

HONDA
The Power of Dreams

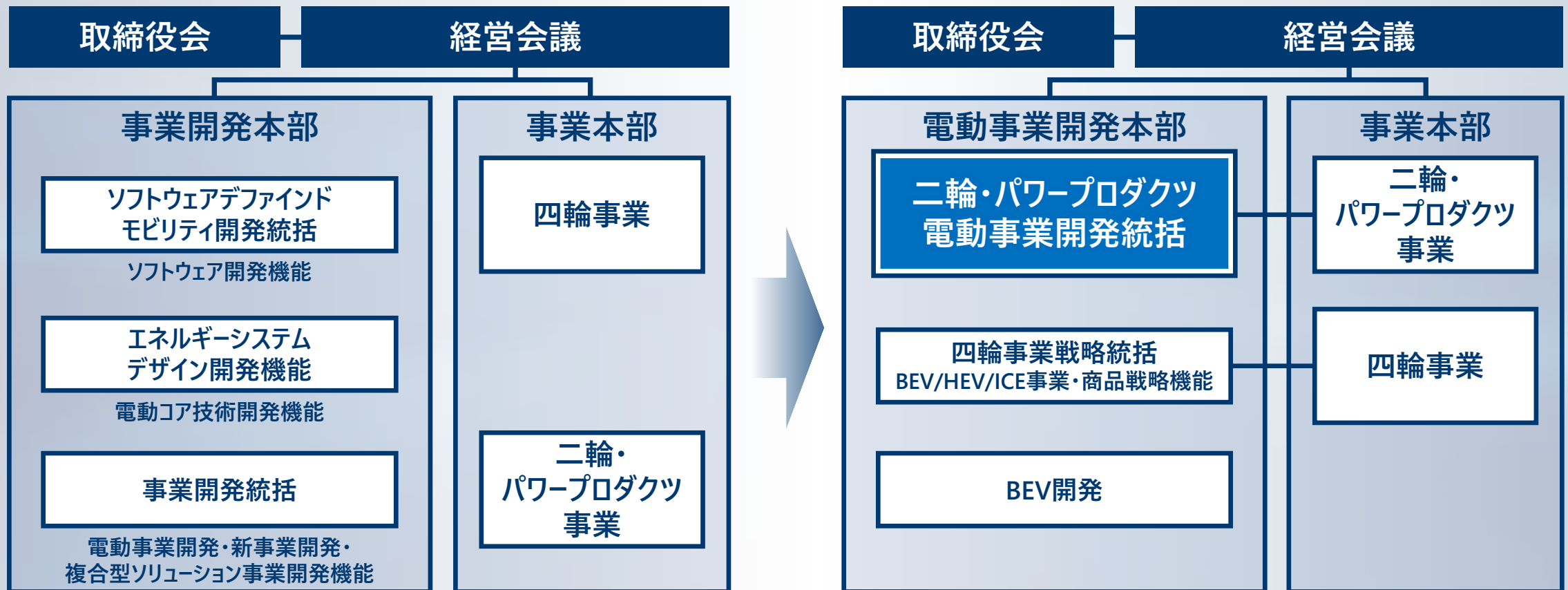
How we move you.
CREATE ▶ TRANSCEND, AUGMENT

2023 Honda 電動二輪事業説明会

2023.11.29(水) 16:30-17:30

「2050年カーボンニュートラル実現」へ向けて 電動事業開発本部

2023年4月 発足



Honda 二輪事業の概要

総累計生産台数

4.5 億台

(2023年時点実績)

販売店数

3 万店

(2023年時点実績)

営業利益額
(二輪事業)

4887 億円

(2023年3月期基準)

営業利益率
(二輪事業)

16.8 %

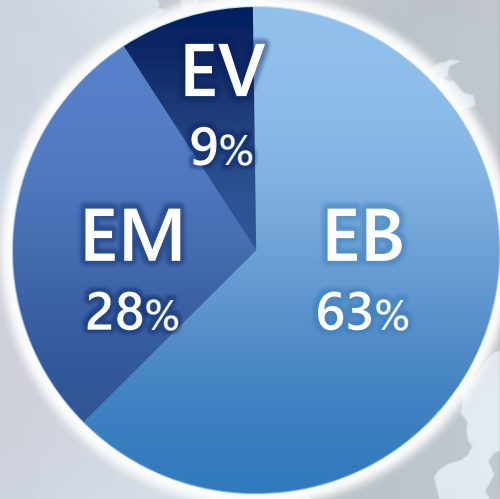
(2023年3月期基準)

世界中のお客様にHondaの二輪車の販売と
サービスを提供できるネットワークを確立

電動二輪車の世界市場

世界市場規模
約**5500**万台
(EV,EM,EB合計)

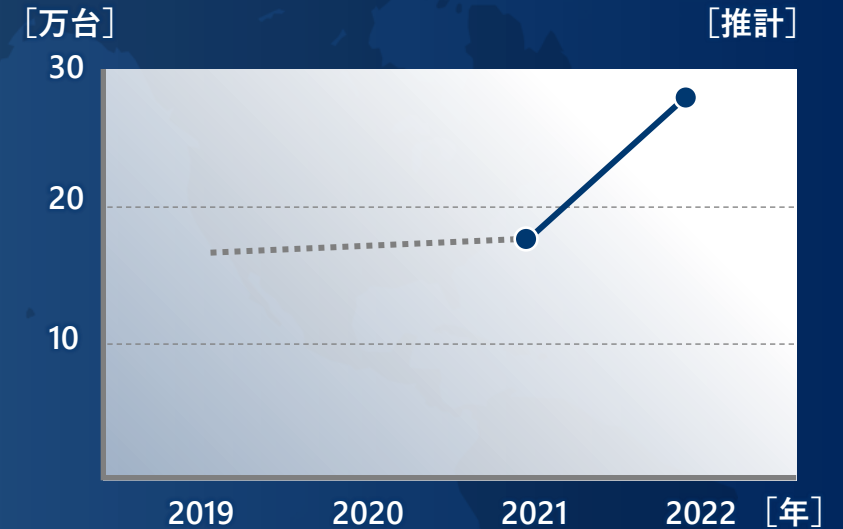
2022年



インド市場急拡大中 (電動車販売台数推移)



ASEAN市場拡大の兆し (電動車販売台数推移)



電動二輪車の販売でシェアの更なる拡大へ

Honda 電動二輪事業の取り組み

1994年
CUV ES



2010年
EV-neo



2018年
PCX ELECTRIC



2020年
Honda e:
ビジネスバイクシリーズ



GYRO CANOPY e:

GYRO e:

BENLY e:

2023年
中国3モデル



ZOOMER e:

Honda Cub e:

Dax e:

2023年
EM1 e:
(50cc相当)



2024年
交換式バッテリーモデル投入
(110-125cc相当)



EVの本格的なマーケットに参入=2024年電動二輪車のグローバル展開元年と位置付け

Honda 電動二輪戦略 2022年9月からのアップデート

販売目標 (グループ販売台数)	2030年	400万台 (昨年発表時 + 50万台)
総モデル数	2030年までに	約30モデル (昨年発表時 2025年までに 10モデル以上)
車体コスト 削減目標	2030年までに	約50%削減
投資金額	2030年までに	約5000億円 (電動専用工場・バッテリー工場・開発支出含む)
収益目標 (営業利益率)	2030年までに 2030年代	5%以上 10%以上 ※電動二輪事業のみ

Honda 電動二輪戦略

販売目標 (グループ販売台数)	2030年	400万台	投資金額	2030年までに	約5000億円
モデル数	2030年までに	約30モデル	収益目標 (営業利益率)	2030年までに	5%以上
車体コスト削減目標	2030年までに	約50%削減		2030年代	10%以上

電動二輪事業 ビジョン

「すべての人の暮らしと移動時間がより豊かになる体験を提供する」
「進化する様々な暮らしのシーンや交通社会での安心と快適を提供する」

Hondaの強み

商品の
フルラインナップ展開

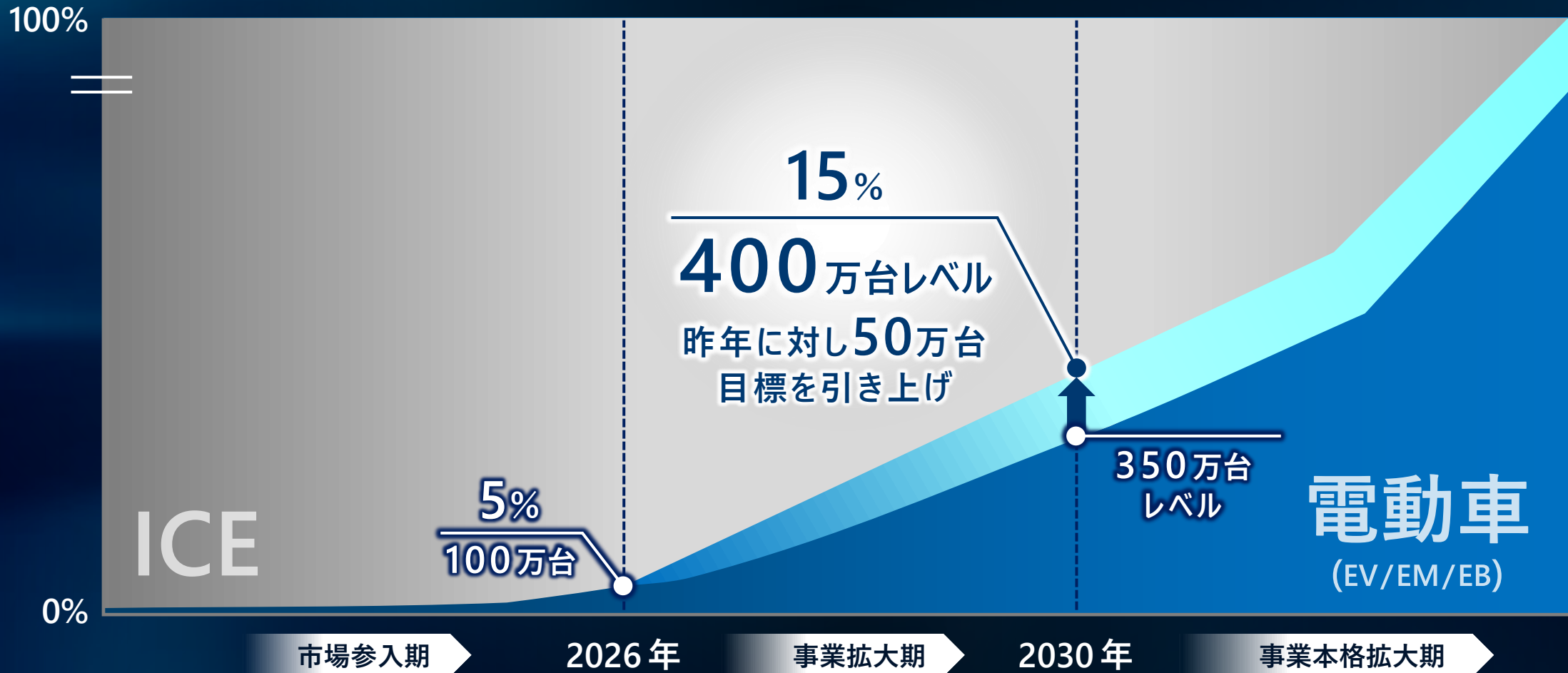
ICE搭載車で培った
開発・生産・調達能力

「走る・曲がる・止まる」の
基本性能と
コネクティビティを兼ね備えた
電動二輪車

3万店の販売網を活用し
オフライン・オンライン融合の
顧客接点

グローバル電動二輪販売イメージ

電動車とICEの販売構成比



電動車フルラインナップ展開

2025年までに10モデル以上

2030年までにグローバルで
累計約**30**モデルを投入

ビジネス
バイクシリーズ



中国
EB3モデル



個人向け
EM1 e:



110-125cc相当

プラグイン方式通勤用



2020年

2023年

市場参入期

2025年

事業拡大期

2030年

事業本格拡大期

電動二輪での進化

Hondaの強み

ICEで培ってきた開発・生産・調達領域のノウハウ
『走る・曲がる・止まる』の基本性能

快適性と利便性を
コネクティビティで拡充



購入後も
ソフトウェアで進化するプロダクト

ターゲット

アーリーアダプター (市場参入～事業拡大期)

モジュールプラットフォーム活用

ICEで培ったプラットフォーム共有化のノウハウを活用し
バッテリー・パワーユニット・車体をそれぞれモジュール化



モジュールプラットフォームの活用で効率よく
グローバルの様々な顧客ニーズに対応できる商品を展開

コネクティビティの進化

ICE・電動車 双方のデータを活用
ソフトウェアの進化で 顧客一人ひとりに合わせた体験を提供

データ量増加



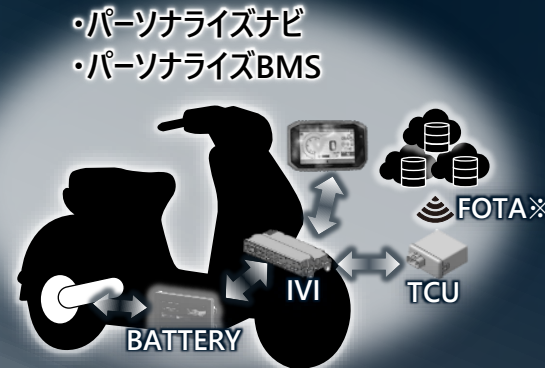
Honda RoadSync

2020年



In-Vehicle Infotainment

2024年



次世代IVI

2030年



次世代IVIの更なる進化

2035年

*FOTA = Firmware Over The Air

バッテリー適用戦略

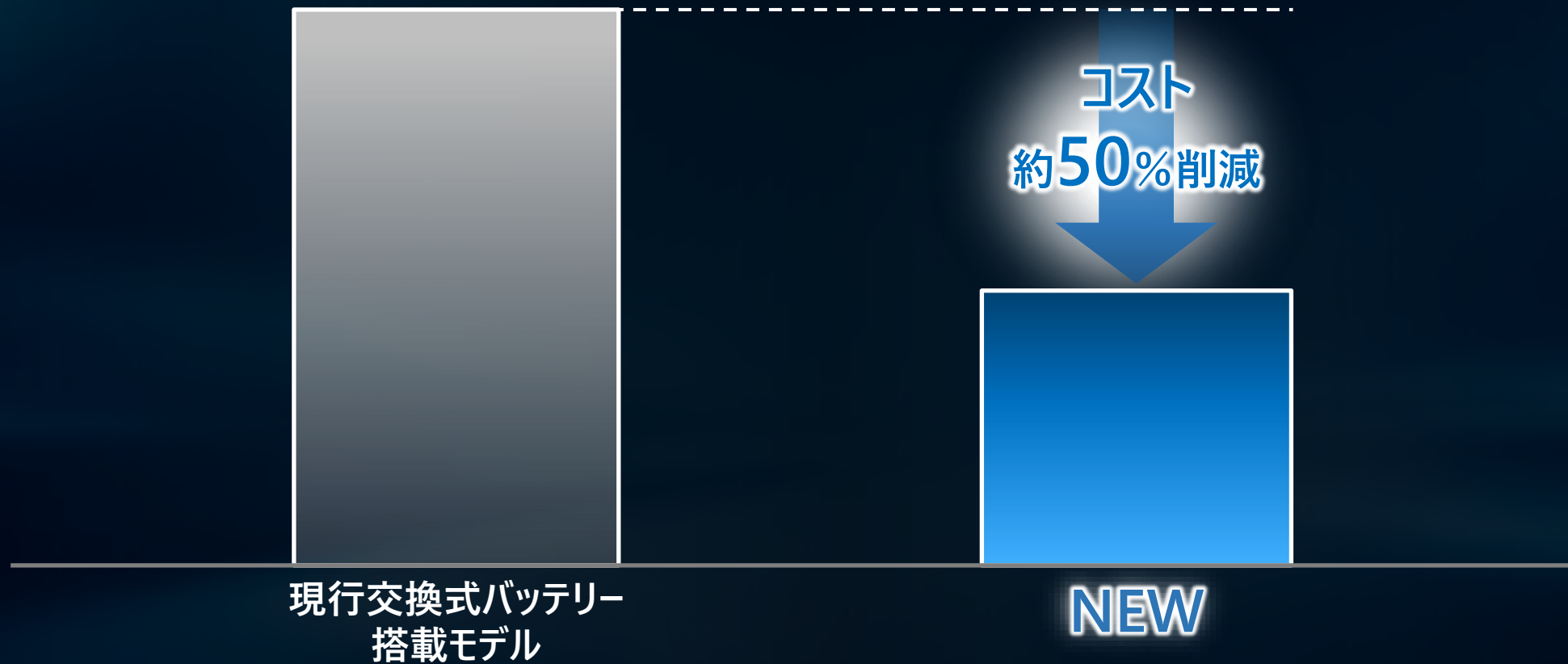
- リチウムイオン電池 (NCM/LFP)
世界中のお客様が使用される環境や
使用方法にあわせた最適な選択肢をご提供
- 全固体
中長期的には活用も視野に

全固体

リン酸鉄リチウムイオン電池
(LFP)

三元系リチウムイオン電池
(NCM)

完成車コスト削減



バッテリー領域の最適化、モジュールプラットフォーム化、生産・調達領域の最適化で
現行完成車コストより、約50%のコスト削減を実現

電動二輪 生産・調達領域

生産領域

～2027年

既存のICEインフラ最大活用

2030年の販売台数**400**万台の実現に向け

調達領域

現在

二輪電動部品の完成部品調達

電動最適コストに向けて

2027年～

電動二輪車専用工場を稼働

組立てラインの長さ モジュール化技術などを導入
約**40%**削減 (ICEラインとの比較)

生産能力 自動化・効率化
年間 **100**万台 (1工場あたり)

投資金額
約**500**億円 (1工場あたり)

ICEのインフラを活用した柔軟な対応を継続しつつ
台数拡大に合わせ電動専用工場も設立

今後

電動部品に適した調達構成へ

材料調達

加工工程

組立工程

SCM、ECM*
全体の最適化

*ECM = Engineering Chain Management

調達構造の分解と再編成による
最適調達構造の構築を推進

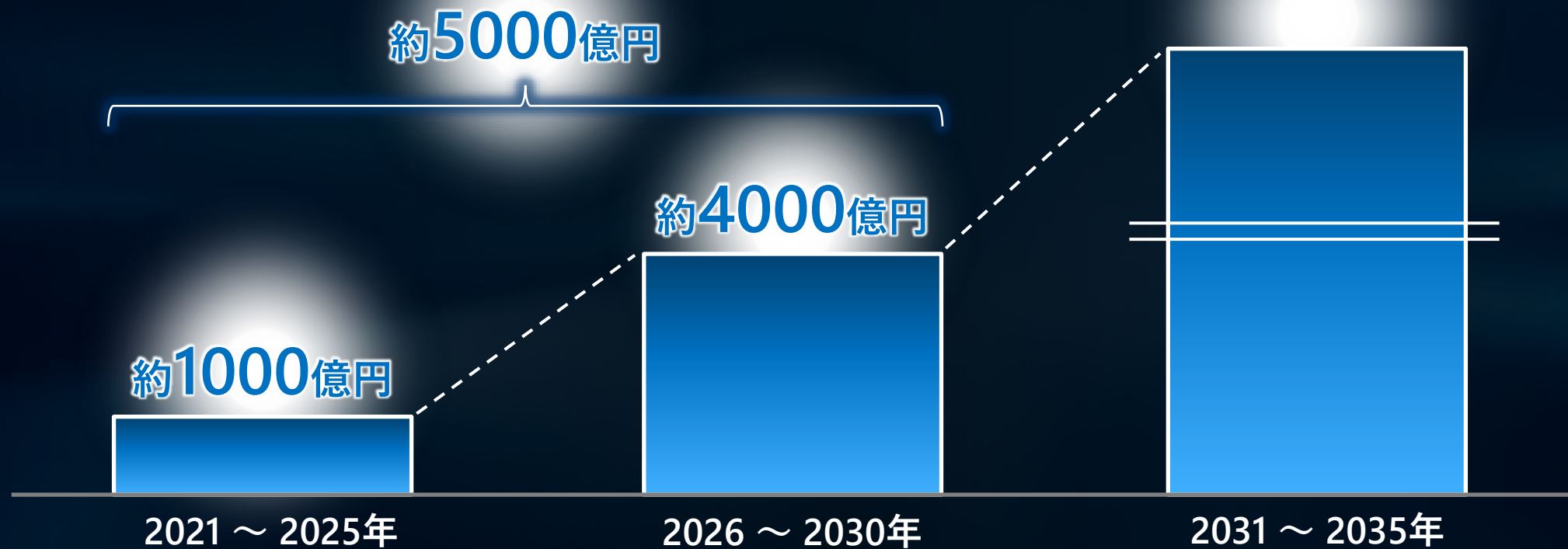
電動二輪への投資金額

(電動専用工場、バッテリー工場、開発支出含む)

市場参入期

事業拡大期

事業本格拡大期



電動二輪車参入価格帯



ICE搭載車に対しライフタイムコストで合理性のある価格

電動化時代における顧客接点

オンラインによる利便性の向上 × 30,000店の販売網を活かしたオフラインによる安心感



いつでもどこでも、見れて買える体験を可能にする
オンライン販売



オフラインで電動二輪車の世界を体感・共感できる
エクスペリエンスセンター設置
車両に触れられる・アフターサービス安心感

オンラインサービスの強化により
便利で安心感のあるオンライン・オフライン融合の顧客接点を提供

二輪事業の収益目標

営業利益率
二輪事業全体
(電動二輪事業)

10%以上
(-)

10%以上
(5%以上)

10%以上
(10%以上)



Honda 電動二輪戦略

販売目標 (グループ販売台数)	2030年	400万台	投資金額	2030年までに	約5000億円
モデル数	2030年までに	約30モデル	収益目標 (営業利益率)	2030年までに	5%以上
車体コスト削減目標	2030年までに	約50%削減		2030年代	10%以上

電動二輪事業 ビジョン

「すべての人の暮らしと移動時間がより豊かになる体験を提供する」
「進化する様々な暮らしのシーンや交通社会での安心と快適を提供する」

Hondaの強み

商品の
フルラインナップ展開

ICE搭載車で培った
開発・生産・調達能力

「走る・曲がる・止まる」の
基本性能と
コネクテビリティを兼ね備えた
電動二輪車

3万店の販売網を活用し
オフライン・オンライン融合の
顧客接点

HONDA
The Power of Dreams

How we move you.
CREATE ► TRANSCEND, AUGMENT