

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| ■ はじめに                           | 1         |
| ■ CEOメッセージ                       | 2         |
| ■ CSR対談                          | 5         |
| <b>日産のCSR</b>                    | <b>10</b> |
| ● 日産のCSRの発展プロセス                  | 11        |
| ● 日産CSR重点9分野                     | 17        |
| ● 日産CSRスコアカード                    | 20        |
| ● ステークホルダー エンゲージメント2006          | 24        |
| ■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス             | 25        |
| ● 「日産バリューアップ」進捗状況・<br>2006年度決算概況 | 26        |
| ● コーポレートガバナンス                    | 29        |
| ■ ステークホルダーへの価値の向上                | 36        |
| ● お客様のために                        | 37        |
| ● 株主・投資家の皆さまとともに                 | 44        |
| ● 社員とともに                         | 46        |
| ● ビジネスパートナーとともに                  | 54        |
| ● 社会とともに                         | 60        |
| ■ 地球環境の保全                        | 71        |
| ■ 安全への配慮                         | 100       |
| ■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ            | 110       |
| ● パフォーマンスデータ                     | 116       |
| ● 事業等のリスク                        | 118       |
| ● 第三者意見書                         | 119       |

# 日産のCSR

フーガ



## Nissan's Approach to CSR

短期視点と長期視点のバランスを追求

# Nissan's Approach to CSR

## 日産のCSRの発展プロセス



- はじめに 1
- CEOメッセージ 2
- CSR対談 5
- 日産のCSR 10
  - 日産のCSRの発展プロセス 11
  - 日産CSR重点9分野 17
  - 日産CSRスコアカード 20
  - ステークホルダー エンゲージメント2006 24
- 事業活動報告・コーポレートガバナンス 25
  - 「日産バリューアップ」進捗状況・2006年度決算概況 26
  - コーポレートガバナンス 29
- ステークホルダーへの価値の向上 36
  - お客様のために 37
  - 株主・投資家の皆さまとともに 44
  - 社員とともに 46
  - ビジネスパートナーとともに 54
  - 社会とともに 60
- 地球環境の保全 71
- 安全への配慮 100
- 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ 110
  - パフォーマンスデータ 116
  - 事業等のリスク 118
  - 第三者意見書 119

## CSRは短期視点と長期視点のバランスを見直す プロセスマネジメントツール

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？

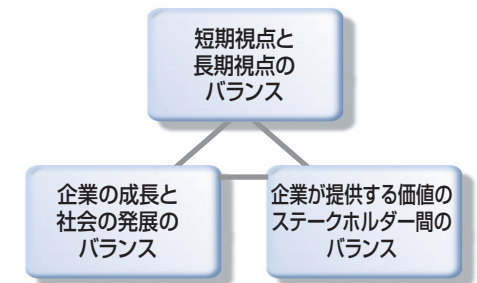
CSRの定義はグローバルにさまざまな形で議論され続けていますが、日産ではCSRを次のように定義づけています。

CSRとは、さまざまなビジネスの領域において、次の3つのバランスを追求するプロセスマネジメントである。

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

これら3つのバランスを追求することで、企業はあらゆるステークホルダーの信頼を獲得し、ひいては、持続的な利益ある成長を果たすことができると考えます。

CSRとは、企業活動のあらゆる領域において、以下の3つのバランスを追求する活動



|                         |     |
|-------------------------|-----|
| ■ はじめに                  | 1   |
| ■ CEOメッセージ              | 2   |
| ■ CSR対談                 | 5   |
| ■ 日産のCSR                | 10  |
| ● 日産のCSRの発展プロセス         | 11  |
| ● 日産CSR重点9分野            | 17  |
| ● 日産CSRスコアカード           | 20  |
| ● ステークホルダー エンゲージメント2006 | 24  |
| ■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス    | 25  |
| ● 「日産バリューアップ」進捗状況・      |     |
| 2006年度決算概況              | 26  |
| ● コーポレートガバナンス           | 29  |
| ■ ステークホルダーへの価値の向上       | 36  |
| ● お客様のために               | 37  |
| ● 株主・投資家の皆さまとともに        | 44  |
| ● 社員とともに                | 46  |
| ● ビジネスパートナーとともに         | 54  |
| ● 社会とともに                | 60  |
| ■ 地球環境の保全               | 71  |
| ■ 安全への配慮                | 100 |
| ■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ   | 110 |
| ● パフォーマンスデータ            | 116 |
| ● 事業等のリスク               | 118 |
| ● 第三者意見書                | 119 |

## 中期経営計画「日産バリューアップ」期間中のCSR発展プロセス

日産では、現在実施している中期経営計画「日産バリューアップ」の期間中において、次のような発展プロセスを描いてCSRの進展を図っています。

- 2005年度:日産のCSRを定義づける年
- 2006年度:日産のCSRを体系化する年
- 2007年度:日産のCSRを社会に伝えていく年

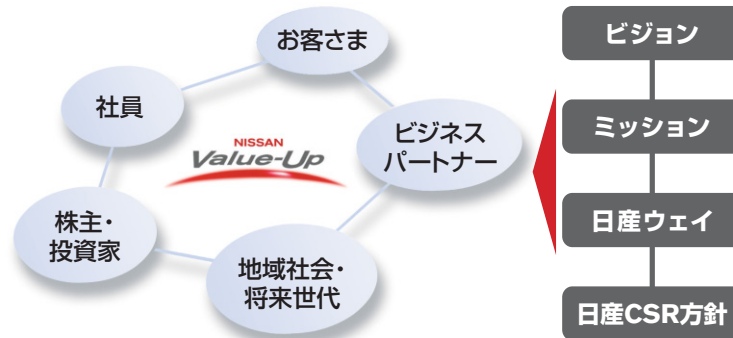
### 2005年度の振り返り:日産のCSRを定義づける年

発展プロセス初年度の2005年度は、「日産CSR方針」「日産CSR重点9分野」を定めることで日産のCSRの定義づけを行い、その重点9分野の進展を管理するために「CSR ステアリング コミッティを設立すること」を機関決定しました。

#### 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29ページ参照

#### 日産CSR重点9分野

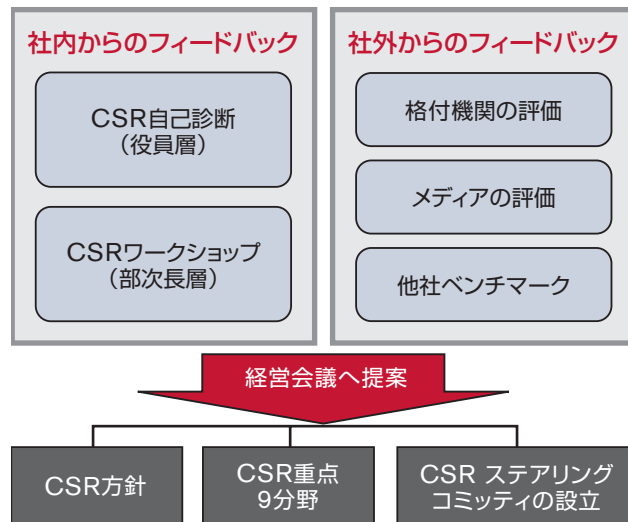
|   |   |   |
|---|---|---|
| <p><b>誠実</b></p> <p>公平・公正を旨とし、社員は日産グローバル行動規範に則って、事業を営むあらゆる場所で倫理的に行動します。</p> | <p><b>品質</b></p> <p>世界で高品質が認められる製品やサービスを創造します。</p>                    | <p><b>安全</b></p> <p>技術の革新に加え、安全推進活動に積極的に取り組み、クルマ社会をより安全なものにしていきます。</p>          |
| <p><b>経済的貢献</b></p> <p>持続的な利益ある成長を目指します。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などにより、地域社会や人びとの繁栄に寄与します。</p>                 |

日産のCSRの発展プロセス

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| ■ はじめに                  | 1   |
| ■ CEOメッセージ              | 2   |
| ■ CSR対談                 | 5   |
| ■ 日産のCSR                | 10  |
| ● 日産のCSRの発展プロセス         | 11  |
| ● 日産CSR重点9分野            | 17  |
| ● 日産CSRスコアカード           | 20  |
| ● ステークホルダー エンゲージメント2006 | 24  |
| ■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス    | 25  |
| ● 「日産バリューアップ」進捗状況・      |     |
| 2006年度決算概況              | 26  |
| ● コーポレートガバナンス           | 29  |
| ■ ステークホルダーへの価値の向上       | 36  |
| ● お客さまのために              | 37  |
| ● 株主・投資家の皆さまとともに        | 44  |
| ● 社員とともに                | 46  |
| ● ビジネスパートナーとともに         | 54  |
| ● 社会とともに                | 60  |
| ■ 地球環境の保全               | 71  |
| ■ 安全への配慮                | 100 |
| ■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ   | 110 |
| ● パフォーマンスデータ            | 116 |
| ● 事業等のリスク               | 118 |
| ● 第三者意見書                | 119 |

CSR方針の策定と重点分野の設定にあたってまず行ったことは、社内外のフィードバックを集めることでした。社内フィードバックは役員層と部次長層に分けて集約。役員層においては、経営陣の頭の中にあるCSR観点でみた日産の強みと弱みを把握するために、「自己診断インタビュー」(14ページ参照)を取締役を含む12名の役員を対象に実施しました。続いて、部次長層を対象に同じくCSR観点でみた日産と強みと弱みを把握するために、海外拠点の代表者を含むあらゆる部門の部次長約50名を集めて「CSRワークショップ」(14ページ参照)を開催しました。

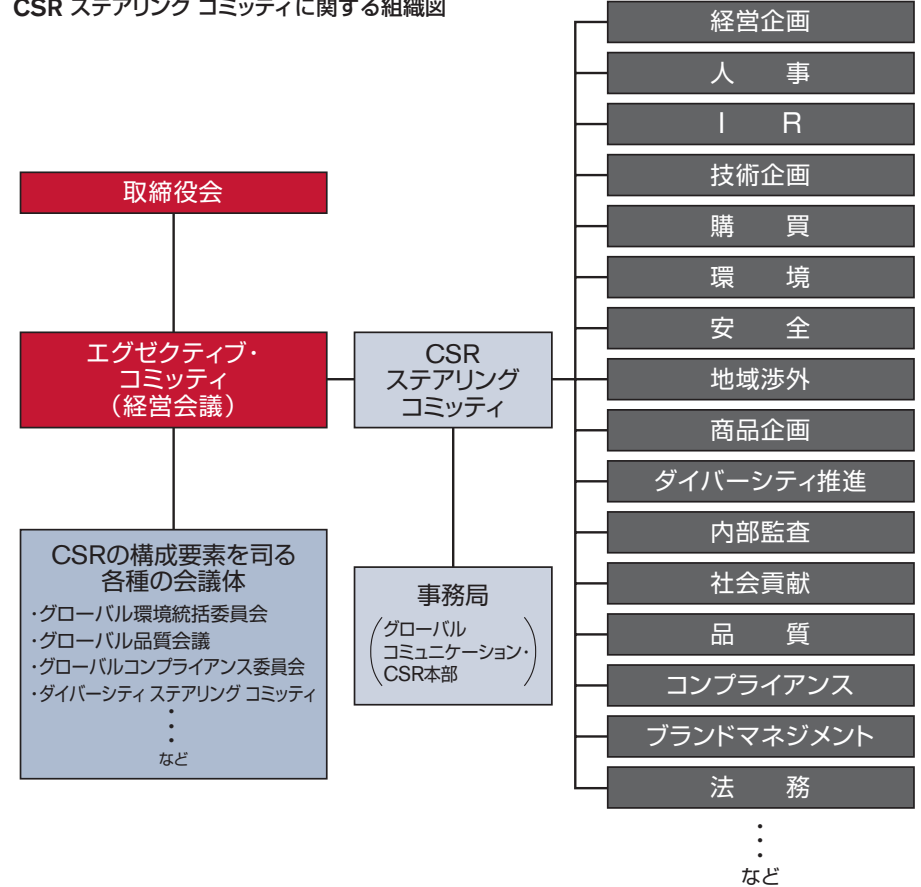
一方、社外からのフィードバックに関しては、世界各地の格付機関の評価、メディアの評価、他社ベンチマークをそろえました。以上の社内外からのフィードバックを分析・統合し、「日産CSR方針」「日産CSR重点9分野」を策定、重点分野の進展を管理するための「CSR ステアリング コミッティの設立」とあわせ、2005年度末(2006年3月)の経営会議において機関決定しました。



CSR ステアリング コミッティのミッション

- 重点9分野において、CSRで求められる3つのバランスを追求すること
1. 短期視点と長期視点のバランス
  2. 日産の成長と社会の発展のバランス
  3. 日産が提供する価値のステークホルダー間のバランス

CSR ステアリング コミッティに関する組織図



日産のCSRの発展プロセス

14 Nissan Sustainability Report 2007

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| ■ はじめに                  | 1   |
| ■ CEOメッセージ              | 2   |
| ■ CSR対談                 | 5   |
| ■ 日産のCSR                | 10  |
| ● 日産のCSRの発展プロセス         | 11  |
| ● 日産CSR重点9分野            | 17  |
| ● 日産CSRスコアカード           | 20  |
| ● ステークホルダー エンゲージメント2006 | 24  |
| ■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス    | 25  |
| ● 「日産バリューアップ」進捗状況・      |     |
| 2006年度決算概況              | 26  |
| ● コーポレートガバナンス           | 29  |
| ■ ステークホルダーへの価値の向上       | 36  |
| ● お客様のために               | 37  |
| ● 株主・投資家の皆さまとともに        | 44  |
| ● 社員とともに                | 46  |
| ● ビジネスパートナーとともに         | 54  |
| ● 社会とともに                | 60  |
| ■ 地球環境の保全               | 71  |
| ■ 安全への配慮                | 100 |
| ■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ   | 110 |
| ● パフォーマンスデータ            | 116 |
| ● 事業等のリスク               | 118 |
| ● 第三者意見書                | 119 |

役員層向け「自己診断インタビュー」

日産では2005年秋に、12名の役員層を対象に自己診断プログラム「CSRイノベーション」を実施しました。これは、日本・北米・欧州の経営者からなるグローバルネットワーク「経済人コー円卓会議」\*により開発されたツールで、1994年に同会議により策定された「企業行動方針」に基づいて設計されています。このプログラムでは、各役員がインタビューーとの直接対話を通して、多様な切り口による49の設問に答え、その結果を分析し役員層がどのような認識を持っているかを客観的に把握します。この「CSRイノ

ベーション」の実施は、本来の目的に加え、役員層がCSRの視点からあらためて自社の経営のあり方を考える機会にもなりました。

この自己診断を通じて、右記のような強みと課題が抽出されました。

\*経済人コー円卓会議 (Caux Round Table: CRT) は、各国のビジネスリーダーらにより1986年にスイスのコーに創設され、主に企業倫理やCSRといった経済・社会関係の健全な発展に寄与するために活動しています。

<強み>

- ・ダイバーシティ(多様性)の取り組み
- ・透明性の確保に向けたさまざまな取り組み
- ・クルマの高リサイクル率の実現と業界におけるリーダーシップの発揮 など

<課題>

- ・社会全体の発展への貢献がまだ不十分
- ・ビジネスと環境・社会面の取り組みの両立
- ・日本、北米、欧州以外の地域での対応 など

部次長層向け「CSRワークショップ」

日産ではCSRの活動を、社会に対してより大きな価値を創造する方法で、日常の業務を実践していくこととらえています。こうした考えに基づき、日産の社会的責任という観点から、各部門で日々行われている業務を見つめ直し、課題を認識する機会として、2005年秋に社内ワークショップを行いました。

このワークショップには、欧州、北米の代表者を含む関連部門の部次長約50名が参加。グローバル社会において企業の役割がどのように変化しているか、ステークホルダーが企業に期待することは何かなど、基本的な考えや世界動向についての情報を共有した後、日産の強みと課題、将来に向けての目指すべき方向、重点的に取り組むべき分野などについて議論を行いました。

このワークショップにおける議論の結果は、CSR方針および重点9分野の設定に生かされました。

ワークショップ参加部門

経営企画、ブランドマネジメント、購買、技術企画、品質、マーケティング、アフターセールス、物流、生産、環境・安全、ダイバーシティ推進、社会貢献、関係会社管理、販売会社支援、産業機械事業、リサイクル推進、ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェア推進、中国事業、欧州日産、北米日産、一般海外市場、地域渉外、人事、広報、IR、経理、内部監査、法務など



社内ワークショップ

2006年度の振り返り:日産のCSRを体系化する年

2006年度は、前年度に策定した日産のCSRの定義である「日産CSR方針」「日産CSR重点9分野」に基づいて、「日産のCSRを体系化する年」でした。

4月に重点9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 コミッティを組織化し、5月に2006年度上半期のCSR ステアリング コミッティを開催、重点9分野ごとにCSR観点でみた将来のリスク・オポチュニティについての議論を行いました。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用い、重点9分野ごとに議論を進めています。(15ページ参照)

6月には、サステナビリティレポートの2006年版を前年に続き株主総会にあわせて発行。総会の会場では、CSR活動に関するパネル展示を実施し、総会後はステークホルダーエンゲージメントの一環として、ゴーン社長はじめ役員全員が出席し、株主との懇談会を実施しました。

7月には、SRI(社会的責任投資)の動向を探るイベント「SRIファンドマネジメントカンファレンス」(東京)に協賛、CSR担当役員による講演や、グローバルな有力CSR格付機関各社との意見交換を行いました。



6月: CSR活動に関するパネルを展示



7月: SRIファンドマネジメントカンファレンス

日産のCSRの発展プロセス

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| ■ はじめに                  | 1   |
| ■ CEOメッセージ              | 2   |
| ■ CSR対談                 | 5   |
| ■ 日産のCSR                | 10  |
| ● 日産のCSRの発展プロセス         | 11  |
| ● 日産CSR重点9分野            | 17  |
| ● 日産CSRスコアカード           | 20  |
| ● ステークホルダー エンゲージメント2006 | 24  |
| ■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス    | 25  |
| ● 「日産バリューアップ」進捗状況・      |     |
| 2006年度決算概況              | 26  |
| ● コーポレートガバナンス           | 29  |
| ■ ステークホルダーへの価値の向上       | 36  |
| ● お客さまのために              | 37  |
| ● 株主・投資家の皆さまとともに        | 44  |
| ● 社員とともに                | 46  |
| ● ビジネスパートナーとともに         | 54  |
| ● 社会とともに                | 60  |
| ■ 地球環境の保全               | 71  |
| ■ 安全への配慮                | 100 |
| ■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ   | 110 |
| ● パフォーマンスデータ            | 116 |
| ● 事業等のリスク               | 118 |
| ● 第三者意見書                | 119 |

8月には、東京の大手キー局の夜のニュース番組で、SRIの動向とあわせ、日産のCSRへの取り組みを特集。そのほか新聞、経済誌などでの記事とあわせ、いずれも社外ステークホルダーとの意見交換のための良い接点となりました。

10月には、社外のCSR有識者3名を招き、CSR ステアリング コミッティメンバーとの意見交換会を開催。サプライチェーンにおけるCSRマネジメント、中でも人権マネジメントをテーマに議論を行いました。



アムネスティ・インターナショナル日本  
寺中 誠氏



経済産業研究所  
藤井 敏彦氏



新日本監査法人  
大久保 和孝氏

同じく10月には、世界各地から環境の有識者を招き、環境ステークホルダーダイアログを開催。日産のグローバル環境統括委員会議長である志賀COOをはじめ関係者が参加し、意見交換を行いました。ここで得られたフィードバックを、同12月に発表した中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2010」に反映しました。

11月には、2年に一度発表されるCSRに関する企業情報開示の格付である「グローバルレポーターズ」において、ワールドベストプラクティス50社に選定されました。「グローバルレポーターズ」は、非財務情報で企業を評価するキープレイヤーであるサステナビリティ社、財務情報で企業を評価するスタンダード&プアーズ(S&P)、および国連環境計画(UNEP)の3者が共同で進めています。2007年2月、2006年度下期のCSR ステアリング コミッティを開催し、2007年度より公開するCSRスコアカードに関する全体確認を行いました。また、有力CSR格付機関のひとつであるイノベストの方を招き、日産への評価に関する意見交換を行いました。

2007年度:日産のCSRを社会に伝えていく年

日産では2007年度よりCSRスコアカードを公開していきます。重点9分野ごとの進展状況・目標を社会と共有することで透明性を高め、社会からフィードバックを頂き、それを再び社内に取り込み、各機能を強化することで、社会全体の持続的な発展に寄与したいと考えています。

管理ツール「CSRスコアカード」

CSR ステアリング コミッティでは、年間を通して、CSRスコアカードを管理ツールとし、CSR視点で3つのバランスを確認し、レビューしています。「CSRスコアカード」では、次ページにある図のように、重点9分野ごとに、(A)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、(C)の欄に企業に対する社会からの要請を記載しています。(B)の欄には、(A)と(C)のバランスを保つためには中長期にどう行動していくべきかを想定し、管理指標を記載します。つまり、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きます。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の balan



10月: 意見交換会



10月: グローバル環境アドバイザー・ミーティング



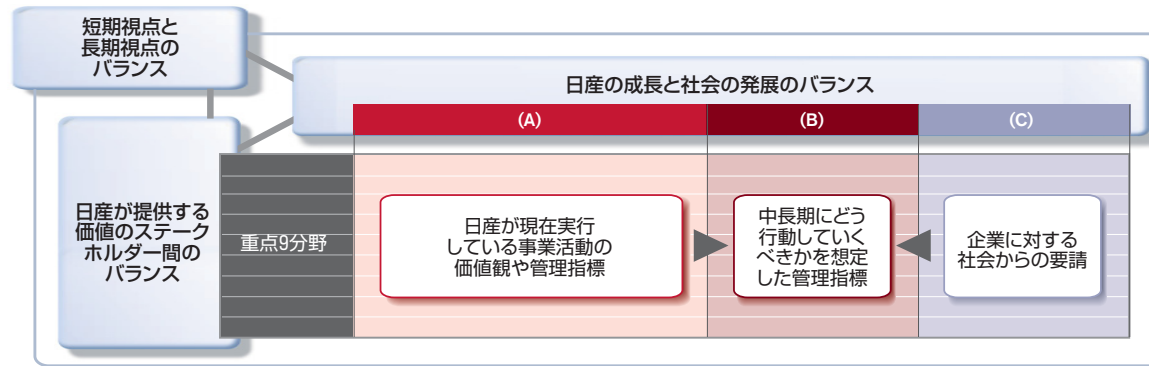
2月: CSR ステアリング コミッティ

日産のCSRの発展プロセス

- はじめに 1
- CEOメッセージ 2
- CSR対談 5
- 日産のCSR 10
  - 日産のCSRの発展プロセス 11
  - 日産CSR重点9分野 17
  - 日産CSRスコアカード 20
  - ステークホルダー エンゲージメント2006 24
- 事業活動報告・コーポレートガバナンス 25
  - 「日産バリューアップ」進捗状況・2006年度決算概況 26
  - コーポレートガバナンス 29
- ステークホルダーへの価値の向上 36
  - お客さまのために 37
  - 株主・投資家の皆さまとともに 44
  - 社員とともに 46
  - ビジネスパートナーとともに 54
  - 社会とともに 60
- 地球環境の保全 71
- 安全への配慮 100
- 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ 110
  - パフォーマンスデータ 116
  - 事業等のリスク 118
  - 第三者意見書 119

スの確認・追求を目指します。さらに、全体として短期視点と長期視点のバランスも追求していきます。なお、20～23ページに掲載した「日産CSRスコアカード」は、上述の(A)の部分に4ページに分けてご紹介しています。

管理ツール「CSRスコアカード」



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  
サイモン スプロール

CSR ステアリング コミッティ議長からのメッセージ

日産のCSR方針を策定し、遂行していくことが、CSR ステアリング コミッティ議長としての私の責務です。今年、日産にとって初の試みとなる「CSRスコアカード」を公開する重要な年です。スコアカードを通じて、CSR重点9分野における進展をステークホルダーの皆さまにお伝えし、幅広くご意見を頂きたいと考えています。目標達成の成否については、1年後に発行する2008年版サステナビリティレポートでご報告いたします。

日産のような規模になると、社会からの期待は当然高くなります。大規模ゆえに私たちの行動が世界中の何百万という人びとに影響を及ぼす可能性もあります。環境問題への対策についても、企業が果たすべき責任がますます大きくなっています。日産は、こうした大企業としての社会的責任を十分に認識しており、皆さまとの信頼構築に向け、情報をできるだけオープンにしていきたいと思っています。

日産のCSR活動やこれまでの成果は、業界トップというには程遠いかもしれませんが、しかし、CSR専任の執行役員を設け、この問題をCEOが認識できるようにするとともに、活動内容を公にすることによって、進むべき道を着実に歩んでいます。また、CSRに対する日産の姿勢は、他社とは違います。CSRは、企業のイメージアップを図る手段でも、慈善目的の寄付行為でもありません。私たちの考えるCSRとは、事業を長期的に持続可能なものとするための活動であり、利害関係を越えた「信頼」の上に成り立つ経営を指しているのです。

2004年に初めて発行したサステナビリティレポートは、日産のCSR活動の記録でしかありませんでした。3年後の現在、このレポートは日産の活動記録であると同時に、将来に向けたメッセージであり、本業にも深くかわる重要な内容となっています。本レポートがステークホルダーの皆さまとの活発な対話と、信頼関係の構築につながっていくことを期待しています。

皆さまにとって、このレポートが興味深く、有意義な情報となれば幸いです。



|                         |     |
|-------------------------|-----|
| ■ はじめに                  | 1   |
| ■ CEOメッセージ              | 2   |
| ■ CSR対談                 | 5   |
| ■ 日産のCSR                | 10  |
| ● 日産のCSRの発展プロセス         | 11  |
| ● 日産CSR重点9分野            | 17  |
| ● 日産CSRスコアカード           | 20  |
| ● ステークホルダー エンゲージメント2006 | 24  |
| ■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス    | 25  |
| ● 「日産バリューアップ」進捗状況・      |     |
| 2006年度決算概況              | 26  |
| ● コーポレートガバナンス           | 29  |
| ■ ステークホルダーへの価値の向上       | 36  |
| ● お客さまのために              | 37  |
| ● 株主・投資家の皆さまとともに        | 44  |
| ● 社員とともに                | 46  |
| ● ビジネスパートナーとともに         | 54  |
| ● 社会とともに                | 60  |
| ■ 地球環境の保全               | 71  |
| ■ 安全への配慮                | 100 |
| ■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ   | 110 |
| ● パフォーマンスデータ            | 116 |
| ● 事業等のリスク               | 118 |
| ● 第三者意見書                | 119 |

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     |

2006年度に発足した「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、「CSR重点9分野」ごとに進捗状況などについて確認・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「2006年度実績のポイント・2007年度計画の課題」をご紹介します。

CSR重点9分野のオーナーからのメッセージ

**誠実**



コンプライアンス事務局  
(人事部 報酬・労務担当部長)  
北城 武

コンプライアンス違反の防止を目指し、第一ステップとして日産グループ全体のグローバルなコンプライアンス体制の強化や規範の整備などの活動を積極的に推進してきました。次のステップは、社員一人ひとりへの規範のさらなる浸透を図ります。また、コンプライアンス違反案件がタイムリーに報告される体制を整備し、報告に対してスピーディかつ的確に対応できる体制を強化していくことで、コンプライアンス違反の未然防止を目指します。

**経済的貢献**



執行役員  
(IR部、財務部担当)  
田川 丈二

私たちは社内で、「利益ある持続的成長」という言葉をキーワードにし、さまざまな活動をしています。利益が増えていかなければ魅力的な商品・先進技術への投資も、成長市場やセグメントへの投資も、お客さまへのサービス向上も、株主への配当も社会貢献もできません。日産リバイバルプランから一貫して収益性を向上させ、日産バリューアップでは、トップレベルの営業利益率と高い投下資本利益率を目標に掲げていますが、利益の追求とその還元サイクルを通じて、これからもサステナブルな活動を続けていきたいと思っています。



日産CSR重点9分野

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| ■ はじめに                  | 1   |
| ■ CEOメッセージ              | 2   |
| ■ CSR対談                 | 5   |
| ■ 日産のCSR                | 10  |
| ● 日産のCSRの発展プロセス         | 11  |
| ● 日産CSR重点9分野            | 17  |
| ● 日産CSRスコアカード           | 20  |
| ● ステークホルダー エンゲージメント2006 | 24  |
| ■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス    | 25  |
| ● 「日産バリューアップ」進捗状況・      |     |
| 2006年度決算概況              | 26  |
| ● コーポレートガバナンス           | 29  |
| ■ ステークホルダーへの価値の向上       | 36  |
| ● お客様のために               | 37  |
| ● 株主・投資家の皆さまとともに        | 44  |
| ● 社員とともに                | 46  |
| ● ビジネスパートナーとともに         | 54  |
| ● 社会とともに                | 60  |
| ■ 地球環境の保全               | 71  |
| ■ 安全への配慮                | 100 |
| ■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ   | 110 |
| ● パフォーマンスデータ            | 116 |
| ● 事業等のリスク               | 118 |
| ● 第三者意見書                | 119 |


**ブランド**



ブランドマネジメントオフィス  
次長  
蔵隅 正明

日産は、NISSANとインフィニティの2つのブランドについて、それぞれの存在意義とお客さまに提供する具体的価値を明確にし、お客さまや社会にとって、なくてはならないブランドに育てていくことを2006年度に再確認しました。そのためには、全世界の日産社員がモチベーションと志を共有し、具体的な活動を加速させていく所存です。これにより、定評のある日産ならではのクルマとサービスをさらに進化させて、NISSANとインフィニティのファンを増やしていけるものと信じています。また、ブランドの独自性のみならず“信用力”についても中長期的な観点で戦略を実施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  
寺田 孝

日産がお客さまにお約束するもの。それは製品への信頼感とサービスへの安心感、すべてのお客さまに向けた誠実な想いです。それを実現するために、日産では独自の品質方針「Nissan Product Quality Policy」を掲げ推進しています。2006年度には、グローバルで4拠点到フィールド・クオリティ・センターを設立しました。この施設では、市場から回収した部品の調査・分析を実施しています。2007年度には、市場品質の改善スピードの飛躍的な向上とワランティの大幅な削減を見込んでいます。また、リコールやサービスキャンペーンについても、法規のみならず、お客さまの安全を第一にとらえ、透明性の高い取り組みを進めていきます。

**環境**



企画室 グローバル環境企画オフィス  
次長  
上田 昌則

日産は昨年、中期環境行動計画「ニッサン・グリーンプログラム2010」を発表しました。このプログラムを軸に、持続可能なモビリティ社会に向けて環境への取り組みを積極的に進めていきます。環境パフォーマンスの向上は日産の長期的な成長に貢献し、ビジネスバリューを高める原動力となります。そのために、日産は真に実効性の高い環境技術をより早くより広く、お客さまにとって最適な価値とともに提供していきます。

**社員**



ダイバーシティディベロップメントオフィス  
室長  
吉丸 由紀子

ダイバーシティ(多様性)は日産の強みです。多様なステークホルダーの皆さまにより大きな価値を提供していくことが目指す姿です。とくにクルマの購入時に女性の関与が6割を超えることから、「管理職における女性比率」をグローバルな指標として設定、その成果をモニターしていくことでダイバーシティ推進が加速すると考えています。グローバルにビジネスを展開する日産にとって、多様な人財は持続的な成長の源泉です。お客さまの期待により応えていくためにダイバーシティ推進をいっそう加速していきます。

※「社員」のエリアは、ダイバーシティに加え人材開発や労働安全といった項目で構成しています。詳しくは22ページをご覧ください。

日産CSR重点9分野

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| ■ はじめに                  | 1   |
| ■ CEOメッセージ              | 2   |
| ■ CSR対談                 | 5   |
| ■ 日産のCSR                | 10  |
| ● 日産のCSRの発展プロセス         | 11  |
| ● 日産CSR重点9分野            | 17  |
| ● 日産CSRスコアカード           | 20  |
| ● ステークホルダー エンゲージメント2006 | 24  |
| ■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス    | 25  |
| ● 「日産バリューアップ」進捗状況・      |     |
| 2006年度決算概況              | 26  |
| ● コーポレートガバナンス           | 29  |
| ■ ステークホルダーへの価値の向上       | 36  |
| ● お客さまのために              | 37  |
| ● 株主・投資家の皆さまとともに        | 44  |
| ● 社員とともに                | 46  |
| ● ビジネスパートナーとともに         | 54  |
| ● 社会とともに                | 60  |
| ■ 地球環境の保全               | 71  |
| ■ 安全への配慮                | 100 |
| ■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ   | 110 |
| ● パフォーマンスデータ            | 116 |
| ● 事業等のリスク               | 118 |
| ● 第三者意見書                | 119 |

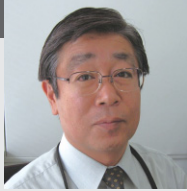
**安全**



環境・安全技術渉外部  
部長  
長谷川 哲男

日産は、2015年に日産車が関わる交通事故における死亡、重傷者数の半減(1995年比)を目指し、クルマ、人、社会面から安全向上に向け幅広い取り組みを行っています。2006年度は、ITS(高度道路交通システム)技術を活用したSKYプロジェクトを立ち上げ、路車間通信による出会い頭の事故などの低減に向けた実証実験も開始しました。クルマが人を守る“Safety Shield”という考え方にに基づき、少しでも危険に近づけないようサポートする技術の開発と、技術と連動した交通安全推進活動を行い、より安全なクルマ社会を目指し、総合的な活動を推進していきます。

**バリューチェーン**



購買管理部  
主管  
上原 成司

日産とルノーの購買部門が、取引にあたって大事にしている価値やプロセスを「The Renault-Nissan Purchasing Way」というブックレットにまとめました。とくに両社が重視する児童労働・強制労働の禁止、環境に関する法規や条例の順守を織り込み、基本方針や対応策も求めています。今後は、これらを実行し、CSR上のリスク防止を徹底するために、サプライヤー選定のプロセスにおいて、CSR対応の方針や体制の評価を織り込み、サプライヤーと一体となってCSRマネジメント推進を目指していきます。

**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行っています。2006年度は、グローバルな一貫性の確保や地域を超えたベストプラクティスの共有化を目的として、「社会貢献 ステアリング コミッティ」を設置しました。このコミッティでは、2007年度以降の、さらに日産らしい、息の長い社会貢献活動に向けた論議を行っています。

CSR ステアリング コミッティ事務局からのメッセージ



広報・CSR部 課長  
(企画室グローバル環境企画オフィス課長兼務)  
菅 慶太郎

「CSR ステアリング コミッティ」のミッションは、日産の成長と社会の発展のバランス、短期視点と長期視点のバランスといった観点から、私たちのCSR重点9分野における日々のビジネスを振り返り、改善を図り、そのプロセスを社会と共有することです。これにより透明性を向上させることで、ステークホルダーの皆さまとの信頼関係を強化していきたいと考えています。今回のレポートでは、そのPDCAサイクルの一環として、CSRスコアカードの一部を公開いたしました。これを機に、CSR格付評価機関の方々を通じて、いっそう社会の声に耳を傾けていきたいと思っております。

# Nissan's Approach to CSR

## 日産CSRスコアカード(1)



アルティマ

2006年度に発足した「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     |

| フォーカスアイテム            |  | 重点活動(価値)                                     |                        | 進捗確認指標例                     |                    |                            |   |                            |                                     |   |  |        |  |
|----------------------|--|--|------------------------|-----------------------------|--------------------|----------------------------|---|----------------------------|-------------------------------------|---|--|--------|--|
|                      |  | 適応範囲   |                        | 2004年(度)実績                  |                    | 2005年(度)実績                 |   | 2006年(度)実績                 |                                     | 2007年(度)目標  |  | 長期ビジョン |  |
| 誠実                   | 公平・公正を旨とし、社員は日産グローバル行動規範に則って、事業を営むあらゆる場所で倫理的に行動します | コンプライアンス違反案件が確実に報告される仕組みの確立                  | 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 |                    | 81.6%完了                    | 86.0%完了   | 97.8%完了                    | 100%完了を目指す                          | グローバルにコンプライアンス違反未然防止の仕組みが機能している   |  |        |  |
| 経済的貢献                | 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              | 中期経営計画「日産バリューアップ」の実行によるステークホルダーへの価値創造と社会への貢献 | 連結会社                   | 売上高営業利益率(%)                 |                    | 10.0%<br>(トップレベル)          | 9.2%<br>(トップレベル)                                | 7.4%<br>(トップレベル)           | グローバルな自動車業界の中でトップレベルの営業利益率を維持する     | 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)                   |                    | 24円/株                      | 29円/株   | 34円/株                      | 40円/株                               |   |  |        |  |
| ブランド<br>(コーポレートブランド) | 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<br>(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      | 35.5点<br>約1000社中25位        | 33.7点<br>約1000社中31位                             | 36.1点<br>約1000社中29位        | 信頼性の構築を図り、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向上を目指す     |  |        |  |
|                      |  |  |                        | 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 | 17.4点<br>約1000社中3位         | 15.6点<br>約1000社中2位                              | 14.5点<br>約1000社中7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 |   |  |        |  |
| 品質                   | 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                          | お客さまに安心してお使いいただくための品質である「当たり前品質」             | 連結会社<br>(右は米国のケース)     | 外部調査機関によるお客さまへの新車初期品質調査結果   |                    | NISSAN系:16位<br>インフィニティ系:9位 | NISSAN系:12位<br>インフィニティ系:7位<br>2005年より調査内容が変更された | NISSAN系:19位<br>インフィニティ系:9位 | 該当するカテゴリーにおいて、さらなる順位の向上を目指す         | 該当するカテゴリーにおいて、NISSAN系でトップ3以内、インフィニティ系でトップ2以内を維持する                           |  |        |  |

# Nissan's Approach to CSR

## 日産CSRスコアカード(2)



X-TRAIL FCV 2005年モデル

| フォーカスアイテム |  | 重点活動(価値)   | 適応範囲  | 進捗確認指標例                |                         |   |                      |   |   |
|-----------|--|--|---|------------------------|-------------------------|---|----------------------|---|---|
|           |  |  |   |                        | 2006年(度)実績              | 2007年(度)目標  | 2010年目標(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                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>低燃費によるCO<sub>2</sub>の排出削減とクリーンな排出ガスを両立したコンパクトカー6車種の発売</li> <li>北米市場への「アルティマ ハイブリッド」の投入</li> <li>環境性能と動力性能を飛躍的に向上させるVVEL(バルブ作動角・リフト量連続可変システム)のグローバルな投入開始を発表</li> <li>日本において、エコドライブをサポートするカーウイングスの新サービス開始</li> </ul> | NGP2010(右記)の確実な実行と達成 | <ul style="list-style-type: none"> <li>各国燃費基準の着実な達成とさらなる燃費向上の推進</li> <li>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</li> <li>日産独自の燃料電池スタックにさらなる改良を加えた新型燃料電池車を、2010年代の早い時期に北米、日本で発売</li> <li>3リッターのガソリンで約100km走行できるクルマ(3リッターカー)を2010年に発売</li> </ul> |   |
|           |  |  |   |                        | 生産・物流分野                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;生産&gt;グローバル台あたりCO<sub>2</sub>排出量4%減(2005年度比)</li> <li>&lt;物流&gt;日本はCO<sub>2</sub>排出量の把握完了、グローバルのCO<sub>2</sub>排出量把握に着手</li> </ul>  |                      |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;生産&gt;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)</li> <li>&lt;物流&gt;2006年度に排出量を把握し、2007年度から管理を開始</li> </ul> |
|           |  |  |   |                        | 販売・オフィス分野               | 非生産拠点CO <sub>2</sub> 排出量の把握に着手  |                      |   | 2007年度までに排出量を把握し、2008年度から管理を開始  |
|           |  |  |   |                        | 商品・技術分野                 | 「平成17年基準排出ガス75%低減レベル適合車(SU-LEV)」の販売比率拡大。ガソリン乗用車販売台数(日本)のSU-LEV比率84.4%を達成(2007年3月末実績)  |                      |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>各国の将来排気規制適合車の早期導入</li> <li>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</li> </ul>   |
|           |  |  |   |                        | 生産分野                    | 日本国内VOC排出量:9.7%減(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<br>日本:VOC10%低減(排出量原単位、2005年度比)   |
|           |  |  |   |                        | 生産分野                    | 日産(5工場と1事業所)および日本の関連製造会社5社中、日産(4工場と1事業所)および日本の関連製造会社2社で工場再資源化率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<br>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(日本):2006年度実績で95.2%を達成  |                      |   | グローバル:主要4市場でELVリサイクル実効率95%を目指す<br>日本:ELVリサイクル実効率95%達成~2010年度(2015年法規 5年前倒し達成)   |
|           | マネジメント・社会との共同                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>社内教育用環境e-ラーニングプログラムの開発</li> <li>横浜市の小学校における環境教育の実施</li> <li>ITSを活用し、交通事故の低減や渋滞緩和を目指す「SKYプロジェクト(スカイプロジェクト)」の実証実験を開始</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスパートナーにおける環境マネジメント強化</li> <li>事業活動全般における環境マネジメント強化</li> <li>社員の環境マインド向上</li> <li>他セクターと連動した総合的な取り組みの推進</li> <li>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</li> </ul> |                        |                         |   |                      |   |   |



インフィニティFX

| フォーカスアイテム |                                     | 重点活動(価値)               | 適応範囲     | 進捗確認指標例  | 2004年(度)実績  | 2005年(度)実績  | 2006年(度)実績  | 2007年(度)目標  | 長期ビジョン                                |
|-----------|-------------------------------------|------------------------|----------|--|---|---|---|---|---------------------------------------|
|           |                                     |                        |          |  | 2004年(度)実績  | 2005年(度)実績  | 2006年(度)実績  | 2007年(度)目標  |                                       |
| 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<br>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   | 4.0以上   | 4.0以上   | 社員一人ひとりの能力向上に繋がる教育の実施。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モチベーションの向上  | グローバル    | Employee Engagement スコア<br>社員意識調査の設問中「社員のモチベーション」に関する設問の肯定回答率  | 未実施   | 62%   | 55%   | 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。Employee Engagement スコアの維持・向上 | 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<br>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<br>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 | 74名(オープンエントリー制度)  | 96名(オープンエントリー制度+シフトキャリア制度)  | 111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<br>(全度数率=全災害件数÷延べ労働時間×100万)   | 0.18  | 0.26  | 0.24  | 0.27  | 安心して働ける安全な職場の構築と維持                    |
|           |                                     | 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)): 2%<br>北米・中南米/欧州: 2005年度から集計開始<br>一般海外地域: 2006年度から集計開始 | 日本(日産自動車(株)): 3%<br>北米・中南米: 15%<br>欧州: 7%<br>一般海外地域: 2006年度から集計開始 | 日本(日産自動車(株)): 4%<br>北米・中南米: 14%<br>欧州: 10%<br>一般海外地域: 15% | 日本(日産自動車(株)): 5%<br>北米・中南米: モニタリング<br>欧州: 11%<br>一般海外地域: モニタリング       | 多様なお客さまに、より大きな価値を生み出す組織の実現            |
|           |                                     | 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  | 2006年度から集計開始  | 2006年度から集計開始  | 1%  | 多様なお客さまに、より大きな価値を生み出す組織の実現  |                                       |

# Nissan's Approach to CSR

## 日産CSRスコアカード(4)



ヴァーサ

| フォーカスアイテム |  | 重点活動(価値)  | 適応範囲   | 進捗確認指標例   | 進捗確認指標                  |  |  |  | 長期ビジョン   |
|-----------|--|---|--|---|-------------------------|--|--|--|--|
|           |  |   |  |   | 2004年(度)実績              | 2005年(度)実績   | 2006年(度)実績                                       | 2007年(度)目標   |  |
| 安全        | 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    | 日産車が関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、米国(右は日本のケース)  | 日産車が関わる交通事故における死亡・重傷者数の1995年比低減率<br><br>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 | 27%減少                   | 34%減少  | 2007年10月以降に算出                                    | 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  |
|           |  | グリーン調達活動を通じて、製品の環境負荷低減を推進   | 世界中の全一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             | 日本の95%以上のサプライヤーと活動済     | 日本のほぼ100%のサプライヤーと活動済   | 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                     | グリーン調達ガイドラインを世界中の全一次取引先サプライヤーに順次展開   | サプライヤーにおける環境負荷が目標値をもって削減され、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                               |
| バリューチェーン  | 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 | 日産・ルノー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                               | 日産・ルノー共同購買会社*の世界中の全一次取引先サプライヤー<br>*日産とルノーの年間合計購買額の75%を扱う(2006年度実績) | 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  | サプライヤーと共有する価値観・規範の整備を完了 | 価値観・規範をまとめたサプライヤー向けブックレットを発行し、日産・ルノー共同購買会社の世界中の全一次取引先サプライヤーに展開 | 日産・ルノー共同購買会社の取引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 | サプライヤーから頂いたコミットメントをもとに、サプライヤーにおけるCSRの方針や体制を評価する評価項目を定め、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 | サプライヤー選定プロセスにおいてCSR視点の充実を図り、サプライヤーと一体となったCSRマネジメントを遂行する                            |
| 社会貢献      | 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  | 地域ごとに個々の活動を実施           | グローバルな社会貢献活動方針を策定し展開   | 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    | 教育または環境をテーマとした日産独自のプログラムを確立  | 「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 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| ■ はじめに                  | 1   |
| ■ CEOメッセージ              | 2   |
| ■ CSR対談                 | 5   |
| ■ 日産のCSR                | 10  |
| ● 日産のCSRの発展プロセス         | 11  |
| ● 日産CSR重点9分野            | 17  |
| ● 日産CSRスコアカード           | 20  |
| ● ステークホルダー エンゲージメント2006 | 24  |
| ■ 事業活動報告・コーポレートガバナンス    | 25  |
| ● 「日産バリューアップ」進捗状況・      |     |
| 2006年度決算概況              | 26  |
| ● コーポレートガバナンス           | 29  |
| ■ ステークホルダーへの価値の向上       | 36  |
| ● お客さまのために              | 37  |
| ● 株主・投資家の皆さまとともに        | 44  |
| ● 社員とともに                | 46  |
| ● ビジネスパートナーとともに         | 54  |
| ● 社会とともに                | 60  |
| ■ 地球環境の保全               | 71  |
| ■ 安全への配慮                | 100 |
| ■ 社員一人ひとりが考えるサステナビリティ   | 110 |
| ● パフォーマンスデータ            | 116 |
| ● 事業等のリスク               | 118 |
| ● 第三者意見書                | 119 |

# Nissan's Approach to CSR

## ステークホルダー エンゲージメント2006



日産では、2006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。

### 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。株主の皆さまとオープンに意見交換できる場として定着しています。詳細は45ページ。  
(2006年6月27日、パシフィコ横浜にて実施)

### 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、経営者層が海外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47ページ。

### 環境コミュニケーション・ミーティング



NPO/NGO、販売会社、消費者団体、メディアの方々をお招きし、この1年間に行った日産の環境コミュニケーションについて、さまざまな立場からご意見を頂きました。  
(2007年3月19日、日産自動車(株)本社にて実施)

### サプライヤーミーティング



世界各国のサプライヤー代表の方にお集まりいただき、サプライヤーミーティングを開催。あわせて「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56ページ。  
(2006年7月13日、東京にて実施)

### 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、販売会社社員(カーライフ・アドバイザー、テクニカル・アドバイザーなど)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。詳細は40ページ。

### 中国自動車技術研究センター(CATARC)\*との中国道路交通安全フォーラム



日産(中国)投資有限公司と日産は、CATARCと共同で「中国道路交通安全フォーラム」を開催。政府、大学、サプライヤー、メディアなど約100名が出席しました。  
(2007年3月30日、北京にて実施)

\*中国の自動車国家研究機関