



# HINOの価値創造

- 05 トップメッセージ
- 11 「HINOウェイ」策定ストーリー
- 13 価値創造のあゆみ
- 15 事業と特長
- 17 価値創造プロセス

## トップメッセージ



人、そして物の移動を支え、豊かで住みよい世界と

この会社使命の下、いままでも、そしてこれから

日野自動車は社会やお客様と向き合い、次代のための価値を

To make the world a better place to live by helping people and goods get where

HINO has always strived to assist for the customers and society

by providing new ideas for the next generation and beyond.

代表取締役社長 CEO

小木曾 聡

# 「HINO ウェイ」を 私たちの全ての礎とし、 従業員とともにお客様の期待に応える 新たな価値を創造する。

## 存在意義と ミッション

### お客様を起点に新たな価値を提供し続ける

私たち日野グループは、創業以来80年以上の長きにわたりトラックやバスを主体にした商用車メーカーとして人や物の移動を支え、日本の戦後復興期や高度経済成長期をはじめ社会の発展に貢献してきました。当社グループは「人、そして物の移動を支え、豊かで住みよい世界と未来に貢献する」という「会社の使命」を掲げていますが、これは創業時から受け継がれてきた不変の使命であり、私たちの存在意義であると考えています。

その一方で、時代や社会の変化を踏まえて変えるべきことも当然あります。今、自動車業界は、CASE\*と呼ばれる技術革新により100年に一度の大変革期の真っ只中にあります。そうした状況のなかで私たちが引き続き使命を果たしていくためには、より安全で、より環境にやさしく、お客様のお役に立つ商品・サービスを生み出し、新たな価値の提供を通して持続可能な社会の実現に貢献していくことが必要だと認識しています。

また、事業を通じて社会のサステナビリティに貢献していくためには、自らもサステナブルな存在でなければなりません。そして、それには安定的に収益を確保できる事業体制の構築とそれを支える従業員を大切にすることが前提条件となります。私はエンジニアとして長く研究開発の現場に携わってきましたが、その経験から、全ての価値創造の起点はお客様にあることを学びました。企業はお客様に価値を提供し続け、お客様に必要な存在と思っていただけて初めて存続することができます。現在の当社グループがあるのも創業以来、お客様のニーズやご要望に応え、選んでいただいたからにほかなりません。

\* CASE: Connected(コネクティッド)、Autonomous/Automated(自動化)、Shared(シェアリング)、Electric(電動化)

## トップメッセージ

### 「HINOウェイ」の策定

## 全ての活動の基盤になる「HINOウェイ」を策定

事業を取り巻く環境が大きく変化したことを受け、2022年6月、日野自動車は企業理念の体系を「HINOウェイ」として再整理しました。この第一の目的は、当社グループ全員が「お客様・社会のお役に立つ」という原点に今一度立ち返り、大切にしている価値観とありたい姿を共有することにあります。従来の企業理念体系は2007年に策定されたものでしたが、その後の環境変化に応じてアップデートを重ねるうちに、一見すると複雑でわかりにくくなっている部分がありました。また、この間に型式認証プロセスにおける不正行為が発覚するという事態も起こりました。こうしたことを踏まえて、役員・従業員の一人ひとりが判断・行動していくための礎にすると同時に、企業としての姿勢を社会に改めて示していこうという考えから、企業理念体系を再整理しました。

この「HINOウェイ」は、大きく「HINO基本理念」「HINOサステナビリティ方針」「HINO行動規範」の3つで構成されます。当然ながらこの3つは深く関連しているものですが、これまでの私の経験から、理念や方針がばらばらの形で提示されていると従業員にとってわかりにくく、相互のつながりが見えにくくなってしまいます。そこで全体を「HINOウェイ」という形で1つにまとめることで、社内はもちろん社外からもわかりやすいものを目指しました。

「HINO基本理念」の一部である「会社の使命」には、先述のとおり「人、そして物の移動を支え、豊かで住みよい世界と未来に貢献する」という文言を掲げています。この考え方はこれからも変わらず私たちが目指すものであり、従来の文言から変更していません。

一方、「HINO基本理念」は、当社グループの国内外の若手・中堅の従業員によるプロジェクトを立ち上げ、これからの日野にとって大切なものは何かをさまざまな観点で率直に語り合ってもらいながら改定しました。なぜなら、こうした理念や規範を受け手である従業員から遠い外部の専門家や経営層だけで決めると、浸透しにくいと考えたからです。

「HINOサステナビリティ方針」や「HINO行動規範」については、一人ひとりが実際にこれらを職場で実践していくことを見据えて、従来の内容をブラッシュアップしています。特に「HINOサステナビリティ方針」は「従業員を大切にする職場環境、企業風土づくり」という項目を追加し、従業員を尊重し現場の意見を汲み上げていく経営の姿勢を明確にしました。

また、この「HINOウェイ」では、共通する3つの価値観「誠実(Integrity)」「貢献(Contribution)」「共感(Empathy)」を新たに定めています。これらは、上記プロジェクトでの議論を重ねるなかで浮かび上がってきたものです。特に、企業活動の大前提に紐づく価値観を、コンプライアンスや法令遵守からさらに踏み込んで、「誠実(Integrity)」としたところは私の思いも入っています。

今後はこの「HINOウェイ」の下で、サステナビリティを重視した経営を実践するために、組織・職場風土の改革、自律的に行動できるリーダーの育成などに積極的に取り組みます。

そのためにはまず、「HINOウェイ」を当社グループ各社に浸透させていくことが重要ですが、多くの組織や部門があり、簡単にはいきません。私を含む経営陣が従業員の声に耳を傾けながら、しっかりと「HINOウェイ」の浸透に取り組み、新たな企業風土の醸成を図っていきたいと考えています。

### 「3つの改革」の実行

## 「3つの改革」の実行で経営基盤を強化

2022年3月に公表したように、当社はトラックやバスをはじめとする商品を世に出すための型式認証プロセスにおいて、約20年間にわたり関連法令違反を行ってきました。その間には同不正に関し国土交通省への虚偽報告も行ってしまいました。社会のインフラに関わる立場でありながらこのような不正行為を続けてきたことは、企業としての存在意義を問われる極めて重大な問題であり、お客様をはじめとする全てのステークホルダーの信頼を裏切ってしまったことを改めてお詫び申し上げます。

この不正の最大の原因は、経営が現場に寄り添えず、法令を遵守することの大切さや、あるべきクルマづくりの道を見失い、収益や台数といった量的拡大を優先させたことにあります。その意味で経営の責任は非常に重大であると認識しています。

このような不正事案を二度と起こさないよう、当社は2022年10月7日、国土交通省からの是正命令に対する回答として、全社を挙げて経営・組織風土・クルマづくりにおける「3つの改革」を推進していくことを報告しました。これらの改革が基盤としているものも前述の「HINOウェイ」であり、そこに掲げた「誠実」「貢献」「共感」を実際の行動で示すべく、強い覚悟を持ってそれぞれの改革を進めています。

『「人財尊重」と『正しい仕事』を実践する経営改革』では、創業の原点に立ち返り、経営層が現場を重視、人に寄り添うことを常に心掛け、従業員の声に耳を傾ける機会を増やしています。『「人財尊重」を中心に据えた組織風土改革』では、部門の壁を越えてメンバーが目的を共有し、ともに考え、走ることを可能にする組織体制への変革を推進するとともに、「お客様起点」の意識の定着に努めています。また「新しい『日野のクルマづくり』のための構造改革』では、中心となるチーフエンジニアの役割を再定義し、プロジェクトチームを組織横断でつないでリードするという機能を明確化、さらに名前もプロダクトオーナーに変更しました。

「3つの改革」の着手から約1年が経過しました。新たな制度の整備や開発プロセスの改革など、仕組みで対処できるものはどんどん前に進めていますが、組織風土の改革まで視野に入れて考えれば、どの改革についても一朝一夕にゴールにたどり着けるものとは考えていません。ただし、最近「まだまだ改善しなくてはいけない」と言ってくれる従業員や、変革の担い手として手を挙げてくれる従業員も増えてきました。また、外部の方々からも厳しくも温かいご意見やアドバイスをいただいています。そうした声を経営陣が真摯に受け止め、従業員とともに一丸となって改革を一歩ずつ着実に推進していく覚悟です。

### お客様と社会に貢献し続ける

## 深刻化する社会課題の解決に向けて もっとお客様のお役に立つために

今日、重大交通事故、CO<sub>2</sub>をはじめとする温室効果ガス排出による気候変動、少子高齢化による人手不足など人流・物流を取り巻く社会課題は深刻化・複雑化しており、お客様を取り巻く環境は常に変化し続けています。私たちがこれからもお客様・社会のお役に立ち続けるには、それぞれのお客様の視点に立ち、お客様のビジネスの成長にどのように貢献していくかを考え続け、新たな価値を創造していかなければなりません。例えば、コネクティッド技術を活用した予防整備や車両情報の提供、幹線輸送の効率化や電動商用車導入サポート・エネルギーマネジメントなど、時代の変化に合わせて、お客様が求める価値をこれからも提供していきます。

## トップメッセージ

私たちは、これらを踏まえ、2023年4月に日野の「目指す姿」をビジョンとして公表しました。商用車事業においては、商品・サービスの企画、設計、製造に関わる商品の品質だけでなく、販売後のメンテナンス・サービスや、お客様のビジネスの価値を高めるための提案も含めた「トータルサポート」の品質が非常に重要だと考えています。これまでの事業を通じて私たちが培ってきたこれらの「商品品質」と「トータルサポート品質」を掛け合わせた「総合品質」を強みとして磨き上げることで、お客様と長く深くつながり、お客様のビジネスを徹底サポートしていきます。

また、「目指す姿」を実現していくうえで改めて私たちが取り組むべき社会課題は何かを見極め、マテリアリティ(重要課題)を特定しました。当社の持続的な成長に向けて、お客様が全ての起点になるという基本姿勢をぶれさせることなく、経営資源を適切に配分してマテリアリティに取り組み、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

### 経営統合に向けて

## 志をともにする仲間と実現する豊かな社会

2023年5月に発表したとおり、当社は、三菱ふそうトラック・バス株式会社(以下、三菱ふそう)、当社の親会社であるトヨタ自動車株式会社および三菱ふそうの親会社であるダイムラートラック社の間で基本合意書を締結しました。近い将来、当社と三菱ふそうは対等な立場で経営を統合し、商用車の開発・調達・生産分野で協業することでグローバルに競争力のある日本の商用車メーカーとなることを目指しています。

この4社協業・2社経営統合を実現するため、現在は4社で協議・検討を進めている段階です。

4社の企業理念には「移動を支え、社会に貢献する」「豊かで住みよい世界と未来の実現へ」という思いにおいて共通したものがあります。また、当社と三菱ふそうが主力事業とする大型のバスやトラックは社会のインフラを支えています。また、カーボンニュートラルや物流の効率化が世界的に求められるなかで、業界として多くの課題に直面しています。これらの課題を解決するには技術開発投資をはじめ多大な経営資源が必要ですが、それぞれが単独で対応するのは難しい状況です。このような事業環境を考えると、強力な仲間と力を合わせられる今回の4社協業・2社経営統合には非常に期待しています。この4社協業・2社経営統合を契機に社会課題解決のための新技術開発やソリューションの開発をはじめ、調達や生産など、さまざまな面で事業効率を高め、競争力を磨いていきたいと考えています。そして日本・アジア市場における自動車産業の基盤を守り、お客様をはじめとしたステークホルダー、さらには日本の自動車産業に貢献してまいります。

### ステークホルダーへのメッセージ

## 全ての従業員と認識を共有し、サステナビリティを強化

はじめにも述べましたが、企業の価値創造の起点はお客様であるべきだ、と私は考えます。私たちの存在意義は「日野がいてくれて良かった」とお客様から言っていただけのことにかかっています。いかに安全で環境にやさしく、利便性の高い商品やサービスをつくらうとも、お客様がそれを評価してくださって、ビジネスに活用していただけないのならば社会に価値は創出できません。



私自身、過去にエンジニアとして環境対応車の開発に携わった時、そのことを痛感しました。いくら商品として高い環境性能を備えていようと、社会に普及しなければ世界のCO<sub>2</sub>削減には貢献できないのです。私たちのお客様のビジネスを取り巻く状況は、今大きな変化の渦の中にあります。そのなかで個々のお客様が抱える課題にしっかりと向き合い、お客様事業の成長・発展に貢献できる商品・サービスを追求することで、私たちは存続していくことができます。

そうした活動を続けていくために最も重要な経営資源は、言うまでもなく「人」です。その意味で経営トップとしての最大の使命は、企業の未来を担う人財を育てていける組織や風土をつくることであると認識しています。経営陣がピラミッドの頂点に立って指図をする、あるいは上司が部下に命令する、従業員は敷かれたレールの上を走らばいいというような時代はとうの昔に終わっています。当社グループに今、求められているのは、誰もが思ったことを言える風通しの良い職場環境であり、常に変化する最前線の状況に向き合い、自分の頭で考え、答えを見つけ、「考動」できる人財です。

「3つの改革」を通して私たちが目指す「質の成長」とは、そうした自律性を持つ人財が育つ風土、「人の成長」を優先する組織環境をつくっていくことであり、新しい組織風土づくりや人財づくりを意味しています。同時にそれは関係会社も含めた従業員のエンゲージメントを高め、企業としてのサステナビリティを強化することでもあります。

ただし、皆がばらばらに行動しているのでは、組織として大きなことはできません。そこで共通の拠り所となるのが「HINOウェイ」です。

私たちは改めて創業の原点に立ち返り、人や物の移動を支えることを通して持続可能な未来に貢献できる企業、お客様から必要だと言っていただけの企業を再び目指していきます。そして、ステークホルダーの皆様からの信頼を、一日も早く取り戻せるよう努めてまいります。

代表取締役社長 CEO

小曾 聡

## 「HINO ウェイ」策定ストーリー

# お客様・社会への貢献を実践するために 「伝わる」理念体系を追求

## — 私たちの判断・行動の礎となる「HINO ウェイ」を策定 —

2022年度、日野グループ全員が同じ思いで結ばれ、一丸となって取り組んでいくために、「HINO 基本理念」「HINO サステナビリティ方針」「HINO 行動規範」からなる「HINO ウェイ」を策定しました。その背景にあった思いと完成までのあゆみをご紹介します。

### お客様と社会の課題解決に 貢献できる企業を目指して

近年、人流・物流を取り巻く環境が激変するなかで、当社グループが提供していくべき価値も大きく変化していきました。そこで2021年度、当社グループは、従来のハード中心の考え方から脱し、お客様と社会の困り事に向き合い、課題解決に貢献できる企業となるために、理念体系をアップデートすることを決定しました。

また、2007年度に策定した従来の理念体系には、「複雑でわかりにくい」「活動方針が古くなっている」などの課題もありました。そこで、従業員一人ひとりが日々の行動に活かすことができるわかりやすい体系を目指し、「HINO ウェイ」の検討をスタートしました。「HINO 基本理念」の検討には、そのために編成した特別チームが取り組み、「HINO サステ

ナビリティ方針」と「HINO 行動規範」については、担当部署が主体となって策定を進めました。

### 多様性に富んだメンバーから 生まれた基本理念

「HINO 基本方針」の検討プロジェクト立ち上げにあたって苦心したのはチームメンバーの選定でした。「一部の部門や、上層部だけで決めてしまってもよいのか?」「幅広い属性を持つ従業員にとってわかりやすい理念をつくるには何が必要か?」などの観点から検討を重ねた結果、若手や中堅の従業員を中心メンバーとするとともに、グローバルに広がる当社グループのなかから、米国やカナダ、タイ、インドネシアの事業所の経営層・従業員も参加しました。

「HINO 基本理念」を構成する会社の使命と基本方針のうち、「人、そして物の移動を支え、豊かで住みよい世界と未来に貢献する」という会社の使命は変更しないこととし、基本方針の見直しに注力しました。約半年にわたって多様なメンバーが本音で意見を出し合い、大切にしたい日野らしさ・原点やありたい姿を明確化していきました。そのうえで「何を大前提とするのか?」「どんな価値提供をするのか?」「それらを支える企業風土の面でどんな職場であるべきか?」といった観点から議論を重ね、4つの方針にまとめました。

こうした体制・プロセスを経て、当社グループの誰もが理解しやすいシンプルさとグローバルさを兼ね備えた基本理念を完成させることができました。

### 会社の宣言としての 「HINO サステナビリティ方針」と 一人ひとりに届く「HINO 行動規範」

「HINO サステナビリティ方針」の策定にあたっては、グローバルなガイドラインやイニシアティブを参考にし、持続可能な社会の実現に向けて欠かすことができない12テーマを選定しました。

「HINO 行動規範」は、一人ひとりの日々の行動の基準となるため、シンプルかつわかりやすくするとともに、コンプライアンスをあらゆる企業活動の土台とする構成・内容へと見直しました。さらに、冒頭には「正しい仕事」をするための3つの問いを記載しました。例えば「家族に誇れますか?」という問い

がその一例です。自分自身の大切な誰かを思い浮かべることで、自分の判断・行動を見つめ直し、もし嘘をつこう、ごまかそうという気持ちがあればとどまってほしいという思いを込めました。そうした工夫によって、規範としての実効性向上を図りました。

### 検討の過程で浮かび上がった3つの価値観

「HINO 基本理念」「HINO サステナビリティ方針」「HINO 行動規範」を検討していくなかで、これらをさらにわかりやすく伝えるための工夫にも取り組みました。

特別チームのメンバーが、これらの理念・方針・規範に共通するものを表せる単語・表現を議論し、最終的に「誠実」「貢献」「共感」に収斂しました。これを、全体を貫く「HINO ウェイ」の価値観としました。

### 浸透を加速し、進化を加速

策定後は、部長研修において「HINO ウェイ」を踏まえた各部の使命や目標を検討するなど、経営への組み込みを進めています。また、実践に向けた取り組みとして、各職場での対話会などの双方向のコミュニケーションを展開しています。このほかにも、「HINO 基本理念」の策定メンバーが中心となってさまざまな浸透策を推進しています。

今後もグループ全体で「HINO ウェイ」の浸透を進め、お客様と社会の課題を解決し、必要とされる会社を目指していきます。

### 「HINO 基本理念」策定チームのメンバーより

相手を尊重し対話を繰り返すことで、  
良いアイデアが生まれる。

変革断行室  
柴野 昶雄

自分たちで策定した基本方針が会社の文化をつくることにつながると考え、チームメンバーの考えや意見を尊重し、丁寧に対話を繰り返しました。異なる意見をまとめ上げていくこのプロセスこそ、基本方針の「互いを尊重し」という言葉を体現できたと実感しています。策定後は、さまざまな職場に足を運び、「HINO ウェイ」に込めた思いを伝える浸透活動に従事しています。半年が経過し、各職場の活動も生まれ、良い方向に会社が変わりつつあると感じています。今後も立ち止まることなく活動を続け、「HINO ウェイ」を当社グループの文化として定着させていきたいと思っています。

行動の土台となる明確でわかりやすい  
基本理念が完成しました。

日野モータース セールス インドネシア株式会社  
IRWAN SUPRIYONO

「HINO 基本方針」を策定したグローバルなチームの一員となれたことを光栄に思い、誇りに感じています。日野グループの皆が行動するための土台として、とても明確でわかりやすい基本理念ができたと考えています。また、このチームに参加したことで、私自身も誠実さや法令遵守などについて幅広い見識を得ることができました。日野モータース セールス インドネシア株式会社では、2022年度に全従業員を対象とした研修やセミナーを開催し、2023年度には社内各所へのポスター掲示なども実施し、「HINO ウェイ」の浸透を図っています。

### 「HINO ウェイ」全体を貫く3つの価値観

	会社の憲法 HINO 基本理念	会社の宣言・運用方針 HINO サステナビリティ方針	目指すべき具体的行動 HINO 行動規範
大前提	誠実	コンプライアンスを徹底し、 誠実に行動します	企業活動の基盤
価値提供	貢献	安全・環境にこだわり、 未来の社会を支えます 品質・プロフェッショナルにこだわり、 お客様の事業を支えます	持続可能な社会に向けた 価値提供
企業風土	共感	互いを尊重し、 安全安心な職場をつくります	職場環境、企業風土
			健全な職場をつくる (一人ひとりの行動の規範)
危機管理と経営陣の役割			報告・相談、管理・監督者の責務

## 価値創造のあゆみ

1917年に初の純国産トラックの試作に成功して以来、日野グループは社会の大量輸送ニーズに応え、日本の戦後復興や高度経済成長を支えてきました。1980年代以降は、地球環境保全への取り組みやお客様に対するビジネス面のサポートも本格化。近年では、最新技術を駆使して、人と物の移動にまつわるお客様・社会課題の解決にも挑んでいます。



**1910年**  
東京瓦斯工業株式会社設立  
ガス器具の部品を製造する会社として設立。

**1917年**  
純国産トラックの試作に成功



TGE-A型トラック

**1919年**  
東京・大森に新工場完成  
日本初の純国産トラックが量産

**1942年**  
日野重工工業株式会社として分立・設立

**1946年**  
物流を支える  
大型トレーラートラックを発売



T10・20型トレーラートラック

**1947年**  
日本初のトレーラーバスを発売  
鉄道網に替わる大量人員輸送車両として、これまでのバスと比べて約2倍の人員を運べるトレーラーバスを発売。



T11B・25型トレーラーバス

**1958年**  
日本初の前2軸トラックを発売  
物流の主役が鉄道からトラックに変わっていくことを先読みし、日本で初めてとなる前2軸方式キャブオーバー型の10t積トラックを発売。



10tトラック「TC10」

**1971年**  
日野を支える販売会社のサービススタッフが競う「サービス技術コンクール」開始



第1回全国販売店サービス技術コンクール

**1974年**  
「日野ヨーロッパ」設立

世界初の  
4軸低床大型トラックを発売

トラック輸送が拡大するなか、お客様からの積載容積の向上のご要望に応え、小径タイヤの耐荷重不足を解消する手段として4軸化を採用し発売。



日野 KS300

**1980年-1981年**  
燃費性能を向上した  
大中型トラック発売  
中型トラックでは空気抵抗の少ないデザインを採用することで、大型トラックでは世界初のダウンサイジングエンジンや電子制御などを導入することで燃費を向上。



スーパードルフィン

**1982年**  
「日野インドネシア製造」設立

**1991年**  
世界初のディーゼル・電気のハイブリッドバスを発売

深刻化する大気汚染への対応から、黒煙の出ないクルマの普及を目指してディーゼルエンジンと電気モーターを併用するハイブリッド車を開発。世界で初めてのハイブリッド車(大型路線バス)を発売。



ブルーリボン HIMR

**1993年**  
「日野地球環境憲章」を策定  
地球環境保全に関する基本的な考え方を示す。

**2005年**  
安全・省燃費運転の講習を提供  
「お客様テクニカルセンター」開設  
日野のトラックやバスについて、講義や展示物による説明から運転実習までを一貫して行える施設として開設。自動車メーカーでは、日本初の試み。



お客様テクニカルセンター

**2006年**  
小型ノンステップバス  
「日野ポンチョ」発売  
国産ノンステップバスに対するニーズの高まりに応える。

衝突被害軽減ブレーキを  
大型トラックとして世界初搭載  
大型車による事故の被害軽減を目指す。

**2007年-2009年**  
海外に続々と進出

- アメリカ ウェストバージニア工場稼働開始
- 販売会社を設立し、ロシア市場に新規参入
- コロンビア工場稼働開始
- 中国の合弁会社「广汽日野」生産開始
- メキシコ工場生産開始
- インドネシアで、小型トラックの生産を追加

**2012年**  
電動小型バス「日野ポンチョ EV」  
営業運航開始



大型路線バス  
「日野ブルーリボン ハイブリッド 連節バス」

**2017年**  
「日野環境チャレンジ2050」を策定  
持続可能な社会を実現すべく、環境に関する新たな長期目標6つのチャレンジへの取り組みをスタート。

**2018年**  
物流効率の最大化、  
安心安全な物流の実現を  
目指す新会社を設立  
「NEXT Logistics Japan 株式会社」  
「NEXT Logistics Japan 株式会社」コーポレートサイト

世界初ドライバー異常時対応  
システム搭載の大型観光バス  
「日野セレガ」を発売



日野セレガ

ICTを活用した  
お客様向けサービス  
「HINO-CONNECT」の提供を開始  
お客様車両の稼働を支えるためのトータルサポート強化の一環として、コネクティッド技術の活用を通じて、車両1台1台の使われ方に合わせたトータルサポートを目指す。

**2019年**  
国産初の連節バス  
大型路線バス「日野ブルーリボン  
ハイブリッド 連節バス」を発売

**2020年**  
トヨタと日野、  
燃料電池大型トラックを共同開発  
国内商用車全体のCO<sub>2</sub>排出量の約6割を占める大型トラックの環境性能の大幅な向上が必須と考え、水素社会の実現に向けて取り組みを加速。



大型トラック「日野プロファイア Z FCEV」

**2021年**  
電動車エネルギーマネジメントを  
提案する新会社  
「株式会社 CUBE-LINX」を設立  
商用車の電動化を通して運輸業界に新たなビジネスの可能性を創出することを目指し、継続的な運輸事業の発展を図る。  
「株式会社 CUBE-LINX」コーポレートサイト

**2022年**  
新たな企業理念  
「HINO ウェイ」を発表  
P.11「HINO ウェイ」策定ストーリー

小型 BEV トラック  
「日野デュトロ Z EV」を発売



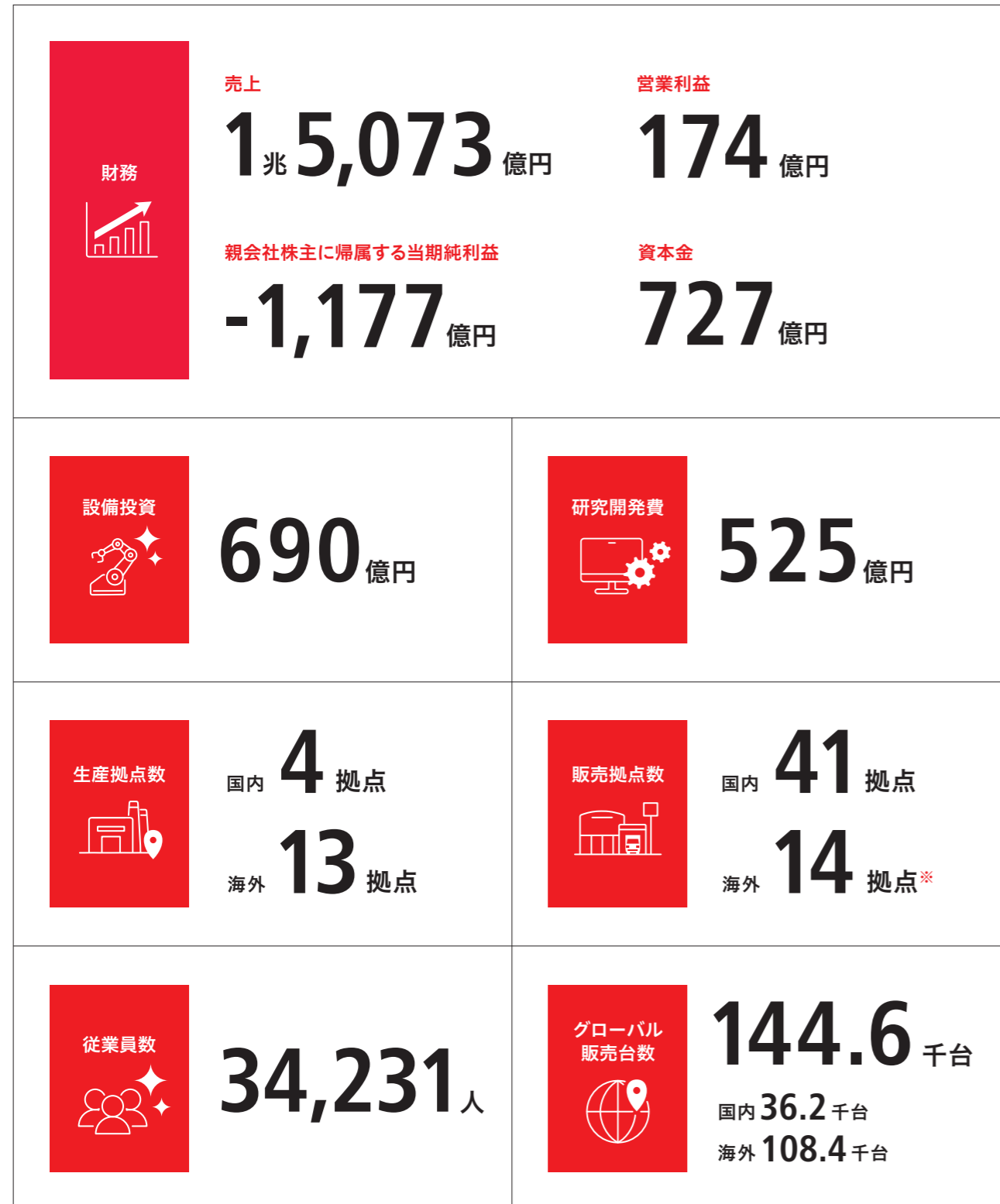
日野デュトロ Z EV

**2023年**  
コネクティッド技術を活用した  
予防整備とメンテナンス契約を  
組み合わせた「HINO CONNECT-  
Maintenance Support」を提供開始

## 事業と特長

日野グループは、安全性、環境性、快適性を追求したトラック・バスの提供を中心として、「人、そして物の移動を支え、豊かで住みよい世界と未来に貢献する」事業を展開しています。研究開発から生産、販売、サービス・サポートまでの一貫体制を構築し、そのネットワークはグローバルに広がっています。

### At a glance

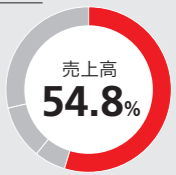


※ 連結子会社のみ  
(注) 数値は全て2022年度の実績

### 事業

## トラック・バス

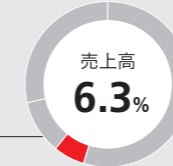
人流・物流における、お客様・社会の課題解決に向け、品質・耐久性・信頼性に優れ、安全性や環境性、快適性を追求した商品を国内外で展開しています。



大型観光バス「日野セレガ」

大型トラック「日野プロフィア ハイブリッド」

### トヨタ向け車両

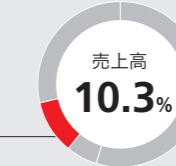


「TOYOTA」ブランド車両の受託生産をしています。



ダイナ

### 補給部品

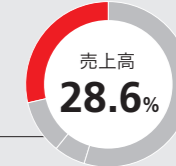


充実したアフターサービスを実現するため、適切な整備やメンテナンスに必要な補給部品を供給しています。全国にある営業拠点を通じて、確かな品質の部品をスピーディーにお届けします。



日野グローバルロジスティクス

### その他



お客様の車両の稼働を支えるアフターサービスや各種ソリューションサービスを提供しているほか、産業用ディーゼルエンジンも販売しています。



販売会社メカニックスタッフ

価値創造プロセス

# 事業を通じてお客様と社会の課題を解決し、持続可能な社会の実現と企業価値の向上を目指す

日野グループは、私たちの強みである「総合品質」のさらなる磨き上げと経営基盤の強化に取り組み、お客様と社会に価値を提供し続けることで、持続可能な企業価値向上を図ります。

HINO 基本理念

会社の使命 **人、そして物の移動を支え、豊かで住みよい世界と未来に貢献する**

### INPUT

価値創造の源泉

<b>製造資本</b> 商品QDR <sup>※</sup> を支えるものづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>設備投資：690億円</li> <li>生産拠点数：国内4拠点 海外13拠点</li> </ul>
<b>知的資本</b> 革新的な商品を生み出してきた開発力	<ul style="list-style-type: none"> <li>研究開発費：525億円</li> <li>特許件数：2,439件 (2003～2023年取得実績)</li> </ul>
<b>人的資本</b> トータルサポートの理念の下、お客様に価値を提供する人材	<ul style="list-style-type: none"> <li>従業員数：34,231人 (単体：12,244人)</li> </ul>
<b>社会関係資本</b>	
事業とともにグローバルに広がる強靱で持続可能なサプライチェーン	<ul style="list-style-type: none"> <li>サプライヤー（一次）：約400社</li> </ul>
お客様のビジネスをサポートする販売・サービスのネットワーク	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売拠点数：国内41拠点 海外14拠点</li> <li>テクニカルセンター：累計利用者数10万7,000人</li> </ul>
地域社会とのつながり	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内（単体）：拠点所在自治体数1都1道4県11市町村</li> <li>海外：販売実績国・地域数94カ国</li> </ul>
<b>自然資本</b> 資源の有効活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>燃料：2,356千GJ</li> <li>再生可能エネルギー 電力使用量：220,861MWh</li> <li>非再生可能エネルギー 電力使用量：327,958MWh</li> <li>水使用量：2,591千t</li> </ul>
<b>財務資本</b> 価値創造を実現する財務基盤	<ul style="list-style-type: none"> <li>株主資本：2,999億円</li> <li>有利子負債：1,292億円</li> </ul>

(注) 数値は全て2022年度の実績

### ACTIVITY

事業活動

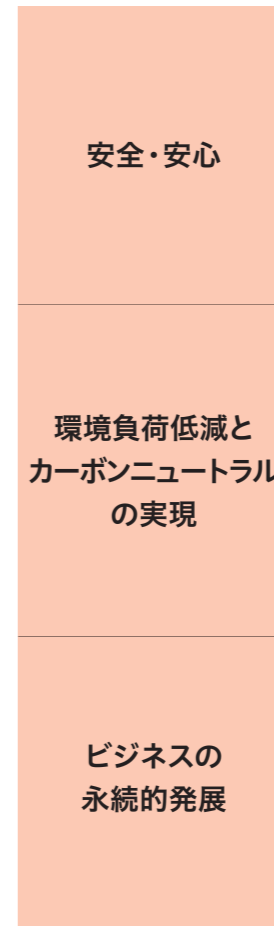


※ 品質・耐久性・信頼性

安全で壊れないクルマづくり	P.25
お客様の稼働を徹底サポート	P.49
お客様の使い方に合わせた環境にやさしいクルマの提供	P.25
再生可能エネルギーや資源の有効活用の推進	P.76
お客様の困り事を解決するデジタル活用を含めた商品・サービス、ソリューションの提供	P.26
事業再編（選択と集中）	P.53
3つの改革の断行 経営・企業風土・クルマづくり	P.26
人の成長の機会・仕組みづくり	P.73
HINOサステナビリティ方針に基づいた活動	P.76
財務基盤の強化	P.24
	P.33
	P.39
	P.65
	P.47

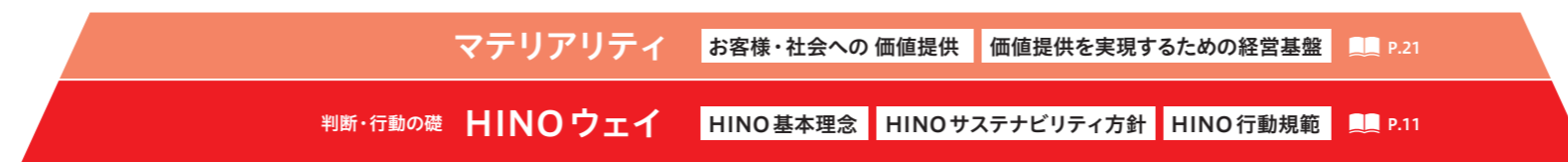
### OUTPUT

お客様へ提供する価値



### OUTCOME

社会的価値



持続的なステークホルダー とのつながりと価値の循環