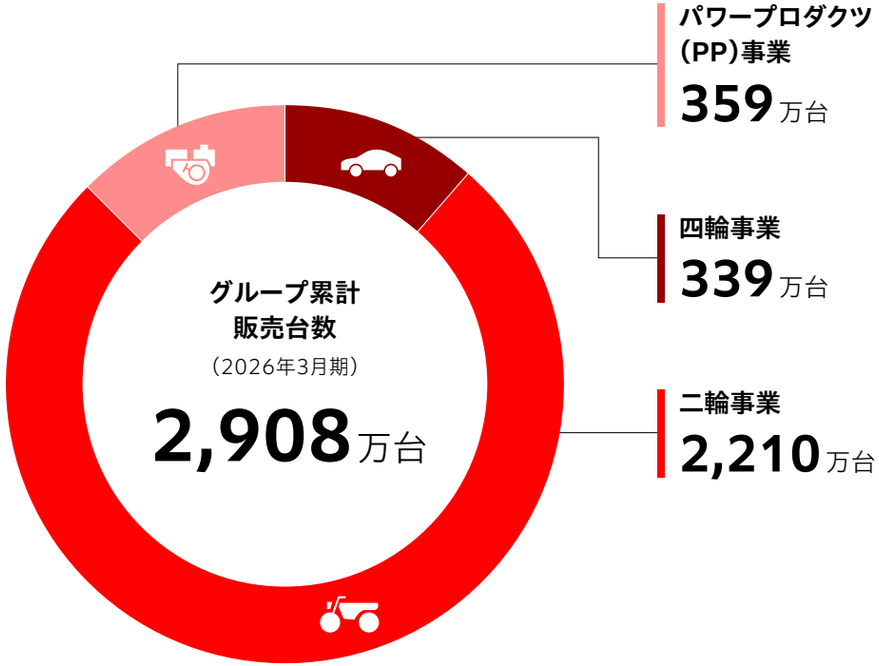
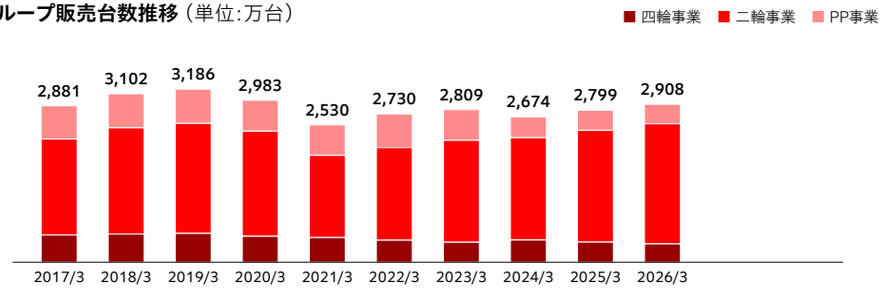
2,900万台の製品を通して自由な移動の喜びを届ける多様な事業

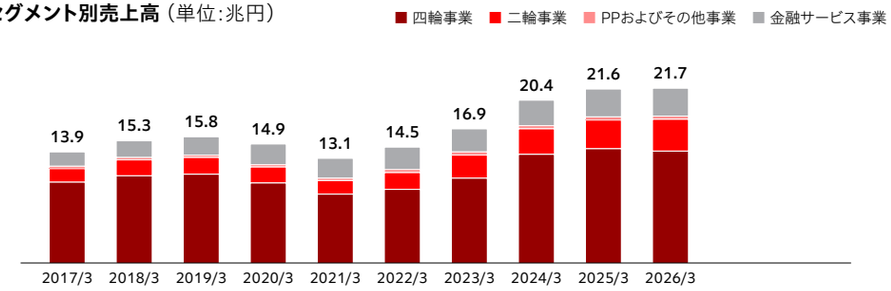
Hondaは総合モビリティカンパニーとして、二輪、四輪、パワープロダクツと多様な事業を展開しています。各国の環境規制や通商政策などの外部環境の変化に柔軟かつ迅速に対応しながら、喜びの拡大に向け、他社にはない強みで成長戦略を描いていきます。



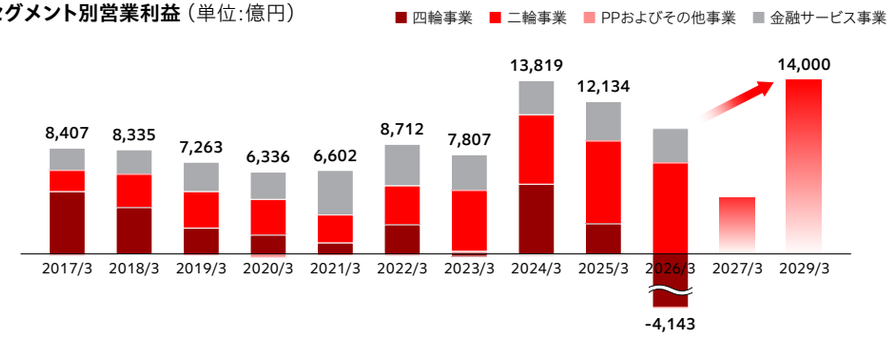
グループ販売台数推移（単位:万台）



セグメント別売上高（単位:兆円）



セグメント別営業利益（単位:億円）



Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

Automobile Business Strategy

四輪事業戦略

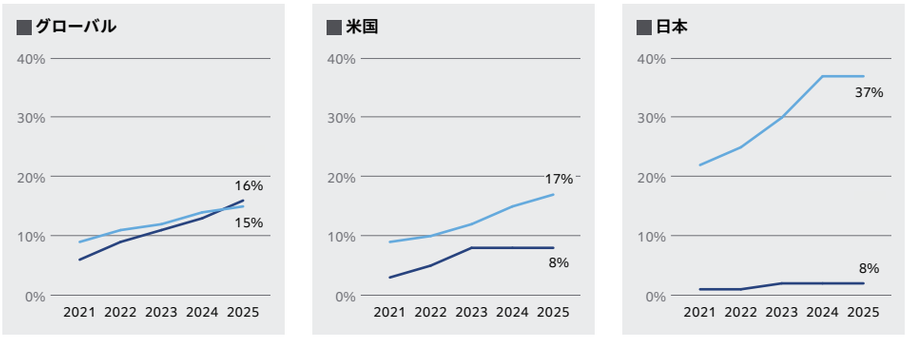
選ばれる価値を起点に、四輪事業を再構築する

執行役常務
四輪事業本部長　**滝沢 一浩**

事業を取り巻く市場環境の変化

現在の四輪市場をグローバルに俯瞰すると、EVやHEVを中心とした電動化が着実に進展していますが、その普及速度やお客様のニーズは地域ごとに異なります。北米ではEV需要の拡大ペースが鈍化する一方で、北米・日本ではHEVへの需要は堅調に推移しています。このような市場環境の変化を踏まえ、Hondaは北米でのEV 3モデルの投入中止を決定しました。

HEV/EV 普及率推移



出典：英調査会社グローバルデータをもとに、Hondaが独自に検討

また、地政学的リスクの高まりは、四輪事業の収益構造に大きな影響を及ぼしています。北米では関税負担の増加が収益を圧迫しており、これまで築いてきた北米の収益体質だけでは十分に吸収することが難しい状況となっています。

加えて、中国やASEANでは新興ブランドが急速に台頭し、価格競争力のみならず、自動運転・先進運転支援やソフトウェアに関連したサービスなど新たな価値を提案する領域でも競争が激化しています。その結果、Hondaは一部市場において競争力を十分に発揮できず、販売台数の減少に直面しています。

こうした認識のもと、Hondaは四輪事業の再構築を進めます。その出発点は常にお客様にあります。地域ごとに異なるニーズを正しく捉え、お客様が求める価値を、より早く、適正な価格で、魅力ある商品としてお届けすることで、「自由で楽しい移動の喜び」と「生活が変わる・豊かになる喜び」を提供することをHondaは目指していきます。EV、HEVをはじめとする多様な技術の選択肢を持ちながら、持続的な成長と収益性を両立できる四輪事業へ進化させていきます。

Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

LINK

- 事業　クルマ
- 商品　クルマ
- ニュースリリース 2026 ビジネスアップデート説明概要

お客様の期待に応える戦略

Hondaは、四輪事業を再構築させていくために、以下の3つの戦略を柱として取り組みます。

1つ目は、経営資源の戦略的再配分です。お客様の生活の変化や地域ごとのニーズに合わせた商品とパワートレーンを提案し、そのために、開発・生産リソースをHEVへ再配分し、北米・日本・インドを重点地域として成長戦略を描いていきます。

2つ目は、ものづくり体質の徹底強化です。お客様に価値ある商品を適正な価格でタイムリーに届けるために開発、生産、調達の仕組みそのものを抜本的に見直し、商品を生み出す力を強化することで変化に強い事業基盤を確立します。

3つ目は、外部リソースの戦略的活用です。自社の競争力のコアとなる部分は自前で磨き上げる一方で、スピード・柔軟性・コスト競争力、この強化に適すると判断した領域については、外部の競争力、リソースを積極的に取り込み、総合的な競争力強化を図ります。

これら3つの取り組みで、地域ごとのお客様ニーズにより早く応えることで、販売機会を広げ、収益性と資本効率の改善につなげていきます。

四輪事業再構築に向けた取り組み

Strategy 01
経営資源の戦略的再配分
- 需要動向を見据えたパワートレーンポートフォリオの見直し
- 重点地域への商品ラインアップ拡充

Strategy 02
ものづくり体質の徹底強化
- コスト体質強化、開発・生産効率化

Strategy 03
外部リソースの戦略的活用

Strategy 01 経営資源の戦略的再配分

Hondaは、四輪事業の再構築に向けて経営資源の戦略的な再配分を進めます。

前述の通り、Hondaの四輪事業再構築に向けた出発点は常にお客様にあり、お客様の生活の変化に寄り添い、お客様に自由で楽しい移動の喜びを感じていただけるクルマを提案していきます。

また、足元では地域ごとにEV需要の拡大ペースに変化が見られる一方で、HEVへの需要は世界的に拡大しています。こうした各市場と必要とされるパワートレーンに対する考え方から、お客様ニーズの高いHEVへ開発・生産リソースを戦略的に再配分します。

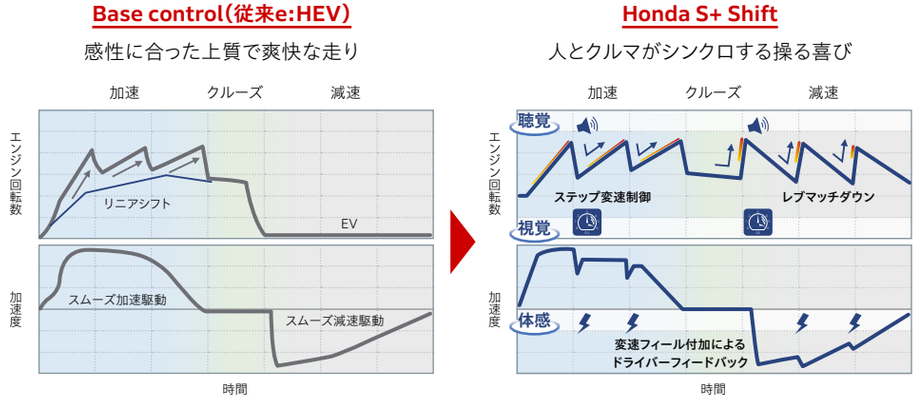
その上で、北米・日本・インドを重点地域と捉え、市場特性とお客様を深く理解することでお客様から積極的に選んでいただけるクルマを生み出していきます。

「五感」に響く技術で磨き上げた次世代ハイブリッドシステム

Honda Hybrid

Hondaはハイブリッドシステムのエンジン、ドライブユニットをはじめとする構成部品および制御技術を刷新し、さらなる環境性能と上質で爽快な走りの向上を目指します。この次世代ハイブリッドシステムをHonda Hybridと名付け、2026年度中に発売開始する新型モデルより順次適用します。

Honda Hybridは、大出力の走行用モーターによる軽快なレスポンスと伸びのある加速、優れた静粛性を実現しながら、軽量化などのプラットフォームの進化と合わせて燃費性能を10%向上させます。そし



Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

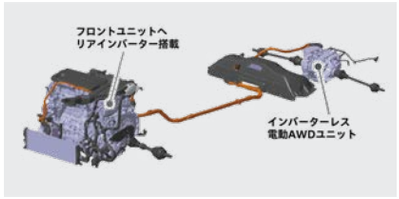
て、加減速時のシフトアップ・ダウン制御を行い、まるで有段トランスミッションのクルマを運転しているかのような“操る喜び”を実現するHonda S+ Shiftを適用し、五感に響く技術でドライバーとクルマがシンクロする一体感を提供します。

また、上質で爽快な走りは、ドライバーが思い描いた通りにステアリングを切りアクセルペダルを踏める優れた走行安定性があってこそ実現でき、その手法の一つにAWD（オールホイールドライブ）があります。

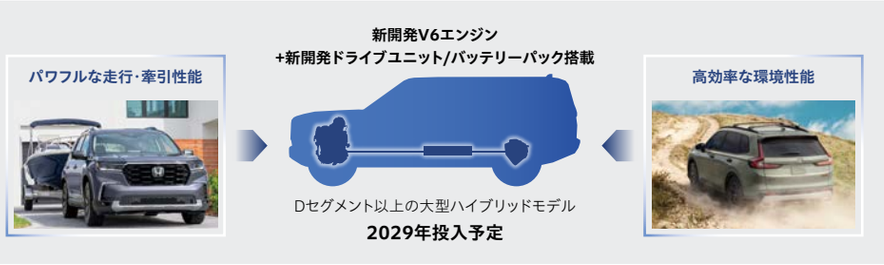
Honda Hybridでは、これまでHondaがEV開発で培ったモーターと制御技術を生かしモーターで後輪を駆動するリアドライブユニットを新たに開発しました。フロントドライブユニットの駆動力に、リアドライブユニットの駆動力をアドオンする電動AWDで、より力強い発進加速を可能としています。さらにモーターならではの優れたレスポンスによって、各タイヤのグリップに応じた緻密な前後駆動力コントロールが可能となり、滑りやすい路面での発進や旋回時のさらなる安定性向上に寄与します。

また、リアモーターのコントロールユニットを小型化しフロントドライブユニットにまとめることで荷室スペースの拡大に貢献します。

次世代中型モデル用 ハイブリッドシステム



北米市場向け 新型V6エンジン搭載ハイブリッドシステム



Hondaの四輪事業を支える最大の事業基盤である北米市場に向けて、2029年以降、Honda Hybridを搭載するDセグメント以上のラインアップを拡充します。

北米で求められる力強い走行・牽引性能と高効率な環境性能を両立するため、このDセグメント以上の大型Honda Hybridモデルでは、新開発のV6エンジンとドライブユニット・バッテリーパックを搭載します。現在販売している同一セグメントのガソリンエンジン搭載モデルと比較して、10%以上の全開加速性能向上と、30%以上の燃費性能向上を目指します。

新たなHマークに込められた想いと今後の展開

以上のような進化したHonda Hybrid搭載モデルをはじめ、今年度発売開始するモデルより、未来へ向けて進化し続けるという決意を込め刷新した「Hマーク」を適用していきます。

この新たな「Hマーク」は、お客様とのタッチポイントである各国の販売店にも、今年度から順次適用していきます。販売店においては、販売だけでなく保有期を含めたお客様のカーライフ全体を支え、長く寄り添うオペレーション進化を目指し、AIやデジタルの活用等を各国ごとに最適な形で今年度から展開していきます。

このように、これからもHondaは、モビリティの進化を通して「自由な移動の喜び」を届けるだけでなく、お客様のHondaを通じた体験価値を高めていくことで、世界中のお客様一人ひとりの暮らしを支える存在であり続けることを目指していきます。

Strategy 02

ものづくり体質の徹底強化

Hondaは抜本的な原価低減、徹底的な開発効率化、そして環境変化に強い生産体質の構築の3点に取り組みます。リーンでアジャイルな「ものづくり体質の強化」により、高い商品競争力を実現するこれらの取り組みは、単なるコスト削減ではありません。出発点は常にお客様にあり、お客様のニーズに応える価値を、より早く、適正な価格で届けるためのものです。その積み重ねを通じて、販売機会の拡大と収益性の改善につなげていきます。

原価低減では、Honda独自の基準を見直すとともにグローバル標準品の活用を推し進め、中国やインドなどの成長市場で培った高いコスト競争力を積極的に取り込みます。これらの施策により、価値ある商品を適正な価格で届けるための基盤を確立します。

開発効率化では、開発費・開発期間・開発工数を2025年比でそれぞれ半減する「トリプルハーフ」の実現を目指します。最先端のデジタル環境やAIを活用し、設計・テスト・生産準備を効率化します。体質強化はもちろんのこと、お客様によりスピーディーに鮮度の高い商品を継続的に提案することが可能になります。

環境変化に強い生産体質の構築では、新機種・設備投資の効率的な投入と分配、デジタル活用による業務の効率化・迅速化により、今後5年間で生産効率を約2割向上させることを目指します。

Strategy 03

外部リソースの戦略的活用

将来の競争力構築に向けて、Hondaは、持続的な競争力のコアとなる技術は自社で磨き上げる一方で、開発スピード・柔軟性・コスト競争力を高める領域では外部の競争力、リソースを積極的に取り込み、総合的な競争力強化を図っていきます。具体的には、中国やインドのコスト競争力やスピードを戦略的に活用するほか、業界標準品の活用を進めます。Hondaが求める基準を満たすことを前提に、外部の知見を活用することで、開発効率と商品競争力を高めます。

抜本的な競争力強化が必要な中国市場においては、現地パートナーの知見を生かしたモデルを2027年に発売することを検討しています。中国で求められる電動化や知能化のニーズに応えていきます。

加えて、既報の通りグローバルにおいてもさまざまなパートナーと幅広い領域で協業の検討と、具体化を着実に進めております。パートナーとのシナジー効果を生み出し、新たな事業機会の獲得を目指していきます。

これからの成長に向けて

Hondaは、今後3年間を四輪事業の体質改善に集中的に取り組む期間と位置付けています。

ものづくり体質の徹底強化(Strategy 02)と外部リソースの戦略的活用(Strategy 03)によりコスト体質の改善と開発効率向上を図ります。そして、需要動向を見据えたHEVへの資源再配分と重点地域への魅力ある商品の投入を進めます(Strategy 01)。具体的には、2027年以降は次世代HEVの投入、2028年以降にはインド向け戦略車や次世代ADAS搭載モデルを展開します。2029年度までに、次世代HEVをグローバルで15モデル投入する計画です。

Hondaは開発・生産リソースをHEVへ戦略的に再配分していきますが、EVから撤退するわけではありません。地域ごとに異なるEVへの需要に対し継続して仕込みを行っていきます。

小型EVならではの軽快な走りがもたらす「操る喜び」に、視覚や聴覚などといった五感を刺激する体感演出を融合し、刺激的で高揚感あふれる走行体験を提供するSuper-ONE※は、日本をはじめとした世界各国で好評をいただいています。洗練されたデザインと、広い室内空間による高い快適性を実現したHonda 0 αの量産モデルを2027年以降順次グローバルで投入します。

中長期では、不確実性の高い事業環境下において、柔軟性と選択の幅を持たせながらも、需要が来たときには確実に対応できる技術を着実に仕込んでいきます。お客様にタイムリーに新価値を提供するための「知能化」の強化はもちろん、総合モビリティカンパニーとして、EV・HEV・カーボンニュートラル燃料・カーボンオフセット技術など、地域ごとの市場環境・需要動向を見極め多角的なアプローチでカーボンニュートラルの実現を目指していきます。

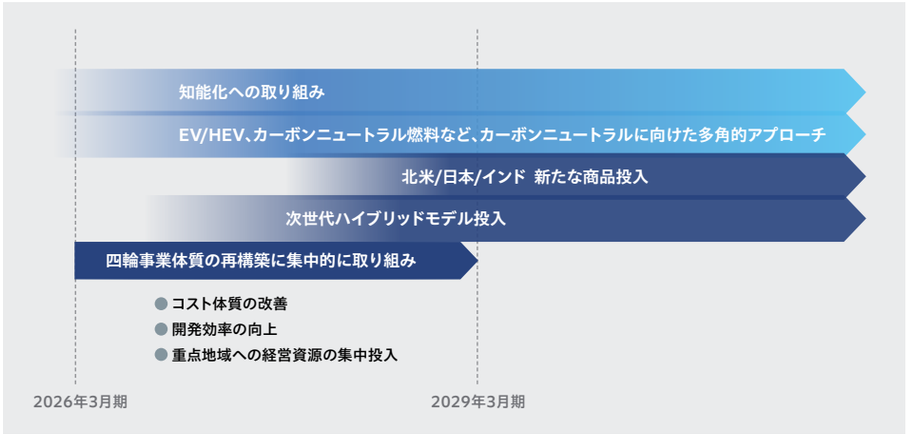
Super-ONE※(左)

Honda 0 α(プロトタイプ)

※Super-ONE: 販売地域・国によりSuper-Nの名称で販売

2027年3月期 第1四半期決算は、北米の販売好調等により順調な結果となりました。引き続き地域ごとに異なるニーズを正しく捉え、お客様が求める価値を、より早く、適正な価格で、魅力ある商品としてお届けすることで、持続的な成長と収益性を両立する四輪事業へ進化させていきます。

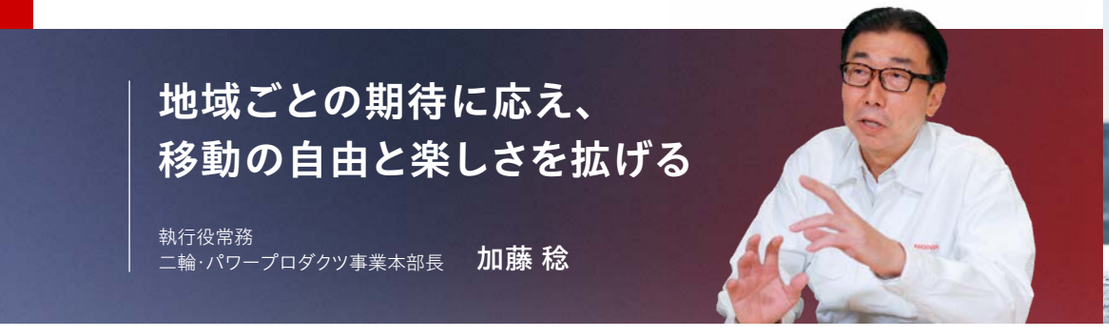
四輪事業再構築に向けたロードマップ



Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

Motorcycle Business Strategy

二輪事業戦略



地域ごとの期待に応え、移動の自由と楽しさを拡げる

執行役常務
二輪・パワープロダクツ事業本部長　**加藤 稔**

CB400 SUPER FOUR E-Clutch

事業を取り巻く市場環境の変化

二輪車は、世界の多くの地域で日常の移動を支えています。通勤や通学、仕事の移動手段として生活に根ざす一方で、趣味や自己表現の手段としても親しまれています。2026年3月期におけるHondaの二輪販売台数は、世界シェア約4割となる2,210万台となり、2025年には33の国と地域で過去最高を達成しました。二輪車の需要は、中長期的に見ると、最大市場であるインドを含むグローバルサウスを中心に、人口増加や所得向上を背景としてさらなる拡大が見込まれています。世界市場は、現在の5,000万台規模から、2030年前後には6,000万台規模へ成長する見通しです。

こうした市場の成長と並行して、足元の競争環境も大きく変化しています。中国メーカーは、コスト競争力の高さを背景に、高スペックな商品や先進技術を相次いで投入し、欧州をはじめとする海外市場で急速に存在感を高めています。インドメーカーも、欧州の著名ブランドや技術力を活用し、商品力とブランド認知の向上を図りながら、グローバル展開を加速しています。さらに、電動化の進展は地域ごとに異なり、また、関税や現地生産要件など、政策面の不確実性も高まっています。

Hondaは、こうした市場成長と市場環境の変化を的確に捉え、地域ごとのお客様の期待に応え、移動の自由と楽しさを拡げていきます。

お客様の期待に応える戦略

Hondaは、地域ごとのお客様のニーズに沿った二輪事業展開を進めます。その軸となるのが、成長市場、成熟市場、電動化への取り組みです。それぞれの市場で求められる価値を見極め、商品、技術、生産体制、サービスへ速やかに反映していきます。

成長市場での取り組みでは、拡大する日常の移動ニーズに応えるため、生産能力を高めるとともに、現地調達や生産効率の向上を進めます。お客様のニーズに沿った商品を適正な価格で届けることで、お客様の暮らしを支える供給基盤を整えます。

成熟市場での取り組みでは、高付加価値モデルや先進技術を投入し、走る楽しさと快適性を高めます。同時に、全ての市場において安全と環境への取り組みを進めることで、二輪車が社会とともに発展し続けるための価値を拡げます。

電動化の取り組みでは、地域ごとの需要や規制を見極め、必要とされる地域から商品を投入します。ICE（内燃機関）で培った基本性能と、電動二輪車独自の価値を掛け合わせることで、Hondaらしい電動二輪車の体験をお客様に届けていきます。

これらのお客様に選ばれ続ける商品とサービスを提供するための事業基盤を整える取り組みを通して、二輪事業の持続的な成長を実現し、Honda全体の企業価値向上にも貢献していきます。

Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

LINK
事業　バイク
商品　バイク

Strategy 01 成長市場での商品供給体制強化

成長市場では、日常の移動需要が拡大しています。Hondaは、必要とされる商品を安定して届けるため、インドを中心に生産能力の拡大を進めています。

インドでは、現在の年間生産能力625万台を、2028年に約800万台へ拡大する計画です。インドは、Hondaの二輪事業にとって重要な市場であると同時に、他地域への供給拠点としての役割も高まっています。現地調達の拡大や自社工場での自動化を進めることで、品質と価格のバランスを高め、お客様に選ばれる商品を届けます。

中南米・アフリカなど成長市場では、市場伸長に合わせた機動的な商品投入が求められています。Hondaは、インドで培ったコスト競争力や開発効率を活用し、適正な価格で商品を届けることで、日常の移動需要に応えます。ブラジルでの生産能力拡大も進めています。

また、トルコでの生産開始により、供給体制を広げます。地域の需要に近い場所で商品をつくることは、安定供給につながります。輸送や為替などの変動にも対応しやすくなり、お客様に価値を届け続ける事業基盤の整備にもつながります。

商品開発では、1つのプラットフォームから多様なモデルを展開できる体制を整えます。地域ごとの使われ方や嗜好に応じた商品を効率よく投入することで、需要拡大に応えるだけでなく、お客様に選ばれ続ける商品群を広げていきます。

ホンダモーターサイクルアンドスクーターインディアプライベート・リミテッド（HMSI）第二工場の外観

Strategy 02 成熟市場での商品価値向上

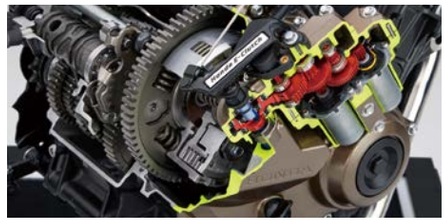
成熟市場では、二輪車に求められる価値が広がっています。Hondaは、高付加価値モデルの投入を進め、走る楽しさ、快適性、扱いやすさを高めることで、代替需要に応えます。お客様が安心して長く乗り続けたいと思える商品を届けることが、成熟市場で選ばれ続ける基盤になります。

新たな価値として、Honda RoadSync/Honda RoadSync Duoの搭載機種を拡大します。Honda RoadSyncは、移動中の情報取得や利便性を高めるコネクテッド機能です。今後は機能拡大も進め、より安心で快適な移動体験を広げていきます。

欧州など競争が激しい市場では、独自技術の価値が重要です。DCTやHonda E-Clutchは、クラッチ操作の負担を軽減するとともに、スポーティーで滑らかな走りを実現します。さらに、V型3気筒エンジンに代表される先進的なモデル開発も進め、これまで培った走行性能や信頼性を磨き続けます。

二輪市場を健全に発展させるためには、安全と環境への取り組みが欠かせません。安全装備の装着率向上、各工場でのCO_2排出量削減、サステナブルマテリアルの採用などを通じて、社会とともに受け入れられる二輪車の価値を高めていきます。

また、サンリオやオニツカタイガーとのコラボレーションなどを通じて、これまで二輪車に接点が少なかった人にも、バイクの魅力を届けます。これらの取り組みを通し、市場の裾野を広げ、長期的な価値創造を実施します。



二輪車向けの電子制御クラッチ技術「E-Clutch」

Onitsuka Tiger Honda Mid Sports Concept

SANRIO CHARACTERS × Honda Kumamoto Racing
CBR1000RR-R FIREBLADEのデザインイメージ

Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

Strategy 03

地域需要に応じた電動化推進

Hondaは、2040年代に全ての二輪製品でカーボンニュートラルを実現することを目指しています。その重要な手段の一つとして、電動二輪車の展開を進めます。ただし、電動化の進み方は地域ごとに異なるため、需要と規制の変化を見極めながら、柔軟に商品を投入していきます。

Hondaが目指す電動化は、単にICE（内燃機関）を電動に置き換えることではありません。ICEで培った「走る・曲がる・止まる」の基本性能を大切にしながら、電動二輪車特有の静粛性や加速感、設計自由度を掛け合わせます。誰もが安心して扱え、感性を刺激する電動二輪車を届けることを目指しています。

2025年には、思うままの暮らし、思いがけない発見のある心地よさと興奮に満ちた世界を人々と共鳴することを目指し「Expected Life. Unexpected discoveries.」というブランドプロミスを定めました。

また、そのブランドプロミスを具現化するモデルとしてHonda WN7を発表しています。このWN7より二輪電動事業のVI（ビジュアル・アイデンティティ）を新たにし、製品のプロダクトマークとして「Honda」を採用しています。新しい電動ブランドのもと、すでにタイ、ベトナム、フィリピンではHonda UC3を、インドではHonda QC3を発表しています。今後も、地域の使われ方に合った商品を、電動需要がある市場に投入していきます。

さらに最大市場であるインドでは、電動二輪車専用工場の設置を予定しています。市場拡大の度合いを見極めながら、需要に見合った生産体制を整え、環境負荷の低減と新しい移動体験の両立を目指します。

これからの成長に向けて

今後3年間は、拡大する需要を確実に捉えるため、成長市場における供給能力の強化を着実に進めます。最大市場であるインドを中心に供給体制を整備し、中南米をはじめとする各地域の需要にも柔軟に対応するとともに、現地調達の拡大や生産効率の向上を通じて、お客様へ安定的に価値をお届けできる事業基盤を構築します。

成熟市場では、高付加価値モデルや先進技術の投入を進め、走る楽しさや快適性をさらに高めます。多様化するお客様の期待に応え、Hondaが選ばれ続ける理由を磨くとともに、環境・安全への取り組みを通じて、二輪市場の健全な発展に貢献していきます。

電動化については、地域ごとの需要を見極めながら、電動車へのニーズが顕在化している市場に、適切な商品を着実に投入します。ブランドプロミスのもと、Hondaならではの電動二輪車の価値を拡げる一方、市場変化に応じて投資と商品投入を柔軟に判断し、持続可能な事業基盤の構築を進めます。

中長期的には、販売・サービスネットワークをさらに進化させ、また、商品販売にとどまらないお客様との関係づくりを強化します。コネクテッド機能やデジタルサービスを通じてお客様との接点を広げ、購入後も継続して価値を実感いただける体験を提供することで、新たな需要の創出につなげます。また、安全・環境技術の進化に加え、異業種コラボレーションを行いながら、二輪車そのものの魅力を拡げ、移動の自由と操る楽しさを届け続けます。これらの取り組みを行い、全ての国でICEも電動もNo.1を目指します。

Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

Power Products Business Strategy

パワープロダクツ事業戦略

役立つ喜びを、仕事と暮らしの現場へ拡げる

執行役常務
二輪・パワープロダクツ事業本部長　**加藤 稔**

パワーユニット・完成機領域

事業を取り巻く市場環境の変化

事業を取り巻く環境では、地域や用途に応じて製品に求められる性能や役割は変化しています。新興国ではICE（内燃機関）製品への需要が引き続き見込まれるほか、先進国でも建設機械や発電機などの業務用途を中心に耐久信頼性が求められるICE製品への需要は堅調です。

一方、ガーデニング分野では、歩行型芝刈機や一部のハンドヘルド製品をはじめとする小型製品で電動化が進んでいます。手軽さや扱いやすさ、静粛性といった電動ならではの特長により、使用環境や用途に応じて電動製品が選択されています。また、高齢化や労働力不足を受け、作業者の負担軽減や省人化を重視する動きが広がっています。特に、限られた人員で作業を担う現場では、効率的な作業を支援し、安定した作業品質の維持につながる自動化・知能化の重要性が増しています。

このように、ICE需要の継続や電動化の進展に加え、自動化・知能化への期待などを背景に、市場の変化が進んでいます。

お客様の期待に応える戦略

Hondaのパワープロダクツ事業は、「役立つ喜び もっと拡げたい」のスローガンのもと、人々の仕事や暮らしを支える製品をグローバルに展開しています。多様化するお客様ニーズに迅速に応えるため、今期よりICE事業と電動事業を一体で推進する組織体制へ変更しました。

新体制ではお客様ニーズや市場特性に応じて経営資源を最適に配分し、ICEと電動それぞれの特長を生かした製品づくりを推進します。さらに、二輪事業で培った技術なども活用しながら、優先度の高い取り組みを着実に商品化へつなげ、環境負荷の低減や人手不足への対応など、製品を通じた社会課題の解決に貢献していきます。

そしてこうした取り組みを通じて商品ラインアップの充実を図り、お客様に新たな価値を提供し続けることで、さらなる事業価値の向上を目指します。

Strategy 01　完成機の商品進化

完成機領域では、お客様の使いやすさと作業効率の向上を両立する商品進化を進めています。除雪機では、保管や取り回しのしやすさで支持される小型モデルに、Honda独自のハイブリッドシステムと除雪機構「クロスオーガ※」を搭載したモデルを展開しました。作業負荷に応じた速度制御とスムーズな走行に

※同軸・同時正逆転除雪機構

Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

LINK
事業　パワープロダクツ
商品　パワープロダクツ

加え、硬い雪への対応力を高めることで、小型モデルならではの取り回しのよさと除雪性能を両立しています。

また、小型耕うん機「こまめ F220」では、エンジン始動を容易にする「シルキースタート」を標準装備し、作業時の負担軽減につなげています。

さらにガーデニング分野では、電動化に加え、自動化・知能化を取り入れた商品を展開しています。北米で発表した電動自動芝刈機「ProZision Autonomous」は、設定した芝刈経路やパターンを記憶し、自動運転で高精度な芝刈り作業を実現します。これにより、造園管理における作業効率の向上や労働力不足への対応、作業者の負荷軽減に貢献します。また、欧州で発表したロボット芝刈機「Miimo」のワイヤレスモデルは、芝生の手入れに伴う手間と時間を軽減し、暮らしにゆとりをもたらします。

ハイブリッド除雪機
「HSS1370i」

小型耕うん機
「こまめ F220」

ロボット芝刈機
「Miimo 1500i」

Strategy 02 パワーユニットの商品進化

パワーユニット領域では、グローバルに展開する汎用エンジンのトップメーカーとして培ってきた技術と商品力を生かし、ICEと電動の両面で商品競争力の強化を進めています。

ICEではHondaの単気筒汎用エンジンで最大排気量となる「GX430」をベースに、FI(Fuel Injection/電子制御燃料噴射装置)技術や電子ガバナを搭載したコンセプトモデルを国内イベントに出展しました。高出力化と燃費性能の向上を両立させるとともに、始動性などの基本性能を高めることで、プロの現場で求められる信頼性と使いやすさをさらに追求していきます。

また、将来の電動化ニーズに応えるため、使用時の排出ガスゼロに加え、低騒音や高いメンテナンス性を備えた電動パワーユニットの展開も進めています。GXエンジンシリーズとの互換性を考慮した電動パワーユニット「eGX」では、高出力を可能とする3モデルを新たに追加し、完成機メーカーによる電動化を後押ししています。さらに、「Honda Mobile Power Pack e:」の活用も含め、多様なニーズに対応する電動製品の展開を通じて、市場の電動化を牽引していきます。

Strategy 03 競争力を支える顧客接点の強化

競争力を支える事業基盤の強化に向け、市場特性に応じた販売・サービス体制の拡充を進めています。

一例としてインドでは、建設・農業・漁業分野の商品ラインアップを拡充し、顧客基盤の拡大を推進するとともに、認定販売店を通じて回収したHondaパワープロダクツ製品を点検・整備し、性能を確認した再生品に保証を付けて販売する取り組みを行っています。これにより、お客様は予算や用途に応じた幅広い選択肢の中から商品を選ぶことができます。また認定販売店によるアフターサービスを通じて、長く安心して使用できる環境を提供しています。

さらに「Honda Power Mobile App」を活用した販売店および顧客接点の強化や、販売データの活用、インド国内の5地域への販売店向けサービストレーニングセンターの設置を進めるなど、デジタル化と人材育成の両面から販売・サービス基盤を強化し、地域に根ざした持続的な競争力の向上に取り組んでいます。

これからの成長に向けて

パワープロダクツ事業は、パワーユニットおよび発電機を事業の柱としてグローバルに展開しており、これらを軸に安定的な成長とさらなる競争力の強化を目指しています。今後3～5年を、事業変革の成果を成長につなげる重要な期間と位置付け、ICE領域では、安定的な収益基盤の確立に向けて、事業体質のさらなる強化を進めます。堅調な需要が継続する中、高出力化と燃費性能の向上、使いやすさの進化などを通じて、汎用エンジンのトップメーカーとしての商品競争力を高めていきます。

一方、電動領域では、eGXシリーズやHonda Mobile Power Pack e:を活用した動力源の拡充に加え、自動化・知能化技術を取り入れた完成機の商品展開を進め、新たな成長機会の創出を目指します。

Hondaは、パワープロダクツ事業で人々の仕事や暮らしを支える価値を提供し続けるとともに、お客様に選ばれる事業としての価値の向上を目指します。そしてICEと電動の両軸で競争力を高めながら、電動化を含む多様な技術の展開を通じて、カーボンニュートラルの実現にも貢献していきます。

電動自動芝刈機「ProZision Autonomous」

Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

マリン領域

事業を取り巻く市場環境の変化

近年、マリンレジャーを取り巻く環境は変化しており、お客様の楽しみ方や利用シーンは多様化しています。ボートが使われるフィールドは海、湖、河川と幅広く、フィッシング、クルージング、業務利用など用途もさまざまで、それぞれの利用シーンに応じて、求められる性能や体験は異なります。お客様が求める価値も、個々の製品の性能だけでなく、水上で過ごす時間そのものの充実へと広がっています。

加えて、ボートの大型化が進むとともに、操船に求められる支援技術や機能も高度化しています。また、マリンレジャーの裾野が広がり、初心者を含む幅広いお客様が水上を楽しむようになっています。その結果、誰もが安心して快適に操船できることへの期待は、これまで以上に高まっています。

こうした環境変化の中、船外機単体の価値に加え、船一艇として安心・快適な体験をどう実現するかという視点が、これからのマリン事業にとって重要な成長機会となっています。

お客様の期待に応える戦略

Hondaのマリン事業は、船外機を単体で提供する事業から、お客様の水上体験全体を支える事業へと進化しています。目指すのは、船一艇としての価値を高め、誰もが安全に、安心して水上体験を楽しめること。そして、水上で過ごす時間をより豊かに、より自由にする体験を、世界中のお客様に届けることです。この実現に向け、Hondaは次の3つに取り組みます。

Strategy 01 船外機ラインアップの充実

Hondaは、2～350馬力まで幅広い船外機ラインアップを全世界で展開しています。2024年にはフラッグシップモデル「BF350」を投入し、2025年には大型船外機7機種を刷新しました。今後も需要が高まる超大型セグメントを中心に、ラインアップの充実を図るとともに、各馬力帯の商品競争力を強化していきます。あわせて、船外機の性能を最大限に引き出す周辺機器の開発・供給体制を強化します。船外機と周辺機器、双方の商品力を強化することで、船一艇としての価値向上を支えていきます。

Strategy 02 統合制御システムの進化

Hondaは、船外機だけでなく、船全体を最適に制御する統合制御システムの開発を進めます。船体の安定性や操船性能を高めるとともに、電子制御ユニット(ECU)を統合することで周辺機器との連携性を向上させ、お客様の用途やニーズに応じた柔軟なシステム構成を可能にします。こうした統合制御により、誰もが安心して快適に操船できる体験を実現します。

Strategy 03 ボートビルダーとの連携強化

ボート本来の性能を最大限に引き出すには、船を設計・製造するボートビルダーとの連携が欠かせません。Hondaは、主要市場でボートビルダーとの協業を強化し、ボートごとの特性に応じて船外機やシステムを最適化することで、ボート本来の性能を最大限に引き出します。その中核を担うアプリケーションエンジニアが、性能評価やセッティングを通じてボートごとに最適な組み合わせを実現します。

これからの成長に向けて

Hondaは、「自由な移動の喜びを創造する」という想いを、水上にも拡げていきます。マリン事業で目指すのは、変化するお客様の価値観やニーズを的確に捉え、船一艇としての価値向上を通じて、人々が水上で過ごす時間をより豊かに、より自由にすることです。

この実現に向けた取り組みを加速させるため、今後3～5年は、船外機ラインアップの充実、統合制御システムの進化、そしてボートビルダーとの連携強化を進めます。船外機をつくり、売るだけでなく、船一艇の価値をお客様とともに創り上げる事業へと進化していきます。

水上で過ごす時間は、大切な人と過ごす、かけがえのない時間です。だからこそ、Hondaは、誰もが安心して快適に過ごせる水上体験の実現に努め、お客様に選ばれ続けるマリン事業を目指します。

Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

LINK

- グローバル企業広告 マリン
- 商品　マリン
- 事業　マリン
- Honda Stories
  Honda初のV8エンジン搭載
  船外機「BF350」開発ストーリー

Hondaの挑戦は、陸・海・空・宇宙へ。

これまで培ってきた多様な技術と知見を掛け合わせ、
人と社会の可能性を拡げる、総合モビリティカンパニーとして、
新たな価値を創造し続けます。

HondaJet

独自のエンジン配置と空力技術で、
高い燃費性能と快適性を実現。

Honda eVTOL

空をもっと身近にする移動手段として、
独自の電動ハイブリッドシステムを
搭載した垂直離着陸機を開発。

サステナブルロケット

再使用を前提としたロケット
開発で、宇宙へのアクセスを
より身近に。

循環型再生エネルギーシステム

水素を利用したエネルギーの
循環で、宇宙での持続可能な
暮らしを支える。

アバターロボット

人の能力を拡張し、遠隔地で
の作業や危険環境での
活動を可能に。

多指ハンド

人の手の様に繊細で力強い動きを実現
し、産業の自動化はじめ、人とロボットが
共創していく社会を創造。

定置用燃料電池電源

水素を活用した定置用電源で、
データセンターやインフラを支える。

パワープロダクツ
（マリン領域）

パワープロダクツ
（パワーユニット・完成機領域）

四輪車

二輪車

Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ

LINK

Honda R&D

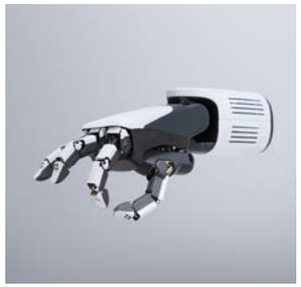
人と社会の可能性を拡げる Hondaの挑戦

HondaJet

Hondaは、長年にわたる航空機研究をHondaJetとして事業につなげてきました。現在は、HondaJet Echelonやサービス領域への展開を通じ、航空事業の次の成長に取り組んでいます。これまで培ってきた技術と事業基盤を生かし、お客様に新たな空の移動価値を届けていきます。

Honda eVTOL

Honda eVTOLは、航空、電動ハイブリッド、制御など、Hondaがさまざまな領域で培ってきた技術を掛け合わせる挑戦です。目指しているのは、空を飛ぶ機体をつくることだけではありません。地上と空をつなぎ、人々の移動の選択肢を広げる新たなモビリティの実現に向け、技術検証を進めています。

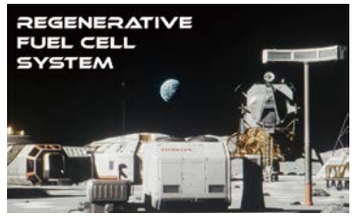


多指ハンド

目指しているのは、人が行っている多様な作業を一つのハンドで実現し、人に寄り添い、人の役に立つことです。Hondaには、ASIMOの開発から継続してきたロボット技術の蓄積があります。人の手が持つ、小さなものをつまむ繊細さと、しっかり握る力強さの両立を目指して研究を進めてきました。メカ機構や駆動システム、緻密な制御にAIを組み合わせることで、人の手に迫る繊細さと力強さの実現に挑戦しています。

サステナブルロケット

人間の活動領域を拡大し、宇宙の活用により地上の暮らしを豊かにするという観点から、そのボトルネックとなる宇宙輸送をより身近にするために、Hondaのコア技術との親和性、適用可能性に着目した独自の再使用型小型ロケットの研究開発を行っています。

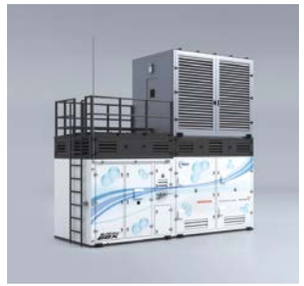


循環型再生エネルギーシステム

宇宙で人が長期間活動するために、太陽光と水から酸素·水素·電気を生み出し、循環させるシステムの実現を目指しています。Honda独自の高圧水電解システムと燃料電池システムを組み合わせ、太陽エネルギーと水から継続的に酸素·水素·電気をつくる仕組みです。Hondaが長年取り組んできた燃料電池や水素技術を生かし、有人拠点や移動用車両など、宇宙での活動を支える技術へと発展させていきます。

アバターロボット

つかむ、持ち替える、道具を使う。人が無意識に行っている動きを機械で再現するには、繊細な制御が必要です。Hondaは、人の手のような器用さと力強さを目指した多指ハンドの研究を進めています。人とロボットが協調することで、人が担う作業を支え、活動できる場所や可能性を拡げていきます。



定置用燃料電池電源

30年以上にわたり研究·開発してきた水素·燃料電池技術を、モビリティだけでなく、電力を供給する領域へ広げています。Hondaは燃料電池モジュール活用のコアドメインとして、燃料電池自動車(FCEV)に加え、商用車、定置電源、建設機械の4つを定め、事業機会の拡大に取り組んでいます。定置用燃料電池電源では、お客様の多様な電力ニーズに対応するとともに、導入からアフターサービスまで支援し、お客様の脱炭素化への貢献を目指しています。

Hondaとは
経営が描くHondaの未来
重要テーマとマテリアリティ
事業戦略
事業ポートフォリオ
四輪事業戦略
二輪事業戦略
パワープロダクツ事業戦略
将来への挑戦
Hondaを支える本田技術研究所
財務戦略
ガバナンス
関連データ