

ATACの内容

本会は長年の経験により独自の技術とノウハウを有する技術者・管理者を結集し、お互いの知恵を出しあい、学習しあい、ネットワークを活用するとともに、中堅・中小企業が抱える国際化、技術開発、人材育成等の諸問題の解決を支援することにより中堅・中小企業の発展に資することを目的とする。
～ ATAC規約第2条より～

1 コンサルティング

中堅・中小企業の抱えるさまざまなテーマについて600件のコンサルティング業務に携わってきました。

2 セミナー開催・講師派遣

従業員教育、経営管理、ISO関連、品質管理などのセミナーを企画・実施し好評を博しています。また、講演会・研修会などへの講師派遣も行っています。

3 書籍刊行

- ATACの経営便利帳
- 現場の課題解決はこうする(中堅・中小企業の業務改善事例)
- 中堅・中小企業へのATAC提言集
 - 新商品開発のヒント ISO9000 認証取得の手引き
 - ISO14001 認証取得の手引き 中小企業のためのIT
 - 材料選択の手引き 設計を考える
- 目からウロコのアドバイス ～中小企業経営者への提言～

4 .NASC(産学連携のお手伝い)

企業の技術ニーズをお預かりして、最適な技術シーズを持つ大学や研究機関などを探し、ご紹介する業務です。

5 .公的支援情報送信サービス

ご希望の企業に、国や府県等による研究開発補助金等の公的支援募集情報をタイムリーに分かりやすくe-mailやFAXで無料配信する業務です。

新たに公的支援情報送信サービスをご希望の企業の方は下記の申込書にご記入の上、FAX(06-6443-5319)でお申し込みください。

| | |
|--------|--------------------|
| 企業名 | 担当者 |
| 所在地 | |
| TEL | FAX |
| E-mail | |
| FAX | E-mail に送信希望いたします。 |



「ホンダの価値観

原点から守り続ける DNA」

田中 詔 著 角川書店(2007年) 定価(本体¥686 + 税)

約20年前頃はホンダが新モデルの新聞広告を出すと、必ず同じ新聞上にトヨタの広告がみられた。そしてホンダが新しい形式の7人乗りのオデッセイを発売すると、すぐにトヨタは同形式のイプサムを発売し、同じく、新しいSUVなるCR-Vにもすぐに追随してトヨタはRAV4を発売した。

何故、王者たるトヨタが常にホンダを意識していたのか。また、私の仕事上、ホンダの青山本社、宇都宮の研究所をよく訪れたが、対応するどの人からも同じ感じの印象を受けた。即ち、誰もがずっと前方を見続けた話をするのである。

著者は元ホンダ地域執行役員で、この本はホンダ内部の話であるが、ホンダの考え方、仕組みがよく説明されている。創業者の本田宗一郎氏のヒューマニズムとパートナーの藤沢武夫氏のロマンチズムが融合してホンダの経営思想の基本となり、歴代の経営陣に継承され、実践された。これらがホンダの企業理念として掲げる「人間尊重」と「三つの喜び」(買う喜び、売る喜び、作る喜び)に集約されている。この思想はこの本の随所に見られる。(以下、ホンダらしさの抜粋)

ホンダの社長はいばらない。社長とは命令系統をハッキリさせる符丁に過ぎない。改革の真意を知る人であれば、誰が社長になっても出来る仕事である。本社には社長室は無い。役員は仕切りの無い一つの部屋にいる。ワイガヤ文化と呼び、集団思考をする。役職者の社内の呼び方はさん。役職を呼ばない。人間、入れるところと出ずところは大切に。だから、食堂とトイレは立派。会社のために働くな、自分のために働け。品質がすべて。100台中、1台不良品がでるという状態を1%と考えてはいけない。その1台のお客様にとっては、その製品が100%なのだから。(海外)すべて現地主義。現場は任せる。結果の責任は本社がとる、というスタンスが徹底。エキスパートが自由に育つ環境を与えるという意図で、研究所を本田技研から切り離れた。松明は自分の手で。たとえ小さな松明であろうと、自分で作って、他の企業が向かう方角と違った箇所があれば、そこへ進んで行くのがホンダである。本業以外に手を出すな。得意に帆あげて。コア・テクノロジーはパワープラントであろう。更にモビリティ(移動手段)へ。だから、ホンダジェット機、アシモ、燃料電池車等へと進む。レースはホンダのDNA。採算無視で色んなことにトライ出来る。大メーカーと対等に優劣を争い、而も言い訳の無い世界である。

目標を規模や順位におかない、独特な風土と信念を持つホンダを知りたい方には打って付けの小冊子です。

(山本記)

