

トップトーク「HondaのDNA」を語る



一方本校では、4月に新学科「自動車研究開発科」が22名の学生でスタートしました。同時に学科構成に見合った学校名「ホンダテクニカルカレッジ関西」へと変更も行い、ホンダ学園創立30周年にあたり事からイベントも開催しました。本年も本校は、人材育成に真摯な態度で臨み、「社会に役立つ人材育成」に向けて様々なチャレンジを続けています。

新年明けましておめでとうございます。昨年、世の中では高校の教科未履修問題やいじめ問題に端を発した事件等、教育の有り難い事が問われた1年でした。自動車業界では、車の販売台数が573万台でピーク時の3/4になり、又軽自動車が202万台で35%を占めるという大きな変化があつた年でもありました。

一方本校では、4月に新学科「自動車研究開発科」が22名の学生でスタートしました。同時に学科構成に見合った学校名「ホンダテクニカルカレッジ関西」へと変更も行い、ホンダ学園創立30周年にあたり事からイベントも開催しました。本年も本校は、人材育成に真摯な態度で臨み、「社会に役立つ人材育成」に向けて様々なチャレンジを続けています。

1つ目は、本年4月より、「級自動車



校長
六角屋 雷太

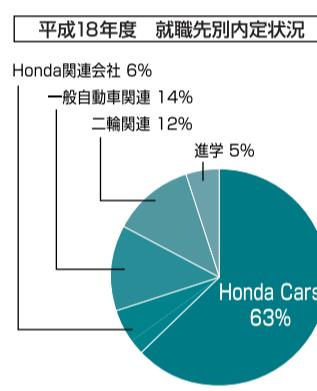
新年のご挨拶

A HAPPY NEW YEAR 2007

就職内定100%達成!

昨年の1月から始まった就職活動でしたが、採用試験の早期化と各企業様のご支援による採用人数の増加で、前年よりも良いペースで就職状況が推移し、過去にない実績で11月21日に、全員の内定を頂きました。今後共、学生の就職活動につきましてはご理解とご支援を宜しくお願い致します。

整備研究科「4年課程がスタート」しました。昨年までの2年課程では出来なかつた事を、4年間の貫した教育で新たなカリキュラムの基「高い知識と技術力」を育む教育を行います。



ものは、チーム一丸となって新しいものにチャレンジすること、チーム全体が夢や目標を共有することです。そして共にしたるそのターゲットに向かって全員がチャレンジし、諦める事なく、トトソトやり抜くといふことです。また、ユーチューナス、新しい価値を創造する事がHondaの生き様です。

HondaのDNAの本質は

「絶対価値の追求」

HondaのDNAの本質は「絶対価値の追求」を求めるということです。これは、

本田宗一郎さんと藤沢武夫さんといふ人達から受け継ぎできたものです。「絶対価値の追求」というのは、結果が他より良いれば良いという絶対価値ではなく、世の為人の為に何が一番良いのかを追求するということです。会社といつのは、自分なりにやることを遂に追求する場所であると思いますが、これが「絶対価値の追求」についたとき、それが「絶対価値を提供することができるのだと思います。」

HondaのDNAに刻まれしもの

Hondaは常に挑戦してきました。マン島のTTレースやF1などに代表される世界への挑戦。排出ガスの極小、燃料電池車ASIMOやHondaJetなどに代表される新技術への挑戦。そしてオデッセイなどに代表される新価値創造への挑戦です。これらの挑戦を通して言えると思いますが、HondaのDNAに刻まれている

Hondaのグローバルブランドストローク

が、The Power of Dreamsです。私達一人人が抱いている、「こんなもんがあったら楽しいなあ」「これができたら、

Hondaは常に挑戦してきました。マン島のTTレースやF1などに代表される世界への挑戦。排出ガスの極小、燃料電池車ASIMOやHondaJetなどに代表される新技術への挑戦。そしてオデッセイなどに代表される新価値創造への挑戦です。これらの挑戦を通して言えると思いますが、HondaのDNAに刻まれている

学生の感想

「絶対価値の追求」

HondaのDNAの本質は「絶対価値の追求」を求めるということです。これは、

本田宗一郎さんと藤沢武夫さんといふ人達から受け継ぎできたものです。「絶対価値の追求」というのは、結果が他より良いければ良いという絶対価値ではなく、世の為人の為に何が一番良いのかを追求するといふことです。会社といつのは、自分なりにやることを遂に追求する場所であると思いますが、これが「絶対価値の追求」についたとき、それが「絶対価値を提供することができるのだと思います。」

卒業生企業満足度調査

「年々満足度が向上」

この「企業満足度調査」は、卒業生が入社6ヶ月を経過した時点での活躍状況を調査し、今後の教育内容に反映させる目的で毎年11月に実施しています。今回は、06年3月に卒業した224名の結果内容です。(回収率67%)

本校では、育成目標を掲げ、人材育成に取り組んでいますが、前年度の課題から、次の5項目を重点施策として教育改善に取り組みました。

- 1、コミュニケーション能力の向上
- 2、課題対応能力
- 3、点検、車検の実施能力の向上
- 4、Hondaのサービス技術力向上
- 5、HondaのIT技術活用力向上

全体向上は図れましたが、5項目目(のIT技術力(OA操作力)がまだまだ低く、今後の課題として積極的に取り組んでいます。

今後も企業様と本校の更なる連携強化を図り、学生の実力向上を目指してい

ます。

Hondaのグローバルブランドストローク

が、The Power of Dreamsです。私達一人人が抱いている、「こんなもんがあったら楽しいなあ」「これができたら、

Hondaは常に挑戦してきました。マン島のTTレースやF1などに代表される世界への挑戦。排出ガスの極小、燃料電池車ASIMOやHondaJetなどに代表される新技術への挑戦。そしてオデッセイなどに代表される新価値創造への挑戦です。これらの挑戦を通して言えると思いますが、HondaのDNAに刻まれている

Hondaのグローバルブランドストローク

が、The Power of Dreamsです。私達一人人が抱いている、「こんなもんがあったら楽しいなあ」「これができたら、

Hondaは常に挑戦してきました。マン島のTTレースやF1などに代表される世界への挑戦。排出ガスの極小、燃料電池車ASIMOやHondaJetなどに代表される新技術への挑戦。そしてオデ

