



Honda創業の 原点に立ち返って、 新たな時代を築く

本田技研工業株式会社
代表取締役社長

伊東 孝紳

昨年は、金融危機をきっかけに世界経済が大きく後退し、非常に厳しい状況が続きました。この変化に対し、Hondaは企業体質の強化とともに、限りある経営資源を必要な領域に集中してきました。

企業体質の強化については、Hondaはこれまで源流強化に努めてきました。事業が拡大する中で、こうした取り組みは非常に重要です。ただ、現在の厳しい状況から脱するために、そして成長をめざすためには、これだけでは十分とはいえません。お客様や社会が求めているものを敏感に感じとり、どこよりも早く生み出していく力がもっと必要だと感じています。そうした力を発揮することで、Hondaという存在が、期待されることを証明することであり、今こそ、それが試されている時期だと思います。

経営の方向性

今、製造業は大きな転換期を迎えています。2050年には全世界のCO₂排出量を現在の半分にするという目標が世界レベルで議論されております。CO₂を半分にするということは、2035年から40年頃に出す新車は、今よりも燃費が倍よくならなければいけない。これは大変チャレンジングな目標です。Hondaは創業以来、自分の思い通りに快適に移動したいという人間の権利、欲求に基づいたパーソナルモビリティを作ってまいりましたが、これまでもこうした難題に対

し、率先して新しい解答を見出してきたことで大きくなってきた会社です。「スーパーカブ」や「CVCCエンジン」、ミニバンのカテゴリーを切り開いた「オデッセイ」など、それぞれの時代の課題にチャレンジしてきました。これからも、Hondaらしく積極的に先駆けとなる提案を行い、新しい時代を切り開いていきたい。そうすることでまた「ホンダってすごいね」と言われて、発展できると思います。だから、ここは是が非でも前向きに、チャンスと捉えたい。個人の移動の要求は永遠です。でも地球も永遠だということに対する解答を絶対つくり出したい。今はそこに向けた舵を切る“元年”という志で、会社を持っていきたいと思っています。

世界中が生き残りをかけた厳しい競争に突入している今、一番大事なのは、『Hondaらしさ』をもう一段磨くことです。創業者の本田宗一郎は、気配り、目配り、思いやりの人。人が好きで、人を喜ばせてあげたい、人に対する気遣いやサービス精神、それらがホンダの基本理念である「人間尊重、三つの喜び（買う喜び、売る喜び、創る喜び）」につながっています。

人を感動させるのは、やっぱり人間味だと思います。機械がいくらきれいでも、性能がよくても、それだけではだめで、その背景に、製品に込めた思い入れだとか、意気込みがないといけな。同じ仕事



インサイト

をするのでも、ただ単純に仕事をするのではなく、もっと簡単にするにはどうしたらいいだろうか、もっといいものにするにはどうすればいいんだとか、いつも人間としての知恵が回っている状態の会社になりたい。言葉だけが独り歩きすることなく、みんなで意識して、働き方、製品、会社、すべてにおいて『Hondaらしさ』に磨きをかけていきたいのです。

Hondaらしい商品づくり

今年2月に発売したハイブリッド車『インサイト』は、よいものを安く、お客様が欲しいと思うときにタイムリーにお届けすることができた、まさにHondaらしさを発揮した商品だと思います。しかも189万円というお求めやすい価格を実現したことで、ハイブリッド車を先進技術から、お客様にその価値をご検討いただけるクルマへと変えることができました。ハイブリッド技術は、まちががなくクルマの革命であり、今後ますます多くのクルマにハイブリッドシステムが搭載されるようになると思います。

Hondaは当面CO₂削減の主力となるハイブリッド戦略強化に注力していく予定です。インサイトに続き、ハイブリッドカーの新しい楽しみを広げる新感覚なスポーツハイブリッド「CR-Z」を2010年2月に日本で発売します。また、「フィット」のハイブリッドモデルの投入計画を前倒し、2010年中に日本で発売。さらに、中・大型車への搭載を視野に入れた新しいハイブリッドシステムも開発中です。

二輪事業については、アセアンや南米を中心に順調に推移しています。昨年度は世界で1,000万台を超える販売台数により、Hondaの事業活動を支えました。



CR-Z CONCEPT 2009



2009年発表のスーパーカブ110

その中核商品が1958年に発売したスーパーカブです。1959年から海外へ輸出を開始して、Hondaの世界進出への基盤を構築しました。以来51年、これまでに15カ国で生産され、延べ160カ国以上で販売されてきました。スーパーカブは世界共通のモビリティの原点であると同時に、世界の人々にさまざまな製品をお届けしているHondaの、ものづくりの原点でもあります。

Hondaは二輪車のリーディングカンパニーとして、お客様の期待に応えられる商品の開発に積極的に取り組み、モビリティとしての可能性をもっと引き出せるようなご提案を続けてまいります。

汎用事業については、注目を集めている『太陽電池』や『家庭用小型コージェネレーションユニット』などの開発、販売をはじめ、新たな成長へ向けた取り組みを加速させています。また、ハイブリッド除雪機、家庭用カセットガスを燃料としたミニ耕うん機「ピアンタ」など、環境とお客様の使い勝手を軸に商品開発に取り組んできました。これからもHondaが持っている技術を使いながら、お客様がもっと新しい生活を楽しんでいただけるような便利な商品をご提供していきたいと考えています。

昨今の厳しい経済状況は当面続くものと思われます。また、モビリティの価値観が大きく変わる節目でもあります。しかし、こうした激動の時代は新たな価値を生み出すチャンスでもあるのです。

Hondaは、二輪車、四輪車、汎用製品そしてASI MOなどの新技術の分野で、よりHondaらしさを発揮し、わくわくさせるような商品をご提供してお客様の期待に応えていきたいと思っています。



FCXクラリティ(日本仕様)