



# 週)報

2012~2013年度)) ) R I会長)田)中)作)次)  
『奉)仕)を)通)じ)て)平)和)を』)  
))))))))))第 2570 地区ガバナー)鈴)木)秀)憲)

国際ロータリー  
第 2570 地区

## 狭山中央ロータリークラブ

〔例会場〕狭山東武サロン〒350-1305) 狭山市入間川 3-6-14)TEL)04-2954-2511  
〔事務所〕〒350-1305)狭山市入間川 1 -24-48)TEL)04-2952-2277)FAX)04-2952-2366  
<http://www1.s-cat.ne.jp/schuohrc/E> - mail:schuohrc@p1.s-cat.ne.jp  
会長)若松泰誼) 会長エレクト)栗原憲司)))副会長)山室博美) )幹事)稲見)淳

〔第 3 グループ内の例会日〕 狭山(金)、新狭山(月)、入間(木)、入間南(火)、飯能(水)、日高(火)、狭山中央(火)  
所沢(火)、新所沢(月)、所沢西(水)、所沢東(木)、所沢中央(月)

### 第 911 回(8 月 28 日)例会の記録

点 鐘 若松泰誼会長  
合 唱 手に手つないで  
第 2 副 S A A 野口(建)君、野口(留)君  
卓話講師 本田技研工業(株)  
元商品開発 有澤 徹様  
ビジター 新狭山 R C 西澤長次様  
" 石田 嵩様  
飯能 R C 細田伴次郎様

#### 出席報告

会員数	出席者数	出席率	前回修正
30 名	25 名	82.14%	92.86%

### パスト会長の時間

#### 吉松パスト会長

9 月 22 日に「第 4 の革命」という映画を、狭山市民開会小ホールで上映致します。そして今日は「第 4 の革命」を新狭山ロータリークラブの石田さんに説明して頂きたいと思ひます。

#### 新狭山 R C 石田 嵩様

私と吉松さんは“さやま環境市民ネットワーク”の役員をさせて頂いております。これは今から 10 年前、狭山環境基本計画を作るときに一般市民を公募致しまして、これからの環境行政は行政だけでなく各種団体、企業、市民一緒になってやっていこうということで、商工会議所から 2 人が出まして、以来役員をさせて頂いております。

今回は法人化になって 5 周年ということで、ドイツの原発を中止するきっかけとなりました「第 4 の革命」という映画を市民会館で上映することに決まりました。農業革命、産業革命、IT 革命、エネルギー革命ということで、色々参考になる映画ではないかと思ひますので、大勢の方に見て頂けますよう、宜しくお願い致します。

#### 吉松パスト会長

この映画を見て頂きますと、古谷会長の時にもよく話題になっていました TPP の話等、山積して

いる今後の日本における諸問題が、恐らく沢山でてくると思ひます。そうした話もまとめて次回にさせて頂きますが、宜しくお願い致します。

### 幹事報告

稲見幹事

(定例理事会)次の件が審議・承認されました。

- (1) 9・10 月プログラム承認
- (2) モンゴル植樹の報告会について  
9 月 18 日の夜間例会で実施する費用内訳について  
ケーブルテレビ放映中の番組への協賛
- (3) マッチング・グラウンドについて
- (4) AS エレフェン狭山 FC 後援会について  
1. 米山奨学生 & 地区役員、卓話者派遣について  
2. R 財団月間、卓話者派遣について  
3. R L I 受講者派遣依頼について  
4. 例会変更 飯能 R C 所沢 R C  
5. 受贈会報 所沢西 R C 所沢中央 R C

### 「外来卓話」・・・・・・・・

#### 講師紹介

若松会長

有澤さんは、ホンダにおいてあまりにも有名な方ですので、忙しい時間を割いて講演をして頂けませんかというお願いを 1 年位前からしておりました。今回やっと叶いましたが、今も東大で“ものづくり研究会”というセミナーを開かれていたり、色々な大学で講演をされています。有澤さんはホンダのご出身になるわけですが、私が知っている数多いホンダマンの中でも、大変めずらしい存在感をお持ちの方でありますので、お時間の許す限り、ゆっくりお話を聞いて頂きたいと思ひます。

簡単にプロフィールを紹介させて頂きます。

有澤さんはホンダさんでは珍しい SED

【S】Service...宣伝分野

【E】Engineering...生産技術

【D】development...開発

を経験されています。ホンダの中でもこの 3 つ

を経験されている方は非常に少ないです。その中でも今日はセールス部門のノウハウを活かし、皆さんも恐らく記憶にある場面が出てくると思いますが、ホンダさんの数多い印象あるコマーシャルは全て有澤さんが企画され、演出されているということです。その辺りの話を皆さんに聞いて頂ければと思います。

皆さん映像を見ながら気づくと思いますが、有澤さんが企画されたコマーシャルにはほとんど有名な俳優が使われておりません。その後世界的に有名になった等、そうした話も時間の許す間でお聞かせ頂ければと思います。宜しくお願い致します。



### 有澤 徹 様

元ホンダ技研RAD（商品開発総合責任者）  
（株）ホンダコムテック社長  
タイトル：「モノづくりの思想（コンセプト）並びに企業展開その背景」

略歴：1960年 本田技研工業入社  
埼玉製作所 組立課  
1966年 本社営業部 渉外係  
1974年 販促部  
1983年 四輪企画室（室長）  
1987年 九州支店（支店長）  
1987年 国内二輪営業部長  
1991年 モーターレクレーション推進本部長  
1993年 営業企画室長 商品コミュニケーション座長  
1994年 商品開発総合責任者（RAD）  
1998年 ED（株）ホンダコムテック社長

1960年に今で言います和光、昔の大和町の工場に入社致しまして、ここで組み立て、並びに調整、二輪の仕事をさせて頂きました。1966年に本社営業部渉外係りに配属になりまして、その流れが販売促進部でした。本田技研は宣伝部を作らないという藤沢武夫さんの遺言がございまして、宣伝は電通等に任せなさいということでした。今日は皆さんに、1974年に私が担当したこれらのテレビCMを見ながら、企業の背景、商品に託さ

れた使命等をご紹介させて頂きたいと思います。FIのアイルトン・セナがいる頃、ちょうどモーターレクレーション推進本部の一番真っ盛りの時に担当をしておりましたし、商品を作るときの企画と言いまして、特に商品コミュニケーションというものを行いまして、この商品をどのように売っていくかという全世界の統括も担当致しました。そして本田技研で最後には、商品開発責任者としてステップワゴン、CRV、S-MX、2代目 ODYSSEY等を担当させて頂きました。またモーターショーは1993年、1995年、1997年、1999年、残存で全て企画させて頂きました。そして定年前に、ホンダコムテックと言います本田技研の宣伝を行う会社の担当をさせて頂きました。

2008年4月の朝日新聞に、懐かしのCMが文化遺産になるという大変嬉しい記事が載ったのですが、今日皆さんにご紹介するCMも入っております。これを報告がてらご紹介させて頂きます。

今ものづくりという日本の特徴で騒がれておりますが、やはりハードが中心で語られている点が非常に多く、優秀なものを大企業から個人の方々まで含めて頑張っており、これは世界的にも非常に優れております。挙句の果てにものづくりだけでなく人材までも流出してしまっているという状況でございますが、一方で、私が学校講座を行うときはハードの話をするよりも、それを持ち上げるソフトの話をしております。やはりハードもソフトも企業のブランド作りと言う点では大変大切なこととして、ハードだけでなく、ハードが出来ても知らせなければならず、BtoBでビジネスに置き換え、商品、機械、機能、パテントを含めて、ビジネスからビジネスに繋がっていくことを知らしめなくてはならないということを前提に話をしております。これが世間でいうブランド作りだということです。

こうしたブランドを作っていかなければならないとなると、やはり企業の活動、商品は良いイメージでブランドを作っていくということになっていきます。そうした意味で今日はブランド作りの最先端でありますテレビコマーシャル、訴求手段と致しましては、publicityとadvertising、publicityとは広報活動・媒体費がかからないものでadvertisingとはテレビ等電波媒体、新聞雑誌等のプリント媒体、直近ではインターネットを含めたものが出てきており、今そうした世界に入っております。特にPOP関係では、デジタルサイレージと言います電子看板のようなものが出てきておまして、これが色々な街角で活躍しているという状況です。

1980年代、ホンダは自動車メーカーとして世界的には認知されていない小さな工場として、ブランドというものが大事だと私は肝に銘じられておりました。物を買うときに伝統のある商品というのは、大きな会社で買うと信頼や安心ができる、故障が少ない、サービスが良い等、色々なことが

良い方に転がっていく、これがブランドなのです。従ってブランド作りをしながら商品の告知をしていくということを兼ねて、四輪は S360 から始まって N360 が発売の頃に私はちょうどこの仕事に着手させて頂きました。そちらの仕事と致しましてはブランドが大変必要であったということです。いくら良いものを作っても知らせなければという所で、今や企業だけでなく、地域、個人にもブランドが大切なのだということが蔓延っておりまして、我々もかなり認識しなければならないと思っております。そんな時代に技術力が高く、性能が良い、信頼が出来る、サービスやメンテナンスが良いということをホンダと致しましては成立させていかなければなりませんので、その告知をどのようにしていくかという内容で検討したものでございまして、特に告知内容ではインパクトがあったり、インタレストがあったりということを与えていかなければならない、それから特にテレビはお茶の間にずうずうしくも平気で飛び込んでいき、平気で映るわけです。その時にアテンション、或いはこうしたものをノックしてもらうものが無いとコマーシャルとして成り立たないというスタンスに私は立ちまして、質の向上、内容の良さといったものを行ってきたということ、今日皆さんにご報告させて頂きます。

### 1981年：シティ

シティを作った時に、N360 が既に出ていたのですが、日本で一番国民車的な構想でという藤沢武夫さんの指令で我々は展開を図っていきました。シティを売り出した時に 30 万台の壁を破り、これがきっかけで本田技研は多少知られるようになっていきますが、何年かの間は悶絶しておりまして、販売台数が上がらないと生産効率も上がらず、コストパフォーマンスも悪いという、そうした時代にてできたシティでございます。

このシティに係わる我々の期待値、企業と致しましてもマンネリ化しておりました second CIVIC の辺りで、刺激が欲しいということでしたので展開していきます。

コマーシャルの内容は、マッドネスと言う日本ではあまり知られていな



いロックグループが出演しており、ちょうど車の宣伝をするときに本社が原宿でしたので、シティはニュースに溢れているということテーマに致しまして「シティ・イン・シティ」というキャッチフレーズを作りました。シティは商品のシティ、イン・シティは街のことです。そしてこのシティにかけける我々の意気込みは、ホンダがマンネリ化しているときのきっかけづくりをしたいということで、勇気づけや 30 万台の壁を破りたい、社

内・世の中の若者の沈滞ムードを壊したい等、色々な使命を持たせてコマーシャルを作れといわれておりました。

若者=音楽=バンドということで、ニューヨークにスタッフを行かせてストリートミュージシャンを集めてバンドを作ろうと思っておりましたが、しかしイギリスに面白い仕草をするロックグループがおりまして、その MTV を見て決めました。先頭に立っているマッドネスの人がサングラスをかけておりましたが、当時の時代背景はサングラスがあまり歓迎されておりませんでした。しかしなんとか専務に 3 回目で OK を頂いて作ったコマーシャルです。色々なことを託した冒頭ですので、思い入れがとても強い作品です。

実は、シティのコマーシャルは発表会前に鈴鹿サーキットで研修会、全国所長会会議がありまして、音楽だけしかできていない時に持って行きました。そこで皆に喜んでもらい、その時に私が、TBS の全員集合で「カトちゃん、ケンちゃん」がもし真似してくれたら良いねと話していたら、後日、暮れに TBS からこの音楽を使っても良いか？という連絡があり、私が話していたことが現実になりました。是非お願いしたいと返事をさせて頂きました。

マッドネスは「ホンダ・ホンダ」という部分を除いたレコードを出しております。それを TBS に渡したところ、「ホンダ・ホンダ」が入っていなければ駄目だということで、より嬉しくなりすぐに送りましたら、「カトちゃん・ケンちゃん」が真似をしてくれ、それで一気に全国的に広がり、皆さんに父兄会や卒業式等で真似をして頂け、普及の弾みが付き有名になりました。

このコマーシャルは、ナショナルと資生堂とサントリーがほとんど独占していた広告賞を初めて奪いまして、初めてクリエイターたちにこのような商品があるのかという評価を頂いた作品です。

### 1982年：プレリュード

初代のプレリュードは、少しイキイキした元気の良い車を販売するお店ということでできたベルノチャンネル店の商品でした。資本的には多くの他の資本の方たちに参入して頂き設立させ、プレリュードの初代が売り出されましたが、そこそこしか売れないもので、全国展開したチャネル政策に問題が出てきてしまいました。そして何とか持ちこたえ 2 代目になりまして、本日ご紹介するのは 2 代目プレリュードのコマーシャルです。

私はその時に、『新登場感』と『重厚感』を出したいと思い、重厚長大がプレリュードであればシティは軽薄短小ということで、ちょうど対比をしていきました。音楽は、昔ハンフリ



ー・ボガートとエヴァ・ガードナーが出た「裸足の伯爵夫人」という映画があったのですが、その中で踊っているときの「裸足の伯爵夫人」のときのボレロでとお願いしたら、なかなか見つからず、テストにラベルのボレロを持ってきてくれました。ところがそれがとてもかかったらしく、若さを出したいものですから、当時私と同年代のエド・デ・ワールドというノッテルダムの指揮者が指揮したボレロを抜粋して使いました。このボレロを使ったおかげで、レコード会社が廃盤になったものをもう一度出したら、クラシック界ではずっとトップであったピバルディの四季を抜いて初めてプレリウドのボレロがトップになりました。LP が 3000 枚売れたら大ヒットという世界ですごい枚数を売り、そういったことでも話題を生みました。そしてレコード会社が使って欲しいと色々なサンプルを持ってきてくれるようになりました。

登場感、重厚感、堂々感を出したいので、あまり色々言いたくないということで作ったコマーシャルでして、私はこのコマーシャルを一番自慢しております。特に日本の優秀なクリエイターが選んだコマーシャルの第 1 位を取りました。このコマーシャルはシティと同じ時期で、シティが賞を総なめにしたため、私は「無冠の帝王」と呼んでいます。

ベルノチャンネルの再生のきっかけを作ったコマーシャルです。

### 1984 年：アコード

アメリカでは大変売れておりましたが、日本ではあまり売れていませんでした。アメリカのとても良いイメージを日本になんとか持ってきたいということで、これは新製品としてではなく、アコードが誕生し、次の創世記に入り頂点を得、そして衰退期に入る少し手前のところで何とか歯止めをしたいというライフサイクルがありまして、その当時に応用編として作ったコマーシャルでございます。このコマーシャルは意外に評判が良く、このコマーシャルを見てホンダに入ったという方が沢山いることが後でわかりました。コマーシャルとはリクルートに役立つものでもあり、嬉しくなりました。音楽はライチャス・ブラザースのアンチェインド・メロディを使用しております。最近の若い人は映画「ゴースト」の主題歌だと必ず言いますが、そうではなく「アンチェインド」という昔の映画の歌で、白人二人の兄弟が歌っております。

アメリカで大評判となり売れているアコードを何とか日本でも、ということで、ハリケーン・カトリーヌで今は無くなってしまったミシシッピ、パーボンストリートのニューオリンズで撮影されたものです。今思えば懐かしい残存フィルムでして、当時の面影を偲びながらいつも見ております。これで少し販売台数が持ち上がったのですが、だんだんと時代が RV の時代に入りかかってきてお

り、世代交代のちょうど境の商品となりました。しかしアメリカではオハイオの工場がフル稼働になるほどの売れ行きでした。

### 1983 年：シビックシリーズ CR-X

シビックの 3 ドア、4 ドア、5 ドア（5 ドアはシャトルという名前）というシリーズです。冒頭で CR-X を見て頂きたいのですが、1983 年に 2 人の若者のために作ったと言われる車で、スタイルもとてもユニークです。従ってコマーシャルの内容は実写ではなく、カタログを含め全てコラージュという方法で作ったコマーシャルです。最初に見て頂きますのは車がでてこないコマーシャルです。私も初めてトライをしてみて、上司に怒られるかと思っておりましたが、良く首を縦に振ってくれたと思います。

最初に車の出てこないコマーシャルをある程度のボリュームで入れ、だんだんと減らしていく、これがおおよそ 2 週間位です。それから車のあるコマーシャルを同じ層の中に投げ込んでいくという、実にユニークな配分でコマーシャルを作りました。“デュエット・クルーザー”という言葉を使用していました。“デュエット”とはトヨタさんが商標で持っていました、商標とは商品の名前等で使用してはいけませんが、タイトルや応用等には使って良いとされることがありますので、確信犯で使用致しました。使い終わったら絶対にクレームがくるからその時はひっこめようという打ち合わせを事前にし、この時はその後本当に電話がかかってきまして、すぐにやめなさいという指令をだし、他の形にしたという経緯がある車です。実に変わったコマーシャルです。

このシリーズは 5~6 本作りまして、



CF 的にはインタレストを持たれ、大成功したつもりでございます。しかし中古車市場が大きかったアメリカに入門車としてこれを持っていったら、中古車よりも安く買えて、軽くて走るものですから、事故が多くなり保険金が高くなってしまい、断念せざるを得なくなりました。リードカントリーのアメリカがそうってしまったため、日本も結局辞めるという形になっていった曰く付きの高性能な車でした。

またちょうどシビックの展開編をやっているとき、この頃はファミリアや FF といったライバルが沢山でてきましたので、キャッチフレーズでも『先進のシビック』、『ホンダが先に FF やったぞ』等、狭いに入ってきてしまったもので、少し広げて『駆けるニューシビック』としました。これはアメリカのモハベ砂漠で撮影したもので、曲芸飛行をした人は皆ベトナム帰りのすごい方たちばかりで、あんなことを良くできるなと思い出があります。

CR-X はシビックのシリーズの仲間で、CR-X は 2 ドア、シビックの 3 ドア、4 ドア、5 ドアのシリーズが軸管を変えて工場に流すため、大変なことをしているわけです。軸管とはコイルベースの車軸がコンペラインの軸受けが変化すると乗らなくなりますが、そうしたことを平気で言い、作っていった商品シリーズです。やはりトヨタや日産に負けないようにスキッシュエリアを狙った、隙間商品を作って行こうというホンダの、置き換えればユニークさを作ろうと言うことで、このような車を作りました。

馬鹿が付くほどすごいことをして、生産効率がとても悪いのですが、しかしすごいことをしているということで私は『ワンダー』という言葉をつけ、このシリーズは『ワンダーシビック』となりました。そしてワンダーがいっぱいあると『ワンダフル』になり、ワンダフルは素晴らしい、素晴らしいの上にこの世界が入ったら素晴らしいと言うことで、ルイ・アームストロングの What A Wonderful World という音楽を使用しました。コマーシャルの屁理屈がセールスにも伝わるので、会話のネタにもなりこれは非常に売れた商品です。この素晴らしい車で、この素晴らしい景色の中を、この素晴らしい場所で、素晴らしい人と乗って下さい、そして素晴らしい生活を送って下さいという願いを込めた『ワンダーシビック』でございます。

これまでが 1980 年代のもので、ここから 2000 年に飛びます。なぜかと言いますと、私の社歴がちょうどその間違ふことをしておりましたので、再び 2000 年にこの世界に入り込めた、その時にはやはりシビックやろうということで、ホンダコムテックに私が異動した時、電通・博報堂を蹴散らして勝ち取ったコマーシャルです。

“ We can change ” と言いまして、我々は変えなければ、変わらなければ、ということで、後にオ

バマ大統領が同じキャッチフレーズで出てきましたので、ホンダのコマーシャルを真似している等と話していたのですが、音楽はエミルー・ハリスというカントリーの私の大好きなシンガーです。シビックをもう一度と言う意味で『Together again』、本当は恋人に “ together again ” なのですが、私は恋人を車に置き換えました。そしてこれはコンペを取った作品でございます。



先ほどボレロの時にもお話をしましたが、廃盤になったものが復活して売れた話は、What A Wonderful World のルイ・アームストロングもそうでした。そしてこの音楽は、2000 年代からの癒しの時代となり、色々な癒しの音楽を 1 枚の CD にしたレコードが沢山でてきたのですが、その中

に入ることが非常に多くなりました。

## ステップワゴン

オブラディ・オブラダという歌で、ユッサー・ンドゥールというセネガルの歌手、今大統領選に立候補している人で、何か呪文らしいのですがビートルズの音楽を初めて使ったものです。これはご存知の通り私が自分で開発した商品ですので、商品から、発売から全て自分で責任を取るということで作ったものです。

1994 年にちょうどホンダが他のメーカーと合併される等の話題になり、ホンダがどん底に落ちたときに、次の回復機種を託された車がステップワゴンであり、CRV であり、S-MX であったわけです。

この商品は中興の祖で、投資されたものを半月で回収できたほど予想以上に台数が売れて、未だに頑張っております。しかし衝突要件等色々あるため海外にはいかず、CRV をアメリカに売り込みに行き、CRV は今アメリカでワールドカーになっております。私のワールドカーの定義とは、それぞれの地域で作ってそこで売っているということで、世界に出して売れているということではありません。未だに CRV はホンダの何本柱かに入っているはずで

## CRV

ビリー・ジョエルの The Stranger を音楽に使用し、ホンダはこの時に初めてディーゼルでも FR でもない RV を、ODYSSEY から始まって FF で作り出したというところが一番ユニークな商品作りでした。乗用車感覚の RV、従ってヘヴィービューティーではなくライトビューティーでやってきた一番のとっかかりの車となります。モハベ砂漠を走破するほどで、性能的に卓越しておりませんが、重量や堅牢さで全てクリアしてきました。

## S-MX

昔シボレーで作っていたアストロという自動車がありまして、その小さいものを作りたいということからスケッチ一枚で作った車です。音楽は true love という『上流社会』という映画でグレース・ケリーが歌った歌で、これをエルトンジョンとキーディーが歌っているものです。カシニョールの絵を思い出して頂きながら見て頂きたいコマーシャルで、また文字がとてもユニークに入っています。

6 年ぐらい前に第 6 次産業という言葉が流行りまして、1 次は農林水産、2 次は製造加工、3 次は販売サービスというような形になり、この 1,2,3 を足してもかけても全部 6 になり、従ってこれから世の中 6 次産業になるといった言葉がありました。ちょうど私はハードだけでなくソフトも一緒にものづくりをやっていかないと難しい、むしろ逆に

ソフトをやった方が上手くいく時代もあるということ、加工から販売まで一貫して色々なことを考えなければ時代であったのだと思います。特に地域経済と言う意味では相乗効果が大きいということもあります。

思考や想像はいつの時代でも大体同じでございます。益々の皆様のご繁栄をお祈りすると共に、私も錆びないように色々なことを考えていきたいと思っております。



西澤長次様(新狭山 RC)

いつもお世話様です。本日はよろしくお願ひ致します。

石田 嵩様(新狭山 RC)

NPO 法人さやま環境市民ネットワーク映画会「第4の革命」のご案内に参りました。よろしくお願ひ致します。

細田伴次郎様(飯能 RC)

会員の皆様には大変お世話になっております。本日はよろしくお願ひ致します。

榊田英樹様(株・オートリペール)

本日は、例会に参加させて頂きます。

若松君 有澤徹さん、今日はよろしくお願ひ致します。楽しみにしていました。

稲見君 有澤徹様、今日のお話楽しみにしています。よろしくお願ひします。オートリペール社長榊田英樹様、おいわいありがとうございました。新狭山 RC 会長西沢様、石田様、飯能 RC 細田様ようこそお出で下さいました。

江原君 元本田技研商品開発担当有澤徹様、戸口様、榊田様ようこそお出で下さいました。本日の卓話よろしくお願ひ致します。新狭山 RC 西澤会長、石田 P 会長、飯能 RC 細田様、本日はようこそお出で下さいました。吉松 P 会長、P 会長の時間ありがとうございます。

古谷君 前回欠席しました。

栗原(憲)君 元本田技研商品開発担当有澤徹様、戸口様、榊田様ようこそお出で下さいました。新狭山 RC 西澤会長、石田 P 会長、飯能 RC 細田様、ようこそお出で下さいました。

奥富君 早退します。済みません。

次の例会

第2副 SAA 奥富君 小澤君

9月11日(火) 12:30~13:30

外来卓話 大生病院歯科 阪口英夫様