

中期経営計画「日産パワー88（エイティエイト）」

日産は2011年6月、新たな中期経営計画「日産パワー88」を発表しました。本計画は、新規の市場とセグメントを含む世界市場での成長を加速させることに主眼を置いた、広範にわたる6ヵ年（2011年度～2016年度）計画です。日産はこのプランの実現によって、「経済的な企業価値」をサステナブルかつ最大化していきます。

「日産パワー88」で掲げた目標

この中期経営計画の名称は、日産にとって重要な目標を表現しています。当社はお客さまの購入検討から保有までの経験に重点を置いて、ブランドパワーおよびセールスパワーの向上を図ります。さらに、2016年度末までにグローバル市場占有率を8%に伸ばすと同時に、できるかぎり早い段階で売上高営業利益率を8%に引き上げ、その後、確実に8%を維持していきます。

「日産パワー88」のビジョン

「日産パワー88」は2016年度までの当社の明解かつグローバルなビジョンを示しています。

- 新たな幅広い商品計画に従って新型車を投入し、計画終了時には66車種を取り揃え、世界の市場・セグメントの92%をカバーすることになります。
- 持続可能なモビリティを推進する取り組みの一環として、ゼロ・エミッション戦略およびPURE DRIVE（ピュア・ドライブ）戦略のもと、電気自動車（EV）や低燃費技術のラインアップを拡充します。アライアンスパートナーのルノーと合わせて、期間中に累計150万台のEVを販売する計画です。
- すべての人にモビリティを提供するため、エントリーセグメントと新興市場のニーズに応える新型乗用車・小型商用車を投入します。
- 90以上の新たな先進技術を商品に搭載します。これは平均で年間15件の新技術を投入していく計算になります。
- ブランドの向上や販売網への投資拡大などにより、お客さまの購入検討から保有期間を含めたトータルの経験価値を向上させます。

「日産パワー88」の6つの戦略

第1の柱 ブランドパワーの強化

ブランドパワーを強化するため、日産は開発・生産の強みを、販売・マーケティングとお客さまの経験に基づく価値創造の領域に広げていきます。

第2の柱 セールスパワーの向上

セールスパワーの狙いは、各市場のお客さまのニーズを取り込み、販売台数と市場占有率を飛躍的に増大させることです。そのため、現在、当社には世界中で6,000店に上る主要販売拠点がありますが、これを2016年度までに7,500店舗に拡大します。

第3の柱 クオリティの向上

日産は製品品質の向上に向けて着実に歩みを進めていくことを目指します。「日産パワー88」の期間中、すなわち2016年度までに製品品質の面で、ニッサン・ブランドをグローバル自動車業界のトップ・グループに位置づけるとともに、インフィニティ・ブランドをラグジュアリー・ブランドのリーダーに育てていく計画です。

第4の柱 ゼロ・エミッションリーダーシップ

当社は最大の電気自動車の販売台数を誇るメーカーとして、自動車業界の先頭に立ちます。今後、ルノー・日産アライアンスで、販売好調な「日産リーフ」に続く7車種の100%電気自動車を発売予定です。

第5の柱 事業の拡大

5つ目の柱は事業拡大にかかわる戦略です。1999年、当社のグローバル市場占有率は4.6%でしたが、2011年度には過去最高の6.4%を達成しました。2016年度末までにグローバル市場占有率を8%まで伸ばす計画です。

第6の柱 コストリーダーシップ

市場を問わず、会社の成長には高いコスト競争力が不可欠です。従って、コストリーダーシップを6つ目の柱に据えました。開発費や購入部品のみならず、物流費と内製コストにも目を向け、生産と購入品、納車整備センターまでの物流費を含めたモノづくりのトータルコストを年間5%低減していきます。

「日産パワー88」の4つの土台

「日産パワー88」には、上記6つの戦略を支える4つの土台があります。人、アライアンス、プロセス、そして商品です。これら4つの土台は「日産パワー88」の目標達成のために不可欠なものであり、今後もその強化に努めます。

人

当社は1999年に発表した「日産リバイバルプラン」の達成によって、社内に劇的な変革を起こし、会社を再生させました。また近年では東日本大震災からの迅速な復旧や、タイでの洪水対応など、さまざまな場面で人材*の力強さを示しています。従業員一人ひとりが高い目標を掲げ、その目標に向かってクロスファンクショナルかつ、クロスリージョナルに力を発揮できるのは、日産のDNAが持つ強みであり、今後もその強化により、グローバルにパフォーマンスを上げていきます。

* かけがえのない財産であるという意味を込めて、日産では人材を「人材」と表記しています

アライアンス

ルノー・日産アライアンスはすでに世界第4位の規模を持つ自動車グループであり、「日産パワー88」期間中もさらに進化し続けます。アライアンスからもたらされるシナジー効果により、今後はロシアやインドをはじめとした新興国でもプレゼンスを大幅に上げていきます。そして、この12年間で両社が培ってきたクロスカルチュラルなマインドセットは、グローバルな市場で成長していくうえで、大きな武器となります。アライアンスは当社の強みとして着実に息づいています。

プロセス

「日産パワー88」で計画している事業拡大を達成するには、私たちの業務プロセスもより効果的・効率的である必要があります。この高い付加価値を生み出す業務プロセスを実現するために有効なツールが「V-up」です。V-upは、10年以上の歴史の中でその有効性が証明されている日産独自の課題解決手法です。この手法を取り入れることで、課題解決のスピードを速めていきます。

商品

「日産パワー88」の期間中に51の新型車を投入し、90以上の新たな先進技術を商品に搭載していきます。ニッサン・ブランドとインフィニティ・ブランドのラインアップ拡充に加え、EVの拡充、さらには「アルティマ」「ティアナ」「キャシュカイ」をはじめとするグローバルで成長させるモデルを定義し、成長と利益の増大が見込まれる市場やセグメントには特に力を入れていきます。また、軽量・コンパクトなVプラットフォームをベースにしたグローバルカーのラインアップを増やし、2016年度の販売台数を、2010年度時点の13万台から100万台以上に引き上げます。