

## 感動を追求しポートフォリオを拡充してきた歴史

ヤマハ発動機は、1955年7月、母体である日本楽器製造株式会社(現ヤマハ株式会社)のモーターサイクル製造部門が分離独立し、設立されました。以来60年以上にわたり、パワートレイン技術をはじめとするコア技術を起点として、つねに新たな「感動」をお届けするために既存事業だけでなく新規事業への挑戦を続けてきた結果、製品の多軸化が図られました。人々の生活を豊かにする、私たちの挑戦は未来に向けて現在も続いています。

### 1955年 創業 経済復興下、 モーターサイクル事業への参入

日本楽器製造株式会社第4代社長の川上源一(当社初代社長)が、楽器領域以外における将来の事業発展の足掛かりとして、モーターサイクル市場への参入を決定しました。既に業界内で淘汰も始まっていた時代に後発メーカーでありながら、斬新なカラーリングやデザイン、軽量で容易な取り回し性、さらに当時としては極めて重要な始動性の良さで市場に大きな話題を呼びました。さらに、製品の優劣を示す二輪車レースへの出場で確かな成績を次々と残し、技術の確かさを国内外の市場に広く示しました。

### 高度経済成長期 顧客視点の開発で 感動を追求

高度経済成長期、「生活を楽しむ」ことが「豊かさにつながる」という思いから、水上レジャーへの挑戦が始まりました。まずは当時動力化の兆しが見えてきた漁船など業務需要を目的とし、二輪車で培ったエンジン技術を応用して市場の声を反映させながら船外機やFRP漁船を手掛け、事業領域の拡大を果たしました。また、コア領域となる二輪車では、既存概念にとらわれずマーケットインの発想で顧客ニーズを分析し、女性でも乗りやすい「Passol」を発売。市場に“ソフトバイク”という新ジャンルを定着させました。

### 感動と環境の両立 人にやさしく、 環境にやさしいモビリティの創造

1993年、生活に密着した新しい乗り物として世界で初めての電動アシスト自転車「PAS」を発売しました。「人間感覚を最優先した、人にやさしく、地球にやさしいパーソナルコミューター」というキャッチフレーズのもと、あらゆる人の生活を“アシスト”する乗り物として浸透していきました。また、その後は「PAS」で培った制御技術と最新のヒューマンインターフェイス技術を応用し、排気ガスや騒音がない環境にやさしい電動コミューターを実用化しました。培った技術は現在の新しいモビリティ開発につながっています。

### 未来へ ヤマハらしく社会課題の解決に 貢献するアプローチ

コア技術と先進技術を掛け合わせ、既存の製品群の進化・多様化を進めるとともに、産業用ロボットや産業用無人ヘリコプターをはじめとする無人化技術の応用で、工業や農業・林業など、さまざまな分野の省人化・効率化に貢献しています。また、カーボンニュートラルの実現に向け、「NEO'S」などの電動二輪車や次世代電動操船システム「HARMO」の市場投入、さらにCO<sub>2</sub>を排出しない内燃機関の開発を進めています。多様な製品群での電動化等を通じてモビリティの可能性を高め、より良い生活と社会の実現を目指しています。



## コア技術を応用した製品ポートフォリオの拡がり



1955  
ヤマハ発動機の1号車「YA-1」

パワートレイン  
技術

電子制御  
技術

車体・  
艇体技術

生産技術

### 企業目的 感動創造 企業



1960  
船外機初号機「P-7」



1974  
ボート製造技術を活かしたFRP製プール



1977  
女性が安心して乗ることができる  
“ソフトバイク”「Passol」



1960  
カタマランの  
FRPボート1号艇「CAT-21」



1968  
スノーモビルの  
初導入モデル「SL350」



1987  
産業用無人ヘリコプター  
「R-50(L09)」



1993  
世界初の電動アシスト自転車「PAS」



1978  
ゴルフカー「G1-A」



2017  
細胞ピッキング&  
イメージングシステム  
「CELL HANDLER™」



2002  
電動コミューター「Passol」



1995  
車いす用電動  
ユニット「JW-1」



2020  
次世代電動操船システム  
「HARMO」



2020  
産業用無人  
ヘリコプター  
「FAZER R G2」



2022  
バッテリー  
着脱式  
電動スクーター  
「NEO'S」



2022  
スポーツ  
電動アシスト  
自転車  
「WABASH RT」



## グローバルに多様な製品を展開する当社の事業

ヤマハ発動機は、創業以来培われてきたパワートレイン技術、車体・艇体技術、電子制御技術、生産技術をコアとして発展させながら、当社独自の開発思想「人機官能」のもと、技術と感性で感動を生み出す多彩な製品を世界中へお届けしています。

### 連結業績 (2021年12月期)

売上高

**1兆8,125** 億円

営業利益

**1,823** 億円



### ■ ランドモビリティ事業

売上高 (構成比)

**1兆1,797** 億円 (65.1%)

営業利益 (構成比)

**687** 億円 (37.7%)

主要製品

二輪車、LMW、中間部品、海外生産用部品、四輪バギー(ATV)、レクリエーション・オフハイウェイ・ビークル(ROV)、スノーモビル、電動アシスト自転車、電動車いす、自動車用エンジン、自動車用コンポーネント



### ■ マリン事業

売上高 (構成比)

**3,911** 億円 (21.6%)

営業利益 (構成比)

**768** 億円 (42.1%)

主要製品

船外機(マリンエンジン)、ウォータースポーツ、船艇(ボート)、プール、漁船・和船



### ■ ロボティクス事業

売上高 (構成比)

**1,203** 億円 (6.6%)

営業利益 (構成比)

**176** 億円 (9.7%)

主要製品

表面実装関連機器、半導体製造装置、産業用ロボット、産業用無人ヘリコプター・ドローン



### ■ 金融サービス事業

売上高 (構成比)

**486** 億円 (2.7%)

営業利益 (構成比)

**191** 億円 (10.5%)

主要製品・サービス

当社製品にかかわる販売金融およびリース



### ■ その他事業

売上高 (構成比)

**727** 億円 (4.0%)

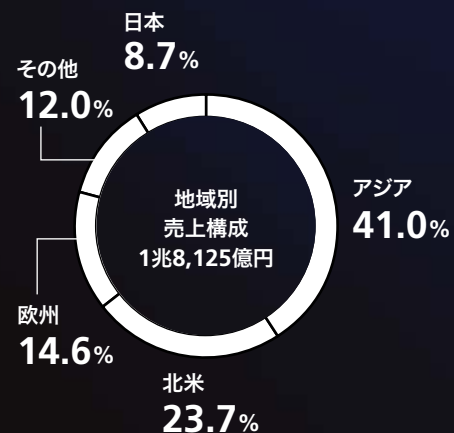
営業利益 (構成比)

**42** 百万円 (0%)

主要製品

ゴルフカー、発電機、汎用エンジン、除雪機

## チームで価値を創出するグローバル体制



従業員数(連結)

**51,243** 名

海外生産比率

**90** %以上

拠点数(主機能・延べ数)

開発

**19** 拠点

製造

**24** 拠点

販売

**46** 拠点

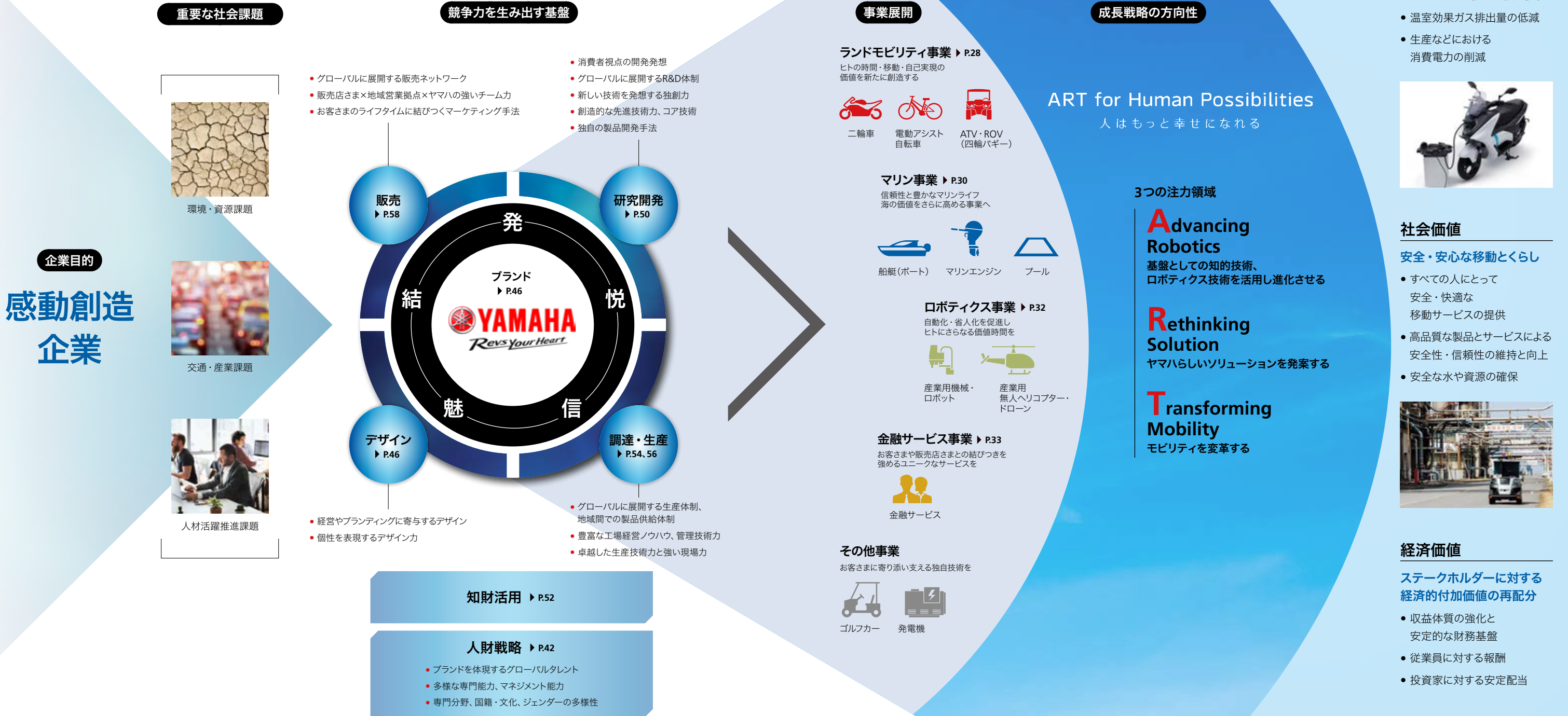
## 連結子会社数 132社



# 社会・環境価値の最大化に向けて

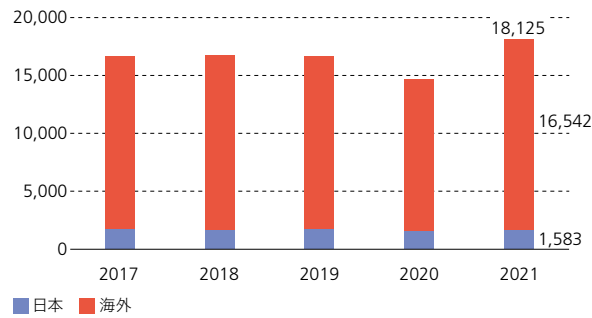
当社のDNAとして受け継がれてきたチャレンジスピリットと培われた技術を活かし、社会やお客さまのニーズを的確に捉えた個性的かつ高品質な製品・サービスをご提供することが当社のビジネスモデルであり、ヤマハ発動機ならではの「技術と感性が織りなす感動」を体験していただくことが「感動創造企業」を掲げる当社の存在意義です。

人々の可能性を拡げ、感動を生み出す製品・サービスを通して、当社の持続的な成長とより良い社会と生活の実現を目指しています。



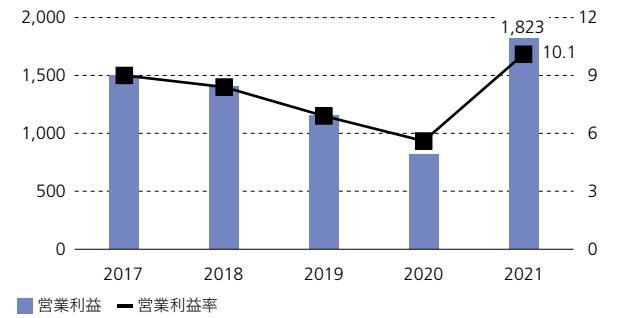
# 財務・非財務ハイライト

売上高  
(億円)



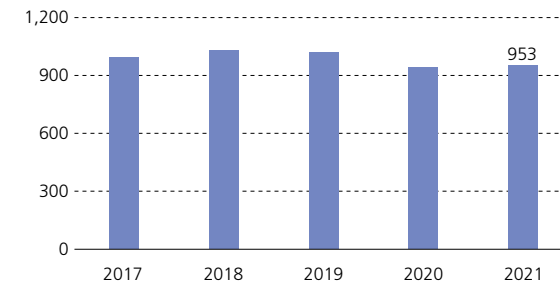
半導体をはじめとした部品供給不足を受けた生産減少や人員不足などの影響を受けたものの、販売台数や販売単価の増加により、前期比3,412億円増加の1兆8,125億円となりました。

営業利益／営業利益率  
(億円) (%)



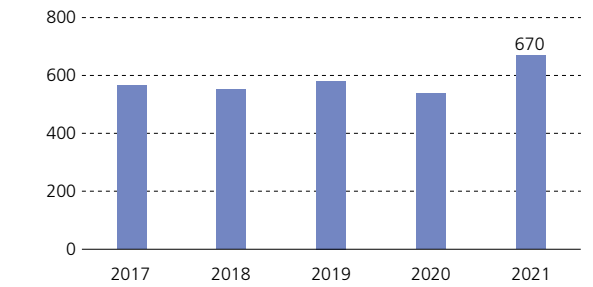
売上高の増加に加え、リモートワークなどのデジタル活用による固定費率の抑制、為替影響などで、物流費や原材料費高騰の影響を吸収し、営業利益は前期比1,007億円増加の1,823億円で、大幅な増益となりました。

研究開発費  
(億円)



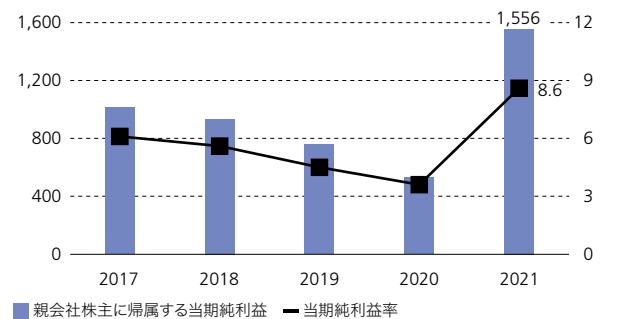
選択と集中を行いながら、将来の成長に向けた新規事業と基幹事業強化の開発を行い、研究開発費は953億円となりました。

設備投資額  
(億円)



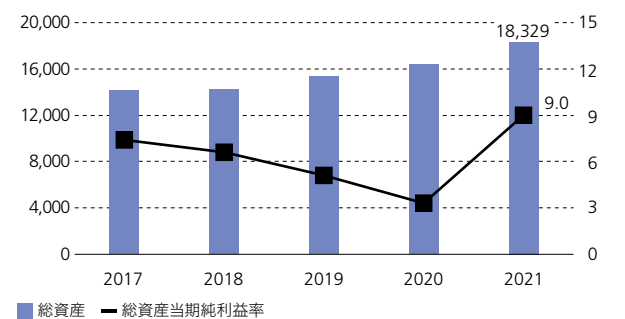
既存事業の持続的な成長と効率化のための設備投資額は、前期比132億円増加の670億円となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益／当期純利益率  
(億円) (%)



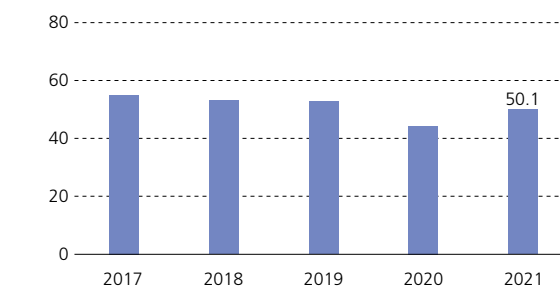
前期比1,025億円増加の1,556億円となり、当期純利益率も前期比5.0ポイント増加の8.6%となりました。

総資産／総資産当期純利益率  
(億円) (%)



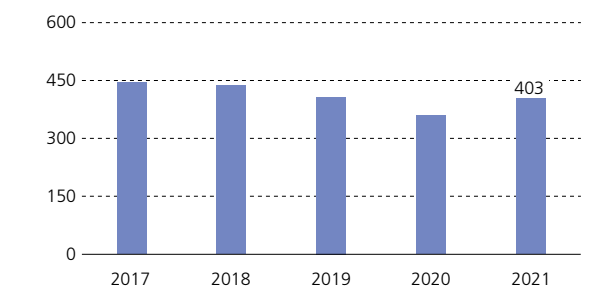
総資産は、部品不足に起因する生産遅延や物流の遅れによるたな卸資産の増加や、小売ファイナンスの増加に伴う長期販売金融債権の増加などにより、前期末比1,920億円増加の1兆8,329億円となりました。

CO<sub>2</sub>排出量(スコープ1. 2.\*)  
(万t-CO<sub>2</sub>)



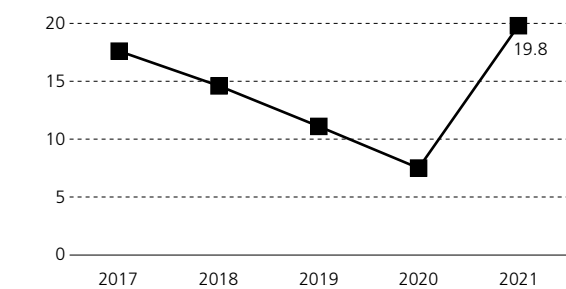
グループ共通の目標として、ライフサイクルCO<sub>2</sub>削減の中長期目標を設定し、製造活動における温室効果ガスの削減を進めています。  
\* スコープ1. 2：企業活動における自社の排出

取水量  
(万m<sup>3</sup>)



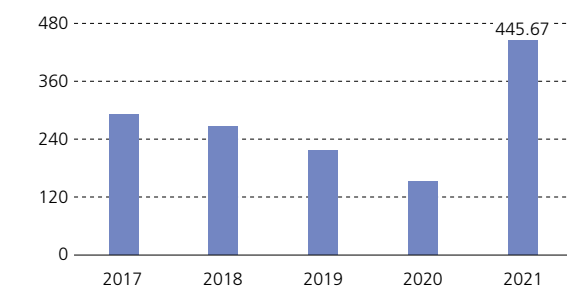
グローバルな水使用量の把握の継続に努め、工場での冷却水循環化や回収水(雨水など)の利用を推進し、取水量の削減に取り組んでいます。

自己資本当期純利益率(ROE)  
(%)



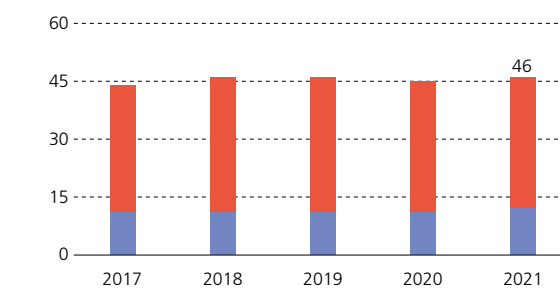
業績回復と効率性・安定性の改善により、ROEは前期末比12.3ポイント増加となり大幅に回復しました。

1株当たり当期純利益  
(円)



親会社株主に帰属する当期純利益の増加により、前期を大きく上回り、1株当たり当期純利益は445.67円となりました。

統一認証参加社数  
(社)



国内・海外のグループ会社を対象としたグローバル環境ISO14001統一認証化の取り組みを2012年から進めています。日本・アジア・欧米・南米各地域の製造会社を中心に46社(国内12社、海外34社)が統一認証に参加しています。

ブランドランキング\*



\* 株式会社インターブランドジャパンによる日本発のブランドを対象としたブランド価値ランキング「Best Japan Brands 2022」

ヤマハブランドは、ヤマハ発動機株式会社とヤマハ株式会社両社のブランド価値を合算して算出されており、ブランド価値18.01億米ドル(2021年14.80億米ドル、2020年13.69億米ドル)でした。