

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

2009



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、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、CSR重点テーマとして、「品質・安全」「環境」「社会」を設定し、章立てしてご報告しています。また、報告にあたっては、GRI※「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン」を参考にしています。

2008年度版では、創立60周年を迎えたHondaの「商品・技術」の歴史を紹介するとともに、「品質・安全」「環境」「社会」の各側面におけるHondaの取り組みを報告しています。

本レポートが、ステークホルダーの皆様に、Hondaの

CSR活動への一層のご理解を深めていただく一助になれば幸いです。

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



CSR Webサイト

冊子の情報に加えて「品質・安全」「環境」「社会」などの詳細情報が入手できるポータルサイト。



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

関連情報

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2008年度の主な実績および今後の目標をまとめた報告書。
2009年6月発行



<http://www.honda.co.jp/environment/publications/report/>



アニュアルレポート

Hondaの2008年度の業績の概要をまとめた報告書。
2009年7月発行



<http://www.honda.co.jp/investors/annualreport/2009/>



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2008年の主な実績をまとめた活動報告書。



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



Hondaの社会活動Webサイト

Hondaの社会活動の考え方や幅広い活動内容を紹介するWebサイト。



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

CSRレポート2009

●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。

●対象期間

2008年度(2008年4月1日～2009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。

●免責事項

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

●発行日

今回の発行 2009年7月
次回発行予定 2010年6月

●お問い合わせ先

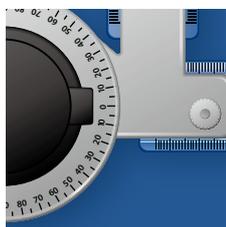
本田技研工業株式会社 法務部CSR推進室
〒107-8556 東京都港区南青山2-1-1
TEL.03-5412-1202 FAX.03-5412-1207

●発行責任者

法務部CSR推進室 室長 村田 浩

存在を期待される企業をめざして

CSRレポート 2009



Contents

Honda創立60周年	3
スーパーカブ誕生50周年	5
HondaフィロソフィーとCSR	7
トップメッセージ	9
Chapter I	
「品質・安全」の徹底	11
特集 — Safety for Everyone	
乗員と歩行者の共存安全を実現するために	13
安全とHonda (安全技術と安全運転普及活動)	17
品質とHonda	23
Chapter II	
「環境」との調和	25
特集 — Hybrid for Everyone	
ハイブリッドカーを、もっと身近な存在に	27
環境とHonda	31
Chapter III	
「社会」との共生	37
特集 — CS for Everyone	
世界中のHondaで圧倒的な顧客満足度を	39
お客様とHonda	43
お取引先とHonda	45
従業員とHonda	47
株主・投資家とHonda	51
社会活動とHonda	53
コーポレート・ガバナンス	57
Hondaの概要	61

Honda創立60周年

世の中に役立つモノをつくり
全世界の人々の「夢」と「喜び」を創造

1949

Honda初の二輪車
「ドリームD型」生産開始

フレームの強度不足を解消し、本格的オートバイとして開発。未来への限りない「夢」を託して、「ドリーム」と名づけました。



1953

Honda初の汎用エンジン
「H型」発売開始

Honda汎用商品展開の第一歩。6kgという軽量で、持ち運びに便利な小型サイズを実現しました。

1972

革新的なベーシックカー「シビック」発売

FF・横置きエンジン、ハッチバックという独創的なスタイルで国内発売。その後、世界中のマーケットに新風を巻き起こしました。



1967

空前のヒットとなった四輪車「N360」発売

日本のモータリゼーション進展の最中、誰もが買える普通のクルマとして、マイカーブームの火付け役となりました。

The Power of Dreams

夢が持つ無限のエネルギーを
原動力にして
これからも全世界に、そして未来に
新しい喜びを創造していきたい

創業～ モータースポーツ

1954年3月会社設立から6年後、イギリス・マン島のTTレースに参戦することを宣言。日本メーカーとして初の参戦であり、誰もが無謀な夢だと思いましたが、社員一人ひとりのレーシング・スピリットで総力をあげ、宣言から7年後に初めて勝利を手にしました。このレーシング・スピリットがその後のF1参戦へとつながります。Hondaにとってレースは技術力を磨く場でもあり、その後の数々の独創的なモビリティを創造する基盤となりました。

マン島TTレース参戦



F1参戦



Hondaは2008年9月、創立60周年を迎えました。創業者・本田宗一郎が語った、「世のため人のため、自分達何かできることはないか」という志は、言い換えれば夢をいかに高く持つか、いかにその実現に向けて情熱を燃やし続けるかということ。これがHondaイズムの原点です。

Hondaは、この60年間、時代ごとの要請に応じ、世の中の役に立つさまざまな新しいモビリティをつくりだしてきました。創立から60年を迎えた今、あらためて創業の精神に立

ち返り、二輪・四輪・汎用製品という現在の事業を基盤にしなが、同時に次世代モビリティの研究・開発を進め、新しい事業へもチャレンジしていきます。

今後も、世の中の役に立ち、たくさんのステークホルダーの皆様と喜びを共有するために、時代のニーズを先取りし、独自の技術でモビリティ社会の発展に貢献していきたいと考えています。

1999

**シニア層への新しいモビリティ提案
電動カート「モンバル」発売**

一人ひとりの豊かな生活を支援するために、「安心」「快適」「簡単」にこだわった電動カート。



2007

**エネルギーを創出する
「薄膜太陽電池」を発売**

2007年10月より一般住宅向け商品の販売を開始。



1986

スクーターの概念を変えた「フュージョン」発売

ロー＆ロングの車体がもたらす快適でおおらかな、新感覚デザインの250cc大型スクーター。

2009

**ハイブリッドカーをもっと身近な存在にする
「新型インサイト」発売**

エコをもっと身近に楽しめるクルマとして低燃費、低価格を実現しました。

2000~
ASIMO

Hondaが開発するヒューマノイド・ロボットASIMO※。技術の先端をただ追い求めるだけでなく、近い将来人間社会に共存し、日常のさまざまなシーンで人々の暮らしに貢献することをめざします。

※ "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



2006~
HondaJet

創業時からの夢であった航空機の開発。空への夢をカタチにした小型ジェット機は2011年からの引き渡しを予定しています。



Hondaのモビリティ開発の原点

第二次大戦直後、日本のモーターサイクル製造は、海外モデルを模したもから始まっていました。当時のモデルはとて高価で、一般の人々が買えるものではありませんでした。誰でも使える便利な商品を多くの人に——そんな本田宗一郎の想いから、1958年にスーパーカブは誕生しました。

当時のビジネスバイク市場では2馬力程度の2ストロークエンジンが主流でしたが、まだ舗装が進んでいない日本の道路でも低速で乗りやすくすることを考慮して50ccの4ストロークエンジンの量産化に世界で初めて取り組みました。また、タイヤについても当時、18インチという大きいサイズが主流でしたが、低速でも取り回しがしやすいように17インチというタイヤの開発にまで踏み切りました。この新型タイヤをつくってくれるメーカーを探し出し、試行錯誤の末に完成させました。また「出前持ちの人が片手でも楽に運転できるように」と、簡単に変速できる自動遠心クラッチを開発。さらにスタイリング面では「女性にも乗りやすいよ

うに」と、ステップスルーとレッグシールドを採用しました。

誰もが簡単に乗れる便利な新しい交通手段をつくりたいというその一心でHondaは「日本発の全く新しい二輪車」スーパーカブを生み出したのです。

スーパーカブはその後、ほとんど変わらない定番フォルムに先進技術を次々と盛り込み、時代とともに進化し続けます。エンジンを継続的に改良しながら、1996年にはバンクに強いタフアップチューブを開発・採用。2007年には一層の環境性能と快適性の向上をめざして、走行状況に応じてコンピュータが理想的な燃料供給の量とタイミングを判断し調整する電子制御燃料噴射装置「PGM-FI」を搭載しました。

また、人々の暮らしが豊かになっていくのに合わせて、「走る楽しさ」を重視したスポーツカブもラインアップするなど、マーケットニーズに対応し、機能やデザインを柔軟に変化させてきました。

人々の要請、時代の要請に応え続ける。スーパーカブの基本思想は、Hondaのモビリティ開発の原点として、今なおすべてのHonda製品に息づいています。



イギリス



中国



マレーシア

スーパーカブ誕生50周年

全世界160カ国以上の人々に愛され続けて生産累計6,000万台を達成しました。

「人の役に立ち、生活を楽しくする」というHondaの思想をそのままカタチにしたスーパーカブ。

それは1958年、当時の二輪車の常識を覆して誕生しました。

50ccの4ストロークエンジン、女性も乗りやすいデザイン、大衆的な価格が人々を魅了しました。

そして今、スーパーカブは「50年間同じコンセプトでつくられている世界最多生産のエンジン付き乗り物」という他に類を見ない存在となったのです。

「環境性能」「操作性能」「耐久性能」の進化

1966

燃費・静粛性が向上

OHVを燃焼効率や静粛性に優れたOHC(オーバーヘッドカム)に変更。



1971

操作性が向上

新設計フレームで操作性を向上させた「デラックス」を販売。



1983

超低燃費を実現

リッター180km。驚異的な超低燃費「新エコノパワーエンジン」を搭載。



Hondaのグローバル展開の原点

Hondaがスーパーカブを初めて海外に輸出したのは、日本での発売からわずか10カ月後のこと。1959年にアメリカン・ホンダを設立し、販売を開始しました。初の海外市場をアメリカにすることを決めたのは「一番厳しい市場で勝ち残らなければ本物ではない」と考えたからです。

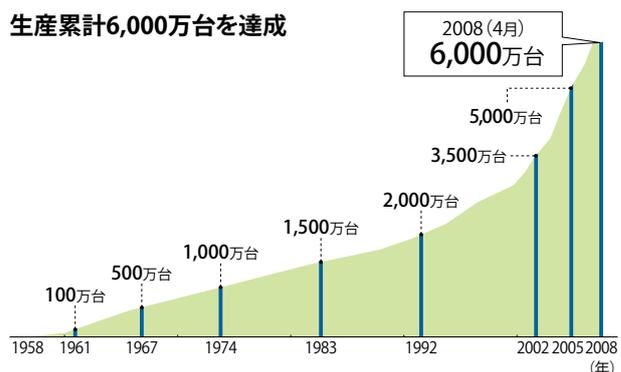
しかし当時、アメリカのモーターサイクルのほとんどは500cc以上で、長く延びた舗装路を走るのに向いたスタイル。アメリカ人にとっては「スピードマニアのための乗り物」だったのです。そんな中でアメリカン・ホンダは当初、苦戦を強いられました。当時、アメリカならではの狩猟などのレジャー用途に狙いを定めたハンターカブをはじめ、現地ニーズに合わせたモデルを投入することで販売台数を拡大。1978年には現地での生産体制を確立しました。

またHondaは、ヨーロッパ、アジアにも拠点を置き、スーパーカブの販路を拡大していきます。「現地での生産・販売体制の確立」というHondaの思想は、スーパーカブが先駆けとなって具現化されていったのです。

1962年には100%出資による初の海外工場としてベルギー・ホンダを設立したのを皮切りに、1964年にはタイに東南アジアの販売拠点となるアジア・ホンダ、翌年には二輪車生産の合併会社タイ・ホンダを設立しました。さらに1996年には二輪車工場としてホンダ・ベトナムを設立しています。

今もなお生産・販売地域を拡大し続ける「日本発の独創的モビリティ」スーパーカブ。「人の役に立ち、生活を楽しむ」というHondaの思想をそのままカタチにしたスーパーカブは、時代の変化とともに、人々の暮らしの多様化とともに、世界中でユーザーを増やし続けています。

生産累計6,000万台を達成



メキシコ



ブラジル

1958

スーパーカブ誕生

50ccとしては世界最高出力、4.5馬力の空冷4ストロークOHV(オーバーヘッドバルブ)単気筒エンジンを搭載。

1996

耐久性能が向上

パンクに強い「タフアップチューブ」を採用。



2007

環境性能が向上

燃費向上と排ガスのクリーン化を両立する電子制御燃料噴射装置「TRGM-FI」を搭載。



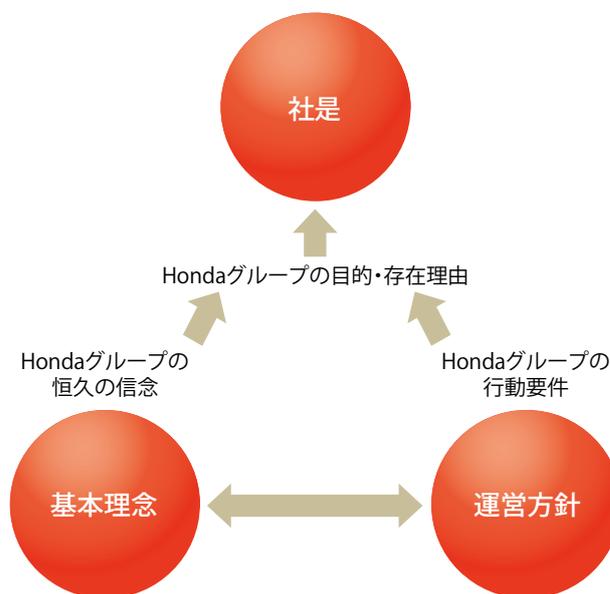
Hondaフィロソフィーを原点としたCSR活動を実践しています

Hondaの原点、「Hondaフィロソフィー」

Hondaフィロソフィーは、Hondaグループのすべての従業員の行動や判断の基準であり、企業活動の基礎を成すものです。

Hondaフィロソフィーは、「人間尊重」「三つの喜び」から成る“基本理念”と“社是”、“運営方針”で構成され、Hondaグループで働く従業員一人ひとりの価値観として共有されています。

Hondaは、この価値観をベースに社会からの信頼を得て、企業の社会的責任を果たしていきたいと考えています。



社是

私たちは、地球的視野に立ち、世界中の顧客の満足のために、
質の高い商品を適正な価格で供給することに全力を尽くす

基本理念

人間尊重

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

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

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

三つの喜び

買う喜び —— Hondaの商品やサービスを通じて、お客様満足にとどまらない、共感や感動を覚えていただくこと

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

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

運営方針

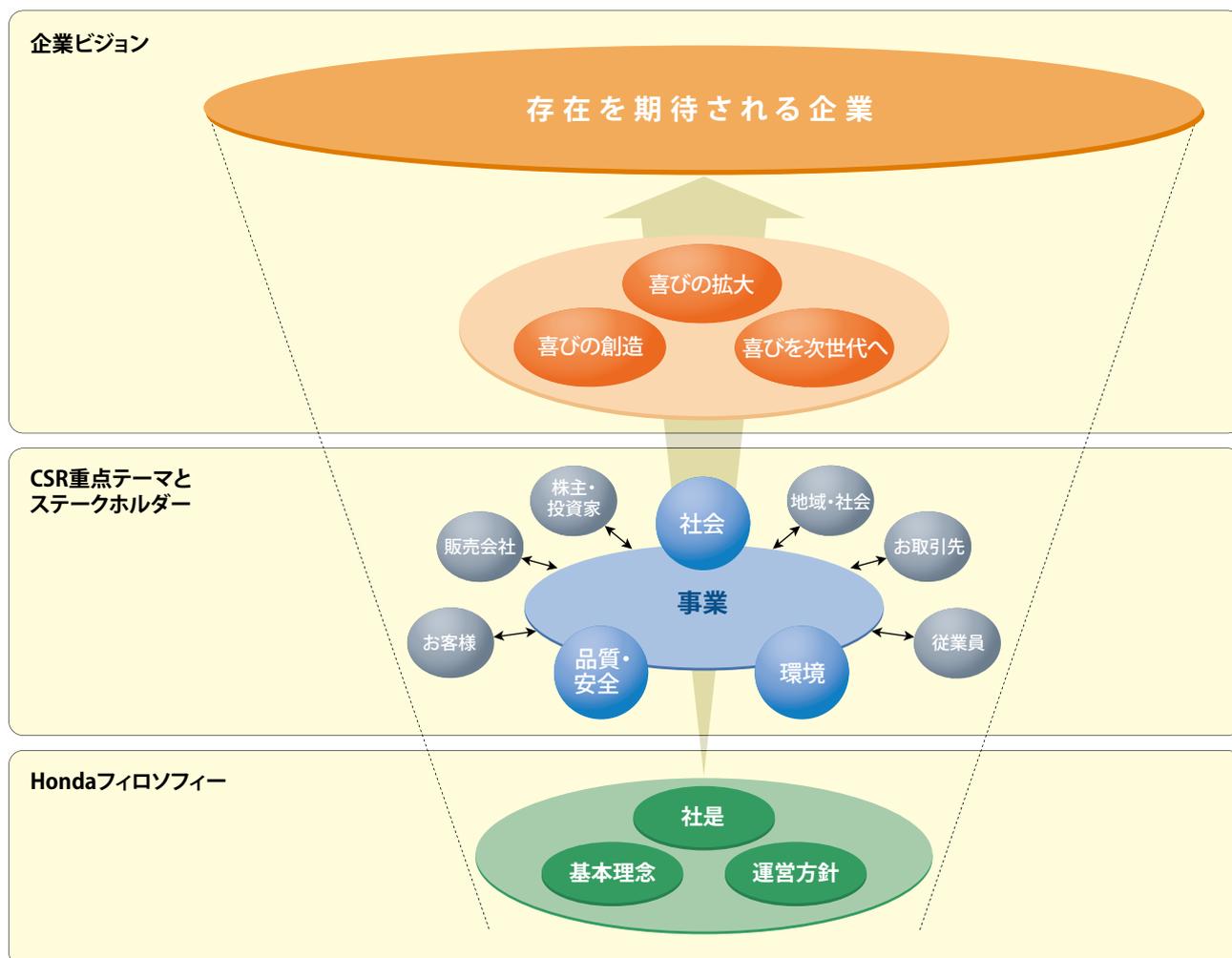
- 常に夢と若さを保つこと
- 仕事を愛しコミュニケーションを大切にすること
- 不断の研究と努力を忘れないこと
- 理論とアイデアと時間を尊重すること
- 調和のとれた仕事の流れを作り上げること

フィロソフィーを原点としたCSR活動

Hondaは、Hondaフィロソフィーにもとづいて、「存在を期待される企業をめざす」という企業ビジョンを定めています。また、このビジョンを実現するために、「喜びの創造」「喜びの拡大」「喜びを次世代へ」という三つの方向性を定めています。「喜びの創造」とは、自由な発想で夢を描き、時代に先駆けて新しい価値を創造することであり、「喜びの拡大」とは、より多くの人々とともに夢を実現し、世界中の地域社会に貢献していくこと、そして「喜びを次世代へ」とは、

人々の安全の向上を追求するとともに環境・資源に対する負荷をミニマムにしていくという考えです。

Hondaは、この三つの方向性を、お客様、販売会社、お取引先、従業員、株主・投資家、地域・社会など、Hondaを取り巻くすべてのステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを通じて、一つずつ、着実に実践していくことで、社会への責任を果たしていくと同時に、持続可能な社会づくりに貢献していきます。



日々の事業活動を、ステークホルダーの視点で検証しながら、持続可能な社会づくりをめざします

すべての事業計画を見直し、 先進環境技術を一層強化していきます

2008年度は、年後半以降の米国金融危機に端を発した世界同時不況、急激な円高の進行などの影響を受け、四輪・汎用事業の最大市場である米国では需要が大幅に落ち込みました。一方、ブラジル、インド、タイなどの新興国の二輪市場においては、需要の伸びが鈍化したものの前年度並みの実績となりました。

このような状況を踏まえて、Hondaはお客様や社会のニーズの変化に迅速かつ的確に対応し、限りある経営資源を必要な領域に集中していくため、企業体質の強化に努めるとともに、すべての事業計画を見直し、投資・開発案件についても優先順位を再考するなど、各種の対策を迅速に実行してきました。

これらは国内外における工場での生産休止や、お取引先からの購買額の減少など、雇用や地域経済という点において少なからずステークホルダーに負の影響を及ぼしたことは否定できませんが、こうした計画の見直しは、業績の悪化を最小限にとどめ、企業としての存続基盤を確保するためには必要不可欠であったと考えています。

どんなに厳しい経営環境にあっても、また先行きが見通しづらい状況においても、企業理念であるHondaフィロソフィーを体現し、企業としての社会的責任を全うしていく姿勢を忘れず、技術革新と新しい価値の創造にチャレンジし続けていくのが、Hondaです。これまでHondaが幾度もの経営危機を乗り越え、成長してきたのは、モビリティの夢を信じ、人々の喜びを自らの喜びとし、高い目標にチャレンジし続け、未来につなげていくために積極果敢に改革を推し進めてきたからだと考えています。

Hondaは2008年12月、F1レースからの撤退を発表しました。この決断に対して、社内外から「残念だ」という声も寄せられました。しかしHondaは、この「100年に一度」と言われる不況を乗り越えるために、また、自動車産業の「次の100年」をリードしていくために、「環境」への対応が経営の



最重要課題の一つと捉え、F1レースに注いできた情熱や人材、モノや資金などの経営資源を、新しい時代の環境技術の開発と新エネルギー創出へ振り向けていくべきだと考えました。燃費向上や脱化石燃料化などによって地球温暖化問題の解決に貢献する技術や製品づくりに注力することで、「買う喜び」「売る喜び」「創る喜び」を拡大しながら、モビリティメーカーとしての社会的責任を果たしていく——そういう認識にもとづいて、Hondaは先進環境技術の強化に一層注力していきます。

2009年2月に発売を開始したハイブリッドカー「新型インサイト」は、そんなHondaの意思を込めた製品です。Honda車らしい走行性能に、低燃費・低エミッションというモビリティの価値を高める技術を取り込み、一人でも多くの方に乗っていただけるようなお求めになりやすい価格を実現することで、環境のような社会的な課題解決にも貢献する。それがHondaのめざす「先進創造」です。

今後も二輪・四輪・汎用のすべての商品分野でさらなる環境性能の向上をめざしてチャレンジしていきます。

「源流強化」と原点に立ち返ることで、 時代や社会の要請に真摯に応えていきます

新しい時代のHondaの基盤づくりに取り組んできた、もう一つのキーワードが、この5年間継続的に取り組んできた「源流強化」ということです。

昨秋以降、モビリティ市場は急激に縮小したものの、中長期的には新興国市場をはじめ世界的な需要は拡大して

いくと予想できます。源流強化とは、そんなグローバル市場において競争を勝ち抜き、永続的な成長を続けるために、マザー機能である日本を中心とした「グローバルなものづくり体制」を強化していくことです。そして、この源流強化に加えて、今こそHondaは「社会に奉仕する」、すなわち「世のため、人のため」という考え方のもと、社会の期待に応える創意工夫に富んだ付加価値の高い商品や技術を通じて、社会と多くの喜びや感動を共有してきた原点に立ち返るべきであると考えています。

私は、これからの時代が、これまでの経験をはるかに超えるほど厳しい時代になると認識しています。しかし、どんなに厳しい状況であっても、私たちはその原点に立ち返ることで、社会や時代の要請に先駆け、スピーディに行動し、モビリティメーカーという基本軸をぶらすことなく、Hondaらしい先進創造でこの厳しい時代を乗り越えてまいります。

どんなに大きな環境変化があっても、「存在を期待される企業」として、従来以上にステークホルダーの視点から日々の事業活動を検証しながら、モビリティの「喜びを創造」し、世界中に「喜びの拡大」をもたらし、「喜びを次世代へ」つないでいくことで、これからも持続可能な社会づくりに取り組んでいきます。

代表取締役社長 伊東 孝紳



1950

1960

1970

1950

白い作業着の貸与

「汚れが目立てば汚さなくなり、機械本体も綺麗に使うようになる」創業者の発想から生まれたHonda哲学の象徴。



1953

「120%の良品」をめざして

「120%の良品」という言葉がホンダ月報に掲載されたのが1953年。「120%をめざせ」は創業者の口癖だった。

1964

鈴鹿サーキット
安全運転講習所オープン
クルマの性能向上にあわせ、ドライバーの運転技術指導をいち早く開始。



1970

安全運転普及本部が発足
本格的なモータリゼーションの時代に安全運転教育の重要性を認識し専任組織を設置。

国産車初 3点式シートベルトを搭載

本格的スポーツカー「S600」に国産車初の3点式シートベルトを搭載。乗員を守るというHondaの安全思想の原点。



Chapter I

「品質・安全」 の徹底

「120%の良品」をめざして品質を追求するとともに、乗員と歩行者の共存安全を実現しモビリティ社会で暮らすすべての人々の安全を確保することがモビリティメーカーが果たすべき最も基本的な社会的責任であると考えています。

1982

**国産車初
四輪アンチロック・ブレーキ・システム搭載**

Hondaの独自開発による四輪アンチロック・ブレーキ・システムを国産車で初めて搭載。



1995

**小学生を対象として
交通安全プログラムを開始**

児童用交通安全教育プログラムを開発し、子どもたちに交通安全教育を実施。



2005

**世界初、二輪車用
エアバッグシステムを開発**

前面衝突時のライダーの飛び出しを抑制し、傷害を軽減。



1987

**国産車初
四輪エアバッグシステム搭載**

信頼性99.9999%のエアバッグシステムを独自開発し、国産車で初めて搭載。

**いつの時代にも、「最高の品質」で「すべての人の安全」を実現するために**

「我々の至宝であるお客様、そのすべてに、文字通り『一人の例外もなし』にご満足いただき、信用していただくためにはいかなる困難をも克服して120%の良品をつくらねばならない」。創業者の言葉は、半世紀以上が経った今も、HondaのDNAとして脈々と受け継がれています。桁違いに高い品質の商品——「桁品商品」——こそがHondaのアイデンティティであり、これを実現するために、開発・生産・販売サービスのすべての段階で品質向上・改善を継続的に実践しているのです。

また、「安全」についてはモビリティの絶対条件であると考え、常に開発の最重要テーマのひとつとして位置づけてきました。

1964年には国産車として初めて3点式シートベルトを導入。1987年には四輪エアバッグシステムを搭載、2003年には

追突衝撃軽減ブレーキを、2004年には注意喚起機能付インテリジェント・ナイトビジョンシステムを次々に世界に先駆けた安全技術を開発、搭載してきました。また、乗員と歩行者の共存安全を実現するために、1998年に世界初の「衝突時の人体の挙動を再現する歩行者ダミー人形」を開発。2000年には屋内型全方位衝突実験施設を建設し、実際の交通事故現場に近い「リアルワールド」で安全技術を開発できる体制を整え、これを進化させてきました。

さらに、こうした技術開発のみならず、人々に交通安全の知識やノウハウを普及する教育活動にも力を入れています。

Hondaは、これからも技術（ハード）と教育（ソフト）の両面から「安全」を追求していきます。



Safety for Everyone

乗員と歩行者の共存安全を実現するために

特集

モビリティ社会で暮らすすべての人々が安全に共存できるように、Hondaは「技術（ハード）」と「教育（ソフト）」の両面から、事故が起こらないように安全装備や性能、運転方法を追求してきました。「安全」確保はモビリティの絶対条件。Hondaにとって最も重要な社会的責任のひとつと考えています。

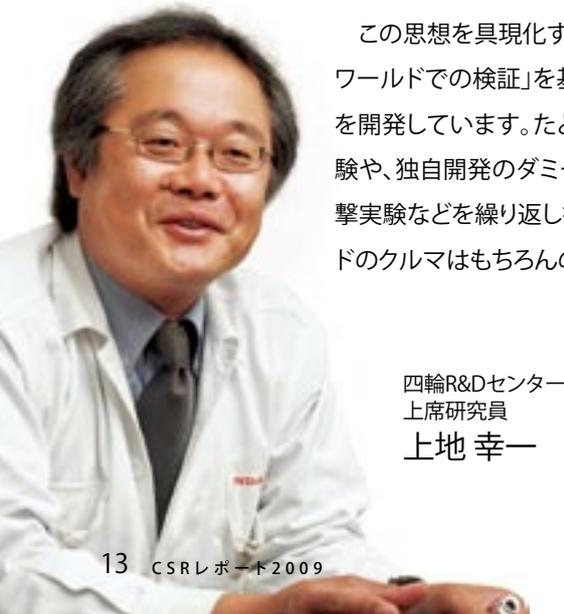
「リアルワールドでの検証」を基本に安全技術を開発しています

「自動車の安全性」と聞かされると、多くの人は「ドライバー自身や同乗者の安全確保」を思い浮かべます。しかし、事故で傷つくのはクルマに乗っている人たちだけではありません。衝突した相手のクルマの乗員や、歩行者も傷ついてしまいます。つまり、「自動車の安全性」とは、すべてのクルマの乗員と道ゆく人々、モビリティ社会で暮らすすべての人々が安全に共存することでなければなりません——これがHondaの共存安全思想です。

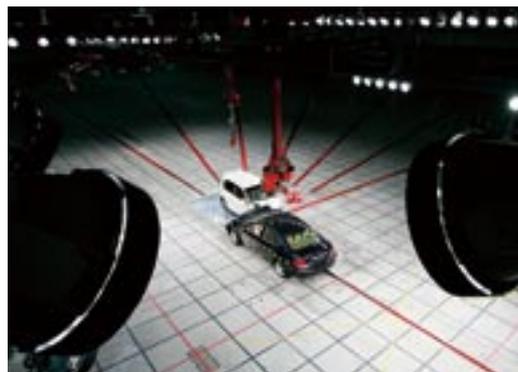
この思想を具現化するために、Hondaは「リアルワールドでの検証」を基本に、さまざまな安全技術を開発しています。たとえば、全方向からの衝突実験や、独自開発のダミー人形を用いた対歩行者衝撃実験などを繰り返し行っています。Hondaブランドのクルマはもちろんのこと、他メーカーのクルマ、

ドライバーや同乗者、歩いている人、自転車に乗っている人などが実際にどう動き、どう行動するのか。それらをリアルに再現する設備や機器を駆使し、実験に実験を重ねて安全技術を開発していくのです。

2008年度は、主にクルマ対クルマ、クルマ対人の衝突時の安全性を高める新技術の開発に注力し、大きな成果をあげることができました。これらもまた「リアルワールドでの検証」を経て開発されたものであることは、言うまでもありません。



四輪R&Dセンター
上席研究員
上地 幸一



世界初の屋内型全方位衝突実験施設

i-SRSエアバッグシステム〈連続容量変化タイプ〉

新方式の「縫製」と「ガス排気制御」で世界初の連続容量変化を実現し「衝突」と「エアバッグの衝撃」から運転者を守る

日本初、世界初を次々と開発

Hondaは、1987年に国産車初の運転席用エアバッグシステムを開発し「レジェンド」に搭載しました。その実用化に要したのは16年もの歳月。「安全システムに誤作動は許されない」と、信頼性99.9999%にこだわったからです。

また「衝突時に乗員を保護する性能」と「エアバッグが乗員に与える衝撃の緩和」の両立にも取り組み、1990年にはフロントガラスに沿って展開し、乗員を直撃しないトップマウント方式の助手席エアバッグを開発。1998年には衝撃力を一層低減するガス発生量の2段階化技術、助手席乗員の着座姿勢などを検知し衝撃が過大になる場合にはサイドエアバッグの展開をキャンセルする機能など、世界初のシステムを次々と開発。2002年には低温ガスでサイドカーテンエアバッグを素早く展開する新方式の開発に成功しました。

画期的なi-SRSエアバッグシステム

そして2008年、Hondaは世界初となる「i-SRS※エアバッグシステム」を開発しました。これは、新方式の「縫製」と「ガス排気制御」で、衝突時に乗員を保護する性能を高めながら、エアバッグが与える頭部への衝撃を緩和した画期的なシステムです。

新方式の縫製とは、エアバッグにうず巻き状の縫製を施すこと。新方式のガス排気制御とは、排気制御弁によってエアバッグの内圧をコントロール

すること。これら二つによって、エアバッグの初期飛び出し量を従来よりも少なくし、その後、一定の内圧を維持しながら容量を連続的に拡大することで保護時間を延長し、さまざまな体格や衝突状況により幅広く対応しながら、頭部への衝撃を緩和します。「低衝撃」で展開しながら、「迅速」に保護面を形成して保護性能を長く「持続」させるという、世界初の技術です。

このi-SRSエアバッグシステムは、2008年11月発売の「ライフ」から搭載を開始しています。

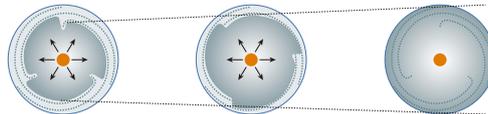
※ SRSとはSupplemental Restraint System (シートベルトを補助する乗員保護装置)の略。シートベルト着用を前提とするエアバッグのこと。



試作エアバッグの縫製の様子

エアバッグに「針を刺す」という驚きの発想で保護性能の向上と衝撃の緩和を実現

縫製の糸を切りながら連続的に容量を拡大



乗員保護性能特性の比較イメージ

エアバッグに近い乗員にも、より迅速に展開することで適正な性能を提供
エアバッグに近い乗員にも、より長く維持することで、適正な性能を提供



※ シビッククラスに搭載した状態での比較 (Honda調べ)

従来のエアバッグシステムの展開メカニズム



i-SRSエアバッグシステム〈連続容量変化タイプ〉の展開メカニズム



保護面形成

保護性能発揮時間

排気開始内圧降下

第三世代歩行者ダミー (POLARIII)

業界唯一、衝突時の挙動を再現する歩行者ダミー人形を開発

「必要なもの」だから自分たちでつくる

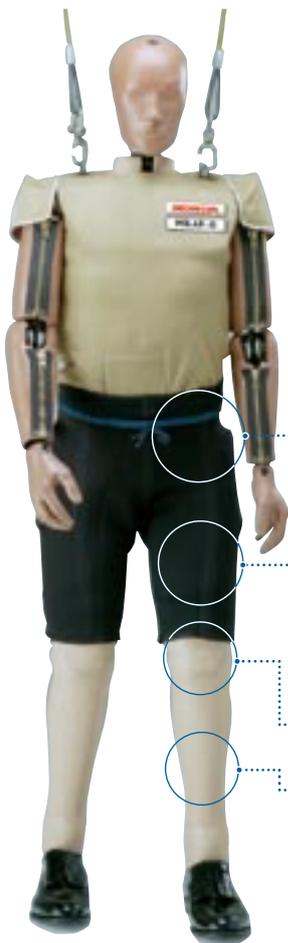
世の中に存在していなくても必要なものなら、自分たちでつくってしまう。こんな実行力がHondaの真骨頂。それは、歩行者ダミー人形の開発にも表れています。

Hondaは、交通事故死者数の約3分の1が歩行者であるという事実から早くから注目し、今も歩行者傷害軽減技術の研究開発を進めています。

本格的な研究に着手したのは1988年、その10年後、世界初の「衝突時の人体の挙動を再現する歩行者ダミー人形」を完成させました。歩行者の傷害を軽減するためには、「どのようにケガをするのか」という、負傷のメカニズムを正確に把握する必要があったからです。

「限りなく人間に近い構造」をめざして

歩行者の死亡事故の原因のなかで、多くを占めているのが頭部傷害。だからHondaは、歩行者傷害軽減技術開発の最初のテーマを「頭部傷害の軽減」に設定しました。ところが1988年当時、専用ダミー人形は存在していませんでした。10年間の歩行者保護技術の研究のなかで、Hondaは「限りなく人間に近い構造をもった歩行者ダミー人形」の必要性を強く認識した結果、独自開発を決意し、1998年に＜POLARI＞を完成させました。これによって、世界で初めて、クルマと衝突した歩行者の



第三世代歩行者ダミー (POLARIII) の進化点	
頭部	第二世代から継続 (頭蓋骨骨折、脳傷害を評価)
頸部	第二世代から継続 (頸椎傷害を評価)
胸腹部	第二世代から継続 (臓器傷害を評価)
腰部	骨盤と恥骨結合部にフレキシブル構造を採用 骨たわみ量と荷重を計測し、骨折の有無を評価
大腿部	大腿部にフレキシブル構造を採用 曲げモーメントを計測し、骨折の有無を評価
膝部	膝関節のスプリングを小型化 各靭帯の荷重を計測し、靭帯損傷の有無を評価
脛部	脛骨のフレキシブルシャフトを延長 曲げモーメントを計測し、骨折の有無を評価
全身	第二世代から継続 (人体の挙動を再現)

第一世代歩行者ダミー (POLARI)

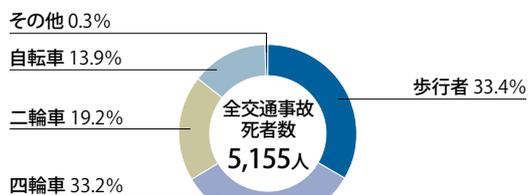
1998 頭部傷害軽減のために
人体の挙動を再現

第二世代歩行者ダミー (POLARII)

2000 脚部に注目し、より人体に近い構造を実現。
きめ細やかなデータを収集するために計測器を増やし、ダミーに内蔵



日本の交通事故死者数の内訳 (平成20年)



出典：(財)交通事故総合分析センター発行「交通統計(平成20年版)」

頭部の挙動が正確に把握できたのです。

また、重傷事故では脚部の傷害が多いことから、2000年には脚部に注目して進化させた第二世代の＜POLARII＞を開発。頭部だけでなく、脚部の構造を細部まで人体に近づけたうえで、臓器傷害を評価するために胸部にも改善を加え、計測器を増やして測定範囲を拡大し、きめ細かなデータを収集できるようにしました。

さらに、その後、SUVやミニバンの歩行者事故で腰や大腿部の傷害が多く発生していることに着目。その軽減をめざして第三世代の＜POLARIII＞を2008年に開発しました。

＜POLARIII＞では、腰や大腿部の人体忠実度を向上させ、フレキシブルな樹脂を採用することで、重要な傷害の評価を従来以上に幅広く、正確にできるようにしました。

このように進化を続ける歩行者ダミー人形は、Hondaが自社で使用するだけでなく、他の自動車メーカーや研究機関にも貸し出しており、世界のモビリティ社会における歩行者保護に貢献しています。

ポップアップフードシステム

衝突時にボンネットを持ち上げて、歩行者の頭部への衝撃を低減

早くから歩行者の傷害軽減に注力

すべての人が安全であるように——この共存安全思想にもとづいて、Hondaは早くから歩行者の安全研究に取り組み、1998年発売の「HR-V」には歩行者傷害軽減ボディを採用。ボンネット、ボンネットヒンジ、ワイパー取付部、フロントフェンダーなどを、頭部への衝撃を吸収する構造としました。また、2000年発売の「シビック」からはバンパーなどに脚部衝撃吸収構造を採用しています。

ボンネットで歩行者を保護する最新技術

Hondaが開発した最新の歩行者傷害軽減技術が、ポップアップフードシステム。これは、衝突時にボンネットのフロントガラス側を瞬時に10cm持ち上げるといふもので、2008年9月発売の新型「レジェンド」に国内販売モデルとして初めて搭載しました。

このシステムでは、フロントバンパーの3カ所にセンサーを配置。歩行者との衝突を感知すると、頭部がボンネットに衝突する前に、フードのフロント

ガラス側を瞬時に持ち上げます。こうして、エンジンのシリンダーヘッドなど硬い部分とボンネットの間に十分な空間をつくり、頭部への衝撃を低減します。

開発では、歩行者ダミー人形で「ぶつかった身体がどう動くのか」の検証を繰り返し、最適なタイミングとポップアップ量を決定しました。コンピュータでシミュレーションするだけでなく、実際にやってみる。これが、Hondaならではの「リアルワールド」重視の姿勢。ここから導き出されたデータの積み重ねが、ボンネットとシリンダーヘッドの隙間が少ないデザインと歩行者保護性能の両立、スタイリングと安全性の両立を可能にしました。

1995	Honda ASV-1 歩行者安全研究車 衝撃吸収ボンネットを開発
1998	HR-Vを皮切りに適用車種を拡大 歩行者傷害軽減ボディを実用化
2004	ポップアップフードシステムを技術発表

ポップアップフードシステムの動作の流れ (POLARIIを使用)

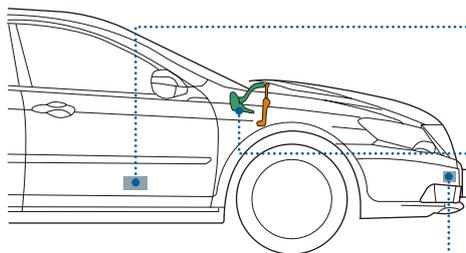


フロントバンパーに脚部が接触

Gセンサーが衝突を感知し、瞬時にポップアップフードシステムが作動を開始

頭部がボンネットに接触する前にポップアップフードシステムの作動を完了。ボンネットは、持ち上がった状態で保持される

頭部の衝突に対し、エンジンルーム内に十分な空間が保持されている



ECU (Electronic Control Unit)

車速25km/h以上でGセンサーの値が設定値を超えた場合、作動が必要であるとECUが判断を行う

アクチュエーター (左右に各1個)

マイクロガスジェネレーターに着火して瞬時にガスを発生させ、ロッドを上昇させる。上昇したロッドはそのまま保持される



バンパーGセンサー (3個)

歩行者との衝突でセーフティプレートがつぶれるときの加速度をGセンサーで検出



Hondaの安全への考え方

Safety for Everyone

すべての人の安全をめざして—この考えは、クルマやバイクに乗っている人だけでなく、乗っていない人（他車の乗員や歩行者・自転車など）の安全も同時に考慮し（共存安全思想）、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

こうした安全思想のもと、Hondaでは、「技術（ハード）：商品の安全性能を可能な限り高め普及させる」「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独自の予防安全技術を開発し、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、VSA（車両挙動安定化制御システム、CMBS（追突軽減ブレーキ）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、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やコンビブレーキ（前後連動ブレーキ）、コンバインドABS（前後連動ABS）など、独自の先進ブレーキシステムを実用化しています。

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。

安全技術開発への姿勢

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「共存安全思想」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）

商品の安全性能を可能な限り高め普及させる

- 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、「共存安全思想」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。

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	プ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※1	コンビブレーキ:前後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※2	Dual CBS:前後連動ブレーキシステム		ボディプロテクター	
	自転車シミュレーター研究開発	被視認性向上研究開発FACE/LONG※3,4	コンバインドABS:前後連動ABS			
四輪	ドライビングシミュレーター	ACC: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
	セーフティナビ	LKAS:車線維持支援機能	EBD:電子制御制動力配分システム		シートベルト	衝撃感知ドアロック
		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		エアバッグシステム	
		インテリジェント・ナイトビジョンシステム	モーションアダプティブEPS		チャイルドシート	
		マルチビューカメラシステム			ポップアップフードシステム	
		ASV-4研究開発			アクティブヘッドレスト	
		DSSS研究開発				

※1 ASV: Advanced Safety Vehicle

※2 DSSS: Driving Safety Support System

※3 FACE: Facial Attention for Conspicuity Enhancement

※4 LONG: Longitudinal Oriented Normative time Gap compensate

日米欧で、交通事故低減をめざした 安全運転支援システムの開発を推進

Hondaは、全世界で交通事故低減をめざし、ヨーロッパ、アメリカ、日本、それぞれの地域においてさまざまな外部機

関と連携し、以下のような、安全運転支援システムの実用化に向けて取り組んでいます。

Hondaは、今後も交通事故低減をめざし、日米欧各地域に適した安全運転支援システムの開発を推進していきます。

「C2Cデモンストレーション」に参加

欧州では、2010年までに交通事故死者数の半減をめざした「e-Safety」を提唱しています。Hondaは、欧州の自動車メーカーとともにC2C-CC (Car-to-Car Communication Consortium) の活動を通じて車車間、路車間通信を用いた予防安全運転システムの実現をめざしています。

2008年10月22日から23日までドイツのドューデンホーフにて実施されたデモンストレーションにおいて、安全運転支援システムを搭載した二輪車の実験車を公開しました。

In Europe



報道のインタビューに応える
Honda R&D ヨーロッパ(ドイツ)
Senior Engineer Dr. Jens Gayko

「第15回ITS※世界会議」に参加

北米では、先進的な情報通信技術を駆使することにより、交通事故の大幅な低減を目指したVII (Vehicle Infrastructure Integration) イニシアティブとCAMP (Crash Avoidance Metrics Partnership) に参加しています。

2008年11月17日から20日までニューヨークにて開催された「第15回ITS世界会議」屋外デモンストレーション(11th Avenue Theater)において、車車間通信を用いた、安全運転支援システムを搭載した四輪車の先進安全研究車を一般公開し、Honda展示ブースでは、「安全・環境・快適」先進技術の日米欧それぞれの取り組みを紹介しました。

※ ITS (Intelligent Transport Systems)

In U.S.A.



「第15回ITS世界会議」でのデモンストレーション



Honda展示ブース

「ITS-Safety 2010公開デモンストレーション」に参加

日本では、世界一安全な道路交通社会の実現をめざした官民連携の取り組み「ITS-Safety 2010」に参加しています。

2009年2月25日から28日まで東京臨海副都心地区と首都高速道路にて実施された「ITS-Safety 2010公開デモンストレーション」において、車車間、路車間通信を用いたインフラ協調による安全運転支援システムを搭載した四輪車、二輪車、電動カートの先進安全研究車を一般公開しました。

In Japan



Hondaの先進安全研究車 (ASV)

2008年度の活動

世界初、スーパースポーツバイク用 電子制御式“コンバインドABS”を開発

前輪と後輪のブレーキを連動させて、制動バランスをコントロールするコンバインドABSは、すでに多くのモデルに採用されています。それを進化させ、2008年に世界で初めて実用化したのが電子制御式“コンバインドABS”です。

電子化したことで、より細かな液圧のコントロールができ、従来のABSに比べてほとんど車体に振動がありません。また、レバーやペダルにも振動がなく、緻密な操作が可能になっています。

さらにワインディングなどを走行する範囲ではフットペダルでリアブレーキだけを先に効かせる、きめ細かな操作が可能で、一般的なスポーツバイクのテクニックも使えます。

また、電子制御式“コンバインドABS”は、車速センサーなどを足回りに加えるだけで、ブレーキパーツは従来のものを流用するとともに、システムを車体中央にレイアウトする配置を開発したため、運動性能を際立たせるスーパースポーツバイクへの搭載を実現しました。

※ ブレーキ操作は前後のブレーキを同時に操作するのが基本です



電子制御式“コンバインドABS”が搭載された
スーパースポーツバイク

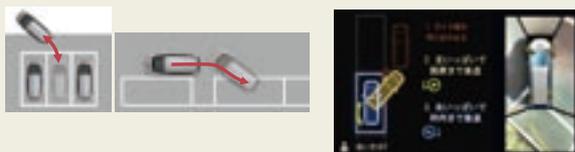
180°魚眼CCDカメラを組み合わせ 360°全方位で視界をアシストする マルチビューカメラシステムを開発

アンケートによるとドライバーが「運転しづらい」と感じるシーンとして、44%が駐車、20%が狭い道でのすれ違いと答えています。Hondaは予防安全の観点から、この死角の解消に取り組み、2008年「オデッセイ」に360°の視界を実現した「マルチビューカメラシステム」を搭載しました。

フロント、リア、左右ドアミラーの下に配した4個の魚眼CCDカメラの映像を、スピード、ステアリング角などからコンピュータが解析。上空から車体を見下ろした映像を合成する「グラウンドビュー」、狭い路地などの死角を減らす「フロントブラインドビュー」などを提供します。しかも駐車手順を表示する「使い方表示機能」や、簡単なカメラ切り替えなど、使い勝手にもこだわりました。

道を使うすべての人に「安全・安心」を、しかも「手軽に」。これもHondaが追求する技術です。

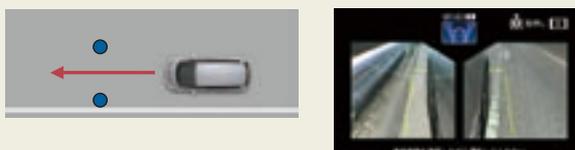
駐車支援 縦列駐車や車庫入れ時の運転操作を支援します



視界支援 T字路、幅の狭いクランクなどで前方・左右の死角をさらに低減



幅寄せ支援 幅寄せ、すり抜けなどの際の運転操作を支援



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、「人から人へ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」を基本とし、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。

また、交通社会の変化やお客様の幅広いニーズを踏まえ、さまざまな立場の交通参加者に対して実践的な活動となるよう、活動内容の充実、強化にも努めています。

2008年度は、地域に根ざした普及活動のさらなる充実に向け、事業所を拠点とする活動への取り組みや全国各地の指定自動車教習所と連携した交通安全活動を新たにスタートしました。

安全運転普及活動の体制と展開

	活動の場		活動内容	指導者	主な対象			
					子ども	学生	成人	高齢者
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"> ●事業所インストラクター ●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 ●幼稚園・小学校に対する交通安全教室の実施 ●地域に対する親子交通安全教室の実施 ●地域に対する交通安全活動の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●教職員 ●交通安全指導員 ●安全運転普及本部インストラクター 	○	○	○	○
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 	○	○	○	○

2008年度の活動

地域に根ざした活動の充実に向け 九州地区から新たな活動をスタート

子どもから高齢者まで、各年代に応じた安全運転普及活動をより広く全国的に展開するため、Hondaは製作所や研究所、関連企業のある地域を拠点に地元の方々と一緒に取り組む「地域に根ざした活動」を2008年4月、九州地区から始めました。

熊本製作所内に専任スタッフ4名を置き、さらに九州各地のHonda協力会社38社で構成する「ゆるりんかい熊輪会」に呼びかけ、7月に協力会社内にインストラクター18名を養成。活動の第一弾として、7月12日に、自転車を使った「親子交通安全教室」を人吉地区で開催しました。



親子バイク教室(2008佐賀インターナショナルバルーンフェスタ)

自動車教習所と連携し 地域の交通安全教育に貢献

Hondaは2008年から、各地域で交通安全教育に積極的に取り組まれている自動車教習所と連携し、地域における交通安全をより広く定着させていく活動を始めました。現在、18社の自動車教習所と連携をし、交通安全教育プログラム・教材の提供、指導者のレベルアップ教育などを目的として、活動を進めています。

青森モータースクールでは、取り組みのひとつとして高校生向け交通安全教室において、Hondaの自転車シミュレーターを活用。携帯電話のメールを操作したり、傘を差したりしながらの運転を体験し、危険に気づかせるという教育を実施しました。



自転車シミュレーターを使った安全教室

世界各地で安全運転普及活動を展開

Hondaは1972年から海外での安全運転普及活動を開始し、現在では全世界33カ国※に広がっています。その活動としては、販売店店頭でお客様に安全アドバイスをする「手渡しの安全」(人から人に安全を手渡しする活動)と、専用の交通安全センターで実施する「参加体験型の実践教育」です。

2008年度は、フィリピン、ハンガリー、オーストラリア・ブリスベンに交通安全センターを新たに開設し、専用教育施設を持つ国が18カ国※に増えました。フィリピンの施設では、二輪と四輪の免許取得時教育と免許保有者向け

教育の両方に重点を置いて活動。ハンガリーは、Honda初の中欧での施設として二輪ユーザーへの教育をスタートし、二輪車を安全に楽しむノウハウを伝えています。オーストラリアでは、3番目の交通安全センターとして、現地最大の二輪マーケットであるクイーンズランド州の州都ブリスベンで、免許を保有している個人や企業の人々を対象に教育を実施しています。

また中国では、2008年4月から、小学校2校で日本同様の交通安全教育プログラムを使った授業を展開しています。

※ 日本を除く



フィリピンの交通安全センター



ハンガリーの交通安全センター



オーストラリアの交通安全センター

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」。この創業者の言葉は、Hondaがめざす「存在を期待される企業」の基盤となる考え方であり、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。

こうした考えのもとに、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、設計・開発から生産・販売・サービスに至る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

生産および部品・材料調達のグローバル化が進むなか、Hondaが世界中の各拠点において、等しく「120%の良品」を

生み出し続けるためには、品質保証に関わるグローバルな共通ルールが必要不可欠です。

そこで、Hondaは国内外の生産拠点で認証を取得しているISO9001およびTS16949の基準に、独自に培ってきた「良い品質の製品をつくるノウハウ」や「経験した不具合を確実に再発防止するノウハウ」などを盛り込み、2005年4月に「G-HQS (Global Honda Quality Standard)」を制定しました。

G-HQSは、「HONDA」ブランドで販売される商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り、各拠点はG-HQSに適合した仕組み・ルールを構築することで、ISO認証にも引き続き適合可能です。

2009年3月末現在で、製造を行う41拠点のうち、39拠点がISO認証を取得済みであり、新規拠点である残り2拠点でも取得推進中です。

また、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」の実現をめざす「Hondaクオリティサイクル」



「桁違いに高い品質の商品」を実現する Honda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。

この体制の基盤となるのが、設計、製造のノウハウなど、Hondaが長年にわたり蓄積してきた品質関連情報をまとめたデータベースです。設計部門では、これを活用して、「設計構想書※1」を起案し設計を行うことで、「図面で品質保証」を実現。

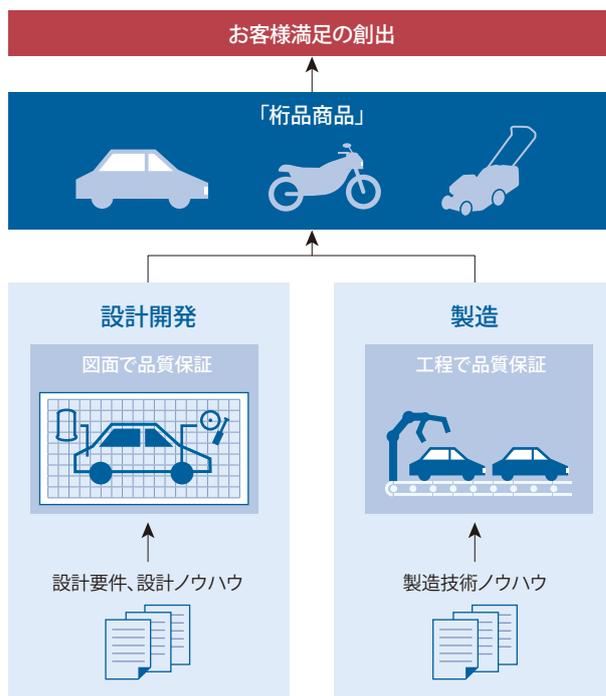
また、製造部門では、設計者の意図を踏まえて、「製造品質基準書※2」「工程QC表」といった品質保証ツールを作成・徹底し、さらに作業員自らによる「工程保証能力検証※3」により、「誰もが安定した品質でつくり続けられる工程」を実現することで、「工程で品質保証」を徹底しています。

※1 図面化に先立ち、設計者が設計要件をもとに製品の機能・性能や品質保証の構想を明記し、設計の意図を製造部門や購買部門に伝えるツール

※2 新機構の不具合などを未然防止するために、部品・工程・作業ごとに守るべき品質管理項目・基準を定めたもの

※3 製造に起因する品質不具合を発生させないため、製造管理項目／基準にもとづき、部品・工程・作業ごとに、製造バラツキの有無や工程保証能力を検証し、品質改善活動を行う取り組み

「桁違いに高い品質の商品」を創出するプロセス



2008年度の活動

全社総合品質戦略 「ベストクオリティ(BQ)」を展開

Hondaは、「桁違いに高い品質の商品」を実現するための全員参加型の品質向上活動として、全社総合品質戦略「ベストクオリティ(BQ)」を展開しています。

1990年に日本と北米でスタートしたこの取り組みは、欧州、アジア・太平洋州、中国、南米と拡大し2003年度までに世界6極に展開しています。

また、1991年度からは、その展開を加速させるべく、「BQ表彰制度」を開始。品質担当役員が国内各事業所を巡回して行う「BQ役員巡回表彰」を毎年実施しています。海外は、表彰受賞テーマに対し、海外事業所の責任者が

表彰をしています。

これに加えて、国内では2004年度から、BQ大賞受賞テーマを対象とした、「BQ大賞テーマ発表会」を毎年開催しています。

2008年度は、国内および海外28拠点における活動を対象に、選考の上で各賞が決定され、日本80、北米19、南米9、欧州14、アジア・太平洋州16、中国14の計152の活動を表彰しました。



意見交換の様子



発表の様子

Chapter III

環境との調和

気候変動問題や資源エネルギー問題は社会全体で解決に向けて取り組んでいかなければならない課題です。Hondaは、“最もCO₂排出の少ない企業活動を通じ最もCO₂排出の少ない製品をお客様にお届けし続ける”という夢をめざすことでこれらの問題の解決に向けて取り組んでいきます。

1951

Honda初の4ストローク二輪車

勾配の険しい箱根峠でのテスト走行を成し遂げた4ストローク二輪車の「ドリームE型」。



1972

世界の自動車メーカーに先行して低公害エンジンCVCCを開発

米国で1970年に発効した大気清浄法（マスキー法）。世界中の自動車メーカーがこの規制の達成は不可能と主張するなか、不可能を可能にしたCVCCエンジンを開発。



1988

環境性能とパワーを兼ね備えた「VTEC」エンジンを発表

次の時代の主役となる低燃費、ハイトルクを両立するニューコンセプトエンジンを開発。



1966

大気汚染対策研究室を設立

公害対策基本法や大気汚染防止法の施行に先立って対策組織を設立。

1970

1960



1950

環境と調和したモビリティ社会を実現するために、先進技術を開発・普及

Hondaは公害問題が深刻化した1960年代から、この問題への対策に真摯に取り組んできました。また、さまざまな環境問題が地球規模で顕在化してきた1980年代半ばから、環境技術の研究開発を積極化しました。そして今、製品の企画開発から生産、廃棄に至るライフサイクル全体を通して、環境負荷を可能な限り低減させることに全力をあげています。

「燃費の向上」は、これが地球温暖化の原因とされるCO₂（二酸化炭素）の排出量削減に直結することから最重要課題のひとつと位置づけています。四輪車の場合、米国や欧州など地域ごとに企業平均燃費が規制されていますが、Hondaでは2006年から各製品群の企業平均燃費について全世界統一の厳しい自主目標を設定、さらに製品1台の生産で排出されるCO₂排出量について全世界平均の低減目標を設定して、これらの達成に取り組んでいます。

「排出ガスのクリーン化」、つまり排出ガス中の有害物質であるNMHC（非メタン炭化水素）、NO_x（窒素酸化物）、CO

（一酸化炭素）などの削減には、高効率エンジンと高度な燃料制御でガソリンを完全燃焼させ、さらに排出ガスをキャタライザー（三元触媒）で浄化するというアプローチで取り組んでいます。キャタライザーについては、排出ガスの高温を利用する、排出ガスとの接触面積を増やすなど、独自の技術を開発し、性能を高めています。こうして、低排出ガスエンジンを他社に先んじて開発・搭載するなど、業界のベンチマークとなる技術を市場に投入してきました。

「次世代への取り組み」としては、既に実用化しているハイブリッドカーの普及促進やさらなる進化、燃料電池車の研究開発などによって、CO₂排出の大幅な削減とともに、化石資源枯渇問題の解決に貢献しています。

Hondaは、今後も時代の要請に応える先進技術を開発し、環境負荷の低いモビリティを普及させていくことで、環境と調和したモビリティ社会の実現をめざします。

1992

Honda環境宣言制定



1997

電気自動車「EV-Plus」発表

地球温暖化、エネルギー枯渇など環境問題の解決に貢献する電気自動車を開発、発表。



1990

1998

コージェネレーションシステムの開発

発電と給湯を合わせた総合熱効率80%を達成した家庭でも使用できる小型ユニットを世界で初めて実現。



国内全生産事業所でISO14001認証を取得

国内の全生産事業所で認証取得を完了。海外でも取得を推進。

2004

世界初、50cc二輪車に最新環境技術を搭載

燃費向上と出力向上を実現する電子制御燃料噴射装置(PGM-FI)をスクーターにも搭載。



2007

新型燃料電池自動車「FCXクラリティ」発表

新開発の燃料電池システムにより、環境、走行性能が飛躍的に向上。



2000

1999
INSIGHT



2004
ACCORD HYBRID



2005
CIVIC HYBRID



2001
CIVIC HYBRID



2009
NEW INSIGHT



Hybrid for Everyone

ハイブリッドカーを、もっと身近な存在に

特集

せっかくの環境負荷低減技術も、使っていただけなければ、その効果を発揮することができません。つまり「高くて買えない」では意味がないのです。多くの人々に買っていただき、使っていただけるものをつくろう——そんな想いから、Hondaのハイブリッドカー、「新型インサイト」が誕生しました。

新しい時代の到来を見据えたハイブリッドカーの開発を追求しています

近年、水素自動車や電気自動車が「環境負荷の低い次世代型自動車」として脚光を浴び、HondaもCO₂を出さない燃料電池自動車などの開発を進めています。しかし、これら次世代型自動車は、ガソリンスタンドに替わる水素ステーションや電気ステーションなどを必要とし、性能面にも課題が残されていることから普及にはまだまだ時間がかかります。したがって当面、既存のガソリンスタンドを活用できる「ガソリンエンジンと電気モーターのハイブリッドシステム」を搭載した自動車を普及させることが重要になります。

Hondaは1990年代初めに「ガソリンエンジンと電気モーターのハイブリッドシステム」の研究に着手。1999年11月にこのシステムを搭載した初代「インサイト」を発売し、世界一の10・15モード認定燃費※「35km/l」を実現しました。しかし、2シーターであったことなどから広く普及するには至りませんでした。その後、2001年

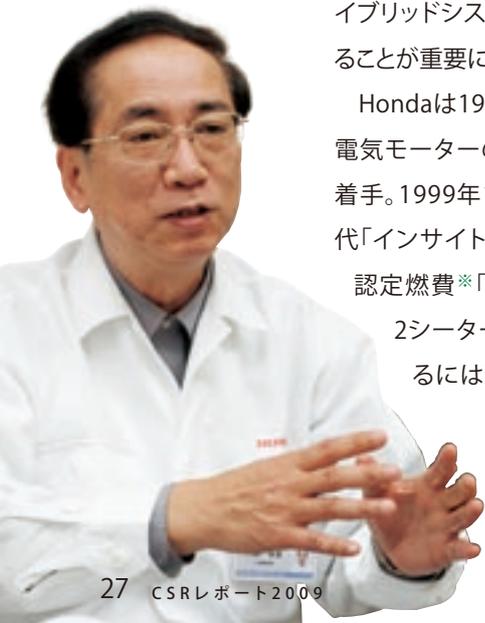
に「シビック」、2004年に「アコード（北米市場のみで販売）」に初代インサイトのシステムを改良して搭載し、適用車種を増やしてきました。

多くの人々が使って初めて意味をもつのが環境技術です。普及のためには、さらに低価格のハイブリッドカーの開発が必要不可欠と、Hondaは数年前から「新型インサイト」の開発を本格化させました。INSIGHT（インサイト）とは、英語で「洞察力」という意味。ハイブリッドカーの本格的な普及という新しい時代の到来を洞察するクルマという意味を込めたネーミングです。

「新型インサイト」は認定燃費こそ初代に及びませんが、日常運転による実用燃費は間違いなく業界トップクラス。価格も200万円を切るまでに低価格化しました。

今後は、スポーツタイプの「CR-Z」をはじめ小型車への搭載を拡大し、多くの人々が一層手軽に乗れるハイブリッドカーにしていきます。

※市街地を想定した10項目の走行パターンを想定したのが「10モード」燃費、郊外を想定した15項目の走行パターンを加えたのが「10・15モード」燃費。旧来の「60km/h定地走行」燃費に比べて、一層実際の走行に近い燃費が算出できる



専務取締役
四輪R&Dセンター担当
川鍋 智彦

独創のハイブリッドシステム「IMA」

「運動性能」と「低燃費・排出ガスのクリーン化」を両立させ
そのうえ低価格化と軽量コンパクト化も実現

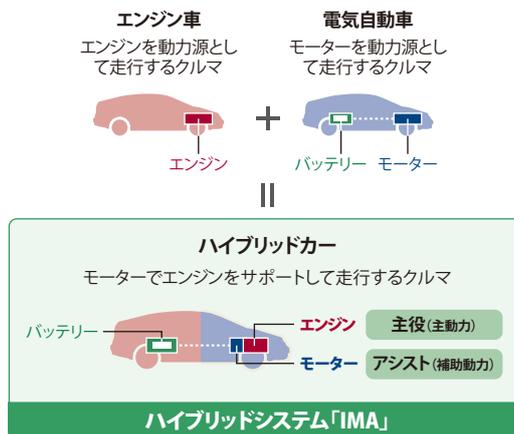
» エンジンが主役、モーターがアシスト役

Hondaが開発したハイブリッドシステム「IMA (Integrated Motor Assist)」は、モーターを主動力ではなく補助動力とし、エンジンを主動力としているところに獨創性があります。

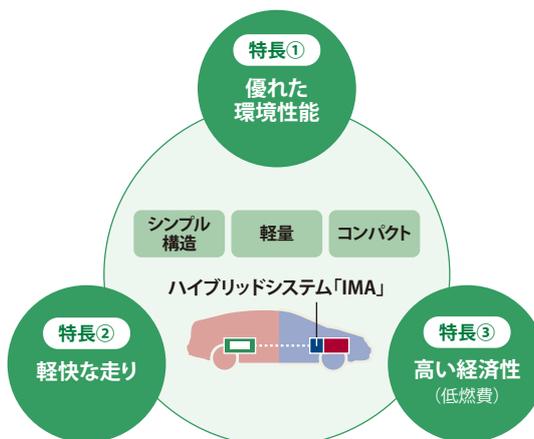
エンジンは回転数が上がるほど力を発揮するという特性があります。そこで発進・加速時など大きなパワーが必要にもかかわらず回転数が低い時は、モーターがアシストし、ガソリンエンジン車よりも高い加速性能で市街地走行を円滑にします。低速クルーズ時は、モーターだけで走行し、ガソリン消費量をゼロにして燃費を高め、CO₂を含む排出ガスを無くします。また、減速時は、モーターが発電機となってIMAバッテリー（ニッケル水素電池）にエネルギーを充電します。こうして蓄えられた電気をモーターの動力源として再利用します。

この「IMA」システムは、既存のガソリンエンジンにモーターとバッテリーなどを追加するというシンプルな構造なので、ガソリンエンジン車を低コストでハイブリッド化できます。しかも、軽量・コンパクトであるため、広い室内空間と軽快な走りを実現します。「IMA」システムは、Hondaが蓄積してきたハイブリッドカーの技術・ノウハウの結晶です。

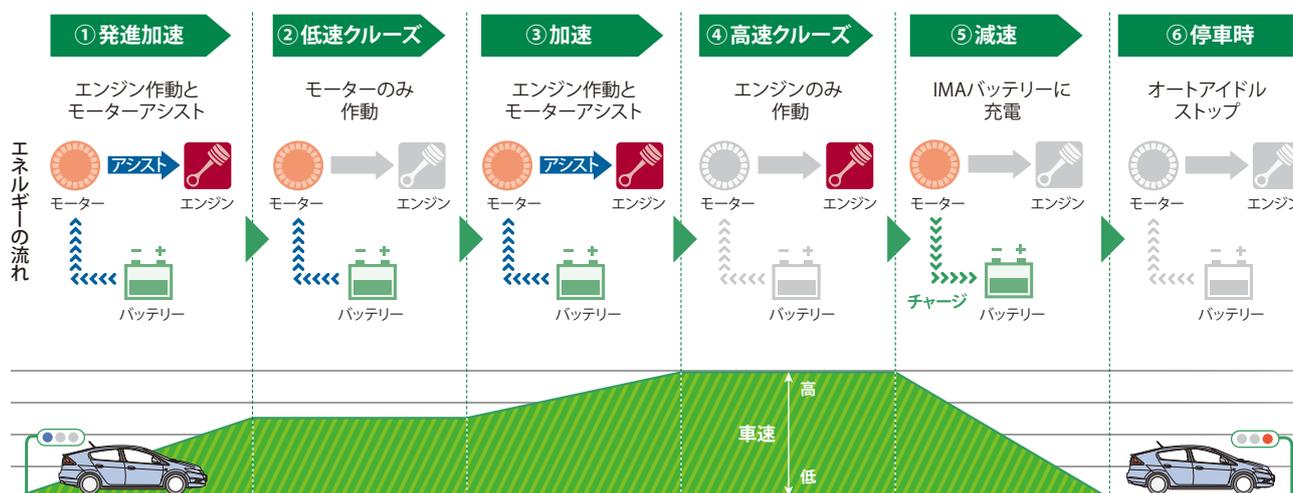
Hondaのハイブリッドシステム「IMA」のコンセプト



Hondaのハイブリッドカーの特長



ハイブリッドシステム「IMA」作動イメージ



ハイブリッドカーを普及させるために 低価格を実現する「新型インサイト」を開発

▶▶ 低燃費運転を楽しめる「エコアシスト」機能

クルマの燃費は、エンジンやモーターなど動力システムだけではなく、運転の仕方によっても変わってきます。それはハイブリッドカーといえども例外ではありません。そこでHondaは、「新型インサイト」に簡単に低燃費運転ができるようドライバーを支援する機能をもたせました。それが「エコアシスト（エコロジカル・ドライブ・アシスト・システム）」です。

このシステムは、スイッチを押すだけで、燃費優先の走行に自動制御する「ECONモード」、メーターにエコドライブ度をわかりやすく表示し、低燃費運転に導く「コーチング機能」、運転後にエコ運転度を採点する「ティーチング機能」で構成されています。この3つの機能で、ドライバーが楽しみながらエコドライブのテクニックを身につけていけるようにしています。

この「エコアシスト」は、今後、ハイブリッドカーのみならずガソリン車などさまざまな車種に搭載し、モビリティメーカーとして環境に貢献していきます。



平成17年排出ガス基準75%低減レベル認定を取得



平成22年度燃費基準+25%を達成

▶▶ 安全性能の向上にも注力

ハイブリッドカーの普及拡大を図る上で、安全性の確保、向上も重要なテーマです。Hondaでは、ハイブリッドカーの安全性能の向上にも注力しています。

たとえば、ハロゲンライトの約2倍の明るさで夜間や雨天時に安心感をもたらすディスチャージヘッドライト（高輝度放電灯）や、クルマ対クルマの衝突時にドライバーだけでなく、相手車両の乗員の安全も確保するボディ技術「コンパチビリティ対応ボディ」を採用し、乗員や歩行者を守っています。



ディスチャージヘッドライト（タイプ別設定）



HondaのGコントロール技術の成果のひとつ、「コンパチビリティ対応ボディ」

「エコアシスト」の3つの機能

ティーチング機能

その日の運転のエコ度と、その日までの成長度を表示

その日の運転のエコ度を採点するスコア表示



低 エコドライブ度 高

リーフの数多いほど、エコドライブです。

その日までの成長度を示すステージ表示



1stステージ 2ndステージ 3rdステージ
成長したリーフとバーの表示で、現在のステージをお知らせします。



「ECONモード」機能

ボタンひとつで、エコドライブを自動的にサポート



コーチング機能

メーター色の変化で、エコドライブ度を伝達



グリーン 最適エコドライブ



ブルーグリーン 穏やかな加速・減速



フルー 急な加速・減速

» サプライヤーと一緒に進めたコストダウン

いくら高度な環境性能であっても、多くの人々に使っていただければ価値がありません。だから、Hondaは「高性能なハイブリッドなのだから高価でも仕方がない」と言い訳せず、低価格のハイブリッドカーをつくることに、とことんこだわりました。めざしたのは、200万円を切ること。これは「IMA」システムのコストダウンだけで実現できることではありません。

そこでHondaは、サプライヤーと協力しながら、部材・部品の一つひとつを見直していきました。鋼板、バッテリー、モーター用磁石、電子部品など、あらゆる部材・部品について、性能・品質を維持しつつ可能な限り安価に調達するだけでなく、使用する材料を減らすために、また環境負荷を低減するためにも、極限的に小型・軽量化を進めるなど、画期的な技術を次々と共同開発していったのです。

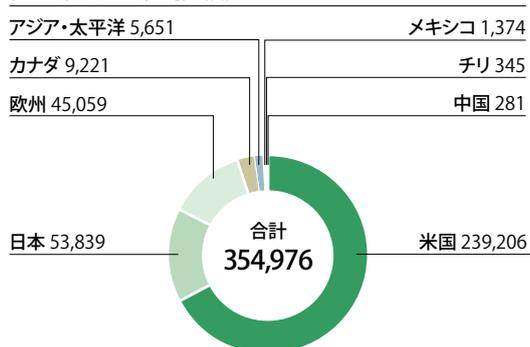
「これまでに無かった新しい技術が必要ならば、それは自分たちでつくってしまう」——そんなHonda流のモノづくり文化をサプライヤーと共有していたからこそなし得た業だといえます。

その結果、「新型インサイト」は、189万円（消費税込み）という、かつてない低価格で発売できたのです。

» グローバルな普及拡大へ向けて

「新型インサイト」は2009年2月の日本での発売を皮切りに、3月には米国で、4月にはカナダや欧州でも発売。3月時点で、全世界で合計約10,900台が環境問題に関心をもつユーザーの手に渡りました。特に2012年のCAFE※基準（企業平均燃費）の施

Hondaのハイブリッドカー累計販売台数
(1999年～2009年5月) (台)



生産部門の声

コストダウンへの取り組み

「新型インサイト」は、お求め安い価格でより多くのお客様に提供するために、低価格の「IMA」をつくる必要がありました。生産部門では、今までの3倍のモーターの生産性を実現するため、シビックに搭載されていた「IMA」の生産で培った多くのノウハウをもとに「新型インサイト」専用のIMAモーター生産ラインを新設しました。



四輪新機種センター
原 富士夫

新開発のモーターラインでは、構成部品の加工から完成までの工程検査を工場と開発部門が何度も繰り返し行うことで、安定した品質での大量生産を実現しました。

また、技術開発部門と研究部門が協力し、設備に合った部品材料を解析・厳選するなど、関係する各部門が連携して低コスト化に取り組みました。

今後はさらなる大量生産を行うために、「新型インサイト」で築いたノウハウを次に活かしていきたいですね。

行を背景に欧米市場で注目を集めています。

拡大するハイブリッドカー市場の“その先”を見据えて、Hondaは2009年4月、(株)ジーエス・ユアサコーポレーションとの間で合併会社「(株)ブルーエナジー」を設立。ハイブリッドカー用途を中心とした高性能リチウムイオン電池の開発・製造に乗り出しました。

リチウムイオン電池は、現在一般的に使用されているニッケル水素電池よりもエネルギー密度や出力密度が大きく、ハイブリッドカー用電池として需要が拡大することが見込まれています。

ハイブリッドカーは今後、CO₂排出量を削減する“地球温暖化防止に有効なクルマ”として本格的な普及段階に入ると予想されています。Hondaは、より高性能なクルマの開発・製造はもちろんのこと、電池の開発・製造などにも注力し、ハイブリッドカーを“あらゆる面で満足できるクルマ”にし、より一層の普及を促進していきます。

※ Corporate Average Fuel Efficiency

新型インサイト



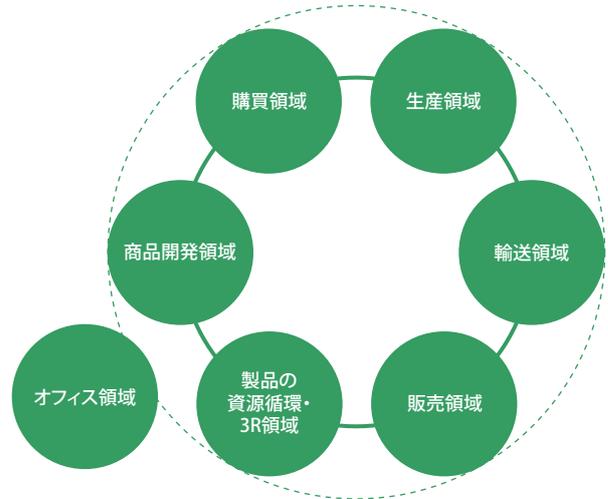
WEB 本稿では、サマリーを紹介しています。
詳細は、「環境年次レポート2009」をご確認ください。
<http://www.honda.co.jp/environment/publications/report/>

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LCA (Life Cycle Assessment) の考え方にもとづき、現段階で認識可能な環境影響を整理し、分析した上で、それぞれの課題に向けて、領域ごとに具体的な取り組み方針を定めています。

LCAにもとづいた領域区分



環境影響と主要な取り組み

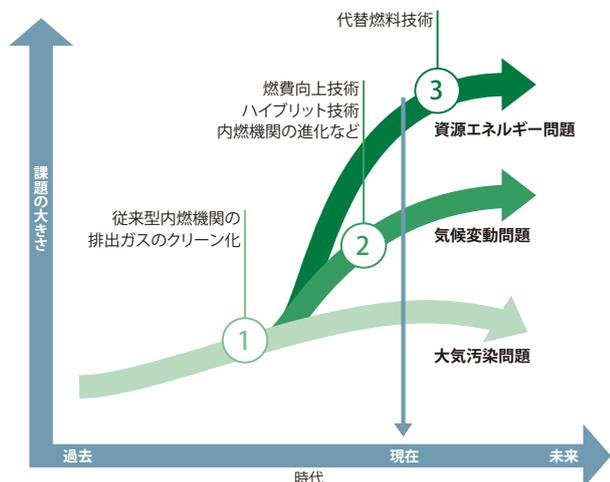
領域	排出される環境負荷要素	環境への影響	主要取り組み
商品開発	CO ₂ 排出ガス 音	地球規模的な環境課題 地球温暖化	● 排出ガスのクリーン化 ● 燃費の向上 ● 騒音の低減 ● リサイクル性の向上
購買	CO ₂ 廃棄物 排水 排出ガス 音 化学物質	オゾン層破壊	● グリーン購買の推進
生産	CO ₂ 交換部品 フロン 廃棄物	資源枯渇	● グリーンファクトリーの推進
輸送	CO ₂ 廃棄物	大気汚染	● グリーンロジスティクスの推進
販売	CO ₂ 交換部品 フロン 廃棄物	廃棄物	● グリーンディーラーの推進 (二輪車、四輪車、汎用製品)
製品の資源循環・3R	CO ₂ 使用済み製品	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	土壌汚染	● グリーンオフィスの推進
		騒音	
		地域的な環境課題	

Hondaの環境認識

下の図はHondaの環境問題に関する認識をイメージ化したものです。Hondaは、以前より「①大気汚染問題」を認識し、世界一厳しいといわれた排出ガス規制である1970年の米国マスキー法をクリアした低公害CVCCエンジン(1972年発表)にはじまる燃焼技術や、その後の触媒技術を次々に開発してきました。自動車の排出ガスのレベルは、米国マスキー法以前に比べ、約40年間で1/1000にまで低減することができました。今後は排出ガス性能の優れた車両の普及拡大により、大気汚染問題は減少していくものと予測しています。

Hondaは、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ないと考え、地球規模で進行している「②気候変動問題」と「③資源エネルギー問題」を、全社を挙げ取り組まなければならない最重要課題と認識しています。「気候変動問題」は、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、ハイブリッド技術に代表される燃費向上技術によるCO₂の排出削減、事業活動におけるCO₂排出削減により対応していきます。将来枯渇が懸念されている「資源エネルギー問題」についても、「FCXクラリティ」に代表される燃料電池技術、太陽電池事業への参入、バイオ燃料の研究や省資源化技術など、社会の持続的な発展をめざして、技術で問題の解決に向け対応していきます。そしてHondaは、「最もCO₂排出の少ない企業活動を通じて、最もCO₂排出の少ない製品をお客様にお届けし続ける」ことをめざしています。

Hondaの環境問題に関する認識



環境マネジメント

Hondaは1991年12月、環境対応で中心的な役割を果たす組織として、「環境会議(現在の日本環境会議)」を日本に設置し、その後は北米、南米、欧州、アジア・大洋州、中国へと拡大してきました。また、1995年3月には、中期経営方針にもとづいて世界レベルでの環境保全活動の計画を審議、決定する「世界環境会議」を設置しました。取り組み方針の決定と実行展開の年次レビューなどを行っています。

さらに、1997年にはグリーンファクトリープロジェクト※1、2000年にはLCAプロジェクトを設置するなど、横断的なテーマを効率よく推進していく体制も整えました。なお、グリーンファクトリープロジェクトは、2004年にグリーンファクトリー推進センター※2として組織定着し、循環型社会における新しい工場をめざす「グリーンファクトリー計画」を推進しています。

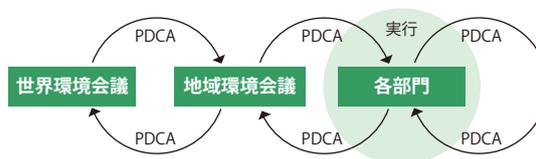
Hondaの環境への取り組み計画は、経営会議で定められた中期方針にもとづいて各実行部門が策定し、それぞれの部門に設置された「環境会議」で審議・承認されます。

その後、各実行部門が計画に沿って取り組みを推進し、実績を「環境会議」で審議・評価、その結果を次の目標・計画に反映します。こうしたPDCA※3サイクルにもとづき、日本、北米、南米、欧州、アジア・大洋州、中国の各地域において、継続的な環境保全活動を推進しています。世界にまたがる横断的なテーマについては、代表取締役社長が環境に関する最高責任者として議長を務める「世界環境会議」へ報告し、中期方針に反映しています。

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

- ※1「グリーンファクトリー計画」の推進のほか、省エネルギーや廃棄物削減などの取り組みを国内外の工場で開催
- ※2生産領域の環境対応を総括し、環境への取り組みの全所的運営・調整などを担当。環境マネジメントシステム運用の進捗状況などを全社的視野で確認する「相互訪問環境監査」事務局も担当
- ※3 PDCA: Plan, Do, Check, Actの頭文字

PDCAサイクルによる環境保全活動



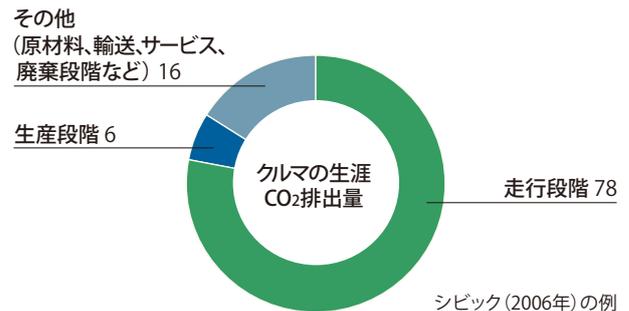
「2010年CO₂低減目標」の達成をめざして

気候変動問題への対応のために、Hondaは業界に先駆けて、全世界で展開するCO₂低減目標を策定し、達成に向けて取り組んでいます。

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、「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CAFE基準（企業平均燃費）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。

「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。

ライフサイクルで見たCO₂排出量 (%)

2008年度の実績

製品のCO₂低減

小型車へのソフトやエンジン効率の改善などにより製品からのCO₂排出量を低減させることができました



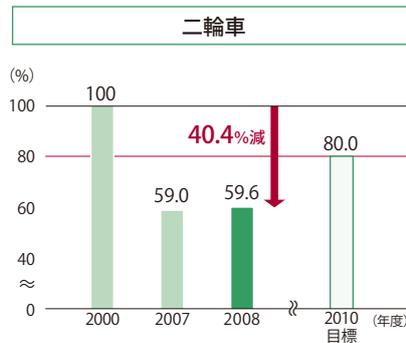
2010年度の目標はすでに達成していますが、小型車領域へのPGM-FIや低フリクションエンジンのさらなる適用拡大により2007年度よりさらに低減しました



中型エンジン、ハンドヘルドエンジンの販売比率の増加や燃費の改善により、平均CO₂排出量を低減することができました

生産時のCO₂低減

四輪製品生産時の原単位が増加していますが、世界的な景気後退の影響を受け、生産が減少したことによるものです



二輪製品生産時の原単位はライン統合による効率アップと生産拠点の最適化により、すでに目標以上に低減しています



汎用製品生産時の原単位が低減していますが、ライン統合による効率アップと生産拠点の最適化によるものです

国内事業活動における環境負荷の低減

1960年代から環境問題に取り組む

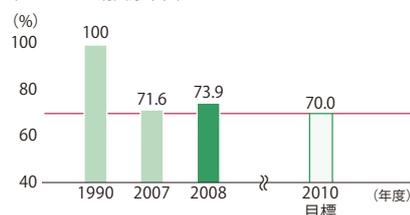
1960年代から公害問題の解決に取り組むなど、Hondaは早くから環境課題に積極的に対応してきました。1990年代には段階的に環境保全に取り組むための組織体制を整備し、1992年に環境課題への考え方を明文化した「Honda環境宣言」を制定しました。以来、この宣言を行動の指針として環境保全活動の充実を図ってきました。1999年には排出ガスのクリーン化と燃費向上などを柱とする具体的な達成目標に対し、2005年度末の達成をめざして取り組み、すべての目標を達成しました。2006年には自動車産業で初めて、2010年度までのCO₂自主目標を発表。2007年6月には、新たに国内事業活動における2010年度の環境負荷低減目標を公表しました。環境のトップランナーとして、Hondaは自主的に高い目標を設定し、取り組みを強化しています。

「2010年度環境負荷低減目標」の達成をめざして

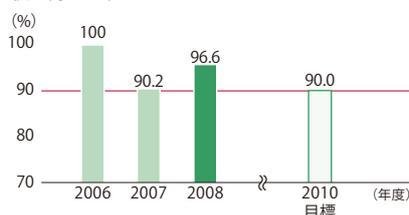
2007年度に設定した「国内事業活動における2010年度環境負荷低減目標」では、物流CO₂の低減、環境負荷物質排出の低減、資源循環といったより幅広い事業活動領域において、8項目の環境負荷削減目標を自主的に決めました。CO₂排出量、VOC（揮発性有機化合物）排出量、廃棄物埋立処分量、廃棄物等発生量、水資源使用量、包装資材使用量、ASRリサイクル率、リサイクル実効率の8項目について、それぞれ目標値を設定しました（グラフ参照）。2006年5月に発表した全世界の製品および生産活動におけるCO₂排出低減の目標などと合わせ、2010年度の低減目標を達成すべく、国内での環境取り組みを加速していきます。

2008年度の実績

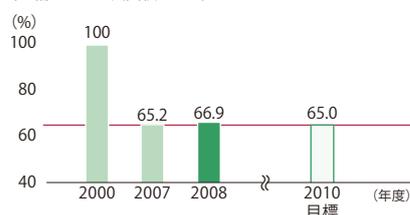
生産時のCO₂排出量
(エネルギー消費原単位)



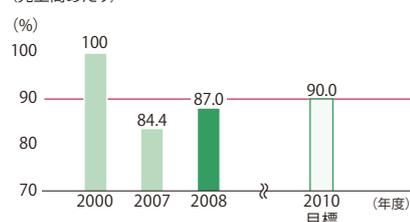
物流時のCO₂排出量
(売上高あたり)



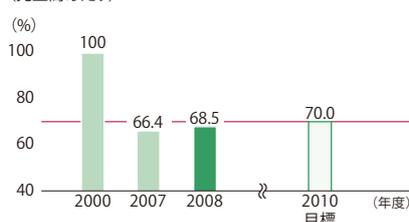
生産時のVOC排出量
(四輪ボディ塗装面積あたり)



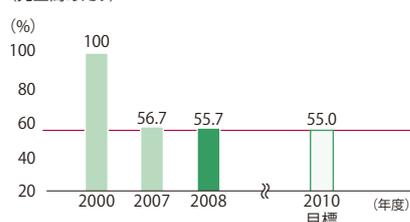
生産時の廃棄物等発生量
(売上高あたり)



生産時の水資源使用量
(売上高あたり)



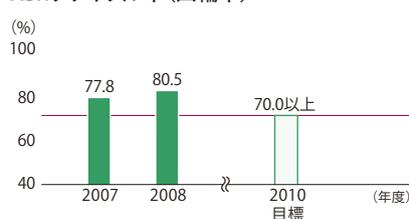
物流時の包装資材使用量
(売上高あたり)



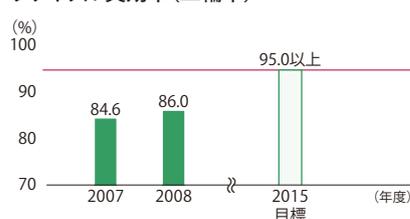
廃棄物埋立処分量
(事業活動全体)

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)



2008年度の活動

商品開発領域における取り組み

「FCXクラリティ」リース販売開始

新型燃料電池車「FCXクラリティ」は2008年8月に米国で納車されたのを皮切りに、同年11月には国内でリース販売を開始しました。「FCXクラリティ」は性能が大幅に向上した「V Flow FCスタック」を搭載し、走行中にCO₂を全く排出しない究極のクリーン車です。

2008年度にはアメリカで6台※、日本で2台※の社外リース販売が開始されました。

※ 社外納車ベースの台数



FCXクラリティ

世界初のフレキシブル・フューエル技術

二輪車で世界初となるフレキシブル・フューエル技術「Mix Fuel Injectionシステム」を搭載した二輪車「CG150 TITAN MIX」を2009年3月にブラジルで発売しました。

「Mix Fuel Injectionシステム」は、新開発の燃料供給・噴射制御システムの採用により、環境にやさしいバイオエタノールとガソリンをフレキシブルに混ぜて使うことを可能としています。この技術の搭載により、燃料のあらゆる混合状態でもブラジルの排出ガス規制PROMOT3(欧州規制EURO-3相当)を満たすことができました。



CG150 TITAN MIX

ガスパワー耕うん機「ピアンタ」

2009年2月に販売された家庭用カセットガス燃料で動くガスパワー耕うん機「ピアンタ FV200」では、作業時間あたりのCO₂発生量を同排気量のガソリンエンジン



ピアンタ FV200

に対して約10%低減しました。スロットルレバーから手を離すとエンジン回転数が自動的に下がることも低燃費につながっています。カセットボンベに混入されているボタンガスは、燃焼によるCO₂排出量が少ないガス燃料となっています。

日本における取り組み

販売会社で太陽光発電システムを導入

2008年10月11日にリニューアルオープンしたHonda Cars水戸 勝田北店に、Hondaの販売拠点として初めてホンダソルテック社製の太陽光発電システムを導入しました。

導入した太陽電池は、ホンダソルテックが製造する薄膜化合物型太陽電池(9kWシステム)です。太陽光による発電を、事務所やショールームの照明など、拠点で使用する電力の一部に活用することで、CO₂の削減を推進しています。

化石燃料を使用しないクリーンなエネルギーを積極的に利用し、ご来店していただいたお客様に地球温暖化防止に貢献する姿勢をアピールし、CO₂削減に向けた理解を図っています。



Honda Cars水戸 勝田北店(茨城県)

北米における取り組み

環境配慮型新工場が稼働

北米では2008年度において、新たに2カ所の環境配慮型新工場が稼働しました。米国インディアナ州にあるホンダ・マニュファクチュアリング・オブ・インディアナ(HMIN)は、北米で7番目の四輪車工場として2008年10月シビックセダンの量産を開始。廃棄物埋め立てゼロ、水性塗装化などによって環境負荷低減を実現しています。



インディアナ新工場が稼働

南米における取り組み

ホンダ・オートモベイス・ド・ブラジルの グリーンファクトリー施策の推進

南米地域の主要な四輪車生産拠点であるホンダ・オートモベイス・ド・ブラジル(HAB)は南米のグリーンファクトリーのひとつとして、さまざまな施策を推進しています。2008年度は工場内のさまざまな工程で使用される圧縮エアーをつくる高効率コンプレッサーシステムの導入、自然光による採光・人感センサーの設置による照明の高効率化などのCO₂削減施策を実施しました。ソフト領域では、従業員への環境新聞発行、環境ビデオ試写会、環境活動報告会を行いました。



環境活動報告会の様子

欧州における取り組み

モンテッサ・ホンダの 塗装技術導入によるVOC削減

スペインのバルセロナで二輪車の生産・販売をするモンテッサ・ホンダ(MHSA)は2007年から2008年にかけてVOC(揮発性有機化合物)排出量を削減するための新しい塗装技術を導入しました。2005年にフレームとフォーク部分に初めて導入した水性塗料を、プラスチック部品や燃料タンクへと採用を広げました。

これにより有害物質を外部に排出することなく、1999年に策定されたEUの指令におけるVOC排出量の規制値をクリア、VOC排出量の70%以上の削減を達成しています。MHSAは同技術を導入したHonda初の二輪車工場となりました。



モンテッサ・ホンダ(スペイン)

アジア・大洋州における取り組み

ホンダオートモビルタイランドの グリーンファクトリーの取り組み

ホンダオートモビルタイランド(HATC)は2008年10月に第二工場を稼働し、アコードの生産を開始しました。この工場は、アジア・大洋州地域では初となる水性塗料を採用することでVOC排出量原単位は、当初目標である27g/m²を達成。高効率なベル型塗装機を導入して塗着効率と塗料の使用効率向上したほか、各塗装装置にはリサイクル空調設備を導入しています。さらに「水のフル循環システム」による工場用水の外部排出ゼロ化、太陽光発電システム導入などにより、生産時のCO₂排出量を2005年比で1台当たり10%低減をめざしています。



ホンダオートモビルタイランド(タイ)

中国における取り組み

広州本田汽車有限公司(広州Honda) 完成車の海上輸送を開始

広州Hondaは、トラックによる完成車輸送が一般的だった時代から工場隣接地に出荷場を設けて鉄道輸送を導入し、高効率で環境にやさしい手段で完成車を運んできました。そして2009年からは、船を利用した輸送を開始しました。広州から東北部の3省に向けて、週に1回専用船で輸送し、港から販売店へはトラックで輸送することで、環境にやさしいばかりでなく、納入期間も短縮でき、輸送品質も向上することで、お客様満足度の向上にも貢献しています。

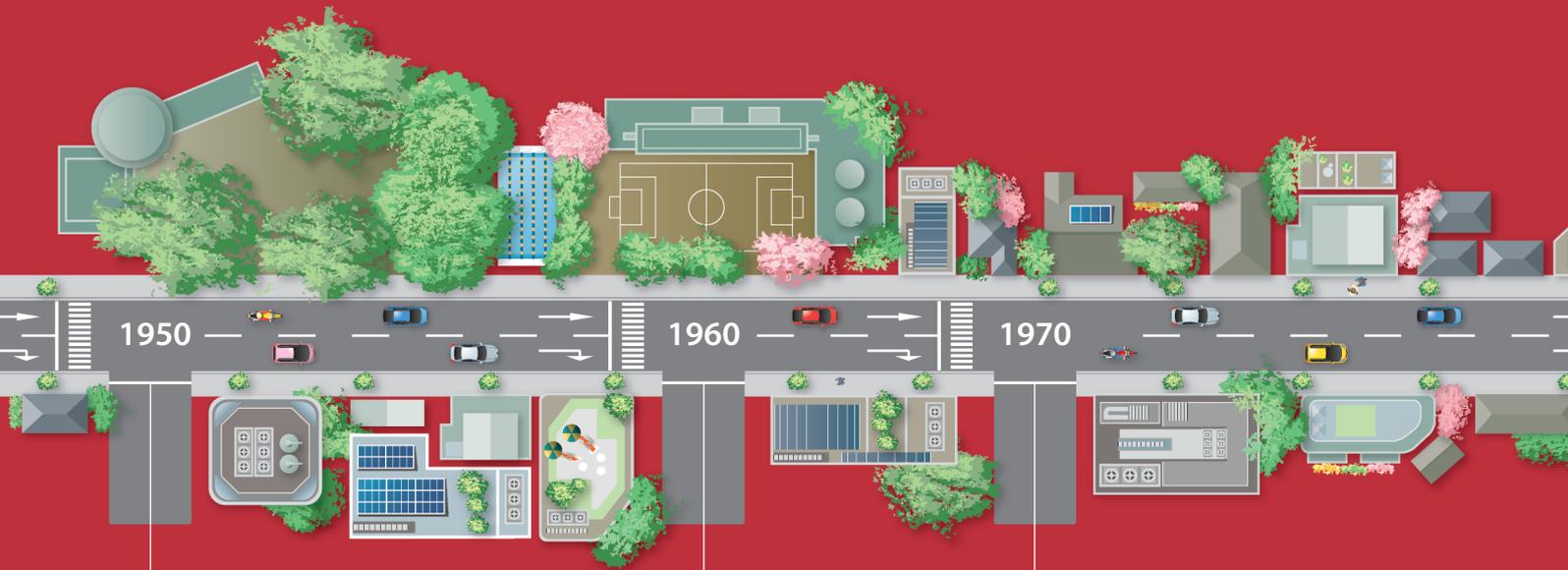


専用船での輸送の様子

Chapter III

社会との共生

Hondaは、すべてのステークホルダーの皆様から信頼と共感を得られる良好な関係の構築に取り組むとともに、これからも地域に深く根づいた活動を実践し、モビリティ・メーカーとしての責任を果たしていきます。



1956

社是制定

Hondaの基本理念である「三つの喜び」は、1951年12月のホンダ月報に初出された。1956年1月に制定した社是の基本となる言葉の数々は、ホンダ月報に掲載された本田宗一郎のエッセイから採用。



1963

ノー残業デーを導入

豊かでゆとりのある生活と効率の高い働き方を求めて、労働時間短縮の取り組みを開始。

1969

サービス部に お客様対応部門を発足

お客様相談室の前身、文書課を発足。

1976

「ふるさとの森づくり」活動を展開

日本の自然を形成してきたその土地の樹木を工場内に植え、地域の自然と共生。



1977

ニューヨーク証券市場に上場

ニューヨーク証券市場に上場したことで全世界の株主・投資家の注目が高まる。

ステークホルダーへの責任を果たし、ともに喜びを分かち合いたい

Hondaは、創業以来、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への責任を果たすために、Hondaフィロソフィーの「人間尊重」「三つの喜び」という基本理念のもと、多様な活動や施策を実践してきました。

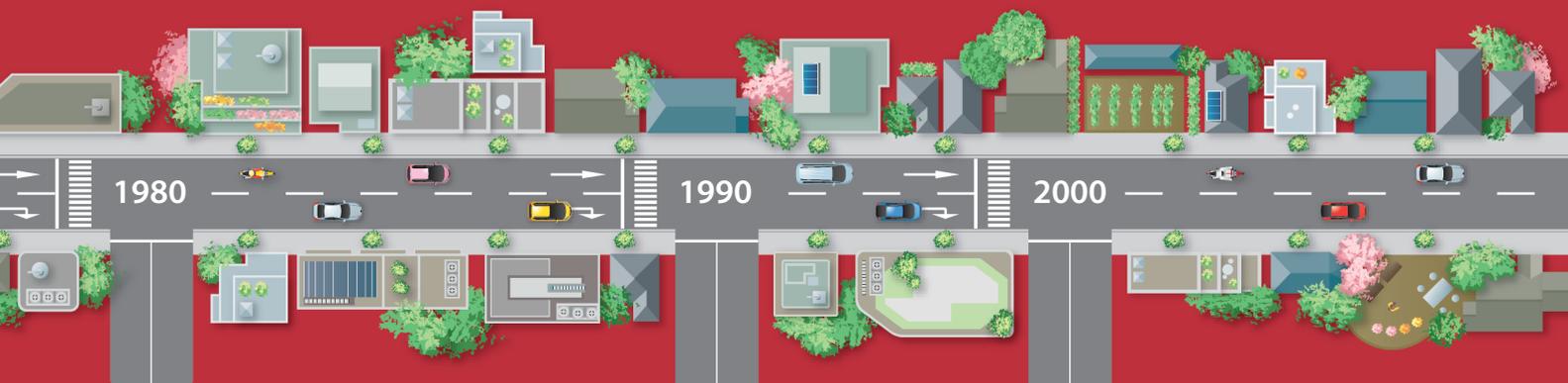
1960年代には、お客様が求める、本当に喜んでいただける商品を提供したいという想いから「お客様対応部門」を発足し、お客様の声を大切にしてきました。また、お取引先との良好な関係づくりが重要であるとの認識から、「取引先懇談会」をスタートするなど、ステークホルダーとのコミュニケーションに努めてきました。

また、従業員に対しノー残業デーを1960年代から導入したことをはじめ有給休暇カットゼロ運動やフレックス制度の導

入、さらに2007年には、多様性推進組織を発足するなど、社会の変化や要請を先取りした取り組みを推進し、ワークライフ・バランスに配慮した働きやすい職場づくりをめざしてきました。

さらに、Hondaは、「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」と考え、1960年代から地域との共生を大切に社会活動を開始。1970年代には、環境保全にも本腰を入れ、「ふるさとの森づくり」を始めています。また、子どもの発想力や創造力を伸ばす「子どもアイデアコンテスト」を2002年から開始、タイ、ベトナムへと拡大するなど、ものづくりの楽しさを知らせる活動にも注力しています。

今後も、Hondaは、さまざまなステークホルダーと喜びを分かち合っていくために、企業に求められる社会的責任を果たしてまいります。



1981

**障がい者の自立を支援する
ホンダ太陽(株)設立**
障がいのある人たちにも、就業の機会を与えたいという想いから、大分県別府市に設立。



**国内初、両足だけで運転できる
「Honda・フランツシステム」を開発**

両上肢に障がいのある人でも快適に運転を可能にする足動運転装置「Honda・フランツシステム」を独自に開発するとともに、販売に向け法改正を後押し。



1984

業界初 CS調査を開始

「お客様満足度NO.1」をめざして、お客様の声を収集し、商品開発などに活かす調査を開始。

1998

**社会活動の専任組織を
発足させ、理念制定**

みんなで力を合わせ、夢のある明日の社会づくりをめざし、世界のHondaグループが活動を展開。



2002

「子どもアイデアコンテスト」を開始
夢にチャレンジし、カタチにする楽しさなどを伝える活動。



2007

多様性推進組織が発足

多様性に関する全社的・継続的な取り組みを推進する専任組織。





世界中のHondaで圧倒的な顧客満足度を

特集

世界各地で多種多様なモビリティ製品を販売するHondaは顧客満足度を高め、生涯にわたってHondaを愛用いただくファンづくりをめざして市場の動向や人々の価値観に合わせたさまざまな顧客満足度向上策を推進しています。

全員参加で“CS”を追求

モビリティ市場の成熟に合わせて「販売店向け研修コンテンツ」を改革

» サービスの質的向上をめざして

「世界中のHondaで圧倒的な顧客満足度を提供する」ことを目標に、世界各地で市場の動向や人々の価値観に合わせた販売店向け研修を実施しています。市場が急拡大している新興国では、主に技術スタッフを対象とした点検・メンテナンス関連の研修に注力してきました。しかし、市場が成熟するにつれ、お客様の視線は技術力だけでなく、接客やサービスの姿勢などソフト領域へも向けられるようになってきました。また、販売店においても、持続的な成長のためには、新車販売だけで

なく、アフターサービスや買い替え需要への対応を強化していく必要があります。

そこでHondaは、販売店が一丸となってCS^{※1}の向上を図るために、トップである店長がリーダーシップを発揮し、お客様の心を掴むサービスを提供できるよう「店長研修」を導入。また、接客スタッフを対象に、ホスピタリティの考え方や接客・接遇のスキルの向上を図る「サービスアドバイザー研修^{※2}」に取り組んでいます。

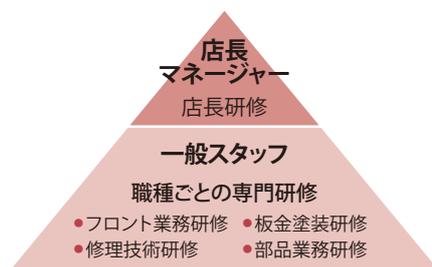
※1 Customer Satisfactionの略。顧客満足

※2 販売店の教育・指導を担う海外現地法人・ディストリビューターの研修部門スタッフを対象とした研修



中国での店長研修(CS向上リーダーシップ研修)の様子

販売店における総合研修体系



実力向上と効率化を両立させるために

リアルとバーチャル、それぞれの効果を踏まえトレーニング手法を改革

» 個別学習式技能研修「IST」を導入

Hondaは、スタッフ一人ひとりが実力を高めていけるよう、集合研修においても実技プログラムを数多く取り入れています。ところが、従来の集合研修は、参加する受講者一人ひとりの技能が異なる上、時間の制約などから一部の受講者しか実技を体験できないために、「どうすれば受講者全員が確実にスキルを身につけることができるか」が課題となっていました。

そこでHondaは、“受講者個人の技能”に焦点をあてた個別学習式技能研修(IST: Individualized Skill Training)を導入しました。ISTは、実践で学ぶさまざまな技能をあらかじめ研修モジュールとして用意しておき、受講者自身が自分の力量に応じた研修モジュールを選択し、参加するスタイルの研修です。これによって、受講者は自分がどんなスキルをもっているのか、またどんなスキルが必要なかが明確になり、必要な実技も確実に体験できるようになりました。

» 「イン・ディーラー・トレーニング」を実施

一人ひとりのスキルに応じたきめ細かな研修プログラムを開発していくと同時に、Hondaは販売店の業務効率化につながる“研修の効率アップ”にも力を注いでいます。

2005年から販売店で実施している「イン・ディーラー・トレーニング」はその一つです。これは、ビデオやDVDといったビジュアル教材やeラーニングシステムを活用することで、販売店スタッフが店内のパソコンを用いて好きな時間に研修コンテンツにアクセスし、効率的にスキルアップを図ることができる研修手法です。すでに全世界の販売店に展開しており、今後は、全受講者の実績管理を強化し、スタッフのもつスキルをより高いレベルで平準化していくことをめざしていきます。



技能が異なる受講者が個別に整備技術を学んでいる様子

インストラクター資格認定制度をリニューアル

より高い目標を掲げて挑戦し続ける仕組みづくりへ

» 研修技術のスキルを高めていくためにインストラクター資格認定制度を強化

Hondaは、販売店の教育・指導を担う海外現地法人・ディストリビューターの研修部門のスタッフが主体的・積極的に研修技術のスキルを高めていけるよう、個々の技能レベルに応じて資格が得られる「インストラクター資格認定制度」を導入。

2008年度は、クルマに搭載される電子機器の増加に対応して、「一般修理インストラクター」が担当するカリキュラムに「電装研修」「異音研修」など難易度の高い項目を追加しました。そして、認定資格を、「オーソライズドインストラクター(初級)」「シニアインストラクター(中級)」に加え、「チーフインストラクター(上級)」の3クラスに拡充。さらに、販売

店からの要望に応じて「板金修理」「サービスアドバイザー」にも資格認定制度を導入しました。

» 販売店スタッフの認定制度も強化

海外現地法人・ディストリビューターのインストラクター認定制度の改編に対応するため、販売店スタッフのインストラクター資格認定制度も改定しました。従来の、「一般修理テクニシャン」に加え、「板金修理テクニシャン」「サービスアドバイザー」の認定制度を設定。またディーラースタッフの技能習得のモチベーションにつながるよう、それぞれの資格を「ブロンズ(初級)」「シルバー(中級)」「ゴールド(上級)」の3クラスに改編しました。



ロシア、南アフリカ向け電装研修の様子

進化する取扱説明書

「ページ数2分の1」「検索性向上」「全世界スタイル統一」をめざして

» 「見やすく、わかりやすく」をテーマに

電子制御装置の多用やカーナビゲーションシステムの機能向上・大容量化など、クルマの高機能化、多機能化が進展しています。そしてこうした多種多様な機能を確実に使いこなしていただくために取扱説明書の記載項目は増加する一方です。

そこでHondaは、「Honda製品を正しく、安全、快適にお使いいただくために、お客様視点に立った、わかりやすく、役立つ取扱情報を、全世界のお客様に提供する」という方針のもと、動画映像によるDVD版の取扱説明書の制作※や、自社のWebサイトからも取扱情報を検索できるようにするなど工夫を重ねてきました。しかし、世界各地で

実施したお客様調査では、依然として多くのお客様が取扱説明書に対して「分厚くてとても読む気がしない」「知りたいことがなかなか見つからない」といった不満をもっていることがわかりました。

こうした背景をもとに、Hondaは2006年から、「ページ数2分の1」「検索性向上」「全世界スタイル統一」を目標に、取扱説明書の革新に着手。掲載内容の検証はもちろん、書体、デザイン、タイトルのつけ方まで、あらゆる角度から構成要素を見直していきました。そして、初めて乗られたお客様がすぐに基本的な操作ができるように、また調べたいことをすぐに見つけることができ、かつ詳しい解説にもスピーディにたどり着けるよう、巻頭に「クイックガイド」を掲載しました。さらに、作成した新スタイルの取扱説明書のプロトタイプについて、当初の目的を達成できたか否かを検証し、改善した後も社内関係各部門が集まり、さまざまな視点から議論と調整を重ねていきました。

こうした取り組みの結果、2008年秋に新スタイルの取扱説明書が完成。同時期に発表した新型オ



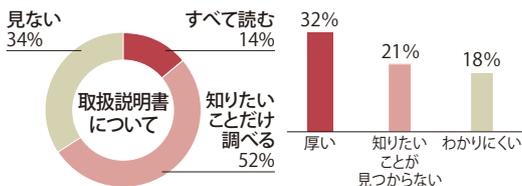
さまざまな視点から議論を重ね、新スタイルのプロトタイプを作成

プロジェクトの流れ

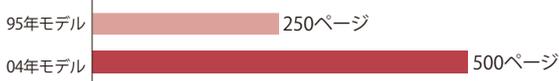
Phase 1 お客様調査 (2006年8月～)

世界7カ国(日、米、英、独、中国、タイ、ブラジル)において、Honda車の所有者を含む約4,000名を対象に、Webサイトや対面で「取扱説明書」に関する調査を実施。

取扱説明書の調査結果



オデッセイの取扱説明書のページ数



Phase 2 新スタイルの開発 (2006年10月～)

お客様調査の結果を踏まえ、「ページ数2分の1」「検索性向上」「全世界スタイル統一」という3つの目標を設定。取扱説明書の構成要素をすべて見直し、方向性や全要素のベストが何かを検討した後、新スタイルの取扱説明書のプロトタイプを作成。

文章	わかりやすくシンプルな表記に改定
書体	使用する文字のフォント、サイズを最適化
掲載項目	お客様が必要とされる情報を厳選
構成・タイトル	直感的なわかりやすさを追求
デザイン・判型	紙面効率が良く、読みやすい横型に統一
検索性	冒頭に「クイックガイド」を設けるなど工夫
イラスト	説明機能をもたせ、カラー化など質感を向上

新スタイル取扱説明書のクイックガイドページ例



HPで説明書を公開しています <http://www.honda.co.jp/manual/>

デッセイから量産機種への適用を開始しました。

新スタイルの取扱説明書をお届けしたお客様を対象に旧スタイルとの比較アンケートを実施した結果、ほとんどのお客様に見やすさ、使いやすさの向上を実感いただけたことがわかりました。このような評価を踏まえ、Hondaは今後、国内で発売される全機種の取扱説明書に新スタイルを適用していくとともに、北米をはじめとした海外市場でも導入していく計画です。

※ 再企画中

プロジェクトメンバーの声

「利便性」と「安全性」を確保する、最適なバランスを追求

新スタイルの取扱説明書のプロトタイプが完成した後、関係部門を交えて行った記載項目と文章の検討会では、何度も議論を交わして“最適”を追求していきました。お客様が必要とされる情報が埋もれてしまわないように、かつ思い切った記載項目の絞り込みと文章のシンプル化を図りながら、その一方でメーカーとしての説明責任も果たしていく必要がありました。

皆で随分悩みましたが、苦勞の甲斐あって、お客様から「必要な情報が簡潔にわかりやすく記載されている」「イラストやレイアウトに工夫がある」などの声をいただくことができて嬉しい限りです。

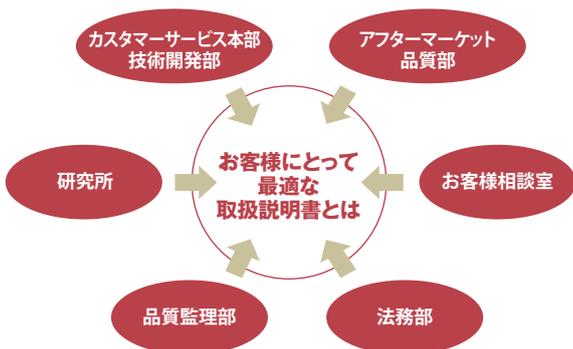
これで満足することなく、今後もさらなる進化を続けていきたいと考えています。



カスタマーサービス本部
技術開発部
製品取扱情報ブロック
金子 裕之

Phase 3 プロトタイプの検証 (2007年9月～)

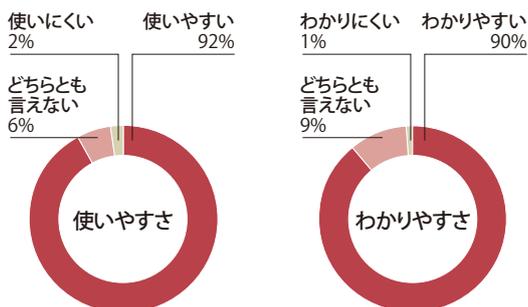
作成したプロトタイプを使って「検索性」「わかりやすさ」を検証。その結果を反映しつつ、ページ数削減に向けて社内関係部門が集まり、記載項目を厳選。



Phase 4 アフターフォロー、グローバル展開 (2008年10月～)

2008年秋発売の新型オデッセイより適用を開始。購入いただいたお客様に新・旧の読みやすさを比較いただくWebアンケートとインタビューを実施。その評価を踏まえ、全機種への適用を開始。

お客様の評価 (2009年1月～2月のWebアンケートから)



「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（買う喜び、売る喜び、創る喜び）」を実現していくために、ご購入からアフターサービスまでのすべての段階で安心して製品をお取り扱いいただき、いつまでもお客様に高い満足を提供し続けていけるよう、販売会社と一体となってCS向上に努めています。

グローバルなCS向上に向けた体制、目標

Hondaは、世界各地の市場で最適なサービスオペレーションを実現していくために、2004年、「各地域のサービス部門」と「サービス技術部門」を統合し、「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のめざすところは、「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」ことです。また、そのために達成すべき中期目標として、「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、製品をご利用いただく期間だけでなく、新しい製品に買い替える時にも再びHondaを選んでいただいたり、他のお客様をご紹介いただけるような“Hondaファン”を増やし続けていくことです。

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定期的な会議を開催するなど、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より効果的、効率的にCS向上に取り組める環境づくりに注力しています。

CS向上のための基本施策

顧客満足度調査を実施

Hondaは、「一人でも多くのお客様に生涯にわたって満足していただくこと」をめざして、二輪・四輪・汎用のすべての製品分野で積極的に顧客満足度調査を実施しています。調査結果は詳細に分析し、具体的な改善指針として社内の関連部門へフィードバックして、日々の活動に活かしています。

たとえば、海外の四輪事業では、調査結果を踏まえて、製

品ごと、地域ごとに「CSI (Customer Satisfaction Index: 顧客満足度指標)」を設定。きめ細かな施策を実施することでCS向上を図っています。また、国内四輪事業では、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送送する「初期CS調査」に加えて、2003年度から中古車オーナー向けのアンケート調査を、2007年度からは車検を迎えるお客様への「保有期CS調査」も開始しています。

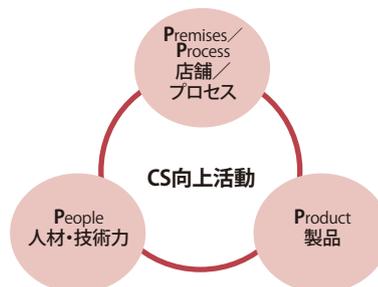
「3つのP」に着目した活動を推進

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への期待はますます高度化・多様化しています。こうしたなか、Hondaは、将来的な環境変化やお客様のニーズの変化を見据えた、より魅力あるサービスの提供に取り組んでいます。

その一つが、海外の四輪事業で進めている「3つのP」に着目した活動です。これは、Hondaとお客様の接点である「Premises/Process: 店舗/プロセス」「People: 人材・技術力」「Product: 製品」のそれぞれにおいて課題を抽出し、サービスの質を高めていく活動です。

「Premises/Process: 店舗/プロセス」領域では、店舗内でお客様の“生の声”を引き出す「販売店VOC活動」、店舗ごとの無理・ムダを排除する「工程効率改善活動」、一度の修理で確実に直す「再修理撲滅活動」、在庫部品切れによるお客様苦情の削減に努める「バックオーダー苦情削減活動」などを推進してきました。また、「People: 人材・技術力」領域では、2008年度に人材・技術力向上を目的に「販売店総合研修体制」を大幅に見直しました。「Product: 製品」領域では「未然防止・流出防止・拡大防止」の3大防止活動を通じて、お客様に安心して製品をお使いいただけるよう製品品質の向上に努めています。

「3つのP」に着目した活動



お客様からの相談対応を強化

国内のお客様とダイレクトなコミュニケーションを行っている「お客様相談センター」では、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。また、行政機関からの調査依頼への協力や、消費者関連団体への対応なども行っています。

同センターでは、365日、お客様からの相談を受け付けており、2007年には相談が多い土曜・日曜・祝日の電話相談要員を増強しました。また、2008年7月からは、メールによる相談対応を土曜・日曜も実施するなど、体制を強化しています。

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、個人情報に関わる法令や社内規程に十分配慮した上で、研究開発・製造・サービス・営業の各部門へタイムリーに発信しています。また、これらの情報は、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。

さらに、お客様ご自身で問題を解決したいという声に応えて、HondaのWebサイトに「お客様相談センター」サイトを開設しています。2008年は、10月から機種別FAQや二輪FAQの情報を拡充したほか、携帯電話サイトも開設しました。

各海外拠点でも国内同様にお客様からの相談を受け付ける体制を構築しており、カスタマーサービス本部のスタッフが一人ひとりの声に応えています。

2008年度の活動

二輪

一般修理店を活用したサービス情報・純正部品供給体制を確立

アセアン諸国における二輪車の販売台数が急増するなか、Hondaでは現地におけるお客様対応を強化すべく、正規販売店を増やしつつあります。しかし、それでもなお、一つの店舗が担当する地域は広大であり、なかには販売店に気軽に足を運べないお客様も少なくありません。

そこでHondaは、遠隔地に住むお客様にも、より手軽に、安全・確実な修理サービスを提供できるよう、正規販売店の周辺にある地元の一般修理店と連携。サービス情報および純正部品を供給することで、お客様に安心して、便利に利用いただける体制を構築しました。

2007年度にタイで始まったこの取り組みは、アセアン諸国の駐在員が半年に1回集まって開催する「マネージャー会議」で共有化され、2008年度からはベトナムでも同様の取り組みが始まっています。



一般修理店研修(タイ)

汎用

お客様／販売店への情報提供を強化

汎用事業の主力製品である汎用エンジンは、その供給先であるOEMメーカーで各種OEM製品に搭載されてから市場で販売されるため、直接Hondaがエンドユーザーの利用状況を把握することは困難です。しかし、エンジンメーカーであるHondaには、エンドユーザーが正しく製品を使用するための情報発信や、販売店スタッフが製品を正しく整備・修理していくための情報発信が求められています。

そこでHondaは、既存の「オーナーズマニュアル(取扱説明書)」をもとに汎用エンジンをお客様に正しく使用していただくためのポイントと、「サービスマニュアル(修理説明書)」「パーツカタログ」をもとに販売店に製品を正しく整備・修理していただくためのポイントをまとめたコンテンツを作成。対象国の法規やニーズなどを確認しながら4か国語(英語・ドイツ語・フランス語・スペイン語。言語数は順次拡大の予定)に翻訳し、2009年度より各海外現地法人・ディストリビューターのWebサイトを通じて公開しています。

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。特に近年、Hondaは世界的な生産体制の拡充を図っており、製品の安定供給体制を確立する上でも、品質や機能を向上させていく上でも、世界数千社にのぼるお取引先と一層緊密な信頼関係を構築していくことがますます重要なテーマとなっています。

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

購買活動

「購買3原則」をもとに信頼関係を構築

Hondaは、世界中のビジネスパートナーの皆様と信頼関係を構築していくために、法令などに則った公正な取引関係を維持するとともに、「自由な取引」「対等な取引」「経営主体の尊重」を柱とする「購買3原則」を定め、すべてのお取引先の皆様との信頼関係づくりに努めています。

2008年度の活動

お取引先への方針伝達と評価を実施

●購買方針説明会

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。

2009年は3月に実施し、従来は個別に開催していた購買本部とCS本部が合同開催しました。約290社のお取引先に参加いただき、「抜本的な総費用の削減」「事業構造・調達構造の変革」「グローバルでの環境技術実現」「アフターセールスで、お客様満足度向上」を中心に二輪・四輪・汎用の各事業におけるHondaの取り組みの方向性をお取引先と共有しました。

また、年間を通じてQCDのそれぞれの領域で優れた実績を上げたお取引先を、年始に開催する「お取引先懇談会」で表彰しています。2009年の懇談会では、国内で取引を行っているお取引先企業55社を表彰しました。



購買方針説明会



お取引先の表彰の様子

取引におけるコンプライアンスの強化

●従業員への教育研修

Hondaは、購買に携わる従業員一人ひとりが「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。特に、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、入社時の研修に加えて、全従業員を対象とした講習会を定期的に行い、法遵守の維持・継続に努めています。

●お取引先に対して関連法規説明会を開催

Hondaが、お取引先との間で交わす部品取引基本契約書にはHondaの取引先として法令を遵守していただく旨が記載されています。また、下請法や経済産業省の「自動車産業適正取引ガイドライン」の内容をお取引先に説明し、適正な取引を徹底しています。自動車産業適正取引ガイドラインのなかで求められている「相談窓口の活性化と関係者間の連携強化」についても、「企業倫理改善提案窓口」を設け、その活用を推奨しています。

これらの関連法規の遵守に対するHondaの姿勢については、適時、説明会を開催して情報を共有しています。

今後は、直接的なお取引先だけでなく、その協力先を含

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。

お取引先との対等な関係と自主性尊重

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

部品や原材料の選定にあたっては、複数の企業のなかから技術力、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。

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。

お取引先とともに品質向上

●お取引先の部品製造現場を訪ね

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、HondaがQCDに優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、品質関連部門が連携し、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に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訪問の様子

お取引先とともに環境負荷低減

●環境に配慮した資材・部品の調達をめざして

Hondaでは、独自に「Hondaグリーン購買ガイドライン」を定め、お取引先とともに環境負荷の少ない資材・部品の調達を進めています。環境に配慮した資材・部品の積極的な調達をめざして、2001年度に「Hondaグリーン購買ガイドライン」を策定しました。目標値と管理項目をお取引先と共有し、2010年度までの目標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・四輪の国内生産全モデルおよび汎用製品について、全モデルで削減する取り組みを進めています。2008年度はハンダ鉛削減推進のためのHonda化学物質ガイドラインの分類を細分化するとともに、一部部品においてハンダ鉛フリー化を完了しました。

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データシステム※」を活用したCO₂排出量、廃棄物埋立処分量、水使用量の削減に取り組んでいます。

さらに、ISO14001未取得のお取引先に対し、代替認証制度を含む取得を推進したところ、2008年度に、管理対象全社においてISO14001または代替認証制度の認証取得が完了しました。

※ Honda Life Cycle Assessment Systemの略。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

人事管理の基本理念

Hondaは、自立・平等・信頼という「人間尊重」の理念を、Hondaグループを構成する人たちのみならず、ビジネスを行う対象やともに仕事を進める人々や企業との関係についても適用されるべき精神としています。

また、「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」と捉え、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。

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3つの原則にもとづき、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」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

- 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3つの原則

1. 主体性の尊重

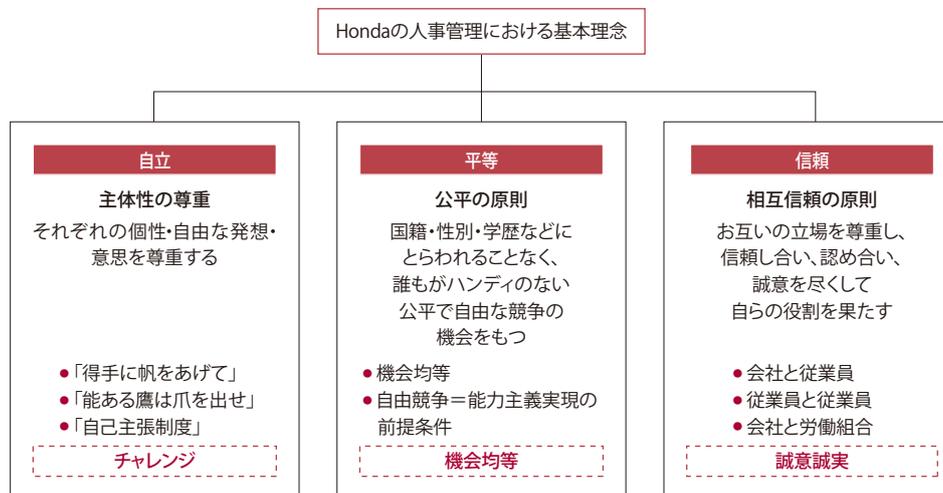
Hondaが従業員に期待するものは、個人の意欲と主体性です。それは、「能ある鷹は爪を出せ」「得手に帆をあげて」という創業者の言葉が示す通り、一人ひとりの従業員が自分で考え、行動し、責任を果たすことです。資格認定を求める「チャレンジャー」が自ら手を挙げる資格制度、自分の考えや異動希望などを主張する「自己主張制度」「チャレンジ公募制度」などは、従業員の意欲と主体性を前提に設計されています。

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。



2008年度の活動

雇用・労働における多様性の尊重

雇用・労働における多様性の尊重は、Hondaが創業以来大切にしてきた価値観であり、「Hondaフィロソフィー」の核をなすものと捉えています。

人物本位の採用活動

Hondaは、多くの企業が指定校制度を取り入れていた時代から、特定の学校に偏らず広く門戸を開放し、個々人の意欲と能力にもとづいた人物本位の採用活動を実施してきました。

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。

さらに、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後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

	2005	2006	2007	2008	2009
男性(名)	744	806	1,084	1,152	1,265
女性(名)	111	121	170	180	220
合計(名)	855	927	1,254	1,332	1,485

※各年の4月入社従業員数

中途採用者数

	2004	2005	2006	2007	2008
男性(名)	91	241	551	732	595
女性(名)	16	15	22	28	51
合計(名)	107	256	573	760	646

障がいのある人の雇用促進

Hondaは、各事業所で障がいのある人を積極的に雇用しています。また、Hondaの特例子会社であるホンダ太陽(株)、ホンダR&D太陽(株)、希望の里ホンダ(株)においても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進めています。

2008年度の障がい者雇用者数は986名、雇用率は、2.07%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。

特例子会社の事業内容

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、重度の障がいのある人の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、高年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、優れた技術・技能・専門性を有する従業員が対象となります。

また、少子高齢社会の進展および生涯現役社会の到来という背景を踏まえ、現在、より多くの従業員が定年退職後も就労できる環境を整備するため、「新たな再雇用制度」導入の準備を進めています。

再雇用の状況

	2005	2006	2007	2008
従業員が希望する再雇用者数(名)	54	62	126	110
会社が要請する再雇用者数(名)	6	19	68	75
合計(名)	60	81	194	185

2008年度の活動

働きやすい職場環境づくり

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を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、労使で進める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、2008年度の従業員一人あたりの所定労働時間1,952時間、総労働時間は1,997時間、一般組合員における年次有給休暇の平均取得日数は18.7日となり、業界でも高水準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日連続で年次有給休暇取得を奨励する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

多様性を活かすための専任組織を設置

Hondaでは、多様性に対する全社的・継続的な取り組みを企画・推進するために、2007年6月、本社の人事部内に専任組織として「多様性推進ブロック」を設置。

多様性推進ブロックでは、啓発活動として社内報による発信や講演会、マネジメント対象の研修などを実施。制度や働き方の整備の面では、主に仕事と育児の両立に重点を置いた取り組みを推進、2008年度から開始した育児のための短時間勤務制度については、育休からの復職者約70名のうち、約5割が利用しました。

従業員の多様性を活かすための取り組み

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	● 多様性推進の専任組織の設置
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

良好な労使関係づくり

労働組合との対話の仕組み

Hondaは、労働組合と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、互いの立場や考え方の違いを十分に尊重しながら、相互の信頼と努力によって局面を乗り越え、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。

能力開発・人材育成

「OJT」を基盤とする人材育成

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

OJTを効果的に推進するために、専門分野や職種別のレベルごとに求められる技術・技能の内容や程度を体系化した詳細なOJTプログラムを制定しており、これにもとづき各個人の専門能力や管理能力をチェックするとともに、上司による部下の能力把握や個々人のさらなる育成を図るための指標として活用しています。

さらに、OJTと相互に補完し合う「Off-JT(Off the Job Training)」の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。

意欲と主体性を尊重する仕組み

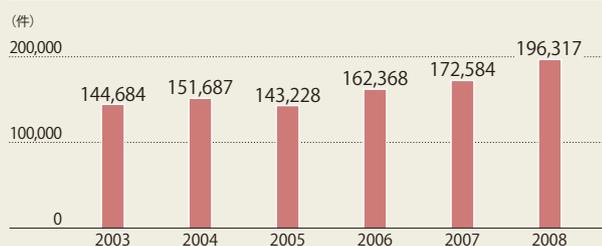
● 改善提案

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。

1953年から開始した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。

改善提案件数推移※



※ 各年の7月末時点の件数、2008年7月末現在までの累計件数 約838.6万件

● 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、2009年3月末までに588名の従業員が制度を活用し、異動しました。

労働安全衛生

「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、労働安全衛生の基本方針に明記するとともに、業界トップクラスの安全で快適な職場環境の実現に向けて活動しています。

安全な職場づくりを推進

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

2009年度は、「業務災害の未然防止」「爆発火災のリス

ク低減」「交通事故低減」「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。

労働災害の発生状況(全度数率・休業度数率)



健康増進への取り組み

トータルヘルスプロモーションプラン(THP)

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、昭和63年、THP委員会を設置し、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。毎年4月に発信する全社方針にもとづき、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、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も実施しています。

今後は、メタボリックシンドロームなどの特定保健指導やメンタルヘルスケアなどを充実していきます。

● 「心のケアスタッフ」を配置

従業員の「心の健康増進」を目的として各事業所の健康管理センター内に、専門の相談窓口である「心のケアスタッフ」を配置。専門科医やカウンセラー、職場の上司などと連携しながら、良きアドバイザーとして従業員の「心の健康づくり」をサポートしています。

メンタルヘルスケアには、医療的な知識だけでなく、面談や相談に関する対人的なスキルが必要なため、保健スタッフのなかで産業カウンセラーの資格を有する者を「心のケアスタッフ」として配置しています。

株式上場の状況

1948年に創立したHondaは、1954年には、東京店頭市場に株式を公開し、1957年には東京証券取引所に上場。その後、国内の全証券取引所に上場しました。海外では、1962年にADR(米国預託証券)を発行し、1977年にはニューヨーク証券取引所に上場。1981年にはロンドン証券取引所、1983年にはスイス証券取引所、1985年にはパリ証券取引所(現ユーロネクスト・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

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、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、企業側からの一方的なPRに陥ることがないように、市場の声に耳を傾けるよう努めています。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

Hondaは、グローバルな視野に立って世界各国で事業を展開し、企業価値の向上に努めています。

成果の配分にあたりましては、株主の皆様に対する利益還元を経営の最重要課題のひとつとして位置づけており、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きます。

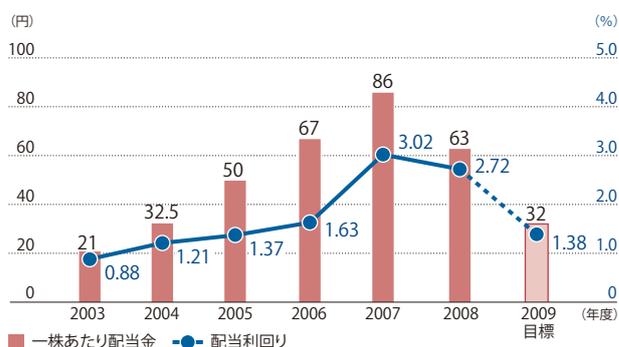
配当と自己株式取得を合わせた金額の連結純利益に対する比率(株主還元性向)については、30%を目処に実施します。

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
2003-2008年度の配当利回りは、各会計年度末の株価を基準に算定
2009年度の配当利回りは、2009年3月31日の株価を基準に算定
- ※ 一株あたり配当金について
2003年-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

2008年度の活動

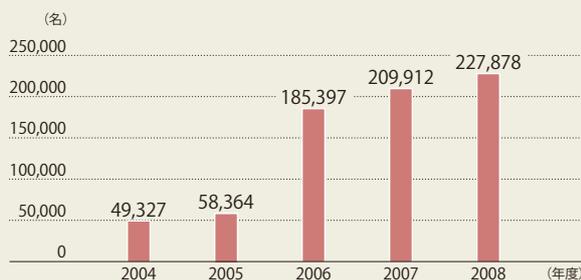
適時・適切なIR活動を展開

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情報開示の基本方針としています。

この方針にもとづき、「**アニュアルレポート**（年1回）」や「**クォーターファクトシート**（年4回）」「**株主通信**（年4回）」などの報告書を発行し、四半期ごとに機関投資家やアナリスト向けの決算説明会などを開催しています。北米や欧州の機関投資家に向けては、年2回の「**IRロードショー**」にて企業説明会を実施し、業績や今後の経営戦略について説明しています。また、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・IRロードショーの資料を閲覧できるほか、株主の皆様へのご案内などの情報を随時提供しています。

また、Hondaは、個人株主の拡大に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投資しやすい環境を整えることを目的として、1株を2株の割合で分割する株式分割を実施しました。2006年度第3四半期からは、株主の皆様へ早期に利益を還元することを目的として四半期配当を開始しています。こうした取り組みの結果、個人株主数はそれまでの3倍以上に増加しました。

株主数の推移



アニュアルレポート



クォーターファクトシート



Webサイト

株主の皆様との直接対話を重視

Hondaは、株主総会を株主の皆様と直接コミュニケーションする重要な場と考えています。株主総会での事業報告にあたっては、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、郵送またはパソコンや携帯電話のWebサイトを利用した議決権行使の仕組みを整備し、外国人株主様向けに英文による招集通知をご提供するなど、議決権行使の円滑化に向けた取り組みを実施しています。

さらに、株主の皆様にご覧いただくことで、Hondaをより身近に感じていただき、Hondaへの理解をさらに深めていただけるよう、製作所などを見学していただく、株主様向けの「**ご視察会**」を毎年開催しています。



ご視察会の様子

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に、積極的に市場の声に耳を傾けるよう努めています。

社会活動の基本的な考え方

Hondaは創業以来、商品や技術を通じて社会やお客様にさまざまな喜びを提供してきました。また、「企業は地域に根つき、地域と融合した存在でなければならない」という考えのもと、創業期である1960年代から地域とのつながりを大切にされた社会活動を開始しています。そして、1970年代からは、より良い社会づくりに一層貢献していくために、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。国内だけではなく、地域本部制にもとづいて、世界の6つの地域ごとに、夢のある社会づくりに向けた活動を展開しています。

さらに、創立50周年を迎えた1998年には、「世界中の人々

と喜びを分かちあい、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じていくために、「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て、理念にもとづく新たな活動をスタートするなど、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制定しました。活動方針では、世界中のHondaが、「人」「商品・技術」「人間尊重の文化や風土」といった経営資源を活かして、より積極的に人々の喜びにつながる活動を立案・推進し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。

2008年度の活動

子どもアイデアコンテスト(日本)

「子どもアイデアコンテスト」は、子どもならではの発想から生まれるアイデアをカタチにすることで「夢を持つこと」「挑戦すること」「創造すること」の大切さ、楽しさに気づいてもらうことを目的としたコンテストです。

2002年に始まったこのコンテストは、年々参加者が増え、第7回となる2008年には5,549組・6,300名もの方から応募いただきました。数多くの応募作品のなかから、最優秀賞(2組)と優秀賞(4組)のほか、入賞(4組)、審査員特別賞(3組)を選考し、表彰しました。また、上位入賞の計6組の子どもたちには、「ASIMOが小学校を訪問し、子どもたちと対話する特別授業を行う」という副賞を贈り、好評を博しました。

2005年からはタイで、2008年からはベトナムでも同様のコンテストを開催しています。

参加者数推移

年度	参加人数
2006	3,700名(3,414組)
2007	5,750名(5,147組)
2008	6,300名(5,549組)



低学年の部で最優秀賞の発表の様子



ベトナムでの子どもアイデアコンテスト

ホンダヒーローボランティア(北米)

アメリカにあるホンダオブアメリカマニュファクチャリング(HAM)※は、「地域の活動に参加することは、個人が意思をもって活動に投資をするという意味で、資金面での協力より大切だ」という考えのもと「ホンダヒーローボランティア」プログラムを実施しています。

このプログラムは、従業員とその家族およびOBが自分の選んだ地域のNGOの活動にボランティアとして参加し、参加者のボランティア活動時間が年間計50時間に達すると、会社がボランティア活動を行なった従業員に敬意を評して従業員のボランティア活動の対価に相当する金額(1団体あたり250ドル)をNGOに寄付するものです。

1995年に始まったこのプログラムには、累計約1,800名が参加し、NGOに対しての寄付額は100万ドルを超えました。



※ オハイオ州コロンバスにある生産拠点

● ボランティア活動の代表例: 「リビルディング・トゥギャザー・コロンバス」の活動への参加

コロンバス地区に家をもつ高齢者や障がい者、小さな子どもがいる家族が、安全で快適に過ごせるよう、家の修理・修繕を行うボランティア団体の活動に2002年から参加しています。2008年度は24の家の修理・修繕を行いました。



リビルディング・トゥギャザー・コロンバスでのボランティア活動の様子

2008年度の活動

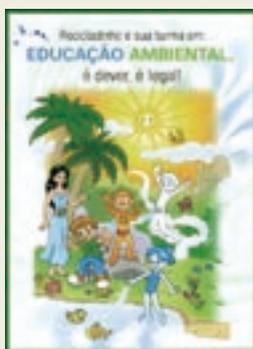
環境教育(南米)

ホンダオートモベイス・ド・ブラジルでは、地元のスマレ市役所と協力し、公立の33の学校に通う約4万人の小・中学生を対象にした、環境教育・啓発活動を支援しています。

この活動は、同市の「義務であり、素敵なこと(To Owe, It Is Cool)」というモットーで進められており、これらの活動は環境への取り組みの推進を図る上で重要な基盤と考えられています。

学生の環境問題に対する意識喚起を目的に、環境教育を展開するとともに、普段の生活のなかでも環境意識を發揮できるよう啓発活動にも取り組んでいます。

具体的には、環境汚染やリサイクルについて取り上げた環境教科書の配布(3万部)、12種類の環境をテーマにしたビデオを利用した授業の実施、エコウォーク、Tシャツ・ポスターの配布などのほか、2008年12月には5,000本の苗を植えるなど、さまざまな活動への支援で環境意識を喚起しています。



環境教育ツール



植林活動

ビーチクリーン活動(欧州)

Hondaは2006年5月、素足で歩ける砂浜を次世代へとつないでいくために、四輪バギーに熊手とフルイを応用した装置を加えた新しいビーチクリーナーを開発。このビーチクリーナーを用いて砂浜からゴミを取り除いていく「ビーチクリーン活動」に取り組んでいます。

Hondaでは、日本で始まったこの活動を、2007年から海外でも展開しています。2007年5月からは、ホンダ・ポルトガルと地元カスカイス市の清掃団体であるEMACの担当者が集まり、地域にある3つの砂浜でテスト清掃を開始。およそ3ヵ月間で20トン以上のゴミを回収しました。また、2008年には、環境をテーマにした地元の博覧会において、Hondaブースにビーチクリーナーを出展し、その存在をアピールしました。

ホンダ・ポルトガルでは、ビーチクリーン活動を地域社会に貢献する重要なプロジェクトと位置づけ、今後も活動の拡大を図っていく方針です。



ビーチクリーン活動の様子

スノーウィー・ライド(アジア・大洋州)

「スノーウィー・ライド」は、オーストラリアのニューサウス・ウェールズ地方にあるスノーウィー山に毎年、同国内の二輪ライダーやその家族が集まって行われるチャリティーイベントです。参加者から集められたチャリティー資金は、「スティーブン・ウォルター財団※」に全額寄付され、小児がん研究とがん治療のために使われます。

イベントへの参加者は、これまでの累計で1万8千人以上、寄付金は180万オーストラリアドルを超えています。第8回となる2008年は、11月8日に開催され、3,000人以上のライダーが参加し、30万オーストラリアドルを寄付しました。

ホンダオーストラリアは、イベントの趣旨に賛同して、2001年の開催当初からメインスポンサーとなっています。

多くのバイクファンが、家族と楽しい週末をともに過ごしながらか医療の発展にも貢献するこのチャリティーイベントへの支援を、ホンダオーストラリアは今後も続けていく予定です。

※「スティーブン・ウォルター財団」は、バイクが大好きで選手としても活躍したスティーブン・ウォルター少年が8年間の闘病を経て小児がんで亡くなった後、「ほかの子どもたちが自分同様に苦しまないよう家族や仲間がチャリティーでお金を集めることで、がんの研究を通してより良い治療法を見つけ出してほしい」という彼の遺志を引き継いで設立された財団



スノーウィー・ライドの様子

中国エコノパワー燃費競技大会(中国)

「Hondaエコノパワー燃費競技大会」は、1リットルのガソリンで車がどこまで走れるかを競う大会です。Hondaは、この大会を通じて、人々の環境保全や省エネへの関心を高めるとともに、モノづくりの楽しさやチャレンジすることの素晴らしさを、次世代を担う多くの若者たちに伝えています。

1981年に日本で始まったこの大会は、1998年からはタイで、また2006年からは中国でも毎年開催されています。

中国での競技大会では、2007年から一般参加者を広く募り、中国国内で高まりつつある環境保全意識の向上に貢献しています。第3回となる2008年大会では、5クラス・全108チームが参加し、最優秀賞が同済大学栄安志遠車隊に授与されました。



中国エコノパワー燃費競技大会

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、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おります。

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・監査を行っております。

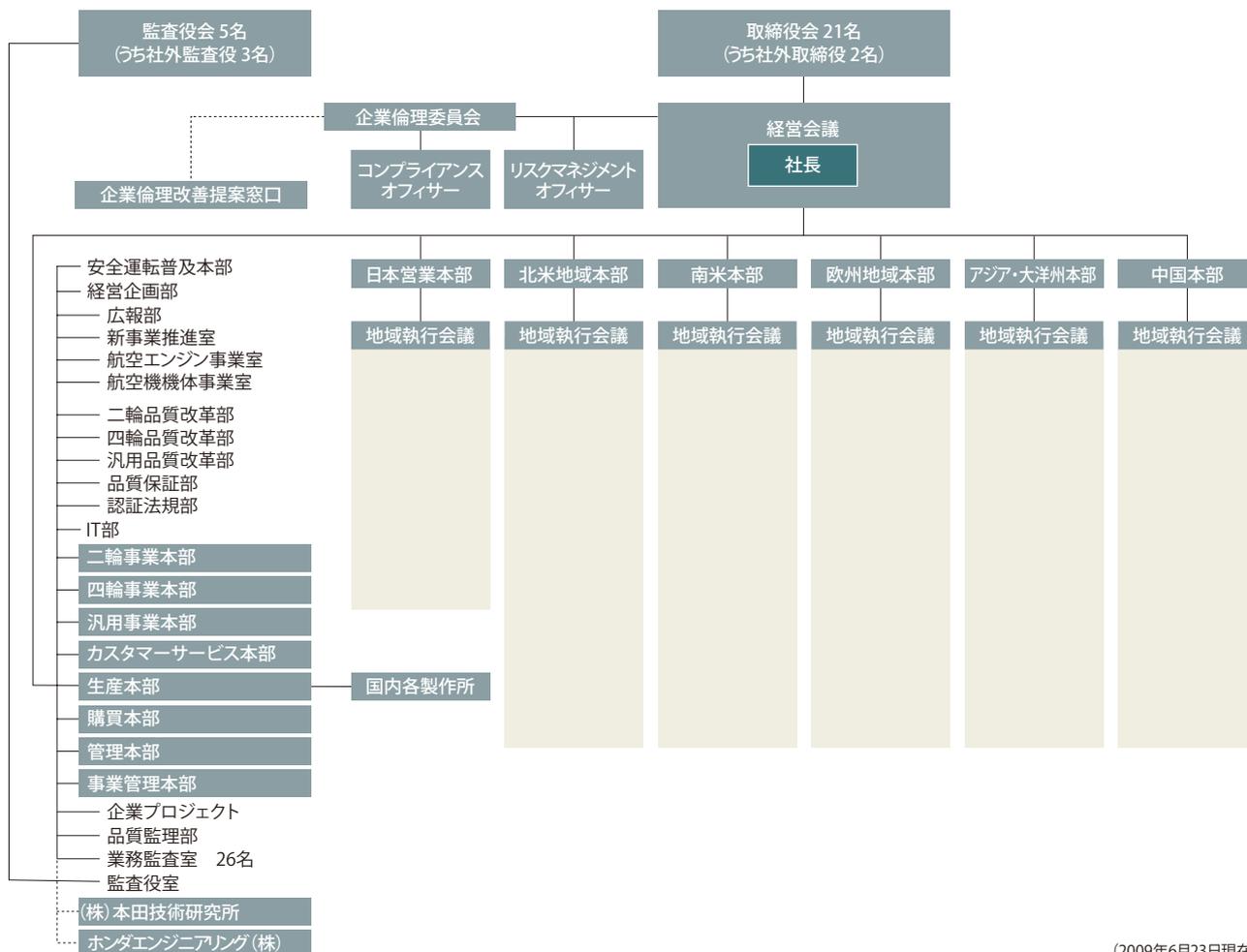
また、地域や現場での業務執行を強化し迅速かつ適切な経営判断を行うため、執行役員制度を導入しております。取締役については、経営環境の変化に対する機動性を高めるため、任期を1年としているほか、業績との連動性も考慮した報酬体系としております。

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地域執行会議を置くことにより、迅速かつ適切な経営判断を行える体制を構築しております。

内部統制においては、取締役会にて決議した内部統制システム整備の基本方針に従い、コンプライアンス体制やリスク管理体制などの整備を適切に行っております。

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



(2009年6月23日現在)

コーポレート・ガバナンス体制

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を含む経営の重要事項について、審議基準にもとづいて付議し、事業リスクを評価、検討した上で決定するとともに、業務執行の監視・監督を行っております。

2008年度は、取締役会を10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、業務の分担等に従い、取締役会への出席や業務、財産の状況の調査等を通じ、取締役の職務遂行の監査を行っております。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おります。

2008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おります。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おります。

役員報酬の決定

当社は、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おります。

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

取締役および監査役の賞与については、当該年度の業績、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、支給しております。

会計監査

当社は、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もとづく会計監査を受けております。

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おります。

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おります。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、当社グループ全体としての効果・効率の向上に努めております。

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おります。

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のできる体制としております。

経営会議

当社は、社長、副社長および専務取締役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おります。

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、各地域本部におかれた地域執行会議が、経営会議から委譲された権限の範囲内で、各地域における経営の重要事項について審議しております。

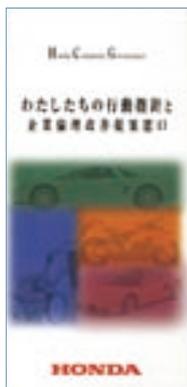
内部統制の基本的な考え方と整備状況

当社は、以下の基本方針に従い、内部統制システムの整備に取り組んでおります。

① 取締役および使用人の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制

当社役員および従業員が共有する行動の指針として法令および社内規則の遵守等について規定した「わたしたちの行動指針」を制定し、周知徹底をはかる。

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う。



わたしたちの行動指針

「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)

「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
に報告、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
に報告、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。

② 取締役の職務の執行に係る情報の保存および管理に関する体制

取締役会その他重要な会議の議事録などの取締役の職務の執行に係る情報については、文書管理方針に従い、適切に保存および管理を行う。

③ 損失の危険の管理に関する規程その他の体制

経営の重要事項に関しては、審議基準にもとづき取締役会、経営会議または地域執行会議などに付議し、リスクを評価、検討した上で決定する。

部門ごとに対応すべきリスクについては、各部門が予防・対策に努めるほか、大規模災害などの全社レベルの危機管理については、「全社危機管理方針」および「Honda 危機対応規程」を制定するとともに担当取締役として、リスクマネジメントオフィサーを任命し、体制の整備を行う。

④ 取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制

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地域執行会議をおくことにより、迅速かつ適切な経営判断を行える体制を構築する。

効率的かつ効果的な経営を行うため、中期および年度毎の事業計画等を定め、その共有をはかる。

⑤ 当社および当社子会社から成る企業集団における業務の適正を確保するための体制

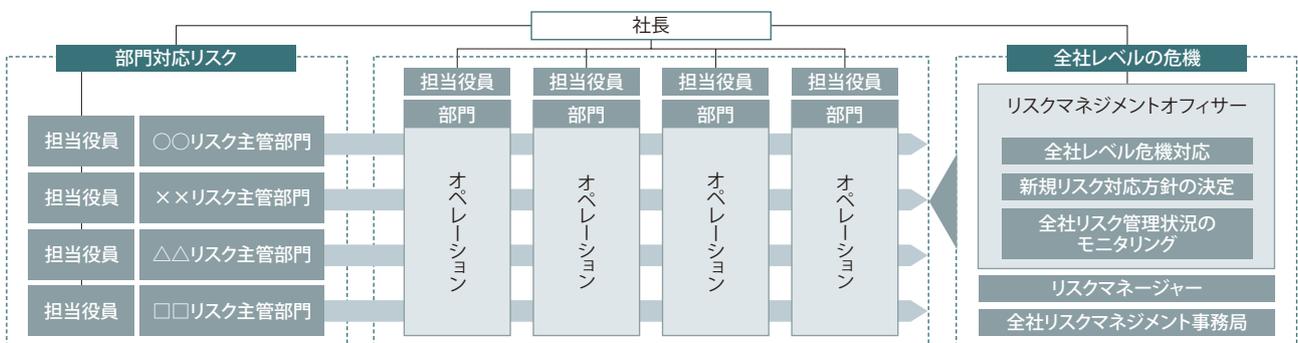
当社および子会社は「わたしたちの行動指針」やコーポレート・ガバナンスに関する基本方針の共有をはかるとともに、子会社においても、各国の法令や各社の業態に合わせた推進をはかり、コーポレート・ガバナンスの充実に努める。

子会社の業務執行について決裁ルールの整備を行うほか、経営の重要事項に関しては、社内規定に基づき、当社の事前承認または当社への報告を求めるとともに、当社の事業管理関連部門等が子会社から事業計画等の報告を定期的に受け、業務の適正性を確認する。

社長直轄の独立した業務監査部門である業務監査室が、各部門の業務遂行状況についての監査を行うほか、当社グループにおける内部監査体制の充実に努める。

持分法適用会社については当社のガバナンスに関する基本方針への理解と協力を求め、当社グループとしてのコーポレート・ガバナンスの充実に努める。

損失の危険の管理に関する規程その他の体制



Hondaの概要

会社概要

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

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、世界トップの二輪メーカーであり、世界有数の四輪・汎用エンジン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、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」として活動しています。

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 伊東 孝紳
 資本金：860億円(2009年3月末現在)
 従業員数：26,471名(2009年3月末現在)



四輪車

- 乗用車
- 商用車
- 福祉車両
- 作業車両 など



二輪車

- スクーター
- スポーツバイク
- ビジネスバイク
- ATV(バギー) など

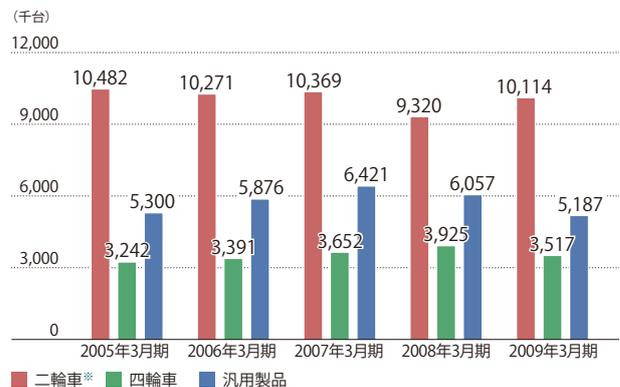


汎用製品

- 汎用エンジン
- 耕うん機
- 船外機
- 発電機
- 芝刈機 など



事業別売上台数推移



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

グローバルオペレーション

世界28カ国・地域に68の生産拠点、13カ国に43の開発拠点※を展開し、約18万2千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」という考え方です。

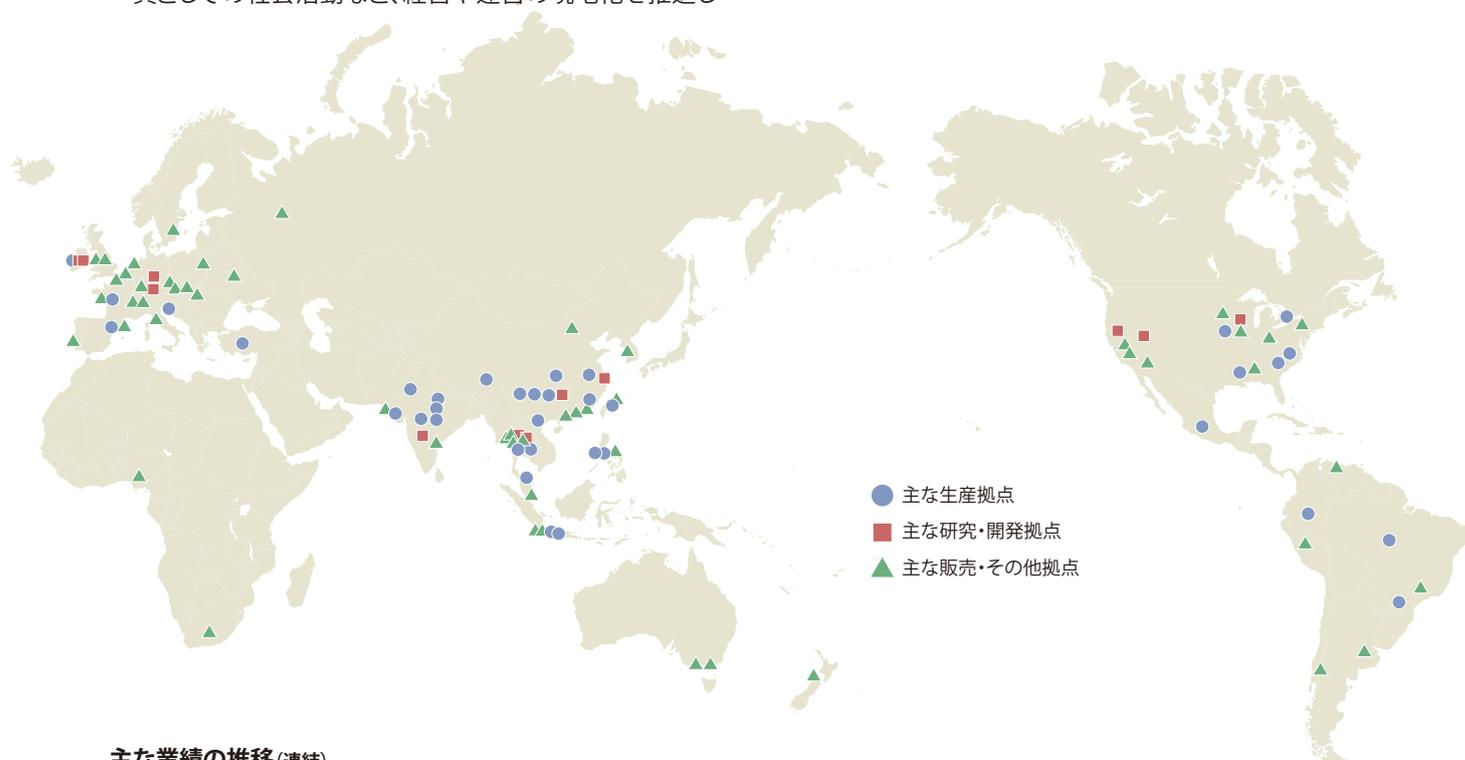
この考え方にもとづき、Hondaは6つの地域本部を縦軸として、地域主体の運営体制を構築。各地でのアソシエイト（従業員）の雇用、部品の現地調達率の向上、地域社会の一員としての社会活動など、経営や運営の現地化を推進し

ています。

また、二輪・四輪・汎用の事業本部と、カスタマーサービス、購買、生産、管理、事業管理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。

※ 2009年3月末現在の拠点数



主な業績の推移(連結)

		2005年3月期	2006年3月期	2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期
売上および利益(単位:百万円)	売上高	8,650,105	9,907,996	11,087,140	12,002,834	10,011,241
	税引き前利益	656,805	814,617	792,868	895,841	161,734
	当期純利益	486,197	597,033	592,322	600,039	137,005
研究開発費(単位:百万円)		467,754	510,385	551,847	587,959	563,197
設備投資(単位:百万円)		373,980	457,841	597,958	668,228	635,190
売上高(単位:百万円)	日本	1,699,205	1,694,044	1,681,190	1,585,777	1,446,541
	海外	6,950,900	8,213,952	9,405,950	10,417,057	8,564,700
	合計	8,650,105	9,907,996	11,087,140	12,002,834	10,011,241
従業員数(名)		137,827	144,785	167,231	178,960	181,876

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。