

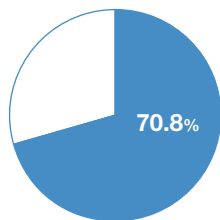
二輪車事業

注

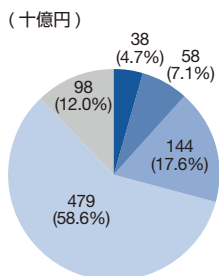
- 当セクションで言及する需要には、中国、インド、台湾製二輪車を含まれています。
- 需要の数値は当社調べです。

2009年度の二輪車事業の売上高は、前年度比2,118億円(20.6%)減の8,171億円となり、全体の売上高の70.8%を占めました。また、営業利益は同378億円減の42億円の損失となりました。

2009年度売上高比率

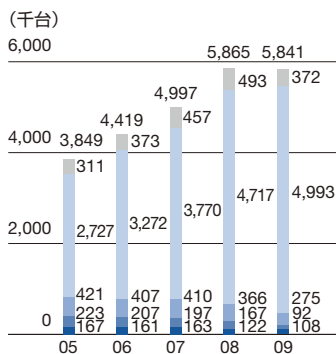


2009年度市場別売上高



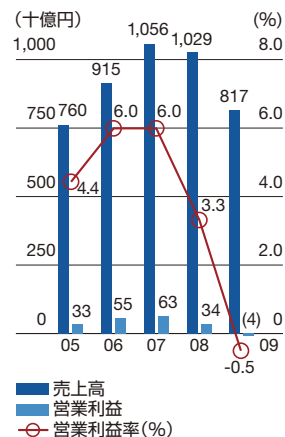
■ 日本 ■ 北米 ■ 欧州

販売台数



■ アジア ■ その他

業績



■ 売上高 ■ 営業利益
○ 営業利益率 (%)

日本 — 市場が低迷する中、シェアは向上

2009年度の国内の二輪車需要は、景気低迷の影響が大きく全カテゴリーで減少しました。特に軽二輪車(排気量126cc~250cc)、原付2種(51cc~125cc)のカテゴリーでの落ち込みが大きく、全体では前年度比23.5%減の43.4万台となりました。

こうした中、当社は50ccスクーター「Jog(ジョグ)」および新たに投入した「Jog ZR」等の好調な販売により、原付1種(50cc以下)カテゴリーでは販売台数を維持しました。原付2種カテゴリーでは、ニューモデルの125ccスクーター「Axis Treet(アクシストリート)」が好調に販売台数を伸ばしたものの、カテゴリー全体では前年度と比べて販売台数は減少しました。軽二輪車カテゴリーでは、特にスクーターの落ち込みが大きく、販売台数は前年度を下回りました。小型二輪車カテゴリー(251cc以上)では、カテゴリー全体の販売台数は前年度を下回りました。このように厳しい状況ではありましたが、2009年度の当社販売台数は市場全体の落ち込みと

比べて少なく、前年度比11.5%減の10.8万台にとどまることができ、売上高は同12.5%減の380億円となりました。

2010年度の需要は、前年度比6.9%減の40.4万台となる見通しです。当社は、好調な1,680ccスポーツバイク「VMAX(バイマックス)」や1,000ccスーパースポーツ「YZF-R1」、125ccスクーター「Axis Treet」などの拡販に努めるとともに、専売店の育成強化や大型スクーターの販売促進、50ccスタンダード・スクーターのラインナップ強化、業界として二輪車の駐車問題や高速料金の



125ccスクーター「Axis Treet」

の適正化に向けた活動の継続などにより、2010年度の販売台数として前年度並みの11.0万台を計画しています。

欧州 — 厳しいながらも、在庫は適正化

2009年度の欧州の二輪車需要^{注1}は、イタリアにおいてスクラップ・インセンティブ^{注2}効果により需要減少に緩和傾向が見られたものの、景気の先行き不透明感によ



800ccスポーツバイク「FZ8」

る購買意欲の減退や、ローン購入比率の高いフランスやスペインにおけるクレジット審査厳格化などの影響を受け、前年度比21.1%減の211.6万台となりました。

2009年度の当社の販売は、想定以上に需要減少の影響が大きかったことや、拡大している低価格スクーター・セグメントにおける中国・台湾製モデルの伸張により、出荷台数ベースで前年度比24.9%減の27.5万台、売上高では同33.2%減の1,437億円となりました。なお在庫については、減産や、旧モデル在庫の売り切りにより、2008年度末の12.2万台が2009年度末には4.4万台まで削減が進み、ほぼ適正水準に達したものと考えています。

2010年度の欧州の景気は、後半から緩やかな回復基調で推移するものと予想していますが、引き続き高い失

業率が見込まれることや、ローン審査緩和に対する不透明感、イタリアにおけるスクラップ・インセンティブの2009年末での終了などにより、2010年度の需要は前年度比5.4%減の200.2万台となる見通しです。

こうした中、当社は、商品面では125/250ccスクーター「XMAX(エクスマックス)」のモデルチェンジや、800ccスポーツバイク「FZ8」、1,200ccスポーツバイク「XTZ1200(テネレ)」といったニューモデルの投入による拡販に努めます。また、スクーター・ビークルの販売に適した販路や、地域の核となりフル・ラインナップ・モデルを高い質とサービスで提供できる販売網の強化、お

客さまの来店を促進し試乗機会を増やす小売促進策などを実施します。こうした施策により、2010年度の出荷台数としては、前年度比4.7%減の26.2万台を目指します。

注1
欧州の二輪車需要: 欧州の需要には、西欧のほか東欧、トルコ、ロシアの需要を含んでいます。

注2
スクラップ・インセンティブ: 国が消費者に対して、所有している古い自動車(二輪車)の廃車を促し、新車に買い換えるための動機付けを行う各種優遇策。



250ccスクーター「XMAX」

二輪車事業

北米 — 小売促進とより一層の在庫削減

2009年度の北米の二輪車需要は、景気が低迷する中、失業率の増加による購買力の低下や、クレジット審査の厳格化によるローン販売の落ち込みにより、前年度比39.7%減の58.5万台となりました。

当社は、急速な需要の冷え込みに対し、思い切った減産



1,680ccスポーツバイク「VMAX」

による在庫の適正化を進める一方、1,680ccスポーツバイク「VMAX」や950ccクルーザー「XVS950」シリーズ、1,000ccスーパースポーツ「YZF-R1」などのニューモデル投入により拡販に注力しましたが、2009年度の販売台数は前年度比44.9%減の9.2万台に、売上高は同45.9%減の580億円となりました。

2010年度の需要は、失業率回復の遅れやローン販売の落ち込みに改善の兆しが見られないことなどにより、前年度比7.7%減の54万台になる見通しです。

メイン市場の米国における当社の在庫状況は、2008年度末の12.4万台から2009年度末には9.0万台と改善

されましたが、まだ高水準にとどまっているため、2010年度も引き続き適正化に向け、小売促進と生産・出荷調整を進め、年度末での在庫4.0万台を目指します。

同時に優良販売店育成のための「PRO(プロ)-YAMAHA」プログラムなどによる顧客満足度向上策を実施していきます。しかしながら、在庫適正化に向け引き続き生産・出

荷調整を行うため、2010年度の出荷台数は前年度比39.1%減の5.6万台となる見通しです

アジア — 二輪車事業の収益を牽引

2009年度のアジア(日本は除く)の需要は、インドネシア・タイでの減少はあったものの、中国・インドで順調に伸びたため、全体としては前年度比4.6%増の3,944.0万台となりました。

こうした中、2009年度の当社販売台数は、インドネシア・ベトナム・インドなどでの順調な伸びにより前年度比

5.9%増の499.3万台に、売上高は同7.9%減の4,790億円になりました。

2010年度は、中国での環境規制による一時的な需要の冷え込みはあるものの、インドネシア・タイの需要が回復基調で推移することや、インドでの堅調な伸びもあり、全体では前年度比0.5%増の3,964.4万台とほぼ前年度並みに落ち着く見通しです。

一方、2010年度の当社販売台数は、アジア(日本は除く)のほぼ全市場において伸びる見通しで、販売台数は、前年度比13.9%増の568.9万台を計画しています。

アセアン

アセアンの二輪車最大市場インドネシアでは、2009年度の総需要が景気悪化の影響により前年度比11.7%減の569.2万台と低迷する中、当社の販売台数は、逆に前年度比7.5%増の265.1万台と着実に伸びました。これは主に、二輪車市場の約半分の需要を占める廉価帯のモペッド^注・セグメントにおいて、当社の115ccニューモデル「Vega(ベガ)-ZR」の販売が好調であったことや、当社がパイオニアとして市場で強みをもつオートマチック・通勤タービークル・セグメントでの販売台数が大幅に伸びたことによります。こうした成果が得られた背景には、商品、価格、販売網、ブランド面において、これまで市場で築き上げてきた確固とした信頼が大きく寄与しているものと認識しています。

2010年度のインドネシアでは、景気が回復基調で推移する中、人口構成や交通インフラの未整備、クレジット審査の緩和などによる市場の回復が見込まれるため、総需要は前年度比12.4%増の640.0万台になる見通しです。当社は、ラインナップの拡充や、キメ細かなプロモーション、販売網の整備、適切な価格管理、ローン販売基盤の整備などの施策に取り組み、前年度比13.2%増の

300.0万台の販売台数を目指します。

タイでは、景気悪化の影響により、2009年度の需要が前年度比9.8%減の153.6万台となりましたが、主力の115ccオートマチック・トランスミッション(AT)モデル「Fino(フィーノ)」が幅広く市場で支持されたことや、ニューモデルの110ccマニュアル・トランスミッション(MT)モデル「Spark Nano(スパーク ナノ)」の投入効果もあり、当社の販売台数は前年度比4.8%減にとどまり、43.2万台となりました。

2010年度のタイの需要は、安定した経済成長に支えられ前年度比6.1%増の163.0万台になる見通しです。当社は、積極的なニューモデルの投入や販売網の強化、ブランドイメージの向上などにより、前年度比4.2%増の45.0万台の販売台数を計画しています。

ベトナムでは、前年度下期に需要が大きく落ち込みましたが、2009年には景気回復の兆しが見え始め、需要は回復基調に転じました。その結果、2009年度の総需要は前年度比1.3%増の274.5万台と、ほぼ前年度並みに推移しました。当社の2009年度の販売台数は、総需要の伸びを大きく上回る前年度比34.2%増の64.3万台になりました。

2010年度のベトナムでは、交通インフラの未整備や、二輪車の需要が見込まれる若年層の増加傾向に加え、お客様のブランド志向の高まりから日系メーカーを中心とした需要増が期待できることなどにより、総需要は前年度比2.4%増の281.0万台になる見通しです。当社としては、キメ細かなエリア・マーケティングの推進や、販売強化、若年層へのブランドイメージ浸透策などにより、2010年度の販売台数を前年度比12.8%増の72.5万台にする計画です。

注
モペッドは、乗り降りし易いようにメインフレームを下側へ湾曲させ、大径タイヤ(前後17インチ等)を装着した小型二輪車で、「アンダーボーン型」とも呼ばれます。



インドネシアで好評の115ccオートマチック・通勤タービークル「Mio Soul(ミオ ソウル)」

二輪車事業

安全で正しい二輪車運転の普及に向けて



TYMの「ヤマハ・ライディング・アカデミー」

タイの二輪車販売子会社「Thai Yamaha Motor Co., Ltd.(TYM)」では、二輪車の安全で正しい運転の普及・啓

発に向けて、2008年に「ヤマハ・ライディング・アカデミー (YRA)」を開設しました。

YRAでは、二輪車免許取得者を対象とした座学と実技からなる安全運転講習や、二輪車安全運転インストラクターの養成のほか、運転免許講習と政府機関による公式テストを実施し、運転免許資格証を発行しています。

YRAでは二輪車の普及が進むアセアン全地域における安全運転の普及・啓発を目指し、タイのみならず他国のヤマハ販売店インストラクターの養成も行っています。

当社では、質の高い二輪車の提供はもちろん、ユーザーの皆さまに安全で正しくお使いいただくことで、二輪車の利便性や楽しさを体感していただきたいと考えています。

YRA 受講者の声



大型バイクでバンコクを離れて旅するのが何より好きだね。YRAで安全運転の講習を受けることは、僕のライフスタイルにまったくぴったりさ。楽しんでいるよ!

ニミブトラ・サクルドンサムさん
ビジネス・オーナー (バンコク・タイ)
選択コース: 大型二輪車安全運転講習

YRA 関係者の声



YRAのインストラクターならびにTYMを代表し、二輪車による交通事故ゼロを目指し、ユーザーの皆さまに安全運転技能を体得してもらうことで、社会に貢献できることを光榮に思っています。

チャイナロン・プラサトサッドさん
YRAチームリーダー (バンコク・タイ)

中国 — 排ガス規制への迅速な対応

2009年度の中国の総需要は、下期に景気が回復軌道に乗ったため前年度比7.4%増の1,742.0万台になりました。こうした中、当社は全土で販売網を拡大し、積極的なプロモーションを展開した結果、スクーター・セグメントの大幅な伸びや、アンダーボーン・セグメントの販売増により、2009年度の販売台数は前年度比6.3%増の60.8万台になりました。



中国の二輪車製造関連会社 重慶建設・雅馬哈摩托車有限公司

2010年度の中国では、前年度の国内向け出荷増による市場在庫増加の影響や、7月施行予定の排ガス規制に伴い小売価格が上昇するため、一時的な買い控えが懸念されることから、総需要は前年度比9.3%減の1,580.0万台になる見通しです。当社は、排ガス規制対応商品のラインナップの拡充を図り、2010年度の販売台数を前年度比15.1%増の70.0万台にする計画です。

インドー積極的な拡大策の展開

2009年度のインドでは、景気が回復基調で推移する中、クレジット審査の緩和や業界を挙げた需要の喚



インドのヤマハディーラー

起により、総需要は前年度比17.9%増の863.8万台と、大きく伸びました。好調な需要を追い風に、当社も150ccスポーツバイクの「FZ16」とニューモデルの「Fazer(フェーザー)」が大きく販売を伸ばしたことなどにより、2009年度の総販売台数は前年度比61.0%増の21.9万台になりました。

2010年度のインドの総需要は、景気回復による底

堅い需要の伸びが期待されるため、前年度比8.8%増の940.0万台になる見通しです。当社としては、これまで若者にターゲットを絞った高付加価値モデルを投入してきましたが、実用性を重視したモデルラインナップの拡充や販売網の強化などで、2010年度の販売台数は前年度比23.3%増の27.0万台を計画しています。

中南米ー地域特性に合ったキメ細かな対応

2009年度の中南米の需要は、景気悪化やローン審査の厳格化などにより、メイン市場のブラジルで前年度比

16.3%減の160.2万台となる一方、アルゼンチン、コロンビア、メキシコでも落ち込みが大きく、中南米合計では前年度比22.6%減の337.2万台となりました。こうした厳しい状況の中、2009年度の当社販売台数は、コロンビアで前年度をわずかに下回ったものの、メイン市場のブラジルにおける前年度比22.8%減の19.3万台をはじめとして、アルゼンチン、メキシコでも大きく落ち込んだため、中南米合計では前年度比24.2%減の32.2万台になりました。

2010年度の中南米では、堅調な景気の推移によりブラジルの総需要が前年度比3.6%増の166.0万台になる見通しであるほか、他の国においても緩やかながら回復基調に転じることが予想されるため、中南米合計では前年並みの337.0万台になる見通しです。これを受けて、2010年度の当社販売台数は、需要回復を見越し地域特性に応じたキメ細かな販売戦略や、積極的なニューモデルの投入により、前年度比18.9%増の38.3万台を目指しています。