

5 戦略

Hondaのサステナビリティ	18
持続的な成長のために	19
2030年ビジョン	20
マテリアリティ分析	21
Hondaの取り組みとSDGs	22
サステナビリティマネジメント体制	25
ステークホルダーエンゲージメント	26
— 研究開発	30
イノベーションマネジメント	31

研究開発

基本的な考え方

Honda は、未知の世界の開拓を通じて新しい価値を創造することを目的に、1960年、本田技研工業株式会社から研究開発部門を分離・独立させ、独自の研究開発機構である株式会社本田技術研究所を設立しました。創業者 本田宗一郎は、「私が研究所で何を研究しているかといえば、技術ではなく、どういうものが人に好かれるかを研究しているのです」と語っています。この言葉が示すように、研究所では、技術を研究するだけでなく、人の価値観を研究することで、新しい価値の創造に挑戦してきました。

二輪・四輪・ライフクリエーション・航空機等、それぞれの事業を取り巻く環境は大きく異なり、他方、デジタル技術革命は、事業領域を限定しない大きな社会構造の変化をもたらそうとしています。このような時代の潮流のなかで、Honda が2030年ビジョンに掲げる「すべての人に、『生活の可能性が広がる喜び』を提供する」ためには、「将来に向けた新価値創造」と「タイムリーで競争力の高い商品開発」をともに強化していく必要があります。

新価値創造とタイムリーで競争力の高い商品開発の両立をめざして

そこで2019年4月より、「120%の良品を生み出す」使命を持ち、タイムリーかつ競争力の高い商品開発を担う機能と、「99%の失敗のなかから新たな価値を創出する」技術研究を担う機能に分化し、この「商品開発」と「技術研究」を同居させた、「二階建て経営」に取り組んできました。具体的には、2019年4月に二輪の研究開発機能を本田技研工業株式会社に統合、その翌年2020年4月には四輪の研究開発機能も本田技研工業株式会社に統合することで、開発・営業・製造・購買が一体となった、タイムリーな商品開発力のさらなる強化を図る体制に一新しました。

その後、新たな研究所では、2019年に設立した将来のモビリティ革新技

術と先進技術創出に取り組む専任組織である「先進技術研究所」、Hondaの競争力の源泉であり強みであるパワーユニットと環境エネルギー領域のエキスパートを商品の枠組みを超えて集結させ、特化した「先進パワーユニット・エネルギー研究所」、暮らしの新価値を創造する「ライフクリエーションセンター」、価値創造の原点であるデザインを商品の枠組みを超えて一貫性のあるメッセージとしてお届けする「デザインセンター」の体制に再編しました。これにより研究所は商品に違いを生み出す革新技術の基礎・応用研究と技術開発、さらには新たなモビリティやロボティクスに代表される新価値商品の研究開発を担い、Hondaのドライビングフォースとして将来の価値創造をリードしていきます。

研究所は、その設立以来、「技術で人の役に立つ」という変わらぬ想いを胸に、自己変革を繰り返しながら運営されてきました。2030年ビジョンの実現に向けては、前述の運営体制の変更により、新価値創造・技術創出力を高めていきます。加えて、大きな時代のうねりに対応するために、外部の技術・ビジネスパートナーとの連携も図っています。Hondaは、人々にとって価値あるもの・ことを通じて、「移動と暮らしの喜び・豊かさ」「クリーンで安全・安心な社会」をお届けするべく、研究開発に取り組んでいます。

研究開発体制

