

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

ステークホルダーへの価値の向上

フェアレディZ



Enhancing Value for Stakeholders

人びとと社会の持続可能な発展へ

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

Enhancing Value for Stakeholders

お客さまのために



より良い品質を目指して

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

品質向上への取り組み

お客さまの視点で品質を考える3つの領域

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

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

製品・サービスに一貫性のある品質保証マネジメントをグローバルで展開

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

Link

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

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

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

品質保証へのさらなる追求の道、日産品質保証ウェイ

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

お客さまに生涯品質のクルマをお届けするために

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

サプライヤーと一体となり、品質向上に取り組む

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



フィールド・クオリティ・センター

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

リコールへの対応は、公正で透明な判断で実行

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

お客さまのニーズをすばやく的確にキャッチ、年間18万件の声をきく

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

高度化する電装部品への対応、新型車両診断機「CONSULT-Ⅲ」を導入

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

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

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

2006年度中の主なリコール

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

Link

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

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

日産車に関するお問い合わせ・ご相談：

「お客さま相談室」

フリーコール（携帯・PHSも対応）

0120-315-232

受付時間：9：00-17：00

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



高性能化するクルマの不具合を「CONSULT-Ⅲ」で的確に診断

店舗での多様性

お客さまの多様性に応える、女性スタッフ増員を積極推進

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

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

クルマで出かける喜びを一人でも多くの方に、日産のライフケアビークル

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



販売店における女性販売員の割合を2007年度末までに10%に拡大（日本）



専門知識を持ったLVアドバイザースタッフが対応（日本）

Link

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

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

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

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

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



ライフケアビークルの試乗モニター「お出かけキャンペーン」を実施

インフィニティブランドを世界各地に展開

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



インフィニティの販売店（韓国）

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

クルマ好きの主人が納得した日産のLV



神奈川県横浜市 下条 八重子 氏

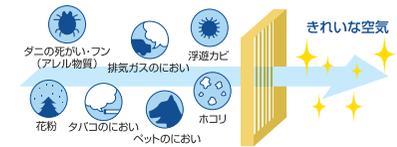
脳梗塞で倒れた主人が入院生活を送った後、介護施設に入所しました。退所後の生活設計で、家の改築とともに福祉車両の購入は、家族の暗黙の了解事項でした。日産カーライフ・アドバイザーの薦めもあって、いろいろなLVを試してみることに。1日で7~8台を乗り比べ、出した結論は、普段介護を担当する娘が力を使うことなく、乗り降りが簡単にできる「キューブ チェアキャブ・スロープタイプ」でした。

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

日産らしい多様な価値を提供する

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

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



天然ブドウ種子ポリフェノールフィルター

ユニバーサルデザイン社会の実現に向けて

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

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



「PIVO」

ファンの皆さまに走りの喜びと感動をお届けするモータースポーツ活動

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



スーパーGT 第3戦
(富士スピードウェイ) 2006年5月

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

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

創業以来、グローバル生産累計1億台を達成

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

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

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

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



生産累計1億台達成記念式典