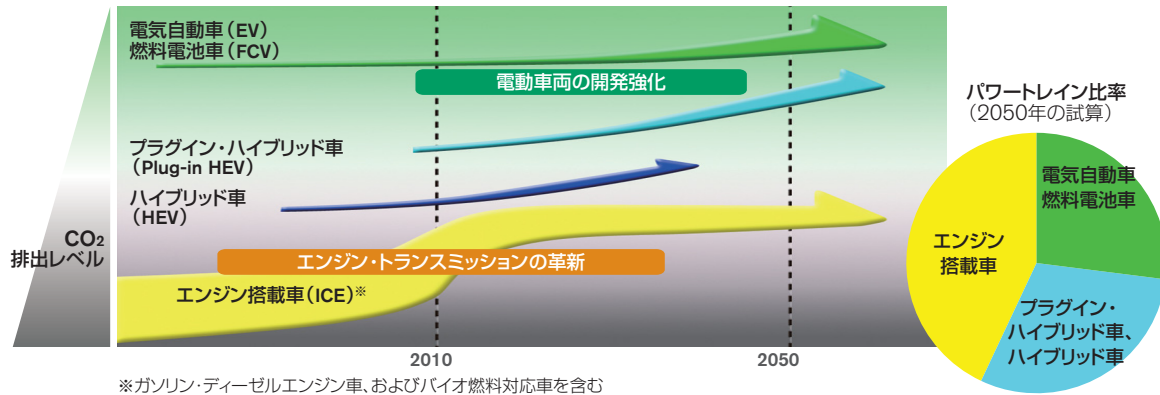


市場に合った最適な技術を、最適なタイミングで、最適な価値とともに投入する——4つのRights

CO₂排出量を削減するには、4つの「最適」とともに技術を広く早く普及させることが重要と考えています。私たち日産は、今まで一貫して効果的な技術をお客さまが求めやすい価格で提供し、早く広く普及させる、面積としての貢献というアプローチを取っています。

技術の投入においては、「市場に合った最適な技術を、最適なタイミングで、お客さまにとって最適な価値とともに投入していく(Right technology, Right timing, Right market, Right value)」という「4つの最適=4 Rights」を考慮しています。これは、お客さまにとって4つの「最適」とともに技術を投入しなければ、真の地球環境改善には貢献できないという考えに基づいています。技術を押しつけるのではなく、あらゆるニーズに真摯に応えながら、真に価値のある技術を提供していく。それがグローバル自動車メーカーの責務であり、私たちの誠意を示すものと考えます。

未来に向けて開発を進める日産のクルマづくり



クルマ・人・交通環境の3側面から走行時のCO₂排出量を削減

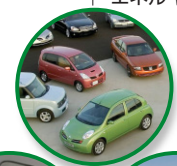
走行時のCO₂排出量は、クルマの性能や燃料の種類だけでなく、運転の仕方や走行する道路の交通状況なども影響します。日産は、クルマ(商品)・人・交通環境の3つの側面から、走行時のCO₂排出量を削減するアプローチを行っています。CO₂排出のより少ないクルマを開発し、普及させるとともに、お客さまへの啓発活動や、地域・各国政府・他業界との連携による交通環境の改善を行うことで、より効果的なCO₂排出量の削減を目指します。

アライアンスのメリットを活用

CO₂の削減は、自動車メーカーの責務ですが、そのための技術開発に多大なリソースを必要とすることは否定できない事実です。私たち日産は、ルノーとのアライアンスのメリットを生かして、効率的な技術開発を進めています。CO₂削減においても、共通プラットフォームの開発、エンジンやトランスミッション開発の分担化・共有化などにより、アライアンスとして課題に取り組んでいます。

クルマ

燃費性能の向上、代替エネルギー車の開発など



人
エコドライブの促進など



交通環境

高度道路交通システム(ITS)の活用など

商品・技術でのCO₂排出量削減への取り組み

2050年70%削減を目指して

日産は、新車のCO₂排出量を2050年時点で、2000年比の70%まで低減することを長期目標として掲げ、達成のためのあらゆるアプローチに取り組めます。日産は、各国で定められた測定基準によるクルマの燃費を公表するとともに、実際にお客さまが利用する市街地、高速道路、渋滞などの諸条件を組み合わせた平均的な燃費を「実用燃費」として社内基準に設定し、燃費向上への指標としています。

さらに日本と北米は燃費、欧州はCO₂排出量を原単位に、年間の販売台数に乗じて平均燃費あるいは平均CO₂排出量を算出し、それぞれの規制値達成に向けて地域ごとの目標値を設定し、CO₂排出削減計画に取り組んでいます。

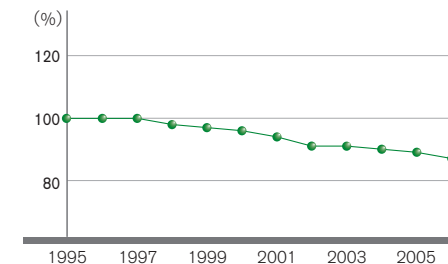
右のグラフは、日本・米国・欧州の新型乗用車について、販売実績台数に基づいて年間平均CO₂排出量を算出したものです。

新型ガソリンエンジンとCVTで燃費向上

ガソリンエンジンのよりいっそうの燃費向上、CO₂排出量の削減を目指す中で、「ノート」(CVT)は、新型1.5リッターガソリンエンジンとエクストロニックCVTの改良により、「平成22年度燃費基準+20%」と「平成17年基準排出ガス75%低減レベル(SU-LEV)」達成車と認定され、グリーン税制*において最高額の優遇措置を受けています。同時に、排出ガス性能、リサイクル可能率を高いレベルで達成したモデルになっています。従来型搭載車と比較して燃費が6%以上向上しています。

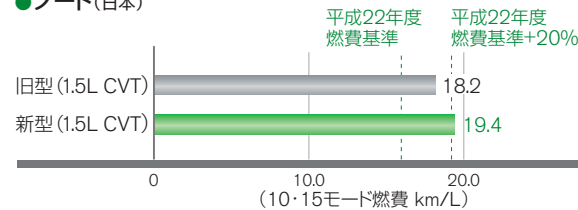
*グリーン税制：低公害・低燃費車を対象に自動車税を軽減する制度

●乗用車の平均CO₂排出量の推移
(日本・米国・欧州)

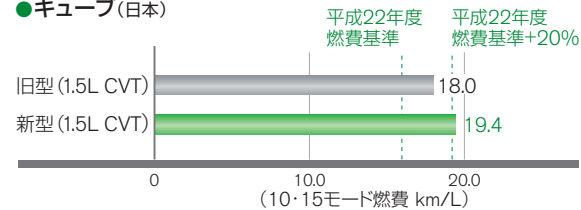


現在、「ノート」をはじめ多くのモデルでトップレベルの燃費性能を実現

●ノート(日本)



●キューブ(日本)



はじめに	1
CEOメッセージ	2
CSR対談	5
日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
地球環境の保全	71
安全への配慮	100
社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

VVELをグローバルに投入開始

日産は、ハイレスポンス・高出力・低燃費・クリーンな排出ガスのバランスを高次元で実現する、VVEL（バルブ作動角・リフト量連続可変システム）をグローバルに投入します。VVELはアクセルペダルの踏み込み量に応じて、エンジンの吸気バルブの作動角とリフト量を連続的に可変制御し、吸気バルブで直接、吸入空気量をコントロール。さらにC-VTCとの組み合わせによって、バルブタイミングとリフト量の制御が可能となり、吸気抵抗の低減、吸入空気の応答性を飛躍的に向上させ、動力性能の向上とCO₂排出量を約10%*低減する環境性能の両立を実現しました。

*VVEL装着の有無で比較した場合のエンジン単体でのCO₂削減効果（社内測定値）

リッター30km以上の燃費実現へ

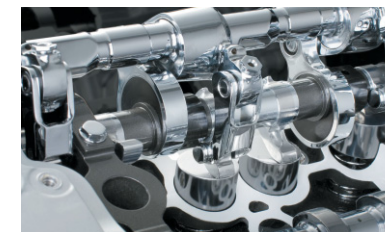
日産は、2010年を目標に、ハイブリッド車と同等レベルまでCO₂排出量を削減するガソリンエンジン車を日本市場から順次投入します。これは、3リッターのガソリンで約100km走行できる、リッター30km以上の燃費を実現するクルマです。ガソリンエンジンでこのような「3リッターカー」を実現した例はまだありませんが、効率が非常に高い過給エンジンや次世代CVT、統合制御システムなど多くの先端技術によって実現します。

CO₂排出量の削減に効果的なクリーンディーゼル車の投入

排出ガスを低減したクリーンディーゼル車は、CO₂排出量の削減に対応する技術としても期待されています。日産は、バイオディーゼル混合燃料でも走行するクリーンディーゼルエンジンをすでに欧州市場へ投入しています。さらに2007年には、初めて「キャシュカイ」に2リッタークラスのクリーンディーゼルエンジン（Euro4対応）を搭載し、欧州に投入しています。今後は2010年度より、将来排気規制をクリアするクリーンディーゼルエンジンを日本、北米、中国へ順次拡大していきます。北米では、2010年に「マキシマ」に搭載する予定です。

バイオ燃料100%で走るクルマを開発

バイオ燃料は、サトウキビ、とうもろこし、建築廃材などの植物から生成される燃料です。バイオ燃料を使ったクルマから出るCO₂は、もともと植物が成長するときに大気中から吸収したCO₂なので、バイオ燃料はCO₂を増やさない、再生可能なエネルギーとして注目されています。すでに日産では、世界中で販売するすべてのガソリンエンジン車がバイオエタノールを10%まで混合した燃料（E10）に対応しています。北米では現在、エタノールを85%まで混合した燃料（E85）に対応したクルマ「タイタンFFV」「アルマーダFFV」を発売しています。ブラジルにおいてはバイオ燃料100%で走るクルマを3年以内に販売する予定です。



2007年米国より発売予定のVVEL



2007年欧州にて発売したクリーンディーゼルエンジン



北米で販売している、バイオ燃料を85%まで混合した燃料（E85）対応の「タイタンFFV」

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

独自システムを搭載したハイブリッド車

ガソリンエンジンと電気モーターを組み合わせるハイブリッド車(HEV)は、CO₂排出量が少なく、排出ガスもクリーンという優れた環境性能が特徴です。日産は、2006年に「アトラス20 ハイブリッドモデル」を発売しました。2007年には北米で「アルティマ ハイブリッド」を発売し、さらに2010年度の北米、日本への投入を目標に日産の独自システムを搭載したハイブリッド車を開発します。

プラグイン・ハイブリッド車を推進

CO₂排出量の削減に有効な技術として、プラグイン・ハイブリッドの研究開発も推進しています。プラグイン・ハイブリッド(Plug-in HEV)は、家庭用電源からバッテリーに充電した電気エネルギーを使ってモーター走行し、電気自動車と同様にCO₂を排出しない走行が可能になります。

次世代燃料電池車

燃料電池車(FCV)は、水素と酸素からつくる電気エネルギーを動力源として走ります。走行時に排出するのは水だけで、CO₂や排出ガスを出さないクリーンなクルマです。日産は、70MPaの高圧水素タンクや自社開発の燃料電池スタックなどを搭載した「X-TRAIL FCV」2005年モデルでガソリン車並みの航続距離および加速性能を実現するなど、積極的に開発を続け、日本において2003年度より限定リース販売を行っています。さらに2010年代の早い時期には、日産独自の燃料電池スタックにさらなる改良を加えた次世代燃料電池車を北米および日本で販売する予定です。

日本から新型電気自動車の投入

モーターと電池で走行する電気自動車(EV)も、走行時にCO₂や排出ガスを出さないクリーンなクルマです。日産は、1960年代から電気自動車の開発を進め、数多くのクルマを発表・販売してきました。今後は、充電設備などインフラの整備を他業界と連携して推進し、2010年までに実証実験を行い、2010年代の早い時期に日本から新型電気自動車を投入すること目指しています。

電動車両の普及を目指した技術開発

電動車両を実現するための基幹技術は、モーター、バッテリー、インバーターの3つです。これまでも日産はこれらの開発に注力してきました。「ニッサン・グリーンプログラム2010」においても、実用化に向けてモーター、バッテリー、インバーターの進化、コストダウンをさらに推し進めていきます。日産は、バッテリー会社設立を含めた取り組みを継続して、今後さらなるコスト低減と性能の向上を目指し、開発したバッテリーは、ハイブリッド車、次世代燃料電池車や電気自動車への搭載を予定しています。



「アルティマ ハイブリッド」は、本来の加速感や動力性能を損なうことなく、低エミッションと優れた燃費性能を実現



最新の燃料電池車「X-TRAIL FCV」2005年モデル



2005年東京モーターショーで発表された次世代電気自動車のコンセプトカー「Pivo(ピボ)」



従来の円筒型リチウムイオンバッテリーと比較して、体積1/2以下で1.5倍のパワーを実現する「コンパクトリチウムイオンバッテリー」

NECとリチウムイオンバッテリー量産会社の設立を合意

日産は、日本電気（NEC）、NECトーキンとともに、合併会社オートモーティブ・エナジー・サプライ（AESC）の設立を発表しました。AESCは、2009年度までに、日産だけではなく全世界の自動車産業関連メーカー各社に電気自動車用のリチウムイオンバッテリーを供給することを目指しています。AESCの設立は、リチウムイオンバッテリー技術が、持続可能なモビリティ社会を実現する重要なソリューションであるとの理解に基づくものです。



オートモーティブ・エナジー・サプライの設立
発表記者会見

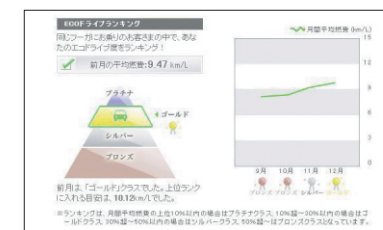
ITS・エコドライブへのアプローチ

クルマはその使い方によっても燃費が左右されます。日産では、渋滞改善など道路交通問題の解決策として有望視されているITS*（高度道路交通システム）の実用化に向け、神奈川県において、ITSを活用した交通事故低減や渋滞緩和などの可能性を検証する「SKYプロジェクト*」を2006年10月から実施。他業種との連携により、自動車メーカーの枠を超えた交通環境改善に向けた社会インフラ実現への取り組みも行っています。

※ITS: Intelligent Transport System
※SKYプロジェクト: Start ITS from Kanagawa, Yokohamaプロジェクト

カーウイングスでエコドライブ・ランキング

日本においては、CO₂排出量の削減を着実に推進していく取り組みとして、カーナビゲーション向け情報サービス「カーウイングス」を利用し、エコドライブをサポートする新サービスを2007年1月より開始しました。このサービスは、お客さまのクルマからカーウイングスセンターに送信される車両情報をもとに平均燃費を計算、メンバー向けホームページ上に毎月ランキング形式で燃費効率を表示することで、楽しみながら、継続的なエコドライブに取り組んでいただける環境づくりをお客さまに提供しています。



ECO (エコ) ドライブランキング

Link

「ECOドライブランキング」に関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。
<http://drive.nissan-carwings.com/WEB/index.htm>



英国日産自動車製造会社の風力発電

事業活動でのCO₂排出量削減への取り組み

グローバルで省エネルギー対策を推進し、生産過程でのCO₂を削減

生産過程でのCO₂の排出は、そのほとんどが化石燃料によるエネルギー使用に起因しています。日産独自の生産方式である「日産プロダクションウェイ(NPW)」を推進する中で、日産は、より少ないエネルギーでクルマの生産を実現するために、効果的な省エネ活動を進めています。

たとえば、技術の改善では、より効率の高い生産設備や工法への改善、省エネ型の照明の導入などがあります。また運営面では、ロスが少ない操業やきめ細かい照明や空調の管理などさまざまな改善を行っています。これら最適な削減手法や事例をグローバルの拠点間で共有し、採用を拡大しています。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

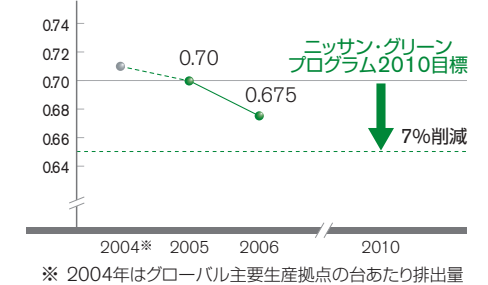
さらに、それぞれの生産拠点の立地条件に合わせた自然エネルギーの活用も進めています。英国日産自動車製造会社では2005年から工場内に風力発電を導入、日本でも日産自動車横浜による風力発電プロジェクトに参加しています。太陽光エネルギーについても、スペインの日産モトル・イベリカ会社では太陽光発電パネルの設置、メキシコ日産自動車会社でも太陽熱エネルギーを利用して温水をつくっています。

このように、日産では、省エネルギー技術で先行してきた日本での経験・知識を世界各工場で活用することをはじめ、各国工場が相互に学びあいながら積極的にCO₂削減活動を行っています。私たちはこの活動をグローバル規模でさらに促進させていくため、「グローバル台あたりCO₂排出量*」を指標にしました。2010年度までにCO₂排出量を2005年度比で7%削減することを目標にしています。この数値の低減により生産拠点グローバル全体でのCO₂排出量を下げています。

2006年度のグローバル生産拠点における台あたりCO₂排出量は約0.675トンで、2005年度に比べて約4%減少しました。

*グローバル台あたりCO₂排出量：グローバルの日産生産拠点から排出されるCO₂総量を、日産車の全世界生産台数で割ったもの

● グローバル生産拠点における台あたりCO₂排出量(t-CO₂/台)



北米日産生産工場が米国EPAエナジースター賞を初受賞

テネシー州スマーナとミシシッピ州キャントンにある北米日産会社の自動車製造工場が、米国環境保護局(EPA)のエナジースター賞を受賞しました。エナジースター賞は、エネルギー利用実績を測定するEPAの工場エネルギーパフォーマンス指標に基づき、米国内で上位25%以内のエネルギーパフォーマンススコアを達成した企業に贈られる賞です。初の受賞となった2工場では、公害、エネルギー消費およびコストを削減した高効率のオペレーションが認められました。



EPAエナジースター賞表彰式

横浜市風力発電プロジェクト、「Y-グリーンパートナー」に協賛

「環境行動都市」の実現を目指す横浜市は、地球温暖化対策、自然エネルギーの利用促進の一環として、臨海部に風力発電施設を設置する「横浜市大型風力発電事業」を展開しています。日産もこの事業に協賛し、ここで発電された電力を「グリーン電力」として購入しており、横浜市から環境行動を共にする「Y-グリーンパートナー」に認定されました。



横浜市の風力発電

日産モトル・イベリカ会社での太陽光発電、太陽熱エネルギー利用プロジェクト

スペインにある日産モトル・イベリカ会社のバルセロナ、アビラの生産工場では、現在工場の屋根に太陽光発電設備を設置しており、2007年5月より稼働を開始しています。また、アビラ工場では太陽熱エネルギーで温水をつくるためのソーラーパネルも設置中です。このような太陽光利用は、欧州における自動車会社では初の試みです。これらにより、年間で合計約260Mwh発電することができ、約380トンのCO₂排出量を削減できます。スペイン政府による京都議定書のCO₂削減目標の達成に貢献しています。



日産モトル・イベリカ会社の太陽光発電

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

物流の積載率向上とモーダルシフトによりCO₂を削減

生産活動に欠かせない物流の主な担い手は、CO₂を多く排出するトラック輸送です。このため日産では、状況に応じて鉄道や船舶輸送への切り替えを行うモーダルシフトを推進しています。物流全体で効率化を図り、CO₂排出量を削減するため、モーダルシフトによるトラック輸送量の低減と部品梱包仕様の改善による積載率向上という2つのアプローチに取り組んでいます。

2006年度の日本国内のCO₂排出量は108,728t-CO₂でした。また、「日産・グリーンプログラム2010」の目標策定にともない、物流でのCO₂排出量のマネジメントについて、これまでの算出方法を見直し、改良トンキロ法および燃費法に基づく算出へ変更しました。この改訂にともない、対象範囲についても見直しを行っており、2006年度は完成車や生産用・補修用部品の日本国内輸送、日本国内港間輸送をはじめ、事業所間の郵便配送、産業廃棄物処理、販売会社への広告配布などまでを把握対象としています。今後は、日本国内港と海外港を結ぶ海上輸送や、北米、欧州、そのほかの地域での国内輸送についても把握・管理を広げていく計画です。

積載率の向上

日産は、日本の自動車メーカーとして初めて自社手配によるトラックがサプライヤーを回り、必要な部品を引き取る「引取輸送方式」を採用しています。それまで一般的だった、サプライヤーが個々のトラックで納品する「送り込み方式」に比べて積載率が向上し、1日あたり10トントラック2,500台を使用していた納入が、2,200台にまで削減されました。この引取輸送方式は中国・タイでも採用し、今後も拡大を計画しています。また欧州では、ルノーとの間で部品の共同輸送を実施しています。完成車輸送では以前より英国と欧州大陸間でルノーとの共同フェリー輸送を採用していますが、2004年1月からは他社とも提携を広げて、相互利用による効率輸送を行っています。

一方、部品を収納する容器の工夫にも力を入れています。自動車の部品は、容器に収納され、パレットと呼ばれる荷台に積み重ねて輸送します。日産では、部品を効率的に収納するために、55種類の容器を独自に開発。空容器を戻す際に容積を減らすために折り畳み式を採用し、約10%の積載率向上を実現しました。

多様な輸送手段を活用

日産は、トラック輸送から海上輸送、鉄道輸送へのモーダルシフトを推進しています。遠隔地向けの完成車や部品の輸送については、日本では51%が海上輸送です。また、関東と九州間で各部品メーカーから九州工場に向けてトラックで輸送していた部品を、CO₂排出量が船舶の半分以下となる鉄道コンテナ輸送に切り替えました。日本でのクルマの発注が増える2～3月期には、上下段に各1台のクルマが積載可能な2段式コンテナの専用列車「日産カーパック」による効率輸送を実施。2007年2～3月期には、輸出用スポーツカーの生産工場である栃木工場から横浜の本牧専用埠頭まで約1,500台をこの方法で輸送しました。モーダルシフトは今後も順次拡大させていきます。



船舶へのモーダルシフト



鉄道へのモーダルシフト

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

販売会社、オフィスでの取り組み

販売関連では、日本国内の全販売会社で行っている日産グリーンショップ活動をいっそう発展させ、包括的なCO₂マネジメントを導入。2007年度には販売店が行う全活動のCO₂排出量を把握し、2008年度より目標値を設定した本格的な管理を開始します。

また、オフィスとしては、2009年に竣工する横浜新本社および、2007年度に完成した日産先進技術開発センターにおいて、環境への配慮を徹底した設計を進めています。2つの新たな施設は、国土交通省が支援するCASBEE（建築物総合環境性能評価システム）で、最高レベルのSランクを取得できる見込みです。CASBEEは、日本政府による京都議定書の目標達成計画の中で、住宅の省エネルギー性能の向上という施策として掲げられており、日産はこの目標達成に貢献しています。加えて、横浜新本社は2007年3月に横浜市の自治体版CASBEEの認証も取得しています。

事業活動で生じたCO₂を植林により相殺する取り組み「カーボン・オフセット」

英国日産自動車会社では、2006年10月にカーボン・ニュートラル・カンパニー社の提供する「カーボン・オフセット・プログラム」に参加し、スコットランドのカリフラン・ワイルドウッドで約180本の植林を行いました。これは2006年9月18日から年末までの期間に英国日産自動車会社のイベントに参加するためにジャーナリストが利用する飛行機や広報部所有の試乗車からのCO₂予測排出量に相当します。このプロジェクトはカリフラン・ワイルドウッドの森を再生させ、今後100年間で3万トンのCO₂排出量を相殺させることを目的にしています。

大気・水・土壌の保全

環境性能という価値をクルマづくりに込めて

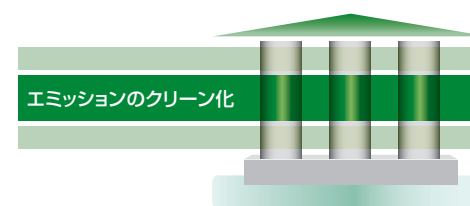
日産は1960年代の公害問題に端を発したクルマの排出ガス規制、使用済み自動車の廃棄時に水・土壌へ影響を及ぼす環境負荷物質の使用制限、車室内の揮発性有機化合物（VOC）低減など、あらゆる法規制に対応し、いち早く規制あるいは自主的な目標に適合するクルマを提供してきました。現在もっともクリーンなガンリン車の排出ガスレベルは、1970年代当初の規制に対して1/100～1/250のレベルにまで向上しています。私たち日産はクルマのライフサイクルや企業活動が大気・水・土壌に及ぼす環境負荷を可能な限り最小にし、新たな価値に変えていくこと、そしてそれに応える技術の開発に日々、力を注いでいます。



横浜新本社ビル完成予想図



横浜CASBEE表彰式



求められる環境品質をグローバルレベルで

大気・水・土壌に影響を及ぼす物質の使用・排出を低減していくには、クルマの開発・生産・使用・廃棄までのライフサイクルでとらえていく必要があります。

日産の商品が及ぼす環境負荷には、まず車両使用段階での排出ガスがあります。各国の排出ガス規制をみると、欧州のEURO4*、EURO5*、米国EPA Tier2*規制やゼロ・エミッション車（Zero emission vehicle, ZEV）規制、日本の新長期規制など、その基準がますます厳しくなっています。とくにCO₂対策として有効なディーゼル車については、今後規制強化が見込まれ、ガソリン車と同等レベルの規制適合が求められていきます。加えて、中国をはじめとした国々においても、日米欧並みの排出ガス規制が、大きなタイムラグなく適用される傾向にあります。

また、車室内で発生するホルムアルデヒドやトルエンなどのVOCによる健康への影響も最小化しなければならぬと考えています。日本自動車工業会は、車室内VOC低減に対する自主取り組みとして、2007年4月以降に日本国内で生産し、発売する新型乗用車から、厚生労働省が定めた指針値指定13物質に対して指針値を満足させることとしています。さらに、生産工場内の塗装ラインで発生するVOCについても最小化が必要です。

材料における環境負荷物質は、欧州ELV指令（使用済み自動車に関する指令）をはじめとする規制において各国で使用制限が進められています。日産は部品のグローバルな調達を拡大していく中で、すべての事業地域で環境負荷物質を削減していくという社会的責任を強く認識しています。さらに2006年12月、欧州委員会で採択された新たな化学品規制のREACH規制（Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals）に沿って、サプライチェーンにまでさかのぼり、幅広く化学物質の使用を管理していきます。

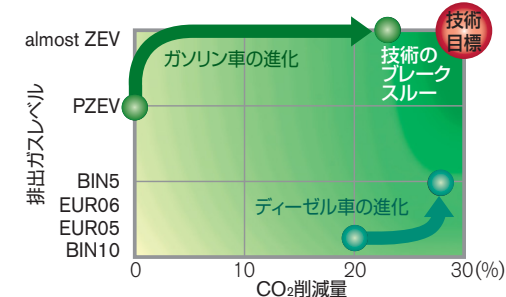
※EURO4、EURO5：欧州連合排気規制第4段階、第5段階

※EPA Tier2：米国環境保護庁による排出ガス規制第2段階

いち早く将来の環境基準に適合する開発に着手

日産は将来を予見し、厳しい自主規制や目標を掲げて、商品の設計や生産を行ってきました。2000年1月、米国で発売した「セントラCA」は、ガソリン車としては世界で初めて、カリフォルニア州大気資源局（CARB）が制定する排出ガス基準値をクリアし、PZEV*の認定を受けました。2000年8月に日本で発売した「ブルーバード シルフィ」が運輸省の定める超・低排出ガス車（U-LEV*）の認定を日本で初めて取得。2003年には国内で初めて、U-LEVの約半分の排出ガスレベルに相当する「平成17年基準排出ガス75%低減レベル（SU-LEV*）」の認定も受けています。

ガソリン車とディーゼル車の進化



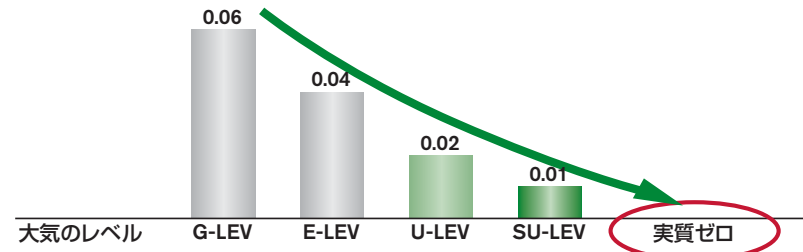
■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

さらに、「大気並みにクリーンな排出ガス」を究極の目標とし、研究開発を推進しています。「日産・グリーンプログラム2010」では、各国の排出ガス規制に適合したクルマを早期に投入し、順次拡大していくことを2010年までの中期目標としています。

※PZEV: Partial Zero Emission Vehicle 米国カリフォルニア州大気資源局が制定
 ※U-LEV: Ultra-Low Emission Vehicle 平成12年排出ガス規制適合車に対して窒素酸化物 (NOx) と炭化水素 (HC) を75%低減させたクルマ
 ※SU-LEV: Super Ultra-Low Emission Vehicle 平成17年排出ガス規制適合車に対して窒素酸化物 (NOx) と非メタン炭化水素 (NMHC) を75%低減させたクルマ

低排出ガス車による排出ガス低減の推移と目標 (NOx/HC) [g/km]



トップレベルの技術を早く広く普及させ、環境負荷総量を削減

日産は、排出ガスのクリーン化は、まずガソリンエンジンから進めることが必要かつ有効と考えています。ガソリンエンジンのクリーン化にはこれまで蓄積してきた、自動車メーカーの中でもトップレベルの触媒技術を生かし、お求めやすい価格で効果の高い技術を提供していきます。

2006年5月には、日本における日産の販売台数のうち80%が、排出ガスのクリーン度が最高ランクである4つ星のSU-LEVに認定されました。その結果、販売台数の40%を電気自動車にした場合とほぼ同等の窒素酸化物 (NOx) と炭化水素 (HC) の削減効果が得られると試算しています。

ライフサイクルで環境負荷物質を削減

使用材料における環境負荷物質の削減についても、対応を推進しています。法規や指針値などは各国さまざまですが、部品の調達グローバルな領域へ拡大していることから、日産では、グローバルに同一基準で順次対応していくことを方針としています。

また、クルマの生産過程で発生するVOCも、法規制化に先駆けて、使用の削減と排出量の低減という両面から取り組んでいます。具体的には、VOC排出が少ない水系塗装への計画的な切り替えや、塗料やシンナーの使用量そのものの低減および使用シンナーの回収などにより、VOCの削減に取り組んでいます。

SU-LEVに適合している主なクルマ



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

商品・技術での大気・水・土壌の保全への取り組み

世界をリードする触媒技術で、各国の排ガス規制を早期にクリア

日産は1970年に制定された米国マスキー法への適合にはじまり、世界初のPZEV認定や日本初のU-LEV認定など、触媒技術の分野において世界トップクラスに位置づけられています。

日産は、日本で販売するガソリン乗用車台数の80%をSU-LEVにするという目標を2006年5月に達成し、2007年3月末現在、SU-LEVの比率は84.4%になっています。日産は今後も引き続き、SU-LEVの普及拡大に取り組んでいきます。2005年12月末より中国全土に先駆けてEURO3導入を開始した北京市では、「ティータ」でEURO3の排出ガス基準をクリアし、「シルフィ」ではEURO4の認可を取得しました。さらには他社に先駆け、触媒などの故障を知らせる車載故障自己診断装置(OBD*)を搭載し、北京市環境保護局から認可されました。欧州でも、EURO4規制に対し着実な取り組みを進めており、法規の適用に先駆けて、2003年から適合したクルマを導入しています。

※OBD: on-board diagnostic systems 排出ガス制御システムの車載故障自己診断装置



「ティータ」(中国モデル)

ディーゼル車のさらなるクリーン化

排出ガスのクリーン化が求められるディーゼルエンジンでは、黒煙を捕集・酸化除去するディーゼルパーティキュレートフィルター(DPF)、NOx吸着触媒、酸化触媒などの搭載技術により、将来規制を早期にクリアするクリーンディーゼル車を投入していきます。

2007年には欧州においてEURO4に対応するDPFを装着した2リッタークラスのクリーンディーゼルエンジンを「キャシュカイ」に搭載し、投入しました。さらに、2010年より、日本のポスト新長期規制、北米Tier2 Bin5、欧州EURO5相当をクリアするクリーンディーゼル車を投入していきます。



クリーンディーゼルエンジンを搭載した「キャシュカイ」(欧州)

車内外クリーンエア

日本では、2006年12月にクリーンエアビークルとして、「排出するガスも車内の空気もきれい」というコンセプトによるコンパクトカー6車種を発表しました。全車がSU-LEVに認定されており、同時に良燃費であることから、グリーン税制において最高額の優遇税制が適用されます。さらに、排出ガス検知式内外気自動切り替え機構や高性能フィルターなどにより、車内の空気もクリーンに保つことができます。



「キューブ キュービック」

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

中国政府との合意によるOBD専門家の育成プログラム

中国では排出規制が強化され、新型車へのOBD設置の義務づけが2005年12月30日より北京市で開始されており、国家レベルでも2008年7月1日より施行されます。このため中国政府では、専門家の育成が急務となり、日産は中国国家環境保護総局との合意により、3か年事業としてOBD専門家育成プログラムを実施してきました。このプログラムには、3年間で延べ21名が参加しています。

また日産は、2004年7月にも北京市において関係者を対象としたOBDセミナーを開催したほか、他社に先駆けてOBDシステムを搭載した「ティアナ」と「ティーダ」で認証取得を果たすなど、中国の大気環境改善への取り組みにも積極的に関与しています。



OBD専門家育成プログラム

グローバル統一基準で環境負荷物質を低減

日産は、2007年7月以降、グローバルに市場導入する新型車から、重金属4物質（水銀、鉛、カドミウム、六価クロム）および特定臭素系難燃剤PBDE*類の使用を制限（禁止・削減）、車室内VOCを順次低減していきます。欧州においてはELV指令に従い、2007年7月時点の全販売車について重金属4物質を免除品を除いて全廃しました。

車室内VOCについては、発生を抑えるため、シートやドアトリム、フロアカーペットなど車室内で使用される部材や接着剤などの見直しを行っています。2005年にマイナーチェンジした「キューブ」「キューブキュービック」をはじめとして、日本自動車工業会の自主取り組みである、厚生労働省が定めた指針値指定13物質に対して指針値を前倒しで達成しています。

*PBDE: ポリプロモジフェニールエーテル



車室内VOC濃度を厚生労働省の指針値以下に低減している「ブルーバード シルフィ」(日本)

事業活動での大気・水・土壌の保全への取り組み

生産段階における環境負荷削減の取り組み

日産は、生産工程においても環境負荷物質に関する管理基準と仕組みを徹底し、使用量と排出量の双方を低減する活動に取り組んでいます。また、各国それぞれの法規に対しても、より高いレベルでの対応を目指しています。たとえば、日本においてはVOC規制が2006年度施行、2010年より適用されますが、水溶性塗料への切り替えや除去処理装置の設置などにより、前倒しで達成しています。



揮発性有機化合物 (VOC) が少ない水系塗装ラインへの切り替え(九州工場)

資源循環の推進

つねに最適な手法でグローバルに資源循環の取り組みを推進

グローバル自動車メーカーである日産は、資源をさまざまな形で使用しています。また、昨今の原油価格や希少金属価格の高騰は、日産にとってもビジネスの根幹に関わる課題です。

こうした状況も加味しながら、モビリティがある生活という豊かさを世界中の人びとに提供し続けるために、日産は「資源を大切に有効利用し、環境負荷を最小にする」ことを基本姿勢として、それぞれの地域の事情に合う最適な手法で、資源循環に取り組んでいきたいと考えています。

通常、普通乗用車は1台あたり1~2トンの重量があり、鉄、アルミニウム、樹脂、銅を含むさまざまな限りある貴重な資源からつくられています。また、走行時にはエネルギーとして化石燃料を使用します。昨今の原油価格や希少金属価格の高騰は、これらの資源の有限性の有無によらず、その有効な活用が私たち日産にとってビジネスの根幹に関わる課題であることを改めて認識させられました。

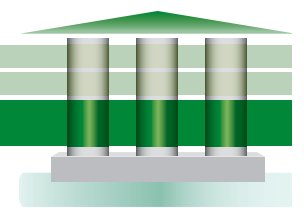
こうした中、各国で資源を有効利用するための取り組みが進められています。日本や欧州は、早くから自動車リサイクルを行っており、2000年発効の使用済み自動車に関するEU指令（ELV指令）に続いて、2005年には日本でも自動車リサイクル法が制定され、より高度なリサイクルの仕組みが整備されつつあります。今後は中国などの新興国でも、自動車の販売台数急増により使用済み自動車が増加すると予測されており、対応が始まっています。

再び資源として生まれ変わらせるために

日産は、自動車リサイクルによる持続可能なモビリティ社会の実現を目指しています。廃棄物となるものをはじめから減らす（リデュース）、再使用する（リユース）、再生利用する（リサイクル）という3つの視点を基本に、クルマのライフサイクルのあらゆる段階で、限りある貴重な資源を有効利用し、効果的に循環させる取り組みを行っています。

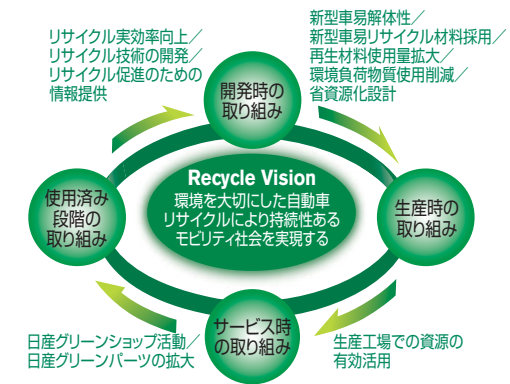
日本においては、「ニッサン・グリーンプログラム2010（NGP2010）」で掲げた目標である「2015年までに使用済み自動車のリサイクル実効率95%達成」という自動車リサイクル法の基準を5年前倒して、2010年での達成」を目指して取り組んでいます。目標達成のためにさまざまな活動を行った結果、当初の目標よりもさらに早く、法の基準を9年、「NGP2010」の目標を4年前倒して2006年度でリサイクル実効率95%を達成しました。

資源循環



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

Global Nissan Recycling Way



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

今後はこの活動をグローバルへ広げ、ルノーとの協働による欧州での使用済み自動車回収ネットワークを構築するなど、リサイクル実効率95%達成に向けた活動を推進していく計画です。

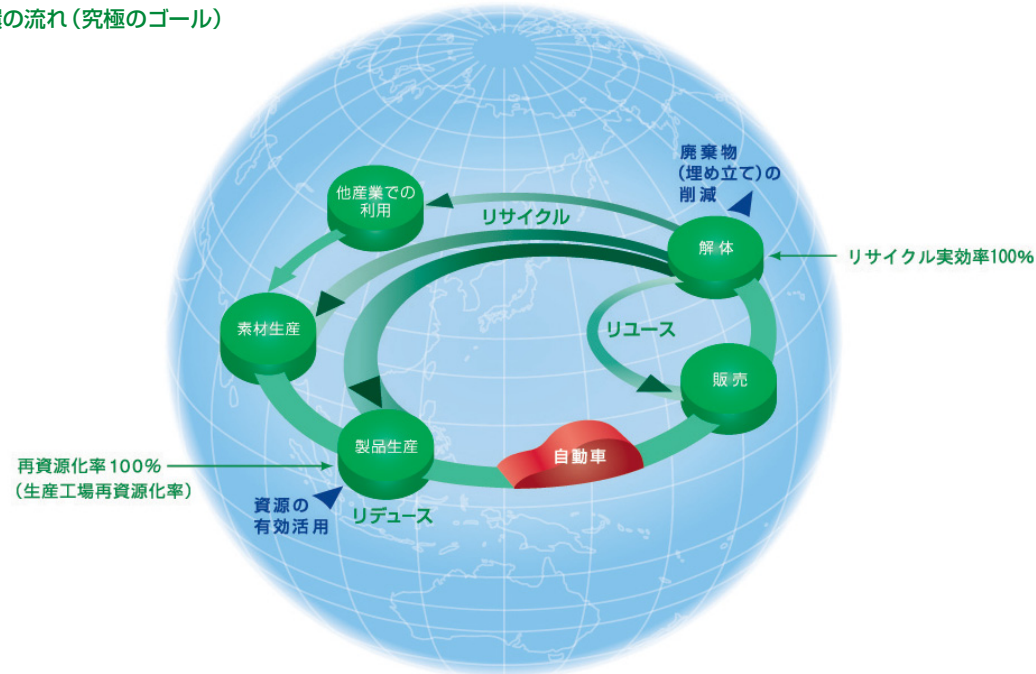
開発段階では環境に負荷を与える物質の使用を避けて、リサイクルのしやすさを考慮した設計を行います。また、枯渇性資源の使用量を削減するために、再生プラスチックなどの再生材の利用や、植物由来の再生可能な資源を利用した素材などの利用も検討しています。現在は修理などで交換したバンパーを新車の材料に戻す取り組みを行っており、この取り組みを促進していくとともに、品質の面から技術的に困難だった使用済み自動車から樹脂部品を回収し、新車部品に適用する仕組みの構築も検討中です。

生産段階では、各工程で発生する廃棄物を可能な限り削減、再利用、再生利用します。販売・サービス段階も、再利用部品の提供という重要な役割を担っています。さらに使用済み段階では、クルマの解体のしやすさ、リサイクルのしやすさの観点からさまざまな研究を行い、研究による成果や技術を各段階にフィードバックして、いっそうの改善に取り組んでいます。とくに日産は、クルマの部品をほかの製品にリサイクルするのではなく、可能な限りクルマからクルマへリサイクルし、材料の質を下げないリサイクルを追求しています。

これらの取り組みにより、日産は「再資源化率を100%にする」という究極のゴールを目指します。使用済み自動車については、グローバルでリサイクル実効率95%達成に向けた取り組みを進めていきます。

また、持続可能な社会の実現には、社会の多くの方々との連携が不可欠です。日産は資源の有効活用を進めていくうえで、企業の枠を超えたパートナーシップの構築を重視しています。そして、その相乗効果が生み出す、資源循環という大きな輪へつなげていきたいと考えています。

資源循環の流れ(究極のゴール)



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

リサイクル設計の取り組み（開発段階）

開発から使用後まで、クルマのライフサイクルを見据えた設計を実践

限りある貴重な資源をいかに有効活用できるか、そのノウハウの構築は持続可能な事業を実現するうえで必須要件となります。日産は、新型車の設計段階から、使用済み後のことを考えた設計を行い、環境に負荷を与える物質の使用を回避し、リサイクルのしやすさを考慮しています。日本では、これまでリサイクル可能率を95%以上にすることを目標に取り組んだ結果、2005年の「ノート」以降は、すべての新型車で達成しており、より高い目標に向かって開発を進めています。

さらに日産はルノーとのアライアンスによって、設計の初期段階でクルマのリサイクル率やリサイクル時のコストを算出するリサイクルシミュレーションシステム「オペラ (OPERA)」を開発、リサイクル性を考慮した設計に活用しています。

リサイクル可能率95%以上達成「スカイライン」の例



資源の有効活用（生産・物流段階）

再資源化率*100%を目指す、生産過程での廃棄物削減への取り組み

日産は生産過程でも廃棄物を削減するため、リデュース・リユース・リサイクルを推進する3R活動を行っています。「日産・グリーンプログラム2010」では、日本において再資源化率100%の達成、グローバルでは各国の自動車業界におけるベストレベルを目標に掲げて取り組みを進めています。日本では、

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

2006年度に新たに達成した栃木工場と座間事業所および連結製造会社である日産車体、日産工機を含め、合計4工場と1事業所および連結製造会社2社が再資源化率100%をすでに達成しています。

※再資源化率：廃棄物発生量のうち、熱回収を含めて再資源化し、活用した廃棄物の割合

リターナブルパレットの導入拡大などによる部品梱包仕様の改善

日産は最終的に廃棄物となっていた梱包用の木製パレットを、早くからスチールやプラスチックなどの素材に変更し、パレットのリターナブル化に取り組んできました。2001年からはルノーとのリターナブルパレットの共用化体制を推進しており、ほぼグローバルで切り替えを完了しています。さらにアジアでは中国などでも、リターナブルパレットを採用しています。また、部品の梱包方法を見直すことにより、荷物の体積を削減し、梱包材の使用量を削減する活動も行っています。たとえば、モジュール部品を一部分解し、個別に容器に入れることにより、一部品あたりの必要体積を約半分にまで削減することができます。

市場および販売会社におけるリサイクル活動（サービス・使用済み段階）

販売会社の「日産グリーンショップ」認定制度

日本国内の販売会社では、お客さまにもっとも近い立場として責任ある環境への配慮を促進するため、日産独自の環境マネジメントシステム「日産グリーンショップ」認定制度を基盤とした取り組みを行っています。各社に環境の担当・統括責任者を配置し、確立された責任体制の中で、環境関連法規などへの対応、使用済み自動車や廃棄物の適正処理および環境設備管理、お客さまへのPRなどを行っています。



日産グリーンショップ認定ステッカー

中古部品の再利用を促進する「ニッサングリーンパーツ」

日産のクルマを使用済み自動車として処理する際、再利用可能な部品はリサイクル事業者の方々がないに取り外し、日産が回収・品質確認を行ったうえで、販売会社において、修理用の中古部品「ニッサングリーンパーツ」として販売しています。現在取り扱っている部品は、洗浄して品質を確認した「リユース部品」と、分解整備して消耗部品の交換を行った「リビルト部品」の2種類を含む計42品があります。2006年度の売上高は21.7億円を超えました。廃棄物の削減効果はもちろん、お客さまにとっては、新品の1/3～1/5の価格で部品（リユース部品の場合）をご購入いただけるというメリットがあります。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

使用済みアルミホイールを再生素材として再利用

日産自動車独自の取り組みのひとつに、アルミホイールの回収・リサイクルがあります。日本全国のリサイクル事業者と協力し、日産車のアルミホイールだけを分別回収。不純物の少ない高品位のアルミ再生素材として、金属の質を下げずに、サスペンションなど重要な部品に再利用しています。現在、月平均で100トンのアルミホイールを回収し、リサイクルしています。

より実効性のあるリサイクルのために、クルマの解体実証実験を実施

使用済み自動車のリサイクル率向上のために、日産はリサイクル事業者と協力し、クルマの解体実証実験を行っています。使用済み自動車の適正な処理、材料のリサイクル、部品再利用のための効率的な解体方法などについて、解体に即した研究と実験を重ねています。得られた研究の成果は製品開発部門にフィードバックされ、実際のクルマの設計に反映されます。また、この実証実験によって開発されたエアバッグ処理装置は、自動車リサイクル法に準じて実際に活用されています。

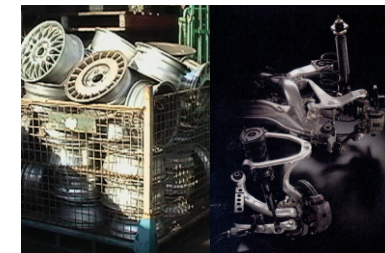
業界全体でリサイクル業務の効率化を推進し、自動車リサイクル法に対応

2005年1月に、日本で自動車リサイクル法が施行され、自動車メーカーにシュレッダーダストとエアバッグ類、フロン類の引き取りとリサイクルが義務づけられました。

日産自動車は、自動車リサイクル法に対応し、シュレッダーダストのリサイクル業務の効率化な運用のため、自動車メーカーなど11社とリサイクル促進チーム「ART(エイ・アール・ティ)*」を結成。ARTのリーダーとして社会と連携しながら、業界全体でリサイクル業務の効率化を推進しています。

2006年4月～2007年3月の日産自動車におけるシュレッダーダストの再資源化率は73.9%でした(リサイクル実効率95.2%相当)。この結果は、2010年度法定基準(50%)はもとより、2015年度法定基準(70%)をも大幅に上回るものです。また、エアバッグ類の再資源化率も、法定基準の85%を上回る94.3%を達成、フロン類については160,200kgを引き取り、適正な処理を行っています。

*ART: Automobile shredder residue Recycling promotion Team



使用済みアルミホイールの再生利用によるサスペンション部品



解体実証実験風景

3品目の再資源化実績の概要 (2006年4月～2007年3月実績)

シュレッダーダスト	引取量	128,827.9t
	再資源化量	95,240.3t
	再資源化率	73.9%
エアバッグ類	引取重量	40,847.6kg
	再資源化重量	38,504.2kg
	再資源化率	94.3%
フロン類	引取量	160,200kg
払い戻しを受けた受託金総額		¥5,642,113,359
再資源化などに要した費用総額		¥5,523,193,204

Link

最新の実績は、次のホームページをご覧ください。
http://www.nissan-global.com/JP/TECHNOLOGY/A_RECYCLE/R_FEE

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

シュレッターダストを再資源化

日産は、自動車リサイクル法の制定以前からシュレッターダストの再資源化に取り組んできました。シュレッターダストは発熱量が大きく、熱回収する際の温度調節が課題でしたが、技術的にこれを克服。追浜工場の処理炉を一部改良して、2003年秋より、自動車メーカーとしては世界で初めて、自社工場内の既設炉を利用してシュレッターダストの熱回収による再資源化を実現しました。自動車リサイクル法の施行後は、月間約400トンのシュレッターダストを処理。燃焼時に発生するエネルギーを蒸気に換え、工場内の塗装工程で有効利用しています。



シュレッターダスト再資源化施設(追浜工場)

アライアンスでリサイクル実効率95%達成に向けた活動を推進

欧州では2000年10月にELV指令が発効され、製造事業者または販売会社(ディストリビューター)は使用済み自動車の回収とリサイクルについて責任を負うことになりました。欧州日産自動車会社とフランスのルノー本社は、アライアンスのシナジー効果が得られる地域において、共同でEU各国の使用済み自動車の回収・リサイクル網の構築、EU各国販売会社への支援を行っています。

多様な課題にこたえて

私たちは日産の商品であるクルマや事業活動が及ぼす環境への影響を考慮して、現在日産が取り組むべき3つの重要課題を設定しました。しかし、3つの重要課題以外についても、日産にとっての重要性を検証し、取り組みを進めています。そこにはさまざまな課題が存在し、中にはまだ検証途中のものもありますが、課題とそのリスク、そして日産に対する社会の期待について把握するよう努めています。

水資源の枯渇

2000年の国連ミレニアム・サミットで採択された「ミレニアム開発宣言」に沿ってまとめられた「ミレニアム開発目標」の7つめのゴール「環境の持続可能性の確保」の中では、「2015年までに安全な飲料水を継続的に利用できない人びとの割合を半減する」というターゲットが掲げられています。日産としても、クルマの生産に使用する水については、使用量の削減や排水の再利用などにより、使用量を抑制する配慮を行っています。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

生物多様性の保全

「生物の多様性に関する条約」は、1992年リオ・デ・ジャネイロ（ブラジル）で開催された国連環境開発会議（地球サミット）で採択され、条約締約国ごとに取り組みが進められています。また2006年3月に開催された締約国会議（COP8）では、産業界の参加を促す決議が採択され、企業における取り組みも加速しています。そして2007年3月にドイツのポツダムで開催された主要8カ国（G8）+途上5カ国の環境・開発大臣会合では、「ポツダム・イニシアティブ～生物多様性2010」が提案されました。今後、生物の多様性に対する取り組みがより加速することが予想されます。

日本の開発拠点における生物多様性保護の取り組み

丹沢大山の豊かな自然に恵まれた神奈川県県央に位置するテクニカルセンターでは、周辺に自然散策ができる遊歩道が設置されており、多くの市民の皆さまにご利用いただいています。また、野生動物が生息していることから、大学の生態系調査にも使われています。2006年度には生育する樹林の二酸化炭素吸収量について現地調査を実施。その際に、絶滅危惧種に指定されているエビネ*の生植も確認されました。日産は「自然との共生」の継続に努めています。

※エビネ：山地の林下に自生するラン科の多年草



日産テクニカルセンターに自生しているエビネ

Messages from Our Stakeholders

ステークホルダーからのメッセージ

社会的責任を果たそうとする 日産の姿勢に期待



国連環境計画・金融イニシアチブ
特別顧問

末吉 竹二郎 氏

日産は、「環境への取り組み」の中で、「人とクルマと自然の共生」を理想の社会像と位置づけ、その実現へ向けてCO₂排出量の削減を最重要課題とし、日産の技術力を駆使して革新的な商品を提供することを社会に約束しました。IPCC第四次報告書にもある通り、地球温暖化への対応が急がれる中、世界有数の自動車メーカーとしてその社会的責任を果たそうとする日産の姿勢は、社会からの期待に沿うものであり、私はそれを歓迎し、支持します。

とはいえ、この挑戦はそう簡単ではありません。成功に導くには社内の努力はもとより、顧客をはじめさまざまなステークホルダーからの理解と協力が不可欠です。社会との強い連携を築きあげることで、多くの困難が克服され、日産のビジョンである「人々の生活を豊かに」する具体的成果が生まれることを強く期待しています。



Improving Safety

交通事故のないクルマ社会へ

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119



安全技術の向上と啓発活動で、 交通事故のないクルマ社会を目指す

“走る楽しさと豊かさ”にあふれたクルマづくりを目指す日産は、高い信頼性と安全性の確保を、運転する人だけでなく、歩行者や他車の乗員を含めた、クルマ社会すべてにかかわる問題として取り組んでいます。危険に対する未然の回避、万一の事故に際して、被害を最小限にとどめる安全技術の開発は、各国から集められた事故データを分析し、忠実な再現実験などにより、改良と開発のプロセスを続けています。

また、クルマの性能面だけでなく、安全意識向上の啓発活動や、ITS*を活用した運転環境改善なども積極的に推進しています。日産は、環境保護や省エネルギーへの対応はもちろん、自動車メーカーとして安全を基本にしたクルマづくりをつねに進化させています。

※ITS: Intelligent Transport Systems (高度道路交通システム)

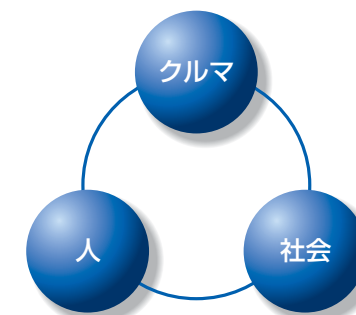
安全を基本としたクルマづくり

リアルワールドセーフティ、真に安全なクルマ社会を実現するために

統計によると、世界では1年間に約100万人もの人びとが交通事故により尊い命を失っています。2006年の日本での交通事故死者数は6,352人で、2年連続で7,000人を下回りましたが、依然として、事故発生件数の大幅な減少には至っていません。

日産は従来から、リアルワールドセーフティというコンセプトのもと、2015年までに、日産車がかかわる死亡・重傷者数を半減させる(1995年比)目標を掲げ、安全なクルマづくりに取り組んでいます。すでに、日本における日産車が関与した事故の1万台あたりの死亡・重傷者数は、2004年には1995年比で27%減、2005年には34%の減少を達成し、着実な成果を上げています。(出典: (財)交通事故総合分析センター)

日産は、現実の世の中(リアルワールド)で発生している交通事故データをグローバルに収集し、科学的にその発生原因・傾向を分析しています。さらにシミュレーションや衝突実験場での実験によって課題を明確にし、安全技術の改善を図るとともに、いかに安全な状態を維持できるかという、一歩進んだ技術



Link

安全の取り組みに関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/SAFETY/>

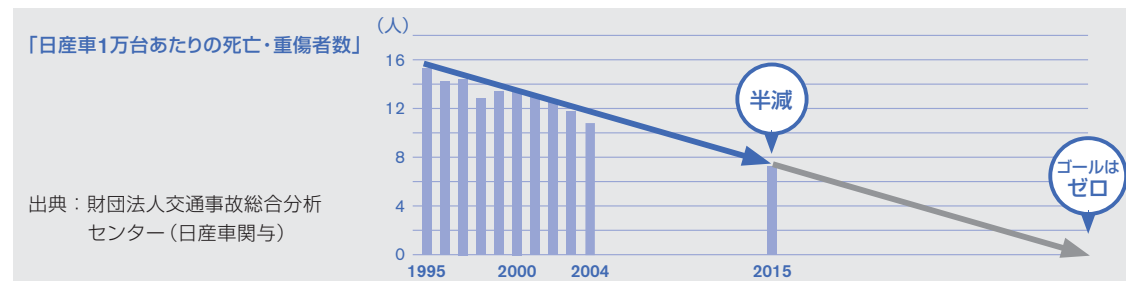
■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

安全への配慮

102 Nissan Sustainability Report 2007

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

開発にも力を注いでいます。事故分析→事故再現→安全技術開発という継続的なプロセスの運用で技術を進化させ、真に安全なクルマ社会の実現を目指す日産は、「近い将来において死亡・重傷事故をゼロにする」ことを目標に、安全技術向上を進めています。



「クルマが人を守る」、より高度で積極的な安全へのアプローチ

2004年から日産では、セーフティ・シールド「クルマが人を守る」という、より高度で積極的な安全に対する独自の考え方に基づいた技術開発を推進しています。これはクルマがおかれている状態を、「危険が顕



SAFETY SHIELD

危険が顕在化していない

- ・ 車間維持支援システム
- ・ インテリジェントクルーズコントロール(低速追従機能付)
- ・ アクティブAFS
- ・ アラウンドビューモニター

いつでも安心して運転できるようドライバーをサポートします。

危険が顕在化している

- ・ レーンデパーチャーワーニング
- ・ レーンデパーチャープリベンション
- ・ 4輪アクティブステア

危険な状態になりそうなときも安全な状態に戻すようドライバーをサポートします。

衝突するかもしれない

- ・ ABS(アンチロックブレーキシステム)
- ・ ブレーキアシスト
- ・ VDC(ビークルダイナミクスコントロール)

万が一衝突が避けられないときに被害を最小限にとどめます。

衝突が避けられない

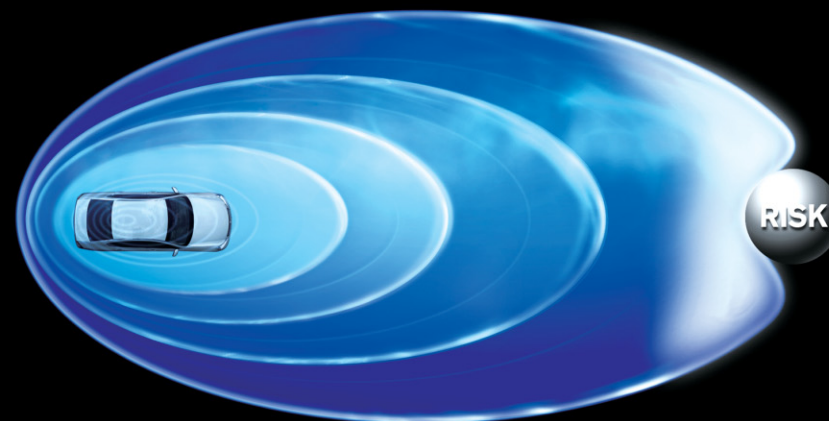
- ・ インテリジェントブレーキアシスト
- ・ 前席緊急ブレーキ感応型プリクラッシュシートベルト

衝突

- ・ ソーンボディ
- ・ SASエアバッグシステム
- ・ アクティブヘッドレスト

衝突後

- ・ ヘルプネット



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

在化していない]状態から「衝突後」に至るまで、6つの段階としてとらえ、それぞれの状態において発生する危険要因に対して、最適なバリア機能を働かせ、少しでも危険に近づけないようサポートする考え方です。

開発にあたっては、運転の主体は人であるという視点に立ち、ドライバーの運転をサポートすることに主眼をおいています。これは、ドライバーに適切な情報を伝え、ドライバーの意図通りに反応するシステムの開発を推進していくことです。危険が顕在化していない通常運転時には、ドライバーの運転負荷を軽減し、運転に集中できるサポートを提供します。そして、万一衝突の避けられない状況に遭遇した場合には、クルマ自体のシステムが作動し、ドライバーの操作をサポート。衝突に備えて被害を軽減させる技術を提供します。

2007年度には車間維持支援システム、レーンデパーチャープリベンション、アラウンドビューモニターなどを世界初の技術として投入します。

新技術紹介

いつでも安心して運転できるようドライバーをサポートします

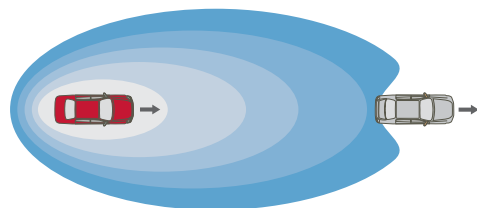
車間維持支援システム

車両前部に設置したレーダーセンサーによって検出した、先行車両との車間距離と相対速度に応じて、先行車両との車間距離を維持。ドライバーがアクセルペダルを戻したとき、あるいは踏んでいないときにはシステムがブレーキを作動させ、ドライバーが車間を維持することを支援。ドライバーのブレーキ操作が必要とシステムが判断した場合には、音と表示でドライバーへ報知し、アクセルペダルを戻す方向に力を発生させ、ブレーキペダルの踏み替えを支援して、頻繁なブレーキ操作が必要となる交通状況でのドライバーの運転負荷を軽減するシステムです。

先行車両に近づいた場合

ドライバーがアクセルペダルを戻したとき、システムがブレーキを作動させ、ドライバーが車間距離を維持することを支援します。

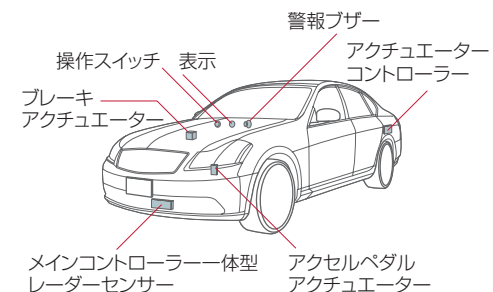
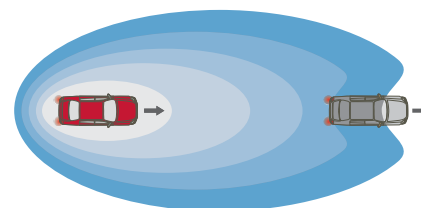
※ドライバーがアクセルペダルを踏んでいないときに限り、システムがブレーキを作動させます。



ドライバーのブレーキ操作が必要な場合

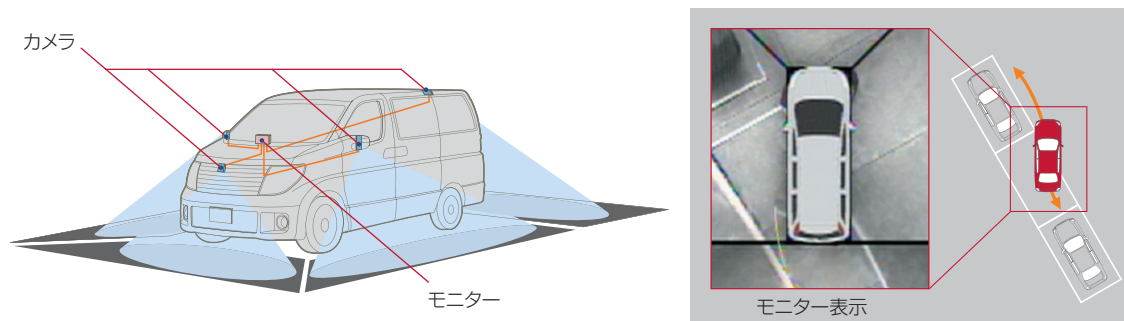
(先行車両が減速したときなど)

表示と音でドライバーへ報知するとともに、アクセルペダルを戻す方向に力を発生させ、ブレーキペダルへの踏み替えを支援します。



アラウンドビューモニター

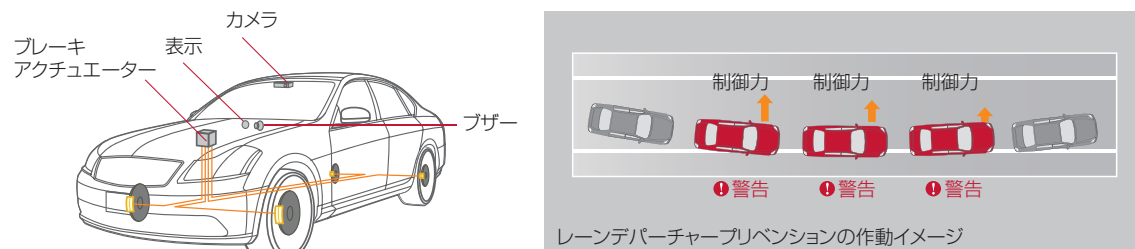
車両の前後左右に取り付けたカメラの映像を合成し、運転席のインストルメントパネル上のモニターにクルマの周囲の状況を俯瞰で表示するシステムです。駐車時に路面の駐車枠と自車の位置関係を表示することにより、パーキングスペースに簡単に駐車できます。クルマのまわりをリアルタイムで分かりやすく表示する、実用性の高い技術です。



危険な状態になりそうなときも安全な状態に戻すようドライバーをサポートします

レーンデパーチャープリベンション

ドライバーが意図せずに、車両がレーンマーカーに近づくとき、インストルメントパネルへの表示と音でドライバーに報知するとともに、車線内にクルマを戻す力を発生させ、ドライバーの運転操作を支援します。



Link

ほかに、インテリジェントクルーズコントロール(低速追従機能付)、アクティブAFS、バックビューモニター、サイドブラインドモニターなどがあります。詳しくは、次のホームページをご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/SAFETY/INTRODUCTION/COMFORTABLE/>

Link

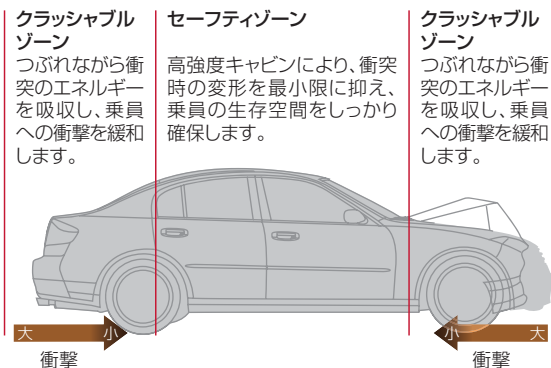
ほかに、レーンデパーチャーワーニング、4輪アクティブステア、EBD、ABS、ブレーキアシスト、VDCなどがあります。詳しくは、次のホームページをご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/SAFETY/INTRODUCTION/RECOVER/>

- はじめに 1
- CEOメッセージ 2
- CSR対談 5
- 日産のCSR 10
 - 日産のCSRの発展プロセス 11
 - 日産CSR重点9分野 17
 - 日産CSRスコアカード 20
 - ステークホルダー エンゲージメント2006 24
- 事業活動報告・コーポレートガバナンス 25
 - 「日産バリューアップ」進捗状況・2006年度決算概況 26
 - コーポレートガバナンス 29
- ステークホルダーへの価値の向上 36
 - お客さまのために 37
 - 株主・投資家の皆さまとともに 44
 - 社員とともに 46
 - ビジネスパートナーとともに 54
 - 社会とともに 60
- 地球環境の保全 71
- 安全への配慮 100
 - 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ 110
 - パフォーマンスデータ 116
 - 事業等のリスク 118
 - 第三者意見書 119

万が一衝突が避けられないときに被害を最小限にとどめます

コンパティビリティ対応ゾーンボディ

日産のゾーンボディは「クラッシュアブルゾーン(衝撃吸収ボディ)」で衝撃を吸収し、「セーフティゾーン(高強度キャビン)」で乗員を守るボディ構造になっています。2002年発売の「マーチ」以降は、ゾーンボディの構造をさらに進化させ、自車の保護性能向上と相手車両への加害性低減を両立した、コンパティビリティ対応ゾーンボディを採用しています。また、歩行者との衝突を想定し、頭部への衝撃を緩和するボンネットやフェンダー、カウル周辺部のエネルギー吸収性を向上、フロントバンパーにも脚部への衝撃を緩和する吸収材を採用した、歩行者傷害軽減ボディとしています。



ゾーンボディの構造



歩行者傷害軽減ボディ(フーガ)

Link

ほかに、インテリジェントブレーキアシスト、前席緊急ブレーキ感応型プリクラッシュシートベルト、SRSエアバッグシステム、前席アクティブヘッドレストなどがあります。詳しくは、次のホームページをご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/SAFETY/INTRODUCTION/UNAVOIDABLE/>

クルマ社会への取り組み

安全なクルマ社会の実現のため官公庁や他企業との連携を強化

クルマの安全技術だけでは、事故をなくすことはできません。そのため日産は、安全なクルマ社会の実現に向け、官公庁や他企業などとの連携強化にも努めています。ITSを活用した実証実験プロジェクトの実施、ドライバー・歩行者に対する安全意識啓発活動など、幅広い連携から生み出される知見の活用と継続的な協働の拡大により、死亡・重傷者数をゼロにまで減らすことを目指しています。

- はじめに 1
- CEOメッセージ 2
- CSR対談 5
- 日産のCSR 10
 - 日産のCSRの発展プロセス 11
 - 日産CSR重点9分野 17
 - 日産CSRスコアカード 20
 - ステークホルダー エンゲージメント2006 24
- 事業活動報告・コーポレートガバナンス 25
 - 「日産バリューアップ」進捗状況・2006年度決算概況 26
 - コーポレートガバナンス 29
- ステークホルダーへの価値の向上 36
 - お客さまのために 37
 - 株主・投資家の皆さまとともに 44
 - 社員とともに 46
 - ビジネスパートナーとともに 54
 - 社会とともに 60
- 地球環境の保全 71
- 安全への配慮 100
 - 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ 110
 - パフォーマンスデータ 116
 - 事業等のリスク 118
 - 第三者意見書 119

ITSを活用して交通事故低減や渋滞緩和を目指す「SKYプロジェクト」*

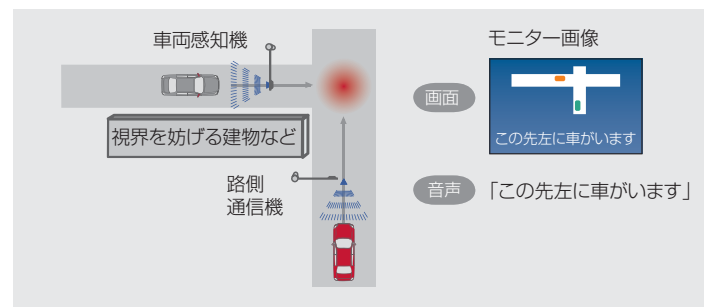
日産は、最先端の情報通信技術で「人」「道路」「車両」を一体のシステムとするITSを活用し、交通事故低減や渋滞緩和を目指したSKYプロジェクトを、2006年10月から神奈川県において開始しました。SKYプロジェクトは、道路上にある通信設備などのインフラとクルマとの間で連携を行い、周辺車両の状況や自車を取り巻く交通環境の情報を利用して、主に出合い頭事故の低減やスクールゾーンの安全、渋滞緩和と最速ルートの提供に取り組む実証実験プロジェクトです。また、今回の実験の特徴は、一般のお客さまに日常の使用過程でシステムの受容性を評価していただくもので、1万台規模の参加を得て実施中です。

これまでも日産は、安全なクルマづくりの推進、統計交通情報と最新のVICS情報をもとに渋滞を予測してルート案内する「カーウイングス」の投入など、クルマでできる交通問題の解決に取り組んできました。今回のSKYプロジェクトは、路車間通信や歩行者検知により、安全性の向上や渋滞緩和を一段と進化させています。まずは神奈川県でITSの効果を検証し、成功事例を築き、これを日本全国、そして世界へ広げていきたいと考えています。

*SKYプロジェクト(スカイプロジェクト): Start ITS from Kanagawa, Yokohamaプロジェクト

出会い頭事故低減を目的とした情報提供システム

出会い頭事故が多い見通しの悪い交差点で、見えない位置にいる車両の存在情報が得られます。



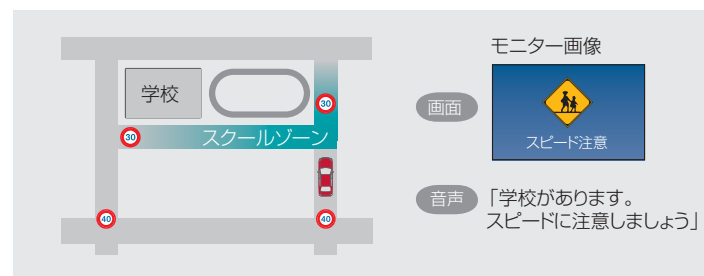
プローブ情報活用による動的経路誘導システム

従来より高密度な交通情報を活用することで、速く、高精度なルートが得られます。



速度超過時情報提供システム

スクールゾーンなどでスピード超過時に、減速を促す情報が得られます。



- はじめに 1
- CEOメッセージ 2
- CSR対談 5
- 日産のCSR 10
 - 日産のCSRの発展プロセス 11
 - 日産CSR重点9分野 17
 - 日産CSRスコアカード 20
 - ステークホルダー エンゲージメント2006 24
- 事業活動報告・コーポレートガバナンス 25
 - 「日産バリューアップ」進捗状況・2006年度決算概況 26
 - コーポレートガバナンス 29
- ステークホルダーへの価値の向上 36
 - お客さまのために 37
 - 株主・投資家の皆さまとともに 44
 - 社員とともに 46
 - ビジネスパートナーとともに 54
 - 社会とともに 60
- 地球環境の保全 71
- 安全への配慮 100
 - 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ 110
 - パフォーマンスデータ 116
 - 事業等のリスク 118
 - 第三者意見書 119

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

思いやりの心でつなげる交通安全への願い、ハローセーフティキャンペーン

日産は日本において、1972年から、「ハローセーフティキャンペーン」という交通安全活動を実施しています。2003年からは、子ども向けの安全啓発に加え、高齢者にも対象を広げ、地域に根ざした草の根活動を、春・秋の全国交通安全運動と夏休み期間中の年3回実施しています。主な活動内容は、全国1,380地区の交通安全協会や公的プラネタリウム(約20ヵ所)での啓発番組の上映、夕暮れ時や夜間での歩行者視認性向上のための反射材ストラップの提供などです。また1987年から、社員の募金活動による交通安全教材の寄贈も行っています。

35回目となる2006年度は、飲酒運転による重大死亡事故の続発にともなう緊急対応として、「親子で防ごう飲酒運転」を2006年末に実施しました。



ハローセーフティキャンペーン
「飲酒運転防止用キーホルダー」

交通事故低減と渋滞緩和を目的に、信号機と協調したITSを検証実験

日産は2007年3月、日産テクニカルセンター(神奈川県厚木市)構内でクルマと信号機が通信でつながる信号機協調ITSの開発に向けた検証実験を開始しました。テクニカルセンター構内を走る東西2km、南北1kmの幹線道路に一般道と同じ信号機や光ビーコン通信機を設置。今後、ここを走行する社員の車両数百台にビーコン通信機を搭載し、この環境を活用して、交通量に応じて車両側と歩行者側の信号時間や変更タイミングを最適化したり、右折待ち車両の台数を把握して右折信号の時間を調節するなど、路車間通信による高度な交通システムを実現するためのさまざまな研究を行っていきます。

子どもたちを事故から守る、米国での安全推進活動

米国では自動車事故が子どもの最大の死因であり、2005年の統計によると、米国全土で毎日6人の子どもたち(15歳未満)が交通事故で亡くなっています。そして、その原因のひとつが、チャイルドシートの8割以上が誤った使い方をされているという現実です。北米日産は自動車メーカーとして、こうした被害を少しでも軽減させたいとの願いから、「クエスト・フォー・セーフティ」や「スナッグ*・キッズ」というプログラムを通じて、安全確保に取り組んできました。

「スナッグ・キッズ」は日産やインフィニティのクルマをご利用の皆さまに、それぞれの車種や子どもの体型に合うチャイルドシートの情報を提供するオンライン・ガイドです。日産やインフィニティの各ウェブサイト上で、さまざまなメーカーによるチャイルドシートのリストや、正しい装着の仕方に関するアドバイスなどを提供しています。



クエスト・フォー・セーフティ

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

「クエスト・フォー・セーフティ」プログラムは、チャイルドシートの安全性への関心が低い地域の保護者への啓発活動として、日産が1997年から実施しているものです。英語とスペイン語による無料の安全セミナーを開催し、チャイルドシートの正しい使い方を保護者に説明したり、チャイルドシートを選ぶ際の簡単な参考資料として「クエスト・フォー・セーフティ・リファレンス・カード」を配布しています。

※スナッグ:ジャストサイズで居心地がいいこと

飲酒運転撲滅に取り組む、チャリティのためのウォーキング・プログラム

米国運輸省の高速道路安全局によると、死亡事故の41%が飲酒運転に関係しています。北米日産会社は2005年から、飲酒運転の撲滅に取り組むNPO「MADD (Mothers Against Drunk Driving)」が毎年実施している、「Strides for Change 5K」というウォーキング・プログラムの全米スポンサーになっています。このイベントは、飲酒運転撲滅のための呼びかけや募金活動、被害者支援、未成年者の飲酒防止をうながすことを目的に、地域社会が中心となって、5kmの距離を楽しみながらウォーキングするというものです。

日産はスポンサーとして、そして子どもの安全を守る取り組みの一環としてこのイベントに参加。安全技術の資格をもつ日産社員が、チャイルドシートの使い方の実演を行ったり、ウォーキングの参加者に適切なシートを選ぶためのガイドを配布したりしています。また、全米各地の日産社員もチームを組んで歩き、募金を呼びかけています。

飲酒運転撲滅を掲げるMADDと、安全への取り組みを推進する日産が協力することにより、このウォーキングは交通事故の防止に対する社会の意識向上や資金集めに役立てられています。「Strides for Change 5K」には毎年1万人以上が参加し、総額110万ドル以上もの募金を集めています。

日産は自動車メーカーとして、こうした啓発活動を通して、運転時の判断がどのような結果をもたらすかをドライバーにつねに意識してもらうことが重要だと考えています。

広州市でニッサン・セーフティ・ドライビング・フォーラムを開催

中国では自動車の急速な普及により、安全対策が大きな課題となっています。日産は、2005年11月、運転技術の向上と安全運転の啓発を目的とした「ニッサン・セーフティ・ドライビング・フォーラム」を、北京で開催しました。こうしたイベントが日本の自動車メーカーによって開催されたのは初めてのことで、日産のお客さまや地元のメディアが多数参加しました。

2006年は、中国道路交通安全協会とのタイアップにより、中国4カ所で開催しました。広州国際モーターショーと並行して、2006年7月24日から8日間にわたり広州市で開かれたフォーラムでは、インスト



飲酒運転撲滅を目指すチャリティウォーキング・プログラム (米国)



中国で安全教育を実施

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

ラクターの指導のもと、ブレーキングやコーナリングなどの運転技術を学ぶプログラムを実施しました。また参加者が日産車に試乗し、アンチ・ロック・ブレーキ・システム (ABS) やビークル・ダイナミック・コントロール (VDC) などの安全技術、「ティーダ」を使っでのロールオーバーシミュレーションを体験していただきました。

日産の安全に対するアプローチを訴求するとともに、クルマが人を守る「セーフティ・シールド」の考え方など、事故被害のないクルマ社会を実現するための取り組みを中国の皆さまに紹介することができました。日産は今後も、中国各地で安全運転啓発活動を継続する計画です。

中国で「高校生交通安全知識コンテスト」を開催

日産 (中国) 投資有限公司は、中国の高校生を対象に「交通安全知識コンテスト」を開催しました。交通事故件数が増加傾向にある中国において、とくに青少年層における交通安全への関心や知識の向上を図るために企画されました。コンテストは、基本的な交通ルールや自動車の安全装備に関するクイズに始まり、参加グループがそれぞれの交通安全についての意見を披露するというものです。北京、上海、広州、成都において地区予選が行われ、2006年10月、北京での最終本選で成都の高校生グループが優勝しました。この最終本選の様子は、中国中央テレビ台によって中国全土に放映されました。また、コンテスト優勝グループが11月に東京の日産本社を訪問、追浜工場 (横須賀市) の自動車組み立て工場なども見学しました。



中国で開催された「交通安全知識コンテスト」

Messages from Our Stakeholders ステークホルダーからのメッセージ

安全な交通社会づくりをともに目指して —MADDと日産



MADDナショナル (米国)
チーフディベロップメントオフィサー
クリスティ ヘンセル氏

MADD (Mothers Against Drunk Driving) は飲酒運転の撲滅、被害者支援、未成年者の飲酒防止に取り組んでいます。北米日産会社は2005年から私たちの活動を支援しており、MADD主催のウォーキング・プログラム「Strides for Change 5K」のスポンサーになっています。

このイベントは、ウォーキングという楽しく健康的な活動を通じて、安全な社会の構築に寄与する機会を提供するもので、多くの会社員やそ

の家族が参加しています。全米30都市で開催されており、オンラインでの参加も可能です。

日産は「クエスト・フォー・セーフティ」や「スナッグ・キッズ」などの安全プログラムを積極的に実施しており、「Strides for Change 5K」の会場ではチャイルドシートの正しい使い方の指導を行っています。安全な社会をつくり、人びとの生活を豊かにするため、今後もぜひ日産と協力していきたいと思っています。



Our Views

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119



■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

ここでは経営陣や社員から寄せられた、自身の実体験や日ごろの業務を通じて考えている「サステナビリティ」への思いをご紹介します。



日産自動車株式会社
副会長
高橋 忠生

長く生産部門に従事してきた関係で、海外を含むいろいろな地域に勤務してきました。どこでも、ステークホルダーの重要性を毎日のように意識してきました。

工場を支えるさまざまなサプライヤーさん、自分の生活圏でもある地域社会の人びと、まわりで日産車を愛用してくださるお客さま、日産の将来を信頼して株主になってくださる地域の人びと、そして工場働く社員と、それこそ毎日肌で触れあいます。どんな場所でも、これらすべてのステークホルダーの信頼や魂のこもったサポートがなければ、私たちの事業は成り立たないことを事実と五感を通じて植えつけられました。

個人の生活を考えても、妻・親・子・親友とすべてが大切であり、すべてに誠意を持って接する努力をしているはず。企業も人と同様、社会の一員として存在する限り、すべてのステークホルダーにつねに気を配り、誠意を実際の行動で示していくことが重要であるといつも考えています。



日産自動車株式会社
常務執行役員
川口 均

企業のサステナビリティは、法令順守、環境対応、地域社会への貢献といった側面もありますが、ここでは、もっと根源的な社員意識の問題について考えてみました。私は、日産を支える精神的支柱として、“和魂洋才”という考え方を取っていきたくと考えます。今や、日産のグローバルな社員数は18万人を超える時代となりました。そのうちの約4割が日本人であり、残り約6割が日本人以外です。さらに、事業規模の観点では、北米、アジア、欧州、BRICsの重さが増えています。逆にその分、日本事業基盤が相対的に低下してきているといえます。しかし、無国籍な企業になっていくだけでは、日産の持続的成長は困難でしょう。やはり日産は、日本DNAをベースにして日本のモノづくりを基盤にした世界展開を今後とも図っていき、一方で、ほかの日本企業とは違い、和洋のベストミックスによるダイバーシティに富んだ企業でありたいと願います。これが“和魂洋才”であり、真の日本発世界企業であることが日産のサステナビリティにとって重要である、ということをお社員に認識してほしいと思います。

社員一人ひとりが考える サステナビリティ

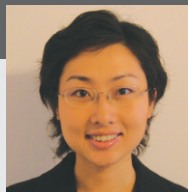
112 Nissan Sustainability Report 2007

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119



日産デザインヨーロッパ(英国)
デザインダイレクター
ステファン シュワルツ

刻々と変化する21世紀の社会、文化、経済、環境といった課題に、自動車産業はさまざまな見方、感性、地理的な視点で取り組む必要があります。環境への配慮や持続発展性の考え方は、制約を意味するものではありません。むしろ部門間の協力を促して、従来の企画、設計、開発の方法に新たな風を吹き込むものになるはず。今後の自動車メーカーの成否は、そうした創造力にかかっているといえます。お客様の期待やニーズに応えるため、持続可能なパワー、革新的な設計、環境にやさしい材料や新技術を創出する能力やスキルが求められているのです。



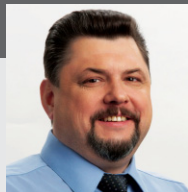
日産(中国)投資有限公司
企画管理部渉外 副経理
季 菁

中国では、ハード面でクルマの安全性が向上しているにもかかわらず、人や社会が意識面で対応しきれずにいます。シートベルトやチャイルドシートの着用など、基本的なことから認識していただく必要があります。「ニッサン・セーフティ・ドライビング・フォーラム」は、安全の基本を周知するとともに、日産の先端技術をご覧いただき、たいへん良い機会となっています。フォーラムを通じて、中国も近い将来、安全な交通社会が実現できるだろうと感じました。その日が一日も早く来るよう、対政府渉外担当として交通安全政策の推進を政府にも働きかけていきたいと思っております。



日産自動車株式会社(日本)
グローバルインターナルオーディット
グローバルリスクマネジメント 課長
菅原 正

リスクマネジメントは、よくクルマのアクセルに対するブレーキにたとえられますが、挑戦することを抑え込むようなものではありません。むしろライバルを追いかけて、追い越し車線を高速度で走り続けることを保障するためのアンチロックブレーキシステムやエアバッグといった安全装置的なものです。社内的には、不測の事態を回避して中期計画や業務目標の達成をより確かなものにし、社外に対しては、適切なリスク情報の開示で信頼向上につなげるのがリスクマネジメントの目的です。これによって、日産の持続性ある安定的な成長をサポートできると考えています。



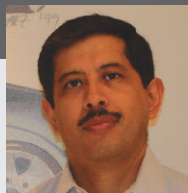
ジェンサーグループ(ロシア)
インフィニティセンター
ダイレクター
ミハイル ティホミロフ

2006年8月、ロシアでインフィニティブランドの販売が始まりました。インフィニティの欧州展開がロシアから始まったこと、そしてジェンサーグループがその第一陣として販売に参加したことは私たちの誇りです。今後もこの高級車に見合う、質の高いサービスをお客さまに提供していきます。日産にとって、ロシア市場への参入はひとつの試金石になるはず。細部にまでこだわるロシアの消費者を、見かけばかりの広告で満足させることはできません。ロシアでの成功は、インフィニティが真の国際的ブランドとして発展した証となるでしょう。

社員一人ひとりが考える サステナビリティ

113 Nissan Sustainability Report 2007

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客さまのために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119



メキシコ日産自動車会社
環境・安全担当マネジャー
マルコ アントニオ リベラ

「サステナビリティ」や「CSR」の考え方は、メキシコでは比較的新しいものです。しかしメキシコ日産ではそうした活動を長年実践しており、私自身も汚染防止や職場の安全確保という問題に直接かかわってきました。燃費改善への取り組みはコストのみならず温室効果ガスの削減にも効果を上げていますし、メキシコ日産の1台あたりの水使用率は国内最少レベルを達成しています。これは半乾燥地域に最大の生産拠点を置く私たちにとって非常に重要な問題です。さらに、職場の安全や社員一人ひとりの行動が改善されたことで労働災害が大幅に減り、サステナビリティやCSRにおける目標達成の一助となっています。



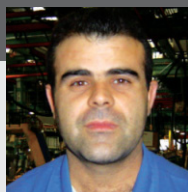
ブラジル日産自動車会社
広報部
コミュニケーションマネジャー
フェルナンド メネゼス

製品やブランドに対する消費者意識がますます高まる中、ステークホルダーとの間に倫理的で透明性のある関係を構築することは企業にとって不可欠といえます。ブラジルのような途上国のステークホルダーは、民間企業によるCSR活動、中でも均等機会の創出という役割にとっても敏感です。ブラジル日産ではグローバルなCSR戦略のもと、北米日産と連携して米州全体のCSR活動が最大限の相乗効果をもたらすよう活動しています。地域間で協力することで、一貫性のあるCSR活動やコミュニケーションを目指しています。



南アフリカ日産自動車会社
広報部
マリボンウィー コロ

人びとの生活を豊かにする最良の方法は、地域社会の基本的なニーズに応えることです。南アフリカ日産は、こうした取り組みをさらに進展させ、車両を利用した「モバイルアイクリニック（移動眼科診療車）」を寄贈しました。医療の行き届かない農村部に住む子どもたちに眼鏡を届ける活動を支援するためです。「モバイルアイクリニック」は今後、年間4,000人以上の学童の視力検査を実施して、必要に応じて眼鏡を入手できるようにします。南アフリカ日産のCSR活動の基本はサステナビリティ。地域の発展に役立つ、息の長い貢献ができるよう心がけています。



日産モーター・イベリカ会社(スペイン)
アビラ工場 組立担当
フアン カルロス マルティン エルナンデス

スペインのアビラ工場は、環境に配慮した生産体制を目指す日産の姿勢をよくあらわしています。268基のソーラーパネルの設置をはじめ、クリーンエネルギー対策に取り組む工場に働いていることは、私の大きな誇りです。このソーラーパネルは工場の温水暖房システムと車体塗装セクションに電力を供給し、工場全体の二酸化炭素排出量の大幅削減に役立っています。経済効率と将来の環境対策の目標が調和した、すばらしい産業プロジェクトに携われることをうれしく思います。

社員一人ひとりが考える サステナビリティ

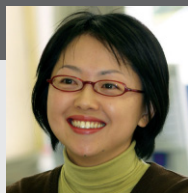
114 Nissan Sustainability Report 2007

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119



日産自動車株式会社(日本)
FCV開発部
課長
山梨 文徳

究極のエコカーともいえる燃料電池車(FCV)。広く普及するには至っていませんが、私たちはFCVによる社会貢献活動を展開し、子どもたちに地球の環境変化の深刻さと、それを解決するためには新技術が必要であることを教えています。この活動の中で聞かれる「すごい!」「大人になったら絶対買う」といった子どもたちの率直な言葉はとても胸に響きます。環境教育を通じて、技術への憧れを引き出し、一人でも多くの日産ファン、FCVファンを増やしたい。今後もこうした活動に継続的に取り組んでいき、若いスタッフをどんどん参加させたいと思います。



日産車体株式会社(日本)
総務部 人事グループ
池田 尚子

大企業の不祥事が相次ぐ中、コンプライアンス(法令順守)担当となって、行動規範を守ることの大切さをあらためて感じています。たったひとつのルール違反が会社を危うくし、お客さまにまで多大な迷惑をかけてしまう。こうした事態を招かないためには、私たち社員一人ひとりがルールを守ることの重要性をしっかりと認識し、行動していくことが不可欠です。お客さまに魅力ある質の高いクルマとサービスをお届けすることの前提として、企業としてどうあるべきか、何をなすべきか、すべての社員が自ら考え、行動できる風土づくりを進めていきたいと思っています。



インドネシア日産自動車会社
販売・マーケティング
ダイレクター
テディ イラワン

インドネシア日産は、この国の社会貢献活動に積極的にかかわってきました。2004年12月にアチェ州を襲った津波被害では、被災者への義援金として1億ルピアを寄付し、同州における国連世界食糧計画の活動に対して、12台の車両を寄贈しました。2006年5月にジョグジャカルタで起きた大地震の際は、現地日産と社員個人の寄付のほか、日本の社員からの募金も集まり、被災したもっとも貧しい地区の学校建設に役立ててもらいました。私たちは、これまでの貢献そして将来の貢献を通じて、インドネシアの社会状況が改善され、持続的な発展が図れるよう願っています。



三河日産自動車株式会社(日本)
日産ギャラリー刈谷
課長
蜂谷 小公

日ごろお客さまがライフスタイルに応じたクルマの使い方をされる中で、私はお客さまに対してどのような手伝いができるかをつねに考え、そのお客さまにとってベストなカーライフ・アドバイザーになれるよう努力しています。また、お客さまにとって、クルマのショールームは、私たちが考えているほど気軽に入れる場所ではないと思いますので、ご来店いただいた際は、駐車場までお出迎えし、店内に入りやすい雰囲気をつくったり、お越しいただいたすべてのお客さまに対して細かい気配りを大切にし、決して軽々しい対応をしないということも心がけています。最近は女性のお客さまが増えてきたので、女性営業だからこそ共感できることも多々あり、女性としてこの仕事を長く続けてきてよかったと思っています。

社員一人ひとりが考える サステナビリティ

115 Nissan Sustainability Report 2007

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119



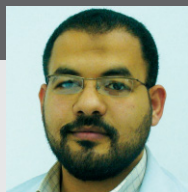
北米日産会社(米国)
デカード工場
エリアマネジャー
ダナ マイルス

テネシー州デカードのパワートレイン組立工場で、2006年9月からクランクシャフトの製造が始まりました。横浜工場以外でつくられるのは初めてのこと。今後は、北米で製造されるすべての日産車とインフィニティ車にこのクランクシャフトが搭載されます。米国内で部品を製造することで、輸送と在庫にかかるコストを削減でき、エンジン性能の要となる品質水準の管理も容易になるでしょう。性能の良い部品をコストをかけずにつくり、お客さまに高品質で価値あるクルマをお届けすることが、私たちの自信につながっています。



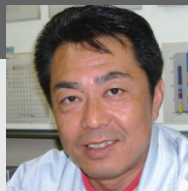
北米日産会社(米国)
ブランドマネジмент
ジニー ラム

ロサンゼルスからテネシー州ナッシュビルに移転することになった北米日産本社。多くの社員が、日産で働き続けたいという気持ちと、ロスでの暮らしとの間で、移転の直前まで揺れ動きました。そうした中、転職の道を選んだ社員に対して、会社が再就職支援のためのキャリアセンターを設置したことは素晴らしいことです。社員を想う日産の姿勢がよく伝わりました。ナッシュビルは思っていたよりもずっと良い街。従来の環境との違いはありますが、今回の本社移転が日産のさらなる繁栄につながるだろうと思っています。



日産エジプトモーター社
品質保証部
A-VES 工長
ハリド ハッサン バクル エベード

日産エジプトモーター社では、お客さまにご満足いただけるよう、業務プロセスの改善やスキル向上に日々努めています。AVESという品質評価システムのもと、評価部署は生産と検査の両部門にフィードバックを行い、会社全体で品質管理に取り組んでいます。目標とする品質を達成するには現場のチームワークと部門間の連携が欠かせません。高品質のクルマをつくり、日産を一流の企業にすることが私たちの誇りです。古代エジプト文明を築いた祖先が人びとの力と信念を結集させたように、私たちも一丸となって日産グループに大きく貢献できるよう努力しています。



日産自動車株式会社(日本)
栃木工場 第一製造部第一組立課
シャシー担当 係長
宮川 和明

お客さまにとって、製品は「不具合がなくて当たり前」。ですから、たとえ一件の不具合でも私たちにとっては「命取り」になりかねません。栃木工場では、モノづくり品質世界一を目指す工場として、またインフィニティ工場として、とことん品質にこだわっています。そして“勝ち抜く”ではなく、“勝ち進む”の精神でモノづくりに取り組んでいます。クルマづくりのプロとしてのプライドを高く持ち、お客さまからの期待の大きさをつねに考える、この気持ちを製造ラインの作業員一人ひとりが持ち、高品質なクルマをお届け続けたいと思っています。



	2004年度	2005年度	2006年度
連結従業員数	183,607人	183,356人	186,336人
個人株主数	190,770人	218,620人	195,550人
株価収益率(PER)	9.7	12.2	13.3
ボラティリティ(株価変動率)	20.0%	16.5%	22.4%
法人税等の支払額	1,923億円	2,291億円	2,689億円
研究開発費(売上高比率)	3,981億円(4.6%)	4,476億円(4.7%)	4,648億円(4.4%)
設備投資額(売上高比率)	4,775億円(5.6%)	4,750億円(5.0%)	5,090億円(4.9%)
災害支援時の会社からの支出	1億2,070万円 (日産自動車(株)単独)	1,000万円 (日産自動車(株)単独) 6,239万円 (北米日産カトリーナ被災地)	1,000万円 (日産自動車(株)単独) 318万円 (日産自動車とインドネシア日産の 社員募金:ジャワ島中部地震被災地)
日産自動車(株)			
従業員数	32,755人	33,025人	32,746人
平均年齢	41.0歳	41.2歳	41.5歳
平均勤続年数	19.7年	19.9年	20.1年
平均年間給与*1	7,309,244円	7,299,136円	7,226,628円
障害者雇用率	約1.9%	約1.9%	約2.0%
育児休職取得者数	61人	71人	98人
介護休職取得者数	8人	4人	4人
社員1人あたりの年間教育時間	約35時間	約35時間	約35時間
健康者率*2	72.63%	72.22%	70.95%
組合員総数	29,695人	29,624人	30,521人

※1:平均年間給与は部課長を除く一般従業員。賞とおよび基準外賞金を含む

※2:健康診断受診社員における病的所見のない社員の割合

●地域別連結従業員数(2007年3月末現在)

日本	92,401人
北米	31,282人
欧州	14,167人
一般海外地域	48,486人
連結従業員数	186,336人

●労働組合の状況

日産自動車(株)の従業員は全日産自動車労働組合に加入し、同組合は全日産・一般業種労働組合連合会を上部団体とし、全日本自動車産業労働組合総連合会を通じ、日本労働組合総連合会に加盟しています。労使関係は安定しており、2007年3月末現在の組合員総数は30,521名。この他に、一部の従業員が加入する組合として全日本金属情報機器労働組合 日産自動車支部があり、組合員数は2007年3月末現在、1名。

なお、日本国内のグループ各社においては大半の企業で会社別労働組合が存在し、全日産・一般業種労働組合連合会を上部団体としています。

また、海外のグループ各社では、メキシコにおいてはメキシコ労働者総同盟を上部団体とする労働組合および独立系の労働組合、英国においては合同機械電気労組など、各国の労働環境に即した労働組合が存在します。

- 研究開発拠点: 11カ国・地域 (日本、米国、英国、台湾、中国、タイ、南アフリカ、メキシコ、ブラジル、スペイン、ベルギー)
- デザイン拠点: 4カ国・地域 (日本、米国、英国、台湾に計6カ所)
- 車両生産工場: 16カ国・地域 (日本、米国、英国、スペイン、台湾、中国、タイ、フィリピン、マレーシア、インドネシア、メキシコ、ブラジル、イラン、南アフリカ、ケニア、エジプト)
- 販売ネットワーク: 世界160以上の国と地域で販売

●車種別販売台数(トップ5)

日本(台)

車名	2006年度 (2006/4-2007/3)
セレナ	78,979
ティエダ(ティエダ ラディオ含む)	66,585
ノート	65,199
キューブ	55,523
マーチ	47,267



セレナ

米国(台)

車名	2006年 (2006/1-2006/12)
アルティマ	232,457
セントラ	117,922
ムラーノ	81,362
フロンティア	77,510
パスファインダー	73,124



アルティマ

欧州(台)

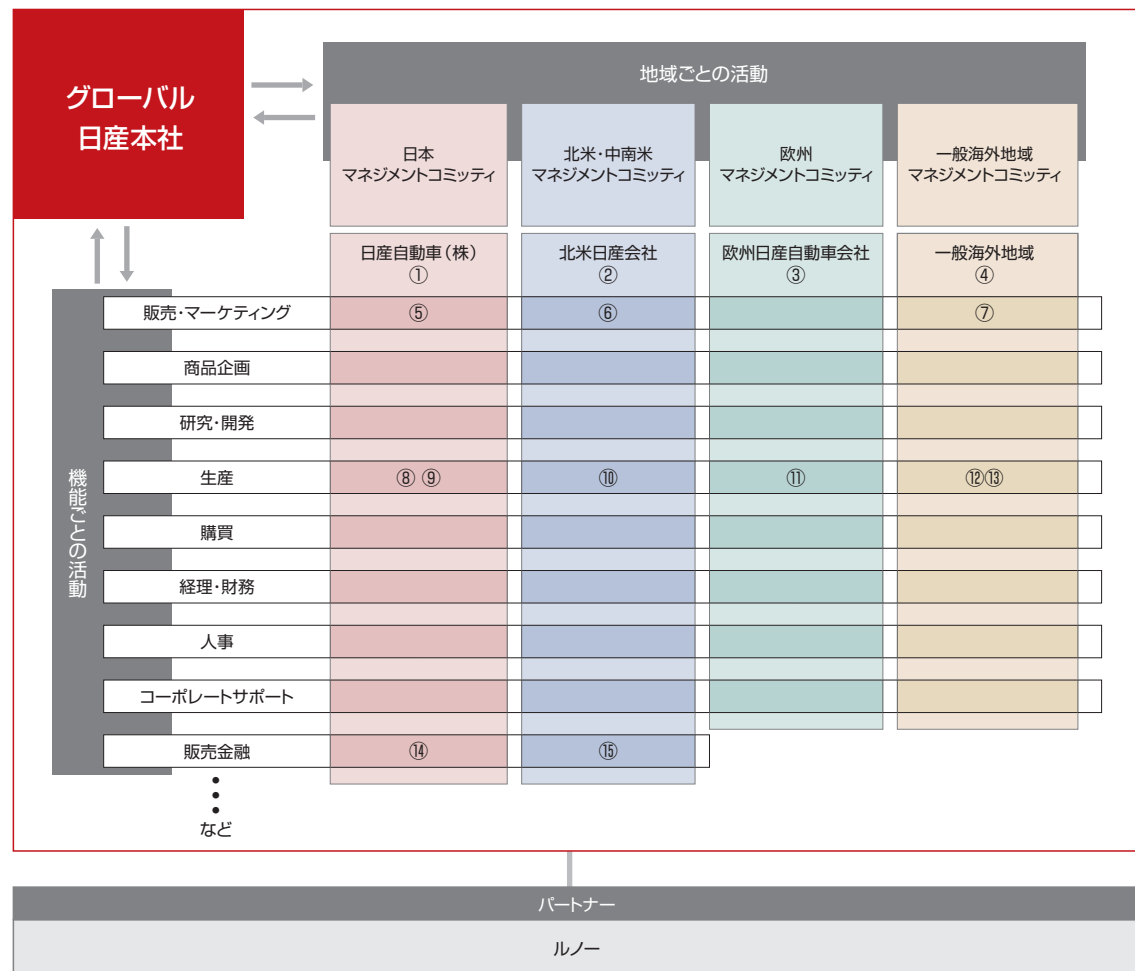
車名	2006年 (2006/1-2006/12)
マイクラ(マイクラC+C含む)	133,539
ノート	85,250
X-TRAIL	53,200
ナバラ	50,291
アルメーラ	43,756



マイクラ C+C

「日本」「北米・中南米」「欧州」「一般海外地域」の4地域それぞれのマネジメントコミッティ（経営委員会）が管轄する「地域ごとの活動」と、研究・開発・購買・生産といった各部門が世界的に展開する「機能ごとの活動」を有機的に統合した組織としています。そして、この地域ごとの活動と機能ごとの活動に対し、世界的な本社機構である「グローバル日産本社」が、組織横断的な見地から付加価値を与えることで、グローバルに一体となったグループ運営を行っています。

グループ運営連携



本社／統括会社／地域会社
①日産自動車(株) ②北米日産会社 ③欧州日産自動車会社 ④アジア・パシフィック日産会社 中東日産会社 東南アジア日産会社
ほか

販売金融会社
⑭(株)日産フィナンシャルサービス ⑮米国日産販売金融会社 エヌアール・ファイナンス・メヒコ社
ほか

車両製造・販売会社／販売会社
⑥カナダ日産自動車会社 ⑦裕隆日産汽車股份有限公司 ⑩メキシコ日産自動車会社 ⑫南アフリカ日産自動車会社 東風汽車有限公司
ほか

部品製造会社
⑨愛知機械工業(株) ジヤトコ(株) カルソニックカンセイ(株)
ほか

車両製造会社
⑧日産車体(株) ⑪英国日産自動車製造会社 日産モトル・イベリカ会社 ⑬サイアムニッサンオートモービル会社
ほか

日本国内販売会社
⑤愛知日産自動車(株) 日産特販(株) 日産プリンス東京販売(株)
ほか



事業のリスクとして有価証券報告書(2006年3月期)に掲載したものと同様の内容をご紹介します。

【経済状況】

当社グループの製品の需要は、製品を販売している国または地域の経済状況の影響を受けている。したがって、日本はもとより、当社グループの主要な市場である北米、欧州、アジアにおける景気、およびそれともなう需要の変動については正確な予測に努めているが、予測を超えた変動があるときは、当社グループの業績および財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

【国際的活動および海外進出に関するリスク】

当社グループの海外での生産および販売活動は、米国や欧州、ならびにアジアの発展途上市場や新興市場等で行われている。これらの海外市場への事業進出の際には以下に掲げるようなリスクの検討を十分行っている。しかしながら、予期しないリスクが発生したときは、当社グループの業績および財務状況に悪影響を及ぼす可能性がある。

- ・ 不利な政治または経済要因
- ・ 法律または規則の変更
- ・ 潜在的な不利な税影響
- ・ ストライキ等の労働争議
- ・ 人材の採用と確保の難しさ
- ・ テロ、戦争、その他の要因による社会的混乱

【研究開発活動】

当社グループの技術は、世の中のニーズに即し、有用かつ現実的で使い易いものでなくてはならない。当社グループは、将来の世の中のニーズを予測し、優先順位をつけ、新技術に投資している。しかし、予測を超えた環境の変化や、世の中のニーズの変化により、最終的にお客さまにその新技術が受け入れられない可能性がある。

【製品の欠陥】

当社グループは、製品の安全を最優先の課題として、開発・製造から販売サービスまで最善の努力を傾けている。製造物にかかる賠償責任については保険に加入しているが、保険にカバーされないリスクもあり、また顧客の安全のため大規模なリコールを実施した場合等、多額のコストが発生する等、当社グループの業績と財務状況に悪影響が及ぶ可能性がある。

【為替レートの変動】

当社グループは海外の各国に輸出を行っている。一般的に他の通貨に対する円高は当社グループの業績に悪影響を及ぼし、反対に、円安は当社グループの業績に好影響をもたらすことになる。また、当社グループが生産を行う地域の通貨価値が上昇した場合、それらの地域の生産コストや調達コストを押し上げ、当社グループの競争力の低下をもたらす可能性がある。

【通貨ならびに金利リスクヘッジ】

当社グループは外貨建債権債務の為替変動のリスク回避、有利子負債の金利変動リスク回避および、コモディティの価格変動リスク回避を目的とし、デリバティブ取引を行っている。こうしたデリバティブ取引によりリスクを回避することができる一方で、為替変動、金利変動等によってもたらされるベネフィットを享受できないという可能性がある。また、当社グループは信用度の高い金融機関を相手にデリバティブ取引を行っているが、万が一それらの金融機関が倒産するような場合には、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性がある。

【重要な訴訟等】

現在、当社およびグループ関連会社を相手とした訴訟については、当社側の主張・予測と相違する結果となるリスクもあり、当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

【公的規制】

自動車業界は、排出ガス基準、ガソリン燃費基準、あるいは騒音、安全基準等の規制に影響を受け易く、これらの規制は今後より一層、厳格になる傾向にある。これらの環境関連の法規制を順守するために投資等の多大な出費が必要となる可能性がある。これらのコストの増加は当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性がある。

【知的財産保護の限界】

当社グループは、他社製品と差別化できる技術とノウハウを保持している。これらの技術とノウハウは今後の当社グループの発展には不可欠なものである。これらの資産の保護については最善の努力を傾注しているが、特定の地域では知的財産権による完全な保護が困難であったり、または限定的にしか保護されない状況にある。

当社は2004年4月より、このような特定の地域での知的財産を保護し、日産の知的活動の成果を守る活動を強化すること、さらには新たな知的資産を抽出することを狙いとして、知的財産統括室を設け、日産ブランドの保護・創造活動を行っているが、第三者が当社グループの知的財産を使用して類似した製品を製造することを防止できない可能性がある。

【自然災害】

日本を本拠とする当社グループにとって、現在、そして今後も最大のリスクのひとつであり続けるものに地震リスクがある。当社グループでは、地震リスクマネジメント基本方針を設定するとともに、最高経営責任者(CEO)をトップとするグローバルベースの地震対策組織を設置している。また、工場などの建屋や設備などの耐震補強を積極的に推進している。しかし、大規模な地震により、操業を中断するような場合は、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性がある。

【販売金融事業のリスク】

販売金融事業は、重要なコアビジネスのひとつである。当社グループの販売金融部門は、徹底したリスク管理により高い収益性と健全な財政状態を維持しながら、自動車販売を強力にサポートしている。しかし、販売金融には、金利変動リスク、残存価格リスク、信用リスク等のリスクが避けられない。これらのリスクが、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性がある。

【取引先の信用リスク】

当社グループは数多くの取引先と取引を行っている。当社グループは毎年、取引先からの財務情報をもとに独自の格付けを行っており、取引先の信用リスクに備えている。しかし、倒産のような予期せぬ事態により債権回収に支障が発生した場合等、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性がある。

【退職給付債務】

当社グループの従業員退職給付費用および債務は、割引率等数値計算上で設定される前提条件や年金資産の期待収益率に基づいて算出されている。実際の結果が前提条件と異なる場合、または前提条件が変更された場合、その影響は累積され、将来にわたって定期的に認識されるため、一般的には将来期間において認識される費用および計上される債務に影響を及ぼすことになる。

【原材料および部品の購入】

当社グループは、多数の取引先から原材料および部品を購入している。当社グループがコントロールできない市況変動ならびにその取引先が継続的に原材料および部品を確保出来るかどうか等は、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性がある。

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
● 日産のCSRの発展プロセス	11
● 日産CSR重点9分野	17
● 日産CSRスコアカード	20
● ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
● 「日産バリューアップ」進捗状況・	
2006年度決算概況	26
● コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
● お客様のために	37
● 株主・投資家の皆さまとともに	44
● 社員とともに	46
● ビジネスパートナーとともに	54
● 社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
● パフォーマンスデータ	116
● 事業等のリスク	118
● 第三者意見書	119

高い透明性を維持し、ステークホルダーとの信頼を確かなものに

日産自動車は、自社の特徴を的確にとらえた形で、多くの評価すべきCSRへの取り組み活動を行っているが、その中でも以下の3点について高く評価したい。

1. 経営者や経営幹部のコミットメントが明確に得られていることに加え、中期経営計画「日産バリューアップ」とCSRの活動が密接にリンクしている
2. 社会の要請を的確にとらえ、自社の成長と常時ベクトルが平行になるように、CSRの概念を取り入れた経営手法（PDCAサイクル）が確立している
3. この経営手法が実現している大きな要因としては、2005年に設置された「CSR ステアリング コミッティ」を通して、CSRに関するさまざまな取り組みの意思決定メカニズムが円滑に機能していること

今後、日産自動車がさらに充実したCSRの取り組みを実現していくためには、自社のCSRに関する情報（非財務情報）を一元的に管理できるシステムを構築するとともに、社会の変化に適宜対応しながら、自社に影響を及ぼすリスクを把握し、それを経営戦略に生かしていくことが必要である。

そのためには、引き続きCSR ステアリング コミッティを有効に活用しながら、以下の3点について積極的にチャレンジしていただきたい。

1. 日産自動車の全社員に向けて、CSRに関する情報を共有化できるようなシステムおよび体制を構築すること
2. 日産自動車のサプライヤーや販売会社を巻き込んだサプライチェーン・マネジメントの取り組みを実現すること
3. CSRの取り組みをさらに充実していくためにも、昨今議論が活発化しているマテリアリティ（重要性）の概念について、日産自動車独自の実践方法を確立すること

最後になるが、日産自動車には、その社会全体に与えるインパクトの大きさを自覚して、引き続きリーディングカンパニーとして、CSRの活動を積極的に行っていくことを期待したい。



経済人コーポレート会議日本委員会
専務理事
関西学院大学大学院
経営戦略研究科准教授
石田 寛

社会的責任投資（SRI）への組み入れ

財務面だけでなく、環境や社会性の観点から企業を評価し、投資対象を選ぶSRI（Socially Responsible Investment）が注目されています。日産は、英国のFTSE、日本のモーニングスター社会的責任投資株価指数などのSRIインデックスに組み入れられています。（2007年6月現在）



FTSE4Goodグローバル100・インデックス
英国のフィナンシャル・タイムズとロンドン証券取引所の
合併会社であるFTSE社が開発。



モーニングスター社会的責任投資
株価指数（MS-SRI）

■ はじめに	1
■ CEOメッセージ	2
■ CSR対談	5
■ 日産のCSR	10
●日産のCSRの発展プロセス	11
●日産CSR重点9分野	17
●日産CSRスコアカード	20
●ステークホルダー エンゲージメント2006	24
■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス	25
●「日産バリューアップ」進捗状況・ 2006年度決算概況	26
●コーポレートガバナンス	29
■ ステークホルダーへの価値の向上	36
●お客さまのために	37
●株主・投資家の皆さまとともに	44
●社員とともに	46
●ビジネスパートナーとともに	54
●社会とともに	60
■ 地球環境の保全	71
■ 安全への配慮	100
■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	110
●パフォーマンスデータ	116
●事業等のリスク	118
●第三者意見書	119

●報告範囲

本レポートでは、日産のグローバルな方針や取り組み、考え方を中心にご紹介しています。地域性のある取り組みについては、該当する地域名の記載等により、その旨を本文中でお伝えしています。

●対象期間

2006年度(2006年4月～2007年3月)を中心に、同期間の前後の活動内容も含めて記載しています。

●第三者認証について

サステナビリティレポートの第三者認証については、グローバルに普遍的な手法が確立されているとはいえ、本来の目的である報告書の信頼確保という段階には至っていないことを勘案し、導入を見送っています。

●参考にしたガイドライン

本レポートは、GRI「持続可能性報告のガイドライン」、環境省「環境報告書ガイドライン」を参考にしています。さらに、ガイドラインでの報告対象以外の活動についても幅広くご紹介しています。

●見直しに関する注意事項

このサステナビリティレポートの記載内容には、歴史的事実や、当社の将来に関わる計画、目標およびそれに基づく事業計画や考え方が含まれています。実際の業績は、さまざまな要因により、これらの見直しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。日産の事業活動やその展開だけでなく、世界経済の動向や自動車産業を取り巻く情勢の変化、地球環境の変化なども、実際の業績に大きな影響を与え得る要因となります。

●発行後に誤記や誤植が確認された場合には、その正誤情報を以下のWEB上にて、ご案内いたします。

<http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/CSR>

[お問い合わせ先]

日産自動車株式会社
〒104-8023
東京都中央区銀座六丁目17番1号
グローバルコミュニケーション・CSR本部
広報・CSR部 CSRグループ
●Tel : 03-5565-2132
●Fax : 03-3546-2669
●E-mail : NISSAN_SR@mail.nissan.co.jp