

はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上	046
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに	067
社会とともに	073
地球環境の保全	083
安全への配慮	114
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	126
パフォーマンスデータ	132
事業等のリスク	134
第三者意見書	135

CEO Statement

CEOメッセージ

日産が考えるサステナビリティ(持続可能性)の本質は、一貫性を持った継続的な前進にあります。端的に言えば、明日の活力を確かなものとするよう、今日の活動を設計していくことです。

いかにして、今日のクルマを未来のお客さまにふさわしいものへと進化させていくか。将来の地球環境を、少なくとも今日と同じ状態、あるいはさらに改善するために何をすべきか。品質向上には何が必要か。収益を維持していくにはどうすればよいか——持続可能性に関するこうした問いに答えを出していくことが、前進するための重要な鍵となります。

日産の前進において大きな節目となるのが、中期経営計画です。これまでも、会社の発展の各段階で直面した諸課題に対処するため、私たちはさまざまな戦略を策定してきました。すべての経営計画に共通するのが収益性です。収益を上げられなければ、企業は未来を確かなものとする資源を確保できません。社会意識がいかに高くても、財政的に行き詰まった企業に持続的な価値は生み出せないのです。もちろん、持続可能性というコンセプトが利益のみに帰するわけではありません。日産の雇用や商品、イノベーションが生み出す価値に加え、私たちの未来はまた、企業イメージやガバナンス(企業統治)、環境への取り組みなど、企業の営みをめぐるさまざまな側面に結びついているのです。

2008年度から実施する新たな中期経営計画「日産GT 2012」は、こうした包括的な構想を具体的に示したものです。Gは成長(Growth)、Tは信頼(Trust)を意味しており、日産の成長への道筋と、事業のあらゆる側面で健全な持続可能性を引き続き実現していくための戦略を明確にしています。

信頼を経営計画の中核に据えたことには意図があります。私たちは、企業の業績と社会への貢献との間にはプラスの相関があると考えています。長期にわたって優れた業績を上げている企業は、すべてのステークホルダーとの間に高い信頼を築くことができる企業です。信頼とは、持続可能性、社員の忠誠心、株主への利益還元、商品・サービスやマネジメントの質などをすべて網羅するものであり、そうした優れた面が「信頼」というひとつの重要な言葉で表されているのです。

日産では社員、サプライヤー、ディーラー、パートナー企業のすべてがこうした認識を共有しています。アライアンスパートナーであるルノーと日産では、企業文化や歴史の違いから、持続可能性に対するコミットメントの示し方が違って見えるかもしれませんが、その本質は同じです。アライアンスによって、私たちは持続可能性を効果的に追求することが可能となります。たとえば電気自動車などの開発ブ



picture by mattphoto.co.uk

日産自動車株式会社
社長兼最高経営責任者
カルロス ゴーン

はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上	046
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに	067
社会とともに	073
地球環境の保全	083
安全への配慮	114
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	126
パフォーマンスデータ	132
事業等のリスク	134
第三者意見書	135

プロジェクトでは、アライアンスの協働体制によってより早く、効率的な方法で商品を市場に投入することができます。両社の力を結集させ、持続可能なビジネスを互いに促進することができるのです。

持続可能性は、日産のビジネスパートナーの業務にも深く関わっています。当然のことながら、サプライヤーの協力なしに電気自動車のような開発プロジェクトを進めることはできません。また、日産の環境に対する取り組みをお客さまに直接伝えるのは販売店です。日産の中で起こっていることをこれらのパートナーが認識しているからこそ、私たちは互いに協力し合い、相互の前進に貢献できるのです。

日産とステークホルダーの関係は、透明性の上に築かれています。透明性なくして信頼関係は成り立ちません。どの会社も何らかの課題を抱えているものですが、重要なのはその現状をステークホルダーにきちんと示し、対応策に関する説明責任を果たすことです。透明性は一貫性のある、積極的なものでなければなりません。

日産が現在取り組んでいる主要な課題は、「安全」「品質」「環境」という3つの分野です。1つ目は安全です。安全性とは、クルマの安全性とドライバーの運転技術の双方の向上によって成り立つものです。安全性は人間の行動に大きく左右されるため、日産はドライバーの運転技術の向上を支援する活動に力を入れています。同時に自動車メーカーの責務として、お客さまにより安全性の高いクルマを提供できるよう、新技術の開発に取り組んでいます。日産は安全技術を重点分野と位置づけ積極的な投資を行っており、技術研究チームによってさまざまな開発を進めています。

2つ目の課題は品質です。日産にとっての品質とは、お客さまのニーズを最優先し、その要望に非常に高いレベルで応えることを意味します。実際に「日産GT 2012」では、品質領域でリーダーになることを第1のコミットメントに掲げています。品質領域とは、商品はもちろんのことサービス、ブランド、マネジメント、そして会社全体としての質を指しています。日産ブランドの品位を守り、お客さまの信頼を維持していくうえで、品質は欠かすことのできない要素です。

3つ目は環境への取り組みです。日産は、世界に異変が起きていること、そして地球環境の改善を求める声が高まっていることを十分に認識しており、解決策の提供を目指しています。「日産GT 2012」を通じて、私たちはルノーとともにゼロ・エミッション車で世界のリーダーとなることを目標としています。また、クリーンディーゼル車、独自のハイブリッド技術、燃料電池車、小型低燃費ガソリンエンジンの開発など、中期環境行動計画「日産・グリーンプログラム2010」で掲げた目標にも引き続き取り組んでいきます。日産は、工場や事業所における環境負荷についても注力しています。米国・テネシー州にある北米日産会社の新本社と横浜市に建設中のグローバル本社は、いずれも厳しい環境基準のもとで設計されています。持続可能性に対する私たちのコミットメントは、包括的な見地に立ったものなのです。

日産は、世界最大の自動車メーカーのひとつとして大きな影響力を持つ存在です。しかしながら、私たちが独力でできることには限りがあります。自動車業界が一丸となり、行動と言葉の両面で社会の持続可能な成長に貢献していかなければなりません。

はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上	046
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに	067
社会とともに	073
地球環境の保全	083
安全への配慮	114
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	126
パフォーマンスデータ	132
事業等のリスク	134
第三者意見書	135

自動車業界は、商品のデザインや安全性、お客さまに提供できる価値などにおいては、一般的にプラスのイメージを持たれています。しかし環境面となると、自動車メーカーは総じて努力が足りず、環境保全とは相いれない商品をつくっているという印象を持たれることもあります。私たちは具体的な活動を通じて、商品、サービス、技術そして投資によって正しいことをしていると業界全体で社会に示さなければなりません。

これに関して、日産は自動車業界が良い意味で注目されるような、さまざまな計画を打ち出しています。その一例が、ゼロ・エミッション車を量販するというコミットメントです。市場投入までに10年以上かかる試作車をつくるのではなく、2010年度にまず米国と日本市場へ投入し、2012年度にはグローバル市場で電気自動車を量販するという具体的な取り組みです。開発はルノーとのアライアンスによって進められており、両社の技術を共有できるため実現の可能性は非常に高いといえます。これはきわめて現実的な開発プロジェクトなのです。私たちはお客さまの期待に応え、環境負荷を低減するためのソリューションを生み出そうと努力しています。

行動は大切ですが、言葉もそれに劣らず重要です。自らが社会に提供したメリットを語ることによって、消費者の理解と信頼を築くことができます。私たち自動車メーカーは、世界中でどれほどの投資を行い、新技術を開発し、雇用を創出して世界に貢献しているか、という点で多くを語らない傾向があります。しかし、ロシア、インド、中国などの国々が自動車産業の保有を望んでいるのは、それだけの理由があるからです。自動車はそれほど重要な産業なのです。自動車産業による社会的影響が非常に大きいだけに、私たちは環境面だけでなく世界全体の経済的成長や発展のために何を行っているか、言葉で発信する必要があります。

環境保護と経済発展という2つの目標は、密接な関係を持っています。私たちは、社会に提供する価値のひとつとして「すべての人びとにモビリティ(移動すること)を」というコンセプトを掲げています。インド市場で投入予定の超低コスト車がきわめて重要なのは、これまで移動の自由を享受してこなかった人びとにモビリティを提供するからです。しかも私たちは、環境面の目標に沿って進めています。

ステークホルダーに提供する「価値」の定義は、年々進化しています。10年から20年前には企業のブランド力やクルマの品質、価格、再販価値などを意味していたのに対して、最近では従来の定義に加え、企業イメージや環境に対する姿勢までも含むものとなりました。消費者の考え方にこうした広がり生まれ、良き企業市民と認められている企業から商品を買いたいという願望につながっています。

日産は「人々の生活を豊かに」というビジョンのもと、より良い社会づくりに貢献できるよう尽力しています。そうした活動は、教育支援、多様性(ダイバーシティ)の推進、自然災害時の援助などの形で行われています。私たちは実行したことを言葉で発信し、活動内容を報告することによってステークホルダーの関心を高めています。

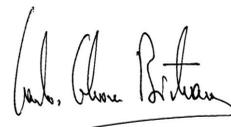
ステークホルダーごとに関心事は異なります。ダイバーシティを重視するステークホルダーもあれば、CO₂排出量を削減する活動に関心を抱く向きもあるでしょう。しかし、いずれのステークホルダーも、私

はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上	046
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに	067
社会とともに	073
地球環境の保全	083
安全への配慮	114
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	126
パフォーマンスデータ	132
事業等のリスク	134
第三者意見書	135

たちの活動や成果の内容を具体的に知りたいと望んでいる点は同じです。日産がサステナビリティレポートを、毎年株主総会の時期に発行しているのには理由があります。人びとの生活を豊かにするために日産が積極的に取り組んでいる分野について、社員やビジネスパートナー、一般市民の皆さまを含むあらゆるステークホルダーにお伝えする良い機会だからです。こうした今日の行動が、日産の確かな未来につながっています。

20年ほど前、多くの人びとにとって持続可能性は退屈な話題でしかありませんでした。しかし今、ステークホルダーは持続可能性を重視し、企業に対して持続可能なビジネス手法を選択するよう強く求め、うながす声が高まっています。持続可能性はもはや専門家の領域にとどまらず、あらゆる人が注目し、貢献しうるものとなりました。

こうしたプロセスに参画していることは、日産の誇りです。本報告書をご覧いただき、私たちの持続可能性に対する活動を、ぜひ皆さまにご理解いただきたいと思います。



カルロス ゴーン
社長兼最高経営責任者
日産自動車株式会社