

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
<b>ステークホルダーへの価値の向上 046</b>	
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

Enhancing Value for Stakeholders

## ステークホルダーへの価値の向上

人びとと社会の持続可能な発展へ



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
<b>ステークホルダーへの価値の向上</b>	<b>046</b>
<b>お客さまのために</b>	<b>047</b>
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

## Enhancing Value for Stakeholders

## お客さまのために

## お客さまの期待以上の品質を

世界中のお客さまへ、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。日産は、お客さまが長く安心してお使いいただける「当たり前品質」を基本に、お客さまの視点を最優先に考えた品質向上に努めています。世界中の競合車のどのカテゴリで比較しても、つねにトップレベルの品質を保つことを自らに課し、企画開発段階から実際にお使いいただいているときの状況まで、さまざまな角度から品質向上に取り組んでいます。私たちは「品質向上に王道はない」との考え方から、お客さまの視点に立った検証・改善を重ねて、より満足度の高い商品を皆さまにお届けしていきます。

## 品質向上への取り組み

## お客さまの視点から品質を見つめる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、私たちの考える品質のあり方です。

日産は、お客さまの視点に立った、3つの領域で品質を定義しています。お客さまに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。

この3つの領域について、外部調査機関によるお客さま満足度調査をグローバルに実施して、客観性のある指標から達成度を見極め、品質向上活動に役立てています。

お客さまに長期にわたって快適にクルマを使っていただくこと。この「当たり前品質」の上に、さまざまな「魅力品質」をプラスして、世界中のあらゆる地域で、深い満足を感じていただけるクルマづくりに取り組んでいます。



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

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

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
<b>ステークホルダーへの価値の向上</b>	<b>046</b>
<b>お客さまのために</b>	<b>047</b>
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

## 高品質の商品をお客さまへ、日産の品質ポリシー

日産は、世界中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目指して、品質ポリシーを「日産製品品質方針 (NPQP)」として明確化し、「製品品質はお客さまの視点から、どの市場のどのセグメントでもベストレベルであること」「各地域の市場要求を含んだグローバルに共通の基準 (Common global standards) を適用すること」「グローバルに共通の品質保証の進め方 (NQAW) を実行すること」の3つの方針を掲げています。

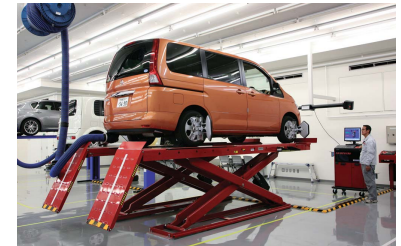
また、すべての国、すべての車種において、お客さま満足度でつねに上位にランキングされることを目標とし、確かな品質を築いていくための「日産品質保証ウェイ (NQAW)」を実践しています。日産品質保証ウェイとは、企画開発段階から市場販売まで、これまでのクルマづくりで培ったノウハウを品質基準として設定し、新たに開発するクルマの品質をトータルで保証すると同時に、新車開発ごとにますます品質を高めていくことのできる、有機的なサイクルをもった品質保証の流れです。

## あくなき品質改善を追求する聖地「フィールド・クオリティ・センター」

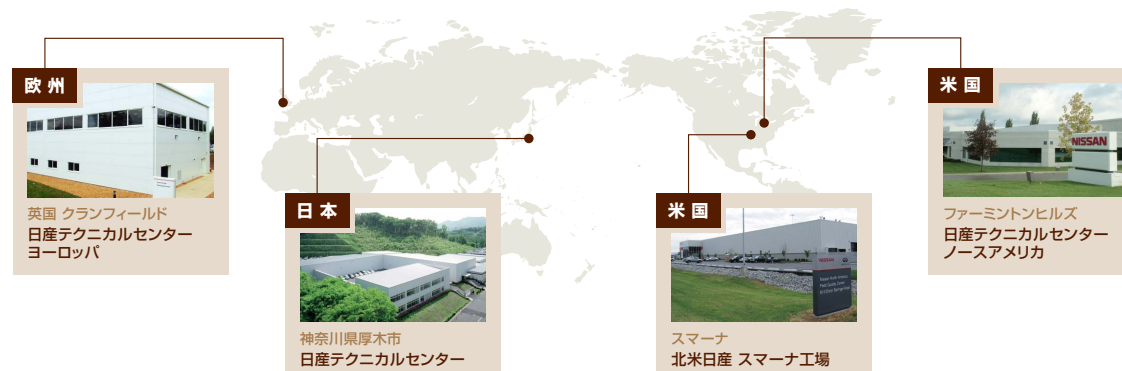
日産は、お客さまが実際にクルマを使用される際の「市場品質」の改善・向上、市場で発生した問題に対して迅速な改善を行う拠点として、「フィールド・クオリティ・センター (FQC)」を、2007年7月、日産テクニカルセンター (神奈川県厚木市) 内に開設しました。

フィールド・クオリティ・センターは、多様化するお客さまに対する顧客満足とこれからも誠実なモノづくりを続けていく日産の意思を具現化した組織です。

品質の高さは製品の要であり、ブランドの価値を決定づける重要な要素です。世界中を走る日産のクルマは、使われる地域や環境によって、お客さまの求める要望が異なる場合があります。そのため日産では、実際にモノづくりを行っている、世界の開発・生産拠点4カ所にフィールド・クオリティ・センターを整



フィールド・クオリティ・センターの実車調査エリアでは、実車に回収部品を搭載して稼働させ、不具合状況を再現します





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
<b>ステークホルダーへの価値の向上 046</b>	
<b>お客さまのために 047</b>	
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

備することで、各国の市場で発生した不具合やリコールに迅速に対応し、改善の成果を開発中の商品にも反映させ、グローバルに商品の品質向上を目指しています。

フィールド・クオリティ・センターでの具体的な活動は、市場品質の調査・解析（FQIA\*）を行うことにより、常駐するサプライヤーと日産の関係部署が一堂に会し、特定した部品や現車を目の前にして、最適な対応策、改善すべき要因の徹底究明を最短で行う有機的な環境を整え、再発防止や次期開発につなげられるよう取り組んでいます。

また、販売前の「出荷品質」と実際にお客さまが体感される「市場品質」の間に生じるわずかな違いを、現場・現物・現実の三現主義の実践によって検証し、お客さまにとって最高の品質とは何かを考え、確かな安心と信頼をお届けする品質の追求を目指しています。

※FQIA：Field Quality Investigation Analysisの略。問題部品を大量に回収してその問題となっている状況を再現し、信頼性の高い手法を用いて原因を突き止め、速やかに改善するための対策を導き出す活動

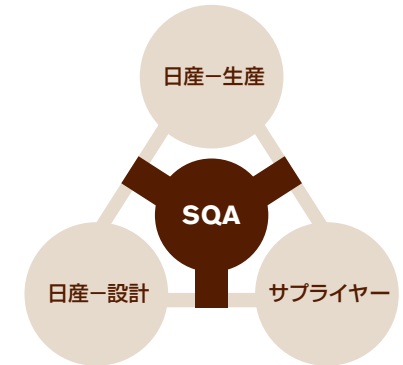
## サプライヤーとのパートナーシップで世界基準の品質向上

クルマは、膨大な部品によって構成された非常に複雑な製品です。1台のクルマに使用される部品点数は約1万点にもものぼり、日産ではその70～80%がサプライヤーからの調達によってまかなわれています。現在日産が取引をしているサプライヤーは約5,000社を数え、最終的なクルマの品質を上げるには、各社から供給される一つひとつの部品の品質が正確に保たれていなければなりません。そこで日産では、サプライヤーの品質を保証するSQA\*活動を推進し、つねに高品質な部品が供給される体制を整えています。

また、部品の安定供給を持続的に実現するには、優秀なサプライヤーとの強力なパートナーシップを築くことが重要な要素となります。日産のSQA活動は、日産とサプライヤーがビジネスパートナーとして対等な立場でしっかりと向き合い、互いに利益ある関係を目指しています。SQA活動を推進するサプライヤー品質保証グループでは、日産の設計、生産、そしてサプライヤーの3者に対して中立的な立場・観点に立ち、購入部品の品質改善に継続的に取り組み、相互理解を深めながら、速やかに部品品質の向上を図っています。

日産は2001年4月から世界各地に点在するサプライヤーとの間で、サプライヤー品質の世界基準を設け、各部品の品質保証を明確にしてきました。とくにルノーとの協力体制が推進されてからは、サプライヤーとの関係においてもグローバルなマネジメントシステムを強化して、世界中のサプライヤーから、日産が考える品質方針を正確にクリアした部品が安定的に供給されています。

※SQA：Supplier Quality Assuranceの略。サプライヤーから供給される部品の品質を維持・向上させていくための日産独自の活動



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
<b>ステークホルダーへの価値の向上 046</b>	
<b>お客様のために 047</b>	
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

## リコールへの対応は、公正な判断で迅速に実行

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、時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。日産のリコールに対する基本姿勢は、経営判断を介さず、実施要否はテクニカルな判断に徹し、つねにお客さまの立場に立った透明で公正・迅速な対応により、客観的な処理・遂行を基軸としています。

## サービスサポート機能を集結させ、お客さま・販売会社への対応力を飛躍的に向上

2008年3月、「日産カスタマーサービスセンター（NCSC）」が本格稼働しました。NCSCは、製品品質とアフターサービスに関するさまざまなサービス技術関連業務を集結させ、お客さまや販売会社へのサービスサポートのスピードと質を飛躍的に向上させることを目指しています。

NCSCでは、整備や修理サービス技術、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の機能と、「お客さま相談室」の業務を行っています。お客さま相談室はサービス技術支援チームと連携を強化し、より技術的に精度の高い情報提供が可能になりました。このお客さま相談室には、年間約23万件のお電話が寄せられています。

また、日産では現在、「驚くほど早く直す活動」を実行しています。お客さまが不具合や不満を感じてから、販売会社で点検・修理が終わり、お客さまに再びご満足していただけるまでの時間をいかに縮めるか。「品質不具合を出さない」とことと同様に、市場で発生してしまった不具合は、お客さまが驚くほど早く直すことが重要です。NCSCでは、修理期間が長期化する要因調査や、販売会社に入庫後の修理プロセス上の各課題を解析し、販売会社のサポートや部品供給体制の改善などを行っています。

## 車両診断機「CONSULT-Ⅲ」による迅速な診断で修理を効率化

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）」を世界各国の販売会社のサービス工場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こと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、従来の約1/3の時間で不具合の状況を把握できるようになりました。診断結果はグラフなどで分かりやすくお客さまにご説明しています。また、交換すべき部品をオンラインで発注できるなど、診

## 2007年度中の主なリコール

4月	セレナ（消音器および排気管） 約11.3万台（日本）
7月	アルティマ（エンジンエアフィルターエレメント） 15.5万台（米国・カナダほか）
9月	パスファインダー・QX4（給油管） 41.7万台（米国・カナダ）
11月	アルティマ・セントラ（電子制御モジュール） 約68.6万台（米国）



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

リコールなどに関する詳しい情報は、上記のウェブサイトに記載しています。あわせてご覧ください。

日産車に関するお問い合わせ・ご相談：「お客さま相談室」

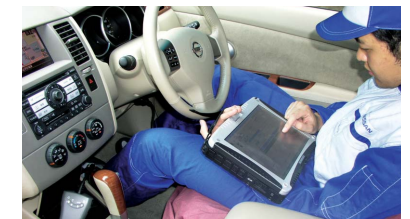
フリーコール（携帯・PHSも対応）  
0120-315-232

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。



日産カスタマーサービスセンター



高性能化するクルマの不具合を「CONSULT-Ⅲ」で的確に診断

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
<b>ステークホルダーへの価値の向上</b>	<b>046</b>
<b>お客さまのために</b>	<b>047</b>
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

断から修理完了までの時間を大幅に短縮して、より効率的な修理が可能となりました。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、クルマの静止時には把握の難しかった微妙な不具合にも対応できます。

## 魅力ある商品を迅速にお届けするための、生産部門の取り組み

日産はつねに「より良いモノづくり」にチャレンジして、世界の自動車業界でトップクラスの品質と生産性を誇っています。これを支えているのが、「日産生産方式 (Nissan Production Way : NPW)」です。NPWが目指すのは、高品質なクルマを効率的に生産し、お客さまにお約束した短い納期でお届けすることです。お客さまの受注情報をもとに、車両の生産工程だけでなく、エンジンなどのユニット、構成部品など、すべての生産工程が「同期する」(順序と時間を守る)生産方式です。

## 新車生産の早期立ち上げと品質をさらに向上させる「グローバル車両生産技術センター」

2007年4月に、新型車の試作や解析を集中的に行う「グローバル車両生産技術センター (Global Production Engineering Center : GPEC)」を座間事業所内に開設し、生産準備段階からの品質の向上とグローバルレベルでの均一化を目指しています。GPECでは新型車の生産立ち上げに先駆けて、プレスから車体溶接、車両組立に至る工程をデジタルや現物で検証し、最適な製造条件を確立します。生産ラインの情報やノウハウをデータ化し、グローバル拠点に転写することにより、新車生産の早期立ち上げと品質をさらに向上させることが可能となりました。

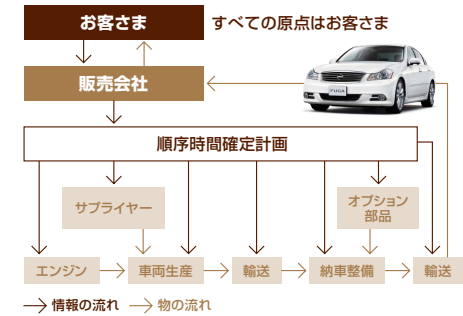
## 店舗での多様性

### 積極的な女性スタッフの増員で、お客さまの多様性に応える

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は、女性カーライフ・アドバイザー (CA) 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) の割合を増やし、お客さまの多様性に応えるスタッフ体制の強化を推進しています。

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%以上にのぼり、購入意思決定の60%に女性が何らかの関与をして

### NPWの目指す姿：同期生産



グローバル車両生産技術センター



女性カーライフ・アドバイザー/店長研修会



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
<b>ステークホルダーへの価値の向上</b>	<b>046</b>
<b>お客さまのために</b>	<b>047</b>
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

います。そこで日産では、女性を積極的に採用・育成し、2007年度末時点で、女性CAの割合を2003年度末に比べて約2倍の6%にまで引き上げ、女性TAについても、従来比の約2倍の13%まで上昇させました。

2007年には、女性CAの育成と定着を目的に、女性CAと店長を対象とした研修会を近畿と九州の2地区で開催しました。研修会では、女性CA同士でのグループディスカッションや先輩女性CAの座談会が行われました。また、店長は女性CAのさらなる育成に向けた改善策を協議し、会の最後に女性CAと店長がお互いに論議した内容を共有しました。研修会に参加した女性CA・店長の多くから、「気づきの多い研修で、今後の活動の参考になった」との反響が寄せられました。今後もこうした活動を継続的に行っていく予定です。

## ラグジュアリー・ブランド「インフィニティ」をグローバルに展開

日産は、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年に米国に導入して以来、カナダ、中東、台湾、韓国、ロシアなどに展開し、2007年7月には中国、9月にはウクライナでの販売を開始しました。今後は欧州地域においても、インフィニティブランド専用の販売サービス・ネットワークを整備し、導入する予定です。



インフィニティの販売店(中国)

## クルマで出かける喜びを1人でも多くの方へ、日産のライフケアビークル

日産では、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、カーラインアップの重要なひとつと位置づけています。ライフケアビークルを展示し、専門知識を持つLVアドバイザースタッフを配置した「LV認定店」は全都道府県にあり、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。2008年3月末現在、LV認定店は395店舗、LVアドバイザースタッフは4,141名にのぼります。

また、ニッサン・モータースポーツ・インターナショナル株式会社が、富士スピードウェイで毎年実施しているモータースポーツのファン感謝イベント「NISMO FESTIVAL」では、LVや車いす搭載車両で来場された方々が移動する際に不便のないよう、さまざまな配慮をしています。2005年にスタートしたLV「キャラバンチェアキャブ」による場内の移動サービスもそのひとつです。毎回、多くのお客さまにご乗車いただいております。「この移動サービスがあるから毎年このイベントに参加できます」「日産らしい取り組みですね。ぜひ続けてください」といった声を頂いています。



専門知識を持った  
LVアドバイザースタッフが対応(日本)



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

ライフケアビークルに関する詳しい情報は、上記のウェブサイトに記載しています。あわせてご覧ください。

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
<b>ステークホルダーへの価値の向上 046</b>	
<b>お客さまのために 047</b>	
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

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

**手もとの簡単操作がうれしい日産のLV**



石川県金沢市 橋場 喜晴 氏

幼いころに患った脊椎カリエスで歩行困難となった私にとって、クルマは必需品です。ところが8年前、当初運転していた普通車で思わぬ事故を経験しました。足によるブレーキ操作に自信がなくなり、新たに購入した「マーチ」に手動運転装置を後付けしましたが、腕を大きく動かす必要があり疲れてしまいました。そこで一昨年の買い替え時に、手首の動きだけでブレーキやアクセル操作がスムーズにできる日産オリジナルの「キューブ ドライビングヘ

ルパー オーテックドライブギア タイプe」を選びました。広々とした車内は体が不自由な私でも乗降しやすく、小回りの良さや前方が見やすい点も気に入りました。ドアスイッチに触れるだけで施錠・開錠ができる「インテリジェントキー」も、松葉杖で歩く私にはとても便利。買い物や通院などの外出時に大変重宝しています。子どもたちが小さいころはよく家族でドライブに出かけていましたが、この「キューブ」ならまた遠出ができるかなと思っています。

**日産らしい多様な価値を提供する**

**夢のあるイノベーションでユニバーサルデザイン社会を創造**

日産は、誰にでも安全で便利なクルマ社会の実現に向けて、多様化するお客さまのクルマへの要求や、運転時の心理的な影響を研究しながら、「魅力的で安全、かつ快適なクルマづくり」に取り組んでいます。そして人間中心のデザイン・設計思想に基づき、「日産ならではの特徴を持つクルマづくり」を目指した先行開発を、部門を越えたタスクチームによって推進しています。

たとえば「PIVO 2」は、こうしたタスクチームにより実現した、お客さまにとってフレンドリーな先進技術を凝縮したコンセプトカーです。初代「PIVO」で高い評価を頂いた先進技術、「キャビン回転によるバック運転不要」という機能に加え、「PIVO 2」では縦列駐車がとても簡単にできる機能「横方向走行」を追加することで、これ以上考えられないほど操作性の良いクルマとなっています。また、よりフレンドリーなクルマのあり方として、表情や会話からドライバーの状態を推定して話しかける「ロボティックエージェント」の採用により、人がペットに感じるような「愛着感」をクルマに与えました。電動車両だからできる、機能と心理の両面からとらえた新しいカーライフの提案です。

現代のクルマにとって、サステナビリティを実現していくのは大きなテーマです。環境に配慮した技術を生かし、その技術により初めて実現できる新しいクルマの魅力を創造し、お客さまにとって分かりやすい形で表現する—こうした取り組みの積み重ねによって、多くのお客さまに価値を提供できると私たちは考えます。

日産はこれからも斬新な発想で価値の高い商品を開発し、楽しいカーライフを創造していきたいと考えています。



「PIVO 2」



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
<b>ステークホルダーへの価値の向上</b>	<b>046</b>
<b>お客さまのために</b>	<b>047</b>
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

## 走る喜びをお客さまと分かち合うモータースポーツ活動

自動車メーカーの技術力の真価が試されるモータースポーツ活動。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「日産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、モータースポーツの感動を共有するグラスルーツ活動にも取り組んでいます。

さらに、モータースポーツ文化の発展と世界で活躍できる若手ドライバーの育成を目的に、「ニッサン・ドライバー・ディベロップメント・プログラム」を2006年に設立。2008年シーズンは、16歳から22歳の選手5名にスカラシップを提供し、国内外のレースへの参戦をサポートしています。



新型「NISSAN GT-R」で  
SUPER GTチャンピオン奪還を目指す  
(2008年1月 グローバルモータースポーツ  
体制発表会見)