

# 日本自動車産業 基礎データ年刊 2022

## コロナ後の成長方向

- 新型コロナ禍長期化の中、日本自動車産業に求められる新国際競争力を考察!
- 国別生産・稼働率・能力計画から新時代の世界バランスと成長方向を戦略を展望!!
- 自動車メーカー別に新製品・新技術採用動向と新経営戦略を分析!
- 転換期における自動車産業の新成長戦略を基礎データから分析!!

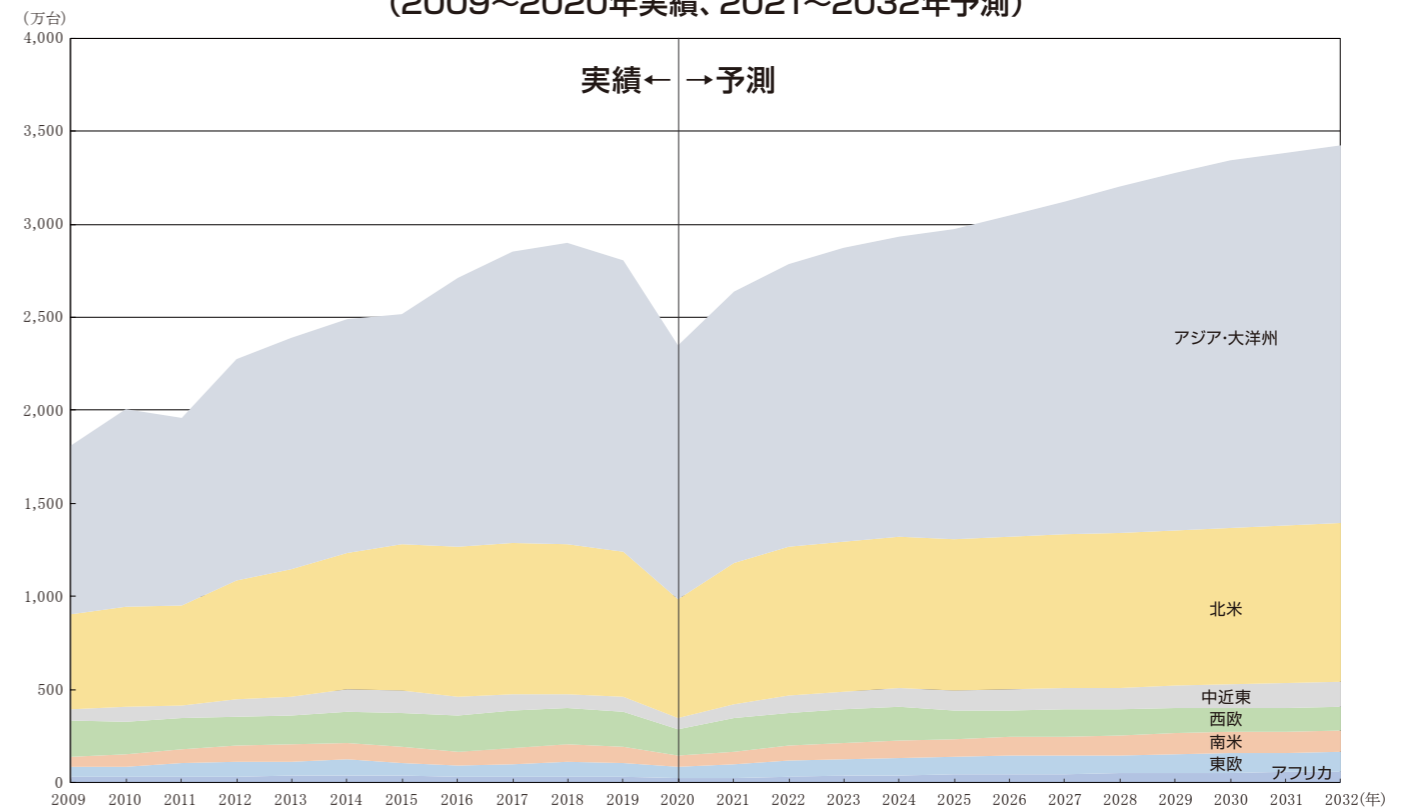
■ 体裁：A4判 262頁、カラー印刷 ■ 発刊：2022年1月31日 ■ 価格：99,000円(税込、国内送料込)  
 ■ 特別価格：66,000円(税込、国内送料込) (日本月報購読部署/新規同時申込部署orインターネットグループ購読者)

新型コロナウイルスの感染拡大とその影響の長期化に加え、半導体供給能力不足とアジアからの部品調達滞りが滞り、秋から減産が続く2021年は、日系自動車メーカー各社にとって深刻な試練の年となりました。また2050年カーボンニュートラルが世界共通の目標となり、欧州をはじめ世界主要政府が内燃機関車の販売停止を打ち出そうとする中で、従来のHEVを中心にしてきた日系メーカー各社も、電動車戦略の見直しを迫られています。こうした厳しい経営環境において、更なる発展を目指すために、真の競争力を獲得するための努力が続いています。

本報告書では、日本自動車メーカー各社の国内および海外の生産体制、生産・販売動向、製品動向、研究開発動向、経営体制、提携戦略について、エビデンスとなる基礎データとともに、各社の従来の強みと弱み、新しい分野における競争力獲得動向など、新しい成長戦略の方向性について展望します。その他、各社の業績、地域別・国別生産・販売台数などの基礎データを駆使することで、各国拠点の生産稼働率や生産体制を俯瞰するとともに、DX化動向、MBD/MBSEの活用状況など開発効率の向上や、カーシェアリングやサブスクリプションなどフロー顧客の獲得に向けた新しい取り組みについても報告いたします。

### 日系メーカー、世界自動車販売推移

(2009~2020年実績、2021~2032年予測)



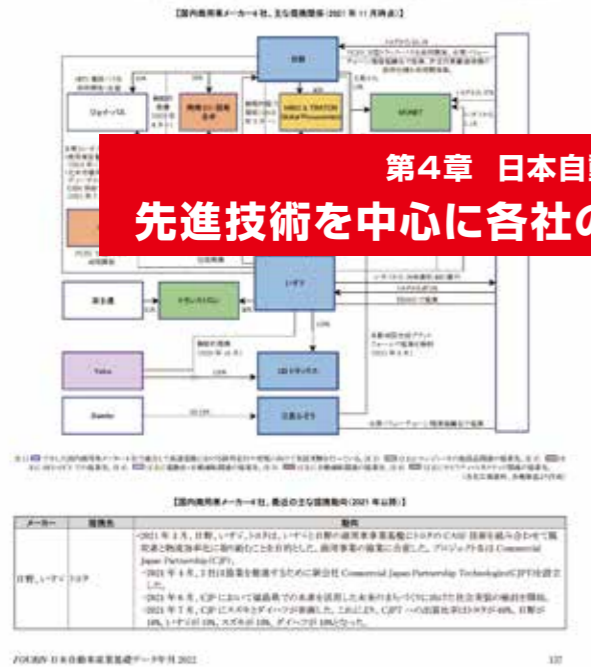
(各国自動車工業会、それに準ずる機関のデータよりFOURIN作成)

#### 第4章：商用車提携戦略、4社ともトヨタとの協業が拡大

国内商用車メーカー4社が2021年以降、トヨタとの関係を強めている。トヨタが主導する商用車連携プロジェクト「Commercial Japan Partnership (CJP)」に日野といすゞが参加したほか、自動運転技術を開発するトヨタ子会社のWoven Alphaとは、日野といすゞに加えて、三菱ふそうが自動運転生成プラットフォーム(AMP)の共同開発を進めている。2021年

#### 第4章：日本自動車メーカーの世界戦略

4月にいすゞがトヨタと提携を完全子会社化したことからは、これまでトヨタとの提携がなかったトヨタプロジェクト「Commercial Japan Partnership (CJP)」に日野といすゞが参加したほか、自動運転技術を開発するトヨタ子会社のWoven Alphaとは、日野といすゞに加えて、三菱ふそうが自動運転生成プラットフォーム(AMP)の共同開発を進めている。2021年



メーカー	提携先	提携内容
日野自動車	トヨタ	2021年6月、トヨタの子会社Woven Alphaと提携し、自動運転技術の開発を推進する。CJPの一環として、日野といすゞはWoven AlphaとAMPの活用に向けた検討を開始した。一方で、三菱ふそうも2021年6月にWoven AlphaとAMPを用いた共同研究を開始。今後、Woven AlphaとAMPが商用車4社の自動運転・コネクテッド向け共通基盤となる可能性がある。
いすゞ自動車	トヨタ	2021年4月、いすゞがトヨタと提携を完全子会社化したことからは、これまでトヨタとの提携がなかったトヨタプロジェクト「Commercial Japan Partnership (CJP)」に日野といすゞが参加したほか、自動運転技術を開発するトヨタ子会社のWoven Alphaとは、日野といすゞに加えて、三菱ふそうが自動運転生成プラットフォーム(AMP)の共同開発を進めている。2021年
三菱ふそう	トヨタ	2021年4月、いすゞがトヨタと提携を完全子会社化したことからは、これまでトヨタとの提携がなかったトヨタプロジェクト「Commercial Japan Partnership (CJP)」に日野といすゞが参加したほか、自動運転技術を開発するトヨタ子会社のWoven Alphaとは、日野といすゞに加えて、三菱ふそうが自動運転生成プラットフォーム(AMP)の共同開発を進めている。2021年

### 第4章 日本自動車メーカーの世界戦略

#### 先進技術を中心に各社の提携が活発化、商用車も網羅

申込方法

当調査報告書は書店では取り扱っておりません。お申し込み、お問い合わせは、申込書に必要事項をご記入の上、FAX または郵送下さい。また E-mail による受付も行ってまいります。



〒464-0025 名古屋市千種区桜が丘 292 フォーインビル  
 TEL : 052-789-1101 FAX : 052-789-1147  
 https://www.fourin.jp E-mail : info@fourin.jp

#### 申込書

日本自動車産業 基礎データ年刊 2022 99,000円(税込、国内送料込)

日本月報購読部署/新規同時申込部署orインターネットグループ購読者価格 66,000円(税込、国内送料込)

(株)フォーイン 行 フリーダイヤル Fax: 0120-0000-73

年 月 日

御社名

御利用部署名

〒

御住所 (送付先)

TEL 番号 FAX 番号

E-mail address

(フリガナ) 御担当者氏名 御役職

通信欄

総論 日本自動車産業の新たな成長方向 ..... 1  
 総論:トヨタ・日産・ホンダのCASE/MaaS対応、2022年以降にBEV展開が本格化 ..... 2  
 総論:デジタル対応と新ビジネスモデルへの挑戦、トヨタのモビリティプラットフォーム-KINTO ..... 4  
 総論:日本自動車産業DX進展状況、開発・生産・販売領域でデジタル技術を積極活用 ..... 8  
 日本自動車産業DX進展状況インタビュー、DXによる可能性についてBellaDati齊藤氏に聞く ..... 11  
 総論:日本自動車産業のMBD/MBSE導入動向、開発を効率化して競争優位性を確保 ..... 17  
 総論:空飛ぶクルマの可能性、2023年の空飛ぶクルマの事業開始を大阪府が発表 ..... 20  
 総論:日本政府のカーボンニュートラル戦略、地球温暖化対策計画を2021年10月に改定 ..... 24  
 総論:トヨタBEV戦略、今後9年間でBEVに4兆円を投資、2030年販売目標は350万台に上方修正 ..... 26  
 総論:日産BEV戦略、2030年までに15モデルのBEVを投入、全固体電池は2028年の量産開始を目指す ..... 28  
 総論:ホンダBEV戦略、2022年に中国で初のホンダブランドBEVを投入 ..... 30  
 総論:商用車BEV戦略、小型BEVトラック出揃う、軽商用BEVは佐川急便向けに納車開始 ..... 32

第1章 日本自動車産業の基礎データ ..... 35  
 第1章:日本自動車産業の内外生産・販売バランス、海外の生産比率は7割、販売比率は8割に拡大 ..... 36  
 第1章:世界自動車販売の現状と潜在成長市場、中・米・印の重要性変わらず、中近東・アフリカに成長余地 ..... 37  
 第1章:日本市場の中長期見通し、人口減等で長期縮小傾向、電動化動向が変動要因となる ..... 39  
 第1章:自動車関係出荷額、2012〜2018年まで7年連続で増加、  
 2019年は60兆円と製造品出荷額の18%を占める ..... 41  
 第1章:国内自動車製造関係労働者人口、2019年は89万人と全製造業労働者人口の11%超 ..... 43

第2章 コロナ下の日本自動車産業の緊急課題 ..... 45  
 第2章:半導体不足で完成車メーカーの減産相次ぐ、問題長期化で半導体調達方法の見直し進む ..... 46  
 第2章:メーカー別新車投入による需要喚起、特別仕様車の設定や仕様向上、装備追加で販売底上げ ..... 50  
 第2章:新型コロナウイルス対策、日系サプライヤー各社が知見を活かした新商品・新部材を展開 ..... 56

第3章 日本自動車メーカーの基礎データ ..... 59  
 第3章:日本自動車メーカー各社業績、2020年度はコロナで減収減益、  
 2021年度通期予想は下振れ、半導体不足が足かせ ..... 60  
 第3章:日本自動車メーカー各社地域別業績、アジアでの営業利益率は6%超を維持 ..... 62  
 第3章:日本自動車メーカー各社が替変動リスク、海外売上高比率は乗用車メーカーは6割超、  
 対応策として現地生産・現地調達を拡大 ..... 64  
 第3章:日本自動車メーカー各社非四輪事業の収益動向、ホンダは二輪、スズキはマリナーが高収益化、  
 スバルの航空宇宙はコロナで赤字 ..... 66

第3章:日本自動車メーカーの国別生産能力と稼働率、2020年は新型コロナの感染拡大で稼働率は低下 ..... 68  
 第3章:日本乗用車メーカー各社PF戦略、GA、CMF、SGP、HEARTECT等新PFへの切り替えが進行 ..... 73  
 第3章:日本自動車メーカーの世界生産台数、2020年は新型コロナで中国以外で生産減少 ..... 91  
 第3章:日本自動車メーカーの世界販売台数、新型コロナ感染拡大で2020年は2,300万台水準に低下 ..... 99  
 第3章:メーカー別生産拠点配置、最適化を進める日産・ホンダは主力地域以外で能力削減、  
 トヨタ・日産・ホンダとも中国では増産 ..... 109  
 第3章:メーカー別開発拠点配置、ソフト開発の重要性が増大、  
 トヨタは3,000人規模の開発体制構築を目指す ..... 120

第4章 日本自動車メーカーの世界戦略 ..... 125  
 第4章:トヨタ提携戦略、電動化に加え内燃機関の可能性を広げるための連携を強化 ..... 126  
 第4章:日産提携戦略、Renault・三菱自とのアライアンスが中心、CMFの適用拡大・拠点相互利用が進む ..... 130  
 第4章:ホンダ提携戦略、BEV・自動運転でGMと連携強化 ..... 133  
 第4章:商用車提携戦略、4社ともトヨタとの協業が拡大 ..... 137  
 第4章:トヨタ経営動向、脱炭素の実現に向けて、HEV/BEV/PHEV/FCEVをフルラインで展開 ..... 139  
 第4章:日産経営動向、電動化と知能化を推進、生産能力と商品ラインの合理化で収益性向上 ..... 141  
 第4章:ホンダ経営動向、中国重視の姿勢を明確化、生産能力削減に一区切りで車種構成を見直し ..... 143  
 第4章:マツダ経営動向、北米向け新型SUV CX-50を発売、  
 Large群SUV4モデルを2023年にかけて導入予定 ..... 145  
 第4章:スズキ経営動向、日印欧で電動車投入を加速、2025年までにインド・日本でBEVを投入へ ..... 146  
 第4章:スバル経営動向、2022年央にBEVを世界展開、  
 組織面では半導体不足対応で部品調達体制を強化 ..... 147  
 第4章:三菱自経営動向、2022年は電動車販売拡大、収益改善に向けて構造改革を推進 ..... 148  
 第4章:日産経営動向、5年体制に再編、2022年1月の組織改正でユニット制を廃止 ..... 149  
 第4章:商用車メーカー経営動向、BEVトラック投入が進展、  
 物流ソリューション提供に向けてデータ活用等では連携 ..... 150

第5章 日本自動車メーカーの国内戦略 ..... 155  
 第5章:乗用車8社国内モデル別生産、SUVが17%減の308万台、リッターカーは4%増加 ..... 156  
 第5章:日本国内セグメント別モデル販売台数、SUV比率が2割に上昇 ..... 162  
 第5章:日系乗用車メーカー各社輸出台数、2019年まで増加傾向、  
 2020年はコロナの影響でスズキ以外が前年割れ ..... 174  
 第5章:日本国内輸入車販売、2020年は8.7%減の31.8万台、  
 一方で日本車は大幅増、Jeep・Porscheは過去最高 ..... 176

第5章:日本国内自動車保有台数、車齢は過去最高齢、電動車比率は13%に上昇 ..... 182  
 第5章:日本国内中古車販売台数、20年は流通量低下で微減、21年は需要増で相場高騰 ..... 186  
 第5章:トヨタ国内事業、Woven Cityの建築工事を開始、  
 新型コロナ/半導体不足への対応と国内販売店改革に取り組む ..... 190  
 第5章:日産国内事業、電動車を普及促進、栃木工場には最新のスマート工場コンセプトを導入 ..... 192  
 第5章:ホンダ国内事業、狭山工場を閉鎖し生産効率化、販売ではオンラインストアを開設 ..... 194  
 第5章:マツダ国内事業、Large商品群CX-60を国内投入、  
 既販車のソフトウェアアップデートの対象を拡大 ..... 196  
 第5章:スズキ国内事業、コネクテッドカーの導入で軽の競争力を強化、2025年には軽BEV投入 ..... 198  
 第5章:スバル国内事業、SUBARU LabでAI開発、新価値創出第1弾のSUBARODをリリース ..... 199  
 第5章:三菱国内事業、国内でも構造改革バリエーション展開、  
 新型Outlander PHEV、新型軽BEVで電動車ラインアップ拡充 ..... 200  
 第5章:ダイハツ国内事業、シリーズハイブリッドで電動化加速、  
 軽商用車にDNGAを適用して燃費規制に対応 ..... 203  
 第5章:いすゞ国内事業、コネクテッド情報PFを新たに構築、UDトラックとアフター分野で協業進展 ..... 204  
 第5章:日野国内事業、トータルサポートで取引関係強化、2021年5月にロジビズUP!を開始 ..... 206  
 第5章:三菱ふそう国内事業、eCanterの本格導入に向け、  
 体験型設備の導入や従業員の教育体制等を強化 ..... 208

第6章 日本自動車メーカーの海外戦略 ..... 211  
 第6章:日本車の海外生産台数、新型コロナ、サプライチェーンの停滞、半導体不足等が減産リスク ..... 212  
 第6章:トヨタ海外事業、北米・中国が主軸で海外販売・海外生産の約6割、  
 電動車を中心に生産体制を強化 ..... 218  
 第6章:日産海外事業、北米・中国が主軸、近年はBEVのハブ拠点として英国での事業体制強化 ..... 226  
 第6章:ホンダ海外事業、生産・販売台数ともに最大の中国事業の重要性が高まる ..... 233  
 第6章:マツダ海外事業、米国に北米専用車CX-50を投入予定、  
 中国事業を再編し販売チャンネルを一体化 ..... 242  
 第6章:スズキ海外事業、乗用車シェア50%死守に向けてインドに集中投資 ..... 245  
 第6章:スバル海外事業、米国で市場シェア5%獲得が目標、  
 走破性を高めたWildernessシリーズを投入 ..... 248  
 第6章:三菱自海外事業、ASEANを重点地域として事業強化、  
 Outlander PHEVなど電動車の販売圏を拡大 ..... 250  
 第6章:ダイハツ海外事業、2021年にマレーシアとインドネシアでDNGA商品を3モデル投入 ..... 254  
 第6章:商用車メーカー4社海外事業、ASEANと北米事業を重視、中国での生産比率高まる ..... 256

見本頁

総論:デジタル対応と新ビジネスモデルへの挑戦、トヨタのモビリティプラットフォーム-KINTO

トヨタが2019年に設立した新会社KINTOは、トヨタが取り組む新しいサービスモデルをリアルに実現するためのモビリティプラットフォームに貢献する。最初の手付けは、トヨタが一定期間クルマを利用できるサブスクリプションサービスKINTO ONEである。リース契約の一種であるが、専用の任意保険を付けている点が一概的な特徴である。同社の事業範囲は広く、サブスクリプションサービス以外にカーシェア、ライドシェア、マルチモーダルサービスなど世界30カ国で展開しているほか、クルマから派生する移動の楽しさを提供するモビリティパークも、2021年8月にリリースした。今回はハードウェアを前提としたこれまでの売り方を見直し、ソフトウェア単体を商品としてオンライン販売することに動いている。その第一歩

KINTO ONEはサービス強化の第2フェーズへ。KINTO ONEは2021年11月に申込件数が累計で25万を超え順調に成長しているが、黒字化しているという情報もある。こうした中、KINTO ONEは成長の第2フェーズとして及第点の成長を挙げた。KINTO ONEはサービス開始当初はクルマ購入時の負担を軽減することを目的としており、契約時の申込金を不要とする期間限定プログラムのみを想定していたが、2021年12月に契約金プログラムを追加した。月額利用料の約3ヵ月分相当の申込金を支払うことで申込料金をゼロ

【KINTO ONEの2021年動向】  
 「概要」  
 KINTO ONEはトヨタグループのモビリティ事業を推進する「トヨタのモビリティプラットフォーム」のKINTO ONEを代表する。2019年8月に2021年11月までの累計申込件数は約25万。KINTO ONEは2021年11月に申込件数が累計で25万を超え順調に成長しているが、黒字化しているという情報もある。こうした中、KINTO ONEは成長の第2フェーズとして及第点の成長を挙げた。KINTO ONEはサービス開始当初はクルマ購入時の負担を軽減することを目的としており、契約時の申込金を不要とする期間限定プログラムのみを想定していたが、2021年12月に契約金プログラムを追加した。月額利用料の約3ヵ月分相当の申込金を支払うことで申込料金をゼロ

【KINTO ONEの2021年動向】  
 「概要」  
 KINTO ONEはトヨタグループのモビリティ事業を推進する「トヨタのモビリティプラットフォーム」のKINTO ONEを代表する。2019年8月に2021年11月までの累計申込件数は約25万。KINTO ONEは2021年11月に申込件数が累計で25万を超え順調に成長しているが、黒字化しているという情報もある。こうした中、KINTO ONEは成長の第2フェーズとして及第点の成長を挙げた。KINTO ONEはサービス開始当初はクルマ購入時の負担を軽減することを目的としており、契約時の申込金を不要とする期間限定プログラムのみを想定していたが、2021年12月に契約金プログラムを追加した。月額利用料の約3ヵ月分相当の申込金を支払うことで申込料金をゼロ

【KINTO ONEの2021年動向】  
 「概要」  
 KINTO ONEはトヨタグループのモビリティ事業を推進する「トヨタのモビリティプラットフォーム」のKINTO ONEを代表する。2019年8月に2021年11月までの累計申込件数は約25万。KINTO ONEは2021年11月に申込件数が累計で25万を超え順調に成長しているが、黒字化しているという情報もある。こうした中、KINTO ONEは成長の第2フェーズとして及第点の成長を挙げた。KINTO ONEはサービス開始当初はクルマ購入時の負担を軽減することを目的としており、契約時の申込金を不要とする期間限定プログラムのみを想定していたが、2021年12月に契約金プログラムを追加した。月額利用料の約3ヵ月分相当の申込金を支払うことで申込料金をゼロ

総論 日本自動車産業のための新たな成長方向 デジタル対応、新ビジネスモデルへの挑戦

総論:ホンダ BEV戦略、2022年に中国で初のホンダブランド BEV を投入

ホンダは2020年に世界自動車販売に占めるBEV/FCVの比率を10%に引き上げる方針である。2021年10月時点でホンダが世界で展開する主なBEVは、中国のX-NV、VE-1/AE-1S、M-NV(全て合資会社による自主ブランド展開)、日本および欧州でのHonda eにとどまり、2022年以降

【ホンダ、地域別 BEV 投入ロードマップ】  
 2021-2022年 | 2023-2024年 | 2025-2026年 | 2027-2028年 | 2029-2030年

【ホンダ、2022年以降に投入予定のBEVの概要】  
 e:NP1 | Prologue | Outlander e:NP1

【ホンダ、2022年以降に投入予定のBEVの概要】  
 e:NP1 | Prologue | Outlander e:NP1

【ホンダ、2022年以降に投入予定のBEVの概要】  
 e:NP1 | Prologue | Outlander e:NP1

総論 日本自動車産業のための新たな成長方向 各社のBEV戦略