



事業方針説明会

カワサキモーターズ株式会社



Kawasaki
Let the good times roll

2021年10月6日

～コングロマリットプレミアム×カワサキモーターズ戦略による成長の加速～

持続的成長を通じて「Good times company」を実現すること

～カワサキに関わる人すべての、よろこびと幸せのために～



目次

- 1 カワサキモーターズ株式会社の創立にあたって
- 2 カーボンニュートラルの実現へ
- 3 持続的成長路線へ
- 4 コングロマリットプレミアム
- 5 最後に



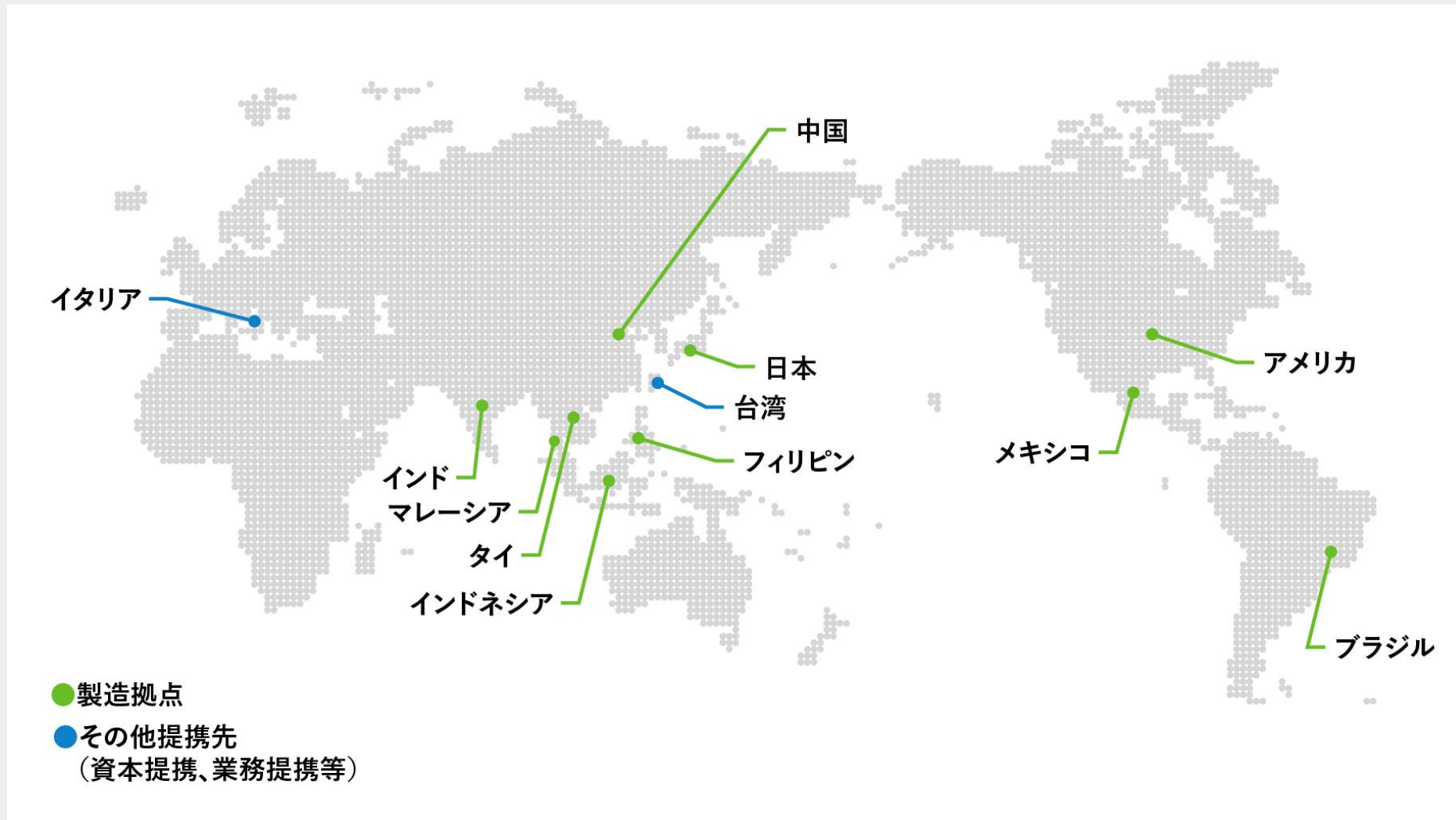
1 カワサキモーターズ株式会社の創立にあたって





汎用エンジン

オフロード
四輪
PWC2021年度
連結売上高見込
4,100億円モーター
サイクル



売上高**4,100 億円**

(2022年3月31日見通し)

営業利益**250 億円**

(2022年3月31日見通し)

従業員数**9,325 人**

単体：2,176人 (2021年10月1日現在)

連結子会社数**23 社**

(2021年10月1日現在)



自律的事業経営を徹底、
B to C 事業の特性を活かし、意思決定のスピードを向上

ポストコロナを見据えた新たなライフスタイルの提案など
顧客に密着した製品・サービスの提供により、ブランドを強化

環境規制対応、電動化や先進安全技術などの進展を見据え、
業界内での連携を強化するとともに、市場を活性化

グループビジョン2030(2020年11月2日)より



分社の目的

「持続的な成長」の実現

- 「モノでなく幸せを売る」事業の構築
- 2030年ー売上高1兆円の実現（2030年ビジョンの実現）

モーターサイクル&エンジン事業の**持続的な成長**を加速させ、
企業価値の向上、ブランド強化を実現。

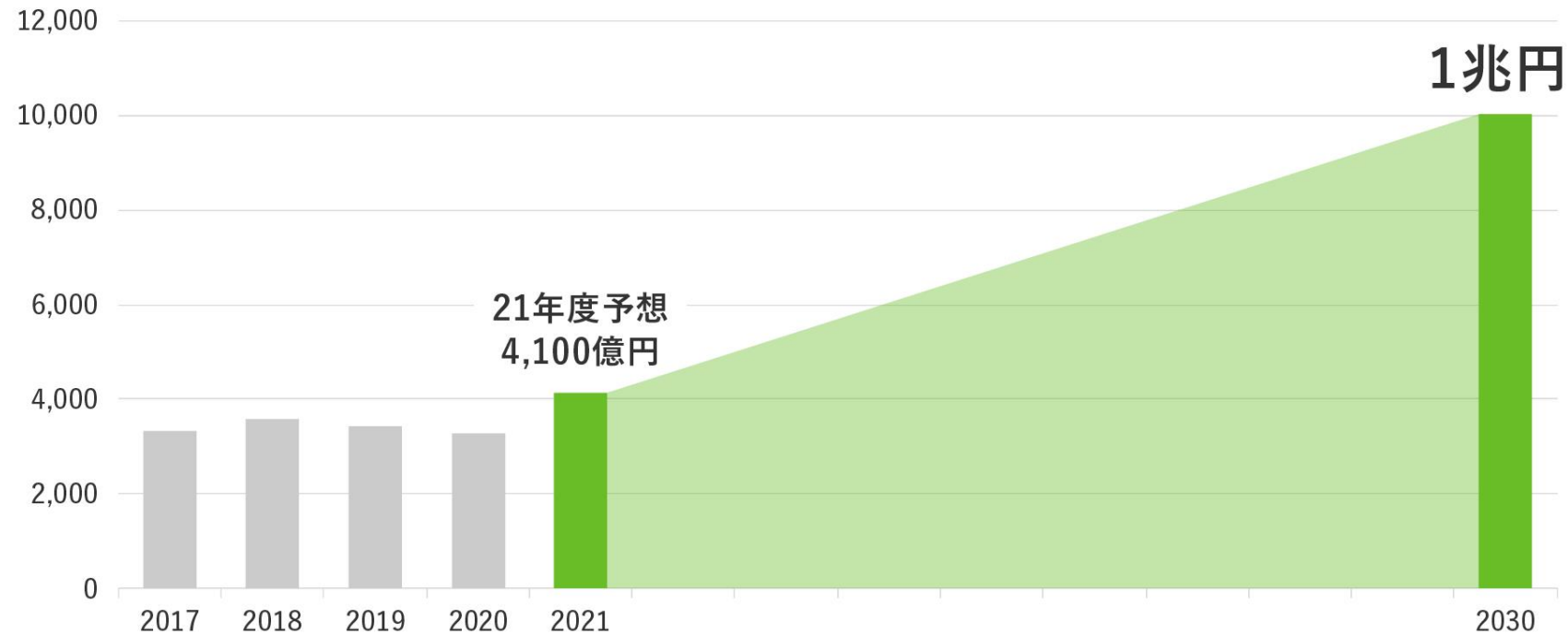
川崎重工業グループを初めとしたステークホルダーへ貢献していく。



2030年ビジョン

成長イメージ

売上高(億円)



分社によって何が変わるのか？

経営の自由度

消費者の変化に素早く対応する
柔軟かつアジャイルな組織体制



1 カンパニー(新会社)ミッション

Let the good times roll

カワサキに関わる人すべての、よろこびと幸せのために

カワサキブランドのコミュニケーションシンボル

 **Kawasaki** Let the good times roll



2 カンパニー(新会社)ビジョン

高付加価値のパワースポーツ（モーターサイクル、オフロード四輪車、PWC）及び
パワーユニット領域のリーディングプレイヤーとして持続的に成長する会社

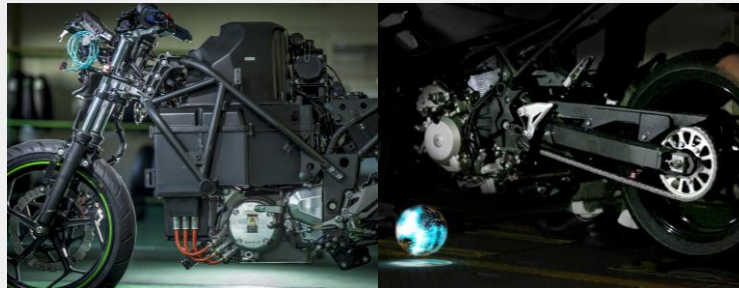


3 カンパニー(新会社)として注力する分野

カーボンニュートラル
の実現

急成長する
オフロード四輪車需要への対応

伝統と革新



2 カーボンニュートラルの実現へ



1 電動化の推進

モーターサイクル

- 2035年までに先進国向け主要機種¹の電動化 (BEV/HEV)を完了
- 2025年までに10機種以上導入予定

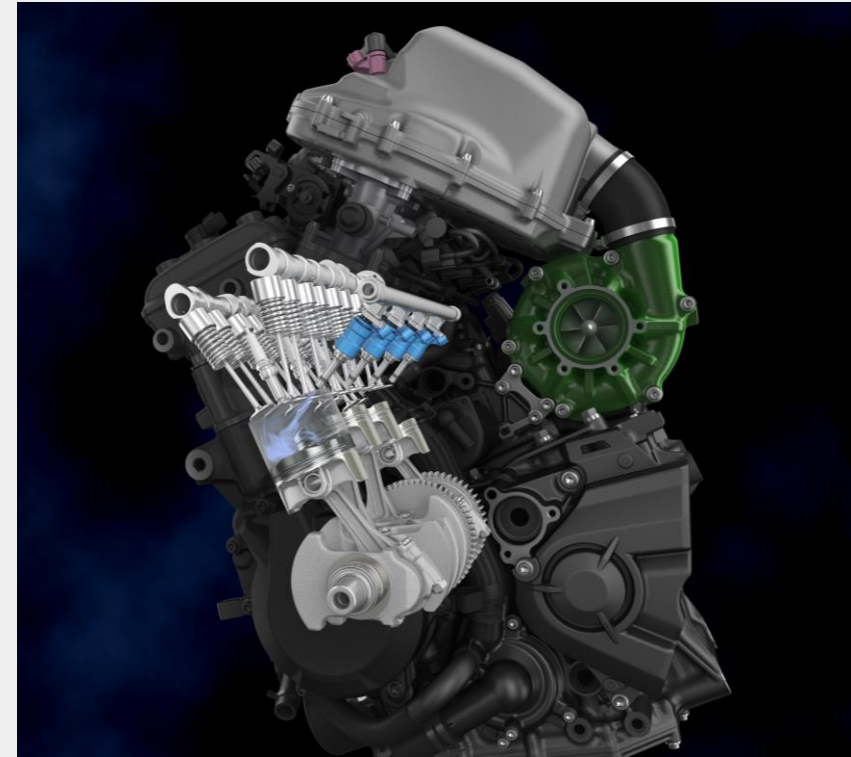
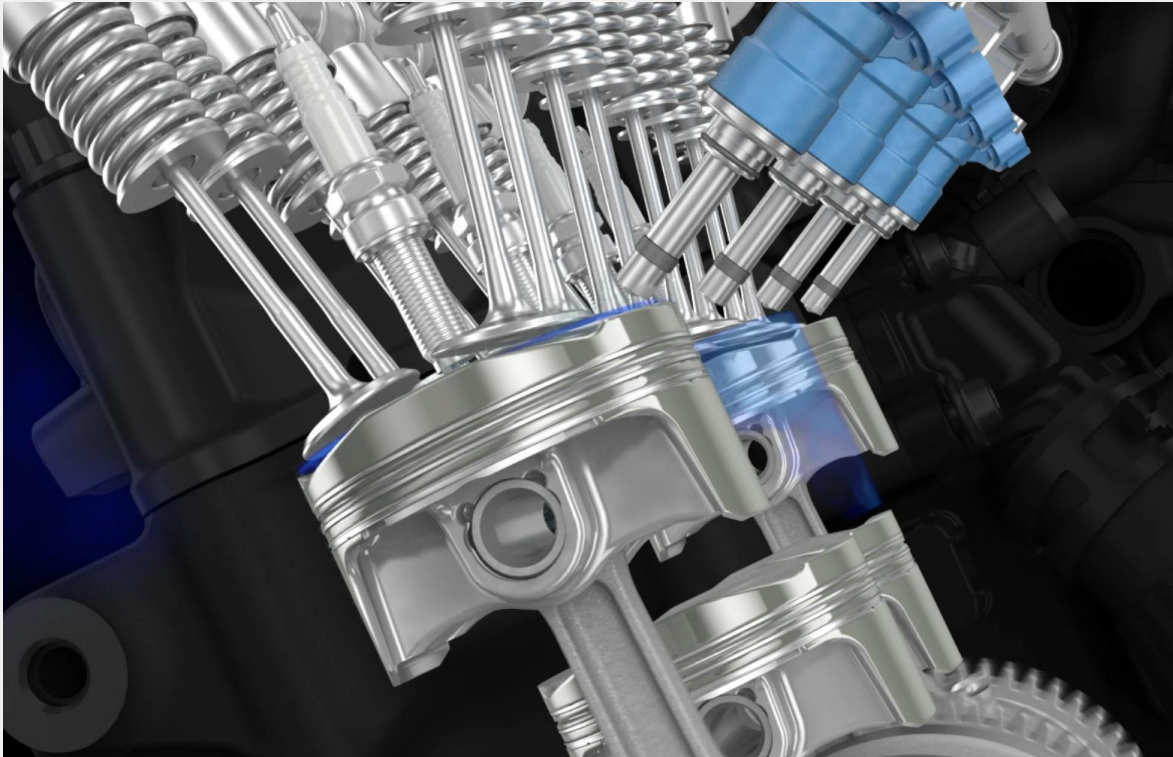


オフロード四輪車

- BEV・HEV四輪車の開発
- 2025年までに5機種導入



2 カーボンニュートラルな燃料の活用（水素）



2 カーボンニュートラルな燃料の活用（水素）



3 持續的成長路線へ



1 成長のキードライバー

ブランド力

商品力

他社との協業や提携

積極的な増産投資



2 成長を牽引するブランドカ

販売店政策による
ブランドの確立

- 「五感で楽しむ」を
コンセプトにした店舗づくり、
上質なライフスタイルの提案



- グループ唯一の
B to C事業として、
Kawasakiブランドを牽引
国内3年連続
トップシェア ※251cc以上

大型車販売 80%増

※国内市場401cc以上、プラザ販売網開始前比率
(2016年度比)

20代以下お客様比率 60%増

※国内市場新規顧客登録年齢層別比率(2017年比)



2 成長を牽引するブランドカ

カスタマー リレーションシップ の強化

- 国内販売店で推進中のCRMを活用したマーケティング力の改良・強化



メルマガ登録数 **1,130%増** (2017年比)

ウェブ閲覧数 **1,280%増** (2017年比)

3 成長の軸となる商品力

コネクティッド・AI・
レーダー等の先進技術

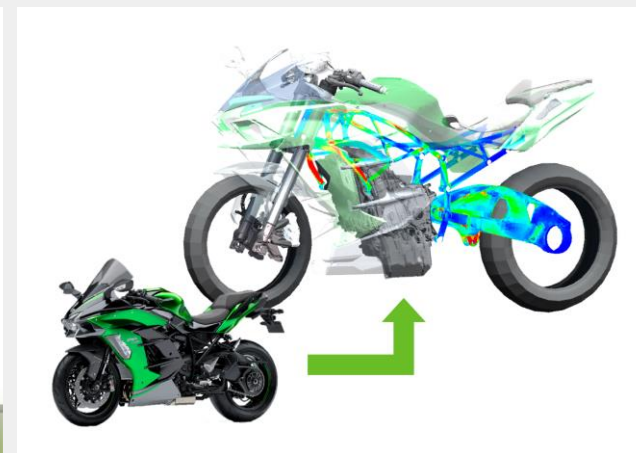


BOSCH提供

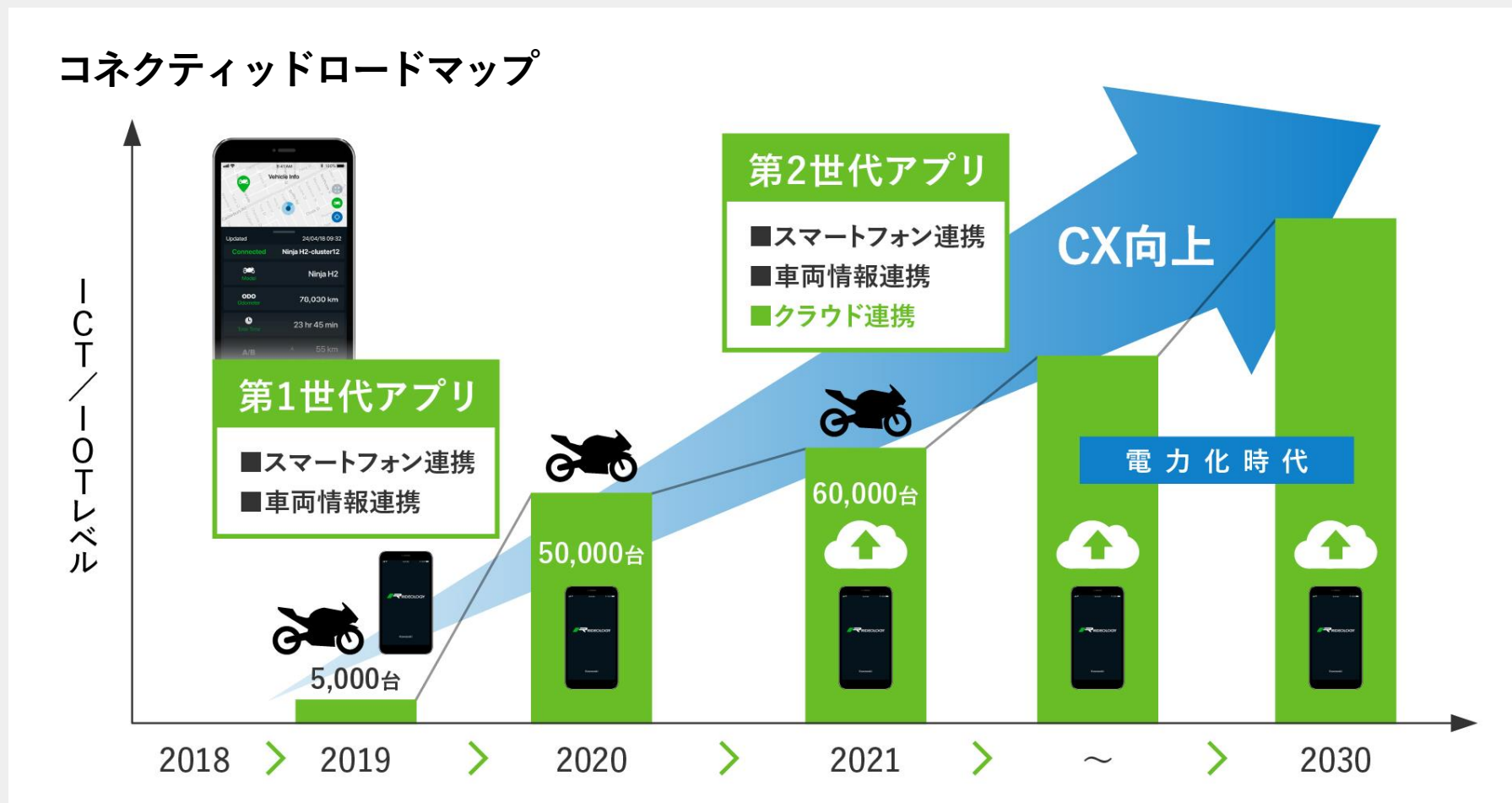
商品企画力・
デザイン力の強化



デジタルツイン・
シミュレーション技術の活用



3 成長の軸となる商品力



4 成長を拡張する協業・提携

- イタリアの高級二輪車メーカー
Bimotaへ出資（2019年）



TESI-H2



4 成長を拡張する協業・提携

Bimota は 1966年に創業、カワサキ、Ducati 等のエンジンを独自デザインフレームに搭載してモータサイクルを製造するイタリアメーカーである。少量生産に徹した極めて高価格のイタリアを代表する老舗プレミアムブランドとして、世界の二輪ユーザーに広く知られている。

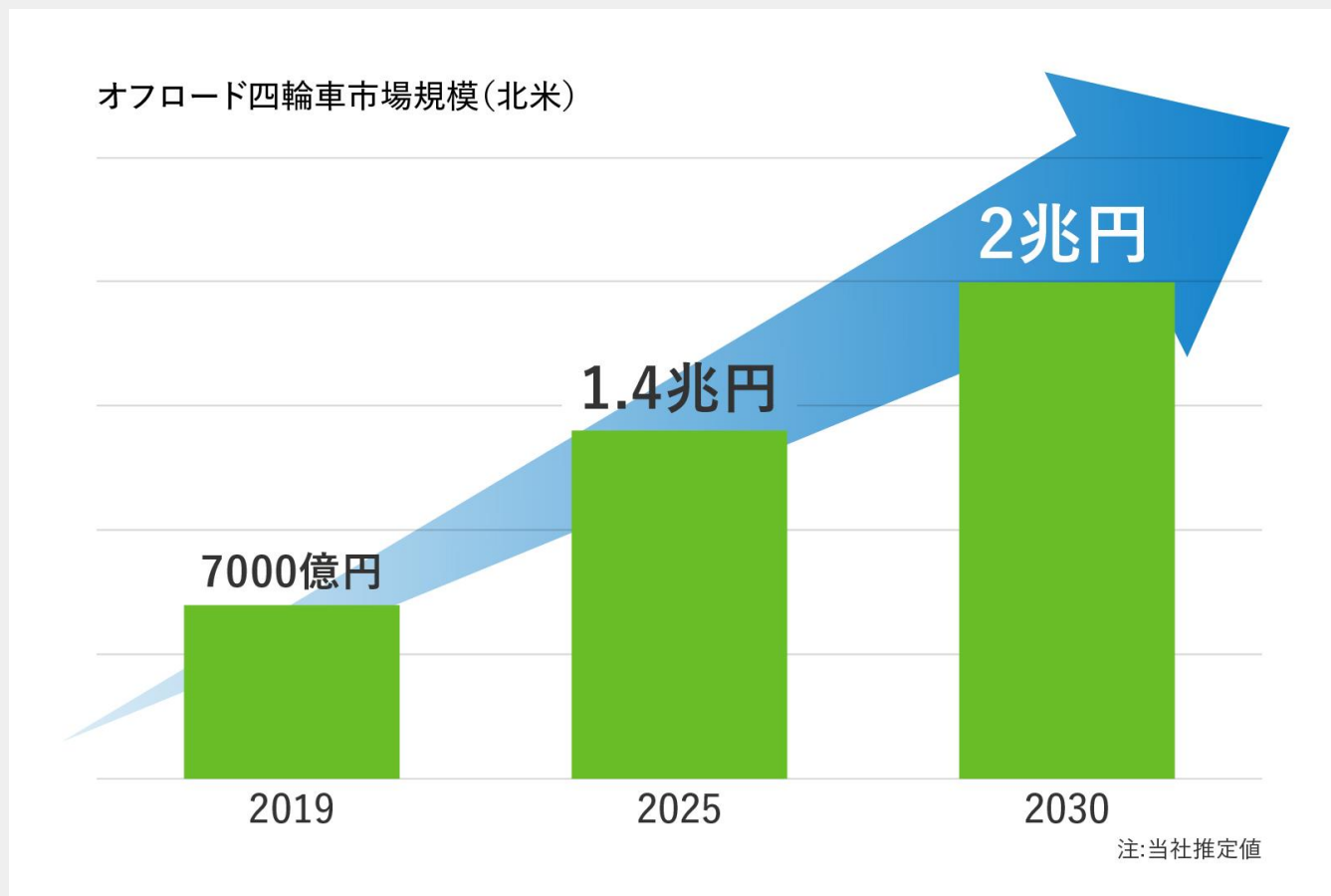


4 成長を拡張する協業・提携

- 台湾KYMCOの開発・生産リソース活用により、オフロード四輪事業の成長加速



5 成長を加速させる増産投資

オフロード
四輪車事業の強化

5 成長を加速させる増産投資

オフロード四輪車 事業の強化

- 米国工場、メキシコ工場へ
総額約300億円(5年間)を投資し、生産設備を新設
- 米国工場：23年3月までに生産能力増強
- メキシコ工場：23年度より生産開始



5 成長を加速させる増産投資

オフロード
四輪車事業の強化

- Kawasaki Motores de México S.A. de C.V.(KMX)
(メキシコ国・ヌエボレオン州)
- オフロード四輪車の生産 (23年度より生産開始予定)

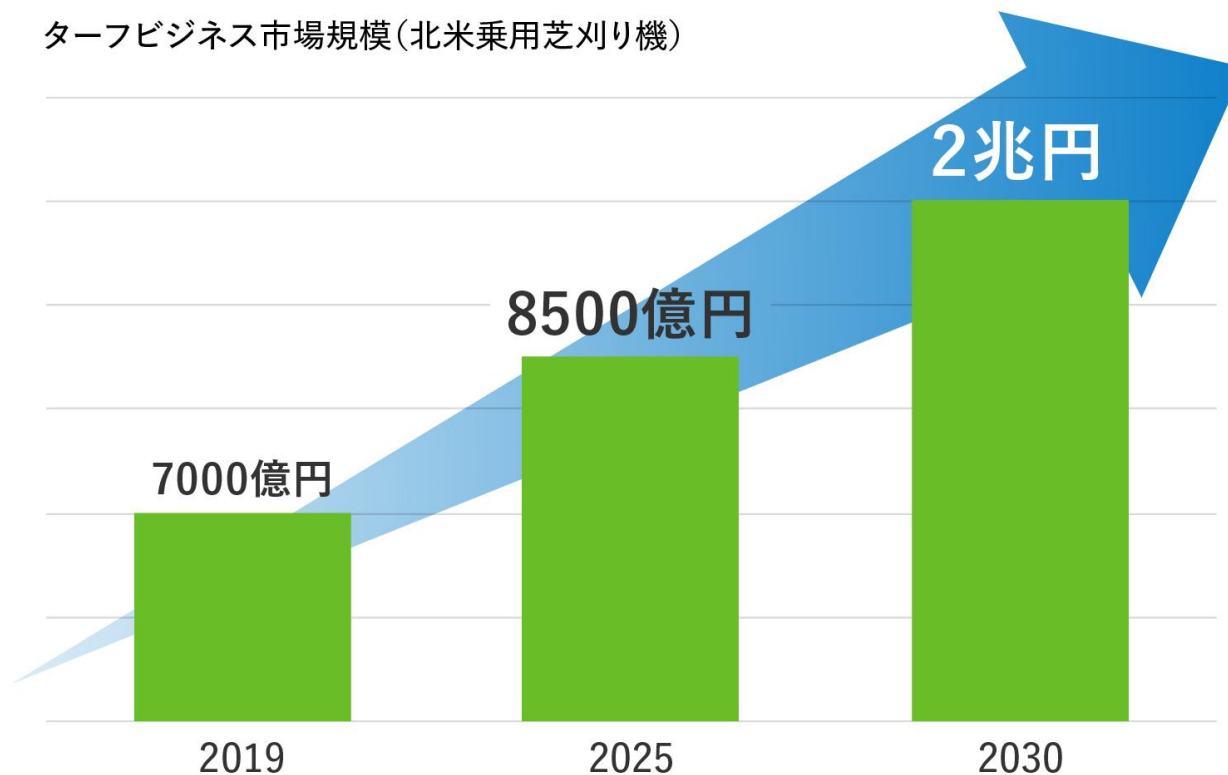


- Kawasaki Motors Manufacturing Corp., U.S.A(KMM)
(米国・ネブラスカ州)
- オフロード四輪車、PWC「ジェットスキー」の生産
- 従業員数：1,100名 (2021年3月末時点)

5 成長を加速させる増産投資

ターフビジネス
の強化

ターフビジネス市場規模(北米乗用芝刈り機)



注:当社推定値



5 成長を加速させる増産投資

ターフビジネス の強化

- 米国ミズーリ州、
ブーンビル市に北米第二工場新設
- 22年5月稼働(予定)
- 芝刈り機用汎用ガソリンエンジンの製造



KMMブーンビル工場



6 分野別戦略（まとめ）

モーターサイクル

- 安定した需要を見込む高付加価値領域を事業の中心と位置付け、ラインアップ拡充により売上拡大を目指す
- 2025年までに、年間平均16機種の新機種を導入(含むBEV・HEV)
- 伝統と革新のブランドを訴求するマーケティング活動

電動車（モータサイクル・オフロード四輪車）

- アウトソーシングも活用しつつ、BEV・HEVのラインアップを早期に展開
- 2025年までに15機種以上導入

オフロード四輪車・PWC

- 今後も市場拡大を見込む最も期待出来る分野
- 製品競争力、ブランド力強化、生産能力増強により売上を拡大
- 2025年までに、年間平均8機種の新機種を投入(含むBEV・HEV)

汎用エンジン（芝刈機用パワーユニット）

- 製品競争力、サービス網強化、生産能力増強により売上を拡大、電動化も推進

4

コングロマリットプレミアム



今後、Kawasakiが注力するフィールド

- ① 安全安心リモート社会
- ② 近未来モビリティ（人・モノの移動を変革）
- ③ エネルギー・環境ソリューション

グループビジョン2030(2020年11月2日)より



コングロマリットプレミアム 実現を通じて

- ドローン用エンジン
- 精密機械・ロボットカンパニーとの協業
- 物流を変革する先進モビリティ実現に貢献



安全安心のリモート社会、 近未来モビリティのために

- 先進ライダーサポート、ドライバーサポート
- 安全・安心のために（災害時の緊急車両）
- 三輪電動自転車（noslisu プロジェクト）



5 最後に



多様性（ダイバーシティ）の実現



Mike Boyle

Kawasaki Motors
Manufacturing Corp., U.S.A. (KMM)
Board of Director
Vice President, COO (Chief Operating Officer)
最高執行責任者
次期社長



桐野 英子

株式会社カワサキモータースジャパン
代表取締役社長



Good times company の実現

人にやさしいのは当社の良き伝統。

当社の米国販売会社では、創業期、
従業員に寄り添った経営をしたことから、
自然と“People’s Company”と呼ばれるになりました。

この良き伝統を発展させ、“Good times company”
を実現していきます。





Kawasaki
Let the good times roll

