



# 2009年3月期 決算発表・説明会

---

2009年4月27日  
代表取締役社長  
白井 芳夫

# 本日お伝えしたいこと

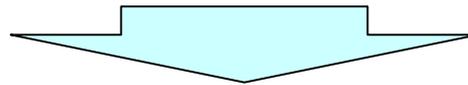


1. 08年度決算概要
2. 09年度決算見通し
3. 日野自動車を目指す方向

# 1. 08年決算概要

## ‘08年度総括（経営環境悪化）

’08後半～ 米国金融危機に端を発した 世界経済の急激な悪化



日野も各事業において売上が大幅に減少

国内：普トラ需要が’60年代レベルまで落ち込み

海外：為替が’95年以来の極端な円高

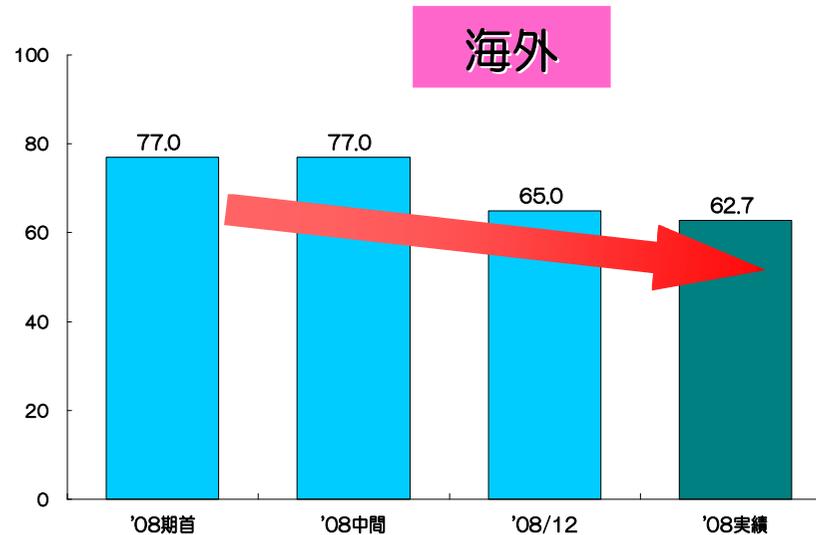
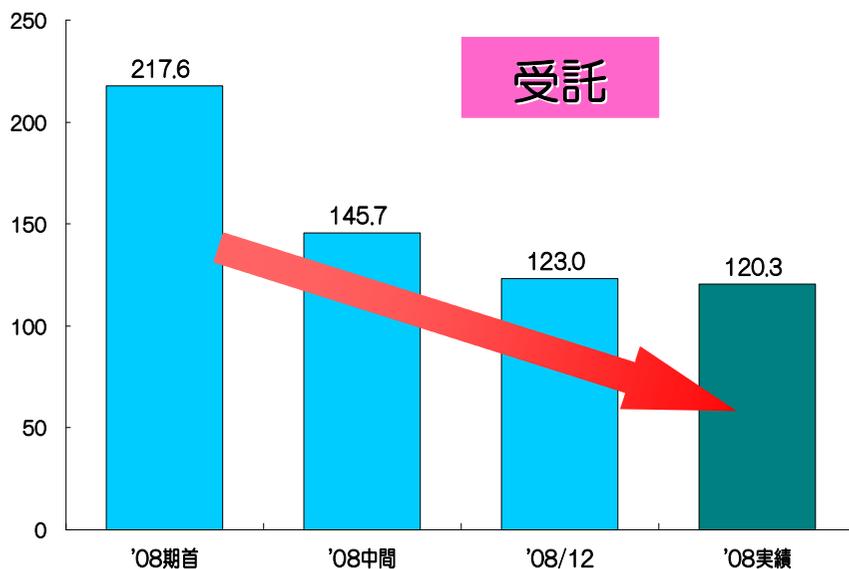
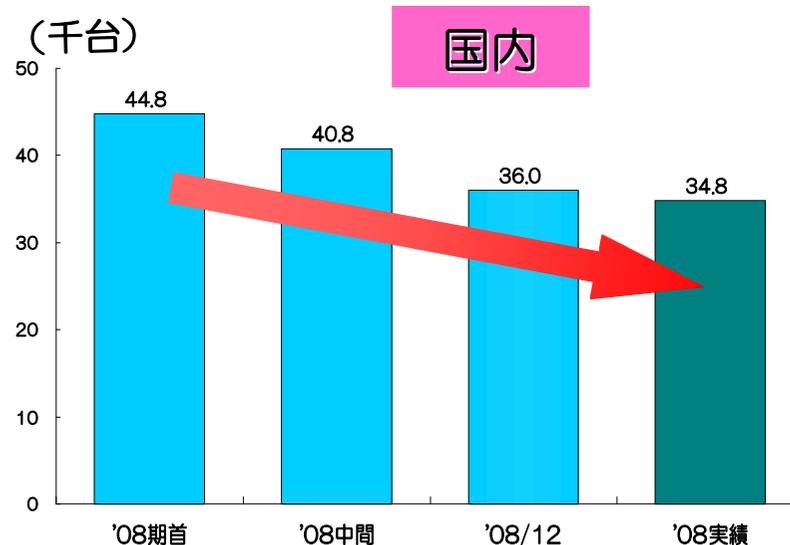
トヨタ受託：’71年以前のバルまで台数が減少

# 1. 08年度決算概要



## 08年度 販売計画推移

•年央以降、国内外、受託とも販売台数急減



## 販売台数・売上・収益（連結）

販売台数	08年度実績（前年比）	07年度実績
国内	35千台（76%）	46千台
海外	63千台（99%）	63千台
日野合計	98千台（89%）	109千台
受託車	120千台（60%）	201千台

1. 08年度決算概要



販売台数・売上・収益（連結）

財務数値	08年度実績（前年比）	07年度実績
売上高	10,695億円（78%）	13,686億円
営業利益	▲194億円	459億円
経常利益	▲304億円	410億円
純利益	▲618億円	222億円

## 2. 09年決算見通し

## ‘09年度（経営環境認識）

＜ ‘09年度も予断を許さぬ状況ではあるが、下期からの回復に期待＞

・ ‘09年度の懸念事項

①内外市場の不透明感（回復遅れ懸念） ②為替変動（円高継続）

・ 日本政府による15兆円規模の経済対策を始め、各国政府による経済政策・財政出動が、順次実行に移されつつあるので、年後半には世界経済が上向いてくる事を期待。



日野の対応

‘09年度は、‘08年度の減益要因（為替・材料市況高騰・台数減・固定費増）に対して、着実に対策を取るとともに、これを機に体質強化を図る。

# 09年度 収益確保策の内容について

'08年度の減益要因	対 策	
為替	販売改善	①海外：為替円高影響の圧縮（値上げ） ②国内：販売活動の改善
材料市況変動	原価改善	①全社VA・VE / 買い方改善 ・仕入先、開発、生技、調達が一体となり、専任体制で取り組む全社部品原低活動 ・海外部品の活用促進 ・タイムリーな材料値下げ ②工場総費用低減（GET90） ・減産下での徹底した原低に挑戦（すべての工程、1秒単位、機能横断で） ・仕入先、海外製造子会社でも実施 等
台数減	原価改善	
固定費増	固定費削減	グループでの固定費10%削減 ・設備投資50%削減 ・間接労務費削減（役員報酬、賞与、基幹職給与等） ・販売量に見合った費用の見直し

## 収益構造の変革①（海外）

### 海外事業における収益力向上と事業の拡大

【収益力向上】

- 海外現地法人に於ける原価低減

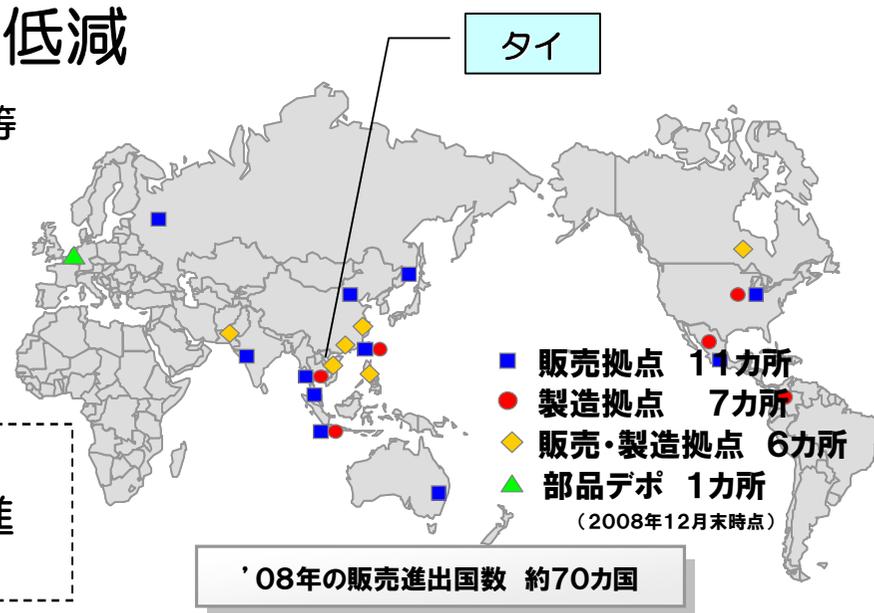
固定費削減、製造子会社の総費用低減活動 等

- 既存生産拠点の有効活用

現地調達拡大、物流費低減、  
為替リスク分散 等

例) タイの中トラ拠点化

- ・日タイブリッジ生産体制構築を推進
- ・インドへの出荷開始



【事業範囲の拡大】

- 海外販売→海外事業へ（販売、生産、サービス）

新規組み立て開始国 '08年 コロンビア '09年 メキシコ、中国 等

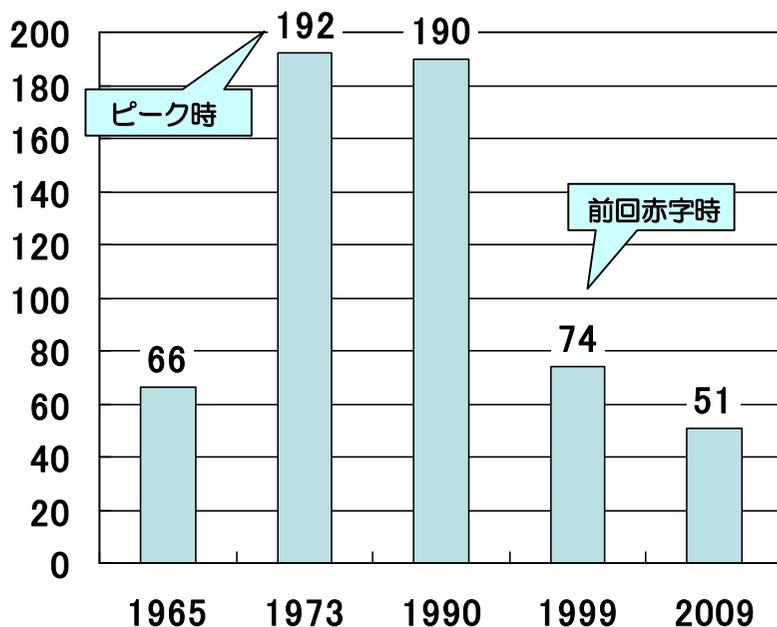
【量の拡大】

- 新規進出国への着実な展開

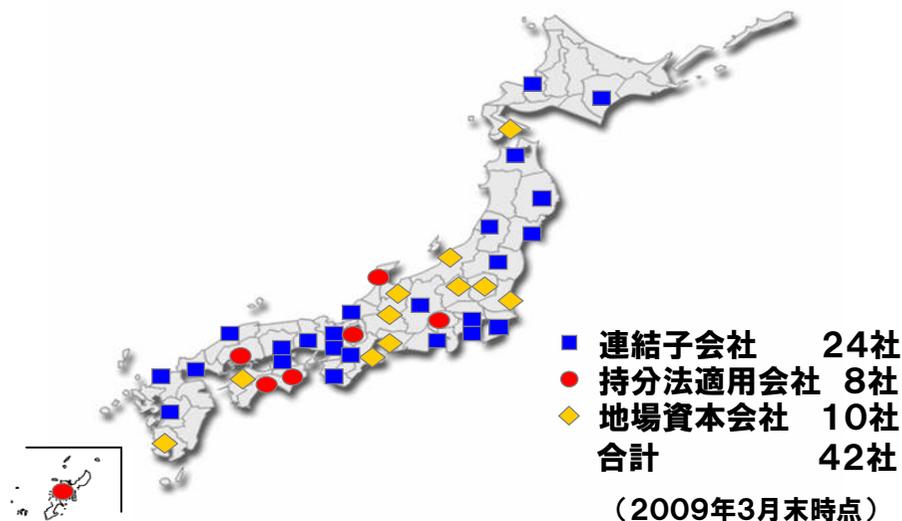
# 収益構造の変革②（国内）

- ・ トータルサポート事業（保有ビジネス）の拡大により、台数減でも利益確保
- ・ 量に見合った、販売体制のスリム化

国内大中トラ総需要



国内販売体制



## 09年度 経営計画

販売台数	09年度計画 (前年比)	08年度実績
国内	29千台 (84%)	35千台
海外	56千台 (89%)	63千台
日野合計	85千台 (87%)	98千台
受託車	111千台 (92%)	120千台

## 09年度 経営計画

財務数値	09年度計画 (前年比)	08年度実績
売上高	9,000億円(84%)	10,695億円
営業利益	▲150億円	▲194億円
経常利益	▲220億円	▲304億円
純利益	▲240億円	▲618億円

### 3. 日野自動車の目指す方向

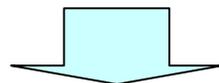


## 日野自動車の目指す方向

**目指す方向は、変わらない(変えない)**

**●日本の日野から、世界のHINOへ**

**●普トラから全トラへ**



**グローバル販売20万台**

### 3. 日野自動車の目指す方向



## 商品力の強化①

市場に合わせた、市場の変化に対応した、市場を変革する商品の提供

### ①市場適格商品

- 品質、耐久性、信頼性で、  
各国・地域毎のお客様に  
求められる的確な商品を提供



小型トラック HINO300シリーズ

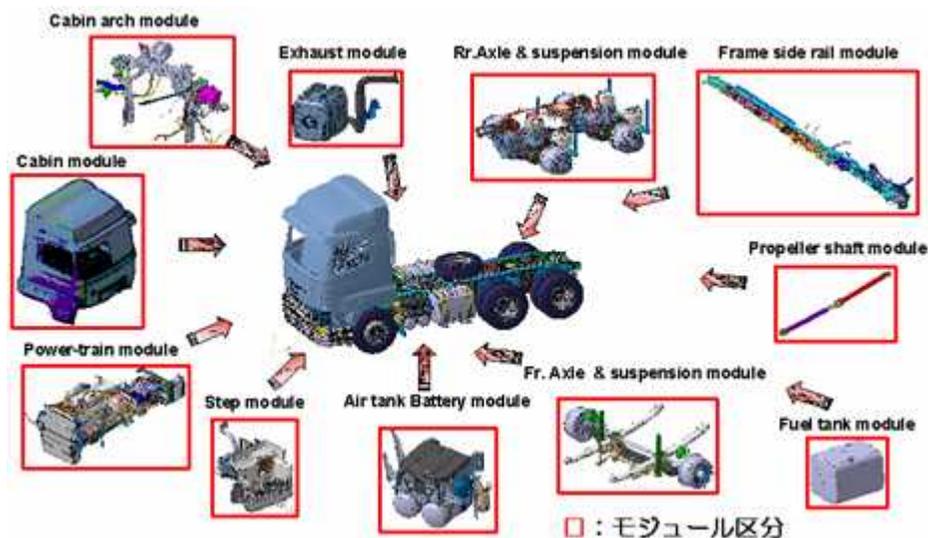


中近東（道路工事）

大型トラック HINO700シリーズ

### ②モジュール発想による製品の開発・生産

- お客様のニーズに迅速に対応
- 効率的開発、生産による  
トータルコストの低減



### 3. 日野自動車の目指す方向



# 商品力の強化②

低炭素社会の実現に資する商品の提供

ハイブリッド車

## Hybrid

現在のハイブリッド車のラインナップ



大型観光バス



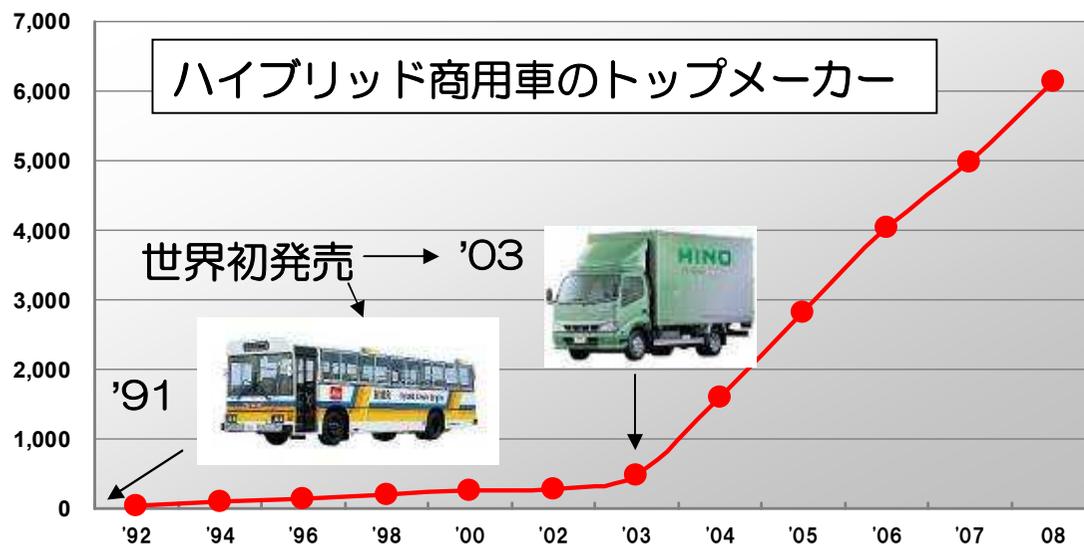
大型路線バス



中型トラック



小型トラック



累計販売台数（09年3月末実績）：  
6,384台



## 商品力の強化②

ハイブリッド車の普及拡大に向けて

*Hybrid*

- ハイブリッドバスの拡販  
講習・試乗を通じて燃費向上を訴求
- 革新型小型HVトラックの開発  
【開発目標】
  - ・ディーゼルとの価格差：半減
  - ・燃費改良：ディーゼル比1.2倍→1.5倍
- 非接触給電ハイブリッドバスの研究開発  
(国土交通省の「次世代低公害車開発・実用化促進プロジェクト」として開発を推進)





## 海外進出国の拡大

・販売進出国拡大

2007年	2008年	将来
約60ヶ国	約70ヶ国	100力国以上

・事業範囲の拡大

- ① 3S体制構築
- ② 効率的な生産・供給体制の構築

### 3. 日野自動車の目指す方向



2009年度 日野グループスローガン

---

**HINO**

**世界中のお客様のために**

**HINO, The Global Brand  
For All Customers!**

