

ルノーと日産のアライアンス（提携）

ルノーと日産のアライアンス（提携）は、幅広い分野で戦略的に協力する独自のパートナーシップです。1999年の締結以来、日産はアライアンスを通じて展開地域をグローバルに広げ、経済規模においても大きく飛躍しました。2010年には両社合わせて190カ国で728万台*を売上げ、世界第3位の自動車グループとなっています。日産、インフィニティ、ルノー、ルノー・サムスン、ダチアという5ブランドを展開し、アライアンス全体で世界中に35万人の社員を擁しています。

* 露アフトヴァズ社の「ラーダ」ブランドを含む



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。併せてご覧ください。
<http://www.nissan-global.com/JP/COMPANY/PROFILE/ALLIANCE/RENAULT01/index.html>

シナジーと成長をグローバルに追求

締結当初は珍しい試みと思われたアライアンスですが、すぐに自動車業界における企業提携のモデルとなりました。その後、アライアンスは規模を大きく広げ、ドイツのダイムラーや中国の東風汽車有限公司、ロシアのアフトヴァズ社などともパートナーシップを結んでいます。

アライアンスの基本的な考え方は、それぞれのブランド・アイデンティティや企業文化を尊重しつつ、株式の相互保有を通して互いの収益向上に積極的に貢献するというものです。現在ルノーは日産株の44.3%、日産はルノー株の15.0%を保有しています。相互に株式を保有することで互いを信頼・尊重し合い、透明性の高い組織のもとで迅速な実行、明確なアカウンタビリティ、意欲的な水準の業績を目指しています。

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しています。

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、常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常に3位以内に入る企業グループになること。

また、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、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、提携によるシナジーの創出に努めています。締結から12年目を迎えた今、アライアンスは持続可能なモビリティの領域でリーダーシップを発揮することにも注力しています。

ゼロ・エミッション領域のリーダーに

アライアンスはゼロ・エミッション車の第一弾となる電気自動車(EV)の開発を進めてきました。研究、技術、製品開発、製造に投じた金額は40億ユーロ。他社とは異なり、アライアンスが目指したのはEV専用プラットフォームをベースに、量産が可能で、主力購買層にとって価格が手ごろなEVを開発することでした。この取り組みが結実したのが、2010年12月より日本と米国で発売開始した「日産リーフ」です。「ワールド・カー・オブ・ザ・イヤー2011」を受賞した「日産リーフ」は、2012年からいよいよグローバルで量販される予定です。さらに2014年までにアライアンス全体で、新たに8車種のEVを投入する計画です。

まず最初にアライアンスが集中的な投資を行っているのが、EV用バッテリーです。すでに日本、フランス、米国、英国、ポルトガルの5カ所でバッテリー生産拠点の新設を進めており、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50万基となります。

日産とルノー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。両社は今後、年間数十万台規模の量産体制を構築することができます。新市場において他社に先行することのメリットは計り知れません。EV開発の先駆けとなることで、日産やルノーのブランド力、消費者認知度が高まるだけでなく、実際のマーケットデータを検証することもできます。一方、燃料電池車や将来的なゼロ・エミッション戦略への投資も継続して進めていきます。

新興市場への展開

今後も各ブランドのルーツである日本、欧州、北米といった主要マーケットでの取り組みに注力する方針には変わりありません。同時にアライアンスは、今世紀さらにはその先の未来を見据え、世界で加速度的な経済成長を見せる新興市場での展開も積極的に進めています。

例えば、アライアンスはインドへの投資を集中的に行っており、2010年にはチェンナイ新工場で日産とルノー両ブランドの車両生産を開始しました。日産の「マイクラ(日本名：マーチ)」を皮切りに、2011年からは新たにルノーの「コレオス」と「フルーエンス」の生産を立ち上げます。チェンナイ工場への投資総額は、2008年2月からの7年間で8億ユーロ。スタンプングや車体、塗装、プラスチック、トリム、シャシーを扱う製造設備のほか、2つのテストコースを備えており、フル稼働時の生産台数は年間40万台となる予定です。

同様に、中国やブラジル、ロシア、モロッコなどの新興市場でも積極的な成長戦略を進めています。そうした投資は、海外市場の新たなお客さまにより手ごろな乗用車やトラックを提供するだけでなく、日産やルノーの本国での雇用増加にもつながります。特に付加価値の高い研究開発部門や生産プロセス、車両デザインなどはそうした効果が期待されます。つまり、アライアンスの市場拡大は、従来市場と二桁成長を見せる新興市場の双方に、まさしく「WIN-WIN」をもたらすものといえます。