

お客さまのために

より良い品質を目指して

お客さまの期待を上回る「商品」や「サービス」を提供する。

そのために私たちは、誠実に考え抜き、大胆に行動していきたいと考えます。

より良い品質を目指して改善を重ね、独創性を求めてチャレンジしていく。

その両立が、快適で安全なクルマ社会を導くと信じています。

お客さまの期待を上回る 商品・サービスを提供 市場と同じ多様性を社内に形づくる

お客さまの目に映るものを察知し、お客さまの声に耳を傾けて理解することから、日産のモノづくりが始まります。たとえば品質に関するお客さまの満足度調査を行ったり、日常業務として、技術者がお客さまとともにクルマに乗ってその乗り心地を確認するなど、多くの機会を設けて、ご意見を頂いています。

日本では、お客さまと日産を結ぶ窓口「お客様相談室」に、年間約18万件のお電話が寄せられています。その1件1件がお客さまから日産へ、直接届く大切なメッセージです。すべての方に「電話してよかった」と感じていただけるように、素早く的確に、ご要望にお答えすることを基本に、より質の高い対応を目指しています。2004年度より土・日曜日・祝日の営業を開始し、さらに多くのお電話に対応できるよう、体制を強化しました。

「お客様相談室」に寄せられるお客さまの声は、皆さまのご要望を知る手がかりであり、日産を動かす原動力でもあります。ご意見はデータベースに蓄積し、翌日にはすべての社員がイントラネットを介して情報を共有で

きるしくみをつくっています。とくに迅速性が必要と判断した内容については、関連部署に報告し、すみやかな対応を図っています。お客さまの声を、モノづくりの現場から販売の現場まで、すべてに反映していくよう努めています。

お客さまの多様性に応える

現在、日本の市場ではクルマ購入の意思決定において、30%が女性自身の決定により、さらに30%が女性も参加して、購入が決定されています。つまり購入意思決定の60%に女性が何らかの関与をしています。よって、女性がクルマに何を求めているかを理解したうえで、商品やサービスの魅力を高めていくことがいかに重要かがわかります。そこで日産では、今まで以上に女性社員の割合を増やし、教育し、女性が社内の意思決定に参画していけるしくみづくりに取り組んでいます(→P28)。お客さまとの直接のコミュニケーションを担う販売店においても、女性スタッフの割合を増やしていきます。日本全国の販売店の販売員における女性の割合を現在の3%(2004年度時点)から2007年度には10%に、テクニカルアドバイザー(サービス入庫受付)における女性の割合を、現在の7%(2004年度時点)から2007年度には20%へと高めていきます。



お客さまと日産を結ぶ窓口「お客様相談室」(日本)



販売店における女性販売員の割合を2007年度までに10%に拡大(日本)

個人情報保護への取り組み

2005年4月より、日本で個人情報保護法が全面施行されました。日産では、グループ全体で、個人情報の適正管理などの環境整備と、情報保護意識の向上のための社員教育に取り組んでいます。日本全国に約3,000カ所ある販売店では、クレジットなどの契約書への記載内容をはじめ、日々、数多くのお客さまの個人情報を取り扱っています。そこで個人情報の取り扱いに関する要点をまとめたハンドブックやビデオを全店に配布し、教育を進めています。また、日本での日産車の販売を金融面からサポートしている(株)日産フィナンシャルサービスでは、金融事業という特性もあり、法律の施行以前から、個人情報保護のための取り組みや体制整備を進めてきました。現在では毎月、全役員が参加する委員会と、本社各部の部長が参加する会議を開催し、経営面、実務面の課題などを議論する場を持っています。2005年度は、個人情報の適切な取り扱いを実施している企業に認定される「プライバシーマーク」の取得を目指し、さらなる努力を続けています。

グローバルで品質向上を図る 組織を横断する品質保証責任者を任命

「品質は日産のハートである——」。これは、世界各地の品質責任者が一堂に会し行う「日産グローバル品質会議」において、議長である社長・カルロス・ゴーンが語った言葉です。「日産バリューアップ」においても、品質のさらなる向上は、日産が最も重視している活動のひとつです。

クルマは多岐にわたるプロセスを経て完成し、また長期にわたってご使用いただく商品です。その品質を保証するために、新車開発、生産、流通、販売、アフターサービスといったすべての段階で品質保証活動が必要になります。そこで2004年に、クルマの生涯にわたる品質保証責任者として、プロジェクト・クオリティ・ダイレクター(PQD)という役職を新設しました。6名のPQDが、プロジェクトごとにグローバルに、組織を超えて、一貫した品質保証をしています。



個人情報保護に関する要点をまとめたハンドブックとビデオ

日産自動車(株)における個人情報の取り扱いの詳細については次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。 <http://www.nissan.co.jp>



日産自動車本社において開催された「日産グローバル品質会議」



日産自動車 栃木工場

「ティアナ」が2005年中国カー・オブ・ザ・イヤーを受賞（中国）

中国の東風汽車有限公司で生産している「ティアナ」（中国名：天籟）が、2005年中国カー・オブ・ザ・イヤーを受賞しました。また同時にベストバリュー賞も受賞しました。東風汽車有限公司は、2003年に設立した日産と東風汽車会社の合併企業です。

2004年9月より中国で発売を開始して以来、「ティアナ」は、高級セダンとして、多くのお客さまからの支持を頂いています。中国のお客さまのニーズにお応えするために、エアマッサージシートなどの現地専用装備も採用しました。

終わりのなき品質向上活動

最終的に、日産の品質を判断するのは、社員ではなくお客さまです。いかなる場合においても、お客さまからの評価が品質を物語るのであり、その評価を真摯に受け止めることが、お客さまの期待に添えていく出発点であると私たちは考えます。お客さまの視点に立ち、日産は品質を次の3領域に定義しました。

まずお客さまに安心してお使いいただくための「当たり前品質」。次にお客さまにとって魅力的なクルマであるという「魅力品質」。そしてお客さまに満足していただける販売やサービスであるかという「営業・サービス品質」です。この3つの品質領域において、お客さまの期待に応えられているかを客観的にみるために、外部調査機関により世界各地で行われているお客さま満足度調査の結果を指標にして品質向上活動を推進しています。

2002年度から2004年度の3年間は、上記3領域の品質において、世界各地域でベスト3となることを目標とし、活動しました（「品質3-3-3」）。この「品質3-3-3」の活動結果の判定は、2005年9月となります。品質向上は、終わりのない課題であり、今後も永続的な品質向上活動を続けていきます。

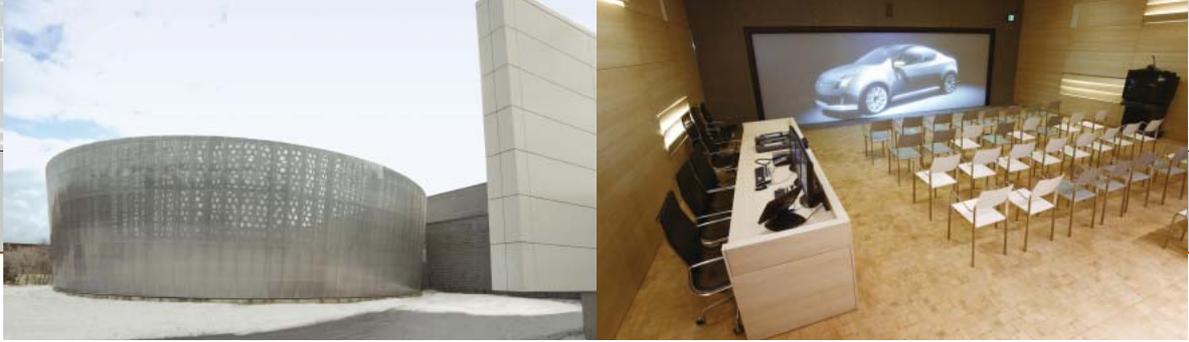
サービスの質とスピードの向上

修理のスピードアップも、品質向上の課題のひとつです。日本では、全国の販売店の修理工場と日産本社の技術

者を電話でつなぐコールセンターを設置しており、店舗で修理時に生じた問題や疑問について日産の技術者が店舗のテクニカルスタッフにアドバイスし、素早く確実な修理へとつなげています。また、二次元バーコードを部品に添付し活用するトレーサビリティ（生産履歴追跡）システムを、一部の部品に導入しています。不具合が生じた際に、データ管理により部品情報を瞬時に確認できるため、要因の特定と再発防止の迅速化を図ることができます。

リコールへの対応

日本のリコール制度は、自動車が道路運送車両法の保安基準に適合しなくなる恐れがある状態で、その原因が設計または製造の過程にある場合、国土交通省に届け出て自動車等を無料で修理するものです。製品の不具合は、発生しないように最善を尽くすのが私たち生産者としての努めです。しかし、複雑な工業製品であるクルマづくりにおいては、残念ながら、予期せぬ不具合が生じてしまう場合もあります。日産は、お客さまへのご迷惑を最小限にするために、必要と判断したリコールは迅速に実行します。日産では、ダイレクトメールにより、対象車両をご使用のお客さまへリコールについてお知らせするとともに、ホームページ上でも告知し、全国の販売会社との連携で確実な回収・修理に向けた対応を行っています。



拡張し、新しく開設した日産デザインアメリカ社のスタジオ（ミシガン州ファーミントンヒルズ）

米国ミシガン州に新デザインスタジオを開設

ミシガン州ファーミントンヒルズの日産デザインアメリカ社のスタジオを拡張し、2005年3月に開所しました。投資額は1,400万ドル（約14億7千万円）。この新スタジオの面積は50,912平方フィート（約4,730m²）で、従来の3倍の広さとなります。

新スタジオの特徴の1つは、車両開発とデザインの調和を可能にする、エッグと呼ばれる卵型の15,000平方フィート（約1,394m²）の屋外車両デザイン検討施設。最適な採光を得るため真北向きに設計されており、デザイナーは、2つのターンテーブルを活用しながら、自然光

の中でフルスケール車両のデザインを評価します。また、車両の位置や方向を操作しながら、デザインを即時に分析することができる大型のパワーウォールなど、最新鋭の設備を有した世界でも有数の車両デザインスタジオです。

販売・サービスの質を飛躍的に高めていく ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ

日産は、お客さま一人ひとりにあった対応・サービスを提供することを目指しています。たとえば、それぞれのカーライフスタイルにあわせて、あるいは潜在的な

お客さまのご要望を敏感に察知して接客する。それには型通りの接客方法を築くのではなく、長期的な視野に立って「あるべき姿」を描いていく必要があると考えます。このため日産は、「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ（NSSW）」という指針を定め、サービス向上の活動を行っています。これを基軸に今後も、

お客さまのために



フーガ、ティーダ、NOTE（日本）
パスファインダー（米国） ティアナ（中国） ムラーノ（欧州）



専門知識を持ったLVアドバイザースタッフが対応（日本）



LV認定店（日本）

※ LV (Life Care Vehicles)

日産自動車グループでは、生活のいろいろなシーンでお役に立ちたいとの意味を含め、福祉車両を「ライフケアビークル」LV (Life Care Vehicles) と呼んでいます。

販売員がより意欲を持って働ける環境づくりや、教育、研修の方法の再考なども検討しながら、サービスの質の向上を目指していきます。

2003年度より、お客さま満足度調査で高評価を得た販売店をグローバルに選出し、表彰する制度を導入しています。2005年度からは、この制度で表彰された各国の優秀な販売店を直接訪問して、お客さまからの評価の高い対応や活動事例を集めて、これを世界各国へ広げていく活動を実施しています。

出かける喜びを一人でも多くの人へ 福祉車両の試乗モニターを実施

日産は、より多くの方にとって、快適で使いやすいクルマづくりに取り組んでいます。お年寄りや体の不自由な方の移動のお手伝いをする福祉車両、ライフケアビークル (LV)*は、特別なクルマとしてではなく、幅広い品揃えのひとつとらえています。目的や条件に合った「乗りたいクルマ」を選んでいただけるように、乗り降りをサポートするステップやシート、運転補助装置などを開発し、日本で販売している多くの車種に採用しています。

開発にあたっては、できる限り使う人のさまざまな視点に立つことを心がけています。福祉施設などを訪ねると、車いすやストレッチャーの使用に応じた、使いやすいレイアウトが求められていることに気づきます。たとえばライフケアビークルのひとつである「キャラバン チェアキャブ」では、用途に応じて2種類の使い方ができるほか、4種類の室内レイアウトを用意しています。

LV認定店の拡大

日産では、ライフケアビークル (LV) を展示したうえで、専門知識を持ったLVアドバイザースタッフを配備し、またバリアフリー設計を導入した店舗を「LV認定店」として認定しています。現在、このLV認定店の数を日本で拡大中です。これは、グローバルに展開している、店舗の外観や内装の統一的な改装計画に沿って進めています。2005年2月現在、日本全国に1,800名のLVアドバイザースタッフが活動し、224店舗がLV認定店として認定されています。

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



2005年2月現在で224店舗がLV認定店に(日本)



試乗モニターで富士山への家族旅行を実現(日本)

福祉車両の試乗モニターを実施

高齢のため出かける機会が少なくなっている方たちに、「出かける喜び」を体感していただきたい。この思いを込め試乗モニターを日本で続けています。65歳以上の、つえまたは車いすをご使用の方が1名以上いるご家族を対象に募集し、当選された方にライフケアビークルを試乗していただいています。2004年は3,000件の応募を頂き、「100歳を迎えた家族と一緒に福祉車両で富士山へ旅行に行きたい」といった声など、8件のご要望が実現しました。

このような「出かける喜び」を可能にもするライフケアビークル。この存在をご存じないお客さまは少なくないと思います。こういったお客さまのために、まずライフケアビークルという存在を伝えていくことが大切であると考えます。そこで試乗モニターの実施のほかに、ライフケアビークルに関するビデオや資料の貸し出しや、専門知識のある社員による大学や小学校でのライフケアビークルに関する講義などを行っています。

お客さまのために

インターネットで配車計画「日産e-care(イーケア)™」

日産は、クルマの新しい価値の創造を目指し、さまざまな技術を研究しています。そのひとつとして新たに開発したのが「日産e-care(イーケア)™」です。ライフケアビークルは、介護福祉施設で日帰りの介護サービスを受ける高齢者の方の各家庭への送迎にもご利用いただいています。「日産e-care」はこれを最も効率よく運行させるための配車計画を、自動的に立案するシステムです。インターネットを介して情報を提供するため、各介護福祉施設は、インターネットに接続できるパソコンさえあれば、低

コストで利用できます。開発にあたっては、神奈川県内の18の介護施設を訪問し、ご意見を伺い、より使いやすいシステムとしました。2003年より横浜市でトライアルを始め、さらに2004年には北九州市の協力を得て、同市内の4つの介護施設で実証実験を行いました。現在はこれまでのご意見ご感想をまとめて、改善などの対応を行っています。地域とクルマの共生を目指すプロジェクトとして、今後も実験地域を拡大していく予定です。



配車計画の操作画面