

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

Nissan's Approach to CSR

日産のCSR

短期視点と長期視点のバランスを追求



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

Nissan's Approach to CSR

日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」

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

日産は「人々の生活を豊かに」することをビジョンに掲げており、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、社会のさらなる発展に貢献していくことを目指しています。そのためには、日産の持続的な利益ある成長と、社会の持続可能な発展、この2つの方向性をつねに一致させた経営を行うことが重要であり、この方向性の一致には、CSRの概念を経営に取り込むことが有効です。そして、これはさまざまなステークホルダーとの信頼関係の醸成につながると考えます。



日産の考えるCSRとは

近年、企業に対してCSR（企業の社会的責任）の視点に立った経営活動が求められており、多くの企業がそうした声に応えるために、CSR活動の推進を強化しています。

しかし、CSRのとらえ方や推進手法については、国や企業、各種団体ごとにさまざまなものがあり、グローバルに議論され続けています。



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

日産では、CSRを以下のようにとらえています。

CSRとは、さまざまなビジネスの領域において、次の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。

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

そしてCSRとは、

自社の事業活動が生み出しているかもしれない社会的課題、
自社の事業活動が影響を受けるかもしれない社会の変化を、早期に認識・感受し、
そこにオポチュニティあるいはリスクを見出して、日々のビジネスの変革を図ること。
これにより社会の持続可能性を高め、同時に自社の持続可能性を高めることである。

中期経営計画「日産バリューアップ」期間中のCSR発展プロセスを振り返る

日産では、2005年度から実施してきた中期経営計画「日産バリューアップ」の中で、CSRを次のようなプロセスで発展させてきました。

2005年度：日産のCSRを定義づける年

2006年度：日産のCSRを体系化する年

2007年度：体系化した日産のCSRを社会に伝えていく年

2005年度の振り返り：日産のCSRを定義づける年

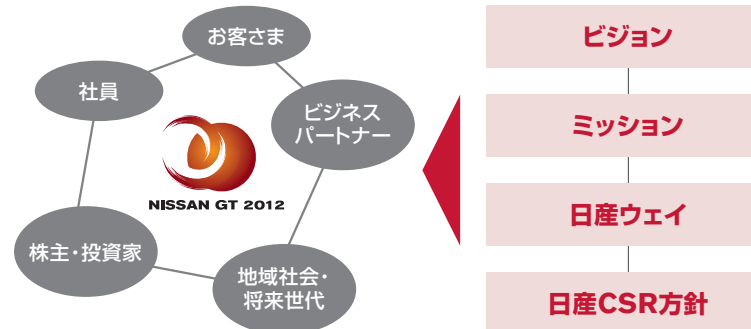
発展プロセス初年度の2005年度は、「日産CSR方針」「日産CSR重点9分野」を定めることで日産のCSRの定義づけを行い、さらにその重点9分野の進展を管理するために「CSR ステアリング コミッティ」を設置しました。

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

日産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。

日産CSR方針は、「ビジョン」「ミッション」「日産ウェイ」のもとにおかれ、さまざまなステークホルダーへの価値創造に貢献します。



※「ビジョン」「ミッション」は1ページ、「日産ウェイ」は38ページ参照

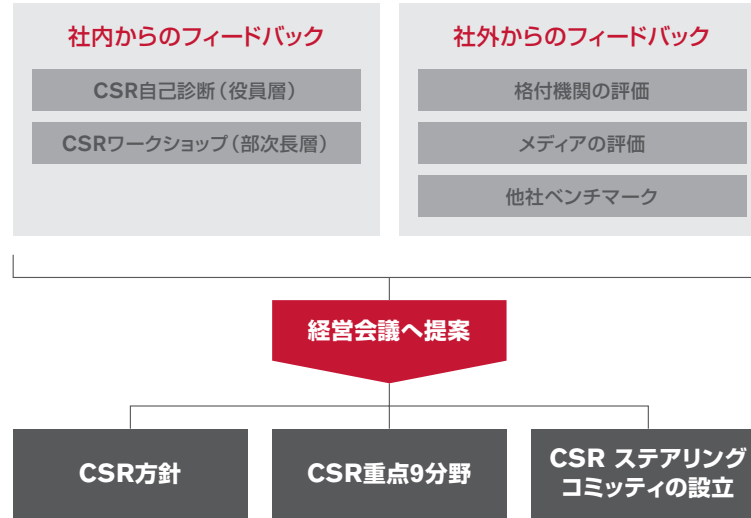
CSR方針の策定と重点9分野の設定にあたってまず行ったことは、社内外からフィードバックを集めることでした。社内からのフィードバックは、役員層と部次長層に分けて集約。役員層においては、経営陣の頭の中にあるCSR観点で見た日産の強みと弱みを把握するために、「CSR自己診断インタビュー」を取締役を含む12名の役員を対象に実施しました。続いて、部次長層を対象に、同じくCSR観点で見た日産の強みと弱みを把握するために、海外拠点の代表者を含むさまざまな部門の責任者約50名を集めて、「CSRワークショップ」を開催しました。

日産CSR重点9分野

<p>誠実</p> <p>公平・公正を旨とし、社員は日産グローバル行動規範に則って、事業を営むあらゆる場所で倫理的に行動します。</p>	<p>品質</p> <p>世界で高品質が認められる製品やサービスを創造します。</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けます。</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>環境</p> <p>クルマのライフサイクルから生じる環境負荷を低減し、持続可能なクルマ社会の実現に貢献します。</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>ブランド</p> <p>人、環境、そして事業を営む地域社会への配慮で知られる、信頼されるブランドを創造します。</p>	<p>社員</p> <p>多様な人財が自らの成長を実感できる、魅力的な組織となることを目指します。</p>	<p>社会貢献</p> <p>NGOとのパートナーシップにより、地域社会や人びとの繁栄に寄与します。</p>

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

一方、社外からのフィードバックに関しては、世界各地の格付機関の評価、メディアの評価、他社ベンチマークをそろえました。以上の社内外からのフィードバックを分析・統合し、「日産CSR方針」「日産CSR重点9分野」を策定、「CSR ステアリング コミッティの設立」とあわせて、2005年度末（2006年3月）の経営会議において機関決定しました。

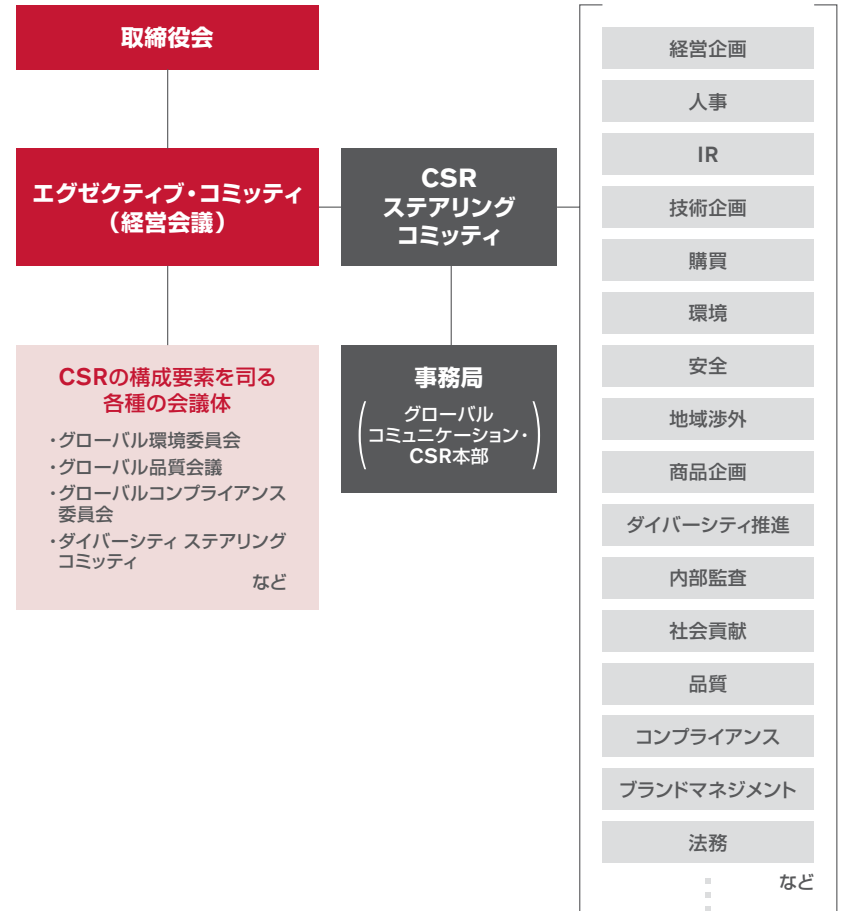


CSR ステアリング コミッティのミッション

重点9分野において、CSRで求められる3つのバランスを追求すること

1. 短期視点と長期視点のバランス
2. 日産の成長と社会の発展のバランス
3. 日産が提供する価値のステークホルダー間のバランス

CSR ステアリング コミッティに関する組織図



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

役員層向け「自己診断インタビュー」

日産では2005年秋に、12名の役員層を対象に自己診断プログラム「CSRイノベーション」を実施しました。これは、日本・北米・欧州の経営者からなるグローバルネットワーク「経済人コー円卓会議」*により開発されたツールで、1994年に同会議により策定された「企業行動方針」に基づいて設計されています。このプログラムでは、各役員がインタビュアーとの直接対話を通して、多様な切り口による49の設問に答え、その結果を分析して役員層がどのような認識を持っているかを客観的に把握します。この「CSRイノベーション」の実施は、本来の目的に加え、役員層が

CSRの視点からあらためて自社の経営のあり方を考える機会にもなりました。

この自己診断を通じて、右記のような強みと課題が抽出されました。

*経済人コー円卓会議(Caux Round Table : CRT)は、各国のビジネスリーダーらにより1986年にスイスのコーに創設され、主に企業倫理やCSRといった経済・社会関係の健全な発展に寄与するために活動しています。

<強み>

- ・ダイバーシティ(多様性)の取り組み
- ・透明性の確保に向けたさまざまな取り組み
- ・クルマの高リサイクル率の実現と業界におけるリーダーシップの発揮 など

<課題>

- ・社会全体の発展への貢献がまだ不十分
- ・ビジネスと環境・社会面の取り組みの両立
- ・日本、北米、欧州以外の地域での対応 など

部次長層向け「CSRワークショップ」

日産の社会的責任という観点から、各部門で日々行われている業務を見つめ直し、課題を認識する機会として、2005年秋に社内ワークショップを行いました。

このワークショップには、欧州、北米の代表者を含む関連部門の部次長約50名が参加。グローバル社会において企業の役割がどのように変化しているか、ステークホルダーが企業に期待することは何かなど、基本的な考えや世界動向についての情報を共有した後、日産の強みと課題、将来に向けての目指すべき方向、重点的に取り組むべき分野などについて議論を行いました。

このワークショップにおける議論の結果は、CSR方針および重点9分野の設定に生かされました。

<ワークショップ参加部門>

経営企画、ブランドマネジメント、購買、技術企画、品質、マーケティング、アフターセールス、物流、生産、環境・安全、ダイバーシティ推進、社会貢献、関係会社管理、販売会社支援、産業機械事業、リサイクル推進、ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ推進、中国事業、欧州日産、北米日産、一般海外市場、地域渉外、人事、広報、IR、経理、内部監査、法務 など



社内ワークショップ

2006年度の振り返り：日産のCSRを体系化する年

2006年度は、前年度に策定した日産のCSRの定義である「日産CSR方針」「日産CSR重点9分野」に基づいて、「日産のCSRを体系化する年」でした。

4月に重点9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」を組織化し、5月に第1回目となる「2006年度上半期 CSR ステアリング コミッティ」を開催。重点9分野ごとに、CSR視点で見た将来のオポチュニティおよびリスクについての議論を行いました。CSR ステアリング コミッティでは、「CSRスコアカード」(27ページ参照)を管理ツールとして用い、重点9分野ごとに議論を進めています。

6月には、サステナビリティレポートの2006年版を前年に続き株主総会にあわせて発行。総会の会場では、CSR活動に関するパネルを展示し、総会後はステークホルダー エンゲージメントの一環として、ゴーン社長はじめ役員全員が出席し、株主との懇談会を実施しました。



6月：CSR活動に関するパネルを展示

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

7月には、SRI（社会的責任投資）の動向を探るイベント「SRIファンドマネジメントカンファレンス」（東京）に筆頭スポンサーとして協賛し、CSR担当役員による講演や、グローバルな有力CSR格付機関各社との意見交換を行いました。

8月には、数ヵ月間にわたって東京の大手キーテレビ局の夜のニュース番組に取材協力し、上記のSRIファンドマネジメントカンファレンスの模様とあわせて、日産のCSRへの取り組みを取り上げた特集が放映されました。

10月には、社外のCSR有識者3名（写真）を招き、CSR ステアリング コミッティ メンバーとの意見交換会を開催。サプライチェーンにおけるCSRマネジメント、中でも人権マネジメントをテーマに議論を行いました。



Amnesty・
インターナショナル
日本
寺中 誠 氏



経済産業研究所
藤井 敏彦 氏



新日本監査法人
久保 和孝 氏

同じく10月には、世界各地から環境の有識者を招き、環境アドバイザー・ミーティングを開催。日産のグローバル環境統括委員会（現：グローバル環境委員会）議長である志賀COOをはじめ関係者が参加し、意見交換を行いました。ここで得られたフィードバックも反映して策定した中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2010」を、同年12月に発表しました。

11月には、2年に一度発表されるCSRに関する企業情報開示の格付である「グローバルレポーターズ」において、ワールドベストプラクティス50社に選定されました。「グローバルレポーターズ」は、サステナビリティ社、スタンダード&プアーズ（S&P）、および国連環境計画（UNEP）の3者が共同で進めているイニシアティブです。

2007年2月に、「2006年度下期 CSR ステアリング コミッティ」を開催。2007年度より初公開するCSRスコアカードについて、公開前にメンバー全員で確認を行いました。また、有力CSR格付機関のひとつであるイノベストの方を招き、日産への評価に関する意見交換を行いました。

管理ツール「CSRスコアカード」

CSR ステアリング コミッティでは、年間を通じて「CSRスコアカード」を管理ツールとしたうえで、会議などでの議論に活用しています。



7月：SRIファンドマネジメントカンファレンス



10月：意見交換会



10月：環境アドバイザー・ミーティング



2月：CSR ステアリング コミッティ

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

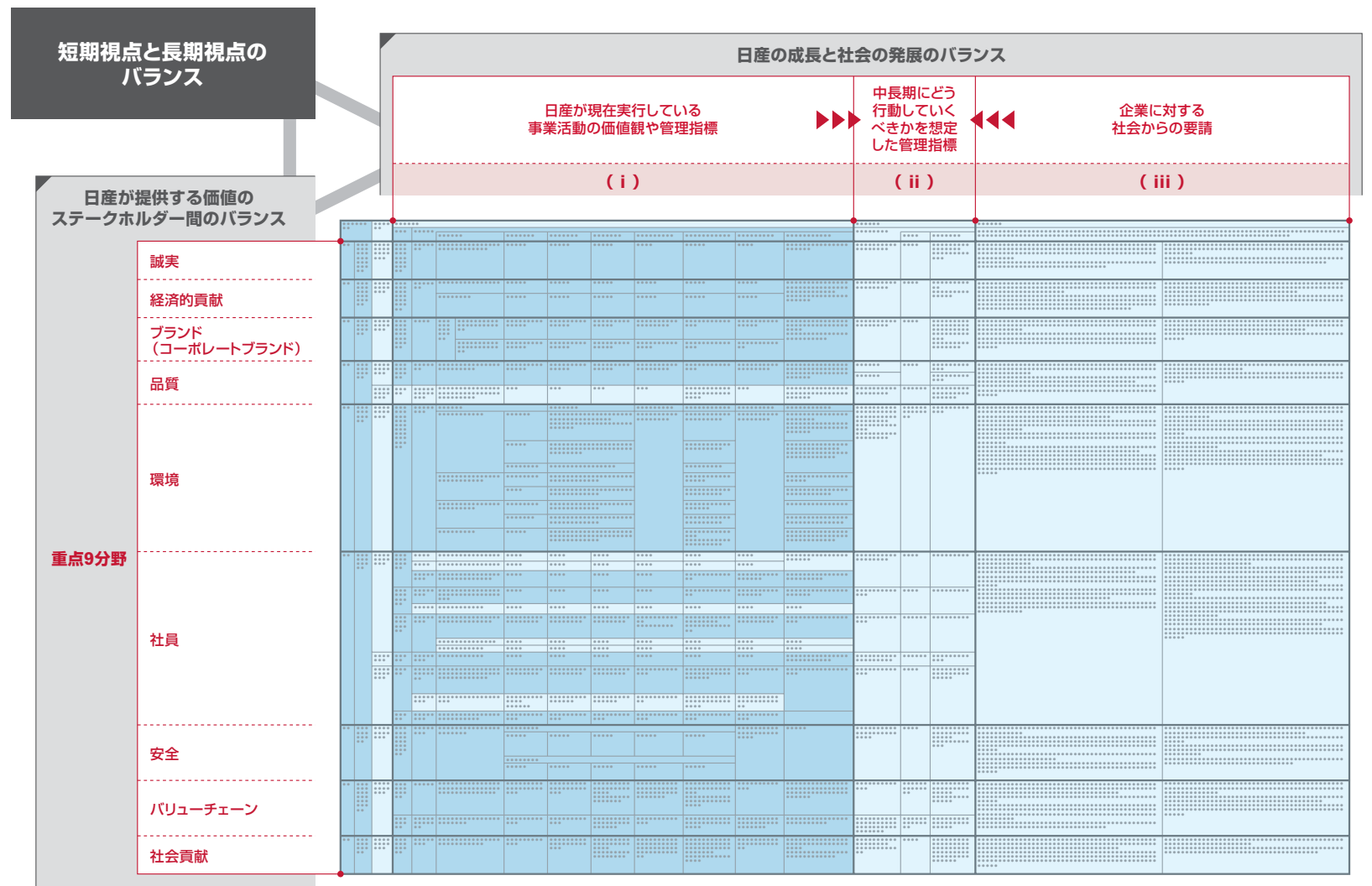
パフォーマンスデータ 132

事業等のリスク 134

第三者意見書 135

CSRスコアカードでは、重点9分野ごとに、(i) の欄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を、(iii) の欄に企業に対する社会からの要請を記載しています。(ii) の欄には、(i) と (iii) のバランスを保つためには、将来、どのような価値観や管理指標が想定されるかを検討し、記載しています。CSRスコアカードの横軸で、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、設計しています。一方、縦軸では、日産が提供している価値のステークホルダー間でのバランスの追求を目指します。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。

管理ツール「CSRスコアカード」



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

2007年度の振り返り：体系化した日産のCSRを社会に伝えていく年、そして「日産CSRマネジメントウェイ」の骨格をつくる年に

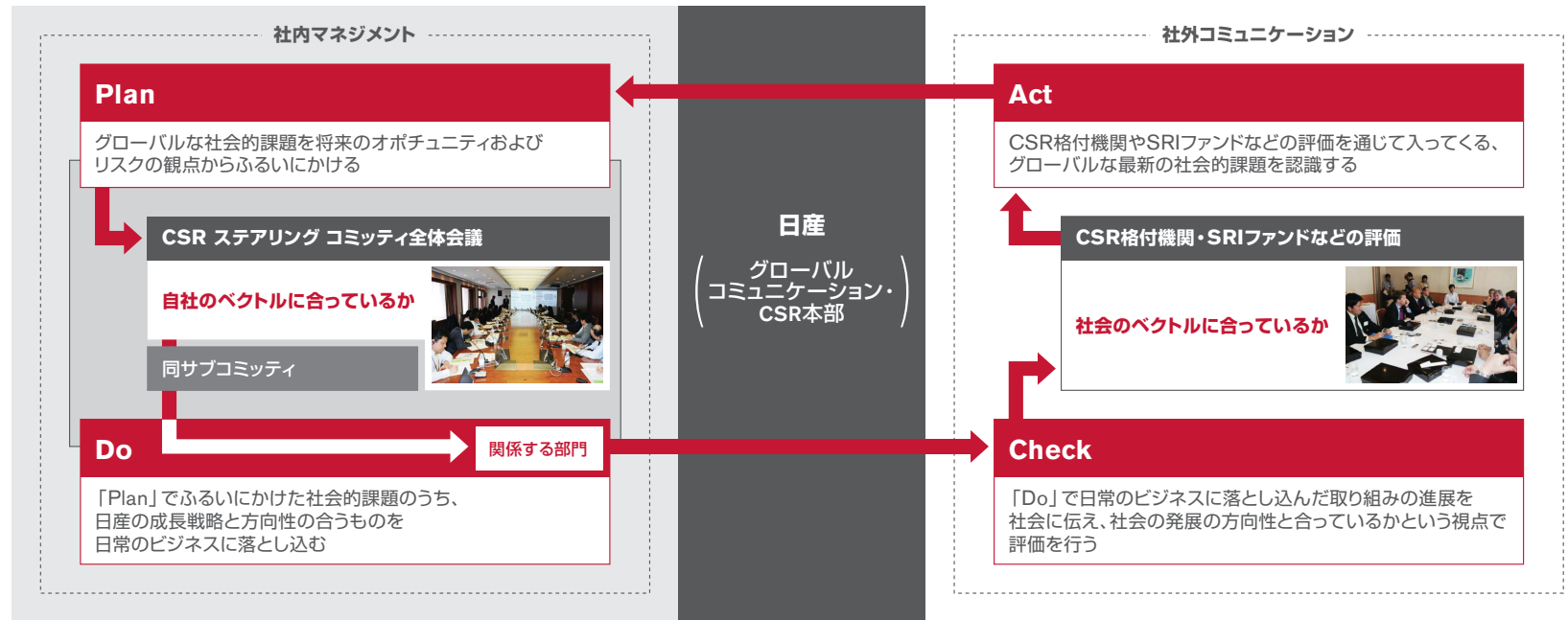
2007年度は、前年に社内外で議論を深めて体系化した日産のCSRを社会に伝えていく年と位置づけ、サステナビリティレポート上でCSRスコアカードを掲載し、一般公開を開始しました。

また2007年度は、私たちが目指す日産独自のCSR推進手法「日産CSRマネジメントウェイ」の構築に向けて、その骨格をつくる年にもなりました。

日産独自のCSR推進手法「日産CSRマネジメントウェイ」の骨格

「日産CSRマネジメントウェイ」の骨格の真髄は、「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」ということです。

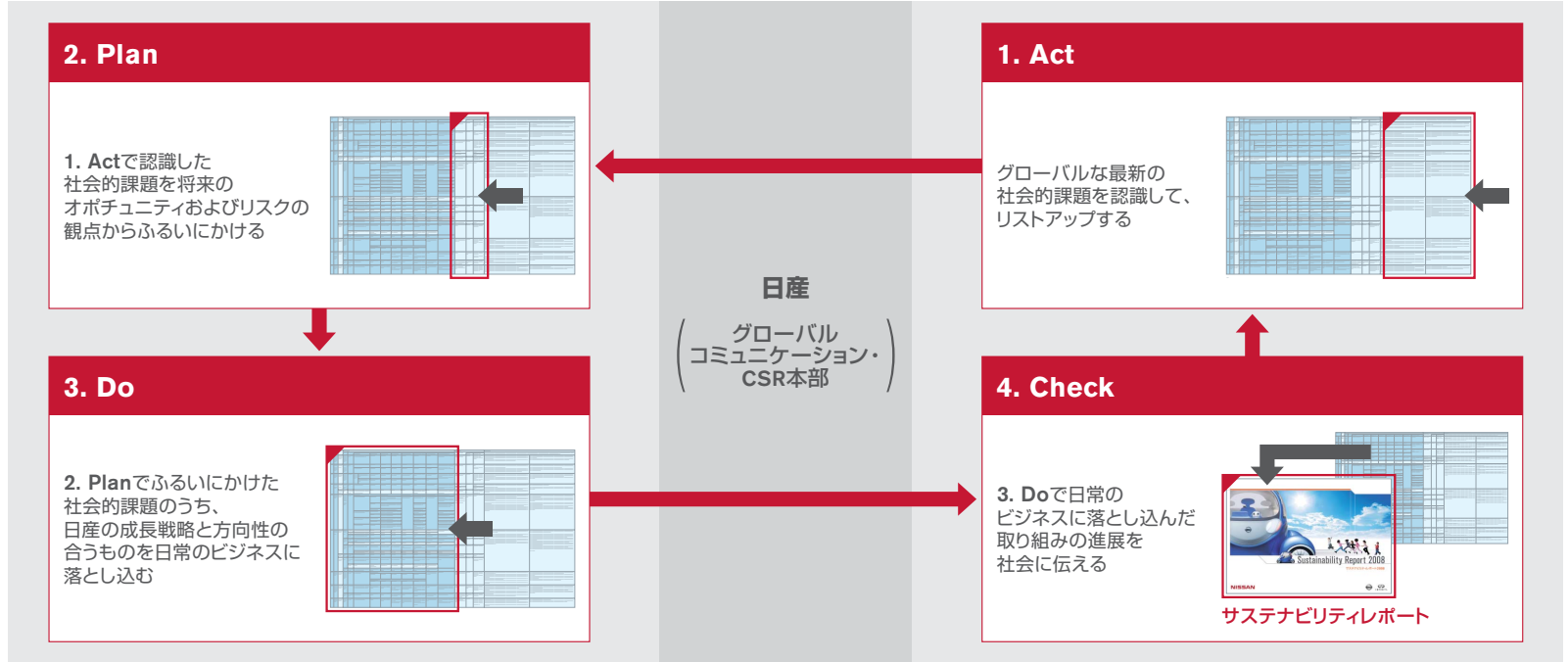
その骨格は、以下のPDCA (Plan-Do-Check-Act：計画、実施、評価、改善) で構成されています。



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

このPDCAサイクルと管理の流れが合うように設計しているのが、先述した日産のCSR推進管理ツール「CSRスコアカード」です。

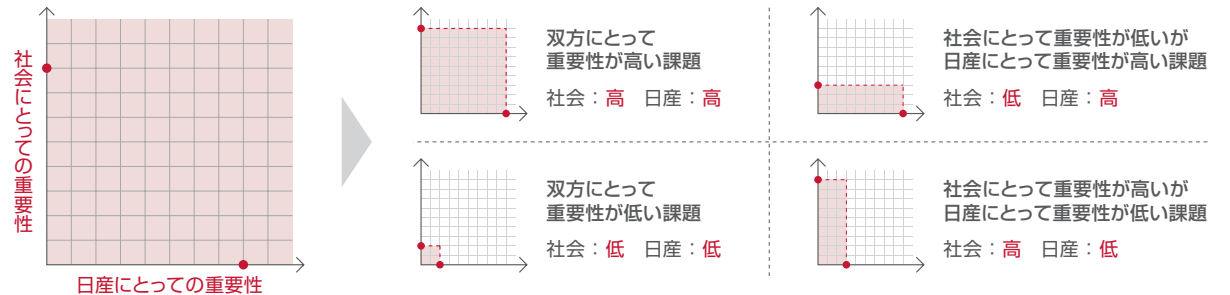
PDCAサイクルとCSRスコアカードのリンク



オポチュニティとリスクの芽をふるいにかけるにあたっては、昨今、専門家間で頻繁に議論されている「マテリアリティ」の概念を導入し、分析を行っています。

日産のマテリアリティ分析

社会と日産にとっての重要性の高低を指標とし、オポチュニティとリスクの芽を分析します。縦軸と横軸のバランスがとれていて面積が大きいほど、優先度が高く重要な課題となります。



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

PDCAサイクルを回転させた実例を積み上げる

今後私たちが目指していくのは、19ページのPDCAサイクルを回転させた実例を積み上げ、日産CSRマネジメントウェイの骨格に、実例という肉付けを行っていくことです。実際に、このPDCAサイクルを何度も回転させて進展を図ってきた事例のひとつである「CSR調達」を具体的に紹介します。

CSRに配慮した調達を求める声が従来より社会で高まってきている中で、日産では、関係役員間でのディスカッション、CSR ステアリング コミッティの全体会議や購買部門を中心としたサブコミッティでの検討、社外有識者との意見交換など、さまざまな議論を重ねてきました。そのうえで、世界中の1次取引先とCSR視点を盛り込んだ調達ビジョンの共有を図るなど、徐々に日常のビジネスに具体的な施策を落とし込んできました。

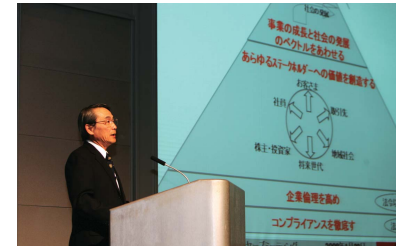
2008年1月、その流れを大きくまとめる形で、主要な1次取引先200社・約300名の方々に対し、日産が目指すCSR調達について、本格的に展開を開始しました。2008年度以降は、この展開を踏まえた具体的な施策を推進し、サプライチェーンにおけるCSRマネジメントの充実を図っていきたく考えています。

日産CSRマネジメントウェイの骨格づくりのためにさまざまな社内・社外活動を実施

2007年度は、日産CSRマネジメントウェイの骨格づくりのために、社内マネジメント軸と社外コミュニケーション軸の両軸において、さまざまな活動を行いました。そのうちのいくつかを以下にご紹介します。

社内マネジメント		
2007年7月	2007年度上期	CSR ステアリング コミッティを開催
2007年9月 —10月	CSR ステアリング コミッティ全メンバーを対象に	CSR自己診断プログラムを実施
2007年10月	日産テクニカルセンターの製品開発本部と	意見交換会を開催
2007年10月	日立製作所自動車事業部門のCSR ステアリング コミッティと	意見交換会を開催
2007年12月	第3回環境アドバイザー・ミーティングを開催	
2007年12月 —2008年2月	CSR ステアリング コミッティの全メンバーを対象に	社会要請重要度分析を実施
2008年1月	購買部門と共催でCSR調達に関する	サプライヤーミーティングを開催
2008年3月	2007年度下期	CSR ステアリング コミッティを開催
2008年3月	「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」に関する	サプライヤーミーティングを開催

社外コミュニケーション		
2007年5月 —2008年1月	ロシア・サンクトペテルブルグ大学、青山学院大学、早稲田大学で	日産CSRマネジメントウェイについて講演
2007年6月	サステナビリティレポート2007を発行、CSRスコアカードの公開を開始、	株主総会でCSRパネル展を実施
2007年8月	日産CSRマネジメントウェイに関するメディア懇談会を開催	
2007年8月 —9月	欧州の有力格付機関へプレゼンテーションを実施、	日産CSRマネジメントウェイをPR
2007年10月	米国の有力格付機関へプレゼンテーションを実施、	日産CSRマネジメントウェイをPR
2007年10月 —2008年3月	経済同友会のCSR委員会（日産の高橋忠生副会長が副委員長を務める）	で日産CSRマネジメントウェイを紹介
2008年1月	エグゼクティブ・コミッティのメンバーがダボス会議に参加	
2008年3月	志賀COOが個人投資家向けのCSRパネルディスカッションに参加	



1月：CSR調達に関する
サプライヤーミーティング



3月：「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」
に関するサプライヤーミーティング

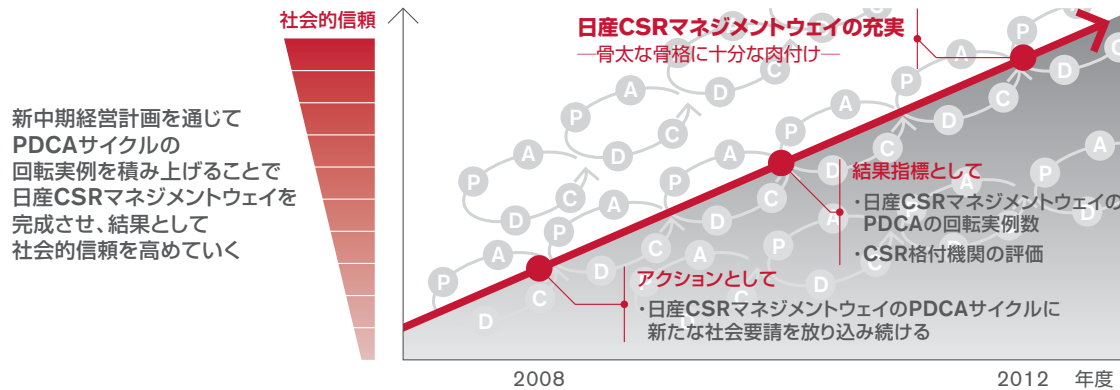
はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上	046
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに	067
社会とともに	073
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

新中期経営計画「日産GT 2012」期間中のCSR発展計画

2008年5月、日産は2008年から2013年まで実施する新5ヵ年経営計画「日産GT 2012」を発表しました。「日産GT 2012」のGは成長(Growth)、Tは信頼(Trust)を意味しています。日産は、今後の会社の成長と、モビリティ社会の持続可能な発展に寄与するという私たちが目指す姿の両立を、より長期的な展望で追求していきます。

「日産GT 2012」の期間においては、日産CSRマネジメントウェイのPDCAサイクルの回転実例を積み上げていきます。それにより、日産CSRマネジメントウェイの骨格に、PDCAサイクルの回転実例という肉付けを行い、実例をともなったCSR推進手法の完成を目指していきます。CSR進展の確認指標には、「目標ではなく結果としての指標」として、「PDCAサイクルの回転実例数」「格付機関の評価など社会の声の変化」などを設定していきます。

PDCAサイクルの積み上げと社会的信頼の醸成(イメージ)



このようなプロセスを経て、PDCAの回転実例を豊富にともなった日産独自のCSR推進手法「日産CSRマネジメントウェイ」を構築し、ひいては社会の発展の方向性とベクトルを合わせた、社会から信頼され続ける企業を目指していきます。

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

CSR ステアリング コミッティ議長からのメッセージ



日産自動車株式会社
グローバルコミュニケーション・CSR本部
執行役員

サイモン スプロール

今年のサステナビリティレポートは、日産のCSR活動を進展させるうえで、またひとつ重要な節目となります。2007年版のレポートで、私たちは「CSR重点9分野」の全社的な進捗度を示す「CSRスコアカード」を初めて公表しました。CSR ステアリング コミッティの議長である私の責務は、この9分野においてステークホルダーの皆さまへの責任を確実に果たすようにすることです。昨年来の取り組みで、程度の差はあるものの、すべての分野で進展があったことを皆さまにご報告いたします。今年も2009年に向けて目標を更新したCSRスコアカードを公開していますので、ぜひご覧ください。

私たちは、積極的な情報開示によって皆さまとの信頼関係をさらに強めていきたいと考えています。今年5月に発表した新5ヵ年経営計画「日産GT 2012」はそうした決意を表明したもので、名称のGが成長 (Growth)、Tが信頼 (Trust) を表すとおり、日産と社会が直面する重要課題に対する新たな道筋を示しています。

自動車産業の先行きは不透明です。燃料や原材料価格が高騰し、先進国市場の需要が減退する一方、新興国市場では自動車への関心が高まっています。インドや中国で自家用車を求める消費者が増える中、環境に大きな負荷をかけずにこうした状況に対応するためには新たな解決策を探る必要があります。日産は、ゼロ・エミッション車の量販が求められる時代の到来を感じています。このため、私たちは2010年度に電気自動車を投入し、2012年度には世界中に提供する計画を打ち出しました。これは日産にとって大きな転換へのスタートとなります。

日産は、いつでも自発的にCSRを進めてきました。私たちは自らの事業目標に皆さまの意見やニーズを取り入れ、双方にとって有益な結果を出すことを目指しています。日産のCSR活動がすべての分野において最良とは申し上げません。私たちは潜在的な課題にも積極的に対処しつつ、事業活動から得られた利益をステークホルダーの皆さまに引き続き還元していくよう努力いたします。

本レポートが皆さまにとって興味深く、有意義な情報となれば幸いです。ご意見・ご感想もお待ちしております。

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

Nissan's Approach to CSR

日産CSR重点9分野

誠実	品質	安全
経済的 貢献	環境	バリュー チェーン
ブランド	社員	社会貢献

日産CSR重点9分野

「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9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、重点9分野の各オーナーが語る「2007年度実績のポイント・2008年度計画の課題」をご紹介します。

CSR重点9分野のオーナーからのメッセージ

誠実



コンプライアンス事務局
(人事部
報酬・労務担当部長)
上野 敏夫

コンプライアンス違反の防止を目指し、第1ステップとして日産グループ全体のグローバルなコンプライアンス体制や規範の整備などの活動を積極的に推進してきました。次のステップでは、経営トップを含めた社員一人ひとりへの規範のさらなる浸透を図ります。2008年度の目標は、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、活動内容を定量的に評価しながら、その質の向上に努めることです。これにより、コンプライアンス違反案件がタイムリーに報告され、適時的確に対応されることで、コンプライアンス違反を未然に防ぐ体制が強化されることを目指します。

経済的貢献



執行役員
(IR部、財務部担当)
田川 丈二

日産は、新中期経営計画「日産GT 2012」において、社内目標としてフリーキャッシュフローを管理指標に掲げました。今までも営業利益率や投下資本収益率(ROIC)などで、経済的貢献を確かなものにするように活動してきましたが、フリーキャッシュフローは、より広範囲に企業活動の成果が反映され、社内でも各地域や各機能の目標としてブレイクダウンしやすいというメリットがあります。比率ではなく金額ですので、今後の社会貢献への投資や配当、また成長市場やセグメントへの投資の原資としての目標管理も行いやすくなります。こうした活動をさらに充実させ、ステークホルダーの信頼とともに、長期的な成長を目指していきたいと考えています。



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

ブランド



ブランドマネジメント
オフィス
次長
奥田 飛功

2007年度は、NISSANとインフィニティの2つのブランドについて、それぞれの存在意義とお客さまに提供する具体的な価値を明確に定義しました。そして、その価値を商品企画やデザインという上流工程から、日産ファンを増やすためのコミュニケーションという下流工程まで、一貫して行うための仕組みを確立しました。2008年度は、新中期経営計画「日産GT 2012」の大事な初年度になりますので、全世界の日産社員がブランドを理解し、高いモチベーションと志を共有することによって、確実にこの仕組みを実行に移してしていきたいと考えています。

品質



トータル カスタマー
サティスファクション本部
部長
若林 彰

すべてのお客さまに心からのご満足を提供する誠実なブランドであり続けたい—そんな想いを実現するため、日産は新中期経営計画「日産GT 2012」のコミットメントのひとつに、「品質領域でリーダーになること」を掲げました。商品魅力、製品、営業・サービス、マネジメント、それぞれに最高の品質を実現します。2007年度は社内にて7つのクロスファンクショナルなNEP (Nissan Excellence Program) チームを立ち上げ、先行して活動を進めてきました。2008年度はさらに同活動を加速するとともに、2007年度にフル稼働を開始した全世界4拠点のフィールド・クオリティ・センターを最大限に活用し、品質改善をスピードアップします。リコールやサービスキャンペーンに対しても、引き続き透明性を持って迅速に対応します。

環境



企画室
グローバル環境
企画オフィス
次長
岩本 和明

2006年12月に「ニッサン・グリーンプログラム2010」を発表し、2007年度は3つの重要課題「CO₂排出量の削減」「エミッションのクリーン化」「資源循環」について成果を公表できました。2008年度は、7月開催のG8北海道洞爺湖サミットにおいてCO₂排出量の削減が主要テーマになるなど、ますます気運が高まっています。その中で、新中期経営計画「日産GT 2012」において、ゼロ・エミッション車で世界のリーダーになることを宣言しました。その挑戦は容易ではありません。しかしながら、私たち日産は、低炭素社会の実現に向けて、クルマと事業活動に関わるあらゆる段階においてCO₂排出量の削減を着実に革新的に推進していきます。

社員



人事部
人事企画担当部長
高橋 利明

日産にとって人財はもっとも重要な財産です。人財の能力が最大限に発揮されるよう、日産はダイバーシティ(多様性)を推進するとともに、教育・研修をはじめとした人事施策の実践とマネジメント力の向上を通じた自律的なキャリア形成をサポートします。この土台となるのは「日産ウェイ」のコアメッセージ「The power comes from inside (すべては一人ひとりの意欲から始まる)」の実践であり、社員一人ひとりの意欲こそが持続的な成長の源泉です。そして「日産ウェイ」の浸透度合いや社員のモチベーション、上司のマネジメントレベルについては、継続的に社員意識調査で測定・分析し、改善を図っていきます。

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

安全



環境・安全技術渉外部
部長
長谷川 哲男

前年度同様、2015年に日産車が関わる交通事故における死亡・重傷者数の半減（1995年比）を目指し、クルマ、人、社会面から総合的な安全向上に向けた活動を継続しています。2007年度は、事故の未然防止に寄与する世界初の先進技術「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）」（日本）、「レーンデパーチャープリベンション」（米国）などを市場に導入しました。また、より多くの皆さまにシートベルトを快適に着用いただく技術も実用化しました。今後も、クルマが人を守る「セーフティ・シールド」という考え方に基づき、安全に寄与する技術の導入と、安全意識向上の啓発活動を融合させ、より安全なクルマ社会の創造を目指した活動を行っていきます。

バリューチェーン



購買管理部
主管
上原 成司

購買部門では、サプライヤーと共有する価値理念を規定し、2005年度に「The Renault-Nissan Purchasing Way」というブックレットにまとめ、グローバルレベルでサプライヤーに展開しました。CSR調達の理念は、CSRは企業の利益ある持続的成長に不可欠な要素であり、サプライチェーン全体のCSRがお客さまへ価値提供をするうえで重要であり、CSR順守は調達活動のQCD達成の大前提ととらえています。サプライヤー選定プロセスにおいて、CSR視点の対応を確認するとともに、2007年度にはサプライヤー説明会を実施し、あらためてCSRへのいっそうの理解を深めてきました。これらを通じて、CSRの理念が浸透し、サプライヤーと一体となったCSRマネジメントが確立されることを期待しています。

社会貢献



グローバルブランド
コミュニケーション部
部長
野口 恭平

日産では「人々の生活を豊かに」というビジョンのもと、「教育への支援」「環境への配慮」「人道支援」の3つの領域を中心に、企業市民としての活動を行っています。2007年度は、前年度に立ち上げた「社会貢献 ステアリング コミッティ」を通じて、グローバルな一貫性やベストプラクティスの共有をさらに一歩前進させました。日本国内では、神奈川県地域の小学生を対象に、モノづくりの楽しさを体験してもらう独自のプログラム「日産モノづくりキャラバン」を新たに立ち上げました。このプログラムは、他の事業所への拡大を計画しています。これからも、グローバルな考え方と各地域に最適な活動のバランスをとりながら、日産らしい社会への貢献を推進していきます。

CSR ステアリング コミッティ事務局からのメッセージ



広報・CSR部
課長
菅 慶太郎

2007年度は、2006年度に社内外で議論を深めて体系化した日産のCSRを社会に伝えていく年と位置づけ、サステナビリティレポート上でCSRスコアカードの一般公開を開始しました。また、日産独自のCSR推進手法「日産CSRマネジメントウェイ」の構築に向けて、その骨格を形づくる年となりました。「日産CSRマネジメントウェイ」の骨格の真髄は、「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」ことです。CSR ステアリング コミッティを軸にPDCAサイクルを回し続けることで、社会の発展の方向性とベクトルを合わせた、信頼され続ける企業となることを目指していく所存です。



日産CSRスコアカード(1)

「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9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。

誠実	品質	安全
経済的貢献	環境	バリューチェーン
ブランド	社員	社会貢献

日産CSR重点9分野

[2007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	2005年度実績	2006年度実績	2007年度目標	2007年度実績	2008年度目標	長期ビジョン	
誠実 公平・公正を旨とし、社員は日産グローバル行動規範に則って、事業を営むあらゆる場所で倫理的に行動します	コンプライアンス違反案件が確実に報告される仕組みの確立	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	86.0%完了	97.8%完了	100%完了を目指す	◎ 100%完了	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、今後の活動の定量的な目標を設定	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	
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	中期経営計画「日産バリューアップ」の実行によるステークホルダーへの価値創造と社会への貢献	連結会社	売上高営業利益率(%) 2008年度からは売上高を記載	9.2%(トップレベル)	7.4%(トップレベル)	グローバルな自動車業界の中でトップレベルの営業利益率を維持する	◎ 7.3%(トップレベル)	「持続的な利益ある成長」 中期経営計画「日産GT 2012」期間中、5年間平均で売上高を5%増大 2008年度売上高：-4.4%を計画(前年度比)	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)	29円/株	34円/株	40円/株	◎ 40円/株	42円/株		
ブランド(コーポレートブランド) 人、環境、そして事業を営む地域社会への配慮で知られる、信頼されるブランドを創造します	ステークホルダー意識におけるブランドの価値向上	世界中のお客さま(右は日本のケース)	日経「企業イメージ調査」のCSR関連指標(一般個人)	「信頼性がある」という指標	33.7点 約1,000社中31位	36.1点 約1,000社中29位	信頼性の構築を図り、スコアのさらなる向上を目指す	△ 28.6点 約1,000社中86位	信頼性の構築を図り、スコアのさらなる向上を目指す	本指標を、社会が求める価値がどれだけ企業活動に反映できているかを測定する外部指標のひとつとして位置づけ、継続的かつ安定的なスコアの上昇を目指す
			社内の独自ブランド管理指標を通じて間接的に参照	「社会の変化に対応できる」という指標	15.6点 約1,000社中2位	14.5点 約1,000社中7位	市場が求める価値を事業活動に迅速に反映し、スコアのさらなる向上を目指す	△ 10.2点 約1,000社中39位	市場が求める価値を事業活動に迅速に反映し、スコアのさらなる向上を目指す	
品質 世界で高品質が認められる製品やサービスを創造します	お客さまに安心してお使いいただくための品質である「当たり前品質」	連結会社(右は米国のケース)	外部調査機関によるお客さまへの新車初期品質調査結果	NISSAN系：12位 インフィニティ系：7位 2005年より調査内容が変更された	NISSAN系：19位 インフィニティ系：9位	該当するカテゴリにおいて、さらなる順位の向上を目指す	◎ NISSAN系：19位 インフィニティ系：2位	該当するカテゴリにおいて、さらなる評価の向上を目指す	国や地域ごとのマーケットで公開される、お客さまの購入動機にもっとも影響のある外部品質指標(インフルエンシャル・インジケーター)でリーダーを目指す	

日産CSRスコアカード(2)



[2007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	2007年度実績	2008年度目標	2010年度目標(NGP2010)	
環境 クルマのライフサイクルから生じる環境負荷を低減し、持続可能なクルマ社会の実現に貢献します	ニッサン・グリーンプログラム2010(NGP2010)の実行・推進	グローバル	CO ₂ 排出量の削減	商品・技術分野 ◎ 商品・技術を導入：VVEL(バルブ作動角・リフト量連続可変システム)、7速AT、EURO4規制に適合したクリーンディーゼル(欧州)、「アルマーダFFV」(米国) ・CVT搭載車の2007年度グローバル販売台数が108万台 ・バイオ燃料普及を目指す「とかちE10実証プロジェクト」に参加 ・カーウイングス最適ルート検索とエコ運転アドバイスの組み合わせで「エコプロダクツ大賞 国土交通大臣賞」および「省エネ大賞 資源エネルギー庁長官賞」を受賞(日本)	NGP2010(右記)の確実な実行と達成	・各国燃費基準の着実な達成とさらなる燃費向上の推進 ・日産独自のシステムを搭載したハイブリッド車を、2010年度を目標に北米、日本で発売 ・2010年度に米国、日本に電気自動車を投入し、2012年度にはグローバルで量産 ・3リッターのガソリンで約100km走行できるクルマ(3リッターカー)を2010年に発売	
				生産分野 ◎ グローバル台あたりCO ₂ 排出量：10%減(2005年度比)	2010年度までに全工場から排出されるCO ₂ を2005年比7%減(グローバル台あたりCO ₂ 排出量)		
				販売・オフィス分野 ◎ 排出量を把握し、2008年度より開始するCO ₂ マネジメントのスキームを確立	2007年度までに排出量を把握し、2008年度から管理を開始		
			エMISSIONのクリーン化(大気・水・土壌の保全)	商品・技術分野 ◎ 「平成17年基準排出ガス75%低減レベル適合車(SU-LEV)」の販売比率(ガソリン乗用車中)：85%以上を達成(日本)	生産分野 ○ 日本国内VOC排出量：4.2%減(2005年度比、ボディ+バンパー)	・各国の将来排気規制適合車の早期導入 ・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	
				資源循環(リデュース・リユース・リサイクルの推進)		生産分野 ○ 日産(国内4工場と1事業所)および連結製造会社3社で再資源化率100%を達成	グローバル：各国の規制値より厳しいVOC削減 日本：VOC10%低減(排出量原単位、2005年度比)
			市場および販売会社におけるリサイクル活動の推進	市場および販売会社におけるリサイクル活動の推進 ○ リサイクル実効率：94.9%を達成(日本)	生産分野 ○ 日産(国内4工場と1事業所)および連結製造会社3社で再資源化率100%を達成	グローバル：各国で工場再資源化率ベストレベル 日本：工場再資源化率100%(日産および連結製造会社、日産算出基準による)	
				マネジメント ◎ 対象をグローバルに拡大した「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」を発行 ・環境e-ラーニング：日産自動車(株)社員受講開始、「日本e-Learning大賞 経済産業大臣賞」受賞 ・NECと電動車両用リチウムイオンバッテリー製造・開発・販売会社を設立 ・プロジェクト・ベター・プレイス社とルノー・日産アライアンスが初の量販電気自動車へ向けた準備を開始 ・クライメート・ディスクロージャー・リーダーシップ・インテックスに選定	生産分野 ○ 日産(国内4工場と1事業所)および連結製造会社3社で再資源化率100%を達成	グローバル：主要4市場でリサイクル実効率95%を目指す 日本：2010年度にリサイクル実効率95%達成(2015年法規を5年前倒しで達成)	
						社会との協働 ◎ ・対象をグローバルに拡大した「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」を発行 ・環境e-ラーニング：日産自動車(株)社員受講開始、「日本e-Learning大賞 経済産業大臣賞」受賞 ・NECと電動車両用リチウムイオンバッテリー製造・開発・販売会社を設立 ・プロジェクト・ベター・プレイス社とルノー・日産アライアンスが初の量販電気自動車へ向けた準備を開始 ・クライメート・ディスクロージャー・リーダーシップ・インテックスに選定	・ビジネスパートナーにおける環境マネジメント強化 ・事業活動全般における環境マネジメント強化 ・社員の環境マインド向上 ・他セクターと連動した総合的な取り組みの推進 ・環境情報の開示とステークホルダーとのコミュニケーションの充実

日産CSRスコアカード(3)



[2007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	2005年度実績	2006年度実績	2007年度目標	2007年度実績	2008年度目標	長期ビジョン
社員 多様な人財が自らの成長を実感できる、魅力的な組織となることを目指します	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)	4.0以上	4.0以上	社員一人ひとりの能力向上につながる教育の実施。教育受講者満足度の維持・向上	◎ 4.3以上	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 : 51% Employee Motivation : 55%	Quality of Management : 54% Employee Motivation : 55%	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	— 2007年度は未実施(次回サーベイは2008年5月予定)	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	96名 (オープンエントリー制度+シフトキャリア制度)	111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財配置のいっそうの推進	◎ 121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財配置のいっそうの推進	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)	0.26	0.24	0.27	○ 0.27	度数率0.27+重大災害ゼロ	安心して働ける安全な職場の構築と維持
	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)) : 3% 北米・中南米 : 15% 欧州 : 7%	日本(日産自動車(株)) : 4% 北米・中南米 : 14% 欧州 : 10%	日本(日産自動車(株)) : 5% 北米・中南米 : モニタリング 欧州 : 11%	◎ 日本(日産自動車(株)) : 5% 北米 : 13% 欧州(主要拠点) : 11%	女性管理職比率の維持・向上	多様性によるお客さまへのより大きな価値の提供
	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	2006年度から集計開始	1%	多様なお客さまに、より大きな価値を生み出す組織の実現	○ 1%	1%	

日産CSRスコアカード(4)



[2007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	2005年度実績	2006年度実績	2007年度目標	2007年度実績	2008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いきます	日産車に関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(右は日本のケース)	日産車に関わる交通事故における死亡・重傷者数の1995年比低減率 公共データをもとに算出するため、実績の把握は当該年度の約2年後	日本(日産自動車(株)): 34% (2005年1~12月)	日本(日産自動車(株)): 41% (2006年1~12月)	2015年半減に向けて、日産の安全の考え方「セーフティ・シールド」に基づき、安全技術の開発、実用化に取り組む	— 2007年1~12月の比率は、データが公表され次第算出	2015年半減に向けて、日産の安全の考え方「セーフティ・シールド」に基づき、安全技術の開発、実用化に取り組む	2015年に50%減少
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	日産・ルノー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	日産・ルノー共同購買会社*の世界中の全1次取引先サプライヤー ※日産とルノーの年間合計購買額の83%を扱う(2007年度実績)	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	価値観・規範をまとめたサプライヤー向けブックレットを発行し、日産・ルノー共同購買会社の世界中すべての1次取引先サプライヤーに展開	日産・ルノー共同購買会社の取引先サプライヤー選定時に、CSR視点のコミットメントを頂く仕組みを導入	サプライヤーから頂いたコミットメントをもとに、サプライヤーにおけるCSRの方針や体制を評価する評価項目を定め、ビジネスパートナーと一体となったCSRマネジメントの推進を開始	◎ ビジネスパートナーと一体となったCSRマネジメントの推進を開始(2008年1月、サプライヤーミーティングにおいて方針展開)	サプライヤーに対するCSR方針・考え方の浸透	サプライヤーへの浸透状況を踏まえ、サプライヤーのCSR体制強化、取引契約への織り込みなどによりマネジメントの強化を図る
	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	日本のほぼ100%のサプライヤーと活動済み	グリーン調達活動のグローバルな展開に関し、展開準備を完了	グリーン調達ガイドラインを世界中の全1次取引先サプライヤーに順次展開	◎ 対象をグローバルに拡大した「日産・ルノーグリーン調達ガイドライン」を発行(2008年3月、日本においてサプライヤーミーティングで展開)	「日産・ルノーグリーン調達ガイドライン」を世界へ展開開始(①欧州②中国③米国の順に開始)	サプライヤーにおける環境負荷が目標値をもって削減され、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
社会貢献 NGOとのパートナーシップなどにより、地域社会や人びとの繁栄に寄与します	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	グローバルな社会貢献活動方針を策定し展開	社内横断組織として「社会貢献ステアリングコミッティ」を設置、より有機的に連携した活動を開始	教育または環境をテーマとした日産独自のプログラムを確立	◎ 小学生を対象とした「日産モノづくりキャラバン」を開始(日本)	国や地域を超えた社会のニーズを発掘し、統一的なプログラムの検討・実施	「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と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

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

Nissan's Approach to CSR

ステークホルダー エンゲージメント2007

日産では、2007年度もステークホルダーの皆さまと対話する機会を設け、頂いたさまざまなご意見を各事業活動に生かしています。



株主の皆さまとの懇談会



2002年より、毎年定時株主総会終了後に、全役員が出席し株主懇談会を開催しています。株主の皆さまとオープンに意見交換できる場として定着しています。詳細は56ページ。
(2007年6月20日、パシフィコ横浜にて実施)

社員との意見交換会



年間を通して、経営者層が社員と直接対話する場を設けています。また、経営者層が国内や海外拠点に出張した際にも、各拠点や工場の社員と意見交換を行っています。詳細は59ページ。

環境アドバイザー・ミーティング



学会、ビジネス界の第一線でグローバルに活躍する環境分野の有識者を招き、毎年開催しています。詳細は88ページ。
(2007年12月、日産自動車(株)本社にて実施)

サプライヤーミーティング



年間を通して、テーマごとにサプライヤーミーティングを開催しています。また、毎年7月には「グローバル サプライヤーアワード」の表彰式を行っています。詳細は69ページ。
(2007年7月12日、東京にて実施)

販売会社社員との意見交換会



ゴーンCEO、志賀COOが販売会社を訪問する際は、販売会社社員(カーライフ・アドバイザー、テクニカル・アドバイザーなど)と商品やサービス、お客さま対応などについて、活発な意見交換を行っています。

中国自動車技術研究センター(CATARC[※])との共同研究プロジェクト



日産(中国)投資有限公司と日産は、2005年7月から2年半にわたり、CATARCと「歩行者保護共同研究プロジェクト」を実施しました。詳細は123ページ。
※中国の自動車国家研究機関