

目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーシズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	<b>従業員</b>	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

## 従業員

日産は従業員が意欲を持って課題に挑戦し、心身ともに健康で安全・快適に働くことのできる職場づくりに取り組んでいます。中でも従業員のダイバーシティ(多様性)を尊重し、一人ひとりが能力を最大限に発揮しながら、高い目標に向かってチーム一丸で取り組める環境づくりを推進しています。考え方や個性の違う従業員が互いに知恵を出し合うことは、多様化するお客さまのニーズに応えることへとつながり、ひいては日産の持続的な成長を支える原動力となっています。



### 取り組みの柱

### 関連指標

連結従業員数	<b>160,530人</b>
女性管理職比率(グローバル)	<b>10.3%</b>
離職率(日産自動車(株))	<b>3.9%</b>



▶▶ GRI G3 Indicators  
▶▶ 2.8/LA2/LA13

目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーシチズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	従業員	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

### 従業員への取り組み

日産では、すべての従業員が相互の人権を尊重し、人種、国籍、性別、宗教、身体障がい、年齢、出身、その他の理由で差別やいやがらせを行ったり、その状態を容認することを禁止しています。

日産には、持続的な成長を目指すための行動指針「日産ウェイ」があります。「すべては一人ひとりの意欲から始まる」という考え方のもと、5つの「心構え」と5つの「行動」を定めており、日本語、英語、フランス語、中国語、ドイツ語、スペイン語、オランダ語、ロシア語の全8カ国語でグローバルに共有しています。さまざまな課題に対して「異なった意見・考えを受け入れる多様性」や「最小の資源で最大の成果」といった心構えや、「モチベート」や「チャレンジ」などの行動姿勢を示しています。

### 「すべては一人ひとりの意欲から始まる」

焦点はお客さま、原動力は価値創造、成功の指標は利益です。

#### Mindsets 心構え

- 1 Cross-functional, Cross-cultural**  
クロスファンクショナル・クロスカルチュラル  
異なった意見・考えを受け入れる多様性。
- 2 Transparent**  
トランスパアレント  
すべてを曖昧にせず、分かりやすく共有化。
- 3 Learner**  
ラーナー  
あらゆる機会を通じて、学ぶことに情熱を。  
学習する組織の実現。
- 4 Frugal**  
フルーガル  
最小の資源で最大の成果。
- 5 Competitive**  
コンペティティブ  
自己満足に陥ることなく、常に競争を見据え、  
ベンチマーキング。

#### Actions 行動

- 1 Motivate**  
モチベート  
自分自身を含め、人のやる気を引き出していますか？
- 2 Commit & Target**  
コミットアンド ターゲット  
自ら達成責任を負い、  
自らのポテンシャルを十分に発揮していますか？
- 3 Perform**  
パフォーマンス  
結果を出すことに全力を注いでいますか？
- 4 Measure**  
メジャー  
成果・プロセスは誰でも分かるように測定していますか？
- 5 Challenge**  
チャレンジ  
競争力のある変革に向けて継続的に挑戦していますか？

### 2012年度の実績

- ダイバーシティの取り組みにおいて日本で複数の賞を獲得
- キャリア形成支援のためのオープンエントリー制度の実績：  
89名の合格者（日産自動車株式会社のみ）
- 労働災害発生率（全度数率）：0.31

### 今後の取り組み

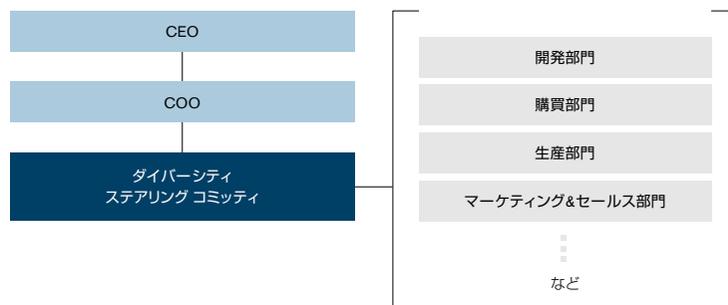
- グローバルにおける女性管理職比率を2017年までに14%まで向上
- 戦略的な人財育成をグローバルに強化
- 経営層と従業員とのオープンな意見交換会の取り組みを強化・継続

### 推進体制

日産はダイバーシティ（多様性）を重要な経営戦略のひとつと位置づけています。2004年10月には、その主導的な役割を果たす組織として「ダイバーシティ ディベロップメント オフィス」を日本に設立。以来、日本のみならず、北米や欧州、その他の海外地域とも連携し、「多様性を尊重し持続的な成長を目指す」という共通のゴールに向かって、さまざまな取り組みを行っています。また、各部門を代表する役員をメンバーとした「ダイバーシティ ステアリング コミッティ」を設立して、ダイバーシティ推進に関する方針を決定しています。

目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーシズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	従業員	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

**ダイバーシティ ステアリング コミッティに関する組織図**



**多様性の尊重**

**ダイバーシティ (多様性) は、日産の重要な経営戦略のひとつです。「多様性を尊重し持続的な成長を目指す」という共通のゴールに向かって、さまざまな取り組みを行っています。**

**ダイバーシティを企業競争力に**

日産は、ダイバーシティを企業の競争力と考えています。性別や国籍、文化、年齢、学歴、ライフスタイルなど、さまざまな背景を持つ従業員がいることで、新たな発想や考え方が生まれ、それがより高い業績や独創的なソリューション、より高い価値を生み出すからです。

ダイバーシティを経営戦略として位置づけ、さまざまな取り組みを行ってきましたが、ダイバーシティ推進の専任部署であるダイバーシティ ディベロップメント オフィス(DDO)では特に、ジェンダー(性別)とカルチャー(文化)の2本柱で取り組んでいます。「女性の能力活用」を推進するとともに、ルノーとのアライアンスから生み出された「クロスカルチャー」を生かして、より高い価値創造を目指す「カルチャーダイバーシティ」に力を注いでいます。

▶▶ [website](#)

ダイバーシティへの取り組みに関する詳細はウェブサイトをご覧ください

**「女性の能力活用」に向けたグローバルな取り組み**

2004年度から継続的に取り組んでいる「女性の能力活用」では、以下の2つを柱とする活動を行っています。

**1. グローバルで行う女性のキャリア開発支援**

お客さまに多様な価値を提供するには、各プロジェクトや組織のリーダーとなる女性の活躍が欠かせません。日産は性別を問わず従業員一人ひとりが活躍できる環境づくりに取り組んでおり、女性のキャリア開発を支援しています。

国内では、部長級以上の女性の比率が2008年の2%から2012年4月時点で4%と2倍になり、全管理職での女性の比率は6.7%となっています。これは従業員数5,000人以上の日本企業の平均値2.9%と比べると、良好な水準です(2011年厚生労働省統計による)。

グローバルでの女性管理職比率は、2008年の7%から2012年4月には10%に上昇しています。シニアレベルの女性管理職比率は7%で、4年前の4%から2倍近くに増えました。しかし、こうした数値を上げるためだけに女性を役職に登用しているわけではありません。女性のプレゼンスを増やすことに重点を置き、優れた管理職候補が将来に向けてしっかり準備し、より大きな責務を担えるようトレーニングを行っています。

日産は、事業を展開するすべての地域で女性のキャリア開発を支援しています。日本では、DDOがキャリアアドバイザーとの個人面談を通じて、一人ひとりの女性従業員に合わせたサポートを行っています。DDOは人事部門と協力し、能力開発のための研修や人事交流イベントなど、女性従業員を対象とした活動を企画しています。また、意欲向上につながるよう、社内イントラネットには、社内のさまざまな領域で活躍する先輩女性従業員のインタビューを掲載しています。若手の女性従業員に対しては、社外の女性たちとの交流を通して新たな刺激を受けたり、昇進した社内での女性管理職の体験談を自らの参考にできるよう、積極的なネットワークづくりのための活動を奨励しています。

目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーシチズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	従業員	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

米州地域では、若い女性に技術分野でのキャリア選択に興味を持ってもらうため、職場や地域活動の中で女性向けの指導プログラムを実施しています。これらのプログラムには、北米日産会社(NNA)、カナダ日産自動車会社(NCI)、日産テクニカルセンター・ノースアメリカ(NTCNA)、メキシコ日産自動車会社(NMEX)から多くの従業員が参加しています。最近ではマイクロソフトと提携し、女子高校生を対象に「DigiGirlz」と銘打った1日イベントを開催し、日産が革新的な製品を製造・販売するための独自の技術力や技法を紹介しました。

アフリカ・中東・インド・欧州(AMIE)地域では、あらゆる開発プログラムに女性がかかわるようにしています。また、「Women@Nissan」という社内サイトを活用し、人脈づくりの機会となるイベントを企画することで、日産のダイバーシティ戦略を支えています。

アジアでも、ダイバーシティと女性のキャリア開発を推進する多彩な活動を展開。社長と女性従業員によるセッション、シニアポストの女性と若手女性とのセッションなどを通して、ダイバーシティを尊重し企業活動に生かす取り組みを行っています。

## 2. 企画から販売プロセスに女性の視点を

私たちは、世界各地のお客さまの多様なニーズに応える必要があります。例えば、日本ではクルマの購入者の30%が女性であり、さらに30%が女性の意見を取り入れた男性であるなど、購入決定の3分の2近くに女性がかかわっています。このため、新型車の開発から製造、販売まで、事業のあらゆるプロセスに女性従業員の意見を反映させることが必要です。

例えば、日産のグローバル・コンパクトカー「ノート」は、チャイルドシートに子供を乗せやすいように、後部座席ドアの開閉角度を大きくしてはどうか、という意見が反映されました。一方、製造現場では、男性と比べて体格が小さく力の弱い女性も活躍できるよう、エルゴノミクス(人間

工学)に基づいて設計した製造装置と作業工程を導入。性別や年齢に関係なく、誰もが働きやすいラインづくりに取り組んでおり、結果的に作業の効率化とミスの軽減にもつながりました。

販売会社のスタッフは、さまざまなお客さまのニーズ、質問にも対応できなくてはなりません。日産の女性カーライフ・アドバイザー(CA)は、男女を問わずお客さま全般の満足度が高いことから、女性CAがさらに活躍できるよう、職場環境の整備や継続的な教育を行っています。

## 「カルチャーダイバーシティ」の定着

グローバル市場で事業を展開する日産にとって、さまざまな文化や国籍を持つ従業員の力を活用することは欠かすことのできない要素です。ルノーとの提携以降、「クロスカルチャー」を日産の強みとするために、文化の違いに気づき、受け入れ、さらに違いを生かしたシナジー効果を創出する取り組みを行っています。

日産は、「カルチャーダイバーシティ」を企業文化として定着させる取り組みを進めています。企業が成長するためには、国籍や言語、年齢、経歴や学歴にこだわらず、広く人財を迎え入れることが重要です。副社長以上で構成するエグゼクティブ・コミッティは、半数が日本人、残りの半数は日本人以外であり、意思決定層にも日本国籍以外のメンバーが多数含まれています。

ダイバーシティ推進の効果は一目瞭然です。さまざまな課題に取り組む中で、集団が多様であればあるほどソリューションはより独創的で深みがあり、より大きな成果を生んでいます。日産にとってダイバーシティとは、現在と未来に直面する課題を解決するうえで大いに役立つ、企業戦略の要となる要素です。

目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーシズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	従業員	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

日産では、従業員が文化の違いを強みとして活用できるよう、いつでも誰でも受講できるe-ラーニングプログラムを用意しています。例えば日本では、異なる文化的背景を持つビジネスパートナーと協働しながら成果を挙げるため、従業員はこのプログラムを通じて互いを理解し、コミュニケーションを図る術を学んでいます。特に関係の深い特定国への理解を促すための研修も実施し、「カルチャーダイバーシティ」が日産の企業文化に不可欠な要素として根づくよう努めています。

### ダイバーシティマインドの醸成

日産では、ダイバーシティの重要性を伝える最高経営責任者（CEO）のメッセージを発信しているほか、ダイバーシティをテーマにした地域ごとのイベントや、世界各地の従業員向けの研修を行っています。2012年度は、さまざまな国籍や性別、年齢の従業員とCEOがダイバーシティについて直接話し合うイベントをグローバル本社で開催しました。他の従業員も社内イントラネットにアップされた動画を通して、会社のダイバーシティに対するビジョンを学ぶことができます。

日本では、マネジメント研修の一環として「ダイバーシティワークショップ」を実施しています。ワークショップは、日産におけるダイバーシティの重要性を理解し、多様な人財を生かすことを学び、どのようにビジネスに役立てていくかを考える有効な場となっています。また、この分野で有名な企業からゲストスピーカーを招き、ダイバーシティマネジメントに対する管理職の理解を促す各種イベントも開催しています。社内イントラネットには、役員自身のダイバーシティに関するメッセージや体験についての記事を掲載。こうした経営層からのメッセージは、従業員のダイバーシティマインド醸成の一助となっています。

米国では、他企業の経営陣が日産の管理職と従業員を対象に講演する「ゲスト・エグゼクティブ・セミナー」を実施。ダイバーシティをテーマにしたプレゼンテーションには特に力を入れており、企業の多くが現在直面する広範な問題に対して、ダイバーシティがいかに革新的なソリューションとなり得るか、といったテーマで、著名な企業役員や作家による講演を行っています。

AMIE地域では、文化の違いに対する認識を高め、多文化環境の中で働くすべての従業員を支援するため、「多文化の効果を引き出すトレーニング」プログラムを企画しました。

### ワークライフバランス(仕事と家庭の両立)の推進

日産は従業員による仕事と育児・介護の両立を支援するため、幅広い働き方ができる制度を導入しています。日本国内では、「結婚」「配偶者出産」「育児」「介護」を理由とした「ファミリーサポート休暇」、育児・介護のための従業員時間短縮制度および在宅勤務制度、事業所内託児所「まーちらんど」の設置など、従業員の性別にかかわらず、「ワーク」と「ライフ」を両立するさまざまな支援制度を整えています。厚木のテクニカルセンター内に日産初の「まーちらんど」を開所し、2012年度にはグローバル本社と日産グローバル情報システムセンター内にも新設しました。

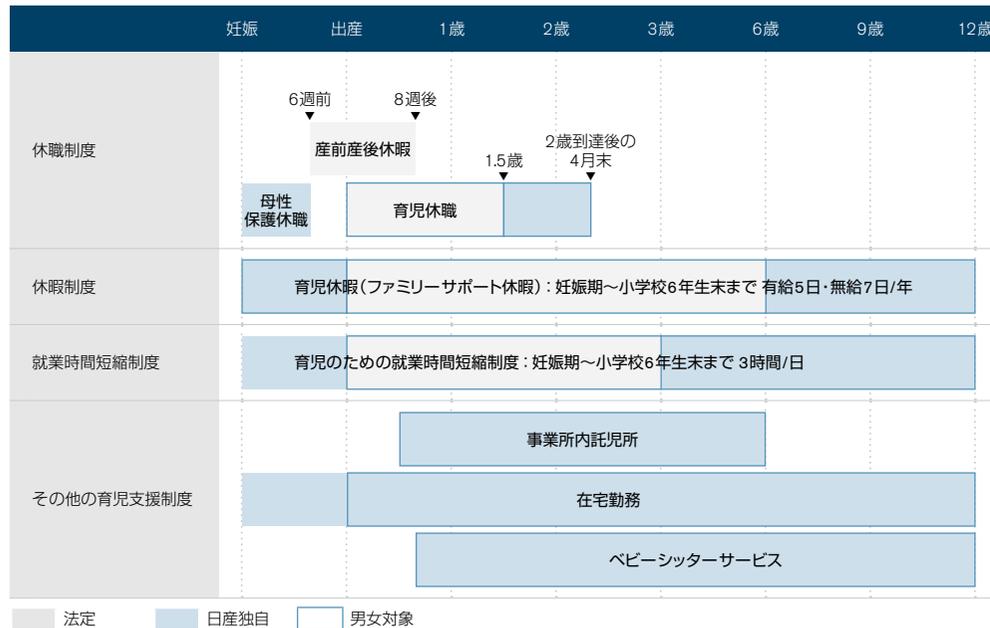
目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーチンズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	従業員	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

2005年4月施行の次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画については、その取り組みと目標の達成が認められ、子育て支援に積極的な企業として認定を受けています。2011年からは「復職セミナー」を実施し、育児休業から復職する従業員が周囲の理解や協力を得ながら、前向きに仕事に復帰できるよう具体的なヒントや心構えを提供しています。2012年度も多くの従業員が参加しました。復職後も社内ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)「両立パーク」を利用することで、育児と仕事の両立に役立つ情報を従業員同士が交換できるようにしています。

▶▶ website

日産は厚生労働省の「仕事と生活の調和推進プロジェクト」に参画しています

日本国内の出産から育児までの諸制度



多様性をビジネスカにつなげる(米州)

北米日産会社では米州地域におけるダイバーシティ活動を統括するリージョナルダイバーシティコミッティを立ち上げました。今後はこのコミッティが同地域のダイバーシティ活動に対する責任組織となり、指導を行います。さらに米国、カナダ、メキシコ、ブラジルでのダイバーシティ活動を統括するリージョナルオフィスも新設しています。

従業員が組織する「ビジネス・シナジー・チーム(BST)」では、多様性をビジネスカにつなげ、組織横断的な連携や地域社会との協力の場を広げていくことに取り組んでいます。2007年に組織された「女性のBST」に続き、2009年には異文化コミュニケーションを通して顧客対応力の強化を目指す「多文化BST」を立ち上げました。

そのほか世代間、ベテラン従業員、健康面の多様性の取り組みを支援するBSTもあり、日産の多様な従業員を支援しています。BSTの運営は、ナッシュビルの北米本社、ミシガン州ファーミントン・ヒルズにある研究開発施設、ダラスに本社のあるニッサン・モーター・アクセプタンス、テネシー州スマーナおよびデカード、ミシシッピ州キャントンの各製造拠点が担当しています。

目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーシズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	従業員	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

### 日産の取り組みに対する外部評価

日産のダイバーシティ強化への取り組みと従業員の多様性を重視する姿勢は、社外からも高い評価を受けています。2008年、日産は女性の能力活用推進の取り組みが認められ、「カタリスト賞」を受賞しました。カタリストは、企業で働く女性の機会拡大と、誰もが力を発揮できる職場環境の構築を目的に活動する米国の非営利組織（NPO）で、日産は重要な意思決定ポストに女性を積極的に登用している点と、それがグローバルにもたらす潜在的影響の大きさが高く評価されました。日産の受賞はアジアに本社を置く企業としては初めて、自動車メーカーとしても初の快挙でした。

同じく2008年、東洋経済新報社が創設した「人を活かす企業—ダイバーシティ経営大賞」の第1回大賞に選ばれました。「トップによるコミットメントが明確」、「経営上の課題を克服する手段としてダイバーシティを推進するという位置づけが明確」、さらに「情報開示が適正で効果的」などの点が高い評価を受け、審査委員6人全員がそろって日産を大賞候補としました。

2013年には、NPO法人J-Win（ジャパン・ウィメンズ・イノベティブ・ネットワーク）が主催する「2013 J-Winダイバーシティ・アワード」の大賞を受賞しました。J-Winは女性の採用、能力開発、昇進に積極的かつ革新的なアプローチを行っている企業に賞を授与しており、日産は3度目の受賞となりました。

また、経済産業省が2012年度から始めた「ダイバーシティ経営によって企業価値向上を果たした企業」を表彰する「ダイバーシティ経営企業100選」に選ばれたほか、東京証券取引所が女性による活躍推進をテーマにした「なでしこ銘柄」にも選定されています。

このようにダイバーシティへの取り組みが広く認められたことを、日産は大変誇りに感じています。これらの賞は、ダイバーシティに対するトップの強いコミットメントが成果を生んでいること、そして文化やジェンダーの壁を超えた多様性を企業競争力の要とする戦略が着実に進んでいる証拠だと考えています。

### 従業員のキャリア形成

**日産では、「自らのキャリアは、自らデザインする」との考え方のもと、従業員のキャリア形成をサポートしています。**

#### 人事制度の継続的な改善

人財は企業の最も重要な資産です。人財の力が個人として、組織として最大限に発揮されるよう、日産では継続的な人事制度の改善に努めています。従業員が意欲を持って高い成果を達成できる仕組みについては、会社に貢献している度合いを正しく判断する評価報酬制度を導入しています。課題（コミットメント）をいかに達成したかを結果で判断する「パフォーマンス評価」および技能、知識、心構えなどの行動特性を捉える「コンピテンシー評価」により、報酬を決定しています。

#### 自律的なキャリア形成を支援

日産では従業員のキャリア形成へのサポートを目的に、上司とのキャリア面談を少なくとも年2回実施し、「パフォーマンス評価」「コンピテンシー評価」と合わせて、従業員一人ひとりが上司と話し合いのうえ、自らのキャリアに関する合意を形成していきます。

一方、従業員が自ら希望する仕事にチャレンジする仕組みとして、国内では「シフトキャリア制度」と「オープンエントリー制度」を用意しています。「シフトキャリア制度」は、ポストの募集に関係なく、自ら希望する部署や職種に自由に応募できる制度です。「オープンエントリー制度」は、ポストの募集があればその部署に応募できるもので、2012年度は161のポストに229名がエントリーし、89名が合格しています（2013年2月時点）。

#### 次世代に伝承する「エキスパートリーダー制度」

企業が持続的に発展するためには、従業員一人ひとりの専門知識やスキルを中長期的に高めていくことが重要です。日産では技術系に限らず、

目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーシズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	従業員	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

購買や経理など非技術系も含めたさまざまな領域での専門性の強化・発展を目的として、「エキスパートリーダー制度」を導入しています。制度導入7年目の2012年度は、98の専門領域で50名のエキスパートリーダーと2名のフェローが活躍しています。エキスパートリーダーとフェローは、それぞれの領域で専門性を発揮し、日産のビジネス全体に貢献する役割を担っています。イントラネットをはじめとする社内のさまざまなコミュニケーションツールを介して専門知識を共有するとともに、技術・専門性の伝承を目的としたセミナーや講座を実施して、次世代の人財育成に貢献しています。

### 学習する企業文化の醸成

**“学び”とは、価値創造のために「ストレッチ」することであり、日産は、価値創造への意欲なしには「学習する企業文化」は生まれないと考えています。従業員の成長をサポートし、学び続ける組織として、人財の開発に取り組んでいます。**

#### 学習機会の提供

日産では、層別に必要なスキルを習得するための社内研修を実施し、また従業員一人ひとりが自分の成長したい分野について選び学ぶことができる機会を提供するなど、学習する組織文化の醸成に努めています。

#### 本社で開催している本社人事管理の集合研修実績

	2010	2011	2012(年度)
年間受講人数(人)	11,001	11,012	<b>13,834</b>
総受講時間(時間)	343,147	332,897	<b>411,727</b>
従業員1人当たり受講時間(時間)	12.0	13.7	<b>16.9</b>
受講満足度(最高点:5.0)	4.5以上	4.2以上	<b>4.3以上</b>

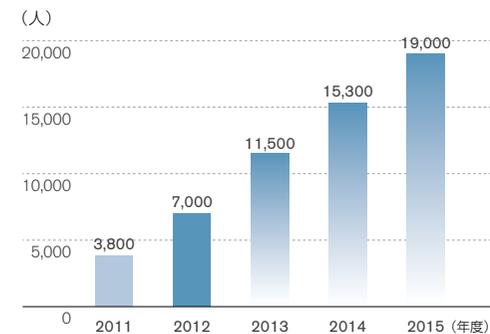
### マネジメントの質の向上

中期経営計画「日産パワー88」\*を達成し持続的な成長を実現するため、日産ではマネジメントの質の向上に取り組んでいます。日本では、課長職を中心に、課長補佐職から部長職まで視野に入れた研修体系を整備し、「日産ウェイ」の実践促進の機会および業務マネジメントと対人マネジメントを段階的に伸ばしていく機会を提供しています。欧米では、「日産ウェイ」を実践している高業績者の行動特性を活用したプログラム「日産ウェイリーダーシップアカデミー」を課長職を対象に実施し、人財育成に取り組んでいます。

### グローバルに展開する技術教育

日産のグローバル展開を強化するには、全世界で働く従業員一人ひとりの技術力を向上させることが不可欠です。研究開発部門および生産部門では、日本ならびにすべての地域で従業員の技術力を高めることができるよう、成長の機会を平等に提供しています。

研究開発部門で行っているグローバルトレーニングプログラムの受講者数(2013年度以降は計画)



▶▶ page\_88

\* 中期経営計画「日産パワー88」の詳細を掲載しています

目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーシチズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	従業員	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

### 経営層やリーダーの育成

日産が培ってきた知識や経験を次世代に継承するためのリーダーシップ研修や、実際に解決すべき課題に取り組むアクションラーニング、多様性への理解を促進するカルチャーダイバーシティ研修などを実施したり、部署・部門や地域を超えた戦略的な異動・ローテーションを積極的に実施したりすることで、将来のマネジメント層や専門性を持った人財の計画的な育成を目指しています。さらに日産が復活の過程で学んできた知識や経験の結晶である「日産ウェイ」を従業員がより理解し実践できるよう、リーダー層から率先して「日産ウェイワークショップ」に参加し自らが「日産ウェイ」を職場で体現していくなど、「日産ウェイ」の浸透にも力を注いでいます。これらのリーダーシップ研修プログラムや戦略的人財マネジメントシステムは、グローバルに実施されています。

### コミュニケーションの強化

日産では、全従業員への意識調査を経営の質と従業員のモチベーションの向上に生かしています。また、すべての従業員がタイムリーに必要な情報を入手できるよう配慮しています。

### 「従業員意識調査」の実施

日産は、全従業員への意識調査をグローバルに実施し、その結果から日産のグローバル全体および各職場での強みや改善点を特定し、日産が継続して成長し、従業員一人ひとりが働きやすい会社になるよう改善策を実行しています。また、改善策の成果については、日産全体および地域・部門ごとに分析し、特定された課題は各マネジメント層がアクションプランを策定・実行します。

### コミュニケーションツールを強化

日産では社内のコミュニケーションツールとして、イントラネット「WIN」を運用しています。開設以来、常に新しい技術を導入しながら従業員同士の積極的な情報共有や連携を促進してきました。日本・北米・欧州に続き、現在はその他の海外地域や主要関係会社においても「WIN」の運用を開始しています。また、社内報「NISSAN NEWS」や社内ケーブルテレビを活用して、生産現場で働く従業員一人ひとりに多様な情報を確実に伝え、全従業員がタイムリーに情報を入手できるように配慮しています。

さらに、従業員が会社の商品をより深く理解し、社外の方に自社商品の特徴や魅力を伝えられるよう、従業員向けの新車発表会や試乗会を実施しています。参加者からは「自社商品をよりよく知ることによって会社に対する誇りが強まり、仕事へのモチベーションが上がった」などの声が寄せられており、これらの取り組みが日産の魅力をアピールする「ブランド大使」を増やす機会となっています。

### 従業員交流促進ツール「Nスクエア」

従業員がより良い会社生活を送るためのコミュニケーションツールとして、社内SNS「Nスクエア」を2009年度から開設しています。さまざまなテーマのコミュニティを通じて、従業員同士の交流を促進し、情報収集の場としても活用できるツールで、現在300以上のコミュニティが登録されています。

ソーシャルネットワーキングの重要性が高まる中、今後はさらに改善・拡大していく予定です。

目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーシズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	従業員	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

### 経営者層と従業員の意見交換会

日産では、透明性のあるコミュニケーションを通して社内の相互理解と信頼を深めることができるよう、経営者層と従業員が直接対話する「意見交換会」を実施しています。経営陣が会社の現況や重要なメッセージを伝えるとともに、従業員からの質問に直接答えるもので、日産グローバル本社をはじめ、世界中の拠点でオープンな意見交換を頻繁に行っています。さらに、「新興国事業」「環境技術」「品質」「ブランド」などテーマごとの意見交換会も実施しており、今後も双方向コミュニケーションを図る重要な機会として継続的に実施していきます。

### 安全な職場の構築

**日産では、作業者の負担低減と生産性向上に向けた改善活動を進めています。同時に、従業員の健康面についても最優先で確保していくことを全社的な方針として確認しています。**

### 労働安全基準のグローバルな標準化

従業員が最大限に力を発揮できるようにするには、一人ひとりの健康や安全に配慮した職場づくりが欠かせません。

日産では、職場環境に潜在する問題を積極的に洗い出し、その対応策を講じ、従業員の働きやすさを高めるよう努めています。2010年には世界各地の拠点で異なっていた労働安全に関する指標をグローバルで標準化し、3ヵ月ごとに世界各地の職場の状況を把握しています。

### 生産ラインの環境改善

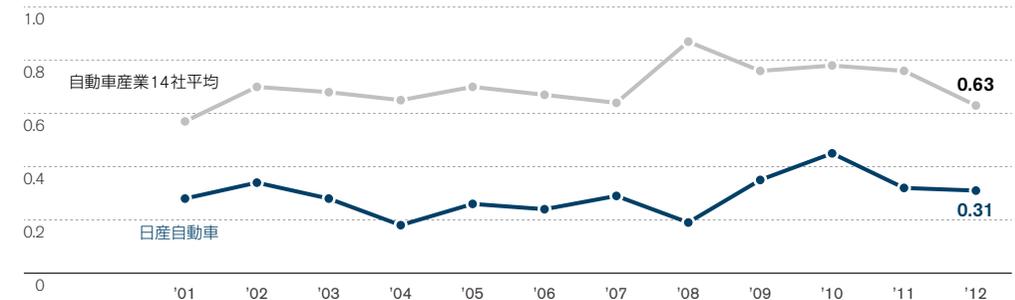
「人にやさしいモノづくり」を理念に掲げる日産では、継続的に作業環境の構築に取り組んでいます。夏期の気温の高い日の作業現場は身体的負担も大きく、熱中症にかかる危険もあります。そのため、特に作業量が多い職場については工場内の冷風化や給水タイムの設定などを積極的に推進し、快適な環境で作業ができるように常に改善を心がけています。

### 安全な職場づくり

日産では独自に開発した安全管理診断手法とともに、リスクアセスメントの手法を導入し、工場における労働災害リスクを事前に回避する、危険ゼロの職場づくりに取り組んでいます。安全を脅かす労働災害リスクを回避するため、世界の各拠点から研修生を受け入れ、労働安全に関する実習を行い、安全の確保に努めています。

2007年4月には日産自動車安全衛生基本方針を新たに策定し、従業員の安全はもちろんのこと、健康面についても最優先で確保していくことを全社的な方針として確認しています。

### 労働災害発生概況(全度数率)



全度数率：全災害件数÷延べ労働時間×100万  
 出典：日本自動車工業会「自動車産業労働災害統計表」

目次・使い方	はじめに	CEOメッセージ	COOメッセージ	ブルーシチズンシップ —日産のCSR—	ルノーと日産のアライアンス	CSRデータ集	第三者意見
環境	安全	社会貢献	品質	バリューチェーン	従業員	経済的貢献	コーポレートガバナンス・内部統制

**災害情報をグローバルに共有**

生産現場ではときに思わぬ災害が発生し、従業員が負傷してしまうことがあります。そうした場合には、同類の災害が再発しないよう最大限の努力をすることが何より重要です。日産では、「なぜ?」を繰り返すことによりその発生原因を徹底して究明し、その内容をグローバルの生産拠点に周知・共有化することで、同様の災害を発生させない努力を継続しています。

**労働安全のリスク管理**

作業員一人ひとりが災害のリスクに気づき、災害を起こさないため、国内の事業所では危険予知トレーニング(KYT)を2011年から組織的に実施しています。このトレーニングによって作業員の危険感受性が養われ、作業員が労働災害に巻き込まれるリスクを減らすことができます。この手法そのものは以前から導入されていましたが、繰り返し実施することでレベルアップを図っています。

**専門性の高いメンタルヘルスケア**

日産は精神科の医師を中心とする専門チームを結成し、従業員の精神面のケアにあたっています。2005年からは外部の専門機関との連携により、予防・早期発見から治療まで一貫したサービスを提供する「EAP」\*を導入。2007年度以降は、プログラムの対象を生産ラインで働く従業員にも広げ、従業員とその家族も相談・受診やカウンセリングが利用できるようにしています。さらに、医師からの助言を電子メールまたは手紙で受け取れる「ストレスチェック」を毎年実施するなど、従業員のプライバシーにも配慮した、専門性の高いケアプログラムを提供しています。2011年度から、従業員一人ひとりの心を強くすることに重点を置いた内容をメンタルヘルス研修に加え、幅広い方面からメンタルヘルスケアを推進しています。

\* EAP: Employee Assistance Program (従業員支援プログラム)