

ルノーと日産のアライアンス

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てきました。

2014年のルノー・日産アライアンスのグローバル販売台数は過去最高の850万台¹に達し、世界で販売された新車10台のうち1台がルノー・日産アライアンスのクルマとなっています。現在、ニッサン、インフィニティ、ダットサン、ヴェヌーシア、ルノー、ルノー・サムスン、ダチア、ラーダ(アフトワズ社)というブランドを展開しています。

¹ 露アフトワズ社の販売台数を含む



アライアンスのビジョン

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、ドイツのダイムラーや中国の東風汽車有限公司、インドのアショック・レイランドなどとも幅広い協力関係を実現しています。そして現在、業界で最も持続的な効果を発揮しています。また、ロシア国営企業ロステック社(前ロシアン・テクノロジー社)との合併会社を通じて、ロシア最大の自動車メーカーであるアフトワズ社の株式の過半数を保有しています。

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43.4%、日産はルノー株の15%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、明確なアカウントビリティ、意欲的な水準の業績を目指していきます。

2014年4月1日、ルノー・日産アライアンスは、業績を向上させ、シナジーを加速させるために、研究・開発、生産技術・物流、購買、人事の主要4機能を統合する計画を発表しました。各機能はそれぞれのアライアンス副社長が統括します。これらの機能の統合により、アライアンスは、2014年には38億ユーロであったシナジー効果を、2016年には43億ユーロにまで増加させることを見込んでいます。

ルノー・日産アライアンスに関する詳細はウェブサイトをご覧ください

▶ website

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つの項目において、世界の自動車メーカーの中でトップ3に入ることを目指しています。

- 1 技術革新
- 2 収益および営業利益
- 3 製品品質および顧客満足度

革新的技術のリーダーに

アライアンスは、「ゼロ・エミッション車」、「コネクティッド・カー」、「自動運転システム」の3つの重要な戦略的目標のもと、技術リーダーとしての地位を確立しています。

現在アライアンスは、ゼロ・エミッションモビリティのグローバルリーダーとして、世界で最も販売されている電気自動車(EV)である「日産リーフ」を中心に、世界で累計23万8,000台以上のEVを販売しています(2015年3月末時点)。これはアライアンス以外のすべての自動車メーカーのEV販売台数の合計を上回る台数です。