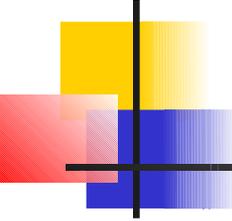


本田技研工業の グローバル・マーケティング

古池 陽太
多田 逸美
馬 明
青沼 幸太郎
陸 維佳

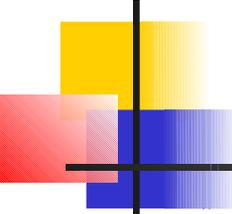


発表の予定

本日：本田技研工業について

- ホンダの歴史、現状、展望
- 国内マーケティングについて

次回以降：各地域におけるマーケティング
(北米、欧州、中国、インド)

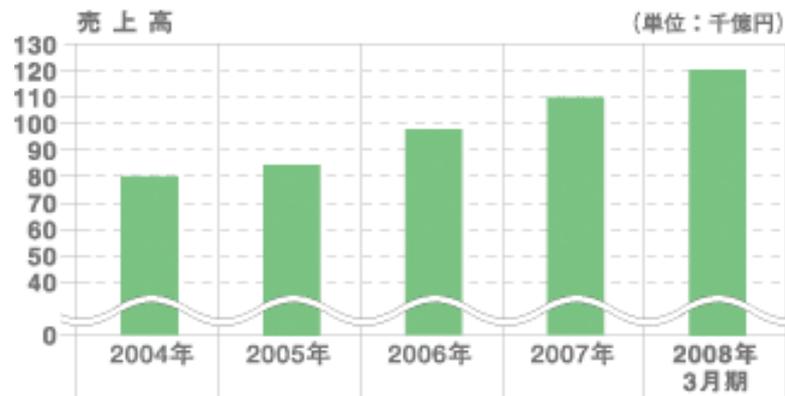


目次

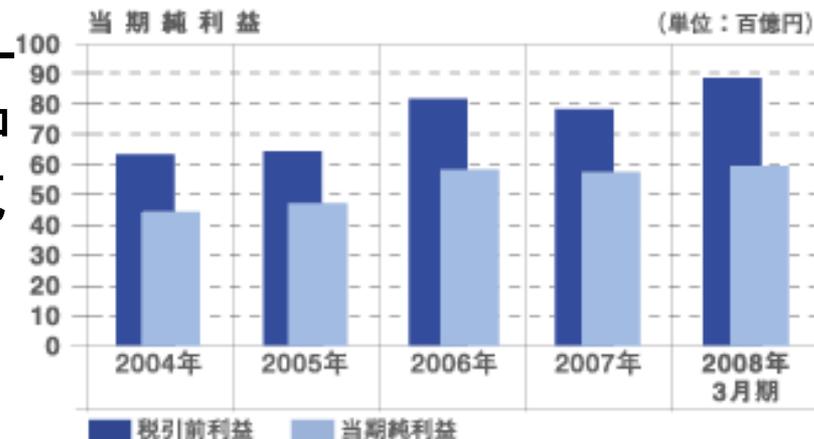
- 1 ホンダを選んだ理由
- 2 ホンダを取り巻く現状
- 3 ホンダの経歴
- 4 ホンダの企業理念
- 5 他社自動車メーカーとの違い
- 6 国内のマーケティング

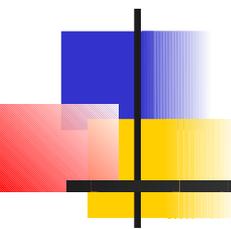
1 ホンダを選んだ理由

- 自動車業界の中で後発メーカーに関わらず、生産台数で、国内2位世界で7位の業績を維持している強さは？

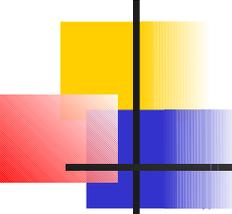


- 今年の第一四半期、唯一国内自動車メーカーの中の北米でプラス成長を成し得た強さはどこにあるのか？





2 ホンダを取り巻く現状



現状①: 日本の製造業の海外売上比率

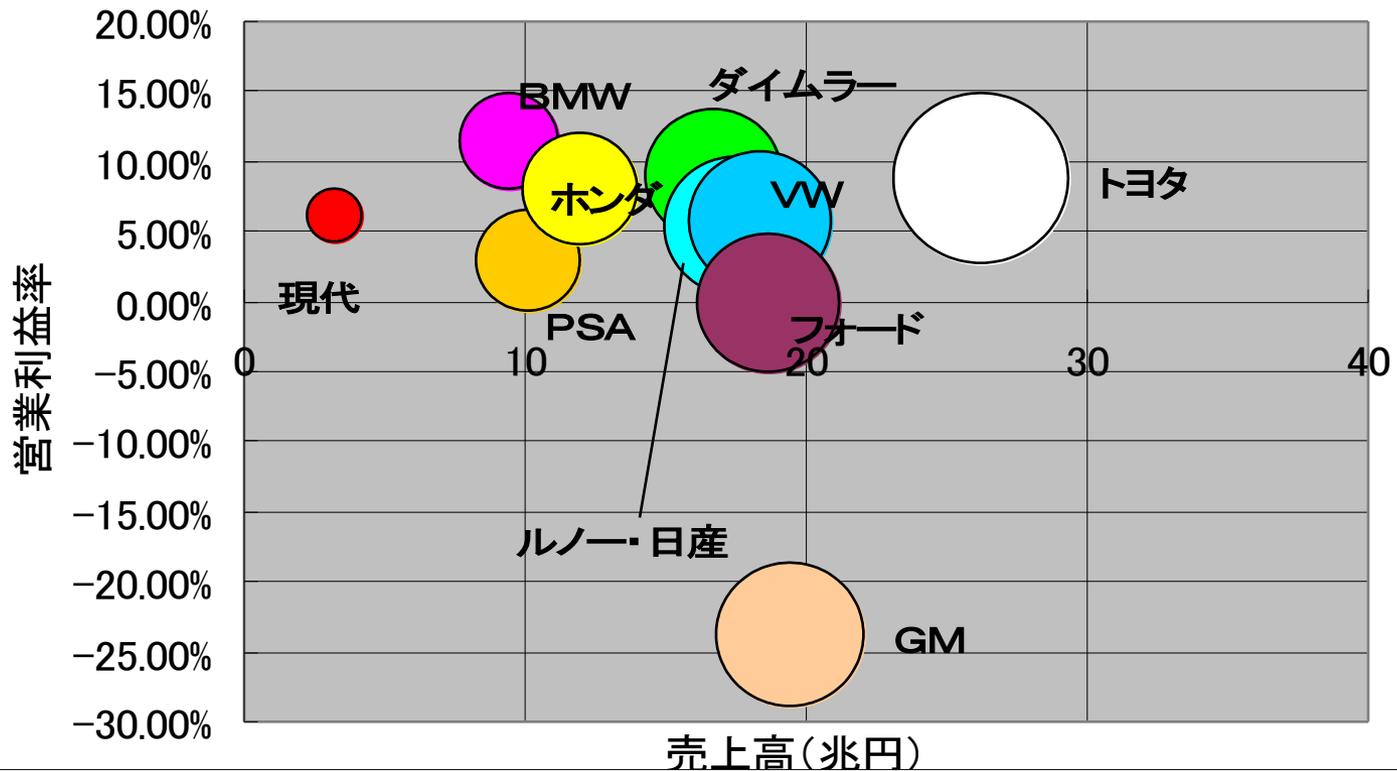
1位	ホンダ	86, 8%	2008年6月6日現在
2位	マキタ	84, 8%	
3位	ブラザー工業	82, 7%	
4位	TDK	82, 4%	
5位	三菱自動車	81, 8%	
6位	任天堂	80, 6%	
7位	日産自動車	79, 8%	
8位	コマツ	77, 5%	
9位	ソニー	76, 8%	
10位	トヨタ	76, 7%	

出典: お金の学校に行こう!

<http://futures.sakura.ne.jp/moneyschool/newpage67.html>

現状②：自動車業界の規模と収益性

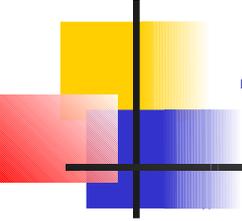
主要自動車メーカーの規模と収益性



● 3.26	● 9.47	● 10.24	● 12	● 16.8	● 17.6
● 18.4	● 18.74	● 19.52	○ 26.29		

3 ホンダの経歴

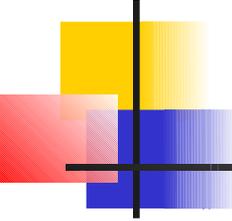
- 1946年 本田宗一郎が本田技術研究所を開設
 - 1948年 資本金100万円をもって本田技研工業株式会社を設立
 - 1955年 第一回全日本オートバイ耐久ロードレース、350cc、500ccクラスで優勝
 - 1961年 TTレース125cc、250ccクラスで1～5位を独占
 - 1962年 4輪事業に参入
 - 1965年 イギリスにホンダモーターヨーロッパ設立
F1メキシコGPで優勝
 - 1971年 低公害エンジン・CVCCエンジンを発表、マスキー法に合格
⇒トヨタ、フォード、クライスラーなどにCVCCの技術供与契約
 - 1985年 オランダ、アメリカ支店設立
 - 1991年 ホンダエンジン、F1で60勝達成
- 現在、海外展開に力を入れている



4 ホンダの企業理念

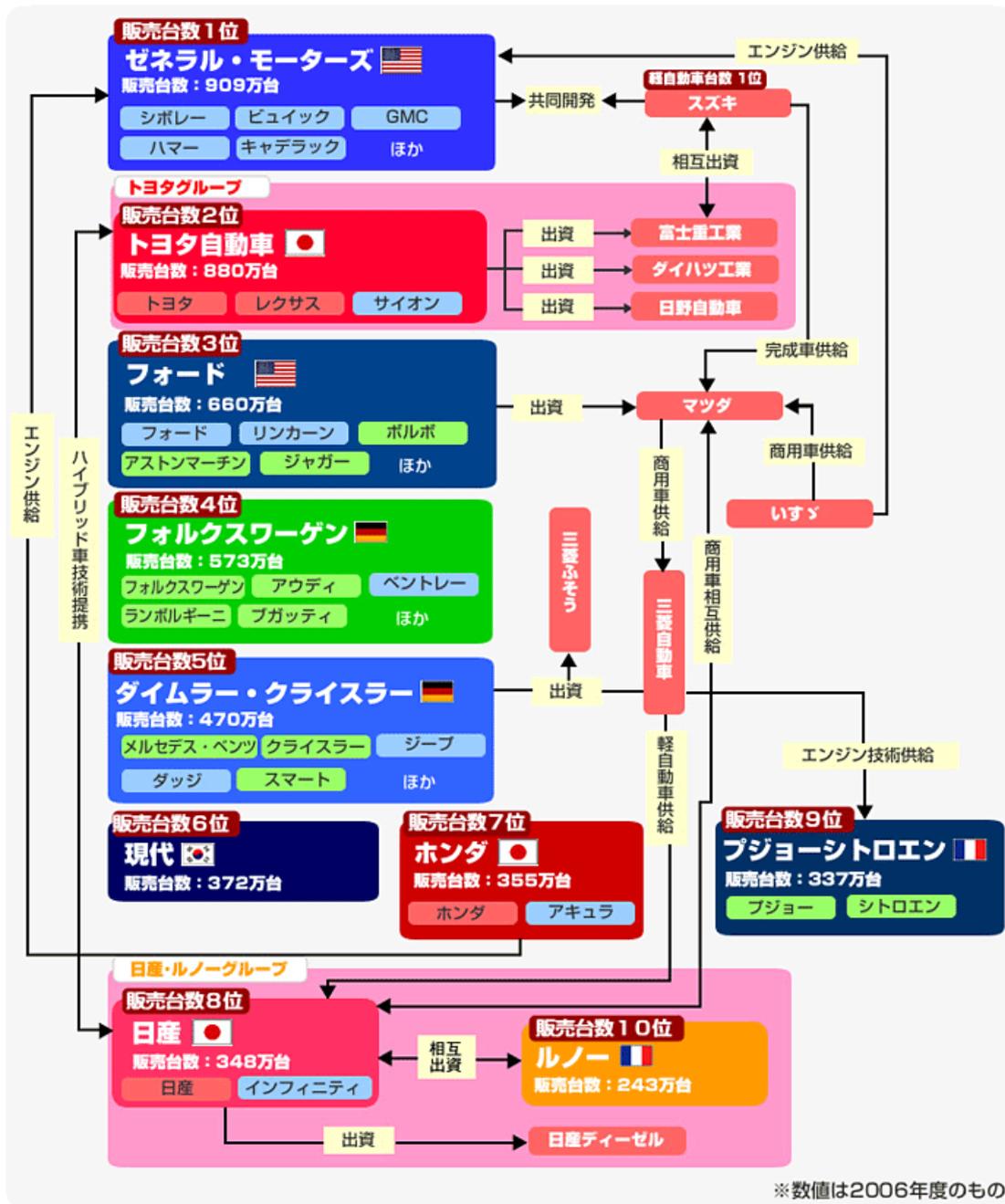
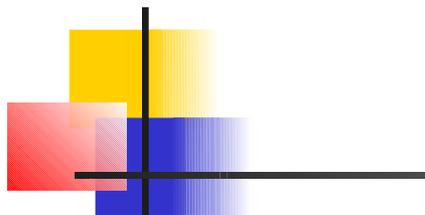
- 人間尊重、3つの喜び

「買う喜び」「創る喜び」「売る喜び」

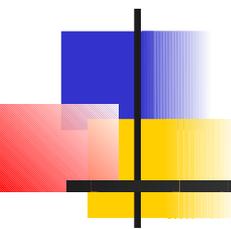


5 他の自動車メーカーとの違い

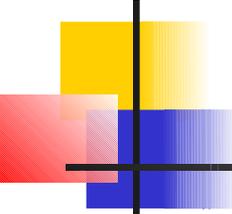
- 外資との提携をしていない
- トヨタと違い、資本提携先もない
- 積極的に新規事業に進出している
(4輪、2輪、汎用製品、JET飛行機、Asimo
etc・・・)
- レイオフ(大量解雇)を一回もしていない



※数値は2006年度のもの



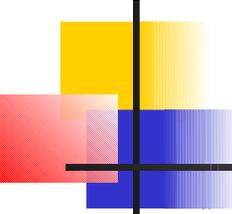
6 国内のマーケティング



バックグラウンドの影響

設立～現在

- ・マイカーブームや高度経済成長により、自動車の需要拡大
- ・庶民に手の届くカローラ、シビックなどが売れた
⇒ホンダはバイク、軽自動車、中級セダンに力を入れた
- ・トヨタ、日産は超高級車や大型車にも進出
- ・各社、スポーツカーに力を入れていた
⇒ホンダはオデッセイを発売。ミニバンという新ジャンルを創りだし、ブームとなる

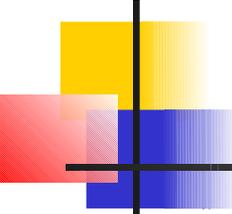


バックグラウンドの影響②

現在

- ・環境問題、原油価格の高騰を受け、メーカーは苦戦を強いられる
- ・トヨタ、Hondaはハイブリットカーに注目
- ・燃費のいい車が売れ筋に

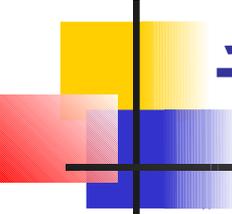
スタイル、走行距離、エンジンパワーが優れている車が必ずしも売れなくなる時代に入



バックグラウンドの影響③

今後

- ・市場が求める車(ハイブリッドカーなど)を提供するだけでは他社との差別化ができない
- ・ Hondaは独創性で他社に勝負する
ex) CR-Zなどハイブリッド+スポーツカーといった新しい形を市場に提供する



チャレンジャーとしてのホンダ

- リーダー:トヨタ

強力な販売力を生かして一定のシェアを確保し、規模の経済性により、採算をとっている

⇒大衆向けの車、経営重視

- チャレンジャー:ホンダ

規模の経済は「それはトヨタさんだからできることとして、シェアを追わずに少量で採算ベースに載せることを考えている

⇒技術重視、オリジナル性、独創性を追求、開拓的な販売戦略をもつ

成功例：スーパーカブ



バイクのエンジンは2ストロークが主流だった1958年、ホンダは画期的な4ストロークのスーパーカブを発売。シートの前をまたいで乗れるデザインと、大きなタイヤを採用し、クラッチ操作を不要にしたおかげで、誰でも簡単に乗ることができた。

- 当時のバイク：無法者たちの乗り物



コンセプト「ホンダのバイクに乗る人は素敵な人ばかり」

- 「おそば屋さんの出前のおにも楽に運転できるバイク」

これにより日本のバイク市場を独占、50年のロングセラー
世界でも大人気