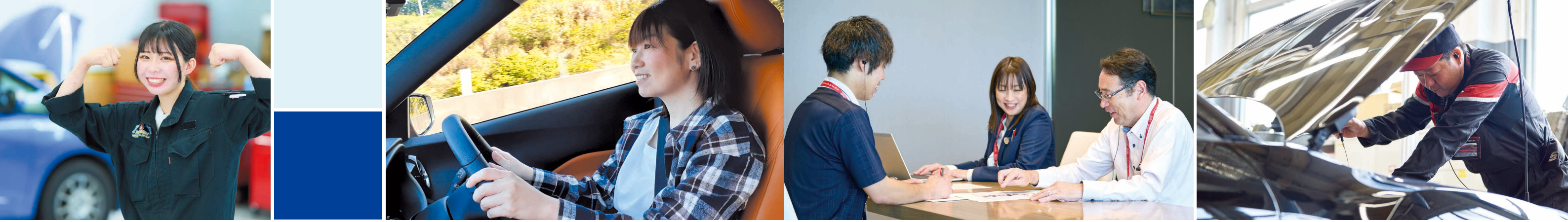




Integrated Report 2024

日産東京販売ホールディングス株式会社





企業理念

モビリティの進化を加速させ、
新しい時代を切りひらく

笑顔あふれる未来のために、
わたしたちは走り続ける

大切にする価値観

■ お客さまを笑顔に

わたしたちは、お客さまに寄り添い、
お客さまの期待を超え、お客さまを最高の笑顔にする

■ チームワーク

多様な価値観を認めお互いを信頼し、仲間と共に成長を目指す
そのために何ができるかを自ら考え率先して行動する

■ チャレンジ

変化を楽しみ、失敗からも学び、
一歩先へと踏み出すことで新たな可能性に挑戦する

■ 地域との共生

地域との調和をはかり、
地域社会の一員として役立つ存在となる

■ 働く仲間も笑顔に

社員とその家族の健康と幸せを大切にし、
一人ひとりが生きいきと働く環境をつくる

■ プロフェッショナル

誇りと責任を持ち、常に最高のパフォーマンスを
発揮できるよう自らを磨き続ける

■ 考えながら動く

もっとより良い方法がないかを考えながら、
スピード感をもって行動する

■ 社会的責任

法令ならびに社会のルールを守り、誠実に行動する
事業活動を通じ、クルマ社会の安全と環境保全へ貢献する



電動車の普及を通じて、 カーボンニュートラル実現に貢献

総合モビリティ事業のフロントランナーとして、電動車^{*}普及を推進することで、
お客さまの快適なカーライフとカーボンニュートラルの実現に貢献します。

≫ 主な取り組みP24

※バッテリーに蓄えた電気エネルギーを動力にした自動車。EVやe-POWER車の総称



地域社会との共栄をめざし、 安心・安全なまちづくりに貢献

災害時の店舗開放やEV・蓄電池の貸与、子どもたちの安全を守る活動の推進など、自治体
と連携した取り組みで、地域のみなさまの安心・安全な暮らしをサポートしていきます。

≫ 主な取り組みP24



CONTENTS

- 1 企業理念・大切にしている価値観
- 3 わたしたちの価値創造
- 5 目次・編集方針

PART 01

日産東京販売ホールディングスとは

- 7 わたしたちのあゆみ
- 9 ビジネスモデル
- 11 わたしたちの強み
- 13 財務・非財務ハイライト

PART 02

成長戦略

- 16 社長メッセージ
- 21 価値創造プロセス
- 23 持続的成長に向けた重要課題
- 25 中期経営計画の進捗
- 26 電動化リーダー
- 27 安全・運転支援技術
- 28 モビリティ事業
- 29 PICK UP: ネットワーク刷新に投資し、主力事業を強化
- 31 財務・資本戦略

PART 03

経営資源

- 35 人的資本の充実
- 39 Focus: 社員座談会 企業理念と大切にしている価値観を胸に
- 41 地球環境保全の取り組み
- 44 技術力の強化
- 46 地域社会との関係の強化

PART 04

経営体制

- 49 コーポレートガバナンス
- 56 社外役員対談
- 59 役員一覧

- 61 主要な財務・非財務データ
- 63 会社情報



編集方針

日産東京販売ホールディングス(株)は、価値創造に向けた事業活動をご理解いただくために、本統合報告書を制作・発行しました。皆さまとの相互理解のための重要なツールとして活用し、企業価値向上に努めていきます。

本誌のポイント

●P16-20 社長メッセージ

経営にあたっての思いや、中期経営計画初年度となる2023年度の総括、中長期的な成長に向けた注力ポイントなどを語っています。

●P25-30 中期経営計画の進捗

中期経営計画で掲げる取り組みの現状を報告しています。さらに、積極投資を進める店舗ネットワーク刷新のねらいについて説明しています。

●P56-58 社外役員対談

DE&Iの推進をはじめとして、当社が中長期的に成長し続けるために取り組むべき課題や方向性などについて、小暮恵理子取締役と山田美代子監査役に語ってもらいました。

報告範囲

日産東京販売ホールディングス(株)
およびそのグループ会社

報告期間

2023年4月～2024年3月
(一部に対象期間外の情報を含む)

参考としたガイドライン

IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」、経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」など

将来の見通しに関する 注意事項

本統合報告書にて開示されているデータおよび将来に関する予測は、本資料の発表日現在の判断や入手可能な情報に基づくものです。これらのデータや将来の予測は、不確定な要素を含んだものであり、将来の業績などを保証するものではありません。

PART

01

日産東京販売 ホールディングスとは

- 7 わたしたちのあゆみ
- 9 ビジネスモデル
- 11 わたしたちの強み
- 13 財務・非財務ハイライト



わたしたちのあゆみ

地域に根差したモビリティカンパニー

として、お客さまのカーライフを支え続けています

当社の沿革

東京日産自動車販売(株)

日産プリンス東京販売(株)

日産プリンス西東京販売(株)

2011 日産東京販売ホールディングス(株)誕生

2010

国内初の量販型EV「リーフ」の販売開始



2016

「ノート」にe-POWERを初めて採用
運転支援技術「プロパイロット」を初めて採用した「セレナ」の販売開始

2021 東京日産自動車販売(株)、日産プリンス東京販売(株)、日産プリンス西東京販売(株)を統合し、日産東京販売(株)を設立。日産圏最大級のディーラーへ

2018

「災害時における電気自動車からの電力供給に関する協定」練馬区との締結を皮切りに拡大



2022 東証プライム市場へ移行

2022

新型軽EV「サクラ」の販売開始により、多様なニーズに応えられるラインナップが揃う



2023 東証スタンダード市場へ移行

2024

東京都と「TOKYOこども見守りの輪プロジェクト」締結



電動車の普及や省エネルギーに取り組み、温室効果ガスの排出削減に寄与

カーボンニュートラル社会の実現に向け、電動車の普及を推進しています。長年の販売活動で培ったノウハウを活かし、電動車の試乗車増強やカーシェアリングの推進など、お客さまに体感いただく機会を増やしています。また、電気自動車(EV)のリユースバッテリーを活用した蓄電システムの導入など、店舗や事業所における省エネルギーの取り組みなども積極的に行っています。



先進の運転支援技術で、安心・安全なカーライフを提供

より安心・安全な社会を実現するため、ゼロ・フェイタリティ*を目標に掲げて先進安全技術搭載車の普及を進めるとともに、安全・運転支援技術に対する整備力向上に取り組んでいます。また、交通安全の啓発活動なども実施しています。

*日産車の関わる交通事故死者数を実質ゼロにすること



自治体などと連携し、災害に強いまちへ

安心・安全な暮らしをサポートするため、自治体や警察署と積極的に災害連携協定を締結しています。災害によって大規模な停電が発生した際に、当社グループのEVを蓄電池として用いて電力供給するなど、協力体制を構築しています。加えて、防災に関する啓発活動も行っています。

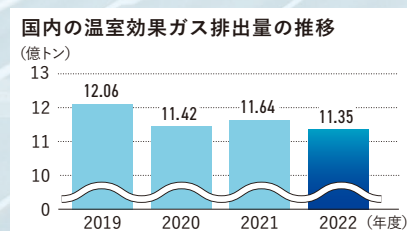


提供価値

社会背景

温室効果ガス排出による世界的な環境問題の深刻化

近年、地球温暖化が進行し、世界各地で異常気象が起こっています。主な原因は温室効果ガスの増加。排出を実質ゼロにするカーボンニュートラルの実現に向けて、対策が不可欠となっています。



出典：環境省「2022年度の温室効果ガス排出・吸収量(詳細)」

操作ミスによる交通事故の多発

ハンドルやブレーキの操作ミスによる交通事故が多発し、社会問題に。こうした事故を防ぐため、自動車の安全性能の向上が求められています。



自然災害の発生リスクが高い日本

日本は、外国に比べて自然災害の発生リスクが高いといわれています。災害が起きた際の健康問題や二次被害を避けるため、食料品や水、電力の確保など、十分な備えが必要です。



ビジネスモデル

モビリティを中心に事業を展開し、グループ一体でさらなる成長へ

当社グループでは、新車販売はもちろんのこと、購入時に提案するオプション部品や自動車保険の販売、定期的な整備をはじめとしたアフターサービスと、カーライフをサポートする事業をトータルで展開しています。また、買い替え時に下取車として在庫した車両を中古車として再販するなど、1台の車両からさまざまな形で価値を提供します。クルマのライフタイムバリューを最大化する「カーライフのワンストップサービス」が特長です。

カーライフサイクルビジネス



■ コアビジネス

日産東京販売(株)における日産およびルノーブランドの新車販売、中古車の買取・販売などの自動車関連事業が売り上げの約9割を占めています。日産東京販売(株)は国内最大級の日産自動車系販売会社であり、販売エリアは東京都の人口の約9割をカバーしています。(注)2024年10月1日時点

■ 新車販売・リース

EVやe-POWER車をはじめとする日産車を101店舗で販売。サブスクリプション型の個人リースや残価設定型クレジットなどの「買い方提案」も含め、お客さまのニーズに合わせた提案型営業・付加価値販売を追求しています。DX(デジタルトランスフォーメーション)も推進しており、ビッグデータを活用した効率的な営業活動を行っています。また、ルノー車も4店舗で販売しています。



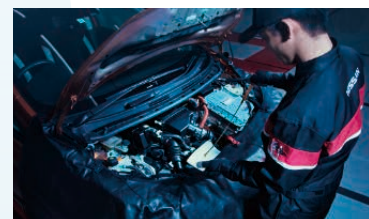
■ オプション部品・自動車保険

車両本体だけでなく、安心・安全かつ快適なカーライフのために不可欠なオプション部品やメンテナンス用品、自動車保険などを提案・販売しています。



■ アフターサービス

グループ全体で125の整備拠点を構え、EV特有の構造や安全運転をサポートするプロパイロットなどの先進技術にも対応できる高度な整備技術で、安心・安全なモビリティ社会を支えています。お得で利便性の高いメンテナンスパックも販売し、高水準の入庫率を実現しています。



■ 中古車販売・リース

豊かつ良質な中古車を、18の専売店舗(最大総展示台数約1,600台)で販売。新車同様、万全のアフターサービスで安心・安全なカーライフをサポートしているほか、サブスクリプション型の個人リース販売も展開しています。



■ レンタカー・カーシェア

店舗ネットワークを活かしてレンタカー事業やカーシェアリング(e-シェアモビ)を展開。多様化するモビリティニーズに対応し、事業規模の拡大を図っています。また、これらのサービスの利用は先進装備を備えた車両を体感する機会でもあり、車両の販売促進にもつながっています。



■ グループ各社事業

当社のグループ各社は、日産東京販売(株)の自動車販売を中心とし、関連事業を展開しています。エヌティオートサービス(株)の集中工場における納車前整備や高度整備のほか、エヌティ陸送(株)では車両の輸送、(株)日産ビーズフィールドクラフトではキャンピングカーの販売を行っています。さらに、(株)車検館でマルチブランド車検・整備、エースビジネスサービス(株)で商事・営繕・保険を展開し、葵交通(株)のタクシー事業など、自動車の販売にとどまらないさまざまな事業を展開しています。このように各社の特長を活かし、グループ内でシナジー効果の最大化を図っています。

納車前整備・高度整備
エヌティオートサービス(株)

車検・整備(マルチブランド)
(株)車検館

商事・営繕・保険
エースビジネスサービス(株)

車両輸送
エヌティ陸送(株)

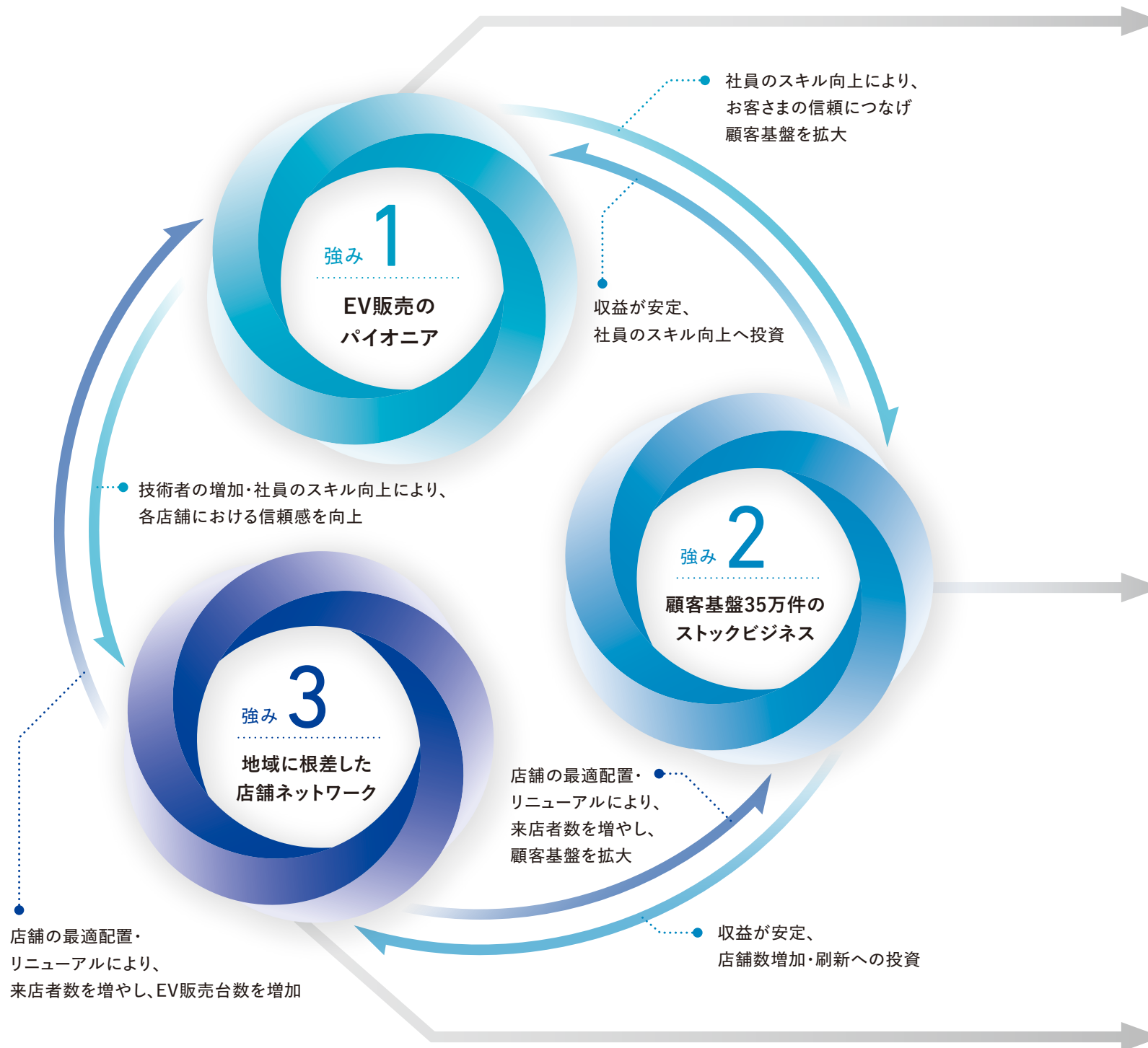
キャンピングカー販売
(株)日産ビーズフィールドクラフト

タクシー
葵交通(株)

わたしたちの強み

CASE時代における総合モビリティ 事業のフロントランナー

当社グループはこれまで、長期にわたってさまざまな領域で事業を展開してきました。総合モビリティ事業のフロントランナーとして培った強みをさらに強化するとともに、シナジーを創出し、成長を加速していきます。



(注)2024年10月1日時点

強み
1

EV販売のパイオニア

当社グループは、2010年に国内初の量販型EV「リーフ」を発売。以来14年にわたって蓄積したEVの販売、整備、インフラ設備におけるノウハウは、今や大きなアドバンテージとなっています。この経験値を土台に、さらに次のステージにおけるフロントランナーとしての役割を追求していきます。

EV累計販売台数

15,000
台以上

EV認定整備士

約
700
名の整備体制

急速充電器

東京都内に
100
基配備強み
2

顧客基盤35万件のストックビジネス

当社グループは、これまでに約35万件のお客さまとの間に強固な信頼関係を築いてきました。この顧客基盤をベースに展開するストックビジネスによる営業費のカバー率^{※1}は全体の約9割を占めており、安定した収益の確保に貢献しています。また、昨今のEVやe-POWER車など電動車のラインナップ拡充によって新規のお客さまとの取り引き機会を増やし、顧客基盤のさらなる拡大をめざします。

※1 ストックビジネスによる営業費のカバー率＝新車売上利益を除く総利益÷営業費

ストックビジネス営業費
カバー率

約 90 %

個人リースシェア
(東京都)

約 40 %

強み
3

地域に根差した店舗ネットワーク

東京都内に105の新車販売店舗^{※2}を持ち、強固なネットワークを構築。新世代店舗基準「ニッサン・リテール・コンセプト」へのリニューアルを順次進めています。中古車販売では最大総展示台数約1,600台を誇る18店舗に加え、インターネットによる販売網も充実。整備専門拠点についても、連結子会社のエヌティオートサービスおよび車検館で計20拠点を保有しており、拠点間の連携も強化しています。

※2 ルノー車を販売する4店舗を含む

新車販売店舗



105 店舗

中古車販売
最大総展示台数

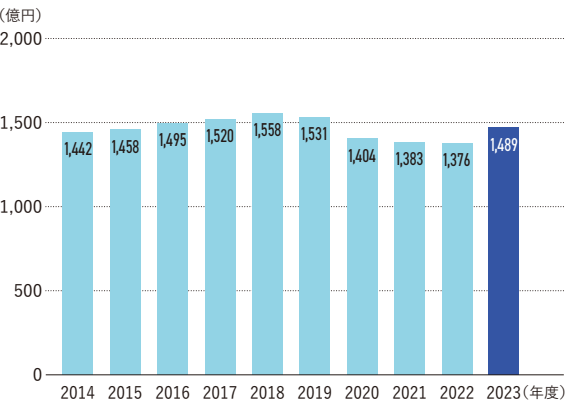
約 1,600 台

東京都人口の
カバー率

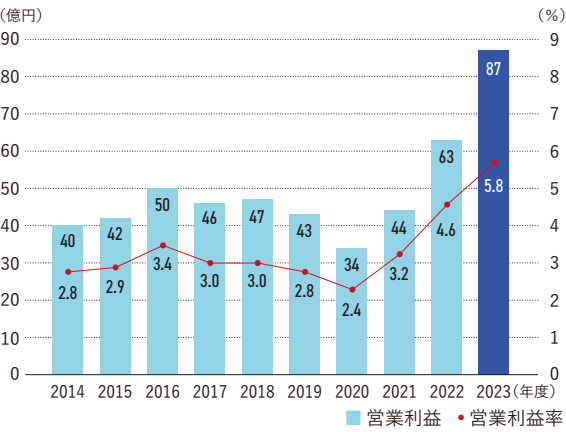
約 9 割

財務・非財務ハイライト

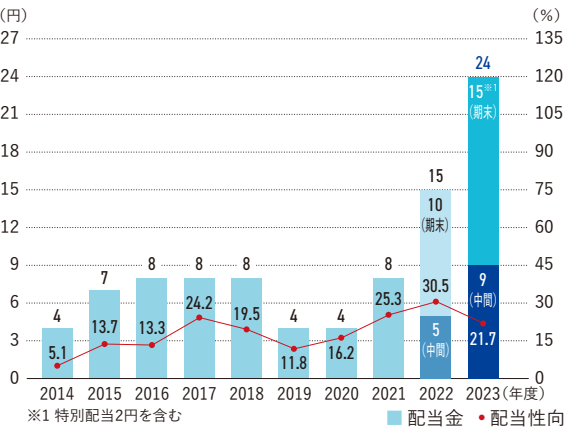
売上高



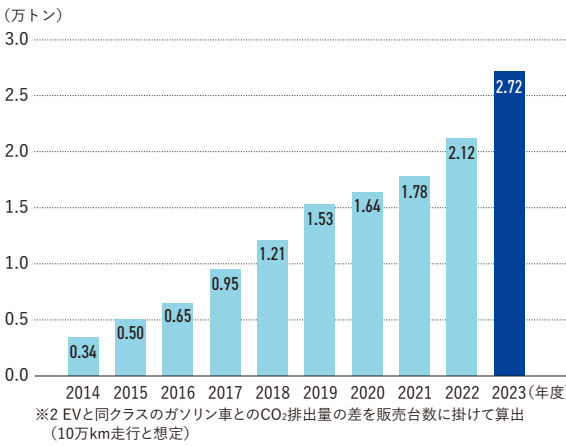
営業利益/営業利益率



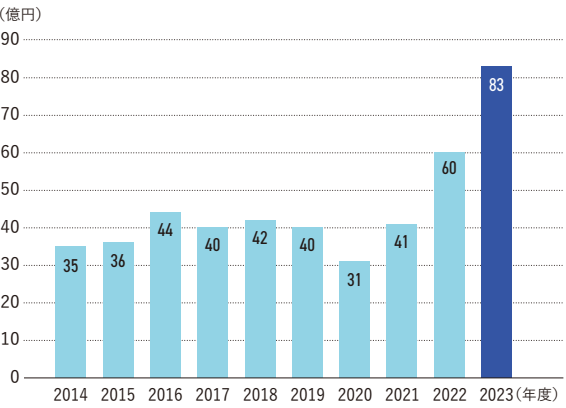
1株当たり配当金/配当性向



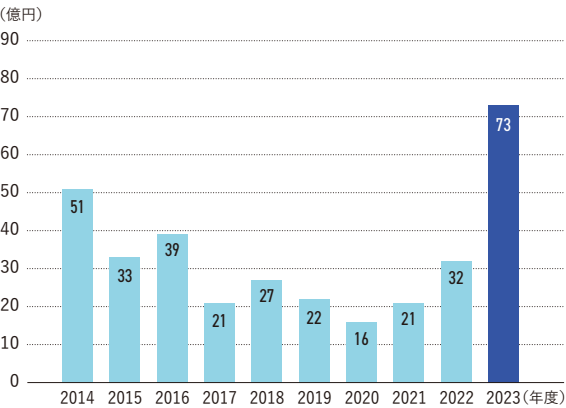
EV販売によるCO₂排出削減量^{※2}(累計)



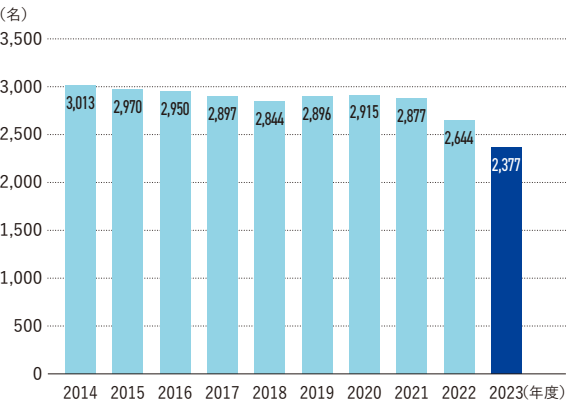
経常利益



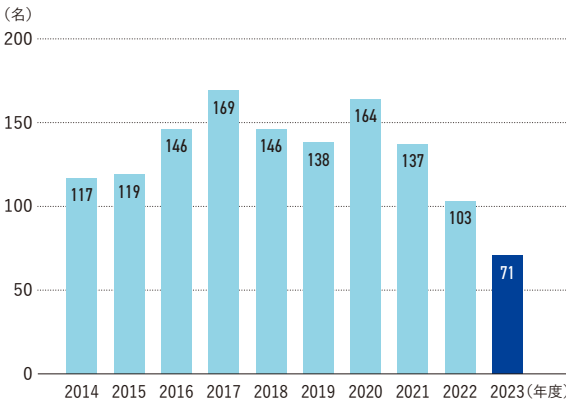
親会社株主に帰属する当期純利益



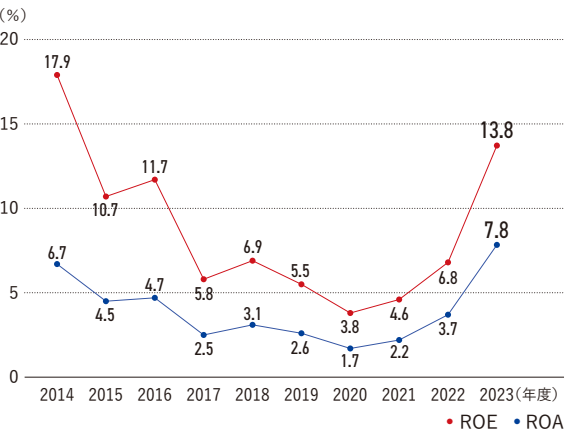
従業員数(連結)



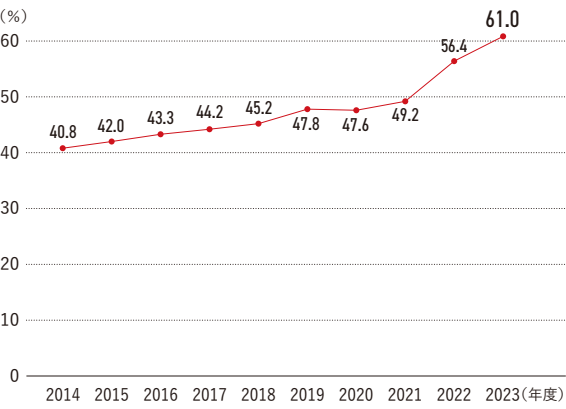
採用人数(連結)



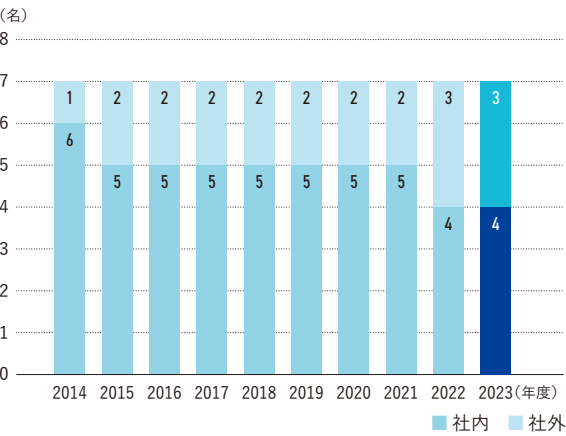
ROE/ROA



自己資本比率



取締役人数



02

成長戦略

- 16 社長メッセージ
- 21 価値創造プロセス
- 23 持続的成長に向けた重要課題
- 25 中期経営計画の進捗
- 26 電動化リーダー
- 27 安全・運転支援技術
- 28 モビリティ事業
- 29 PICK UP: ネットワーク刷新に投資し、主力事業を強化
- 31 財務・資本戦略



モビリティ市場の変化をチャンスと捉え、
当社グループの強みを活かして
持続的な事業成長をめざします

代表取締役社長

竹本 彰

Q 経営トップとして、大切にしているポリシーや経営哲学を教えてください

A 社員が自由に意見を出し合い、進むべき道を自ら決める組織であり続けたいと考えています

当社グループの事業は、お客さまと地域社会、サプライヤーやパートナー企業、そして各事業会社の社員という、多くのステークホルダーによって成り立っています。そして、そうしたステークホルダーから信頼いただくことが何よりも大切であると、私は考えています。

「あなたのお薦めは何?」——。仕事を進めていく過程で、お客さまや関係者の方が当社グループの社員に対し、こんな言葉を投げかけてくださるケースがあります。例えば、クルマ選びや部品交換のタイミング、無駄のない損害保険商品の選定などのご提案を受け入れていただけるのは、その社員が普段からの発言や行動で、信頼を築いてきたからこそでしょう。また、個々の商談やプロジェクトのなかで、お客さまや関係者の方とWIN-WINの関係を構築するためには、相手の意見を取り入れながら自身の考えを打ち出していくバランス感覚がポイントになります。これらは、会社組織における経営陣と社員の関係性にも当てはまると思っています。現場からの要望・提案に耳を傾けて施策に反映しつつ、信頼に値するビジョンや価値観を社員に提示してきたからこそ、グループの舵取りを任せてもらえているのだと自負しています。

私はつねづね、社員との対話の場などで、「自分たちの未来は自分たちで決める」と話しています。各々の事業部門やチームのなかで、全員が自由に意見を出し合って、進むべき道を定めていける企業集団を確立し、維持していきたいからです。自分なりの考えを持つ主体的な人材が揃った会社であれば、事業環境が今後どのように変化しても、必ず成長し続けられるという確信があります。物事を自分たちで決められるという「自由」の根幹には、私たちが培ってきたステークホルダーとの深いつながりや信頼関係、そして企業理念にも記した、めざすべきモビリティ社会への責任感があると考えています。



Q 日産東京販売ホールディングスを取り巻く事業環境に、どう対処していきますか?

A 新しいクルマの買い方の提案で、価格以上の価値を訴求します

中期経営計画を策定した2022年11月から現在までのおよそ2年間は、コロナ禍で停滞していた自動車業界のサプライチェーンが順次回復し、当社事業にとって追い風となりました。カーボンニュートラルの実現に向けた潮流も広がっており、EV販売の拡大につながるなど、おおむね中期経営計画策定時の想定シナリオどおりに推移しています。

一方、為替市場で円安が急激に進んだことは想定外でした。輸入部品の調達価格や、店舗の新築・改装に用いる資材価格の上昇は、当社グループの業績にさまざまな影響を及ぼしつつあります。

日本における現在のEV普及率は、欧米や中国に比べて低く、大きな成長余地があると考えています。そのためには、EVが環境にやさしいだけでなく、高い安全性や利便性・静寂性などを持つことを広く訴求する必要があります。当社グループでは、EVが有する“価格以上の価値”を訴求できるよう、営業提案力のさらなる底上げを図っていきます。また、並行して個人リースやレンタカーなどのモビリティ事業をさらに強化し、新しいクルマの買い方の提案で、為替変動に左右されにくい収益構造を確立していきます。

近年はさまざまな国籍の企業が日本のEV市場に参入するケースが相次いでいます。当社グループの商圏である東京エリアでも、競争が激化していることは確かです。一方で、他社の参入によって市場はより活性化し、EVへの注目度は今後ますます高まるはずです。その結果、お客さまにとってEVが有力な選択肢になっていくため、当社グループにとっては大きなチャンスになると捉えています。私たちには、EVのパイオニアとして14年間培ってきた豊富な販売・整備ノウハウの蓄積があります。この蓄積を土台にして、商品そのものの魅力や利便性、運転時のワクワク感、ご購入後の安心感をしっかりと訴求し、他社との競争を有利に進めていきます。数年後には、お客さまがクルマの購入にあたって「何を動力源にしているか」、つまり「EVかどうか」ではなく、純粋に商品の魅力を評価して選んでくださるようになると予測しています。

Q 2023年度の業績総括と、その要因をお聞かせください

A 提案型営業に注力したベストプラクティス共有の推進によって、すべての事業で増収となりました

中期経営計画の初年度にあたる2023年度は、お客さまのニーズに合わせた提案型営業に注力した結果、EVやe-POWER車などの電動車の販売と、サブスクリプション型のオリジナル個人リース「P.O.P.」の販売が伸長しました。整備事業においても、グループ会社である車検館の成長が収益に貢献しました。2023年10月に実施した、連結子会社の全株式譲渡による減収の影響はありましたが、結果として新車・中古車・整備・収入手数料など、すべての事業で増収となりました。

営業利益については、人的資本への積極投資や、物価の高騰による営業費の増加がありましたが、新車販売台数の増加と車種構成の改善による販売単価の向上、加えて、保険や金融商品の収入手数料が大幅に増加するなど、過去最高となりました。前年に対して36.1%増の87億900万円という数値は、中期経営計画の最終年度である2026年度に設定していた営業利益目標を大きく上回る水準です。このほか、経常利益と当期純利益^{※1}についても、過去最高を更新しました。

※1 親会社株主に帰属する当期純利益





Q 中期経営計画で掲げる
重点戦略の進捗と、今後の
見通しはいかがでしょうか

A 3つの重点成長戦略の着実な
遂行と積極的な投資で、
持続的な成長をめざします

2年目に突入した中期経営計画は、「電動化リーダー」「安全・運転支援技術」「モビリティ事業」という3つの重点成長戦略を軸に、さまざまな施策を展開しています。

「電動化リーダー」では、EV販売のパイオニアとして蓄積してきた商品プロモーションと整備のノウハウ、および教育体制の強みを最大限に活かして、EVの普及によるカーボンニュートラルへの貢献をめざします。2023年度の電動車販売比率は、目標にしていた90%を超え、91.5%に上ります。このうちEVの販売台数は、前年比40.8%増の3,742台となりました。中期経営計画最終年度の2026年度には、EVの年間販売台数1万台を目標に据えています。並行して、急速充電器をはじめとするインフラの充実に注力しており、2026年度までに全店のインフラ更新をめざします。

「安全・運転支援技術」は、当社グループの店舗ネットワークを活かして、ゼロ・フェイタリティにつながる商品・

サービスを積極的に提案していく方針です。とくに力を入れているのが、体感試乗です。中期経営計画の4カ年では、「プロパイロット」に代表される日産の先進運転支援システム搭載車種を中心に、1,400台の試乗車を店舗に配備します。高速道路でのハンズオフドライブや、駐車の際に障害物があったり歩行者が接近すると、危険を察知して自動停止する機能は、実際に体感いただくことで、お客さまに納得いただけるはずです。

「モビリティ事業」では、東京都で約40%のシェアを持つ個人リースや、レンタカー事業の拡大などを通じて、収益機会の拡大を図ります。さらに、当社が獲得してきた約35万件の顧客基盤を活かした新規ビジネスの立ち上げも視野に入れ、事業規模の拡大につながるさまざまな可能性を検討しています。

この4年間に実行していく投資戦略については、グループが展開する各事業の持続的な成長を目的として、過去の実績を大幅に上回る水準で、積極的な投資を計画しています。具体的には「既存ビジネスの強化」「人財・DXへの投資」「新規事業参入・資本/業務提携」の3領域で、総額300億円以上の投資を実行します。2023年度には、全投資計画の約半分に相当する150億円の投資を前倒しで実行することを決定しました。現場業務を担う事業会社の各部門とも密に連携して、計画遂行に向けた具体的な道筋を定め、「店舗ネットワークの刷新・強化」や「IT・DX投資による効率/生産性向上」など、中期経営計画期間中に各領域で見込んでいる投資効果の実現をめざします。

Q 人的資本の充実に
関する考え方をお聞かせください

A 企業理念を全社員に
浸透させることで、
自主的・自発的な企業風土の
確立をめざします

大変革期の真っ只中にいる自動車業界で、当社グループが持続的な成長を果たしていくために、最も重要な経営資源は人財です。グループ8社に共通する喫緊の課題は、慢性的な人財不足です。新卒学生向けには、従来から店舗見学会や大学・専門学校での出張授業への参加など、当社事業への理解を深めてもらう機会を設けてきましたが、2023年度からはリファラル採用制度(従業員採用紹介制度)とアルムナイ採用制度^{※2}を導入し、より多角的な活動を展開しています。

人的資本に関するもう一つの課題は、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)です。近年は女性社員の採用・育成や、国籍を問わない人財採用を進めてきましたが、まだ不十分です。目の前の課題である人財不足を補うためというよりも、当社グループが成長するためにより多様な視点・発想が不可欠であり、だからこそDE&Iが重要だという認識を持っています。女性の活躍推進については、女性活躍推進法に基づく行動計画を掲げて取り組んでいます。並行して、日産東京販売に在籍する89名^{※3}の外国籍社員を含む多様な人財が、それぞれの持ち味を活かして活躍できる職場環境づくりと、勤務制度・研修体系のバージョンアップに着手しています。

私は普段から社員に対して、「一人ひとりが自主的・自発的に考えて、新しいことにチャレンジしてほしい」と繰り返し語っています。そして、「考え方」のベクトルを合わせるため、その土台となる「企業理念」と「大切にしている価値観」を、2022年に刷新しました。2023年度には企業理念ワークショップを実施するなど、全社員への浸透に努めています。こうした取り組みによって、各社員が自己の考えを行動に移すスピードが上がり、結果としてグループの成長が加速していくような組織風土を醸成していきます。

^{※2} 当社グループを退職した方を再雇用する採用制度

^{※3} 2024年8月時点

Q 中長期的・持続的な
成長のために、やるべきことは
何でしょうか

A モビリティの変化を
いち早く捉え、新たな価値を
提供していきます

2020年4月に、新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言が発出された際にも、大部分の物流インフラは停滞しませんでした。一般の人々も、食料品の買い物など、普段の生活に変わらずクルマを利用されていました。私はこれらの事実を間近で見ながら、人の暮らしや産業になくてはならない移動手段を支えている私たちも、エッセンシャルワーカーなのだと再認識しました。人の移動と商品の物流を支えるモビリティは、今後も必要とされ続けるでしょう。人の営みがある限り、なくなることはありません。そして同時に、「Beyond Mobility」、すなわち単なる移動手段にとどまらない新たな価値を生む可能性を秘めています。モビリティ市場は非常に多くのチャンスに満ちあふれていると、私は一貫して信じ続けています。日産自動車が2024年3月に提供を開始した、EVを“移動可能な蓄電池”として活用したエネルギーマネジメントサービスなどは、その典型的な例です。

当社が経営資源を成長戦略に集中するために、東京証券取引所のスタンダード市場に移行して、約1年が経過しました。すでに発表しているとおり、収益性が高まったことで、2023年度の1株当たりの年間配当額を前年実績より9円増配し、24円としています。株主・投資家の皆さまからの信頼を維持していくためにも、サステナブルな事業成長を業績として積み上げ、株主還元などに反映させていくことを、これからも強く意識していきます。

コロナ禍の3年間で、次の時代を見据えて販売会社3社の統合などを行い、経営資源の最適配分に努めてきたことが、2023年度以降の業績に反映されつつあります。100年に一度ともいわれる大変革期の過程においては、逆風が吹くこともあるでしょう。そんな局面の時こそ真価を発揮できるよう、変化をいち早く捉え、先手先手で有効な策を打ち出していきます。

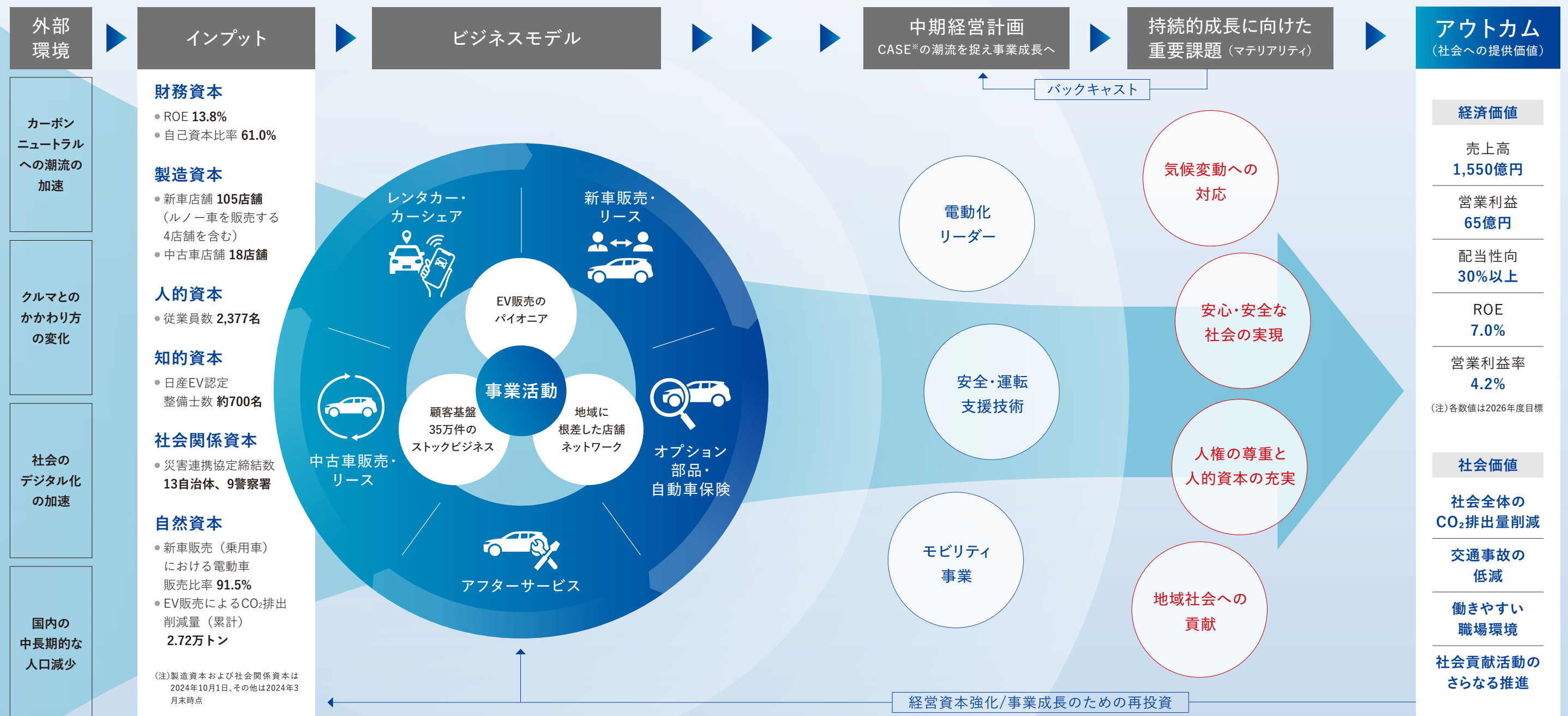
価値創造プロセス

当社グループは、企業理念を共通の指針として事業活動を推進しています。大変革期におけるモビリティの変化をいち早く捉え成長を加速させるとともに、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

【企業理念】

モビリティの進化を加速させ、
新しい時代を切りひらく

笑顔あふれる未来のために、
わたしたちは走り続ける



※自動車の新たな潮流であるConnected（つながるクルマ）、Autonomous（自動運転）、Shared & Service（シェアリング/サービス）、Electric（電動化）の4つのトレンドを表した造語

持続的成長に向けた重要課題(マテリアリティ)

Ⅰ サステナビリティ基本方針に基づく4つのマテリアリティ

当社グループは、モビリティとその関連商品・サービスの提供を通してお客さまに快適な暮らしをお届けすると同時に、地域・社会への積極的な貢献によって地域・社会の皆さまとともに繁栄することをめざしています。

その実現にあたってはサステナビリティの視点が不可欠であり、近年は当社グループが担うべき社会的責任もより大きくなってきています。また、サステナビリティに関する取り組みは、リスクの減少のみならず収益機会にもつながり、企業価値の向上に資するものと捉えています。

こうした考えのもと、当社グループは2021年12月に「サステナビリティ基本方針」を策定しました。

サステナビリティに関する取り組みにあたっては、当社グループの事業特性や事業環境などを踏まえ、「気候変動への対応」「安心・安全な社会の実現」「人権の尊重と人的資本の充実」「地域社会への貢献」の4つのマテリアリティを特定し、それぞれ右表のような取り組みを進めています。

サステナビリティ基本方針

当社グループは、モビリティおよび関連の商品・サービスの提供を通してお客さまに快適な暮らしをお届けし、また地域・社会への積極的な貢献により、地域・社会の皆さまと共に繁栄することをめざします。

また、法令と社会のルールを順守し、公平・公正で高い透明性を持った効率的な事業活動のもと、お客さま、株主、取引先、従業員、地域社会などすべてのステークホルダーを尊重しながら、社会の一員として、持続可能な社会の発展をめざします。

Ⅱ マテリアリティ特定・KPI策定プロセス

STEP 01	環境・社会・経済に影響を与える 自社課題を抽出	SDGsの17のゴールに紐付けられた169のターゲットから、プロジェクトチームにて抽出した自社のサステナビリティ基本方針に合致する10の社会課題を「マテリアリティマトリックス」上にプロットして、課題の網羅性を確認し、位置付けを明確化。
STEP 02	経営層の議論を経て マテリアリティを特定	抽出した社会課題を経営層で議論し、ステークホルダーにとっての重要性和自社にとっての重要性のいずれも極めて高い課題を重要課題(マテリアリティ)として特定。
STEP 03	取り組み方針 およびKPIの設定	特定した各マテリアリティに対する自社の取り組み方針を設定。また今後、関係する事業会社・部門と連携のうえでKPIを設定。

マテリアリティのリスク・機会と取り組み方針

		マテリアリティ			
		気候変動への対応	安心・安全な社会の実現	人権の尊重と人的資本の充実	地域社会への貢献
事業・財務への影響	リスク	●再生可能エネルギー導入によるコスト増 ●ガソリン車の需要減による収益悪化	●安全装備などの充実にと もなう車両の高額化による 需要減	●国内の人口減少にともな う、採用における競争力 低下、採用数の減少 ●会社への帰属意識低下 による若年層の定着率 低下	●地域貢献が不十分と評価 されることによる企業 ブランドの毀損
	機会	●収益性の高いEVの販売 構成比増 ●電動車に対する需要の 高まり ●再生可能エネルギーの 活用拡大による脱炭素化	●収益性の高い安全・運転 支援技術搭載車の売上 構成比増 ●保険の付帯率・単価の 上昇 ●災害時の避難施設として の店舗活用	●社員のスキルアップに よる収益貢献 ●ワークライフバランスを 尊重した働きやすい職場 の実現による、社員の士 気・ロイヤリティの向上	●ブランド価値の向上に よる収益貢献、従業員の モチベーション向上、優 れた人財の確保
		▼	▼	▼	▼
取り組み方針		●試乗車の増強、e-シェア モビ(カーシェアリング) の拡大、販売ツールのDX 推進などに取り組み、 電動車の普及を加速 ●EV認定整備士の育成、 技術習得などにより、EV の整備力を維持・向上 ●本社および店舗での 事業活動における再生可 能エネルギー電力導入比 率を引き上げ ●太陽光発電とEVのリユ ースバッテリーを活用した 蓄電システムの導入店舗 を増設	●個人リース(P.O.P)を 中心としたサブスクリプ ション型商品の販売強化、 リアルとバーチャルを 組み合わせた試乗機会 の提供により、安全・運転 支援技術搭載車の普及 を加速 ●特定整備制度の認証 取得に向けた整備機器 導入や整備士の技術 修得の推進により、安全・ 運転支援技術に対する 整備力を維持・向上 ●大規模災害時の帰宅 困難者への一時滞在 施設として店舗ショール ームを開放	●当社の理念、価値観に マッチする多様な人財を 確保(新卒・中途、国籍・ 性別問わず) ●社員紹介制度、退職者 再雇用制度などにより、 中途採用を強化 ●お互いを尊重し安心して 働き続けられる風土の 醸成 ●研修制度の充実により、 社員の学ぶ機会を拡大 ●若年層(1~5年次)意識 調査の実施と人事アドバ イザーの個別対応(訪問・ ヒアリング)を通じて、 マネジメント力を向上 ●仕事と家庭の両立支援な ど、職場環境や各種制度 を整備	●自治体や警察署との災害 連携協定締結を推進 ●子ども食堂への水や食料 の寄付、職場体験や視察 の受け入れ、バリアフリー な店舗づくりなどを推進 ●社会貢献推進プロジェク トによる地域貢献活動の 実施

中期経営計画の進捗(2023年4月～2027年3月)

中期経営計画の初年度である2023年度は、3つの重点施策「電動化リーダー」「安全・運転支援技術」「モビリティ事業」を着実に推進し、営業利益をはじめ複数の定量指標を達成しました。2年度目以降も、投資戦略の遂行を加速しながら効果の早期実現をめざすとともに、各重点施策に取り組んでいきます。

中期経営計画の戦略

市場環境と取り組むべき課題

カーボンニュートラルの潮流加速

EV車およびEV周辺商品の普及によるカーボンニュートラル社会実現への貢献

お客さまのクルマとのかかわり方の変化

現有ノウハウ(個人リース)を活かした買い方提案や現有アセット(店舗ネットワークや試乗車)を活かしたモビリティ事業

お客さまの購買プロセスの変容

リアルとデジタルを融合し、ブランド体験を促進する仕組みの創出や店舗・ネットワークづくり

中期的に見込まれる人口減

働き方改革・生産性向上に向けた、業務・運営体制改善やDX

重点施策

01 電動化リーダー P26

02 安全・運転支援技術 P27

03 モビリティ事業 P28

定量指標

	2022年度実績	2023年度実績	2024年度業績予想※1	2026年度目標
売上高	1,376億円	1,489億円	1,500億円	1,550億円
営業利益	63億円	87億円	75億円	65億円
配当性向	30.5%	21.7%	35.4%	30%以上
ROE	6.8%	13.8%	—	7.0%
営業利益率	4.6%	5.8%	5.0%	4.2%
電動化比率	92.3%	91.5%	—	90%以上
CO ₂ 排出削減量	0.5万トン	0.6万トン	—	1.6万トン

※1 2024年度業績予想は2024年8月9日時点です。

初年度で営業利益は目標達成

重点施策

01 電動化リーダー

関連するマテリアリティ

気候変動への対応

安心・安全な社会の実現

地域社会への貢献

主な取り組み

- 電動車販売比率の向上
- 充電ネットワーク・設置事業
- EV整備体制の強化



戦略概要

カーボンニュートラル社会の実現に向けて、脱炭素に向けた社会的要請はますます高まっています。自動車業界においては「クルマの電動化」が解決手段の一つであり、EVを含めた電動車の販売比率は中長期的に拡大し続けると予測されています。

このような市場環境のなか、当社はEV販売のパイオニアとして蓄積してきたノウハウや、充実した電動車のラインナップを強みに、2026年度までにEV販売台数10,000台/年、電動車の販売比率90%以上、CO₂排出削減量1.6万トンをめざしています。同時に、店舗での再生可能エネルギー活用も推進していきます。

2023年度の振り返り

2023年度は、当社の強みである販売ノウハウと充実した電動車のラインナップをベースとした提案活動のほか、電動車の力強い走りを多くのお客さまに体感いただくための試乗車を増加するなど機会を増やしてきました。また、地域の防災イベントなどに積極的に参加し、EVの災害時における有用性を紹介しました。その結果、当社のEV販売台数は、3,700台を超え、対前年40.8%増と伸長しました。乗用車におけるEV販売比率も、全国平均の2.1%に対して日産東京販売は17.8%と、大幅に上回りました。また、EVを含む電動車の販売比率も91.5%と高い水準を維持しています。

現場での取り組み

販売ノウハウを活かし、お客さまの「いつかは」を「今」に変える

2023年度に私が担当した新車販売はほとんどが電動車で、なかでもEVは全体の4割ほどを占めています。「いつかはEVに乗ろう」と考えていらっしゃるお客さまが多いのですが、私自身の実体験を活かしてカーライフを提案するなど、お客さまの「いつかは」を「今」に変える工夫をしています。EVを購入されたお客さまは、新車1カ月点検の際にその力強い走りや静かさ、先進性を体感された感想を笑顔で話してくださいます。お客さまの喜ぶ顔を見るため、これからもEVをご案内していきたいと思っています。



日産東京販売 杉並店 次長
カーライフアドバイザー
金谷 直子

重点施策

02 安全・運転支援技術

関連する
マテリアリティ安心・安全な
社会の実現地域社会
への貢献

主な取り組み

- 整備体制の強化
- 普及促進のための商品説明



戦略概要

日々の生活を支えるモビリティにおいて、重要な要素の一つは高い安全性です。そのニーズに応えるため、クルマの運転支援技術は進化し続けています。

当社は「プロパイロット」に代表される先進の運転支援技術を搭載したクルマを販売し、普及させるとともに、それらを支える整備事業も、最新の整備機器の導入や整備士の技術習得・更新など万全の体制を構築しています。また、交通安全・防災への取り組みなども実施し、安心・安全な暮らしができる社会をめざしています。

2023年度の振り返り

代表的な運転支援技術の「プロパイロット」は、日産の主要車種※2ラインナップの97%に標準装備、またはオプション設定されています。これらの先進運転支援技術は、お客さまに実際に体感していただくことで、その機能に対する理解が深まります。そこで、2023年度は試乗車を増強し、体感する機会を拡大しました。さらに、クルマの電子化の加速に合わせて「車載式故障診断装置」の全店配備など、最新の整備機器の導入を進めました。

※2 EV3車種およびe-POWER車5車種

現場での取り組み

最先端の知識・技術を身に付け、
お客さまの安心・安全なカーライフに貢献する

クルマの安全装備は日々進化し、整備士にはつねに知識や技術の更新が求められます。習得すべき内容は多岐にわたるため、最先端スキルを維持することは大変ですが、eラーニングの受講やHITEQマスター※3の試験を毎年クリアすることで知識を更新し続けています。新しい装備に対応する経験を積むことで若手への指導に活かしたり、お客さまへの説明をブラッシュアップできるようになりました。

整備士にはモビリティ社会を支える重要な役割があります。引き続き腕を磨き続けることで、安心・安全な暮らしができる社会の実現に貢献したいと考えています。

日産東京販売 新車のひろば目黒店 課長補佐
テクニカルスタッフ

末松 拓也

※3 HITEQマスター：新技術や新機構を含め、車両全般の整備において、つねに高い技術力を維持する者が得られる資格（3年ごとに更新）

重点施策

03 モビリティ事業

関連する
マテリアリティ気候変動
への対応安心・安全な
社会の実現地域社会
への貢献

主な取り組み

- 個人リースの拡販
- レンタカー事業の拡大



戦略概要

近年の自動車市場において、個人リース市場は“所有から利用へ”の志向変化などにより毎年二桁の成長を続け、直近の5年間では2.2倍（2018年：30.8万台、2023年：67.1万台）と伸長するなど、今後も市場の拡大が予想されています。

当社は1997年から個人リース「P.O.P」を販売してきました。そうしたノウハウを強みに個人リースの販売シェアを伸ばすことで、ストックビジネスの基盤を強化し、安定収益の拡大をめざします。

2023年度の振り返り

2023年度は、社員間でのベストプラクティス（好事例）の共有が加速し、大幅な新規の販売拡大につながりました。その結果、当社の新車個人リース販売は前年比170%となる5,200台を超えたほか、新車個人リースの保有台数も1.3万台を超え、順調に増加しています。また、新車個人リース販売のノウハウを活かし、よりお求めやすい価格で購入できる中古車の個人リース販売に着手しました。

現場での取り組み

お客さまの安全と利便性を高める「P.O.P」を積極的に提案する

個人リース「P.O.P」はリピート率が高いため、お客さまとの絆を深めるうえでは最適な商品です。また、継続してご購入いただけるので、自ずと新車販売台数が増えています。さらに、その利便性の高さから「P.O.P」でクルマを購入されたお客さまから新たなお客さまをご紹介いただくことも多くなっています。

私は整備部門の出身で、希望して現職に就きましたが、「お客さまの安全と利便性を守る」という意味では、カーライフアドバイザーも変わりません。より多くの方に個人リース「P.O.P」をご利用いただくために、お客さまのニーズに合わせて提案していきます。

日産東京販売 田無西原店 課長
カーライフアドバイザー

小池 一幸

PICK UP

ネットワーク刷新に投資し、 主力事業を強化

当社グループは、中期経営計画期間中に過去の実績を大幅に上回る投資を計画しています。なかでも当社の強みである「店舗ネットワーク」に対しては“エリア最適化”の観点から積極的に投資を加速しています。



POINT 01

快適な空間をつくり、お客さまの利便性を向上

日産の最新技術を気軽に体感・ご理解いただくために、清潔で明るい店内空間や待ち時間を快適にお過ごしいただけるカスタマーラウンジ、さらに商談に集中できる半個室など、お客さまが来店しやすく、快適に過ごせる空間にリニューアルしています。また、今後は自動車の電動化がよりいっそう進むことを想定し、24時間利用できる急速充電器の最新機器への更新をはじめ、電動車特有の整備機器の拡充なども推進しています。これらハード面の充実に加え、お客さま対応などのソフト面も強化していきます。



POINT 02

働く環境を改善し、社員のモチベーションを向上

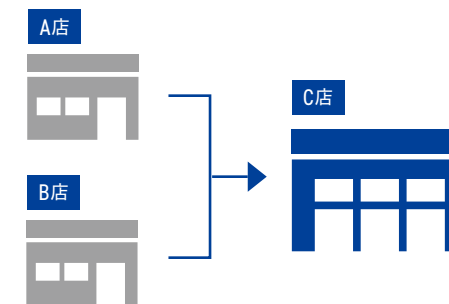


お客さまだけでなく、社員の働きやすさにも考慮してリニューアルしています。例えば、バックヤードには、社員専用のリフレッシュルームを設置するとともに、店舗ごとに使い勝手や動線を考慮したバックオフィスのレイアウトなど、業務の効率化にも配慮しています。また、サービス工場には空調設備の導入を進めるとともに、整備機器についても自動化を推進し、ヒューマンエラーを防止して円滑な業務遂行につなげるなど、社員の負担を軽減するための環境づくりにも注力しています。

POINT 03

店舗の統合によって経営資源を集中し、運営を最適化

日産東京販売は、2021年7月に3つのグループ販売会社を統合して以降、地域に根差した魅力ある店舗づくりのために、エリア内で商圏が重なっている近接店舗を統合し、大規模来店型の店舗の新設や大幅リニューアルなどに取り組んできました。こうした施策は、人財の最適配置に寄与するほか、店舗運営の効率化にも有効です。2023年度までに新設およびリニューアルオープンした店舗は17店舗にのぼり、2024年度は4月にオープンした東伏見店をはじめ、4店舗を予定しています。

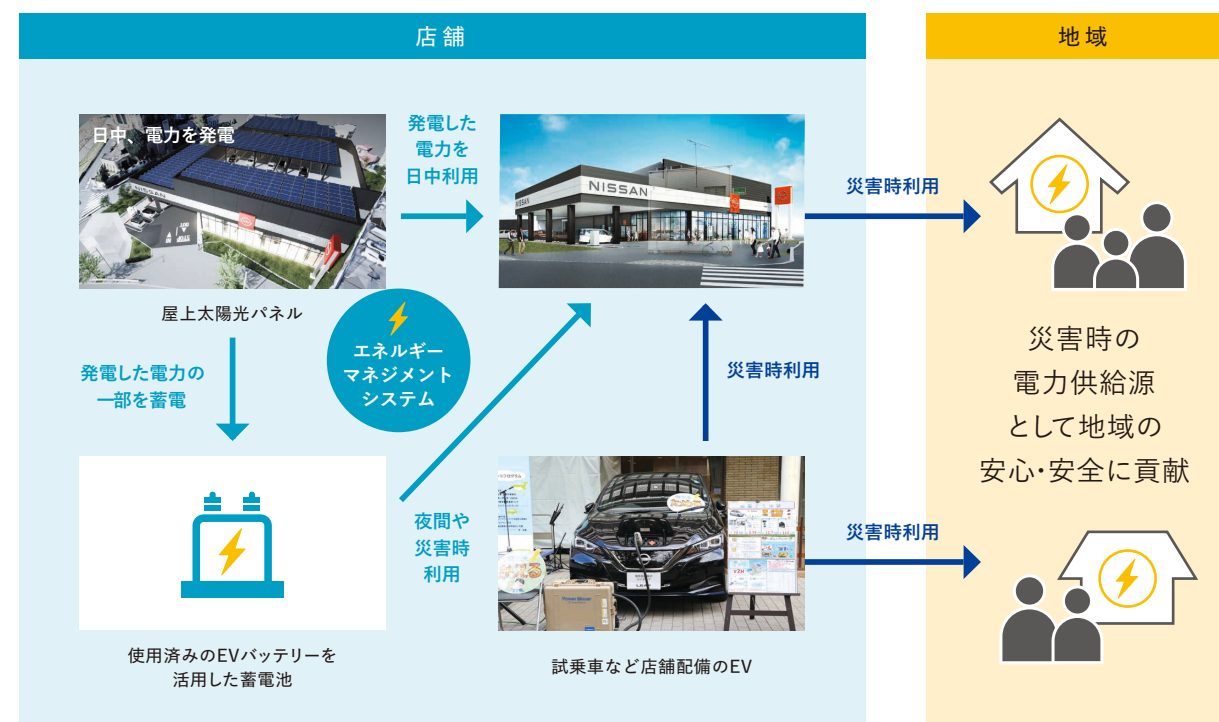


POINT 04

エネルギーマネジメントシステムを導入し、 カーボンニュートラルや地域の安心・安全に貢献

リニューアルする店舗には、エネルギーマネジメントシステムを積極的に導入していきます。太陽光パネルを設置して発電した電力を日中に利用、また使用済みのEVバッテリーを活用した蓄電池を導入し夜間の電力を補うなど、再生可能エネルギーを有効に活用します。とくに

使用済みのEVバッテリーを蓄電池として活用できるのは、14年にわたってEVを販売してきた日産だからこそその取り組みです。なお、この蓄電池は万一災害が発生した際には地域の方々の電力供給源としても使用可能です。



財務・資本戦略



MESSAGE

資本効率の向上を強く意識しながら

事業投資による効果を早期に獲得し、

定量・定性目標の達成をめざします

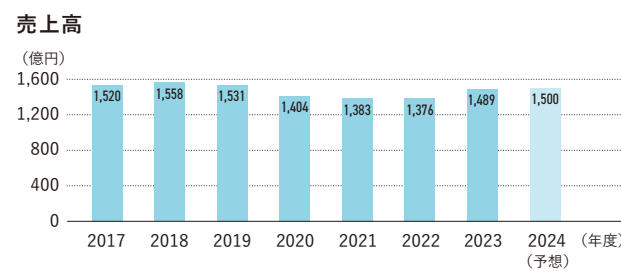
執行役員
財務部長、関係会社管理部長
兼 経営企画部 担当部長

石田 壮 Takeshi Ishida

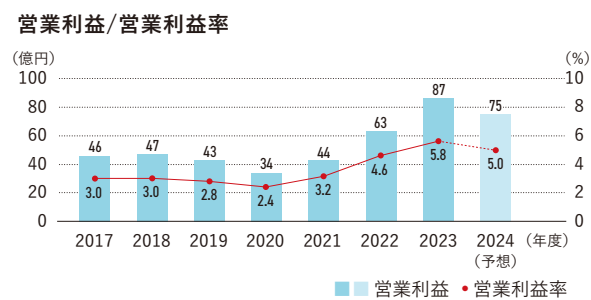
2023年度の業績総括と2024年度の見通し

新車販売や付加価値販売が伸長し、過去最高益を達成

2023年度は、半導体不足などサプライチェーンの混乱によって生じていた車両供給不足が徐々に解消に向かい、EV 3車種の販売台数が前年比40.8%増となるなど、e-POWER車を含む電動車を中心に新車販売が伸長しました。さらに、個人リースなどの付加価値販売を推進したことによって、顧客単価も向上しました。これらの結果、売上高は連結子会社1社の売却による減収影響をカバーして、対前年度比8.2%増の約1,490億円となりました。営業利益については同36.1%増の約87億円、経常利益が同37.3%増の約84億円、そして連結子会社の売却益を含む親会社株主に帰属する当期純利益は、同125.0%増の約73億円となり、いずれも過去最高益となりました。



2024年度の当社グループは、半導体などの需給改善を背景に、EV「アリア」の受注を2024年3月に再開したことや、e-POWER車を含む電動車を中心とした新車販売を軸にして、前年度並みの売上高を確保する見込みです。また、持続的成長のために最も重要な経営資源である人的資本の充実に向けた投資を積極化します。加えて、店舗ネットワークへの投資を継続的に行之い、お客様の利便性と、社員にとっての働きやすさを両立できる環境をつくっていきます。一方で、国際的な原材料価格のさらなる上昇や、円安による海外からの輸入コストの増加が、2024年度も引き続き想定されます。そのため、これらのコスト増を織り込みながら、投資計画を策定していきます。



投資戦略の進捗と今後の方針

既存ビジネス、人財、新規事業の3領域へ、150億円の投資を実行

中期経営計画の4カ年は、「既存ビジネスの強化」「人財・DXへの投資」「新規事業参入・資本/業務提携」の3領域を軸に、計300億円以上の投資を実行します。これらの投資による効果をできるだけ早期に実現するために、中期経営計画初年度の2023年度には、総額の半分に相当する150億円の投資の実行を決定しています。2024年度も、100億円の投資配分を決定し、実行に移していきます。

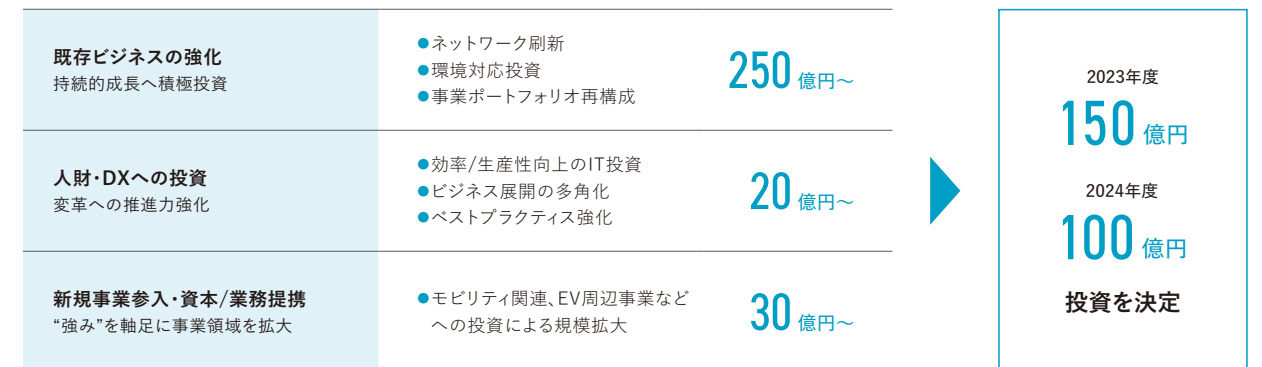
「既存ビジネスの強化」については、店舗ネットワークを刷新するための投資を前倒しで進めています。建設・設備関連業界の人財不足を踏まえると、投資の決定から完成までは相応の期間を要し、しかも今後は資材・人件費のさらなる高騰が予想されるため、最優先で着手するという判断を下しました。エリア最適化の観点から、老朽化が顕著な店舗や近接店舗・小規模店舗の改装・統合・新築移転を進めながら、お客さま満足度と社員満足度の両立につながる設備更新と店舗環境の整備を行います。なお、新店舗にはエネルギーマネジメントシステムを導

入し、GHG(温室効果ガス)の排出抑制はもちろん、災害時などでの電力供給源として地域の安心・安全に貢献していきます。

「人財・DXへの投資」では、人的資本の充実に向けて、教育研修体系のバージョンアップや採用増のための投資を拡大しており、グループ内で多様な人財の活躍を促しています。また、セキュアな環境で人事システムの利用範囲を拡大していけるデータ基盤や、社内書類を電子化してWeb上で共有するシステムの整備など、IT投資による業務効率/生産性向上策を着々と進めています。今後はお客さまの多様な購買行動に対応するためのDX投資についても詳細な計画を固め、実行に移していきます。

「新規事業参入・資本/業務提携」の領域では、現状の経営リソースのよりいっそうの有効活用を図るとともに、事業環境の変化に対応してシナジーが期待できる新たなモビリティ関連事業・EV周辺事業などへの投資によって、さらなる事業規模の拡大をめざしています。

投資配分のイメージ



資本効率と企業価値向上への方針

負債も活用しながら、資産効率を念頭に置いた投資を実行

過去5年間の財務状況を振り返りますと、新型コロナウイルスの感染拡大による負の影響こそあったものの、安定した収益を背景に財務基盤は盤石なものになり、ネットキャッシュも着実に積み上がりました。

今後は資本効率の向上を意識した経営を行っていく必要があります。当社では、資本効率を評価する指標としてROEを重視しています。中期経営計画1年目にあたる2023年度のROEは、過去最高益の達成などによって、前

年度の6.8%から13.8%へと大幅に伸長しました。そして今後についても、資産効率を念頭に置いた投資を実行していくとともに、負債も柔軟に活用することで資本効率を高め、株主価値の向上に努めていきます。前述のとおり、2023～2024年度の2年間で計250億円程度の投資をすでに決定しているわけですが、その原資の一部として、負債の活用を検討し、資本コストを引き下げて投資回収のハードルを低く設定することで、新たな投資原資を早期に生み出せると考えています。

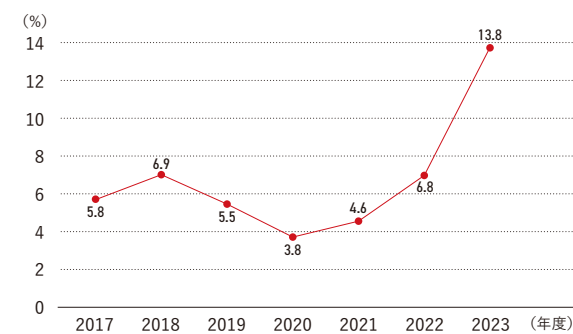
当社の株価は、中期経営計画に掲げた3つの重点成長戦略と成長投資の遂行、IR活動の積極的な展開、および株主還元強化に努めた結果、2023年度の1年間で1.7倍強と大きく上昇しました。その結果、PBRも着実に向上しています。2024年度以降も、中期経営計画の各戦略・施策を推進し、着実に実績を積み上げることで、成長への期待を醸成していきます。加えて財務・資本戦略の観点からは、流動資産の回転率向上、固定資産の圧縮・

入れ替えなどによる新陳代謝を図ります。これらの取り組みによって、株主・投資家の皆さまの期待に沿えるリターンを、安定的に創出していきます。

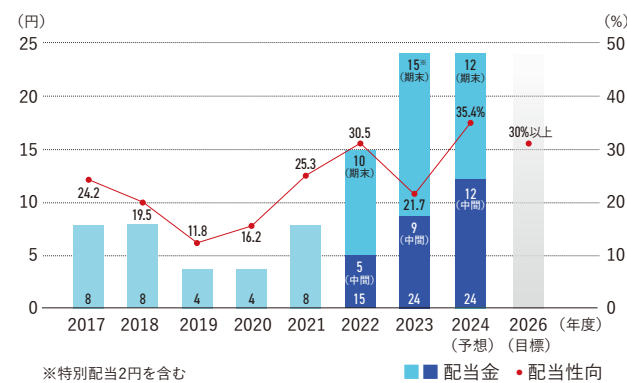
なお株主還元については、安定配当を基本としたうえで、中期経営計画においても配当性向30%以上を維持するとともに、業績に応じた還元を実施していく方針です。安定かつ機動的な株主還元に加えて、「既存ビジネスの強化」「人財・DXへの投資」「新規事業参入・資本/業務提携」の3領域への積極的な投資を継続することで持続的な成長を実現し、株主価値をよりいっそう高めていきます。

以上のような財務・資本戦略と投資方針によって、中期経営計画4カ年での定量・定性目標を達成していきます。今後も、資本効率の向上と事業投資への取り組みをわかりやすくお伝えし、株式市場と地域社会、そしてお客さまからの高い評価を獲得していく考えです。引き続きご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

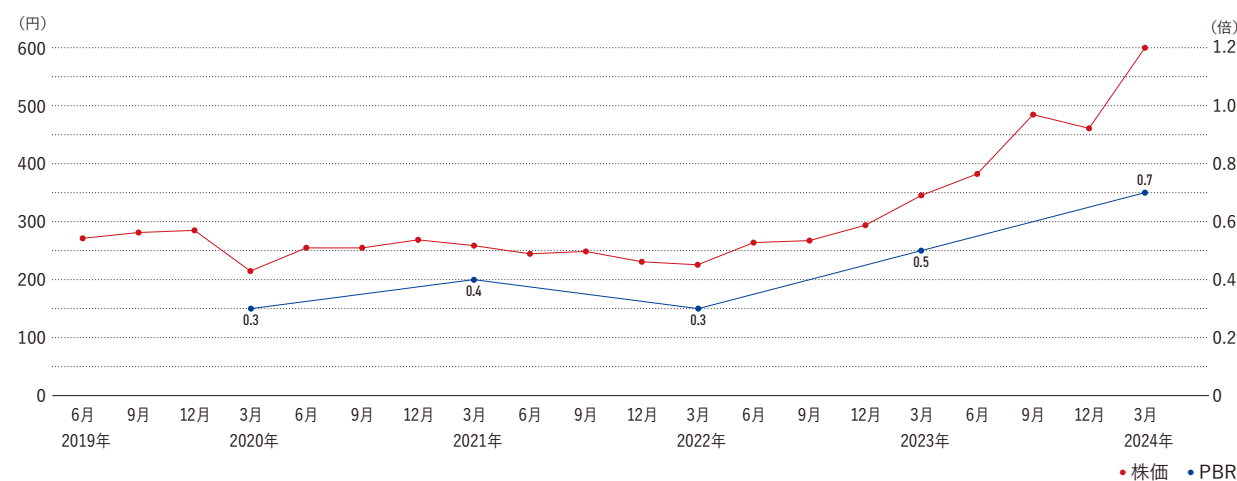
ROE



1株当たり配当金/配当性向



株価・PBRの推移



03

経営資源

- 35 人的資本の充実
- 39 Focus:社員座談会
企業理念と大切にしている価値観を胸に
- 41 地球環境保全の取り組み
- 44 技術力の強化
- 46 地域社会との関係の強化



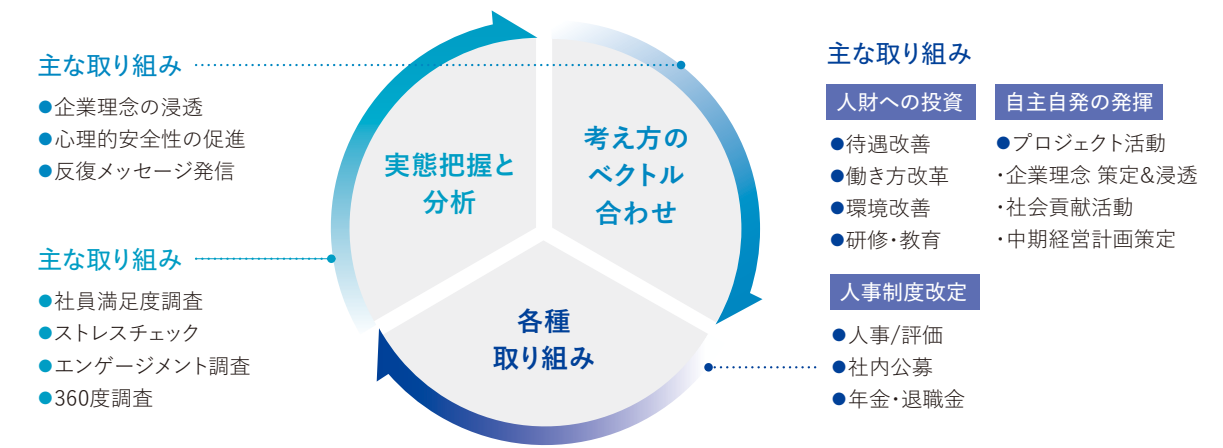
人的資本の充実

基本的な考え方

当社グループは、「人的資本の充実」を重要な経営課題の一つとして位置付け、組織の持続的成長の実現に向け、持続的に成果を上げ、向上心を持って、自ら考え行動できる人財の育成に取り組んでいます。

企業理念の浸透をはじめ、考え方のベクトル合わせを進めながら、各種調査の結果を踏まえ、人財への投資や人事諸制度の改定につなげるなど、多角的・包括的な取り組みを推進しています。

人的資本の充実に向けた取り組み



企業理念を実践できる環境と組織文化づくり

当社グループが持続的に成長していくには、すべての社員が同じベクトルを向き、一人ひとりが進化していく必要があります。進化への方向性を明確にするものとして、「企業理念」とそれを具現化するための指針となる「大切にしている価値観」を2022年11月に策定しました。

社員が企業理念をつねに意識して行動するには、企業理念に込めた意味を社員が理解し、共感することが必要です。そこで、社員の理解促進と実践をサポートすることを目的に、社内横断的に集まった9名による企業理念浸透プロジェクトを発足しました。

まず、企業理念のキービジュアルを作成し、ポスターにしてすべての事業所に配布しました。さらに、企業理念に込めた意味や価値観を体現する行動を知ってもらうため、幹部層、部課長層（店長・工場長）、および希望する社

員を対象としたワークショップを順次実施しました。ワークショップを受講した社員は500名以上にのぼります。

さらに、このワークショップを受講した社員が講師となり、各自の職場で企業理念について自由に話し合う場を設けました。社員一人ひとりへの浸透は着実に進んでいます。



企業理念ワークショップ

今後も多くの社員が企業理念を理解し共感することを促し、自発的な行動につなげていけるよう、企業理念

浸透プロジェクトの活動を継続していきます。

人財採用の取り組み

当社グループは、求職者への積極的な広報活動、就業体験の提供、内定者へのフォローなど、優秀な人財を採用するための取り組みを強化しています。また、HR委員会を設置し、人財育成の方針や方法についての議論により、次世代リーダーの早期育成などを推進しています。

日産東京販売においては、学生向けに就業体験や工場見学会、出張授業などを実施することにより、社員との交流を図るほか、当社の実際の業務内容に対する理

解を深めてもらう機会を創出しています。

2023年度は、新卒採用に加えて中途採用やアルムナイ採用、リファラル採用制度（従業員採用紹介制度）を導入しました。また、求職者との接点拡大や当社への理解・共感のツールとして採用サイトの全面リニューアルやSNSの活用などを進め、さまざまな形での人財採用の取り組みを強化しています。

働きやすい環境づくり

当社グループでは、多様な人財がそれぞれの持つ能力を最大限に発揮できるよう、ワークライフバランスを尊重した働きやすい職場づくりに取り組んでいます。

例えば、育児・介護が必要な社員向けの休業や短時間勤務制度の拡充にも取り組み、2022年4月からは育児短時間勤務の対象期間を小学校卒業までに延長しました。

また、2023年度にはアルムナイ採用制度を導入し、ライフスタイルの変化によって退職した社員の再就職も可能にしました。その時々状況に合わせて活躍し続けられる環境整備を進め、多様な働き方の実現につなげています。

このほか、店舗においては、新築や改装による全面刷

新を行うことで、職場環境の改善に取り組んでいます。また、営業スタッフには、お客さまとのコミュニケーションを円滑にするため、タブレット端末を貸与しています。サービス工場においては、空調整備や洗車機の導入など、整備士の働きやすい環境づくりに注力しています。

男女別の育児休業取得率^{※1}

	2021年度	2022年度	2023年度
男性	0.0%	5.9%	9.1%
女性	100.0%	100.0%	114.3%

※1 男性の育児休業取得率＝年度内に育児休業を取得した男性労働者数÷年度内に配偶者が出産した男性労働者数×100
女性の育児休業取得率＝年度内に育児休業を取得した女性労働者数÷年度内に出産した女性労働者数×100

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン

当社グループは、新しい時代を切りひらいていくためには、すべての社員が活き活きと働き、個人の能力を最大限に発揮することが必要不可欠と考えています。この考えのもと、従来のD&I（ダイバーシティ&インクルージョン）に、2024年度からは「E（Equity：公平性）」の観点を加え、DE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルー

ジョン）として理解・浸透に取り組んでいます。

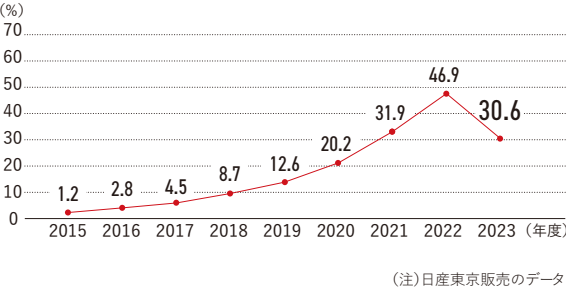
日産東京販売では、2024年8月時点で89名の外国籍社員が主にテクニカルスタッフとして活躍し、その内のすでに9%が上位等級に昇格して、さらに高いレベルの業務にチャレンジしています。

2023年度は、語学のレベルアップを目的とした日本語

研修やeラーニングの導入、日本文化理解のための研修や職場のマナー研修などを実施しました。また、日本人社員に対しては、異文化マインドセット&コミュニケーション研修を実施しているほか、外国籍の新入社員が配属される店舗に、その出身国の文化や特徴などの情報を共有しています。さらに、2024年度からは外国籍新入社員に対して新たに日本語・異文化研修を導入。日本人社員向けの研修も拡大し、外国籍社員のいっそうの活躍に向け、相互理解の促進を図っています。

また、多様なお客さまのカーライフを支えるためには

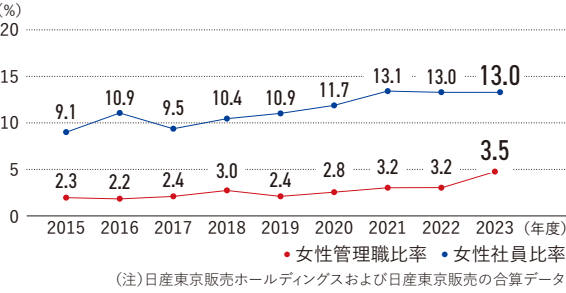
外国籍社員の採用比率



多様な視点や感性が不可欠という考えのもと、女性社員の採用・育成にも注力しています。女性社員がモチベーション高く、能力を存分に発揮できるよう、行動計画(以下「2022～2024年度 女性活躍推進法に基づく行動計画と進捗」参照)を掲げ、各種施策に取り組んでいます。

今後も、多様性に応じた支援や公正な成長機会が与えられる環境づくり、また多様な人財が互いの違いを認め、受け入れ合い、一人ひとりの能力が最大限に発揮される風土づくりを進めていきます。

女性社員比率/女性管理職比率



2022～2024年度 女性活躍推進法に 基づく行動計画と進捗	01	営業職(サービスフロント職を含む)の新卒・中途採用において、女性比率を50%以上とする 計画策定時:42.3% 現在進捗度:48.0%(2023年度末時点)
	02	女性管理職の候補群(課長補佐・係長)に3年間で12名登用、女性管理職を3年間で5名登用する 計画策定時:女性課長補佐・係長 105名、女性管理職 13名 現在進捗度:女性課長補佐・係長116名、女性管理職16名(2023年度末時点)

研修に参加した外国籍社員のコメント

さまざまな研修を受け、日本で仕事を
いくことに、より前向きになりました

初めて海外で仕事をすることに不安はたくさんありましたが、研修でコミュニケーションの取り方や言葉遣いなどを学び、安心して働けるようになりました。学んだ知識を忘れないよう、仕事だけでなく生活でも活用し、前向きに取り組んでいきたいです。



日産東京販売 練馬北町店
テクニカルスタッフ

ホアン・ミン・トゥン

社員のエンゲージメント向上

当社グループでは、社員のエンゲージメント向上のため、複数の意識調査を実施しています。

その一つである「社員意識調査^{※2}」は、日産東京販売の正社員を対象に、年1回実施しています。社員の現状を把握することで経営や人財戦略上の課題を発見し、社員の働く意欲やマネジメントの質の向上につなげています。

さらに、「若年層向け意識調査^{※2}」も、日産東京販売に在籍する入社1～5年目の社員を対象に毎月1回実施。人事アドバイザーが結果数値の変化やコメントを確認し、店舗への訪問やヒアリングを通して、不満や困りごとの改善につなげています。

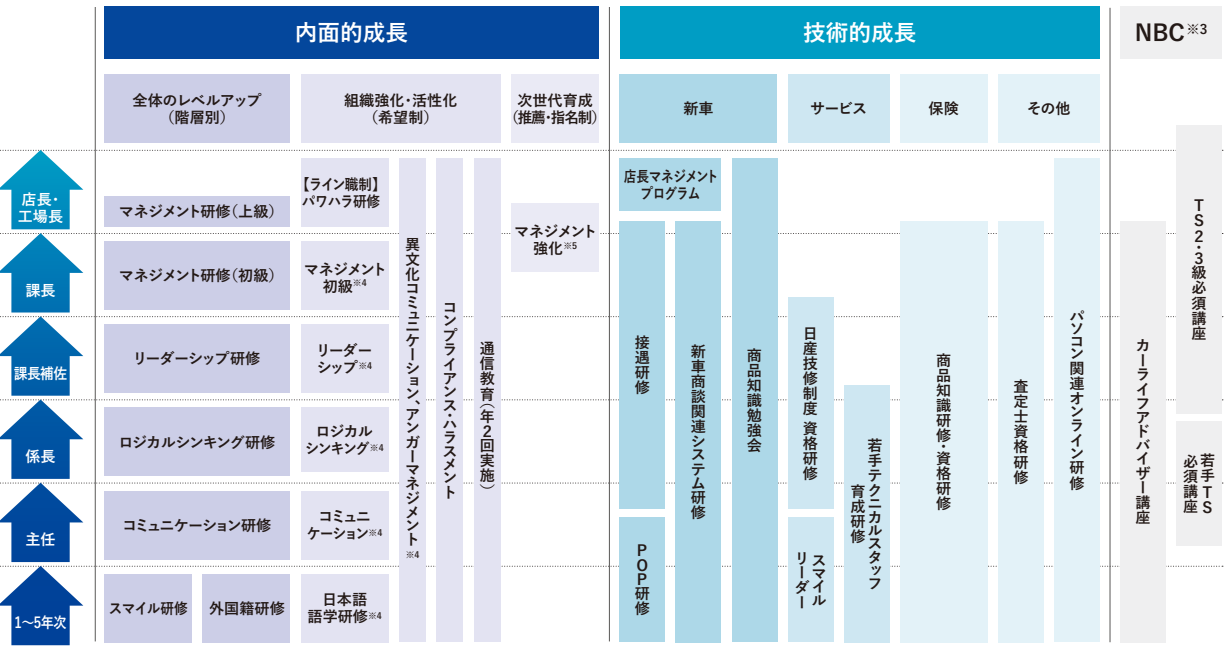
※2 「社員意識調査」は日産グループ全体での実施、「若年層向け意識調査」は日産東京販売での実施

人財育成の取り組み

当社グループは、社員一人ひとりが主体的に向上心を持って成長でき、めざすキャリアを実現できる環境や制度の整備を推進しています。なかでも、日産東京販売では、「組織の持続的成長を実現するため、持続的に成果を上げ、向上心を持って、自ら考え行動できる人財育成」をめざし、各等級に求められる知識・スキルを習得するための独自の人財育成体系を構築しています。

めざす人材像

組織の持続的成長を実現するため、持続的に成果を上げ、向上心を持って、自ら考え行動できる人財



※3 NBC:「日産ビジネスカレッジ」の略。日産販売会社の長い歴史のなかで培われてきたビジネスノウハウを、グループで働くすべての人が学ぶ場

※4 チャレンジプログラム

※5 店長養成講座

Focus：社員座談会

企業理念と大切にする価値観を胸に

当社は、2022年に新たな「企業理念」「大切にする価値観」を策定するとともに、社員への浸透プロジェクトを発足。主に管理職層を対象としたプログラムを1年間実施した後、2024年からは一般社員向けのワークショップを定期的に開催しています。ここでは、企業理念浸透プロジェクトの推進リーダーと、自ら手を挙げてワークショップに参加した3名の若手社員に、理念浸透のこれまでとこれからについて、語ってもらいました。



ファシリテーター
日産東京販売
人財開発部長
小関 みさ子
1992年入社。営業職、店舗事務業務を経験後、人財開発業務を推進。企業理念浸透プロジェクトの推進リーダーを務める。

日産東京販売
葛飾金町店
係長 テクニカルアドバイザー
佐々木 祐次
2011年入社。自動車整備業務を経験後、テクニカルアドバイザーとして、購入後のアフターサービスの窓口を担う。

日産東京販売
レッドステーション八王子橋原店
係長 カーライフアドバイザー
村上 詩織
2015年の入社以来、中古車販売を担当。お客さまのライフスタイルに合わせた提案を心がける。

車検館
稲城店
主任 テクニカルスタッフ
増田 順也
2010年入社。車検館で整備士として経験を積み、現在は後進の育成にも注力している。

▶ 企業理念浸透の現状

小関 企業理念浸透プロジェクトの目的は、企業理念と大切にする価値観を社員がしっかりと理解して、全員が同じベクトルで仕事をできるようにすることです。これまでポスターや社内報での発信を続けてきましたが、皆さんはどのように感じていますか？

村上 プロジェクトのおかげで、私個人も少し考え方が変わったなと感じます。以前は、仕事のなかでうまくいかないことがあると落ち込むことが多かったのですが、ポジティブに切り替えられるようになりました。ポスターは店舗のバックヤードにも貼られていて、毎日目にするので、自然とマインドにしみこんでいるのだらうなと思います。

増田 私も、少しずつ意識が変わりつつあるのは感じます。これまで以上に、初めてのことにもチャレンジしようと

思えるようになりました。私の職場では、毎日の朝礼で共有していて、社員同士でも自然と話題になっています。ただ、グループ全体としては、まだまだ浸透が足りないのではないかと思います。一朝一夕に進むものではないので、地道にでも継続しなければならないでしょう。

小関 確かにプロジェクトは始まってから日が浅いので、まだまだ課題はありますね。だからこそ、皆さんが参加してくれた社員向けのワークショップを実施することになったわけです。佐々木さんはどうでしょうか？

佐々木 グループ全体での浸透がまだまだ足りないというのは同感です。もっと、社員が積極的に参画すべきではないかと思います。実は、私が今回のワークショップに参加したのも、そんな思いがあったからです。グループが

大きく変わるタイミングだと感じたので、自分がその起点になれば、と参加を希望しました。

小関 私は主催者側として参加していましたが、私自身も管理職の立場から変わらないといけないと強く感じました。皆さんは、ワークショップでどんなことを感じましたか？

増田 私は以前からつねづね、上下関係をできるだけなくしたいと思っていたのですが、ワークショップを経て、その思いをいっそう強くしました。上司や先輩からの指示に従うだけの社員ばかりでは、会社として立ち行かなくなる時代になっていると思います。一人ひとりが主体的に考え、動かねばなりません。そのために、できるだけ対等に近い関係で、自由に意見を言い合える環境をつくっていききたいですね。

▶ グループの未来への思い

小関 先ほども言ったように、企業理念の浸透はまだまだ始まったばかりです。皆さんに参加していただいたワークショップを、今後さらに全社員を対象として継続的に実施していく計画です。また、企業理念や大切にする価値観を体現している社員の取り組み事例を集め、共有することも検討しています。そうした取り組みを通じて理解が進めば、自然と行動変容が広がっていくのではないかと期待しています。皆さんが今後、当社グループに期待するのはどんな姿ですか？

村上 少しずつグループ全体が変わりつつあるのは感じています。例えば、人事制度も数年前とは大きく変わりましたよね。この動きを止めることなく、進化が進んでいけばいいなと期待しています。私自身も、月や週ごとに自身の行動を顧みて、日々の仕事をブラッシュアップしていくように努力しています。小さなことからでも少しずつ取り組みを広げていくことで、いずれ大きな変化が生まれるでしょう。それが今から楽しみです。

佐々木 ワークショップの冒頭で、社長が「企業風土変革には、理念の浸透が“最強かつ最短”の手段だ」と力強く語ってくれたことが胸に大きく響きました。取り組みとし

佐々木 企業理念は、少し壮大なイメージで、いろいろな捉え方ができますよね。そこに「大切にする価値観」が続くことで、ベクトルをある程度同じにできるのだと理解しています。もちろん、会社にはさまざまな考えをもった社員がいるので、全員のベクトルを完全に揃えるのは難しいですし、何事も正解は一つではありません。大切なのは、増田さんの言うように、全員が主体的になり、一つの大きな「輪(和)」をつくることだと思います。

村上 私は、他の部署や職種の方々と意見交換をしたことで、いろいろな考えの人がいるなかで仕事をしているのだなと再認識できました。ワークショップでは多くの意見が出ていましたが、「より良い会社にしたい」という思いは全員に共通していたように思います。全員がそれぞれの職場で主体的に力を発揮できれば、自然とより良い方向に向かっていくのではないのでしょうか。

てはまだ始まったばかりですが、今後グループが大きく変わっていくと信じています。そして、先ほど言ったように、私もその起点になりたいと思っています。

日産東京販売ホールディングスに期待することは、外部への積極的な発信を推進していったほしいということです。当社グループの思いが東京という地域全体に波及していけば、当社への見方・イメージが変わるだけでなく、「自分も参加したい」と思ってくれる仲間の「輪(和)」が増えるかもしれません。

増田 確かに、外部発信は有効かもしれませんね。それに加えて私はやはり、できる限り年齢や年次に捉われず対等にコミュニケーションを取れる環境をつくりたいです。互いに課題を共有し、解決策を一緒に考えることが、組織力の強化にもつながると思います。

小関 ワークショップを経て、皆さんが熱く前向きな思いを持ってくださっていることを実感しています。プロジェクト推進役として、こんなに嬉しいことはありません。皆さんもおっしゃっているように取り組みはまだまだ始まったばかりですが、引き続き、全力で進めていきます。



地球環境保全の取り組み

基本的な考え方

当社グループでは、カーボンニュートラル社会の実現に向けて、環境にやさしい活動を積極的に推進しています。

中期経営計画期間に電動車販売比率90%以上、EV販売によるCO₂排出削減量1.6万トンの目標を掲げています。

また、店舗への太陽光発電システム設置を進めるとともに、国際規格 ISO14001を適合した日産独自の環境マネジメントシステム「日産グリーンショップ」の認定を受け、油水分離槽、廃油タンク、産業廃棄物置き場などを適正に運用しています。

TCFD提言に基づく報告

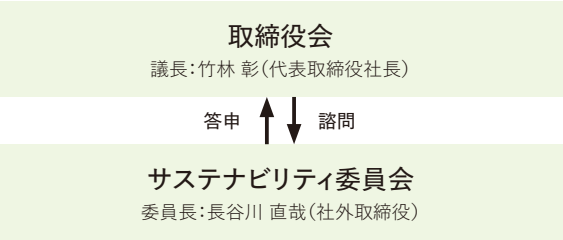
ガバナンス・リスク管理

当社グループの重要課題の解決に向けた取り組みを着実に推進し、中長期的な成長力および持続可能性を向上させるとともに、事業を通じて持続可能な社会の実現に貢献することを目的として、2022年9月に社外取締役を委員長とするサステナビリティ委員会を設置しました。

サステナビリティ委員会は取締役会の諮問機関として設置され、サステナビリティに関する方針や目標、実行計画の策定、目標に対する進捗管理・評価、個別施策などを審議し、取締役会に対して答申を行います。

また、事業活動におけるサステナビリティに関するリスクの洗い出しや、影響度・発生可能性の観点からの評価も行っています。事業に大きな影響を与えるリスクや、当社グループの事業戦略との関連性が高いリスクについては、シナリオ分析を実施し、対応戦略を検討します。

サステナビリティ委員会の構成



戦略

当社グループの事業に影響を及ぼす気候変動リスク・機会を特定し、それらの財務影響度を定性的に評価しました。

リスク・機会の主要因	事業影響	発現までの期間※1	影響度※2
移行リスク			
炭素価格等のGHG排出規制強化	炭素価格上昇が車両製造の原材料価格などを押し上げ、それらが仕入価格に転嫁されることによるコスト増加	中期	大
	自社ビル、工場などの操業における炭素価格上昇によるコスト増加	中期	中
省エネ法規制の強化	設備更新・投資などの対応コストの増加	短期	中
化石資源の価格の変化	自社拠点(建物、整備工場など)が使用するエネルギー価格の上昇、および物流・輸送コストの増加	中期	中
電力価格の変化	燃料価格上昇にともなう電力価格の上昇によるコスト増加	中期	中

リスク・機会の主要因	事業影響	発現までの期間※1	影響度※2
物理的リスク			
洪水、高潮、台風などの異常気象の激甚化	自社拠点の被災、および操業停止(社員被災による操業停止を含む)	短期	中
移行機会			
化石資源の価格の変化	販売車両の省エネ化によるコスト優位性(対他社)の確立、販売機会の拡大	中期	中
電気自動車(EV)需要の増加	EV普及による販売車種の多様化、高価格化	中期	中
	EV販売に関する経験を持つ社員が多いことによる、販売機会の拡大	中期	中

※1 短期:3年以内/中期:4～9年/長期:10年以上 ※2 小:1億円未満/中:1億円以上10億円未満/大:10億円以上

特定した気候変動リスク・機会の内、重要性や当社グループの事業との関連性が高いものについて、シナリオ分析を実施し対応戦略を検討しました。

●移行リスク

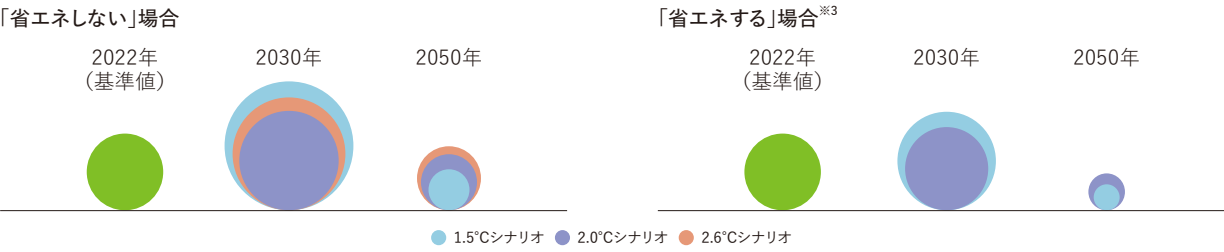
移行リスクにおいては、事業活動にともなうエネルギー使用や、その結果排出されるGHGに対する炭素税の導入といった事象が当社グループに与える財務影響を把握するため、1.5°C、2.0°C、2.6°Cの温度上昇シナリオに基づいた分析を実施しました。

分析の結果、当社グループ事業の将来想定に基づいて、炭素価格負担やエネルギー負担による財務影響は限定的であることが確認できました。

いずれのシナリオにおいても、炭素価格負担およびエネルギーコストは「省エネする」場合の方が「省エネしない」場合に比べて低減されます。また、2030年の方が2050年よりも財務負担が大きくなりますが、これは2030年の方が脱炭素社会に向けた過渡期にあり、炭素価格やエネルギー負担が大きくなることが理由です。

今回の当社想定範囲においては、該当する気候変動リスク要因に対する組織的なレジリエンスを有していると考えられます。

移行リスクのシナリオ分析結果イメージ(財務影響)



※3 2.6°Cシナリオは、公表政策以上の省エネなどが進まない想定のため、「省エネする」場合の影響額は算出していません

●物理的リスク

物理的リスクにおいては、当社グループが所在する162拠点について、現時点、および2.0°C、4.0°Cの温度上昇シナリオ下における河川氾濫がもたらす影響を評価し、事業への財務影響を分析しました。分析の結果、2.0°Cシナリオにおいては、洪水の高リスク※4拠点数に大きな変化は見られませんでした。一方、4.0°Cシナリオにおいては、2090年にかけて高リスク拠点数が増加し、

各拠点で想定される浸水深も大きくなる傾向が見られました。当該シナリオでは、気候変動による一定の財務影響も見込まれています。これらの分析結果に基づいて、今後BCP(事業継続計画)の見直しや各種災害対策を実施していきます。

※4 浸水深0.5m以上を高リスクと規定

洪水の高リスク拠点数の増加割合

使用シナリオ	2.0℃シナリオ		4.0℃シナリオ	
	2050年	2090年	2050年	2090年
2023年度からの増加割合	約1.02倍	約1.02倍	約1.04倍	約1.09倍

指標と目標

気候変動への対応における指標と目標および実績^{※5}は、次のとおりです。

指標	目標(2026年度)	実績(2023年度)
EVの年間販売台数	10,000台	3,742台
乗用車における電動車販売比率	90%以上を維持	91.5%
EV販売によるCO ₂ 排出削減量	1.6万トン ^{※6}	0.6万トン ^{※6}

※5 日産東京販売における指標 ※6 販売したEVによるCO₂排出削減貢献量(ライフサイクル全体)

事業を通じた取り組み

再生可能エネルギー電力の導入

脱炭素社会の実現に向けた取り組みの一環として、2023年4月よりグループ内で再生可能エネルギー電力を導入しています。2023年度には、当社グループ全体で使用する電力の内、まず15%を再生可能エネルギー電

力に切り替えました。これにより、電力使用による年間CO₂排出量を、前年比約1,250トン^{※7}削減しました。

※7 約1,250トン≒2022年度使用電力量の15%(約3,057千kWh)×CO₂排出係数(0.000408t-CO₂/kWh)

店舗におけるCO₂排出量のモニタリング

自動車は、製造から走行、廃棄までの各段階で多くの温室効果ガスを排出しています。そのため、ライフサイクル全体での脱炭素化が必要不可欠です。日産東京販売では事業活動においても温室効果ガス排出量を把握することが重要と考え、2022年度から新車販売店舗のCO₂

排出量を可視化する取り組みを実施しています。各店舗における電気、ガス、ガソリンの使用実績を日産東京販売の取締役会に毎月報告するとともに、これらの実績からCO₂排出量を算出し、毎月モニタリングしています。



技術力の強化

基本的な考え方

電動車に関わる先進技術は、日々進化を続けています。当社では、その進化に合わせて、職種別や商品別の研修を適宜実施するとともに、資格制度を設け、積極的にチャレンジできる環境を整備しています。

さらに、EVの提案にあたっては、バッテリーの特性、充電の場所・方法、航続距離、自宅への給電、補助金など、多岐にわたる知識が求められます。当社は、2010年の初代「リーフ」発売以来、さまざまな研修や現場での業務を通じて、ノウハウを蓄積してきました。また、EV以外の車種においても、商品知識はもちろん、リース、保険などの金融知識、タブレットなどのデジタルツールの活用など、

さまざまなスキルが求められます。整備に関してもこれまでのガソリン車やハイブリッド車にはない高電圧の装置を取り扱うため、より高度な専門技術が必要です。

日産東京販売では、さまざまな研修や業務によって蓄積してきた知識・ノウハウを日々の提案や整備に活かしています。さらに、日常の業務のなかで出た好事例はベストプラクティスとして店舗間で共有しています。

これからも、つねにお客さまの期待を超えるサービスを提供できる高度な知識・技術の水準を維持し、暮らしに不可欠な移動手段の提案・販売とその整備によって社会の安心・安全を支え続けます。

販売および整備の技能・スキルの向上に向けた取り組み

当社グループは、販売や整備の技能・ノウハウの向上に向けた各種資格制度を設けているほか、技術力を競う大会にも積極的に参加しています。

資格制度の一つである「日産カーライフアドバイザー認定制度」は、新車・中古車販売におけるプレゼンテーション技術の向上を目的としており、日産東京販売のカーライフアドバイザーのなかで一定の販売実績条件をクリアした希望者が知識やロールプレイングの審査に挑戦。2023年度には37名が合格しました。

また、「日産サービス技術修得制度」は、車両整備における知識・技術の向上を目的とした制度で、希望する整備士が年1回行われるカテゴリー別の審査に挑み、2023年度には130名が合格しました。

そして、整備知識・技術を全国の日産整備士で競う「日産サービス技術大会/日産板金・塗装技術大会」には、日産東京販売とエヌティオートサービスの整備士が参加し、これまでに全国優勝も果たすなどつねにトップレベルのポジションを維持しています。「全国日産サービス技術大会2023」では全国の日産販売会社117社のなかで総合3位となる好成績を残しました。



全国日産サービス技術大会



日産ウイナーズコンベンション

店舗で働くスタッフのコメント

整った環境で技術力を高め、 お客さまの笑顔と安全のために日々研鑽します

私は整備士という仕事がとても好きで、自分自身の技術力をさらに高めていきたいと考えています。そのために必要な環境は整備されていて、整備要領書やスマート情報[※]をフル活用したり、また先輩の助言を自身の経験に重ねたり、知識やスキルを磨いています。今後も、お客さまの安全と笑顔のため、お客さまの目線をつねに意識して取り組んでいきます。

※日産圏で共有する事例情報



日産東京販売
東八三鷹店 主任 テクニカルスタッフ

テ・スサン

リースおよび保険に関する知識・ノウハウの共有のための取り組み

日産東京販売では、車両の販売だけでなく、個人リース、車両に付帯する金融商品の販売なども行っており、それらのサービス向上に向けた研修も実施しています。「個人リース研修」は、個人リース商品の特長やお客さまのメリット、活動・話法の好事例を学ぶ研修で、日産東京販売のカーライフアドバイザーを対象に実施しています。個人リース販売は、研修や好事例の迅速かつ効率的な水平展開により、2023年度の新規販売は前年比で170%と大幅に伸長しました。その特長である高い販売効率を全社で実現しています。

また、保険募集の適正な業務遂行とコンプライアンス遵守の徹底を目的として、保険商品に関する研修も実施しています。さらに、日産東京販売で新車・中古車の販売に関わるすべての社員を対象としたコンプライアンス研修では、保険募集業務に対する振り返りなどを通じて、適正な募集や保険商品の提案力向上につなげています。これらの研修については、個人リース市場の継続的な拡大と新車・中古車の販売台数拡大が見込まれるなかで、今後さらに強化して取り組んでいく方針です。



地域社会との関係の強化

基本的な考え方

当社グループは、モビリティを通じてお客さまに快適な暮らしをお届けし、地域・社会との共栄をめざしています。

また、事業活動においては取引先やパートナーとの関係強化も不可欠と考え、ともに良好な関係づくりに取り組んでいます。2023年8月には、当社グループの「大切に
する価値観」に基づき、企業市民としてその役割を果たしていくため、「社会貢献推進プロジェクト」を立ち上げ、方針(右記参照)に沿って社会貢献活動を推進しています。

「社会貢献推進プロジェクト」活動方針

- (1) 当社グループならではの活動であること
- (2) 長期間継続することで未来につながる活動であること
- (3) 地域社会から認知・評価される活動であること
- (4) 社員が自発的に取り組みたいと思える活動であること
- (5) わかりやすく実行しやすい活動であること

地域社会への貢献活動

●自治体との連携

当社グループは、各自治体と連携してさまざまな取り組みを進め、その一環としてこれまでに13の自治体、9つの警察署と災害連携協定を締結しています。各店舗に食料品や水、簡易トイレなどを備蓄し、災害時には一時滞在場所として開放するほか、非常用の電源としてEVやポータブル給電器「パワー・ムーバー」の貸与も行っています。平時においても、地域イベントで使用する電力をEVやパワー・ムーバーから提供しています。パワー・ムーバーは2024年9月時点で83店舗に配備しています。



TOKYOこども見守りの輪プロジェクト

また、「社会貢献推進プロジェクト」の一環として、2024年6月に東京都が推進する「TOKYOこども見守りの輪プロジェクト」に参画しました。当社の東京におけるネットワークを活かして地域の安心・安全に貢献します。

●職場体験・視察の受け入れ

地域との協力・連携および未来の消費者である子どもたちへのブランディング、海外の同業者との人財交流を目的とし、近隣の中学校・小学校・幼稚園や、海外政府・海外整備専門学校などからの、職場体験や視察を受け入れています。

●バリアフリーな店舗づくり

すべてのお客さまに安心・安全にご来店いただくため、ショールームへのバリアフリースイレ、授乳室の設置を推進しています。

●「しながわCSR推進協議会」への参画

本社を置く東京都品川区では、しながわCSR推進協議会に参画しています。各種イベントへの参画を通じて品川区や他企業、住民と情報発信・交換を行いながら、さまざまな分野において社会貢献活動を進めています。また、専用の農園で収穫した野菜を品川区内の子ども食堂へ定期的に寄付しています。



しながわ子ども食堂フォーラム2024の様子

担当者のコメント

子ども食堂へ野菜を寄付し続け、
地域との良好な関係を築いていきます

当社は、農園型障がい者雇用支援サービスの導入を機に、収穫した野菜を品川区に38ある子ども食堂へ定期的に寄付しています。寄付先の子どもたちとの相互コミュニケーションを繰り返すなかで、障がい者の方の野菜づくりに対するモチベーションも向上し、安定的に出荷できるようになりました。今後も社会貢献の一環としてさらに充実させていきたいと思います。



日産東京販売
人事部 担当課長
早乙女 浩美

04

経営体制

- 49 コーポレートガバナンス
- 56 社外役員対談
- 59 役員一覧

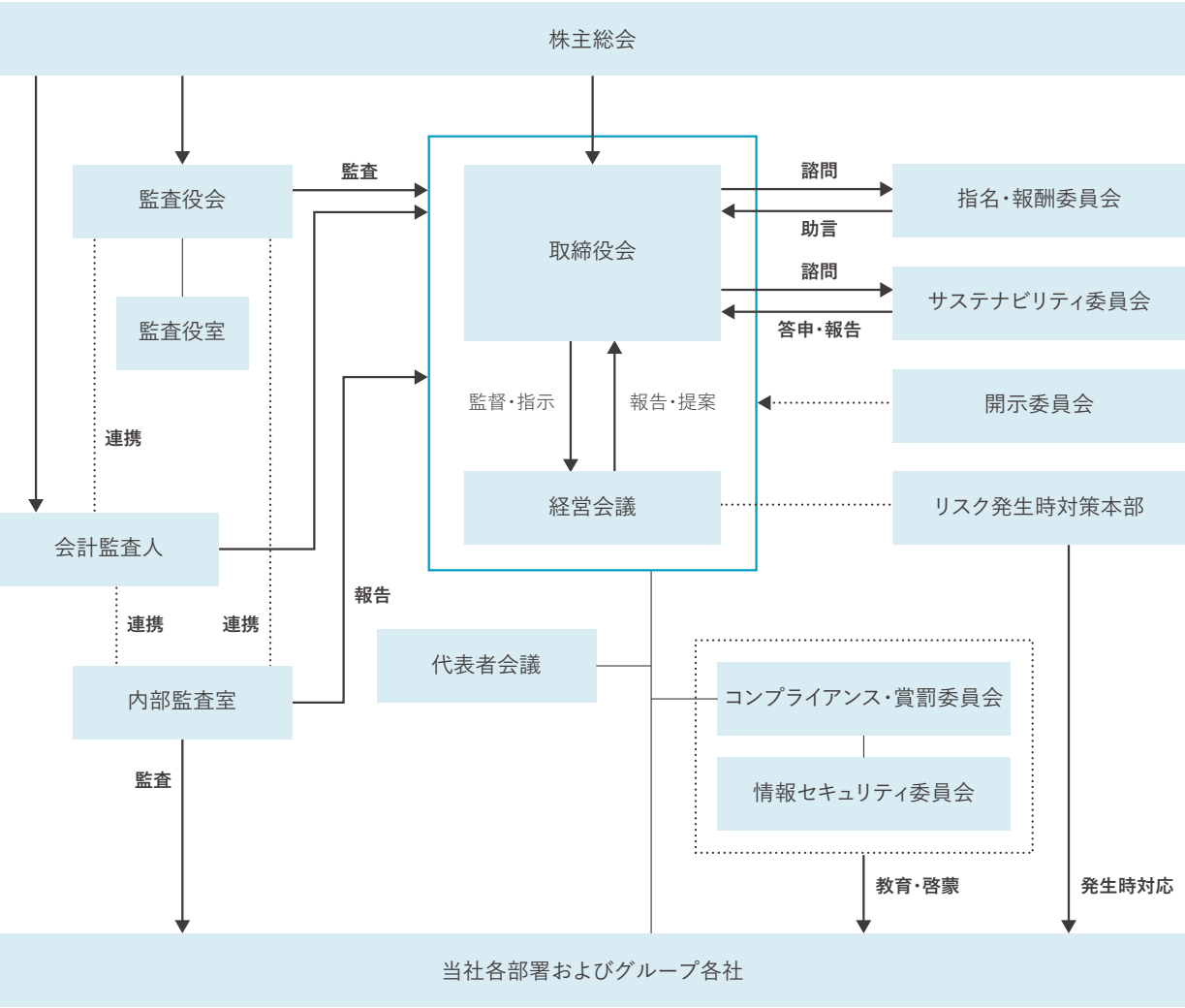
コーポレートガバナンス

※記載内容は2024年6月27日時点のものです。

基本的な考え方

当社グループは、株主をはじめとするステークホルダーに対する経営責任を適切かつ安定的に果たすため、透明で効率性の高い企業経営をめざすとともに、コンプライアンスの徹底を経営の根幹として位置付け、誠実かつ公正な企業活動を遂行しています。また、取締役会で決議した「内部統制システムに関する基本方針」のもとで、グループ全体の業務の適正性を確保し、企業統治の強化を図っています。

体制図

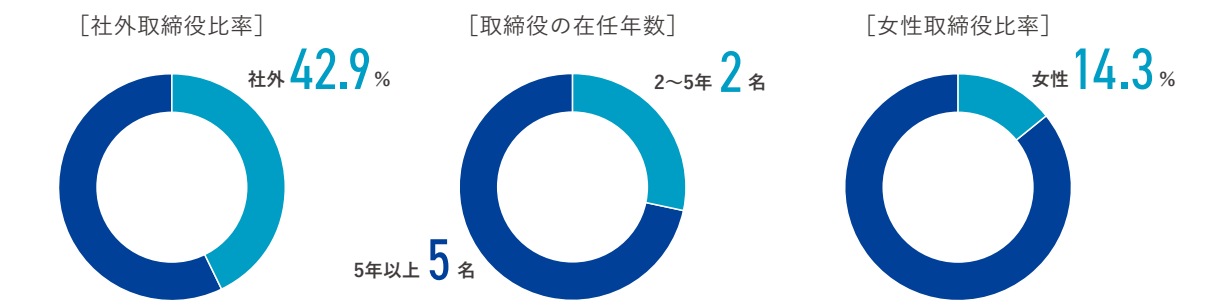


コーポレートガバナンスの体制

当社の機関設計は、牽制機能の実効性確保を目的として、取締役会から独立した監査役および監査役会が監査を行う監査役会設置会社を採用しています。

コーポレートガバナンス早見表

機関設計の形態	取締役の人数 (内、社外取締役の人数)	監査役の人数 (内、社外監査役の人数)	取締役の任期	執行役員制度の採用	取締役会の 任意諮問委員会	会計監査人
取締役会・ 監査役(監査役会) 設置会社	7名(3名)	4名(4名)	1年	有	*指名・報酬委員会 *サステナビリティ委員会	アーク有限責任 監査法人



取締役会

経営上の重要な事項の意思決定を行うとともに、業務執行に関する適切な監督を行っています。独立社外取締役3名を含む全7名の取締役は、専門分野や経験分野が偏らないよう多様性を持って構成し、取締役会の議長は社長が務めています。また、取締役候補者については知見や人物像などを勘案したうえで、取締役会で指名しています。

当社は取締役会を原則毎月1回開催するほか必要に応じて随時開催しており、2023年度は合計15回開催しました。各取締役の出席状況については以下のとおりです。

氏名	開催回数	出席回数
竹林 彰	15回	15回
石田 寛之	15回	15回
米澤 領一	15回	15回
町田 修一	15回	15回
遠藤 健	15回	14回
長谷川 直哉	15回	15回
小暮 恵理子	15回	15回

取締役会における具体的な検討内容として、年度事業計画関連、決算・財務関連、ガバナンス関連、内部統制関連、人事関連、サステナビリティ関連などを定例の審議項目としています。加えて、2023年度は子会社株式の売却に

関する事項、上場区分変更に関する事項、資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応に関する事項などの審議を行いました。

指名・報酬委員会

役員などの指名・報酬などの決定に関する手続きの透明性・客観性を確保し、ガバナンス機能のさらなる充実を図ることを目的としています。同委員会は、過半数を社外役員の構成とし、当社の役員などの指名・報酬の方針や手続き、内容などを審議しています。

2023年度は、指名・報酬委員会を3回開催しました。各委員の出席状況については以下のとおりです。

氏名	開催回数	出席回数
竹林 彰(委員長)	3回	3回
町田 修一	3回	3回
遠藤 健	3回	3回
長谷川 直哉	3回	3回
小暮 恵理子	3回	3回

指名・報酬委員会における具体的な検討内容として、役員の指名に関する事項、役員の能力評価および目標の達成状況をもとに算定された業績評価を踏まえた個別の報酬額に関する事項、役員報酬制度の一部改定に関する事項などについて審議を行いました。

■ サステナビリティ委員会

中長期的な成長力を向上させ、持続可能な社会の実現に貢献することを目的として、2022年9月にサステナビリティ委員会を設置しました。同委員会ではサステナビリティに関する方針や目標・実行計画などに関して、取締役会に対して答申を行います。

2023年度は、サステナビリティ委員会を3回開催しました。各委員の出席状況については以下のとおりです。

氏名	開催回数	出席回数
長谷川 直哉(委員長)	3回	3回
石田 寛之	3回	3回
遠藤 健	3回	3回
小暮 恵理子	3回	3回
近藤 勝彦	3回	3回

サステナビリティ委員会における具体的な検討内容として、サステナビリティに関する考え方および取り組み、統合報告書における開示内容およびTCFDへの対応の取り組み状況などについて審議を行いました。

■ 経営会議

会社全体の業務執行の円滑化を図ることを目的として、執行役員などで構成し、社長を議長とする経営会議を設置して、取締役会に上程する重要事項などの議案について事前に審議を行っています。

■ 指名・選任

取締役・監査役には、当社がめざす長期的かつ安定した成長と企業価値向上を担い、着実に実行できる高い知識・経験・能力を求めています。

経営幹部・取締役・監査役の指名・選任にあたっては、指名・報酬委員会の審議を経て、取締役会において決定しています。具体的には、最高経営責任者である取締役社

■ 代表者会議

グループ方針の確認・意思統一およびグループの事業活動に関する情報交換を目的として、当社の代表取締役を含む常勤の取締役、執行役員、常勤監査役および各事業会社の代表者をメンバーとした代表者会議を原則毎月開催しています。

■ 監査体制

監査役(全員独立社外監査役の4名)、監査役会、会計監査人、内部監査室を設置し、相互に連携することによって実効的な監査を行っています。

監査役会は、原則として毎月1回開催するほか、必要に応じて臨時に開催しており、2023年度は15回開催しました。各監査役の出席状況については以下のとおりです。

氏名	開催回数	出席回数
植村 哲	15回	15回
近藤 勝彦	15回	15回
遠藤 雅之	15回	14回
山田 美代子	15回	15回

監査役会における具体的な検討内容として、監査計画の策定、監査報告書の作成、会計監査人の選任、定時株主総会への付議議案内容の監査、決算などに関して審議しました。

長が指名・報酬委員会に提案を行い、同委員会で審議を行った後に、取締役会に諮って審議・精査を行います。

指名・選任にあたっては、性別・国籍などの属性を問わず、経営に関する多様な視点、職務遂行に必要とされる知識・経験・能力を有した適切な人物を指名・選任するよう努めています。

■ 社外役員の体制

社外役員の選任理由など

※2024年6月26日定時株主総会終結時

氏名	独立性	在任年数*	選任理由
遠藤 健	○	9年	損害保険ジャパン(株)およびその関係会社などにおける企業経営者としての豊富な経験と幅広い識見ならびに自動車販売業界への造詣をもとに当社経営全般の監督と助言を通じてコーポレートガバナンス強化に寄与していただいており、当社グループのさらなる成長に貢献いただくため選任しています。一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断し、独立役員に指定しています。
長谷川 直哉	○	3年	サステナビリティ経営、CSR、企業倫理および企業家史などを専門分野としており、高い識見と専門性、加えて企業人としての経験も有する学識経験者として豊富な経験を有し、当社の企業価値を高めるサステナビリティ経営についても貢献が期待できることから、当社のさらなる成長に貢献いただくため選任しています。一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断し、独立役員に指定しています。
小暮 恵理子	○	2年	(株)電通テックにおいて営業担当役員およびその関係会社における取締役社長など会社経営者としての豊富な経験、さらに海外勤務経験、(株)電通テックにおけるジェンダー平等プロジェクトの推進などの経験を有し、多角的に当社の経営全般の監督と助言が期待できることから、当社のさらなる成長に貢献いただくため選任しています。一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断し、独立役員に指定しています。
立川 泰輔	○	新任	東京海上火災保険(株)入社後、東京海上あんしん生命(株)常務執行役員などを歴任し、また、関連会社である(株)東海あんしんエージェンシーでは社長を務めるなど、会社経営に関する豊富な経験を有しています。これらの経験、識見に基づき、的確な監査を行うことにより、当社グループ経営のいっそうの適正化に貢献いただくために選任しています。一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断し、独立役員に指定しています。
近藤 勝彦	○	18年	弁護士として、企業法務をはじめとする豊富な経験を踏まえた法令についての高度な能力・識見に基づき、客観的な立場からの確な監査を行うことにより、当社グループ経営のいっそうの適正化に貢献いただくために選任しています。一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断し、独立役員に指定しています。
山田 美代子	○	2年	公認会計士として培われた専門知識と豊富な経験を有しています。さらに代表取締役や社外監査役の経験もあり、当社グループ経営のいっそうの適正化に貢献いただくために選任しています。一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断し、独立役員に指定しています。
菅田 隆志	○	新任	日産自動車(株)入社以来、国内営業部門においてマーケティング本部販売促進部長、日本営業本部人財開発部長を歴任し、その後群馬日産自動車(株)社長、(株)茨日ホールディング副社長など、自動車関連における会社経営者としての豊富な経験、識見に基づき、的確な監査を行うことにより、当社グループ経営のいっそうの適正化に貢献いただくために選任しています。一般株主と利益相反の生じるおそれがないと判断し、独立役員に指定しています。

報酬

決定に関する基本方針

当社では、以下のような方針のもとで報酬を決定しています。

- A 企業価値向上に貢献できる優秀な経営陣を確保できる報酬制度とする。
- B ステークホルダーに対し、説明責任を果たしうる公正性・合理性のある報酬内容とする。
- C 経営の監督を担う取締役は、十分な経営監督を行うのにふさわしい報酬内容とする。
- D 業務執行を担う執行役員は、業務執行に対し、強い意欲を持つことができ、成果・貢献度を反映した報酬内容とする。

報酬制度

報酬は、役位ごとの職責に応じて支給する「基本報酬」(固定報酬)と売り上げ・利益などの目標に対する達成度合いに応じて支給する「成果・業績連動報酬」(変動報酬)で構成されます。

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)		対象となる役員の員数 (人)
		基本報酬	成果・業績連動報酬	
取締役 (社外取締役を除く)	112	59	52	3
監査役 (社外監査役を除く)	2	2	-	1
社外役員	30	30	-	6

(注) 1. 上記の表は2023年度の実績です
2. 取締役の支給額には、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まれていません
3. 成果・業績連動報酬は、株価連動型報酬制度の規程に基づく当事業年度末における将来の支給見込額31百万円が含まれています

取締役会の実効性評価

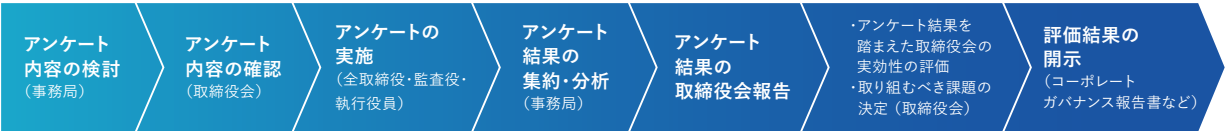
2024年3月に、すべての取締役・監査役および取締役会にオブザーバーとして参加している執行役員を対象に、その構成、開催頻度、議題、運営および資料などについて「取締役会実効性評価アンケート」を実施しました。その集約結果の概要は以下のとおりです。

決定プロセス

報酬制度は、経営会議に提案して議論した後、指名・報酬委員会の審議を経て、取締役会において決定しています。個別の報酬額については、報酬制度に基づいて能力評価および目標の達成状況をもとに算定した個別の報酬額を指名・報酬委員会で審議します。取締役会は指名・報酬委員会での審議内容を確認のうえ、個別の報酬額の決定を代表取締役社長に一任する旨の決議を行い、決定しています。

ビリティに関する課題解決に向けた取り組みを進めてきました。当年度においても、さらなる向上に向けて継続して取り組むべき重要課題と評価しました。右の2点を重要課題として必要な取り組みを実施し、取締役会のさらなる実効性向上に努めます。

- (1) これまでの取り組みの効果を踏まえ資本コストと株価を意識した経営のさらなる推進に資するよう深度ある経営論議を行うこと。
- (2) サステナビリティへの取り組みの加速のため経営論議の充実を図ること。



社外役員のサポート体制

当社の社外取締役および社外監査役をサポートする体制として、法務・広報・IR部内に取締役会事務局を設置し、必要な社内情報を提供するなど社外役員のサポートを行っています。また、取締役会の開催前に審議内容をよ

り深く把握することを目的として、資料を構成メンバー全員に電子メールなどで共有できる体制を構築するとともに、社外役員に対しては事前説明会を開催しています。

取締役・監査役に対するトレーニング

当社は、取締役・監査役に対して以下のトレーニングを実施しています。

- ① 就任時講習: 当社の事業・財務報告・組織などに関する必要な知識を講習します。
- ② 更新講習: 就任時講習の内容をアップデートするための講習を行います。
- ③ セミナー・講習などの機会提供・費用負担: 会社法などの法令、会計、内部統制、経済情勢や業界動向など、個々の取締役・監査役に適したトレーニングの機会を提供・斡旋し、その費用を負担しています。

政策保有株式の方針

当社は、取引先との安定的・長期的な取引関係の構築、業務提携、または協働ビジネス展開の円滑化および強化などの観点から、当社グループの中長期的な企業価値向上に資すると判断される場合、当該取引先などの株式などを取得し保有することができるものとしています。また、保有の適否を毎年検証し、保有合理性のない株式については売却する方針としています。

政策保有株式を保有することの合理性については、

「資本コストなどを踏まえ他の資金活用と比較して有効か否か」の定量的な観点と、「業務上の協力関係の強化・維持が可能か」の定性的な観点から総合的に検証したうえ、その結果を取締役に諮ることとし、当社グループの中長期的な企業価値向上に資さないと判断した場合は、株式市場の状況なども考慮しながら、売却します。

2024年3月に実施した検証の結果、定量的な観点では投資利益率は資本コストを大幅に上回り、また定性的な

観点からもすべての保有株式について問題はありませんでした。

議決権行使については、発行会社の財務健全性維持

株主・投資家とのコミュニケーション

2023年度は、株主を含む機関投資家との個別のIRミーティングを適宜実施し、代表取締役社長、経営企画部担当役員、経理担当役員、財務担当役員、IR担当部署（法務・広報・IR部）が対応しました。ミーティングでは、自動車業界の動向や当社の中期経営計画などの経営戦略、決算内容などについて説明し、当社への理解を深めていただ

や企業価値向上を基準として、議案に対する賛否を判断します。

くとともに、有益なご意見をいただくなど、建設的に意見を交換しました。また、株主を含む個人投資家および国内外法人投資家からの問い合わせや、少数株主権の行使などに際しても、IR担当役員およびIR担当部署が適切に対応しました。

コンプライアンス

「グループ企業倫理規程」のもとで、グループ全体のコンプライアンス体制を構築しています。

内部監査部門として執行部門から独立した「内部監査室」を設置して、当社および子会社の各部・各拠点に対する定期監査・臨時監査を実施しています。すべての監査結果は、代表取締役を含む常勤の取締役・監査役などをメンバーとする内部監査報告会（原則毎月開催）に報告し、取締役会に対しても定期的に報告しています。

また、内部統制システムの構築において重要視されるコンプライアンスの推進にあたっては、その中核をなす機関として「コンプライアンス・賞罰委員会」を設置しています。同委員会は、当社グループにおけるコンプライアンス事案の分析、賞罰案・再発防止策などの検討を行うとともに、当社グループ社員が遵守すべきコンプライアンスの

根幹となる倫理規程、行動指針のもとで、グループ全体への啓蒙教育、水平・垂直展開を推進することでコンプライアンスの浸透、定着を図っています。

さらに、グループ社員からの内部通報・提案窓口として、当社内に「NTHイージーボイス」を、外部の第三者機関に「NTHコンプライアンスホットライン」を、それぞれ設置しています。

加えて、当社グループは、「グループ企業倫理規程」において、行動規範、行動基準を示し、反社会的勢力に対しての利益供与はせず、不当な要求を受けた場合、毅然として対応し、一切関係を持たないことを掲げており、反社会的勢力との関係を遮断するため、外部専門機関と連携し、反社会的勢力に関する情報の収集に努めています。

リスクマネジメント

リスクの種別ごとに所管部署を定め、適切なリスク管理を行うとともに、経営に重大な影響を与える可能性があるリスクについては、取締役会に報告して必要な事項を決議します。不測の事態が発生した場合には、「グループ危

機管理規程」に基づいて、当社および子会社にそれぞれ代表取締役を本部長とする対策本部を設置。必要に応じて外部アドバイザーチームを組織し、損害の拡大を最小限にとどめる体制を整えます。

社外役員対談

持続的な成長を続ける企業であるために 人的資本の充実と新規事業の創出に注力を

国内の人口減少やライフスタイルの変化、さらにCASEに象徴される技術革新によって、自動車業界は大変革が求められています。このような時代背景を踏まえて、当社グループが取り組むべき課題について、社外役員である2名に語っていただきました。



社外取締役
小暮 恵理子

社外監査役
山田 美代子

▶ 当社のありたい姿を見据え、多角的な視点で意見を述べている

社外役員として期待されている役割を、どのように果たされていますか。

小暮 私は広告業界で40年にわたりさまざまな企業の課題、およびそれらの課題に対する取り組みなどを見てきました。当社独自の慣習などにとらわれず、課題に対して客観的かつ多面的に考え意見を述べるようにしています。

また、私はこれまでに女性活躍を推進するためのプロジェクトや、アジアでの会社経営を経験してきました。当社が取り組んでいる女性や外国籍、障がい者など多様な人財が持つ潜在能力を引き出す「ダイバーシティ・エク

イティ&インクルージョン（以降、DE&I）」推進に対して、私の経験や知見を活かすことができるのではないかと考えています。

山田 私は社外監査役として、まずは当社の業務や会計を監査しながら、財務報告の正確性や内部統制の有効性、法令遵守を確認・監視していくことが役割と考えています。

加えて、監査役という立場でさまざまな役員会議に参加させていただいており、会社を取り巻くステークホルダーを意識しながら当社がめざす姿に近づくように臆せず意見を述べています。

▶ まず取り組むべきは、人財の採用強化と定着しやすい職場・制度づくりから

就任されてから2年経ちましたが、見えてきた課題、またそれに対する当社の取り組みについてご意見ください。

山田 当社は着実な成長を遂げていますが、一方で国内の厳しい採用状況の影響を受け、社員一人当たりの業務の負担が大きくなっていると感じます。業務負荷の状況は現場でも管理していると思いますが、取締役会でもウォッチし続けていく必要があると思いますし、社外監査役としても見守っていきたいと思っています。

小暮 確かに採用状況は厳しいですが、人財採用は強化していかないといけない課題です。とくに当社の女性社員の人数は十分とはいえず、グループおよび主力の日産東京販売の女性社員比率は12%台ですから、新卒・中途ともに女性の採用人数を増やしていく必要があります。2024年4月の日産東京販売における総合職・営業職の新入社員の女性比率は、前年度より14.2ポイント増加し、45%でした。目標(P37「2022～2024年度 女性活躍推進法に基づく行動計画と進捗」参照)に向けて、徐々に進んでいると評価しています。

また、女性の管理職登用にも引き続き取り組んでいた

だきたいと思います。ただこれは本人の努力だけではなく、周囲も意思を持って育成していく必要があります。

山田 最近、当社の女性管理職の何人かと話す機会がありました。協力してくださる上司や仲間、後輩の理解に感謝していました。着実に、当社が取り組んでいる施策の効果が、定量的にも、現場で働かれている方の意識にも表れているのだと実感しました。

小暮 女性だけでなく、外国籍の方に対しても研修やカリキュラムなど、さまざまな取り組みが充実していますね。外国籍の方を対象にしたものだけでなく、彼らを受け入れる店舗側でも国の文化や習慣、思想などを学び、理解する機会を設けていると聞いています。私も以前の仕事で外国籍の方とチームを組んで仕事をした経験がありますが、最も重要なのは“相互理解”だと思っています。ルールや価値観を一方的に押し付けるのではなく、その方が大切にされてきた文化や習慣、思想を尊重し、コミュニケーションを積み重ねていくことはとても重要だと思います。

山田 当社に限らず技術職は人財不足という話を聞きますが、人財確保の重要な役割を果たしてくれている外国籍社員の離職を防ぐためにも小暮さんのおっしゃるとおり、わかり合えるまで対話することは大事ですね。また、当社や日本に滞在するメリットを感じてもらうことも必要です。例えば、当社はEV販売・整備のパイオニアという高い技術力をアピールしたり、彼らおよび彼らの家族の日本での安定した生活を支えたり、さらには採用における魅力訴求や福利厚生発信なども考えていく必要があると思います。

もちろん、国籍や性別に関係なく、全社員にとって公平な環境でなくてはなりません。近年では一般的にマイノリティの方が積極的に発言されるようになった一方で、マジョリティの方の声が小さくなっている印象があります。評価制度に関しても、公平さをいかに保つか考えていく必要があります。

小暮 高齢者や障がい者も含め全社員が平等である制度や仕組みづくりは、DE&Iが進むなかで新たな課題になると思います。そこに関しても私の過去の経験を踏まえ

てアドバイスさせていただきながら、引き続き、当社の皆さんとともに考えていきます。

▶ 確固たるポジションを築くべく、さらなる事業成長につながる投資を

日産東京販売ホールディングスに対して期待することは何ですか。

山田 カーボンニュートラル社会の実現に向けて、中期経営計画の重点施策である「電動化リーダー」を実現することは大きな意味を持つと思います。また、当社は社会貢献活動も積極的に取り組んでいるので、今後、東京という“大都市”においてより重要な存在になってほしいと期待しています。

小暮 山田さんのおっしゃるとおり、当社の社会貢献性は非常に高いと思います。とくに災害時の貢献活動に関して、各店舗が水や毛布を用意して帰宅困難者の一時滞在施設になっていることや、EVやパワー・ムーバーを活用して携帯電話の充電や信号機の電源にすることなどは、すばらしい取り組みだと感じています。

このような活動を持続的に続けていくためにも、事業の成長は必要です。既存事業については、DXへの投資を積極的に検討していく必要があると思っています。とくにマーケティングの分野は日々新しい技術が開発されているので、当社の営業活動にふさわしいものを活用すれば業績の拡大だけでなく、業務の効率化にもつながると思います。また、CASEの潮流によって業界はいっそう進化しています。さらなる成長に向けて、当社グループも新規事業の創出や新たな技術への投資を積極化していく必要があります。

山田 竹林社長は新規事業の強化のために「Beyond Mobility」という言葉をキーワードに新たな可能性を検討していくと語っています。中期経営計画期間中に投資する300億円の使途は決まっていますが、残りの資

産をいかに活用していくか、引き続き考えていただきたいです。

小暮 私たちも当社の成長によりいっそう力添えできるように、グループ会社の方とも直接話をして、各社への理解を深めながら執行状態を把握していきたいと思います。役員会議ではさまざま課題についての議論がなされますが、直接生の声を聞くことで新たな課題も見えてくるのではないかと思います。

山田 確かに、女性管理職の方にお話を伺ったことで実態を把握できましたし、会社の施策が成果として表れていることも実感しました。今後はぜひ店舗に直接訪問し、現場スタッフの方々のお話も伺ってみたいですね。



役員一覧

取締役



代表取締役社長
竹林 彰

1982年4月 日産自動車(株) 入社
2003年4月 (株)日産サテオ島根
代表取締役社長
2006年4月 日産自動車(株)マーケティング本部
エリアマーケティング部長
2012年4月 中央日産(株) 代表取締役社長
2016年4月 日産自動車(株)
日本営業本部副本部長
2016年6月 同日本営業本部
副本部長 兼 当社 取締役
2019年4月 当社 副社長執行役員
2019年6月 当社 代表取締役社長(現)
当社 社長執行役員(現)
2021年7月 日産東京販売(株)代表取締役社長
2023年4月 同取締役会長(現)



取締役
石田 寛之

1982年4月 安田火災海上保険(株)
(現 損害保険ジャパン(株))入社
2007年4月 同九州中央支店長
2008年4月 同久留米支店長 兼 佐賀支店長
2010年4月 同首都圏業務部担当部長
2011年4月 同埼玉・千葉業務部長
2012年4月 (株)ジャパン保険サービス
常務執行役員
2016年4月 当社 執行役員(現)
2016年6月 当社 取締役(現)
2021年7月 日産東京販売(株) 監査役(現)



取締役
米澤 領一

1984年4月 東京日産自動車販売(株)
(現 当社)入社
2012年4月 当社 経理部長(現)
2015年4月 当社 執行役員(現)
2017年6月 当社 取締役(現)
2021年7月 日産東京販売(株) 執行役員(現)



取締役
町田 修一

1996年4月 日野自動車工業(株) 入社
2002年8月 日産自動車(株) 入社
2012年4月 大阪カーライフグループ(株)
中計基盤推進部長
2015年4月 同執行役員 経営企画部長
2017年4月 日産自動車(株)日本マーケティング本部
チーフマーケティングマネージャーオフィス
チーフマーケティングマネージャー
2019年4月 同日本ネットワーク戦略部長(現)
大阪カーライフグループ(株) 取締役(現)
日産大阪販売(株) 取締役(現)
2019年6月 当社 取締役(現)
2021年6月 日産ネットワークホールディングス(株) 取締役(現)
2022年4月 鹿児島日産自動車(株) 取締役(現)
2023年4月 日産自動車(株)日本ネットワーク本部副本部長(現)
日産福岡販売(株) 取締役(現)



社外取締役
遠藤 健

1976年4月 安田火災海上保険(株)
(現 損害保険ジャパン(株))入社
2010年6月 同専務執行役員 東京本部長
2011年6月 (株)ジャパン保険サービス 代表取締役社長
2015年4月 損保ジャパン日本興亜保険サービス(株)
代表取締役会長
2015年6月 当社 社外取締役(現)
2015年12月 SOMPOケアネクスト(株) 代表取締役社長
2017年6月 SOMPOケアメッセージ(株) 代表取締役社長
2018年6月 SOMPOケア(株) 代表取締役社長
2019年8月 社会保障審議会 専門委員(現)
2021年6月 全国介護事業者政治連盟 副会長(現)
一般社団法人全国介護付きホーム協会 顧問(現)
2022年4月 SOMPOケア(株) 代表取締役会長CEO
SOMPOホールディングス(株)
介護・シニア事業 オーナー執行役
2024年4月 SOMPOケア(株) 相談役会長(現)
SOMPOホールディングス(株) 顧問(現)
2024年6月 公益社団法人全国有料老人ホーム協会理事
(現)



社外取締役
長谷川 直哉

1982年4月 安田火災海上保険(株)
(現 損害保険ジャパン(株))入社
2006年4月 国立大学法人 山梨大学大学院
持続可能社会形成専攻 准教授
2007年4月 芝浦工業大学 工学部 兼任講師
2008年4月 中央大学大学院 国際会計研究科 兼任講師
芝浦工業大学大学院
工学マネジメント研究科 兼任講師
2011年4月 法政大学 人間環境学部人間環境学科 教授(現)
2020年4月 サッポロホールディングス(株)
サステナビリティ・シニアアドバイザー
2021年3月 岡部(株) 社外取締役(現)
2021年6月 当社 社外取締役(現)
2022年10月 (株)シルバーライフ 社外取締役(監査等委員)(現)



社外取締役
小暮 恵理子

1981年4月 中央宣興(株) 入社
1990年4月 (株)電通ブロックス 入社
2012年4月 PROMO TEC 取締役
2017年6月 (株)電通テック 執行役員
2017年10月 PROMO TEC取締役社長(兼務)
2022年6月 当社 社外取締役(現)

監査役



常勤監査役
立川 泰輔

1988年4月 東京海上火災保険(株) 入社
2003年7月 東京海上あんしん生命(株)
ライフパートナー営業部 課長
2004年10月 合併により社名を東京海上日動
あんしん生命保険(株)に変更
2009年7月 同営業マーケティング部次長
兼 あんしん大阪支社長
2012年7月 (株)東海あんしんエージェンシー
取締役社長
2017年4月 東京海上日動あんしん生命保険(株)
関西営業支援部長
2018年4月 同執行役員 関西営業支援部長
2020年4月 同常務執行役員
2024年4月 東京海上日動火災保険(株)
非常勤顧問(現)
2024年6月 当社 社外監査役(現)



監査役
近藤 勝彦

1999年4月 弁護士登録(第二東京弁護士会)
渡部喬一法律事務所 入所(現)
2006年6月 当社 社外監査役(現)



監査役
山田 美代子

1987年10月 中央青山監査法人 入所
1991年3月 公認会計士登録
1998年4月 山田公認会計士事務所開設(現)
2003年10月 (有)シーズンスパートナーズ
代表取締役(現)
2015年7月 (株)日本エム・ディ・エム 監査役
2018年6月 税理士法人 四季会計 代表社員(現)
2021年4月 学校法人 清泉女子大学 監事
2022年6月 当社 社外監査役(現)
2023年4月 学校法人 女子学院 監事(現)
2024年3月 (株)ハイパー 社外監査役(現)



監査役
菅田 隆志

1982年4月 日産自動車(株) 入社
2004年4月 同マーケティング本部販売促進部長
2007年4月 同日本営業本部人財開発部長
2009年4月 群馬日産自動車(株) 取締役副社長
2012年6月 同代表取締役社長
GNホールディングス(株) 取締役
2020年4月 茨城日産自動車(株) 取締役副社長
日産プリンス茨城販売(株) 取締役副社長
(株)茨日ホールディング 副社長
2024年6月 当社 社外監査役(現)

スキルマトリックス

氏名		役職名	性別	指名・報酬委員会	サステナビリティ委員会	専門性						
						企業経営	マーケティング・営業	財務・ファイナンス	IT・デジタル/DX	人事・労務・人財開発	法務・リスクマネジメント	ESG・サステナビリティ
取締役	竹林 彰	代表取締役社長	男	○		●	●		●			
	石田 寛之	取締役	男		○	●				●		●
	米澤 領一	取締役	男			●		●		●		
	町田 修一	取締役	男	○		●	●			●		
	遠藤 健	取締役	男	○	○	●				●		●
	長谷川 直哉	取締役	男	○	○	●		●				●
	小暮 恵理子	取締役	女	○	○	●	●					●
監査役	立川 泰輔	常勤監査役	男			●	●			●		
	近藤 勝彦	監査役	男		○						●	●
	山田 美代子	監査役	女			●		●	●			
	菅田 隆志	監査役	男			●	●			●		

主要な財務・非財務データ

(単位:百万円)

財務データ	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3
売上高	144,204	145,807	149,525	152,023	155,801	153,147	140,443	138,378	137,659	148,972
売上総利益	34,320	34,686	35,127	35,085	34,916	34,735	32,302	32,793	33,544	36,926
売上総利益率(%)	23.80	23.79	23.49	23.08	22.41	22.68	23.00	23.70	24.37	24.79
販売費及び一般管理費	30,239	30,467	30,098	30,468	30,194	30,384	28,857	28,386	27,145	28,217
営業利益	4,080	4,219	5,029	4,616	4,721	4,350	3,445	4,407	6,399	8,709
営業利益率(%)	2.83	2.89	3.36	3.04	3.03	2.84	2.45	3.18	4.65	5.85
経常利益	3,534	3,602	4,475	4,061	4,292	4,024	3,101	4,188	6,090	8,364
親会社株主に帰属する当期純利益	5,195	3,392	3,990	2,187	2,728	2,246	1,638	2,100	3,261	7,337
包括利益	5,758	464	5,407	2,878	2,018	1,760	4,586	2,287	3,578	9,565
営業活動によるキャッシュ・フロー	11,015	8,959	11,774	12,506	12,466	11,345	11,368	11,460	3,095	11,189
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 7,629	△ 9,424	△ 7,897	△ 11,677	△ 13,541	△ 9,971	△ 6,648	△ 2,749	△ 3,816	△ 4,546
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,187	△ 2,437	△ 31	228	1,020	△ 3,405	4,209	△ 3,484	△ 3,468	△ 3,416
現金及び現金同等物の期末残高	8,612	5,330	9,175	10,233	10,179	8,147	17,078	23,305	18,116	21,343
純資産	32,566	32,718	37,648	39,983	41,418	42,727	47,022	48,312	51,010	57,484
1株当たり純資産(円)	475.73	478.20	551.16	583.66	603.00	619.80	682.10	703.87	741.38	865.30
1株当たり当期純利益(円)	78.34	51.14	60.22	33.00	41.12	33.89	24.74	31.67	49.17	110.49
1株当たり配当金(内1株当たり中間配当額)(円)	4.00	7.00	8.00	8.00	8.00	4.00	4.00	8.00	15.00(5.00)	24.00(9.00) ^{※1}
自己資本比率(%)	40.8	42.0	43.3	44.2	45.2	47.8	47.6	49.2	56.4	61.0
自己資本利益率(ROE)(%)	17.9	10.7	11.7	5.8	6.9	5.5	3.8	4.6	6.8	13.8
総資産利益率(ROA)(%)	6.7	4.5	4.7	2.5	3.1	2.6	1.7	2.2	3.7	7.8
D/Eレシオ(倍)	0.07	0.02	0.04	0.07	0.12	0.14	0.24	0.12	0.07	0.03
株価収益率(PER)(倍)	3.6	5.4	4.1	13.0	7.1	6.3	10.5	7.2	7.0	5.4
株価純資産倍率(PBR)(倍)	0.6	0.6	0.4	0.7	0.5	0.3	0.4	0.3	0.5	0.7
配当性向(%)	5.1	13.7	13.3	24.2	19.5	11.8	16.2	25.3	30.5	21.7
設備投資額	3,330	2,922	2,444	3,119	5,214	2,475	1,564	1,804	1,955	4,993
減価償却費	3,053	3,192	3,298	3,458	3,451	3,663	3,456	3,072	2,549	2,785

非財務データ	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3
従業員数(名)	3,013	2,970	2,950	2,897	2,844	2,896	2,915	2,877	2,644	2,377
外国籍社員数(名) ^{※2}	-	-	-	-	-	-	-	65	77	79
新卒採用者数(名) ^{※2}	71	85	105	132	103	86	115	111	80	49
キャリア採用者数(名) ^{※2}	24	16	14	8	10	21	15	3	0	10
男女賃金格差率(%) ^{※3}	-	-	-	-	-	-	-	-	72.3	73.7
女性管理者比率(%) ^{※3}	2.1	2.1	2.1	2.1	2.6	2.0	2.3	2.5	2.8	3.3
男性労働者の育児休業取得率(%) ^{※2}	-	-	-	-	-	6.2	4.7	0.0	5.8	9.0

※1 連結子会社1社の全株式譲渡により特別利益を計上したことにともなう特別配当2円を含む
※2 日産東京販売(株)のデータ
※3 連結データ(東京日産コンピュータシステム(株)を除く)

会社情報

(2024年3月31日時点)

会社概要

設立	1942年11月16日	本社所在地	東京都品川区西五反田4-32-1
資本金	13,752百万円	URL	https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/
従業員数	(単体)46名/(連結)2,377名		

グループ会社一覧

自動車関連事業	エースビジネスサービス株式会社 保険・商事・営繕事業・産業機械販売
日産東京販売株式会社 新車販売・中古車販売、整備事業・オプション部品販売、自動車保険販売	エヌティ陸送株式会社 車両輸送・登録代行業務
ルノーNT販売 ルノー車販売・整備 (注)日産東京販売(株)内のバーチャルカンパニー	株式会社日産ピースフィールドクラフト キャンピングカー販売
エヌティオートサービス株式会社 オプション装着・納車整備、車検・整備・板金	その他の事業
株式会社車検館 マルチブランドによる車検・整備	葵交通株式会社 タクシー事業

株式情報

株式・株主の状況			
発行可能株式総数	136,400,000株	上場証券取引所	東京証券取引所 スタンダード市場
発行済株式総数	66,635,063株	証券コード	8291
株主数	13,031名		

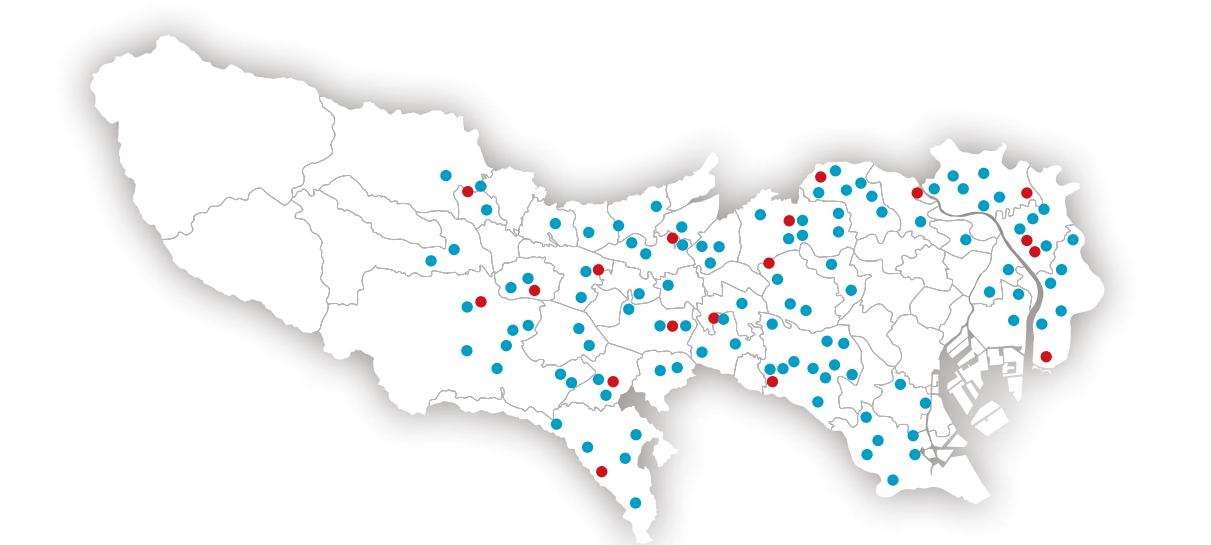
大株主		
株主名	当社への出資状況	
	持株数(千株)	持株比率(%)
日産ネットワークホールディングス株式会社	22,656	34.02
損害保険ジャパン株式会社	6,649	9.98
東京海上日動火災保険株式会社	4,640	6.96
三井住友海上火災保険株式会社	2,620	3.93
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,166	3.25
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	1,793	2.69
株式会社アルファ	1,343	2.01
株式会社大洋商会	1,173	1.76
中央自動車工業株式会社	1,129	1.69
日産東京販売ホールディングス従業員持株会	1,115	1.67

(注)持株比率は自己株式(56,097株)を控除して計算しています

店舗ネットワーク

(2024年10月1日時点)

●… 新車販売店 [105店舗] ●… 中古車販売店 [18店舗]



● 新車販売店

西店	板橋中台店	世田谷店	新小平店	拝島橋店
東店	板橋本町店	成城店	小平BS前店	八王子松枝橋店
戸川店	環八板橋店	成城砦店	東村山秋津店	八王子高倉店
田菊川店	高島平店	上野毛店	東村山店	大和田店
戸店	成増店	駒沢店	東大和店	八王子みなみ野店
田店	練馬北町店	鮫洲店	新車のひろば村山店	八王子東浅川店
戸川中央店	練馬店	新車のひろば目黒店	府中店	立川店
戸川小松川店	谷原店	池上店	府中白糸台店	立川サンシャインパーク店
岩店	谷原笹目通り店	雪谷店	調布多摩川店	青梅新町店
七小岩店	中野店	大森店	稲城店	青梅店
飾店	中野坂上店	大森中店	百草園駅前店	羽村産業通り店
飾金町店	大泉店	大田店	日野店	あきる野店
飾立石店	荻窪店	蒲田店	多摩センター店	あきる野引田店
立加平店	浜田山店	東伏見店	多摩ニュータウン店	ルノー世田谷
ノ塚店	杉並店	東八三鷹店	ニュータウン堀之内店	ルノー練馬・アルピースセンター練馬
住店	烏山店	武蔵野店	堀之内駅前店	ルノー八王子
新井鹿浜店	調布つつじヶ丘店	田無西原店	多摩境店	ルノー稲城
新井大師店	三鷹店	久留米店	本町田店	
新井店	環七世田谷店	小平花小金井店	町田鶴川店	
川店	太子堂店	小金井店	忠生公園店	
子店	上馬店	府中西原店	町田南店	
橋店	桜新町店	国分寺店	昭島店	

● 中古車販売店

ーズステージ新小岩	ピースステージ高島平	レッドステーション東久留米店	レッドステーション八王子檜原店
ーズステージ葛飾立石	ピースステージ谷原	レッドステーション府中白糸台店	レッドステーション青梅店
ーズステージ葛西	ピースステージ荻窪	レッドステーション昭島中神店	U-Carひろば立川店
ーズステージ足立	ピースステージ成城	U-Carひろば多摩店	
Carひろば鹿浜店	U-Carひろば三鷹店	レッドステーション町田店	



日産東京販売ホールディングス株式会社

<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/>