

目次	Corporate direction	環境	社会性	ガバナンス	データ集・索引				
社会性に関する方針・考え方	人権	交通安全	ダイバーシティ & インクルージョン	製品安全 および品質	サプライチェーン マネジメント	人財育成	労働慣行	従業員の健康と安全	地域社会への貢献

労働慣行 労働者の権利の尊重

労働者の権利の尊重に関する方針・考え方

日産は、国連が提唱する「人権・労働・環境・腐敗防止」についての普遍的原則である「国連グローバル・コンパクト」に2004年から参加しており、「国連グローバル・コンパクトの10原則」に基づいてサステナビリティ戦略のマネジメントを推進。「日産の人権尊重に関する基本方針」に基づき、従業員の基本的権利を尊重すべくさまざまな活動を強化しています。

* 「日産の人権尊重に関する基本方針」に関する詳細はこちらをご覧ください
https://www.nissan-global.com/JP/SUSTAINABILITY/LIBRARY/HUMAN_RIGHTS/ASSETS/PDF/nissan_human_rights_policy_j.pdf
[>>> P092](#)

労働者の権利の尊重に関するマネジメント

日産は、「グローバル行動規範」の「多様性の尊重と機会平等」において、従業員や取引先、お客さま、地域社会の多様性を評価・尊重し、差別やいやがらせは、どんな形・程度にせよ容認しないことを定めています。役員および従業員が相互の人権を尊重し、人種、国籍、性別、宗教、障がい、年齢、出身、性自認、性的指向、その他の理由による差別やいやがらせを行うことや、その状態を容認することを認めない旨を規定しています。また、職場におけるセクシュアル・ハラスメントやその他のハラスメント(いやがらせ)を許さないという立場で、男女を問わず、すべての従業員が被害に遭わないよう、防止に努めています。また、グローバル行動規範を含むすべての内部規程に対する違反行為に関

しては、SpeakUp*1というシステムの導入により、内部通報が可能となっています。

* 「グローバル行動規範」に関する詳細はこちらをご覧ください
https://www.nissan-global.com/JP/SUSTAINABILITY/LIBRARY/ASSETS/PDF/NISSAN_GCC_J.pdf

*1 内部通報システムに関する詳細はこちらをご覧ください
[>>> P180](#)

* 人権に関する取り組みの詳細はこちらをご覧ください
[>>> P092](#)

* ビジネス倫理の遵守のマネジメントはこちらをご覧ください
[>>> P180](#)

従業員が安心して働ける職場環境の構築

日産では、人を中心に捉えた企業文化の醸成という考え方に基づき、従業員が安心して働ける職場環境の構築に取り組んでいます。そのうえで従業員の人権を尊重することは組織として不可欠であり、日産では体系的に取り組むための仕組みづくりを行っています。

2021年には社内における従業員の人権尊重に関する具体的な取り組み方を取りまとめた「日産グローバル人権ガイドライン」を公開しました。同ガイドラインでは日産の事業活動に照らし合わせ、7つのテーマを設定しています。日産では同ガイドラインに基づき、事業全体で従業員に対する人権尊重の取り組みをより一層強化しています。

* 「日産グローバル人権ガイドライン」の詳細はこちらをご覧ください
https://www.nissan-global.com/JP/SUSTAINABILITY/LIBRARY/HUMAN_RIGHTS_GUIDELINE/index.html

目次	Corporate direction	環境	社会性	ガバナンス	データ集・索引				
社会性に関する方針・考え方	人権	交通安全	ダイバーシティ & インクルージョン	製品安全 および品質	サプライチェーン マネジメント	人財育成	労働慣行	従業員の健康と安全	地域社会への貢献

労働者の権利の尊重に関する実績

「Happy8」による働き方の拡大

日産では働き方改革「Happy8」を通して、従業員一人ひとりの価値観やライフニーズに応じた幅広い働き方ができる職場づくりに取り組んでいます。

* 働き方改革「Happy8」の詳細はこちらをご覧ください

[>>> P113](#)

人権デューデリジェンス・アセスメントへの取り組み

日産は、自社のグローバルな各拠点において、従業員の人権が確実に尊重され、安心して働ける環境、また、必要に応じて現地の法律を尊重し国際基準を業務に取り入れる環境を実現するべく、人権デューデリジェンスの一環として人権アセスメントを実施しています。アセスメントを通して改善が必要と判断された場合には改善策を検討し、必要に応じて実行に移し、結果について社外へ開示を行うプロセスを策定し、各拠点への適用を進めています。2021年度は、調査票を用いた人権に関する自己評価の結果に基づき、外部NPO団体の協力のもと、北米日産にて人権アセスメントを実施しました。アセスメントでは現地の法律を逸脱する事案は指摘されませんでした。北米日産にて取り組みの見直しを検討できる領域について確認をしました。アセスメントの内容を社内にて精査し、必要に応じて社内基準の見直しなどの対応について立案と実行を進めていきます。

* 2021年度に実施した人権デューデリジェンス・アセスメントの詳細はこちらをご覧ください

[>>> P094](#)

目次	Corporate direction	環境	社会性	ガバナンス	データ集・索引				
社会性に関する方針・考え方	人権	交通安全	ダイバーシティ & インクルージョン	製品安全 および品質	サプライチェーン マネジメント	人財育成	労働慣行	従業員の健康と安全	地域社会への貢献

労働慣行 従業員との対話

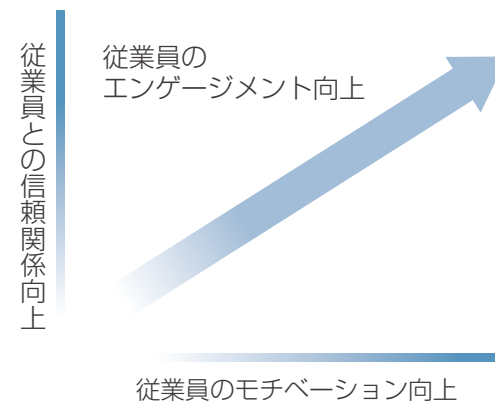
従業員との対話に関する方針・考え方

社会やビジネスの急激な変化に対応しながら、企業が新たな価値を提供し続けるためには、従業員がコーポレートパーパスやミッションに共感し、その実現に向けて意識を高めることが重要になります。

日産では、コーポレートとブランドの価値を向上・維持し、短期および長期のビジネス上の目標達成を支援することを目的に、社内外のコミュニケーション活動を展開。社内コミュニケーションにおいては、すべての従業員が日産に愛着を感じ、積極的に課題に取り組もうという意欲(エンゲージメント)が向上し、「アンバサダー」として日産の価値を高める活動を自発的に行えるように、さまざまな情報をグローバルに発信しています。

従業員との対話における指針

従業員のエンゲージメントを向上させるためのコミュニケーションの指針として、日産は「信頼関係の向上」と「モチベーションの向上」の2つを定めています。さまざまなコミュニケーションツールを活用してビジネスや製品、ブランドに対する理解促進を図り、その方向性を従業員に示すことで、日常の仕事や会社の将来に自信を持てるようにします。また、従業員がモチベーションを高め、日産の一員だと感じることでできるイベントや機会を提供することで、日産の従業員であることに誇りを持ち「日産の持続的な成長に貢献したい」という意識の醸成を図っています。



目次	Corporate direction	環境	社会性	ガバナンス	データ集・索引				
社会性に関する方針・考え方	人権	交通安全	ダイバーシティ & インクルージョン	製品安全 および品質	サプライチェーン マネジメント	人財育成	労働慣行	従業員の健康と安全	地域社会への貢献

従業員との対話のマネジメント

グローバルの生産拠点や事業所で十数万人の従業員が働く日産では、企業理念や経営戦略を浸透させ、従業員一人ひとりのモチベーション、エンゲージメントを高めるとともに、ガバナンスを強化するためにも、社内コミュニケーションを充実させることが重要です。

そのため、本社の広報部門を中心に、グローバルの全従業員を対象としたイントラネットなどで情報発信を行うほか、部長層からのカスケードのための資料配布、地域ごとの情報発信など、きめ細かいコミュニケーションに力を入れています。また、定期的に経営層と従業員の意見交換の場も設けて、信頼関係の向上に努めています。さらに、こうした社内コミュニケーション活動についての従業員の意見を吸い上げ、経営層にも共有し、常に改善に努めています。

社内コミュニケーションの活動内容については年度ごとにアクションプランを策定し、コミュニケーションの量と質を向上させています。その効果については年に1回、社内コミュニケーション全般についての従業員調査を実施するほか、企画ごとにアンケートを実施し、その結果を以降のコミュニケーション計画や、次年度のアクションプランに反映させています。

日産は従業員との対話によって持続的な成長に向けての意識を共有し、全社一丸となって前進します。

従業員との対話の実績

日産の事業活動がグローバルに広がる中、企業も従業員もともに成長していくためには、従業員が日産の進む方向性を理解し、目標達成に向けて自発的に力を発揮しようとするのが大切です。従業員が会社の目標達成に取り組み、チャレンジすることが従業員自身の成長につながる一方、コーポレートパーパスの実現にも貢献します。すべての従業員がエンゲージメントを向上できるように、日産では従業員とのコミュニケーションを強化しています。

信頼関係向上とモチベーション向上を軸にコミュニケーションを強化

日産は事業構造改革「Nissan NEXT」*を推進していますが、この目標を達成するには、すべての従業員が日産のコーポレートパーパスに共感し、「Nissan NEXT」の意義を理解する必要があります。また、従業員が企業の取り組みや業績に自信を持つことも不可欠です。一方で、自発的に業務に取り組む意欲を高めるには、従業員のモチベーションも向上させなければなりません。日産では、従業員との信頼関係向上と従業員のモチベーション向上という2つの軸で社内コミュニケーション活動を行っています。

* 「Nissan NEXT」に関する詳細はこちらをご覧ください
<https://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/PLAN/NEXT/>

目次	Corporate direction	環境	社会性	ガバナンス	データ集・索引				
社会性に関する方針・考え方	人権	交通安全	ダイバーシティ & インクルージョン	製品安全 および品質	サプライチェーン マネジメント	人財育成	労働慣行	従業員の健康と安全	地域社会への貢献

コミュニケーションツールの強化

従業員と企業が信頼関係を向上させるうえで重要になるのが、公正で透明性の高い情報開示です。日産では決算など業績に関する情報を従業員にタイムリーに提供しています。

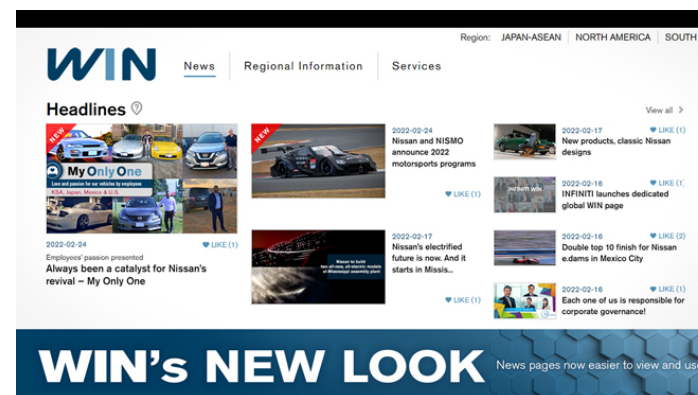
モチベーションの向上に関しては、日産の製品やサービス、電動化など技術に関する理解を促進するためタイムリーに情報を発信し、関心を喚起しています。また、自動運転技術の開発、コネクテッド技術を活用した新たなサービスなど、長期的な取り組みに関する情報を積極的に提供しています。

各部門や役員との連携を深め、信頼関係向上とモチベーション向上のどちらにも貢献する情報に関しても積極的に発信しています。具体的には、年度初頭にCEOが前年度の業績や新年度の方向性を従業員に説明する「社長講話」があります。また、ウェブ会議サービスを活用したエグゼクティブ・コミッティ(EC: Executive Committee)のメンバーと部長層とのライブミーティング「MIE (Management Information Exchange)」も実施しています。

さらに、従業員が会社の製品をより深く理解し、社外の方に自社製品の特徴や魅力を伝えられるよう、従業員に対して、新車発表会や重要な企業発表案件などのライブストリーミング視聴を促進しています。これらの取り組みが日産の魅力アピールする「アンバサダー」を増やす良い機会となっています。

グローバルすべての従業員が閲覧できるイントラネット「WIN (Workforce Integration @ Nissan)」は開設以来、従業員の積極的な情報共有や連携を促進しており、主要関係会社においても「WIN」の利用をはじめました。2021年

度末には、約5年ぶりにWINのデザインをリニューアルし、使いやすさを向上しました。今後もグローバル社内広報部では従業員からの意見に耳を傾け、さらなるイントラネット(WIN)の品質向上を目指していきます。



リニューアルした「WIN」

2014年度からは、日産のグローバルでの業務内容や実績・成果、会社の目指す方向性などを簡潔にまとめた「エンゲージメントキット」の発行を開始しました。部長層に毎月配布し、スタッフと情報共有する際のコミュニケーションツールとして活用されています。また、日本国内では工場など生産現場で働く従業員向けに、紙媒体である「NISSAN NEWS」を毎月発行するほか、従業員用食堂や執務室のTVモニターで社内情報番組を放映するなど、必要な情報を確実にタイムリーに伝えるよう配慮しています。

目次	Corporate direction	環境	社会性	ガバナンス	データ集・索引				
社会性に関する方針・考え方	人権	交通安全	ダイバーシティ & インクルージョン	製品安全 および品質	サプライチェーン マネジメント	人財育成	労働慣行	従業員の健康と安全	地域社会への貢献

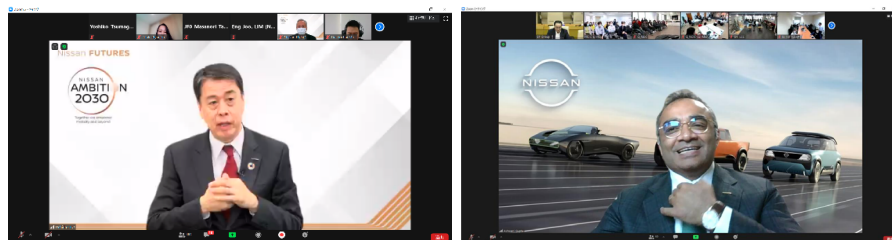
経営層と従業員のコミュニケーションを強化

「Nissan NEXT」の柱である「最適化」、「選択と集中」により確実にリカバリーと着実な成長を果たし、新しい時代の中で「日産らしさ」を取り戻すには、従業員との対話を増やし、なぜ日産が事業の構造改革に取り組むのかを理解してもらうことが重要になります。

日産では、毎年実施している「社長講話」や「MIE」に加えて、会社の重要な発表を行う際、従業員の一層の理解促進を目的に、对外発表の前後にも対話形式（2 way）のタウンホールミーティングなどを開催しています。

2021年度は、11月に長期ビジョン「Nissan Ambition 2030」発表後、従業員向けのタウンホールミーティングをリージョンごとに実施しました。従業員がCEOまたはCOOとオンラインで直接対話する形式を採用したこともあり、参加した従業員からの反応も非常に良く、「モチベーションが高まった」などといったポジティブな声が多数寄せられました。

また、こうした重要案件の発表後やイベントの実施後の従業員の反響をタイムリーに経営陣にインプットすることで、社内広報は従業員の受け止めや思いを経営層にフィードバックするという役割も担っています。



「Nissan Ambition 2030」に関するタウンホールミーティング

トップマネジメントとの直接対話の機会に関しては、「増やしてほしい」という声が多く寄せられており、より細やかに従業員と対話ができるよう、地域ごとに対象者を絞ったラウンドテーブルも2020年度より順次実施しています。

経営層と従業員の意見交換会

信頼関係の向上のためには、従業員の考えや意見を把握し、それらを経営層と共有することが大切です。日産では事業構造改革「Nissan NEXT」達成に向け、従業員の自信につながるような情報発信に取り組んでいますが、その効果を調査し、KPI*として継続的に社内コミュニケーション活動に反映させています。従業員へのアンケート調査を定期的に行い、その結果を経営層へ報告、共有するとともに、調査結果に基づいて誰に何を伝えなければならないかというターゲットを明確に定めて企画を立て、PDCA（Plan-Do-Check-Act）サイクルを回しながら社内コミュニケーション活動を推進しています。

* KPI：Key Performance Indicators の略。重要業績評価指標

