



スカイライン クロスオーバー

## 日産のCSR

日産と社会の持続的な発展に向けて

日産のCSRマネジメントウェイ 005

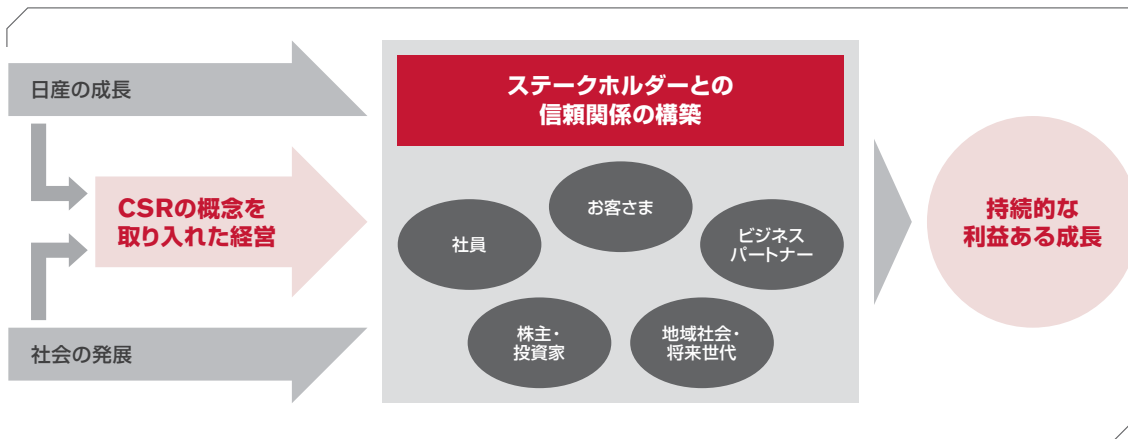
日産CSR重点8分野 010

日産CSRスコアカード 012

Nissan's Approach to CSR

# 日産のCSRマネジメントウェイ

日産は「人々の生活を豊かに」することをビジョンに掲げ、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、社会の持続的な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、日産の利益ある成長と、社会の発展、この2つが持続的に実現可能になるような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、このこと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、グローバルに現在も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、上記の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してとらえています。

### 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

## 日産CSRマネジメントウェイ

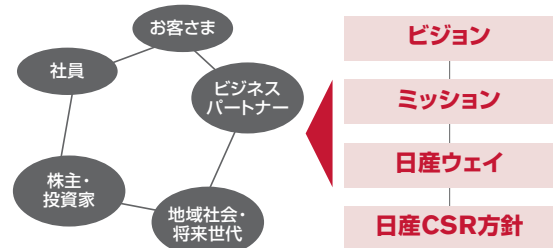
### 日産のCSR方針と重点8分野

日産は、CSRを定義する「日産CSR方針」および「CSR重点8分野」を定めています。これらの策定に加えて、重点8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（CSR運営委員会）」を設定し、各分野の進展を社内横断的に管理しています。

### 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。



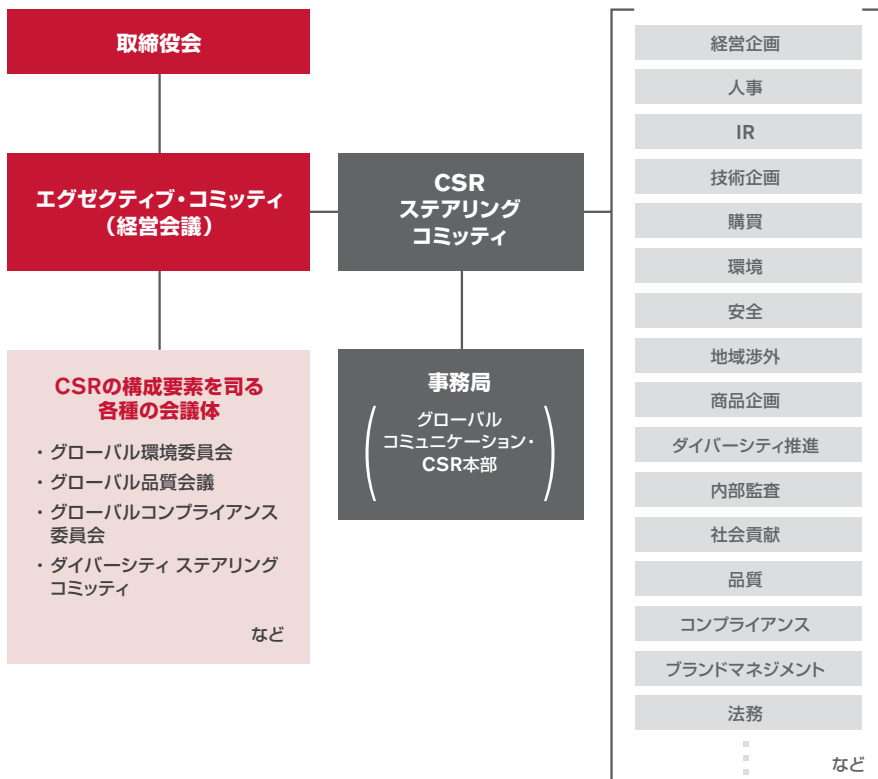
※「ビジョン」「ミッション」は1ページ、「日産ウェイ」は72ページ参照

日産CSR重点8分野

<p><b>コーポレートガバナンス・内部統制</b></p> <p>法令と会社のルールを順守し、公平・公正で高い透明性を持った効率的な事業活動を目指します。</p>	<p><b>環境</b></p> <p>クルマのライフサイクルを通して環境に対する依存および負荷を低減し、ゼロ・エミッションリーダーとして化石燃料に依存しない脱炭素社会の実現に貢献していきます。</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発展にも貢献します。</p>	<p><b>NISSAN</b></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>品質</b></p> <p>世界中でトップレベルの製品やサービスをお客さまにお届けします。</p>	<p><b>社員</b></p> <p>多様な人財がグローバルビジネスを通して自らの成長を実感できる、魅力的な組織づくりを目指します。</p>	<p><b>社会貢献</b></p> <p>「教育への支援」「環境への配慮」「人道支援」の3つの重点分野を中心に、企業市民として果たすべき社会貢献活動に取り組めます。</p>

※従来は重点9分野としていましたが、このうち「ブランド」については、特定の部署が個別に推進・管理する取り組みではなく、全社的課題である点で他分野とのレベルに相違があるため、重点分野から除外しました。ただし、「ブランド」はすべての企業活動の重要な結果としてとらえられるため、取り組みの強化を継続し、振り返りを実施します。

CSR ステアリング コミッティに関する組織図

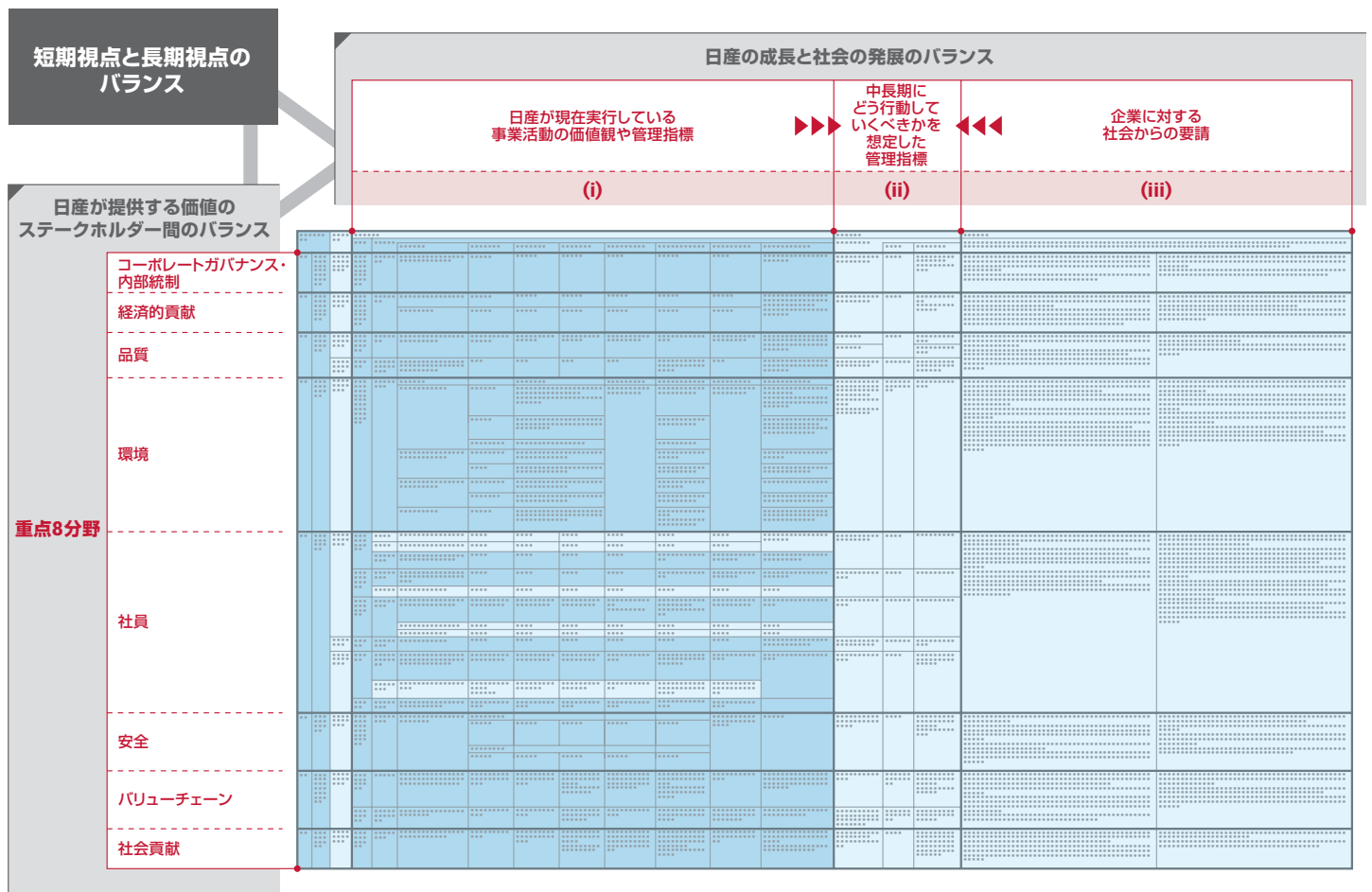


日産CSRスコアカード

年間を通じたCSR推進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8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、一方の縦軸では、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すよう設計しています。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、2007年より一般公開しています。

管理ツール「CSRスコアカード」

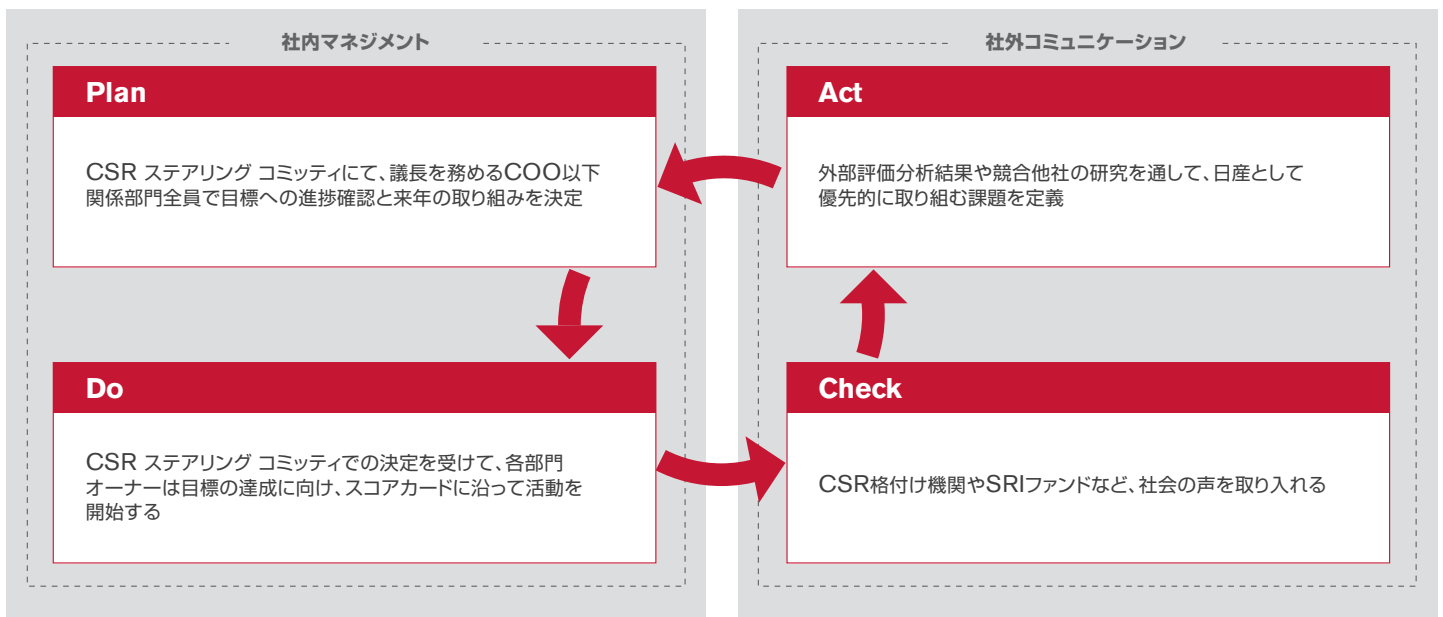


### ステークホルダーとのコミュニケーション

日産は、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。社会の声を企業活動に取り込む日産独自の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目指しています。

### 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。



### 2009年度に行った日産CSRの社内浸透策

日産では従来より、本レポートやインターネットを主な媒体として、社外はもとより社内へのコミュニケーションにも力を入れてきました。2009年度には、社員一人ひとりに自らにとってCSRとの接点は何であるかを考えてもらい、具体的な行動につなげてもらえるよう社員に向けたCSRの情報発信を強化しました。

具体的には、社員向けポータルサイトである「WIN\*」の中に「CSRヘッドライン」というサイトを2009年3月に新設し、管理・運営しています。ここでは、社員が気軽に日産のCSR重点8分野やスコアカードの進捗などについて学ぶことができるほか、「CSR入門」のパートでは、CSRを取り巻くさまざまな事象やトレンドを紹介し、企業が置かれている現況を知ることができるようになっています。今後も最新の情報を社員にいち早く届ける努力をしていきます。

\* WIN : Workforce Integration @ Nissan

### 今後のCSR活動方針

日産では、前述したPDCAサイクルを繰り返し実行することで、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。自動車業界は依然として厳しい経済環境にありますが、このような時期こそ日産のCSRを知っていただくチャンスであるにとらえ、日産のCSR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、互いに価値を認め合えるよう目指していきます。



## 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

2009年度は金融危機と景気後退により、短期の事業戦略の見直しを余儀なくされるなど、極めて厳しい年となりました。日産ではリカバリー・プランに基づき業績の回復に集中的に取り組み、完全回復に向けて順調に活動を進めています。また、持続可能なモビリティ社会を目指すための重点戦略や、将来的により多くの方にお求めやすいクルマを提供するための商品開発は犠牲にすることなく進捗しています。しかし、その事業戦略は独りよがりなものであってはなりません。企業はさまざまなステークホルダーの皆さまに支えられており、社会とともに発展していかなければなりません。日産はグローバルな企業として社会から何を求められているのか、どのような社会的責任を担っているのかをつねに意識し、事業活動を遂行していきたいと考えています。

社会的ニーズを見極め、企業活動の一部に取り込むため、日産では、CSR重点取り組み領域に責任を持つ各部署の部長で形成されるステアリング コミッティ (CSR運営委員会) という全社的な体制を敷いています。より機動的に対応するために議長は私が務め、コミッティにおける課題は経営上のものととらえています。コミッティにおいてなされた論議は全役員が出席するミーティングにおいて確認され、会社としての意思決定につながるような仕組みをとっています。

とくに、現在の社会的ニーズとして、われわれ自動車業界に対して環境への取り組みを要請する声は日々高まっており、もはや、やって当たり前と考えられています。自動車業界はその発展とともに地球環境に負担をかけてきました。このまま技術を化石燃料だけに頼ってはいけません。今年度、日産はゼロ・ミッション車でリーダーになるというコミットメントのもと、電気自動車「日産リーフ」を発売します。環境への負担が軽減された持続可能なモビリティ社会に貢献するうえでの大きな一歩となりますが、私たちは単にゼロ・エミッション技術を追求するだけでなく、社会に対してつねに誠実でありたいと考えています。日ごろから社員一人ひとりの環境に対する意識を高め、身に染み付いた活動となるまで、全社的・包括的に環境への取り組みを推進します。

社会とともに成長すること、これが日産の目指すCSR推進です。

## 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 ブデンテック

この2年間に吹き荒れた逆風により、世界の自動車業界の様相は一変しました。こうした中、日産はより強い企業体質を構築するとともに、持続可能なモビリティを実現する自動車技術を推進し、皆さまの生活の向上に寄与するという決意を新たにしています。

私たちはこの1年、日産のビジョンを意欲的に世界に発信してきました。より良い暮らしを実現し、地球環境の向上に貢献するための新たなモビリティ構想や商品の提供に邁進する日産社員の姿が数多く報道され、皆さまに広く知られることとなりました。

世界初となる量販型ゼロ・エミッション電気自動車「日産リーフ」の発売に向け、すでに日本、米国に続いて欧州市場での販売価格も発表しました。本レポートの発行までには、英国サンダーランドと米国テネシー州スマーナで、リチウムイオンバッテリー生産工場の建設も始まることでしょう。また2010年度は「日産ピュアドライブ」の認知度を高めながら、持続可能なモビリティという日産のビジョンをさらに推し進めてまいります。「ピュアドライブ」とは環境への負荷を軽減する技術の総称であり、消費者の皆さまには日産の環境技術の深さと広がりをご理解いただけることでしょう。

持続可能なモビリティの時代は、すぐそこまで来ています。日産はこれを実現する全体的なビジョンを掲げ、新たな時代の最前線に立っています。私たちは現代の社会に対する責務を果たしつつ、同時に将来も見据えています。「人々の生活を豊かにする」という日産のビジョンは、決して揺らぐことはありません。

本レポートにある通り、2009年度は技術開発のみならず、さまざまな活動を通じて日産は社会に貢献しました。その内容は、ボランティア活動や製品・サービスの供与、世界中の人道支援組織や学校、各種大学、研究機関、環境プロジェクトやプログラムへの資金援助まで多岐にわたり、日産の社員はこうした活動に積極的にかわることで、人びとの今と未来に貢献しています。

私たち日産は、今後もイノベーションを推進し、性別・年齢・信条・文化的背景を問わずすべての人に新たな機会を提供しながら、ステークホルダーの皆さまとともにより良い社会の構築に向け、積極的に取り組んでまいります。また、CSRの分野においてはつねに改善の余地があると認識しており、皆さまには当社の取り組みに対し、率直なご意見やご指導をいただきたいと思っています。

本書を通じて世界各地の日産社員の取り組みと活動をご理解いただき、皆さまのいっそうのご協力をいただければ幸いです。

Nissan's Approach to CSR

# 日産 CSR 重点 8 分野

「CSR ステアリングコミティ」では、「CSRスコアカード」を管理ツールとして、「CSR重点8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8分野の各オーナーが語る「2009年度実績のポイント・2010年度計画の課題」をご紹介します。

日産CSR重点8分野

コーポレートガバナンス・内部統制	環境	安全
経済的貢献	NISSAN	バリューチェーン
品質	社員	社会貢献

## コーポレートガバナンス・内部統制



グローバル内部監査・  
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  
久保 英明

コーポレートガバナンス（企業統治）・内部統制における主要な柱のひとつに、リスクマネジメントがあります。従来、リスクマネジメントといえば地震対策に代表されるハザード系リスクへの対策が中心でした。しかし、日産では2006年の会社法改正を機に専門部署を設置し、ハザード系に加え、会社の戦略に関わるリスクも対象とし、幅広く管理しています。リスクマネジメントのプロセスは活動を繰り返し積み重ねる中で適宜見直しており、PDCAサイクルが定着してきました。今後は、こうした活動について積極的に開示を進め、透明性を高めていきます。

## 経済的貢献



IR部  
主管  
雨宮 一太

日産はリカバリー・プランに基づいた集中的な取り組みにより、順調に業績を回復させつつあります。この現在の経営状況に基づき、2010年度は年間10円の復配を実施する予定です。完全回復に向け危機対応を引き続き継続しますが、将来の成長への重点戦略を犠牲にはしません。広範な企業活動の成果が反映されるフリーキャッシュフローを管理指標としつつ、ゼロ・エミッション社会の実現に向けた投資、グローバルコンパクトカーの投入、新興国での事業拡大を実行していきます。これらの戦略的な取り組みを通じて中長期的な成長を確保し、持続可能な価値創造を果た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

真にお客さまに信頼され続け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」に取り組み、2012年度までに各市場でお客さまがもっとも重視される外部の品質指標でトップレベルになることを目指しています。活動開始から3年目を迎え、外部指標でも好評価を得ており、活動の成果が出てきています。今後も活動を継続し、2012年度までの目標達成を確かなものとしていきます。また、市場での重要品質問題については、リコールやサービスキャンペーンを速やかに実施するなど、引き続き透明性をもって対応します。

## 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、環境理念「人とクルマと自然の共生」を実現するため、「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」を重要課題ととらえています。中でも最重要課題である「商品のCO<sub>2</sub>排出量の削減」においては、世界各国で環境技術車の投入を進めており、2009年度は日本において、低燃費車「Nissan ECO」シリーズ13車種を発売しました。さらに2010年度には、電気自動車「日産リーフ」を投入します。各国政府や自治体などと協働し、電気自動車を核とした持続可能なモビリティ社会の構築を目指していきます。

## 社員



ダイバーシティディベロップメントオフィス  
室長

高橋 美由紀

世界のグローバル化が急速に進む中、多様なお客さまニーズに応える商品を生み出すには、老若男女、異なる文化や国籍を持つ人材が必要です。日産はダイバーシティ（多様性）を推進するため、女性のキャリア開発支援や、異文化理解促進に取り組んできました。2009年度は、生産現場でも業界初の女性指導員2名が誕生しました。また中国やインドなどの新興市場の文化に関するセミナーも積極的に実施しています。日産は商品開発から販売の最前線まで、ダイバーシティを浸透させ、今後も多様な意見のぶつかり合いによって革新的なアイデアを生み続ける企業を目指していきます。

## 安全



環境・安全技術渉外部  
部長

長谷川 哲男

2015年までに日産車の関わる死亡・重傷者数を半減させる（1995年比）という目標に向けた活動を継続して推進しています。とくに2009年度は、「ITS安全運転支援システム」を世界で初めて新車に採用するなど、より高い安全技術をお客さまに提供することができました。また、一人でも多くのお客さまに交通安全意識を高めていただけるよう、日常生活に潜む危険に対する回避能力が身につくような交通安全啓発活動に取り組んでいます。2010年度も安全なクルマ社会の実現を目指した「人」、「クルマ」、「社会」三位一体の活動を継続していきます。

## バリューチェーン



購買管理部  
主管

小野 純生

購買部門ではルノーとともに、取引において大事にしている価値や理念を小冊子にまとめ、2006年からサプライヤーと共有しています。その後、日産の事業拡大につれ、CSR活動を世界のサプライヤーとともに実践することが必要となってきました。そこで、新たに「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」を策定し、2010年度にグローバル1次取引先に配布しました。本書は、各社の事業活動をCSRの視点で見直していただき、CSR活動のさらなる浸透を図ることを目的としています。日産は今後も、サプライヤーとの相互信頼を深め、互いに有益なパートナーシップを築けるよう努めていきます。

## 社会貢献



渉外部  
部長

安田 克明

日産では「人々の生活を豊かに」という企業ビジョンのもと、「教育」「環境」「人道支援」という3つの領域を中心に、企業市民としての社会貢献活動を行っています。「社会貢献 ステアリング コミッティ」を通じてグローバル企業としての一貫性を保ち、ベストプラクティスを共有する一方、地域社会においては「23デー」（社員による清掃活動）や「よこハマにあ」（横浜の地域情報の掲載サイト）の創設など、地元へ愛される企業となるべく新たな試みもスタート。今後もグローバルな考え方と地域への貢献を両立しながら、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



グローバルコミュニケーション・CSR本部  
CSRグループ  
主管

本廣 好枝

企業が拡大するにつれ、その活動による影響力は大きくなり、当社も環境への対応をはじめ、企業活動に関して多くの社会的責任（CSR）を担っています。日産はCSR課題を経営課題そのものとしてとらえ、ステアリング コミッティというマネジメント手法を活用しながら、企業価値を高める努力を続けています。事務局としても社会問題を企業リスクとしてとらえ、より柔軟・迅速に対応できる仕組みづくりに貢献し、自らも推進役となって具体的な行動につながるよう、今後も活動してまいります。また、そこに企業ビジョンに根ざした「日産らしさ」が見えるよう努力や工夫をしていきたいと考えています。



Nissan's Approach to CSR

# 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8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8分野

コーポレートガバナンス・内部統制	環境	安全
経済的貢献	NISSAN	バリューチェーン
品質	社員	社会貢献

〔2009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 実績	2009年度 目標	2009年度 実績	2010年度 目標	長期ビジョン
<b>コーポレートガバナンス・内部統制</b> 法令と会社のルールを順守し、公平・公正で高い透明性を持った効率的な事業活動を目指します	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	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、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	◎ 内部通報制度を各リージョンに導入済み	未然防止の仕組み構築とPDCAサイクルによる改善活動の実施	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		効果的で適切なリスク管理体制を整備し、グローバルに展開	—	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・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 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対応の強化を図る	○ 新型インフルエンザ発生に対応するとともに欠勤率の上昇に備えたBCPを策定 経済危機によって新たに顕在化したリスクについて、全社的リスク管理の対象として責任者を任命し管理方法を検討、管理を強化	リスクマネジメントのプロセスに関わるグローバルな連携を強化する リスクマネジメントに関わる情報開示を強化する	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	—	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 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	○ 日産自動車および販売会社各社の個人情報保護策順守状況の継続的なモニタリングと改善実施 主要関係会社の情報セキュリティマネジメントの年度計画策定とPDCAサイクル実施	情報セキュリティマネジメントの維持・向上	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

【2009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年度実績	2009年度目標	2009年度実績	2010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)	10兆8,242億円	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	○ フリーキャッシュフロープラス(3,755億円)リカバリープランを継続実施	8兆2,000億円	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)	40円/株	11円/株	△ 0円/株	10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)	「信頼性がある」という指標 28.6点 約1,000社中86位	「信頼性がある」という指標 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	◎ 34.5点 約1,000社中51位	さまざまな企業ブランドに関する外部指標をモニタリングしていきながら、引き続き左記項目の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 10.2点 約1,000社中39位	6.3点 約1,000社中119位		◎ 9.4点 約1,000社中49位		
注：2010年度より「ブランド」は重点分野から除外します		フォーチュン誌「World's Most Admired Companies Top 50」	日産：50位外(トヨタ：3位、ホンダ：18位、トヨタ車体：31位)	日産：50位外(トヨタ：3位、ホンダ：32位、トヨタ車体：46位)	△ 日産：50位外(トヨタ：7位、ホンダ36位)				
<b>品質</b> 世界中でトップレベルの製品やサービスをお客さまにお届けします	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	—	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	○ 2009年度目標をほぼ達成	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		○ 英国WHAT CAR?：「キャッシュカイ」「ノート」が高評価 イタリアQuattroruote：「キャッシュカイ」が高評価 ドイツADAC：「キャッシュカイ」「ノート」で高い信頼性評価を獲得		
			【その他の海外地域】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) 「ティータ」：2位 「リヴィナ」：3位		○ 中国J.D.パワー/IQS：4モデルがトップ3にランクイン 南アフリカPSI：4モデルがトップにランクイン		
	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)	—	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す	○ すでにトップグループ入りしている国はトップグループを維持。それ以外の主要国も改善活動の立案および展開を推進しながら、トップグループ入りに向けて順位を上げてきている	主要国でのトップレベル品質実現を目指す、セールス・サービス品質を継続的に向上させる	

〔2009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	2009年度実績	2010年度目標(NGP2010)
<b>環境</b> クルマのライフサイクルを通して環境に対する依存および負荷を低減し、ゼロ・エミッションリーダーとして化石燃料に依存しない脱炭素社会の実現に貢献していきます	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 <ul style="list-style-type: none"> <li>◎ 電気自動車「日産リーフ」を発表</li> <li>◎ 環境対応車を「Nissan ECOシリーズ」として拡充</li> <li>- 「キューブ」「ノート」「ティータ」「ティータ ラディオ」「ウイングロード」ではエンジンとCVTの制御変更、オルタネーター回生制御、空気抵抗の低減により燃費を向上</li> <li>- 「ティータ」「ティータ ラディオ」「キューブ」にエコドライブサポートシステム「ECOモード機能+ナビ協調変速機能」を採用</li> <li>・「ECOモード機能+ナビ協調変速機能」が平成21年度省エネ大賞において「資源エネルギー庁長官賞」を受賞</li> <li>・次世代CVTをジャスコと共同開発</li> </ul>	・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 <ul style="list-style-type: none"> <li>◎ ・グローバル台あたりCO<sub>2</sub>排出量10%削減(2005年度比)</li> </ul>	・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 <ul style="list-style-type: none"> <li>◎ ・2008年度より開始した日米欧のオフィス・販売店(欧米は販売会社)におけるCO<sub>2</sub>マネジメントを継続</li> </ul>	・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 <ul style="list-style-type: none"> <li>◎ ・継続して技術開発を推進中</li> <li>・クリーンディーゼルのAT車追加を公表</li> <li>・超低貴金属触媒の搭載を拡大</li> </ul>	・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 <ul style="list-style-type: none"> <li>◎ ・日本国内VOC排出量：13%減(2005年度比、ボディ+バンパー)</li> </ul>	【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 <ul style="list-style-type: none"> <li>◎ ・日産(国内5工場と1事業所)および連結製造会社5社で再資源化率100%を達成</li> </ul>	【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 <ul style="list-style-type: none"> <li>◎ ・リサイクル実効率96.6%達成(日本)</li> </ul>	【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 <ul style="list-style-type: none"> <li>◎ ・電気自動車の普及に向けて各国、各地域とのパートナーシップ締結を拡大中</li> <li>・昭和シェル(株)と電気自動車用急速充電システム共同開発の検討を開始</li> <li>・住友商事(株)と電気自動車バッテリーの2次利用事業の検討を開始</li> <li>・「ヨコハマ モビリティプロジェクトZERO」:                          - 「E1グランプリ」を開発・提供(9月~)</li> <li>- 横浜市と協働で「エコドライブ普及支援キャラバン活動」展開</li> <li>- 販売店・拠点への充電インフラ整備を推進</li> </ul>	・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

[ 2009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 実績	2009年度 目標	2009年度 実績	2010年度 目標	長期ビジョン
<b>社員</b> 多様な人材がグローバルビジネスを通して自らの成長を実感できる、魅力的な組織づくりを目指します	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)	4.3以上	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	◎ 4.5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	2007年度は未実施	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	— 2009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	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	125名 (オープンエントリー制度+シフトキャリア制度)	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財配置のいっそうの推進	◎ 94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)	0.27	度数率0.19+ 重大災害ゼロ	0.20	△ 0.37	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)	0.105	0.003	重大災害ゼロ	○ 0	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)) : 5% 北米(米国) : 13% 欧州(主要拠点) : 11%	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	◎ 日本(日産自動車(株)) : 5% 北米 : 10% 欧州 : 13%	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	未実施	グローバル 46%	スコアの維持・向上	— 未実施	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%	外国籍社員比率の維持・向上	◎ 1%	外国籍社員比率の維持・向上		



【2009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 実績	2009年度 目標	2009年度 実績	2010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亡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)): 45%減少(2007年1~12月)	日本(日産自動車(株)): 49.6%減少(2008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	◎ 日本(日産自動車(株)): 53%減少(2009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	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	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)	「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	○ 日本自動車工業会のCSR調達活動に合わせ、ルノーと共同で「ルノー・日産 サプライヤーCSRガイドライン」を作成、展開準備	・ルノーと共同で、海外拠点購買から「ルノー・日産 サプライヤーCSRガイドライン」をサプライヤーに展開 ・コンプライアンス順守と違反時の対応を織り込んだMPAの改定を開始	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	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(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)	「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」の欧州での展開を開始	「ニッサン・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	◎ 「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」のタイでのサプライヤー説明会を実施	「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」の北米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	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	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	○ コンプライアンス自己点検プログラムを各販売会社で実施。2009年9月と2010年3月の販売会社エグゼクティブミーティングで最近のコンプライアンス動向に関する情報共有を行い、各販売会社の取り組み推進を支援	実効性の向上を目的とした自己点検プログラムのコンテンツ改定を実施し、販売会社における活用の定着を図る	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> 「教育への支援」「環境への配慮」「人道支援」の3つの重点分野を中心に、企業市民として果たすべき社会貢献活動に取り組めます	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	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)	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	△ グローバルプログラムの検討を継続中、ただし2009年度は未実施。「ザ・サイエンス・オブ・サバイバル」は主催者側の都合により2009年6月で中断	グローバルに一貫性のある活動として、社会的ニーズに対応する社会貢献プログラムの検討、一部実行にも着手する	「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