



# Source of Value Creation

## 価値創造の源泉

Hondaフィロソフィー	07
語り継がれる言葉たち	09
成長の軌跡	11
Hondaのビジネス	13
Hondaブランド	15

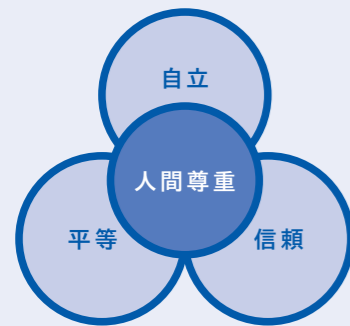
## Hondaフィロソフィー

創業者である本田宗一郎と藤澤武夫が遺した企業哲学「Hondaフィロソフィー」は、「基本理念（人間尊重と三つの喜び）」「社是」「運営方針」で構成されています。Hondaフィロソフィーは、Hondaグループで働く従業員一人ひとりの価値観として共有されているだけでなく、行動や判断の基準となっており、まさに企業活動の基礎を成すものといえます。Hondaは「夢」を原動力とし、この価値観をベースにすべての企業活動を通じて、世界中のお客様や社会と喜びと感動を分かちあうことで、「存在を期待される企業」をめざして、チャレンジを続けていきます。



## 基本理念

## 人間尊重



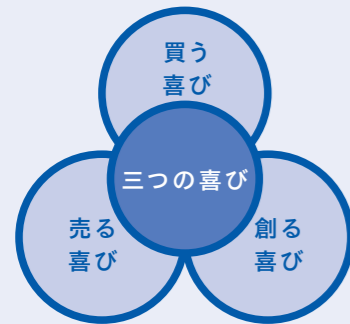
**自立**: 自立とは、既成概念にとらわれず自由に発想し、自らの信念にもとづき主体性を持って行動し、その結果について責任を持つことです。

**平等**: 平等とは、お互いに個人の違いを認めあい尊重することです。また、意欲のある人には個人の属性（国籍、性別、学歴など）にかかわらず、等しく機会が与えられることでもあります。

**信頼**: 信頼とは、一人ひとりがお互いを認めあい、足らざるところを補いあい、誠意を尽くして自らの役割を果たすことから生まれます。Hondaは、ともに働く一人ひとりが常にお互いを信頼しあえる関係でありたいと考えます。

Hondaは、共通の目的の実現に向かってそれぞれが役割を担う個々人の集団です。その役割を果たす過程で、一人ひとりはその持つ特性を発揮することが期待されています。企業のどんな成果も、こうした一人ひとりの努力の結果です。一人ひとりがその努力のゆえに尊重されなければなりません。また人間尊重は、Hondaグループを構成する人たちのみならず、わたしたちがビジネスを行う対象とともに仕事を進める人々や企業との関係についても、適用されるべき精神です。

## 三つの喜び



**買う喜び**: Hondaの商品やサービスを通じて、お客様の満足にとどまらない、共鳴や感動を覚えていただくことです。

**売る喜び**: 価値ある商品と心のこもった対応・サービスで得られたお客様との信頼関係により、販売やサービスに携わる人が、誇りと喜びを持つことができるということです。

**創る喜び**: お客様や販売店様に喜んでいただくために、その期待を上回る価値の高い商品やサービスをつくり出すことです。

Hondaの事業は、個人のモビリティを高め、価値ある商品や雇用機会を提供すると同時に、環境や地域社会に負の影響を与えます。社会からの信頼を勝ち得るためには、社会への負の影響をできるだけ抑えながら、社会の求める商品や技術、サービスを提供していくことが必要です。「三つの喜び」の理念に基づき、変化してゆく社会の要求に誠実に応えていくことが、Hondaを真に「社会から存在を認められ期待される企業」にするのだと信じます。

## 社是

わたしたちは、地球的視野に立ち<sup>①</sup>、世界中の顧客の満足のために<sup>②</sup>、質の高い商品を適正な価格で供給する<sup>③</sup>ことに全力を尽くす<sup>④</sup>。

## ①「地球的視野に立ち」

世界中の国々で事業を行うHondaでは、一人ひとりが常に世界最高水準をめざして仕事の質を向上させ、世界各地域で異なる特性に合わせ、お客様の期待を上回る商品やサービスの提供に努めなければなりません。

一方、世界は、環境破壊・資源エネルギーの枯渇・食糧問題等、地球規模での課題に直面しています。Hondaは、社会に対して大きな負の影響を与えていることを認識し、地球規模的課題解決に挑戦していきます。



## ②「世界中の顧客の満足のために」

Hondaの仕事は商品を買ってくださるお客様が存在することによってのみ保障されます。したがって、世界各地のお客様一人ひとりの期待に応え、さらにはそれを上回るよう、わたしたちは全員、それぞれの持ち場で最善の努力をしなければなりません。

また、お客様の具体的な要望に応えるだけでなく、社会、文化、生活様式など、時代の変化にも対応しなければなりません。

わたしたちは常に時代を先取りし、お客様の潜在的要望をいち早く捉える高感度のアンテナを持ちます。



## ③「質の高い商品を適正な価格で供給する」

わたしたちが求める「質の高い商品」は、安全・環境と性能の面で最善の設計を行い、最も適切な原材料を使用し、最も生産性の高い製造方法で生産され、お客様に喜ばれる販売とサービスを行うという一連の企業活動によってつくられます。同時に、「適正な価格」を実現するためには、商品の設計、製造、販売やそのほかの事業活動すべての面で最高の効果・効率を追求しなければなりません。「質の高い商品」と「適正な価格」双方を満足する新たな方法を見つけることから、真の改善が生まれます。



## ④「わたしたちは全力を尽くす」

Hondaの成功をつくり上げてきたのは、共通の目的に向かってともに努力する仲間です。「わたしたち」という言葉は、企業を構成する一人ひとりの重要性を認識して用いられています。Hondaでは、全員がそれぞれの役割を持って企業活動に参画しています。一人ひとりが共通の目的の実現に向けて自ら考え主体的に行動する個人であり、同時にお互いに研鑽し信頼しあう仲間であることを「わたしたち」という言葉は表しています。そして「全力を尽くす」ことは、真の働く喜びにつながります。



## 運営方針

- ・常に夢と若さを保つこと。
- ・理論とアイデアと時間を尊重すること。
- ・仕事を愛しコミュニケーションを大切にすること。
- ・調和のとれた仕事の流れをつくり上げること。
- ・不断の研究と努力を忘れないこと。

## 語り継がれる言葉たち

Hondaの歴史のなかで、脈々と受け継がれる信念と、語り継がれる言葉たち。



創業者 本田宗一郎が語った、  
「世のため人のため、自分たちが何かできることはないか」という志は、  
言い換えれば夢をいかに高く持つか、  
いかにその実現に向けて情熱を燃やし続けるかということ。  
今後も、世の中の役に立ち、たくさんのステークホルダーの皆様と  
喜びを共有するために、時代のニーズを先取りし、  
独自の技術でモビリティ社会の発展に貢献することをめざします。

## 差ではなく違いを活かせ

Hondaには、「各個人の能力に差はなく、  
違いだけが存在する」という考え方があります。  
したがって、個々の能力の優劣よりも、  
各人が持てる力をいかに発揮するかということの方が重要。  
組織として最大限の力を生み出すためには、  
それぞれの個性を認めあい、  
その持ち味を十分に発揮できるように努めることが  
大切だと考えています。



世のため人のため、  
自分たちが  
何かできることはないか

## 松明は自分の手で



Hondaは創業以来、終始一貫「松明は自分の手でかかげてきた」企業です。  
それはすなわち、まだ誰も歩いたことのない新しい道、  
茨の生い茂る未踏の地を自らの手で切り拓き、  
“大いなる志という松明”を赤々と燃やし、その松明を自分でかかげながら、  
これからもHonda独自の道を進みたいと考えています。

## やるからには一番困難な道に行く

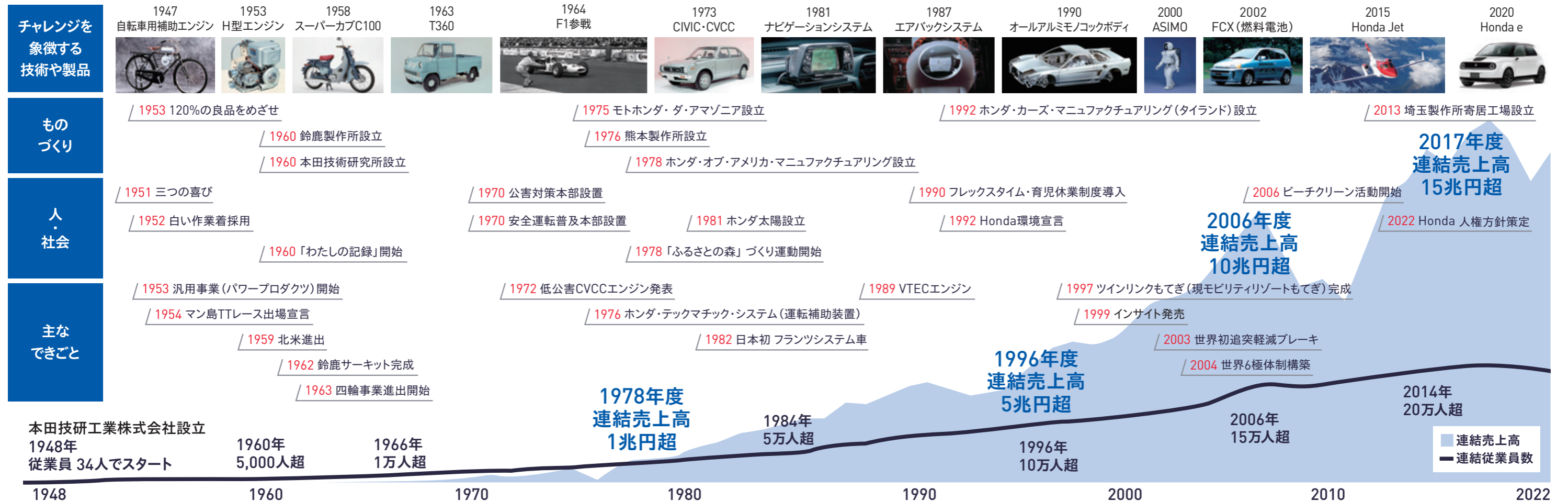


常識にとらわれず、不可能だといわれることに向かっていく。  
どんなに困難でも、自らの想いを達成するために挑戦を続けてきました。

# 成長の軌跡

Hondaは、「夢」を原動力にそれぞれの「時代」の要求に応えながら、四輪、二輪、パワープロダクツ、航空機および航空機エンジン、ロボット技術などの各分野で独創的な技術やアイデアでチャレンジを重ね、世界中の人々の暮らしに役立つ商品を生み出してきました。

## ～「夢」と「時代の要求」に応える。Hondaのチャレンジの軌跡～



1948～1960年 創業 ～「これができるなら、みんな喜ぶだろうなあ」～	1960～1980年 めざせ世界一 ～世界中のお客様へ喜びを提供～	1980～2000年 新たな技術への挑戦 ～夢とテクノロジー、魅力的な商品の展開～	2000年～現在 存在を期待される企業へ ～すべての人に生活の可能性が広がる喜びを～
<p><b>【時代背景】</b> サンフランシスコ講和条約締結以前、敗戦国の日本はまだ連合国軍の占領下にあった。食料不足、飢餓の時代が続いており、戦前より劣悪になっていた日本の交通事情のなかでは、大衆の足は自転車であり、山のような荷物を積んで働く運搬道具でもあった。</p> <p><b>【Hondaの取り組み】</b> 旧陸軍が所有していた無線機の発電用エンジンと出会った本田宗一郎は、それを自転車用補助エンジンにつくり変えて販売、その後自社製エンジンを開発して製品化した。これ以降、個性的なアイデアをかたちにして、思い切ったデザインや誰も真似できない世界初の製品を創るという志で邁進、スーパーカブの大ヒットを生む。</p>	<p><b>【時代背景】</b> 世界中でモータリゼーションが進むなか、1955年に通産省から「国民車構想」が発表され、国内でも加速した。一方、産業保護の観点から1961年に特振法案が発表された（四輪事業新規参入制限、のち廃案）。排気ガスによる公害問題も浮上し、米国では1970年にマスキー法が可決された。</p> <p><b>【Hondaの取り組み】</b> 自由競争であるべきという考えのもと、特振法制定に備え、四輪事業への進出を加速した。1972年には低公害CVCCエンジンを発表し、最も厳しいとされた米国マスキー法を世界で初めてクリアした。 世界一であって初めて日本一が成り得るとして、世界一の性能とお客様視点での商品づくりをめざして世界各国に販売網・生産拠点を築き国際競争力を強化した。</p>	<p><b>【時代背景】</b> 世界的にITをはじめとする技術の向上・浸透が進むなか、1970年代以降、自動車業界でもエレクトロニクス技術が急速に発達した。技術の進歩の反面、自然環境の悪化、交通渋滞、交通事故の多発、欠陥車問題の発生など社会課題が顕在化する。</p> <p><b>【Hondaの取り組み】</b> エレクトロニクス技術によって進化する自動車の姿を描き、未来を見据えた電装戦略を立案し、新たな価値を創出した（ナビゲーションシステムなど）。フランツシステムなど社会課題に配慮した製品を提供する一方で、F1での活躍や高い性能とデザイン性を活かしたお客様にとって魅力ある商品も積極的に展開した。</p>	<p><b>【時代背景】</b> インターネットで世界がつながり、デジタル化、モバイル化が進行。政治的にも社会的にもグローバル化が進んでいる。米国同時多発テロやイラク戦争、リーマンショックを経て、相対的に新興国が台頭。企業へはSDGsへの取り組みを含め、環境・社会課題の解決への期待が寄せられている。</p> <p><b>【Hondaの取り組み】</b> 世界中のお客様のニーズに応えるべく、中国本部、南米本部を加えた6極体制で事業を展開する。環境と安全のトップランナーとして、低公害、低燃費、安全を技術で支える商品を世界中のお客様に提供する。100年に一度の大変革期において、さらに新たな価値創出をめざす。</p>

Hondaの歴史の詳細を知りたい方は [こちらをご参照ください。](https://www.honda.co.jp/50years-history/) 「語り継ぎたいこと」 <https://www.honda.co.jp/50years-history/>

# Hondaのビジネス

## Hondaのビジネス

Hondaは、「自由な移動の喜び」を叶えるトータルモビリティカンパニーとして、四輪・二輪・パワープロダクツ・航空機および航空機エンジン・ロボット技術の各分野で独自のものづくりを実践。技術・ノウハウを連携することで、未来の可能性を切り拓く次世代モビリティや人々の暮らしに役立つ製品を生み出し続けています。

## グローバル展開

「大事なことは、グローバルという道の先にある。」という思想のもと、1950年代に二輪車の輸出を始めて以降、Hondaは海外展開を進めてきました。現在では、日本・北米・南米・アジア/大洋州・欧州/アフリカ中東・中国の6つの地域に地域本部を構え、世界中のお客様に製品・サービスを提供しています。

