

# HINO

## Заботится о Вас

Выпуск 003

Зима 2008 года / Япония

### Сделано руками — сделано с душой

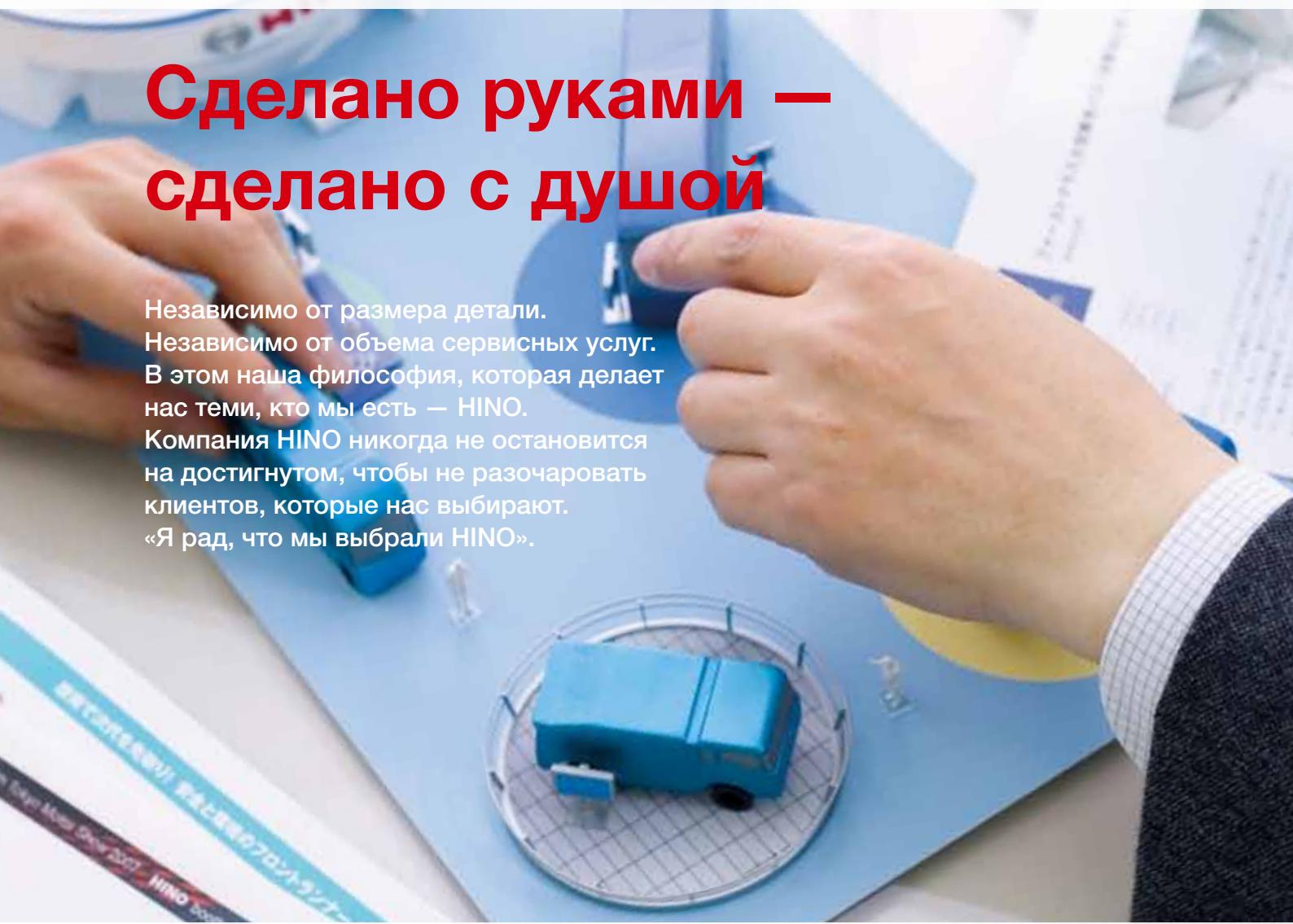
Независимо от размера детали.

Независимо от объема сервисных услуг.

В этом наша философия, которая делает нас теми, кто мы есть — HINO.

Компания HINO никогда не останавливается на достигнутом, чтобы не разочаровать клиентов, которые нас выбирают.

«Я рад, что мы выбрали HINO».



  
**HINO**

PRESS INFORMATION  
No. 01-020  
September 19, 2007



## «Я сильнее заинтересовался тем, как можно выстроить мероприятие, чтобы представить все, что связано с HINO в наилучшем свете».

Общеизвестно, что репутация бренда или торговой марки основывается на том, что происходит в любой момент общения с нашими клиентами. Это относится и к бренду HINO. Не подлежит сомнению, что любое взаимодействие или контакт с нашими клиентами, начиная с тех, что касаются самой продукции (грузовых автомобилей и автобусов, используемых нашими клиентами), заканчивая рекламой, которую мы публикуем для продвижения такой продукции, и взаимодействием в наших торговых представительствах, постпродажным обслуживанием, предлагаемым в таких торговых представительствах, тем, как мы общаемся с клиентами и как мы реагируем на входящие звонки, представляют собой важные возможности по обеспечению доверия к бренду HINO. Это также относится к специальным мероприятиям. В ноябре этого года в Makuhari Messe прошла 40-я ежегодная Токийская автомобильная выставка. Токийская автомобильная выставка, неизменно привлекающая большое внимание международной общественности, является вторым по величине событием такого рода в Японии и собирает вместе производителей автомобилей, чтобы они могли представить свою продукцию и преимущества своего бренда. Сигэми Омори, Руководитель подразделения связей с общественностью, внешних отношений и общего планирования в компании HINO, выступил в роли исполнительного продюсера стенда HINO на этой крупной выставке. Это он изображен на обложке этого выпуска журнала «HINO Заботится о Вас» держащим миниатюрную модель демонстрационного стенда HINO.

«В отличие от пассажирских автомобилей, которые люди выбирают по личным предпочтениям, грузовые автомобили представляют собой инструменты, которые наши клиенты используют в своих деловых операциях. Поэтому в последние годы перед нами всталась задача максимально эффективного использования этой автомобильной выставки, которая в первую очередь нацелена на СМИ, и направлена на более эффективное продвижение концепции бренда HINO, — говорит Омори, дизайнер, который, перед тем как получить направление в подразделение связей с общественностью и внешних отношений около 10 лет назад, проработал в сфере дизайна продукции интерьеров на протяжении 20 лет. — В то время я посещал автомобильную выставку в качестве дизайнера. Но в какой-то момент я сильнее заинтересовался тем, как можно выстроить мероприятие, чтобы представить все, что связано с HINO в самом лучшем свете». Не будет преувеличением сказать, что эта его идея, которая стала одной

из причин, по которой Омори перешел в подразделение связей с общественностью, оказала огромное влияние на подход в компании HINO к автомобильной выставке. «В прошлом компания выделяла для участия в автомобильной выставке лишь небольшое количество своих сотрудников. Поэтому на собрании руководства корпорации я выдвинул предложение, чтобы вся компания привлекалась к использованию этой возможности, которая позволит нам более обстоятельно представить суть бренда HINO общественности». С тех пор автомобильная выставка стала для бренда HINO основным инструментом взаимодействия с общественностью. Мероприятия планируются за два года, создана управляющая организация. Другими словами, мы создали систему, благодаря которой вся компания может принимать участие в этом мероприятии.

Обязанности подразделения связей с общественностью и внешних отношений сфокусированы на общении с прессой и инвесторами, а также на внешних взаимодействиях. Но работа HINO в сфере связей с общественностью на этом не останавливается. Важным аспектом их работы является обеспечение доверия к бренду HINO за счет связей с общественностью, включая такие мероприятия как автомобильная выставка. «По мере расширения наших планов на международном уровне мы отмечаем, что мы не можем продвигать концепцию бренда HINO лишь за счет концентрации внимания на новаторских аспектах деятельности компании. В разных странах и культурах людей беспокоят различные вещи. Чтобы обеспечить правильное понимание общественностью сути и концепции бренда HINO, важно обеспечивать потребности каждого рынка и всех компаний, оперирующих на таких рынках. Таким образом, я считаю, что для нас крайне важно сохранять достаточную гибкость, чтобы удовлетворять столь разнообразные потребности». Омори говорит, что для этого нам следует принять корпоративную культуру, согласно которой наша компания сможет объединять усилия всех сотрудников, реагируя на самые различные ситуации, вместо того, чтобы просто информировать мир о бренде HINO. Бывший дизайнер убежден, что атмосфера и природа отношений в его компании могут выстраиваться в соответствии с определенным «дизайном». Такое отношение напоминает нам о том, что связи с общественностью — это не только общение за пределами компании, но и общение внутри компании в том числе.

**HINO — компания, созданная руками людей.**

# Заботливые руки HINO

**Обеспечение доверия к торговой марке HINO – это задача, стоящая перед всем персоналом компании.**

Сигеми Омори, Заместитель генерального директора отдел корпоративных коммуникаций, подразделение корпоративного планирования





## «Мы хотели бы поделиться с нашими клиентами чувством доверия и уверить их в том, что мы всегда останемся на их стороне».

С точки зрения наших клиентов продукция HINO (а именно грузовые автомобили) — это приносящие доход активы. Если они перестают функционировать по причине неисправностей или иных проблем, они не могут приносить доход. По существу, грузовые автомобили предназначены для эксплуатации в тяжелых условиях и должны выдерживать небрежное обращение. Но даже с грузовиками HINO, несмотря на их легендарную выносливость, могут случаться проблемы. Поэтому основным направлением деятельности программы постпродажного обслуживания HINO является максимальное поддержание работоспособности грузовых автомобилей наших клиентов при минимальных сроках обслуживания. Если провести аналогию с медицинским учреждением, отдел обслуживания, отвечающий за техническое обслуживание — это «доктор», а отдел запчастей — «аптека». И у нас в Японии существует специальное подразделение — подразделение запчастей и обслуживания за рубежом — которое в первую очередь отвечает за обучение как можно большего количества «докторов» и разработку системы, в которой «лекарства» всегда доступны и предстаивают мгновенно. Мы провели интервью с тремя сотрудниками подразделения, которые нацелены на создание хорошо организованной международной системы постпродажного обслуживания.

**Катано:** «В наши дни HINO экспортирует свою продукцию в 47 стран мира. Наша продукция хорошо принимается на всех рынках, на которые мы ее экспортим, и по нашему мнению наши показатели отдела продаж, а также число новых агентов и экспортных рынков будут только увеличиваться. Именно поэтому одной из наших основных задач сейчас является усиление наших программ обслуживания, чтобы мы могли полноценно реагировать на растущее число эксплуатируемых грузовых автомобилей и моделей HINO. Центры продажи запчастей HINO расположены в Оме (Япония) и в Бельгии, и эти два центра обеспечивают поставки запчастей в 47 разных стран. Мы также постоянно работаем над усовершенствованием нашей системы поставок, чтобы сократить время поставок и повысить интенсивность обслуживания».

**Йосида:** «Еще одной важной задачей, стоящей перед нашим подразделением, является обучение специалистов высокого уровня, способных предоставлять превосходные услуги. Мы проводим обучающие тренинги для инструкторов торговых представителей

в Японии, а также в таких странах как Панама, Дубай, для соседних стран. Например, ежегодно мы приглашаем в Японию от 100 до 120 человек из 3–40 стран для проведения обучающих занятий в небольших группах из 7 человек. Инструкторы, которые получают новые навыки в ходе таких занятий, затем возвращаются в свои страны и обучают своих механиков. В этом году мы инициировали систему обучения, которая в некоторых регионах получила название «модульное обучение». Это несколько программ, записанных на компакт-диск, в которых рассматриваются 84 направления технического обслуживания HINO. Это позволяет осуществлять самостоятельное обучение тем механикам в дилерских центрах, которые не могут принимать участие в занятиях. Благодаря этому компакт-диску, обучающиеся могут проверять свои знания, чтобы самостоятельно оценивать свой прогресс. После прохождения механиком всех тестов по 84 направлениям, он обычно готов справляться со всеми механическими проблемами, которые могут случиться с грузовыми автомобилями HINO».

**Кувабара:** «Верная своему девизу: «Для наших клиентов во всем мире», компания HINO должна оставаться примером стремления стать лидером по качеству обслуживания клиентов вне зависимости от страны. Наша работа в области постпродажного обслуживания критически важна для обеспечения качества обслуживания клиентов и привлечения их в нашу компанию в следующий раз. Сфера постпродажного обслуживания очень обширна и включает в себя стабильную поставку запчастей, обеспечение улучшенных навыков предоставляемого обслуживания для улучшения профилактического техобслуживания, проверку цен на запчасти, организацию семинаров на темы безопасности и семинаров по вождению, а также обучение, способствующее адаптации торговых представителей под концепцию HINO. Наша цель состоит в повышении уровней качества и информировании клиентов о том, что мы всегда будем на их стороне. Вместе с торговыми представителями и дилерскими центрами компаний, наши клиенты также являются частью семьи HINO. Думаю, можно смело сказать, что наша задача в подразделении постпродажного обслуживания состоит в создании взаимовыгодных отношений между всеми членами семьи».

**HINO — постоянное совершенствование уровня обслуживания.**

# Сервисное обслуживание HINO

**Наши клиенты также являются бесценной частью семьи HINO.**

Масару Кувабара, Генеральный директор, подразделение запчастей и обслуживания за рубежом

Мамору Катано, Менеджер, группа планирования и администрации подразделения стратегии и планирования, подразделение запчастей и обслуживания за рубежом

Тадаси Йосида, Менеджер, группа обучения подразделения стратегии и планирования, подразделение запчастей и обслуживания за рубежом





## «...одним из наиболее обнадеживающих факторов является то, что у HINO есть программа круглосуточного обслуживания».

Это было еще то зрелище — десятки грузовых автомобилей HINO, окрашенных в фирменные цвета компании Seino, выстроились перед огромным распределительным центром компании. Автомобили были загружены и разъехались один за другим по своим маршрутам после обеда. Компания Seino Transportation, известная своей службой доставки Kangaroo, была учреждена в округе Машита, Гифу в 1930 году. Нам удалось посетить распределительный центр компании в Гифу Сити, чтобы провести это интервью для рубрики «Мнение клиентов HINO». Это один из основных распределительных центров компании Seino в центральной Японии. В ходе нашего визита водители и другие сотрудники компании учтиво и радушно приняли нашу команду интервьюеров. Атмосфера искренности и уважения, которой нас окружили эти люди, похоже, обусловлена культурой, установленной в компании, и возможно была одним из факторов, который способствовал росту компании Seino Transportation и превращению ее в одну из крупнейших транспортных компаний Японии.

«В настоящее время мы в компании Seino владеем 11 000 грузовых автомобилей, 8 000 из которых были произведены компанией HINO», — поясняет г-н Сатаке, Заместитель руководителя операционной деятельностью в Seino Transportation. Сотрудничество компаний Seino и HINO началось еще в 1948 году. За прошедшие почти полвека с момента продажи первого грузовика, HINO поставила группе компаний Seino в общей сложности более 40 тыс. грузовых автомобилей (данные на 2006 год). Мы спросили г-на Сатаке, почему компания Seino все эти годы приобретала так много грузовых автомобилей HINO. «Они имеют большую грузоподъемность и обеспечивают хорошие показатели топливной эффективности. Мы также высоко оцениваем их новаторские технологические разработки. Еще одной причиной является то, что они почти не ломаются. За прошлые 10 лет нам удалось сократить наши издержки на закупку запчастей». А что насчет постпродажного обслуживания? «В Seino работают 200 собственных специалистов по обслуживанию по всему миру и несколько десятков таких специалистов принимают участие в ежегодных семинарах для механиков компании HINO. Сотрудники, прошедшие обучение в ходе

семинаров и получившие новые навыки, затем сами обучаются других механиков в самых разных уголках страны».

Нам также удалось услышать несколько рассказов о доверительных отношениях между двумя компаниями, которые поддерживаются уже более полувека. «Мы часто закупаем самую последнюю модель HINO в больших количествах, сразу после ее запуска в серийное производство. Поэтому с точки зрения контроля мы можем постоянно обеспечивать обратную связь с компанией HINO, чтобы комментарии от наших водителей и механиков, которые в целом представляют собой огромный массив данных, учитывались при создании новой продукции». И действительно, многие предложения со стороны Seino были учтены в новых грузовых автомобилях HINO. Например, возьмем наши крупнотоннажные грузовые автомобили с укороченной кабиной (модель для японского рынка). Эти модели были созданы по запросу со стороны компании Seino и предусматривали отказ от кровати для расширения погрузочной емкости в ответ на отмену требования иметь двух водителей на продолжительных маршрутах. В то время когда кабины с кроватью были нормой для больших грузовых автомобилей, компания HINO первой в мире разработала укороченные кабины без кровати для крупнотоннажных грузовиков. Еще одной характеристикой, которая осталась бы нереализованной без участия Seino, является уникальный для рынка грузовых автомобилей Японии механизм сдвоенной передней оси.

В заключение мы спросили их: «Давайте представим, что вы торговый представитель HINO. Что бы вы рассказали своим клиентам?» На это г-н Яно из операционного отдела ответил: «Я сам когда-то водил грузовики, и я знаю по собственному опыту, что автомобили HINO обеспечивают очень уверенную езду. Для этого много причин — они удобны в управлении и обеспечивают хорошие уровни производительности и безопасности, но одним из наиболее обнадеживающих факторов является то, что у HINO есть программа круглосуточного обслуживания».

**HINO — есть причины выбрать.**

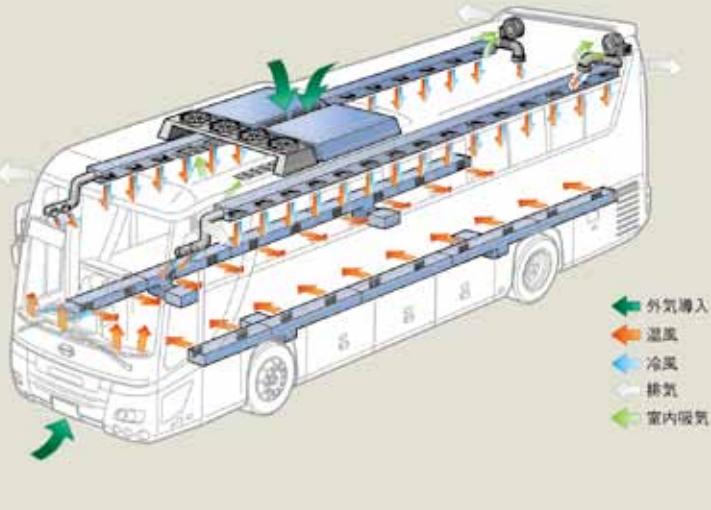
# Мнение клиентов HINO

**В целом, мы приобрели более 40 тыс. грузовых автомобилей HINO. Но наши отношения с HINO отражаются не только в этой большой цифре.**

Масатака Сатаке, Заместитель руководителя операционной деятельностью,  
Seino Transportation Co., Ltd.

Сигеру Яно, операционный отдел





## «Комфортная езда, обеспечиваемая такой системой, смогла появиться на свет благодаря "принципу баланса", которому следует компания HINO».

Несмотря на многообразие требований, предъявляемых к грузовому транспорту: от экономичности до эффективности езды, надежности и экологической безопасности, мы никогда не должны обеспечивать их в ущерб комфорту тех, кто водит и использует эти автомобили. Мы понимаем, что «комфорт» также является важным аспектом грузового автомобиля. Именно поэтому снижение усталости и повышение комфорта водителей грузовых автомобилей, которые часто водят по несколько часов в день, в конечном итоге оказывается на общей безопасности работы. Поэтому HINO создает свои автомобили с максимальным вниманием к деталям, чтобы обеспечить безопасность водителей. «Комфорт» — это общее понятие, которое включает широкий спектр элементов, включая комфорт во время езды (вибрации и шум), комфорт кабины, эргономику, простоту входа-выхода, работу климат-контроля и среди прочего работоспособность. «Комфорт» в понимании компании HINO — это совокупность всех этих элементов, сбалансированная на самых высоких уровнях. Этую идею следует рассматривать с разных точек зрения, с акцентом на всех аспектах автомобиля, с которыми сталкиваются водители в ходе рабочего дня. Именно по этой причине компания HINO продолжает развитие и адаптацию множества различных технологий, созданных на основании данных, полученных за прошедшие годы.

Давайте рассмотрим, например, комфорт при вождении. В компании HINO мы разделяем подвеску на три отдельных элемента и адаптируем каждый из этих элементов под максимально комфортное вождение. Первый элемент — это сидение водителя. Мы встраиваем в сидения наших автомобилей амортизаторы, чтобы снизить усталость водителя в дальних поездках. Благодаря этой характеристике сидение прекрасно удерживает водителя и помогает ему расслабиться. Также для повышения комфорта мы удлинили ход подвески кабины. Третий элемент — это подвеска шасси. Мы предлагаем оптимальные настройки подвески для каждой местности, дорожных и рабочих условий. Для того чтобы обеспечить эффективную совместную работу всех трех элементов подвески, мы переделали рулевую систему, улучшив устойчивость прямолинейного

движения. Эксперименты, проведенные компанией HINO, демонстрируют, что такие технологии помогают снизить напряжение и усталость водителей наших автомобилей. Все это лишь часть технологий, которые компания HINO использует для улучшения комфорта и снижения усталости водителей. Мы постоянно внедряем новые технологии с целью повышения комфорта водителей для обеспечения самых высоких уровней безопасности.

Нам следует распространить эту идею и на автобусы, обеспечив соответствующий комфорт пассажиров. Автобусы HINO оснащаются электронными системами подвески на всех четырех колесах на основе широкой подвески, которая обеспечивает комфортную езду и славится своей четкой управляемостью. Комфортная езда, обеспечиваемая такой системой, смогла появиться на свет благодаря «принципу баланса», которому следует компания HINO. Можно сказать, что эта технология предоставляет покупателям возможность воспользоваться плодами мастерства компании. Кроме того, автобусы HINO оснащаются специальными системами кондиционирования воздуха, которые обеспечивают комфорт в поездке. Например, наши автобусы оснащаются полностью автоматическими системами кондиционирования воздуха, которые постоянно наполняют кабину свежим воздухом, практически не производя при этом шума. Это еще одна из технологий, рожденных благодаря стремлению HINO создавать максимально комфортные условия для пассажиров, которые ездят на наших автобусах.

Как мы уже упоминали выше, существует множество аспектов, которые необходимо учитывать при создании «комфорта». Но нам не следует забывать об одном. А именно о мнении пользователей HINO. Пока мы придерживаемся этого правила, попытки создать самый комфортабельный автомобиль HINO будут продолжаться.

**Все технологии — для создания лучшего HINO для Вас.**

# Технологии HINO

**Создание продукции HINO с учетом мнения ее пользователей. Любое решение всегда можно улучшить.**





Соревнования по навыкам техобслуживания в центре обучения компании HINO Motors



Вторая ежегодная награда за достижения от журнала «Focus on Truck and Logistics» в Южной Африке



Мероприятие «HINO Rocks» в Вествуде (Канада)

## Проведены соревнования по навыкам техобслуживания с целью дополнительного улучшения обслуживания клиентов

3-го ноября работники отделов техобслуживания компании HINO собрались вместе для участия в соревнованиях по навыкам техобслуживания в центре обучения компании HINO Motors. Эти соревнования проводятся ежегодно и стали престижным событием для работников отделов техобслуживания. На самом деле попасть в число участников очень нелегко, так как только 10 лучших компаний, победивших в региональных отборочных соревнованиях, допускаются к участию. После того как каждая из компаний продемонстрировала свои умения в области техобслуживания под приветственные крики зрителей, компания Tokyo HINO была избрана победителем соревнований в этом году. В этом году, впервые в истории проведения соревнований, в качестве специальных участников в категории автомобилей приняли участие работники из Тайваня и Канады, которые победили на региональных отборочных соревнованиях. Эти соревнования подтвердили, что мы все разделяем аналогичное стремление совершенствовать свои навыки с целью повышения качества обслуживания клиентов.

## TSAM в Южной Африке получает похвалы за повышение качества обслуживания клиентов.

TSAM — это подразделение по сбыту грузовых автомобилей в Южной Африке, и мы реализуем модели HINO 700-й и 500-й серий, а также модель Toyota Dyna. Отдел продаж HINO установил рекорд объемов продаж — 2012 единиц продукции в октябре 2007, продемонстрировав стабильный рост объемов продаж с 1917 единиц в 2006-м. В этом году мы завоевали нашу вторую ежегодную награду за достижения от журнала «Focus on Truck and Logistics» в Южной Африке. Это очень престижная награда, которая вручается одному из 30 производителей грузовых автомобилей в зависимости от рейтингов, составляемых примерно 600 транспортными компаниями в Южной Африке. К тому же, модель HINO 500-й серии получила награду за лучший продукт. Модель HINO 500-й серии была хорошо воспринята на рынке и сохраняет высокие позиции с точки зрения акций. TSAM также получили высокие оценки в отчете о качестве обслуживания клиентов «Scott Byers Comparative Customer Satisfaction» и продолжают обеспечивать высокую производительность на рынке Южной Африки, который известен

высочайшим уровнем конкуренции. Мы рассматриваем это как свидетельство не только превосходного качества нашей продукции, но и наших усилий в отношении обслуживания клиентов, основанных на стремлении нашей сети дилерских центров к постоянному совершенствованию.

## Признание важности обслуживания клиентов на специальном мероприятии — HINO Canada

На протяжении девяти дней, с 19 по 27 сентября, в Вествуде проходило мероприятие компании HINO Rocks, спонсором которого выступило подразделение HINO Canada. Программы мероприятия были ориентированы как на покупателей, так и на дилеров. Одна из программ для клиентов включала семинар по топливной экономичности. Участники получили возможность оценить отличия в своем расходе топлива «до» и «после» тестовых поездок. В среднем клиентам удавалось добиться сокращения расхода топлива после семинара на 26 % — они были искренне удивлены, их представления о том, насколько они могут сократить расход топлива, подверглись существенным корректировкам. В рамках программ для дилерских центров проводились соревнования по уровню навыков по двум направлениям (техобслуживание и запчасти). Шесть участников, которым удалось пройти отборочные соревнования ранее, соревновались между собой в демонстрации познаний и навыков. Стремясь достичь целевого объема продаж в 20 000 единиц продукции по совокупным продажам, подразделение HINO Canada еще раз подтвердило необходимость постоянного совершенствования обслуживания клиентов за счет предоставления продукции и услуг, необходимых клиентам. Таким образом, это мероприятие стало очень значимым для клиентов, дилеров и подразделения HINO Canada.

# Восхищение HINO

Компания HINO продемонстрировала новаторские решения на Токийской автомобильной выставке 2007.

40-я ежегодная Токийская автомобильная выставка, организованная Ассоциацией автомобильных производителей Японии, прошла с большим размахом с 26 октября по 11 ноября в Makuhari Messe в городе Чiba. 17-дневное мероприятие посетили 1 425 800 посетителей, оно привлекло внимание автомобильных энтузиастов со всего мира. Компания HINO представила большой туристический автобус первого класса и новаторский грузовой автомобиль повышенной безопасности (Advanced Safety Vehicle, ASV), а также новые концепции, включая четыре образца для демонстрации широкого спектра наших технологий. Демонстрационное пространство компании на выставке было построено на концепции «Парк грузовых автомобилей и автобусов HINO», где все могут веселиться, чтобы посетители, которые, возможно, не часто сталкиваются с грузовыми автомобилями в повседневной жизни, могли ознакомиться с забавными фактами об автобусах, выносливостью грузовиков и стремлением компании HINO вносить свой вклад в дело совершенствования безопасности и бережливого отношения к окружающей среде. Самым выдающимся экспонатом нашего выставочного стенда стала модель «HINO Selega Premium», которая является новой концептуальной версией большого туристического автобуса «HINO Selega»\*, который славится своим динамическим внешним видом и превосходным комфортом езды. Как и подобает большому туристическому автобусу первого класса, он оснащен рядом соответствующих функций, включая роскошные и просторные кожаные сидения, размещенные по два в каждом ряду, большие персональные экраны и многофункциональную кухню для предоставления услуг высшего качества. На выставке образцов был представлен небольшой автобус для обзорных экскурсий «HINO Poncho Travel Cafe». Он построен на основе модели «HINO Poncho»\*, небольшого автобуса с низкой платформой, который очень популярен среди наших клиентов. Этот автобус задумывался для предоставления новых возможностей для путешествий, включая

вызов туристов на экскурсии по труднодоступным историческим достопримечательностям.

Тем временем самым популярным экспонатом среди грузовых автомобилей стал тягач повышенной безопасности «HINO Profia ASV Tractor». Компания HINO продолжает разработку грузовых автомобилей повышенной безопасности нового поколения, оснащенных последними технологиями в области безопасности, многие из которых еще не используются конкурентами. На этой выставке мы представили новую концепцию технологии обеспечения безопасности, которая включает «систему поддержки периферийного зрения», обеспечивающую водителям лучший обзор, который в конечном итоге является ключевым фактором обеспечения безопасности. Также на выставке были представлены грузовой автомобиль «HINO Ranger», который примет участие в ралли «Дакар» в 2008 году, а также наш самый современный дизельный двигатель «A09C» объемом 8,9 литра, построенный на основе наших последних концептуальных версий двигателя с низкой скоростью вращения вала, высоким крутящим моментом и хорошими показателями по экономичности. Этот двигатель имеет небольшие габариты, небольшой вес, сниженные выбросы вредных веществ и улучшенную топливную экономичность (снижение выбросов CO<sub>2</sub>) и был впервые установлен на наши грузовые автомобили «HINO Profia»\* этой весной. Также мы представили на выставке гибридные системы для небольших грузовых автомобилей. Посетитель из Панамы так высказался о нашем стенде: «Информация подавалась в легкодоступной манере, а презентация экспонатов была проведена превосходно. Меня особенно впечатлили технологии компании HINO в области безопасности. Я надеюсь, что такие технологии со временем перекочуют и на другие модели HINO». Множество презентаций новаторских технологий компании HINO на Токийской автомобильной выставке были в целом тепло приняты всеми посетителями.

\* Названия моделей для рынка Японии



# О HINO из первых рук

## Файл 3: HINO Poncho Travel Cafe

### Автомобили, носящие имя HINO, — это автомобили, которыми мы гордимся.

Вы когда-нибудь видели настолько уникальный автобус? «HINO Poncho» — это небольшой автобус с низкой платформой, поступивший в продажу в марте 2006 года. В его дизайне, который был основан на концепции «автобус, который сливаются с городской средой», обновлено все, он идет в разрез с традиционным пониманием внешнего вида автобуса. Легко заметить, насколько новаторским и уникальным он является. Несмотря на его компактные размеры (ширина 2,1 м, длина 7 м), отсек для пассажиров занимает более 80 % пространства. К тому же, благодаря использованию наружных раздвижных дверей, которые устраняют необходимость устройства короба для дверей (необычная конфигурация для транзитных автобусов), и высокому потолку, в нем чувствуется свободное пространство. Благодаря его плоскому полу в него легко входить и выходить, если вы передвигаетесь на инвалидной коляске — что стало возможно за счет новаторского подхода к дизайну, когда четыре колеса располагаются по углам автобуса. Раскраска автобуса такова, что пол, стены, стойки и кнопки остановки окрашены с разной степенью яркости, чтобы универсальный принцип дизайна распространялся и на внешний вид автобуса. Этот по-настоящему уникальный автобус в 2006 году получил награду за лучший дизайн от Организации по продвижению промышленного дизайна Японии не только за счет своей элегантности, но и благодаря характеристикам, которые обогащают нашу жизнь, таким как «простота использования» и «превосходное качество». На Токийской автомобильной выставке в 2007 году компания HINO продемонстрировала концепт новой модели, которая воплощала новые возможности модели «HINO Poncho». Г-н Секигучи, который отвечал за разработку концептуальной версии этой модели, рассказал: «Мы хотели сохранить сильные стороны модели "Poncho" и ее четкую концепцию, но сделать ее веселее. Соответствуя своему названию "Travel Cafe" (Кафе на колесах), автобус предлагает пассажирам наслаждаться видами в обстановке, напоминающей кафе». Внутреннее убранство изобилует функционалом и передает атмосферу уличного кафе. Секигучи говорит, что он с любовью смотрит на модель HINO «Poncho Travel Cafe»: «Модель сейчас продается только на территории Японии. Мы хотим познакомить с этим автобусом весь мир». Возможно, он действительно предвидит день, когда «Poncho» окажется на улицах всего мира в качестве городского автобуса и нового вида путешествий.



Юджи Секигучи  
Менеджер, подразделение дизайна



### Hino Motors, Ltd.

Адрес: 1-1 Hinodai 3-chome, Hino-shi, Токио, 191-8660, Japan (Япония)  
Международный сайт: <http://www.hino.co.jp/e/index.php>