

不斷挑戰，成為更有價值的品牌

下義生

Hino代表取締役社長

Hino在2017年迎來了創立75週年。一路走來，Hino進軍國際的佈點國家及地區已經成長到87個地方。而在日本國內，大中型卡車的市占率則自1973年至今連續44年堅守第一名的寶座。在75週年這個關鍵時期，接任Hino代表取締役社長的義生表示「因為有許多前輩的熱情與努力，以及各位相關人士的付出，才造就了現在的Hino，我們所能做的，當然就是滿懷驕傲與自信地承接Hino這個品牌，並且將其打造得更有價值，再交棒給下一個世代。」下社長於1981年進入日野汽車之後，擔任技術人員負責巴士設計、是NAPS開發專案的主要負責人。爾後，歷任美國日野營業的副社長、海外企劃部長、北美事業部長等，2011年擔任執行董事、2012年常務董事、2015年成為專務董事。就任社長的前一年期間，於豐田汽車任職聯盟等合作戰略的常務董事，是Hino於2001年成為豐田集團的子公司之後，首位Hino出身的社長。

『Trucks and buses that do more (功能更全面的卡車與巴士)』下社長展望25年後的100週年紀念，提出了這個新的標語。這個標語究竟蘊含了什麼樣的想法在其中呢？「巴士和卡車都是支撐社會與安穩生活所不可或缺的存在。首先Hino自身必須再重新體認這點，然後才能擴展到全球。巴士和卡車都是生產物資，我們應該讓這個有益且有效的『道具』，盡可能實現100%的使用率。因此我們致力於製造安全低故障的車款、用輕量化技術提升乘載量、用節能技術省油耗以提升效率、通過預防性維修與故障時的迅速應對來最大化運作時間。不僅如此，日野團隊還要站在顧客觀點來思考要如何成就『Trucks and buses that do more (功能更全面的卡車與巴士)』，並發展出更多的可能性。」

下社長表示：首先我們必須做的就是將現有的Hino全方位支援服務升級成『Total Support customized for each vehicle (最完善客製化的全方位支援服務)』。「截止至2017年，全球有約160萬台Hino產品在運行，每一台都會因為使用環境及使用方法不同而狀態有所差異，這就表示，每一台車都應該有其最適的全方位支援服務。也就是說，160萬台車就必須提供160萬種全方位支援服務，這才是所謂最完美的全方位支援服務。極致追求將顧客的每一台卡車及巴士維持在最佳狀態，藉此為顧客的事業做出更好的貢獻。因此可以更穩固地支撐人力與物品的移動，達到更廣泛的社會貢獻。所以我們不只要製造品質優良的產品、最大化運作時間的全方位支援服務，還要積極地挑戰透過網路連結顧客與社會。」





新的標語

“Trucks and buses that do more”



至今以車輛為核心的領域

新領域

「在深化全方位支援服務的時候，我們必須謹記的就是要能適應各個國家與地域。在我們長年實施的製造『在地化車款』之上，還要審慎思考因應國家或地域而異的顧客想法及每台車輛的使用方式等，加倍推動『在地化全方位支援服務』。為了實現這個目標，推動人才培育與團隊養成就更加地重要。」品牌力的根源最重要的就是「人才」，下社長接著訴說他對Hino今後人才培育的想法。「要如何才能建立起與顧客的關係，這件事不只是商用汽車製造商的課題，各種企業都在想盡辦法以各種方式來解決。所以不能夠自以為Hino做的就是最好的，而是要謙虛地從其他地方學習，積極吸取各種有益於顧客事物的態度非常重要。因此，我們不會侷限在原有的框架之中，而是要培育出有創新的想法、以及具備能夠快速因應時代變化的人才。做為一個企業，我們希望建立起一個不單純只肯定成功，而是著重持續挑戰的機制。」

下社長所揭曉的方針之中反覆提及的「挑戰」態度，是做為一個持續提供顧客與社會所追求的價值之品牌所不可欠缺的要素。「今後社會將因為網路連結而逐漸進化，在產生新的便利性的同時，新的課題也隨之產生。要勇敢挑戰這個課題並且回應顧客所真正追求的事物，我想這並不僅限於製造產品，我們該做的事情也許會跟一直以來的想法有所不同。但是Hino一直都非常關注且重視顧客，希望成為顧客真正的商業夥伴，支援顧客的車輛及商務以達到為社會做出貢獻。」下社長的言談，讓我們感受到Hino為了貫徹「顧客優先」的品牌，完全不懼於變化與挑戰的堅定態度。

Hino確切洞悉未來必須前行的道路



Calinog Bus Line (CBL) /

Mr. Quirino Celeste Jr., Chairman of the board
Ms. Maria Rose Celeste, President



「我們完全臣服於Hino的優異性能」

Calinog Bus Line(CBL)是運行於班乃島伊洛伊洛市與卡利諾格之間的公共客運公司，「我的父母創業於1968年，從一台客運起家，經營至今所擁有的巴士數量包含日野的車款共有32台，我則是在1978年繼承了公司。」Mr.Celeste表示，「我在1984年與他結婚之後，一起致力經營這家公司。」公司董事長Ms. Celeste接著補充。

「巴士每次隔15分鐘發車，1台巴士每天來回共4趟，駕駛距離1天平均超過300公里，加上會在一部分沒有鋪柏油的道路上行駛，因此要如何維護巴士的性能就是影響事業收益的關鍵。」Ms. Celeste訴說著要順利維持每天長途駕駛的重要性。

「我們與Hino的關係要從1979年首次購買日野KM巴士說起，在那之後我們又於1996年購買3台FC巴士，因為油耗效率好且故障率低，我們對於產品的信賴也大幅提升，完全拜倒在Hino的品牌之下。此後我們自2012年起陸續增加日野的車款，現在已擁有26台Hino的巴士。」Mr.Celeste回想，巴士是公眾交通工具，要能夠準時並將乘客安全送達目的地，在這方面，「日野的巴士可以安定達到每隔15分鐘的定時發車。」Ms. Celeste笑著告訴我們。

「另外，日野的車款只需要最小限度的維修，零件也能夠輕鬆調度得到，所以使用Hino的巴士更能夠提升我們的收益，如此一來我們就能購買更多日野的巴士。最終，可以幫助到更多的人、讓更多孩子可以去上學唸書，這是我們的夢想，也讓我們深深覺得這是一個值得努力經營的事業。」二人做了完美的結論。

Hino Owners' Voice Republic of the Philippines



Inland Corporation /

Ms. Maria Teresa R. Antonio, President

「Hino讓我們感到無比的歡欣。」

Inland Corporation是由Ms. Antonio的父親於1976年創立的報關業公司。一開始是由數台中古的Hino卡車起家。Ms. Antonio自學生時代就幫忙打理公司，從事所有與物流相關的業務。Inland Corporation現在已經是一家以運輸業、倉儲業、冷藏倉儲業為主要業務的全方位物流公司，於馬尼拉、宿霧及拉古納擁有分公司，持續擴大事業至菲律賓全國。

Ms. Antonio表示「運輸業的競爭逐漸變得激烈，追求運輸品質之上還要具有信賴度，所以我們在尋找故障率低且維修容易的新車時，又再度遇見了Hino。Hino具備我們追求的所有特質：日本製的信賴度與卓越的性能，並做為可靠的夥伴和我們共同成長、共同思考可以提供給顧客的運輸方式 (mode of transportation)。」

目前我們公司擁有30台Hino汽車，並且計劃逐漸增加車輛的種類。未來也將定期購買Hino車款包括冷凍及冷藏車輛、適合電子商務的小型卡車等。「我們預計在3年內將車輛全部換成Hino汽車，在商務的過程之中，我最重視的就是保持平穩的心態。日野的卡車可以每天駕駛150公里而不故障，又低油耗。Hino汽車的性能讓我們感到非常地開心。」

公司也為所在地湯都地區附近的貧民窟孩童創建了學校，「週六我們會供餐給500~600名孩童，並且提供部分孩子飲食、醫療、教育等全面的支援。未來我們希望擴建學校，讓孩童們都能夠上到大學。」Ms. Antonio也熱情地訴說了她對當地的社會貢獻。

Omnico Consortium, Inc. /

Mr. Joseph L. Chua, President

「自創業以來的20年間，我一直都對Hino非常滿意。」



Omnico Consortium, Inc.是於1997年創業的混凝土製造商，曾經連續2年獨家提供高速公路Metro Manila Skyway混凝土，爾後也供給馬尼拉尼諾伊·艾奎諾國際機場第2及第3航廈建築用混凝土，以及開發馬尼拉都會區與近郊的摩天大樓使用的混凝土。

「創業時我們所擁有的70台卡車之中，有15台是從台灣買來的Hino中古車。在那之後，我們持續以每年2~3台的頻率向台灣購買Hino中古車，直到今年才首次一口氣導入60台Hino的新款FS攪拌車。」Mr. Chua表示。

「混凝土的配送大約是單趟25公里平均來回4次。所以需要值得信賴且低油耗、持久性高的車輛。2000年的淨水場建設計畫，因為建設地點相當偏遠且道路崎嶇，其他公司的車輛都在途中損壞而無法抵達，但是我們公司的日野車款因為持久性高，引擎也非常夠力，所以可以持續供給混凝土直到這個計畫完成。」

接著Mr. Chua向我們訴說對於Hino汽車的想法：「我們公司擁有160台日野汽車，占約全體車輛數的80%。Hino汽車具備優異的持久性，引擎強而有力，信賴度非常高。所以我們今後打算固定使用Hino一家品牌，車輛也會逐漸更換成100%都是Hino汽車。我們認為在技術面問題的應對、補給零件的保管與管理上來說，都限定在同一個品牌是比較有效益的。因此在審慎考量之後才選擇統一成日野品牌。自創業以來這20年之間，我們持續使用Hino車款並且感到相當地滿意。而持續導入日野的新款車輛也可以讓公司將心力更集中在開拓新客戶、新事業，以及提供高品質的產品上。」





日野提供我們最符合事業需求的規格與優異的汽車性能

左：Mr. Carlos Arturo Betancourth 右：日野汽車的駕駛

I.R.C.C. El Corral / Mr. Carlos Arturo Betancourth, Logistics Manager



El Corral在哥倫比亞國內以420家分店的漢堡店為首，加上餐廳、啤酒酒店等，擁有廣達11種餐飲事業，而且必須每天配送新鮮的食材到各個分店，Mr. Betancourth表示：「光是波哥大市內我們一天就可以賣出約1萬2百個漢堡。」

El Corral在大約一年前開始導入日野的小型車，Mr. Betancourth說：「我們導入日野的契機，在於它採用了後輪單胎，提升了載重量，從產品規格來看最符合我們的事業需求，實際使用日野汽車之後，還發現了更多日野汽車的魅力，譬如某條配送路線與其他廠牌的汽車相比，大約節省了三成油耗，加上乘坐舒適與駕駛流暢，日野的駕駛們都異口同聲地表示『今後還想駕駛日野汽車。』，另外，服務方面也無從挑剔，總結來說，我們對日野相當地滿意。」

關於El Corral今後的事業展望，Mr. Betancourth笑著告訴我們：「我們希望在2020年至2022年之間，包含拓展海外分店等，將事業規模擴大至現在的2倍，當然也希望能夠採用更多的日野汽車。」



我們希望使用日野汽車為顧客配送更多公司的產品

手拿「CHOCORAMO」的 Mr. Benavides

Productos Ramo /

Productos Ramo創業超過65年，是哥倫比亞最大的零食品牌，製造麵包、餅乾和蛋糕等商品，公司的產品當中，外層包裹巧克力的零食「CHOCORAMO」是熱銷40年以上的代表性商品，Mr. Benavides說：「我們租用550台小型卡車，將公司產品直接配送到全國約280,000間店鋪。」



Mr. Pablo Andrés Benavides, Logistics Director

Mr. Pablo Andrés Benavides, Logistics Director

一開始我們使用的是其他廠牌的汽車，直到3年前，我們才首次試用了日野汽車。使用日野汽車之後，我們馬上就發現，日野的舒適度與車輛性能，比我們至今所用的廠牌都還要優秀，我發現日野是非常完美的品牌，至今也非常地確信，因此我們希望今後能夠持續增加日野汽車的數量。」關於今後的事業，Mr. Benavides表示：「今年我們的新工廠開幕，生產力跟著提升，將會販賣新的產品。」看來今後日野汽車將會有更多活躍的機會。



日野為我們達到了「車輛停機時間最小化」

Mr. Rodrigo Pinzón (中) 與各位駕駛

Transportes Alianza / Mr. Rodrigo Pinzón, General Manager



Alianza於1958年以35台巴士展開事業，現在擁有約160台長途公共巴士，最長的駕駛距離是從Montería到Bucaramanga，單趟約700公里，日野汽車就是被活用在這段長途駕駛上，Mr. Pinzón告訴我們箇中原因。

「2003年我們比較了日本、歐洲與巴西產的巴士性能，其結果，行走性能最優異的就是日野，另外就載運乘客的巴士來說，乘坐的舒適度也非常重要，日野在這點也獲得相當高的評價。」Mr. Pinzón對日野讚不絕口的原因不只單有車輛的性能，「維修服務上日野也是第一名，車輛需要維修的時候，日野比其他廠牌更能在短期間內完成維修，為我們做到了『停機時間最小化』。」

採訪的最後，我們詢問了Mr. Pinzón未來的夢想，「我們公司是家族企業，所以希望我的兒子能夠繼承下個世代的責任，另外也希望擴大事業，在其他國家拓展我們的巴士服務。」

Hino大型低地板巴士 底盤之出口，以台灣為 首向海外拓展。

聽到「低地板巴士」就能夠浮現其樣貌的人應該不少。顧名思義，「低地板巴士」就是車體內部的地板設計為超低地板構造，消除上下車時的高低落差以方便年長者或身心障礙者搭乘的的路線巴士。我們（日野）為了因應高齡化及舒緩交通阻塞等社會環境之變化，今後也很期待能夠在世界各國推廣這類巴士。

Hino自2015年起便開始向台灣輸出大型超低地板HS巴士底盤。「台灣政府為推動無障礙空間，鼓勵積極引進低地板巴士。在這當中，擁有油耗效率、耐久性等品質優良且具有零件供給優勢的Hino獲得眾多迴響要求供應低地板巴士。為了回應顧客的需求與期待，我們於2013年決定開發適合台灣

的超低地板巴士HS系底盤。其後歷經2年左右的開發期間，才終於成功進入銷售的階段。」BUS/PRODUCT PLANNING DIV.巴士出口負責人的風間徹表示。

出口台灣的超低地板巴士HS底盤，是基於柔軟對應使用地域不同「規格需求」的Hino「在地化車款」理念所開發。「我們致力追求Hino巴士產品具備的信賴性、耐久性、維護整修性、低油耗，再加上馬力與駕駛性能、操作性、煞車安全性與搭乘的舒適度。引擎是使用在台灣也有優異實績的RK/RN巴士所搭載的J08E-VD引擎為基礎，變更空氣過濾器及中冷器的配置，改良成低地板巴士專用。其他比較大的特色就是後軸採用了中凹式後軸。另將煞車倍



風間徹
產品開發部 主管



力器等附屬機器配置在底盤前後方，這樣就不需要在低地板設置階梯，保留一大片直至最後方座位的平坦區域。」這款Hino的HS底盤由台灣當地的各家車體廠商裝設巴士車體後，做為路線巴士運行。

「託大家的福，Hino的超低地板巴士HS底盤廣獲好評。獲得的訂單遠超越我們原本預定的年度生產台數，令我們倍感驚喜。」以台灣為首，Hino低地板巴士的全球拓展已經預計會在數個國家銷售。也許在不久的將來，您的國家也將會出現Hino低地板巴士所帶來的「友善的巴士移動環境」。



※上圖為新店客運的HS巴士內裝。

接下來我們為各位介紹，前頁技術專欄所報導的日野HS巴士的顧客的回響。

臺北客運於1954年成立，隸屬首都客運集團，為台灣規模最大之公共運輸客運業者，行駛路線涵蓋大台北地區89條市區公車及公路客運路線與4條國道客運路線，車隊總數958輛。臺北客運以不斷致力於提升服務品質為職志，在2012年取得ISO9001認證，並自2007年起創下連續20次獲得台北市聯營公車營運服務指標評鑑優等的紀錄，經營成果獲得各界肯定。

對於車輛的選擇，臺北客運已累積採購超過3000輛日野公車，日野車輛的高品質和省油性能，是選擇使用日野公車的主要原因。在2009年時，政府為推廣無障礙乘車環境，藉由補助政策，大力鼓勵業者汰換為低地板公車，可惜當時日野並無低地板公車商品，只能選擇其他來自中國或韓國的低地板公車。直到2016年日野汽車選擇台灣作為HS公車在海外第一個導入的國家，基於過去對日野車輛的品質與服務的良好使用經驗，決定採購日野HS低地板公車，目前陸續已上路82輛，下半年計畫再增購61輛HS低地板公車，全面擴大低地板公車服務路線。

臺北客運股份有限公司 / 李博文董事長



日野HS公車底盤精心設計，使車內無階梯空間達到最大化，提供乘客更便利、舒適的乘車空間。在動力性能方面，HS公車是台灣市場上唯一免用尿素的低地板公車，對營運成本控制有非常大的幫助。

日野汽車的產品品質穩定，且致力於滿足顧客的需求，加上經銷商所提供的優質服務，作為臺北客運的最佳後盾，充分展現了夥伴關係的精神，成為顧客信賴的基石。期待雙方能繼續深化合作，一同營造更友善的乘車環境，提供社會大眾最佳的運輸服務，共創雙贏局面。



新店客運股份有限公司 / 張俊雄董事長 周德威經理

「我們非常自豪 選擇了日野汽車」

日本的企業經營、尤其是汽車製造業在嚴謹的品質管理上相當尊崇，相信就是因為這樣的企業態度，公司長久以來所使用的巴士才能夠充分發揮其耐久性與信賴性，當然好的汽車也要搭配好的駕駛，我們公司的駕駛人員招募交由專門的獨立委員會負責，確保駕駛們與公司理念一致，因此招募過程中特別競爭，相較於業界普遍人力不足，我們一個職缺就可以吸引50位應徵者；技術優良的駕駛搭配品質優異的日野汽車，只需要以最精簡的人力來進行最小幅度的日常保養，不僅降低了營運成本，同時也維持非常高的車輛妥善率。」



Mr. Chun-Hsiung Chang



Mr. Te-Wei Chou

新店客運於1980年導入日野汽車用以提供台北的大眾交通服務，「我們公司目前營運大台北地區的12條路線共304台巴士，其中37台為日野HS低地板公車，今年之內預計會再追加62台。」

我們公司的巴士全部都是日野汽車生產的。」張董事長驕傲地表示，並且接著說明選擇Hino的理由。

「20多年前，我們公司有感於日野汽車的高品質，因而決定將全部的公車都統一採用日野汽車品牌，我對於

「當政府在2009年推廣導入低地板公車做為社會福利政策的一環時，我深信日野汽車一定會盡快提供我們低地板公車，到了2016年，世界首發的產量型HS巴士加入了我們公司的車隊，日野HS巴士讓乘客在上、下車時比以前更加方便，加上車內的無階梯空間比其他廠牌更寬敞，讓我們善盡了『提供年長者與身心障礙者無障礙環境』的社會責任，而對於駕駛來說，HS巴士因搭載自排變速箱，提升了車輛在行駛時的穩定性，另外引擎的靜肅性及流暢的動力輸出也讓駕駛們感到滿意。」張董事長對日野HS巴士給予高度的評價。

最後張董事長再次回顧新店客運和日野的關係，「我們與和泰汽車及其經銷商已經建立了相當穩固的信賴關係，要能建立起這樣的信賴關係，日野汽車不在我們購車時給予非常多元的協助，交車後也持續提供我們高效率與高品質的服務，所以我很有自信地說，當初選擇日野汽車是最正確的決定，今後我們也會持續使用日野巴士。」



回顧日野汽車一路邁向75週年的重要歷程

1942年5月1日設立之日野汽車股份有限公司，於2017年迎來創立75週年紀念。我們將從這一路走來總是盡全力滿足顧客與時代需求的75年歷程中，挑選出幾個值得回顧的主題介紹給大家。日野汽車今後也將努力不懈地提供社會所追求的價值，敬請各位持續期待日野汽車今後更優異的表現。

The History of Hino



設立日野重工業股份有限公司



推出大型拖掛車



推出發動機罩卡車TH10



與雷諾汽車技術合作

日野汽車銷售股份有限公司
Hino Motor Sales Ltd.及
日野汽車工業股份有限公司
Hino Motors, Ltd.誕生



Briska與Contessa
車款誕生



與現在的豐田汽車進行業務合作

1940年代

1950年代

1960年代



登上日本國內中大型卡車銷
售台數冠軍



推出世界首創4軸低地板卡車
KS300



推出ZY·KY

進入印尼、馬來西亞、
巴基斯坦等亞洲國家市場



發表世界首創的柴油油電
混合巴士



首次參加巴黎達卡拉力賽，
全程完賽



獨家囊括巴黎達卡拉力賽
卡車部門綜合排名第1名至第3名



於日本國內推出DUTRO車款
(HINO 300 系列)

日野汽車工業股份有限公司與日野
汽車銷售股份有限公司合併，改名
日野汽車股份有限公司

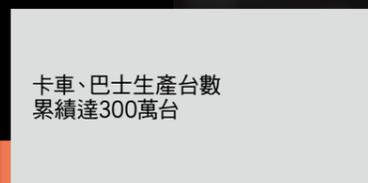
1970年代

1980年代

1990年代



海外銷售車輛台數首度超越
日本國內之銷售車輛台數



卡車、巴士生產台數
累積達300萬台



新增採礦車事業



推出北美市場專用車NAPS



油電混和卡車·巴士
銷售台數累積超過10,000台



8連霸達卡拉力賽10L以下部門·
連續完賽26場



更新日本國內大中型卡車車款

2000年代

2010 ~

敬請協助 HINO Cares問卷調查

為使本刊內容更加充實完善，請務必讓我們傾聽您的感想，我們將從回函的問卷中抽出10名幸運讀者，贈送日野貨車的迷你模型車或帽子等相關回函好禮。



回函好禮範例

回函好禮可能與圖片有所差異，回函好禮將由編輯部全權選定。

回函方法請參考以下程序。

- 本期的各種內容之中，請於您喜歡的主題前面註記☑符號。

Article	您的看法	很好或很有趣	好或有趣	普通	無聊乏味
Hino's Vision					
Owner's Voice (菲律賓)					
Owner's Voice (哥倫比亞)					
Hino's Technology					
Owner's Voice (台灣)					
The History of Hino					

- 請掃描或拍攝本頁(或表格部分)內容，以電子郵件傳送至marketing@hino.co.jp。
※傳送電子郵件之前請先確認檔案是否可以順利讀取。

- 敬請於傳送電子郵件時，確實記載下列內容，以利後續執行。

①姓名 ②性別 ③公司名稱 ④職稱 ⑤國家名稱 ⑥公司住址 ⑦公司電話號碼
⑧與日野汽車之關係(請自下列選項選擇:a)客戶 b)經銷商 c)代理商 d)其他)

- 歡迎告訴我們本期之中您認為最好的主題並註明原因，非常感謝您的配合。

回函截止日期為2018年1月5日。



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.

Printed in Japan in 2017