



Integrated Report 2025

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



〔 大切にしている価値観 〕

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
そのために何が出来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、
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

1 企業理念・大切にしている価値観／

目次・編集方針

3 社長メッセージ

8 PART 01

わたしたちの価値創造ストーリー

9 あゆみ

11 ビジネスモデル

13 強み

15 価値創造プロセス

17 創出する価値

19 PART 02 成長戦略

20 中期経営計画

22 電動化リーダー

23 安全・運転支援技術

24 モビリティ事業

25 特集：グループ会社の取り組み

27 財務・資本戦略

30 PART 03 経営基盤

31 持続的成長に向けた重要課題 (マテリアリティ)

33 人材戦略

35 人権の尊重と人的資本の充実

40 気候変動への対応

43 安心・安全な社会の実現

45 地域社会への貢献

47 PART 04 経営体制

48 取締役対談

52 コーポレートガバナンス

59 役員一覧

61 財務・非財務ハイライト

63 主要な財務・非財務データ

65 会社情報

本誌のポイント

● P3-7

社長メッセージ

2024年度の業績を振り返るとともに、中期経営計画の進捗状況と中長期的な価値創造の観点から、今後注力すべき取り組みについて語っています。

● P25-26

特集：グループ会社の取り組み

当社グループ全体で企業価値の向上をめざし、グループ各社の連携強化や各取り組みについて紹介しています。

● P33-34

人材戦略

持続的な成長をめざし、事業活動の根幹を担う人材の強化に向けた取り組みと人事担当役員としての想いを語っています。

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)およびそのグループ会社

報告期間

2024年4月～2025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。

世の中の変化に対応した
新たなモビリティの可能性を追求し、
持続的な成長を実現していきます



代表取締役社長

竹林 彰

TOP MESSAGE

2024年度を振り返り、
所感をお聞かせください

収益性を維持し、

過去2番目の

営業利益となりました

まず業績面を振り返りますと、売上高、営業利益などの主な経営指標は、年度当初の業績予想の水準は達成できており、おおむね順調な一年間だったと捉えています。中期経営計画にも掲げている投資戦略は、店舗ネットワークの刷新やDX推進を目的とした投資を前倒して実行してきました。結果として減価償却費は増加しましたが、より早期の投資効果の刈り取りをめざします。また、採用強化や待遇の改善など、人的資本への投資も積極化しています。

主力である新車販売の売上高は、当該年度が新型車投入の端境期だったことや、前年度の納車集中に対する反動などの影響で、やや減少しました。一方で、中古車販売や整備事業が堅調に推移し、グループ全体で事業ポートフォリオの最適化が進展しました。

中古車販売では、市場相場の高止まりを背景として販売単価が上昇し、加えて小売販売の比率を高めたことで増収増益となりました。整備事業においては、メンテンスバック会員が13万件を超えるなど、安定した整備入庫を支えるストック基盤の形成が進みました。このほか、グループ会社の車検館がリピート率向上と新規獲得の両面で実績を積み上げ、整備台数と営業利益が過去最高の水準となりました。

新車販売においても、高付加価値商品の販売比率向上に加えて、個人向けリース販売が順調に台数を増やしており、2024年度には5,200台を超えました。リースのお客様は、その商品設計上、3~5年後と短期間で新車へ乗り換える傾向が強く見られます。つまりリース販売の増加は、リピート顧客の基盤確保と、将来の需要創出につながっていくと予想しています。

全面刷新した企業理念の、
グループ内への浸透状況は？

直近のサーベイでは、

8割以上の社員が

企業理念を理解できています

東京エリアで事業を展開してきたディーラー3社の経営統合によって日産東京販売を設立した翌年の2022年度に、企業理念を刷新し、「大切にする価値観」を新たに策定したわけですが、最も肝心なことは、当社グループとしてめざすべき方向や大切にすべき価値観を、全員で共有することです。この3年間は、社員参加型のワークショップを通じて、理念を認知し理解を深めてもらう取り組みを進めてきました。2024年11月に実施した企業理念サーベイでは、8割以上の社員が企業理念を理解しているといった結果が出ました。約3,000名の全社員が理念に基づいて行動できる状態になっていることが理想ですが、それに至るにはかなりの時間を要します。まずはしっかりと共有し、理解できている状態に近づいている——このことを前向きに捉えたいと思います。

次のステップとして重要なのは、理念や価値観が社員の共感を得て、行動変容につながっていくこと。これを重視しながら、さらに取り組みを継続していきます。



撮影場所：日産東京販売 八王子店

中期経営計画は、前半の2カ年が終了しました。重点施策などの進捗をどのように捉えていますか？

中期経営計画で掲げる目標の

早期実現に向けて、

打つべき手を打ってきました

中期経営計画前半の2年間は、「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つの重点施策が順調に進捗していると認識しています。

「電動化リーダー」は、2026年度までに電気自動車（EV）の販売台数10,000台/年、電動車の販売比率90%以上という目標を掲げて、販売現場における提案活動に取り組んでいます。EVの累計販売台数は2024年度に1.6万台に到達し、東京都内のマーケットで日産車はEV販売シェア首位を維持しています。日本国内では2025年度以降、各社が新型EVを積極的に投入する計画を明らかにしています。近い将来、EVはお客さまにとって当たり前の存在になっているはずです。「EVだから」選ぶのではなく、あくまで自動車の魅力の一つとして選ばれるようになるでしょう。そもそも当社は、競合他社に先駆けて2010年からEVを販売しているパイオニア的な存在であり、国内最大の市場である東京エリアで、EV販売のノウハウや整備技術を15年にわたって磨き上げてきた実績があります。他社に先駆けて取り組んできたこの強みを十分に活かすことで、EVを含む電動車販売を牽引するリーダーとして、事業規模をさらに拡大できると確信しています。

お客さまの快適なカーライフをサポートするうえで、最も大切な要素は安全性です。クルマの安全が高いレベルで確保されているからこそ、私たちはお客さまに「安心感」と、ワクワクしながら運転していただける「体験」をご提供できるのです。このような考えに基づいて、重点施策の二つ目に掲げる「安全・運転支援技術」では、整備体制の強化と、お客さまへの説明内容のブラッシュアップに努めてきました。日産の主要車種[※]ラインナップのうち、97%に標準装備、またはオプション設定されている先進運転支援システム「プロパイロット」によって、事故の発生率は年々減少傾向にあります。当社で日産車を購入され

たお客さまの対人事故発生率は年々低下しており、他社のクルマを含む東京都全体での発生率と比較した際の差は際立っています(>P23)。これからも、進化を続ける先端技術を搭載したクルマの提供によって、お客さまの安心・安全なカーライフに貢献してまいります。

ここまで述べた「電動化リーダー」「安全・運転支援技術」を推進するうえで大きな役割を果たすのが、三つ目の重点施策である「モビリティ事業」です。なかでも「個人リース」は、その商品特性によりおよそ7割のお客さまが3年程度で新車に乗り換える傾向が見られます。新車に買い換える周期は通常7～8年程度ですから、リースが促す代替サイクルの短期化は、最新の安全・運転支援技術を搭載したクルマにいち早く乗り換えていただく機会を提供することと同義だと言えるでしょう。2024年度に、個人リースの当社保有台数は1.6万台となり、早期代替需要による整備・保険などのストック収益がますます拡大しています。重点施策の一つとしてモビリティ事業を伸ばさせながら、お客さまには最先端技術による「安心感」を提供することで、Win-Winの関係をより強固にしていきます。

2023～24年度の2年間は、中期経営計画の後半で成長を加速させるための“種まき期間”として、打つべき手を打ってきました。「4年間で計300億円以上」を計画していた成長投資のうち、効果を発揮するまでに一定の期間を要する店舗ネットワークの整備や設備機器の更新などを前倒しし、前半の2年間で223億円の投資を決定しています。今後はDX推進や人的資本への投資にもいっそう力を入れ、生産性の向上につなげていきます。

※ EV3車種およびe-POWER車5車種

より中長期的な未来を見据えて、必要なことは何でしょうか？

世の中の変化に合致した

事業構造の変革と、

AIの活用が急務です

現在の自動車産業は、急激な技術革新や自由貿易体制の変容によって、不確実性がいっそう高まっています。だからこそ、「自分たちの未来は自分たちで決める」とい

う姿勢の真価が問われていると思っています。未来に向かってモビリティの進化を加速させ、自分たちの力で新しい時代を切りひらくために、あらゆる可能性を排除せず、今後は新規事業の創出も視野に入れていきます。

当社グループのビジネスモデルは、カーライフのワンストップサービスが特長ですが、並行して新規事業を創出するために、将来のモビリティ社会を見据え、さまざまな可能性を模索しています。私たちの社会は、人やモノが移動することで成り立っています。したがってモビリティ(=人やモノを移動させる能力と手段)は、これからも存在し続けます。とくに必要とされているのは、世の中の急激な変化に対応した新たなモビリティ関連事業・EV周辺事業です。グループ各社の長を活かしてシナジーの最大化を図り、私たちならではの新規事業を早期に確立したいと考えています。この目的のために、2025年4月には「事業開発室」を立ち上げました。既存事業に加えて、10年～20年先の新たな柱になり得るビジネスを展開することで、モビリティの進化を推し進めていきます。そしてこれらの事業を通じて、お客さまの笑顔あふれる未来と、社会課題の解決に資する価値を提供していく所存です。

また、今後はグループ各社の事業に、AIを積極的に活用していきます。AIが進化する速度は、私たちが現中期経

営計画を策定した時の想定をはるかに超えており、目覚ましいものがあります。グループ内で取り組んできたベストプラクティスの共有に加えて、顧客データや購買行動の高度な分析などにAIを駆使していきます。お客さまの多様なライフスタイルに合致した最適な提案ができるよう、営業部門の社員育成のためのロールプレイングや、前述した新規事業の模索にも、AIを活用できる余地があるはず

です。ただし、今後どれだけテクノロジーが発達しても、最終的にそれを使うのは人です。この点はブレないように目配りしていきます。前述した「大切にする価値観」も、そのすべては人が創出するものであり、人と人との信頼関係がベースになっています。したがって、人財の確保と育成には、今後も引き続き十分な資金と時間を投じていきます。なかでも、主体性と自発性を備えた人財の確保・育成に注力していく考えです。全社員がモビリティの未来を主体的に考え、自発的に行動できる集団になり、企業文化と思考・戦略を時代に合わせて変革していくことが、持続的に成長するための条件だと考えています。

もう一つ重視したいのは、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(DE&I)の観点です。当社グループには外国籍の社員が多く在籍しており、そのほとんどがテクニ



カルスタッフとして専門性の高い業務を担っています。そして女性社員も、着実に増加しています。企業理念と価値観を追求し、新しい時代を切りひらいていくうえで、さまざまな違いを持つ人々がグループ内に存在することは非常に大きな強みになるでしょう。これからも、業界におけるDE&Iのモデルケースとして、年代や性別・国籍の枠を超えたコミュニケーションを図りながら、多様な視点で物事を捉え、相互理解を深めていきます。

ステークホルダーへのメッセージをお願いします

人々が笑顔になる

社会の形成に、深く関与できる

企業グループをめざします

2025年度は中期経営計画の3年目であり、前半の2カ年で展開してきた重点施策と戦略投資による“種まき”を明確な成果に結びつける、すなわち“育てる”ことに軸足

を置いた、きわめて重要な年になります。まずは、各々の施策に紐づいた成長戦略とDX推進、人的資本の充実に向けた取り組みを加速させ、最終年度における定量目標の達成をめざします。これらの施策に真摯に取り組むことで、事業の持続的な成長につなげていきます。なかでも人的資本への投資は、将来の収益を生み出すためにも不可欠であり、現場力の高度化やグループの未来を担う人財育成を軸とした包括的な取り組みを、計画的・継続的に推進していきます。

私たちが2022年に取りまとめた「大切にしている価値観」の一つに、「働く仲間も笑顔に」を掲げています。「働く仲間」とは、当社グループの社員のみならず、取引先を含むすべてのステークホルダーを指しています。すべての方々が笑顔になる社会の形成に、深く関与できる企業グループでありたいと思っています。そして、「自分たちの未来は自分たちで決める」という強い意志を持って新時代を切りひらき、持続的な成長を追求していきます。これからの日産東京販売ホールディングスに、ぜひご期待ください。

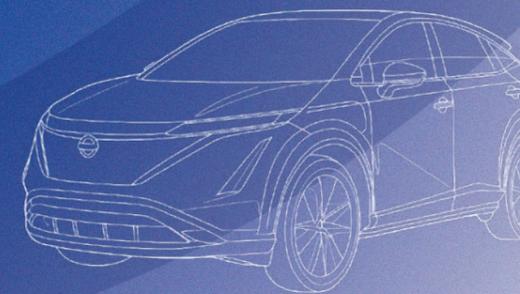


エクセレンスアワード2025(日産東京販売の優秀社員表彰式)での集合写真

PART 01

わたしたちの
価値創造ストーリー

- あゆみ 9
- ビジネスモデル 11
- 強み 13
- 価値創造プロセス 15
- 創出する価値 17



あゆみ

3社統合して資本を結集し、持続的

わたしたちは1942年の創業以来、東京都内を中心に、地域に根差したモビリティカンパニーとしてつねに進化を続けな
これまでのあゆみのなかで、時代の変化に対応しながら、グループ再編や統合などを通じて経営体制を見直し、収益力

な企業価値の向上を図る

がら、お客さまのカーライフを支え続けてきました。
の向上を図ってきました。今後も企業価値のさらなる向上をめざし、グループ全体で最適な体制を検討していきます。

1942 → 2010 経営統合まで

当社の前身である東京日産自動車販売(株)は、1942年東京府自動車配給(株)として創立しました。1961年に東京証券取引所第一部に上場し、1997年には自社開発の個人リース「P.O.P」を発売。2004年に持株会社体制へ移行し、(株)東日カーライフグループへ商号変更しました。日産プリンス東京販売(株)は、1947年に東京電気自動車(株)として設立し、同年には電気自動車(EV)の先駆けとなる「たま号」の販売を開始しました。日産プリンス西東京販売(株)は、2001年に設立。各社はそれぞれ、モビリティカンパニーとしての基盤を着実に構築してきました。

2011 → 経営統合後

当社は2011年、グループ再編により誕生し、東京日産、日産プリンス東京、日産プリンス西東京の3社による販売体制を確立しました。その後、EV「日産リーフ」やe-POWER搭載車「ノートe-POWER」、運転支援技術「プロパイロット」など、革新的な技術を搭載した車両を次々に販売し、着実に収益を伸ばしてきました。2021年にはグループ全体の経営資源を効率的に活用するため、3社を統合し日産東京販売(株)を設立。日産圏最大級の自動車ディーラーとなりました。

東京日産自動車販売(株)

1942年

東京府自動車配給(株)として発足

1946年

東京日産自動車販売(株)に商号変更

1961年

東京証券取引所第一部に上場

1997年

自社開発の個人リース「P.O.P」発売

2004年

会社分割により持株会社体制に移行し、(株)東日カーライフグループに商号変更

日産プリンス東京販売(株)

1947年

東京電気自動車(株)として設立
電気自動車「たま号」の販売開始

1954年

プリンス自動車販売(株)を設立

1968年

日産プリンス東京販売(株)を設立

2001年

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)日産サティオ東京と統合

2006年

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年

日産プリンス西東京販売(株)を設立

2006年

多摩地区の東京日産モーター(株)と統合

2011年
日産東京販売
ホールディングス(株)
誕生

2010年

業界初の量販型EV「日産リーフ」発売



2021年

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

2018年

「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



2023年

東証スタンダード市場へ移行

2022年

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EVラインナップが揃う



モビリティを中心に事業を展開し、

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

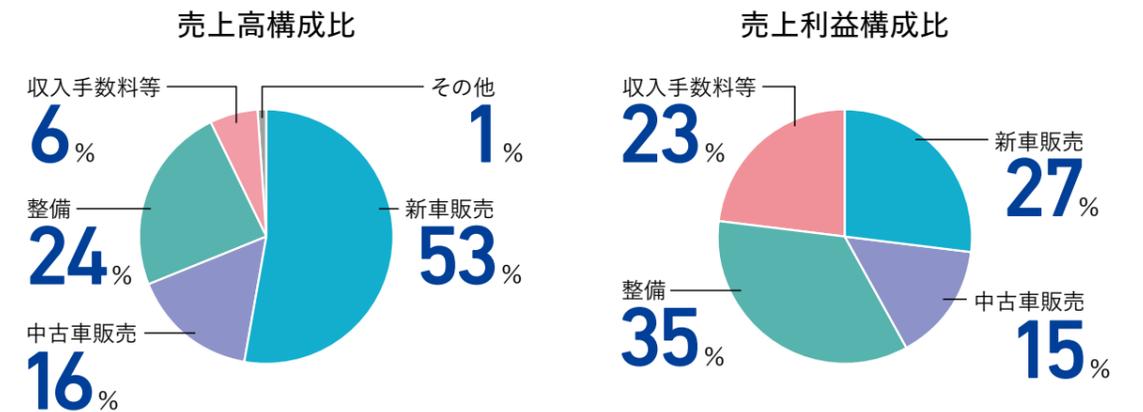


事業環境に合わせたポートフォリオを確立

数字から見るビジネスモデルの特長

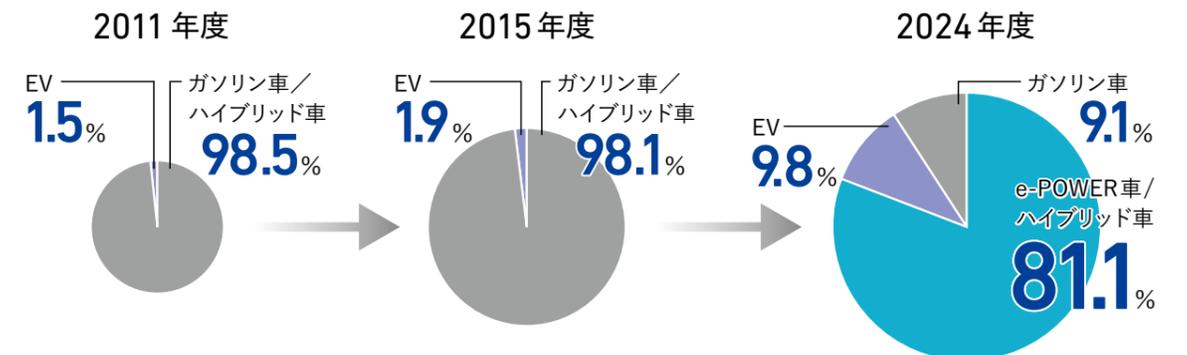
新車販売に加え、中古車販売、整備事業などで安定した利益を確保

当社の売上高構成では新車販売が半分以上を占めていますが、売上利益構成において最も高い比率を占めているのは整備事業で、全体の約35%です。景気変動の影響を受けやすい新車・中古車の販売台数に左右されることなく、整備事業や保険の収入手数料で安定した利益を確保できる事業ポートフォリオを確立しています。今後は、モビリティ領域における新規事業の検討を進めるなど、あらゆる環境変化に対応できるポートフォリオを追求していきます。



市場ニーズに応じた車種を販売し、安定したポートフォリオを確立

日産東京販売は、時代ごとの市場ニーズに応じて販売車種の構成を柔軟に変化させてきました。とくに、2010年代以降は環境意識の高まりを背景に、「日産リーフ」や「ノートe-POWER」など電動車の販売が伸長。2020年代には補助金制度の拡大も踏まえてEVを中心とした電動車の提案をさらに強化しました。今後お客さまのニーズや社会動向を踏まえた販売戦略を展開していきます。



強み

3つの強みとグループ間連携により

提供価値を最大化

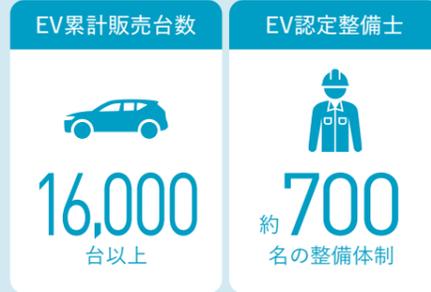
当社グループは、これまで長期にわたってさまざまな領域で事業を展開してきました。これまで培ってきた経験値やノウハウを活かし、グループ間の連携をよりいっそう強化しながら、総合モビリティ事業のフロントランナーとして走り続けます。

強み

1

EV販売のパイオニア

当社グループは、2010年に業界初の量販型EV「日産リーフ」を発売。以来15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。



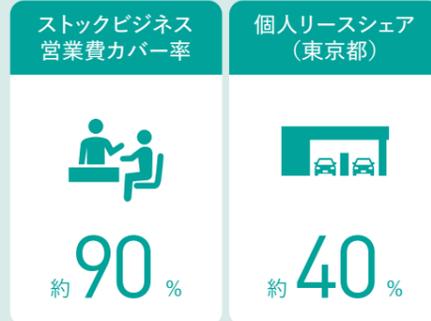
強み

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



強み

3

地域に根差した店舗ネットワーク

東京都内に101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21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



+

3つの強みと

「グループ間連携によるシナジー」で 総合モビリティ企業としての価値を創出

当社グループは、日産東京販売における新車・中古車販売および整備事業を中心に、8つの事業会社で構成しています。大規模な整備工場での納車前整備や高度整備をはじめ、車両の輸送、キャンピングカーの販売、マルチブランドの車検・整備、商事・営繕・保険・産業機械販売、タクシー事業と、モビリティに関連するさまざまな事業を展開しています。各事業会社の長をを活かしながら、グループ間の連携を強化することで、グループ全体の企業価値向上に取り組んでいます。



企業と社会の持続性を追求し、新

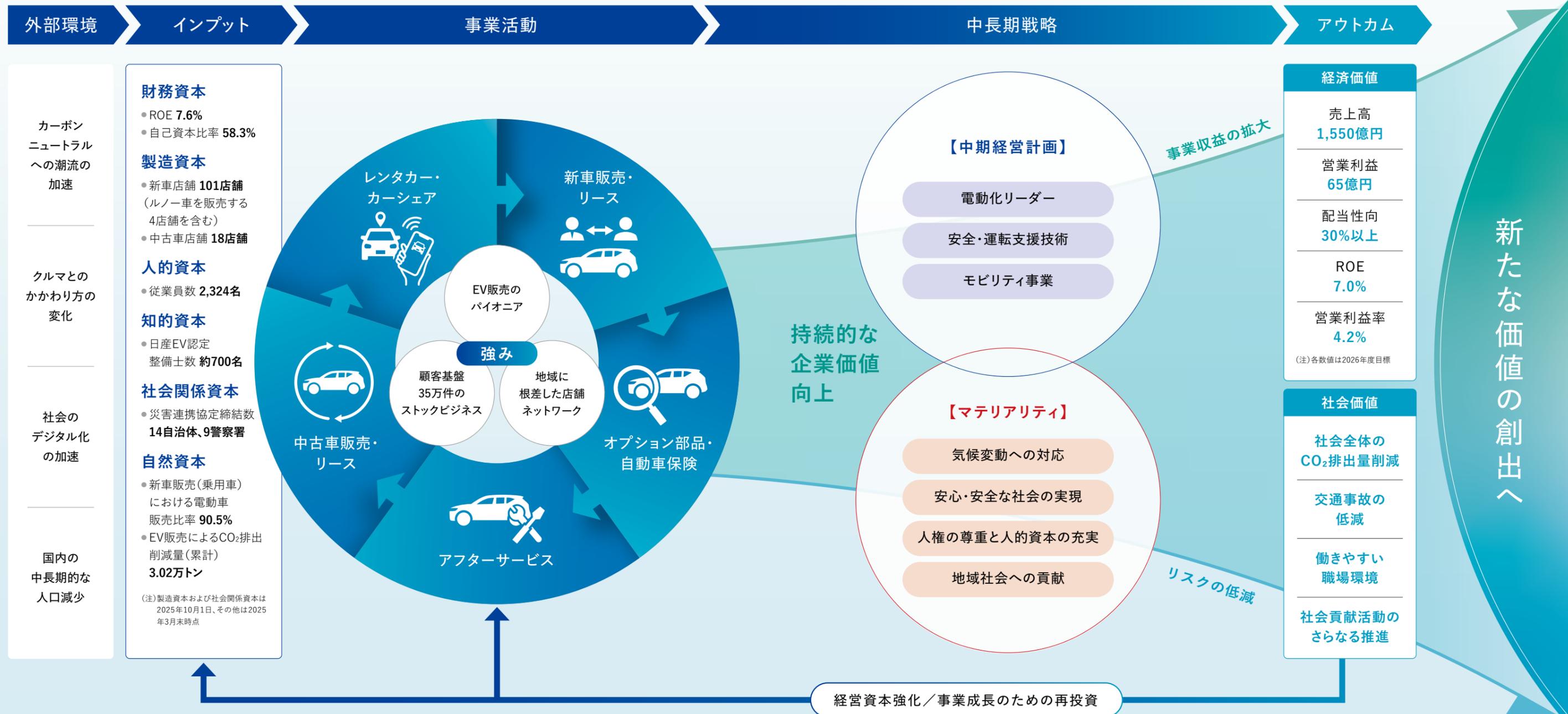
たな価値を創出

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



創出する価値

カーボンニュートラルに貢献する 店舗づくりを推進

エネルギーマネジメントシステムを導入し、店舗運営と地域の安心・安全に活用

日産東京販売 八王子店は、長年にわたって培ってきたEVのノウハウを活かし、地球環境への配慮と地域の安心・安全を支える店舗として、2025年3月にリニューアルオープンしました。最大のポイントは、先進的なエネルギーマネジメントシステムの導入です。店舗の屋上に最大出力550ワットのソーラーパネルを314枚設置しており、晴天時には店舗ほぼ1日分の電力を太陽光発電のみでまかなうことができ、余剰電力は使用済み「日産リーフ」のリチウムイオンバッテリーを再利用した蓄電池に蓄えて悪天候時や災害時のバックアップ電源として活用します。また、店舗が停電した場合は、EVからの給電を可能とするV2H (Vehicle to Home) システムを通じて店舗機能の一部を維持できます。

自社の環境対応に加え、地域貢献にもつなげており、

万が一地域において電力供給が途絶えた時は、店舗の蓄電池やEVを電力供給源として地域の皆さまをサポートします。また、水インフラの備えとして飲料水備蓄タンクを導入し、断水時に約100名が3日間安心して飲める水を確保しているなど、緊急時の一時避難施設としても利用いただける店舗となっています。



八王子店屋上のソーラーパネル

八王子店のエネルギーマネジメントシステム



社員の声

持続可能な社会をめざして 環境配慮と地域貢献を両立

八王子店は、環境への配慮と地域への貢献を両立する「未来型店舗」として設計しました。とくに力を入れたのは、太陽光による再生可能エネルギーと環境負荷を低減するEV技術の融合です。日産は、長年にわたって環境性能に優れたEVを販売してきました。関連する技術を数多く蓄積してきたからこそ、太陽光発電を最大限に活かすための蓄電池の設置やEVそのものを電力源として活用するなどの新たな価値を提供できます。

また、エネルギーマネジメントシステム、V2H、飲料水備蓄タンクといったシステムを一体化して運用することにより、万一の災害発生などの非常時に地域の方々の安心を支える拠点になることをめざしています。

今後も、環境対応と地域貢献の両立を図りながら、持続可能な社会の実現に向けた店舗づくりを進めていきます。



日産東京販売ホールディングス
ネットワーク・資産戦略部 部長
鈴木 猛

当社グループの
CO₂排出量 **1,250t** 削減

グループ全体で再生エネルギー 電力への切り替えを開始

当社グループは、脱炭素社会の実現に向けた取り組みとして、2023年4月よりグループ全体で再生可能エネルギー電力の導入を開始しました。初年度は、グループ全体の電力使用量のうち約15%を再生エネルギー電力に切り替えることで、年間約1,250トンのCO₂排出量を削減しました。

再生エネルギー電力は、環境負荷の低い天然ガス発電をベースに、再生エネルギー指定の非化石証書を組み合わせた実質的な再生可能エネルギー電力で、株式会社エネットより調達しています。環境負荷の低減に貢献するため、今後も導入比率を段階的に引き上げていく予定です。

当社グループは、気候変動への対応を経営の重要課題と位置付け、引き続きゼロ・エミッション車の普及や太陽光発電の導入など、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを積極的に進めていきます。

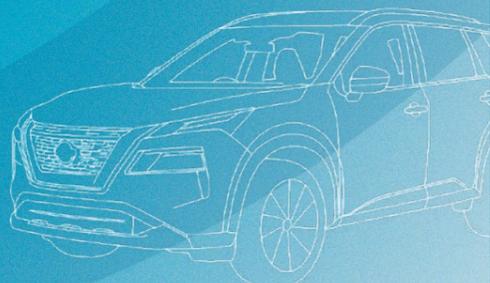


Enne Green®の提供証明書



PART 02 成長戦略

- 中期経営計画 20
- 電動化リーダー 22
- 安全・運転支援技術 23
- モビリティ事業 24
- 特集:グループ会社の取り組み 25
- 財務・資本戦略 27



中期経営計画

前・中期経営計画(2019年4月~2023年3月)の総括

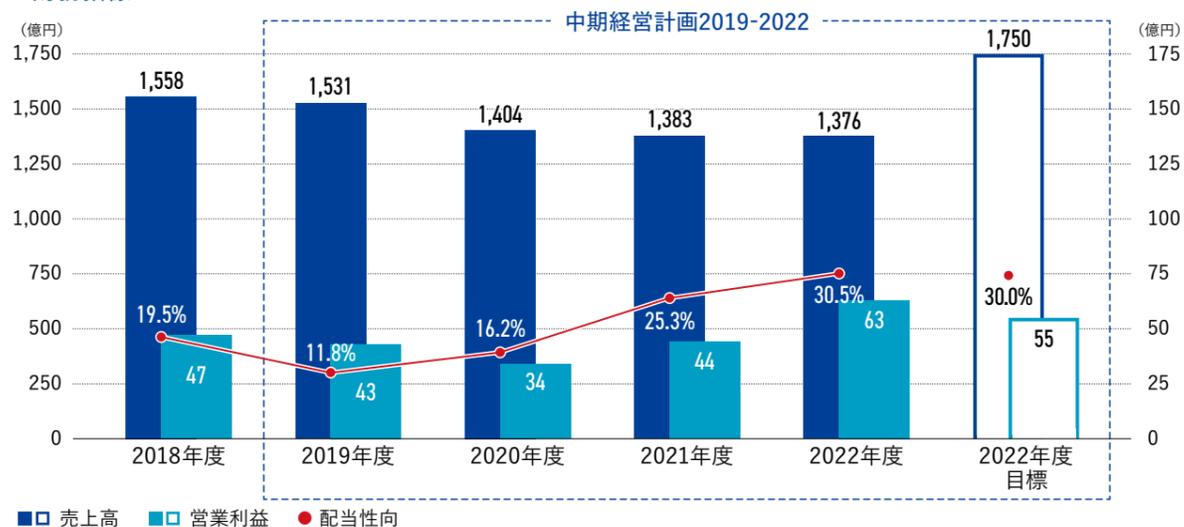
想定外の環境変化に対応すべく、収益力・効率の最大化に注力

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といった想定外の事態に直面しましたが、施策の優先順位を変更するなど、スピード感を持って実行しました。具体的には、強みである付加価値販売のカーライフ商品や個人リースの拡販強化のほか、3つの販売会社を統合して収益力、効率の最大化およびベストプラクティス共有化を加速。さらにVRやカーシェアリングを導入し、定量目標の営業利益55億円と配当性向30%を達成しました。

● 主な施策の振り返り

	主な施策	成果	課題
ベストプラクティスのさらなる徹底	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に貢献	DX推進による業務効率化／生産性向上
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トライアル導入による新しい商品体験の提供	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は対応できたが、引き続き検討
	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り収益力が向上	事業環境の変化を見据えた投資や事業規模の拡大を検討

● 財務指標



中期経営計画(2023年4月~2027年3月)の進捗

CASE*の潮流を捉え、事業成長に向けた取り組みを推進

現・中期経営計画期間は、CASEの潮流を捉え、当社グループの強みを活かしながらグループ各社で連携し事業成長をめざします。現中計では「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つの重点施策のもと、盤石な経営基盤をベースに4カ年で約300億円以上の投資を予定しています。最終年度である2026年度に向けて各施策は着実に進捗しています。

*自動車の新潮流である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

● 市場環境と取り組むべき課題

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
お客様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
お客様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	▶ P22
電動化リーダー	
02	▶ P23
安全・運転支援技術	
03	▶ P24
モビリティ事業	

● 非財務指標の推移

	2023年度実績	2024年度実績	2026年度目標
電動化比率	91.5%	90.9%	90%以上
CO ₂ 排出削減量	0.6万t	0.3万t	1.6万t

● 財務指標



重点施策

01

電動化リーダー



— 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

脱炭素に向けた社会の要請は、ますます高まっています。自動車業界にとっては、この要望に応える解決手段の一つが「クルマの電動化」であることから、EVを含む電動車の販売比率は中長期で拡大し続けると予測されています。こうした市場環境を踏まえ、当社グループはEV販売のパイオニアとして蓄積してきたノウハウと、充実した電動車のラインナップという強みを最大限に活かし、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。

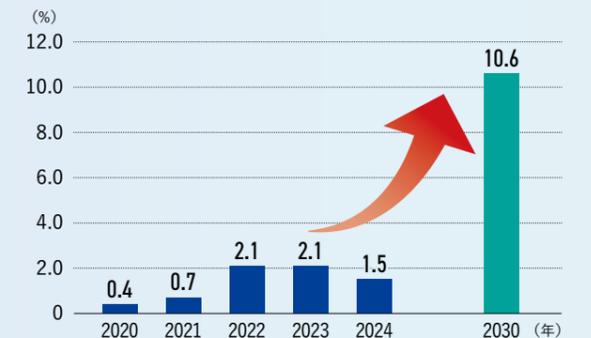
2025年度に取り組むこと

2025年度には新型「日産リーフ」や新型軽自動車「ルークス」、複数のマイナーチェンジ車など、ユーザー層ごとに最適化を図った新型車の発売を予定しています。このような商品ラインナップの拡充とともに、中期経営計画に基づく投資戦略によって進めてきた店舗ネットワークの刷新により、集客力の向上が期待できます。さらに、AIの活用による販売効率の向上といった効果も見込めます。こうした期待できる効果を最大限に実現し、ニーズの拡大が予測される電動車の販売最大化を推進します。

2024年度の振り返り

2024年度は、新型車発売の端境期であったことや前年度上半期にEVの登録が一時的に集中した反動などから、当社グループの新車販売台数は約24,000台(前年同期比9.0%減)となりました。こうした厳しい環境ではあったものの、電動化リーダーとしてEV4車種・e-POWER車5車種という充実した電動車ラインナップを背景にお客さまのニーズに沿った提案を徹底した結果、電動車販売比率は9割以上を継続し、収益確保とカーボンニュートラル社会の実現に向けた貢献を両立しました。

国内EV販売比率の推移



※ EV販売実績は一般社団法人日本自動車販売協会連合会、一般社団法人全国軽自動車協会連合会の統計データより当社にて作成
※ 2030年の予想はIEA(国際エネルギー機関)によるEVの予想値

安全・運転支援技術

— 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で、重要な要素の一つになっているのが高い安全性です。近年、クルマの運転支援技術は画期的な進化を続けています。当社グループでは、「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自動車の販売で安全の普及に努めるとともに、クルマの先進機能を支える整備事業でも、最新整備機器の導入や整備士の最新技術習得を支援するなど、万全の体制を構築しています。さらに、交通安全・防災への取り組みも実施し、安心・安全な暮らしができる社会をめざしています。

2024年度の振り返り

自動車の安全技術をリードする先進の運転支援システム「プロパイロット」は、日産が提供する主要車種の97%に標準もしくはオプションで装備されています。こうした商品を積極的に販売したことで、当社グループのお客さまにおける事故発生率は2023年度よりも減少傾向が加速し、お客さまの安心・安全なカーライフを支える基盤が着実に整いました。整備体制についても、ITを活用した車検システムの導入や整備士の採用・育成に注力したことで、整備品質と効率を一段と向上させることができました。

当社カスタマーの事故(対人)発生状況の推移



● 当社 ● 参考: 東京都全体(人身事故)

※ 当社取り扱い自動車保険のうち対人保険を使用した比率についてFY22を100とした場合の推移

※ [参考: 東京都全体(人身事故)]は警視庁HP公表のデータを元に当社にて作成

2025年度に取り組むこと

新型「日産リーフ」、新型軽自動車「ルークス」、複数のマイナーチェンジ車など新型車の発売にあわせて、「プロパイロット」など先進運転支援システムを搭載した試乗車を増強します。進化する運転支援技術を体感していただける機会を増やすことで、お客さまに安全なクルマに対する理解を深めてもらい、よりセーフティなクルマの普及に努めます。また、進化し続ける技術に対応した整備体制の構築も進めることで、安心・安全なモビリティ社会の形成に寄与します。

モビリティ事業

— 主な取り組み

- 個人リースの拡販
- レンタカー事業の拡大

マイカーリース ポップ(P.O.P)



since 1997



戦略概要

近年の自動車市場では、“所有から利用へ”の志向変化などから個人リース市場が毎年二桁成長を続けており、今後も拡大が予想されています。当社グループは1997年から個人リース「P.O.P」を販売し、多くのノウハウを蓄積してきました。さらにお客さまのニーズに対応した新リース商品も開発し、個人リースの販売シェアを伸ばしていきます。これによりストックビジネスの基盤を強化して安定収益の拡大に取り組めます。また、カーシェアリングやレンタカーの事業化・収益化にも注力します。

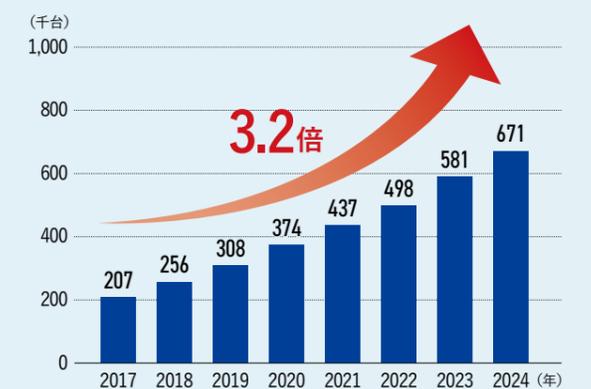
2024年度の振り返り

新たなモビリティの保有形態である個人リースは、当社グループが展開するビジネスのなかでも強みを持つ事業の一つです。当社の個人リースの保有台数は順調に増加し、2024年度末時点で16,000台となりました。保有台数の増加は早期買い替えサイクルの母集団が拡大することであり、将来を見据えた新車販売の機会増大につながると同時に、当社グループ利用の定着率向上にも貢献します。また、レンタカー事業は当社グループを整備で利用されるお客さまの継続入庫を安定基盤として、順調に成長しました。

2025年度に取り組むこと

個人リース市場は、新車の国内販売台数が前年比101%程度にとどまった2024年度でも、保有台数は同115.4%と躍進し、今後も二桁成長が予想されています。そこで当社グループでは、ベストプラクティスの共有など蓄積したノウハウをさらに活用することで、“東京都内個人リース販売シェアNo.1”のトップランナーとして、市場成長以上の販売拡大に取り組めます。また、レンタカー事業でも車両の増強と稼働率の向上を進め、35万件の顧客基盤を背景に事業規模の拡大を図ります。

国内個人リース車両保有台数の推移



■ 個人リース保有台数

※ 各年3月末時点の国内個人リースの保有台数

※ 一般社団法人日本自動車リース協会連合会データより引用

特集

グループ会社の取り組み

～グループ全体の価値向上にむけて～

当社グループは「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」という企業理念を共通の指針として、グループ全体の価値向上に努めています。グループ会社の取り組みやグループ間での連携についてご紹介します。



車検館

マルチブランドの車検に対応 日産の枠を超えたビジネスを展開

車検館は、国内外のメーカーを問わない、マルチブランドに対応した車検専門店です。東京・神奈川の直営9店舗と、埼玉・千葉のFC店を含めた10店舗で事業を展開しています。

当社ならではの特長といえるのが、車検や修理の見積もり提案から作業および完了後の説明までのお客さま対応を、すべて整備士が行っていることです。車検で入庫されると、お客さま立ち合いのもと車両をリフトアップしてタイヤを外し、クルマの状態を確認して見積もりを提示。2時間程度で作業を完了させます。こうした対応が好評でリピート率は上昇し、2024年度は86%に達しました。9月にはオリコン顧客満足度調査「関東」部門において、2年連続で第1位を獲得しました。

マルチブランドであることから入庫車両の割合は国内

販売シェアに近く、業績はメーカー動向に左右されることがなく、安定成長しています。また、新規店舗に日産東京販売の旧店舗を活用するなどグループ内のリソースを活かしながら、車検館をだれもが知るブランドに育て上げ、グループ価値向上によりいっそう貢献していきます。

当社は、社員が心身ともに健康で生きいきと働ける職場をめざし、健康経営に取り組んでいることも特長です。その成果として2025年6月、健康優良企業「銀の認定」を獲得しました。今後も健康経営に注力するとともに、最新設備への投資やDXを推進し、社員にもお客さまにも新たな価値を創造していきます。



株式会社車検館
代表取締役社長
佐藤 啓介

日産ピースフィールドクラフト

キャンピングカーの視点から モビリティの新たな可能性を模索・提案

日産ピースフィールドクラフトでは、日産車ベースのキャンピングカーを販売しています。複数のキャンピングカービルダーと協業し、製作したキャンピングカーを当社ブランドで販売しており、いわば“キャンピングカーのセレクトショップ”といった位置付けにあります。

当社が手掛けるクルマの特長は、日産ディーラーの関係会社として安全と品質、そして「くるま旅の楽しさ」を高いレベルでお届けすることを念頭に置いて製作している点です。オリジナルの良さを活かしながら大人4人が車中泊できるセレナのポップアップルーフや、キャラバンベースの本格的なキャンピングカーなど、若い方からシニアの方までご満足いただける幅広いラインナップをご用意しています。家族構成や使い方、予算なども含めお客さまごとに最適なクルマをご提案しています。

キャンピングカーの製作にあたっては、オリジナルのボディカラーへの塗装を、グループ企業であるエヌティオートサービスへ依頼しています。また、日産東京販売とは製作したキャンピングカーの販売をはじめ、当社で開発した車中泊キットを連携して販売するなど、従来のカーディーラー事業とは、ひと味違うモビリティの可能性を具現化しています。設立から31年、培ってきたキャンピングカー販売の知見と新たな発想でモビリティの新たな可能性を模索して提案を続け、グループ全体で新たな価値を創造していきたいと考えています。



株式会社日産ピースフィールドクラフト
代表取締役社長
金田 祐介

TOPICS 車検館 青梅店が新規オープン

2025年1月、日産東京販売の旧・青梅中央店を改装し、青梅店をオープンしました。同店では、整備士のお客さま対応や短時間作業といった当社の特長が好評で、紹介による入庫も増えています。今後も車検館らしさを徹底し、地域に愛される店舗をめざします。



車検館 青梅店

TOPICS 新発売のモデル2車種がSNSなどで好評

2025年1月、新モデル2車種を発売しました。「ブリランテ」は、50代以上のシニア層向けに快適さを追求したフラッグシップモデルです。「オアシス」は日常からレジャーまでマルチに使えるモデルで、30～40代のご家族を想定しています。YouTubeでは、動画公開から6カ月で再生回数48万回以上となっています。



日産ピースフィールドクラフトが販売する
キャンピングカー

財務・資本戦略

— MESSAGE

店舗やIT、人財への積極投資による収益力アップと魅力ある株主還元の両立によって、企業価値の向上をめざします

2024年度の業績総括と2025年度の見通し

新車販売は減少。 一方で、中古車販売と整備事業が伸長

2024年度の経営成績は、売上高が前年同期比4.9%減の1,416億円、営業利益は14.9%減の74億円、経常利益が11.9%減の74億円、親会社株主に帰属する当期純利益は41.2%減の43億円となりました。新車登録台数は、対前年度比9.0%減となっています。この要因は、2024年度が新型車投入の端境期であったことと、電気自動車(EV)補助金の関係から、前年度上半期にEVの登録が一時的に集中していたことが影響しています。一方、中古車販売においては、流通市場全体で在庫が不足傾向にあるなか、小売販売への注力による粗利確保に努め、過去最高の利益実績となりました。また、整備事業ではメンテナンス需要の着実な取り込みを継続した結果、増収・増益となりました。

コスト面においては、重要な経営資源である人財投資の一環として、引き続き待遇向上を実施しており、一人当たりの人件費は上がっています。このほか、積極的な投資を実行した結果、減価償却費等は増加した一方、店舗統合等の合理化によるコスト削減も図られ、ほぼ前年並みとなっています。

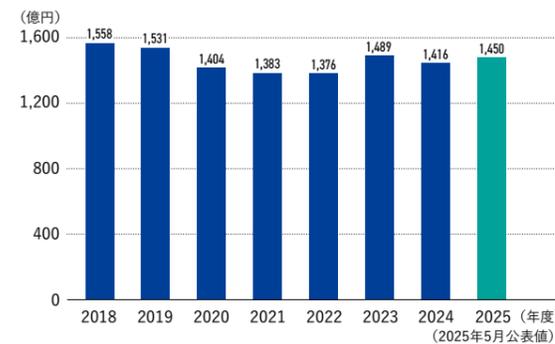
営業利益の74億円は、過去5年間の平均である54億円に対して、その水準を大きく上回っています。これは前年度に次ぐ過去2番目の実績であり、堅調さを維持しています。なお、当期純利益の減少については、2023年度に連結子会社を売却し、その売却益を特別利益に計上した一時的な要因によるものです。結果として2024年度の収益は、ほぼ年度当初の業績予想通りの結果となっています。

常務執行役員
関係会社管理部担当
財務部長
石田 壮

2025年度の国内新車需要は、車両供給の遅延解消や新型車発売によって、2024年度を上回ると想定しています。新型車2車種やマイナーチェンジ車の投入が予定されており、単価の向上も見込まれます。中古車販売市場は需給バランスの改善が進み、前年まで継続していた高水準の相場は緩やかに落ち着いていくと想定しています。一方で、新規店舗への設備投資の積み増しや、物価上昇によるコスト増を織り込んだ業績予想を立てています。当社グループ

プとしては、DXの推進による業務効率化や展示車・試乗車の最適配置、物流効率のさらなる改善などによって、コストアップを吸収していく考えです。ただし、社員の待遇向上や採用活動など、人的資本への投資は惜しみません。加えて、商談力の強化を図るために、AIを活用したシステム導入を進め、販売効率と受注率の向上により売上高の増加を図っていきます。

売上高



営業利益/営業利益率



投資戦略および配当方針

2カ年で、過去最大規模となる223億円の投資を決定

中期経営計画の4カ年で、当社グループは計300億円以上の投資枠を設けています。投資の対象は、持続可能な成長を支える基盤となる「既存ビジネス強化」「人財・DX」「新規事業参入・資本/業務提携」の3領域です。その原資となる資金には、資本効率の向上を念頭に、借入金も活用していきます。

中期経営計画期間内に明確な投資効果を得るために、2023～2024年度の2年間で、過去最大規模となる223億円の戦略的投資を決定し、実行に移しています。その主なものは、店舗ネットワークの刷新です。老朽化が顕著だった店舗の改装や、近隣店舗・小規模店舗の統合・新築移転を、合計11拠点で実施済みです。加えて、DX推進を目的としたIT投資、人財への積極投資を進めています。2025年度は、新築2店舗の竣工を予定しています。2025年4月には、新規事業参入・資本/業務提携を担当する「事業開発室」を新設し、中長期的な企業成長を見据えた投資も実施して

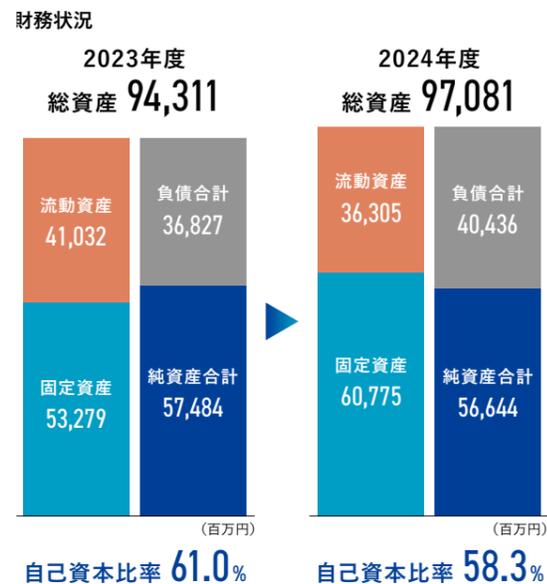
いきます。残り1年余りとなった中期経営計画期間で、さらなる事業規模の拡大をめざすため、当初に設定した300億円の投資枠に捉われず、迅速・果敢な意思決定を行っていきます。

株主還元については、事業拡大を目的とした原資として内部留保にも考慮しながら、安定的な配当を行うことを基本方針としています。2025年度の配当については、前年度と同額の年間24円の配当予想としています。前年度に実施している特別配当2円を除けば、実質的な増配となります。今後も成長に必要な投資を見極め、内部留保とキャッシュフロー、利益水準などを総合的に勘案したうえで、長期的な視点で年間配当を決定していきます。成長投資と魅力ある株主還元の両立によって、企業価値の向上をめざします。

2024年12月には、資本効率と株主価値の向上を企図して、発行済み株式の20%超にあたる売出しを実施し、700万株の自己株式を取得しました。その結果、配当と合わせ

た総還元性向は103.8%となり、自己資本比率は前期末に比べて2.7%減少(右図参照)しました。ここまで述べてきたように、成長投資とそのリターンによる株主還元強化のサイクルを持続させるためにも、自己資本比率は現状と同レベルの健全な財務基盤を維持する方針です。

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。そして中期経営計画の最終年度(2027年3月期)に、ROE7.0%以上という目標を掲げました。また、資産効率の指標には主にROAを用いて、中期経営計画最終年度に3.4%を達成する目標を掲げました。そして2024年度末の時点で、早くもこれらの定量目標を達成しました。今後とも継続的な資産・資本効率のさらなる向上に努めます。



さらなる企業価値向上に向けて

重点施策に沿って各事業を成長させ、PBRの改善に努める

日産東京販売ホールディングスの発足から15年目に入り、近年は安定した収益を背景に、財務基盤は盤石なものとなりました。債権者さま、株主・投資家の皆さまをはじめ、社外の方々の見方も大きく変化してきたと感じています。

一方、当社の企業価値を示すPBRは、現状では1倍を割り込んで低い水準にあり、早急な改善が必要だと認識しています。PBRはPER(株価収益率:将来の収益・成長期待)×ROE(自己資本利益率:資本効率性)に分解されますので、PBR1倍以上を実現するには、将来の収益・成長への期待とさらなる資本効率アップによる企業価値向上が市場から求められています。

中期経営計画の3年目にあたる2025年度は、これまで実施してきた店舗ネットワークの刷新に加え、DX推進、人的資本充実への投資、モビリティの変化を捉えた新規事業の立ち上げ、異業種企業との資本/業務提携なども視野に入れた投資を着実に実行して、事業領域の拡大をめざします。また、その投資原資の一部に借入金を活用することにより資本効率を高めてまいります。これらの取り組みを具体的に進めるために、事業開発室を新設して具現化を図っています。

加えて、株主還元の強化にも努めています。とりわけ、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションは、当社事業と株主還元方針の理解を深めていただくために重要な手段だと考えています。現在、IRレポートの発信や、公式サイト上の利便性向上、統合報告書の和英版での発行、取材対応の体制など、IR活動全般の充実を図っているところです。

2024年度は、IR担当役員およびIR担当部署によって、株主の皆さまを含む機関投資家との個別ミーティングを適宜実施しました。自動車業界の動向や当社の経営戦略、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、建設的な意見交換を行いました。今後は個人投資家や国内外の投資家の皆さまからのお問い合わせにも積極的に対応してまいります。財務面の価値向上の取り組みに加え、環境への対応をはじめとするサステナビリティに関する情報開示などの非財務面の価値を加えたものが企業価値の構成要素と認識しており、これらの取り組みの充実も図ることで、企業価値向上を図ってまいります。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。



PART 03

経営基盤

持続的成長に向けた重要課題(マテリアリティ)	31
人財戦略	33
人権の尊重と人的資本の充実	35
気候変動への対応	40
安心・安全な社会の実現	43
地域社会への貢献	45



持続的成長に向けた重要課題(マテリアリティ)

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。

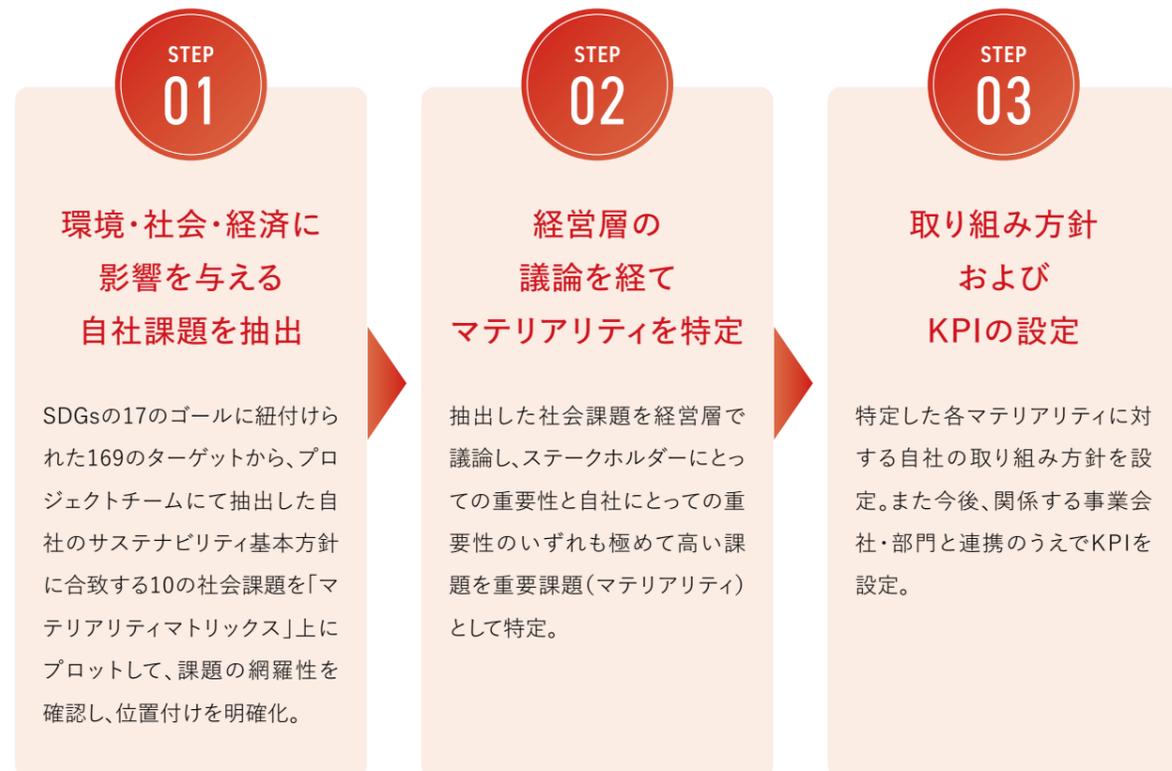
こうした考えのもと、当社グループは2021年12月に「サステナビリティ基本方針」を策定しました。

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。

マテリアリティ特定・KPI策定プロセス



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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 安全装備などの充実にもともなう車両の高額化による需要減 	<ul style="list-style-type: none"> 国内の人口減少にともなう、採用における競争の激化、採用数の減少 労働市場の流動性の高まりによる若年層の定着率低下 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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、社員のモチベーション・ロイヤリティの向上 	<ul style="list-style-type: none"> 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、優れた人材の確保
取り組み方針	リスク	<ul style="list-style-type: none"> 試乗車の増強、カーシェアリング/レンタカーの拡大、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 	<ul style="list-style-type: none"> 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高品質な整備力を維持・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 	<ul style="list-style-type: none"> DE&I方針に基づき、当社の理念、価値観にマッチする多様な人材を確保(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 	<ul style="list-style-type: none"> 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の一環として、東京都が推進する「TOKYOこども見守りの輪プロジェクト」に参加
	機会				

人財戦略

— MESSAGE

最も重要な財産である
「社員」の力で、
成長を加速させていく



常務執行役員
人事部、人財開発部、
法務・コンプライアンス部担当
田代 亘

本質的な「人的資本の充実」に向けて、社員の定着と生産性向上に取り組む

当社グループが取り扱うクルマやその周辺商品、アフターサービスなどをお客さまに提供しているのは人、すなわち「社員」です。従って、当社グループが事業活動を行ううえで最も重要な財産は「社員」であると考え、「人権の尊重と人的資本の充実」を重要課題（マテリアリティ）の一つに設定しています。人的資本を拡充させ、企業価値向上につなげることが人事担当役員としての私の使命であると認識し、適正な人員数を採用し、育成していくための取り組みを進めています。また、この取り組みをグループ全体でよりいっそう強化していくことを目的として、2025年4月、日産東京販売ホールディングスに人財開発部を設置しました。

まず、優秀な人財の獲得や定着に向けては、採用活動の強化はもちろんのこと、日産東京販売の入社5年目以内の社員を対象に、エンゲージメント調査を毎月実施してい

ます（>P39）。同社はグループのなかで最も新卒採用者が多い一方、入社後5年以内に退職する社員も一定数いることが課題でした。調査の結果から社員の状況を把握し、悩みや要望に応じて必要な支援や改善を行うことで、5年以内退職率は年々改善傾向にあります。

一方で、人財の定着の本質は、ただ「人数」を増やすことではなく、その「質」も考慮した「適正な人員数」を維持することにあると考えています。そうした考えから、社員一人当たりの生産性も重視し、DXを推進することで業務効率の改善も図っています。さらに、当社グループがめざす人財像として掲げる「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」を育成するべく、人財育成体系を構築し、各人のスキル習得状況や職務・役職に応じたさまざまな研修を実施しています。

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンをさらに進化させていく

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン（DE&I）の推進も、人的資本の充実に関わる重要なテーマです。これまで、当社グループは事業の特性上、女性社員が少ない

傾向にありました。しかし、顧客ニーズや社会課題が多様化するなかで、多様な視点を持って対応する必要があります。女性の視点も必要不可欠だと考え、女性社員の声が会

社や職場の運営などに活かされるよう、環境や制度の整備を進めています。

また、国内の生産年齢人口が減少傾向にあるなか、外国籍社員の存在も今後ますます重要になります。外国籍社員の存在感は年々増しており、2025年3月時点で80名が在籍しています。外国籍社員が働くうえで最大のハードルになるのは、コミュニケーションにおけるギャップです。そのギャップをなくすべく日本語や日本文化を学ぶ研修を実施しているほか、日本人社員向けにも異文化への理解を促す取り組みを行っています。以前は技術習得を主な目的に入社する外国籍社員が多かったですが、現在では日本でのキャリアアップをめざしたり、社内の技術大会で上

位の成績を収めたりするなど、言語の壁を越えて成長し、活躍する外国籍社員が増えており、非常に頼もしい存在になってきています。

こうした背景を踏まえ、今後グループ全体でさらにDE&Iを進めていくために、2024年度にDE&I方針を策定しました。この方針を全社員が正しく理解し、職場に浸透することが、多様な人財が国籍・性別・価値観などの違いを尊重し、互いに理解し、能力を発揮できる組織の醸成につながると考えています。さらに、多様性がもたらす新たな気づきや創造的な価値の創出が、当社グループの持続的成長につながると確信しています。

環境整備による好循環を、事業成長と企業価値向上につなげる

持続的に企業価値を高めていくうえでは、採用した社員一人ひとりが持っている能力を最大限に発揮できる職場環境をつくっていくことも重要です。設備の更新などハード面の整備だけでなく、ソフト面でも改善を図っていきます。具体的には、一人ひとりが意見を述べ、互いの考えを尊重しながら議論できるような心理的安全性の高い環境

をつくることで、社員のやりがいを引き出し、パフォーマンスの向上につなげていきます。そして、それによって会社の魅力も高まり、入社希望者が増える——この好循環をグループ全体で作ることで、さらなる事業成長と企業価値向上を実現していきたいと考えています。

「DE&I方針策定プロジェクト」メンバーのコメント



日産東京販売ホールディングス
人財開発部 主担
早乙女 浩美

部署横断プロジェクトで、社員一人ひとりが活躍できる職場づくりを推進しています

当社グループは2024年度、DE&Iの推進に向けて、「DE&I方針策定プロジェクト」を立ち上げました。このプロジェクトには、人事部をはじめとした多岐にわたる部署のメンバーが参加しています。私たちは、すべての社員が「企業理念」や「大切にしている価値観」に共感し、能力を最大限に発揮できる職場環境の実現をめざしています。

2024年度に策定した「DE&I方針」の社内浸透を図るとともに人事制度や育児・介護制度の見直し、働き方改革、女性や外国籍社員の活躍推進など、同方針に則った多角的な取り組みを進めています。こうした活動を通じて、当社グループ全体の持続的な成長と、社員一人ひとりの働きがいの向上を実現していきます。

人権の尊重と人的資本の充実

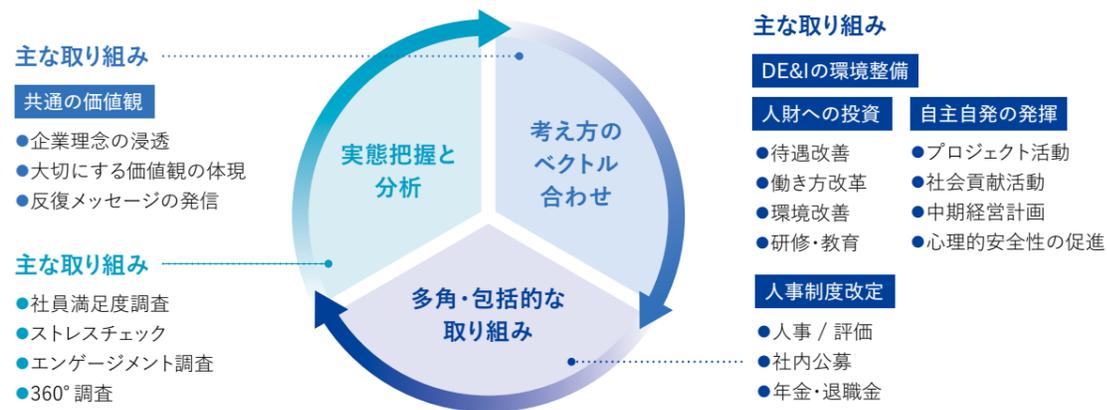


基本的な考え方

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で、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メンバー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延べ900名にのぼります。

さらに、このワークショップを受講した社員が中心となり、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し、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」の育成をめざし、各等級に求められる知識やスキルを習得するための人財育成体系を構築。2年に1度、対面研修へ参加する機会を設けています。

2024年度は、希望制の「チャレンジプログラム」や若手社員向けの「スマイル研修」などの集合研修のほか、企業理念の浸透を目的としたワークショップに全社員の約半数が参加し、個人や組織の成長に向け学びを深めました。

また、マネジメント能力強化を目的に、全店長・全工場長を対象とした研修を実施。人財育成の考え方や部下の成長を促す仕事の任せ方、チームを率いて成果を上げるためのマネジメントスキルを習得することで、時代に即したリーダーへの理解深化を図っています。

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

人財開発部長のコメント



日産東京販売ホールディングス
人財開発部 部長

小関 みさ子

企業理念に基づき、 グループ全体の人財力を強化していきます

人財開発部の主な役割は「採用」と「人財育成」です。2022年から本格的にスタートした研修は、社員の内面的成長(ソフトスキルの習得)を目的としたものとして、人財開発部が自らその内容を企画・運営しています。「全体のレベルアップを図る階層別」、「主体的に考え行動できる力を育むチャレンジプログラム(希望制)」、「次世代リーダー育成のための指名・推薦制」の3つを柱に、企業理念やめざす人財像をベースに、外部環境から求められることや社内課題の解決につながることに加え、自主性や社内コミュニケーション向上を重点にしたテーマで取り組んでいます。

これらの研修の成果として、特に若手の成長を実感しています。2025年度からは対象を当社グループ全社に広げ、より実効性の高い研修になるよう、プログラムの工夫にもさらに力を入れていきたいと考えています。めざすのは、「学び」を楽しみ、新たなことにチャレンジする人財の育成です。

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)

DE&I方針

私たちは、下記DE&Iの定義に基づく行動によって多様な人財一人ひとりが能力を最大限に発揮することで、当社グループの企業理念「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」、および8つの大切にしている価値観「お客さまを笑顔に」「働く仲間も笑顔に」「チームワーク」「プロフェッショナル」「チャレンジ」「考えながら動く」「地域との共生」「社会的責任」を体現し、持続的な成長をめざします。

本方針は、当社グループで働くすべての仲間に適用します。また、グループ各社は本方針の実現に向けて具体的な取り組みを推進します。

当社グループにおけるDE&Iの定義

ダイバーシティ(多様性)

一人ひとりが個性を認め合い、尊重することです。

ここでいう個性とは、性別、年齢、人種や国籍、障がいの有無、性的指向、宗教、信条、価値観、キャリアや経験、雇用形態、働き方、家族など、あらゆる違いを指します。

エクイティ(公平性)

一人ひとりの状況に応じた公平な機会を提供することです。

それは一人ひとりの個性や状況に応じて、学ぶ機会や、公正に処遇されるような評価制度など、環境を整備することです。

インクルージョン(受容性)

一人ひとりが個性を受け入れ、持てる力を最大限に発揮することです。

企業理念の体現をめざし、ともに走り続けたいと願う一人ひとりが主体的に参加し、言うべきことを言い合える状態です。

当社グループは、心理的安全性が確保されている組織風土のもと、一人ひとりが自主・自発的に能力を最大限に発揮できるよう、2024年度に「DE&I方針」を策定し、DE&Iの理解・浸透に取り組んでいます。

日産東京販売では、2025年3月時点で80名の外国籍社員が主に整備士として活躍。上位等級に昇格して、さらに高いレベルの業務や後輩指導にチャレンジしている社員が年々増えています。

2022年度から外国籍社員を対象に、日本語学習支援のための研修や職場のマナー研修を実施し、語学力の向上および日本文化への理解促進に取り組んでいます。また、主体的な学びを支援する取り組みとして、希望者に対し日本語学習のeラーニングを展開。2024年度からは、外国籍新入社員に対して新たに日本語・異文化研修も導入しました。さらに日本人社員に対しても、「異文化理解&コミュニ

ケーション研修」を実施しています。コミュニケーション能力向上と相互理解を促すことで、お互いを尊重しながら成長できる、働きやすい職場環境の整備や企業風土の醸成を進めています。

また、多様なお客さまのカーライフを支えるためにはさまざま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。性別にかかわらず、誰も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「2025~2029年度 女性活躍推進法に基づく行動計画」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職場環境づくり、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。

2025~2029年度 女性活躍推進法に 基づく行動計画

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:44.4%(2024年度末時点)

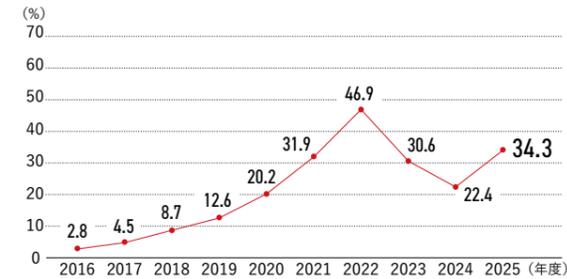
※女性社員の割合は、13.8%(2024年度末時点)

02

女性管理職を5年間で5名登用する
計画策定時:女性管理職 17名(2024年度末時点)

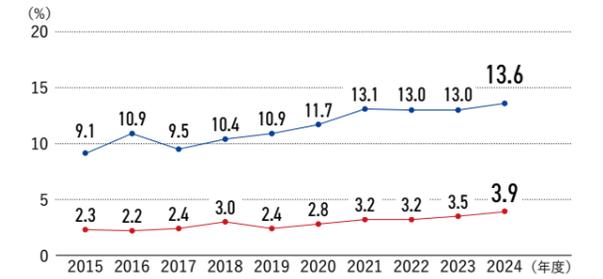
※女性管理職候補群(課長補佐)の在籍は、72名(2024年度末時点)

採用における外国籍社員比率



(注)日産東京販売の各年度4月1日時点のデータ

女性社員比率/女性管理職比率



(注)日産東京販売ホールディングスおよび日産東京販売の合算データ

社員インタビュー



日産東京販売
駒沢店 テクニカルスタッフ
ソ リンリン テツ

日本語を学び続け、夢に向かって挑戦しています

2022年4月に入社した当初は、日本語がまだ十分に理解できず苦労しましたが、自分なりに勉強を続けました。その結果、日本語能力試験で最も難易度が高いN1レベルに、3度目の挑戦で合格できました。

仕事をしながら勉強を続けるのは大変でしたが、当社のeラーニングのおかげで、自宅で毎日少しずつ学ぶことができました。とくに、動画での文法解説はわかりやすく、とても役立ちました。勉強を重ねたことでお客さまとの会話も以前よりスムーズになり、コミュニケーションがとりやすくなったと実感しています。今後は、習得した日本語能力を活かし、メカニックの資格取得にもチャレンジしたいと考えています。

働きやすい職場環境づくり

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環境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^{※1}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職場環境整備を進め、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、営業スタッフは、お客さまへの提案活動を円滑にするため、タブレット端末を活用しています。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職場環境づくりに注力しています。

※1 当社グループを退職した方を再雇用する採用制度

男女別の育児休業取得率^{※2}

	2022年度	2023年度	2024年度
男性	5.9%	9.1%	13.3%
女性	100.0%	114.3%	120.0%

※2 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

育児休業取得者インタビュー



日産東京販売
八王子東浅川店 係長 サポートスタッフ
樽本 陽子

仲間に支えられ、安心して育児に専念できました

私は2023年3月から1年2カ月間、育児休業を取得しました。子育てに専念できる、本当に良い制度だと感じています。長期間仕事を離れることに不安もありましたが、職場の仲間が「しっかりフォローする」と言ってくれたことで、安心して休みを取ることができました。

職場復帰後も充実したフォロー体制があり、子どもの急な体調不良などの際にも柔軟に対応していただける環境が整っています。子育てしながらでも安心して働ける職場だと実感するとともに、仲間の存在にも心から感謝しています。

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、複数の調査を実施しています。

その一つである「社員意識調査^{※3}」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^{※3}」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。

※3 「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

気候変動への対応



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

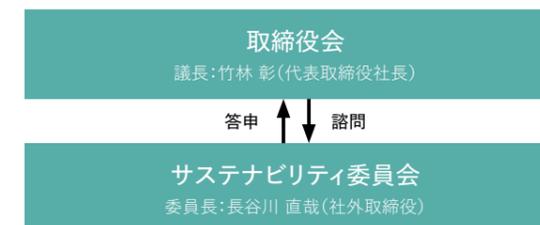
当社グループの重要課題の解決に向けた取り組みを着実に推進し、中長期的な成長力および持続可能性を向上させるとともに、事業を通じて持続可能な社会の実現に貢献することを目的として、2022年9月に社外取締役を委員長とするサステナビリティ委員会を設置しました。

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(温室効果ガス)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

※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

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。

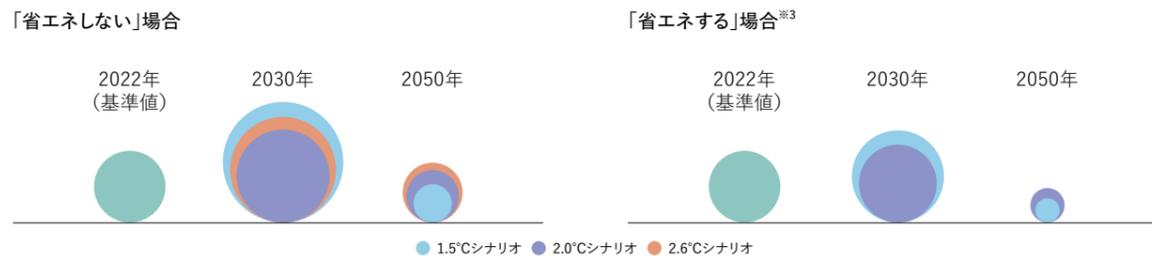
分析の結果、当社グループ事業の将来想定に基づいて、炭素価格負担やエネルギー負担による財務影響は限定的であることが確認できました。

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のが理由です。

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°Cシナリオ		4.0°C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（2024年度）
EVの年間販売台数	10,000台	2,182台
乗用車における電動車販売比率	90%以上を維持	90.5%
EV販売によるCO ₂ 排出削減量	1.6万トン ^{※6}	0.3万トン ^{※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

日産東京販売ではEVを含む電動車の普及に向けた取り組みに加え事業活動においてもGHG排出量を削減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。

安心・安全な社会の実現



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。当社グループでは、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。日産東京販売は、2010年の初代「日産リーフ」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。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。

また、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。

当社グループはこれからも、つねにお客さまの期待を超える高品質な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、日産東京販売の営業スタッフ（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。2024年度は38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、2024年度は116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。2024年は、「全国日産サービス技術大会」の予選である「首都圏ブロック大会」が開催され、当社グループは準優勝を果たしました。2025年の

全国大会においても、日産販売会社117社の頂点をめざします。



全国日産サービス技術大会(首都圏ブロック大会)



日産ウイナーズコンベンション

営業スタッフのコメント



日産東京販売
八王子店 主任 カーライフアドバイザー
大塚 統弥

より多くのお客さまに安全なクルマをお届けするため個人リースを提案します

サブスクリプション型の個人リース「P.O.P」は、新車購入時の多額の初期費用が不要で、かつ残価を考慮してリース料が設定されているので、気軽に始めることができるというメリットがあります。もう一つの大きなメリットが、契約から3年以降は、また新たな新車に乗り替えることができるという特約があることです。最短3年という早いサイクルで新車に乗り替えることで、つねに最新の安全装備の恩恵を受けられます。「P.O.P」のお客さまを増やしていくことで、安心・安全なカーライフの輪を広げていきたいです。

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

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、営業スタッフ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努めています。これにより、個人リース車両の

保有台数は2024年度末時点で1.6万台を超え、高い新車販売効率の母体となる顧客基盤は拡大を続けています。

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た研修も実施しています。これにより、適正な保険募集につなげるとともに、ロールプレイングによる保険商品の提案力向上を図っています。

今後もこれらのサービス向上にむけた取り組みをさらに強化していく方針です。

地域社会への貢献



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「大切にしている価値観」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。

当社グループでは、これまで事業における特徴・強みを活かしてさまざまな社会貢献活動を実施してきました。東京都内に広がる店舗ネットワークを活用した「TOKYOこども見守りの輪プロジェクト」への参画や、EVを電源とした防災やお祭りなどの地域の安心・安全に寄与するさまざま

なイベントへ参加してきました。今後も「社会貢献推進プロジェクト」の活動を通じて、当社グループの強みを地域社会の利益に還元する取り組みを継続していきます。

「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14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2025年9月時点で83店舗に配備しています。

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。



TOKYOこども見守りの輪プロジェクト

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。



保育園児の工場見学の様子

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。

大学での出張講義

当社では大学の要請に応じて、企業研究をテーマとする講義などに、当社グループの幹部社員を講師として派遣しています。2025年7月に行われた講義では、事業モデルや企業理念、サステナビリティに関する取り組みなど、当社が企業活動を通じて社会に提供している価値を紹介しました。“現在進行形”の生きた事例として学生の研究材料に活用されています。



講義の様子

「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、自社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。

地域の防災イベントに参加

2025年4月に、東京都三鷹市・小金井市・武蔵野市・西東京市による合同防災イベントに参加しました。EVによる給電のデモンストレーションのほか、パネル展示も実施し、災害などによる大規模停電時のEVの有用性をアピール。移動手段としてだけでなく、「有事の際に有用なバッテリー」としてのEVに対する認知を拡大することにつながったと考えています。

今後も、当社グループとして、同様の活動を推進していきます。



小金井フェスティバルコートでの防災イベントの様子



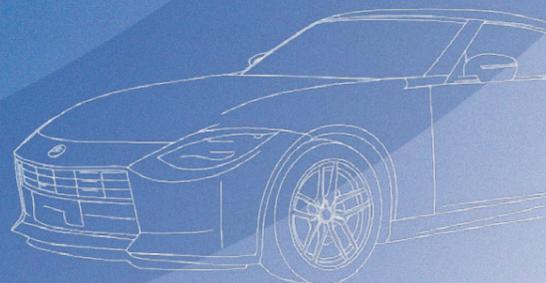
PART 04

経営体制

取締役対談 48

コーポレートガバナンス 52

役員一覧 59



取締役対談

新任取締役が加わった

経営体制で経営基盤を強化し、

持続的な成長を追求する



取締役 専務執行役員
菊池 毅彦

社外取締役
長谷川 直哉

2023年度にスタートした4カ年の中期経営計画は、折り返しとなる3年目を迎えました。3つの成長戦略に沿った取り組みは順調に進捗している状況ですが、ここではより長期的に企業価値を向上していくために、今の当社が取り組まねばならない優先事項、重視すべき経営基盤、事業成長に不可欠な点などについて、社外取締役と新任取締役が意見を交換しました。

新任取締役に期待すること

Q：2025年6月に、菊池専務執行役員が取締役に就任しました。これまでの主なキャリアと、これから果たすべき役割についてお聞かせください。

菊池 私は日産自動車に入社後、主にセールス&マーケティング領域で新型車発売やプロモーションに携わってきました。米国や中国での業務に加え、日本や韓国では販売会社の社長職も経験しました。2020年に当社入社後、経営企画部で企業理念の刷新や中期経営計画の策定・推進を担ってきました。

現中期経営計画の後半2カ年は、既存事業の強化はもちろん、事業の多角化や、将来の成長エンジンになり得る新規事業の開発・準備を加速させる必要があります。私は主に、これらの新しいチャレンジを牽引していく役割を担っています。そのために、2025年4月には「事業開発室」という新組織を立ち上げ、自ら管掌しています。

長谷川 菊池さんはメーカーと販売会社のビジネスを経験されており、海外市場でもさまざまなキャリアを積んでこられた方です。今後、当社が事業をダイナミックに進化させ、自分たちの力で新しい時代を切りひらいていくうえで、菊池さんの豊富な経験と多様な視点はとても貴重であり、

きわめて大きな役割を果たされるはずですが、とくに、現在の日産東京販売ホールディングスは、事業ポートフォリオを再構成する転換期に差し掛かっています。10年後、20年後にどのような事業構造に転換していくか、今が非常に重要な時期なので、この過程で強力なリーダーシップを発揮されることを期待しています。

菊池 複数の国でさまざまな経験をしたことは、新規事業の開発を担ううえで大いに役立っていると感じます。社会の潮流や顧客ニーズの変化に対応しつつ、私たちの強みを活かす案を練る際は、当社グループの“現在地”だけでなく、モビリティ産業全体を俯瞰して捉えるようつねに心掛けています。

長谷川 当社は社内外取締役の間の溝が浅く、一定の緊張感を保持しつつも、良い関係を築いています。菊池さんはフランクに話せる人柄なので、社外取締役から見て相談しやすい存在ですね。

企業価値を高めるために

Q：当社の企業価値を向上していくために、今必要なことは何でしょうか？

長谷川 当社グループの潜在的な能力については、ステークホルダーの皆さまの理解を深める余地があると感じています。単に“東京で日産車を販売しているディーラー”だと認知されている方々が、まだ多いのではないのでしょうか。しかし実際は、整備やリース、カーシェアリング、タクシー事業や営繕・保険など、実に多様なモビリティ関連のビジネスを展開しています。グループ各社が手掛けるこれらの事業と、近い将来に立ち上がる新規事業群を統合的に運営すれば、大きな相乗効果を生み出すことが期待されます。すでにあるEV販売ノウハウなどの強みに、このグループシナジーが加わることで、稼ぐ力と成長スピードが格段に向上すると見ています。つまり、企業価値を上げられるポテンシャルが十分あるのに、ステークホルダーの皆さまの理解が深まっておらず、株式市場における当社の評価には、さらなる向上の余地があると思います。

私は以前からこのような問題意識を持っていたので、自らが委員長を務めるサステナビリティ委員会で下図のような考え方を提案しました。この図は、企業価値向上に資する戦略およびマテリアリティを、成長の原動力である「稼ぐ



力」と、成長を支える「基盤」という2本立てで表したものです。この2つを統合し、一つのストーリーとして伝えていくことが、ステークホルダーの皆さまからの理解を獲得するために有効だと考えます。経営の基盤にあたる部分には、

企業価値向上につながるマテリアリティの示し方



4つのマテリアリティとともに、人財をはじめESGへの取り組みに不可欠な要素と体制を記載しています。これらをかかして稼ぐ力、すなわち中期経営計画の実践と達成に結び付けていくかが、今問われています。その道筋をきちんと立てて、世の中へ積極的に発信するべきでしょう。

菊池 昨今、企業が取り組むべき課題は実に多様化しています。ここ数年の当社を振り返ると、成長機会と収益の向上に直結する事業戦略を優先してきたのも事実です。しかし、長谷川さんからの提案によって、既存ビジネスに非連続な変革を起こし、新しいチャレンジを進めていくためには、ESGを含む経営基盤の強化が不可欠であることを、改めて強く気づかされました。

Q：経営基盤のなかで、とくに重視しているものは？

菊池 人的資本です。人財は、当社が持つ3つの強み（→P13）の源泉であり、企業価値向上のベースになっています。私たちは人財の力を核に据え、販売現場での対応力やサービス品質の向上に、地道に取り組んできた経緯があります。近年は、モビリティ市場の変容に対応し競争優位性を維持するため、人的資本の強化策を取締役会で継続的に議論しています。

長谷川 菊池さんと同様、私も「人」を重視しています。クルマという商品さえあれば、事業が成り立つわけではありません。商品の魅力はもちろん、安全・運転支援技術がもたらす価値や、整備・部品交換の必要性を、お客さまに安心・納得していただけるようわかりやすく伝える役割を担う人財が現場を支えています。だからこそ、お客さまからの信頼を獲得できているのではないのでしょうか。

一方で、今の現場に足りない要素はDE&Iです。自動車ディーラーには、女性の活躍推進や女性管理職比率の向上が期待されています。女性社員はこの10年で増加傾向にありますが、女性管理職比率の少なさが課題です。一方、外国籍の社員は着実に増加し、その多くは高い技術レベルが求められる業務に就いて活躍されています。グループ全体を俯瞰すれば、人財の多様性はまだまだ高め

る余地があるでしょう。

菊池 現在、採用の門戸を広げるなど、多様な人財が活躍できる環境づくりを着実に進めています。DE&Iの推進は、当社グループの事業継続力や成長力に大きな恩恵をもたらします。とりわけ、社員の多様な視点により、新規事業や新サービスの開発がいっそう活性化すると期待しています。今後は人財育成体系にもAI等を活用した新たな仕組みの導入を具体的に進めていきます。

長谷川 もう一つ、人的資本の充実に関しては、2023年度から企業理念浸透を狙いとした社員向けワークショップを、各社の拠点単位で実施しています。これは現場と経営層が一体感を持ち、考え方のベクトルを合わせて成長を遂げていくうえで、非常に良い取り組みだと思います。こうした活動を評価しつつ、私からさらに提案したいのは、地域社会との良好な関係性の構築です。ディーラーの店舗は、地域住民にとってより開かれた存在となる余地があると思います。現状は、「クルマの購入や整備」という目的を持った人しか来店されないわけです。もう少し間口を広げて、地域住民の方々が「ちょっと覗いてみようか」という感覚で、気軽に立ち寄れるような店舗づくりをめざしてほし

いと考えています。そうなれば店舗を介して、グループの多様な商品・サービスを知っていただく機会が増え、新たなビジネスチャンスの創出につながっていくはずです。

菊池 当社はこれまでも、東京都の各自治体や警察署と連携し、地域のイベントにおいてEVからの電力供給デモ

を実施するなど地域の安心・安全に資する取り組みを進めてきました。長谷川さんの提案にもあったように、今後は店舗の敷居を低くし、気軽に立ち寄れる場づくりをめざします。私たちがより身近に感じていただくための情報発信とアクションを、活発化していきます。

中長期での成長を実現するために

Q：当社が持続的な成長を実現していくために、重要な観点は？

長谷川 私はつねづね、「経済とサステナビリティは両輪であり、いずれか一方が欠けても持続可能な成長は実現できない」という思いを持ち続けてきました。日産東京販売ホールディングスにも、収益向上と持続可能な社会への貢献、この両方を追求し続けてほしいですね。社外取締役に就任して5年目になりますが、これまでに培ってきた強固な経営基盤をベースにして、次世代のモビリティビジネスのあり方を描いていく、重要な時期にきています。社会における当社の立ち位置を踏まえつつ、次世代の事業構想を実現に導くという重要な役割を、社長の竹林さんや菊池さんには期待したいですし、社外取締役である私も、監督・助言などの役割をしっかりと果たしていきます。

菊池 長谷川さんの発言にもつながりますが、短期的な収益目標の追求・達成はもちろん、次の中期経営計画、さ

らにはその先を見据えてどのような戦略を描くかを真剣に考えるべき時期にきていると認識しています。社外取締役の皆さまから多様な意見や助言をいただきつつ、新規事業の開発と収益化、グループシナジーの創出、未来人材の育成などを並行して前へ進めます。今回、新たに取締役にとなり、これまで執行役員として果たしてきた任務の継続に加え、社外への説明責任やガバナンスの視点も強く意識するようになりました。企業価値を持続的に高めて株主の皆さまへ還元し、地域社会を含むステークホルダーの皆さまと良好な関係を築くことが、自らに課された重要なミッションだと自覚しています。

長谷川 これからも率直に意見を交換し合い、当社のより良い未来を一緒に作り上げていきましょう。



コーポレートガバナンス

※記載内容は2025年6月27日時点のものです。

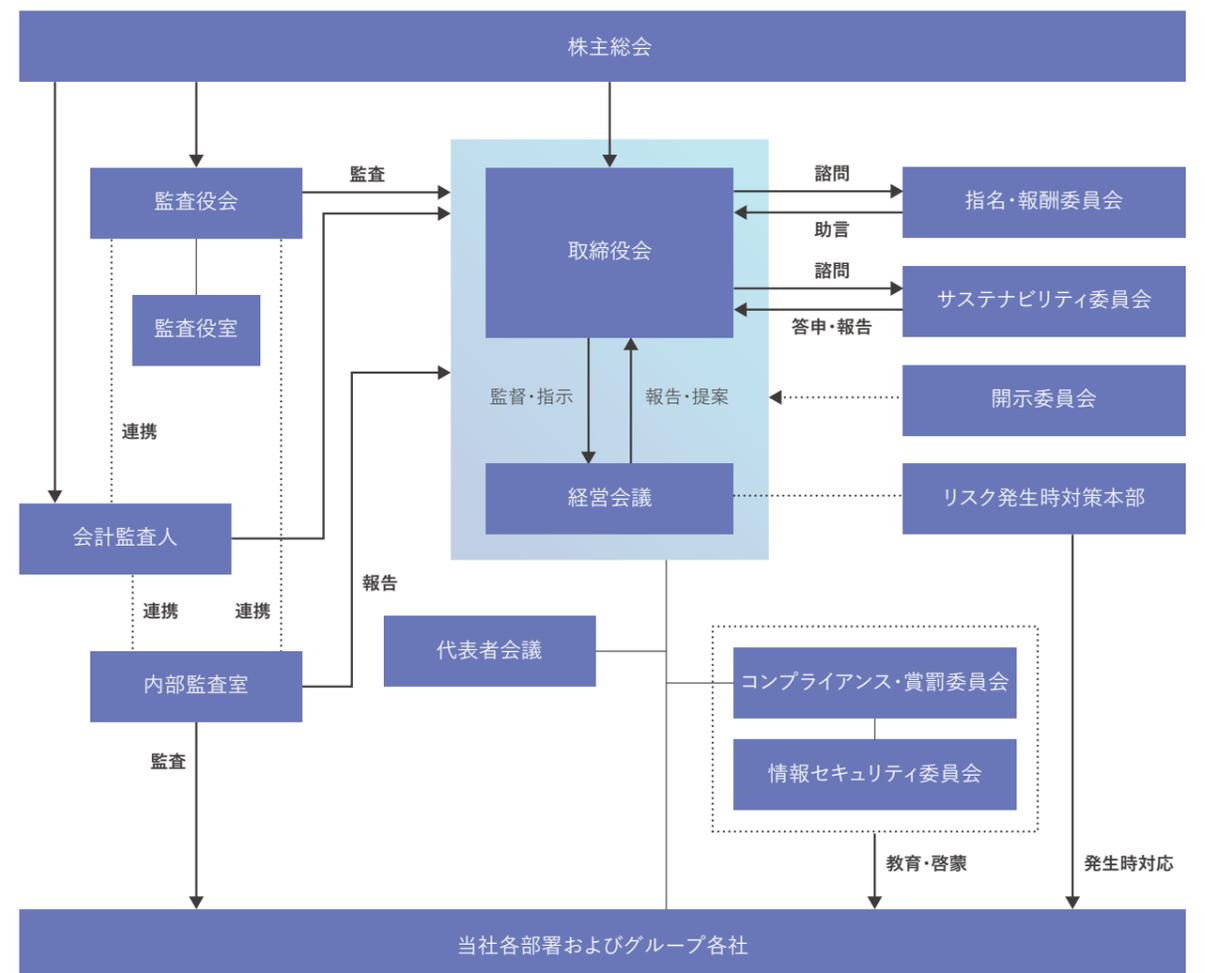
基本的な考え方

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。

コーポレートガバナンスの体制

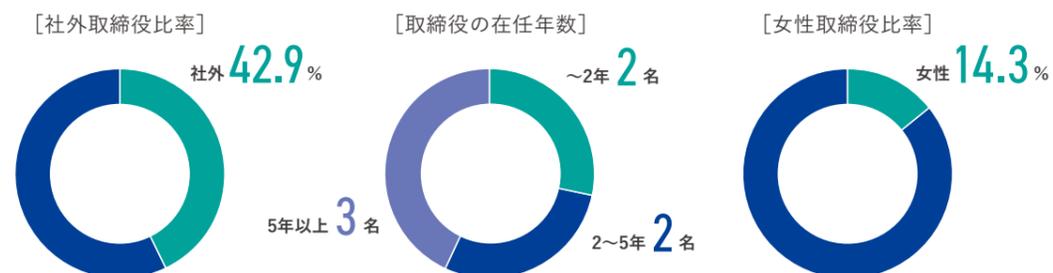
当社の機関設計は、牽制機能の実効性確保を目的として、取締役会から独立した監査役および監査役会が監査を行う監査役会設置会社を採用しています。

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(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、2024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	15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、2024年度は投資に関する事項、自己株式の取得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。

2024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。

2024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、統合報告書における開示内容、TCFDへの対応の取り組み状況および人権の尊重と人的資本の充実に関する取り組み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

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、必要に応じて随時に開催しており、2024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
立川 泰輔	10回	10回
近藤 勝彦	15回	15回
山田 美代子	15回	14回
菅田 隆志	10回	10回
植村 哲	5回	5回
遠藤 雅之	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。

努めています。

最高経営責任者の後継者選定方針

最高経営責任者である取締役社長の後継者は、社内に限定せず外部からも含めて人格・識見・実績を勘案して適当と認められる者のなかからその人物を選定することとしています。その決定においては、より高い透明性や客観性を持たせるために、取締役社長から後継者候補を指名・報酬委員会に提案し、十分に審議を行い、審議結果を踏まえて取締役会で決議することとしています。

社外役員体制

社外役員の選任理由など

※2025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	○	10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き、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	○	4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	○	3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	○	1年	東京海上火災保険(株)入社後、東京海上日動あんしん生命保険(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一層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	○	19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的確な監査を行うことにより、当社グループ経営の一層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	○	3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一層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	○	1年	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、日本営業本部人材開発部長を歴任し、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一層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、以下の方針のもとで報酬を決定しています。

- Ⓐ 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。
- Ⓑ 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。
- Ⓒ 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。
- Ⓓ 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。

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)	84	60	23	3
監査役 (社外監査役を除く)	0	0	-	1
社外役員	34	34	-	8

(注) 1. 上記の表は2024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2百万円が含まれています

取締役会の実効性評価

2025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。

当社取締役会は、取締役会が適切に機能し、おおむね良好であると評価しています。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重要課題については、一定程度の取り組みを実施していると評価しました。その取り組み

み状況と取締役会実効性評価アンケート結果を踏まえて、当年度は下記の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) 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) 子会社に対するガバナンスの向上に資するよう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・コンプライアンス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し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。

2025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。

株主・投資家とのコミュニケーション

2024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。2024年度は「コンプライアンス・賞罰委員会」を6回開催しました。

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。

役員一覧

取締役



代表取締役社長
竹村 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)
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)



取締役
菊池 毅彦

1991年4月 日産自動車(株)入社
2005年4月 東風日産乘用车公司 市场部 副部长
2011年4月 和歌山日産自動車販売(株) 代表取締役社長
2013年7月 韓国日産 代表取締役社長
2017年11月 タイムズモビリティネットワークス(株) 商品企画部長
2020年4月 当社 理事
2021年4月 当社 執行役員
日産東京販売(株)執行役員
2023年4月 当社 常務執行役員
2024年4月 当社 専務執行役員(現)
日産東京販売(株)常務執行役員(現)
2025年6月 当社 取締役(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
高濱 圭裕

2002年4月 日産自動車(株)入社
2014年7月 裕隆日産汽車股份有限公司 事業企画部 シニアゼネラルマネージャー
2018年4月 インドネシア日産自動車会社 経営企画部 ディレクター
2021年1月 日産自動車(株) 関東リージョナルセールスオフィス エリアゼネラルマネージャー
2021年4月 日産プリンス福島販売(株) 代表取締役社長
2023年4月 日産プリンス神奈川販売(株) 取締役副社長
2025年4月 日産自動車(株) 日本ネットワーク本部副本部長(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)
2025年5月 日産ネットワークホールディングス(株) 取締役(現)
2025年6月 当社 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 損害保険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
2021年6月 全国介護事業者政治連盟 副会長
一般社団法人全国介護付きホーム協会 顧問
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) 顧問
介護・シニア事業 オーナー執行役員
2024年4月 SOMPOケア(株) 相談役会長
SOMPOホールディングス(株) 顧問
2024年6月 公益社団法人全国有料老人ホーム協会 理事(現)
2025年5月 社会福祉法人伸こう福祉会 理事長(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)
2025年5月 (株)レゾナック・ホールディングス サステナビリティアドバイザー(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 (株)東海あんしんエージェンシー 取締役社長
2012年7月 東京海上日動あんしん生命保険(株) 関西営業支援部長
2017年4月 同執行役員 関西営業支援部長 同常務執行役員
2019年4月 同常務執行役員
2020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
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 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)

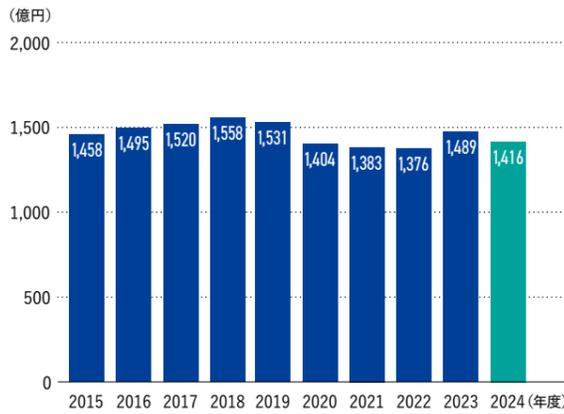
スキルマトリックス

スキルマトリックスは、これまでの業務経験により専門性を発揮できる、もしくは執行部門に対する必要な助言・監督が期待できる知見を有している項目に●を3つまで記載しています。

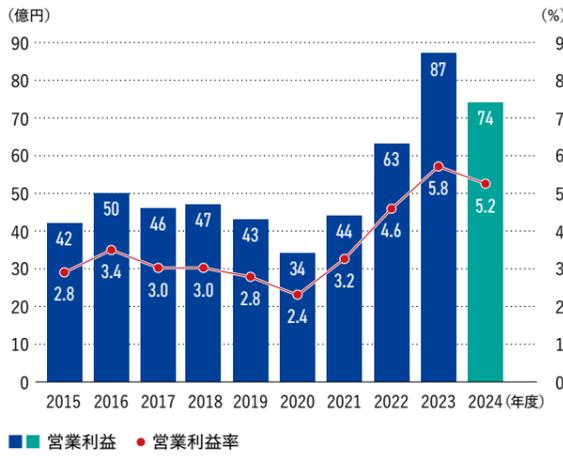
氏名	役職名	性別	指名・報酬委員会	サステナビリティ委員会	企業経営	専門性				
						マーケティング・営業	財務・ファイナンス	IT・デジタル/DX	人事・労務・人財開発	法務・リスクマネジメント
竹村 彰	代表取締役社長	男	○		●	●			●	
菊池 毅彦	取締役	男		○	●	●	●			
米澤 領一	取締役	男			●		●		●	
高濱 圭裕	取締役	男	○		●	●	●			
遠藤 健	取締役	男	○	○	●				●	●
長谷川 直哉	取締役	男	○	○	●		●			●
小暮 恵理子	取締役	女	○	○	●	●				●
立川 泰輔	常勤監査役	男			●	●	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

財務・非財務ハイライト

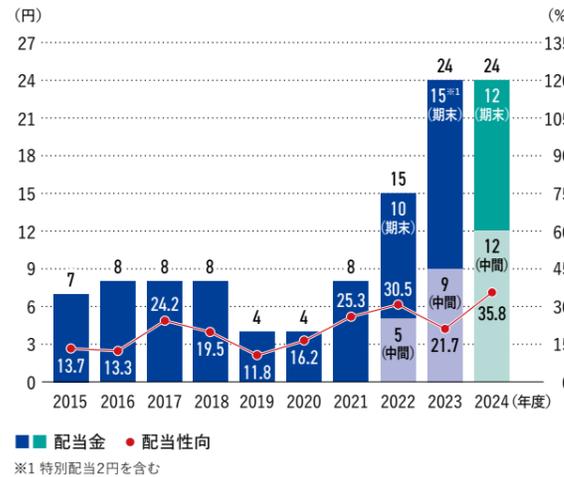
売上高



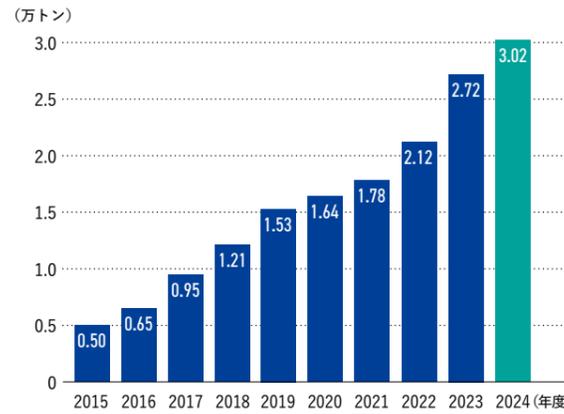
営業利益/営業利益率



1株当たり配当金/配当性向

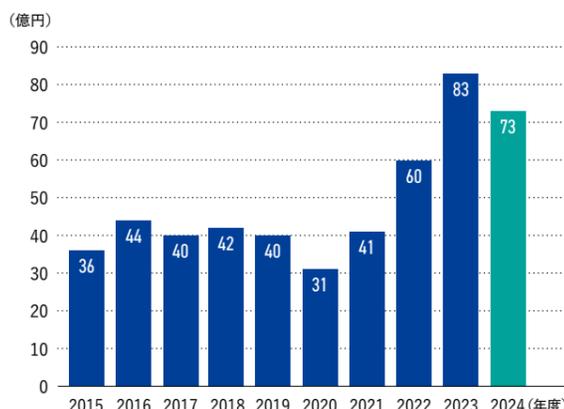


EV販売によるCO2排出削減量※2(累計)

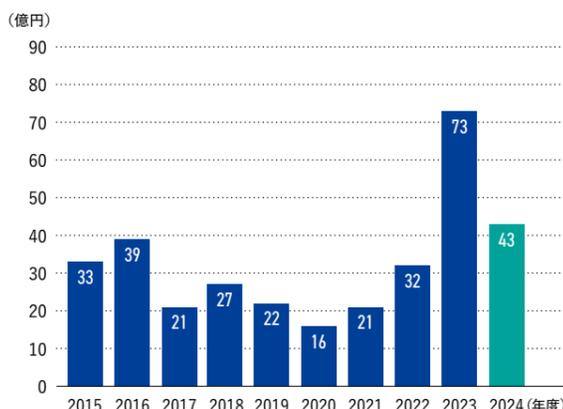


※2 EVと同クラスのガソリン車とのCO2排出量の差を販売台数に掛けて算出 (10万km走行と想定)

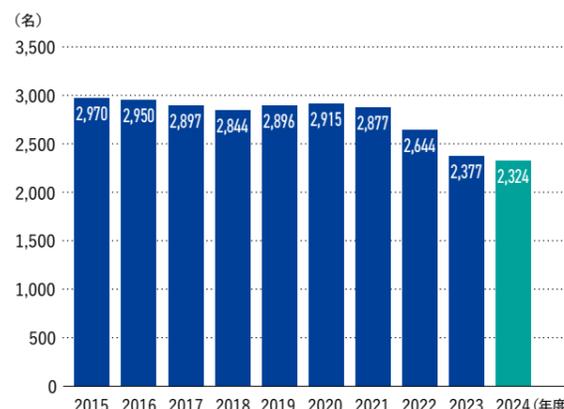
経常利益



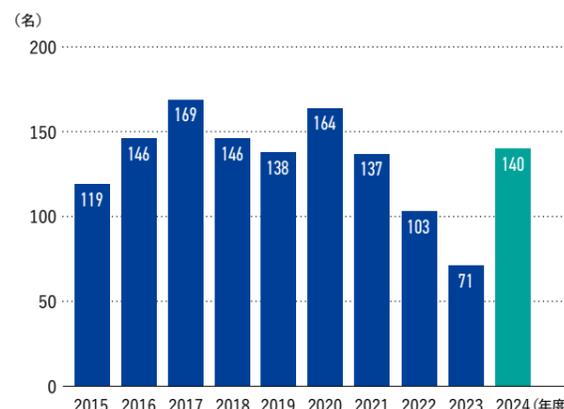
親会社株主に帰属する当期純利益



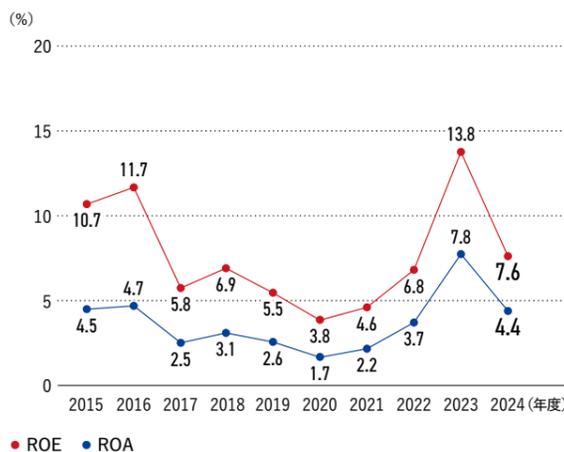
従業員数(連結)



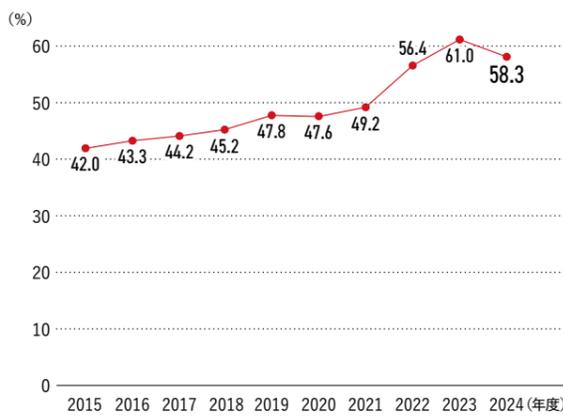
採用人数(連結)



ROE/ROA



自己資本比率



取締役人数



主要な財務・非財務データ

(単位:百万円)

財務データ	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
売上高	145,807	149,525	152,023	155,801	153,147	140,443	138,378	137,659	148,972	141,605
売上総利益	34,686	35,127	35,085	34,916	34,735	32,302	32,793	33,544	36,926	35,405
売上総利益率(%)	23.79	23.49	23.08	22.41	22.68	23.00	23.70	24.37	24.79	25.00
販売費及び一般管理費	30,467	30,098	30,468	30,194	30,384	28,857	28,386	27,145	28,217	27,993
営業利益	4,219	5,029	4,616	4,721	4,350	3,445	4,407	6,399	8,709	7,412
営業利益率(%)	2.89	3.36	3.04	3.03	2.84	2.45	3.18	4.65	5.85	5.23
経常利益	3,602	4,475	4,061	4,292	4,024	3,101	4,188	6,090	8,364	7,367
親会社株主に帰属する当期純利益	3,392	3,990	2,187	2,728	2,246	1,638	2,100	3,261	7,337	4,312
包括利益	464	5,407	2,878	2,018	1,760	4,586	2,287	3,578	9,565	3,914
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,959	11,774	12,506	12,466	11,345	11,368	11,460	3,095	11,189	4,917
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 9,424	△ 7,897	△ 11,677	△ 13,541	△ 9,971	△ 6,648	△ 2,749	△ 3,816	△ 4,546	△ 12,575
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,437	△ 31	228	1,020	△ 3,405	4,209	△ 3,484	△ 3,468	△ 3,416	3,055
現金及び現金同等物の期末残高	5,330	9,175	10,233	10,179	8,147	17,078	23,305	18,116	21,343	16,741
純資産	32,718	37,648	39,983	41,418	42,727	47,022	48,312	51,010	57,484	56,644
1株当たり純資産(円)	478.20	551.16	583.66	603.00	619.80	682.10	703.87	741.38	865.30	952.85
1株当たり当期純利益(円)	51.14	60.22	33.00	41.12	33.89	24.74	31.67	49.17	110.49	67.07
1株当たり配当金(内1株当たり中間配当額)(円)	7.00	8.00	8.00	8.00	4.00	4.00	8.00	15.00(5.00)	24.00(9.00) ^{※1}	24.00(12.00)
自己資本比率(%)	42.0	43.3	44.2	45.2	47.8	47.6	49.2	56.4	61.0	58.3
自己資本利益率(ROE)(%)	10.7	11.7	5.8	6.9	5.5	3.8	4.6	6.8	13.8	7.6
総資産利益率(ROA)(%)	4.5	4.7	2.5	3.1	2.6	1.7	2.2	3.7	7.8	4.4
D/Eレシオ(倍)	0.02	0.04	0.07	0.12	0.14	0.24	0.12	0.07	0.03	0.17
株価収益率(PER)(倍)	5.4	4.1	13.0	7.1	6.3	10.5	7.2	7.0	5.4	7.6
株価純資産倍率(PBR)(倍)	0.6	0.4	0.7	0.5	0.3	0.4	0.3	0.5	0.7	0.5
配当性向(%)	13.7	13.3	24.2	19.5	11.8	16.2	25.3	30.5	21.7	35.8
設備投資額	2,922	2,444	3,119	5,214	2,475	1,564	1,804	1,955	4,993	9,848
減価償却費	3,192	3,298	3,458	3,451	3,663	3,456	3,072	2,549	2,785	3,030

非財務データ	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
従業員数(名)	2,970	2,950	2,897	2,844	2,896	2,915	2,877	2,644	2,377	2,324
外国籍社員数(名) ^{※2}	-	-	-	-	-	-	65	77	79	80
新卒採用者数(名) ^{※2}	85	105	132	103	86	115	111	80	49	56
キャリア採用者数(名) ^{※2}	16	14	8	10	21	15	3	0	10	20
男女賃金格差率(%) ^{※3}	-	-	-	-	-	-	-	72.3	73.7	74.3
女性管理者比率(%) ^{※2}	2.1	2.1	2.1	2.6	2.0	2.3	2.5	2.8	3.3	3.7
男性労働者の育児休業取得率(%) ^{※2}	-	-	-	-	6.2	4.7	0.0	5.9	9.1	13.3

※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

会社情報

(2025年3月31日時点)

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)52名/(連結)2,324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、オプション部品販売、自動車保険販売

ルノーNT販売

ルノー一車販売・整備 (注)日産東京販売(株)内のバーチャルカンパニー

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

マルチ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

車両輸送・登録代行業務

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

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 15,084名

大株主

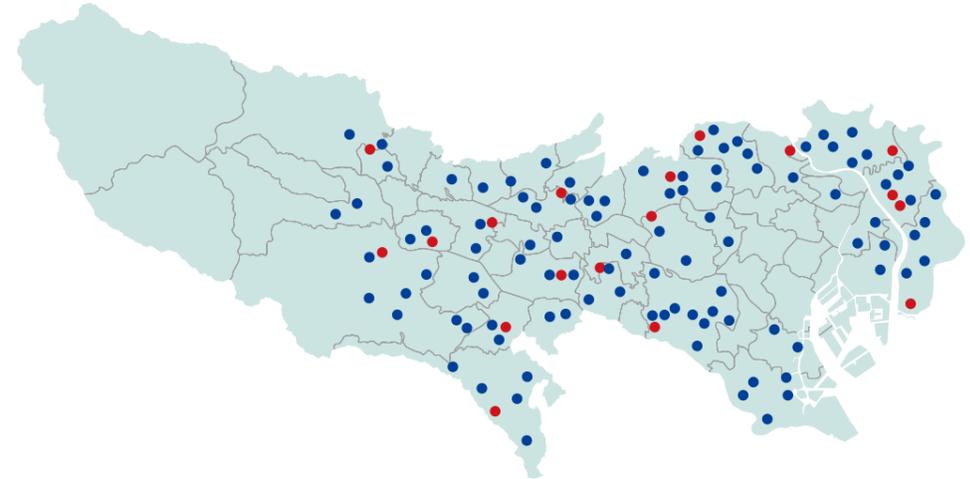
株主名	当社への出資状況	
	持株数(千株)	持株比率(%)
日産ネットワークホールディングス株式会社	22,656	38.02
INTERACTIVE BROKERS LLC	2,599	4.36
NIPPON ACTIVE VALUE FUND PLC	2,215	3.71
株式会社アルファ	1,343	2.25
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG(FE-AC)	1,285	2.15
株式会社大洋商会	1,173	1.96
中央自動車工業株式会社	1,129	1.89
日産東京販売ホールディングス従業員持株会	1,123	1.88
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,007	1.69
MERCURY AIFLNP V.C.I.C. LTD	893	1.49

(注)持株比率は自己株式(7,056,147株)を控除して計算しています

店舗ネットワーク

(2025年10月1日時点)

●…新車販売店 [101店舗] ●…中古車販売店 [18店舗]



● 新車販売店

葛西店	大泉店	駒沢店	東大和店	八王子みなみ野店
江東店	中野店	鮫洲店	調布つつじヶ丘店	八王子東浅川店
江戸川店	中野坂上店	新車のひろば目黒店	府中店	立川店
墨田菊川店	王子店	池上店	府中白糸台店	立川サンシャインパーク店
亀戸店	板橋店	大森店	調布多摩川店	青梅新町店
墨田店	板橋中台店	大森中店	稲城店	青梅店
江戸川中央店	板橋本町店	大田店	百草園駅前店	羽村産業通り店
江戸川小松川店	環八板橋店	蒲田店	多摩センター店	あきる野店
小岩店	高島平店	三鷹店	多摩ニュータウン店	あきる野引田店
環七小岩店	成増店	東伏見店	ニュータウン堀之内店	ルノー世田谷
葛飾店	練馬北町店	東八三鷹店	堀之内駅前店	ルノー練馬・アルビオンセンター練馬
葛飾金町店	練馬店	武蔵野店	多摩境店	ルノー八王子
葛飾立石店	荻窪店	田無西原店	本町田店	ルノー稲城
竹ノ塚店	杉並店	久留米店	町田鶴川店	
千住店	烏山店	小平花小金井店	忠生公園店	
足立加平店	環七世田谷店	小金井店	町田南店	
西新井大師店	上馬店	府中西原店	新車のひろば村山店	
西新井店	桜新町店	国分寺店	日野店	
荒川店	世田谷店	新小平店	昭島店	
谷原店	成城店	小平BS前店	拝島橋店	
谷原笹目通り店	成城砦店	東村山秋津店	八王子松枝橋店	
西新井鹿浜店	上野毛店	東村山店	八王子店	

● 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	U-Carひろば立川店	レッドステーション町田店
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
ピースステージ葛西	ピースステージ荻窪	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
ピースステージ足立	ピースステージ成城	レッドステーション昭島中神店	
U-Carひろば鹿浜店	U-Carひろば三鷹店	U-Carひろば多摩店	



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