

中期経営計画「日産パワー 88」



当社は、2011年度から2016年度までを対象とした中期経営計画「日産パワー88」に基づき、事業を運営していきます。

「日産パワー88」の「パワー」とは、私どもが力を結集して取り組む重要な目標である、ブランドパワーとセールスパワーを指します。

当社のコミットメントは、お客様の購入検討から保有までの過程に重点を置いてブランドパワーの向上を図り、日産車をお買い求めいただくお客様一人ひとりに、質の高いカーライフをご提供することです。

「88」は、本計画を達成することで得られる測定可能なリターンを意味しています。グローバルな市場占有率を2010年度の5.8%から8%に伸ばすと同時に、売上高営業利益率を2010年度の6.1%から8%に改善し、その後維持していきます。

「日産パワー88」では、6つの戦略を実行し目標達成を目指します。

中期経営計画「日産パワー88」6つの戦略

1	ブランドパワーの強化	ブランドパワーを強化するため、当社は開発・生産の強みを、販売・マーケティングとお客さまにとっての価値創造の領域に広げていきます。お客さまとの触れあいのレベルを高め、世界一流のサービス水準を実現し、日産車のオーナー一人ひとりと長期的な関係を築いていきます。ブランドパワーの強化を通じて、売上の創出、お客さまの一般的な好意度、そして購入意向度をはじめとする測定可能な領域におけるトップレベルとの格差を縮小していきます。
2	セールスパワーの向上	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ます。新興市場では、しっかりとした販売網を確立し、お客さまのニーズにきめ細やかに対応する態勢を整えます。一方、販売網がすでに確立されている成熟市場では、お客さまの定着率を図ると同時に、1店舗当たりの販売台数を増やして販売効率の向上を図るなど、戦略的に取り組んでいきます。
3	クオリティの向上	当社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共に、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ことが目標です。
4	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っています。今後、電気自動車のラインアップには、小型商用車と、インフィニティブランドで100%電動のラグジュアリー・モデルを揃えていきます。アライアンス・パートナーのルノーとともに、2016年までに累計150万台の電気自動車を販売する計画です。また、当社は引き続き、バッテリー・充電器・商品ラインアップの開発、送電網、バッテリーのリサイクル、そして蓄電池としてのバッテリーの活用等、さまざまな分野に携わっていくことで、持続可能なモビリティづくりに貢献していきます。
5	事業の拡大	当社は2016年度にはグローバル市場占有率8%を目指します。その内訳は、35%は成熟市場、65%は新興市場における伸長を想定しています。この成長を可能にするのは、平均で6週間ごとに新型車を1車種投入する商品投入計画、成長市場における継続的な取り組み、そしてインフィニティ事業と小型商用車事業の拡大です。 中国、北米、ブラジル、ロシアそしてインドを中心とした生産能力向上への投資が、台数増を支えます。
6	コストリーダーシップ	当社は主としてサプライヤーを交えたクロス・ファンクショナルなモノづくり活動により、年間5%の原価低減を果たしてきました。生産体制がますますグローバル化する中、これからもこのペースを維持し、世界中の生産拠点で本活動を徹底していきます。さらに、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トータルコストを年間5%低減していきます。

以上のように、当社はブランドパワーの強化と、商品・技術、そして生産能力増強のための大規模な投資によって「日産パワー88」を完遂し、その対象期間だけでなく、長い将来にわたって発展・成長を目指します。

▶ website

「日産パワー88」の詳細を掲載しています