

HINO

العلامة التجارية العالمية لكافة العملاء

Cares



محتويات جديدة: تاريخ هينو

في هذا العدد، نبدأ سلسلة جديدة من المقالات حول تاريخ شركة هينو موتورز. وفي الجزء الأول، نستكشف صفات هينو الوراثة الكامنة وراء شعار هينو وما يرمز إليه.



سعي لا ينتهي لتطوير تقنيات أكثر أماناً

تاكاهيرو أووتاكاه

رئيس المهندسين / شعبة تخطيط الحافلات/المنتجات



أووتاكاه، رئيس المهندسين المسؤول عن تطوير الحافلات في شعبة تخطيط المنتجات. جدير بالذكر أن السيد أووتاكاه، الذي يعمل لدى شركة هينو منذ 35 عامًا، كرّس حياته المهنية لتصميم وتطوير الحافلات.

ويوضح السيد أووتاكاه أسباب الدعم الكبير الذي قبلت به حافلات S'elega.

”هناك عدد من الأسباب للإقبال على تلك الحافلة. أحد تلك الأسباب هو عدم وجود فرق في مستوى الأرضية الواقعة تحت المقاعد والممر الوسطي وهذا يسهل جلوس الركاب في مقاعدهم. السبب الثاني هو في اعتقادنا الحيز الفاخر المتاح للركاب والذي يتميز بأضواء LED جنباً إلى جنب مع شكل السقف المموج. يضاف إلى ذلك أنه تم توسيع حجيرة الأمتعة عن طريق اعتماد نظام تكييف هواء جديد بدون المحرك الفرعي الخاص بمكيف الهواء والذي كان موجوداً ضمن حجيرة الأمتعة في الموديلات السابقة، وهو ما يمكن أن يُعد سبباً آخر للإقبال على حافلة S'elega“.

أحد التحديات الرئيسية في تطوير الحافلات هو جعل المركبة مريحة إلى أقصى حد ممكن. وكان لسعي هينو الذي لا ينتهي لتعزيز الراحة في سلسلة حافلات S'elega أثره في كسب التأييد من العملاء المخلصين وهو ما يُفسّر الشعبية الراسخة لسلسلة S'elega. لكن السيد أووتاكاه يوضح أنه، وإن كانت الراحة إحدى السمات الرئيسية، فإن سلسلة S'elega بالطبع تضع الأمان في المقام الأول.

وهو يقول ”أنا أفهم الحافلة على أنها مركبة تحمل على متنها عددًا كبيرًا من الأرواح البشرية. ونحن نسعى لتطوير تقنيات لجعل السفر مأموناً بدرجة أكبر“.

تم تعزيز مزايا الأمان في سلسلة S'elega بانتظام من خلال التغييرات البسيطة التي أُجريت عليها. فعلى سبيل المثال، يوضح السيد أووتاكاه أن S'elega كانت أول مركبة للأغراض التجارية في اليابان تُجهّز بنظام أمان ما قبل التصادم (PCS) (1*). وهو نظام مصمّم لإصدار تنبيه مسموع واستخدام قوة كبح الفرامل عندما يرصد النظام أن وقوع تصادم هو أمر وشيك وذلك للتقليل من فداحة الضرر الناجم عن التصادم. واعتباراً من موديل عام 2012، أُضيف إلى نظام أمان ما قبل التصادم PCS نظام تحكّم بعد التصادم مصمّم للمساعدة على تقليل الضرر في حالة التصادم عن طريق استخدام قوة كبح الفرامل بشكل مستمر إلى أن تتوقف المركبة عن الحركة تماماً. وفي تحسين آخر أصبح موديل عام 2014 يأتي مجهّزاً بخصائص جديدة صُمّمت للمساهمة في تقادي التصادمات بمجمّلها.



أرضية منبسطة

وفي هذه التقنية، عندما يرصد النظام المجهّز في الحافلة وجود مركبة تسير أمام الحافلة بسرعة أدنى، وعندما يرصد احتمال وقوع تصادم وشيك، فهو مصمّم لإصدار تنبيه مسموع لتنبيه السائق ويقوم باستخدام قوة كبح الفرامل قليلاً. وإذا استمرت الحافلة في الاقتراب من المركبة التي أمامه فإن النظام مصمّم لاستخدام قوة كبح الفرامل في الحافلة تلقائياً بقوة أكبر. إضافة إلى ذلك، تم أيضاً في موديل عام 2014 اعتماد اثنتين من المزايا التي كنا قد خصّصناها لتعزيز الأمان بدرجة أكبر. إحداهما هي ”نظام مراقبة السائق“ المصمّم لمراقبة وجه وعيني السائق وتحذيره عند تراجع في الانتباه لحركة المرور أمام الحافلة. والأخرى هي ”نظام تحذير مغادرة حارة السير“ الذي يستخدم كاميرات لمراقبة موضع الحافلة بالنسبة لحارة السير وهو مصمّم لتشغيل منبه ومؤشر لتنبيه السائق عندما يرصد النظام أن الحافلة تتحرّك خارجة من حارة السير. يضاف إلى ذلك أن هذا النظام مصمّم بهدف عدم إشعار الركاب بالخوف وذلك من خلال استخدام نظام تحذير اتجاهات يسمعه السائق بسهولة ولكن لا يسمعه الركاب. وخصائص الأمان هذه، جنباً إلى جنب مع الخصائص التي تهدف لتحقيق راحة الركاب وكفاءة الأداء فيما يخص البيئة واستهلاك الوقود، هي مجرد أمثلة قليلة من بين العوامل الكثيرة التي تُبرز كيفية استمرار حافلات S'elega في التطور بهدف بلوغ مركز الصدارة في هذا القطاع. (1*) ”نظام أمان ما قبل التصادم (PCS) Pre-Crash Safety Systm“ هو علامة تجارية لشركة Toyota Motor Corporation.

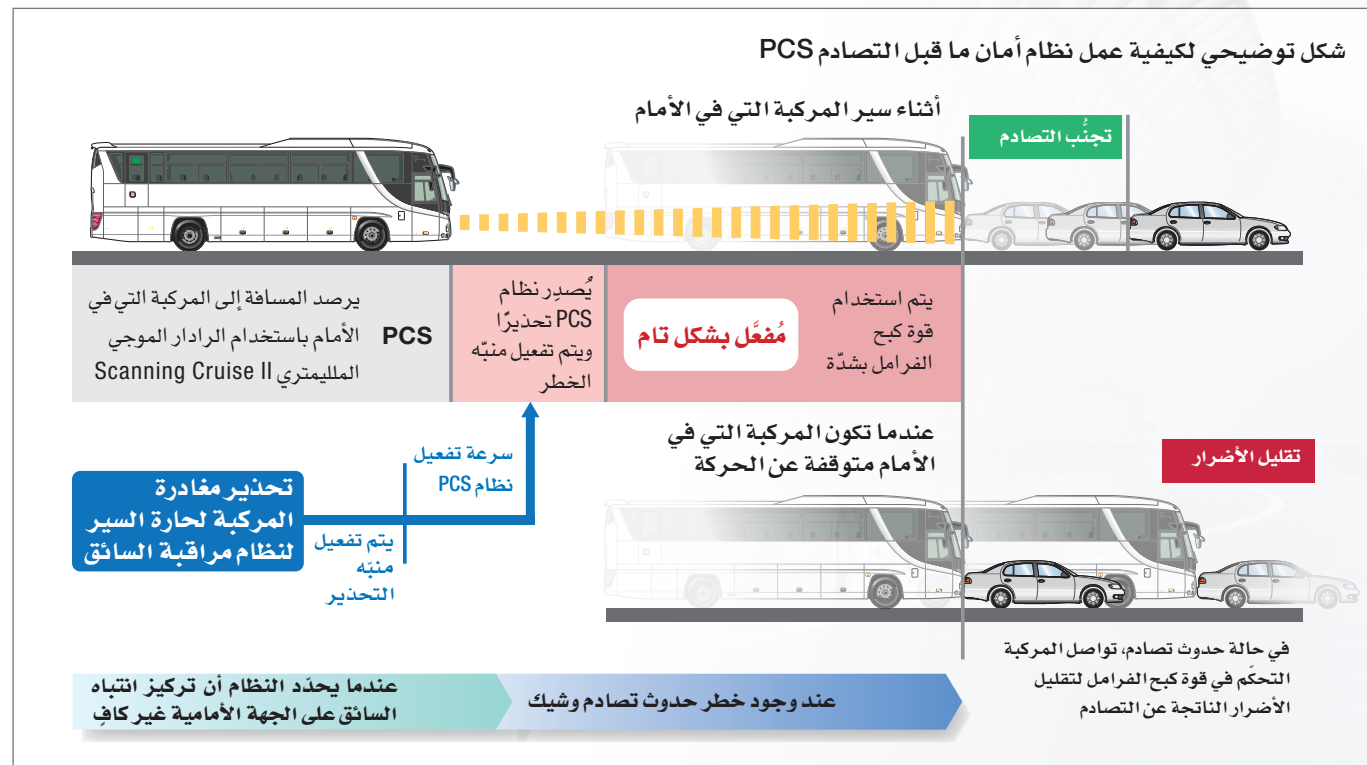
في ختام مقابلتنا، شدّد السيد أووتاكاه على أن المعايير القانونية اليابانية للأمان والأداء البيئي تزداد صرامة بشكل مستمر، لذا فإن أهدافنا لتطوير المركبات أصبحت ترتفع بشكل متزايد. ”نحن في هينو نهدف لتطوير مركبات تتميز بأداء يفوق متطلبات اللوائح القانونية الحالية. إننا نسعى جاهدين لتطوير المنتجات من خلال التنبؤ بالمعايير المستقبلية بهدف جعل منتجاتنا تفوق مستويات الأداء المطلوبة. إن الكثير من التقنيات المدمجة في حافلات S'elega تُعدّ من الأمثلة الجيدة على سياسات التطوير هذه.“



نظام مراقبة السائق



تحذير مغادرة حارة السير



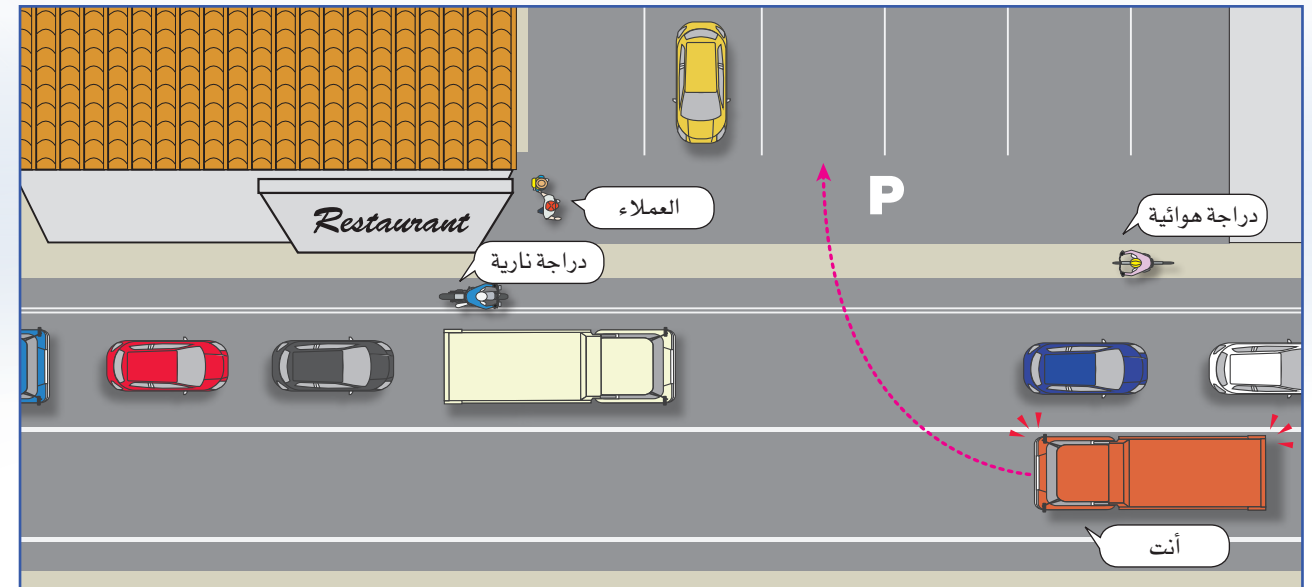
الأولوية القصوى هي للأمان: القيادة الآمنة

يتحمل السائق مسؤولية اجتماعية تتمثل في تجنب كل الحوادث والقيادة بأسلوب آمن في جميع الأوقات. ونحن في هينو ننشط في تثقيف عملائنا على امتداد العالم حول أهمية صيانة المركبة وكذلك احتياطات الأمان للقيادة اليومية. ويهدف الإسهام بدرجة أكبر في قدرة الجميع على القيادة بأسلوب آمن فإن هذه المجلة تقدم سلسلة من "أساليب القيادة الآمنة". ويتناول هذا العدد موضوع القيادة على الطرق المزدحمة، حيث نراقب الأخطار المحتملة من جوانب مختلفة ونقترح أساليب قيادة لتجنب تلك الأخطار.



القيادة على الطرق المزدحمة

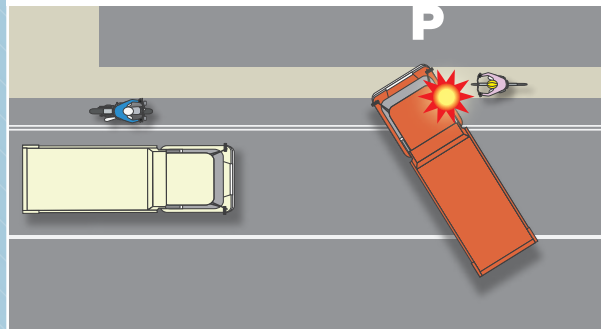
تقوم بقيادة شاحنة على طريق ذي حارة سير واحدة. الوقت هو وقت الغداء، وحارة السير المقابلة مزدحمة بالمركبات. وترغب في الدوران بشاحنتك إلى موقف السيارات الخاص بمطعم على الجانب الآخر من الطريق. ويسمح لك سائق في حارة السير المقابلة بالمرور أمامه. الآن، في هذا الوضع، ما هي أنواع الأخطار التي يمكنك أن تتوقعها؟



أمثلة للأخطار في هذا الوضع

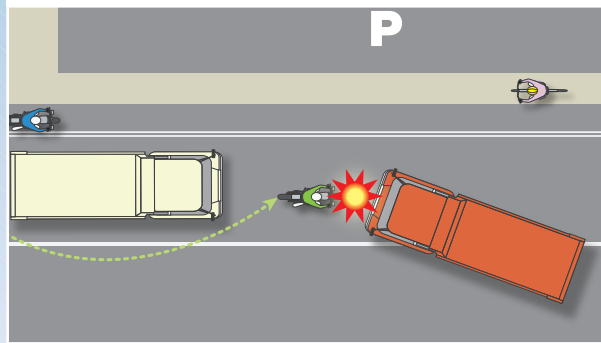
1

قد تندفع دراجة نارية أو دراجة هوائية من خلف المركبات العالقة في الازدحام المروري. وإذا لم تلاحظها في الوقت المناسب فقد تصطدم بشاحنتك.



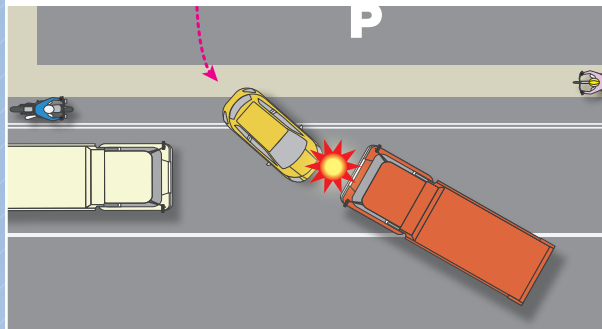
2

هناك خطر التصادم مع دراجة نارية تسير على جانب الطريق خلف المركبات التي تزدحم بها حارة السير المقابلة.



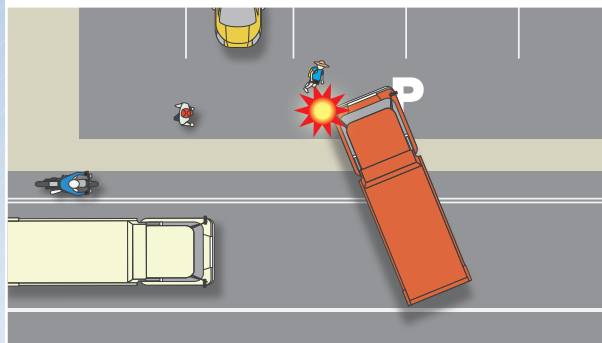
3

قد تخرج سيارة بشكل مفاجئ من موقف المطعم وتصطدم بشاحنتك أثناء دورانها للدخول في موقف السيارات.



4

يمكن للمطعم في وقت الغداء أن يكون مزدحمًا بعدد كبير من العملاء. وقد تكون هناك عائلة في موقف السيارات، وقد يبدأ أحد أطفال العائلة بالجري نحو الطريق دون أن ينتبه لشاحنتك.



لتجنب الأخطار

السيارات المزدحمة يجب أن تنتبه أيضاً للمشاة إضافة إلى المركبات.

في هذا العدد، تناولنا أخطار القيادة على طرق مزدحمة، لكن الحوادث يمكن تجنبها إذا كان السائق يجيد التنبؤ بالأخطار. ولكي تتجنب التعرض لحادث، يجب أن تأخذ في اعتبارك الأخطار المختلفة، وأن تنتبه إلى أقصى حد ممكن، وأن تقود مركبتك بأسلوب دفاعي مع عدم ترك أي مجال للندم على أمور كان يُنْهَضُ فيك أن تفعلها.

عندما تسمح لك سيارة في حارة السير المقابلة بالمرور أمامها، قد تخطر لك فكرة "أه، يجب أن أجتاز الطريق بسرعة"، الأمر الذي يجعلك تركز انتباهك حصرياً على السيارة التي في حارة السير المقابلة. كلما اجتزت بمركبتك الطريق أمام سيارة في خط سير متوقف، تأكد من التوقف قبل المرور أمام السيارة والتحقق من الوضع على جانبي مركبتك الأيمن والأيسر. وفي حالة وجود حارتي سير يتعين عليك اجتيازهما، يجب أن تتوقف عند كل حارة سير. وفي مواقف

تنويه: الشكل التوضيحي يبين مثلاً لدولة تتبع نظام القيادة على اليسار.

تاريخ هينو

الصفات الوراثية الكامنة وراء شعار هينو

منذ إنشاء هينو عام 1942، ساعدتها فلسفتها المتمثلة في وضع العميل في المقام الأول على إقامة علاقات مستدامة مع العملاء والفوز بقلوب المعجبين على امتداد العالم. وعلى الرغم من أن التزام هينو نحو عملائها ظل دون تغيير فإن الشعار الذي يزيّن مركبات هينو تغيّر مع مرور الزمن. نلقي هنا نظرة على ذلك التاريخ.

1965–1947



تم استخدام هذا الشعار على الموديلات الأولى من شاحنات هينو مثل T11 وسلسلة القلابات ZS سداسية الدفع (6x6) التي كانت معروفة باستخدامها في أعمال بناء السدود.

1960–1950



هذا هو الشعار الذي استُوجِيت منه الشعارات المَجَنّحة التي أعقبته. ذلك أن شاحنات TH10 وحافلات BH10 ذات المحرّك الأمامي التي استُخدِمَ لها هذا الشعار، كانت مصمّمة بمساحة محدودة لتركيب الشعار، الأمر الذي أدّى إلى استخدام تصميم قصير الأجنحة.

1960–1952



برزت الأجنحة بشكل أكبر في هذا الشعار الذي اتّخذ شكلاً منحنياً لكي يتوافق مع المتحنيات المحيطية للمركبات ذات المحرّك الأمامي مثل سلسلة الشاحنات TH وسلسلة الحافلات BH.

1963–1953



تم استخدام هذا الشعار للمركبات التي كانت تُجمّع وتُسوّق في اليابان من عام 1953 بموجب شراكة بين هينو ورينو.

1962–1954



تم استخدام هذا الشعار لسلسلة القلابات ZG التي طُوِّرت وكانت تُصنّع للاستخدام في أعمال الإنشاءات. ويرمز الشكل H الممتين إلى قوة القلابات الثقيلة ZG.

1989–1952



هذا الشعار مهم في ترسيخ الارتباط بين الشعار المَجَنّح وهينو. ويعد استخدامه في البداية للحافلات المحلية الكبيرة، امتدّ استخدامه للشاحنات والحافلات طوال 37 سنة وأصبح يرمز لاسم هينو.

1962–1960



تم استخدام هذا الشعار للموديل Commerce، وهي شاحنة صندوقية صغيرة للأغراض التجارية ظهرت عام 1960 بمحرّك أمامي ونظام دفع أمامي. وكان تصميم المركبة يتيح مساحة كافية لتركيب شعار يُبرز التصميم بأجنحة ممتدة أفقيًا.

1960–1968



تم ابتكار هذا الشعار للشاحنة متعدّدة الأغراض TE10 ذنة 6.5 طن ذات المقدّمة البارزة. ويأتي التصميم مزوّدًا باسم هينو مع طيف مرّبع فوقه شبيه بتصاميم شعارات سلسلة TH التي سبقت هذه الشاحنة ذات المقدّمة البارزة.

1964–1961



تم استخدام هذا الشعار للموديل Contessa 900، وهي سيارة ركاب طوّرتها هينو. ويتميّز هذا الشعار بكونه يشبه شبكة تهوية الراديو.

1964–1961



تم استخدام هذا الشعار للموديل Briska 900، وهي شاحنة بيك أب صغيرة، وجاء ابتكاره في الوقت الذي كانت هينو تحاول ترسيخ حضورها في سوق السيارات الخفيفة وسوق السيارات صغيرة الحجم، مثل الموديل Contessa.

1967–1963



تم استخدام هذا الشعار لأول شاحنة هينو متوسطة وسلسلة الحافلات BM المجهّزة بالكابينة فوق المحرّك. وما يميّز هذا الشعار عن تصاميم الشعارات الأخرى هو رفع موضع اسم هينو بحيث يكون أعلى قليلاً من الأجنحة.

1970-1969



تم استخدام هذا الشعار لمركبات من بينها TC300، وهي نسخة متطورة من الشاحنة TC10. وكان ذلك في وقت بُدِئت جهود كبيرة في إعداد التصاميم الخاصة بكباثن هينو وجاء هذا الشعار ليحسّد ذلك الاهتمام بالتفاصيل.

1994-1989



هذا شعار جديد تم ابتكاره للشاحنات متوسطة الحجم وكان آخر شعار استُخدِم لهذه الشاحنات، وهو مأخوذ من العلامة السابقة التي كانت تُستخدَم منذ عام 1971.

1994-1992



تم استخدام هذا الشعار للشاحنات الثقيلة التي ظهرت عام 1992 وكان آخر شعار مجنّح.

1967-1964

تم استخدام هذا الشعار لسيارة الصالون Contessa 1300 التي صمّمها جيوفاني ميكيلوتي. وقد تم التركيز فيه على توافق التصميم مع المنحنيات المحيطية الأنيقة لجسم السيارة.

1969-1964



تم استخدام هذا الشعار للموديل ZM100، أول شاحنة هينو بنظام دفع 4 x 6 ووزن يزيد عن 10 طن والشاحنة HF100 ذات المقطورة النصفية. الخطوط الأنيقة تضفي على التصميم حيوية تترك انطباعًا قويًا.

1971-1967



تم استخدام هذا الشعار للجيل الأول من الموديل HE300، المركبة التي أرست الأساس للطرازات المستقبلية من الشاحنات ذات المقطورة النصفية بدفع 2 x 4 وكابينة فوق المحرّك. وهو أقرب من التصاميم السابقة إلى الشكل الصندوقي لكنه في الوقت ذاته يعيد الشعارات المجنّحة السابقة.

1967-1964



تم استخدام هذا الشعار لسيارة Contessa 1300 coupe، التي حظيت بالتقدير وحصلت على العديد من الجوائز الدولية الخاصة بالسيارات. ويرمز اللون الذهبي للمبيعة الخاصة لسيارة Contessa coupe.

1967-1965



تم استخدام هذا الشعار لسيارة Briska 1300 التي ظهرت لأول مرّة عام 1965. ويتضمّن التصميم ثلاث نجوم مميّزة فوق اسم هينو وأربعة خطوط تحته.

من 1994 إلى الآن



تم اعتماد هذا الشعار عام 1994 عندما أعادت هينو تنظيم طابعها العام كشركة. ويرمز الحرف H إلى كلمة هينو. ويعبّر الشعار عن ديناميكية هينو وقدرتها على الإبداع والنمو وهي تمضي قُدُمًا وتخوض تحديات جديدة. وهو يصوّر أيضًا شمسًا مشرقة في الأفق. وتمثل المنحنيات المتجهة للداخل نحو بعضها البعض الانسجام بين تقنيات هينو المتقدّمة والبيئة، وطموحات الشركة بتحقيق تطوّر مستقبلي راسخ. أما الفتوءات الأفقية فهي بمثابة أسهم تشير في اتجاهين يُجسّدان رغبة الشركة المستمرة منذ زمن طويل بصفتها صانعة للشاحنات والحافلات في ضمان أن تنعم المركبات بالأمان في رحلاتها من وإلى الوجهات التي تقصدها.

حول الشعارات الظاهرة على الغلاف:

- 1 1966 / شعار استُخدِمَ للحافلة BH15
- 2 1962 / شعار استُخدِمَ للطراز Contessa 900 Sprint
هذا الشعار غير المعتاد يتضمّن كلمة هينو مكتوبة برموز الكتابة اليابانية كاتاكانا
- 3 1967 / شعار استُخدِمَ للطراز Contessa 1300 coupe
- 4 1961 / استُخدِمَ للطراز Hino Hustler، وهي شاحنة ذات ثلاث عجلات
- 5 1953 / شعار استُخدِمَ للطراز Hino Renault 4CV
- 6 1961 / شعار استُخدِمَ للطراز Contessa 900



الملف 8: مقصّات الأظافر

爪切り



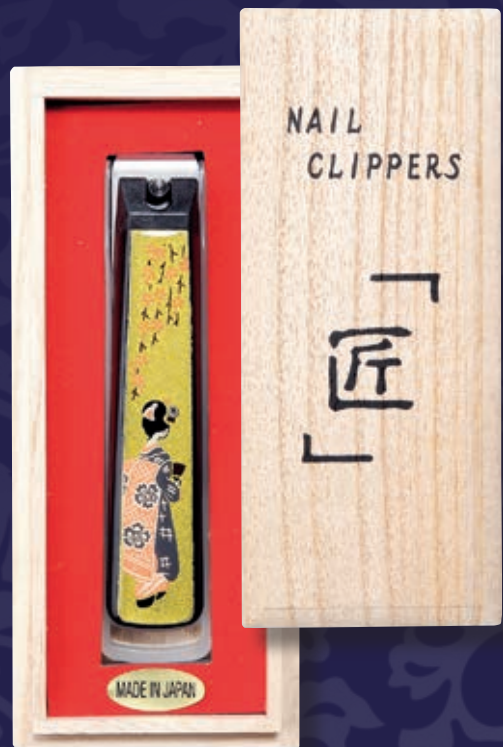
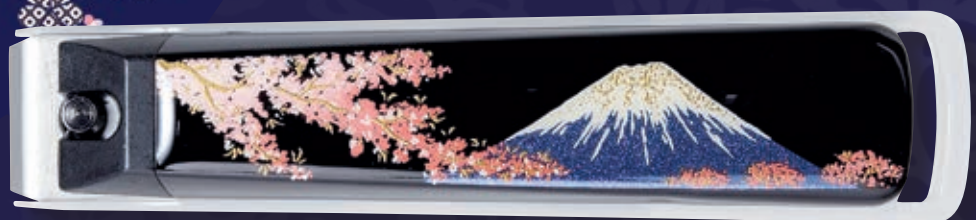
مقصّات أظافر كيرشو "طراز ورقة الشجر" مع غلاف جلدي السماكة 3.5 مم فقط

تزرور اليابان في كل عام أعداد متزايدة من السياح الأجانب، الأمر الذي يكشف معلومة صغيرة تثير الاهتمام بدرجة عظيمة. فهناك مُنتَج معيّن يظهر دائمًا في تصنيفات مثل أكثر 10 هدايا تذكارية يابانية يختارها الزوار الأجانب أو المنتجات اليابانية التي أدهشت أو أسعدت الناس خارج اليابان أو المنتجات التي يجب أن تشتريها أثناء رحلتك إلى اليابان. هل يمكنكم أن تحمّنوا ما هي؟ الإجابة هي "مقصّات الأظافر". وبالطبع فإن مقصّات الأظافر ليست شيئًا جديدًا في معظم الدول بل هي منتجات مألوفة تُستخدم باستمرار. فلماذا إذا تُعدّ مقصّات الأظافر اليابانية شيئًا مبتكرًا بالنسبة لبقية العالم وتحظى بشعبية كبيرة كهدية تذكارية؟ كما ورد في بعض التعليقات المأخوذة من مصادر المعلومات المذكورة أعلاه فإن: "السبب الأول هو أن (مقصّات الأظافر) المصنوعة في اليابان تقص بشكل أفضل". وفي تعليق آخر: "لقد كانت مجرّد مقصّات أظافر عادية، لكن زوجي الأمريكي دُهِشَ لحدّتها في القصّ، وهو لا يستعمل الآن إلا (مقصّات الأظافر) المصنوعة في اليابان". وفي تعليق ثالث: "مقصّات الأظافر اليابانية فائقة الجودة. والأظافر المقصّوعة لا تتطاير في كل مكان لأنها تُجمّع داخل المقصّ. وكل ما عليك أن تفعله هو أن تطرحها كلها خارج المقصّ عند الانتهاء". إن الكثير من مقصّات الأظافر غير اليابانية من طراز القِراضة لذا فإن الأظافر المقصّوعة تتطاير في كل مكان، أما مقصّات الأظافر المصنوعة في اليابان فلها غطاء يلتقط الأظافر، وهو ما يعتبره الكثير من الأشخاص غير اليابانيين ميزة عملية". ويبدو أن السبب الرئيسي يكمن في حدّة المقصّ والخصائص التي تمنع تطاير الأظافر المقصّوعة. إن مقصّات الأظافر المزوّدة بوعاء لالتقاط الأظافر المقصّوعة نادرة نسبيًا في العالم، وإن مقصّات الأظافر المثبت عليها عدسة مكبرة والتي أصبحت تلقى إقبالًا في الآونة الأخيرة ربما تكون تجسيدًا للاهتمام الياباني المعتاد، وتمثل حفاوة الضيافة والخدمة اليابانيتين "أوموتيناشي".

يوجد الكثير من صناعات مقصّات الأظافر المرموقين في اليابان، وشركة Kai Corporation واحدة من تلك الشركات ولها تاريخ يمتد إلى ما قبل قرن من الزمان. وهي الآن شركة عالمية تصنع وتبيع كل شيء، من منتجات الاستخدام اليومي مثل منتجات المطبخ والعناية بالجمال إلى المنتجات الطبية والشفرات الصناعية، لكنها ما زالت منذ تأسيسها تحافظ على نفس الإحساس بالغرض في توظيف المهارات الحِرَفِيّة غير العادية لتطوير منتجات متأصلة في أعماق الحياة اليومية. وهناك أنواع كثيرة من مقصّات الأظافر التي تحمل الاسم التجاري لشركة Kai مثل مقصّ الأظافر "طراز ورقة الشجر" الأقل سماكة في العالم والذي تبلغ سماكته 3.5 مم والنوع المزوّد بعدسة مكبرة المذكور آنفًا. وكلها أنواع تلقى قبولًا واسع النطاق لحدّتها وسهولة استخدامها.



وعلى وجه الخصوص فإن مقصّات الأظافر طراز ماكيبه، التي تتميز بأسلوب للطلاء بدهان اللك الياباني التقليدي على مقصّات أظافر Kai عالية الجودة، أصبحت تحظى بشعبية لا تكاد تُصدّق بين السياح الأجانب في السنوات الأخيرة. وماكيبه هو أسلوب زخرفة كان يُستخدم أصلًا في المنتجات المطلية باللك. وفي هذه الحرفة التقليدية التي تنفرد بها اليابان، يتم رسم تصاميم على سطح مُنتَج ما باستخدام طلاء اللك أو شيء مماثل، ثم يُرَش عليها مسحوق مصنوع من الذهب أو الفضة أو القصدير أو مواد ملوّنة أخرى ويُعدّ لتكوين صور. ويبتكر الحِرَفِيّون كل من الأشياء يدويًا، وعندما ترى بنفسك أحد مقصّات الأظافر المزبّنة بطريقة ماكيبه هذه فمن المؤكد أن توافق على أنه "مُنتَج يجب الحصول عليه".



مقصّات أظافر سيكيماغوروكو مع عدسة مكبرة العدسة المكبرة تسهّل رؤية مقصّ الأظافر.

مقصّات الأظافر التي نتناولها هنا ليست إلا جزءًا من مقصّات الأظافر التي يمكن شراؤها في اليابان. وإذا أتاحت لك الفرصة يومًا ما لزيارة اليابان، فلماذا لا تلقي نظرة على التشكيلة المتنوّعة من مقصّات الأظافر التي يمكنك أن تعود بها كتذكّار لرحلتك؟

المصدر: "ما هي المنتجات اليابانية التي تُدهش أو تُسعد غير اليابانيين؟" (3) Life. daily topics: Hatsugen Komachi: YOMIURI ONLINE المصدر: "أكثر 10 هدايا تذكارية يابانية يختارها الزوار الأجانب" 12 شيئًا ينبغي أن تعرفها قبل شراء الهدايا المصدر: منتجات يابانية يوصي بها السياح الصينيون على الفور على أنه "يجب شراؤها" عند زيارة اليابان (livedoor NEWS)

دعنا نعرف رأيك عن طريق تعبئة استبيان HINO Cares.

نشكرك على تخصيص جزء من وقتك لقراءة HINO Cares. إن فريق التحرير ملتزم بتزويد القراء بمعلومات أفضل وأكثر نفعاً باستمرار. ولتحقيق هذه الغاية، نود أن نسمع ما تريد أن تقوله لنا.

صورة لعينة من
مقصات الأظافر



سيتم اختيار عشرة من الأشخاص
الذين أرسلوا إجاباتهم بطريقة
السحب العشوائي لتسليم كل منهم
مقص أظافر من صنع شركة
Kai Corporation التي تم
الحديث عنها في هذا العدد.

يُرجى نسخ هذه الصفحة وكتابة إجاباتك عليها. ثم يمكنك استخدام أسلوب المسح الضوئي (scan) أو التصوير الفوتوغرافي لتصوير إجاباتك وإرسالها إلينا بالإيميل أو بالفاكس باستخدام معلومات الاتصال المبينة أدناه.

■ عنوان الإيميل:

marketing@hino.co.jp

■ رقم الفاكس: +81-42-586-4172

* يُرجى ملاحظة أنه لا يمكن للفائزين اختيار البنود.

اسم شركتك	
اسمك ولقبك	
عنوانك	

■ يُرجى المشاركة برأيك في المقالات الواردة في العدد 29 من Hino Cares ■ يُرجى وضع علامة ☒ واحدة لكل مقال.

المقال	رأيك	جيد جداً أو مشوّق جداً	جيد أو مشوّق	لا جيد ولا سيّء	سيّء أو غير مشوّق
تقنية هينو					
أساليب القيادة الآمنة					
تاريخ هينو					
اليابان الرائعة (مقصّات الأظافر)					

■ بخصوص الإجابات المرسلة عن طريق الإيميل، يُرجى التحقق من أن الصورة الفوتوغرافية أو الإجابات المصوّرة بالمسح الضوئي مقروءة بوضوح قبل إرسالها.

يُرجى ملاحظة أن آخر موعد لتقديم الإجابات هو 30 نوفمبر 2016.



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/

Global Site: <http://www.hino-global.com>

©Hino Motors, Ltd. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced,
copied or transmitted in any form or by any means.

طبع في اليابان