

■□要旨■□

1. ホンダという会社(ホンダの文化) 2. 哲学を持っていますか

哲学なき行動(技術)は凶器であり、行動(技術)なき理念は無価値である。(本田宗一郎)

“ホンダの3つのしきたり” ①A00 ②あなたは どう思うんだ? ③ひと言で言っ て何だ?

* 米軍作戦命令書 ①A00(目的) ②A01-09(条件) ③A1-99(仕様・詳細)

①いつもA00(本質目的)を聞かれる。何をしたいのかがA00 ⇒ 何が目的で、何が手段かを はっきりさせる。

絶対価値の追究

- ・企業の本質は新しい価値を生み出して、人々に喜んでもらうこと。⇒20年後に求められるお客様の価値は何? 技術研究所は、技術を研究する所ではなく人間を研究する所(本田宗一郎)
- ・大切なことは 1)他社でやっていない事 2)世界一であること。

②あなたは どう思うんだ?

- ・自分の考えを言わないと質問もできない。(塾生の皆さん、覚悟して質問して下さい!)
- 自分の考えのない人に創造性は無い、自ら体験し考える。

*野中教授...「知」は人生観が変わる、高質な原体験からしか得られない。

③ひと言で言っ て何だ?

- ・本質は何かと突き詰める。複雑なことも、ひと言で言わないと、馬鹿にされる。

*野中教授...事象ばかりペラペラ言う奴は、係長以上にするな。

ひと言で答えてください! 「あなたの人生の目的は?」「あなたの会社の存在理由は?」「愛とは何?」

3. ロジックを超える

- ・ワイガヤで3日3晩の討議、3日目を超えた時にロジカルで考えることに疲れ、創造的・コンセプチュアルに。
- ・面白い事(イノベーション)をやる人って、ロジックでない変な奴。

4. コンセプト

- ・コンセプトが正しいか正しくないかではなく、あるか無いかが大切。ホンダでは設計の前に本質や哲学を聞く。「人間の喜びは何か?」B社のエアバックはLow mount「馬鹿な人の為に技術を曲げてはダメ」、ホンダはTop-dash mount「愚かな人も救うべき!」。⇒他の会社も全てTop-dash mountを採用。
- ・イノベーション
合議から新しい事は絶対に生まれない、10人中9人が賛成したら研究する意味がない。
9人が反対する技術の中にダイヤがある。ではどう説得するか?
「机をたたく!」=ぐらつかない自分のコンセプトが不可欠(孤独に打ち勝つ「志」と「理念」)
- ・研究創造物のイノベーションの成功の確率は1割に満たないけど、ホンダは2割。
何故?コンセプトが先だから。

5. ホンダの不思議

- ・何故ホンダは成功したのか?⇒A00を考えるから、目的と手段を考えるから。つまり、全ては価値づくり=お客様の事をきちっと考えるから大失敗がない。
- ・巣鴨、秋葉原のメイド喫茶。どうしてこんなに人が集まるのか?⇒何か価値があるから。その価値は何?原体験しないとわからない。実際に行動することが大事。
- ・「イノベーションに必要なことは何ですか?」12兆円規模の会社の経営者に聞きました。
9割の方が「想い」と答えます。「想い」これを大切にして下さい。
- ・早大聖教授...ホンダを2語で表現 “熱気と混乱”⇒熱気と混乱が革新の母

■□今回の学び ひとことという■□ 本質は何かと突き詰めること。



■□感想■□

大変迫力のある講義で、時々ビートたけし調?にもなる言い回しもあり、最後まで惹きつけられました。ホンダの文化を通し、大切なことは「本質目的」を追求すること、つまり「何のため」をはっきりさせることがイノベーションを起こすことにもつながると理解しました。自社においても、哲学的に考え抜き、「本質目的」を見つけていく風土を作りたいと考えています。