

HINO

Global Brand for all Customers

Cares



卷頭報告：卡車組在“排氣量10升以下級”賽中獲勝、蟬聯7連冠！

HINO TEAM SUGAWARA達喀爾拉力賽連續25屆全程完賽！

本期酷日本專欄擴大版面介紹此屆達喀爾拉力賽2016的情況及其他內容。

插圖：馬來西亞SKTS Enterprise公司的K. Sungra先生(右)和他的兒子Jega先生(左)



HINO TEAM SUGAWARA

蟬聯 7 連冠！

達喀爾拉力賽 2016 卡車組 “排氣量 10 升以下級”

自首次參賽以來連續 25 屆全程完賽！

達喀爾拉力賽，只聞其名就激動得內心難以自製的人肯定很多。總賽程近10,000公里的長途險惡路程、大約用2週時間飛馳駕駛賽程，每次都有近一半的參賽車中途退場，不愧是世上最殘酷的汽車運動。

日野自1991年首次參賽以來，到2016年達成25屆連續*1全程完賽的輝煌記錄。並且在卡車組“排氣量

10升以下級”比賽中優勝，蟬聯7連冠。

值得日野紀念的第25次參賽的今年2016年大賽，於2016年1月2日至1月16日在阿根廷~玻利維亞間舉辦。參賽車總計347輛、其中卡車組有55輛報名。規定賽程4,320公里、行駛路程4,719公里，共計9,039公里。

本屆大會因預測出厄爾尼諾氣候現象、智利和秘魯退出賽事的主辦而失去了在該國廣闊沙漠上的鏖戰機會，但並沒有降低達喀爾拉力賽的激烈程度。由於安第斯山脈、潘帕大草原等成為主賽場，山岳地帶盤旋多變的曲折山路、無處可退的羊腸小道上堆積的細砂（粉末狀細砂）等阻礙著參賽選手們的前進。

日野本屆大賽仍與由菅原義正和菅原照仁父子賽車手率領的菅原團隊攜手，以“HINO TEAM SUGAWARA”團隊出戰。菅原義正先生是榮登吉尼斯記錄的“達喀爾拉力賽史上參賽最多”車手，本屆大賽以連續33次*2參賽的成績更新了吉尼斯記錄。

另外被派往賽地的機械師是從日本全國日野銷售公司公開選拔的具有極高技術能力和熱情的4名機械師。再有就是在2016大賽上展現給世人的日野達喀爾賽車的英姿。以出色耐久性著稱的日野500系列為基礎的本屆賽車、被世人稱為“小怪獸”，喜歡達喀

爾賽車的人對此並不陌生。

雖是中型車但與大型重載車展開激烈競賽的日野達喀爾賽車，為不辜負小怪獸的稱號更進行了強化，在2015年大會賽車的基礎上對發動機及懸架進行了改進。並且為對應每年高速化發展的本屆拉力賽，重量減輕了300公斤。

經過改進的日野達喀爾賽車充分顯示出其潛力的是在1月12日以阿根廷/貝倫為起點的循環賽道上。雜草茂密的鬆軟沙丘及乾枯的河床等、令人聯想到北非的荒郊野池綿延不斷的賽道。超過40度的氣溫，再加上過大的行駛阻力不能提速，發動機過熱的風險也隨之高漲，儘管如此菅原照仁車手駕駛的2號車發揮日野 500系列的機動性能飛速行駛。甩掉並行的重型車，這一天以卡車組綜合第9名（排氣量10升以下級第1名）到達終點。成為本屆大賽首次進入前10名的一天。

Dakar Rally 2016





2016年也是極其殘酷的達喀爾拉力賽。完成9,000公里以上的殘酷賽程，最終到達終點羅薩利奧的參賽者有越野摩托車84輛、四輪越野車23輛、汽車66輛、卡車41輛，完賽率62%。“HINO TEAM SUGAWARA”的結果如前所述，菅原照仁車手駕駛的2號賽車在排氣量近一倍的卡車組全部55輛中，在拉力賽後半程的第10賽段中曾以第4名通過臨時檢查站等逼近了前面的競爭對手。

綜合排名第13名、超過了去年的第16名，在排氣量10升以下級中獲勝並蟬聯7連冠。菅原義正車手綜合排名第31名、排氣量10升以下級第2個到達終點，繼前年和去年之後都是1號、2號賽車在同級別中第一、第二個到達終點。

“HINO TEAM SUGAWARA”在2016 達喀爾拉力賽中的活躍表現，在Hino-global網站(www.hino-global.com)有詳細報道，敬請閱覽。

※1: 除因政局不穩而取消的 2008 年大賽，自 1991 年以來連續 25 屆全程完賽。

※2: 由於報名申請了取消的 2008 年大賽，主辦者認定為參賽。



Hino Owners' Voice



“對我們公司來講
日野最棒”

左邊是其兒子 Jega 先生 (運輸經理)

SKTS Enterprise / 馬來西亞 | K. Sungra先生 / 總經理



“我們公司的主要業務是運送食品。使用冷凍卡車運送海鮮物產及糕點等，另外還運送星巴克咖啡及賽百味的商品。以前使用過其他廠家的卡車，但現在加上日野經銷商的合作、日野對我們來講是最棒的。

以前我在麥當勞工作過，在那裡有20年使用日野車的經歷、充分了解日野車的出色之處。自1997年成立本公司開始就探討引進日野。日野車耐久性能出色、持久。如果勤於維修保養，是可長期使用的卡車。

在確定作為商業夥伴的卡車廠商時，我們認為不僅限於考慮卡車的性能、優良的服務也很重要。日野經銷商的負責人不論何時何地都會幫助我們解決煩惱。當我們需要車輛的原裝配件時，只需撥個電話即可解決。

車輛維護及修理全都可以委託給他們。不僅是配件、在購買卡車時也只需撥個電話其餘都不用再操心。所以說日野經銷商的服务值得信賴、我們很滿意。

曾經有一次在距離我們公司600公里遠的地方1輛卡車發生了故障，只是給日野經銷商撥了一個電話他們就安排修理，卡車平安返回公司，快速的對應幫了我們大忙。

在公司內只進行更換機油等類的工作，除此之外全部委託經銷商來做。如今又在我們公司附近建立了客服中心、更加方便了”。



公司駕駛員大約有 70 名。

公司名稱 SKTS 是由
總經理及夫人姓名的頭文字“SK”和“TS”連接而成的。



不片面追求銷售量、日野重視客戶的對每一台的需求。

在大型/中型卡車銷售市場連續41年（年度基準）持續保持日本國內市場佔有率第一的日野，在國際市場的佔有率也在不斷擴大。2007年度國際市場銷售量超過了日本國內銷售量，目前已達總銷量的近7成。實際銷售的國家以亞洲為主覆蓋北美、南美、大洋洲、歐洲、非洲共約80多個國家，並有進一步擴大的趨勢。

但是與片面追求生產數量和銷售國家數量相比日野更拘泥於重視顧客實際所求的每一輛車。因為卡車由於使用國家、行駛環境、運輸貨物、裝載貨箱等不同所要求的條件也不同。

底盤原型選用了日野 700 系列的 FR。



提供在各不同的使用地都能滿足各種不同顧客實際所求的最適合的卡車，是日野的“地區合格車”的思路。為了以最短的交貨期將滿足不同要求的地區合格車送交到顧客手中，日野產品採用了無數創意及技術。

例如，將產品的構成配件『模塊化』，使當地客戶的定制模塊設計、組合/變更、裝載/改造對應更加容易，除此之外還為使卡車底盤無需較大加工即可進行裝載箱裝配，將車體設計為能夠簡單地安裝裝載用補機類及電力系統/空氣配管系統等。

另外卡車的尺寸、總重量在各國均有不同的法律規定，為在規定範圍內提高裝載效率，對卡車本身進行輕量化來換取提高裝載量，進而使卡車低底盤化來擴大容積量。

當然在提高運輸質量方面的也毫不忽視。為防止行駛中的振動導致運輸貨物損壞、按照所在國家的道路情況及運行情況準備了各種巧妙吸收路面振動、最能防止貨物坍塌及損壞的懸架。類似這樣的每個構思都體現出日野貫徹提供最滿足客戶實際所求車輛的“顧客至上主義”精神。



古賀和裕社長

年開始著手開發用卡車裝載專用水槽。

古賀社長說“如果能使銷路擴大、那麼從事漁業的人的收入也會增加，此外如果『呼子魷魚』作為國家品牌站穩市場，還可招攬遊客前來旅遊。為此首先想到的是向消費市場巨大的東京出貨。如果活魚刺身用的鮮魚需求量增加、則本地市場所需鮮魚就會減少，這樣就可保持鮮魚市場供求平穩、防止價格行情的暴跌”。

2010年日本九州地區佐賀縣唐津市呼子町拿到了一輛特殊的車輛。這輛卡車是用來將當地特產鮮劍先魷魚從佐賀運送到大約1,250公里之外東京的。運輸公司是灘活水產。古賀和裕社長繼承了父親自1969年在呼子第一家經營活魷魚刺身的餐飲店“玄海”，接受國家對農商工合作事業的補助金、於2009



裝載 4 個水槽。



過濾裝置設計得很緊湊。坐在駕駛室就可以通過顯示器掌握過濾裝置的狀況。



坐在駕駛室就可確認水槽內的情況。



對水質變化非常敏感的魷魚，一般情況下在活魚運輸車的水槽中最多隻能存活2~3個小時，如果運到東京則需要能使魷魚存活約17~18個小時的水槽。古賀社長與九州大學共同開發了裝備有3種過濾裝置的特殊水槽，能成功保持水質潔淨。

為能裝載4個這種長時間運送魷魚存活率可保持在98%以上的水槽，日野卡車被選中了。日野在此項目開始時就參與了策劃、對裝配特殊裝載箱所必須的底盤規格進行了驗證。

底盤原型選用了日野700系列的FR。裝載水槽的總重量約8.7噸、加上水過濾裝置、維持水質的壓縮機等，此時日野卡車本身的輕量化/車輛低底盤化發揮了作用。

為提高運輸質量採用了全空氣懸架及兩個大型燃油箱，電力系統/空氣配管系統等的底盤佈局設計不用進行大幅改造，使車輛交付時間壓縮至最短。

古賀社長說“從特製裝載結構到租賃合同條件，日野都給予『可以』回答。如果說『不成』則此項目就不會存在。我們挑戰向東京運送鮮魚的新事業，懇請水槽開發公司和日野與我們一起參加挑戰”。

面對顧客的期待，日野不僅以高質量的產品回報顧客，還在包括財務在內的整體支持方面給予全力支持，是日野的信念。

在千里之外的東京能讓眾多的顧客享用呼子特產活劍先魷魚刺身，是通過灘活水產的不懈努力和激情得以實現的。日野不斷貫徹“顧客至上主義”、推進技術進化和服務深化的目標，就是為了能夠迅速地滿足像灘活水產這樣滿懷熱情的顧客。

運輸部門的責任者 Urakawa 副社長（左）



釣魷魚漁船



無比新鮮的活魷魚刺身。



日野全方位的支持客戶 2015 世界商務會議



日野全方位的支持客戶世界商務會議2015於2015年10月28日在日本橫濱召開。來自61個國家的經銷商代表參加了大會，介紹討論了從2012世界會議以來的日野全方位的支持客戶戰略。



會議期間，來自印尼、台灣、黎巴嫩、美國、新西蘭、泰國、危地馬拉和日本的代表們發表了他們成功的TS應用計劃。每個計劃都具有獨特的適應當地市場需求的框架，體現了全方位的支持客戶概念的靈活性。說明可以通過許多不同的方式實現成為每個日野客戶“真正的商業夥伴”的目標。

許多與會者的演講非常令人鼓舞和興奮。“從2012年會議以來，我們投入了很多思考、努力和付出，充實了我們和經銷商不斷改善全方位的支持客戶的哲學文化氛圍。但是，或許我們應該更加積極主動，而不是被動地參與，”來自澳大利亞的史蒂夫·羅特先生說。來自巴林的約翰·亞伯拉罕先生演講後說“目前我們的TS項目包括我們的服務營銷代表定期訪問客戶，提供個別和個性化關注的內容。在未來幾年內，我希望把更多的精力投入到採用先進技術的培訓機制上。”

大會在確認了承諾每一個日野團隊成員通過全方位的支持客戶滿足客戶和貢獻社會的結論中圓滿閉幕。



世界文化遺產的 日本最高峰富士山。

富士山，你可能聽說其名。富士山海拔高度3,776米、是日本最高的獨立山峰，也是作為日本的象徵聞名於世界的山峰。2013年6月富士山被登錄為世界文化遺產。通過富士山派生出的宗教性、藝術性的日本人的自然觀及文化觀得到國際認可從而登錄為世界文化遺產。

富士山以其雄偉、美麗的雄姿自古以來就給眾人帶來藝術方面的靈感。歷史上描繪富士山最有名的繪畫可列舉為江戶時代（16~18世紀）繪製的浮世繪。葛飾北齋、歌川廣重等畫家從不同場所觀看富士山、進行描繪，梵高、莫奈等印象派畫家也深受其影響。作為這些藝術源泉的富士山毋庸置疑具有世界遺產相應的價值。

自古以來多次噴發的富士山就作為有神靈居住的山峰被世人在遙遠之處所崇拜即『遙拜』的對象、深受敬仰。自火山噴發活動呈沉寂化態勢的10世紀以後，逐漸轉化為可以前來攀登崇拜的『登拜』之山。江戶時代中期（約300~200年前）“富士講”以關東為中心廣為盛行，很多人都前來富士山朝拜。

以旅遊為目的廣為盛行的登山始於鐵路、道路網發達的19世紀後期。如今世界各地的眾多登山者來訪，登山道開放的7月~9月高峰季節裡每年約有30萬人前來登山。

葛飾北齋的『富岳三十六景』中的作品之一。



File6: 富士山 Mount Fuji

登世界遺產、 富士登山報道。

去年8月23日至24日Hino Cares 採訪組也實際登上了富士山。在此介紹一下當時的情況。如果您有機會登富士山這些可作為參考的話我們將很高興。

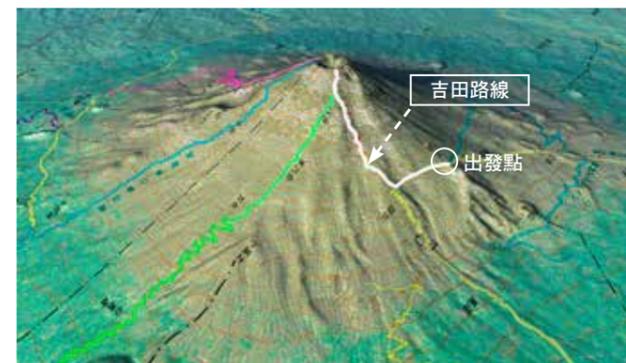


採訪組是利用從東京新宿站出發的富士登山巴士團隊游。此種巴士團隊游除提供至登山口的接送服務外，途中還在登山用具租賃店停車，即使忘記登山必需物品也沒關係。



各旅行社都提供各種各樣的巴士團隊游，費用合理、如果目標是首次就登上山頂的話，推薦首選利用巴士團隊游。採訪組此次利用的團隊游包括移動費用、山中小屋小睡的住宿費、餐費、洗浴設施費在內總計每人約20,000日圓。（因旅行社、日程安排不同費用會有所不同，請事先確認）。

富士山有4條登山路線，此次巴士團隊游我們選擇利用最受歡迎的“吉田路線”。“吉田路線”上有許多山中小屋、還有救護所，是初次登山者也可放心攀登的路線。其優點還有在路途中隨處都可看到日出（日之出），這是其深受歡迎的理由之一。



8:00 am: 乘巴士從新宿出

10:30 am: 到達吉田路線登山口

早上8點從東京新宿站出發的巴士算上中途休息時間用時約兩個半小時到達吉田路線的登山口、富士SUBARU線的終點（海拔高度2,305米）。此處除了有大型餐館之外還有郵局等，可看到眾多外國遊客把紀念明信片寄到各自祖國的情形。還有非常值得高興的是此處配備了投幣式寄存處、可寄存多餘的行李。旅行團一行遊客在此吃過午飯後與富士山登山專職導遊一起向這一天的目的地、海拔高度3,450米的山中小屋攀登。



12:30 pm: 登山開始

至海拔高度2,390米處為止都是緩坡，與周圍的人邊聊天邊登、心情有些像是遠足，但進入真正的登山道後那份悠閒的心情便漸漸消失了。一邊不時地用手抓住岩石一邊攀登用鐵鎖隔開的山路、艱難前行。在海拔高度2,720米附近有很多山中小屋，在此利用衛生間、休息。



6:30 pm: 到達山中小屋

18 點半到達目的地的山中小屋、從登山開始已過 6 個小時。當天就在此住一宿。

海拔高度 3,450 米處的山中小屋衛生間很潔淨、意想不到的舒適。晚飯發給了大家盒飯、為觀看轉天的日出早早入睡休息。

1:30 am: 攀登山頂

轉天凌晨 AM01:30 起床。吃過早飯、AM02:30 朝著山頂出發。一行遊客帶著頭頂燈攀爬著漆黑的山路。不經意間回頭看看後面的登山道，眾多登山者的頭頂燈形成了長長的光線河流。很可惜那天山頂的天氣不好，放棄了頂峰攀登。旅行團一行遊客在山頂前的山小屋裡等候看日出。

5:05 am: 日出

AM05:05 陽光從雲海的縫隙間射入。神聖的朝日之美麗壯觀霎時令人忘卻了攀登至此的疲勞。



6:00 am: 吃飯，開始下山

細細地品味了這美麗的感動之後開始下山。一行遊客利用了與登山道不同的下山專用路線，在海拔高度 3,400 米附近與導遊告別、自由下山。



10:30 am: 到 登山道下面

此時因腳疼等原因自己下山困難時，可騎出租的馬匹到登山道盡頭。我們在 AM10:30 下到登山道終點。此巴士團隊游包括泡溫泉項目，乘坐巴士到達石和溫泉，然後悠閒地解除疲勞、吃午飯。之後再坐巴士到東京新宿、PM03:00 點左右解散。

3:00 pm: 乘坐巴士回到新宿

這次親身實際體驗富士登山活動，雖是各個人的獨自感想，但還是將採訪組的所感作為本報告的總結、列舉如下。有機會登富士山時請參考。



體驗本次富士登山團體游

登日本第一山的成就感 / 感動很大。能體驗到凝視雲海的那種非同尋常不可思議的感覺。

- 山頂與山腳下的氣溫差可達近 30 度，功能性地、可套著穿的衣服必需。
- 每個山中小屋都可購買到飲料 / 小吃（價格雖稍貴），登山開始時應購買塑料瓶裝水 2 瓶（1L）。
- 利用衛生間等需要許多零錢，多備些零錢（2,000 日圓左右）。
- 幾乎所有的團隊游都包括用餐項目。如果有用餐限制等，請事先詢問團隊游主辦者。
- 山中天氣瞬息萬變，必須備好雨天用具 / 防寒用具。
- 要注意攀登的海拔高度越高、高山病的風險也隨之加大。住宿用的山中小屋提供吸氧服務（收費），如感覺不適、不要強忍儘管利用。
- 攀登雖很辛苦，但下山也不容輕視。

File7: 淺草的百年老店

The Long-Established Shops and Eateries of Asakusa

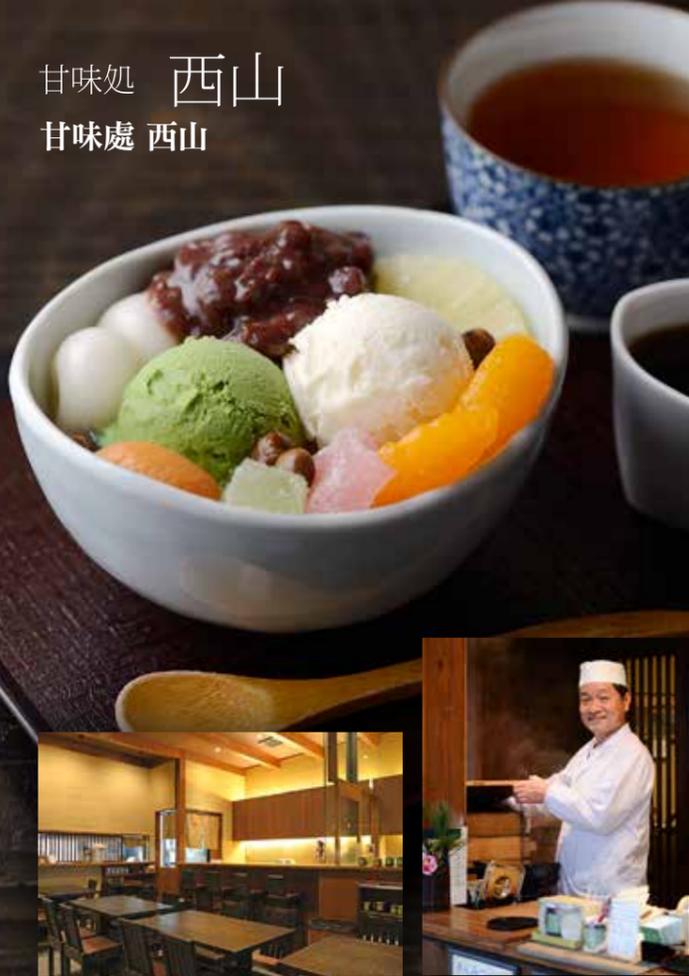
沿承傳統、隨著時代變遷仍然廣受世人喜愛一定有其內在的理由。為了博取世人喜愛、堅持傾注不懈的努力，可以說也正是當今時代所需要的一種精神。傳統藝術、傳統物品以及傳統口味，如果追溯歷史常常可以發現“傳統”中也存在“創新”。日野也同樣，作為商用車製造廠家為貫徹“顧客至上主義”這一創業以來的哲學理念也在不斷地進行著創新。重視傳統、不忘創新。本期的File7以當今依然堅守“傳統口味”為主題介紹位於老字號林立的東京觀光勝地之一“淺草”的幾家百年老店。

不僅只是來自日本各地的遊人、大多還是匯集著眾多外國遊客而熱鬧非凡的淺草，如果您有機會來日本也請到此一遊，並且不僅只到此處介紹的老字號，還請探訪其它的眾多名店。您肯定會遇到令人感動、讚嘆不已的創新傳統口味。



Komakata Dozeu

甘味処 西山
甘味處 西山



創業於 1852 年、今年將迎來建店 164 週年的甜點店。菜單主要是“西山紅豆蜜”、“白玉抹茶奶油小豆粥”、“淺草小町”等以紅豆餡為主的甜點小吃。沒有稜角、輕柔且甜味純正的西山經典豆餡，為使其美味經久流傳、一直沿用原始的製作方法。原材料“紅豆”自然是從僅有的幾個產地中精選的、但更令人驚訝的是經過手工作業一粒一粒篩選出來的。機械篩選的精度已經大幅度有所提高，一般認為不再像古代那樣進行手工“紅豆”篩選了，但第六代店主西山隆夫先生說“精益求精、我一心只想製作更好的美味食品，因此現在這種手工篩選作業必不可少”。篩選出來的“紅豆”通過幾個工序 8 個小時的煮制、冷卻、再煮制才製作成西山紅豆餡。正是這種不惜手工與時間精心製作出來的紅豆餡才是持續 164 年深受人們喜愛的真諦所在吧。“當然每個時代都會對前輩們的製作方法及品種進行改進。我也是邊切磋琢磨邊追求最佳的口味。但是為了不忘記自創業以來傳承的款待客人之心，我將堅守‘為顧客精心選料、精心待客的精神’。(第 6 代店主西山隆夫)”。



大黑家天麩羅本店 大黑家天婦羅總店

提起淺草的“大黑家”就是以“天井”著名的店家，創業於 1887 年。菜單中除以天婦羅蓋飯為代表的各種天婦羅以外還提供多種單份料理，其中最受歡迎的是“炸蝦天婦羅蓋飯”。一隻炸蝦做枕頭、三隻並枕排列共 4 隻炸蝦的蓋飯，第一次品嚐的顧客肯定會對看不到下面米飯的炸蝦天婦羅的量感到驚訝。在日本各地都可品嚐到的天婦羅蓋飯，一般都是將炸好的天婦羅放在米飯上、再澆上调料汁，但“大黑家”的最大特點是天婦羅蓋飯只使用香油將蝦炸成金黃色、整個放到微辣濃厚秘傳的調料汁中沾滿調料汁後放在米飯上。好吃又入味的天婦羅以其粘糯的口感似乎完全顛覆了天婦羅蓋飯的常識。不是澆上调料汁、而是把天婦羅整個醃沾進調料汁這一創意、具有“大黑家”特有的“創新”氣息。可惜此調料汁配方是企業秘密，吃一次還想再吃的食感及口味，絕對是“大黑家”傳承 4 代持續經營的最大理由之一。



創業於 1801 年。實際經營了 200 多年的“泥鰻火鍋”店。日語的“どぜう”就是指“泥鰻”。在此可享受到採用創業當初烹調法製作的傳統美味。

精選出的優質“泥鰻”澆上日本酒灌醉，用甜豆豉調製的醬汁煮制，接下來將其移入淺鍋中用澀味調料汁再熬煮、然後加上足量的大蔥一起食用。這樣可去除“泥鰻”特有的腥味，是開動腦筋想出的享受整條泥鰻美味的烹調法。

所選用的大醬是以與“泥鰻”匹配的“江戶甜豆豉醬”為基本調料，再混合了京都的辣味“本田豆豉醬”。再有醬油、味淋都是從特定產地和口味中精選的，佐料用的七香粉也是以中辣為基礎再經特別調製的。

這種烹調方法及其所使用的調味料可謂是不斷追求更美味的“泥鰻”吃法而獨具匠心的“創新”。另外像在河中游動時頭的朝向一致地排列在火鍋中，看起來也很美觀、引誘人的食慾。

在飄逸著創業以來江戶氣氛的火鍋店內品嚐“泥鰻火鍋”，那種感覺似乎是跨越時空又回到了 1800 年，這也是“駒形泥鰻”的魅力之一。



駒形どぜう 駒形泥鰻



淺草擁有眾多類似這種堅守創新傳統口味的老字號。在與淺草寺相連的仲見世大街兩邊也有幾家名店，例如人形燒的“木村屋”便是其中之一。

作為淺草歷史最悠久的人形燒老店、創業於 1872 年。由淺草名勝的五重塔 / 雷門 / 提燈 / 鴿子由來的四種形狀與傳統口味一起自創業以來一直未變，這也是木村屋一直堅持的。



人形燒 木村屋 人形燒 木村屋



煎餅 杵屋 煎餅 杵屋



如您來到仲見世大街請一定光臨“杵屋”。在該店可品嚐到傳統技術與現代精選原材料成功融合製作的油炸年糕 / 炭火燒煎餅 / 雷米花糖。油炸年糕是將坯料在加入了東北“宮黃金餅”紅花油的特等油中炸脆而成的。另外用備長炭烤制的炭火手燒煎餅是以魚沼等地出產的越光新米為坯料、經手工一片一片精心烤制而成。

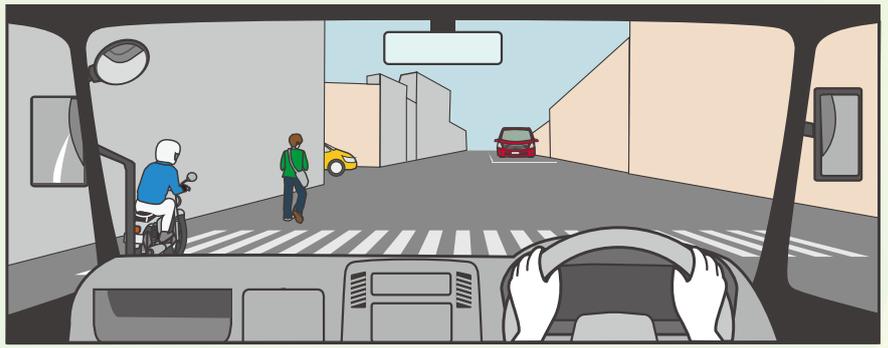
Safe Driving Techniques

避免危險駕駛的方法
駕駛中要時刻意識到
道路上潛藏各種危險。

本期內容為關於“有很長的人行道上的危險”。

假定你在單車道的道路上駕駛卡車。對面車不斷地行駛著。道路左邊有街沿的人行道上有摩托車與你的卡車同嚮往前行駛。在摩托車行進道路的前方有行人緩慢步行，左前方視線不佳的十字路口有輛汽車探出頭。那麼這種狀況下會有什麼潛在的危險呢？

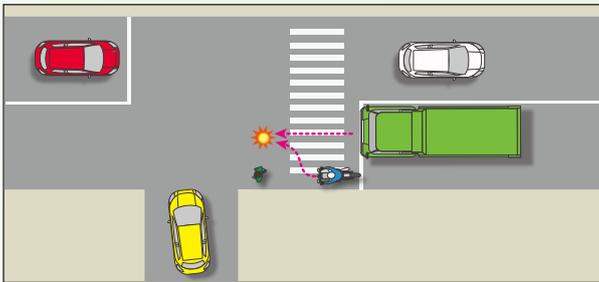
前方行人看到汽車從十字路口出來停下了腳步。行駛中的摩托車為避開行人想超過步行的人，此時有可能不確認後面車況、突然衝出街沿向車道靠近。



行駛中的車輛容易忽視自行車，甚至會出現無法迅速反應發生碰撞的危險。為避開突然靠向道路中央的摩托車而突然急轉方向盤時，方向調整過大如果超出中央分離線就有可能與對面駛來的車發生正面碰撞。

急打方向盤的動作可能失去平衡、造成失控。時刻注意以安全速度行駛，避免使用急打方向盤的動作或急剎車，減少事故發生隱患。在這種情況下，預測“摩托車可能突然向前”的危險、預先降低車速等就不會慌張處理。

插圖是以靠左行駛的國家為例的。



第二期 “我最喜歡的路” 攝影比賽，開賽決定！

獲得各地好評的攝影比賽，繼續靜候大家來應募。

主題仍是“**我最喜歡的路II**”。

請將喜歡那條道路的理由、你與日野的小故事與照片一起發送給我們。

應募時，請添付上名字、公司名、地址、電話號碼、郵件地址。

下一期的應募截止日期：2016年5月31日

請把數據文件發送到

marketing@hino.co.jp

所送圖像在2MB以上比較理想。
但請注意不要超過10MB。

如果郵寄，請寄到以下地址。

HINO Cares Photo Contest /
Marketing Group, Overseas Planning Div.,
Hino Motors, Ltd.

3-1-1, Hino-dai, Hino-shi, Tokyo 191-8660, Japan



**獲獎者會得到
微薄的獎品。**



Hino Motors, Ltd.
3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan



To read HINO Cares magazines online,
scan this QR code using your smartphone or access
http://www.hino-global.com/about_us/hino_magazines/