

Hondaの交通安全情報紙



Since 1971



~ Safety for Everyone ~
Hondaはすべての人の
交通安全を願い活動しています。



●編集室: 本田技研工業株式会社 安全運転普及本部内
〒107-8556 東京都港区南青山2-1-1
TEL 03(5412)1736
http://www.honda.co.jp/safetyinfo/
●編集人: 千葉英雄
※年間購読をご希望の方は、下記までお問い合わせください。
(株)アストクリエイティブ 安全運転普及本部係
TEL 03 (5439) 1191 E-mail:sj-mail@spirit.honda.co.jp

SJホームページは

CONTENTS

- 対談: 岡田武史・伊東孝紳
日本の未来を切り開くために……①
- 現場訪問 / 第1回全国生協安全運転大会 (日本生活協同組合連合会)……④
- TOPICS / ①レインボーモータースクール / ②埼玉県警察本部「交通事故削減のための協力に関する覚書調印式」……④
- TOPICS / ③2011トラフィック・セーフティ・セミナー in 熊本 / ④警視庁「交通安全教育技能レベルアップ研修」 / ⑤平成23年度九州地区交通安全普及活動合同報告会 / ⑥宇都宮動物園・交通安全イベント……⑤
- NEWS REVIEW / 2011年Honda安全運転普及本部 年末ご挨拶会 / 埼玉県警察本部・自転車マナーアップ推進事業……⑤
- STREAM / 高校におけるこれからの交通安全教育 第6回……⑥
- 危険予測トレーニング (KYT) / 雨天時の走行 (自転車)……⑦
- 指導者ファイル / (財)長崎県交通安全協会・川棚地区交通安全指導員の皆さん……⑦
- SJクイズ……⑦
- DOCUMENT EYE ⑧ / 市街地を走る自転車利用者の行動を観察する……⑧

対談 日本の未来を切り開くために



伊東孝紳

◎本田技研工業株式会社 代表取締役 社長執行役員

岡田武史

◎中国スーパーリーグ「杭州绿城足球倶楽部」監督

今、日本は様々な困難に直面しており、日本人の底力が試されようとしている。こうした状況の中、夢を持つことやチャレンジすることの大切さ、世界の中で日本が果たすべき役割など、日本の未来を切り開くために必要なことは何か、岡田武史・中国スーパーリーグ「杭州绿城足球倶楽部」*1 監督と、伊東孝紳・本田技研工業 (株) 社長に語り合っていた。

岡田 ホンダには、型にはまらない、革新的なものをつくっている会社というイメージを持っています。特に初代シビックは、おもしろいクルマだと感じました。今でこそ、あのようなスタイルのクルマはたくさんありますが、当時は斬新だったと思います。また、16歳の時には、原付免許を取得して、貯めた小遣いでホンダのCB50を買いました。排気量は小さいのですが、存在感のあるエンジン音が好きでしたね。そして、CB400 Fourに乗る

ことが夢の1つでした。残念ながら、その後、自動二輪免許を取るチャンスがなかったのも、もし今年、現場に復帰していなければ、免許を取ろうと考えていました。
伊東 私も若い頃からバイクに乗っていますが、クルマとは違った爽快感を味わえます。ぜひ免許を取ってほしいと思います。免許を取る時は、ご連絡をいただければ、ホンダグループの教習所・レインボーモータースクールを紹介いたします。

岡田さんの印象に残っているというシビックは、私たちの四輪事業が大きく飛躍するきっかけになったクルマの1つです。その当時のアメリカでは、クルマからの排出ガスによる大気汚染が深刻な問題となっていて、その対策としてマスキー法^{*2}という規制ができました。しかし、この排出ガスの規制をクリアすることは、当時の技術では無理だと言われていたのです。ところが、創業者で社長だった本田宗一郎は「そういう時こそチャンス。自分たちが何とかしよう」とチャレンジしました。その解決策がシビックに搭載したCVCC^{*3}なのですが、本田宗一郎はそれが完成していないのに、社外に「マスキー法をクリアできる」と公表してしまいました。今考えると無謀とも思えますが、開発陣がそれに応え、不可能と言われた技術のハードルを越えることができました。

岡田 私も2010年のワールドカップ・南アフリカ大会の時、「ベスト4に入る」という目標を立て、宣言しました。それは、選手が自ら活き活きと動き出すというためには、単なる目標ではなく、そこに夢やロマンがあり、「よし、やってみよう」と感じられる求心力のある目標の必要性を感じたからです。その時に浮かんだのが「ベスト4」。2002年のワールドカップ・日韓大会では、韓国がベスト4に入りました。あの時の韓国の代表チームと比べて、自分たちはそんなに差がないのに、なぜ無理だと決めつけるのかと、選手に話しました。「体力的にパワーではとても勝てないが、持久力だったら、勝てない理由があるのか、勝てるじゃないか」と。メンタリティの面でも、日本人は武士道という、世界に類のない精神性を備えている。そして、人は生物としての闘争本能を絶対に持っているはず。ただ、のんびりとした社会に暮らしているから、それがどんどん奥まってしまう。そういうものを出して戦えば、ベスト4は不可能なチャレンジではないと思っていました。そして、それを選手やコーチ、スタッフにも本気で信じてもらえるよう、言い続けたのです。
伊東 チャレンジということでは、岡田さんは次の活躍の場として中国を選んだわけですが、何が岡田さんを動かしたのでしょうか。
岡田 サッカーの面ではJリーグで優



埼玉県と福岡県にあるHondaグループの指定自動車教習所・レインボーモータースクール (写真は埼玉県和光市)



1973年に発売されたCVCCエンジン搭載シビック

*1 杭州绿城 (こうしゅうりよくじょう) 足球倶楽部=中国の東部、浙江省杭州市を本拠地とするサッカークラブ。中国スーパーリーグに所属し、2011年は同リーグ8位。
*2 マスキー法=1970年に改正されたアメリカの大気清浄法。排出ガス中のCO (一酸化炭素)、HC (炭化水素)、NOx (窒素酸化物) を1975~1976年型車から、1970~1971年型車の1/10にすることを定めたもので、当時世界一厳しいといわれた排出ガス規制法。Hondaはマスキー法を世界で初めてクリアする技術として、1972年にCVCC技術を発表、1973年にはこのCVCC技術を搭載したシビック CVCCの販売を国内で開始した。
*3 CVCC (Compound Vortex Controlled Combustion) =複合渦流調速燃焼方式。主燃焼室の横に副燃焼室を設けることで希薄燃焼を可能にし、CO、HC、NOxの大幅な低減を実現したエンジン。1972年、当時世界で最も厳しいといわれたマスキー法を世界で初めてクリアするなど、低公害エンジンの先駆けでもある。1973年、シビックCVCCとして国内で発売された。



岡田武史 ● Takeshi Okada

1956年生まれ。早稲田大学政治経済学部卒業後、古河電気工業サッカー部（現・ジェフユナイテッド市原・千葉）に入団。1990年現役を引退後、コーチに就任。ドイツへコーチ留学後、ジェフユナイテッド市原のコーチを経て、94年日本代表コーチに就任。97年日本代表監督に就任し、98年ワールドカップ・フランス大会の指揮をとる。2001年コンサドーレ札幌監督、03～06年横浜F・マリノス監督を歴任。10年ワールドカップ・南アフリカ大会で2度目の日本代表監督を務め、海外開催で初となるベスト16に導く。12年中国スーパーリーグ「杭州绿城足球倶楽部」監督に就任。

勝たし、ワールドカップへも行きませんでした。ある程度の経験も積んで、実績も残して、「サッカーは、こうなったら、こうなるだろう」と、わかった気になっていました。そんな時、昨年、テレビの仕事でスペインに行つて、クラシコという「レアル・マドリッド」対「バルセロナ」の試合を現地で見ると、解説する機会があり、そこで、私の発想を覆すようなサッカーをバルセロナというチームが見せてくれたのです。グアルディオラというバルセロナの監督のサッカーが私には理解できませんでしたし、衝撃を受けました。それに気づいた時に、まだ自分がわからない山が見えた気がしたのです。ちょうどその時に、たまたま中国からオファーがきました。中国がこれから世界のキーを握る国になるのは間違いありません。その中国をマスコミや他人の話聞いてではなく、自分の肌で感じてみたいという衝動にかられました。

伊東 私たちは創業の頃から海外展開をやっていますが、2008年のリーマンショックが変わり目だったと感じています。単なる経済のショックではなく、あれで世界の様相が一気に変わり、要するに先進国主導から、岡田さんがおっしゃったように、各地域が主張するという時代に移行しました。これから日本が生きていく道というのは、日本国内や先進国だけで成立するわけがない。やはり、世界の様々な国へ、私たちが飛び込んで、自分たちの果たす役割は何かというのを探さないと、日本は忘れ去られていくでしょう。そういう中で、岡田さんが中国に飛び込んで勝負しようというのは、すばらしいことだと思います。

指導とは人の能力を引き出す「メンター」

岡田 今回の選手は言われたことはきちんとやってくれるので、ある程度までは強いチームをつくるのができますが、そこから先の一線はなかなか越えてくれません。例えば、敵の選手がボールを持って攻めてきた時、「一人はボールのところへ行つて、もう一人は味方の選手が抜かれた時のためのカバーに回れ」と指示を出したとしても、明らかに敵がボールをうまくコントロールできていないと判断したら、指示通りに動くのではなく、二人でボールを取りに行くべきです。ところが日本の選手は、「監督がここにいろ」と言ったから、動かさなかった」と言うのです。つまり、自分の判断と責任でリスクを冒さない。「取られないから勝負しろ」という保証を欲しているのです。サッカーの喜びというのは、自分の責任でリスクを冒すことなのに、どうしても選手は自主的に動こうとはしません。

選手自らが各々の判断で動けるチームにしようとして試行錯誤をしていた時、ある人から「エデュケーション（教育）の語源を知っていますか。エデュカールというラテン語で『引き出す』という意味です」と教えられました。それまで私は、指導とは「空のコップにいろいろなものを入れてやること」と思っていました。実は「コップの中に既に入っているものを引き出してやること」だった。そこで、指導者の強さを前面に出すことを控えるようにしました。私は「中盤（フィールドの中央部）ではシンプルにパスを回せ」と言っています。でも、「ドリブルをしてはいけない」とは一言も言っていない。だから、試合の編集ビデオを見せる時、「ここはパスではなく、ドリブルを選択したほうがいい」という場面でも、それは指摘しません。その後、中盤で他の選手がドリブルしている場面を入れておいて、「おつ、いいドリブルだ」と、私が一言つぶやく。そうすると選手は、「あ、ドリブルしてもいいんだ」ということに気づいて、状況に応じて対応できるようになるのです。

伊東 個人が自主性を持って動けるようになる組織としても強くなれます。会社でも、枠にはまった仕事をしていくだけで、仕事をした気になってしまふということがあります。そういう時は成長もないし、結果としての喜びも少ない。ホンダには「三つの喜び」というものがあります。それは「買う喜び」「売る喜び」「創る喜び」。これを忘れると、世の中に送り出した製品も特徴がない。「そこそこ」のものになってしまうでしょう。一人ひとりが、おもしろい仕事をするので、おもしろい製品を生み出すことができ、結果としてお客様に「おもしろい」と感じていただけるのです。

日本人が中心となったマネジメントを育てる

※4 クラシコ＝スペイン語で「伝統の一戦」を意味する。サッカーのスペインリーグ「リーガ・エスパニョーラ」に所属する「レアル・マドリッド」対「バルセロナ」の試合を指す。
※5 2011年12月10日のクラシコでは、前半は1対1と拮抗していたが、後半に入り、グアルディオラ監督がシステム（選手のポジション）を変更し、バルセロナが3対1で勝利を収めた。

対談：日本の未来を切り開くために

価値を生み出して、世界に貢献していきたいと強く思っています。

日本人が知恵を出して技術をつくり出す。でも、日本人だけじゃない。日本人が様々な地域の人々とコラボレートすることで、日本人が中心になって協力体制をつくっていく。「こうしよう、ああしよう」という関係の中で日本人が中心になれるマネジメントや、そういう資質を持った人材を育てないと、世界の中に入っていくけないという時代に入りました。日本で何もかも用意して、それをセットで海外へという時代でなくて、製造も販売も本場の意味で、その地域ごとで考えていかなければならないのです。

岡田 日本から、日本人としての精神性や文化を輸出している、そういうイメージでしょうか。

伊東 そういうものを形として表現したり、実際の性能で示したりということを、強く推進しているわけで、環境技術や安全技術もその一つです。

「自由な移動の喜び」と「豊かで持続可能な社会」の実現

岡田 私は環境活動に35年くらい携わっています。私たちにあって環境というのは大切だし、サステナビリティ（持続可能）でないといけない。しかし、人間は欲望があるから人間です。何もかも我慢するような生活はできません。クルマも、環境のことだけを考えたなら、環境性能が最高のクルマに全員乗らなければいけなくなりますが、それではつまらない。人間としての夢、ロマンが詰まっている、クルマとはそういうものだと思います。ですから、夢を乗せながらもサステナビリティのことも考えている、そういうことがこれからのクルマ社会に必要なものでしょうか。

伊東 私たちはホンダ環境ビジョンとして、「自由な移動の喜び」と「豊かで持続可能な社会」の実現を掲げ、環境への取り組みを推進しています。その中で、実現させたいと思う夢の1つは燃料電池です。アメリカでは10年以上前から実験を始めて



埼玉県庁のソーラー水素ステーション（イメージ図）

いますが、今年3月には埼玉県庁の敷地内にソーラー水素ステーションを設置し、外部出力電源機能を装備した燃料電池電気自動車・FCXクラリティを活用し、様々な検証を行うべく予定しています。屋根などにホンダ製のソーラーパネルを取り付け、太陽光発電で起こした電気で水を電気分解して、酸素は大気に放出し、水素は燃料として溜めておく。その水素を使い、県庁の公用車として提供するFCXクラリティを走らせます。これは、単独で循環型のエネルギー供給を可能にするものです。このような燃料電池で動く電気自動車が、クルマと

しては究極の理想だと考えています。
岡田 FCXクラリティは、私も試乗したことがあります。アクセルを踏んだ時のレスポンスの良さが印象的でした。

安全のキーは人間がきちんと運転すること

伊東 環境とともに、私たちは安全への取り組みにも力を入れています。そして、安全を考える時には、「最後は人間が運転している」ということに重きを置いています。それは、機械で強制的に制御してしまうのではなく、いかに人間の能力を引き出してやるかという観点で研究開発を行っているということです。クルマの自動運転は技術的に可能なレベルにきています。でも、自動運転にしないというのは、人間がきちんと運転することが一番の安全のキーだと信じているからです。

岡田 便利、快適、安全な社会になって、人間の生きる力が落ちていくように感じています。空中ブランコで、セーフティネットが1m下にあつたら、しっかりつかんでいようとは思わない。でも10m下にあつたら、グッとつかもうと思う。このつかもうとする力を弱めてしまおう豊かさというのは、間違いのような気がします。クルマの運転も同じで、運転者本人が「危ない」と感じて、危険を回避するための力は残しておく必要があると思います。

伊東 私は職業上、サーキットでも運転します。その時に、公道では出せないスピードでコーナリングをすると、「クルマというものは、こういうところに限界がある。ここまではいける」とわかるのです。限界を知っていると余裕が生まれ、普段は自然と運転がおだやかになります。
岡田 私たち一般のドライバーも、そういう体験はできるのですか。



伊東孝紳 ● Takanobu Ito

1978年京都大学大学院工学研究科修了後、本田技研工業に入社。
2000年本田技研工業取締役。本田技術研究所常務。
03年本田技研工業常務を経て、05年同常務執行役員。07年同専務。
09年本田技研工業社長、現在に至る。

伊東 それに近いことができる施設が、全国7カ所にあるホンダの交通安全センターです。ここでは受講者が危険を安全に体験し、それをクルマやバイクの安全運転に活かしてもらおうことを目的としています。例えば、低ミュー路（タイヤを敷き詰めた路面）に水をまいて、凍結路のようなすべりやすい路面を再現し、そこで急ブレーキをかけてもらうのです。ABS（アンチロック・ブレーキ・システム）装着車なら、タイヤがロックするのを防ぐので、限界内であればハンドル操作が可能となります。未装着車はその逆です。このような体験をし



Hondaの交通安全センターでのABSの体験

ておくことが安全運転に役立つと思っています。

こうした私たちの安全運転普及活動は、日本国内では40年以上の実績があります。そして、安全運転教育のバイオニアとして、日本で培ってきたノウハウを海外でも役立てていくのが、私たちの役割だと考えています。今、アジアの多くの地域では、二輪は生活の必需品です。市場が拡大している一方で、交通事故死者の増加も社会問題化しています。そこで、アジアにおける二輪の領域での安全運転普及活動を展開しているところなんです。

岡田 安全の面など、アジアに対して日本ができることはまだまだあるということですね。私はまずは中国で良いサッカーを見せたい、今シーズンは何とかタイトルを獲得するつもりです。それが、日本人である私を信じて一生懸命やってくれる選手やチームスタッフの気持ちに込めることになっていよう。結果を残すことによって、さらに多くの方々とクラスメートの小さな絆もできると思います。

伊東 岡田さんには、ぜひ中国でも頑張っていたいだきたいと思っています。昨年、私たちは東日本大震災、タイの大洪水と2度におたる大規模な災害に見舞われました。創業以来、これほどのショックはありませんでした。だから、今年は完全復活を短期間でやりきることに集中します。私たちがスピーディーな回復を世の中に示すとともに、日本のものづくりをさらに進化させ、世界をリードしていく役割を果たしていきたいと考えています。

※6 三つの喜び＝「買う喜び」とは、Hondaの商品やサービスを通じて、お客様の満足にとどまらない、共感や感動を覚えていただくこと。「売る喜び」とは、価値ある商品と心のこもった対応・サービスで得られたお客様との信頼関係により、販売やサービスに携わる人が、誇りと喜びを持つことができるということ。「創る喜び」とは、お客様や販売店様に喜んでいただくために、その期待を上回る価値の高い商品やサービスをつくり出すこと。