

Domestic Business Development

国内事業



国内市場でダントツNo.1の地固めを

国内市場では、自動車NOx・PM法ならびに兵庫県におけるディーゼル車走行規制等により、西日本地域を中心に車両の代替が促進されました。その一方で、1都3県のディーゼル車走行規制条例などによる、2005年3月期における需要増の反動減の影響を大きく受けました。総需要が減少するという厳しい環境のなか、日野自動車の販売台数はほぼ前期並み、シェアは大幅に拡大

することができました。これは、国内で唯一、全車新短期規制四ツ星をラインアップするなど、トラック業界における環境フロントランナーとして、環境規制への対応に積極的に取り組んできたことの成果といえます。

近年、国内販売会社の経営基盤強化に取り組んできたことにより、2002年3月期には連結対象の27社中12社あった赤字会社が、2004年3月期には3社に減少、当期に至ってこれを一掃することができました。日

日野のハイブリッド・トラック・バス

日野デュトロ ハイブリッド
2003年発売



日野レンジャー ハイブリッド
1993年発売



日野ブルーリボンシティ
ハイブリッド
1991年発売

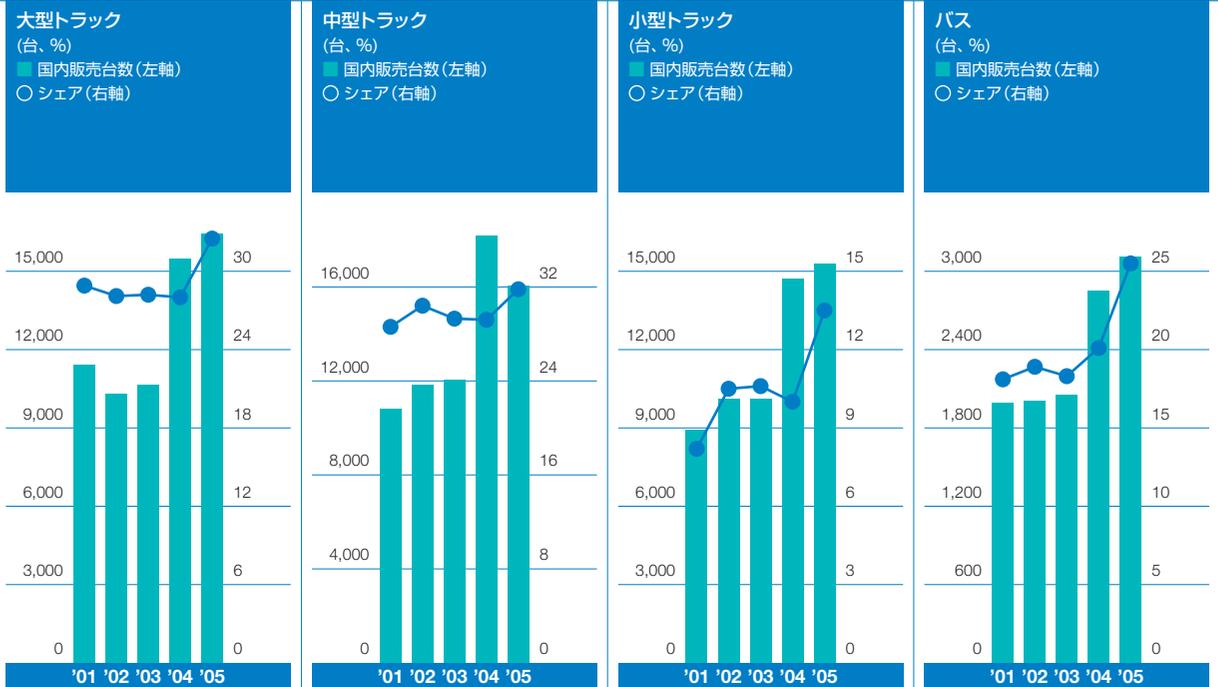


日野セレガ ハイブリッド
1998年発売



国内販売台数、シェア

(各年3月期)



(注) 1. 国内市場における「販売台数」は「登録台数」であり、売上台数とは若干異なります。

2. 大型車：積載量5トン以上、総重量8トン以上 中型車：積載量3.5トン以上5トン未満、総重量8トン未満 小型車：積載量2トン以上3.5トン未満、総重量8トン未満

野自動車では、この体質改善を持続させるための施策をさらに積極的に推進していく考えです。

その1つの基盤となるのが国内販売システム「HITOSSII」です。これは、ITを活用した営業支援システムであり、例えば仕様・価格・納期を同時にお客様に提案できるような販売支援を行い、また、業務の標準化とノウハウの共有化、間接業務の効率化も図るものです。収益拡大に向け、2005年10月の宮城日野への導入を皮切りに、約1年以内に231の全営業拠点で稼働する予定にしています。

一方、サービス強化も販売会社の基盤強化の重要な方策の1つです。日野自動車では、お客様に安心して日野車をご利用いただくために、24時間サービス体制を構築中です。現在、全国227サービス拠点の約80%を網羅し、さらにサービスの機動性を高めるため、主要拠点にはフル装備のサービスカー「Dr. DUTRO」を配備

しています。こうしたサービス強化により、販売した車両の生涯にわたるサービスバリューを高めていきたいと考えています。

国内のトラック市場では、今後、物流構造の変革や物流の効率化に伴い需要が漸減していくことが予想されますが、商品力や販売力の強化によってシェアアップを図り、収益を拡大していく方針です。こうした国内の状況を踏まえると、今後の成長ドライバーは、海外展開といっても過言ではありません。