

日産のサステナビリティ活動を通じた 企業価値向上の取り組み



講師 田川 丈二氏 (タガワ ジョウジ)

日産自動車株式会社 専務執行役員 チーフサステナビリティオフィサー

日時：12月14日(水) 18:00～19:30 開催形式：対面／Zoomウェビナー

講演会出席者：88名

講師略歴

日産自動車株式会社 専務執行役員・チーフサステナビリティオフィサー (CSO)

入社以来、主に財務やIR部門の要職に従事。2019年より現職。

日産の最高意思決定機関エグゼクティブ・コミッティのメンバーの他、ルノー社の社外取締役、監査委員、及び三菱自動車工業株式会社の社外取締役、報酬委員を務める。

全てのステークホルダーへの長期的な価値創造、環境や社会の課題解決を目指し、グローバル渉外・危機管理・コンプライアンス領域の統括も含めた、サステナビリティ活動の指揮にあたる。

講演要旨

はじめに

私は大学卒業後に日産に入社し、2006年からIR部の責任者を15年ほど務めた。IRとはご存じの通り、株主に会社の業績などを説明する仕事であるが、ここ5～10年、株主や投資家からの質問は業績に関するもののほかに、ESGや環境への取り組み、会社の存在意義などに関する質問が非常に増えてきた。自分としては、もともと財務経理のバックグラウンドがありつつも、環境への取り組みに関する仕事をしたいと思っていたところ、2019年からチーフサステナビリティオフィサーに就任することになった。同職は、サステナブルな企業になるための取り組みを社内で推進する立場である。

会社概要

日産自動車は1933年に設立され、来年90周年を迎える。今、社として力を入れているのはEV（電気自動車）である。今年発売したクロスオーバーSUVの「アリア」、2010年に世界に先駆けて量産型のEVとして発売した「リーフ」、カーオブザイヤー3冠を獲得した軽自動車の「サクラ」などがある。また、モーター駆動のハイブリッド技術「e-POWER」を搭載した「X-TRAIL」や「ノート」なども発売している。

日産のコーポレートパーパス

日産のコーポレートパーパスは、「人々の生活を豊かに。イノベーションをドライブし続ける。」であり、ウェルビーイングとも関わりがある。「人々の生活を豊かに。」というのは、従業員に加え、日産のクルマに乗られる方、あるいはユーザー以外の方も含めた人々の生活を豊かにするという事。その方法として、「イノベーションし続けよう」というのが我々のコーポレートパーパス=存在意義である。

このコーポレートパーパスにもつながる長期ビジョン「Nissan Ambition 2030」を2021年より掲げ、「よりクリーン」、「より安全」、「よりインクルーシブ」な、誰もが共生できる社会の実現を目指している。

目標① よりクリーンな社会の実現

「よりクリーンな社会の実現」に向けて、製品・技術開発や生産、サービスの過程だけでなく、オフィス環境やサプライチェーンも含めた全体で取り組んでいる。そして、2050年までにクルマのライフサイクル全体におけるカーボンニュートラル実現を目指している。

環境に対する取り組みは20年以上前から進めており、2002年には最初の「Nissan Green

Program (NGP)」を発表した。以降5～6年周期で環境に関わる中期的な取り組みを行ってきた。2017年からは「NGP2022」に取り組んでおり、気候変動、資源依存、大気品質、水資源をテーマにしている。

気候変動への取り組み

我々は2021年1月、「2050年にクルマのライフサイクルでのカーボンニュートラルを実現する」と宣言した。ライフサイクルとは、単にクルマが走る時のCO₂を削減するだけではなく、クルマの生産環境や最終的なライフサイクルまで含めた「ライフ」を意味する。

2021年8月には、日系の自動車メーカーとして初めて国連が支援する「Race to zero」キャンペーンに参加した。また、地球の気温上昇を1.5℃未満に抑える取り組み「Business Ambition for 1.5℃」に賛同している。

気候変動への取り組み／事例

日産はこれまで、他社に先駆けてカーボンニュートラルにつながるユニークな取り組みを進めてきた。たとえば、量産型EV「リーフ」を世界に先駆けて発売し、累計50万台以上をグローバルで販売してきた。しかも、「リーフ」でバッテリーに関わる重大事故はゼロである。また、車両の販売だけではなく、EVの充電器も開発し、政府などと連携しながら充電インフラの普及に貢献してきた。

さらに、EVのバッテリーが電源となり、家庭への給電を可能にする「Vehicle to Home」も開発した。また、CO₂削減に貢献するハイブリッド車の新技術e-POWERも開発し、これまでに累計50万台以上のe-POWER搭載車を販売してきた。

その他、リーフの販売を開始した2010年より将来を見据え、バッテリーのリユース・リパールの取り組みなども行っている。

気候変動への取り組み／製品・サービスからのCO₂排出量の削減

2022年までの目標として「新車からのCO₂排出量40%削減（2000年比）」を掲げ、2021年末に達成した。

2030年代早期には、主要市場で投入する新型車をすべて電動化車両にすることを目指しており、EVバッテリーの技術革新に注力している。e-POWERの熱効率向上や積極採用にも力を入れている。

気候変動への取り組み／EVバッテリーの新たな価値

先述の「Vehicle to Home」を含めた、EVのバッテリーを用いたエネルギー供給の仕組みの総称を、我々は「V2X」と呼び、HomeだけでなくBuilding、Grid（余った電力を電力会社に売る）、Load（アウトドアや災害時の備蓄電源として使用する）といった活用も進めている。こうした「EVバッテリーをさまざまな形で活用する」という取り組みを世界中で行っている。また、グローバルで行われているV2Xの実証実験の7割ほどに、日産の「リーフ」が使われている。

気候変動への取り組み／企業活動全体からのCO₂排出量の削減

2022年までの目標として「企業活動全体からのCO₂排出量30%削減（2005年度比）」を掲げ、2021年に達成した。取り組みの一例として、イギリスのサンダーランド工場に37,000枚の太陽光パネルからなる20MWの発電設備を導入したことにより、欧州で販売する「リーフ」の生産を再生可能エネルギーで賄えるようになった。

また、オフィスなどのLED化を進めて省エネに取り組んだり、バイオエタノールを用いたエネルギー供給を取り入れるなどといったことも同時に進めている。

さらに、各拠点で再生可能エネルギーの利用を推進している。工場の生産活動に用いるだけでなく、社会に普及させる取り組みも行っている。

気候変動への取り組み／サプライヤーエンゲージメント

カーボンニュートラルの実現にあたっては、我々に部品を供給してくれるサプライヤーの皆さんにもCO₂削減に取り組んでもらうことが重要である。これからEVが普及すると、クルマの使用時のCO₂排出量は低減する一方、生産時のCO₂排出量の増加が予想されるため、サプライヤーの皆さんと一緒に取り組んでいる。

気候変動への取り組み／ゼロエミッション社会に向けて

クルマの生産時に出るCO₂の削減、バッテリーの再利用、スマートグリッドなどに取り組み、EV全体のエコシステムを構築することで、ゼロエミッション社会の実現を目指している。

資源依存への取り組み／サーキュラーエコノミーの実現に向けて

2022年度までに、クルマに使う新規採掘資源の量を7割に削減、すなわち3割はリサイクル材を使うという目標を掲げており、達成の見込みである。

また、JR東日本と協力してEVの再生バッテリーを踏切で活用したり、クルマの生産工程で出る部材を再利用する「クローズドループ・リサイクル」などに取り組むことによって、循環型社会の実現を目指している。

大気品質への取り組み／ゼロインパクトに向けて

排気ガスをクリーンにする取り組みは以前から行っており、現在は「生産工程でも空気・大気を汚さない」ことに力を入れている。また、車内の空気環境も向上させ、健康で快適な空間づくりを目指しており、これもウェルビーイングの一つであると思う。

水資源への取り組み／ゼロ・ストレスを目指して

2022年までの目標として「グローバル生産拠点における取水量の、2010年比で21%削減」を掲げている。その実現に向け、ため池で貯留した雨水の活用や、水の使用量自体を減らす取り組みを行っている。

目標② より安全な社会の実現

「より安全な社会の実現」は自動車会社の責務と考えており、ゼロ・フェイタリティ（日産車の関わる交通事故による死者数をゼロにする）を目指している。そのためにクルマの安全技術を拡充させ、社会やお客さまと連携しながらさまざまな取り組みを行っている。

ここ25年ほど注力しているのは「セーフティ・シールド コンセプト」といって、事故を未然に防ぐ、または最小限の被害に留めるため、事故に至るまでに複数のシールドで乗員を守る考え方である。センサーや高精度カメラ画像などで事故を未然に防ぐとともに、事故が避けられなかった場合はいかにショックをやわらげるか、という総合的な安全確保に力を入れている。なかでも、遠くのもの形状を瞬時に正確に認識できるライダーを活用した“Ground truth perception技術”は2025年の市場投入を目指しており、緊急回避能力の飛躍的向上が期待できる。

目標③ よりインクルーシブな社会の実現

我々は、人権、ダイバーシティ&インクルージョン、従業員の健康・安全、地域社会への貢献というサイクルを回すことによって、「よりインクルーシブな社会の実現」を目指している。

人権の尊重

事業戦略の中心として人権尊重に取り組んでいる。たとえば、2004年にダイバーシティデイベロップメントオフィスを新設し、社内でのダイバーシティを推進してきた。また、2017年には内部通報制度Speak Upを導入した。そして、2018年からは人権インパクト・アセスメントを実施している。

ダイバーシティ&インクルージョン

ダイバーシティ&インクルージョンのミッションとして、「多様性豊かな従業員が尊重し合

える環境の実現」を目指している。そこから生まれる独自性にあふれ革新的な車やサービスで「人々の生活を豊かに」していくことを社として掲げている。

日産は、多様性という意味では国籍の幅が広く、数の上でのダイバーシティは他社よりも進んでいるが、大事なのはインクルージョンである。女性やLGBT、他国籍の人々が本当に活躍できる文化・環境があることが大切である。そこに関してはまだ改善すべきポイントがあり、Equity（公平性）の観点のもと、得意とするものが違っていても公平に活躍できるように取り組んでいる。

ダイバーシティ&インクルージョンの取り組みと成果

自動車会社は女性管理職の比率が低く、2～3%に留まっている。我々は女性を積極的に採用しているが、管理職が増えていない現実がある。対策としてリモートワークを取り入れ、子育て中の女性が働きやすくしたりもしているが、そもそも女性が家事・育児をすべて担うのもおかしな話だ。私自身も男性従業員の育休を推奨しているが、長期取得する人は少なく、意識を変えていかなければと強く思っている。

とはいえ、日産では2004年からダイバーシティ&インクルージョンの取り組みを続けており、2017年には女性が活躍している企業に与えられる「えるほし3段階」に認定され、2017年から6年連続でLGBT従業員に対する取り組みを評価する「PRIDE指標」も獲得している。また、CEO・COOがイクボス宣言を表明し、率先して家族を大切にしている。

従業員の健康、安全

従業員の健康と安全を会社が取り組むべき重要な課題として位置づけ、職場の安全・健康活動を経営的な視点から推進している。その結果、経済産業省が認定する健康経営優良法人（ホワイト500）に2019年から4年連続で認定されている。

EVを活用した地域課題解決の取り組み

電動化アクション「ブルー・スイッチ」を推進し、EVを人々の日常生活や災害時に役立つ取り組みを実施している。全国の自治体と災害連携協定を結び、災害時にEVのバッテリーを電源として活用できるようにしている。また、災害対策のほか、環境を守るべき国立公園にEVを供給したりもしている。今後は日本だけでなく、海外にも広めていく。

地域社会への貢献①

東日本大震災の影響を受けた福島県浪江町では、住民の方の約9割がまだ町に戻れていない。こうした人口減少地域では、公共交通機関の便が悪い。そこで、同エリアで日産の自動運転機能を備えたクルマを活用し、利用者がスマホで呼んで病院通いや通勤などの移動手段として使える実証実験を行っている。また、浪江町では、太陽光発電設備の道の駅への導入、太陽光で発電したエネルギーをEVの再利用バッテリーを使って蓄電・点灯する街灯を設置するなどして、“モビリティ×エネルギー×まちづくり”を進めている。

地域社会への貢献②

2013年から中国で小学生向けの教育プログラム「日産ドリームクラスルーム」を実施し、これまでに150万人の生徒が参加している。タイではリーダーシップの育成を行う「Youth Leadership Development Program」を実施している。

日本では、東日本大震災の被災地の子ども達の笑顔を取り戻すことを目的とした「日産スマイルサポート基金」の設立や、女性の人権問題をテーマにした「歩く国際協力Walk in Her Shoes」への協賛などを行っている。また、地道な活動として、夕方早めにクルマのライトを点灯し、事故防止につなげる「おもいやりライト活動」の普及にも努めている。

社外からの評価

ESG投資対象先選定に関するESG格付けにおいて、日産のサステナビリティへの取り組み

が評価され、以下の格付けを獲得している（2022年12月時点実績）。

FTSE 4 Good Index Series

FTSE Blossom Japan Index

FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

CDP 2022 Leadership Score（Water Security : A, Climate Change : A-）

サステナビリティ課題に対する経営のコミットメント

通常、従業員の報酬やボーナスは、売り上げ・利益などにリンクしているが、日産では現在、私を含む経営陣のボーナスは環境課題、人権課題にもリンクさせている。昨年からの仕組みを取り入れ、日本では比較的早い段階でサステナビリティ課題が経営陣の報酬にリンクした会社となった。