

## Enhancing Value for Stakeholders

## ビジネスパートナーとともに

日産はビジネスパートナーとの信頼を基本に、お互いの持続的な成長を目指しています。私たちは自社の要望のみを主張するのではなく、つねに対等な立場でサプライヤーや販売会社の意見に耳を傾け、競争の激しい自動車業界において、ともに切磋琢磨し合うパートナーとして、ベストプラクティスを導き出す協力関係の維持・強化に努めています。

## サプライヤーとともに

## 公平・公正を規範とした日産の調達方針

取引先の決定にあたり、日産は透明性のある公平・公正な業務プロセスを徹底しています。国籍、企業規模、取引実績の有無にかかわらず、広く参入機会を提供し、選定に際しては関係部門が一堂に会してサプライヤーからの提案を横断的に検討します。そして、選定結果は参加したすべてのサプライヤーに必ず説明しています。

実際の取引においても、「日産グローバル行動規範」(第4項「公平・公正な関係」)を順守し、公平・公正な業務の徹底を高い水準で維持するよう努めています。日常の緊密なコミュニケーションに加え、サプライヤー各社へのアンケートや意見交換を通じて社外の視点からのチェックも行っています。

また、自動車産業が目指す調達上の原則や、下請法および独占禁止法上の留意点などをまとめた「自動車産業適正取引ガイドライン」について社内への周知徹底を図るとともに、サプライヤーに対しても説明会を実施し、サプライチェーン全体で取引の適正化を推進しています。

## 「サプライヤーCSRガイドライン」を作成

日産とルノーの購買部門は、取引を行うにあたって大切にしている価値やプロセスを、「The Renault-Nissan Purchasing Way」という小冊子にまとめ、2006年よりルノー・日産共同購買会社の1次サプライヤーと共有してきました。その後、私たちの事業活動はアジア、東欧、南米、南アフリカといった地域にまで急速に拡大。一方、世界ではCO<sub>2</sub>排出削減などの環境問題がクローズアップされており、今後はグローバルに広がるサプライヤーとともにCSRを実践していくことが求められています。

そうした背景のもと、日産はルノーとともに「ルノー・日産サプライヤーCSRガイドライン」を作成し、2010年からグローバル1次取引サプライヤー全社に対し配布を開始しました。本書の目的は、サプライヤー各社の企業活動をCSRの視点で見直していただくとともに、CSR活動をさらに浸透させていくことです。本書は、日産のCSR方針および調達に関する方針を明記したうえで、「安全・品質」「人権・労働」「環境」などの項目について説明しています。

作成に際しては、日本自動車工業会および日本自動車部品工業会のCSRに関するガイドラインを参考としました。

日産とルノーは、今後もサプライヤーとの相互理解と信頼を深め、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。

## WEB

「The Renault-Nissan Purchasing Way」および「サプライヤーCSRガイドライン」は、NISSAN GLOBAL サイト内ビジネスパートナーの項目からダウンロードできます。あわせてご覧ください。

[http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/CSR/STAKEHOLDER/BUSINESS\\_PARTNERS/](http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/CSR/STAKEHOLDER/BUSINESS_PARTNERS/)

### サプライヤーと一体で推進するCSRマネジメント

グローバル市場でさまざまなパートナーと取引関係にある日産では、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ビジネスがなされることを目指しています。そのため、新たなサプライヤーを選定する際には、「環境汚染防止」と「児童労働・強制労働の禁止」に対するコミットメントを書面で提出していただくなど、サプライヤーと一体となってCSRマネジメントの強化に努めています。

2008年には、サプライヤー170社を対象にCSR調達に関する説明会を実施。日産CSR方針やCSR調達方針、その取り組みについて説明するとともに、サプライヤー各社での法令順守の徹底やCSRに関する社内体制の強化などをお願いしました。

前述のガイドラインを含め、日産は今後もサプライヤーにおけるCSRの定着をサポートしていきます。

### サプライヤーとのさらなるコミュニケーション強化に向けて

2010年度以降のルノー・日産アライアンスにおける購買の方針や戦略をサプライヤーに直接伝えるため、2010年3月にパリと横浜でルノー・日産アライアンスによる初の「サプライヤーズミーティング」を開催し、約800社のサプライヤーからおおよそ1,200名の方々にご参加いただきました。ルノー・日産購買部門の主催による本ミーティングでは、サプライヤー各社のトップに対し、ルノー・日産の中長期における方針や戦略を関係役員が直接説明し、質疑応答を行いました。

また、2008年12月からは、激変する市場環境下での生産・販売情報をサプライヤーとタイムリーに共有することを目的に、生産計画説明会を毎月1回開催しています。日産は、今後もサプライヤーとのコミュニケーション活動を強化し、信頼関係のさらなる向上に努めていきます。

### サプライヤーと共同で取り組む「ものづくり活動」の強化

日産では、より競争力のある商品をつねに生み出すため、2008年からサプライヤーと日産の連携による「ものづくり活動」を進めています。

この活動を発展させるため、2009年からはサプライヤーとの信頼と協力を重視し、共同で品質向上、コスト低減、製造の合理化などに取り組む「Thanks活動」を推進しています。2010年1月には、活動の内容と成果を多くのサプライヤーと共有して活動の浸透を図るための報告会を開催し、約200社からおおよそ350名の皆さまにご参加いただきました。

サプライヤーとともに厳しい市場でコストリーダーとなることを目指し、部品あたりの生産量増加、現地化の徹底、物流の改善などを行うため、今後もThanks活動のさらなる強化を推進します。

### 事業発展に貢献したサプライヤーをグローバルに表彰

日産は、毎年世界の各拠点で事業の発展に貢献していただいたサプライヤーを表彰するとともに、グローバルレベルで業績向上に寄与されたサプライヤーに対して、日産グローバルサプライヤーアワードとして「グローバル品質賞」と「グローバルイノベーション賞」を贈呈しています。

グローバル品質賞は、購買部門や品質部門などが、グローバルに統一された品質評価基準に基づいて選考します。グローバルイノベーション賞は、商品技術とプロセスマネジメントの2分野において、生産・開発・品質など関連部門の推薦を受けたサプライヤーを選考します。2009年度は、3社がグローバル品質賞を受賞し、グローバルイノベーション賞は商品技術分野で2社が受賞しました。

日産では、この表彰制度を通じて、品質、コスト低減、技術開発といった経済活動、環境配慮、社会性の3つの側面でバランスのとれた経営を行うという日産の考え方が、グローバルレベルでサプライチェーン全体に浸透することを期待しています。

#### WEB

サプライヤーとの品質の取り組みに関する詳しい情報は、下記のウェブサイトに記載しています。あわせてご覧ください。

[http://www.nissan-global.com/JP/QUALITY/GLOBAL\\_SP/](http://www.nissan-global.com/JP/QUALITY/GLOBAL_SP/)

### グリーン調達ガイドラインをグローバルに拡大

日産は、自動車の部品・資材のサプライヤーに対する環境配慮への取り組み基準「グリーン調達ガイドライン」を2001年に発行し、日本国内のサプライヤー各社に環境負荷低減への協力をお願いしています。2007年度には適用対象をグローバルに拡大するなどの改定を行い、2008年に「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」として発行、運用を始めました。1次取引先にも協力をお願いし、サプライヤー各社の調達先を含むサプライチェーン全体での環境負荷物質管理の促進と継続的な削減に取り組んでいます。2009年末時点で国内サプライヤーの90%が環境マネジメントの国際規格である「ISO14001」、もしくは環境省が策定した環境活動評価プログラム「エコアクション21」を取得しています。

2008年度からは「ニッサン・グリーン調達ガイドライン」の対象を欧州地域にも拡大、2010年には「サプライヤーCSRガイドライン」の作成とあわせて内容を改訂して説明を実施、よりいっそうの取り組みを進めています。

#### WEB

「グリーン調達ガイドライン」は、NISSAN GLOBAL サイト内ビジネスパートナーの項目からダウンロードできます。あわせてご覧ください。

[http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/CSR/STAKEHOLDER/BUSINESS\\_PARTNERS/](http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/CSR/STAKEHOLDER/BUSINESS_PARTNERS/)

## 販売会社とともに

### 日産らしい価値あるサービスを目指す「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ (NSSW)」

日産ではつねにお客さまの視点に立ち、お客さま一人ひとりのご要望に合った対応やサービスを提供するため、「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ (NSSW)」というグローバル指針を定めています。私たちはこの指針をもとに、CS※向上のための活動を実施し、販売とサービスの質の向上を目指しています。たとえば、商品知識やサービス技術、お客さま対応力強化を目的としたディーラートレーニング、お客さまへの満足度調査を軸とした販売店業務改善指導と、それを行う人員の育成や体制づくり、さらにコールセンターなどを通じて入ってくるお客さまの声を反映した日産の業務プロセスの見直しなどが挙げられます。これらの活動を、それぞれの国や地域の文化・慣習に合わせて実践し、お客さまが各店舗で経験される購入プロセスや、メンテナンスサービスのプロセスで、さらにご満足いただけるようグローバルで取り組んでいます。

※CS：Customer Satisfaction 顧客満足

### 販売会社と共同で取り組むCSRマネジメント

日産では、販売会社とともに一貫性のあるCSRマネジメントを推進するため、日本国内の日産販売会社向けにコンプライアンス強化を目的とした活動を継続的に実施しています。具体的にはコンプライアンスに関する管理レベルの把握と改善推進を目的とした自己点検プログラムを各販売会社で実施。販売会社内での気づき、自発的改善につながりました。あわせて2009年9月の販売会社代表者会議で、最近のコンプライアンス動向について情報共有を行うなど、各販売会社における取り組み強化を実施しています。

日産は販売会社とともにコンプライアンスへの意識を共有し、より強固な内部統制の構築に努め、CSRマネジメントのさらなる向上を目指しています。