

はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上 046	
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに 067	
社会とともに	073
地球環境の保全	083
安全への配慮	114
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	126
パフォーマンスデータ	132
事業等のリスク	134
第三者意見書	135

Enhancing Value for Stakeholders

ビジネスパートナーとともに

価値観を共有し、持続的成長を目指す

日産はビジネスパートナーとの信頼関係を通じて、持続的な成長の実現を目指しています。私たちは自社の要望のみを主張するのではなく、つねに対等な立場からパートナーの意見に耳を傾け、サプライヤー・販売会社とともにベストプラクティスを導く協力関係の構築を心がけています。競争の激しい自動車業界において、ともに切磋琢磨し、互いが持続的に発展していくことを目指しています。

サプライヤーとともに

公平・公正を基本とした日産の調達の方針

サプライヤーとの信頼関係をより強固なものとするため、日産は透明性のある公平・公正なプロセスを徹底し、取引先を決定しています。国籍、企業規模、取引実績の有無によらず、広く参入機会を提供し、選定にあたっ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、選定結果は必ず選定プロセスに参加した全サプライヤーに説明しています。

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もチェックを行っています。

また、社内への啓発活動として経済産業省から担当者を招き、「自動車産業適正取引ガイドラインについての説明会」を2007年11月14日に開催し、自動車産業の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について社内への徹底を図っています。加えて、11月19日にサプライヤーへの説明会も開催し、サプライチェーン全体での取引の適正化を推進しています。



「自動車産業適正取引ガイドライン」のポイント
～調達戦略の工夫が公正競争と競争力強化を可能とする～

政府は、平成19年2月19日よりまとめた「成長力向上戦略」の中で、下請取引の適正化の推進を策し、主要調達先と取引適正化のためのガイドラインを制定することとした。「自動車産業適正取引ガイドライン」は、この一環として、自動車・自動車部品製造業等のガイドラインとして経済産業省が策定したものです。

このガイドラインの目的は、自動車メーカーから、部品、部品加工業者へ至るサプライチェーン全体の関係性を、それぞれの競争者による十分な競争を確保し、健全な競争環境を醸成し、競争力を向上させることにあります。また、日産は、自社の調達活動においても「公平・公正な関係」を基本とし、公正な競争環境を醸成し、競争力を向上させることにあります。また、日産は、自社の調達活動においても「公平・公正な関係」を基本とし、公正な競争環境を醸成し、競争力を向上させることにあります。

本ガイドラインの目的は、自動車メーカーから、部品、部品加工業者へ至るサプライチェーン全体の関係性を、それぞれの競争者による十分な競争を確保し、健全な競争環境を醸成し、競争力を向上させることにあります。また、日産は、自社の調達活動においても「公平・公正な関係」を基本とし、公正な競争環境を醸成し、競争力を向上させることにあります。

「自動車産業適正取引ガイドライン」のポイントについてリーフレットを制作し、社員全員に配布

はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上	046
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに	067
社会とともに	073
地球環境の保全	083
安全への配慮	114
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	126
パフォーマンスデータ	132
事業等のリスク	134
第三者意見書	135

アライアンスの購買指針をサプライヤーと共有

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1冊のブックレットにまとめています。すべてのサプライヤーと公平・公正に取引すること、透明性のあるプロセスによってサプライヤー選定を行うという大原則をあらためて明記するとともに、日産とルノーの目標、基本的な考え方、プロセスやマネジメントツールなどを説明しています。ここで述べている考え方は、日産とルノーの購買活動においてグローバルに適用されるもので、全サプライヤーと共有していくものです。日産とルノーでは、このブックレットを日産・ルノー共同購買会社の全世界の1次取引先サプライヤーに配布しました。価値の共有を通じて、日産・ルノーとサプライヤーが双方に有益なパートナーシップを築けるよう努めています。

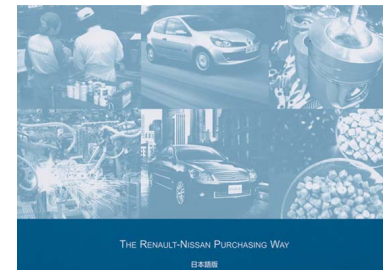
サプライヤーと協働で取り組むCSRマネジメント

世界各地のさまざまなパートナーと取引を行う日産は、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、前述のブックレットの発行に加えて、2006年度からは、新たなサプライヤーを選定する際に「環境汚染防止」と「児童労働・強制労働の禁止」について、書面によるコミットメントを提出していただく仕組みを導入しています。

また現在、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プロセスの構築を進めています。2008年1月22日にはサプライヤー170社を対象にCSR調達に関する説明会を実施しました。日産CSR方針、CSR調達方針や取り組みを説明し、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充実などをお願いしました。日産は、サプライヤーとともに、社会的なニーズであるCSR活動のさらなる向上を実現していきたいと考えています。

ベストプラクティスを生み出す「プロジェクトパートナー制度」

日産は、中長期のプロジェクトにおいて早い段階からサプライヤーと一体となって取り組む「プロジェクトパートナー制度」を導入しています。新技術の開発や商品力の向上、効率的な生産投資など、長期にわたって大きな成果が期待できる分野を中心に、日産とサプライヤーが密接に連携してベストプラクティスを目指す制度です。開発早期から協働することにより、いっそうの競争力向上につなげることを目的としています。プロジェクトパートナーとなるサプライヤーも、通常のサプライヤーと同様に、公正で透明なプロセスを通じて選定を行っています。



日産とルノーが共同で発行した
サプライヤー向けブックレット
「The Renault-Nissan Purchasing Way」



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

ブックレットは、日産の企業情報
ライブラリーからダウンロードできます。
あわせてご覧ください。



CSR調達に関するサプライヤーミーティング



「2007年度 日翔会 総会」

はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上 046	
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに 067	
社会とともに	073
地球環境の保全	083
安全への配慮	114
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	126
パフォーマンスデータ	132
事業等のリスク	134
第三者意見書	135

グローバルで事業に貢献したサプライヤーを表彰

日産では、毎年世界各地の拠点が地域ごとに日産の事業発展に貢献していただいたサプライヤーを表彰しています。これに加えて2005年度には、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」を新設しました。

グローバル品質賞は、購買部門や品質部門などが、グローバルに統一したサプライヤーの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、表彰対象分野を商品技術とプロセスマネジメントに分けて、生産・開発・品質など関連部門の推奨を受けたサプライヤーから選考します。2007年度は、商品技術分野で4社、プロセスマネジメント分野で4社を表彰しました。

日産はこの表彰をきっかけに、品質、コスト低減、技術開発といった経済活動、環境配慮、社会性の側面で、バランスのとれた経営を目指す考え方が、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。

3者共同で利益ある成長を目指す「日産3-3-3プログラム」

「日産3-3-3プログラム」はサプライヤー、日産の購買部門、開発部門の3者が、コスト低減と高品質を両立させながら、パフォーマンスを最大限に高めていくことを目指す活動です。より競争力の高い商品を生むために、コスト低減の専門家であるコストエンジニアによる科学的な判断と、サプライヤーとの密接なコミュニケーションを基本に、ともにアイデアを出し合い、ベストプラクティスを目指す活動を展開しています。また、グローバルでもサプライヤーの競争力を高めるため、日産からサプライヤーにスタッフを派遣し、協働して生産工程の改善を図っています。



「グローバル サプライヤー アワード」の表彰式

はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上	046
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに	067
社会とともに	073
地球環境の保全	083
安全への配慮	114
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	126
パフォーマンスデータ	132
事業等のリスク	134
第三者意見書	135

サプライチェーン全体でグリーン調達を推進

日産は、2001年に自動車の部品・資材のサプライヤーに対する環境面での取り組み基準「グリーン調達ガイドライン」を発行し、日本国内のサプライヤー各社に環境負荷低減の取り組みをお願いしてきました。2006年末時点で、95%以上のサプライヤー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」を取得しました。

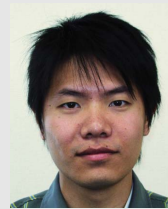
2007年度には、これまで日本だけに適用していた対象をグローバルに拡大するなどの改定を行い、2008年4月より「日産・グリーン調達ガイドライン」として発行、運用を始めました。1次取引先サプライヤーに協力をお願いし、サプライチェーン全体を通じて、環境負荷物質管理の促進と継続的な削減に取り組んでいます。



「日産・グリーン調達ガイドライン」に関するサプライヤーミーティング

Messages from Our Stakeholders
ステークホルダーからのメッセージ

お客さまニーズに応える 製品開発を目指して



日本ポリプロ株式会社
研究開発部 第1材料技術センター
工業材料1グループ
料所 祐二 氏

私は日本ポリプロ(株)で自動車用ポリプロピレン樹脂の開発を担当しています。ポリプロピレンという樹脂は非常に多くの用途で使用されています。たとえば、ファイルなどの文具や台所の日用品、食品容器、包装用のフィルム、紙オムツの繊維、使い捨て注射器のような医療器具などです。自動車向けではバンパーや各種内装材、エンジンまわりの部材などに使用されており、日本ではクルマ1台あたり50kg近くのポリプロピレン樹脂が使用されています。

私たちの製品は中間素材であるため、最終製品として使用されるまでのサプライチェーンが長く、お客さまのニーズをとらえることが難しいこともあります。日産自動車とは開発の初期段階から一緒に取り組み、綿密なコミュニケーションで、より良いユニークな製品の開発へと結びつけています。今後も私たちの新技術・新製品を広くグローバルに提案していきたいと思えます。

はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上	046
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに	067
社会とともに	073
地球環境の保全	083
安全への配慮	114
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	126
パフォーマンスデータ	132
事業等のリスク	134
第三者意見書	135

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)」

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・サービスを提供するため、日産では「ニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ(NSSW)」という、販売・サービスの質を高めるための指針をグローバルに定めています。私たちはこの指針をもとに、さまざまなCS*向上のための活動を実施しています。

活動の例としては、商品知識や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、日産のブランドイメージ向上のための店舗演出ガイドラインの作成、お客さまへのアンケートを通じた満足度調査などがあげられます。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、お客さまがディーラー店舗で経験される購入プロセスや、点検修理など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）

CS向上を通じて日産ブランドに貢献したディーラーを表彰する 「グローバルNSSWアワード」

日産では、世界中の日産ディーラーを対象に、優れたお客さま満足度を実現し、日産のブランド価値向上に大きく貢献したディーラーを選定・表彰しています。

2007年度は、この「グローバルNSSWアワード」を世界31カ国・42社のディーラーが受賞しました（日本2社、米州6社、欧州16社、一般海外地域18社）。

このアワードを受賞した、販売の最前線で活躍する優れたディーラーの活動は、CS経営ノウハウ集にまとめてグローバルに配布しています。「グローバルNSSWアワード」を通じて、世界中の優秀なディーラーの成功事例を共有し、日産のCS向上のための活動が、より高いモチベーションとともに推進されることを目指しています。

最新のテストコース「GRANDRIVE」で、販売会社の社員向けに試乗会を実施（日本）

日産は、追浜試験場（神奈川県横須賀市）を整備し、名称を「GRANDRIVE（グランドライブ）」と改め、2007年秋に開設しました。このGRANDRIVEは、従来の走行実験や評価の実施に加え、販売会社を含めた日産グループ社員の日産車試乗を通して、お客さまにその魅力や走る楽しさをお伝えすることを目的としています。1周約4kmのコースの中には、荒れた路面や首都高速道路に見られる段差といった一



「2007年 グローバルニッサン・セールス・アンド・サービス・ウェイ(NSSW)アワード」の表彰式



GRANDRIVEで実施した販売会社の社員向け試乗会

はじめに	001
CEOメッセージ	002
CSR対談	006
日産のCSR	011
日産独自のCSR推進手法 「日産CSRマネジメントウェイ」	012
日産CSR重点9分野	024
日産CSRスコアカード	027
ステークホルダー エンゲージメント2007	031
事業活動報告・ コーポレートガバナンス	032
2007年度決算概況・ 新中期経営計画「日産GT 2012」	033
コーポレートガバナンス	038
ステークホルダーへの価値の向上	046
お客さまのために	047
株主・投資家の皆さまとともに	055
社員とともに	058
ビジネスパートナーとともに	067
社会とともに	073
地球環境の保全	083
安全への配慮	114
社員一人ひとりが考える サステナビリティ	126
パフォーマンスデータ	132
事業等のリスク	134
第三者意見書	135

般道路を再現しており、このコースを走行することにより、日常的な運転の中で味わう日産車の操縦安定性、走行性などの体験が可能です。

2007年9月には販売会社のカーライフアドバイザー向けに、11月には販売会社の就職内定者の入社前研修の一環として、日産車の試乗会を実施しました。この試乗会を通して、カーライフアドバイザー自らがドライビングプレジャー（クルマで走ることの楽しさ）を体験し、それをもとにお客さまに日産車の魅力や走りの楽しさをお伝えすることを狙いとしています。

今後もGRANDRIVEにおいて、国内外の販売会社のスタッフ向けの試乗会などを行い、販売の現場における商品提案力のいっそうの強化を目指していく予定です。

新たなVIを導入し、販売店舗のイメージを刷新（日本）

日産は2005年から、日本での販売網である「レッドステージ」と「ブルーステージ」の2系列を統一し、全車種の完全併売化を実施しています。これにともない店舗イメージの刷新を図るため、各販売会社に新たなVI（ビジュアル・アイデンティティ）を導入し、新しい店舗デザインへの切り替えを順次行うとともに、展示車や試乗車のラインアップの充実も図っています。

また、旧村山工場跡地に2007年1月から出店している、大型中古車店舗「カーミナル東京」と新車店舗「東京日産 新車のひろば 村山店」では、新車または中古車購入に迷っているお客さまに対して、2店の相乗効果による最良の選択肢を提供することで、日産のブランド価値をより高める店舗運営に取り組んでいます。



大型中古車店舗「カーミナル東京」

Messages from Our Stakeholders ステークホルダーからのメッセージ

お客さまの満足度向上が 持続可能な収益につながる



ファントゥーリー・ガリー日産
(オーストラリア)
社長
クレイグ ピアース 氏

私たちは長年にわたり、「利益の前にお客さま第一」と肝に銘じてきました。多くの企業は決算上の収益を重視しますが、会社の成功を測る本当の指標は持続可能な収益性です。小売業界で持続可能な利益を得るには、お客さまの満足度を高め、継続的にご来店いただくことにつきますと思います。この点を重視して取り組んだ結果、私たちは5年連続で日産「グローバルNSSWアワード」を受賞しました。これは大変名誉なことです。

お客さまの満足があるからこそ評判が広がり、お客さまとのつながりが生まれます。高い顧客満足度は、持続可能な利益と安定した市場シェアの確保につながると信じています。私はディーラーとして、ステークホルダーとして、販売会社とともに顧客満足度に力を入れている日産の姿勢をたたえたいと思います。また、日産が販売会社に新たな取り組みや目標を随時伝えていることが、相互発展の関係を築くうえで大いに役立っています。