

将来予測・インサイダー取引について

本資料には、当社（連結子会社を含む）の見通し、目標、計画、戦略などの将来に関する記述が含まれております。これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報に基づく判断および仮定に基づいており、判断や仮定に内在する不確定性および今後の事業運営や内外の状況変化等による変動可能性に照らし、将来における当社の実際の業績または展開と大きく異なる可能性があります。

インサイダー取引に関するご注意：

企業から直接、未公表の重要事実の伝達を受けた投資家（第一次情報受領者）は、当該情報が「公表」される前に株式売買等を行うことが禁じられています（証券取引法166条）。

同法施行令により、二以上の報道機関に対して企業が当該情報を公表してから12時間が経過した時点、または、証券取引所に通知しかつ内閣府令で定める電磁的方法（TDnetの適時開示情報閲覧サービスおよびED-NET公開WEBサイト）により掲載された時点を以って「公表」されたものとみなされます。



「日野の海外展開について」

**専務取締役
市川 正和**

**日野自動車株式会社
2006年12月19日**

アジェンダ

I. 海外販売台数

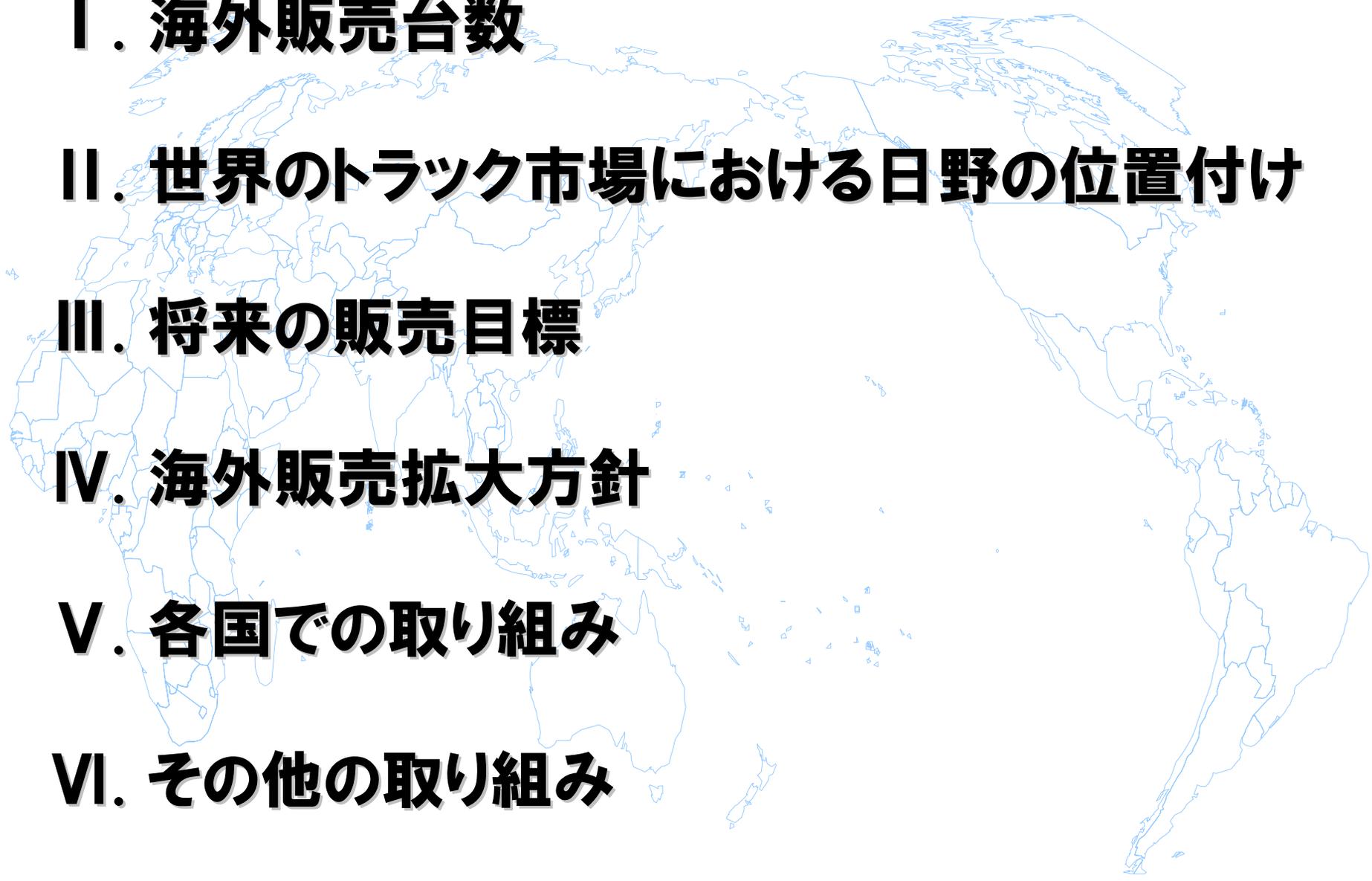
II. 世界のトラック市場における日野の位置付け

III. 将来の販売目標

IV. 海外販売拡大方針

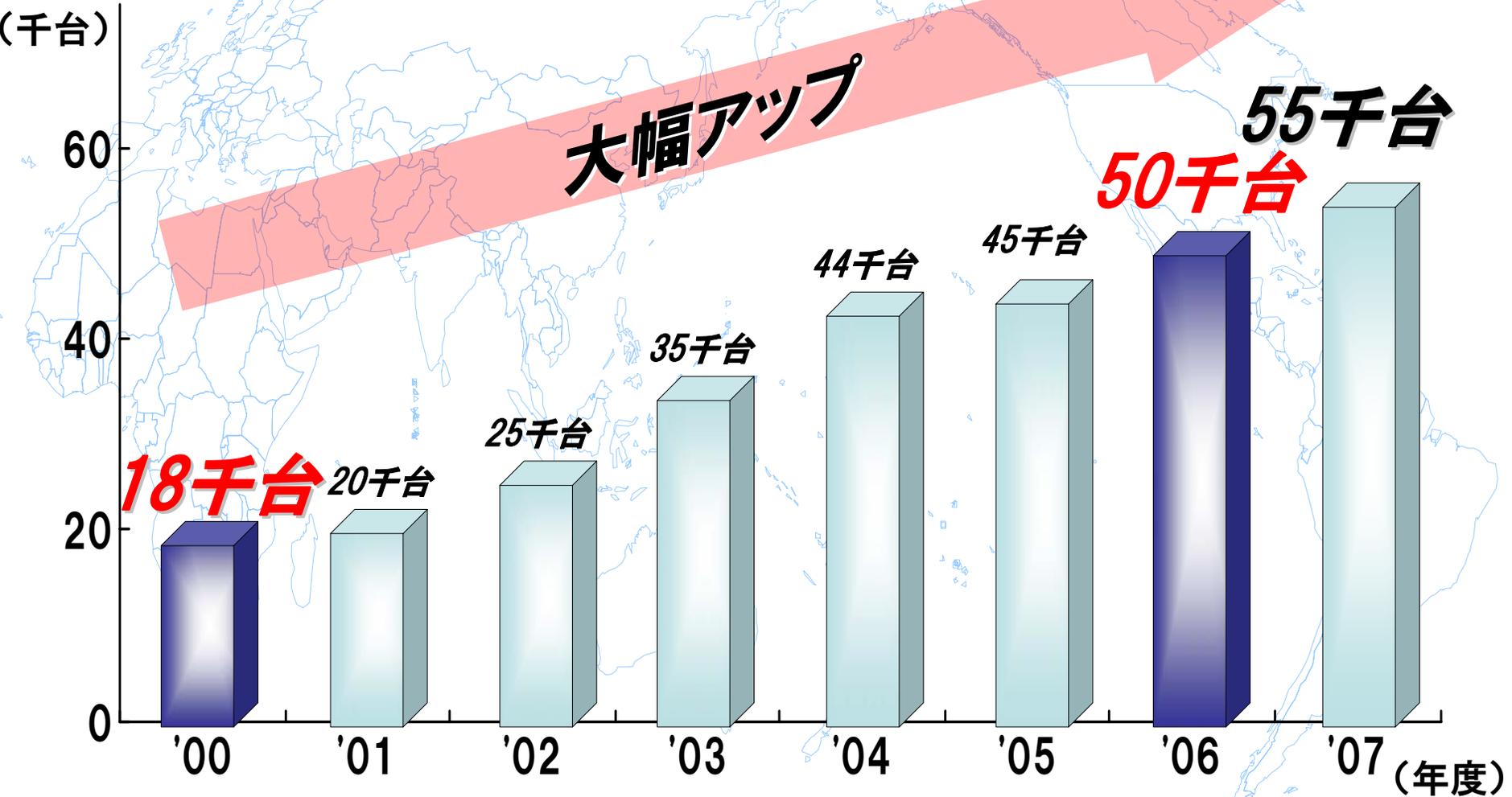
V. 各国での取り組み

VI. その他の取り組み



I-1. 販売台数の推移

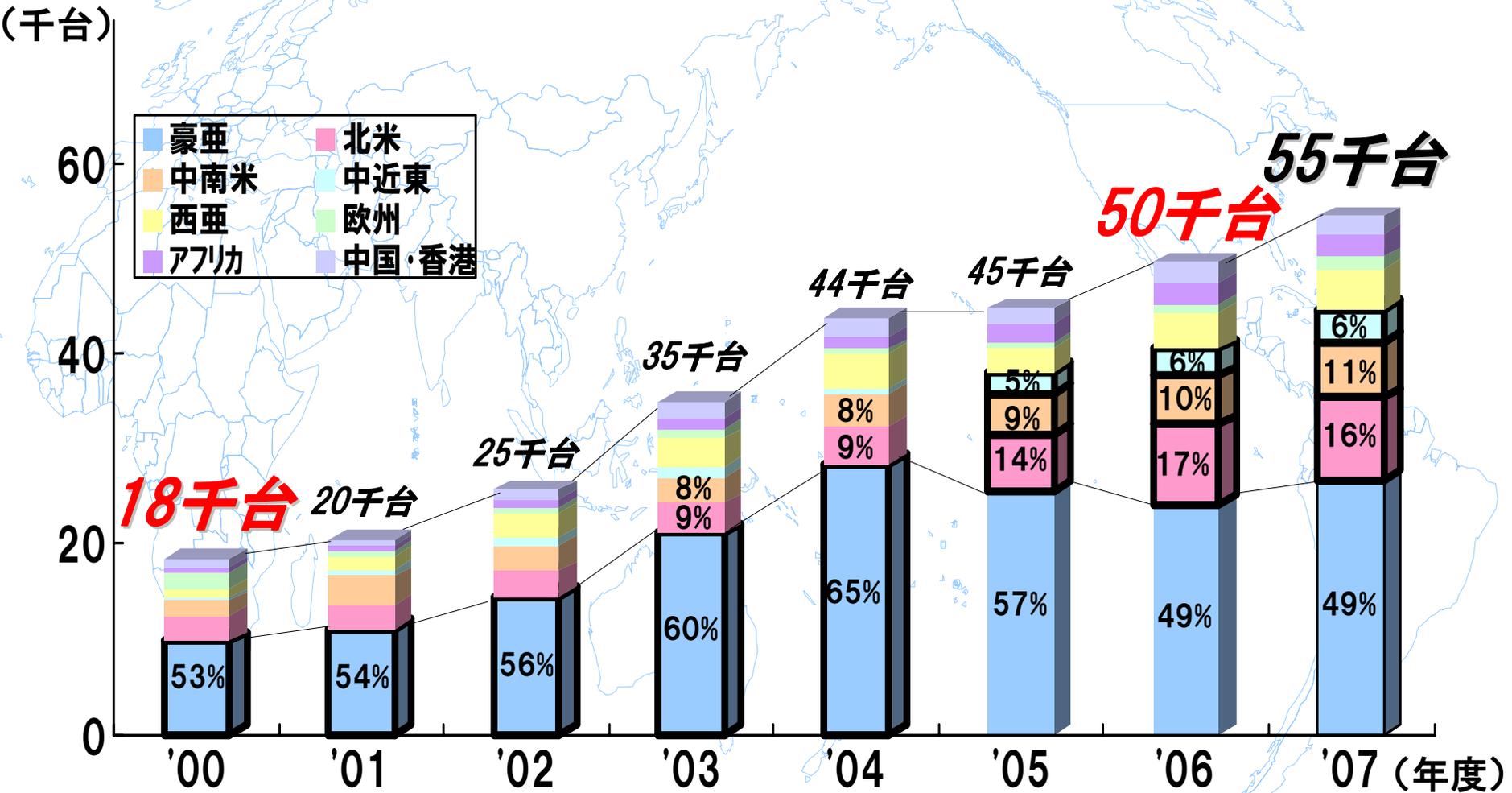
■海外販売台数は'00年18千台から'07年55千台へ
大幅アップ



I-2. 地域別販売台数

■ 海外販売台数は豪亜を中心に拡大

■ 今後は北米、中南米、中近東等の販売強化により台数増を図る

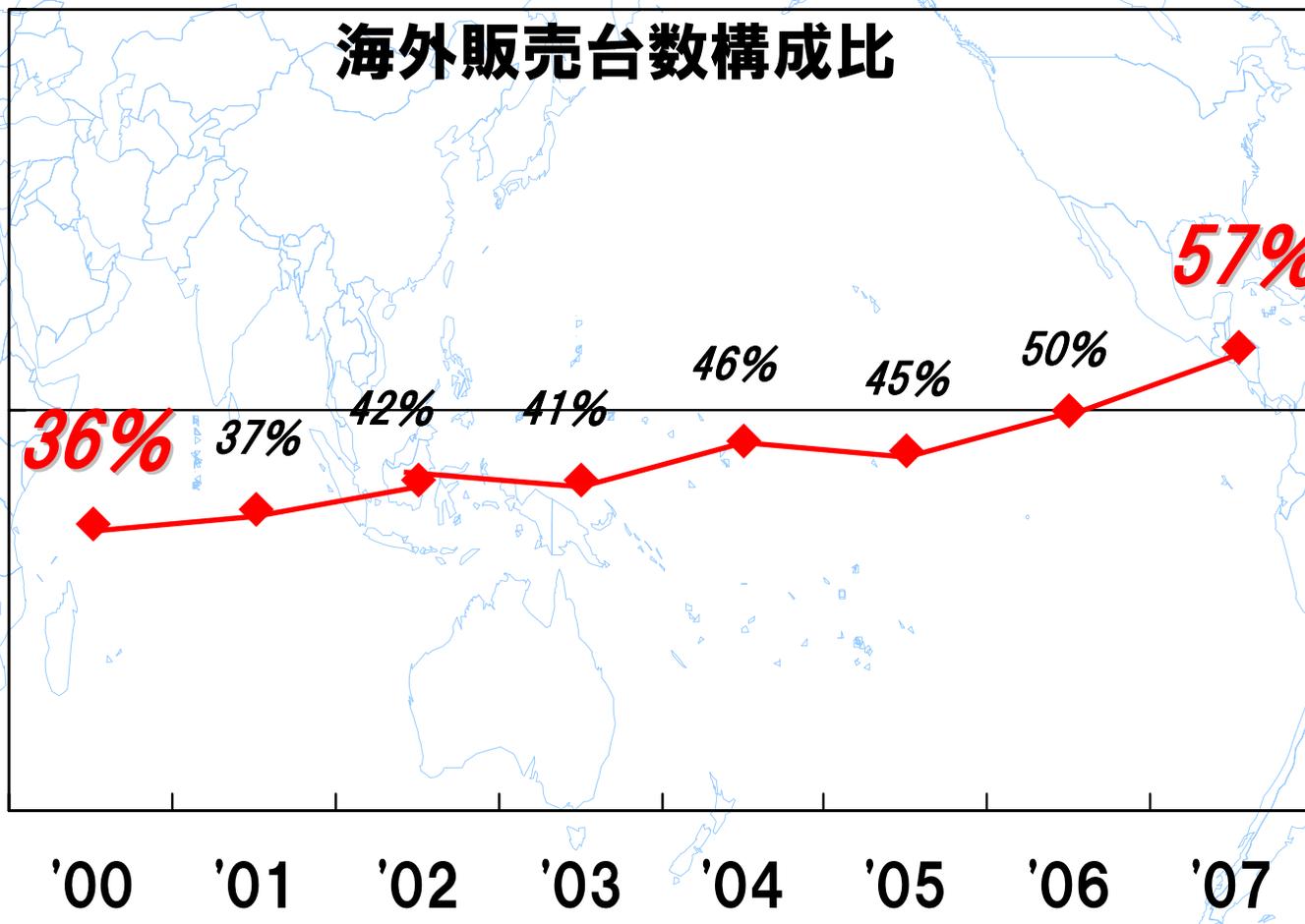




I-3. 日野における海外事業の位置付け

- 07年でいよいよ海外が国内を追い抜き、主役交代
- 今後は海外事業を柱とし、安定且つ成長性のある企業を目指す

(%)
100



I-4. 商品展開施策

■お客様要望に基づく新商品投入

	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度
台数	35千台	44千台	45千台	50千台	55千台
商品	海外中トラ フルモデルチェンジ  中南米小トラ導入 	海外大トラ フルモデルチェンジ  北米専用車導入  中近東40tタンク導入 	オーストラリア等 エアサス車導入 	海外小トラ マイナーチェンジ  HV車導入  中近東100tタンク導入  中近東小トラ6.5導入  カナダオンタリオ工場始動 	CNGバス導入 

I-4-a. 北米専用車の導入

■クラス4～7コンベンショナル専用車で本格参入



I-4-b. 中近東向け専用車導入

■中近東向けベストセラー車として

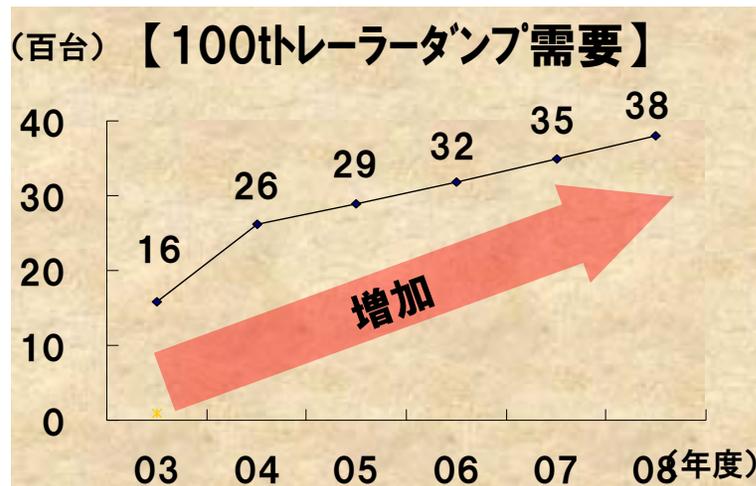
親しまれてきたZY車を04年モデルチェンジ (ZS)

【ZY: 76~】

【ZS: 04/8~】



■需要のあるモデルを効率的に開発・生産・販売



【SV: 06/11~】



I-5. 販売展開施策

■地域に即した販売施策の展開

	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度
台数	35千台	44千台	45千台	50千台	55千台
販売	<p>台湾大型販売部門分社 →</p> <p>タイ/インドネシア/米国 現地製販会社分離 →</p>	<p>オーストラリア ダイナ/デュトロ販売統合 →</p>	<p>パキスタン 販売体制変更 (モデル別専売制廃止) →</p>	<p>中近東等 トヨタグループ 代理店連携 →</p> <p>UKディーラー網設置 →</p>	<p>韓国 新規参入 →</p> <p>メキシコ参入 (検討中) →</p>

I-5-a. トヨタグループ販売網との連携

(9/38)



■トヨタ代理店を活用し、販売力強化

【00年度: **11社**】

台湾

南アフリカ

香港

バングラディッシュ

UAE

バーレーン

パナマ

パラグアイ

エルサルバドル

ニカラグア

PNG

+5社

【06年度: **16社**】

11ヶ国

+

変更

シンガポール

変更

コスタリカ

変更

オマーン

新

ヨルダン

新

ペルー

I-6. 主要市場別販売台数

■主要市場で着実に拡販を図る

トップ10市場(対00年度差)

【単位:台】

国名	'06年度	差
① タイ	8,000	+6,340
② 米国	6,800	+4,980
③ オーストラリア	5,360	+2,670
④ インドネシア	4,200	+780
⑤ パキスタン	3,620	+2,890
⑥ エクアドル	2,880	+1,780
⑦ 台湾	2,430	+1,290
⑧ マレーシア	2,160	+1,870
⑨ 南アフリカ	2,000	+1,480
⑩ カナダ	1,600	+800
その他	10,950	+6,670
合計	50,000	+31,550

 3,000台以上
 2,000台以上
 1,000台以上

I -6. 主要市場別販売台数

- 1,000台販売国を増やし、全地域での拡販を図り、安定感のある海外事業を構築

市場台数規模推移(対'00年度差)

【単位:ヶ国】

	'00年度	'06年度	差
3,000台以上	1	5	+4
2,000~3,000台未満	1	4	+3
1,000~2,000台未満	5	2	▲3
500~1,000台未満	5	8	+3
~500台未満	43	36	▲7
合計	55	55	+0



II. 世界のトラック市場における 日野の位置付け

II-1. トラック市場規模の概要

II-2. 大中型トラック市場 / 地域 x ブランド別

II-3. 小型トラック市場 / 地域 x ブランド別

II-4. 大中型トラック / 主要グループ・ブランド別台数

II-1.トラック市場規模の概要

■大中小型トラック220万台、小型トラック360万台、
日本から世界のビックマーケットへ

【単位:万台】

	日本	豪亜	中東	北米	南米	西欧	東欧	アフリカ	中国	インド	総計
大型トラック クラス (車両総重量:15t以上)   プロフィア  北米専用車	5	5	2	31	8	25	8	0	24	8	116
中型トラック クラス (車両総重量:6-15t) レンジャー 	6	10	1	26	11	8	11	2	20	10	105
小型トラック クラス (含むバン) (車両総重量:2-6t) デュトロ     トヨタ ダイ/トイエス  カウイエス /ライトイエス  ハイエース 	33	37	5	46	7	94	39	3	92	6	362
ピックアップトラック  IMV  タンドラ  プロボックス	0	65	17	365	27	11	5	14	10	5	518
小型バン(乗用車レベル) ~ 軽トラ・バン  DAIHATSU ハイゼット	65	14	2	0	5	49	19	3	104	2	263
総計	109	132	26	468	58	187	82	22	250	30	1,365

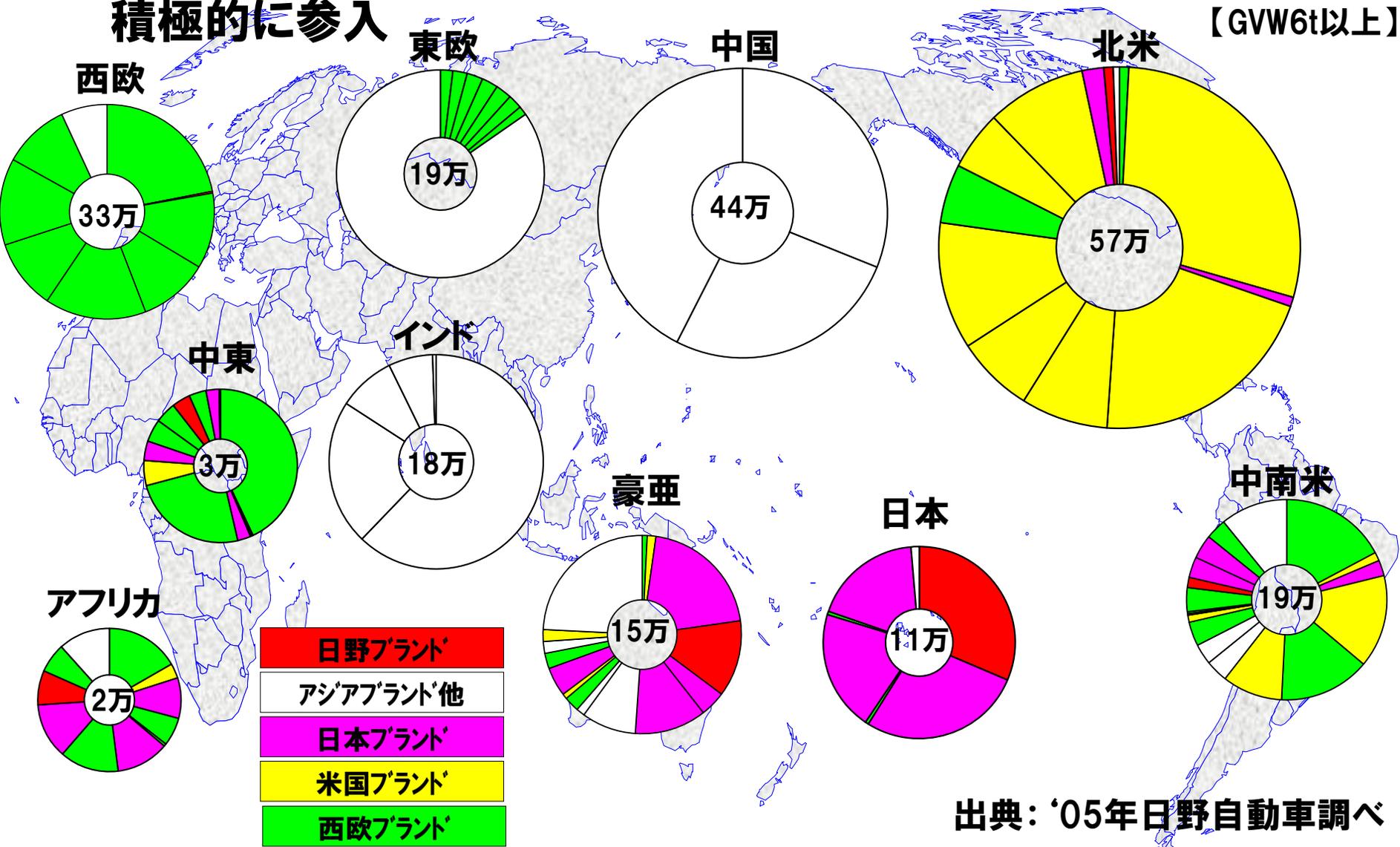
出典: '05年日野自動車調べ



II-2. 大中型トラック市場/地域 x ブランド別

■ 既参入市場に加え、需要のある北米・中国・欧州車市場へ積極的に参入

【GVW6t以上】



出典: '05年日野自動車調べ

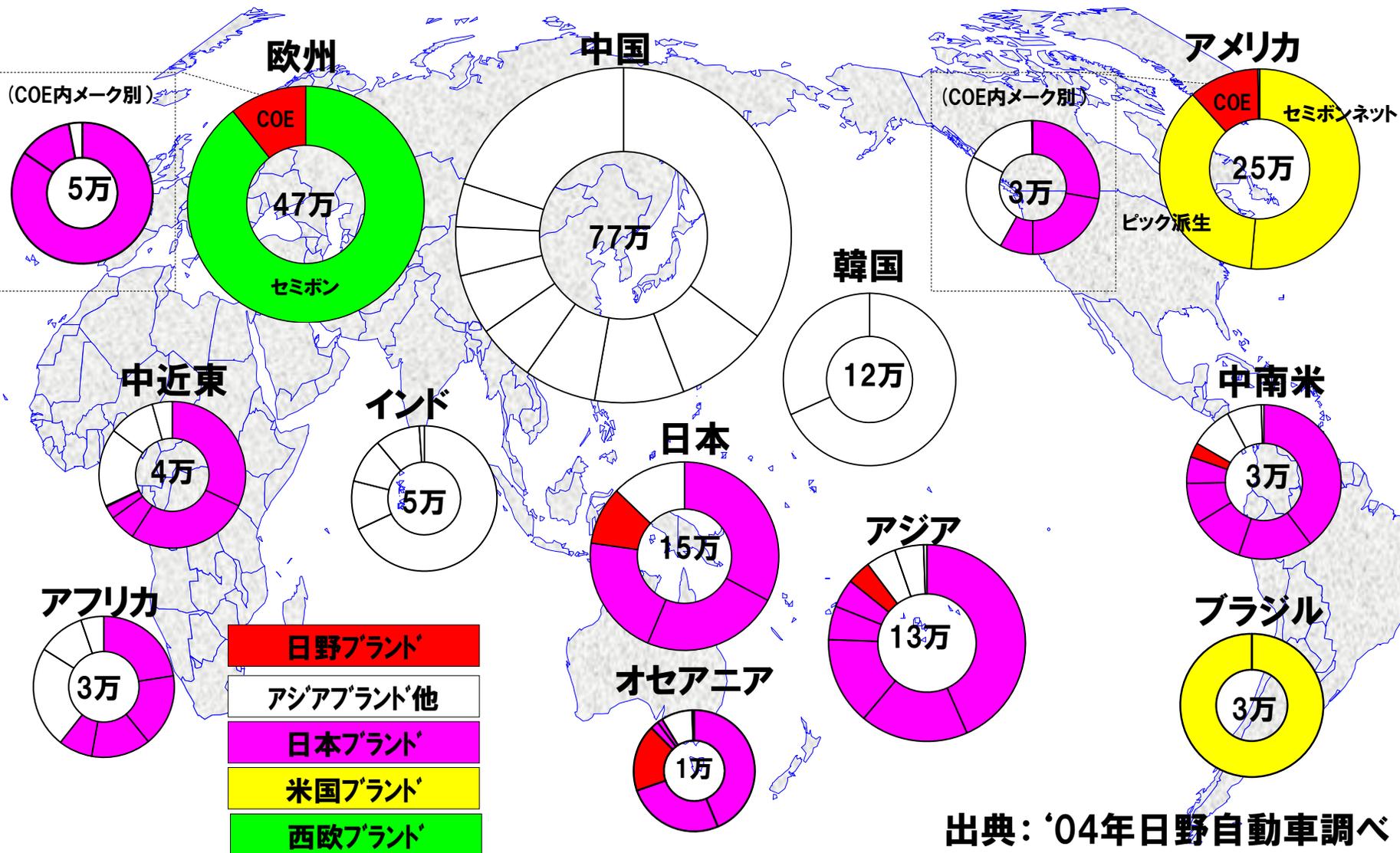
II-3. 小型トラック市場/地域 x ブランド別

(15/38)



■参入市場での日野シェアUPと新市場への参入

【GVW2-10t】



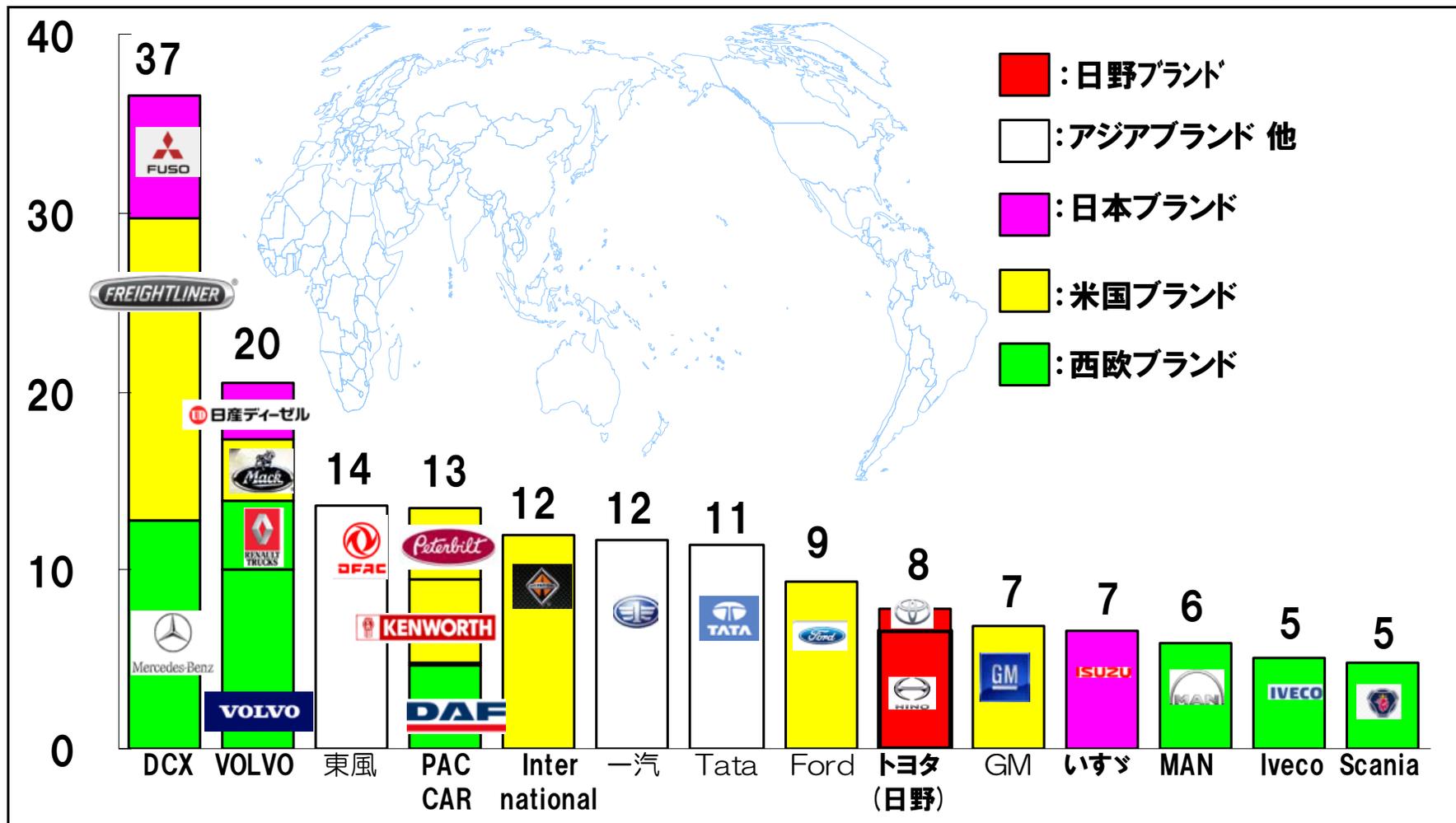
出典: '04年日野自動車調べ



II-4. 大中型トラック/主要グループ・ブランド別台数

■世界トップはDCXグループ、トヨタグループは世界第9位

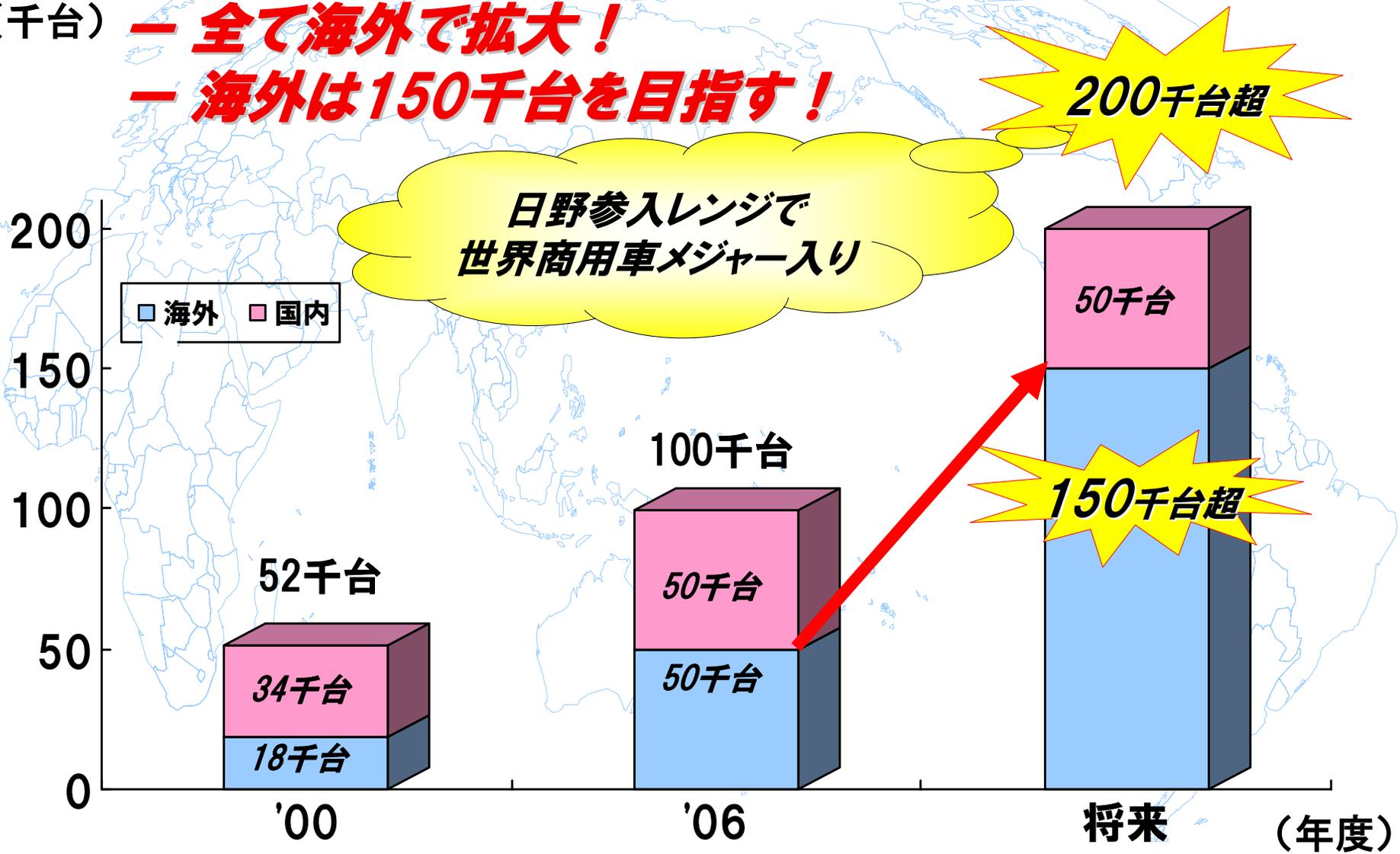
【GVW6t以上】
【単位:万台】



III. 将来の販売目標

■ 将来200千台 世界商用車メジャーを目指す！

- (千台) **— 全て海外で拡大！**
- 海外は150千台を目指す！**



IV. 海外販売拡大方針

■ 商品

- 日野の強みである大中型トラックを中心に全商品レンジでお客様要望車種を追加投入

■ 販売

- 販売拠点の質の向上と量の拡大

《質の向上》 3S体制強化、CS活動強化

《量の拡大》 トヨタグループ販売網との連携
新市場への参入

IV. 海外販売拡大方針

■各マーケット状況と日野のポジショニング別にグルーピングし、適格な販売施策を展開

収穫



収益向上国

市場

成長



(豪亜) タイ、インドネシア、オーストラリア、パキスタン
(中南米) エクアドル、グアテマラ

種まき



販売拡大方針

開拓



- ・良質な販売体制を基にCS活動を展開
- ・バリューチェーン強化

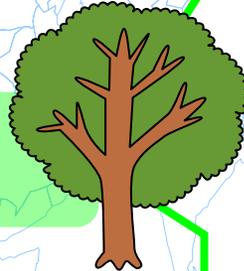
IV. 海外販売拡大方針

■各マーケット状況と日野のポジショニング別にグルーピングし、適格な販売施策を展開

収穫



成長



種まき



開拓



台数拡大国

市場

- (北米) 米国、カナダ
- (中近東) UAE、サウジアラビア
- (アフリカ) 南アフリカ
- (豪亜) ベトナム

販売拡大方針

- ・販売体制を強化すると共に商品を拡充し
大幅な台数増を狙う

IV. 海外販売拡大方針

■各のマーケット状況と日野のポジショニング別にグルーピングし、適格な販売施策を展開

収穫



成長



種まき



開拓



将来販売国

市場

- (欧州) UK、トルコ
- (豪亞) 韓国
- (中南米) メキシコ

販売拡大方針

- ・将来の販売拡大に備え、販売体制の質の向上と量の拡大を図る

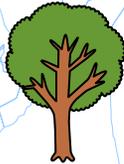
IV. 海外販売拡大方針

■各マーケット状況と日野のポジショニング別にグルーピングし、適格な販売施策を展開

収穫



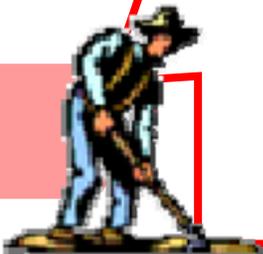
成長



種まき



開拓



将来の柱候補国

市場

BRICs(ブラジル、ロシア、インド、中国)
西欧、東欧

販売拡大方針

・将来の市場参入に向け、事業の成立性を検証

V. 各国での取り組み事例

V-1. 豪亜 / タイ、インドネシア、オーストラリア

a. パキスタン

b. 韓国

c. 海外向け低公害車の導入(HV)

d. 海外向け低公害車の導入(CNG)

V-2. 北米

V-3. 中南米

V-4. 中近東

V-5. 欧州 / UK

V-1. タイ、インドネシア、オーストラリア

- グローバル展開を支える事業基盤を築く
 - ー高シェアの維持・向上、及び収益改善を図る

- 高シェア維持

- ータイ : 大中トラシェア4年連続No.1
- ーインドネシア : 大中トラ&バスシェア6年連続No.1
- ーオーストラリア: 中トラシェア2年連続No.1

- オーストラリア代理店経営体制強化(06/8/1)

- ⇒トヨタ経営手法の活用
 - ・現地人元トヨタ役員を招聘



V-1-a. パキスタン

■日野パック社 創立1986年から20年連続NO. 1 (大中トラ・バス)
06年シェア46% (見込)

ダントツNO.1

- 商品拡充 ⇒ 小型トラック導入
- 06年8月発表以降大好評！
 - 導入初年度でシェア20%達成！ (見込)

■CNGバス導入



V-1-b. 韓国

■スカニアの販売・サービス網22店舗の活用により、 07年より中型トラック販売開始

●韓国市場規模

→ 韓国中型トラック需要は1万台レベルで推移

●日野の投入商品

HINO 500シリーズ、モデル名：FD

ー車両総重量：10.4トン

ー積載量：4.5～5.0トン

ーエンジン馬力：260PS

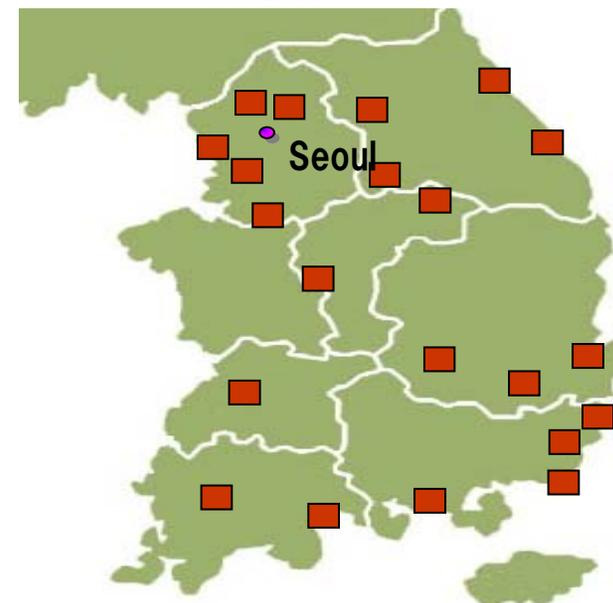
ーその他：フルエアブレーキ、ABS/ASR付

●販売目標

初年度300台 → 将来目標1,000台

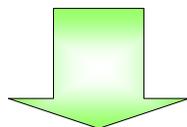


●スカニア販売網



V-1-c. 海外向け低公害車の導入(HV)

■ハイブリッド小型トラックをオーストラリアへ導入



海外でも環境にやさしい日野車



●06年～ トライアル販売開始(30台)

●07年以降 お客様要望により、販売拡大



V-1-d. 海外向け低公害車の導入(CNG)

■アジア市場へのCNGバス導入

1) 原油高によるCNG化ニーズが高い

2) 原油輸入削減による外貨節約

3) 都市部での大気汚染問題に対する環境対策

4) 政府・自治体の動き

- a) パキスタン : 自国産出のCNGを使うことにより、
外貨を節約する
- b) インドネシア : 政府設置のバス専用レーン走行
車両として推薦
- c) バングラディッシュ : 環境及び外貨節約の目的で導入予定

5) 販売目標: 各国年間100台以上の販売を目指す



V-2. 北米

■コアモデル育成によるブランド浸透

●販売戦略

- ・クラス6 ⇒ **販売の柱** 《中長期的に**10%**目標》
 - 商品優位性を最大限に活かし販売拡大
- ・クラス7 ⇒ **特装市場** 《中長期的に**5%**目標》
 - 商品力強化(特装)と各業界へのきめ細かい売り込み強化で拡販

‘06年度 米国需要&シェア

	需要 (千台)	シェア (%)
クラス6	74	7.2
クラス7	85	1.2
計	159	4.0

●課題

- ・お客様から要望のある車種追加を早急に実施

●将来目標

- ・トヨタは国内販売170万台に対し、米国販売220万台
 - ⇒ 全商用車市場に参入し、米国で日本以上の50千台超の早期販売達成を目指す



V-3. 中南米

■日野高シェア国(エクアドル・グアテマラ)での台数維持・向上

		06年度	
		台数	シェア (%)
エクアドル	大中トラ/バス	2,010	57.4
	小トラ	870	36.3
	計	2,880	48.8
グアテマラ	大中トラ/バス	240	68.6
	小トラ	310	23.0
	計	550	32.4

●エクアドル

・Dutro導入以降、
トラック・バス合算シェア
4年連続No.1

(GVW5.0t以上)

●国内販売会社/海外TOP5

順位	販売会社	販売台数	国名	販売台数
1	東京	8,231	タイ	8,000
2	大阪	6,125	米国	6,800
3	愛知	5,968	オーストラリア	5,360
4	横浜	3,633	インドネシア	4,200
5	神戸	3,093	パキスタン	3,620
6	九州	2,877	エクアドル	2,880

エクアドル
販売台数
規模は
「九州日野」
レベル

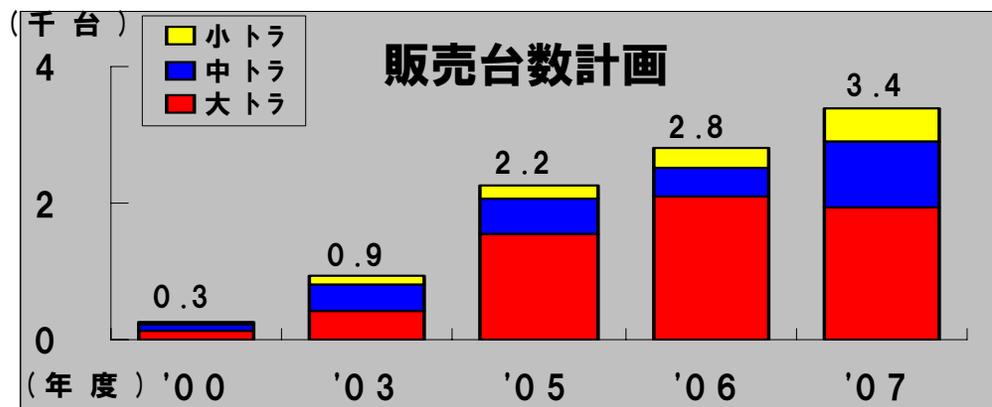
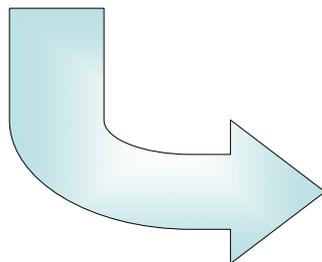
* 国内:05年度実績、海外:06年度見込み

V-4. 中近東

■大型専用ダンプに続き、小型トラックの商品拡充
 ー大市場の6.5tレンジへ参入(06/10月～)

■3S体制の充実
 ードライブトレーニングセンター設立(07年度)

■トヨタグループ販売網との連携
 ーオマーン：代理店変更(06/9月)
 ーヨルダン：代理店新設(06/3月)



V-5-a. UK

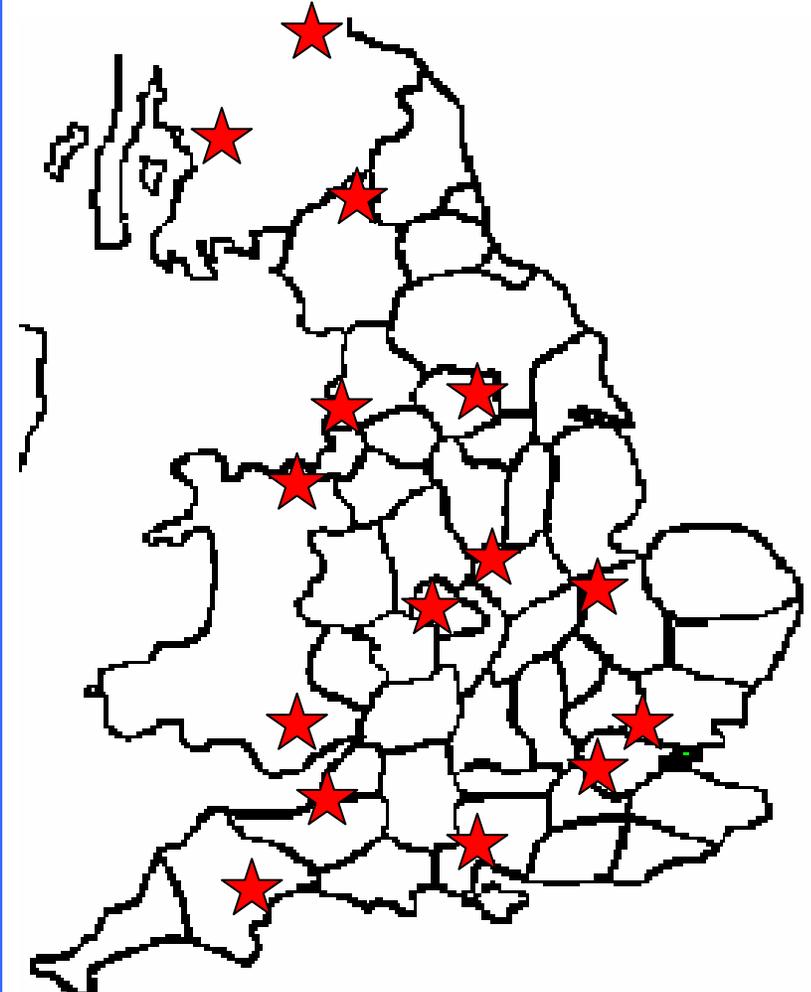
- アイルランドに加え、UK本格参入
- 小型トラック投入により台数増

● UK販売網構築 —販売店増設計画

05年度	06年度	07年度
7店	13店	15店

- 小型トラック導入
 - 需要のあるGVW5.5/6.5/7.5t
レンジの商品バリエーション拡充

★ 販売店所在地（07年度：15店ベース）



VI. その他の取り組み

「海外でのお客様お役立ち活動」

VI-1. HINO PRO-CAREの配備

VI-2. 省エネ運転研修

VI-1. HINO PRO-CAREの配備

- 日本でお客様満足度の高い活動を海外へ展開
⇒ お客様のご要望に応じて現地での出張サービス対応

HINO PRO-CARE (Dr.Dutro=フル装備サービスカー)の配備

● 配備国及び台数

No.	導入国	台数		
		04末	06/10	差
1	タイ	54	59	+5
2	インドネシア	29	29	+0
3	マレーシア	27	28	+1
4	オーストラリア	13	20	+7
5	台湾	15	16	+1
6	カナダ	0	12	+12
7	グアテマラ	6	9	+3
8	米国	0	4	+4
9	パキスタン	4	4	+0
10	ベトナム	2	4	+2
11	香港	0	2	+2
12	UAE	1	1	+0
13	エクアドル	0	1	+1
14	コロンビア	0	1	+1
15	パナマ	0	2	+2
	合計	151	192	+41



【上物内装】



VI-2. 省エネ運転研修

■ドライバーだけでなく、経営者も参加した省エネ研修実施

1. 省エネ運転研修内容

1) 現状の燃費測定

2) 学科研修実施

(1) 日常点検要領説明

(2) E/Gの特性説明

(3) 省エネ運転の要領と期待効果説明

3) 実技研修実施

<下記研修前後の燃費差を数値で伝達>

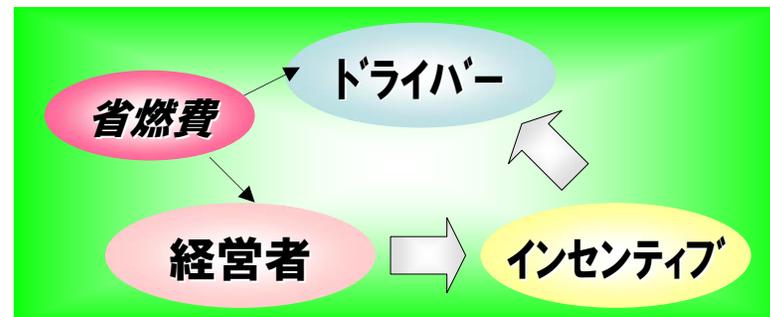
(1) 始業点検要領(タイヤ空気圧も含む)

(2) アクセルワーク(E/G回転、速度、
エンジnbrake、適切ギヤ他)

4) 実技研修後燃費測定



5) 改善効果確認



ドライブマスターを活用



装着状態
印字スイッチ
運行開始スイッチ

ドライブマスター
アクセル開度
燃費
エンジン回転数
車速

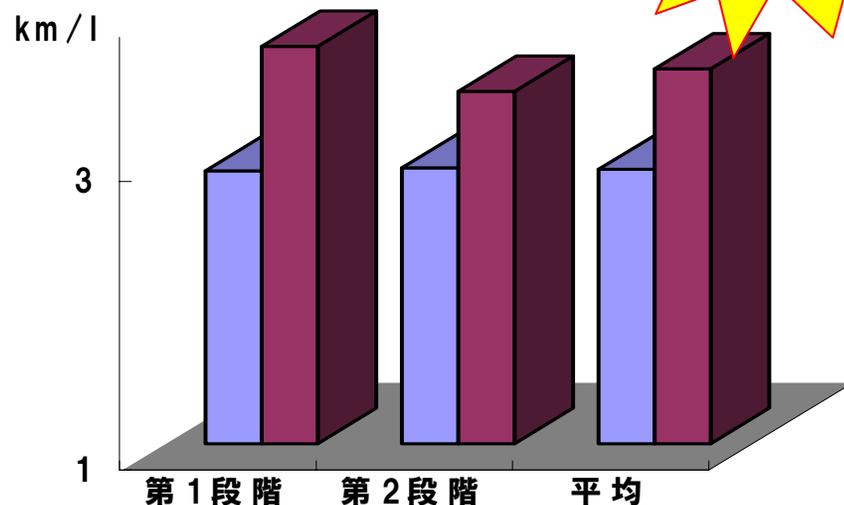
VI-2. 省エネ運転研修

2. 台湾 和泰/長源汽車 省エネ運転研修

- 1) 研修の対象: ドライバー(フリートユーザー、個人ユーザー)
- 2) 研修回数(06年目標): 40回 ⇒ 現在52回開催済み
- 3) 受講ドライバー数(06年目標): 320名 ⇒ 現在947名受講済み

<研修効果(年度途中)>

■ 実施前
■ 実施後



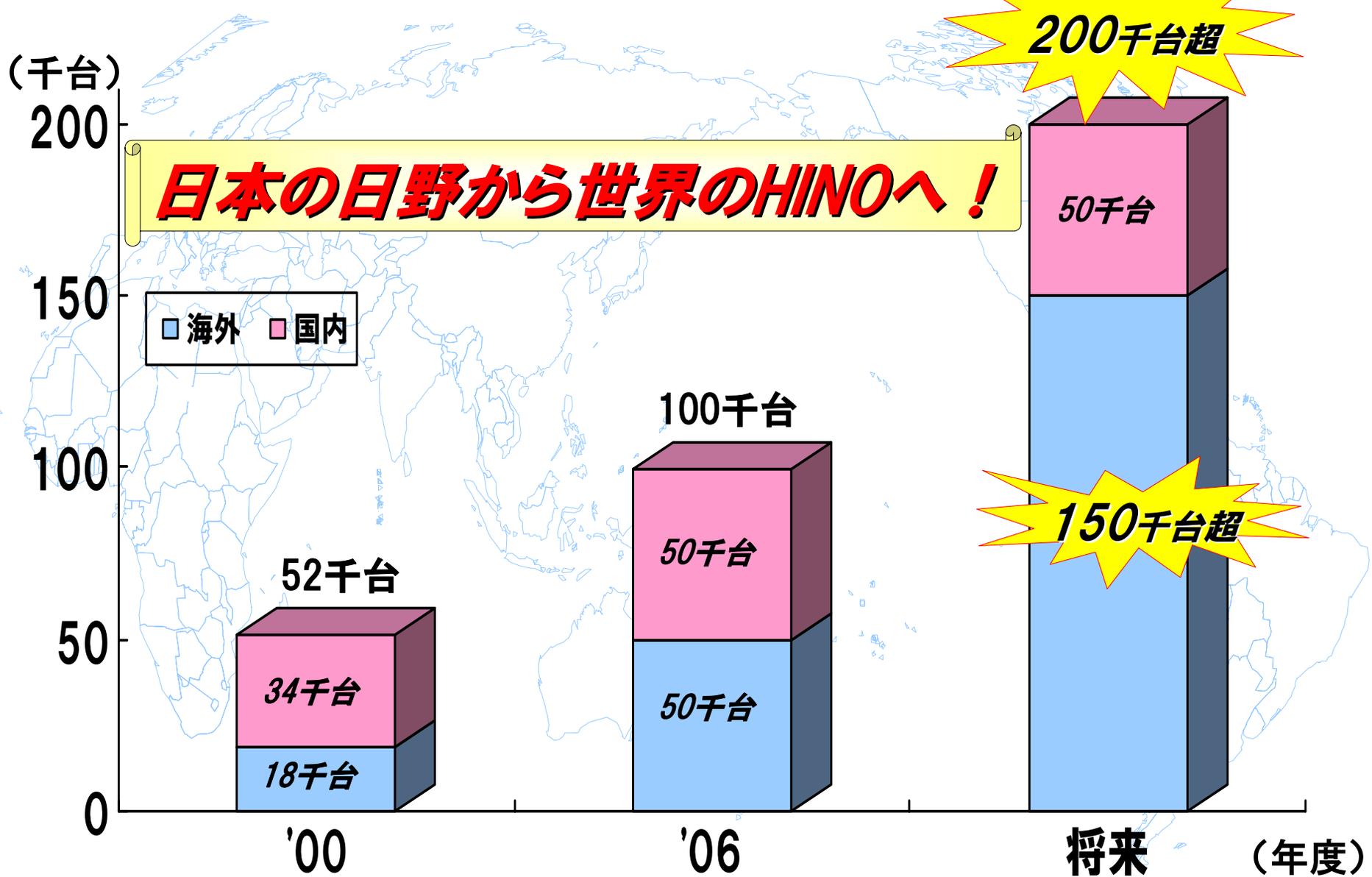
例: 3月に実施した山立通運(29名)



VI-2. 省エネ運転研修

3. 研修受講後の事業主とドライバーの声

- 1) 研修は経済走行、安全の両面で非常に効果大きい。
研修の回数をもっと増やして欲しい。
⇒ 中国、タイ、南アフリカ
- 2) 燃料が2年前に比べて2倍の負担になった。
この研修で実際に運行コストの削減が出来るので
大変ありがたい。
⇒ タイ
- 3) 研修のお陰で1年で家が建てられる程の燃料費
節減が出来そう(SS1E 10台保有ユーザー)。
⇒ 中国





2006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 Brand
For Global Customers!**