

CEO インタビュー

社会が直面する課題の 解決に向けて

2011年度は自然災害と世界経済の混乱からの回復が大きな課題となりました。厳しい環境にもかかわらず、日産は長期的視点に立った取り組みを推し進めつつ、確かな業績を収めました。社長兼CEOのカルロス ゴーンが、日産の事業そして自動車産業全体の持続可能な将来に向けた活動について語りました。



日産自動車株式会社 社長兼最高経営責任者(CEO) カルロス ゴーン

業界を問わず、どの企業にも社会的責任があり、その責任を果たすべく取り組んでいます。自動車産業はどのように社会的責任を果たしていくべきでしょうか？

現代社会は急速に発展しており、今後ますます新たな課題が増えていくでしょう。時代とともに、私たちが直面する課題は変わっていきます。例えば20年前には問題視されていなかった水問題も、今では水資源を大事にする節水の動きが進んでいます。水不足は今後ますます深刻化するでしょう。CO2排出についても、気候変動が話題になり始めた20年前ころから人々の意識が高まりました。これもいずれはさらに大きな問題になるでしょう。

自動車産業にはまず、大気・水・石油・エネルギー・リサイクルといった、持続可能性にかかわる新たな課題を特定する役割があります。次に、それらの課題に対策を講じることが求められます。そのためには、問題点を理解してその解決策を見出し、必要な技術・プロセスを開発し、社会とのコミュニケーションを図らなくてはなりません。日産の担当領域はモノづくりと移動手段です。つまり、自動車メーカーの課題は、持続可能性を妨げる課題に対応し、持続可能性を担保する新たな可能性を追求し、さらに将来に備えることです。

持続可能性の課題に取り組むうえで、日産には何ができるでしょうか？

当社は世界をリードする役割を担っています。日産は自動車産業に大きく貢献する企業であり、その規模は世界の全企業の上位50社に入ります。従って、事業を運営する各地域で、優れた企業市民として認めいただける企業であり続ける必要があります。母国の日本だけでなく、事業を展開する世界各国で、企業としての社会的責任を果たさなくてはなりません。持続可能性の追求は、日本だけでなく、米国、中国、欧州、ブラジル、ロシア、インド、インドネシアを含め、あらゆる地域で求められています。

当社はさまざまな形で社会的責任を果たしています。特に技術開発についてはあらゆる面から取り組んでおり、持続可能性に貢献するかどうかを重視しています。グローバルに事業を行っていることで、日産は世界中で課題に対応し、参画し、貢献することができるのです。

2012年は中期経営計画「日産パワー88」の2年目となります。あらためて、同計画の社会全般にとっての意義を教えてください。

「日産パワー88」には、すべての人にモビリティ(移動手段)をご提供することと、持続可能なモビリティを実現するという2つの目的があります。「すべての人にモビリティを」とは、世界中の人々に、一人ひとりにとって最適なモビリティを提案する取り組みです。この目標を実現するためには、当社は事業を地理的に拡大し、世界のあらゆる市場で商品を提供する必要があります。



また現在、自転車やオートバイをお使いのお客さまが多い低価格帯のセグメントを含め、すべてのセグメントに参入しなくてはなりません。これらのお客さまもクルマがもたらす安全性と快適性をお求めになっています。日産は、このような新興市場のお客さまの生活を一変させるような商品を提案していきます。すべての人にモビリティを提供する取り組みは、まさにCSRの側面を持っています。世界中の大勢の人々の職業人としての成長と、経済的な発展に寄与し、そのご家族の生活も大きく変えることができると思います。

2つ目の「持続可能なモビリティ」とは、当社がご提案するモビリティを、エコロジーの面でも持続可能なものにする取り組みです。これは、電気自動車の「日産リーフ」のようなゼロ・エミッション車をはじめ、ガソリン車の低燃費化とCO₂排出削減を追求した「PURE DRIVE(ピュアドライブ)」技術の取り組みなどを通じて実現していきます。

以上の2つの目標に加え、会社を成長させ、従業員に賃金を支払い、雇用を創出し、株主に配当金を支払うことを通じて、社会全体に対する価値を生み出しています。企業は利益を計上すると同時に、納税する義務があります。その税金は、当社が事業を行う国々の発展に使われます。つまり、日産は自らの成長とともに、お客さま、株主、従業員、政府、そして地域社会に多くのメリットを提供しているのです。

日産は、ルノーとのアライアンスをはじめ、ロシアのアフトワズ、中国の東風汽車、インドのアショク・レイランドなど、独自のパートナーシップを実現していることで知られています。これらのパートナーシップはステークホルダーにとってどのようなメリットがありますか？

日産が世界中で結んでいる数々のパートナーシップは、お互いを尊重する精神と、シナジー効果の追求に基づいています。多くの場合、当社のパートナーシップは、規模や技術力など、さまざまな面で異なる2つの企業によって構成されています。しかしながら、パートナーを問わず、当社は多様性を尊重しています。どちらかが相手を獲得したり、一方が従うことでは確かな成果は望めません。人々が力を合わせて、同じベクトルを向いて初めて、大きな成果が生まれます。つまり、目標を達成するには、文化を越えたマネジメントと多様性が欠かせないのです。

このようなパートナーシップにはいくつものメリットがあります。パートナーシップのおかげで、日産は多くの市場で、その市場環境に適した環境・安全技術を提案し、モビリティ環境を改善することが可能です。一方、現地のパートナーは母国での事業とプレゼンスを拡大させ、その国の経済発展に貢献し、雇用を創出することができます。このようなWIN-WINの関係は、すべてのステークホルダーに価値をもたらします。

当社の取り組みでは、発展途上国は自らのアイデンティティを失うことも、自国の産業を外資に完全に委ねる心配もありません。例えば、アフトワズとの関係では、ロシアの人々はロシアのアイデンティティを守り、自社のラーダ・ブランドをロシアのブランドとして維持することを望んでいました。パートナーのアイデンティティを尊重する当社だからこそ、それが可能となったのです。このように、日産のパートナーシップは、世界中でメリットを生み出しています。

日産と社会の持続的な発展についての長期的なビジョンを教えてください。

日産の長期的なビジョンは「人々の生活を豊かに」です。これはステークホルダーの生活を、ひいては世界中の人々の生活を変えていく、ということを意味しています。当社の取り組みを通じて、人々の生活をより良いものにしていくことが、日産の目指す姿です。これは極めて重要な目標です。自動車の全体需要は急速に伸びています。2011年の世界市場は7,500万台でしたが、中期経営計画の最終年度に当たる2016年には9,500万台、さらに2020年には1億台を突破する見込みです。クルマを購入するお客さまはますます増えていきます。これは持続可能な方法で実現していかななくてはなりません。

さらに、自動車業界は世界で5,000万人以上の雇用を抱える巨大産業です。自動車産業で生計を立てている人々のためにも、当産業の持続可能性を担保する必要があります。彼らが誇りを持って仕事ができる環境を整えることも、自動車会社の務めです。自分たちがつくるクルマが、確かに社会に貢献していると感じてもらふ必要があります。

現在、自動車業界は、特に持続可能性の面で多くの課題に直面しています。技術・商品を通じて、これらの課題に対応することが、日産の果たすべき役目です。原油、CO₂排出、気候変動、再生可能エネルギーなど、人類が数々の課題に直面する中、日産をその解決に寄与する企業にすることが、私のビジョンなのです。

