



パトロール

## コーポレートガバナンス

高い透明性を確保し、信頼され続ける企業に

## Corporate Governance

## コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンス（企業統治）を充実させることは、日産のCSR推進における要となります。経営陣の責任を明確にした目標や方針をステークホルダーに公表し、その達成状況や実績をできるだけ早く開示するなど、経営の透明性を高いレベルで維持し、ステークホルダーの皆さまから信頼され続ける企業でありたいと考えています。

## 日産ウェイ

日産は、ルノーとの連携を通して、異なる文化や多様性（ダイバーシティ）を尊重しながら新しい価値を創出する企業文化を醸成してきました。その過程で実践し、学習した経験をすべての企業活動に反映させ、今後の成長を確かなものにするための行動指針が「日産ウェイ」です。つねにお客さまに焦点を当て、継続的に価値を創出しながら業績向上を実現していくために、5つの「心構え」と5つの「行動」を定めており、日本語、英語、フランス語、中国語、ドイツ語、スペイン語、オランダ語、ロシア語の全8カ国語でグローバルに共有しています。日産ウェイを実践するうえで、私たちが大切にしているのが「すべては一人ひとりの意欲から始まる」という考え方です。社員一人ひとりが今自分は何をすべきかを考え、その達成に向けて挑戦することが日産の成長の原動力になると考えています。

## 「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。

## Mindsets 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、分かりやすく共有化。
- 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・プロセスは誰でも分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？

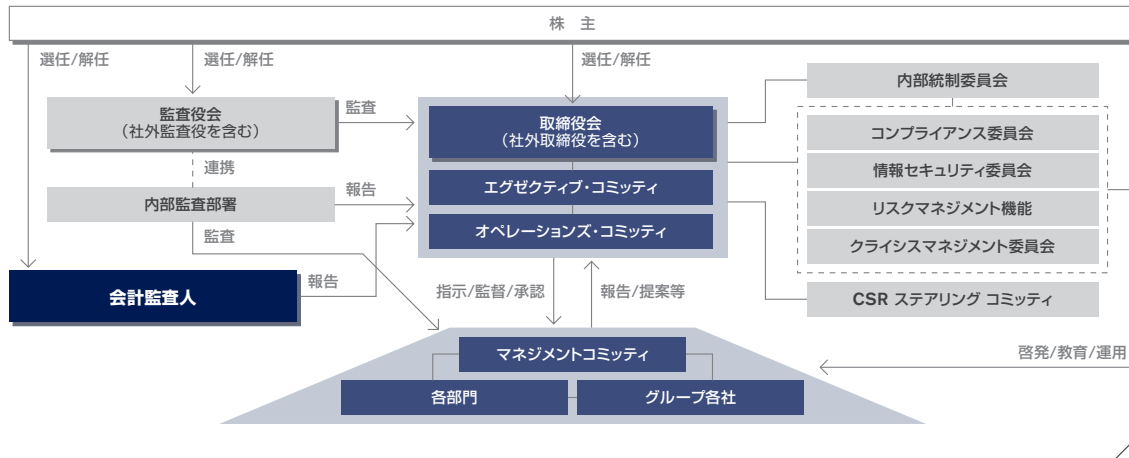
## 内部統制システム・コンプライアンス

## 公正で透明性のある企業活動を維持する内部統制システム

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、取締役会では、会社法に定める内部統制システムおよびその基本方針を決議しました。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注視するとともに、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取締役を置いています。

また、日産では監査役会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、定期的に会計監査人から監査の計画および実施結果の報告を受けるとともに、意見交換を行い、その妥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。

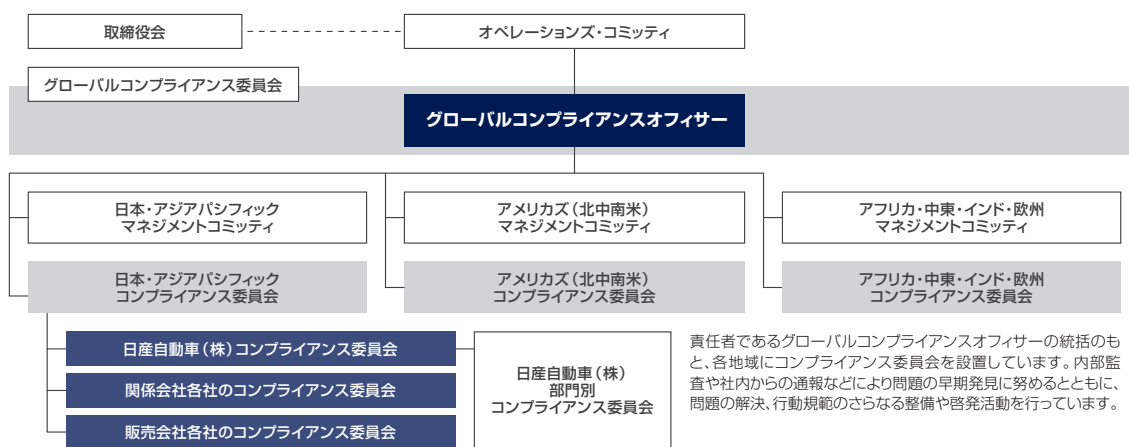
日産の内部統制システムの概要



法令順守の枠組み

すべての社員が高い倫理観を持ってコンプライアンス（法令順守）を実践することが、日産のCSR推進の基盤です。2001年には、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、着実に展開しています。さらに「グローバルコンプライアンス委員会」を3つの地域ごとに設置して、違法行為や非倫理的行為を未然に防ぐグローバルな体制を構築。法令・倫理順守機能を高めるため、各拠点が連携しながらコンプライアンスの周知徹底に取り組んでいます。

2010年度 グローバルコンプライアンス委員会組織



### コンプライアンス啓発活動をグローバルに推進

日産は世界の各拠点に、コンプライアンス施策を推進する担当部署と推進責任者を配置し、コンプライアンス意識の醸成に努めています。また、すべての社員が行動規範を正しく理解し、透明かつ公正な判断によって行動するための教育を重視しています。

日本では、役員を含むすべての社員を対象に「日産行動規範（日本版）～わたしたちの約束～」（2004年4月制定）に関するe-ラーニングまたはVTR教育を行い、受講後には規範順守の誓約書へ署名を求めると、周知徹底を図っています。2010年度には法令改正や社内運用ルールの変更にともない、行動規範の一部を改定し、同年度以降に全社員への再教育を実施して、コンプライアンスに対する意識づけを強化していきます。

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。その他の海外地域でも、各国の事情を考慮したガイドラインを作成して周知活動に取り組んでいます。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。

また、「グローバル内部者取引防止管理規程」や「個人情報管理規程」などの社内規程を整備し、教育・研修プログラムを通じて、周知徹底と啓発に取り組んでいます。

#### 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。右記行動規範は、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・ルール順守  | 5. 透明性と説明責任の確保 |
| 2. 利益相反行為の禁止 | 6. 多様性の尊重と機会平等 |
| 3. 会社資産の保護   | 7. 環境保護        |
| 4. 公平・公正な関係  | 8. 実践・報告の義務    |

### 人権尊重と差別・いやがらせの禁止

日産は、「日産グローバル行動規範」の第6条「多様性の尊重と機会平等」において、社員や取引先、お客さま、地域社会の多様性を受容、評価、尊重し、差別やいやがらせは、どんな形・程度にせよ容認しないことを定めています。役員および社員は、相互の人権を尊重し、人種、国籍、性別、宗教、身体障がい、年齢、出身、その他の理由で差別やいやがらせを行ったり、その状態を容認することを禁止しています。また、職場におけるセクシュアル・ハラスメントやその他のハラスメント（いやがらせ）を許さないという立場で、男女を問わず、すべての社員が被害に遭わないよう、その防止に努めています。

### 健全性を高める内部通報制度

日産は社員一人ひとりがコンプライアンスを徹底し、企業活動が正しく行われるよう、内部通報制度「イージーボイスシステム」を採用しています。社員が意見・質問・要望を会社に直接伝える仕組みを整え、業務や職場の改善はもとより、企業倫理を順守する風土づくりに役立てています。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でも導入しています。

日本では、2008年10月から電子メールによるイージーボイスへの受付対応を開始。また、北米でも2009年度上期に内部通報制度を導入し、包括的にコンプライアンス案件の集約を行っています。今後も内部通報制度をグローバルに拡大していきます。

### 独立した組織による内部監査

日産は、COO（最高執行責任者）直轄の独立したグローバル内部監査部署を設置しています。各地域では統括会社に設置された内部監査部署が担当し、具体的な監査活動をチーフ インターナル オーディット オフィサー（CIAO）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実施しています。

## 全社リスクマネジメントの基本方針と管理体制

日産ではリスクを「日産グループの事業目標達成を阻害する要因」と定義し、リスクをいち早く察知・評価し、必要な対策を検討・実行することにより、発生確率の低減と発生した場合の損害を最小にとどめる努力をしています。リスク管理はつねに具体的な対策とつながった実質的な活動でなければなりません。日産では「グローバルリスク管理規程」に基づき、グループ全体で活動を推進しています。

具体的には、事業環境の変化に迅速に対応するため、リスク管理の専門部署による役員層へのインタビューを毎年実施。さまざまなリスクの洗い出しに続き、インパクトと頻度、コントロールレベルを評価し、全社リスクマップの見直しを行います。そして経営会議において、全社的に管理すべきリスクとその管理責任者を決定し、責任者のリーダーシップのもと、各リスクへの対策に取り組みます。さらに、それらの進捗状況は内部統制担当取締役が取締役会に適宜報告しています。

個別のビジネスリスクに対しては、発生時の影響と発生の頻度を最小にするため、各部門の責任において、本来業務の一環として必要な予防対策を講じるとともに、発生時の緊急対応策を整備しています。国内外の連結会社とも連携を深め、グループ全体でリスクマネジメントの基本的なプロセスやツールの共通化、情報の共有化を進めています。

また、社内のコミュニケーションツールとして導入されているイントラネット「WIN」上に「全社リスクマネジメント」のサイトを2009年に開設。日本・北米・欧州およびその他の海外地域や主要な関係会社向けにもリスクマネジメントに関する情報を発信しています。

## リスク管理の状況

全社リスクとして管理している項目のうち、主なものの取り組み状況をご紹介します。

### 1. 金融市場にかかわるリスク

#### 1) 資金の流動性（リクイディティ）

資金の流動性にかかわるリスクは企業にとって重要なリスクのひとつであり、2008年後半に発生した金融危機は、当該リスクをきちんと管理することの重要性を再認識させられる出来事でした。日産では、リクイディティポリシーを設定し、事業活動に必要な資金量を客観的に明確にしたうえで、さらに複数の調達手法を組み合わせることによりリスクの分散を図っています。

#### 2) 金融市場

金融市場では、為替や金利、原材料価格の変動リスクにさらされています。長期的な対策として、為替については車両生産の現地化や部品調達国の最適化を進め、原材料価格については、貴金属の使用量を減らす研究などを行っています。短期的な対策としては、社内規定に基づき一定の範囲内でヘッジを行う場合もあります。金利については、固定金利による調達と変動金利による調達とのバランスを取ることで対応しています。

#### 3) 販売金融

販売金融事業では、金利の変動リスク、顧客や販売会社からの債権が回収できないリスク（信用リスク）、リース車両などの残価変動リスクにさらされています。金利については統計学上の手法を用いてリスクを測定し、事前に定めたりリスク許容範囲に収まるように資産と負債それぞれの金利更改タイミングの調節を行っています。また、信用リスクについては、丁寧な審査に基づく与信判断や適切な債権保全措置、引当金の計上を行っています。残価リスクについては、客観的な契約残価の設定に努めるとともに中古車価格の維持に努めているほか、必要に応じて十分な残価損失引当金を計上しています。

#### 4) 取引先金融機関、年金債務にかかわるリスク

日産は複数の金融機関に対して一定額の金融資産を保有しており、その保全のため、独自の与信管理システムを構築し、取引先の倒産リスクに備えています。

また、退職給付年金制度にかかわる年金資産については、主要な経営層を含むメンバーで構成されるベンションコミッティにて管理しており、定期的なミーティングを通じて、運用方針、運用実績や運用機関の評価等の諸問題について議論を行っています。

## 2. 事業戦略や競争力維持にかかわるリスク

### 1) 商品戦略

将来の商品ラインアップ計画は、将来の収益性や継続的な成長の根幹を支えるものです。日産では、将来のグローバルな市場変動や需要変動など複数のリスクシナリオに対して、ラインアップ全体での収益性への影響を商品戦略策定プロセスの中でモニターしています。計画は必要に応じて見直し、収益性の確保と継続的な成長をより確かなものにしていきます。

### 2) 製品・サービスの質

日産では、2012年度までに品質領域でリーダーになるという「クオリティ・リーダーシップ」に全社を挙げて取り組んでいます。製品の品質については、各市場において品質向上活動の進捗をきちんとモニターしています。しかし非常に複雑な工業製品であるクルマづくりにおいて時として予期せぬ不具合のおそれを生じてしまう場合があります。万が一、市場で問題が発生してしまった場合には、迅速に原因を究明し、アクションを起こしています。そして発生した不具合は徹底的に内容を解析し、同じ不具合を繰り返さないように生産中の車や開発中の車での再発防止を図っています。

こうした新型車プロジェクトにおける品質保証や日常的な品質改善活動に加えて、2009年度より「品質リスクマネジメント」のフレームワークを立ち上げました。現在進行中の管理を将来にわたって確かなものにするために、さらに上位から俯瞰したリスクの洗い出しを行い、リスクレベルを評価し、レベルに応じて責任者を決めてフォローしていく仕組みです。副社長を議長として半年に一度開催する「品質リスクマネジメントコミッティ」で実施しています。

### 3) コンプライアンス・レピュテーション

前述の通り、日産はコンプライアンス意識の醸成や実践のためにさまざまな仕組みで取り組んでいますが、そのほかに、グローバル内部者取引防止管理規定や個人情報管理規定などの社内規定の整備に努め、そのような社内規定や重要な法令の順守について、社内教育・研修プログラム・啓発活動を継続的に実施することで、会社の評判に関するリスクの予防に努めています。

## 3. 事業の継続にかかわるリスク

### 1) 大規模災害対策

日産では「人命第一」を基本方針に定め、事業所所在地において震度5強以上の地震が発生した場合は、初動対応チーム（全社災害対策本部の主要メンバー）が情報を集め、必要に応じて全社対策本部および事業所対策本部を立ち上げ、安否確認、被災状況確認、事業継続と必要なアクションを取っていきます。また、社内の主要組織にて自部署の優先業務を洗い出し、事業を継続するための対応策について事前に決めておくなど、事業継続計画（BCP）に対応した取り組みもサプライヤーとともに実施しています。全社対策本部および事業所対策本部は、大地震を想定したシミュレーション訓練を実施し、本部および各係が機能でき、実際にアクションが取れるか検証するとともに課題を明確にしたうえで対応策を見直し、万一の事態に備えています。

### 2) 新型インフルエンザ対策

2009年4月の新型インフルエンザ発生を契機に、グローバル組織の構築、各種マニュアルの整備、医薬衛生品の備蓄、事業継続計画（BCP）の策定などの対策を実施してきました。今後も、組織改正や異動にともなう対応チームメンバーやBCPの更新、社員に向けた感染予防のための啓発活動を継続的に実施することにより、新たな感染に備えていく予定です。

### 3) 生産の継続のための対応

日産では、災害による生産への影響を最小限にするため、地震に対するハード面での対策（建屋・設備の耐震／補強工事）に加え、被災後の復旧時間を短縮すべく復旧マニュアルの整備に取り組んできました。また、事業継続の観点から、需要の大幅な変動に対応してリソースをどう調整していくかにも積極的に取り組んでいます。今後は、災害への備えをさらに充実させる一方で、増加していく新興国から調達する部品の品質リスクに対応するため、サプライヤー選定前監査・選定後の改善支援に加え、量産段階では、生産・物流の各ポイントで品質を確認するなどの活動も展開していく予定です。

### 4) サプライチェーンの継続

サプライヤー信用リスクの高まりに備え、従来からのサプライヤー財務評価とサプライヤーリスクマネジメントコミッティでの管理に加えて、リスク状況と対応のための想定支出額の報告を毎月実施しています。一方、不測の事態の発生時は、迅速に対応できるよう機能横断的なコミッティを設立するとともに、権限規定も整備し、速やかな意思決定を可能にしています。

**個人情報保護と情報セキュリティへの取り組み**

日産では、「個人情報の保護に関する法律」を順守し、お客さまの情報を適正に扱うことが社会的責務であると認識し、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、日本国内のグループ会社において徹底しています。

また、情報セキュリティ全般に対する取り組みの基本方針である情報セキュリティポリシーをグローバルに共有化し、情報セキュリティ委員会のもと、社内外の情報漏えい事案などをもとに、情報セキュリティの強化に必要な対策も随時実施しています。さらに、その徹底のため、情報セキュリティの社内教育を毎年継続的に実施し、周知・定着を図っています。

**WEB** ::::::::::::::::::::

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、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.co.jp/SITEINFO/privacypolicy.html>

**「国連グローバル・コンパクト」へ参加**

日産自動車は、国連が提唱する「人権・労働・環境・腐敗防止」についての普遍的原則である「国連グローバル・コンパクト」に2004年1月から、参加しています。「国連グローバル・コンパクト」は、国連のコフィー アナン事務総長(当時)が1999年に世界経済フォーラム(ダボス会議)で提唱した、企業による自主行動原則です。

日産では、下記10原則に基づくさまざまな活動をいっそう強化するために、CSRマネジメントを進めています。

**国連グローバル・コンパクトの10原則**

**人権**

企業は

原則1:国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、  
原則2:自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。

**労働基準**

企業は

原則3:組合結成の自由と団体交渉の権利の実効的な承認を支持し、  
原則4:あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、  
原則5:児童労働の実効的な廃止を支持し、  
原則6:雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。

**環境**

企業は

原則7:環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、  
原則8:環境に関する大きな責任を率先して引き受け、  
原則9:環境に優しい技術と普及を奨励すべきである。

**腐敗防止**

企業は

原則10:強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。



**WEB** ::::::::::::::::::::

国連グローバル・コンパクトに関する詳しい情報は、下記の公式ウェブサイトをご覧ください。

<http://www.unglobalcompact.org/>

<http://www.unic.or.jp/globalcomp/index.htm>

**「持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)」への参画**

日産は、「持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)」に加盟しています。WBCSDは、「経済成長」「環境保全」「社会的公平」という3本の柱による持続可能な発展に対して、共有の決意を持つ国際的な企業の連合体です。現在、世界35カ国を超える国から、20以上の業種にわたる約200の企業が参加しています。産業界の貢献を実現するためにWBCSDが実行すべき目標は以下のとおりです。

- ・産業界におけるリーダーシップ—持続可能な発展に向け産業界を導く存在となること
- ・政策策定—持続可能な発展に産業界が貢献するための枠組みの構築を目指し、政策決定に参画すること
- ・ビジネス・ケースの実践—持続可能な発展に向けた産業界としての取り組みを策定、実践すること
- ・ベスト・プラクティスの提示—持続可能な発展のための問題解決に対する産業界の進捗を提示し、WBCSDメンバー間でその先進的な事例を共有すること
- ・グローバルな展開—開発途上国の持続可能な将来に貢献すること

**WEB** ::::::::::::::::::::

持続可能な開発のための世界経済人会議(WBCSD)に関する詳しい情報は、下記の公式ウェブサイトをご覧ください。

<http://www.wbcsd.org>

## ルノーと日産のアライアンス（提携）

### 他に類を見ないアライアンスの成功例

ルノーと日産のアライアンス（提携）は1999年3月27日の締結以来、独自のビジネスモデルとして発展し、両社に大きな価値をもたらしてきました。自動車業界のパートナーシップとしてはもっとも長く安定した関係を維持しており、着実に成果を上げています。11年目を迎えた今も、相互の信頼に基づき、共通の成長戦略を追求するという基本原則は変わりません。アライアンスは、ルノー、ダチア、ルノー三星、日産、インフィニティの5ブランドを擁しており、2009年の合計販売台数は610万台\*で世界第4位の自動車グループとなっています。

\*露アフトヴァズ社の「ラーダ」ブランドを含む



### WEB

ルノーとのアライアンス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/COMPANY/PROFILE/ALLIANCE/RENAULT01/index.html>

### アライアンスの基本原則

アライアンスは、信頼し合い、また相互に尊重することを基本としています。私たちは透明性の高い組織づくりにより、明確な意思決定を迅速に行い、結果に対する責任を明らかにしながら、意欲的な水準の業績を目指しています。また、互いの強みを生かし、ルノー・ニッサンパーチェシングオーガニゼーション（RNPO）などの共同購買組織や共同作業グループのほか、プラットフォーム・部品の共通化、生産設備の相互利用などを通じたシナジーを創出することで、効率の最大化を図ります。

さらに、世界190カ国で事業を展開する両社のアライアンスは、魅力的な仕事とやりがいのある挑戦の機会を社員に提供することにより、世界中の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します。アライアンスは、それぞれの株主に対して魅力的なリターンをもたらし、世界の模範となる企業統治を実践し、事業のあらゆる分野で世界の持続可能な発展に寄与することを目指しています。

### アライアンスの3つの目標

アライアンスは、利益ある成長戦略を策定・実行し、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さまから認識されること。
2. おのお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中でつねに3位以内に入る企業グループになること。

### 異なる文化を尊重する経営手法

ルノーの本社はパリに、日産本社は横浜にあり、それぞれの経営体制も異なっています。企業活動の運営責任は双方のエグゼクティブ・コミッティが担っており、各社の取締役会と株主に報告する義務を負っています。

アライアンスは2002年3月、オランダ法の下で両社が共同かつ対等な立場で運営する統括会社「ルノー・日産BV」を設立しました。共通戦略の決定とシナジーの管理が目的です。ルノー・日産BVにはアライアンス・ボード（役員会）があり、議長はアライアンスの会長兼CEOであるカルロス・ゴーンが務めています。アライアンス・ボードはルノーおよび日産の役員各3名で構成され、アライアンスの中長期戦略の方向性を示す役割を担っています。年に10回ほど開催されるアライアンス・ボード・ミーティングには、ルノー・グループおよび日産双方の最上級役員であるエグゼクティブ・コミッティのメンバーも参加しています。



2009年5月、ルノー・日産アライアンスは、両社の関係をより深く広範囲にわたるものとし、業績向上に向けてシナジーを最大限に生かすため、小規模な専門チームを立ち上げました。新たな専門チームは、購買、グローバル調達、プラットフォームと部品の共通化、パワートレイン、サポート機能、グローバル物流、IS/IT、研究および先行開発、ゼロ・エミッション事業の分野を優先事項として取り組んでいます。2010年からは、電気自動車の開発に向けたバッテリー事業と新興市場でのビジネス拡大を支えるエントリーカー事業という2つの分野も新たに加わりました。

組織としてはアライアンス会長兼CEOの直属であり、毎月定例会合を開いて各種プロジェクトを再点検し、シナジーが期待できる新分野や事業機会についてアライアンス・ボードに提言しています。

さらに2010年4月、アライアンスはダイムラーAGと新たな戦略的協力を発表しました。3社は株式交換による相互出資を通じ、まずはルノーの「トゥインゴ」およびダイムラーの「スマート」の次世代車を共同開発。そのほかダイムラーのエンジンをインフィニティブランドに採用するなど、さまざまなプロジェクトを進める予定です。

アライアンスの組織下には、この他にもクロス・カンパニー・チームやファンクショナル・タスク・チームなど30以上の共同作業グループがあります。これらのグループは事業の主要セクターおよび活動全般にわたって、両社間の新たなシナジーを探るのが仕事です。チームの統括者は、それぞれの分野の進捗度について、定期的にアライアンス・ボードに報告しています。

#### ともにゼロ・エミッションを推進

アライアンスは2007年、ゼロ・エミッション車の量販において世界のリーダーになることを宣言しました。2009年は、両社間の緊密な連携と協力体制を背景に、その目標に向けて大きく前進しました。その第一弾となる電気自動車「日産リーフ」は2010年末の発売予定で、研究、技術、製品開発、生産に40億ユーロを投じています。さらに、ルノー、日産、インフィニティのブランド全体で、7車種の電気自動車を生産することを確認しています。

ゼロ・エミッション車における戦略の要は、バッテリーです。両社の先進技術と広範なサプライチェーンを活用することで、アライアンスは世界の自動車産業において比類ない強みを持つこととなります。2009年には日本、フランス、米国、英国、ポルトガルの5カ所に、バッテリーの生産拠点を新設することを決定しました。これらの工場がフル稼働すると、アライアンス全体のバッテリー生産能力は年間50万台となります。

#### スケール・メリットとシナジー

アライアンスの真髄は、双方に有益な結果をもたらすWin-Winの関係です。ルノーと日産がそれぞれの戦略プランを策定、実践するなかで、つねにアライアンスの規模とシナジーを生かすことができます。工場の新設やプラットフォームの共通化など、両社がかかわるプロジェクトや取り組みにおいては、投下する時間や資本が確実に成果を生み、双方に利益をもたらすよう慎重な評価が行われます。

アライアンスはグローバル全体で年間600万台以上を生産しており、規模のメリットという点でも世界の自動車業界の中で優位な立場にあります。製品・技術開発や市場開拓において、単独企業だけでは不可能あるいは投資負担が大きすぎるという場合でも、アライアンスなら実現可能です。量産電気自動車の推進に加え、将来の消費者ニーズや規制要件に幅広く対応するさまざまなエンジン技術を開発するうえでも、スケール・メリットは重要となります。

2010年3月、ルノー・日産アライアンスはインドのチェンナイに設立した最新工場の竣工式を行いました。チェンナイ工場はアライアンスとして手がけた初の新工場であり、両社を合わせた年間生産台数はフル稼働時で40万台となる計画です。アライアンスの規模を生かし、投資金を分担することにより、単独で実施するよりも低いコストで、より迅速にインドでの生産体制を構築することができました。