

## 4. 電動事業戦略

### 4-1: 電動領域の競争力強化に向けて

二輪車・四輪車・パワープロダクツ、すべての領域で電動化を強力に推進します。電動事業の早期自立化に向けて、ホンダは2023年に即断即決の専門組織を立ち上げました。この組織を核に、「5つのキーファクター」における先進的かつ独創的な技術を追求することでホンダが培ってきた独自の魅力をさらに進化させ、「移動に伴う制約からの解放と人の可能性の拡張」を実現する競争力の高い商品・サービスを提供することで、お客様の生活をさらに豊かにすることを目指しています。

#### ホンダらしいプロダクトサービスで電動化を駆け上がる

これまでホンダはファミリーカーからスポーツカーまであらゆるカテゴリーの四輪車製品で「意のままに操る喜び」を体現してきました。フォーミュラ・ワン世界選手権(F1)をはじめとするさまざまなレースに参戦し、「走る実験室」として技術に磨きをかけてきました。その結果として技術の体得だけでなく、組織として走りを受容なく追い求め、果敢に挑戦する企業文化が浸透するまでに至りました。電動化は「エンジン屋ホンダ」としてのアイデンティティーの喪失ではなく、これまで培ってきた「意のままに操る喜び」をより高みの次元へと引き上げる「通過点」であると認識しています。電動化の向こう側にある「移動に伴う制約からの解放と人の可能性の拡張がもたらす喜び」の提供のためにホンダは走り続けます。

### 4-2: 二輪車における電動事業

電動化を中心としたカーボンニュートラル社会においても世界No.1二輪車メーカーとして、多様なお客様のニーズに応えることで電動二輪車の進化を牽引していきます。そのためにも、日常使いのユーザーから、ツーリングなどの長距離を移動するユーザーまで、世界中の、多岐にわたる使い勝手を求めるお客様に移動の喜びを提供し、独創的なアイデアと技術で応えることがホンダの使命であると考えています。電動化時代においてもあらゆる使い方に応えられるよう、バッテリーや充電方式などの技術的な課題に対しスピード感を持って取り組んでいます。

#### 電動事業戦略の方向性

ホンダの二輪車は世界中のお客様の「移動のニーズ」に対応し、多くの方にご利用いただいています。これまでICE(内燃エンジン)車のプラットフォーム展開で培った競争力あるものづくりの技術とノウハウを活かし、各国のお客様のニーズに適応する電動二輪プラットフォームを順次開発していきます。高効率なものづくりにより、電動車においてもICE車同様に「移動の喜び」をお求めやすい価格でお届けすることで、グローバルでの二輪車の電動化を牽引していきます。電動商品では世界中のさまざまなニーズに応じていくために、ある程度限定された環境において利用されるビジネス向けに加え、さまざまな用途で 사용되는個人向けのモデルも展開していきます。個人向けモデルにおいては使用環境や使い勝手によって最適なバッテリー方式を選択できることが重要となります。お客様がそれぞれの環境に合わせて選択できるよう、交換式とプラグイン充電方式の2つの方式を用意して幅広い需要に応じていきます。

#### 電動化商品の展開

SDGs(持続可能な開発目標)やESG(環境・社会・ガバナンス)経営の観点から需要が高まっているビジネス向けモデルを足がかりに市場へ参入し、これに加え個人向けモデルを日本で販売開始しました。欧州・インドネシアへの展開を図るとともにインドにおいては新モデルの投入も予定しています。電動二輪車の需要が顕在化しているアジア地域を中心に今後も個人向け電動二輪車の開発・市場投入を加速させていきます。



### 4-3: 四輪車における電動事業

電動事業の推進は、「すべての人々が自由な移動の喜びを享受できる社会を実現すること」というミッションの軸となる取り組みです。移動に対する不安を払拭するための「環境負荷ゼロ・交通事故死者ゼロ」の取り組みは加速していくものの、これまでホンダが培ってきた「操る喜び」は変わることなく追求していきます。これに加えて、時代の変化に合わせて進化するコネクティビティと知能化によって「つかう喜び」「つながる喜び」という新たな移動体験を提供することで、お客様一人ひとりに「驚き・感動・信頼」をお届けしていきます。

#### 中長期目標

2030年にはグローバルで年間200万台を超えるBEV生産体制を構築し、2040年までにEV・FCV販売比率をグローバルで100%とすることを目標としています。

#### 商品ラインアップの方向性と今後の商品展開計画

BEV時代の事業構造・提供価値・生産工程の変化をチャンスと捉え、多様化する顧客価値に寄り添ったUX(ユーザーエクスペリエンス)を実現することで新しい価値を提供することを目指します。電動車の新しい価値を提案しながら、ホンダのDNAである「スポーティーなクルマづくり」を具現化する製品づくりに取り組んでいきます。また、商品ラインアップのグローバル化により強いブランドメッセージを持った商品展開を推進していきます。ラインアップは、2024年から各地域の特性に合わせてBEVを一挙に投入します。さらに、2025年以降に独自開発のプラットフォームによる世界戦略車を展開することで、グローバルでの電動化を効率的かつ強力に推進します。その後もフラッグシップやスポーツモデルなどラインアップを拡充させるとともに、「次世代BEVものづくり工場」による競争力の高いBEVを提供します。

### 4-4: パワープロダクツにおける電動事業

創業者の想いを継ぎ「役立つ喜び」の志を軸に、これまで世界中の人々の仕事と暮らしを支える商品を提供してきました。今後も、人々の原動力となる多様な商品を提供しながら、カーボンニュートラル社会の実現に向け、小型建機・ガーデン・マリン領域での電動化に挑戦していきます。加えて、作業機の自動化技術など電動化におけるホンダの新しい価値を追求しています。

#### 電動事業戦略の方向性

パワープロダクツ事業は、製品の電動化を通じてホンダの新価値を提供することで社会課題を解決し、人々の「仕事の質」と「暮らしの質」の向上に貢献していきます。電動商品の展開においては、小型建機領域とガーデン領域の電動化に注力し進めていきます。また、二輪事業で発売した交換式バッテリー「Honda Mobile Power Pack e:(モバイルパワーパック イー)」をパワープロダクツ事業へも拡大していきます。小型建機領域では、基幹事業で培ったB to Bの顧客基盤を活かした電動化を推進していきます。電動パワーユニットeGXの販売と搭載支援を通じ、完成機メーカーの電動化を後押しします。

また、既存顧客のみならず、今後電動化が期待される領域での製品搭載の拡大を推進していきます。

