

1

Article :**Japanese Carmakers Scrap Signature Models to Reach Zero Carbon Goals**

Directions: Read the following article aloud.

There is a growing trend among carmakers to discontinue what were once their signature models, and shift to electric vehicles (EV) and other next-generation transportation. In other words, they are moving to keep up with the trend toward carbon-neutrality.

Honda has decided to end production of the Odyssey, which set off the minivan boom in the 1990s, by the end of 2021. Mazda is also withdrawing its midsize sedan Mazda6 and SUV CX-3 from the American market. Here's what's happening, and why.

Honda Steps Back

In addition to the Odyssey, the luxury sedan Legend and the midsize sedan Clarity will be discontinued by Honda. These models are produced at the company's Sayama plant, in Saitama Prefecture, which will shut down by the end of FY2021.

In his inaugural press conference in April 2021, Honda CEO Toshihiro Sanbe said: "Our strategy is not based on volume. It's more important to provide quality products. We will set targets, but won't adopt an expansion strategy."

A failed expansion policy promoted by former CEO Takanobu Ito caused profit margins to stagnate in Honda's four-wheeled vehicles, with had an operating margin of only 1.0% in the fiscal year ending in March 2021, compared to 12.6% in Honda's motorcycle business and a sharp contrast to Toyota's 8.1%.

Since the days of former CEO Takahiro Hachigo, Honda has focused on improving production efficiency and optimizing production capacity to shake up its four-wheel vehicle business. In addition to plant closures, the company has also taken steps to terminate the production of unprofitable models.

The first-generation Odyssey was launched in October 1994. It became popular among families for its spacious six- to seven-passenger cabin and a comfortable driving experience reminiscent of a sedan, selling approximately 125,000 units in 1995.

However, sales gradually slumped due to the emergence of minivans and minicars from competitors. According to the Japan Automobile Dealers Association, only 9,717 Odysseys were sold in 2020, coming in at 47th among registered cars.

The Honda Legend drew interest for its Level 3 self-driving features, which could take over the vehicle in traffic jams on highways. But it is only available for lease, and production will be limited to a batch of 100 vehicles.

The model Clarity Fuel Cell is Honda's only fuel cell vehicle (FCV). It was launched in 2016, but cumulative global sales have remained at about 1,900 units due to a dearth of hydrogen stations and other challenges. Ending production of the Clarity Fuel Cell will be a step back from its goal of going 100% electric by 2040.

In the quest for developing models with advanced self-driving features, Honda will continue researching and developing FCVs in cooperation with General Motors (GM) of the United States.

Source: Japanese Carmakers Scrap Signature Models to Reach Zero Carbon Goals

<https://japan-forward.com/japanese-carmakers-scrap-signature-models-to-reach-zero-carbon-goals/>

1

Article :

Japanese Carmakers Scrap Signature Models to Reach Zero Carbon Goals

Directions: Read the following article aloud.

Mazda's Changing Customer Preferences

In May, Mazda North American Operations announced that it would not be selling the Mazda6 sedan and CX-3 for the 2022 model year in the U.S. Considering that the United States is an important market for Mazda, the decision couldn't have been an easy one.

Despite the drop in demand due to the coronavirus pandemic, sales in the U.S. market increased by 0.2% year-on-year to 279,076 units in 2020, with SUVs being the driving force. The CX-5 (146,420 units) accounted for more than half of the sales, with the newly launched CX-30 (38,064 units) also chipping in.

In contrast, Mazda6 saw sluggish sales, down 24.7% to 16,204 units, while the CX-3 was down by almost half to 8,335 units, falling far behind other SUVs.

Mazda North American Operations said that they were "proud" of both models for "their contribution to the brand in performance, design, quality, and safety," and explained that the reason for their discontinuation was "changing customer preferences."

Mazda plans to increase its sales in the United States to 450,000 units by the fiscal year ending March 2026.

The electrification of vehicles has become more urgent with the emergence of the Biden administration and its push for carbon neutrality. In line with this pressure, Mazda will be launching an EV model of the MX-30 SUV in the fall of 2021 in California.

Between 2022 and 2025, Mazda plans to launch three EV models, five hybrid vehicles (HV), and five plug-in hybrid vehicles (PHV) in Japan, the United States, Europe, China, and Southeast Asia. Moreover, it aims to incorporate electrification in all vehicles produced by 2030, with an EV ratio of 25%.

The trend of eliminating models in response to the rapid electrification in the automobile industry is expected to continue, and even the flagship models of auto companies won't be spared.

Source: Japanese Carmakers Scrap Signature Models to Reach Zero Carbon Goals

<https://japan-forward.com/japanese-carmakers-scrap-signature-models-to-reach-zero-carbon-goals/>

2 Key phrases and vocabulary

Directions: First repeat after your tutor and then read aloud by yourself.

1. in other words つまり、言い換えると、わかりやすく言うと、ようするに

He was economical with the truth. In other words, he lied.

2. keep up with ～ ～と足並みをそろえる、～に遅れずについていく、最新情報に通じている、

I'm having a hard time to keep up with the most recent developments in the tech sector.

3. take over 取って代わる、引き継ぐ、奪取する

Mobile phones have taken over home phones for most people in recent years.

4. In the quest for ～ ～を求めて、～を達成するために

We must persist in the quest for united action to stop global warming.

5. in response to ～に応じて、～に反応して

The government may declare martial law in response to the violence in the region.

3 Questions

Directions: Read the questions aloud and answer them.

1. How are some carmakers trying to keep up with the trend toward carbon-neutrality?

2. What car models will be discontinued soon?

3. By when will all vehicles newly produced be electric?

4. What do you think are concerns and downside of electric vehicles?

4 日本語関連記事： 自動車メーカー、次世代車シフト進む

脱炭素の波、看板車種もリストラ

販売不振などを背景に、車種を淘汰(とうた)する動きが自動車メーカーで広がっている。本田は、1990年代にミニバンブームを牽引(けんいん)した「オデッセイ」などの2021年内の生産終了を決断した。脱炭素に対応するため電気自動車(EV)など次世代車へのシフトも進む中、一世を風靡(ふうび)してきた看板車種が姿を消しつつある。

販売不振も背景に

本田が生産を終了するのは、オデッセイのほか、高級セダン「レジェンド」、中級セダン「クラリティ」。いずれも21年度中に閉鎖される狭山工場(埼玉県狭山市)で生産されている車種だ。

「台数ありきの戦略を立てる考えはない。それよりも良い商品を提供していく。ある程度目標は持つが、拡大戦略は採らない」

本田の三部敏宏社長は4月の就任会見で強調した。四輪事業は、伊東孝紳元社長が進めた拡大路線の失敗で利益率が低迷。21年3月期の営業利益率は二輪事業の12・6%に対し、わずか1%だった。トヨタ自動車の8・1%との差は歴然だ。

八郷隆弘前社長時代から四輪事業の立て直しのため、生産効率化や生産能力の適正化に着手。工場閉鎖に加え、不採算車種の生産終了にも踏み込んだ。

初代オデッセイは1994年10月に発売。6～7人乗りの広い車内とセダンを思わせる快適な走行性能が家族連れなどの人気を集め、95年に約12万5千台を販売した。

だが、競合他社のミニバンや軽自動車のワゴンの登場などで、販売は次第に低迷。日本自動車販売協会連合会によると、2020年の販売台数は9717台。登録車の中で47位だった。

レジェンドは、渋滞時の高速道路でシステムに操作を任せられる自動運転の「レベル3」の機能を搭載して注目されたが、リース販売のみで、生産は100台に限定されている。

クラリティのうち「クラリティ フューエルセル」は本田唯一の燃料電池車(FCV)。16年に発売されたが、水素ステーションの整備不足などが壁となり、世界累計販売は約1900台にとどまる。生産終了で、40年に全ての新車をEVとFCVにする目標から後退することになる。

ただ、本田は高度な自動運転機能を搭載した車種の展開を検討。米ゼネラル・モーターズ(GM)とも協力し、今後もFCVの研究開発は続けるという。

出典：自動車メーカー、次世代車シフト進む

<https://japan-forward.com/japanese/%e8%87%aa%e5%8b%95%e8%bb%8a%e3%83%a1%e3%83%bc%e3%82%ab%e3%83%bc%e3%80%81%e6%ac%a1%e4%b8%96%e4%bb%a3%e8%bb%8a%e3%82%b7%e3%83%95%e3%83%88%e9%80%b2%e3%82%80/>

4 日本語関連記事： 自動車メーカー、次世代車シフト進む

顧客の嗜好に変化も

マツダは重要市場と位置付ける米国でシビアな決断を下した。北米法人が5月、中型セダン「マツダ6」とスポーツ用多目的車(SUV)「CX-3」の22年モデルを米国で販売しないと発表した。

新型コロナウイルスの影響で需要が落ち込む中でも、米国市場の20年の販売台数は前年比0・2%増の27万9076台を記録。牽引役はSUVだ。半数以上を「CX-5」(14万6420台)が占め、新規投入の「CX-30」(3万8064台)も貢献した。

対して、マツダ6は前年比24・7%減の1万6204台と低迷。CX-3は8335台とほぼ半減し、他のSUVと明暗を分けた。北米法人は両車種を「性能、デザイン、質、安全でのブランドへの貢献を誇りに思う」と評価したものの、「顧客の嗜好(しこう)の変化」を理由に販売終了に踏み切る。

マツダは米国での販売台数を26年3月期までに45万台に増やす計画を掲げる。脱炭素を掲げるバイデン政権の誕生で、電動化への対応は急務だ。カリフォルニア州では21年秋に、SUV「MX-30」のEV版を投入する。

22年から25年にかけてEV3車種とハイブリッド車(HV)5車種、プラグインハイブリッド車(PHV)5車種を日米欧と中国、東南アジアに順次投入する計画を掲げる。30年時点で世界生産の全てを電動車とし、4分の1はEVにしたい考えだ。

見直される車の価値

調査会社の富士経済(東京)によると、35年の電動車の世界市場(乗用車・新車販売台数)はHVが20年比5・1倍の1359万台、PHVが11・9倍の1142万台になる見通し。EVは車両価格の低下や充電インフラの整備で22年にHVを超えて電動車の主役となり、35年には20年比11倍の2418万台に達すると予測される。

日本市場は少子高齢化などを背景に縮小傾向が続くが、コロナ禍で密を避けられる移動手段として乗用車の価値が見直されている。

日本自動車販売協会連合会と全国軽自動車協会連合会が発表した21年上半年(1～6月)の車名別新車販売台数は、上位10車種中9車種が前年同期を上回るなどコロナ禍からの販売回復が続く。

トヨタは軽自動車並みに価格を抑え、安全性能を高めた小型登録車「ヤリス」でHV「プリウス」以来5年ぶりに首位を奪還した。一方、荷室が小さく屋外レジャーなどでの利便性が低いセダンには逆風が吹く。高度成長期に親しまれた「コロナ」「カーナ」の後継の姉妹車種「プレミオ」「アリオン」の生産を21年3月に終えた。

時代の変化に応じ、看板車種も含めた聖域のない“リストラ”は今後も続くことになりそうだ。

出典：自動車メーカー、次世代車シフト進む

<https://japan-forward.com/japanese/%e8%87%aa%e5%8b%95%e8%bb%8a%e3%83%a1%e3%83%bc%e3%82%ab%e3%83%bc%e3%80%81%e6%ac%a1%e4%b8%96%e4%bb%a3%e8%bb%8a%e3%82%b7%e3%83%95%e3%83%88%e9%80%b2%e3%82%80/>