

はじめに 001

CEOメッセージ 002

日産のCSR 006

日産独自のCSRマネジメントウェイ 007

日産CSR重点9分野 014

日産CSRスコアカード 017

ステークホルダー  
エンゲージメント2008 022

地球環境の保全 023

安全への配慮 060

ステークホルダーへの価値の向上 074

コーポレートガバナンス 111

社員一人ひとりが考える  
サステナビリティ 121

事業概況 125

第三者意見書 129

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

日産のCSR 006

日産独自のCSRマネジメントウェイ 007

日産CSR重点9分野 014

日産CSRスコアカード 017

ステークホルダー  
エンゲージメント2008 022

地球環境の保全 023

安全への配慮 060

ステークホルダーへの価値の向上 074

コーポレートガバナンス 111

社員一人ひとりが考える  
サステナビリティ 121

事業概況 125

第三者意見書 129

## 日産独自のCSRマネジメントウェイ

### 社会のさらなる発展に貢献する真のグローバル企業を目指して

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。日産では、CSRとはさまざまなビジネスの領域において、右の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ととらえています。

#### 日産が追求する3つのバランス

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

はじめに	001
CEOメッセージ	002
<b>日産のCSR</b>	<b>006</b>
<b>日産独自のCSRマネジメントウェイ</b>	<b>007</b>
日産CSR重点9分野	014
日産CSRスコアカード	017
ステークホルダー エンゲージメント2008	022
地球環境の保全	023
安全への配慮	060
ステークホルダーへの価値の向上	074
コーポレートガバナンス	111
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	121
事業概況	125
第三者意見書	129

日産CSRマネジメントウェイ

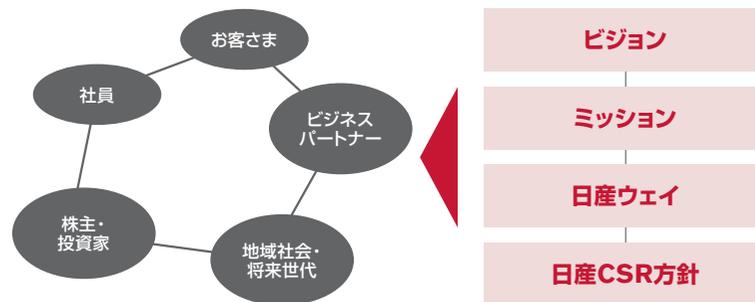
日産のCSR方針と重点9分野

日産は、CSRを定義する「日産CSR方針」および「CSR重点9分野」を定めています。これらの策定にあたっては、社内外の声を広く取り込むため、社内では役員層を対象とした「CSR自己診断インタビュー」および部次長層を対象とした「CSRワークショップ」を実施。社外からのフィードバックとしては、世界各地の格付機関の評価、メディアの評価、他社ベンチマークなどを参考にしました。

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。

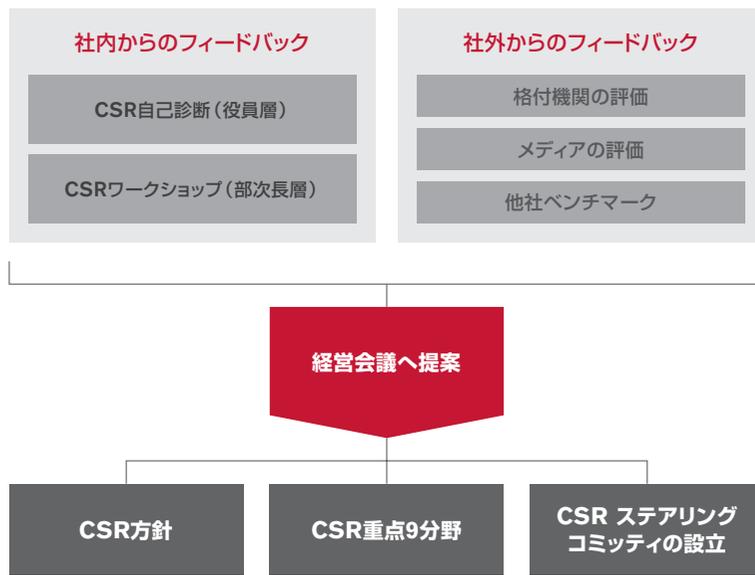


※「ビジョン」「ミッション」は1ページ、「日産ウェイ」は112ページ参照

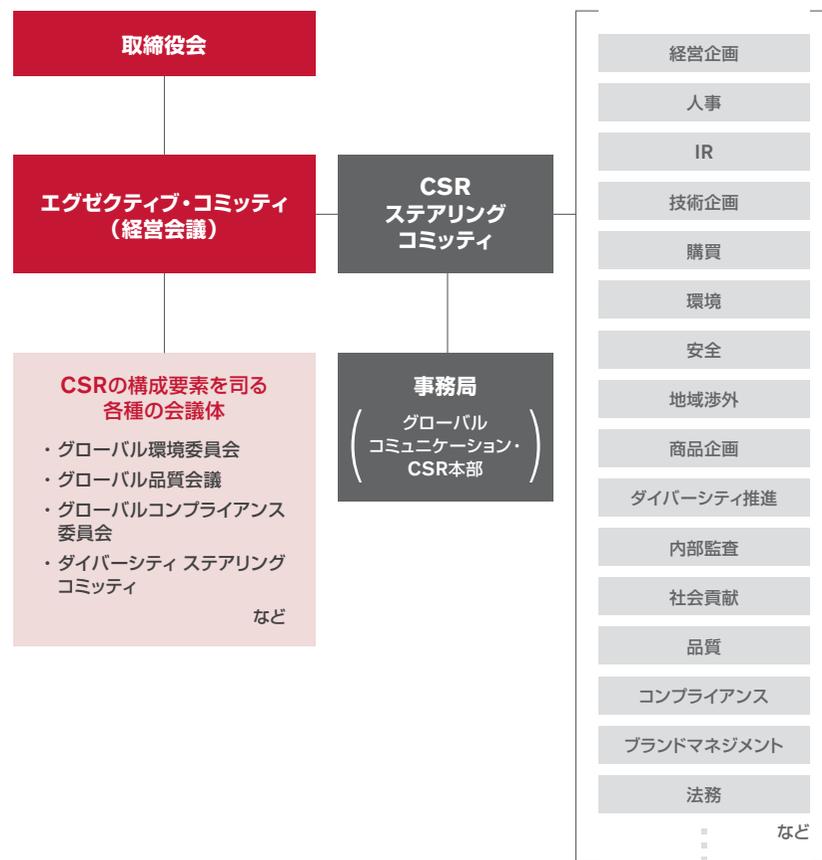
日産CSR重点9分野

<p><b>誠実</b></p> <p>公平・公正を旨とし、法令と会社のルールを順守して行動し、事業を遂行します。</p>	<p><b>品質</b></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><b>安全</b></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きます。</p>
<p><b>経済的貢献</b></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發展にも貢献します。</p>	<p><b>環境</b></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><b>バリューチェーン</b></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><b>ブランド</b></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><b>社員</b></p> <p>多様な人材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><b>社会貢献</b></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>

「CSR方針」および「CSR重点9分野」の策定に加えて、重点9分野に関係する部門の部次長約30名からなる「CSR ステアリング コミッティ」を設立し、各分野の進展を社内横断的に管理しています。



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
<b>日産のCSR</b>	<b>006</b>
<b>日産独自のCSRマネジメントウェイ</b>	<b>007</b>
日産CSR重点9分野	014
日産CSRスコアカード	017
ステークホルダーエンゲージメント2008	022
地球環境の保全	023
安全への配慮	060
ステークホルダーへの価値の向上	074
コーポレートガバナンス	111
社員一人ひとりが考えるサステナビリティ	121
事業概況	125
第三者意見書	129

はじめに 001

CEOメッセージ 002

日産のCSR 006

日産独自のCSRマネジメントウェイ 007

日産CSR重点9分野 014

日産CSRスコアカード 017

ステークホルダー  
エンゲージメント2008 022

地球環境の保全 023

安全への配慮 060

ステークホルダーへの価値の向上 074

コーポレートガバナンス 111

社員一人ひとりが考える  
サステナビリティ 121

事業概況 125

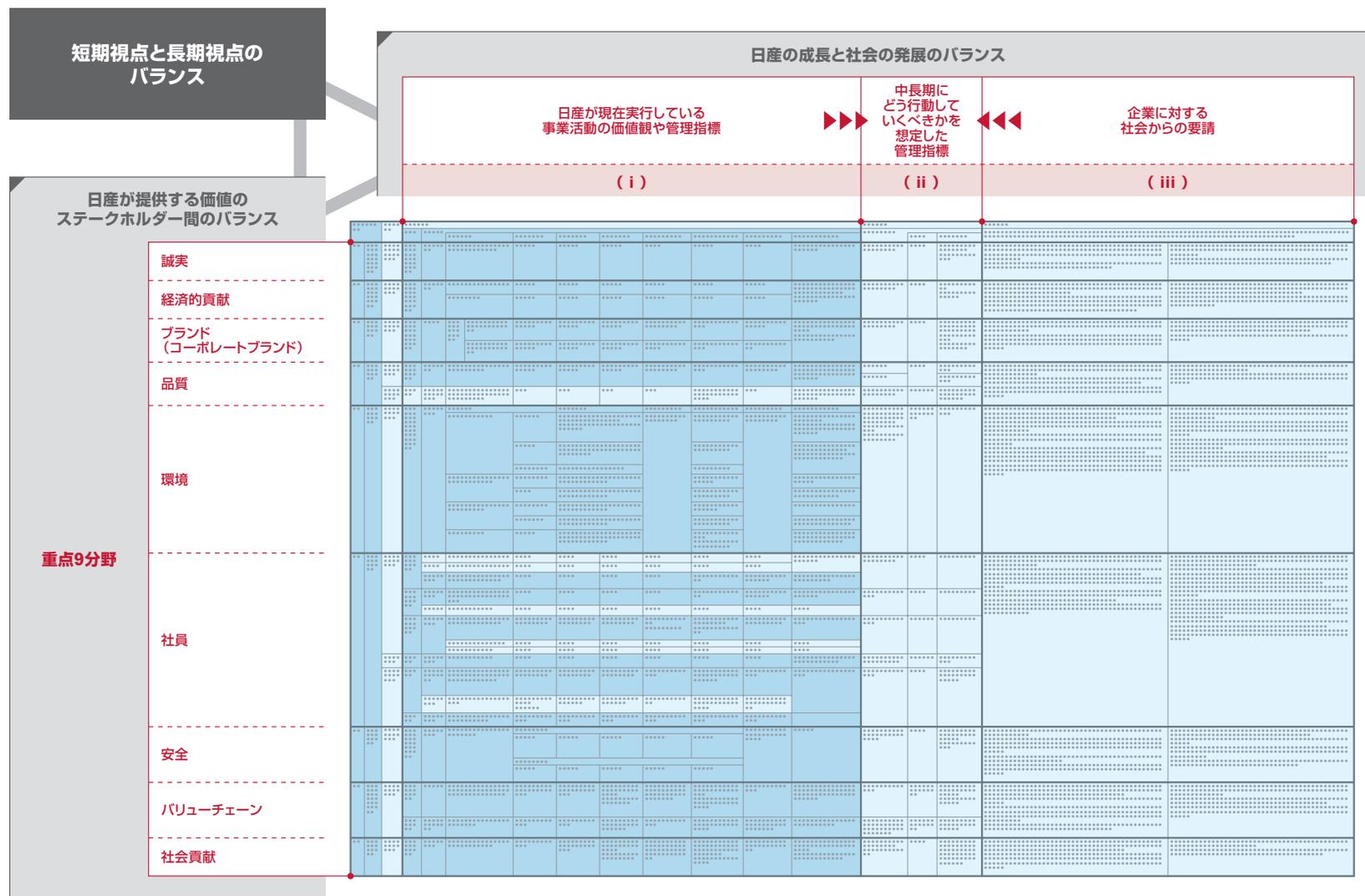
第三者意見書 129

日産CSRスコアカード

年間を通じたCSR活動の管理ツールとして、日産は「CSRスコアカード」を作成しています。

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

管理ツール「CSRスコアカード」



はじめに 001

CEOメッセージ 002

**日産のCSR 006**

**日産独自のCSRマネジメントウェイ 007**

日産CSR重点9分野 014

日産CSRスコアカード 017

ステークホルダー  
エンゲージメント2008 022

地球環境の保全 023

安全への配慮 060

ステークホルダーへの価値の向上 074

コーポレートガバナンス 111

社員一人ひとりが考える  
サステナビリティ 121

事業概況 125

第三者意見書 129

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。

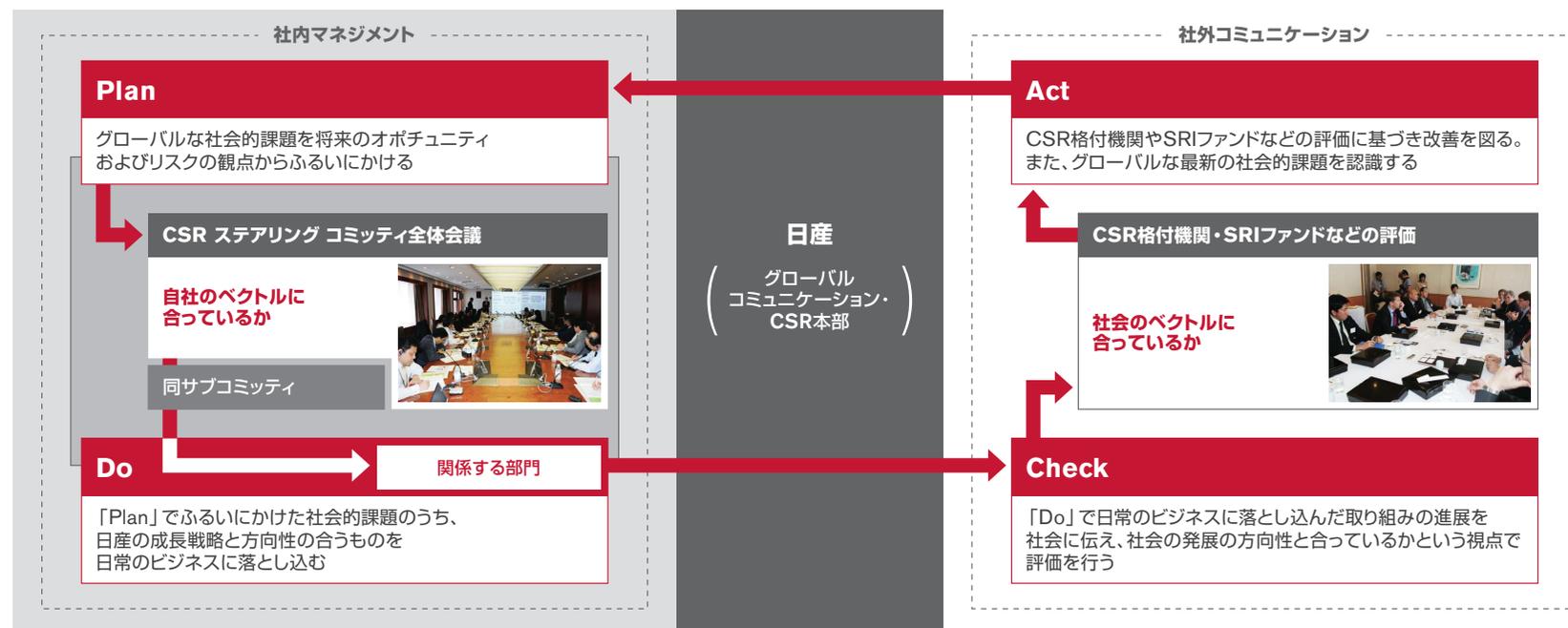
「CSRスコアカード」は実績評価も含めて毎年内容を更新し、一般公開しています。

### ステークホルダーへのコミュニケーション

日産は、サステナビリティレポート上に「CSRスコアカード」を掲載するとともに、ステークホルダーからより多くの声を取り入れるための活動を行っています。また、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、私たちの企業活動と社会的要請のベクトルを一致させた経営を推進しています。

### 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」ということであり、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

**日産のCSR 006**

**日産独自のCSRマネジメントウェイ 007**

日産CSR重点9分野 014

日産CSRスコアカード 017

ステークホルダー  
エンゲージメント2008 022

地球環境の保全 023

安全への配慮 060

ステークホルダーへの価値の向上 074

コーポレートガバナンス 111

社員一人ひとりが考える  
サステナビリティ 121

事業概況 125

第三者意見書 129

2007～2008年度に行った「日産CSRマネジメントウェイ」の骨格づくりのための主な社内・社外活動

**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
- 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
- 12月 第3回環境アドバイザー・ミーティングを開催
- 2008年 1月 購買部門と共同でCSR調達に関する  
サプライヤーズミーティングを開催
- 3月 2007年度下期CSR ステアリング コミッティを開催
- 3月 「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」に関する  
サプライヤーズミーティングを開催
- 8月 ジヤトコ(株)にて日産のCSRの取り組みについて紹介
- 9月 2008年度上期CSR ステアリング コミッティを開催
- 11月 第4回環境アドバイザー・ミーティングを開催
- 2009年 3月 2008年度下期CSR ステアリング コミッティを開催

**社外コミュニケーション**

- 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
- 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 10月～2008年 3月  
経済同友会のCSR委員会で日産CSRマネジメントウェイを紹介
- 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
- 6月 「サステナビリティレポート2008」を発行、  
CSRスコアカードの継続公開、株主総会でCSRパネル展を実施
- 8月 春光懇話会(春光会会員会社を核として、それらの関連会社を  
含めた100社以上からなる企業グループ)にて  
日産CSRマネジメントウェイを紹介
- 9月 世界銀行グループセミナーにて  
日産CSRマネジメントウェイを紹介
- 11月 グローバル・コンパクト・ジャパン・ネットワーク シンポジウムにて  
日産CSRマネジメントウェイを紹介
- 12月 経済人コー円卓会議日本委員会主催の  
CSRシンポジウムのパネルディスカッションに参加
- 2009年 1月 早稲田大学、琉球大学で  
日産CSRマネジメントウェイについて講演

**今後のCSR活動方針**

日産では、前述したPDCAサイクルの回転実例を積み上げることで、今後も社内外に対していっそう日産のCSRを浸透させていきたいと考えています。非常に厳しい経済情勢の中、自動車業界も例外ではありません。しかし、私たちはこのような時期こそ日産のCSR活動を知っていただくチャンスであると考えています。私たちの活動を積極的に伝えていくことで、ステークホルダーとの信頼関係を強め、互いにとってより良い価値を生み出せるよう目指していきます。

はじめに 001

CEOメッセージ 002

**日産のCSR 006**

**日産独自のCSRマネジメントウェイ 007**

日産CSR重点9分野 014

日産CSRスコアカード 017

ステークホルダー  
エンゲージメント2008 022

地球環境の保全 023

安全への配慮 060

ステークホルダーへの価値の向上 074

コーポレートガバナンス 111

社員一人ひとりが考える  
サステナビリティ 121

事業概況 125

第三者意見書 129

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  
最高執行責任者(COO)  
志賀 俊之

日産が「CSR方針」「CSR重点9分野」を定め、CSR ステアリング コミッティの運営を開始してから3年が経過しました。この3年間で振り返り、日常のビジネスや経営判断において、社会的責任という視点をつねに意識することの重要性をあらためて感じています。2009年度からは、私がCSR ステアリング コミッティの議長を務めることで、CSR視点から見た日産の企業活動をこれまで以上に機動的に推進できる体制を整えました。自社の強み・弱みを見極め、日産の成長を支える原動力にしたいと考えています。

未曾有の経済危機に見舞われる今だからこそ、危機の先を見据えた成長戦略を描き、将来に向かって力を蓄える準備が必要です。今後もCSR重点9分野の目標を着実に遂行することで社会のニーズと日産の企業戦略をバランスよく保ち、ステークホルダーの皆さまにより大きな価値を提供することに注力していきたいと思っております。

CSR担当役員からのメッセージ



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  
アラン ブデンデック

この1年間、世界の自動車業界は深刻な事態に見舞われ、各メディアで大きく取り上げられてきました。今回の危機によって業界全体が今後大きく変わっていくことは疑いもありません。しかし、変化の波にさらされても決して変わらない、変わってはならないものがあります。たとえば、日産ではCSRの取り組みを今までどおり強力に進めていきます。理由は簡単です。人びとの生活を豊かにすることが私たちの使命であり、それが素晴らしい仕事だからです。

これからの1年は、自動車業界にも明るいニュースが出てくるはずで、むしろ新たな話題がメディアを賑わせることでしょう。それはゼロ・エミッション車時代の到来です。日産は新時代の構想と実現の一翼を担っており、その試みはCSRに対する日産の揺ぎない姿勢にもつながっています。

クルマのあり方を根底から変える日産の挑戦に、ぜひご期待ください。



はじめに 001

CEOメッセージ 002

**日産のCSR 006**

日産独自のCSRマネジメントウェイ 007

**日産CSR重点9分野 014**

日産CSRスコアカード 017

ステークホルダー  
エンゲージメント2008 022

地球環境の保全 023

安全への配慮 060

ステークホルダーへの価値の向上 074

コーポレートガバナンス 111

社員一人ひとりが考える  
サステナビリティ 121

事業概況 125

第三者意見書 129

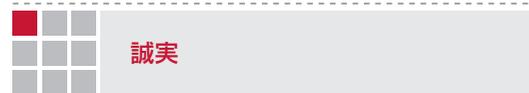
## 日産CSR重点9分野

「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「2008年度実績のポイント・2009年度計画の課題」をご紹介します。

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分野のオーナーからのメッセージ



#### 誠実



グローバル内部監査室・  
コーポレートリスクマネジメント部  
チーフインターナルオーディットオフィサー  
ピエール スペストル

内部統制の強化を求めるステークホルダーの期待は、年々高まっています。日産はそれを深く認識しており、2008年度は日本版SOX法への対応に努めました。今後は、この法令の順守だけでなく、内部統制の側面から日産の事業目標の達成に貢献するため、各プロセスの確実な遂行と規則の準拠、リスクを意識的に管理することが確実に行われるようになっていきたいと思います。これまで一人ひとりの頭の中にあつた経験と知識をすべて文書化することは難しいですが、うまく達成できれば、それらを共有し蓄積していく、非常に効果的な仕組みになると考えています。



#### 経済的貢献



企画室  
室長  
坂上 尚

100年に一度ともいわれる未曾有の危機の中、日産はこの状況をより積極的に「機会」ととらえ、危機が去った後の自動車業界においてさらに競争力のある地位を確保することを目指します。より筋肉質な企業体質をつくるため、広範な企業活動の結果であるフリーキャッシュフローを管理指標とした社内目標を定め、その確実な達成に努めます。効率の追求と合わせて、危機後の成長への布石として電気自動車およびこれまで参入していなかったエントリーカー（小型・低価格車）市場への積極的な資源配分、さらには、再び大きな伸長が期待されるBRICs（ブラジル、ロシア、インド、中国）での事業拡大を実行し、中長期的な成長を目指していきます。

はじめに 001

CEOメッセージ 002

**日産のCSR 006**

日産独自のCSRマネジメントウェイ 007

**日産CSR重点9分野 014**

日産CSRスコアカード 017

ステークホルダー  
エンゲージメント2008 022

地球環境の保全 023

安全への配慮 060

ステークホルダーへの価値の向上 074

コーポレートガバナンス 111

社員一人ひとりが考える  
サステナビリティ 121

事業概況 125

第三者意見書 129

**ブランド**



ブランドマネジメントオフィス  
部長  
中山 小ず系

昨今の世界を取り巻く厳しい経済環境を考えると、ブランドなんか、と思われる方が多いかもしれません。しかしこのような時こそ、いかに自信を持って自社の商品を薦められるか、あるいはお客さまから選ばれるブランドになれるかが、ますます重要になってきます。2008年度はNISSANブランドのタグラインを「SHIFT\_the way you move」、インフィニティブランドも「Inspired Performance」として世界的に統一し、社員に対するブランド教育もグローバルに開始。2009年度は、より高い志を持って、信頼ある一流のブランドになるための土壌づくりを、グローバルで一丸となって推進していきます。継続こそブランドの力なりです。

**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

真にお客さまに信頼されるブランドでありたい—そんな思いを実現するため、日産は中期品質向上計画「クオリティ・リーダーシップ」に取り組んでいます。2012年度までに各市場でお客さまにもっとも重視される品質指標でトップレベルになることを目指した活動は、2008年度に本格的な実行段階に入り、いくつかの品質の外部指標で好結果を得ることができました。2009年度も活動を継続し、目標達成を確かなものにします。市場での重要品質問題に対しては、リコールやサービスキャンペーンなどを速やかに実施し、引き続き透明性を持って対応します。

**環境**



企画室  
グローバル環境企画オフィス  
次長  
朝日 弘美

日産は、「ニッサン・グリーンプログラム 2010」に基づいて、「CO<sub>2</sub>排出量の削減」「エミッションのクリーン化」「資源循環」を3つの重要課題ととらえ、活動を進めています。2008年度は、世界屈指の厳しい日本の排出ガス規制に適合したクリーンディーゼルエンジンを「エクストレイル 20GT」に、貴金属を半減した超低貴金属触媒を「キューブ」に搭載するなどの成果を実現しました。加えて、中期経営計画「日産GT 2012」において、「ゼロ・エミッション車でリーダーになる」ことを掲げました。電気自動車の投入・普及をはじめとして、持続可能なモビリティ社会の実現に向けて、誠実かつ革新的に取り組んでいきます。

**社員**



人事部  
安全健康管理室  
安全健康担当部長  
小熊 則夫

日産では、社員の安全と健康確保の重要性を経営トップから社員一人ひとりに至るまで、全員がともに認識し、活動に取り組んでいます。2008年度はこれまで行ってきた地道な活動が奏功し、労働災害全度数率は0.19に抑制され、目標であった0.27以下を大幅に達成するなど、着実に成果が表れてきています。しかし、安全と健康確保の取り組みに終わりはなく、これまでの活動を今後もPDCAサイクルに基づき着実に実行するとともに、電気自動車をはじめとした新工程、新技術の安全確保や、新型インフルエンザ発生などの新たなリスクへの対応を進めていきたいと考えています。

はじめに 001

CEOメッセージ 002

**日産のCSR 006**

日産独自のCSRマネジメントウェイ 007

**日産CSR重点9分野 014**

日産CSRスコアカード 017

ステークホルダー  
エンゲージメント2008 022

地球環境の保全 023

安全への配慮 060

ステークホルダーへの価値の向上 074

コーポレートガバナンス 111

社員一人ひとりが考える  
サステナビリティ 121

事業概況 125

第三者意見書 129

**安全**



環境・安全技術渉外部  
部長  
長谷川 哲男

2009年度もクルマの安全対応とともに「人」「社会」を通じ、2015年に日産車がかかわる交通事故における死亡・重傷者数の半減（1995年比）に向けた活動を継続していきます。2008年度は、事故を未然に防ぐ将来技術として、「インフラ協調型ITSシステム」や自立型ITSの最新技術を搭載した「全方位運転支援システム搭載プロトタイプ」といった「ぶつからないクルマ」の実現に向けた実験車両を開発しました。また、より多くのお客さまに安全意識を向上していただくために日産の安全啓発活動を全国自治体レベルに拡大し、国・自治体と連携した安全なクルマ社会の実現を目指した活動を行っています。

**バリューチェーン**



購買管理部  
次長  
竹下 秀明

2008年度は、CSR活動の一環としてサプライヤーとのコミュニケーション活動の強化に注力してきました。同年5月には、国内外のサプライヤーに対し「日産GT 2012」に関するミーティングを行い、1,200名を超える方々に参加していただきました。12月からは、厳しい市場環境に対応した情報をサプライヤーとタイムリーに共有するため、月1回の生産計画説明会を開催しています。この激変するビジネス環境においてはサプライヤーとの強固な信頼関係を構築していくことが重要だと考えており、2009年度も引き続きサプライヤーの生の声を真摯に受け止め、双方向のコミュニケーション活動を充実させていきます。

**社会貢献**



グローバルブランドコミュニケーション・  
CSR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グローバルに行っています。2006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、グローバルの一貫性やベストプラクティスの共有を図っています。また、2008年4月には、当社として初のグローバル環境プログラムである「ザ・サイエンス・オブ・サバイバル」への支援を開始しました。この環境展示は、今後多くの国で展開される予定です。引き続きグローバルな考え方と各地域の最適化のバランスを取りながら、日産らしい社会貢献活動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**



グローバルブランドコミュニケーション・  
CSR部  
主管  
本廣 好枝

2003年以降、日産はCSRという言葉掲げ業務を推進してきました。これまで「日産CSRマネジメントウェイ」の構築とその推進を通じ、将来の発展に向けた企業活動のサポートを行ってきました。また、当社の考えるCSR重点9分野のスコアカードの公開により、ステークホルダーの方々へその進捗も示しています。CSR推進の基礎を築く時代を終え、また、世界中が環境のサステナビリティを重視する中で、日産も新たな時代を迎えています。今後もより社会の動きに迅速に対応しながら、いっそう環境に配慮した企業であり続けるよう、CSR推進事務局としての運営を行ってまいります。

## 日産CSRスコアカード

「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。

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

〔2008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	2006年度実績	2007年度実績	2008年度目標	2008年度実績	2009年度目標	長期ビジョン
<b>誠実</b> 公平・公正を旨とし、法令と会社のルールを順守して行動し、事業を遂行します	内部統制システムの整備と適正な運用	コンプライアンス/行動規範	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	97.8%完了	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	◎ 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、中長期のアクションプランを策定	内部通報制度をグローバルに導入	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
		リスクマネジメント		効率的で適切なリスク管理体制を整備し、グローバルに展開	—	—	1. ハザードリスク対策の継続的な実施とBCP(事業継続計画)の策定 2. 新型インフルエンザ対応実施 3. 社員への啓発活動の実施	○ 1. 耐震補強の実施、地震を想定した訓練の実施、主要商品・工程についてのBCP策定 2. 新型インフルエンザに備え、社員教育用パンフレットを作成・配布。対応マニュアルを作成し海外拠点にも配備。非常用機材備蓄 3. 社内イントラネットにリスク管理のHP立ち上げ	2008年度に新たに顕在化したリスクに対しても対応の強化を図る	グローバルにリスク管理の仕組みが機能していることで企業価値の向上に貢献するとともに、適切な情報開示により外部からの適切な理解にも貢献している
		情報セキュリティ		個人情報保護への取り組み、および、より強固な情報セキュリティの構築	—	—	1. 個人情報保護対策の強化 2. 情報セキュリティポリシーのグループ・グローバルへの展開	○ 1. 日産自動車および販売会社各社の個人情報保護に対する主要強化策の完了 2. 情報セキュリティポリシーの展開と主要関係会社でのマネジメント強化活動開始	情報セキュリティマネジメントの定着	情報セキュリティに関するPDCAサイクルがグローバルに実施され、社会的責務を果たすとともに、安定した企業活動の遂行に寄与する

[ 2008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	2006年度 実績	2007年度 実績	2008年度 目標	2008年度 実績	2009年度 目標	長期ビジョン
<b>経済的貢献</b> 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	業績改善に集中するために、中期経営計画「日産GT 2012」を一時中断	連結会社	連結売上高(億円)	10兆4,686億円	10兆8,242億円	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(2009年2月より「日産GT 2012」を一時中断)	△ 8兆4,370億円	自動車事業におけるフリーキャッシュフローをプラスにすることを最優先課題とし、危機が去った後も、会社の競争力を持続させる取り組みを継続する	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)	34円/株	40円/株	42円/株	△ 11円/株		
<b>ブランド(コーポレートブランド)</b> 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)	36.1点 約1,000社中 29位	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	◎ 31.9点 約1,000社中 58位	2008年末に開始した「ブルーシチズンシップ」に基づき、各領域の小さな活動からEVまでを同じ傘の下でコミュニケーションすることで、企業の信頼度を高め、最終的に各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	14.5点 約1,000社中 7位	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	△ 約1,000社中 100位外		
			フォーチュン誌「World's Most Admired Companies Top 50」	日産：50位外、スコア5.31 (トヨタ：2位、ホンダ：23位、トヨタ車体：28位、ソニー：41位、キヤノン：46位)	日産：50位外、スコア6.12 (トヨタ：3位、ホンダ：18位、トヨタ車体：31位、ソニー：39位)	グローバル企業として競合メーカーに並ぶブランドとして認められる	△ 日産：100位外、スコア0.12 (トヨタ：3位、ホンダ：32位、ソニー：39位、トヨタ車体：46位)		
<b>品質</b> 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	もっともお客さまに影響力のある外部指標のスコア	グローバル	【北米】Consumer Report	—	—	該当する指標において、さらなる順位の向上を目指す	◎ 2008年度目標を達成	該当する指標においてさらなる向上を目指す	品質領域でのリーダーを目指す
			【欧州】英国：WHAT CAR? ドイツ：ADAC イタリア：Quattroruote	—	—		○ イタリアQuattroruote：「キャッシュカイ」が高評価を獲得し、トップ3にランクイン		
			【GOM】中国：J.D.パワー/IQS 南アフリカ：PSI ブラジル：Quatro Rodas	—	—		○ 中国J.D.パワー/IQS：「ティアナ」：2年連続1位(Upper Premium Midsize Segment) 「ティアダ」：2位 「リヴィナ」：3位		
	セールス・サービス品質の向上による、お客さま再購入率と再入庫率を向上	グローバル	主要国のセールス・サービス品質を測るお客さま満足度調査結果(NISSAN/インフィニティ両ブランドが対象)	—	—	主要国でのトップレベル品質実現を目指し、セールス・サービス品質を継続的に向上する	◎ すでにトップレベルを達成している国はそれを維持。新たにカナダが主要競合メーカー間でトップレベルのセールス品質を達成した	主要国でのトップレベル品質実現を目指し、セールス・サービス品質を継続的に向上する	

〔2008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	2008年度 実績	2009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 <sub>2</sub> 排出量の削減	商品・技術分野	◎ ・クリーンディーゼル搭載車「エクストレイル 20GT」を日本で発売 ・「エクストレイル 20GT」がエコプロダクツ大賞「国土交通大臣賞」、省エネ大賞「資源エネルギー庁長官賞」を受賞(日本) ・E100対応の「リヴィナ」をブラジルで販売 ・世界初エコドライブをサポートする「エコペダル」を開発 ・カーウイングスにてドライバーのエコドライブをサポートする新サービス「あなたもエコドライブ」を開始 ・「あなたもエコドライブ」がエコプロダクツ大賞「推進協議会会長賞」を受賞	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販	
				生産分野	◎ ・グローバル台あたりCO <sub>2</sub> 排出量10%削減(2005年度比)			・2010年度までに全工場から排出されるCO <sub>2</sub> を2005年比7%減(グローバル台あたりCO <sub>2</sub> 排出量)
				販売・オフィス分野	◎ ・2008年度より日米欧にてオフィス・販売店(米欧は販売会社)におけるCO <sub>2</sub> マネジメントを開始 ・横浜新本社および日産先進技術開発センターがCASBEE Sランクの認定を取得			・2007年度までに排出量を把握し、2008年度から管理を開始
			エミッションのクリーン化(大気・水・土壌の保全)	商品・技術分野	◎ ・超低貴金属触媒を「キューブ」より搭載開始	◎ ・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		
				生産分野	○ ・日本国内VOC排出量：1.0%増(2005年度比、ボディ+バンパー)		【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)	
			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5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)		
				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95.7%を達成(日本)		【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)	
			マネジメント	社会との協働	◎ ・電気自動車の普及に向けて、ポルトガル、横浜市、テネシー州など各地域とのパートナーシップを締結 ・クライメート・ディスクロージャー・リーダーシップ・インデックスに2年連続で選定 ・環境省より「エコ・ファースト企業」に認定(日本) ・NPO法人気象キャスターネットワークとの協働のもと「日産わくわくエコスクール」を開始(日本) ・環境e-ラーニングを日産自動車(株)社員に実施	・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		

【2008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	2006年度 実績	2007年度 実績	2008年度 目標	2008年度 実績	2009年度 目標	長期ビジョン
社員 多様な人材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最低のもの(5点満点)	4.0以上	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	◎ 4.2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 : 54% Employee Motivation : 55%	2007年度は未実施	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	△ Quality of Management : 46% Employee Motivation : 54%	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
	自立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	111名 (オープンエントリー制度+シフトキャリア制度)	125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材配置のいっそうの推進	◎ 83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材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)	0.24	0.27	度数率0.27+ 重大災害ゼロ	◎ 度数率0.19+ 重大災害ゼロ	0.20	安心して働ける安全な職場の構築と維持
			労働災害強度率 (強度率=全労働損失日数÷延べ労働時間×1,000)	0.002	0.105	重大災害ゼロ	○ 0.003	重大災害ゼロ	
	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)) : 4% 北米・中南米 : 14% 欧州 : 10%	日本(日産自動車(株)) : 5% 北米(米国) : 13% 欧州(主要拠点) : 11%	女性管理職比率の維持・向上	◎ 日本(日産自動車(株)) : 5% 北米 : 10% 欧州 : 12%	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を提供
			従業員サーベイのダイバーシティに関するスコア	Global 47%	未実施	スコアの維持・向上	○ Global 46%	スコアの維持・向上	
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	1%	1%	1%	◎ 1%	外国籍社員比率の維持・向上		

〔2008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	2006年度 実績	2007年度 実績	2008年度 目標	2008年度 実績	2009年度 目標	長期ビジョン
<b>安全</b> 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ます	日産車がかか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	日産車がかか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)): 41%減少(2006年1~12月)	日本(日産自動車(株)): 45%減少(2007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	— 2008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
<b>バリューチェーン</b> 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	ルノー・日産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	ルノー・日産共同購買会社*の世界中の全1次取引先サプライヤー  ※「ルノー・日産共同購買会社」: ルノーと日産の年間合計購買額の100%を扱う(2009年4月時点)	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	ルノー・日産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	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、サプライヤーズ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	○ 「日産GT 2012」に関するサプライヤーズミーティングを開催(2008年5月) ・2009年度販売・生産計画に関するサプライヤーズミーティングを開催(2009年3月、5月) ・厳しい環境変化に対応した情報をサプライヤーとタイムリーに共有するため、生産計画説明会を月次開催	CSRへの取り組みのベストプラクティスを共有し、サプライヤーに対してCSR方針・考え方の浸透を図る	サプライヤーへの浸透状況を踏まえたうえで、サプライヤーのCSR体制強化のサポートを行う
	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	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	対象をグローバルに拡大した「日産・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ズミーティングで展開)	「日産・グリーン調達ガイドライン」を世界へ展開開始(欧州から開始)	◎ 「日産・グリーン調達ガイドライン」の欧州での展開を開始	「日産・グリーン調達ガイドライン」のアジア地域での展開を開始	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ように、サプライヤーでの環境負荷が低減していく仕組みを構築する。製品に限らずバリューチェーン全体への拡大を目指してマネジメントの範囲を拡大する
	販売会社におけるCSR活動の推進	販売会社(日本)	販売会社との価値観共有と、自主取り組み支援	コンプライアンス違反案件の事例、再発防止策の共有	2007年12月: 販売会社エグゼクティブミーティング 2008年2月: 総務・人事担当部署長説明会において展開	内部統制と自己評価の強化	○ 2008年11月: 総務・人事担当部署長説明会において展開	コンプライアンス自己評価プログラムの導入	販売会社単位の自主取り組み促進、CSR体制強化の支援
<b>社会貢献</b> 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	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	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把握し、統一的なプログラムの検討・実施	◎ 日産初となるグローバル環境プログラム「ザ・サイエンス・オブ・サバイバル」を開始。2008年4月ロンドン、10月米国ニュージャージーで展示を開始。グローバルに一貫性のあるメッセージ発信に成功	グローバル統一プログラムを継続的に実施。さらにグローバルレベルで潜在する社会的ニーズに対応する人道支援プログラムを検討	「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や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

## ステークホルダーエンゲージメント2008

日産では、2008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。

はじめに 001

CEOメッセージ 002

**日産のCSR 006**

日産独自のCSRマネジメントウェイ 007

日産CSR重点9分野 014

日産CSRスコアカード 017

**ステークホルダー  
エンゲージメント2008 022**

地球環境の保全 023

安全への配慮 060

ステークホルダーへの価値の向上 074

コーポレートガバナンス 111

社員一人ひとりが考える  
サステナビリティ 121

事業概況 125

第三者意見書 129

### 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30ページ。  
(2008年11月、日産自動車(株)本社にて実施)

### 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。株主の皆さまと積極的な意見交換を行っています。詳細は84ページ。  
(2008年6月25日、パシフィコ横浜にて実施)

### テストコース「GRANDRIVE」でLV体験試乗会



日産のテストコース「GRANDRIVE (グランドライブ)」において、ライフケアビークル (LV) を身近な存在とじていただくために体験試乗会を実施し、使い勝手などについてお客さまから具体的なお意見を伺っています。詳細は80ページ。

### 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、経営者層が国内外の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89ページ。

### 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、販売会社の社員と商品やサービス、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。

### サプライヤーズミーティング



年間を通して、テーマごとにサプライヤーズミーティングを開催しています。また、毎年7月には「日産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97ページ。  
(2008年7月10日、東京にて実施)