



RE:NISSAN

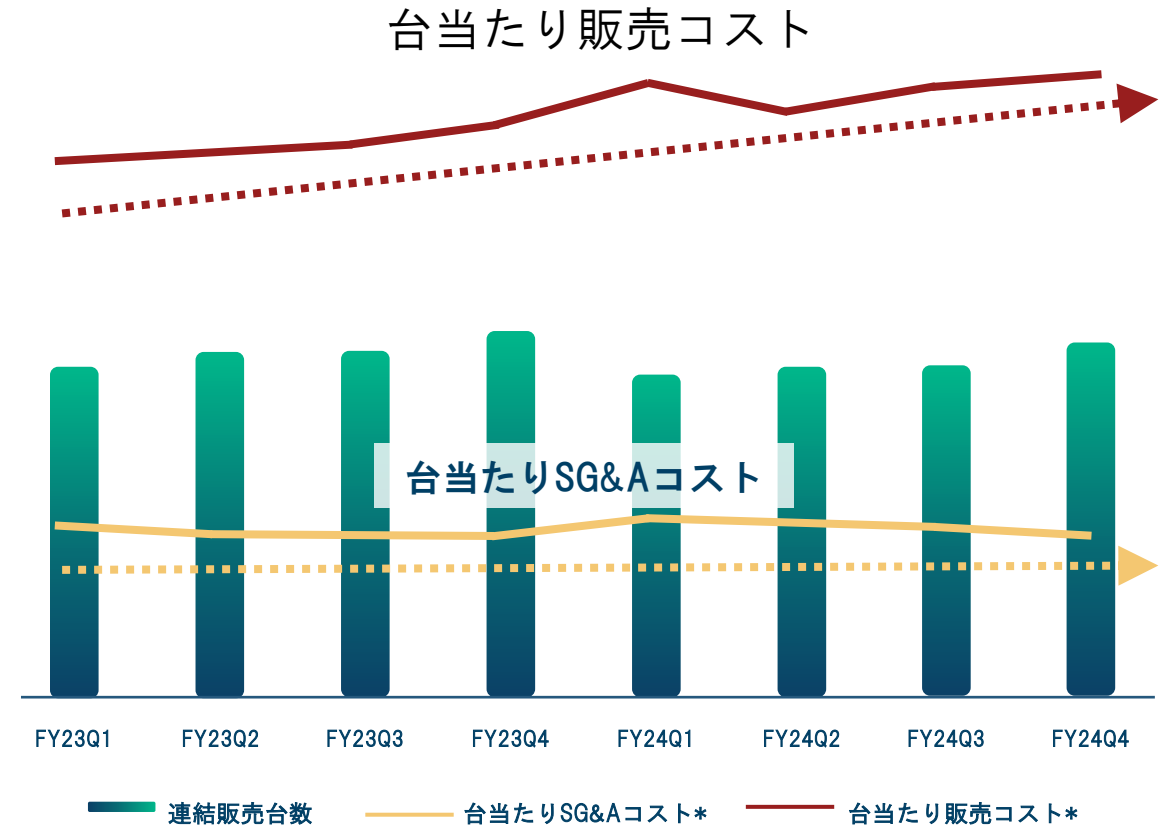
FY25-26

NISSAN  
MOTOR CORPORATION

## 変動費の上昇

固定費が現在の売上高で  
賄えない水準で高止まり

25年度の売上高は  
横ばいの見通し



（連結販売台数を基に算出した比率）

## 課題

コスト構造

不確実な市場環境

## 取り組むべきこと

迅速な  
自己改善

より台数に依存  
しない収益性

## 主要な柱

1 コスト構造の改善

---

2 市場・商品戦略  
の再定義

---

3 パートナーシップ  
の強化

自動車事業の営業利益  
とフリーキャッシュ  
フローを黒字化  
(26年度)

■ コスト構造の改善

NISSAN

NISSAN  
MOTOR CORPORATION

削減目標  
計 **5000** 億円  
2024年度実績比

変動費

固定費

当初の目標 The Arc比	見直した目標 The Arc比	見直した目標 2024年度実績比*
1000億円 26年度まで	2000億円 26年度まで	2500億円 26年度まで
3000億円 26年度まで	3500億円 26年度まで	2500億円 26年度まで

\* 2026年度の想定為替レート:140円



## ■ 変動費の削減

NISSAN  
MOTOR CORPORATION

## コスト削減: 2500億円

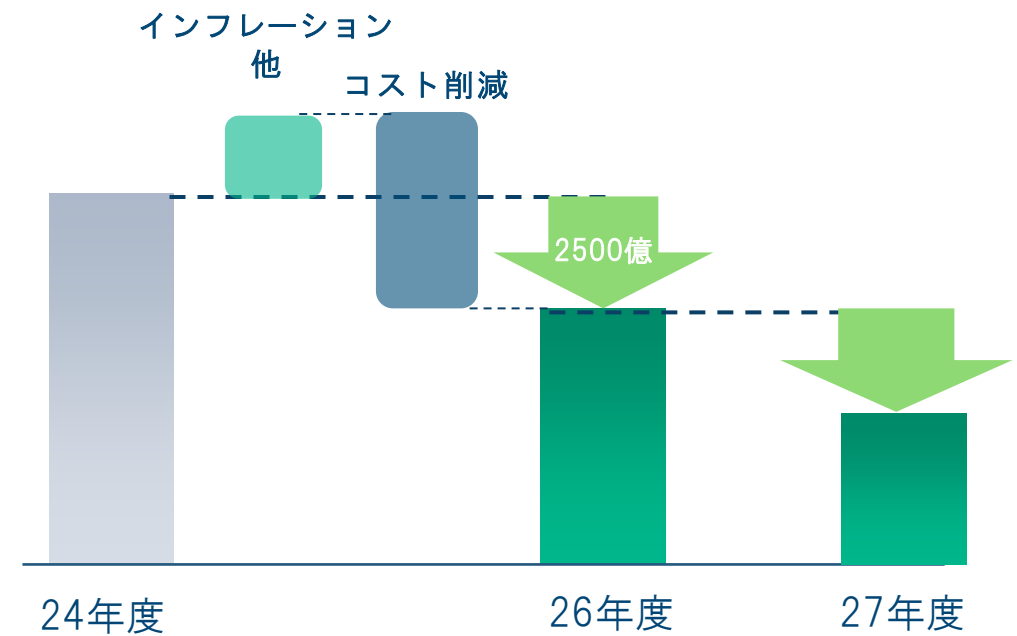
変動費革新プログラムの実行

エンジニアリングとコストの効率を向上

サプライチェーンの再考:

- 日産固有基準の見直し
- 効率の向上

目標：3年間で10%削減



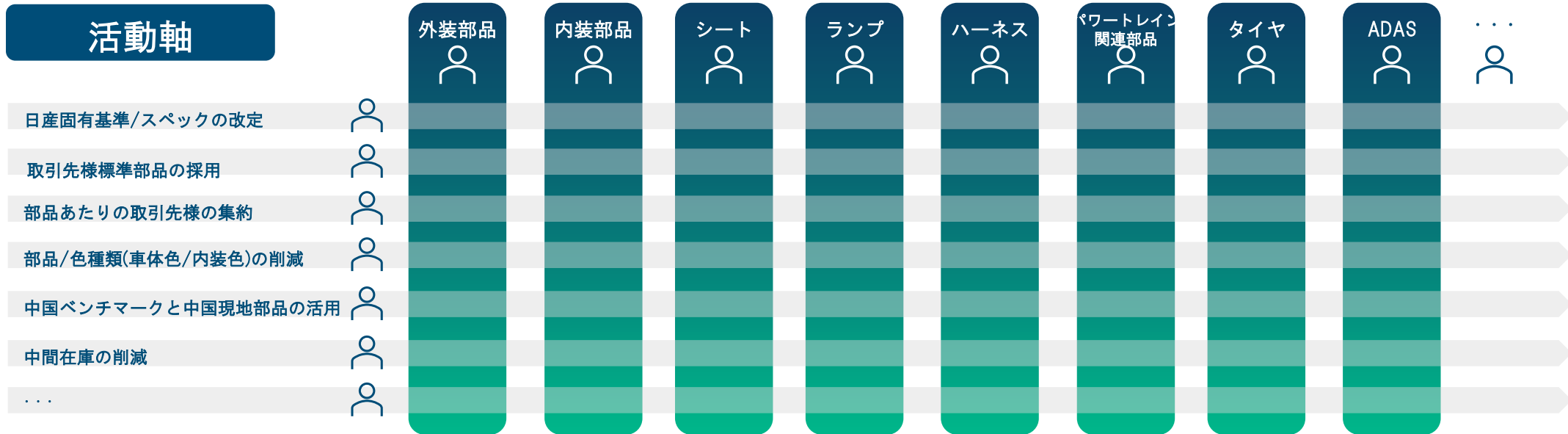
- TdCトランスフォーメーションチームがTdC改革オフィスを率いる
- R&D、購買、生産、TCS、コストコントロール部門から最大300名のエキスパートが参加
- 先行開発や26年度以降のプロジェクトの一部を一時停止し、3,000名の従業員がTdC改革に取り組む（新開発プロセスの適用により各プロジェクトのSOPは変更なし）

エグゼクティブコミッティ  
 TdCトランスフォーメーションチーム

部品軸

フルサポート

- R&D 執行職
- 購買執行職
- 生産執行職



+ 車両軸

## ■ 固定費の削減



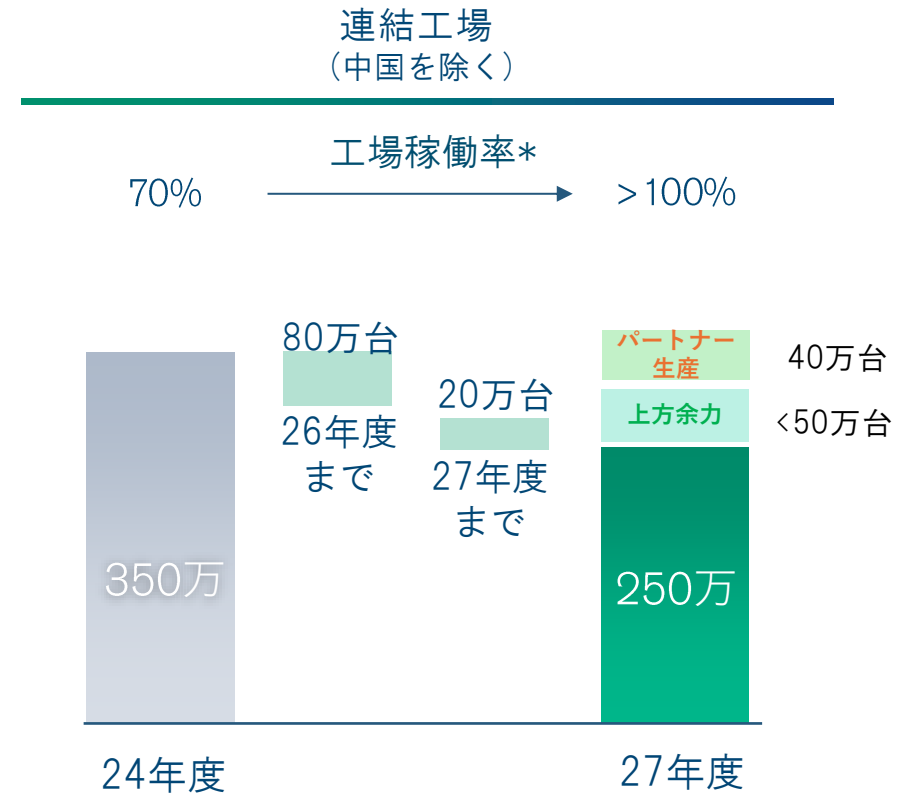
NISSAN  
MOTOR CORPORATION

## 27年度までに車両工場数を17から10へ

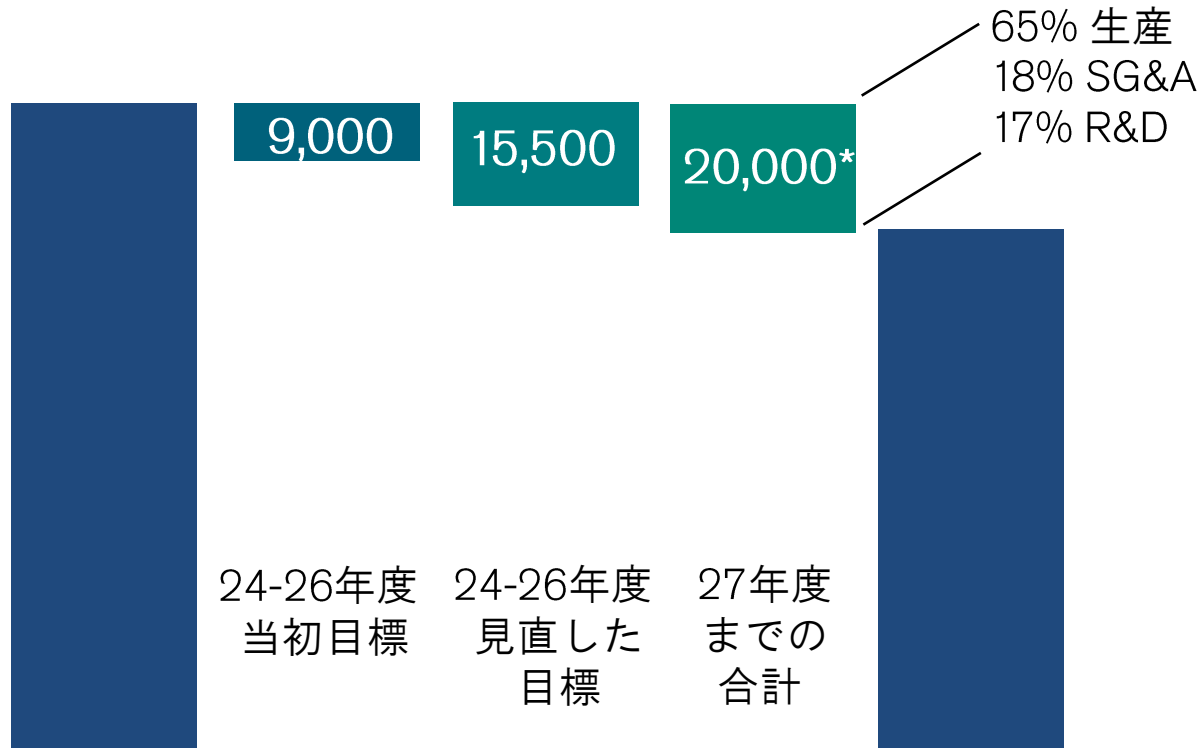
グローバルに車両工場と  
パワートレイン工場を統合

配置転換とシフト調整

設備投資の削減と効率の向上



## グローバルの人員数



\*契約社員(請負/派遣)を含む

## 経費の削減

人件費と経費の削減

シェアードサービスセンターの活用拡大

マーケティング効率の向上

## エンジニアリングコスト

20%↓

時間当たり労務費

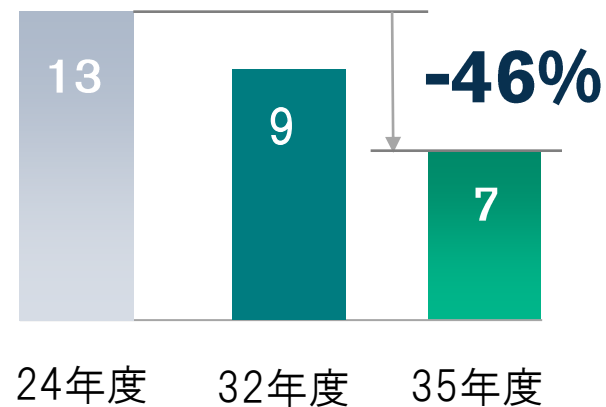
グローバルでR&Dのリソース  
を合理化

## スリム化

70%↓

部品種類を削減

グローバルなプラット  
フォーム数



## 開発スピード

開発期間を30か月へ

本プロセスで最初に  
投入される車種



新型スカイライン

新型日産グローバル  
C SUV

新型インフィニティ  
コンパクトSUV

## ■ 戦略の再定義



- 主要市場のコアセグメントに集中し、その他地域ではパートナーを活用
- その他市場でも日産・パートナー開発モデルを活用
- 米国での協業を模索

		北米	メキシコ	日本	欧州	中国	その他地域
セグメント	フレーム	日産開発モデル	日産開発モデル	パートナー開発モデル		共同開発モデル 東風日産 (輸出を強化)	共同開発モデル 三菱自動車
	D	日産開発モデル	パートナー開発モデル				共同開発モデル ルノーグループ
	C	日産開発モデル	日産開発モデル	日産開発モデル	日産開発モデル		
	B	日産開発モデル	日産開発モデル	日産開発モデル	共同開発モデル ルノーグループ		
	A/軽	パートナー開発モデル		共同開発モデル 三菱自動車	共同開発モデル ルノーグループ		

日産開発モデル
  パートナー開発モデル
  左記3つの開発モデルのいずれかでカバー

共同開発モデル

## 欧州

### コアモデル + パートナーシップ

- B & C SUVs
- 100%電動化に向けたフレキシブルなパワートレイン戦略
- ルノーと中国パートナーシップの活用

## 中東

### 収益と競争参入

- 大型SUVに集中
- 中国からの商品の活用
- パートナーシップを活用し、市場参入コストを最適化

## 中国

### 輸出を加速

- 新エネ車による台数の維持
- 中国モデルの輸出
- テックパートナーとのPoC(概念実証)

## 日本

### ホームマーケット/ブランド発信

- 10万台以上のモデルに集中(輸出含む)
- ラインナップの平均価格の向上
- モデルカバー率の向上
- 軽自動車(パートナーシップ)

## インド/ASEAN/オセアニア

### 最小の投資でプレゼンスを維持

- ルノー、三菱自動車と中国パートナーシップの活用
- インドからの輸出を強化
- ASEANで収益あるプレゼンスを維持

## 北米

### コアモデルに集中し、売上と台数を向上

- コアセグメント (C/D/F)に集中
- Nissan × INFINITIのシナジー
- HEV/e-POWER(収益性); PHEV/BEV(戦略性)
- 市場のペースにあわせたEVへの投資
- パートナーシップ活用による市場カバー率向上

## メキシコ/ラテンアメリカ

### 輸出ハブ

- 収益と成長の確保
- コア: 1トンピックアップ、Bセグメント
- 中国、インドからの商品の活用
- パートナーシップを活用した参入コストの最適化

## コアモデル

台数と収益を重視したモデル: 既存市場



## 成長モデル

将来の成長に貢献: 新規市場



## HEARTBEAT モデル

日産のDNAを体現する  
アイコン的な車種



## パートナーシップモデル

ポートフォリオの補完



# パートナーシップによる補完

RE:NISSAN

Renault  
Group

欧州、インド、ラテンアメリカで  
協業を強化  
LCVでの協業を強化



知能化、電動化における  
協業検討



ピックアップでの協業とEV  
での協業、バッテリーの共用

## 欧州

### ルノーとの協働

- OEM-in: マイクラEV ('25)
- OEM-in: AセグメントEV ('26)

## 中国

### 東風日産

- 現地での開発、生産
- N7 / Frontier Proの輸出
- さらなる新エネ車

## 日本

### 三菱自動車との協働

- 軽自動車 (ICE/EV)の共同  
開発及び生産

## 米国

### 三菱自動車との協働

- OEM in: ローグPHEV ('25)
- OEM out: 日産リーフ派生車('26)
- 米国SUV: 共同投資、生産の検討

## インド

### ルノーとの協働

- 共同開発、生産
- OEM-in: B-MPV ('26)
- C-SUV ('26/'27)

米国の事業環境変化に対応するため  
の協業検討

## ASEAN/オセアニア

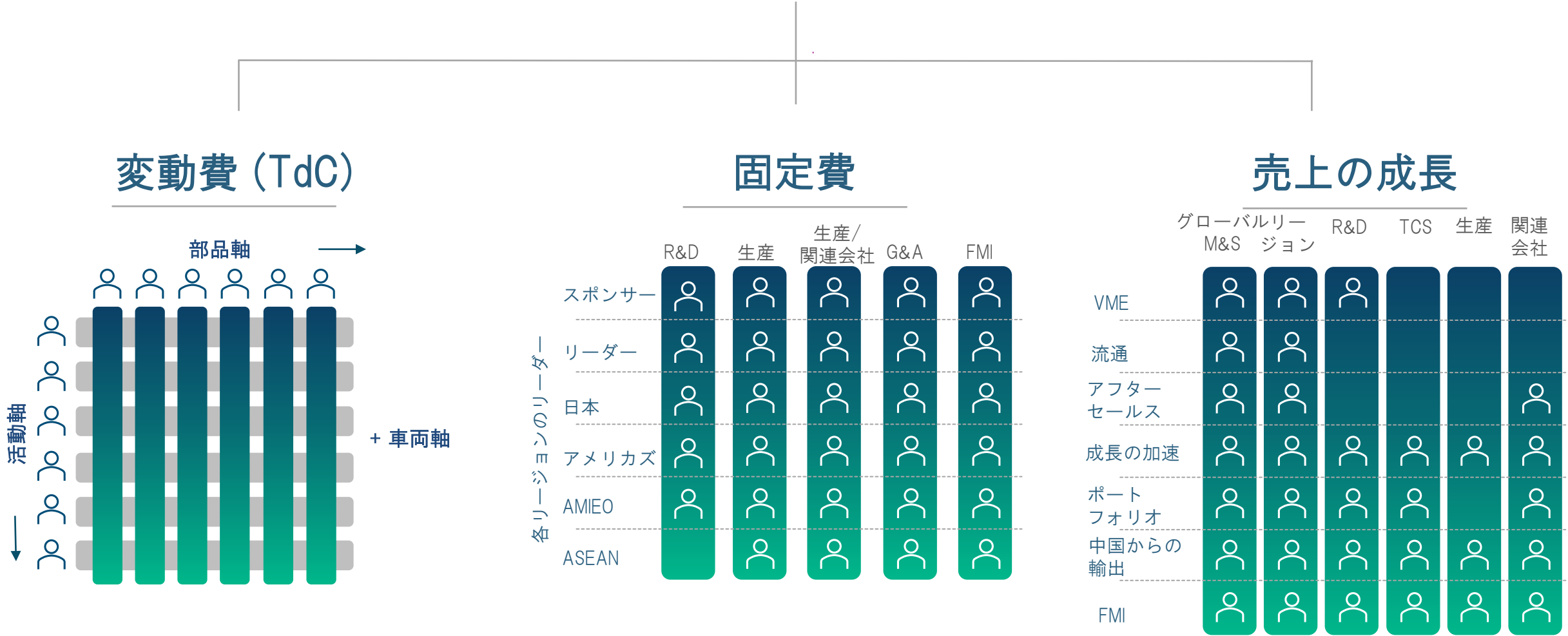
### 三菱自動車との協働

- OEM-out (フィリピン): バン ('25)
- OEM-in (オーストラリア): ピックアップ ('25)
- OEM-out EV検討

# ■ 結果重視のチーム

NISSAN  
MOTOR CORPORATION

# ステアリングコミッティ(議長：CEO)



# RE:NISSAN



1. コスト構造の改善

2. 市場・商品戦略の  
再定義

3. パートナーシップの  
強化