

NISSAN
MOTOR CORPORATION

販促コンペ ご説明資料

◆最終ページに課題概要シートがございます



01

—
**ABOUT
NISSAN**

02

—
**AUTOMOTIVE
INDUSTRY**

03

—
ISSUE

CONTENTS

Company Profile

会社名

日産自動車株式会社

**代表執行役
社長兼最高経営責任者**

内田 誠

本社所在地

神奈川県横浜市西区高島一丁目1番1号

設立

1933年12月26日

主な事業

自動車の製造、販売および関連事業

従業員数

**23,525名（単独）
131,719名（連結）**

DNA

“他のやらぬことをやる”

情熱的 革新的 挑戦者

NISSAN
MOTOR CORPORATION

Challenging

人々の生活を豊かに。イノベーションをドライブし続ける。

NISSAN
AMBITI N
2030

共に切り拓く
モビリティとその先へ

電動化
Electrification



知能化
Vehicle Intelligence

Electric Vehicle

- 2010年 世界で初めて量産型EV「日産リーフ」を発売
 - 2020年 新型クロスオーバーEV「日産アリア」を発表
 - 2022年 新型軽EV「日産サクラ」を発売
- ⇒ 2030年までにEV19車種を含む、
27車種の電動車を市場に投入



日産リーフ



日産アリア

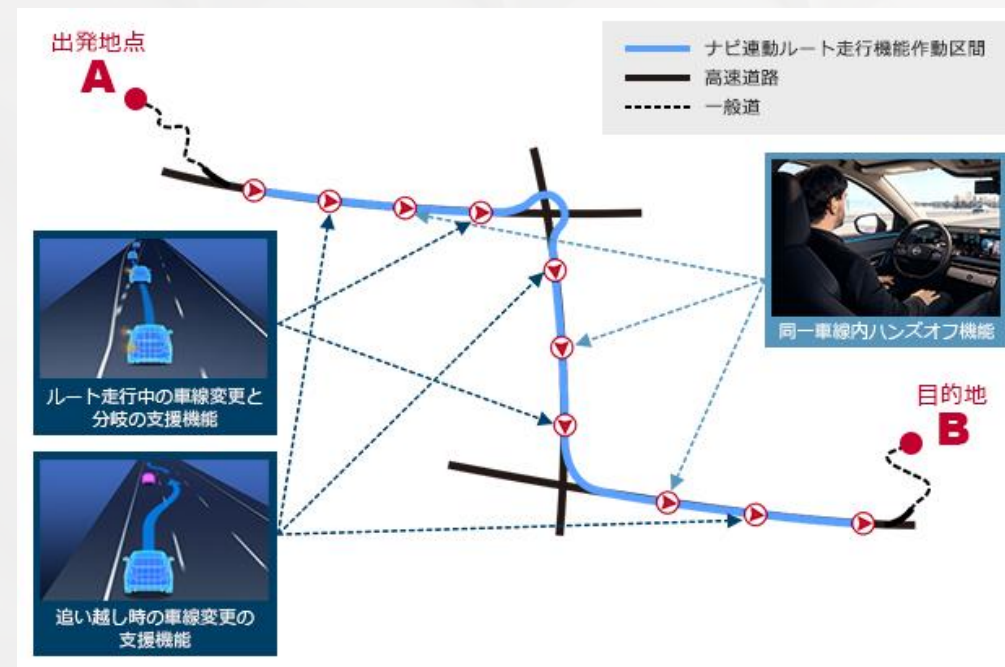


日産サクラ



Autonomous

- 2016年 自動運転支援機能を国内で初めて実用化
- 高速道路にてナビゲーションシステムと連動し、ハンズオフで走行が可能（ProPILOT 2.0）
- 2026年までに250万台以上のProPILOT搭載車の販売を目指す
- 次世代 LiDAR(ライダー)という高機能なレーダーの開発、運用に注力している



01

—
ABOUT
NISSAN

02

—
AUTOMOTIVE
INDUSTRY

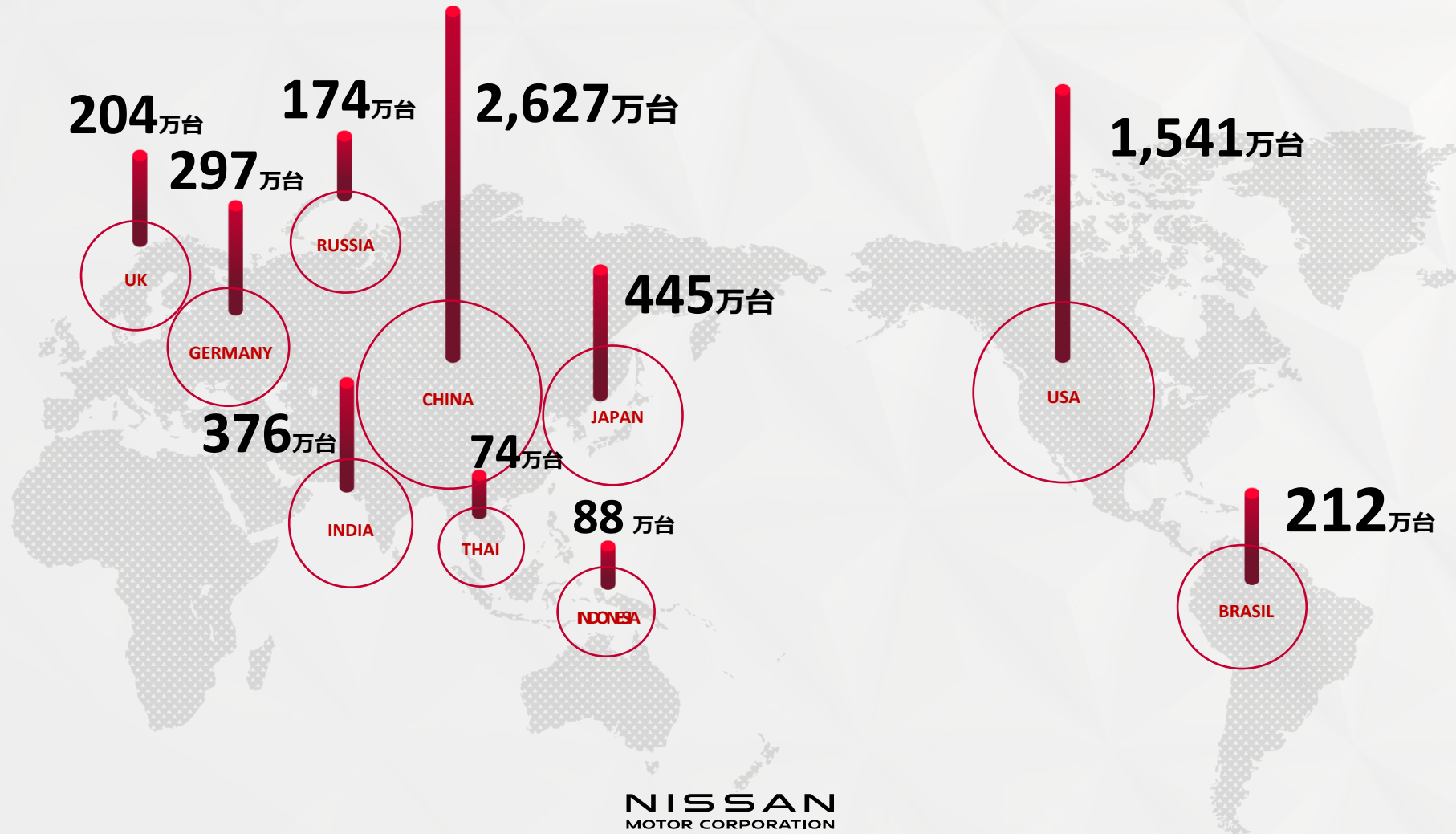
03

—
ISSUE

CONTENTS

世界のクルマ販売台数

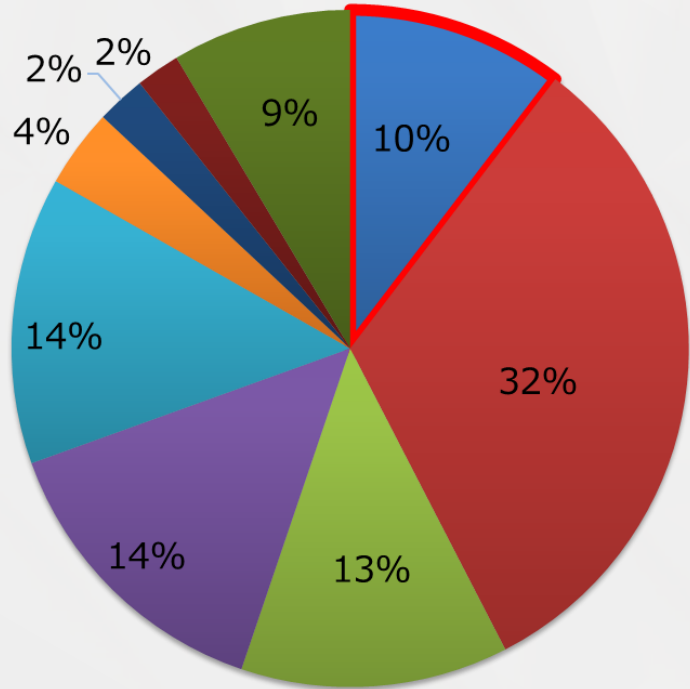
2021年 8,268万台 → 2030年 1億台



国内市場について

2022年度 登録車シェア

登録台数(全需) : 約439万台
*軽自動車含む

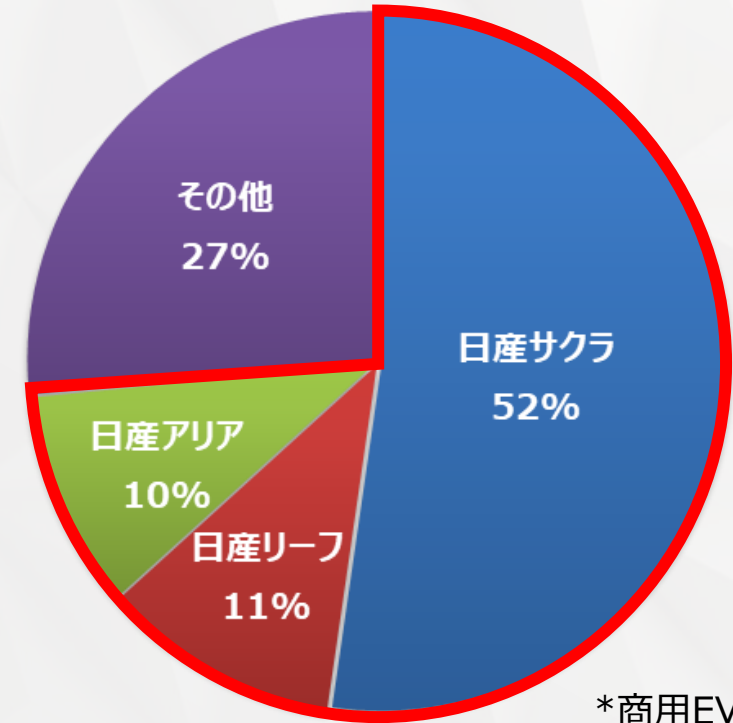


■ Nissan ■ Toyota ■ Honda ■ Suzuki ■ Daihatsu
■ Mazda ■ Subaru ■ Mitsubishi ■ others

NISSAN
MOTOR CORPORATION

2023年4-2月 電気自動車販売シェア

電気自動車シェアはNo.1



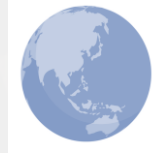
*商用EV除き

クルマを取り巻く環境の変化

環境の変化と共に、クルマへの期待や位置づけも変化し続けている

社会トレンド

地球温暖化



産業革命前からの平均気温上昇

0.87℃

1850-1900年の世界全体の平均値と
2006-2010年との比較(出典: IPCC)

高齢化



グローバル高齢化率*

2015→2060 2.1倍

*65歳以上人口をもとに算出、Source: UN, World Population Prospects: The 2017 Revision

都市化



グローバルメガシティ数

2015→2035 1.8倍

Source: World Urbanization Prospects 2018 Revision (UN)

IT技術の進化



IoT



ビッグデータ



人工知能

直近の環境変化

感染症



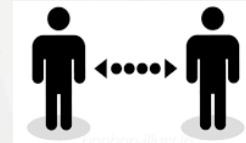
COVID-19 感染者数

5億人

2022年4月11日時点
Source: 米 ジョーンズ・ホプキンス大学

社会・産業の構造変化

グリーンリカバリーへ

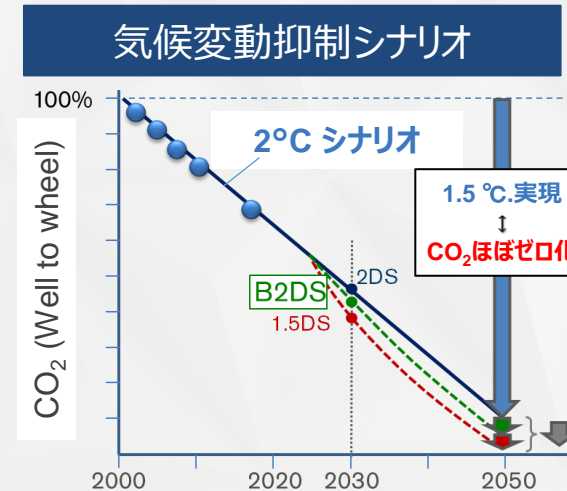
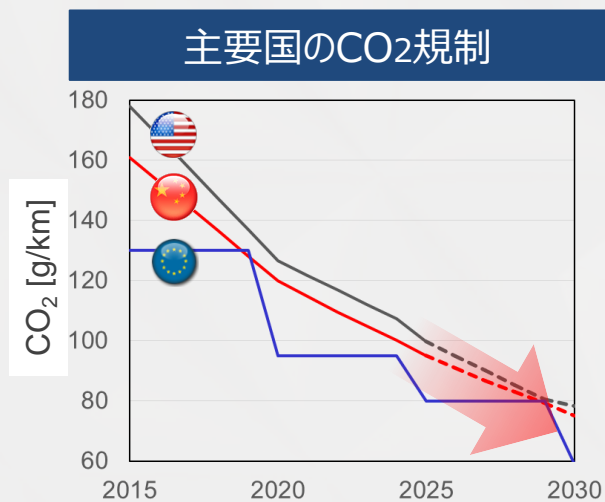


地球温暖化



カーボンニュートラル社会に向けて：電動化の加速が急務

気候変動抑制に向け、カーボンニュートラル社会の実現が世界共通の目標になりつつある
各国政府がCO2排出削減をコミットし、ESG/SDGsに向けた取り組みが加速



菅内閣総理大臣は、日本国として
2050年までに温室効果ガス排出を
ゼロにする、カーボンニュートラル、
脱炭素社会実現を目指す方針を表明
(2020年10月26日発表*)
⇒気温上昇を1.5℃に抑えるシナリオに相当



*出典：首相官邸ホームページ
(https://www.kantei.go.jp/jp/99_suga/actions/202010/26shu_san_honkaigi.html)
(https://www.kantei.go.jp/jp/99_suga/statement/2020/1026shoshinhyomei.html)

将来は電気自動車が当たり前前の社会に

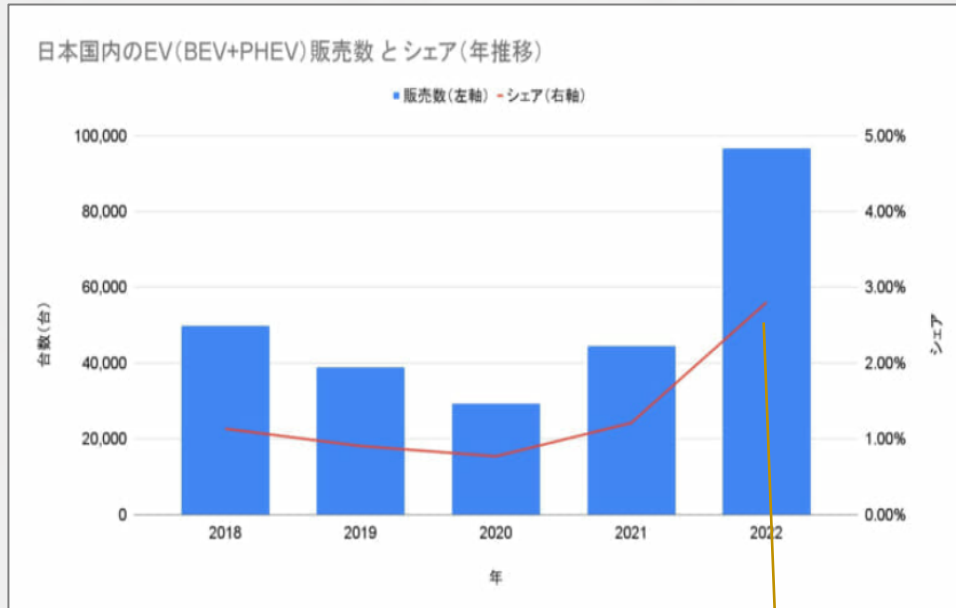
【日本政府の電動車普及目標】

2035年までに新車販売を全て電動車とする。

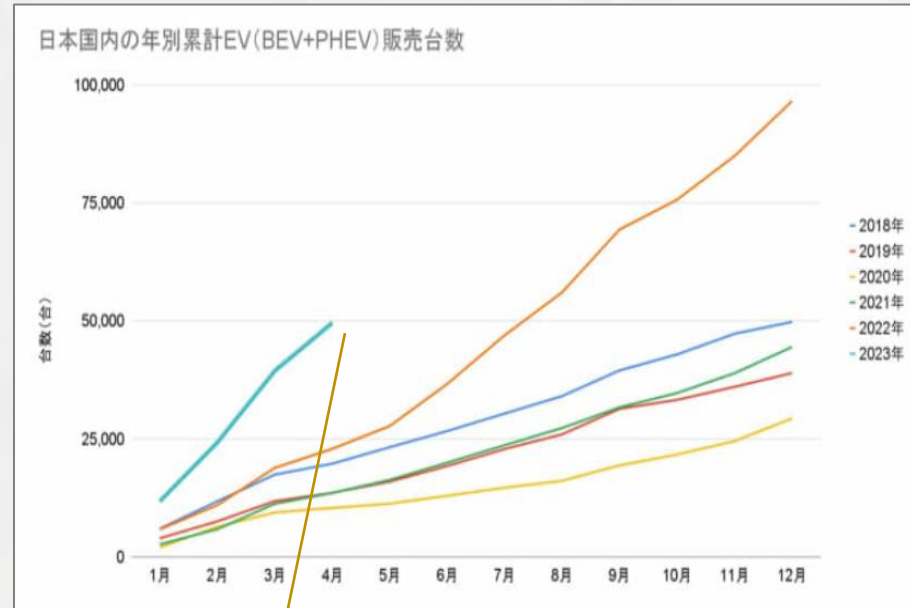
乗用車の販売構成比		2019年	2030年	2035年
従来車	ガソリン車、 ディーゼル車	60.8%	30~50%	0%
電動車	ハイブリッド車 (HEV)	34.2%	30~40%	100%
	電気自動車 (EV)	0.49%	20~30%	
	プラグイン ハイブリッド (PHEV)	0.41%		
	燃料電池車 (FCV)	0.02%	3%	
合計		100%	100%	100%

日本 過去5年間のEV+PHEV販売台数推移

各自動車メーカーからのEV投入の背景もあり、2020年以降、普及トレンドに入ったとみることができる



各社のEVラインナップ強化、強力な補助金設定等で、着実に販売比率が伸びている



2023年1月～4月の累計ではBEV+PHEVの販売台数が49,598台、シェアは3.44%に達した

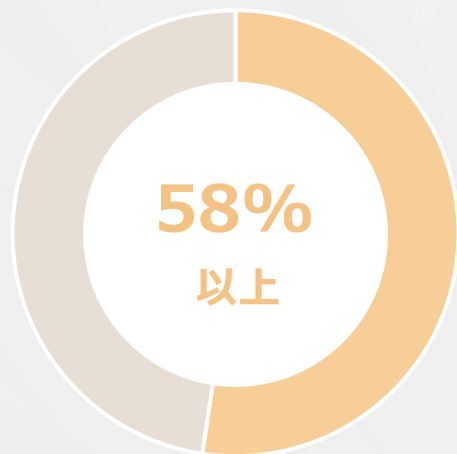
出展 : <https://blog.evsmart.net/ev-news/electric-vehicle-sales-in-japan/>

電動化 2030年に向けて

今後5年間の
投資額

2兆円

2026年までの
日本市場電動化比率



グローバルで44 (40) %以上

27の電動車を投入



19車種のEV

バッテリーコストの削減

\$65/kWh

130 GWh

バッテリー生産能力





01

ABOUT
NISSAN

02

AUTOMOTIVE
INDUSTRY

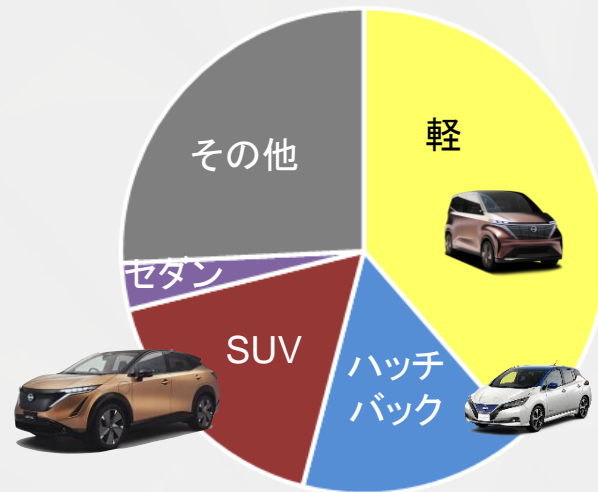
03

ISSUE

CONTENTS

日産の電気自動車のラインナップ°

- 日本の自動車メーカーでは最大のEV4車種を用意
- 販売セグメント71%をカバー、多くのお客様にEVという選択肢を提供



3ラインナップ
セグメントカバー率*

71%

*2022年実績(日産調べ Source : JATO)



ガソリン車にはない、 電気自動車の4つの 特徴

- ①CO₂を出さない
- ②電気を溜められる
- ③電気を使える、運べる
- ④走りが静か・加速が良い

特徴 1 : CO₂を出さない

CO₂を
出さない

電気を
溜められる

電気を
使える
/運べる

走りが静か
/加速が
良い

電気自動車は地球に優しい



特徴2：電気を溜められる

CO₂を
出さない

電気を
溜められる

電気を
使える
/運べる

走りが静か
/加速が
良い

「電気を溜められる=充電して走る」



充電ポート・充電スタンド

ガソリンスタンドに行く必要はない。

特徴 3 : 電気を使える・運べる

CO₂を
出さない

電気を
溜められる

電気を
使える
/運べる

走りが静か
/加速が
良い

電気を送ることも運ぶこともできる「走る蓄電池」



多くの電気を溜められるバッテリー



特徴4：走りが静か・加速が良い

CO₂を
出さない

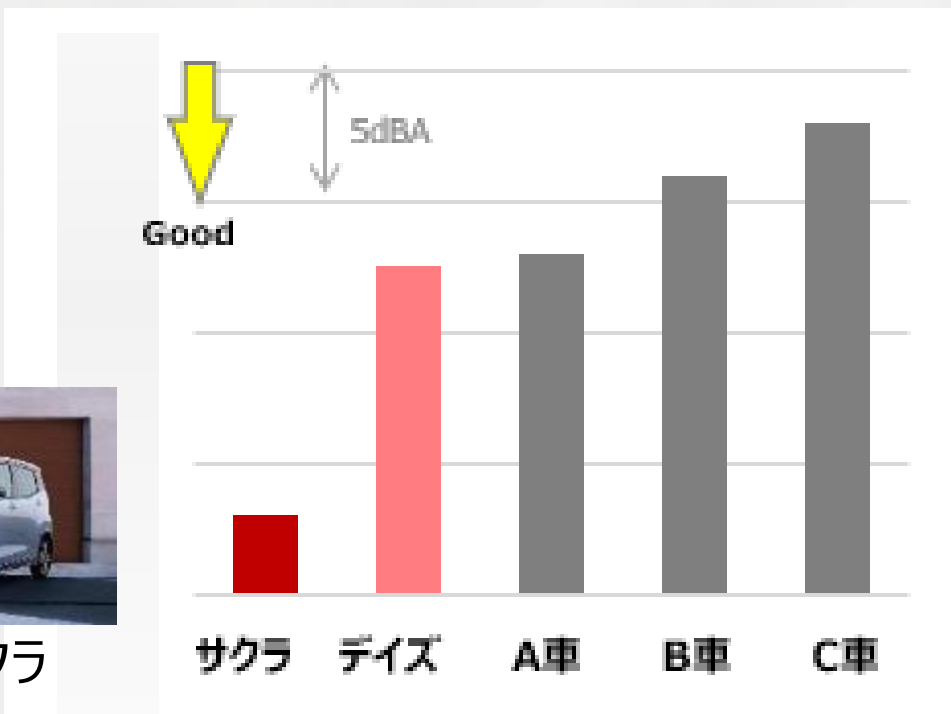
電気を
溜められる

電気を
使える
/運べる

走りが静か
/加速が
良い

エンジンではなくモーターで走るから「静かで加速が良い」

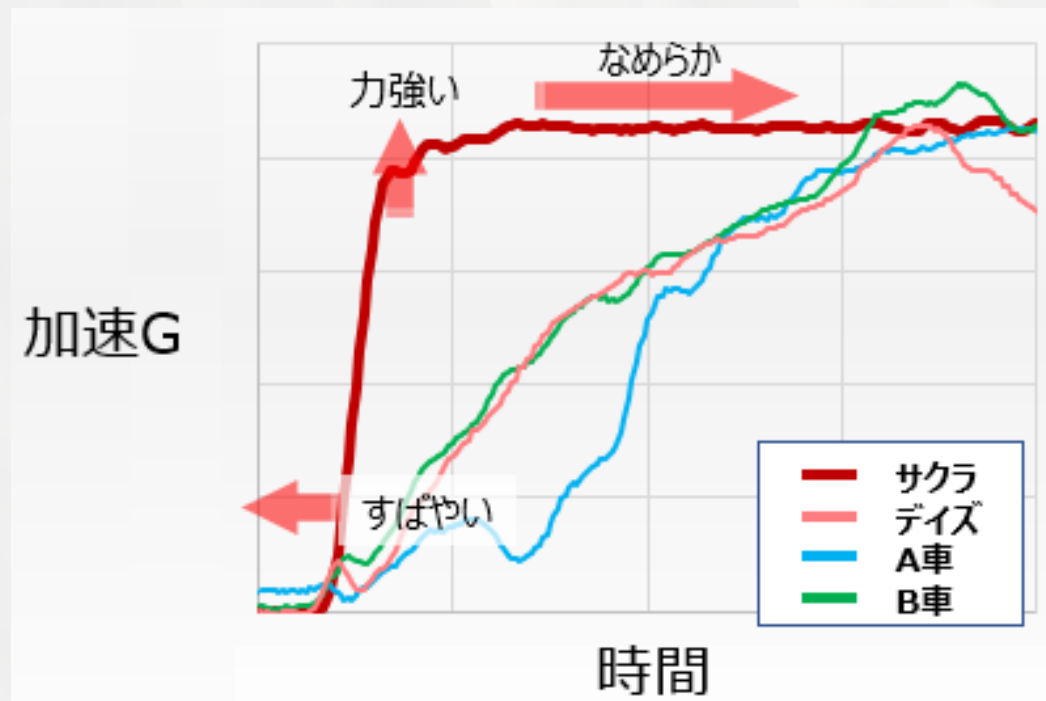
【発進時の室内音の大きさ】



日産サクラ

一般的なクルマよりすごく静か！

【発進加速】

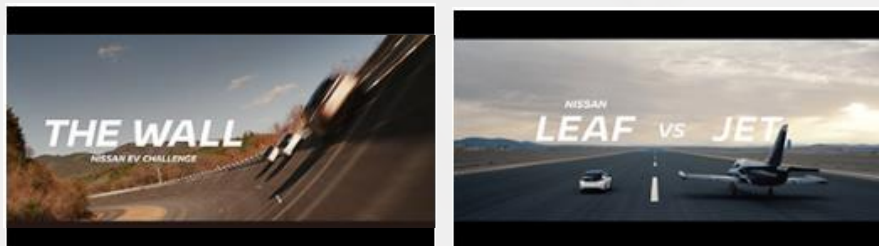


力強くなめらかな走り！

日産の電気自動車におけるマーケティング活動

電気自動車がもたらすワクワクを、さまざまな方向からアプローチ

TVCM



日産サクラお試しノリ
キャンペーン



著名人やYouTuberによる体験



「電気自動車がある暮らし」の訴求



EVオーナー向け優遇施策
Nissan GREEN LOUNGE



自動車購入における顧客行動プロセスと来店ハードル

1 自動車の認知と情報収集

-TVCMや、デジタル広告など



3 購入に向けた比較検討

-購入者の「82%」がデジタル上で、比較検討を行っている。

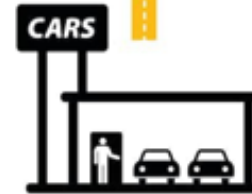


来店ハードル

4 ディーラー 来場

2 検討車種の絞り込み

-認知した自動車について情報収集を行い、具体的に購入検討を行う車種を絞り込む。



解決したい課題

世の中で電気自動車への関心は高まる一方で、まだ自分ごと化できていない方が多くいらっしゃる現状があります。

さらに、いざ試してみよう！となっても、ディーラーへの来場はハードルが高いというイメージがあります。

日産の電気自動車は、今までのガソリン車とは一線を画す多くの魅力を持っているため、まずは気軽に触れていただきたいと考えています。

ターゲット

20代～30代 免許保有者、
免許を取得しようと考えている

WANT：自宅にクルマがある、もしくは
将来クルマを購入したいと思っている



トーン&マナー

日産は「他のやらぬことをやる」の精神で新しいことにチャレンジしています。

また、運転して楽しい、ワクワクするクルマの開発をしています。

ターゲットが、「電気自動車、面白そう！試してみたい！」と、ワクワクするようなきらりと光る斬新なアイデアをお待ちしています。

注意点

- ・アイデアは日本市場において実施できる案にしてください
- ・危険運転や道路交通法に反する企画は避けてください
- ・商品自体に開発が必要な案は避けてください
- ・必ずしもディーラーで電気自動車を試す企画ではなくて構いません
- ・たくさんの方が試したくなる企画にしていただきたいですが、タレントやキャラクターパワーを用いた企画は避けてください
- ・認知ではなく実際に触れることができる企画にしてください



Thank you



電気自動車を試したくなるアイデアを募集します



応募される企画で解決したい課題

現状の課題	世の中で電気自動車への関心は高まる一方で、まだ自分ごと化できていない方が多くいらっしゃる現状があります。さらに、いざ試してみよう！となっても、ディーラーへの来場はハードルが高いというイメージがあります。日産の電気自動車は、今までのガソリン車とは一線を画す多くの魅力を持っているため、まずは気軽に触れていただきたいと考えています。
何を（商品、サービスなど）	日産の電気自動車(日産リーフ、日産アリア、日産サクラ)
誰に（ターゲット）	20代～30代の免許保有者、もしくはこれから免許を取得しようと考えている方（ご自宅に自家用車がある、将来クルマを購入しようと思っている方だとなお望ましい）
解決したい課題	日産の電気自動車を気軽に触れることのできる機会の創出

市場の背景/動向

- ・自動車は、2021年は世界で8268万台の販売があり、人口増に伴って2030年には1億台を販売すると見込まれています。いまだ世界でニーズが増え続ける、成長が著しい分野です
- ・一方で、クルマを取り巻く環境は変化しており、その1つが気候変動です。気候変動抑制に向けたカーボンニュートラル社会の実現は各国の共通目標です
- ・日本政府も脱炭素化の向けて電動車の普及推進を宣言し、取り組みが加速しています

商品サービスの特徴

- ・電気自動車はCO2を出さない環境にやさしいクルマです。
- ・日産の電気自動車は、素早いレスポンスと胸のすくような力強い加速、優れた静粛性を実現しています。
- ・ガソリンスタンドに行くことはなくなり、寝ている間に自宅で充電、起きたら充電100%という快適な充電体験ができます。
- ・クルマにためた電気を自宅で使うことができるため、万が一の停電時などで活用することができます。
- ・補助金を使用して購入でき、さらに部品点数がガソリン車に比べ少ないので、車検などのメンテナンス費用もお得に所有できます。

注意点

表現上のルールやトーン＆マナー	・電気自動車に乗りたくなるワクワクする案にしてください ・危険運転や道路交通法に反する企画は避けてください
商品・サービスの加工	・商品自体を改良・開発する案は避けてください
その他	・日本市場におけるアイデアにしてください ・必ずしも従来の販売店(ディーラー)で電気自動車を試す案でなくて構いません。 ・すでに販売店以外で試乗会や展示会を行い試乗の機会は創出していますが、お客さまが自ら興味を持ち自発的に試してみたい企画であればイベント形式の企画も歓迎いたします ・認知に繋がるアイデアではなく、実際に試していただくアイデアにしてください ・試乗後、お客さまへ日産からのお知らせなどができるようにお客さま情報を取得できる施策をご検討ください