

NISSAN

MOTOR CORPORATION

2022年度決算報告

2023年5月11日

1 2022年度 実績

2 2023年度 見通し

3 Nissan NEXTの進捗と今後の戦略

(COO アシュワニ グプタ)

皆さん、こんにちは。

日産自動車の2022年度通期決算発表にご参加いただき、ありがとうございます。

まずは、引き続き厳しい環境にさらされた22年度も日産を支えてくれたパートナーの皆さま、お客様、そして従業員に心から感謝いたします。

日産はサプライヤーと販売会社をはじめとする関係各位の協力のもと、数々の課題に対処すべく、全社を挙げて取り組んでおります。納車の遅れによりお待たせしているお客さまには心よりお詫びを申し上げます。当社は常にお客様ニーズへの対応を最優先に取り組んでおります。

当社はこの1年間、多くの逆風に見舞われましたが、対応すべき課題を洗い出すとともに果敢に対応し、着実に結果を出してきました。

では、2022年度通期の販売台数および2022年度第4四半期の生産および販売状況についてご説明します。

その後、重点市場である日本、米国、欧州、中国について、より詳しくお話したいと思います。

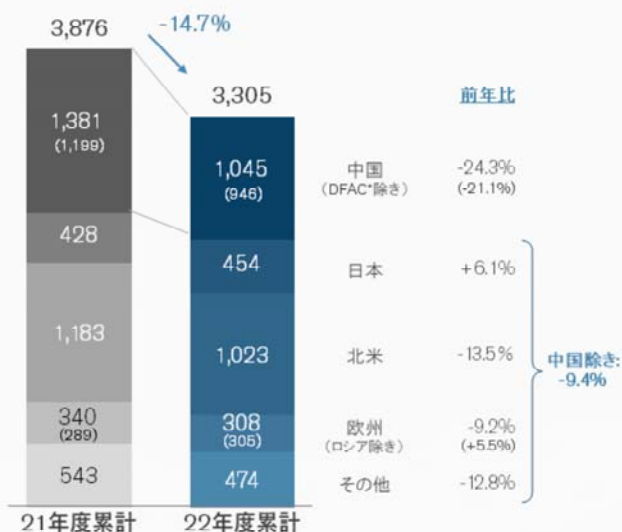
1 2022年度 実績



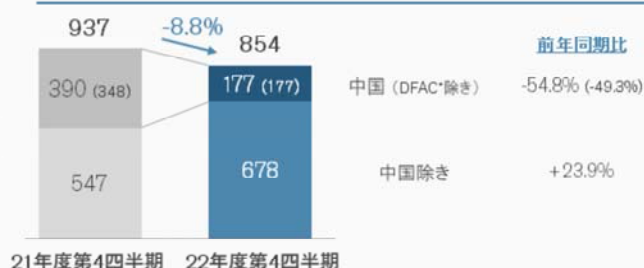
2022年度 台数実績

(千台)

通期小売販売台数



第4四半期 (3か月) 生産台数



第4四半期 (3か月) 小売販売台数



*DFAC (東風汽車股份有限公司)は2022年10月(2022年度第4四半期)より非連結化

NISSAN
MOTOR CORPORATION

4

先ほど厳しい経営環境について触れましたが、こちらがその影響を受けた結果です。

2022年度通期のグローバル販売台数は前年比14.7%減の330万5,000台となりました。中国における新型コロナウイルス感染拡大による混乱、サプライチェーンや物流のひっ迫等、複数の逆風の影響です。

中国の販売台数は、前年比24.3%減の104万5,000台に留まりましたが、主として新型コロナウイルス感染拡大に伴うロックダウンによる減産の影響です。

一方、ホームマーケットの日本の販売台数は電動車両の人気の高まりを受け、前年比6.1%増の45万4,000台となりました。

北米における販売台数は前年比13.5%減の102万3,000台となりましたが、量より質を重視する取り組みを徹底しております。

欧州の販売台数は前年比9.2%減の30万8,000台です。

しかしながら、2022年に撤退したロシア市場の台数を除くと、欧州の販売台数は前年比5.5%増の30万5,000台です。

その他市場の2022年度通期の販売台数は前年比12.8%減の47万4,000台でした。

グローバル生産台数は中国を除くと前年比12.1%増の232万台となりました。

中国を含めると、グローバル生産台数は前年並みの338万台でした。

第4四半期3か月間については、中国で厳しい環境が続いたものの、その他地域は台数を伸ばしました。

第4四半期3か月間のグローバル生産台数は、前年比8.8%減の85万4,000台となりました。

中国を除くと第4四半期のグローバル生産台数は前年比23.9%増の67万8,000台となり、売れ行きの良い人気車種が寄与しました。

第4四半期の中国の生産台数は前年比54.8%減の17万7,000台に留まりました。先ほど申し上げた複数の逆風を含め、市況に合わせて生産を調整した結果です。

次に販売台数ですが、第4四半期のグローバル販売台数は前年比7.8%減の89万4,000台となりました。中国を除くとグローバル販売台数は前年から13%増加し、欧州と北米を中心に販売が好調でした。

国内の販売台数は、前年比3.6%増の14万4,000台となりました。

北米では前年比17.4%増の31万6,000台を販売しました。

また、電動車両の販売が好調な欧州では、前年比28.7%増の10万台を販売しました。

撤退したロシアにおける前年度の販売を除くと、欧州の販売台数は前年から51.6%増加しました。

第4四半期のその他市場の販売台数は前年から3.9%伸び、12万7,000台となりました。

中国の販売台数は前年比42.7%減の20万7,000台に留まりました。

中国の販売は、昨年10月に連結対象外となったパートナーのDFACの台数を除くと減少幅は小さくなります。

次に、2022年度通期の重点市場における実績についてご説明します。

コアマーケットパフォーマンス

日本 | コミットメントの実行

コアモデルパフォーマンス



サクラの躍進

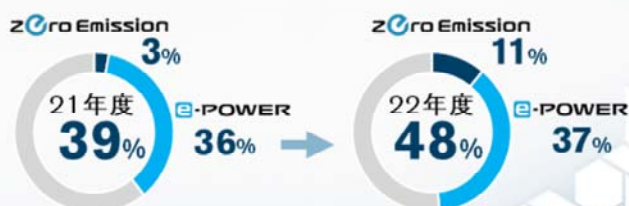


e-POWERの浸透



2016年以来、販売台数 **80万** 台に到達

電動車販売比率



NISSAN
MOTOR CORPORATION

5

当社はNissan NEXTのもと、量から価値へとビジネスを転換してきました。

この機会に、商品ラインアップや電動化の推進、コア商品の収益改善、主要セグメントにおけるシェア拡大、そして顧客経験価値の向上など、これまでの進捗を説明したいと思います。

国内ではこれまでの戦略の成果として電動車両である「ノート」と「オーラ」が、セグメントシェアナンバーワンを獲得し、2022年度は113,000台にのぼる販売台数を実現しました。

e-POWER搭載車種も拡充しており、2016年以降の当社の電動車両の累計販売台数は80万台を超えています。

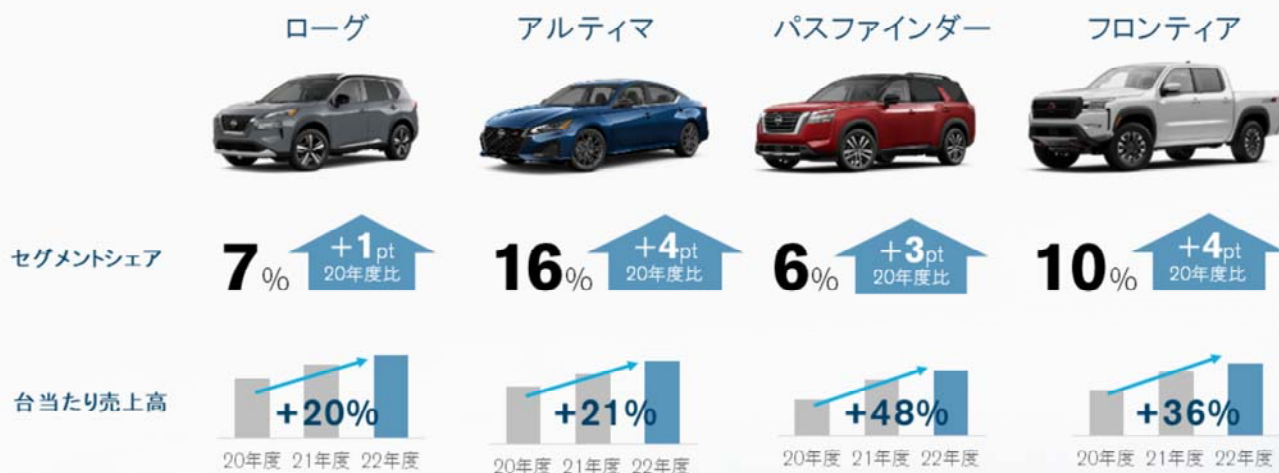
また、軽自動車「サクラ」で更に電気自動車の普及を後押ししています。3冠を受賞した「サクラ」の販売台数は33,000台に達しました。

電動車両の好調な販売により、国内の販売に占める電動化比率は前年比9ポイント増の48%に達しました。

コアマーケットパフォーマンス

米国 | 事業の質の向上

コアモデルパフォーマンス



NISSAN
MOTOR CORPORATION

6

コア市場である米国では、事業の質の改善に集中的に取り組んできました。

コア商品の「ローグ」はセグメントシェアを7%まで伸ばすと同時に、台あたりの売上高も20%上昇しました。

「アルティマ」はセグメントシェアを16%に拡大し、台あたりの売上高は21%改善しました。

さらに伸びが顕著なのは「パスファインダー」で、台あたりの売上高は48%上昇し、セグメントシェアは6%となりました。

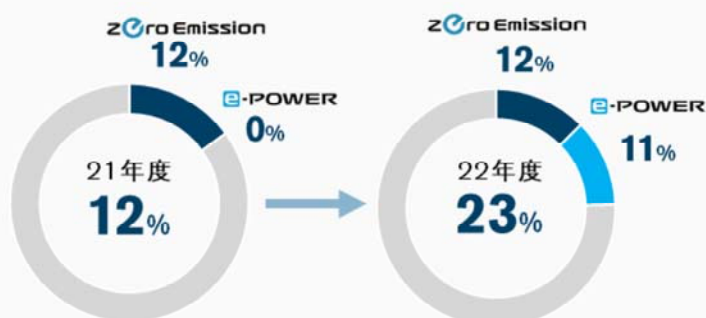
また、中型ピックアップ市場では、「フロンティア」のセグメントシェアが10%に達し、台あたりの売上高は36%増大しました。

台あたりの売上高の向上は、当社のコア商品がご好評をいただき、米国事業の収益を支えている証です。

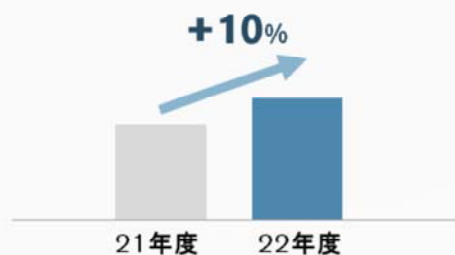
コアマーケットパフォーマンス

欧州 | 電動車の推進

電動車販売比率



台当たり売上高



主な貢献車種

キャシュカイ

アリア

リーフ



次に、欧州の状況についてご説明します。

欧州市場では、急速に電動化が進んでおり、複数の国における新型車の発売と優遇措置がその勢いに拍車をかけています。

日産は市場のスピードに歩調を合わせてきました。

欧州の当社の販売における電動化比率は前年の12%から23%へとほぼ倍増しました。堅調なEVの販売に加えe-POWER搭載車種の投入が寄与しています。

その結果、欧州における台当たりの売上高も10%伸びました。ベストセラーの「キャシュカイ」、EVの「アリア」、そして電気自動車のパイオニアである日産「リーフ」を中心に大きく貢献しています。

コアマーケットパフォーマンス

中国 | パフォーマンスのマネジメント

市場環境

コロナによるロックダウン/行動制約

半導体の供給不足

急速なデジタル化の進行

競争の激化

日産のパフォーマンス

コアモデルパフォーマンス

シルフィ



3年連続
セダン販売台数**1位**

販売台数
42.1万台

セグメントシェア
15%

カスタマーエクスペリエンスの改善

デジタルをきっかけとした
販売



ニッサン インテリジェント App



22年度にリリースした機能

- ▶ オンライン販売
- ▶ メンテナンス契約
- ▶ ロードサイドアシスタンス

NISSAN
MOTOR CORPORATION

8

次に中国です。2022年度、中国市場は極めて厳しい環境が続きました。

当社は新型コロナウイルス感染拡大に伴う一連のロックダウンと生産活動の制約等、複数の強い逆風に直面しました。また、半導体供給不足が続き、生産と販売に直に影響しました。

2022年度、中国市場ではデジタル販売への急激なシフトと競争の激化が同時に進みました。課題に対処するべく、当社はコア商品と顧客経験価値の向上に優先的に取り組みました。

その結果、「シルフィ」は3年連続でセダン市場で販売台数ナンバーワンを維持しています。2022年度の「シルフィ」の販売台数は42万台以上に達し、セグメントシェアは15%となりました。

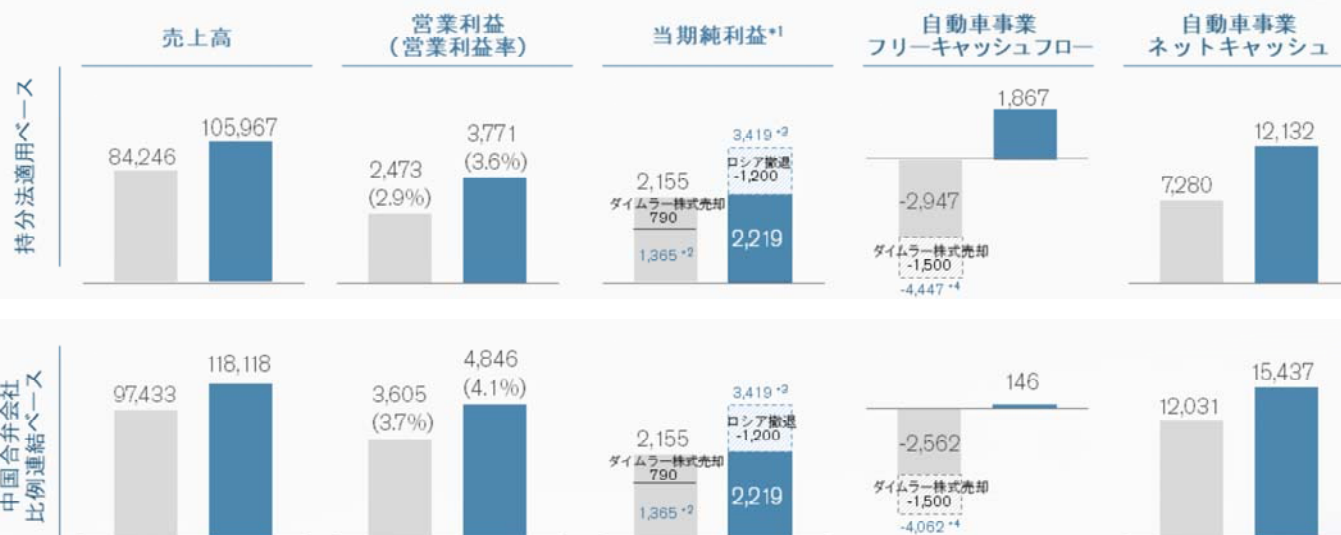
中国では、顧客経験価値のデジタル化を進めています。同市場ではデジタルをきっかけとした販売の重要性が増しており、現在では中国での売上のほぼ3分の1を占めています。トレンドに対応するべく、ニッサンインテリジェントアプリの機能を拡充し、オンライン購入、メンテナンス契約、ロードサイドアシストなどのアフターサービスの提供を開始しました。

以上の取り組みは、日産の中国事業に対する強い決意の証です。

それでは、各市場における業績が財務指標にどう結びついたのかをご説明したいと思います。

22年度 財務実績

■ 21年度 累計
■ 22年度 累計
(億円)



流動性の状況(2023年3月末時点)

- 自動車事業手元資金: 19,002億円(持分法適用ベース)、22,648億円(中国合弁会社比例連結ベース)
- 未使用コミットメントライン: 17,579億円

*1: 親会社株主に帰属する当期純利益
*2: ダイムラー株式売却影響(株式売却益:761億円、ダイムラー社からの受取配当金:29億円)を除く当期純利益
*3: ロシア撤退影響を除く当期純利益
*4: ダイムラー株式売却影響を除く自動車事業フリーキャッシュフロー

NISSAN
MOTOR CORPORATION

9

次の2枚のスライドで中国合弁事業比例連結ベースと持分法適用ベースの2022年度通期及び第4四半期の3か月間の財務指標をご説明します。

ご覧のとおり、厳しい環境にもかかわらず、昨年11月にご説明した通期予想を上回る結果を残すことができました。

中国合弁会社を除く持分法適用ベースでは、2022年度通期の売上高は前年から増加し、10兆6千億円となりました。営業利益は3,771億円、売上高営業利益率は3.6%でした。

当期純利益は2,219億円となりました。2022年度に計上したロシア市場撤退に伴う一過性損失の影響を除くと3,419億円となり、前年度から大きく改善しました。

持続的なコアビジネスの強化に引き続き取り組んできた結果、自動車事業の営業利益は3四半期連続で黒字となりました。自動車事業のフリーキャッシュフローは1,867億円のプラス、自動車事業のネットキャッシュは1兆2,100億円となりました。

中国合弁会社比例連結ベースの売上高は前年度の9兆7,400億円から、11兆8,100億円に増加しました。

営業利益は4,846億円、売上高営業利益率は4.1%でした。

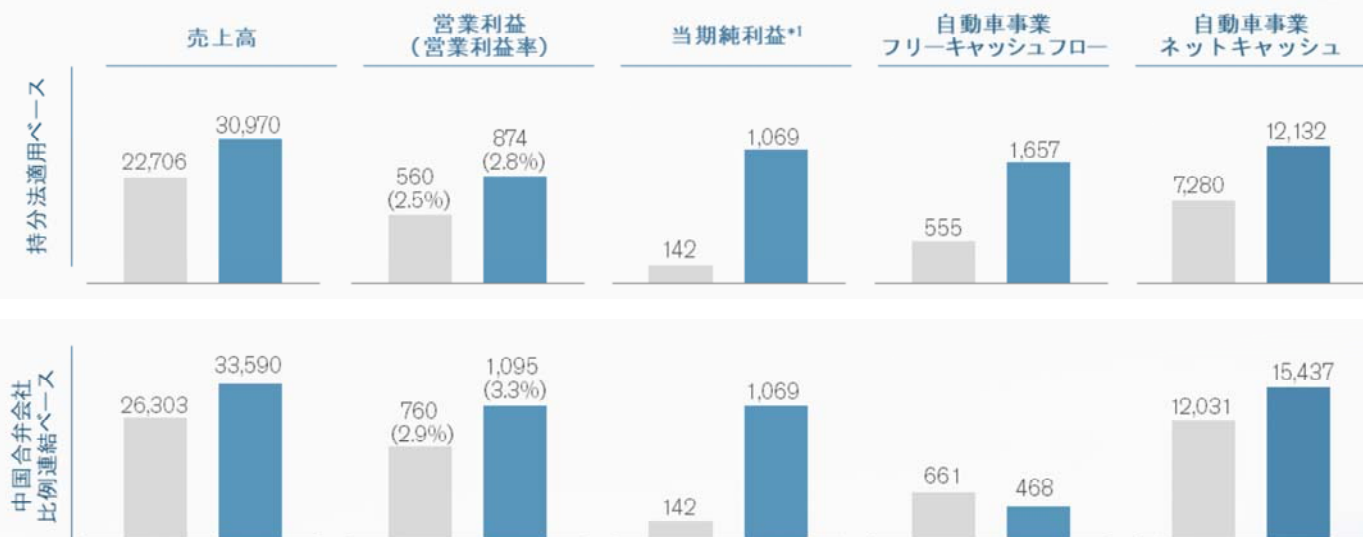
自動車事業のフリーキャッシュフローは146億円のプラスとなりました。

中国におけるフリーキャッシュフローが、コロナウィルス感染拡大及び半導体供給不足の影響を大きく受けたことにより、持分法適用ベースを下回る水準となりました。自動車事業のネットキャッシュは1兆5,400億円となりました。

流動性も引き続き高水準を維持しており、手元資金は持分法適用ベースで1兆9千億円、中国合弁会社比例連結ベースで2兆2,600億円となりました。また未使用のコミットメントラインの残高は1兆7,600億円です。

22年度第4四半期（3か月）財務実績

■ 21年度 第4四半期
■ 22年度 第4四半期
(億円)



*1: 親会社株主に帰属する当期純利益

NISSAN
MOTOR CORPORATION

10

こちらは2022年度第4四半期の3か月の財務実績です。

中国合弁会社を除く持分法適用ベースでは、売上高は前年の2兆2,700億円から3兆1千億円に増加しました。

また営業利益は874億円、売上高営業利益率は2.8%となりました。

第4四半期の当期純利益は1,069億円でした。

自動車事業のフリーキャッシュフローは前年の555億円から大きく改善し、1,657億円となりました。

中国合弁会社比例連結ベースの売上高は前年の2兆6,300億円から3兆3,600億円へと飛躍的に増加しました。

第4四半期の営業利益は1,095億円、売上高営業利益率は3.3%となりました。

第4四半期の自動車事業のフリーキャッシュフローは468億円でした。

22年度財務実績（持分法適用ベース）

(億円)	21年度 累計	22年度 累計	増減	21年度 第4四半期	22年度 第4四半期	増減
売上高	84,246	105,967	+21,721	22,706	30,970	+8,264
営業利益	2,473	3,771	+1,298	560	874	+314
営業利益率	2.9%	3.6%	+0.7ポイント	2.5%	2.8%	+0.3ポイント
営業外損益*1	588	1,383		-59	476	
経常利益	3,061	5,154	+2,093	501	1,350	+849
特別損益*2	781	-1,130		68	-6	
税金等調整前当期純利益	3,842	4,024	+182	569	1,344	+775
税金費用	-1,454	-1,612		-375	-248	
少数株主利益*3	-233	-193		-52	-27	
当期純利益*4	2,155	2,219	+64	142	1,069	+927
為替レート（ドル/円）	112	136	+23	116	132	+16
（ユーロ/円）	131	141	+10	130	142	+12

*1: 持分法による投資利益 943億円（21年度累計）、1,713億円（22年度累計）、34億円（21年度第4四半期）、518億円（22年度第4四半期）を含む

*2: 以下を含む

-ダイムラー株式の売却益: 781億円（21年度累計）

-ロシア市場撤退に伴う特別損失: -1,200億円（22年度累計）、-95億円（22年度第4四半期）

*3: 非支配株主に帰属する当期純利益

*4: 親会社株主に帰属する当期純利益

NISSAN
MOTOR CORPORATION

11

2022年度通期の財務実績の詳細をご説明します。

こちらが持分法適用ベースの2022年度通期の損益計算書です。

売上高は前年から2兆1,700億円増加し、10兆6千億円となりました。台当たりの売上高の改善及び円安効果が主な増収要因です。

営業利益は前年から1,298億円増加して3,771億円となり、売上高営業利益は3.6%となりました。次のページで前年からの増減の詳細をご説明します。

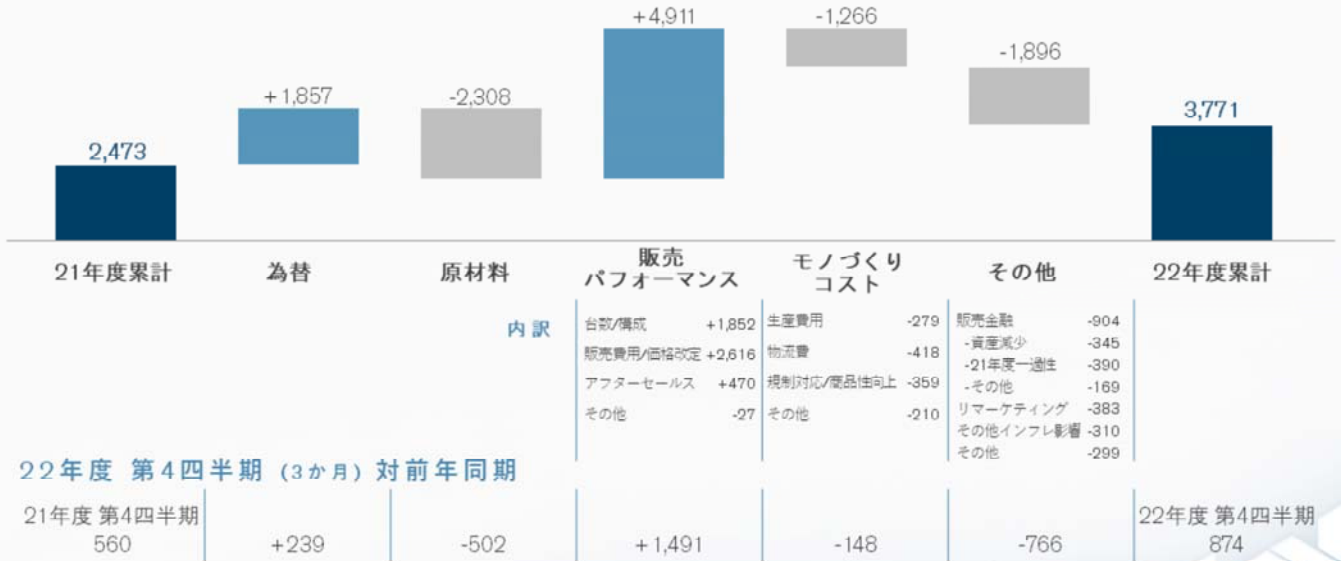
特別損益は、2021年度にダイムラー株式売却による一過性利益があったことに加え、2022年度はロシア市場撤退に伴う一過性損失を計上したことから、前年から大きく悪化しました。しかし主に持分法投資損益によって営業外収益が改善し、特別損益の悪化を一部相殺することができました。その結果、2022年度の当期利益は前年から64億円改善し、2,219億円となりました。

当期純利益は前年から飛躍的に改善し、1,069億円となりました。

22年度 財務実績 (持分法適用ベース)

営業利益増減分析 22年度 対前年

(億円)



NISSAN
MOTOR CORPORATION

12

続いて、2022年度の営業利益の増減分析をご説明します。こちらが2021年度から2022年度の営業利益の増減を示したグラフです。

為替変動は主にドル高の影響により、1,857億円の増益要因となりました。

原材料価格の高騰は、2,308億円の減益要因となりました。

販売パフォーマンスは4,911億円の増益要因となりました。これは高付加価値商品の販売が好調だったことに加え、継続的な販売の質の向上の取り組みを通じた適切な価格設定の徹底によるものです。

モノづくりコストはインフレを中心とする影響で、1,266億円の減益要因となりました。

その他項目は1,896億円の減益要因となりました。この中には、2021年度に販売金融事業の貸倒引当金の戻し入れによる一過性の利益があったことや資産の減少に伴う減益、中古車価格変動の影響などが含まれます。

冒頭にお話ししましたように、2022年度は中国における新型コロナウイルス感染拡大に伴う継続的な混乱、供給や物流のひっ迫、コストのインフレ等、複数の逆数に直面しました。

厳しい事業環境にもかかわらず、日産は前年に対し営業利益を大幅に改善し、自動車事業のフリーキャッシュフローの黒字化を果たしました。

これまで続けてきた事業構造の改革、機敏かつ機動的な事業運営が功を奏しています。以上の取り組みが、販売の質の向上、主力商品の台当たり売上高の向上、そして財務規律の強化に寄与しています。

また、よりクリーンで安全、インクルーシブな商品を、計画に沿って着実に提供してきました。さらにFY22のグローバルの電動化比率は7%から11%へと上昇しており、2030年までに電動化比率を55%以上にするというNissan Ambition 2030で掲げた目標に対して順調に推移しています。

改めて、日産の長期的な発展に向け、ご尽力いただいているパートナー、サプライヤー、販売会社の皆さま、そして従業員に心から感謝を申し上げたいと思います。

それでは、内田さん、お願いします。

2 2023年度 見通し



(CEO 内田 誠)

グプタさん、ありがとうございます。

それでは、私から2023年度の見通しについてご説明させていただきます。

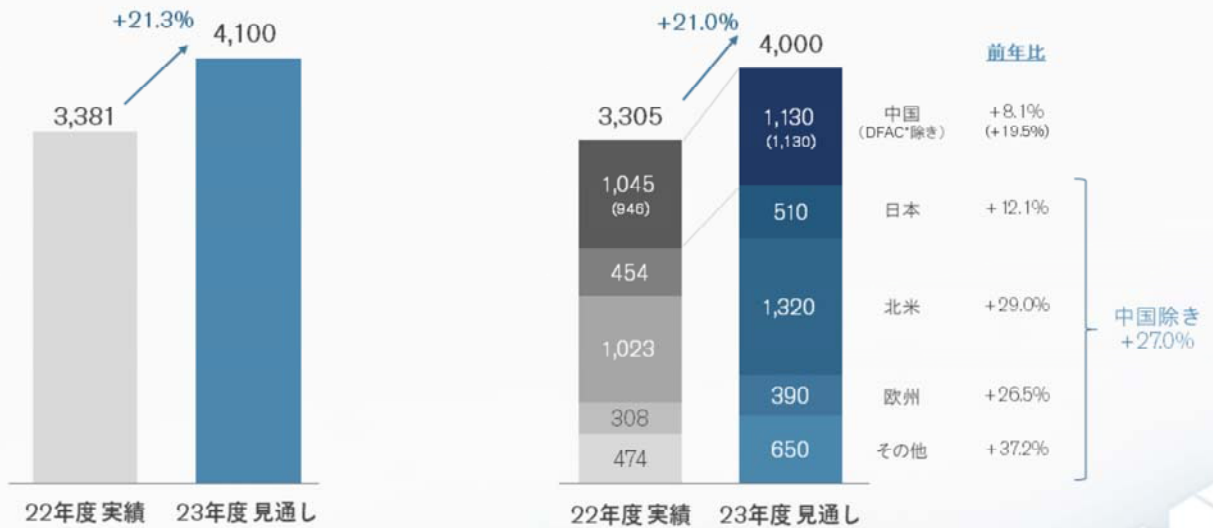
23年度台数見通し

生産台数

(千台)

小売販売台数

(千台)



*DFAC (東風汽車股份有限公司)は2022年10月(2022年度第4四半期)より非連結化

NISSAN
MOTOR CORPORATION

14

まずは2023年度の台数の見通しです。

2022年度は、継続する半導体供給不足の問題に加え、1年前の上海のロックダウン、更に年末にかけての中国におけるコロナウィルスの急激な感染拡大により、生産・販売台数が大きく制約されました。半導体供給不足の問題は解消されず継続しているものの、状況は確実に改善してきており、また中国もゼロコロナ政策の転換により経済活動は正常化しています。

また、グプタからの説明にもあったとおり、Nissan NEXTの取り組みを通じてこれまでに投入してきた新型車は、お客さまからもご好評いただき、多くの車種でセグメントシェアの向上を実現してきました。

これらの点を勘案し、2023年度のグローバル生産台数は410万台、グローバル販売台数は400万台で、それぞれ前年比21%増と想定しています。

後ほどご説明させていただきますが、中国は非常に競争環境が厳しくなっていることもあり、他の地域と比べると台数の伸びは少し穏やかになると予想しています。

23年度 見通し（持分法適用ベース）

(億円)	22年度 実績	FY23 見通し	増減	増減率
売上高	105,967	124,000	+18,033	+17.0%
営業利益	3,771	5,200	+1,429	+37.9%
営業利益率	3.6%	4.2%	+0.6ポイント	
当期純利益*	2,219	3,150	+931	+42.0%
為替レート(ドル/円)	136	130	-6	
(ユーロ/円)	141	135	-6	

*親会社株主に帰属する当期純利益

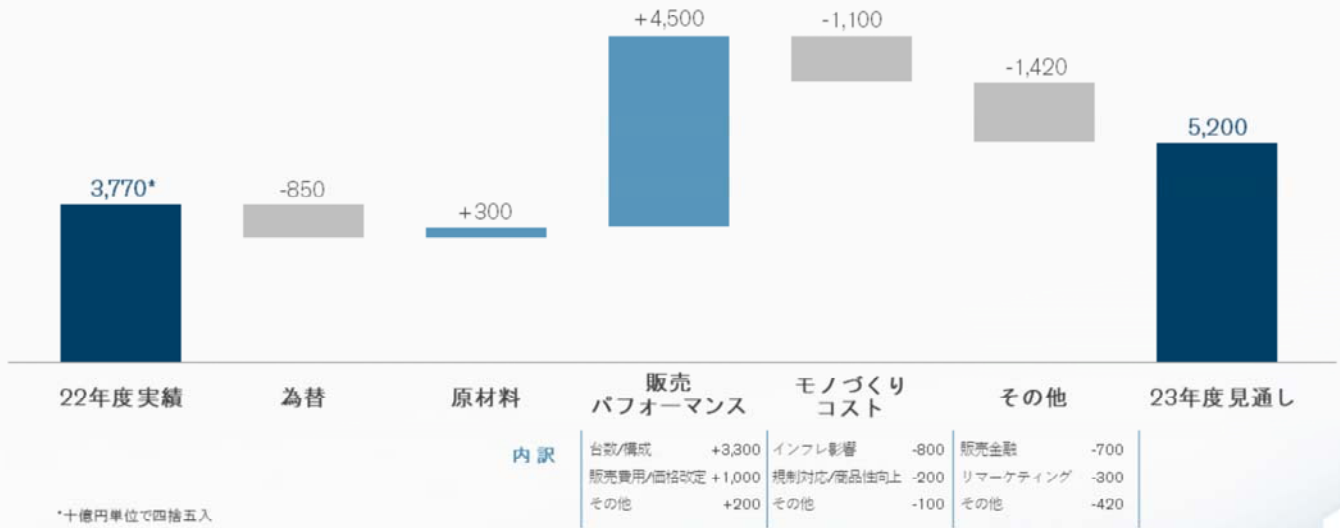
この台数前提に基づく、2023年度の業績見通しは次のとおりです。

売上高は、前年比17%増の12兆4千億円、
 営業利益は前年比37.9%増の5,200億円、営業利益率は0.6ポイント改善し4.2%、
 当期純利益は42%増の3,150億円です。
 為替前提では、ドル円は130円、ユーロ円は135円としています。

23年度見通し（持分法適用ベース）

営業利益増減分析 23年度見通し対22年度実績

(億円)



NISSAN
MOTOR CORPORATION

16

こちらは、営業利益の、2022年度実績から2023年度見通しの増減要因です。

為替は2022年度と比べると円高になると想定しており、850億円の減益要因になると見えています。

原材料価格は、急激な上昇は落ち着いたものの、引き続き高い水準で推移すると考えています。しかし昨年度よりは多少改善し、300億円の増益要因となります。

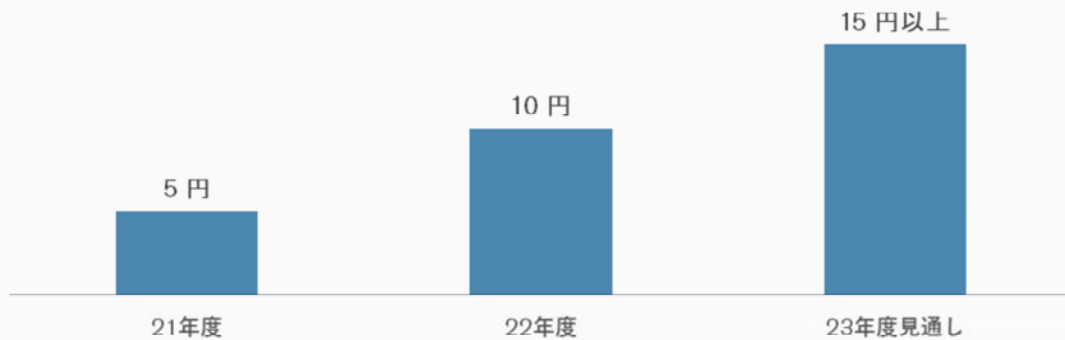
販売パフォーマンスは4,500億円の増益要因になります。これは主に、販売台数の増加や適切な価格設定を続けていくことによるプラス効果によるものです。

モノづくりコストは1,100億円の減益要因になると見えています。台数の増加による生産活動の効率化が見込まれるものの、引き続きインフレの影響によるコスト増が見込まれるほか、成長に向けての研究開発投資も増える見込みとなっています。

その他で1,420億円の減益を見込んでいます。販売金融事業は堅調な業績を維持するものの、市場金利の大幅な上昇や中古車市場の正常化により、減益になると予想しています。

株主還元

1株当たり配当金



続きまして、株主還元についてご説明させていただきます。

当社は、2022年度の期末配当については5円以上とお伝えさせていただいておりましたが、2022年度の利益や自動車事業フリーキャッシュフロー、手元資金の状況等を勘案し、本日の取締役会で、6月の定時株主総会に1株あたり10円の配当のお支払いを提案することを決定いたしました。

2023年度は、成長を続けていくための投資をしっかりと行うこと、不透明な経済環境の中でも逆風に耐えられるだけの体力を維持すること、そして株主の皆さまへの還元をさらに強化すること、これらを最適なバランスで行うため、配当の見通しを1株あたり15円以上といたしました。配当額については、2023年度の進捗を見ながら、必要に応じアップデートさせていただきます。

今後も更なる業績の改善や財務基盤の強化を図ることで、株主還元の強化を継続してまいります。また、配当だけでなく、株価純資産倍率が1倍を大きく割り込む状況を一日も早く改善し、株主の皆さまが保有する当社株式の価値を上げていくことが急務であると認識しています。

3 Nissan NEXTの 進捗と今後の戦略



以上が2022年度決算結果および2023年度見通しについてのご説明になりますが、本年度は、Nissan NEXTの最終年となります。

そこで、これまでの進捗を振り返り、現在取り組んでいる課題についてご説明したいと思います。

Nissan NEXTの進捗

継続的な新車の投入



キックス e-POWER



アリア



パスファインダー



ローグ/エクストレイル



フロンティア



Z



サクラ



日産マグナイト



インフィニティQX55



キャシュカイ



セレナ



ノート/オーラ



インフィニティQX60



タウンスター

2020年5月に開始したNissan NEXTでは、生産能力とコストの最適化を図るとともに、コアとなる市場・商品・技術に集中し、事業基盤の強化に取り組んできました。

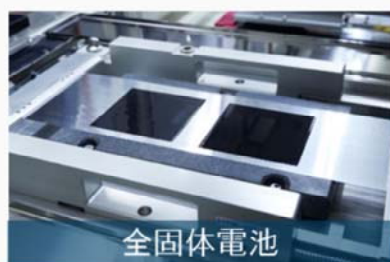
電動化や知能化を始めとする最新の技術を搭載して商品力を強化した新車は、グプタからご説明した通り、それぞれの市場でお客さま満足度と台あたり売上高を大きく向上させ、営業利益の向上に大きく貢献しています。

事業基盤の強化については、よりスリムで機敏な組織へと変革しながら、継続的に固定費の削減にも取り組み、どのような環境下においても安定的に収益を確保できるよう、財務体質を強化してきました。

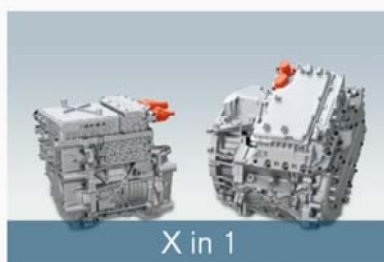
生産能力については、今年度の生産計画に対して、大きな余剰がある状況です。現在、1日も早く、計画通りに生産できる状態に戻すことに全力をあげておりますが、ビジネス環境はNissan NEXTの策定時と大きく変化しておりますので、今後も各市場の動向を精査してまいります。

Nissan NEXTの進捗

イノベーション



全固体電池



X in 1



次世代LiDAR

将来の成長に向けた取り組みも着実に推進しています。

日産は、未来のモビリティを牽引する最新のイノベーションに取り組んでいます。

例えば、電動化のゲームチェンジャーとなる全固体電池は、材料開発がまた一歩進み、高いエネルギー密度を維持しながら、既存の液体リチウムイオン電池を遥かに超える充電性を達成しています。ここでは材料サプライヤーの皆さんと我々の開発部門とのオープンかつ密接なコラボレーションが原動力になっています。

次はEVに搭載するサイズに大型化するチャレンジが始まりますが、2024年度に稼働予定のパイロットラインの構想も固まり、着工に向けた準備を進めているところです。

皆さまには、一日も早く、全固体電池を搭載したプロトタイプ車両をお見せしたいと考えています。

また、EVとe-POWERの主要部品をモジュール化するパワートレイン「X in 1」についても、順調に研究開発を進めています。「X in 1」を採用することで、e-POWERの車両コストを2026年までにエンジン車と同等とすることを目指し、電動車両の普及を大きく加速させていきます。

より安全なモビリティ社会の実現に向けては、緊急回避性能を大幅に向上させる次世代LiDAR技術の実用化に向けた開発を着実に進めています。

中国の市場環境の変化



NISSAN
MOTOR CORPORATION

21

一方で、取り組みをさらに強化しなければならない分野については明確であり、今、全社を挙げて対策を講じています。

先程もご説明した通り、現在日産は中国市場における生産と販売の減少を、その他の市場でカバーしきれないという状況になっています。その結果、業績に対する中国ビジネスの貢献度が下がり、2023年度の営業利益率もNissan NEXTで掲げた目標にわずかながら届かない見通しとなっています。

「中国の事業環境は大きく変化する」、これは認識していたことではありますが、先月、中国を訪れた際に、この変化を自分の目で確かめてきました。そして、現在起きている変化のスピードは、私たちの想定をはるかに上回っているということを肌で感じてきました。

この市場で私たちが将来に渡って事業を継続し、成長を果たしていくためには、これまでのプロセスや手法から脱却し、機動性ある事業構造に転換していく必要があると考えています。

具体的な方策は、現在策定中の中期経営計画に織り込んでいきますが、既存のアセットを最大限活用し、スピード感を持って改革に取り組んでいきます。

例えば、現地の合弁会社は今年で創業20周年を迎えますが、これまで1,500万台以上を販売してきた実績があります。これは日産にとって大きな財産と考えています。

また、日産は中国において、部品の調達からデザイン、開発、生産、販売、サービスにいたるまで、フルバリューチェーンで事業を展開しています。さらに、コネクテッドやアプリなど、需要が高いデジタルの領域においても、競争力の高い、内製開発の機能を現地で持っています。

ニッサン、インフィニティの両ブランドに加え、中国独自ブランドである「ヴェヌーシア」を持っていることも大きな武器であり、今後の成長の機会にもつながると考えています。急速に拡大する新エネルギー車については、機動性の高い同ブランドも活用し、新商品をタイムリーに投入していく考えです。

こうしたアセットは、現地のローカルブランドと比較しても、十分競争力があるものであり、同様の課題に直面している他の合弁会社にはない、日産の強みとも考えています。

長期ビジョンの実現

新中期経営計画



長期ビジョン「Nissan Ambition 2030」の実現に向けた、次の中期経営計画については、今年の秋頃に皆さんにご説明したいと考えていますが、この新しい中計では、日産を持続的に成長させ、企業価値を向上させるべく、Nissan NEXTで強化してきた事業基盤をベースとして、さらなる選択と集中に取り組み、安定して収益を確保できる強固な財務体質を築いていきます。

さらに、カーボンニュートラルの実現と、移動と社会の可能性を広げるために必要な具体的な方策、アライアンス、パートナーシップを活用した成長戦略、電動化や知能化といった日産の強みを活かした新たなビジネスチャンスの創出についても盛り込む予定です。

また、発表の際には、先ほど触れました、資本コストを上回る資本収益性を実現するための財務戦略についても、お話しさせていただく予定です。



人々の生活を豊かに。イノベーションをドライブし続ける



NISSAN
MOTOR CORPORATION

23

2023年度は、日産が創立90周年を迎える節目の年でもあります。取り組むべき課題は山積しておりますが、これまでの90年を受け継ぎ、この先の100年も世界で輝き続ける企業となるため、全社員一丸となって、挑戦し続けます。

ご清聴ありがとうございました。