



サステナビリティレポート 2011

Sustainability Report 2011

Sustainability Report 2011

NISSAN



1	はじめに
2	CEOインタビュー 自動車史の新たな幕開けへ
5	日産のCSR
11	ルノーと日産のアライアンス(提携)
日産のCSR 重点8分野	
13	環境 —人とクルマと自然の共生を目指して
41	安全 —交通事故のないクルマ社会へ
53	品質 —お客さまとかわるすべての品質を向上
63	経済的貢献 —自らの成長によって社会の経済発展に貢献
66	社員 —社員一人ひとりの個性を伸ばす
76	バリューチェーン —すべてのバリューチェーンでCSR活動を推進
80	社会貢献 —グローバル社会の一員として
87	コーポレートガバナンス・内部統制 —高い透明性を確保し、信頼され続ける企業に
95	CSRデータ集
96	日産CSR スコアカード
101	2010年度 決算概況
102	パフォーマンスデータ
103	環境データ/人事データ(2010年度)
104	事業等のリスク
106	第三者意見書

はじめに

「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発展に貢献することを目指しています。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CSR*の取り組みの一例と言えます。

こうした活動をより多くの皆さまにご理解いただくため、日産ではCSRにかかわる考え方や取り組みを「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、今後もさらなる社会の発展に寄与したいと考えています。

なお、環境配慮の観点から冊子版は2006年版をもって廃止し、インターネット上で電子データ(PDFファイル)をダウンロードする公開方法に変更しています。

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

日産自動車 グループ概要

設立 : 1933年12月26日

連結売上高(2010年度) : 8兆7,731億円

日産グループ従業員数(2011年3月末現在) :
155,099人

構成・事業内容 :

日産グループは、日産自動車株式会社とその子会社、関連会社等で構成されています。「自動車」「フォークリフト」「マリーン」およびそれぞれの「部品」の製造・販売を主な事業内容としており、さらに同事業に関連する「物流」「金融」をはじめとした各種サービス活動を展開しています。

ビジョン :

日産 : 人々の生活を豊かに

ミッション :

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。

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

関連ウェブサイトのご紹介

企業情報

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

環境への取り組み

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

IR情報

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

商品情報(国別)

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

商品情報(日本)

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

社会貢献活動

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

CSRへの取り組み

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

品質への取り組み

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

安全への取り組み

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

最新の技術

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

デザインへの取り組み

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

企業情報ライブラリー

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

CEOインタビュー

自動車史の新たな幕開けへ

2008年の世界的な金融危機から約3年――

日産は厳しい経営環境から見事に立ち直り、世界初となる手ごろな価格の量販型100%電気自動車「日産リーフ」を皮切りに、将来のゼロ・エミッションモビリティに向けて大胆なかじ取りを行っています。しかしながら、3月11日に東日本を直撃した大震災の影響により、新たな危機に直面しています。今回の危機はこれまでと異なる複数の課題をもたらすだけでなく、会社全体を見直す機会となりました。そうした中、日産自動車社長兼CEOのカルロス ゴーンが、自社のCSRの取り組みや、会社の将来像と世界のモビリティのあり方について語りました。聞き手はCSRの専門家であるピーター D. ピーダーセン氏です。



日産自動車株式会社 社長兼最高経営責任者(CEO) カルロス ゴーン

ピーター D. ピーダーセン：3月11日の東日本大震災は、日本経済と経営環境を激変させました。危機に直面する中、企業の社会的責任はますます重要性を増している、または新たな意味を持つようになってきていると思いますが、ゴーン社長はどのようにお感じになっていますか？

カルロス ゴーン：大きな災害の時に限らず、世の中のリスク環境は刻一刻と変化しています。リスクが常に変化する中、どの企業であれその歴史の長さを問わず、常に同じ状態で存続することはできません。柔軟かつ効果的にリスクに対応することは、長期的な成功の鍵です。

当社はこれまで、危機対応を中心としたリスク管理を、企業の社会的責任を全うする重要な要素として位置づけてきました。CSRの役割は、今回の東日本大震災のような大規模災害によって変化するわけではありません。しかしながら、危機下ではその役割がより際立つこととなります。

ピーダーセン：最近、日産はCSRマネジメント組織を見直し、CSR部が直接CEOにレポートする体制に変更しました。なぜ今、体制を変えたのでしょうか？ 経営環境の変化を受けて見直しを迫られたのでしょうか？

ゴーン：今回の見直しは自然な流れですが、近年の2つの危機によって加速したことは確かです。1つ目は2008年の世界的な金融危機、そして2つ目は2011年の東日本大震災です。これほど大きな出来事が起こると、これまで常識とされてきた価値観がにわかに問い直され、人々は従来の企業の価値というものをあらためて考えるようになります。社内外の人々が、会社の本来の目的を問い直しています。「会社の存在意義とは何か？」「事業を行う目的は何か？」「どのような価値を最も重視しているか？」を見つめ直しているのです。

CSR部がCEOに直接レポートすることによって、日産はCSRを経営の意識の中心に位置づけているということを社内外に示しています。当社が行うあらゆる活動、それは技術開発に限らず地域社会への支援を含め、すべてに社会的意義があります。また、単に実行するだけでは十分ではありません。会社の取り組みを世の中に伝え、その重要性和目的を理解してもらうことで、それらの活動は意味を持つようになります。



株式会社イースクエア
代表取締役社長

ピーター D. ピーダーセン 氏

CSR分野におけるグローバルでの知見、企業のビジョンを引き出すファシリテーション能力を生かし、グローバル企業に対し戦略的コンサルティングを行う。ステークホルダーダイアログにおけるファシリテーターとしての実績も多い。



私はCSR部の日常的な業務まで管理するわけではありませんが、日産のCSRの重点課題、リソース配分、そしてその取り組み内容を注視しています。また、CSR部とCEOの間に直接レポートラインを設けることで、意思決定と実行の迅速化を図ります。一度方針が決まれば、その後の不要な議論や調整を経ず、速やかに実行に移します。

だからこそ、CSR部の社内の位置づけを見直し、優先順位を明確化することが重要です。当社の進めるあらゆる取り組みは、CSRの面ですべて意味があります。体制を見直すことで、CSR部は新たな重点課題・活動を経営層に直接提案することができます。

ピーダーセン：つまり、日産はCSRの分野でリーダーを目指すということでしょうか？

ゴーン：CSRの分野のリーダーであるとか、革新しているかということは、自ら主張することではありません。日産が進んでいるか、平均を下回るかを判断するのは、社外の方々です。まずは、当社の考える社会のニーズを特定して、できることから始めています。その結果、CSRのリーダーになれば嬉しいですが、CSRは競争ではありません。

とはいえ、日産はCSRの一環である環境分野でリーダーとなるべく、力を尽くしています。日産は、ゼロ・エミッションモビリティと、すべての人々に持続可能なモビリティを提供するというゴールに向けて歩を進めています。

日産はビジネスを担う事業体です。当社は会社を発展させるべく、社会が求めるもの、そして、意識されていない隠れたニーズにもお応えするべく、商品・技術開発を進めています。ゼロ・エミッションモビリティのニーズはいずれ高まると信じています。すでにその兆候が出ていることは明らかです。お客さまは「電気自動車がほしい」とは言っていませんが、「従来とは違ったものがほしい」「環境に配慮したものがほしい」と訴えています。すでにゼロ・エミッションモビリティのニーズは存在しており、これは社会に役立つニーズでもあります。環境に配慮した商品は、お客さまが求め、社会全体にも貢献するため、日産のためにもなります。当社は価格が手ごろで、量販可能なゼロ・エミッションモビリティを実現するべく、技術開発に取り組んでいます。

ピーダーセン：ゼロ・エミッションモビリティは「日産リーフ」ですすでに実現しています。「日産リーフ」を単なるニッチ市場向けのエコカーとしてではなく、世界戦略車として進めているのにはワクワクします。

ゴーン：「日産リーフ」は当社のフラッグシップ・エコカーです。まさに、既存の概念を変える画期的なクルマです。無論、「日産リーフ」の取り組みは、純粋な社会志向で進めてきたわけではありません。事業を続けるためには、投資に対するリターンを確保する必要があります。一方で、当社は「日産リーフ」の技術を訴求することで、社会に貢献できることも理解しています。ある意味、「日産リーフ」は最適なバランスを備えているのです。「日産リーフ」は、お客さまに求められると同時に、地球環境にもメリットをもたらす商品です。

もちろん、「日産リーフ」の発売で直ちに世界が変わるわけではありません。しかしながら、5年、10年先の自動車市場では量販型の電気自動車が普及していることでしょう。それが実現して初めて、自動車史の新たな幕開けとなるのです。



ピーダーセン： 現在、日本、米国、欧州で「日産リーフ」を販売していますが、日産は先進国にのみ目を向けているわけではないと聞いています。「自動車史の新たな幕開け」はもっとグローバルなものでしょうか？

ゴーン： 「モビリティ・フォー・オール(すべての人々のためにモビリティを)」は、持続可能性に向けた取り組みと当社のCSR活動の一環です。世界中の成長市場の人々が豊かになるにつれ、クルマならではの自由なモビリティの需要が高まっています。日産には、手ごろな価格のクルマと、世界中の重要セグメントで日産の成長を担う「グローバル・グロウス・モデル」というラインアップがあり、お客さまのニーズにお応えする態勢が整っています。

これらすべてのクルマが化石燃料に頼るとなると、いくつかの懸念が浮上します。例えば「石油資源は足りるのか?」「原油価格はどうなるのか?」「クルマの増加によって排出ガスはどうなるのか?」という問題です。しかし、ニッチ商品ではない、量販ゼロ・エミッション車の存在は、持続可能性の考え方に新たな息吹を吹き込みます。

「日産リーフ」をはじめとするゼロ・エミッション車ラインアップと、燃費に磨きをかけた「ピュア・ドライブ」の内燃機関で、当社はお客さまに幅広い選択肢を提供していきます。日産は世界中のお客さまに、低排出あるいはゼロ・エミッションのモビリティを身近なものとしてご提案していきます。当社は、今後想定される生態系の危機を防ぐ解決策への道筋を示しているのです。

ピーダーセン： 危機、特に東日本大震災を受けて、日産はゼロ・エミッションのインフラ整備にさらに力を入れている、あるいは、被災地の復興に向けて新たなモビリティの形を推進していますか？

ゴーン： 国内の特定地域で何か特別な取り組みをする、ということはありませんが、どのような危機であれ、何らかの変革を伴います。今回の大地震、大津波、そして原発事故も例外ではありません。どのような変革につながるか、どの程度の影響を日本に及ぼすのかを判断するのは時期尚早ですが、すでに興味深い兆候がいくつか現れています。

被災地の自治体からは、電気自動車の提供を要望されました。理由は燃料不足です。65台の「日産リーフ」を提供したところ、大変喜んでいただきました。

日本でエネルギー政策の転換が起こることは明らかです。原子力発電と電気自動車についても動きがあるでしょう。多くの変化が起こりつつあります。今回の危機で、人々は日本社会とエネルギー・システムを変革する必要性に目覚めました。そして、変革の方向性は、日本社会が東日本大震災で学んだ教訓を咀嚼(そしゃく)し身につけるに従って、明らかになっていくでしょう。

大震災への対応で、日本はその強さを世界に見せつけています。日産もまた、最も被害の大きかったいわき工場を含め、すべての国内工場の生産再開にこぎつけました。危機を乗り越え、社員の雇用を守り、人々が日本の復興に向けて経済に貢献できる環境を整えることは、社会的責任を果たすひとつの方法です。

私が日産に着任した1999年に会社が直面していた危機は社内的なものでした。社内の問題を解決し、整理することが課題でした。この10年間で日産は力をつけ、近年の金融危機や2011年の大震災を乗り越えられる強さを身につけました。

しかしながら、周りの社会が強くなければ、会社も強くなれません。だからこそ、今回の被災地支援のように、企業がイニシアチブをとって地域の元気を取り戻すことが求められていると認識しています。日産は、人々と、われわれを取り巻く社会を支えています。これが日産のCSRの取り組みです。

日産のCSR

日産は「人々の生活を豊かに」することをビジョンに掲げ、製品・サービスの提供を通じた価値の創造はもとより、グローバルなあらゆる事業活動を通じて、社会の持続的な発展に貢献していくことを目指しています。そのために、世界中の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。

日産の考えるCSRとは

私たちが目指すのは、日産の持続的な利益ある成長と社会の持続的な発展です。この2つの方向性を一致させるには、CSRの概念を経営に取り込むことが重要になります。そして、CSRの推進を強化することは、お客さまやビジネスパートナーなどさまざまなステークホルダーとの信頼関係の構築につながると考えています。

CSRに根ざした経営を目指すうえで、日産は3つのバランスを重視しています。ひとつは「短期視点と長期視点のバランス」です。ビジネスにはさまざまな課題がありますが、常に短期的・長期的視点の両方から経営判断を行う必要があります。2つ目は「企業の成長と社会の発展のバランス」です。自社の利益のみを追い求めるのではなく、社会からの声に耳を傾け、ともに持続的な発展を目指すという考え方です。3つ目は「企業が提供する価値のステークホルダー間のバランス」です。特定のステークホルダーに偏ることなく、あらゆるステークホルダーに同等の価値を提供できるよう配慮するということです。

日産では、CSRとはさまざまなビジネスの領域において、これら3つのバランスを追求するプロセスマネジメントツールであると捉えています。

「日産の利益ある成長」と「社会の持続的な発展」をともに実現



日産が追求する3つのバランス

1. 短期視点と長期視点のバランス

2. 企業の成長と社会の発展のバランス

3. 企業が提供する価値のステークホルダー間のバランス

日産のCSRマネジメント

日産では、CSRを定義する「日産CSR方針」および「CSR重点分野」を定めています。これらの策定に加えて、重点分野に関係する部門の部次長約20名からなる「CSR ステアリング コミッティ(CSR運営委員会)」を設定し、各分野の進展を社内横断的に管理しています(2010年度は東北地方太平洋沖地震の影響により実施されず)。

また、多くのステークホルダーからの声を取り入れながら、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。こうした活動の真髄は、「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」ことであり、その骨格は下図のPDCA(Plan-Do-Check-Act：計画、実施、評価、改善)で構成されています。

私たちのビジョン 人々の生活を豊かに

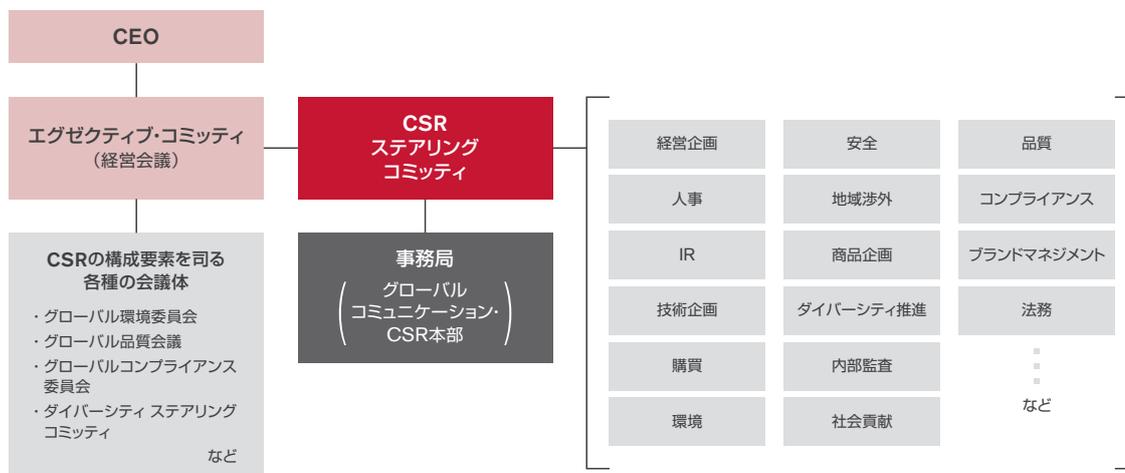
私たちのミッション 私たち日産は、独自性に溢れ、革新的なクルマやサービスを創造し、その目に見える優れた価値を、すべてのステークホルダーに提供します。それらはルノーとの提携のもとに行っていきます。

私たちの行動指針 日産ウェイ「すべては一人ひとりの意欲から始まる」
焦点はお客さま、原動力は価値創造、成功の指標は利益です。

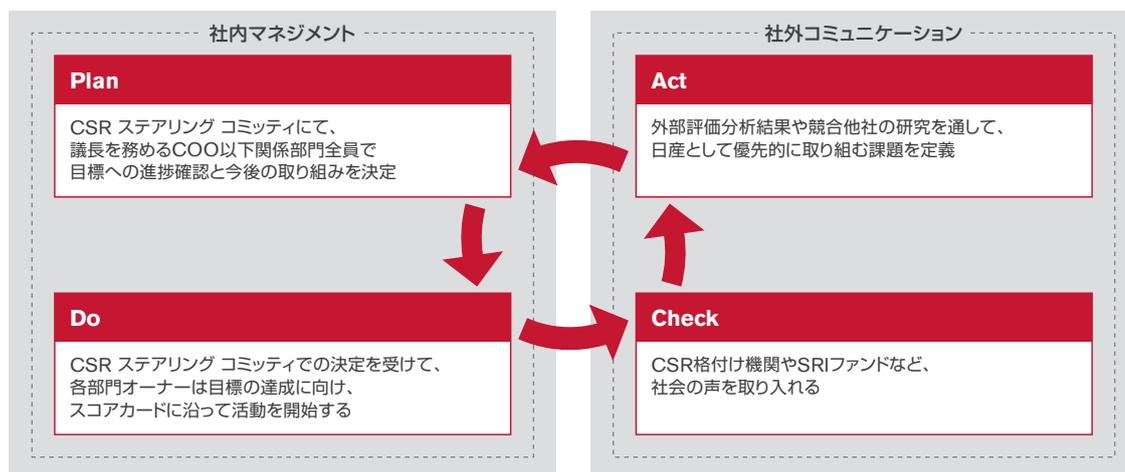
私たちのCSR方針

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

CSR ステアリング コミッティに関する組織図



日産のCSRを推進するPDCAサイクル



8つの分野を特定し、重点的にCSRを推進

日産は、自動車メーカーとして特に力を入れるべき取り組みとして「CSR重点8分野」を定めています。8つの分野はいずれ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ない要素です。同時に、日産ならではの付加価値を提供することで、社会とのより強い信頼関係を築くことができます。日産は各分野において社会からの声に耳を傾け、その中からチャンスとリスクをいち早く認識し、常にビジネスを変革していくことを目指しています。

日産のCSR重点8分野

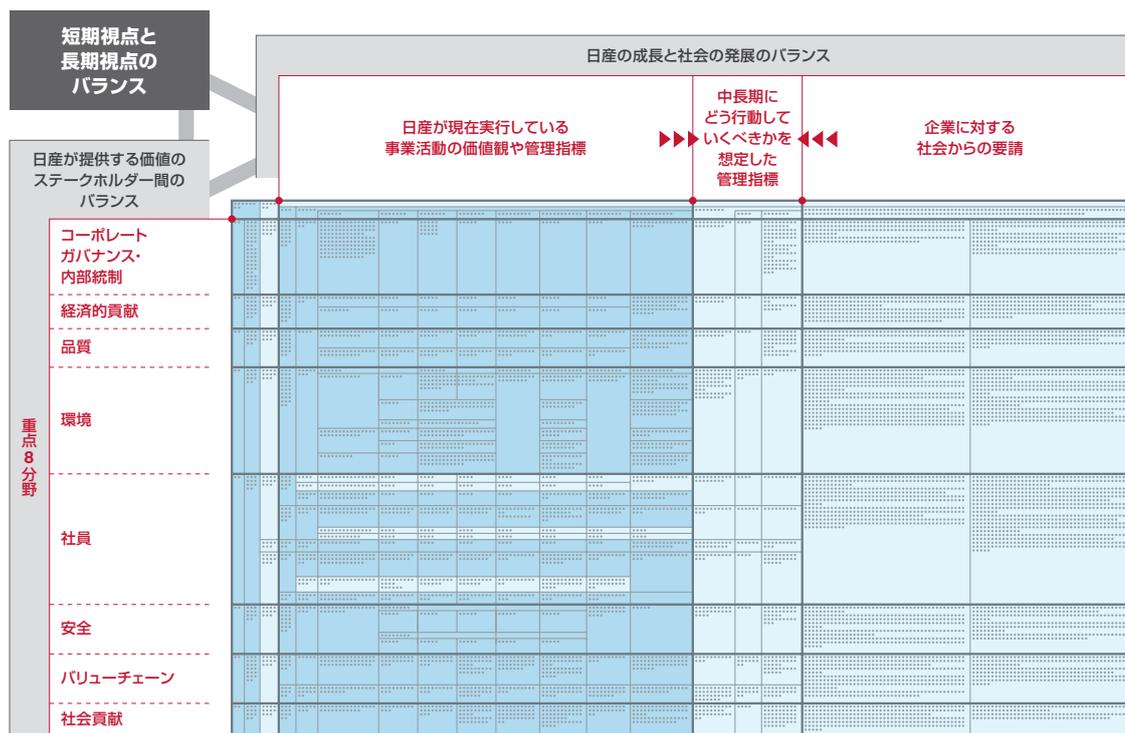
<p>コーポレート ガバナンス・内部統制</p> <p>法令と会社のルールを順守し、公平・公正で高い透明性を持った効率的な事業活動を目指します。</p>	<p>環境</p> <p>持続可能なモビリティ社会の実現に向けて、クルマのライフサイクルにおける環境依存・負荷を低減し、実効性のある商品・技術を拡大することで、社会の変革をリードしていきます。</p>	<p>安全</p> <p>技術の革新に加え、安全推進活動に積極的に取り組み、クルマ社会をより安全なものにしていきます。</p>
<p>経済的貢献</p> <p>持続的な利益ある成長を目指します。そして社会全体の経済的発展にも貢献します。</p>	<p>NISSAN</p>	<p>バリューチェーン</p> <p>サプライチェーンのあらゆる段階において、倫理的で環境に配慮した行動がなされるよう促進していきます。</p>
<p>品質</p> <p>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。</p>	<p>社員</p> <p>多様な人材がグローバルビジネスを通して自らの成長を実感できる、魅力的な組織づくりを目指します。</p>	<p>社会貢献</p> <p>「教育への支援」「環境への配慮」「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めます。</p>

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、日産が追求する3つのバランスを「見える化」した「CSRスコアカード」を作成しています。

CSRスコアカードでは、縦軸を重点8分野とし、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。(最新のスコアカードは96～100ページをご覧ください)

管理ツール「CSRスコアカード」



日産CSR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へのコミュニケーションにも力を入れてきました。社員一人ひとりに自分とCSRとの接点が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。

具体的には、2010年12月に日産のCSRを簡単に理解できる「日産CSRハンドブック2010」を発行し、ウェブサイトに掲載。日本国内では全社員に冊子を配布しました。また、部門・部署ごとのCSR勉強会「CSRキャラバン」を実施し、CSRについての理解を深める機会を設けています。社員向けポータルサイトである「WIN」*の中の「CSRヘッドライン」というサイトでは、自社のCSR活動のほか、CSRに関するさまざまな情報を掲載しています。

* WIN : Workforce Integration @ Nissan

今後のCSR活動方針

日産では、PDCAサイクルを繰り返し実行することで、経営層や関係部署だけではなく全社的にCSRを推進するとともに、ステークホルダーとの対話を行っていきながら、一層日産のCSRを浸透させていきたいと考えています。自動車業界は依然として厳しい経済環境にあります。このような時期こそ日産のCSRを知っていただくチャンスであると捉え、日産のCSRを積極的に伝えていながら、互いに価値を認め合えるようステークホルダーとの信頼関係強化に努めていきます。



「日産CSRハンドブック2010」は、NISSAN GLOBALサイトからダウンロードできます。併せてご覧ください。

<http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/CSR/LIBRARY/HANDBOOK/2010/>

A Message from the Officer in Charge of CSR Activities



グローバルコミュニケーション・CSR本部
CSR部
部長
井狩 倫子

CSR担当からのメッセージ

社会の変化に即応し、日産らしいCSRを

企業が事業を拡大するにつれ、その影響力や果たすべき責任は大きくなります。一方、リーマンショックや未曾有の大震災など、これまで予測し得なかった環境変化の中、その変化に迅速に対応することも求められています。このような環境下で、日産のCSR推進の取り組みも、ステークホルダーの皆さまの期待に応えながら、より日産らしく、企業価値を高められるよう努力を重ねていきたいと考えています。サステナビリティレポートの発行も本号で8号目となります。今後も日産自動車の企業活動について、より透明性を高め、ステークホルダーの皆さまの理解を深めていただけるよう努めていきたいと思っております。

「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10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実効あるものにする。
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。



国連グローバル・コンパクトに関する詳しい情報は、下記の公式ウェブサイトをご覧ください。
<http://www.unglobalcompact.org/>
http://www.ungcnj.org/aboutgc/glo_01.html

「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、「経済成長」「環境保全」「社会的公平」という3本の柱による持続可能な発展に対して、共有の決意を持つ国際的な企業の連合体です。現在、世界35カ国を超える国から、20以上の業種にわたる約200の企業が参加しています。産業界の貢献を実現するためにWBCSDが実行すべき目標は以下の通りです。

- ・産業界におけるリーダーシップ — 持続可能な発展に向け産業界を導く存在となること
- ・政策策定 — 持続可能な発展に産業界が貢献するための枠組みの構築を目指し、政策決定に参画すること
- ・ビジネス・ケースの実践 — 持続可能な発展に向けた産業界としての取り組みを策定、実践すること
- ・ベスト・プラクティスの提示 — 持続可能な発展のための問題解決に対する産業界の進捗を提示し、WBCSDメンバー間でその先進的な事例を共有すること
- ・グローバルな展開 — 開発途上国の持続可能な将来に貢献すること



持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)に関する詳しい情報は、下記の公式ウェブサイトをご覧ください。
<http://www.wbcsd.org>

A Message from the Head of Nissan's Global Disaster Control Headquarters



日産自動車株式会社
最高執行責任者(COO)
志賀 俊之

全社災害対策本部責任者からのメッセージ

いまこそ企業の社会的責任を果たすとき

2011年3月11日に発生した東日本大震災により、日本は甚大な被害を受けました。被災された方々に心よりお見舞い申し上げますとともに、一日も早い被災地域の復興を心よりお祈りいたします。

日産は、地震発生直後に全社災害対策本部を設置し、社員の安全確保、サプライヤー、販売会社を含めた被害状況の把握に努め、さらに被害の出た施設の復旧に向けたさまざまな活動を実施してきました。また、一企業市民として被災地に対する支援を積極的に行ってきました。

被災地支援については、地震当日に初動の義援金支援を決定したのち、100%電気自動車である「日産リーフ」65台の無償貸与や、四輪駆動車「日産パトロール」50台の寄贈を含む車両提供、そしてグローバル日産グループ社員から集まった募金に会社からのマッチングギフトを加えて日本赤十字社に義援金として寄付するなど、これまでに総額4億3,000万円以上の支援を行いました。また、社員がボランティア活動へ参加しやすいように特別休暇を設定しました。日産グループの総力を結集して、引き続き被災地支援を継続していく所存です。

工場については、ライフラインが完全に復旧していない中、さらに度重なる余震が続く状況のもと、迅速に復旧工事に着手しました。他工場の多数の応援も得ながら、日産グループ全体で集中的に取り組んだ結果、地震発生約1ヵ月後にすべての車両組立工場での生産再開を実現することができました。また、被害が大きかったいわき工場も5月17日に完全復旧し、部品供給が整えば、震災前のレベルの生産が可能な状態まで回復しました。このように、生産拠点はフル生産の準備を整えましたが、サプライヤーの完全復旧、海外工場を含むサプライチェーンの立て直しなど、まだまだ乗り越えなければならない壁はたくさんあります。今後とも早期の完全復旧に向けて全力で取り組んでいきます。また、現在深刻化している電力不足の問題についても、日産は、最大限の節電対策を実施するとともに、社員一人ひとりの節電も継続して呼びかけていきます。

今まさに「企業の社会的責任」を実行に移すときです。日産の復旧・復興は日本のモノづくりの再生にもつながり、結果として日本全体、さらには世界経済が元気を取り戻す原動力にもなります。

頑張ろう日本！ 頑張ろう日産！

東日本大震災の被災地支援

日産では、2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震および津波によって影響を受けた被災地域の一日も早い復興を願い、さまざまな支援を提供しています。緊急的な現金寄付による初動支援はもとより、物資、商品、人的支援を通じて、復興段階に入った際にもお役に立てるよう心がけています。これまでに行った日産自動車株式会社および日産グループの主な被災地支援活動は以下の通りです。

- ・ NGOジャパン・プラットフォームへ3,000万円を寄付
- ・ 50台の日産製車両を被災地で支援活動に当たる国連および非営利団体に寄贈(4月末日現在、41台が稼働を開始済み)
- ・ 非営利団体4団体の被災地入りおよび支援活動に対して無償レンタカー貸与(計7台)で支援
- ・ 100%電気自動車「日産リーフ」を被災地自治体に無償貸与し、ガソリン不足を回避(計65台)
- ・ 生活物資(毛布700枚、マスク50,000枚、消毒液300本)を神奈川県および自衛隊経由で被災地に提供
- ・ 日産自動車(株)および連結対象海外子会社社員募金分マッチングギフトとして、会社から約1億2,000万円を日本赤十字社に寄付

このほか、ルノーから50万ユーロの義援金が赤十字社に寄付されたほか、海外現地法人や、カルソニックカンセイ、日産車体などの関係会社からも支援が提供されています。グローバル日産としての支援額は4億円を超える規模になりました。日産では今後も被災地の状況を注視し、非営利/市民セクターとの対話を続けながら引き続き支援を検討していきます。



東日本大震災における対応については、下記ウェブサイトに記載しています。併せてご覧ください。

<http://www.nissan-global.com/JP/110311.html>

ルノーと日産のアライアンス（提携）

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ました。2010年には両社合わせて190カ国で728万台*を売上げ、世界第3位の自動車グループとなっています。日産、インフィニティ、ルノー、ルノー・サムスン、ダチアという5ブランドを展開し、アライアンス全体で世界中に35万人の社員を擁しています。

* 露アフトヴァズ社の「ラーダ」ブランドを含む



ルノーとのアライアンスに関する詳しい情報は、下記のウェブサイトに記載しています。併せてご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/PROFILE/ALLIANCE/RENAULT01/index.html>

シナジーと成長をグローバルに追求

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、アライアンスは規模を大きく広げ、ドイツのダイムラーや中国の東風汽車有限公司、ロシアのアフトヴァズ社などともパートナーシップを結んでいます。

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44.3%、日産はルノー株の15.0%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。

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。

また、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。締結から12年目を迎えた今、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

アライアンスはゼロ・エミッション車の第一弾となる電気自動車(EV)の開発を進めてきました。研究、技術、製品開発、製造に投じた金額は40億ユーロ。他社とは異なり、アライアンスが目指したのはEV専用プラットフォームをベースに、量産が可能で、主力購買層にとって価格が手ごろなEVを開発することでした。この取り組みが結実したのが、2010年12月より日本と米国で発売開始した「日産リーフ」です。「ワールド・カー・オブ・ザ・イヤー2011」を受賞した「日産リーフ」は、2012年からいよいよグローバルで量販される予定です。さらに2014年までにアライアンス全体で、新たに8車種のEVを投入する計画です。

まず最初にアライアンスが集中的な投資を行っているのが、EV用バッテリーです。すでに日本、フランス、米国、英国、ポルトガルの5カ所でバッテリー生産拠点の新設を進めており、これらの工場がフル稼働するとアライアンス全体のバッテリー生産能力は年間50万基となります。

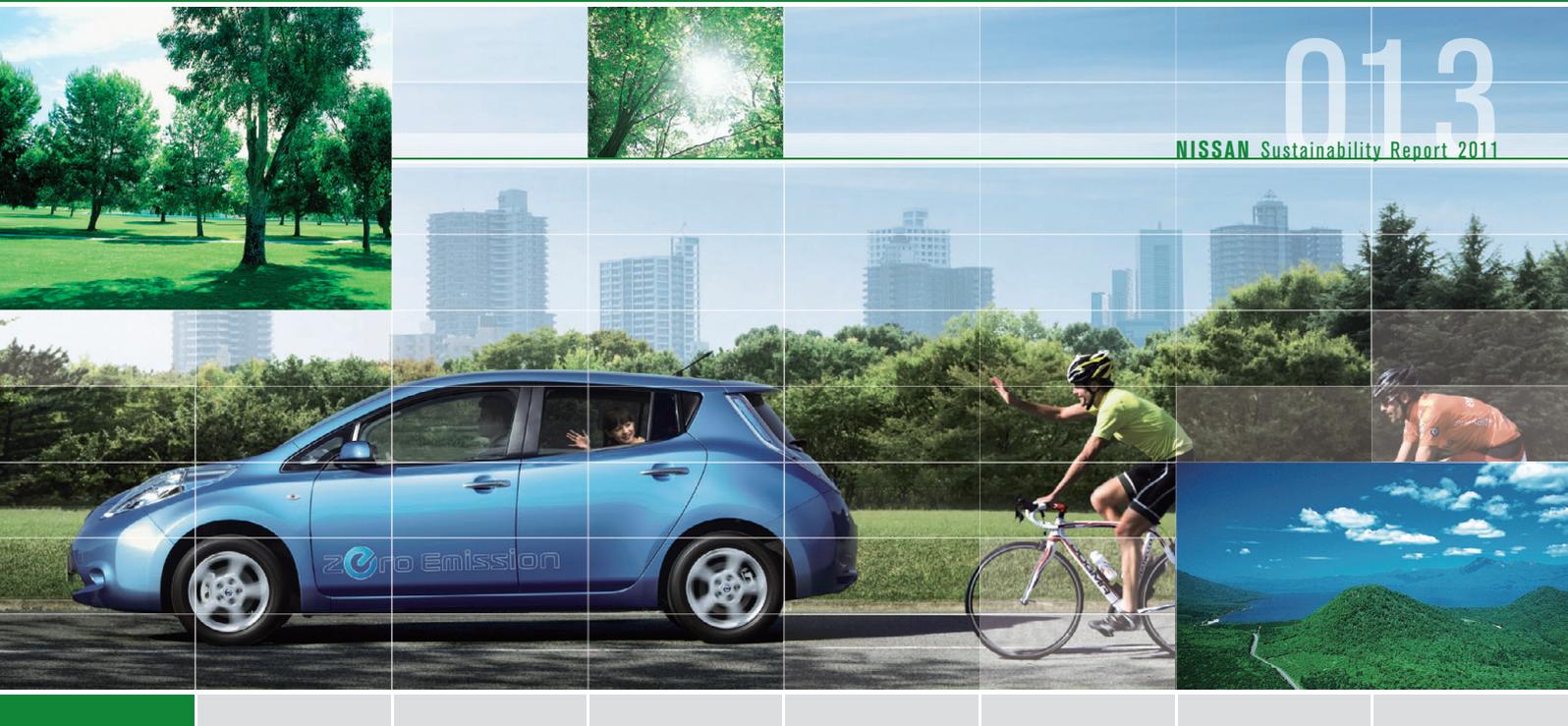
日産とルノーの先進技術と広範なサプライチェーンを活用することで、アライアンスは世界の自動車産業において比類ない強みを持つこととなります。両社は今後、年間数十万台規模の量産体制を構築することができます。新市場において他社に先行することのメリットは計り知れません。EV開発の先駆けとなることで、日産やルノーのブランド力、消費者認知度が高まるだけでなく、実際のマーケットデータを検証することもできます。一方、燃料電池車や将来的なゼロ・エミッション戦略への投資も継続して進めていきます。

新興市場への展開

今後も各ブランドのルーツである日本、欧州、北米といった主要マーケットでの取り組みに注力する方針には変わりありません。同時にアライアンスは、今世紀さらにはその先の未来を見据え、世界で加速度的な経済成長を見せる新興市場での展開も積極的に進めています。

例えば、アライアンスはインドへの投資を集中的に行っており、2010年にはチェンナイ新工場で日産とルノー両ブランドの車両生産を開始しました。日産の「マイクラ(日本名：マーチ)」を皮切りに、2011年からは新たにルノーの「コレオス」と「フルーエンス」の生産を立ち上げます。チェンナイ工場への投資総額は、2008年2月からの7年間で8億ユーロ。スタンピングや車体、塗装、プラスチック、トリム、シャシーを扱う製造設備のほか、2つのテストコースを備えており、フル稼働時の生産台数は年間40万台となる予定です。

同様に、中国やブラジル、ロシア、モロッコなどの新興市場でも積極的な成長戦略を進めています。そうした投資は、海外市場の新たなお客さまにより手ごろな乗用車やトラックを提供するだけでなく、日産やルノーの本国での雇用増加にもつながります。特に付加価値の高い研究開発部門や生産プロセス、車両デザインなどはそうした効果が期待されます。つまり、アライアンスの市場拡大は、従来市場と二桁成長を見せる新興市場の双方に、まさしく「WIN-WIN」をもたらすものといえます。



日産のCSR 重点8分野

環境 — 人とクルマと自然の共生を目指して

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

3つの重要課題

1. CO₂排出量の削減

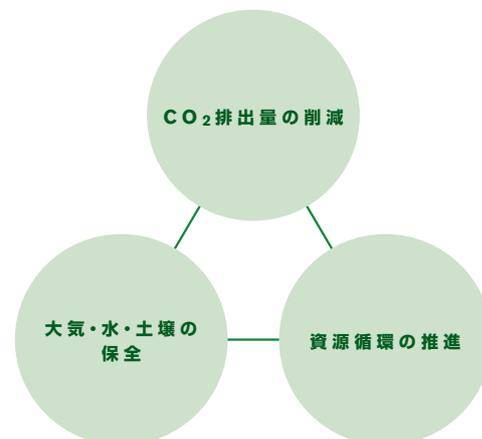
自動車産業は、CO₂排出量の削減に取り組むと同時に、化石燃料への依存から脱却するというビジネス構造変革の時代を迎えています。日産はグローバルな自動車メーカーとして、クルマの生産から運搬、走行時など、あらゆる段階でCO₂排出量を削減するとともに、再生可能なエネルギーを利用するための技術開発とビジネスモデルの構築に取り組んでいます。

2. 大気・水・土壌の保全

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

3. 資源循環の推進

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



■ 環境ビジョン



人とクルマと自然の共生を目指して

日産はグローバルな自動車メーカーとして、自らの企業活動が直接・間接的に環境に及ぼす影響を把握し、最小化していくことに取り組んでいます。そして、地球の未来に残すフットプリントをできるだけ小さくしていくことを目指し、「企業活動やクルマのライフサイクル全体での環境負荷や資源利用を、自然が吸収できるレベルに抑えること」を究極のゴールとしています。

その中で日産が目指す姿は、「シンシア・エコイノベーター(Sincere Eco-Innovator)」です。環境問題に積極的に取り組み、リアルワールドで環境負荷を低減しようとする私たちの姿勢、そして持続可能なモビリティ社会実現のために、お客さまに革新的な商品・技術・サービスを、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。日産は「シンシア・エコイノベーター」として、日産の環境理念である「人とクルマと自然の共生」の実現に向け、モビリティを通じた環境保全に積極的に取り組んでいます。

中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム」

日産は究極のゴールに向かって着実に前進するために、中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム(NGP)」を策定し、全社で取り組みを推進しています。2006年に公表したNGP2010では、3つの重要課題「CO₂排出量の削減」「大気・水・土壌の保全」「資源循環」を設定し、これらの課題に向けたアクションプランを2010年までに計画通りに実施。特に優先順位の高い課題だったCO₂排出量削減については、多くの新しい環境技術を市場に投入するだけでなく、環境マネジメント体制を構築し、事業活動のあらゆる分野で長期目標に沿って確実に取り組みを進めてきました。今後も、クルマや事業活動における環境依存・負荷低減はもちろん、真に実効性のある商品・技術を社会に普及させゼロ・エミッションモビリティを実現し、持続可能な社会へとリードしていきます。(NGP2010の詳細は17～18ページをご覧ください)



NISSAN
GREEN PROGRAM

環境マネジメントのフレームワーク

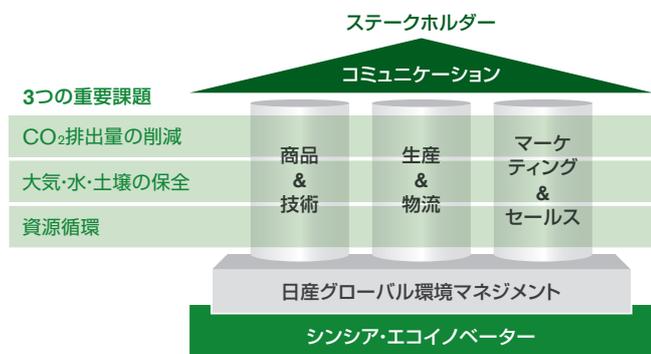
3つの重要課題を解決するために、商品・技術開発、生産、物流、マーケティング、セールスなどの各部門を有機的に連携させながら、最大の効果を得るマネジメント体制が不可欠です。日産は、グローバルな環境マネジメントのフレームワークを構築し、各活動領域の目標値とアクションプラン実行を推進しています。

環境マネジメントをグローバルに推進するため、日産では下図のように活動領域を明確に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)は、全社的な方針やエグゼクティブ・コミッティ(経営会議)への提案内容の決議などを行います。2007年に設立されたグローバル環境企画オフィスでは、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、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。

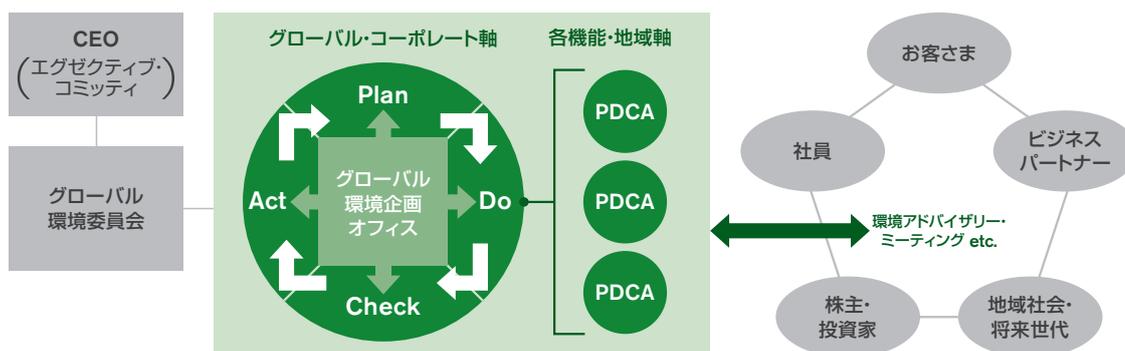
このほか、「環境アドバイザリー・ミーティング」における有識者や専門機関の意見や、SRI(社会的責任投資)ファンドの動向、格付機関による評価を参考に、日産の目標や活動内容を精査し、さらなる取り組みの強化を図っています。

また、グローバルCO₂マネジメントウェイとして、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“QCT・C”を導入し、品質・コスト・納期と同様の重要度でCO₂排出量の削減に取り組み、4つのバランスを取りながら新たな価値を創出することを目指し、企業活動を進めています。

グローバル環境マネジメントのフレームワーク



グローバル環境マネジメント組織体制



さまざまな環境マネジメントシステム

日産は環境マネジメントシステムの導入をグローバルに推進しています。日産の国内では2011年1月にグローバル本社をはじめ、国内の研究開発、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、一貫性のあるマネジメントを構築しています。第三者機関による審査のほか、社内関係者による「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。また海外では、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。

日本の販売会社では、ISO14001認証をベースとした日産独自の環境マネジメントシステム「日産グリーンショップ」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、日産本社による1年ごとの「定期審査」、3年ごとの「認定更新審査」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。2011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、連結製造会社20社のうち18社でISO14001の認証を取得し、運営しています。

サプライヤーとの意識共有

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。環境についてはすでに、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2008年4月に発行し運用を開始しており、世界各地への拡大を進めています。「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」により、サプライヤーと環境理念、行動計画を共有し、サプライチェーン全体での環境負荷低減を促進し、「人とクルマと自然の共生」の実現を目指していきます。(関連ページ：77ページ・78ページ)

LCA手法を活用

日産では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。

* LCA : Life Cycle Assessmentの略

社員の環境教育

社員一人ひとりの環境意識の定着・促進を図るため、国内すべての社員に環境教育を行っています。新入社員には、入社時オリエンテーションで基礎教育を実施。管理職や中堅クラスの社員に対しても、日産独自のカリキュラムによる環境教育やセミナーを実施しています。また海外でも、地域性を考慮した学習ツールを開発し、教育を推進しています。

ニッサン・グリーンプログラム 2010(2006年度～2010年度) 取り組み一覧

取り組み項目	具体的な目標	2010年度末までの取り組み状況	関連ページ		
CO ₂ 排出量の削減	グローバルCO ₂ マネジメント推進、「QCT-C(CO ₂)」の導入・実行	2008年度にグローバルバリューチェーンでCO ₂ マネジメント体制を確立し運用開始	15		
	燃費向上	日本、欧州、北米、中国の各国燃費基準の達成、さらなる燃費向上の推進	各国各市場で燃費向上に向けた継続的取り組みを推進中	20	
		車内環境にも配慮したエコカー投入	2009年 低燃費と低排出ガスを両立した「Nissan ECO」シリーズの販売を日本で開始	—	
	ガソリンエンジンの進化	CO ₂ 排出量を約10%削減可能なバルブ作動角・リフト量連続可変システム(VVEL)投入	2007年度よりVVELをV6-V8エンジンに採用、「スカイライン クーベ」で投入開始	—	
		ディーゼル車と同等レベルまでCO ₂ 排出量を削減した車両を日本から投入	2010年「MR16DDT」エンジンと小型高効率ターボを「ジューク」に搭載 2010年 VVEL付5.6L直噴ガソリンエンジンを「パトロール」/「インフィニティ QX」に搭載、北米、中東、中国に投入	26	
		ハイブリッド車と同等レベルまでCO ₂ 排出量を削減した車両を日本から投入	2011年3月 超低CO ₂ 排出車(95g/km)「マイクラ DIG-S」を欧州で生産開始	—	
	トランスミッションの進化	無段変速機(CVT)搭載車のグローバル販売を約100万台/年へ拡大	2007年度以降グローバル販売100万台以上/年を達成 2010年度は158.8万台	27	
		7速ATの開発と搭載車の市場投入	2007年 北米にて7速ATを「インフィニティ FX50」より搭載開始、採用モデルを順次拡大	—	
	クリーンエネルギー車の開発と普及促進	バイオエタノール燃料対応車グローバル投入	E85：北米市場での継続的拡大	2005年「タイタンFFV」を投入 2007年「アルマーダFFV」を投入	—
			E100：ブラジルに3年以内に投入	2009年「リヴィナ」を投入、対応モデルを順次拡大	—
		モーター、バッテリー、インバーターなど電動車両の基幹技術の自社開発推進	2007年 合弁会社「オートモーティブエナジーサプライ株式会社(AESC)」設立 2008年 AESCが自動車向け高性能リチウムイオンバッテリーを事業化 2010年10月 AESC座間工場で量産開始	22	
		電気自動車(EV)を米国、日本に投入、2012年度にはグローバル量販開始	2010年12月「日産リーフ」を日本、米国内、2011年3月 欧州に投入	21	
		各国政府、自治体など他のセクターと協力し、EV普及に向けたイニシアチブ推進	ルノー・日産アライアンスとして、90以上のパートナーシップを締結(2011年3月時点)	21	
		日産独自のシステムを搭載したハイブリッド車(HEV)を北米、日本へ投入	2010年11月 日本で「フーガ」に、2011年3月 米国、欧州で「インフィニティ M」にHEVを投入	25	
		プラグイン・ハイブリッド車の開発を推進	開発を推進中	—	
自社開発の燃料電池スタックを搭載した新型燃料電池車(FCV)を2010年代早期に北米、日本へ投入		2010年代中の実用化に向けて、開発を推進中	25		
生産、物流		グローバル全生産工場でのCO ₂ 排出量を7%削減(グローバル台当たり、2005年度比)	2010年度にグローバル台当たり18.6%削減	29	
		グローバル：物流でのCO ₂ 排出量を把握・管理開始	2006年度にCO ₂ 排出量を把握 2007年度よりCO ₂ 排出量グローバル管理を開始	30	
販売会社、オフィス	日本：オフィス・販売店でのCO ₂ 管理体制の構築と実施 グローバル：オフィス・販売会社でのCO ₂ 管理体制の構築と実施	2007年度よりCO ₂ 排出量を把握 2008年度にCO ₂ 排出量削減活動を開始	31		
大気・水・土壌の保全	自動車排出ガス浄化	各国の将来排気規制適合車の早期投入	日本：将来規制(ポスト新長期)適合車の投入、および排出ガス測定新試験法の早期導入 欧州：Euro5などの将来規制適合車の投入 北米：PZEV、SU-LEVの拡大 中国：Euro4などの将来規制適合車の早期投入	2007年「セレナ」より排出ガス測定新試験法を導入開始 2008年「エクストレイル 20GT」でポスト新長期規制に適合 2008年「スカイライン セダン」「スカイライン クーベ」「スカイライン クロスオーバー」「FX」で適合 PZEV：2006年「アルティマ」、2007年「アルティマ クーベ」に適合 SU-LEV：2007年「ローグ」、2008年「セントラ」に適合 2006年「リヴィナ」「キャシュカイ」「シルフィ」で適合	— — — —
		大気並みにクリーンな排出ガスを目指した技術開発の実施	先行開発を完了	—	
		日本、北米、中国へクリーンディーゼル車を2010年度から拡大投入	日本：2008年「エクストレイル 20GT」MT車発売、2010年6月「エクストレイル 20GT」AT車追加	33	
		新開発2Lクラスクリーンディーゼル車を欧州へ投入	2007年「キャシュカイ」「エクストレイル」を投入	—	
	従来の約50%の貴金属使用量で低排出ガスを実現する低貴金属触媒の採用拡大	2007年「超低貴金属触媒」を開発 2008年「超低貴金属触媒」を新型「キューブ」より搭載開始 2010年「超低貴金属触媒」をクリーンディーゼル用に開発	33		
	グローバルな環境負荷物質の管理・削減	重金属4物質、特定臭素系難燃剤PBDE類使用制限(禁止・削除)	2007年以降投入した新型車より対応実施	36	
		車室内揮発性有機化合物(VOC)低減の推進	厚生労働省が指針値を定めた13物質につき、JAMA自主目標を前倒しで達成	36	
		欧州REACH規制への対応	2006年より化学物質使用管理を拡大	36	
	生産での塗装VOC排出量削減	グローバル：各国規制よりも厳しいVOC削減	取り組みを推進し、各国規制に対応	34	
		日本：VOC排出量を10%削減(ボディおよびバンパー合計、2005年度比)	2010年度 17.1%削減	34	
	販売会社環境負荷物質管理・削減	日本：日産グリーンショップ活動定着とレベルアップによる水・土壌保全 グローバル：海外への展開検討	取り組みを推進中	—	
	車外騒音低減	各国規制値より厳しい自主基準値を定め、全車両で対応	2007年 全車両で達成	—	

取り組み項目	具体的な目標		2010年度末までの取り組み状況	関連ページ		
資源循環 (リサイクル)	リサイクル設計の 推進	さらなる解体・リサイクルが容易な車両設計の導入と拡大		2005年度以降日本の全新型車でリサイクル可能率 95%以上達成	37	
		HEV、EV、FCVなどのリサイクル技術開発		推進中	39	
	資源の有効活用	生産工場再資源化率 向上	グローバル：各国でベストレベル	各国で取り組みを推進中	39	
			日本：再資源化率100%(日産、連結製造会社)	2010年度に日産5工場、2事業所および連結製造会社5社で 100%達成	39	
		物流：部品梱包仕様の改善		推進中	39	
	製品：再生材使用量の拡大		推進中	38		
	市場・販売会社	使用済み自動車 再資源化率向上	グローバル：リサイクル実効率95%達成に向け 活動推進	推進中	—	
日本：リサイクル実効率95%達成 (2015年度規制を5年前倒しで達成)			2006年度以降リサイクル実効率95%を達成 (2010年度97.0%)	—		
販売会社・販売店 リサイクル取り組み		日本：日産グリーンショップ活動の定着と レベルアップによる廃棄物の適正処理 グローバル：上記活動の海外展開の検討	継続的に推進中	40		
マネジメント	ビジネスパートナー	連結、関連会社：管理対象会社拡大とグローバルな環境マネジメント拡充		2007年度にCO ₂ 排出量把握、目標値の設定、管理体制確立 2008年度よりCO ₂ 管理開始	—	
		ルノー：CSR調達の共同実施		「The Renault-Nissan Purchasing Way」に基づき実施中	—	
		サプライヤー：グリーン調達システムによる環境負荷物質管理の徹底と 継続的削減		2008年「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」を発行、運用開始	—	
	事業活動全般	製品軸・企業軸でのLCA手法の確立		LCA手法を確立し、環境負荷低減を推進中	—	
		新規建物環境配慮	日産先進技術開発センター(NATC、厚木市) 日産グローバル本社(GHQ、横浜市)	2008年 NATC、およびGHQビルが CASBEE Sランク認証取得	—	
	グローバル拠点新本社		2008年 北米日産新本社、欧州拠点で環境配慮型新社屋を稼働	—		
従業員環境マインド 向上	グローバル環境教育プログラムの開発と実施		国際NGOナチュラリストステップと「日産環境e-ラーニング」開発 2008年度より国内事業所で、2009年度より日本の連結会社で 運用	—		
社会との協働	他セクターと連動した 取り組み	国、自治体、他企業、研究機関と連携したITSなどのシステム拡大・ 普及促進によるCO ₂ 削減活動の推進		2006年 ITSを活用し、交通事故低減や渋滞緩和を目指す 「SKYプロジェクト」実施 2007年 中国都市部交通渋滞改善のための 新交通情報システム開発「STAR WINGS」プロジェクト開始 2008年「ティアナ」最上級グレードに渋滞回避ルート情報を 提供するナビゲーションを標準装備 2009年 ルノー・日産アライアンスとして 「ヨコハマ モビリティプロジェクトZERO」を横浜市と締結 2010年 NEDOによる北京市交通システム実証事業を受託	—	
		排出権取引等の経済的手法によるCO ₂ 削減の検討		2008年「マーチ コレット」でカーボンオフセット活動を実施	—	
		日産科学振興財団を通じた環境分野での褒賞、学術助成などの実施		実施中	—	
		環境に関する商品や企業活動などタイムリーな情報提供		毎年サステナビリティレポート発行時に、 ウェブサイト掲載の詳細情報を更新	—	
	環境情報の開示・ ステークホルダーとの コミュニケーション	エコドライブの 啓発・普及など	「カーウイングス」を活用し エコドライブサポートサービスを拡充		2007年「月間燃費ランキング」などエコドライブ支援情報の 提供開始 2008年「あなたもエコドライブ」を開始	—
			エコドライブサポート技術の開発		2007年度より燃費表示計を順次採用開始 2008年「ECOペダル」開発 2009年「フーガ」/「インフィニティ M」より採用開始 2009年 エンジンとCVTが連動したエコドライブ支援機能や ECOモードナビ協調制御機能の採用を推進 2010年「エコモード機能」「エコドライブナビゲーター」 「エコ運転診断機能」採用開始	—
			エコドライブ普及活動		2008年度より各種イベントや日産追浜テストコース 「GRANDRIVE(グランドドライブ)」でエコドライブ講習会を開始 2009年度よりエコドライブ普及活動「E1 グランプリ」を開始	—
		教育活動の継続的実施		2008年度より環境出張授業「日産わくわくエコスクール」を実施	—	
		ステークホルダーとの継続的なコミュニケーションによる 環境活動のレベルアップ		2005年度より「日産環境アドバイザーミーティング」を 継続的に実施 サステナビリティレポートを公開 環境への取り組みを紹介した小冊子や子供用パンフレットを配布 環境設備見学会を実施	—	

■ CO₂排出量の削減

日産が取り組むべき課題

新興国経済の急激な成長に伴い、化石燃料や資源に関する課題が浮き彫りになりつつあります。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するというビジネス構造変革の時代を迎えています。日産は“Sense of Urgency”（危機意識）を常に持ち、革新的な技術とビジネスモデルで、お客さまに新たな価値を提供し、持続可能なモビリティ社会の実現を目指して取り組みを加速していきます。

日産のCO₂排出規模



年間で販売した新車がライフで排出するCO₂の規模を日産独自の基準で算出

日産のアプローチ

CO₂排出量の削減を確実に前進させるためには、技術的な革新はもちろん、社会全体が連携して取り組む必要があります。日産は総量での貢献を重視し、「市場に合った最適な技術を、最適なタイミングで、お客さまにとって最適な価値とともに投入していく」という「4つの最適(4 Rights)*」を技術投入の基本としています。CO₂排出量を着実に削減するため、真に実効性のある技術をお客さまのお求めやすい価格で提供し、早く広く普及させることに努めています。

また、走行時のCO₂排出量は、クルマの性能や燃料の種類のほか、操作方法や道路状況によっても大きく変化します。そのため日産では、クルマへのアプローチだけでなく、エコドライブ支援や交通環境の改善といった、クルマ・人・交通環境の3つの側面から走行時のCO₂排出量削減に取り組んでいます。

* 4 Rights : Right technology, Right market, Right time, Right value



長期目標とロードマップ

日産は、IPCC*1 第4次報告書に基づき、地球の平均気温の上昇を2℃以内に抑えるために大気中のCO₂濃度レベルを450ppm以下で安定させる必要があるとの前提のもと、新車のCO₂排出量(Well to Wheel*2)を2050年時点で90%削減(2000年比)する必要があると試算しました。

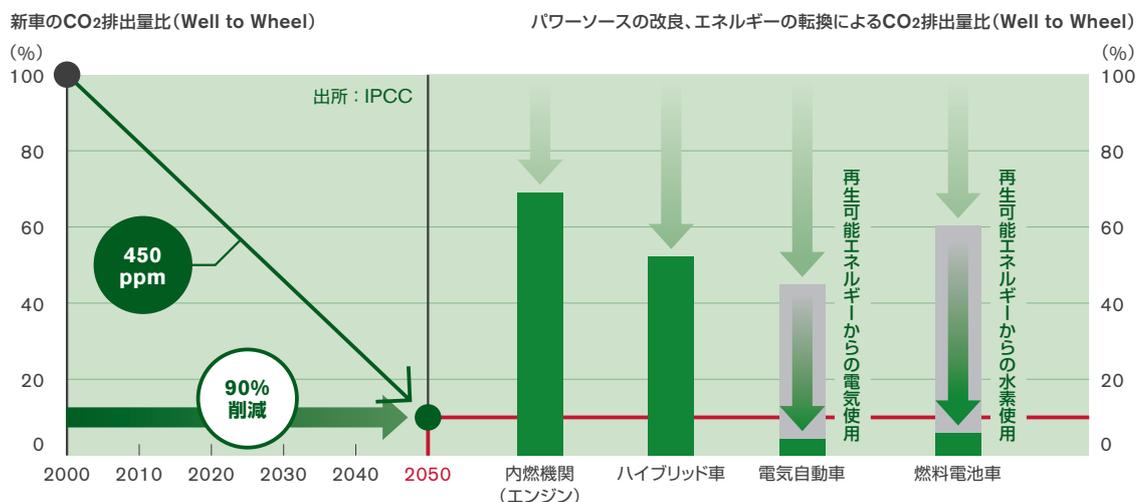
90%削減を実現するためには、短期的には内燃機関のさらなる向上、長期的には電気自動車、燃料電池車といった電動車両の普及と、これらの電動化技術に再生可能なエネルギーを利用していくことが必要であると考え、この長期的シナリオを基本に技術開発を強化しています。具体的には、100%電気で走るクルマの開発・普及を目指す「ゼロ・エミッション」と、エンジン搭載車の燃費向上のための技術を開発し、市場へ投入することでCO₂低減を図る「PURE DRIVE(ピュアドライブ)」という2つの取り組みを推進しています。

*1 Intergovernmental Panel on Climate Change : 気候変動に関する政府間パネル

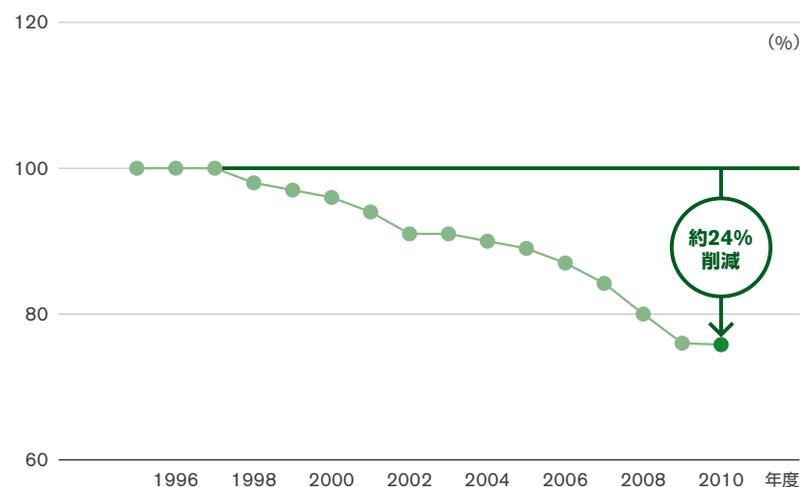
*2 Well to Wheel : 1次エネルギーの採掘から車両走行による消費までに発生するCO₂排出総量。

クルマからのCO₂排出量は、石油の採掘から精製、お客さまへの燃料供給に至るプロセス(Well to Tank)も含めて削減する必要があり、自動車メーカーが関与しない排出量も含まれています

CO₂排出量削減のシナリオ



新車使用時のCO₂排出量の推移(日本・欧州・米国)



*日本と北米は燃費、欧州はCO₂排出量を原単位に、年間販売台数に乗じて平均燃費あるいは平均CO₂排出量を算出し、地域ごとに定めた目標値からそれぞれの規制値達成に取り組んでいます

■ 商品・技術開発での取り組み

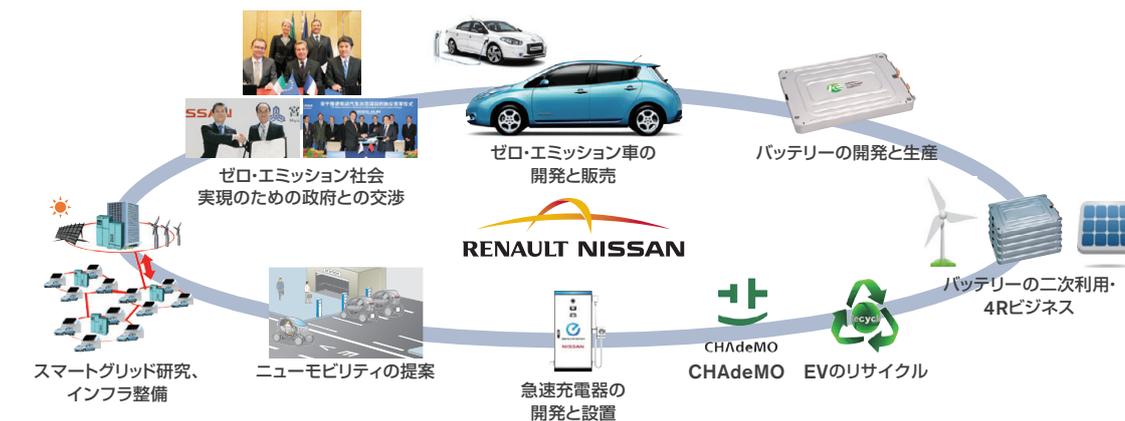
ゼロ・エミッションモビリティに向けた包括的な取り組み

持続可能な社会の実現のためには、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不可欠です。さらに、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。

日本では神奈川県、横浜市など、海外ではポルトガル政府、米国カリフォルニア州、ワシントン州などアライアンスのパートナーシップ数は90以上に達しています。(2011年3月時点)

また、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、クルマへのリサイクル材の使用、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・エミッション社会へ向けた包括的な取り組み



(4R関連ページ：22ページ、CHAdeMO関連ページ：23ページ)

ゼロ・エミッション車の開発・生産

日産は100%電気自動車(EV)「日産リーフ」を、日本および米国で2010年12月より、欧州において2011年3月より販売開始しました。「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・エミッション車として、高い環境性能を達成しました。同時に、大容量リチウムイオンバッテリーと内製インバーター、電気モーターの搭載により、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、フル充電時200km(JC08モード)の航続距離を実現させ、今までにない運転感覚を可能にしました。さらに、先進的なITシステムによる便利で機能的なサポートにより、お客さまに新しいカーライフと価値を提供します。

「日産リーフ」およびゼロ・エミッション社会推進のための取り組みは、すでに国内外において多くの高い評価を得ています。国内では「電気自動車「日産リーフ」の普及およびゼロ・エミッション社会の推進のための包括的な取り組み」が、財団法人日本産業デザイン振興会が主催する「グッドデザイン賞」に輝きました。

海外では、英国自動車雑誌『What Car?』の「Green Award」において、革新的でありながら実用性と運転する楽しさを両立させたことが高く評価され、ルノー・日産アライアンスが編集部特別賞に選ばれました。また、「日産リーフ」の電気駆動システムが、米国ワーズ社の2011ワーズ「10ベストエンジン賞(Ward's 10 Best Engines)」に選出されました。17年間の歴史を持つ同賞において、走行中にガソリンを使わず排出ガスを一切出さない電気駆動システムを採用するモデルが選出されるのは、「日産リーフ」が初めてとなります。



「日産リーフ」



「Green Award」



2011ワーズ「10ベストエンジン賞」

さらに、「日産リーフ」は「欧州カー・オブ・ザ・イヤー2011」を受賞。世界初の手ごろな価格のグローバル市場向け量産型EVとして、競合する内燃機関のモデル40車種を破り、最高の栄冠を手にしました。EVの受賞は、47年の歴史を持つ欧州カー・オブ・ザ・イヤーで初めてのことです。

ITを活用したサポートプログラムを開発

日産では、EVのもたらす新しい生活が、より便利で、快適なものとなるよう、先進的なITシステムによる機能的なサポートプログラムを開発しています。

車両に搭載された通信ユニットを通じ、携帯電話やパソコン、スマートフォンなどからクルマにアクセス。「乗る前エアコン」を使えば、いつでも快適な温度でクルマをスタートできます。また、車外から充電状況やバッテリー状態も確認でき、リモート操作で充電できます。

EV専用カーウイングナビゲーションシステムでは、近くの充電スポットが簡単に検索できます。目的地を設定すると、途中で充電する必要があるかどうかを予測。到達できない場合には充電スポットまでのルートを案内します。新設された充電スポットは自動的に更新されます。

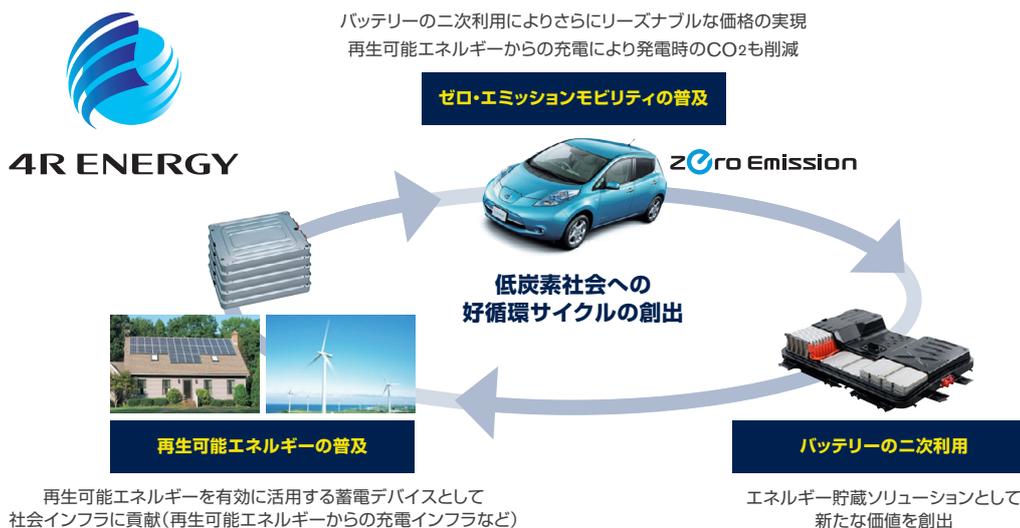
「日産リーフ」のEV専用ITシステムは、モバイル通信分野における卓越性と革新性を高く評価され、2011年グローバルモバイル賞の「自動車・輸送部門ベストモバイルイノベーション賞(Best Mobile Innovation for Automotive and Transport)」を受賞しました。グローバルモバイル賞は、情報通信の業界団体であるGSM協会が開発、商品化した最新のモバイル製品、サービスに対して贈られる世界的に権威ある賞です。

「4R」事業推進に向けて合併会社を設立

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、EV用として通常の使われ方をする場合、5年後でも約80%の残存容量があり、クルマとして使用された後でも十分に二次利用することができます。

日産と住友商事株式会社は2010年9月、EVに使用されたバッテリーの二次利用の事業開発を行う合併会社「フォーアールエナジー株式会社」を設立しました。リチウムイオンバッテリーを「再利用(Reuse)、再販売(Resell)、再製品化(Refabricate)、リサイクル(Recycle)」することで有効活用し、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して、新たな価値を生み出すことで、バッテリーの好循環サイクルを創出し、低炭素社会の実現に貢献していきます。

「日産リーフ」が生み出す資源循環の輪



EVとリチウムイオンバッテリーのグローバル生産開始

国内では、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の生産を開始しました。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、車両に組み付けられます。追浜工場における「日産リーフ」の生産能力は、年間5万台です。

米国においても「日産リーフ」の生産準備に着手することを発表しています。テネシー州スマーナ工場は2012年後半より、年間15万台のEVの生産能力を備え、バッテリー工場では年間20万基のリチウムイオンバッテリーを生産します。また本格稼働時には、車両とバッテリー生産合わせて同地域に最大1,300名の雇用が創出されると見込まれています。

欧州においては、2012年より、英国サンダーランド工場でリチウムイオンバッテリーの生産を年間生産能力6万基規模で開始します。また同工場は、2013年前半より年間生産能力5万台の規模でEVの生産を行います。同工場の操業により、日産内には200名、また英国内のサプライチェーンにおいては600名の新たな雇用が創出されると見込まれています。さらに2013年12月には、ポルトガルにあるルノーのカシア工場敷地内において、年間生産能力5万基の規模で日産のリチウムイオンバッテリーの生産が開始されます。

2015年にはルノー・日産アライアンスで、EV50万台、バッテリー50万基をグローバルで1年間に生産する予定です。

急速充電器の販売を開始

「日産リーフ」の発売に先駆け、2010年5月より全国の日産部品販売会社で、日産が独自に開発した急速充電器の販売を開始しました。日産は、EV研究開発のノウハウや、工場の設備技術を生かして急速充電器を内製し、競争力のある価格設定を実現しました。この急速充電器は、各種安全装置の充実により徹底した安全性を追求。雨天時でも利用できます。標準仕様に加え、高温地や寒冷地に対応した商品もそろえています。

充電ネットワークの充実

日産は、トヨタ自動車株式会社、三菱自動車工業株式会社、富士重工業株式会社および東京電力株式会社と「CHAdeMO協議会*」を設立しました。同協議会は、充電方式の標準化を図ること、およびEVユーザーのさらなる拡大に必要な急速充電器の普及促進を図ることを目的としています。自動車会社、電力会社のほか、充電機器メーカー、充電サービス提供企業、これを支援する企業や行政など、国内外含めて332社・団体（2011年3月末時点）が協議会に参加しています。

日産の充電器はCHAdeMO協議会の充電方式に準拠しているため、この方式を採用している他社のEVにも対応が可能です。日本国内においては、日産ディーラー全店舗（約2,200店舗）に200Vの普通充電器を設置、うち約200店舗には急速充電器も設置されています。半径40km圏内に急速充電器設置店を1店舗置くことで、お客さまが日本全国を快適にドライブできる環境を提供しています。

2010年9月には、スペインの電力最大手エンデサ社と、EV用の急速充電ネットワークを共同開発すると発表し、スペイン全土を網羅する直流急速充電器のネットワーク構築に向けて活動しています。

*「CHAdeMO」とは、協議会が標準化を進めている急速充電器の商標名

「Charge de Move=動く、進むためのチャージ」、「de=電気」、「クルマの充電中にお茶でもどうですか」の3つの意味を含む

株式会社大京と分譲済みマンションの充電インフラ整備を推進

日産と株式会社大京は2010年8月、低炭素・循環型社会の実現に向け、互いに連携して取り組んでいくことで合意しました。

低炭素社会を目指し、EVの普及促進を進めるためには充電インフラの整備が欠かせません。中でもすでに分譲されたマンションでの充電は、都市部でのEV普及にとって重要な課題です。今回の覚書締結により、両社は「分譲済みマンション電気自動車充電インフラ実証プロジェクト」を立ち上げ、この課題の解決を図っていきます。

「NISSAN New Mobility CONCEPT」を公開

日産は2010年11月、持続可能なゼロ・エミッション社会における新しいモビリティのあり方、EVがもたらす将来の生活像を提案するとともに、この提案を具現化するEVのコンセプトカー「NISSAN New Mobility CONCEPT」を公開しました。



「NISSAN New Mobility CONCEPT」

これは、高齢者や単身者世帯の増加といった社会背景や、乗用車の近距離移動・少人数乗車の使用実態に着目した、持続可能かつ効率的で使い勝手の良い移動手段を実現させるものです。

このコンセプトカーは、超小型で扱いやすく、従来の自動車にはないセグメントを想定した新しいタイプのモビリティであり、さまざまなライビングシーンにおける活躍が期待されます。日産は同車を活用し、ITサービスを通じて公共機関とEVを結びつけることで実現する効率的で利便性の高い公共サービス「シームレス モビリティサービス」や、朝晩は個人の通勤用車両として、昼間は社用車として利用する「2モードEVカーシェアリング」などの新たなサービス、そして市街地や観光地での回遊性向上による地域活性化への寄与などの検討を行っています。

ゼロ・エミッション社会へのパートナーシップ

日産はゼロ・エミッションモビリティを推進するために、各国政府、地方自治体、電力会社などとパートナーシップを締結しています。こうした活動のひとつとして、京都市や民間企業(三菱自動車工業株式会社、株式会社堀場製作所)と共同して、EVの普及促進、京都の交通事情にあったクルマ利用システムの開発やエコドライブの普及促進に取り組む「次世代EV京都プロジェクト」を2010年7月に立ち上げました。同プロジェクトではEVへの転換と充電設備の整備を進めるとともに、充電設備の位置、使用状況などの情報をドライバーに提供するシステムを開発し、EV利用環境の整備を図っていきます。また、パーク&ライド、カーシェアリングなどによる市内の交通量の削減と、効率的なクルマの使用システムの実証研究を進めています。

EV普及に向けた「日産リーフ」全国ツアー

日産は2010年7月、神奈川県やNPOとの連携のもと、電気自動車の普及を呼びかける「the new action TOUR(ザ・ニュー・アクション・ツアー)」第1弾イベントを日産グローバル本社および周辺施設で開催しました。同イベントには約400名の地域市民の方々が参加。このうち約80名が体験試乗や市民ワークショップに参加しました。

ゼロ・エミッション社会の到来をより多くのお客さまに実感していただくために、日産では全国47都道府県での実施を目指しており、2010年度はさいたま市(8月)、北九州市(10月)、横浜市(12月)、宮崎県(2011年1月)、京都市(2011年2月)で開催しました。今後もルノー・日産アライアンスとゼロ・エミッションモビリティ推進に関するパートナーシップを締結している自治体を中心に、順次開催を予定しています。

スマートグリッドの実現に向けて

「横浜スマートシティプロジェクト」として、日産が横浜市および民間企業(アクセンチュア株式会社、株式会社東芝、株式会社明電舎、パナソニック株式会社、東京ガス株式会社、東京電力株式会社)とともに行った提案が、経済産業省が推進する「次世代エネルギー・社会システム実証地域」に選定されました。同省のシステム実証は、日本型スマートグリッドを構築し、海外展開を実現することを目的としています。

EVのバッテリーは、再生可能エネルギーの大規模導入をサポートする蓄電機能の役割を担うことができるため、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ます。日産はこれまでも、ゼロ・エミッション社会の実現に向けたEVやバッテリーの新たな活用機会を探ってきましたが、このプロジェクトにより、こうした動きをさらに加速しています。

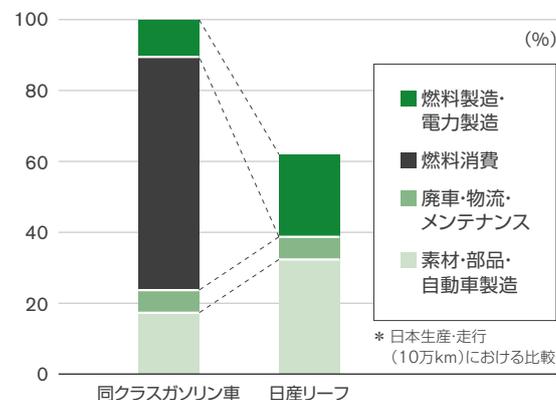
2010年11月に横浜で開催されたAPEC首脳会議に合わせ、日産がグローバル本社を構えるみなとみらい21地区において集中的に告知活動を行い、内外に発信しました。その後、横浜市都筑区にある港北ニュータウンのような既成市街地や、横浜グリーンバレー構想の対象地区である金沢区臨海部のような重点施策地域へ展開し、拡張可能性や普及効果を検証していきます。

また、日産と米ゼネラル・エレクトリックは2010年4月、EVの普及に向けて、スマート充電技術に関する共同研究を行う覚書を締結しました。両社は今後3年間、「EVの蓄電機能を生かした家庭およびビルにおける電力需給コントロール」「大規模な電力供給網を利用したEVへの充電」という2つの分野で共同研究を進め、信頼性が高く、充放電ニーズに柔軟に対応できるシステムに必要な新技術を開発していきます。

「日産リーフ」のライフサイクル全体でのCO₂削減

「日産リーフ」は、同クラスのカンガルー車と比べ、ライフサイクルにおけるCO₂排出量を約40%削減できると算出されており、この結果は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。今後は、新技術による車両の電費改善や、製造工程の効率化などを進め、EV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*



燃料電池車の性能を向上

燃料電池車 (FCV) は、水素と酸素からつくる電気をエネルギー源として走り、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。日産のFCV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を生かしています。2008年に新たな燃料電池スタックを開発し、従来に比べ出力密度を2倍向上させ、貴金属の使用量を削減し大幅な低コスト化と長寿命化を実現しています。また、2011年1月には民間企業12社とともにFCV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ています。2010年代中の実用化に向け開発を進めています。

エンジン搭載車の燃費向上への取り組み「PURE DRIVE」

日産はエンジン搭載車の燃費向上のための技術を継続的に開発し、市場へ投入することでCO₂低減を図ります。特にCO₂排出量の少ないクルマを「PURE DRIVE (ピュア・ドライブ)」と呼び、拡充していきます。

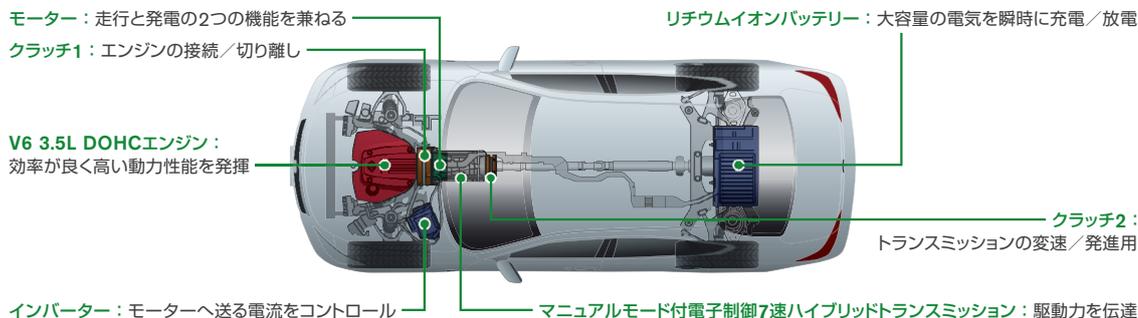
独自のハイブリッドシステム

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、CO₂排出量を大幅に削減することができます。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搭載した独自のハイブリッドシステムを開発しました。このシステムにより、2つあるクラッチの1つでモーターとエンジンを完全に切り離して、エンジンを停止させた静かで効率の良いモーター走行 (EVモード) が可能になりました。このEVモードを、高速走行などにも活用することで、クラストップの低燃費を達成しています。

また、素早い充放電が可能なりチウムイオンバッテリーを搭載することで、高速で精密なモーター制御によるクラッチ操作を行うことが可能となり、スムーズな変速で上質な走り、アクセル操作に対するレスポンスに優れた爽快な走りを両立しました。

日産は、このシステムを搭載した「フーガ」のハイブリッド車を、2010年秋に日本で発売。19.0km/L(10・15モード)というコンパクトカー並みの低燃費とダイレクト感のある走りを実現しました。また、このハイブリッドシステムを「インフィニティ M」に搭載し、2011年3月に北米、欧州市場に投入しています。

ハイブリッドシステム



26km/Lの低燃費を実現した「HR12DE」エンジン

日産は、軽量・コンパクトを追求した3気筒1.2リッター「HR12DE」エンジンを新たに開発しました。3気筒エンジンは、小型車で一般的な4気筒エンジンと比べて可動部品が少なく、かつシリンダーブロックに真円ボア加工技術などを採用したことにより、日産の従来型同クラス4気筒エンジンに対して約20%のフリクション(摩擦抵抗)低減を実現。さらにエンジン回転軸の重量バランスの工夫により、4気筒エンジン並の高い音振性能を実現しました。このエンジンは2010年7月に日本で発売された新型「マーチ」に搭載されています。



「HR12DE」エンジン

ガソリン直噴ターボエンジン「MR16DDT」エンジン

日産は、高出力と低燃費を両立させるダウンサイジングコンセプトに基づいて、小排気量ガソリン直噴エンジン(エンジンのシリンダー内に、直接燃料を噴射する)にターボチャージャーを組み合わせた1.6リッター4気筒「MR16DDT」エンジンを新たに開発しました。

「MR16DDT」エンジンは、吸排気バルブの開閉タイミングを連続的に変化させる可変バルブタイミング機構(CVTC)やフリクションを低減した新型バルブスプリングなどの新技術を採用することで、2.5リッター相当の出力で低回転から高回転まで優れた加速性能と燃費性能を高次元でバランスさせました。このエンジンは、日本市場の「ジューク」に搭載されています。



「MR16DDT」エンジン

デュアルインジェクターを採用した「HR15DE」エンジン

日産は、量産エンジンでは初となる、コンパクトなインジェクターを気筒当たり2つ装備するデュアルインジェクターを採用した1.5リッター「HR15DE」エンジンを開発しました。

このデュアルインジェクターは、霧状に噴射される燃料の粒子を従来より約60%小さくすることで、燃焼を安定化させます。また、吸排気CVTCと組み合わせることで、熱効率の向上や吸気抵抗の低減を実現しました。日産の従来型同クラスガソリンエンジンと比べて燃費が約4%向上するとともに、燃焼効率の向上で排出ガス中の炭化水素が抑制され、浄化のための貴金属使用量も低減しました。このエンジンは2010年6月に日本に投入した「ジューク」から搭載されています。



「HR15DE」エンジン

始動時間を短縮したアイドリングストップ

信号待ちなどでクルマを停止させたときに自動的にエンジンを切り、発進時にエンジンを再始動させるシステムがアイドリングストップです。停車時にエンジンを停止させることで燃費を向上させ、CO₂排出削減の効果もあります。

この技術を実用化するためには、アイドリング時にエンジンをストップさせた後のリスタート機能が重要となります。日産では、エンジンの逆回転を検知するセンサーを採用し、通常のエンジンが4サイクルで始動していたのを、2サイクル目で始動完了することで時間を短縮。新たな装備を追加することなく、より手軽な技術でアイドリングストップを実現し、約8%の燃費(10・15モード)を向上させています。

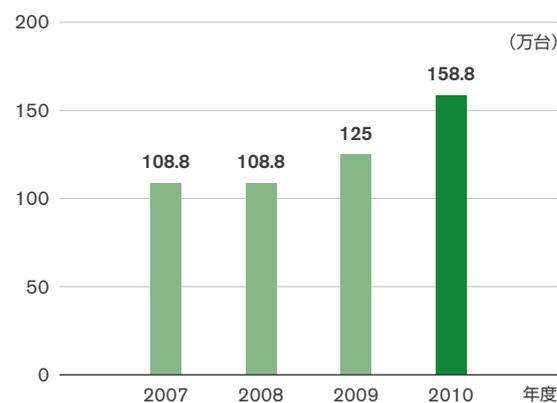
また、2010年11月に日本で発売した「セレナ」には、エンジンの始動性が早くて静かなECOモーター式のアイドリングストップを採用しました。

新型CVTを採用

日産は、真に実効性のある技術の普及によって、総量でのCO₂削減を目指しており、CVT(無段変速機)を重要な燃費向上技術と位置づけています。日産のCVT搭載車は小型車から大型車まで幅広い車種にわたり、グローバルでの年間販売台数は2007年度に100万台を超え、2010年度には158万台以上に達しています。

また日産は、力強い発進加速性能と静粛性かつ低燃費を両立した「新型エクストロニックCVT」を開発しました。「新型エクストロニックCVT」は副変速機の採用により、従来比で10%軽量かつ13%コンパクトで、さらにフリクションを約30%低減しています。また、今回「マーチ」に採用したアイドリングストップシステムでは、この副変速機を利用した内部ロック機能で、坂道(勾配6%程度以下)でもクルマが下がることなく、エンジンを再スタートできます。また、エンジン再始動時間の短縮を実現しており、日常の運転で意識することなくアイドリングストップが作動します。このCVTは新型「マーチ」、「ジューク」に搭載されています。

CVT販売台数の推移



世界最高レベルの燃費を実現した「HR12DDR」エンジン

日産は、ガソリン車世界最高レベルの燃費を目標に1.2リッター「HR12DDR」エンジンを新たに開発し、欧州市場に投入する小型車「マイクラ(日本名: マーチ)」に、2011年前半に搭載します。このエンジンは「マーチ」に搭載した1.2リッター3気筒の「HR12DE」エンジンをベースに、1.5リッター相当の出力で、CO₂排出量95g/km(欧州計測モード)を実現。ミラーサイクル化、ガソリン直噴システム、高効率スーパーチャージャーを採用し、アイドリングストップシステムと併せることで、動力性能と燃費性能を高次元で両立しています。



「HR12DDR」エンジン

クリーンディーゼルエンジン「M9R」エンジン

日産は、クリーンディーゼルエンジン車にも注力しています。本来ディーゼル車は、同じ出力のガソリン車に比べ、圧倒的に燃費性能が優れているため、長距離の走行をはじめ、さまざまなシーンでCO₂の大幅な削減が期待できます。また、軽油を燃料とするので、クルマにかかる費用を大きく節約できます。そこで日産はルノーとのアライアンスのもと、排出ガスのクリーン化に成功した新型クリーンディーゼルエンジン「M9R」エンジンを開発。「エクストレイル 20GT」に搭載し、日本市場へ投入しました。



「M9R」エンジン

また、2010年7月には「エクストレイル 20GT」にオートマチック車を追加しています。

エコドライブサポート技術

ECOモード機能

エンジンとCVTは、常にコンピュータで協調制御されていますが、通常はスポーティさを優先するモードと燃費を優先するモードを、運転状況に応じて自動的に切り替えながら走行しています。“ECOモード機能”は、燃費優先モードを最大限に選択するような協調制御プログラムを組み込み、さらに燃費を向上させます。ECOモードへの切り替えは、ナビゲーションシステムの画面上、またはECOモードスイッチで行えます。

また、ECOモード走行中のクルマは、常に穏やかなアクセルレスポンスを示しますが、緊急回避など急加速が必要な状況では即座にコンピュータが判断し、素早い加速が得られるなど、安全確保にも十分に配慮されています。

「エコドライブナビゲーター」

同じクルマでも、ドライバーの運転操作の違いで燃費は大きく変わります。特にクルマの発進・加速時に生じる過剰な燃料消費を抑えるよう、日産はドライバーのエコドライブ（環境にやさしい運転）をガイドするシステム「エコドライブナビゲーター」を開発しました。

クルマの発進時や走行時に、必要以上にアクセルペダルを踏みすぎてしまうことで起きる過剰な燃料消費をメーターで表示して、ドライバーのエコドライブをガイドします。エコ領域と非エコ領域を、認知しやすいゲージと色で表示することで、最適なアクセルペダルの踏み込み量を直感的にお知らせします。

「エコ運転診断」機能

日産は、ドライバーの運転行動を分析し、走行モード別にエコドライブレベルを得点化する「エコ運転診断」機能を世界で初めて開発しました。ディーラーオプションとして発売する日産オリジナルナビゲーションシステム全5機種に採用し、国内におけるエコ運転の本格的な普及促進を図ります。

今回開発した「エコ運転診断」機能の判定アルゴリズムには、日産が独自に開発した燃費理論モデルを採用しています。ドライバーの実走行に基づく理論燃費と日産テストドライバーによる理想燃費を比較し、ドライバーのエコドライブ達成度を得点で評価できるようになりました。この結果、車種や走行環境の異なるドライバー同士が公平に得点を競い合うことが可能になります。走行時のドライバーの運転行動を得点化する仕組みは世界初です。

また、カーナビ向け情報サービス「カーウイングス」では、燃費などの走行記録に基づいてドライバー個々のエコ運転をサポートする「愛車カルテ」や、情報チャンネル「あなたもエコドライブ」といったエコドライブを促進する情報提供を充実させています。

北京市で交通情報システムを実証研究（中国）

日産は、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、中国北京市交通委員会と連携して、ドライバーに動的経路誘導（DRGS）とエコドライブ支援の情報を伝えるためのサービス提供システムと、その効果検証システムを導入することになりました。今後は日中が協力して実証事業を進めていきます。

DRGSでは、テレマティクス（自動車などのモビリティに情報サービスを提供するシステム）を活用し、サービス提供システムからの交通情報をリアルタイムで車載器などへ配信します。車載器は、高精度の交通情報を受け取り、最速ルートドライバーに案内します。

エコドライブ支援は、自分がどの程度の燃費で運転しているかを認識することで、エコドライブを促します。エコドライブのためのアドバイスをを行い、他者とのランキング比較をすることにより、継続的なエコドライブをサポートします。

■ 生産・物流への取り組み

生産におけるグローバルな省エネ活動

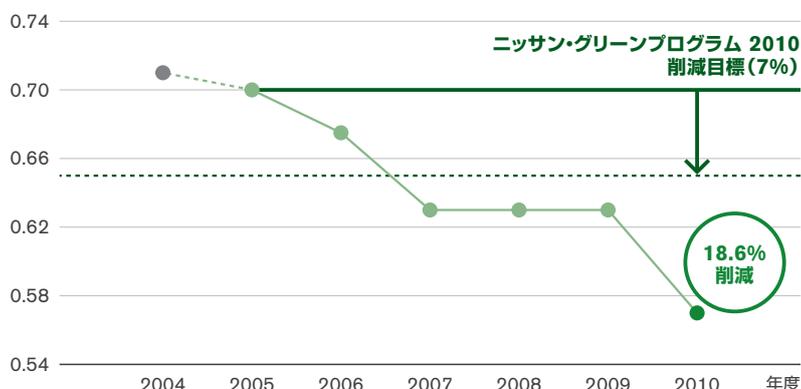
生産過程でのCO₂排出の主たる要因は、化石燃料を使用したエネルギー消費によるものです。日産はこの課題と正面から向き合い、より少ないエネルギーでクルマの生産を実現するためのさまざまな省エネ活動に取り組んでいます。生産技術の分野では、より効率の高い生産設備の導入や工法の改善、省エネ型照明の採用などを行い、運営面では、照明や空調設備を細かく管理し、エネルギー使用量やロスの少ない操業を徹底しています。そしてこれらの取り組みや最適手法をグローバルの生産拠点で共有化しています。

さらに世界各地の生産拠点では、それぞれの立地に合わせた自然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基に達し、工場全体の電力の約7%を供給しています。日本においても、日産自動車が横浜市 of 風力発電事業「Y-グリーンパートナー」に協賛しています。太陽光エネルギーについても、スペインの日産モトル・イベリカ会社が太陽光発電パネルを設置したほか、メキシコ日産自動車会社では太陽熱エネルギーを利用した温水設備を導入しています。

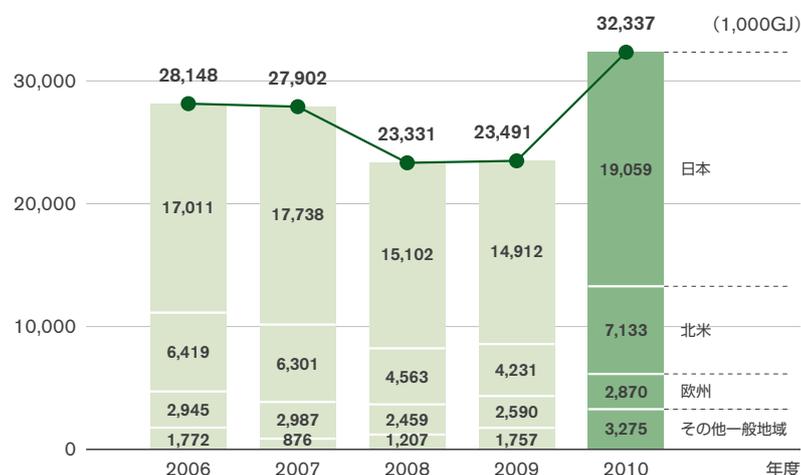
日産は、日本で先行した省エネルギー技術を世界の各工場に普及させるとともに、各国の工場が相互に学び合い、ベストプラクティスを共有しながら、CO₂排出量の削減活動を推進しています。「グローバル台当たりCO₂排出量*」を、2010年度までに2005年度比で7%削減することを目標としていましたが、2010年度のグローバル台当たりCO₂排出量は約0.57トンで、2005年度に比べて約18.6%減少となり、目標を達成しています。

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

グローバル生産拠点における台当たりCO₂排出量(t-CO₂/台)



エネルギー投入量



※2010年度対象：グローバル日産グループ(連結会社など71社)

連結対象会社の増加やマネジメント対象範囲の変更などにより、年度ごとに対象拠点が異なります

「国際エネルギースタープログラム」の「パートナー・オブ・ザ・イヤー」を受賞（北米）

米国政府環境保護局（EPA）が推進する省エネルギープログラム「国際エネルギースタープログラム」は、1992年からスタートし、世界7カ国・地域で実施。現在では、17,000以上の企業や団体が参加し、さまざまな省エネルギー活動を行っています。日産は、2006年から同プログラムに参加しており、2010年度は北米日産会社（NNA）が「パートナー・オブ・ザ・イヤー（エネルギー管理部門）」を受賞しました。また同社のテネシー州スマーナ工場およびデカード工場、ミシシッピ州カントン工場もそれぞれの省エネルギー活動が評価され、「エネルギースター賞」を受賞しています。

NNAは、細かなエネルギー管理によりエネルギー使用量やロスが少ない操業を徹底し、上記3工場のエネルギー効率を30%以上も向上させました。これにより、年間で1,150万ドルの経費が削減されました。

エネルギー効率の改善を目指す国際プログラムに参加（北米）

米国政府は2010年7月、エネルギー効率向上に関する国際パートナーシップ（GSEP）を推進し、大型の建築物や産業設備を対象とした国際認証制度を目指すことを発表。現在、24カ国の政府が参加を表明しています。

企業や団体が認証されるためには、当局が承認したエネルギー管理システムを導入・運用し、エネルギー効率の改善に関して第三者による長期的な検証を受けることになります。

このプログラムは企業8社で試験的に運用されており、そのひとつにNNAのスマーナ工場も選ばれました。米エネルギー省やオークリッジ国立研究所、ジョージア工科大学と連携しながら、エネルギー管理システムの新たな国際規格ISO50001の実証運用を行っています。

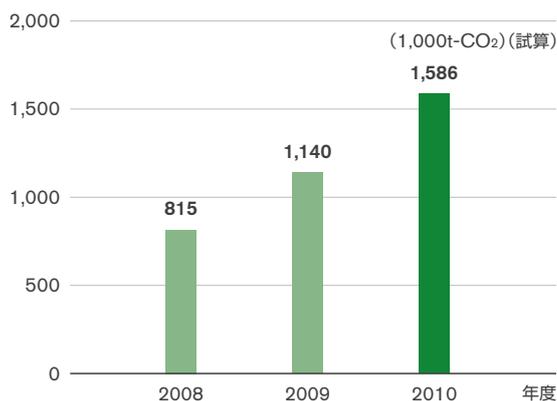
物流における効率化とモーダルシフト

日産は2000年、自動車メーカーによる自社手配トラックで部品を引き取る「引取輸送方式」を導入し、従来隠れていた物流のムダの「見える化」を可能にしました。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実現しています。この引取輸送方式は海外の生産工場でも幅広く採用しており、グローバルで効率化を推進しています。

欧州では、アライアンスパートナーのルノーとの協働で、部品ならびに完成車の共同輸送を実施しており、英国と欧州大陸間で行っている共同フェリー輸送では他社とも提携し、相互利用による輸送効率の向上に取り組んでいます。

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。「物流サイクル活動」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。

物流時のCO₂排出量（グローバル）



また、物流手段の見直しを行い、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。また、関東地区から九州工場への部品輸送はほぼ全量を鉄道や船舶で行っており、特に船舶へのモーダルシフトについては優良事業者として国土交通省からの認定を取得しています。

海外拠点においては、それぞれの地理的特性を生かした輸送手段を選択しています。完成車輸送にも、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。メキシコでも国内への完成車輸送に鉄道を利用する比率を高めています。

省エネ型自動車運搬船を導入(欧州)

日産は2010年12月、欧州域内で新たに導入する完成車海上輸送用の省エネ型自動車運搬船「シティ オブ セントピーターズバーグ」を公開しました。

この省エネ型自動車運搬船は、船首部の形状を半球の流線形にすることで、風圧抵抗を従来比最大50%低減しています。北大西洋における平均海象条件において年間航海率75%をベースに計算すると、最大年間約800トンの燃料節減に相当し、CO₂排出量が年間約2,500トンの削減を達成できることとなります。日産専用船株式会社の子会社であるユーロ・マリン・キャリアーが欧州市場向けの日産車両を北欧やロシアへ海上輸送する際に使用する予定で、風が強いと言われている北海領域で最大限の効果を発揮することが期待されています。

■ 販売会社・オフィスでの取り組み

包括的なCO₂排出量マネジメント

日本国内では、事業所および国内の全販売会社で包括的なCO₂マネジメントを推進しています。2008年度からは「ニッサン・グリーンプログラム 2010」に基づき、販売店での事業活動におけるCO₂排出量の管理、削減活動を開始しました。現在多くの販売店で、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、省エネ活動を推進しています。海外では、北米日産会社や欧州各拠点においてCO₂マネジメントを開始しています。今後、さらに多くの国と地域でのCO₂マネジメントを強化していきます。

■ 大気・水・土壌の保全



日産のアプローチ

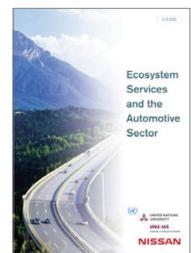
国連が提唱した「ミレニアム生態系評価」の報告書は、過去50年間に、世界の生態系の劣化がかつてないほどの速度と規模で進行していると指摘しています。生態系は食料や淡水の供給、気候の調節や自然災害からの保護など多くのサービス(生態系サービス)を生み出し、私たち人類に多大な恩恵をもたらしています。企業も、自らの活動が生態系へ及ぼす影響とともに、生態系がもたらす恩恵への依存をあらためて認識し、企業活動において環境保全と経済性を両立させることが喫緊の課題となっています。日産は生態系に及ぼす影響を企業活動およびクルマのライフサイクルにわたって可能な限り最小化し、新たな価値に変えるべく、環境技術の開発・普及に努めています。

生物多様性に関する重点課題

日産は有識者とのワークショップを通じて、モビリティと生態系サービスとのかかわりを研究してきました。2007年からは、国連の「ミレニアム生態系評価」において中心的役割を担った国連大学高等研究所と、モビリティが生態系に与える影響や生態系サービスからもたらされる恩恵について論議を行い、その成果をまとめた報告書「Ecosystem Services and the Automotive Sector」を2010年に発表しました。本共同研究は、生物多様性が保全されることで自然が社会にもたらす生態系サービスという価値に焦点を当て、バリューチェーン全体を通して自動車ビジネスが生態系サービスにどのように依存しているのか、またどのような影響を与えているのかを明らかにすることを目的としています。具体的には、「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、その結果、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領域を特定しています。

日産は今後、本研究を通じて明らかになったビジネス上のリスクとチャンスを認識し、従来の環境取り組みをあらためて評価し発展させながら、特定した重点領域を中心に戦略的に取り組んでいきます。

* 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ン・インスティテュートとの協力のもとに作成



「Ecosystem Services and the Automotive Sector」



「Ecosystem Services and the Automotive Sector」は、下記のウェブサイトに掲載しています。併せてご覧ください。

<http://www.nissan-global.com/JP/ENVIRONMENT/SOCIAL/BIODIVERSITY/>

■ 商品・技術開発での取り組み

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自らに課し、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ており、排出ガスのクリーン化で世界をリードしています。

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PZEV^{*2}に認定されました。

2000年8月に日本で発売した「ブルーバードシルフィ」は、U-LEV^{*3}の認定を国内で初めて取得。2003年には、SU-LEV^{*4}でも日本初の認定を受けました。2011年3月末時点で、日産が日本国内で販売するガソリン車の96%以上がSU-LEVとなっています。

*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

厳しい排出ガス規制に対応したクリーンディーゼル

従来ディーゼル車は、エネルギー効率がが高く、CO₂排出量も削減できるものの、排出ガスをクリーンにするのが非常に困難でした。そこで日産では、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・フィルターやNOx吸着触媒、酸化触媒などの技術を開発。またルノーとのアライアンスのもと開発した、次世代の環境技術を採用したクリーンディーゼルエンジン「M9R」を「エクストレイル 20GT」に搭載。「エクストレイル 20GT」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」*に世界で初めて適合しました。2010年7月からは、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」を販売しています。

* 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両重量1,265kg超）。2009年10月から新型車に適用。継続生産車・輸入車は2010年9月から適用

NOxを浄化するディーゼル用新触媒

2010年度より「エクストレイル 20GT」に搭載したクリーンディーゼル「M9Rエンジン」には、従来困難だったNOxの浄化を可能にする、リーンNOxトラップ触媒を新たに採用しています。この新触媒では、NOx浄化層とNOxトラップ層に高分散型の触媒技術を採用することで、熱劣化（貴金属の凝縮）による表面積の減少を抑制し、従来技術の約50%の貴金属量で同等の性能を発揮します。超低貴金属触媒の基材と仕切り材を一体化させ、基材と貴金属の間の結合力を高めることで、貴金属の凝集による排出ガスとの接触面積の減少を抑制する技術を開発しました。

さらに浄化能力を最大限に引き出す高度なエンジン制御を行うことで、排出ガスをクリーンにしています。

■ 生産・物流への取り組み

大気汚染防止

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、大気汚染の物質として窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)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の排出量となっています。また、塗装工程の熱源となるオープンやボイラ設備に低NOxバーナーを採用し、さらに、使用する燃料を重油や灯油などからSOx排出量の少ない燃料へ転換するなど、NOxやSOxの排出濃度を低減してきました。

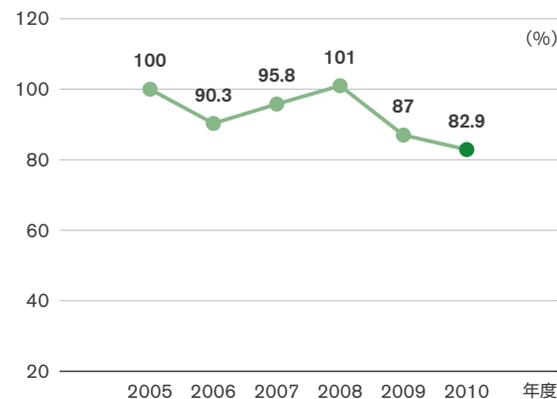
現在の課題は、クルマの生産工程から排出される化学物質のうち、9割を占める揮発性有機化合物(VOC)*の低減です。日産では、各国の法規制化に先駆けて、洗浄用シンナーなどの回収率を上げて工場外への排出量を減らすとともに、VOCの少ない水系塗装ラインへの切り替えや廃シンナーのリサイクル率向上を計画的に進め、VOCの使用量そのものの削減に取り組んでいます。

九州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・ゾナフランカ工場などで水系塗装を採用しています。

こうした取り組みにより、日産は2010年度において塗装面積当たりのVOC排出量を2005年度比17.1%削減しました。

* 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

揮発性有機化合物(VOC)削減率推移



※日産自動車の国内生産工場のみ

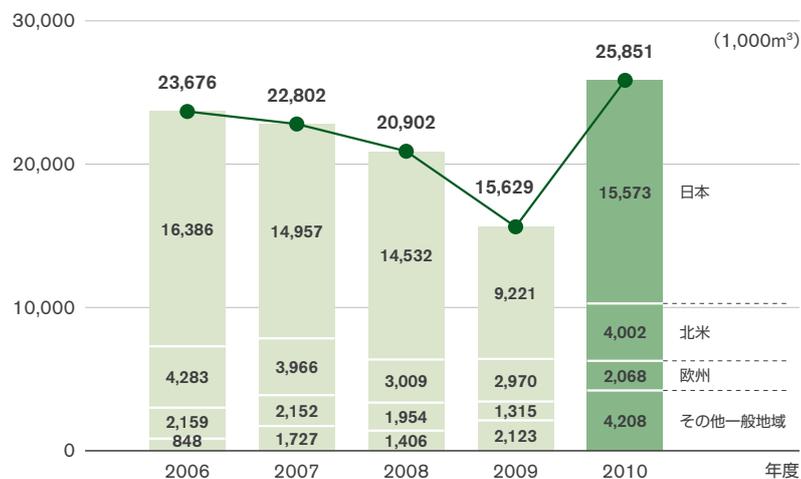
水リスクの管理

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ています。

日産ブランドのクルマおよび部品を製造する工場は、世界18か国に40以上あり、いずれも生産に伴い水を使用していることから、まず生産工場の水消費から取り組みを進めています。

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3つのカテゴリーに分類し、それぞれの実情に合わせた活動を進めています。水リスクの最も高いレベルAは、「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、工場ごとに水使用量の削減目標を設定して活動します。またレベルBは、「将来、水リスクが顕在化する可能性のある工場」で、これまでの自主削減活動に加えて定期的な水リスクのモニタリングを実施します。水リスクの低いレベルCでは、従来の自主的な水使用量の削減活動を継続していきます。この分類と活動レベルを全社統一の基準とすることで、これまで工場独自で実施していた取り組みを全社活動へと移行させています。

水資源投入量



※2010年度対象：グローバル日産グループ(連結会社など71社)
連結対象会社の増加やマネジメント対象範囲の変更などにより、年度ごとに対象拠点が異なります

排水量



※2010年度対象：グローバル日産グループ(連結会社など71社)
連結対象会社の増加やマネジメント対象範囲の変更などにより、年度ごとに対象拠点が異なります

■ 事業活動での取り組み

地域と協働した生物多様性保全活動

神奈川県厚木市にあり、丹沢大山の豊かな自然に恵まれた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、敷地内に残る緑地の保全に努めるだけでなく、敷地周辺に広がる自然とのつながりも維持しながら環境保全活動を推進しています。

例えばNTCでは、自然林の維持管理を行うとともに、造成工事の際に手を加えた部分にも植樹を行うなど里山としての生態系維持に努めており、敷地内では現在もさまざまな野鳥や、野生のシカ、猿の群れが見られます。また、絶滅危惧種（環境省レッドリスト）に指定されている「エビネ」*という植物が敷地内に自生しています。

また、本来の自生状態を維持するよう、必要最小限の管理で保全しています。敷地周辺の緑地は、地域住民の方々にも憩いの場、環境教育の場として活用されており、敷地周囲に存在する公園を結ぶように設けた遊歩道は、大人から子供まで広く親しまれています。

こうしたNTCおよびNATCの保全・再生緑地活動が評価され、2010年5月に（財）都市緑化基金より「生物多様性保全につながる企業のみどり100選」に選ばれました。

* エビネ：山地の林下に自生するラン科の多年草



日産テクニカルセンター敷地内の遊歩道

■ サプライチェーンの管理

高い自主基準で環境負荷物質を低減

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、上記規制などへの対応を着実に進めるとともに、世界各国で実施されている環境規制に対応できる自主的な基準を設けて、環境負荷物質の低減に取り組んでいます。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PBDE*3類の使用を禁止もしくは制限しています。また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ールエーテル

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

■ 資源循環の推進

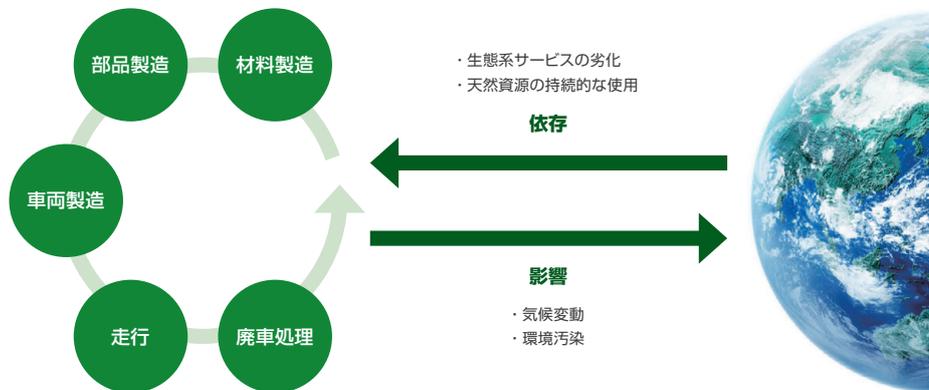
資源循環に向けた日産のアプローチ

新興国の急激な経済成長により、金属や石油などの天然資源の需要が急速に拡大しています。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によるバージン材料*の使用量削減を推進するとともに、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。

日産はこれまで、使用済み自動車の100%再資源化を掲げ、ライフサイクルに配慮した設計や廃棄物の削減などを推進してきました。今後はこうした取り組みに加え、リサイクル材の採用拡大を推進していき、地球環境に及ぼす影響と新たな天然資源への依存の削減を同時に実現し、持続可能な社会の構築を目指します。

* バージン材料：再生された材料を一切使用しない天然資源から製造された材料

資源循環において日産が目指す姿



■ 商品・技術開発での取り組み

ライフサイクルに配慮した設計

日産は、新型車の設計段階から3R(リデュース・リユース・リサイクル)の視点を取り入れ、クルマのライフサイクルをトータルで考えた設計・開発を行い、環境負荷物質の使用削減、使用済み段階での解体のしやすさ、リサイクルのしやすさを考慮したクルマづくりに取り組んでいます。2005年以降、日本のすべての新型車でリサイクル可能率95%以上を達成しており、より高い目標に向かって日々の活動を強化しています。

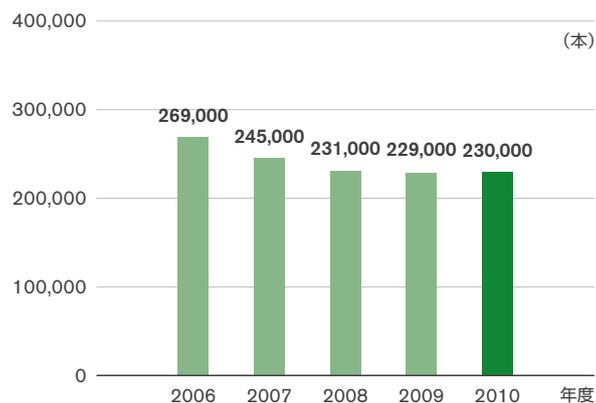
また、アライアンスパートナーのルノーとともに、設計初期の段階からクルマのリサイクル率やリサイクル時のコストを試算できるシミュレーションシステム「オペラ(OPERA)」を開発し、経済性にも優れたリサイクル効率の評価を行っています。

使用済み自動車部品の再生利用

日産は、使用済みの自動車部品を再生し、新車の材料として適用する活動を進めています。そのひとつがアルミロードホイールです。使用済み自動車からアルミロードホイールを回収し、新車の素材としてリサイクルする取り組みを行っています。廃アルミニウム材は従来からエンジンなどの部品としてリサイクルされてきましたが、日産では独自に日本全国のリサイクル事業者と協力して、日産車のアルミロードホイールのみを分別回収し、よりグレードの高いアルミリサイクル材としてサスペンションなどの重要な部品に利用しています。2010年度は月間約248トンのアルミロードホイールを回収・リサイクルして、バージン材料の使用削減に努めました。

また、自動車の修理・部品の交換などにより販売会社で発生する使用済みの樹脂バンパーを全国から回収し、再利用する取り組みを進めています。回収したバンパーは、再生工程を経て新車の樹脂部品にリサイクルしています。さらに自動車以外の使用済み製品由来のリサイクル材の利用も促進しています。

バンパー回収量推移



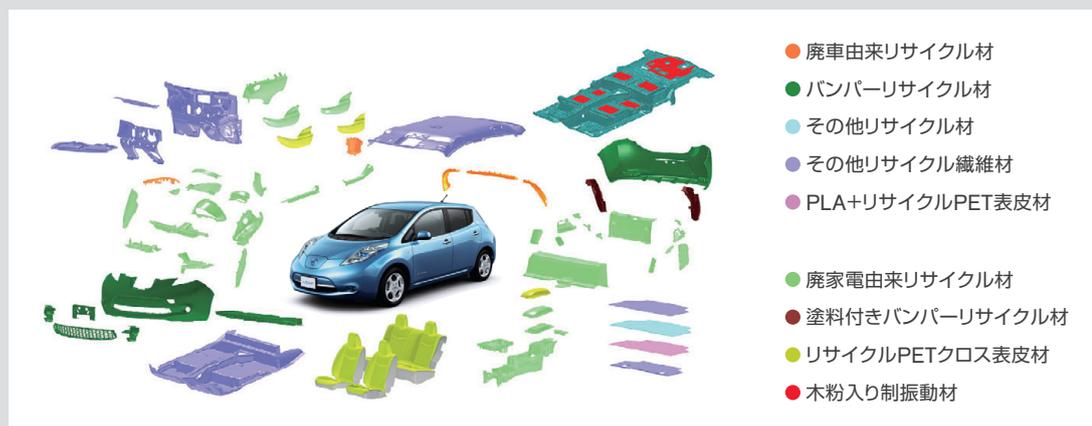
「日産リーフ」におけるリサイクル材利用の取り組み

電気自動車「日産リーフ」では、ライフサイクルに配慮した設計を行うだけでなく、廃車を新たな部品の資源として適用させるCar to Carリサイクルを積極的に広げています。

例えば内装トリム部品の一部について、廃車から回収した樹脂部品を、品質を高めつつ色を合わせる新技術によりリサイクルし、「日産リーフ」の樹脂部品に適用しています。またバンパーについては、生産時に不具合があって廃棄された塗装済みバンパーを、薬品を使用することなく塗膜を剥離し品質を確保する装置を開発。この装置によりリサイクルし、「日産リーフ」に採用しています。

さらに、シートの表皮材としてペットボトル由来のリサイクル材を使用するなど、使用済み自動車以外の廃製品由来のリサイクル材も適用しています。

「日産リーフ」のリサイクル材



リサイクル実効率を上げる解体方法

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、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。この研究は当初、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行われてきましたが、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設計に生かされるよう、開発部門に随時フィードバックしています。

また、日産は資源の有効活用を進めていくうえで、企業の枠を超えたパートナーシップの構築を重視しています。そして、その連携が生み出す相乗効果を資源循環という大きな輪へつなげていきたいと考えています。

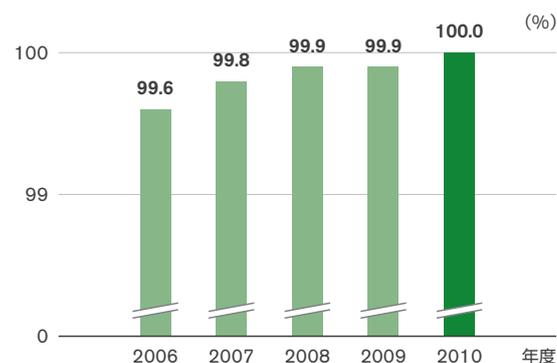
そのひとつとして、使用済み自動車の適正処理推進のため、解体事業者の方々向けに環境負荷物質が使用されている場所や作業上のポイント、安全上の注意を記した「使用済み自動車のリサイクルマニュアル」を配布しています。さらに、電気自動車やハイブリッド車の使用済み駆動用リチウムイオンバッテリーに関して、解体事業者の方々へ安全に取り外し作業を行えるよう「リチウムイオンバッテリー取り外しマニュアル」を発行しています。

■ 生産・物流への取り組み

廃棄物対策を徹底

日産は生産過程における3R活動を積極的に推進し、廃棄物の発生源対策と徹底した分別による再資源化に努めています。「ニッサン・グリーンプログラム 2010」に基づき、日本において再資源化率100%の達成、グローバルでは各国の自動車業界のベストレベルを目指した活動に取り組みました。その結果、日本では2010年度末時点で日産の全ての国内生産拠点(5工場、2事業所および連結5社)で生産段階での再資源化率100%を達成しています。

再資源化率



容器・梱包材の削減

日産は、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。2010年時点で、およそ400万個の折りたたみ式プラスチック容器と、60万個の折りたたみ式鉄製容器を海外拠点間の部品物流に採用、リターンブル化*して、繰り返し使用しています。また、アライアンスパートナーのルノーとともに、グローバル標準のリターンブル容器の採用を拡大しています。部品包装仕様そのものの改善においても、開発段階から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。

* リターンブル化：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すること

■ 販売会社・オフィスでの取り組み

「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、2010年度の売上高は17.1億円となりました。

Area Leaders' Messages

日産のCSR 重点8分野 オーナーメッセージ

クルマが環境に及ぼす影響を削減経営企画本部 グローバル環境企画オフィス
次長

朝日 弘美



2010年度は100%電気自動車「日産リーフ」や、新型「マーチ」、「フーガ ハイブリッド」などの「PURE DRIVE」シリーズを投入、社内では国内主要全拠点においてISO14001認証を取得しました。これらは「ニッサングリーンプログラム 2010」の成果であり、次の挑戦の始まりでもあります。世界人口の増加、新興国における経済発展、モータリゼーションの拡大、それに伴う資源・エネルギー消費の急増、生態系への影響——。地球の制約がある中で、世界中の人々に“クルマがある生活”という豊かさを提供していくために、クルマが環境に及ぼす影響・依存を早く、広く削減すべく、活動を進めていきます。



日産のCSR 重点8分野

安全 — 交通事故のないクルマ社会へ

クルマは心地よい空間であるとともに、ユーザー自らが操りながら移動できる、楽しく便利な乗り物です。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、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、さらには他車の乗員を含む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 (高度道路交通システム)

日産の安全への取り組み

1. クルマ：安全技術開発への取り組み

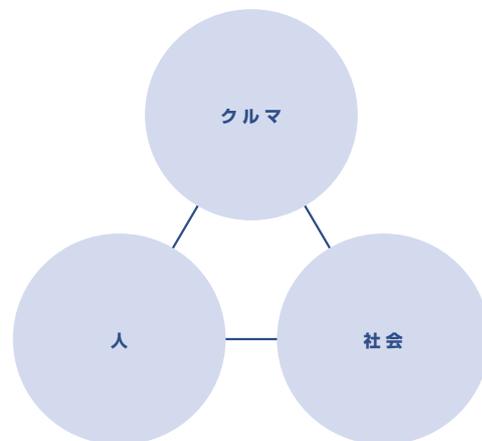
「セーフティ・シールド」という独自の考え方のもと、日産では運転の主体は人であるという視点に立ち、少しでも危険に近づけないようドライバーの運転を支援する技術開発を進めています。また、万一衝突の避けられないときも被害を軽減する技術を提供しています。

2. 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、歩行者など多くの方々に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の向上を支援する活動にも力を注いでいます。

3. 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。



■ 日産の安全への取り組み

「リアルワールドセーフティ」という考え方

交通事故により命を落とす人の数は、世界中で毎年約100万人に上ります。

日本における2010年の事故死亡者数は4,863人で、10年連続の減少となり、ピーク時(1970年の1万6,765人)の3割以下となりました。欧米においても事故の数は減少しています。しかし、依然として多くのかけがえのない命が失われており、交通事故を減らすためのさらなる取り組みが求められています。

安全に対する日産の基本姿勢は、現実の世の中(リアルワールド)における安全性を追求することです。この「リアルワールドセーフティ」という考え方に基づき、「死亡・重傷事故をゼロにする」ことを目標として掲げ、日本とイギリスについては、すでに日産車のかかわる死亡・重傷者数の半減(1995年比)を達成しています。

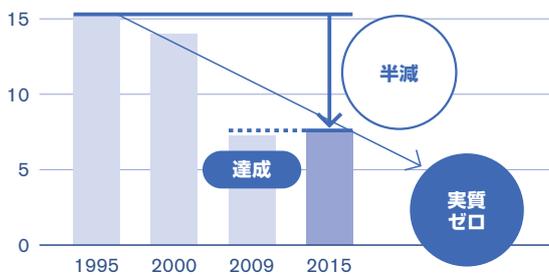
ただし、新興国においては、交通事故が深刻な問題となっているものの、十分なデータの入手と分析が難しいのが現状です。



安全の取り組みに関する詳しい情報は、下記のウェブサイトに記載しています。併せてご覧ください。

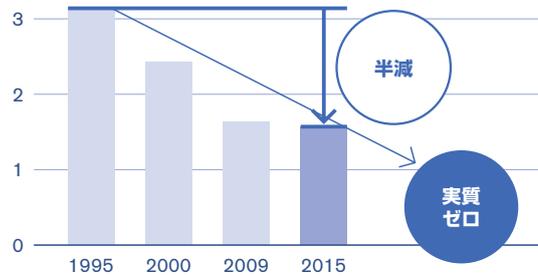
<http://www.nissan-global.com/JP/SAFETY/>

日本 日産車1万台当たりの死亡・重傷者数



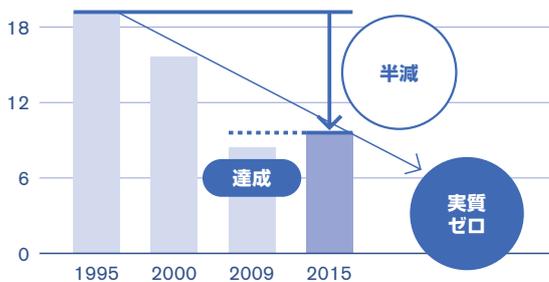
出所：財団法人交通事故総合分析センター

米国 日産車1万台当たりの死者数



出所：Fatality Analysis Reporting System

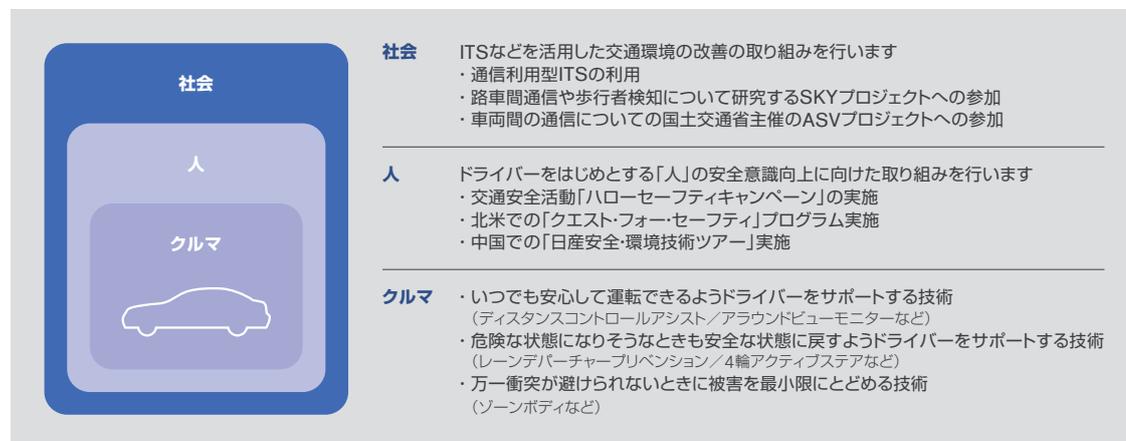
欧州(英国) 日産車1万台当たりの死亡・重傷者数



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

トリプルレイヤーアプローチ

交通事故を低減していくためには、クルマだけでなく、人と交通環境での総合的な取り組みが必要となります。真に安全な社会の構築に貢献するため、日産では「クルマ」「人」「社会」という3つの階層に取り組む「トリプルレイヤーアプローチ」を推進しています。



社会 ITSなどを活用した交通環境の改善の取り組みを行います

- ・通信利用型ITSの利用
- ・路車間通信や歩行者検知について研究するSKYプロジェクトへの参加
- ・車両間の通信についての国土交通省主催のASVプロジェクトへの参加

人 ドライバーをはじめとする「人」の安全意識向上に向けた取り組みを行います

- ・交通安全活動「ハローセーフティキャンペーン」の実施
- ・北米での「クエスト・フォー・セーフティ」プログラム実施
- ・中国での「日産安全・環境技術ツアー」実施

クルマ

- ・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 (ディスタンスコントロールアシスト/アラウンドビューモニターなど)
- ・危険な状態になりそうなくと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 (レーンデパーチャープリベンション/4輪アクティブステアなど)
- ・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 (ゾーンボディなど)

先進技術説明会

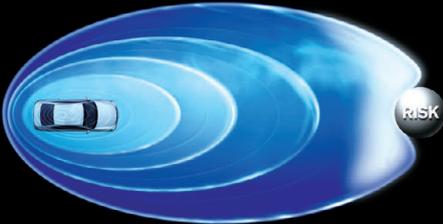
日産が開発している先進技術を多くのステークホルダーの方々に知っていただくために、日本国内では、報道関係者を対象とした先進技術説明会を毎年開催しています。2010年7月に開催された説明会では、「ムービングオブジェクトディテクション」や「衝突回避支援コンセプト」などの新技術を発表するとともに、この2つの技術を体感できる評価車両に試乗していただきました。

また中国では、日産(中国)投資有限公司が「日産安全・環境技術ツアー」を開催しています。2010年は北京、上海、広州で開催、ディスタンスコントロールアシストやアラウンドビューモニター、レーンデパーチャープリベンションなどの安全技術を紹介し、試乗会も行いました。

■ 技術開発への取り組み

日産の安全技術コンセプト「セーフティ・シールド」

安全なクルマづくりを進めるため、日産には「セーフティ・シールド」(クルマが人を守る)という独自のコンセプトがあります。これは、クルマの置かれている状態を「危険が顕在化していない」状態から「衝突後」に至るまで段階的に捉え、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積極的に進めていくという考え方です。

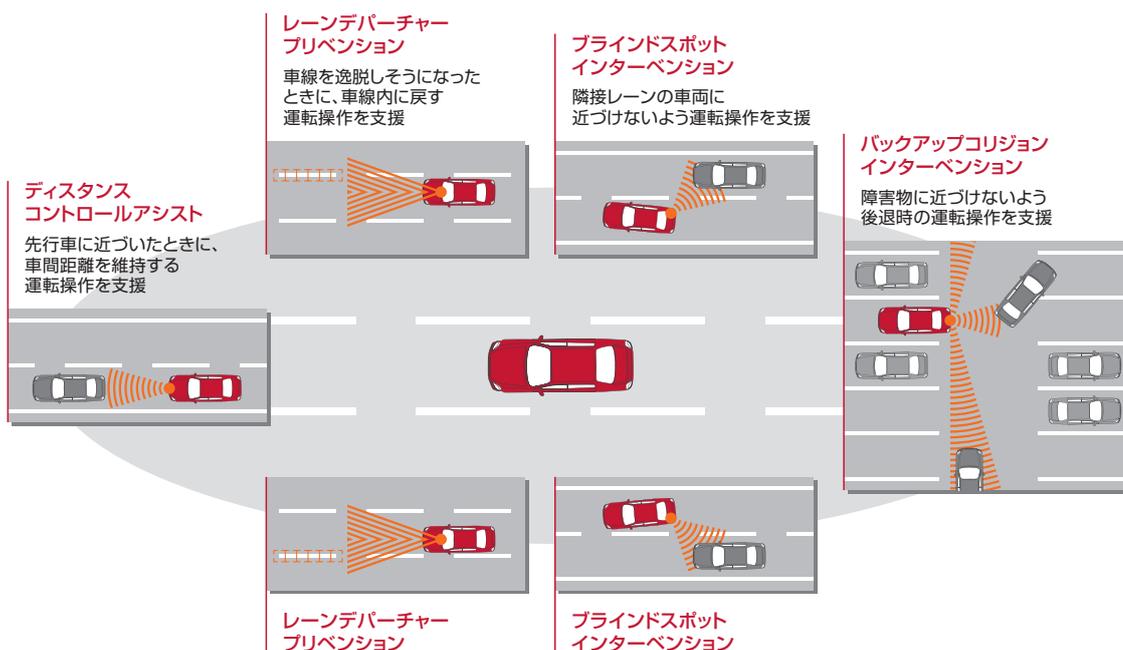
<p>危険が顕在化していない</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ディスタンスコントロールアシスト (インテリジェントペダル) ■ インテリジェントクルーズコントロール (全車速追従・ナビ協調機能付) ■ アクティブAFS ■ アラウンドビューモニター 	<p>いつでも安心して運転できるよう ドライバーをサポートする技術</p>	
<p>危険が顕在化している</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ レーンデパーチャープリベンション ■ レーンデパーチャーワーニング ■ 4輪アクティブステア ■ ブラインドスポットワーニング ■ ブラインドスポットインターベンション 	<p>危険な状態になりそうなときも 安全な状態に戻すよう ドライバーをサポートする技術</p>	
<p>衝突するかもしれない</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 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) 		
<p>衝突が避けられない</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ インテリジェントブレーキアシスト ■ 前席緊急ブレーキ感応型 プリクラッシュシートベルト 		
<p>衝突</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ゾーンボディ ■ SRSエアバッグシステム ■ アクティブヘッドレスト ■ ポップアップエンジンフード 	<p>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</p>	
<p>衝突後</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ヘルブネット 		

“ぶつからないクルマ”の実現に向けて

日産では、従来からの衝突安全技術に加え、「ぶつからないクルマ」の実現に向けた技術開発を行っています。運転の主体は人であるという視点に立ち、ドライバーが直感的に感じられるように運転操作を支援する機能をクルマに持たせることで、ドライバーの運転負荷を軽減することを目指しています。

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)を合わせて、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。

“ぶつからないクルマ”システムの機能

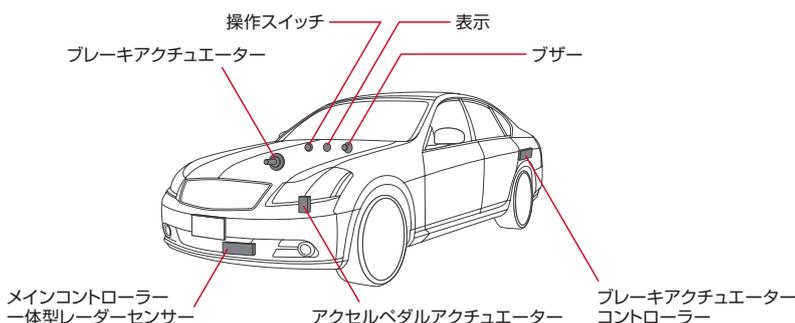


ほかに、アクティブAFS、サイドブラインドモニターなどがあります。詳しくは、下記のウェブサイトをご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/SAFETY/INTRODUCTION/COMFORTABLE/>

ディスタンスコントロールアシスト

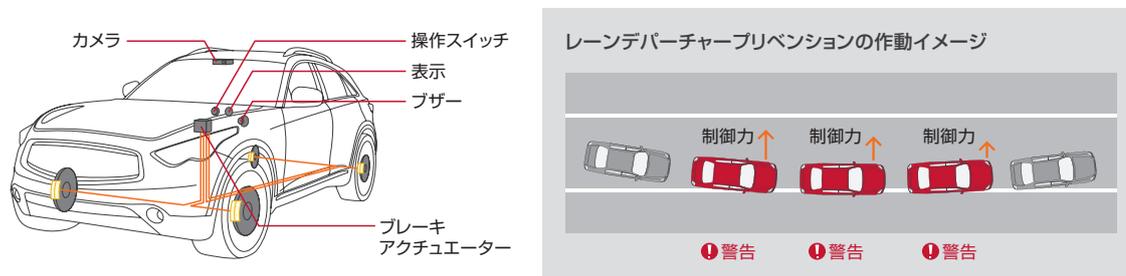
先行車両との車間距離をレーダーセンサーによって検出し、その距離や相対速度に応じてシステムがブレーキ制御やペダル操作をサポートしながら、安全な車間距離の維持を支援する技術です。2007年に発売した「フーガ」からすでに採用されています。

また、従来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。



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。



ほかに、レーンデパーチャーワーニングなどがあります。詳しくは、下記のウェブサイトをご覧ください。

<http://www.nissan-global.com/JP/SAFETY/INTRODUCTION/RECOVER/>

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。

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時や駐車スペースから出る時などにおけるドライバーの安心感を高める技術*です。

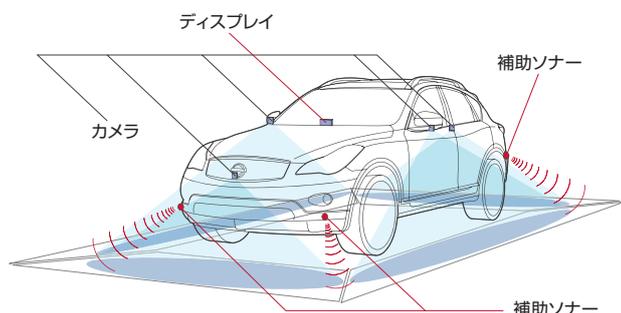
* リヤワイドビューは世界初の技術

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。

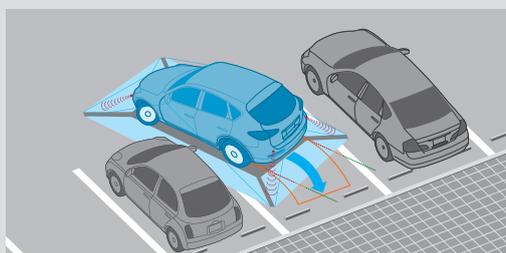
3. 駐車ガイド機能

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。

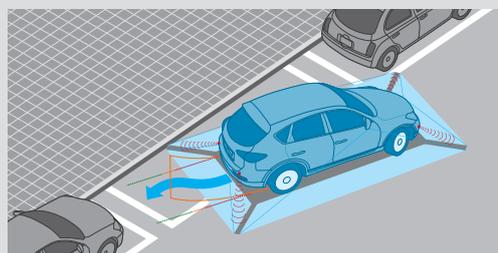


バックの際のモニター表示

並列駐車をするとき、
クルマと駐車枠との関係が直感的にわかる



縦列駐車をするとき、
前・横・後ろが同時に把握できる



2010年度に発表された安全技術

移動物検知 (MOD : Moving Object Detection)

自車周辺の移動物を検知して運転者に知らせる機能です。MODは、停車中や発進・低速走行時に自車周辺に歩行者などの移動物があると、ディスプレイ上の表示とブザーでドライバーに知らせます。例えば駐車スペースからの発進や、左右の見通しの悪い交差点への進入時に運転者の視界確保を支援し、見落としによる事故の抑制に寄与することが期待できる技術です。

停車中

車両周辺を表示するトップビュー画面上に移動物があると、ディスプレイ上の表示とともに、ブザーで知らせる

前進/後退時

進行方向を表示するフロントビューまたはリアビュー画面上に横切る移動物があると、ディスプレイ上の表示とともに、ブザーで知らせる

衝突回避支援コンセプト

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新技術です。本コンセプトは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、本コンセプトは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。

アクセルペダル反力

音: ビッピッピッ

表示:

シートベルト巻上げ

音: ビービービー

1. ドライバーによる減速操作が必要と判断すると、表示と音で注意を喚起し、ドライバーの減速操作を促すとともに、アクセルペダルを押し戻して滑らかに緩制動を行い、ドライバーの減速操作を支援する
2. さらに追突の可能性があると判断すると、自動的に強い制動を実施。この際、シートベルトを巻き上げ、たるみを減少させることで、乗員の拘束性も高めている

電気自動車における安全技術

電気自動車は今までにない新しいクルマです。だからこそ、新しい視点で安全性を確保する必要があると日産は考えています。

2010年12月に発売を開始した「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。また、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しています。さらに、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を搭載しました。こうした電気自動車独自の性能とこれまでガソリン車で培った日産の安全技術により、ユーロNCAP(欧州の安全性能総合評価)の5つ星や、米国道路安全保険協会の「トップセーフティピック」賞など、ガソリン車も含めた車種の中で最高ランクの安全性評価を獲得しています。

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始まり、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始まります。



ユーロNCAPの5つ星受賞に関する情報は、下記のウェブサイトに記載しています。併せてご覧ください。

http://www.nissan-global.com/JP/NEWS/2011/_STORY/110525-01-j.html



米国道路安全保険協会の「トップセーフティピック」受賞に関する情報は、下記のウェブサイトに記載しています。併せてご覧ください。

http://www.nissan-global.com/JP/NEWS/2011/_STORY/110426-02-j.html

交通安全活動の推進

ハローセーフティキャンペーン

日産は1972年から毎年、交通安全活動「ハローセーフティキャンペーン」を実施しています。2010年4月に
行われた第39回(春)のキャンペーンでは、子供や保護者および高齢者を対象として、「全席におけるシートベル
ト・チャイルドシートの正しい着用」「日常生活にある危険に気づかせ、回避能力が身につく交通安全教育」を重
点課題と定め、交通安全啓発紙芝居を作成し、交通安全指導員に配布しました。

2010年9月の第39回(秋)のキャンペーンでは、リアルワールドでの事故実態データに基づき、「夕暮れ時と
夜間の歩行中・自転車乗用中の交通事故防止」という重点課題に焦点をあて、歩行者や自転車に乗る方々がク
ルマの存在に気がつくようヘッドライト早期点灯をドライバーに促す「おもいやりライト運動」を展開しました。
ポスターやラジオで啓発活動を行うとともに、交通安全啓発活動で目に見える形で社会運動化することを試み
ました。PCやスマートフォンからアクセスし、早期点灯の必要性を学べる専用サイトも設置しています。おもい
やりライト運動は、皇居マラソンイベントに始まり、各地でこの運動の呼びかけに賛同したランナーズクラブが、
それぞれの地元で活動を広げています。



「おもいやりライト運動」のロゴ



ハローセーフティキャンペーンに
ついては、下記のウェブサイト
をご覧ください。

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

Messages from Our Stakeholders

ステークホルダーからのメッセージ

交通事故のさらなる減少・防止に向けて協働

財団法人 日本交通安全教育普及協会
普及事業部
事業担当課長
加藤 重樹 氏



当協会は、過去40年以上にわたり、国民一人ひとりの交通安全意識の向上を目的として、幼いころから高齢
に至るまで生涯にわたる交通安全教育の普及徹底に取り組んできました。最近の交通死亡事故減少の要因とし
て、事故直前の車両速度の低下、悪質・危険性の高い事故の減少などが挙げられていますが、交通参加者の意
識・行動が改善された成果であり、教育・啓発活動が大きく寄与していると思います。

日産自動車とは平成16年以来、緊密な連携協力のもと、効果的な啓発教材・グッズなどの開発に取り組み、成
果物を全国の幼稚園や自治体、自動車教習所等に配布してきました。これにより、地域の交通安全に少なからず
貢献できたと確信しています。

今後も引き続き、より安全な自動車の研究・開発やドライバーを含めた交通参加者に対する情報提供・啓発活
動などを通じて、国民の願いである交通事故のさらなる減少・防止に貢献されることを心より期待しています。

中東地域や韓国で安全教育を実施

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。中東日産
会社同様のコンテンツを用いて、ウェブサイトや小冊子を通じて、交通事故防止のための啓発活動を行って
います。

中国やインドネシアで交通安全活動を推進

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や、交通安全に対する理解を深めていただいています。

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、2010年度で5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。

日産は交通事故の防止に向けて、今後も継続的に取り組んでいきます。

■ 社会との連携

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転車を取り巻く交通環境の情報を利用しようというものです。

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

* DSSS : Driving Safety Support System 警察庁とその所轄法人である社団法人新交通管理システム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」に世界で初めて採用しています。

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年々その深刻さが増し、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。

Area Leaders' Messages

日産のCSR 重点8分野 オーナーメッセージ

“日産車のかかわる死亡・重傷者数半減”という目標を達成

企画・先行技術開発本部
技術企画部
部長
山ノ井 利美



私たちは、2015年までに日産車のかかわる死亡・重傷者数を半減させる(1995年比)という目標を掲げ、活動を推進してきました。2010年度に前年の国内の事故データを分析したところ、この目標を達成できたことが判明しました。2015年の目標に対して6年早い達成です。私たちが提供した安全技術の普及に加え、お客さまの安全運転への意識や行動が向上したことが早期達成の理由だと考えます。

これに満足することなく、交通事故による死亡・重傷者がいる限り、私たちは安全への取り組みを継続していきます。2010年度は「高機能タイヤ空気圧警報」を新たに採用しました。今後も効果の高い安全技術の普及に取り組んでいきます。



日産のCSR 重点8分野

品質 — お客さまとかがわるすべての品質を向上

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言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場면을“品質”と考えています。

日産では、“品質”を「製品品質」「感性品質」「セールス・サービス品質」「マネジメント品質」の4つの領域に整理し、それぞれの品質向上の目標や方策を「クオリティ・リーダーシップ」という形で明確化しています。

各領域で効率よく向上できるよう全社一丸となって取り組み、日産が総合的な“品質”のリーダーになることを目指しながら、お客さまとかが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。

■ 4つの重点分野

1. 「製品品質」の向上

製品品質とは、お客さまに長く安心して快適にクルマをご使用いただくための基本となる品質。日産では、“クルマの製品品質はお客さまが判断される”ものと考え、品質において各市場で最もお客さまに影響のある外部指標でトップレベルになることを目指しています。

2. 「感性品質」の向上

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。日産では、「人がなぜ良いと感じるのか」を徹底的に分析・定量化し、目標としている「感性品質において、全セグメントの50%以上の車種でトップ」の達成を目指しています。

3. 「セールス・サービス品質」の向上

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、車両購入およびサービス入庫時にお客さまの期待以上の対応を提供することです。日本・米国・欧州およびその他4つの主要国でトップレベルの「お客さま満足」を目指します。

4. 「マネジメント品質」の向上

マネジメント品質とは、社員が会社の方針を理解・信頼したうえで、自らの仕事に取り組むように導くマネジメントの質のことです。経営陣と社員とのコミュニケーションを強化し、経営層と社員との間に一体感を醸成しながら、より高いマネジメント品質を目指しています。

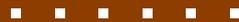
「製品品質」
の向上

「感性品質」
の向上

「セールス・サービス
品質」の向上

「マネジメント品質」
の向上

■ 日産の品質に対する考え方



品質向上プログラム「クオリティ・リーダーシップ」

一言で品質といっても、その内容は多岐にわたります。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、さらには社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を“品質”と捉えています。

日産は、“品質”を「製品品質」「感性品質」「セールス・サービス品質」「マネジメント品質」の4つの領域に整理し、各領域において自動車業界のリーダーとなることを目標としています。

2008年4月に「日産エクセレンスプログラム」を立ち上げ、2012年までに4つの領域で成し遂げるべき品質向上の目標や方策を「クオリティ・リーダーシップ」という形で明確化し、それぞれの品質を効率よく向上できるよう全社一丸となって取り組んでいます。日産は、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。

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。しかし、非常に複雑な工業製品であるクルマづくりにおいて、時として予期せぬ不具合やその恐れが生じてしまう場合があります。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。

米運輸省から高く評価された日産のリコール判断プロセス

「米国でのリコール実施方法や政府に対する透明性に関して日産はベンチマークだ」

2010年5月、ラフード運輸長官をはじめとする米国政府団と日産経営陣が意見交換した際に頂いたのがこのメッセージです。対象案件がお客さまの安全にどのようにかわるのかを純粋に技術的見地から分析して判断する、という日産のリコール決定プロセスと、法令順守の視点から透明で公正・迅速な対応を基本とする日産の姿勢が評価されました。

また、米国政府団のひとりであるデビット ストリックランド米国道路交通安全局長は、日産テクニカルセンター内にあるフィールド・クオリティ・センターを見学。市場からの回収部品を活用した品質改善事例や過去のリコール事例などを視察し、自らの失敗に学ぶ日産の企業姿勢に強い関心を示しました。



品質への取り組みに関する詳しい情報は、下記のウェブサイトに記載しています。併せてご覧ください。

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

■ 製品品質

長く安心してお使いいただくために

製品品質とは、お客さまに長く安心して快適にクルマをご使用いただくための基本となる品質です。日産では、“クルマの製品品質はお客さまが判断される”ものと考えています。そこで、製品品質を向上させるために、品質において各市場で最もお客さまに影響のある外部指標でトップレベルになることを目標としています。

そして、社内でより早いサイクルで改善を行うために、「納入後3か月間に発生する不具合数の半減」「サプライヤーからの納入部品不良率の半減」「ブレークダウン率（お客さまがこれ以上走行できないと判断して、ロードサービスを手配するような路上故障の発生率）の半減」「市場で不具合が発生してから、対策準備が整うまでの期間の半減」の4つの目標を2012年までに達成することを目指しています。

LCC地域での部品品質改善活動

日産の品質改善に向けた取り組みは、日産グループにおける生産工程はもとより、部品の調達を含むサプライチェーンのすべてに及んでいます。日産では2007年から、中国、タイ、メキシコといったLCC(Leading Competitive Countries：競争力の高い新興国)地域のサプライヤーから日本、北米、欧州の工場に納入される部品の不良率を改善するための品質改善活動に取り組んでいます。日産とサプライヤーが共同で実施する工程改善活動や不具合の徹底的な早期解決、日産が主体となって行う改善活動からスタートし、2010年度は未然防止型活動へシフトしました。

今後も日本および現地のサプライヤーとのさらなる連携強化を進めていきます。

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、お客さまが実際にクルマを使われるときの品質を改善・向上することを目的に開設しました。クルマが使われる環境や使い方、お客さまがクルマに求める快適性も、国によって大きく異なる場合があります。世界各地域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問題に迅速に対応することを目的に、日産では日本・欧州・米国(2ヵ所)・ブラジル・中国・インドの計7ヵ所に同センターを設立し、世界各市場における品質の改善・向上に取り組んでいます。

センターでは、現場・現物・現実の三現主義に基づき、実際に問題となった部品や現車をできるだけ多く回収し、現物を目の前に、その部品に関するサプライヤー、日産の関連部署などすべての人が一堂に会し、論議することで、最適な対策を最短で導き出すことを目指しています。

また同センターを、開発・生産を担うモノづくり拠点内に設置したのは、特定した部品の問題や市場からの要望を即座にフィードバックするためです。同じような不具合の再発を防止し、次のクルマづくりに生かせるよう、常に取り組んでいます。

新車生産体制をスピーディに構築

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」を導入しました。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できるようになりました。

日産の4G戦略

グローバル車両生産技術センター (Global Production Engineering Center : GPEC)	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 (Global Training Center : GTC)	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、現地社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 (Global Packaging Design Center : GPDC)	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。
グローバルラン칭ングエキスパート (Global Launching Expert : GLE)	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QCT(品質・コスト・納期)の目標を達成しています。

2010年度に達成した日産の品質向上の成果

国名	車種・ブランド	外部指標名	部門	獲得評価	主催者
ドイツ	「キャッシュカイ」	2011年イエローエンジェル賞	品質部門SUV部門	第3位	ドイツ自動車連盟(ADAC)
ドイツ	「ノート」	2010年ドイツ自動車顧客満足度調査	小型車部門	第1位	J.D.パワー・アンド・アソシエイツ社、「Auto Bild」
イタリア	「キャッシュカイ」	信頼性評価	ミドルクラスSUV部門	第1位	「Quattroruote」
英国	「キャッシュカイ」 「ノート」	自動車顧客満足度調査	—	☆☆☆☆ (5段階評価)	「What Car?」
英国	日産	自動車メーカーのブレークダウン故障*に対する信頼性格付け	—	第1位	王立自動車クラブ(RAC)
米国	インフィニティ	2010年ブランド別自動車信頼性調査	—	第5位	「コンシューマーレポート」
南アフリカ	「エクストレイル」	初期品質調査	コンパクトSUV部門	第1位	J.D.パワー・アンド・アソシエイツ社
中国	日産	品質調査	ブランド別	第5位	J.D.パワー・アンド・アソシエイツ社
中国	「ティーダ」	品質調査	部門別	第1位	J.D.パワー・アンド・アソシエイツ社
中国	「ティアナ」	品質調査	部門別	第2位	J.D.パワー・アンド・アソシエイツ社
中国	「キャッシュカイ」	品質調査	部門別	第3位	J.D.パワー・アンド・アソシエイツ社
日本	日産	セールスおよびサービスの満足度調査	セールス部門およびサービス部門	第1位	J.D.パワー・アジア・パシフィック社

* お客さまがこれ以上走行できないと判断して、ロードサービスを手配するような路上故障の発生率

■ 感性品質

お客さまの感性に近づくために

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、シートに座って、インテリアの質感などを確かめます。私たちは、人が触ってなぜ良いと感じるのかを徹底的に分析・定量化し、目標である「感性品質において、全セグメントの50%以上の車種でトップ」の達成を目指しています。

人が感じる質感というのは非常に感覚的であるため、定量化した基準を定める際に入念な調査が必要です。日産では、多数の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、評価しています。

お客さまの多様な感覚も、理解を深めれば何らかの普遍性を見出せるとの考えに基づき、日産はお客さまの感性に限りなく近づいた品質を目指していきます。

人間の感覚を科学的に分析し、“気持ちよさ”を追求

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いと感じ、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い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。まるで赤ちゃんの肌のような柔らかい触り心地を実現しています。

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。

■ セールス・サービス品質

ブランド力を支えるために

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、車両購入およびサービス入庫時にお客さまの期待以上の対応を提供することです。日本・米国・欧州およびその他4つの主要国でトップレベルのお客さま満足（CS*）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4つの主な取り組みを実施しています。(1)店舗のセールスマンや技術スタッフの知識・技術の向上、(2)車両購入時およびサービス入庫時におけるお客さまの期待に沿った対応の徹底、(3)販売会社/店舗の品質活動を支援するための日産のマネジメント体制の強化、(4)日産社員の顧客志向の醸成。これらの4つの活動を軸に、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。

* CS : Customer Satisfaction

「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、販売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。

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、それまで日本国内に点在していたお客さま相談室、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、新電話対応システムの導入などにより、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、日産の開発部門とディーラーが一体となり、遠隔操作で迅速・確実なサービス対応ができる体制を整備しています。

「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・修理などのメカニック技術、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(経験10年以下)」と「新人テクニカルスタッフ(経験2～3年)」、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。

■ マネジメント品質

日産を支えるために

マネジメント品質とは、社員が会社の方針を理解・信頼したうえで、自らの仕事に取り組むように導くマネジメントの質のことです。社員が会社の方針を理解することで、経営層と社員との間に一体感が醸成されれば、会社の成長につながります。CEO・COOと社員の意見交換会などを実施し、直接的なコミュニケーションを通じて、日産の戦略への理解を促進しています。(関連ページ：73ページ)

社員の意識調査

マネジメントの質を向上させるため、日産では「従業員意識調査」をグローバルで行い、結果を社員に公開しています。この調査により、各部門・各部署での課題が明確になり、それらを解決するための方策をおのの立案・実行することで、より高いマネジメント品質を目指しています。(関連ページ：73ページ)

■ 日産らしい価値を提供するために

お客さまにクルマの楽しさを提供する“Life on Board”

日産は、クルマに乗り込むところから降りるまでのすべてのシーンにおいて、快適さや上質さといった面で、新しい価値をお客さまに感じていただけるよう、クルマの中でお客さまが潜在的に求めている価値を機能面と感覚面に分け、日々検討しています。

近年クルマが高機能化したことにより、運転席のまわりには多くの情報が集中し、操作の分かりやすさが求められています。そのため、日産は初めて扱う人でも簡単に操作できるよう、カーナビゲーションまわりのスイッチの大きさや配置などを工夫しているほか、タッチスクリーンなどを採用し、お客さまにとって運転しやすい機能づくりに努めています。

また日産では、「負担や疲労を軽減する」という“快適性”に対する従来の考え方を、「心身を健康でより良い状態にする」ことを目指した“Health & Wellbeingコンセプト”という考え方に進化させています。シートへの座り心地や車室内の空気にも目を向け、快適な姿勢と温熱環境により血のめぐりを良くしたり、体に良い空気を提供することで、お客さまに快適な環境を提供しています。

乗った瞬間からお客さまを包み込むインテリアの質感も、欠かせない要素のひとつです。「見て」「触って」「使って」の3つのアプローチで、人の触感や見た目などの感覚から得た情報を分析、定量化し、触り心地や仕立ての良さといった上質なつくりを目指しています。

日産は、こうした取り組みを“Life on Board”というコンセプトでまとめています。お客さまがクルマに乗ったときに感じる感覚は、人によってさまざまですが、多様な人の感覚も、理解を深めれば何らかの普遍性を見出せるとの考えに基づき、研究開発を行っています。それは、一般的にユニバーサルデザインとして捉えられている“使いやすさ”“分かりやすさ”といった概念にとどまらず、さらに一歩踏み込んで「人」の本質を追究する、言い換えれば「人」を究めたクルマづくりです。

日産は、お客さまの満足を満たし、さらに期待を超えるクルマづくりを目指していきます。

車内をさらに快適な空間に

日産は“Life on Board”の一環として、車内の空気を快適にする取り組みにも注力しています。そのひとつが「フーガ」に搭載されている「フォレストエアコン」です。森林の風、湿度、においなどの要素に着目し、科学的なアプローチを使って、お客さまに車室内で森の空気を感じていただくことを目指して開発した世界初の技術です。

新型「エルグランド」などに搭載している「インテリジェントエアコンシステム」は3つの機能でお客さまを快適にします。まず、におい・排出ガス検知式内外気自動切り換え機構が、排出ガス検知に加え、車外のおいを検知して汚い・臭い空気をシャットアウトします。次に、ブドウポリフェノールフィルターが外気から取り込む空気中の異物を除去しつつ、極めて高いアレル物質（花粉、ダニの糞、死骸等）の除去効果を実現します。さらに、高濃度プラズマクラスターイオン*をエアコンの吹き出し風に含ませることで、内装にしみついたにおいの低減とともに、お肌の潤いを保つ効果をもたらします。花粉症にも効果があり、衣服の静電気を除去して花粉を落とし、プラズマクラスターイオンがアレル物質を不活化します。

*「プラズマクラスターイオン」はシャープ株式会社の商標です

■ 社員のスキルアップに向けて

技能五輪全国大会に参加

技能五輪全国大会とは、青年技能者の技能レベルの日本一を競う技能競技大会です。次代を担う青年技能者にとっての努力目標となる同大会は、大会開催地域の若者にとっても優れた技能に触れる絶好の機会となっており、日産は積極的に参加しています。

2010年は神奈川県で開催され、自動車工職種において、金賞・銀賞・銅賞をすべて獲得し、表彰台を独占。ほかにも、電子機器組み立て職種、メカトロニクス職種で金賞を獲得し、金賞受賞の3職種4名は2011年10月に英国で開催される国際大会への日本代表となりました。

CSマインドの醸成

日産では、社員一人ひとりが常にお客さまの視点に立ち、お客さまに満足していただきたいという意識を持って行動するよう、CSマインド醸成に取り組んでいます。新入社員や入社3年目、新任課長を対象とした「CSマインド研修」は日本、インド、ブラジル、中国、米国、ロシア、南アフリカ、シンガポール、タイの海外拠点でも実施しています。また、日産の品質の現状や取り組みを社員やサプライヤーと共有し、品質マインドを醸成することを目的としたイベントを定期的に開催しています。

日々、お客さま相談室に寄せられる声も大切なフィードバックです。日産では、お客さまから寄せられた貴重なご意見やご要望などを検索できるシステム「ANGEL VOICEⅡ」を社内イントラネットに開設し、すべての社員がいつでも自由に閲覧できる環境を整えています。このほか、毎月社員が必ず目にする給与明細に、お客さまから頂いた感謝のメッセージを掲載しています。

Area Leaders' Messages

日産のCSR 重点8分野 オーナーメッセージ

お客さまに信頼と満足をお届けする

トータル カスタマー サティスファクション本部
企画グループ
部長
若林 彰



真にお客さまに信頼されるブランドでありたい——そんな思いを実現するため、日産は中期品質計画「クオリティ・リーダーシップ」に全社的に取り組んでいます。世界の各市場でお客さまが最も重視される品質指標でトップレベルになることが目標です。活動を始めて3年、初期の不具合発生率の半減を実現しました。お客さまとクルマの長いお付き合いの間に、不具合や不満のないカーライフをお届けするため、今後も製品やサービスのさらなる品質向上に努めます。市場での重要問題に対してはリコールやサービスキャンペーンを速やかに実施するなど、引き続き透明性を持って真摯に対応します。

お客さまとともに

ライフケアビークルの充実

日産は、お年寄りやお体の不自由な方の移動をお手伝いするライフケアビークル(LV：福祉車両)を特別なクルマではなく、カーラインアップのひとつと位置づけて商品・サービスの充実に努めています。LVを展示し、専門知識を持つアドバイザースタッフを配置した「LV認定店」は、2011年3月末現在384店舗、LVアドバイザースタッフは約6,000名に上り、日本の全都道府県においてお客さまのご要望に沿ったサービス、試乗の機会を提供しています。

また、外出する機会が少なくなってしまうお客さまに「出かける喜び」を体感していただくこと、2003年から毎年ライフケアビークルの試乗モニター「お出かけキャンペーン」を実施しています。2010年度は5組のお客さまにご家族やご友人とのドライブをお楽しみいただきました。

2010年12月には「日産リーフ ドライビングヘルパー」の販売を開始。同車は、走行中に排出ガスを全く出さない電気自動車「日産リーフ」に、足の不自由な方がアクセル、ブレーキの操作を手で行えるようにした手動運転装置を装備したモデルです。電気自動車という新たな分野においても、出かける喜びをひとりでも多くの方に知っていただけるよう開発しました。

ユニバーサルデザイン「NV200 バネットタクシー」

2010年12月、日産は日本国内で「NV200 バネットタクシー」の販売を開始しました。同車のコンセプトは「みんなのタクシー」。世界40カ国で販売されている小型商用車「NV200 バネット」をベースに、お子さまや高齢者の方、車いすをお使いの方など、幅広い乗客の方が快適に移動できるよう、使いやすさを追究しました。公共交通インフラのバリアフリー化の推進に貢献することを目指しています。車いすに乗ったままで乗り降りでき、乗降時に使用するスロープには後退防止ベルトを採用しているので安心です。

「NV200 バネットタクシー」は、ドイツ・ユニバーサルデザイン賞2011において「ユニバーサルデザイン賞」と「ユニバーサルデザイン コンシューマー・フェイバリット賞」の2つの賞を自動車業界において初めて受賞しました。

日産「NV200」がニューヨーク市の次世代タクシーに

2011年5月、ニューヨーク市の次世代タクシーとして日産の多目的小型商用車「NV200」が選ばれました。同市が保有する約1万3,000台のイエローキャブが、2013年の後半から順次「NV200」に切り替わることになります。ニューヨーク市およびタクシーオーナーの協力のもと、電気自動車タクシーの使用に関するパイロットプログラムの実施も決まっており、2012年には電気自動車「日産リーフ」6台および充電設備をタクシーオーナーに提供し、その使用をサポートしていく計画です。



NYC TAXI logo is property of City of New York and used with permission

日産の「NV200」タクシー



日産のCSR 重点8分野

経済的貢献 — 自らの成長によって社会の経済発展に貢献

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。

■ 経済的貢献における2つの基盤

1. 経済的な企業価値の創造

世界的な金融・経済危機を受け、日産では売上増大、徹底したコスト管理、フリーキャッシュフローの創出を柱とするリカバリー・プランを遂行してきました。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高めることを目指します。

2. 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。さらに機関投資家のみならず、証券アナリストや個人投資家の皆さまに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。

経済的な
企業価値の創造

迅速で透明性の高い
情報開示

■ 経済的な企業価値の創造

将来を見据えた日産の成長戦略

日産はリカバリー・プランに基づく短期的な対応策を打ち出すと同時に、将来を見据えた中長期的施策にも注力してきました。今後も電気自動車「日産リーフ」をはじめとするゼロ・エミッションの領域でリーダーを目指すとともに、グローバル・コンパクトカーの投入、新興国市場でのプレゼンス強化などに取り組んでいきます。2011年度から開始される次期中期経営計画「日産パワー88」に基づき、それぞれの戦略を着実に実行していきます。

2010年度の重点施策と投資

2010年度は電気自動車「日産リーフ」の投入が始まり、日産のゼロ・エミッション戦略を本格的に始動する年となりました。今後2014年までにルノー・日産アライアンス全体で8車種の電気自動車を追加投入する計画で、2015年にルノー・日産アライアンス全体で、50万基のバッテリー生産能力を確保する予定です。このため、2010年度から英国や米国、ポルトガルなどでバッテリー工場の建設に着手しました。

また中国市場での成長は、2010年度のもうひとつの重点分野となりました。中国ではパートナーである東風汽車と協力し、8年前から大規模な投資を行っています。同市場の販売台数は2003年の9万4,000台から2010年には100万台を超え、いまや日産にとって最大の市場となっています。中国市場では中流層の拡大から今後も需要増が見込まれており、日産は北京にデザインスタジオを新設し、2012年に2010年初頭のほぼ2倍に匹敵する120万台の生産能力を確保できるよう、投資を行いました。



「日産パワー88」に関する詳しい情報は、下記のウェブサイトに掲載しています。併せてご覧ください。

<http://www.nissan-global.com/JP/REPORTS/2011/06/110627-02.html>

Area Leaders' Messages

日産のCSR 重点8分野 オーナーメッセージ

中期経営計画の戦略を着実に実行

IR部
主管
雨宮 一太



日産は2008年に始まった金融危機から順調に回復を果たしてきましたが、2011年3月に東日本大震災という想定外の状況に直面し、引き続き危機対応を余儀なくされました。これまでの危機と同様、今回の震災に対しても迅速かつ効果的に対応しています。しかし、そのために会社の中長期的な取り組みを犠牲にすることはありません。広範な企業活動の結果を反映するフリーキャッシュフローを管理指標としつつ、中期経営計画に基づくさまざまな分野での戦略を着実に実行していきます。これらの活動を通じて、強い販売力・ブランド力に支えられた高い収益性を実現することにより、中長期的な成長を確保し、持続可能な価値創造を果たしていきたいと考えています。

株主・投資家の皆さまへの広報（IR）活動

IR活動をグローバルに推進

日産はグローバルなIR活動において、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。決算報告においては、四半期ごと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伝えしています。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。

第111回定時株主総会

2010年6月23日、日産自動車（株）は1,701名の株主の皆さまにご出席いただき、「第111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。本総会では、議決権数報告および監査報告、2009年度の事業報告が行われ、引き続き本総会に出席された株主の方々との質疑応答が行われました。株主総会後には、電気自動車「日産リーフ」の試乗体験会を実施。走行中の排出ガスがゼロという特性を生かし、屋内で試乗いただくなど、株主の皆さまに日産の電気自動車を体感していただく絶好の機会となりました。

株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション

日産はさまざまな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。2010年7月に実施した先進技術説明会では、環境技術や安全技術について説明し、「フーガ ハイブリッド」や衝突回避支援を行う実験車両などに試乗していただきました。12月に開催された「野村インベストメント・フォーラム2010」では、志賀俊之COOが2010年度の業績や日産の成長戦略について説明しました。また、日産の中国事業をより深く理解いただくために、広州モーターショーにあわせて、投資家や証券アナリスト向けのイベントを現地で開催しました。広州モーターショー会場では経営陣とのラウンドテーブルミーティングを実施し、花都工場の視察と中国乗用車事業についての説明を行いました。

また、事業活動の重要なパートナーである個人株主の皆さまとのコミュニケーションを強化し、充実させることを、日産のIR活動における重要な柱のひとつに位置づけています。個人株主の皆さまを対象としたウェブサイト「個人投資家の皆様へ」やメール配信サービス「NISSAN IR NEWS」により、迅速な情報提供に努め、日産に関するあらゆる情報へのアクセス機会を広げています。

ディスクロージャー優良企業選定で4年連続1位

日産自動車（株）は、（社）日本証券アナリスト協会主催の第16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4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、フェア・ディスクロージャーへの取り組み、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、経営陣のIRへの積極的な取り組みなどが評価されました。

また、日産自動車（株）は日本IR協議会が選定する第15回「IR優良企業賞」を受賞しました。「IR優良企業賞」は、IRの趣旨を深く理解し、積極的に取り組み、市場関係者の高い支持を得るなど優れた成果を挙げた企業を表彰するものです。日産は、投資家の皆さまと経営層とのコミュニケーションの強化、ウェブサイトを通じた積極的な情報開示などが評価されました。



IRに関する詳しい情報は、下記のウェブサイトに記載しています。併せてご覧ください。

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



ウェブサイト「個人投資家の皆様へ」

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



メール配信サービス「NISSAN IR NEWS」をご希望の方は、下記のウェブサイトよりご登録ください。

<https://www.nissan-register.jp/irregister/>



日産のCSR 重点8分野

社員 — 社員一人ひとりの個性を伸ばす

日産が持つ社員のダイバーシティ(多様性)は、お客さまの多様なニーズに応え、持続的な成長を維持するための原動力です。さまざまな課題に対して、個性や考え方の違う社員が互いに知恵を出し合うことで、日産ならではの価値をつくり出しています。常にお客さまに焦点を当て、継続的に価値を創出しながら業績向上を実現していくために、世界各地で働くすべての社員の行動規範として5つの「心構え」と5つの「行動」を定めています。同時に、社員一人ひとりの個性を伸ばすための環境づくりを戦略的に進めています。

■ 日産ウェイに基づく5つの環境づくり

1. 多様性の尊重

ダイバーシティは、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。

2. 社員のキャリア形成

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、社員のキャリア形成をサポートしています。

3. 学習する企業文化の醸成

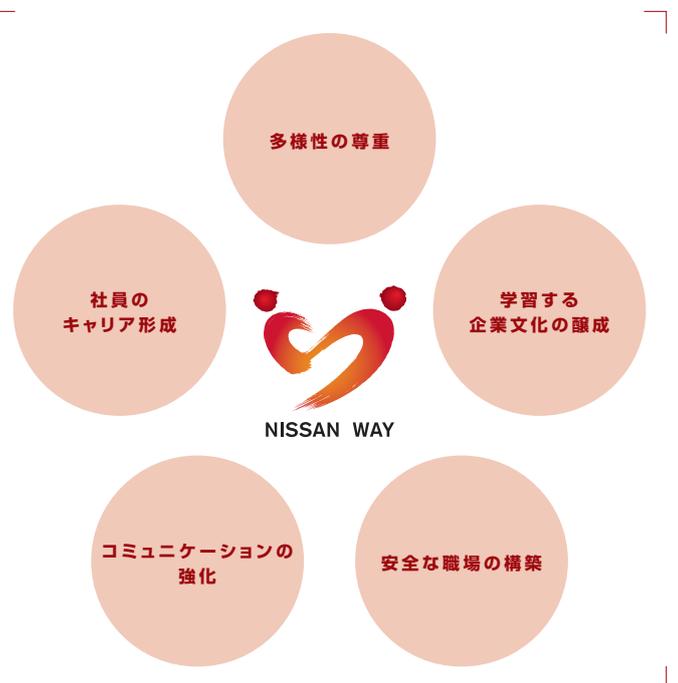
日産は、価値創造への意欲なしには「学習する企業文化」は生まれないと考えています。社員の成長をサポートし、学び続ける組織として人材*の開発に取り組んでいます。
* かけがえのない財産であるという意味を込めて、日産では人材を「人材」と表記しています

4. コミュニケーションの強化

日産では、全社員への意識調査を経営の質と社員のモチベーションの向上に生かしています。また、すべての社員が時間差なく情報を共有できるよう配慮しています。

5. 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、社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。



社員一人ひとりの行動指針

日産は、ルノーとの連携を通して、異なる文化や多様性(ダイバーシティ)を尊重しながら新しい価値を創出する企業文化を醸成してきました。その過程で実践し、学習した経験をすべての企業活動に反映させ、今後の成長を確かなものにするための行動指針が「日産ウェイ」です。常にお客さまに焦点を当て、継続的に価値を創出しながら業績向上を実現していくために、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。日産ウェイを実践するうえで、私たちが大切にしているのが「すべては一人ひとりの意欲から始まる」という考え方です。社員一人ひとりが今自分は何をすべきかを考え、その達成に向けて挑戦することが日産の成長の原動力になると考えています。

「すべては一人ひとりの意欲から始まる」

焦点はお客さま、原動力は価値創造、成功の指標は利益です。

Mindsets 心構え

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

Actions 行動

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

■ 多様性の尊重

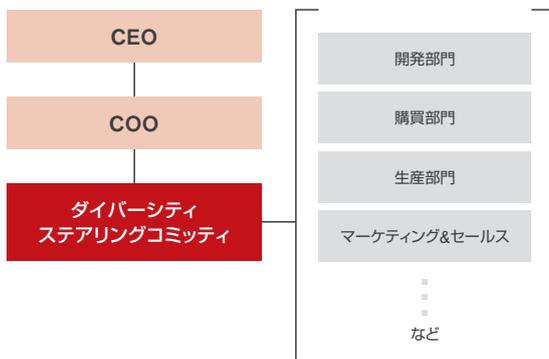
ダイバーシティを企業戦略に

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。

ダイバーシティ ディベロップメント オフィスでは、多様性を日産の競争力とするため、「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。

また日産では、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。

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



「女性の能力活用」の取り組み

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. 女性のキャリア開発支援

お客さまに多様な価値を提供していくためには、特に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。日産では性別にかかわらず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。一人ひとりの状況に合ったキャリア形成ができるよう、女性キャリアアドバイザーを配置しているほか、人事部門との協働で必要な能力開発研修、女性同士のネットワークづくりのためのイベントなどを実施しています。また、社内イントラネット「WIN」*では、さまざまな領域で活躍する先輩女性社員のインタビューをロールモデルとして紹介しています。

製造現場においては、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)を推進。誰もが働きやすい製造ラインづくりに取り組んでいます。

* WIN : Workforce Integration @ Nissan



ダイバーシティへの取り組みに関する詳しい情報は、下記のウェブサイトに掲載しています。併せてご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/DIVERSITY/>



日産自動車(株)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。

<http://www.mhlw.go.jp/bunya/roudoukijun/sigoto-seikatu/index.html>

2. ワークライフバランス(仕事と家庭の両立)の支援

社員による仕事と育児・介護の両立を支援するため、日本国内では幅広い働きができる制度を導入しています。「結婚」「配偶者出産」「育児」「介護」を理由とした休暇「ファミリーサポート休暇」、育児・介護のための就業時間短縮制度および在宅勤務制度、テクニカルセンター内託児所(まーちらんど)の設置など、社員の性別にかかわらず、「ワーク」と「ライフ」を両立するためのさまざまな支援制度を整えています。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に取り組む企業として認定を受けています。

日本国内の出産から育児までの諸制度

	妊娠	出産	1歳	2歳	3歳	6歳	9歳	12歳
休職制度		6週前 産前産後休暇 母性保護休職	8週後 育児休職	1.5歳	2歳到達後の4月末			
休暇制度		育児休暇(ファミリーサポート休暇)：妊娠期～小学校6年生末まで 有給5日・無給7日/年						
就業時間短縮制度		育児のための就業時間短縮制度：妊娠期～小学校6年生末まで 3時間/日						
その他の育児支援制度			事業所内託児所					
		在宅勤務						
			ベビーシッターサービス					

法定
 日産独自
 男女対象

Messages from Our Stakeholders

ステークホルダーからのメッセージ

育児と仕事の両立を可能にしてくれた「まーちらんど」

日産自動車株式会社
企画・先行技術開発本部
先行車両開発部
初鹿野 久美



私の子供は生後6ヵ月で日産の事業所内託児所「まーちらんど」に入所し、現在5歳。主人も日産社員なので、親子3人、クルマで通勤しています。「まーちらんど」は男性社員も活用、100%送迎を受け持っている人もいますし、時短制度を活用しながら自分のスタイルに合わせて利用している女性社員もいます。

「まーちらんど」がなかったら、今の自分はないと思います。わが家の場合、朝の8時から20時までが基本時間ですが、会議などで遅くても、22時まで対応してくれるので助かります。敷地内にあるので頑張れば授乳もできますし、休日を日産のカレンダーに合わせてあるので、出勤日が休日でも運営している。何よりも先生たちが素晴らしく、保育の質が高いのに夫婦ともども満足しています。子供もお迎えのときに「まだ帰りたくない」と言うくらい、「まーちらんど」が気に入っています。

もちろん「まーちらんど」だけではなく、職場の理解があるからこそ両立できていると、日々感じています。

休職中のサポート体制

日産では、育児・介護のために休職している社員が自宅から社内イントラネットにアクセスして会社の情報を得られるように、希望者にはPCを貸し出しています。この制度を利用した社員からは、「休職中でも疎外感を抱かない」「復帰後スムーズに仕事ができる」といった声が寄せられています。

女性スタッフの活躍を推進

日産では、お客さまとのコミュニケーションを担う販売店において、女性カーライフ・アドバイザー（CA：営業を担当）や女性テクニカル・アドバイザー（TA：点検・修理の受付と問診などを担当）の活用を推進し、多様なお客さまのニーズに応える体制づくりに取り組んでいます。

日本の年間自動車販売台数のうち、女性のオーナー比率は30%、男性がオーナーの場合も女性とともにクルマを検討・購入している割合が30%以上を占めており、購入意思決定の60%に女性が関与しています。こうした背景を踏まえ、日産では女性スタッフ育成に積極的に取り組み、2010年度では女性CAを2003年度に比べて約2倍の6%にまで引き上げ、女性TAについても約2倍の12%まで拡大しました。

現在、国内の販売店では女性ならではの視点を取り入れたカーライフの提案、女性CA同士の勉強会が行われるなど、女性のCA・TAがその活躍の場を着実に広げています。

「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社員の力を活用することは欠く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。

異文化への理解を深めるための研修も実施し、「カルチャーダイバーシティ」が企業風土として定着するよう努めています。

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ました。

社員が組織する「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。2010年にはミシガン州ファーミントンヒルズの研究開発拠点や、テキサス州ダラス近郊の米国日産販売金融会社においても新たなBSTが組織されました。

ダイバーシティマインドの醸成

日産では2005年から、マネジメント層へのトレーニングとして「ダイバーシティワークショップ」を実施しています。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ことで、組織におけるダイバーシティの浸透を図っています。また、社内イントラネットに役員自身のダイバーシティに関する意見や体験記事を掲載。経営層からのメッセージを積極的に発信し、社員のダイバーシティマインドの醸成を図っています。

■ 社員のキャリア形成

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、また組織として最大限に発揮されるよう、日産では継続的に人事制度の改善に努めています。社員が意欲を持って高い成果を達成できる仕組みについては、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、社員のキャリア形成をサポートしています。日本および米州では、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、社員一人ひとりが上司と話し合いのうえ、合意を形成していきます。

一方、社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、2010年度は124のポストに155名がエントリーし、53名が合格しています(2011年1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、社員一人ひとりの専門知識やスキルを中長期的に高めていくことが重要です。日産では技術系に限らず、購買や経理など非技術系も含めたさまざまな領域での専門性の強化・発展を目的として、「エキスパートリーダー制度」を導入しています。制度導入5年目の2010年度は、94の専門領域で46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化するとともに、技術・専門性の伝承を目的としたセミナーや講座を実施して、次世代の人財育成に貢献しています。

■ 学習する企業文化

■ **さまざまな学習機会を提供**

日産は、社員の成長を常にサポートし、学び続ける組織として人財開発に積極的に取り組んでいます。学びとは、価値創造のために「ストレッチ」することであり、価値創造への意欲なしには「学習する企業文化」は生まれません。社内における学習機会の提供支援には、研修・キャリア形成を支えるイントラネット「Learning Navigation (通称「らーなび」)」を運用しています。「らーなび」は社員一人ひとりが学びたいと思ったときに、自分に合った専門研修、マネジメント研修、e-ラーニング、通信教育などの情報をナビゲートするラーニング検索サイトです。年々高まる社員の学習意欲に対応できるように、ニーズに合った情報を随時アップデートしています。

将来の発展に必要な専門性やリーダーシップを兼ね備えた人財の育成を主たる目的とするマネジメントインスティテュートでは、日産がこれまでに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カルチャーダイバーシティに関する研修などを提供し、日産の持続的な価値創造に貢献しています。さらにリーダー層を対象とした「日産ウェイワークショップ」など、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、職場の一人ひとりに浸透させる活動にも力を注ぎ、「学習する企業文化」を象徴する役割を担っています。同様のリーダー育成プログラムは米州地域でも行っています。

■ **世界の各工場の競争力を比較**

日産では、各工場の競争力(設備稼働率、不良品率、納期順守率など)を対比できるようにしています。インターナルベンチマーキングと呼んでいるこの手法を2005年から世界中の工場に導入しました。現在では、24項目の主要データを、どの拠点からでも確認できるようになっています。さらなる高品質を目指して取り組む向上心、学び合う姿勢が新たな改善案を生み出し、世界の各工場の取り組みを活性化し、日産のグローバルなモノづくりの競争力をより高次元なものに成長させています。

■ コミュニケーション

「従業員意識調査」を実施

日産は、全社員への意識調査をグローバルに実施し、その結果を経営の質と社員のモチベーションの向上に生かしています。意識調査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、社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社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。その他、社内報やCATVを活用して、世界各地の生産現場で働く社員一人ひとりに多様な情報を確実に伝え、全社員が時間差なく情報を共有できるように配慮しています。

さらに、社員一人ひとりが会社の製品をより深く理解し、社外の方に自社製品の特徴や魅力を伝えられるよう、社員向けの新車発表会や試乗会を実施しています。社員からは「自社製品を知ることによって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います。社員の家族を対象とした会社見学会、試乗会も実施しており、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。

社員交流促進ツール「Nスクエア」

社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、社内ソーシャルネットワーキングサービス「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、社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200以上のコミュニティが登録されています。例えば、2010年度にスタートした「事務用品リユース活動！」コミュニティでは、不要になった事務用品の情報をコミュニティ上に公開して譲り合うことで、廃棄せずリユースする活動につながり、社員のエコ意識の醸成と経費削減に結びつきました。

また、2010年末には英語をコミュニケーション言語としている社員向けに、英語版Nスクエアも開設しました。

経営者層と社員の意見交換会

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、経営者層と社員が直接対話する「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、社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、中国や米州など各地域でオープンな意見交換を頻繁に行っています。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く予定です。

■ 安全な職場

労働安全基準のグローバルな標準化

日産にとって、人材は最も重要な財産です。すべての社員が最大限に力を発揮できるようにするには、社員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。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、社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基準を統一したものに改訂し、グローバルに共有しています。また、労働安全に関する指標もグローバルに標準化し、3ヵ月ごとに世界各地の職場状況を把握・報告しています。

生産ラインの環境改善

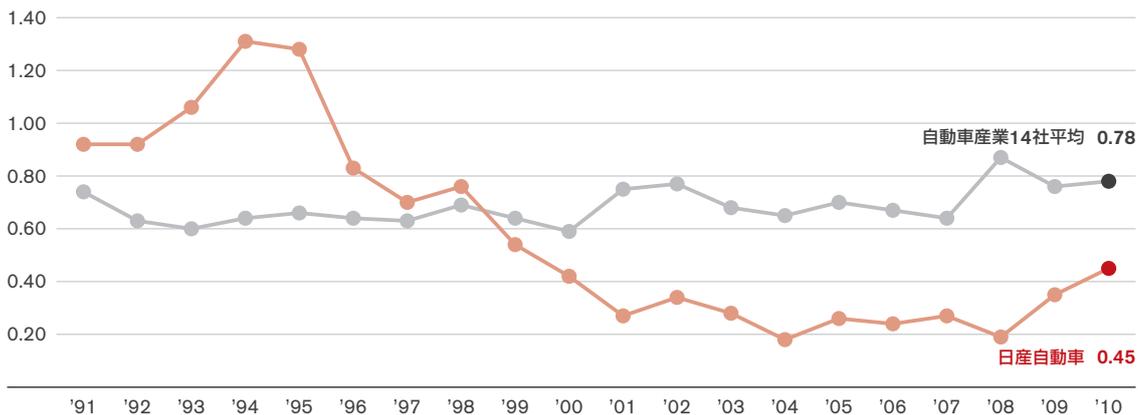
「人にやさしいモノづくり」を理念に掲げる日産では、エルゴノミクスを取り入れた作業環境の構築に取り組んでいます。アライアンスパートナーのルノーから作業の難易度や負荷を客観的に判断する手法を導入し、両社のノウハウをもとに開発初期段階から技術・製造・サポートの各関係者が連携して作業者の負担低減と生産性向上を進めています。例えば、ライン作業者の手の届く範囲に部品を供給し、無理な姿勢や無駄な作業を低減する「ストライクゾーン」という考え方で作業改善を行い、誰でも楽な姿勢で作業に集中できる環境をつくり出し、品質と生産性の向上につなげています。

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、2004年度から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、社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」

インドにおける労働安全活動の充実

ルノー・日産インド自動車製造会社では、社員の健康と安全を職場づくりの基本とし、人にやさしい生産現場を目指しています。2010年度は、契約社員や委託業者を含むすべての社員に対する基礎・上級トレーニングの実施、量産実施前の設備およびプロセス点検、火災防止パトロール、工場火災などを想定した防災訓練、小規模事故を含むすべての事故検証と関連分野へのフィードバックなどを行い、大きな成果を上げました。管理者層から社員一人ひとりまでが一丸となり、今後も労働安全活動のさらなる拡充を図ります。

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、社員の精神面のケアにあたっています。2005年度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、メンタルヘルスケアプログラム「アドバンテッジEAP」を導入。日産自動車では2007年度以降、プログラムの対象を生産ラインで働く社員にも広げ、社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「ココロの健康診断eMe」を毎年実施するなど、社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。また、これまでマネジャー層を対象に部下の精神面をケアするための「メンタルヘルスマネジメント研修」を実施してきましたが、2009年度からは「予防編」「対応編」という目的別のメニューに変更し、マネジャー層がニーズに合わせて受講できるようにしています。

社員の健康増進プログラム

北米日産会社(NNA)は、社員の健康管理を支援するための「LiveWell(リブウェル)」という取り組みを導入しています。この取り組みは、ストレスや体重増など健康を損なうリスクの軽減、ぜんそくや糖尿病を含む慢性疾患の予防、妊娠期のケアなどのサポートを行う健康増進プログラムで、希望する社員は誰でも無料で参加することができます。このほか、社員がより主体的に自身や家族の健康管理を行えるよう、個別に選択できる保険プランの紹介を行っています。

このほか、英国日産自動車製造会社には拠点内に医療施設があり、診察のほか禁煙セラピーなども行っています。

Area Leaders' Messages

日産のCSR 重点8分野 オーナーメッセージ

ダイバーシティの推進を革新的なアイデアにつなげる

ダイバーシティディベロップメントオフィス
室長

高橋 美由紀



世界のグローバル化が急速に進む中、多様なお客さまニーズに応える商品を生み出すには、老若男女、異なる文化や国籍を持つ人財が必要です。日産はダイバーシティ(多様性)を推進するため、女性のキャリア開発支援や、異文化理解促進に取り組んできました。女性管理職比率で見ると、2004年の1.6%から、2010年度には5.3%まで拡大しました(日本の製造業平均は2.8%)。

また中国やインドなどの新興市場の文化に関するセミナーも積極的に実施しています。日産は商品開発から販売の最前線まで、ダイバーシティを浸透させ、今後も多様な意見のぶつかり合いによって革新的なアイデアを生み続ける企業を目指していきます。



日産のCSR 重点8分野

バリューチェーン — すべてのバリューチェーンでCSR活動を推進

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。

私たちは、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、競争の激しい自動車業界において、ともに切磋琢磨し合うパートナーとして、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。

グローバルに活動を展開する日産のバリューチェーンは世界各地に広がっています。

そのすべてのバリューチェーンで一貫性のある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。

■ ビジネスパートナーとともに

1. サプライヤーとともにCSRを実践

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。

2. 販売会社とともにCSRを実践

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。

サプライヤーとともに
CSRを実践

販売会社とともに
CSRを実践

■ サプライヤーとともに

公平・公正を規範とした日産の調達方針

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」(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、下請法および独占禁止法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。

「サプライヤーCSRガイドライン」を作成

日産とルノーの購買部門は、取引を行うにあたって大切にしている価値やプロセスを、「The Renault-Nissan Purchasing Way」という小冊子にまとめ、2006年よりルノー・日産共同購買会社の1次サプライヤーと共有してきました。その後、私たちの事業活動はアジア、東欧、南米、南アフリカといった地域にまで急速に拡大。一方、世界ではCO₂排出削減などの環境問題がクローズアップされており、今後はグローバルに広がるサプライヤーとともにCSRを実践していくことが求められています。

そうした背景のもと、日産はルノーと共同で「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」を作成し、2010年からグローバル1次取引サプライヤー全社(約7,600社)に配布しました。本書の目的は、サプライヤー各社の企業活動をCSRの視点で見直していただくとともに、CSR活動をさらに浸透させていくことです。本書は、日産のCSR方針および調達に関する方針を明記したうえで、「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。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ました。

2010年度以降の新規参入のサプライヤーについては、このガイドラインの順守の徹底を図っていきます。

サプライヤーと共同で取り組む「ものづくり活動」の強化

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「ものづくり活動」を進めてきましたが、この活動を発展させるため、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2009年より推進しています。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。

2010年1月より活動の内容と成果を多くのサプライヤーと共有して活動の浸透を図るための報告会を定期的に行い、2011年3月に開催した報告会では約200社からおよそ400名の皆さまにご参加いただきました。



「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、NISSAN GLOBALサイト内ビジネスパートナーの項目からダウンロードできます。併せてご覧ください。

http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/CSR/STAKEHOLDER/BUSINESS_PARTNERS/



サプライヤーとの品質の取り組みに関する詳しい情報は、下記のウェブサイトに記載しています。併せてご覧ください。

http://www.nissan-global.com/JP/QUALITY/PRODUCTS/GLOBAL_SP/

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ていただい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され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。2010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8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グローバルに拡大

日産は、自動車の部品・資材などのサプライヤーに対する環境配慮への取り組み基準「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」を発行し、サプライヤー各社に環境負荷低減への協力をお願いしています。国内向けに2001年に発行、2008年の改訂版からは欧州・アジア地域をはじめグローバルに展開しています。1次取引先にも協力をお願いし、サプライヤー各社の調達先を含むサプライチェーン全体での環境負荷物質管理の促進と継続的な削減に取り組んでいます。

2010年には「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」の作成と併せて内容を改訂し、説明会を実施。NISSAN GLOBALサイトで公開しています。



「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」は、NISSAN GLOBALサイト内ビジネスパートナーの項目からダウンロードできます。併せてご覧ください。

http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/CSR/STAKEHOLDER/BUSINESS_PARTNERS/

■ 販売会社とともに

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2010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。また、2011年3月の販売会社代表者会議では、最近のコンプライアンス動向および2011年度の取り組みについて情報共有を行うなど、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。

Area Leaders' Messages

日産のCSR 重点8分野 オーナーメッセージ

サプライチェーン全体でのCSR浸透を支援

購買管理部
主管
真保 直紀



購買部門ではルノーとともに、取引において大事にしている価値や理念を小冊子にまとめ、2006年からサプライヤーと共有しています。その後、日産の事業拡大につれ、CSR活動を世界のサプライヤーとともに実践することが必要となってきました。そこで、新たに「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」を策定し、2010年度にグローバル1次取引先に配布しました。本書は、各社の事業活動をCSRの視点で見直しいただき、CSR活動のさらなる浸透を図ることを目的としています。日産は今後も、サプライヤーとの相互信頼を深め、互いに有益なパートナーシップを築けるよう努めていきます。



日産のCSR 重点8分野

社会貢献 — グローバル社会の一員として

日産は「人々の生活を豊かに」というビジョンのもと、魅力ある製品やサービスを世界中に提供すると同時に、持続可能な社会の実現に向け、企業市民としての役割を果たしていきたいと願っています。

日産はグローバル社会の一員として、より良い社会の創造に寄与するさまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。

具体的には「人道支援」「教育への支援」「環境への配慮」の3つを柱に、

自動車メーカーならではの社会貢献活動をグローバルに、そして地域とともに展開しています。

社員の社会参加意識を育てながら、NPO・NGOなどの外部組織とも連携し、

各国・地域の実情やニーズに合わせた活動を行っています。

社会貢献活動における3つの重点分野

1. 人道支援

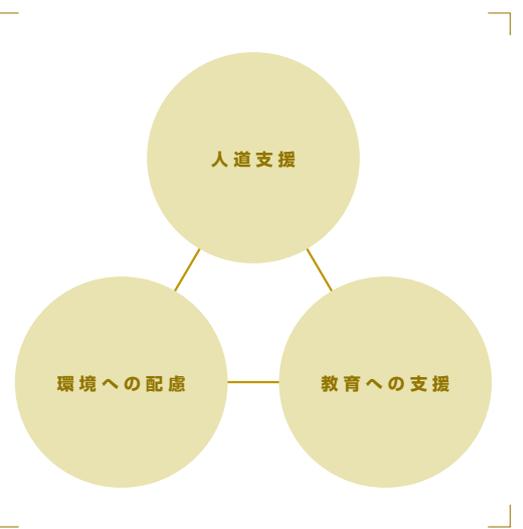
日産は、世界各地で発生した大規模自然災害の被災地に対する支援活動を行っています。グローバルに広がる事業所やグループ企業のネットワークを生かしながら、それぞれの国や地域の実情に配慮して、効果的かつ実行力のある活動を展開しています。

2. 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、多岐にわたる環境負荷削減に向けた取り組みを継続的に行っています。社会貢献活動においても、「環境への配慮」を重点分野と定め、環境意識の醸成、啓発活動を中心とした各種プログラムを実施しています。

3. 教育への支援

日産は「次世代育成」という観点を重んじて社会貢献活動を行っています。未来を担う次世代の子供たち、若者の心を豊かに育む活動を心がけ、教育機関などとも連携しながら、実りある活動を継続的に実施しています。



■ グローバル企業としての取り組み

日産らしい社会貢献活動

社会貢献活動にあたっては、活動に携わる部署および役員と議論を重ね、世界各地の日産の事業所とグローバルでビジョンを共有しながら、それぞれの国や地域の実情、ニーズに合った活動を展開しています。

各事業所では、近隣地域に対して、雇用の創出など経済的な貢献はもとより、さまざまな活動を通して地域コミュニティとの強固な関係づくりに努めています。国や地域を越えて取り組むべき課題には、グローバルな考え方と各地域に最適な活動とのバランスをとりながら、日産らしい貢献ができるよう心がけています。



社会貢献の取り組みに関する詳しい情報は、下記のウェブサイトに記載しています。併せてご覧ください。

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

重要な考え方

日産は社会貢献活動において、以下のような考え方が重要と考えています。

1. 社員の自発的な参加意識を育てる

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

2. 会社の強みや特性を生かした活動を考える

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

3. 専門性のあるNPOやNGOとの協働

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

社員が参加する社会貢献活動

社会貢献活動は、社員一人ひとりの積極的な参加が重要な力の源になっています。イントラネット「WIN」を使って社内コミュニケーションを積極的に行い、世界各地の社会貢献活動の情報を広く知らせるだけでなく、ボランティア参加型の活動を多く紹介し、社会貢献活動の参加経験人数を増やしていくことによって、より多くの社員が良き企業市民の意識を持つようサポートしています。

日本では、社員が参加する市民活動を会社が資金面で支援する「日産ボランティア活動資金支援制度」を有しており、2010年度は15件で180万円相当の支援を実施しました。米国では、同様のマッチングギフト制度を導入しています。また、社員向け啓発活動の一環として、NGO（ワールド・ビジョン・ジャパン、シャント国際ボランティア会、シャプラニール、オックスファム・ジャパン）の協力のもと、社員向けフェアトレード商品販売会やリサイクルブックバザー、災害支援報告会、映画上映会などを実施しました。

■ 人道支援に関する取り組み

大規模災害地域への人道支援

日産は、世界各地で発生した大規模自然災害の被災地に対する支援を行いました。2010年1月に発生したハイチ大地震の際には、北米日産会社が日産グループを代表して対応にあたり、10万ドルを超える支援を迅速に行いました。さらに、ピックアップトラック30台をハイチで活動する国連世界食糧計画に寄贈、これらの車両が復旧作業において、食糧、生活必需品、救援物資の運搬に役立てられました。

4月に発生した中国・青海省地震では、日産(中国)投資有限公司が中国赤十字に50万人民元(約680万円)を寄付。日産の合併パートナーである東風汽車有限公司でも約4,000万円相当の物資を支援したほか、救援活動支援のため、四輪駆動車「エクストレイル」6台を提供しました。

8月、パキスタンで大規模な洪水が発生した際には、日産自動車株式会社が300万円をNGOジャパン・プラットフォームに寄付し、被災した地域の復興支援のために活用されました。

日本国内においては、6月に宮崎県で発生した口蹄疫により被害を受けた地域への支援として、社会福祉法人宮崎県共同募金会に対して100万円を寄付しました。

災害支援については、初動支援に加え、長期的視野に基づいた活動にも力を入れています。2011年3月にはフリート・フォーラムとのパートナーシップを締結しました。フリート・フォーラムは、傘下のNGOに環境面や安全面に配慮した車両運用を行うように指導している非営利機関です。日産は電気自動車「日産リーフ」を1年間にわたって提供し、環境に優しい援助活動を支援します。今後もさらなる協働分野の検討を続けます。(東日本大震災の被災地支援については、10ページをご覧ください)

NGOやNPOとの協働

北米日産会社(NNA)では、NPOセカンド・ハーベスト・フード・バンクへの支援や、アメリカン・インディアン・カレッジ基金、ペンシル財団、ハーベスリバー・ウォーター・シェッド・アソシエーション、ユニバーサル・テクニカル・インスティテュート財団への寄付など、教育、環境の分野を中心に支援を行っています。また、国際NGOのハビタット・フォー・ヒューマニティとの協働で、災害や貧困などの理由により家を持たない人々に住まいを安価で提供する支援活動を行っています。2010年度も100万ドルの資金提供を行い、米国およびカナダに10軒の住居を建設しました。さらに、建築資材を運搬するためにピックアップトラック「タイタン」10台を寄付。これまでに役員を含む延べ5,000名の日産社員がボランティアとして建設作業に参加し、住人となる人々とともに汗を流し、家を持つことの喜びを分かち合いました。これらの活動が評価された結果、NNAは2010年11月に米国のファンレイジング協会であるAFPから「今年の企業フィランソピスト賞」を受賞しました。

ハビタット・フォー・ヒューマニティとの活動はグローバルに広がり、豪州日産自動車株式会社、インド日産会社、タイ日産自動車会社、インドネシア日産自動車株式会社でも現地法人と連携しながらボランティア活動や車両寄贈活動を行っています。

アジアにおける人道支援

中国の鄭州日産汽車有限公司では、2010年6月より、貧しい大学生や両親のいない子供たちへの支援活動を開始。社員からの募金も合わせ、毎年300万人民元(約3,900万円)以上、5年間で1,500万人民元(約1億9,500万円)以上に上る支援を計画しています。

また、日産(中国)投資有限公司でも、出稼ぎ労働者や移民の子供たちを支援するプログラムを開始しました。道徳・学力ともに素晴らしい成績を収めた生徒たちへ、合計5万人民元(約64万円)を奨学金として寄付。ほかにも、校舎の改装費用10万人民元(約130万円)を寄付したほか、3台のバスケットボール用ゴールとプロジェクター6台を寄贈しました。

インドネシア日産自動車株式会社では、2010年10月にインドネシアで発生したムラビ山の噴火で被害に遭った人々の避難や物資の運搬のために、「フロンティア」1台を贈呈。ジョグジャカルタ近郊の避難所を訪問し、生活必需品や食糧品の配布も行いました。

Messages from Our Stakeholders



ステークホルダーからのメッセージ

日産とともに人々の生活を豊かにする地域貢献を

ハビタット・フォー・ヒューマニティ・インターナショナル
法人担当ディレクター

フレッド ブルーワー 氏



ハビタット・フォー・ヒューマニティ・ジャパン
に関する詳しい情報は、
下記のウェブサイトをご覧ください。

<http://www.habitatjip.org/>

私たちハビタットは、シンプル・安全・安価な住居の提供を通じてコミュニティの構築を支援する活動を行っています。日産には、社員による建設作業への参加や、資金・物資面でご協力いただいています。日産から提供された89台の「タイタン」は、米国、カナダ、タイ、ドミニカ共和国、ハイチでの活動に役立てられており、2010年末までの使用走行距離は500万マイルに達しました。

北米日産会社のほか、日産自動車株式会社、韓国日産株式会社、豪州日産自動車株式会社を合わせると、日産社員によるボランティア活動時間は累計で5万6,000時間、建築した住宅の数は107軒、2006年に始まった資金や車両の提供は総額500万ドル以上に上ります。今後とともに活動を継続し、「人々の生活を豊かに」という日産のビジョンの実現に協力したいと考えています。

■ 環境に対する取り組み

■ 次世代の環境意識育成を支援

日産は、クラシック音楽を中心とした文化・芸術の祭典「軽井沢八月祭2010」に協賛しました。このイベントは「環境に配慮したイベント運営」を目指しており、「人とクルマと自然の共生」という環境理念を掲げる日産と考え方が一致することから4年連続の協賛となりました。同イベントに関連して、軽井沢絵本の森美術館で「ニッサン童話と絵本のグランプリ作品展」を開催。童話の読み聞かせとサクソ四重奏によるミニコンサートなども行いました。

また、電気自動車「日産リーフ」の発売に合わせ、「日産ゼロ・エミッションサイト」において、持続可能なゼロ・エミッション社会の啓発を目的とした子供向けコンテンツ「我が家に電気自動車がやってきた!」を公開しています。ユニークなキャラクターが繰り広げる物語やクイズを通じて、現在の地球が直面する環境問題や走行中に排出ガスを出さない電気自動車のメリットを分かりやすく説明しています。

■ 日産財団の活動

日本の学術、文化の向上を目的に設立された日産科学振興財団では「社会の進歩のためのソリューションの創成」をテーマに、「環境研究」「認知科学研究」「科学・技術および環境教育」に重点を置いた助成事業を行いました。これまでの助成実績は累計約2,400件、67億円(2011年3月現在)に上ります。教育助成においては、将来を担う子供たちの科学や技術、環境問題などに対する興味と関心を高め、理解を促進するための教育助成プログラム「理科/環境教育助成」を設けています。2010年度は神奈川、栃木、福岡の各県合わせて23校に助成を行いました。2011年4月には公益法人認定を受け、名称を「日産財団」に変更。新たに活動地域をグローバルに広げ、人材育成を重点分野として教育支援活動を継続します。



「我が家に電気自動車がやってきた!」は、下記のウェブサイトに掲載しています。併せてご覧ください。

<http://www.nissan-zeroemission.com/JP/KIDS/>



日産財団の活動に関する詳しい情報は、下記のウェブサイトをご覧ください。

<http://www.nissan-zaidan.or.jp/>

■ 教育に対する取り組み

3つの出張授業

小学校高学年の児童を対象とした3つの出張授業「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」「日産わくわくエコスクール」を2010年度も開講しました。

「日産モノづくりキャラバン」は、日産の製造業としてのノウハウを生かして子供たちに「モノづくりの楽しさ」を体験する機会を提供するためのプログラムです。

「日産デザインわくわくスタジオ」は、文部科学省が推進するキャリア教育プログラムの趣旨に沿って、日産が独自に企画した職業体験授業です。日産の現役カーデザイナーが、クルマの製造過程やデザインの仕事について紹介しています。

「日産わくわくエコスクール」は、NPO法人気象キャスターネットワークとの協働で行っている環境出張授業で、未来を担う子供たちの環境意識を高めることを目的としています。

2010年度はこの3つの出張授業に、2万1,000名を超える児童が参加しました。

ニッサン童話と絵本のグランプリ

日産では、財団法人大阪国際児童文学館とともに「ニッサン童話と絵本のグランプリ」を開催しています。本グランプリは、アマチュア作家による創作童話と絵本のコンテストで、子供たちに良質な童話や絵本を届けることを目的として、大賞作品を毎年出版するとともに、販売会社を通じて全国の公立図書館（約3,300）や幼稚園（約700園）に寄贈しています。さらに2010年度より、日産の海外事業拠点周辺の日本人学校・日本語補習校への寄贈も開始。これまでの累計寄贈冊数は、約17万6,000冊に上っています。

第27回となる2010年度は、全国から2,941編の応募が寄せられました。2010年5月と2011年3月には、日産グローバル本社ギャラリーにて、受賞作品を通して絵本の読み聞かせ効果を体感していただく「親子で一緒に童話体験」を開催しました。同ギャラリー内では、大賞作品を販売し、売り上げをシャンティ国際ボランティア会に寄付しています。

また、毎年春休みには、財団法人児童育成協会（こどもの城）との協働で、絵本にちなんだ展示や工作などを体験できるワークショップ「ニッサンゆかいな絵本と童話展」を開催しています。ワークショップでは、クルマの素材などを再利用し、日産社員や学生のボランティアが子供たちにモノづくりの楽しさを伝えています。

北米日産会社（NNA）では、就学前の子供たちに書籍を贈る、ガバナーズ・ブックス・フロム・バース基金（GBBF）の活動を支援しています。GBBFは幼児教育の振興を目的に、NNAが本社を構えるテネシー州で創設されました。2010年度は10万ドルの資金協力をを行い、30万冊以上の絵本提供に役立てられました。

■ 地域貢献への取り組み

日本における地域貢献活動

神奈川県内の事業所では毎月23日を「日産デー」とし、周辺地域の清掃活動を行っています。2009年11月からは、横浜に拠点を移したグローバル本社もこの活動に加わり、地域に貢献する環境活動の一環として取り組みながら、社員の環境意識の向上に努めています。

また、日産追浜工場では2010年12月、地域関係団体とともに第11回全国車いすマラソン「日産カップ追浜チャンピオンシップ2010」を開催しました。この大会は障がい者スポーツの普及と競技者の技術向上のほか、地域の活性化を目的とする車いす陸上競技の総合大会で、北京パラリンピックにも出場した土田和歌子さんを含む延べ約200名の選手が全国から参加し、日ごろの練習の成果を競いました。ロードレースでは、毎年約500名の日産社員および地域のボランティアがコース整理や給水の補助を行うなど、大会の運営に協力しています。この大会を記念して設立された社員による「太陽募金」では、毎年集まった寄付金を障がい者スポーツ振興のため、障がい者陸上競技団体等に寄付しています。

その他、厚木市にある日産テクニカルセンターでは、清掃活動や花の植栽など、地域に貢献する「NICE WAVE」活動を推進しています。

海外における地域貢献活動

韓国日産株式会社では2009年7月～2010年7月、ソウル市と共同で「グリーンギフトキャンペーン」を行い、障がいを持つ37名の学生に奨学金を贈呈しました。その他にも子供のための交通安全絵本の配布、大学の奨学金制度の支援、およびユニセフの活動支援を目的としたファンドレイジング撮影会などの地域貢献活動を積み重ねてきた結果、2010年9月、韓国で事業をしている企業で、社会的責任において継続的な努力と活動を行っている企業に与えられる「ソウル市CSR大賞」を受賞しました。

インドネシア日産自動車会社では2009年度から「Nissan Sahabat Anak Indonesia(インドネシアとともに)」という教育支援プログラムを開始し、主に小学校を訪問して文具や教材、コンピューターなどを寄贈しています。同様の支援は南アフリカ日産会社でも熱心に行われており、初等教育機関には理科・数学の授業向け資料や書籍、通学用のスクールバッグ(日産の販売店で使用した広告バナーを再利用)などを寄贈。高等教育機関には、自動車メーカーとしての強みを生かし、研究用に実際のエンジンを提供しています。日産車を活用した移動眼科診療車「モバイルアイクリニック」も引き続き活躍し、地域の子供たちの健康維持に貢献しています。



「日産カップ追浜チャンピオンシップ」に関する詳しい情報は、下記のウェブサイトをご覧ください。
<http://nissan-cup.com/>

Area Leaders' Messages

日産のCSR 重点8分野 オーナーメッセージ

東日本大震災に継続的な支援を届ける

グローバルコミュニケーション・CSR本部
CSR部
主担
菰田 雄士



未曾有の災害が2010年度末に日本で発生し、世界各国の日産社員、関係会社社員から多くの支援の声が届きました。地震発生から今日に至るまで、CSR部を中心に数多くの支援を直接的・間接的に被災地に届けてきました。グローバル日産の社員から寄せられた善意の総計は、5月末時点で1億円を超える見込みです。特にいわき工場および周辺地域では、社員有志によるボランティア活動なども行われています。単発的な支援に終わることのないよう、NGO各位とも連携しながら、今後もCSR部が中心となって検討し、適切かつ継続的な、日産らしい支援をお届けしていきます。



日産のCSR 重点8分野

コーポレートガバナンス・内部統制

— 高い透明性を確保し、信頼され続ける企業に

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。

そこで、すべての社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社員への啓発活動に取り組み、周知徹底を図っています。

■ コーポレートガバナンスにおける3つの基盤

1. コンプライアンス

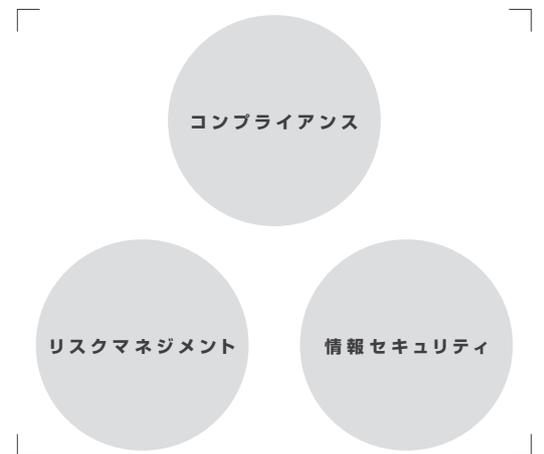
CSRを推進するうえで、すべての社員が高い倫理観を持ってコンプライアンス(法令順守)を実践することが重要です。日産は世界の各拠点に、コンプライアンス施策を推進する担当部署と推進責任者を配置し、コンプライアンス意識の醸成に努めています。

2. 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。

3. 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。



■ 内部統制システム・コンプライアンス

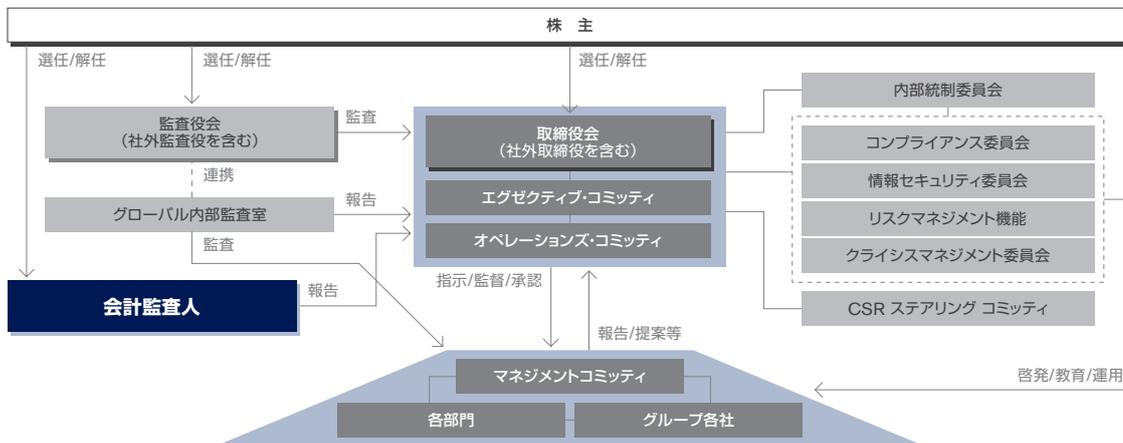


公正で透明性のある企業活動を維持する内部統制システム

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。また、定期的に会計監査人から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。

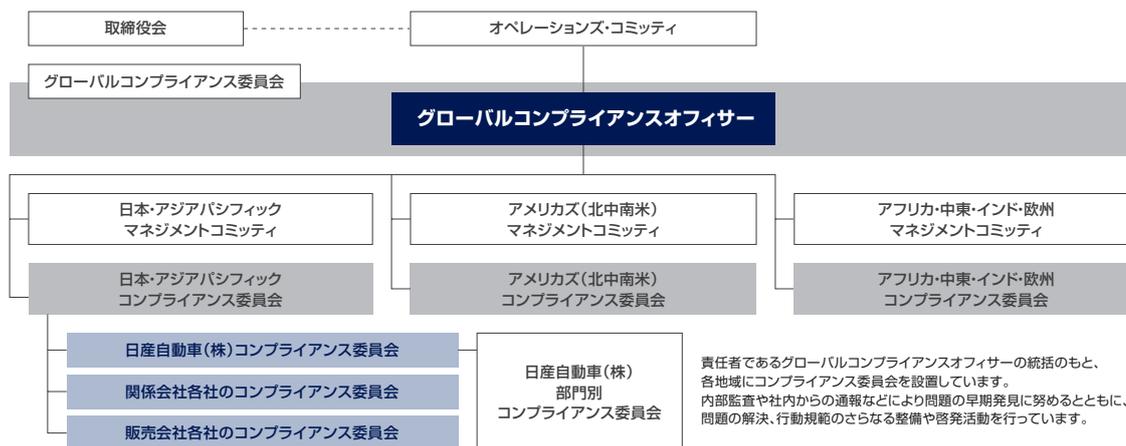
日産の内部統制システムの概要



法令順守の枠組み

すべての社員が高い倫理観を持ってコンプライアンス(法令順守)を実践することが、日産のCSR推進の基盤です。2001年には、日産グループすべての社員がどのように行動すべきかを「日産グローバル行動規範」として定め、着実に展開しています。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。

2011年度グローバルコンプライアンス委員会組織

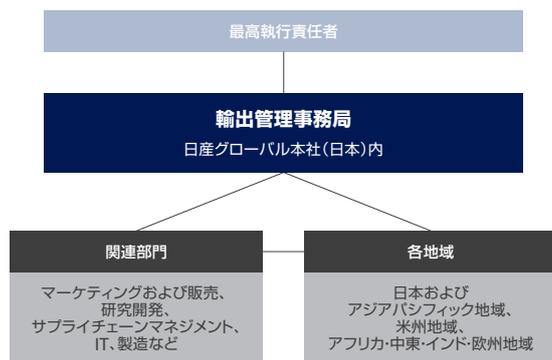


安全保障に関する輸出取引管理

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。そのひとつが、国際的な平和および安全の維持に向けた取り組みです。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、技術の拡散防止の観点から、日産では輸出取引管理規程を定め、最高執行責任者を長とする自主管理体制のもと、同規程に沿った輸出管理業務を遂行しています。

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



コンプライアンス啓発活動をグローバルに推進

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。また、すべての社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、役員を含むすべての社員を対象に「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など、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社員教育を定期的を実施し、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」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。

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・敬意の姿勢をもって接します。

下記行動規範は、日産グループ(以下日産)に働く全ての従業員に適用となります。また、我々一人一人はこの行動規範をしっかりと維持・改善していく責任があります。

グローバル行動規範

1. 法律・ルールの遵守

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

2. 利益相反行為の禁止

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

3. 会社資産の保護

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

4. 公平・公正な関係

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

5. 透明性と説明責任の確保

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

6. 多様性の尊重と機会平等

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

7. 環境保護

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

8. 実践・報告の義務

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



日産のグローバル行動規範は、下記のウェブサイトにも掲載しています。

http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/CSR/CORPORATE_GOVERNANCE/index.html

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、社員や取引先、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。役員および社員は、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、すべての社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、グローバルに社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。社員が意見・質問・要望を会社に直接伝える仕組みを整え、業務や職場の改善はもとより、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、COO(最高執行責任者)直轄の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



全社リスクマネジメントの基本方針と管理体制

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、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、発生確率の低減と発生した場合の損害を最小にとどめる努力をしています。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、全社リスクマップの見直しを行います。そして経営会議において、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が取締役会に適宜報告しています。

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

また、社内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「WIN」上に「全社リスクマネジメント」のサイトを2009年に開設。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。

2011年3月11日に発生した東日本大震災では、それまでに実施してきた耐震補強や事業継続計画(BCP)の整備、シミュレーション訓練等の対策が功を奏し、直接的な被害を最小限にとどめるとともに、全社災害対策本部を速やかに立ち上げることができました。また、全社災害対策本部を通じて常に最新の情報を共有し、会社全体で整合性の取れた対応をすることにより、サプライヤーから販売会社までを含めたバリューチェーン全体の復旧を効果的に行うことができました。また、今夏に予想される電力不足に対しても業界を挙げて積極的に対策に取り組んでおり、節電と事業継続の両立を目指しています。

リスク管理の状況

全社リスクとして管理している項目のうち、主なものの取り組み状況をご紹介します。

1. 金融市場にかかわるリスク

1) 資金の流動性(リクイディティ)

資金の流動性にかかわるリスクは企業にとって重要なリスクのひとつであり、2008年に発生した金融危機は、当該リスクをきちんと管理することの重要性を再認識させる出来事でした。日産では、リクイディティリスク管理規程を設定し、事業活動に必要な資金量と調達手段を客観的に明確にしたうえで、さらに、バランスよく分散された複数の調達手法の組み合わせと短期借入金への依存度の制限により、リスクの分散を図っています。

日産では現在、リクイディティリスク管理規程に沿った流動性を維持しています。

2) 金融市場

金融市場では、為替や金利、原材料価格の変動リスクにさらされています。長期的な対策として、為替については車両生産の現地化や部品調達国の最適化を進め、原材料価格については、貴金属の使用量を減らす研究などを行っています。短期的な対策としては、社内規定に基づき一定の範囲内でヘッジを行う場合もあります。金利については、固定金利による調達と変動金利による調達とのバランスを取ることで対応しています。

3) 販売金融

販売金融事業では、金利の変動リスク、顧客や販売会社からの債権回収できないリスク(信用リスク)、リース車両などの残価変動リスクにさらされています。金利については統計学上の手法を用いてリスクを測定し、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。また、信用リスクについては、丁寧な審査に基づく与信判断や適切な債権保全措置、引当金の計上を行っています。残価リスクについては、客観的な契約残価の設定に努めるとともに中古車価格の維持に努めているほか、必要に応じて十分な残価損失引当金を計上しています。

4) 取引先金融機関、年金債務にかかわるリスク

日産は複数の金融機関に対して一定額の金融資産を保有しており、その保全のため、独自の与信管理システムを構築し、取引先の倒産リスクに備えています。また、退職給付年金制度にかかわる年金資産については、経営層メンバーで構成される年金コミッティにて管理しており、定期的なミーティングを通じて、運用方針、運用実績や運用機関の評価等の諸問題について議論を行っています。

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は、将来の収益性と継続的な成長の根幹を支えるものです。日産では、将来のグローバルな市場変動や需要変動など複数のリスクシナリオに対して、ラインアップ全体での収益性への影響を商品戦略策定プロセスの中でモニターしています。計画は必要に応じて見直し、収益性の確保と継続的な成長をより確かなものとしています。

2) 製品・サービスの質

日産では、2012年度までに品質領域でリーダーになるという「クオリティ・リーダーシップ」に全社を挙げて取り組んでいます。製品の品質については、各市場において品質向上活動の進捗をきちんとモニターしています。しかし非常に複雑な工業製品であるクルマづくりにおいて時として予期せぬ不具合のおそれを生じてしまう場合があります。万が一、市場で問題が発生してしまった場合には、迅速に原因を究明し、アクションを起こしています。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。

こうした新型車プロジェクトにおける品質保証や日常的な品質改善活動に加えて、2009年度より「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。現在進行中の管理を将来にわたって確かなものにするために、さらに上位から俯瞰したリスクの洗い出しを行い、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。副社長を議長として半年に一度開催する「品質リスクマネジメントコミTEE」で実施しています。

3) 環境問題・気候変動対応

自動車業界は、世界のほとんどのマーケットで排出ガス、CO₂/燃費、騒音、リサイクル等、環境や安全に係るさまざまな規制の影響を受けており、これらの規制はより一層厳格になってきています。こうした状況の中、持続可能なモビリティ社会の実現には、長期的には走行中にCO₂を全く排出しないゼロ・エミッション車の普及が有効です。日産は100%電気自動車「日産リーフ」を、日本および米国で2010年12月より、欧州で2011年3月より販売を開始、またルノー・日産アライアンスとして「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のもと、各国政府、地方自治体、他業界などとパートナーシップを締結しながら、ゼロ・エミッション車の推進およびインフラ構築の検討を進めています。

企業活動に伴う水資源利用に関しては、地域的、将来的な水資源枯渇への配慮が必要です。日産は、この問題の重要性を深く認識し、生産工程における使用量の削減ならびに排水の再利用といった資源保護に努めています。

これら環境マネジメントをグローバルに推進するため、日産では最高執行責任者（COO）を議長とするグローバル環境委員会（G-EMC）で、全社的な方針や経営会議への提案内容の決議などを行っています。また、グローバル環境企画オフィスは各部門での具体的な取り組みを決定し、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。

4) コンプライアンス・レピュテーション

前述の通り、日産はコンプライアンス意識の醸成やコンプライアンス違反の未然防止のためにさまざまな仕組みで取り組んでいます。そのほかにも、グローバル内部者取引防止管理規定や個人情報管理規定などの社内規定の整備に努め、それら社内規定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、会社の評判に関するリスクの最小化に努めています。

3. 事業の継続にかかわるリスク

1) 大規模災害対策

日産では「人命第一」を基本方針に定め、事業所の所在地を含め、震度5強以上の地震が発生した場合は、初動対応チーム（全社災害対策本部の主要メンバー）が情報を集め、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、安否確認、被災状況確認、事業継続と必要なアクションを取っていきます。また、社内の主要組織に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ともに実施しています。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、本部および各係が機能でき、実際にアクションが取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、万一の事態に備えています。

東日本大震災では、訓練の成果を発揮し速やかに全社災害対策本部を立ち上げることができました。日々刻々と変化する状況を、対策本部を通じ全社的にほぼ毎日共有することで、一体感のある対応が可能となり、事業の迅速な復旧に貢献しました。

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、グローバル組織の構築、各種マニュアルの整備、医薬衛生品の備蓄、事業継続計画（BCP）の策定などの対策を実施してきました。今後も、BCPの見直し、社員に向けた感染予防のための啓発活動を継続的に実施することにより、強毒性インフルエンザなどの新たな感染に備えていく予定です。

また、対策のひとつとして在宅勤務を想定し、そのための環境整備を進めておいたことで、東日本大震災の影響による計画停電やガソリン不足で通勤が困難になった時も、速やかに在宅勤務に移行することができました。

3) 生産の継続のための対応

日産では、災害による生産への影響を最小限にするため、地震に対するハード面での対策（建屋・設備の耐震／補強工事）の継続に加え、被災後の復旧時間を短縮すべく復旧マニュアルの再整備やBCPシミュレーション訓練も定期的に行っています。一方、増加していく新興国から調達する部品の品質リスクに対応するため、サプライヤー選定前監査・選定後の改善支援に加え、量産段階では生産・物流の各ポイントで品質を確認して、流出防止・源流対策につなげる活動も展開しています。

東日本大震災では、2003年から実施してきたハード面での対策が功を奏し、日産グループの工場の被害は最小限にとどめることができました。被災した工場に対しては、損傷の内容に応じた復旧支援部隊を速やかに派遣し、取引先からの応援も併せて、短期間で復旧ができました。

4) サプライチェーンの継続

サプライヤー信用リスクに備え、従来からのサプライヤー財務評価とサプライヤーリスクマネジメントコミTEEでの管理に加えて、リスク状況と対応のための想定支出額の報告を毎月実施しています。一方、不測の事態の発生時は、迅速に対応できるよう機能横断的なコミTEEを設立するとともに、権限規定も整備し、速やかな意思決定を可能にしています。

東日本大震災では、被災したサプライヤーに支援物資を提供するとともに、サプライヤーからの要請に基づき積極的な支援を行い、サプライチェーンの復旧に努めました。また、想定される電力不足対策についても、サプライヤーも含めた対応を進めています。

5) リスクファイナンスと損害防止活動

日産では、事故や災害発生時に備え、自家保有、保険による外部転嫁等を組み合わせて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、連結ベースで保有可能なレベルまでを自家保有し、それを超え財務的にインパクトのある部分については、保険という形で外部にリスク転移することをグローバル保険管理の方針としています。全般的に事故の発生頻度が高く、かつ発生しても損害が軽微なリスクについては、許容可能な額まで自家保有することとし、一方予測不可能で、発生頻度は限られるが、事故が発生すれば巨額の損害となるリスクについては、外部保険会社との保険契約によってカバーしています。

連結ベースで効率的にリスクを自家保有するため、キャパティブ保険会社を活用し、また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中的に管理するために、財物保険、物流保険等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ています。

さらに、自家保有コストおよび保険料コストを最小化するため、事故そのものを減少させる設備投資も含めた損害防止活動に積極的に取り組んでいます。

■ 情報セキュリティ

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定を策定し、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。



日産自動車(株)における個人情報の取り扱いに関する詳しい情報は、下記のウェブサイトに記載しています。併せてご覧ください。

<http://www.nissan.co.jp/SITEINFO/privacypolicy.html>

Area Leaders' Messages

日産のCSR 重点8分野 オーナーメッセージ

リスクマネジメント情報を積極的に開示

グローバル内部監査室
チーフ インターナル オーディット オフィサー
久保 英明



コーポレートガバナンス・内部統制における主要な柱のひとつにコーポレートリスクマネジメントがあります。日産ではリスクマネジメント活動を継続的に進めるとともに、活動状況について情報開示することも企業の社会的責任と捉え、積極的に開示を進めてきました。その結果、外部の方々からも一定の評価を頂きつつあると感じています。従来、地震などの大災害に備え、建物の補強やBCPの整備などの対策を進めてきましたが、今年3月に発生した東日本大震災ではその成果が発揮され、迅速に復旧できました。一方で新たなリスクも顕在化したため、活動を振り返りながらさらなる向上を目指していきます。

CSRデータ集

- 96 日産CSRスコアカード
- 101 2010年度決算概況
- 102 パフォーマンスデータ
- 103 環境データ／人事データ(2010年度)

日産CSRスコアカード

「CSR ステアリング コミッティ」では、「CSRスコアカード」を管理ツールとして、「CSR重点8分野」ごとの活動の進捗状況を確認し、レビューを行っています。
ここでは、「CSRスコアカード」のうち、日産が現在実行している事業活動の価値観や管理指標についてご紹介します。

[2010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	2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 目標	2010年度 実績	2011年度 目標	長期ビジョン
コーポレートガバナンス・内部統制 法令と会社のルールを順守し、公平・公正で高い透明性を持った効率的な事業活動を目指します	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	コンプライアンス違反未然防止活動の評価システムをグループグローバルに導入し、中長期的アクションプランを策定	内部通報制度を各リージョンに導入済み	未然防止の仕組み構築とPDCAサイクルによる改善活動の実施	◎ ・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	・コンプライアンスリスクの可視化と重点管理の仕組み構築 ・PDCAサイクル強化によるトラブル解決力、フォローアップの向上(各地域で2011~13年度中期計画を策定)	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	・耐震補強の実施、地震を想定した訓練の実施、主要商品・工程についてのBCP策定 ・新型インフルエンザに備え、社員教育用パンフレットを作成・配布。対応マニュアルを作成し海外拠点にも配備。非常用機材備蓄 ・社内イントラネットにリスク管理のHP立ち上げ	・新型インフルエンザ発生に対応するとともに欠勤率の上昇に備えたBCPを策定 ・経済危機によって新たに顕在化したリスクについて、全社的リスク管理の対象として責任者を任命し管理方法を検討、管理を強化	・リスクマネジメントのプロセスに関わるグローバルな連携を強化する ・リスクマネジメントに関わる情報開示を強化する	◎ ・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	・東日本大震災対応の振り返りの実施とBCPへの反映 ・リスクマネジメント活動に係る情報開示の継続の実施および強化 ・ルノーとのベンチマークの継続の実施および強化	グローバルにリスク管理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、適切な情報開示により外部からの適切な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	・日産自動車および販売会社各社の個人情報保護に対する主要強化策の完了 ・情報セキュリティポリシーの展開と主要関係会社でのマネジメント強化活動開始	・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の継続的なモニタリングと改善実施 ・主要関係会社の情報セキュリティマネジメントの年度計画策定とPDCAサイクル実施	情報セキュリティマネジメントの維持・向上	◎ ・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	情報セキュリティマネジメントの維持・向上	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

[2010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	2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 目標	2010年度 実績	2011年度 目標	長期ビジョン
経済的貢献 持続的な利益ある成長を目指します。そして社会全体の経済的発展にも貢献します	業績改善に集中するために、中期経営計画「日産GT 2012」を一時中断	連結会社	連結売上高(億円)	8兆4,370億円	フリーキャッシュフロープラス(3,755億円) リカバリープランを継続実施	8兆2,000億円	◎ 8兆7,731億円	9兆4,000億円	持続的な利益ある成長を果たす。そして、お客さま、株主、社員、ビジネスパートナー、地域社会といったあらゆるステークホルダーに、長期的な価値を提供し続ける
			株式配当(円/株)	11円/株	0円/株	10円/株	◎ 10円/株	20円/株	
品質 世界中でトップレベルの製品やサービスをお客さまにお届けします	最もお客さまに影響のある外部指標のスコア	グローバル	【北米】Consumer Report	2008年度目標を達成	2009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	○ 2010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	商品、サービス、ブランドおよびマネジメントの質を向上することで、品質領域においてトップレベルを目指す
			【欧州】 英国：What Car? ドイツ：ADAC イタリア：Quattroruote	イタリア Quattroruote：「キャシユカイ」が高評価を獲得し、トップ3にランクイン	英国What Car?：「キャシユカイ」「ノート」が高評価 イタリア Quattroruote：「キャシユカイ」が高評価 ドイツADAC：「キャシユカイ」「ノート」で高い信頼性評価を獲得	○ 英国What Car?：「キャシユカイ」「ノート」が高評価 イタリア Quattroruote：「キャシユカイ」が高評価 ドイツADAC：「キャシユカイ」「ノート」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 南アフリカ：PSI ブラジル：Quatro Rodas	中国J.D.パワー/IQS：「ティアナ」：2年連続1位(Upper Premium Midsize Segment) 「ディーダ」：2位 「リヴィナ」：3位	中国J.D.パワー/IQS：4モデルがトップ3にランクイン 南アフリカPSI：4モデルがトップにランクイン	○ 中国J.D.パワー/IQS：3モデルがトップ3にランクイン			
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(NISSAN/インフィニティ両ブランドが対象)	すでにトップレベルを達成している国はそれを維持。新たにカナダが主要競合メーカー間でトップレベルのセールス品質を達成した	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の立案および展開を推進しながら、トップグループ入りに向けて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	○ トップレベル品質実現に向けて計画通り改善をしている	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		

[2010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	2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 実績	2010年度 目標 (NGP2010)	長期ビジョン	
環境 持続可能なモビリティ社会の実現に向けて、クルマのライフサイクルにおける環境依存・負荷を低減し、実効性のある商品・技術を拡大することで、社会の変革をリードしてまいります	ニッサングリーンプログラム 2010 (NGP2010)の実行・推進	CO ₂ 排出量の削減	グローバル	CO ₂ 排出量削減を実現する商品の投入	「エクストレイル 20GT」(日本)、E100対応「リヴィーナ」(ブラジル)発売	「Nissan ECOシリーズ」(日本)発売	◎ 電気自動車「日産リーフ」(日・米・欧)、「フーガ」(日本)「インフィニティ M」(米・欧)にハイブリッド車投入など	CO ₂ 排出量削減に向けた燃費向上、クリーンエネルギー車の開発と普及推進	日産の企業活動と日産車の使用過程から生じる環境負荷と資源利用を自然が吸収可能なレベルに抑える
			グローバル	全生産工場でのCO ₂ 排出量を削減(2005年度比)	10%削減	10%削減	◎ 18.6%削減	7%削減(グローバル台当たりCO ₂ 排出量、2005年度比)	
		エミッションのクリーン化(大気・水・土壌の保全)	日産自動車(株)	生産工場塗装VOC排出量を削減(2005年度比)	1.0%増加	13%削減	◎ 17.1%削減	10%削減(2005年度比、ボディ+バンパー)	
		資源循環(リデュース、リユース、リサイクルの推進)	日産自動車(株)および連結製造会社	再資源化率	日産の国内5工場と1事業所および連結製造会社3社で100%達成	日産の国内5工場と1事業所および連結製造会社5社で100%達成	◎ 日産の国内5工場と2事業所および連結製造会社5社で100%達成	再資源化率100%	
		日本	リサイクル実効率	95.7%達成	96.6%達成	◎ 97.0%達成	リサイクル実効率95%達成(2015年度規制を5年前倒し)		

※NGP2010取り組み状況の詳細については17～18ページをご覧ください。

[2010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	2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 目標	2010年度 実績	2011年度 目標	長期ビジョン
安全 技術の革新に加え、安全推進活動に積極的に取り組み、クルマ社会をより安全なものにしてまいります	日産車がかかわる交通事故死者数などの定量的低減目標値を設定し、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、欧州、その他主要地域	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1年後	日本：49.6%減少 米国：42%減少 英国：57%減少	日本：53%減少 米国：48%減少 英国：56%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	(データが公表され次第、集計予定)	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	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

[2010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	2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 目標	2010年度 実績	2011年度 目標	長期ビジョン
社員 多様な人材がグローバルビジネスを通して自らの成長を実感できる、魅力的な組織づくりを目指します	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)	4.2以上	4.5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	◎ 4.5	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	学習する企業文化を醸成し、社員一人ひとりが自らの成長を実感できる組織の実現
	社員意識調査を踏まえた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 : 46% Employee Motivation : 54%	2009年度は未実施	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	◎ Quality of Management : 50% Employee Motivation : 57%	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	マネジメントの質を向上させ、社員の意欲を引き出し、向上させる組織の実現
	自律的キャリア開発サポート	日産自動車(株)	オープンエントリー制度とシフトキャリア制度の合格者数 オープンエントリー制度：ポストの募集があれば自ら自由に応募できる制度 シフトキャリア制度：ポストの募集有無に関係なく、自ら自由に希望する部署や職種に応募できる制度	83名 (オープンエントリー制度+シフトキャリア制度)	94名 (オープンエントリー制度+シフトキャリア制度)	オープンエントリー制度とシフトキャリア制度などを通じた適材適所の人材配置の一層の推進	◎ 103名 (オープンエントリー制度+シフトキャリア制度)	オープンエントリー制度とシフトキャリア制度などを通じた適材適所の人材配置の一層の推進	社員一人ひとりの自主性を重んじたキャリア形成の支援
	安心して働ける安全な職場を目指して	日産自動車(株)	労働災害全度数率 (全度数率=全災害件数÷延べ労働時間×100万)	度数率0.19+重大災害ゼロ	0.37	0.20	△ 0.43	0.27	安心して働ける安全な職場の構築と維持
			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)	0.003	0	重大災害ゼロ	◎ 0	重大災害ゼロ	
	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)) : 5% 北米 : 10% 欧州 : 12%	日本(日産自動車(株)) : 5% 北米 : 10% 欧州 : 13%	女性管理職比率の維持・向上	◎ 日本(日産自動車(株)) : 6% 北米 : 12% 欧州 : 14% その他海外地域 : 11%	日本(日産自動車(株)) : 6% 北米 : 13% 欧州 : 15% その他海外地域 : 12%	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 46%	未実施	スコアの維持・向上	◎ グローバル 50%	スコアの維持・向上	
	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	◎ 1.0%(2010年4月時点)	外国籍社員比率の維持・向上	

[2010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	2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 目標	2010年度 実績	2011年度 目標	長期ビジョン
バリューチェーン サプライチェーンのあらゆる段階において、倫理的で環境に配慮した行動がなされるよう促進していきます	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	・「日産GT 2012」に関するサプライヤーズミーティングを開催(2008年5月) ・2009年度販売・生産計画に関するサプライヤーズミーティングを開催(2009年3月、5月) ・厳しい環境変化に対応した情報をサプライヤーとタイムリーに共有するため、生産計画説明会を月次開催	日本自動車工業会のCSR調達活動に合わせ、ルノーと共同で「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」を作成、展開準備	・ルノーと共同で、海外拠点購買から「ルノー・日産 サプライヤーCSRガイドライン」をサプライヤーに展開 ・コンプライアンス順守と違反時の対応を織り込んだMPAの改定を開始	・ルノーと共同で、「サプライヤーCSRガイドライン」を各拠点の購買部門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～)	サプライヤーミーティング等で、映像などを活用し日産のCSR活動を継続して紹介することにより、サプライヤーへのCSRの啓蒙と普及を図る	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	「日産・グリーン調達ガイドライン」の欧州での展開を開始	「日産・グリーン調達ガイドライン」のタイでのサプライヤー説明会を実施	「日産・グリーン調達ガイドライン」の北米地域での展開を開始	「日産・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上で公開。北米地域での展開を開始	環境負荷物質低減活動の改善をサプライヤーへ説明	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して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)	販売会社との価値観共有と、自主取り組み支援	2008年11月：総務・人事担当部署長説明会において展開	コンプライアンス自己点検プログラムを各販売会社で実施。2009年9月と2010年3月の販売会社エグゼクティブミーティングで最近のコンプライアンス動向に関する情報共有を行い、各販売会社の取り組み推進を支援	実効性の向上を目的とした自己点検プログラムのコンテンツ改定を実施し、販売会社における活用の定着を図る	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	引き続き、自己点検プログラム定着を図るとともに、代表者会議などで定期的な情報発信を行う	販売会社の自主的な取り組み定着に向けた支援
社会貢献 「教育への支援」「環境への配慮」「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	日産初となるグローバル環境プログラム「ザ・サイエンス・オブ・サバイバル」を開始。2008年4月ロンドン、10月米国ニュージャージーで展示を開始。グローバルに一貫性のあるメッセージ発信に成功	グローバルプログラムの検討を継続中、ただし2009年度は未実施。「ザ・サイエンス・オブ・サバイバル」は主催者側の都合により2009年6月で中断	グローバルに一貫性のある活動として、社会的ニーズに対応する社会貢献プログラムを検討、一部実行にも着手する	2010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	・3極体制(ASIA, AMIE, Americas)を確実なものとし、マネジメントを強化する ・新しい貧困層向けプログラムを開発する ・社会貢献分野としてステークホルダーとの対話を年2回実施する	「教育への支援」「環境」「人道支援」の分野を中心に、グローバルな考え方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

2010年度 決算概況

2010年度通期の連結決算は、売上高が8兆7,731億円、営業利益が5,375億円、当期純利益は3,192億円となりました。自動車事業のフリーキャッシュフローは4,593億円で、自動車事業実質有利子負債を完済し、年度末には2,933億円のキャッシュポジションとなりました。

2010年度のグローバル販売台数は過去最高を更新しました。前年度の351万5,000台から418万5,000台と19.1%拡大し、日産のグローバルシェアは5.8%となりました。中国の販売台数は前年比35.5%増の102万4,000台に達しました。米国の販売台数は同17.3%増の96万6,000台となり、市場占有率は8%と過去最高となりました。メキシコでは販売を20.2%伸ばし、市場占有率は業界トップの23.1%に達しました。欧州の販売台数は前年比19.3%増の60万7,000台で、市場占有率は3.3%に上昇しました。その他市場の販売台数は、中南米が前年比65.7%増の16万9,000台、ロシアが前年比ほぼ倍増の10万2,500台、タイは同87.6%増の6万4,900台に達しました。また、インドネシアでは同65.4%増の4万2,600台、中東は微増の18万台となりました。

2011年3月に発生した東日本大震災以降、日産の復旧活動は順調かつ着実に進んでいます。日産は世界各地で長期的な利益ある成長に向けた態勢を整えています。

2010年度 財務実績 (億円)

	2009年度	2010年度	差異
連結売上高	75,173	87,731	12,558
連結営業利益	3,116	5,375	2,259
営業外損益	-1,039	3	—
経常利益	2,077	5,378	3,301
特別損益	-661	-577	—
当期純利益	424	3,192	2,768
設備投資	2,736	3,120	—
研究開発費	3,855	3,993	—
減価償却費	3,633	3,721	—

2010年度 為替レート 1USD=85.7円、1ユーロ=113.1円

パフォーマンスデータ

	2008年度	2009年度	2010年度
連結従業員数	175,766人	169,298人	155,099人
個人株主数	317,000人	273,000人	264,940人
法人税等の支払額	902億円	-265億円	1,407億円
研究開発費(売上高比率)	4,555億円(5.4%)	3,855億円(5.1%)	3,993億円(4.6%)
設備投資額(売上高比率)	3,836億円(4.5%)	2,736億円(3.6%)	3,120億円(3.6%)
災害支援時の会社からの支出	3,000万円 (日産自動車(株)単独: 中国・四川省大地震他)	1,200万円 (日産自動車(株)単独: チリ大地震他)	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)
	50,000豪ドル(約300万円)、 最大6ヵ月間の無償カーリース100台 (豪州日産自動車(株): 豪州の大規模山火事)	117,000ドル (北米日産会社: ハイチ大地震他)	約680万円 (日産(中国)投資有限公司: 青海省大震災)
	キャシュカイ10台 (東風汽车有限公司(中国): 中国・四川省大地震)		10万ドル(約850万円) (北米日産会社:ハイチ大地震)
日産自動車(株) 従業員数	30,718人	30,277人	28,403人
平均年齢	41.8歳	41.8歳	42.4歳
平均勤続年数	19.9年	20.1年	20.7年
平均年間給与*	7,280,776円	6,271,632円	6,847,796円
障がい者雇用率	約2.1%	約2.1%	2.0%
育児休業取得者数	111人	161人	195人
介護休業取得者数	4人	9人	15人
組合員総数	27,822人	27,271人	26,790人

* 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

地域別連結従業員数 (2011年3月末現在)

日本	72,876人
北米	23,411人
欧州	13,891人
アジア	42,718人
その他海外地域	2,203人
連結従業員数*	155,099人

* 臨時従業員数(27,816人)を含む

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、2011年3月末現在の組合員総数は26,790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、英国においてはユナイテッド・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。

グローバル拠点 (2011年6月現在)

研究開発拠点:

12カ国・地域(日本、米国、英国、台湾、中国、タイ、インド、南アフリカ、メキシコ、ブラジル、スペイン、ベトナム)

デザイン拠点:

4カ国(日本、米国、英国、中国に計5カ所)

車両生産工場:

20カ国・地域(日本、米国、英国、スペイン、台湾、中国、タイ、フィリピン、マレーシア、インドネシア、メキシコ、ブラジル、イラン、南アフリカ、ケニア、エジプト、パキスタン、ロシア、ベトナム、インド)

車種別販売台数 (トップ5)

日本 (台)

車名	2010年度 (2010/4-2011/3)
セレナ	71,510
ノート	55,629
マーチ	51,880
キューブ	43,473
ティーダ	36,213



セレナ

米国 (台)

車名	2010年度 (2010/4-2011/3)
アルティマ	239,331
ローグ	114,518
セントラ	110,049
ヴァーサ(日本名:ティーダ)	98,706
インフィニティ G(セダン+クーペ)	61,578



アルティマ

欧州 (台)

車名	2010年度 (2010/4-2011/3)
キャシュカイ	198,823
ジューク	51,797
キャシュカイ+2	50,234
ノート	49,652
マイクラ	49,276



キャシュカイ

環境データ (2011年3月31日現在)

エネルギー使用量*		
直接		15,568(1,000GJ)
間接		16,769(1,000GJ)
水使用量*		25,851,000km ³
CO ₂ 排出量		
生産		2,486kton
物流		1,586kton
オフィス・販売店		381kton
製品使用時		90,000kton
排水量*		19,784,000km ³
廃棄物		
環境負荷削減指標	生産工場グローバル台当たりCO ₂ 削減率	18.6%(2005年比)
	生産工場塗装VOC削減率	17.1%(2005年比)
	再資源化率(日本)	100%
	リサイクル実効率	97%
認証その他	ISO14001 認証取得率(グローバル)	100%
	ISO9001 認証取得率(グローバル)	100%

* 対象はグローバル日産グループ(連結会社など71社)

人事データ (2011年3月31日現在)

取締役	取締役人数	9人
	代表者数	2人
	女性役員	0人
	社外取締役	1人
監査役	人数	4人
	社外監査役	3人
株主	株式数	4,520,715千株
	株主総数	267,600
	特定株比率	61.3%
	浮動株比率	4.6%
	所有者状況	政府・地方公共団体：0.0% 金融機関：18.02% 金融商品取引業者：1.01% 他法人：1.86% 外国法人等：69.59% 個人他：9.52%
	障がい者雇用	実人数
	雇用率	2.0%
従業員	従業員数(単独)	28,403人
	従業員数(連結)	155,099人
	臨時雇用者数	27,816人
	平均年齢	42.4歳
	平均勤続年数	20.7年
新卒採用	大卒(男性)	—
	大卒(女性)	—
女性登用	管理職	6%
	うち部長以上	3%
	役員	2%
労働災害	度数率	0.43

事業等のリスク

事業等のリスクに関する情報は以下のとおり。有価証券報告書(2010年3月期)に掲載したものと同一内容です。文中の将来に関する事項は、有価証券報告書提出日(2010年6月30日)時点において日産グループが判断したものです。

1. 世界経済や景気の急激な変動

(1) 経済状況

当社グループの製品・サービスの需要は、それらを販売している国又は地域の経済状況の影響を強く受けている。従って、日本、アメリカ、ヨーロッパ、アジアなど当社グループの主要な市場における経済や景気及びそれに伴う需要の変動については、正確な予測に努め必要な対策を行っているが、世界同時不況など予測を超えた急激な変動がある時は、当社グループの業績及び財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

(2) 資源エネルギー情勢

原油価格の高騰など資源やエネルギー情勢の急激な変化により当社グループの製品・サービスに対する需要も大きく変動する。予測を超えた急激な変動がある時は業績の悪化や機会損失の発生等、当社グループの業績及び財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

2. 自動車市場における急激な変動

自動車業界は世界規模で非常に激しい競争にさらされている。当社グループもその競争に打ち勝つべく、お客様のニーズにあった製品を素早く提供できるように技術開発・商品開発や販売戦略において努力しているが、お客様ニーズに合う製品をタイムリーに提供できなかったり、環境や市場の変化への対応が不十分な場合には、当社グループの業績及び財務状況に影響を及ぼす可能性がある。例えば、資源エネルギー問題や環境問題により、需要が激減したり、ある特定の商品への偏った需要が発生しうる。また、成熟市場では人口の減少や少子高齢化の進行により需要が減退したり変化したりする一方で、新興市場では大きく需要が増える可能性もある。これらはビジネスチャンスとして当社グループに有利な結果をもたらす可能性もある一方、特定商品や特定地域への過度な依存が発生し次なる変化への対応が十分に行われない場合には、当社グループの業績及び財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

3. 金融市場に係るリスク

(1) 為替レートの変動

当社グループは世界18カ国・地域で完成車の生産を行い、160カ国以上の国々で製品を販売している。それに伴い、原材料や部品、サービスの調達も多くの国で行っている。

当社の連結財務諸表は日本円で表示するため、一般的に他の通貨に対する円高は当社グループの業績に悪影響を及ぼし、反対に円安は好影響をもたらすことになる。また、当社グループが生産を行う地域の通貨価値が上昇した場合、それらの地域の生産コストを押し上げ、当社グループの競争力の低下をもたらす可能性がある。

(2) 通貨ならびに金利リスクヘッジ

市場金利の上昇や自身の格付け低下による調達コストの上昇は当社グループの業績及び財務状況に影響を及ぼす可能性がある。また、当社グループは外貨建債権債務の為替変動のリスク回避、有利子負債の金利変動リスク回避及び、コモディティの価格変動リスク回避を目的とし、デリバティブ取引を行うことがある。こうしたデリバティブ取引によりリスクを回避することができる一方で、為替変動、金利変動等によってもたらされる利益を享受できないという可能性もある。また、これらデリバティブ取引を行う場合は信用度の高い金融機関を相手に行うが、万一それらの金融機関が倒産するような場合には、当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

(3) 資金の流動性

金融市場の急激な環境変化が発生した場合などにおいても、当社は十分な資金の流動性を確保できるよう社内規定を整備し、手許資金の増強やコミットメントラインの設定、調達手段や調達地域の多様化等対応を強化している。しかしながら市場に想定を超える大規模な変化が発生した場合などには、当初計画通りの資金調達に支障をきたす可能性があり、当社グループの業績及び財務状況に重大な影響を及ぼす可能性がある。

(4) 販売金融事業のリスク

販売金融事業は当社グループにとって重要なビジネスのひとつである。当社グループでは社内にグローバル販売金融ビジネスユニットを設置し、徹底したリスク管理により高い収益性と健全な財務状態を維持しながら自動車販売を強力にサポートしている。しかし、販売金融には、金利変動リスク、残存価格変動リスク、信用リスク等のリスクが避けられない。これらのリスクが予想を超えて顕在化した場合には当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

(5) 取引先の信用リスク

当社グループはサプライヤーや販売会社など様々な地域の数多くの取引先と取引を行っている。当社グループは毎年、調達先については調達先の財務情報をもとに独自の格付けを行うなど信用リスクに備えている。しかし、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・生産活動への支障、販売側では債権回収への支障など、当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

(6) 退職給付債務

当社グループの従業員の退職給付に備えるための退職給付費用及び債務は、割引率等数理計算上で設定される前提条件や年金資産の期待収益率に基づいて算出されている。実際の結果が前提条件と異なる場合、又は前提条件が変更された場合、その影響は累積され、将来にわたって定期的に認識されるため、一般的には将来期間において認識される費用及び債務に影響を与える可能性がある。

4. 事業戦略や競争力維持に係るリスク

(1) 国際的活動及び海外進出に関するリスク

当社グループの販売は世界160カ国以上、完成車の生産も18の国と地域で行っており、また更に新たな国や地域に拡大していくことも検討を進めている。海外市場への事業進出の際には以下に掲げるようなリスクの検討も十分行っているが、進出した先で予期しないリスクが顕在化した場合には計画通りの操業度や収益性を実現できず、当社グループの業績及び財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

- ・ 不利な政治又は経済要因
- ・ 法律又は規制の変更
- ・ 法人税、関税その他税制の変更
- ・ ストライキ等の労働争議
- ・ 優秀な人材の採用と定着の難しさ
- ・ テロ、戦争、クーデター、伝染病その他の要因による社会的混乱

(2) 研究開発活動

当社グループが開発する技術は、世の中のニーズに即し、有用かつ現実的で使い易いものでなくてはならない。この目的のため当社グループは、将来のニーズを予測し、優先順位をつけ、新技術の開発に投資している。しかし、予測を超えた環境の変化や、世の中のニーズの変化により、最終的にお客様にその新技術が受け入れられない可能性もあり、その結果当社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

(3) 他企業との提携等

当社グループはより高い競争力を短期間で獲得するために優れた技術を有する他の企業と戦略的に提携することがある。しかしながら、当該分野の市場環境や技術動向の変化によっては予定した成果を享受できない可能性もあり、その結果当社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

(4) 製品・サービスの品質

当社グループは、優れた品質の製品・サービスを提供するため、開発・製造から販売・サービスまできめ細かい管理体制を敷き最善の努力を傾けている。しかしながら、より高い付加価値を提案するための新技術の採用は、それが十分に吟味されたものであっても、後に予期せぬ品質問題を惹起することがある。製造物責任については賠償原資を確保するため保険に加入しているが、保険でカバーされないリスクもあり、またお客様の安全のため大規模なリコールを実施した場合には多額のコストが発生する等、当社グループの業績と財務状況に影響が及ぶ可能性がある。

(5) 環境や安全に関する規制、企業の社会的責任

自動車業界は、排出ガス基準、燃費基準、騒音、リサイクル等、環境や安全に係る様々な規制の影響を受けており、これらの規制はより一層厳格になってきている。法規制を遵守することは当然であるが、更に企業の社会的責任として自主的により高い目標を掲げ取り組んでいる分野も増えている。競合他社に対する優位性を保つためにも開発や投資の負担は増加しており、これらのコストの増加は当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

(6) 重要な訴訟等

当社グループが事業活動を進めていく中で、取引先や第三者との間で訴訟に発展することがある。それら訴訟については、当社側の主張・予測と異なる結果となるリスクは避けられず、場合によっては当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

(7) 知的財産保護の限界

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

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

(8) 優秀な人材の確保

当社では人材は最も重要な財産と考え、優秀な人材を採用するとともに、十分に能力を発揮してもらうため人材育成の充実や公平で透明性の高い評価制度の実現にも力を入れている。しかしながら優秀な人材確保のための競争は厳しく、計画通りに採用や定着が進まなかった場合は、長期的に当社グループの競争力が低下する可能性がある。

(9) コンプライアンス、レピュテーション

当社グループは個人情報や機密情報の保護のための情報セキュリティの取組みをはじめとして、法令等の遵守については未然防止の対策を講じると共に、定期的な監査も行っている。更に、コンプライアンスに係る案件を察知した場合には速やかに対応する体制も整備しており、当社の社会的信用や評判に与える影響を防いでいる。しかしながら、企業の社会的責任に対する社会の期待は年々増大していることもあり、対応の内容や迅速性が不十分な場合には当社の社会的信用や評判に悪い影響を及ぼし、売上の減少等、当社グループの業績に影響を与える可能性がある。

5. 事業の継続

(1) 大規模災害

日本を本拠とする当社グループにとって、現在そして今後も最大のリスクのひとつであり続けるものに地震リスクがある。当社グループでは、地震リスクマネジメント基本方針を設定するとともに、最高執行責任者(COO)をトップとするグローバルベースの地震対策組織を設置している。また、工場などの建屋や設備などの耐震補強も積極的に推進している。しかし、大規模な地震により想定を超えた損害が発生し操業を中断せざるを得ないような場合は、当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

地震以外にも、火災や台風、新型インフルエンザの流行等様々なリスクを想定し、事前の予防対策及び発生時の緊急対応体制の整備等を行っているが、想定を超えた規模で発生した場合などは当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

(2) 原材料及び部品の購入

当社グループは事業の構造上、多数の取引先から原材料や部品及びサービスを購入している。また、最近では新技術の導入に伴い、産出量が少ないだけでなく産出が特定の国に限られる希少金属の使用も増えている。需給バランスの急激な変動や産出国における政情の変化等により予期せぬ市況変動が起こった場合は、必要な原材料・部品等を継続的に確保出来なくなる可能性もあり、当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

(3) 特定サプライヤーへの依存

より高い品質や技術をより競争力ある価格で調達しようとする、発注が特定のサプライヤーに集中することがある。また、特別な技術を要するものについては提供できるサプライヤーが限定されることもある。このような場合、予期せぬ事故等によりサプライヤーからの供給が停止した時は、当社グループの操業も停止し、当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

(4) 情報システムに係るリスク

当社グループの殆ど全ての業務は情報システムのサポートを受けており、システムも年々複雑化高度化しているため、信頼性の向上のため様々な対策を実施している。しかしながら、想定を超える災害の発生やウイルス等の侵入によりシステムがダウンした場合には、当社業務も継続が困難となり、当社グループの業績と財務状況に影響を及ぼす可能性がある。

第三者意見書

「サステナビリティレポート」は、CSRへの取り組み状況の報告だけでなく、企業ビジョン実現のためのコミットメントの発信ともいえます。そのような視点から本レポートに対する意見を述べたいと思います。

評価したい点

「日産は何を目指すのか」——まず、これを明確にし、その実現のためにCSRの概念を経営に取り込むことが重要と位置付け、グローバルに取り組みを展開していることは高く評価できます。CEOインタビューでも、「CSRを経営の意識の中心に位置づけている」と明言し、体制を見直すことで、このことを明確に社内外に示しており、トップのコミットメントを感じます。

取り組みにあたっては、CSR方針に基づいた「CSR重点8分野」を定め、各分野で目標を設定し、活動を展開しています。進捗管理のためにCSRスコアカードを作成して、活動の実績と自己評価、翌年度の目標と長期ビジョンを記載してレビューを行っており、PDCAを確実に回しながら、体系的に取り組みを展開していることがわかります。

「CSR重点8分野」の取り組みについては、各分野のオーナーメッセージで、取り組みの方向性や今後への抱負が語られており、興味深く読みました。

「環境」については、ゼロ・エミッション車の開発・生産はもとより、国・地方・他社と連携しながら、推進のためのインフラ構築を進めていること、「安全」ではクルマ・人・社会の「トリプルレイヤーアプローチ」と「ぶつからない車」の実現に向けた技術開発が印象的でした。

「社員」では、ダイバーシティを競争力につながる重要な経営戦略のひとつと位置付け、さまざまな取り組みを行っていることに日産らしさを感じました。

また、東日本大震災に関する全社災害対策本部責任者からのメッセージとグループ挙げての迅速な被災地支援および被災工場の復旧活動は、特に印象的でした。

今後に期待したい点

重点8分野のすべてでグローバルに活動を進めるには、活動の担い手である社員がビジョン、CSR方針を共有することが不可欠です。全世界連結ベースで15万人あまりの日産社員一人ひとりへの浸透は容易ではないと思いますが、浸透に向けた取り組みを続けるとともに、意識の共有・浸透状況を定期的に検証することが重要です。浸透状況の報告とともに、グローバルな社員の顔や声が多く見られると良いと思います。

海外においては、リスクマネジメントの観点からも、現地の状況に即した活動の展開が必要といえ、各国・地域における課題や取り組みの報告も欲しいところです。特に、2010年度に販売台数が100万台を超え、日産にとって最大の市場となった中国での取り組み報告が期待されます。

環境に関しては、「ニッサン・グリーンプログラム 2010」が計画通りに実施されたことは高く評価できますが、次の5年または10年に向けた具体的な行動計画を策定し、継続的に活動を展開されることを期待します。

未来に向けて

2011年3月の東日本大震災を契機として、企業と社会のかかわりや社会的存在としての企業のあり方が以前にも増して重要となりました。企業と人、企業と地域、企業と企業、すべてのものがお互いに働き合い、力を合わせる事が重要といえ、まさに「すべてのものは互いに働き合っており、一体となったときに初めて結果が出る」という二宮尊徳の「一圓融合」が求められていると思います。

グローバル規模でのクルマ社会の急激な成長は、エネルギーや環境といった大きな課題を内包し、自然と人・企業との「一圓融合」はまさに歴史的局面にあると思われます。

「人々の生活を豊かに」する企業として「未来社会の人々をも豊かに」するために全力を挙げられることを期待します。



株式会社インテグレックス
代表取締役社長

秋山 かね 氏

A. Akiyama

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、モーニングスター社会的責任投資株価指数、GLOBAL 100などのSRIインデックスに組み入れられています。(2011年6月現在)



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。



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サステナブル・アセット・マネジメント社(SAM社)が開発した世界で初めての社会的責任投資株価指数。「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。



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。



Global 100(世界で最も持続可能な企業100社)

カナダの出版社コーポレートナイツ社による持続可能性に焦点を絞った企業評価。世界の主要企業約3,500社を対象に、環境・社会・ガバナンスに関する取り組みを評価し、上位100社を選定。2005年から実施。

報告範囲

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

対象期間

2010年度(2010年4月～2011年3月)を中心に、同期間の前後の活動内容も含めて記載しています。

第三者認証について

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

参考にしたガイドライン

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

見直しに関する注意事項

このサステナビリティレポートの記載内容には、歴史的事実や、当社の将来にかかわる計画、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す。実際の業績は、さまざまな要因により、これらの見直しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おください。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、その正誤情報を以下のウェブサイト上にて、ご案内いたします。

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

【お問い合わせ先】

日産自動車株式会社

〒220-8686

神奈川県横浜市西区高島一丁目1番1号

グローバルコミュニケーション・CSR本部

CSR部

Tel : 045-523-5548 Fax : 045-523-5771

E-mail : NISSAN_SR@mail.nissan.co.jp

発行年月日 2011年6月29日