

SUSTAINABILITY REPORT 2013

サステナビリティレポート 2013

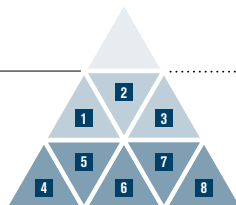


NISSAN MOTOR COMPANY



目次・使い方

目次



サステナビリティ戦略

NISSAN MOTOR COMPANY



.....0214
.....0344
.....0452
.....0759
.....1169
.....10674
.....14585
89

表紙について

掲載車種：「日産リーフ」

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

企業情報	CSRへの取り組み	環境への取り組み	安全への取り組み
社会貢献の取り組み	品質への取り組み	技術開発の取り組み	ゼロ・エミッション
IR情報	企業情報ライブラリー	商品情報(国別)	商品情報(日本)

- 「サステナビリティレポート2013」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2013」では、8つのサステナビリティ戦略での取り組みを中心に、2012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2012年度(2012年4月～2013年3月)を基本とし、該当外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2012：2012年8月9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_143
- 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きください。日産の事業活動やその展開だけでなく、世界経済の動向や自動車産業を取り巻く情勢の変化、地球環境の変化なども、実際の業績に大きな影響を与え得る要因となります。
発行後に誤記などが確認された場合には、その正確な情報をウェブサイト上で、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2013
発行年月日：2013年6月24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

はじめに

企業ビジョン

日産：人々の生活を豊かに

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

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きます。電気自動車普及への先駆的な取り組みや、新興国への手ごろな価格の車両の提供も、このビジョンに根ざす日産の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)

世界をリードする自動車メーカーとして、日産には持続可能な社会の発展に貢献するという責任があります。私たちはこの責任を真摯に受け止めています。「人々の生活を豊かに」という日産の企業ビジョンは、単にビジョンというだけでなく、組織の中核を成す企業文化ともいえるべき重要なものであり、従業員一人ひとりの業務においても常に意識されています。

当社は資源の保護、安全・低燃費化技術の向上、社会貢献などさまざまな活動に取り組んでいますが、どんな活動においても、その目的は、経済的価値を創出し、事業を行うすべての市場で長期的な効果を生み出すことにあります。

そうした取り組みをさらに強化するため、日産のCSR活動を包括的に支える基盤として「ブルーシチズンシップ」を掲げています。従業員、株主、お客さま、そして地域社会全体と力を合わせて、より良い社会をつくり、すべての人々に持続可能なモビリティ社会を提供していくという取り組みです。

社内での活動に加え、日産は2004年から「国連グローバル・コンパクト」に参加しています。また、「持続可能な開発のための世界経済人会議 (WBCSD)」にも2001年以来、参加しています。

いまだ道半ばではありますが、持続可能な社会の発展に向けて、日産は着実に歩を進めています。本レポートにもあるように、特に環境活動の分野では目覚ましい進歩を遂げています。3世代目の中期環境行動計画にあたる「ニッサン・グリーンプログラム2016(NGP2016)」のもと、さまざまな規模の活動を進め、新技術を駆使しながら、事業活動によって生じる環境負荷の低減に努めています。21世紀初めに掲げた、新車のCO₂排出量を2050年までに2000年比で90%削減するという目標が揺らぐことはありません。

この目標を達成するため、日産は今後もゼロ・エミッション技術を推進し、自動車業界をリードしていきます。私たちは、早い段階からゼロ・エミッション技術に投資してきました。そして、今後も信念を持って、取り組んでいきます。この取り組みは日産に限らず自動車業界全体、ひいては世界にとって極めて重要なものと認識しています。

ゼロ・エミッション車普及の重要性はこれまで以上に高まっています。現在、世界中で約10億台のクルマが走っていますが、今後の人口・需要の増加に伴い、その数は2050年には2倍以上に増えるといわれています。CO₂排出の低減と持続可能な社会の発展は、喫緊の課題です。日産は、社会に資する解決策を見出すという強い決意のもと、引き続きパイオニアとして、ゼロ・エミッション技術の浸透に取り組んでいきます。これは単なる経営目標ではありません。現在の、そして将来の世代に対する私たちの責務なのです。

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)

COOメッセージ

人や社会とともに成長する企業として

日産は業界をリードする持続可能な企業の一つでありたいと考えています。これを日産のCSRビジョンとしてあらためて定義しました。このビジョンの実現を目指し、8つの「サステナビリティ戦略」を特定し、推進しています。サステナビリティ戦略は、①環境、②安全、③社会貢献、④品質、⑤バリューチェーン、⑥従業員、⑦経済的貢献、⑧コーポレートガバナンス・内部統制の8つですが、社会との信頼関係をより強く築くためには、ひとつたりとも欠かすことはできません。世界の自動車業界をリードする企業のひとつとして、社会の期待に応えることは当然のことと考え、取り組んでいきます。

世界の人口が70億に達し、大気・水・石油・エネルギー・リサイクルなどの持続可能性にかかわる多くの社会的課題に直面しています。その解決に向けて社会から企業への期待はますます大きくなっています。では、私たち日産だからこそ担える社会的責任とは何でしょうか。

日産は「人々の生活を豊かに」という企業ビジョンを掲げています。乗って楽しい高品質なクルマをお客さまにお届けし、皆さまにより快適で便利な生活を提供することこそが、日産という企業が存在している意義です。ただ、人々の生活の利便性を高めてきたクルマが、地球環境に与えてきた影響も少なくありません。また、人々の生命や安全を脅かすような事故が起きていることも事実です。

私たちに、クルマやサービスを提供するだけではなく、クルマという乗り物の普及に伴って生じる社会的な課題を解決する責任があります。さまざまなステークホルダーの方々と連携しながら、クルマがもたらす豊かな生活を私たちの次の世代、そしてもっと先の世代まで届けていけるよう、日産は取り組んでいきます。こうした日産のCSRを、私たちは「ブルーシチズンシップ」と定義しています。この言葉には「青く美しい地球を守り、人や社会と共生する企業市民でありたい」という決意が込められています。



志賀 俊之
日産自動車株式会社 最高執行責任者(COO)

ゼロ・エミッション普及のパイオニアとして挑む

美しい地球の環境を保全すること。クルマがもたらしてくれる生活をもっと楽しく快適にすること。この2つを両立し、持続可能なモビリティ社会の発展に尽くすことは私たち人類にとって大きな挑戦です。日産が目指すゴールは、エネルギーや資源の利用効率を高め、資源の循環を促進させながら、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です。2011年に発表し

た中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」では、「ゼロ・エミッション車の普及」「低燃費車の拡大」「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つのキヤクシヨンに対して具体的な目標を掲げ、その実現に向けグローバルに取り組んでいます。

2010年12月に発売を開始した100%電気自動車「日産リーフ」は、2013年5月には累計販売台数が6万2,000台を超え、世界の電気自動車(EV)市場でリーダーの地位を確保しています。ゼロ・エミッションによる持続可能なモビリティ社会の実現を、自動車会社としての未来への責任と受けとめ、化石燃料を使わず、排出ガスを全く出さないEVの普及を実現すべく、私たち日産は強い信念と大義を持って挑んでいます。

航続距離の延長、インフラの整備など、EVに関する課題や疑問を払拭することも「ゼロ・エミッションリーダー」としての使命です。日産が培ってきた多様性とクロスファンクショナルな企業風土を生かしながら課題解決に取り組んでいきます。地球環境を考えると、2050年までにほぼすべてのクルマをEVや燃料電池車(FCEV)といったゼロ・エミッション車にしなければならないと考えています。「日産リーフ」の発売は、その第一歩です。日産はゼロ・エミッション車普及のパイオニアとして全く新しいEV市場をグローバルに創造していきます。このような取り組みが認められ、2012年に日本経済新聞社が実施した第16回「企業の環境経営度調査」において、企業ランキング総合2位、業界1位を達成することができました。また、インターブランド社の環境ブランドランキング「Best Global Green Brands 2012」で21位にランクインしました。

社会のニーズに対応しながらすべてのステークホルダーに 安心を届ける

日産は“走る楽しさと豊かさ”を追求するとともに、自動車メーカーとして高い安全性を確保しなければならないし、お客さまの安心を最優先に考えるクルマづくりが求められています。私たちの究極の目標は“ビジョン・ゼロ”、つまり日産車がかかわる死亡・重傷者数をゼロにすること。その実現に向け、「クルマ」「人」「社会」という3つの階層に取り組む「トリプルレイヤーアプローチ」を推進しています。

「クルマ」については「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、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。事故を招くようなリスクの芽をあらかじめ察知し、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ような機能を装備した「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。

社会の変化に伴い、安全に関するニーズも変わっていきます。日本を例にとると、今後、超高齢化社会の到来とともに、高齢者ドライバーも増加してきますが、ドライバーが不安を感じないような運転支援技術を開発することも私たちの使命となります。一方新興国においては、モビリティの発展とともに増加していくドライバーがクルマを安心、安全に使えるよう人々や社会への働きかけをしていきます。

外部評価を重視しながら進める日産のサステナビリティ

企業は社会とともにあり、企業が取り組むすべての活動が社会にとって意味のあることでなければなりません。日産はグローバル社会の一員として、地球に暮らすすべての人がその豊かさを実感できるような社会の実現に向けて、グローバルに広がる各事業所が、それぞれの地域にあるコミュニティの期待に応えながら、すべてのステークホルダーとの信頼関係を築いていくことも重要になります。

企業に対する社会の期待が高まる中、単に商品やサービスの質や価格だけではなく、社会課題に対する企業の姿勢を考慮して購買活動をする消費者が増えています。投資に関しても、財務面だけでは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)が注目されています。日産はCSRの概念を取り入れた経営を推進するとともに、すべてのステークホルダーにとって有益で、必要とされている情報を積極的に開示してきました。外部からの評価を重視しながら社会からのニーズをきちんと把握し、すべてのサステナビリティ領域において的確な情報開示を行っていくことは、社会の動向を把握できることに加えて社会とWIN-WINの関係を保つ企業経営を実現するうえで多くの示唆を与えてくれます。

外部指標のひとつFTSE4GoodはFTSE社が設定したSRIの指標で、北欧や英国をはじめ、SRIマーケットの成長が顕著なヨーロッパを中心に、広く用いられていることに加え、日本でも注目されていますが、日産は2002年3月から指定銘柄に採用されています。経済、環境、社会の3分野において持続可能性を評価し、優れた会社を選定しているDJSI Asia Pacific Indexにおいても4年連続で選定されています。東京証券取引所も「環境」「社会」「企業統治」という「ESG」スコアの高い銘柄を抽出していますが、日産は第1回ESG銘柄に自動車メーカーとして唯一選定されるとともに、「女性の活躍」が目覚ましい第3回「なでしこ」銘柄にも選定されました。

今後もすべてのステークホルダーに対し、透明性の高い情報開示を目指していきます。



志賀 俊之

日産自動車株式会社
最高執行責任者(COO)

ブルーシチズンシップ — 日産のCSR —

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、協力し合いながら、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。

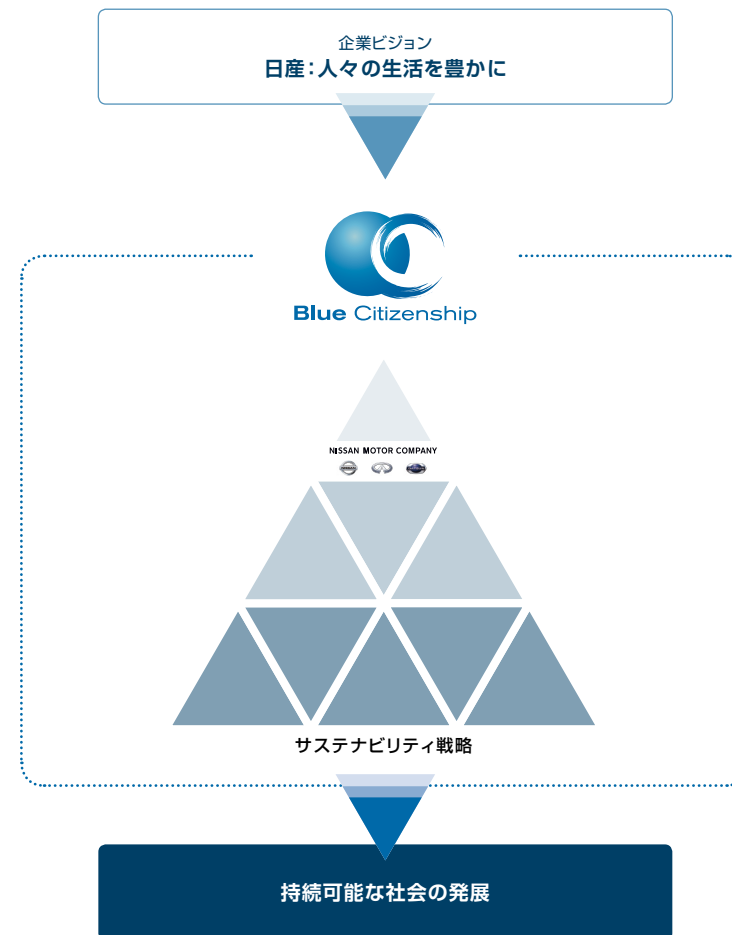
日産のCSRビジョン

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。

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。

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きます。
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。



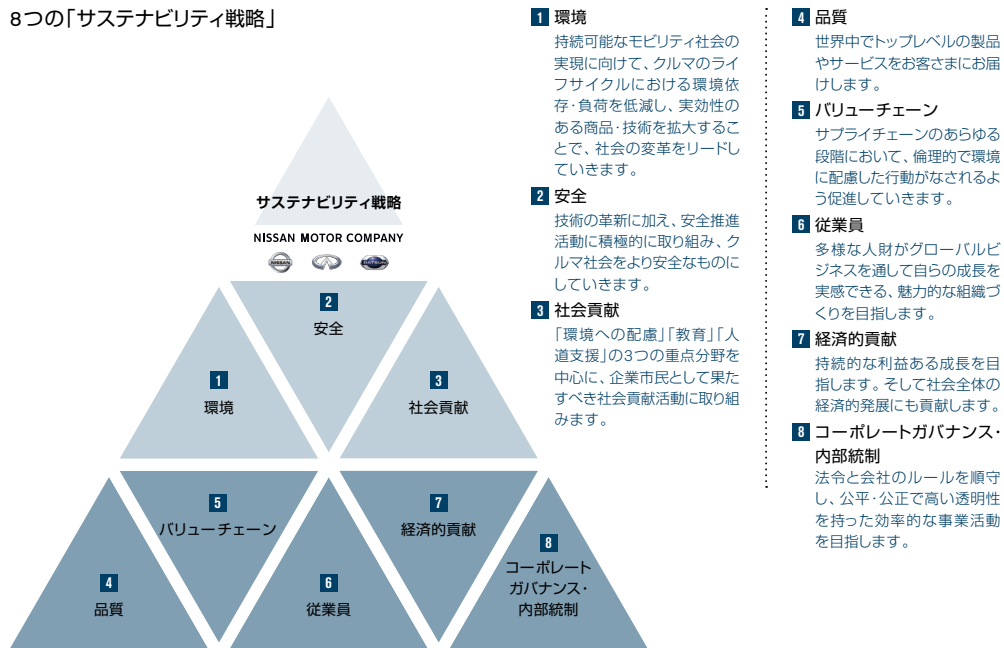
▶▶ page_08

サステナビリティ戦略の詳細を掲載しています

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。クルマが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くと考えています。「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」



推進体制

2011年度から、CSR部は最高経営責任者(CEO)の直轄組織となり、組織上もCSRを経営の中心に位置づけることになりました。

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、これまで「CSRステアリングコミッティ(CSR運営委員会)」が担ってききましたが、2013年度より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」で方針や今後の取り組みを決定することになりました。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10名が参加。また、年に1回の開催だったCSRステアリングコミッティに対し、エグゼクティブ・コミッティは月に1回開催されるため、より迅速で的確な意思決定が可能になります。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

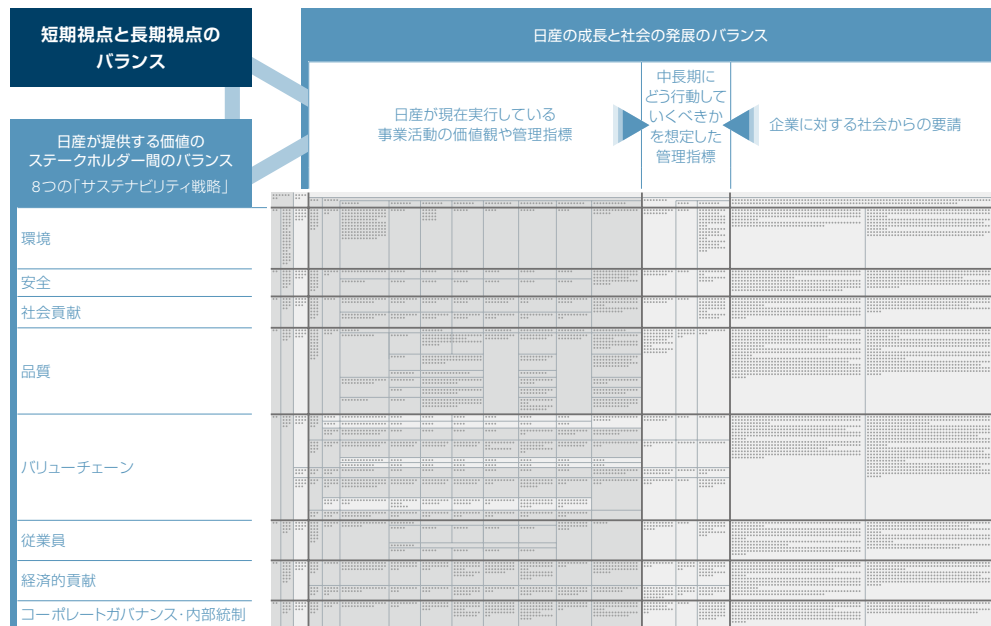
年間を通じたCSR推進の管理ツールとして、「CSRスコアカード」を作成しています。スコアカードでは、縦軸を8つのサステナビリティ戦略とし、日産が提供している価値のステークホルダー間のバランスをチェックします。横軸では、日産の成長と社会の発展のバランスを追求していくことを狙いに、「日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標」と「企業に対する社会からの要請」、そしてその間に「中長期にどう行動していくべきか

▶ page_107-112

最新のスコアカードを掲載しています

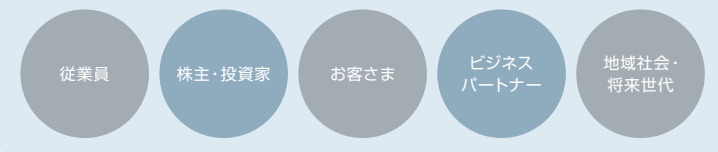
を想定した管理指標」を記載しています。横軸と縦軸の両軸を踏まえ、全体として短期視点と長期視点のバランスを追求していきます。CSRスコアカードは実績評価も含めて毎年内容を更新し、公表しています。

管理ツール「CSRスコアカード」



ステークホルダーとの協働

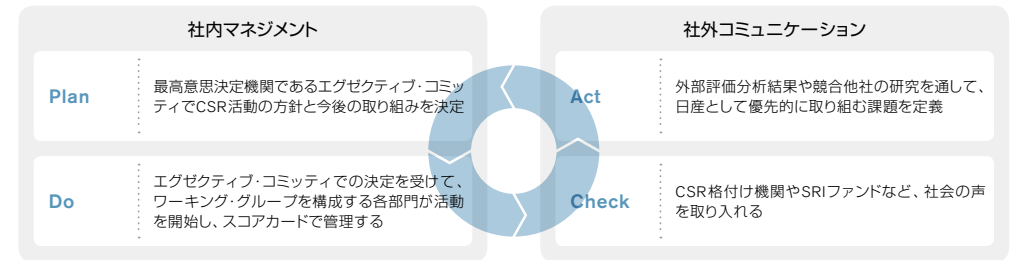
ステークホルダーとの信頼関係構築



ブルーシチズンシップ
—日産のCSR—

日産は、社会の声を企業活動に取り込み、私たちの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います。ステークホルダーから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出す」活動を行っており、その骨格は、以下のPDCA (Plan-Do-Check-Act: 計画、実施、評価、改善) で構成されています。

日産のCSRを推進するPDCAサイクル



日産の社内浸透策

日産では従来、本レポートやインターネッ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との接点は何で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。

2012年6月にはブルーシチズンシップ(日産のCSR)に関する考え方や活動をまとめた「ブルーシチズンシップストーリーズ」¹⁾を発行し、イントラネット、ウェブサイトに掲載。日本国内では全従業員に冊子を配布しました。また、2012年度から、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である「WIN」²⁾の中の「CSRヘッドライン」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。

▶ website

¹⁾「ブルーシチズンシップストーリーズ」はウェブサイトからダウンロードできます

²⁾ WIN : Workforce Integration @ Nissan

社会的責任投資(SRI)への組み入れ

財務面だけでなく、環境や社会性の観点から企業を評価し、投資対象を選ぶ社会的責任投資(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きました。DJSI Asia Pacific、FTSE4Good、モーニングスター社会的責任投資株価指数などのSRIインデックスに組み入れられています*。

*2013年6月現在



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。「DJSI Asia Pacific」はアジア・太平洋地域の企業を対象としたものとして2009年3月に新設。



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。



モーニングスター社会的責任投資株価指数(MS-SRI)

日本の独立系評価機関であるモーニングスターが開発した、日本で初めての社会的責任投資株価指数。



東京証券取引所 テーマ銘柄選定

東京証券取引所が特定のテーマや指標をベースに銘柄を抽出し、テーマの銘柄を公表するという取り組みにおいて、日産は第1回「ESG」、第3回「女性の活躍」(なでこ銘柄)でテーマ銘柄として選定されました。

▶ website

<http://www.ftse.com/ftse4good/index.jsp>

「国連グローバル・コンパクト」へ参加

日産自動車は、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、下記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。

国連グローバル・コンパクトの原則

人権

- 原則1: 企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。
- 原則2: 人権侵害に加担しない。

労働基準

- 原則3: 組合結成の自由と団体交渉の権利を有効なものにする。
- 原則4: あらゆる形態の強制労働を排除する。
- 原則5: 児童労働を実効的に廃止する。
- 原則6: 雇用と職業に関する差別を撤廃する。

環境

- 原則7: 環境問題の予防的なアプローチを支持する。
- 原則8: 環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。
- 原則9: 環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。

腐敗防止

- 原則10: 強要と賄賂を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む。



▶ 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をご覧ください

「持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)」への参画

日産は「持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)」に加盟しています。WBCSDはビジネス、社会、環境が持続可能となるよう、グローバルな産業界を導くことを目指した、先進的な企業の連合体です。WBCSDには、あらゆる産業界と大陸を代表する、約200の企業が参加しており、その収益総額は7兆ドル以上に上ります。持続可能な発展におけるベストプラクティスの共有や、現状を変革させる革新的なツールの開発を行っています。

▶ website

持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

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。2012年のルノー・日産アライアンスのグローバル販売台数は過去最高の810万台*に達し、世界で販売された新車10台のうち1台がルノー・日産アライアンスのクルマとなりました。現在、ニッサン、インフィニティ、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)という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

締結当初は珍しい試みと思われたアライアンスですが、すぐに自動車業界における企業提携のモデルとなりました。その後、ドイツのダイムラーや中国の東風汽車公司、ロシアのアフトワズ社などとも幅広い協力関係を実現しています。そして現在、業界で最も持続的な効果を発揮しています。

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。相互に株式を保有することで互いを信頼・尊重し合い、透明性の高い組織のもとで迅速な実行、明確なアカウンタビリティ、意欲的な水準の業績を目指しています。

▶▶ [website](#)

ルノーとの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

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つの目標達成を目指しています。

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

ルノー・ニッサンパーチェシングオーガニゼーション(RNPO)などの共同購買組織や共同作業グループ、プラットフォーム・部品の共通化、生産設備の相互利用などを通じ、提携によるシナジーの創出に努めています。また、アライアンスは持続可能なモビリティの領域でリーダーシップを発揮することにも注力しています。

ゼロ・エミッション領域のリーダーに

ルノー・日産アライアンスは、再生可能なエネルギーのみで充電可能な100%電気自動車(EV)の幅広いラインアップを展開している唯一の自動車メーカーです。

2012年は「日産リーフ」の販売がグローバルに増加し、ルノーも新たに2車種のEVを発売したことで、アライアンスによるゼロ・エミッション車のグローバル販売台数は前年比83.8%増の43,829台に上り、ゼロ・エミッション車市場におけるグローバルシェアは64%*となりました。2010年12月のEV発売から2012年末までのグローバル累計販売台数は67,723台でした。

中でも「日産リーフ」は世界で最も売れているゼロ・エミッション車として、2012年の販売台数は前年比22%増の26,976台を記録。2010年12月発売以来の累計販売台数は49,117台に達しました。

ルノーは2人乗りのアーバンコミューターである「トゥイジー」、インターナショナル・バン・オブ・ザ・イヤー2012を受賞した「カンゲー Z.E.」や、セダン「フルーエンス」をベースとした「フルーエンス Z.E.」、ゼロ・エミッションサブコンパクトカーの「ゾエ」を販売しています。

またアライアンスは、燃料電池車(FCEV)*や将来的なゼロ・エミッション戦略への取り組みも継続して進めています。

ダイムラーとの戦略的協力関係について

ルノー・日産アライアンスは、他のパートナーとも積極的に戦略的提携を結び、スケールメリットを生かして新たな地域での成長を加速させ、各社の次世代パワートレイン研究開発費の負担を軽減し、持続可能な未来に向けたより厳しい環境基準にも対応するクルマを開発していきます。

この考え方に沿って、2010年4月にはダイムラーと戦略的な協力関係を結びました。長期に安定した関係を築くことにより、互いにスケールメリットが生まれ、新規投資や既存の生産能力を相互活用し、新商品・技術の開発コストを分担することが可能となりました。

両グループはその関係をより確かなものとするため、株式交換による相互出資を実施。具体的には、ルノーと日産それぞれがダイムラー株を1.55%保有し、ダイムラーがルノー株および日産株を各3.1%保有しています。

▶▶ page_13

*アライアンスによるFCEVの取り組みを掲載しています

*ルノーの2人乗り小型EV「トゥイジー」を除く

ルノーと日産のアライアンス

2012年は、協力関係の成果を初めて目に見える形で紹介することができました。

- ルノーとダイムラー共同開発の1.5リッター4気筒直噴ターボディーゼルエンジンを搭載したメルセデス・ベンツの新型「Aクラス」を投入。
- ダイムラーはメルセデス・ベンツから、ルノー「カンゲー」をベースに共同開発の1.5リッターエンジンを搭載したエントリーモデル「シタン」を発売し、小型商用車のラインアップを拡充。ルノーのフランス・モーブージュ工場生産開始。

新たに発表された共同プロジェクトのうち、主なものは次の通りです。

- 日産とダイムラーが、日産の米国テネシー州デカード工場にメルセデス・ベンツ向け4気筒ガソリンエンジンを生産することを発表。2014年から生産を開始し、年間の生産規模はフル稼働時で25万基を予定。メルセデス・ベンツおよびインフィニティの両ブランド向けに供給予定。
- 日産とダイムラーは、ダイムラーが開発中の最新オートマチック・トランスミッションの開発・生産にかかるライセンス契約を締結。これにより、ジヤトコ株式会社がニッサンとインフィニティの両ブランド向けのオートマチック・トランスミッションを2016年からメキシコで生産予定。
- ルノー・日産アライアンスおよびダイムラーは2013年1月、フォードとFCEVの商品化を加速するための合意書に調印。世界初の手ごろな価格の量産型FCEVを早ければ2017年に発売予定。

また、2010年4月に発表された主要なプロジェクトも進捗しています。

- 車体構造を共同開発中の新型「スマート」と「トゥインゴ」は2014年中に投入予定。2人乗り「スマート」の生産はフランス・ハンバツハ工場、4人乗り「スマート」とルノーの「トゥインゴ」はスロベニアにあるルノーのノヴォ・メスト工場生産予定。
- パワートレインの相互供給および共同開発も継続中。ルノーはダイムラーに小型車セグメント（「スマート」および「トゥインゴ」）向け3気筒小型ガソリンエンジンおよび4気筒ディーゼルエンジンを供給。メルセデス・ベンツの商用車「シタン」向けエンジンの共同開発に加え、ルノーはメルセデス・ベンツの次世代プレミアム・コンパクトカー向けに部品を供給。ダイムラーは現行および今後のエンジンラインアップから4気筒および6気筒のガソリンエンジンおよびディーゼルエンジンをニッサンとインフィニティ向けに供給予定。

環境

環境

日産の環境理念である「人とクルマと自然の共生」は、私たちが描く理想の社会像です。

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。「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」という究極のゴールを目指し、エネルギーや資源の使用効率を高め、循環を促進しながら、地球と将来世代のために、そして持続可能なモビリティ社会の発展のために、お客さまに革新的な商品を提供していきます。



取り組みの柱

関連指標

カーボンフットプリント	
企業による直接排出(スコープ1)	835,766t-CO₂
エネルギー利用による間接排出(スコープ2)	2,432,889t-CO₂
スコープ2以外の間接排出(スコープ3)	468,346t-CO₂
水資源使用量	27,585,000m³
廃棄物排出量	170,910ton

 GRI G3 Indicators
 ▶ EN8/EN16/EN17/EN22

▶ page_120-144

環境データの詳細を掲載しています

環境

環境への取り組み

世界の人口増加や急激な経済発展は、気候変動、エネルギーや資源、水、食糧などの需給逼迫、そして自然環境の劣化など、複雑かつ多岐にわたって地球環境に依存し、影響を与えているといわれています。例えば、国連の世界人口予測によると、世界の人口は現在の70億人から2050年には90億人に増え、都市人口は7割に達すると推計されており、今後、天然資源やエネルギーの需要が増加することは明らかです。

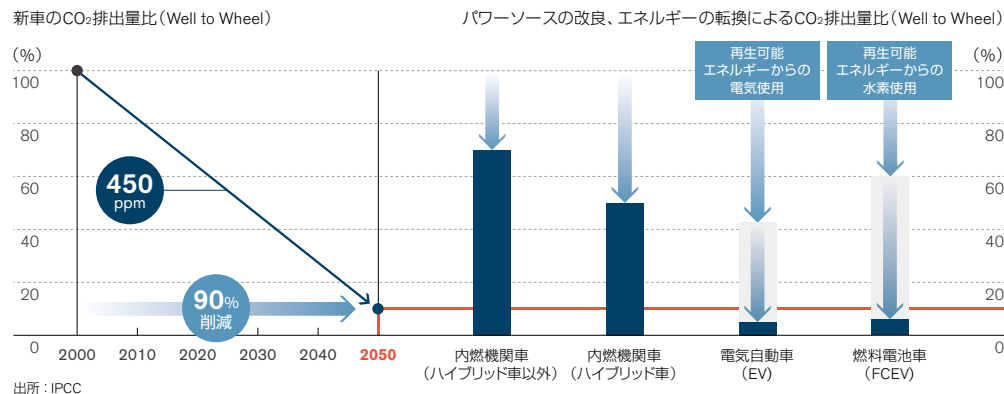
経済成長と地球環境保全の両立は、私たち人類が豊かさを享受し続けていくうえでの大きな挑戦です。自動車産業はCO₂排出量の削減に取り組むだけでなく、化石燃料への依存から脱却し、ビジネス構造を変革する時代を迎えています。

地球の平均気温の上昇を2℃以内に抑えるために大気中のCO₂濃度を450ppm以下で安定させる必要があるというIPCC第4次報告書の前提に基づき、日産は新車のCO₂排出量(Well to Wheel)を2000年比で2050年までに90%削減する必要があると試算しています。90%削減に向けて日産は、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)、燃料電池車(FCEV)といった電動車両の普及と、これら電動化技術への再生可能エネルギーの利用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。

▶▶ page_20-26
¹⁾ 「ゼロ・エミッション」の詳細を掲載しています

▶▶ page_26-28
²⁾ 「PURE DRIVE」の詳細を掲載しています

CO₂排出量削減のシナリオ



2012年度の実績

- 100%電気自動車「日産リーフ」年間販売台数30,500台、2010年発売以降2013年3月末までの累計販売台数58,000台達成
- 企業平均燃費24.9%改善(日本/米国/欧州/中国、2005年度比)
- 企業活動におけるCO₂排出量8.3%削減(t-CO₂、2005年度比)
- レアアースを削減した電気自動車用モーターを開発、「日産リーフ」に採用
- 各バリューチェーンごとのCO₂排出実績:
 生産拠点2,822kton 物流1,490kton
 クルマの走行91,234kton
 事業所などのエネルギー消費290kton 従業員の通勤468kton*

▶▶ page_143
 *うち日本、米国、欧州の連結会社従業員の通勤によるCO₂排出量:215ktonについては、第三者保証を受けています。詳しくは巻末のCSRデータ集をご覧ください。

環境

今後の取り組み

- 100%電気商用車「e-NV200」の投入に向けた準備
- 「パスファインダー」、インフィニティモデル「Q50」「QX60」にハイブリッド車を投入
- 水系塗装工程の採用拡大によるCO₂排出量の削減

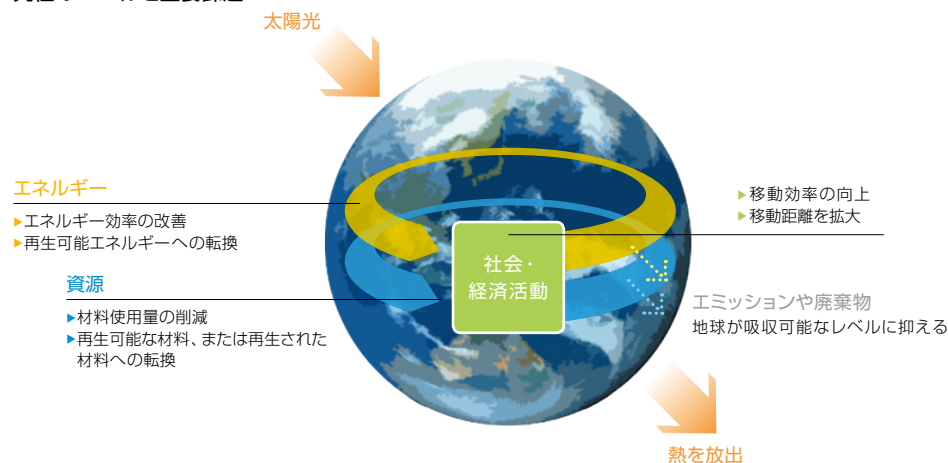
「ニッサン・グリーンプログラム 2016 (NGP2016)」

2011年度より、6カ年の中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016 (NGP2016)」を推進しています。「NGP2016」は、エネルギーや資源を専門とする有識者からの意見のほか、日本では従業員を対象に環境に関する意識調査を実施し、従業員の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、マテリアリティ（経営に重要な影響を与える要因）評価を行い策定しています。

「NGP2016」は、前計画（「ニッサン・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循環を促進させることで、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、長期的に日産車の販売台数を増加させていく計画ですが、今後も継続して「NGP」を推進することで、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年のレベルで維持することができると試算しています。

究極のゴールと重要課題



環境

NGP2016進捗一覧

重点領域	アクションプラン	2012年度未進捗	関連ページ	
ゼロ・エミッション車の普及	ルノーとのアライアンスのもと累計150万台の電気自動車(EV)を販売	「日産リーフ」グローバル販売台数30,500台、2012年12月発売以降のグローバル累計販売台数58,000台	p20	
	「日産リーフ」を含むEV4車種を発売	「e-NV200」を活用した実証運行を推進	p21	
	量産燃料電池車(FCEV)の投入を準備	ルノー・日産アライアンスのもと、ダイムラー、フォードとFCEV技術の商品化を加速させるための合意書に調印	p22	
	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	北米日産および英国日産でバッテリーの生産を開始	p23	
	EVおよびその派生技術を活用して、パートナーとともにゼロ・エミッション社会を具現化 ▶ EV充放電制御技術と情報ネットワークの開発 ▶ スマートハウス・コミュニティ・グリッドの実証実験の実施(横浜市より開始)	電力供給システム「LEAF to Home」を市場に投入 公共施設や、個人住宅、分譲マンションなどに「LEAF to Home」の導入を推進	p23-24	
	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を開始(4Rビジネス)	個人住宅や集合住宅などで、定置型バッテリーとしてEV用バッテリーの活用を推進	p25-26	
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)	2005年度比24.9%改善	p26	
	幅広いクラスで燃費トップとなるモデルを投入	以下モデルでクラストップ燃費を達成 ▶ 日本:「ノート」「ラティオ」 ▶ 北米:「アルティマ」 ▶ 中国:「シルフィ」	p27	
	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(FR)車にHEVを拡大	「シーマ」にHEVを投入(日本) 「セレナ S-HYBRID」を発売(日本)	p27	
	プラグイン・ハイブリッド車(P-HEV)を投入	開発を推進中	p27	
	次世代無断変速機(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	CVT搭載車グローバル販売台数228万台、 1992年からの累計販売台数1,336万台を達成	p27-28	
	構造合理化・新材料・工法による軽量化技術開発	1.2GPa級高成形性超ハイテン材を「インフィニティ Q50」に採用し、約40kgの軽量化を実現	p28	
ITS技術による使用時のCO ₂ 削減への貢献		北京市交通委員会と動的経路誘導の交通分散効果に関する有効性を確認	p28	
	北京市と連携し、交通渋滞改善およびエコ運転支援の実証プログラムを実施			
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(t-CO ₂ /台、2005年度比)	2005年度比8.3%削減	p29	
	全生産拠点で27%削減(t-CO ₂ /台、2005年度比)	2005年度比15.2%削減	p29-30	
	部品・完成車物流からのCO ₂ 排出量を最小限にとどめる活動を推進	4隻目となる省エネ型自動車運搬船「日清丸」を導入するなど取り組みを推進中	p31-32	
	オフィスで毎年1%削減(日本/北米/欧州/中国、原単位)	17.7%増加(2010年度比)	p32	
新たに採掘する天然資源の最小化	販売会社で毎年1%削減(日本、原単位)	1.8%増加(2010年度比)	p32	
	クルマ1台当たりの再生材使用率を25%に向上	取り組みを推進中	p33	
	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 ▶ クルマの生産において発生するスクラップの回収、再生 ▶ 使用済み製品の回収、再生	生産時発生する鋼板やアルミ板のスクラップを再度鋼板やアルミ板へと再生する取り組みを推進中	p34	
	リサイクル実効率の向上 ▶ トップレベルのリサイクル実効率を達成(日本) ▶ 使用済み自動車の適正処理と再資源化を推進(グローバル)	リサイクル実効率 ▶ 日本:99.3% ▶ グローバル:取り組みを推進中	p34	
	希少資源の削減	レアメタル、レアアースの使用量を削減 金属の使用量を低減しつつ、各国・各地域の都市大気環境改善に資する低排出ガス車を導入	レアアースのひとつであるジスプロシウムを従来比40%削減したEV用モーターを「日産リーフ」に採用	p34
	廃棄物の削減	生産工場において年2%(日本)、および年1%(グローバル)削減 物流においてベストプラクティス活動を通じ廃棄物削減	日本生産工場:10.3%削減、グローバル生産工場:3.2%削減	p35
全生産拠点で水使用量を管理し、削減を推進	スペイン、エジプト、南アフリカにおいて水使用量の目標値を設定し、取り組みを開始	p35-36		
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)	▶ 連結製造会社やサプライヤーに向けて「NGP2016」の説明会を実施 ▶ サプライヤーマネジメント項目に環境目標や環境データの報告を加え、上流工程での環境負荷の把握と低減を促進	p37	
	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	環境負荷物質に関するグローバル方針をグリーン調達ガイドラインとしてサプライヤーへ展開	p38	
	LCA(ライフサイクルアセスメント)を活用した製品環境負荷の低減	製品LCAにおけるCO ₂ 評価を推進中	p40	

環境

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、グローバル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。最高執行責任者(COO)を議長とするグローバル環境委員会(G-EMC、年2回実施)では、全社的な方針やエグゼクティブ・コミッティ(経営会議)への提案内容の決議などを行い、経営企画本部環境企画室(2007年設立)は、G-EMCへの提案内容や各部門での具体的な取り組みを決定し、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2012年度からは、欧州地域においてより深く管理し活動を推進するために、欧州環境マネジメント(E-EMC)を設置しています。

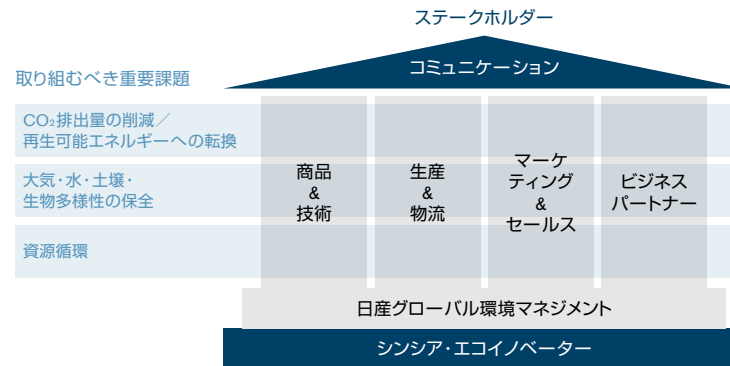
国内では、全事業所で取得したISO14001統合認証*のもと、環境統括者であるCOOが直接環境活動を管理、推進する体制を構築しています。環境統括者が定めた全社での統一目標は、事業所ごとに従業員にも共有され、全従業員で環境活動にかかわる仕組みとしています。活動の成果、進捗の報告、およびさらなる方策は、環境統括者に年2回報告されます。このように日産は確実にPDCAを回し、環境パフォーマンスを改善しています。

その他「アドバイザリー・ミーティング」における有識者や専門機関の意見や、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し、さらなる取り組みの強化を図っています。

▶▶ page_36

*ISO14001統合認証の詳細を掲載しています

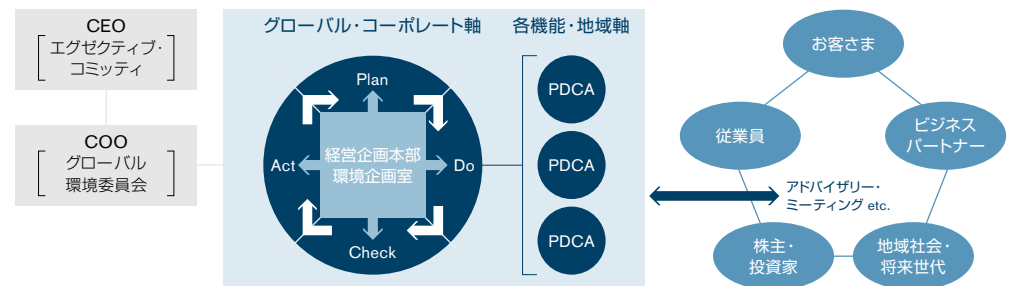
グローバル環境マネジメントのフレームワーク



▶▶ page_37

「シンシア・エコイノベーター」の詳細を掲載しています

組織体制図



ステークホルダーエンゲージメント

クルマの製造に必要な資源採掘から、製造、輸送、使用、廃棄に至るまで、バリューチェーンすべての段階にかかわるステークホルダーは大勢存在します。日産は、バリューチェーン全体における資源やエネルギーへの依存、環境に与える影響、そして環境影響を削減する手段を分析したうえで、世界各国のお客さま、株主、投資家、サプライヤーなどのビジネスパートナー、従業員、政府や自治体、非政府組織(NGO)、地域住民、そして将来世代を重要なステークホルダーとして位置づけています。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、日産の環境戦略策定や遂行に取り入れています。例えば、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、ビジネスパーソンを招き、アドバイザリー・ミーティングを開催。日産の取締役会メンバーと日産の経営戦略の方向性や妥当性について協議するほか、その成果を環境戦略に反映しています。

マテリアリティ評価

環境への影響を削減するために、排出ガス、CO₂排出量や燃費、騒音、化学物質、リサイクルといった、自動車業界に対する世界各国の規制や要請は、年々厳しさを増しています。日産は、強化された規制や社会からの要望にも応えるため、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双方にとって重要なものを課題として設定し、環境戦略に反映しています。

マテリアリティ評価

ステークホルダーの関心度	極めて高い	<ul style="list-style-type: none"> ● 水使用 ● 事業活動からのCO₂排出 ● サプライチェーンにおける環境影響 ● 資源の利用効率 	<ul style="list-style-type: none"> ● 燃料消費・製品からのCO₂排出量 ● 持続可能なモビリティ ● エネルギー多様性・再生可能エネルギー ● 大気の水質 	
	高い	<ul style="list-style-type: none"> ● 生物多様性の保全 ● 廃棄物の最終処分量 ● 化学物質の使用 		
	低い			
		高い	とても高い	極めて高い
		自社／事業への潜在的な影響度		

日産の認識する環境課題

CO₂排出量を削減するためには、長期的には走行中に全くCO₂を排出しないゼロ・エミッション車の普及が有効だと日産は考えています。そこで、アライアンスパートナーであるルノーとともに、「ゼロ・エミッションリーダー」となる目標を掲げ、ゼロ・エミッション車の普及を推進し、持続可能なモビリティ社会の実現を目指しています。同時に、エンジン搭載車の燃費向上に向け、継続して技術開発を行っています。

また、環境技術車の開発については、ルノーとのアライアンスなど協働によるメリットを生かして、効果的かつ効率的な技術開発を進めています。

さらに水、エネルギー、材料資源の地域的および将来的な枯渇懸念や、化学物質管理、廃棄物削減、リサイクル対応などの課題について、日産はその重要性を深く認識し、バリューチェーン全体で取り組みを進めています。

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電気自動車(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、その市場はさらなる拡大が見込まれます。

「日産リーフ」の2012年度の販売台数は3万500台に、また2010年12月の発売以来累計で5万8,000台*に達し、世界最大の販売台数を誇るEVとなっています。

日産は、「日産リーフ」のほかにEV3車種の投入を計画しており、すでに販売されているルノーのEV4車種と合わせ、ルノーとのアライアンスのもと販売されるEVは合計8車種となる計画です。ルノー・日産アライアンスはゼロ・エミッションリーダーとして、自動車業界を牽引していきます。

*2013年3月末時点

「日産リーフ」をマイナーチェンジ

100%電気自動車「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年の発売以来、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。

2012年11月には、「日産リーフ」をマイナーチェンジし日本で発売しました。まずパワートレインのユニットを一体化し、バッテリーモジュールとケースの構造を合理化し、その他各パーツを軽量化することで、最大80kg(仕向け・仕様による)の軽量化を達成しています。併せて回生ブレーキの領域拡大やバッテリー制御の適正化を図り、フル充電時228km(JC08モード)の航続距離を実現しています。同時にリアアースのひとつであるジスプロシウム(元素記号:Dy)を従来より40%削減した高性能モーターを採用するなど、モノづくりにおいても一層環境に配慮したものとなっています。さらに先進的なITシステムにより、従来の携帯電話などのデバイスを使ったリモート操作に加え、前モデルの発売以降お客さまからいただいたご要望に応え、走行ルート周辺の立ち寄り充電スポットや省エネルギーの案内といったドライビングサポート機能も充実させています。「日産リーフ」のマイナーチェンジモデルは、2013年から米国、欧州でも販売しています。

「日産リーフ」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す*。さらにEVのバッテリーは、蓄電池としての役割を担うことで再生可能エネルギーの大規模導入をサポートすることができるため、EVはクルマを取り巻く社会全体の低炭素化に貢献できる可能性を持っているといえます。

日産は今後、100%電気商用車「e-NV200」やインフィニティ・ブランドのラグジュアリー・モデルを追加するなど、さまざまなEVを市場に投入していきます。



「日産リーフ」

世界各国でゼロ・エミッションタクシーを展開

日産は2013年1月、スイスのチューリッヒ市に「日産リーフ」をタクシーとして提供することを発表しました。2013年中ごろまでに合計20台の「日産リーフ」がタクシーとして走行する予定です。同市は2015年までにタクシー車両の15%をEVにすることを想定しており、急速充電ネットワークの構築も進めています。タクシー車両のゼロ・エミッション化は、タクシーという移動手段におけるCO₂排出量を削減することももちろん、EVの実用性を実証し、個人の移動手段としても普及させることを目指しています。

「日産リーフ」のタクシーとしての活用は世界中に広がっており、アムステルダム市、ニューヨーク市、東京都、メキシコシティ、サンパウロ市、広州市など各国主要都市で使用されています。

100%電気商用車「e-NV200」の市場投入に向けた実証実験を実施

100%電気商用車「e-NV200」は、「日産リーフ」に続く2車種目の量産EVとして、2014年中の市場投入が計画されています。2011年より複数の大手企業と実証運行を実施しており、日本では、日本郵便、イオンリテール株式会社、コカ・コーラ セントラル ジャパン株式会社などと、また欧州では、ブリティッシュガスなどと、さらにグローバルなプロジェクトとしてフェデックス・エクスプレスとテストを実施しています。実証運行で得た成果やフィードバックは、「e-NV200」の開発に反映していきます。

ビジネスユーザーはもとより、プライベートユースにおいても多機能で広い室内空間を提供する「e-NV200」は、商用車市場に革新をもたらすと同時に、EV市場での日産のリーダーシップを確固たるものとする役割を担います。ベース車である「NV200(日本名:NV200バネット)」が誇る室内の広さや多用途性に加え、「日産リーフ」のパワートレインが生み出すEVとしての特性も併せ持つことで、走行時のCO₂排出量をゼロにすると同時に、卓越した加速性能と静粛性を実現します。



「e-NV200」

▶ page_40

*「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

広州モーターショーで「ヴェヌーシア e30」を公開

中国においても、中国政府による「省エネ・新エネルギー車産業発展計画」のもと、EVやプラグイン・ハイブリッド車の普及が進められています。日産は中国事業合併会社である東風日産乗用車公司において、2015年までにEV「ヴェヌーシア e30」の販売を開始します。「ヴェヌーシア(中国名:啓辰)」は、東風日産による自主ブランドで、高品質で実用性の高いモデルを提供することで中国における真の国民車になることを目指しています。2013年から、広州、大連などの15の都市において「ヴェヌーシア e30」を活用したパイロットプログラムを開始し、EVの実用性を検証していきます。

燃料電池車(FCEV)の実用化に向けて

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。FCEVは、自動車産業がより持続可能な輸送手段に取り組む中、バッテリー式電気自動車を補完するものと考えられています。日産のFCEVには、これまで培ってきたEVのリチウムイオンバッテリーや強電システム、ハイブリッド車の制御技術、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。2011年には民間企業12社とともにFCEVの国内市場導入と水素供給インフラ整備に向けた声明を発表し、また出力密度を飛躍的に向上させ¹⁾、白金使用量と部品種類を削減し²⁾大幅な小型化、コスト削減を実現した³⁾FCEV用の新型燃料電池スタックを公開しています。

¹⁾ 自社開発2005年モデル比2.5倍、1リッター当たり2.5キロワットを達成、日産調べ

²⁾ 自社開発2005年モデル比でそれぞれ4分の1に削減、日産調べ

³⁾ 自社開発2005年モデル比で半分以下、コストは6分の1にまで低減、日産調べ

2013年1月には、ルノーとのアライアンスのもと、日産はダイムラー、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。これは、3社の知見の融合とともにFCEVの技術開発に関連する投資コストの低減や、ボリュームを活用したスケールメリットによる製造コストの低減を目的としており、早ければ2017年に世界初の手ごろな価格の量産型FCEVを発売する予定です。

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・エミッション車である電動車両の投入・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、100以上に上る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。

環境

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、内製急速充電器の生産・販売、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。

ゼロ・エミッション社会へ向けた包括的な取り組み



「日産リーフ」とリチウムイオンバッテリーの現地生産を開始

日本国内においては、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、「日産リーフ」に搭載され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1つのモジュールにセル4枚が組み込まれ、日産の追浜工場で48個のモジュールが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「日産リーフ」とEV用バッテリーを生産。米国では、2012年12月にテネシー州スマーナ工場での生産を開始、生産能力はEV年間15万台、リチウムイオンバッテリー年間20万基の予定で、本格稼働時には車両とバッテリー合わせて同地域に最大1,300名の雇用創出が見込まれています。

欧州でも、英国サンダーランド工場ですでに開始されているリチウムイオンバッテリーの生産に続き、2013年3月よりEVの生産を開始しました。本格稼働時の生産能力はEV年間5万台、バッテリー年間6万基となる予定です。同工場の操業により、日産内は200名、英国内のサプライチェーンでは600名の新たな雇用が創出されると見込まれています。

スマートグリッドを実現する“LEAF to Home”

2012年5月、日産は「EVパワーステーション」¹⁾を活用して「日産リーフ」のバッテリーから電力供給するシステム“LEAF to Home”を導入しました。このシステムは、一般住宅の分電盤に直接接続し、コネクタを「日産リーフ」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、走行中のゼロ・エミッション実現に加え、EV用バッテリーがもたらす新たな価値を提供します。また、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。

“LEAF to Home”は、夜間電力や再生可能エネルギーである太陽光で発電した電力を使って「日産リーフ」に充電し、蓄えた電気を日中の電力需要が高まる時間帯に使用することで、家庭への安定した電力供給や電力消

¹⁾ ニチコン株式会社製の電力供給システム

環境

費のピークシフトに貢献します。また、停電時や非常時などには、バックアップ電源としての活用が可能です。加えて、料金の安い夜間電力²⁾を日中に活用することで、電気料金の節約も期待できます。「日産リーフ」のバッテリー蓄電能力は最大24kWhと大容量であるため、走行中はもちろん、駐車中には蓄電池として、EVならではの付加価値を提供します。

“LEAF to Home”は、高い省エネ性能を実現する点が評価され、平成24年度省エネ大賞(製品・ビジネス部門)の「経済産業大臣賞」を受賞しています。

²⁾ お客さまの電力契約内容による



電力供給システム“LEAF to Home”
(左は2012年6月に発売となったニチコン株式会社製「EVパワーステーション」)

電力供給システムの普及に向けて

日産は「日産リーフ」のバッテリーを活用した電力供給システムの社会への普及を推進しています。2012年4月には、横須賀市の公共施設に、EVの充電とEVからの給電を可能とする双方向の電力供給システム¹⁾を設置しました。すでに同市に導入されているEVタクシーと組み合わせることで、電力不足時のピークシフトへの貢献はもちろん、災害時の非常用電源として活用する方針です。

このほかにも、日産は幅広いパートナーと連携し、個人住宅や分譲マンション²⁾などでも電力供給システムの導入を進めています。

¹⁾ 椿本興業株式会社および株式会社椿本チエイン製

²⁾ 三井不動産レジデンシャル「パークホームズ大倉山」、住友不動産「新宿グランドタワー」などで導入しています

EVコンセプトカー「NISSAN New Mobility Concept」

「NISSAN New Mobility Concept」は、高齢者や単身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人乗りのコンセプトカーです。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などでの活躍が期待されています。2011年度には国土交通省の協力のもと、横浜市、青森県、福岡県などと地域交通システムのあり方の検証や調査のために、「NISSAN New Mobility Concept」を使った走行実証実験を行いました。2012年7月からは、神奈川県警察認定の神奈川防犯シーガル隊¹⁾にて、青色防犯パトロール用車両として活用²⁾されました。また、2013年2月には、横浜市と東京急行電鉄株式会社が、快適かつ省エネルギーなまちづくりのために民間企業などと設置した「スマートコミュニティ推進部会」のもと、たまプラーザ駅北側などの東急田園都市線沿線エリアで、子育て層を対象にした「NISSAN New Mobility Concept」を活用したモニター調査を実施しました。

日産は実証実験を通じて、今後もEVの新しい使い方や円滑な交通流(自動車の流れ)の実現、次世代のまちづくり検討に向けて、提案を行っていきます。

¹⁾ 地域の安全・安心への貢献を目的とし2011年2月から活動中

²⁾ 2013年3月末まで活用



「NISSAN New Mobility Concept」

ゼロ・エミッション車普及に向けたインフラ整備

日本国内では、日産が独自に開発した新型の急速充電器を、2011年から全国の日産部品販売会社で販売しています。この新型急速充電器は、従来の日産製急速充電器と同スペックの高性能を有しながら、本体を容積比で約半分のサイズに小型化しており、より小さなスペースに設置することを可能としています。同時に、日産の販売店への充電器導入を進めており、2012年度末時点で全店舗に普通充電器を、約800店舗に急速充電器を設置しています。

また、2012年に住友商事、日産、NEC、昭和シェルが4社で「ジャパンチャージネットワーク株式会社」を設立し、急速充電や普通充電のインフラネットワーク構築に向けた試験的サービスを開始しています。ユーザーの利便性とさまざまなライフシーンを考えながら、順次、全国への充電インフラネットワーク拡大を目指し、神奈川日産やプリンス神奈川をはじめとする販売会社の店舗や、横浜市内のファミリーマート、成田国際空港などで順次サービスを開始しています。

さらに日産は、経済産業省の「次世代自動車充電インフラ整備促進事業」に参画し、全国のガソリンスタンドの数に匹敵する約3万6,000カ所に急速充電器を設置する計画において、設置場所や運営方法を検討しています。

インフラ整備に向けた取り組みは海外でも推進しています。米国では、2013年1月に、販売会社、地方政府機関、NRGエナジーのeVgoといった企業・団体と協働し、今後1年半以内にEV用の急速充電拠点を新たに500カ所以上設け、現在の4倍超に増やすことを発表しています。また2013年1月に発表された米国エネルギー省の「Workplace Charging Challenge（勤務先充電チャレンジ）」プログラム*にも参画しており、米国における職場環境での充電スタンド設置に取り組んでいます。

*2012年3月にオバマ大統領が発表した「EV Everywhere Grand Challenge」というイニシアチブの一環としてスタート

「日産ゼロ・エミッションファンド」を設立

2012年6月、日産は「日産リーフ」の走行により削減されたCO₂を活用した新プログラム「日産ゼロ・エミッションファンド」を立ち上げました。これは個人のお客さまが「日産リーフ」で走行した距離を、ガソリン車で平均的に排出されるCO₂の量に換算し、集約されたCO₂の年間総量を一般社団法人低炭素投資促進機構に売却するというもので、売却益はゼロ・エミッション社会の実現を加速させるために、急速充電器の設置および森林保全活動に活用されます。CO₂削減量は走行距離に応じて算出されるため、このファンドに参加するお客さまが多いほど、その分CO₂削減量が増え、急速充電器の設置と環境保全に貢献することになります。森林保全については、一般社団法人more treesと協働で実施します。国内で保全が必要とされている森林に対し、本ファンドの売却益を活用して間伐を行い、「リーフの森」として再生していく計画です。今後は、関東圏の水源地帯である山梨県丹波山村、小菅村、道志村の3つの村で「リーフの森」をスタートさせていきます。

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」を検討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。

環境

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年住友商事株式会社と「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バッテリー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での定置型バッテリーの設置を進めています。すでに、三井不動産レジデンシャル「パークタワー東雲(東京都江東区・総戸数585戸)」や、住友林業のスマートハウス「Smart Solabo(スマートソラボ)」で、フォーアールエナジーの家庭用リチウムイオンバッテリーシステムが使われています。

「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

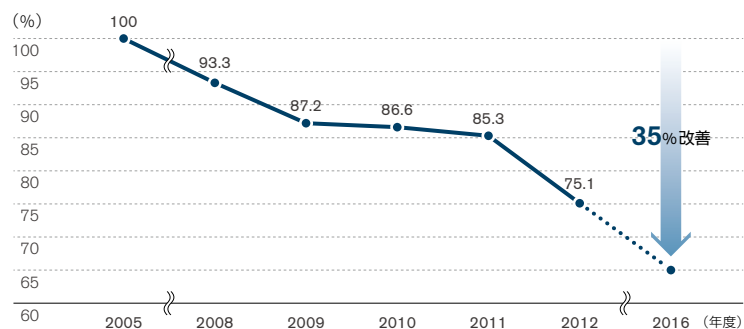
成熟市場の回復と新興市場の拡大に伴い、クルマの需要は今後も継続して拡大していくことが見込まれています。日産は、ガソリン車の燃費を究極にまで高めていく技術の開発を進め、市場への投入を進めています。

日産車の企業平均燃費を35%改善

日産は、エンジン搭載車の燃費向上のために、エネルギー効率を極限まで高めて燃料消費を減らしCO₂排出量を抑える環境技術を継続して開発し、これらの技術を搭載したクルマを市場に投入することでCO₂排出量の低減を推進しています。特にCO₂排出量が少なく燃費性能に優れたクルマを「PURE DRIVE (ピュアドライブ)」と呼び、「リチウムイオンバッテリー」「1モーター2クラッチハイブリッドシステム」そして「次世代無段変速機(CVT)」の3つをコア技術と位置づけ、新車への搭載を拡大していきます。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%*企業平均燃費を改善していくことを目標としており、2012年度は2005年度比24.9%の改善を達成しています。

*日本、北米、欧州、中国の4市場における企業平均燃費

企業平均燃費改善率



環境

幅広いクラスで燃費トップとなるモデルを投入

2012年6月、米国で最も支持されている日産車「アルティマ」の2013年モデルを北米市場に投入しました。この「アルティマ」は、力強く空力性能に優れたエクステリアデザインや上質なインテリア、快適な乗り心地や加速性能を特長とするだけでなく、優れた環境性能も提供しています。新設計の2.5リッター直列4気筒エンジンと次世代エクストロニックCVTを組み合わせ、またフードやバンパー内側補強材などにアルミを、さらに車体用鋼板の半分以上に高張力鋼板を採用することで、約80ポンド(約36kg)の軽量化を達成し、米国中型セダンクラスで最も低燃費となる38mpg (mile per gallon、ハイウェイモード)¹⁾を実現しています。

2012年度は「アルティマ」のほかに、日本に投入した「ノート」が25.2km/L (JC08モード)、「ラティオ」が22.6km/L (JC08モード)、中国に投入した「シルフィ」が6.3L/100km (欧州モード)²⁾を達成し、それぞれクラストップとなる燃費³⁾を実現しています。

日産は、クルマの大きさ、用途、価格などを考慮しながら、最適な低燃費技術を採用し、今後も燃費トップとなるモデルを投入していきます。

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ハイブリッドシステムを開発、2010年「フーガ ハイブリッド」、2011年「インフィニティ M ハイブリッド」に続き、2012年には「シーマ」にも搭載し、燃費性能とダイレクト感のある走りを実現しています。

日産は、前輪駆動 (FF) 車用のハイブリッドシステムも開発しています。後輪駆動 (FR) 車用と同様の1モーター2クラッチハイブリッドシステムを

次世代エクストロニックCVTに内蔵し、コンパクトで汎用性のあるシステムを実現。幅広い車種への適用を可能としています。

さらに従来から搭載しているECOモーターを、エネルギー回生発電量と出力を高めることで補助原動機化し、蓄電容量を高めるサブバッテリーをエンジンルームに追加することで実現したシンプルでコンパクトなハイブリッドシステム「S-HYBRID (スマートシンプルハイブリッド)」を開発。2012年8月にはこのシステムを搭載した「セレナ S-HYBRID」を発売しています。このように、日産は、クルマの室内空間や使い勝手などを考慮しながら、各モデルに適したハイブリッドシステムを搭載していく方針です。今後2016年度までにさらに15モデルのハイブリッド車を投入する計画です。



「セレナ S-HYBRID」

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、家庭用コンセントなどの外部電源からバッテリーに充電した電気エネルギーを使い、電気自動車と同様のモーター走行が可能となるハイブリッド車です。日産はプラグイン・ハイブリッド車の開発を推進し、2015年度中に投入します。

次世代CVTをグローバルに投入

無段階変速が特長のCVTは滑らかな加速とともに、車速に応じて最適なエンジン回転数となるギア比を選択できるため、力強い走りと同時に低燃費を実現することができます。日産は2011年に2.0～3.5リッター車

¹⁾ 北米で採用されているハイウェイ走行を前提とした燃費基準

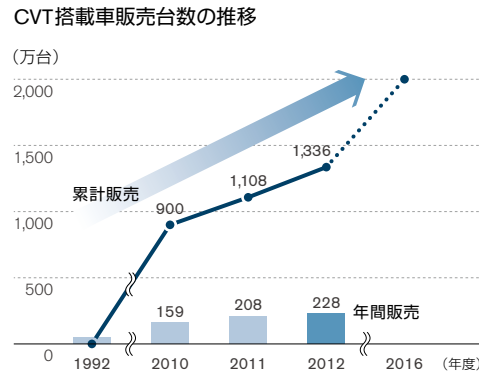
²⁾ 中国で採用している欧州の燃費基準

³⁾ すべて2012年発売時点。「ノート」がノン車(除くハイブリッド車、軽自動車)で排気量1000cc以上、「ラティオ」1.5リッター以下の4ドアセダン(除くハイブリッド車)、「シルフィ」1.5リッタークラスの4ドアセダン(除くハイブリッド車)

環境

用の次世代エクストロニックCVTを公開し、次世代CVTのラインアップを1.2~3.5リッタークラスまで拡大しました。新型のエクストロニックCVTは、世界トップレベルの変速比幅7.0¹⁾を実現し、フリクションを約40%低減することにより、同等クラスの現行CVTと比較して約10%²⁾、燃費を向上しています。2012年に北米に投入した「アルティマ」を皮切りに、この新型エクストロニックCVT搭載車を今後グローバルに投入していきます。日産は、CVT搭載車の累計販売台数(1992年基点)を2,000万台に拡大することを目指しており、2012年度のCVT搭載車の販売台数は228万台で、累計販売台数は1,336万台に達しています。

¹⁾ 2.0~2.5リッター車用
²⁾ 社内測定値(米・環境保護庁複合燃費モード)

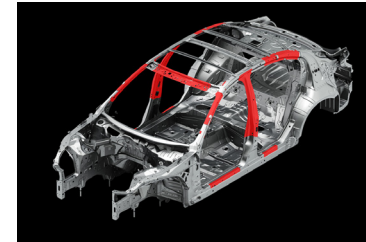


車両や車体の軽量化の推進

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。

同時に車体に使用される鋼材の軽量化を極める挑戦も行っており、そのひとつに超高張力鋼板(超ハイテン材)の採用の推進があります。2013年3月には、2013年から北米で発売予定の「インフィニティ Q50」に世界で初めて1.2GPa級高成形性超ハイテン材を採用、またこの取り組みを含め「インフィニティ Q50」で約40kgの軽量化を実現したことを発表してい

ます。1.2GPa級高成形性超ハイテン材は、材料配合の最適化により高い延性と成形性を持たせながら高い強度と軽量化を実現でき、複雑な形状の部品にも使用が可能です。1.2GPa級高成形性超ハイテン材の採用は、1台当たりの鋼材の使用量を減らし、また既存ラインでの生産が可能であるため、トータルコストの削減にも有効です。日産は、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)採用していく計画です。



「インフィニティ Q50」の車体に採用した1.2GPa級高成形性超ハイテン材(イラスト赤色部分)

ITSを活用した渋滞緩和プロジェクト

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。中でも渋滞緩和など自動車メーカー単体では実現が難しい道路交通問題の解決に向け、高度道路交通システム(ITS)を活用し、他業種と連携して取り組みを進めています。

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NEDO(独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構)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。うち望京地区では、約1万2,000台に動的経路誘導による交通分散効果を実測してきました。約2年半の実証実験により、運転時間の短縮や燃費向上におけるDRGSの有効性を確認しており、今後、その成果を活用していく計画です。

環境

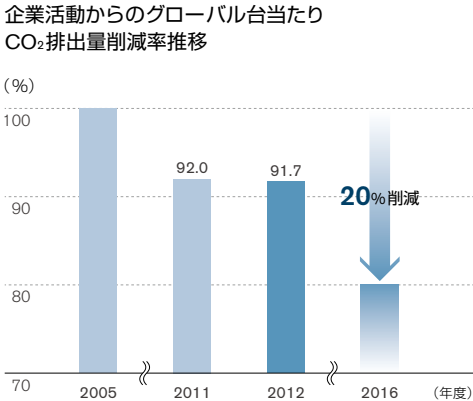
カーボンフットプリントの最小化

炭素制約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*という目標の達成に向けて、2011年度より従来の生産拠点から、物流、オフィス、販売会社にまでCO₂排出量削減目標の対象範囲を広げ、管理を強化しています。2012年度は2005年度比でCO₂排出量を8.3% (t-CO₂/台)削減しています。

*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、日産車の世界総販売台数で割ったもの



グローバル生産における省エネ活動

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、さまざまな省エネ活動に取り組んでいます。

各生産拠点では、それぞれの立地に合わせた再生可能エネルギーの活用を進めています。2005年より導入を開始した英国日産自動車製造会社の工場内の風力発電機はすでに10基、出力6,500kWに達し、工場全体の電力の約5%を供給しています。日本では、横浜市の風力発電事業「Y-グリーンパートナー」に協賛し、またスペインの日産モトール・イベリカ会社では、敷地内に太陽光発電パネルを設置しています。メキシコ日産自動車会社では、クエルナバカ工場に太陽熱エネルギーを利用した温水設備を導入しているほか、アグアスカリエンテス工場で2012年からバイオガス由来の、2013年からは風力由来の電力も製造工程で使用しています。

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、省エネ型照明の採用などを行い、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。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N-ESCO*という技能員による省エネ診断専門チームを設け、国内外の工場の省エネ診断と対策の提案を行うなど、CO₂排出量の削減活動を推進しています。

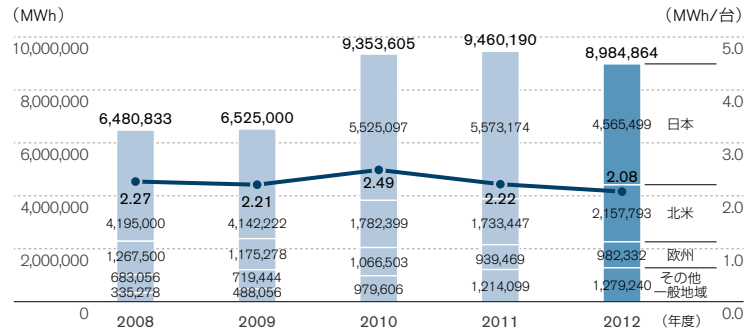
*Nissan Energy Saving Collaborationの略

環境

*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総量を、日産車の世界総生産台数で割ったもの

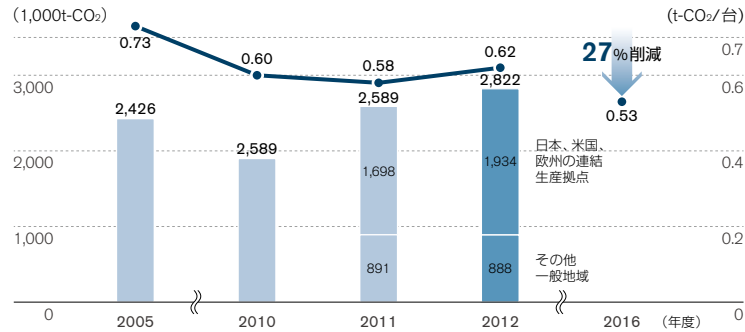
こうした活動を促進し、2016年度までに全生産拠点で27%削減(2005年度比、台当たりのCO₂排出量)*することを目標としています。2012年度のグローバル台当たりCO₂排出量は約0.62トンで、2005年度比で約15.2%の削減となりました。

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)

▶▶ page_143

日本、米国、欧州の連結生産拠点からのCO₂排出量：1,934kton については第三者保証を受けています。詳しくは巻末のCSRデータ集をご覧ください

米国をリードする日産のエネルギーマネジメント

2012年5月、北米日産会社のスマーナ工場は、エネルギー使用に関する世界規格「ISO50001」と米国規格協会(ANSI)による独自のエネルギープログラム「SEP(Superior Energy Performance Certification)」を取得しました。どちらも自動車製造工場としては初めての認証であり、スマーナ工場のエネルギーマネジメントシステムが米国をリードするものであることが証明されました。

ISO50001の導入に際し、米国エネルギー省は2008年、SEPプログラムにおいてエネルギーマネジメントに関する基準を測定するためのフィールドテストを開始。日産をはじめ7社が参加したこのプログラムは3年間実施され、①エネルギー消費の削減 ②マネジメントシステムの導入 ③効率化された業務を持続 という3つのステップを確実に実行することで、スマーナ工場のエネルギー効率は7%改善しました。

米国政府環境保護局(EPA)が推進している「国際エネルギースタープログラム」でも、北米日産会社は2010年度より3年連続で「エネルギースター賞」を、また2012年度には「サステインド・エクセレンス賞」を受賞しています。北米日産会社は同プログラムのパートナーとなった2006年度以降、約8,000億BTU(British Thermal Units)を超えるエネルギーを節約しています。

アグアスカリエンテス工場で再生可能エネルギー使用を拡大

日産のグローバル拠点として年間38万5,000台以上を生産するメキシコ日産自動車会社のアグアスカリエンテス工場は、持続可能な生産を実現するための取り組みを推進しています。

2012年には日産の工場として、またメキシコの自動車生産工場としても初めて、バイオガス由来の電力を購入し製造工程において使用を開始しました。これは、国連の「CDM(クリーン開発メカニズム)」に認定され、アグアスカリエンテス州が民間企業とともに始めた、約390万トンの廃棄物からバイオガスを取得するメキシコ初となるプロジェクトへの参画により実現したもので、2012年は年間で約9.3GWhをアグアスカリエンテス工場で使用し、同工場での再生エネルギー使用率を5%としています。さらに2013年1月からは風力由来の電力も購入し、バイオガスと合わせ、同工場での再生エネルギー使用率を50%にまで拡大しています。これにより、アグアスカリエンテス工場の生産車の2台に1台が、持続可能なエネルギーを使って組み立てられたこととなります。メキシコ日産自動車会社は“よりクリーンに、より安価に”を方針に、再生エネルギーの導入を拡大していく計画です。



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しています。また荷姿設計エンジニアのコンピテンシー(業務上で優秀な成果を上げるための行動特性)を把握し、独自開発した教育プログラムをグローバルに適用することで、荷姿エンジニアの育成を行っています。

またコンテナ輸送についても、従来より寸法が大きいコンテナ*の採用や、シミュレーションソフトを使ったコンテナ内の無駄なスペースの削減などを常に行っています。こうした活動によりサービス部品の輸送では、2010年に89.6%だったコンテナ充填率が2011年に93.8%に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。

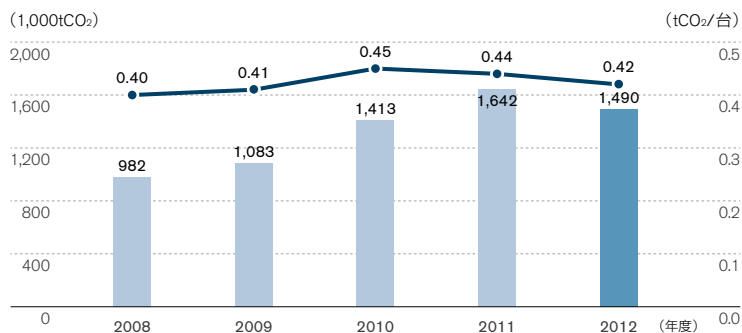
*40フィートハイキューブコンテナ

環境

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年より省エネ型自動車運搬船の採用を推進しており、2013年1月には4隻目の省エネ船となる「日清丸」を導入しています。「日清丸」は太陽光パネル、電子制御ディーゼル船舶エンジン、LED照明などを採用し、従来の同型船舶比で年間最大約4,200トンのCO₂排出量削減を実現します。

物流からのCO₂排出量(グローバル)



販売会社・オフィスでの取り組み

日本では、日産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、日本、北米、欧州、中国でそれぞれ毎年1%削減することを目指しています。オフィスでは、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*を活用することで、出張を減らすだけでなく業務効率向上やコスト削減も図っています。日本では2012年2月より、これまで配布していた給与明細書をペーパーレス化し、インターネットや携帯などを通して明細をダウンロードできるようにするなど、取り組みの幅を広げています。

*マイクロソフト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

日本の販売店でも、多くの店舗で高効率空調や断熱フィルム、天井ファン、LED照明の採用を開始するなど、省エネ活動を継続的に進めています。

太陽光パネルを導入し、エネルギー使用量を“見える化”

日本の販売店では、環境への負荷を削減する店舗づくりを進めています。2011年5月、千葉日産自動車株式会社北習志野店は、老朽化に伴う店舗建て替えの際に発電能力約10kWの太陽光パネルを設置し、発電した電力の店舗内での使用を開始しました。同時に発電量を管理するモニターも店舗内に導入しました。このモニターは、太陽光パネルによる発電の仕組みやタイムリーな発電量が表示され、来店するお客さまにも分かりやすいとご好評をいただいています。また社内でも電気代が前年比約12%削減でき、従業員の節電意識向上にも役立っています。



節電しながらも見つけやすく入りやすい店舗を実現

日産は、株式会社生活環境工房あくと、東京大学*、株式会社遠藤照明に照明改修計画策定やデザイン、監修の面で協力を得ながら、“節電しながらも、見つけやすく入りやすい”店舗の照明を研究し、日産プリンス静岡販売株式会社中村町店に新たな店舗照明を導入しました。

まず、すべての照明を効率の高いLEDに切り替えるとともに、店内を一律の照度としないデザインを採用。強い光で照らすべきクルマは窓際へ移動させ外光も有効活用し、落ち着いた演出したいラウンジなどは店舗奥に配置するなど、スペースごとの役割に応じた配置換えと配光制御を行いました。さらに天井や壁を白色に変え照明を反射させることで“明るさ感”も向上させました。また、“見つけやすさ・入りやすさ”を向上させるために、店舗奥側の壁面を電球色で明るく照らし、店舗入り口には「光だまり」をつくり出しました。こうした細かい工夫を積み上げることで、中村町店は従来比最大50%の消費電力の削減に成功。2013年1月には、環境省が主催した「省エネ・照明デザインアワード2012」の商業・宿泊施設部門において、この取り組みが優秀事例に選出されています。

*大学院工学系研究科建築学
専攻平手研究室



店舗照明導入前と導入後の様子

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コストや枯渇への懸念、そして採掘時の環境への影響を削減するために、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益に使用するために、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の採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」という考えに基づき、2016年度までにクルマ1台当たり占有す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。

環境

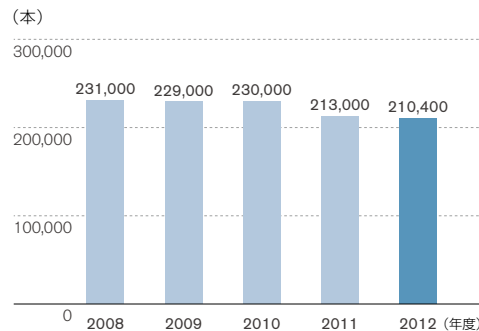
クローズド・ループリサイクルの仕組みを拡大

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を、同じ品質の部品材料として再生し、再び同種製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。日産はビジネスパートナーと連携し、クルマの生産時に発生する鋼板、アルミ板のスクラップや、使用済み自動車のアルミロードホイールを回収し再生利用する活動に力を入れており、2012年度のアルミホイール回収実績は月間約250トンとなりました。また、工場で発生する塗装済みバンパーのスクラップと、販売会社から回収している使用済みバンパーを再生資源とし、追浜工場の塗装済みバンパー再生工程で樹脂の再生を実施しています。2012年度は約21万400本のバンパーを回収しています。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。

クローズド・ループリサイクル



バンパー回収率推移



リサイクル実効率の向上

日産は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、より効果的な解体方法を開発する実証実験・研究を行っています。従来は廃油、廃液や鉛など環境負荷物質の処理方法の確立を中心に研究を行ってききましたが、現在は高付加価値材料の再利用をテーマに、さらなるリサイクル実効率向上に向けた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。2012年度、日本のリサイクル実効率は99.3%*に達しています。

*日産調べ

希少資源の削減

ハイブリッド車や電気自動車(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。

2012年、日産はレアアースマグネットのサプライヤーと協働し、レアアースのひとつであるジスプロシウム(元素記号:Dy)を従来比で40%削減したEV用モーターを開発、11月にマイナーチェンジした「日産リーフ」に採用しました。今後ハイブリッド車用にもジスプロシウムを削減したモーターを開発し採用していきます。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、鋳鉄部品や排出ガス触媒に使用されるセリウム(同:Ce)、ランタン(同:La)などレアアースを含有する全部品において、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。

環境

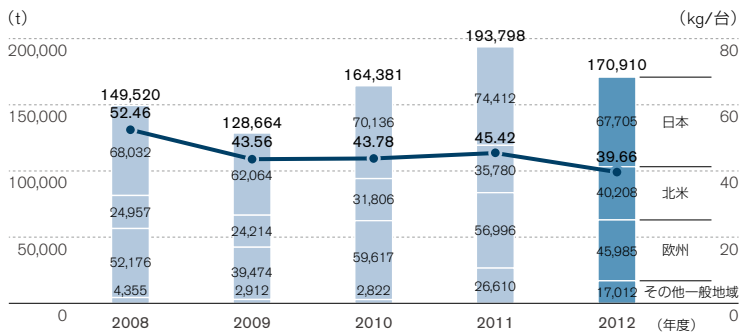
廃棄物対策を徹底

日産は、生産過程における3R(リデュース・リユース・リサイクル)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。国内では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年以上前から折りたたみプラスチック容器を、30年以上前から折りたた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。採用率は2011年度より98%を超えています。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サイマル活動により、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。

廃棄物等総発生量



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している

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

対象：グローバル日産グループ(連結会社など)。なおグラフは、非生産拠点からの廃棄物実績も含んでいます

「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、2012年度の売上高は16.2億円となりました。

水リスクの管理

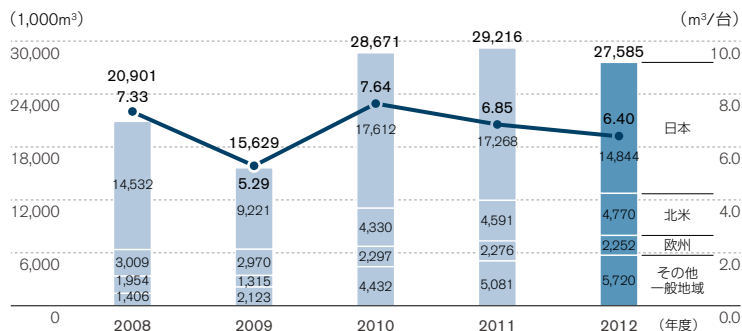
世界的な人口増加や経済発展による水使用量の増加に加え、気候変動による氷河の減少や降水量の変化により、水資源問題は重要な課題となってきました。

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います。

環境

具体的には、工場ごとに水資源に関する実態調査を実施し、独自のスコア化に基づき、工場を「現在すでに水リスクが顕在化しているか、もしくは近い将来に顕在化すると予測される工場」と定義されるレベルA、「将来、水リスクが顕在化する可能性のある工場」と定義されるレベルB、そして水リスクの低いレベルCの3つのカテゴリーに分類したうえで、それぞれの実情に合わせた活動を進めています。2011年度にレベルAに設定したオーストラリア、インド、中国、メキシコの各工場に加え、2012年度からはスペイン、エジプト、南アフリカにおいても水使用量の目標値を設定し、削減に向けた活動を推進しています。

水資源投入量



対象:グローバル日産グループ
(連結会社など)

環境マネジメントの推進

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います。また、連結企業、販売会社やサプライヤーとも連携し、サプライチェーン全体での環境負荷低減に取り組んでいます。

環境マネジメントの推進・強化

国内においては、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ています。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)、統括者であるCOO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、環境問題に対して積極的に取り組み、リアルワールドでの環境負荷を誠実に低減し、そしてお客さまに革新的かつ最適な商品やサービスを提供し、持続可能なモビリティ社会の発展に貢献する「シンシア・エコイノベーター」を目指しています。そのため、従来の経営指針「QCT (Quality・Cost・Time)」にCO₂を加えた「QCT・C」を導入したグローバルCO₂管理方針を策定し、日産の全事業においてCO₂排出量削減目標を定めています。また中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」の達成に向けて、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する計画です。

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教育を実施しています。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に1回見直しをしています。

国内では、自動車産業を取り巻く環境課題や「NGP2016」の理解を促進させるために、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などで、日産独自のカリキュラムによる教育を実施しています。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。

*隔月約60,000部を発行、従業員だけでなく定年退職した元従業員にも配布

海外でもイントラネットでの情報共有はもちろん、地域に合ったツールを使いながら啓発活動を推進しており、2012年度は日産モトール・イベリカ会社(スペイン)ではビデオを、北米日産会社ではアースデイなどのイベントを通して、従業員との情報共有を図っています。

従業員による自主的な活動と評価制度

環境負荷削減のためには、従業員のさまざまな視点や工夫が必要です。そこで2008年度よりQCサークル活動の項目に「環境」を加え、従業員がより積極的に環境改善について考え提案できる仕組みへと発展させるなど、従業員のアイデアの採用を推進しています。またQCサークルは、当社の中期経営計画「日産パワー88」*への貢献を目指した活動でもあります。従業員からの提案内容は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。

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。

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」達成に向け協働するために、国内の主要連結会社10社と2012年度に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相互に理解し合いました。この情報交換会には各社から取締役を含む約650名が出席しています。

▶▶ page_88

*「日産パワー88」の詳細を掲載しています

販売会社との協働

国内の販売会社では、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。2013年3月末時点で部品・フォークリフトを含む全販売会社174社の店舗約2,800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います。この結果を各販売会社の社長で構成される販売会社代表者会議において報告し、全販売会社とともにPDCAを回しています。

サプライヤーとの協働

日産とルノーの購買部門は、サプライヤーとの取引上の考え方をまとめた「The Renault-Nissan Purchasing Way」や、2010年に作成した「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・マネジメントを行っています。環境面では、2008年から自動車の部品・資材のサプライヤーにおける取り組み基準「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」を運用、2012年度からはサプライヤー各社の環境目標のほか、CO₂排出量やエネルギーなどの環境データや、環境負荷物質管理、資源循環、節水への対応状況の報告を管理項目に加え、サプライヤーとともにサブ

ライチェーンの上流工程においても環境負荷の把握と低減を促進しています。さらに2012年度にはサプライヤー向けに「NGP2016」の説明会を実施し、目標やアクションプランの共有を図っています。



サプライヤー向け説明会の様子

環境に関する情報開示を充実

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取り組んでいるかについて、幅広く情報開示が求められています。日産は、持続可能なモビリティ社会構築に向けた活動を推進するだけでなく、2012年度より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¹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。

こうした活動の結果、2012年度に「CDPジャパン500気候変動レポート2012」²において、カーボン・ディスクロージャー・リーダーシップ・インデックス(CDLI、気候変動に関する情報開示が特に優れている企業)22社のうちの1社に選定されているほか、日本経済新聞社が実施した第16回「企業の環境経営度調査」³の企業ランキングにおいて自動車セクター1位(総合では2位)となっています。

¹ NGO「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を企業に促進するための国際的なガイドライン

² NPO「カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト」が世界の主要企業を対象に温室効果ガスの排出や気候変動による事業リスクや事業機会に関する情報を収集・分析し、その結果を公表

³ 企業の環境への取り組みと経営戦略を両立させる仕組みを評価する網羅性の高い調査で、環境経営推進体制、汚染対策・生物多様性対応、資源循環、製品対策、温暖化対策の5カテゴリー全200項目にわたり評価した合計点で順位が決定

将来を担う子供たちに向けたコミュニケーション

日産は省庁や、外部団体の主催する各種イベントにも参加し、環境コミュニケーションを行っています。2012年度の環境展示会「エコプロダクツ2012」の日産ブースでは、電気自動車(EV)のバッテリーを活用した電力供給技術に焦点を当て、EVが社会のエネルギー課題にどのように貢献できるかについて、「LEAF to Home」の展示やプレゼンテーションなどを通じて来場者に体感してもらいました。同時に、環境出張授業「日産わくわくエコスクール」を開催し、将来の社会を担う子供たちに、EVキットの組み立てやスマートコミュニティを具現化したジオラマを体験してもらうなど、EVの蓄電機能を活用した近未来の街を楽しく学習する場を提供しました。



「エコプロダクツ2012」日産ブースで「日産わくわくエコスクール」を開催

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た化学品に関するREACH規制¹⁾など、各国で環境負荷物質の使用制限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VOC(揮発性有機化合物)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、2007年に環境負荷物質削減についてグローバルに統一した方針を制定し、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おり、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、さらにNGOとの連携により危険性の指摘を受けた物質などを自主的に取り上げ、各国の法規を超える水準まで使用を制限しています。この方針に基づき日産技術標準規格「特定物質の使用に関する制限」において、使用を禁止または管理する化学物質が規定され、開発初期段階から日産車に使用される原材料、部品、用品にまで適用されています。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。また欧州で生産・輸入するクルマや部品についてはREACH規制の登録・届出の対応を行い、CLP規制⁴⁾の届出も実施しています。車室内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

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

環境

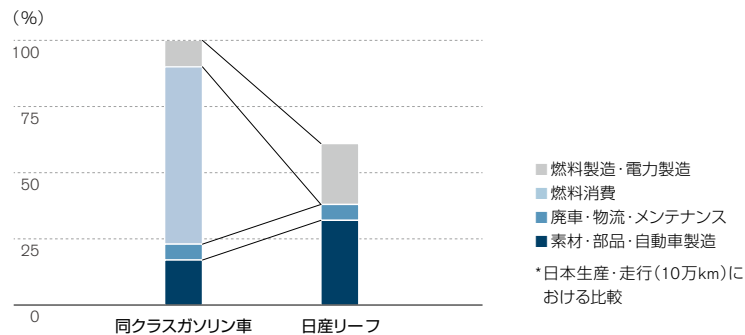
LCA手法を活用した環境負荷の低減

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」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、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。

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。

ライフサイクルにおけるCO₂排出量比較*



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」*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。この3領域についてビジネス上のリスクとチャンスを認識し、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。

*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ן・インスティテュートとの協力のもとに作成

環境

米国テネシー州の森林保全活動を支援

日産と自然保護団体であるザ・ネイチャー・コンサーバンシーのテネシー支部は、テネシー州の森林保全に向けた新たなパートナーシップを発表しました。日産はザ・ネイチャー・コンサーバンシーのテネシー州森林保全プログラムに助成金として5万ドルの支援をしています。

ザ・ネイチャー・コンサーバンシーは、テネシー州に広がる27万エーカー以上に及ぶ森林地帯を購入し、保全活動を推進しています。保全地域は一般の方にも公開し、美しい自然や多様な生態系を体感してもらおうとともに、保全活動の大切さを啓発しています。

現在、同団体は森林保全の鍵となる重要な害虫駆除活動に注力しており、日産の財政支援はこの活動に活用される計画です。



森林保全活動の様子

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、商品開発や普及に取り組んできました。「大気並みにクリーンな排出ガス」を究極の目標に研究開発を重ね、各国の排出ガス規制に適合したクルマを早期に市場投入し、排出ガスのクリーン化を推進しています。

米国では、2000年1月に発売した「セントラCA」が、燃料系統からのエバポ(燃料蒸発ガス)排出ゼロ基準や、触媒などの故障を知らせる排出ガス制御システムの車載故障自己診断装置(OBD)¹⁾など、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PZEV²⁾に認定されました。

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-LEV³⁾の認定を、また2003年にはSU-LEV⁴⁾の認定を、それぞれ国内で初めて取得しました。さらに日産は、2009年に日本で施行された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」⁵⁾にも「エクストレイル 20GT」を投入し、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。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。

¹⁾ OBD : On-board diagnostic systems

²⁾ PZEV : Partial Zero Emission Vehicle
米国カリフォルニア州大気資源局が制定

³⁾ U-LEV : Ultra-Low Emission Vehicle

2005年より施行されている排出ガス規制「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50%低減したクルマ

⁴⁾ SU-LEV : Super Ultra-Low Emission Vehicle

2005年より施行されている排出ガス規制「新長期規制」の適合車より、NOxとNMHCを75%低減したクルマ

⁵⁾ 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%減の規制値となっている(ディーゼル乗用車車同重量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

日産の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、建物を新築、または改修工事する際の仕様の最適化を課題としています。建物自体の環境負荷低減に向けた評価項目として、CO₂排出量が少ないなどの環境配慮型の仕様設計や、廃棄物や排出ガスの少ない工事方法の立案、有害物質の使用を削減するなどの品質管理を挙げ、PDCAを回して改善を図っています。

また日本では、建築物の環境性能を総合的かつ公的に評価する、国土交通省主導のCASBEE*をひとつの指標としており、日産先進技術開発センター（NATC: Nissan Advanced Technology Center）と、グローバル本社ビル（神奈川県横浜市）がCASBEEの最高評価にあたる「Sランク」を取得しています。特にグローバル本社ビルは、徹底した環境配慮設計に加え、自然エネルギーの活用、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、BEE（建築物環境性能効率）=5.6を取得しており、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ています。

大気の汚染防止

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、使用量と排出量の双方を低減する活動に取り組んでいます。また、各国それぞれの法規に対しても、より高いレベルでの対応を目指しています。

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が進められ、1970年代に比べ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、VOCの少ない水系塗装ラインへの切り替えや廃シンナーのリサイクル率向上を計画的に進め、VOCの使用量そのものの削減に取り組んでいます。日産自動車九州株式会社の工場水系塗装ラインでは、塗装面積当たりのVOC排出量を20g/m²以下に抑え、業界トップレベルの水準を維持しています。また、北米のスマーナ工場、キャントン工場やスペイン・バルセロナ工場などで水系塗装を採用しています。

*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

米国スマーナ工場で最新塗装工場をオープン

2013年1月、北米日産会社のスマーナ工場は世界でも最新鋭の水系塗装工場を稼働させました。従来の塗装工程では中塗りと上塗りの間にも焼付塗装のプロセスが必要でしたが、この塗装工場は焼付プロセスの前に中塗り、上塗りのプロセスを連続して行うという画期的なもので、生産性の向上に加え、エネルギー消費量とCO₂排出量をそれぞれ30%、VOC排出量を70%削減することに成功しています。

スマーナ工場の塗装工場は、環境問題に取り組む日産の代表的なプロジェクトです。エネルギー使用効率の改善に取り組む北米日産会社は、2020年までに米国にある3つの工場におけるエネルギー消費量を25%削減するという目標を掲げています。

*CASBEE : Comprehensive Assessment System for Built Environment Efficiency (建築環境総合性能評価システム)

環境

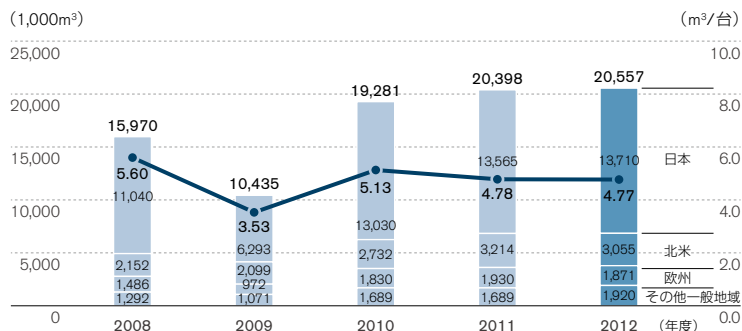
排水時のクリーン化を徹底

使用する水については、工程内での再使用を積極的に進め、使用量の削減を図るとともに、廃水についても廃水処理設備において処理を行い、河川などに放流しています。

また、雨水の排水については、油などが流出するという万が一の場合に備えて、異常を発見するためのセンサーと外部への放流を止めるシステムを導入しています。

例えば追浜工場では、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。

排水量



対象:グローバル日産グループ (連結会社など)

ステークホルダーからのメッセージ

テネシー州森林保全における日産との協働

ザ・ネイチャー・コンサーバンシーは非営利活動法人として、35年間のテネシー州での活動を通して、28万エーカー(約1,133km²)もの土地を保全し、その大部分で植林を行ってきました。現在は、日産の支援を受けながら、森林を復元し、健康な森林を脅かす害虫を退治する「フォレスト・ヘルス・イニシアチブ」を拡大しています。

ザ・ネイチャー・コンサーバンシーにとってこの害虫対策は、テネシー州での森林保全活動における象徴的な取り組みでもあります。例えば、カンバーランド高原に生育するツガの木々をカサアブラムシという害虫から守るため、州や政府関係機関と協力しています。またパートナー団体とともに、ツガに付いたカサアブラムシの対処方法を土地所有者と共有するワークショップも開催しています。日産の支援により、テネシー州11の郡に生育するツガに、とても有効な処置を施すことができるようになりました。

2013年夏には、「ヘルシーツリー、ヘルシーテネシー」という新たなプログラムをスタートさせます。これは、樹木の専門家の協力を得て都市部にある木々の状態を観察し、手遅れになる前に害虫のまん延に対処できるようにするというものです。日産の支援によるこうした取り組みの一つひとつが、地球の資源を将来世代へ引き継ぐことにつながっています。



ザ・ネイチャー・コンサーバンシー テネシー州理事 ジーナ・ハンコック氏

安全

安全

日産は“走る楽しさと豊かさ”を追求すると同時に、リアルワールド(現実の世の中)における高い安全性とお客さまの安心を最優先に考えるクルマづくりを目指しています。クルマそのものの安全性向上はもちろん、高度道路交通システム(ITS)*を活用した事故低減・渋滞緩和のための研究開発や、ドライバーや歩行者、さらにはクルマを取り巻く多くの方々に安全意識を高めてもらうための啓発活動など、真に安全なクルマ社会の実現に向けて、社会とともに幅広く取り組んでいます。

*ITS : Intelligent Transport Systems



取り組みの柱

関連指標

日産車1万台当たりの年間死亡・重傷者数 (2011年)	
日本	6.33人
米国(死亡者数)	1.45人
英国	8.09人



 ▶▶ GRI G3 Indicators

 ▶▶ PR1

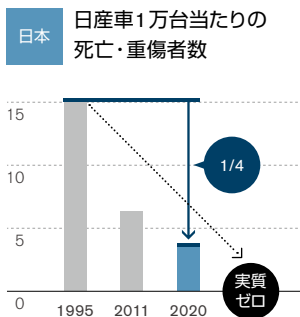
安全

安全への取り組み

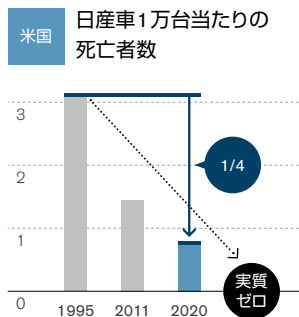
交通事故の低減には、クルマだけでなく人や交通環境も含む総合的な取り組みが必要です。真に安全な社会の構築に貢献するため、日産は「クルマ」「人」「社会」という3つの階層に取り組む「トリプルレイヤードアプローチ」を推進しています。

また、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す。日本では2012年の交通事故死亡者数が4,411人となり、12年連続で減少しました。しかし、世界保健機関(WHO)は、世界全体で毎年124万人の人々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。

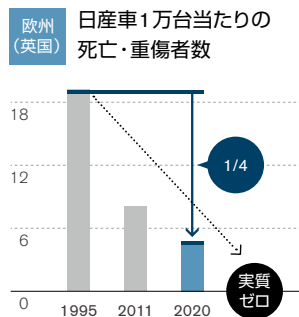
日産車がかかわる死亡・重傷者数を2015年までに1995年比で半減させることを目指し、日本、米国、英国で達成できました。現在は、2020年までに日本、米国、欧州(英国)でさらに半減させる高い目標に向かって活動を続けています。死亡・重傷者数を実質的にゼロにすることが、究極の目標です。



出所：公益財団法人交通事故総合分析センター



出所：Fatality Analysis Reporting System



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

2012年度の実績

- 「踏み間違い衝突防止アシスト(駐車枠検知機能付)」を開発。2012年12月、日本で発売した「エルグランド」に搭載
- 障害物に衝突しそうになった際、ブレーキでは衝突を避けることが難しい状況において、自動ブレーキだけでなく自動操舵も行うことにより、高度な衝突回避支援を行うシステム「緊急操舵回避支援システム」を開発
- インドにて「日産セーフティ・ドライビング・フォーラム」を開催

今後の取り組み

- より効果の高い安全技術を新規開発、および幅広い製品ラインアップへの採用を拡大
- 交通安全プログラムを、インドの主要都市に続き、ブラジルやその他の地域にも拡大展開

クルマ：安全技術開発への取り組み

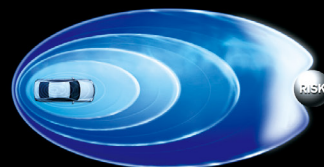
「セーフティ・シールド」という独自の考え方のもと、日産ではできるだけドライバーを危険に近づけないようにクルマが支援する技術開発を進めています。また、万一衝突が避けられないときも、被害を軽減する技術を提供しています。

安全

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。

危険が顕在化していない <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 	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
危険が顕在化している <ul style="list-style-type: none"> レーンデパーチャープリベンション レーンデパーチャーワーニング 4輪アクティブステア 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 	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
衝突するかもしれない <ul style="list-style-type: none"> ABS (アンチロックブレーキシステム) ブレーキアシスト VDC (ビークルダイナミクスコントロール) 	
衝突が避けられない <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 	
衝突 <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 	万一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
衝突後 <ul style="list-style-type: none"> エアバッグ展開連動ハザードランプ 	



“ぶつからないクルマ”の実現に向けて

どんなに慎重に運転してもドライバーには必ず“死角”があります。死角に限らず、視野内の領域でさえ、人の感覚はときに判断を誤り、思わぬリスクを招きます。そうした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。こうした機能を装備した「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。

先行車両との車間距離の維持を支援するシステム(ディスタンスコントロールアシスト)やドライバーが車線内に戻る操作を支援するシステム(レーンデパーチャープリベンション)、車線変更時の運転支援システム(ブラインドスポットインターベンション)などの、すでに一部のクルマに搭載している技術や、世界で初めて開発した後退時における運転支援システム(バックアップコリジョンインターベンション)など、車両の全方位に対する運転を支援するシステムを実現しています。

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)

先行車両との車間距離をレーダーセンサーによって検出し、その距離や相対速度に応じてシステムがブレーキ制御やペダル操作をサポートしながら、安全な車間距離の維持を支援する技術です。2007年に発売した「フーガ」から採用されています。

また、この機能とナビゲーションを組み合わせた世界初の技術も開発。ナビゲーションから前方のカーブ情報を取得し、滑らかなブレーキ制御を行います。ドライバーがアクセルペダルを踏んだままの場合は、アクセルペダルを押し戻し、ブレーキペダルへの踏み替えを支援します。さらに、ドライバーがアクセルを離すと、滑らかに減速制御を行い、カーブ走行時の運転をサポートします。2009年11月に発売した「フーガ」に世界で初めて搭載しています。

安全

レーンデパーチャープリベンション

ドライバーが車両の車線逸脱を防ごうとする操作を支援するシステムです。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きシステムが判断した場合には、表示とブザー音とともに、車両を車線内に促す力を発生させ、ドライバーの操作を支援します。2009年7月に発売した「スカイラインクロスオーバー」から採用しています。

ブラインドスポットインターベンション

ドライバーが車線変更を開始すると、隣接する車両に接触しないようドライバーの運転操作を支援するシステムです。車両後側方に搭載したサイドセンサーで隣接レーンを走行する車両を検知し、警報表示と音でドライバーに注意を喚起します。さらに各車輪のブレーキを個別にコントロールして、車両の旋回力を発生させて隣接の車両に近づけないようにします。2010年3月に米国で発売した「インフィニティ M」より搭載しています。

バックアップコリジョンインターベンション

駐車場をバックで出る際などの後退時に、車両後部に搭載したリヤセンサーと車両後方のサイドセンサーで接近する車両や障害物を検知。警報とともにブレーキをコントロールし、障害物に近づけないようにします。2012年3月に米国で発売した「インフィニティ JX」より搭載しています。

フォワードエマージェンシーブレーキング

時速60kmというこれまでにない高い速度域から追突事故の回避を支援する技術です。高感度レーダーセンサーにより前方の車両との距離と相対速度を監視し、ドライバーの追突回避操作を支援します。また、前方の車両を早期に発見し、警告表示と警告音とともに、アクセルペダルを押し戻すことで、ドライバー自身がより安全な回避操作を行えるように積極

的に支援することを特徴としています。ドライバーの滑らかな減速操作を支援するように作動するので、急制動による後続車からの被追突のリスク低減も期待できる技術です。

アラウンドビューモニター

車両の前後左右4カ所に取り付けたカメラからの映像を合成し、自車を中心に車両上方から見下ろしたような映像をナビゲーションモニターに表示するシステムを世界で初めて実用化しました。これによりパーキングスペースと自車の位置関係を簡単に把握できるので、縦列駐車などのコース取りや車庫入れもスマートに行うことができます。日本において2007年10月に発売した「エルグランド」より世界で初めて搭載し、北米においても2007年12月に発売した「インフィニティ EX35」から搭載しました。

その後、アラウンドビューモニターは世界初の技術を含む以下3つの新たな機能を追加し、進化しています。新機能は2009年7月に発売した「スカイラインクロスオーバー」より採用しています。

1 フロント／リヤワイドビュー機能

モニターにフロント／リヤそれぞれ左右約180度の映像を表示し、ドライバーが接近してくる他の車両を確認しやすくします。左右の見通しの悪い交差点を通過するときや駐車スペースから出るときなどにおけるドライバーの安心感を高める技術*です。

2 ナビ連動フロントワイドビュー機能

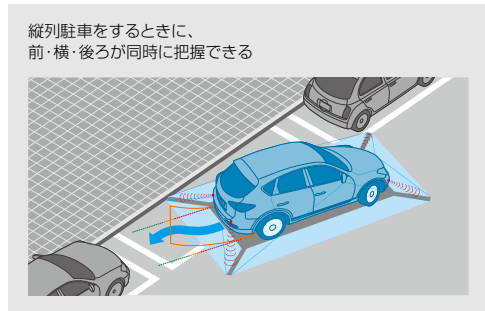
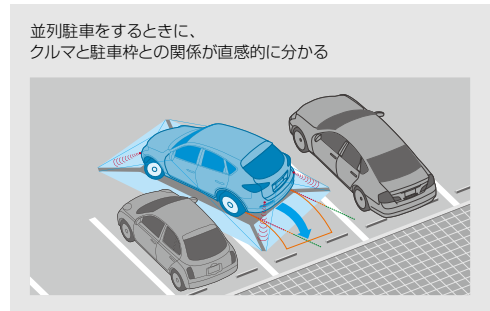
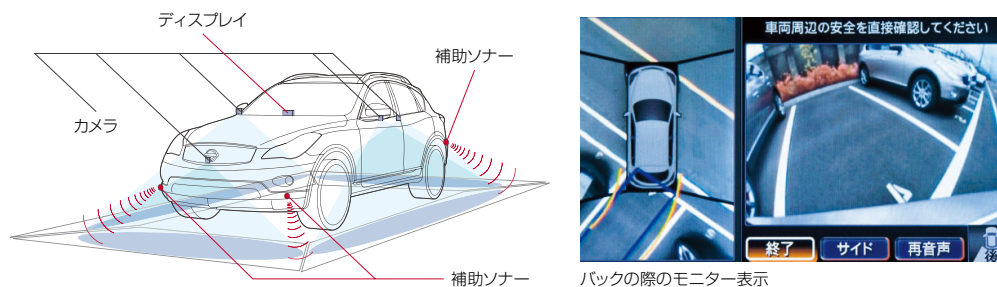
ドライバーがあらかじめナビの地図上に地点を登録し、そのエリアにクルマが近づいて停車すると、モニターが自動的にフロントワイドビューに切り替わります。ドライバーがスムーズに安全確認を行うことができ、左右の見通しの悪い交差点などでの安心感を高める世界初の技術です。

*リヤワイドビューは世界初の技術

安全

3 駐車ガイド機能

従来のアラウンドビューモニターに、より安心して車庫入れや駐車を
行える機能を追加。ドライバーがモニター画面のタッチパネルを操作す
ることで、最適な駐車手順をトップビュー画面と音声で案内します。



2012年度に発表した安全技術

踏み間違い衝突防止アシスト(駐車枠検知機能付)

2011年10月、ブレーキとアクセルの踏み間違いによる事故の軽減を目的とした世界初の技術である踏み間違い衝突防止アシスト(駐車枠検知機能付)を開発。2012年12月、日本で発売した「エルグランド」に搭載しました。アラウンドビューモニターの4台のカメラと超音波ソナーを使い、駐

車操作などの低速走行時、運転者がブレーキと間違えてアクセルを踏み込んでしまった場合などに、クルマが誤操作を検知して、壁などに衝突する事故のリスクを軽減します。

1 壁などの障害物の前に駐車するときに、アクセルを踏み込んでしまった場合

ソナーにより、壁やコンビニなどのガラス窓、駐車場に停まっている他のクルマなどを検知し、万が一ブレーキペダルと間違えてアクセルペダルを踏んでしまっても自動的に加速を抑制し、さらに衝突前にブレーキが作動して衝突を防止、または軽減します。

2 駐車枠内に駐車するときに、アクセルを踏み込んでしまった場合

カメラにより、駐車場の白線を検知し、万が一ブレーキペダルと間違えてアクセルペダルを踏んでしまっても自動的に加速を抑制し、過度な加速を防止します。

3 渋滞や駐車操作中などの低速で走行しているときに、ブレーキ操作が遅れてしまった場合

ソナーにより、前方の停止車両などの車両周囲の障害物を検知し、障害物に衝突しそうになると、衝突直前にブレーキが作動し、万が一の脇見などの不注意による衝突を防止、または被害を軽減します。

緊急操舵回避支援システム

緊急操舵回避支援システムは、ブレーキでは衝突を避けることが難しい状況において、障害物に衝突しそうになった際、自動ブレーキだけでなく自動操舵も行うことにより、高度な回避支援を行うシステムです。車両前方のレーダーとカメラ、車両左右後方の2個のレーダー、周囲に取り付けられた5個のレーザースキャナーからの情報をもとに、まず「ブレーキでは回避できない衝突リスク」を察知します。同時に前方に障害物のない回避ゾーンがあること、後側方から接近する車両がないことを確認し、ドラ

安全

イパーにステアリングを切るべき方向を示し、ドライバーが直ちに操舵できない場合には、自動で操舵して衝突の回避を支援します。

低速域においては急な飛び出しのような予測できないリスクが発生した場合に、高速域ではドライバーの認知の遅れにより渋滞末尾に追突しそうな場合などに、その効果は発揮されます。

日産では、衝突事故の回避を支援する技術として、ブレーキによる制御技術の開発および市販化を行ってきましたが、さらにその効果を高めるため、ブレーキだけではカバーできない事故にも対応可能な技術の開発を進めてきました。ステアリングでの回避を行うには、回避するエリアに障害物がないことを検知する必要があり、常に周囲を検知し判断するという高度な技術が必要となります。日産は今まで培ってきた高度なセンシング技術と、車載プロセッサによる制御技術により、ブレーキだけでは回避できない場合でも自動でステアリングを切り、側方への回避を支援する技術の開発に成功しました。

電気自動車における安全技術

電気自動車(EV)の「日産リーフ」は、衝突時にリチウムイオンバッテリーを守る車体構造の採用に加え、バッテリーやモーターなどの高電圧部品には絶縁構造を採用しています。万一の衝突の際には、高電圧システムを遮断する構造を採用。バッテリーの状態を常に把握し、著しい容量低下や故障を引き起こす要因となる過電圧、過放電、過熱を防止するリチウムイオンバッテリーコントローラーも搭載しています。

また、EVは極めて静かに走行するため、「日産リーフ」は歩行者にクルマの接近を知らせる「車両接近通報装置」を装備しています。停止状態からDレンジをセレクトしてブレーキを離すと通報音が鳴り始め、車速が時速30km以上になるとフェードアウト(減速時は時速25km以内開始)。後退時はRレンジに入れた瞬間から通報音が鳴り始めます。

万一の不具合や事故が生じた場合に備えて、レスキュー作業を安全に行うための取扱説明書も用意しています。

▶▶ website

「日産リーフ」の安全技術に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

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、自転車など多くの方々に交通安全への考え方を理解していただくことが大切です。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、ヘッドライトの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。

2012年度は、これまで実施してきた市民参加型の会議やイベントをさらに拡大して実施しました。SNSおよび専用ウェブサイトを活用した賛同への呼びかけや啓発活動を積極的に実施したこともあり、賛同パートナーの自発的な「おもいやりライト運動」が増加するなど、全国の他産業、NPO団体、個人の方々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



安全

中東地域や韓国での安全教育

中東日産会社では、ウェブサイトを通じて子供への安全教育を行っています。2009年10月に開設したサイトでは、小学生向けに交通ルールの基本をアラビア語、英語、フランス語で分かりやすく説明しているほか、パズルやぬり絵などを使って子供たちが楽しみながら学べる仕組みにしています。

韓国日産株式会社でも2009年4月から「日産キッズ・セーフティ・キャンペーン」を開始しています。ウェブサイトや小冊子など中東日産会社同様のコンテンツを用いて、交通事故防止のための啓発活動を行っています。

中国、インドネシア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。日産(中国)投資有限公司は中国道路交通安全協会とのタイアップにより、人々の安全意識と運転技術の向上を目的とした啓発活動を2005年から実施。お客さま、政府関係者、地元メディアなどにご参加いただき、インストラクターの指導のもと、エコ運転のほか、ブレーキングやコーナリングなどの運転技術を学ぶプログラムを通じて、交通安全に対する理解を深めていただいています。現在、この活動は東風汽車有限公司の乗用車部門に引き継がれ、ディーラーを含めた「日産技術安全運転フォーラム」という活動につながっています。

また、中国の高校生を対象とした「全国青少年交通安全・環境保護知識コンテスト」も開催。将来ハンドルを握る青少年層に、交通安全への関心や知識を高めてもらうために日産が独自に企画したもので、2011年度で6回目の実施となりました。参加した高校生たちは、環境、自動車の安全装備や交通ルールに関するクイズに挑戦したほか、交通安全に対する自らの意見を発表しました。

インドネシアでは、交通安全の重要性を伝える活動として「日産スマートドライビング」を実施しています。安全運転啓発を目的にライフスタイル誌との共同企画としてスタートし、現在ではインドネシアの大学生にインストラクターが安全運転を直接指導するなど、さらに活動を広げています。

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

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、2013年より実施。一般のお客さまにおける安全運転への意識向上を目指しています。

2013年2月には、インドの主要3都市(ニューデリー、ムンバイ、チェンナイ)で実施。シートベルト装着の重要性をテーマとし、パネル展示やシミュレーター体験を通して参加者にシートベルト装着を促しました。今後ブラジルやその他の地域にも拡大していく予定です。

安全

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、ITS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、こうした交通事故低減に向け、周辺車両の状況や自車を取り巻く交通環境の情報を利用し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である一般社団法人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

高速道路上の逆走を報知

近年、高速道路で逆走を原因とする重大事故が多発しており、社会問題となっています。日産は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。逆走している場合は、音声とナビゲーション画像によってドライバーの注意を喚起します。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ています。

飲酒運転根絶を目指す積極的な取り組み

飲酒運転によって引き起こされる事故は跡を絶たず、社会全体の大きな関心事となっています。日産は、飲酒運転の根絶に向けたさまざまな取り組みを積極的に展開。2007年7月には福岡県北九州市、栃木県および上三川町、神奈川県厚木市の地方自治体と連携して、飲酒運転防止システムの試験導入を開始しました。

また、アルコールが生理・心理・行動にどう影響するかを産業医科大学と共同研究し、飲酒による運転操作のミスや乱れを正確かつ迅速に検出する技術の開発に役立てています。さらに、ドライバーに「飲酒したら運転しない」という意識を促すため、時間帯に応じてカーナビ画面にメッセージを表示させる機能を搭載するなど、さまざまな角度から飲酒運転防止に取り組んでいます。

社会貢献

社会貢献

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はもちろん、コミュニティの一員として主体的に社会にかかわり、貢献していくことも企業の重要な役割だと考えます。日産は、「環境への配慮」「教育」そして「人道支援」の3つを社会貢献活動として重点的に取り組む分野と定め、自動車メーカーとしての知識や技術、そして製品を活用しながら、さまざまな活動を行っています。また、複雑化する社会課題に対応するため、非営利組織や行政などさまざまなセクターと連携し、相互の強みを生かしながら効果的な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

関連指標

2012年度グローバル社会貢献支出額 **約13億円**
 (寄付金・協賛金を含む、連結ベース)



社会貢献

社会貢献への取り組み

日産は社会貢献活動の企画・実施にあたり、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すことにより、独自性の高い活動を行います。

また、より実効性の高い活動を行うため、活動分野において高い知見と専門性を持つ民間非営利組織(NPO)や非政府組織(NGO)との対話を重視します。

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、各国の事業会社が独自にボランティア情報や参加機会を提供するほか、マッチング・ギフト制度などを取り入れて従業員の社会貢献活動をサポートしています。

2012年度の実績

- 国際NGO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拡大
- インドにおいて安全運転啓発活動「日産セーフティ・ドライビング・フォーラム」*を実施
- 世界各国を統括するリージョナルオフィスの担当者による社会貢献担当者会議を実施し、グローバル推進体制を強化

▶ page_50

*「日産セーフティ・ドライビング・フォーラム」の詳細を掲載しています

今後の取り組み

- 現在実施している活動については、PDCA(Plan-Do-Check-Act)サイクルを回し、より実効性の高いものにしていく
- 新たに開始したグローバルプログラムについては、ステークホルダーの声に耳を傾けながら改善を図る
- 活動の成果を測る指標を検討する
- 東日本大震災により被災した地域への継続的な支援を実施する

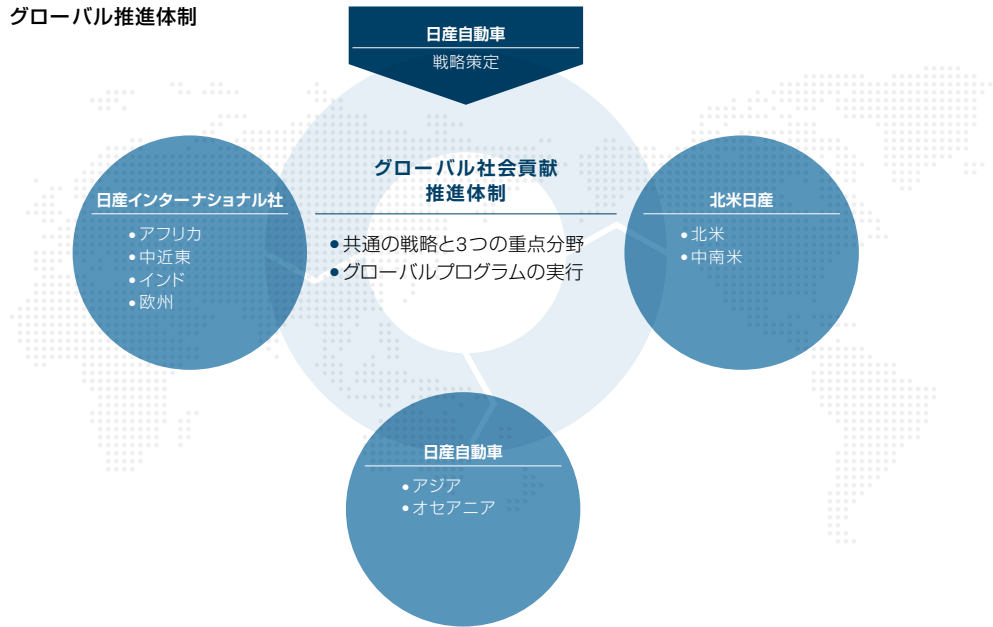
推進体制

日産の社会貢献活動方針は、日産自動車グローバル本社(日本)のCSR部が策定します。エグゼクティブ・コミッティ(経営会議)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。

世界を①アジア・オセアニア ②米州(北米および中南米) ③アフリカ・中東・インド・欧州(AMIE)の3つの地域に分け、日産自動車がアジア・オセアニア地域を、北米日産会社(NNA)が米州地域を、そして日産インターナショナル社がAMIE地域を統括します。これら3つのリージョナルオフィスは、それぞれの地域での販売会社や連結子会社による社会貢献活動をサポートするとともに、グローバルプログラムの推進や自然災害発生時の対応などにおいて中心的な役割を果たします。社会貢献活動においても、事業と同様にグローバルな連携をとる体制が整っており、クロスファンクショナル、クロスリージョナルに取り組んでいます。

社会貢献

グローバル推進体制



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ています。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

▶▶ 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

とともに、日産の環境への取り組みを紹介し、100%電気自動車「日産リーフ」や燃料電池車の試乗を通じて最新の環境技術を体験するプログラムです。2012年度は神奈川県を中心に32校、約5,000名の生徒が受講しました。2007年の開始以来、同プログラムの受講者数は累計で約2万人に上ります(2013年3月末現在)。

フリート・フォーラムとのパートナーシップ(欧州)

NPOが活動に使用する車両の環境負荷軽減をサポートするため、日産はジュネーブに本部を置くNPOフリート・フォーラムとパートナーシップを組み、同組織を通じ国連機関を含む5団体に「日産リーフ」を一定期間、無償提供しています。2013年度も協力を継続していく予定です。



NGOの活動に「日産リーフ」が貢献 (写真提供/WFP: Rein Skullerud氏撮影)

「アース・アワー」への参加を呼びかけ(中国)

日産(中国)投資有限公司(NCIC)は、同社の全従業員に向けて、世界野生生物基金(WWF)が開始した「アース・アワー」に家族や友人を誘って参加するよう呼びかけました。この取り組みは、参加者がインターネット上で環境に対する自らのコミットメントを添えた写真を掲載し、その中から最も多くの支持を得た上位5人に賞が贈られるもので、環境への意識を高める活動として行われています。

教育

日産は、将来世代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、米国など)

日本では、創作童話と絵本のコンテスト「ニッサン童話と絵本のグランプリ」*を1984年から実施し、多くの作家や作品が誕生しています。また、出版した作品を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し、これまでに寄贈された本は約19万3,000冊に上ります(2013年3月末現在)。2012年には、日産イベリア自動車会社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、同国内の学校を通じて才能ある新進作家を発掘し、出版の機会を提供するプログラムです。また、米国では、北米日産会社が「ガバナーズ・ブックス・フロム・バース基金」に協力し、0~5歳の子供たちが本に親しむためのプログラムを支援しています。さらに、スマトラ大地震や東日本大震災などの自然災害の被災地においては、復興支援の一環としてNGOシャンティ国際ボランティア会が行う移動図書館プロジェクトを支援するなど、「子供と本」を通じた取り組みは日産の社会貢献活動の特色のひとつとなっています。

▶▶ website

*「ニッサン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

将来世代にモノづくりの魅力を伝える取り組み
(英国、日本、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。欧州の研究開発拠点である英国の日産テクニカルセンター・ヨーロッパは、毎年英国内でエンジニアリングを専攻する大学生を招き、「アニュアル・エンジニアリング・サミット」を開催しています。2013年2月と3月に行われたイベントには26大学から約300名の学生が参加、施設見学のほか、日産の技術者との交流の場が設けられ、与えられたテーマに沿って学生たちと日産の技術者たちの間で真摯な議論が交わされました。

また、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、年間約2万3,000名の子供たちに授業を届けています。

その他にも、南アフリカや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。

▶▶ 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



日産のエンジニアと学生による
ディスカッション

社会貢献

社会的なサポートを必要とする子供たちへの教育支援(中国、南アフリカ)

めざましい経済発展を続ける中国では、仕事を求めて多数の人が地方から大都市に移住していますが、その多くは経済的に恵まれない家庭であり、子供たちへの社会的な支援が求められています。日産(中国)投資有限公司では、こうした社会的課題に対応するため、「ニッサン・ケアリング・フォー・マイグラント・チルドレン」と名づけたプログラムを2010年から実施しています。2012年度は東風日産乗用車公司(DFL-PV)と鄭州日産汽車有限公司(ZNA)も参加し、経済的に恵まれない子供たちが多く通う学校にコンピューターや楽器などを寄贈しました。セレモニーには日産従業員のほか、地元販売会社の代表や日産車オーナーも参加しました。



日産従業員が小学校を訪れセレモニーが行われました

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、2012年度は1万1,482名の児童を対象に検診を実施し、597個の矯正用眼鏡を提供しました。さらに、高度な検査を必要とする650名の生徒には専門機関を紹介しました。NSAは過去3年間同プロジェクトを運営し、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。

学術分野における取り組み**日産財団(日本)**

地球規模での持続可能な社会の実現が求められる中、日産財団は、①物事の本質を捉え持続可能な発展をリードする人財の育成 ②根本的な解決手段を提案する研究に対する助成を行っています。人財育成の一例として、子供たちの科学的思考能力の向上に貢献する優れた理科教育への助成を行っているほか、ルノー財団と連携したインターンシッププログラムを実施しています。また、研究助成では、低炭素化社会に向けたさまざまな基礎研究に対する助成も行っています。その結果、2012年度は総計で34件、約4,000万円の助成を行いました。1974年の創設から2013年3月末までの助成金額は累計で約2,500件、69億2,000万円に上ります。

▶▶ [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

オックスフォード日産日本問題研究所(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、ヨーロッパ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。

▶▶ [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

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。グローバルに広がる事業所やグループ企業のネットワークを生かして的確にニーズを把握し、迅速で効果的な援助活動を展開しています。また、2012年度は、国際NGOハビタット・フォー・ヒューマニティとの協力関係を災害時以外にも拡大した、新たなグローバル・パートナーシップを発表するなど、人道支援での取り組みを拡大しています。

社会貢献

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」の被災者被災地支援をきっかけに、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、貧困や災害などにより安全で清潔な住環境を得られない人々のために、住居の建設と改修を通じた支援を世界各地で行っています。日産は、「人々の生活を豊かに」という自らのビジョンに通じる同NGOの理念に賛同し、パートナーシップを拡大することを決定。日本を含むアジア6カ国(タイ・インド・インドネシア・ベトナム・フィリピン)で、現地事業会社とその従業員もボランティアとして参加し、住居の建設などの活動を開始しました。

5人の従業員をハイチの復興支援に派遣(北米)

北米日産会社は、ハビタット・フォー・ヒューマニティと共同で、2010年に発生した地震で大きな被害を受けたハイチに従業員ボランティアを派遣するプロジェクトを実施することを決め、北米地域の従業員を対象に参加希望者を募りました。多数の応募者の中から小論文による選考で選ばれた5人の従業員が、2012年11月23日から12月1日の9日間にわたり、世界中のボランティアが集う大規模な建設プロジェクトに参加しました。



ハイチでの活動に参加した北米日産会社の従業員

東日本大震災の被災地でボランティア活動を実施(日本)

ハビタット・ジャパンとのパートナーシップのもと、岩手県大船渡市において従業員ボランティアによる復興支援活動を実施しました。計4回、約90名の従業員が現地を訪れ、仮設住宅で暮らす被災者の方々の生活を少しでも快適なものにするため、物置やひさし、縁台を設置するなどの作業を行いました。

自然災害への対応**中国雲南省で発生した地震の被災地を支援**

2012年9月7日、中国雲南省でマグニチュード5.5の地震が発生し、多くの家屋が倒壊したほか、交通網が遮断され、がけ崩れも多発しました。冬の到来を目前に迅速な救援活動が必要とされる中、被害を知った日産(中国)投資有限公司と鄭州日産汽車有限公司は、直ちに支援を開始しました。両社の従業員から集めた冬用の衣類や文房具などを寄付するとともに、鄭州日産汽車有限公司が2台の車両を現地に派遣し、救援物資の運搬作業を支援しました。また、現場で支援活動にあたるボランティアの方々への資金援助も行いました。

イタリア北部地震の被災地における支援

2012年5月に2度の地震被害を受けたイタリア北部地域への支援として、日産は、イタリア赤十字社へ10万ユーロの寄付を行いました。また、エミリア・ロマーニャ州のリージョナル・プロテクション・エージェンシーへ4輪駆動のピックアップトラックである日産「ナバラ」を寄贈しました。地震による被害からの復旧活動に最適な車両である「ナバラ」は、政府機関やボランティア団体が行う救援活動などに幅広く貢献しました。

社会貢献

事業を営む地域への貢献

日産は、事業を行うどの地域においても、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。地域のイベントへの協力、清掃活動などの実施、施設開放など、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こうした活動に参加しています。

クルマづくりで培った『知』を社会貢献へ

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）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」活動を推進してきました。2011年度には、在籍人員のほぼ100%にあたる1万1,000人が活動に参加しました。2012年度はこれを発展させ、新たな地域貢献プログラム「Nissan Technical Center 地域ふれあい School」をスタートしました。この活動は「モノづくり拠点であるNTCとNATCの『知』を地域貢献につなげる」ことを目的とし、地域の学校や行政などの要望を受けて、商品企画やデザイン、環境技術など多岐にわたるテーマで出張授業や講演を行う取り組みです。

ステークホルダーからのメッセージ

ともに地域社会の再生を目指して

災害などで家を失った世界中の方々を助けるため、日産は2006年以来1,100万ドルに上る寄付を行ってきました。私たちハビタット・フォー・ヒューマニティとともに、住宅や地域社会の再建に協力し、人々に希望をもたらしてきた日産は、今では地域社会になくてはならない存在となっています。

2012年は日産から300万ドル近い寄付が寄せられ、ハビタットが米国およびアジアで実施している住宅建設、高効率エネルギー設備への更新、サステナビリティ関連の助成、衛生プロジェクトなどさまざまなプロジェクトに役立てられました。さらに日産から寄贈されたクルマが、現地のハビタットグループによる地域再生活動を支えています。

日産は世界各地の被災者に温かい支援を行ってきました。2005年にハリケーン・カトリーナなどで被災した米国南部に続き、東日本大震災に見舞われた日本、たび重なる台風や水害により被災したフィリピン、タイなど、さらにハリケーン・サンディに襲われた米国東海岸の人々にも支援の手が差し伸べられました。

日産のこうした献身的な協力に対し、ハビタットは心より感謝しています。今後もこのパートナーシップを継続し、誰もがきちんとした家に住める世界を、ともに目指していきたいと願っています。



国際非営利法人ハビタット・フォー・ヒューマニティ・インターナショナル
CEO
ジョナサン・T・M・レックフォード氏

品質

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。日産は、お客さまとかがわるすべてのシーンで、高い品質をご提供するために活動を続けています。日産では、中期経営計画「日産パワー88」*を実現する戦略のひとつである品質向上プログラム「クオリティの向上」への取り組みを通じ、日産車を選び、乗り、そして長く使い続けていただくよう、お客さまに信頼され続ける高い品質の実現を目指しています。同時にお客さまと接するすべての機会に期待以上の対応を提供することで、トップレベルのお客さま満足を目指します。

▶▶ page_88

*「日産パワー88」の詳細を掲載しています



取り組みの柱

▶▶ page_81

「マネジメント品質」の向上については、従業員パートをご覧ください

関連指標

製品品質	お客さまが品質で最も重視されている雑誌や第三者機関により公表される品質調査など、各国で既定している指標でトップレベルになることを目指す
感性品質	ニッサン、インフィニティの両ブランドでトップ・グループのお客さま評価を獲得する
セールス・サービス品質	J.D.Power社など主要国で規定している指標においてトップレベルを目指す

 GRI G3 Indicators
▶▶ PR5

品質

「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、さらには従業員一人ひとりがやり甲斐を感じて働くための環境づくりなど、クルマにかかわるすべてのシーンで高い品質をご提供するため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。この最終的な到達点は「お客さま視点で品質のトップレベルになる」ということ。世界各国には、お客さまが最も重視されている第三者機関による「品質調査」があります。日産では、この客観的な視点で、世界中のどの地域でもトップレベルを勝ち取ることで、総合的な“品質”のリーダーになることを目指し、お客さまとかがかわるすべての場面で信頼と満足を提供し続けたいと考えています。総合的な品質向上に取り組むことにより、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、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」になることを目標に掲げています。

公正・迅速なリコールへの対応

製品の不具合は、発生しないよう最善を尽くすことが私たちの第一の責務です。そして、非常に複雑な工業製品であるクルマづくりにおいて、万が一の時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持っています。お客さまの安全確保とお客さまへのご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。

2012年度の実績

- 米国J.D.Power社による「IQS(初期品質調査)」で「インフィニティ EX」、「インフィニティ M」、「フロンティア」、「クエスト」が各セグメントで1位を獲得し、計4モデルが最高ランクのアワード受賞
- 同社IQSの総合ブランドランキングでは、インフィニティ・ブランドが2011年から2ランクアップし6位、ニッサン・ブランドは12ランクアップし12位
- ブラジルの雑誌『QUATRO RODAS』が実施した調査で、日産は初めて対象となり、コンパクトセダン部門で「ヴァーサ」、コンパクトハッチバック部門で「マーチ」がそれぞれ首位を獲得
- ドイツ自動車連盟(ADAC)が公表したブレークダウン(路上故障率)の結果、ミドルクラス部門では「キャシュカイ」、コンパクトカー部門では「マイクラ」がともに4年連続で、5段階のうち最高の評価を示すダークグリーン(とても信頼できる:Very reliable)を獲得、「クオリティの向上」の目標を前倒しで達成
- J.D.Power社の結果で、日本および中国でトップレベルの顧客満足度(CS: Customer Satisfaction)パフォーマンスを維持し、米国においても過去数年間で大幅なパフォーマンス向上を達成

今後の取り組み

- ニッサン・ブランドを「グローバル自動車業界のトップ・グループ」に位置づけるとともに、インフィニティ・ブランドを「ラグジュアリー・ブランドのリーダー」に育てるという目標達成に向けて引き続き総合的な品質向上に取り組む
- 「グローバルSSI/CSI会議」にて成功国におけるCS向上ノウハウを共有

▶▶ page_67

* 「グローバルSSI/CSI会議」の詳細を掲載しています

品質

推進体制

日産では、お客さまの総合的な満足をさらに向上させるため、最高執行責任者(COO)をトップとした「品質マネジメントシステム(QMS)」を再構築し、推進体制を強化しました。このマネジメントシステムでは、多岐にわたる品質の責任者を明確にしています。製品の品質はもちろん、セールスやサービスの品質、物流過程での品質、そしてクルマの構成部品を製造するサプライヤーのマネジメントに至るまでクロスファンクショナルに取り組み、すべてにおいてお客さまにご満足いただけるトップレベルの品質をご提供できるように活動を推進しています。

「製品品質」の向上

日産は中期経営計画「日産パワー88」で注力する分野のひとつとして「クオリティの向上」を掲げており、製品品質をその大きな柱と位置づけています。これまで注力してきた「初期品質」の向上に加えて、故障ではないがご使用いただく際に感じる「不満」や、長くお使いいただくことによって生じる「経時劣化品質」、「QIB(品質イメージを著しく損なってしまう問題)」の低減に取り組んでいます。

製品品質の達成度は外部指標と社内指標の双方で管理しています。外部指標は世界8カ国において、「MII(お客さまに最も影響のある指標)」を計11設定し、それぞれにおいてトップレベルになることを目指しています。外部評価は年に1回しか公表されないため、日産ではより短い期間で実施される社内指標も設定し、外部指標とも関連させながら、より迅速な改善に努めています。

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きました。その結果、活動を開始する前と比較して約半減することができました。

また2011年末より、米国での品質向上活動の一環として「QCS(クオリティ・コネクション・サーベイ)」を導入しています。この活動では、新車購入者のうち、電子メールアドレスをご提供いただいたオーナーを対象に、納車から75日目に調査を実施しています。お客さまから直接いただいた情報には、より迅速に対応し、CSの向上につなげています。

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、長くお使いいただくこと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のクレーム発生率や、保証期間後に発生している不具合のデータを入手・分析し、劣化しにくい技術の開発を強化しています。2016年度までに経時劣化品質の不具合を3割以上改善(2010年度比)することを目指しています。

品質

「日産クオリティフォーラム」で経時劣化品質の体感イベントをグローバルに実施

日産は従業員とサプライヤーを対象に、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・車両の展示で紹介するイベント「日産クオリティフォーラム」を2003年より開催しています。本イベントは、研究開発、生産、TCSX（トータルカスタマーサティスファクションファンクション）など複数の部門が共催、継続的に行うことで、全従業員のCSマインドと品質改善に対する意識向上を目指しています。2012年度も日本をはじめ米国、英国、ロシア、中国、タイなどグローバルに開催しました。

2012年11月、日産テクニカルセンター（NTC）で開催した日産クオリティフォーラムでは、経時劣化品質を実際に体感してもらうイベントを開催しました。新車や経過年数の異なるクルマを展示し、実際に触れたり、運転できる体験型イベントのほか、経時劣化品質の改善に向けた意見交換会などが行われました。



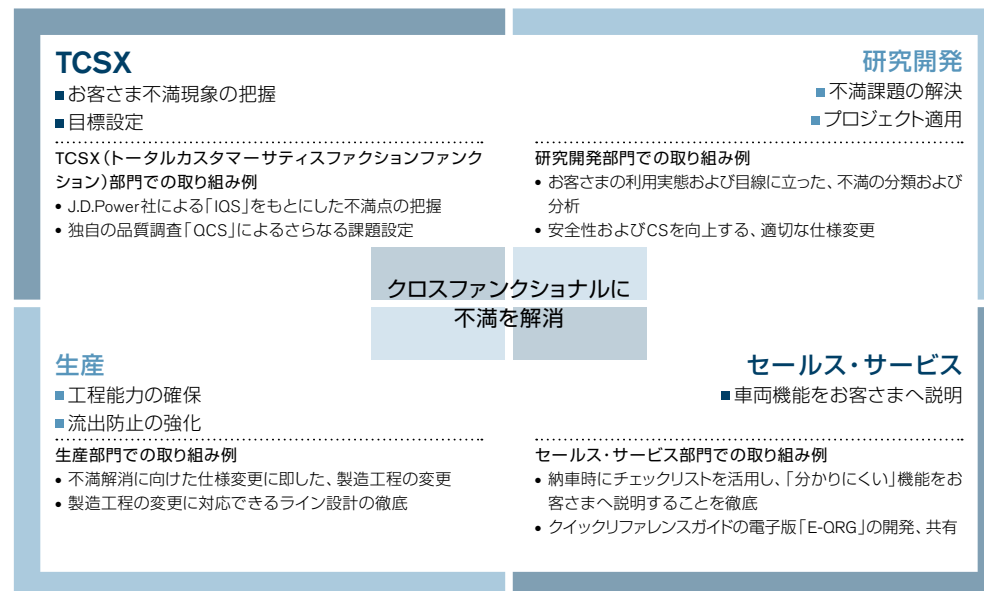
「日産クオリティフォーラム」会場の様子

不満低減に向けお客さま視点で活動

お客さまが感じる不満の中には、「スイッチの位置が分かりにくい」「ナビの操作が複雑」など、故障ではないが、お客さまがマイナスに評価し、不快に感じているものもあります。例えば2011年6月に発表された米国J.D.Power社による「IQS（初期品質調査）」では、他社との仕様の違いから多くの日産車で「リヤワイパースイッチが使いにくい」との指摘がありました。これを受けてセールス・サービス、研究開発といった部門がクロスファンクショナルな取り組みを実施。取扱説明書の改訂はもちろん、納車時にスイッチの操作方法の説明を徹底するとともに、開発段階で操作方法の見直しを検討するなどの改善を進めました。

日産は、お客さまの声を常に意識し、お客さま視点での品質向上に努めています。

お客さまの不満改善活動の推進



品質

フィールド・クオリティ・センター

フィールド・クオリティ・センターは、世界各地のお客さまのご要望を間近で把握し、その地域で発生した不具合を早期解決することを目的に設立。日本・欧州・米国(2カ所)・ブラジル・中国・インドに加えて、2013年度新たに南アフリカに拠点を開設、計8カ所のセンターで迅速な改善に努めています。

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、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。

新車生産体制をスピーディに構築(4G)

日産では、世界中のお客さまに均一で高い品質の商品を提供するために、「4G戦略」を導入しています。この4G戦略によって、グローバル各拠点において最適な新車生産体制をスピーディに構築することが可能です。

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。これをグローバルの工場で競争力のあるレベルに高めるため、日産生産方式(NPW)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材を育成しています。

グローバルロ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材。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「OCTJ」*品質(Quality)、コスト(Cost)、納期(Time)の目標を達成しています。

品質

2012年度に達成した日産の製品品質向上の成果

国	調査名	結果
米国	消費者団体専門誌『Consumer Reports』	「Gセダン」、「日産リーフ」 ●*1
	J.D.Power社「IQS」	インフィニティ: 6/34位、ニッサン: 4/22位 「インフィニティ EX」1位、「インフィニティ M」1位、 「フロンティア」1位、「クエスト」1位
	J.D.Power社「VDS」	「370Z」1位
中国	J.D.Power社「IQS」	「リヴィナ」3位
	J.D.Power社「VDS」	「ティーダ」1位、「キャシュカイ」2位、「ティアナ」3位
南アフリカ	Synovate社「PSI」	「エクストレイル」1位、「NP200」1位、「マイクラ」3位、「ナバラ」3位
ドイツ	ドイツ自動車連盟(ADAC) ブレークダウン	「キャシュカイ」 +++ ++ ++ 「マイクラ」 +++ ++ ++ *2
英国	自動車雑誌『What Car?』	「キャシュカイ」 ☆☆☆☆ 「ノート」 ☆☆☆☆ *3
ブラジル	自動車雑誌『QUATRO RODAS』	「ヴァーサ」1位 「マーチ」1位

評価指標の見方

<p>*1『Consumer Reports』</p> <p>Reliability</p> <p>← ● ○ ● ● →</p> <p>Better Worse</p>	<p>*2 ADAC</p> <p>++ Very reliable</p> <p>+ Reliable</p> <p>○ Average reliability</p> <p>- Poor reliability</p> <p>-- Unreliable</p>	<p>*3『What Car?』</p> <p>☆☆☆☆ Outstanding</p> <p>☆☆☆☆ Good</p> <p>☆☆☆☆ Average</p> <p>☆☆ Below par</p> <p>☆ Poor</p>
---	---	--

「感性品質」の向上

「クオリティの向上」に向けたもうひとつの取り組みの柱が感性品質です。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。日産では、お客さまがなぜ良いと感じるのかを徹底的に分析・定量化し、五感で感じるすべての品質感を向上させていきます。他社にはない高い魅力を日産車に感じていただくため、品質向上の目標や方策を明確にし、実行していきます。

お客さま感性評価と社会の将来予測を強化

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、多数の社内モニターや社内で育成した専門家による評価、さらには実際に購入されたお客さまや購入をご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、評価してきました。

また、お客さまの感性や社会の流行が日々、変化するとともに、新しい先進技術も多く開発され、その技術に対するニーズも動いていきます。日産は、世界各市場の社会・先進技術動向の将来予測を強化し、市場の激しい変化に対応しながら、他社にはない魅力を先取りしてクルマに織り込んでいきます。

今後は、お客さま感性の理解を新車の開発段階から反映できる活動を推進していきます。また、調査地域を拡大し、世界の各市場におけるお客さま感性への理解を深めていきます。

魅力的な商品の開発

感性品質を高めるためには、お客さまがクルマを見て触って使って感じる感覚を客観的に把握する必要があります。日産では、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。

例えば、“触る”という感覚についても、工業製品はもとより、アパレル製品や家具、伝統的な工芸品などの触り心地も分析。その結果、押すように触ったときには、人の指の柔らかさに近いほど気持ちよと感じ、なでるように触ったときには、表面の凹凸が指紋の間隔に近いほど心地よと感じることが分かりました。「フーガ」のアームレストには、指に近い柔らかさと指紋に合わせた表面形状を持つ新素材を採用しています。

また、指紋の奥には“しっとりと感じるセンサー”があり、指紋よりも小さい凹凸に触れると濡れていなくてもしっとりと感じます。また、人の指は2つ以上の凹凸を同時に触ると柔らかさを感じます。そこで「フーガ」のドアトリムのプルハンドルの内側には、ソフトフィールシボという緻密に設計した凹凸加工を採用。プラスチックという固い素材を使用しながら、「しっとり」と「柔らかさ」を感じる加工を施すことで、触り心地の良さを向上させました。

品質

「セールス・サービス品質」の向上

車両購入時はもちろん、サービス入庫、キャンペーンの告知、ローン支払いの完了、新車販売・試乗の告知など、お客さまと接する機会はさまざまあります。セールス・サービス品質とは、日産のブランド力を高めるため、そのすべてにおいてお客さまの期待以上の対応を提供することです。世界中の主要な国の販売会社のセールス・サービス品質を効果的に管理することにより、お客さまコンタクトの質を向上させ、顧客満足度(CS: Customer Satisfaction)や日産への支持、ブランド力を強化できます。日産では、日本・米国・欧州およびその他主要16カ国でトップレベルのお客さま満足を目指します。

セールス・サービス品質を向上させるために、現在日産では2つの主な取り組みを実施しています。(1)グローバルで集約・体系化された成功国のノウハウの共有化、(2)各国の販売会社/店舗間におけるパフォーマンスのばらつきを正による底上げ。これらを軸に、CS向上のための活動を継続的かつ一貫して実施しています。

お客さまによる評価

トップレベルのセールス・サービス品質をご提供するには、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。

J.D.Power社が実施したSSI調査(自動車セールス満足度調査:項目としては納車プロセス、納期、販売員の対応など)とCSI調査(自動車サービス満足度調査:項目としてはサービス、点検整備・修理など)によれば、日本ではトップレベルを維持、中国ではセールスとサービスが一体となった活動によりパフォーマンスが向上、米国ではCSI調査にてアジアブランドトップ(プレミアム・ブランドを除く)になるなどの結果が出ました。

「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ(NSSW)」

日産では常にお客さまの視点に立ち、お客さま一人ひとりのご要望に合った対応やサービスを提供するため、「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ(NSSW)」というグローバル指針を定めています。私たちはこの指針をもとに、CS向上のための活動を実施し、セールスとサービスの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される購入プロセスや、メンテナンスサービスのプロセスで、さらにご満足いただけるようグローバルで取り組んでいます。

販売会社の販売力および技術力の強化

セールス品質においては商品知識と販売スキルの強化が重要になります。日産では、販売会社に対し、新型車研修および販売スキル向上研修の提供をしています。今後は主要国でトレーニング教材を共同開発し、その他の市場へ提供することでトレーニングの質の向上を目指していきます。

サービス品質においては、「高品質な作業(修理・整備)を一度で確実にお待たせすることなく」提供することが重要になります。日産は、人材育成はもちろん、的確な技術情報提供、迅速な部品供給、整備・修理機器の向上、車両の整備性の向上をグローバルで強化しています。

品質

上級メカニックの適切配置によるサービス品質の向上

常にお客さまにご満足いただける安心の技術力を提供したいと考えている日産は、日本市場で国家資格より取得が難しい独自のサービス技術取得制度を設置し、テクニカルスタッフ(自動車整備士)の育成に力を入れています。また日産独自の資格制度による1級整備士を取得した上級メカニックについては、店舗の規模に応じて適切に配置することを検討中で、同様の取り組みは、欧米からスタートしています。どのお客さまにも、信頼される整備とアフターケアを提供できるように心がけています。

成功国でのCS向上ノウハウをグローバルに共有

グローバルに広がるすべての市場でCSを向上させるには、グローバル全体でのセールス機能を向上させるとともに、各地域のニーズに主要な国の販売会社が対応できるよう支援を行っていく必要があります。日産ではSSI調査(自動車セールス満足度調査)とCSI調査(自動車サービス満足度調査)を各地域において実施。「グローバルSSI/CSI会議」という主要な販売会社が参加する会議を定期的を開催し、各地域のCSに関するデータをグローバルに共有しています。また、CSが高い地域はCS向上への具体的なノウハウやツールを持っています。こうしたベストプラクティスを吸い上げ、CS向上に苦戦している地域でも活用できるようにしています。



グローバルSSI/CSI会議の様子

日本や中国でのノウハウを導入したタイのCS改善活動

新興国であるタイではなかなかCSが向上しなかったため、日本や中国の活動事例を包括的に導入しました。具体的にはまず改善すべき活動を特定し、改善プロセスを徹底的に実施しました。タイにおいてターゲットとなったのは、納車プロセス、修理後の車両品質およびお客さまへの対応力で、ディーラーのCSへの意識を向上させ、店舗レベルでの改善をPDCAに基づいて実施することで、品質改善に取り組んでいます。トレーニング・プログラムや評価・褒賞制度などの改善ツールを導入することで、ディーラーにおける人財の量・質的向上を目指しました。



タイのCS改善活動を視察する日産関係者

品質

「全国日産サービス技術大会」

アフターケアを担う各スタッフは、日ごろから点検・修理などのメカニク技術、好感度の高い接客技術などの向上に努めています。その実力を競い合うのが「全国日産サービス技術大会」です。お客さまと直接向き合う販売会社のサービス部門を対象に、日産グループが総力を挙げて開催しています。

競技は、点検・診断・修理を行う「テクニカルスタッフ」と「新人テクニカルスタッフ」、お客さまに対応する「テクニカルアドバイザー」と「女性テクニカルアドバイザー」の計4部門。全国9地区で「ブロックサービス技術大会」を実施し、この大会を勝ち抜いたチームおよび個人選抜選手による全国大会を実施します。毎回優れた経験と知識を持つ販売会社のサービス担当者が全国から集まり、日ごろの研さんの成果を競い合います。こうした大会を通じて、サービス技術やサービス部門のモチベーションを向上し、日産グループ全体のサービス体制を強化しています。

お客さまへの迅速なサービス・サポート体制

日産では、お客さまや販売会社へのサービス・サポートの質の向上を目的として、お客さま相談室、販売会社修理支援機能、サービス技術機能を集約した「日産カスタマーサービスセンター（NCSC）」を設置しています。同センターでは、整備や修理サービス技術の提供、販売会社の修理支援、板金塗装技術研修、市場の不具合情報収集などに加えて、「お客さま相談室」の業務を担当。サービス技術支援チームとの連携、カタログなど商品情報のデジタル化などにより、技術的に高い精度の情報提供やお客さまからの問い合わせ対応時にお待たせする時間の短縮など、問い合わせに関する対応の質を総合的に向上させています。

また「日産リーフ」の販売に合わせて、ディーラーをサポートするためのシステム導入をグローバルに開始しています。ITを活用して、カメラの画像や音声データ、診断機で取得したデータを送信し、遠隔操作することで、日産の開発部門とディーラーが一体となり、迅速・確実なサービスを提供できる体制を整備しています。

バリューチェーン

バリューチェーン

日産はビジネスパートナーとの信頼を基本に、お互いの持続的な成長を目指しています。そのために、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。日産が事業展開する地域の拡大とともにバリューチェーンもグローバルに広がる中、一貫性のあるCSR活動を推進するために、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目指しています。



取り組みの柱

関連指標

「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」 配布サプライヤー数	7,600社
「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」 配布サプライヤー数	3,000社 (部品・資材)
環境データ調査対象 サプライヤー	グローバル全購入額の70%
コンプライアンス違反に対する 改善勧告実施件数(2012年度)	11件
「日産グリーンショップ」 認定件数	174社/約2,800店



▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ EC6/EN26/PR2

▶▶ page_38

「日産グリーンショップ」の詳細を掲載しています

バリューチェーン

バリューチェーンへの取り組み

取引先の決定にあたり、日産は透明性のある公平・公正な業務プロセスを徹底しています。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、選定に際しては関係部門が一堂に会してサプライヤーからの提案を横断的に検討します。そして、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ています。

実際の取引においても、「日産グローバル行動規範」¹⁾(第4項「公平・公正な関係」)を順守し、公平・公正な業務の徹底を高い水準で維持するよう努めています。日常の緊密なコミュニケーションに加え、サプライヤー各社へのアンケートや意見交換を定期的に行い、社外の視点からのチェックも行っています。

また、自動車産業が目指す調達上の原則や、下請法²⁾および独占禁止法³⁾上の留意点などをまとめた「自動車産業適正取引ガイドライン」について社内への周知徹底を図るとともに、サプライヤーに対しても説明会を実施し、サプライチェーン全体で取引の適正化を推進しています。

2012年度は、前年度から継続しているサプライチェーンでの災害対策活動に加え、世界的に関心が高まっている環境問題やコンプライアンス順守に対応した新たな取り組みを開始しました。

▶▶ page_92

¹⁾ 「日産グローバル行動規範」の詳細を掲載しています

²⁾ 下請法：下請代金支払遅延等防止法

³⁾ 独占禁止法：私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律

2012年度の実績

- 前年から継続しているサプライチェーンでの災害対策活動について
 - ・ サプライチェーン見える化データベース構築(国内)
 - ・ 災害リスク地域を特定し、地域内のサプライヤーの供給体制を確認(主要海外拠点)
- 中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2016(NGP2016)」に基づくサプライヤーとの共同活動の実施
- 紛争鉱物に関する予備調査の実施
- 販売会社において、情報セキュリティ教育、「グローバル・ソーシャルメディア・ポリシー」違反案件事例の共有、賄賂防止についての規程の整備・再周知を実施

今後の取り組み

- 災害リスクへの対応をさらに強化すべく、以下を行う
 - ・ サプライチェーン見える化データベース構築(主要海外拠点)
 - ・ 初動対応業務フローの作成(主要海外拠点)
 - ・ ハイリスク地域のサプライヤーの現場診断(国内)
 - ・ 被災予測シミュレーションのシステム導入(国内)
- CO₂排出量削減などのサプライチェーンでの環境活動を推進するため、サプライヤー環境データ調査の継続
- 紛争鉱物本調査の実施およびサステナビリティレポート等での情報開示
- 販売会社を対象にした情報セキュリティ教育の継続

サプライヤーとともに

日産にとって、すべてのサプライヤーが大切なビジネスパートナーです。「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)」という3つの価値を共有しながら取り組んでいます。

「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」

サプライヤーとの取引にあたっては、大切にしている価値やプロセスを「The Renault-Nissan Purchasing Way」¹⁾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。さらに、グローバルに広がるサプライヤーとともにCSRを実践していくため、2010年5月に「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」²⁾を発行、グローバルでサプライヤー全社に配布しました。ガイドラインは、サプライヤー各社の企業活動をCSRの視点で見直し、CSRへの取り組みをさらに浸透させていくことを目的としており、日産のCSR方針および調達に関する方針のほか、「安全・品質」「人権・労働」「環境」「コンプライアンス」「情報開示」の主に5つの項目について説明しています。

発行以降、CSRガイドラインをすべてのサプライヤーに提示し、ガイドラインの徹底を図っています。2012年度は、自動車業界において関連法令に違反するようなコンプライアンス事案が多発しましたが、日産はこうした事案に対して、ガイドラインに則った厳正な対処を実施し、当該サプライヤーにおける法令規範の確実な順守とCSRに対する社内体制の強化について確認を行っています。

▶▶ website

¹⁾ 「The Renault-Nissan Purchasing Way」および「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

²⁾ 「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」の作成に際しては、日本自動車工業会および日本自動車部品工業会のCSRに関するガイドラインを参考としています

サプライヤーと共同で取り組む「モノづくり活動」を強化

日産では、より競争力のある商品を常に生み出すため、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。

2012年、中期経営計画「日産パワー88」の2年目を迎え、グローバルでの生産台数の増加が本格化し、サプライヤーとの供給体制の確保が重要な課題となっています。日産ではサプライヤーと協働しながら「モノづくり活動」の強化を推進し、安定した供給体制の構築を目指しています。

▶▶ website

サプライヤーとの品質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

災害リスクへの対応

日本およびタイで策定したサプライチェーンでの事業継続計画(BCP)に加え、対象範囲を拡大し、タイ以外の海外拠点(北米、欧州、中国、インド)についても、サプライチェーンにおけるBCPの検討を開始しました。また、サプライチェーンの見える化活動、すなわち、サプライチェーンの状況を把握し、あらかじめ想定できるリスクへの対策を行うことにより、速やかな初動対応につなげる活動も行っています。

バリューチェーン

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、購買部門や品質部門などが、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。

2012年度は、3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7社が受賞しました。

「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」を改定

日産は、サプライヤーにおける環境活動の基準を、「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」*にまとめ、2001年に発行し、活動への協力をお願いしました。

以降、2回の改定を行い、下記項目を追加しました。

- 1 2008年：サプライチェーン全体での環境負荷物質の低減と管理
- 2 2010年：「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」に基づくサプライチェーンでの環境活動の推進

2012年には、「ニッサン・グリーンプログラム2016」に基づき、下記の項目を追加しています。

- 1 サプライチェーンにおけるCO₂や水の排出量等の環境データ調査の開始
- 2 各国の環境法規に対応し環境負荷物質の管理を強化するため、適用地域や対象物質の拡大
- 3 サプライヤーにおける環境負荷物質管理の体制と順守すべき項目を、発注先選定段階でのサプライヤーとの確認の開始

紛争鉱物への対応方針

2012年8月、コンゴ民主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の細則が米国で制定されました。同法の主旨に賛同する日産は、CSRの観点からサプライチェーンにおける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ました。

2012年10～12月にサプライヤーへの予備調査を実施。2013年度からは本調査を実施します。結果についてはサステナビリティレポート等で開示する予定です。

▶ website

*「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

販売会社とともに

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継続的に実施しています。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2012年度についても各販売会社で実施し、販売会社内での気づき、自発的改善につなげました。2012年度は各種取り組みについて周知徹底を行い、改善活動を行うなど、各販売会社と一体となってコンプライアンス強化の取り組みを推進しています。日産は販売会社とともにコンプライアンスへの意識を共有し、より強固な内部統制の構築に努め、CSRマネジメントのさらなる向上を目指しています。

販売会社に対するコンプライアンス教育

日産では販売会社に対するコンプライアンス教育として下記を実施しています。

情報セキュリティ教育

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e-ラーニングで実施した内容に準じた教材を各販売会社に提供し、情報セキュリティ教育を実施しています。

バリューチェーン

「グローバル・ソーシャルメディア・ポリシー」の周知・徹底

「グローバル・ソーシャルメディア・ポリシー」に反した、SNSやブログへの不適切な書き込み事例を販売会社に展開しています。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併せて伝え、啓発と再発防止を図っています。

ハラスメント教育

ハラスメントに対する社会的関心の高まりや、販売会社での発生事例を勘案し、特に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、これを活用し販売会社で教育を実施しています。

賄賂防止

日産では従業員における賄賂防止をグローバルに徹底し、販売会社においても、現在ある規程の見直しと再周知を依頼しています。同時に「日産グローバル行動規範」の「接待・贈答等細則」をベースにした資料も配布しています。

従業員

従業員

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。中でも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。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ることへとつながり、ひいては日産の持続的な成長を支える原動力となっています。



取り組みの柱

関連指標

連結従業員数	160,530人
女性管理職比率(グローバル)	10.3%
離職率(日産自動車(株))	3.9%


 GRI G3 Indicators
 ▶▶ 2.8/LA2/LA13

従業員

従業員への取り組み

日産では、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、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。

日産には、持続的な成長を目指すための行動指針「日産ウェイ」があります。「すべては一人ひとりの意欲から始まる」という考え方のもと、5つの「心構え」と5つの「行動」を定めており、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か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「異なった意見・考えを受け入れる多様性」や「最小の資源で最大の成果」といった心構えや、「モチベート」や「チャレンジ」などの行動姿勢を示しています。

「すべては一人ひとりの意欲から始まる」

焦点はお客様、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**
トランスパレント
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？

2012年度の実績

- ダイバーシティの取り組みにおいて日本で複数の賞を獲得
- キャリア形成支援のためのオープンエントリー制度の実績：
89名の合格者（日産自動車株式会社のみ）
- 労働災害発生率（全度数率）：0.31

今後の取り組み

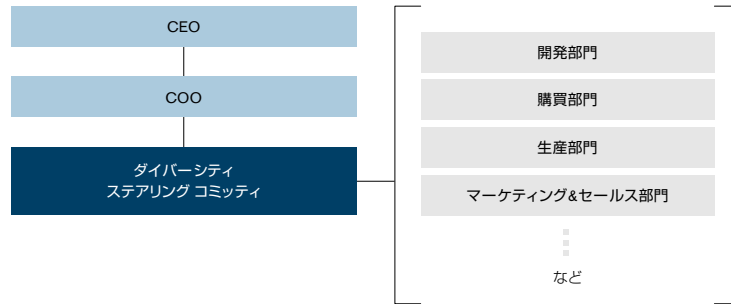
- グローバルにおける女性管理職比率を2017年までに14%まで向上
- 戦略的な人財育成をグローバルに強化
- 経営層と従業員とのオープンな意見交換会の取り組みを強化・継続

推進体制

日産はダイバーシティ（多様性）を重要な経営戦略のひとつと位置づけています。2004年10月には、その主導的な役割を果たす組織として「ダイバーシティ ディベロップメント オフィス」を日本に設立。以来、日本のみならず、北米や欧州、その他の海外地域とも連携し、「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。また、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」を設立して、ダイバーシティ推進に関する方針を決定しています。

従業員

ダイバーシティ ステアリング コミッティに関する組織図



多様性の尊重

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。

ダイバーシティを企業競争力に

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、それがより高い業績や独創的なソリューション、より高い価値を生み出すからです。

ダイバーシティを経営戦略として位置づけ、さまざまな取り組みを行ってききましたが、ダイバーシティ推進の専任部署であるダイバーシティ デベロップメント オフィス(DDO)では特に、ジェンダー (性別)とカルチャー (文化)の2本柱で取り組んでいます。「女性の能力活用」を推進するとともに、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。

▶▶ 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

「女性の能力活用」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「女性の能力活用」では、以下の2つを柱とする活動を行っています。

1. グローバルで行う女性のキャリア開発支援

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。日産は性別を問わず従業員一人ひとりが活躍できる環境づくりに取り組んでおり、女性のキャリア開発を支援しています。

国内では、部長級以上の女性の比率が2008年の2%から2012年4月時点で4%と2倍になり、全管理職での女性の比率は6.7%となっています。これは従業員数5,000人以上の日本企業の平均値2.9%と比べると、良好な水準です(2011年厚生労働省統計による)。

グローバルでの女性管理職比率は、2008年の7%から2012年4月には10%に上昇しています。シニアレベルの女性管理職比率は7%で、4年前の4%から2倍近くに増えました。しかし、こうした数値を上げるためだけに女性を役職に登用しているわけではありません。女性のプレゼンスを増やすことに重点を置き、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っています。

日産は、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。日本では、DDOがキャリアアドバイザーとの個人面談を通じて、一人ひとりの女性従業員に合わせたサポートを行っています。DDOは人事部門と協力し、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を企画しています。また、意欲向上につながるよう、社内イントラネットには、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。若手の女性従業員に対しては、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、昇進した社内で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のための活動を奨励しています。

従業員

米州地域では、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、職場や地域活動の中で女性向けの指導プログラムを実施しています。これらのプログラムには、北米日産会社(NNA)、カナダ日産自動車会社(NCI)、日産テクニカルセンター・ノースアメリカ(NTCNA)、メキシコ日産自動車会社(NMEX)から多くの従業員が参加しています。最近ではマイクロソフトと提携し、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、日産が革新的な製品を製造・販売するための独自の技術力や技法を紹介しました。

アフリカ・中東・インド・欧州(AMIE)地域では、あらゆる開発プログラムに女性がかかわるようにしています。また、「Women@Nissan」という社内サイトを活用し、人脈づくりの機会となるイベントを企画することで、日産のダイバーシティ戦略を支えています。

アジアでも、ダイバーシティと女性のキャリア開発を推進する多彩な活動を展開。社長と女性従業員によるセッション、シニアポストの女性と若手女性とのセッションなどを通して、ダイバーシティを尊重し企業活動に生かす取り組みを行っています。

2. 企画から販売プロセスに女性の視点を

私たちは、世界各地のお客さまの多様なニーズに応える必要があります。例えば、日本ではクルマの購入者の30%が女性であり、さらに30%が女性の意見を取り入れた男性であるなど、購入決定の3分の2近くに女性がかかわっています。このため、新型車の開発から製造、販売まで、事業のあらゆるプロセスに女性従業員の意見を反映させることが必要です。

例えば、日産のグローバル・コンパクトカー「ノート」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、という意見が反映されました。一方、製造現場では、男性と比べて体格が小さく力の弱い女性も活躍できるよう、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軽減にもつながりました。

販売会社のスタッフは、さまざまなお客さまのニーズ、質問にも対応できなくてはなりません。日産の女性カーライフ・アドバイザー(CA)は、男女を問わずお客さま全般の満足度が高いことから、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。

「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取り組みを行っています。

日産は、「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。企業が成長するためには、国籍や言語、年齢、経歴や学歴にこだわらず、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・コミッティは、半数が日本人、残りの半数は日本人以外であり、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。

ダイバーシティ推進の効果は一目瞭然です。さまざまな課題に取り組む中で、集団が多様であればあるほどソリューションはより独創的で深みがあり、より大きな成果を生んでいます。日産にとってダイバーシティとは、現在と未来に直面する課題を解決するうえで大いに役立つ、企業戦略の要となる要素です。

従業員

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、ダイバーシティの重要性を伝える最高経営責任者（CEO）のメッセージを発信しているほか、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。2012年度は、さまざまな国籍や性別、年齢の従業員とCEOがダイバーシティについて直接話し合うイベントをグローバル本社で開催しました。他の従業員も社内イントラネットにアップされた動画を通して、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、マネジメント研修の一環として「ダイバーシティワークショップ」を実施しています。ワークショップは、日産におけるダイバーシティの重要性を理解し、多様な人財を生かすことを学び、どのようにビジネスに役立てていくかを考える有効な場となっています。また、この分野で有名な企業からゲストスピーカーを招き、ダイバーシティマネジメントに対する管理職の理解を促す各種イベントも開催しています。社内イントラネットには、役員自身のダイバーシティに関するメッセージや体験についての記事を掲載。こうした経営層からのメッセージは、従業員のダイバーシティマインド醸成の一助となっています。

米国では、他企業の経営陣が日産の管理職と従業員を対象に講演する「ゲスト・エグゼクティブ・セミナー」を実施。ダイバーシティをテーマにしたプレゼンテーションには特に力を入れており、企業の多くが現在直面する広範な問題に対して、ダイバーシティがいかに革新的なソリューションとなり得るか、といったテーマで、著名な企業役員や作家による講演を行っています。

AMIE地域では、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、「多文化の効果を引き出すトレーニング」プログラムを企画しました。

ワークライフバランス(仕事と家庭の両立)の推進

日産は従業員による仕事と育児・介護の両立を支援するため、幅広い働き方ができる制度を導入しています。日本国内では、「結婚」「配偶者出産」「育児」「介護」を理由とした「ファミリーサポート休暇」、育児・介護のための従業員時間短縮制度および在宅勤務制度、事業所内託児所「まーちらんど」の設置など、従業員の性別にかかわらず、「ワーク」と「ライフ」を両立するさまざまな支援制度を整えています。厚木のテクニカルセンター内に日産初の「まーちらんど」を開所し、2012年度にはグローバル本社と日産グローバル情報システムセンター内にも新設しました。

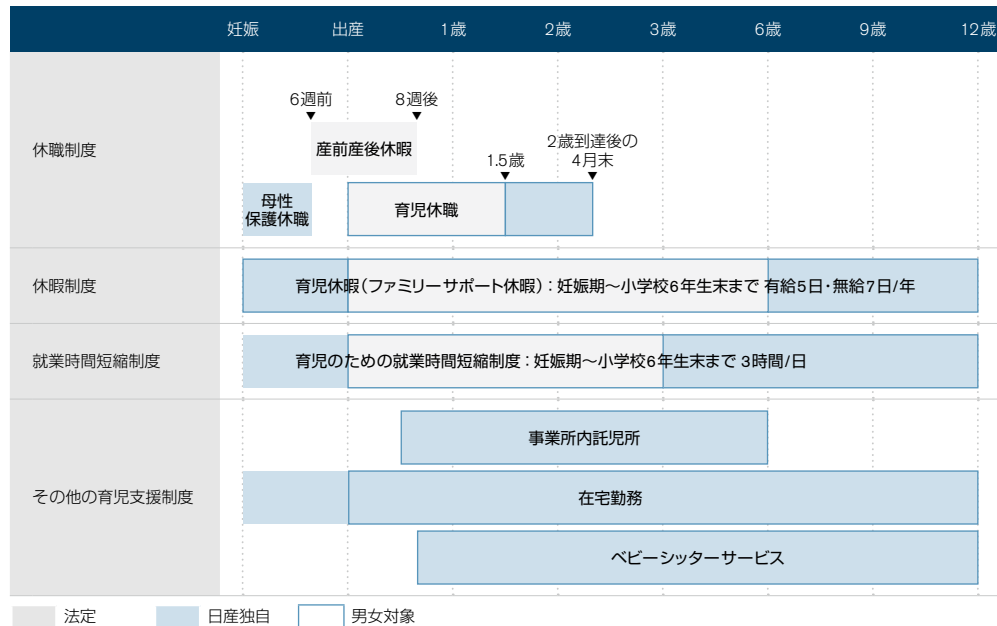
従業員

2005年4月施行の次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画については、その取り組みと目標の達成が認められ、子育て支援に積極的な企業として認定を受けています。2011年からは「復職セミナー」を実施し、育児休業から復職する従業員が周囲の理解や協力を得ながら、前向きに仕事に復帰できるよう具体的なヒントや心構えを提供しています。2012年度も多くの従業員が参加しました。復職後も社内ソーシャルネットワークサービス(SNS)「両立パーク」を利用することで、育児と仕事の両立に役立つ情報を従業員同士が交換できるようにしています。

▶ website

日産は厚生労働省の「仕事と生活の調和推進プロジェクト」に参画しています

日本国内の出産から育児までの諸制度



多様性をビジネス力につなげる(米州)

北米日産会社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。今後は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、指導を行います。さらに米国、カナダ、メキシコ、ブラジルで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新設しています。

従業員が組織する「ビジネス・シナジー・チーム(BST)」では、多様性をビジネス力につなげ、組織横断的な連携や地域社会との協力の場を広げていくことに取り組んでいます。2007年に組織された「女性のBST」に続き、2009年には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「多文化BST」を立ち上げました。

そのほか世代間、ベテラン従業員、健康面の多様性の取り組みを支援するBSTもあり、日産の多様な従業員を支援しています。BSTの運営は、ナッシュビルの北米本社、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。

従業員

日産の取り組みに対する外部評価

日産のダイバーシティ強化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。2008年、日産は女性の能力活用推進の取り組みが認められ、「カタリスト賞」を受賞しました。カタリストは、企業で働く女性の機会拡大と、誰もが力を発揮できる職場環境の構築を目的に活動する米国の非営利組織（NPO）で、日産は重要な意思決定ポストに女性を積極的に登用している点と、それがグローバルにもたらす潜在的影響の大きさが高く評価されました。日産の受賞はアジアに本社を置く企業としては初めて、自動車メーカーとしても初の快挙でした。

同じく2008年、東洋経済新報社が創設した「人を活かす企業—ダイバーシティ経営大賞」の第1回大賞に選ばれました。「トップによるコミットメントが明確」、「経営上の課題を克服する手段としてダイバーシティを推進するという位置づけが明確」、さらに「情報開示が適正で効果的」などの点が高い評価を受け、審査委員6人全員がそろって日産を大賞候補としました。

2013年には、NPO法人J-Win（ジャパン・ウィメンズ・イノベティブ・ネットワーク）が主催する「2013 J-Winダイバーシティ・アワード」の大賞を受賞しました。J-Winは女性の採用、能力開発、昇進に積極的かつ革新的なアプローチを行っている企業に賞を授与しており、日産は3度目の受賞となりました。

また、経済産業省が2012年度から始めた「ダイバーシティ経営によって企業価値向上を果たした企業」を表彰する「ダイバーシティ経営企業100選」に選ばれたほか、東京証券取引所が女性による活躍推進をテーマにした「なでしこ銘柄」にも選定されています。

このようにダイバーシティへの取り組みが広く認められたことを、日産は大変誇りに感じています。これらの賞は、ダイバーシティに対するトップの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。

従業員のキャリア形成

日産では、「自らのキャリアは、自らデザインする」との考え方のもと、従業員のキャリア形成をサポートしています。

人事制度の継続的な改善

人財は企業の最も重要な資産です。人財の力が個人として、組織として最大限に発揮されるよう、日産では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については、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しています。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」および技能、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に、上司とのキャリア面談を少なくとも年2回実施し、「パフォーマンス評価」「コンピテンシー評価」と合わせて、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。

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、国内では「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、2012年度は161のポストに229名がエントリーし、89名が合格しています（2013年2月時点）。

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、

従業員

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7年目の2012年度は、98の専門領域で50名のエキスパートリーダーと2名のフェローが活躍しています。エキスパートリーダーとフェローは、それぞれの領域で専門性を発揮し、日産のビジネス全体に貢献する役割を担っています。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、次世代の人財育成に貢献しています。

学習する企業文化の醸成

“学び”とは、価値創造のために「ストレッチ」することであり、日産は、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。

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自分の成長したい分野について選び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管理の集合研修実績

	2010	2011	2012(年度)
年間受講人数(人)	11,001	11,012	13,834
総受講時間(時間)	343,147	332,897	411,727
従業員1人当たり受講時間(時間)	12.0	13.7	16.9
受講満足度(最高点:5.0)	4.5以上	4.2以上	4.3以上

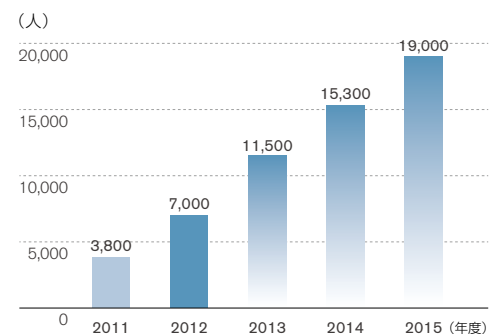
マネジメントの質の向上

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。欧米では、「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」を課長職を対象に実施し、人財育成に取り組んでいます。

グローバルに展開する技術教育

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。

研究開発部門で行っているグローバルトレーニングプログラムの受講者数(2013年度以降は計画)



▶▶ page_88

* 中期経営計画「日産パワー88」の詳細を掲載しています

経営層やリーダーの育成

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や、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、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を実施したり、部署・部門や地域を超えた戦略的な異動・ローテーションを積極的に実施したりすることで、将来のマネジメント層や専門性を持った人財の計画的な育成を目指しています。さらに日産が復活の過程で学んできた知識や経験の結晶である「日産ウェイ」を従業員がより理解し実践できるよう、リーダー層から率先して「日産ウェイワークショップ」に参加し自らが「日産ウェイ」を職場で体現していくなど、「日産ウェイ」の浸透にも力を注いでいます。これらのリーダーシップ研修プログラムや戦略的人財マネジメントシステムは、グローバルに実施されています。

コミュニケーションの強化

日産では、全従業員への意識調査を経営の質と従業員のモチベーションの向上に生かしています。また、すべての従業員がタイムリーに必要な情報を入手できるよう配慮しています。

「従業員意識調査」の実施

日産は、全従業員への意識調査をグローバルに実施し、その結果から日産のグローバル全体および各職場での強みや改善点を特定し、日産が継続して成長し、従業員一人ひとりが働きやすい会社になるよう改善策を実行しています。また、改善策の成果については、日産全体および地域・部門ごとに分析し、特定された課題は各マネジメント層がアクションプランを策定・実行します。

コミュニケーションツールを強化

日産では社内のコミュニケーションツールとして、イントラネット「WIN」を運用しています。開設以来、常に新しい技術を導入しながら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。日本・北米・欧州に続き、現在はその他の海外地域や主要関係会社においても「WIN」の運用を開始しています。また、社内報「NISSAN NEWS」や社内ケーブルテレビを活用して、生産現場で働く従業員一人ひとりに多様な情報を確実に伝え、全従業員がタイムリーに情報を入手できるように配慮しています。

さらに、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「自社商品をよりよく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「ブランド大使」を増やす機会となっています。

従業員交流促進ツール「Nスクエア」

従業員がより良い会社生活を送るためのコミュニケーションツールとして、社内SNS「Nスクエア」を2009年度から開設しています。さまざまなテーマのコミュニティを通じて、従業員同士の交流を促進し、情報収集の場としても活用できるツールで、現在300以上のコミュニティが登録されています。

ソーシャルネットワーキングの重要性が高まる中、今後はさらに改善・拡大していく予定です。

従業員

経営者層と従業員の意見交換会

日産では、透明性のあるコミュニケーションを通して社内の相互理解と信頼を深めることができるよう、経営者層と従業員が直接対話する「意見交換会」を実施しています。経営陣が会社の現況や重要なメッセージを伝えるとともに、従業員からの質問に直接答えるもので、日産グローバル本社をはじめ、世界中の拠点でオープンな意見交換を頻繁に行っています。さらに、「新興国事業」「環境技術」「品質」「ブランド」などテーマごとの意見交換会も実施しており、今後も双方向コミュニケーションを図る重要な機会として継続的に実施していきます。

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。

労働安全基準のグローバルな標準化

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年に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

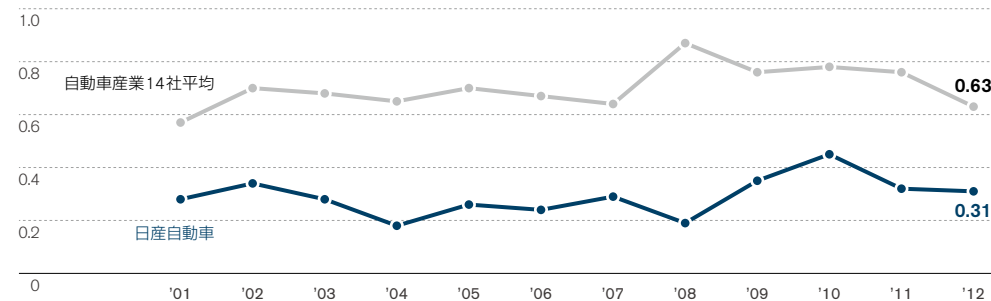
「人にやさしいモノづくり」を理念に掲げる日産では、継続的に作業環境の構築に取り組んでいます。夏期の気温の高い日の作業現場は身体的負担も大きく、熱中症にかかる危険もあります。そのため、特に作業量が多い職場については工場内の冷風化や給水タイムの設定などを積極的に推進し、快適な環境で作業ができるように常に改善を心がけています。

安全な職場づくり

日産では独自に開発した安全管理診断手法とともに、リスクアセスメントの手法を導入し、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。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。

2007年4月には日産自動車安全衛生基本方針を新たに策定し、従業員の安全はもちろんのこと、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。

労働災害発生概況(全度数率)



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

災害情報をグローバルに共有

生産現場ではときに思わぬ災害が発生し、従業員が負傷してしまうことがあります。そうした場合には、同類の災害が再発しないよう最大限の努力をすることが何より重要です。日産では、「なぜ?」を繰り返すことによりその発生原因を徹底して究明し、その内容をグローバルの生産拠点に周知・共有化することで、同様の災害を発生させない努力を継続しています。

労働安全のリスク管理

作業員一人ひとりが災害のリスクに気づき、災害を起こさないため、国内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。この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。この手法そのものは以前から導入されていましたが、繰り返し実施することでレベルアップを図っています。

専門性の高いメンタルヘルスケア

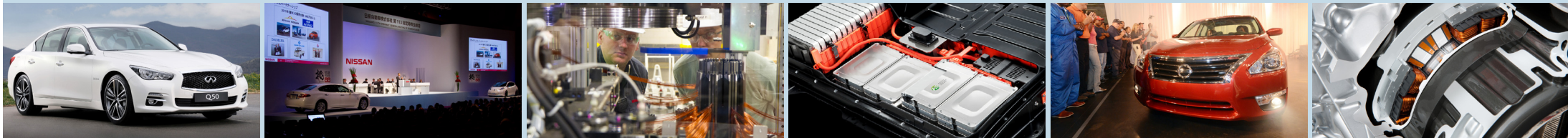
日産は精神科の医師を中心とする専門チームを結成し、従業員の精神面のケアにあたっています。2005年からは外部の専門機関との連携により、予防・早期発見から治療まで一貫したサービスを提供する「EAP」*を導入。2007年度以降は、プログラムの対象を生産ラインで働く従業員にも広げ、従業員とその家族も相談・受診やカウンセリングが利用できるようにしています。さらに、医師からの助言を電子メールまたは手紙で受け取れる「ストレスチェック」を毎年実施するなど、従業員のプライバシーにも配慮した、専門性の高いケアプログラムを提供しています。2011年度から、従業員一人ひとりの心を強くすることに重点を置いた内容をメンタルヘルス研修に加え、幅広い方面からメンタルヘルスケアを推進しています。

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

経済的貢献

経済的貢献

日産は自らの持続的な利益ある成長によって、社会全体の経済的発展に貢献したいと考えています。そのために、グローバル自動車市場においてトップレベルの業績を確保し、高い収益基盤を築くことを目指しています。また、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆さまに日産の戦略やビジョン、経営計画に対する具体的な実行方法を迅速かつ正確に伝えることを重視しています。



取り組みの柱

関連指標

連結営業利益率	5.4%
グローバルマーケットシェア	6.2%
株式配当	25円/株



 ▶▶ GRI G3 Indicators

 ▶▶ 2.8/EC1

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。

グローバルなIR活動においては、一貫して迅速で透明性のある情報を開示することで、日産の企業活動を正しくご理解いただけるよう努めています。また、株主・投資家の皆さまからの信頼をより強固なものとするため、投資家向けミーティングなどの場において、経営者層との直接対話の機会を増やすとともに、最高財務責任者(CFO)の厳格なコントロールのもと、公平で透明性のある情報開示に取り組んでいます。日産は、株主や投資家の皆さまが投資判断をされる際に有益となる情報を適時かつ公平に開示することにより、株式市場からの信頼と安定的な株主価値向上に役立つIR活動の充実に取り組んでいます。

2012年度の実績

- 連結営業利益率 5.4%
- グローバルマーケットシェア 6.2%
- 株式配当 25円/株
- 格付けの向上(長期信用格付) ムーディーズ「A3」、
格付投資情報センター(R&I)「A+」
- 「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」6年連続選定

今後の取り組み

- ブランドパワーの向上と、商品・技術、そして生産能力増強のための効率的な投資によって中期経営計画「日産パワー88」を完遂し、持続可能な発展・成長を目指す
- 配当性向を最低でも25%とすることを目指す

経済的な企業価値の創造

日産は、売上増大と徹底したコスト管理により収益性を向上させ、力強いフリーキャッシュフローを創出します。これにより企業価値を高めつつ、自動車事業での実質有利子負債におけるキャッシュポジションを改善するなどバランスシートの強化に取り組んでいます。一方、さらなる成長に向けて、重点分野および市場への戦略的な投資も継続していきます。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さまのニーズに合った商品を提供する必要があります。日産はプレミアム・ブランドを目指すインフィニティ事業の強化に向け、シンガポール、チリ、ドミニカ共和国、南アフリカ共和国、オーストラリアでの販売を開始しました。欧州市場においても、英国サンダーランド工場で新しいプレミアム・コンパクトカーの生産開始を発表するなど、商品のラインアップ拡大を目指していきます。

また、BRICs(ブラジル、ロシア、インド、中国)をはじめとする、成長著しい新興国で、日産は積極的な投資を行っています。世界第4位の自動車市場となったブラジルでは、リオデジャネイロ州レゼンデに工場を建設中



▶▶ 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

▶▶ page_88

「日産パワー88」の詳細を掲載しています

です。これにより、2016年までに同市場での市場占有率を少なくとも5%にすることを目指します。新工場は、2014年前半に稼働開始予定で、ブラジル市場向けVプラットフォーム車両を年間20万台生産する能力を持つこととなります。また新たに最大2,000名の雇用を創出し、サプライチェーン全体等を含むと、その2倍以上の雇用を創出することとなります。

アセアン(ASEAN)地域においては、日産テクニカルセンターサウスイーストアジア(NTCSEA)の拡充計画を発表。新たな設備の追加やスタッフの増大により、ASEAN市場でのニーズを迅速に把握し、的確に商品に反映させることが可能になります。

米国市場においては、米テネシー州スマーナ工場で100%電気自動車「日産リーフ」の生産を開始し、リチウムイオンバッテリー工場も稼働しました。最新鋭の設備を持つ同工場では、年間のバッテリー生産能力を電気自動車20万台分まで拡大することが可能です。車両とバッテリー生産拡大により、最大1,000名の追加雇用が創出される見込みです。米国における工場の拡大は主要モデルを現地で生産するという戦略に基づいたもので、2015年までに米国で販売されるニッサン、インフィニティの両ブランドの車両の85%を北米で生産することを目指しています。

迅速で透明性の高い情報開示

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。さらに機関投資家や証券アナリストのみならず、個人投資家の皆さまにも的確な投資判断をしていただけるよう、情報提供の拡充に努めています。

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、積極的に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行っているほか、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を積極的にお伝えしています。

また、日産は事業戦略を理解してもらうため、さまざまなIRイベントを通して、自主的な情報開示を実施しています。2012年9月には九州地区戦略説明会を実施し、超円高の中で、日本のモノづくりの役割を機関投資家・証券アナリストに説明いたしました。また、2012年10月に実施した先進技術説明会では、環境技術、安全技術などについての紹介を行い、参加者の皆さまに「新開発前輪駆動(FF)車用ハイブリッドシステム」や「緊急操舵回避支援システム」を体感してもらいました。こうしたIRイベントに関する資料もウェブサイトで公開するなど、公平な情報開示を行っています。

第113回株主総会

2012年6月26日、日産は1,188名の株主の皆さまにご出席いただき、「第113回定時株主総会」をパシフィコ横浜において開催しました。2011年度の事業の成果や中期経営計画「日産パワー88」の進捗等について報告し、その後、株主の方々との質疑応答が行われました。

また、株主総会に先立つ6月23日、抽選により200名の株主さまを追浜工場にご招待し、「日産自動車技術体験会」を開催しました。工場生産ラインの見学や、「日産リーフ」の試乗体験などを通じて日産への理解を深めていただくとともに、最高経営責任者(CEO)であるカルロス・ゴーンをはじめ役員と懇談していただき、株主の皆さまから直接ご意見をいただきました。

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18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・タイヤ部門の優良企業1位に6年連続で選定されました。「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、証券アナリストがアンケート形式で対象企業のIR活動を事業年度ごとに評価するものです。日産は、経営陣のIRへの積極的な取り組み、コーポレートガバナンスや事業活動に関する自主的な情報開示などが評価されました。

中期経営計画「日産パワー88(エイティエイト)」

2011年6月に発表した中期経営計画「日産パワー88」は、新規の市場とセグメントを含む世界市場での成長を加速させることに主眼を置いた、広範にわたる6ヵ年(2011年度～2016年度)計画です。名称にある「88」は2016年度末までにグローバル市場占有率を8%に伸ばすとともに、できるかぎり早い段階で売上高営業利益率を8%に引き上げ、その後も確実に維持していくことを意味しています。

「日産パワー88」は下記の通り、2016年度までの日産の明解かつグローバルなビジョンを示しています。

- 新たな幅広い商品計画に従って新型車を投入し、計画終了時には66車種を取り揃え、世界の市場・セグメントの92%をカバーすることになります。
- 持続可能なモビリティを推進する取り組みの一環として、ゼロ・エミッション戦略および「PURE DRIVE(ピュアドライブ)」戦略のもと、電気自動車(EV)や低燃費技術のラインアップを拡充します。アライアンスパートナーのルノーと合わせて、期間中に累計150万台のEVを販売する計画です。
- すべての人にモビリティを提供するため、エントリーセグメントと新興市場のニーズに応える新型乗用車・小型商用車を投入します。
- 90以上の新たな先進技術を商品に搭載します。これは平均で年間15件の新技術を投入していく計算になります。

- ブランドの向上や販売網への投資拡大などにより、お客さまの購入検討から保有期間を含めたトータルの経験価値を向上させます。

「日産パワー88」の6つの戦略

第1の柱 ブランドパワーの強化

ブランドパワーを強化するため、日産は開発・生産の強みを、販売・マーケティングとお客さまの経験に基づく価値創造の領域に広げていきます。

第2の柱 セールスパワーの向上

セールスパワーの狙いは、各市場のお客さまのニーズを取り込み、販売台数と市場占有率を飛躍的に増大させることです。そのため、現在、日産には世界中で6,000店に上る主要販売拠点がありますが、これを2016年度までに7,500店舗に拡大します。

第3の柱 クオリティの向上

日産は製品品質の向上に向けて着実に歩みを進めていくことを目指します。「日産パワー88」の期間中、すなわち2016年度までに製品品質の面で、ニッサン・ブランドをグローバル自動車業界のトップ・グループに位置づけるとともに、インフィニティ・ブランドをラグジュアリー・ブランドのリーダーに育てていく計画です。

第4の柱 ゼロ・エミッションリーダーシップ

日産は最大の電気自動車の販売台数を誇るメーカーとして、自動車業界の先頭に立ちます。今後、ルノー・日産アライアンスで、販売好調な「日産リーフ」に続く7車種の100%電気自動車を発売予定です。

第5の柱 事業の拡大

5つ目の柱は事業拡大にかかわる戦略です。1999年、日産のグローバル市場占有率は4.6%でしたが、2011年度には過去最高の6.4%を達成しました。2016年度末までにグローバル市場占有率を8%まで伸ばす計画です。

第6の柱 コストリーダーシップ

市場を問わず、会社の成長には高いコスト競争力が不可欠です。したがって、コストリーダーシップを6つ目の柱に据えました。開発費や購入部品のみならず、物流費と内製コストにも目を向け、生産と購入品、納車整備センターまでの物流費を含めたモノづくりのトータルコストを年間5%低減していきます。

コーポレートガバナンス・内部統制

コーポレートガバナンス(企業統治)を充実させることは、日産のCSR推進における要となります。経営陣の責任を明確にした目標や方針をステークホルダーに公表し、その達成状況や実績をできるだけ早く開示するなど、経営の透明性を高いレベルで維持し、ステークホルダーの皆さまから信頼され続ける企業でありたいと考えています。



コーポレートガバナンス・内部統制への取り組み

日産は、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)を実践すること、より強固な情報セキュリティを構築すること、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つを基盤にガバナンスを推進しています。世界の各拠点が連携しながら従業員への啓発活動に取り組み、周知徹底を図っています。

2012年度の実績

- 情報セキュリティ研修をグローバルに実施、グローバル本社においては自己評価も実施
- 「安全保障に関する輸出管理」の規程の見直し
- 賄賂防止に関するグローバルポリシーの策定、および教育を実施

今後の取り組み

- コーポレートガバナンス・内部統制をグローバルで強化

内部統制システム・コンプライアンス

CSRを推進するうえで、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、コンプライアンス意識の醸成に努めています。

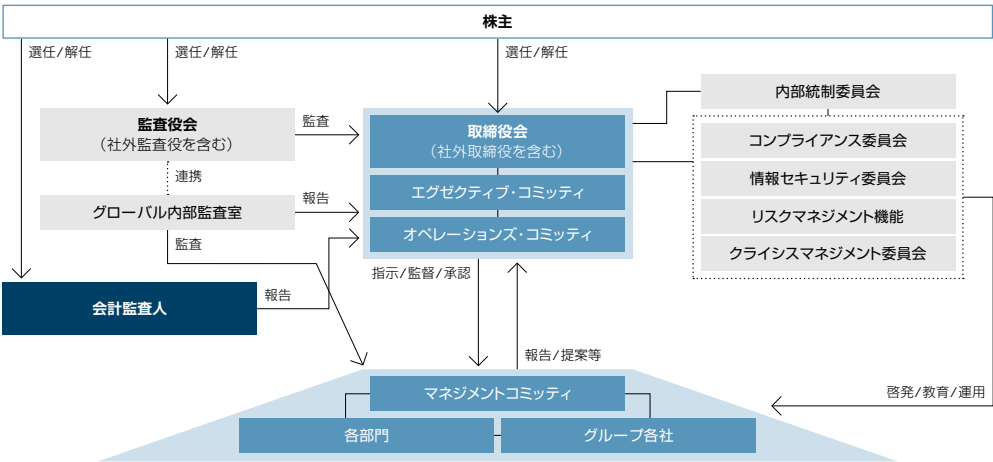
内部統制

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、内部統制全般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。

日産の内部統制システムの概要



▶ page_92

*「日産グローバル行動規範」の詳細を掲載しています

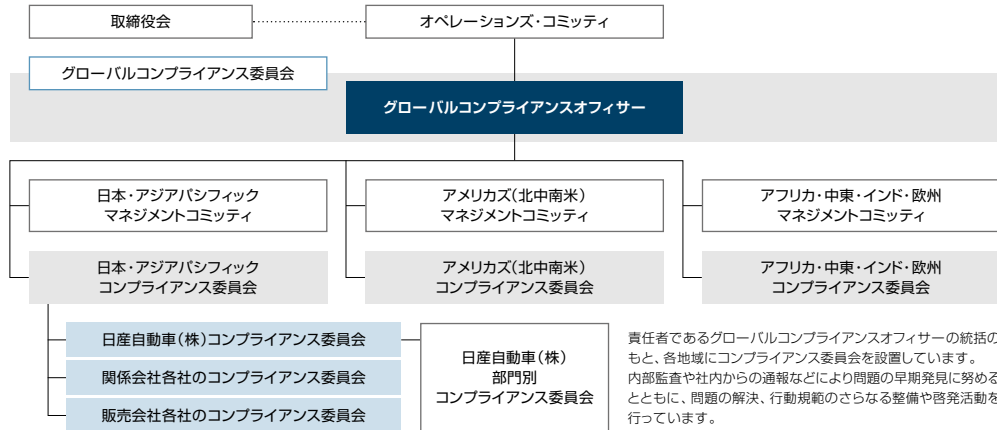
法令順守の枠組み

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、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・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」の統括のもとに「リージョナルコンプライアンス委員会」を3つの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。

2013年度グローバルコンプライアンス委員会組織



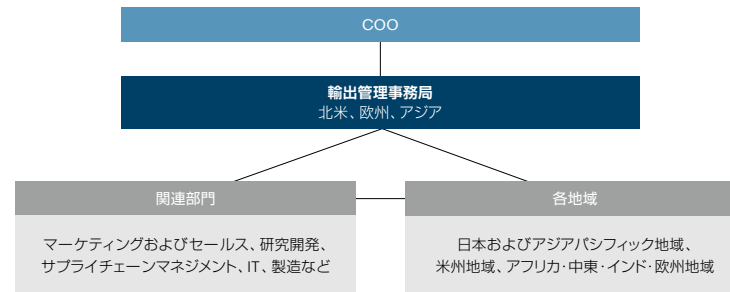
安全保障に関する輸出管理

日産では、国際社会からの要請を考慮し、日本国法をはじめとする各国法令、規制の順守の徹底に取り組んでいます。輸出管理業務は、大量破壊兵器、通常兵器などに加え、その開発などに関連する貨物、技術の拡散防止にも及びます。そのため、日産では日本国法をはじめとする各国法令・規制に基づく輸出管理規程を定め、最高執行責任者(COO)を長とする自主管理体制のもと、規程に沿った管理業務を遂行しています。

具体的には、輸出管理機能部署が監視および取引審査のプロセスを定め、その手続きに従って厳格に実施しています。また内部管理の徹底と改善に向け、輸出管理機能部署と関連部署の連携のもと、従業員教育にも力を入れています。

また、グループとしての対応を強化するため、日産の関係会社も同規程に従ってコンプライアンスの徹底に取り組んでいます。

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、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、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～」(2010年10月改定)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と、周知徹底を図り、コンプライアンスに対する意識づけを強化しています。北米では法令順守のためのさまざまな従業員教育を定期的実施し、欧州では各国共通のガイドラインを作成。その他の海外地域でも、各国の事情を考慮したガイドラインを作成して周知活動に取り組んでいます。グループ各社でも「日産行動規範」を基準とした行動規範を導入しています。

また、「グローバル内部者取引防止管理規程」や「個人情報管理規程」「情報セキュリティポリシー」「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、コンプライアンス違反の未然防止活動に取り組んでいます。

▶▶ page_116

* 「グローバル賄賂防止ポリシー」の全文を掲載しています

日産グローバル行動規範

信条

私たちは、お客さま・従業員・株主・取引先・地域社会に対し、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。

▶▶ website

「日産グローバル行動規範」に関する詳細はウェブサイトをご覧ください

グローバル行動規範

- | | |
|---|--|
| <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> | <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> |
|---|--|

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受容、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、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。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。

2006年4月に施行された公益通報者保護法に則した通報者保護の観点も織り込み、日本の日産グループ各社では「イージーボイスシステム」として定着しています。

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・グローバルに有効かつ効率的な内部監査を実施しています。

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、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、事業環境の変化に迅速に対応するため、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、全社的リスクマップの見直しを行います。そしてエグゼクティブ・コミッティ(経営会議)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であるCOOが取締役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「全社的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。

▶ page_88

* 中期経営計画「日産パワー88」の詳細を掲載しています

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。

リスク管理の状況

1 金融市場にかかわるリスク

1) 自動車事業

1)-1 資金の流動性

自動車事業においては、日常の業務遂行のための運転資金、将来の事業拡大のための設備投資、借入金の返済といった資金需要に応えるため、適切な流動性が必要です。

流動性は、グループ内の手許資金、グループによるキャッシュフローの創出、または社外からの借入れによって確保しています。2012年度末時点(2013年3月末)で日産の自動車事業における手許資金は7,710億円(2012年3月末時点では7,810億円)となりました。また手許資金に加え、2013年3月末現在で自動車事業の未使用のコミットメントラインは4,800億円となっています。なお、社外からの借入れに関しては、資本市場での社債の発行、銀行からの長期や短期の借入れ、コマーシャルペーパーの発行、銀行との間でのコミットメントラインの設定など、複数の調達手段を活用しています。

日産は流動性リスク管理規程を制定しており、適切な流動性を確保すると同時に、コントロールできない返済期限の一斉到来といったリスクを低

減しています。方針として最低限必要とされる流動性の額は、借入金の返済期限、将来発生する支払い(配当、投資、税金など)、ピーク時の運転資金などの要素を考慮し客観的に定義されています。目標額については、主要な日本企業やグローバルな自動車会社とベンチマークを行っており、目標設定の前提条件が合理的であることを確認しています。

1)-2 金融市場

日産は、為替、金利、原材料価格といったさまざまな金融市場リスクにさらされています。デリバティブ(金融派生商品)はこれらリスクを低減する恒久対策ではないため、リスク管理のための基本的な手段にはしないというのが日産の基本方針です。ただしいくつかのケースで、日産は金融市場リスクを最小化するために次のような対応策を講じています。

● 外国為替

輸出を行っている会社の常として、為替リスクがあります。製造コストの通貨とお客さまに販売した通貨とが異なるため、日産もさまざまな通貨の為替リスクにさらされています。根本的な対策として為替のエクスポージャー自体を小さくするために、生産を現地化したり、原材料や部品を外貨建てで購入したりしています。短期的な対策としては、リスク管理規程およびデリバティブ取引に関する業務規程に基づき、為替変動リスクを一定の範囲内でヘッジすることもあります。

● 金利

長期の投資や永続的な運転資金にかかわる資金調達は固定金利、通常の運転資金や流動性確保のためには変動金利という2つの原則を基本方針としています。

● 原材料価格

日産は、原材料を直接購入するほか、サプライヤーから部品という形でも購入しています。日産は、直接/間接購買にかかわらず、原材料価格の変動リスクにさらされていることとなります。

触媒に使用されている貴金属については、日産は技術革新によって使用量を減らす努力を継続的に行っており、価格変動リスクを減らすことにもつながります。短期的な対策としては、一定期間、固定価格での購入が可能な場合には固定価格での契約を行うこともありますし、また、リスク管理規程およびデリバティブ取引に関する業務規程に基づき、一定の範囲内でデリバティブを用いてヘッジすることもあります。

●有価証券

日産は、戦略的な理由や取引関係維持、キャッシュマネジメントなどの理由により市場性のある有価証券を保有する場合があります、それらの有価証券の価格変動リスクを負っています。このため株価や債券価格の変動により当社の業績および財務状況に影響が及ぶ可能性があります。日産はリスク管理規程においてこうした取引に関する決裁権限を明確化するとともに、時価評価につき定期的な報告を義務づけるなどの措置を講じています。

1)-3 取引先の信用リスク

日産は、サプライヤー、販売会社、金融機関などさまざまな地域の数多くの取引先と取引を行っています。世界的な経済危機をきっかけにした倒産のような予期せぬ事態が顕在化した場合、調達側ではライン停止など生産活動への支障、販売先または金融機関の重大な経営破たんは当社グループの業績および財務状況に負の影響を及ぼす可能性があります。当社グループは、サプライヤー、販売会社、金融機関に対して、入手可能な最新の財務情報をもとに継続的な評価を行うことにより、取引先の信用リスクの度合いを把握しています。

こうしたリスク評価に基づき必要なリスク回避・軽減策を迅速に講じることができ体制をとっています。

1)-4 年金

日産は主に日本、米国および英国において、退職給付年金制度を整備しています。これら退職給付年金制度への資金拠出の方針は、該当する規制によって求められている内容に沿って定期的に拠出することです。

給付債務と年金コストは、割引率や給与・賃金の増加率など多種多様な要因によって算出されています。年金資産は債券や株式などさまざまな金融資産に投資されていることから、これらの資産は金融市場リスクにさらされています。これらの資産の時価が下落すると、年金の積み立て不足の金額が増加し、現金による年金の掛金拠出金額や年金費用が著しく増加する可能性があります。

こうしたリスクを管理する方策として、年金制度の運用方針は、年金債務のプロファイルと長期の運用見通しに基づき、グローバルな他社企業の年金制度の運用ポートフォリオに関するベンチマーク情報も参考にしながら決定されています。

さらに、日産はグローバルペンションコミティという会議を定期的に開催し、運用実績や運用機関のパフォーマンス、運用戦略など、年金資産や債務にかかわる諸問題について議論を行っています。

2) 販売金融事業

2)-1 資金の流動性

日産は日本、米国、カナダ、メキシコ、中国、豪州、タイで専用の販売金融子会社を通じて事業を行っています。

これらの国では銀行その他の金融機関もまた日産車の顧客や販売会社に資金の貸付を行っています。また、欧州やその他の地域においてはRCI Banqueおよびその他いくつかの銀行や金融機関が顧客や販売会社に貸付を行っています。

日産では販売金融子会社における流動性を継続的にモニターし、借入金を返済したり事業活動を継続するのに必要十分な流動性が確保できるようにしています。方針のひとつとして、可能な場合には負債側の期限を資産側の期限と合わせること(マッチファンディング)を目標にしています。日産が事業を行っている国の中には長期の資本市場が十分に発達していないケースもあり、常に完全に一致させた調達を行えるわけではありませんが、この方針により、資本市場の事情によって日産が追加の借入れが

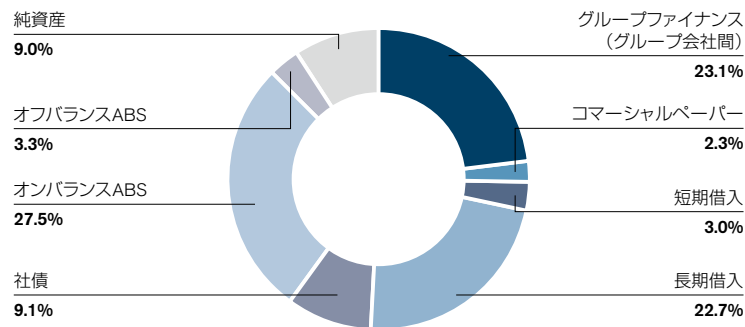
できない状況になったとしても、期限の到来した借入金の返済を問題なく行うことができます。

マッチファンディング方針に加え、販売金融における流動性リスクに対しては、現金や未使用のコミットメントラインの保有、担保に入っていない資産（主にオートローンやリース）の活用、自動車事業で現金に余裕がある場合には自動車事業からの資金融通、資金調達ソースの多様化・分散化といったいくつかの対応策を通じて管理しています。

2013年3月末現在、販売金融子会社の流動性（現金および未使用のコミットメントライン）は約5,380億円でした。また、日産は担保付の調達（30.8%）と無担保の調達（69.2%）との健全な組み合わせにより、より強固なバランスシートの実現と、担保に入っていない資産を活用した追加の流動性を確保しています。

下の円グラフは販売金融事業における分散化された資金調達の状況を表しています。2012年度においても日産は、銀行からの借入れ、資産の証券化、資産担保コマーシャルペーパー、コマーシャルペーパー、社債といった多様な手段を通じて新たな資金調達をすることができました。

販売金融事業における資金調達手段（2013年3月現在）



2)-2 金利リスク

日産が行っている販売金融事業は金利の変動リスクにさらされています。これは販売金融子会社が保有する金融資産から一定期間に受け取る利息収入と、調達した負債に対して同期間に支払う支払利息が、市場金利の変動によりそれぞれ異なった影響を受けるために、販売金融子会社の持つ収益やポートフォリオ全体の価値を増減させるリスクを指します。

日産では、さまざまな金利シナリオを用いた金利感応度分析によりリスクを測定し、事前に定めたリスク許容範囲に収まるように資産と負債それぞれの金利更改タイミングの調節を行っています。

なお感応度分析では、モンテカルロ・シミュレーションなど統計学上妥当と考えられる手法に基づいて分析を行っていますが、実際の金利変動はモデル上で仮定した条件と大きく異なることも考えられます。

また日産では、金利変動リスクを望ましいレベルに維持するため、金利スワップなどの金融商品取引を行うことがあります。こうした取引の主たる目的はリスクの軽減にあり、投機や金融収益の拡大を狙う目的で行うことはありません。

2)-3 信用リスク

日産の販売金融事業では、顧客向けオートクレジットやリース、在庫車両を担保にした販売店への車両購入代金の貸付などの融資業務などを行っていますが、経済情勢や顧客の信用状況の変化などにより、顧客もしくは販売店からこれら債権の回収ができなくなるリスクにさらされています。当社では適切な審査・回収体制を構築し、信用リスクの綿密な管理を行っています。

顧客に対する与信審査では、十分な情報を活用したスコアリングモデルに基づく丁寧な審査を行っています。具体的には、顧客から得られた情報や外部信用機関からの信用情報などを活用し、これまでの支払履歴、収入や債務残高などから判断される支払能力、顧客の安定性、ファイナンス対象車両の担保力や頭金額、支払期間などの取引条件を総合的に勘案したうえで与信判断を行うものです。地域やリスクの特性に応じて、信用情報だけでなく、実地調査による顧客の資産状況の把握や過去の当社との取引実績を考慮することで、データに表れないリスクの大小についても極力織り込むようにしています。

販売店に対する車両代金の融資については、各販売店の財務状況を社内で構築された内部格付け基準に照らし合わせて与信判断を行っており、また必要に応じて在庫車両の担保に加え個人保証や不動産担保などの取得による債権保全措置を行っています。それぞれ審査基準の妥当性については、過去の実績などに基き継続的なレビューを行っています。なお地域やローン、リースなど商品によっても異なりますが、顧客の信用状況に応じて適用金利を上乗せするなど、リスクに応じた貸付金利の設定を行っています。

また日産は、会計方針として毎期回収不能となる金融債権、売掛債権などのポートフォリオの減損金額を適正に見積り、貸倒引当金を計上しています。実際に貸倒れた債権の回収にあたっては、経済情勢や個人の信用状況の変化に応じて機動的に組織体制を変更したり、外部リソースを活用することで速やかな回収を図っています。

2)-4 残価リスク

日産が賃貸人となっているリース車両や残価据置型クレジットでは、契約満了時の残存価格を当社が保証しているものがありますが、満了時に当社に返却され、中古車市場などで売却したときの売却価格が契約残価を下回った場合に損失を被る残価リスクを抱えています。

北米においては第三者発行のAutomotive Lease Guideによる将来の残価予想を契約残価の基準としており、また日本においては過去の中古車価格の変動を統計的手法により分析して得られる残価予測を用いるなど、客観的な契約残価の設定をしています。

新車販売奨励金の適切な管理、フリート(大口販売先)販売量の制限、あるいは認定中古車販売を含めた中古車戦略を通じて中古車価格の維持に努めています。また、定期的に最新の中古車相場の評価をしており、残存価格の下落を示す事象が発生した場合には減損の有無を評価し、必要に応じて十分な残価損失引当金を計上しています。

2 事業戦略や競争力維持にかかわるリスク

1) 商品戦略

将来の商品ラインアップ計画に基づく日産の収益性の確保と継続的な成長をより確かなものにするため、将来のグローバルな市場変動や需要変動などの複数リスクシナリオに対して、日産の商品ラインアップ全体での収益性(COP)へのインパクトを商品戦略策定プロセスの中でモニターしています。

<リスクシナリオの例>

1. 過去の例を参考に、グローバル全需が急激に落ち込む
2. セグメント間における需要シフトが、日産の経営計画の前提を大幅に上回る
3. 成熟市場から新興成長市場間への需要シフトが、日産の経営計画の前提を大幅に上回る

これらのリスクシナリオにおける影響を定期的にモニターし、日産の将来の収益性と継続的な成長を確保するために定期的に商品ラインアップ計画のアップデートを実施しています。

また、これらリスクに対する商品ラインアップのロバストネス(変動に対する安定性)を向上するため、商品戦略策定時の主要な方針として、下記の対策をとっています。

- ・ 各商品のグローバルな投入、市場への対応力強化により、個別マーケット変化のリスクに対応
- ・ 台数拡大、商品の効率向上による損益分岐点の引き下げで、グローバルな需要変動への対応力を向上
- ・ 幅広いお客さまのニーズやあらゆるセグメント・市場に対応できる、バランスのとれた商品ラインアップによる特定の市場への偏りを排除

2) 製品の品質

日産では、2016年度までの中期経営計画「日産パワー88」の6つの戦略のひとつ「クオリティの向上」に全社を挙げて取り組んでいます。このプランでは下記の領域において数値目標を設定して活動を進めています。

- ・ お客さまが、クルマのオーナーとしてご使用の過程で感じるクルマ自体の品質(製品品質)
- ・ 販売店のショールームでお客さまがクルマを見て触れて感じる品質感(感性品質)

例えば、製品の品質については、「MII(お客さまに最も影響のある指標)」でトップレベルになることを目標に掲げ、この目標を達成するための品質向上の進捗を社内の指標できちんとモニターできるように、MIIと相関をとった社内指標を設定し、モデルごとの目標値を設定して、継続的に進捗状況をモニターしています。

また、それぞれの新型車プロジェクトでは、品質目標を達成するために、設計、生産準備、そして生産に至るプロセスにおいて節目会議を設定し、各段階での品質目標をきちんと達成しているか、過去の不具合が再発しないように予防できているか、新技術/新機構/変更点に対して想定しうるリスクへの対応がきちんとできているかを確認します。そして、最終的に量産移行判断会において、すべての課題がクリアされ、きちんと品質目標が達成できることを確認したうえで、本格的な量産を開始します。さらに出荷判断会においては、量産品質や市場側の準備状況も確認したうえで、その新型車を販売できるか否かの最終判断を下します。

このように、新型車として世に送り出す前に徹底した品質確認を実施し、かつ市場に出してから常にも品質情報を収集して、問題があれば迅速に改善することで品質向上活動を図っています。万が一、安全上または法規不適合の問題が発生してしまった場合には、市場側と連携をとりながら、会社の経営とは切り離れたプロセスで市場への対応を決定し、直ちにリコールなどの必要なアクションを実施しています。そして発生した不具合は徹底的に内容を解析し、同じ不具合を繰り返さないように生産中のクルマや開発中のクルマでの再発防止を図っています。

これらそれぞれの新型車プロジェクトでの品質保証や、日常的な品質改善活動に加えて、2009年度には「品質リスクマネジメント」のフレームワークを立ち上げました。従来、それぞれの新型車プロジェクトでは、品質リスクを洗い出し、各案件に対して対応していましたが、現在進行中のものの、あるいは将来のプロジェクトの管理をさらに確かなものにするために、さらに上位から俯瞰して、客観的に会社としてのリスクとリスクレベルを評価し、レベルに応じて責任者を決めて、フォローしていく仕組みです。担当役員を議長として、半年に一度、「品質リスクマネジメントコミッティ」を開催し、リスク案件とリスクレベルの評価、責任者の設定を実施しています。

3) 環境問題・気候変動対応

自動車業界は、排出ガス基準、CO₂／燃費基準、騒音、化学物質、リサイクルなど、環境や安全にかかわるさまざまな規制による影響を世界のほとんどのマーケットで受けており、これらの規制はより一層厳格になってきています。日産は、こうした規制に加え社会からの要望にも応えるため、マテリアリティ(経営に重要な影響を与える要因)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双方にとって重要なものを課題として設定し、環境戦略を策定しています。

自動車メーカーにとって環境保全と需要創出に対応する長期的な最善策は、走行中にCO₂を排出しないゼロ・エミッション車の普及だと日産は考えています。日産は2010年に世界で初めて手ごろな量産型電気自動車「日産リーフ」を発売し、またルノー・日産アライアンスとして、「ゼロ・エミッションリーダー」となる目標を掲げ、各国政府や地方自治体などとゼロ・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、エンジン搭載車の燃費向上のための技術を継続して開発し、幅広く市場へ投入することでCO₂排出量の低減を推進しています。特に、ハイブリッドシステムや直噴エンジン、無段変速機(CVT)など、CO₂排出量が少なく燃費性能に優れたクルマを「PURE DRIVE(ピュアドライブ)」と呼び、製品ラインアップを拡充しています。

材料については、環境負荷物質の使用制限が各国で強化されています。日産は、環境負荷物質削減に関してグローバルに統一した方針に基づき、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、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、さらにNGOとの連携により危険性の指摘を受けた物質などを自主的に取り上げ、各国の法規を超える水準まで使用を制限しています。この方針に基づき、使用を禁止または管理する化学物質を規定し、開発初期段階から日産車に使用される原材料、部品、用品にまで適用しています。

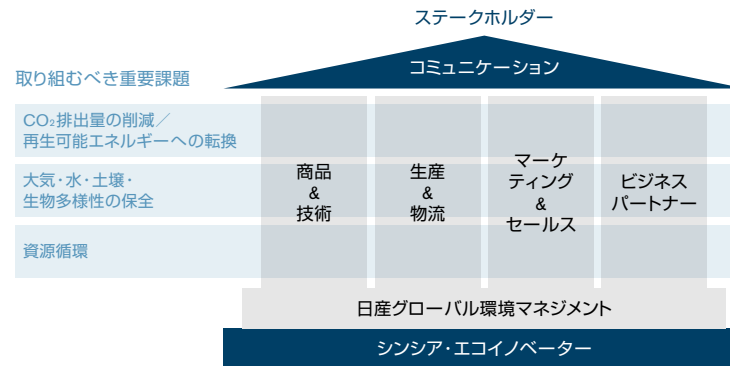
新興国の経済発展に伴う鉱物資源や化石資源の需要が継続して拡大しています。資源の有限性の観点からだけでなく、採掘時に生態系へ及ぼすさまざまな影響からも、省資源化や資源循環を推進しバージンの材料の使用量を削減し、また生態系への影響がより少ない資源を調達することが重要となっています。日産は2016年度までに再生材の使用量を25%に引き上げる目標を掲げ、ライフサイクルに配慮した設計、希少資源の使用量の削減、廃棄物の削減、再生材の採用拡大などを推進しています。

また、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、水資源問題は重要な課題となってきました。生産工程などにおいて水資源を利用している日産は、この問題の重要性を深く認識し、使用量の削減ならびに排水の再利用といった取り組みを世界各地の工場などで進めています。

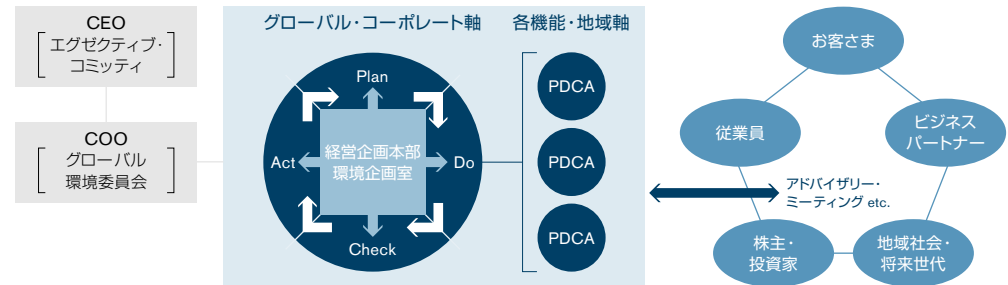
日産とルノーの購買部門は、サプライヤーとの取引上の考え方をまとめた「The Renault-Nissan Purchasing Way」や、「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」に基づき、サプライチェーン・マネジメントを行っています。自動車の部品・資材のサプライヤーにおける環境面での取り組み基準を「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」として運用しています。2012年度からは、CO₂排出量やエネルギーなどの環境データの報告や環境負荷物質管理、資源循環、節水への対応状況の報告をサプライヤー選定の要件に加え、サプライヤーとともに環境負荷低減を促進しています。

このように、日産は法規制を順守することはもとより、企業の社会的責任として自主的に高い目標を掲げ取り組んでいます。環境マネジメントをグローバルに推進するため、最高執行責任者(COO)を議長とするグローバル環境委員会(G-EMC)にて、全社的な方針やエグゼクティブ・コミッティ(経営会議)への提案内容の決議などを行います。また、経営企画本部環境企画室は各部門・地域での活動目標を決定し、PDCA(Plan-Do-Check-Act)に基づく進捗状況の効率的な管理・運用を担っています。

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



4) コンプライアンスとレピュテーション

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」を策定し、e-ラーニングなどの教育プログラムを充実させることでその周知徹底を図っています。法令・倫理の順守状況は「グローバルコンプライアンス委員会」がチェックしています。また、内部通報制度（イージーボイスシステム）を導入することにより、従業員からの意見・質問・要望およびコンプライアンス違反の疑いのある行為などについて、直接日産のマネジメントに伝えることを可能にしています。

その他にも、「グローバル内部者取引防止管理規程」や「個人情報管理規程」、「情報セキュリティポリシー」、「グローバル賄賂防止ポリシー」などの社内規程を整備し、そのような社内規程や重要な法令の順守について、社内教育・研修プログラム・啓発活動を継続的に実施することで、コンプライアンス違反の未然防止に取り組み、会社の評判に関するリスクの予防に努めています。

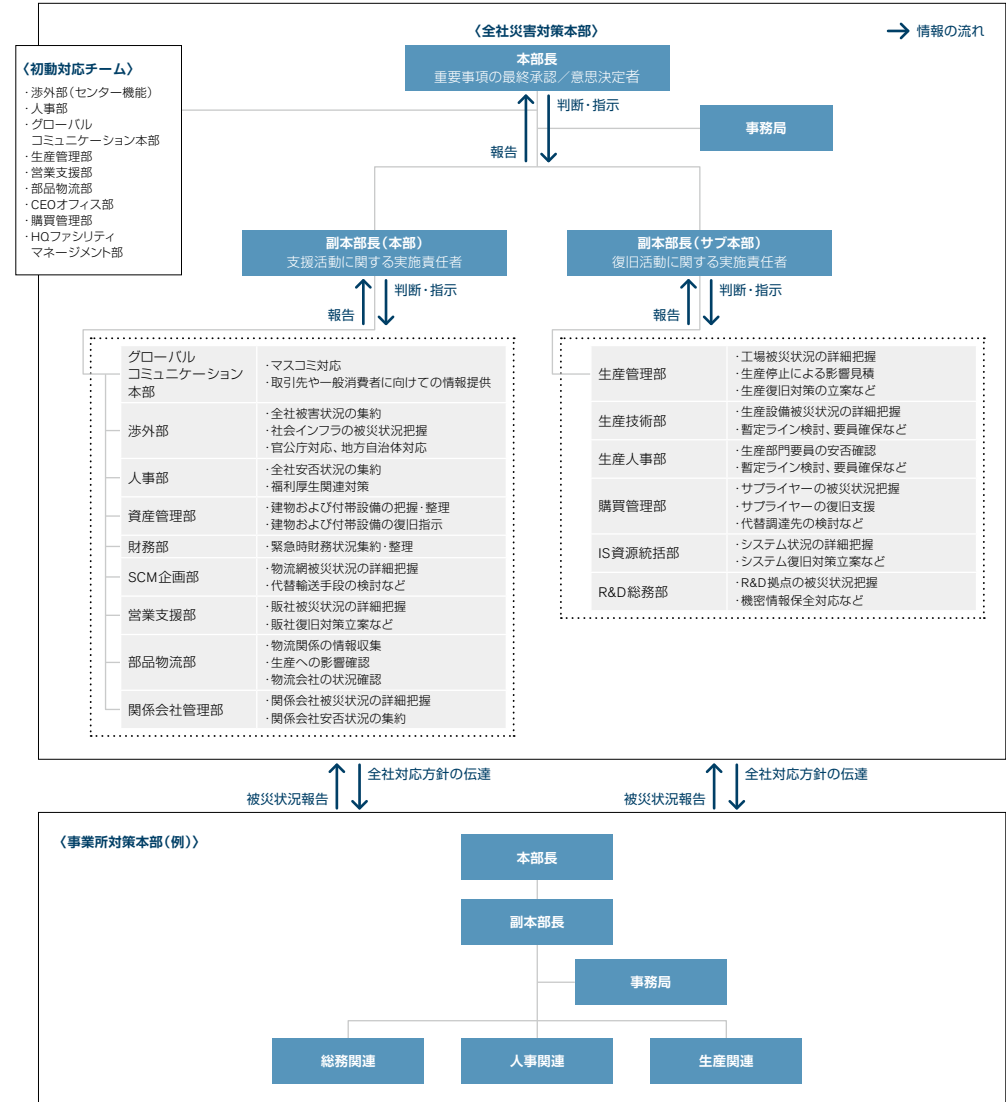
3 事業の継続にかかわるリスク

1) 大規模災害の対応策

日産では大地震を想定したリスク対応として、国内において震度5強以上の地震が発生した場合やその他の自然災害により事業活動へ影響を及ぼす甚大な被害が発生した場合は、初動対応チーム(全社災害対策本部の主要組織がメンバー)が動き、情報を集め、次のアクションを決めていきます。必要に応じて全社対策本部および事業所対策本部を立ち上げるとともに、安否の確認、被災状況確認と事業継続に向け働くこととなります。

また、社内の全組織において自部署の優先業務を洗い出し、事業を継続するための対応策について事前に決めておくなど事業継続計画（BCP）に対応した取り組みも、サプライヤーと協働し実施しています。策定後も、PDCAサイクルを回しながらBCPの見直しを毎年、実施していきます。

日産の対応組織（地震）



〈大地震時の対処方針〉

1. 人命第一(安否確認システムの活用)

2. 二次災害の防止

(自衛消防体制、防災用備品の完備、防災情報の提供など)

3. 迅速な生産事業復旧と事業継続

(ハード対策と応援体制およびBCP策定)

4. 地域社会への貢献

(近隣地域、企業との連携支援、行政との協力体制、物資などの提供)

全社対策本部および事業所対策本部は、大地震を想定したシミュレーション訓練を実施し、本部および各係、担当が機能でき、実際にアクションがとれるか検証するとともに、課題を明確にしたうえで対応策を見直し、有事に備えています。

2011年3月11日に発生した東日本大震災では、これまでに実施してきたシミュレーション訓練の成果を発揮し、初動対応チームが中心となってスムーズに全社災害対策本部および各事業所対策本部を立ち上げるとともに、安否の確認、被災状況の確認を迅速に実施しました。

また、対処方針のひとつである「地域社会への貢献」に基づき、帰宅困難者の受け入れや被災地への支援なども、速やかに対応しました。

事業復旧の段階においては、対策本部および機能ごとの対策チームが常に最新の情報を共有化し、災害後の生産・事業再開に向けた課題・対策を全社が連携して検討・実行することで、部品供給、生産、物流、販売、サービスなどサプライチェーン全体の復旧を効果的に実施しました。

2011年度には同震災対応の振り返りを行い、機能ごとに顕在化した課題の確認、対応策の検討を実施。2012年3月には、各課題を盛り込んだ新たなシナリオによるシミュレーション訓練を行い、対応策を検証しました。

2012年度は、引き続き三連動地震(東海・東南海・南海連動型地震)発生を想定した訓練を行い、前年度の訓練で課題となった、広範囲な物流網の寸断、燃料不足等への対応状況等を確認しました。さらに、今年度は、事前に各部門が自ラリスク想定を行うことにより、地震被害への対応力向上を図りました。

また、グローバルでの事業の拡大に伴い、海外拠点における自然災害への対応力向上が求められる中、各拠点における成功事例の水平展開、日本で実施しているシミュレーション訓練の視察等を行うとともに、各リージョンでの災害発生を想定した海外拠点間の通信訓練(年4回)を実施しました。

訓練により顕在化した新たな課題への対応や、行政機関発表の想定地震規模変更への対応など、今後もPDCAサイクルを回して災害対策を進めていきます。

なお、全社対策本部が設置されたグローバル本社ビル(2009年8月竣工)は、「制震ブレースダンパー」を使用した制震構造を採用しており、当地で想定される最大級の地震に対しても耐震安全性を確保しています。東日本大震災においても、地震後に行った点検により建物の安全性や機能には全く問題がないことが確認されています。

2) 新型インフルエンザ対策

2009年4月のH1N1型インフルエンザ発生を契機に、グローバルで感染予防・拡大防止に関する基本ポリシーを定め、各リージョンにて対応チームを組織化することにより、具体的活動を進めています。

各リージョンの感染状況については、各リージョンの対応チームからレポートされる仕組みが確立されており、グローバルでのモニタリングが可能となっています。

グローバルポリシーでは、①人命第一、②感染拡大の防止、③事業継続を基本理念とし、感染予防・拡大防止策を進めてきました。

具体的な取り組みとしては、従業員行動ガイドラインを策定し、従業員、会社および職場がとるべき対応を明文化することにより、感染時対応の周知・徹底を図っています。

また、社内の各業務領域において事業継続計画(BCP)を策定し、感染状況に応じたBCP発動基準のもと、感染ピーク時において事業が継続できるように対応準備を図りました。

組織改正や異動に伴う対応チームメンバーやBCPの更新、感染予防に向けた啓発活動、医薬衛生品の備蓄などの活動に関する基本サイクルを確実に回すことにより、強毒性インフルエンザなどに備えています。

3) 生産の継続のための対応

日産の生産部門では、生産の3要素に対する各種リスクを鑑み、右表のような対策を進めてきました。特に自然災害への備えとして、大規模被災時の生産再開日程を2週間と定め、そのために必要な対策を洗い出し、継続的な地震のハード対策(建屋・設備の耐震/補強工事)、被災後の復旧時間を短縮するための復旧マニュアルの整備やBCPシミュレーション訓練の定期的な実施に継続的に取り組んでいます。また海外拠点での生産継続を視野に入れた部品輸出業務のBCPも策定しグローバルでの生産継続のための対応力強化を図っています。

このような自然災害への備えをさらに充実させる一方で、増加していく新興国からの部品調達におけるリスクへの対応も、今後グローバルに市場を拡大していくためには非常に重要な活動だと認識しています。日産ではその対応として、サプライヤー選定前監査・選定後の改善支援、量産段階での生産・物流の各ポイントでの品質確認による流出防止、源流対策につなげる活動、さらに量に関する供給能力の確認・改善支援等の活動を展

開し、今後のさらなるグローバルでの市場拡大と成長に備えています。具体的には従来からある北米・欧州・日本に加えタイ・中国・インドでサプライヤーリスクマネジメント組織を設立し、部品供給リスクを未然に防ぐ体制をグローバルに強化しています。

生産の3要素 リスク要因	人	モノ(購入部品・材料)	設備
自然災害(主に地震)	<ul style="list-style-type: none"> 事務所の耐震工事実施(完了) 地震対策マニュアル整備/避難訓練実施(年1回以上) 	<ul style="list-style-type: none"> 地震リスク地域にある主要取引先に対する地震対策監査実施(2008年度) ウェブベースの被災状況報告システムの導入(2010年度) 震災想定エリアの取引先に対し、想定災害発生時のBCPの確認を実施(2011年度) 海外拠点での生産継続を視野にした部品輸出業務のBCP策定(2012年度) 	<ul style="list-style-type: none"> 建屋・設備の耐震/補強工事実施(継続実施) 設備復旧マニュアルの見直し(2011年度) 事業所別定期監査の実施
火災	<ul style="list-style-type: none"> F-PES(Fire Prevention Evaluation System)によるリスク監査の実施(年1回) 	<ul style="list-style-type: none"> 同左 	<ul style="list-style-type: none"> 同左 監査結果による設備標準改定
労働災害	<ul style="list-style-type: none"> SES(Safety Evaluation System)によるリスク監査の実施(年1回) 	<ul style="list-style-type: none"> 同左 	<ul style="list-style-type: none"> 同左
パンデミック	<ul style="list-style-type: none"> インフルエンザ対応マニュアルの作成(2009年度) 	<ul style="list-style-type: none"> 取引先にも同様のマニュアル作成を依頼 	<p>—</p>
需要変動	<ul style="list-style-type: none"> 工場間応援の実施(必要に応じ) 企業間応援の実施(必要に応じ) 期間労働者の採用(必要に応じ) 	<ul style="list-style-type: none"> 需要予測と供給能力の定期的確認と対策の実施 	<ul style="list-style-type: none"> フレキシブル生産システムの導入(完了) 需要予測と生産能力の定期的確認と対策の実施 主要バポートラインの補完生産体制の構築
設備故障	<p>—</p>	<p>—</p>	<ul style="list-style-type: none"> 過去事例の水平展開と予防保全への折り込み 設備標準への折り込み
電力不足	<p>—</p>	<p>—</p>	<ul style="list-style-type: none"> 節電活動の徹底 政府、電力会社の要請に応じた設備対応、勤務時間調整
新興国製の部品採用拡大	<p>—</p>	<ul style="list-style-type: none"> サプライヤー選定前の"モノづくり力"評価と選定後の改善支援の実施 生産準備フェーズの品質監査 量産段階での品質確認(Gate1-3活動) 主要新興国拠点でのサプライヤーリスクマネジメント組織の設立(2012年度) 	<p>—</p>
その他(高技能者、エキスパートの希薄化)	<ul style="list-style-type: none"> 高技能者育成計画&実施(工場別)(2010年度から実施) GPP(Global Pilot Plant)を通じたグローバル人材育成(2011年度から実施) 技術伝承のためのエキスパートの充実(2012年度から計画と実施) 	<p>—</p>	<p>—</p>

4) サプライチェーンの継続

サプライヤーリスクの高まりに備え、以下のリスク対応を行っています。

● サプライヤー財務リスクへの対応

1. リスク評価(毎年)
 - 提携先のルノーと連携し、グローバルでサプライヤー別財務評価を最新データにて実施
2. リスク回避策の早期決定
 - リスク評価結果に基づくクロスファンクショナルな会議体による迅速な意思決定を実施
 - サプライヤーごとのリスクと想定支出額の月次管理を徹底
 - 上記運用プロセスの確実な定着化を推進

● サプライヤー災害リスクへの対応

1. 事業継続性の確保

2012年度は、前年から継続しているサプライチェーンでの災害対策活動について、主に以下の取り組みを実施しています。

- サプライチェーンの見える化活動の推進(サプライチェーンの状況を調査し、あらかじめ、供給される部品と生産車両とのつながりやリスクの把握を行うことにより、速やかな初動対応につなげる活動)
- サプライヤーBCPの策定状況フォロー
- サプライヤーに対する初動対応プロセスのメンテナンス実施(生産・開発・購買部門で連携し改定)

2. 海外拠点におけるBCP

2012年度は、タイ以外の海外拠点(北米、欧州、中国、インド)に対しても日本での取り組みを紹介し、同様にサプライチェーンにおけるBCPの検討を開始しました。

5) リスクファイナンスと損害防止活動

1. グローバル保険管理の考え方

日産では、事故や災害発生時に備え、以下の方針に従い自家保有、保険

による外部転嫁などを組み合わせてグローバルベースでリスクファイナンスを行っています。

リスク管理コストを最小化するため、グローバル保険管理は、以下の方針に従い行っています。この方針に基づき、近年発生している予測不可能かつ巨大な災害による損害は、適切にカバーされています。

- 事故の発生頻度が高かつ発生しても損害が軽微なリスク
 - ▶ 連結ベースで保有可能なレベルまで自家保有
- 予測不可能で、発生頻度は限られるが、損害が巨大となるリスク
 - ▶ 財務的な影響が保有可能なレベルを超える部分については、外部保険会社との保険契約によりカバー

2. グローバル保険プログラム

保険契約については、保険料コスト削減とグループ全体または地域をまたがって発生するリスクを集散的に管理するために、主要保険種目に関してはグローバルプログラムを導入し、グローバル本社財務部が一括して、保険条件・内容の決定、保険会社との交渉を行っています。契約先保険会社は、戦略上重要なパートナーであり、リスク分散も考慮し、支払能力が十分なグローバル保険会社を選定しています。以下のリスクが、これらグローバルプログラムの方針でカバーされています。

- 所有資産の物的損害および災害による事業中断損害

所有資産に対する物的損害をカバーするのはもちろんのこと、災害による事業中断リスクや、部品・製品の国際的な相互供給体制拡大による部品供給停止による構外利益損害についても考慮し、保険内容を決定しています。保険カバーの限度額については、外部専門家の調査をもとに予想最大損害額を算出し、それに基づき決定しています。

また2011年度より、アライアンスパートナーであるルノーと共同で、保険条件の決定、保険会社との交渉を行うことにより、さらなる保険プログラムの条件向上、効率化を実現しました。

- 商品車の物流および保管中の損害

部品・製品の国際的な相互供給体制拡大によって複雑化した商流・物流を効率的にカバーしています。

また地理的に分散したリスクをグローバルで一本化してカバーすることにより、保険成績の安定化、事故データの一元管理を図っています。

また本保険も2011年度よりシナジー効果を最大限に生かし、ルノーと共同で保険条件の決定、保険会社との交渉を行うことにより、保険プログラムの条件向上、効率化を実現しました。

- 製造物責任

会社の防御戦略とグローバルに整合性の取れた対応を行うため、本社主導で、地域の賠償責任の法制度、慣習などの特性に合わせたプログラムを導入しています。

- 業務遂行や所有・管理する施設が原因となる偶然な事故による賠償責任(一般賠償責任)

各国の法制度や補償基準も考慮しつつ、グローバルに整合性のとれたカバーの維持と保険料コストの低減を実現するために、グローバルで統一プログラムを導入しています。

3. キャプティブ保険会社の活用

これらの保険プログラム(一般賠償を除く)においては、連結ベースで効率的にリスクを自家保有するため、バミュダに設立したキャプティブ保険会社(グループ内保険会社)であるNissan Global Reinsurance社が、各プログラムの一定限度額を再保険という形で引き受けています。これにより、

- グループとして必要最小限の保険のみ購入
- グループ各社に対しては、必要な保険カバーを提供
- 自家保有限度額内の事故に関しても、事故データの収集・分析が可能というニーズを満たすことが可能となります。

4. 損害防止活動への取り組み

損害防止活動は、保険成績を改善し保険料削減につなげるため、従来より行ってきましたが、グローバルプログラムの構築で、低廉となった保険料を維持するため、グローバルでより積極的に取り組んでいます。

日産の損害防止活動の例としては、外部専門機関によるリスク監査と改善提案の実施、台風接近時の対応マニュアルの整備、雹害対策のためのヘイルネット設置などがあります。

情報セキュリティ

日産では、「情報セキュリティポリシー」をグローバルに共有化し、情報セキュリティ委員会のもと、内外の情報漏えい事案などを参考に、情報セキュリティの強化に必要な対策を随時実施しています。また、社内教育も毎年継続的に実施し、周知・定着を図っています。

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、「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、日本国内のグループ会社において徹底しています。

また、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」をグローバルに共有化し、情報セキュリティ委員会のもと、社内外の情報漏えい事案などを参考に、情報セキュリティの強化に必要な対策も随時実施しています。さらに、その徹底のため、情報セキュリティの社内教育を毎年継続的に実施し、周知・定着を図っています。

CSRデータ集

▶▶ website

GRI「サステナビリティ レポー
ティング ガイドライン」対照表

日産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、「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。

環境		2012年度目標に対する達成度 ○:達成 ○:計画通り進捗 △:未達成 -:未集計									
フォーカスアイテム	重点活動(価値)	適用範囲	進捗確認指標例	2011年度実績	2012年度目標	実績	2016年度目標	長期ビジョン(2050年)			
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	ゼロ・エミッション車の普及	グローバル	ゼロ・エミッション車販売台数	「日産リーフ」販売台数:23,000台	EVのグローバルな販売拡大に向けて、取り組みを推進	「日産リーフ」販売台数:30,500台 2010年12月発売以降の累計販売台数:58,000台以上	○	ルノーとのアライアンスのもと、2016年度までに累計150万台のEVを販売し、ゼロ・エミッション車のリーダーとなる			
		グローバル	EV投入モデル数	(2010年度「日産リーフ」1モデルを投入済み)	EV開発を推進	100%電気商用車「e-NV200」の実証運行を実施	○	4モデル投入(含む「日産リーフ」)			
		グローバル	ゼロ・エミッション社会の具現化に向けた活動を推進	「LEAF to Home」の開発や、超小型EV「NISSAN New Mobility Concept」の公道実験を開始するなど、取り組みを推進	地方自治体や他業界などと取り組みを推進	<ul style="list-style-type: none"> 電力供給システム「LEAF to Home」を発売開始、公共施設や個人住宅、分譲マンションなどへの導入を推進 超小型EV「NISSAN New Mobility Concept」を、横浜市などとの次世代のまちづくり検討などに活用 	○	ゼロ・エミッション社会の具現化			
		グローバル	低燃費車の拡大	企業平均燃費(対象:日本、米国、欧州、中国市場)	15%改善(2005年度比)	ハイブリッド車や低燃費技術車の投入により、企業平均燃費を改善	24.9%改善(2005年度比)	○	35%改善(2005年度比)		
	グローバル	クラス燃費トップとなる*モデルの投入数	「ティアダ」(中国)、「ヴァーサセダン」(米国)	クラス燃費トップとなる5モデルを投入	「アルティマ」(米国)、「ノート」「ラディオ」(日本)、「シルフィ」(中国)	○	グローバルに投入				
	グローバル	ハイブリッド(HEV)車投入数	前輪駆動(FE)HEV、およびプラグイン・ハイブリッド車(P-HEV)の開発を推進	HEV2モデルを投入	「シーマ」にHEVを投入(日本)「セレナS-HYBRID」を発売(日本)	○	グローバルに投入				
	グローバル	CVT搭載車販売台数	208万台(1992年以降累計販売台数1,108万台)	CVT搭載車販売を継続して推進	228万台(1992年以降累計販売台数1,336万台)	○	累計*2,000万台(*1992年基点)				
	カーボンフットプリントの最少化	グローバル	企業活動*から排出される台当たりCO ₂ 排出量削減率(2005年度比、t-CO ₂ /台)*生産、物流、オフィス、販売会社	8.0%削減	CO ₂ 排出量削減に向けた取り組みを継続して推進	8.3%削減	○	20%削減(2005年度比、t-CO ₂ /台)			
			グローバル生産拠点(2005年度比、t-CO ₂ /台)	20.5%削減	15.2%削減	○	27%削減(2005年度比)				
			オフィス(日本、北米、欧州、中国、原単位)	2.6%削減	17.7%増加	△	毎年1%削減(2010年度比)				
			販売会社(日本、原単位)	11.9%削減	1.8%増加	△	毎年1%削減(2010年度比)				
	新たに採掘する天然資源の最少化	グローバル	クルマ1台当たりの再生材使用率	生産時発生する銅板やアルミ板のスクラップを再度銅板やアルミ板へと再生するなど、取り組みを推進	生産時発生する銅板やアルミ板のスクラップ、使用済みアルミロードホイールやバンパーを回収し再生する取り組みを継続	取り組みを継続して推進	○	再生材使用率を25%に向上			
日本			リサイクル実効率	98.8%	リサイクル実行率向上のための取り組みを継続して推進	99.3%	○	リサイクル実効率トップレベル			
グローバル			生産工場から発生する廃棄物削減率	日本:8.4%削減 グローバル:12.3%削減	廃棄物対策の徹底	日本:10.3%削減 グローバル:3.2%削減	○	日本:年2%削減(BAU比) グローバル:年1%削減(BAU比)			
グローバル			水リスク管理拠点数	4拠点(オーストラリア、インド、中国、メキシコ)	新たに3拠点で水リスク管理を開始	スペイン、エジプト、南アフリカの3拠点で水リスク管理を開始(管理拠点は合計7拠点に)	○	全生産拠点			

CSRデータ集

安全 2012年度目標に対する達成度 ◎:達成 ○:ほぼ達成 △:未達成 -:未集計

フォーカスアイテム	重点活動(価値)	適用範囲	進捗確認指標例	2010年度	2011年度	2012年度		長期ビジョン
				実績	実績	目標	実績	
技術の革新に加え、安全推進活動に積極的に取り組み、クルマ社会をより安全なものにしていきます	日産車がかかわる交通事故死亡者数などの定量的低減目標値を設定し、リアルワールドでの事故分析をもとに、安全なクルマづくりと安全啓発活動の実施	日本、米国、英国	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:54%減少 米国:50%減少 英国:61%減少	日本:59%減少 米国:54%減少 英国:58%減少	死亡・重傷者数ゼロに向け、日産の安全技術の考え方「セーフティ・シールド」に基づき、さらなる安全装備の開発および普及拡大に取り組むことで、前年度より死亡・重傷者数を削減する	未集計(データが公表され次第、集計予定)	- 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

社会貢献 2012年度目標に対する達成度 ◎:達成 ○:ほぼ達成 △:未達成 -:未集計

フォーカスアイテム	重点活動(価値)	適用範囲	進捗確認指標例	2010年度	2011年度	2012年度		長期ビジョン	
				実績	実績	目標	実績		
「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	日産の社会貢献活動方針の明文化、社内運営体制の整備および活動内容の充実	グローバル	日産の社会貢献活動方針、推進体制、社内各機能の役割の構築	2010年3月よりインド、2011年3月よりインドネシア、タイにて「ハビタット・フォー・ヒューマニティ」との協働プロジェクトに着手	<ul style="list-style-type: none"> 本社を含む3種にCSR、社会貢献を担当する部長級役職者を置き、グローバルに推進・連携する体制を構築 北米日産会社が2006年から連携している国際NGOハビタット・フォー・ヒューマニティとのグローバル連携に合意、貧困層支援活動を2012年度から積極化 東日本大震災被災地支援において、10を超える非営利団体と対話をし、ニーズが高く、自社として可能な支援を最大限提供。交通安全啓発活動「おもしろライト運動」では横浜市で市民会議を開催し、有識者を含む多くのステークホルダーと対話を実施 	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災支援活動を総括し、特に従業員がボランティア活動などの支援に参加しやすい環境づくり、社内整備を進める 災害発生時の支援内容を迅速に決定する仕組みづくりを推進する 現有プログラムについて、よりグローバルにより広く価値を届けられる活動に進化させる 	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災支援活動を総括し、特に従業員がボランティア活動などの支援に参加しやすい環境づくり、社内整備を進める 災害発生時の支援内容を迅速に決定する仕組みづくりを推進する 現有プログラムについて、よりグローバルにより広く価値を届けられる活動に進化させる 	<ul style="list-style-type: none"> NGOハビタット・フォー・ヒューマニティとの連携により、岩手県大船渡市で4回にわたり社員ボランティアによる被災地支援活動を実施、計約100名が参加した。参加者のうち希望者に対して特別休暇を付与した 災害発生時の対応について、日米欧の統括会社で担当者間で基準づくりに着手 日本で行っている出張授業プログラムの実施地域拡大および海外展開に向けた検討を開始 	◎ 「環境への配慮」「教育」「人道支援」の分野を中心に、グローバルな考え方や各地域に最適な活動のバランスをとりながら、日産らしい社会貢献プログラムを継続的に実施していく

CSRデータ集

品質 2012年度目標に対する達成度 ○:達成 ○:ほぼ達成 △:未達成 -:未集計

フォーカスアイテム	重点活動(価値)	適用範囲	進捗確認指標例	2010年度	2011年度	2012年度		長期ビジョン
				実績	実績	目標	実績	
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	お客さまに最も影響力のある外部指標のスコア	グローバル	【北米】 Consumer Reports、J.D./パワーIQS/VDS	2010年度目標をほぼ達成	2011年度目標をほぼ達成	該当する指標において、さらなる向上を目指す	米国J.D.Power IQS:「インフィニティEX」、「インフィニティM」、「フロントティア」、「クレスト」が各セグメントで首位を獲得	○ 「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
			【欧州】 英国:WHAT CAR? ドイツ:ADAC イタリア:QUATTRRUOTE	英国:WHAT CAR?:「キャシュカイ」「ノート」が高評価 イタリア Quattroruote:「キャシュカイ」が高評価 ドイツ:ADAC:「キャシュカイ」「ノート」で高い信頼性評価を獲得	英国:WHAT CAR?:「キャシュカイ」「ノート」が高評価 ドイツ:ADAC:「キャシュカイ」「マイクラ」で高い信頼性評価を獲得		英国:WHAT CAR?:「キャシュカイ」、「ノート」が高評価 ドイツ:ADAC:「キャシュカイ」、「マイクラ」で高い信頼性評価を獲得	
			【その他の海外地域】 中国:J.D./パワーIQS/VDS 南アフリカ:PSI ブラジル:QUATRO RODAS インド:J.D./パワーIQS	中国:J.D./パワーIQS:3モデルがトップ3にランクイン	中国:J.D./パワーIQSで3モデル・VDSで4モデルがトップ3にランクイン 南アフリカPSI:3モデルがトップ3にランクイン		南アフリカ:PSI:「エクストレイル」、「NP200」が首位、「マイクラ」、「ナバラ」が各セグメントでトップ3にランクイン ブラジル:QUATRO RODAS:「ヴァーサ」、「マーチ」が各部門で首位を獲得	
	セールス・サービス品質の向上による、お客さま再購入率と再入庫率を向上	グローバル	主要国のセールス・サービス品質を測るお客さま満足度調査結果(ニッサン/インフィニティ両ブランドが対象)	トップレベル品質実現に向けて計画通り改善している	すでにトップ・グループ入りしている国はトップ・グループを維持。それ以外の主要国も改善活動を推進しながら、トップ・グループ入りに向け順位を上げてきている	主要国でのトップレベル品質実現を目指し、セールス・サービス品質を継続的に向上する	すでにトップ・グループ入りしている国はトップ・グループを維持。それ以外の主要国も改善活動を推進しながら、トップ・グループ入りに向け順位を上げてきている	○ 2016年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

CSRデータ集

バリューチェーン 2012年度目標に対する達成度 ○:達成 ◯:ほぼ達成 △:未達成 -:未集計

フォーカスアイテム	重点活動(価値)	適用範囲	進捗確認指標例	2010年度	2011年度	2012年度		長期ビジョン	
				実績	実績	目標	実績		
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	ルノー・日産が尊重するバリュー、法令、規範の順守をサプライヤーに展開し共有	ルノー・日産共同購買会社*の世界中の全1次取引先サプライヤー *「ルノー・日産共同購買会社」:ルノーと日産の年間合計購買額の100%を扱う(2009年4月時点)	サプライヤーと共有する価値観・規範の展開プロセスおよび浸透度合い	<ul style="list-style-type: none"> ルノーと共同で、「サプライヤーCSRガイドライン」を各地点購買からサプライヤーに展開(6月~) コンプライアンス順守と違反時の対応を織り込んだ改訂版MPAを展開(7月~) 	<ul style="list-style-type: none"> 2011年度は東日本大震災・タイ洪水からの復旧が、サプライヤーと連携した重要な活動となった。この取り組みは、被災サプライヤーへの支援や早期生産再開といった社会貢献に結びつくため、CSR活動として実施・評価 <p>主な取り組み: 1. 生産復旧に関する情報の早期共有化 2. 輪番停電、夏期週末稼働へ対応 3. サプライチェーンでのBCP策定(日本およびタイ)</p> <ul style="list-style-type: none"> 2010年度に作成した「サプライヤー法令違反時の対応措置ルール」に基づき、発生した事例に対し、運用を実施 	<ul style="list-style-type: none"> 海外拠点(日本、タイ以外)におけるBCP策定を展開(FY12上半期) サプライチェーンにおけるCSR浸透を目的とした紛争鉱物対応の調査実施 サプライヤー法令違反時の継続対応 	<ul style="list-style-type: none"> 海外拠点(北米・欧州・中国・インド)へBCP検討を依頼した。各拠点にて、サプライヤーへの説明会を開催し、サプライチェーンにおけるBCPを検討中 CSR方針に基づく紛争鉱物プレ調査を実施した。次年度本調査へ向け、課題を明確化し、計画を策定中 サプライヤー法令違反時のRFO停止の運用方法を明確化し、この運用を開始した 	○	継続してサプライヤーでのCSR活動体制強化のサポートを行っていく
グリーン調達活動を通じた、製品の環境負荷低減を推進	世界中の全1次取引先サプライヤー	日本でのグリーン調達基準に基づく納入部品の環境負荷物質把握活動の完了と、グローバルグリーン調達基準に基づく同活動の推進	「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」をグローバルにウェブサイトで公開。北米地域での展開を開始	NGP2016に対応した新たな管理プロセスを構築し、11月にサプライヤー説明会を実施。グローバルにグリーン調達ガイドライン改定版を展開(欧州における環境負荷物質管理の強化)	新管理プロセスでの実行と改善	法規への確実な対応として、サプライヤーの環境負荷物質管理体制のチェック追加など新管理プロセスを開始し、業務を標準化	◎	ライフサイクルを通して日産車の環境負荷が低減されるように、サプライヤーでの環境負荷が低減していく仕組みを構築する。製品に限らずバリューチェーン全体への拡大を目指すマネジメントの範囲を拡大する	
販売会社におけるCSR活動の推進	販売会社(日本)	販売会社への定期的な情報発信と、自主的な取り組みの支援	全社的にコンプライアンス自己点検プログラムの活用定着に取り組んだ結果、コンプライアンスに対する意識が一層向上	2011年度はコンプライアンス自己点検プログラムの活用定着に取り組んだ結果、2010年以上にコンプライアンスへの意識が向上した。また6月の代表者会議では個人情報の漏えい事例の注意喚起を行い、その後、各社に改善策を展開し管理レベルが向上	近年のコンプライアンスの傾向を踏まえて改定を行ったコンプライアンス自己点検プログラムを実施し、コンプライアンスに対するさらなる意識向上を図る。また代表者会議などでも定期的な情報発信を行う	2012年度も、引き続きコンプライアンス自己点検プログラムを実施し、コンプライアンスに対する意識向上が図られた。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、改善方策や教育資料を展開、各社での実践により、未然防止を図っている	◎	販売会社の自主的な取り組み定着に向けての支援	

従業員

2012年度目標に対する達成度 ◎:達成 ○:ほぼ達成 △:未達成 -:未集計

フォーカスアイテム	重点活動(価値)	適用範囲	進捗確認指標例	2010年度		2011年度		2012年度		長期ビジョン
				実績	実績	実績	実績	目標	実績	
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、魅力的な組織作りを目指します	学習する企業文化の醸成	日産自動車(株)	教育受講者満足度 年1回の教育受講者に対するアンケート。スコアは各教育における平均スコアのうちの最低のもの(5点満点)	4.5以上	4.2以上	社員一人ひとりの能力向上につながる教育の実施。教育受講者満足度の維持・向上	4.3以上	◎	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の実現	
	社員意識調査を踏まえたマネジメントの質およびモチベーションの向上	グローバル	Quality of ManagementおよびEmployee Motivationのスコア 社員意識調査における設問の肯定回答率	Quality of Management: 50% Employee Motivation: 57%	未実施	社員意識調査結果を反映した、経営の質の向上、および企業文化変革への取り組み推進。Quality of ManagementおよびEmployee Motivationのスコア向上	未実施	-	マネジメントの質を向上させ、従業員の意欲を引き出し、向上させる組織の実現	
自律的キャリア開発サポート	日産自動車(株)	オープンエントリー制度とシフトキャリア制度の合格者数 ・オープンエントリー制度: ポスの募集があれば自ら自由に応募できる制度 ・シフトキャリア制度: ポスの募集有無に関係なく、自ら自由に希望する部署や職種に応募できる制度	103名 (オープンエントリー制度+シフトキャリア制度)	99名	オープンエントリー制度とシフトキャリア制度などを通じた適材適所の人財配置の一層の推進	94名	◎	従業員一人ひとりの自主性を重んじたキャリア形成の支援		
安心して働ける安全な職場を目指して	日産自動車(株)	労働災害全年度数率 (全年度数率=全災害件数÷延べ労働時間×100万) 労働災害強度率 (強度率=全労働損失日数÷延べ労働時間×1,000)	0.43	0.35	0.27	0.25	◎	安心して働ける安全な職場の構築と維持		
			0	0	重大災害ゼロ	0	◎			
女性の能力活用を通じたダイバーシティの推進	グローバル	女性管理職比率	日本(日産自動車(株)): 6.1% 北米: 12% 欧州: 14%	グローバル: 10% 日本(日産自動車(株)): 6.7% 北米: 12% 欧州: 15%	グローバル: 10.5%	グローバル: 10.3% 日本(日産自動車(株)): 7.0%* 米州: 13% 欧州: 16% *日産環球股份有限公司含む	○	多様性によるお客さまへのより大きな価値を提供		
			従業員サーベイのダイバーシティに関するスコア	グローバル 50%	未実施	スコアの維持・向上	未実施		-	
クロスカルチャーを通じたダイバーシティの推進	日産自動車(株)	外国籍社員比率	1%	1%	外国籍社員比率の維持・向上	2%	◎			

経済的貢献

2012年度目標に対する達成度 ◎:達成 ○:ほぼ達成 △:未達成 -:未集計

フォーカスアイテム	重点活動(価値)	適用範囲	進捗確認指標例	2010年度		2011年度		2012年度		長期ビジョン
				実績	実績	実績	実績	目標	実績	
持続的な利益ある成長を目指します。そして社会全体の経済的発展にも貢献します	日産パワー88の実行、推進	連結会社	連結営業利益率(%)	6.1%	5.8%	6.8%(見通し)	5.4%	△	持続可能なモビリティ社会を推進することを通じて、持続的な利益ある成長を果たす。そして、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	5.8%	6.4%	6.7%(見通し)	6.2%	△		
	株式	日産自動車(株)	株式配当(円/株)	10円/株	20円/株	25円/株	25円/株	◎		

CSRデータ集

コーポレートガバナンス・内部統制 2012年度目標に対する達成度 ○:達成 ◯:ほぼ達成 △:未達成 -:未集計

フォーカスアイテム	重点活動(価値)	適用範囲	進捗確認指標例	2010年度	2011年度	2012年度		長期ビジョン	
				実績	実績	目標	実績		
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	内部統制システムの整備と適正な運用	連結会社	世界全地域のコンプライアンス組織の整備と行動規範の展開	<ul style="list-style-type: none"> 各リージョンで重点課題を明確化し、アクションプランを策定してコンプライアンス違反未然防止活動を推進 グローバルでは、グローバル行動規範の社外開示を実施 	<ul style="list-style-type: none"> コンプライアンスリスクの可視化と各地域ごとの活動計画をグローバルコンプライアンスコミティで確認。その後の進捗状況も定期的にフォロー 各地域ごとに中期計画(2011~13年度)を策定 さらなるビジネス拡大に伴い、贈収賄に対する防止活動を開始。グローバルポリシーの策定とトレーニングの実施を決定 	<ul style="list-style-type: none"> PDCAサイクルによる改善活動のさらなる強化とコンプライアンス違反未然防止 グローバル贈賄防止ポリシー策定とトレーニングの立ち上げ 	<ul style="list-style-type: none"> グローバルコンプライアンスコミティにて重点課題を議論、各地域の活動計画に織り込んだ。また、実行状況の定期的なモニタリングを実施 グローバル贈賄防止ポリシーを策定し(P116参照)、グローバルトレーニングを実施 	○	グローバルにコンプライアンス違反未然防止の仕組み(プロセス)が機能している
	リスクマネジメント		効果的で適切なリスク管理体制を整備し、グローバルに展開	<ul style="list-style-type: none"> リスクマネジメントの基本的なプロセスについて、米州および欧州の地域統括会社との共通化を進めるとともに、ルノーとの間で情報・意見の交換を実施 リスクマネジメントの取り組みについて、アニュアルレポートおよびサステナビリティレポート上で紹介 	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災対応の振り返りを各機能ごとに実施。結果をBCPIに反映させ、全社で共有。さらにシミュレーション訓練で検証し、さらなるレベルアップを実施 リスクマネジメント活動の開示(アニュアルレポートおよびサステナビリティレポート)については、開示項目の追加と内容のアップデートを実施 ルノーの新体制移行に合わせ再度ベンチマークを実施 	<ul style="list-style-type: none"> 新中期計画達成をサポートするリスクマネジメント活動の実施 情報開示の継続と内容のアップデート 	<ul style="list-style-type: none"> 中期計画達成を阻害する可能性がある要因についてコーポレートリスクとして選定し、当該リスクのオーナー主導のもと、管理方法を設定し必要なリスク低減活動を実行 有価証券報告書の「事業等のリスク」、サステナビリティレポートおよびアニュアルレポート掲載の「リスク管理の状況」の記載内容をアップデート これらの活動については、年2回、内部統制委員会および取締役会にも報告されており、PDCAが回っていることを確認 	○	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		個人情報保護への取り組み、および、より強固な情報セキュリティの構築	<ul style="list-style-type: none"> 日産自動車および販売会社各社の個人情報保護策順守状況を継続してモニタリングし、レベルの維持・向上を確認 情報セキュリティマネジメントの年度計画、進捗確認をグローバルで実施し、レベルの維持・向上を確認 	<ul style="list-style-type: none"> 日産自動車および販売会社各社の個人情報保護策順守状況を継続してモニタリングし、レベルの維持・向上を確認 情報セキュリティマネジメントの年度計画、進捗確認をグローバルで実施し、レベルの維持・向上を確認 社外の情報セキュリティインシデント情報から、同様のことが自社内で起きないように確認プロセスを実施 	<ul style="list-style-type: none"> 情報セキュリティマネジメントの維持・向上 	<ul style="list-style-type: none"> 日産自動車および販売会社各社の個人情報保護策順守状況を継続してモニタリングを行い、レベルの維持・向上を確認 情報セキュリティポリシーに基づき、情報セキュリティ委員会、毎年の教育実施、情報資産管理、インシデント管理、評価のPDCAサイクルを実施し、レベルの維持向上を確認 サイバー攻撃やソーシャルエンジニアリングなど、昨今の社外の情報セキュリティ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確認・改善を実施 	○	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

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」「フォークリフト」「マリーン」およびそれぞれの「部品」の製造・販売を主な事業内容としており、さらに同事業に関連する「物流」「金融」をはじめとした各種サービス活動を展開しています。
連結従業員数 (2013年3月末現在)	160,530人
グローバル拠点 (2013年6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：4カ国 (日本、米国、英国、中国に計5カ所)</p> <p>車両生産拠点：15カ国・地域 (日本、米国、メキシコ、英国、スペイン、ロシア、中国、台湾、タイ、フィリピン、南アフリカ、インドネシア、ブラジル、インド、エジプトに27カ所)</p>



▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ 2.4/2.2/2.8/2.3

財務データ

	(年度) 億円				
	2008	2009	2010	2011	2012
連結売上高	84,370	75,173	87,731	94,090	96,296
連結営業利益	△ 1,379	3,116	5,375	5,458	5,235
経常利益	△ 1,727	2,077	5,378	5,351	5,293
税金等調整前当期純利益	△ 2,188	1,416	4,801	5,293	5,167
当期純利益	△ 2,337	424	3,192	3,414	3,424
設備投資	3,836	2,736	3,120	4,064	5,245
減価償却費	4,212	3,633	3,721	3,344	3,158
研究開発費	4,555	3,855	3,993	4,280	4,699

	千台				
グローバル販売台数	3,411	3,515	4,185	4,845	4,914
日本	612	630	600	655	647
北米	1,133	1,067	1,245	1,404	1,466
欧州	530	509	607	713	660
その他	1,136	1,309	1,733	2,073	2,141

	千台				
連結生産台数	2,850	2,954	3,755	4,266	4,310
日本	1,050	1,025	1,073	1,199	1,060
北米	868	837	1,074	1,221	1,344
欧州	450	445	571	647	643
その他	482	647	1,037	1,199	1,263

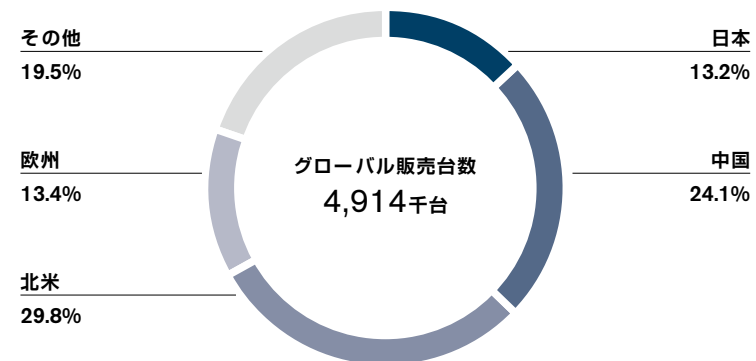
▶ website

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

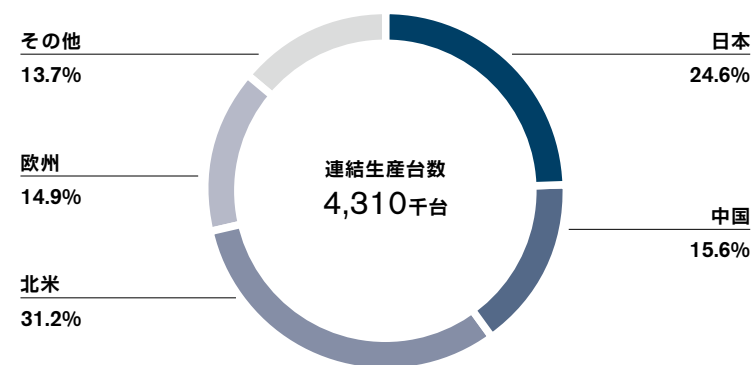


▶ GRI G3 Indicators
▶ 2.8/A4

2012年度グローバル販売台数および、連結生産台数の内訳



地域	販売台数比率	販売台数
● 日本	13.2%	647千台
● 中国	24.1%	1,182千台
● 北米	29.8%	1,466千台
● 欧州	13.4%	660千台
● その他	19.5%	959千台



地域	生産台数比率	生産台数
● 日本	24.6%	1,060千台
● 中国	15.6%	672千台
● 北米	31.2%	1,344千台
● 欧州	14.9%	643千台
● その他	13.7%	591千台



▶ GRI G3 Indicators
▶ 2.8/A4

従業員データ

		(年度)			
		単位	2010	2011	2012
日産自動車(株)					
従業員数 ¹		人	28,403	24,240	23,605
従業員数(男女内訳)	男	人	26,384	22,327	21,675
	女	人	2,019	1,913	1,930
平均年齢		歳	42.4	42.8	42.6
勤続年数		年	20.7	20.5 ⁴	20.5
離職率(自己都合、定年退職)		%	2.9	2.8	3.9
平均年間給与 ²		円	6,847,796	7,058,538	6,996,504
障がい者雇用率		%	2.01	1.95	1.88
育児休暇取得者数		人	195	192	219
介護休暇取得者数		人	15	9	17
組合員総数		人	26,790	23,122 ⁴	22,865
連結ベース					
連結従業員数 ³		人	155,099 (27,816)	157,365 (34,775)	160,530 (36,449)
日本		人	72,876	69,141	67,290
北米		人	23,411	24,702	28,637
欧州		人	13,891	14,725	15,198
アジア		人	42,718	46,516	46,187
その他海外地域		人	2,203	2,281	3,218

¹ 2011年度における従業員数が前年比で4,163人減少しているが、その主な理由は、日産自動車九州(株)の設立に伴う転籍によるものである
² 平均年間給与は部長を除く一般従業員。賞および基準外賞金を含む
³ ()内は臨時雇用者数で外数
⁴ サステナビリティレポート2012公開値から修正

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、2013年3月末現在の組合員総数は22,865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オン・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。



▶▶ GRI G3 Indicators
 ▶▶ 2.8/EC1/LA1/LA2/
 LA4/LA13/LA15

社会貢献活動データ

		(年度)		
		2010	2011	2012
災害支援時の 会社からの支出	4億3,000万円以上 (日産自動車(株)、北米日産会社、 欧州日産自動車株式会社などを含 む：東日本大震災)	1,190万円 (日産自動車(株)単独：東日本大震 災 継続支援)	約1,700万円 (日産自動車(株)単独)：東日本大震災 継続支援)	
	約680万円 (日産(中国)投資有限公司：青海 省大震災)	1,000万円 (日産自動車(株)単独：台風12号 水害)	1,000万円 (日産自動車(株)単独)：九州北部豪雨 被害)	
	10万ドル(約850万円) (北米日産会社：ハイチ大地震)	5,510万円 (日産自動車(株)およびタイ日産： タイ洪水)	10万ユーロ(約1,000万円)と車両 1台 (日産インターナショナル社および イタリア日産：イタリア・エミリオロ マーニャ州での地震)	
	1,000万円 (欧州日産単独：東アフリカ干ばつ による飢饉への対応)	2万ドル(約200万円)と車両1台 (北米日産：ハリケーンサンディ)		

2012年度グローバル社会貢献支出額：約13億円
 (寄付金・協賛金を含む、連結ベース)



▶▶ GRI G3 Indicators
 ▶▶ EC1

日産グローバル賄賂防止ポリシー

概要:

日産グループ(以下において定義します。)は、グローバル行動規範(Global Code of Conduct)に基づき、事業活動を行う全ての法令及び現地ガイドライン(以下において定義します。)を遵守しなければなりません。日産グループは、事業を展開するあらゆる国において公正かつ倫理的に行動することを誇りとしています。日産グループに対する評価は、その組織としての価値及び従業員の価値に基づくものです。日産グループは、お客さま、従業員、取引先、地域社会に対し、常に実直、誠実、公平、敬意の姿勢をもって接します。

このグローバル賄賂防止ポリシー(以下「本グローバルポリシー」といいます。)は、従業員が腐敗行為に直面した場合にどのような行動をとるべきか、日産グループ各社及びその従業員の責任について、グローバルな枠組を定めるものです。

1 対象者:

本グローバルポリシーは、日産自動車株式会社並びにその子会社及び関連会社(以下、総称して「日産グループ」といいます。)、並びにそれらの役員、取締役、従業員、契約社員及び日産グループが雇用するその他の者(以下、総称して「従業員等」といいます。)に適用されます。各従業員等は、本グローバルポリシーを遵守しなければなりません。

2 賄賂防止法及びその適用:

日本法をはじめとして、日産グループが事業を展開する多くの国では、日産グループに便宜を図ってもらうことを目的として、「公務員(政府職員、government officials)」¹⁾又は私人(民間人)に、価値のある物を提供したり、提供することを約束したり、申し出たり、あるいはそれらの行為を許可することを、明示的に禁止又は規制しています。一部の国では、これ

らの行為は刑事罰の対象²⁾ともなっています。また、全世界において、これらの行為はグローバル行動規範及び現地ローカルガイドラインにより基づき禁止、規制されています。

¹⁾ 一部の国の賄賂防止法において、「公務員(government officials)」とは公的権限において行動する個人をいい、公務員、政府が支配又は所有する法人の従業員等、政府によって選任又は指名された職員(その候補者も含みます。)、公的国際機関の職員又は代理人も公務員とみなされます。一部の国では王室も対象となります

²⁾ 国によって法は異なるものの、通常、不適切に取引を獲得若しくは維持し、又は便益を受ける意図に基づき、「公務員」若しくは私人に対して、又はそれらの者から、価値のあるものを提供すること若しくはその申出、又は受け取ること若しくは要求すること等は、「贈収賄(bribery)」行為に該当すると考えられ、禁止されています。また、実際に贈収賄行為を行わなくても、その約束や申出により、相手方に不適切な行為をさせるよう影響を与えた場合には、当該約束又は申出も「贈収賄」行為に該当します

日産グループ各社及び従業員等に適用される法令及びローカルガイドラインは国ごとに異なるため、世界各地の日産グループの従業員等は、それぞれ自らの行為に適用される法令及びローカルガイドラインに精通する必要があります。その行為が適切かどうか疑問を持った場合には、賄賂防止法を遵守して事業活動を行うため、上司、法務部又はコンプライアンス委員会に相談しなければなりません。適用法令には、日本の不正競争防止法、2010年英国贈収賄防止法(Bribery Act 2010)及び米国の海外腐敗行為防止法(Foreign Corrupt Practices Act)が含まれますが、これらに限定されません。

上記の適用法令その他同種の法令に違反すると、多くの場合、違反者には、その国籍を問わず、懲役/禁固又は罰金が科されます。当該違反により日産グループも多額の罰金及び重大な制約を科されるおそれがあり、その場合、日産のブランド、信用及び財務状況に多大な影響を及ぼすこととなります。

各従業員等は、適用法令に加えて、適宜、行動規範、倫理規程、贈答ポリシー及び利益相反規程等の日産グループ各社の社内規則も参照しなければなりません。

3 本グローバルポリシーの原則

- 3.1. 日産グループは、法令を遵守した事業活動のみを行います。日産グループは、本グローバルポリシーに違反する贈収賄行為を決して容認しません。
- 3.2. 日産グループは、以下の原則を遵守します。
- 3.2.1. 日産グループと取引のある全ての第三者との間で、公平かつ公正な関係を維持すること。
- 3.2.2. ビジネス上の便宜を受ける目的又は取引を獲得若しくは維持する目的で、賄賂防止法と日産グループの行動規範、倫理規程及び贈答ポリシーに違反する金銭、贈物、接待、旅行、優遇等の有価物を提供したり、また、その約束若しくは申出をしたりしません。日産グループの行動規範、倫理規程及び贈答ポリシーに違反するような形で、日産グループと取引しようとしている第三者から金銭、贈物、接待、旅行、優遇等の有価物を受領したり、要求したりしません。但し、日産製品を宣伝するための一般的なマーケティング活動等、ある一定の限定的なケースについては、適用法令及びローカルガイドラインに基づき、特別にまたは特定の地域での例外が認められる場合があります。
- 3.2.3. 「円滑化や迅速化のための支払」(“Facilitation or Grease Payments”)は、定型的な行政手続を迅速化するために、裁量権のない下級公務員に対して行われる少額の支払いを指します。そのような支払いも、ローカルガイドラインに基づき明示的に承認される場合を除いて禁止されており、かかる支払いについてはローカルガイドラインの定めに従い事前承認を受ける必要があります。

- 3.2.4. 日産グループを代理する第三者による贈収賄行為を防止するために積極的な措置を講じます。日産グループは、サプライヤー、請負業者、仕入先、販売業者、外部エージェント、コンサルタント、及び日産グループに代わり又はその代理人として行為を行う個人に対しても、賄賂に関する適用法令及び各社の贈賄防止ポリシーを遵守することを求めます。
- 3.2.5. 本グローバルポリシー、ローカルガイドライン又はその他関連規則に違反があった場合は、必ず報告します。具体的な報告の要件、手続及び現地連絡先については、ローカルガイドラインを参照して下さい。
- 3.2.6. 請求書、領収書及び支払い、受領、それらの目的等を、正確に記録し、日産グループの書類保管基準に従い、適正に保管します。完全かつ正確な記録により、十分な透明性があることを示すことができます。
- 3.2.7. 違反の通報に対する報復行為は禁止されます。違反のおそれについて誠実に通報した者、又は違反調査に関与した者に対する報復行為は、厳格に禁止されます。

3.3 禁止される行為及び許容される行為の例

3.3.1. 贈収賄行為の例

- ▶ 本グローバルポリシー3.3.2に規定された場合を除く、取引の獲得又は維持の見返りとしての金銭、贈物、旅行及び接待の提供。
- ▶ 公務員の家族に対する贈物又は優遇(雇用の申出、車両の貸与等)の提供。
- ▶ 日産グループを代理する外部エージェント又は販売会社による、自動車販売のための公務員又は私人に対する金銭又は贈物の提供。
- ▶ 関税の減額又は税制優遇措置の見返りとしての金銭の支払い。
- ▶ サプライヤーパネルへの選択や、ソーシング決定に影響を及ぼす目的で行われる、サプライヤーから日産グループの従業員等に対する贈与の申出。
- ▶ 日産グループへの優遇を目的として、公務員又は公営企業の従業員等に対する高価な贈物、食事、接待又は旅行の提供。
- ▶ 日産グループの取引を確保又は維持する目的で、海外赴任者が公務員又は公的企業の従業員等に対して行う少額の金銭又は贈物の提供。

3.3.2. 許容される接待及び贈物

- ▶ ある一定の限定的な状況においては、法令に基づき許容された範囲での合理的かつ妥当な金額での接待及び粗品の提供は許容されます。
- ▶ 接待又は贈物の価値は、(a) 同種の費用に関する一般的な市場水準、(b) 日産グループ各社の経費ガイドライン及び社内規則、並びに(c) 現地及び業界の慣習、に照らし、少額でなければなりません。贅沢な又は高額な接待又は贈物は、許容されておらず、合理的ではないとみなされます。
- ▶ 提供する場合も受け取る場合も、製品又はサービスの宣伝等のマーケティング活動を目的とした少額の贈物は、日産グループ各社の贈答、利益相反に関する規則又は行動規範等の社内規則に違反せず、かつ、年度中における頻度が多くない場合に限り、許容されます。

どのような場合も、どのような接待や贈物が許されるかについて、ローカルガイドライン、該当国の賄賂防止法及びその他関連する社内規則を必ず参照して下さい。疑わしい場合は、上司、人事、法務室又はコンプライアンス委員会に問い合わせして下さい。さらに、ローカルガイドライン又は日産グループ各社の社内規則において事前承認が必要とされている場合は、必ず取得して下さい。

4 その他の責任

4.1. グローバルポリシー

本グローバルポリシーの改訂はNMLリーガル(NML Legal)が行うものとします。本グローバルポリシーの対象事項に関する法的助言を求める場合は、該当するMC地域(MC Region)の法務担当者にコンタクトするものとします。

4.2. 現地ガイドライン

各リージョナルコンプライアンス委員会は、本グローバルポリシーを補足するローカルガイドラインを制定するものとします。「ローカルガイドライン」とは、本グローバルポリシーを補足する地域又は各社の規則、手順書、ハンドブックその他の資料(違反の通報方法及び通報先、正確な記録管理に関する規則、賄賂防止に関する規則の担当部署又は担当者、並びに日産グループ各社及びその従業員等が法令遵守するための内部統制を含みますが、これらに限定されません。)をいいます。ローカルガイドラインは、本グローバルポリシーと矛盾してはならず、また、本グローバルポリシーに優先するものではなく、その目的は、本グローバルポリシーを説明すること、現地の法令への適合性を確保すること、及び現地の手順、手続及び管理について規定することに限定されます。

各MC-Chairman又はグローバルファンクションの長は、当該地域又は機能が本グローバルポリシー及びローカルガイドラインを遵守することにつき、責任を負います。

リージョナルコンプライアンス委員会は、以下の事項につき責任を負います。

- (a) ローカルガイドラインを制定、導入及び管理し、遵守状況を監督すること。並びにローカルガイドラインの制定及び管理の支援に必要な場合は現地の責任者を指名すること。
- (b) 担当地域内の日産グループ各社に、現地の法令及び本グローバルポリシーを遵守するためのローカルガイドラインを制定し、導入させること。

4.3. 研修

日産グループ各社は、本グローバルポリシー及び適用のあるローカルガイドラインに関する理解を深めるために研修を実施します。日産グローバル人事が、従業員等に対する当該研修の実施及び実施状況の確認を行うものとします。



▶▶ GRI G3 Indicators

▶▶ S02/S03/S04

環境データ

121	135
		燃費、CO ₂	135-137
		技術	138-139
		排出ガス	139-140
		ライフサイクルアセスメント(LCAs)	140
		材料、リサイクル	141
		「ニッサン・グリーンプログラム 2016」KPI	142
124		
投入量・排出量、エネルギー	124		
CO ₂	125-126		
水	127-128		
エミッション	128-129		
廃棄物	130		
物流	131		
サプライチェーン	132		
環境保全コスト	132		
設備	133		
従業員教育とコミュニケーション	134		
「ニッサン・グリーンプログラム 2016」KPI	135		
		143
		第三者保証	143
		レーティング	143
		GRIインデックス	144

掲載データについて

- 期間: 4月1日から3月31日までを年度の報告対象としています。
- 範囲: 日産および連結製造会社のグローバル生産拠点、非生産拠点を報告対象としています。

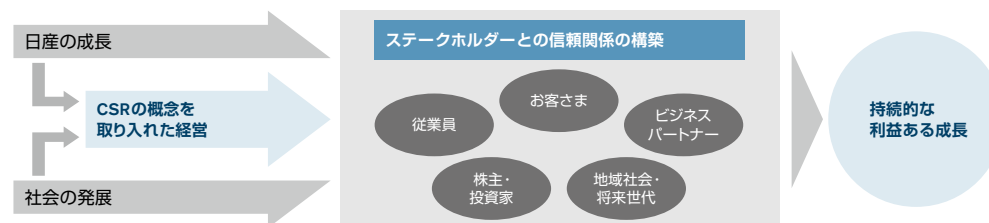
ガバナンス

ステークホルダーエンゲージメント

日産は自らの持続的な利益ある成長はもとより、持続可能なモビリティ社会の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、協力し合いながら、社会からの要望を企業活動に取り込む努力を続けています。

ステークホルダーとは、企業活動から影響を受けるさまざまな利害関係者を指します。日産は、材料資源の採掘から車両の解体までのバリューチェーン全体を通してさまざまなステークホルダーとかがかかわっています。そのため、私たちは戦略策定プロセスにバリューチェーン上かかわりの深いステークホルダーや、課題の解決にご協力いただく方々の意見を取り込んでいくことが必要だと考え、バリューチェーン分析を活用し、主要なステークホルダーを特定しています。その結果、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団体、地域社会、政府、将来世代など、地域や世界の多くのステークホルダーの皆さまと、常にコミュニケーションを図っています。

日産は毎年開催するアドバイザリー・ミーティングに、学会やビジネス界の第一線で活躍している方々など、グローバルに活躍する環境分野の権威を招いています。取締役会メンバーはこれらのステークホルダーと、環境面で日産が目指す方向性や戦略の妥当性について意見を交わし、今後の環境戦略を策定するプロセスに組み入れています。そのほかにも日産では、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを図るために、さまざまな機会をつくっています。



マテリアリティ(環境)

自動車産業は世界規模で、排出ガス、温室効果ガス、燃費、騒音、材料資源・リサイクル、水、有害物質など環境に関連するさまざまな規制や基準の影響を受けます。さらにこれらの規制や基準は年々厳しくなっています。

日産の戦略は、社会の声に耳を傾け、オポチュニティとリスクの芽を見出すという考え方に基づいています。この戦略の骨格はPDCA(Plan-Do-Check-Act:計画、実施、評価、改善)サイクルで構成されています。この中でマテリアリティ評価の考え方に従い、環境に関する課題について社会と日産双方にとって重要だと考えられるものを優先事項とし、潜在的なオポチュニティやリスクを分析したうえで、双方に必要な活動目標を設定しています。取締役会メンバーとステークホルダーは、環境の側面で日産が目指す方向性や戦略の妥当性について意見を交わし、今後の環境戦略の策定に反映しています。



日産のグローバル環境マネジメントの組織体制

グローバル環境マネジメントを推進するため、日産では活動領域と責任を明確にして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。年に2回開催される最高執行責任者(COO)を議長とするグローバル環境委員会(G-EMC)では、全社的な方針やエグゼクティブ・コミッティ(経営会議)への提案内容の決議などを行い、経営企画本部に所属する環境企画室では、G-EMCへの提案内容や各部門での具体的な取り組みを決定します。

また日産では、ISO14001に基づく環境マネジメントシステムを生産・研究開発拠点、オフィス、教育センターを含む国内全事業所で統合して導入し、統括者であるCOOが全環境活動を直接監督し、PDCA(Plan-Do-Check-Act:計画、実施、評価、改善)プロセスの一環として、年2回、COOにこれらの活動の進捗を報告するレビューミーティングを開催することで、環境パフォーマンスの継続的な改善に努めています。

COOが定めた目標は、統合ISO管理責任者から各事業所へ、さらには従業員一人ひとりに至るまで共有され、従業員一人ひとりが日産の環境活動において役割を果たしています。

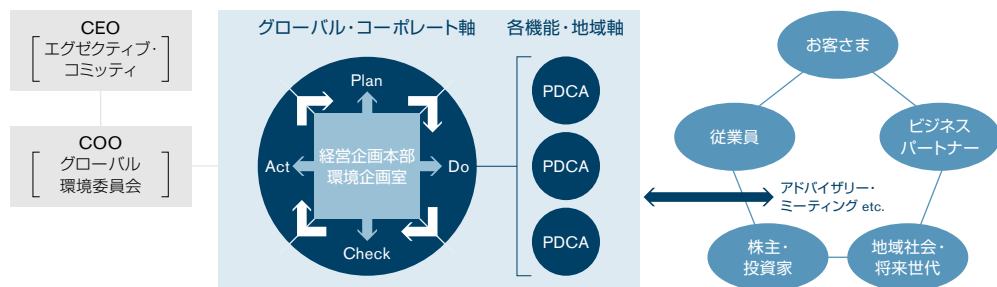
従業員の表彰とインセンティブ

日産では個人の成果と全社の環境活動パフォーマンスを明確に連動させることにより、従業員一人ひとりの環境に対する意識を高め、能力を引き出し、自己実現を支援しています。

環境活動は、国内および海外拠点の一部において、各従業員の年間業務目標である「コミット&ターゲット」に含まれます。活動の成果は目標に対する達成レベルに応じて評価され、個人の賞与の業績連動部分に反映されます。

また優れた功績に対しては、上司から従業員へ授与される「サンクスカード」、CEOやCOOから授与される日産賞、工場長から授与される工場長賞など、さまざまな形で表彰する仕組みがあり、従業員の環境意識向上に結びつく体制の充実に努めています。

組織体制図



企業活動における環境指標

マテリアルバランス

投入量	単位	2012
原材料	ton	7,330,000
水	1000m ³	27,585
エネルギー	MWh	8,984,864

生産量/排出量	単位	2012
車両生産		
グループ総生産台数	ton	4,309,602
廃棄物	ton	170,910
廃棄物最終処分量	ton	33,479
リサイクル量	ton	137,431
総排水量	1000m ³	20,557
CO ₂ 排出量	t-CO ₂	3,268,655
VOC (揮発性有機化合物)	ton	12,305
NOx (窒素酸化物)	ton	525
SOx (硫黄酸化物)	ton	43

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削減し、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。企業活動におけるフットプリントを最小にするために、グローバル生産拠点からの生産1台当たりのCO₂発生量を2005年度に比べ20%削減させること、また資源効率の向上を目指し、日本、北米、欧州の各市場に投入するクルマにおいて再生材使用率を2016年度までに25%に向上させることを目標としています。



▶ GRI G3 Indicators
▶ EN1/EN2/EN3/
EN4/EN8/EN16/
EN20/EN21/EN22

エネルギー投入量

	単位	2008	2009	2010	2011	2012
合計	MWh	6,480,833	6,525,000	9,353,605	9,460,190	8,984,864
日本	MWh	4,195,000	4,142,222	5,525,097	5,573,174	4,565,499
北米	MWh	1,267,500	1,175,278	1,782,399	1,733,447	2,157,793
欧州	MWh	683,056	719,444	1,066,503	939,469	982,332
その他	MWh	335,278	488,056	979,606	1,214,099	1,279,240
一次エネルギー						
天然ガス	MWh			3,691,097	3,467,178	2,847,325
LPG	MWh			340,985	527,696	360,891
石炭	MWh			245,848	160,720	235,239
灯油	MWh			259,530	253,821	248,445
ガソリン	MWh			81,502	90,413	211,449
軽油	MWh			18,114	20,247	72,151
重油	MWh			92,607	87,368	67,967
敷地外						
電力(系統電力)	MWh			4,365,622	4,524,044	4,741,046
冷水	MWh			11,692	9,087	25,947
温水	MWh			0	0	7,492
蒸気	MWh			9,022	67,940	114,281
敷地内						
電力(社内)	MWh			236,624	250,520	52,630
再生可能エネルギー	MWh			962	1,157	38,666
(再生可能エネルギー使用率)	%	0.000	0.000	0.017	0.026	0.82

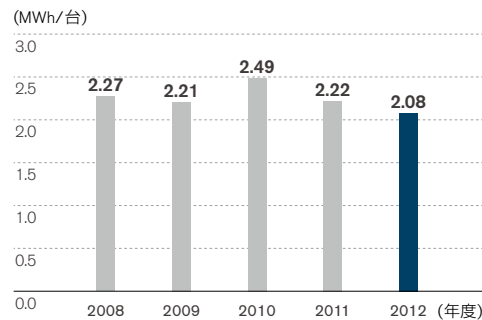
2012年度は、グローバル生産台数が約1%増加したにもかかわらず、主に生産拠点においてエネルギー削減活動を実施した結果、総エネルギー使用量は8.98百万MWhとなり、2011年度の9.46百万MWhに比べ5.0%の削減となりました。



▶ GRI G3 Indicators
▶ EN3/EN4/EN5

生産台数当たりのエネルギー消費量

2012年度も生産拠点を中心にエネルギー削減活動を継続した結果、生産1台当たりのエネルギー消費量は2.08MWhとなり、2011年度の2.22MWhから約6.0%の削減となりました。



(地域別)

地域	単位	2012 (年度)
日本	MWh/台	4.31
北米	MWh/台	1.60
欧州	MWh/台	1.53
その他	MWh/台	1.01

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 G3 Indicators
▶ EN3/EN4/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

項目	単位	2008	2009	2010	2011	2012 (年度)
スコープ1	t-CO ₂	909,000	869,592	1,023,208	1,047,691	835,766
スコープ2	t-CO ₂	1,531,000	1,587,603	1,944,684	2,051,965	2,432,889
スコープ1と2	t-CO ₂	2,440,000	2,457,195	2,967,892	3,099,656	3,268,655
日本	t-CO ₂		1,444,074	1,451,343		1,526,182
米国	t-CO ₂		610,016	623,654		758,457
欧州	t-CO ₂		316,856	311,790		284,079
その他	t-CO ₂		596,945	712,868		699,937
スコープ3						
従業員の通勤	t-CO ₂				449,110	468,346
日本、米国、欧州	t-CO ₂				213,538	214,619*
物流	t-CO ₂	992,000	1,102,000	1,438,000	1,660,000	1,490,050
製造のみ	kt-CO ₂	2,189	1,805	1,899	2,589	2,822
日本、北米、欧州	kt-CO ₂				1,698	1,934*
その他	kt-CO ₂				891	888

2012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3.27百万トンとなり、2011年度に比べ5.5%の増加となりました。エネルギー削減活動により総エネルギー消費量を削減できたにもかかわらず、日本の電力係数の変化による影響もあり、グローバル生産台数以上の増加率となりました。

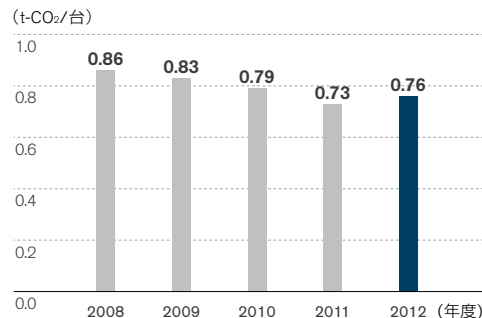
▶ page_143

(株)あらたサステナビリティ認証機構による第三者保証を受審しています。詳細はp143をご覧ください。

▶ GRI G3 Indicators
▶ EN16/EN17/EN18

スコープ1と2の生産台数当たりのCO₂排出量

2012年度の生産1台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0.76トンとなり、2011年度に比べ4.4%の増加となりました。グローバル生産拠点における省エネ活動や、拠点間でベストプラクティスを共有し合うなどの活動による効果があったものの、日本の電力係数の変化による影響を大きく受けました。



(地域別)

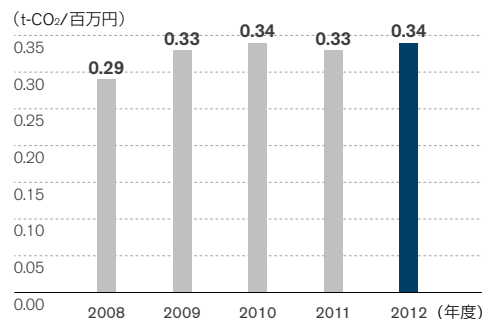
	単位	(年度) 2012
日本	t-CO ₂ /台	1.04
北米	t-CO ₂ /台	0.44
欧州	t-CO ₂ /台	0.38
その他	t-CO ₂ /台	0.70

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 G3 Indicators
EN16/EN18

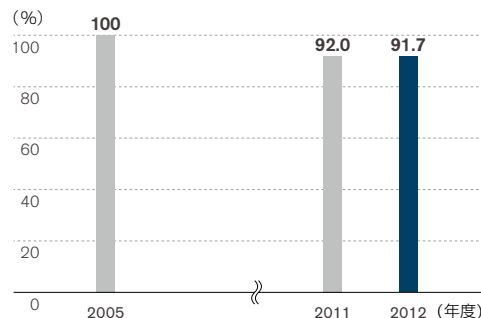
スコープ1と2の売上高当たりのCO₂排出量

2012年度のグローバル拠点からの売上高百万円当たりCO₂排出量は、スコープ1とスコープ2の合計で0.34トンとなり、2011年度と同レベルの結果となりました。



 GRI G3 Indicators
EN16/EN18

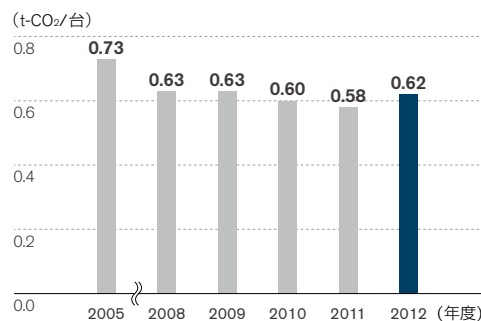
企業活動からのCO₂排出量(グローバル販売台数当たり)



企業活動からのCO₂排出量は生産活動、物流、オフィス、販売会社(日本)を対象として、2016年度までに2005年度に比べ20%削減することを目標としています。今回の報告から対象範囲を全ての連結会社に拡大し、基点および昨年度の実績を修正しました。2012年度は、生産台数当たりのエネルギー消費量には改善が見られるものの、日本の電力係数の変化による影響を大きく受けました。一方で、物流部門での効率改善などにより、その結果、企業活動からのCO₂排出量は2005年度に対して8.3%の削減となりました。

 GRI G3 Indicators
EN16/EN17/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CO₂排出量を27%削減(2005年度比、台当たりCO₂排出量)することを目標としています。2012年度のグローバル台当たりCO₂排出量は0.62トンとなり、2005年度比で約15.2%の削減となりました。

 GRI G3 Indicators
EN16/EN18

企業活動における環境指標 — 水

水投入量

	単位	(年度)				
		2008	2009	2010	2011	2012
合計	1000m ³	20,901	15,629	28,671	29,216	27,585
日本	1000m ³	14,532	9,221	17,612	17,268	14,844
北米	1000m ³	3,009	2,970	4,330	4,591	4,770
欧州	1000m ³	1,954	1,315	2,297	2,276	2,252
その他	1000m ³	1,406	2,123	4,432	5,081	5,720

2012年度のグローバル拠点における水投入量は約27,585千m³となり、2011年度に比べ5.6%の削減となりました。日本での生産台数減少、および水投入量削減に向けた取り組みが貢献しています。



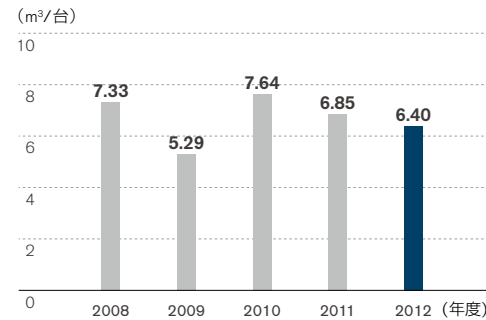
排水量

	単位	(年度)				
		2008	2009	2010	2011	2012
合計	1000m ³	15,970	10,435	19,281	20,398	20,557
日本	1000m ³	11,040	6,293	13,030	13,565	13,710
北米	1000m ³	2,152	2,099	2,732	3,214	3,055
欧州	1000m ³	1,486	972	1,830	1,930	1,871
その他	1000m ³	1,292	1,071	1,689	1,689	1,920

2012年度のグローバル拠点からの排水量は約20,557千m³となり、2011年度と同レベルとなりました。



生産台数当たりの水投入量



2012年度の生産1台当たりの水投入量は6.40m³となり、2011年度に比べ6.5%の削減となりました。各地域における継続した水投入量削減に向けた取り組みが貢献しています。

(地域別)

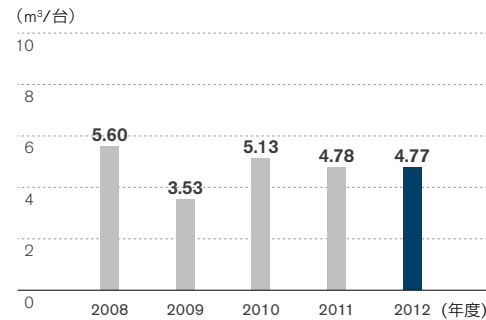
	(年度)	
	単位	2012
日本	m ³ /台	14.00
北米	m ³ /台	3.55
欧州	m ³ /台	3.50
その他	m ³ /台	4.53

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。



生産台数当たりの排水量

2012年度の生産1台当たりの排水量は4.77m³となり、2011年度とほぼ同レベルで0.2%の減少となりました。



(地域別)

		(年度)
		2012
	単位	
日本	m ³ /台	12.93
北米	m ³ /台	2.27
欧州	m ³ /台	2.91
その他	m ³ /台	1.52

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。



企業活動における環境指標 — エミッション

エミッション

		(年度)				
		2008	2009	2010	2011	2012
	単位					
NOx (窒素酸化物)	ton	802	755	751	731	525
SOx (硫黄酸化物)	ton	154	36	41	46	43

2012年度のNOx、SOxの排出量は表の通りとなっています。



VOC

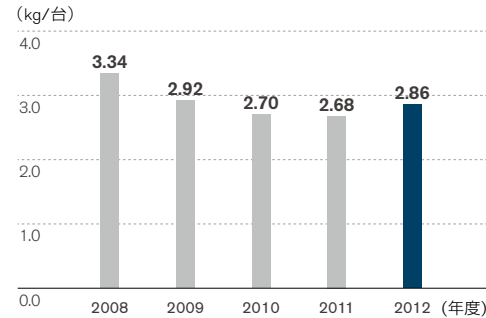
		(年度)				
		2008	2009	2010	2011	2012
	単位					
合計	ton	9,514	8,615	10,130	11,424	12,305
日本	ton	4,607	4,008	4,018	4,399	3,623
北米	ton	2,451	2,264	2,941	3,366	5,194
欧州	ton	2,456	2,343	3,171	3,658	3,488

2012年度は2011年度に比べ、VOCデータ集約の対象生産拠点を増やしたため、VOC総排出量は12,305トンとなり、2011年度比で7.7%の増加となりました。



生産台数当たりのVOC

2012年度の生産1台当たりのVOC排出量は2.86kgとなり、2011年度に比べ6.6%の増加となりました。



(地域別)

	単位	2012 (年度)
日本	kg/台	3.42
北米	kg/台	3.86
欧州	kg/台	5.42



▶ GRI G3 Indicators
▶ EN20

PRTR対象物質排出量・移動量

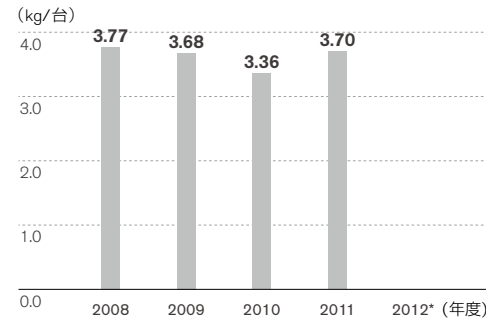
	単位	2008	2009	2010	2011	2012* (年度)
国内拠点合計	ton	3,960	3,773	3,607	4,441	—
追浜工場	ton	1,111	1,263	911	981	—
栃木工場	ton	904	897	829	915	—
日産自動車九州株式会社	ton	1,145	910	1,106	1,390	—
横浜工場	ton	453	429	418	555	—
いわき工場	ton	70	13	58	320	—
日産テクニカルセンター	ton	276	260	284	280	—

* 2012年度の実績については、2013年8月末に公表予定です



▶ GRI G3 Indicators
▶ EN20/EN24

生産台数当たりのPRTR



* 2012年度の実績については、2013年3月末に公表予定です



▶ GRI G3 Indicators
▶ EN20/EN24

企業活動における環境指標 — 廃棄物

廃棄物発生量

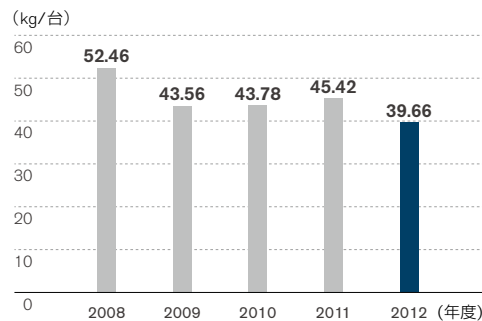
		(年度)				
	単位	2008	2009	2010	2011	2012
合計	ton	149,520	128,664	164,381	193,798	170,910
日本	ton	68,032	62,064	70,136	74,412	67,705
北米	ton	24,957	24,214	31,806	35,780	40,208
欧州	ton	52,176	39,474	59,617	56,996	45,985
その他	ton	4,355	2,912	2,822	26,610	17,012
処理						
廃棄物最終処分量	ton			41,288	40,048	33,479
リサイクル量	ton			123,093	153,750	137,431

 GRI G3 Indicators
EN22

2012年度の廃棄物発生量は171千トンとなり、2011年度に比べ11.8%の削減となりました。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。

生産台数当たりの廃棄物発生量

2012年度の生産1台当たりの廃棄物発生量は39.66kgとなり、2011年度に比べ12.7%の削減となりました。処理方法の改善により、最終処分量は削減に向かっていきます。

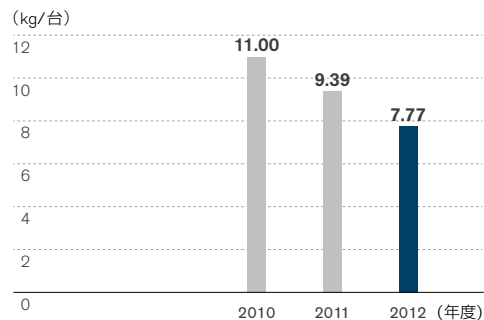


(地域別)

		(年度)	
	単位	2012	
日本	kg/台	63.86	
北米	kg/台	29.91	
欧州	kg/台	71.51	
その他	kg/台	13.48	

 GRI G3 Indicators
EN22

生産台数当たりの廃棄物最終処分量



2012年度の生産1台当たりの廃棄物最終処分量は7.77kgとなり、2011年度に比べ17.3%の削減となりました。生産拠点における削減努力により、廃棄物ゼロとなる生産拠点が増加しつつあります。

 GRI G3 Indicators
EN22

企業活動における環境指標 — 物流

輸送量

		(年度)				
		2008	2009	2010	2011	2012
合計	単位 百万 ton km	26,696	26,336	35,132	37,946	35,747
インバウンド	百万 ton km	5,751	7,556	10,659	11,603	12,156
アウトバウンド	百万 ton km	20,944	18,780	24,473	26,343	23,591
海上	%	76.3	68.0	71.8	70.8	70.7
トラック	%	13.9	21.2	19.6	20.4	20.6
鉄道	%	9.4	10.5	8.2	8.1	8.2
航空	%	0.3	0.3	0.4	0.7	0.5

2012年度は、グローバル生産台数が約1%増加したにもかかわらず、コンテナ充填率の向上、荷姿の改善などの取り組みの成果により、2011年度に比べ輸送量は5.8%の削減となりました。部品などの出荷の際、航空輸送の使用は依然として高い割合ではあるものの、改善を進め、陸上輸送や海上輸送といった通常の輸送手段の使用を増やしつつあります。

 GRI G3 Indicators
EN29

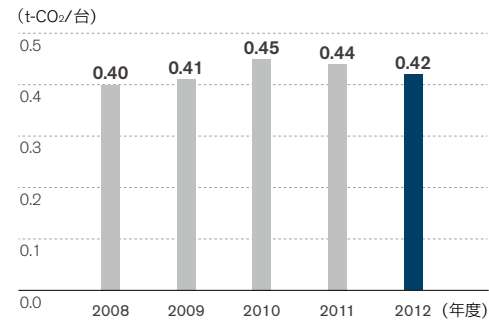
物流からのCO₂排出量

		(年度)				
		2008	2009	2010	2011	2012
合計	単位 t-CO ₂	981,562	1,083,305	1,412,657	1,642,195	1,490,050
インバウンド	t-CO ₂	380,825	501,056	686,412	859,671	821,030
アウトバウンド	t-CO ₂	600,737	582,249	726,246	782,524	669,020
海上	%	30.1	24.0	25.2	23.3	23.9
トラック	%	51.7	58.4	54.7	50.8	55.3
鉄道	%	5.9	5.6	4.5	4.1	4.3
航空	%	12.3	12.0	15.7	21.8	16.4

2012年度は、モーダルシフトの推進、コンテナ充填率の向上、荷姿の改善など活動を着実に進めた成果が実り、物流からのCO₂排出量は2011年度に比べ9.3%の削減となりました。なお、インバウンドには部品調達・KD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。

 GRI G3 Indicators
EN29

物流からのCO₂排出量(1台当たり)



2012年度は、グローバル生産の拡大に伴う輸送量の増加にもかかわらず、効率的な物流を実現することで、輸送台数当たりCO₂発生量は0.42トンとなり、2011年度と比べ削減となりました。

 GRI G3 Indicators
EN29

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	(年度)	
		2011	
カーボンフットプリント(直接)	t-CO ₂	12,542,888	
カーボンフットプリント(間接)	t-CO ₂	15,001,066	
エネルギー	MWh	93,291,958	
再生可能エネルギー	MWh	542,166	
水投入量	m ³	40,502,969	
排水量	m ³	26,351,024	
廃棄物発生量	ton	1,726,859	

2011年度は、各国のサプライヤー1,200社(取引先全体の70%)以上について調査を実施しています。2012年度の実績については、確定次第公表予定です。



▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ EN17

スコープ3の構成比率

項目	構成比率	(年度)	
		2012	
1. 購入した製品・サービス	%	8.7	
2. 資本財	%	0.5	
3. 燃料およびエネルギー関連活動	%	0.2	
4. 輸送、配送(上流)	%	0.9	
5. 事業から出る廃棄物	%	0.1	
6. 出張	%	0.1	
7. 雇用者の通勤	%	0.3	
8. リース資産(上流)	%	0.0	
9. 輸送、配送(下流)	%	0.4	
10. 販売した製品の加工	%	0.0	
11. 販売した製品の使用	%	88.4	
12. 販売した製品の廃棄	%	0.2	
13. リース資産(下流)	%	0.2	
14. フランチャイズ	%	0.0	
15. 投資	%	0.0	
合計	%	100	

2012年度、日産はGHG報告ガイドラインに基づき試算を行い、当社のスコープ3からのCO₂排出量の約90%が製品であるクルマの使用時から発生しているとの結果を得ています。



▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ 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	(年度)			
		2011		2012	
		投資	コスト	投資	コスト
合計	百万円	5,110	158,149	5,520	165,959
事業エリア内コスト	百万円	310	1,660	320	1,632
上・下流コスト	百万円	0	664	—	683
管理活動コスト	百万円	0	2,426	0	2,537
研究・開発コスト	百万円	4,800	153,300	5,200	161,000
社会活動コスト	百万円	0	99	0	106
環境修復コスト	百万円	0	0	0	0

	単位	(年度)	
		2011	2012
合計	百万円	2,581	2,604
費用削減効果	百万円	889	900
収益	百万円	1,692	1,704

環境保全費用は環境省「環境会計ガイドライン」に準じて計算され、国内の活動分のみを示しています。2012年度分は暫定集計値であり、今後変更される可能性があります。



▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ EN30

企業活動における環境指標 — 設備

カーボンクレジット

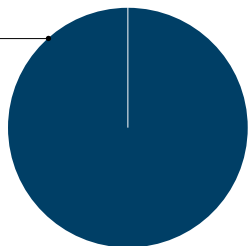
	単位	2008	2009	2010	2011	2012 (年度)
排出枠	t-CO ₂		7,308	7,308	7,308	7,308
クレジット	t-CO ₂		2,681	4,934	4,066	5,261



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。2012年度認証を受けたクレジット量は5,261トンとなりました。

ISO 14001 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、すべての生産工場において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

日産では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排出量などの環境負荷の低い建物や、廃棄物やエミッション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あげるとともに、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 (Comprehensive Assessment System for Built Environment Efficiency)をひとつの指標としています。

既存の建屋では、横浜市の新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。

新本社ビルは、自然エネルギーによるエネルギーと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。



環境法による罰金

報告年度において、法令違反や罰則の適用はありません。



企業活動における環境指標 — 従業員教育とコミュニケーション

従業員の取り組み

日産は、従業員がより積極的に環境について考え、提案できるような仕組みづくりを、少数単位での改善活動であるQC(品質管理)サークル内に設け、発展させてきました。さらに役員が全社活動として統括し、ゼロ・エミッションリーダーシップを戦略のひとつとする日産の中期経営計画「日産パワー88」にこれらの環境改善活動が貢献することを、従業員に伝えています。環境改善に向けた提案は、貢献度合いやその他の基準と照らし合わせ、役員を含めた事務局で評価されます。

重要なステークホルダーであるお客さまと日ごろ直接接している販売会社に向けては、毎年実施している満足度調査を通して、日産の環境活動に対する要望やお客さまからの反響を集約しています。ここで得られる貴重な意見は、日産の各担当部署において対応の検討に生かされ、また検討結果は日産役員と各販売会社の社長で構成される販売会社代表者会議において報告されます。このようなプロセスにより、日産は全販売会社とともにPDCAサイクルを確実に回しています。



▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ MA

従業員の教育

環境活動の基盤となるのは従業員一人ひとりの知識、自覚および力量の向上であるという観点から、日産では環境マネジメントシステムの中で日産従業員および日産の工場内で働く協力企業の従業員に向けて、環境教育を定期的実施しています。教育内容には、中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム」と連動したCO₂排出量の削減、エネルギー使用量の削減、節水、廃棄物削減、有害物質管理を含む環境事故防止などが含まれています。教育内容は年に1度見直され、常に必要な知識を身につけられるように改善される仕組みとなっています。

2011年度に公表した「ニッサン・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」を従業員と共有するために、国内の各日産事業所で「NGP2016」タウンホールミーティングを開催、日産の役員などがスピーカーとして登壇し、理解促進を図りました。

当日の内容は、社内のイントラネット、社内報および社内のケーブルテレビを通じて、国内の連結製造会社を含む全従業員に展開しました。



▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ MA

企業活動における環境指標 — 「ニッサン・グリーンプログラム 2016」KPI

「ニッサン・グリーンプログラム 2016」KPI(企業活動関連)

2016年度までの6カ年中期環境行動計画である「ニッサン・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」の具体的なアクションは以下の通りです。日産では、自社の企業活動による環境への負荷を減らし、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、開発・生産部門、営業・サービス部門をはじめとする企業全体でNGP2016を推進しています。総合評価の欄は2012年度の進捗状況をもとに、目標に対する進捗状況を示しています。年次目標に対する達成度合いを黒いマークで表しています。

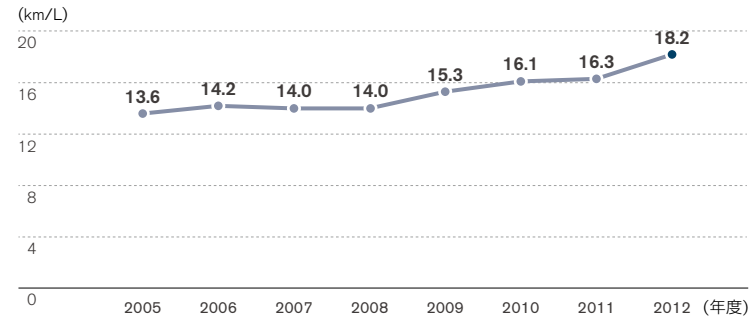
アクションプラン	2012年度未進捗状況	総合評価
企業活動におけるCO ₂ 排出量を20%削減(t-CO ₂ /台、2005年度比)	2005年度比8.3%削減	●●●○○○
全生産拠点でCO ₂ 排出量を27%削減(t-CO ₂ /台、2005年度比)	2005年度比15.2%削減	●●●●○○
部品・完成車物流からのCO ₂ 排出量を最小限にとどめる活動を推進	4隻目となる省工型自動車運搬船「日清丸」を導入するなど取り組みを推進中	●●○○○○
オフィスで毎年1%削減(日本/北米/欧州/中国、原単位)	17.7%増加(2010年度比)	○○○○○○○
販売会社で毎年1%削減(日本、原単位)	1.8%増加(2010年度比)	○○○○○○○
廃棄物の削減		
生産工場において年2%(日本)、および年1%(グローバル)削減	日本生産工場: 10.3%削減、グローバル生産工場: 3.2%削減	●●●●○○
物流においてベストプラクティス活動を通じ廃棄物削減		
全生産拠点で水使用量を管理し、削減を推進	スペイン、エジプト、南アフリカにおいて水使用量の目標値を設定し、取り組みを開始	●●○○○○
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)	▶ 連結製造会社やサプライヤーに向けて「NGP2016」の説明会を実施 ▶ サプライヤーマネジメント項目に環境目標や環境データの報告を加え、上流工程での環境負荷の把握と低減を促進	●●○○○○
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	環境負荷物質に関するグローバル方針をグリーン調達ガイドラインとしてサプライヤーへ展開	●●○○○○
LCA(ライフサイクルアセスメント)を活用した製品環境負荷の低減	製品LCAにおけるCO ₂ 評価を推進中	●●○○○○

製品における環境指標 — 燃費、CO₂

ガソリン乗用車の車両重量別燃費(日本)

	単位	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
乗用車(≦702kg)	km/L 10-15モード								
乗用車(703-827kg)	km/L 10-15モード	19.9	20.6	20.9	20.8	21.7	22.5	25.0	26.2
乗用車(828-1,015kg)	km/L 10-15モード	18.6	18.8	18.6	18.3	19.5	22.5	23.0	23.1
乗用車(1,016-1,265kg)	km/L 10-15モード	17.3	17.6	18.1	18.3	19.5	19.4	19.4	21.8
乗用車(1,266-1,515kg)	km/L 10-15モード	12.8	12.8	13.6	13.3	13.8	14.4	14.4	14.5
乗用車(1,516-1,765kg)	km/L 10-15モード	11.7	11.8	11.6	12.0	12.7	13.1	14.1	15.2
乗用車(1,766-2,015kg)	km/L 10-15モード	8.6	8.7	8.6	9.2	9.2	11.7	11.9	12.5
乗用車(2,016-2,265kg)	km/L 10-15モード	8.3	8.3	8.3	8.4	8.4	9.2	9.4	9.7
乗用車(≧2,266kg)	km/L 10-15モード	5.5	5.5	5.5					

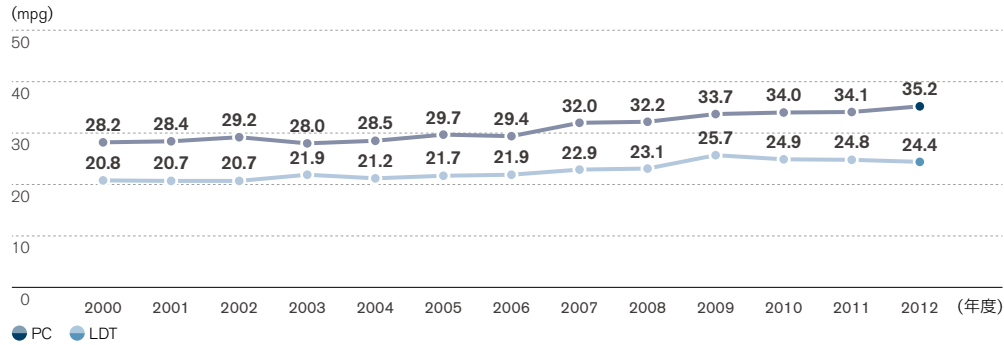
日本における企業平均燃費(CAFE、JC08モード)



2012年度は、ガソリン登録車でクラスナンバーワンの低燃費*を誇る「ノート」、および軽自動車の販売比率増加などにより、当社の企業平均燃費(JC08モード)は18.2km/Lとなり、2011年度に比べ12%向上しました。

* ガソリン車(除くハイブリッド車・軽自動車)で排気量1000cc以上。2012年7月日産調べ

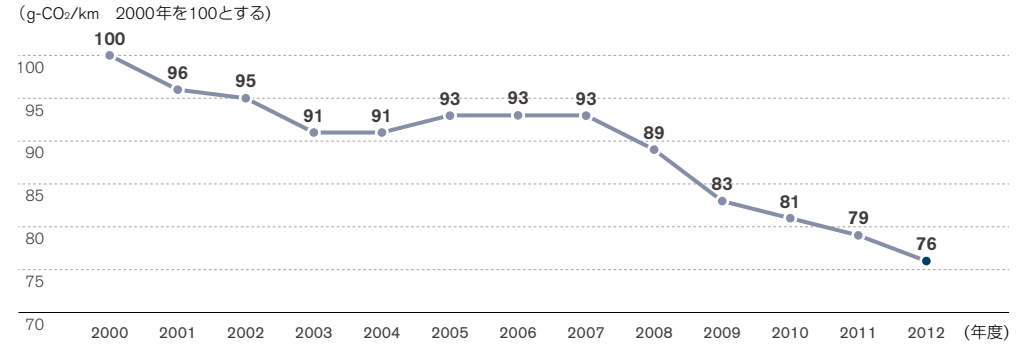
米国における企業平均燃費(CAFE)



2012年度は、次世代エクストロニックCVT(無段変速機)を搭載した「アルティマ」、「ヴァーサセダン(日本名「ラティオ」)」などの販売増加により、北米の企業平均燃費(乗用車)は35.2mpgとなり、2011年度に比べ3%向上しました。

▶ GRI G3 Indicators
▶ EN6/EN26

欧州における車両平均CO₂排出量

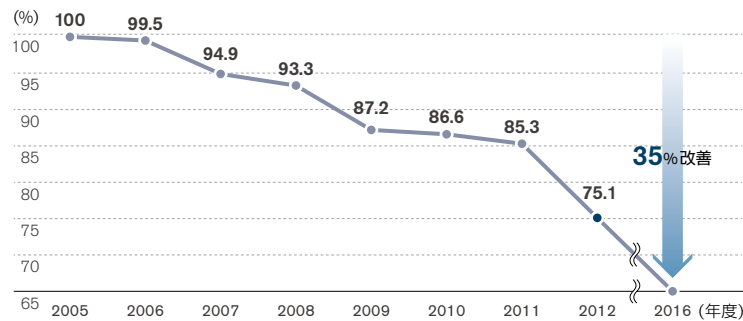


2012年度は、良燃費車両の好調な販売により、2000年度に比べ車両平均CO₂排出量は24%以上削減となりました。

▶ GRI G3 Indicators
▶ EN6/EN26

グローバル企業平均燃費(CAFE)

2012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24.9%改善しました。2016年度に2005年度比35%改善するという「ニッサン・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」の目標に向けて、着実に進捗しています。



▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ EN6/EN26

燃費トップモデル

		(年度)
単位		2012
グローバル	km/L (10-15モード)	ノート1.2L 2WD+スーパーチャージャー、アイドリングストップシステム 28.0
ベストセラーモデル	mpg	ヴァーサセダン(ラディオ/サニー/アルメーラ) 1.6L 2WD +CVT 43.0
日本(軽自動車を除く)	km/L (10-15モード)	ノート1.2L 2WD+スーパーチャージャー、アイドリングストップシステム 28.0
日本(軽自動車を含む)	km/L (10-15モード)	モコ0.66L 2WD、アイドリングストップシステム 29.0
欧州	g-CO ₂ /km	マイクラ1.2L 2WD+ガソリン直噴システム、アイドリングストップシステム 95.0
米国	mpg	セントラ 1.8L 2WD 44.2
中国	L/100km	サニー 1.5L 2WD 5.8

内燃機関車を前提に、各地域それぞれの条件による燃費トップモデルと燃費値は上記の通りです。なお、2012年度にグローバルで30,500台を販売した100%電気自動車「日産リーフ」は、内燃機関車ではないため、上記トップモデルには含まれていません。

▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ EN6/EN26

製品における環境指標 — 技術

技術

	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	%	88.9	3.1			
北米	%	98.7	0.3			
欧州	%	46.7	52.1			
ロシア	%	92.5	7.5	0.05	0.89	0.68
ブラジル	%	81.4	18.6			
中国	%	99.7	0.3			
その他	%	77.2	22.8			

日産のパートレイン別販売比率は上記の通りとなっています。

2012年度は、走行中にCO₂を全く排出しない100%電気自動車「日産リーフ」の販売台数は約30,500台、2010年の発売以降の累計販売台数は58,000台に達しています。「日産リーフ」は世界最大の販売台数を誇る電気自動車となっています。

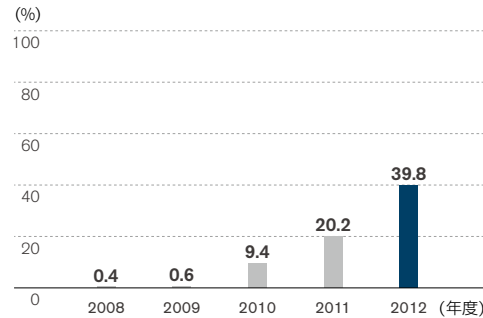
このほかハイブリッド車についても、2012年度に日本で「セレナ S-HYBRID(スマートシンプルハイブリッド)」を発売するなど、投入を進めています。

グリーンプロダクツイノベーション

日産は、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」だけでなく、エンジン搭載車のエネルギー効率を極限にまで高めて燃料消費を減らす技術を継続して開発し、これらの技術を搭載したクルマを市場に投入することでCO₂排出量の削減を図っています。現在各市場で要求されている燃費基準を満足するだけでなく、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たクルマを「PURE DRIVE(ピュアドライブ)」と呼び、グローバルに投入しています。

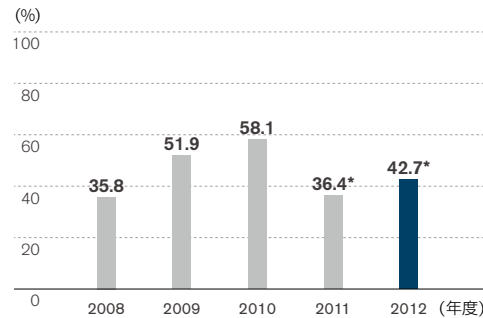


PURE DRIVEの販売台数率(日本)



日本では、2012年度に「PURE DRIVE」の販売台数比率は全体の約40%にまで高まり、2011年度のほぼ2倍となりました。

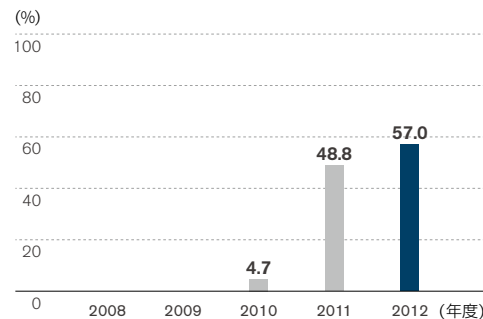
PURE DRIVEの販売台数率(欧州)



欧州では、2011年度にさらに厳しいCO₂排出量基準が設定されたため、欧州市場における「PURE DRIVE」設定モデルが減少し、その結果販売比率が下がっていましたが、2012年度は42.7%となり、2011年度に比べ6.3ポイント向上しました。

*PURE DRIVE台数/総計(インフィニティと電気自動車は除く)

PURE DRIVEの販売台数率(中国)



2012年度は、中国で発売した半数以上のモデルが「PURE DRIVE」となったことにより、販売比率は57.0%となり、2011年度から8.2%ポイント以上向上しました。

国/地域	2008	2009	2010	2011	2012	2012年度PURE DRIVEのラインナップ
日本						シーマ、フーガ、ラティオ、キューブ、ノート、マーチ、エクストレイル、セレナ、ラフェスタハイウェイスター、NV350キャラバン、NT450アトラス、モコ、ルークス
米国						キューブ、セントラ、アルティマセダン、ジューク、ヴァーサセダン
欧州						NV200、ジューク、マイクラ、キャシュカイ、ノート、ピクソ、インフィニティQ50
中国						サニー、ティーダ、シルフィ、ティアナ、リヴィナ
アジア・大洋州の一部地域						マーチ、ラティオ、ノート、シルフィ、ティーダ、セレナ
メキシコ・中南米の一部地域						マーチ、キューブ、ジューク、キャシュカイ、セントラ、シルフィ、ティアナ、ヴァーサ、ノート、ティーダセダン



▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ EN6/EN26

製品開発における方針

日産が目指す姿は、「シンシア・エコイノベーター(Sincere Eco-Innovator)」です。「シンシア(誠実な)」は、環境問題に対し積極的に取り組み、リアルワールドでの環境負荷を低減する姿勢を、また「エコイノベーター」は、持続可能なモビリティ社会の発展のためにお客さまに革新的な商品、技術、サービスを最適な価値をもって提供したいと考える、私たちの意思を表しています。

目標達成に向けた取り組みのひとつとして、従来の経営指標である品質(Quality)、コスト(Cost)、納期(Time)にCO₂を加えたグローバルCO₂マネジメントウェイ「QCT-C」を導入しました。QCT-Cを活用して、全企業活動にCO₂排出量の削減目標を掲げています。

「シンシア・エコイノベーター」の第一歩として、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」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。



▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ MA

製品における環境指標 — 排出ガス、騒音、化学物質

		(年度)	
		単位	2012
日本	SU-LEV	%	98
欧州	Euro 5	%	100
米国	U-LEV/SU-LEV/ZEV	%	83
中国	Euro 4	%	100

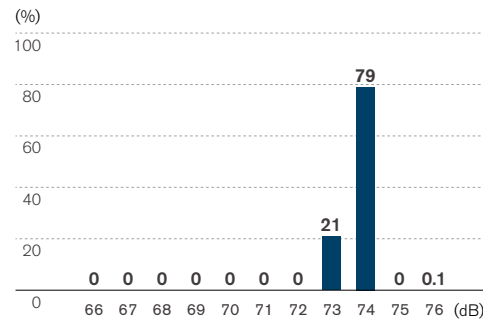
日産は、走行中に排出ガスを全く排出しないゼロ・エミッション車である電気自動車の開発・普及を進めるだけでなく、すべての内燃機関車の排出ガスのクリーン化を継続して推進しています。現在の法規制への適合はもちろん、先進規制への適応も進めています。各国の排出ガス規制を比較することは困難であるため、地域別規制への対応状況を記載しています。なお、中国は一部の地域においてEuro5(国5)規制が適用されており、日産車は100%対応しています。



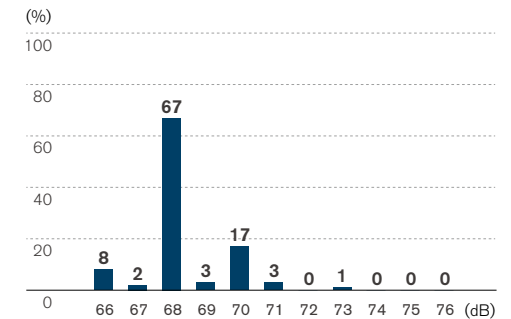
▶▶ GRI G3 Indicators
▶▶ EN26

騒音の分布

日本



欧州

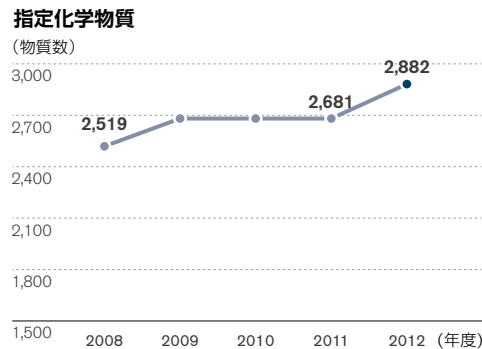
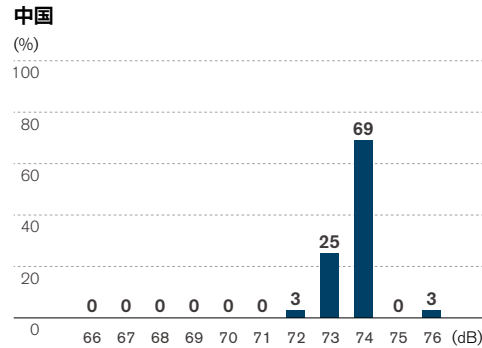


騒音分布は、各国の騒音測定法規に従って測定された車両加速時の騒音に基づいて算出しています。なお、欧州および中国は両国へ輸入された完成車のみを記載しています。

▶ GRI G3 Indicators
▶ EN26

化学物質の管理

日産は環境負荷物質削減に関するグローバルに統一した方針を2007年に制定し、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。ここでは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とのコミュニケーションで危険性の指摘を受けたものなどを自主的に取り上げ、各国の法規を超える領域まで使用を制限しています。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。2012年度はこの技術標準規格が改訂され、欧州のREACH規制で高懸念物質（SVHC）として追加された物質ならびに、各国の自動車の完成車メーカー、部品サプライヤー、材料メーカーで組織から発行された化学物質リストであるGlobal Automotive Declarable Substance List（GADSL）に新たに追加された禁止/管理物質を反映させました。

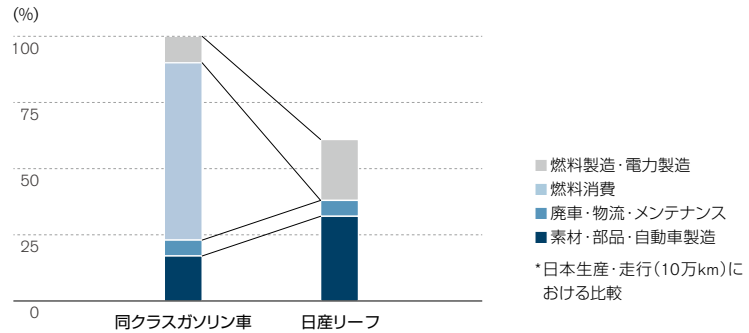


▶ GRI G3 Indicators
▶ EN26

製品における環境指標 — ライフサイクルアセスメント(LCAs)

LCA手法を活用した環境負荷の低減

ライフサイクルにおけるCO₂排出量比較*



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」は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、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。

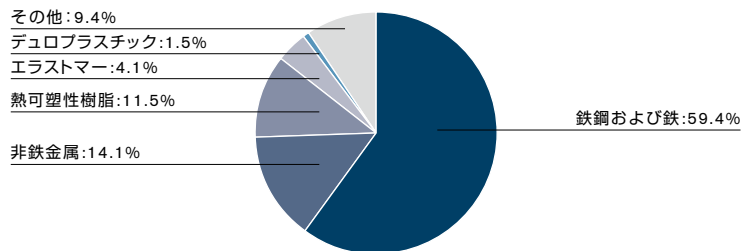
今後も新技術による環境負荷削減や製造工程の効率化などを進め、新車のライフサイクルにおけるさらなるCO₂排出量削減を目指します。

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年度までにクルマ1台当たりにおけ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。

日産車に使用した材料の比率はグラフの通りです(2011年度)。



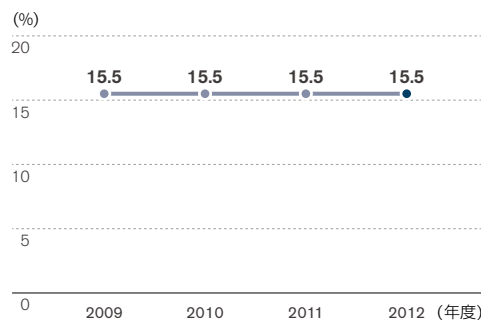
リサイクル

限りある貴重な資源を有益に使用するために、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。

日産は、2002年3月に発売した「マーチ」において、世界で初めてリサイクル可能率95%を達成しています。これは、設計段階からリサイクルに適した材料の採用、解体しやすい車両の構造の開発に力を注いだ結果です。また、欧州・日本・韓国などの各国の使用済み自動車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。

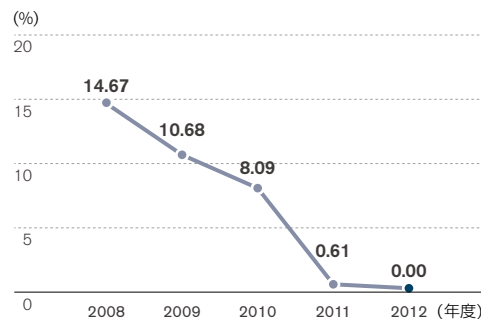
また再生可能な資源の採用に加え、クルマの生産過程で投入する資源の削減や、再生材の採用を促進しています。特に再生材については「一度採掘した天然資源を品質を維持しながら活用し続けることで、環境負荷を最小にする」という考えのもと、2016年度までにクルマ1台当たりにおける再生材の使用率を25%にまで引き上げることを目標にしています。

クルマでの再生樹脂の利用



日産車1台に使用する樹脂のうち再生樹脂の割合はグラフの通りです。これは欧州における日産の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、使用済み自動車より鉄類、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、2012年度に0.0%を達成しました。



製品における環境指標 — 「日産・グリーンプログラム 2016」KPI

「日産・グリーンプログラム 2016」KPI (製品)

「日産・グリーンプログラム 2016(NGP2016)」の具体的なアクションプランは以下の通りです。日産では、自社の企業活動による環境への負荷を減らし、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、開発・生産部門、営業・サービス部門をはじめとする企業全体でNGP2016を推進していきます。総合評価の欄は2012年度の進捗状況をもとに、目標に対する進捗状況を示しています。年次目標に対する達成度合いを黒いマークで表しています。

アクションプラン	2012年度未進捗状況	総合評価
ルノーとのアライアンスのもと累計150万台の電気自動車(EV)を販売	「日産リーフ」グローバル販売台数30,500台、2012年12月発売以降のグローバル累計販売台数58,000台	●●○○○○
「日産リーフ」を含むEV4車種を発売	「e-NV200」を活用した実証運行を推進	●●○○○○
量産燃料電池車(FCEV)の投入を準備	ルノー・日産アライアンスのもと、タイムラー、フォードとFCEV技術の商品化を加速させるための合意書に調印	●●○○○○
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	北米日産および英国日産でバッテリーの生産を開始	●●○○○○
EVおよびその派生技術を活用して、パートナーとともにゼロ・エミッション社会を具現化 <ul style="list-style-type: none"> EV充放電制御技術と情報ネットワークの開発 スマートハウス・コミュニティ・グリッドの実証実験の実施(横浜市より開始) 	電力供給システム“LEAF to Home”を市場に投入 公共施設や、個人住宅、分譲マンションなどに“LEAF to Home”の導入を推進	●●○○○○
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を開始(4Rビジネス)	個人住宅や集合住宅などで、定置型バッテリーとしてEV用バッテリーの活用を推進	●●○○○○
企業平均燃費*を35%改善(日本/米国/欧州/中国、2005年度比) *Corporate average fuel economy; meet or exceed regulatory requirements	2005年度比24.9%改善	●●○○○○
幅広いクラスで燃費トップとなるモデルを投入	以下モデルでクラストップ燃費を達成 <ul style="list-style-type: none"> 日本:「ノート」「ラティオ」 北米:「アルティマ」 中国:「シルフィ」 	●●○○○○
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	「シーマ」にHEVを投入(日本) 「セレナ S-HYBRID」を発売(日本)	●●○○○○
プラグインハイブリッド車(P-HEV)を投入	開発を推進中	●●○○○○
次世代無段変速機(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	CVT搭載車グローバル販売台数228万台、1992年からの累計販売台数1,336万台を達成	●●○○○○
構造合理化・新材料・工法による軽量化技術開発	1.2GPa級高成形性超ハイテン材を「インフィニティ Q50」に採用し、約40kgの軽量化を実現	●●○○○○
ITS技術による使用時のCO ₂ 削減への貢献	北京市交通委員会と動的経路誘導の交通分散効果に関する有効性を確認	●●○○○○
北京市と連携し、交通渋滞改善およびエコ運転支援の実証プログラムを実施		●●○○○○
クルマ1台当たりの再生材使用率を25%に向上	取り組みを推進中	●●○○○○
ビジネスパートナーと連携し、クロスド・ルーブリサイクルの仕組みを拡大 <ul style="list-style-type: none"> クルマの生産において発生するスクラップの回収、再生 使用済み製品の回収、再生 	生産時発生する鋼板やアルミ板のスクラップを再度鋼板やアルミ板へと再生する取り組みを推進中	●●○○○○
リサイクル実効率の向上 <ul style="list-style-type: none"> トップレベルのリサイクル実効率を達成(日本) 使用済み自動車の適正処理と再資源化を推進(グローバル) 	リサイクル実効率 <ul style="list-style-type: none"> 日本:99.3% グローバル:取り組みを推進中 	●●○○○○
希少資源の削減	レアメタル、レアアースの使用量を削減 金属の使用量を低減しつつ、各国・各地域の都市大気環境改善に資する低排出ガス車を導入	●●○○○○
	レアアースのひとつであるジスプロシウムを従来比40%削減したEV用モーターを「日産リーフ」に採用	●●○○○○

保証および外部評価

第三者保証



独立した第三者保証報告書

2013年6月5日

日産自動車株式会社
代表取締役 志賀 俊之 殿

株式会社あらたサステナビリティ認証機構

東京都中央区銀座八丁目21番1号
住友不動産汐留南館5ビル
代表取締役社長 **三橋 俊隆**

1. 保証の対象と目的

株式会社あらたサステナビリティ認証機構(以下、「当社」という。))は、日産自動車株式会社(以下、「会社」という。))からの依頼に基づき、会社が作成した「サステナビリティレポート2013」(以下、「レポート」という。))について限定的保証業務を行った。

会社の方針及び基準に従ったレポートの作成責任は会社であり、当社の責任は、会社の方針及び基準を規程として、レポートに記載されている特定の環境パフォーマンス情報(日本、北米、欧州の連結生産拠点のCO2排出量(scope1)の合計ならびに日本、米連、欧州の連結会社の従業員(就業人員)の通勤に係るCO2排出量(scope2)の合計)の以下の点に対して独立の立場から結論を表明することにある。

- ・ レポートに記載されている2012年4月1日から2013年3月31日までの特定の環境パフォーマンス情報(日本、北米、欧州の連結生産拠点のCO2排出量(scope1)の合計ならびに日本、米連、欧州の連結会社の従業員(就業人員)の通勤に係るCO2排出量(scope2)の合計)が、会社の方針及び基準に従って、重要な点において収集、報告されていないと認められる事項がないかどうか。

なお、環境パフォーマンス情報の正確性及び網羅性には、その性質、データの測定、計算及び見積りの方法に起因する固有の限界が存在する。そのため、我々の保証報告書は、環境パフォーマンス情報の報告に関する会社の方針及び基準との関連で解釈されることを前提としている。

2. 実施した保証手続の概要

当社は、「過去財務情報の監査又はレビュー以外の保証業務(ISAE3000)」（2003年12月改訂 国際会計士連盟）に準拠して限定的保証手続を行った。

限定的保証手続は、ISAE3000に準拠して実施される合理的保証手続と比べて限定された手続である。従って、結論の表明の基礎となる証拠を入手するための手続は、その性質、時期、範囲において、合理的保証手続よりも限定されている。このため、当社が行った限定的保証業務は、合理的保証業務ほどには高い水準の保証を与えるものではない。また、本業務は一般に公正妥当と認められる監査基準に準拠した監査ではなく、従って監査意見を表明するものではない。

限定的保証において行った手続の概要は以下のとおりである。

- ・ 会社の全体的状況及び環境マネジメント(内部統制を含む)に関する本社における資料の閲覧、質問
- ・ レポートに記載されている保証対象に関する、会社の方針及び基準の設定と運用の状況に関する本社及び工場における質問
- ・ 保証対象を測定、集計、報告する方法に関する本社及び工場における資料の閲覧、質問
- ・ 保証対象に対する本社及び工場における分析的手続の原則実施及び一部保証対象に対する根拠資料との照合

選定した住居サイト:

サイト名		主な機能
日産自動車株式会社	グローバル本社	本社機能
同	NTC(日産テクニカルセンター)	本社機能
同	横浜工場	製造機能
同	追浜工場	製造機能
北米日産会社	スマーナ工場	製造機能

なお、保証の対象とし、手続を実施した環境パフォーマンス情報(日本、北米、欧州の連結生産拠点のCO2排出量(scope1)の合計ならびに日本、米連、欧州の連結会社の従業員(就業人員)の通勤に係るCO2排出量(scope2)の合計)については、レポートの該当箇所(ネットワーク)が付され、保証の対象であることが注記されている。

3. 結論

当社の結論は、以下のとおりである。

- ・ レポートに記載されている2012年4月1日から2013年3月31日までの特定の環境パフォーマンス情報(日本、北米、欧州の連結生産拠点のCO2排出量(scope1)の合計ならびに日本、米連、欧州の連結会社の従業員(就業人員)の通勤に係るCO2排出量(scope2)の合計)が、会社の方針及び基準に従って収集、報告されていないと認められる重要な事項は、当社が実施した手続の範囲では発見されなかった。

以上

日産自動車株式会社の「CSRに関するウェブサイト」(以下、「同ウェブサイト」という。))の保守及び内容保持の責任は経営者にある。当社の保証報告書は同ウェブサイトの保守及び内容保持について考慮しておらず、同ウェブサイトにおける「サステナビリティレポート2013」の本保証報告書発行時からの変更については当社は責任を負わない。

【註】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、各生産拠点にて調査、決定した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わる年間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。

レーティング

社会的責任投資(SRI)への組み入れ

財務面だけでなく、環境や社会性の観点から企業を評価し、投資対象を選ぶSRI (Socially Responsible Investment)が注目されています。日産は、FTSE4Good、DJSIアジアパシフィック、および「CDPジャパン500気候変動レポート2012」においてカーボン・ディスクロージャー・リーダーシップ・インデックス(CDLI)に組み入れられています。

2013年1月、日本経済新聞社が実施した第16回「企業の環境経営度調査」の企業ランキングで、日産は自動車企業ではトップに、総合では2位にランクインしました。

FTSE4Good
FTSE4Good インデックスシリーズ

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)

CARBON DISCLOSURE PROJECT

カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト
「CDPジャパン500気候変動レポート」
カーボン・ディスクロージャー・リーダーシップ・インデックス(CDLI)

日経環境経営度調査

総合で2位、自動車業界で1位

GRIインデックス(環境指標のみ)

項目	指標	掲載ページ
EN1	使用原材料の重量または量。	124, 141
EN2	リサイクル由来の使用原材料の割合。	124, 141
EN3	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量。	124, 125
EN4	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量。	124, 125
EN5	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量。	29, 30, 124
EN6	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための率先取り組みおよび、これらの率先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量。	29, 30, 125, 135-139
EN7	間接的エネルギーの消費量削減のための率先取り組みと達成された削減量。	29, 30
EN8	水源からの総取水量。	35, 36, 124, 127, 128
EN9	取水によって著しい影響を受ける水源。	35
EN10	水のリサイクルおよび再利用が総利用水量に占める割合。	127
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土地の所在地および面積。	-
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。	40, 41
EN13	保護または復元されている生息地。	-
EN14	生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置および今後の計画。	40, 41
EN15	事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息する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。	-
EN16	重量で表記する、直接および間接的な温室効果ガスの総排出量。	29, 30, 124-126
EN17	重量で表記する、その他関連のある間接的な温室効果ガス排出量。	125, 126, 132
EN18	温室効果ガス排出量削減のための率先取り組みと達成された削減量。	125, 126, 133
EN19	重量で表記する、オゾン層破壊物質の排出量。	-
EN20	種類別および重量で表記するNO _x 、SO _x およびその他の著しい影響を及ぼす排気物質。	124, 128, 129
EN21	水質および放出先ごとの総排水量。	43, 124, 127
EN22	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量。	35, 124, 130, 141
EN23	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量。	133
EN24	バーゼル条約付属文書I、II、IIIおよびVII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。	129
EN25	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を特定する。	133
EN26	製品およびサービスの環境影響を緩和する率先取り組みと、影響削減の程度。	20-28, 135-140
EN27	カテゴリー別の、再生利用される販売製品およびその梱包剤の割合。	33, 34, 141
EN28	環境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。	133
EN29	組織の業務に使用される製品、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。	31, 32, 131
EN30	種類別の環境保護目的の総支出および投資。	132

第三者意見



サステナビリティ日本フォーラム
代表理事

後藤 敏彦氏

「人々の生活を豊かに」という日産の企業ビジョンは素晴らしい理念ですが、先行き人口90億人時代を見据えると、資源制約の問題などが必ず立ちふさがると思われます。そのためには「循環型システムの構築」と、物質だけではない「心の豊かさ」に貢献するサービス提供が事業存続にとって必須になると考えます。CEOメッセージでも強調されていますので安心してはいますが、今後の課題について中長期にわたりさらなる強化を期待したい。

アライアンスの取り組みが実を結びつつあるのは、今後の技術開発に巨額の資金を要することを考えると、ビジョン・ミッションの実現可能性を増すものと評価できます。スコアカードと「ニッサン・グリーンプログラム 2016」進捗一覧も、目標設定がきちんとなされ進捗が可視化されているという点で評価されます。

環境への取り組みは、グループ全体としては素晴らしいの一語に尽きます。ただ、環境パートでも、サプライチェーンと販売店の環境への取り組みはトピックスや調達基準だけではなく、全体としての方針や目的など、もう少し詳細情報があると良いと思います。

安全への取り組みを、1万台当たり死亡・重傷者数で可視化して示されているのは業界では自明のことでも分かりやすく評価できます。さまざまな安全技術の開発も素晴らしいですが、ガラパゴス化しないか、高齢化社会で使いこなせるのか、少し懸念があります。世界中が日本に続いて高齢化しますので、オートマチック化は競争力の強化につながると思います。

また、実施されているのですが、安全技術の使い勝手の説明は「セールス・サービス品質」の向上の重要項目のひとつのように思います。

バリューチェーン課題は今、最もホットな課題です。国際NGOは社会正義の実現に向け、バリューチェーンの頂点に位置する企業に、追及のターゲットを絞ってきております。1次だけでなく、2次、3次どころか、資源の掘削・採取に至るすべてのサプライヤーでの行動を頂点企業にぶつけてきています。ISO26000の世界は極論すると、バリューチェーンと、人権・倫理の取り組み強化です。こうしたことからステークホルダー・エンゲージメント(SE)とサプライチェーンに対するデュー・ディリジェンス(DD)プロセスが極めて重要になってきています。

単に調達基準を説明し配布しただけではDDを果たしているとは見なされませんし、リスク・マネジメントとしても不十分です。前年より進展していることは読み取れますが、世界の動きは速いので、サプライヤーに濃淡をつけて、もう少し加速される必要があるように感じました。

報告書では「人権」という言葉が少ないことと、社会貢献を除きSEが必ずしもよく見えません。SEは8つの「サステナビリティ戦略」のすべてにかかわりますので、表現を工夫され、各パートで少しでも記述されることをお勧めします。ここで強調したいのは、これらの取り組みを「守りのCSR」としてではなく、ビジネス・オポチュニティにつなげる「攻めのCSR」として実行されることを期待したいことです。

ダイバーシティについては先進企業として数々の表彰を受けられ、高く評価されます。時間がかかることを戦略的に進められており、高く評価するとともに、常にフロントランナーであり続けられることを期待します。

報告書に関して、最初の方で記述された「使い方」、「カテゴリータブ」は分かりやすく大変良いです。

最後に、日産自動車のホームページでのCSRは4層目にありますが、日産のグローバルサイトのように1層目での頭出しまではいなくても、もう1段上の方にされるべきと考えます。