

Honda の概要

マトリックス経営

組織運営体制

Honda では、地域ごとの組織を縦軸、事業ごとの組織を横軸として、それぞれが交差するマトリックス式の経営体制をとっています。

縦軸となる地域ごとの組織としては、日本と海外の6つの地域（北米、南米、欧州、アジア・大洋州、中国、アフリカ・中東）があります。基本理念に立脚し、長期的視点に立って、世界各地域に根ざした事業を展開しています。

横軸となるのは、「二輪事業」「四輪事業」、そしてパワープロダクツ製品を含む「ライフクリエーション事業」の、各事業領域です。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に地域との連携・調整を図っています。

横軸ではさらに、ブランド・コミュニケーション、事業管理、人事・コーポレートガバナンス、IT、生産、購買およびカスタマーファーストといった機能領域で、当社グループ全体としての効果・効率の向上を図るための支援・調整を行っています。

また研究開発は、主に独立した子会社が担っており、製品については株式会社本田技術研究所およびその子会社が、生産技術についてはホンダエンジニアリング株式会社およびその子会社が、先進技術による個性的で国際競争力のある商品群の創造をめざしています。

地 域

日本

北米

南米

欧州

アジア・大洋州

中国

アフリカ・中東

事業

二輪事業



四輪事業



ライフクリエーション事業



機能

ブランド・コミュニケーション／事業管理／
人事・コーポレートガバナンス／IT／
生産／購買／カスタマーファースト

Hondaの概要 マトリックス経営

事業領域、研究・開発領域における運営体制の変更

急速な事業環境の変化を踏まえ、2019年4月に、二輪車・四輪車・パワープロダクツの各領域および研究・開発領域で、運営体制の変更を行いました。

二輪車領域

二輪車においては、2010年より、営業(Sales)・生産(Engineering)・開発(Development)・購買(Buying)各部門の連携・強化の取り組みを始めています。2014年からは熊本製作所において、生産・開発・購買が1カ所に集まり、商品開発を進めてきました。

一方、市場環境を見ると、従来の日本・欧米メーカーに加え、中国やインドのメーカーとの競争がさらに激しくなっています。また、各国での環境規制強化への対応、新たな市場の拡大に向けた取り組みが必要となるなど、事業環境はこれまで以上に急激に変化を続けています。そのような状況の下で、二輪事業全体でさらに一体となり、スピードをあげることで、競争力を高めていく必要があります。

そこで、従来の商品開発体制をさらに進化させ、S・E・D・Bが部門を超えて、より協調・連携できるように、二輪事業本部と二輪R&Dセンターを組織として一体化させました。この体制により、新商品の企画構想・開発・生産立ち上げ、量産を一貫して行い、商品魅力のみならず、コスト・品質・開発スピードを高め、グローバルでの競争力を確保していきます。

四輪車領域

現在、四輪車業界は大きな転換期を迎えています。このような状況のなかで、Hondaが生き残っていくためには、従来以上に、お客様のニーズに応える商品を迅速に提供していくことが必要です。これらを実行するために、四輪事業体制の強化を行いました。

まず、事業環境の変化にスピーディに、柔軟に対応するため、代表取締役副社長が四輪事業本部長を担当し、四輪事業全体を束ねる責任者となることで、即断・即決できる体制にしました。

また、研究所では、四輪事業本部との連携をより深めていくために、商品開発を担う「オートモビルセンター」を新設しました。

パワープロダクツ領域

近年取り組んできたエネルギービジネス領域の事業化へのめどができてきたことから、その取り組みを加速させるため、エネルギービジネスを新たにパワープロダクツ事業本部の担当事業に組み入れ、推進します。

そして、従来の「パワープロダクツ商品の提供」に、エネルギーなど「将来に向けた新事業」を加え、「移動と暮らしに新価値を提供していく」という機能に進化していくことから、新たに「ライフクリエーション事業」という考えに領域を広げ、推進していきます。