



■ 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

高い透明性を維持し、ステークホルダーとの信頼を確かなものに

コーポレートガバナンス(企業統治)の充実は、日産のCSR推進において要となる取り組みです。コーポレートガバナンスにおいてとくに重視しているのが、経営の透明性の確保です。日産はステークホルダーに向け、経営陣の責任を明確にした経営目標や経営方針を公表し、その達成状況や実績をできるだけ早く開示しています。コーポレートガバナンスの充実を図り、経営者層と社員、日産と社会の間の透明性を保ち続けることこそが、ステークホルダーとの信頼関係の基礎であると考えます。

持続的成長へのベクトルを示す行動指針「日産ウェイ」

日産は、異文化共生・多様性(ダイバーシティ)を実現しながら、価値を創出し続ける企業です。この独自の企業文化こそ、先進的な自動車メーカーとしての日産の強みです。日産とルノーのアライアンス(提携)に基づく相互作用は、経営哲学や「行動」、「心構え」を生み出しています。「日産ウェイ」は、私たちが復活の過程で実践してきた「クロスファンクショナル・クロスカルチュラル」や「コミット アンド ターゲット」などからなる、日産マネジメントウェイをより高めた行動指針です。

一人ひとりの意欲の集積が、お客さま価値向上の源

「日産ウェイ」は、2006年度よりグローバルに共有化し、すべての社員が実践できるよう推進しています。私たちは“The power comes from inside”「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、多様性を基本とした環境で、異なる人びとや社会から学び、連携を深め、さらなる進化を目指しています。基本はつねにお客さまに焦点を当て、お客さまから出発し、継続的に価値を創出しながら業績向上を果たす活動を行っていくことです。

今後、「日産ウェイ」の浸透度について、毎年社員意識調査などを通じて検証を重ねていきます。

■ 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

「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。

Mindset 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** トランスペアレント
すべてを曖昧にせず、わかりやすく共有化。
- 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、つねに競争を見据え、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・プロセスは誰でもわ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？

グローバルに展開されるコンプライアンス施策で企業倫理を高める

コンプライアンス(法令順守)はCSR推進の土台です。日産は2001年に、日産グループすべての社員がどのように行動すべきかを「日産グローバル行動規範」として定め、グローバルに展開しています。また、法令・倫理順守機能を高め、違法行為や非倫理的行為を未然に防ぐ仕組みとして「グローバルコンプライアンス委員会」を設置。日本、北米・中南米、欧州、一般海外地域など各拠点の委員会が連携して施策を推し進めています。

さまざまな機会で行動規範浸透に向けた啓発活動を推進

日産は、すべての社員が行動規範を理解し、実際の行動に反映させるための教育を重視しています。北米では法令順守の全社員教育を定期的実施し、欧州では各国共通のガイドラインを作成。一般海外地域でも、異なる各国の事情を考慮したガイドラインを作成して周知を進めています。また、日本では2004年に制定した行動規範についての教育を全社員が受講したほか、グループ各社でも同規範を基準とした行動規範を導入しています。各国の事情を考慮しながら、事業拠点ごとにコンプライアンス施策を進める担当部署と推進責任者を配置し、コンプライアンスに対する意識を高める活動を推進しています。



業務改善と企業倫理順守の風土づくりにオープンな仕組みを導入

日産は、社内の自浄作用を高めるため、窓口部署に直接意見を届けられる「イージーボイスシステム」を2002年に導入しました。社員は専用の意見書で、意見・質問・要望を窓口部署に直接届けることができます。2006年4月に施行された公益通報者保護法に則した、通報者保護の観点も織り込み、日本の日産グループ各社も導入しています。

明文化された行動規範を、日々の業務へと浸透させる教育活動

日本では、2004年に制定した「日産行動規範(日本版)～わたしたちの約束～」について、全社員がe-ラーニングまたはVTRによる教育を受講し、規範順守に関する誓約書に署名するなど周知徹底を図っています。

■ 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

日産グローバル行動規範

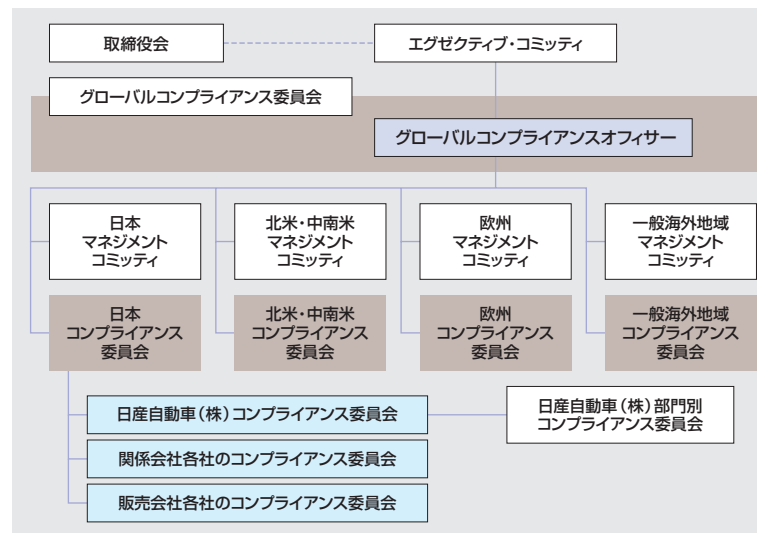
信条

私たちは、お客さま・従業員・株主・取引先・地域社会に対し、つねに実直・誠実・公正・敬意の姿勢を持って接します。下記行動規範は、日産グループに働くすべての従業員に適用となります。また、われわれ一人ひとりはこの行動規範をしっかりとし、維持・改善していく責任があります。

グローバル行動規範(抜粋)

1. 法律・ルールの順守
2. 利益相反行為の禁止
3. 会社資産の保護
4. 公平・公正な関係
5. 透明性と説明責任の確保
6. 多様性の尊重と機会平等
7. 環境保護
8. 実践・報告の義務

グローバルコンプライアンス委員会組織



責任者であるグローバルコンプライアンスオフィサーの統括のもと、各地域ごとのコンプライアンス委員会を設置しています。内部監査や社内からの通報などにより問題の早期発見に努めるとともに、問題の解決、行動規範のさらなる整備や啓発活動を行っています。



「日産行動規範(日本版)～わたしたちの約束～」

■ 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

公正で透明性のある企業活動の継続のために、内部統制システムを充実

日産は、社内外に対して透明性の高い経営を重視するとともに、明確なコミットメントを達成するために、一貫性のある効率的な経営を目指しています。この基本理念のもと、取締役会は、会社法および会社法施行規則に定める「会社の業務の適正を確保するための体制」を取締役会で決議しました。取締役会は、その責任において、体制と方針の実行状況を継続的にモニターするとともに、必要に応じて変更・改善を行っています。また、内部統制全般について担当する役員を置いています。

日産では、監査役制度を採用しています。監査役は、取締役会への出席のほか、取締役などから職務状況の聴取などを行い、取締役の職務執行全般にわたり監査をしています。また監査役は、定期的に会計監査人から監査計画および監査実施結果の報告を受けるとともに、意見交換を行い、その相当性を判断しています。同様に、内部監査部署からも定期的に報告を受け、監査の参考としています。

高い信頼性を目指して、独立した組織による効率的な内部監査を実施

日産の内部監査部署は、CEO（最高経営責任者）直轄の独立した組織として、日産および日本国内の連結子会社の業務執行に関する監査を実施しています。グローバルでは、各地域の統括会社に設置された内部監査部署が担当しており、それらの活動をチーフインターナショナルオーディットオフィサーが統括することにより、グループ・グローバルに有効かつ効率的な内部監査を行っています。

いち早くリスクに対応できる、リスクマネジメント体制を整備

日産では、リスクを「事業目的の達成を阻害する要因」と定義し、リスクをいち早く察知し、評価して必要な対策を検討・実行することにより、発生する確率と発生した場合の被害を最少にとどめる努力をしています。

日産は、さまざまな観点から、日産および日産グループにおけるリスク評価を行い、あるべき管理体制や方法の検討を重ねてきました。2004年から財務部が中心となり、市場リスクやハザードリスク（事故や災害、取引先の倒産などの損害を発生させるリスク）を対象にして、リスクマネジメントの手法に基づきリスクの低減対策を講じています。さらに2005年度からは、従来のリスクに加え、戦略的なリスクやビジネスプロセスにかかわるリスクにも対象を拡大しました。新たに内部監査と同様のレポートラインで全社的なリスクをコーディネートし、エグゼクティブ・コミッティ（経営会議）のメンバーが、コーポレートレベルで管理すべきリスクを直接モニターしています。

■ 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

個人情報保護法に対する取り組み

日本では、2005年4月に「個人情報の保護に関する法律」が施行され、日産では、社内の管理体制およびルール、手続きを整備した個人情報管理規定を策定しました。導入当初、全社員を対象にe-ラーニングを実施し、以降、新卒入社および中途入社社員に対してもe-ラーニングを実施しています。また、個人情報保護法全社事務局を中心に、情報漏えい事案をもとに情報セキュリティをより強化するために必要な対策も随時実施しています。日本国内の関連会社においても同様に実施しています。

日本で日産車の販売を金融面からサポートしている(株)日産フィナンシャルサービスでは、金融事業という特性もあり、法律の施行以前から個人情報保護のための取り組みや体制の整備を進めてきました。2005年度末には、個人情報の適切な取り扱いを実施している企業に認定される「プライバシーマーク」を取得し、保護措置のいっそうの強化を図っています。

お客さま情報流出にかかわる再発防止に向けたセキュリティ対策

2006年10月、日産が保管する「旧お客さまデータベース」の一部情報(日産販売会社を通じて日産車をご購入いただいたお客さまの情報)が、なんらかの形で流出した可能性が判明しました。日産はこれまでも「個人情報の保護に関する法律」施行などを契機に、社内の情報セキュリティレベルの向上に努めて参りましたが、このたびの事象を厳粛かつ重大に受け止め、さらなる体制強化を図り、お客さま、社会から信頼していただける企業となるよう、再発防止に向けたより厳格な情報セキュリティ対策の強化を実施しています。お客さまには多大なご心配と不安、不快の念をおかけしましたこと、深くお詫び申し上げます。

なお、本件では、「旧お客さまデータベース」に登録されていた可能性のあるお客さま全員(5,379,909名)に対してダイレクトメールをお送りし、調査結果の報告とあわせ、本データ悪用への注意喚起を行いました。

セキュリティ強化・再発防止の具体策

2005年4月に施行された個人情報保護法にあわせ、お客さま情報を扱うすべてのシステムについて、利用者の限定と認証、システム利用履歴の記録、データの暗号化処理などの追加対策を行いました。2006年1月からは、「旧お客さまデータベース」を「新お客さまデータベース」に移行し、さらに高いセキュリティのもとで、厳格な管理を実施しています。

2006年10月の情報漏えいに関する調査結果に基づき、個人情報保護法に則った対策強化に加え、情報管理に対するセキュリティレベルをさらに一段強化しました。具体的には、お客さま情報取り扱い専用エリアの入退室管理のさらなる厳格化などの物理的対策、お客さま情報取り扱いシステムに対するアクセス監視ソフト導入などのシステム対策、セキュリティ教育の再強化と機密情報取り扱いルールの再徹底などの組織的対応を、2007年3月までに実行してきました。

Link

日産自動車(株)における個人情報の取り扱いに関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。
<http://www.nissan.co.jp/SITEINFO/privacypolicy.html>

力の結集、そして成果へ、より強固なパートナーシップがさらなる進化を目指す

1999年3月27日に締結されたルノーと日産のアライアンス(提携)は、お互いの企業文化やブランド・アイデンティティを尊重しあうことを基本とした、日本とフランスの企業間で結ばれた初のアライアンスです。両社は、利益ある成長と共通利益の追求という共通戦略を掲げています。

RENAULT NISSAN



「セニック」(ルノー) 「デュアリス」(日産)

アライアンス・ビジョン

2004年3月、アライアンス5周年を機に、両社のアライアンスのさらなる飛躍に向けた決意を表明するとともに、両社で共有すべき価値観および理念について再確認しました。

アライアンス・ビジョン - 目指すべき姿

ルノーと日産のアライアンスは、2つのグローバル企業同士が株式の相互保有を伴って、下記の特徴を実現した、世界に類のない企業グループである。

- ・ルノーと日産は、一貫した戦略や共通の目標と理念を掲げ、シナジーを成果に結びつけ、ベストプラクティスの共有化を通じて、力を結集して高い成果を目指す。
- ・ルノーと日産は、おのこの個性とブランドを尊重し、それをさらに強化していく。

アライアンスの行動指針

アライアンスは、相互に信頼し尊敬しあう透明性の高い組織のもとで、以下を実現する。

- ・明確な意思決定による迅速な実行、アカウントビリティ、意欲的な水準の業績を目指す。
- ・両社の強みを相互に活用し、共同組織、CCT(クロス・カンパニー・チーム)、プラットフォームや部品の共通化を通じたシナジーの創出による効率の最大化を図る。

アライアンスは、魅力的な仕事と挑戦する機会を社員に提供することにより、つねに優秀な人財を引きつけ、グローバルな視野と起業家精神を育成する。

アライアンスは、それぞれの株主にとって魅力的なリターンをもたらす、世界の模範になるような企業統治機構を実践する。

アライアンスは、世界の持続可能な発展、すなわち、環境、社会的責任、経済成長の調和のとれた発展に貢献する。

目指すべき目標

アライアンスは、利益ある成長のための戦略を策定し実行することにより、以下3つの目標達成を目指す。

- 1.各地域、各市場セグメントで、製品品質、魅力品質、販売・サービス品質の3分野において、ベスト3に入る自動車グループであるとお客様から認識されること。
- 2.おのこの得意とする特定の領域で責任あるリーダーシップを発揮し、将来的に重要な技術で、世界のベスト3に入る自動車グループになること。
- 3.高い営業利益率を維持し、つねに成長することにより、両社の営業利益合計額が、世界の自動車グループの中で、つねに3位以内に入る企業グループになること。

■ 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

■ 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

アライアンスの組織と決定プロセス

アライアンスの組織は、9つのSC、18のCCT、9つのFTT、5つのTT、ルノー・日産パーチェシンググオーガニゼーション(RNPO)とルノー・日産インフォメーションサービスズ(RNIS)という2つの共同会社で構成されています。SCのリーダーは、ルノーと日産の副社長あるいは常務が担当し、CCT/FTT/TTは原則としてこの9つのSCの傘下に入ります。SCは傘下のCCT/FTT/TTを管理し、CCT/FTT/TTが決断を下せない問題を解決します。また、SCは実務的な課題を扱い、戦略的な課題については、両社のエグゼクティブ・コミッティ・メンバーが出席するアライアンス・ボード・ミーティング(ABM)で議論、決定されます。

学びあう情熱、学習する組織の実現、アライアンス・コンベンション

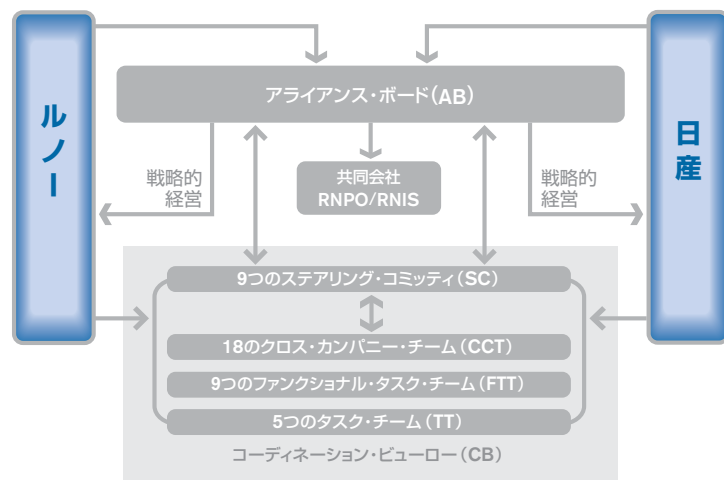
2006年9月、第4回アライアンス・コンベンションがパリで開催され、日産とルノーの役員と両社のあらゆる部門からアライアンス関係者300名以上が出席しました。このコンベンションは、アライアンスの基本精神と目指すべき3つの目標を改めて確認する機会となりました。

力強い成長を目指す、アライアンスの協力関係

2006年、ルノーと日産のグローバル販売台数は年間約591万台強に達し、世界市場において9%のシェアを獲得しています。アライアンスでは、さまざまなフィールドでの協力とベスト・プラクティスの共有化を図り、両社間のWIN-WIN*関係を築いています。

*WIN-WIN: 双方が利益を得て、ともに成功する

アライアンスの組織図



AB:アライアンス・ボード(Alliance Board)

アライアンスの中長期的戦略およびグローバルレベルでの共同活動の決定を行います。

SC:ステアリング・コミッティ(Steering Committee)

アライアンス・ボード・ミーティングの議題とすべき重要な課題を提案し、傘下のCCT/FTT/TTの活動を管理し、CCT/FTT/TTが決断を下せない問題を解決します。

CCT:クロス・カンパニー・チーム(Cross Company Team)

ルノー・日産間のシナジーの可能性を追求し、共同プロジェクトを企画・提案し、進捗を管理します。

FTT:ファンクショナル・タスク・チーム(Functional Task Team)

CCTの活動を支援し、プロセス、標準化、管理、情報ツールなどを含むサポート機能面から、ルノー・日産間のシナジー創出に貢献します。

TT:タスク・チーム(Task Team)

特定の課題が発生したときに、解決に向けて取り組みます。

CB:コーディネーション・ビューロー(Coordination Bureau)

ルノーはパリに、日産は東京にオフィスを置き、SCやCCT/FTT/TTの活動のサポートと、アライアンス・ボード・ミーティングの準備を行います。

Link

ルノーとの提携に関する詳しい情報は、次のホームページに記載しています。あわせてご覧ください。

<http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/ALLIANCE/>



パリで開催された「第4回アライアンス・コンベンション」