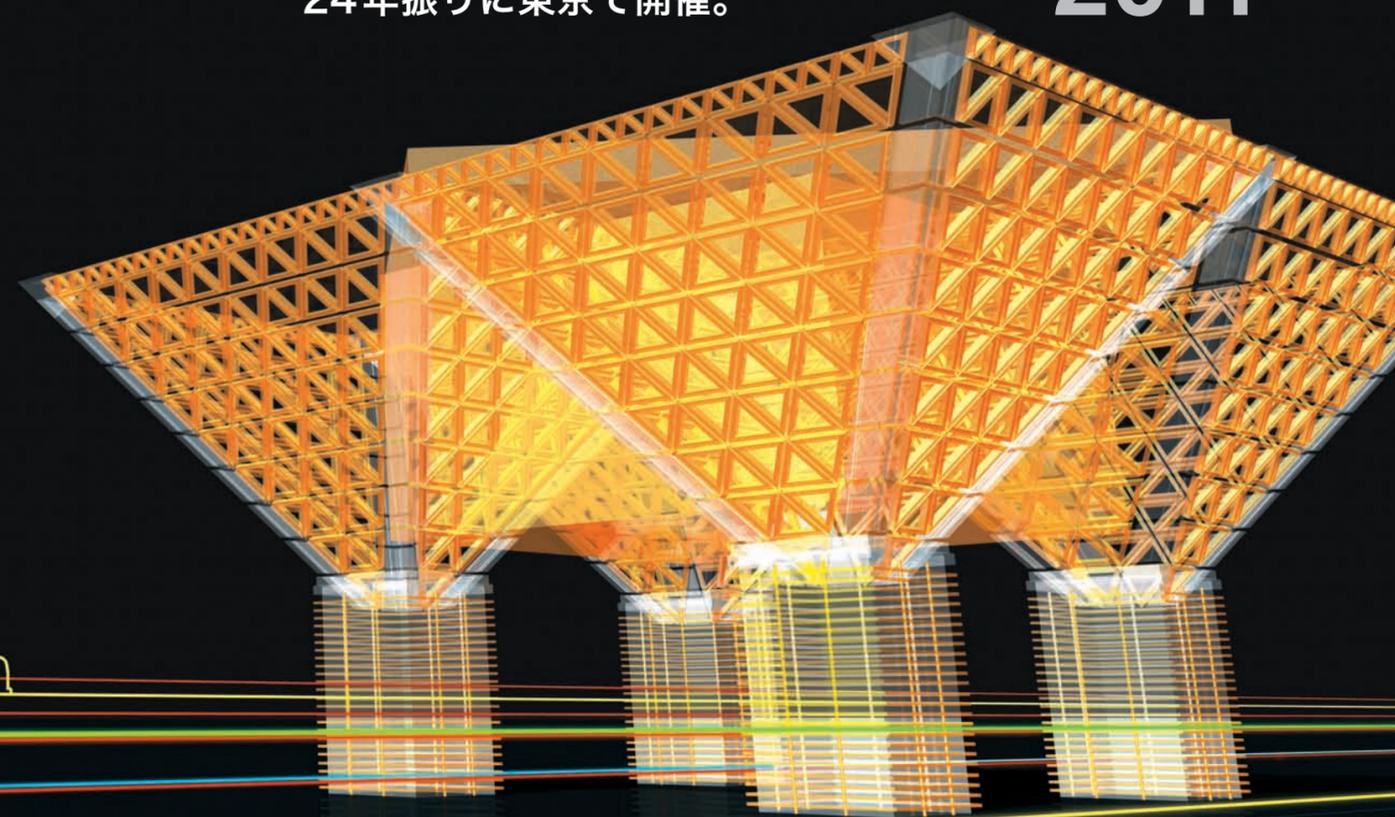


The 42<sup>nd</sup>

# TOKYO MOTOR SHOW

2011

24年振りに東京で開催。



 **JAMA** 一般社団法人 日本自動車工業会  
JAPAN AUTOMOBILE MANUFACTURERS ASSOCIATION, INC.

〒105-0012 東京都港区芝大門 1-1-30 日本自動車会館 TEL.03-5405-6127

 東京モーターショーは OICA (国際自動車工業連合会) に  
認定されている国際モーターショーです。

<http://www.tokyo-motorshow.com/>

# 東京モーターショーは、 新たな情報発信のステージへ。



一般社団法人 日本自動車工業会  
会長 志賀 俊之

第1回東京モーターショーは、1954年4月に東京の日比谷公園で開催されました。1959年から1987年までの約30年間は、晴海の東京国際見本市会場で開催され、平成元年の1989年、幕張メッセの開業に合わせて会場を幕張メッセに移し、2009年の第41回ショーまでの20年間、国際モーターショーとしての評価を高めてまいりました。東京モーターショーの歴史は、まさに日本のモータリゼーションの発展と共にあったと言えます。

2008年の後半以降、グローバルな経済環境の悪化や中国・インドをはじめとする新興国市場の急拡大など自動車産業を巡る大きな環境変化がありました。

こうした大きな環境変化に対応するため、東京モーターショーは、2011年の第42回ショーから、会場を千葉県の幕張メッセから東京都の東京ビッグサイトに移し、名実共に「東京モーターショー」として、新たなスタートを切ることといたしました。

東京モーターショーを継続していくことが日本の自動車産業にとって必須であり、これから求められるクルマとその関連技術の今と未来を国内のみならず海外にも発信していくことが東京モーターショーに課された使命であるとの認識のもと、来場者、報道関係者、出展者の皆様の様々なご要望にお応えできる国際モーターショーにまいります。

第42回東京モーターショーは、2011年12月2日(金)から11日(日)までの10日間(一般公開は12月3日(土)から)、国内で最大の展示面積を誇る東京ビッグサイトで開催いたします。

会期は、前回ショーの13日間から10日間へと3日間短縮し、特に出展者様には費用対効果のベストバランスを提供することが出来ると確信しております。また、東京モーターショーと同年に開催されるフランクフルトモーターショーとの十分な間隔を確保し、特に海外出展者様にとっては、より出展しやすい環境になるものと期待しております。

東京モーターショーは、これからも、日本の自動車産業としてのプレゼンスー環境・安全・通信などの最先端の次世代技術力を国内外に広く訴求し、世界の主要モーターショーの中でも、情報発信力で“存在感のある”ショーを目指してまいりますので、ご支援・ご協力を賜りたくお願いいたします。

## TOKYO

SHINJUKU  
SHIBUYA  
IKEBUKURO  
UENO  
AKIHABARA  
GINZA

HANEDA AIRPORT  
(TOKYO INTERNATIONAL AIRPORT)

KAWASAKI

YOKOHAMA

TOKYO  
BIG SIGHT

NARITA  
INTERNATIONAL  
AIRPORT

MAKUHARI MESSE

■ご挨拶 02 ■第42回東京モーターショー 2011 開催概要 03 ■新会場のご紹介 05 ■日本の自動車産業 07 ■東京モーターショーの歴史 08  
■出展の状況 09 ■来場者プロフィール 11 ■特別企画の紹介 13 ■プレスセンター 14 ■メディアプロフィール 15 ■主催者のご紹介 18

# “新生”第42回 東京モーターショー2011について

東京ビッグサイトに会場を移し、新たなスタートを切る東京モーターショーは、今回、乗用車、商用車、二輪車、車体、部品・機械器具関連製品を含む総合ショーとして開催いたします。国内外の主要ブランドが参加する国際モーターショーとして、自動車産業の安全・環境など最先端の次世代技術を発信すると同時に、実際に最新モデルを見て、触れて、乗っていただくことで、多くの方々にクルマやバイクの魅力、喜び、楽しさを再発見していただけるよう取り組みます。さらに新しい取り組みとして、カロッツェリア部門の追加を計画するとともに、日本が世界をリードする低炭素社会に向けた都市システムや環境・エネルギー分野の参加、先進のICT(情報通信技術)の紹介など、クルマを取り巻く未来社会の在り方や新しいクルマ生活・クルマ文化に対する提案も検討してまいります。



## 開催要綱

1. 名称 第42回東京モーターショー2011  
[The 42nd Tokyo Motor Show 2011]
2. 主催 一般社団法人 日本自動車工業会 (JAMA)
3. 共催 社団法人 日本自動車部品工業会 (JAPIA)  
社団法人 日本自動車車体工業会 (JABIA)  
社団法人 日本自動車機械器具工業会 (JAMTA)  
日本自動車輸入組合 (JAIA)
4. 総裁 寛仁親王殿下
5. 会長 志賀 俊之 (一般社団法人 日本自動車工業会 会長)
6. 会期 平成23年12月2日(金)～11日(日) 10日間  
(1) 報道関係者招待日・・・11月30日(水)、12月1日(木)  
(2) 特別招待日・・・・・・・12月2日(金)  
(3) 一般公開日・・・・・・・12月3日(土)～11日(日)
7. 会場 東京ビッグサイト
8. 後援 (予定) 外務省、経済産業省、国土交通省、環境省、東京都、千葉県  
国際自動車工業連合会(OICA)、日本貿易振興機構(ジェトロ)  
OICA: Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles

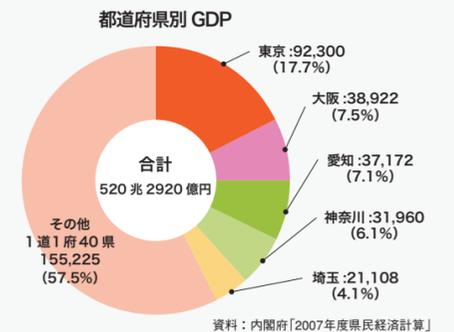
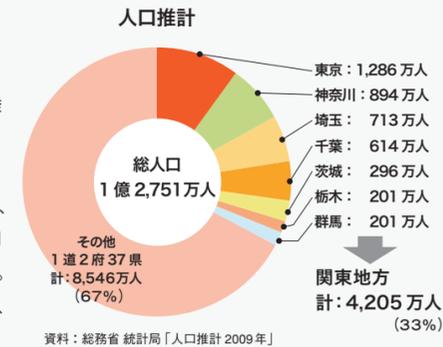
## 日程表

年	期日	内容
2010年 (平成22年)	9月6日(月)	出展募集開始
	9月上旬～中旬	出展募集説明会
	11月12日(金)	出展募集締切
2011年 (平成23年)	3月上旬	小間割決定
	3月～4月頃	ショー概要の発表
	11月上旬	ショー概要記者発表

## 開催都市、東京

### 大商業圏・経済都市

東京都の人口は約1,300万人。近隣地域を含めた関東地方(1都6県:茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)では、4,200万人以上となり、日本の総人口の3分の1が集中する一大商業圏です。また、都道府県別のGDPを見ると、東京都は全国の約20%を占めており、経済都市として日本経済を牽引しています。



### 富裕層へのアクセス

日本の経済・産業の中心地である東京都は、流行と情報に敏感な「富裕層」が多く居住し、あらゆるビジネスチャンスを生む地域です。

- ・一人当たりの所得平均 : 全国1位
- ・輸入車販売台数 : 全国1位

### 一人あたりの県民所得



### 輸入車新規登録台数





## アクセス

臨海副都心は、アクセス方法も豊富で、東京都心からアクセス至便です。



- 新交通システム「ゆりかもめ」
- 東京臨海高速鉄道「りんかい線」



- 都内主要ターミナルを結ぶ「路線バス」
- 羽田・成田空港を結ぶ「リムジンバス」



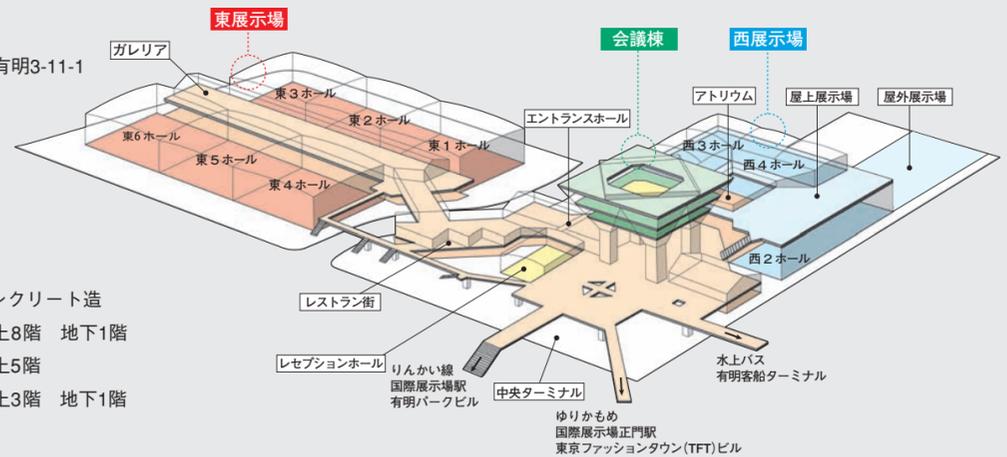
- 東京湾海上交通「水上バス」

## 東京ビッグサイト

臨海副都心の中核的施設物として、1996年4月の開業以来、日本を代表するコンベンション施設として数多くの見本市・展示会、会議、各種催し物等の会場に幅広く利用され、世界に開かれた交流・情報発信基地の役割を担っています。

### 施設概要

所在地	東京都江東区有明3-11-1
敷地面積	243,419.46㎡
建築面積	141,700.04㎡
延床面積	230,873.07㎡
総展示面積	80,660㎡
西展示棟	29,280㎡
東展示棟	51,380㎡
構造	鉄骨・鉄筋コンクリート造
高さ	会議棟 地上8階 地下1階
	西展示棟 地上5階
	東展示棟 地上3階 地下1階



## 周辺施設

アミューズメント施設を備える大型商業施設や、科学・映像・水・船などをテーマにした大小6つのミュージアムの他、企業PR館、クルマのテーマパークなど、若者から大人まで楽しめる魅力的な集客スポットが多数あり、充実したアフターコンベンションをお楽しみいただけます。また、会場近隣には5つのホテルがある他、東京都内には約2,000ものホテルや宿泊施設があり、非常に高い利便性を有する地区です。



■ホテル ■商業施設・アミューズメント ■ミュージアム

## 新会場の紹介

### 臨海副都心の魅力

臨海副都心は、日本の首都機能を有する東京に位置し、東京湾や羽田空港を臨むウォーターフロントの美しい開放的な空間に、最先端のインフラを備え、首都圏の各都市との広域ネットワークの拠点として、東京や日本を支えるビジネスを、世界に発信し続ける都市空間です。



## 日本の自動車産業

### 世界第3位の自動車市場

日本は、中国、米国に次ぐ世界第3位の自動車市場であり、2009年の乗用車新車登録台数は約461万台となり、国内保有台数は約7,553万台(2008年)になっています。

2009年 新車登録台数 (単位:万台)

	新車登録台数			保有台数 (2008年)
	乗用車	トラック・バス	計	
中国	1,033	331	1,364	5,100
アメリカ	546	515	1,061	25,024
日本	392	69	461	7,553
ドイツ	381	28	409	4,400
ブラジル	247	67	314	2,748
フランス	227	42	269	3,721
イタリア	216	18	234	4,089
インド	182	45	227	1,851

資料:世界自動車統計年報、自動車統計月報

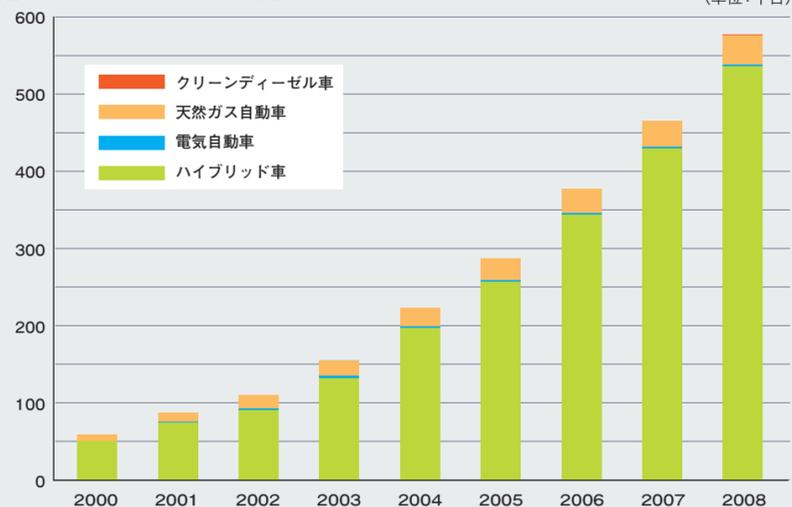
### 次世代自動車の日本市場における普及台数

次世代自動車\*は、CO2排出量削減、排出ガスの清浄化の観点から注目されています。

日本市場における普及台数は、ハイブリッド車を中心に徐々に増加し、2008年度に約60万台になりました。経済性(低燃費)と環境(エコ)の双方から、消費者に魅力を訴求できる先進的な車の登場は、今後も市場が活性化する可能性を示唆しています。

\*次世代自動車:ハイブリッド、プラグイン・ハイブリッド、電気、燃料電池、天然ガス、クリーンディーゼル、バイオ燃料、水素等を利用する自動車

次世代自動車の日本市場における普及台数 (単位:千台)

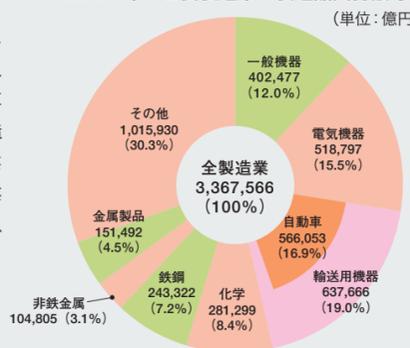


資料:一般社団法人 日本自動車工業会

### 基幹産業としての自動車製造業

日本において自動車関連産業に直接・間接に従事する就業人口は、約515万人(一般社団法人日本自動車工業会推計)にのぼっており、自動車製造業の製造品出荷額等は、約57兆円で全製造業の17%を占めています。また、グローバルな事業展開による海外生産活動は各国における産業育成、雇用創出、さらには工業技術の移転など、幅広い経済効果をもたらしています。

2008年の主要製造業の製造品出荷額等 (単位:億円)



自動車製造品出荷額等の内訳

- 自動車製造業(二輪自動車を含む)..... 235,304
- 自動車車体・付随車製造業..... 6,012
- 自動車部品・付属品製造業..... 324,737

資料:日本の自動車工業

## 東京モーターショーの歴史

### 日比谷公園(1954-57) 第1回~第4回、後楽園競輪場(1958) 第5回

東京モーターショーは、日本の自動車産業再興のために国際的に通用するモーターショーの開催が不可欠であるとの考えのもと、1954年「第1回全日本自動車ショー」として、東京都心の日比谷公園で産声を上げました。会期10日間で54万7,000人の来場者があったことは、一般の人々の車への憧れと希望のあらわれでした。



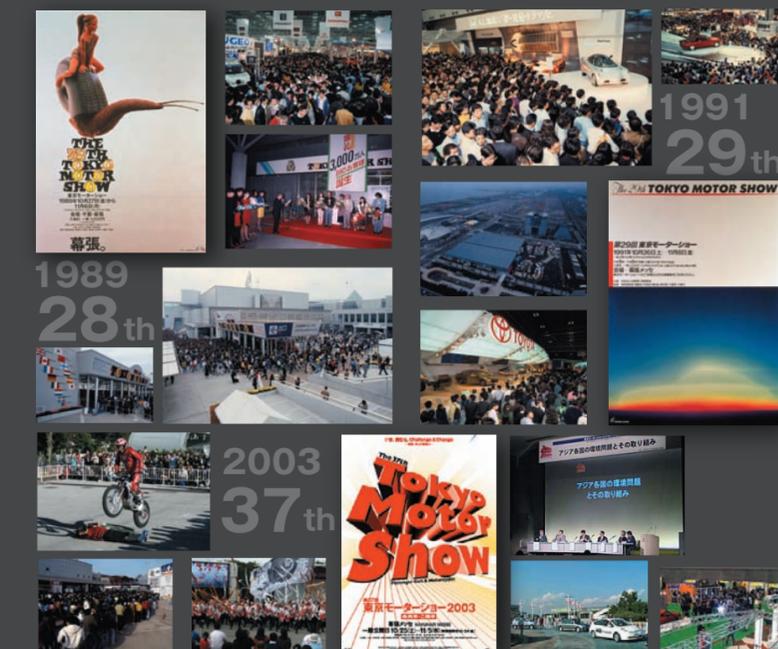
### 晴海(1959-1987) 第6回~第27回

東京・晴海の東京国際見本市会場が完成し、インドア開催となりました。晴海でショーが開催されたおよそ30年の間に、日本の自動車産業は急成長を遂げました。1970年には東京モーターショーにも初めて海外メーカーが本格的に参加し、7カ国から33社が出展しました。晴海会場は設備の老朽化、狭小化が目立ち、ショーの開催が限界に来ていたため、第27回ショーで最後となりました。



### 幕張(1989-2009) 第28回~第41回

日本最大級のコンベンション施設としてオープンした幕張メッセに会場を移し、同施設の柿落としてイベントとして第28回ショーは開催されました。1991年の第29回ショーでは来場者が空前の201万人を数え、出展者も352社・2政府・1団体と過去最高を記録しました。来場者・出展者にとってより付加価値の高いショーを目指し、2003年の第37回ショーからはエンターテインメント性を高めた参加・体験型の特別企画を多数実施しています。



# The 40th TOKYO MOTOR SHOW 2007

乗用車・商用車・二輪車・車体・部品・機械器具関連製品の自動車分野のすべてが大集合した。

出展者数	241社 4政府1団体
来場者数	1,425,800人
プレス来場数	14,300人
ワールドプレミア	77台
ジャパンプレミア	103台



# The 41st TOKYO MOTOR SHOW 2009

経済環境悪化の中、日本の自動車メーカーを中心に、環境対応車や環境技術の分野で世界のトップランナーであることを発信した。

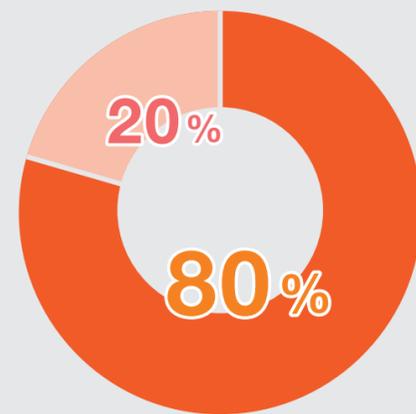
出展者数	109社 2政府2団体
来場者数	614,400人
プレス来場数	9,100人
ワールドプレミア	41台
ジャパンプレミア	21台



## 来場者プロフィール (第41回・2009年)

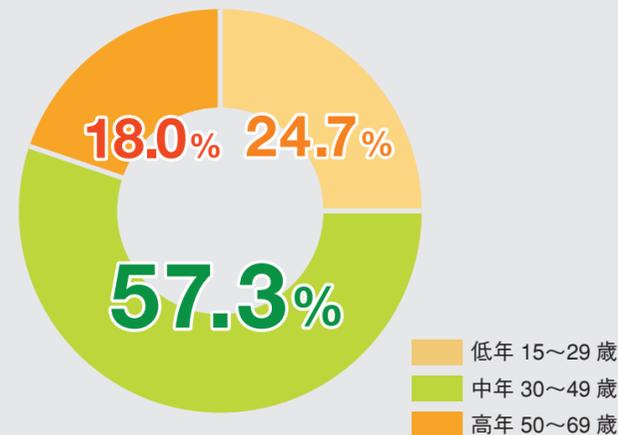
### 性別

男女比は8:2



### 年齢

中年が6割と最も高く、低年、高年と続く



### 職業

勤め人の割合は8割

職業	第41回 (%)
技術系勤め人	27.6
事務系勤め人	12.4
営業系勤め人	8.8
サービス系勤め人	6.1
労務系勤め人	5.9
公務員・団体職員	6.9
商・工・自営	6.4
会社役員	4.8
学生 (高校・大学・専門等)	7.8
パート・アルバイト	5.7
専業主婦	5.2
その他	2.5

### 居住地

来場者の7割が東京圏に居住

居住地	第41回 (%)
東京都	21.0
千葉県	20.9
神奈川県	15.6
埼玉県	13.3
東京圏計	70.8
東京圏以外計	29.2



### 来場の主目的

主目的	割合 (%)
「見てみたい車がある」が7割と非常に高い	68.8
見てみたい車があるから	68.8
最新の技術について知りたいから	46.0
ショーを楽しむため	37.1
仕事や勉強の上で知識や情報を得たいから	25.0
部品・機械器具関連製品について知りたいから	19.0
新しい特別企画を見るため	11.2
その他	4.9

### 来場主目的の達成度

来場者の8割が来場目的を達成。特に低年齢層で高い肯定率を示す

	肯定率 (%)	非常に達せられた (%)	まあ達せられた (%)	どちらともいえない (%)	あまり達せられなかった (%)	全く達せられなかった (%)
全体	78.0	16.7	61.3	11.8	9.1	1.1
低年 (15～29歳)	86.9	28.6	58.3	10.0	2.7	0.4
中年 (30～49歳)	76.7	14.3	62.4	11.3	10.6	1.3
高年 (50～69歳)	69.8	7.9	61.9	15.9	12.7	1.6

### 次回来場意向

①開催規模や展示内容が第41回ショー・2009年と同程度の場合

	肯定率 (%)	非常にそう思う (%)	まあそう思う (%)	どちらともいえない (%)	あまりそう思わない (%)	全くそう思わない (%)
全体	66.9	23.4	43.5	19.3	10.6	3.3
低年 (15～29歳)	72.2	26.3	45.9	17.8	8.9	1.2
中年 (30～49歳)	66.2	23.8	42.4	18.8	11.5	3.5
高年 (50～69歳)	61.4	18.0	43.4	22.8	10.1	5.8

②外国車・商用車等も含む大規模展示総合ショーの場合

肯定率は9割を超えており、外国車・商用車の展示があれば来場したいという要望は強い

	肯定率 (%)	非常にそう思う (%)	まあそう思う (%)	どちらともいえない (%)	あまりそう思わない (%)	全くそう思わない (%)
全体	94.6	71.5	23.1	4.6	0.8	0.1
低年 (15～29歳)	96.1	75.3	20.8	3.9	0.0	0.0
中年 (30～49歳)	95.3	72.2	23.1	3.5	1.0	0.2
高年 (50～69歳)	89.9	64.0	25.9	9.0	1.1	0.0

## 海外からも多数の来場者が訪れる東京モーターショー

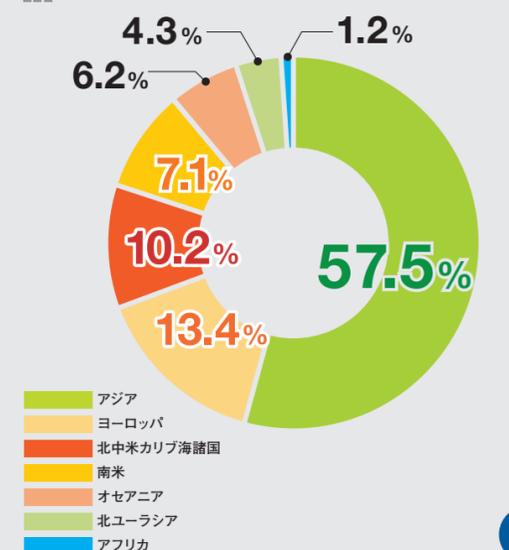
第41回・2009年は約50の国・地域より来場 (%)

来場者率	第41回 (%)
海外来場者率	3.5
来場国数	46カ国
エリア別来場率	
アジア	57.5
ヨーロッパ	13.4
北中米カリブ海諸国	10.2
南米	7.1
オセアニア	6.2
北ユーラシア	4.3
アフリカ	1.2

上位15カ国・地域

国/地域別来場率 (%)	割合 (%)
中国	11.8
韓国	9.9
インド	6.8
アメリカ	6.8
インドネシア	6.2
タイ	5.6
ブラジル	5.0
オーストラリア	4.7
フィリピン	4.0
ロシア	4.0
フランス	3.4
台湾	3.1
イギリス	2.5
マレーシア	2.2
カナダ	1.9

### エリア別海外来場者率



## 特別企画の紹介

### 参加体験型の特別企画(例)

“クルマ・バイクの夢・楽しさ・素晴らしさ”を体感できる、様々な特別企画を展開しています。

#### 体験試乗会

##### クリーンエネルギー車同乗試乗会 / 乗用車・二輪車試乗会

次世代車や最新モデルを、来場者自身が運転する試乗会。



##### 4x4 アドベンチャー同乗試乗会 / セーフティドライブ体験試乗会

オフロードコースやアクティブセーフティのドライブ体験により、クルマの安全性や走破性を体感する試乗会。



##### 商用車同乗試乗会

商用車の持つ機能や特徴を幅広く一般の方々体験する試乗会。



#### 自動車ジャーナリストと巡る東京モーターショー

ジャーナリストの視点で東京モーターショーをガイドする来場者参加ツアー。



#### 東京モーターショーシンポジウム

安全、環境、税金、福祉車両など車に関する社会的関心の高いテーマで開催。



#### 子供向け企画

クリーンエネルギー車やカーモデラーの体験教室から、モーターサイクルスポーツスクール、絵画展まで、クルマやバイクに触れる企画が盛りだくさん。



#### 屋外イベント

屋外でも“クルマ・バイクの夢・楽しさ・素晴らしさ”を体感できる、様々な企画を展開。



## 充実したサービスを提供するプレスセンター

世界トップレベルの機能を有する東京モーターショーのプレスセンター。世界中のプレスからの評価も高い。(第41回・2009年)

設備	サービス	
●ワークデスク	456 席	●プレスランチ
●フォトグラファードesk	7 席	●ネットワークサポートサービス
●ラウンジ席	76 席	●カメラメンテナンスサービス
●ロッカー	1,512 口	●プレスブリーフィング録画ビデオ閲覧サービス
●パソコン	24 台	●国内/海外宅配便の発送サービス
●プリンター	6 台	●バイク便受付(有料)
●フォトカラープリンター	1 台	●インタビュールーム
●コピー・FAX 複合機	4 台	●ドリンクサービス
●電話	6 台	●カタログ棚へ各社のプレス資料等を配架
●HUB (LAN 回線接続用)	全席対応	



## 出展者、主催者情報の提供

出展者や主催者に関する情報をプレスに対してきめ細やかに提供。(第41回・2009年)

サービス	内容	提供方法
プレスインフォメーション	出展状況、特別企画、来場者サービスなどを網羅的に紹介	● TMS オフィシャル WEB サイトに掲出 ● ショー会場にて USB メモリーで配布
出展物リスト	出展物をカテゴリ毎に紹介	
デジタルアルバムサービス	会場で撮影した出展物等を高解像度で提供	● TMS オフィシャル WEB サイトに掲出
プレスブリーフィング動画配信サービス	乗用車・二輪車のワールドプレミアを中心としたプレスブリーフィング映像を配信	

## プレスサービスの評価

東京モーターショー取材した国内外メディアにアンケートを実施。プレスサービスは国際ショーの中でも最高の評価を得ている。(主催者調査による)

プレスサービス満足度	第 41 回	第 1 位			第 2 位			第 3 位		
		国内メディア	東京	フランクフルト	ジュネーブ	海外メディア	東京	フランクフルト	デトロイト	

## メディアプロフィール (第41回・2009年)

世界60の国・地域から多数メディアが取材に訪れ、最新の情報がいち早く東京から全世界に向けて発信される。

### 来場プレス数 (プレスデー2日間)

国内	7,324人
海外	1,821人
合計	9,145人

### 来場プレス上位10カ国・地域

第1位	アメリカ	12.0%
第2位	タイ	11.0%
第3位	フランス	7.5%
第4位	韓国	6.8%
第5位	ドイツ	6.5%
第6位	イギリス	4.8%
第7位	オーストラリア	4.1%
第8位	香港	3.9%
第9位	台湾	3.8%
第10位	中国	3.2%

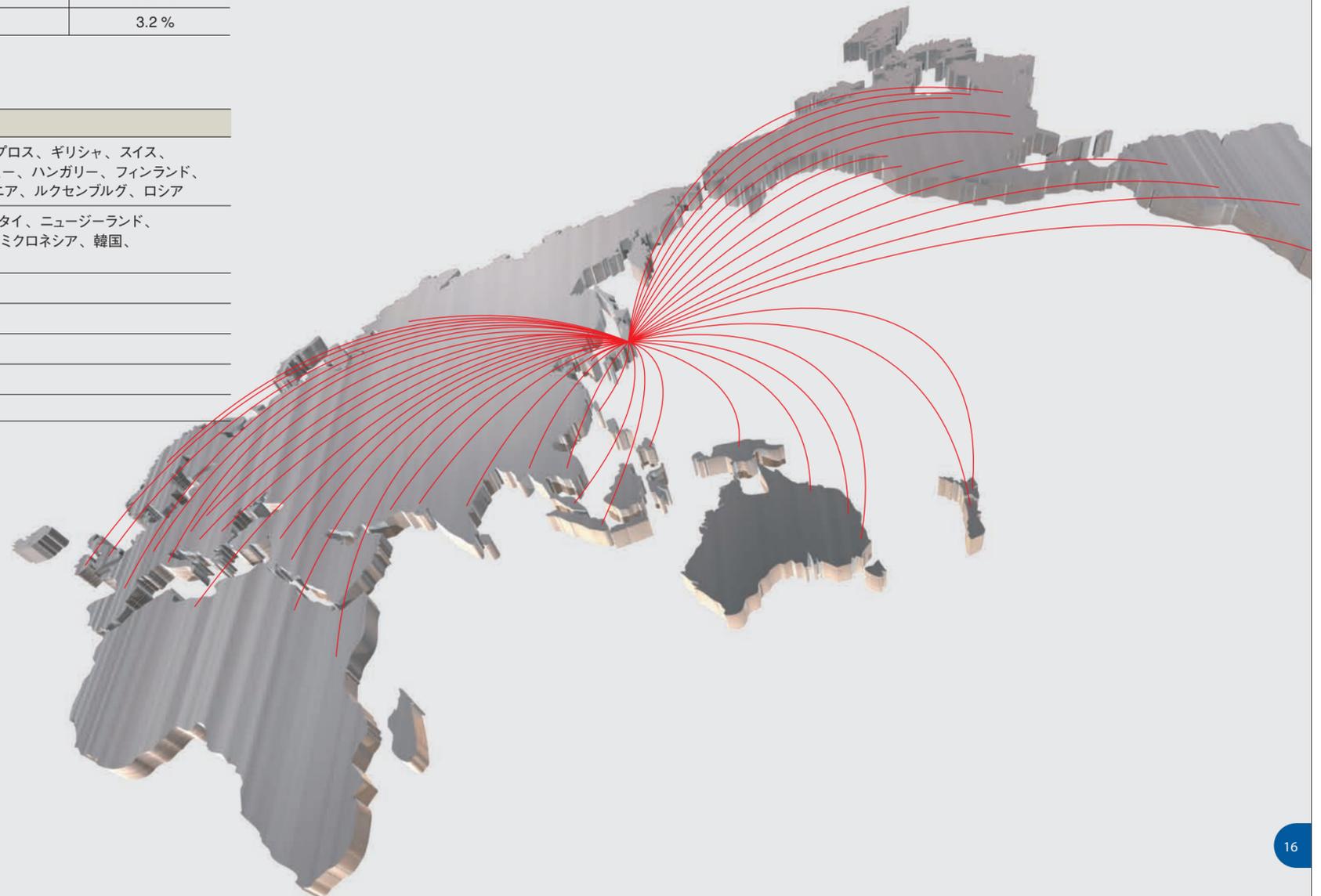
### 主な来場外国メディア

ABC News, Antena3 TV, Auto Bild, Auto Moto, Auto Motor und Sport, Auto News, Auto oggi, Auto Zeitung, Autoblog, Autocar Magazine, Automobil Revue, Automobile Magazine, Automotive News, Automotive Tv, Automotive World, Auto-Reporter.net, AutoWeek, Bangkok Post, Bangkok times, BANGKOK TODAY, BBC, BBC Top Gear, Bloomberg News, Car And Driver, Car-News.TV, CBC News, CHOSUNILBO, CNBC-TV18, CNN International, Daily Telegraph, Detroit News, El Mundo, El Pais, Eurosport, Financial Times, FLEET.TV, FORTUNE, France24, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Google, Herald Business, Kronen Zeitung, La Repubblica, LA TRIBUNE, L'AUTOMOBILE MAGAZINE, Le Democrate, Le Figaro, LE MONDE, Le Temps, L'ECHO, Los Angeles Times, M6 TURBO, MBC, Moto journal, Motor trend, MSN Autos, Quattroruote, Reuters TV, Road & Track, Singtao Daily, Sunday Times, The Car Enthusiast, The Korea Daily, The New York Times, THE SUN, The Wall Street Journal, TIME Magazine, What Car?

### 海外プレス 地域別内訳

世界60の国・地域からプレスが取材に訪れる東京モーターショー。

地域	国数	国名
ヨーロッパ	27	アイルランド、イギリス、イタリア、ウクライナ、オーストリア、オランダ、キプロス、ギリシャ、スイス、スウェーデン、スペイン、スロバキア、チェコ、デンマーク、ドイツ、ノルウェー、ハンガリー、フィンランド、フランス、ベラルーシ、ベルギー、ポーランド、ポルトガル、モナコ、ルーマニア、ルクセンブルグ、ロシア
アジア	19	インド、インドネシア、オーストラリア、北朝鮮、シンガポール、スリランカ、タイ、ニュージーランド、パキスタン、バングラデシュ、フィリピン、ブルネイ、ベトナム、マレーシア、ミクロネシア、韓国、香港、台湾、中国
中東	5	アブダビ、アラブ首長国連邦、イラン、ドバイ、レバノン
中南米	4	アルゼンチン、ブラジル、ペルー、メキシコ
アフリカ	3	アルジェリア、タンザニア、スワジランド
北米	2	アメリカ、カナダ
合計		60カ国・地域

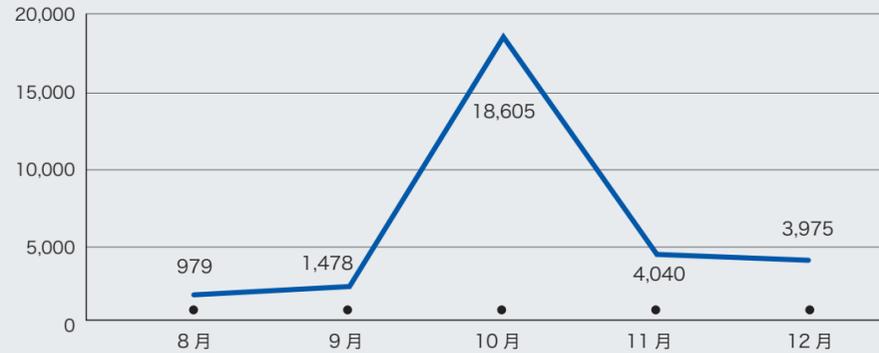


## インターネットメディアでの報道状況

(2009年8月～12月 / Meltwater News 調べ)

### 記事数推移グラフ

ショー開催月の10月に報道が集中。  
2009年8月～12月記事数合計の  
6割以上を占めました。



### 記事数（国・地域別）

順位	国・地域	記事数	%
1	中国	9,496	34.02
2	日本	8,012	28.71
3	アメリカ	4,441	15.91
4	ドイツ	976	3.50
5	イギリス	575	2.06
6	インド	466	1.67
7	カナダ	409	1.47
8	オーストラリア	373	1.34
9	オランダ	308	1.10
10	香港	246	0.88
11	韓国	244	0.87
12	ロシア	241	0.86
13	スペイン	182	0.65
14	フランス	168	0.60
15	台湾	139	0.50
	その他（78カ国・地域）	1,635	5.86
	合計 93カ国・地域	27,911	



## 東京モーターショー主催者紹介

### 自工会の概要

一般社団法人 日本自動車工業会（略称：自工会）は、自動車産業の動向が与える影響がますます大きくなりつつある今日、従来にも増して当会の役割と使命を自覚し、「環境」や「安全」への取り組みをはじめ、よりよいクルマ社会の実現、さらには国際ビジネス環境の整備などに積極的に取り組んでいます。自工会は、日本の自動車産業の健全な発展を図り、もって経済の発展と国民生活の向上に寄与することを目的に活動しています。

名 称： 一般社団法人 日本自動車工業会（略称：自工会）

所 在 地： 〒105-0012 東京都港区芝大門 1-1-30 日本自動車会館

海外事務所： 北米事務所（ワシントン）、欧州事務所（ブリュッセル）、アジア事務所（シンガポール）、北京事務所

設 立： 1967年4月3日

会 員： いすゞ自動車株式会社、川崎重工業株式会社、スズキ株式会社、ダイハツ工業株式会社、トヨタ自動車株式会社、日産自動車株式会社、日野自動車株式会社、富士重工業株式会社、本田技研工業株式会社、マツダ株式会社、三菱自動車工業株式会社、三菱ふそうトラック・バス株式会社、ヤマハ発動機株式会社、UDトラック株式会社（社名 50 音順）