

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
2008



編集・発行方針

「存在を期待される企業」をめざして

Hondaは、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、事業を通じて「買う喜び」「売る喜び」「創る喜び」を拡大していくとともに、企業の社会的責任(CSR)を果たすための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。

2008年度は、これらに加えて、「持続可能な地球社会を創造していくために、Hondaは何ができるか」をテーマに、「地球温暖化問題」「拡大するモビリティ需要」の二つの側面から現在の取り組みを紹介しています。

本レポートが、ステークホルダーの皆様へ、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。



環境年次レポート

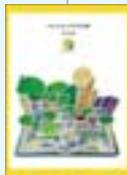
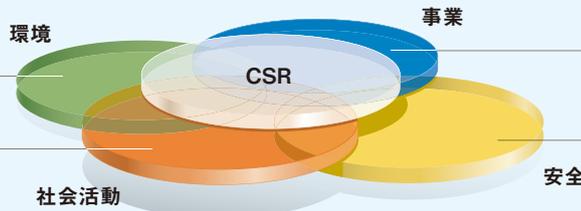
Hondaの環境取り組みの考え方と2007年度の主な実績および今後の目標をまとめた報告書。
2008年6月発行

<http://www.honda.co.jp/environmental-report/2008/index.html>

アニュアルレポート

Hondaの2007年度の業績の概要をまとめた報告書。
2008年7月発行

<http://www.honda.co.jp/investors/annualreport/>



Hondaの社会活動2008

Hondaの社会活動の考え方と2007年度の主な実績をまとめた活動報告書。
2008年8月発行

<http://www.honda.co.jp/philanthropy/report/>

安全運転普及活動報告書

Hondaの安全運転普及活動の考え方と2007年の主な実績をまとめた活動報告書。

<http://www.honda.co.jp/safetyinfo/action/>



CSRレポート2008

●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・経営戦略に基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基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

2007年度(2007年4月1日～2008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 2008年8月
次回発行予定 2009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/>

存在を期待される企業をめざして
CSRレポート
2008

Contents

3	Highlight in 2007	3
9	トップメッセージ	9
	特集 持続可能なモビリティ社会へ——Hondaの視点	
13	モビリティの喜びを いつまでも	
	視点1 地球温暖化問題へのアプローチ	15
	燃料電池車の開発 家庭用「次世代型薄膜太陽電池」の開発	
	視点2 拡大するモビリティ需要へのアプローチ	27
	Chapter I	
33	品質・安全への視線	
	品質の追求	33
	安全の追求(安全技術開発と安全運転の普及活動)	37
	The Power of Dreams 1 HondaJet	42
	Chapter II	
43	地球環境への視線	
	Honda環境宣言	43
	企業活動に関する環境影響の把握と取り組み方針	44
	2010年CO ₂ 低減目標と進捗	45
	2010年度国内目標と進捗	47
	2007年度の目標・実績と2008年度目標	49
	2007年度の活動ハイライト	51
	The Power of Dreams 2 ASIMO	54
	Chapter III	
55	ステークホルダーへの視線	
	お客様とHonda	55
	お取引先とHonda	59
	従業員とHonda	61
	株主・投資家とHonda	68
	The Power of Dreams 3 Motor Sports	70
	Chapter IV	
71	社会への視線	
	社会活動のめざすもの	71
	社会活動ハイライト	72
	コーポレート・ガバナンス	77
	Hondaの概要	81

Highlight in 2007

モビリティの喜びを創造する Hondaの2007年度活動ハイライト

2007.04

「インターナビ・プレミアムクラブ」の
会員数が50万人を突破
インターナビ・フローティングカーデータが
累積走行距離2億キロを達成



2007.05

ホンダ太陽 大分県日出町に
新工場を建設

関連情報

P62 Chapter III: ステークホルダーへの視線
障がいをもつ人の雇用を推進

April

May

2007.04

広州ホンダ オデッセイが
中国の衝突安全性能試験で
5つ星評価を獲得



2007.05

米国でアキュラデザインスタジオがオープン





2007.06

ホンダソルテック、
薄膜太陽電池の販売を開始

関連情報

P21 特集：視点1
地球温暖化問題へのアプローチ
家庭用「次世代型薄膜太陽電池」の開発

2007.06

国内事業活動における
2010年度環境負荷低減目標を公表

関連情報

P47 Chapter II：地球環境への視線
2010年度国内目標と進捗



June

2007.07

フィット世界累計販売200万台を達成

July



2007.06

海外初のビーチクリーン活動を展開
(ポルトガル)

2007.07

航空エンジン事業統括会社の新社屋と
ジェットエンジンの工場を
ノースカロライナ州に建設



2007.07

「家庭用小型
コージェネレーション
ユニット」
国内販売5万台を達成



2007.09

HondaJetの新インテリアデザインを発表

関連情報

P42 | The Power of Dreams 1 | HondaJet

August

2007.08

新「鈴鹿サーキット
交通教育センター」をオープン

関連情報

P41 Chapter I: 品質・安全への視線
新「鈴鹿サーキット
交通教育センター」をオープン



September

2007.08

小川新エンジン工場 着工



完成イメージ図

2007.08

人気の原付スクーター
「トゥデイ」の燃費を向上させ
フルモデルチェンジして発売



2007.08

ブラジルで二輪車生産累計
1,000万台を達成

関連情報

P31 特集: 視点2
拡大するモビリティ需要への
アプローチ
二輪車の普及と並行して
交通安全教育を実施





2007.11

米国での四輪車生産25周年を迎える

関連情報

P27 特集：視点2
拡大するモビリティ需要へのアプローチ
In North America



2007.11

ホンダソルテック、太陽電池工場の
開所式を実施

関連情報

P21 特集：視点1 地球温暖化問題へのアプローチ
家庭用「次世代型薄膜太陽電池」の開発

October

2007.10

安全運転普及本部
「第11回セーフティジャパン
インストラクター競技大会」を開催

November



2007.11

ロスアンゼルスオートショーで
新型燃料電池車「FCXクラリティ」を発表

関連情報

P15 特集：視点1 地球温暖化問題へのアプローチ
燃料電池車の開発

Highlight in **2007**



2007.12

軽二輪スクーター「フォルツァZ」
「フォルツァZ ABS」を、
フルモデルチェンジして発売

2008.01

埼玉県へ災害備蓄機材を寄贈

December

2007.12

四輪車 研究開発体制を強化
さくら市の新研究所に、
アキュラ専用の開発棟を新設

2007.12

複数のASIMOが協調して働く知能化技術を開発

関連情報

P54 | The Power of Dreams 2 | ASIMO



January





2008.03

先進安全自動車および
安全運転支援システムの公道実証実験を開始

関連情報

P39 Chapter I: 品質・安全への視線
車車間および路車間通信を利用した
安全運転支援システム「DSSS」開発プロジェクトに参加

February

2008.02

インドの四輪車工場、
生産能力10万台拡大記念式典を
開催

関連情報

P31 特集: 視点2
拡大するモビリティ需要へのアプローチ
オフィス・生産現場の職場環境の
改善を推進



March

2008.03

仕事と育児の
両立支援制度の充実化

関連情報

P66 Chapter III: ステークホルダーへの視線
仕事と育児・生活を両立する
支援制度を運用

2008.02

英国工場で四輪車生産累計200万台を達成

関連情報

P32 特集: 視点2
拡大するモビリティ需要へのアプローチ
従業員の安全確保と地域社会貢献を同時に推進



2008.03

「購買方針説明会」を開催

関連情報

P59 Chapter III: ステークホルダーへの視線
「購買方針説明会」を開催

Highlight in 2007



「人間尊重」と「三つの喜び」という「Honda フィロソフィー」を体現する“人”を育てることが、HondaのCSR活動の原動力です。

「存在を期待される企業」となるために

Hondaは、二輪車・四輪車・汎用製品などの販売を通じ、多種多様なモビリティを世界各地の人々に提供し、信頼と共感を得ることにより「存在を期待される企業」となることをめざしています。この高い目標に向かって、2005年からの3か年の中期経営計画において「グローバル規模で成長、進化していくための基盤固め」と「お客様の喜びに向けた先進創造」を推進してきました。

グローバルに成長・進化していく上でHondaは、世界各地で生産・販売体制を拡大するだけでなく、各地域における社会と人々のニーズや関心を把握し、企業として何ができるのかを常に考え対応してきました。今後もお客様、お取引先、従業員や株主などさまざまな「ステークホルダーの視点」で自らの事業活動を検証し、企業の社会的責任（CSR）を果たしていくことで、これまで以上に「存在を期待される企業」をめざしてまいります。

「環境技術領域のトップランナー」をめざして

Hondaは、グローバル企業として、それにふさわしいコーポレートガバナンス体制やコンプライアンス体制の整備・強化に努めるとともに、世界有数のモビリティ製品のメーカーとして「品質・安全」「環境」「社会活動」などへの取り組みに力を入れてきました。

とりわけ地球温暖化問題については、自動車からのCO₂の排出量は世界全体のCO₂排出量の約2割を占めていることや、日米欧での相次ぐ厳しい燃費規制や原油価格の高騰などを踏まえ経営の最重要課題と位置づけています。新興国を中心に世界的に二輪車、四輪車の需要が拡大するなかで、これらモビリティ製品の生産・販売を増やすことは、

お客様の暮らしを便利にする一方で、環境に与える負荷の増大につながります。Hondaは、持続可能なモビリティ社会の実現に向けた取り組みが、極めて重要であると考え、モビリティ企業の責務として、さまざまな環境問題に先進的に取り組んできたDNAを最大限に活かし、地球温暖化問題に果敢に挑戦しております。“最も環境負荷の小さい工場”で、最も環境性能の優れた製品を生み出す”を合い言葉に、「2010年の全世界CO₂低減目標」を自主的に定め、商品開発や生産などの活動を通して、「環境技術領域のトップランナー」をめざしてまいります。

具体的には、2007年度、四輪事業では、次世代ディーゼルエンジンや新型ハイブリッドシステム、燃料電池車「FCXクラリティ」などの開発を重点的に取り組みました。なかでも、燃料電池車は“ガソリンエンジン車に代わる、次の100年を担うクルマ”と位置づけており、その先駆けとなる「FCXクラリティ」を米国では2008年7月から、国内でも11月からリース販売を開始します。また、ハイブリッド専用車については、本格普及に向けて大幅にコストダウンを実現した新型車の開発を進めており、2009年初めに日本、北米、欧州で発売する計画です。

二輪事業では、需要が拡大しているタイ・インド・中国などに環境性能にすぐれた「フューエルインジェクション（FI）」搭載機種を、今後も増やしてまいります。

汎用事業では、ガスエンジンで発電し、排熱を利用して給湯する「家庭用小型コージェネレーションユニット」が、2003年に発売して以来、国内約5万世帯で利用されており、2007年3月からは米国でも販売を始めました。

また、2007年10月には、太陽電池システムを生産・販売する（株）ホンダソルテックの量産工場が完成致しました。

トップメッセージ

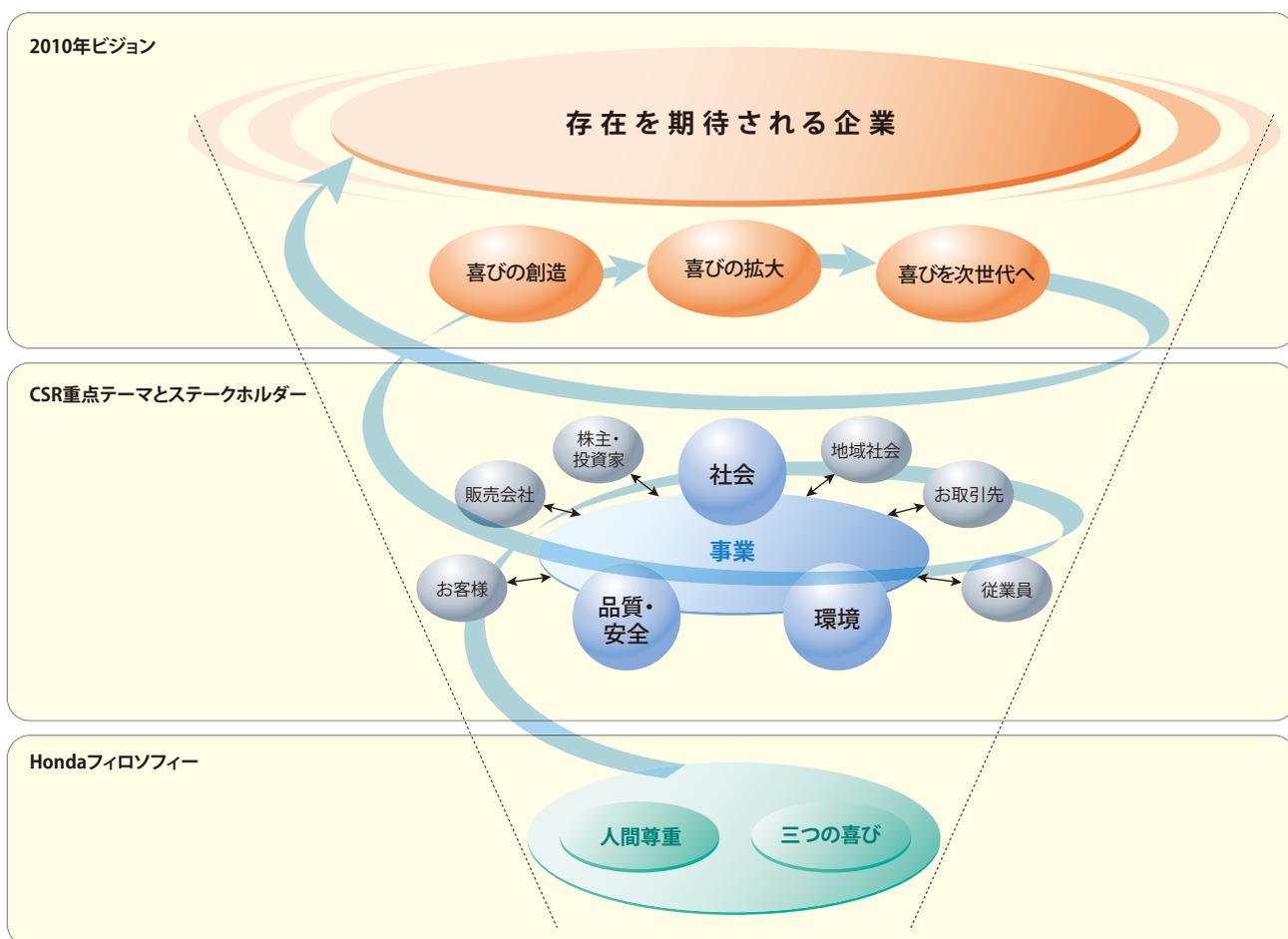
2008年春から一般家庭9,000軒分に相当する年産能力27.5メガワットの規模で次世代型薄膜太陽電池パネルを生産するなど、エネルギー創出事業を本格化させてまいります。

拡大するモビリティ需要へのアプローチ

「需要のあるところで生産する」という考え方から、米国オハイオ州で1982年に開始した四輪車生産は、昨年25周年を迎えました。これはHondaの企業活動が現地の社会や人々に受け入れられ、評価されていることと理解しております。

各地域での事業活動が拡大するに伴い、お取引先や従業員などHondaの事業に関わる人々が世界中に広がっていくと同時に、Hondaの事業が地域へ与える影響も増大しております。従って、各地域で新しく私たちの仲間になった人々と、「人間尊重」「三つの喜び」というHondaのフィロソフィーを共有しながら、地域固有の文化との融合や人権への配慮などを行ない、それぞれの地域において「存在を期待される企業」をめざしてまいります。

世界中に拡大する事業展開を支えるため、Hondaでは、



日本国内でのものづくり体制や開発体制の強化、環境対応などに力を入れております。「環境」「安全」を核とした先進技術の開発をさらに加速させ、次世代のクルマの開発を強化するため、2010年の稼働をめざして栃木県さくら市に新しい研究所を建設中です。また、2009年から2010年にかけて完成する埼玉県の新エンジン工場と新四輪完成車工場では、「環境」「高品質」「地域と人にやさしい」という視点から、生産台数あたりのエネルギー使用量の削減を可能とする最新鋭の生産方式や高効率な設備の導入、人間工学(エルゴノミクス)に基づいた工場レイアウトの採用、地域コミュニティとの定期的な対話などを実施してまいります。さらに、国内の二輪車生産を集約した熊本製作所や、四輪ATミッションの世界生産の要となる浜松製作所など既存の事業所では、同様の視点からすでに活動を進めています。またこうした国内での成果を活かし、2008年秋に稼働予定の米国インディアナ州の新四輪車工場、カナダ新エンジン工場や、中国での新たな研究開発施設、インドやタイなどのアジア、そしてブラジルなどの成長市場での基盤の強化を順次行なってまいります。

Hondaの一人ひとりが原動力

自動車産業は今、地球温暖化問題への対応と世界的なモビリティ需要の拡大という相反する課題に直面しています。

Hondaでは、これらの課題解決のために、これまで述べてきた取り組みを進めておりますが、それを成功させるためのカギは、最終的には「人」にあると思っています。つまり、私たちHondaの一人ひとりが、さまざまな問題を解決し、持続可能なモビリティ社会を実現していくために何を成すべきなのか、自ら考え実行していかなければならない

ということです。

Hondaは、独創的な発想と先進の環境技術で持続可能な社会を実現していくことにチャレンジしてまいります。そのための原点を「人間尊重」と「三つの喜び」という二つの基本理念から成る「Hondaフィロソフィー」に置いています。一人ひとりをかけがえのない存在とみなし、互いが個性を尊重し合い、平等な関係に立ち、信頼を築き、もてる力を発揮することで、「買う喜び」「売る喜び」「創る喜び」の輪を広げていく、そんなHondaフィロソフィーを体現する「人」を育てることこそが、ステークホルダーへの責任を果たし、持続可能なモビリティ社会を実現していくための原動力であると確信しています。

今回お届けする「CSRレポート2008」では、このHondaフィロソフィーを原点としたさまざまな取り組みをご紹介します。もちろん、これらの取り組みにはまだまだ改善すべき点や不十分な点がありますが、そのことを真摯に受け止め、Hondaらしい夢と志をもって私たちの取り組みを進化させることにチャレンジしていきたいと考えています。

ご一読を賜り、読者の皆様の忌憚のないご意見をお伺いできれば幸甚に存じます。



取締役社長 福井 威夫

特集

持続可能なモビリティ社会へ——Hondaの視点

モビリティの喜びを いつまでも

モビリティ製品は、人々の豊かで快適な暮らしと産業の発展になくてはならないものです。

一方で、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ながら、

CO₂やNO_x（窒素酸化物）、PM（粒子状物質）などのガスを排出しており、

エネルギー問題や地球温暖化、大気汚染などの地球環境問題の原因にもなっています。

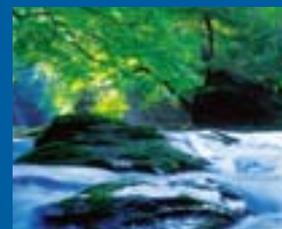
こうしたなか、BRICsなど新興国における経済成長をはじめとするグローバルな経済拡大とともに

モビリティ需要は年々拡大し続けており、モビリティメーカーには「地球環境問題への対応」と

「拡大するモビリティ需要への対応」という相反する課題をバランス良く解決していくことが求められています。

こうした状況を踏まえ、Hondaは、「次世代モビリティ製品の開発」「再生可能エネルギーの創出」、

「地域に根ざした社会活動」などを推進し、「存在を期待される企業」をめざしています。



「モビリティ製品の開発」と「エネルギー創出」 ——二つの視点から環境技術革新に挑む。

Hondaは、二つの視点から地球環境問題解決に向けてアプローチしています。一つは、モビリティ本来の魅力を最大限に高めながら、CO₂や有害物質の排出量を可能な限り低減させる“次世代モビリティ製品の開発”です。Hondaは、ガソリンエンジン車の燃費向上を追求するとともに、市街地走行でその特長を発揮する「ハイブリッド車」、長距離走行ですぐれた燃費性能を発揮する「ディーゼル車」、さらには究極のクリーンエネルギー車と言われる「燃料電池車」の開発に取り組んでいます。

もう一つは、“再生可能エネルギーの創出”です。この分野でHondaは、食用にならない“稲わら”からつくる「バイオエタノール燃料」の開発、エンジン技術を応用して天然ガスから電気と温水をつくる「家庭用コージェネレーションシステム」の普及に取り組んでおり、さらに2007年からは“世界中の家庭の屋根に「HONDA」の太陽電池を”を合い言葉に家庭用太陽電池の量産を開始。モビリティという“エネルギー消費型製品”をつくる企業としての責任を自覚し、“エネルギー創出型製品”の開発に努めています。



グローバルに生産体制を強化しながら、 各地域の人々の安全・安心・豊かさに貢献する。

世界的なモビリティ需要の拡大に応えるために、Hondaは「需要のあるところで生産する」というポリシーのもと、世界各地で二輪・四輪製品の増産体制の整備、新工場建設などを進めています。

また、増産体制づくりを通じてメーカーとしての供給責任を果たすとともに、生産拠点数の増加や生産量の拡大に伴って生じるさまざまな社会的責任——品質の高位安定化、より安全な製品開発、お取引先への公正な対応、働きやすい職場環境づくり、地域社会の貢献などに取り組んでいます。

こうして社会的責任を果たしていくにあたっては、「人間尊重」と「三つの喜び（買う喜び、売る喜び、創る喜び）」というHondaフィロソフィーに基づいて、地域固有の文化や人々の人権に配慮することはもちろん、ステークホルダーとの緊密なコミュニケーションを通じて人々の安全・安心・豊かさを創出することを心がけていきます。

燃料電池車の開発

究極のクリーンカーで、クルマの“次の100年”へ

「水素」と「酸素」を燃料とした発電エネルギーでモーターを回して走る燃料電池車。燃料電池車は、二酸化炭素などの排気ガスを一切出さないのはもちろん、ピストン・エンジン車のような振動や排気音も発生しないため、地球温暖化や大気汚染、エネルギー問題などクルマ社会が抱えるさまざまな課題をクリアする“究極のクリーンカー”として期待されています。こうしたなか、Hondaは、「クルマ社会の未来を担う」強い意志を込めて、1980年代後半から燃料電池の開発に着手。技術革新を重ねてきました。そして、クリーンカーの枠組みを超え、走る喜びと楽しさを兼ね備えたクルマの“次の100年”を予感させる「FCXクラリティ※」を開発。日米でリース販売を開始します。

※ 製品名に含まれる「クラリティ (CLARITY)」とは、英語で「明快」「明晰」を意味し、「a clear solution to the challenges of the future (クルマの未来にチャレンジするHondaの明快な解決策となる燃料電池車を創造する)」という意志を込めてネーミングされた

カーは試作車を走らせており、決して早いスタートではありませんでしたが、現在は燃料電池を環境対応型パワープラント※の一つと位置づけ、急速に開発を進展させています。

その背景には、世界的な地球環境問題への対応が急がれることと、モビリティメーカーとして、これからはより環境負荷の少ない商品を提供していかなければならないという責任があります。加えて、われわれHondaの技術者にとっては、燃料電池という動力がクルマの“次の100年”を決定づけるかもしれないという、リアリティのある“夢”であることも大きなモチベーションです。そこには、エンジンやミッションといった従来のクルマの概念から解放された、純粋に“未来のクルマをつくる喜び”があるのです。

※ 電気エネルギーを駆動車輪への機械エネルギーに変換する装置のこと。FCXクラリティのパワープラントは、V Flow FC スタック、駆動モーター & ギアボックス、リチウムイオンバッテリーに加えて、高圧水素タンクが含まれる

“次の100年のスタンダード”となる真に魅力あるクルマの実現をめざして

(株)本田技術研究所 四輪開発センター 藤本 幸人

燃料電池車はリアリティのある夢

Hondaが燃料電池を使った実験車の第一号の開発に着手したのは、1998年のことでした。その頃、すでに一部のメー

「走る喜び」「快適」「安全」を備えた“市販車”を開発する

燃料電池車の開発競争におけるHondaの今いる場所を東京箱根間駅伝に例えて言うと、開発競争という往路とビジネス競争という復路の間——開発に一つのメドをつけ、市販車を普及させていく折り返し地点のトップを走っているのではないかと自負しています。

ここに来るまで、いくつもの技術進化がありました。その最初のブレイクスルーは、2000年、新方式の燃料電池と世界最高出力(当時)を誇る蓄電装置「ウルトラキャパシタ」を備えて初めてHondaらしい加速を見せた実験車「V3」でした。これは、V1やV2で使っていた方式をやめ、新たな燃料電池——天然ガス車の高圧ガス貯蔵技術を応用し、圧縮水素を燃料とする燃料電池に挑戦する契機となりました。それまでの燃料電池は、システム全体が化学プラントのように大



(株)本田技術研究所 四輪開発センター
開発責任者

藤本 幸人

モビリティの喜びを
いつまでも

History

Hondaのチャレンジは今この瞬間も

- 1999 ●実験車「FCX-V1 (純水素型)」「FCX-V2 (メタノール改質型)」を公開
- 2000 ●「FCX-V3 (高圧水素型+ウルトラキャパシタ)」を発表
- 2001 ●「FCX-V3」が日本での公道実験を開始
●航続走行距離を向上した「FCX-V4」を発表
- 2002 ●「FCX-V4」が国土交通大臣認定を取得
●「FCX」が燃料電池車として初めて米国政府の販売認可を取得、国土交通大臣認定を取得
●「FCX」を日米同時納車
- 2003 ●水素燃料供給とコージェネレーション機能を併せもつホーム・エネルギー・ステーション (HES) の実験稼働を米国で開始
●氷点下20°Cで始動できる燃料電池スタック「Honda FCスタック」を発表
- 2004 ●Honda FCスタック搭載の「FCX」が「東京箱根間往復大学駅伝競走」をサポート



- Honda FCスタック搭載の「FCX」をニューヨーク州に販売
- Honda FCスタック搭載の「FCX」が国土交通大臣認定を取得
- 2005 ●「FCX」が日本初の国土交通省型式認定を取得
●世界で初めて個人ユーザーへリース販売
●「第39回東京モーターショー」にコンセプトカー「FCXコンセプト」を出展
- 2006 ●小型・高効率「V Flow FCスタック」搭載の「FCXコンセプト」の走行を公開
- 2007 ●「ロスアンゼルスモーターショー」で「FCXクラリティ」を発表
- 2008 (予定) ●「FCXクラリティ」の生産開始、第一号をラインオフ
●北海道洞爺湖サミットで「FCXクラリティ」を展示
●米国、日本で「FCXクラリティ」のリース販売を開始



きくて一人しか乗車できず、スタック重量も200kgを超えるために走りが悪く、走行距離も短いという、われわれHondaの四輪エンジニアからすればとても商品とは言い難いクルマだったからです。

また、続くFCX-V4では、燃料電池システムの各部位を新規設計し、コンパクト化を実現。新設計の350気圧高圧水素タンクの採用により、航続距離がV3の180kmから315kmへ

と飛躍的に向上したほか、タンクを床下に配置することで、荷室スペースを確保し、さらに加速性能や衝突安全対応も向上させ、市販モデルの性能により近づいたものでした。特に、安全性に関して、燃料電池車を市販車と同じ目線で捉え、安全性試験を実施したのは世界でもHondaだけだったと思います。その結果、完成した「FCX」は2002年に燃料電池車として世界で初めて日米両国の認可を受け、世界で最



初に実用化した自動車メーカーという栄誉を担うことができました。*

また、続く2003年には、心臓部となる「Honda FCスタック」を新たに開発。大幅な高出力化とコンパクト化を実現したほか、氷点下20℃（現在は30℃）での始動を実現するなど、北海道やニューヨーク州など厳しい寒さを迎える場所でも安心して乗っていただけるようになりました。

※ 2002年、米国環境保護庁と米カリフォルニア大気資源局の認定を取得。国内においても、国土交通省の大臣認可を取得。日本政府とロサンゼルス市に納品した。翌年の米国エネルギー省と米国環境保護省の燃費ガイドには「世界初・世界唯一の燃料電池車」として登録された。

クルマの未来形を見せた「FCXコンセプト」

われわれがめざす、クルマの“次の100年”が見えてきたのは、2005年秋に東京モーターショーで発表し、2006年9月に報道陣に公開した「FCXコンセプト」です。

FCXコンセプトは、従来より容積出力密度を約50%アッ

プ、重力出力密度も約67%アップさせるなどの驚異的なパフォーマンスを誇る「V Flow FCスタック」を搭載し、航続距離も従来モデルに比べて約30%（570km）アップさせました。また、スタックをセンタートンネルの縦方向にレイアウトするという斬新な発想によって、それまでSUVのような背の高いクルマにしかならなかった燃料電池車を、低床・低全高の先進的なデザインへと進化させました。これは、同じ燃料



FCX コンセプト

「燃料電池自動車教室」を開催

Hondaは、未来を担う子どもたちに、地球環境問題への関心や先進技術への夢を抱いてもらうことを目的に、2007年から親子が参加する「燃料電池自動車教室」を開催しています（年12回、青山ウエルカムプラザ他にて）。（株）本田技術研究所の開発メンバーが講師を務める親子教室では、紙芝居風アニメーションを使った燃料電池車「FCX」についての講義や、燃料電池の仕組みを伝える実験、「FCX」の試乗（同乗）など、燃料電池車を実際に見て、触って、体験することで、技術をわかりやすく伝えています。教室の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。2008年度は、5月から開催し、19名の親子が参加しました。

Topics



実験をのぞき込む子どもたちの様子



FCX に試乗する様子

参加者の声

本池 弘幹君

FCXを見たり乗ったりできてとても楽しかったです。「S2000」みたいな格好いいエコカーがほしいなあと思います。

本池 弘幹君のご両親

初めて試乗してみて、ガソリン車と違って「スーッと静かに発進加速したのには驚きました。あまりにも静かでスムーズなので、周囲の人に発進したことを知らせる工夫が必要と思ったくらいです。インフラ整備も含めて、「FCXクラリティ」のような格好いいクルマが早く身近なものとして普及してほしいと思います。



本池さん親子のインタビューの様子

モビリティの喜びを いつまでも

電池車を開発していても、既存のクルマのプラットフォームを流用している他社にはない、Hondaならではのこだわり。「エコカー」を超える、次の100年のスタンダードになり得る真に魅力あるクルマをめざす私たちにとって、次のステージに挑戦する大きな弾みとなりました。

また、テストコースでの公開走行では、最高速160kmの力強い加速性能を披露するなど、Hondaの燃料電池車が開発段階から販売段階へ向けて大きく加速したことを多くの人々にアピールすることができました。

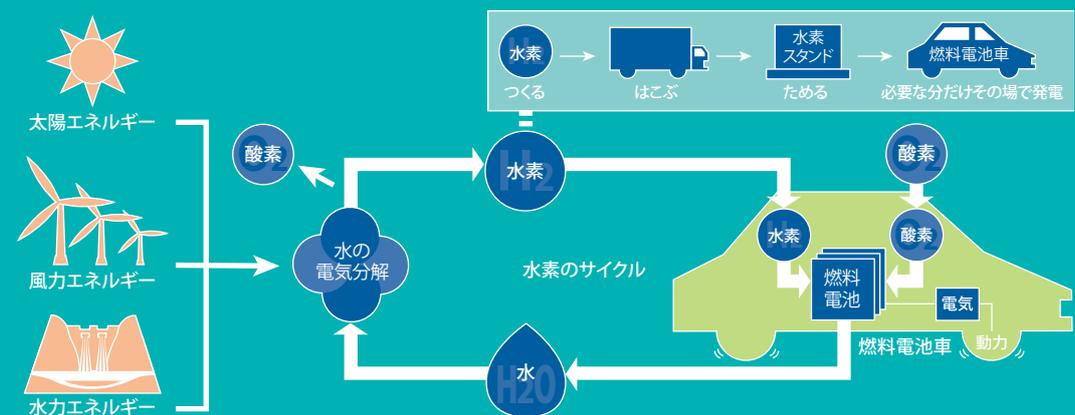
Technology

循環型エネルギーと燃料電池車

●化石燃料に頼らない 持続可能なエネルギー社会を実現

燃料電池車は、電気をつくりながらモーターを駆動させて走ります。発電のエネルギーとなるのは「水素」で、天然ガスをはじめさまざまな物質から取り出すことができます。また、水素は、太陽光や風力・水力など自然エネルギーを利用した電力を使って「水」を電気分解して取り出すこともでき、電気と違い必要な時に必要な分だけつくって大量に貯蓄しておくことが可能です。燃料電池車が走行時に排出する水が自然界に戻り、その水を使った「水素」が燃料電池車のエネルギーになる——燃料電池車には、こうした理想的な水素エネルギー循環を促す可能性もあり、将来、化石燃料に頼らない持続可能なエネルギー社会を実現することが期待されています。

循環型エネルギーを利用する燃料電池車のしくみ



●賢く楽しい性能をもつ燃料電池車

燃料電池車は、環境にやさしいだけでなく、クルマとして賢く楽しい性能をもっています。

たとえば、水素は短時間で充填でき、1回の充填でガソリン車と同等の走行が可能です。さらに燃料電池システムをはじめとするパワープラントは高出力・軽量・コンパクト、またエネルギー効率も高く、ガソリン車と比較して3倍以上、ハイブリッド車と比較して約2倍の効率を誇ります。加えて、力強く伸びやかな加速と、エンジン音のない静かな走りなど、これまでにないクルマの楽しみを体感できます。

燃料電池車の普及拡大をめざして

そして2007年11月、Hondaは、一般販売を前提に、環境性能だけでなく、動力性能、空間のゆとり、デザイン性を飛躍的に進化させた燃料電池車「FCXクラリティ」を発表するとともに、2008年7月に米国で、11月には日本でリース販売することを発表しました。

このFCXクラリティによって、Hondaは未来のクルマの普及という目標に大きく近づいたと言えます。また、個人的にも1998年にプロジェクトに参加した時に見た“化学プラントを載せたクルマ”からわざわざ



FCXクラリティ

10年でここまでくるとは思いもせず、その飛躍的な進化には大きな感慨を覚えます。

しかし、Hondaの目標は、燃料電池車を量産し、広く一般の人々に乗っていただくことです。いくら環境保全に役立つクルマをつくっても、価格が高く社会に普及しなければ意味がありませんし、100年後への「答え」にもなりません。そのためにはコスト削減はもちろん、水素インフラの充実を含めたいくつものハードルを超えていく必要があります。なかには一朝一夕には解決できないハードルもありますが、燃料電池車の実現は、1886年にベンツとダイムラーが世界でガソリンエンジンのクルマを発明して以来、およそ一世紀ぶりのエポックになる可能性があります。その“夢”の実現に向けて、今後も着実に一歩一歩前進してクルマの未来をもっと楽しく変えていきたいと思えます。

「FCXクラリティ」ラインオフ式典を開催。新型燃料電池車「FCXクラリティ」の生産を開始

2008年6月16日、栃木県の四輪新機種センターで「FCXクラリティ」の生産開始に伴うラインオフ式典が行われました。

生産にあたっては、燃料電池スタックや水素タンクの車載など燃料電池車特有の工程に対応するために、専用の組み立てラインを新設。燃料電池スタックに用いられ、高い精度の品質が求められるセルの製造工程では、専用機械を使って自動化することで、1台あたり数百

枚必要なセルの量産を可能としました。燃料電池車の普及に向けた第一歩を踏み出したHondaは、これからも生産技術面における進化を継続していきます。



ラインオフ式典の様子



水素タンクの取付の様子

Topics

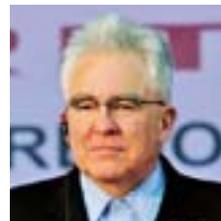
第一号ユーザーの声

ロンイクサ氏

映画プロデューサー。サンタモニカ市に家族と在住。長年の自動車愛好家であり環境保護支持者でもある。

私が「FCXクラリティ」を初めて見たのは、2007年にロサンゼルスで行われたモーターショーでした。エネルギー問題が世界的に深刻化しているなか、FCXクラリティが示した“化石燃料の代替燃料としての水素エネルギーの可能性”は、問題解決に向けた有力なアプローチの一つです。何より、ガソリンをまったく使用せずに走行する点は画期的です。ハイブリッド車もCO₂排出量を低減できますが、それでもガソリンを使用して走行することに変わりはないのですから。

私がFCXクラリティのオーナーになることを決めたのは、こうした素晴らしいテクノロジーに美しいスタイリングを併せもつ、これからの時代にふさわしい“クルマの新しいカタチ”を示していたからです。また、「FCXクラリティ」を選択するということは、化石燃料の代替エネルギーの可能性を探求する新たなプロジェクトに参加することを意味しており「このプロジェクトに参加したい」と強く願ったことも、「FCXクラリティ」を選んだ大きな理由です。



モビリティの喜びを いつまでも

デザインに込めたのは「先進性」と「普遍性」です

FCXクラリティの特長は、「V Flow FCプラットフォーム」という革新的な分散型パワーフロントが実現したことで得られた、デザインの大きな自由度です。エンジンがなくなり、他のコンポーネントも小型化されたことで実現した、ショートノーズとロングキャビンのワンモーションのサイドビュー。全長に対して室内空間が大きくとれるようになったこの新しいセダンの形を、Hondaは「ダイナミック・フル・キャビン・セダン」と呼んでいます。燃料電池車は究極のエコカーではありますが、デザインにあたっては、純粹に走る楽しさや所有する喜び、スタイリングの力強さや伸びやかさ

など、クルマの普遍的な魅力をもつものになりたいと考えました。見所は大きく前進したフロントピラーと融合したフェンダー、前後に大きく絞り込んだキャビン、セダンとしてはこれまでにないような立体的で色気のあるリアまわりのデザインです。さらに、ドアミラーやホイールなどディテール・デザインにまでこだわり、カラーリングにおいても従来のエコカーのイメージから脱却し、造形美を優雅に映し出す「スターガーネット」という深紅の陰影をモチーフに採用。美しさとことここどわったHondaらしい「エモーショナルなデザイン」を実現しました。



(株)本田技術研究所
四輪開発センター
エクステリアデザイン担当
長谷川 勝



デザインスケッチ



ドアミラーデザイン

Voice

ドアを開けた瞬間に未来を感じてほしい

スケッチを描く際に考えたのは、ドアを開けて一目見ただけで心が奪われ、誰もが乗ってみたいと感じてもらえるような未来感を表現することです。とくに、インテリアで最初に目に入るコックピットまわりにはこだわりました。「未来のクルマを運転しているんだ」というワクワクドキドキ感を提供するために、コックピット中央部には燃料電池ならではの水素の消費状況やバッテリーの消費、回生状況、出力計などを立体的に表示するとともに、鮮やかな光で演出した新開発の「FCマルチブックスメー

ター」を装備。単なる見やすさだけではなく、先進性も感じてもらえると思います。また、リア席にも異次元の気持ちよさを提供したいと考え「V Flow FCプラットフォーム」で得た広いスペースを活かして各席に独立したシートを配置し、さらにドアライニングを大胆にえぐることによって広がり感と包まれ感を同時に演出しています。そして、世界初の植物由来の新素材「Honda/バイオファブリック」を用いたシートなど素材の選択においても未来のプレミアムセダンにふさわしい仕立てにこだわりました。



(株)本田技術研究所
四輪開発センター
インテリアデザイン担当
高木 陽蔵



デザインスケッチ



FCマルチブックスメーター

家庭用「次世代型薄膜太陽電池」の開発

世界中の家庭の屋根に Hondaの太陽電池を

燃料電池車やバイオエタノールの生産技術開発など、環境領域で新しい未来を提案し続けているHondaが2007年、また一つ新たなチャレンジを本格化させました。舞台は、熊本製作所の敷地内に設立されたグループ会社、「ホンダソルテック(HST)」。同社が製造・販売する太陽電池システムは、需要が逼迫するシリコン製太陽電池に比べて、現状においてはエネルギー変換効率はやや劣るものの、製造時のエネルギーは大幅に少なく、環境負荷の低減と経済性の面から業界の注目を集めています。モビリティの夢を追求するHondaが描く、エネルギー創出事業という新たな夢。そこには、Hondaがモビリティ開発で培ってきた、“独創へのこだわり”が随所に込められています。



本田技研工業(株)汎用事業本部
ソーラーシステム事業企画室 室長

古川 潤一郎

“エネルギー消費型製品”から
“エネルギー創出型製品”へ

本田技研工業(株)汎用事業本部 ソーラーシステム事業企画室 室長
古川 潤一郎

モビリティメーカーとしての社会的責任を果たすために

Hondaは、次世代ディーゼルエンジンやハイブリッドカーなどの開発を通じて環境負荷低減をめざしています。太陽電池もその一つですが、従来のモビリティと異なるのは、消費エネルギーを削減するのではなく、新たにエネルギーを生み出す製品ということ。「エネルギー消費型製品」をつくる会社として、「エネルギー創出型製品」を世の中に普及させていくことは、社会的責任を果たすことにつながります。こうした考えから、Hondaは早くから再生可能エネルギーに関する調査研究を行っており、実際そこから燃料電池車やバイオエタノールなども生まれています。

太陽電池を“シビック”のような存在に

こうした背景をもとに、Hondaは1996年から太陽電池の研究を開始しました。目標は、「世界中の家庭の屋根にHONDAのロゴを掲げること」。太陽電池を、どの街にもあ



モビリティの喜びを いつまでも

る、多くの人々に愛される“シビック”のような存在にしていこうというわけです。

ちなみに、国や自治体から公的補助のある公共・産業向けではなく、あえて家庭から普及をめざした理由は、発電所から送電線を使って各家庭に電気を送る今のシステムには大きなムダが存在するからです。需要のあるところで生産する、これがHondaのグローバル展開の考え方ですが、電気エネルギーも同じ。必要なところでつくって、必要な分だけ使うという分散型のエネルギーシステムが将来は必ず必要になると考えています。

新たな素材CIGS※の実用化に挑戦

世界中の家屋に載る太陽電池版シビック。この目標を実現するためには、またHondaが先発メーカーに伍して闘っていく以上は、新しい挑戦をしなければ意味がありません。そこでHondaは、発電層にCIGSという化合物半導体を使った太陽電池に着目し、開発をスタートしました。

当時は、ほとんどの太陽電池メーカーは「シリコン」を使っていますが、シリコンはその製造工程で莫大なエネルギーを必要とすることに加えて、シリコンの価格や供給量は半導体の需給に左右され、量産時にコスト高や品不足から多くの家庭に供給できなくなるおそれもあります。

そこで、光吸収率が高い素材としてCIGSを選択したのですが、当時、量産技術を確立した会社はなく、先行するシリコン製太陽電池の性能やコストに近づけるためには大きな困難が予想されました。けれど、人まねをせずに先進技術に挑戦することがHondaのアイデンティティ。ゼロからのスタート、そして太陽電池メーカーとして最後発という状況を新たなパワーに変えていこうと事業化を決意しました。

※ 銅 (Copper)、インジウム (Indium)、ガリウム (Gallium)、セレン (Selenium) を用いた半導体。波長領域が長く、シリコンより一桁上の光吸収率をもつ



(株)ホンダソルテック
代表取締役社長

数佐 明男

太陽電池をHondaの環境ブランドの柱に 位置づけていきたい

(株)ホンダソルテック 代表取締役社長 数佐 明男

“すべてがチャレンジ”という環境のもとで

HSTは、2006年12月に太陽電池の事業会社として設立されました。量産実績も販売実績もある先行メーカーを相手に「Hondaの太陽電池」として競争力を高め続けていくためには、製品開発だけでなく、生産体制も販売戦略も“獨創性”が求められます。そこで、新たな組織をつくり、“すべてがチャレンジ”という環境のもとで事業活動をスタートすることにしました。

チャレンジのポイントは、大きく二つあります。一つは、高性能・高品質な太陽電池を多くの人々に提供していくためにコストパフォーマンスを高めていくこと。もう一つは、お客様に安心して買っていただき、また販売店も売る喜びを感じていただけるような販売ネットワークを全国に広げていくことです。

コストパフォーマンスの向上をテーマに

コストパフォーマンスの向上に関しては、すでにHondaはCIGS素材特性を活かして、どこに光が当たっても発電できる業界初の太陽電池を生み出すことに成功しています。こうした性能の優位性を一層磨きつつ、コストを下げていく必要があります。

そのために、HSTでは自動車製造で培ってきた効率化や生産性向上に関するノウハウを土台に、さらなるプロセスの合理化、自動化を推進。現在は、性能の均質性を保ちながら太陽電池基板の大型化を実現するための技術開発に取り組むほか、歩留まりの向上させるためのさまざまな工程改善に取り組んでいます。

ユーザーの声をもとに販売店のコンセプトを立案

販売店ネットワークの構築に関しては、お客様視点での販売網——「メーカー」から「販売店」、「お客様」に至る経路を一本の線にすることで“お客様を守り、顧客満足を高めていく販売店”をコンセプトに地道な販路開拓に注力しています。他社のソーラーシステムを設置しているユーザーに聞き取り調査した結果、多くの不満や不信、不安が浮かび上がったのです。そこで、これまでモビリティ製品や汎用製品で構築してきた“お客様に責任を果たす販売網”を太陽電池領域でも実現するために、販売から設置工事、完成検査、アフターサービスまでの工程を一貫して担える販売店との契約を進めています。

Hondaらしさを発揮して事業基盤の確立に全力を

太陽電池は世界的に市場が拡大している有望事業であり、将来は海外展開も視野に入れていきたいと思いますが、まずは国内での事業基盤の確立——さらなる性能向上とコスト削減、販売店の拡大に注力するとともに、お客様一人ひとりに高い満足度を提供することに全力をあげていきます。そして、じっくりと事業育成に取り組み、太陽電池をHondaの環境ブランドの柱に位置づけていきたいと思っています。

Hondaらしい独創性を打ち出しながら、いかに環境貢献度を高めていくか

(株)ホンダソルテック 取締役 検査主任技術者(兼 技術部長) 鈴木 康浩

ベターではなくベストにこだわる

Hondaは、モビリティ製品の開発・生産において、ライフサイクル全体を見据えた環境負荷の低減に早くから取り組んできました。そして太陽電池においても、Hondaらしい独創性を打ち出しながら、環境貢献度の高い製品の実現をめざしています。そのためには、他の製品に負けないエネルギー



(株)ホンダソルテック 取締役
検査主任技術者(兼 技術部長)

鈴木 康浩

変換効率の実現と、より省資源・省エネルギーでの生産を可能にする生産技術の確立が必要となります。

そこでHondaは素材にCIGSを採用し、1999年には実験室での基礎研究で当時の世界トップレベルの発電変換効率を実現。そして、その高いポテンシャルを実用化していくために必要な薄膜大面積化のプロセス技術や設備開発を、生産技術開発のスペシャリストであるホンダエンジニアリングに移管。技術検討の結果、開発段階とはまったく異なる生産方法に思い切ってリセットすることにしました。勇気のいる決断でしたが、何事もベターではなくベストにこだわるのがHondaの「先進創造」です。

こうした姿勢が功を奏して、2005年末には目標としていた大面積量産性成膜プロセスの基盤技術を確立。従来の結晶系シリコン太陽電池の80分の1の薄さで、当時の薄膜系太陽電池で世界トップレベルの発電性能を達成しました。また、量産化ラインの構築にあたっては、独自の生産設備の開発、成膜工程の完全自動化などに加えて、自動車製造ラインで培ってきた生産技術を取り入れることで、シンプルかつ品質や生産性向上に有利な製造ラインを実現しました。



Honda太陽電池モジュール(CIGS薄膜太陽電池)

“小さく産んで、大きく育てる”

量産化の第一歩を踏み出したHSTの今後の課題は二つあります。一つは、CIGSのもつ高いポテンシャルを活かした、発電効率をさらに向上させた製品の具現化です。もう一つは、設備改善や工程改善などによって、さらなる生産効率・歩留まり向上、コスト削減を図り、コストパフォーマンスを向上していくことです。

いずれにしても、“小さく産んで、大きく育てる”のがHondaの流儀。今後も現場レベルでの日々の改善を積み重ねていきたいと思っています。

創業期のHondaの活気を新会社に

新会社らしい“活気あふれる職場”をめざして

HSTを立ち上げる際にめざしたのは、いわば創業期のHondaのような活気あふれる職場です。そこで人材採用にあたっては、新しいことに挑戦する意欲をもった人材を求めて、地元九州を中心に“創業期メンバー”を募りました。

また、新規事業にふさわしい“先進性と獨創性”をカルチャーとしてどう織り込んでいくか、太陽電池という事業にふさわしい“環境先進工場”をどう具現化していくかの2点を重視して職場づくりを推進していきました。

先進性と獨創性については、いろいろな会社、職場を経て集まってきた新入社員の人たちの声をできるだけ取り入れ“自らの職場を自らが提案し、実践する工場づくり”こそHondaの先進創造にふさわしいのではないかと考えました。また、みんなに“あるべき姿”を考える機会をもってもらうことで、“高い理想を掲げて挑戦する”というHondaカルチャーを一体感をもって体験してもらい、伝承していけるようにすることもねらいの一つでした。

幸い、入社した従業員たちは意欲の高い人材が多く、工場内部の作業台の高さから、食堂やリラクゼーションルーム、トイレの備品一つに至るまで、多くの意見が集まりました。

施設の随所に従業員の声を反映

たとえば、「リラクゼーションルーム」については、何も無い部屋を見せて「10分でリフレッシュできる部屋」をテーマとした討議を繰り返し、実際に具現化していきました。また、女性にも働きやすい職場であることを示すために、使い勝手の良い広いトイレを設置。ちなみに、内装や備品は地元のホテルや公共施設を見ながら決めていきました。さらに、工場は三交替制となっていることから、いつでも温かな食事がとれるよう食堂を開設しました。

一方、環境面については、Hondaの環境基準を遵守することはもちろん、工場の建設時

から配慮を徹底。たとえば、工場建設の際には産業廃棄物になる土砂をなるべく持ち出さないように工夫しました。また、工場の壁面には21kWの太陽電池モジュールを設置して、事務棟の照明に活用。さらに、24時間稼働し続ける工場の空調効率を高めるために、天井の構造を工夫して放出熱を再利用するなどの環境対策を施しました。

地域に根ざした「企業市民」として

このように、HSTはさまざまな施策を手づりしてきましたが、取り組みはスタートしたばかり。自分の頭で考え、工夫して、皆で関連に討議しながら成果を分かち合う「ワイガヤ」、現場・現実・現物を直視して問題解決に取り組む「三現主義」などを定着させていくためには、われわれが確固たる信念をもち、率先垂範していく気概をもたなければなりません。

また、会社のなかで個々が責任を果たすだけでなく、環境保全や社会貢献活動などを通じて地域社会への責任を果たす「企業市民」をめざす必要もあります。

こうした取り組みを通じて、将来は、Hondaの環境ブランドの一層の向上に貢献するHSTを実現し、Hondaの他の工場と同様、「Hondaがこの街に、この社会にあって良かった」と言われるようになりたいですね。



(株)ホンダソレテック
製造部長

高松 昭雄

Voice



リラクゼーションルーム

“お客様を守り、顧客満足を高めていく販売店”を
 (株)ホンダソルテック 取締役営業部長 水本 和幸

「工事からサービスまで一貫して担える販売店」を

他社のソーラーシステムを利用しているユーザーへの聞き取り調査からわかったことは、太陽電池の販売の世界では「設置後どこに相談していいかわからない」「設置後はアプローチがなく不安」といった不満・不信・不安という「3つの不」が存在しており、“お客様を守り、顧客満足を高めていく販売店”が根づいていないということでした。

率直に言えば、このことはHondaが太陽電池の販売ネットワークを構築していく上で、大きなチャンスと捉え、「メーカー」「販売店」「お客様」の関係を一本の線にすることにより、お客様から選んでいただける販売店をつかっていく。それがHondaが追求してきたことだからです。

そこでHSTでは、販売から設置工事、完成検査、アフターサービスまでの工程を“一貫して担える販売店”と契約することを販売網構築の指針としました。太陽電池は一軒一軒の家屋にシステムとして設置してようやく“完成する”商品だからです。もちろん、出荷前には厳重に品質をチェックしますが、買う喜びを安全・安心とともに届けるためには、設置工事やアフターサービスに積極的な販売店が必要です。また、そうした販売店ならば、設置後もお客様の声が集まり、商品の改良や各種の販売施策に活かしていくことができます。

独自の資格要件を設定

一貫体制をもつ販売店との契約を確実に実施していくために、HSTでは独自の資格要件を設定しました。要件とは、①建設業許可を取得し、地域に根ざしている、②第二種電気工事士を取得している、③建築士(二級)を取得している、④瓦屋根工事技士を取得している、などで、すべては安



(株)ホンダソルテック
 取締役営業部長
水本 和幸

全と安心をお届けするためです。「地域に根ざしている」と明記したのは、「顔を知っている店員が対応してくれる」というお客様の信頼感が、販売店の責任感も強めていくと考えたからです。

そして、要件を満たすと思われる販売店やHondaにお問い合わせいただいた販売店を全国各地域ごとにリストアップし、販売店に対する説明を開始しました。ところが、実際に説明を始めてみると、従来の業界慣習とは大きく異なるHondaの手法に一部の販売店から「資格要件が厳しすぎる」「設置までの確認事項が多すぎる」などの声があがりました。

そこでわれわれは改めてその必要性——資格要件がないとお客様の業界への信頼感が高まらないこと、新しい手法は必ず多くのお客様に支持されることなど、“Hondaの確信”を販売店のオーナー一人ひとりに丁寧に説明していきました。すると、Hondaと同様、業界の現状や先行きに危機感を抱く販売店も多く、賛同していただける販売店も徐々に増えていきましたが、改革に伴う対話の重要性を強く感じる出来事でした。



設置例

「売る喜び」「買う喜び」の輪を広げていく

現在、HSTの販売網は90店を超え(2008年3月末現在)、2008年度中には200店を超える予定です。店舗の増加とともに販売実績も着実に上向きつつあり、2010年までには10,000軒以上の家に太陽電池を設置していく計画です。

もっとも現状の国内市場は、住宅着工件数の減少や国や地方自治体からの補助金制度の廃止などがあり、決して順風とは言えません。ライバルメーカーとの競争は激化する一方であり、全国展開する上では、塩害や豪雪に対応する製品も開発していく必要があります。

けれど、どんな事業、製品でも「できない理由」を探しては前に進みません。Hondaはチャレンジャーであり、勝負はこれから。Hondaらしい高性能・高品質な太陽電池システムをHondaらしい販売手法でお客様にお届けすることを通じて、売る喜び、買う喜びの輪を広げていきたいと思えます。

モビリティの喜びを いつまでも

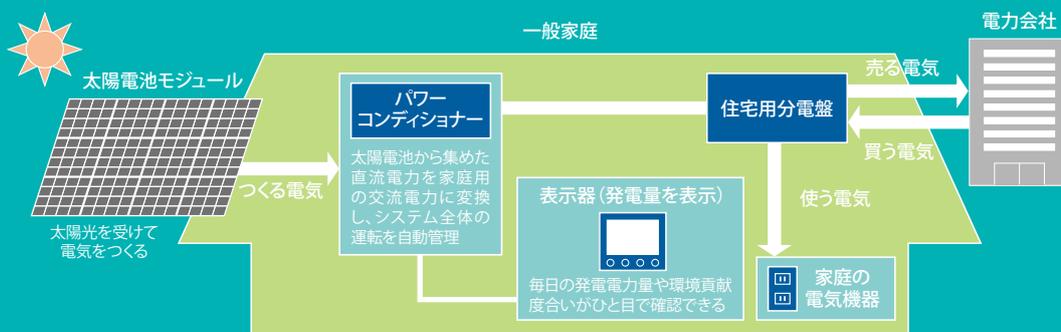
平均的な家庭1世帯分の使用量をほぼカバー

Hondaの住宅用太陽光発電システムは、一つのモジュールでサブモジュールを3枚つなげる構造となっており、モジュール24枚で約3kWを出力。これは、平均的な一般家庭の1日の電力使用量(3kW以上)をほぼまかなえる発電量です。モジュールの色はシリコン系のパネルによく見られる「青」ではなく、日本の家屋や景観にマッチし、しかも光を吸収しやすい「黒」。平均的な価格はモ

ジュール、パワーコンディショナー、施工費などと合わせて3kWシステムで本体が約200万円となっています。年間生産能力は、フル稼働時27.5MW(一般家庭9,000軒分)を予定しています。このほかにも、一度設置すれば基本的にはメンテナンスフリーで掃除の手間が不要なこと、また昼間に発電して余った電気は電力会社に売ることができると、光熱費の削減を容易に実現できます。

Products

一般家庭での太陽電池発電のしくみ



販売店の皆様とともに課題を解決していきたい

日々販売店の方とお会いして、「HONDA」に対する期待をひしひしと感じています。もちろん製品への期待もありますが、われわれ営業部門には、いかにしてお客様の心を掴むかという販売支援の方策が求められています。この期待に応えられるよう、販売店の皆様と一緒に課題を見つけ、解決していくことを

大切にしていきたいと思っています。そうすることで、Hondaの太陽電池事業に対する意気込みや、お客様の目線で考える姿勢に共感していただくことができ、ノウハウ共有にとどまらない、長期的な信頼関係づくりに役立つと確信しています。



(株)ホンダソルテック
営業部
阿野 充伴

Voice

お客様満足度を高める「販売店の資格要件」

「あのHondaが太陽電池をつくった?」。そんな興味を抱いて見たHondaの太陽電池は、一部分が日陰になっても発電性能が落ちにくいなど、CIGSという素材を最大限に活かした期待通りの製品でした。また、施工もできる販売店がお客様の窓口になる資格要件を設けたことも、地域密着で事業を営んできた私にとっ

ては大いに共感できます。お客様の顔を見ながら満足度を高めていくことが、次のお客様の紹介にもつながる重要なファクターになるからです。今後はもっと製品の良さを世間にアピールして、認知度を向上させてもらえると嬉しいですね。多くの方もきっと私のような期待を抱くと思います。



(株)イーエスピー
代表取締役
下山 俊彦様

In North America

アメリカの大地に根づいた Hondaチャレンジ精神の系譜

Hondaにとって北米地域は、連結売上高の50%以上を占める最重要市場です。この地域での四輪車の年間生産能力は、2008年3月末で約142万台、さらに今年の秋に稼働を開始する米国インディアナ州の新工場により年産約162万台となる予定です。

その巨大市場の中核的な生産拠点が、米国オハイオ州にあるHAM (Honda of America Mfg., Inc.)。Hondaは1978年、他の日系自動車メーカーに先んじて米国での現地生産拠点HAMを設立。以来HAMは、日米のモノづくり文化の違いや言葉の壁を一つひとつ乗り越えながら成長を続け、今や約12,500人の従業員を擁し、Hondaが北米全体に供給する四輪車のおよそ5割を生産するまでになっています。

こうした成功の基礎となったのが、「需要のあるところで生産することこそが、地域社会への貢献に結びつく」という考え方であり、現地のお客様、お取引先、従業員、地域の人々と「喜び」を分かち合うというHondaフィロソフィーでした。

ASSOCIATE

「人間尊重」の理念を実践することで、
個人と組織の能力をさらに高めていく
総務部 部長 ティム・ギャレット

改革を支える「アソシエイト」という考え方

グローバル規模で競争が激化している自動車産業で勝ち残るために、HAMは現在、さまざまな改革を進めています。そのなかで重視しているのが、従業員を「アソシエイト (associate / 仲間・同僚)」として遇することです。良い商品をつくるためには、私たち一人ひとりがそれぞれの役割を

果たすことも大切ですが、みんなが「仲間・同僚」として協力し合うことが不可欠だからです。

米国では、多くの企業が、従業員のことを「会社に雇用されている人」を意味する「エンプロイー (employee)」という言葉で表現しています。しかしHAMでは、「Hondaは一つだ。私たちはHondaのために働いているわけではなく、私たち自身がHondaなのだ」という思いを込めて「アソシエイト」と呼んでいます。

実際、HAMでは、社長も工場の従業員も同じ目的をめざしている「仲間・同僚」として、全員が同じデザインの作業を着て仕事をしています。経営陣といえども頻繁に生産現場に足を運んでラインや製品の品質などを確認する必要がある以上、工場従業員と同じ服を着るのは当然のことなのです。

一人ひとりの成長が会社を成長させる原動力

HAMでは、一人ひとりのアソシエイトが、自らの可能性・能力を伸ばせる職場づくりに努めています。

他の自動車メーカーでは、従業員の仕事が「溶接」「塗装」「組立」などに細分化され、仕事ごとに給与体系も異なっているために部署異動が難しいのですが、HAMでは、製造に直接携わるアソシエイトの給与体系を一つにして、一人ひとりが能力や適性を十分に発揮できるよう、個々の希望を聞きながら随時配置転換するようにしています。

またHAMでは、マネジメントと生産現場の双方向のコミュニケーションを大切にしています。

マネジメント層にとって、生産現場の声を聞き、そのニーズを把握することは、さまざまな問題を解決するために、また



モビリティの喜びを いつまでも

History

日本の自動車メーカーとして初めて米国で四輪車生産を開始 ——Hondaの四輪海外生産展開の「お手本」に

Hondaは現在、世界24カ国・67の生産拠点で二輪・四輪・汎用製品を生産しています。このうち、最大の需要地である北米地域の生産拠点数は14(2008年7月現在)拠点で、そのうちの4拠点を有し、北米生産の中核となっているのが米国の「HAM(Honda of America Mfg., Inc.)」です。

HAMは、2007年11月、四輪車生産25周年を迎えました。日系自動車メーカーとして初めて米国で四輪車生産を開始してから、四半世紀が経過したのです。

HAMは、1979年に二輪車の生産を開始し、わずか3年後の1982年にメアリズビル四輪工場であコードの生産を開始。以来、1985年には二輪車用エンジンの生産から始まり現在では四輪車用エンジンを生産しHonda最大のエンジン工場にまで成長したアンナ・エンジン工場を、1989年にはイーストリバティ四輪工場を建設する

など、北米最大の生産拠点として、HAMはHondaの世界戦略の一翼を担うまでに発展してきました。

このように、HAMは「需要のあるところで生産する」という理念の下、Hondaの海外四輪生産を最初実践し、成功させた会社です。また、「従業員の能力・技能向上とエンプロイアビリティの向上」「生産性と作業安全性向上の両立」「環境保全活動」「お取引先との相互信頼関係の構築」、さらには「地域社会との交流・社会貢献活動」などに積極的に取り組んできました。こうした現地での取り組みは、その後のHondaのグローバル生産拠点展開の「お手本」にもなっています。



HAMだけで生産されている天然ガス自動車「シビックGX」

一つの目標を現場と共有するためにも不可欠です。そこでHAMでは、すべての部門において部門長が定期的にアソシエイトと対話する「ラウンドテーブル」を開催し、「安全」「環境」「品質」「コスト」「デリバリー」など、さまざまなテーマでディスカッションをしています。

一人ひとりのアソシエイトが成長の「喜び」を感じながらお客様の「喜び」を想像し、そのことが会社を成長させる。生産現場の声がマネジメントを鍛え、そのことはお客様の「喜び」をより大きなものとし、会社をさらに成長させる。そして、会社の成長に伴って増えた利益をアソシエイトに還元することで、彼らの「喜び」をいっそう大きなものへとしていく——HAMに根づきつつあるこんな好循環をさらに加速させていきたいと思えます。

HAMの企業運営の根本にあるのは、「個性を尊重し、平等な関係のなかで皆が力を尽くして喜びを分かち合う」というHondaフィロソフィーです。このフィロソフィーを実践することが、HAMの競争力向上に直結しているのです。



総務部 部長

ティム・ギャレット



S U P P L I E R

お取引先とともに生産性向上と企業体質の強化を図っています
 北米購買部 企画グループ ユニット・マネージャー エイミー・パーク
 主幹 エリー・ブラッドフォード
 主任 マイク・アレン

HAMでは、自らの生産性向上と企業体質の強化を図るだけでなく、お取引先とともにそのパフォーマンス向上に努めています。

まず、北米におけるすべての部品お取引先、事務・修理関連用品などについてのお取引先と毎年会議を開き、前期のパフォーマンスを振り返りながら、来期や中期の戦略やその方針を提示。また、多くの主要なお取引先に対し「トップエグゼクティブミーティング」を実施し、Hondaグループの全体方針や、購買方針などを詳しく伝え、さらなる企業体質の強化を図っています。

さらに、北米購買部の一部門である「NAT (North American Technical)」が、お取引先の生産性向上や企業体質のさらなる強化を図るため全力でお取引先をサポートしています。その手法の一つとして「Honda Supplier Training」というプログラムを設けており、2007年度は「問題解決手法」「リーダーシップ」「コミュニケーション」「品質サークル」などをテーマとした256のクラスを開設し、お取引先の幹部や従業員など、延べ3,367名が受講しました。

また、生産性向上や企業体質のさらなる強化だけでなく、コミュニティにおける模範的な企業市民となっていくことも重視しており、「環境」「ダイバーシティ」「地域社会への参画」「安全・衛生」「企業倫理・コンプライアンス」「政府との対話」など6つの項目に焦点を当てたプログラムを設け、優れた活動を実践しているお取引先を表彰しています。



左：北米購買部 企画グループ 主幹
エリー・ブラッドフォード
 中：北米購買部 企画グループ
ユニット・マネージャー
エイミー・パーク
 右：北米購買部 企画グループ 主任
マイク・アレン

C O M M U N I T Y

私たちがもつリソースを地域社会の発展に役立てています
 渉外・広報課 課長 ビル・コンスタンタコス

北米地域におけるHAMの存在感が大きくなるにつれて、私たちに對する地域社会からの期待が非常に高まっています。HAMは、その設立以来、「良き企業市民」として、こうした期待に応えるために、多くのアソシエイトとともに地域社会の発展に寄与するさまざまな活動に取り組んでいます。

たとえば、オハイオ州は将来、技術者が不足するであろうという問題を抱えていることから、6つの大学とともに将来の技術者を開発し育成する活動を行っています。また、1999年からアソシエイトが講師を務める学校教員向け研修プログラムを設けており、今では述べ13,000名以上がこの研修に参加しています。

環境保全の面では、8,200エイカー（3,318万m²）におよぶHAMの敷地から有害物質を排出しないようにするのは当然のこと、HAMの近くにある自然保護区、ビッグダービー・クリークの保全にアソシエイトがボランティアで携わるとともに、10年以上にわたって合計46万ドル以上の資金提供をしてきました。

さらにHAMでは最近、乗用車とSUVの混合生



ビッグダービー・クリーク



高架橋



渉外・広報課 課長
ビル・コンスタンタコス

モビリティの喜びを いつまでも

産を開始しましたが、SUVは乗用車よりも車体が大きいため、これらを鉄道輸送する際に連結せねばならない貨車が増えて列車全体が長くなり、その結果、踏切での待ち時間が長くなり地域社会の交通に影響を与えてしまいます。これに対しHAMは、自ら費用を負担して高架橋をつくることを決めたのです。企業活動がコミュニティに与える影響を最小限

に抑えることは、企業自身の責任だと考えるからです。

地域社会の要請に応え、地域社会が抱える問題を解決していくために、私たちHAMは、これから会社とアソシエイト一人ひとりがもつ技術や資金などのリソースを上手に活用する方法を考え、実践していきたいと考えています。

安全で快適な職場づくりでアソシエイトを守っています

HAMでは、生産ラインに人間工学(エルゴノミクス)を取り入れ、独自のガイドラインに基づいて工程・作業の改善を図るなど、アソシエイトがより安全に、快適に仕事ができるよう長年にわたり努めてきました。これに加えて2008年度今年からは二つの新たな取り組みを開始します。

一つは「ワークハードニングプログラム」です。これは、新入社員が車体組立などのスピードの速いラインに対し作業を安全に対応していけるよう、3~4週間かけてトレーニングし、同時にウェルネスセンターでフィジカルセラピーを受けてもらい、身体の慣れ具合を判断

しながら現場に配属していくプログラムです。

もう一つは、日々のミーティングのなかでアソシエイトが「生産現場の安全性をどう高めていくか」について話をする「安全スピーカー」活動をビデオに撮り、さまざまな機会を通じて他の多くのアソシエイトに見てもらおうこと。スピーカーを務めるアソシエイトには、家族や友人のことを考えながら話をしてもらうよう要請するつもりです。「自分が事故にあうと、大切な家族や友人に影響を与えてしまう」——そんな思いやりが職場の安全性向上の推進力となると思うからです。



メアリスビル四輪工場
組立課 課長
ロブ・メイ

Voice

自然保護区にも配慮した環境活動に取り組んでいます

HAMは、1998年に環境マネジメントシステムのISO認証を取得。これに基づいて、エネルギー使用量の削減やリサイクル推進、廃棄物削減など環境保全活動に取り組んできました。

なかでもCO₂の削減は重要な課題であることから、エネルギー使用量の削減によるCO₂削減に積極的に取り組んでいます。たとえば、よりエネルギー使用量の少ない設備に切り替えたり、設備不稼働時の電源オフ管理を実行したり、より効率的な生産方法を導入したりすることで、生産オペレーションでのエネルギー使用量の削減に焦点を当て大変多くの改善活動を行っています。

また、埋め立て処分する廃棄物の削減にも力を入れており、2010年までに2000年比で90%削減することを目標として掲げ、その達成

に努めています。

さらに、HAMのメアリスビルおよびイーストリバティの工場のそばには自然保護区となっている湿地帯があることから、廃水管理にも細心の注意を払っています。化学物質や溶媒が排水に混じらないように排水処理施設の整備は当然のこと、大雨のときに大量の雨水が自然保護区に流れて自然を破壊しないように我々の敷地内に雨水を溜めて排水量を制御しています。また、これらの雨水を工場内の冷却水として再利用しています。

今後も、自然保護区に生息する多様な動植物にも配慮して、環境マネジメントシステムを一層高度なものにしていきたいと考えています。



環境・設備管理課
技術主幹
カレン・ヘヨブ

In South America

二輪車の普及と並行して交通安全教育を実施

Hondaは、1975年に二輪車の生産・販売を行う現地法人「モトホンダ・ダ・アマゾン・リミターダ(HDA)」の設立以来、ブラジル市場の旺盛な需要に応じて生産体制を拡充。2007年8月には累計生産台数が1,000万台を突破しました。

「HONDA」は、製品だけでなく交通安全普及活動においても、大きな存在感を示しています。現在、ブラジルではモータリゼーションの進展に伴って交通事故が増加し、大きな社会問題となっています。こうしたなか、Hondaは、HDAを設立し二輪車の普及を開始するとほぼ同時に、安全運転講習を開始。1998年にはサンパウロ近郊に12万m²の面積を有する「交通教育センター」を設立。一般の人々はもちろん、販売店インストラクターや交通警察など交通安全に関わる指導者養成も行っています。また、インストラクターの

養成にも努めており、2006年に設立された2カ所目の交通教育センターと合わせて、これまでに養成したインストラクターは約630名にのぼります。

さらに、各地に実技トレーニングコースを併設した二輪販売会社を設立しており、二輪車市場が拡大するなか、バイクだけでなく、“安全”を手渡す活動を推進しています。



交通教育センター



教育の様子

In Asia, Oceania

オフィス・生産現場の職場環境の改善を推進

インドで四輪の生産・販売を行う現地法人「ホンダシェルカーズインディア・リミテッド(HSCI)」は現在、同国の需要拡大に応えるために年々生産体制を拡充しており、2007年12月には年間生産能力を従来の5万台から10万台にまで拡大しました。また、2010年中には年産6万台の第2工場も稼働を開始する予定です。

こうした生産体制の拡充に伴って従業員数も急増しています。そこでHSCIは、“一人ひとりの人間をかけがえのない存在”とするHondaフィロソフィーの精神に基づき、職場環境を維持・向上していくために、生産現場とオフィスエリア、厚生エリアの職場環境の改善を進めています。

生産現場では、「職場の安全性確保」をテーマに、ソフト面では安全教育の強化、ハード面では溶接および塗装ロボットの導入、安全柵やセンサーの改善、エルゴノミク

スを考慮した作業レイアウト・作業アシスト装置の工夫などを実施しました。

オフィスエリアでは「快適で効率的なオフィス」をめざして、ゆとりのある座席、ミーティングスペースの拡充などを図りました。

一方、厚生エリアでは、「健康的な職場」を実現するために、カウンセリング室や診療所などの医務施設のスペース拡大やレイアウト変更などを実施しました。



オープンで明るいオフィスエリア



ストレスを最小化する作業ポジションを確保

モビリティの喜びを
いつまでも

In China

“親・早・確・安”をモットーに
顧客満足を追求

急速な経済発展が進む中国では、世界を代表する自動車メーカーが現地生産を加速させています。こうしたなか、Hondaの中国における四輪の生産・販売合弁会社「広州本田汽车有限公司（広州本田）」は、2008年7月で累計生産、販売台数135万台を達成しました。

同国におけるHondaの高い評価は、1998年にHondaが初めて「アコード」を生産した時に遡ります。当時、最新機種を市場に投入する自動車メーカーは多くありませんでしたが、Hondaは「買う喜び・売る喜び・創る喜び」というHondaフィロソフィーをもとに、常に最新型のモデルを輸入車と同等の品質、かつお求めやすい価格で販売。さらに、販売とサービスが別々の中国市場では珍しい、「セールス」「アフターサービス」「部品」「顧客管理」の4つの機能を備えた“四位一体の販売、サービス網”の構築を早くから開始しまし



た。こうして広州本田は市場を切り拓くパイオニア的な存在となりました。

そして現在、広州本田は、『親』（親切な対応）、『早』（迅速な対応）、『確』（正確な診断）、『安』（確かな技術）をモットーに、「お客様満足度調査」の結果を日々のサービスの改善や研修プログラムに導入するなど、より高い顧客満足度の創出に努めています。



販売店の様子



In Europe

従業員の安全確保と
地域社会貢献を同時に推進

Hondaの四輪生産を行う英国現地法人「ホンダ・オブ・ザ・ユー・ケー・マニファクチュアリング・リミテッド（HUM）」は、1999年から、従業員の安全意識の強化と地域社会への貢献を目的としたプログラム、「セーフティ・チャレンジ」を実施しています。

これは、各工程のチームがそれぞれ安全目標を定め、80日連続で24時間無事故記録を達成すると、チームで選んだ地元の慈善団体に会社から50ポンドが寄付されるというプログラムで、HUMは2007年度までに10万ポンド以上の寄付を行いました。

また「セーフティ・チャレンジ」は、従業員に社会貢献を自発的に行う意識を向上させ、募金の額面以上に、社会貢献活動において良い波及効果をもたらしています。またこの



活動は産業界など社会における安全への意識向上にもつながっており、HUMにとって必要不可欠なプログラムです。

HUMでは、今後もプログラムを継続し、Hondaフィロソフィー「人間尊重」を実践していく方針です。



生産の様子



事故防止に向けた情報を掲示

品質の追求

品質に関する考え方と活動体系

「120%の良品」をめざして

「1%の不合格品を許さぬために120%の良品をめざして努力する」。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、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、「安全」を軸とする商品としての信頼性向上はもちろん、桁違いに高い品質の商品（桁品商品）を実現していくために、開発・生産・販売・サービスの各段階での品質向上・改善を継続的に実践する「Hondaクオリティサイクル」を構築しています。

全世界の事業展開に対応して グローバルな品質保証ルールを運用

Hondaは、「HONDA」ブランドで販売される製品の品質を世界各地で向上していくためのグローバルな品質保証ルールであるG-HQS (Global Honda Quality Standard) を運用しています。

G-HQSを活用することで、各事業所同士の品質保証システムの連携を図ることができ、生産活動だけでなく、物流やサービスなどの品質も保証しています。

「桁違いに高い品質の商品」をめざすHondaクオリティサイクルの主な取り組み

- 量産に向け、最適な工程設計を踏まえた設備、機械、検査装置などの準備と「製造品質基準書」に基づく「工程保証能力検証」を行い、「工程で品質保証」を実践
- 量産前に、実際の生産ラインで試作車の組み立てや検査を実施
- 試作車の耐久テストを行い、部品一点ずつまで分解して解析する「全バラ検証」を実施
- お取引先（部品調達先）に対する品質監査を実施
- 生産ラインでの作業に関する教育訓練を実施

- お取引先（部品調達先）から納入される部品の品質検査を実施
- 最終工程で完成車検査を確実に実施
 - 電子制御システムの品質検査装置LET (Line End Tester)などを独自に開発・運用
- 出荷前に、輸送時の傷を防止する対策を実施



桁違いに高い品質を実現する 各工程での品質保証活動

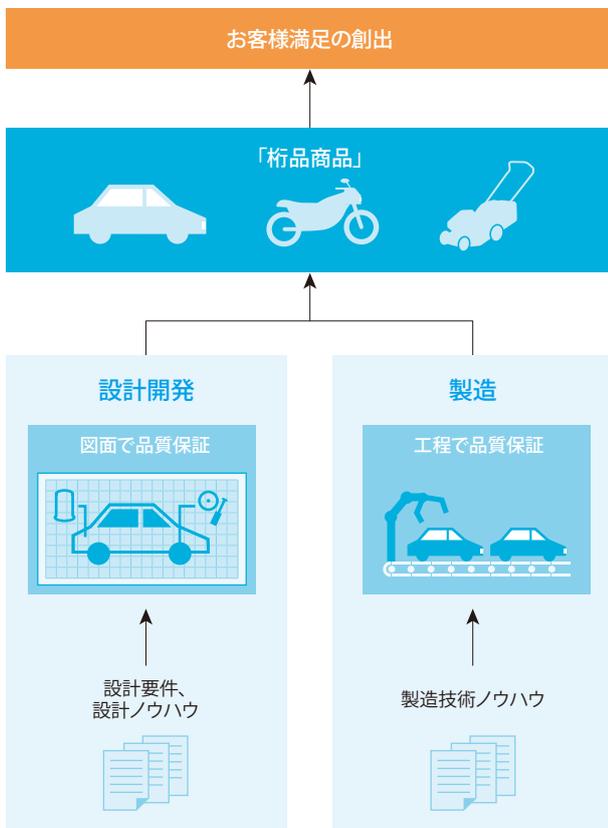
「設計」と「製造」の両面から品質保証を徹底

Hondaの品質保証の特長は、「設計」と「製造」のそれぞれの面から品質保証を徹底する体制を構築していることです。

過去から蓄積してきた不具合情報も含む品質関連データを、設計や製造部門が活用しやすいよう、ノウハウとしてまとめたデータベースを構築。Hondaはこれを活用して「図面で品質保証」「工程で品質保証」を徹底し、「桁違いに高い品質の商品」をめざしています。

Hondaは、こうしたものづくりの源流を重視した品質保証体制を今後も強化していくことで、お客様の信頼と満足度を高めていきます。

「桁違いに高い品質の商品」を創出するプロセス



生産準備段階で部品の品質向上・改善を図る 「全バラ検証」を実施

Hondaは、すべての部品とその機能に厳しい目を注ぐという観点から「全バラ検証」を実施しています。

これは、新型車やフルモデルチェンジするクルマが量産に入る前に長距離耐久テスト走行をした後、テスト走行に使ったクルマを部品一点ずつまで分解し、数千のチェック項目に沿って不具合がないことを検証する活動です。

こうしたきめ細かな作業と解析技術の蓄積を通じて、高い品質と機能の信頼性を確保しています。



全バラ検証

生産準備～生産(量産)段階で、 調達先への監査を実施し、部品品質も保証

「桁違いに高い品質の商品」を実現する上で、「部品の品質保証」は重要な要素です。

Hondaは、三現主義(現場・現物・現実)という考えに基づき、お取引先(部品調達先)の製造現場を訪ねて品質を監査する「QAV(Quality Assurance Visit:品質保証訪問)」を実施しています。

QAVは、生産準備段階と量産段階で実施しており、部品ごとに開発や生産に関わる専門スタッフが製造現場を訪問し、お取引先の品質システムの確認およびその実施状況について監査しています。また、その結果をお取引先と共有し、ともに改善策を見出していくなど、コミュニケーションを重視した部品品質の向上を図っています。

生産準備～生産(量産)段階での品質保証を現場主導で着実に推進

何万点もの部品を組み上げる自動車生産では、一つひとつの工程や作業内容の精度が品質を大きく左右します。

Hondaは、「誰でもつくれる工程作り」を旗印に、製造品質基準書※1や工程保証能力検証※2を導入し、実際の作業を担う現場からの改善案も取り入れながら、各工程での品質保証を着実に推進しています。

※1 高い品質を確保するために、部品・工程・作業ごとに管理する項目や基準を定めたもの
 ※2 各製造工程で製造品質基準が十分に満たされていることを検証すること



インライン測定システムの導入により高精度ボディーづくりを実現



高い品質を確保するために、内外径が簡単に確認できる治具を導入

販売後のお客様の声を現場へ伝える迅速な品質改善体制を構築

Hondaは、グローバルな観点から「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」機能の強化を図るために、「クオリティセンター栃木」を設置しています。

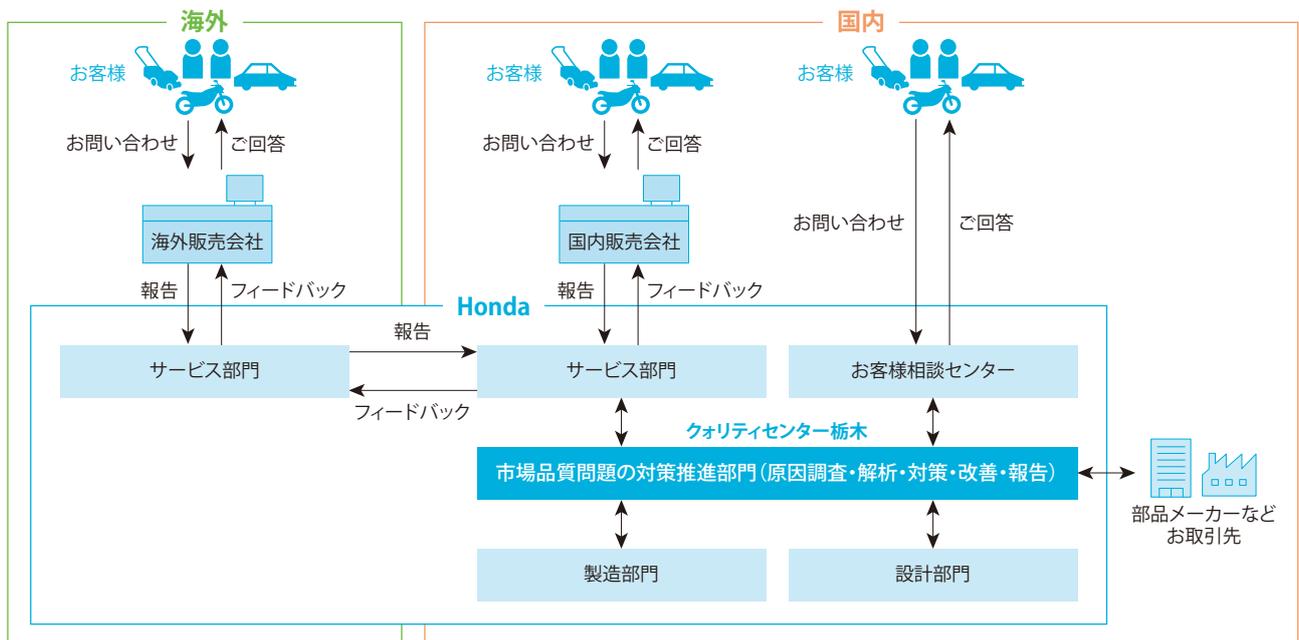
同センターでは、品質問題の早期発見、早期解決のため、国内外の販売会社から情報が集まるサービス部門を併設し、開発・製造・お取引先(部品調達先)などの源流部門と連携して、情報収集・原因究明・対策推進・お客様への適切な対応にあたるなど、「品質問題が起きたら素早く解決する」機能を強化しています。

また、品質問題および対策情報は、源流部門や海外拠点と共有化し、「品質問題を起こさない」機能の強化をグローバルに展開しています。



実車によるエアコンの市場不具合のデータ解析と原因究明

品質改善体制(日本生産車)



品質の確保・向上に向けた取り組み

品質管理教育を実施

国内のHondaでは、社内資格や品質管理業務のレベルに合わせた3つのコースの研修カリキュラムを実施しています。37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力を注いでいます。

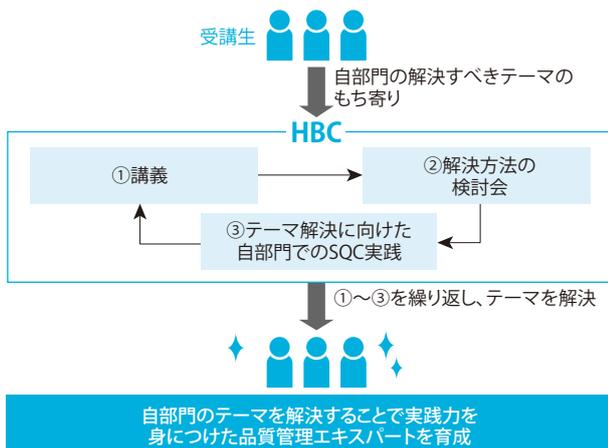
3つのコースの目的と2007年度の受講者数は以下のとおりです。

品質管理教育の目的と受講者数

	目的	期間	2007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	459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	328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	73名

※ Statistical Quality Controlの略

ホンダ品質管理セミナー（HBC）のフロー



品質問題発生時の対応

「リコール制度」などへの対応

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、公害防止に努めています。

製品に不具合が生じ、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、対象製品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。

 リコールについての詳しい情報は、Webサイトで随時、公開しています
<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）」には、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を通じて一般消費者の利益を保護することなどが記載されており、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ています。

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は、適切・迅速に監督官庁などへ提供していきます。

安全の追求 (安全技術開発と安全運転の普及活動)

Hondaの安全への取り組み

すべての人の安全をめざして

Hondaの安全への取り組みは、「すべての人の安全をめざして」という考えに基づいています。この考えは、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(共存安全)、さらに効果の高い技術をすべてのクルマやバイクに装着することをめざし、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です。

安全を「技術」と「教育」の両面から追求

「すべての人の安全をめざして」という考えのもと、Hondaでは、「技術(ハード):商品の安全性能を高め普及させる」「教育(ソフト):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力を注いでいます。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システム、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。

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、法規ではないHondaが独自に定めた目標に対しても、率先して適合していくよう努めています。

また、「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」を実現する先進的な安全技術の開発と普及に努めています。

安全への技術(ハード)、教育(ソフト)の取り組み

技術(ハード)

商品の安全性能を高め普及させる

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)

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

●あらゆる段階で安全を追求

Hondaは、「共存安全」を実現するために、「安全教育」から緊急時の「被害拡大防止」まで、あらゆる段階で安全運転をサポートする技術・装備の開発に力を注いでいます。

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。

●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、危険に遭遇した時に事故を回避する「危険回避」技術の開発などを推進しています。

●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。

●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。

 安全技術開発の詳細情報
<http://www.honda.co.jp/safety/>

二輪車・四輪車の安全技術

	ACTIVE SAFETY			PRE-CRASH SAFETY	PASSIVE SAFETY	
	安全教育	未然防止	危険回避	ブリクラッシュセーフティ	傷害軽減	被害拡大防止
二輪	ライディングシミュレーター	ASV-4研究開発	CBS:前後輪連動ブレーキシステム		エアバッグシステム	
	ライディングトレーナー	DSSS研究開発	ABS:アンチロックブレーキシステム		ボディプロテクター	
	自転車シミュレーター研究開発		Combined ABS: ABS付前後輪連動ブレーキシステム			
四輪	ドライビングシミュレーター	IHCC:車速/車間制御機能	ABS:アンチロックブレーキシステム	CMBS:追突軽減ブレーキ + E-プリテンショナー	衝突安全設計ボディ	QQ(救急)コール
		LKAS:車線維持支援機能	EBD:電子制御制動力配分システム		エアバッグシステム	ドアロック解除機能
		AFS:配光可変型前照灯システム	VSA:車両挙動安定化制御システム		シートベルト	
		インテリジェント・ナイトビジョン			チャイルドシート	
		ASV-4研究開発				
		DSSS研究開発				

「安全運転支援システム技術」の研究開発

Hondaは、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・自転車なども含めたモビリティ社会で共存するすべての人の安全を追求し、衝突安全技術に加え、事故を未然に防ぐ「安全運転支援システム技術」の研究開発に取り組んでいます。

車車間および路車間通信を利用した安全運転支援システム「DSSS」開発プロジェクトに参加

Hondaは、先進安全技術を搭載した先進安全自動車「Honda ASV-4」※1などによる車車間および路車間通信を利用した安全運転支援システム「DSSS (Driving Safety Support System)」※2の実証実験に参加しています。

2007年は、11月5日から7日までの3日間、栃木県宇都宮市において行われた公道実証実験に参加しました。この実験は、宇都宮市内の一般道で、道路に設置された車両検出カメラ、光ビーコンおよび路側通信装置と車載通信装置を利用し、画像や音声により安全運転を支援する新しい情報提供システムを実証するものです。

Hondaはこの実験に、車載通信装置を装備したオデッセイの実験車3台を提供するとともに、実証実験の期間中、栃木県産業技術センターにおいて、DSSS走行デモを疑似体験できる「四輪車ドライビングシミュレーター」などを参考展示しました。

また、2008年3月24日から28日までの5日間、同じく宇都宮市で行われた公道実験にも参加しました。この実験でHondaは、見通しの悪い実際の道路環境における追突事故、右直事故、左折事故を防止するために、①車車間および路車間通信の機能確認、②安全運転支援システムの機能確認、③システムの効果、評価に資するデータの取得と提供、という3つの目的を掲げ、「Honda ASV-4」で検

討している車車間通



Honda DSSS

信機能搭載の二輪車「フォルツァ」、四輪車「オデッセイ」ならびに安全運転支援システム「Honda DSSS」機能搭載の同車種を使用した実験を行いました。今後も実証実験に積極的に取り組み、実用化をめざします。

- ※1 先進技術を利用し、ドライバーの安全運転を支援するシステムを搭載した車両。1991年より国土交通省を中心に産学官が連携しながら推進しているプロジェクトで、現在は第4期(2006年～2010年)にあたる
- ※2 運転者に対し、周辺の交通状況などを視覚および聴覚情報を提供することで運転上の危険要因を知らせ、注意を促すことでよりゆとりのある運転環境を創出し、交通事故の防止などを図るシステム

電動カート「ITモンパル」の安心・安全研究

高齢社会の進展を背景に電動カートの利用者が増加していますが、利用者の増加に伴い、クルマとの接触事故が次第に増加する懸念があります。こうしたなかHondaは、電動カート「ITモンパル」の安心・安全性向上に向けたさまざまな研究開発に取り組んでいます。

そのなかから、とくに電動カートの被視認性を向上させるための研究開発に力を注いで製作されたコンセプト電動カート、それが「ITモンパル2」です。「ITモンパル2」には、GPS付き携帯電話インフラを活用した予知予防安全システムを提案しています。

このシステムは、「ITモンパル2」にクルマが接近すると、クルマのドライバーに、車載ナビゲーションシステムを通じ「ITモンパル2」の接近を知らせることで注意を喚起します。一方、「ITモンパル2」の乗員には、サブディスプレイモニターに接近する車両の方向を示すサインを点灯させることで注意を喚起し、事故を予防します。

Hondaでは現在、「ITモンパル2」の実用化をめざし、研究を推進しています。



ITモンパル2

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しする活動」「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。さらに時代の変化やお客様のニーズを先取りし、より一層先進的かつ実践的な活動とすべく、活動内容の充実、強化に努めています。

2007年度も、「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」の四つの側面に重点をおいて活動を行いました。

 安全運転普及活動の詳細情報
<http://www.honda.co.jp/safetyinfo/>

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	
国内	販売会社	四輪 レインボーディーラー制度	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ●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	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ●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	<ul style="list-style-type: none"> ●店頭安全アドバイス 	<ul style="list-style-type: none"> ●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 				○	
	交通教育センター			<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ●交通教育センターインストラクター 	○	○	○	○
				<ul style="list-style-type: none"> ●各年代別講習 		○	○	○	○
	Honda 事業所・関連会社			<ul style="list-style-type: none"> ●従業員への交通安全指導 ●Honda ファーストエイド 	<ul style="list-style-type: none"> ●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			<ul style="list-style-type: none"> ●教材開発 ●指導者養成 ●授業実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●教職員 ●交通安全指導員 	○	○	○	○
	業界活動			<ul style="list-style-type: none"> ●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	現地法人	販売会社(二輪・四輪)	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ●販売会社インストラクター 	○	○	○	○
			交通教育センター	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ●交通教育センターインストラクター 	○	○	○	○

新「鈴鹿サーキット交通教育センター」をオープン

Hondaは、2006年秋より三重県の鈴鹿サーキット敷地内にある「鈴鹿サーキット交通教育センター」の改修工事を進めてきました。そして2007年8月、「鈴鹿サーキット交通教育センター」が新しく生まれ変わってオープンしました。新「鈴鹿サーキット交通教育センター」は、近年、交通環境が変化し、先進安全技術が進化するなかで、受講者の多様なニーズに対応できる交通教育環境を整え、より安全で豊かなモビリティ社会の実現をめざしてリノベーションされました。

新「鈴鹿サーキット交通教育センター」では、先進技術を取り入れた四つの教育プログラムを新たに追加しました。これらのプログラムは、受講者の運転状況を詳細にデータ化することや、映像を記録するシステムの採用などにより、自らの運転を振り返り、受講者自身の「気づき」を促し、意識と行動の改善を図ることを目的としています。

また、これらの新プログラムおよび従来からの多様なプログラムのよりスムーズな運用をめざして、研修コースを大幅に改修。実走行に活用できる有効面積の拡大を図るとともに、設備の充実化を図りました。

さらに、交通教育センター本館を建て直し、受講者やインストラクターにとって、より快適で学習に適した環境を実現しています。



新「鈴鹿サーキット交通教育センター」全景

●新しい教育プログラム

●運転習慣チェックプログラム(四輪車専用)

車載のコンピューターにより安全運転に関する客観的なレベルと自己評価のレベルの差を数値で示し、受講者が運転の習慣(癖)や改善点に気づき、考えることで、安全意識を高める

●夜間事故対応プログラム

大型スクリーンを用いて、昼間でも臨場感のある夜間シーンを再現し、夜間事故が発生する要因やその対処方法を学ぶ

●多発事故対応プログラム(四輪車専用)

車両前方の風景、運転者の状態などの映像を一つの画面に合成して記録し、走行後、自らの運転を振り返り、追突や出会い頭の衝突などの多発事故防止に向けた運転について学ぶ

●安全デバイス体験プログラム

CMBS(追突軽減ブレーキ)やVSA(車両挙動安定化制御システム)など、Honda車に搭載された先進安全技術の知識とその効果および限界を実際の運転体験を通して確認し、安全な運転行動へとつなげる



夜間事故対応プログラム



「鳥のように自由に大空を飛んでみたい」——古代からの人類の“夢”は、モビリティがもつワクワク感や感動を求めて革新的な技術に挑戦してきたHondaの“夢”でもありました。



そんなHondaの“夢”が叶ったのは、ライト兄弟による世界初の有人動力飛行からちょうど100年後の2003年12月。

「人類の夢」と「Hondaの夢」をかたちにした 低燃費・低エミッション小型ジェット機

複合材※で機体全体を覆う世界初の構造や、自社製ターボファンエンジンを主翼上部に配置する、既成概念を打ち破る斬新な設計によってもたらされた広いキャビン。そして、随所に発揮された先進的な空力デザイン。

※ 炭素繊維などの強くて軽い繊維をプラスチックやセラミックで固めた、軽く強い材料



こうしたHondaJetの特長はすべて、空を飛ぶというHondaの“夢”のかたちであると同時に、優れた快適性、さらには低燃費・低エミッションという21世紀の人類が求める理想的な小型航空機のひとつのかたちといえます。



Honda環境宣言

Honda環境宣言

Hondaは早くから、時代に応じた環境への取り組みを展開してきました。1990年代には段階的に環境保全に取り組むための組織体制を整備し、1992年に環境課題への考え方を明文化した「Honda環境宣言」を制定しました。

以来、この宣言のもと、環境保全を企業の重要テーマの一つとして、環境保全活動の充実を図ってきました。

Hondaは、将来に向けて、「自由闊達・チャレンジ・共創」という行動要件を基盤とした2010年ビジョンを策定しました。そのなかにある「喜びを次世代へ」という考えに基づき、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、その早期実現に向けて取り組みを強化していきます。

環境を保全する活動を通してHondaは、お客様や社会に「存在を期待される企業」になることをめざします。

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



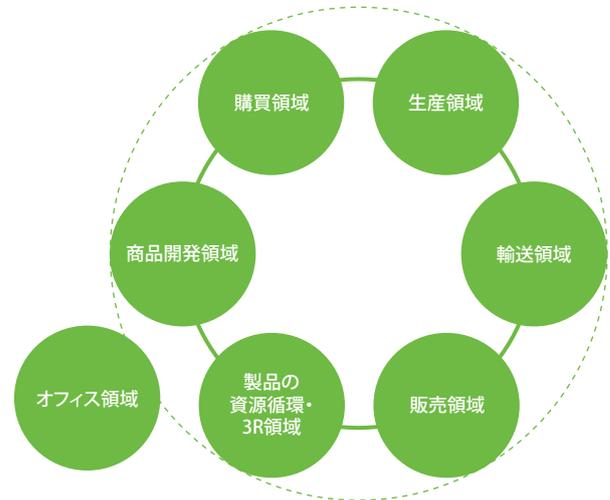
企業活動に関する環境影響の把握と取り組み方針

環境影響の把握と取り組み方針

Hondaは、すべての企業活動と商品の使用に伴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。そのためにはまず、企業活動や商品の使用が地球環境に及ぼす影響を考慮し、テーマごとに対策の方向性と目標を設定して取り組みを進める必要があります。

こうした認識から、Hondaでは、製品の一生にわたる環境負荷を評価するライフサイクルアセスメント(LCA)の考え方に基づき、現段階で認識可能な環境影響を整理し、分析した上で、それぞれの課題に向けて、領域ごとに具体的な取り組み方針を定めています。

LCAに基づいた領域区分



環境影響と主要な取り組み

領域	排出される環境負荷要素	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	● 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 排水 排出ガス 音 化学物質	オゾン層破壊	● グリーン購買の推進
生産	CO ₂ 廃棄物 排水 排出ガス 音 化学物質	資源枯渇	● グリーンファクトリーの推進
輸送	CO ₂ 廃棄物	大気汚染	● グリーンロジスティクスの推進
販売	CO ₂ 交換部品 フロン 廃棄物	廃棄物	● 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	CO ₂ 使用済み製品	水質汚濁	● 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	騒音	● グリーンオフィスの推進
		地域的な環境課題	

2010年CO₂低減目標と進捗

地球規模の気候変動問題への対応

二酸化炭素(CO₂)やフロンなどの温室効果ガスの急激な濃度上昇が原因とされる「気候変動問題」。地球規模で進行するこの問題は、特定の地域だけの対応では解決することができず、その解決には、全世界が一丸となって対応していく必要があります。

その一方で、モビリティの現状を見ると、依然として先進国と開発途上国の間で、普及状況に差があります。人々の生活がより豊かになるためには、モビリティの普及は欠かすことができません。そして、これからも開発途上国を中心に自動車をはじめとするモビリティ需要は、拡大することが予測されています。

この「気候変動問題」と「モビリティ需要の拡大」という、相反する課題の解決に向けて、Hondaは2006年5月に全世界で展開する「2010年CO₂低減目標」を策定し、「最もCO₂排出の少ない工場で、最もCO₂排出の少ない製品を生み出す企業」をめざしています。

製品群ごとの企業平均燃費を全世界で向上する目標を設定

今後、2020年頃までは、モビリティの動力は、機械内部で燃料を燃焼させて動力を取り出す内燃機関が主流であると予測され、その「効率向上」、すなわち「燃費の向上」が重要な課題であると考えています。

これまで燃費に関しては、四輪車の場合、米国や欧州のように地域ごとに企業平均燃費(CAFE)の向上が求められてきました。しかし、Hondaは、気候変動問題は全世界的な対応が重要との認識から、2006年から従来の考え方を発展させ、「地域ごと」から「全世界」へ、重量や車種といった「カテ

ゴリー区分」から「全製品」へ対象範囲を広げ、「製品群ごとの企業平均燃費を全世界で向上する目標」を設定して、目標達成に取り組んでいます。

1台の製品を生産するにあたって排出されるCO₂を全世界で低減

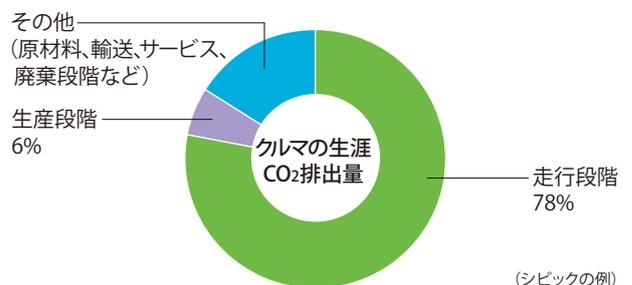
「製品を生産する過程」においても、全世界でCO₂の排出量低減に努め、生産効率を向上させていきます。そのために「1台の製品を生産するにあたって排出されるCO₂排出量を全世界平均として低減する目標」を2006年から設定して、排出低減に取り組んでいます。

製品と生産活動における目標設定で製品ライフサイクルの大半を網羅

全事業領域の環境負荷を定量的に把握する「Honda LCAデータシステム」による試算では、平均的なHonda車の生産から廃棄段階に至るCO₂排出量は、お客様による走行時の排出が約78%、生産段階からの排出が約6%となっています。

そこでHondaは、「製品と生産活動における全世界目標」を設定することで、製品ライフサイクルにおけるCO₂排出量の8割以上を網羅できると考えています。

ライフサイクルで見たCO₂排出量 (Honda LCAデータシステムによる試算)



全世界で展開する2010年CO₂低減目標(対2000年実績)

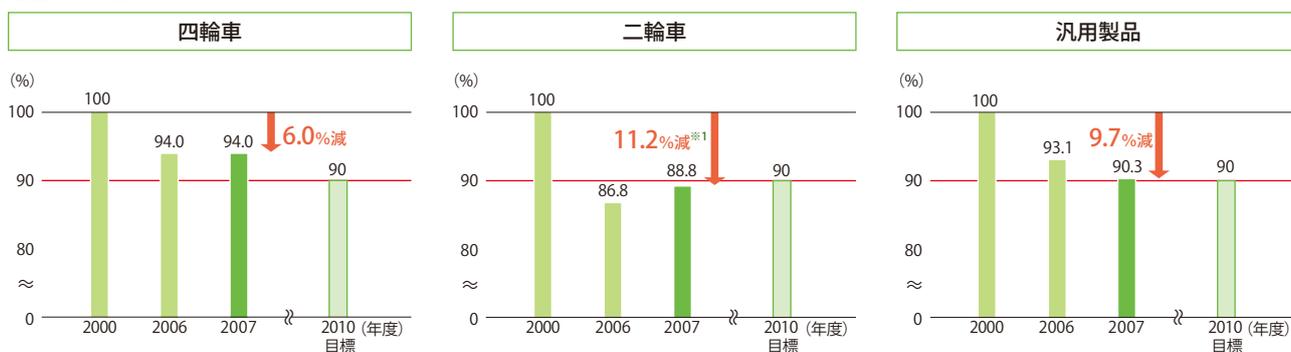
	四輪車	二輪車	汎用製品
			
製品のCO ₂ 低減目標 Hondaの製品から排出されるCO ₂ の全世界平均値	10%低減 g/kmあたり	10%低減 g/kmあたり	10%低減 kg/1時間あたり
生産時のCO ₂ 低減目標 生産時に排出されるCO ₂ の1台あたり全世界平均値	10%低減 生産1台あたり	20%低減 生産1台あたり	20%低減 生産1台あたり

●集計対象範囲

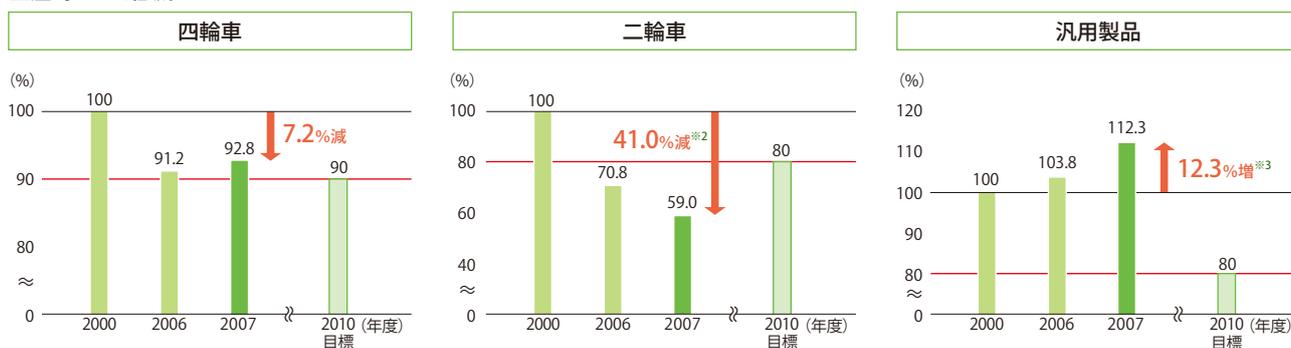
- <製品:四輪車> 日本、北米、欧州、アジア・大洋州、中国、中南米の各地域を対象とし、Hondaの全世界の販売台数の約90%以上を網羅する。
- <製品:二輪車> 日本、北米、欧州、タイ、インド、中国、インドネシア、ベトナム、ブラジル、フィリピン、マレーシア、パキスタンの各地域および国を対象とし、全世界の販売台数の約90%以上を網羅する。
- <製品:汎用> 全世界を対象とし、全世界の販売台数のすべてを網羅する(船外機を除く)。
- <生産時> 本田技研工業(株)を含む国内外の完成車組立会社および主要部品会社の計74社*を対象とし、Hondaグループの連結子会社、関連会社と主要関係会社における完成車組立会社のほぼ100%を網羅する。
* 本田自動車部品製造有限公司を追加しました

2007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年比11.2%低減しており、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。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、生産変動によるものです

2010年度国内目標と進捗

さらなる環境負荷低減をめざして

Hondaは、公害問題が深刻化した1960年代から積極的に環境課題の解決に取り組んできました。四輪車に事業を拡大したばかりの1966年には、大気汚染対策研究室を設置しました。ここでの研究をベースに、1972年に「子どもたちに青空を」を合言葉に、CVCCエンジンを開発。当時不可能と言われていた米国マスキー法に世界で初めて適合しました。

その後もHondaは、「技術で生じた問題は、技術で解決する」との精神で環境課題の解決に積極的に挑戦し続けています。1990年代には段階的に組織体制を整備し、1992年、環境対応への考え方を明文化した「Honda環境宣言」を制定。以来、この宣言を行動の指針として環境保全活動の充実を図ってきました。

そして1999年には、以下に示す製品の排出ガスのクリーン化と燃費向上などを柱とする具体的な達成目標を定めました。これらの目標に対して2005年度末の達成をめざして取り組み、すべての目標を達成しました。

そして現在、Hondaは「環境トップランナー」として、グローバルな課題であるCO₂排出について、地域ごとから全世界へ対象範囲を広げて製品および生産活動における低減目標を定め、全世界で一丸となった取り組みを展開中です。

国内の最重要課題を網羅して

さらに、Hondaは地域の事業活動における環境負荷の低減も企業活動における重要課題と捉えています。2007年度には、2010年度に向けて新たに国内における環境負荷低減目標を設定しました。

具体的には、物流におけるCO₂排出量の削減、環境負荷物質の低減、事業活動における資源循環の推進についての、国内での2010年度環境負荷削減目標(8項目)を自主的に決めました。

さらに、2006年5月に発表した全世界の製品および生産活動におけるCO₂排出低減の目標などを合わせ、2010年度環境負荷低減目標(下表参照)として整理し、国内事業活動の環境負荷低減を加速していきます。

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 (P45-46参照))	
		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			
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		新たな目標 日本国内 (日本国内は 2007年6月に公表した 新たな目標)	
	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年度までに) ^{※9}				

※1 2006年公表の「2010年CO₂低減目標」。詳細はP45-46をご参照ください

※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(他))

※5 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)

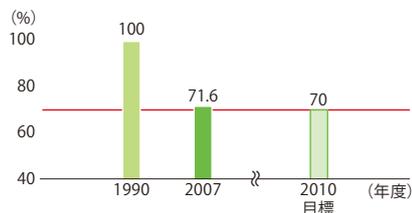
※7 KD部品輸送、補修部品輸送、二輪完成車輸送

※8 車両全体としてのリサイクル実効率95%相当

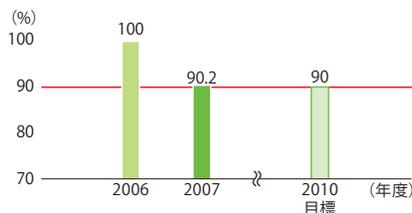
※9 旧通商産業省「使用済み自動車リサイクル・イニシアティブ」によるリサイクル率の数値目標

2007年度の実績(進捗状況)

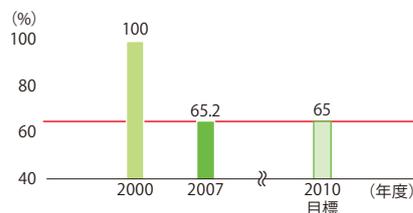
生産時のCO₂排出量
(エネルギー消費原単位)



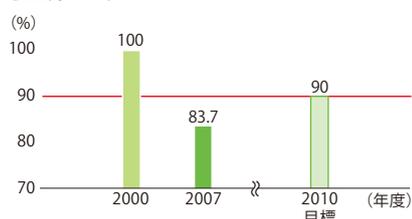
物流時のCO₂排出量
(売上高あたり)



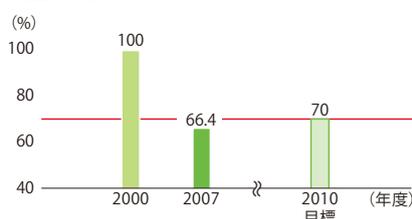
生産時のVOC排出量
(四輪ボディ塗装面積あたり)



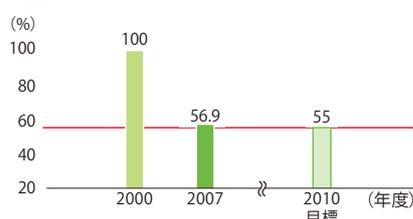
生産時の廃棄物等発生量
(売上高あたり)



生産時の水資源使用量
(売上高あたり)



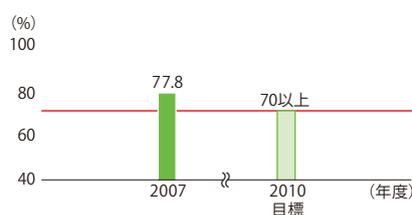
物流時の包装資材使用量
(売上高あたり)



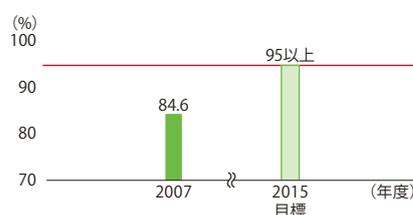
廃棄物埋立処分量
(事業活動全体)

全事業所(48/48社)でゼロ化
達成済み

ASRリサイクル率(四輪車)



リサイクル実効率(二輪車)



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」

2007年度の目標・実績と2008年度目標

取り組み方針		施策		2007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	国内向けスクーターの全機種にFI適用
		汎用製品	規制の先取り対応	今後、順次拡大
	燃費の向上	新技術投入による効率向上		四輪車 さらなる燃費の向上 二輪車 燃費向上継続展開 汎用製品 さらなる燃費の向上
代替エネルギー製品の開発	四輪車 汎用製品		今後、順次拡大	
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に基づく切替推進
		お取引先の製造時環境負荷管理 ^{※2}		お取引先CO ₂ 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:25.5%低減(1990年度比) CO ₂ 排出量:49.0万CO ₂ 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%以上 廃棄物社内焼却量:90.0%以上削減(1998年度比)
		VOCの排出量低減		VOC排出原単位(四輪):34.0g/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3社との環境マネジメントの共同展開継続
		輸送効率の向上		CO ₂ 排出量:40,847CO ₂ トン(四輪完成車輸送) ^{※4}
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・拡大
		二輪車	販売会社への環境マネジメントの導入	DREAM店のさらなる拡大
		汎用製品	販売会社への環境保全活動推進	連結販売会社の環境取り組み強化
資源循環・3R	リサイクル性の向上	可能率向上	四輪車	すべての新型車・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ASR中塩素濃度1%レベル以下
			二輪車	リサイクル可能率95%以上
			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		再利用部品の機種拡大
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	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
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		9オフィスビルでのCO ₂ 排出量:12,913CO ₂ トン ^{※6} 9オフィスビルでの廃棄物発生量:502トン ^{※6}

これまでに発表した達成目標と進捗状況

具体的な達成目標		2007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	達成済み
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	達成済み



2006年度までに達成した目標については、下記のホームページをご覧ください
<http://www.honda.co.jp/environmental-report/2008/target/target10/>

	2007年度実績	達成度合	2008年度目標
	2機種5型式が新たに取得	○	「★★★低排出ガス車」、「★★★★低排出ガス車」認定 ^{※1} の拡大
	国内向けスクーターほぼすべての機種にFI適用	○	排出ガス性能の向上継続展開
	単体エンジンのCARB TierIII 規制を先取り対応	○	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、低フリクション化機種で燃費向上	○	スクーター以外への適用拡大
	船外機のリーンバーン制御による燃費の向上	○	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
	「エコウィル」の販売拡大	○	今後、順次拡大
	ベアリングシェルとブッシュの鉛:ほぼ切替完了	○	ハンダ鉛の削減を推進
	CO ₂ 排出量(原単位)13.5%低減(2000年度比)	○	お取引先CO ₂ 排出量の低減(原単位) お取引先特定荷主のCO ₂ 排出量(原単位)1.0%低減(2007年度比)
	お取引先埋立処分ゼロ継続	○	お取引先埋立ゼロ化の継続
	—	—	お取引先廃棄物等発生量(原単位)1.1%低減(2007年度比)
	—	—	お取引先水資源使用量(原単位)低減
	ISO14001取得407社(99%)	△	未取得お取引先に対しての代替認証制度を含めた取得推進
	エネルギー消費原単位:28.4%低減(1990年度比)	○	エネルギー消費原単位:27.0%低減(1990年度比) ^{※3}
	CO ₂ 排出量:47.9万CO ₂ トン	○	CO ₂ 排出量:49.4万CO ₂ トン ^{※3}
	(埋立処分ゼロ継続)	○	(埋立処分ゼロ継続)
	廃棄物リサイクル率:99.5%	○	廃棄物の発生抑制
	廃棄物社内焼却量:93.1%削減(1998年度比)	○	
	VOC排出原単位(四輪):32.1g/m ²	○	VOC排出原単位(四輪):33.0g/m ² ^{※3}
	主要3社との環境マネジメントの共同展開継続	○	引き続き継続展開
	CO ₂ 排出量:39,927CO ₂ トン(四輪完成車輸送)	○	CO ₂ 排出量:原単位90.29g/CO ₂ トンキロ(荷主責任範囲)
	—	—	ノックダウン部品43%削減(2000年度比)
	エコドライブを取り入れた安全運転講習会の実施	○	四輪販売店(連結会社)CO ₂ 排出量原単位:1%削減(2007年度比)
	環境に配慮したDREAM店13拠点(計100拠点)出店	○	二輪販売店(連結会社)CO ₂ 排出量原単位:1%削減(2007年度比)
	汎用販社の環境家計簿データ把握とCO ₂ の削減	○	汎用販売店(連結会社)CO ₂ 排出量原単位:1%削減(2007年度比)
	すべての新型車・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
	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	○	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
	リサイクル可能率95%以上を達成	○	リサイクル可能率の向上
	リサイクル可能率95%以上を達成	○	リサイクル可能率の向上
	トルクコンバーターのリマン ^{※5} 機種追加	○	再利用部品の機種拡大(パワーステアリングのリマン6機種追加検討)
	リサイクルシステムの安定稼働の継続	○	リサイクルシステムの継続的な安定稼働
	使用プラスチック材質情報の提供と 廃プラスチックマテリアルリサイクルのテストを実施	○	リサイクル率向上のための廃プラスチックマテリアル・リサイクル一部導入、 エンジン回収の一部導入
	9オフィスビルでのCO ₂ 排出量:13,131CO ₂ トン ^{※6}	△	国内グループ会社16社27事業所でのCO ₂ 排出量:38,188CO ₂ トン ^{※7}
	9オフィスビルでの廃棄物発生量:512トン ^{※6}	△	国内グループ会社16社27事業所での廃棄物発生量:1,894トン ^{※7}

※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 対象お取引先:32社

※3 エネルギー消費原単位、CO₂排出量およびVOC排出原単位の2008年度の目標は2007年度実績に対して増加していますが、これは生産背景や新規業務取り入れによるものです

※4 改正省エネ法計算方法反映により数値修正

※5 リ・マニファクチャリング。使用された部品を分解・再組み立てした部品

※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

※7 2008年度は本田技研工業(株)の9オフィスビル(青山、和光、白子、八重洲、札幌、仙台、名古屋、大阪、福岡)に加えて、(株)モビリティランド、ホンダ開発(株)、ホンダ太陽(株)、(株)ホンダコムテック、学校法人ホンダ学園、本田航空(株)、(株)ホンダトレーディング、(株)ホンダファイナンス、(株)レインボーモーターズスクール、希望の里ホンダ(株)、ホンダアールアンドデー太陽(株)、(株)ケイビーテック、中央航空(株)、サーキットサービスクリエイト(株)、(株)日本レースプロモーションの国内連結グループ会社15社、学校法人1校を含む合計16社27事業所を対象としています

2007年度の活動ハイライト

商品開発領域での取り組み

新型「フィット」における環境性能の向上

●排出ガス性能の向上

2007年10月に2代目となる「フィット」をフルモデルチェンジし、発売しました。新型「フィット」では、1.3ℓ i-VTECエンジンと1.5ℓ i-VTECエンジンを搭載し、全タイプで国土交通省「★★★★低排出ガス車」認定を取得しました。「フィット」は2001年に日本で発売してから、現在では115カ国で販売。累計販売台数は200万台に達します。

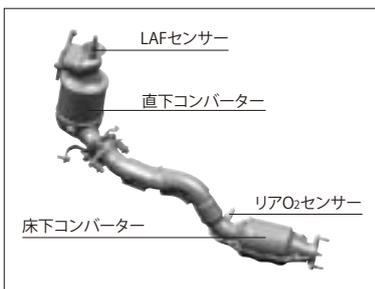
新型「フィット」では、世界的に供給量の限られる貴金属の



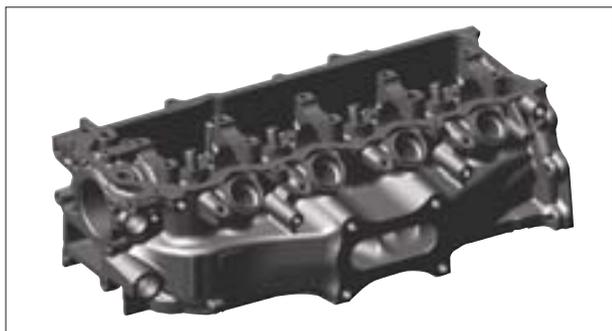
フィット

使用量の削減と、さらに高い排出ガス浄化性能の両立をめざしました。

新たにシリンダーヘッド一体型エキゾーストマニホールドと高耐熱触媒コンバーターを開発。排気ポートをアルミとすることで、エンジン始動直後の触媒の早期活性化を実現し、触媒として使用する貴金属量を削減しました。また、エアフローセンサーの採用とともに、空燃比制御として従来の二つのO₂センサーから、リアA/FセンサーとO₂センサーに変更。高精度な空燃比制御が可能になり、高いクリーン性能を実現しています。



排ガス浄化(高精度空燃比制御)システム構造図



シリンダーヘッド一体型エキゾーストマニホールド

●燃費性能の向上

新型「フィット」では、新開発の1.3ℓ i-VTECエンジンと、新設計のトルクコンバーター付きCVTとの組み合わせによって、1.3ℓ クラストップの24.0km/ℓ※の低燃費を達成。国土交通省「平成22年度燃費基準+25%達成車」の認定を受けました。

高出力と燃費を両立させるために、4バルブVTECエンジンを採用。1バルブ休止による燃焼の改善や、低フリクション技術の投入をはじめ、燃費性能の向上を追求しました。ピストンには、スカート形状を最適化するとともに、世界初となる二硫化モリブデンのパターンピストンコーティングを採用。クランクメタルは二硫化モリブデンショット処理をし、カムチェーンの細幅化、補機ベルトオートテンショナーの採用など、フリクションを低減させる技術を投入しました。

新たに開発したトルクコンバーター採用のCVTでは、発進の駆動力を高めながらも広域ロックアップクラッチによって燃費性能との両立を図っています。

また、新開発のクリープ制御を採用。停止中と低速走行、坂道(傾斜センサー新採用)でクリープ力を最適制御し、ブレーキを踏んでの停車中はクリープ力をオフにすることで燃料消費を抑えています。

※タイプG FF車 メーカーオプション非装着車

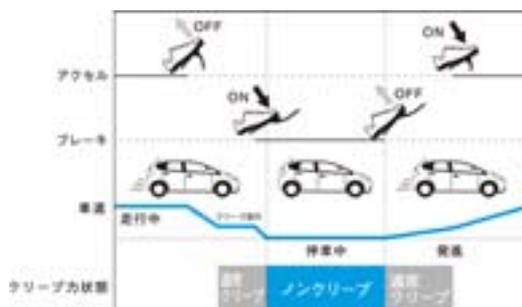


トルクコンバーター付きCVT構造図



1.3ℓ i-VTECエンジン

クリープ力切り替え作動イメージ図



「ホーム・エネルギー・ステーション」と「太陽電池式水素ステーション」の第4世代モデルの実験を開始

Hondaは、燃料電池車へ水素燃料を供給する水素ステーションの研究・実験に取り組んでいます。

2003年度から実験稼働している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、天然ガスから水素を精製し供給するとともに、燃料電池を発電源とするコージェネレーション機能を合わせもち、家庭用の熱や電力も供給します。

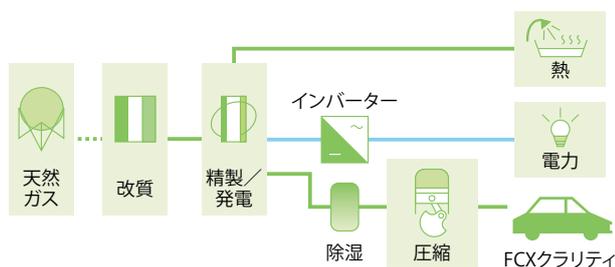
2007年からは、第4世代モデル「ホーム・エネルギー・ステーションⅣ」の実験を、米国カリフォルニア州トーランスで開始しました。一般家庭でのより現実的な使用を想定して「高効率化」「小型化」をさらに重視。従来、別のシステムであった水素精製装置と家庭用発電を行う燃料電池を統合し、水素精製と発電を切り替えるシステムを採用することなどによって、第1世代に比べて約70%小型化することができました。

この「ホーム・エネルギー・ステーションⅣ」に加え、「FCXクラリティ」を利用した場合、ガソリン車と商用電力を使用している一般家庭と比較すると、CO₂の排出量は約30%、ランニングコストは約50%低減することが可能です。そのほか、米国・ロサンゼルスでは、太陽光エネルギーによって発電した電気を使い、水から水素を発生させる太陽電池式水分解型水素ステーションの研究も進めています。



ホーム・エネルギー・ステーションⅣ

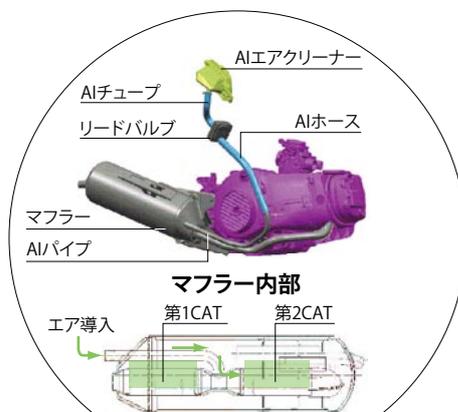
ホーム・エネルギー・ステーションⅣ構成概念図



「SDH125-T23」(飛夢)が、中国の排出ガス基準に適合

2007年7月発売の「SDH125-T23」(飛夢)は、燃料供給系にキャブレターを採用しながら、2008年7月から実施される、中国第Ⅲ段階規制の排出ガス基準に適合させた中国向けスクーターです。

主な排出ガスのクリーン化技術としては、排気系に二つの触媒を直列に配置し、触媒と触媒の間に二次空気を導入することによって、上流側の第1CAT(触媒)では窒素酸化物(NO_x)を還元、下流側の第2CAT(触媒)では一酸化炭素(CO)と炭化水素(HC)を酸化させることで、NO_x、CO、HCの排出量を削減しています。また、点火時期の最適化やキャブレター構成要素の見直しなどにより、始動時の触媒の早期活性化や、エミッション耐久性能を向上させています。その結果、極めてすぐれたクリーン性能を実現しています。



SDH125-T23(飛夢)

各事業領域(購買・生産・輸送・販売領域)での取り組み

北米地域——塗装技術の進化による環境負荷の低減

ホンダオブアメリカマニュファクチャリングでは、オハイオ州立大学と共同で、新しい“知能型”塗装ブースを開発しました。予測制御を用いて最適な温度・湿度に自動コントロールすることで、エネルギー消費を25%削減することができます。まず2006年にメアリスビル二輪工場にパイロット導入し、メアリスビル四輪工場に2007年10月より導入を開始しました。ほかの北米生産拠点にも展開する計画です。現在、特許申請中で、全世界のHondaの事業所も関心を寄せています。



メアリスビル四輪工場

欧州地域——100%グリーン電力の新倉庫

ホンダ・ベルギーでは、アールストにある新しい物流倉庫で、電力を100%グリーン電力でまかなえるようになりました。7,000m²のソーラーパネルを倉庫の屋根に張り、880kWの発電により、ほぼすべての電力需要を満たすことができます。余った電力は、電力会社に売電し、天候不順などで一時的に不足する場合は、アルプスの水力発電電力を購入することになっています。このほかにも環境負荷を最小にするようにしており、排水の管理を厳格にし、また雨水をトイレなどの用途に活用しています。



新倉庫のソーラーパネル

アジア・大洋州地域——インドでのVOC削減

著しい発展を遂げているインドにおいて、自動車の生産・販売をしているホンダシェルカーズは、2007年12月に生産能力を年間5万台から10万台に拡大すると同時に、数々の環境改善施策を導入しました。その一つがVOC削減施策であり、ボディ上塗り塗装工程にロボット12機を導入し、

VOC排出量を35%削減。またバンパー塗装工程においては、静電塗装ハンドガンを導入しVOC排出量を30%削減し、大きな成果を上げることができました。



ボディ上塗り塗装ロボット



バンパーの静電塗装ハンドガン

中国地域——モーダルシフトによるCO₂排出量の削減

中国では、完成車輸送においてモーダルシフトを行うことで、高効率で環境に配慮した輸送を実現すべく積極的に推進しています。

武漢市にある東風ホンダでは、鉄道輸送は武漢から北京、広州、ウルムチ方面へ、船輸送は長江(揚子江)を利用して重慶、上海方面へ輸送しCO₂排出量の削減を図っています。また広州市にある広州ホンダでも、2003年の年末から、業界初の鉄道輸送を開始しました。広州から上海・北京へ、さらに遠方地域へのダイレクト輸送の便数を増やすとともに、対象地域を年ごとに、拡大しています。



鉄道による完成車輸送

南米地域——ブラジルでの中子砂リサイクル

モトホンダ・ダ・アマゾンアでは、鑄造工程で一度使用された中子砂をセメントにして再利用していましたが、2007年8月から、同じマナウスにあるAmazon Sand社により、鑄造工程で一度使用した中子砂を再び鑄造工程で使用できるようにしました。これにより、中子砂の新規購入量が大幅に削減されました。



鑄造工程で使用された中子砂



リサイクル作業

かつてSF小説や映画のなかには存在しなかったヒューマノイド(人間型)ロボット。それを開発するというHondaの挑戦は、1986年、「社会と共存・協調する、人間社会に新たな価値をもたらすモビリティを創造しよう」という技術者の“夢”から始まりました。

その際、自らが得意とする車輪走行ではなく、あえて「二足歩行」させるという困難な道を選択。数々の試行錯誤の末、2000年、世界に類を見ない自律二足歩行を実現した「ASIMO※」を生み出すことに成功しました。

※ “Advanced Step in Innovative Mobility”の頭文字をとって「ASIMO」とネーミング。
新しい時代へ進化した革新的モビリティを意味する

世界に類を見ない 「自律二足歩行ロボット」への挑戦が 人間社会に新たな価値をもたらす日



その後もHondaは、ASIMOに次々と高度な音声認識・顔認識技術や情報処理・制御技術を投入し、人とのコミュニケーション能力や動作速度を向上させてきました。そして今も、ASIMOは本格的ヒューマノイド・ロボットへの進化を続けています。

文字通りの「ロボット※」として、家庭やオフィス、そして介護の場などで、人々の暮らしをサポートするために働いているASIMOの姿が見られる日も、そう遠くはないかもしれません。

※ チェコの作家チャベックが小説のなかで使った言葉。
チェコ語で「働く」を意味する“robota”から作った造語

WEB 「ASIMO」の詳細情報
<http://www.honda.co.jp/ASIMO/>

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「人間尊重」と「三つの喜び」を実現していくために、販売からアフターサービスまでのすべての段階で、お客様に高い満足を提供し、安心してお取り扱いいただけるように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。

海外におけるCS向上に向けた取り組み

「圧倒的なCS NO.1の達成」に向けた取り組み

Hondaは、海外市場での地域最適なサービスオペレーションの実践をめざして、それまで個々に独立した組織であった「各地域のサービス部門」と「サービス技術部門」を統合し、2004年にカスタマーサービス本部を設立しました。

カスタマーサービス本部は、設立以降、部品事業部門とサービス部門との融合も重ねながら、基本理念を踏まえた「現場のサービスを通じて、世界中のお客様の喜びを創造する」を本部のめざすところとして、各地域と連携を図りながら、お客様との接点となる販売店が効果的に、集中してCS向上に取り組める現場環境づくりとお取引先を含めた事業体質の強化に力を注いでいます。

また、中期目標として、「圧倒的なCS NO.1の達成」を掲げています。「圧倒的なCS」とは、お客様の期待を超えるサービスを販売店とともに創出、提供し、お客様に喜んでいただくことで、リピーターになっていただいたり、他のお客様をご紹介いただけるようなHondaファンを増やしていくことを目標としています。カスタマーサービス本部では、この中期目標の達成をめざして、以下の活動に取り組んでいます。

● CSI (顧客満足度) 向上 / お客様苦情削減

CSI (Customer Satisfaction Index) とは、Hondaの販売店で提供される「サービス」に対するお客様の満足度合いを計る指標です。Hondaでは、地域ごと、製品ごとに設けられたこの指標をベースに地域とともに現場のサービス改善を行っています。

一方で、お客様からの苦情は、Hondaのサービスに対する不満の表明であると同時に、Hondaにとっては“改善の機会”でもあります。カスタマーサービス本部では、いただいた苦情に1件ずつ丁寧に対応することはもちろん、根本となる原因を究明し、改善を通じた苦情の低減に努めています。

● 先進のサービス環境づくり

近年、人々の価値観の変化や技術の急速な進化に伴い、お客様のHondaへの期待は、これまで以上に高度化・多様化しています。そこでHondaは「先進のサービス環境づくり」を活動軸の一つに定め、将来的な社会環境の変化、技術の急速な進化、お客様の新たなニーズを想定し、より便利で快適なサービスの開発に努めています。また、将来にわたってお客様に真の喜びを感じていただくために、関連部門の協力も仰ぎながら、最先端技術を駆使した先進のサービス環境を創出していきます。

海外におけるCS向上に向けた取り組み事例

海外四輪事業における取り組み
——販売店におけるVOC活動

タイとフィリピンの販売店では、CS向上に向けた「販売店VOC (Voice of Customer) 活動」を実施しています。

これは、サービスをご利用いただいたお客様の声を収集し、そこで得た情報を業務に活用することでサービスの改善を図り、苦情を未然に防止することを目的としています。

具体的には、販売店からお客様に電話をかけ、「クルマの調子」と「提供したサービス」に対する評価やコメントをいただきます。その結果、提供した商品・サービスにご不満があった場合は迅速かつ確実に対応した上で、いただいた評価やコメントを分析し、日々の活動改善に役立てています。重要な評価やコメントは、現地の販売拠点経由でHondaにも情報発信し、改善策を検討しています。

VOC活動を実施している販売店では、苦情件数が大幅に減少し、顧客満足度調査の結果が大幅に改善しています。また、お客様からも良好な反応が得られており、販売店ス

タッフのモチベーション向上にもつながっています。

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VOC活動を開始したほか、インドにおいてもシステムの導入を進めました。



お客様の声の分析(タイ)



販売店と一体になって改善策を検討(タイ)

海外四輪事業における取り組み ——販売店におけるサービス効率の改善

BRICsなど新興国の大都市部にあるHondaの四輪販売店では、販売台数の急激な増加に伴い、お客様が修理などを目的に販売店を訪れた際に「受付待ち」や「修理待ち」などで長時間お待ちいただくケースが発生しています。

その対応策として、各販売店ではメカニックの人数やサービスピット数の増加などサービスキャパシティの拡大を図るとともに、修理作業の工程を検証して無理・無駄を徹底的に洗い出し、改善するなど作業効率の向上に努めています。

Hondaは、販売店でのこうした取り組みをさらに広げていくために、2007年に各作業工程の所要時間を自動的に測定、集計するシステムを開発し、7カ国(ブラジル、インド、インドネシア、UAE、サウジアラビア、中国、台湾)の販売店に導入(2008年5月現在)。今後も順次、導入を進めていく計画です。



受付待ちの様子(インド)

海外二輪事業における取り組み ——新サービス体系「ウイングサービス」

近年、アジア地域における二輪車販売台数が大幅に増加しています。こうしたなか、ホンダベトナムでは、2007年9月からCSのさらなる向上をめざす新サービス体系「ウ

ングサービス」の提供を開始しました。地方のお客様を対象とする出張サービスをはじめ、ディーラーとの連携を図りながらお客様一人ひとりに合わせたサービスを提供しています。

この「ウイングサービス」をお客様に積極的に活用していただくために、ホンダベトナムでは、正規店の機能(整備、純正部品の提供)の紹介を強化するほか、お客様技術相談センターや保証期間延長のご案内などのPR活動を行っています。



ウイングサービス 出張サービス(ベトナム)

海外汎用事業における取り組み ——販売店におけるサービス対応力の向上

Hondaは、2007年の中国現地法人の販売体制の変更を機に、現地法人と協力して、販売店のサービス対応力の向上に取り組みました。

具体的には、Hondaの32の販売店のなかから、中国3大商圈に所在する3店舗(各商圈ごとに1店舗)をモデル店と位置づけ、修理作業設備や工具、作業管理体制などを現地スタッフとともに一つずつ見直していくことで、お客様に安心して修理を任せただけの店舗づくりを推進しました。これによって修理スピードが向上し、多くのお客様を待たせることなく対応できるようになりました。改善に取り組んだモデル店では、店舗を訪れるお客様数が増加したほか、修理依頼台数も増加しています。

今後は、残る29店舗で現地スタッフが主導する「ワークショップ改善」を展開していくほか、アジアや南米諸国などにも同様の手法を導入し、販売店のサービス対応力の向上を図っていきます。

国内におけるCS向上に向けた取り組み事例

国内四輪事業における取り組み ——CS調査結果を改善指針として 販売会社にフィードバック

Hondaは、「一人でも多くのお客様に生涯にわたり満足していただくこと」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抽出してアンケートを発送。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。この「初期CS調査」に加えて、2007年度からは、車検を迎えるお客様への満足度調査もスタートしました。

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。

国内四輪事業における取り組み ——「Honda Cカード」を通じたお客様サポート

Hondaは、お客様に対して常に最適なサービスを提供できるよう、「Honda Cカード」を発行しています。「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月からサービスを開始し、2008年3月末現在の発行枚数は約92万枚となっています。

2006年10月からは、「Honda Cカードメンバーズ」と称し、従来の「Honda Cカード」の機能に加えて、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」や24時間いつでも転居連絡ができる「転居受付」機能などの新たな機能を追加しました。また、従来の「Honda Cカード<クレジット機能付き>」に加え、「Honda Cカード<クレジット機能無し>」を追加し、お客様に選択いただけるようにしました。



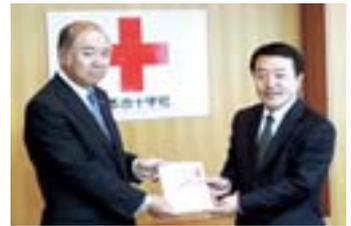
Honda Cカード<クレジット機能付き>



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」のお客様の全ご利用額に対する一定の割合の金額を寄付しています。2008年5月には、2007年度のカード利用総額約1,548億円の0.05%にあたる約7,739万円を寄付し、累計寄付総額は5億8,996万円となりました。



日本赤十字社で行われたチャリティ募金贈呈式で自録を手渡す小林執行役員(右)(2008年5月)

国内二輪事業における取り組み ——(株)ホンダモーターサイクルジャパンの CS向上に向けた取り組み

二輪事業では、多様化するお客様の期待に応え、満足度の高い効率的な営業活動を展開するために、2001年8月に日本国内の二輪営業機能を集約した総合販売会社、(株)ホンダモーターサイクルジャパンを設立しています。

(株)ホンダモーターサイクルジャパンでは、商品企画やマーケティング、モータースポーツや宣伝活動など、顧客満足度の向上につながるさまざまな活動を展開しています。また、販売活動におけるコンプライアンスの徹底や、接客サービスの向上をめざして、販売店スタッフを対象とした人材育成に努めています。

また、全国の販売店と連携して、高度なサービス技術の提供やツーリングイベントの開催、安全運転活動への取り組みなど、“バイクとともにある暮らし”をサポートしています。

●Honda DREAMネットワークを順次拡大

Honda DREAM店は、“お客様の一台を、私たちの一台に”をスローガンに、スポーツバイクユーザーの求める“高付加価値なサービス”を提供する、2002年3月にスタートした新しい形態の販売店です。

Honda DREAM店は、「Hondaのバイクを通して最高の誇りと感動を提供し、お客様の期待に応えることで、ゆるぎ

ない信頼と満足度を獲得する」ことをめざしています。この目標に向かって、ご購入いただいた126cc以上の新車にはメーカー保証に加えて1年の延長保証を付加するなど、サポート機能を強化しています。また会員限定の優待サービスやロードサービスを提供する「Honda DREAM オーナーズカード」を発行し、お客様の快適なバイクライフをバックアップしています。



Honda DREAM 立川

国内汎用事業における取り組み ——苦情削減に向けた取り組み

国内の汎用事業では、2006年6月から関連部門内で週一回、苦情削減のための定例会を開催しています。定例会では、お客様相談センターに寄せられた営業や販売活動、サービス活動、製品など、事業に関するあらゆる苦情一件一件に対する対応策を検討するとともに、その進捗状況と結果を確認しています。また、苦情の根本的な原因を追求し、クリアすべき課題を定め、各関連部門で対策を講じることで苦情の源流を絶つよう努めています。

こうした管理手法は、アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、イタリアの5カ国にも導入され、着実に成果を挙げています。なお、お客様から寄せられた苦情のうち、国内外を問わず汎用事業全体に影響を及ぼす可能性がある問題は、「汎用事業全体の共通課題」と位置づけ、効果的な対策を含めて世界各地の拠点と共有するようにしています。

お客様対応の強化

●お客様相談センターの活動

お客様とのダイレクト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。

24時間・365日の電話対応体制のさらなる強化に向けて2007年2月より、土日・祝日の要員を増強しました。

その結果受信率は、2006年度80%から2007年度は98%となり、227,287件（前年比17,973件増）のお客様の相談にお答えすることが出来ました。

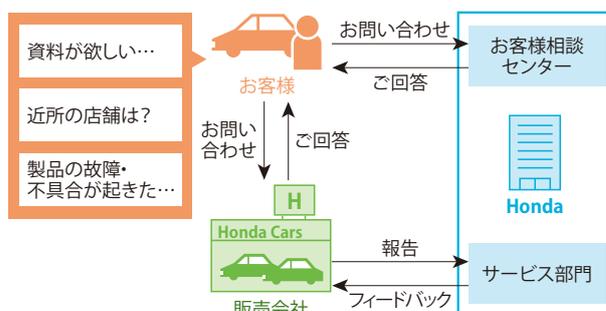
お客様からいただいた、ご質問・ご提案・ご要望・ご指摘などの貴重な声は、日々の業務に活用するために、情報（個人情報を除く）をタイムリーに研究開発・製造・サービス・営業の各部門に発信しています。貴重な声は、役員・従業員が共通で使用しているシステムからも、閲覧できるようになっています。

また、行政機関からの調査や依頼に協力したり、消費者関連機関への対応なども行っています。



お客様相談センター

お客様対応の体制



お取引先とHonda

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の製品は、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。とくに近年、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

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。

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、対等な関係に基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。

「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。

2008年は3月に開催し、約260社のお取引先に参加いただき、「グローバルでの桁違い品質目標の達成」「企業体質強化によるコスト競争力の向上」を中心に二輪・四輪・汎用の各事業における取り組みの方向性をお取引先と共有しました。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すぐ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。2008年の懇談会では、国内で取引を行っているお取引先企業49社を表彰しました。



購買方針説明会



表彰の様子

取引におけるコンプライアンスの強化

適正な取引のための取り組みを充実

Hondaは、「購買3原則」に則った誠実で公正な購買活動を推進するために、関連法規の遵守や、購買スタッフの行動規範などを定めたマニュアル類を整備し、教育研修や実務の場で活用しています。とくに、下請法や独占禁止法など、購買活動に密接に関連する法規については、新入社員時の研修に加えて、全従業員を対象とした講習会を定期的を実施し法遵守の維持・継続に努めています。

お取引先に対しては、日々の購買活動のなかで、適正な取引に関するHondaの姿勢と取り組みをお伝えするとともに、関連法規の説明会を行うなど、積極的な情報共有を図っています。

Hondaは購買活動を通して、経済産業省の「自動車産業適正取引ガイドライン」に準拠した適正な取引を徹底するため、直接お取引先だけでなく、その協力お取引先を含めたサプライチェーン全体に浸透させる取り組みをさらに充実させていきます。

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にすぐれた製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・環境性能などを追求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。2008年3月末現在、国内の全お取引先企業の99%にあたる407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

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、も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。

※「従業員とHonda」(P61～67)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)
- ホンダエンジニアリング(株)
- (株)本田技術研究所
- (株)ホンダアクセス

人事管理の三つの原則

1. 主体性の尊重

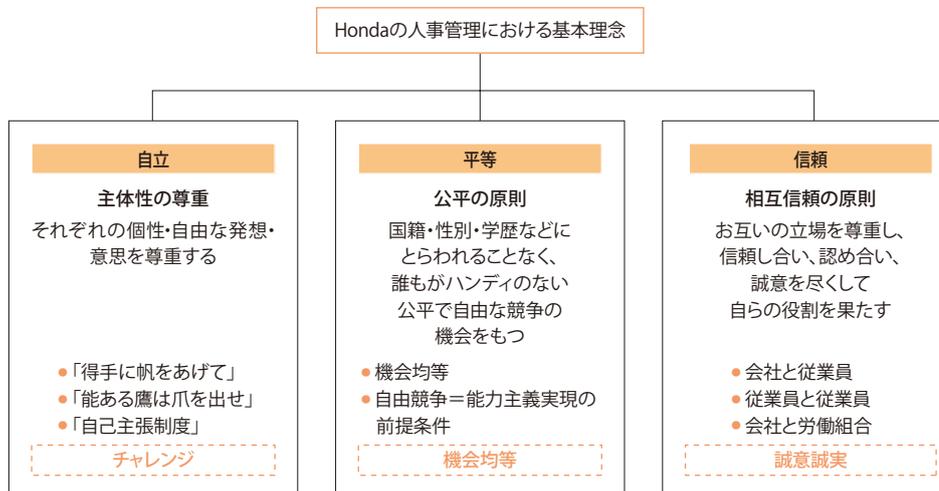
Hondaが従業員に期待するものは、個人の意欲と主体性です。それは、「能ある鷹は爪を出せ」「得手に帆をあげて」という創業者の言葉が示す通り、一人ひとりの従業員が自分で考え、行動し、責任を果たすことです。資格認定を求める「チャレンジャー」が自ら手を挙げる資格制度、自分の考えや異動希望などを主張する「自己主張制度」「チャレンジ公募制度」などは、従業員の意欲と主体性を前提に設計されています。

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するよう努めています。

3. 相互信頼の原則

Hondaは、会社と従業員と従業員同士の相互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。



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基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月から「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※

	2004	2005	2006	2007	2008
男性(名)	701	744	806	1,084	1,152
女性(名)	107	111	121	170	180
合計(名)	808	855	927	1,254	1,332

※ 各年の4月入社従業員数

中途採用者数

	2004	2005	2006	2007	2008 (計画)
男性(名)	91	241	551	732	—
女性(名)	16	15	22	28	—
合計(名)	107	256	573	760	740

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。

2007年度の障がい者雇用者数は975名、雇用率は、2.1%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



※ 「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名の雇用をもって「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歳の定年退職を迎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、すぐれた技術・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

	2004	2005	2006	2007
従業員が希望する再雇用者数(名)	91	68	120	125
会社が要請する再雇用者数(名)	13	8	23	68
合計(名)	104	76	143	193

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、これに基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(Off the Job Training)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。

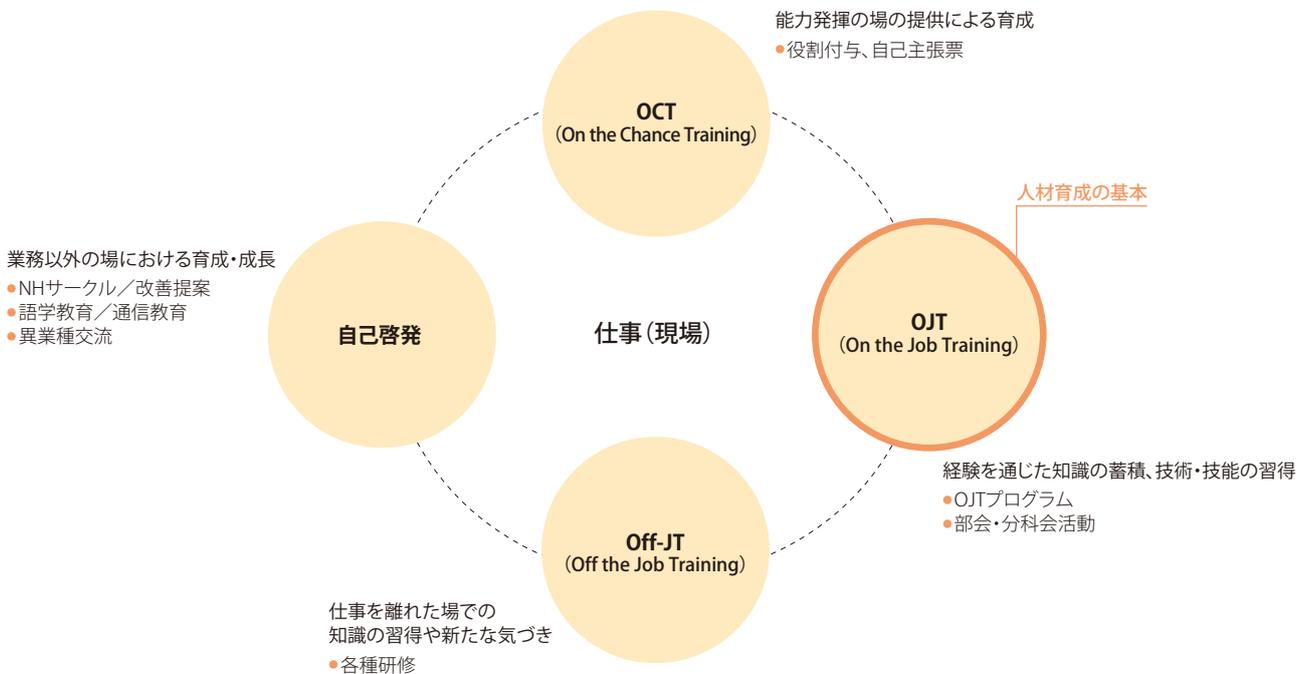
また、より高い専門性の獲得や知識・教養・人間性を高めるために、従業員が自らの意思で参加する語学教育や通信教育・異業種企業との人材交流などの自己啓発活動も活発に行っています。

●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三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)

人材育成の基本的な考え方



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、年1回、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「やりたい仕事・部門」などを希望する制度です。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。

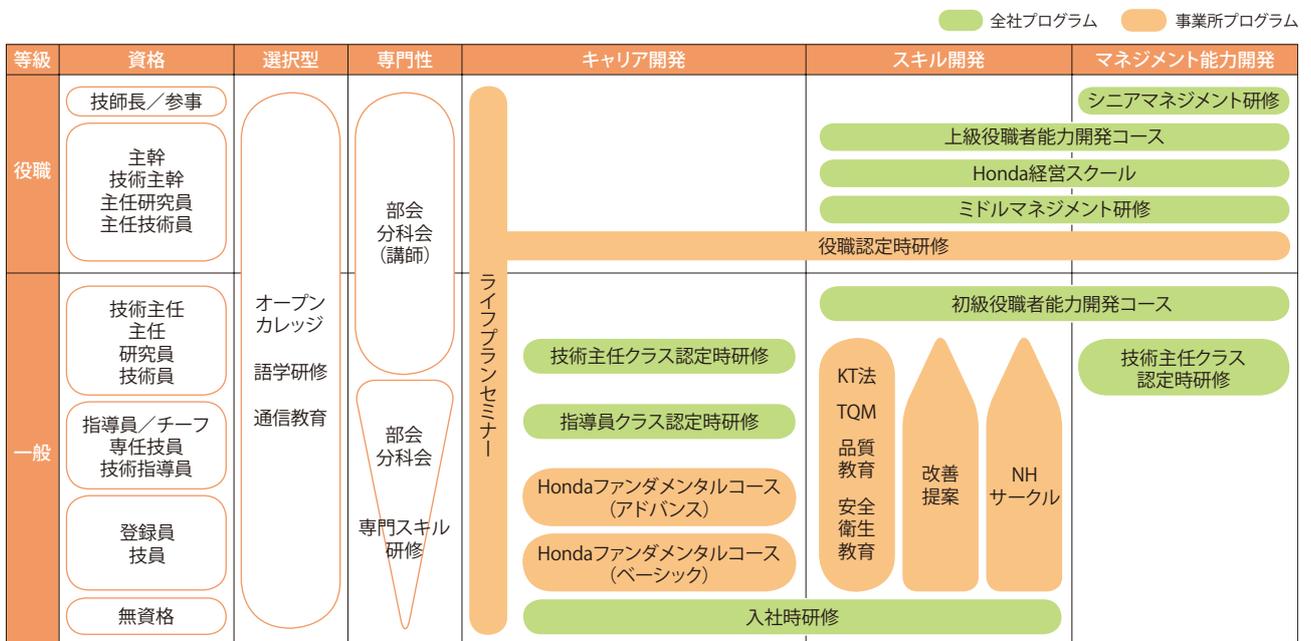
2005年9月の導入以来、2008年3月末までに528名の従業員が制度を活用し、異動しました。

2Wayコミュニケーションを通じた評価・育成を実施

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、組織の事業目標に基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。

Off-JTプログラムの概要



従業員の自主的な取り組みを支援

● 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) 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。

世界五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。

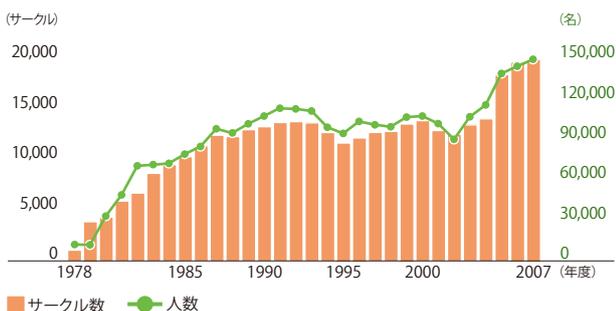
1973年のスタート以来、活動の裾野は年々広がっており、2007年度は、世界33カ国でお取引先・関連会社・販売会社を含めた20,057サークルが活動を実施し、延べ150,053名が参加しました。

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。



ハンガリーで行われた欧州地域ブロック大会の様子 (2007年9月)

NHサークル参加者推移

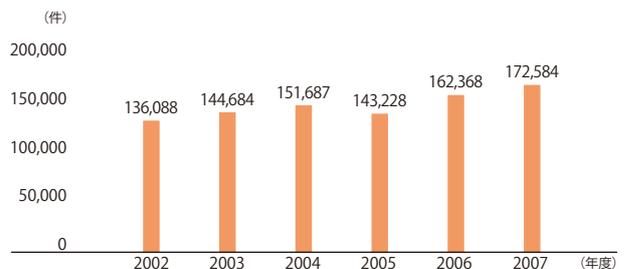


● 改善提案

Hondaには、従業員一人ひとりが自主的に創意工夫を重ね、さまざまな事柄について自らのアイデアを具現化していく「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2007年7月末現在までの累計提案件数は、約819万件です。

改善提案件数推移*



* 毎年、8月から翌年7月までの実績

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。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、2007年度の従業員一人あたりの所定労働時間は1,952時間、総労働時間は2,007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19.2日となり、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、Hondaは、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を導入しています。

* 年次有給休暇の繰越日数を超過してカットされる日数をゼロにする取り組み

仕事と育児・生活を両立する支援制度を運用

Hondaは、仕事と育児・生活の両立を図るための環境整備を進めています。

2006年4月には、育児休職期間を子どもが満3歳に達した直後の4月末まで延長しました。2007年4月には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。また、同年6月には多様性推進組織を設置しました。

2008年4月からは、新たに「育児のための短時間勤務制度」を導入したほか、「子の看護休暇」を、子どもの病気や怪我による突発時の呼び出しなどにも活用しやすいよう、時間単位で取得できる有給の休暇へと改定しました。さらに、Hondaの稼働日にあたる祝日に一時保育の運営を始めました。

Hondaでは、これら両立支援制度の拡充を図ると同時に、制度を従業員に広く活用してもらえるようハンドブックを作成・配布しているほか、個々のキャリアや能力開発を支援するマネジメント層への啓発活動を実施するなど、従業員の意識や職場の風土の変革を進めています。

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。



次世代育成支援対策推進法認定のマーク

次世代育成支援対策推進法の施行(2005年4月)以降の取り組み

年度	取り組み
2005	●育児休職の期間延長(子どもが1歳6ヵ月に達するまで)
2006	●育児休職の期間延長(子どもが3歳に達した後の4月末まで) ●育児のための時間外勤務免除期間の延長(小学校に就学するまで)
2007	●多様性推進組織の設置
2008	●育児のための短時間勤務制度(7~4時間)の導入 ●子の看護休暇の有給化 ●稼働日にあたる祝日の一時保育制度の導入 ●仕事と育児の両立支援ハンドブックの配布

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。この計画に基づき、生活習慣病の予防指導やトライウォークなど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、メンタルヘルスクエアなどを目的に、健康に関する相談窓口やカウンセラーの配置、産業医による面談などを通じて心身のさまざまな相談に応じているほか、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。

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

●「こころのケアスタッフ」を配置

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相談窓口を配置し、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」を設置

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。

●「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歳を迎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歳を迎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情報を提供しています。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（2008年3月末現在、組合員数は40,657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

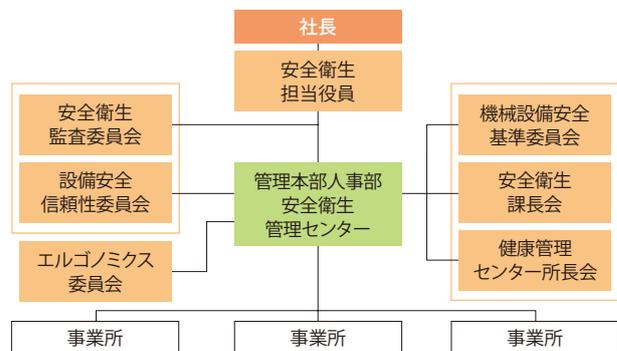
「安全なくして生産なし」——職場の業務安全と交通安全、そして従業員の心身の健康確保は、「人間尊重」を基本理念とするHondaにとって、最も重要な責務の一つです。こうした考えを、Hondaは労働安全衛生の基本方針に明記するとともに、業界トップクラスの安全で快適な職場環境の実現に向けて活動しています。

安全な職場づくりを推進（労働安全衛生推進体制）

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。

2008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高い目標を掲げ、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、設備の安全基準を新設、改定
- 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

労働災害の発生状況（全度数率・休業度数率）



株主・投資家とHonda

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・パリ)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、証券市場のボーダーレス化が進展し、一部の市場における取引量が少なくなってきたことに伴い、スイス、ユーロネクスト・パリの両証券取引所への上場を2007年に廃止しました。国内においても、取引量が減少した名古屋、福岡、札幌の各証券取引所への上場を2007年に廃止しました。

株主・投資家の権利の保護

IR活動に関する基本的な考え方

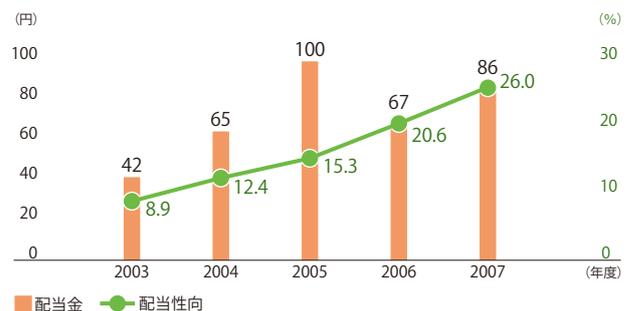
企業の存在意義はお客様、お取引先、従業員、株主・投資家、地域社会の皆様など、さまざまなステークホルダーとの関わりを通じて、持続的に企業価値を創造していくことにあります。

こうした認識に立ち、Hondaはこれからも、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きます。また、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先進的な取り組みや将来の事業戦略などについて、適時、正確に、公平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、市場を通じて適切な企業評価を得られるよう活動を継続していきます。

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。

配当金・配当性向の推移



一株あたりの配当金の推移



※ 配当利回りについて

2003-2007年度の配当利回りは、各会計年度末の株価を基準に算定しています。2008年度の配当利回りは、2008年3月31日の株価を基準に算定しています。

※ 一株あたり配当金について

2003-2005年度の一株あたり配当金は、株式分割後の発行株式数で算定しています。

2007年度の主な取り組み

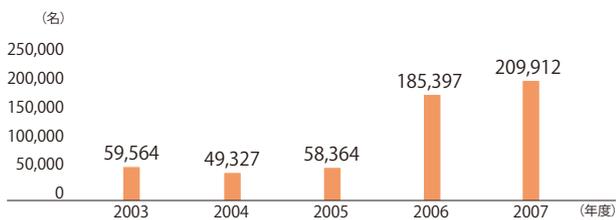
積極的なIR活動を展開

情報開示は、法令を遵守し、全世界の株主・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。

この方針に基づき、「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四半期ごとの報道機関や機関投資家、アナリスト向けの決算説明会の開催、決算解説のホームページ掲載などを行っています。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2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を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7月には、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、株式分割を実施しました。また、2006年度第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

株主数の推移



アニュアルレポート



クォーターリーレポート



Webサイト

開始しています。これらの施策により、個人株主数はそれまでの3倍以上に増加し、2008年2月には、東京証券取引所から個人投資家層の拡大、証券市場の裾野拡大に寄与した企業として「個人株主拡大表彰」会社に選定されました。



個人株主拡大表彰の様子

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を行う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、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質問・ご意見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によるインターネットなどを利用した議決権行使の仕組みを整備しています。

また、株主の皆様は「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や質疑応答を行っています。



ご視察会

投資家の皆様との2Wayコミュニケーション

Hondaでは、株主の皆様はもちろん、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に陥ることがないよう、積極的に市場の声に耳を傾けるよう努めています。

Hondaは、エンジン付自転車を販売していた1954年に国際二輪ロードレース「マン島レース」への挑戦を宣言。1961年には125cc・250cc両クラスで総合優勝を果たし、世界中の人々を驚かせました。



軽四輪事業を開始した1962年には「F1レースが開催できる」鈴鹿サーキットを完成させ、1964年にはF1ドイツグランプリに初参戦。翌65年にはメキシコグランプリで初優勝を飾りました。

挑戦し、ひたむきに努力し、成長する HondaがHondaであるための、 レーシング・スピリット

その後もHondaは、レース場で数々の栄冠を手にしてきました。そして、レースで蓄積した高度な技術を市販車に注ぎ込み、その走行性能、安全性能、環境性能などを向上させてきたのです。



高みに挑戦する意思。絶対にあきらめない気持ち。ひたむきな努力。チームで喜怒哀楽を分かち合う一体感。Hondaは、モータースポーツを通して、興奮と感動の瞬間を世界中のお客様と共有するために挑戦し続けます。



「モータースポーツ」「F1」の詳細情報
<http://www.honda.co.jp/motorsports/>
<http://www.honda.co.jp/F1/>



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」という考え方のもと、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



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。

社会活動ハイライト

未来を創る子どもたちの育成支援活動

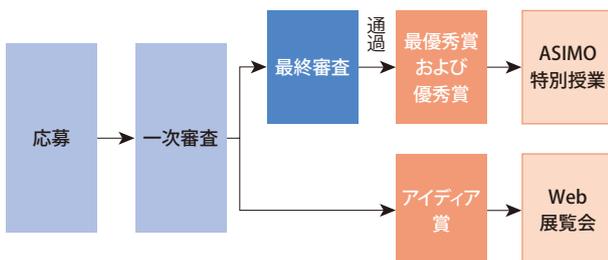
夢を原動力して歩んできたHondaは「未来を創る子どもたちの夢と創造力を育みたい」という考えのもと、幼児から大学生までの幅広い世代を対象に、モノづくりへの興味を喚起する活動をはじめ、夢をもつことの素晴らしさ、チャレンジすることの楽しさを伝える活動に力を入れています。

Hondaは、今後もさまざまな活動を通じて、子どもたちの可能性を引き出すとともに、学ぶことや挑戦することの意義を実感できる場を提供していきます。

子どもアイデアコンテスト ——夢見る楽しさ、つくる喜びを子どもたちへ

「子どもアイデアコンテスト」は、「未来にあつたらいいな」と思うモノのアイデアを画用紙に描いてもらい、子どもたちに夢を見る楽しさやつくる喜びを感じてもらうイベントです。第6回目を迎えた2007年度は、全国の小学生から5,147作品もの応募があり、一次審査を通過した32組35名の子どもたちに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、最優秀賞と優秀賞を受賞した子どもたちの学校には、「ASIMOが参加する特別授業」が贈られました。また、残念ながら一次審査を通過できなかった上位の組にはアイデア賞を設け、Hondaの「社会活動」のWebページ上で作品を公開しています。また、最終審査会では、タイで開催した「ASIMOスーパーアイデアコンテスト」の入賞者を招いた交流イベントを行い、モノをつくる楽しさを共有しました。

コンテストの流れ



参加人数の推移

年度	参加人数
2005	4,500名 (4,011組)
2006	3,700名 (3,414組)
2007	5,750名 (5,147組)



子どもアイデアコンテスト 最終審査会



低学年部の最優秀賞作品



タイのASIMOスーパーアイデアコンテストの様子

NYPUM——ミニバイクを活かしたアメリカの児童・学生支援プロジェクト

「ナショナル・ユース・プロジェクト・ユージング・ミニバイクス (NYPUM)」は、1969年に米国でスタートした児童・学生支援プロジェクトで、ミニバイクを動機づけのツールとして、孤独感などの問題を抱える子どもたちに自尊心や揺るぎない価値観、感謝の気持ちや責任感を身につけてもらうためのさまざまなプログラムを実施しています。Hondaは、NYPUMの設立と同時に支援を開始し、ミニバイクの寄贈や資金提供を合わせて2007年度までに合計4千万ドルを寄付しました。

現在、アメリカのさまざまな地域で40を超えるプログラムを展開していますが、なかでもユニークなプログラムが「NYPUMロデオ」です。これは、アメリカ各地のNYPUM参加者が一堂に会し、新たな友達と出会いフェアプレイ精神や民族・文化的多様性にふれるというプログラムです。

Hondaはアメリカの青少年とともに明るい未来に向けて成長し続けるために、今後もNYPUMを支援していきます。



NYPUMの様子

ホンダ・ドリームズ・ファンド

Hondaのマレーシアの現地法人「ホンダマレーシア・エス・ディ・エヌ・ビー・エイチ・ディ (HMSB)」は、2007年1月、国連開発計画 (UNDP) マレーシア事務所とともに、「ホンダ・ドリームズ・ファンド」の活動を開始しました。この基金は、高等教育を受けられずにいる17歳から24歳までのマレーシア人20人に対して、全額供与の奨学金を与えるもので、基金を通じて若者たちの夢の実現を応援し、マレーシアの人材育成に貢献することをめざしています。

対象者の選考は、書類審査を経た若者が参加する3日間のワークショップ「デア・トゥ・ドリーム」で行われます。ここでは、「空飛ぶ絨毯」や「交通渋滞」と名づけられた、楽しみながら学習することができるプログラムを通じて、個々の論理的思考、クリエイティブな思考やチームワークが審査されます。審査は、UNDPマレーシア事務所、ホンダマレーシア、マレーシア国内人権委員会 (SUHAKAM) のほか、オール・ウィメンズ・アクション・ムーブメント (AWAM) などのNGOスタッフも加わって行われます。

ホンダ・ドリームズ・ファンドは、4月25日に行われた記念式典で正式に発足しました。初年度となる2007年は多数の応募のなかから書類選考された60名がワークショップに参加し、このなかから20名が最終選考されました。



ホンダ・ドリームズ・ファンド (ワークショップの様子)

地球環境を守る活動

Hondaは、製品の研究開発から生産、購買、輸送、販売、廃却、オフィス業務に至る企業活動すべてにおいて環境保全に努めています。また、社会活動においても「地域社会と自然との共生」をテーマに、地球的視野に立った活動をめざしています。

ビーチクリーン活動 ——素足で歩ける砂浜を次世代へ

「きれいな砂浜を次世代に残したい」という想いから開発が始まったHondaのビーチクリーナー。Hondaは、試行錯誤を繰り返して独自技術で完成させた牽引式ビーチクリーナーを活用して、2006年5月から本格的な海岸清掃活動を開始しました。活動は、地域自治体の要請に基づいて、従業員やOBのボランティアスタッフで編成された「Hondaキャラバン隊」が全国の砂浜を巡回しながら実施しており、2007年度からはHondaのグループ会社との協働活動、地域の自治体への機材の貸し出しという新たな取り組みも開始しました。2008年3月末までに実施した清掃活動は38ヵ所となっています。



2007年10月に実施した「福田浅羽海岸」の清掃活動の様子



清掃前の砂浜



清掃後の砂浜

●グループ会社との協働活動

2007年10月に静岡県磐田市の福田浅羽海岸で行った清掃活動には、グループ会社の(株)ショーワの従業員ボランティア20名が参加しました。また、11月に宮崎県新富町の富田浜で実施した活動では、グループ会社の(株)ホンダロックの従業員ボランティア69名が参加しました。今後も、各地域でHondaグループ各社と連携したHondaならではの海岸清掃活動を推進していきます。

●自治体への機材貸出

2007年度は全国9ヵ所の地域自治体へ四輪バギーとビーチクリーナーをセットで貸し出しました。Hondaは、機材の貸し出しだけでなく、安全運転講習の実施や指導、機材のメンテナンスなど今後も継続的な支援を行います。

ビーチクリーン活動実績

	2006	2007
Hondaキャラバン隊	19ヵ所	19ヵ所
自治体への機材貸出	—	9ヵ所



2日間で90ℓゴミ袋で645袋のゴミを収集



クリーナーを使用している様子

地域に根ざした活動

Hondaは創業当時から、事業を展開する地域との共生をめざしてきました。この考えは、Hondaの社会活動の理念として受け継がれており、国内の事業所やグループ会社、世界各国の拠点で地域の特性に合わせたさまざまな活動を行っています。

世界との出会いを楽しむ「タッチ・ザ・ワールド」

東京都港区に本社があるHondaは、多くの大使館が集まる地域の特徴を活かした社会活動として、1999年から毎年、「タッチ・ザ・ワールド」を開催しています。これは、近辺の3〜5カ国の大使館に協力いただき、子どもたちを招いて世界各国のさまざまな文化に触れてもらうイベントです。

9回目を迎えた2007年度は、アルジェリア、ボスニア・ヘルツェゴビナ、ドミニカ共和国、クウェートの大使館に協力

タッチ・ザ・ワールドの参加人数の推移

年度	参加人数	大使館訪問数
2005	約1,100名	52名
2006	約1,300名	45名
2007	約1,500名	52名



イベントの様子(クウェート)



イベントの様子

いただき、「特製パスポート」を手にその国の言葉で挨拶しながら各国のブースをまわる「ミニミニワールドツアー」や、各国がパフォーマンスを行う「ワールドオンステージ」などを実施。好奇心いっぱいの子どもたちは、ステージの前で一緒に歌ったり踊ったり、珍しい各国の郷土料理を試食したりと、未知の文化に触れる楽しさを学んだ様子でした。

出会った国の外交官に取材する「大使館訪問」

「タッチ・ザ・ワールドで出会った国のことをもっと知りたい」という子どもたちの好奇心に応えるために、Hondaは大使館の協力を得て、夏休み期間中に子どもたちを大使館に招待する「大使館訪問」を実施しています。子どもたちは、普段なかなか入ることのできない大使館のなかで、外交官の方に事前に用意してきた外国語で自己紹介をしたり質問をしたり、さまざまな対話を通じて外国文化を学んでいます。



大使館訪問(クウェート)



大使館訪問(ドミニカ共和国)



大使館訪問(アルジェリア)

交通安全の教育・普及活動

Hondaは、ハードとソフトの両面から交通安全に取り組んでいます。ハード面では、先進技術を活用しながら、クルマに乗っていない人の安全も視野に入れた商品づくりに取り組むとともに、ソフト面では、地域社会のニーズに合わせた交通安全教育と安全運転普及活動を通じて、より豊かなモビリティ社会の実現をめざしています。

交通安全キャラバン

● 幼い子どもたちのための交通安全教室を開催

子どもたちを交通事故から守ることは、モビリティメーカーにとって重要なテーマの一つです。

Hondaは、人間形成に大きな影響がある幼児期から交通安全の基本を身につけてもらえるよう、1999年から、未就学児を対象とした「交通安全キャラバン」を開始しました。関東地区から始めた活動は現在、鈴鹿、浜松、熊本、栃木の事業所に広がっており、2007年度は幼稚園や保育園など641園を訪問しました。



交通安全キャラバンのプログラムの様子

● 見て、聞いて、話して、体験するプログラムを実施

「交通安全キャラバン」では、子どもたちの集中力が途切れないよう、トレーニングを積んだ俳優が進行役を務め、名作絵本の読み聞かせからHondaオリジナルの教材「あやとりい※(ひよこ編)」を使った交通安全の話までのストーリーを用意するとともに、途中にクイズを挟み子どもたちに答えを導かせるなど、演出を工夫しています。何度も復唱し、身振り手振りで交通ルールを覚えた後は、ミニチュアの信号機と横断歩道を使って横断の練習も行い、交通ルールを楽しみながら体感してもらうよう、取り組んでいます。

※「あんぜん」を「やさしく」「ときあかし」「りかいしていただく」4~5才を対象とした交通安全教育プログラムのことです

訪問園数と参加人数の推移

年度	訪問園数	参加人数
2005	340園	46,186名
2006	590園	76,392名
2007	641園	76,401名

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。

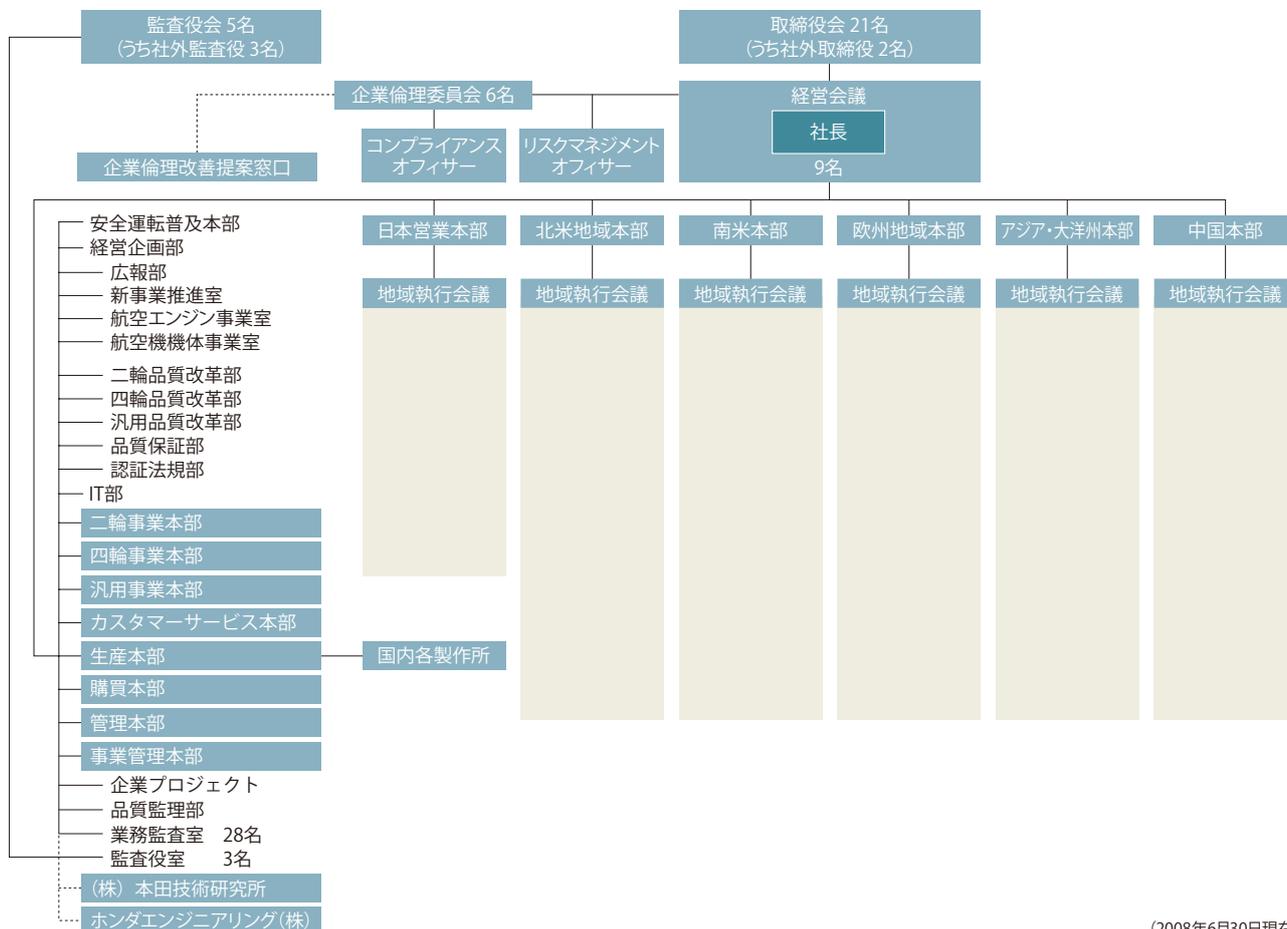
業務執行においては、基本理念に立脚し、地域・事業・機

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。

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



(2008年6月30日現在)

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21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。

2007年度は、取締役会を7回開催しました。

●監査役会

監査役会は、監査役5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。

2007年度は、監査役会を13回開催しました。

●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基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

Hondaは、あずさ監査法人による会社法、金融商品取引法および米国証券取引法に基づく会計監査を受けています。

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

社長、副社長および専務取締役（合計9名）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。

2007年度は、経営会議を29回開催しました。

●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、各地域本部に置いた地域執行会議が、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基づき、お客様や社会からの信頼をより高めるため、担当役員的主导のもと、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。

● 行動規範

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

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

チェックリストに基づく自己検証

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、全体状況を経営会議において評価し、取締役会および監査役に報告しています。

「わたしたちの行動指針」(コンプライアンスのみ抜粋)

コンプライアンス

Hondaが遵法精神が高い企業であるために
わたしは社会の一員として、法律を誠実に遵守します。

1. 法律遵守

● 法律の正しい理解

関係する法律の内容と精神を正しく理解し遵守すると共に、改正動向を把握し適切に対処します。

● 解釈不明時の処置

法律の解釈について不明な点がある場合には、法務部門、行政機関、または社外の専門家に確認し、内容を正しく理解します。

● 違反時の処置

法律に違反する行為、または違反のおそれがある行為を発見した場合には、所属長、法務部門または企業倫理改善提案窓口へ報告、提案、相談します。

● 行政機関への報告・届出

法律で求められている行政機関への報告および届出は適切に行います。

2. 社内規則の遵守

● 社内規則の正しい理解

関係する社内規則の内容と精神を正しく理解し遵守すると共に、改定があった場合は適切に対処します。

● 解釈不明時の処置

社内規則の解釈について不明な点がある場合には、規則制定部門に確認し、内容を正しく理解します。

● 違反時の処置

社内規則に違反する行為、または違反のおそれがある行為を発見した場合には、所属長または企業倫理改善提案窓口へ報告、提案、相談します。

● 報告・届出

社内規則で決められている報告および届出は適切に行います。

3. 社会規範の遵守

社会の一員として、社会の常識に沿った倫理的な行動をします。

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。

2007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

Hondaのリスクマネジメントは、リスクごとに定めた主管部門が整備する方針・体制・活動に基づいて、各部門が日常業務のなかでリスクの予防と発生時の対応に努めることを基本としています。各部門のリスク管理状況は、コーポレートガバナンスの仕組みのなかで、毎年確認し、改善を図っています。

各部門では対応しきれないような危機、全社に影響が及ぶような危機が発生した際には、役員が務めるリスクマネジメントオフィサーが指揮をとり、全社対策本部などが損失を極小化するための対応にあたります。

個人情報保護・機密情報漏洩防止

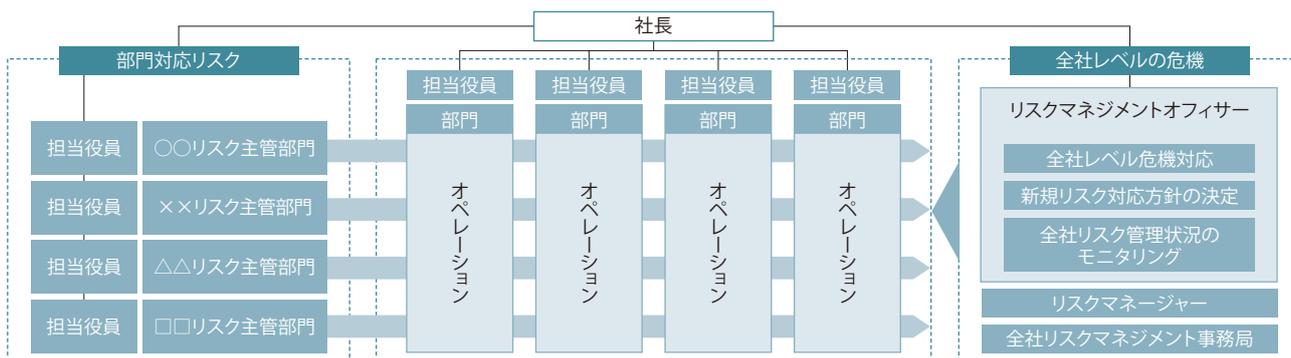
● 「プライバシーポリシー」を適切に運用

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。



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/>

リスクマネジメント体制



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(2008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(リバギー) 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

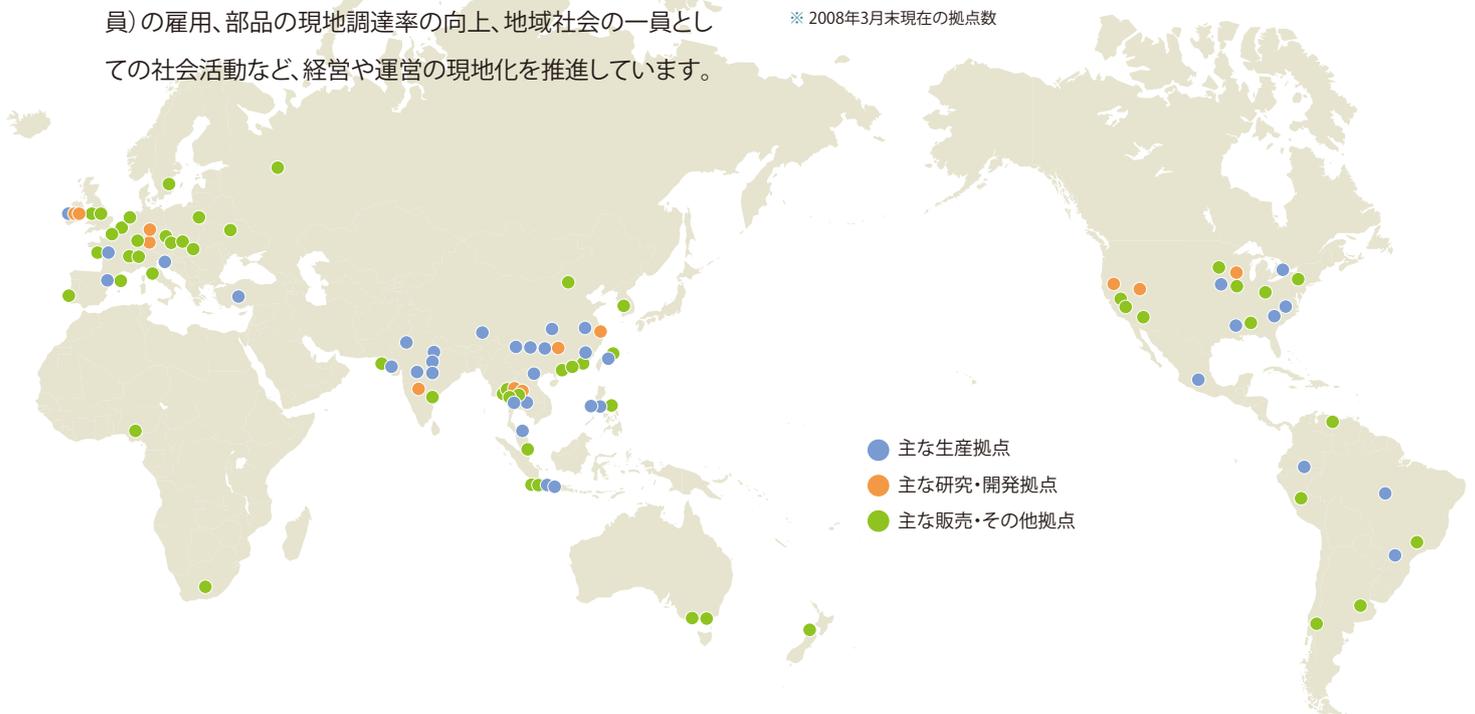
世界24カ国に67の生産拠点、13カ国に43の開発拠点※を展開し、約17万8千人の従業員が年間約2,400万人のお客様と接しているHonda。そのグローバルな事業展開を支えるのは、「世界中のお客様に満足していただく」「需要のあるところで生産する」という考えからです。

この考えに基づき、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。

※ 2008年3月末現在の拠点数



主な業績の推移(連結)

		2004年3月期	2005年3月期	2006年3月期	2007年3月期	2008年3月期
売上および利益(単位:百万円)	売上高	8,162,600	8,650,105	9,907,996	11,087,140	12,002,834
	税引き前利益	641,927	656,805	814,617	792,868	895,841
	当期純利益	464,338	486,197	597,033	592,322	600,039
研究開発費(単位:百万円)		448,967	467,754	510,385	551,847	587,959
設備投資(単位:百万円)		287,741	373,980	457,841	597,958	668,228
売上高(単位:百万円)	日本	1,628,493	1,699,205	1,694,044	1,681,190	1,585,777
	海外	6,534,107	6,950,900	8,213,952	9,405,950	10,417,057
	合計	8,162,600	8,650,105	9,907,996	11,087,140	12,002,834
従業員数(名)		131,600	137,827	144,785	167,231	178,960

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の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。