

HONDA
The Power of Dreams

存在を期待される企業をめざして

CSRレポート
2007



編集・発行方針

「存在を期待される企業」をめざして

Hondaは現在、世界中のステークホルダーから「存在を期待される企業」となることをめざして、「買う人」「売る人」「創る人」の喜びを創り、拡大し、次世代へ受け継いでいくさまざまな活動を行っています。

本レポートでは、こうした取り組みを、GRI※「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン」を参考に、「品質・安全」「地球環境」「ステークホルダー」「社会」との関わりに区分し、章立てしてご紹介しています。

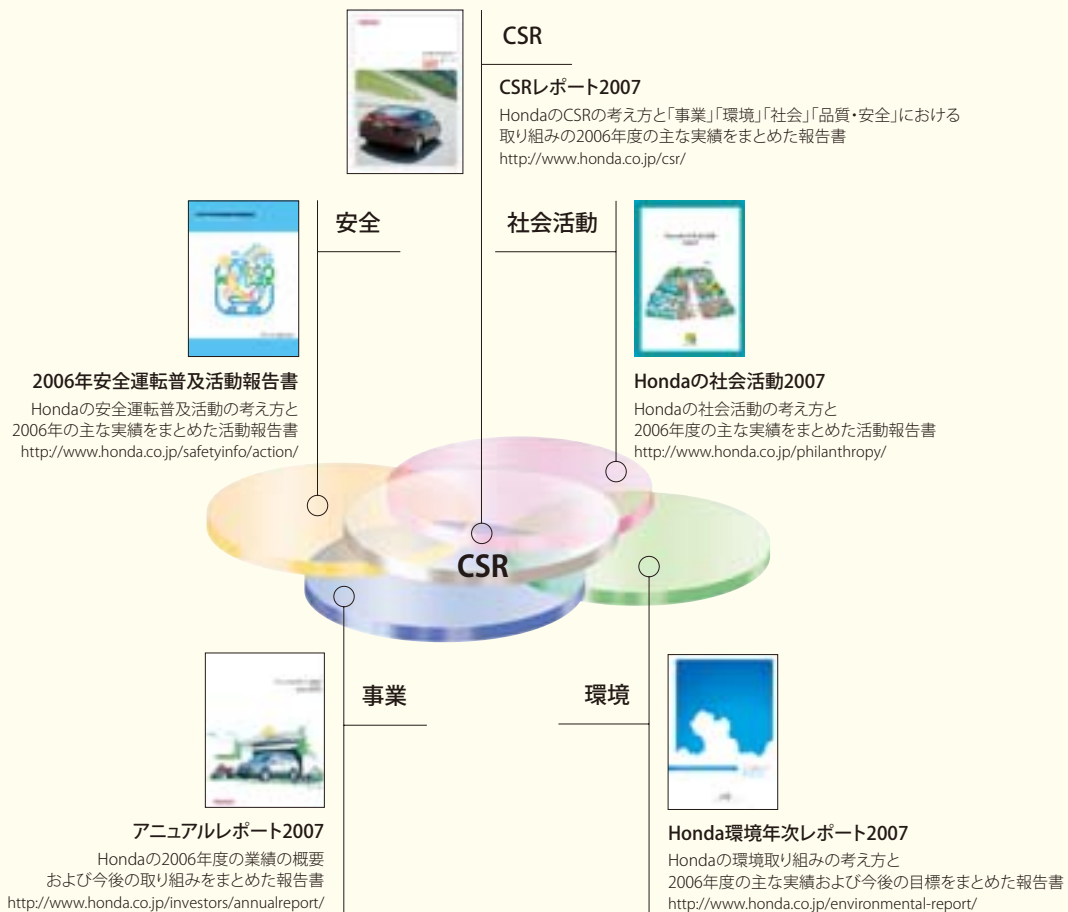
また、日々の事業活動に根ざしたCSRへの取り組みを具体的にご理解いただくため、「Highlight 2006 —— Hondaの挑戦」と題して、Hondaが注力してきた「ものづくり革新」「環境技術革新」を取り上げ、事業の進展と、それらに付随する考慮すべき課題への取り組みを、社内外のステークホルダーの声を交えてご紹介しています。

本レポートがステークホルダーの皆様に、HondaのCSR活動への一層のご理解を深めていただく一助になれば幸いです。

※ Global Reporting Initiativeの略。1997年に米国のNPOであるCERESと国連環境計画 (UNEP) の合同事業として、経済・環境・社会の要素を取り入れた持続可能性報告のガイドラインを策定、普及させることを目的とした国際的プログラムのこと

他のレポートとの関係について

Hondaは、さまざまなステークホルダーの関心に応えるために、各種のレポートを発行しています。本レポートに記載した「業績」や「環境保全活動」「安全運転普及活動」「社会活動」については、下記の冊子およびWebサイトでより詳細な情報を開示しています。





存在を期待される企業をめざして
CSRレポート
2007



Contents

3	トップメッセージ	3
7	Hondaの概要	7
9	コーポレート・ガバナンス	9
13	Highlight2006 存在を期待される企業をめざして	
	Hondaの挑戦	
	PartI 「ものづくり革新」という源流強化	15
	1. 進化する四輪生産体制	
	2. ATミッションの生産革新を牽引	
	3. 新たな二輪生産コンセプトを世界に発信	
	PartII 「環境技術革新」というビジョン	21
	1. 次世代ディーゼルエンジンの可能性	
	2. 世界の二輪車に先進環境技術を	
	3. 家庭の省エネルギーに貢献する“Powered by Honda”	
27	Chapter I 品質・安全への視線	
	品質の追求	28
	安全の追求 (安全技術の開発と安全運転の普及活動)	30
37	Chapter II 地球環境への視線	
	Honda環境宣言	38
	企業活動にともなう環境影響の把握と取り組み方針	39
	環境マネジメント	40
	2010年グローバルCO ₂ 低減目標と2006年度実績	41
	2010年度日本国内目標	42
	中期および年次目標・実績	43
	2006年度の主な環境活動	45
47	Chapter III ステークホルダーへの視線	
	お客様とHonda	48
	お取引先とHonda	53
	従業員とHonda	55
	株主・投資家とHonda	62
65	Chapter IV 社会への視線	
	Hondaの社会活動のめざすもの	66
	2006年度社会活動ハイライト	67

HONDA

The Power of Dreams



モビリティの喜びを、未来の世代へと受け継いでいくために 社会が直面している課題に対して、Hondaらしくチャレンジする。

“夢”を原動力に

Hondaの歴史は、会社設立の1948年の自転車用補助エンジン「A型」の生産・販売に始まります。以後、1958年には、現在に至るまで世界160カ国で愛され続ける二輪車「スーパーカブシリーズ」を発売、1972年には世界に先駆けてマスキー法をクリアした低公害な「CVCCエンジン」を、2000年には二足歩行ロボット「ASIMO」を開発するなど、いつの時代も“夢”を原動力に、人々の想像や期待を超える商品を生み出し、喜びや興奮、感動を提供してきました。

また現在は、新たなモビリティの領域を切り拓く「HondaJet」、究極の環境対応車である新型燃料電池車「FCX コンセプト」、そして「次世代ディーゼルエンジン」の開発など、Hondaらしい夢のある技術・商品開発に力を注いでいます。

すべての原点、「Hondaフィロソフィー」

“夢”を追求し続けるHondaの原点にあるのが、「人間尊重」と「三つの喜び」という二つの基本理念で成り立つ「Hondaフィロソフィー」です。

「人間尊重」とは、一人ひとりの人間をかけがえない存在とし、個性を尊重し合い、平等な関係に立ち、信頼を築き、持てる力を尽くすことで共に喜びを分かち合える企業でありたいという考えです。また、「三つの喜び」とは、「買う喜び」「売る喜び」「創る喜び」を指し、Hondaの事業に携わるすべての人々が商品やサービスを通して世界中の人々と喜びを分かち合い、高め合えるような会社をめざすという意味です。

この二つの基本理念が、自由闊達で、チャレンジングな

——夢の実現に向けてがむしゃらに努力するHonda独自の企業文化を育み、数々の革新的な技術と商品、事業活動を生み出してきました。

「存在を期待される企業」をめざして

一方で、時代の流れとともに社会は変化し、人々が求める価値もまた変化しています。その一つが、企業の社会的責任（CSR）に対する人々の関心の高まりです。たとえ優れた技術や製品を創造しても、それが公正さやステークホルダーへの配慮を欠いた企業行動の結果であれば、社会の信頼を得ることはできません。これら社会の要請にどう応えていくのか。常に問い続けていく必要があります。

こうした認識をもとに、Hondaは、1998年、世界中のステークホルダーから「存在を期待される企業」——「Hondaがあつて良かった」と言っていただけの企業をめざす「2010年ビジョン」を掲げました。また、その実現に向けて、「買う人」「売る人」「創る人」の喜びを、“新たに創り”、“さらに拡大し”、“次世代に受け継いでいく”という三つの方向性を打ち出しました。Hondaは、これらの喜びを継続的に拡大し続けていくことで、あらゆるステークホルダーとの共生をめざしていきます。

「基本の確かさ」を追求し、「信頼」と「共感」を育む

三つの方向性を継続的に実践していくためには、二つのことを両立させていく必要があります。

一つは、安全で質の高い「商品」と「サービス」の提供を企業として継続して取り組むべき最重点課題ととらえ、すべて

トップメッセージ

の業務における「基本の確かさ」を追求することと考えています。

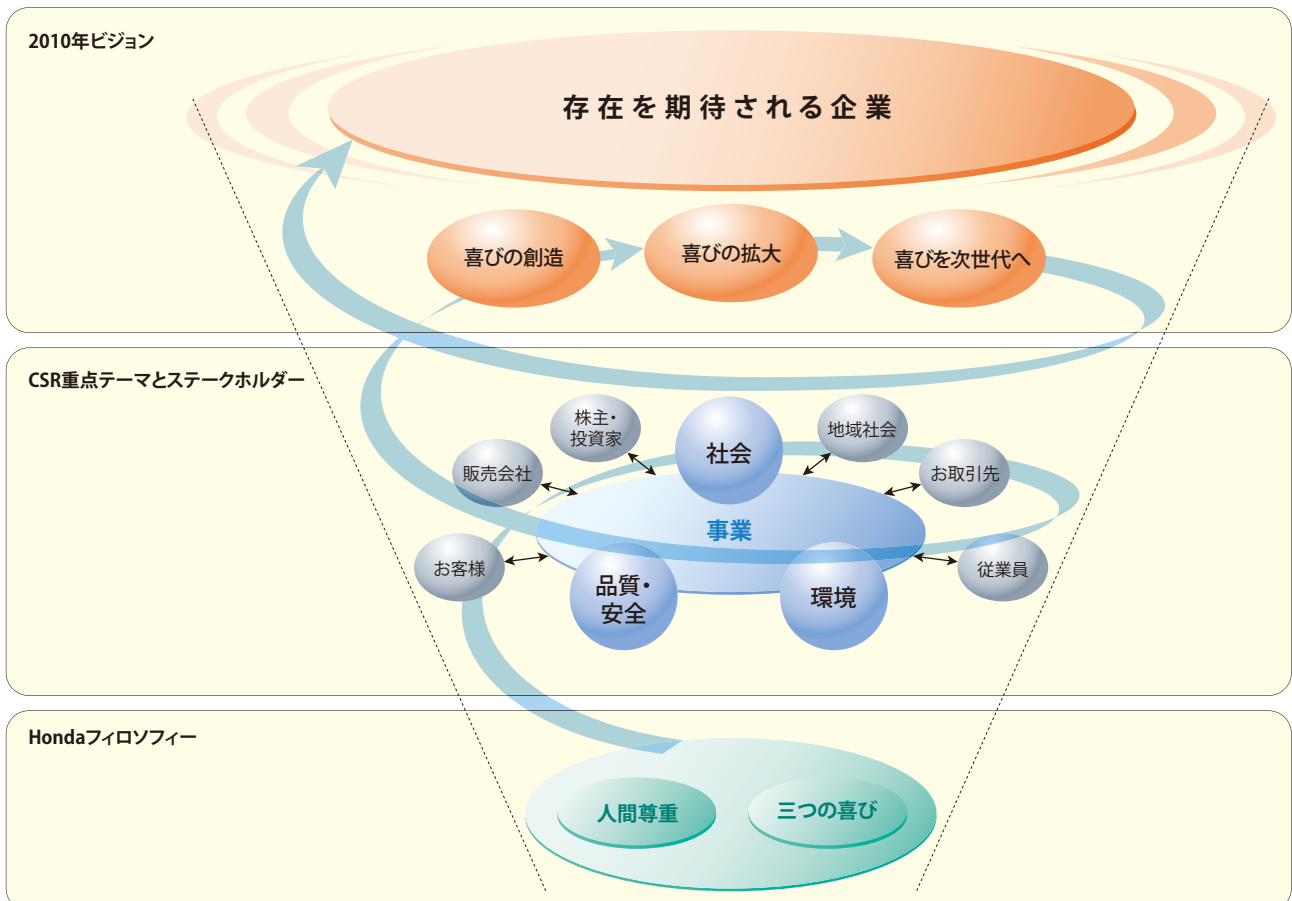
もう一つは、商品とサービスを提供するすべてのプロセスで、あらゆるステークホルダーからの「信頼」「共感」を育む企業活動を積み重ねていくことです。コーポレート・ガバナンスやコンプライアンス体制の一層の強化を図っていくとともに、地球環境問題への対応や雇用におけるダイバーシティ（多様性）の確保、従業員の能力開発、公正な取引関係の構築なども、グローバルに事業を展開するHondaの責務であると考えています。

こうした考えのもと、2006年度は、「ものづくり体制の強化」と「環境対応」に重点的に取り組んできました。

「ものづくり体制の強化」を推進

Hondaはここ十年ほど、世界的な自動車需要の高まりに応え、順調に業績を伸ばすことができました。また、商品そのものも年々進化しており、今後、海外での生産台数を拡大していくためには、Hondaの成長基盤であり、生産技術の開発拠点である日本において、先進的なものづくりの体制を強化し、その成果を世界に展開していく必要があります。

そこでHondaは、埼玉県寄居町に四輪の完成車工場を、隣接する小川町には四輪のエンジン工場の新設をそれぞれ計画。また、浜松製作所におけるATミッションの生産能力の増強、さらに熊本製作所への国内の二輪生産の集約など、積極的な施策を推進しています。加えて、体制強化にあたって



は、最新鋭の生産方式を取り入れることはもちろん、「高品質」「先進環境」「地域と人にやさしい」というキーワードを掲げ、社会的責任の視点から先進的で創造的な工場づくりをめざしていきます。

環境技術領域におけるトップランナーをめざす

モビリティメーカーとして、地球環境保全に取り組むことは不可欠です。Hondaは2006年、環境技術領域におけるトップランナーをめざして具体的な数値目標を掲げ、さまざまな活動を展開しています。

たとえば、ハイブリッドカーでは、2009年に新しい専用車を市場投入することを決定しました。また、次世代ディーゼルエンジンの開発や進化型VTECエンジンなど、燃費向上技術の進化を図るとともに、バイオエタノール車を国内メーカーで初めてブラジル市場に投入。さらに、「FCX コンセプト」をベースとした新型燃料電池車を2008年から日米でリース販売する準備を進めています。

技術だけでなく、再生可能エネルギーの創出にもチャレンジしています。太陽電池の量産開始や、稲わらなどの非食用植物からエタノールを精製する製造新技術の開発などはその一環です。

本田宗一郎の生誕100年を期に

2006年度は、創業者、本田宗一郎の生誕100周年を迎えた記念すべき年でした。「Honda原点の想い——いつまでも伝えたいものがある」をテーマにウェルカムプラザ青山で開催したイベントは、歴史的な製品の展示を通じてHonda

という企業が常に真摯に社会と関わってきたことを改めて知っていただく機会となりました。

そして、昨今、企業における倫理観の低下が不祥事や事故となって顕在化し始めている状況であればこそ、また、自動車業界の生き残り競争が激化している今こそ、時代を越えて受け継がれてきた創業の精神を、世界のHondaグループの一人ひとりが継承し、適切な意思決定と行動に活かしていかなければならないことを確信しました。



持続可能な社会づくりへ向けて

今回お届けする「CSRレポート2007」は、Hondaの一年間の主な活動実績を示したのですが、まだまだ改善すべき取り組みや新しい課題も数多くあります。

Hondaは、これからも、お客様、お取引先、従業員、株主・投資家、地域社会の皆様など、多くのステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを通じて、一歩ずつ、着実に活動を前進させ、持続可能な社会づくりに貢献していきたいと考えています。

ご一読を賜り、読者の皆様のご助言、ご意見をお寄せいただければ幸甚に存じます。

取締役社長 福井 威夫

Hondaの概要

会社概要

Hondaは、「人間尊重」「三つの喜び」を基本理念に、1948年の創業以来、二輪車、四輪車、汎用製品の領域で、常に時代の要請に応える事業、人々がモビリティに抱く夢を実現する商品を創造してきました。

事業活動にあたっては、独創的な新しい価値をもった技術・商品開発を重視するとともに、モビリティ社会の健全な発展を支える企業として、より高い品質と安全性、そして地球環境に配慮した取り組みに注力しています。

現在、世界トップの二輪および汎用エンジンのメーカーであり、世界有数の四輪メーカーへと成長したHondaは、「The Power of Dreams」のスローガンのもと、小型汎用エンジンからスクーター、スポーツカー、さらにヒューマノイドロボット（人間型ロボット）、小型ジェット機、そして新エネルギーに至るまで、多彩な夢のある技術や商品づくりを推進。これら

幅広い事業を通じて世界中のステークホルダーの皆様と喜びを共有し、「存在を期待される企業」をめざしています。

社名：本田技研工業株式会社
 本社：〒107-8556 東京都港区南青山2-1-1
 TEL.03-3423-1111 (代)
 設立：1948年(昭和23年)9月24日
 代表者：取締役社長 福井 威夫
 資本金：860億円(2007年3月末現在)



四輪車

- 乗用車
- 商用車
- 福祉車両
- 作業車両
など



二輪車

- スクーター
- スポーツバイク
- ビジネスバイク
- ATV(バギー)
- パーソナル
ウォータークラフトなど

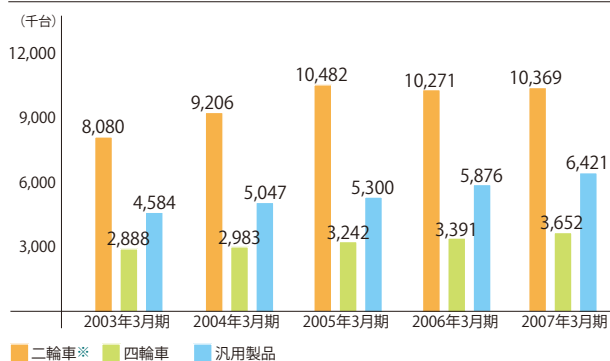


汎用製品

- 汎用エンジン
- 耕うん機
- 船外機
- 発電機
- 芝刈機 など



事業別売上台数推移



※ 海外の持分法適用会社で生産・販売される当社および連結子会社より生産用部品の供給がないHONDAブランド二輪車は含まれていません。

グローバルオペレーション

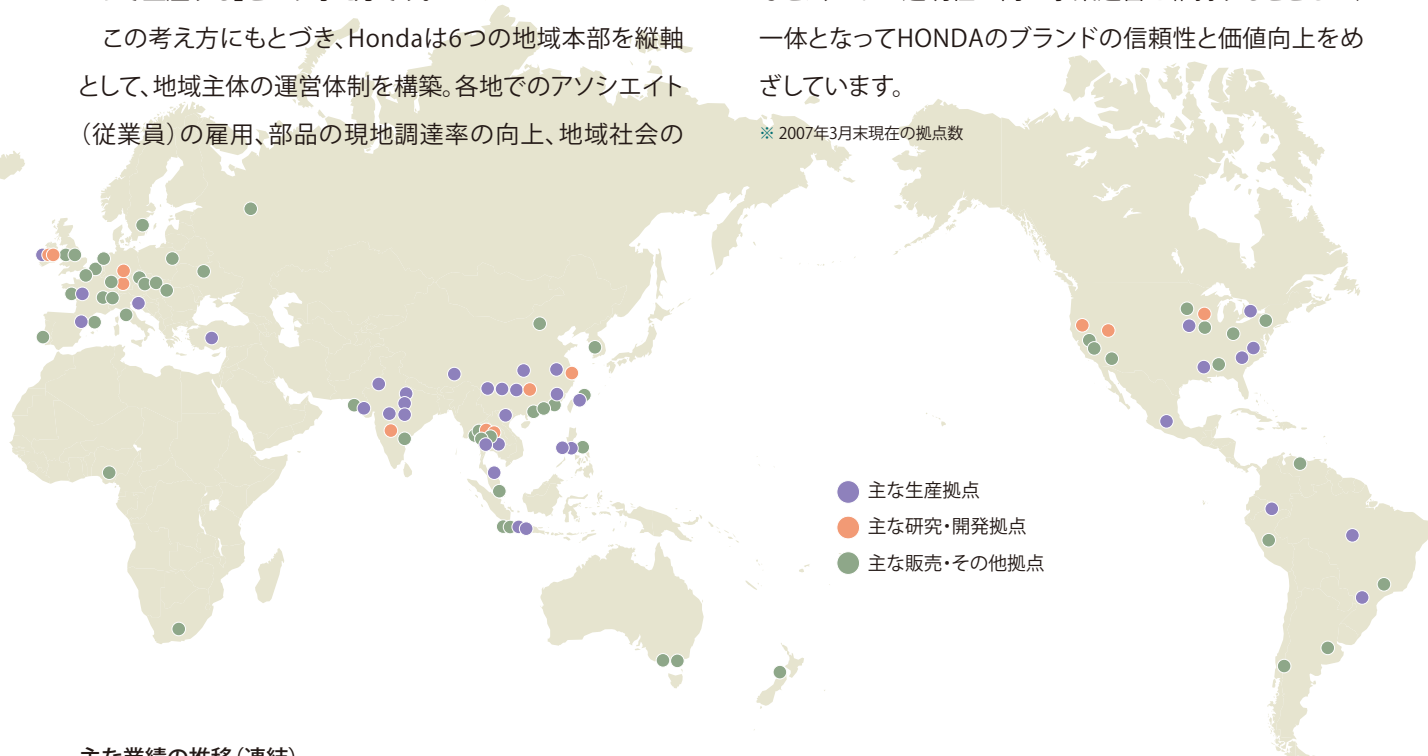
世界28ヵ国134の生産拠点、15ヵ国に31の開発拠点※を展開し、約16万7千人の従業員が年間約2,300万人のお客様と接しているHonda。そのグローバルな事業展開を支えるのは、「世界中のお客様に満足していただく」「需要のあるところで生産する」という考え方です。

この考え方にもとづき、Hondaは6つの地域本部を縦軸として、地域主体の運営体制を構築。各地でのアソシエイト（従業員）の雇用、部品の現地調達率の向上、地域社会の

一員としての社会活動など、経営や運営の現地化を推進しています。また、二輪・四輪・汎用の事業本部と、カスタマーサービス、購買、生産、管理、などの機能本部を横軸として、全体最適・将来最適の観点から各地域の運営を調整・サポートしています。

国内外に507社ある関係会社では、グループ共通の行動指針をもとに、遵守すべき法令やリスクの自己検証を行うなど公正かつ透明性の高い事業運営を維持するとともに、一体となってHONDAのブランドの信頼性と価値向上をめざしています。

※ 2007年3月末現在の拠点数



主な業績の推移（連結）

		2003年3月期	2004年3月期	2005年3月期	2006年3月期	2007年3月期
売上及び利益(単位:百万円)	売上高	7,971,499	8,162,600	8,650,105	9,907,996	11,087,140
	税引き前利益	609,755	641,927	656,805	814,617	792,868
	当期純利益	426,662	464,338	486,197	597,033	592,322
研究開発費(単位:百万円)		436,863	448,967	467,754	510,385	551,847
設備投資(単位:百万円)		316,991	287,741	373,980	457,841	597,958
売上高(単位:百万円)	日本	1,748,706	1,628,493	1,699,205	1,694,044	1,681,190
	海外	6,222,793	6,534,107	6,950,900	8,213,952	9,405,950
	合計	7,971,499	8,162,600	8,650,105	9,907,996	11,087,140
従業員数(名)		126,900	131,600	137,827	144,785	167,231

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

Hondaは、基本理念に立脚し、株主・投資家をはじめ、お客様、社会からの信頼をより高め、「存在を期待される企業」となるため、コーポレート・ガバナンスの充実を経営の最重要課題の一つと認識し、その取り組みを行っています。

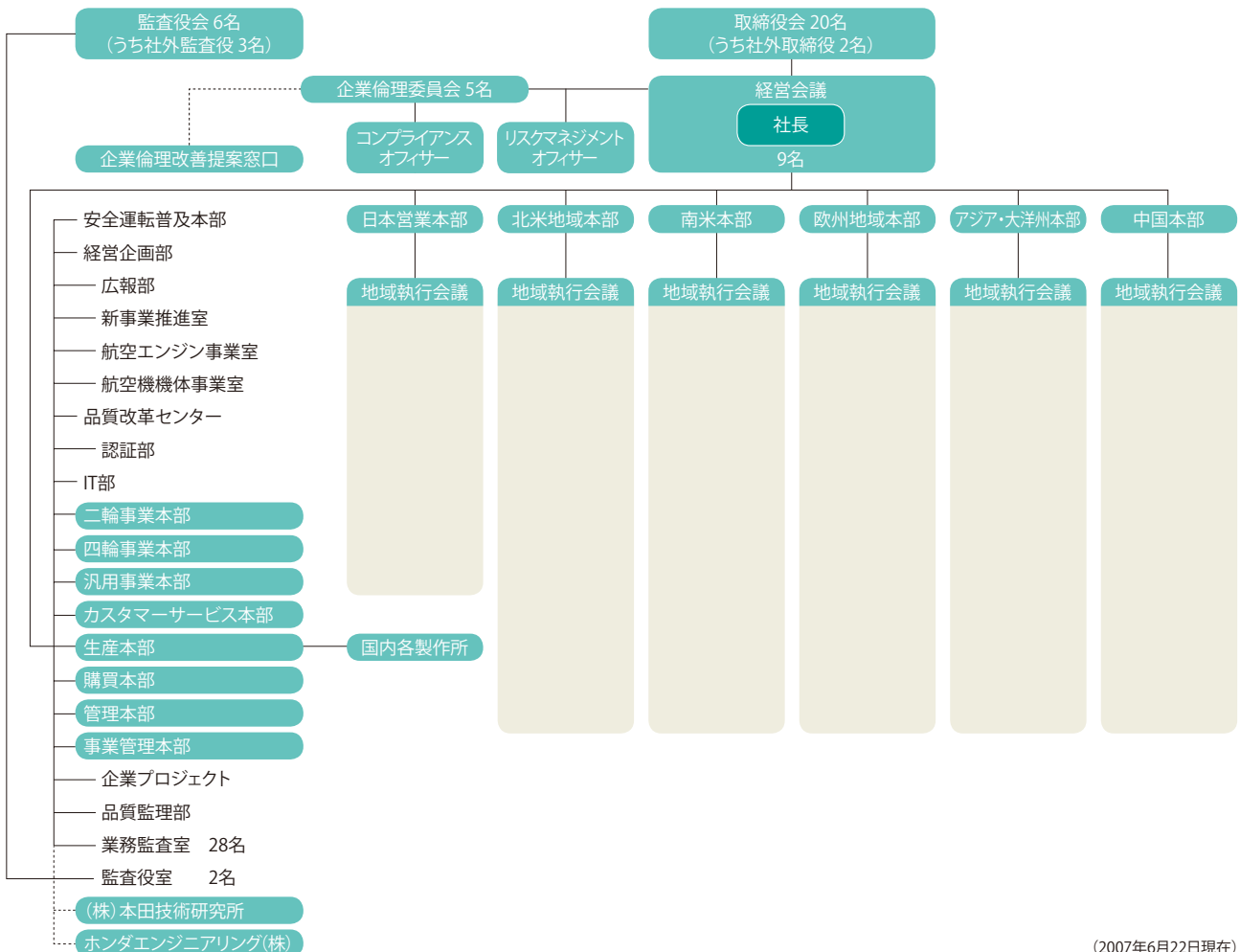
経営の監視を客観的に行うため、社外取締役および社外監査役を置き、取締役会および監査役会において監督・監査を行っています。また、地域や現場での業務執行と取締役会による監督の両面を強化するため、執行役員制度を導入しています。取締役については、経営環境の変化に対する機

動性を高めるため、任期を1年としているほか、業績との連動性も考慮した報酬体系としています。

業務執行においては、基本理念に立脚し、地域・事業・機能別の各本部を設置するなど組織運営体制を整備し、各本部や主要な組織に取締役本部長や執行役員を配置するほか、経営の重要事項の審議を行う経営会議や、各地域における経営の重要事項について審議を行う地域執行会議を置くことにより、世界各地のお客様や社会の要請に迅速かつ適切に応えられる効果・効率の高い体制を構築しています。

内部統制においては、各組織による自律のもと、コンプライアンスやリスク管理の強化に取り組んでいるほか、業務監査部門が各組織の業務遂行について、効果的な監査を実施しています。

コーポレート・ガバナンス体制



(2007年6月22日現在)

株主・投資家や社会からの信頼と共感をより一層高めるため、四半期ごとの決算や経営政策の迅速かつ正確な公表や開示など、企業情報の適切な開示を図り、企業の透明性を今後も高めていきます。

コーポレート・ガバナンス体制

経営管理機構

● 取締役会

取締役会は、取締役20名（うち社外取締役2名）で構成され、重要な業務執行その他法定の事項について決定を行うほか、業務執行の監督を行っています。

2006年度は、取締役会を8回開催しました。

● 監査役会

監査役会は、監査役6名（うち社外監査役3名）の体制としており、各監査役は、監査役会が定めた監査役監査基準、監査の方針、業務の分担などに従い、取締役会への出席や業務、財産の状況の調査などを通じ、取締役の職務遂行の監査を行っています。また、監査役会をサポートする直属のスタッフ組織として監査役室を設置しています。

監査役への報告を適時・的確に実施するため、「監査役への報告基準」を整備し、この基準にもとづき、監査役に対して、Hondaや子会社などの営業の状況、内部統制システムの整備および運用の状況などを定期的に報告するほか、会社に重大な影響を及ぼす事項がある場合には、これを報告することとしています。また、監査役は経営会議その他の重要な会議に出席することとしています。

2006年度は、監査役会を13回開催しました。

なお、Hondaの監査役会は、Hondaの監査役である坂本伸一を、米国企業改革法第407条にもとづく米国証券取引委員会規則において規定される「監査役会における財務専門家」に認定しています。また、坂本伸一は、会社法施行規則第121条第8号において規定される「財務及び会計に関する

相当程度の知見を有しているもの」に該当します。

2006年度は、監査役と会計監査人との間で会合を5回開催し、会計監査人が監査役に対し、会計監査の計画や結果などについて説明・報告を行ったほか、相互に意見交換を実施しました。

監査役は、内部監査部門である業務監査室との間で、監査方針や監査スケジュールについて緊密に連絡調整を行っています。2006年度は、監査役と業務監査室が単独ないしは連携して、Hondaおよび国内外の子会社、関連会社合計130社に対して業務監査を実施しました。

● 役員候補者の決定

取締役の候補者は、取締役会の決議によって決定しています。監査役の候補者は、監査役会の同意を得て、取締役会の決議によって決定しています。

● 役員報酬の決定

Hondaは、取締役および監査役の報酬と賞与の総額を、業績との連動性も考慮した基準によって決定しています。

取締役および監査役の報酬については、株主総会で決議された限度額の範囲内において、取締役会で承認された報酬基準にもとづいて支給しています。

取締役および監査役の賞与については、当該年度の利益、従来の役員賞与、その他諸般の事情を勘案し、定時株主総会で総額を決定し、支給しています。

● 会計監査

会計監査の適正さを確保するため、監査役会および取締役会が、会社法、証券取引法および米国証券取引法にもとづく会計監査の報告を受けるほか、会計監査人の選任、報酬および非監査業務などに関して監督をしています。

Hondaは、2006年度において、会社法、証券取引法および米国証券取引法にもとづく会計監査人として、あずさ監査法人を選任しています。

コーポレート・ガバナンス

業務執行体制

● 組織運営体制

執行体制は、基本理念に立脚し、長期的視点に立ち、世界各地に根ざした事業展開を行うため、6つの地域本部を置いています。

二輪車・四輪車・汎用製品の事業本部が、製品別の中・長期展開を企画するとともに、世界での最適な事業運営を円滑に遂行するための調整をしています。また、カスタマーサービス本部、生産本部、購買本部、管理本部および事業管理本部といった各機能本部が各機能面での支援・調整を行うなど、Hondaグループ全体としての効果・効率の向上に努めています。

研究開発は、主に独立した子会社において行われており、製品については、(株)本田技術研究所を中心に、生産技術については、ホンダエンジニアリング(株)を中心に、先進の技術によって個性的で国際競争力のある商品群を生

み出すことを目的とした自由闊達な研究開発活動を行っています。

● 業務執行役員体制

地域・事業・機能別の各本部および研究開発子会社その他の主要な組織に取締役本部長や執行役員を配置し、それぞれの地域や現場において、迅速かつ最適な経営判断を行うことで、効果・効率の高い業務執行体制を構築しています。

● 経営会議

代表取締役10名(2007年6月22日から、社長、副社長および専務取締役(合計9名)に変更)で構成される経営会議を置き、取締役会の決議事項などについて事前審議を行うとともに、取締役会から委譲された権限の範囲内で、経営の重要事項について審議しています。

2006年度は、経営会議を27回開催しました。

Honda創業の精神

「大部屋役員室」に見るHondaの企業文化と企業統治

Hondaには、社長室も役員専用の個室もありません。あるのは「役員室」という、いわゆる大部屋で、部屋には代表権のある役員の専用机のほか、役員同士が経営に関するさまざまな事項を、また時には従業員も交えて議論する共用テーブルが並んでいます。

この独特の“大部屋役員室”が生まれたのは1964年。発案者は、創業者の一人である藤澤武夫でした。藤澤は、新しい価値を創り上げていくためには、個人の力だけでなく、一人ひとりが自由に意見を交換し、個々の持てる力を結集した集団経営体制が重要と考えたのです。また、役員同士が日頃から顔を合わせて仕



2代目河島社長当時の役員室

Column

事をするには、お互いの信頼関係を高め、かつ情報や認識の共有化を促します。つまり、大部屋役員室は、経営の牽制機能を果たし、平時においても緊急時においても常にオープンかつ迅速に意思決定を図るという、今日のコーポレート・ガバナンスやリスクマネジメントの考え方を先取りした独創的なアイデアといえることができます。

こうした自由闊達なHondaの企業文化とその精神は、従業員たちの活発な意見交換のスタイル「ワイガヤ」とも相まって、Hondaの企業活動の公正さを支え、進化を担う原動力となって今日に引き継がれています。



現在の役員室

● 地域執行会議

各地域が自立性を高め、迅速な意思決定を行うため、各地域本部に置かれた地域執行会議が、経営会議から委譲された権限の範囲内で、各地域における経営の重要事項について審議しています。

内部統制の基本的な考え方と整備状況

取締役会で決議した内部統制システム整備の基本方針にもとづき、お客様や社会からの信頼をより高めるため、担当役員の主導のもと、行動規範の制定や自己検証の実施など、Hondaグループの各組織が主体となってコンプライアンスやリスクマネジメントに体系的に取り組む仕組みを整備するほか、各組織の取り組みを推進する体制を整備しています。

また、各組織の業務遂行について、効果的な監査を実施することとしています。

行動指針

Hondaグループにおいて共有する行動指針として、「わたしたちの行動指針」を制定しているほか、Hondaグループの各組織がそれぞれの業務内容に応じた具体的な行動規範を「部門行動規範」として制定し、それらの遵守に努めています。



「わたしたちの行動指針」の詳細は、以下のWebサイトを参照ください
<http://www.honda.co.jp/conductguideline/> (日本語版)
<http://world.honda.com/conductguideline/> (英語版)

チェックリストにもとづく自己検証

Hondaグループは、各組織がそれぞれの業務に関連して遵守すべき法令や配慮すべきリスクを明確化したチェックリストを策定し、定期的に自己検証を実施するなど、コンプライアンスやリスクマネジメントについて体系的に取り組んでいます。自己検証の結果については、各組織の担当役員に報告されるほか、経営会議において全体状況の評価を実施しています。

コンプライアンス推進体制

コンプライアンスに関する取り組みを推進する担当取締役として、コンプライアンスオフィサーを任命するとともに、「企業倫理委員会」や「企業倫理改善提案窓口」など、コンプライアンス体制の整備を行っています。

● 企業倫理委員会

コンプライアンスオフィサーを委員長とし、取締役および執行役員により構成される「企業倫理委員会」を設置し、企業倫理やコンプライアンスに関する事項を審議しています。2006年度は、企業倫理委員会を2回開催しました。

● 企業倫理改善提案窓口

各組織におけるオープンなコミュニケーションを大切にす一方、企業倫理に関する問題について提案を受け付ける「企業倫理改善提案窓口」を設置し、提案に対する適切な対応を実施することで、企業倫理の改善を図っています。提案者に対する不利益な取り扱いがないよう保護を図りながら、実名による積極的な提案のほか、匿名での提案も受け付けています。

企業倫理改善提案窓口の運用については、企業倫理委員会が監督を行うほか、監査役会に対して運用状況の報告を行っています。

リスクマネジメント体制

部門ごとに対応すべきリスクについては、各部門が予防・対策に努めることとするほか、大規模災害などの全社レベルの危機に対応するため、「Honda危機対応規程」を整備しています。

また、リスクマネジメントに関する取り組みを推進する担当取締役として、リスクマネジメントオフィサーを任命するほか、危機発生時には全社対策本部を設置するなど、リスクマネジメント体制の整備を行っています。

Highlight
2006

存在を期待される企業をめざして

Hondaの 挑戦

世界のモビリティ需要は、欧米のみならずアジアや南米などを含め全世界で着実な拡大が見込まれています。

その一方で、モビリティメーカーには、

地球温暖化をはじめとする環境問題への迅速かつ的確な対応や、より安全で品質の高いものづくりが求められており、

これら社会の要請に応えることなく成長を持続していくことは困難になっています。

こうした状況を踏まえ、Hondaは現在、①国内における先進的なものづくり体制の構築、②海外の成長基盤の強化、③環境負荷低減への取り組み強化、の三つのテーマを掲げ、Hondaの源流を成す「ものづくり革新」、未来を支える「環境技術革新」に取り組んでいます。



Part I

「ものづくり革新」という 源流強化

高まるモビリティ需要を見据えた
「ものづくり革新」を通じて、社会の要請に応え、
ステークホルダーの夢や期待に応えていく。

1. 進化する四輪生産体制

—— 寄居小川プロジェクトの取り組み

2. ATミッションの生産革新を牽引

—— 浜松製作所の取り組み

3. 新たな二輪生産コンセプトを世界に発信

—— 熊本製作所の取り組み



Part II

「環境技術革新」という ビジョン

多彩な技術革新を通じて、
モビリティメーカーが提供する価値の本質——
走る楽しさと地球環境保全の両立を追求し続けていく。

1. 次世代ディーゼルエンジンの可能性

—— 地球温暖化対策とエネルギーの有効利用をめざして

2. 世界の二輪車に先進環境技術を

—— 電子制御燃料噴射システム「PGM-FI」の適用拡大をめざして

3. 家庭の省エネルギーに貢献する“Powered by Honda”

—— 新型コージェネレーションシステムの可能性

TOPICS

- セルロース系バイオマスからのエタノール製造新技術を共同開発
- 新型燃料電池車の「2008年・日米限定販売」を発表

先進技術を駆使した新たな生産システムにより “マザー機能”を強化

ものづくり革新を進めていく上での重要なキーワードが
“国内生産拠点のマザー機能の強化”です。

Hondaは、事業のグローバル化にあたっては、「需要のある
ところで生産する」ことを基本に、これまで世界中で開発・
生産の拠点を築いてきました。また、拠点づくりにおいては、
国内の生産拠点で培った高度な生産技術を海外拠点に展
開する、いわゆる“マザー機能”を発揮してきました。

しかし、今後は、需要が急拡大する海外地域のニーズに
応えるために、生産体制の増強を急ピッチで進めていく必要
があります。また、こうした生産体制の強化を前提に、Honda
は2010年までに世界各地で大幅な販売台数の増加をイ
メージしており※1、これを円滑に実現していくためには、マ
ザー機能を発揮する国内の生産技術の一層の進化を図り、
次代のものづくりの基盤を構築し、海外へ応用展開していく
ことが必要です。

こうした考えに沿って、Hondaは2006年、埼玉県寄居町・小
川町地区に、エンジンから車体までを生産する最先端の四輪
車工場を新設することを柱とした国内の生産体制の再構築
を発表。2006年9月には、浜松製作所をATミッション※2の、熊
本製作所を二輪車の、各々のマザー工場とすることを決定し
ました。

人と環境にやさしい工場づくりを推進

Hondaの考える“マザー機能”は、高品質・高効率なもの
づくりだけではありません。地球環境問題への対応や、安
全で快適な職場づくり、さらには地域社会に根ざした
取り組みなど、多様なステークホルダーにとっ
て“人と環境にやさしい工場づくり”
をめざしていきます。

たとえば環境面
では、生産活動における
CO₂排出量など環境負
荷の低減目標を定め
(P41参照)、各工場

での温暖化対策や資源循環の促進に取り組んでいます。

また、職場づくりの面では、生産ラインなどハード面の見
直しや、ワーク・ライフ・バランスに配慮した新たな人事制度
などソフト面の充実を図ることで、女性や高齢な従業員も安
全・快適に、生き活きと仕事ができる環境をめざしています。

一方、地域社会に根ざした企業をめざして、雇用の創出に
努めるとともに、各自治体との対話を通じて地域の活性化や
周辺環境の整備、安全な街づくりに向けさまざまな活動を
推進していきます。

※1 二輪車1,800万台以上、四輪車450万台以上、汎用製品700万台以上へと拡大してい
くイメージ(2006年5月社長年央会見での公表内容)

※2 オートマチック・トランスミッション(Automatic Transmission)の略。自動車の自動変速
装置のこと



「ものづくり革新」という源流強化

Highlight 2006

存在を期待される企業をめざして

Hondaの挑戦

Part I

高まるモビリティ需要を見据えた「ものづくり革新」を通じて、
社会の要請に応え、ステークホルダーの夢や期待に応えていく。



進化する四輪生産体制

——寄居小川プロジェクトの取り組み

世界のHondaを牽引する理想の生産工場をめざして

「寄居小川プロジェクト」は、2010年の稼働開始をめざして埼玉県寄居町に新たな四輪車工場※1を建設する“ものづくり革新”の中核となる計画です。また、これに先立つ2009年夏には、近隣の埼玉県小川町に新エンジン工場を稼働させ、世界で需要が高まっている低燃費エンジンを生産する計画です。このプロジェクトでは、三つのコンセプトを掲げて最先端の取り組みを行い、その技術成果やノウハウを世界の四輪生産拠点に応用展開していく計画です。

一つめのコンセプトは「資源・エネルギー循環型のグリーンファクトリー」です。資源・エネルギー効率を世界トップレベルに高め、クルマ1台を生産する際のCO₂排出量を2000年に比べて20%低減することを目標に掲げています。二つめは、「高品質で高効率の生産・物流システムを駆使して、お客様の多様なご要望に迅速に対応する最新鋭工場」を実現することです。たとえば新工場では、Honda独自の「アジャイル生産システム※2」を導入し、高品質だけでなく、お客様の満足度を最大限に高める“感動品質”の創造にチャレンジしていきます。そして、三つめのコンセプトが、「誰もが“個性”や“技”を十分に発揮でき、世界に誇れる“匠”の技を培う工場」「誰もが働く“喜び”と“誇り”をもてる工場」「地域の皆様とお客様に喜んでいただける工場」という人へのアプローチです。

これら三つのコンセプトは、“夢を追う会社、Honda”がめざす、理想のものづくり工場の姿でもあります。夢の実現に向けて、一步一步、着実に前進していきたいと考えています。

※1 寄居工場の生産能力は年間約20万台を計画しており、これによってHondaの2010年国内四輪車生産能力は年間約150万台に達する見込み
 ※2 俊敏、かつ柔軟性のある生産システムのこと



小川町新エンジン工場の完成イメージ

Stakeholder's Voice

自然と産業が調和した町づくりをめざして

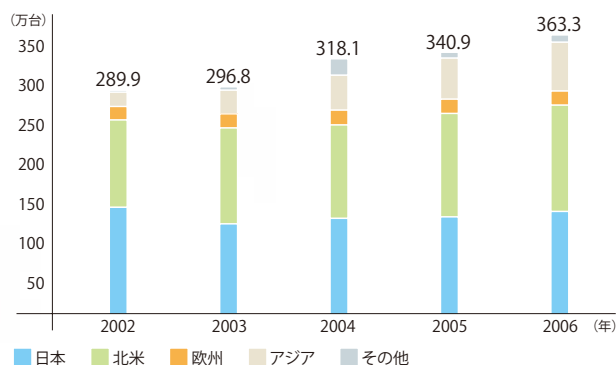
寄居町にHondaの新工場建設が決定したことは、当町ならびに周辺住民にとって非常に喜ばしいことであり、雇用創出はもちろん、商店街の活性化、税収の増大などのさまざまな面



寄居町 企業誘致推進課 課長 加藤 守利様

で地域経済に活力をもたらしてくれるものと期待しています。寄居町は豊かな自然に恵まれた町です。特に「日本水（やまとみず）」と呼ばれる天然水は、埼玉県内で唯一「日本名水百選」に選ばれています。今後もHondaと力を合わせ、豊かな自然と先端産業が調和した持続可能な発展をめざしていきたいと考えています。

Hondaの世界四輪車生産台数の推移



※ 北米はメキシコを含む。国内は自工会報告ベース。海外はラインオフベース



寄居小川プロジェクト
シニアプロジェクトマネージャー
塩崎 信彦

Stakeholder's Voice

変化するHondaへの期待

埼玉製作所では、2007年4月から製作所内の各工場で働く女性従業員10名で「女性にとって働きやすい工場を考えるワーキンググループ」の活動を推進しています。グループでは、「女性にとっての働きやすさ」「結婚・出産・育児と仕事の両立」などをテーマに、設備などのハード面や、制度・意識といったソフト面についても話し合っています。上司からは、「女性の視点で何でも提案してください」とアドバイスをもらい、Hondaが変わろうとしていること実感しています。今後も継続して職場改善につながる具体的な提案を行っていきたいと思います。



埼玉製作所
組立工場
女性にとって
働きやすい工場を考える
ワーキンググループ
小野 めぐみ

多くの女性が活躍できる 職場づくりを

デスクワークよりも身体を動かす仕事をしたかったので、生産ラインの仕事を希望し、現在、インパネ※ユニットの組み立てラインで働いています。これまで女性は自分一人だけだったラインに、今回、試みの一つとして、女性を多く配属したパイロットラインがつけられ、従来以上に仕事に関する会話が多くなり、活発な雰囲気が出てきました。今後は、長く働き続けられるよう、より柔軟な勤務体制を導入してもらえると嬉しいですね。



埼玉製作所
組立工場
小笠原 千夏

※ インストルメントパネルの略。一般的には運転席正面のスピードメーターなどの計器周辺のパネル

「人にやさしい工場」をめざして

寄居小川プロジェクトでは、「人間尊重」というHondaの基本理念のもと、人にやさしい工場を徹底的に追求していきます。人とは、従業員であり、工場周辺の地域の人々であり、お取引先の人々であり——つまり、寄居や小川の工場に関わるすべての人々のことを指しています。たとえば、従来自動車工場は男性比率の高い職場でしたが、少子高齢化や女性の社会進出が進み、近年では女性や高齢な従業員の比率も徐々に高まっています。今後、日本が人口減少時代へと向かうなか、Hondaがこれからの競争力のある生産を続けていくためには、性別や年齢、ハンディキャップの有無などを問わず、誰でも持ち味を発揮し、生き生きと働けるような職場環境づくりが欠かせないと考えています。

そこで寄居小川プロジェクトでは、埼玉製作所と共同で「女性が働きやすい職場づくり」をめざして、埼玉製作所で働く女性従業員によるワーキンググループを発足しました。女性が働く上でのさまざまな問題について、女性自身が考え、女性自身の観点で解決方法を探ってもらおうというものです。具



作業者の負担を軽減し、品質を高めるために、エルゴノミクスの観点から作業位置・手順などを再設計

体的には、生産工程を改善していく女性を中心としたパイロットラインを設置し、感想をヒアリングした上で、エルゴノミクス※の視点から作業効率や作業への負担を分析し、その結果をもとに、作業台の高さを変更したり、重量物を楽に移動できるようにアシスト機を導入するなど、作業環境の改善に取り組んでいきます。

もちろん、ハードの問題だけではなく、従業員一人ひとりが高い目標をもち、モチベーション高く仕事に取り組むことが重要であり、そのための環境づくりも行っています。

さらに、地域の一員として貢献できる活動も展開していくことで、人にやさしい工場の実現をめざしていきたいと考えています。

※ 人間にとっての使いやすさという視点から機械などのあり方を研究することで、労働による疲労やストレスを軽減する考え方のこと



寄居小川プロジェクト
齋藤 毅

ATミッションの生産革新を牽引

——浜松製作所の取り組み

ATミッションのグローバルな需要拡大に 応えるために

二輪車事業の躍進は、1949年、浜松で生まれた二輪車「ドリーム号」の生産に始まりま
す。以来、事業が二輪から四輪、日本から
世界へと広がるのと軌を一にして浜
松製作所の生産品目も拡大。現在で
は中・大型二輪車、四輪車用ATミッシ
ョン、4ストローク船外機など多彩な製品を
生産しています。

なかでも、ATミッションについては、ユニットとして全
世界の20～25%、基幹部品のミッションギアは実に60%を浜松で生産してお
り、四輪車の市場拡大にともない、ATミッションの需要はますます高まっています。

こうしたなか、Hondaは、米国ジョージア州での新工場稼働や中国での生産体制
増強に取り組むとともに、浜松製作所をATミッションのマザー工場と位置づけ、生
産体制の強化・革新を図るための「PAM (Pioneer AT Mission) プロジェクト」を推
進。培った生産技術やノウハウを世界の生産拠点に展開しています。

ATミッションの生産革新を担う 新しいエンジニアを育成していく

浜松製作所では、四輪車の海外生産を技術支援するために、現在、約160名のエ
ンジニアが北米や中国、インドネシアなどの海外工場に駐在している一方、海外か
らのエンジニアを受け入れ、浜松で技術研修を行っています。こうした技術支援を
十分に行うためには、幅広い経験や知識・技能の蓄積が必要です。

そこで浜松製作所は、今回のPAMプロジェクトを機に、海外支援にあたるエンジ



ATミッション技術研修の様子

ニアの育成を長期的視点に立って計画的に
行うこととし、製造ラインの最適化や設備更
新など高度な技能が要求される仕事に若
手エンジニアを積極的に登用しています。
また、エンジニアをより効果的に養成す
るために、今後は三現主義（現場・現物・現実）
を基本とした教育の場を製作所内に開設す
ることを計画しています。



浜松製作所



環境保全

環境にやさしい工場をめざして

浜松製作所では、PAMプロジェクトのメイン
テーマの一つとして環境保全活動の強化に
取り組んでいます。2010年までにCO₂排出
量を1990年度比15.3%削減する目標を掲
げ、工場内の変電設備のリニューアルなど
によってエネルギー利用の効率化を図って
いきます。また、2002年に改正された浜松
市の臭気規制条例に応じて、鑄造工場にオ
ゾン脱臭設備を導入するなど、さまざまな
環境対策を推進しています。

浜松製作所 PAMプロジェクト
増田 英明



新たな二輪生産コンセプトを世界に発信

——熊本製作所の取り組み



人材育成

「セルライン」導入で 高度な技能の伝承を

二輪車の生産はベルトコンベアを用いたライン生産方式が一般的ですが、Hondaでは一部の車種に、一台の二輪車を3~4名で組み上げる「セル生産方式」も導入しています。この方式は、多品種少量生産に柔軟に対応できるほか、熟練エンジニアと若手エンジニアが連携して一台の二輪車を組み上げることで、技能の伝承が図れ、一層の品質向上も見込まれます。Hondaでは、今後は双方の利点を組み合わせた「セルライン」へと進化させていく計画です。



セル生産方式のイメージ

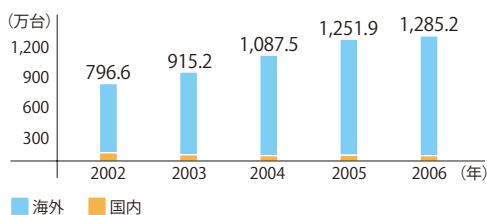
世界トップメーカーとしての責任を果たすために

二輪車事業は、Honda創業時からの歴史ある事業であり、現在は、二輪車の世界トップメーカーとして、日常の移動手段として用いられる小排気量のバイクから、高性能・大排気量のバイクまで、地域のモビリティニーズや人々のライフスタイルに応じた多種多様な二輪車を世界中のお客様に提供しています。

世界の二輪車市場は、欧米などの先進国のみならず、インドや中国などのアジア地域、さらにはブラジル、アルゼンチンなど南米地域での需要が急速に拡大しています。Hondaでは、すでに世界22カ国に33の生産拠点と、日本を含め欧米、アジアなどに研究開発拠点を有し、現地のニーズに合わせた二輪車の開発・生産を行っています。こうした世界的な需要拡大に応じていくために、品質や生産性向上など、ものづくりのさらなるレベルアップを図り、トップメーカーとしての供給責任、製品責任を果たしていかなければなりません。

また、先進国市場を中心に、二輪車の分野でも、燃費向上や排気ガス浄化などの環境技術や、安全技術に対する社会の要請がますます高まっています。

Hondaの世界二輪車生産台数の推移 (ATV※1を含む)



さらなる高性能・高品質を追求して競争力を高める

そこでHondaは、浜松製作所の中・大型二輪車(排気量250cc以上)の生産機能を、小型二輪車(同250cc未満)を生産する熊本製作所に順次集約していくことを決定しました。これにより、二輪車事業の生産の効率化を図り、グローバルな競争力をもった生産体質への改革を進めることで、国内外の工場での生産増強や新車種・新技術のスムーズな量産立ち上げを推進していく計画です。その一環として、2006年9月に、熊本製作所内に2008年をめどに年産60万台規模の新しい二輪車工場を建設することを決定しました。

熊本製作所の新工場建設プロジェクトは、人と環境にやさしく、なおかつ世界をリードする競争力を備えた新たなコンセプトをもった工場づくりをめざすという意味を込めて、「NCP (New motor Cycle Plant) プロジェクト」と呼んでいます。具体的には、通勤系※2バイクは部品の共有化によりコスト競争力を高めていく一方、ファン系※3バイクについては、さらなる高性能・高品質を追求することで高付加価値化を図っていきます。

また、今後は技術者育成や、地域社会との交流にも一層力を注ぎ、二輪車およびATVの“故郷”として、世界に情報発信し続けるマザー機能をめざしていきます。

※1 全地形対応車 (All Terrain Vehicle) の略。一般的には「バギー」と称される

※2 小型バイクを中心とする、主に日常の移動手段となるモーターサイクル領域のこと

※3 スーパースポーツ領域を含む趣味性の高いモーターサイクル領域のこと



熊本製作所 NCPプロジェクト
プロジェクトリーダー
笹部 清一

地域とともに発展する生産工場として

熊本製作所は、1976年の操業開始以来、「地域社会とともに成長する」という考えにもとづき、地域社会との対話を重視した事業活動を展開してきました。たとえば、設立当初から実施している「定例懇談会」は、大津町の行政・自治体の方々をお招きして情報交換・意見交換を行う会で、現在も毎年2回開催しています。また、地元のマスコミや自治体・行政の方々向けの「マスコミ会見」も毎年実施しています。

今回の新工場建設に際しても、構想の段階から自治体や地域の方々などに情報発信し、さまざまなステークホルダーの皆様のご意見を取り入れていく予定です。

一方、地域の方々との交流や地域貢献活動にも力を注いでおり、子ども向けの交通安全教育や環境教育、ものづくりの楽しさを体験する「ダンボールクラフト教室」の開催、小中学生を対象とした工場見学、製作所内のグラウンド施設の開放などを行っています。

もちろん、環境保全活動も息の長い取り組みとして継続しています。たとえば、地下水の豊富な熊本県では、現在も生活水のほとんどを地下水でまかなっている地域が少なくありません。そこで熊本製作所では、雨水の有効利用や工業用水の循環利用を推進し、地下水からの汲み上げ量を抑制しているほか、地下水資源の涵養をめざして、地元の植林活動を行っています。

熊本製作所は、地域社会と発展をともにする企業市民として、今後も、地域の方々との対話を積み重ねていきます。



熊本製作所
事業管理部
北畑 達也



大津町の行政・自治体の方々との定例懇談会

Stakeholder's Voice

“二輪の町”として Hondaとともに発展していく

今日、地方自治における大きな課題の一つに、若者の都市部への流出問題があります。その意味で、今回、Hondaが大津町で二輪車事業を拡大することは、非常に心強いことです。魅力ある雇用の場が増えて若者の地元への定住率が高まれば、町も大いに活性化しますし、二世帯、三世帯の同居世帯が増えることによって、高齢者の介護環境も改善されるはずです。これらを実現していくために、今後、大津町は、優秀な人材を育成する教育に一層力を注いでいきたいと思えます。また、たとえば「モトクロス大会」や「ホームカミング※」などのイベント開催やツーリング道路の整備などを通じて、“二輪の町-大津”として町おこし活動にも取り組んでいきたいと考えています。



大津町 町長
家入 勲様

※ バイクユーザーが、愛車の生まれ故郷（製造地）を訪れ、交流を深めるイベント



全世界の製品・生産活動におけるCO₂排出低減目標を発表

自動車や二輪車などのモビリティ製品は、ガソリンや軽油などの化石燃料を消費し、二酸化炭素(CO₂)や窒素酸化物(NOx)などのガスを排出しながら走っており、エネルギー問題や温暖化による気候変動、大気汚染などの地球環境問題と密接に関わっています。

一方で、モビリティは人々の豊かで快適な暮らしや産業の発展にとって不可欠な移動手段であり、今後、世界の経済成長の進展にともない、モビリティ需要がますます拡大していくことは間違いありません。

こうしたなか、モビリティに関わる企業は、「環境負荷の低減」と「需要拡大への対応」の双方を満たすあらゆるテーマに取り組んでいくことが求められています。

そこでHondaは、モビリティに関わる企業の責任として、また自動車メーカーとしてのあるべき価値の創造のために、2006年5月、全世界で生産・販売する製品と、生産活動にともなうCO₂排出量の低減目標を「2010年CO₂低減目標」として決めました(P41参照)。

このように、全世界でのCO₂排出低減目標を公表することは、自動車メーカーとして初めてであり、その取り組みには世界から注目が集まっています。

多彩な環境技術を駆使して、エネルギーの最適利用を実現

モビリティ製品におけるCO₂排出量を削減していくために、Hondaは、大きく二つの方向性から環境技術の革新に挑戦しています。

一つは、モビリティとエネルギーの双方の特性を最適化し、利用効率を高めていく「エンジンの技術革新」です。たとえば、「ハイブリッド車」は、頻繁に発進・減速を繰り返す市街地などではその特長が発揮されますが、長距離の高速走行などでは、十分に利点を発揮できません^{※1}。一方、「ディーゼル車」は、長距離走行において優れた燃費性能を発揮します。そこでHondaでは、現行のガソリンエンジン車の燃費向上を追求しつつ、市街地での移動に便利な小型車については「ハイブリッド車」を、レジャーや商業用途など長距離走行の機会が多い中型・大型車については「ディーゼル車」を商品化するなど、モビリティの用途に応じた環境対応自動車を開発しています。さらに、究極のクリーンエネルギーといわれる燃料電池を用いた自動車も実用化しています。また、二輪車においては、電子制御燃料噴射装置(PGM-FI^{※2})の搭載車種の拡大に努めるほか、燃費を向上させる「超低フリクションエンジン」や「可変シリンダーシステム」などの開発に取り組んでいます。

もう一つのアプローチが、太陽電池パネルやバイオエタノール、コージェネレーションシステムなどの「クリーンなエネルギー自体を生み出す技術革新」です。

Hondaでは、こうしたさまざまな環境技術を組み合わせながら、走る楽しさと地球環境保全の両立を追求し続けていきます。

※1 「ハイブリッド車」は、ガソリンエンジンと電気モーターという2種類の動力源を組み合わせながら走るクルマ。ブレーキングの際の減速エネルギーを回収してバッテリーに蓄え、加速時に利用することでエネルギー利用効率を高め、燃費向上を実現するため、頻繁に発進・減速を繰り返す市街地ほど特長が発揮される

※2 Programmed Fuel Injectionの略

「環境技術革新」というビジョン

Highlight 2006

存在を期待される企業をめざして
Hondaの挑戦

Part II

多彩な技術革新を通じて、
モビリティメーカーが提供する価値の本質——
走る楽しさと地球環境保全の両立を追求し続けていく。

次世代ディーゼルエンジンの可能性

——地球温暖化対策とエネルギーの有効利用をめざして

温暖化対策として見直しが進むディーゼルエンジン

Hondaが追求するエンジン技術革新の大きな成果の一つが、2006年5月に発表した「次世代ディーゼルエンジン」です。

ディーゼルエンジンは、本来、ガソリンエンジンに比べて燃費性能に優れ、CO₂排出量が少ないというメリットがあります。その反面、粒子状物質 (PM) や窒素酸化物 (NOx) などの有害物質が出やすいことから、日本国内では「環境に良くない」というイメージがありました。しかし、近年では燃料噴射装置の改良や排ガス後処理技術の進化によって、排気ガスのクリーン化が大きく進展。ディーゼルを次世代のクリーンエンジンと位置づける欧州では、環境問題に対する消費者の意識や注目度が高まり、現在では乗用車市場の過半数をディーゼル車が占めています。

また、一般的にガソリン車のライフサイクル全体でのCO₂の排出量は、「走行時」の次に「燃料精製時」にCO₂の排出が多いことがわかっています(下図参照)。一方でディーゼル車の燃料となる「軽油」は「ガソリン」に比べて原油からの精製時に排出されるCO₂の量が低く、これも大きなメリットといえます。

地球温暖化問題がクローズアップされるなか、こうした理由から、ガソリン車が乗用車の大半を占めてきた日本や米国の市場においても、近年ではディーゼルエンジンの価値が再評価されつつあります。

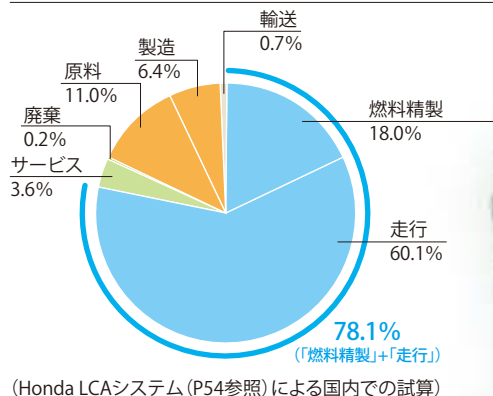
エネルギーの有効活用をめざして

原油を100%輸入に頼っている日本においては、エネルギー資源の有効利用という観点からもディーゼル車の普及は大きな意味があります。というのも、原油から精製できるガソリンや軽油、重油などの石油製品の割合は一定で、ガソリン車が主流の日本では軽油が余ってしまいます。つまり軽油を燃料とするディーゼル車を普及させることができれば、輸入した原油をムダなく効率的に利用できるというわけです。

さらに、ディーゼルエンジンは軽油だけでなく、天然ガスや石炭、バイオマスからできる液化燃料や菜種油などのバイオディーゼル燃料など、さまざまな燃料を活用できる点も将来のエネルギー状況を考えると大きなメリットです。

このように、Hondaは地球温暖化対策だけではなく、エネルギー事情やその有効利用という多角的な視点から次世代ディーゼルエンジンの開発に着手しました。

シビックのライフサイクルにおけるCO₂排出比率



Honda CSRの実践 [広報担当]

ディーゼル車は「うるさい・臭い・汚い」という既存イメージが強いだけに、事実を踏まえた継続的なコミュニケーションによる理解促進が大変重要であるとらえています。「独創的であること」「志を高くもつこと」を使命に、移動の楽しさや走る喜びを高めるHondaならではの先進技術を、わかりやすくかつ誠実な表現で積極的にアピールしていきます。



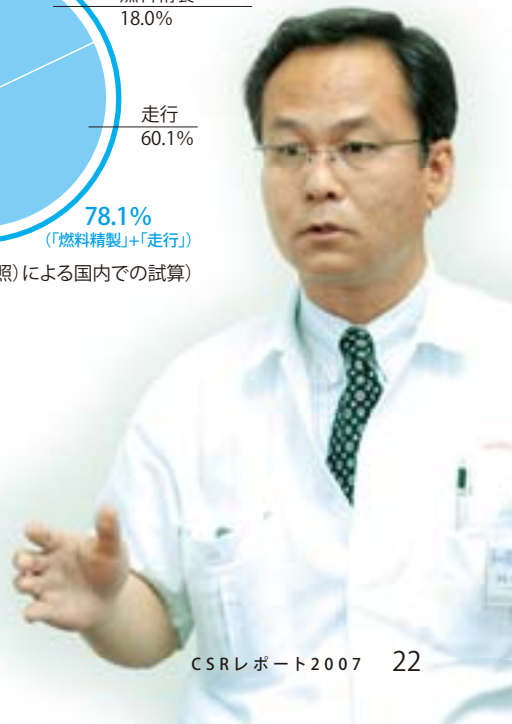
広報部 山本 桂太郎

Honda CSRの実践 [欧州販売担当]

ディーゼル車市場が急速に拡大する英国では、燃費性能はもちろんのこと、ガソリン車と同様の高い動力性能をもちながら静かで運転がしやすいHondaのディーゼル車は大きな存在感を放っています。Hondaはお客様へ最良の商品を提供すべくチャレンジする企業ですので、今後もよりクリーンなHondaの低公害車の販売を通じてお客様と喜びを共有したいと思っています。



Honda UK Marketing トム ガードナー



四輪開発センター 長 弘 憲一

Honda CSRの実践 [購買担当]

ディーゼルエンジンの基幹部品は、技術進
化が激しく、コスト競争力の向上や開発の
スピードが重要となります。そのため中長期
的戦略にもとづき、お取引先、研究所、購買
で情報交換し、仕様を
調整して量を確保して
いくよう努めました。購
買部門はこうした取り
組みを通じて、お取引
先と長期的かつ発展
的な信頼関係を築い
ています。



四輪購買二部
齋藤 和良

Honda CSRの実践 [特許担当]

Hondaには、従来からオリジナリティを尊ぶ
風土があり、技術者は常に新技術の創出に
全身全霊を注いでいます。私たちはそれをサ
ポートすべく、第三者の権利を侵害してい
ないか、自社所有の特許
を無断で使用されてい
ないかを調査しながら、
ディーゼルの世界にお
いてもHondaらしい独
創技術の成果を特許出
願し、権利化を図って
います。



四輪開発センター
林田 恵

世界に先駆けて全米排ガス規制をクリアする新しいNOx浄化技術を開発

今回のディーゼルエンジンの開発で最も注力したのは、排気ガスに含まれるNOxをいかに削減していくかというテーマです。技術が進化したとはいえ、世界で最も厳しい米国カリフォルニア州の排ガス規制をクリアしたディーゼル乗用車はなく、2007年からはさらに厳しい規制が導入されました。また、日本でも2009年から、これと同等の排ガス規制が導入されます。

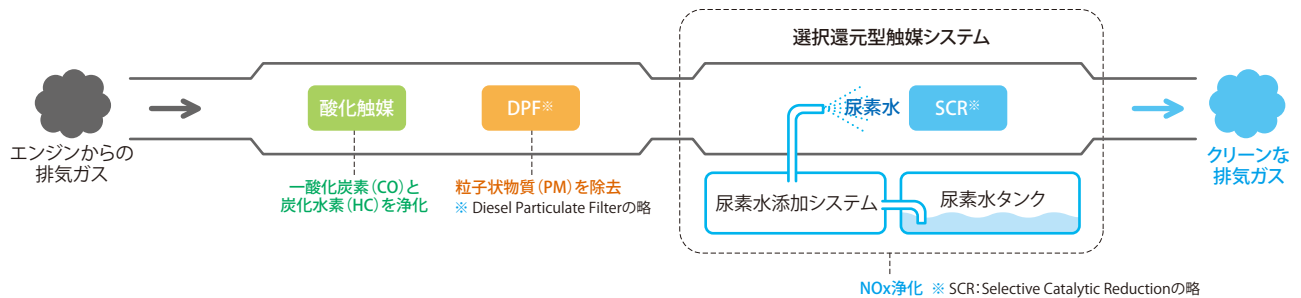
そこでHondaでは、次世代ディーゼルエンジンのための新たな排ガス浄化技術——触媒内部で生成されるアンモニアの還元作用を利用してNOxを浄化する画期的な技術——「リーンNOx触媒」を実用化しました。これにより、ディーゼル車として世界で初めて、ガソリン車と同等のNOx排出レベルが求められる米国の規制「TierII Bin5」の排ガスレベルをクリア（社内値）。世界の自動車業界から注目を集めています。

NOx浄化技術としては、他にも排気管内に尿素水を噴射させる「尿素噴射方式」があり、自動車業界では以前から知られていました。しかし、この方式は噴射装置や尿素水タンクなどの設置、それにとまう車の重量アップ、また尿素水の定期的な補充を必要とするため、Hondaでは、「軽量・コンパクト・メンテナンスフリー」につながる触媒方式として、「リーンNOx触媒」の研究・開発に取り組んできました。

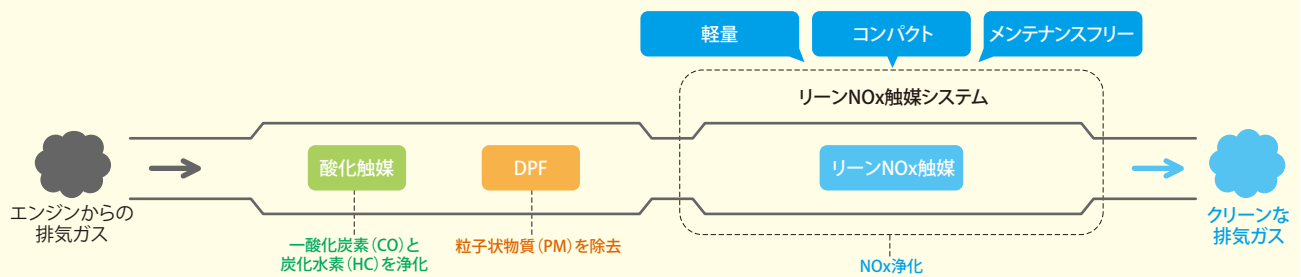
Hondaでは、今後、こうした排ガス浄化技術のさらなる性能向上はもちろん、車載式故障診断システムなど新技術の導入に取り組み、次世代ディーゼルエンジンを搭載したクルマを2009年にアメリカ市場へ投入するほか、国内市場でも発売を計画しています。

排ガス浄化システム

- 他社が採用している尿素噴射方式（選択還元型触媒システム）



- Hondaが採用予定のリーンNOx触媒システム



世界の二輪車に先進環境技術を

——電子制御燃料噴射システム「PGM-FI」の適用拡大をめざして

エンジンの燃焼を最適制御し、走行性能と低燃費を実現

Hondaは、二輪車の世界トップメーカーとして、燃費向上や排気ガスクリーン化などの環境性能向上に積極的に取り組んでおり、「2010年までに世界で販売する製品のCO₂排出量を2000年度比10%低減すること」を宣言しています。

これを実現するために、Hondaは、2007年末までに国内のスクーターに「PGM-FI」の適用を拡大していくほか、2010年末までに全世界の大半の機種に搭載することを発表しています。PGM-FIとは、使用環境や加減速による負荷などに応じて、エンジンの



タイで販売されているPGM-FI搭載車「Wave 125i」

点火時期や燃料噴射の量・タイミングなどを最適に電子制御するシステム。これを搭載することで、走行性能を落とすことなく「排出ガスの清浄化」「燃費向上（CO₂削減）」を実現することができ、また低温時や長期放置後の始動性の向上なども図れます。

Hondaは、このPGM-FIの導入に早くから力を注いでおり、大型二輪車については多くの機種への搭載が進んでいますが、さらに適用機種を拡大しており、小型車では2003年に125/150ccのスクーターに、2004年には世界で初めて50ccスクーターに搭載しました。現在は世界の大半を占める開発途上国の通勤用など小型機種への展開に注力しています。

小型機種向けに、小型・高性能と低価格化を追求

PGM-FIを小型機種に展開していくにあたっては、大型二輪のシステムをそのまま適用するのではなく、小型・軽量化はもちろんのこと、小排気量に合わせた制御精度の向上や、キック始動や空冷エンジンへの対応、低価格化といったさまざまな課題を解決する必要がありました。

そこでHondaは、当時の大型車のシステムに比べて燃料粒子が2分の1、空気供給量の制御単位が3分の1、燃料噴射量の制御単位が5分の1となる高度な精密制御技術を確立しました。また、キック始動の際のわずかな電力でエンジン始動できる電気回路を新たに開発したほか、材料の見直しやシステム構成を極限までシンプルにして部品点数の削減やコストダウンを図ってきました。

これらの技術開発の結果、現在では小型通勤用向けの50~250ccの主要なエンジン形式に対応する

小型PGM-FIの技術課題

PGM-FIを実現し、今後、世界で発売するモデルすべてにPGM-FIを搭載するべく、目標達成に向けて着実に前進しています。

小型対応
小型
軽量化

小排気量対応
微量流量コントロール
燃料の微粒化

開発途上国ニーズ対応
キック始動
(バッテリー放電時)
空冷エンジン対応

小型
PGM-FI

低価格対応
低コスト化
部品点数の削減
機能統合

Honda CSRの実践 [事業企画担当]

Hondaは、創業の頃から業界に先駆けてクリーンで燃費性能に優れた4ストロークエンジンを軸に二輪車の開発に取り組んできました。近年では、スクーターの4ストローク化を推進するほか、PGM-FIの適用拡大を図るなど、さらなる環境配慮に努めています。Hondaでは、こうした先進環境技術の積極的な導入を進めると同時に、二輪の良さであるシンプルで軽量、そして価格面でリーズナブルという特長を損なわないオリジナリティに溢れる技術、そして魅力品質を付加した商品を提供していくことこそが、二輪車メーカーとしての社会的責任だと考えています。



二輪事業企画室
関口 浩



二輪開発センター
上田 稔

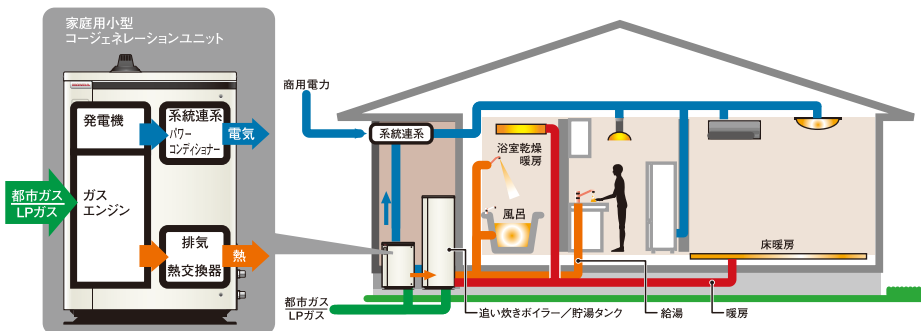
家庭の省エネルギーに貢献する “Powered by Honda”

——新型コージェネレーションシステムの可能性

世界初家庭用コージェネレーションユニットのさらなる進化

地球温暖化問題に対しては、企業活動における温室効果ガス排出削減だけでなく、家庭でエネルギーをどのように使うかの観点も欠かせません。そこで現在、コージェネレーションシステムの家庭での利用が注目されており、これは、ガスを燃料と

家庭用コージェネレーションシステム



して、電気と温水を家庭でつくり利用できる、環境にやさしく効率の良いエネルギーシステムです。

Hondaは、このシステムが社会に役立つ可能性に着目して、長年培ってきた小型エンジン、発電機などの技術を結集し、世界初、家庭設置サイズのコージェネレーションユニットを開発。2003年から大

手ガス会社より「エコウィル」の商品名で販売され、お客様からは「床暖房で快適、しかも光熱費が節約できた」など好評を博し、好調な販売を続けています。

開発にあたっては、小型・高効率のもとより、耐久性を重視しました。毎日使用するシステムの稼働時間はクルマの生涯運転時間のずっと10倍です。また、静粛性をエアコンの室外機相当に抑えるよう工夫したほか、排気エミッション対策として三元触媒※を採用するなど、環境商品の名にふさわしい先進技術を取り入れています。

2006年10月のモデルチェンジでは発電効率を約1割向上させ、2007年3月には米国での販売も開始。今後も「高効率化」「長寿命化」「低コスト化」といった基本性能を追求することで、家庭用コージェネレーションシステムの普及を図り、世界の家庭の省エネルギー推進に貢献していきたいと考えています。

※ 触媒に白金などの貴金属を用いて、排気ガス中に含まれる一酸化炭素(CO)、炭化水素(HC)、窒素酸化物(NOx)を同時に除去する装置



家庭用小型
コージェネレーション
ユニット
Honda MCHP1.0

内部機構

Stakeholder's Voice

強力なパートナーシップで環境にやさしい製品をつくり出す

今回、「エコウィル」の製品開発を経験して感じたのは、Hondaさんの「技術に対する強いこだわり」です。試験段階では耐久性や騒音などの問題もありましたが、問題が発生したその都度、繰り返し改善に取り組んだ技術スタッフのおかげで、より環境にやさしい製品を開発することができたと満足しています。

実は開発当初、まったく違う業界であることから、考え方などにギャップがありコミュニケーションに困る場面もありました。しかし、初代機を発売する頃には、現場の情報・ノウハウをもつ私たちと技術をもつHondaさんの間には、互いの長を認め合う強力なパートナーシップが築かれていました。こうした協力関係によって、2006年10月のモデルチェンジに際しては発電効率の向上に加え、施工性やメンテナンス性、デザイン性についても現場ニーズを取り入れてさまざまな改良が実現できました。

今後もさらに「エコウィル」の改良と普及を促進し、環境負荷低減に貢献するため、良好なパートナーシップを継続していきたいと考えています。



大阪ガス(株)
リビング技術部
エンジンコージェネ
開発チーム
柴田 善隆 様

汎用開発センター
戸川 一宏

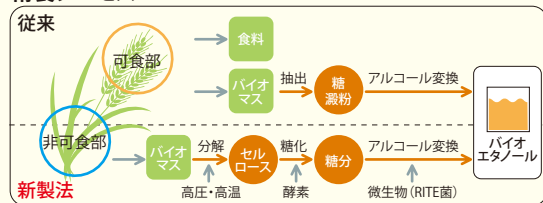
持続可能な燃料調達に向けて

セルロース系バイオマスからのエタノール製造新技术を共同開発

農作物や木材などを原料とするバイオエタノールは、燃焼時には、植物が光合成で取り込んだCO₂を排出するため、大気中のCO₂総量に影響を与えない燃料として注目を集めています。ところが、既存のエタノール燃料は、サトウキビなど食用に供される原料が大半を占めており、食料供給とのバランスから安定した供給が困難な点、また、原料となるサトウキビやトウモロコシの価格が高騰し、経済性が損なわれるなどの問題が生じています。そこでHondaは、(財)地球環境産業技術研究機構(RITE)とともに、これまで困難とされてきた「稲わら」など、食用に供さない植物の茎や葉に含まれるセルロース類からアルコール燃料を製造する技術開発に着手。RITEが開発し

た糖をアルコールに変換する微生物であるRITE菌と、Hondaのエンジニアリング技術を活用し、醗酵阻害物質による悪影響を大幅に減少させるRITE-Hondaプロセスの開発に成功。従来のセルロース系バイオエタノール製造プロセスと比較してアルコール変換の効率を飛躍的に向上させることを可能としました。

精製プロセス



“究極のエコカー”の普及をめざして

新型燃料電池車の「2008年・日米限定販売」を発表

Hondaは、広々とした室内空間と未来的なスタイリングを実現するとともに、環境性能や動力性能を大幅に向上させた次世代の燃料電池車「FCX コンセプト」をベースとした新型燃料電池車を、2008年に日米で限定販売を開始する予定です。「FCX コンセプト」は、環境性能に加え、走行性能の大幅な向上を目標として、小型高効率燃料電池スタックをセンタートンネル内に配置する「Vフロー FCプラットフォーム」を採用。これにより、従来の燃料電池車では難しかった低全高で流麗なセダンフォルム

を実現しています。また、新開発の燃料電池スタックでは、水素や生成された水を垂直に流す方式を採用。燃料電池スタックの高効率化の鍵となる生成水の排出性を、重力を利用することで大幅に向上させ、さまざまな状況での安定した発電と、小型・高出力化を実現しました。さらに、低温での始動性も大幅に向上。従来より10℃低いマイナス30℃での始動を可能としています。航続距離も、パワープラント主要部品の小型軽量化・高効率化により、従来のFCXに比べ、約30%向上しました。走行エネルギー効率は約60%と、ガソリン車の約3倍、ハイブリッド車の約2倍という高いレベルであり、現行のFCXからは約10%向上しています。また、シート表皮やドアライニング※などには、植物を原料とした耐久性、耐光性に優れた「Honda バイオフィブリック」を採用しています。

※ドアの内装材



小型高効率燃料電池スタック
「Honda FCスタック」



「Honda バイオフィブリック」を
採用したシート



「Vフロー FCプラットフォーム」を採用した「FCX コンセプト」



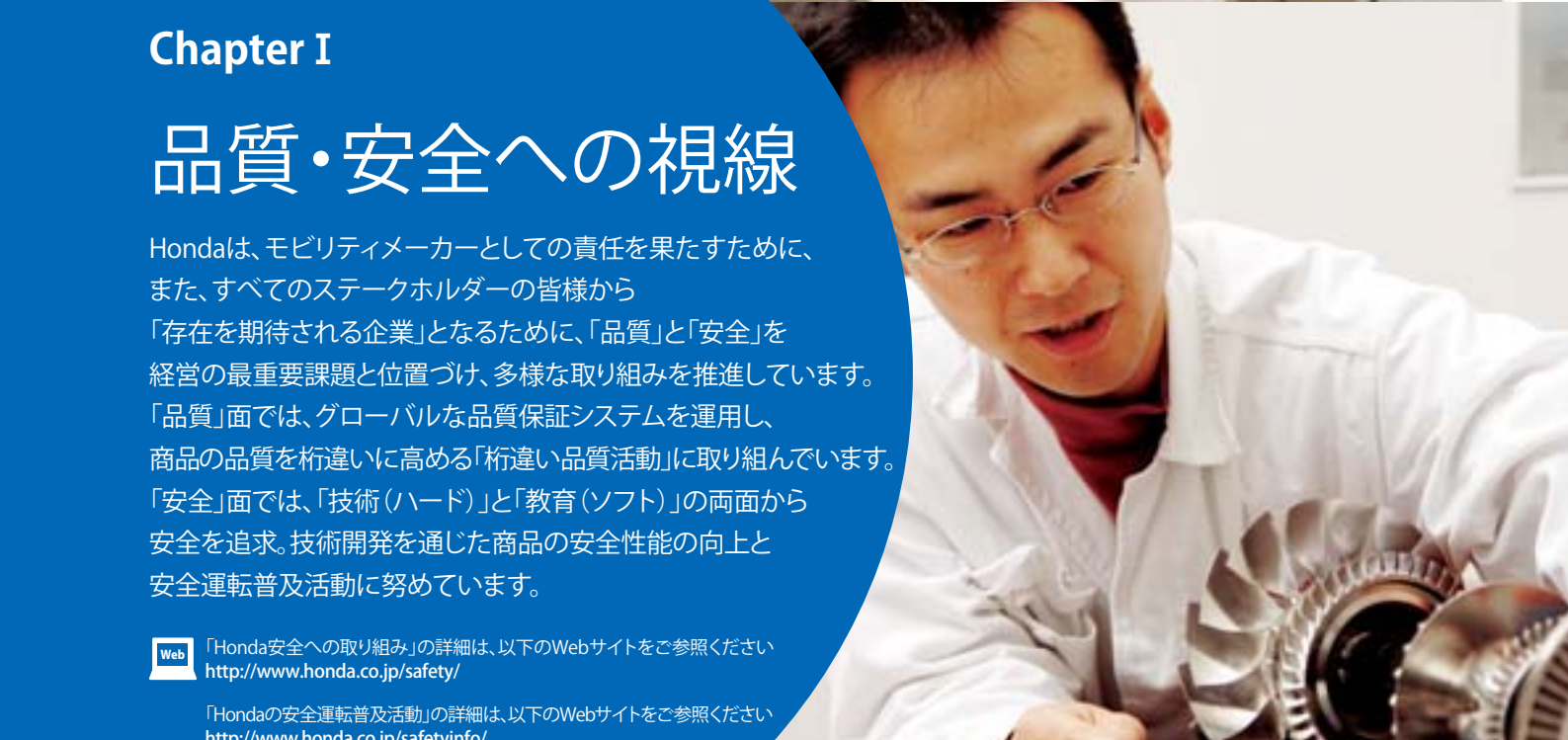
Chapter I

品質・安全への視線

Hondaは、モビリティメーカーとしての責任を果たすために、また、すべてのステークホルダーの皆様から「存在を期待される企業」となるために、「品質」と「安全」を経営の最重要課題と位置づけ、多様な取り組みを推進しています。「品質」面では、グローバルな品質保証システムを運用し、商品の品質を桁違いに高める「桁違い品質活動」に取り組んでいます。「安全」面では、「技術（ハード）」と「教育（ソフト）」の両面から安全を追求。技術開発を通じた商品の安全性能の向上と安全運転普及活動に努めています。

 「Honda安全への取り組み」の詳細は、以下のWebサイトをご参照ください
<http://www.honda.co.jp/safety/>

「Hondaの安全運転普及活動」の詳細は、以下のWebサイトをご参照ください
<http://www.honda.co.jp/safetyinfo/>



品質に関する基本的な考え方

「120%の良品」をめざして

『99%の合格と言えれば優秀な合格率と思われるであろうが、その1%の不合格が製品となってお客様の手に渡った場合には、お客様に100%の不合格品をお渡ししたことになる。何万分の一台の不合格品を許さぬためには120%の良品をめざして努力しなければならない』。この創業者の言葉は、Hondaがめざす「存在を期待される企業」の基盤となる考え方であり、より高い品質に挑戦することは、常にお客様の期待を超える製品づくりを志向してきたHondaのアイデンティティでもあります。

こうした考えをもとに、Hondaは現在、品質への取り組みを経営の最重要課題と位置づけ、お客様にお届けする商品の品質を桁違いに高める「桁違い品質活動」に全社をあげて取り組んでいます。

桁違いに高い品質の実現をめざした組織・体制づくり

品質改革センターを設置

Hondaは、世界レベルで「品質問題を起こさない」機能の強化と、「品質問題が起きたら素早く解決する」機能の強化を目的として、品質改革センターを設置しています。

品質改革センターには、国内外の販売会社から寄せられる品質問題などに取り組むサービス部門が併設されており、品質問題の早期発見、早期解決のため、両者が連携して情報収集・原因究明・対策推進・お客様への適切な対応にあたっています。

また、品質問題および対策情報は、各部門で共有化し、再発防止に役立てています。

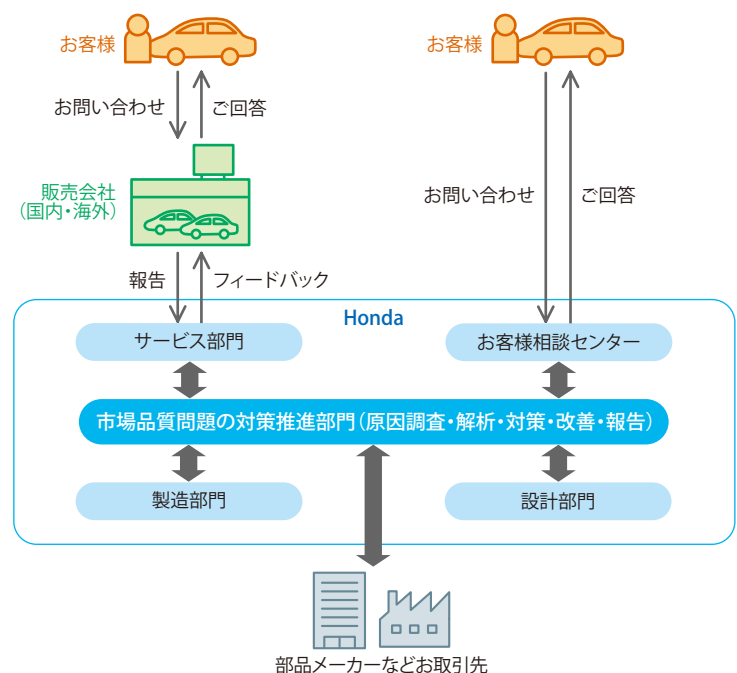
グローバルな品質マネジメントシステムを構築、運用

Hondaは、ISOの品質マネジメントシステムおよび環境マネジメントシステムの登録認証を事業所ごとに取得し、事業所の特性に応じた品質保証活動を推進しています。

一方で、多くの国や地域から部品や材料を調達し、世界各地で生産を行っていることから、各地のHondaの品質保証システムを連携させる必要もあります。

そこでHondaは、HONDAブランドで販売される製品の品質をすべての地域で向上していくためのグローバルな品質基準、G-HQS (Global Honda Quality Standard) を運用しています。このG-HQSを活用することで、各事業所の品質保証システムの連携を図るとともに、生産活動だけでなく、物流やサービスなどの品質も保証。「良い品質の製品をつくる仕組み」として、また「経験した不具合を確実に再発防止する仕組み」として、世界中のトップマネジメントを含めた従業員一人ひとりが共有・活用しています。

お客様対応フロー図



品質向上に向けた取り組み

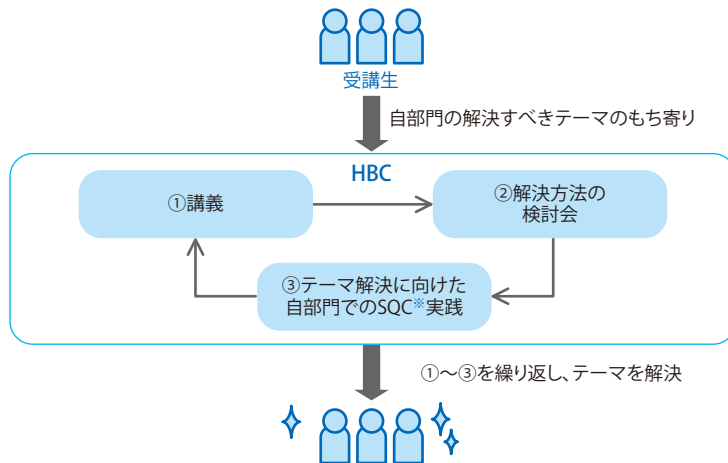
品質管理教育を実施

国内では、受講生のスキルに合わせた3つのコースの研修カリキュラムを実施しています。36年前から始めたホンダ品質管理セミナー（HBC）では、従業員だけでなく、お取引先に対しても参加を募るなど、品質向上をリードする人材の育成に注力しています。

品質管理教育の目的

	目的	期間	2006年度受講者数
QCJコース (QC Junior Course)	製造業における品質の重要性とHondaの品質に対する考え方を理解し、仕事の決め事を守り、変化や異常を発見・指摘できる人材を育成する	全1日間	376名
QCFコース (QC Foreman Course)	品質管理の基礎的な考え方や手法を習得し、それらを自部門で正しく指導・運用できる人材を育成する	全3日間	390名
HBC (Honda QC Basic Course)	統計的品質管理(SQC)の考え方、手法を習得し、QCFコースの知識では解決困難な問題・課題に対する実践能力を身につけ、事業所内で品質管理(QC)手法を正しく指導できる品質管理のエキスパートを育成する	全21日間	75名

ホンダ品質管理セミナー(HBC)のフロー



自部門のテーマを解決することで実践力を身につけた品質管理エキスパートを育成

* Statistical Quality Control (統計的品質管理)の略

品質問題発生時の対応

リコール制度

Hondaは、事故などを未然に防止し、自動車ユーザーなどを保護することを目的としたリコール制度や改善対策制度の適切な運用と情報提供を通じて、自動車交通の安全確保および公害防止に努めています。商品に不具合が生じ、処置が必要と判断した場合は、迅速に各国法規に従って当局への届出を行います。同時に、対象車両をご愛用のお客様には、販売会社からダイレクトメールまたは電話などで、修理を無料で受けていただくよう案内しています。

Web Honda車のリコールなどの情報は、以下のWebサイトをご参照ください
<http://www.honda.co.jp/recall/>

「改正消費生活用製品安全法」への対応

2007年5月に施行された「改正消費生活用製品安全法(消安法)」は、製品による消費者の生命および身体に対する危害防止を図るために、特定製品の製造、販売を規制するとともに、製品事故に関する情報の収集と提供などの措置を通じて一般消費者の利益を保護することを目的としており、製造業者や輸入業者に経済産業省への重大製品事故情報の報告を義務づけるものです。

Hondaにおいても消安法の対象となる製品があるため、お客様の安全を確保する既存のシステムを通じて情報の収集を行うとともに、法律で要求される事故情報を、適切・迅速に監督官庁などへ提供します。

安全の追求 (安全技術の開発と安全運転の普及活動)

Hondaの安全思想

「人間尊重」がすべての原点

Hondaの安全の取り組みは、企業理念である「人間尊重」の考え方を出発点としています。人間尊重とは、「あらゆる立場の、一人ひとりのすべての人がかけがえのない存在である」という考え方を示す言葉であり、Hondaは創業以来、すべての活動領域でその実践に努めてきました。

安全の取り組みにおいては、この理念を「共存安全思想」という考え方に発展させ、クルマやバイクに乗っている人だけでなく、他車の乗員や歩行者・自転車などの安全も同時に考慮し、モビリティ社会で暮らすすべての人の安全を追求することをめざしています。

安全を「技術」と「教育」の両面から追求

「共存安全思想」のもと、Hondaでは、「技術(ハード)面:商品の安全性能を可能な限り高める」「教育(ソフト)面:安全運転の知識や技術をお客様や社会に幅広く提供する」の両面から安全を追求しています。

技術面では、知能化技術を駆使したHonda独自の先進安全技術を開発し、順次、市販車に投入するなど、オリジナリティを発揮した取り組みに注力しています。たとえば、四輪車では、3点式シートベルトやABS(アンチロックブレーキシステム)、SRSエアバッグシステムなど、現在多くのクルマに搭載されている技術を国産車で初めて実用化するなどの実績を有しています。

また、知能化技術を駆使した予防安全装備や、歩行者の安全も視野に入れた衝突安全設計ボディなど、独創的な技術・装備も数多く開発してきました。二輪車においては、二輪車メーカーのリーディングカンパニーとして、二輪車用エアバッグ、前・後輪連動ブレーキやABSなどを採用した独自の先進ブレーキシステムを開発しています。

一方、教育面では、1970年に安全運転普及本部を設置して以来、長年にわたって「安全運転普及活動」を継続してきました。この分野でHondaは多くの実績を積み重ねてきており、その効果には揺るぎない確信をもっています。

Hondaは、これら二つの取り組みを並行して進めることで、さまざまな相乗効果を生み出し、より豊かなモビリティ社会の実現に寄与したいと考えています。

Hondaの安全思想

人間尊重

あらゆる立場の、一人ひとりのすべての人が
かけがえのない存在である

技術(ハード)面

商品の安全性能を可能な限り高める

- ACTIVE SAFETY (予防安全)
 - 「未然防止」技術
 - 「危険回避」技術
- PRE-CRASH SAFETY
- PASSIVE SAFETY (衝突安全)
 - 「傷害軽減」技術
 - 「被害拡大防止」技術

教育(ソフト)面

安全運転の知識や技術をお客様や社会に幅広く提供する

- 人づくり — 安全を伝える指導者の育成
- 場づくり — 参加体験型実践教育の機会と場の提供
- ソフトウェアの開発 — プログラム・ノウハウ・教材などの開発

安全技術の開発

安全技術開発の基本的な考え方

- 高い目標を掲げ、常に先進の安全技術にチャレンジ

世界各国では、クルマやバイクにさまざまな安全基準が設けられていることから、Hondaは、さまざまな国や地域の法規を遵守するとともに任意規格にも率先して適合していくよう努めています。また、「安全」はモビリティが備えるべき絶対条件という考えをもとに、「商品の安全性能の向上」を開発の最重要テーマと位置づけ、高い目標を掲げて「共存安全思想」を実現する先進的な安全技術の開発に努めています。

- あらゆる段階で安全を追求

Hondaは、「共存安全思想」を実現するために、「安全教育」から緊急時の「被害軽減」まで、あらゆる段階で安全運転をサポートする技術・装備の開発に注力しています。

二輪車では「ACTIVE SAFETY (予防安全)」と「PASSIVE SAFETY (衝突安全)」という二つの考え方を基本とした安全技術開発を、四輪車ではこの二つの考え方に加えて「PRE-CRASH SAFETY」という考え方を基本とした安全技術開発を推進しています。また、汎用製品では、多種多様な製品を「Honda汎用商品安全要件」に則って開発しています。

Hondaの安全技術① ACTIVE SAFETY (予防安全)

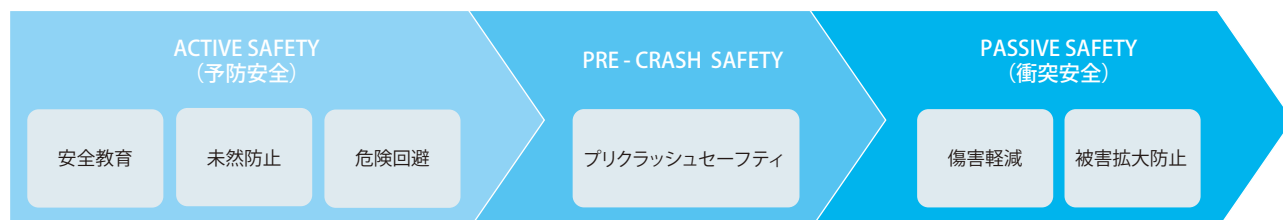
ACTIVE SAFETY (予防安全)とは、「事故を未然に防ぐ」という観点から安全性を高める考え方で、「安全教育」活動や、危険な状況に陥りにくくする「未然防止」技術、危険に遭遇したときに事故を回避する「危険回避」技術の開発などを推進しています。

「安全教育」では、Hondaがこれまで蓄積してきた安全ノウハウと、独自の先進シミュレーション技術を融合した各種のシミュレーターを開発しています。

「未然防止」技術では、ドライバーやライダーの視界の確保、被視認性の向上、運転に集中するための装置の操作性向上などをテーマとした技術を開発しています。

「危険回避」技術では、クルマやバイクを操作する際、目の危険を避けるために不可欠な「走る」「曲がる」「止まる」性能を向上させる技術や、適切な操作を補助する装置開発などを推進しています。

二輪車・四輪車の安全技術の考え方

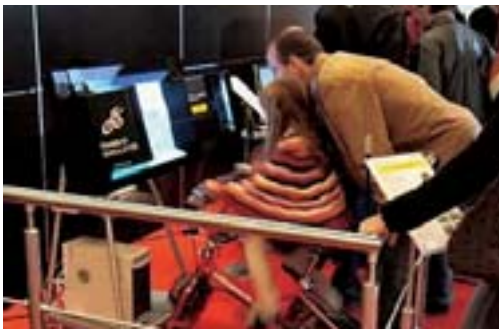


● 自転車シミュレーターの開発

社会問題となっている自転車の交通ルールやマナー違反に対応して、“交通法規やマナーを楽しく学べ”、かつ“危険を安全に体験することで危険予知・予測能力が高まる”教育機器として、子どもから大人まで乗れる自転車シミュレーターを開発。「走る」「曲がる」「止まる」といった基本動作を学べる運転練習コース、法規を学べるコース、路上の危険を体験できる危険場面体験コースなどを体験できます。Hondaでは、現在、このシミュレーターの効果的な活用方法を研究しています。



自転車シミュレーター



自転車シミュレーター（イベント出展）

● 電動カート「モンパレ」における安全配慮

高齢社会を迎え、電動カートの利用者が増加するなか、車との接触事故も次第に増加する傾向にあります。そこでHondaは、2006年3月から発売を開始した新型電動カート「モンパレ ML200」において、快適な乗り心地や高い走行安定性を実現するとともに、運転者の安全に配慮したさまざまな工夫を施しています。

たとえば、フロントフェンダーは、運転席から前

輪の向きや動きが見やすいように設計を工夫しています。また、車からの被視認性を高めるために、先進安全研究車「Honda ASV-3」に用いた被視認性向上技術である「LONG*デザイン」を市販製品として初めて採用。ウインカーやテールランプの位置を高くするとともに、車体の低い位置にあるヘッドライトやホイールキャップにリフレクターをつけるなど、車からの知覚距離感を10%向上させました。



モンパレ ML200

● インテリジェントナイトビジョン

夜間走行時、遠赤外線カメラがとらえた映像をディスプレイに表示し、歩行者を検知すると、音と歩行者強調表示によってドライバーの注意を喚起するシステムです。



肉眼同等の映像



インテリジェントナイトビジョンの映像

* Longitudinal Oriented
Normative temporal Gap
compensateの略

Hondaの安全技術② PRE-CRASH SAFETY

「PRE-CRASH SAFETY」とは、ACTIVE SAFETY (予防安全)とPASSIVE SAFETY (衝突安全)の二つの領域にまたがる、四輪車における新しい安全技術の考え方です。たとえば、衝突の危険がある場合や衝突が避けられそうにない場合、これらをクルマが判断し、警報でドライバーに注意を促す技術や、ブレーキやシートベルトテンショナーをアクティブに制御して被害軽減を図る技術などがあります。

● 追突軽減ブレーキ (CMBS) +E-プリテンショナー

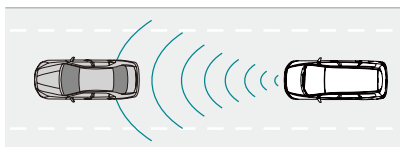
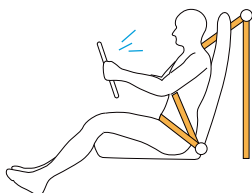
衝突の危険、または衝突が避けられそうにないことをクルマが判断。警報でドライバーに注意を促したり、ブレーキやシートベルトテンショナーをアクティブに制御して、被害軽減を図ります。

CMBS+E-プリテンショナー



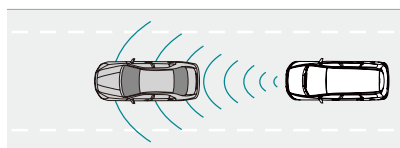
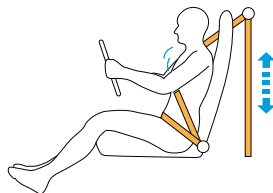
[①前走車に接近]

走行中ミリ波レーダーにより前走車を検知。前走車へ接近し、追突のおそれがあるとシステムが判断した場合、音と表示で警報を発します。



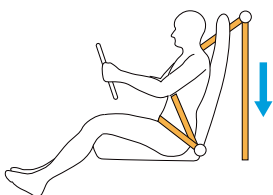
[②さらに接近]

自動で軽いブレーキをかけ、運転席シートベルトの弱い引き込みを行うことで体感警報を与えます。



[③追突の回避が困難]

自動で強いブレーキをかけ、運転席/助手席シートベルトの強い引き込みを行うことで衝突による衝撃・被害を軽減します。



Hondaの安全技術③ PASSIVE SAFETY (衝突安全)

PASSIVE SAFETY (衝突安全)は、万一の衝突事故の時に人に与えるダメージを最小限に抑えるという考え方で、衝突の際に乗員や歩行者を守る「傷害軽減技術」と、事故後の被害の拡大を防ぐ「被害拡大防止技術」に大別されます。

四輪車の「傷害軽減」では、乗員の傷害を最小限にとどめるために、衝撃を吸収・分散するボディ、生存空間を確保するための強固なキャブのほか、衝撃を軽減するシートベルトやエアバッグなどを開発してきました。さらにボディでは、歩行者などの相手に与える衝撃を緩和する技術も開発し、取り入れています。

二輪車では、前面衝突時によるライダーの飛び出しを抑制し、衝突相手車両や路面との打撃による傷害を軽減させるための二輪車用エアバッグを開発・発売しています。

一方、「被害拡大防止」では、車両火災の発生を抑えたり、脱出・救出性などに配慮した技術を開発し、取り入れています。四輪車では、カーナビゲーションシステムを活用して、医療機関に迅速に連絡できるサービスを提供しています。

● 世界初のエアバッグ搭載二輪車の販売

「ゴールドウイング<エアバッグ>」は、世界で初めてエアバッグシステムを搭載した量産二輪車です。前面衝突時のライダー傷害軽減のためのエアバッグは、フロントシート前方のカバー下に収納されています。エアバッグは、衝撃セン



二輪車用エアバッグ (展開状態)

サーから送信される減速度データをもとにコントロールユニットが作動の判定をすると展開し、ライダーの運動エネルギーを吸収する仕組みです。

● QQコール

QQコールは、Honda純正のQQコール対応カーナビゲーションを搭載した車両を対象とした有料のロードアシスタンスサービスです。万一のトラブルの際、24時間365日対応のコールセンターが、応急処置や必要な手配などをドライバーに代わって迅速に行います。

QQコール



QQコール

● リアルワールドに即した安全技術の確立

四輪車の乗員死者数の約6割は、自動車同士の衝突が原因です。そのためHondaでは、乗員への衝撃を軽減させる“柔らかなボディ”と、生存空間を確保する“堅いボディ”という相反する条件を高次元で両立させる独自の「Gコントロール技術[※]」や相手車両への攻撃性を低減する技術を開発しました。また現在は、この取り組みをさらに進化させるべく、“リアルワールド”

をキーワードに、現実にかけている事故の実態に即した衝突安全技術の確立をめざしています。具体的には、四輪開発センター

(栃木) 事業所内に、のべ床面積41,000m²という東京ドームに匹敵する広さをもつ「屋内型全方位衝突実験施設」を建設。15度刻みの放射状のコースを設け、交通事故データにもとづき、全方位から、つまり現実の世界の事故状況に可能な限り近づけた衝突実験ができるようにしています。



屋内型全方位衝突実験施設

※ 衝突時に発生するさまざまな衝撃(G)を制御し、人への傷害を軽減する技術のこと

近未来の先進安全システムを搭載——先進安全研究車「Honda ASV-3」

TOPICS

自動車死亡・重傷事故の発生原因の7割はドライバーの前方不注意や安全未確認など、外界の認知遅れによるものといわれます。従って、自動車交通の安全性を高めるためには、衝突後に発生する被害軽減はもとより、衝突そのものを予防する技術の開発が必要となります。

この認識のもと、Hondaは1991年から、国土交通省が推進する「ASV[※](先進安全自動車)プロジェクト」に参加し、2006年度までの3期にわたって次世代の安全自動車開発を推進してきました。

※ Advanced Safety Vehicleの略

第1期ASV計画(1991~1995年度) 予防安全技術的可能性への検証

- 予知・予防研究
(ナビゲーションシステムの高知能化)
- 衝突回避研究(レーザーレーダー)
- 歩行者安全研究(傷害値軽減)

第2期ASV計画(1996~2000年度) 予防安全の実用化に向けた環境整備

- 運転負荷・被害軽減研究
(レーンキーピングACC、CMBS)
- 交通弱者保護研究
(ナイトビジョン、情報通信)
- 衝突安全研究(エアバッグ)
- 予防安全研究

第3期ASV計画(2001~2006年度)

交通事故の削減手段として通信技術を使ったシステムの検討

二輪車技術

- 被視認性向上デザイン
(FACEデザイン、LONGデザイン)

- 後方視野支援システム

二輪車・四輪車通信技術

- 右折対向車情報提供システム
- 交差点一時停止 & 発進支援システム

四輪車技術

- 正面衝突事故防止支援システム

- カーブ進入速度支援システム

- 車間維持支援システム

- 次世代AFS

(アダプティブ・フロントライティングシステム)

- 歩行者検知・画像解析技術を用いた歩行者検出システム

- 前方障害物回避支援システム

- 出会い頭事故軽減ブレーキシステム

- 次世代緊急通報システム



Honda ASV-3(二輪車/四輪車)

安全運転の普及活動

安全運転普及活動の基本姿勢

● 人に焦点をあてた安全運転普及活動

Hondaは、「より豊かなモビリティ社会の実現」に向けて、「人から人に安全を手渡す活動」「危険を安全に体験する参加体験型の実践教

育」を展開するなど、一貫して“人”に焦点をあてた安全運転普及活動を国内外で展開しています。

Hondaは、どんなに車が進歩しても最終的に安全の鍵を握るのは人間であるという考え方のもと、2006年度は、「実践教育の強化」「指導者づくり」「教育ソフトづくり」「海外での活動」の四つの側面から、安全運転普及活動の充実、レベルアップを図りました。

安全運転普及活動の体制と展開

活動の場		活動内容	指導者	主な対象			
				子ども	学生	成人	高齢者
販売会社	四輪 レインボーディーラー制度	・店頭安全アドバイス ・安全ミニ講習会 ・ドライビングスクール ・地域の交通安全活動協力	・セーフティコーディネーター ・チーフセーフティコーディネーター		○	○	○
	二輪 セーフティサポートディーラー制度	・店頭安全アドバイス ・ライディングスクール ・地域の交通安全活動協力	・ライディングアドバイザー ・スポーツライディングスクールインストラクター		○	○	○
	汎用	・店頭安全アドバイス	・モンパル安全運転インストラクター ・モンパル安全運転指導員				○
国内	交通教育センター(8カ所)	・運転者・指導者研修 ・二輪・四輪販売会社研修 ・一般ライダー、ドライバースクール ・二輪・四輪シミュレーターによるトレーニング ・指導者の交流と指導力向上のためのイベント、競技会	・交通教育センターインストラクター		○	○	○
		・各年代別講習		○	○	○	○
	Honda 事業所・関連会社	・普及指導員養成 ・従業員への交通安全指導 ・Honda ファーストエイド	・安全運転インストラクター ・Honda ファーストエイド主任講師 ・Honda ファーストエイドインストラクター		○	○	○
	地域活動	・教材開発 ・指導者養成 ・授業実施	・教職員 ・交通安全指導員	○	○	○	○
業界活動	・交通安全キャンペーン ・交通安全教育プログラムの編纂 ・指導者養成協力		○	○	○	○	
海外	販売会社(二輪・四輪)	・店頭安全アドバイス ・ドライビングスクール ・ライディングスクール ・地域の交通安全活動協力	・販売会社インストラクター		○	○	○
	現地法人 交通教育センター(15カ国22カ所)	・指導者研修 ・二輪・四輪販売会社研修 ・一般ライダー、ドライバースクール ・二輪・四輪シミュレーターによるトレーニング ・地域の交通安全活動協力 ・運転免許取得講習 ・指導者の交流と指導力向上のためのイベント、競技会	・交通教育センターインストラクター		○	○	○

2006年度の安全運転普及活動

● 実践教育の強化

——参加体験型の安全運転教育を実施

Hondaの二輪・四輪販売会社は、地域の安全運転普及活動の輪を広げていくための重要な役割・機能を担っています。

四輪販売会社では、専門スタッフ約2万人が、「店頭安全アドバイス」「安全ミニ講習会」や「ドライビングスクール」などを開催しています。また、二輪販売会社では安全運転トレーニング機器「ライディングトレーナー」を活用し、新規のお客様を中心に店頭での安全アドバイスを行っています。



二輪販売会社「店頭安全アドバイス」の様子

● 指導者づくり

——安全運転指導者の指導力を強化

第10回を迎え節目の大会となった「セーフティジャパンインストラクター競技大会」が、2006年9月に鈴鹿で開催されました。交通教育センター、Hondaの製作所・研究所、二輪・四輪販売会社、海外の代表など、国内外で活動する安全運転指導者（12カ国114名）が参加して運転技術や指導力を競いました。

今大会では、お客様の興味をひきつける指導法を見て学び、日頃の活動のレベルアップにつなげていけるよう、国内のインストラクター向けに「指導力審査」を行いました。



セーフティジャパンインストラクター競技大会

● 教育ソフトづくり

——教育効果をさらに高めるプログラム

安全運転普及本部と交通教育センターは、交通安全教育ソフトの研究・開発に取り組んでおり、2006年度は高齢ドライバーのための「健康ドライブスクール」を、5カ所の交通教育センターで試行しました。

また、コンピュータグラフィックスを活用した「動画KYT（危険予測トレーニング）」など、運転に不可欠な危険予測能力を向上させる新たな教育プログラムの開発に取り組みました。さらにHondaでは、映像やシミュレーターを利用しながらインストラクターと話し合うことで、受講者の“気づき”を促す講習も実施しています。

● 海外での活動

——販売会社の活動をさらに拡充

海外のHonda現地法人では、日本の安全運転普及活動をモデルにした活動を積極的に展開しています。

Honda Motor RUS（ロシア）、Honda Vietnam（ベトナム）では、2006年度から四輪販売会社での安全運転普及活動を本格的にスタートさせました。

また、アジアでは、地域の人々を対象とした活動や生涯教育としての活動を推進するなど、活動をステップアップさせています。

たとえば、五羊本田（中国）では、広東省増城市の行政機関や市民とともに、交通事故のない安全な街づくりに向け、2006年4月に市内の交通実態調査を行い、2007年度から具体的な計画を作成しています。また、A.P.Honda（タイ）では、交通事故防止には子どもの時から交通安全教育を継続していくことが重要という考えにもとづき、2006年度は政府と協力して2都市（ラチャブリとチェンライ）で交通安全教室を試行。2007年度はタイ全国の販売会社で展開することをめざしています。



子ども向け交通安全教室（A.P.Honda／タイ）



Chapter II

地球環境への視線

世界各地でモビリティ需要が拡大する一方で地球規模の気候変動問題が多くの人々の関心を集めています。こうしたなか、グローバルなモビリティ事業を展開するHondaは、「最もCO₂排出量の少ない工場で、最もCO₂排出量の少ない製品を生み出す企業」をめざして、製品および生産を通じた自主的なCO₂削減目標を自動車メーカーとして世界で初めて発表するなど、常に活動を進化させ続けています。また、個々の活動にあたっては、「Honda環境宣言」が示す方向性とグローバルな環境マネジメント体制にもとづいて推進しています。



「Hondaの環境への取り組み」の詳細は、以下のWebサイトをご参照ください
<http://www.honda.co.jp/environment/>

Honda環境宣言

Hondaは、早くから環境への取り組みを率先して展開してきました。また、1990年代に入ってから、段階的に組織体制を整備し、環境課題への考え方を明文化した「Honda 環境宣言」を制定。以来、この宣言のもと、環境保全を重要な経営テーマの一つとして位置づけ、活動の充実を図っ

てきました。

Hondaは現在、「存在を期待される企業」の実現をめざし、「喜びを次世代へ」という考えのもと、すべての企業活動において独自の高い環境改善目標を掲げるとともに、その早期実現に向けて取り組みを強化しています。これらの活動を通して、Hondaは、世界中の多くの人々と喜びを分かち合っていきたいと考えています。

Honda環境宣言

地球環境の保全を重要課題とする社会の責任ある一員として、
Hondaは、すべての企業活動を通じて、
人の健康の維持と地球環境の保全に積極的に寄与し、
その行動において先進性を維持することを目標として、その達成に努めます。

以下に、私たちの日々の活動にあたって従うべきガイドラインを示します。

- 1 私たちは、商品の研究、開発、生産、販売、サービス、廃棄というライフサイクルの各段階において、材料のリサイクルと、資源、エネルギーの節約に努めます。
- 2 私たちは、商品のライフサイクルの各段階で発生する廃棄物、汚染物質の最少化と適切な処理に努めます。
- 3 私たちは、企業の一員として、また社会の一員として、人の健康の維持と地球環境の保全に努力することが重要であると認識し、積極的に行動することに努めます。
- 4 私たちは、事業所の活動が、それぞれの地域の人たちの健康と環境や社会に対し及ぼす影響について認識し、社会から高い評価をいただけるように努めます。

1992年6月制定・発表



※ 緑の美しい大地にそよぐ風、生命を育む青く澄み切った水、永遠に輝く太陽をイメージして、Hondaが地球環境保全へ積極的に取り組んでいることを宣言した世界統一の環境シンボルマーク

企業活動にともなう環境影響の把握と取り組み方針

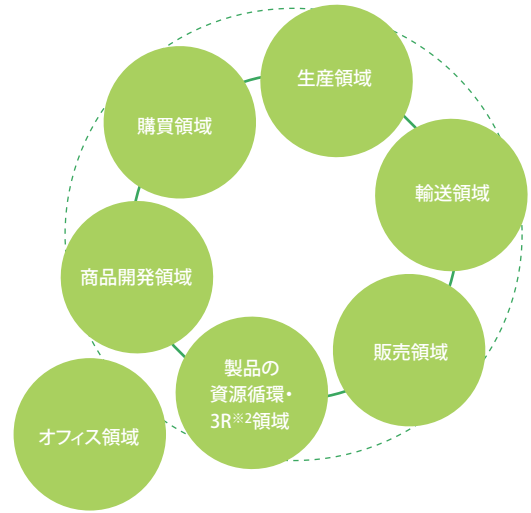
環境影響の把握と取り組み方針

Hondaは、すべての企業活動および商品の使用にともなう環境負荷削減への責務を自覚し、環境保全活動に取り組んでいます。これらの活動を着実に前進させていくためには、まず、企業活動および商品の使用が地球環境に及ぼす影響を考慮し、各テーマごとに対策の方向性と目標を設定する必要があります。こうした認識のもと、Hondaではライフサイクルアセスメント(LCA)^{※1}の考え方にもとづき、現段階で認識可能な環境影響を整理し、分析した上で、それぞれの課題解決に向けて、各事業領域ごとに具体的な取り組み方針を定めています。

※1 Life Cycle Assessmentの略。ある製品が製造、使用、廃棄あるいは再使用されるまでのすべての段階を通して、環境にどんな影響を与えたのかを評価する方法のこと

※2 リデュース(Reduce: 資源節約、廃棄物削減)、リユース(Reuse: 再利用)、リサイクル(Recycle: 再資源化)

LCAにもとづいた事業領域区分



環境影響と主要な取り組み

領域	排出される環境負荷物質	環境への影響	主要取り組み
商品開発	CO ₂ 排出ガス 音	地球規模的な環境課題 地球温暖化 オゾン層破壊 資源枯渇 大気汚染 廃棄物 水質汚濁 土壌汚染 騒音 地域的な環境課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 排出ガスのクリーン化 ● 燃費の向上 ● 騒音の低減 ● リサイクル性の向上
購買	CO ₂ 廃棄物		<ul style="list-style-type: none"> ● グリーン購買の推進
生産	排水 排出ガス 音 化学物質		<ul style="list-style-type: none"> ● グリーンファクトリーの推進
輸送	CO ₂ 廃棄物		<ul style="list-style-type: none"> ● グリーンロジスティクスの推進
販売	交換部品 フロン 廃棄物		<ul style="list-style-type: none"> ● グリーンディーラーの推進 (二輪車、四輪車、汎用製品)
製品の資源循環・3R	使用済み製品		<ul style="list-style-type: none"> ● 部品回収・再利用の拡大 ● 使用済み製品の適正処理・リサイクルへ向けた技術支援
オフィス	CO ₂ 廃棄物		<ul style="list-style-type: none"> ● グリーンオフィスの推進

環境マネジメント

環境マネジメント体制の構築

Hondaでは、環境保全活動の方向性を定めた「Honda環境宣言」を具現化していくために、環境組織の整備・充実を図ってきました。現在では、以下のような環境マネジメント体制で、環境保全活動を積極的に展開しています。

全体方針

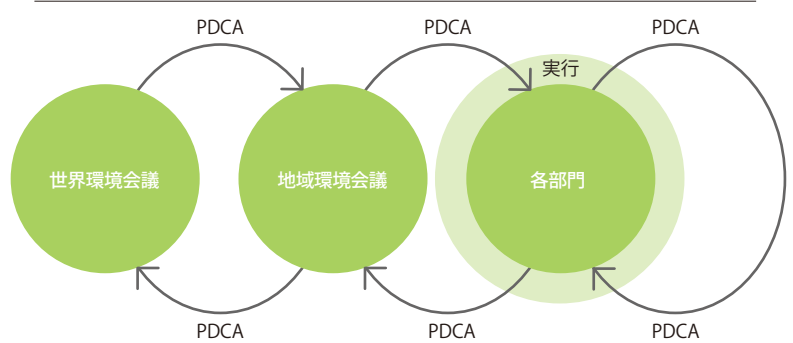
Hondaにおける環境取り組み計画は、経営会議で定められた中期方針にもとづき、各実行部門が策定し、各地域本部の環境会議で審議・承認されます。その後、各実行部門が計画に沿って取り組みを推進し、その実績は環境会議で審議・評価されます。また、その結果を次の目標・計画に反映するというPDCAサイクル※を通じて、世界の各地域（日本、北米、南米、欧州、アジア・大洋州、中国）における継続的な環境保全活動を推進しています。

また、世界各地域に共通する横断的なテーマについては、世界環境会議へ報告し、中期方針に反映しています。

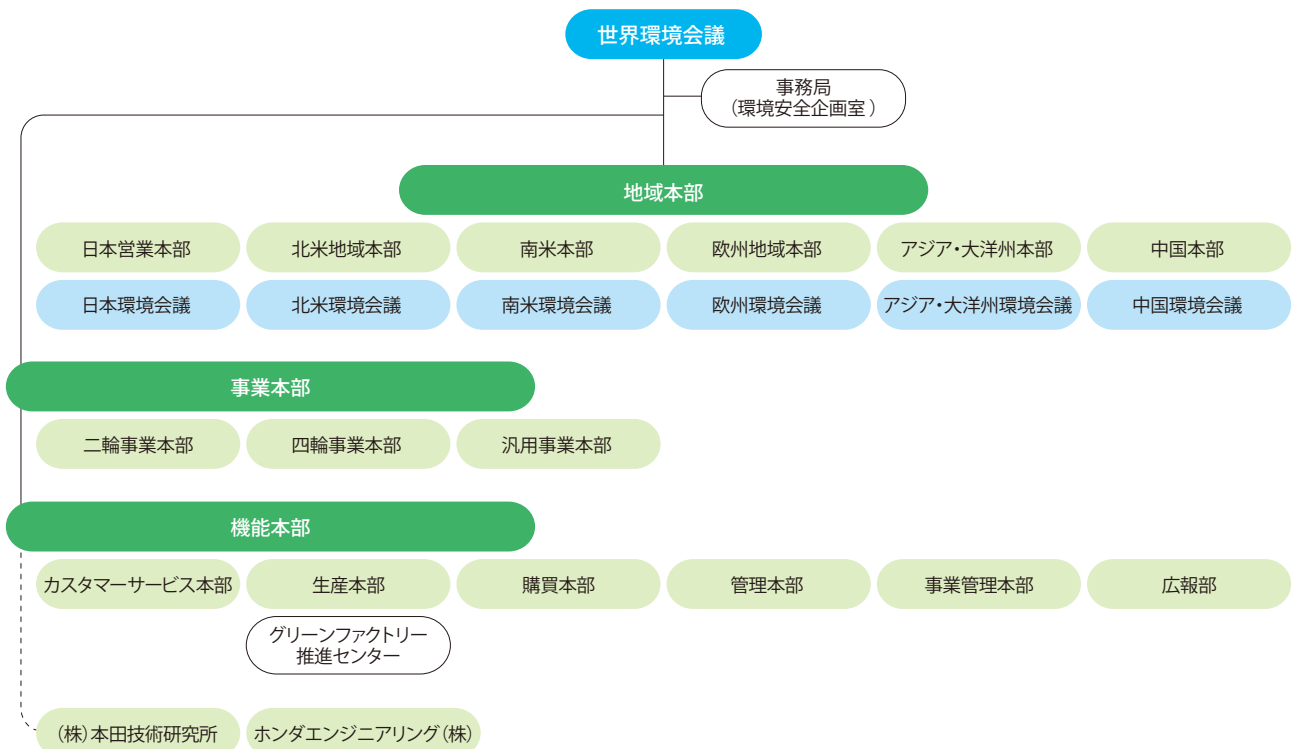
※ Plan (計画)、Do (実行)、Check (検証)、Action (改善) のこと

Hondaの環境保全活動の特徴は、計画や実行を専任スタッフだけが行うのではなく、各部門の従業員一人ひとりが主体となって取り組んでいる点にあります。これは、Hondaの「従業員全員が自分たちの仕事として積極的に環境課題に取り組んでいく」という考え方にもとづくものです。

PDCAサイクルによる環境保全活動



世界で環境保全活動を展開する体制



2010年グローバルCO₂低減目標と2006年度実績

地球規模の 気候変動問題への対応

現在、地球規模で進行する気候変動問題は、特定の地域だけの対応では解決できない課題です。従って、その解決には、全世界で一丸となって

対応する必要があります。

「気候変動問題」と「モビリティ需要の拡大」への対応という、相反する社会的な課題に対して、Hondaは新たな技術開発で応えていきます。Hondaは2006年5月、自主的に「2010年CO₂低減目標」を策定しました。

全世界で展開する2010年CO₂低減目標(対2000年実績)

	四輪車	二輪車	汎用製品
			
製品のCO₂低減目標 Hondaの製品から排出されるCO ₂ の全世界平均値	10%低減 (g/kmあたり)	10%低減 (g/kmあたり)	10%低減 (kg/1時間あたり)
生産時のCO₂低減目標 生産時に排出されるCO ₂ の1台あたり世界平均値	10%低減 (生産1台あたり)	20%低減 (生産1台あたり)	20%低減 (生産1台あたり)

集計対象範囲

●製品のCO₂低減目標

四輪車: 日本、北米、欧州、アジア・大洋州、中国、中南米の各地域を対象とし、Hondaの全世界の販売台数の約90%以上を網羅する。

二輪車: 日本、北米、欧州、タイ、インド、中国、インドネシア、ベトナム、ブラジル、フィリピン、マレーシア、パキスタンの各地域および国を対象とし、全世界の販売台数の約90%以上を網羅する。

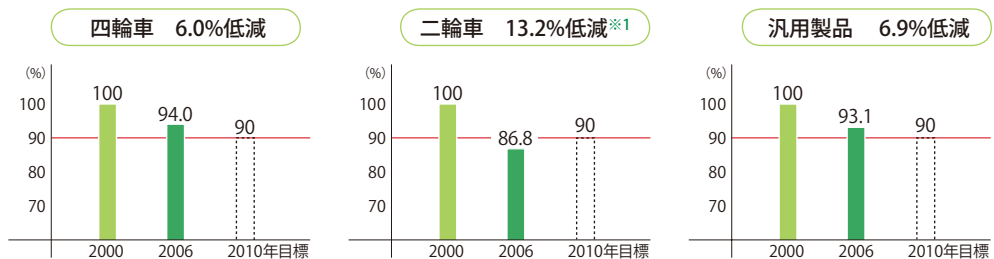
汎用製品: 全世界を対象とし、全世界の販売台数のすべてを網羅する(船外機を除く)。

●生産時のCO₂低減目標

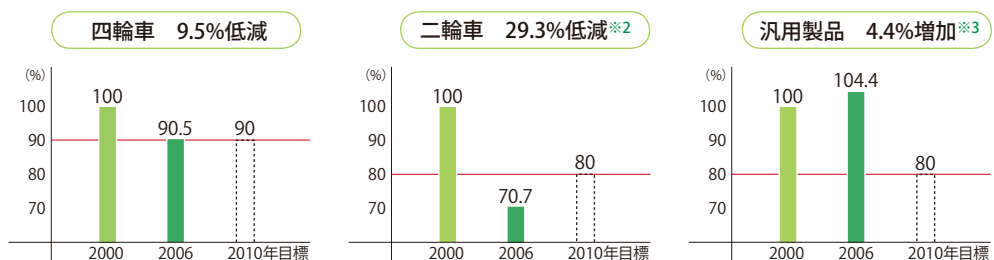
本田技研工業(株)を含む国内外の完成車組立会社および主要部品会社の計73社を対象とし、Hondaグループの連結子会社、関連会社と主要関係会社における完成車組立会社のほぼ100%を網羅する。

2006年度の実績(進捗状況)

製品のCO₂低減



生産時のCO₂低減



※1 すでに2000年度比13.2%低減しており、今後は10%低減目標を維持し、2010年に向けさらなる低減に努めます。

※2 すでに目標以上に低減していますが、今後はCO₂排出係数の大きな地域での生産増が見込まれます。低減目標を維持し、2010年に向けさらなる低減に努めます。

※3 汎用製品生産時の原単位が増加していますが、製品の高付加価値化、大型化によるものです。

2010年度日本国内目標

「2010年度日本国内目標」の策定

Hondaは、全世界で展開する「2010年CO₂低減目標」を策定し、「最もCO₂排出量の少ない工場で、

最もCO₂排出量の少ない製品を生み出す企業」をめざしています。その一環として、2007年6月には、「エネルギー・温暖化(物流)」「環境負荷物質」「資源循環」などの環境側面における国内の2010年度環境負荷削減目標8項目を自主的に決めました。

2010年度環境負荷低減目標

環境側面	対象	項目	目標		対象地域	
エネルギー・温暖化	製品	四輪車	CO ₂ 排出量	10%低減(2000年度比) ^{※1}	g/kmあたり	全世界 (全世界目標は 2006年に公表)
		二輪車		10%低減(2000年度比) ^{※1}	g/kmあたり	
		汎用製品		10%低減(2000年度比) ^{※1}	kg/1時間あたり	
	生産	四輪車	CO ₂ 排出量	10%低減(2000年度比) ^{※1}	生産台あたり	
		二輪車		20%低減(2000年度比) ^{※1}	生産台あたり	
		汎用製品		20%低減(2000年度比) ^{※1}	生産台あたり	
	国内 ^{※2}	CO ₂ 排出量	30%低減(1990年度比) ^{※3}	エネルギー消費原単位	日本国内 (1998年発表)	
	物流 ^{※4}	CO ₂ 排出量	10%低減(2006年度比)	売上高あたり	日本国内 (日本国内は 2007年6月 に公表した 新たな目標)	
環境負荷物質	生産	VOC ^{※5} 排出量	35%低減(2000年度比)	四輪ボディ塗装面積あたり		
資源循環	事業活動全体 ^{※6}	廃棄物埋立処分量	全事業所でゼロ化			
	生産 ^{※2}	廃棄物等発生量	10%低減(2000年度比)	売上高あたり		
		水資源使用量	30%低減(2000年度比)	売上高あたり		
	物流 ^{※7}	包装資材使用量	45%低減(2000年度比)	売上高あたり		
	自動車リサイクル	四輪車	ASRリサイクル率	70%以上 ^{※8}		
二輪車		リサイクル実効率	95%以上(2015年までに) ^{※9}			

※1 2006年公表の「2010年CO₂低減目標」

※2 本田技研工業(株)の全5製作所

※3 1998年に発表した生産領域における目標

※4 改正省エネ法における本田技研工業(株)の荷主責任範囲
(完成車(機)輸送、工場間部品輸送、補修部品輸送 ほか)

※5 揮発性有機化合物。主に塗料やシンナー中に含まれる有機溶剤に由来する光化学オキシダントの原因となる化学物質

※6 生産、研究開発など主要連結対象48社(学校法人含む・本田技研工業(株)含む)

※7 KD部品輸送、補修部品輸送、二輪完成車輸出

※8 車両全体としてのリサイクル実効率95%相当

※9 旧通商産業省「使用済み自動車リサイクル・イニシアティブ」によるリサイクル率の数値目標

新たな目標

目標達成に向けた取り組み

項目	施策	
エネルギー・温暖化	燃料転換	全生産事業所での燃料転換(天然ガス切替)完了(2006年度)
	省エネ活動	生産事業所での高効率機器(ボイラー・冷凍機・コンプレッサーなど)導入、エア圧力低減・漏れ削減、塗装ブース温度最適制御化、コージェネ設備運転効率向上、ロボット待機電力削減など
		販売店環境家計簿によるCO ₂ 把握と削減
	モーダルシフトの推進・輸送距離の短縮、燃費の向上などによる物流CO ₂ 削減取り組み	
新エネ・自然エネルギー利用など	Honda製ソーラー発電の積極的導入	
環境負荷物質	VOC	塗装ラインの水溶性化、徹底した効率化、ロス低減などVOC削減施策の展開
資源循環	廃棄物等	生産連結(製作所+サプライヤー32社)での「社外直接埋立ゼロ化」達成(2007年度)
		リターナブル容器導入、簡易包装化などによる包装資材削減
	認定リサイクル施設の活用強化、全部再資源化の拡大など	
水資源	鍛造冷却水のリサイクル、雨水活用など	
新規建設事業所における環境配慮	寄居新工場(2010年稼働予定)	資源・エネルギー効率を世界トップレベルに高め、自動車1台を生産する時のCO ₂ 排出量を2000年比で20%低減する「資源・エネルギー循環型のグリーンファクトリー」

中期および年次目標・実績

2006年度の取り組み実績と2007年度計画

取り組み方針		施策		2006年度目標
商品開発	排出ガスのクリーン化	四輪車	低排出ガス車の拡大	「★★★低排出ガス車」「★★★★低排出ガス車」認定※1の拡大
		二輪車	FI技術の適用拡大	今後、順次拡大
		汎用製品	規制の先取り対応	規制の先取り対応
	燃費の向上	新技術投入による効率向上	四輪車	「平成22年度燃費基準」に定められた車両重量区別平均燃費の向上
			二輪車	さらなる燃費向上
			汎用製品	さらなる燃費向上
代替エネルギー製品の開発	四輪車	今後、順次拡大		
汎用製品				
購買	グリーン購買の推進	お取引先における製品(部品・資材)中の化学物質含有量削減		Honda化学物質ガイドライン切り替え推進
		お取引先の製造時環境負荷管理		お取引先CO2排出量の低減 お取引先埋立処分量の削減
		お取引先への環境マネジメントシステムの導入		全お取引先のISO14001取得推進
生産	グリーンファクトリーの推進	エネルギー効率向上		エネルギー消費原単位:24.0%低減 CO2排出量:50.0万CO2トン
		廃棄物埋立処分「ゼロ化」		(埋立処分ゼロ継続)
		廃棄物(副産物)の削減		廃棄物リサイクル率:99.0% 廃棄物社内焼却量:89.0%削減(1998年度比)
		VOCの排出量低減		VOC排出原単位(四輪):34.8g/m ²
輸送	グリーンロジスティクスの推進	物流会社への環境マネジメントシステムの導入		主要4社との環境マネジメント共同展開継続
		輸送効率の向上		CO2排出量:110,650CO2トン(四輪完成車輸送)
販売	グリーンディーラーの推進	四輪車	販売会社への環境マネジメントの導入	エコドライブの普及促進
		二輪車	販売会社への環境マネジメントの導入	DREAM店の拡大
		汎用製品	販売会社への環境保全活動推進	汎用グリーンディーラーの拡大(環境意識の向上)
資源循環・3R	リサイクル性の向上	可能率向上	四輪車	リサイクル可能率の向上 PVC※4量の削減
			二輪車	リサイクル可能率の向上
		汎用製品	リサイクル可能率の向上	
	部品回収・再利用の拡大	再生部品とリユースビジネスを併せた展開	再利用対象部品の拡充と回収の拡充	
使用済み自動車の適正処理・リサイクルに向けた技術支援	使用済み自動車の適正処理・リサイクルに向けた技術開発	四輪車	リサイクルシステムの安定稼働の維持	
		二輪車		
オフィス	グリーンオフィスの推進	オフィス領域で連携した環境負荷共通管理の推進		4オフィスビルでのCO2排出量:11,326CO2トン 4オフィスビルでの廃棄物発生量:512トン

- ※1 ★★★低排出ガス車:平成17年排出ガス基準に対し50%低減レベル車 ★★★★低排出ガス車:平成17年排出ガス基準に対し75%低減レベル車
 ※2 エネルギー消費原単位、CO2排出量およびVOC排出量の2007年度目標は、2006年度実績に対して増加しますが、これは生産背景や新規業務取り入れによるものです。
 ※3 廃棄物リサイクル率、廃棄物社内焼却量削減率の2007年度目標は、2006年度実績に対して下がりますが、これは生産背景や新規業務取り入れによるものです。

2005年度までに完了(達成)した取り組み すでに完了しているため、今年度レポートで紹介していない取り組みには、以下のものがあります。

	完了時期		完了時期		
四輪車	特定フロン(CFC12)の代替フロン(HFC134a)への切り替え	1994年末	二輪車	ワイヤーハーネスの電線被覆に含まれる鉛のゼロ化	1998年末
	アジ化ナトリウム※1の使用中止(国内量販車)	1998年末		国内全生産モデルの鉛使用量、60g以下に削減(自工会目標)	2005年1月
	ワイヤーハーネス※2の電線被覆に含まれる鉛のゼロ化	1998年末		国内全生産モデルの水銀使用、一部を除き全廃※4	2001年以前に達成
	2002年までに、平成12年排出ガス規制値を50%以上下回るクリーン性能を全車達成※3	2002年末		2005年までに、新車のHCの総排出量を約1/3に削減(1995年比)※6	2000年度
	国内全生産モデルの鉛使用量、1/10以下に削減(自工会目標)	2004年5月		2005年までに、平均燃費約30%向上(1995年比)※6	2003年度
	国内全生産モデルの水銀使用、一部を除き全廃※4	2001年以前に達成		2005年12月未までにカドミウム全廃	2005年12月
	2005年までに、ほとんどの乗用車で国土交通省「★★★低排出ガス車」、「★★★★低排出ガス車」認定を取得※5	2005年度		リサイクル可能率90%以上	2001年度
	2005年までに、新車のHC、NOxの総排出量を約75%削減(1995年比)※3	2004年度	汎用製品	ワイヤーハーネスの電線被覆に含まれる鉛のゼロ化	1998年末
	2005年までに、平成22年度燃費基準値をすべての重量カテゴリで達成※3	2005年度		国内全生産モデルの鉛使用、削減(自工会目標に準ずる)	—
	2005年までに、平均燃費を約25%向上(1995年比)※3	2001年度		国内全生産モデルの水銀使用なし	—
	2005年12月未までにカドミウムを全廃	2005年12月		国内全生産モデルのカドミウム使用、全廃	—
	2000年以降、リサイクル可能率90%以上	2001年度		2005年までに、HC、NOxの平均排出量を約30%削減(1995年比)※7	2001年度
				2005年までに、平均燃費を約30%向上(1995年比)※7	2005年度
			生産領域	2001年までに、エネルギー消費原単位15%低減(1990年比)	2002年3月
				2001年までに、廃棄物埋立処分「ゼロ化」達成	2000年7月達成

2006年度実績	達成度合	2007年度目標
平成17年規制に全車適合 「★★★低排出ガス車」「★★★★低排出ガス車」認定を7機種15型式追加(計26機種58型式)	○	「★★★低排出ガス車」「★★★★低排出ガス車」認定 ^{※1} の拡大
全世界で8機種のFIモデルを投入	○	国内向けスクーターにFI適用拡大
2006年度発売全機種で規制の先取り	○	今後、順次拡大
平成22年度燃費基準値をすべての重量カテゴリー(全7区分)で達成	○	さらなる燃費の向上
FI化機種で燃費向上	○	燃費向上継続展開
発電機EU55isで従来機種比20%向上	○	さらなる燃費の向上
燃料電池車のリース販売拡大	○	今後、順次拡大
コージェネレーションユニットMCHP1.0モデルチェンジ(発電効率22.5%)	○	
六価クロム:ほぼ切替完了 Hondaが指定する鉛および鉛化合物:鉛添加量0.35wt%以下の快削鋼に含まれる鉛の切り替えほぼ完了	○	Honda化学物質ガイドライン切り替え推進
CO ₂ 排出量(原単位):12%低減(2000年度比)	○	お取引先CO ₂ 排出量の低減
埋立処分量97%の削減(2000年度比)	○	お取引先埋立処分量の削減
403社取得(98%)	△	全お取引先のISO14001取得推進
エネルギー消費原単位:29.8%低減(1990年度比)	○	エネルギー消費原単位:25.5%低減 ^{※2}
CO ₂ 排出量:46.3万CO ₂ トン (埋立処分ゼロ継続)	○	CO ₂ 排出量:49万CO ₂ トン ^{※2} (埋立処分ゼロ継続)
廃棄物リサイクル率:99.4%	○	廃棄物リサイクル率:99.0%以上 ^{※3}
廃棄物社内焼却量:90.9%削減(1998年度比)	○	廃棄物社内焼却量:90%以上削減 ^{※3} (1998年度比)
VOC排出原単位(四輪):33.0g/m ²	○	VOC排出原単位(四輪):34.0g/m ² ^{※2}
主要4社との環境マネジメントの共同展開継続	○	主要3社との環境マネジメントの共同展開継続
CO ₂ 排出量:104,769CO ₂ トン(四輪完成車輸送)	○	CO ₂ 排出量:101,382CO ₂ トン(四輪完成車輸送)
エコドライブリーフレット50万部配布によるエコドライブ訴求活動の実施	○	エコドライブの普及・拡大
環境に配慮したDREAM店:21拠点(計87拠点)出店	○	DREAM店のさらなる拡大
汎用グリーンディーラーの環境意識の向上のため、廃棄物の適正処理とオイル吸着シートの提供を実施	○	連結販売会社の環境取り組み強化
新型車・フルモデルチェンジ車で90%以上	○	すべての新型車・フルモデルチェンジ車で90%以上
新型車・フルモデルチェンジ車でASR中塩素濃度1%レベル以下	○	すべての新型車・フルモデルチェンジ車でASR中塩素濃度1%レベル以下
新型車・モデルチェンジ車で95%以上	○	リサイクル可能率95%以上
新型・モデルチェンジ機種で96.5%	○	リサイクル可能率の向上
再利用対象部品の拡大と回収の拡充実施	△	再利用部品の機種拡大
リサイクルシステムの安定稼働の維持	○	リサイクルシステムの安定稼働の維持
	△	リサイクルシステムの安定稼働の維持 リサイクルに向け、使用プラスチック材質情報提供を拡大
CO ₂ 排出量:11,839CO ₂ トン ^{※5}	△	9オフィスビルでCO ₂ 排出量:12,913トン ^{※6}
廃棄物発生量:291トン ^{※5}	○	9オフィスビルで廃棄物発生量:502トン ^{※6}

※4 ポリ塩化ビニル

※5 青山、和光、白子、八重洲4オフィスビル合計

※6 青山、和光、白子、八重洲、札幌、仙台、名古屋、大阪、福岡9オフィスビル合計

これまでに発表した達成目標と進捗状況

生産領域での省エネルギー(1998年発表)

具体的な達成目標	2006年度の進捗状況
2010年までに、エネルギー消費原単位30%低減(1990年比)	29.8%低減

国内全生産モデルの環境負荷物質の削減(2005年発表)

	具体的な達成目標	2006年度の進捗状況
四輪車	六価クロム:2005年12月末までに全廃 [※]	軽自動車・特装車両の一部を除きほぼ全廃
二輪車	六価クロム:2005年12月末までに全廃	達成済み
汎用製品	六価クロム:2006年12月末までに全廃	船外機の防錆処理など一部を残してほぼ全廃

※ S2000の一部の部品を除く

※1 化学記号はNaN₃。自動車用エアバッグのガス発生剤の主原料として使われたが、廃車時に未作動のエアバッグがプレス機にかけられ、破砕される際などに大気中に拡散し、作業者の健康を害する危険性が指摘されている

※2 クルマには、約1,000本ともいわれるワイヤー(電線)の配線網がはりめぐらされている。ワイヤーハーネスは、これらのワイヤーを結ぶターミナルやコネクタなどをシステムチックに配線し、クルマに取り付けやすくなったもの

※3 日本における目標

※4 ディスチャージヘッドライトやナビゲーションの液晶パネルなどに極微量に含有

※5 2001年に発表した当時は「2005年までに、ほとんどの乗用車で国土交通省「超一低排出ガス」認定を取得」としていましたが、2003年10月より新たな平成17年排出ガス規制値に対応した低排出ガス車の認定制度が導入されたため、より厳しい平成17年排出ガス規制値に対応した「★★★低排出ガス車」「★★★★低排出ガス車」認定取得を推進しています

※6 日本、米国、欧州、タイにおける目標

※7 全世界における目標

2006年度の主な環境活動

2006年度の主な活動事例

「最も環境負荷の小さい工場」をめざして

Hondaは、「最も環境負荷の小さい工場から、最も環境性能の優れた製品を生み出す企業」をめざしています。取り組みにおいては、地球温暖化防止に向けたCO₂排出量抑制を主眼に、生産領域での環境取り組みを加速しています。



天然ガスコージェネレーションシステム(熊本製作所)



広島ホンダ(増城工場)



水性塗装ライン

たとえば、埼玉、鈴鹿両製作所に各2基ずつ設置されている天然ガスコージェネレーションシステムを2006年7月に熊本製作所にも設置。従来より約10%高い44%の発電効率をもつほか、燃焼による高温水と排出ガスを蒸気・高温水として取り出し、二輪車の塗装設備に活用することができます。なお、2006年度は、このシステムを用いて1,039トンのCO₂排出量削減を実現しました。

栃木製作所では、灯油や液化石油ガス(LPG)から天然ガスへの切り替えが完了し、2006年度は1,870トンのCO₂排出量削減を実現しました。これで全製作所での天然ガスへの燃料転換が完了しました。

今後は、二輪車生産工程の浜松製作所から熊本製作所への移管・集約などによる生産効率の向上とともに、CO₂排出量の低減が期待されます。

さらに、2010年の稼働をめざす埼玉県寄居町と2009年の稼働をめざす小川町の新四輪車工場では、資源・エネルギー効率を世界トップレベルに高め、クルマ1台の生産時のCO₂排出量を、2000年度比で20%低減する「資源・エネルギー循環型のグリーンファクトリー」をめざしています。

また、海外の生産事業所においても、2006年9月に稼働した広州ホンダ(中国)の第二工場(増

城工場)では、四輪工場としては世界で初めて「水のフル循環システム」を構築し、工場用水の外部排出ゼロを実現。年間17万トンの節水効果が見込まれます。さらに、2008年秋に稼働開始予定の米国インディアナ州新完成車工場は、高効率生産ラインをベースに、廃棄物埋立ゼロ、VOC排出量を最少化した水性塗装化など、Hondaの四輪車工場のなかで最も環境負荷の小さな最新鋭工場とする計画です。

Hondaは、今後も全世界の生産事業所が一丸となって、「最も環境負荷の小さい工場」の実現に向けて、環境効率の向上に取り組んでいきます。

次世代型薄膜太陽電池事業に本格参入

Hondaは、CO₂排出ゼロのまま新たなエネルギーを生み出す装置として、非シリコン系次世代型薄膜太陽電池パネルを独自に開発。素材はCIGS(銅-インジウム-ガリウム-セレン)化合物で、薄膜電池としては最高レベルの光電変換効率を実現するとともに、従来の結晶シリコン系太陽電池と比較して製造過程での消費エネルギーを約半分に抑えることができ、製造時においてもCO₂排出量の少ない、環境にやさしい太陽電池です。

2006年度は、鈴鹿製作所と栃木製作所に太陽電池パネルを設置し、設置事業所は合計で国内14事業所、海外3事業所となりました。

また、2006年12月には次世代型薄膜太陽電池の製造・販売を行う子会社、(株)ホンダソルテックを設立し、太陽電池事業に本格的に参入しました。同社は、熊本製作所内に年産27.5メガワットの太陽電池を量産する新工場を建設し、2007年秋から生産を開始、全国に販売していきます。



(株)ホンダソルテック

「資源の循環モデル」の事業化をめざして

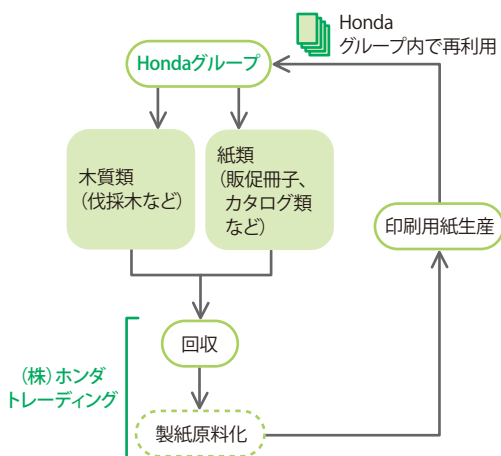
(株)ホンダトレーディングは、循環型社会を実現する環境ビジネスの確立をめざし、さまざまな環境関連分野において先進的なビジネスに取り組んでいます。その一つとして、Hondaグループ内で発生するさまざまな紙類・木質類を回収・再生し、社内外で再び活用するモデルの構築を進めています。

2007年3月には、品質改革センター(栃木)の駐車場増設にともなう緑地の伐採で発生した伐採木を、製紙原料として再利用し、約15トンの印刷用紙としました。印刷用紙は、Hondaグループ内で発行する印刷物で活用されています。

また、2007年4月には、モデルチェンジなどで不要となったカタログ類を製紙原料として回収・再生し、Honda 社内で使用する約35トンの再生紙としました。

今後はHondaグループ内で発生する使用済みコピー用紙、各事業所や所有地の伐採木、各事業所内で発生する紙類・木質類などを回収・再生する社内循環モデルを事業化していく予定です。

伐採木および古紙の社内循環モデル



環境家計簿の活用

Hondaでは、販売領域での環境負荷低減に向けた取り組みを行っています。その一つ、「Honda環境家計簿」は、各四輪販売会社が電気、水、ガソ

リンなどの使用エネルギーや廃棄物の数量を入力することで、CO₂排出量などの環境負荷がわかる独自のシステムで、環境負荷低減への意識向上とコスト削減を図っていくことを目的としています。また、二輪車および汎用製品販売会社においても、環境家計簿を活用して、環境負荷低減活動を行っています。

家庭用水素供給システム実験機の性能向上

Hondaが2003年に実験稼動した家庭用水素供給システム「ホーム・エネルギー・ステーション」は、天然ガスを原料に、家庭に電気と熱を供給、車両には水素燃料を供給することができます。現在、第三世代の開発を終えており、第二世代に比べて約30%小型化したにも関わらず、電力は25%アップし、起動時間も速くなりました。また、新たに高性能な天然ガス改質装置を備えたことで、水素の貯蔵能力および生産能力が約50%向上しました。

ソーラーパネル技術を活用した水素ステーションを開発

Hondaは、革新的なソーラーパネル技術を使用して水素を生産する「水素ステーション」を開発しています。使用するソーラーパネルは、独自開発したCIGSの薄膜化合物で、発電した電気は、高分子電解質膜 (PEM) タイプの電解槽に送られ、水素を生成し、圧縮して貯蔵、燃料電池車に供給されます。システム効率は52~54%以上の高効率を誇っています。



家庭用水素供給システムと燃料電池車



Chapter III

ステークホルダーへの視線

Hondaは、一人ひとり異なる個性をもつ人間同士が、平等な関係に立ち信頼関係を結ぶ「人間尊重」と、買う喜び・売る喜び・創る喜びの「三つの喜び」を追求していく「Hondaフィロソフィー」をすべての企業活動の基盤としています。

そんなHondaにとって、あらゆるステークホルダーの皆様と良好な関係を創造していくことは、「Hondaフィロソフィー」の実践そのものと言えます。

自社の活動がステークホルダーの皆様にとどのような喜びや影響を与えているかを真摯に見つめ、考え続けること。そして、課題については誠実かつ着実に解決していくこと。

Hondaは、それが「存在を期待される企業」へとつながっていくと考えています。



お客様とHonda

CS向上に向けた基本的な考え方

Hondaは、基本理念である「三つの喜び」を実現していくために、営業・販売からアフターサービスまでのすべての段階で、お客様に安心してお取引いただき、高い満足を提供できるよう、販売会社と一体となってCS (Customer Satisfaction: お客様満足) 向上に努めています。

CS向上に向けた取り組み

「生涯顧客満足の最大化」をめざして

四輪事業では、お客様一人ひとりの満足を高める活動を販売会社と連携して推進し、接客・接客時の基本マナーやコンプライアンスの徹底を図るとともに、お客様のご要望に応じたきめ細かな商品説明やサービスの提供に努めています。

こうした活動を徹底していくために、国内では、2005年4月から、“お客様との出会いを一回限りとせず、生涯にわたってお客様にHondaの商品をご利用いただき、満足していただくこと”をめざす「生涯顧客満足の最大化」をスローガンに、販売会社とともにCS活動を展開しています。

また、2006年3月から、国内の販売チャネルをHONDAブランドのすべての車種を取り扱う「Honda Cars (ホンダカーズ)」に統合し、お客様にとってわかりやすい販売網を構築するとともに、さらなる満足の向上に努めています。



Honda Cars (東京中央北池袋店)

一人ひとりのお客様に応じたアフターフォローを実施

国内の四輪営業部門では、2006年10月から、Honda車をご利用いただいているお客様に、より一層満足していただけるよう、アフターフォロー活動を時代に合った仕組みへと進化させました。

具体的には、「車検時のご案内は電話かメールのどちらをご希望されるか」など、お車を購入されたお客様ごとにご連絡方法やタイミングなどアフターフォローに関するご要望をお聞きし、一人ひとりのお客様に応じたお付き合いができるよう努めています。

「Honda Cカード」の お客様サポート機能を強化

Hondaは、お客様が全国のどの販売会社に来店されても常に最適なサービスを提供できるよう、「Honda Cカード」のお客様サポート機能を強化しました。

「Honda Cカード」は、クレジット機能に加え、ポイントキャッシュバック、会員限定の優待サービス、チャリティ(社会貢献)機能などを付加したカードとして、1995年10月よりサービスを開始し、2007年3月末現在での発行枚数は約92万枚となっています。

2006年10月からは、会員名称を「Honda Cカードメンバーズ」とし、新たなサポート機能として、過去の点検などのサービス履歴を照会できる「車両メンテナンス履歴照会」機能や、24時間いつでも転居通知ができる「転居受付」機能などを追加。また、従来の「クレジット機能付き」カードに加え、店頭で即時発行が可能な「クレジット機能なし」カードを追加し、お客様に選択いただけるようにしました。



Honda Cカード「クレジット機能付き」



Honda Cカード「クレジット機能なし」

● 「Honda Cカード」のご利用額に応じた金額を寄付

Hondaは、1995年度から、日本赤十字社と(財)日本ユニセフ協会に対して、「Honda Cカード」



日本ユニセフ協会で行われたチャリティ募金贈呈式で目録を手渡す西前執行役員(左)(2007年6月)

のお客様のご全額利用額に対する一定の割合の金額を寄付をしています。2007年6月には、2006年度のカード利用総額約1,472億円の0.05%にあたる約7,360万円を寄付し、累計寄付総額は5億1,257万円となりました。

Honda販売会社へのサポート事業を強化

お客様が世界中のどの販売会社でも高いレベルの接客・サービスを受けられるよう、また、販売会社のさらなるサービス品質の向上、迅速な対応をめざして、Hondaは、さまざまなサポート活動、コンサルティング事業を展開しています。

2006年度は、2005年に設立したHondaグループの人材育成会社、(株)ホンダコンサルティングの人員・機能を強化し、販売会社の経営改善コンサルティング事業に注力したほか、販売会社の新卒採用における募集や選考のコンサルティングサービスを提供しました。



販売会社での接客

● 販売会社における人材育成

修理でお客様に何度も足を運んでいただくことがないように、一回で直せる「一発修理」をめざして、世界中のHonda四輪販売会社では、スタッフの人材育成や、故障修理のための診断機や工具などの技術開発・配備を進めています。また、「サービスはお客様の心もケアしなければならない」という創業者の思いを実践するために、フィロソフィー研修も行っています。



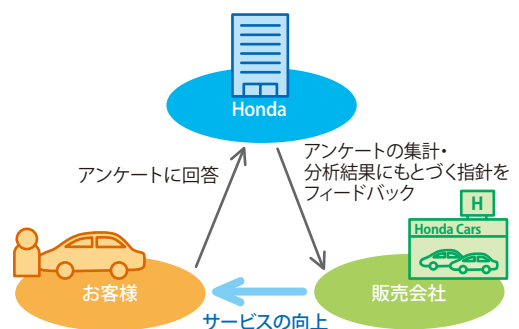
第27回ホンダ四輪サービス技術コンクール全国大会(2006年11月)

CS調査で得た指針を販売会社にフィードバック

Hondaは、CS向上をめざして、定期的にお客様満足度調査を行っています。調査は、新車をご購入いただいたお客様のなかから無作為に回答いただく方を抽出してアンケートを送付。回答は、集計・分析した上で、具体的な改善指針として定期的に販売会社へフィードバックしています。

また、Hondaでは中古車オーナー向けのアンケート調査も実施しています。

アンケート調査の仕組み



Honda製品を正しく活用いただくために

Hondaは、お客様に製品を正しく安全にお使いいただくために、取扱説明書(冊子)をはじめ、WebサイトやDVDなどさまざまなメディアを積極的に活用して情報を提供しています。情報提供にあたっては、製品の機能、取り扱い方法、注意点などを、お客様の声を採り入れながら誰にでもわかりやすく効果的に伝えるよう努めています。

特に、安全情報の記載については、製品の使用にともなう潜在的な危険をお客様に知らせるためのシステム(ハザードコミュニケーション・システム)を開発。1991年には、その成果を「ハザードコミュニケーションスタンダード」という独自のシステムとしてまとめ上げ、全世界で販売されているすべてのHonda製品の警告表示に適用しています。



WEBサイト(デジタルオーナーズマニュアル)

お客様相談センターの活動

お客様対応の体制を強化

お客様との直接的なコミュニケーションを担っている「お客様相談センター」は、最高の対応品質でお客様に対応していくことをめざして、「For The Customers～すべてはお客様のために～」というスローガンを掲げ、お客様からの各種お問い合わせに親切・正確・迅速に対応するよう努めています。

2006年度は、24時間・365日の電話対応体制※を、要員の増強などで強化し、特に土日・祝日の受信率を高めました。その結果、2006年度の総相談件数は、203,003件で、前年度比で106.8%となりました。

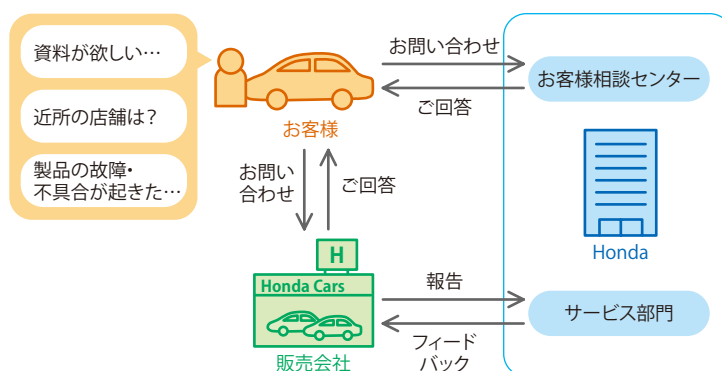
お客様から頂いたご質問やご提案・ご要望、ご指摘などの貴重な声は、お客様相談センターから、研究開発・製造・サービス・営業の各部門に伝えられて、日々の業務に活かされています。また、これらの情報を、個人情報を除いてすべての役員、従業員が閲覧できるシステムを整備し、該部門以外からも改善案が集まるようにしています。



お客様相談センター

※ 9時から17時は、オペレーターによる電話対応で、17時以降はコンピュータによる音声応答システムで対応

お客様対応の体制



対応品質を高めるためのアンケートを実施

Hondaでは2006年6月に、自社のWebサイトに設けた「Hondaお客様相談センター」にお問い合わせいただいた方400名を対象にアンケート調査を実施し、対応の満足度を調査しました。その結果、満足度は86%でした。今後もお客様のご相談に対する回答方法を改善しながら対応品質を高め、活動に反映していきます。

また、国内のお客様相談センターでは、お客様への対応品質を上げていくために、お客様の相談対応者のスキルを検証する独自の調査を行っています。

海外拠点で「VOC」活動を展開

タイやフィリピンなどアジア拠点においても、日本や欧米と同様、お客様対応窓口に入った情報を社内関連部門が分析し、改善すべき項目を該当部門に指示する「VOC (Voice Of Customer) ※」活動を展開しています。

※ CS向上という目的をもった継続的・組織的・制度的な活動の名称



海外拠点での「VOC」活動

2007年度は、市場が急拡大している中国、マレーシアでも専門部署を置いて活動を開始するほか、インドにおいてもシステムの導入を進めていく計画です。

個人情報保護・機密情報漏洩防止

「プライバシーポリシー」を適切に運用

Hondaは、2003年に策定した「わたしたちの行動指針」のなかで、機密情報の管理やプライバシー保護に関する行動指針を定めています。また、2005年には、個人情報保護法の施行に対応して、「プライバシーポリシー」を策定し、個人情報保護に関する法律や法令の遵守、個人情報の無承諾開示の禁止、情報セキュリティ管理の徹底、機密情報漏洩防止などを定めました。さらに、これらを徹底し、さまざまな事態に適切に対応していくための組織として、機密管理委員会を設置しています。なお、Hondaでは、個人情報を取得しデータベースを作成する場合や、外部に個人情報の取得・取り扱いを委託する場合は、届出申請を義務づけています。

Web Hondaおよびグループ会社のプライバシーポリシーは以下のWebサイトをご参照ください
<http://www.honda.co.jp/privacy/>

販売会社とともにお客様の情報保護を徹底

Hondaは、従業員が個人情報保護に対する意識をもち、正しく行動できるよう、販売会社とともにルールを徹底するための研修や勉強会、マニュアルの作成・配布などを行っています。お客様と直接接する販売会社では、「個人情報漏洩防止確認表」を活用しているほか、スタッフ全員に「個人情報保護ポケットマニュアル」を配布しています。

「Honda Cカード」の個人情報保護

お客様にご利用いただいている「Honda Cカード」本体には、個人情報保護のため、個人情報は登録されていません。

Honda創業の精神

夢を力に、“役立つ喜び、もっと広げたい”

二輪事業、四輪事業と並ぶHondaのもう一つの柱である「汎用事業」は、創業者である本田宗一郎が人々の労働を軽減するために「エンジンで動く機械があればもっと仕事が楽になるだろう」「技術で人を幸せに」と抱いた“夢と理念”からスタートしました。

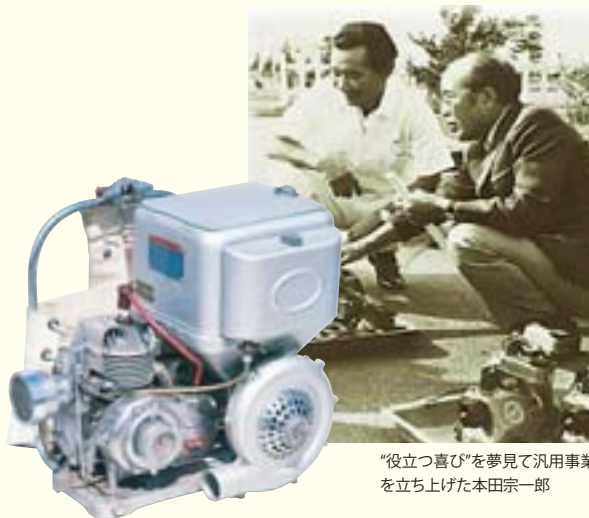
しかし、1950年当時、農業用エンジンの領域では、すでに国内には一流メーカーが多数あり、新しいメーカーの参入はとても成功しないと思われていました。ところがHondaは、「無から有を生じるために、あえて、農業発動機の製作を開始する」と宣言し、1952年、得意分野の小型ガソリンエンジン技術から農業用エンジンの開発にとりかかり、1953年10月、汎用エンジンの源流となる「H型エンジン」を発売。以来、Hondaは、エンジンをコアとした独創的な技術とオリジナルな発想で商品開発を積極化し、現在は汎用エンジンを中心に、耕うん機、携帯発電機、船外機、ポンプ、芝刈機、除雪機、運搬車、そして電動カート、家庭用小型コージェネレーションユニット、太陽電池など多岐にわたる商品を提供しています。

また、2006年5月には汎用製品の累積の生産台数が7,000万台を突破。世界150ヵ国以上の地域で販売され、600万人以上のお客様に愛用されています。そのなかには、農業・漁業など日々の生活を支えてきた「HONDA」、より豊かな生活を創り出してきた「HONDA」、そして世代を超えて愛用され続けてきた「HONDA」があります。一つひとつの形や機能、目的は異なりますが、そのすべての原点に「お客様の夢の実現をサポートする商品を提供する」という、Hondaの想いが存在しています。お客様の笑顔のために、これからも“役立つ喜び”を創造し、拡大に努めていくこと。それが世界の“HONDA”の責任です。



船外機 豊かなマリナライフを支える

「水上を走るもの、水を汚すべからず」。Hondaは、この創業者の信念のもと、1964年の船外機の発売以来、一貫して環境負荷の少ない4ストローク船外機を開発・生産。クリーン、低騒音、低燃費そして高性能な船外機を提供し、豊かなマリナライフを支えています(写真は中型出力の船外機「BF75」)。



1953年に発表した農業用の「H型エンジン」

“役立つ喜び”を夢見て汎用事業を立ち上げた本田宗一郎



除雪機 雪国の重労働を解放する

Hondaは、独自の発想と先進技術で、小型から大型までの除雪機のラインナップを充実させ、誰もが楽に、安心して取り扱うことができる除雪機の開発に努めています(写真は、中型ハイブリッド除雪機「HSM1560i」)。



携帯発電機 レジャー、実用、非常用など幅広い用途で活躍する

Hondaは、1965年に世界に先駆けて携帯発電機を発売して以来、お客様のニーズや用途に合わせてさまざまな発電機を開発してきました。小型・軽量化、低燃費化、低騒音化を追求しながら、良質で安定した電気を供給し、高い環境性能を併せ持つ「HONDAの発電機」は、この分野の“世界基準”となっています(写真は、防音型発電機「EU3000is (Aタイプ)」)。

Column

お取引先に対する基本的な考え方

長期的かつ発展的な取引を基本に

一台あたり2~3万点もの部品で構成される自動車をはじめ、Hondaの商品は、ビジネスパートナーであるお取引先の皆様から提供いただく部品や原材料によって支えられています。特に近年、Hondaは世界的な生産体制の拡充を図っており、製品の安定供給体制を確立する上でも、品質や機能を向上させていく上でも、世界数千社にのぼるお取引先と一層緊密な信頼関係を構築していくことが、ますます重要なテーマとなっています。

こうした認識をもとに、Hondaでは、お取引先の皆様と長期的かつ発展的な取引ができるように努めています。

購買活動

「購買3原則」をもとに信頼関係を構築

Hondaは、世界中のビジネスパートナーの皆様と信頼関係を構築していくために、法令などに

購買理念（役割）

良い物を、安く、タイムリーに且つ、永続的に調達する。

購買3原則

1. 自由競争に立脚した調達

- ①「自由な取引」関係のもとに国際的な競争力をさらに切磋琢磨する。
- ②広く国際的に取引先に門戸を開放する。
- ③常に品質、量、価格、タイミングを満足する安定調達を実現する。

2. 取引先とは、対等な立場で取引

- ①企業規模の大小にかかわらず取引先と対等の立場で取引する。

3. 取引先の主体性を尊重

- ①取引先は独自の経営方針、開発技術、管理のノウハウが確立した企業として経営主体を尊重する。
- ②世界の競争に自ら伍し、自主独立の道を進むことを期待する。

則った公正な取引関係を維持するとともに、「自由な取引」「対等な取引」「経営主体の尊重」を柱とする「購買3原則」を定め、すべてのお取引先の皆様との信頼関係づくりに努めています。

複数の企業を公平に評価し、お取引先を決定

Hondaの購買部門では、長期的かつ発展的な取引ができるよう、Hondaとの取引を望むすべての企業に公平な機会を提供し、公正なプロセスを通じて選定を行うとともに、お取引先の自主性を尊重し、対等な関係にもとづいて調達活動を推進していくよう努めています。

部品や原材料の選定にあたっては、複数の企業のなかから技術力や品質・納期・コスト、財務状況、コンプライアンスや環境保全、情報保護への取り組みなどを評価し、最適なお取引先を決定しています。なお、取引基本契約書には法令遵守の項目を盛り込んでいます。

公正な取引のためのルール・制度を充実

Hondaは、お取引先と公正な取引関係を確立するために、「わたしたちの行動指針」で、従業員に対して職位や権限を不当に利用することを禁止しています。

購買部門では、改正下請代金支払遅延等防止法の遵守を徹底するために、新入社員には必ず研修を行っています。また、同法および独占禁止法など、購買に関連する法改正ごとに必要な講習を行うほか、従業員への啓発を図るために定期的な講習も行なっています。2006年6月にはインサイダー取引防止に向けた講習も併せて実施しました。

「購買方針説明会」を開催

Hondaでは、毎年、お取引先の皆様と、QCD（Quality:品質、Cost:コスト、Delivery:納期）の向上をめざした購買施策を共有するために、「購買方針説明会」を開催しています。

2007年は3月に開催し、約270社のお取引先に

参加いただき、「現場・源流の強化」「海外へのスピーディな伝承」を二つの柱として発信し、二輪・四輪・汎用の各事業における品質管理と安定供給について、お取引先と方向性を共有しました。なお、購買方針説明会は、海外の主要拠点でも開催しており、それぞれの国や地域でHondaの方針と施策の共有を図っています。

また、年間を通じてQCDのそれぞれの領域で優れた実績を上げたお取引先を、年始に開催する「お取引先懇談会」で表彰しています。2007年の懇談会では、国内で取引を行っているお取引先企業50社を表彰しました。



お取引先懇談会(2007年1月)



お取引先懇談会での表彰式

お取引先との協働

お取引先とともに品質を向上

お客様のニーズが多様化し、品質に対する意識も高まるなか、QCDに優れた商品を提供するた

めには、お取引先との強固なパートナーシップが不可欠です。なかでも、高い品質を維持し続けるためには、開発の初期段階から、お取引先と開発部門、購買部門が連携し、互いに知恵を出し合いながら、安全・機能・環境性能などを追究していく必要があります。そこで、たとえば購買部門では、Hondaの品質要求を満たす高品質な部品を安定的かつ適切な価格で調達するために、お取引先の製造現場を訪ね、部品の製造工程一つひとつを検証しています。

Hondaは、これからも、お客様の期待を超える「喜びの創造」に向けて、お取引先とともにより高度なQCDを継続的に追求していきます。



お取引先の部品製造現場を訪問

地球環境に配慮した調達活動を推進

Hondaは、環境に配慮した資材・部品の積極的な調達をめざして、2001年12月に「Hondaグリーン購買ガイドライン」を発行。目標値と管理項目をお取引先と共有し、その達成に向けて取り組んでいます。

化学物質管理では、環境に悪影響を及ぼすとされる重金属4物質(鉛、水銀、六価クロム、カドミウム)の削減を二輪・四輪・汎用製品の国内全生産モデルで進めており、ほぼ完了しています。

また、製造段階でも環境負荷物質の削減をめざして、お取引先とともに「Honda LCAシステム[※]」を活用したCO₂排出量と廃棄物埋立処分量の削減に取り組んでいます。

さらに、環境負荷物質の管理などを行う環境マネジメントシステムの構築に向けて、お取引先のISO14001の認証取得を支援しています。2007年3月末現在、国内の全お取引先企業の98%にあたる403社が取得を完了しています。

これらの取り組みに加えて、「Hondaグリーン大会」を開催し、お取引先とともに、環境改善事例を共有し合うなど、環境負荷の低減に努めています。

[※] Hondaの事業の全領域(二輪車、四輪車、汎用製品)で、生産から廃棄段階に至るライフサイクル全体における環境負荷を定量的に把握するHonda独自のシステム

※「従業員とHonda」(P55～61)に記載されている数値は、本田技研工業(株)と同じ労働協約を適用している以下の主要な会社の総計です。

- 本田技研工業(株)
- (株)本田技術研究所
- ホンダエンジニアリング(株)
- (株)ホンダアクセス

人事管理の基本理念

Hondaは、自立・平等・信頼という「人間尊重」の理念のもと、「人間は本来、夢や希望を抱いてその実現のために思考し、創造する自由で個性的な存在である」ととらえ、こうした人間が集い、個性を尊重し合い、平等な関係に立ち、信頼し、

持てる力を尽くすことで、ともに喜びを分かち合える企業でありたいと願っています。

また、そのために採用や教育・評価・配属などの人事管理においては、「主体性の尊重」「公平の原則」「相互信頼の原則」という三つの原則を立て、従業員一人ひとりの意欲や能力を高める環境づくりと、持てる力を生き活きと発揮できる職場づくりに力を注いでいます。

人事管理の三つの原則

1. 主体性の尊重

Hondaが従業員に期待するものは、個人の意欲と主体性です。それは、「能ある鷹は爪を出せ」「得意に帆をあげて」という創業者の言葉が示す通り、一人ひとりの従業員が自分で考え、行動し、責任を果たすことです。資格認定を求める「チャレンジャー」が自ら手を挙げる資格制度、自分の考えや異動希望などを主張する「自己主張制度」「チャレンジ公募制度」などは、従業員の意欲と主体性を前提に設計されています。

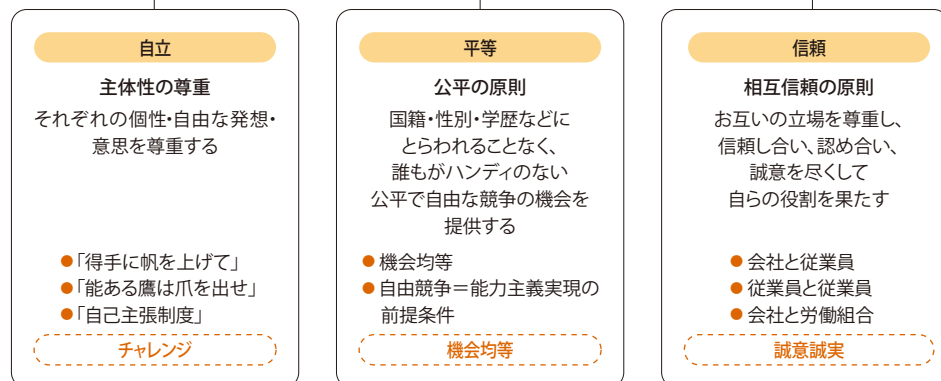
2. 公平の原則

Hondaは、国籍や性別、学歴などの属性によらず、一人ひとりが個性をもつ平等な人間ととらえ、学歴やコース別人事管理は行わず、職務と能力、実績に応じて定めるシンプルな給与体系を採用しています。また、配置や任用にあたっては、能力や適性に応じて機会を均等に提供しよう努めています。

3. 相互信頼の原則

Hondaは、会社と従業員との信頼関係の構築は、お互いの違いを認め、尊重し合うことから始まると考えています。

Hondaの人事管理における基本理念



雇用における多様性の確保

人権教育の実施

Hondaは、企業理念「人間尊重」の土台となる人権教育を、入社時および役職認定時などの節目に実施しています。

人物本位の採用を徹底

Hondaは、多くの企業が指定校制度を取り入れていた時代から、特定の学校に偏らず広く門戸を開放し、個々人の意欲と能力にもとづいた人物本位の採用を行ってきました。また、新卒学生の定期採用だけでなく、多様な個性や経験をもった人材の中途採用も積極的に進めています。

また、2007年7月より「家族の介護」「配偶者の転勤や駐在」によるやむを得ない事情で退職した従業員に対して、こうした退職事由が消滅したのちに改めて中途採用にチャレンジする機会を拡げることとしました。

新卒採用者数※1 (年)

	2003	2004	2005	2006	2007
男性(名)	645	701	744	806	1,084
女性(名)	127	107	111	121	170
合計(名)	772	808	855	927	1,254

中途採用者数 (年度)

	2003	2004	2005	2006	2007(計画)
男性(名)	96	91	241	551	—
女性(名)	5	16	15	22	—
合計(名)	101	107	256	573	810

障がいをもつ人の雇用を推進

Hondaは、障がいをもつ人の雇用に積極的に取り組んでおり、Hondaの各事業所で雇用しているほか、特例子会社のホンダ太陽(株)、ホンダR&D太陽(株)、希望の里ホンダ(株)を通じて、雇用を推進しています。配属にあたっては、一人

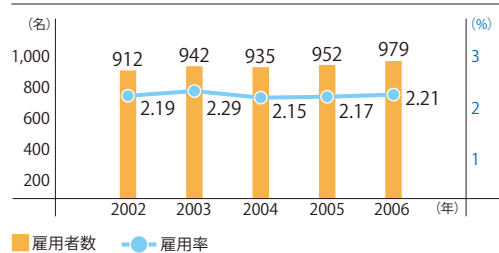
ひとりの障がいの状況に配慮するほか、健常者とともに働くことができるように職場環境の整備を行っています。

Hondaの障がい者雇用率は、2.21%となっており、法定雇用率1.8%を上回る水準を維持しています。

特定子会社の事業内容

社名	設立年	事業内容
ホンダ太陽(株)	1981年設立	二輪車・四輪車・汎用製品(スピードメーター、グローブボックスなど)の部品生産
希望の里ホンダ(株)	1985年設立	ピストン、ケースカバー、ナックルなどの組み立て
ホンダR&D太陽(株)	1992年設立	CAD設計・輸送用機器および福祉機器の研究開発

障がい者雇用率の状況※2



※1 各年の4月入社従業員数

※2 「障害者の雇用の促進等に関する法律」に則って、重度の障がいをもつ人の1名の雇用を「2名」とみなす。なお、グラフの数値は、各年6月1日時点の数値

定年退職者の再雇用を推進

Hondaは、少子高齢社会の到来や年金に関する法改正などの法制度の動向、製造現場の技能伝承などを踏まえ、高齢者雇用安定法の施行前の2003年4月から、60歳の定年退職をむかえる全従業員を対象とした再雇用制度を導入しています。

制度は2種類あり、一つは再雇用を希望する従業員のための制度で、会社が指定した業務を希望し、かつ業務遂行に必要な条件を満たした従業員が対象となります。もう一つは会社が要請する制度で、優れた技術・技能・専門性を有する従業員が対象となります。

再雇用の状況 (年度)

	2003	2004	2005	2006
従業員が希望する再雇用者数(名)	120	91	68	120
会社が要請する再雇用者数(名)	16	13	8	23
合計(名)	136	104	76	143

能力開発・人材育成

「OJT」を基盤とする人材育成の考え方

Hondaは、実務の経験を重ねるなかで専門性や職務遂行能力を高める「OJT (On the Job Training)」を基盤とした人材育成を行っています。

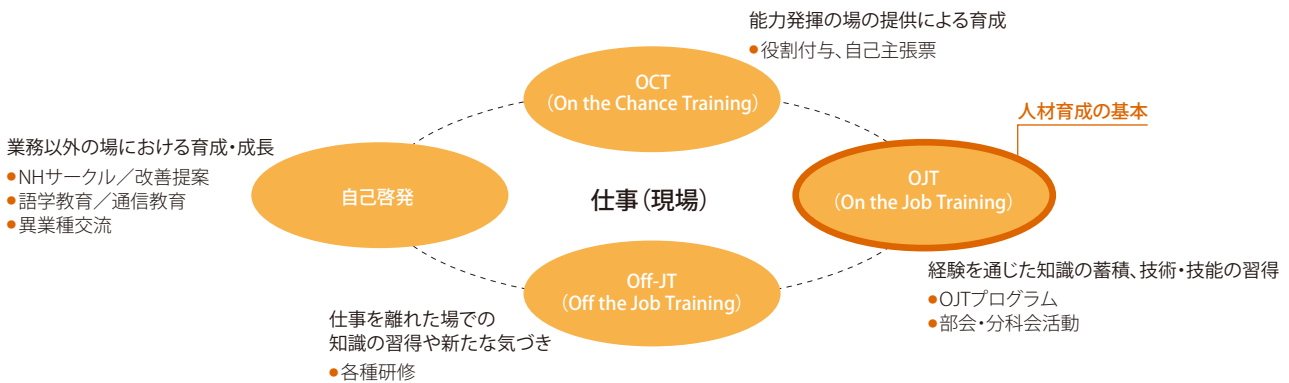
OJTを効果的に推進するために、専門分野や職種別のレベルごとに求められる技術・技能の内容や程度を体系化した詳細なOJTプログラムを制定しており、これにもとづき各個人の専門能力や管

理能力をチェックするとともに、上司による部下の能力把握や個々人のさらなる育成を図るための指標として活用しています。

さらに、OJTと相互に補完し合うOff-JTプログラムを取り入れ、職種ごとの専門性教育やキャリア形成・スキル開発・マネジメント能力の向上を図っています。

また、より高い専門性の獲得や知識・教養・人間性を高めるために、従業員が自らの意思で参加する語学教育や通信教育・異業種企業との人材交流などの自己啓発活動も活発に行っています。

人材育成の基本的な考え方



Off-JTプログラムの概要

等級	資格	選択型	専門性	キャリア開発	スキル開発	マネジメント能力開発
役職	技師長／参事	オープンカレッジ	部会分科会(講師)	ライフプランセミナー	技術主任クラス認定時研修	シニアマネジメント研修
	主幹 技術主幹 主任研究員 主任技術員					上級役職者能力開発コース Honda経営スクール ミドルマネジメント研修 役職認定時研修
一般	技術主任 主任 研究員 技術員	語学研修 通信教育	部会分科会	ライフプランセミナー	技術主任クラス認定時研修	初級役職者能力開発コース
	指導員／チーフ 専任技員 技術指導員					技術主任クラス認定時研修 指導員クラス認定時研修 技術主任クラス認定時研修
	登録員 技員					初級役職者能力開発コース 技術主任クラス認定時研修
	無資格					初級役職者能力開発コース 技術主任クラス認定時研修
					入社時研修 改善提案 NHサークル	

● 全社プログラム ● 事業所プログラム

● 主なOff-JTプログラムの内容

Hondaは、従業員一人ひとりの能力向上に応じて、OJTにOff-JTを効果的に組み合わせ、個人の成長意欲に応えるようにしています。Off-JTプログラムは以下の3つの柱で構成されており、主に階層別の研修体系となっています。

- ① 自己変革能力の伸長を促すもの(キャリア開発)
- ② 仕事の遂行能力の伸長を促すもの(スキル開発)
- ③ 協働能力の伸長を促すもの(マネジメント能力開発)

従業員の意欲と主体性を活かす制度

Hondaは、従業員一人ひとりの意欲と主体性を育み、またその力を会社の改革や成長に活かしていくための制度を運用しています。

● 自己主張制度

「自己主張制度」は、従業員が上司と面談し、自らの経験や能力・持ち味および自己研鑽の状況を踏まえて「進んでいきたい次のステップやキャリアを自ら申告する制度」です。自分の言葉で将来を語ることで、および面談時の上司のアドバイスを通じて、自分の個性や能力・適性を整理することができ、また将来を踏まえた日々の業務目標も明確に

なるため、Hondaではこの制度を、従業員一人ひとりが自ら努力・成長していくための支援策と位置づけています。

● チャレンジ公募制度

「チャレンジ公募制度」は、従業員が夢や目標に向かってチャレンジし、自己実現する機会を提供する制度で、毎年2回、すべての従業員を対象に全社から人材を公募しています。

2005年9月の導入以来、2007年3月末までに303名の従業員が制度を活用し、異動しました。

2Wayコミュニケーションを軸にした評価を実施

Hondaは、従業員の評価についても、上司との2Wayコミュニケーションを重視しており、年3回以上の面談を行うこととしています。

毎年4月に、組織の事業目標にもとづいて個人の役割を面談によって設定します。そして6月と12月に、上司が個々の従業員に対して半期の実績に対する評価やその理由を伝え、同時に強みや弱みの共有、今後のチャレンジ目標やキャリアなどについても話し合い、能力向上につなげています。

Honda創業の精神

モータースポーツと人材育成

エンジン付き自転車販売していた1954年に第一級の国際二輪ロードレース「マン島TTレース」への挑戦を宣言し、1960年に優勝。1962年にはF1で通用する本格的なサーキット「鈴鹿サーキット」をつくり、1964年にF1に参戦。翌65年には早くも初優勝。――創業者である本田宗一郎の「世界の頂点を極める」という“志”は、現在、F1やMoto GP、インディカーレースなどHondaの多彩なモータースポーツ活動に受け継がれています。

Hondaでは、これらモータースポーツ活動に若手従業員を積極的に登用し、技術力の向上、チームワーク

の強化などに役立てていくとともに、活動の原点である“志”を“人材育成の原点”に据え、高い目標をもって限界に挑み続けるチャレンジ精神の涵養、限られた時間内に解決策を考え、問題を乗り越えていく自主的な課題解決能力の伸長などを図っています。高い“志”をもつことで生まれる自発的な創造という日々の営みのなかに、HondaのDNAが息づいています。



1955年、国内初の二輪浅間火山レースに参戦した時の様子。当時より走る実験室としてレースを通して技術者の育成が行われた



2007年、二輪Moto GP(上段)、F1(下段)。今もレース現場で技術者を育成するスタイルは変わらない

Column

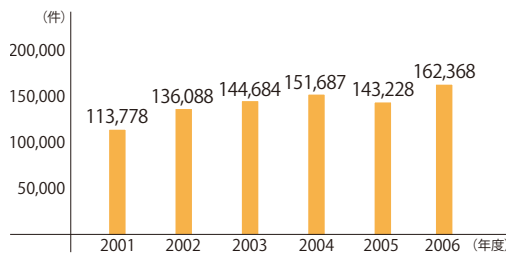
従業員の自主的な取り組みを支援

● **改善提案**

Hondaには、従業員一人ひとりが自主的にさまざまな事柄について、創意工夫を重ねて自らのアイデアを具現化する「改善提案制度」があります。この活動は、主体性をもって業務改善する習慣を身につけることで、自らの能力の伸長に結びつけることをねらいとしており、毎年10万件を超える提案のうち、約9割が職場の業務改善に活かされています。

1953年にスタートした改善提案活動の2006年7月末現在までの累計提案件数は、約800万件です。

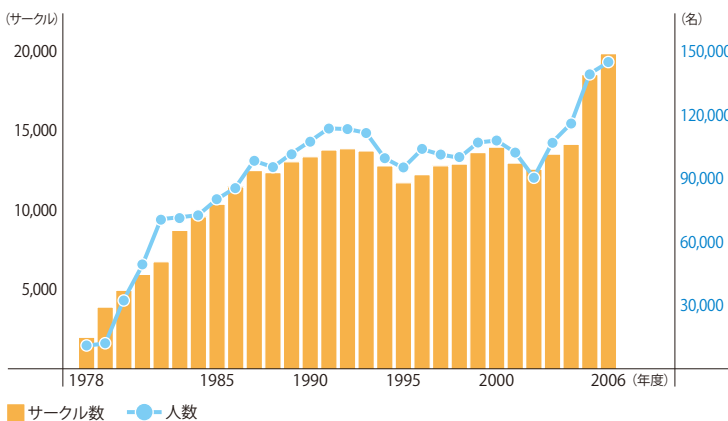
改善提案件数推移



● **NHサークル**

Hondaには、職場の仲間が自主的に集まり、身近な問題を継続的に改善していく小集団活動として「NHサークル」活動があります。「NH」には、「現在 (Now)、そして将来 (Next) の新しい (New)

NHサークルの参加者とサークル数の推移



Hondaを創造し続けたい”という願いが込められています。

この活動は、Hondaの基本理念である人間尊重（自立・平等・信頼）を基礎としており、「人間性を尊重し、活力あふれた明るい職場をつくる」「従業員一人ひとりの能力発揮を促し、無限の可能性を引き出す」「会社の体質改善・発展に寄与する」ことをねらいとしています。

世界5つのブロックで毎年開催される「地域ブロック大会」や、2年に一度、各地域ブロック大会の選抜サークルが一堂に会して開催される「世界大会」は、活動の成果を披露し合うことで、相互啓発・人材交流の場になっています。

1973年のスタート以来、活動の裾野は年々広がり、2006年3月末現在、世界31ヵ国で展開されています。

2006年度は、お取引先・関連会社・販売会社を含めた19,776サークルが活動を行い、のべ144,856名が参加しました。

2008年の秋には、「世界大会」が中国・広州で開催される予定です。



イギリスで開催されたNHサークル世界大会(2006年11月)

働きやすい職場環境づくり

労働時間短縮と年次有給休暇取得の取り組み

Hondaは、1970年に隔週5日制、1972年に完全週5日制を導入するなど、業界に先駆けて労働時間短縮に積極的に取り組んできました。なかでも水

曜日と金曜日は原則として全員定時退社する「ノー残業デー」運動や、年次有給休暇カットゼロ運動※は、いずれも30年以上の歴史をもっています。

こうした活動の結果、2006年度の従業員一人あたりの所定労働時間は1,968時間、総労働時間は2,018時間、一般組合員における年次有給休暇の平均取得日数は18.56日となるなど、業界トップクラスの総実労働時間の短縮を達成しました。

また、従業員の計画的な年次有給休暇の取得推進、および余暇の有効活用によるモチベーションアップを図るために、一定の勤続年数を経過した従業員を対象に3日連続・5日連続の年次有給休暇制度の導入を行っています。

仕事と育児・生活を両立する 支援制度を運用

Hondaは、次世代育成支援対策推進法の施行にともない、仕事と育児・生活の両立を図るための環境整備の行動計画(2005年4月から2年間)を策定し、労働局へ提出しています。

2006年度は、この計画に沿って4月から育児休職制度を改訂し、託児施設への入所時期を考慮して休職期間の限度を従来の「子が満1歳6ヵ月に達する日まで」から、「子が満3歳に達した後の4月末まで」としました。また、「育児のための時間外勤務免除の対象期間」を、従来の「子が満3歳となるまで」から「子の小学校就学前まで」としました。

2007年には、Hondaが事業主として適切な行動計画を策定・実施し、2年間の実績が一定の基準を満たしたことから、次世代育成支援対策推進法の認定マーク



(愛称「くるみん」)を取得しました。

Hondaは、これからも、夢・志・目標をもつ従業員が仕事と育児・生活の両立を図りながら自己実現していける職場環境づくりに取り組んでいきます。

健康増進への取り組み

Hondaは、従業員の健全で豊かな生涯生活の実現を支援するために、福利厚生の一環として、健康保持増進策を継続的・計画的に実施する「トータルヘルスプロモーションプラン」を策定。この計画にもとづき、生活習慣病の予防指導や運動習慣を促すイベントを実施しています。また、長時間勤務などによる健康障害防止、メンタルヘルスケアなどを目的に、健康に関する相談窓口やカウンセラーを配置して、心身のさまざまな相談に応じているほか、それらの日常の予防管理を適切に行うために管理監督者を対象とした各種研修を実施しています。

海外駐在者に対しては、現地などでの健康診断のほか産業医が海外駐在先を巡回し、健康指導や相談会を定期的に行っています。また、お取引先に向向する従業員に対しても、健康診断を受けよう指導しています。

従業員意識調査を実施

Hondaは、働きやすい職場環境づくりを推進していくために、3年ごとに正規従業員全員を対象とした「従業員意識調査」を行っています。調査の項目は、組織風土・人事管理・マネジメントなど多岐にわたっており、調査結果は人事施策に反映しています。

さまざまな相談窓口を設置

●「心のケアスタッフ」の配置

Hondaは、従業員の「こころの健康増進」を目的に、各事業所にある健康管理センター内に「心のケアスタッフ」を配置し、従業員の「こころの健康づくり」のサポートを行っています。

●「セクハラ相談窓口」の設置

Hondaは、セクシュアルハラスメントの発生の抑制と、迅速かつ適切な解決を図るために、全従業員を対象に相談や苦情を受け付ける「セクハラ相談窓口」を1999年から設置しています。

※ 年次有給休暇の繰越日数を超えてカットされる日数をゼロにする取り組み

● ライフプランセミナー窓口を設置

Hondaは、定年退職後の「健康・生きがい・生活資金」面に関する不安を少しでも解消し、支援するために、「ライフプランセミナー窓口」を設置しています。

50歳をむかえる正規従業員を対象に、主に生活資金面を中心に解説した冊子を配布し、55歳をむかえる際には配偶者も対象とした「ライフプランセミナー」を開催するなど、定年退職後のセカンドライフの充実のために必要な情報の提供をしています。また、従業員からの個別相談も受け付けています。

● 個人情報保護に関する対応

Hondaは、従業員の個人情報を適切に保護するために、「プライバシーポリシー」を策定し、これに則った情報管理を行っています。

労働組合の活動状況

Hondaは、本田技研労働組合（2007年3月末現在、組合員数は40,050名）と労働協約を締結しています。雇用の安定や労働条件や安全衛生、さらには、生産・販売活動などについて、団体交渉や労使委員会などの場で協議しています。協議にあたっては、互いの立場や考えの違いを十分に尊重しながら、相互の努力によって局面を乗り越え、緊張と信頼が共存する、Hondaらしい力強い労使関係を長年にわたり維持発展させていくよう努めています。

労働安全衛生

労働安全衛生の基本的な考え方

「安全なくして生産なし」——職場の業務安全と交通安全、そして従業員の心身の健康確保は「人間尊重」を基本理念とするHondaにとって、最も重要な責務の一つです。こうした考えをHondaは労働安全衛生の基本方針に明記すると

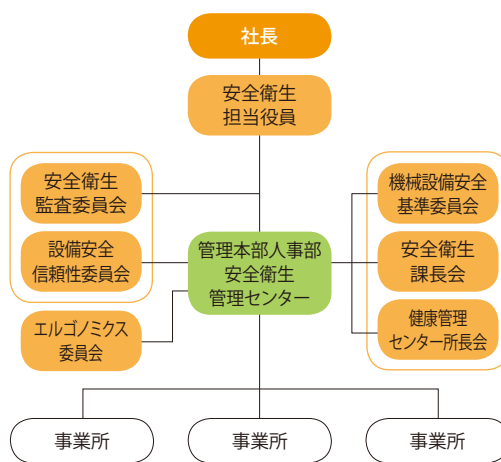
ともに、業界トップクラスの安全で快適な職場環境の実現に向けて活動しています。

安全な職場づくりを推進

Hondaは、業務災害の未然防止の観点から「労働安全衛生マネジメントシステム」を取り入れるほか、リスクアセスメントの実施、安全衛生教育の充実、従業員の安全意識啓発などの活動を推進しています。

2006年度は、「業務災害の未然防止」「爆発火災のリスク低減」「職業性疾病発生の未然防止」を重点テーマとして掲げ、全社で施策を展開しています。

労働安全衛生推進体制



- 安全衛生監査委員会：全社や事業所で決めたルールや活動の方向性に沿って、安全衛生施策が実行されているか否かのチェックを行い、その結果を担当役員や業務監査室、事業所の総括安全衛生管理者に報告
- 設備安全信頼性委員会：新たに導入・改造する設備などの安全性を事前に検証するほか、既存設備の維持管理がルール通りに行われているか否かを専門家としてチェックし、その結果を安全衛生管理センターに報告
- 機械設備安全基準委員会：法規・関係基準などに照らし合わせて、設備の安全基準の新設、改定を実施
- 安全衛生課長会：防災、交通安全、健康管理など労働安全衛生全般にわたる活動内容を審議し、具体的な方針を決定
- 健康管理センター所長会：健康診断や健康保持増進策、法改正への対応、会社の諮問に対する対応などについて、産業医として審議し、方針案を決定
- エルゴノミクス委員会：作業負荷による筋骨格系などの健康障害を防止するための施策を検討、審議し、決定

株主・投資家とHonda

IR活動の基本的な考え方

Hondaは、グローバルな視野に立って世界各国で事業を展開し、企業価値の向上に努めています。株主・投資家向け広報(IR)にあたっては、業績や財務情報を適切に開示することはもちろん、環境技術をはじめとする他に先駆けた取り組みや将来の事業戦略などについて、正確・公平・適時に情報開示するよう努めています。また、株主総会や投資家説明会など、株主・投資家の皆様との双方向コミュニケーションを通じて事業活動への理解、Hondaに対する信頼や共感を一層深めていただき、長期にわたって株式を保有し続けていただくことをめざしています。

株式上場の状況

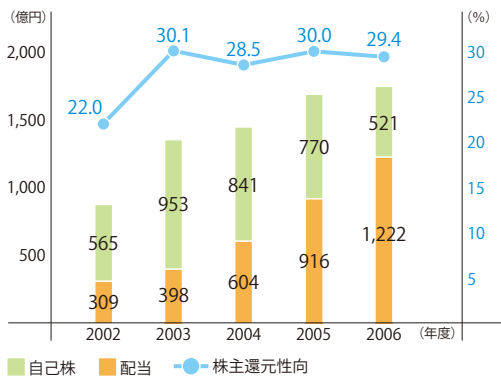
1948年に創立したHondaは、1954年には、東京店頭市場に株式を公開し、1957年には東京証券取引所に上場。その後、国内の全証券取引所に上場しました。海外では、1962年にADR(米国預託証券)を発行し、1977年にはニューヨーク証券取引所に上場。1981年にはロンドン証券取引

所、1983年にはスイス証券取引所、1985年にはパリ証券取引所(現ユーロネクスト)に上場と、事業のグローバル化に対応した資本政策を展開してきました。一方、市場のボーダレス化にともない、スイス、パリの両証券取引所における取引量は非常に少なくなっており、Hondaでは現在、両証券取引所へ株式上場の廃止を申請しています(2007年7月現在)。

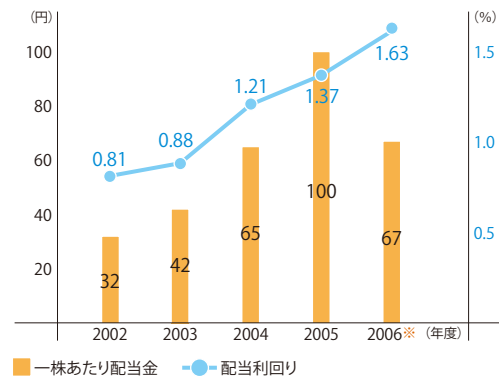
利益配分に関する基本方針

事業活動の成果の配分にあたっては、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題の一つとして位置づけ、長期的な視点に立ち、連結業績を考慮しながら配当を実施するとともに、資本効率の向上および機動的な資本政策の実施などを目的として自己株式の取得も適宜実施しています。配当と自己株式取得を合わせた金額の連結純利益に対する比率(株主還元性向)については、30%をめどにしていきます。なお、内部留保資金については、将来の成長に不可欠な研究開発や事業拡大のための投資および出資に充てることにより、業績の向上に努め、財務体質の強化を図っていきます。

株主還元の推移



一株あたりの配当金の推移



※ Hondaは、2006年7月1日付けで株式1株につき、2株の割合で分割を実施

2006年度の主な取り組み

積極的なIR活動を展開

情報開示は、法令を遵守し、全世界の株主や投資家の皆様の投資判断に有益な情報を適時、正確に、公平に継続して提供することを基本方針としています。

この方針にもとづき、「アニュアルレポート」「クォーターリーレポート」「株主通信」などの報告書の発行と報道機関や機関投資家、アナリスト向けの決算説明会を四半期ごとに実施しています。また、決算説明会の当日中に、海外機関投資家向けにテレフォンカンファレンスも実施しています。海外機関投資家向けの企業説明会は、欧米投資家を主な訪問先として年4回実施し、業績や今後の経営戦略について説明しています。自社のWebサイトでは、「投資家情報」において、上記

報告書や決算説明会の模様、プレゼンテーション資料などが閲覧できるようにしているほか、グローバルな事業展開などに関する情報を随時提供しています。

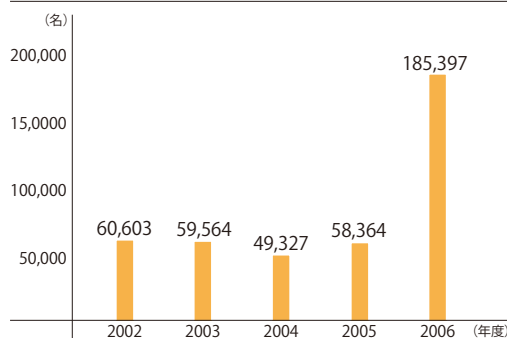


Hondaの事業活動への理解を深めてもらうため
社長年末会見に主要アナリスト・投資家を招待 (2006年12月)



Hondaは、個人株主を拡大する施策についても積極的に取り組んでいます。2006年度は、個人投資家の皆様がより投資しやすい環境を整えることを目的として、7月1日付で実施した株式分割に続いて、第3四半期からは、より早く株主の皆様に利益を還元することを目的として四半期配当を開始しました。また、2007年3月には、さらなる個人株主の拡大を目的に、銀行等保有株式取得機構が保有していたHondaの株式の売り出しを行いました。これらの施策により、2007年3月31日現在の個人株主数は、18万名を超えており、一年前に比べて3倍以上の人数に増加しています。

株主数の推移



WEBサイト (投資家情報)

株主の皆様との直接対話を重視

Hondaは、株主総会を株主の皆様と直接コミュニケーションする重要な場と考えています。株主総会での事業報告にあたっては、動画やスライドを用いて、できるだけ平易にご理解いただけるよう努め、株主の皆様から幅広いご意見・ご質問を受け付けています。また、Hondaの製品や技術に触れていただけるように商品展示会場を併設し、二輪・四輪・汎用の各製品やASIMOなどを展示しています。なお、株主総会に出席できない株主の皆様のために、書面による議決権行使に加え、2003年からはパソコンや携帯電話などインターネットを利用した議決権行使の仕組みを整備しています。

また、株主様に「現場」をご覧いただくことで、Hondaをより身近に感じていただくとともにHondaへの理解をさらに深めていただけるよう毎年秋には株主様向けのご視察会を開催しています。ご視察会では、製作所などの見学とともに、取締役からの事業報告と質疑応答を行っています。



ご視察会(2006年11月 埼玉製作所)

投資家の皆様との 2Wayコミュニケーション

Hondaでは、株主の方はもちろん、多くの投資家の皆様に対して、Hondaという会社に対する理解をさらに深めていただくために、積極的にコミュニケーションの場を設けています。対話にあたっては、一方的なPRにとどまることがないように、積極的に市場の声に耳を傾けるよう努めています。

2006年11月には、株主・投資家の皆様とのコミュニケーションを深めるため、日本IR協議会主催の東京IR大会にパネラーとして参加。Hondaの株主還元や配当政策など、基本的な考え方や取り組み、今後の課題などについて説明したほか、参加者の皆様に関心事項に回答しました。



日本IR協議会主催の東京IR大会のパネルディスカッションに参加(2006年11月)



Chapter IV

社会への視線

Hondaは、創業の頃から「地域に根つき、地域と融合した存在」をめざして、地域社会との関わりを重視した活動を展開してきました。また、事業領域が広がり、グローバル化が進んだ70年代にはさまざまな分野の研究や教育、文化交流などを支える財団や基金を設立。さらに、2006年からは、グローバルな活動方針とシンボルマークを制定し、自社の経営資源を活かした「子どもたちの育成支援」「地球環境保全」「交通安全の教育・普及」などをテーマにした社会活動に世界各地で取り組んでいます。

 「Hondaの社会活動」の詳細は、以下のWebサイトをご参照ください
<http://www.honda.co.jp/philanthropy/>



Hondaの社会活動のめざすもの

社会活動の基本的な考え方

Hondaは創業以来、商品や技術を通じて社会やお客様にさまざまな喜びを提供してきました。また、「企業は地域に根つき、地域と融合した存在でなければならない」という考えのもと、創業期である1960年代から地域とのつながりを大切にした社会活動を開始しています。そして、1970年代からは、より良い社会づくりに貢献するために、さまざまな分野における研究や教育、文化交流などを支援する財団や基金を設立。国内だけでなく、海外にもその活動を広げています。

さらに、創立50周年を迎えた1998年には、「世

界中の人々と喜びを分かち合い、存在を期待される企業をめざす」というビジョンのもと、地球的視野で社会の期待に応えるために、「社会活動推進室」を設置し、「社会活動理念」を制定。従来からの活動に加え、豊かな社会づくりにつながるさまざまな活動をスタートさせ、世界中の人々に喜びを拡大していくよう努めています。

2006年には、活動のさらなる進化をめざして、グローバルな活動方針と、活動のシンボルマークを新たに制定しました。活動方針では、世界中のHondaが、資源である「人」「商品・技術」「人間尊重の文化や風土」を活かして、より積極的に人々の喜びにつながる活動を進めていくための具体的な三つの方向性を示しています。

Honda社会活動のめざすもの

Hondaの企業理念である“人間尊重”と“三つの喜び”を基本に、
企業市民としての活動を通じて世界中の人々と喜びを分かちあい、
その存在を期待される企業になること

活動理念

- 地球的視野に立ち、「商品・技術」を通じて社会に貢献する
- 良き企業市民として地域に根付き、社会的責任を果たす
- 次世代のために、心豊かで活力のある人と社会づくりに努める

活動方針

Hondaは、夢のある明日の社会づくりをめざして、

- 未来を創る子どもの育成支援活動を行います
- 地球環境を守る活動を行います
- 交通安全の教育・普及活動を行います



Together for Tomorrow

このシンボルマークは、みんなで力を合わせ、夢のある明日の社会づくりをめざすというHonda社会活動の考え方を表しています。

未来を創る子どもたちの育成支援活動

夢を原動力として歩んできたHondaは、「未来を創る子どもたちの夢と創造力を育みたい」という考えのもとに、次代を担う子どもたちに、夢をもつこと、夢にチャレンジすることの楽しさや素晴らしさを伝えるための活動に力を入れて取り組んでいます。幼児から大学生まで各世代を対象に、ものづくりに興味をもてるよう工夫した活動を中心に、さまざまな活動を展開。今後も、子どもたちの可能性を引き出す“機会”と、学ぶ楽しさや挑戦する楽しさを実感し、経験してもらえる“場”を提供していきます。

第5回「子どもアイデアコンテスト」

「子どもアイデアコンテスト」は、子どもたちに夢みる楽しさやつくる喜びを伝えたいという思いから、未来に“あったらいいな”と思うモノを子どもたちが考え、カタチにするコンテストで、2002年に始まりました。

第5回目を迎えた2006年のコンテストには、全国の小学生から、3,414作品もの応募がありました。一次審査を通過した33組40名の子どもたちには、実際の作品づくりに取り組んでもらい、最終審査会で発表してもらいました。最終審査の結果、13作品が入賞作に選ばれました。



第5回「子どもアイデアコンテスト」(2006年12月)

また、今回が初めてとなる試みとして、タイの「子どもアイデアコンテスト」の受賞者を最終審査会に招き、入賞作品の発表やゲーム大会など、日本の子どもたちとの交流イベントを実施しました。

地球環境を守る活動

Hondaは、製品の研究開発から購買、生産、輸送、販売、製品の資源循環、オフィス業務にいたる企業活動のすべての過程で環境保全に取り組んでおり、社会活動の領域においても積極的に地球環境を守る活動を展開しています。

その原点となる活動が、1976年にスタートした「ふるさとの森づくり」です。地域との共生、自然との共生をめざした緑化活動は、世界中のHondaグループへと広がりました。

ビーチクリーン活動

日本をはじめ世界各国で、海岸でのゴミの放置・廃棄・漂流による問題が深刻化しています。ゴミのなかには、ビニールやプラスチックなど自然に還らないゴミも多く、これらのゴミは、人がケガをしたり、誤飲によって魚類や鳥類などの生態系に悪影響を及ぼします。

こうしたゴミ問題を解決し本来の美しい海岸の姿を取り戻すために、Hondaは、従業員やOBのボランティアで編成されたキャラバン隊が、地域の自治体の方々と協力しながら海岸を清掃する「ビーチクリーン活動」を2006年5月から開始しました。活動にあたっては、独自開発した軽量コンパクトかつ簡単操作の「牽引式ビーチクリーナー」を活用し、活動1年目となる2006年度は、全国19カ所の砂浜を清掃しました。

2007年度は、自治体からの要請に応じて、キャ



ビーチクリーン活動(2006年10月 三重県鼓ヶ浦海岸)

ラバン隊による活動だけでなく、一定の条件を満たした自治体に対して、牽引式ビーチクリーナーやバギーなどの貸し出しも行っていきます。



ビーチクリーン活動(2006年10月 三重県鼓ヶ浦海岸)

ビーチクリーン活動に参加した従業員の声

VOICE



活動に参加したのは2006年11月の長崎県杵岐と、翌年5月の高知で、砂やゴミの状態は海岸によってまったく異なることを発見しました。回数をこなすごとに作業のやり方も運営方法もノウハウが蓄積されていくこうした活動は、継続こそが重要だと思います。また、バギーを運転したのですが、時間的にも労力的にも人手より数十倍の効果があることを確信しました。ちなみに、バギーは、海亀の卵をつぶさないように「低圧タイヤ」になっていたり、クリーナーについているピンの長さが調整されています。活動した結果が目に見えるということと、地域の人に喜んでもらえることが「やって良かった」という喜びと、「また参加しよう」という原動力になりました。



山崎 彰

燃料電池自動車教室

「地球温暖化って何だろう?」「燃料電池自動車って何だろう?」。そんな子どもたちの疑問にわかりやすく答えるイベントが燃料電池自動車教室です。開催は年10回で、ウェルカムプラザ青山で実施しています。

講師は、(株)本田技術研究所の燃料電池自動車開発チームのメンバーが担当し、パソコンによる紙芝居を使った講義をはじめ、水の電気分解や燃料電池自動車の模型を走らせる実験タイムなども設けています。その後はFCXの体験試乗を行い、滑らかに走り出す感覚を体感していただいています。また、試乗の待ち時間を利用して、燃料電池自動車検定テストをするなど、子どもたちが楽しく学べるカリキュラムを随所に盛り込んでいます。最後には子どもたち一人ひとりの顔写真が入った修了証が手渡されます。毎回参加する子どもたちの真剣な表情が印象的で、環境への関心の高さがうかがえます。



FCXの体験試乗(2007年1月)



第1回燃料電池自動車教室(2007年1月)

交通安全の教育・普及活動

交通安全キャラバン
——幼児向け交通安全教育プログラム

Hondaは、安全で快適な交通社会の実現をめざして、さまざまな取り組みを行っています。そのなかでも、子どもたちを交通事故から守り、クルマと共存する社会をつくっていくことは自動車メーカーとしての重要なテーマです。そこでHondaは、人間形成に大きな影響をもつ幼児期から交通安全の基本を身につけてもらえるよう、幼稚園児や保育園児を対象に、楽しい対話を通じて自然に交通ルールを学ぶことができる「交通安全キャラバン」を実施しています。



交通安全キャラバン

安全キャラバン」を実施しています。

1999年に関東地区から始まった交通安全キャラバンは、Hondaの事業所のある地域の幼稚園・保育園を訪問しています。2006年度の訪問園数は590園、参加人数は76,329名でした。

先生から見た交通安全キャラバン



昨年、Hondaの交通安全キャラバンの皆様が私たちの幼稚園に来られました。一番いいなと思ったところは、読み聞かせがあることでした。はしゃぐ園児たちに集中力をもたせるためにはとても効果的で、私たちも何かをするとき、まず絵本の読み聞かせから始めることが多いからです。また、横断歩道のわたり方の指導では、大切なことを繰り返し教えた上で「やってごらん」と、自分で考えながら体験できるように進めておられ、感心しました。任されると、子どもたちは自然にやる気になるからです。今後は、「園バスの乗り降り」など、それぞれの園の事情に応じた題材も取り入れていただけるとありがたいと思います。園児ともども、次回開催を楽しみにしています。



東京・杉並東洋幼稚園
斉藤 和美 先生

地域に根ざした活動

Hondaは創業当初から、事業を展開する地域との共生をめざしてきました。この考え方は、「良き企業市民として地域に根付き、社会的責任を果たす」というHondaの社会活動理念に受け継がれ、国内の事業所、販売会社やグループ会社、世界各国の拠点で、地域の特性に合わせた、人々に喜ばれるさまざまな取り組みが成されています。

タッチ・ザ・ワールド

Hondaは、本社がある東京・港区周辺の地域特性を活かして、1999年から、子どもたちにさまざまな世界との出会いを体験してもらう国際交流イベント「タッチ・ザ・ワールド」を開催しています。開催場所はウェルカムプラザ青山で、これまで33の国々を紹介してきました。

2006年6月に開催した「タッチ・ザ・ワールド8」では、コロンビア、エジプト、カザフスタン、スイスの4か国の大使館に協力いただき、特製パスポートを手にしてその国の言葉であいさつしながら各国のブースを訪ねる「ミニミニワールドツアー」、各国のパフォーマンスが見られる「ワールド オン ステージ」、日本の伝統的な職人技の実演が見られるコーナーなど、さまざまなイベントを実施しました。好奇心旺盛で感受性豊かな子どもたちは、ステージ前で一緒に歌ったり踊ったり、珍しい各国の料理やお菓子を試食したりと、さまざまな文化に触れながら楽しんだ様子でした。



タッチ・ザ・ワールド8 (2006年6月 ウェルカムプラザ青山)

タッチ・ザ・ワールドに 参加した従業員の声



ボランティアとして参加したのは、年度の抱負として「今年は積極的にボランティア活動をする」と決めていたことと、ふだんあまり接することができない国々の方とコミュニケーションをとってみたいという好奇心からです。担当したのはエジプトコーナーで、エジプトのお菓子を配ったり、子どもたちに象形文字で名前を書いてあげたりしました。活動当初は、英語のやりとりや時間感覚の違いで多少戸惑いましたが、子どもたちやスタッフ・ボランティアの皆さんの笑顔が大きな活力になりました。終了後は、「楽しくて充実した良い一日だったなあ」と心から思えたイベントでした。



内古閑 靖子

ドリーム・ファクトリー

2007年1月、ホンダオブザユー・ケー・マニュファクチュアリング・リミテッド※1では、工場周辺の学校に通う11～14歳の生徒や先生たちをスウィンドン科学博物館へ招き、第1回目の「ドリーム・ファクトリー」を開催しました。

このイベントの目的は、技術離れが進むイギリスの子どもたちに、ものづくりの面白さや夢に挑戦する大切さを伝えることです。具体的には、高

い場所から卵を落としても割れない装置など、科学的・教育的観点を踏まえた実験教材を提供し、参加する子どもたちがワクワク・ドキドキしながらものづくりの基本原則を体験、理解できるよう工夫しています。

また、イベントの内容をより充実させていくために、従業員がイベント後、各学校を訪問し、アンケートを実施しました。その結果参加した生徒の96%が「ものづくりへの関心が増した」、半数近くが「技術系の仕事に興味をもった」と回答していました。

今後もより多くの子どもたちにもものづくりの楽しさを体験してもらえるよう、ドリーム・ファクトリーを継続的に開催していきます。

スプリングクリーク保全活動

オンタリオ州アリストンにあるホンダカナダ・インコーポレーテッド※2の生産工場では、2000年から、従業員とその家族が敷

地内を流れる小川、スプリングクリーク流域の環境保全・美化を行うボランティア活動「スプリングクリーク保全活動」を実施しています。活動は、毎年5月の第一土曜日に行われており、毎回、100名以上が集まります。



環境保全についての講義



ものづくりに挑戦する子どもたち



講義の後、清掃などの活動を実施

※1 四輪車の生産子会社
※2 四輪車の生産および二輪車・四輪車・汎用製品の販売子会社

※ アジア大洋州地域の
統括機能

学校環境奨励賞

1999年、アジアホンダモーターカンパニー・リミテッド※をはじめとするタイのHondaグループは、環境問題の改善を望むタイ国王の希望に賛



自然の恵み、タイ原産のハーブについて学ぶ



植物の植え付けを楽しむ子どもたち

同して「学校環境奨励賞」を創設しました。同賞は、タイのすべての小学校を対象に、環境の保持・改善に関するアイデアを募集。優れた提案を行った学校に対して、資金援助および講習会の開催など、アイデアを実現するための支援を約8ヵ月間にわたって行います。この支援では教育省や天然資源環境省、エネルギー省、農業協同組合省などタイの政府機関も多数参加しています。また、環境保護に最も貢献した学校には、国王から「キングス・カップ」が贈られます。

2006年度までにタイのHondaグループが支援した小学校は、のべ600校となりました。

主な活動実績

	応募総数	支援校数
第1回(1999年～)	1,148校	131校
第2回(2002年～)	1,204校	234校
第3回(2004年～)	650校	175校
第4回(2006年～)	627校	60校

「交通とその安全」の研究にもとづく社会づくり ——(財)国際交通安全学会 IATSSの活動

(財)国際交通安全学会IATSS※は、交通社会の課題や将来のあり方について社会的視野に立ち、自由に討議・研究する場として、1974年に本田宗一郎、藤澤武夫両氏およびHondaの基金をもとに設立されました。

さまざまな分野のトップに立つ有識者を会員・顧問に迎え、「交通とその安全」、さらにはそれらを取り巻く地域社会に関する調査研究を実施。研究報告会の開催や政策提言、広報出版、交通社会の発

※ International Association of Traffic and Safety Sciences

TOPICS

展に寄与した業績に対する褒賞、国際交流など、時代の要請に応じた活動を展開しています。



平成18年度研究調査報告会(2007年4月)

CSRレポート2007

●対象組織

本田技研工業(株)の活動報告を中心に、一部の項目ではHondaグループ全体、国内・海外の子会社・関連会社の活動についても取り上げてご紹介しています。なお、文中の「Honda」は、本田技研工業(株)と同じ労働協約を適用している会社の取り組みを示しています。

●免責事項

本レポートには、本田技研工業(株)の過去と現在の事実だけでなく、発行日時点における計画や見通し、経営方針・経営戦略にもとづいた将来予測が含まれています。この将来予測は、記述した時点で入手できた情報にもとづいた仮定ないし判断であり、諸与件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆様には、以上をご了解いただきますようお願いいたします。

●対象期間

2006年度(2006年4月1日～2007年3月31日)の活動を中心に、一部に過去の経緯や発行時期までに行った活動、将来の見通し・予定などについて記載しています。

●発行日

今回の発行 2007年9月
次回発行予定 2008年8月

●お問い合わせ先

本田技研工業株式会社
法務部CSR室
TEL.03-5412-1202 FAX.03-5412-1207
〒107-8556 東京都港区南青山2-1-1

●発行責任者

法務部CSR室 室長 村田 浩

●Webサイト(PDFダウンロード)

<http://www.honda.co.jp/csr/>

HONDA
The Power of Dreams



印刷用紙は適切に管理された森林で生産されたことを示すFSC認証紙を使用
印刷インクはVOC（揮発性有機化合物）成分が少ない植物性的大豆油インキを使用
印刷工程では有害廃液を出さない水なし印刷を採用