



Integrated Report 2023

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



CONTENTS

企業理念	1
目次・編集方針	2
ステークホルダーの皆さまへ	3

PART 1／日産東京販売 ホールディングスとは

わたしたちのあゆみ	5
ビジネスモデル	7
わたしたちの強み	9
財務・非財務ハイライト	11

PART 2／成長戦略

社長メッセージ	14
価値創造プロセス	19
持続的成長に向けた重要課題	21
気候変動への対応	23
安心・安全な社会の実現	24
人権の尊重と人的資本の充実	25
地域社会への貢献	26
中期経営計画	27
電動化リーダー	29
安全・運転支援技術	30
モビリティ事業	31
<i>Pick Up</i> :EV普及促進に向けた取り組み	32
財務・資本戦略	35

PART 3／経営資源

人的資本の強化	38
技術力の強化	41
地球環境保全への貢献	43
地域社会との関係の強化	45

PART 4／経営体制

社外取締役座談会	47
コーポレートガバナンス	52
役員一覧	59
主要な財務・非財務データ	61
会社情報	63

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。

報告範囲

日産東京販売ホールディングス株式会社およびそのグループ会社

報告期間

2022年4月～2023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、将来の業績等を保証するものではありません。



表紙・目次の写真について

この統合報告書の表紙には国内の「e-POWER ROAD」を走る日産「ノート」の写真を使用しています。「e-POWER ROAD」とは「e-POWER」の性能を最大限引き出し、運転の楽しさを体験できる道を日産自動車認定しているものであり、2023年現在、日本全国で16カ所あります。

ステークホルダーの 皆さまへ

平素は格別のご支援を賜り、厚く御礼を申し上げます。

日産東京販売ホールディングスグループは、1942年の創業以来、80年以上にわたり、東京を中心とする首都圏の日産自動車系販売会社として、地域に根差した事業を展開してまいりました。現在、連結子会社4社、非連結子会社3社を擁し、新車販売はもちろん、中古車販売、車検整備・メンテナンスなどのアフターサービス、個人向けリース、レンタカーなど、お客さまの快適なカーライフを支える多彩な商品とサービスをワンストップで提供しています。

自動車業界は、今、大変革期の真っ只中にあります。当社グループは、激動する事業環境において、これからも成長を加速させるとともに、持続可能な社会の実現にも貢献していくため、中期経営計画やマテリアリティに掲げた施策を着実に実行してまいります。企業理念に掲げた「笑顔あふれる未来」の実現に向けて走り続ける当社グループに、どうぞご期待ください。

代表取締役社長

竹林 彰



PART

1

日産東京販売 ホールディングスとは

About NISSAN TOKYO SALES HOLDINGS

わたしたちのあゆみ	5
ビジネスモデル	7
わたしたちの強み	9
財務・非財務ハイライト	11

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

1942-2010

車両販売以外の分野へ積極的に事業を展開し、
総合モビリティ企業としての基礎を構築

東京日産自動車販売(株)

1942

東京府自動車配給(株)
として発足

1961

東京証券取引所
第1部に上場

2004

会社分割により
持株会社体制へ移行し、
(株)東日カーライフグループ
に商号変更

1946

東京日産自動車販売(株)
に商号変更

1997

自社開発の
個人リース「P.O.P」発売

日産プリンス東京販売(株)

1947

東京電気自動車(株)
として設立

1954

プリンス自動車販売(株)
を設立

2001

東京23区以外の営業を
日産プリンス多摩販売(株)
に分割し、23区内の
(株)日産サテオ東京と統合

1947

電気自動車
「たま号」を販売開始

1968

日産プリンス東京販売(株)
を設立

2006

東京23区内の
東京日産モーター(株)と統合

日産プリンス西東京販売(株)

2001

日産プリンス西東京販売(株)
を設立

2006

多摩地区の東京日産モーター(株)
と統合

2011-

グループ再編により「日産東京販売ホールディングス」が誕生、
自動車業界における大変革期のなかでさらなる進化へ

2011 日産東京販売ホールディングス(株)誕生

日産プリンス東京販売(株)、日産プリンス西東京販売(株)を子会社化し、(株)東日カーライフグループから商号変更

2014

バーチャルカンパニー
「ルノーNT販売」を設立、
東京都内のルノー
販売体制を一本化

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)を統合して
日産東京販売(株)を設立、
日産圏最大級のディーラーへ

2022

東証の市場区分
見直しにより、
プライム市場へ移行

2016

ノートにe-POWER[※]を初めて採用
※e-POWER:ガソリンエンジンとモーターを融合した新しい電動パワートレイン。

2023

東証スタンダード
市場へ移行

2010

国内初の量販型EV[※]
「リーフ」販売開始
※EV: Electric Vehicleの略。
電気自動車。

2016

運転支援技術「プロパイロット」を
初めて採用した「セレナ」販売開始

2021

初のEVクロスオーバーSUV
「アリア」販売開始

2022

初の軽EV
「サクラ」
販売開始EV累計販売
10,000台を達成

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保険といった周辺商品、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。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。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



新車販売・リース



EVやe-POWER車をはじめとする日産車を105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5店舗で販売しています。

周辺商品



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130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



豊富かつ良質な中古車を、18の専売店舗(最大総展示台数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

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(ノンブランド)

(株)車検館

商事・営繕・保険

エースビジネスサービス(株)

車両物流

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)

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)では車両の物流、(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)車検館でノンブランド車検整備、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。



(株)車検館 堀之内店

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。自動車業界における大変革期の今、総合モビリティ事業のフロントランナーとして蓄積してきた経験値・ノウハウを活かし、次の時代を見据えて走り続けます。

※データはすべて2023年9月末時点

強み

EV販売のパイオニア

1

どこよりも早く量販型EVの販売を開始。
豊富な実績と充実したノウハウで
業界をリード

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13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



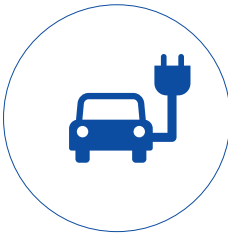
12,500
台以上

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

顧客基盤35万件のストックビジネス

2

強固な顧客基盤により
安定した収益を確保

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^{※2}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。

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
%

※1 スtock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
※2 電動車: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

強み

地域に根差した店舗ネットワーク

3

首都圏にモビリティ事業の
ネットワークを展開

東京都内に110の新車販売店舗[※]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、体験型店舗へと進化しています。中古車販売では最大総展示台数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。

※ルノー車を販売する5店舗を含む

新車販売店舗



110
店舗

中古車販売
最大総展示台数



約
1,600
台

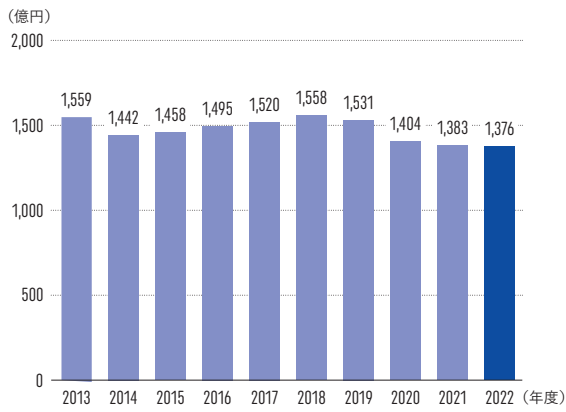
東京都人口の
カバー率



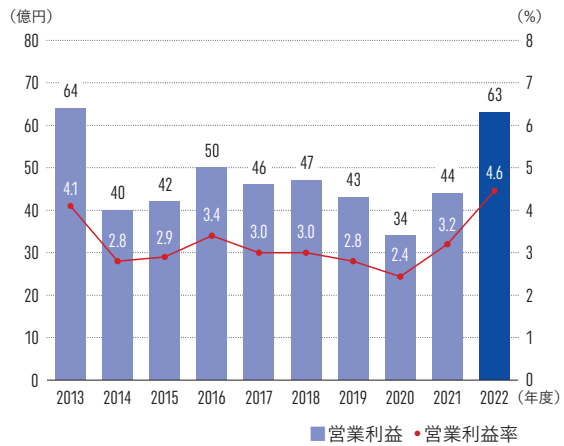
約
9
割

財務・非財務ハイライト

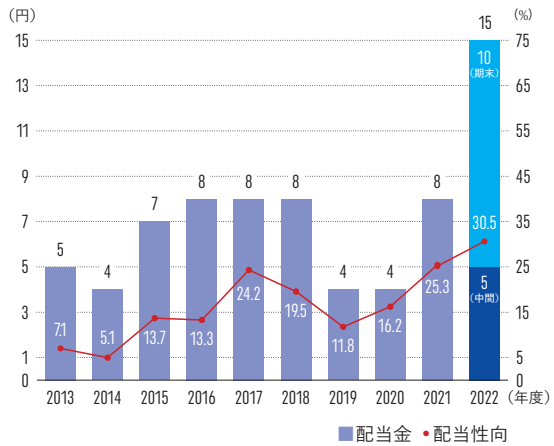
売上高



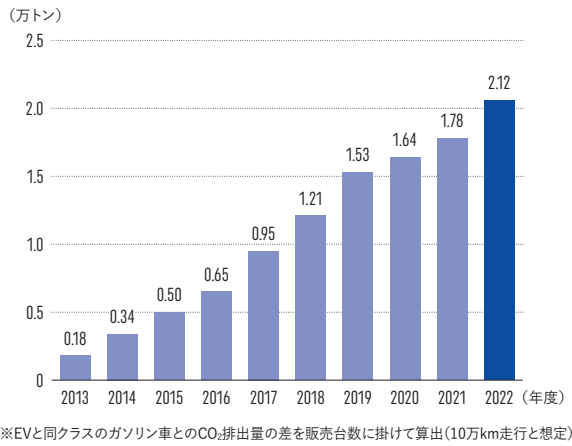
営業利益／営業利益率



1株当たり配当金／配当性向

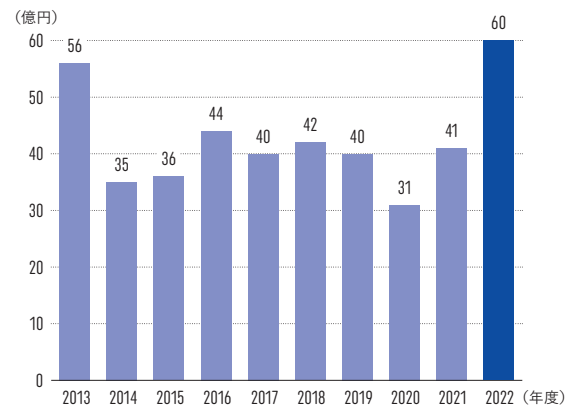


EV販売によるCO₂排出削減量 (累計)

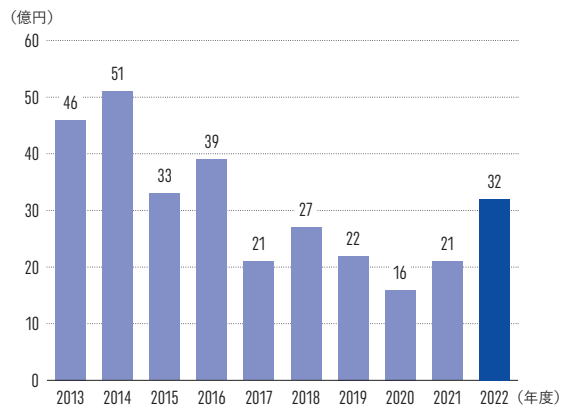


※EVと同クラスのガソリン車とのCO₂排出量の差を販売台数に掛けて算出(10万km走行と想定)

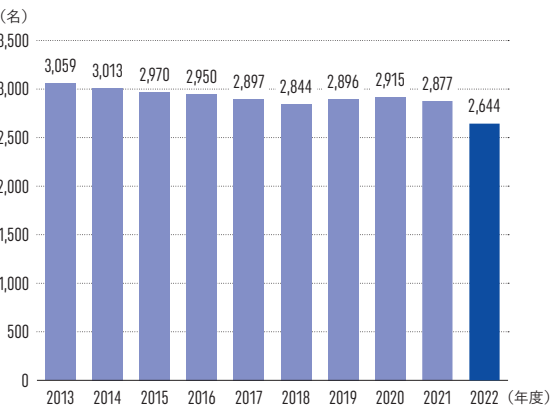
経常利益



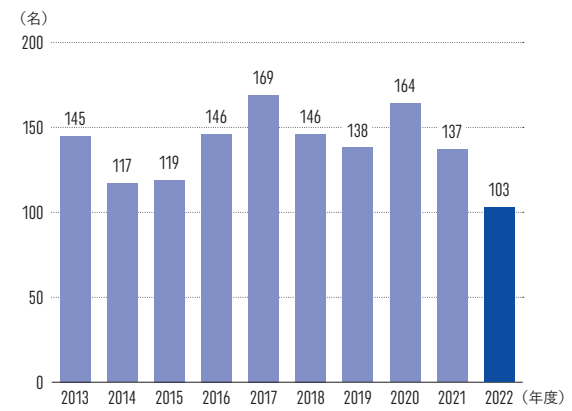
親会社株主に帰属する当期純利益



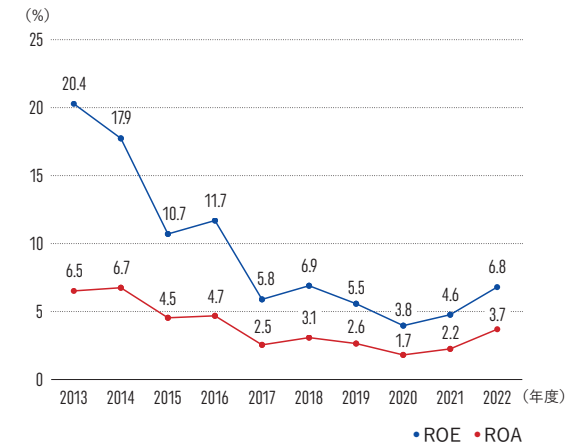
従業員数 (連結)



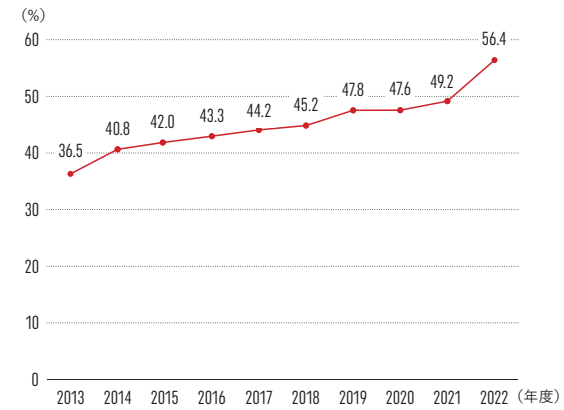
採用人数 (連結)



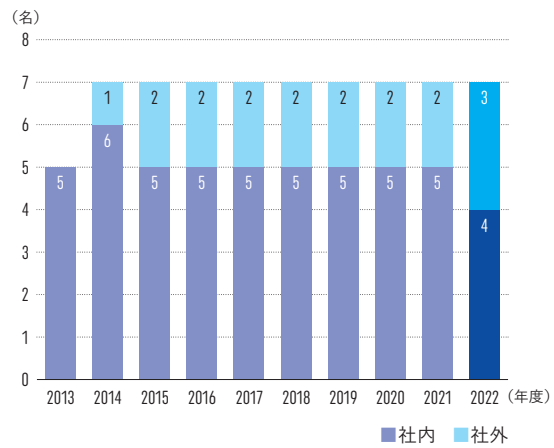
ROE／ROA



自己資本比率



取締役人数



PART

2

成長戦略

Growth Strategy of NISSAN TOKYO SALES HOLDINGS

社長メッセージ	14
価値創造プロセス	19
持続的成長に向けた重要課題	21
気候変動への対応	23
安心・安全な社会の実現	24
人権の尊重と人的資本の充実	25
地域社会への貢献	26
中期経営計画	27
電動化リーダー	29
安全・運転支援技術	30
モビリティ事業	31
<i>Pick Up</i> :EVの普及促進に向けた取り組み	32
財務・資本戦略	35

社長メッセージ

EV販売のフロントランナーとして
独自の付加価値の創出に挑み
持続的な事業成長をめざします

代表取締役社長

竹林 彰





Q | 前・中期経営計画の総括をお願いします

A | 経営資源の最適配分などに積極的に取り組みました

2019年4月にスタートした前・中期経営計画では、「ベストプラクティスのさらなる徹底」「新たな販売スタイルと新商品の開発」「M&Aによる規模の拡大」の3つを重点に掲げ、積極的に成長戦略を実行していくことを方針として取り組みました。

なかでも「新たな販売スタイルと新商品の開発」においては、2022年3月から「イオンモール多摩平の森」の常設展示場にVR（バーチャルリアリティ）を活用したバーチャル試乗体験システム「NISSAN TOKYO Virtual testdrive」ブースを導入するなど、当初掲げた重点施策を着実に進めてきました。

一方、2020年初頭から世界的に猛威を振るった新型コロナウイルスの感染拡大や半導体をはじめとする自動車部品の供給不足などの影響を受け、極めて遺憾ながら、計画していた投資は一時的にスローダウンせざるを得ませんでした。

そのような厳しい環境のなか、当社では経営課題をもう一度洗い出し、施策の優先順位を変えて、先々の成長の実現に向けて今できること、今なすべきことを確実に実行していきました。2021年7月には、主力販売会社であった東京日産自動車販売、日産プリンス東京販売、日産プリンス西東京販売の3社統合を行いました。これにより店舗設備や人財など、これまでは3社が個別に保有していたリソースを最適配分できる体制となり、将来の店舗ネットワークの強化に向けたより効率的な事業運営が可能になりました。また、社員の活躍の場を最大限に提供でき、成長を促すことにもつながっていると考えています。

これらの取り組みの結果、中期経営計画の経営目標において、売上高（1,376億円）は当初目標（1,750億円）に届かなかったものの、営業利益は目標の55億円を上回る63億円を達成することができました。

Q | 新・中期経営計画が2023年4月にスタートしました。現在、どのような取り組みに力を注いでいますか？

A | お客さまに「体験していただく」機会を積極的に創出します

2023年4月からスタートした新・中期経営計画では「電動化リーダー」「安全・運転支援技術」「モビリティ事業」を3つの重点成長戦略と位置付け、さまざまな施策を進めています。具体的には、業界の「電動化リーダー」として、電動車販売比率のさらなる向上を図るとともに、充電ネットワークの拡充やEV整備体制の強化などに取り組んでいます。一方、プロパイロットをはじめとする日産の「安全・運転支援技術」の普及を促進するため、最新機器の導入による整備体制強化や同技術を搭載する試乗車の配備と試乗機会の拡充などに力を注いでいます。また、「モビリティ事業」では、個人リースやレンタカー事業の拡大を図っています。

これらの施策を推進していくうえで、私が最も重視していることは、さまざまな手段を活用してより多くのお客さまに当社の商品やサービスを「体験していただく」機会をご提供することです。EVについては、今や多くの方がその環境的価値を理解し、関心度は年々高まっています。しかし、実際にEVを所有したり、運転したりした経験のある方は、まだ多くありません。EVの真の魅力は実際に触れたり運転して、圧倒的な静粛性や滑らかで力強い加速といった“感性的”な要素を体験していただくことで初めて伝わるものだと思います。また、プロパイロットなどの安全・運転支援技術も日進月歩で進化しており、搭載車の比率は高まっていますが、やはり実際に体験しなければその本当の価値や安心感をご理解いただけません。

そこで当社グループでは、各店舗でお客さまにEVや安全・運転支援技術搭載車の試乗を積極的にお勧めするとともに、地域イベントなどに「アリア」「リーフ」「サクラ」と

いったEVラインナップや安全・運転支援技術搭載車を出展し、その魅力を多くの人々に体感していただけるよう努めています。これらの活動は、EVや安全・運転支援技術搭載車の販売台数増加に確実に寄与しています。

さらにクルマの新たな販売スタイルの確立に向けた取り組みとして、前述の「NISSAN TOKYO Virtual testdrive」に加え、2023年3月から7月にかけて、メタスペース空間で日産車の検討・相談・試乗・契約が可能な仮装店舗「NISSAN HYPE LAB」の実証実験を実施しました。この試みは非常に大きな反響を呼び、実験期間の来場者は累計8.5万件に達しました。まだ緒に就いたばかりではありますが、さまざまな業界でeコマースによる取引が拡大するなか、いずれ自動車業界でもインターネットで契約を結ぶ時代がやってくるはずです。今後もユーザーエクスペリエンスのさらなる向上や、商談・契約までのビジネスフロー強化などを図りながら、EV時代にふさわしい新たなクルマの販売スタイルの確立をめざします。

ここ数年、他社がEVを発売する動きが加速しており、競争が激化しつつありますが、これはEVへの社会的な注目を高め、国内EV市場の拡大・活性化につながるため、当社にとって大きなチャンスと考えています。おそらく数年後には、さらにし烈な争いとなるのは間違いありませんが、当社グループにはEVのパイオニアとして13年間培ってきた豊富なEVの販売ノウハウの蓄積があります。すでに日産東京販売は1万2,500台を超えるEVを販売し、EVユーザーから寄せられたさまざまなご意見、ご要望といった情報を保有しています。また、EVのメンテナンスに





関わる高度な技術を蓄積しており、大きなアドバンテージを持っています。こうした当社グループならではのノウハウや技術、情報、人財などを有効に駆使して、他社にはない独自の付加価値を創出していくことが、これからのEV時代を勝ち抜くカギになると考えています。今後お客さまから「EVを買うなら日産東京販売から」と言っていたけるよう、販売・整備の取り組みをブラッシュアップしていきたいと考えています。

Q | **連結子会社の全株式を譲渡しましたが、このねらいは何ですか**

A | **WIN-WIN-WINの関係を
実現する最適な選択肢として
判断しました**

当社グループでは、限りある経営リソースを有効に活用し、確実に持続的成長を果たしていくため、より効率的な事業体制の構築を追求しています。冒頭にご説明した2021年のグループ販売会社3社統合もその一例です。

2023年9月には、連結子会社の東京日産コンピュータシステム(株)^{*}(以下、TCS)の当社保有全株式をキャノンマーケティングジャパン(株)に譲渡しました。TCSは当社グループの情報システム関連事業を担ってきたICTソ

リューション企業ですが、同社の今後の事業展開を見据えると、当社との親子関係を解消して他社とコラボレーションできる体制にした方が良くと考えました。一方、当社においても事業ポートフォリオの再構築に取り組み、その一環として当社グループにおける上場子会社のあり方についても検討を重ねてきました。その結果、当社グループが持続的成長を果たすために経営資源の配分を最適化する必要があること、TCSとキャノンマーケティングジャパンとのシナジーによってサービスの付加価値が向上し、さらなる成長が期待できるなど、WIN-WIN-WINの選択肢としてTOBによる譲渡を決断しました。当社グループは今後もTCSとの取引関係を継続していくことで、同社のパワーアップしたICTソリューションが当社グループのDX推進をいっそう強力にサポートしてくれるものと期待しています。

※2023年11月1日付で「TCS株式会社」へ商号変更しています。

Q | **10月には東証スタンダード市場へ移行しました。
このねらいも教えてください**

A | **限りある経営資源を
成長戦略に集中していきます**

当社は2023年10月から東京証券取引所(以下、東証)スタンダード市場に移行しましたが、これも経営資源を成長戦略に集中するためのプロアクティブな決断です。2021年の東証の市場再編以降、当社はプライム市場を選択してその上場維持基準への適合に向けた取り組みを進め、「1日平均売買代金」「流通株式比率」の基準をクリアするなど順調に成果を上げてきました。しかし、2023年4月に施行された東証の規則改正によって、2026年3月末までに上場維持基準を満たさなければ監理銘柄に指定されることになり、適合計画に定めた当初スケジュールを大幅に前倒して実行しなければ、上場廃止となるリスクが生じました。

これらの状況変化を踏まえて協議を重ねた結果、限られた経営資源を中期経営計画の成長戦略に最大限注力することが、当社の中長期的な企業価値向上に資すると判断し、東証スタンダード市場への移行を選択しました。もちろん、将来的にプライム市場への上場を果たすべく、基準適合に向けた取り組みは継続していきます。すでに2023年8月時点ではすべての基準を満たしていますが、今後もプライム市場の上場維持基準を安定的・継続的に充足できるよう、よりいっそうの企業価値向上に努めてまいります。

Q | **日産東京販売ホールディングスが
めざす将来像について
お考えを聞かせてください**

A | **モビリティの先にある
新たな価値を提供していきます**

変化が激しい時代にあって企業の将来像を語るのは簡単ではありません。ましてや大変革期を迎えた自動車業界の将来を正確に見通すことは困難です。そうしたなかでも、この先10年くらいの業界を語るうえで欠かせないキーワードが、当社グループの企業理念にもある「モビリティの進化」です。世界規模でカーボンニュートラル推進が求められる時代となり、クルマの電動化はもはや後

戻りできない流れとなっています。また、安全・運転支援技術の進化や、自動運転技術の研究がいっそう加速するのも間違いありません。カーシェア、ライドシェアといった「所有から利用へ」の動きもさらに広がっていくでしょう。

当社グループがめざすべき将来像は、こうした「モビリティの進化」をしっかりと捉え、その先駆者として、「Beyond Mobility」すなわちモビリティの先にある新たな価値を、いち早くお客さまにご提供していくことです。幸い、日産自動車は電動化や安全・運転支援技術などで世界トップレベルを走っています。さらに当社グループには、EVの販売および点検整備に関する豊富なノウハウと人財、さらに1万2,500台を超えるEVを保有するユーザーを含む35万人ものお客さまとのタッチポイントがあります。こうしたアドバンテージを活かして他社に先駆けた高付加価値のビジネスを加速させていきたいと考えています。

私は当社の社長に就任して以来、グループ全社員に対して「自分たちの未来は自分たちで決める」と語り続けてきました。経営環境が激変する時代にあっては、一人ひとりが将来を見据え、皆が意見を出し合って進むべき道を定め、自らの意思で一歩前に踏み出すことが重要です。そうした主体的な人財が揃った会社であれば、将来、事業環境がどう変化しても必ず成長し続けられると考えるからです。

当社グループは、これからも時代のフロントランナーとして「モビリティの進化」を加速させ、持続可能な社会の実現に貢献できるよう、社員が一丸となって挑戦を続けてまいります。ステークホルダーの皆さまにはいっそうのご支援を賜りますようお願い申し上げます。

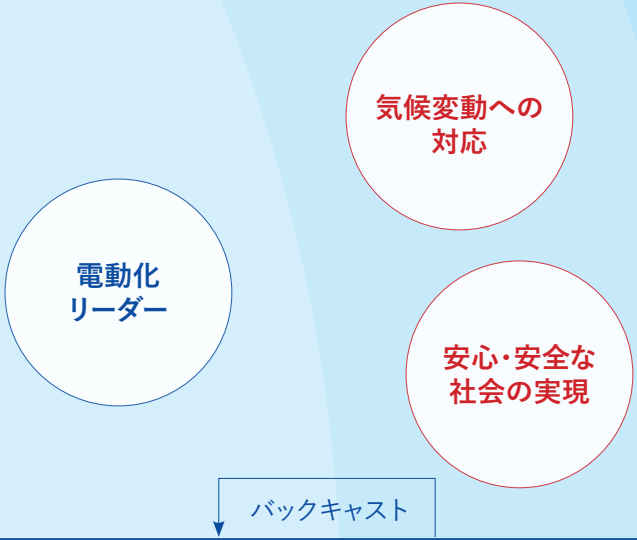
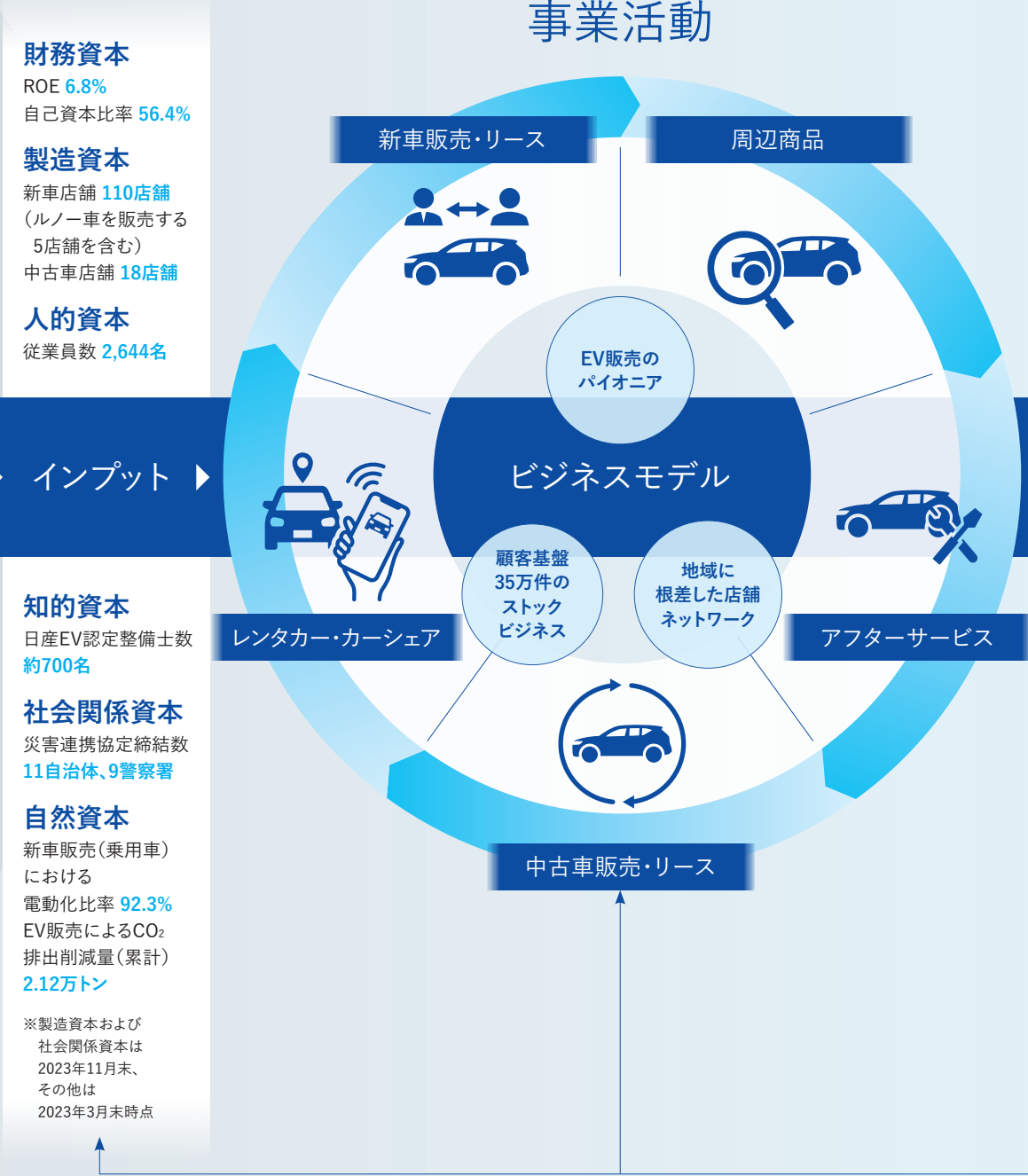


エクセレンスアワード2023(日産東京販売の優秀社員表彰式)での集合写真

価値創造プロセス

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**



経済価値
売上高 1,550億円
営業利益 65億円
配当性向 30%以上
ROE 7.0%
営業利益率 4.2%
※各数値は2026年度目標

アウटकム
(社会への提供価値)

社会価値
社会全体の CO ₂ 排出量削減
交通事故の 低減
働きやすい 職場環境
社会貢献活動の さらなる推進

経営資本強化／事業成長のための再投資

※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）

サステナブル経営において 長期視点で対処すべきマテリアリティを特定

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の皆さまとともに繁栄することをめざしています。	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。
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だと思っています。	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、それぞれ下表のような取り組みを進めています。また、取り組みの進捗の目安となるKPIについても、引き続き検討を進めています。

〈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。
----------------	--

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	事業・財務への影響			取り組み方針
	リスク	機会		
気候変動への対応	●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	●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	▶	●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
安心・安全な社会の実現	●安全装備等の充実にもなう車両の高額化による需要減	●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	▶	●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
人権の尊重と人的資本の充実	●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	●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	▶	●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
地域社会への貢献	●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	●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	▶	●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を立ち上げ、活動内容を検討

マテリアリティ特定・KPI策定プロセス

STEP 1	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。その際、最大の取引先である日産自動車のマテリアリティとの乖離がないことも考慮。
STEP 2	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 3	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を設定予定。

1 気候変動への対応



関連するSDGs



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

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

取り組み事例

EV販売を促進し、カーボンニュートラル実現に貢献

当社は、カーボンニュートラルの実現に向けて、さまざまな取り組みを進めています。

例えば、同等クラスのガソリン車に比べてライフサイクル^{※1}におけるCO₂の排出量が抑制されるEVの拡販に注力しています(下図参照)。これまでに当社は約12,500台^{※2}を超えるEVを販売しており、約2.1万トンのCO₂削減に貢献してきたことになります。さらにライフサイクルの各過程において再生可能エネルギーの利用が進めば、削減効果の拡大も見込めます。

また、より多くのお客さまにEVをはじめとし

た電動車の運転を体感いただけるよう、店舗の試乗車の台数を増やすほか、販売ツールのDX推進による新たな販売チャネルの拡大や、カーシェアリングの活用による体験機会の拡大に取り組んでいます。

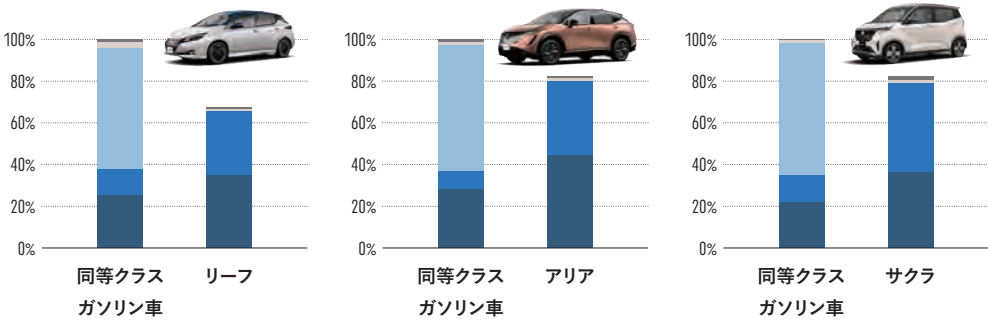
こうした取り組みを通じて、2026年度にはEVの年間販売台数10,000台、1年間のCO₂排出削減量1.6万トンとすることをめざし、販売・提案力の強化を推進していきます。

※1 車両の製造、輸送、使用、廃棄の一連の過程

※2 2010年からの累計(2023年9月時点)

同等クラスのガソリン車とのライフサイクルにおけるCO₂排出量の比較^{※1※2}

■素材・部品・車両製造・物流 ■燃料製造・電力製造 ■使用 ■メンテナンス ■廃車



※1 日本生産・走行(10万km)における比較
※2 日産自動車公表データより

2 安心・安全な社会の実現



関連するSDGs



リスク

- 安全装備等の充実にとまなう車両の高額化による需要減

機会

- 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

取り組み事例

先進の安全・運転支援技術の認知・普及を推進

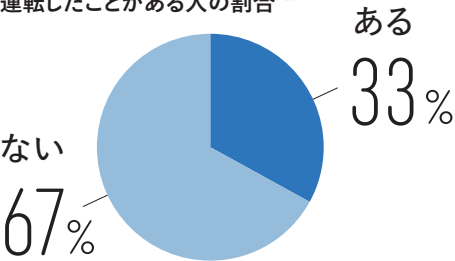
事故を未然に防ぐ、あるいは被害を軽減させるなどの安全・運転支援技術は年々高度化するとともに、新車への搭載率も向上しています。日産車においても、1999年に初めて自動ブレーキ機能を搭載した車を発売して以降、2019年に「プロパイロット2.0^{※1}」の搭載を始めるなど、技術の向上と搭載車種の拡大に取り組んできました。

一方、2021年6月時点でのパーク24(株)による調査^{※2}では「安全・運転支援技術搭載車を運転したことがある人」の割合が3人に1人とどまっており、国内における保有車への普及が課題となっています。当社では試乗車の台数増加やVRを活用した提案など、安全・運転支援技術の認知、普及への取り組みを推進しています。現在、1997年から開始している個人リース「P.O.P.」の販売では、ユーザーの約7割が3年、約8割のユーザーが5年以内に新車への乗り換えを選択しています。本サービスの利用者を増やすことで、乗用車の平均使用

年数を縮め、最先端の安全・運転支援技術を搭載した新しい車両への乗りかえを促進することにつながるため、今後も個人ユーザーに対する「P.O.P.」販売比率の向上をめざしていきます。

加えて、車両整備の技術向上も欠かせません。「自動車特定整備制度」の認証取得に向けた整備機器の導入や、技術の習得に向けた研修の実施などにより、グループ内700名の整備士の技術向上を図り、お客さまの安心・安全なカーライフを支えています。

安全・運転支援機能付きのクルマを運転したことがある人の割合^{※2}



※1 高速道路上でハンズフリーが可能な安全・運転支援技術
※2 パーク24(株)「『安全・運転支援機能付きのクルマ』に関するアンケート」(2021年6月)より

3 人権の尊重と 人的資本の充実



関連するSDGs



リスク

- 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

機会

- 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

取り組み事例

外国籍社員の活躍推進をサポート

少子高齢化の加速により日本の労働人口は減少し、さらに働き手の高齢化などによって人手不足がますます深刻化しています。また、クルマの高性能化やお客さまニーズの多様化に対応し得る知識や技術、経験を持った人財が必要です。当社グループでは外国籍社員の採用・育成にも積極的に取り組み、2023年9月現在、82名の外国籍社員が在籍しています。

外国籍社員に活躍してもらうためには、互いを尊重し、安心して働き続けられる風土を醸成することが必要です。そこで日産東京販売では、外国籍社員と日本人社員のそれぞれ



外国籍社員向け研修

を対象としたダイバーシティ&インクルージョン研修を実施。

2023年度は、外国籍社員向けに「チャレンジプログラム【語学習得(日本語)編】」も実施しました。本プログラムでは「外部講師による日本語集合研修」「eラーニングによる6カ月間日本語学び放題」という2つのコースが用意され、本人の希望および職場の上司やメンバーからの推薦によって30名の外国籍社員が受講しました。日本語集合研修では、店舗での実際のお客さま対応を想定したロールプレイングを行いながら、日本語特有の「尊敬語」「謙譲語」「丁寧語」の使い方やイントネーションなどを学びました。受講者からは「もっと日本語を学びたい」「以前と比べて日本語でのコミュニケーションが取りやすくなった」といったコメントが寄せられています。

今後も外国籍社員の活躍の場を広げるため、マネジメント力向上や職場環境の改善を推進する仕組みを整えていきます。

4 地域社会への貢献



関連するSDGs



リスク

- 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

- ブランド価値の向上による収益貢献、社員のモチベーション向上、優れた人財の確保

取り組み事例

企業市民としての役割を果たしていくため 「社会貢献推進プロジェクト」を発足

モビリティを通じてお客さまに快適な暮らしをお届けする企業として、当社グループは地域社会との共生・共栄が不可欠だと考えています。そうした考えのもと、2022年に刷新した企業理念において、大切にする価値観の一つとして「地域との共生」を掲げました。さらに、この価値観に基づいて企業市民としての役割をしっかりと果たしていくために2023年8月に「社会貢献推進プロジェクト」を発足しました。本プロジェクトは、経営企画や人事、地域渉外、広報の各担当者に加え、店舗運営に関わる担当者やグループ会社のメンバーなどで構成し、



社会貢献推進プロジェクト

当社グループにとって最適な社会貢献活動を検討するとともに、その活動を社内に啓発していくための方策を議論しています。

本プロジェクトでは、以下の5つの活動方針を定めました。

「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

以降、これらの活動方針に照らし合わせながら議論を重ね、当社グループが取り組むべき活動を実行に移すことで、地域の皆さまから愛される企業グループをめざしていきます。

中期経営計画

2019 - 2022

前・中期経営計画(2019年4月～2023年3月)の総括

想定外の環境変化に対応すべく、収益力・効率の最大化に注力

前・中期経営計画期間中には、新型コロナウイルス感染拡大や車両の供給不足など想定外の環境変化に直面しましたが、期間内の計画の優先順位を変更するなど、スピード感を持って対策を実行しました。

具体的には、カーライフ商品やリースの拡販といった当社の強みである付加価値販売をいっそう強化しました。さらに、東京日産自動車販売、日産プリンス東京販売、日

産プリンス西東京販売の3つの販売会社を統合し、収益力や効率の最大化およびベストプラクティス共有化の加速を図りました。また、VR・カーシェアリングの導入など新たな取り組みも進めています。

この結果、定量的な目標として、売上高は1,376億円と目標未達となったものの、営業利益55億円、配当性向30%の2項目を達成しました。

主な施策の振り返り

ベストプラクティスの更なる徹底	● 提案型営業による付加価値販売の強化	▶ 	お客さまニーズに応じたカーライフ商品や個人リースの拡販が収益貢献
新たな販売スタイルと新商品の開発	● ITを軸とした店舗投資と売り方改革の実行	▶ 	VRのトライアル導入による新しい商品体験の提供
	● お客さまに安心・安全・便利を提供する商品開発	▶ 	電動車のカーシェアリング導入(e-シェアモビ)
M&Aによる規模の拡大	● 自動車関連事業およびグループ会社関連事業	▶ 	グループ内3販売会社の統合による収益力向上に注力

定量指標

	2018年度時点	2022年度目標	2022年度実績
売上高	1,558億円	1,750億円	1,376億円
営業利益	47億円	55億円	63億円
配当性向	19.5%	30.0%	30.5%

2023 - 2026

新・中期経営計画(2023年4月～2027年3月)

CASEの潮流を捉え、事業成長に向けた取り組みを実行

大変革期にある新・中期経営計画期間においては、当社の強みを活かしてCASEの潮流を捉え、事業成長につなげていきたいと考えています。

同期間中には以下のような環境変化が想定されますが、いずれも当社にとって大きな事業機会と捉えています。

そのなかで、「電動化リーダー」「安全・運転支援技術」「モビリティ事業」の3つの成長戦略を掲げ、当社が持つ盤石な経営基盤をベースに積極的な投資を行い、利益ある成長をめざしていきます。

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時代到来、国に先行する東京都ZEV戦略 お客さまのエネルギー利用や 防災意識の高まり	▶ 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	サブスクリプションなどの買い方や レンタカー・カーシェアなど 利用市場の拡大	▶ 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	リアルからデジタルへ オンライン商談やデジタル完結型 購入への進化	▶ 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	人財確保の競争激化、 多様な働き方ニーズへの対応	▶ 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



経営指標

財務指標	目標
売上高	1,550億円
営業利益	65億円
配当性向	30%以上
ROE	7.0%
営業利益率	4.2%

非財務指標	目標
電動化比率(乗用車)	90%以上
EV販売によるCO ₂ 排出量削減	1.6万トン

重点施策 1

電動化リーダー

関連するマテリアリティ▶



先駆者の強みを活かし、電動車を運転するワクワクを広げ、カーボンニュートラル推進に貢献



お客さまの高い関心を捉えて、EVの普及を積極的に推進

近年、深刻化する気候変動問題への取り組みとして、カーボンニュートラル社会の実現に向けた潮流が加速しています。こうした潮流は、乗用車の市場動向調査においても消費者のEVに対する積極的な購入意向というかたちで表れており、EV市場には大きな成長余地があると認識しています。

当社は、このような市場環境のなかで、初代「リーフ」を発売してから13年の間に蓄積してきた先駆者としての強みやアドバンテージを活かした取り組みを進めていく計

画です。具体的には、引き続き電動車の普及に向けた取り組みを積極的に推進し、EV販売台数10,000台/年、および電動車の販売比率90%以上をめざしていきます。同時に、環境・社会への直接的な貢献も継続し、EV販売拡大によるCO₂排出削減量1.6万トンをめざすほか、「パワー・ムーバー」をはじめとした非常用電源の店舗への完備や蓄電池としてのEV貸与などの地域との災害連携、店舗での再生可能エネルギー活用なども並行して推し進めています。

EVへの関心の高まり

EVの3年以内検討意向※



※出典：J.D.パワー「車のエンジンタイプやEV購入意向調査」(2022年)より

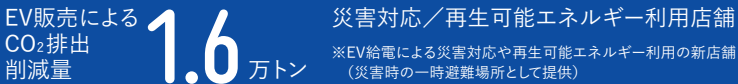
先駆者の強み

- 13年間の販売ノウハウ・体制
- 充実のEVラインナップ
- 整備体制・設備
- インフラ(急速充電器100カ所)

電動車の積極的普及／電気自動車の販売台数増



環境・社会への直接的貢献



重点施策 2

安全・運転支援技術

関連するマテリアリティ▶



先進の運転支援技術をより多くのお客さまに提供し、安心と安全をお届けする
先進の運転支援技術を支える整備体制で、毎日の安心と安全をサポートする



先進運転支援システムの普及と整備体制の強化に注力

当社は、安全・運転支援技術の普及や交通安全・防災への取り組みなどを通じて、安心・安全な暮らしができる社会をめざしています。その実現に向けては、「プロパイロット」に代表される先進の運転支援技術をより多くのお客さまに提供するとともに、それを支える整備体制によって毎日の安心・安全をサポートすることに重点を置いて取り組んでいます。

そのようななか、中期経営計画においては、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ご提案

していくと同時に、より万全な整備体制を整えていく方針です。具体的には、お客さまに先進運転支援システムを知って、見て、体感していただくために、体感試乗やバーチャルリアリティを活用した試乗機会をより多く提供するなど、リアルとバーチャルを組み合わせた効果的な訴求に取り組めます。また、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習得、「電子制御システム整備」の体制構築などを推進し、安心・安全なカーライフとモビリティ社会の実現に貢献します。

※日産車の関わる交通事故死者数を実質ゼロにすること

Topic

「全国日産サービス技術大会2023」で総合3位

2023年10月に開催された「全国日産サービス技術大会」で、日産東京販売のチームが全国総合3位に入賞しました。本大会は、「最高の技術をお客さまの笑顔のために!」をスローガンとし、全国の日産販売会社の整備に携わるスタッフが、技術力・対応力を競い合いその向上をめ

ざすもので、毎年参加しています。今後も、つねに整備技術を磨き、日進月歩で進化するクルマの先進技術に対応することで、お客さまの安心・安全なカーライフをサポートしていきます。



重点施策 3

モビリティ事業

関連するマテリアリティ▶



個人リースの利用拡大とモビリティ事業の強化により、“所有から利用へ”のトレンドに的確に対応



個人リースの先駆者として、さらなるシェア拡大をめざす

自動車市場のトレンドは、“所有から利用へ”と変化しつつあります。実際に、個人リース市場は毎年2割増の成長トレンドを示しており、直近5年間では2.4倍(2017年:207千台⇒2022年:498千台)の伸びを示しています。

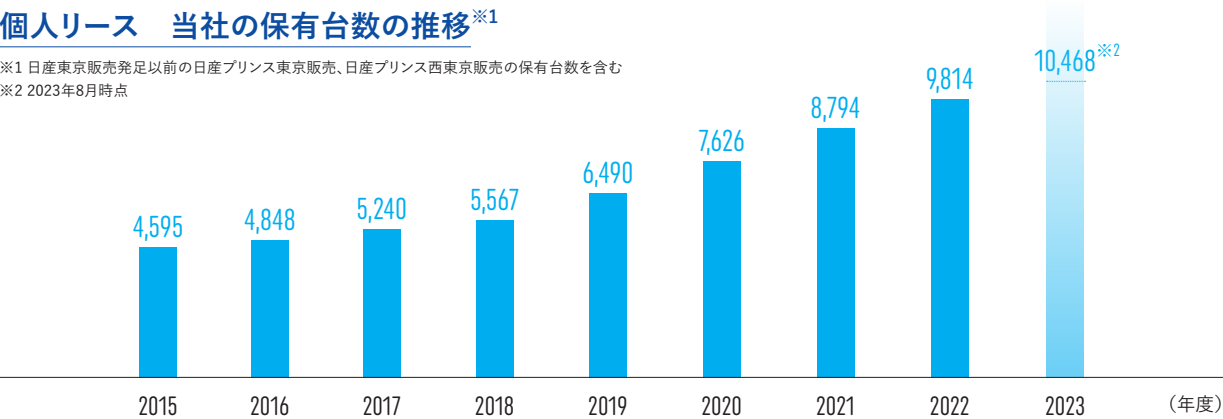
このようななかで、当社は1997年から個人リース「P.O.P」を展開し、サブスクリプションの先駆けとして26年にわたってノウハウを蓄積してきました。個人リースの利用者は、新車・中古車の購入者よりも乗りかえサイクルが早く、当社への定着率も高いことから、大きな事業メリットがあります。そして、お客さまにとっては、初期費用がかか

らず、税金や自賠責保険、メンテナンスなどの費用も月々の支払いに含まれているため、希望するクルマに気軽に乗りかえられるというメリットがあります。

当社は、今後も個人リースの先駆者として成長市場のなかでさらなるシェア拡大をめざすと同時に、お客さまの買いやすさに対応した新しいリース商品を継続的に開発し、積極的に提案していきます。また、カーシェアリングやレンタカーの事業化・収益化にも注力し、運用台数の増加および全店舗への車両配備に取り組む方針です。

個人リース 当社の保有台数の推移^{※1}

※1 日産東京販売発足以前の日産プリンス東京販売、日産プリンス西東京販売の保有台数を含む
※2 2023年8月時点



Pick Up

EVの普及促進に向けた取り組み



加速するEVの需要

日本におけるEVの販売は、地球温暖化やエネルギー問題などを背景として急速に拡大しています。そうしたなか日産東京販売はこれまで、累計12,500台以上のEVを販売してきました。さらに、「サクラ」などラインナップの充実により、EVの販売構成比は、2021年度の3.9%から2023年度上期には22.0%と大幅に増加。これは全国のEV販売比率の約10倍であり、今後さらに大きく伸びていく見込みです。

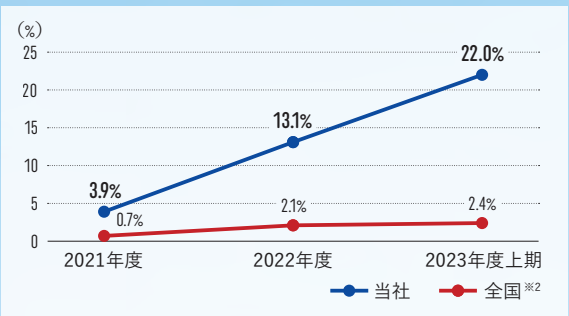
国や自治体からの支援制度

国や自治体も、補助金制度によってEV購入を支援しています。東京都は、2030年までに乗用車をすべて電動化させる目標を掲げており、EV購入時の補助金に加えてマンションなどの集合住宅や戸建て住宅への充電設備設置に対する補助金も交付しています。当社が取り扱う「アリア」、「リーフ」、「サクラ」の3車種は、これらの補助金の対象です。

培った販売ノウハウと整備技術力の高さ

当社には、13年にわたって培ってきたEVの販売ノウハウや整備技術・体制があります。営業スタッフのほぼ全員がEVの販売を経験しており、整備士もコンサルテーションスキルや資格を身に付けています。例えば、日産東京販売が販売したEVはこれまで一度も火災事故を起こしていません。これは高い整備技術に裏打ちされたものです。

EV販売比率^{※1}



※1 乗用車におけるEV販売比率
※2 全国のEV販売比率は日本自動車販売協会連合会および全国軽自動車協会連合会の統計資料より

EV購入における補助金(2023年度)

	国	東京都	合計
「アリア」B6の場合	85万円	55万円	140万円
「リーフ」e+の場合		(上記、再エネ電力を導入しない場合、導入する場合は70万円)	
「サクラ」全グレード	55万円		110万円

※さらに別途、市区町村により補助金あり
※申請が予算額に達した時点で受付終了となる

このほか、EVに欠かせない充電インフラの面でも、当社は10年以上前から24時間365日利用可能な急速充電器を各店舗に設置しています。また、給電が可能という点も、日産のEVならではの特長です。これらの強みを活かして、今後もEVの販売を加速させていきます。



EV販売を担当する社員の声

快適なEVライフを、
より多くのお客さまにお届けしたい

日産東京販売(株)
新車のひろば目黒店
店長

井谷 之彦

国内初の量販EVである初代「リーフ」が2010年に発売された当初は、多くのお客さまが、航続距離や急速充電器の設置基盤などに不安をお持ちだったため、販売が容易には進みませんでした。そこで私たちが取り組んだのが、「リーフ」のレンタカーを安価で貸し出すことでした。ねらいは、一人でも多くのお客さまにEVに乗っていただき、胸のすくような加速性能やワンペダルで走行できる利便性、静粛性などを肌で感じていただくこと。これによって、お客さまの不安の払拭につながり、次第に販売も拡大していきました。また、営業スタッフがEVを購入されたお客さまから体験談を聞き、その話を別のお客さまへのご提案に活かしたり、販売経験の少ない営業スタッフに共有したりすることで、EV販売のノウハウが徐々に店舗全体に蓄積されていきました。

近年は、他社を含めたモデルの増加や充電設備の充実、そして国や東京都の補助制度をはじめとしたEV普及促進策などもあり、お客さまのEVへの関心が格段に高まっていると感じます。また、地球規模で頻発する災害や異常気象によって環境意識が高まっていることも、それを後押ししているのではないのでしょうか。実際、環境配慮を理由に、EVの購入を検討しているお客さまは増えていきます。一方で、EVに関心はあるものの、購入には二の足を踏むお客さまもまだ多くいらっしゃいます。当社独自の個



人リース「P.O.P.」は、希望するクルマに3～5年で気軽に乗りかえられるため、購入をためらうお客さまにも提案しやすく、有効な商品だと感じています。また、当社ではご自宅用充電設備の設置サポートも行っており、これもEVを利用いただくための安心材料になっています。

今後は他社も続々とEVを発売していくことが予想され、競争はますます激しくなるでしょう。しかし、当社にはEVの先駆者として長年培ってきた経験があります。それを活かすとともに、日進月歩で進化する技術にあわせて商品知識をつねに学び続け、店舗スタッフ全員の実力の底上げを図っていきたくと考えています。

EV整備を担当する社員の声

技術を磨き、お客さまの安心・安全に
貢献し続ける

日産東京販売(株)
板橋中台店
テクニカルスタッフ

倉持 氷河

EVとガソリン車では、車両整備の方法は全く異なります。EVはコネクタが1本抜けただけで動かなくなるほど、電子機器のように精密ですし、高電圧のバッテリーとつながっていて感電の危険性も高いため、正確かつ慎重な作業が求められます。そのように難易度の高い業務なので、整備の工程はあらかじめすべての手順が決まっています。それによって作業を行うのは当然なのですが、それだけでは不測の事態には対応できません。私は、そのような作業手順になっている理由をきちんと理解し、あらゆるケースに対応できるように準備しておくことをつねに意識しています。

私たち整備士の仕事は、車の修理や整備をするだけではありません。お客さまへ丁寧にご説明することも、重要な責務だと考えています。お客さまの車に不具合が生じた時には、その原因を迅速に見極め、お客さまにご納得いただけるまで説明する必要があります。そのためには、私たち自身がEVについて細部まで理解していなければなりません。そのうえ、新たな技術や機構を搭載した車が次々に発売されるため、つねに知識をアップデートする必要があります。私は、新型車が発売されたら、その車両に触れ、運転し、機構や特性を確認するようにしています。そして、そこで得た知識をチームメンバーとも共有します。ベテランや若手を問わず共有し合うことで、全体の



レベルが底上げされ、結果としてお客さまの安心・安全にも貢献できると考えています。

当社には、整備スキルが高く、知識の豊富な整備士が多くいますし、スキル・知識をさらに高めるためのサポート体制も充実しています。これからも、レベルの高いスタッフと切磋琢磨しながら、知識を吸収し、技術を磨き続けていきたいです。それが、当社の成長にもつながると思っています。



財務・資本戦略

新・中期経営計画のもと、
持続的な成長に向けた
事業投資を加速していきます

執行役員
財務部長 兼
経営企画部 担当部長

石田 壮 Takeshi Ishida



2022年度および前・中期経営計画の業績総括

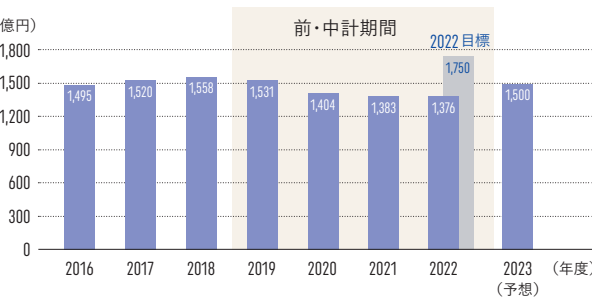
想定外の事業環境下でも、利益目標を達成

前・中期経営計画においては、期間を通して新型コロナウイルスの感染拡大や新車を中心とした車両供給の停滞など、想定外の事業環境変化が続きました。その影響もあり、残念ながら当初想定していたとおり投資を実行することはできませんでした。

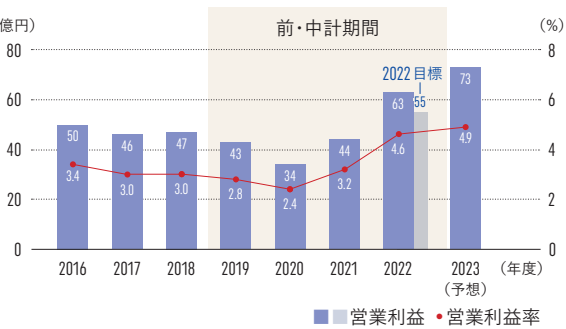
そのようななか、最終年度の2022年度は、軽EV「サクラ」などの新型車投入やお客さまのニーズに合わせた提案型営業の徹底により、新車販売および個人リースの販売が伸長しました。また、中古車販売においてはエンドユーザー向けの小売販売に注力し、過去最高の売上利

益を確保することができました。加えて、2021年度に実施した日産販売会社3社の統合による販売費・一般管理費の適正化にも引き続き取り組みました。この結果、売上高は1,376億円と、前・中期経営計画の目標であった1,750億円に届かなかったものの、営業利益は過去2番目となる63億円、配当性向は30.5%となり、それぞれ55億円、30%以上という前・中期経営計画目標を達成しました。なお、売上高は前期比で減収となっていますが、これは連結子会社1社を除外した影響であり、実質的には増収を果たしています。

売上高



営業利益／営業利益率



2023年度の見通しおよび今後の投資方針

順調な業績推移のなかで、300億円規模の事業投資を計画

2023年度上期は、車両供給不足が解消しつつあるほか、電動車を中心に新車販売が伸長し、販売単価も向上していることから、売上高、営業利益ともに順調に推移しました。また、連結子会社であった東京日産コンピュータシステム[※]の株式売却にともない、特別利益を計上する一方で、連結除外による減収減益の影響は、新車販売や

整備など他事業でカバーできていると考えています。

加えて、戦略を推進するための事業投資にも確実に取り組んでいきます。思うように投資を実行できなかった前・中期経営計画の結果を踏まえ、現在の中期経営計画期間では、「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つを軸に4年間で

300億円規模の投資を計画しています。「既存ビジネスの強化」では、エリア最適化の観点から投資を加速し、当社の強みである店舗ネットワークを強化。老朽化への対応など、お客さまの利便性向上と社員の働きやすい店舗づくりの両面から検討を進めていきます。「人財・DXへの投資」では、人的資本の確保・強化に向けた研修制度の充実や職場環境改善のための投資を加速していきます。

また、生産性の向上に加え、大きく変化しているお客さまの購買行動にも対応するためのデジタル化など、DXへの投資も積極的に進めていきます。「新規事業参入・資本／業務提携」では、事業環境の変化を見据えて、資産の有効活用も図りながら、モビリティ関連・EV関連事業などへの投資による事業規模拡大をめざします。

※2023年11月1日付で「TCS株式会社」へ商号変更しています（P17参照）

投資配分のイメージ

既存ビジネスの強化 持続的成長へ積極投資	●ネットワーク刷新 ●環境対応投資	●事業ポートフォリオ再構成	250 億円～
人財・DXへの投資 変革への推進力強化	●効率/生産性向上のIT投資 ●ビジネス展開の多角化	●ベストプラクティス強化	20 億円～
新規事業参入・資本／業務提携 “強み”を軸足に事業領域を拡大	●モビリティ関連、EV周辺事業などへの投資による規模拡大		30 億円～

資本効率向上と株主還元の方針

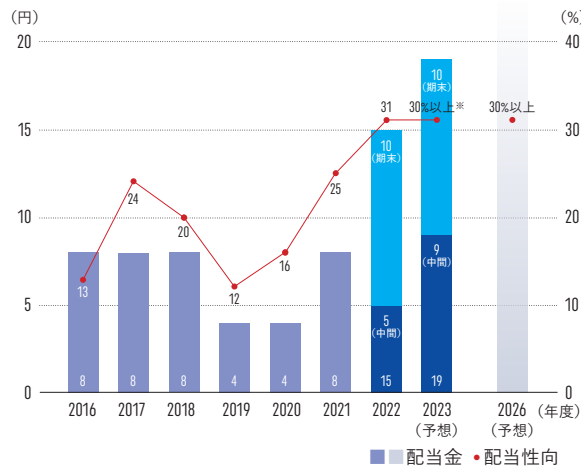
投資の加速とともに、資産の新陳代謝を促進

こうした方針のもと投資を加速しているものの、現時点では利益によるキャッシュインが投資額を上回っている状況です。

そのようななか当社は、成長投資を加速していくとともに、ROEを指標として資本効率も重視していきます。営業利益率の向上を図るとともに、流動資産の回転率向上、固定資産の圧縮、入れ替えなどにより新陳代謝を図ります。また、自己資本比率については50%前後を維持しつつ、投資については負債も柔軟に活用することでD/Eレシオを適正化していきます。

また、株主還元については、安定配当を基本とし、新・中期経営計画期間においても配当性向30%以上を基準として業績に応じた還元を実施していく方針です。

配当金／配当性向



※2023年度の配当性向は、特別利益(子会社売却益)およびこれにともなう特別配当金2円を除いた配当性向

経営資源

Management Resources of NISSAN TOKYO SALES HOLDINGS

人的資本の強化	38
技術力の強化	41
地球環境保全への貢献	43
地域社会との関係の強化	45

人的資本の強化



基本的な考え方

自動車業界の大変革期のなかで、新しい時代を切り開いていくためには、多様な人財の活躍が不可欠です。

当社グループは一人ひとりの従業員が持つ視点や思考の違いを価値として活かし、個人の能力を最大限に発

揮できる企業風土の醸成をめざしています。

さらに、従業員のスキルアップ支援や活躍支援など、性別や国籍を問わず誰もが働きやすい環境づくりに取り組んでいます。

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、インターンシップ、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を行うなど、次世代リーダーの早期育成を推進しています。

日産東京販売においては、学生向けに店舗見学会を実施し、社員との交流を図っているほか、大学での就職ガ

イダンスや整備専門学校での出張授業などに参加。当社の事業内容や実際の業務内容に対する理解を深めてもらう大切な機会となっています。

また、さらなる人財確保のため、2023年度は新卒採用に加えて中途採用を強化。従業員採用紹介制度を導入するなど、さまざまな形での人財採用を進めています。

働きやすい環境づくり

当社では、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・介護が必要な従業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年度には退職者再雇用制度を導入し、ライフスタイルの変化によって退職した従業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、業務におけるDX推進やプロセスの見直しなど、生産性の向上に向けての取り組みを加速させています。今後も、すべての従業員が安定して長く活躍でき、新たな働き方にもチャレンジしやすい環境をめざして改善を図っていきます。

男女別の育児休業取得率

	2021年度	2022年度
男性	0.0%	5.9%
女性	100.0%	100.0%

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

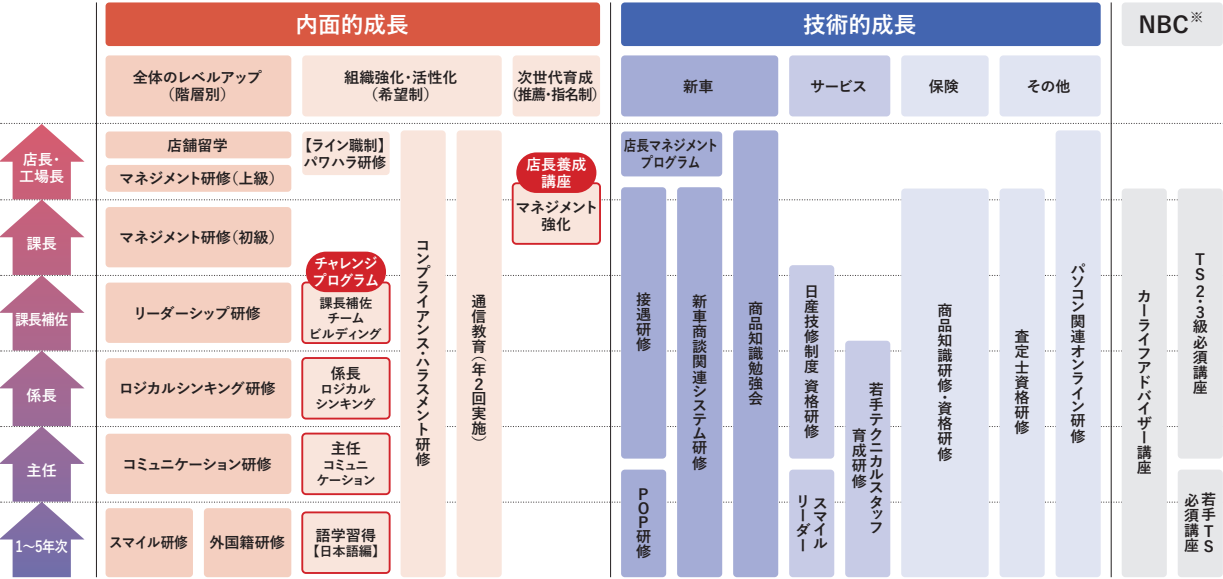
げ、向上心を持って、自ら考え行動できる人財育成」をめざし、各等級に求められる知識・スキルを習得するための独自の人財育成体系を構築しています。

2023年度には、希望制の「チャレンジプログラム研修」の講座数を増やしたほか、マネジメント層向けに「マネジ

メント強化研修」を実施するなど、研修制度の拡充を進めています。さらにマネジメント層向けには、これに加えて「360°サーベイ」も導入。自身の業務を棚卸しすることで、マネジメント業務の改善およびレベルアップをめざします。

めざす人財像

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



ダイバーシティ&インクルージョン

当社グループでは、競争力を向上させるため、多様性を活かしながら、国籍を問わない人財採用を進めています。日産東京販売には2023年9月時点で84名の外国籍社員が在籍し、主に点検・整備などのアフターサービスを行うテクニカルスタッフとして欠かせない人財となっています。

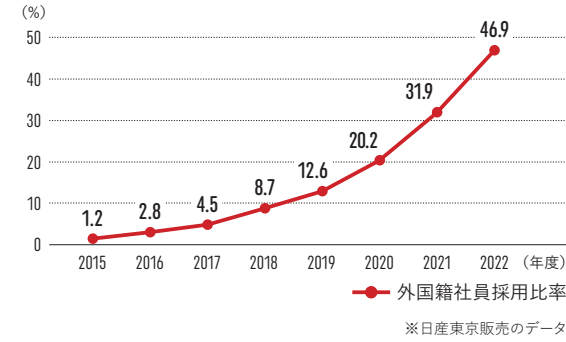
2022年度には、外国籍専用クラスにおいて、職場のマナー研修を実施したほか、自主的な学習に使用する日本語学習教材を配付しました。また、外国籍の新入社員が配属される店舗に対しては、その出身国の文化や特徴などの情報を共有。相互理解の促進を図っています。

2023年度からは、語学のレベルアップを目的に日本語

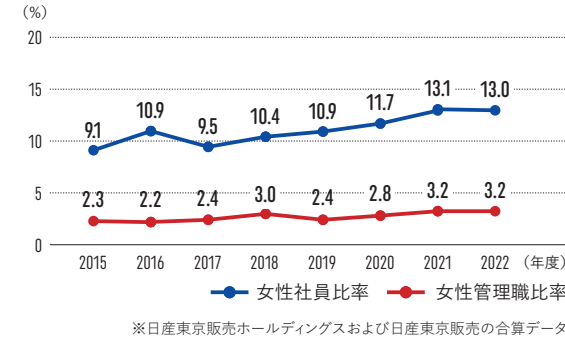
研修やeラーニングを導入したほか、一般社員向けに「異文化マインドセット&コミュニケーションスキル研修」も導入しています。

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。2022年度から2025年度までの期間は、右ページの行動計画を掲げ、取り組みを推進しています。今後も引き続き、多様な人財がお互いを尊重できる環境を整備することで、ダイバーシティ&インクルージョンを推進していきます。

外国籍社員の採用比率※



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
- 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:31.3%(2022年度末時点)
 - 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 113名、女性管理職 15名(2022年度末時点)

研修で講師を務めた社員のコメント

自身の経験をもとに、外国籍社員をサポートしていきます



日産東京販売
練馬店 テクニカルスタッフ
イエーマン・キョー
(ミャンマー出身)

私は、入社した当初、宗教も文化も異なる環境で働くことの難しさを痛感しました。そのような経験から、外国籍の新入社員を対象とした研修で講師を務めた際には、日頃からコミュニケーション力を高めるようアドバイスしました。また、上司や先輩のあったかいサポートがとても心強かったこともあり、周囲のメンバーに相談しながら何

事にもチャレンジすることが成長への近道だったという話もさせていただきました。当社の外国籍社員は今後も増えると思っています。私の経験をもとに、技術力向上のための研修はもちろんのこと、外国籍社員が日本企業で働くうえで必要な知識を身に付けるための研修の充実も提案していきたいと思っています。

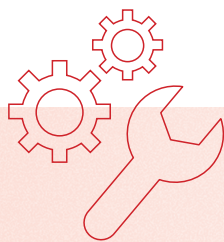
社員のエンゲージメント向上

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※」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※」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・検討し、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。

※「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



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、13年にわたり、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、VR試乗などのデジタル活用のノウハウなど、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。

当社では、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。2022年度には52人が合格しました。

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、2022年度には156人が合格しました。

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。



日産サービス技術大会
日産東京販売の社員が挑む様子



エクセレンスアワード2023
(日産東京販売の優秀社員表彰式)

店舗で働くスタッフの声

お客さまの目線に立ち、 親密なコミュニケーションを心がけています



日産東京販売 東大和店
カーライフアドバイザー

金谷 笑菜

私は、カーライフアドバイザーとは、クルマのコンシェルジュのような存在だと考えています。お客さまにとって「安心して何でも相談できる」「頼りになる」存在となり、いかに喜んでいただけるか、笑顔になっていたかを考えて業務に取り組んでいます。とくにこだわっているのは、お客さまへの細やかな対応。些細なことでも覚えておき、親密なコミュニケーションを心がけています。

また、自分で商品やサービスを体感することも大切にしています。カタログなどを見るだけでなく、実際に自分で体感した方が発見も多く、お客さまへの説明にも説得力が高まると思っています。

今後も自らのスキルや知識を磨き続け、品質の高いサービスを提供できるよう努めていきます。

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

当社では、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、個人リース販売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。

地球環境保全への貢献



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、環境に優しい活動を積極的に推進しています。新・中期経営計画期間に電動車比率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

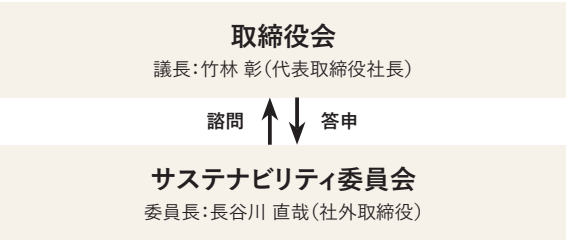
ガバナンス・リスク管理

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するとともに、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。経営の継続に基

大な影響を及ぼし得るリスク（パンデミックの発生、個人情報大量漏えい、経営層による重大なコンプライアンス違反など）については、すでにグループ危機管理規定やBCP（事業継続計画）をもとに、発生に備えた対策を講じています。今後、サステナビリティに関連するリスクを全社的リスクマネジメントに統合する必要があるものと認識しています。

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関連リスク・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。（P44参照）

また、当社グループの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（温室効果ガス）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

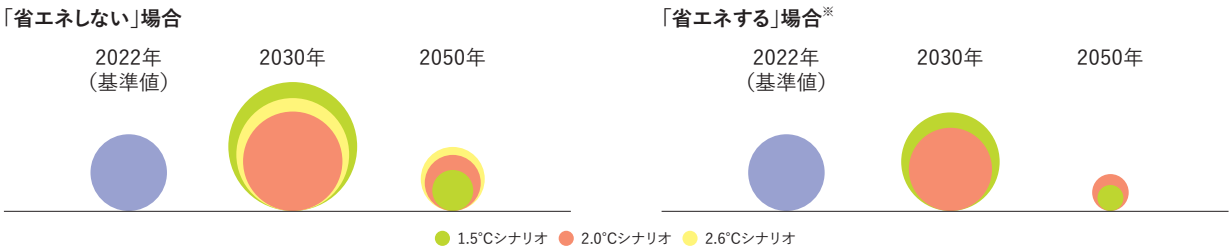
昇シナリオに基づいた分析を実施しました。

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。

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。今回の当社想定

の範囲においては、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。

シナリオ分析結果のイメージ（財務影響）



※ 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

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等を押上げ、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
物理的リスク			
洪水、高潮、台風等の異常気象の激甚化	自社拠点の被災、および操業停止（従業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従業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年～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

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^{※3}は、次のとおりです。

指標	目標（2026年度）	実績（2022年度）
EVの年間販売台数	10,000台	2,270台
乗用車における電動車販売比率	90%以上を維持	92.3%
EV販売によるCO ₂ 排出削減量	1.6万トン ^{※4}	0.5万トン ^{※4}

※3 日産東京販売における指標 ※4 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）



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（P26参照）に沿って社会貢献活動を推進しています。

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11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。また、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2023年9月現在83店舗に配備しています。

「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において、しながわCSR推進協議会に参加しています。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、品川区内の子ども食堂への寄付なども行っています。

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トイレ、授乳室の設置を推進しています。

店長の声

自治体と協力し、地域の安心・安全な暮らしをサポートし続けていきます



日産東京販売 小岩店 店長
和久津 雄介

日産東京販売小岩店は、地域の皆さまに愛される店舗をめざして、日々の活動を行っています。

2023年9月には、小岩警察署との災害連携協定に基づいて、大地震などによる停電を想定し、送電の止まった信号機をEV「アリア」の電力で起動させる訓練を同署

と合同で行いました。また、大規模災害の発生時には、災害時帰宅支援ステーションとしてショールームを開放し、帰宅困難となった方々に水やトイレなどを提供します。

今後も、地域に寄り添い、わたしたちの活動を通じて皆さまの安心・安全な暮らしをサポートしていきます。

PART

4

経営体制

Management Structure of NISSAN TOKYO SALES HOLDINGS

社外取締役座談会	47
コーポレートガバナンス	52
役員一覧	59
主要な財務・非財務データ	61
会社情報	63

社外取締役座談会

経営と現場のコミュニケーションを活発化させ
長期的な企業価値の向上に貢献したい

環境志向の高まりやEV市場の進展、少子高齢化による労働力不足など、
変化する外部環境に対応していくために、
当社グループが取り組むべき課題や方向性について、
サステナビリティ経営の観点から3名の社外取締役に語ってもらいました。



社外取締役 遠藤 健 Ken Endo	社外取締役 長谷川 直哉 Naoya Hasegawa	社外取締役 小暮 恵理子 Eriko Kogure
------------------------	--------------------------------	------------------------------

多様な知見をもとに、社外の目を経営に活かす

— まず、ご自身の経歴と社外取締役として期待されている役割についてお聞かせください。

長谷川:私は、損保会社でESG投資のはしりである「エコファンド」をつくって企業の価値を財務情報と非財務情報の両面から評価していたのに加え、その後、大学で企業価値について研究をするようになりました。当社の社外取締役に選任いただいたのは、そうした実務と研究で得た知見をサステナビリティ経営の促進に役立ててほしいということだと思います。

遠藤:私は2015年に社外取締役に就任し、9年目になります。また、この10年ほどは損保会社の子会社である介護事業会社の社長や会長として企業経営に携わって

います。自動車ディーラーは、介護事業と同様、人財育成が非常に重要ですので、取締役会ではその視点からいろいろな意見を申し上げています。

小暮:私は長年、広告プロモーション会社で管理職や執行役員を歴任し、同社でジェンダープロジェクトのリーダーを務めた経験があります。また、アジア地域での広告プロモーション会社の社長を務めた経験もあります。そうした経験を活かすことで、アジア出身者が多い当社のダイバーシティ&インクルージョンに対する貢献を期待されているのではないかと思います。

今後ますます“利益の質”や“人的資本への投資”が大切になる

— 前中期経営計画は、新型コロナウイルス感染拡大や半導体不足など、想定外の大きな変化がありました。この期間の取り組みをどう評価されていますか。

遠藤:当社も世界的に猛威を振るったコロナ禍の直撃を受け、当初計画していた目標の下方修正を余儀なくされ、深刻な影響を受けた3年間でした。しかし、そのなかでも

2021年にグループ再編を実施して3つの販売会社を現在の「日産東京販売」に統合したことは最大の成果だったと思います。この統合によって事業効率と収益力が高まりました。

長谷川:私も難しい構造改革をやり切ったことを高く評価します。サステナビリティ戦略も共通のゴールと価値観のもとで推進する方が効率的で大きな成果が期待できます。竹林社長の強いリーダーシップのもと、皆さんが力を合わせて成長戦略の基盤を整備されたことに大きな意味を感じています。

遠藤:同じ販売会社とはいえ、社風も販売スタイルも異なる3社を統合するのは並大抵のことではありません。私も介護事業で子会社の統合を進めた経験がありますが、これは非常に大きなチャレンジであり、将来への確かな布石になると思います。



— 2023年4月に新しい中期経営計画がスタートしました。その策定に際して重視されたポイントなどありますか。

長谷川:私が強調したのは“稼ぐ力”の重要性と、稼いだ“利益の質”の担保です。すなわち、「事業戦略」と「サステナビリティ戦略」の2つをいかに統合するかに注力してほしいとお伝えしました。例えば、EVを販売する際は、お客さまに対して単にガソリンを使わないというメリットだけでなく、サステナブルな社会に貢献できるという観点のお話することも大切です。そうした志のある接客対応をすることが、お店に対する共感や信頼の獲得につながっていくのだと思います。

遠藤:そのためには「人的資本の強化」にどれだけ投資するかが重要ですね。人財はコストではなく資本、という人的資本経営の考え方は、今後の企業成長に不可欠になると思います。そうしたなか、女性のマネジメント層が薄いという現状は大きな課題です。これからのディーラービジネスに女性のセンスは欠かせません。女性社員の採用から教育、登用という人財育成サイクルを構築していくことは急務ですね。

小暮:現在、当社グループの女性比率は全社員の13%にとどまっています。今後、女性社員の層を厚くしなければ管理職候補も増えませんから、まずは採用面で少なくとも半数は女性を採用すべきでしょう。ほかのさまざまな業種を見渡しても多くの女性営業職が活躍しています。遠藤さんがご指摘のとおり、新卒・中途を問わず、女性社員が管理職をめざすための教育・研修や人事制度の整備を



進めていきたいですね。

長谷川:自動車販売は依然として男性中心の社会ですが、これからはめざす事業像から必要な人財像を描き出すべきです。ディーラービジネスに求められるのはコミュニケーション能力であり、そこに男女の格差はありません。これから女性活躍を推進していくためには、人事制度や給与制度を変えるだけでなく、女性が「この会社で働きたい」と思えるような職場環境を整えることが何より大切です。

遠藤:人財に加えて、販売面の改革も必要です。前・中期経営計画でも「新たな販売スタイルと新商品の開発」を掲げていましたが、顧客の購買行動の変容は今も続いていますから、新しいサービス提供に積極的に挑戦してほしいと思います。それと当社が蓄積した顧客データを整備し、デジタルを活用したマーケティングやCRM(カスタマー・リレーション・マネジメント)を推進していくべきでしょう。そうした取り組みを通じて顧客接点を増やし、より多くのお客さまに喜ばれる情報サービスを拡充していくことが重要です。

小暮:まさにデータなくしてマーケティングはできない時代ですし、データ分析の技術も日進月歩です。営業担当者の業務効率化のためのDXをよりいっそう進めることによって、顧客とのコミュニケーションを強化・拡充していくことが大切です。昨今はクルマもネットで売の時代になっていますが、当社のビジネスの根幹はお客さまとのコミュニケーションですから、そこをもっと深掘りしていくことが必要ではないでしょうか。

取締役会を中心に、より議論を広げ深める場を

— 取締役会の運営や雰囲気について、就任2年目のフレッシュな視点で小暮さんにお伺いします。

小暮:取締役会はオープンな雰囲気で議論も活発に進められていて、議長である竹林社長も各役員の意見を丁寧に聞いてくださいます。また、事前の情報提供については2年目の私にも取り組みや事業の進捗がわかるようにレクチャーがあり、必要な情報がタイムリーに提供されています。

長谷川:取締役会には、小暮さんのほかにも監査役として女性が就任され、多様性のある役員構成にしていこうという意図が感じられます。

小暮:一つリクエストを挙げるとすれば、グループ各社とのより深いコミュニケーションを期待します。また、期末には振り返りとそれを踏まえた次年度の方針を確認させていただくことで、執行サイドの考え方や取り組みに対する理解も深まり、取締役会での議論もより実効性のあるものになると思います。

遠藤:各事業会社の執行の方々のお話を直に伺う機会が多い方が良いでしょう。私たちの課題整理にもつながり

ますし、持株会社と事業の現場のコミュニケーションも深まるので、ぜひお願いしたいと思います。

— 2022年には取締役会の諮問機関としてサステナビリティ委員会が設置され、長谷川さんが委員長に就任されました。

長谷川:サステナビリティ委員会の設置は大きな変革でした。というのは、委員会で議論を交わすなかで当社が抱えている課題が明確になるとともに、自らを見つめ直すことで「次にいかに行動すべきか」も見えてくるからです。その課題解決の内容については、統合報告書などを通じて社員一人ひとりに知っていただき、「自分ごと」として捉えていってほしいと思います。

遠藤:自分たちの業務が社会課題の解決にどう貢献しているのか。サステナビリティとの関連をわかりやすく伝えることは、働く人のモチベーションアップにもつながります。例えば、経営陣が現場に足を運んでタウンホールミーティングを開いても良いでしょう。SDGsをテーマに、オープンな雰囲気のなかで意見交換できる場を設けるなど、対話の場を継続してつくっていくことが大事ですね。



人的資本を、ディーラービジネス変革の力に

——最後に、今後の日産東京販売ホールディングスへの期待とご自身の果たすべき責務についてお願いします。

長谷川: 今後、EV市場が中国など海外メーカーの参入で価格競争に陥った時、日本のメーカーは苦戦が予想されます。そこで大切なのは「日産東京販売のお店」という存在感をいかに打ち出すかです。例えば、クルマの“よろず困りごと相談所”のような、より身近な存在になっていくことが重要だと思います。また、人口減によってクルマの販売台数が減少するなかで、それを補う収益の柱も課題です。EVを蓄電池と位置付けて「一家に一台、蓄電池」を提案するなど、今までにない視点でビジネスを多様化していくことも必要ではないでしょうか。

さらに、組織を強くするためには社員が企業理念に共感し、アクションを起こすことが重要です。そのため社内と社外の役員で分担するなどして社員とのタウンホールミーティングなどの実施を提起していきたいと考えています。

小暮: 新・中期経営計画の初年度ということ言えば、まずは計画目標の達成に向けて取り組みを促進することが基本だと思います。そのためにはM&Aや他社との提携も視野に入れ、現在の事業とシナジーが生まれるような

新規事業開拓を検討すべきだと思います。

私自身の取り組みテーマとしては、やはり人的資本の充実です。ダイバーシティ&インクルージョンは一朝一夕には実現できませんが、極力スピードアップしていきたいと思っています。その際に大事なキーワードは「相互理解」です。多様な人財が集まる組織では、性別や国籍の違いのみならず、上司部下の関係においても、互いの人権を理解し合い、尊重することでコミュニケーションがより良くなり、ハラスメントの防止にもつながります。まずは受け入れる側である社員の理解を促進し、土壌づくりを進めていきたいと思っています。

遠藤: コミュニケーションの壁をなくせば組織は強くなる、ということです。経営と現場の距離が縮まりコミュニケーションが活発になれば、良いことも悪いことも、みんなで共有できる風通しの良い組織になります。そして、事業の成長を通じて社会課題の解決に貢献し、より良い社会づくりをめざす。そうした会社のビジョンを社員一人ひとりが「自分ごと」として捉えることが大切です。今後は、女性マネジメント層を厚くする施策も含め、現場の意見を経営に活かせる体制づくりが重要であり、そこに向かってお手伝いすることが私の役割だと思います。



コーポレートガバナンス

※記載内容は2023年11月30日時点のものです。

持続的な企業価値の向上を図るため、ガバナンスの強化に取り組んでいます

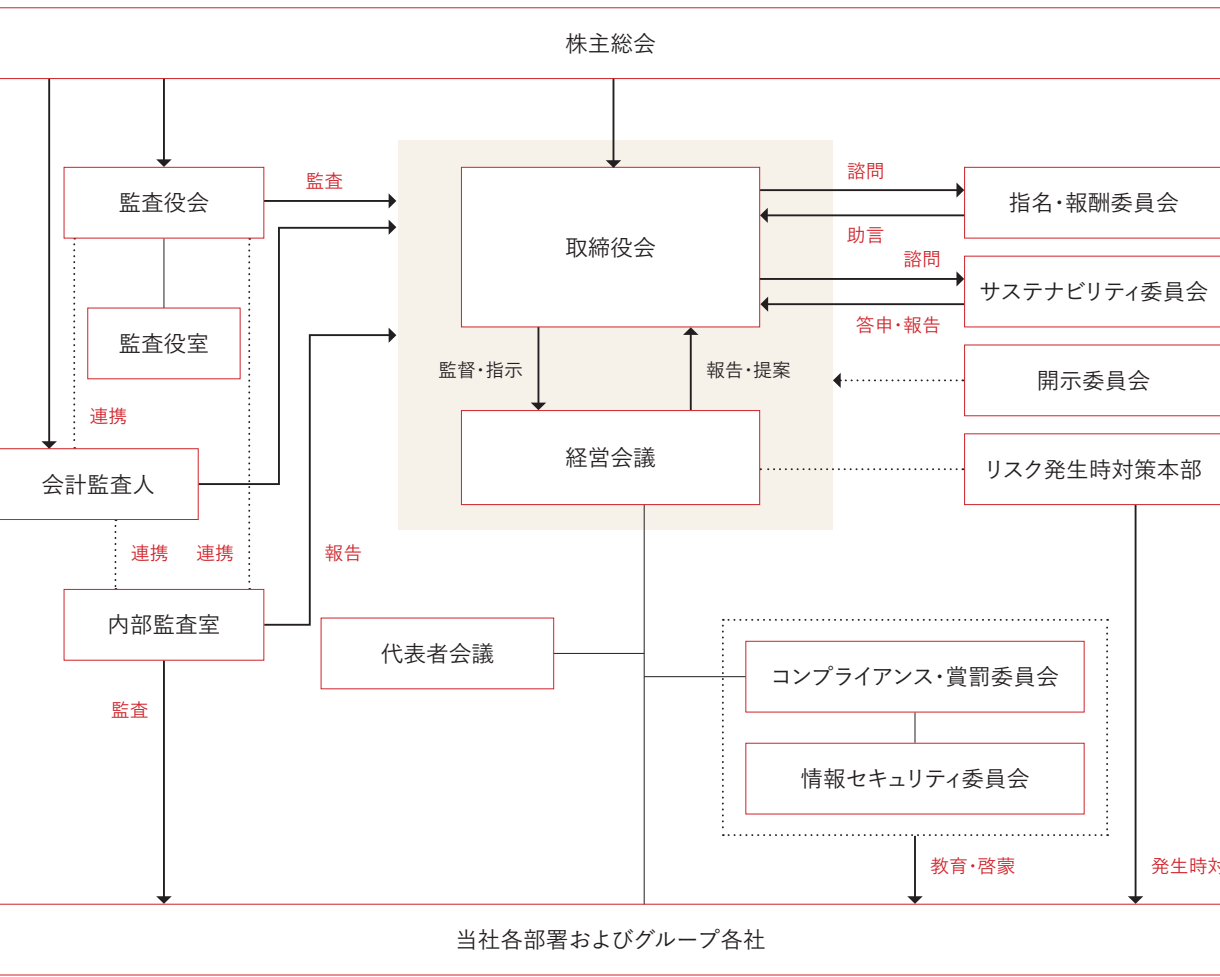
基本的な考え方

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。

コーポレートガバナンスの体制

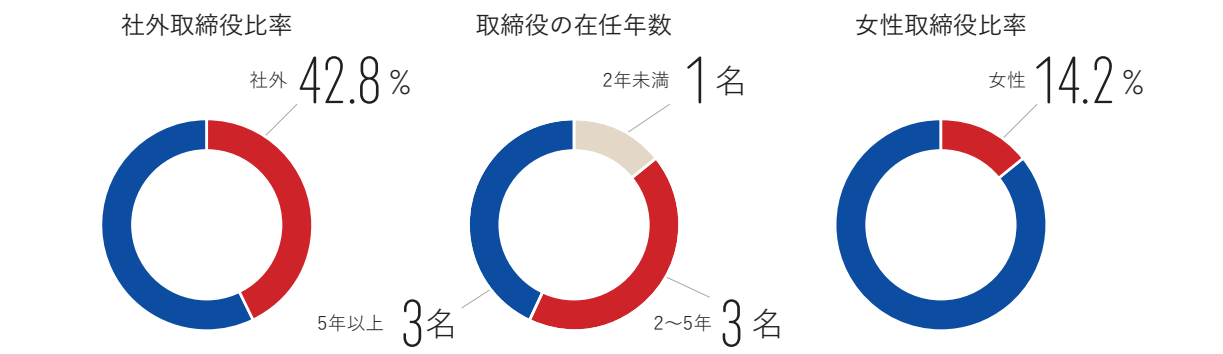
当社の機関設計は、牽制機能の実効性確保を目的として、取締役会から独立した監査役および監査役会が監査を行う監査役会設置会社を採用しています。

■体制図



■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(3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、2022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	11回	11回
外川 孝彦	4回	4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、人事関連などを定例の審議項目としています。加えて、2022年度は企業理念に関する事項、中期事業計画に関する事項、サステナビリティに関する事項、上場維持基準の適合に向けた計画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、過半数を社外取締役の構成とし、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。

2022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	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	1回	1回
植村 哲	2回	2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評価額に関する事項、役員報酬の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。

2022度は、サステナビリティ委員会を2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	2回	2回
石田 寛之	2回	2回
遠藤 健	2回	2回
小暮 恵理子	2回	2回
近藤 勝彦	2回	2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、統合報告書における開示内容およびTCFDへの対応の取組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、着実に実行できるだけの高い知識・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

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など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(独立社外監査役3名を含む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実施しています。

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、2022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	10回	10回
川口 正明	5回	5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、会計監査人の選定、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。

社長が指名・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等 ※2023年6月20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	○	8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業界への深い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ます。また、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おります。また、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おります。
長谷川 直哉	○	2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、高い識見と専門性を有し、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SDGs戦略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おります。また、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おります。
小暮 恵理子	○	1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を有し、また、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おります。また、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おります。
植村 哲	○	3年	東京海上日動火災保険(株)における企業経営者としての豊富な経験を有しております。これらを踏まえた識見に基づき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おります。また、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おります。
近藤 勝彦	○	17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おります。また、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おります。
山田 美代子	○	1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おります。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おります。また、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おります。

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うる報酬制度とする。
- 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。

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。取締役会是指名・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に一任する旨の決議を行い、決定しています。

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)と売上・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)	98	62	36	4
監査役 (社外監査役を除く)	2	2	-	1
社外役員	25	25	-	7

(注) 1.上記の表は2022年度の実績となります。
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おりません。
3.上記の支給人数には、2022年6月23日開催の定時株主総会終結の時をもって退任した取締役1名(うち社外取締役0名)および監査役1名(うち社外監査役1名)を含んでおります。
4.成果・業績連動報酬には、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14百万円が含まれております。

取締役会の実効性評価

2023年3月から4月にかけて、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、運営および資料等について「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。

当社取締役会は、取締役会が適切に機能しており、おおむね良好であると評価しております。前年度の評価において改善すべき事項として挙げられた、中期経営計画策定における多角的な経営論議、サステナビリティの視点・人的資本投資の視点を取り入れた経営論議の充実については、一定程度取り組みを実施していると評価いたしました。また、以下の点を新たな課題として認識を

共有しました。

- (1) 資本効率や株価収益性の観点での深度ある経営論議を図ること。
- (2) 人的資本投資を含むサステナビリティに関する重要課題解決に向けた経営論議の充実を図ること。

上記の課題を踏まえ、取締役会において経営論議を行い、資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた取り組みやサステナビリティに関する取り組みを進めています。



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ことを目的として、必要に応じて講習を行います。
- ③ セミナー・講習などの機会提供・費用負担
東京証券取引所が推奨する役員向けのeラーニングをはじめ、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・監査役に適合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。

株主・投資家とのコミュニケーション

2022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

「日産東京販売ホールディングス企業倫理規程」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・監査役等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、「日産東京販売ホールディングス企業倫理規程」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。

役員一覧

取締役

竹林 彰 代表取締役社長



1982年4月 日産自動車(株) 入社
2003年4月 (株)日産サティオ島根 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)
2019年6月 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)

石田 寛之 取締役



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)

米澤 領一 取締役



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)

町田 修一 取締役



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)
当社 取締役(現)
2019年6月 日産ネットワークホールディングス(株) 取締役(現)
2021年6月 鹿児島日産自動車(株) 取締役(現)
2022年4月 日産自動車(株)日本ネットワーク本部副本部長(現)
2023年4月 日産福岡販売(株) 取締役(現)

遠藤 健 社外取締役



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(現)
SOMPOホールディングス(株)
介護・シニア事業 オーナー執行役(現)

長谷川 直哉 社外取締役



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(現)
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)

小暮 恵理子 社外取締役



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

植村 哲 常勤監査役



1982年4月 日動火災海上保険(株) 入社
2002年4月 同山口支店長
2004年10月 東京海上日動火災保険(株)
関西業務支援部次長 兼 人事総務グループ参事
2006年7月 同神戸中央支店長
2010年7月 同401k事業推進部長 兼
営推企画グループリーダー
2013年7月 同理事 横浜ベイサイド支店長
2015年4月 同執行役員(横浜ベイサイド支店長委嘱)
2018年4月 同常務執行役員
2020年3月 フジコビアン(株)取締役(監査等委員)(現)
2020年6月 当社 社外監査役(常勤監査役)(現)

近藤 勝彦 監査役



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
2006年6月 当社 社外監査役(現)

遠藤 雅之 監査役



1978年4月 日産自動車(株) 入社
2008年4月 日産プリンス西東京販売(株) 取締役
2010年4月 近畿日産(株) 執行役員 管理本部長
2012年4月 同常務執行役員営業本部長
2014年4月 東京日産自動車販売(株) 常務取締役
2018年4月 同監査役
2021年6月 当社 監査役(現)

山田 美代子 監査役



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)シーズズパートナーズ 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(現)
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)

■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	植村 哲	常勤監査役	男			●	●			●		
	近藤 勝彦	監査役	男		○						●	●
	遠藤 雅之	監査役	男			●	●			●		
	山田 美代子	監査役	女			●		●	●			

主要な財務・非財務データ

(単位:百万円)

財務データ	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3
売上高	155,988	144,204	145,807	149,525	152,023	155,801	153,147	140,443	138,378	137,659
売上総利益	38,236	34,320	34,686	35,127	35,085	34,916	34,735	32,302	32,793	33,544
売上総利益率(%)	24.51	23.80	23.79	23.49	23.08	22.41	22.68	23.00	23.70	24.37
販売費及び一般管理費	31,806	30,239	30,467	30,098	30,468	30,194	30,384	28,857	28,386	27,145
営業利益	6,430	4,080	4,219	5,029	4,616	4,721	4,350	3,445	4,407	6,399
営業利益率(%)	4.12	2.83	2.89	3.36	3.04	3.03	2.84	2.45	3.18	4.65
経常利益	5,696	3,534	3,602	4,475	4,061	4,292	4,024	3,101	4,188	6,090
親会社株主に帰属する当期純利益	4,687	5,195	3,392	3,990	2,187	2,728	2,246	1,638	2,100	3,261
包括利益	5,144	5,758	464	5,407	2,878	2,018	1,760	4,586	2,287	3,578
営業活動によるキャッシュ・フロー	11,502	11,015	8,959	11,774	12,506	12,466	11,345	11,368	11,460	3,095
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 6,224	△ 7,629	△ 9,424	△ 7,897	△ 11,677	△ 13,541	△ 9,971	△ 6,648	△ 2,749	△ 3,816
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,121	△ 3,187	△ 2,437	△ 31	228	1,020	△ 3,405	4,209	△ 3,484	△ 3,468
現金及び現金同等物期末残高	8,406	8,612	5,330	9,175	10,233	10,179	8,147	17,078	23,305	18,116
純資産	27,442	32,566	32,718	37,648	39,983	41,418	42,727	47,022	48,312	51,010
1株当たり純資産	399.60	475.73	478.20	551.16	583.66	603.00	619.80	682.10	703.87	741.38
1株当たり当期純利益	70.45	78.34	51.14	60.22	33.00	41.12	33.89	24.74	31.67	49.17
1株当たり配当(内1株当たり中間配当額)	5.00	4.00	7.00	8.00	8.00	8.00	4.00	4.00	8.00	15.00(5.00)
自己資本比率(%)	36.5	40.8	42.0	43.3	44.2	45.2	47.8	47.6	49.2	56.4
自己資本利益率(ROE)(%)	20.4	17.9	10.7	11.7	5.8	6.9	5.5	3.8	4.6	6.8
総資産利益率(ROA)(%)	6.5	6.7	4.5	4.7	2.5	3.1	2.6	1.7	2.2	3.7
D/Eレシオ(倍)	0.17	0.07	0.02	0.04	0.07	0.12	0.14	0.24	0.12	0.07
株価収益率(PER)(倍)	5.2	3.6	5.4	4.1	13.0	7.1	6.3	10.5	7.2	7.0
株価純資産倍率(PBR)(倍)	0.9	0.6	0.6	0.4	0.7	0.5	0.3	0.4	0.3	0.5
配当性向(%)	7.1	5.1	13.7	13.3	24.2	19.5	11.8	16.2	25.3	30.5
株主総利回り(%)	285.5	274.8	248.3	197.7	141.5	89.9	89.0	104.7	63.6	89.5
設備投資額	889	3,330	2,922	2,444	3,119	5,214	2,475	1,564	1,804	1,955
減価償却費	2,832	3,144	3,275	3,388	3,549	3,541	3,743	3,542	3,161	2,635

非財務データ	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3
従業員数(名)	3,059	3,013	2,970	2,950	2,897	2,844	2,896	2,915	2,877	2,644
外国籍社員数(名) ^{※1}	-	-	-	-	-	-	-	-	65	77
新卒採用者数(名) ^{※1}	93	71	85	105	132	103	86	115	111	80
キャリア採用者数(名) ^{※1}	19	24	16	14	8	10	21	15	3	0
男女賃金格差率(%) ^{※2}	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72.3
女性管理者比率(%) ^{※2}	-	2.1	2.1	2.1	2.1	2.6	2.0	2.3	2.5	2.8
男性労働者の育児休業取得率(%) ^{※1}	-	-	-	-	-	-	6.2	4.7	0.0	5.8

※1 日産東京販売(株)のデータ

※2 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

(2023年9月30日現在)

会社概要

設立	1942年11月16日
資本金	13,752百万円
従業員数	(単体)47名／(連結)2,853名
本社所在地	東京都品川区西五反田4-32-1
URL	https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/

グループ会社一覧

■自動車関連事業

日産東京販売株式会社	新車販売・中古車販売、整備事業・周辺商品
ルノーNT販売	ルノー車販売・整備 ※日産東京販売(株)内のバーチャルカンパニー
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
株式会社車検館	ノンブランドによる車検・整備
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
エヌティ陸送株式会社	車両物流・登録業務
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

■その他の事業

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
発行済株式総数	66,635,063株
株主数	12,063名
上場証券取引所	東京証券取引所 スタンダード市場
証券コード	8291

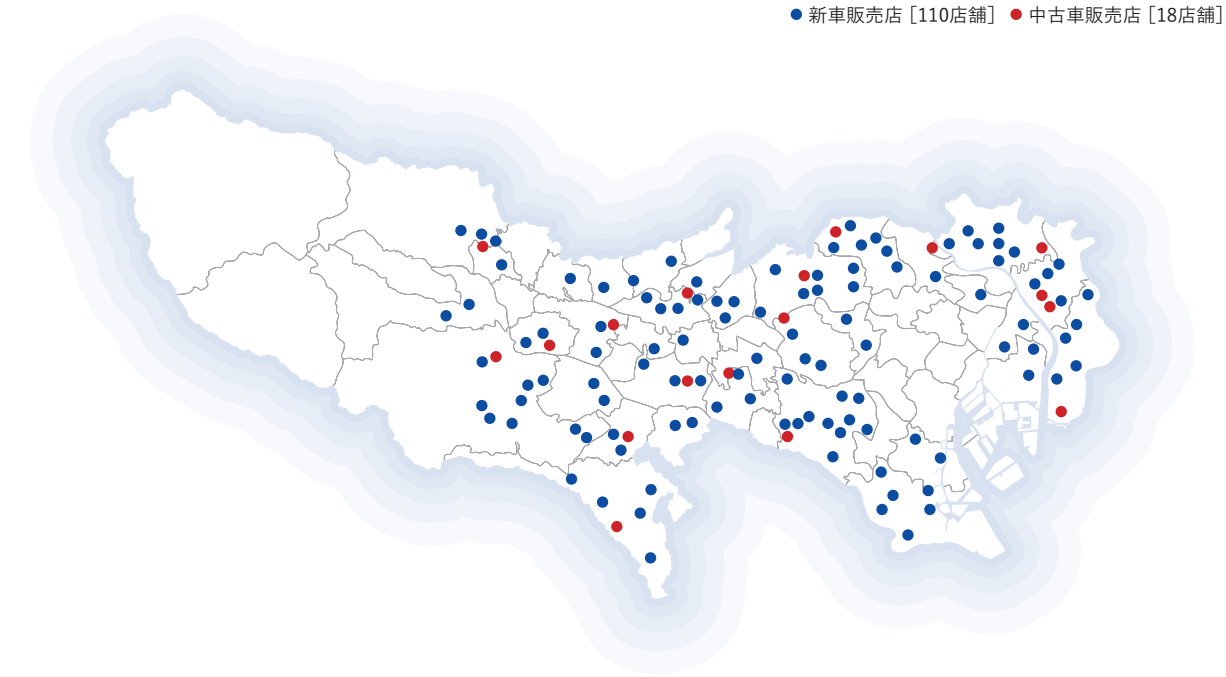
■大株主

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
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,843	4.27
三井住友海上火災保険株式会社	2,620	3.93
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD ISG (FE-AC)	1,836	2.75
株式会社アルファ	1,343	2.01
株式会社太洋商会	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	1,112	1.67

(注)持株比率は自己株式(56,097株)を控除して計算しております。

店舗ネットワーク

(2023年12月1日現在)



●新車販売店

葛西店	板橋店	成城店	府中店	八王子松枝橋店
江東店	板橋中台店	成城砦店	府中西原店	八王子高倉店
江戸川店	板橋本町店	上野毛店	国分寺店	大和田店
墨田菊川店	環八板橋店	駒沢店	調布多摩川店	八王子めじろ台店
亀戸店	高島平店	鮫洲店	府中白糸台店	八王子東浅川店
墨田店	練馬北町店	新車のひろば目黒店	稲城店	八王子みなみ野店
江戸川中央店	成増店	池上店	多摩センター店	新小平店
江戸川小松川店	谷原店	雪谷店	多摩ニュータウン店	小平BS前店
小岩店	谷原笹目通り店	大森店	ニュータウン堀之内店	東村山秋津店
環七小岩店	練馬店	大森中店	堀之内駅前店	東村山店
葛飾店	中野店	大田店	多摩境店	東大和店
葛飾金町店	中野坂上店	蒲田店	本町田店	新車のひろば村山店
葛飾立石店	荻窪店	関町店	町田鶴川店	青梅中央店
足立店	大泉店	調布つつじヶ丘店	忠生公園店	青梅店
足立加平店	浜田山店	新車のひろば三鷹店	町田南店	青梅新町店
竹ノ塚店	杉並店	三鷹店	昭島店	羽村産業通り店
西新井鹿浜店	烏山店	武蔵野店	拝島橋店	あきる野店
西新井大師店	環七世田谷店	田無店	立川サンシャインパーク店	あきる野引田店
千住店	太子堂店	田無西原店	立川店	ルノー世田谷
西新井店	上馬店	久留米店	日野店	ルノー練馬
荒川店	桜新町店	小平花小金井店	百草園駅前店	ルノー小平
王子店	世田谷店	小金井店		ルノー八王子
				ルノー稲城

●中古車販売店

ピースステージ新小岩	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
ピースステージ葛飾立石	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
ピースステージ葛西	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
ピースステージ足立	ピースステージ成城	U-Carひろば多摩店	
カーポート鹿浜	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/>