

SUSTAINABILITY REPORT 2016

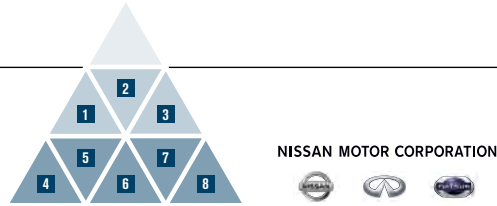
サステナビリティレポート 2016



NISSAN MOTOR CORPORATION



目次



■ サステナビリティ戦略

.....0216
.....0345
.....0455
.....0764
.....1473
.....11180
.....13998
103



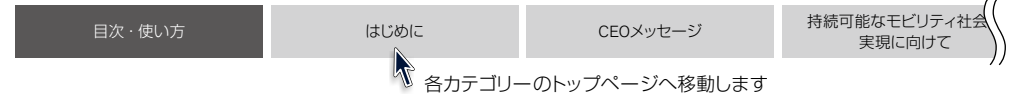
表紙について

掲載車種：Nissan IDS Concept

使い方

各ページに、ナビゲーションボタンとカテゴリータブを設け、ページ間を容易に移動できるようにしました。

● カテゴリータブ



各カテゴリーのトップページへ移動します

● ナビゲーションボタン

- ◀◀ 矢印をクリックすると1ページ戻ります
- ▽ 矢印をクリックすると前の表示に移動します
- ▶▶ 矢印をクリックすると1ページ進みます

● リンクボタン

- 該当ページへ移動します
- 該当するウェブサイトへ移動します
- 該当するデータページへ移動します

● 関連ウェブサイトのご紹介

- 「サステナビリティレポート2016」編集方針
日産は、私たちが果たすべき社会的責任をステークホルダーの皆さまにご理解いただくため「サステナビリティレポート」を通じ、日産の取り組みを分かりやすくお伝えしていきたいと考えています。「サステナビリティレポート2016」では、「持続可能なモビリティ社会の実現に向けて」および8つのサステナビリティ戦略での取り組みを中心に、2015年度の活動結果および進捗について報告しています。
- 本レポートの対象範囲
期間：会計年度である2015年度（2015年4月～2016年3月）を基本とし、該当のものについては期間を文中に明記しています。
組織：日産自動車株式会社および海外拠点（欧州日産自動車会社、北米日産会社など）を含む日産グループ
- 参考ガイドライン
GRI「サステナビリティレポートガイドライン」対照表をウェブサイト上で公開
*8つのサステナビリティ戦略の関連指標およびCSRデータ集については、レポート内にもGRIインデックスを記載しています。 ▶▶ [website](#)
- 前回レポートの発行日
サステナビリティレポート2015：2015年6月22日 発行
- 本レポートの報告サイクル
2004年より年1回発行

- 第三者保証について
第三者保証報告書を掲載しています。
詳細はそちらをご覧ください。 ▶▶ [page_139](#)
- 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、当社の将来にかかわる計画、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せん。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。
発行後に誤記などが確認された場合には、その正確な情報を以下のウェブサイト上で、ご案内いたします。
- 本レポート、またはその内容に関するご質問窓口
〒220-8686 神奈川県横浜市西区高島一丁目1番1号
日産自動車株式会社 CSR部
TEL: 045-523-5523 (代)
FAX: 045-523-5771
メールアドレス：NISSAN_SR@mail.nissan.co.jp
- サステナビリティレポート2016
発行年月日：2016年6月30日

*環境配慮の観点から冊子版は2006年度版をもって廃止し、ウェブサイト上で電子データ(PDFファイル)をダウンロードする公開方法に変更しています。

はじめに

企業ビジョン

日産：人々の生活を豊かに

企業ミッション

私たち日産は、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。



「人々の生活を豊かに」という企業ビジョンのもと、日産は製品やサービスの提供を通じた価値の提供はもとより、グローバルなあらゆる事業活動を通じて社会の持続的な発展に貢献することを目指しています。世界をリードする自動車メーカーとして、日産はお客さま、株主、従業員、地域社会などすべてのステークホルダーを大切にしながら、将来にわたって価値ある持続可能なモビリティの提供に努めています。走行中に地球環境へ負荷を与えない電気自動車普及への先駆的な取り組み、新興国への手ごろな価格の車両提供、そして交通事故ゼロ社会の実現に貢献する自動運転技術の開発も、この企業ビジョンに基づいた日産の価値創造活動の一例といえます。こうした日産のCSRの総称が「ブルーシチズンシップ」です。ブルーシチズンシップを通じて社会からの期待にしっかりと応えていく会社を目指します。

日産ではCSRにかかわる考え方や取り組みをより多くの皆さまにご理解いただくため、「サステナビリティレポート」としてまとめ、毎年公表しています。情報を広く社会と共有することで事業活動の透明性を高めると同時に、社外からのフィードバックを通じて改善を図り、今後もさらに持続可能な社会の発展に寄与したいと考えています。



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

CEOメッセージ



カルロス ゴーン

日産自動車株式会社 社長兼最高経営責任者 (CEO)

日産自動車は、持続可能なモビリティの新たな時代をリードしていることを誇りに思っています。そしてその過程における当社の目標は明快です。世界で最も持続可能な会社となることです。私たちはイノベーションをもたらすことに焦点を当て、誠意と透明性をもって行動することにより、長期的な成長の実現を目指しています。さらに、当社の技術開発力を生かし現在最も急務とされる社会・環境・安全における課題の解決に貢献したいと考えています。ゼロ・エミッション車「日産リーフ」から最先端の「セーフティ・シールド」の技術まで、当社が市場にお届けしてきた数々の画期的な提案は、ひとえに、世界をより良くしたいという私たちの想いに基づくものです。

2015年も本活動をさらに発展させ、「人々の生活を豊かに」という従来からの企業ビジョンに対する決意を新たにしました。パリで開催された気候変動枠組条約第21回締約国会議 (COP21) で、採択された目標を支持することを表明しました。さらに、ルノー・日産アライアンスは同会議で、多数の電気自動車 (EV) を提供しました。会期中、アライアンスのEVは延べ17万5,000km以

“日産は今後も社会に価値をもたらすことを目指し、革新を続けていきます。ステークホルダーの皆さまと力を合わせてより良い世界をつくることに力を注いでまいります”

上走行し、EVの持つ利点を関係者の皆さまに享受いただきました。日産自動車はまた、国連総会で正式に採択された「持続可能な開発目標 (SDGs)」への賛同も表明しています。同目標には「持続可能な経済成長」「インフラ整備」「エネルギー問題の解決」が含まれます。加えて、国連が提唱する普遍的原則「国連グローバル・コンパクト」への参加も10年にわたり続けています。

当社は2010年に「日産リーフ」を発売し、EVのセグメントを開拓しましたが、その普及に向けて大きな前進を遂げました。これまでに「日産リーフ」は20万台を超える累計販売台数を達成し、世界で最も売れているEVとなりました。2016年モデルは、1回のチャージによる航続距離を20%以上伸ばし、280kmを実現しています。

EVの技術は引き続き当社の商品開発の中心に位置し、今後、ますます発展する自動運転技術のベースとなっています。当社は2020年までには、高速道路と市街地を安全に自動走行できる車を発売する予定です。向こう4年間で欧州、米国、日本、そして中国に、自動運転技術を搭載した複数の商品を順次投入していきます。自動運転技術は主要量販車に搭載し、手ごろな価格でご提供する計画です。その第一弾は今年、日本市場で発売予定です。

本報告書にもありますように、サステナビリティ課題の目標達成まではまだ道半ばですが、意義のある進歩を遂げています。当社は今後も社会に価値をもたらすことを目指し、革新を続けていきます。ステークホルダーの皆さまと力を合わせてより良い世界をつくることに力を注いでまいります。

カルロス ゴーン

日産自動車株式会社
社長兼最高経営責任者 (CEO)

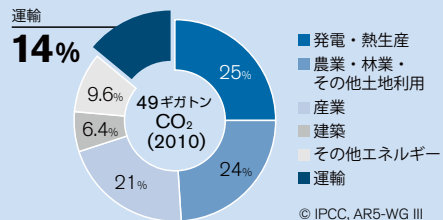
持続可能なモビリティ社会の実現に向けて

世界が急速に変化していく中、私たちを取り巻く社会は直接的かつ長期的に影響を及ぼすさまざまな課題に直面しています。日産は持続可能なモビリティ社会の実現に向けて、その課題を特定し、解決するために必要となる取り組みを推進しています。

日産が目指すのは「ゼロ・エミッション」と「ゼロ・フェイタリティ」

地球温暖化、人口構成の変化、都市化の進行といったメガトレンドは現代社会に大きな影響を与えています。人口の増加に伴い、世界の自動車台数は2050年までに25億台になると予測されていますが、世界の温室効果ガス排出量に占める運輸部門の割合はおよそ14%と試算されています。また、安全技術の開発と普及により、クルマの安全性は向上しているものの、交通事故による死亡者の数は年間およそ125万人にも上ります。これらの課題を解決し、持続可能なモビリティを誰もが利用できるように日産が目指しているのが、走行中のCO₂排出をゼロにする「ゼロ・エミッション」と日産車がかかわる交通事故の死亡・重傷者数を実質ゼロにする「ゼロ・フェイタリティ」です。

部門別の温室効果ガス排出量



世界の交通事故死者数(2013年)

125万人

出典：WHO「Global Status Report on Road Safety 2015」

新しい時代を切り開く「日産インテリジェント・モビリティ」

日産は「ゼロ・エミッション」と「ゼロ・フェイタリティ」の実現に向けたさまざまなイノベーションに取り組んでいます。この取り組みを「日産インテリジェント・モビリティ」と呼んでいます。世界中のお客様に向けて、安全かつ持続可能な社会を実現するために、モビリティとして運転する楽しさをさらに追求すると同時に、クルマがどのように走るのか、どのようにエネルギーを使うのか、そして社会とどのようにつながっていくのか、という3つの領域についての考え方を明確にしました。「日産インテリジェント・モビリティ」は、以下の3つの領域から構成されています。

- 日産インテリジェント・ドライビング：クルマがより信頼できるパートナーへ。日産の自動運転技術「プロパイロット」が代表例
- 日産インテリジェント・パワー：クルマのさらなる効率化と電動化による走りの楽しさ。電気自動車(EV)が代表例
- 日産インテリジェント・インテグレーション：クルマと社会がつながることで生まれる新しい価値

日産は、グローバルでのEVセグメントにおいて先駆者かつリーダーになるという長期的な戦略に取り組んでいます。量産型EV「日産リーフ」は世界で最も売れており、2016年3月末時点の累計販売台数は20万台を超えました。また、自動運転やそれを構成するさまざまな安全技術の幅広い車種への搭載を進めています。日産は「ゼロ・エミッション」、「ゼロ・フェイタリティ」を実現するために、「日産インテリジェント・モビリティ」の取り組みを段階的に進めており、EVや自動運転などの革新的な技術による価値を届けていきます。

持続可能なモビリティ社会の実現に向けて

「日産インテリジェント・ドライビング」

「日産インテリジェント・ドライビング」を実現する重要な要素は走り・快適性・安全性です。

日産は、クルマが人を守るという独自のコンセプト「セーフティ・シールド」を基本に、安全技術の開発をリードしてきました。車線逸脱警報、車線逸脱防止支援システム、エマージェンシーブレーキなど、日々の運転におけるストレスを取り除くと同時に、危険リスクを低減する技術の多くはすでに実用化しており、ドライバーが危険を認識し、適切なアクションをとることをクルマが支援することで、モビリティの安全性を高めています。今後は、自動運転技術を主要車種に投入していくことで、リーダーシップをさらに推し進めていきます。

日産は、2016年末までには混雑した高速道路上の単一レーンで安全な自動運転を可能にする技術を、2018年には危険回避や車線変更を自動的に行う複数レーンでの自動運転技術を投入します。2020年までには、一般道においてドライバーの操作介入なしに、十字路や交差点を自動的に横断できる自動運転技術を導入する予定です。



ニッサンIDSコンセプト

「日産インテリジェント・パワー」

日産は未来に向けて幅広いエネルギーの活用にチャレンジしています。再生可能エネルギーを活用できるEVの実用化も、日産が挑戦してきた技術のひとつ。その技術や販売において日産は業界をリードしてきました。量産型EVとして市場投入した「日産リーフ」の走行距離は合計21億kmを越えています。電気商用車「e-NV200」の発売も開始し、「走る蓄電池」としての新たな使い方を提案しています。

日産はEVの利便性を高めるために、より長い航続距離の実現に取り組んでおり、バッテリーのエネルギー密度と性能の向上を推進しています。2015年の「東京モーターショー」で発表、2016年の「ジュネーブモーターショー」や「北京モーターショー」にも出展した「ニッサンIDSコンセプト」は60kWhの大容量バッテリーを搭載し、NEDCモード1回当たりの充電で550kmの航続距離を実現しています。

なお、ダウンサイズターボやエクストロニックCVTなどの燃費向上や快適な走りを実現するための既存技術も「インテリジェント・パワー」に含まれます。

▶ NEDC: New European Driving Cycle



ニッサンIDSコンセプト

持続可能なモビリティ社会の実現に向けて

「日産インテリジェント・インテグレーション」

自動車メーカーはどのように社会に対して新しい価値を提供し、より環境に優しく、より安全なモビリティ社会の実現に貢献できるでしょうか。その答えは充電インフラの整備だけでなく、人、クルマ、そして社会インフラをネットワーク化することにある、と日産は考えています。

日産は日本、欧州、米国、メキシコなどの市場で、EVの充電ネットワーク拡大にも貢献し続けており、急速充電器はすでに世界で10,000基以上が設置されています。

充電インフラを整備するだけでなく、人、クルマ、そして社会インフラをネットワーク化することも自動車メーカーとしての日産の使命です。クルマを道路、情報ネットワーク、電力網といった社会インフラとつなぐことができれば、渋滞の緩和、より効率的なカーシェアリング、遠隔操作によるクルマの新しい使い方やエネルギー管理の効率化などが実現できます。また、仕事やプライベートで使うデバイスをどこでも自由に使いたいというニーズはグローバルに高まっており、こうしたメガトレンドはクルマにも及んでいます。日産は人とクルマがつながる社会の実現に貢献していきます。

「インテリジェント・インテグレーション」を推進し、カーシェアリングや統合的な交通マネジメントシステム、非接触充電ネットワークなどを実現することで、「インテリジェント・ドライビング」と「インテリジェント・パワー」の取り組みを社会と融合させ、「インテリジェント・モビリティ」を具現化していきます。その取り組みはすでにさまざまな形で始まっています。

「日産インテリジェント・モビリティ」を支える—日産の研究開発

さまざまな問題を抱える予測不能な現代社会において、「将来のモビリティ社会に貢献する新たな価値の創造」は日産の大きなミッションであると考えています。日本、米国、インド、ロシアにある日産自動車の研究拠点では、社会のトレンドを見据え、将来のモビリティ社会に対応するための研究を行っています。この研究活動のベースとなり、新しい価値を発見・提案・提供できるイノベーションの礎となるのが、「Nissan Research Way (NRW)」です。NRWは「将来の技術動向と社会の価値観変化を見極めること」「世界の智が集うオープンイノベーションの拠点になること」「戦略的領域で内部に高い技術力を持つこと」の3本の柱からなっています。日産では「日産インテリジェント・モビリティ」の実現に向けた研究開発も、NRWのもと各拠点で推進。安全技術やEVなどの分野で、すでに実用化が始まっています。

今後さらに研究開発を進め、自動運転技術やコネクテッドカーを実現するうえで鍵となるのが、ソフトウェア開発、特にデータ解析技術や人工知能(AI)技術の開発です。世界の先端企業や大学の研究機関が集結する米国カリフォルニア州の日産総合研究所シリコンバレーオフィスではAI技術開発に取り組んでおり、自動車関連の技術競争が活性化する中、最先端の研究コミュニティと連携し、技術の吸収と自動車への適応を迅速に行っています。

最先端のAI技術を投入することで、人間が普段行っている複雑な判断や動作が自動運転でも再現できるようになります。「ニッサンIDSコンセプト」は、各種センサーやカメラから得た情報をAIが総合的に処理することで、安全で快適な自動運転を実現しています。



日産総合研究所シリコンバレーオフィス

日産のCSR戦略・マネジメント

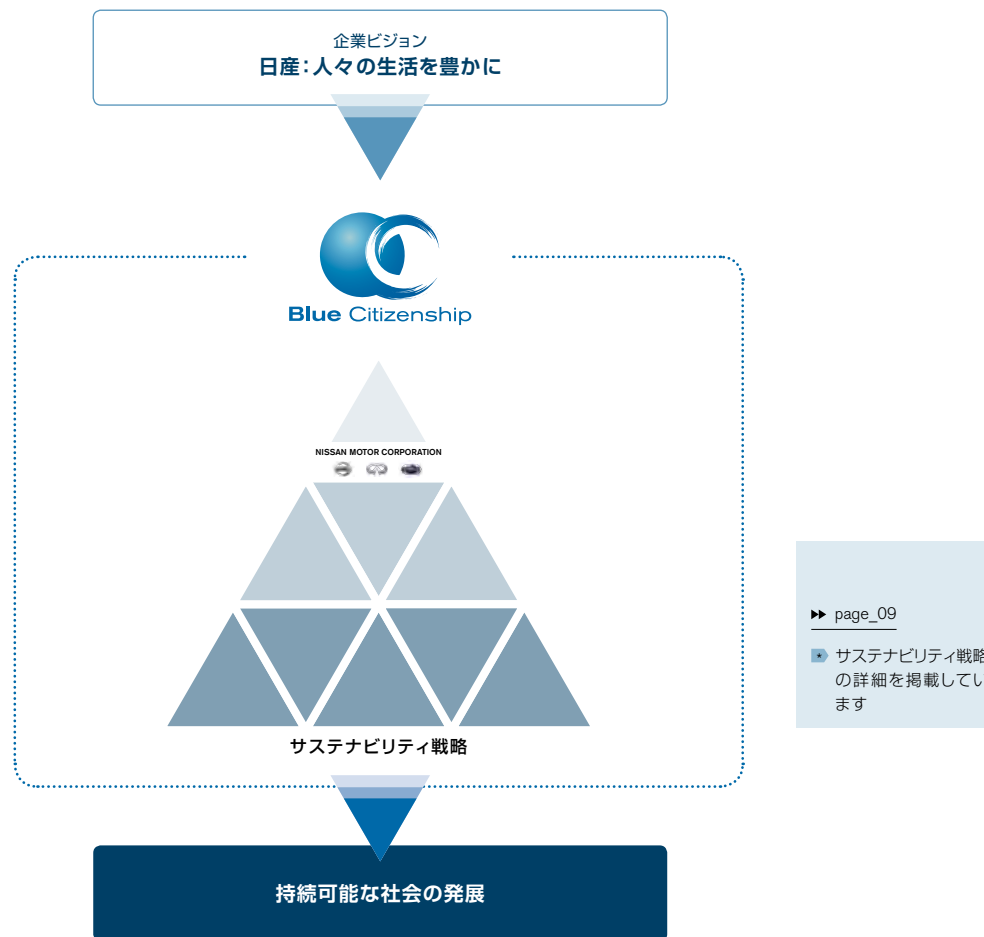
日産は自らの持続的な利益ある成長はもとより、社会全体の持続的発展に貢献したいと考えています。そのために、幅広いステークホルダーの声に耳を傾け、協力しながら、社会からの要請を企業活動に取り込む努力を続けています。

日産のCSRビジョン

日産は「人々の生活を豊かに」という企業ビジョンを掲げ、グローバルなあらゆる事業活動を通じて社会の持続的な発展に貢献していくことを目指しています。そして、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、ルノーとの提携のもとにすべてのステークホルダーに提供することが日産のミッションです。

同時に、世界をリードする自動車メーカーとして、人々が直面する課題の解決に貢献することも私たちの使命です。日産はお客さま、株主、従業員、地域社会などすべてのステークホルダーを大切に思い、将来にわたって価値ある持続可能なモビリティの提供に努めます。事業を通じて経済貢献すると同時に、社会の一員として、持続可能な社会の発展を目指します。

私たちの企業ビジョン	日産:人々の生活を豊かに
私たちの企業ミッション	私たち日産は、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く予定です。
私たちのCSRビジョン	日産は業界をリードする持続可能な企業の一つになることを目指します。



マテリアリティ評価に基づき社会の重要課題を分析

日産のCSRビジョンを達成するために、社会の重要課題を定期的に経営会議体で論議し、日産がグローバル企業として、また自動車メーカーとして、グループ会社全体で取り組むべき優先課題を特定してCSR戦略に反映しています。自社の潜在的な好機と課題を論議・分析し、マテリアリティ（経営に重要な影響を与える要因）評価の結果を「マテリアリティマトリックス」として表現しています。

日産では、ステークホルダーの懸念や関心、技術の革新などの最新動向を踏まえ、マテリアリティ評価の見直しを行っています。

マテリアリティ評価は、以下の3つのステップで進めました。

- 2015年度のマトリックス(右図参照)で認識された内容に加えて、各種CSRガイドラインの内容やCSRのトレンド、自動車業界内外での国際的な直近の取り組みなどを参考として、サステナビリティの重要課題を検討。
- 選定した課題は、事業活動への潜在的な影響とステークホルダーの関心度を評価基準として分析・整理し、マトリックスの素案を作成。
- 次に、社内外のステークホルダーにインタビューを実施し、その内容を受けて修正したマテリアリティ評価の結果を、経営陣が確認。

現在実施しているマテリアリティ評価では、2015年度のマトリックスで認識された課題に加え、例えば、各国で法整備が進んでいる汚職防止なども、より注目すべき課題として検討を行っています。日産では、このマテリアリティ評価に基づいて今後の企業戦略を策定すべく、取り組みを進めています。

▶ page_04

「持続可能なモビリティ社会の実現に向けて」の詳細を掲載しています

マテリアリティマトリックス2015

ステークホルダーの関心度	極めて高い	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 水資源の枯渇 ▪ 事業活動からのCO₂排出 ▪ バリューチェーンにおけるサステナビリティマネジメント ▪ 資源の利用効率 ▪ コーポレートガバナンス 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 燃料消費・製品からのCO₂排出 ▪ 持続可能なモビリティ社会の実現（ゼロ・エミッション、安全を含む） ▪ 製品品質、セールス・サービス品質 ▪ 持続的な利益ある成長 ▪ 再生可能エネルギー ▪ 大気の質 	
	とても高い	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 生物多様性と生態系システム ▪ 安全な職場の構築 ▪ 廃棄物の最終処分量 ▪ 化学物質の使用 ▪ 社会貢献活動 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ダイバーシティ ▪ ブランド ▪ 従業員の育成 ▪ リスクマネジメント ▪ ルノーと日産のアライアンス 	
	高い			
		高い	とても高い	極めて高い

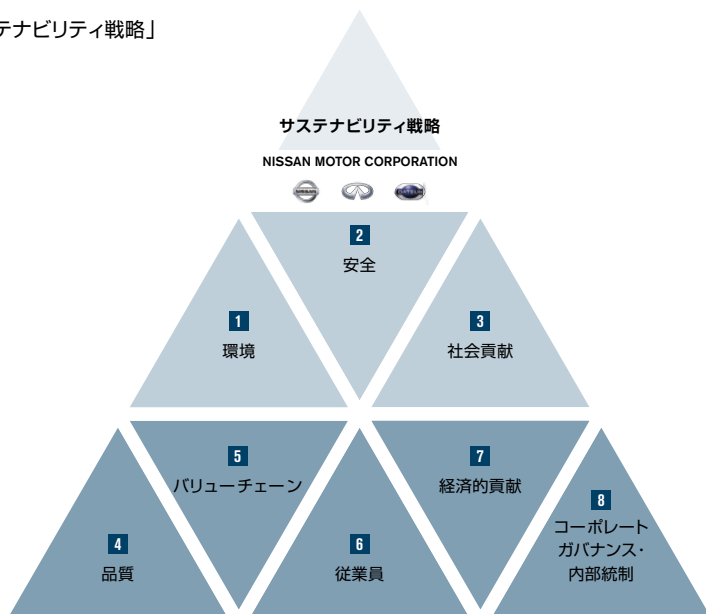
自社への潜在的な影響度（自社への重要度）

サステナビリティ戦略

日産は、CSRの取り組みとして8つの「サステナビリティ戦略」を定めています。「環境」「安全」「社会貢献」の3つは、世界をリードする自動車メーカーならではの活動を推進する領域です。クルマというモビリティが潜在的に抱えている課題を解決し、持続可能なモビリティ社会の実現に貢献するとともに、企業のCSR活動全体を牽引していきたいと考えています。「品質」「バリューチェーン」「従業員」「経済的貢献」「コーポ

レートガバナンス・内部統制」という5つの領域も、私たちが社会から信頼され、必要とされる企業であり続けるために欠かせません。日産は8つのサステナビリティ戦略を誠実に推進することで企業としての社会的責任をしっかりと果たし、信頼を高めていきます。

8つの「サステナビリティ戦略」



- 1 環境**
持続可能なモビリティ社会の実現に向けて、クルマのライフサイクルにおける環境依存・負荷を低減し、実効性のある商品・技術を拡大することで、社会の変革をリードしていきます。
- 2 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。

- 3 社会貢献**
「環境への配慮」「教育」「人道支援」の3つの重点分野を中心に、企業市民として果たすべき社会貢献活動に取り組みます。
- 4 品質**
世界中でトップレベルの製品やサービスをお客さまにお届けします。
- 5 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。

- 6 従業員**
多様な人材がグローバルビジネスを通して自らの成長を実感できる、魅力的な組織づくりを目指します。
- 7 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發展にも貢献します。
- 8 コーポレートガバナンス・内部統制**
法令と会社のルールを順守し、公平・公正で高い透明性を持った効率的な事業活動を目指します。

CSRマネジメント

推進体制

8つの戦略の目標設定や進捗確認など社内横断的な管理については、日産の最高意思決定機関であるエグゼクティブ・コミッティが方針や今後の取り組みを決定しています。エグゼクティブ・コミッティには経営に直接携わる副社長以上のメンバー11名(2016年3月31日時点)が参加。月に1回開催されるため、より迅速で的確な意思決定が可能となっています。

2016年4月に新たにチーフサステナビリティオフィサーの役職を設けました。CSR活動と事業活動を密接に関連させることで、日産の持続的な利益ある発展と社会の持続的な発展という2つの方向性を常に一致させた経営をさらに目指していきます。

CSRに関する意思決定プロセス



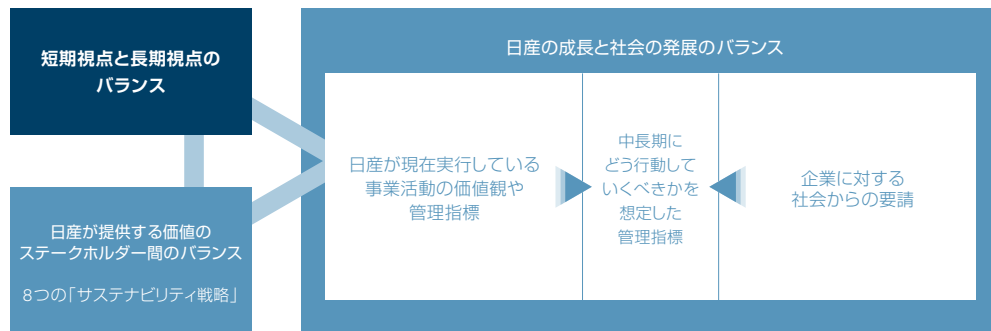
CSRスコアカード

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして、「CSRスコアカード」を作成しています。スコアカードでは、縦軸を8つのサステナビリティ戦略とし、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スをチェックします。横軸では、日産の成長と社会の発展のバランスを追求するために、「企業に対する社会からの要請」を考慮しながら決定した「日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標」と「中長期にどう行動していくべきかを想定した管理指標」「今後の課題」を記載しています。横軸と縦軸の両軸を踏まえ、全体として短期視点と長期視点のバランスを追求していきます。CSRスコアカードはサステナビリティレポートで、毎年公表しています。2014年度にはスコアカードの項目を見直しました。その内容を本レポートに掲載しています。

8分野の最新スコアカードを掲載しています

- ▶▶ page_17
- ▶▶ page_46
- ▶▶ page_55
- ▶▶ page_65
- ▶▶ page_74
- ▶▶ page_81
- ▶▶ page_99
- ▶▶ page_104

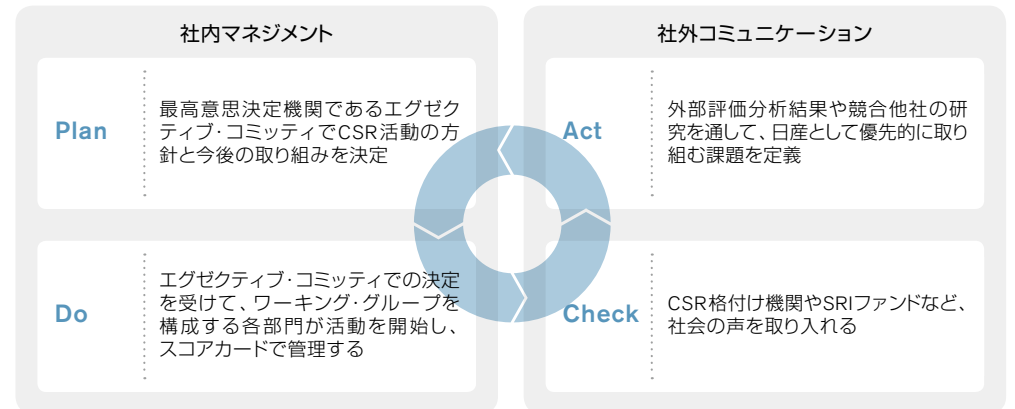
管理ツール「CSRスコアカード」



日産のCSRを推進するPDCAサイクル

日産では、エグゼクティブ・コミッティでCSRの方針を決定したうえで、スコアカードによる進捗管理、社会の声の企業活動への取り込み、外部評価の分析に取り組むなどPDCA (Plan-Do-Check-Act: 計画、実施、評価、改善)サイクルを通してCSR活動を推進しています。2015年度は社会の声、社外の動向を取り入れるとともに、日産のマテリアリティ評価を検証し、経営戦略への取り込みを開始しました。

PDCAサイクル



CSRの社内コミュニケーション

日産では従来、本レポートやウェブサイトを主な媒体として、社外はもとより社内のコミュニケーションにも力を入れてきました。従業員一人ひとりに自分とCSRとの接点があるかを考えてもらい、具体的な行動につなげてもらえるようCSRの情報発信を強化しています。

新人研修および新任課長研修においてもCSRに関するセッションを実施しています。従業員向けポータルサイト(イントラネット)である「WIN」*の中の「ブルーシチズンシップ-日産のCSR-」というサイトでは、自社の活動のほか、CSR全般に関するさまざまな情報を掲載しています。

WIN: Work force
Integration @ Nissan

ステークホルダーとの対話

日産では、日産の事業が存続するうえでかかわりのある個人または団体をステークホルダーと位置づけています。

日産は、企業活動と社会的要請のベクトルを一致させた経営を目指しており、そのためにステークホルダーの声に耳を傾け、信頼関係を構築しながら、社会の声を企業活動に反映させることが重要だと考えています。より多くの声を取り入れるために、社会の声に耳を傾け、オポチュニティとリスクの芽を見いだす活動を行っており、ステークホルダーとの対話を図る多様な機会を設けています。こうした対話を本社はもちろん、事業所や海外拠点においても実施し、確実に社内にフィードバックする体制を構築しています。

ステークホルダーとの対話における具体的な事例は本レポート内で紹介しています。

日産を取り巻くステークホルダーとの対話の機会



ステークホルダー	ステークホルダーとの対話の機会
お客さま	問い合わせ窓口、ディーラー窓口、ウェブサイト、ショールーム、イベント、お客さまアンケート、TV・雑誌・SNSなどのメディア、オーナーズミーティング、アフターサービス、メール配信サービス
従業員	問い合わせ窓口(社内通報制度)、イントラネット、社内イベント、面談、各種アンケート(調査)
サプライヤー・ディーラー	定期的な会議、問い合わせ窓口、説明会、イベント、各種ガイドライン、ウェブサイト
株主・投資家	IR 問い合わせ窓口、株主総会、決算説明会、IRイベント、取材対応、ウェブサイト、アニュアルレポート、株主通信、メール配信サービス
政府・自治体・ビジネスパートナー	問い合わせ窓口、共同研究、業界団体の取り組み、各種協議会、イベント
NGO・NPO	問い合わせ窓口、社会貢献プログラムの運営、寄付、災害被災地支援、イベント、財団を通じた助成
地域社会	各事業所問い合わせ窓口、地域でのイベント、工場見学、社会貢献活動、協議会、交通安全啓蒙活動、財団を通じた助成
将来世代	問い合わせ窓口、社会貢献プログラム、工場見学、寄付講座、イベント、財団を通じた助成、ウェブサイト
メディア	広報問い合わせ窓口、記者会見、広報イベント、プレスリリース、取材対応、メール配信サービス、ウェブサイト

人権の尊重への取り組み

日産はステークホルダーの人権を尊重しながら事業活動を行っています。「国連グローバル・コンパクト」や各国の法律を指針となる原則とし、各種ガイドラインなどを整備しています。また、お客さま、従業員、ビジネスパートナー、地域の住民の方々を含めたステークホルダーとの対話を続けながら、さらに取り組みを強化していきます。

また、サプライチェーンにおいて、紛争鉱物問題への対応や、日本の反社会的勢力排除条例に基づく調達方針をより明確にすべく、購買管理部と共同で制作し、サプライヤーに展開している「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」[※]を2015年に改定するにあたり、それらの内容を盛り込みました。

▶▶ page_76

▶ 「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」に関する詳細を掲載しています



関連ガイドラインをウェブサイトにて掲載しています



人権に関する主な取り組み事例を掲載しています

▶▶ page_83

▶▶ page_109

▶▶ page_79

外部イニシアチブへの参画

日産は国際的なガイドラインや協定に積極的に参画しており、国際的なポリシーや基準を尊重して事業活動を行っています。

「国連グローバル・コンパクト」に署名

日産は、国連が提唱する「人権・労働・環境・腐敗防止」についての普遍的原則である「国連グローバル・コンパクト」に、2004年から参加しています。国連グローバル・コンパクトは、国連のコフィー・アナン事務総長(当時)が1999年に世界経済フォーラム(ダボス会議)で提唱した、企業による自主行動原則です。

日産では、国連グローバル・コンパクトの10原則に基づくさまざまな活動を一層強化するために、CSRマネジメントを進めています。



WE SUPPORT

▶▶ website

国連グローバル・コンパクトに関する詳細はウェブサイト(英語のみ)をご覧ください

社外からの評価

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、投資対象を選ぶ社会的責任投資(SRI: Socially Responsible Investment)が注目される中、日産はCSR経営を推進し、積極的な情報公開に取り組んでいます。日産のCSRへの取り組みは社外からも高い評価を得ています。



MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・アジアパシフィック・インデックス (DJSI Asia Pacific)
「DJSI」は、米国のダウ・ジョーンズ社とスイスのRobecoSAM社による社会的責任投資株価指標。2015年も引き続きDJSI Asia Pacificの構成銘柄に選定されました。



ロベコ・サム・サステナビリティ・イヤーブック 2016
スイスのRobecoSAM社が毎年1月に発表する「サステナビリティ・イヤーブック」において、2016年も、引き続き自動車業界部門で「シルバークラス(銀賞)」を受賞しました。



FTSE4Good
FTSE4Goodインデックスシリーズ
英国のフィナンシャル・タイムズとロンドン証券取引所が共同出資する独立企業のFTSE社が開発。2015年に行われた評価でも引き続き選定されています。



OEKOM コーポレート・レーティング・レポート
企業や国の持続可能性を、環境面および社会面でのパフォーマンスで評価する、ドイツの格付け機関。2015年の評価では、サステナブル投資対象にふさわしい企業として、「プライム」の認定を受けました。



CDPクライメート・チェンジ・プログラム
CDPが実施した、気候変動への取り組みに関する調査「CDP気候変動レポート」(2015年11月公表)において、最高評価のAリストに認定されました。また、同レポート内の気候変動に関する情報開示レベルを評価する「Climate Disclosure Leadership Index (CDLI)」では、満点の100ポイントを獲得しました。



トムソン・ロイター Top100グローバル・イノベーター
トムソン・ロイターが選定する「Top 100グローバル・イノベーター」を3年連続で受賞しました。同賞は、トムソン・ロイターが保有する特許データをもとに、先進技術や革新技術だけでなく普及につながる技術を分析し、全業種・全世界を通じて最も革新的な企業・機関に与えられます。



モーニングスター社会的責任投資株価指数 (MS-SRI)
日本のSRI指標である、モーニングスター社会的責任投資株価指数 (MS-SRI)の2016年構成銘柄に選定されています。



東京証券取引所「なでしこ銘柄」
経済産業省と東京証券取引所が共同で選定している「なでしこ銘柄」(女性活躍推進に優れた上場企業)に4年連続で選定されました。

日本経済新聞社「企業の環境経営度調査」
日本経済新聞社が実施した第19回「企業の環境経営度調査」の企業ランキング(2016年1月発表)において、製造業で2位、自動車メーカーでは1位にランキング。社内の「新しいエネルギー診断チーム」(NESCO: Nissan Energy Saving Collaboration)を用いた、生産現場におけるエネルギー利用効率化の取り組みについて、高い評価を受けました。

▶ [website](#)
ロベコ・サム・サステナビリティ・イヤーブック2016に関する詳細はウェブサイト(英語のみ)をご覧ください

▶ [website](#)
FTSE4Goodインデックスシリーズに関する詳細はウェブサイト(英語のみ)をご覧ください

▶ [page_90](#)
ダイバーシティに関する受賞情報を掲載しています

ルノーと日産のアライアンス

ルノーと日産のアライアンス(提携)は、幅広い分野で戦略的に協力する独自のパートナーシップです。1999年の締結以来、日産はアライアンスを通じて展開地域をグローバルに広げ、経済規模においても大きく飛躍してきました。

2015年のルノー・日産アライアンスのグローバル販売台数は850万台^{*}。世界市場のおよそ10%をルノー・日産アライアンスのクルマが占め、アライアンスは世界の自動車グループのトップ4に入っています。現在、ニッサン、インフィニティ、ダットサン、ヴェヌーシア、ルノー、ルノー・サムスン、ダチア、ラーダ(アフトワズ社)の8ブランドを展開しています。

▶ 露アフトワズ社の販売台数を含む



アライアンスのビジョン

ルノー・日産アライアンスは、自動車業界の中で最も長期間にわたって継続している提携であり、異なる文化と融合しながら最大の効果を生み出しています。2016年3月で18年目に突入したこの独特なパートナーシップは、実際的かつ柔軟なもので、常に新たなプロジェクトに取り組みながら新しいパートナーを受け入れて世界中に拡大してきました。アライアンスは、ドイツのダイムラーAG、三菱自動車、中国での合弁会社である東風汽車有限公司などとも幅広い協力関係を実現しています。また、ロシア国営企業ロステック社(前ロシアン・テクノロジー社)との合弁会社を通じて、ロシア最大の自動車メーカーであるアフトワズ社の株式の過半数を保有しています。

アライアンスの基本的な考え方は、それぞれのブランド・アイデンティティや企業文化を尊重しつつ、株式の相互保有を通して互いの収益向上に積極的に貢献するというものです。現在ルノーは日産株の43.4%、日産はルノー株の15%を保有しています。

2014年4月1日、ルノー・日産アライアンスは、業績を向上させ、シナジーを加速させるために、研究・開発、生産技術・物流、購買、人事の主要4機能を統合しました。各機能はそれぞれのアライアンス副社長が統括します。これらの機能の統合により、アライアンスは2015年に41億ユーロ以上であったシナジー効果を、2018年には55億ユーロにまで増加させることを見込んでいます。

アライアンスの3つの目標

アライアンスは、利益ある成長戦略を策定・実行し、以下3つの項目において、世界の自動車メーカーの中でトップ3に入ることを目指しています。

- 1 技術革新
- 2 収益および営業利益
- 3 製品品質および顧客満足度

革新的技術のリーダーに

アライアンスは、「ゼロ・エミッション車」「コネクテッド・カー」「自動運転車」の3つを重要な戦略の柱に掲げ、技術面で世界の自動車業界をけん引しています。

▶▶ website

ルノー・日産アライアンスに関する詳細はウェブサイトをご覧ください

現在、世界の道路を走る電気自動車(EV)の2台に1台は、ゼロ・エミッションモビリティのグローバルリーダーであるアライアンスのクルマです。2010年12月にアライアンス初のEVである「日産リーフ」を発売して以来、世界で累計33万台以上のEVを販売してきました(2015年12月末時点)。「日産リーフ」は現在に至るまで、世界で最も多く販売されているEVです。

アライアンスは、2015年にパリで開催された国連気候変動枠組条約第21回締約国会議(COP21)でオフィシャルパートナーを務め、国際会議に提供されるEVとしては史上最多となる200台を提供しました。

また2016年1月には、自動運転技術を今後4年間でアライアンスとして10モデル以上に順次搭載する計画を発表しています。



COP21
Photo credit: Olivier Martin-Gambier

「持続可能な発展のための世界経済人会議」への参画

ルノー・日産アライアンスは「持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)」に参画しています。WBCSDは先進的な企業で構成される国際組織で、経済、社会、環境の3分野において持続可能な将来の構築を目指し、世界の産業界をけん引しています。

環境

世界の人口増加と急激な経済発展は、複雑かつ多岐にわたり地球環境に依存しているとともに、地球環境そのものに多くの影響を与えています。私たちは生物多様性とそれを育む大気・水・土壌といった地球のかけがえのない自然資本を守り、健全な状態で次の世代へ引き継がなければなりません。経済成長と地球環境保全を両立していくために、自動車業界は気候変動やエネルギー問題への対応、大気の質をはじめとする自然資本の保全、鉱物資源の効率的な活用、化学物質管理、廃棄物削減、リサイクル対応、健康影響への対応といった持続可能性に関するさまざまな課題に取り組むとともに、化石燃料依存からの脱却に向けたビジネス構造の変革を推進しています。

日産はグローバルな自動車メーカーとして、自らの企業活動だけではなく、ビジネスパートナーと連携したバリューチェーン全体で直接・間接的に環境に及ぼす影響を把握し、求められる技術やプロセス、社会とのコミュニケーションを通じて、製品がライフサイクルで人と社会に与える影響を最小化していくことに取り組んでいます。エネルギーや資源の使用効率を高め多様性や循環を促進しながら、お客さまに革新的な商品を提供し、日産の環境理念である「人とクルマと自然の共生」を目指していきます。

取り組みの柱

企業平均燃費の2016年度改善目標
〈2005年度比／日本、米国、欧州、
中国の4市場での平均〉

35%

環境

CSRスコアカード

2015年度目標に対する達成度 ✓✓:達成 ✓:ほぼ達成 ×:未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」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。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2014年度実績	2015年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
ゼロ・エミッション車の普及	「日産リーフ」を含む電気自動車(EV)4車種を発売	投入モデル数	100%電気商用車「e-NV200」を発売。中国市場向けにヴェヌーシア「e30」を発売	開発を推進	✓✓	開発を推進する	新車からのCO ₂ 排出量を2050年に90%削減する(2000年比)
	量産型燃料電池車(FCEV)の投入を準備	取り組み実績	開発を推進	開発を推進	✓✓	開発を推進する	
	EV駆動用バッテリーの市場投入でグローバルリーダーとなる	取り組み実績	日産モトル・イベリカ会社(スペイン)および東風汽车有限公司(中国)でバッテリー生産の一部工程を開始	30kWhバッテリーの生産開始	✓✓	EV販売台数に応じた継続的なバッテリー生産を行う	
	EVとその派生技術を活用し、パートナーとともにゼロ・エミッション社会を具現化	取り組み実績	横浜スマートシティプロジェクトが完了。太陽光発電、「Vehicle to Home」、EVで25%のCO ₂ 削減を確認	EVのさらなる普及を目指す「横須賀EV創生 project」に2015年調印	✓✓	「Vehicle to Home」、EVを活用したビジネスの商業化をパートナーと推進する	
	EVの使用済みバッテリーを活用したエネルギー貯蔵ソリューションの提供(4Rビジネス)	取り組み実績	大阪市此花区で、「日産リーフ」使用済みバッテリーを活用した大容量蓄電池システムの実証実験を開始	日産先進技術開発センター(NATC)にて「日産リーフ」24台分の使用済みバッテリーパックを使用したエネルギーマネジメントシステムを2015年7月より稼働	✓✓	リユース事業のさらなる拡大に向けた準備を行う	
低燃費車の拡大	企業平均燃費を35%改善(日本/米国/欧州/中国、2005年度比)	企業平均燃費改善率	35.3%改善	35.7%改善	-	低燃費車の拡大を推進する	
	幅広いクラスで燃費トップとなるモデルを投入	モデル投入	「エクストレイル」(欧州) 「ムラーノ」(米国)	マキシマ(米国) ラニア(中国) NP300 ナバラ/フロンティア(欧州) エクストレイル ハイブリッド(日本)	✓✓	開発を推進する	
	Cクラス以上の前輪駆動(FR)車にハイブリッド車(HEV)を投入、および後輪駆動(RR)車にHEVを拡大	モデル投入	開発を推進	エクストレイル(日本)	✓✓	開発を推進する	
	プラグイン・ハイブリッド車(P-HEV)を投入	モデル投入	開発を推進	開発を推進	✓✓	開発を推進する	
	エクストロニックCVTをグローバルに投入し、CVT搭載車販売を累計2,000万台に拡大(1992年度基点)	CVT搭載車販売台数	年間販売台数295万台 累計販売台数1,910万台	年間販売台数287万台 累計販売台数2,197万台	✓✓	CVT搭載車の拡大を推進する	
	構造合理化・新材料・工法による軽量化技術開発	取り組み実績	北米に投入した新型「ムラーノ」で1.2GPa級高成形超ハイテン材採用率を上げ、66kgの軽量化を実現	マキシマで超高張力鋼板(超ハイテン材)の採用比率を拡大し、車体剛性を25%向上しながら車両全体で37kgの軽量化を実現	✓✓	開発を推進する	
	ITS技術による使用時のCO ₂ 削減への貢献	取り組み実績	普及を推進	交通情報システムを中国の主要都市に拡大	✓✓	普及を推進する	

環境

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2014年度実績	2015年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
カーボンフットプリントの最小化	企業活動におけるCO ₂ 排出量を20%削減 (グローバル販売台数当たり、2005年度比)	CO ₂ 排出量削減率	23.0%削減	22.4%削減	✓✓	NESCO ¹⁾ による省エネルギー診断をグローバルに拡大する	2050年までに企業活動から80%削減する(2005年比)
	全生産拠点で27%削減(グローバル生産台数当たり、2005年度比)	CO ₂ 排出量削減率	23.9%削減	22.3%削減	✓✓	塗装工程への3ウェット塗装技術を採用する	
	物流におけるCO ₂ 排出量を6%削減(日本、北米、欧州、中国、生産台当たり、2005年度比)	CO ₂ 排出量削減率	4.7%削減	8.5%削減	✓✓	モーダルシフトや充填率向上を推進する	
	オフィスで毎年1%削減 (日本、北米、欧州、中国、床面積当たり、2010年度比)	CO ₂ 排出量削減率	1.8%削減	0.7%増加 主に日本での系統電力のCO ₂ 係数悪化による	×	PPS ²⁾ からの電力供給の導入を拡大する	
	販売会社で毎年1%削減 (日本、床面積当たり、2010年度比)	CO ₂ 排出量削減率	14.4%増加	20%増加 主に日本での系統電力のCO ₂ 係数悪化による	×	新規店舗に省エネ設備を採用する。PPSの導入を拡大する	
新たに採掘する天然資源の最小化	2016年度に生産を開始する新車1台当たりの再生材使用率を25%に向上 (日本、米国、欧州)	再生材使用率	取り組みを推進	取り組みを推進	✓✓	取り組みを推進する	クルマ1台当たりの再生材使用量を70%に向上(2010年比)
	ビジネスパートナーと連携し、クローズド・ループリサイクルの仕組みを拡大	取り組み実績	廃車由来の内装樹脂材の回収量拡大に向け、パートナーとの連携を強化	取り組みを推進	✓✓	取り組みを推進する	
	リサイクル実効率の向上 -リサイクル実効率トップレベル達成(日本) -使用済み自動車の適正処理と再資源化推進(グローバル)	リサイクル率	99.6%(日本) 使用済みリチウムイオンバッテリーの回収、およびリサイクル体制を構築中(グローバル)	99.6%(日本) 使用済みリチウムイオンバッテリーの回収、およびリサイクル体制を構築中(グローバル)	✓✓	取り組みを推進する	
	希少資源の削減	取り組み実績	レアアースを削減したHEVモーター用磁石を、新たに発売した「バスファインダー」HEV、インフィニティ「QX60」HEVより採用を開始(北米)	レアアースを削減したモーター用磁石の採用を順次拡大。新たに発売したHEV、「エクストレイル ハイブリッド」に採用を開始	✓✓	開発した技術の新型モデルへの採用と、レアアース使用量がさらに少ない磁石の開発を推進する。低コスト触媒を拡大採用する	
	廃棄物削減の推進 -日本生産で年2%削減 -グローバル生産で年1%削減	廃棄物削減率	3.5%削減(日本) 7.0%削減(グローバル)	4.6%削減(日本) 7.3%削減(グローバル)	✓✓	資源版NESCO診断をグローバルに拡大する	
	全生産拠点で水使用量を管理し、削減を推進	取り組み実績	グローバル車両生産工場での削減活動をさらに強化	取り組みを推進	✓✓	取り組みを推進する	
環境マネジメントの推進	バリューチェーンを通じた環境マネジメントの強化と推進 (連結製造会社、販売会社、サプライヤー)	取り組み実績	CDPサプライヤープログラムに参画し、サプライヤーサーベイのグローバルスタンダードを採用	CDPサプライヤープログラムやサプライヤーへの説明会を通じ、サプライヤーエンゲージメントをさらに強化	✓✓	THaNKS活動をサプライヤーの省エネ活動へ拡大する	NGP達成とマネジメント判断をサポートする包括的・効率的な取り組みを推進する
	環境負荷物質管理の強化と計画的な削減および代替の推進	取り組み実績	環境負荷物質の管理強化、計画的削減、代替の推進を継続	環境負荷物質の管理強化を、計画的削減、代替の推進を継続	✓✓	環境負荷物質の管理強化を推進する	
	ライフサイクルアセスメント(LCA)を活用した製品環境負荷の低減	取り組み実績	第三者認証取得済みLCA算出手段にて製品環境負荷の低減に向けた活動を継続	認証を受けた算出手順に基づき、新型車のLCAを継続	✓✓	製品環境負荷の低減を推進する	



▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN18/G4-EN19/
G4-EN27/G4-EN28/
G4-EN33

▶▶ page_116

詳細は巻末のCSRデータ
集をご覧ください

1) NESCO:「新しいエネルギー診断チーム」
(Nissan Energy Saving Collaboration)

2) PPS: 特定規模電気事業者

3つの重要課題

日産は、企業活動やクルマのライフサイクル全体での環境負荷や資源利用を、自然が吸収可能なレベルに抑えることを究極のゴールとし、「CO₂排出量の削減」「資源循環の推進」「大気・水・土壌・生物多様性の保全」という3つの重要課題に取り組んでいます。

1. CO₂ 排出量の削減

自動車産業は、CO₂排出量の削減と、化石燃料への依存からの脱却に取り組むことが求められており、そのビジネス構造は大きく変化しつつあります。日産はグローバルな自動車メーカーとして、クルマの原材料から輸送、走行時など、サプライヤーを含むバリューチェーン全体でのCO₂排出量を視野に入れ、新たな技術開発を進め、再生可能なエネルギーを利用するなど、事業活動との両立を意識してCO₂削減に取り組んでいます。

2. 資源循環の推進

日産は、世界各地に生産拠点や市場を持ち、さまざまな形で資源を利用しています。世界中の人々にモビリティのある豊かな生活を提供し続けるため、「資源を大切に有効利用し、環境負荷を最小にする」ことを基本とし、クルマのライフサイクルのあらゆる段階で効果的に資源を循環させる取り組みを行っています。

3. 大気・水・土壌・生物多様性の保全

私たちの生活は、大気や水、土壌、生物などで構成される生態系のバランスの上に成り立っています。かけがえのない地球を健全な状態で次世代に引き継ぐため、日産は企業活動およびクルマのライフサイクル全体で生態系に及ぼす影響を可能な限り最小化し、新たな価値に変えるべく、環境対応技術の開発・普及に努めています。

環境ビジョン

人とクルマと自然の共生を目指して

日産はグローバルな自動車メーカーとして、自らの企業活動が直接・間接的に環境に及ぼす影響を把握し、最小化していくことに取り組んでいます。そして、究極のゴールとして「企業活動やクルマのライフサイクル全体での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」を目指し、地球の未来に残すフットプリントをできるだけ小さくする努力を続けています。

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。これは、環境問題に積極的に取り組み、リアルワールドで環境負荷を低減しようとする誠実な姿勢、そして持続可能なモビリティ社会実現のために、お客さまに革新的な商品・技術・サービスを提供するという日産の意思を表した言葉です。日産は「シンシア・エコイノベーター」として、日産の環境理念である「人とクルマと自然の共生」の実現に向け、モビリティを通じた環境保全に積極的に取り組んでいきます。

「日産・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」

日産は、環境ビジョンの実現に向けて、2011年度より、6か年の中期環境行動計画「日産・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」を推進しています。「NGP2016」の策定にあたっては、エネルギーや資源を専門とする有識者と意見交換したほか、日本では従業員を対象に意識調査を実施し、環境課題や日産の取り組みに対する認識や考え、業務を遂行するうえでの期待を確認するなど、さまざまな影響要因評価を行いました。

「NGP2016」は、前計画(「日産・グリーンプログラム 2010」)で開発した環境技術を幅広く市場に普及・拡大させ、またエネルギーや資源の使用効率を高め、多様性や循環を促進することで、日産の企業活動による環境への負荷低減や、資源利用と生態系サービスとの共存を図ることに主眼を置いています。具体的には「ゼロ・エミッション車の普及」「低燃費

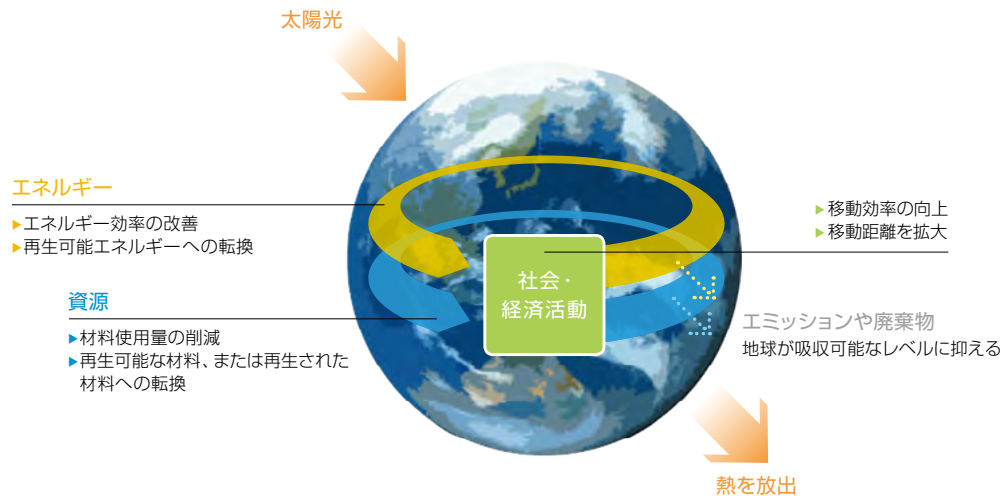
▶ website

▶ 「日産・グリーンプログラム」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

車の拡大」「カーボンフットプリントの最小化」「新たに採掘する天然資源の最小化」という4つのキーアクションについて、クルマづくりに携わる開発・生産部門はもちろん、セールス・サービス部門をはじめとする企業全体で推進しています。

日産は、今後も販売台数を増加する計画ですが、同時に「NGP」を継続して推進することで、2020年代中に新車と日産の企業活動からのCO₂排出量をピークアウトさせ、また新たに採掘する天然資源の量を2010年のレベルで維持できると試算しています。

エネルギーおよび資源の使用効率向上と多様性および循環の促進



▶ ハーマン・E・デイリー
『持続可能な発展の経済学』を参考に作成

環境マネジメントの推進

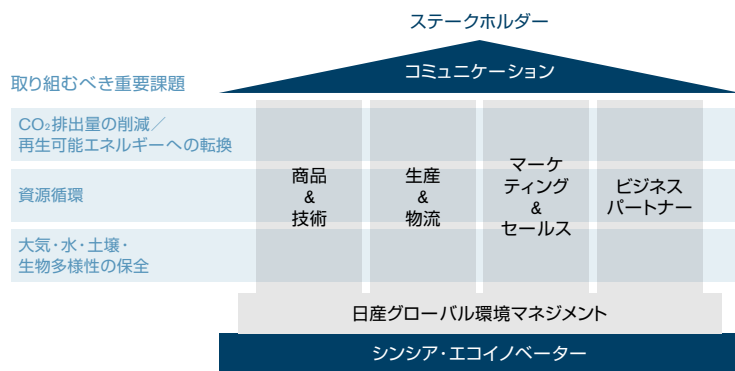
推進体制

日産は「NGP2016」達成のために、商品・技術開発、生産、物流、マーケティング、セールスなどの各部門を有機的に連携させながら最大の効果をえられるよう、グローバルに環境マネジメントのフレームワークを構築し、各活動領域の目標値とアクションプラン実行を推進しています。

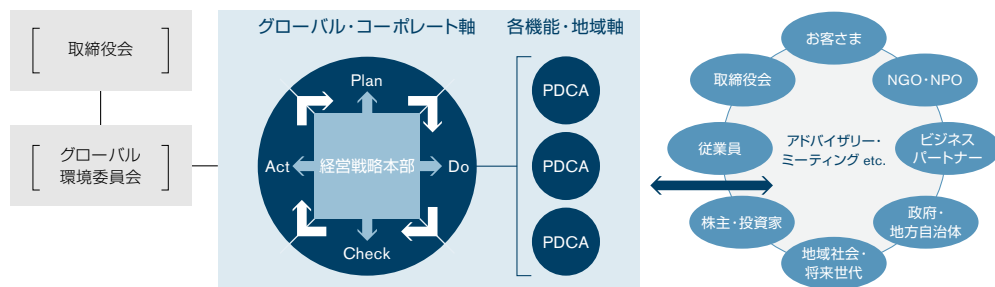
日産はまた、グローバルに環境マネジメントを推進するため、各地域や機能部署と連携した組織体制を構築しています。取締役が共同議長を務めるグローバル環境委員会 (G-EMC: Global Environmental Management Committee、年2回実施) では、議題に応じて選出された役員と全社的な方針や取締役への報告内容の決議などを行います。また、経営戦略本部は、G-EMCへの報告内容や各部門での具体的な取り組みを決定し、PDCA (Plan-Do-Check-Act: 計画、実施、評価、改善) に基づく進捗状況の効率的な管理・運用を担っています。また地域別では、日本環境委員会 (J-EMC、2013年設置)、北米環境委員会 (NA-EMC、同)、中国環境委員会 (DFL-EMC、同) および欧州環境委員会 (E-EMC、2012年設置) がより深い管理と活動を推進。その内容を各地域のマネジメント・コミッティに報告するとともに、経営戦略本部と連携しながらG-EMCへも報告しています。

日産の戦略は、「社会の声に耳を傾け、リスクとオポチュニティの芽を見いだす」との考えに基づいています。有識者や専門機関の意見、格付け機関による評価を参考に、日産の目標や活動内容を精査するなど、取り組みのさらなる強化を図っています。

グローバル環境マネジメントのフレームワーク



組織体制図



ステークホルダーエンゲージメント

日産は、クルマの製造に必要な資源採掘から、製造、輸送、使用、廃棄に至るバリューチェーン全体において、資源やエネルギーへの依存、環境影響（環境に与える影響）を削減する手段を分析し、ステークホルダーを特定[※]しています。そしてさまざまな機会を通して、ステークホルダーの意見や社会の多様なニーズを把握しています。例えば、日産の取締役会メンバーは、学会やビジネス界の第一線で活躍する環境分野の専門家や学者、ビジネスパーソンと日産の経営戦略の方向性や妥当性について協議し、その成果を環境戦略に反映しています。

▶ お客さま、株主・投資家、ビジネスパートナー、サプライヤー、NGO・NPO団体、地域社会、政府・地方自治体、将来世代、従業員、日産取締役会メンバー

マテリアリティ評価

自動車産業は、CO₂排出量や排出ガス、エネルギーや燃費、騒音、材料資源、水、化学物質、廃棄物やリサイクルなど、環境に関連する規制や基準の影響を世界規模で受けています。また、こうした規制や基準は年々厳しくなる傾向にあるほか、クルマの環境性能に対するお客さまの好みや要望も変化しつつあります。

日産は、このような社会からのさまざまな要望に応えるため、マテリアリティ評価の考えに基づき、自社の潜在的な好機と課題を分析し、ステークホルダーと日産の双方にとって重要なものを優先課題[※]として認識したうえで、その解決に必要な方針や目標を設定し、環境戦略に反映しています。

▶▶ page_08

※ マテリアリティ評価の結果「マテリアリティマトリックス2015」を掲載しています

ISO14001によるマネジメント強化

日本においては、2011年1月にグローバル本社をはじめ、研究開発、生産、物流などすべての主要拠点、および製品開発プロセスにおいて環境マネジメントシステムISO14001の統合認証を取得し、環境統括者が直接環境活動を管理・推進する体制を構築しました。その後は確実にPDCAを

回し、環境パフォーマンスを改善しています。また環境統括者が定めた全社での統一目標は、地区事務局を通して事業所ごとに従業員に共有され、全社を統括するISO事務局と各事業所や部門での活動内容や従業員からの提案を束ねる地区事務局が月に1回以上協議し、目標に対する進捗の確認、ベストプラクティスの水平展開、マネジメントシステムの改善、次年度計画の立案、事業所や部門からの要望の吸い上げなどを行います。協議された内容や提案などは年2回(うち1回はマネジメントレビューにて)、環境統括者に報告し、改善につなげています。

一方、マネジメントが適切に機能していることを確認するために、第三者機関による外部審査のほか、内部監査による「環境システム監査」および「環境パフォーマンス監査」を毎年実施し、PDCAに基づいた取り組みの強化を図っています。

海外では主要生産工場ごとにISO14001を取得しており、今後新規に事業展開する地域についても、同様の基準で環境マネジメントシステムを導入する方針です。

日産の商品開発ポリシー

日産は、従来の経営指針「QCT」*品質(Quality)、コスト(Cost)、納期(Time)に「環境(Environment)」を加えた「QCT・Environment」を導入したグローバルな環境管理方針を策定し、日産の全事業においてパフォーマンスの目標を定めています。

日産は、中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016 (NGP2016)」の期間中、毎年、基礎研究および先行開発予算の7割を環境技術開発に投資します。またアライアンスパートナーであるルノーとともに、プラットフォームとモジュール部品を共有する「コモン・モジュール・ファミリー(CMF)」という手法の採用を推進し、削減されたコストを、先進的環境技術をはじめとする新技術への投資に充てる方針です。

従業員の環境意識の向上に向けて

日産の環境活動を支えるのは、従業員一人ひとりの環境知識や意識、そして力量です。日産はISO14001の活動の一環として、従業員および事業所や工場で働く協力会社の従業員を対象に、「NGP2016」に基づくCO₂、エネルギー、水、廃棄物の削減や、有害物質の管理を含む環境事故防止についての教育を毎年実施しています。また工場では、環境負荷削減を実現する力量の継続的な向上のために、教育や訓練に加え各従業員の定量評価を行い、人材を育成しています。訓練内容は、常に必要な力量が身につくよう年1回の見直しを行っています。

日本では、自動車産業を取り巻く環境課題や「NGP2016」の理解を促進するため、入社時オリエンテーションや管理職および中堅クラス向けのセミナーといった日産独自のカリキュラムによる教育や、役員とのタウンホールミーティングを実施しています。また環境への取り組みの最新情報などをイントラネットや社内報、社内ケーブルテレビを通じて発信し、従業員との共有を図っています。従業員は一人ひとりの環境行動を「環境方針カード」に記載し携帯しています。

海外でも、イントラネットでの情報共有はもちろん、ビデオやイベントなど地域に合ったツールや機会を活用しながら啓発活動や従業員との情報共有を図っています。

従業員による活動と評価制度

日産では、2008年度よりQCサークル活動の項目に「環境」を加え、環境改善に向けた従業員の積極的な提案を採用する仕組みへと発展させています。またQCサークルでの活動は、中期経営計画「日産パワー88」*の達成にも貢献することを役員から伝え、従業員の積極的な参画や行動を促進しています。従業員からの提案は、QCサークルを統括する役員および事務局により環境改善への貢献レベルやその他基準に応じて評価され、実行されます。

▶ website

* 「日産パワー88」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

また、現場の知識やスキルのベストプラクティスをマニュアル集にまとめ、グローバル拠点で共有し環境負荷を削減しています。冷却水の効率的な利用システムはこうしたベストプラクティスの共有から生まれたものです。さらに日本では、6月の環境月間に水使用量削減のアイデアコンテスト、10月の3R推進月間には廃棄物削減のアイデアコンテストを開催しています。こうしたプログラムは、従業員の積極的な環境活動への参加を支えています。

日産は、従業員による環境改善活動をその貢献度合いによりさまざまな方法で評価する仕組みを採用しています。まず、日本国内および海外拠点の一部では、従業員の年間業務目標である「コミットメント&ターゲット」に環境改善活動が組み込まれ、目標に対する達成度合いに応じて評価され、賞与の業績連動部分にも反映されます。また、CEOなどの役員から授与される「日産賞」、工場長から授与される「工場長賞」のほか、優れた活動や功績に対して管理職から授与される「サンクスカード」を通して、環境改善につながる活動を表彰しています。

連結製造会社との協働

国内外の主要連結製造会社においては、ISO14001の認証を取得し運営することはもちろん、各社の環境方針に基づいた環境活動を推進しています。さらに「NGP2016」達成に向けて協働するため、日本国内の主要連結会社との定期情報交換会を実施し、「NGP2016」の詳細内容と各社の環境への取り組みを共有しています。

販売会社との協働

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「日産グリーンショップ」認定制度を導入し、半年に一度、販売会社自らが内部審査を行うとともに、日産自動車株式会社による1年ごとの「定期審査」、3年ごとの「更新審査」を通じて、継続的な環境マ

ネジメントシステムの維持に努めています。2016年3月末時点で、部品販売会社を含む全販売会社157社の店舗約2,700店を認定しています。

また日産は、毎年実施している「販売会社満足度調査」により、環境技術車をはじめとした日産の環境への取り組みに対する要望や、お客さまからの反響などを販売の現場から集約し、改善に向けたアクション検討に役立てており、全販売会社でPDCAを回しています。

サプライヤーとの協働

日産は、ルノーの購買部門とともに「The Renault-Nissan Purchasing Way」や「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」に基づき、サプライチェーンへのCSR・法令順守の周知徹底を、また環境面では「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」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。

環境負荷低減活動では、中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」に基づき、年1回定期的な環境説明会を実施し、目標やアクションプランのほか、環境負荷に対する認識の共有を図っています。また、2012年度からサプライヤーのCO₂排出量や水、廃棄物等の実績把握についての環境実績調査を行っています。2014年度からは、さらなる活動強化のため、企業の環境影響や戦略を開示するためのグローバルなシステムを運営している国際環境NPO「CDP」のサプライチェーンプログラムを採用しました。2015年度は、CDPと外部有識者の協力を得て、実績データの精度向上に取り組みました。また、個々のサプライヤーを選定する際には、環境負荷物質管理や環境マネジメント体制に関する質問書の提出を義務づけています。

▶ page_76

※ サプライチェーン・マネジメントの詳細を掲載しています

環境への取り組みのコミュニケーションと評価

気候変動や資源課題などに対して、企業がどのようにリスクを管理し、課題に取り組んでいるかについては、幅広い情報開示が求められています。日産は、ウェブサイトにおいて、投資家や格付け機関、専門家などのステークホルダー向けに、「GRIガイドライン」* に沿ったCO₂や廃棄物などの排出量、エネルギー、水、材料など資源の使用量などの環境パフォーマンスに関する詳細情報の開示を充実させています。また環境への取り組みに関する説明会を実施するなど、対外コミュニケーションにも力を入れています。

国際NPOのCDPが公表した「CDP気候変動レポート2015」において、調査対象となった6,000社を超えるグローバル大手企業の中で、日産は国内の自動車メーカーで唯一、Aリストに認定されました。また、同レポート内の気候変動に関する情報開示レベルを示すスコアで満点の100ポイントを獲得し、「気候変動情報開示先進企業(CDLI: Climate Disclosure Leadership Index)」に選定されました。

今回、日産がディスクロージャースコアで100ポイントを獲得できたのは、環境に及ぼす影響を最小化していくという方針のもとで、2050年までに新車のCO₂排出量(Well to Wheel)を2000年比で90%削減するという長期ビジョンと環境に関する透明性の高い情報開示が評価されたからです。また「日産リーフ」をはじめとするゼロ・エミッション車の普及推進や、クルマから家庭に電力を供給する“Leaf to Home”による電力使用量ピークカットの実現、生産工程におけるCO₂排出量削減のための確実な取り組みも高く評価されました。

また、日本では日本経済新聞社による「第19回環境経営度調査」の製造業総合ランキングで2位にランクインしました。この調査は環境対策と経営を両立させている国内企業を調査・評価するもので、製造業1,737社、小売・外食、電力・ガス業、建設業などの製造業以外の業種1,493社を対象にしています。日産は、温暖化対策の項目において製造業で唯一満点の評価を受け、全5分野総合で489点(最高500点)を獲得しました。

これは開発・生産・購買といったモノづくり部門はもちろん、営業・サービス部門などを含む企業全体で中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」を推進し、継続的な改善に取り組んだ成果によるものです。特に今回の調査では、その包括的な活動の中でも、「新しいエネルギー診断チーム」(NESCO: Nissan Energy Saving Collaboration)によるグローバルな省エネルギー活動が高く評価されました。

NESCOは、横断的に各生産工場の省エネ診断を行い、エネルギーの使い方方を可視化してロスを特定し、改善を提案する専門チームです。日本で培った省エネのノウハウをもとにグローバル育成プログラムを開発し、海外で4チーム、国内では7チームが省エネに取り組んでいます。さらに2014年からはルノーとのアライアンス活動の一環として、ルノーのCO₂削減にも貢献しています。

LCA手法を活用した環境負荷の低減

日産ではライフサイクルアセスメント(LCA: Life Cycle Assessment)手法を用い、クルマの製造に必要な原料採掘の段階から、製造、輸送、使用、廃棄に至るすべての段階(ライフサイクル)において環境負荷を定量的に把握し、総合的に評価しています。また、新規導入技術についてもLCAを行い、より環境に配慮したクルマの開発に取り組んでいます。

「日産リーフ」は、日本の同クラスのガソリン車と比べ、ライフサイクルにおけるCO₂排出量を約40%削減できるとの結果* について、2010年に社団法人産業環境管理協会による第三者認証を受けています。その後も、車両開発に合わせてLCA結果の確認を継続的に行っています。

また日産は、2013年12月、LCAの算出手順についてドイツのテュフラインランドによる第三者認証を受けました。この認証は、ISO14040/14044の規格に基づいており、商品ライフサイクルにおける日産の環境負荷の算出手順を保証するものです。現在日産は、認証を受けた算出手順に基づき、新型車のLCAを実施していますが、2015年度も認定された

▶ NGO「グローバル・リポーティング・イニシアティブ(GRI)」が発行する、環境・社会・経済的な発展に向けた方針策定、計画立案、具体的取り組みなどの状況報告・開示を企業に促進するための国際的なガイドライン

▶ page_136

* 「日産リーフ」のライフサイクルにおけるCO₂排出量の詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

算出手順を継続していると認証されています。今後も新技術による環境負荷削減や製造工程の効率化などを進め、新車のライフサイクルにおけるさらなるCO₂排出量削減を目指します。

テュフラインランド認証書



CO₂削減の取り組み

気候システムを安定化させるには、地球の平均気温の上昇を2度以内に抑える必要があるとの気候変動条約の前提に基づき、日産は新車のCO₂排出量(Well to Wheel)を2050年までに2000年比で90%削減する必要があると試算しています。日産は90%削減に向けて、短期的には内燃機関のさらなる向上、長期的には電気自動車(EV)や燃料電池車(FCEV)といった電動車両の普及が必要であると考え、技術開発に取り組んでいます。具体的には、100%電気で走るクルマの開発・普及を目指す「ゼロ・エミッション」¹と、エンジン搭載車の燃費向上のための技術を開発し市場

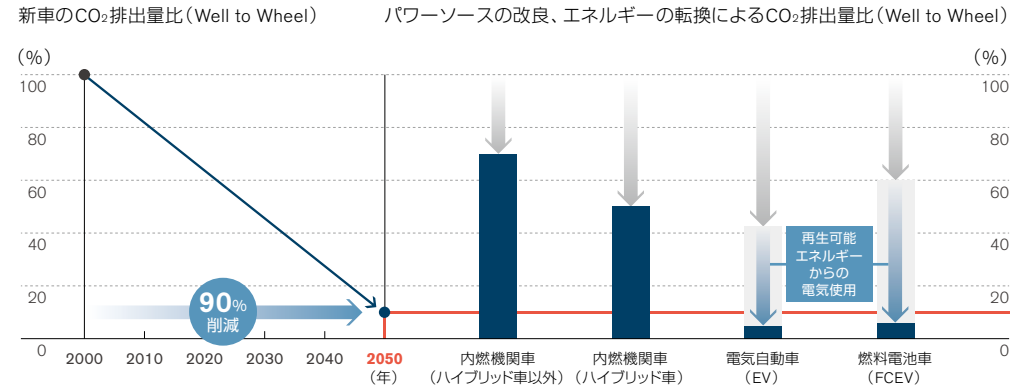
へ投入することでCO₂低減を図る「PURE DRIVE(ピュアドライブ)」²という2つの取り組みを推進しています。

また企業活動からのCO₂排出量については、2050年までに2005年比で80%削減する必要があると試算しており、省エネルギー活動に継続して取り組むとともに、EV用バッテリーの蓄電能力を活用しながら再生可能エネルギーの使用量を拡大していく計画です。

▶▶ page_33

2 「PURE DRIVE」に関する取り組みの詳細を掲載しています

CO₂排出量削減のシナリオ



IPCC第4次評価報告書をもとに試算

▶▶ page_26

1 「ゼロ・エミッション」に関する取り組みの詳細を掲載しています

ゼロ・エミッション車の普及

社会と地球環境の両方に資するものはビジネスにも資するという商品のひとつがEVです。日産は、ゼロ・エミッション車の生産、販売だけでなく、包括的なアプローチのもと、さまざまなパートナーと連携し、ゼロ・エミッション車の普及に向けた活動を推進しています。

ルノー・日産アライアンスでゼロ・エミッションリーダーに

持続可能なモビリティ社会を実現するという日産の強い決意は、地球規模の気候変動問題解決の一助となるだけでなく、より環境に配慮したクルマを求めるお客さまのニーズを満たし、日産の持続的な利益ある成長も実現します。今後、太陽光、風力、水力といった再生可能エネルギー利用の動きが活発になれば、EVはさまざまなエネルギーを電源として利用できるようになり、さらに社会での蓄電池利用が進むことで、EV市場はさらなる拡大が見込まれます。

日産は、2010年に量産型の100%電気自動車「日産リーフ」を発売し、2014年には、100%電気商用車「e-NV200」を2車種目のEVとして欧州や日本で販売を開始しました。さらに2015年は航続距離280km（JC08モード）を実現する容量30kWhのリチウムイオンバッテリーを搭載した「日産リーフ」が日本、北米、欧州で販売され、各地域で高く評価されています。

「日産リーフ」累計販売台数20万台突破

「日産リーフ」は、走行中にCO₂などの排出ガスを一切出さないゼロ・エミッション車です。2010年の販売開始以来、リチウムイオンバッテリーと電気モーターの搭載による力強く滑らかな加速性能、あらゆる速度域での高級車のような静粛性能、優れた重量バランスによる高い操縦安定性を実現させた今までにない運転感覚が、お客さまから高い評価を得ています。

現在、47カ国で販売されている「日産リーフ」の販売台数は着実に増加しています。2016年3月時点で、「日産リーフ」のグローバル累計販売台数は20万台を突破し、世界で最も売れているEVとなっています。販売台数が好調に推移しているのは、環境に与える負荷が少ないというだけでなく、燃料代などのランニングコストが低いこと、加速や操縦など走行性能が優れていることなど、EVならではの特徴が浸透してきた結果だと考えています。

加えて、スマートフォンなどを使ったリモート操作、少ない電力での走行可能ルート・走行ルート周辺の立ち寄り充電スポットの案内といったドライビングサポート機能など、先進的なITシステムの導入により可能になった「日産リーフ」独自の利便性も評価されています。

また、日産はEVの普及を促進するために、自治体や企業などと協働し、充電インフラの整備にも取り組んできました。「日産リーフ」が世界各地で走行する実績を市場における貴重な経験値として、さらなる発展・普及に生かしていきます。

日産は、「日産リーフ」をはじめとするEVでは、ガソリン車と比べ製造から廃棄に至るライフサイクルでのCO₂排出量を削減することが可能であると試算しています^{*}。また、蓄電池としての役割を担うことで、EVのバッテリーは太陽光や風力発電など出力が安定しない再生可能エネルギーの導入をサポートすることができます。CO₂排出量の低減や再生可能エネルギーへの転換に貢献するEVは、クルマを取り巻く社会全体の低炭素化には不可欠です。

▶▶ page_24

◆ 「日産リーフ」のライフサイクルアセスメント評価を掲載しています



「日産リーフ」

カナダで初のEVタクシー

2015年11月、カナダのケベック州モントリオールで、カナダ初となるEVタクシーサービスが開始されました。サービスを展開するTaxelco社は、容量30kWhのリチウムイオンバッテリーを搭載する「日産リーフ」24台を購入。Taxelco社を設立したXPND Capital社は今後サービスを拡大し、2019年までにモントリオール市内で2,000台のEVタクシーを運行する予定です。

「日産リーフ」のオーナーが質問に答えるウェブサイトを開設

日産は2015年11月、一般のお客さまから寄せられた「日産リーフ」に関する質問に対し、日本全国の「日産リーフ」オーナー約100人の中から選ばれた「日産リーフ公式アンバサダー」が回答するQ&Aサイト「Nissan LEAF Q&A Real Owners. Real Answers.」[*](#)を開設しました。日々「日産リーフ」を使用するオーナーが回答することにより、実際の使用環境下における使い勝手のほか、各地域の充電インフラに関する情報、積雪時の電気消費状況、加速性能の実感など、より身近な情報を提供することが可能になりました。回答された情報は一般に広く公開しています。

商用車市場に革新をもたらす「e-NV200」

「e-NV200」は、多目的商用バン「NV200バネット」をベースに、EV専用のパワートレインを組み合わせることで、「NV200バネット」の室内の広さや多用途性と、EVならではの加速性と静粛性を兼ね備えたモデルです。2014年6月からスペインのバルセロナ工場で生産されており、2016年3月現在、欧州や日本を含む26カ国で発売されています。スペインのバルセロナやオランダのアムステルダムでは「e-NV200」タクシーが運行を始めており、日本でも都市部の貨物配送事業者や地方自治体などさまざまなビジネスシーンで使用されています。

「e-NV200」は、内燃機関ベースの商用車と比較して、ランニングコストを抑えることが可能なのももちろん、騒音に関する周辺への配慮といった環境対応面で、企業のイメージアップにも貢献します。またEVならではのスムーズで力強い加速性能や静粛性が、ドライバーの疲労を軽減し、より安全な業務運行を実現します。油圧式制御ブレーキの採用により、多くの制動シーンで回生が可能になり、航続距離は満充電時で185～190km（JC08モード）を実現しています。

さらに「e-NV200」では、走行用バッテリーから合計で最大1,500Wの電力を取り出すことができるパワープラグ（100Vコンセント）を前席側と荷室側の2カ所に採用しました（日本仕様車）。これにより、ビジネスにおける外出先での電源確保や、屋外でイベントや工事を実施する際の電源提供、さらには災害時の電源としても活用できます。またパワープラグは、電力供給を自動停止するバッテリー残量を2～11日盛りの間で任意に設定することが可能となっており、帰路の走行電力を気にせず安心して使用できます。

実際に工事現場に「e-NV200」を導入している企業からは「エンジン発電機を使用せずに作業ができるので、現場周辺の騒音問題が緩和された」「工事現場が静かなため、作業者間での意思疎通も図りやすくなり、作業効率が上がった」などの感想が届いています。

▶ website

- ▶ 「Nissan LEAF Q&A Real Owners. Real Answers.」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

バンタイプだけでなく、5人乗りと7人乗りのワゴンタイプも設定されており、商用ではなく一般の方の自家用としても使用できます。



「e-NV200」は“走る蓄電池”として、さまざまなビジネスシーンに役立てることができます



貨物配送事業者やタクシー会社に対して、ゼロ・エミッションによる事業運営の機会を提供しています

燃料電池車(FCEV)への取り組み

水素と酸素からつくる電気をエネルギー源とする燃料電池車(FCEV)は、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もうひとつのゼロ・エミッション車です。持続可能なモビリティ社会構築に取り組む中、エネルギーソースの多様性の観点からも、FCEVはEVとともに重要であると日産は考えています。日産のFCEVには、独自の燃料電池技術だけ

でなく、これまで培ってきたEVの強電システムや制御技術、圧縮天然ガス車の高圧ガス貯蔵技術などが生かされています。

現在、より多くのお客さまに利用してもらえるようなFCEVの研究・開発を進めており、2013年には、ルノーとのアライアンスのもと、ダイムラー、フォードと燃料電池システムを共同開発する合意書に調印しました。また日本政府による水素ステーションの運営支援と協調し、2015年7月には、トヨタ自動車株式会社、本田技研工業株式会社とともに、水素供給ビジネスへの参入を決めたインフラ事業者に対して水素ステーションの運営にかかる経費の一部を支援することを発表。この支援の周知を図ることで、水素供給ビジネスへの新たな事業者の参入を促進しています。

ゼロ・エミッション社会の構築

持続可能な社会の実現には、走行時にCO₂を全く排出しないゼロ・エミッション車の普及が有効な手段となります。そのためには、ゼロ・エミッション車を単に生産・販売するだけでなく、社会インフラを整備し普及を促す経済性を確保する必要があり、企業単独では実現できません。ゼロ・エミッション車の投入・普及を企業戦略のひとつとして位置づけているルノー・日産アライアンスは、「ゼロ・エミッション車でリーダーになる」というコミットメントを掲げ、開発・生産を強化するとともに、各国政府、地方自治体、電力会社やその他業界と多くのパートナーシップを締結しながら、ゼロ・エミッションモビリティの推進およびインフラ構築のための検討を進めています。

さらに、リチウムイオンバッテリーの生産、バッテリーの二次利用やリサイクル、充電インフラの整備、他社との充電方式の標準化推進など、ゼロ・エミッション車を軸に包括的な取り組みを進めています。

ゼロ・エミッション車の普及によって、人々のライフスタイルが変わり、新たなモビリティ社会が誕生する可能性が生まれます。日産はEVのみならず、EVがもたらす新たな価値を提案していきます。

EVを活用したゼロ・エミッション社会構築への取り組み



EVのさらなる普及に必要な不可欠な急速充電器の設置箇所の拡大、および充電方式の標準化を図ることを目的に設立された協議会。自動車会社、電力会社のほか、充電機器メーカー、充電サービス提供企業、およびこれを支援する企業や行政などが参加しています

中国でヴェヌーシア初となる100%電気自動車ヴェヌーシア「e30」の販売を開始

2014年9月、日産の中国での合弁会社、東風汽車有限公司の乗用車部門である東風日産乗用車公司是、同社の自主ブランド・ヴェヌーシアで初となる100%電気自動車ヴェヌーシア「e30」の販売を開始しました。ヴェヌーシア「e30」は中国のお客さまに、手ごろなランニングコスト、信頼性、そしてワクワクをもたらすEVならではのドライビングを提供しています。



EV普及モデルの構築を目指す「横須賀 EV 創生 project」

2015年6月3日、日産はEVのさらなる普及を目指し、横須賀市との連携協定「横須賀 EV 創生 project」に調印しました。

日産は、横須賀市内の追浜工場をEV生産のマザー工場と位置づけており、EVの生産・販売のみならず、充電インフラの整備やEV普及促進のための包括的な取り組みを通じてゼロ・エミッションモビリティを推進してきました。一方、横須賀市は、EV購入補助制度、充電インフラ整備促進をはじめ「日産リーフ」を活用したEVタクシー導入モデル事業の実施等、EVの初期需要の創出段階から先駆的な取り組みを進めてきました。

今回の連携協定では、これまでの取り組みをさらに発展させ、2020年度に市内の自動車保有台数のうち10%がEVとなることを目指します。両者はEVの普及に向け、集合住宅への充電インフラ整備や通勤車両の電動化促進・従業員駐車場への充電インフラ整備に優先的に取り組む計画です。日産は、各種情報提供やモニター試乗の実施などで、この活動に貢献していきます。

ゼロ・エミッション車普及に向けたインフラ整備

日産は、各地方自治体、集客施設などへの急速充電器の設置や導入を働きかけるとともに、全国の日産販売店の急速充電器の設置を進めており、その数は2016年3月時点で約1,700店舗に上ります。

約30分でバッテリーの80%まで充電が可能な急速充電器は、EV普及に向けた重要なインフラのひとつです。日産は2011年に急速充電器の販売を開始し、2012年には静粛性能や充電コネクターの操作性を向上させ、課金システムにも対応できるよう改良しています。

日産は2014年5月、他の国内自動車メーカーとともに、日本における電動車両(EVやプラグイン・ハイブリッド車)の充電器設置活動、および利便性の高い充電ネットワークサービスの構築を推進するために、新会社「日本充電サービス(略称NCS)」を共同出資により設立しました。各社は、それぞれの電動車両ユーザーが1枚のカードでNCSが管轄するすべての充電器をいつでも利用できる、利便性の高い充電インフラネットワークサービスを提供しています。

またEV普及に賛同する企業と協力して、賛同企業の各事業所内にEV用充電器を設置し、従業員が通勤用として広く「日産リーフ」を活用できる環境づくりをサポートする取り組みも開始しています。

米国では「No Charge to Charge」プログラムを開始しました。これは「日産リーフ」を購入またはリースしたお客さまであれば2年間、決められた充電スタンドで無料で充電できるというプログラムです。「日産リーフ」の販売台数が多いサンフランシスコ、ロサンゼルス、シアトル、ポートランドなど、26の都市(2016年1月時点)で実施されており、今後さらに他の都市にも拡大していく計画です。

このほか欧州においても、エネルギー産業にかかわる企業などと協働でCHAdeMO協議会のプロトコルに対応した急速充電器の設置を推進しています。また、EVとPHEVの普及のため、BMWと協力して、両社の車両が利用可能な急速充電ステーションの拡充も進めています。2015年5月には南アフリカ全域での整備計画、12月には米国19州に合計120カ所のステーションを整備することが発表されました。

2016年3月時点で、CHAdeMO規格の急速充電器は全世界で1万基以上設置されています。

各事業所に普通充電器を設置

日産では、従業員自らがゼロ・エミッション社会の実現に向けて貢献できる仕組みや環境づくりを進めています。例えば、従業員が「日産リーフ」のオーナーになってその魅力を伝えるプログラムを今期も拡大しており、その一環として、2016年度末までに各地の事業所の従業員駐車場に合計2,000台分の普通充電器を設置する計画を進めています。

2016年3月までに、栃木工場に300台分、日産テクニカルセンターに152台分、九州工場に140台分など、約1,100台分の普通充電器が整備されました。業務時間中に充電できれば、従業員が「日産リーフ」を使って通勤しやすくなる環境が整います。より多くの従業員が「日産リーフ」オーナーになることによってCO₂削減に貢献します。

スマートグリッドの実現に貢献する日産のEV

日産のEVはパワーコントロールシステムと組み合わせることにより、自宅など一般住宅に電力を供給することが可能になります。EVのバッテリーから電力供給するシステム“LEAF to Home”は、一般住宅の分電盤に直接接続し、コネクタをEVの急速充電ポートへつなぐことで、駆動用の大容量リチウムイオンバッテリーに蓄えた電気を住宅へ供給することを可能とし、EV用バッテリーがもたらす新たな価値を提供します。コネクタはグローバルに使用実績がある、CHAdeMO協議会の急速充電プロトコルに対応しており、高い汎用性や安全性、信頼性を確保しています。

また日産は新しい電力利用の提案を目指して、設備容量で欧州第2の規模を誇る電力・エネルギー企業、エネル社との間で提携の合意をかわしました。両社は、EVフリートのバッテリーを“エネルギーのハブ”とする画期的なシステムの開発を共同で進めることで、スマートグリッドの実現に貢献しています。

リチウムイオンバッテリーを海外生産

日本においては、日産とNECの合併会社であるオートモーティブエナジーサプライ株式会社(AESC)の座間事業所で、日産のEVに搭載するリチウムイオンバッテリーを生産しています。同事業所で複数枚のシート状のセルをコンパクトな金属製のケースに収めて端子を取り付けたモジュールがつくれ、日産の追浜工場で1つのバッテリーパックに詰められて、車両に取り付けられます。

海外においても、2012年度より米国テネシー州スマーナ工場と英国サnderランド工場でリチウムイオンバッテリーとEV車両を生産しています。

超小型EV「日産ニューモビリティコンセプト」

「日産ニューモビリティコンセプト」は、高齢者や単身者世帯の増加といった社会背景や、乗用車の近距離移動・少人数乗車の使用実態に着目した、全く新しい2人乗りの超小型EVです。軽自動車よりもコンパクトであるため、車両感覚のつかみやすさと周囲の見通しの良さを生かし、道路幅が狭く見通しが悪い住宅地、コンパクトシティ化を推し進める地方都市、離島などでの活躍が期待されています。

日本では2011年度から国土交通省の協力のもと、各自治体・企業などと検証や調査を目的に同車の走行実証実験を行ってきました。2013年1月には、国土交通省から普及に向けた「超小型モビリティ公道走行を可能とする認定制度」が公布・施行され、現在では22地域にて実証事業が行われています。地方創生や地域活性化の観点から主流であった観光利用はますます拡大しているほか、東京都江東区では、区役所が5台を公用車としてとして近距離・少人数での移動に利用したり、区内に拠点を置く電気工事会社と同じく5台を事業所間移動車として利用する試みが始まるなど、利用用途は多方面に広がってきています。

また、2013年10月から2015年9月まで神奈川県横浜市で実施した「日産ニューモビリティコンセプト」を活用した都市型のワンウェイ型カーシェア

リング「チョイモビ ヨコハマ」では、横浜都心エリアを中心に約1.3万人が会員に登録。延べ利用回数が約6万回、延べ走行距離は約22万kmとなりました。

日産は、日本全国で実施している他の事業も含めて得られた知見や情報を最大限に活用して、EVの新しい使い方や円滑な交通流(自動車の流れ)の実現に向けたアドバイスおよび次世代のスマートモビリティの提案を行っています。



「日産ニューモビリティコンセプト」を活用したワンウェイ型カーシェアリング「チョイモビ ヨコハマ」

リチウムイオンバッテリー二次利用事業「4R」の推進

日産のEVに搭載される高性能リチウムイオンバッテリーは、クルマとして一般的に使われた後も、クルマ以外に利用できる十分な容量を残しています。リチウムイオンバッテリーの“再利用(Reuse)、再販売(Resell)、再製品化(Refabricate)、リサイクル(Recycle)”という「4R」を推進することで資源を有効活用し、さまざまな用途におけるエネルギー貯蔵ソリューションとすることで、バッテリー利用の好循環サイクルを創出できます。

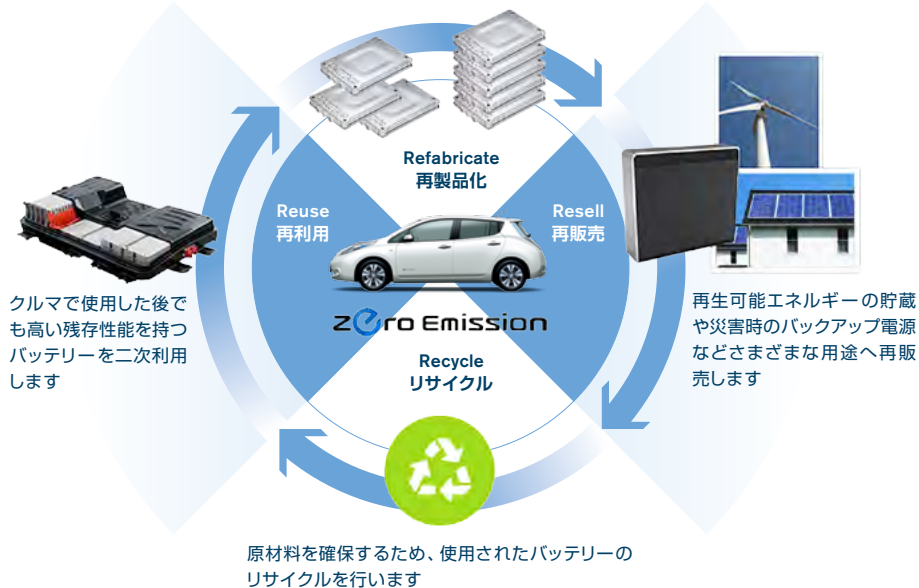
日産は、EVが市場で広く普及していく中、再利用可能なリチウムイオンバッテリーを有効に活用するために、2010年に住友商事株式会社とともにフォーアールエナジー株式会社を設立し、EV用バッテリーを定置型蓄電システムのバッテリーとして活用できるよう、開発に向けた実証実験に取り組んでいます。日本では今後、住宅や事業用の太陽光パネルと組み合わせたエネルギー貯蔵やバックアップ電源として定置型蓄電システムの利用拡大が見込まれており、フォーアールエナジーは個人住宅や集合住宅向け定置型蓄電システムの販売を開始しています。

また、フォーアールエナジーは、「日産リーフ」から回収した使用済みリチウムイオンバッテリーを活用したさまざまな蓄電池システムの開発に積

極的に取り組んでいます。2014年より継続中の大阪市此花区で実施している大型蓄電池システムの実証実験をさらに発展させ、2015年11月からは鹿児島県薩摩川内市における系統安定化実験を開始しました。また沖縄県の商業施設では小型蓄電池システムの実証実験を開始し、中古モジュール単位での性能評価や選別基準の技術を磨いています。日産先進技術開発センター（NATC）においては「日産リーフ」24台分の使用済みバッテリーパックを使用したエネルギーマネジメントシステムを2015年7月より稼働しました。

「日産リーフ」が生み出す資源循環の輪

バッテリーのモジュール構成等を変更し、クライアントニーズに合わせて電圧や容量の違う新たなパッケージをつくり出します



低燃費車の拡大

成熟市場の回復と新興市場の拡大に伴い、クルマの需要は今後も継続して拡大していくことが見込まれています。日産は、エンジン搭載車の燃費を究極まで高めていく技術の開発を進め、市場への投入を推進しています。

日産車の企業平均燃費35%改善に向けて

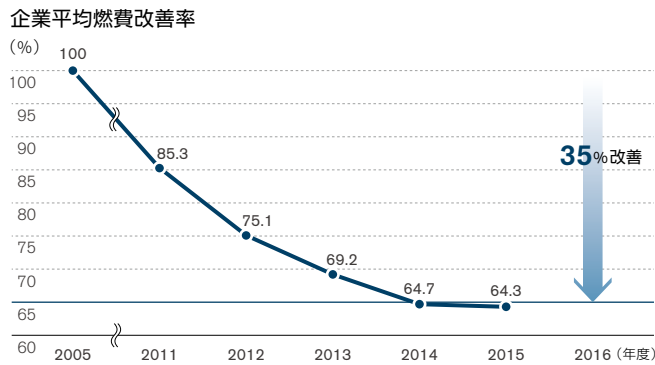
日産は、エンジン搭載車の燃費をグローバルに向上するために、エンジンのエネルギー効率向上や、エンジンの力を伝えるトランスミッションの性能向上などの技術開発に継続して取り組んでいます。また、減速時にブレーキの熱として廃棄していたエネルギーを回収して再利用できるハイブリッドシステムのさらなる効率化にも力を注いでいます。「リチウムイオンバッテリー」「インテリジェント デュアル クラッチ コントロールハイブリッド」「エクストロニックCVT」の3つをコア技術と位置づけ、車室内空間、用途、価格を考慮しながらクルマに最適な低燃費技術を採用し市場に投入することで、運転する楽しさや使いやすさを損なうことなく燃料消費量やCO₂排出量を削減していきます。

1 Continuously Variable Transmission (無段変速機)

日産では、特にCO₂排出量が少なく燃費性能に優れた日産車を「PURE DRIVE (ピュアドライブ)」と呼び、市場投入を推進しています。

こうした取り組みを進めることで、2016年度までに2005年度比で35%² 企業平均燃費を改善していくことを目標としており、2014年度に前倒しで達成しました。

² 日本、米国、欧州、中国の4市場における企業平均燃費



エンジンの効率改善とCVTの改良で燃費トップとなるモデルを投入

現在のエンジン搭載車は、燃料が持つエネルギーの7割程度を熱として廃棄しています。日産はエンジンの燃焼効率を向上させ、吸気・排気の抵抗やフリクションを低減することで、エネルギー損失を極限まで減らし、燃費を向上させることを目標にしています。

従来エンジンに比べて約11%の燃費向上を実現した1.2リッター直噴ガソリンターボエンジンの「キャッシュカイ」への採用、ロープレッシャーケールドEGRシステムの「ジューク」への採用、ミラーボアコーティングなどの燃費改善技術により10%の燃費改善を図った1.6リッター直噴ガソリンターボエンジンの採用など、低燃費エンジンの拡大を進めています。また「ノート」ではエンジン単体の熱効率向上に加え、電力再生制御や停車前アイドルストップを、「マキシマ」では約60%の部品を新たに設

計し直して燃費を15%改良したV6型3.0リッターエンジンを採用。さらにインフィニティ「Q60」では高い出力と燃費効率を実現したV6型3.0リッター直噴ガソリンターボエンジンを採用して、動力性能を妥協することなく燃費向上を図ったほか、「NP300 ナバラ／フロンティア」では2.5リッター直噴ディーゼルトターボエンジンを2.3リッター直噴ディーゼルトターボエンジンに置き換えて約20%の燃費向上を実現しています。

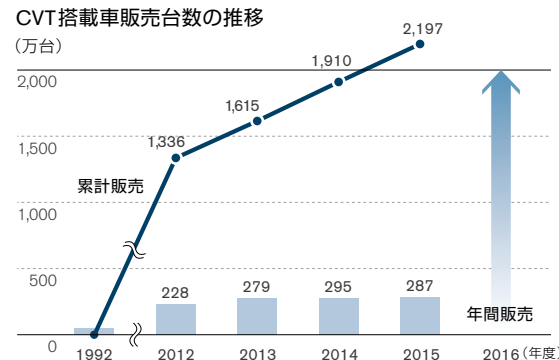
無段階に変速比を変えられるCVTは、車速に応じて最も運転効率の良いエンジン回転数となるよう変速比を選択できることから、低速域から高速域まで滑らかで力強い走りや低燃費を両立することができます。日産はCVTを軽自動車から3.5リッタークラスの中型車まで幅広く採用しています。中でも2012年以降グローバルに採用を進めている新型のエクストロニックCVT(2.0~3.5リッタークラス用)では、最大変速比幅7.0、フリクション約40%低減を実現することにより、最大10%¹ 燃費を向上しています。

このような技術の組み合わせにより、2015年度は米国に投入した「マキシマ」、欧州に投入した「NP300 ナバラ／フロンティア」がクラストップとなる燃費²を実現しました。

日産は、燃費向上に寄与するCVTを搭載したクルマを2016年度までに2,000万台(1992年度基点からの累計販売台数)に拡大することで、グローバルでのCO₂排出量を削減することを目指しています。2015年度

¹ 社内測定値(米国環境保護庁複合燃費モード)

² 発売時点。「マキシマ」は、25mpg(米国基準、シティ・ハイウェイ走行のコンビモード)、「NP300 ナバラ／フロンティア」(2WD)は、6.3L/100km(欧州基準)



のCVT搭載車の販売台数は287万台、累計販売台数は2,197万台となり、2016年度目標の2,000万台を1年前倒しで達成しました。

ハイブリッド車を拡充

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は、燃費を改善しCO₂排出量を大幅に削減することが可能です。日産は駆動用・回生用を兼ねる1つのモーターに、エンジンとトランスミッションを2つのクラッチでダイレクトに接続した「インテリジェント デュアル クラッチ コントロール」に、高出力のリチウムイオンバッテリーを組み合わせた独自の1モーター2クラッチハイブリッドシステムを開発し、燃費性能に優れダイレクト感のある走りを実現しています。日産はこのシステムを2010年より後輪駆動(FR)車、2013年より前輪駆動(FF)車に採用し、2015年度末までに9車種に搭載を拡大しています。

2015年に発売した「エクストレイル ハイブリッド」では、EV走行領域の拡大やシステム動作モードの最適化といった進化により、ガソリン車に対して25%の燃費向上を図り、クラストップとなる燃費[▶]を実現しました。

プラグイン・ハイブリッド車の開発

プラグイン・ハイブリッド車とは、ガソリンエンジンと電気モーターを組み合わせた、EV同様のモーター走行が可能となるハイブリッド車です。バッテリーを搭載しており、外部電源またはエンジンによる発電から充電することができます。日産はプラグイン・ハイブリッド車の投入を目指して開発を進めています。

車両の軽量化の推進

車両の軽量化も燃費向上に向けた重要な取り組みのひとつです。日産は、構造の合理化、工法、材料置換の3つの手法により、車両の軽量化を推進しています。

例えば構造の合理化では、最適な骨格の配置などによる板厚低減、工法では内装部品用などの樹脂材の発泡化などを行っています。

2015年度北米に投入した新型「タイタンXD」では、ハイテン化によりフレームを5kg、樹脂化によりフレームアンダーカバーを7kg軽量化。また、「マキシマ」では、超高張力鋼板(超ハイテン材)の採用比率を拡大し、車体の剛性を25%向上しながら車両全体で37kgの軽量化を実現しています。

日産は、材料配合の最適化により高強度と高成形性を両立できる世界初1.2GPa級超ハイテン材を開発し、2013年度に北米で発売したインフィニティ「Q50」(日本では「スカイライン」)に採用、続いて「ムラーノ」に拡大しています。薄肉化と軽量化を実現しながら、鋼材使用量低減や既存ラインでの生産が可能のため、トータルコストの削減に有効となる、この1.2GPa級を含む超ハイテン材の採用を今後も推進し、2017年以降発売する新型車で25%(重量ベース)まで拡大していく計画です。

ITSを活用した渋滞緩和・環境改善プロジェクト

クルマの燃費は、車両性能のみならず、クルマを取り巻く交通環境やその使われ方にも左右されるため、日産は高度道路交通システム(ITS: Intelligent Transport Systems)を活用し、交通環境改善に向けた社会インフラ実現への取り組みを積極的に行っています。

例えば近年急激にクルマの普及が進む中国の渋滞緩和に向けて、日産は2010年から独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)の委託を受け、北京市交通委員会とともに同市にて、IT端末を活用した動的経路誘導(DRGS)とエコ運転支援の実証実験を行いました。

▶ 発売時点。「エクストレイル」は、20.6km/L(日本基準)

うち望京地区では、自家用車を所有する一般ドライバー約1万2,000名にポータブルナビ(PND: Portable Navigation Device)を使用してもらい、動的経路誘導とエコ運転支援サービスを実施しました。約1年間にわたる実証実験の結果、動的経路誘導システムの利用により、走行時間は5.1%短縮、燃費も7.6%向上しました。渋滞区間を回避して交通量の少ない道路を利用することで交通量を分散できるため、地域全体における車両の走行速度を向上させることも可能になります。また、エコ運転支援サービスを受けたドライバーは、運転習慣が改善し、燃費が6.8%向上しました。

同時に実施したシミュレーションでは、動的経路誘導システムが北京市全体で10%普及した場合、車両の平均速度が約10%向上し、燃料消費量とCO₂排出量を約10%削減できると試算されています。

このプロジェクトの成功により、日産は「北京市の渋滞緩和、省エネ、環境改善に多大な貢献」を行ったとして、北京市交通委員会から栄誉表彰を受けました。また、中国商務部系の雑誌社から「Corporate Leadership Award」を受賞しました。現在はこの活動を発展させて、中国政府や大学と共同で、ITSやEVを使って大気質改善を目指す研究プロジェクトを進めています。日産は、都市部の環境と大気質改善に向けて、積極的に活動していきます。



カーボンフットプリントの最小化

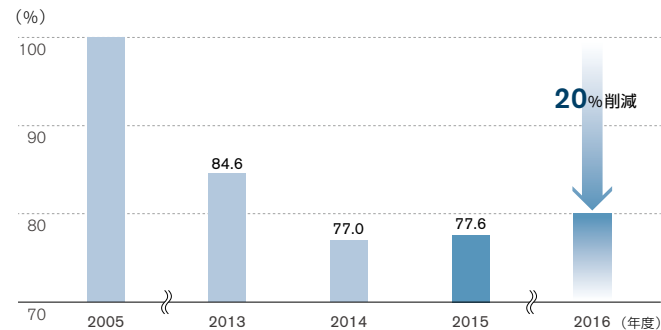
炭素制約下社会にあるといわれる中、CO₂排出量の削減は引き続き企業が取り組むべき課題のひとつです。日産は、CO₂排出量の削減のために、エネルギー効率の追求や再生可能エネルギーへの転換を進めています。

企業活動におけるCO₂排出量をグローバル台当たり20%削減

日産は、2016年度までに企業活動からのCO₂排出量を2005年度比でグローバル台当たり20%削減する¹⁾という目標を掲げています。従来生産拠点のみだったCO₂排出量削減目標の対象を、2011年度から物流、オフィス、販売会社にまで広げ、効率の高い設備の導入や、省エネルギー活動、再生可能エネルギーの導入など取り組みの幅を広げ、管理を強化しています。削減目標は2014年度に達成しており、2015年度は2005年度比でCO₂排出量を22.4%(t-CO₂/台)削減しています。

1) グローバル台当たりCO₂排出量:日産のグローバル企業活動から排出されるCO₂総量を、日産車のグローバル販売台数で割ったもの

企業活動からのグローバル台当たりCO₂排出量削減率推移



2 2013年5月から大分県に保有する遊休地約35万m²を、また2014年1月からグループ企業である日産工機株式会社の寒川工場の屋根を、それぞれ太陽光発電用に賃貸しています

またCO₂排出量削減に向けて、グローバル企業活動における再生可能エネルギーの使用率を、2016年度までに9%に高めるとの目標も掲げています。日産は各拠点の地域特性に合わせ、自社の設備による発電、他社からの購入、そして土地や設備など自社資産の発電事業者への貸付²という3つのアプローチのもと、再生可能エネルギーの利用と社会普及の後押しを推進しています。

グローバル生産における省エネルギー活動

生産過程におけるCO₂排出の主たる要因は、化石燃料を使用したエネルギー消費です。日産は、生産過程におけるエネルギー消費とCO₂排出量が最も少ない自動車メーカーとなるよう、さまざまな省エネルギー活動に取り組んでいます。

生産技術の分野では、より効率の高い生産設備の導入や工法の改善、省エネルギー型照明の採用などを行っており、最近では塗装工程への3ウェット塗装技術の導入を推進しています。生産工場から排出されるCO₂の約30%は塗装工程に起因しており、同工程における焼付け工程の短縮、または撤廃がCO₂排出量削減につながります。日産が導入した3ウェット塗装技術は、これまで中塗りと上塗り両方の塗装後に設けていた焼付け工程を、中塗りと上塗りを連続して塗装することで一度に集約しており、塗装工程からのCO₂排出量を従来比30%以上削減¹することを可能にします。日産はこの技術を、2013年に日産自動車九州株式会社をはじめ、米国のスマーナ工場、メキシコのアグアスカリエンテス第2工場(同年11月稼働開始)、ブラジルのレゼンデ工場(2014年2月稼働開始)に導入しています。特に九州の工場では、量産ラインを止めることなく3ウェット対応の工程への移行を実現し、工程自体の短縮化にも成功しています。

1 日産調べ

3ウェット(中塗り・上塗り工程統合)塗装技術



●オープン工程

従来2つあった工程(上図①②)を、新技術で中塗り、上塗り(ベースコート、クリアコート)と連続で塗装し1つ(下図①)にすることでCO₂排出量を削減

CO₂削減やエネルギー使用量の目標達成にあたり、日産はグローバルの各拠点から必要な設備提案を募り、投資額当たりのCO₂削減量が多い案件に対して優先的に資金を配分しています。このようにカーボンの価値を社内評価のひとつとして取り入れることで、効率的な投資が可能となり、企業としての競争力も高まります。

運営面では、照明や空調設備を細かく管理し、エネルギー使用量やロスの少ない操業を徹底しています。日本で先行した省エネルギー技術を世界の各工場に普及させるとともに、各国の工場が相互に学び合い、ベストプラクティスを共有しています。また、日本のほか、欧州、メキシコ、中国に設置した「新しいエネルギー診断チーム(NESCO: Nissan Energy Saving Collaboration)」²が、各管轄地域の工場において省エネルギー診断を実施し、2015年度は約5万3,754トンのCO₂排出量削減³につながる対策を提案しました。これらの活動の結果、NESCOは平成27年度省エネ大賞の省エネルギーセンター会長賞を受賞。日本経済新聞社が実施した「第19回環境経営度調査」においても、温暖化対策の項目で満点の100点を獲得するなど製造業部門で2位となりました。

2 2003年に日本、2013年に欧州、メキシコ、中国に設置

3 日産調べ

また横浜工場にコージェネレーションシステムを増設し、公道の地下に敷設した配管を通じて隣接する株式会社J-オイルミルズに蒸気を供給することで、コージェネの効率を最大化しました。この蒸気融通により、CO₂排出量が年間5,700トン削減される予定です。

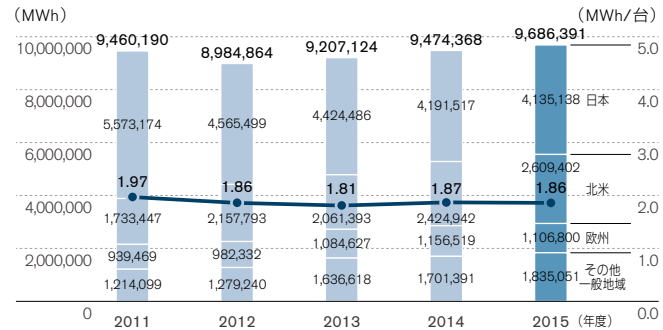
電力の調達については、2014年12月より大手電力会社と特定規模電気事業者(PPS: Power Producers & Suppliers)から同時に電力を調達する「部分供給スキーム」という新しい方法を工場などの大規模事業所に導入しました。それまでは事業所ごとに大手電力会社またはPPSのどちらか1社から電力を調達するという一般的な方法を採用しており、PPSからはCO₂排出量が少ない電力を供給できるというメリットがあった一方で、工場のように大きな電力を必要とする事業所では供給力の優れた大手電力会社から調達する必要がありました。

そこで安定した大容量の電力を確保しつつ、さらなるCO₂排出量の削減を図るため新スキームを導入。これにより電力調達量の安定化とCO₂排出量削減の両立が実現し、コストも削減できました。同スキームは、日産テクニカルセンター、栃木工場、追浜工場、横浜工場、座間事業所など8事業所に加え、日産車体株式会社、日産工機株式会社、カルソニックカンセイ株式会社など関係会社の8事業所においても導入されています。

再生可能エネルギーについては、英国のサンダーランド工場で風力発電機を10基導入、出力は6,500kWに達しており、同工場で使用する電力の約5%を供給しています⁴。メキシコのアグアスカリエンテス第1工場では、バイオマスガスや風力由来の電力を積極的に採用し、2013年から再生可能エネルギー使用率は50%に達しています。このほか日本の座間事業所では、小水力発電を開発し、排水管2.5mの落差から回収したエネルギー約0.5kWを試験的に工場内で使用しています。

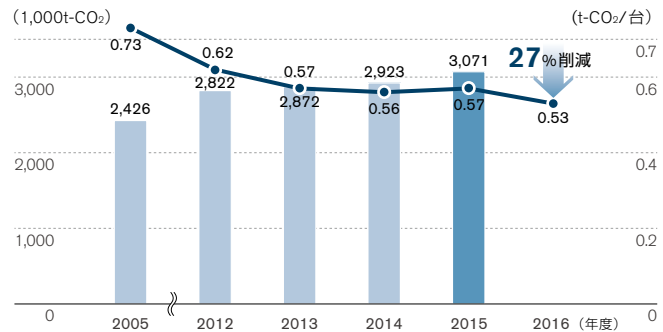
こうした活動を推進し、2016年度までに全生産拠点でグローバル台当たりのCO₂排出量⁵を2005年度比で27%削減することを目標としています。2015年度のグローバル台当たりCO₂排出量は約0.57トンで、2005年度比で約22.3%の削減となりました。

エネルギー投入量推移



対象: グローバル日産グループ(連結会社など)

グローバル生産活動からのCO₂排出量推移



対象: グローバル日産グループ(連結会社など)

⁴ このほか、スペインの工場に太陽光発電装置(出力約200kW)を設置しています

⁵ グローバル台当たりCO₂排出量: 日産のグローバル生産活動から排出されるCO₂の総量を、日産車のグローバル生産台数で割ったもの

▶▶ page_139

グローバル生産拠点のエネルギー投入量およびCO₂排出量については第三者保証を受けています。詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

物流における効率化とモーダルシフト

日産は、2000年から自社手配の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、海外を含む多くの生産工場で広く採用し、グローバルに効率化を推進しています。また、サプライヤーと共同で納入頻度の適正化や輸送ルート最適化、梱包仕様(荷姿)の改善に取り組み、積載率の向上とトラック台数の削減を進めるとともに、トラックから鉄道へのモーダルシフトルートの拡大を積極的に推進しています。

また、完成車やサービス部品の分野で取り組んできたOEMとの共同輸送を、2014年より生産用部品の領域にも拡大することで、さらなる効率的な輸送の実現を目指しています。このほかにも、工場に必要な生産用部品を、できる限り工場近辺から調達することにより、輸送距離を短縮する取り組みも行っています。

点数が多く、多種多様な材質・形状をしている自動車部品の荷姿の工夫にも力を入れています。「物流サイマル活動」として、新車の設計開発段階から輸送効率を考慮した部品設計に取り組み、クルマ1台当たりの部品調達荷量を削減することで、輸送量の削減を目指しています。

またコンテナ輸送については、従来より寸法が大きいコンテナ¹を採用したり、シミュレーションソフトを使ってコンテナ内の無駄なスペースを削減するなど、常に輸送効率の向上を図っています。こうした活動により部品の輸送では、2010年に89.6%だったコンテナ充填率が2015年には94.2%まで向上しています。

物流手段についても随時見直しを行い、海上輸送および鉄道輸送へのモーダルシフトを推進しています。日本での完成車輸送は、約70%を海上輸送で行っています。関東地区から日産自動車九州株式会社の工場への部品輸送はほぼ全量を鉄道や船舶で行っており、特に船舶へのモーダルシフトについては優良事業者として国土交通省からの認定を取得しています。

海外拠点においては、それぞれの地理的特性を生かした輸送手段を選択しています。輸送先に応じて鉄道や船舶を使い、従来のトラック輸送からの切り替えを推進しています。中国では国内向け完成車輸送に船舶および鉄道を利用する比率を高めています。

また2010年より省エネルギー型自動車運搬船の採用を推進しており、2015年までに5隻の省エネルギー船を導入しています²。

日産は、物流活動がグローバルに拡大する中、効率化とモーダルシフトを推進し、2016年度までに物流におけるCO₂排出量を6%削減(2005年度比、台当たりのCO₂排出量)³することを目標としています。2015年度のグローバル台当たりCO₂排出量は約0.38トンとなり、2005年度比で約10.2%の削減となりました。

販売会社・オフィスでの取り組み

日産は、日本の事業所および販売会社において、また海外では北米、欧州、中国の各拠点においてCO₂マネジメントを推進し、CO₂排出量を全体で毎年1%削減(床面積当たり)することを目指しています。

日本の事業所では給与明細書を電子化しペーパーレスを推進するなど、取り組みの幅を広げています。販売店でも、多くの店舗で高効率空調や断熱フィルム、天井ファン、LED照明などを採用しているほか、店舗によって建て替え時に日中の太陽光を取り込む照明システムや断熱材を取り入れた屋根を採用するなど、省エネルギー活動を継続的に進めています。このほか日産は、特定規模電気事業者(PPS: Power Producers & Suppliers)として、CO₂排出量とコストを考慮しながら環境負荷の少ない電力を調達し、2015年はグローバル本社をはじめとする神奈川県内4事業所⁴へ約15万0,153MWhの電力を供給しています。また販売店に対しては、日産PPSだけでなく他PPSからの供給拡大も推進し、関東、中部、東北、関西、九州地区で約960の販売店に約13万6,366MWhの電力(CO₂排出量にして年間約2万3,789トンの削減)を導入しました。

1 40フィートハイキューブコンテナ

2 省エネルギー船に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

3 日本、北米、欧州、中国での当社生産拠点から販売店への輸送活動において排出されるCO₂の総量を輸送台数で割ったもの

4 グローバル本社、相模原部品センター、日産教育センター、日産カスタマーサービスセンター

さらに、これまで生産工場で活躍していたNESCOチームを日産テクニカルセンターに立ち上げ、オフィスにおいても省エネ診断を実施してCO₂削減を推進しました。

日産ではCO₂マネジメントのほかにも環境に配慮した取り組みを推進しており、テレビ会議や電話会議の設備を充実させ、また複数拠点で書類を資料として共有できるライブミーティング³を活用することで、グローバルに出張を減らし業務効率向上やコスト削減を図っています。

³ マイクロソフト社によるクラウドコンピューティング型の企業向け商用ウェブ会議サービス



神奈川県日産自動車(株)の一部の販売店の屋根に設置した太陽光パネル。得られた電力を日産がPPSとして調達し販売店に供給しています

新たに採掘する天然資源の最小化

鉱物資源や化石資源の需要拡大に伴う資源枯渇やコスト増大への懸念を払拭し、採掘時の環境への影響を低減するために、日産は資源の利用効率を究極のレベルにまで向上させるとともに、再生可能な資源や再生材の採用といった資源の多様化を進めています。

クルマ1台当たりの再生材使用率を25%へ

新興国の経済発展に伴う鉱物資源や化石資源への需要の急速な拡大が継続すれば、2050年には現時点で確認済みの地下鉱物資源がすべて採掘されてしまうという予測も出ています。また現在稼働中の採掘現場や新たな探査現場の一部は、生態系の保全価値が高い地域に位置しており、採掘時の表土掘削や森林伐採、廃水などが与える環境への影響が懸念されています。

このような課題に対応し、限りある貴重な資源を有効に使用するために、日産は新たに採掘する天然資源の量を最小限にとどめていく方針です。具体的には、クルマの生産過程で投入する資源の削減といった従来から取り組んでいる資源の利用効率向上に加え、再生可能な資源や再生材を採用し資源の多様化を促進しています。特に再生材については、「一度採掘した天然資源を、品質を維持しながら活用し続けることで、環境負荷を最小にする」という考えに基づき、2016年度に日本、米国、欧州で生産を開始するモデルでクルマ1台当たりで占める再生材の使用率を25%まで引き上げることを目標に定めています。こうした活動を継続し、新たに使用する天然資源の量を2010年から一定のレベルに保つことを目指しています。

クローズド・ループリサイクルの仕組みを拡大

クローズド・ループリサイクルとは、生産時に発生した廃棄物、スクラップや回収した自社の使用済み製品の部品を、同等のクオリティを維持した材料として再生し、再び自社製品の部品に採用する手法です。この手法により、同じ材料を繰り返し使用できるようになり、製品ライフサイクルにおけるCO₂排出と環境負荷を大幅に低減させることができます。特に日産では、クルマの材料として占める割合が高く、かつ天然資源採掘時の環境への影響が大きく、材料製造時や廃棄時に多くのエネルギーを要する鉄、アルミニウム、樹脂という3つの材料のクローズド・ループリサイクルに注力しています。

鉄とアルミニウムについては、生産時に発生する端材を減らす工夫に加え、発生した端材をビジネスパートナーと協力しながら回収して自動車用の材料に再生することにグローバルで努めています。また、天然資源使用量をさらに低減するため、鉄スクラップから製造される電炉鋼板を北米で生産している「ローグ」「ムラーノ」などに採用しています。さらに使用済み自動車のアルミロードホイールを回収してアルミロードホイールやシャシー部品に再生利用する取り組みも推進しており、2015年度のアルミロードホイール回収実績は年間約2,770トンとなりました。

樹脂については、工場で発生する塗装済みバンパーのスクラップを、追浜工場の塗装済みバンパー再生工程で塗膜を除去して再生しています。これらは新車用のバンパーに生まれ変わり、「日産リーフ」をはじめ、多くの新車に使われています。この取り組みは、中国における合弁会社である東風汽車有限公司へも適用を拡大し、2014年よりサービスバンパーへ適用を開始しました。

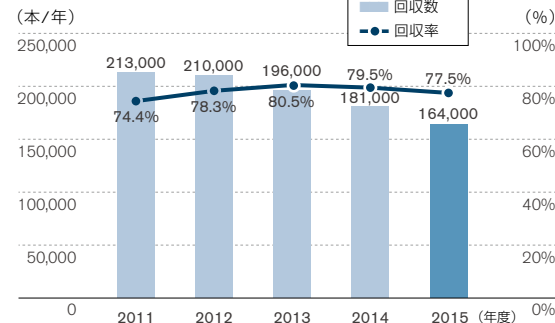
販売会社で交換されたバンパーは再生資源として回収し、アンダーカバーなどの部品の材料として採用しています。バンパー回収スキームを充実させたことで、2015年度は日本国内のディーラーで取り外されたバンパーの77.5%にあたる、約16万4,000本を回収しリサイクルしました。

そのほか、近年のハイブリッド車やEVの販売拡大に伴って銅の使用量が増加していることから、生産時に発生する端材を内製鋳物工場で添加材として利用する取り組みも始めました。

クローズド・ループリサイクル



バンパー回収本数推移



リサイクル可能率とリサイクル実効率

日産は、新車の設計段階から「3R」* 廃棄物の発生抑制 (Reduce)、再利用 (Reuse)、再資源化 (Recycle) の視点を取り入れ、クルマのライフサイクル全体で考えた設計・開発を行い、廃棄後の解体のしやすさ、リサイクルのしやすさを考慮したクルマづくりに取り組んでいます。2005年度以降、日本および欧州市場に投入したすべての新型車においてリサイクル可能率95%を達成¹⁾しています。

¹⁾ 日本は1998年に日本自動車工業会が公表した定義とガイドラインに、欧州はISO22628に基づき算出

一方、使用済み自動車の適正処理とリサイクル実効率向上のために、廃油、廃液や鉛など環境負荷物質の処理方法の確立を目的としたものに始まり、現在は高付加価値材料の再利用をテーマに実証実験や研究を進めています。研究の成果は、解体技術の向上とともに、解体しやすいクルマの設計や材料開発に生かされるよう、開発部門へも随時フィードバックしています。日産は2006年度以降、日本での使用済み自動車のリサイクル実効率95%以上を継続して達成しており、2015年度のリサイクル実効率は99.6%^②に達しています。

② 日産調べ

希少資源の削減

ハイブリッド車やEVは、製品ライフサイクルでのCO₂排出量がガソリン車に比べて少ない一方、電動化に必要な部品にはレアアースと呼ばれる希少資源が使用されています。レアアースは資源の偏在や需給バランスによる価格変動が懸念されており、その使用量削減が課題となっています。

日産は2012年にジスプロシウム(元素記号:Dy)を従来比で40%削減したEV用モーターを開発して「日産リーフ」に採用。さらに、ハイブリッド車にもジスプロシウムを削減したモーターの採用を順次拡大しており、2015年には「エクストレイル ハイブリッド」に採用しました。今後もさらなる使用量削減に向け技術開発を進めていきます。また駆動用モーター以外の部品では、ジスプロシウムの使用量が最終的にゼロとなるよう、技術開発を進めていきます。

日産は、他のレアアースについても、使用量の削減および適正化を進め、新車への採用を順次進めています。2016年度までにはレアアースの年間総使用量を2011年度比で約30%削減する計画です。

廃棄物対策を徹底

日産は、生産過程における3R活動を積極的に推進し、廃棄物の発生源対策と徹底した分別による再資源化に努めています。日本では2010年度末よりすべての生産拠点(5工場、2事業所および連結5社)が、メキシコではアグアスカリエンテス第1工場が2011年から生産段階での再資源化率100%を達成しており、グローバルで各国の自動車業界のトップレベルを目指した活動に取り組んでいます。

輸出入部品の梱包資材として使用される木製パレットやダンボールの削減にも力を入れています。20年以上前から折り畳み式プラスチック容器を、30年以上前から折り畳み式鉄製容器を海外拠点間の部品物流に採用し、リターナブル容器^①として繰り返し使用しています。また、アライアンスパートナーのルノーとともに、グローバル標準のリターナブル容器の採用も拡大しています。近年は開発段階から形状を最適化する物流マイル活動により、梱包資材の削減に貢献しています。

こうした取り組みを通じて、生産工場からの廃棄量を日本で年2%、グローバルで年1%削減する計画^②です。

「ニッサングリーンパーツ」を販売

使用済み自動車の部品や、修理の際に交換した部品の中には再生可能なものが含まれています。日産ではこれらを回収し、適切な品質確認を行ったうえで、修理用のリサイクル部品「ニッサングリーンパーツ」として販売会社で市販しています。ニッサングリーンパーツには、洗浄して品質を確認した「リユース(中古)部品」と、分解整備を施して消耗部品を交換した「リビルト(再生)部品」の2種類があります。

① リターナブル容器: 部品梱包用の容器を部品納品後に発送元に返却し、繰り返し使用できるようにした容器。日産は返却時の輸送効率に配慮し、折り畳み構造を採用

▶ page_123

② 2011年度の状況から特段の対策をとらなかった場合(BAU)と比較。詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

▶ website

「ニッサングリーンパーツ」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

大気・水・土壌・生物多様性の保全

国連が提唱した「ミレニアム生態系評価」の報告書は、過去50年間に世界の生態系の劣化がかつてないほどの速度と規模で進行していると指摘しています。生態系は食料や淡水の供給、気候の調節や自然災害からの保護など多くのサービス(生態系サービス)を生み出し、私たち人類に多大な恩恵をもたらしています。企業も、自らの活動が生態系へ及ぼす影響とともに、生態系がもたらす恩恵への依存をあらためて認識し、企業活動において環境保全と経済性を両立させることが喫緊の課題となっています。日産は「企業のための生態系サービス評価」¹の手法を用いて、材料資源の採掘から車両生産、車両走行などのバリューチェーンを対象に評価した結果、自動車メーカーとして優先すべき重点領域として「エネルギーの調達」「材料資源の調達」「水資源の利用」の3領域を特定しました。またその成果を報告書「Ecosystem Services and the Automotive Sector」²にまとめ、2010年に発表しています。2013年6月には、上流工程における水資源の利用が、日産における水使用量の20倍以上に上ることを試算するなど、ビジネス上のリスクとチャンスを確認したうえで、従来の環境への取り組みをあらためて評価・発展させながら取り組んでいます。

¹ 国連のミレニアム生態系評価に基づき、世界資源研究所が世界経済人会議とメリディア・インスティテュートとの協力のもとに作成

▶ website

² 「Ecosystem Services and the Automotive Sector」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください



排出ガスのクリーン化に向けて

日産は早くから厳しい自主規制や目標を設定し、「大気並みにクリーンな排出ガス」を究極の目標に、よりクリーンな燃焼を行うための技術改善や排出ガスを浄化する触媒などの開発に取り組み、各国の排出ガス規制に適合したクルマを早期に投入してきました。そして現在まで継続して、実効性の高い最先端の排出ガス低減技術を採用したクルマをより手ごろな価格で提供することにより、社会全体の環境負荷低減につなげることに努めています¹。

例えば米国では、2000年1月に発売した「セントラCA」が、SULEV排出ガス基準、燃料系統からのエバポ(燃料蒸発ガス)排出ゼロ基準、排出ガス制御システムの車載故障自己診断装置(OBD)²搭載や15万マイル(または15年)排気保証といった、カリフォルニア州大気資源局が制定する排出ガス基準値をすべて満たし、ガソリン車としては世界で初めてPZEV³に認定されました。

また日本では、2000年8月に発売した「ブルーバードシルフィ」がU-LEV⁴の認定を、また2003年にはSU-LEV⁵の認定を、それぞれ国内で初めて取得しました。

さらに、世界で最も厳しい排出ガス規制のひとつである「ポスト新長期規制」⁶が2009年より日本で適用開始となりましたが、日産は「エクストレイル 20GT」を2008年に投入し、世界で初めて適合しています。「エクストレイル 20GT」は、粒子状物質などを捕集・除去するディーゼル・パーティキュレート・フィルター、NOx吸着触媒、酸化触媒などの技術や、ルノーとのアライアンスのもと開発したクリーンディーゼルエンジン「M9R」を搭載し、従来のディーゼル車の課題であった排出ガスのクリーン化を克服し、高いエネルギー効率とCO₂排出量削減を実現しています。

▶ page_134

¹ 各地域での排出ガス規制対応状況を掲載しています。詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

² OBD: On-Board Diagnostic Systems

³ PZEV: Partial Zero Emission Vehicle
米国カリフォルニア州大気資源局が制定

⁴ U-LEV: Ultra-Low Emission Vehicle
2000年排出ガス規制「新長期規制」の適合車より、窒素酸化物(NOx)と非メタン炭化水素(NMHC)の排出量を75%低減したクルマ

⁵ SU-LEV: Super Ultra-Low Emission Vehicle
2005年排出ガス規制「新長期規制」の適合車より、NOxとNMHCを75%低減したクルマ

⁶ ポスト新長期規制: 「新長期規制」に対し、NOxで47%減、粒子状物質(PM)で64%減の規制値(ディーゼル乗用車車両重量1,265kg超)。2009年10月から新型車に適用。継続生産車・輸入車は2010年9月から適用

▶▶ page_34

7 ITSの取り組みに関する詳細を掲載しています

2010年には6速オートマチックトランスミッション(マニュアルモード付)を搭載した「エクストレイル 20GT」を発売しています。

また、渋滞緩和など、都市の交通環境をITSの活用により改善する活動を通じて、大気の質の改善にも取り組んでいます⁷。

工場からの排出ガス管理

日産は、生産工場において、大気汚染物質に関する管理基準と仕組みを徹底し、使用量と排出量とともに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。

日本では、大気汚染物質として窒素酸化物(NO_x)、硫黄酸化物(SO_x)の排出に関して厳しい対策を推進し、1970年代に比べそれぞれ4分の1の排出量にまで低減しています。また、塗装工程の熱源となるオープンやボイラー設備への低NO_xバーナーの採用や、使用する燃料を重油や灯油などからSO_x排出量の少ない燃料へ転換するなど、NO_xやSO_xの排出濃度を低減してきました。

現在の課題は、クルマの生産工程から排出される化学物質のうち、9割を占める揮発性有機化合物(VOC*)の低減です。日産は各国の法規制化に先駆けて、洗浄用シンナーなどの回収率を上げて工場外への排出量を減らすとともに、廃シンナーのリサイクル率向上を計画的に進めています。同時にVOC排出量を20g/m²以下に抑える水系塗装ラインへの切り替えを推進しており、日産自動車九州株式会社の工場をはじめ、メキシコのアグアスカリエンテス第1・2工場、ブラジルのレゼンデ工場、米国のスマーナ工場、中国の花都工場などへ導入しています。VOC排出量については塗装面積当たりの排出量を2016年度までに2010年度比で15%削減することを目標に掲げています。

▶ VOC: Volatile Organic Compounds
揮発性を有し、大気中で気体状となる有機化合物の総称

環境負荷物質を高い自主基準で低減

材料における環境負荷物質については、欧州ELV指令(使用済み自動車に関する指令)や、2007年6月から欧州で施行されている化学品に関するREACH規制¹、また日本の「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律(化審法)」など、各国で使用制限の強化が求められています。また日本自動車工業会は、車室内で発生する可能性があるホルムアルデヒドやトルエンなどの揮発性有機化合物(VOC)を最小化するために、2007年4月以降に日本国内で生産・販売する新型乗用車から、厚生労働省が定めた指定13物質に対して指針値を満たすことを自主目標に掲げています。

日産は、環境負荷物質の管理強化、計画的な削減、および代替を推進しています。科学的にハザード(危害要因)が認定された、またはそのリスクが高いと考えられる物質や、NGOがリスクを指摘している物質などを含めて検討し、各国の法規よりさらに厳密な日産独自の物質使用方針を2005年に制定、2007年よりグローバルに展開しています。使用を禁止または管理する化学物質については日産技術標準規格「特定物質の使用に関する制限」にて規定し、開発初期段階から日産車に使用される原材料、部品、用品のすべてに適用されています。例えば、2007年7月以降にグローバル市場に投入した新型車²から、重金属化合物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PBDE³類の使用を禁止もしくは制限しています。車室内で使用するVOCについても、日本自動車工業会の自主目標を日産のグローバル基準とし、シートやドアトリム、フロアカーペットなどの部材や接着剤の見直しを行い、順次低減に努めています。

1 REACH規制: Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals

2 OEM車を除く

3 PBDE: ポリブロモジフェニルエーテル

日産技術標準規格「特定物質の使用に関する制限」は、グローバルの化学物質法規の動きと日産の自主基準物質の追加に基づいて、毎年改定しています。この規格は、各国自動車メーカー、部品サプライヤー、材料メーカーが共同で発行した化学物質リスト「Global Automotive Declarable Substances List (GADSL)」に新たに追加された禁止・管理物質と整合性をとっています。

日産はサプライヤーとともに、社内とサプライチェーンで情報伝達と管理の仕組みを構築して運営しています。例えば欧州で生産・輸入するクルマや部品については、REACH規制の適合のため情報提供や官庁への登録・届出を行い、CLP規制⁴にも対応しています。

⁴ CLP規制: Classification, Labelling and Packaging of Substances and Mixtures

水リスクの管理

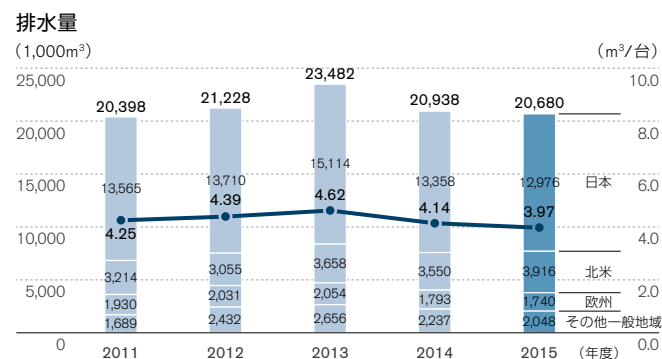
世界的な人口増加や経済発展による水使用量の増加に加え、気候変動による氷河の減少や降水量の変化により、水資源への対策は年々重要な課題となっています。

日産のクルマおよび部品を製造する工場は世界各地に点在しており、いずれも生産に伴い多くの水を使用していることから、すべての生産工場での水使用量の管理・削減への取り組みを進めており、生産台数当たりの水使用量を2016年度までに2010年度比で15%削減する計画⁵です。水使用量削減に向けて、インドのチェンナイ工場では雨水利用を目的にため池を整備し、インドのチェンナイ工場、中国の花都工場、日本の追浜工場などでは廃水のリサイクル設備を導入しています。また水使用量削減のためのベストプラクティスをグローバルに展開するなどの取り組みを実施しています。

このほか日本のグローバル本社では、雨水・雑排水・厨房排水を処理後、トイレの洗浄水および一部植栽への散水に利用するなどして、水使用量削減に努めています。

排水時のクリーン化を徹底

日産の各工場では、廃水処理の徹底を推進しています。メキシコのアグアスカリエンテス第1・2工場では、廃水処理した水を敷地の緑地維持に活用し、敷地外への排水ゼロを実現しています。日本の工場では、油などが流出するという万が一の場合に備えて、廃水処理施設の排出口に水質センサーを取り付け、水質の異常が検知された場合は自動的に敷地外への排水を停止させるシステムを導入し、水質汚濁防止を強化しています。



▶▶ page_120

▶▶ 詳細は巻末のCSRデータ集をご覧ください

安全

クルマが広く普及したことで私たちの暮らしは大きく変わり、多くの人々がモビリティによる自由や利便性、そして運転する楽しさを享受してきました。近年の自動車業界の技術革新は目覚ましく、自動運転やそれを構成する安全技術は急速に進歩しつつあります。社会は大きな転換期を迎えていますが、クルマの技術革新は、都市における渋滞の解消や高齢者が安全で円滑に移動できる社会の実現など、さまざまな課題の解決に貢献することが期待されています。

日産は“走る楽しさと豊かさ”を体現するクルマづくりに取り組むとともに、リアルワールド(現実の世の中)における高い安全性を最優先に考えています。交通事故の原因の9割以上が人為的ミスといわれる中、日産が目指しているのは、日産車がかかわる死亡・重傷者数をゼロにすることです。この目標の実現に向けて、自動運転技術の搭載をはじめとするクルマそのものの安全性向上はもちろん、ドライバーや歩行者、さらにはクルマを取り巻く多くの人々に安全意識を高めてもらうための啓発活動に幅広く取り組んでいます。

取り組みの柱

日産車がかかわる交通事故における死亡・重傷者数の1995年比低減率

〈2014年／日本〉

63% 減少

安全

CSRスコアカード

2015年度目標に対する達成度 ✓✓:達成 ✓:ほぼ達成 ×:未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」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。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2014年度実績	2015年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
技術の革新、安全運転の啓発活動による安全なクルマ社会の実現	日産車がかかわる交通事故死者数などの定量的低減目標を設定し、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を行う	日産車がかか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	日本: 63%減少 米国: 55%減少 欧州(英国): 64%減少 *2014年12月末時点	(データが公表され次第、集計予定)	-	安全技術の開発を推進する	究極の目標として、日産車がかかわる交通事故における死亡・重傷者数ゼロを目指す



▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-PR1

安全への取り組み

安全に対する日産の方針は、リアルワールド(現実の世の中)における安全性を追求することであり、日産は「交通事故のない社会」の実現を目指しています。日本では2015年の交通事故死亡者数が前年より4人増えて4,117人となり、15年ぶりに増加に転じました。世界保健機関(WHO)は、世界全体で毎年約125万人が交通事故で命を落としており、今後緊急に対策をとらなければ2030年までには死亡原因の5位になると予測しています。

日産は、日産車がかかわる死亡・重傷者数を2015年までに1995年比で半減させることを目指してきましたが、日本、米国、欧州(英国)ではすでに達成しており、現在は、2020年までに日本、米国、欧州(英国)でさらに半減させるという高い目標に向かって活動を続けています。死亡・重傷者数を実質ゼロにすることが、究極の目標です。

交通事故を低減させ、日産の掲げた目標を実現するには、クルマの安全技術を進化させ、その機能を多くのクルマに適用・拡大することはもちろん、人や交通環境も含む総合的な取り組みが必要です。真に安全なクルマ社会の構築に貢献するため、日産は「クルマ」「人」「社会」という3つの階層に取り組む「トリプルレイヤードアプローチ」を推進しています。

日産の究極の目標:

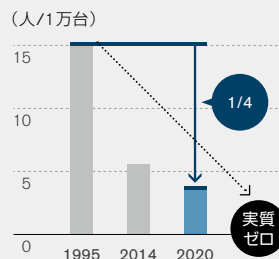
日産車のかかわる死亡・重傷者数を実質ゼロにする

日産の取り組み:

「クルマ」「人」「社会」という3つの階層に取り組む「トリプルレイヤードアプローチ」

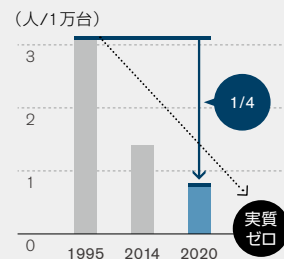


日本 日産車1万台当たりの死亡・重傷者数



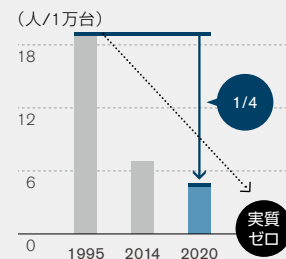
出所:公益財団法人交通事故総合分析センター

米国 日産車1万台当たりの死亡者数



出所: Fatality Analysis Reporting System

欧州(英国) 日産車1万台当たりの死亡・重傷者数



出所: STATS19 data, U.K. Department for Transport

クルマ：安全技術開発への取り組み

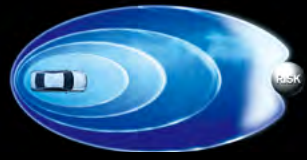
「セーフティ・シールド」という独自の考え方のもと、日産ではできるだけドライバーを危険に近づけないようにクルマが支援する技術開発を進めています。また、万が一衝突が避けられないときも、被害を軽減する技術を提供しています。

安全技術コンセプト「セーフティ・シールド」

日産は、クルマが人を守るという独自のコンセプト「セーフティ・シールド」を基本に、安全技術の開発を進めています。これは、クルマが置かれている状態を「危険が顕在化していない」「危険が顕在化している」「衝突するかもしれない」「衝突が避けられない」「衝突」「衝突後」の6段階に分けて捉え、各状況に応じてクルマが人を守るさまざまな技術の開発を進めていくという考え方です。

日産の安全技術の拡充と獲得した外部評価(2015年度)

- 2015年1月に「エマージェンシーブレーキ」の採用車種を拡大し、2015年度中には、日本で発売している電気自動車、商用車を含むほぼすべてのカテゴリーに搭載を終了すると発表。2015年度末時点で、日本国内のほぼすべてのカテゴリーで搭載を完了するとともに、主要車種への標準装備も完了
- 日本では、後方視界情報提供装置性能評価が追加された自動車アセスメント(JNCAP)の2015年度予防安全性能評価にて、「セレナ」が最高評価となるJNCAP「先進安全車プラス(ASV+)」を獲得
- 米国では、米国新車アセスメントプログラム(US-NCAP)にてインフィニティ「Q70」「QX60」、日産「パスファインダー」が最高評価となる5つ星を獲得。米国道路安全保険協会(IIHS)にて、エマージェンシーブレーキを搭載したインフィニティ「Q70」、日産「アルティマ」「マキシマ」「ムラーノ」「セントラ」が最高評価となる「2016トップセーフティピックアップ(TSP+)」を獲得

<p>危険が顕在化していない</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ディスタンスコントロールアシスト (インテリジェントペダル) ■ インテリジェントクルーズコントロール (全車速追従・ナビ協調機能付) ■ アクティブAFS ■ アラウンドビューモニター 	<p>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する技術</p>	
<p>危険が顕在化している</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ プレディクティブフォワードコリジョンワーニング ■ 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 ■ ブラインドスポットワーニング ■ ブラインドスポットインターベンション ■ バックアップコリジョンインターベンション 	<p>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する技術</p>	
<p>衝突するかもしれない</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ エマージェンシーブレーキ ■ ABS(アンチロックブレーキシステム) ■ VDC(ビークルダイナミクスコントロール) 		
<p>衝突が避けられない</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 		
<p>衝突</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ゾーンボディ ■ SRSエアバッグシステム ■ ポップアップエンジンフード 	<p>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る技術</p>	
<p>衝突後</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ エアバッグ展開連動ハザードランプ 		

- 欧州では、欧州新車アセスメントプログラム(ユーロNCAP)にて、インフィニティ「Q30」が最高評価となる5つ星を獲得

“ぶつからないクルマ”の実現に向けて

どんな運転環境にも必ずリスクがあります。日産は、リスクの芽をクルマがあらかじめ察知し、ドライバーに危険を知らせ、緊急時にはシステムが介入して事故を未然に防ぐ、予防運転安全技術の開発を通じて、より安全な運転をサポートします。日産の「セーフティ・シールド」をクルマの前方だけではなく側方や後方にも広げた360度「ぶつからないクルマ」が、日産の目指す全方位運転支援システムです。

世界中すべての人に最適なモビリティを提供することを目標に掲げている日産は、安全技術を適用・拡大することも自動車メーカーとしての使命だと考えています。

インフィニティ「Q50」(日本名:「スカイライン」)に搭載された日産初の全方位運転支援システム

エマージェンシーブレーキ

ミリ波レーダーで前方車両との衝突の危険を察知すると、ディスプレイ表示やブザーに加え、アクセルペダルの反力と緩やかなブレーキングによる直感的な警報でドライバーに回避操作を促します。それでもドライバーが回避操作を行わない場合には、緊急ブレーキを作動させて衝突を回避、または被害を軽減します。

PFCW (Predictive Forward Collision Warning: 前方衝突予測警報)

2台前を走る車両との車間距離・相対速度をミリ波レーダーでモニタリング。自車からは見えない前方の状況の変化を検知し、減速が必要と判断した場合には、ディスプレイ表示とブザーによる警報でドライバーに注意を促します。



世界初となるPFCW

BSW (Blind Spot Warning: 後側方車両検知警報)とBSI (Blind Spot Intervention: 後側方衝突防止支援システム)

車両後部の左右に設置したサイドセンサーで、死角になりやすい後側の隣接レーンに位置する車両を検知。サイドミラー横のインジケーターで知らせます。隣接レーンに車両がいるにもかかわらずドライバーがレーンチェンジを開始すると、接触を回避するよう運転操作を支援します。



BSWとBSI

LDW (Lane Departure Warning: 車線逸脱警報)とLDP (Lane Departure Prevention: 車線逸脱防止支援システム)

ルーフコンソールに配置されたカメラで、自車前方のレーンマーカーとの相対位置を検出し、車両が車線から逸脱する可能性があるとしてシステムが判断した場合には、表示とブザー音で注意を喚起(LDW)、車両を車線内に戻す方向に力を短時間発生させ、ドライバーの操作を支援します(LDP)。

▶ 前方、側方、後方、全方向での安全性能を高めた運転支援システムが日産初(2013年11月現在、自社調べ)

BCI (Back-up Collision Intervention: 後退時衝突防止支援システム)

車両後部の左右に設置したサイドセンサーと車両後部のソナーにより、後方を横切る車両を検知。サイドミラー横のインジケーターやバックビューモニターのディスプレイ上の表示と音でドライバーの注意を喚起します。さらにドライバーが後退しようとした場合、アクセルペダルの反力や自動ブレーキなどによる直感的な警報でドライバーに伝え、接近する車両との接触を回避するよう運転操作を支援します。



世界初となるBCI

アラウンドビューモニター (MOD [移動物検知] 機能、駐車ガイド機能)

駐車時などで車両を上から見下ろしたような映像を表示します。さらに周囲の移動物を検知し、アラウンドビューモニターのディスプレイ上の表示と音でドライバーの注意を喚起します。

予防安全技術から自動運転技術へ

事故を回避するために必要な、認知・判断・操作という基本的な3つのステップを支援する予防安全技術の機能を拡充し、さらなる進化を目指したのが自動運転技術です。日産は、「交通事故ゼロ」の実現には、事故原因の9割以上といわれる人為的ミスがサポートする自動運転技術が有効であると考えています。

ミリ波レーダー、レーザー扫描仪、カメラなどのセンサーを搭載した自動運転技術の実験車両は、周囲360度の状況を常に把握。他のクルマに遭遇すると、蓄積された知識データの中から人工知能がその場に応じた適切な行動を選択します。信号機のない交差点への進入や駐車車両の追い越しなど、複雑な運転環境においても正しく状況を認知・判断し、安全な走行を実現しています。

高齢化や都市の過密化など多くの課題に直面する社会において、自動運転技術は事故の大幅な低減に貢献し、多くのドライバーに安心を提供するだけでなく、急速に増加する高齢者にとっては移動機会の拡大にもつながります。日産は、自動運転技術をモビリティに新たな価値をもたらす画期的な技術だと考え、積極的に開発を推進し、実用化を進めていきます。2016年末までには混雑した高速道路上の単一レーンで安全な自動運転を可能にする技術を、2018年には高速道路上の複数レーンで危険回避や車線変更を自動的に行う自動運転技術を投入します。2020年には、十字路や交差点を含む一般道でドライバーの操作介入なしに走行できる自動運転技術を導入する予定です。



自動運転技術の実験車両

人：交通安全活動の推進

より良いモビリティ社会を構築するためには、ドライバーや乗員、歩行者、自転車運転者など多くの人々に交通安全への考え方を理解してもらうことが大切です。日産では安全意識の向上に向けた啓発活動や、ドライバーの運転技術向上を支援する活動にも力を注いでいます。

日本における交通安全啓発

1日のうちで交通事故発生件数が最も多くなる時間帯は16～18時の夕暮れ時です。日産は交通安全活動「ハローセーフティキャンペーン」^①の一環として、ヘッドライト早期点灯をドライバーに促す「おもいやりライト運動」^②に2010年から取り組んでいます。



2015年度は、今までの活動を一層強化しました。

① 夕方安全創造サロン：交通安全に関する啓発活動をしている方々とのつながりを目的に、2013年より毎年開催。交通安全運動の新しいあり方を考える「交通安全のリデザイン」をテーマに、コピーライターとモータージャーナリストによるトークショーや参加者全員でアイデアを出すワークショップを実施しました。



② 早期点灯車両出発式：11月10日の「いい点灯の日」を盛り上げるため、東京モーターショー最終日の11月8日に「モーターショーの横で点灯を叫ぶ」と題するイベントを会場横で開催しました。参加者はヘッドライト早期点灯への熱い想いを叫び、ヘッドライト早期点灯のリーダーカーとして集まった賛同パートナーの黄色をはじめとするカラフルなクルマが列をなして走行しました。



③ 各地訪問：おもいやりライト運動事務局のスタッフがジャーナリストとともに各地のイベント会場を訪問してヘッドライト早期点灯を呼びかけたり、賛同団体を訪問して早期点灯の実践に向けた決意を共有しました。

こうした活動を通じて、企業やNPO団体、クルマファンの方々に理解と実行を促してきた結果、おもいやりライト運動は市民の間に広く浸透しつつあります。

▶ website

① 「ハローセーフティキャンペーン」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

▶ website

② 「おもいやりライト運動」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

米国での安全啓発活動

北米日産会社(NNA)は、米国で販売されているニッサンおよびインフィニティ・ブランドの車両に適合するチャイルドシートの情報を幼い子を持つ親などに提供する「スナッグ・キッズ」プログラムを2002年より実施しています。チャイルドシートの正しい使用を促す自動車業界初となる取り組みで、シートを前向き・後ろ向きに安全に取り付ける方法や、ブースタータイプのシートを取り付ける場合の安全な装着方法を指導しています。

また2012年より、安全運転の大切さを若い人々に伝えるための啓発プログラム「シンク・ファスト」の sponsor を務めています。司会者の進行によるゲーム形式のイベントで、現在はテネシー州、ミシガン州、ミシシッピ州、テキサス州、アリゾナ州、カリフォルニア州の中学校や高校で、120以上のプログラムが実施されています。

さらに、子供をシートに正しく固定する方法を教える「チャイルド・パッセージャー・セーフティ・テクニシャン養成講座」やシートの点検方法を指導するイベントについても、テネシー州、ミシガン州、ミシシッピ州、テキサス州、アリゾナ州で sponsor を務めています。



中国での交通事故防止活動

中国では自動車の急速な普及に伴い、交通安全対策が大きな課題となっています。

2015年8月、日産(中国)投資有限公司(NCIC)は2007年より協力関係を深めてきた中国自動車技術研究センター(CATARC)と共同で、「第9回中国道路交通安全フォーラム」を北京において開催しました。フォーラムには中国交通運輸部や国家生産監督管理総局をはじめ、自動車メーカー、サプライヤー、国内外の大学や研究機関から200名以上が参加しました。

また、東風日産乗用車公司(DFL-PV)は、お客さまに安全運転の大切さを伝え、その習慣を身につけてもらうため、交通安全がテーマのイベント「安全運転体験キャンプ360°」を開催し、ドライバーと一般市民を対象に講義や技能講習などさまざまな活動を実施、安全運転や万一の際の応急処置に関する技術を指導しています。同イベントにはこれまで中国国内の300以上の都市から160万名以上が参加し、安全運転の重要性を学びました。

新興国市場で「日産セーフティ・ドライビング・フォーラム」を開催

日産は、新興国市場における安全運転啓発活動の一環として「日産セーフティ・ドライビング・フォーラム」を実施し、一般のドライバーの安全運転への意識向上を図ってきました。

中国、インドに加え、2014年にはロシアでも初開催、2015年にはモスクワとサンクトペテルブルクを含む4都市で実施し、ドライビングシミュレーターを使った運転試験や安全技術の体験を通じて、安全運転の重要性を伝えました。



スナッグ(snug): サイズがぴったりで居心地がいいこと

国際自動車連盟と交通安全のためのパートナーシップを締結

日産は、2014年、国際自動車連盟(FIA)と世界規模で交通安全活動を推進していくパートナーシップを締結しました。このパートナーシップを通して、国連が提唱する「交通安全のための行動の10年」を支持するFIAの革新的な啓発活動「FIAアクションフォーロードセーフティ」キャンペーンのオフィシャルサポーターとなっています。

同キャンペーンの一環として推奨されている「ゴールデンルールズ」を世界中で推進することにより、毎年数多く発生している交通事故による死亡者や負傷者を減らすことに注力しています。

2015年にロシアで開催した「日産セーフティ・ドライビング・フォーラム」では、ドライビングシミュレーターなどを用いて「ゴールデンルールズ」の周知に努めました。また、日産自動車株式会社100%出資のモータースポーツ会社であるニッサン・モータースポーツ・インターナショナル株式会社(NISMO)のファン感謝イベント「NISMO FESTIVAL」では、すべての車両にキャンペーンのロゴステッカーを貼って活動をアピール。さらにクイズ形式の啓発イベントを行ったり、コース上でドライバーたちが「ゴールデンルールズ」をファンの前で宣言するなど、多くの来場者に安全運転の大切さを訴えました。



NISMO FESTIVAL



社会：社会との連携

日産は、クルマを取り巻く交通環境の情報を利用することで、より安全なクルマ社会を築くことができると考えています。官公庁や大学、他企業と広く連携しながら、高度道路交通システム(ITS：Intelligent Transport Systems)を活用した安全で快適なモビリティ社会の実現を目指していきます。

ITSを活用し、交通事故低減と渋滞緩和へ

日産は、2006年より神奈川県において「人」「道路」「車両」を情報でつなぐITSを活用し、交通事故低減や渋滞緩和への貢献を目指した実証実験「SKYプロジェクト」を推進してきました。見通しの悪い交差点では、他の車両や通行者が見えにくく、事故が発生しやすくなります。同プロジェクトは、クルマ単独では対応が難しい、こうした交通事故の低減に向け、周辺車両の状況や自転車を取り巻く交通環境の情報を利用しようというものです。

日産は、SKYプロジェクトの成果を活用した新たな安全運転支援システム(DSSS)を開発。見通しの悪い交差点において、路上のインフラ設備との通信により、音声ガイドとナビ画面表示で、ドライバーに交差点におけるさまざまな危険(出会い頭衝突、一時停止規制見落とし、信号見落とし、赤信号停止車への追突)を伝え、注意を喚起します。

◆ DSSS: Driving Safety Support Systems
 警察庁とその所轄法人UTMS協会が継続的に推進しているプロジェクトで、DSSS用光ビーコンによる路車間通信など、最新のITSテクノロジーを駆使して交通事故の削減を目指すシステム

▶ website

▶ 「ゴールデンルールズ」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

高速道路上の逆走を報知

近年、高速道路での逆走が多発しており、社会問題となっています。日産は西日本高速道路株式会社(NEXCO西日本)と共同研究を進め、GPSを活用した逆走報知ナビゲーションを開発しました。同システムでは、ナビゲーション内部のプログラムにより、車両情報(GPS位置、地図、車速など)に基づいた逆走判定処理を行います。逆走している可能性があると判断した場合は、音声とナビゲーション画像によってドライバーに注意を喚起します。2010年10月に発売した「フーガハイブリッド」に世界で初めて搭載した後、幅広い車種で選択可能となっています。

社会貢献

私たちの社会は、地球温暖化やエネルギー問題、人口爆発、貧困などさまざまな課題に直面しています。2015年9月、国連本部において「国連持続可能な開発サミット」が開催され、150を超える加盟国首脳に参加のもと、「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。アジェンダは、人間、地球および繁栄のための行動計画として「持続可能な開発目標(SDGs)」を掲げています。持続可能な社会をつくるために地球規模での連携が必要とされる中で、企業に求められる役割も重要性を増しています。

日産は、自動車メーカーとして魅力ある製品やサービスを世界中の人々に提供することに加えて、コミュニティの一員として主体的に社会にかかわり貢献することも、企業の重要な使命だと考えます。

企業がさまざまな資源を地域社会に提供し、コミュニティの活性化や課題の解決に積極的に参画することは、企業市民としての責務を果たすというだけでなく、企業活動にとっても有益であり、より良い事業環境や持続的に成長する市場を生み出すことにつながります。

日産は、複雑化する社会課題に対応するため、非営利組織(NGO・NPO)や行政などさまざまなステークホルダーと連携し、相互の強みを生かしながら活動を展開しています。こうした社会貢献活動の方針をグローバルに共有するとともに、国や地域により異なるニーズに対応するため、各国の事業拠点や関連会社による独自の取り組みも行っています。

取り組みの柱

3つの重点分野

グローバル社会貢献支出額

〈2015年度／寄付金・協賛金を含む〉

24億円

社会貢献

CSRスコアカード

2015年度目標に対する達成度 ✓✓: 達成 ✓: ほぼ達成 ×: 未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」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。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2014年度実績	2015年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
環境への配慮	環境教育プログラムの実施により将来世代の環境問題への理解を促進する	プログラムの継続的実施、地域拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 継続実施 (日本) ● 中国・欧州で実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● 実施回数・地域の拡大 (日本) ● 中国と英国で独自の教育プログラムの一環として環境プログラムを実施 ● スペインでパイロット版を実施 	✓✓	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本での継続的な実施を拡充する ● 各リージョンと連携し、順次実施国・地域を拡大する 	<ul style="list-style-type: none"> ● グローバルに事業を営む企業として、事業の発展とともに地域の発展に貢献する ● 「環境への配慮」「教育」「人道支援」の3分野を中心に、自社の強みやリソースを最大限活用し活動に取り組む ● 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る
教育	教育を「次世代への投資」と位置づけ、子供や若者の支援を中心に教育プログラムを実施する		<ul style="list-style-type: none"> ● 「日産モノづくりキャラバン」の実施国拡大 (中国・英国) ● 新たな教育プログラムの導入 (英国・インドネシア) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 中国と英国で独自の教育プログラムを実施 	✓✓	<ul style="list-style-type: none"> ● 各リージョンと連携し、実施国・地域を拡大する ● 各国の社会課題に応じて活動内容を検討し、実施する 	
人道支援	自然災害被災地への迅速な支援を行う	現地のニーズを的確に把握しタイムリーに支援を行う	<ul style="list-style-type: none"> ● 雲南省地震、広島市大雨災害、エボラ出血熱への支援 ● 東日本大震災被災地への支援を継続 (従業員によるボランティア活動、「日産プレジデント基金」、車両寄贈) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 初動支援におけるプロセスを全リージョンで共有 ● ネパール地震への支援 ● 米国での竜巻・大雨による洪水被害への支援 ● 関東・東北豪雨被害への支援 ● インドでの大雨洪水被害への支援 	✓✓	<ul style="list-style-type: none"> ● 意思決定および対応をさらに迅速化する ● 各リージョン・機能の連携を強化する ● 「持続可能な開発目標 (SDGs)」に基づき、中長期の社会貢献活動計画を策定する 	
	国際NGOハビタット・フォー・ヒューマニティと協働で活動を実施する	プログラムの継続的実施、地域拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● ミャンマー、ベトナム、タイ、インドネシア、日本で支援を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● 北米、ミャンマー、ベトナム、インド、インドネシアで支援を実施 ● 北米での協力関係が10周年を迎える 	✓✓		



社会貢献への取り組み

日産は、社会貢献活動として「環境への配慮」「教育」そして「人道支援」の3分野に重点的に取り組むことを定め、金銭的な支援だけでなく、自動車メーカーとしての知識や専門技術、自社製品、関連施設の活用など、日産が事業を通じて培った資源を十分に生かし、独自性の高い活動を実施しています。

活動をより実効性の高いものにするため、活動分野において高い知見と専門性を持つ非営利組織(NGO・NPO)との対話と協働を重視しています。

また、多くの従業員が社会に関心を持ち、活動に自発的に参加できるように、従業員の社会貢献活動をサポートしています。

事業を営む地域への貢献



推進体制

日産の社会貢献活動方針は、日産グローバル本社(日本)のCSR部が策定します。エグゼクティブ・コミッティ[★]等で議論・決定された方針はグローバルに共有され、各国・地域の活動もこの方針に沿って実行されます。

環境への配慮

日産は、環境理念「人とクルマと自然の共生」を掲げ、環境負荷削減に意欲的に取り組んでいます。社会貢献活動においても「環境」への取り組みが重要であると考え、地球環境問題への理解を深める教育プログラムの実施、低炭素社会の実現に向けた基礎研究の奨励といった活動に取り組んでいます。

日産の特色を生かした環境出張授業(日本)

日本では、製造業ならではのノウハウを生かした3種類の体験型教育プログラムを2007年から実施しています。いずれも小学校高学年の児童を対象に、日産従業員が講師となって学校を訪問し行います。

そのひとつである「日産わくわくエコスクール」[★]は、地球環境問題への理解を深めるとともに、日産の環境への取り組みを紹介し、キットカーを用いた実験や、100%電気自動車「日産リーフ」の試乗などを通じて最新の環境技術を体験するプログラムです。また、授業内容の作成・検討についてはNPO気象キャスターネットワークとも協働しており、同NPOは講師として授業運営にも参加しています。

好評に応じて日本国内での実施回数を増やし、2015年度は神奈川県を中心に75校、イベントへの出展などを合わせると約9,000名の児童が受講。開始以来、同プログラムの日本国内での受講者数は累計で約4万1,000名に上ります(2016年3月末現在)。自ら手を挙げた、さまざまな部

▶▶ page_09

★ エグゼクティブ・コミッティの詳細を掲載しています

▶▶ website

★ 「日産わくわくエコスクール」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

署の従業員が講師を務めたほか、2015年度は延べ373名の従業員がボランティアとして授業運営をサポートしました。

また、日本だけでなく英国でも、英国日産自動車製造会社(NMUK)が地元小学校の児童を対象に同プログラムを実施し好評を博しているほか、中国でも日産(中国)投資有限公司(NCIC)が授業を実施しています。

世界自然保護基金ジャパン(WWFジャパン)との連携(日本)

「環境」分野での取り組みの一環として、日産は国際的な環境保全団体であるWWFジャパンと協力関係を築いています。WWFジャパンのパートナー団体である一般社団法人徳島地域エネルギーとNPO法人四国自然史科学研究センターに対し、電気商用車「e-NV200」を各1台、3年間無償貸与する取り組みを2015年度より開始しました。野外調査時の電源供給や再生エネルギーを活用した移動手段など、それぞれの団体が電気自動車の特性を生かしながら活用しています。また、日産は2016年3月に横浜市で開催されたWWFジャパン主催の環境啓発イベント「Earth Hour」に協賛しています。

教育

日産は、将来を担う子供や若者を支援することは「未来への投資」であると考えます。より良い未来へと続く扉に誰もがアクセスできる社会を実現するために、事業で培った知識や技術を活用した教育プログラムの実施や、新興国における初等教育の機会提供といった活動に取り組んでいます。

「子供と本」を通じた取り組み(日本、ポルトガル、米国)

日本では、創作童話と絵本のコンテスト「日産童話と絵本のグランプリ」[※]を1984年から実施しています。同グランプリでは、大賞を受賞した

作品を出版し、全国の図書館や事業所近隣の幼稚園・保育園に届ける活動を継続。これまでに約21万冊の本を寄贈してきました(2016年3月末現在)。2012年には、日産イベリア自動車会社(NIBSA)がポルトガルで同様のコンテストを創設しました。行政の協力を得て、同国内の中学校約950校で生徒から作品を募集。選ばれた10作品を一冊の本にまとめ、約1万5,000冊を同国内の図書館や学校に贈呈しました。

また、米国では北米日産会社(NNA)が本社を置くテネシー州において、就学前の子供たちが本に親しむ環境を提供するプログラム「ガバナーズ・ブックス・フロム・バース基金」「ドリー・パートン・イマジネーション・ライブラリー」を10年以上にわたり支援しています。2016年2月にはテネシー州の4つの郡で、約4万2,000冊の本を贈呈。0歳から5歳の子供たちそれぞれの年齢に合った本が届けられました。



イマジネーション・ライブラリーウィークの様子

モノづくりの魅力を伝える取り組み

(日本、英国、中国、米国、南アフリカ、インドネシアなど)

日産は、モノづくりの楽しさや奥深さを将来世代に伝えたいと考え、さまざまな取り組みを行っています。日本では日産従業員が小学校を訪れ、モノづくりの魅力を伝える出張授業「日産モノづくりキャラバン」や「日産デザインわくわくスタジオ」[※]を実施、両プログラム合わせて年間約2万名の子供たちが受講しています。英国でも、英国日産自動車製造会社

▶ website

- ▶ 「日産童話と絵本のグランプリ」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

▶ website

- ▶ 「日産モノづくりキャラバン」「日産デザインわくわくスタジオ」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

(NMUK)が同社サンダーランド工場近隣の小学校を対象に「日産モノづくりキャラバン」を実施しているほか、中国でも日産(中国)投資有限公司(NCIC)と東風日産乗用車公司(DFL-PV)が授業を実施しています。

NMUKはまた、次世代のエンジニアを育てる取り組みにも積極的に取り組んでいます。英国政府が推進するプログラム「See Inside Manufacturing (工場をのぞいてみよう)」には、1年間で2,500名の児童が見学に参加しました。日産は、英国におけるエンジニアリングと製造部門の人財育成を促進する目的で2014年10月に設立した日産スキルズ・ファンデーションを通じ、ワークショップや競技会、モノづくり体験、工場見学ツアーなどさまざまなプログラムを実施しています。そのひとつとして、女性のキャリア開発に焦点を当てたイベント「GIMME (Girls in Monozukuri, Manufacturing and Engineering)」を実施、2015年度は14歳から19歳の女子生徒7,200名が参加しました。

そのほかにも、米国や南アフリカ、インドネシアなど多数の国で、車両やエンジンを大学や専門学校に教材として寄贈し、学生の知識や技術向上に貢献しています。



See Inside Manufacturing
(工場をのぞいてみよう)プログラム

社会的なサポートを必要とする子供たちや若者への教育支援 (中国、南アフリカ)

日産(中国)投資有限公司(NCIC)は、2010年から実施してきた「日産ケアリング・フォー・マイグラント・チルドレン」を発展させ、2013年から貧困地区の小中学生を支援する新プログラム「ドリーム・クラスルーム」を実施しています。授業内容と実施地域を徐々に拡大し、現在では環境、モノづくり、デザイン、自動車工学の基礎など、多彩な授業を提供しています。また、東風インフィニティ汽車有限公司(DFI)が自閉症の子供たちを支援するプログラムを実施しているほか、東風日産乗用車公司(DFL-PV)も独自の教育支援プログラムを展開するなど、活発に教育支援活動に取り組んでいます。

また、南アフリカ日産会社(NSA)は、巡回車両による眼科検診「モバイル・アイクリニック」により、2015年度は約8,000名の児童を対象に検診を実施し、約80個の眼鏡を提供するとともに、治療が必要な子供たち750名に医療機関を紹介しました。NSAは8年間にわたり同プロジェクトを支援し、社会的支援を必要とする子供たちの学習環境を大きく改善することに貢献しています。



「モバイル・アイクリニック」の車内

次世代の科学者やエンジニアを育成(米国)

日産は米国における教育の取り組みとして、小学校から大学までの学生たちが自動車産業に不可欠な、科学・技術・工学・数学(STEM: Science、Technology、Engineering、Mathematics)の4分野に親しむことを奨励するさまざまなプログラムを支援しています。

日産の2つの主力工場があるテネシー州では、全米で開催されるロボット競技大会「BEST ロボティクス」のナッシュビル大会をサポートしています。同大会では、学生チームが建材などの簡単な材料でロボットを設計・製作し、3分間で与えられた課題に挑戦します。2015年度は16チーム、459名の学生が競技に参加。26名の日産従業員がボランティアとして出場チームを指導したり、競技審判を務めたりしました。リアルワールドで生じる技術的な問題を、プロジェクトベース型の大会で解決する体験は、学生の技術理解力を高め、キャリアの方向性を描くための絶好の機会となっています。

また、北米日産はテネシー州ナッシュビルのNPO法人アーバン・グリーン・ラボにピックアップトラックの「タイタンXD」1台を寄贈しました。子供たちに「環境に配慮した持続可能な生活」について考え、学ぶ機会を提供する団体で、参加者は、自分自身の生活に関連づけながら学習することができます。寄贈された車両は移動教室として各地を巡回し、地域の学校で年間を通じて授業を行う予定です。



「タイタンXD」を活用した移動教室

日産財団による教育支援(日本)

日産財団は「未来に夢を持てる社会の実現を目指し、人材育成の機会創出に貢献します」というビジョンのもと、人材育成事業に助成を行っています。事業のひとつの柱となるのが理科教育助成で、子供たちの科学的思考能力を向上させる教育を実践していたり、教師の理科指導力を向上させる授業研究を行ったりしている小中学校、研究会などが助成対象となります。2013年度には同プログラムの実践校を対象とした「理科教育賞」を創設しました。2年間の助成期間に多大な成果を上げ、かつ成果の波及効果が期待できる実践校へ授与されるもので、学校における理科教育の活性化を目指しています。

また、2014年度からは「科学的思考能力の高い子供を一人でも多く育成すること」を目指した「わくわくサイエンスナビ」を開始しました。小中学校の先生を対象とし、最先端科学研究施設を見学し、研究者と直接対話する機会を提供するとともに、それらを通して得た発見を授業に生かすためのワークショップを組み合わせた体験プログラムです。理化学研究所、東京大学生産技術研究所、早稲田大学先端生命医科学センターで実施しています。

さらに、日産自動車株式会社、早稲田大学ビジネススクール、米国ペンシルバニア大学ウォートンスクールおよびスイスの国際経営開発研究所(IMD)の協力を得て、「逆風下の変革リーダーシップ養成講座」を開設しました。実践と理論の両面から「真のリーダーシップ」を理解し実践に結びつけることを目的に、日米欧の講師が経営学的視点から理論的な分析に基づいて講義を実施。経営改革を断行し持続的成長を遂げている日産自動車や実践的変革を行った米欧企業を教材としたケースメソッドのほか、カルロス・ゴーンCEOとの直接対話も講座に組み込まれています。2015年度末までに3回の講座を実施し、金融・商社・流通・運輸・製菓・化学・電気・機械・情報産業といった大手・中堅企業の幹部管理職から95名が参加しました。

▶ website

日産財団の活動に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

▶ BEST: Boosting Engineering Science and Technology (「工学・科学技術の振興のための」の意味)

▶ website

オックスフォード日産日本問題研究所に関する詳細はウェブサイト(英語のみ)をご覧ください

オックスフォード日産日本問題研究所による日欧相互理解促進(英国)

1981年、日産の寄付により英国オックスフォード大学内に設立された同研究所は、欧州における現代日本研究の主要拠点のひとつとして広く知られ、日欧の相互理解の促進に寄与しています。

人道支援

日産は、世界各地で発生した大規模自然災害で被災された方々への支援を行っています。また、国際NGOハビタット・フォー・ヒューマニティとの協力関係により、北米やアジア各国で人道支援の取り組みを行っています。

ハビタット・フォー・ヒューマニティとのパートナーシップ

日産は、2005年に米国南部を襲ったハリケーン「カトリーナ」および「リタ」の支援をきっかけに、NGOハビタット・フォー・ヒューマニティとの協働を始めました。同NGOは、「誰もがきちんとした場所で暮らせる世界」を理念に掲げ、家を建てることで人々の希望を築く国際支援団体です。途上国における貧困や、それに起因する劣悪な住居問題を解決するため、世界約80カ国で住居建築や自立支援に取り組んでいます。2015年、北米におけるパートナーシップは10周年を迎えました。

日産は過去10年間で約130台の車両を寄贈したほか、7万時間以上に及ぶ従業員のボランティア活動を通じて約570の家族を支援してきました。2015年度は米国の大学フットボール界で最高の栄誉とされる「ハイズマン賞」の歴代受賞選手とともに、多くの従業員が建築作業に参加したほか、販売店も一体となってキャンペーンを行うなど、積極的に活動を継続しています。

▶ website

▶ ハビタット・フォー・ヒューマニティとのパートナーシップに関する詳細はウェブサイトをご覧ください

2012年からは、パートナーシップを北米以外にも拡大し、アジア各国で現地事業会社とその従業員がボランティアとして参加しながら、住居建設などの活動を行っています。2015年度はフィリピンで従業員延べ100名が3回にわたって家屋の建設や修繕に参加したほか、ミャンマー、ベトナム、インド、インドネシアでも活動を実施しています。



台風で被災した地域で住宅建設に汗を流す従業員ボランティア(フィリピン)

国連世界食糧計画(WFP)との連携(欧州、AMI地域)

「安全」と「環境」をテーマにパートナーシップを締結

欧州日産自動車会社(NESAS)は、2015年9月、世界最大の食糧援助機関である国連世界食糧計画(WFP)と新たな協力を開始することを発表しました。1961年に設立されたWFPは、飢餓のない世界を目指して活動する国連の食糧支援機関です。約3,200台の車両を保有し、1万4,600名の職員の88%が世界82カ国のフィールドで活動するWFPにとって、日々の活動における「安全」は重要な課題です。さらに、援助機関の活動における環境への配慮が重要性を増す中で、自動車会社としての日産の知見を生かし、「交通安全」と「環境への配慮」に焦点を当て、協力関係を構築していくことを取り決めました。

「世界食糧デー」への参加

2015年10月16日、欧州やインド、南アフリカの従業員が「世界食糧デー」に参加。食品を持ち寄り認知度向上のため写真コンテストを実施しました。欧州では1.3トン分の食糧が集まり、会社が同額相当の寄付を上乗せして地域のNPOに寄付しました。さらに、欧州日産は3万3,000食の学校給食に相当する8,500ユーロを、WFPの「学校給食プログラム」に寄付しました。



従業員が食品を持ち寄り地元NPOに寄付

東日本大震災への対応(日本)

福島県広野町で従業員によるボランティア活動を実施

日産は、2011年の震災発生直後からさまざまな支援を行う中で、従業員による復興支援活動を続けてきました。2015年度は福島県双葉郡広野町で復興を支援しました。福島県いわき市に拠点を置く、いわきおてんとSUN企業組合と協力し、計4回のボランティアツアーを実施。複数の事業所から延べ155名の従業員が参加しました。地域住民の方々とも連携しながら、公園の整備作業や手づくりソーラーパネルの製作、太陽光発電によるLED街灯設置などの活動を行いました。震災から5年にあたる2016年3月には、海岸沿いに造成された防災緑地の完成を祝い、従業員の手で植樹を行いました。



広野町に完成した防災緑地での植樹活動

被災した子供たちに笑顔を

「日産プレジデント基金」は、CEOであるカルロス・ゴーンが発起人となって2011年に発足しました。東日本大震災で被災した子どもたちの笑顔を取り戻すためのプログラムを実施しています。そのひとつ「あそびプラスOneプログラム」では、岩手県、宮城県、福島県の子供たちの日常的な遊び場である児童館を、多様な専門性を持った県内外のNPOが訪問し、独自のプログラムを提供しました。また、「おでかけプログラム」では、長期休暇を活用し、県外での体験学習や遊びの場を提供しました。

その他の自然災害への対応

地震の被災地を支援(ネパール)

2015年4月25日にネパールで発生した地震で被害を受けた方々に対して、日産自動車株式会社(NML)は国連世界食糧計画(WFP)に1,000万円を寄付しました。

テキサス州とオクラホマ州における洪水被害への支援(米国)

2015年5月にテキサス州およびオクラホマ州を襲った竜巻や大雨による洪水で被害を受けた方々への支援として、北米日産会社(NNA)は米国赤十字社に5万ドルを寄付しました。

▶▶ [website](#)

「あそびプラスOneプログラム」「おでかけプログラム」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

関東・東北豪雨被害に対する支援(日本)

2015年9月中旬に発生した豪雨によって被災した宮城県、茨城県、栃木県の3県に対する支援として、日産自動車株式会社は計1,000万円を寄付しました。

豪雨による洪水被害への支援(インド)

2015年12月、豪雨による洪水で被災したタミルナドゥ州に対して、インド日産株式会社(NMIPL)が毛布などの緊急援助物資を寄付したほか、従業員にも寄付を呼びかけました。

事業を営む地域への貢献

日産は、事業を行う地域の一員として、地域社会に積極的にかわり、地域の方々に愛される「良き企業市民」でありたいと願っています。地域のイベントに協力するほか、清掃活動など事業所周辺の環境を向上させる活動、自社施設の開放など、さまざまな形で地域貢献活動を行っています。また、従業員もボランティアとして積極的に地域の活動に参加しています。

地域と協働で障がい者スポーツ大会を開催(日本)

2015年12月、「第16回日産カップ追浜チャンピオンシップ 2015(全国車椅子マラソンin横須賀)」を地域関係諸団体との協働運営で開催しました。本大会は、2000年に始まった車椅子陸上競技の総合大会で、障がい者スポーツの普及と競技者の技術向上のほか、地域の活性化と「やさしい街づくり」支援を目的としています。追浜工場内の試乗施設である「GRANDRIVE」と京浜急行追浜駅間の公道を使用したロードレースでは、従業員ボランティアと地域のボランティア約1,200名がコース整理を行う

など、大会運営をサポートしました。また、神奈川県厚木市の日産テクニカルセンター(NTC)と日産先進技術開発センター(NATC)では、清掃活動や地域のイベントへの協力など、さまざまな地域貢献を行う「NICE WAVE」活動に取り組んでいます。2012年から視覚障がい者と健常者が一緒に参加できるマラソン大会「日産ふれあいロードレース」を主催しています。「安全広々コースで思い切り走ろう」をテーマに、NTCの構内を開放して実施しています。2016年3月の第4回大会には、550名のランナーが参加しました。

2つの枠組みで地域を支援(米国)

米国では、社会における「多様性」を促進するための教育活動に対して資金提供を行う「日産ファンデーション」を通じてコミュニティを支援しています。1992年の設立以来、日産ファンデーションは米国全土の100以上のNPOに対して800万ドル以上の寄付を行ってきました。

品質

クルマの評価や自動車メーカーのブランド価値は、お客さまからの品質評価ですべて決まるといっても過言ではありません。お客さまの期待する価値を提供し続けることでブランドは強化されますが、一度でもその期待を裏切れば新たな価値を提供し続けることは難しくなります。

世界経済の構図が大きく変化し、各地で都市化が進行する中、モビリティに対するニーズも増加しています。日産は、世界中の人々にモビリティがもたらす豊かさを提供することを使命と考え、生産を拡大していますが、同時に、常にお客さまに満足してもらえる品質を提供することも自動車メーカーの重大な責務であると考えています。

日産は、品質を会社全体の課題と捉え、新車の企画から開発、生産、物流、販売、アフターサービスなどお客さまとかわるすべてのシーンで、高い品質を提供するために活動を続けており、お客さまに信頼される企業になることを目指しています。

取り組みの柱

「お客さま相談室」を通して寄せられた
お客さまの声

〈2015年度／日本〉

約**18**万件

品質

CSRスコアカード

2015年度目標に対する達成度 ✓:達成 ✓:ほぼ達成 ×:未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」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。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2014年度実績	2015年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン	
製品品質	「日産パワー88」の「クオリティの向上」では、2016年度までにインフィニティ・ブランドはラグジュアリー・ブランドのリーダーに、ニッサン・ブランドはグローバル自動車業界のトップ・グループになることを目指す	メディアや雑誌など、第三者機関により公表される外部指標のスコア	北米: 米国消費者団体専門誌「Consumer Reports」、 米国J.D.パワー社「IQS」「VDS」	● 米国「Consumer Reports」: 7車種推薦 ● 米国J.D.パワー社「IQS」: 「ジューク」インフィニティ「QX80」 「QX60」受賞 「ムラーノ」「Z」「マキシマ」「フロンティア」 インフィニティ「QX70」トップ3入り	● 米国「Consumer Reports」: 「ヴァーサ」「ローグ」「ムラーノ」インフィニティ「Q70」計4車種推薦 ● 米国J.D.パワー社「IQS」: 「セントラ」「クレスト」インフィニティ「QX70」「QX80」モデルアワード受賞 「フロンティア」2位 「Z」インフィニティ「QX50」「Q70」3位	✓	品質専任の取締役副社長のもと、新車・現行車に対して品質改善のさらなる強化を図る	お客さま視点でトップレベルの品質を目指す
		欧州: 英国自動車雑誌「WHAT CAR?」、 ドイツ自動車連盟(ADAC)、 イタリア自動車雑誌「QUATTRRUOTE」	● 英国「WHAT CAR?」: 「ノート」4つ星 「キャシユカイ」「ジューク」3つ星	-	-	-		
		その他の海外地域: 中国J.D.パワー社「IQS」「VDS」、 南アフリカIpsos社「PSI」、 ブラジル自動車雑誌「QUATRO RODAS」、 インドJ.D.パワー社「IQS」	● 南アフリカIpsos社「PSI」: 「アルメーラ」「セントラ」NP200 「ナバラ」銀賞 ● インドJ.D.パワー社「IQS」: 「テラノ」3位 ● 中国J.D.パワー社「IQS」: 「シルフィ」2位	● 南アフリカIpsos社「PSI」: 「アルメーラ」「セントラ」「NP200」 「ハードボディ」「ナバラ」金賞 「マイクラ」銀賞 ● 中国J.D.パワー社「IQS」: 「エクストレイル」2位 ● タイJ.D.パワー社「IQS」: 「アルメーラ」2位 ● インドネシアJ.D.パワー社「IQS」: 「グランドリヴィナ」「マーチ」3位 ● マレーシアJ.D.パワー社「IQS」: 「グランドリヴィナ」「アルメーラ」2位	✓			
		日本: 日本J.D.パワー社「IQS」	● 日本J.D.パワー社「IQS」: 「デイズルークス」2位 「日産リーフ」2位	● 日本J.D.パワー社「IQS」: 「日産リーフ」「モコ」1位	✓			
セールス・サービス品質	2016年度までにすべての主要国においてトップレベル品質を実現する	北米、アジア: J.D.パワー社「SSI」「CSI」 欧州: GfK社「SSI」 TNS社「CSI」 メキシコ、ブラジル: Ipsos社「SSI」「CSI」	日本、中国、メキシコにおいてトップ・グループを維持。ASEANやインド等、業界平均以下の国や地域もあり、これらを含む主要国でトップ・グループ入りに向け改善活動を推進	日本、中国、メキシコにおいてトップ・グループを維持し、インドでは販売領域において業界平均以下からトップ・グループへ大きく躍進。ASEANも業界平均レベルまで改善	✓	すでにトップ・グループ入りしている国の好事例を体系化・標準化し、改善が必要な国で活用することにより活動の成果を上げる。さらに、お客さまの声をより早く把握し、改善活動につなげる取り組みも加速する	セールス・サービスにおいて、トップレベルの品質を維持する	



「品質」への取り組み

一言で品質といっても、その内容は多岐にわたります。日産では、クルマそのものの使用感から、お客さまがショールームで感じる販売員の対応、クルマに不具合が発生した際の対応など、クルマにかかわるすべてのシーンで高い品質を提供するために、部署や地域を超え、協力し合いながら全社的に取り組んでいます。

日産は2011年、品質向上プログラム「クオリティの向上」[★]を公表。2016年度までに日産が成し遂げるべき品質向上の目標や方策を明確化しています。最終的な到達点は「お客さま視点で品質のトップレベルになる」ということ。その達成に向け、「製品品質」と「セールス・サービス品質」の両面から取り組んでおり、世界中のどの地域でもトップレベルになることを目指しています。

クルマそのものの「製品品質」は、お客さまに長く安心して快適にクルマを使っていただくための基本となる品質です。お客さまがショールームで実際にクルマのドアを開け、シートに座り、試乗して感じる「感性品質」から、購入後約1年までの「初期品質」、長くお使いいただいている間に感じる「経時劣化品質」など、クルマのライフサイクルすべてにおいてお客さまの期待に応えられるような品質の提供を目指しています。

また、お客さまへの対応の質を追求する「セールス・サービス品質」では、店舗への訪問から、注文、納車、点検、車検、再購入に至るお客さまとのあらゆる接点で期待以上の対応を提供し、お客さまの満足度を向上させる活動を行っています。

すべてのプロセスにおいてお客さまに満足いただくために、日産ではお客さまの声を取り入れて、社内全体にフィードバックする取り組みを導入しています。

推進体制

日産では、品質向上プログラム「クオリティの向上」に掲げた目標を2016年度までに達成するため、取締役副社長が品質専任役員を務めています。これにより、社内における品質の位置づけが向上するとともに、品質に対する従業員の意識も高まり、目標達成に向けて全社で活動を促進しています。

また、具体的な課題を論議する会議体として、品質専任役員が議長を務める「グローバル・クオリティ・マネジメント・コミッティ (Global Quality Management Committee)」「セールス・サービス&モノづくりコラボレーションコミッティ (Sales & Service and Monozukuri Collaboration Committee)」を設置し、クロスリージョナル、クロスファンクショナルに取り組んでいます。

お客さまの声を品質向上活動に反映

品質は日産がどれだけお客さまに向き合っているかを示すかがみです。お客さまの期待する価値を提供するとともに、お客さまの感じる不満などに迅速に応えるため、日産ではお客さまからのすべての声に耳を傾け、クルマのデザイン・開発からサービスに至るあらゆる品質の改善活動に反映させています。

お客さまの声に迅速に対応

日産では、世界各地のディーラー窓口やコールセンター、調査など、あらゆる機会を通じてお客さまからの問い合わせや相談に応えています。

例えば、日本の「お客さま相談室」には年間約18万件の問い合わせや相談が寄せられています。お客さまの声に迅速に対応するため、過去50年間に発行してきたすべてのカタログや取扱説明書などをデジタル化し

▶ website

▶ 「クオリティの向上」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

で検索しやすくするとともに、「よくある質問」とその対応を車種、キーワード、カテゴリーという3つの分類で整理しています。

また日産では、日産車を購入した従業員もお客さまの一人であり、重要なステークホルダーと考え、社内のイントラネットに「品質リスニングボックス」を設置し、従業員からの品質に対する声を積極的に入手して品質改善活動を促進しています。

お客さまの声の見える化とタイムリーな情報発信

日本の「お客さま相談室」に寄せられた意見や問い合わせは、いつでも従業員が閲覧できるよう社内のイントラネットに掲載、同時に関係役員やマネジメントクラスにはメールでタイムリーに情報が発信されています。

また、すべての従業員がお客さま視点で活動を促進できるよう、社内に「お客さまの声ひろば」を設置し、お客さま相談室に寄せられた問い合わせや相談内容に加えて、販売会社で直接お客さまのお話に耳を傾けるカーライフアドバイザー（CA）からの要望や意見、心温まるお褒めの声など、いつでも自由に閲覧できる環境を整えています。

お客さまの声を製品やサービスに反映

寄せられたお客さまの声は、商品企画、研究開発、生産、販売などあらゆる部門で確実に共有され、製品やサービスに反映する仕組みを整えています。

故障ではないものの、お客さまが不快に感じている要素もクルマの品質を左右します。日産では、お客さまの不満に応えることも品質向上活動の対象と捉え、改善に取り組んでいます。

お客さまがクルマに求める期待値は、人種、性別、年齢、嗜好などで異なり、クルマの普及度や気候など市場特性の影響を受けることもあります。日産はグローバルデザインを基本仕様としながらも、地域のニーズに合わせた対応も行っています。この役割を担うのが、チーフ・クオリティ・

エンジニア（CQE: Chief Quality Engineer）です。CQEは企画段階からクルマづくりに参画し、お客さまの不満や不具合の低減に取り組んでいます。お客さまの声は市場情報、従業員モニターなどから抽出。企画・開発工程から優先順位を決めて対応策を検討し、製品やサービスに反映するように努めています。

CSマインドの醸成

全社を挙げて品質の向上に取り組むためには、従業員一人ひとりがお客さまの視点に立ち、顧客満足度（CS: Customer Satisfaction）を意識して業務に取り組むことが重要であると考え「CSマインドトレーニング」を実施しています。

研修では、日産グループの品質方針や品質向上活動、そしてお客さまの生の声を事例として取り上げ、グループディスカッションを実施。「お客さまのために何ができるか」「現状に必要なものは何か」などについて話し合いながら、CSという観点から従業員一人ひとりの品質向上に対する意識の醸成につなげています。この研修は日本をはじめ、米国、欧州、中国、アジア・オセアニア諸国で実施、さらに対象地域を広げていきます。

また、日産は役員や従業員、サプライヤーを対象として、品質の現状や市場のお客さまの声、目標達成に向けての活動をパネルや映像、実際の部品・車両を展示で紹介する「日産クオリティフォーラム」を2003年より実施、毎年1万人近い参加者がこのイベントで品質の重要性を再確認しています。研究開発、生産、トータルカスタマーサティスファクション本部（TCSX: Total Customer Satisfaction Function）^④、セールス・サービスなど複数の部門が共催し、毎年継続的に行うことで、全従業員のCSマインド醸成と品質改善に対する意識向上を目指しています。本フォーラムは日本をはじめ米国、メキシコ、英国、ロシア、中国、タイ、インドネシアなどグローバルに開催しています。

④ 顧客満足度の向上をトータルで担う部門。お客さまの不満を把握し、改善に向けた目標を設定しています

▶ website

▶ 自動車大学校に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

品質の未来を担う、真の自動車エンジニアの育成

日産では、お客さまと日産をつなぐ第一線で重要な役割を担うメカニクスの卵たちに、日産の品質に対する取り組みや姿勢、日産人としてのDNAを伝えるため、品質専任役員がメカニクスを育成する日産・自動車大学校（日本国内で栃木、横浜、愛知、京都、愛媛、計5校）[*](#)を訪問しています。

「製品品質」の向上

「製品品質」とは、お客さまに長く安心して快適にクルマをご使用いただくための基本となる品質です。業界をリードする自動車メーカーとして日本の“モノづくり”を担ってきた日産にとって、「製品品質」は企業の持続性を支える土台になるものです。日産は常に品質をお客さま視点で考え、万が一、不具合が発生した場合は迅速に対応し、お客さまに迷惑を掛けることのないよう、不具合の再発防止に努めています。また、使い勝手が悪いといったお客さまの不満を確実に把握し、その解消に向けてあらゆるプロセスで対策活動を実施することで、一人でも多くのお客さまに満足いただけるよう「製品品質」を向上させています。

日産が考える「製品品質」には、「感性品質」「初期品質」「経時劣化品質」があり、新車の企画・デザイン、研究開発、生産、物流、販売、アフターセールスといったクルマのライフサイクルすべてにおいて、クルマそのものの品質向上に向けた取り組みを行っています。また、社内指標として、第三者機関が行う品質調査の結果をモニタリングし、PDCA (Plan-Do-Check-Act)を回しています。

製品品質における外部機関の評価

日産では、第三者機関による品質調査[▶]を社内指標に設定し、より良いクルマづくりに生かしています。世界各地域で高いレベルの指標を設定し、その達成に向けそれぞれの地域で取り組んでいます。

感性品質

感性品質とは、お客さまが実際に見て触って使って感じる質の良さのことです。例えば、お客さまはショールームで、実際にクルマのドアを開け、シートに座り、インテリアの質感などを確かめます。

人が感じる質感というのは非常に感覚的であるため、定量化した基準を定める際に入念な調査が必要です。日産では、多数の従業員モニターや社内育成した専門スタッフによる評価、さらには実際に購入されたお客さまや購入を検討されている方への調査を行い、お客さま目線で基準をつくり評価しています。

世界の各市場におけるお客さまの感性に対する理解を深めるとともに、把握できたお客さまの感性を新車の開発段階から反映できる活動を推進しており、お客さまの感覚を科学的に計測・分析し、人間の“気持ちよさ”を数値として把握したうえで、具体的な設計目標を設定しています。

初期品質の向上

初期品質とは、お客さまが新車を購入してから1年以内に発生する不具合を指します。日産では、販売から3ヵ月、および12ヵ月以内に発生した不具合クレームの発生率を社内指標として設定し、不具合低減に取り組んでいます。

製造段階における品質向上の基本は、1台1台のクルマに対して、お客さまが満足できるよう確実な作業をする意識の徹底であると考え、アライアンス生産方式 (Alliance Production Way)を基本に取り組んでいます。お客さまの潜在的な要望や不満に早期に対応するため、開発責任者であるチーフ・ビークル・エンジニア(CVE)や品質責任者であるチーフ・クオリ

▶▶ page_65

▶▶ 品質調査結果の詳細はCSRスコアカードに掲載しています

ティ・エンジニア(CQE)が一堂に会して市場からの情報を共有。品質が改善できていることを工程ごとに確認し、発生する可能性のあるリスクも企画段階から可視化してリスクを緩和する方策を検討しています。このような取り組みを通じて、新車の品質を測る指標として各自動車メーカーがベンチマークにしているJ.D.パワー社の初期品質調査(IQS: Initial Quality Study)において、日本では2015年、ミッドサイズ部門で「日産リーフ」が第1位を獲得しました。

こうしたすべてのプロセスを透明性のある判断で実施することで、新車立ち上げ時から高品質を保証しています。

経時劣化品質の改善

経時劣化とは、樹脂の変色や変形、表皮の摩耗やメッキの剥がれ、疲労による異音など、長年の使用によって生じる不具合を指します。日産では販売後2～4年間という保証期間中はもちろん、保証期間後に発生する不具合も低減するため、実際にお客さまが使用された中古車・部品を回収して品質確認を実施して、不具合の早期検出に活用したりするなど、さまざまなデータを入手・分析し、劣化しにくい技術の開発を強化しています。

製品品質を向上するためにサプライヤーと協働

生産拠点がグローバルに拡大する中、部品の品質や供給に関する問題の発生するリスクが世界各地で高まっています。日産はサプライヤーと協働しながら、すべての生産拠点において、部品の設計段階からの品質向上に取り組んでいます。

グローバルに展開するサプライヤーの本社機能とグローバル品質マネジメントの強化を進めるとともに、各拠点のサプライヤーにおける生産工程の品質管理や生産管理が日産の求めるレベルに達していない場合には、現場現物にこだわりながらサプライヤーの改善活動を支援しています。

また、過去の問題解決事例をチェックリスト化し、日産へ部品納入しているサプライヤーのみならず、その構成部品を生産する二次サプライヤーまで巻き込んだ共同改善活動を行うなど、さまざまな品質向上策に取り組んでいます。

市場での迅速な品質改善への取り組み

お客さまの不満や不具合現象をいち早く察知し迅速に対応するため、日産では販売会社やお客さまとのダイレクトコミュニケーションを強化しています。TCSXが販売会社や「お客さま相談室」などから不満や不具合を把握しお客さまをサポートするとともに、研究開発や生産部門と情報を共有し、原因究明・対策検討などを実施。生産車両に反映することで流出防止を促進するなど、恒久的な対策を行っています。

また、日産の企業活動がグローバルに拡大するのに伴い、不満や不具合も世界各地で発生する可能性があります。そうした不具合を現地で迅速に解析し要因を分析するため、日産では日本、米国、欧州、中国、メキシコ、ブラジル、南アフリカ、インド、オーストラリア、インドネシア、マレーシアの計11カ所に「フィールド・クオリティ・センター」[▶](#)を設けています。

同センターでは、5つのフェーズに分けて市場品質の調査・解析活動を実施しています。まずは「事実を明確化」するために問題となっている現物を市場から回収するとともに詳細な聞き込みを行いながら、不具合現象を再現します。次に、問題となった部品にかかわった日産の研究開発部門、生産部門のスタッフおよびサプライヤーを招集した合同解析会議で不具合現象を共有し、さらなる調査事項と役割分担を決定します。詳細な調査結果を踏まえて、再度関連するすべてのスタッフが集まり、科学的手法を活用しながら要因解析と具体的な対策案を立案。実行された対策は不具合現象の再発防止に向け、開発・生産工程や管理体制の再構築に生かされています。

▶ website

▶ 「フィールド・クオリティ・センター」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

グローバルで均一かつ高品質な製品を生産

日産では、グローバルで高品質の商品を生産するために、4つの取り組みを展開する「4G戦略」をとっています。この取り組みによって、日産では最適な新車生産体制をスピーディーに構築することが可能となり、世界中どこのお客さまにも高い品質の商品を均一に提供しています。

重大な不具合への公正・迅速な対応

製品の不具合を発生させないよう最善を尽くすことが自動車メーカーである日産の第一の責務です。同時に、非常に複雑な工業製品であるクルマづくりにおいて、万が一のときに備えることも私たちの責務です。日産では透明で公正・迅速な対応をリコールの基本姿勢としており、法令順守の視点と、発生した問題がお客さまの安全にどのようにかかわるのか、という視点でリコール実施を決定すべきという方針をとっています。お客さまの安全確保とお客さまへの迷惑を最小限に抑えることを最優先に、必要と判断されたリコールは迅速に実施しています。このリコール判断プロセスは、米国運輸省から自動車業界のロールモデルであると高い評価を得ており、すでに世界中の日産各社で導入しています。

日産の4G戦略

グローバル車両生産技術センター (GPEC: Global Production Engineering Center)

車両生産における新型車の集中試作・解析を行うことで、生産に最適な工程を構築します。新型車の生産準備段階での品質を飛躍的に向上させるとともに、その高品質レベルを日本国内外の工場に広げ、グローバルに品質の均一化を図っています。

グローバルトレーニングセンター (GTC: Global Training Center)

自動車の製造品質や生産性は一人ひとりの作業者のスキルに大きく依存します。グローバルに展開しているすべての工場に従業員のスキルを競争力のあるレベルに高めるため、アライアンス生産方式(APW)を中核とし、座学および技能訓練による研修を実施しています。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にて、現地従業員の育成を行うことにより、効率的な技能伝承を進めています。

グローバルパッケージングデザインセンター (GPDC: Global Packaging Design Center)

物流技術員の育成を目的としたトレーニングセンター。生産拠点において、部品の荷姿設計とその試験評価方法、CADを用いた設計、流通のコスト管理などができる人財を育成しています。

グローバルローンチングエキスパート (GLE: Global Launching Expert)

新車立ち上げ時のモノづくりに起因する問題の解決をサポートする人財のこと。GLEコアメンバーによる診断・アドバイスと、GLE登録メンバーによる支援により、それぞれの新車立ち上げ時の「QCT」*品質(Quality)、コスト(Cost)、納期(Time)の目標を達成しています。

「セールス・サービス品質」の向上

日産は品質の高いクルマづくりを目指すとともに、お客さまの購買プロセスにおけるセールス・サービスの面からも品質の向上に取り組んでいます。お客さまと接するすべての機会においてお客さまの期待以上の対応を提供することを目標とし、世界主要国の販売会社におけるセールス・サービス品質を効果的に管理することにより、顧客満足度(CS)を高める活動を行っています。日産では、「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ(NSSW)」という方針のもと、日本・米国・欧州各国を含む主要16カ国でトップレベルのお客さま満足度を目指しており、グローバルに日産のブランド力を向上させることにもつながっています。

お客さまによるセールス・サービス評価

トップレベルのセールス・サービス品質を提供するには、日産車オーナーであるお客さまの販売会社での経験を客観的に評価する必要があります。日産では客観評価の指標を各国で定義し、調査を実施しています。

社内指標としては、J.D.パワー社の自動車セールス満足度(SSI: Sales Satisfaction Index)調査(納車プロセス、納期、販売員の対応など)と自動車サービス満足度(CSI: Customer Service Index)調査(サービス品質、車両返却プロセス、サービスアドバイザーの対応など)を設定しています。2015年度においては、SSI調査で日本、中国、メキシコが、CSI調査では日本とメキシコが引き続きトップレベルを維持しています。

「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ(NSSW)」

日産では、ブランド・商品への好感度や、セールス・マーケティング活動および販売後のアフターサービスに対する満足度を向上させることを目的とした「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ(NSSW)」というグ

ローバル方針を定めています。この指針をもとに、CS向上に向けた活動を実施し、セールスとサービスにおける質の向上を目指しています。例えば、商品知識やサービス技術、お客さま対応力強化を目的としたディーラートレーニング、お客さまへの満足度調査を軸とした販売店業務改善指導と、それを行う人員の育成や体制づくり、さらにコールセンターなどを通じて入ってくるお客さまの声を反映した日産の業務プロセスの見直しなどが挙げられます。これらの活動を、それぞれの国や地域の文化・慣習に合わせて実践し、お客さまが各店舗で経験する購入プロセスや、メンテナンスサービスのプロセスで、さらに満足していただけるよう、グローバルで取り組んでいます。

店舗オペレーションの改善

グローバルにNSSWを徹底させ、店舗における販売・サービス活動の品質を向上させるには、専門スタッフを育成しながら継続的な改善活動を実施していく必要があります。各店舗における日々のお客さま対応を適切に指導していくために、日産では、改善活動を担う専門スタッフを各販売会社で養成する取り組みを始めています。専門スタッフは各地域の販売会社が現場で起きていることを正確に把握し、それぞれの店舗の実態に合った対策を支援するとともに、SSIやCSI調査結果を分析してお客さまの声を把握したうえで担当店舗を訪問し、現場オペレーションの観察や担当者へのインタビューなどを通じて課題を発見します。そして、解決策を店舗スタッフと検討し、店舗が自律的に改善活動を実施できるよう指導しています。

店舗オペレーション支援ツールの導入

日産の店舗では、お客さまが購入を検討している商品について分かりやすく説明し、クルマの魅力を十分に理解したうえで購入を決断いただくことを目指しています。また、購入後の修理点検などでも、お客さま一人ひとりの要望を素早くかつ的確に理解して対応するよう心がけています。

しかしお客さまへの質問の重複や、店舗での長い待ち時間、説明の分かりにくさなど、お客さまにとって必ずしも満足していく対応ができていない点も残っており、改善が必要でした。

そこでお客さまの視点に立って新車購入・サービス入庫プロセスを見直し、店舗オペレーションを支援するためのデジタルツールを導入しました。例えば、これまでの納車時の機能説明はカタログを使用した一律的なものでしたが、デジタルツールを活用することでお客さま自身が知りたい機能を選べるようになり、短時間で漏れのない効率的な説明が可能となりました。今後も購入およびサービス入庫のプロセス全体にわたって、お客さま一人ひとりに合わせた無駄のない丁寧な対応を実施できるよう取り組んでいきます。

グローバル店舗基準の策定

お客さまの店舗に対する期待や購買行動の変化に対応するために、ソフト面での対応に加え、ハード面の改善にも取り組んでいます。ニッサンブランドでは新世代のグローバル店舗基準(NREDI 2.0 : Nissan Retail Environment Design Initiative)を開発しました。

お客さまの既存店舗に対する不満の改善、多様化するニーズへの対応、店舗におけるニッサンブランドの訴求強化といった要素を織り込みながら、店舗以外のタッチポイント(ウェブサイトなど)や店舗内のソフト面対応との連携も考慮し、店舗のレイアウトとデザインを刷新しました。新車の購入や点検、整備等で来店するすべてのお客さまにとって、より快適で入りやすく、効率的ながらも滞在を楽しむことができる、魅力的な店舗づくりを目指しています。

日産としてグローバルに一貫した質の高い店舗環境と経験をハード面においてもお客さまに提供するため、今後、主要国におけるパイロット店舗建設を皮切りに、新基準をグローバルに順次導入していきます。

バリューチェーン

現代を生きる私たちは、地球温暖化やエネルギー問題など、逼迫する社会問題をグローバルに共有しています。日産は、グローバル企業のひとつとしてさまざまな国でビジネスを展開しており、バリューチェーンも全世界に広がっています。一貫性のあるCSR活動をグローバルに推進するために、日産のCSRに対する考え方や方針をビジネスパートナーと共有し、CSRマネジメントの向上を図っています。

日産が目指しているのは、ビジネスパートナーとの信頼を基本にした、お互いの持続的な成長です。常に対等な立場でサプライヤーや販売会社の意見に耳を傾け、切磋琢磨し合いながらベストプラクティスを導き出す協力関係の維持・強化に努めています。

取り組みの柱

「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」の配布率

100%

バリューチェーン

CSRスコアカード

2015年度目標に対する達成度 ✓✓:達成 ✓:ほぼ達成 ×:未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」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。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2014年度実績	2015年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
サプライヤーとの取り組み	サプライチェーンにCSRを浸透させ、特に法令順守の周知徹底を推進する	サプライヤーへの「CSRガイドライン」の展開と確認状況	● 新法規への対応と法令順守の徹底のため、「CSRガイドライン」の改定に着手	● 「CSRガイドライン」改定版を世界の全サプライヤーに配布 ● サプライヤーのCSR活動レベルアップのため、第三者機関によるCSR評価を導入(2016年から開始)	✓✓	● 第三者機関が行うCSR評価により、サプライヤーのCSR活動のレベルアップを進める	サプライチェーンでの法令順守に基づく適正取引の周知・徹底を継続して推進する
	サプライチェーンへのCSR浸透を狙いとした紛争鉱物調査を実施する	紛争鉱物調査の実施状況	● 調査地域の拡大(日米欧にアジアを追加) ● 拡大地域を含めたサプライチェーンへ活動を浸透させるため、日産方針と活動内容をウェブサイトに掲載し展開	● 前年調査の結果、継続調査が必要なサプライヤーを対象に調査を実施	✓✓	● 紛争鉱物調査を継続して行う	
	環境負荷規制対応のため、サプライヤーと規制/禁止物質管理を推進する	「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」の展開状況と、具体的な物質管理実施状況	● 欧州REACH規制義務化への対応をサプライヤーと推進	● 化学物質管理の適用地域を世界全域に拡大することから、「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」改定版を配布し、周知を実施	✓✓	● 環境負荷物質規制/禁止物質の管理を継続して推進する	
	サプライヤー環境調査(CO ₂ ・水・廃棄物の排出)をもとに、サプライチェーンでの環境負荷低減を推進する	全購買額の70%以上のサプライヤーに対する調査の実施状況	● CDP(環境NPO)による調査を開始(活動の視点や調査結果の評価といった有益な情報をサプライヤーに提供し、調査を推進する)	● CDP調査を継続して実施し、サプライヤーの実績推移をもとにフォロー活動を開始	✓✓	● サプライヤー環境調査(CO ₂ ・水・廃棄物の排出)とフォロー活動を継続する	
販売会社との取り組み	販売会社におけるCSR活動の推進においてPDCAを回しながら改善を推進する(日本)	コンプライアンス自己点検プログラムの実施状況	● コンプライアンス自己点検プログラムを継続して実施し、コンプライアンスに対する意識を向上(年2回実施)	● コンプライアンス自己点検プログラムを継続して実施し、コンプライアンスに対する意識を向上(年2回実施)	✓✓	● 自己点検プログラムの内容を定期的に見直し、継続して実施する	販売会社の自主的な取り組み定着に向けた支援を行う
		案件発生事例をもとにした改善方策の検討	● 6月の代表者会議で、金銭不祥事・情報セキュリティ・ハラスメントに関し、案件の発生事例と、改善方策や教育を展開	● 8月を除いて毎月開催される代表者会議のうち2回、金銭にかかわる不祥事・ハラスメントに関する案件の発生事例と、改善方策や教育を展開	✓✓	● 案件発生事例をもとに注意喚起をし、改善方策を検討する	
		案件発生事例をもとにした教育の実施状況と、案件発生時の未然防止への取り組み	● 未然防止に向け、教育資料を各社に展開し、教育を実施	● 情報漏えいインシデントおよびハラスメントや無謀運転等の未然防止に向け、各種教育資料を各社に展開し、教育を実施	✓✓	● 案件発生事例をもとにした教育資料を作成し、時代に合った教育を行う	
		案件発生時の社内での速やかな情報共有・対応を強化するための体制構築に向けた取り組みの状況	● コンプライアンス強化に向け、案件発生時の社内での速やかな情報共有・対応を強化するための体制を継続	● コンプライアンス強化に向け、案件発生時の社内での速やかな情報共有・未然防止策の展開・対応を強化するための体制を継続	✓✓	● 案件発生時の社内での速やかな情報共有・対応を強化するための体制を継続し、必要に応じて見直す	



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN33/G4-LA15/
G4-HR11/G4-SO10

バリューチェーンへの取り組み

ルノー・日産はアライアンスによる効率的な購買活動を推進するため、共同購買会社であるRNPO (Renault-Nissan Purchasing Organization)を2001年に設立し、順次購買領域を拡大してきました。現在はすべての購買領域をカバーするとともに、すべての購買機能をRNPOに集約し、日産と全サプライヤー双方に有益となるビジネスパートナーシップを構築しています。

サプライヤーの選定にあたっては、グローバルに統一した明確なプロセスと基準を導入し、国籍、企業規模、取引実績の有無にかかわらず、広く参入機会を提供しています。

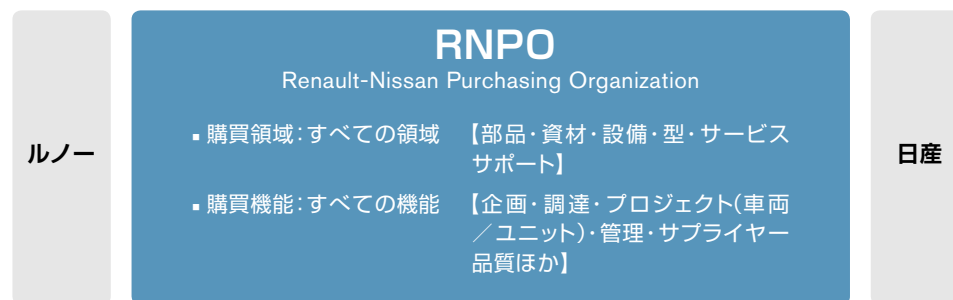
選定に際してはすべての関係部門が参加する会議体を持ち、サプライヤーからの提案を横断的に検討します。また、選定結果は参加したすべてのサプライヤーに必ず説明し、公平・公正で透明性のある運用を徹底しています。

サプライヤーとの取引では、アライアンスが大切にすべき価値として、「信頼(公平に、プロ意識を持って)」「相手への敬意(約束、義務、責任を果たし)」「透明性(オープンに、率直に、明快に)」を定めています。このアライアンスが大切にしている価値やプロセスを「The Renault-Nissan Purchasing Way」* という小冊子にまとめ、2006年からルノー・日産のサプライヤーと共有しています。

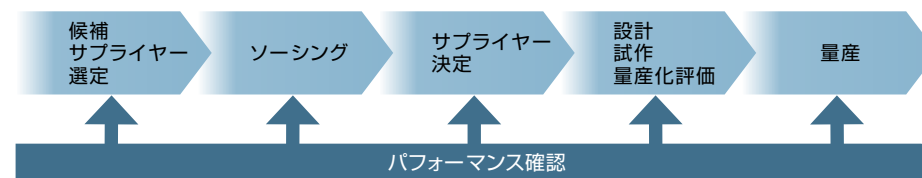
日本では、「自動車産業適正取引ガイドライン」(経済産業省発行)にも則した取引を実践しています。

推進体制

ルノー・日産アライアンスによる共同購買組織(RNPO)



サプライヤー選定から量産までのプロセス



▶ website

▶ 「The Renault-Nissan Purchasing Way」は、ウェブサイトからダウンロードできます

サプライヤーとの取り組み

持続可能なサプライチェーンの構築に向けて、日産はグローバルに広がるサプライチェーンのあらゆる段階において、倫理・社会・環境に配慮したビジネスの遂行を目指しています。取引しているすべてのサプライヤーについて、工場別の所在地や購入額といった基本的な項目をデータベースとして管理・把握したうえで、ルノーと共同でまとめた「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」と、サプライヤーへの環境活動の具体的な依頼事項をまとめた「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」に基づき、すべてのサプライヤーと協働しながらCSRの取り組みを浸透させています。

「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」による浸透

世界中のサプライヤーとCSRを実践していくため、2015年12月、日産とルノーは「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」^{*}を改定し、グローバルに広がるすべてのサプライヤーに配布するとともに、サプライチェーンの隅々までCSRを浸透させるため、各サプライヤーからその取引先へ配布が行き渡るよう徹底しました(初版は2010年に「日本自動車工業会サプライヤーCSRガイドライン」をもとにルノーと日産で作成し展開)。

今回の改定のポイントは①新しい法令への対応として、責任ある鉱物調達や、政府指針・条例に基づく日本国内の反社会的勢力の排除を調達方針に追加、②サプライヤーとのCSR活動を相互に確認し推進を図るため、本ガイドライン改定版から配布時の合意確認を開始、③第三者機関によるサプライヤーのCSR活動の評価をアライアンスで開始すること(2016年より)、を明示した点です。また、新興国の取引先へのCSR周知・普及に向け、今までの英語版、日本語版に加え、中国語版を追加発行しました。

本ガイドラインはサプライヤー各社が企業活動をCSRの視点で見直し、CSRへの取り組みを実践することを目的に、5分野・26項目の期待される事項を説明しています。5分野とは①「コンプライアンス」(法令順守、汚職防止等)、②「安全・品質」(顧客のニーズに応える製品・サービスの提供等)、③「人権・労働」(児童労働・強制労働の禁止、労働時間・賃金の法令順守等)、④「環境」(環境マネジメントの構築・運用、温室効果ガス排出削減等)、⑤「情報開示」(ステークホルダーへのオープンで公正なコミュニケーション等)です。

本ガイドラインでは、サプライヤーへ法令規範の順守を要請し、万が一コンプライアンス違反が発生した際の対応(即時報告、調査結果、改善計画の報告)を明示しています。実際に違反事案が起こった場合は、社内ルールに基づいた厳正な対処を実施し、再発防止の徹底に努めています。

サプライヤーにおけるCSR順守の確認

日産ではサプライヤーでのCSR順守のモニタリングとして、発注先選定時に「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」への合意を確認するとともに、サプライヤーの環境負荷マネジメント体制や日産との環境活動への合意についても確認してきました。

2016年からは、ルノー・日産アライアンスで第三者機関によるサプライヤーのCSR活動の評価を開始し、サプライヤーとの相互確認によってCSR活動のレベルアップにつなげていきます。

さらに購買部門内では、各購買担当者が日常業務の中でサプライヤーのCSRへの取り組み状況を確認するよう、CSR教育を実施しています。

▶ website

▶ 「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」は、ウェブサイトからダウンロードできます

万が一サプライヤーからの部品・材料の供給に支障があった場合、その影響は、日産車の生産だけにとどまらず、サプライチェーン全体を含め広範囲に及ぶ可能性があります。そのため、①平時のサプライヤーの供給リスク確認、②サプライヤーのQCDDM実績確認(品質:Quality、コスト:Cost、納品:Delivery、開発:Development、経営:Managementの実績を毎年フォロー)、③サプライヤーとの自然災害その他のリスクを想定した生産継続・早期復旧計画策定の取り組み、といった項目もCSR活動の一環として位置づけ、実施しています。

日産は、サプライヤーリスク管理に基づいてCSR順守の確認を促進し、さまざまな項目からサプライヤーの状況を常に把握し、高いリスクが確認された場合は、サプライヤーとともに速やかに対策を立案し改善を図っています。

サプライヤーとの環境活動

日産は、サプライヤーと日産の環境理念・環境行動計画を共有し、サプライチェーン全体の環境改善とともに推進するため、サプライヤーにおける環境活動を「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」¹⁾にまとめ、2001年の発行以来、活動を進めてきました。

2015年12月には、化学物質管理の適用を世界全地域へ拡大することから、本ガイドラインの改定版を発行し、サプライヤーへ周知徹底しました。

「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」は、「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」の「環境」項目に関する詳細な説明と位置づけられます。

サプライヤーとの環境活動は、環境法規制・日産環境基準の順守と環境負荷低減活動の2つを柱に取り組んでいます。

環境法規制・日産環境基準の順守に関しては、世界の規制動向²⁾を踏まえ、使用禁止物質を追加し、成分データの管理地域を全世界へと拡大し

ています。また、新車発注時におけるサプライヤーの環境負荷物質管理体制と活動を確保するプロセスを開始するとともに、欧州REACH規制などに対する具体的活動をサプライヤーに説明し依頼するなどの活動を進めています。

環境負荷低減活動では、中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」³⁾に基づき、年1回定期的な環境説明会を実施し、サプライヤーのCO₂排出量や水、廃棄物等の実績把握について調査を行っています。この調査は、2012年度より開始し、2014年度からはさらなる活動強化のため、企業の環境影響や戦略を開示するためのグローバルなシステムを運営している国際環境NPO「CDP」のサプライチェーンプログラムを採用しました。2015年度は、CDPと連携し、実績データの精度向上に取り組みました⁴⁾。

ニッサン・グリーン調達ガイドラインの位置づけ

「The Renault-Nissan Purchasing Way」 ルノー・日産の購買活動における基本原則

- サプライヤーと共有すべき価値(信頼、相手への敬意、透明性)
- サプライヤー選定プロセス
- サプライヤーへのサポート

「ニッサン・グリーンプログラム 2016」 ■ 中期環境行動計画

「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」

- 安全・品質
- 人権・労働
- 環境
- コンプライアンス
- 情報開示

詳細

「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」

- 環境法規制/日産環境基準の順守
- マネジメント体制構築
- 化学物質の管理
- 環境負荷低減活動
- CO₂/水等排出量データ調査

▶ website

1) 「ニッサン・グリーン調達ガイドライン(改定版)」はウェブサイトからダウンロードできます

2) 欧州連合(EU)のREACH規制(化学物質の登録・評価・認可・制限に関する規制)やRRR指令(再利用、再利用、再生に関する自動車車両型式認可指令)など

▶ page_19

3) 「NGP2016」の詳細を掲載しています

▶ page_126

4) サプライチェーンにおける環境データ調査結果を掲載しています

サプライヤーと共同で取り組む「モノづくり活動」の推進

日産では、より競争力のある商品を生み出すため、2008年からサプライヤーと日産の連携による「モノづくり活動」を進めてきました。この活動を発展させるため、2009年からはサプライヤーとの信頼と協力を重視した共同改善活動「THaNKS活動」を推進しています。サプライヤーとともに厳しい市場でコストリーダーとなることを目指し、部品当たりの生産量増加、現地化の徹底、物流の改善などを実施しながら、品質向上、コスト低減、製造の合理化などに取り組んでいます。また、エネルギーコスト(電力・ガス等)とCO₂排出量の削減については、「省エネTHaNKS活動」として、日産の内製工場の活動をベースとして、主要サプライヤーと協働しています。



さらに、中期経営計画「日産パワー88」*の目標達成に向けて、2013年度より従来の活動に加え、仕様、原材料、為替、物流などすべてのコスト変動を最適化する「TdC (Total delivered Cost) チャレンジ」を導入し、日産の各機能部署とサプライヤーが一体となって「TdCチャレンジ」および品質・供給両面での改善活動を強力に推進しています。

サプライヤーとのコミュニケーション

日産は、サプライヤーへのタイムリーで的確な情報提供が重要であると考え、サプライヤーズミーティングを日本および各海外拠点で開催し、「日産パワー88」や年度ごとの購買方針などについて周知を図っています。

日本の例では、月次で連絡会を開催し、生産計画やさまざまな業務、依頼事項について直接サプライヤーに伝えるとともに、サプライヤーからの質問事項や要望に応える場としても活用しています。

事業発展に貢献したサプライヤーをグローバルに表彰

日産は、毎年世界の各拠点で事業の発展に貢献したサプライヤーを表彰するとともに、グローバルレベルで業績向上に寄与したサプライヤーに対して、「日産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」を贈呈しています。この表彰制度は、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3つの側面でバランスのとれた経営を行うという日産の考え方が、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目的としています。

グローバル品質賞は、購買や品質などの関連部門が、グローバルに統一された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、商品技術とプロセスマネジメントの2分野において、生産・開発・品質など関連部門の推薦を受けたサプライヤーを選考します。

2015年度は、5社がグローバル品質賞を受賞し、グローバルイノベーション賞は商品技術分野で8社が受賞しました。

紛争鉱物への方針と取り組み

2012年8月、コンゴ共和国および周辺国の紛争地域で採掘された4鉱物の中で、武装勢力の資金源となっている可能性のある鉱物の使用有無について報告を課す法案(細則)が米国で制定されました。この趣旨に賛同する日産は、サプライチェーンにおけるCSRの普及浸透を目的として、サプライチェーンでの紛争鉱物の使用を把握し、紛争鉱物不使用に向けた取り組みを行う方針*を決定し、ウェブサイトなどで公表。2013年度から調査を開始しています。

▶ website

▶ 「日産パワー88」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

▶ website

▶ 紛争鉱物(コンフリクト・ミネラル)への取り組みに関する詳細はウェブサイトをご覧ください

グローバルに広がるサプライチェーンにおける使用状況をすべて把握する必要があるため、調査は大規模なものとなっており、日本自動車工業会、日本部品工業会および電子情報技術産業協会などと連携し、定期的なワーキング活動を実施しながら調査方法の検討や調査結果の解析を進めています。

販売会社との取り組み

日産では、販売会社とコンプライアンスの意識を共有し、より強固な内部統制を構築できるように、さまざまな取り組みを推進しています。販売会社とのコミュニケーションを強化しながら、CSRマネジメントのさらなる向上を目指しています。

販売会社と共同で取り組むCSRマネジメント

日産では、販売会社とともに一貫性のあるCSRマネジメントを推進するため、日本国内の日産販売会社向けにコンプライアンス強化を目的とした活動を実施しています。具体的には、コンプライアンスに関する管理レベルの把握と改善を目的とした「自己点検プログラム」を各販売会社で年2回継続的に実施。日産が提供する「自己診断チェックシート」をもとに、自社におけるコンプライアンスの現状や課題について把握し、PDCA (Plan-Do-Check-Act) サイクルを回しながら自発的改善活動につなげています。チェックシートは監査での指摘事項等を反映させながら毎年更新し、修正・追加された項目についても周知・徹底を図りながら改善活動を実施しています。プログラムの実施状況は販売会社および日産の関係部署でも共有、取締役会への報告も実施し改善状況や有効性を確認するなど、販売会社と一体となってCSRマネジメントのさらなる向上を目指しています。

重大なコンプライアンス案件が発生した際には、法務、広報、渉外など日産の関係各部署が連携しながら販売会社とともに適切に対応しています。

販売会社におけるコンプライアンス教育

日産では販売会社におけるコンプライアンス教育として下記を実施しています。

「行動規範」の定期的改定と周知・徹底

日産では、3年に1回、法改正への対応や、企業倫理に対する社会からの要請に応えるため、「日産行動規範(日本版)」[※]の改定を実施しています。販売会社においても定期的に「行動規範」の改定を行うとともに、改定に合わせて従業員への教育を実施し、周知・徹底を図っています。

2013年10月に改定された「日産行動規範」に基づき、販売会社でも「行動規範」の改定・教育を実施しています。

情報セキュリティ強化およびハラスメント未然防止

ウイルス感染やメール誤送信防止、PC紛失・盗難による情報流出防止など、日常業務の中で重大インシデントに結びつくようなリスクを回避するために、日産の情報セキュリティ教育の内容に準じた教材を各販売会社に提供し、教育を実施しています。

SNSやブログに関しては、不適切な書き込み事例を販売会社と共有し、販売会社が社内に周知することで未然防止を図っています。不適切な書き込みにより、当該販売会社のみならず、日産グループ全体にどのような不利益が発生する可能性があるのかも伝え、啓発と再発防止を図っています。

ハラスメントに関しても、社会的関心の高まりや販売会社での発生事例を勘案し、パワー・ハラスメントを中心とした教材を提供。「パワー・ハラスメントにあたる行動・言動事例」「発生した際の影響」「販売会社での発生事例」「発生時の対応」等の内容を含み、これを活用した教育を2012年度から実施しています。2015年度も昨今の発生状況を踏まえ、「パワー・ハラスメントにあたる行動・言動事例」を中心に教材の一部を更新しました。

▶ page_108

※「日産グローバル行動規範」を掲載しています

従業員

考え方や個性の違う従業員が互いに知恵を出し合うことは、多様化するお客さまのニーズに応えながら新たな価値を創造することにつながります。従業員は日産にとって持続的な成長を支える原動力であり、多様性を持つすべての従業員が貴重な財産です。日産は、一人ひとりが能力を最大限に発揮できる組織づくりが重要だと考えています。

日産の企業活動がグローバルに拡大する中、お客さまはもちろん働く仲間も多様化しています。また、高齢化や都市人口の増加といった人口動態の変化に伴い、仕事や生活に関する選択肢も増えています。従業員一人ひとりが安心して自発的に業務に取り組めるようにするには、性別や国籍などにかかわらずキャリア形成できる制度が求められますし、自らのライフステージに合わせて多様な働き方を選択できる環境整備も必要になっています。

日産では「ダイバーシティを尊重し経営戦略に生かす」「キャリア形成と学習機会を提供する」「労働環境の安全衛生面を向上する」「従業員とのコミュニケーションを強化する」という4つの柱で、従業員の職場環境の強化を推進しています。

取り組みの柱

2015年度女性管理職比率

〈日本〉

9.1%

従業員

CSRスコアカード

2015年度目標に対する達成度 ✓✓:達成 ✓:ほぼ達成 ×:未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」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。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2014年度実績	2015年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
ダイバーシティ	管理職の女性比率をグローバルで14%以上に引き上げる(日本は10%以上)	管理職の女性比率	グローバル:12% (日本[日産自動車(株)]:8.2%)	グローバル:13% (日本[日産自動車(株)]:9.1%)	✓✓	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本:女性従業員のキャリアサポートと、すべての従業員向けのワークライフマネジメントを向上させる ● 海外:各国の実態に合わせた施策を実施する 	ダイバーシティの推進により、従業員の仕事と生活を充実させることで、お客さまにより大きな価値を提供する
キャリア形成と学習機会	学習する企業文化の醸成を推進する	教育受講者満足度調査の実施。年1回行う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の最低のもの(5点満点)	4.2以上	4.2以上	✓✓	従業員が成長や満足を実感できる学習の機会を提供する	学習する企業文化を醸成し、従業員一人ひとりが、自らの成長を実感できる組織を実現する
	自律的キャリア開発サポートを強化する	オープンエントリーポスト*充足率 *募集があれば自ら自由に応募できるポスト	64%	53%	✓✓	オープンエントリーポストと応募者のキャリアのマッチング度を高めることでポスト充足率をより向上させていく	従業員一人ひとりの自主性を重んじたキャリア形成を支援する
安全な職場の構築	安心して働ける安全な職場づくりを強化する	労働災害発生率(世界) (度効率=全災害件数[休業災害件数+不労災害件数]÷延べ労働時間×100万)	0.95	0.75	✓✓	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本で開発した安全監査手法を定着させる ● 各国での安全管理を主導できる人材を育成する 	グローバルにおいて、日本と同じレベルの安全管理を徹底させる
従業員との対話	より多くの従業員の声を集約できるよう、高い従業員意識調査の実施件数・参加率を目指す	グローバルおよびリージョンごとにおける従業員意識調査の実施件数と参加率	2014年度グローバル従業員意識調査を実施。北南米・欧州・中東・アジアなど、さまざまな国の従業員が参加。グローバルで、95%の参加率を達成	2014年度に引き続き2015年度グローバル従業員意識調査を実施(2015年10~11月)。グローバルで、95%の参加率を達成	✓✓	継続的にグローバル従業員意識調査を実施し、PDCAサイクルを迅速に回すことにより、職場環境の向上を図る	従業員意識調査を通して、従業員が能力を最大限に発揮できる職場環境づくりに役立てていく



従業員への取り組み

日産は従業員が意欲を持って課題に挑戦し、心身ともに健康で安全・快適に働くことのできる職場づくりに取り組んでいます。また、従業員の働く権利として、すべての従業員が相互の人権を尊重し、人種、国籍、性別、宗教、身体障がい、性的指向、年齢、出身、その他の理由で差別やいやがらせを行ったり、その状態を容認することを禁止しています。同時に、従業員のダイバーシティ(多様性)を尊重し、一人ひとりが能力を最大限に発揮しながら、高い目標に向かってチーム一丸で取り組める環境づくりを推進しています。

日産は世界中のグループ会社で働く者を含むすべての従業員を対象として「日産グローバル行動規範」*を策定。従業員がどのように行動すべきかを定め、グループ全社でグローバルに適用しています。さらに、行動指針として「日産ウェイ」を掲げ、従業員一人ひとりの意欲を高め企業としての持続的な成長を目指しています。「すべては一人ひとりの意欲から始まる」というコアメッセージのもと5つの「心構え」と5つの「行動」を定めており、一人ひとりの取り組みがお客さまへの価値提供となるよう、全グループで実践しています。

「日産ウェイ」は日本語、英語、フランス語、中国語、ドイツ語、スペイン語、オランダ語、ロシア語の全8カ国語でグローバルに共有しています。さまざまな課題に対してすべてを曖昧にせず、分かりやすく共有化する重要性や最小の資源で最大の成果を出すことを目指す心構えや、モチベーションを持って高い目標にチャレンジすることなどの行動姿勢を示しています。また、異なった意見・考えを受け入れる多様性を尊重しながら取り組むことは、性別や国籍などを問わず従業員一人ひとりが活躍できる環境づくりにつながるだけでなく、新たな発想を生み、企業としての事業の発展にも貢献します。

すべての従業員の業績評価は「日産ウェイ」がベースとなっており、「日産ウェイ」の浸透に向け、従業員一人ひとりへの教育を行うだけでなく、グローバルに「日産ウェイ」の実践事例を共有し、経営層が「日産ウェイ」の重要性についてメッセージを発信するなど、全社一丸となって推進しています。

「すべては一人ひとりの意欲から始まる」

焦点はお客さま、原動力は価値創造、成功の指標は利益です。

Mindsets 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、分かりやすく共有化。
- 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、常に競争を見据え、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・プロセスは誰でも分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？

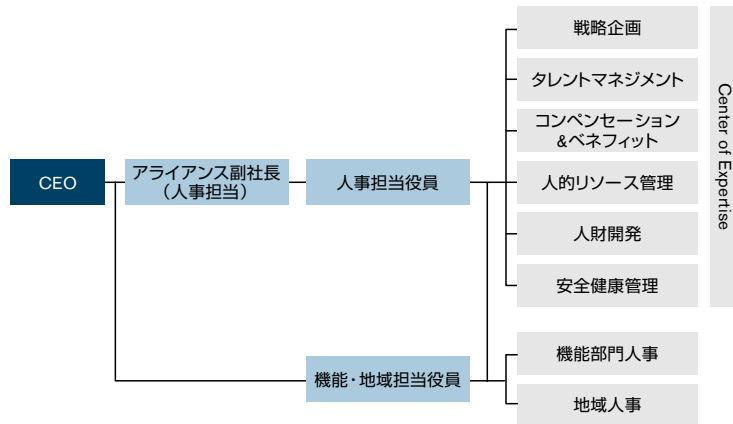
▶▶ page_108

▶ 「日産グローバル行動規範」の詳細を掲載しています

推進体制

日産では、「グローバルに展開する日産のビジネス」「ルノー・日産アライアンス」「各機能、地域に所属する従業員」という3つをそれぞれサポートするために、①COE (Center of Expertise)と呼ばれる人事専門の機能、②機能部門人事、③地域人事という3軸体制をとっています。機能部門と地域に関する人事については、人事担当役員のほかに、機能・地域担当役員にも報告しています。ダイバーシティを推進する組織は人事部門から独立しています。

人事部門の組織体制



ダイバーシティ

ダイバーシティ(多様性)は、日産の重要な経営戦略のひとつです。「多様性を尊重し持続的な成長を目指す」という共通のゴールに向かって、さまざまな取り組みを行っています。

グローバルなダイバーシティ推進体制

日産は、各部門を代表する役員をメンバーとした「ダイバーシティ・ステアリング・コミッティ(DSC)」を設立し、ダイバーシティに関する方針を決定しています。推進に関してはDSCが日本と欧州で主導的な役割を果たしており、北米では「アメリカズ・ダイバーシティ・カウンスル(ADC)」という会議体を実施しています。ダイバーシティに関する専属部署として、日本では「ダイバーシティ・ディベロップメント・オフィス(DDO)」が設立され、北米では「アメリカズ・ダイバーシティ・オフィス」が設立されています。また、その他の地域では人事部などがダイバーシティ推進業務を行っています。

ダイバーシティのグローバル推進体制

地域	推進会議体	推進業務担当
日本(グローバル本社)	ダイバーシティ・ステアリング・コミッティ	ダイバーシティ・ディベロップメント・オフィス
北米	アメリカズ・ダイバーシティ・カウンスル	アメリカズ・ダイバーシティ・オフィス
欧州	ダイバーシティ・ステアリング・コミッティ(欧州)	欧州人事部
中南米	-	渉外・ソーシャル・レスポンス・リーダー部
アフリカ中東	-	アフリカ中東人事部
アジア・オセアニア	-	アジア・オセアニア人事部

ダイバーシティを企業の力に

日産は、ダイバーシティを企業の競争力と考えています。性別や国籍、文化、年齢、学歴、ライフスタイルなど、さまざまな背景を持つ従業員がいることで、新たな発想や考え方が生まれ、それがより大きな価値や独創的なソリューションを生み出し、より高い業績へとつながるからです。グローバルに広がるお客さまの多様なニーズに応え、より良い商品やサービスを提供するため、ダイバーシティを経営戦略のひとつと位置づけ、ジェンダー（性別）とカルチャー（文化）の2つを柱に、日産のすべての拠点で取り組んでいます。「女性の活躍支援」をグローバルに推進するとともに、ルノーとのアライアンスから生み出された「クロスカルチャー」を生かして、より高い価値創造を目指す「カルチャーダイバーシティ」に力を注いでいます。

拠点別では、日本で取り組んでいるのが「ワークライフマネジメント」です。性別や年齢などにかかわらず、人生の各段階やさまざまなライフスタイルに応じてフレキシブルに働けるよう、すべての従業員を支援しています。また、さまざまな職能で活躍する女性を確保するため、新規採用における女性比率に関して事務系50%、技術系15%、技能系25%というガイドラインを設定しています。北米では人種や性的指向、軍歴の有無などあらゆるダイバーシティを、企業としての価値創造に生かしています。欧州ではアライアンス・パートナーが多く存在するため、クロスカルチャーを企業活動に取り入れる取り組みを推進しています。

同時に、ダイバーシティを尊重する企業風土を強化するために、従業員一人ひとりがダイバーシティマインドを醸成できる活動にも取り組んでいます。

▶ [website](#)

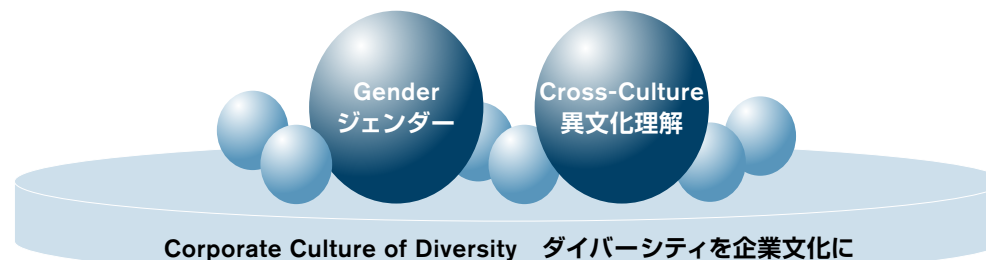
ダイバーシティへの取り組みに関する詳細はウェブサイトをご覧ください

日産におけるダイバーシティ活動

多様化するお客さまのニーズに応えた商品やサービスを生み出す

多様な意見がぶつかり合うことで、より革新的で強い組織をつくる

より大きな価値の創造を目指す



「女性の活躍支援」に向けたグローバルな取り組み

2004年度から継続的に取り組んでいる「女性の活躍支援」では、「女性のキャリア開発支援」「業務プロセスに女性の視点を反映」という2つを柱とする活動を行っています。

女性のキャリア開発支援をグローバルで実施

お客さまに多様な価値を提供するには、各プロジェクトや組織のリーダーとなる女性の活躍が欠かせません。日産は女性のプレゼンスを高めることに重点を置き、優れた管理職候補が将来に向けてしっかり準備し、より大きな責務を担えるようトレーニングを行うなど、事業を展開するすべての地域で女性のキャリア開発を支援しています。

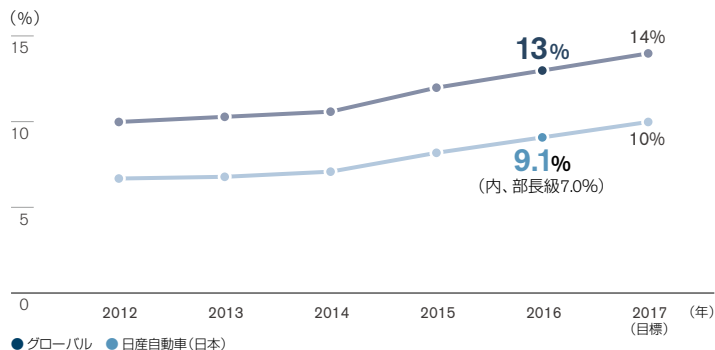
具体的には、能力開発のための研修や人事交流イベントなど、女性従業員を対象とした活動にも取り組んでいます。役員によるメンタリングプログラムやラウンドテーブルも実施し育成をサポートしています。また、若手女性エンジニアを対象とした活動にも取り組んでいます。

日本では、女性従業員とキャリアアドバイザーとの個人面談を通じて、一人ひとりに合わせたサポートを行ったり、若手女性従業員に対してキャリア開発会議を実施し、社外の女性たちとの交流を通して新たな刺激を受けたり、昇進した社内の女性管理職の体験談を自らの参考にできるよう、積極的なネットワークづくりを奨励したりしています。また、社内イントラネットには、意欲向上につながるよう、社内のさまざまな領域で活躍する先輩女性従業員のインタビューを掲載しています。

幅広い活動を推進した結果、日本では全管理職の女性比率は9.1%となっています。これは従業員数1,000人以上の製造業の平均値3.7%と比べると、良好な水準です(2015年厚生労働省統計による)。また、部長級以上の女性の比率は2008年の2%から2016年4月時点で7.0%と3.5倍になりました。

グローバルでの女性管理職比率は、2008年の7%から2016年4月には13%に上昇しています。2017年までに14%を目指します。さらに、女性の海外外向が増加するなど、グローバルで女性が活躍しています。

女性管理職比率の推移



ウィメンズフォーラムを協賛

ルノー・日産アライアンスでは、働く女性の活躍を推進する国際的なシンポジウムである「Women's Forum for the Economy and Society (女性のための経済・社会フォーラム)」の協賛をしています。毎年フランスで行われる同フォーラムは、異業種で活躍する女性との対話や、ワークショプへの参加など、女性従業員にとって業種を超えてネットワークを構築し視野を広げられる機会となっています。日産は、同フォーラムに参加する従業員を毎年グローバル拠点からそれぞれ選出しており、2015年のフォーラムには10名の従業員が参加しました。

すべての業務プロセスに女性の視点を

日本ではクルマ購入者の30%が女性、さらに女性の意見を取り入れた男性が全体の30%に達するなど、購入決定の3分の2近くに女性がかかわっており女性が購入決定に与える影響は大きく、グローバルでも同様の傾向になっています。世界各地のお客さまの多様なニーズに応えるためには女性従業員の意見を反映させることが不可欠になります。

日産では、新型車の開発から製造・販売に至るまで、関係会社や販売会社も含め、事業のあらゆるプロセスに女性従業員の声を反映しやすい環境を整えています。例えば、日産のグローバル・コンパクトカー「ノート」の開発には、「チャイルドシートに子供を乗せやすいように、後部座席ドアの開閉角度を大きくしてはどうか」という女性の意見が反映されました。製造現場においても女性が作業しやすいよう、エルゴノミクス(人間工学)に基づいて設計した製造装置と作業工程を導入。性別や年齢に関係なく、誰もが働きやすいラインづくりに取り組んでおり、結果的に作業の効率化とミスの削減にもつながりました。このような取り組みが高く評価され、2016年、公益財団法人日本生産性本部主催の「女性活躍パワーアップ大賞」において「奨励賞」を受賞しました。

販売会社のスタッフも、さまざまなお客さまのニーズや質問に対応できなくてはなりません。2013年度から「レディー・ファースト・プロジェク

ト」の活動を開始。女性のお客さまがクルマを選びやすい店舗づくりやサービスの強化に力を入れています。その柱となるのがセールススタッフである女性カーライフ・アドバイザー（CA）の存在です。日産の女性CAに対するお客さま満足度が男女を問わず高いことから、女性CAがさらに活躍できるよう、職場環境の整備や継続的な教育を行っています。2015年6月には若手女性CAを集めた研修会を開催しました。2016年3月末時点で、1,055人の女性CAが全国で活躍しており、女性CA比率は2015年3月の7%から1.5%上昇し8.5%となっています。また、店舗での体験はもちろん、アフターサービスでも女性のお客さまの満足度向上を目指した「レディー・ファーストショップ」認定制度を2013年から開始し、全国262店舗で女性にうれしいサービスを展開しています（2016年3月末時点）。

また、日産ではお客さまと整備スタッフの橋渡しをするテクニカルアドバイザー（TA）にも女性を登用しています。女性の強みを活かして丁寧にしっかりとお客さまの要望に対応する女性TAに対するお客さまの評価は高く、販売会社に対する満足度向上に貢献しています。日産では、女性TA向け研修や懇談会を実施し、スキルアップやネットワークづくりを促進しています。

「カルチャーダイバーシティ」の定着

グローバル市場で事業を展開する日産にとって、さまざまな文化や国籍を持つ従業員の力を活用することは欠かすことのできない要素です。ルノーとの提携以降、「クロスカルチャー」を日産の強みとするために、文化の違いに気づき、受け入れ、さらに違いを生かしたシナジー効果を創出することで、「カルチャーダイバーシティ」を企業文化として定着させる取り組みを進めています。最近では海外出向のスタイルも多様化し、日本や米国など主要国を基点としない出向が男女ともに増加しています。他のグローバル企業にはあまりない事例であり、日産で「クロスカルチャー」が育まれている証でもあります。

企業が成長するためには、国籍や言語、年齢、経歴・学歴にこだわらず、

広く人財を迎え入れることが重要です。副社長以上で構成するエグゼクティブ・コミティは、4割が日本人、6割が日本人以外であり、意思決定層にも日本国籍以外のメンバーが多数含まれています。さらにダイムラーやアフトワズ社とのパートナーシップをより効率的に推進するため、欧州においてドイツ語やロシア語のできる管理職比率を増やす取り組みを実施しています。

日産では、従業員が文化の違いを強みとして活用できるよう、いつでも誰でも受講できるe-ラーニングプログラムを用意しています。例えば日本では、異なる文化的背景を持つビジネスパートナーと協働しながら成果を挙げるため、従業員はこのプログラムを通じて互いを理解し、コミュニケーションを図る術を学んでいます。特に関係の深い特定国への理解を促すための研修も実施し、「カルチャーダイバーシティ」が日産の企業文化に不可欠な要素として根づくよう努めています。

ダイバーシティマインドの醸成

日産ではダイバーシティをテーマにした地域ごとのイベントや、世界各地の従業員向けの研修を行っています。また、従業員は社内イントラネットにアップされたダイバーシティに関する記事などを通して、会社のダイバーシティに対するビジョンを学ぶことができます。

日本では、今後介護と仕事を両立する従業員が増えてくることを見据え、2015年度には、介護の基礎知識を学び、会社の制度や地域のサービスを活用しながら自分がどう両立をしていけるかを考えるセミナーを実施しました。また、男女の違いを理解し生かすジェンダーダイバーシティのe-ラーニングプログラムや「性的少数者（LGBT）」に関するセミナーおよびe-ラーニングプログラムなどにより、従業員がいつでもダイバーシティについて学ぶ機会を提供しています。

米国では、「信頼され成長する企業になる」というビジョンを達成するためにはダイバーシティの推進が必要であるという認識を、一般従業員から管理職層までのすべての層に対して浸透させるため、「Championing

Diversity」という研修を実施しました。職場において、さまざまなバックグラウンドや視点を持つ人々とともに働くために必要なコミュニケーション方法を学び、複数のチームで協働して成果を出すことにつながっています。

欧州では、文化の違いに対する認識を高め、多文化環境の中で働くすべての従業員を支援するためのプログラム「多文化の効果を引き出すトレーニング」を実施しました。

ワークライフマネジメントの推進(日本)

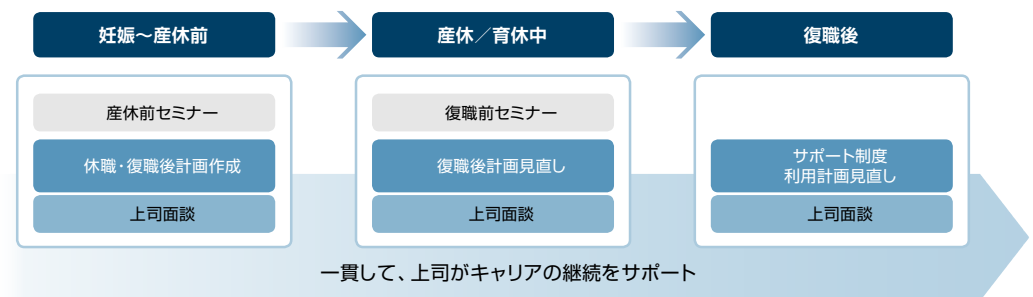
日産は従業員一人ひとりの成長と会社への貢献をともに実現することが大切だと考えています。ビジネス環境がグローバルに拡大する中、ライフステージも多様化していますが、男女ともに能力を発揮し活躍し続けるためには、誰もが時間制約や時間当たり生産性を意識した働き方を実現する必要があります。日産では2015年に「働き方改革 “Happy8”プログラム」を導入しました。“Happy8”プログラムは働き方を見直し、1日8時間の勤務を意識しながら時間の質を向上させることで、仕事も私生活も充実させることを目的としています。また、日産では、従業員による仕事と育児・介護の両立を支援するため、ライフステージに応じたフレキシブルな働き方をサポートし、従業員の性別にかかわらず幅広い働き方を選択できるさまざまな制度を導入しています。

日本国内の全従業員*対象のワークライフマネジメント施策としては、2014年1月から在宅勤務を月40時間(5日間相当)活用できるようにしました。在宅勤務を活用し通勤時間を育児や介護に充てれば、業務時間を犠牲にすることなく仕事と生活を充実させることができます。また、育児や介護に従事していない従業員にとっても、通勤時間などの有効利用が可能になり、チーム全体で取り組むことで成果向上につながります。グローバルに点在する仲間との新しい働き方の演習にもなるこの制度の利用登録者は2,500人(非管理職)を超えています。

従業員の両立を支援する環境づくり

活躍する人を包括的に応援 — 本人から上司、意識からインフラまで	
<p>社員本人の活動を支援 ～キャリア形成 × 両立～</p> <ul style="list-style-type: none"> ●産休前の「プレママセミナー」 ●復職前の従業員向け「復職セミナー」 産休前と復職前に、復職後のキャリアや働き方の構築について考える機会を用意 ●社内SNS「両立パーク」 	<p>上司の(両立)部下育成を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ●育児休職前昇格試験ガイド ●両立社員を持つ管理職向けマネジメントセミナー ●新任管理職向けダイバーシティ研修 ●ダイバーシティイベント
<p>会社のインフラ(ソフト)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●在宅勤務制度(育児/介護両立社員:月の50%、その他社員:月40時間まで。全社員対象:(生産工程除く) ●スーパーフレックス勤務制度(コアタイムなし) ●時短勤務制度(育児/介護両立社員対象) ●ファミリーサポート休暇(結婚、配偶者出産、育児、介護、不妊治療) ●育児休職、介護休職、母性保護休職 ●帯同休職制度(最長3年) ●再雇用制度 	<p>会社のインフラ(ハード)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●事業所内託児所(3カ所) 1) 仕事と育児の両立に意欲的な社員がフルに力を発揮して活躍することをサポート 2) 待機児童問題に影響されることなく、望むタイミングで復職をサポート ●休職中のPC貸与(イントラとメールへのアクセスを可能に) ●MMケアルーム(搾乳室)

日産の従業員キャリアサポートの全体像

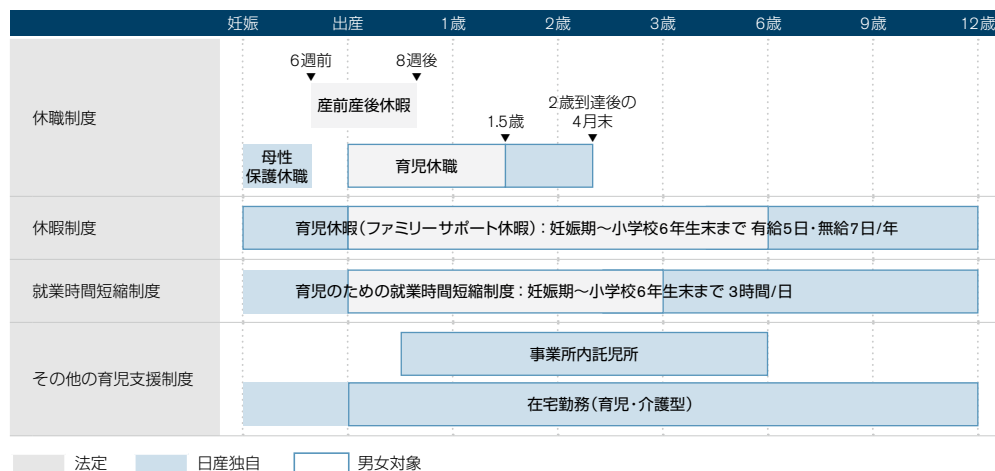


▶ 間接従業員

▶ website

厚生労働省の「仕事と生活の調和推進プロジェクト」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

日本国内の出産から育児までの諸制度



トップダウンとボトムアップによりダイバーシティを推進

日産では、ダイバーシティ促進に向けてトップダウンとボトムアップという両輪が必要だと考えています。役員の強いリーダーシップと現場の力がともに推進力となりさまざまな活動が実行されることで、ダイバーシティが組織に浸透していきます。

ボトムアップに関しては自発的な学びの機会を重視しています。日本では、神奈川県厚木市にある日産テクニカルセンター（NTC）と日産先進技術開発センター（NATC）において、仕事と家庭の両立を考える女性エンジニア有志によるチーム活動が始まりました。2012年度のトライアルを経て、2013年度に本格的に開始された活動では、情報交換やお互いの悩み相談、女性ロールモデルへのヒアリングなどを通して、女性が働き続けることについてのさまざまな知見を共有しています。

米国では、役員がスポンサーとなり多様な従業員が自発的に参加する「ビジネス・シナジー・チーム(BST)」を構成。多様性を生かしながら、ビジ

ネスにおける目標達成につなげたり、社内での組織横断的な連携を強化したり、また地域社会との協力の場を広げるなど幅広い活動を展開しています。BSTの運営は、テネシー州フランクリンにある北米日産会社(NNA) 本社、ミシガン州ファーミントン・ヒルズにある研究開発施設、ダラスに本社のあるニッサン・モーター・アクセプタンス、テネシー州スマーナおよびデカード、ミシシッピ州キャントンの各製造拠点が担当しています。

BSTで活気ある職場づくりに主体的に参加

BSTは多様な従業員を共通するテーマでつなげるものであり、専門性の高いメンバーで構成されています。2007年に初めてのBSTである「女性のBST」が設立されて以来、異文化コミュニケーションを通して顧客対応力の強化を目指すBSTや、「ジェネレーションBST」「ゲイストレート アライアンスBST」など、現在では19のチームが米国で活動しています。

「女性のBST」では、若い女性に技術分野でのキャリア選択に興味を持ってもらうため、2013年からマイクロソフト社と提携し、女子高校生を対象に「DigiGirlz」と銘打った1日イベントを開催しています。日産が革新的な製品の製造・販売に向け開発した独自の技術力や技法を紹介するほか、役員による講演や体験的なプログラムを提供することで、女子学生は「リケジョ」という選択肢について学ぶことができます。

2014年には、健康に関するBSTが米国の全拠点でスタート。テキサス州ダラスにある米国日産販売金融会社(NMAC)のウェルネス・チームは、身体的側面や精神的側面はもちろん、健康推進に関するすべての側面に焦点を当てて活動しています。

従業員は自発的にBSTに参加することにより、意欲的で活気ある職場の環境づくりに主体的に参加するとともに、日産のダイバーシティ推進に貢献しています。

米州地域でのダイバーシティ推進の取り組み

ダイバーシティ組織体制

北米日産会社(NNA)では、米州地域におけるダイバーシティ活動を統括するリージョナルダイバーシティコミッティを立ち上げました。このコミッティが同地域のダイバーシティ活動に対する責任組織となり、米州各地域への指導を行います。さらに米国、カナダ、メキシコ、ブラジルにおけるそれぞれのダイバーシティ活動を統括するリージョナルオフィスも設立しました。

女性やマイノリティ従業員のためのメンタリングプログラム

メンタリングは、日産にとって重要な人財、特に女性や民族的少数派などマイノリティの従業員がモチベーションを高め活躍し続けるための重要なツールです。NNAでは、非公式、公式、小グループ、個人、テーマ別などさまざまな形態でメンタリングプログラムを提供しています。また、これまでの成果を評価し、プログラムを常に改善しています。

サプライヤーにおけるダイバーシティ

「全米マイノリティ・サプライヤー開発会議(NMSDC)」や「全米女性経営者会議(WBENC)」は、マイノリティあるいは女性がかかわるビジネスの定義をまとめているが、NNAはこの定義に基づいて多様なサプライヤーとの関係推進に尽力しています。

地域社会におけるダイバーシティ推進

NNAはまた、学生向けプログラムへ投資し、STEM(理系)分野での機会を提供するなど、未来のリーダー育成にも貢献しています。若者を支援する主な活動のひとつに、恵まれない地域への奨学金制度があります。その他、ダイバーシティ採用グループは奨学生を受け入れるインターンシップや雇用の機会向上などにも努めています。

ダイバーシティ推進の今後の課題

日産が本格的にダイバーシティ推進に取り組んで10年以上になります。販売台数の9割が海外での販売となり、グローバルなパートナーシップに基づく協業もますます増えてきましたが、常に異文化への理解と尊重を大切にしてきました。グローバル各社において、さまざまな分野で女性が活躍しています。管理職における女性の割合も着実に増えています。

これからのテーマは、グローバルなビジネス環境下で、性別や国籍などにかかわらずさまざまな従業員が、おのおのの能力を最大限に発揮し活躍し続けるために、誰もが柔軟で効率的な働き方ができるようにすることです。

日産は多様な人財の活躍推進を通じた組織力向上とビジネスにおける成果の最大化を目指し、ダイバーシティを企業戦略として強力に推進していきます。

日産ダイバーシティの歩みと評価

日産は2004年に、ダイバーシティ推進の専任組織「ダイバーシティ・ディベロップメント・オフィス(DDO)」を設立し、女性活躍推進や異文化理解を柱にさまざまな取り組みを推進してきました。こうした日産のダイバーシティへの取り組みと従業員の多様性を重視する姿勢は、社外からも高い評価を受けています。

2015年には、「子育てサポート企業」として認定を受けた企業(くるみ

ん認定企業)のうち、さらに一段高い水準の取り組みを行った企業が認定を受けられる「プラチナくるみ」に神奈川県で初めて認定されました。また2016年には、女性活躍推進に優れた上場企業「なでしこ銘柄」に選定されました。2013年から4年連続での選定となります。

これらの賞は、ダイバーシティに対する強いコミットメントが成果を生んでいること、そして文化やジェンダーの壁を超えた多様性を企業競争力の要とする戦略が着実に進んでいる証拠だと考えています。

これまでの主な外部評価

年	タイトル	主催団体
2016	「なでしこ銘柄」に4年連続で選定	経済産業省と東京証券取引所グループ共同
2015	「女性活躍パワーアップ大賞」奨励賞受賞	公益財団法人日本生産性本部
2015	「プラチナくるみ」を取得	厚生労働省神奈川労働局
2015	Corporate Equality Indexで100点(満点)を2年連続で達成	Human Rights Campaign (米国)
2015	「第15回テレワーク推進賞優秀賞」受賞	一般社団法人日本テレワーク協会
2015	「女性が輝く先進企業表彰 内閣府特命担当大臣賞」受賞	内閣府男女共同参画局
2014	「DiversityInc Top 25 Noteworthy Companies for Diversity & Inclusion」に選定	DiversityInc (米国)
2013	ダイバーシティ経営企業100選選定	経済産業省
2013	「2013J-Win ダイバーシティ・アワード」アドバンス部門大賞受賞	NPO法人J-Win
2008	「カタリストアワード」受賞	NPO法人カタリスト(米国)



なでしこ銘柄



プラチナくるみ



女性が輝く先進企業表彰

米国ではその他にも受賞あり

キャリア形成と学習機会

日産では、「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、従業員のキャリア形成をサポートしています。また日産は、「学び」とは価値創造のために「ストレッチ」することであり、価値創造への意欲なしには「学習する企業文化」は生まれないと考えています。従業員の成長をサポートし、学び続ける組織として人財の開発に取り組んでいます。

人事制度の継続的な改善

従業員一人ひとりの能力やポテンシャルを大事にする日産では、組織として従業員の潜在能力を最大限に生かすために、継続的な人事制度の改善に努めています。従業員が意欲を持って高い成果を達成できる仕組みとして、会社に貢献している度合いを正しく判断する評価報酬制度を導入。課題(コミットメント)をいかに達成したかを結果で判断する「パフォーマンス評価」、およびスキル、知識、心構えなどの行動特性を捉える「コンピテンシー評価」により、報酬を決定しています。

自律的なキャリア形成を支援

日産では従業員のキャリア形成へのサポートを目的とする、上司とのキャリア面談を少なくとも年2回実施しています。「パフォーマンス評価」「コンピテンシー評価」と併せて、従業員一人ひとりが上司と話し合いのうえ、自らのキャリアに関する合意を形成していきます。

面談における成長・キャリア形成の支援策を充実させるため、上司の評価スキルを向上させる研修プログラムも運用しています。評価を支援する専用のシステムもあり、上司が代わっても過去の評価内容がひと目で分かり、評価・育成の取り組みの一貫性を保つようにしています。さらにキャリア面談に関する従業員の声を吸い上げ、評価に対する理解度・納得度などの運用状況を把握するため従業員に対してサーベイを実施し、必要な

対策や運用改善につなげています。従業員のキャリア面談満足度も毎年モニタリングを行い、評価に関する理解度・納得度は向上しています。

一方、従業員が自ら希望する仕事にチャレンジする仕組みとして、日本では「シフトキャリア制度」と「オープンエントリー制度」を用意しています。「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です。「オープンエントリー制度」は、ポストの募集があればその部署に応募できるもので、2015年度は102のポストに158名がエントリーし、54名が合格しています。

学習機会の提供

日産では、層別に必要なスキルを習得するための社内研修を実施し、また従業員一人ひとりがチャレンジし学ぶことができる機会を提供するなど、学習する組織文化の醸成に努めています。

本社で開催している本社人事実施の集合研修実績

	2013	2014	(年度) 2015
年間受講人数(人)	13,078	14,007	13,597
総受講時間(時間)	393,370	452,631	495,779
従業員1人当たり受講時間(時間)	16.6	19.4	21.9
受講満足度(最高点:5.0)	4.4以上	4.2以上	4.2以上
受講者1人当たりの投資(円)	70,000	71,700	74,000

日産ラーニングセンター

高度で幅広い能力開発機会をタイムリーに提供するために、従業員向けの専用研修機関として「日産ラーニングセンター」を設置。「従業員は会社における最も重要な資産であり、そのモチベーション向上が重要である」という考え方に基づき、従業員の学習機会をサポートしています。従業員の行動指針である「日産ウェイ」に基づく人財育成を目指す同センターでは、部長層ならびにスタッフ層を対象として「日産ウェイの浸透」

「マネジメントスキル向上」「ビジネススキル向上」「技術スキル向上」の4つの柱で活動を行っています。特に、日産ラーニングセンター内に設置された「モノづくり大学」では、モノづくりの中核を担う人財育成のため以下の活動を強力に推進しています。

モノづくり大学

技術革新やハイテク化が急速に進む自動車業界において、グローバル競争をリードする日本のモノづくりを維持・発展させるためには、先進的なクルマづくりやテクノロジーを理解し、管理能力と豊かな人間性を備えた人財が求められます。リーダー層の継続的な育成と次世代への技術・技能伝承を目的に、日産ラーニングセンター内に「モノづくり大学」を設置。「日産ウェイ」の実践を通して成果を出し続けることができる「日産DNA」を持った技術者・技能者などの育成を目的に、さまざまな育成プログラムを実行しています。モノづくり大学は「日産テクニカルカレッジ」「現場管理スクール」「エンジニアリングスクール」という3つの組織で構成されています。

グローバルに展開する技術・技能員教育

日産のグローバル展開を強化するには、全世界で働く従業員一人ひとりの技術力を向上させることが不可欠です。研究開発部門および生産部門では、日本ならびにすべての地域で従業員の技術力を高めることができるよう、成長の機会を平等に提供しています。

技術員教育

全世界の開発拠点のエンジニア総計1万9,000名に対し、世界共通の教育プログラムであるグローバルトレーニングプログラムを企画開発、2012年から2015年までにすべてのエンジニアに対する基礎教育を終えました。今後はアドバンス教育としてより専門性の高い教育を展開していく予定です。

技能員教育

今後グローバルに必要とされる生産部門の監督者を早急に育成するため、日産の最大マーケットであり躍進・増大の著しい中国の東風汽车有限公司(DFL)をモデルに、日産で実施している監督者人財強化教育を現地技能員層別教育体系の中に転写し、「監督者候補人財教育」の仕組みづくりに取り組んでいます。今後、さらなるグローバルでの拡大を図ります。

マネジメントの質の向上

中期経営計画「日産パワー88」[▶]を達成し持続的な成長を実現するため、日産ではマネジメントの質の向上に取り組んでいます。日本では、課長職を中心に、課長補佐職から部長職までを視野に入れた研修体系を整備し、「日産ウェイ」の実践促進の機会および業務マネジメントと対人マネジメントを段階的に伸ばしていく機会を提供しています。具体的には①行動特性・マインドセットについて教育を行う「日産ウェイ」「カルチャーダイバーシティ」教育、②一人のプロとして行動できる人財を育成する「ビジネススキル」「リーダーシップ」および「リベラルアーツ」教育、③現場を大切に、人と協業しながら最大限の成果創出をマネジメントする「現場マネジメント」教育、の3つを柱にそれを補完する各種プログラムを実施しています。

欧米でも、課長職を対象に、「日産ウェイ」を実践している高業績者の行動特性を活用したプログラム「日産ウェイリーダーシップアカデミー」を実施し、人財育成に取り組んでいます。

将来の経営層やリーダーの育成

日産の将来を担う経営層や専門性を持った部門のリーダーを継続的に輩出するため、戦略的・体系的なタレントマネジメントの仕組みをトレーニング、ローテーション、採用などの施策に取り込み実施しています。

具体的には、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リーダーシップ研修を若手層、地域のミドルマネジメント層、グループ全

▶ website

▶ 「日産パワー88」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

体のマネジメント層など成長段階に合わせて実施しています。同研修は、集中的にビジネススキルを学ぶ集合研修、実際に解決すべき課題に取り組むアクションラーニング、また多様性への理解を促進するカルチャーダイバーシティ研修などで構成されています。

また、将来を担う人材が経営層やリーダーとして必要な経験を得られるよう、複数のローテーションプログラムを戦略的・計画的に実施し、マネジメントポストやグローバル機能を実践できる機会を提供しています。

採用においては、新卒採用だけでなく、経験者やミドルマネジメントレベルにおいても積極的に外部の優秀な人材を獲得するなど人材の充実を図っています。

こうしたタレントマネジメントの仕組みを確実に運用するため、マネジメント層による人事会議を定期的に行い、優秀人材の特定、育成計画の作成、後継者計画の策定を行っています。日産の戦略的タレントマネジメントシステムは、グローバルに連携しながらグローバル、地域、ファンクションの各レベルにおいて活発に実施されています。

次世代に伝承する「エキスパートリーダー制度」

企業が持続的に発展するためには、従業員一人ひとりの専門知識やスキルを中長期的に高めていくことが重要です。日産では技術系に限らず、購買や経理など非技術系も含めたさまざまな領域での専門性の強化・発展を目的として、「エキスパートリーダー制度」を導入しています。制度導入10年目の2015年度は、97の専門領域で45名のエキスパートリーダーと1名のフェローが活躍し、それぞれの領域で専門性を発揮しながら、日産のビジネス全体に貢献する役割を担っています。

また、イントラネットをはじめとする社内のさまざまなコミュニケーションツールを介して専門知識を共有化するとともに、技術・専門性の伝承を目的としたセミナーや講座を実施して、次世代の人材育成に貢献しています。

安全な職場の構築

日産では、作業者の負担低減と生産性向上に向けた改善活動を進めています。同時に、従業員の健康面についても最優先で確保していくことを全社的な方針として確認しています。

労働安全衛生のマネジメント

日産ではすべての従業員が安心して労働に従事できるよう、「日産安全衛生基本方針」を掲げ、従業員の安全はもちろん、健康面についても最優先で確保することを全社的な方針として推進しています。日本国内外の全事業所では、同方針に基づき、労働環境の安全衛生面に関する統一的なマネジメントをグローバルに実施しています。

日本では、毎年1回「中央安全衛生委員会」を開催しています。担当役員が議長となり各事業所の代表や労働組合の代表が出席し、「労働安全」「防火」「メンタルヘルス」「健康管理」「交通安全」などをテーマに1年の活動を振り返り、次年度の活動計画を決定しています。各事業所では毎月1回「安全衛生委員会」を開催し、労働組合の担当者も出席しています。職場ごとには「安全衛生推進員」を任命し、すべての従業員に情報が行き渡る体制をとっています。

グローバルでは、それぞれの拠点でPDCA (Plan-Do-Check-Act) サイクルを回しています。毎年2回、グローバルの各事業所とテレビ電話をつなぎ、情報共有や議論を行っています。さらに、労働安全衛生に関する世界各地の担当マネジャーが集合する「グローバル安全会議」を隔年で開催しています。また、災害が発生した場合、ただちに詳細と対応策をグローバルに共有し、再発防止を徹底するよう努めています。

日本国内外の多くの事業所で、OHSAS18001[※]を含めた労働安全衛生マネジメントシステムを導入し、労働安全衛生活動が確実に実施される体制を整備しています。

※ 労働安全衛生マネジメントシステムを構築するための規格。国際的に認知されており、第三者認証機関による認証取得が可能

労働安全基準をグローバルに標準化

従業員が最大限に力を発揮できるようにするには、一人ひとりの健康や安全に配慮した職場づくりが欠かせません。

日産では、職場環境に潜在する問題を積極的に洗い出し、その対応策を講じ、従業員の働きやすさを高めるよう努めています。2010年からは世界各地の拠点で異なっていた労働安全に関する指標をグローバルで標準化し、3ヵ月ごとに世界各地の職場の状況を把握しています。

生産ラインの環境改善

「人にやさしいモノづくり」を理念に掲げる日産では、継続的に作業環境の改善に取り組んでいます。例えば、夏期の気温の高い日の作業現場は身体的負担も大きく、熱中症にかかる危険もあります。特に作業量が多い職場については工場内の冷風化や給水タイムの設定などを積極的に推進し、快適な環境で作業ができるよう常に改善を心がけています。

安全な職場づくり

日産では独自に開発した安全・防火リスク管理診断手法を導入し、工場における労働災害リスクを事前に回避する、危険ゼロの職場づくりに取り組んでいます。

例えば日本では、労働災害や出火のリスクを事前に検出し摘み取るツールとして日産独自の「SES (Safety Evaluation System)」と「F-PES (Fire-Prevention Evaluation System)」を導入しています。決められた評価基準をもとに職場パトロールを実施し、職場に潜む労働災害や出火のリスクを検出することで実際の災害を減らしていく仕組みです。これらのツールの活用により、労働災害や出火の低減に効果を挙げてきました。

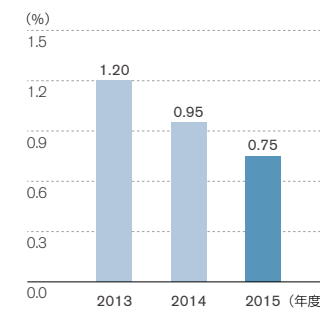
グローバルにおいても安全を脅かす労働災害リスクを回避するため、世界の各拠点から研修生を受け入れ、労働安全に関する実習を行い、安全の確保に努めています。SESとF-PESについても、海外拠点担当者に

研修を行い、2014年度からグローバルの各拠点に本格的に導入を開始し、2015年度には全拠点に導入しました。

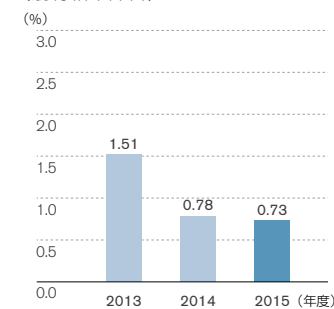
また、生産の現場で作業員一人ひとりが災害のリスクに気づき、発生を未然に防げるよう、日本の事業所では危険予知トレーニング(KYT)を2011年から組織的に実施しています。同トレーニングによって作業員の危険感受性が養われ、作業員が労働災害に巻き込まれるリスクを減らすことができます。2015年度も継続し、繰り返し実施することでレベルアップを図りました。

グローバルの労働災害発生概況

労働災害発度数率¹⁾



エルゴノミクス関連疾病発度数率²⁾
(筋骨格系障害)



- 1) (休業災害件数+不働災害件数)/総労働時間 × 1,000,000
- 2) (休業疾病件数+不働疾病件数)/総労働時間 × 1,000,000

専門性の高いメンタルヘルスケア

日産は精神科の医師を中心とする専門チームを結成し、従業員の精神面のケアにあたっています。2005年からは外部の専門機関との連携により、予防・早期発見から治療まで一貫したサービスを提供する「EAP」³⁾を導入。2007年度以降は、プログラムの対象を生産ラインで働く従業員にも広げ、従業員とその家族も相談・受診やカウンセリングが利用できるようにしています。さらに、医師からの助言を電子メールまたは手紙で受け

- 3) EAP: Employee Assistance Program (従業員支援プログラム)

取れる「ストレスチェック」を毎年実施するなど、従業員のプライバシーにも配慮した、専門性の高いケアプログラムを提供しています。2011年度からは、従業員一人ひとりの心を強くすることに重点を置いたプログラムをメンタルヘルス研修に加えるなど、幅広い方面からメンタルヘルスカートを推進しています。

職場復帰のためのリハビリ施設を設置

メンタル不調をはじめとする傷病による休業が長期にわたるケースや休業が繰り返されるケースでは、職場復帰に際し適切な支援が必要になります。2008年より日産では、長期休業者や繰り返し休業者が職場復帰する際に外部のリワーク施設（長期休業者や繰り返し休業者が職場に円滑に戻るためのリハビリ施設）の活用をルール化するなど、従業員の職場復帰を支援してきました。2012年には事業所内にもリワーク施設を開設。それぞれの職場に適したプログラムを提供することで、復帰成功率は向上しています。

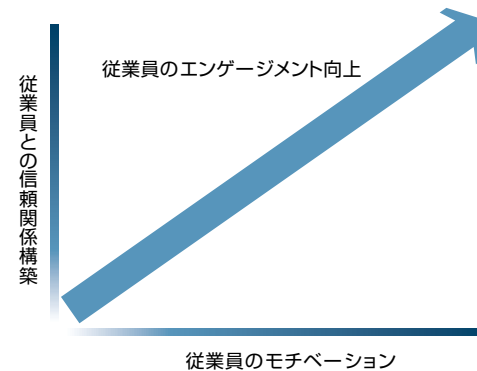
従業員との対話

日産の企業活動がグローバルに広がる中、企業も従業員もともに成長していくためには、従業員が日産の進む方向性を理解し、目標達成に向けて自発的に力を発揮しようとするのが大切です。従業員が企業の目標達成に取り組み、チャレンジすることが従業員自身の成長につながる一方、会社のビジョン実現にも貢献します。すべての従業員が日産という企業に愛着を感じ、積極的に課題に取り組もうという意欲（エンゲージメント）を向上できるように、日産では従業員とのコミュニケーションを強化しています。

モチベーション向上と信頼関係構築を軸にコミュニケーションを強化

現在、日産は中期経営計画「日産パワー88」を推進していますが、この目標を達成するには、すべての従業員が日産の企業ビジョンに共感し、「日産パワー88」の意義を理解する必要があります。また、業績に自信を持ち、持続的な企業活動を信頼することも不可欠です。一方で、自発的に業務に取り組む意欲を高めるには、従業員のモチベーションを向上させなければなりません。日産では、従業員との信頼関係構築と従業員のモチベーション向上という2つの軸で社内広報活動を行っています。

従業員のエンゲージメント



コミュニケーションツールの強化

従業員と企業が信頼関係を構築するうえで重要になるのが、公正で透明性の高い情報開示です。日産では決算など業績に関する情報を従業員にタイムリーに提供しています。また、ルノー・日産アライアンスでは研究・開発、生産技術・物流、購買、人事といった分野での統合が加速し、さまざまなシナジーが生まれていますが、アライアンスに関する情報も幅広く共有し、従業員がシナジーを実感できるようにしています。

モチベーションの向上に関しては、日産の商品やサービス、技術に関する理解を促進するためタイムリーに情報を発信し、関心を喚起するとともに、ゼロ・エミッション社会へのリーダーシップや自動運転技術の開発など、長期的な取り組みに関する情報も随時提供しています。

また、各部門や役員との連携を深め、信頼関係構築とモチベーション向上のどちらにも貢献する情報についても積極的に発信しています。

信頼関係構築に向けた具体的なコミュニケーションとしては、CEOが前年度の業績や新年度の方向性を従業員に説明する「社長講話」があります。また、CEOがエグゼクティブ・コミティのメンバーとともに部課長層に会社の重要課題を共有する「リーダーシップ・エクスチェンジ」も年2回開催し、その内容は各部門長を通じて部全体に共有されています。ウェブ会議サービスを活用したエグゼクティブ・コミティのメンバーと部長層とのライブミーティング「MIE (Management Information Exchange)」も毎月実施しています。

また、従業員が会社の商品をより深く理解し、社外の方に自社商品の特徴や魅力を伝えられるよう、従業員向けの新車発表会や試乗会を実施しています。参加者からは「自社商品をさらに知ることによって会社に対する誇りが強まり、仕事へのモチベーションが上がった」などの声が寄せられており、これらの取り組みが日産の魅力をアピールする「ブランドアンバサダー(大使)」を増やす絶好の機会となっています。

2015年度は、従業員のモチベーションを高めるプログラムとして、「日産フェスティバル」を日産グローバル本社で開催しました。日産を知り、体感してもらうことを通じて、会社に対する理解を深め、共感を高めてもらうことを目的に、「クルマ」「技術」「人と会社」という3つのテーマで展示や体験プログラムなど多様なイベントを実施。従業員、その家族や友人知人を含め、約3,000名が来場しました。従業員の思いを反映するため、

イベントの企画には、従業員から募った約30名が実行委員として参加しました。

また社内のコミュニケーションツールは、信頼関係構築とモチベーション向上の両方に効果を発揮しています。イントラネットの「WIN」は開設以来、従業員同士の積極的な情報共有や連携を促進してきました。グローバル拠点に加えて主要関係会社においても「WIN」の利用を開始し、グローバルに従業員のモチベーションを向上させるような情報発信を行っています。また、工場など生産現場で働く従業員向けには紙媒体である「NISSAN NEWS」を毎月発行し、必要な情報を確実にタイムリーに伝えるよう配慮しています。



「日産フェスティバル」

情報の受け手を巻き込む新たな情報発信「エンゲージメントキット」

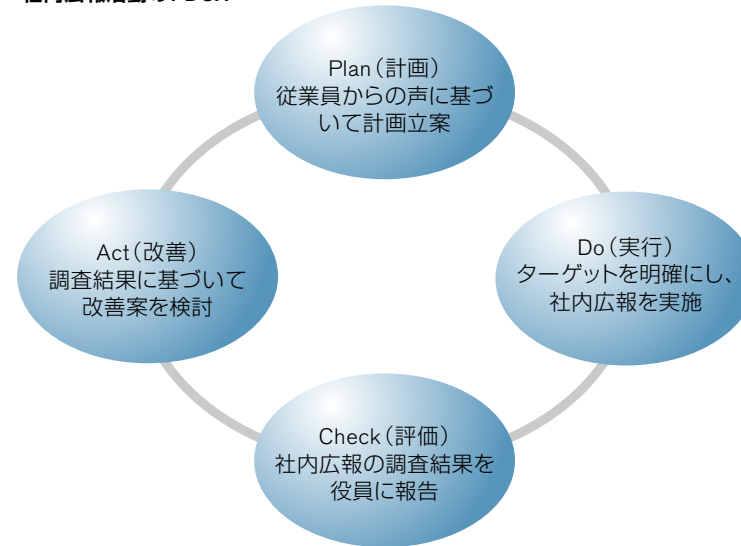
2014年度からは、日産のグローバルでの業務内容や実績・成果などを簡潔にまとめた「エンゲージメントキット」の発行を開始しました。部長層に毎月配布され、部門内で情報共有する際のコミュニケーションツールとして活用されています。同キットの狙いは情報の受け手を巻き込むことにあります。配布される部長層は情報を発信する役割も担い、部内での積極的なコミュニケーションを誘発しながら、従業員の理解促進を図り、モチベーションを高めていきます。

経営者層と従業員の意見交換会

社内の相互理解と信頼を深めるには、従業員の声を把握し、経営層とも従業員の声を共有することが大切です。日産では「日産パワー88」の目標達成に向け、従業員の自信獲得につながるような情報発信に取り組んでいますが、その効果も調査し、KPI[▶]として継続的に社内広報活動に反映させています。具体的には社内広報に関するアンケート調査を定期的実施し、その結果を経営層へ定期的に報告し共有するとともに、調査結果に基づいて誰に何を伝えなければならないかというターゲットを明確に定めて企画を立て、PDCAサイクルを回しながら社内広報活動を推進しています。

▶ KPI: Key Performance Indicators (重要業績評価指標)

社内広報活動のPDCA



経済的貢献

新興国の経済は勢いを増し、世界経済は大きな転換期を迎えています。世界各地で都市化が進行し、インフラ整備が急務になるとともに、移動手段としてのモビリティへのニーズも高まっています。グローバルに展開する自動車メーカーとして、日産にはすべての人にモビリティを提供し、持続可能なモビリティ社会を実現するという大きな目標があります。その達成に向け、世界のあらゆる市場で商品を提供すべく、事業を地理的に拡大するとともに、開発から部品・資材調達、製造、物流、販売に至るすべてのバリューチェーンをグローバルに展開しています。

こうした企業活動を行っていくうえで、日産は自らの持続的な利益ある成長が不可欠なものだと考えています。利益ある成長は、雇用創出や地域の発展など社会全体の経済的発展に貢献します。日産は企業としての経済的な価値を最大かつ持続的なものにするために、中期経営計画「日産パワー88」を掲げ、実行しています。また、「人々の生活を豊かに」という企業ビジョンを掲げる日産は、技術革新に常にチャレンジし、ゼロ・エミッション車をはじめとする新たな市場を創出するなど、社会全体に対する価値を生み出していきます。そして、その成果を多くのステークホルダーと共有していきます。

取り組みの柱

車両生産拠点

〈2016年3月末時点〉

19カ国・地域

経済的貢献

CSRスコアカード

2015年度目標に対する達成度 ✓:達成 ✓:ほぼ達成 ×:未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」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。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2014年度実績	2015年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
企業としての利益ある成長を加速	「日産パワー88」を実行・推進し、2016年度末までに連結営業利益率8%、グローバルマーケットシェア8%を達成する	連結営業利益率 (連結会社、中国合弁会社比例連結ベース)	5.8%	7.0%	(未)	2016年度業績見通し 6.6%	持続的な利益ある成長を目指し、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
		グローバルマーケットシェア (連結会社)	6.2%	6.2%	(未)	2016年度業績見通し 6.3%	

▶ 2016.5決算発表時点



▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-6

経済的貢献への取り組み

日産は事業を通じて、社会の経済的発展に貢献するとともに、社会の成長を持続可能なものにすることを目指しています。その実現に向け、2016年度までに実行すべき、明解かつグローバルなビジョンと具体的な戦略を示したのが中期経営計画「日産パワー88」*です。日産は企業価値を最大化するため、この計画で掲げられたそれぞれの戦略を着実に実行していきます。

推進体制

日産グループは日産自動車株式会社とその子会社、関連会社およびその他の関係会社で構成されています。クルマや部品を製造・販売する自動車事業に加え、販売活動を支援するための販売金融サービスも行っています。

世界的な本社機能として「グローバル本社」を設置し、各事業への資源配分を決定するとともにグループ全体の事業を管理しています。またグループを「日本・アジア・オセアニア」「中国」「北米」「中南米」「欧州」「アフリカ・中東・インド」という6つの地域に分けたマネジメント・コミティによる地域管理と、研究・開発、購買、生産といった機能軸による地域を超えた活動を有機的に統合した組織により運営しています。

企業としての持続可能かつ利益ある成長を加速

日産は自動車産業に大きく貢献する企業として世界をリードする役割を担っています。世界中の人々に最適なモビリティを提供する使命があり、持続可能なモビリティ社会の実現に向け、さまざまな課題の解決に貢献する必要があります。またイノベーションを通して新しい価値を創造し人々に提供することも日産の重要な目標です。こうした使命を果たすためにも企業として利益ある成長を持続することが不可欠です。中期経営計画「日産パワー88」は企業として成長を加速させる意欲的な計画です。企業としての実力を100%引き出すことで、社会全体に対しても雇用創出をはじめとする価値を生み出したいと考えています。同時に、重点分野および市場への戦略的な投資も継続しています。今後も適切な利益確保に努め、社会に対する価値創造を継続的に高めることを目指します。

重点分野および市場への戦略的な投資

グローバル市場における日産の成長を加速させるには、事業と市場を拡大し、世界のあらゆる市場でお客様のニーズに合った商品を提供する必要があります。その実現にはグローバルに展開する生産体制を強化し、日産のモノづくり機能を拡充しなければなりません。

日産はニッサン、インフィニティに続く第3のブランドであるダットサンを復活させました。高い成長を続ける市場で将来の成功を夢見るすべてのお客様に、ダットサンはクルマのある豊かな生活を提供します。2014年3月、インド市場では、ダットサン「GO」に続きダットサン「GO+（ゴープラス）」を発売しました。また、インドネシア市場では、MPVのダットサン「GO+ Panca（ゴープラス パンチャ）」とハッチバックのダットサン「GO Panca（ゴープンチャ）」の販売を開始。このモデルは、西ジャワ州プルワカルタの新工場で生産されています。ロシア市場に向けてはロシアの

▶ website

▶ 「日産パワー88」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

お客さまのニーズに合わせてデザイン・開発した4ドア5人乗りセダン、ダットサン「on(オン)-DO(ドール)」とハッチバックのダットサン「mi(ミ)-DO(ドール)」の販売を開始。生産は、ルノー・日産アライアンスとパートナーシップを組んでいるアフトワズのトリアッティ工場で行われています。ダットサン・ブランド第4の市場となる南アフリカでは、2014年10月にダットサン「GO」の販売を開始しました。斬新でワクワクする革新的なものを提供していくというダットサンの哲学は、高成長市場で受け入れられ、2015年には4カ国での累計販売台数が10万台を突破しました。

インフィニティにおいては、米国テネシー州デカード工場で、インフィニティ「Q50」とメルセデス・ベンツ「Cクラス」用2.0リッター4気筒エンジンの生産を開始しました。ルノー・日産アライアンスとダイムラーAGの提携により、最大稼働時の生産能力は年間25万基規模となりました。ダイムラーAGとの提携では、2015年9月、メルセデス・ベンツおよびインフィニティ向け次世代プレミアムコンパクトカーを生産するメキシコのアグアスカリエンテス新工場の建設に着工しました。新工場は日産のアグアスカリエンテス第2工場に隣接して建設され、初期段階の年間生産能力は23万台以上を予定しており、2020年までに約3,600名の直接雇用を創出します。2017年にはインフィニティ向けモデル、2018年にはメルセデス・ベンツのモデルの生産を開始する予定です。メキシコのサプライヤーベースを拡大し、高い現地調達率を実現します。

高級車へのニーズが高まっている中国市場では、日産自動車株式会社と東風汽車有限公司との戦略的パートナーシップをさらに前進させ、東風インフィニティ汽車有限公司(以下、東風インフィニティ)を正式に発足させました。中国のラグジュアリーカー市場とともに発展していくことを決意したものです。東風インフィニティは「一つの戦略、一つのブランド、一つのチーム、一つのチャンネル」という経営方針のもと、インフィニティ・ブランドを展開していきます。インフィニティ・ブランドとして中国での現地生産第1号車となるインフィニティ「Q50L」の販売を開始。生産を

スタートした湖北省の襄陽工場は、生産能力を年間25万台に増強しており、そのうちの6万台はインフィニティ・モデルの生産を担います。日本、米国に続く、インフィニティ3番目のグローバル生産拠点として、商品ラインアップを一層強化しつつ、中国事業のさらなる発展と拡大に取り組みます。

新たな価値の創出や競争力の強化を目指す「攻め」のIT活用

日産は2015年5月、収益拡大や事業革新に向け積極的なITの活用を実施している優れた上場企業として「攻めのIT経営銘柄」に選定されました。経済産業省が、日本企業の戦略的IT活用を促進するため、東京証券取引所と共同で2014年度に創設したもので、今回は初の銘柄選定です。

企業の製品・サービス開発強化やビジネスモデル変革を通じて新たな価値を創出し、競争力の強化を目指す「攻め」のIT活用は、世界中の先進企業が積極的に行っているとされています。本銘柄は、積極的に「攻めのIT経営」に取り組む企業を投資家等へ紹介するとともに、IT活用の重要性に関する経営者の意識変革を促すことを目的としています。

日産のグローバルIT戦略である「VITESSE」[▶]に基づくソリューション構築を経営戦略と連動して実行している点が評価されました。

▶ 「VITESSE」とは、「Value Innovation」「Technology Simplification」「Service Excellence」の頭文字をとったもので、ITによるビジネス価値の創造をスピーディーに進めることを目的としている



攻めのIT経営銘柄
Competitive IT Strategy Company

株主・投資家の皆さまとの対話

株主・投資家の皆さまは持続可能な社会をともに創造していくパートナーです。日産の事業活動を正しくご理解いただくため、IR(株主・投資家向け広報)活動においては迅速で透明性の高い情報開示を継続的に行うことを基本としています。

株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション

株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションとして、四半期ごとの決算説明会に加え、機関投資家への個別訪問や証券アナリストとの取材対応を頻繁に行っているほか、会社主催の事業説明会や証券会社主催のコンファレンスなどを通じて会社の状況などを積極的に情報開示しています。また、個人投資家向けに開催される証券会社主催の会社説明会にも参加しています。さらに、投資家向けのウェブサイトを経営し、随時最新情報を開示しています。

事業説明会では毎年、投資家・アナリストの関心が高いテーマを選び、各部門・地域のマネジメント層から積極的に情報提供しています。2015年度は、インフィニティ事業やパワートレイン技術の動向や戦略についての説明会を実施しました。日産は、長期的視野に立つ経営戦略や、競争力を強化するイノベーションの導入、最新の市場動向などに関して、さまざまな機会を通じて情報開示に努めています。

日産への理解をさらに深めていただくため、今後もニーズに合わせた適切な情報開示を実施していきます。

第116回株主総会

第116回定時株主総会は、2015年6月23日、パシフィコ横浜で開催され、1,711名の株主の皆さまにご出席いただきました。株主総会後には最高経営責任者(CEO)であるカルロス・ゴーンをはじめ執行役員以上が

全員参加する懇親会を行い、対話の機会を持ちました。

株主総会は、日産の経営陣が株主の皆さまと直接コミュニケーションをとれる貴重な機会です。株主総会や関連イベントを通じて、株主の皆さまの意見に十分耳を傾けるとともに、疑問に対しても十分な説明をすることで、信頼に添えていきたいと考えています。

また、株主総会に際しては、株主の皆さまの日産への質問や意見を事前に募集し、説明や報告、質疑応答を充実させる取り組みを、2009年から続けています。

2008年から追浜工場で開催している「日産自動車技術体験会」では、工場生産ラインの見学やテストコースでの試乗体験などを通じて日産の技術を体感していただくほか、役員との懇談の場を設定し、活発な意見交換を行っています。2015年6月20日には株主総会に先立ち、抽選により200名の株主の皆さまを招待しました。株主の皆さまとの貴重なコミュニケーションは、直後に行われる株主総会の大きな参考となっています。

IR活動で外部から高い評価

日産は、公益社団法人日本証券アナリスト協会主催の第21回「証券アナリストによるディスクロージャー優良企業選定」において、自動車・同部品・タイヤ部門の3位に選定されました。「ディスクロージャー優良企業選定」は、企業の情報開示向上を目的に設立され、各業種のアナリストが、経営陣のIR姿勢、説明会、フェアディスクロージャー、コーポレートガバナンス、自主的情報開示の5項目における評価を行います。日産は、経営陣のIRへの積極的な取り組みといったフェアディスクロージャーや、説明会などでの適切な質疑応答、コーポレートガバナンスなどが高く評価されました。

▶ website

▶ IR情報に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

コーポレートガバナンス・内部統制

日産が持続可能な企業であるためには、高い倫理観と透明性、また強固な基盤を備えた体制が不可欠です。日産の事業はグローバルに拡大し、各地域で多様なステークホルダーの皆さまと活動していますが、すべてのステークホルダーから信頼され続ける企業であるためには、すべての従業員が高い倫理観を持ってコンプライアンス(法令順守)を実践しなければなりません。また、さまざまなモニタリングシステムを活用しながら経営の透明性を維持する企業統治の体制を構築するとともに、事業目標の達成を阻害する要因であるリスクを適切に評価し、効果的に管理することが重要です。日産は世界の各拠点が連携しながら管理体制をグローバルに整備し、従業員・ビジネスパートナーへの啓発活動に取り組んでいます。

取り組みの柱

「日産グローバル賄賂防止ポリシー」研修
を受講した従業員

〈2015年度／日本〉

98.8%

コーポレートガバナンス・内部統制

CSRスコアカード

2015年度目標に対する達成度 ✓✓: 達成 ✓: ほぼ達成 ×: 未達成

年間を通じたCSR推進の管理ツールとして「CSRスコアカード」を作成して、「サステナビリティ戦略」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。

取り組みの柱	目標	進捗確認指標	2014年度実績	2015年度実績	評価	次年度以降の取り組み	長期ビジョン
コンプライアンス	コンプライアンス違反未然防止の仕組みが機能し、日産のすべての会社でコンプライアンスの順守が徹底される	<ul style="list-style-type: none"> グローバルコンプライアンス委員会の開催 各地域の現状の把握と必要な対応策の策定状況 	<ul style="list-style-type: none"> 2014年度グローバルコンプライアンス委員会を5月と12月に開催 マネジメント体制の刷新に合わせ、グローバルコンプライアンス委員会の新ガバナンスを決定 グローバルコンプライアンス関連のローカルガイドラインを地域ごとにイントラネットに掲載 賄賂防止と輸出管理のGeneral Awarenessトレーニングを米州から開始。今後、他地域でも展開予定 	<ul style="list-style-type: none"> 2015年度グローバルコンプライアンス委員会を2015年5月、12月、2016年3月に開催 グローバルコンプライアンス室を設置 外部窓口を持つ内部通報制度を拡充し2つの地域に新たに設置 コンプライアンス関連の案件について上申プロセスを設定 	✓✓	<ul style="list-style-type: none"> 外部窓口を持つ内部通報制度についてグローバルでの展開と統合を行う グローバルでの倫理研修制度を確立する グローバルコンプライアンス指針を策定する 取締役や執行役員を対象とした1対1の研修制度を設定する 機密情報保持と内部者取引についてグローバルでの啓発活動を開始する 	どのように順守するだけでなく、さらに何ができるのかを考えられるよう、コンプライアンスの枠を超えて行動する
リスクマネジメント	毎年PDCAを正しく回し、リスクマネジメントを機能させる	<ul style="list-style-type: none"> リスクマネジメントプロセスに基づいた下記項目の実施状況 コーポレートリスクの洗い出しとリスクマップの見直し 経営に対する報告と提案 ステークホルダーに対するリスクマネジメント活動の情報開示 リスクマネジメント活動の進捗状況の管理と取締役会への定期的な報告 	<ul style="list-style-type: none"> 2014年度のコーポレートリスクとオーナーとを経営会議体にて決定。当該リスクのオーナー主導のもと、リスクごとにリスクマネジメント活動を実行 それぞれの活動状況について、中間報告および年度末報告を取締役に報告。リスクマネジメントのPDCAはおおむね有効に回っていることを確認 有価証券報告書「事業等のリスク」およびサステナビリティレポートの記述の見直しを実施 国内関係会社との会議を年2回開催。北米・欧州・豪州・ブラジルの各拠点およびルノーの担当者との情報共有・意見交換を実施 	<ul style="list-style-type: none"> アニュアルプロセスに基づき、リスクサーベイを実施 FY15のコーポレートリスクとオーナーとをコーポレートリスクマネジメント委員会に提案 各オーナー主導の下、リスクマネジメントの活動を実行 活動状況については、中間報告及び年度末報告を内部統制委員会及び取締役会にも報告。リスクマネジメントのPDCAサイクルは概ね有効に回っている旨承認 有価証券報告書の「事業等のリスク」及びサステナビリティレポートの「リスク管理の状況」の記載内容の見直し 情報共有と意見交換の実施(国内子会社:年2回、海外子会社及びルノー:年1回) 	✓✓	<ul style="list-style-type: none"> 年度初めに当年度のコーポレートリスクを選定し、経営会議体提案する 取締役会への定期的な報告を継続する 日産のリスクマネジメントについての評価を向上させるため、開示情報を見直しを行う グループ内でのリスクマネジメント機能の連携を維持するため、国内および海外関係会社との定期的な情報共有・意見交換を継続する 	グローバルにリスクマネジメントの仕組みが機能していることで企業価値の向上に貢献するとともに、積極的な情報開示により外部からの理解にも貢献している
	情報セキュリティの維持・強化、情報漏えいの未然防止・被害最小化・透明性維持などが、ベンチマークレベルで達成されている	<ul style="list-style-type: none"> 情報セキュリティポリシーに基づいた下記項目の実施状況 情報セキュリティ委員会の開催 毎年の教育 インシデント管理 情報資産管理 情報セキュリティ評価 	<ul style="list-style-type: none"> 各活動においてルノーとの連携を強化 情報セキュリティ委員会のマネジメント強化 毎年の教育実施、コンテンツの改訂 社内インシデントのタイムリーな把握、再発防止の実施 情報資産管理レベルの継続的向上、ラベリングの徹底・強化 情報セキュリティ評価の実施、評価指標の改訂 サイバー攻撃、内部不正など、昨今の社外でのインシデント事例から、同様のことが自社内で起きないように改善を実施 	<ul style="list-style-type: none"> 各活動においてルノーとの連携を強化 情報セキュリティ委員会のマネジメント強化 毎年の教育実施、コンテンツの改訂 社内インシデントのタイムリーな把握、再発防止の実施 情報資産管理レベルの継続的向上、ラベリングの徹底・強化 情報セキュリティ評価の実施、評価指標の改訂 サイバー攻撃、内部不正など、昨今の社外でのインシデント事例から、同様のことが自社内で起きないように改善を実施 	✓	<ul style="list-style-type: none"> ルノーとのさらなる連携強化を図る グローバルレベルで、レベル向上が求められる国・グループ会社の対策を強化する サイバー攻撃、内部不正などへの対策を継続して強化する 	情報セキュリティに関するPDCAサイクルがグローバルに実施され、社会的責務を果たすとともに、安定した企業活動の遂行に寄与する

コーポレートガバナンス・内部統制への取り組み

日産ではガバナンスの体制、コンプライアンス(法令順守)、リスクマネジメントを企業経営における重要な要素と位置づけています。経営陣の責任が明確かつ透明性の高い体制を築くこと、すべての従業員が高い倫理観を持ってコンプライアンスを実践すること、そして、効果的で適切なリスク管理体制をグローバルに整備すること、この3つを基盤としてグローバルにガバナンスを推進しています。

コーポレートガバナンス体制

コーポレートガバナンスを充実させることは、日産の経営の最重要課題のひとつです。そのために最も重要なのは、経営陣の責任を明確にすることであり、日産はすべてのステークホルダーに対して明確な経営目標や経営方針を公表し、その達成状況や実績を速やかに高い透明性を持って開示しています。また経営陣は、「持続可能な企業であるためには高い透明性と失敗に学ぶプロセスこそが何より重要である」というトップのメッセージを共有しています。

企業統治の体制

経営の透明性や機動性を向上し、責任体制を明確にし、さらに取締役の業務執行に対して適切な監督・監査を行うため、取締役会による監督と監査役による監査を行う体制および執行役員制度を採用しています。取締役会は社外取締役も含めて構成され、会社の重要な業務執行を決定するとともに、個々の取締役の職務執行に対する監督を行っています。

効率的かつ機動的な経営を行うため、取締役会の構成はスリムなものとし、業務執行については明確な形で執行役員および従業員に権限を委

譲しています。さらに、会社の重要事項や日常的な業務執行に関する事項については、それぞれの業務執行責任者が議長となって審議し議論する会議体を設置しています。

内部統制システムの基本理念

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、取締役会では、会社法に定める内部統制システムおよびその基本方針を決議しました。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注視するとともに、必要に応じて変更・改善を行っています。また、内部統制について担当する取締役を置いています。

また、日産では監査役会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。会計監査人からは定期的に監査の計画および実施結果の報告を受けるとともに、意見交換を行い、その妥当性を判断しています。同様に、グローバルコンプライアンス室およびグローバル内部監査室からも定期的に報告を受け、監査の参考としています。

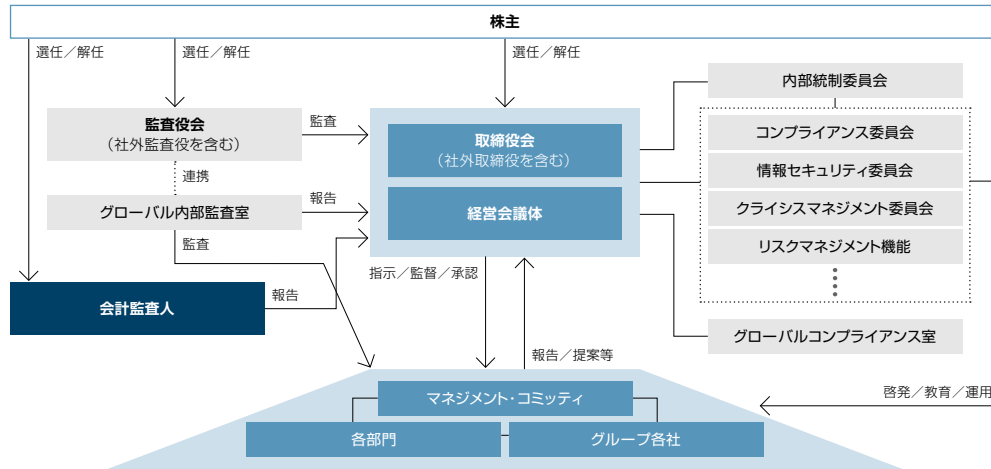
独立した組織による内部監査

日産は、独立したグローバル内部監査部署を設置しています。各地域では統括会社に設置された内部監査部署が担当し、具体的な監査活動をチーフインターナルオーディットオフィサー(CIAO)が統括することにより、グループ全体においてもグローバルにおいても有効かつ効率的な内部監査を実施しています。

▶ website

▶ 取締役会に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

日産の内部統制システムの概要



▶ 2016年3月時点

コンプライアンス

CSRを推進するうえでは、すべての従業員が高い倫理観を持ってコンプライアンスを実践することが重要です。日産はグローバルコンプライアンス室を設置し、世界の各拠点にコンプライアンス施策を推進する担当部署と推進責任者を配置して、コンプライアンス意識の醸成に努めています。

従業員におけるコンプライアンスの徹底

すべての従業員が高い倫理観を持って業務を遂行することが、日産のCSR推進の基盤です。2001年には、従業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、グループ全社でグローバルに適用しています。

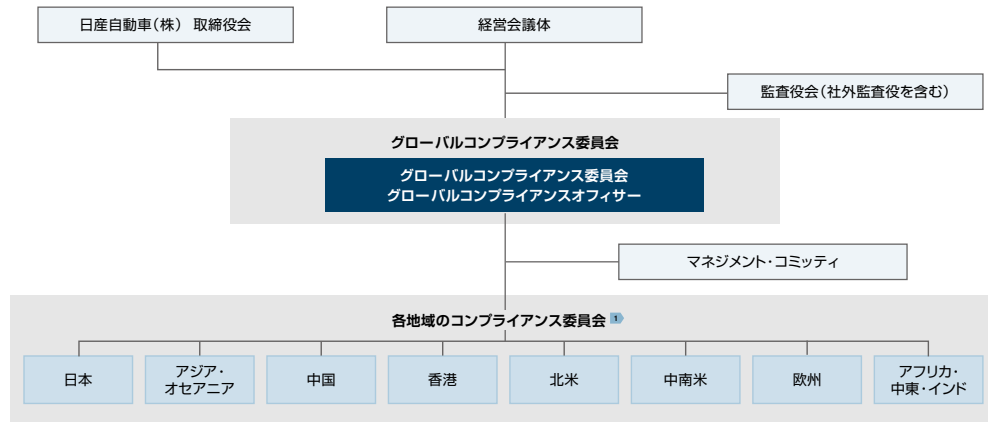
取締役や執行役員に対しても、「取締役・執行役員の法令順守ガイド」を策定し、定期的にセミナーや啓発活動を実施することなどによりその順守を徹底しています。

さらに「グローバルコンプライアンス委員会」の統括のもと「リージョナルコンプライアンス委員会」を地域ごとに設置して、違法行為や非倫理的行為を未然に防ぐグローバルな体制を構築。法令・倫理順守機能を高めるため、各地域・拠点が連携しながらコンプライアンスの周知徹底と違法行為の未然防止活動に取り組んでいます。日産グループでは、従業員が行動規範や法律に違反・抵触した場合、厳しく対処しています。また、コンプライアンスの管理をこれまで以上に徹底するため、日産では2015年度にグローバルコンプライアンス室を設置しました。

▶▶ page_108

▶ 「日産グローバル行動規範」の詳細を掲載しています

2015年度グローバルコンプライアンス委員会組織



① 各地域のコンプライアンス委員会はローカルレベルのコンプライアンス委員会を適切に監視しています
 ② 2016年3月時点

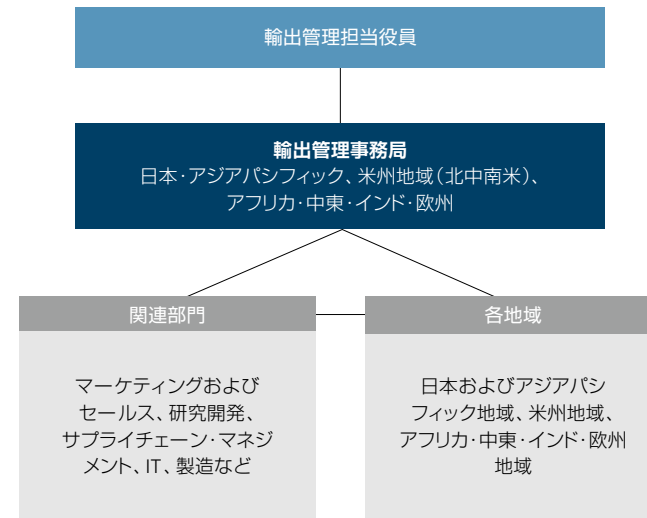
安全保障に関する輸出管理

日産は、国家および国際間の平和と安全の維持に貢献するため、日本をはじめとする各国の安全保障に関する輸出規制法令の順守を徹底しており、規制対象となる貨物や技術について、テロ、産業スパイ、人権侵害などの懸念活動への拡散防止を図っています。各国・地域の法令の順守を確実にを行うため、日産では、輸出管理担当役員を長とする自主管理体制を構築して、社内規程や業務プロセスを整備し、輸出管理事務局とビジネス部門が協働して厳格に運用しています。

内部管理のレベル向上を図るため、日産は各地域で輸出管理に関するリスクアセスメントを定期的を実施するほか、法規制や事業上の要請に即した監視体制づくりや継続的な運用の改善に取り組んでいます。また従業員の理解レベルを向上させるための教育にも積極的に取り組んでおり、日本で行われてきた研究開発部門への専門的な教育プログラムを米国や

中国でも実施しているほか、スペインやロシアではルノー・日産アライアンスで一貫した教育プログラムなどを実施しています。輸出管理の取り組みでは、世界の各拠点でコンプライアンスの知識を高めるとともに、貿易の推進に力を入れてきました。例えば、輸出管理事務局は、世界に輸出する海外拠点の法規制管理を行いながら営業活動をサポートしています。さらに、世界各国で日産の先進技術を導入する際に、法規制に関するアドバイスを積極的に提供して、自動運転、車載コネクティビティ、電気自動車といった先進技術の発展を支援しています。

輸出管理に関するグローバル組織図



コンプライアンスの徹底

日産では「日産グローバル行動規範」を定め、グローバルコンプライアンス室を設置するとともに世界の各拠点にコンプライアンス施策を推進する担当部署と推進責任者を配置してコンプライアンス意識の醸成に努めています。

また、すべての従業員が行動規範を正しく理解し、透明かつ公正な判断によって行動するための教育を重視しています。日本では、すべての従業員を対象に「日産行動規範(日本版)～わたしたちの約束～」を2004年に制定し、以降3年ごとに改定(2013年10月改定)。この規範に関するe-ラーニングまたはVTR教育を行い、受講後には規範順守の誓約書へ署名を求めるなど、すべての従業員が日産のポリシーを完全に理解し、コンプライアンスに関する問題に直面した際には適切に対応できるよう意識づけを強化しています。

日産が事業活動を行う各地域においても法令順守のためのさまざまな従業員教育を定期的に行っているほか、グループ各社でも「日産グローバル行動規範」を基準とした行動規範を導入しています。さらに、従業員がコンプライアンスに関する施策や行動規範の内容を確実に理解・尊重できるよう、積極的にグローバルレベルで研修を行っています。日本ではコンプライアンス施策がすべての従業員に伝達され、2015年度までに、98.8%の従業員が「日産グローバル賄賂防止ポリシー」^{*}の研修を受けました。

また、「グローバル内部取引防止管理規程」「個人情報管理規程」「情報セキュリティポリシー」「日産グローバル賄賂防止ポリシー」「グローバル・ソーシャルメディア・ポリシー」などの社内規程に基づいて、コンプライアンス意識を高め違反を低減する活動に取り組んでいます。

▶ website

▶ 「日産グローバル賄賂防止ポリシー」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

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、常に実直・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(以下日産)に働くすべての従業員に適用されており、従業員一人ひとりにこの行動規範をしっかりと維持・改善していく責任があります。

グローバル行動規範

① 法律・ルールの遵守

日産の従業員は、事業活動を行うすべての国の法律、すべての会社のルールを遵守します。

② 利益相反行為の禁止

従業員が心がけるべき最も重要なことは日産の利益です。会社の利益に反して、行動・活動すること、あるいは情報を使用することは禁じられています。

③ 会社資産の保護

日産の従業員は会社のあらゆる資産、資金、情報および知的財産を維持し、保護する責任があります。許可なくこれらを使用または流用することは禁じられています。

④ 公平・公正な関係

日産の従業員は取引先(販売会社、部品メーカー、その他の関係先等)と、公平かつ公正な関係を維持していかなければなりません。

⑤ 透明性と説明責任の確保

日産の従業員は、株主、お客さま、他の従業員、地域社会等の関係者に対し、企業活動にかかわる情報を、公正性と透明性をもって、適時・適切に開示します。

⑥ 多様性の尊重と機会平等

日産は従業員、取引先、お客さま、および地域社会の多様性を評価・尊重します。また、差別やいやがらせは、どんな形・程度にせよ容認されるべきではありません。

⑦ 環境保護

日産の従業員は、製品を開発し、サービスを提供する際、事業目的の範囲内で環境保護を考慮しなければなりません。あわせてリサイクル・省資源・省エネルギーの推進に努めなければなりません。

⑧ 実践・報告の義務

日産の従業員は、この行動規範に従い、業務を遂行することを期待されています。また、行動規範の違反を察知した場合には、速やかにその旨を報告する義務を負っています。その際、当該従業員は報復を受けることのないよう保護されます。

人権尊重と差別・いやがらせの禁止

日産は、「日産グローバル行動規範」の第6条「多様性の尊重と機会平等」において、従業員や取引先、お客さま、地域社会の多様性を評価・尊重し、差別やいやがらせは、どんな形・程度にせよ容認しないことを定めています。役員および従業員は、相互の人権を尊重し、人種、国籍、性別、宗教、身体の障がい、性的指向、年齢、出身、その他の理由で差別やいやがらせを行うことや、その状態を容認することを禁止しています。また、職場におけるセクシュアル・ハラスメントやその他のハラスメント(いやがらせ)を許さないという立場で、男女を問わず、すべての従業員が被害に遭わないよう、その防止に努めています。

健全性を高める内部通報制度

日産では、グローバルに従業員一人ひとりがコンプライアンスを徹底し、企業活動が正しく行われるよう、内部通報制度を導入しています。従業員が意見・質問・要望を会社に直接伝える仕組みを整え、業務や職場の改善をもとより、企業倫理を順守する風土づくりに役立てています。

日本国内の日産グループ各社では、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、会社の内部に窓口を設置して「イージーボイスシステム」を運用しています。

また、「イージーボイスシステム」の定着を推進する一方、浄化作用をより高め、匿名での通報を可能とするため、2013年8月より外部の通報窓口として「日産コンプライアンスホットライン」の運用を開始しました。「日産コンプライアンスホットライン」ではウェブサイトと電話の両方で通報を受け付けています。第三者機関の経験豊富なカウンセラーが通報者のプライバシーを守りながら質問を通じて適切に誘導し、対応方法についての情報を提供します。

グローバルの各拠点においても、各国の文化や法律を考慮しながら、各社最適な形をとって内部通報制度を設置・運用しています。北米、南米、欧州、アフリカおよびアジアの多くの国々においては、ウェブサイトや電

話で、週7日、24時間体制のホットラインを設置しています。他の国々についても本格的導入に向けた準備を進めています。

日産は通報者への報復を禁じる厳格な方針を定めており、それがコンプライアンス制度の土台となっています。

リスクマネジメント

日産ではリスクを「日産グループの事業目標達成を阻害する要因」と定義しています。リスクをいち早く察知・評価し、必要な対策を検討・実行することにより、発生確率を低減し、万が一発生した場合でも、その損害を最小にとどめる努力を続けています。

全社的リスクマネジメントの基本方針と管理体制

リスク管理は常に具体的な対策とつながった実質的な活動でなければなりません。

日産では「グローバルリスク管理規程」に基づき、グループ全体で活動を推進しています。具体的には、事業環境の変化に対応するため、リスク管理の専門部署による役員層へのインタビューを毎年実施。さまざまなリスクの洗い出しに続き、インパクトと頻度、コントロールレベルを評価し、コーポレートリスクマップの見直しを行います。そして経営会議体において、全社的に管理すべきリスクとその管理責任者を決定し、責任者のリーダーシップのもと、各リスクへの対策に取り組みます。さらに、それらの進捗状況は内部統制担当取締役が取締役会に適宜報告しています。

個別のビジネスリスクに対しては、発生時の影響と発生の頻度を最小にするため、各部門の責任において、本来業務の一環として必要な予防対策を講じるとともに、発生時の緊急対応策を整備しています。国内外の連結会社とも連携を深め、グループ全体でリスクマネジメントの基本的なプロセスやツールの共通化、情報の共有化を進めています。

また、社内のコミュニケーションツールとして導入されているイントラネット上に「コーポレートリスクマネジメント」のサイトを設け、日本、北米、欧州およびその他の海外地域や主要な関係会社向けにもリスクマネジメントに関する情報を発信しています。

日産は現在、中期経営計画「日産パワー88」*に取り組んでいます。グローバル市場占有率と営業利益率をともに引き上げるといった意欲的な計画を達成するには、世界各地に展開している工場の生産能力を活用して投資を抑え、何らかのアクシデントが発生し停止した場合でも迅速に復旧させるなど、効率的な生産が不可欠です。

この中期計画をリスクマネジメントの観点からサポートするため、東日本大震災やタイの洪水で得られた貴重な教訓をさらに進化させ、取り組みの範囲をグローバルに、またサプライチェーンにも拡大して対応を進めています。

個人情報保護と情報セキュリティへの取り組み

日産では、情報セキュリティ全般に対する取り組みの基本方針である「情報セキュリティポリシー」をグローバルに展開し、情報セキュリティ委員会のもと、PDCAを回した対策を図っています。特に、グローバルで発生する社内外の情報漏えい事案については随時捕捉し、タイムリーに情報セキュリティの強化を実施することにより、確実に対応しています。同ポリシー徹底のため、情報セキュリティに関する社内教育を継続的に実施し、周知・定着を図っています。

また、各国における個人情報の保護に関する法律を順守し、お客さまの情報を適正に扱うことが社会的責務であると認識し、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程を策定し、グループ会社全体において徹底しています。

▶▶ website

▶ 「日産パワー88」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

▶▶ website

リスク管理の状況については、ウェブサイトをご覧ください

▶▶ website

GRI「サステナビリティ レポートニング ガイドライン」対照表はウェブサイトをご覧ください

会社データ

設立	1933年12月26日
本社所在地	神奈川県横浜市西区高島一丁目1番1号
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。自動車およびその部品の製造・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。
ブランド	ニッサン、インフィニティ、ダットサン
連結従業員数 (2016年3月末現在)	152,421人
グローバル拠点 (2016年3月現在)	<p>研究開発拠点：15カ国・地域 (日本、米国、メキシコ、英国、スペイン、ベルギー、ドイツ、ロシア、中国、台湾、タイ、南アフリカ、ブラジル、インド、ベトナムに計43カ所)</p> <p>デザイン拠点：5カ国 (日本、米国、英国、中国、ブラジルに計7カ所)</p> <p>車両生産拠点：19カ国・地域、40拠点 日産の連結車両組立工場、非連結の車両組立工場(OEM生産を含む)。ただし、国内OEMからの供給(ふそう、スズキ、三菱自動車等)は含まない</p>



▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-4/G4-5/G4-9

財務データ

	(年度) 億円		
	2013	2014	2015
売上高	104,825	113,752	121,895
営業利益	4,984	5,896	7,933
経常利益	5,272	6,942	8,623
税金等調整前当期純利益	5,294	6,874	7,329
親会社株主に帰属する当期純利益	3,890	4,576	5,238
設備投資	5,363	4,631	4,790
減価償却費	3,471	3,733	4,019
研究開発費	5,006	5,061	5,319

▶ 2013年度から中国の合弁会社・東風汽車有限公司の連結方法が変わり、持分法が適用されています

▶▶ website

より詳細な財務データは、IR情報ウェブサイト「投資家の皆さまへ」に掲載しています



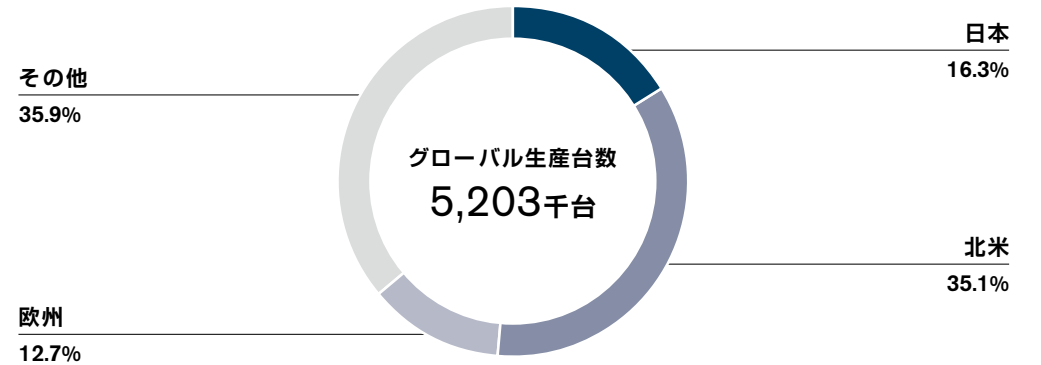
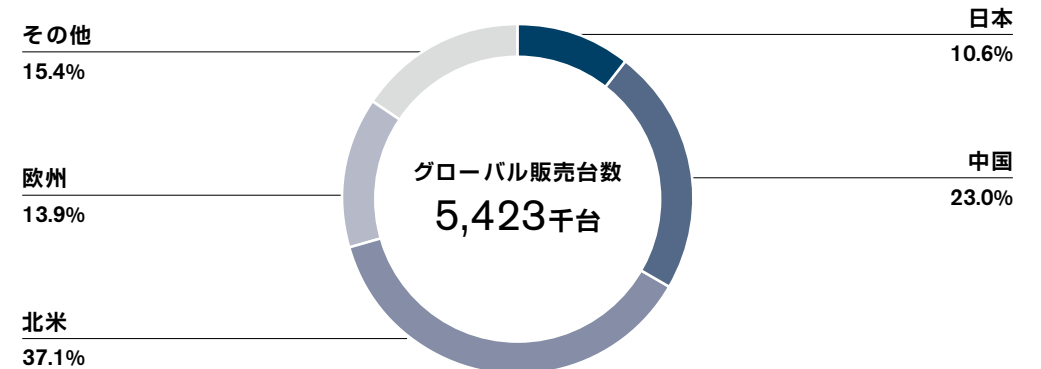
▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-9

グローバル販売台数および生産台数

	(年度) 千台		
	2013	2014	2015
グローバル販売台数	5,188	5,318	5,423
日本	719	623	573
中国	1,266	1,222	1,250
北米	1,648	1,829	2,011
欧州	676	755	754
その他	879	889	835
	千台		
グローバル生産台数	5,082	5,061	5,203
日本	1,000	871	849
北米	1,588	1,744	1,825
欧州	716	720	661
その他	1,808	1,726	1,868

▶▶ website
より詳細な財務データは、IR情報ウェブサイト「投資家の皆さまへ」に掲載しています

2015年度内訳



従業員データ

		(年度)		
単位		2013	2014	2015
日産自動車(株)				
従業員数	人	23,085	22,614	22,471
男性	人	21,153	20,567	20,346
女性	人	1,932	2,047	2,125
平均年齢	歳	43.0	43.0	43.0
男性	歳	43.5	43.5	43.5
女性	歳	37.9	38.0	38.0
勤続年数	年	19.4	20.1	20.0
男性	年	19.9	20.6	20.5
女性	年	14.0	14.9	14.8
離職率	%	3.8	4.3	3.8
自己都合	%	0.9	1.1	1.1
会社都合	%	2.9	3.2	2.7
平均年間給与	円	7,665,078	7,767,269	7,950,212
障がい者雇用率	%	2.09	2.04	2.08
育児休職取得者数	人	233	269	280
男性	人	3	11	23
女性	人	230	258	257
育児休職復職率	%	99	97	98
男性	%	100	100	100
女性	%	99	97	98
介護休業取得者数	人	9	6	7
男性	人	6	2	4
女性	人	3	4	3
産休取得者数	人	230	258	280
年休取得日数	日	18.3	18.7	18.9
年休取得率	%	91.5	93.5	95.3
残業時間 平均	時間/月	18.9	16.3	19.6
組合員総数	人	22,196	22,179	21,182

▶ 平均年間給与は部長を除く一般従業員。賞とおよび基準外賞金を含む。ただし、2013年度より平均年間給与の算出方法を部長層を含む全従業員に変更



▶▶ GRI G4 Indicators
 ▶ G4-9/G4-10/G4-11/
 G4-12/G4-38/G4-EC1/
 G4-LA1/G4-LA3/
 G4-LA12

		(年度)		
単位		2013	2014	2015
管理職:女性人数	人	183	214	242
女性比率	%	7.1	8.2	9.1
目標値	社内目標あり			
うち部長職以上	人	44	58	62
女性比率	%	5.0	6.4	7.0
執行役員:女性人数	人	1	1	1
女性比率	%	2.0	2.0	1.9
目標値	社内目標あり			
取締役:女性人数	人	0	0	0
女性比率	%	—	—	—
うち社内取締役:女性人数	人	0	0	0
女性比率	%	—	—	—
うち社外取締役:女性人数	人	0	0	0
女性比率	%	—	—	—
監査役:女性人数	人	0	0	0
女性比率	%	—	—	—
新卒採用	人	537	606	535
男性	人	412	477	402
女性	人	125	129	133
うち大卒・修士以上	人	324	400	349
男性	人	249	306	265
女性	人	75	94	84
うち大卒以外	人	213	206	186
うち短大・専門	人	18	18	9
男性	人	18	17	8
女性	人	0	1	1
うち高卒・他	人	195	188	177
男性	人	145	154	129
女性	人	50	34	48
新卒入社者の定着状況				
3年前新卒入社者	人	231	220	324
男性	人	196	158	254
女性	人	35	62	70
うち在籍者(3年後)	人	222	206	307
男性	人	190	149	242
女性	人	32	57	65

		(年度)		
単位		2013	2014	2015
連結ベース				
連結従業員数	人	142,925	149,388	152,421
		(21,750)	(20,381)	(19,007)
日本	人	65,480	65,771	64,837
北米	人	32,272	37,185	40,151
欧州	人	15,931	16,535	16,148
アジア	人	24,383	25,439	26,310
その他海外地域	人	4,859	4,458	4,975

① ()内は臨時雇用者数で外数

② 2013年度から中国の合弁会社・東風汽车有限公司の連結方法が変わり、持分法が適用されています

労働組合の状況

日産自動車(株)の従業員は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、2016年3月末現在の組合員総数は21,182人。

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、英国においてはユニイト・ザ・ユニオン英国日産自動車製造支部など、各国の労働環境に即した労働組合が存在します。

社会貢献活動データ

2015年度 グローバル社会貢献支出額：約24億円

社会貢献支出には以下の費用を含む

- 社会貢献活動費は社会貢献活動を実施するために支出した経費(労務費は除く)
- 寄付は社会貢献を目的とした現金寄付、スポンサーシップ費用および各種年会費等の支出
- 現物寄付は金額に換算

2015年度 日産自動車(株)社会貢献支出額(内訳)

	社会貢献活動費	寄付	現物寄付(金額換算値)	スポンサーシップ・その他	合計
金額(百万円)	1,083	1,065	82	165	2,395
比率(%)	45.2%	44.5%	3.4%	6.9%	100%

(年度)

	2013	2014	2015
災害支援時の 日産グループ各社からの支出	1,200万円 (日産自動車(株)単独:東日本大震災継続支援) 300万人民元(約4,800万円) (日産自動車(株)、日産(中国)投資有限公司および インフィニティ中国事業本部:中国四川省地震) 総額2,000万円 (日産自動車(株)単独:フィリピンにおける台風被害) 1万ドル(約100万円) (北米日産会社:米国イリノイ州でのハリケーン)	約3,800万円 (日産自動車(株)単独:東日本大震災継続支援) 200万人民元(約3,300万円) (日産自動車(株)単独:中国雲南省地震) 500万円 (日産自動車(株)単独:広島市大雨被害) 約1,000万円 (日産自動車(株)単独:リベリア共和国におけるエボ ラ出血熱の流行拡大)	1,000万円 (日産自動車(株)単独:ネパール地震) 5万ドル(約575万円) (北米日産会社:米国テキサス州・オクラホマ州に おける竜巻および大雨洪水被害) 1,000万円 (日産自動車(株)単独:平成27年9月 関東・東北豪雨 被害) 約2,600万円 (インド日産 単独:タミルナドゥ州における大雨・洪水 被害)



環境データ

マテリアル・バランス	117
エネルギー	117-118
CO ₂	119-120
水	120-121
エミッション	122-123
廃棄物	123-124
物流	124-126
サプライチェーン	126-127
環境保全コスト	127
設備	128

燃費、CO ₂	129-132
技術	133-134
排出ガス、騒音、化学物質	134-135
ライフサイクルアセスメント(LCA)	136-137
材料、リサイクル	137-138
使用済み自動車リサイクル	138

第三者保証	139-140
GRIインデックス	141

掲載データについて

- 期間：2015年4月1日から2016年3月31日までを年度の報告対象としています
- 環境指標マネジメント範囲：グローバルの連結子会社および持分法適用製造会社
- 環境指標マネジメント地域：グローバルの対象会社を以下の地域分類でマネジメントを行っています

日本	日本
北米	米国、メキシコ、カナダ
欧州	英国、スペイン、ロシア、ドイツ、イタリア、フランス、オランダ、ベルギー、ハンガリー、フィンランド、スイス (ロシアは2013年度より「その他」地域から「欧州」地域に移動)
その他	中国、タイ、インドネシア、インド、オーストラリア、南アフリカ、ブラジル、エジプト、ベトナム、アラブ首長国連邦ほか

過去の報告書の修正・再記述の理由

- 2014年度の物流からのCO₂排出量を修正し、それに伴い、企業活動からのCO₂排出量の2014年度実績も修正しました
- 測定マニュアルの更新に伴い、排出係数などを見直し、エネルギー投入量およびカーボンフットプリントの数値を一部見直ししました。なおこの変更による影響は全体の3%未満です
- その他報告値についても、2014年度の実績を一部修正しました

▶▶ page_22

このほかにも環境に関する「従業員教育とコミュニケーション」について掲載しています

企業活動における環境指標

マテリアル・バランス

投入量		生産量/排出量	
	(年度)		(年度)
	単位	単位	2015
原材料	ton	車両生産	
水	1,000m ³	グローバル生産台数	台 5,203,000
エネルギー	MWh	廃棄物発生量	ton 159,345
		廃棄物最終処分量	ton 11,355
		リサイクル量	ton 147,990
		排水量	1,000m ³ 20,680
		CO ₂ 排出量	t-CO ₂ 3,471,480
		VOC(揮発性有機化合物)	ton 10,820
		NOx(窒素酸化物)	ton 450
		SOx(硫黄酸化物)	ton 37

中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」では、企業活動における環境への影響を低減し、経済活動と資源利用を両立させることに主眼を置いています。具体的には、企業活動におけるカーボンフットプリントを最小にするために、企業活動からのグローバル販売台数当たりのCO₂排出量を削減すること、また資源効率の向上を目指し再生材使用率を向上させることを含む4つのキーアクションについて、企業全体で推進しています。


 GRI G4 Indicators
 ▶ G4-EN1/G4-EN3/
 G4-EN8/G4-EN15/
 G4-EN16/G4-EN21/
 G4-EN22/G4-EN23

企業活動における環境指標 — エネルギー

エネルギー投入量

		(年度)				
	単位	2011	2012	2013	2014	2015
合計	MWh	9,460,190	8,984,864	9,207,124	9,474,368	9,686,391
日本	MWh	5,573,174	4,565,499	4,424,486	4,191,517	4,135,138
北米	MWh	1,733,447	2,157,793	2,061,393	2,424,942	2,609,402
欧州	MWh	939,469	982,332	1,027,027	1,156,519	1,106,800
その他	MWh	1,214,099	1,279,240	1,694,218	1,701,391	1,835,051
一次エネルギー						
天然ガス	MWh	3,467,178	2,847,325	2,894,901	3,060,122	3,303,909
LPG	MWh	527,696	360,891	339,751	295,800	302,402
石炭	MWh	160,720	235,239	149,232	199,801	206,307
灯油	MWh	253,821	248,445	226,513	225,114	188,943
ガソリン	MWh	90,413	211,449	263,663	322,624	322,349
軽油	MWh	20,247	72,151	71,371	99,045	81,832
重油	MWh	87,368	67,967	61,359	58,274	34,289
敷地外						
電力(購入)	MWh	4,775,721	4,785,477	5,038,384	5,084,989	5,120,190
うち再生可能エネルギー	MWh	1,157	15,522	118,917	154,515	141,076
冷水	MWh	9,087	25,947	11,646	4,239	12,116
温水	MWh	0	7,492	6,227	4,635	4,630
蒸気	MWh	67,940	114,281	133,849	110,953	100,000
敷地内						
電力(自家発電)	MWh		8,199	10,227	8,772	9,423
うち再生可能エネルギー	MWh		8,199	10,227	8,772	9,423
再生可能エネルギー総量	MWh	1,157	23,721	129,144	163,287	150,499
再生可能エネルギー使用率	%	0.01%	0.26%	1.40%	1.73%	1.55%

2015年度の日産のグローバル企業活動における総エネルギー使用量は約969万MWhとなり、2014年度に比べ、2.2%の増加になりました。これは北米とその他地域での生産台数増加によるものです。生産台数が2.8%増加していることを考慮すれば、企業全体での省エネルギー活動や、効率的な生産活動の効果が表れています。うち生産過程におけるエネルギー使用量は834万9,000MWh*でした。

日産は2016年度までに、グローバル企業活動における総エネルギー使用量に占める再生可能エネルギーの使用率を9%まで高めることを目標としています。

▶▶ page_139

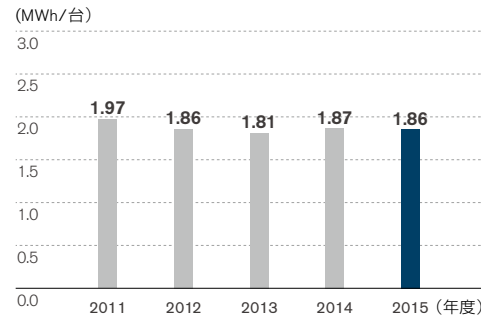
この数値は、PwCサステナビリティ合同会社の保証を受けていません。詳細はこちらをご覧ください



▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN3

エネルギー消費量(生産台数当たり)

2015年度の生産台数当たりのエネルギー消費量は1.86MWhとなり、2014年度と同じレベルを維持しています。



(地域別)

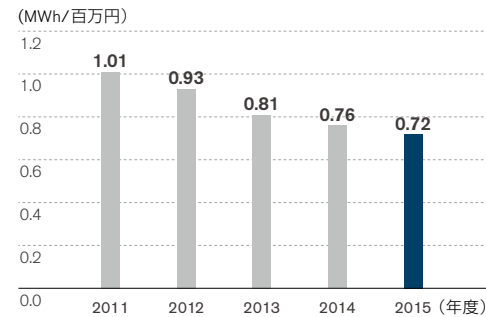
		(年度)
		2015
	単位	
日本	MWh/台	4.87
北米	MWh/台	1.43
欧州	MWh/台	1.67
その他	MWh/台	0.98

日本の数値には、海外で組み立てて使用するパワートレインや他の部品の製造を含みます。分母の数はそれぞれの地域で製造された生産台数であるため、数値が高くなる場合があります。



▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN3/G4-EN5/
G4-EN6

エネルギー使用量(売上高当たり)



2015年度の売上高当たりのエネルギー消費量は0.72MWhとなり、2014年度と比較し、4.5%向上しました。企業として経済成長がエネルギー使用に及ぼす影響を最小化する取り組みを継続しています。



▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN3/G4-EN5/
G4-EN6

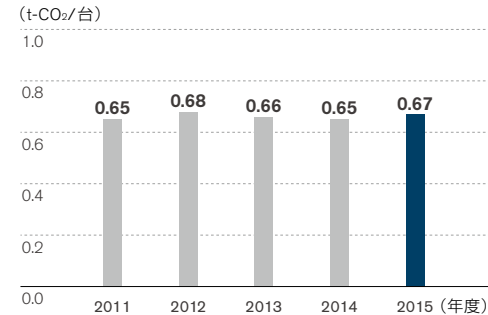
企業活動における環境指標 — CO₂

カーボンフットプリント

		(年度)				
	単位	2011	2012	2013	2014	2015
スコープ1	t-CO ₂	1,047,691	835,766	812,062	861,457	928,236
スコープ2	t-CO ₂	2,051,965	2,432,889	2,538,360	2,422,410	2,547,951
スコープ1と2	t-CO ₂	3,099,656	3,268,655	3,350,422	3,283,867	3,476,187
日本	t-CO ₂	1,451,343	1,526,182	1,446,871	1,267,676	1,479,721
北米	t-CO ₂	623,654	758,457	698,934	769,696	807,134
欧州	t-CO ₂	311,790	284,079	259,972	290,109	207,986
その他	t-CO ₂	712,868	699,937	944,644	956,386	976,641
スコープ3						
従業員の通勤	t-CO ₂	449,110	468,346	426,487	455,510	319,189
日本、米国、欧州	t-CO ₂	213,538	214,619	217,091	227,248	218,137
物流	t-CO ₂	1,660,000	1,490,050	1,678,903	1,608,582	1,598,891

2015年度のグローバル拠点からのCO₂排出量は、スコープ1とスコープ2の合計で347万トンとなり、2014年度に比べて5.7%の増加となりました。主に日本での系統電力のCO₂係数の悪化によるものです。生産過程におけるCO₂排出量は307万1,000トン(スコープ1排出量78万9,000トン、スコープ2排出量228万2,000トン)^{*}になりました。

スコープ1と2のCO₂排出量(生産台数当たり)



2015年度の生産台数当たりのグローバルCO₂排出量は、スコープ1とスコープ2の合計で0.67トンとなり、2014年度に比べ2.8%の増加となりました。主に日本での系統電力のCO₂係数悪化によるものです。

(地域別)

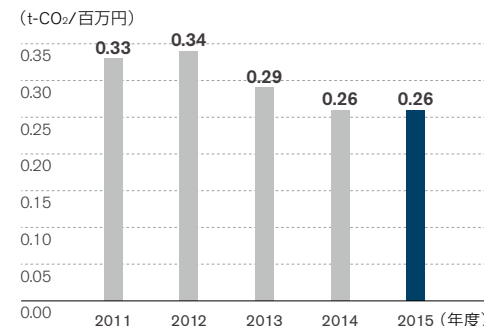
		(年度)
	単位	2015
日本	t-CO ₂ /台	1.74
北米	t-CO ₂ /台	0.44
欧州	t-CO ₂ /台	0.31
その他	t-CO ₂ /台	0.52

日本の数値には、海外で組み立てて使用するパワートレインや他の部品の製造を含みます。分母の数はそれぞれの地域で製造された生産台数であるため、数値が高くなる場合があります。



▶▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN15/G4-EN16/
G4-EN17/G4-EN19/
G4-EN18

スコープ1と2のCO₂排出量(売上高当たり)



2015年度のグローバル拠点からの売上高100万円当たりのCO₂排出量は0.26トンとなり、2014年度と同じレベルを維持しています。



▶▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN15/G4-EN16/
G4-EN18

▶▶ page_139

この数値は、PwCサステナビリティ合同会社の保証を受けています。詳細はこちらをご覧ください

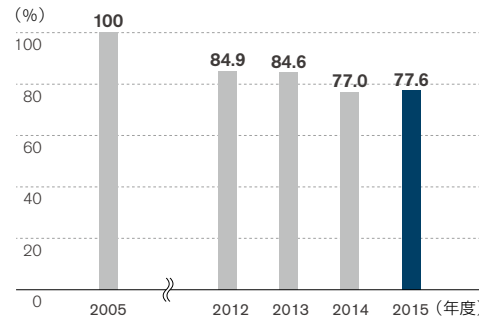


▶▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN15/G4-EN16/
G4-EN17/G4-EN19/
G4-EN30

企業活動からのCO₂排出量

(グローバル販売台数当たり)

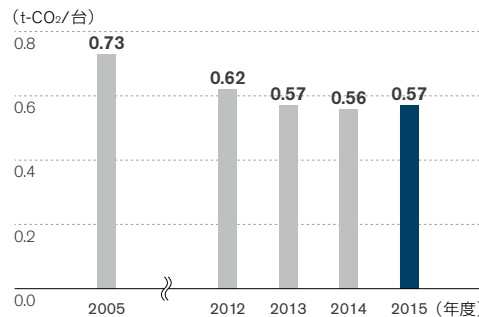
NGP2016では、生産活動、物流、オフィス、販売会社(日本)を対象として、2016年度までに企業活動からのCO₂排出量を2005年度に比べ20%削減することを目標としています。2015年度は、生産活動やオフィスなどからのCO₂排出量が減少し、企業活動に伴うCO₂排出量は2005年度に比べ22.4%の削減となりました。



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN15/G4-EN16/
G4-EN18

生産活動からのCO₂排出量(生産台数当たり)

NGP2016では、2016年度までに全生産拠点からの生産台数当たりのCO₂排出量を2005年度比で27%削減することを目標としています。2015年度のグローバル生産台数当たりのCO₂排出量は0.57トンとなり、2005年度比で22.3%の削減となりました。



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN15/G4-EN16/
G4-EN18

企業活動における環境指標 — 水

取水量

	単位	2011	2012	2013	2014	2015
合計	1,000m ³	30,513	29,537	30,967	29,162	28,978
日本	1,000m ³	18,565	15,956	16,818	15,018	15,398
北米	1,000m ³	4,591	4,770	5,176	5,419	5,427
欧州	1,000m ³	2,276	2,410	2,404	2,310	2,330
その他	1,000m ³	5,081	6,401	6,569	6,415	5,823

日産は、2016年度までに生産台数当たりの取水量を2010年度比で15%削減することを目標としています。2015年度のグローバル拠点における取水量は2,897万8,000m³となり、2014年度に比べ0.6%の減少となりました。これは121ページに示すように、車両生産工場での水削減活動の成果が表れたものです。また、日産自動車株式会社日本国内の生産工場における取水量は623万8,295m³★でした。

▶ page_139

この数値は、PwCサステナビリティ合同会社の保証を受けています。詳細はこちらをご覧ください



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN8

排水量

	単位	2011	2012	2013	2014	2015
合計	1,000m ³	20,398	21,228	23,482	20,938	20,680
日本	1,000m ³	13,565	13,710	15,114	13,358	12,976
北米	1,000m ³	3,214	3,055	3,658	3,550	3,916
欧州	1,000m ³	1,930	2,031	2,054	1,793	1,740
その他	1,000m ³	1,689	2,432	2,656	2,237	2,048

	単位	2011	2012	2013	2014	2015
水質						
化学的酸素要求量(COD)	kg	31,982	34,894	32,130	27,883	28,042

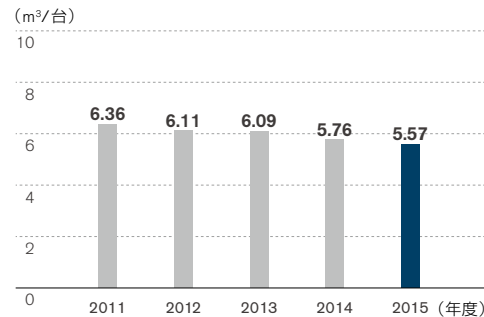
2015年度のグローバル拠点からの排水量は2,068万m³となり、2014年度に比べて1.1%の減少となりました。



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN22

取水量(生産台数当たり)

2015年度の生産台数当たりの取水量は5.57m³となり、2014年度に比べ3.3%の減少となりました。主に車両生産工場での水削減活動の成果が表れたものです。



(地域別)

	単位	(年度) 2015
日本	m ³ /台	18.14
北米	m ³ /台	2.97
欧州	m ³ /台	3.52
その他	m ³ /台	3.12

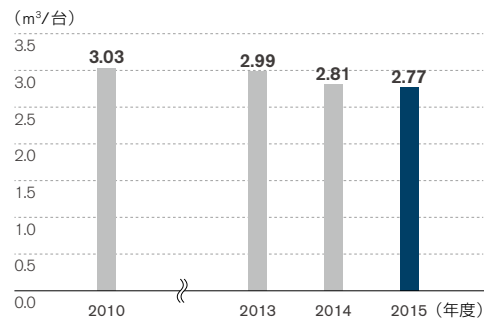
日本の数値には、海外で組み立てて使用するパワートレインや他の部品の製造を含みます。分母の数はそれぞれの地域で製造された生産台数であるため、数値が高くなる場合があります。



車両生産工場における取水量

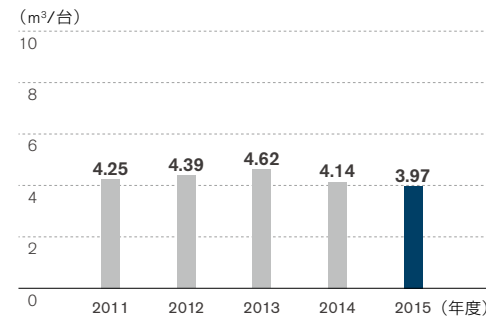
(生産台数当たり)

日産は、2016年度までに生産台数当たりの取水量を2010年度比で15%削減することを目標としています。2015年度の車両生産工場における生産台数当たりの取水量は、2010年度に比べ8.7%減少しました。



排水量(生産台数当たり)

2015年度の生産台数当たりの排水量は3.97m³となり、2014年度に比べて3.9%の減少となりました。



(地域別)

	単位	(年度) 2015
日本	m ³ /台	15.28
北米	m ³ /台	2.15
欧州	m ³ /台	2.63
その他	m ³ /台	1.10

日本の数値には、海外で組み立てて使用するパワートレインや他の部品の製造を含みます。分母の数はそれぞれの地域で製造された生産台数であるため、数値が高くなる場合があります。



企業活動における環境指標 — エミッション

エミッション

	単位	2011	2012	2013	2014	2015 (年度)
窒素酸化物 (NOx)	ton	731	525	450	453	450
硫黄酸化物 (SOx)	ton	46	43	40	40	37

2015年度に生産拠点から排出されたNOx、SOxの量はそれぞれ450トン、37トンになりました。



揮発性有機化合物(VOC)排出量

	単位	2011	2012	2013	2014	2015 (年度)
合計	ton	11,424	12,305	11,734	11,316	10,820
日本	ton	4,399	3,623	3,492	2,826	2,850
北米	ton	3,366	5,194	5,338	5,511	5,309
欧州	ton	3,658	3,488	2,904	2,979	2,661

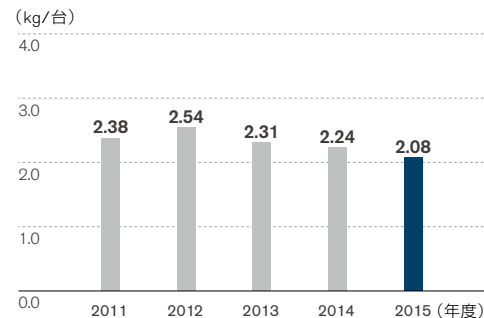
日産は2016年度までに、塗装面積当たりの排出量(g/m²)を2010年度比で15%削減することを目標とし、企業全体での総排出量の削減を進めています。2015年度のVOC総排出量は1万,820トンとなり、2014年度比で4.4%の減少となりました。主に塗装工程からの排出量の削減によります。



3ウェット塗装技術の導入によるVOCの削減

2013年、米国テネシー州のスマーナ工場において3ウェット塗装技術が導入されました。3ウェット塗装技術とは、中塗りと上塗りを連続塗装してから焼き付けを行う方法です。これにより、塗装の質や効率が向上するとともに環境への影響が低減され、エネルギー使用量とCO₂排出量を30%、VOC排出量を70%削減することが可能になりました。日産は、米国エネルギー省の「ベター・ビルディング・ベター・プラント・チャレンジ」に参加しているスマーナ工場を含む米国の3工場、2020年までにエネルギー使用量を25%減らす努力を続けています。

VOC排出量(生産台数当たり)



2015年度の生産台数当たりのVOC排出量は2.08kgとなり、2014年度に比べ7%の減少となりました。主に塗装工程からの排出量削減によります。

(地域別)

	単位	2015 (年度)
日本	kg/台	3.36
北米	kg/台	2.91
欧州	kg/台	4.03



PRTR対象物質排出量* (日本)

	単位	2010	2011	2012	2013	2014 (年度)
国内拠点合計	ton	3,607	4,441	4,158	4,183	3,879
追浜工場	ton	911	981	715	676	402
栃木工場	ton	829	915	942	1,155	1,317
日産自動車九州株式会社	ton	1,106	1,390	1,394	1,300	1,152
横浜工場	ton	418	555	581	579	547
いわき工場	ton	58	320	183	128	114
日産テクニカルセンター	ton	284	280	343	347	347

* 日本のPRTRのガイドラインに基づいて算出しました。PRTR取扱量から製造品としての搬出量を除いた総排出量です

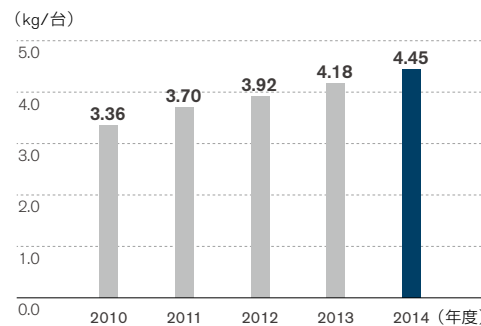
2014年度の化学物質排出移動量届出制度 (PRTR) 対象物質の排出量は3,879トンで、2013年度に比べ減少となりました。



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN21

PRTR対象物質排出量 (生産台数当たり/日本)

2014年度の生産台数当たりのPRTR対象物質排出量は4.45kgとなり、2013年度に比べ6.5%の増加となりました。



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN21

企業活動における環境指標 — 廃棄物

廃棄物発生量

	単位	2011	2012	2013	2014	2015 (年度)
合計	ton	193,798	168,617	172,849	173,513	159,345
日本	ton	74,412	65,412	61,999	59,808	63,630
北米	ton	35,780	40,208	51,767	58,452	49,129
欧州	ton	56,996	50,495	51,295	45,358	37,204
その他	ton	26,610	12,502	7,788	9,895	9,382
処理						
廃棄物最終処分量	ton	40,048	31,187	17,903	13,153	11,355
リサイクル量	ton	153,750	137,431	154,946	160,360	147,990

日産は2016年度までに、日本の生産拠点で年2%、海外の生産拠点で年1%の廃棄物発生量削減を目標としています。2015年度の廃棄物発生量は15万9,000トンとなり、2014年度に比べ8.2%の減少となりました。メキシコやスペインの生産拠点での削減活動が貢献しています。なお、廃棄物発生量については、グローバル生産拠点に限定して集計しています。日産自動車株式会社日本国内の生産工場における廃棄物発生量は3万0,090トン*でした。

▶ page_139

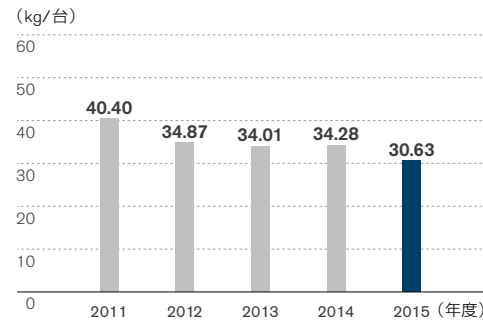
* この数値は、PwCサステナビリティ合同会社の保証を受けていません。詳細はこちらをご覧ください



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN23

廃棄物発生量(生産台数当たり)

2015年度の生産台数当たりの廃棄物発生量は30.63kgとなり、2014年度に比べ10.7%の大幅削減となりました。



(地域別)

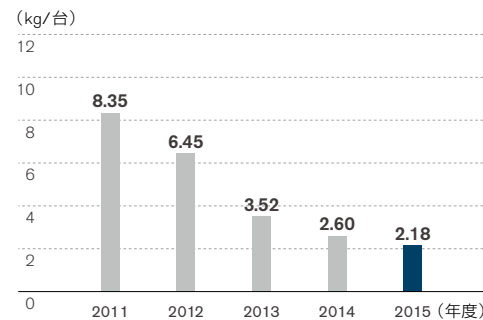
	単位	2015
日本	kg/台	74.95
北米	kg/台	26.92
欧州	kg/台	56.28
その他	kg/台	5.02



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN23

廃棄物最終処分量(生産台数当たり)

2015年度の生産台数当たりの廃棄物最終処分量は2.18kgとなり、2014年度に比べ16%の削減となりました。主にスペインの生産拠点における廃棄物削減への取り組みによります。



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN23

企業活動における環境指標 — 物流

輸送量

	単位	2011	2012	2013	2014	2015
合計	百万 ton km	37,946	35,747	37,719	35,243	35,546
インバウンド	百万 ton km	11,603	12,156	12,883	11,578	11,221
アウトバウンド	百万 ton km	26,343	23,591	24,836	23,665	24,325
海上	%	70.8	70.7	64.3	62.0	60.1
トラック	%	20.4	20.6	24.9	25.0	26.5
鉄道	%	8.1	8.2	10.5	12.5	13.0
航空	%	0.7	0.5	0.4	0.5	0.3

2015年度はグローバル輸送量が0.9%増加し、355億4,600万ton kmとなりました。主に北米での生産量増加に伴う陸上輸送量の増加が要因です。一方、部品の航空輸送については、管理手法を強化し、極力輸送量を減らしたことから33.6%の大幅削減となりました。また、船舶輸送も2.2%削減されました。



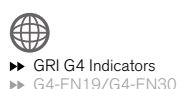
▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN30

物流からのCO₂排出量

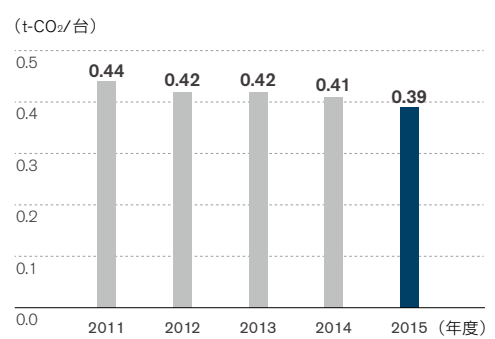
		(年度)				
		2011	2012	2013	2014	2015
合計	単位					
	t-CO ₂	1,642,195	1,490,050	1,678,903	1,608,582	1,598,891
インバウンド	t-CO ₂	859,671	821,030	908,804	822,867	797,034
アウトバウンド	t-CO ₂	782,524	669,020	770,098	785,715	801,857
海上	%	23.3	23.9	20.2	18.5	18.3
トラック	%	50.8	55.3	61.7	60.5	65.7
鉄道	%	4.1	4.3	5.2	5.1	5.4
航空	%	21.8	16.4	12.9	15.9	10.6

インバウンドには部品調達・KD(現地組み立て用)部品の輸送が、アウトバウンドには完成車・サービス部品の輸送がそれぞれ含まれます

2015年度の物流からのCO₂排出量は0.6%減少し、159万8,891トンとなりました。CO₂排出量の多い航空輸送による排出量は33.6%削減されたものの、陸上輸送によるCO₂排出量が増加しました。

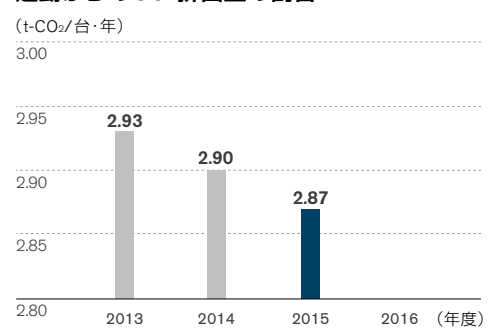


物流からのCO₂排出量(輸送台数当たり)



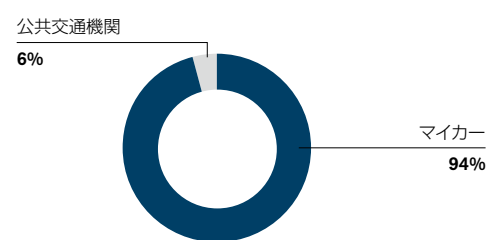
2015年度は、グローバル生産台数が増加したものの、輸送台数当たりのCO₂排出量は0.39トンでした。2014年度に比べ、4.2%の削減になります。

通勤からのCO₂排出量の割合



日本では2013年度、マイカー通勤をしている全従業員を対象に、CO₂削減プログラムを導入しました。1台当たりの年間排出量を1%削減することを目指し、マイカー通勤者に対してエンジン搭載車から100%電気自動車(EV)である「日産リーフ」への乗り換えを促進しています。2015年度のマイカー通勤によるCO₂排出量はおよそ5万3,000トン¹で、1台当たりの排出量は年間2.87トンです。

従業員の通勤からのCO₂排出量²



¹ 自動車認証データおよび以下の条件に基づいて算出
 ・日本における自動車での通勤距離の平均: 年間9,000km/台
 ・環境省監修「日本国温室効果ガスインベントリ報告書(2009)」: 0.33kg-CO₂e
 ・東京電力株式会社によるCO₂排出係数(2011年度): 0.000463t-CO₂/kWh

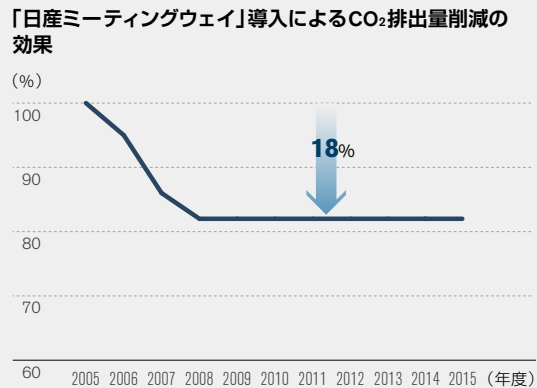
² 日本の事業所および製造工場の従業員が対象(2015年度)

出張によるCO₂排出量

日産は2005年より、「ペーパーレス」「移動なし」「1回1時間」「目的を定める」「議事録を作成する」の5つを定めた会議効率向上プログラム「日産ミーティングウェイ」を実施しています。これにより会議の効率化が図られただけでなく、ビデオ会議システムや電話会議システムを活用したことで出張が減り、CO₂排出量も削減されました。

出張によるCO₂排出量の18%削減を達成

出張によるCO₂排出量は現在およそ24万8,000トンです。日産は2009年よりビデオ会議システムと電話会議システムを導入し、出張によるCO₂排出量を18%削減しました。



企業活動における環境指標 — サプライチェーン

サプライチェーンからの排出量

	単位	2012	2013	2014
カーボンフットプリント	kt-CO ₂	11,662	10,860	10,863
エネルギー	GWh	23,104	21,916	22,243
低炭素・再生可能エネルギー	GWh	—	510	528
取水量	1,000m ³	124,921	143,386	130,378
排水量	1,000m ³	83,239	81,694	74,050

日産はバリューチェーン全体でのCO₂排出量削減に向けて、グローバルの一次サプライヤーに対し、CO₂排出量の調査を行っています。この調査から得られた数値に推定値を組み合わせ、サプライチェーンにおけるCO₂排出量を算出します。2014年度、契約しているサプライヤーのCO₂排出量は2013年度から増減はありませんでした。一次サプライヤー各社が設定した個別の環境負荷低減目標により、売上高当たりのCO₂排出量は2014年度以降毎年1%削減される見込みです。また、売上高当たりの取水量も年間1%削減される見込みです。日産はサプライヤー各社と定期的にコミュニケーションを行うことで継続した環境負荷の低減を行っており、エネルギー使用量およびCO₂排出量を削減するための「省エネThanks活動」をサプライヤーとともに実施しています。

カテゴリー別のスコープ3排出量

項目	単位	(年度) 2015
1. 購入した製品・サービス	kt-CO ₂	16,485
2. 資本財	kt-CO ₂	1,227
3. 燃料およびエネルギー関連活動	kt-CO ₂	378
4. 輸送、配送(上流)	kt-CO ₂	797
5. 事業から出る廃棄物	kt-CO ₂	181
6. 出張	kt-CO ₂	248
7. 雇用者の通勤	kt-CO ₂	319
8. リース資産(上流)	kt-CO ₂	0
9. 輸送、配送(下流)	kt-CO ₂	802
10. 販売した製品の加工	kt-CO ₂	0
11. 販売した製品の使用	kt-CO ₂	122,799
12. 販売した製品の廃棄	kt-CO ₂	389
13. リース資産(下流)	kt-CO ₂	480
14. フランチャイズ	kt-CO ₂	0
15. 投資	kt-CO ₂	0
合計	kt-CO ₂	144,105

▶▶ page_139

■ PwCサステナビリティ
 合同会社より保証を
 受けた数値には「を」つ
 けています。詳細はこ
 ちらをご覧ください

「温室効果ガス(GHG)報告ガイドライン」に基づいた試算を行った結果、2015年度、日産のスコープ3からのCO₂排出量の約90%は、製品であるクルマの使用によるものでした。日産はグローバルに低燃費車を導入し、企業平均燃費の推移を公表しています。また、スコープ3からのCO₂排出量の約10%が日産の購入した製品・サービスに由来することから、バリューチェーン全体でのCO₂排出量削減に向けて行動する必要があると認識し、2011年よりサプライヤーと環境ポリシーを共有し、協働しながら取り組みを進めています。



▶▶ GRI G4 Indicators
 ▶▶ G4-EN17

企業活動における環境指標 — 環境保全コスト

環境保全コスト

	単位	2013		2014	
		投資	コスト	投資	コスト
合計	百万円	3,245	178,833	4,268	179,769
事業エリア内コスト	百万円	25	1,637	28	1,532
上・下流コスト	百万円	—	665	—	566
管理活動コスト	百万円	0	2,362	0	2,321
研究・開発コスト	百万円	3,220	174,000	4,240	175,000
社会活動コスト	百万円	0	114	0	122
環境修復コスト	百万円	—	55	—	228

	単位	2013	2014
合計	百万円	7,273	6,366
費用削減効果	百万円	897	1,341
収益	百万円	6,376	5,025

環境保全コストは環境省の「環境会計ガイドライン」に準じて算出され、日本国内の活動分のみを示しています。



▶▶ GRI G4 Indicators
 ▶▶ G4-EN31

企業活動における環境指標 — 設備

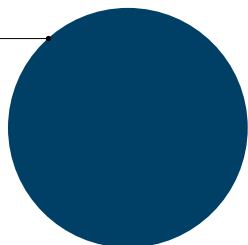
カーボンクレジット

	単位	2011	2012	2013	2014	2015 (年度)
排出枠	t-CO ₂	7,308	7,308	21,015	21,225	19,730
クレジット	t-CO ₂	4,066	5,261	—	—	—

欧州における排出権取引において、2009年度より日産モトール・イベリカ会社(スペイン・バルセロナ)の生産拠点が対象となっています。2015年度に認証を受けたクレジット量は1万9,730トンとなりました。

ISO14001 認証取得状況

認証取得済み拠点 100%



日産はグローバルに環境マネジメントシステムの導入を推進しており、2011年1月にはグローバル本社をはじめ、研究開発、生産、物流など日本国内すべての主要拠点、および製品開発プロセスにおいて環境マネジメントシステムISO14001の統合認証を取得しました。海外でも主要生産工場ごとにISO14001認証を取得しています。

グリーンビルディングポリシー

日産はISO14001の環境影響評価のマネジメントプロセスに基づき、新築や改修工事の際に、環境配慮の面で最適化された建物仕様を重視しています。CO₂排出量といった環境負荷の低い建物や、廃棄物などの少ない工事方法の立案、さらに有害物質の使用削減などの品質管理を評価項目として挙げるとともに、日本では建築物の環境性能を総合的に評価する国土交通省のCASBEE[®]をひとつの指標としています。



既存の建屋では、横浜市のグローバル本社ビルが最高評価の「Sランク」を取得し、神奈川県厚木市の日産先進技術開発センター(NATC)に続く2件目の取得となりました。

グローバル本社ビルは、自然エネルギーの有効活用とCO₂排出量の削減、水のリサイクル、廃棄物の大幅な削減が評価され、建築物の環境性能効率を示すBEE値が新築としては過去最高の5.6と、日本最高レベルの環境性能を持つオフィスビルとして認証されました。

日本の販売会社に対しては2000年4月、ISO14001認証に基づいた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」認定制度を導入しました。この制度では、すべての販売会社が日産の環境基準を満たし、1年ごとの「定期審査」を受けることが求められます。評価シートには84のKPI[®]項目があり、各国の法規や地域社会の要請、NGPの要件に照らして随時改定されています。

環境法による罰金

報告年度において環境にかかわる法令・条例違反による行政処分はありませんでした。しかし、指導や指摘を受けた環境事故が2件(下に記載)発生したため、いずれも行政当局と連携して再発防止の施策や教育の徹底を実施しました。

2015年11月20日:日産テクニカルセンター(神奈川県)にて、下水基準値を超過する排水を放流。行政との連携の結果、下水処理場の不具合や水質悪化は認められませんでした。排水処理の業務マニュアル改善と従業員教育の徹底を実施しました。

2016年2月22日:日産プリンス長崎驚崎店にて、廃油が雨水側溝から半造川へ流出したため、ただちに水門を閉鎖。行政への報告と消防署との連携により、防液堤を設置することで再発を防止しました。

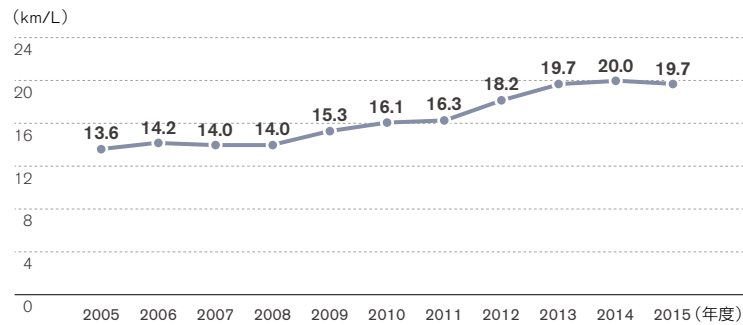
1 建築環境総合性能評価システム: Comprehensive Assessment System for Built Environment Efficiency
2 重要業績評価指標: Key Performance Indicators



製品における環境指標

製品における環境指標 — 燃費、CO₂

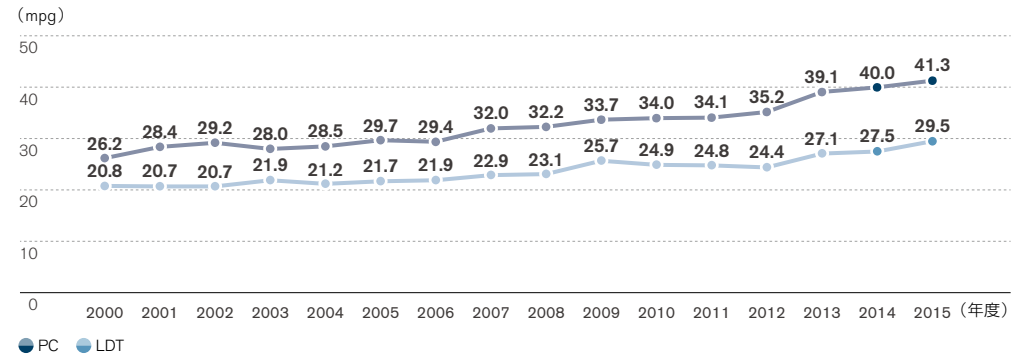
日本における企業平均燃費(CAFE、JC08モード)



「ノート」などの低燃費車の販売が2015年度も貢献し、日本国内の企業平均燃費(JC08モード)は19.7km/Lとなりました。

▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN7/G4-EN27

米国における企業平均燃費(CAFE)



2015年度の米国における乗用車の企業平均燃費は41.3mpgとなり、2014年度に比べ3.3%向上しました。小型トラックの企業平均燃費は29.5mpgに達しています。2015年に投入された燃費の良い新型「アルティマ」「ローグ」が貢献しています。

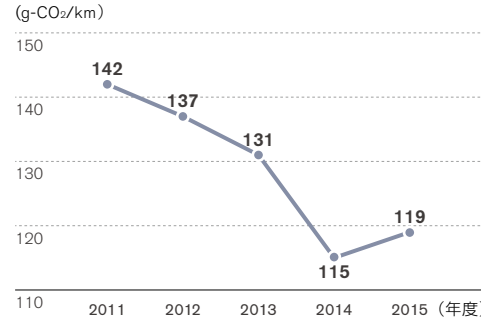
▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN7/G4-EN27

欧州における車両平均CO₂排出量

2015年度は、小型低燃費車の販売が伸び悩み、欧州市場における乗用車の車両平均CO₂排出量は2014年度に比べ3.5%の悪化となりました。



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN7/G4-EN27

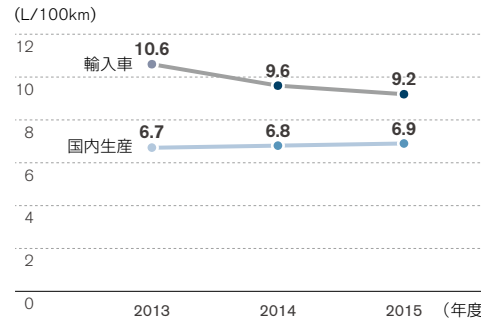


中国における企業平均燃料消費量

中国国内生産分は、2014年度に比べて1.5%悪化しました。一方で輸入車は4.2%向上しています。

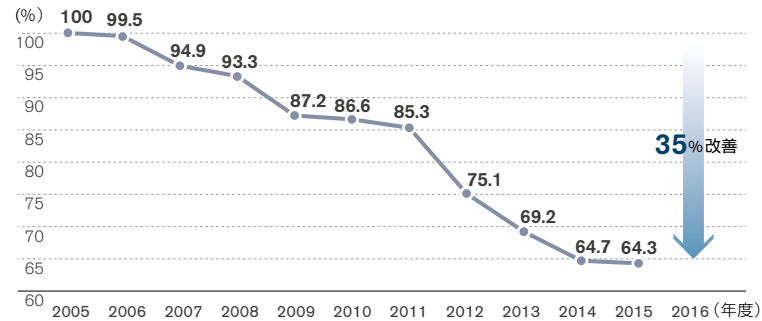


▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN7/G4-EN27



グローバル企業平均燃費(CAFE)

2015年度、日産の主要な市場である日本、米国、欧州、中国での各国法規に定められた測定方法で算出した燃費値に基づく企業平均燃費は、2005年度に比べ35.7%改善しました。日本市場でのハイブリッド車、欧州市場での「ノート」、米国市場での「アルティマ」「ヴァーサ」などのモデルが平均燃費の向上に貢献しています。



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN7/G4-EN27

燃費トップモデル

地域	モデル名	単位	(年度) 2015
グローバル	モコ 0.66L 2WD+アイドルストップ	km/L (JC08モード)	30
ベストセラーモデル	エクストレイル(ローグ)	km/L (JC08モード)	15.6~20.6
日本(軽自動車を除く)	ノート 1.2L 2WD スーパーチャージャー、アイドルストップ	km/L (JC08モード)	26.8
日本(軽自動車を含む)	モコ 0.66L 2WD+アイドルストップ	km/L (JC08モード)	30
欧州	ノート 1.5L dCi+アイドルストップ	g-CO ₂ /km	93
米国	ヴァーサ 1.6L 2WD CVT	mpg	35
中国	ラニア 1.6L CVT+アイドルストップ	L/100km	5.3

エンジン搭載車を前提に、各地域それぞれの条件による燃費トップモデルとその燃費値は上記の通りです(100% EVである「日産リーフ」は除外しています)。2013年度から日本の燃費値はJC08モードにて表示しています。



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN7/G4-EN27

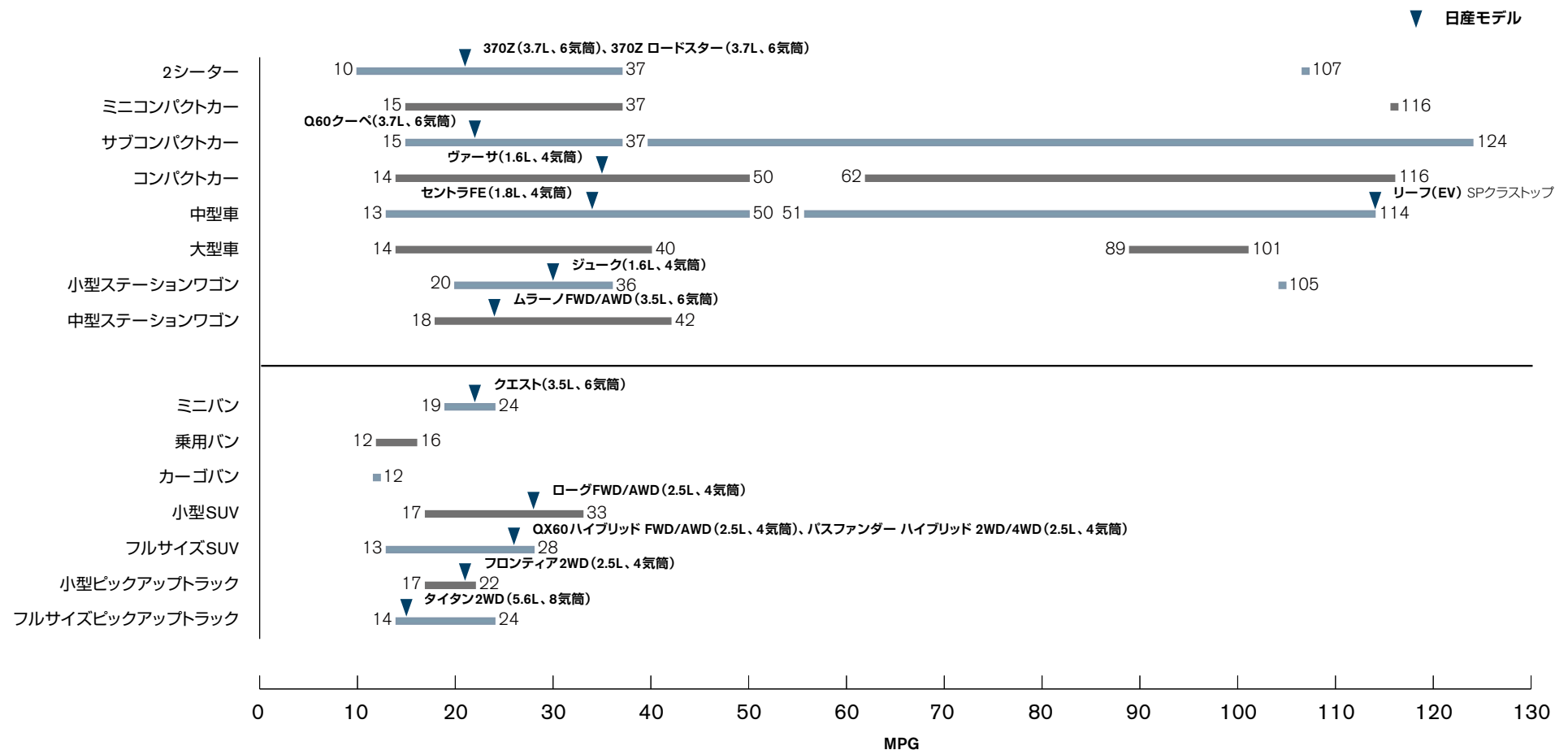
ゼロエミッション社会の構築に向けてEVの活用事例を創出

日産は、より良い街づくりや行政課題の解決などの一助となる活用方法を提案した約300の自治体に対して、EV「e-NV200」を3年間無償で貸与し、実際に活用してもらう取り組みを行っています。ゼロ・エミッションの多目的商用バンである「e-NV200」は、満充電時で185~190kmの航続距離(JC08モード)を実現するとともに、走行用バッテリーから最大1,500Wの電力を取り出してさまざまな電気機器に供給することができるコンセント「パワープラグ」を採用しています(日本仕様)。

この取り組みでは「クリーンである」「大量の電気を供給できる」「静粛性が高い」といった「e-NV200」の特徴が最大限活用できると期待されています。日本での平均的な走行を想定すると、取り組み全体では年間およそ870トンのCO₂削減が見込まれます。

各モデルの燃費

米国の環境保護庁とエネルギー省が発行する『燃費ガイド』は、消費者が燃費に優れたクルマを選ぶ際の指針となっています。2015モデルイヤーの『燃費ガイド』では、100%EVの「日産リーフ」がガソリン等価燃費114MPGeで中型車クラスのトップに選ばれました。



出典:『2015モデルイヤー燃費ガイド』(米国環境保護庁・エネルギー省)

製品における環境指標 — 技術

パワートレイン比率(出荷台数ベース)

	単位	ガソリン車	ディーゼル車	天然ガス車	ハイブリッド車	電気自動車
日本	%	81.7	2.9			
北米	%	98.8	0.4			
欧州	%	51.8	45.3	0.0	1.9	1.0
その他	%	89.5	9.4			



▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN27

2015年度は、世界で最も多く販売されているEVである「日産リーフ」の販売台数が累計で20万台を超えました。電気商用車「e-NV200」も投入され、EVの比率は着実に増加しています。

グリーンプロダクツイノベーション

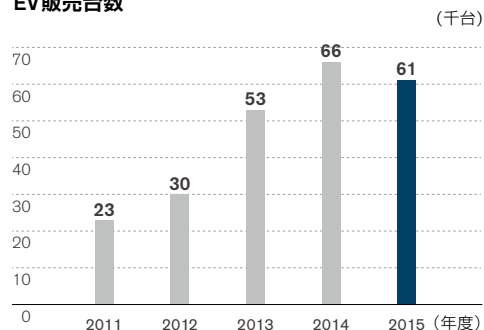
日産は、EVや燃料電池車(FCEV)のように走行中に排出ガスを出さないゼロ・エミッション車の開発のみならず、エンジン搭載車の燃費を極限まで向上させる技術を開発しています。これらの技術を搭載したクルマをグローバルに投入することで、CO₂排出量の削減を図る「PURE DRIVE (ピュアドライブ)」という取り組みは、各市場で要求されている燃費基準を満たすだけでなく、社会からの要求に応じて定期的に更新される厳しい社内基準をクリアしています。今後も「PURE DRIVE」による革新的な環境技術を搭載したクルマをグローバルに投入していきます。

グリーンプロダクツのコア技術

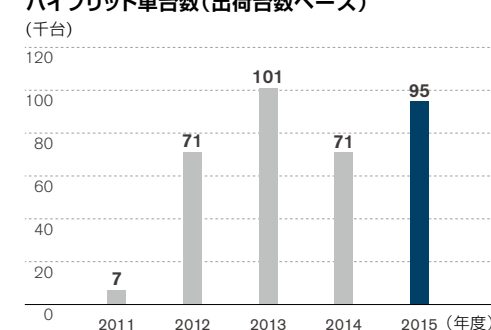
日産はゼロ・エミッション技術とともに、エンジンのエネルギー効率や、トランスミッションの性能を向上させる技術開発を推進しています。これらの領域で、「リチウムイオンバッテリー」「インテリジェント デュアルクラッチ コントロールハイブリッド」「エクストロニックCVT^{*}」の3つをコア技術と位置づけています。

* Continuously Variable Transmission (無段変速機)

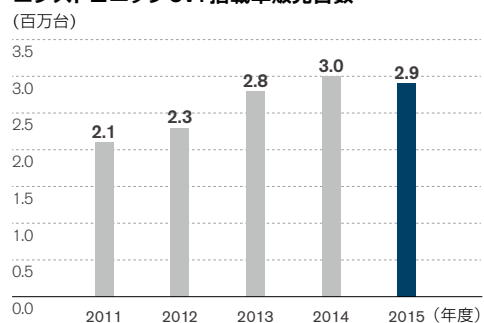
EV販売台数



ハイブリッド車台数(出荷台数ベース)



エクストロニックCVT搭載車販売台数



EV

「日産リーフ」は現在、47カ国で販売されており、販売台数は着実に増加しています。2015年12月にはグローバル累計販売台数が20万台を突破。また、2014年には電気商用車「e-NV200」の発売を欧州や日本で開始しました。

ハイブリッド車

日産は2015年に発売した「エクストレイル ハイブリッド」で、EV走行領域の拡大やシステム動作モードの最適化といった進化により、ガソリン車に対して25%の燃費向上を図り、クラストップとなる燃費を実現しました。また2013年度には、独自のハイブリッドシステムを搭載した後輪駆動のインフィニティ「Q50」（日本では「スカイライン」）を市場に投入しました。このハイブリッドシステムを前輪駆動車へも順次拡大していく計画で、2013年度に発売された日産「パスファインダー」とインフィニティ「QX60」にはエクストロニックCVTと組み合わせて搭載しています。

エクストロニックCVT搭載車

日産は燃費性能に優れたCVTの投入を1992年に開始しました。2016年度までにCVTを搭載したクルマの販売台数を2,000万台まで増やし、CO₂排出量の削減に貢献することを目指しています。2015年度のCVT搭載車の販売台数は287万台で、累計販売台数は2,197万台となりました。

製品における環境指標 — 排出ガス、騒音、化学物質

排出ガス規制への対応状況(乗用車のみ対象)

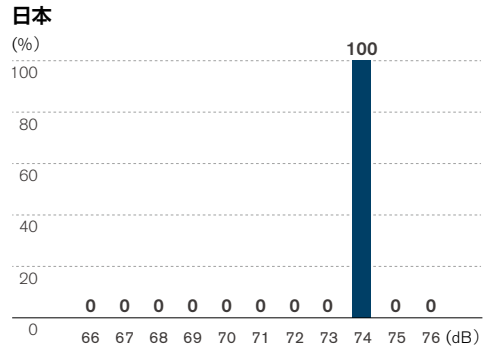
		単位	(年度) 2015
日本	平成17年排出ガス規制75%低減レベル(SU-LEV)	%	99
欧州	Euro 6b	%	100
米国	U-LEV/SULEV/ZEV	%	96
中国	国5	%	100

日産は、走行中の排出ガスがゼロであるEVの開発・普及を進めるだけでなく、すべてのエンジン搭載車の排出ガスのクリーン化を継続して推進しています。現在の法規制への適合はもちろん、先進規制への対応も進めています。各国の排出ガス規制を比較することは困難であるため、地域別規制への対応状況を記載しています。



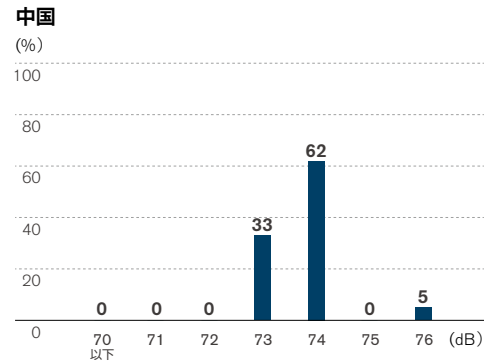
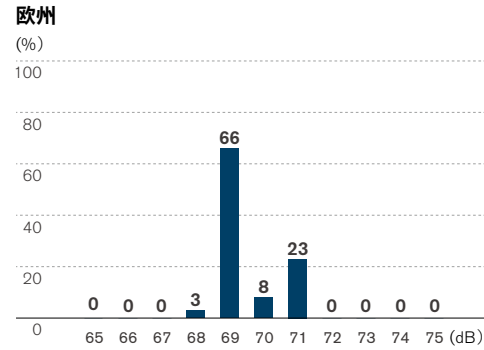
▶▶ GRI G4 Indicators
▶▶ G4-EN27

騒音の分布



騒音分布は、各国の騒音測定法規に従って測定された車両加速時の騒音に基づいて算出しています。なお、中国については、同国へ輸入された完成車のみを記載しています。

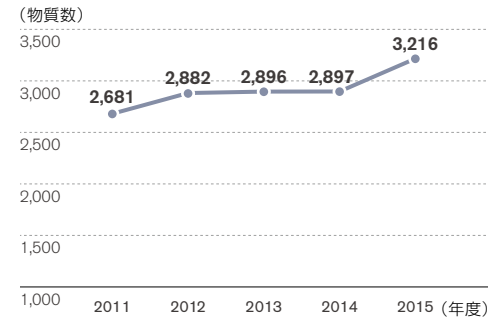
▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN27



化学物質の管理

日産は環境負荷物質削減に関する方針を策定し、科学的にハザードが認定されたもの、またそのリスクが高いと思われるもの、さらにNGOがリスクを指摘している物質などを含めて自主的に検討し、各国の法規を超える領域まで使用を制限しています。2007年からはグローバルに展開し、環境負荷物質管理の強化と計画的な削減および代替の推進を進めています。この方針に基づき使用禁止または管理する化学物質が日産技術標準規格「特定物質の使用に関する制限」の中で規定され、開発初期段階から日産車の部品、用品、原材料に至るまで適用されています。2015年度は、ハザードやリスクの選定基準を見直し、世界で検討が進んでいる物質も積極的に制限した結果、指定化学物質数は3,216となりました。

指定化学物質



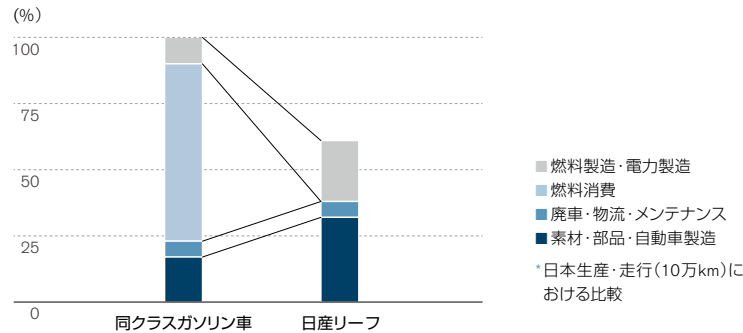
▶ GRI G4 Indicators
▶ G4-EN27

製品における環境指標 — ライフサイクルアセスメント(LCA)

LCA手法を活用した環境負荷の低減

日産ではライフサイクルアセスメント(LCA)手法を使い、クルマの製造に必要な原料採掘の段階から、製造、輸送、使用、廃棄に至るすべての段階(ライフサイクル)において環境負荷を定量的に把握し、総合的に評価しています。また、新規導入技術についてもLCA評価を行い、より環境に配慮したクルマの開発に取り組んでいます。

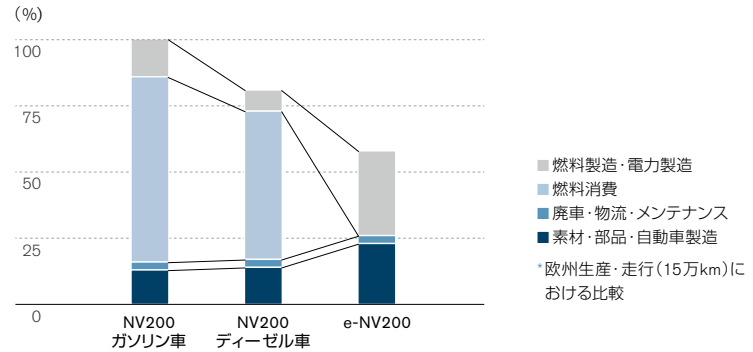
「日産リーフ」のライフサイクルにおけるCO₂排出量比較*



「日産リーフ」は日本の同クラスのガソリン車と比べ、ライフサイクルにおけるCO₂排出量を約40%削減できるとの結果について、2010年にLCA評価機関である社団法人産業環境管理協会による第三者認証を受けています。

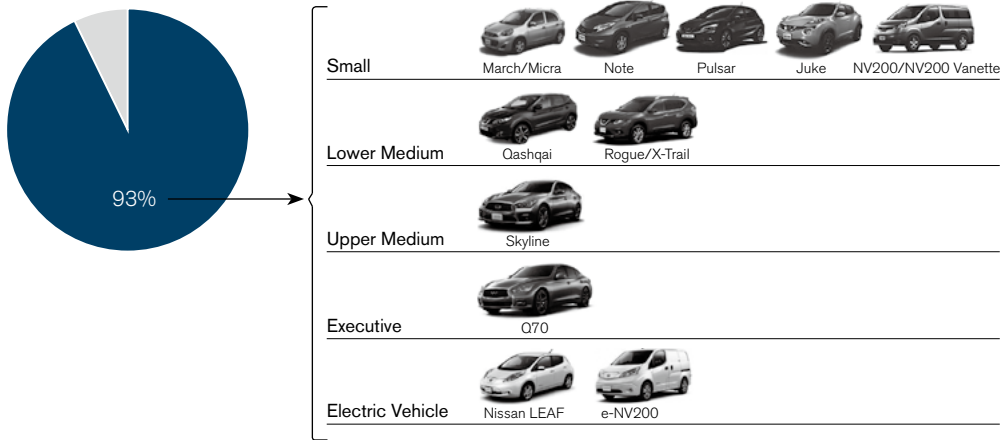
また日産は2013年、ドイツの認証機関であるテュフラインランドによるプロセス認証を受けました。そのプロセスに基づいて100%EVである「e-NV200」のLCAを評価した結果、同モデルのガソリン車と比較してCO₂排出量が約40%、ディーゼル車と比較して約30%少ないとの結果が得られました。

「e-NV200」のライフサイクルにおけるCO₂排出量比較*



EVはエンジン搭載車と比べ、製造段階ではバッテリーなどEV固有部品の製造によるCO₂排出量が多い一方で、燃料や電力の生産、燃料の消費段階ではエネルギー効率が高いためCO₂排出量が少なくなります。日産では、EVの製造段階でのCO₂排出量を抑制するために、材料の歩留まりや生産工程の効率向上、さらにリサイクル由来の原材料の活用といった活動を継続して推進しています。今後は、電動パワートレインの効率改善や補機類の消費電力削減などによる電力消費効率の向上、走行に再生可能エネルギーを使用することなどにより、EVのライフサイクルにおけるさらなるCO₂排出量低減の可能性を追求していきます。さらに廃車段階では、クルマ用として使用されたバッテリーをさまざまなエネルギーの貯蔵用途に活用し、社会全体での低炭素化を実現できるよう、取り組みを進めていきます。

EU市場におけるLCA手法の適用比率

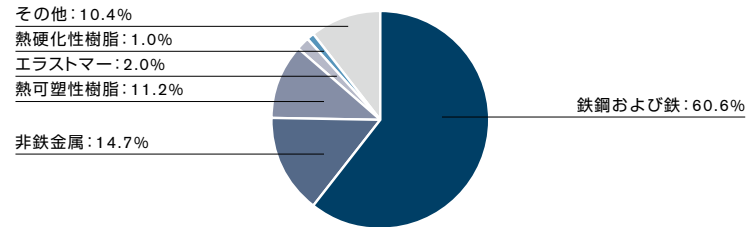


日産はLCA手法の適用を進め、環境負荷の定量的な把握範囲を広げています。2015年度は、EU域内での総販売台数に占めるLCA適応率が90%を超え、小型から大型の内燃機関搭載車やゼロ・エミッション車まで幅広いセグメントでの環境負荷を把握しています。ここでのセグメント呼称は欧州自動車工業会(ACEA)の定義に基づいて作成しました。

製品における環境指標 — 材料、リサイクル

材料比率

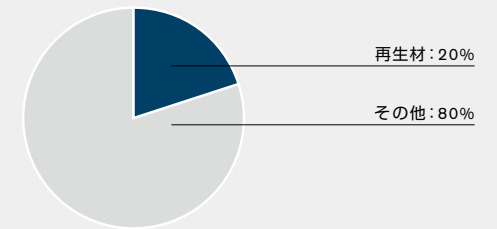
日産は従来より取り組んできた資源の利用効率の向上だけでなく、再生可能な資源や再生材の利用を促進しています。特に再生材については、「一度採掘した天然資源を、品質を維持しながら活用し続けることで環境負荷を最小にする」というクローズド・ループリサイクルの考えに基づき、2016年度に日本、米国、欧州で生産を開始するモデルからクルマ1台当たりに占める再生材の使用率を25%まで引き上げることを目標にしています。2015年度に日産車に使用した材料の比率はグラフの通りです。



GRI G4 Indicators
G4-EN1/G4-EN2/
G4-EN27/G4-EN28

再生材使用率

日産は車両を製造する際、主に鉄、アルミニウム、樹脂を含む再生材の使用を推進しています。その結果、平均的な車両の重量に占める再生材の使用率は約20%となり、エンジンシリンダーなどの部品に使用された鋳造アルミニウムの再生率は90%以上となっています。(2010年度の生産車両をもとに算出)

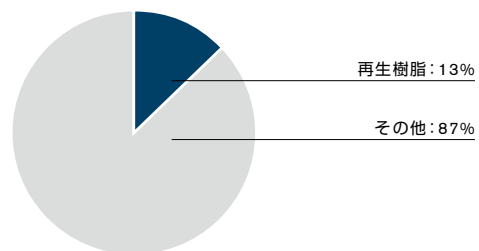


リサイクル

日産は、2050年までに新規天然資源の使用量を2010年レベルに抑えることを長期的な目標として掲げ、使用済み自動車(ELV)の適正処理とリサイクル実効率向上のための研究を行っています。その結果、日本の2014年度再資源化などに関する実績では、リサイクル実効率99.6%を達成しました。

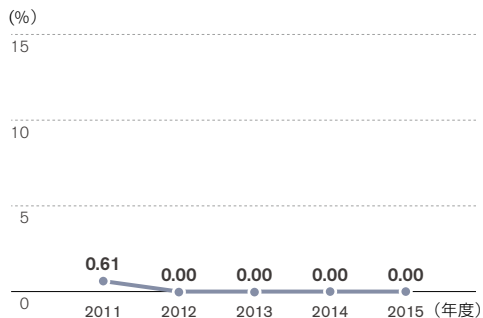
さらに日産は、設計段階からリサイクルに適した材料の採用や、解体しやすい車両の構造の開発にも力を注いでいます。その結果、欧州・日本・韓国など各国のELVのリサイクルにかかわる規制に対して、2005年に発売した「ノート」以降、すべての新型車においてリサイクル可能率95%以上を達成しています。

クルマでの再生樹脂の利用



2015年度は、日産車1台に使用する樹脂のうち再生樹脂の割合は13.0%となりました。この実績は欧州における最量販車をもとに算出しています。

シュレッダーダストの最終処分率



日本の自動車リサイクル法に基づいてリサイクル率向上に取り組む拠点が増えた結果、ELVより鉄類、および非鉄金属を除いた自動車シュレッダーダスト(ASR)の最終処分率は、2015年度もゼロを達成しました。



製品における環境指標 — 使用済み自動車(ELV)のリサイクル

ELVのリサイクル

日産は、解体事業者や破砕事業者、他の自動車メーカーと連携して、ELVのリサイクルを進めています。日本では自動車リサイクル法に基づいて2015年度に実施したASRの実績が、リサイクル実効率99.6%に相当し、政府の定めたASRの埋立処理および焼却処理ゼロ化を達成しました。

ELVのプロセスは、(1)解体処理にて鋼板、アルミ鋳造品、バンパー、樹脂製内装材、ワイヤハーネス、貴金属を回収する、(2)リチウムイオンバッテリーなどの特定品目を個別に回収し、専門のリサイクル工程に回す、(3)解体プロセスから出た残渣を専用施設で破砕・回収する、の3段階から成ります。日産は2004年以降、日本の他の自動車メーカー7社と協力して、専用処理施設でのASRの処理を推進してきました。これは日本の自動車リサイクル法に対応した取り組みで、日産はASRを有効・円滑かつ効率的に再資源化するための中心的な役割を果たしています。

ELVのリサイクルは欧州でも進められており、各国がELV指令に基づいて契約解体事業者、契約サービス事業者、自治体政府と連携し、認定処理施設のネットワークを構築しています。

第三者保証

第三者保証



日産自動車株式会社のサステナビリティレポート 2016 に対する
独立業務実施者の限定的保証報告書

2016年6月15日

日産自動車株式会社
取締役 松元 史明 殿

PwCサステナビリティ合同会社
東京都中央区銀座八丁目21番1号住友不動産汐留副都心ビル
代表執行役 **三崎優隆**

報告と測定手法の理解
非財務情報の測定及び評価の実務は、その重要な部分が確立途上であり、複数の測定方法が想定されることから、非財務情報の内容、その算定の方法及び精度によっては、企業間及び事業年度間の比較可能性に影響を及ぼすなど、測定結果に差が生じる可能性がある。したがって、選択された情報は、報告規程（「第三者保証にかかわるCO₂排出量、廃棄物発生量、取水量算定方法」）とともに読まれ理解される必要がある。選択された情報の報告に使用された報告規程は、2016年3月31日現在のものである。

当社の責任
当社の責任は、当社が実施した手続及び当社が入手した証拠に基づいて、同レポートの選択された情報に対する限定的保証の結論を表明することにある。当社は、対象となる選択された情報の種類に応じて、それぞれに対応する以下の国際保証業務基準に準拠して限定的保証業務を行った。

- 温室効果ガス（スコープ1排出量及びスコープ2排出量）については、国際保証業務基準3410号「温室効果ガス報告に対する保証業務」(ISAE3410)
- 選択された情報に含まれる、上記以外の情報については、国際保証業務基準3000号「過去財務情報の監査又はレビュー以外の保証業務」(2003年12月改訂 ISAE3000)

これらの基準は、当社が、同レポートの選択された情報に重要な虚偽表示がないかどうかについて限定的保証を得るために、業務計画を策定し、業務を実施することを求めている。限定的保証業務は、内部統制の理解を含むリスク評価手続と、評価したリスクに対応して実施された手続の両方に関して、その範囲が合理的保証業務より相当程度に狭くなる。

当社は、同レポートの選択された情報に係る、不正又は誤謬による重要な虚偽表示リスクの評価を行い、これに基づいて、選択された情報の重要な虚偽表示リスクを考慮し、以下を行った。

- 関連する会社の経営者への質問

報告書に対する会社の責任
会社は、同レポートの注記のとおり、適用された「第三者保証にかかわるCO₂排出量、廃棄物発生量、取水量算定方法」(以下、「報告規程」という。)に準拠して同レポートを作成する責任を負っている。この責任は、不正又は誤謬による重要な虚偽表示のない選択された情報を作成するために必要な内部統制のデザイン、適用及び維持を含んでいる。

なお、温室効果ガスの算定は、様々なガスの排出量を算出するために必要な係数と数値データの決定に利用される科学的知識が不完全なため、固有の不確実性の影響下にある。

当社の独立性と品質管理
当社は、国際会計士倫理基準審議会の公表した「職業会計士の倫理規程」を遵守した。この「職業会計士の倫理規程」は、誠実性、客観性、職業的専門家としての能力と正当な注意、守秘義務、及び職業的専門家としての行動に関する基本原則に基づく、独立性及びその他の要件を含んでいる。

当社は、国際品質管理基準第1号「財務諸表の監査及びレビュー並びにその他の保証及び関連サービス業務を行う事務所の品質管理」(ISQC1)に準拠して、包括的な品質管理システムを維持している。この包括的な品質管理システムは、職業倫理に関する規定、職業的専門家としての基準並びに適用される法令及び規則の要件の遵守に関する文書化した方針と手続を含んでいる。

- 同レポートの選択された情報の作成のための基礎としての、会社による報告規程の利用状況での適切性の評価
- 状況に応じて必要と認める評価したリスクへの対応手続
- 同レポートの選択された情報の全般的な表示の評価
- 選択された情報の管理、記録及び報告に係る重要な構造、システム、プロセス及び内部統制のデザインの評価（これには、現場の実績データの報告に係る重要なプロセス及び内部統制を理解し、裏付けとなる情報を入力するために、会社に対する固有リスクと重要性に基づいて選定した3か所の製造拠点と本社事務所への現場調査が含まれる）
- データの測定、記録、照会及び報告の適切性の確認のために、本社事務所及び32か所の製造拠点における選択された情報を抽出して行った限定的な実証手続

当社が実施した手続は、当社の職業的専門家としての判断に基づいており、質問、実施したプロセスの観察、文書の閲覧、分析的手続、算定方法と報告方針の適切性及び同レポートの選択された情報とその基礎となる記録との一致又は調整を含んでいる。

限定的保証業務で実施する手続は、合理的保証業務に対する手続と比べて、その種類が異なり、その実施範囲は狭い。その結果、限定的保証業務で得た保証水準は、当社が合理的保証業務を実施したとすれば得たであろう保証よりも相当程度に低い。したがって、当社は、会社の同レポートの選択された情報が、全ての重要な点において、その注記のとおり適用された報告規程に準拠して作成されているかどうかについて、合理的保証意見を表明しない。

限定的保証の結論
当社が実施した手続及び当社が入手した証拠に基づいて、会社の2016年3月31日をもって終了する事業年度の同レポートの選択された情報が、その注記のとおり適用された報告規程に準拠して作成されていないと信じさせる事項は全ての重要な点において認められなかった。

以上

¹ 会社のウェブサイトの維持及び保全に関する責任は会社が有する。当社が行った作業には、会社のウェブサイトの維持及び保全に関する検討は含まれていない。したがって、当社は会社のウェブサイトに表示される選択された情報に対するいかなる変更についても責任を負わない。

(注記)第三者保証にかかわるCO₂排出量、廃棄物発生量、取水量算定方法

- 生産拠点からのCO₂排出量：社内基準に基づき、サプライヤーからの請求書をベースとするサイト内での各エネルギー使用量データに、各生産拠点にて一般に入手可能なCO₂排出係数をそれぞれ乗じて算定。
- 従業員の通勤にかかるCO₂排出量：GHGプロトコルスコープ3スタンダードを参考に算定。具体的には、本社の通勤費用申請データをもとに、本社勤務の通勤定期購入者はバス利用、それ以外の者は当社が設定した標準車種による車利用として経済産業省、環境省、国土交通省等により公表された原単位データを利用して、従業員1人当たりの通勤にかかる年間CO₂排出量を算定。これに各拠点の従業員数を乗じて算出している。
- 販売したクルマの使用に伴うCO₂排出量：1台当たり走行距離当たりの平均CO₂排出量(地域別)に廃棄されるまでの推計平均走行距離と2015年度の自動車販売数量を乗じて算出。使用に伴う自動車1台の走行距離当たりの平均CO₂排出量(直接排出のみ)は、日産自動車の世界主要市場(日本、米国、欧州、中国)における平均的な排出量から推計。廃棄されるまでの推計平均走行距離は、国際エネルギー機関提供による「サステナブル・モビリティ・プロジェクト(SMP)モデル」をもとに設定した。
- スコープ3排出量は、固有の不確実性の影響を受ける推計値である。
- 日産自動車の日本国内生産工場における廃棄物発生量：社内基準に基づき、生産拠点からの排出物について、拠点内のトラックスケールまたは処理業者からの報告データをもとに算定。ただし、排出物のうち、自社内での再利用ならびに有価物は含めない。また、不定期に発生する非定常(通常の事業活動に伴って発生しない)の廃棄物、食堂廃棄物、常駐会社ならびに社外業者からの排出物、建設廃棄物は対象外としている。
- 日産自動車の日本国内生産工場における取水量：社内基準に基づき、生産拠点における取水量をもとに算定。取水量の把握は、取引メーター値もしくは自社測定値による。取水量には、生産拠点で購入されている上水(水道水)および工業用水のほか、地下水、雨水等も含まれる。

GRIインデックス(環境指標のみ)

項目	指標	掲載ページ
G4-EN1	使用原材料の重量または量。	117, 137
G4-EN2	リサイクル由来の使用原材料の割合。	137, 138
G4-EN3	組織内のエネルギー消費量。	117, 118
G4-EN4	組織外のエネルギー消費量。	124, 125, 126, 127
G4-EN5	エネルギー原単位。	118
G4-EN6	エネルギー消費量の削減。	118
G4-EN7	製品およびサービスのエネルギー所要量の削減。	129, 130, 131
G4-EN8	水源別の総取水量。	117, 120, 121
G4-EN9	取水によって著しい影響を受ける水源。	-
G4-EN10	リサイクルおよび再利用した水の総量と比率。	-
G4-EN11	保護地域内あるいはそれに隣接した場所および保護地域外で生物多様性の価値が高い地域に、所有、賃借、または管理している事業サイト。	-
G4-EN12	保護地域および保護地域外で生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明。	-
G4-EN13	保護または復元されている生息地。	-
G4-EN14	事業によって影響を受ける地区内の生息地に生息するICUN(国際自然保護連合)のレッドリスト種(絶滅危惧種)および国の絶滅危惧リストの数。絶滅危険性のレベルごとに分類する。	-
G4-EN15	直接的な温室効果ガスの総排出量(スコープ1)。	117, 119, 120
G4-EN16	間接的な温室効果ガスの総排出量(スコープ2)。	117, 119, 120
G4-EN17	その他間接的な温室効果ガス排出量(スコープ3)。	119, 126, 127
G4-EN18	温室効果ガス排出原単位。	119, 120, 125
G4-EN19	温室効果ガス排出量の削減量。	119, 125, 126
G4-EN20	オゾン層破壊物質の排出量。	-
G4-EN21	NOx, SOxおよびその他の著しい影響を及ぼす排気物質。	117, 122, 123
G4-EN22	水質および排出先ごとの総排水量。	117, 120, 121
G4-EN23	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量。	117, 123, 124
G4-EN24	重大な漏出の総件数および漏出量。	128
G4-EN25	バーゼル条約付属文書I, II, IIIおよびVIIIの下で有害とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出あるいは処理の重量および国際輸送された廃棄物の割合。	-
G4-EN26	報告組織の排水および流出液により著しい影響を受ける水界の場所およびそれに関連する生息地の規模、保護状況および生物多様性の価値。	-
G4-EN27	製品およびサービスによる環境影響緩和の程度。	129, 130, 131, 133, 134, 135, 137, 138
G4-EN28	再生利用される販売製品およびその梱包材の割合。	137
G4-EN29	環境法規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数。	128
G4-EN30	製品、その他物品および原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響。	119, 124, 125
G4-EN31	種類別の環境保護目的の総支出および投資。	127
G4-EN32	環境クライテリアにより選定した新規サプライヤーの比率。	23, 74
G4-EN33	サプライチェーンにおける著しいマイナス環境影響(現実的、潜在的なもの)および行った措置。	23
G4-EN34	環境影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度を通じて申立、対応、解決を行ったものの件数。	-