

HINO' s value creation story & FlatFormer introduction

as reference for concept making



Hino Motors, Ltd.

Hino Motors Value Creation

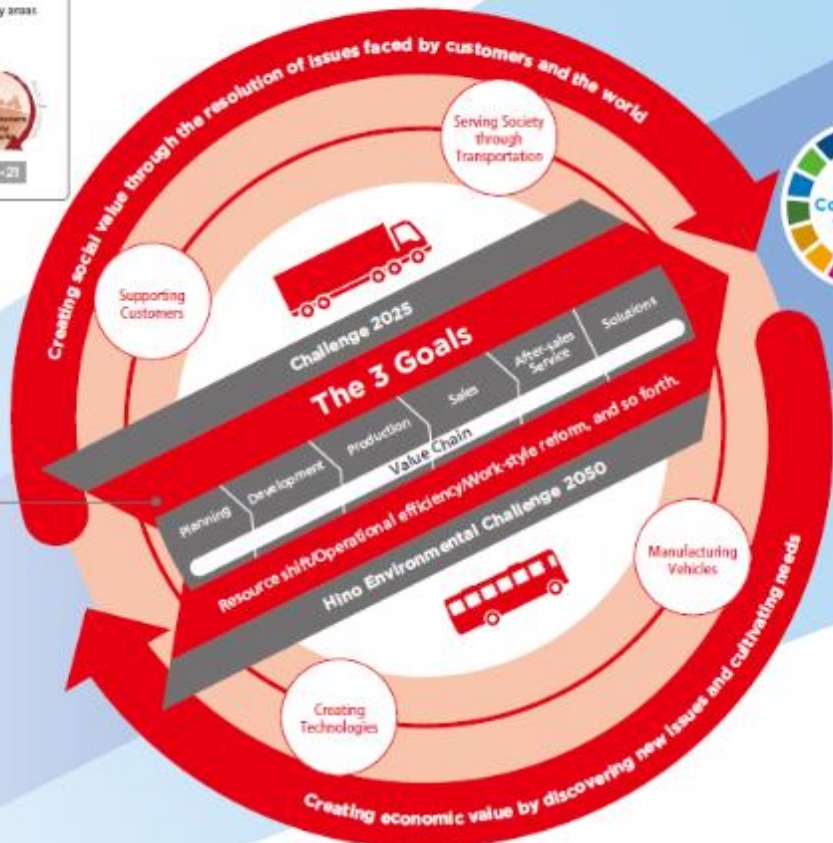
The Hino Motors business model is being developed on the dual pillars of creating social value through the resolution of issues faced by customers and the world and creating economic value by discovering new issues and cultivating needs. In addition, the directionality of our business is established by Hino Environmental Challenge 2050 and Challenge 2025 which are drawn up based on the Hino Credo. We are striving to carry out sustainable business to realize a sustainable society.



The Hino Motors business model

The 3 Goals

- Best-fit products incorporating safety and environmental technologies
P.16-17
- Total Support customized for each vehicle
P.18-19
- New activity areas
P.20-21



ESG Initiatives (Business foundation)
Occupational health and safety / Quality / Human resources creation / Compliance and fair competition / Human rights and labor practices and so on

The HINO Credo
To make the world a better place to live by helping people and goods get to where they need to go



Creating the vision of Hino Motors through contributing to SDGs

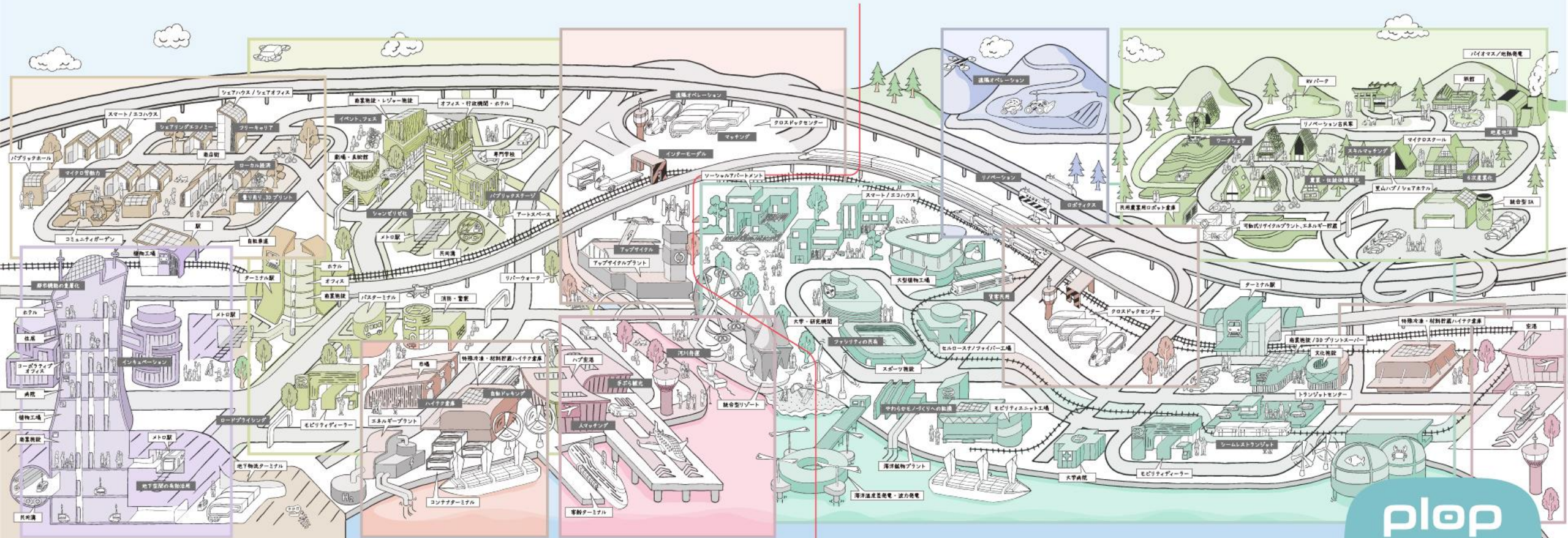
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

- Realizing a society in which people and goods can get to where they need to go safely, reliably and in an optimum manner with environmental responsibility
P.30-31
- Minimizing environmental impact in each step of the truck and bus business
P.32-33
- Developing partners that have the same dreams (Providing solutions to societal issues by bringing together others' competencies)
P.34
- Building a sustainable value chain
P.35
- Diversity & inclusion
P.36
- Training human resources to help people and goods get to where they need to go
P.37

未来マップ

FUTURE MAP

Dig into every challenges and values by not only for vehicle perspectives but also people lifestyles, process, town planning and environment which HIND is required to care.



Recognized challenges



Convenient,
Added value
improvements



Diverse of
value recognition



Industrial structure,
People's lifestyle
changes

Urbanization



Replacing
Streets
with Roads



Exhaust Gas
Noise



Community
Weakens



Increased
Cost of Life

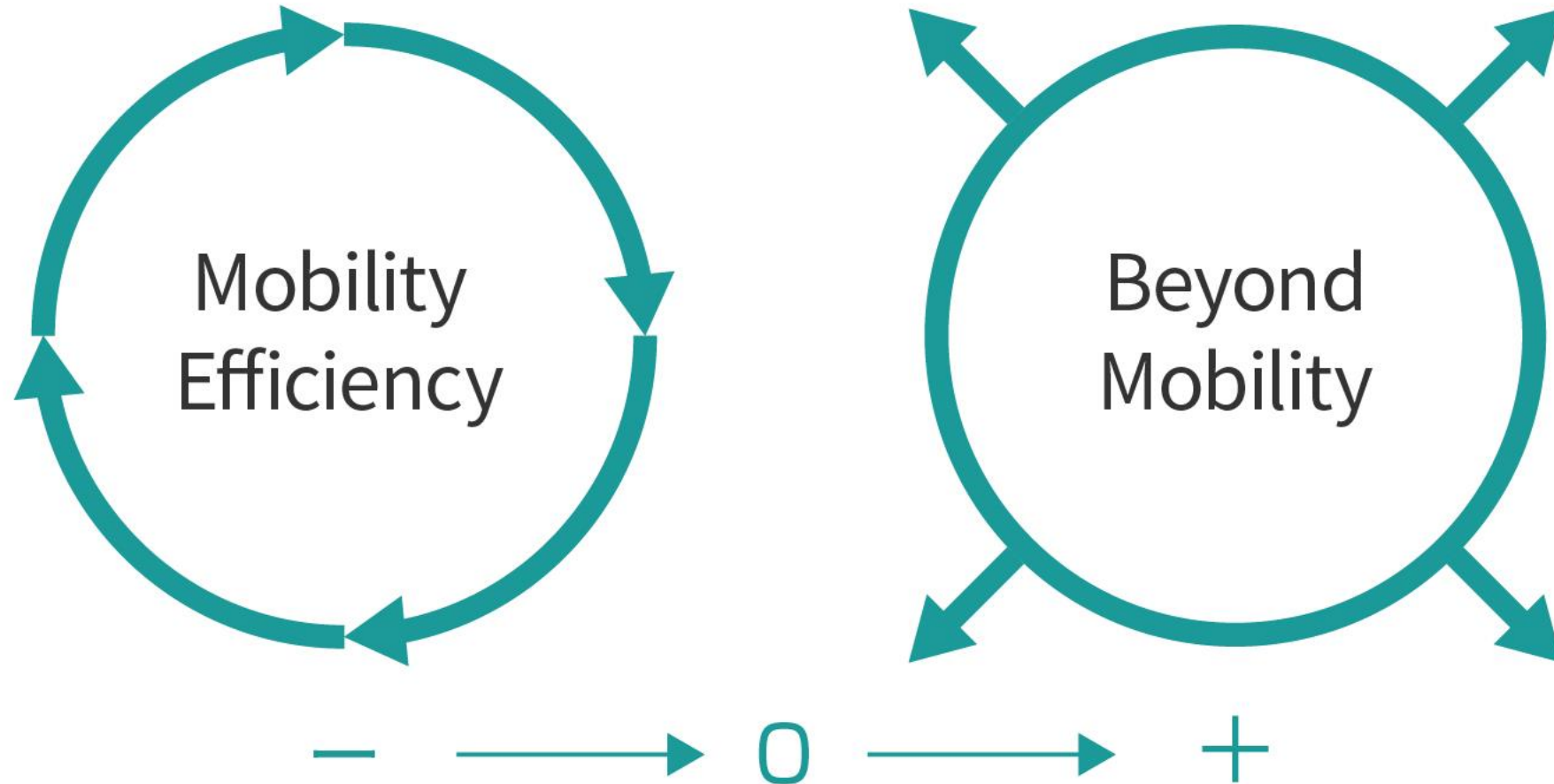


Deterioration
Infrastructure
Disaster Risk

Mobility re-definition

Change from a city for cars to a city for people Evolve to Metabolizing city

Mobility re-definition



HINO FlatFormer

@ Tokyo Motor Show 2019



Individual optimization

helps create happiness
for each individual

Maximize usable space

Available space

Enable both values

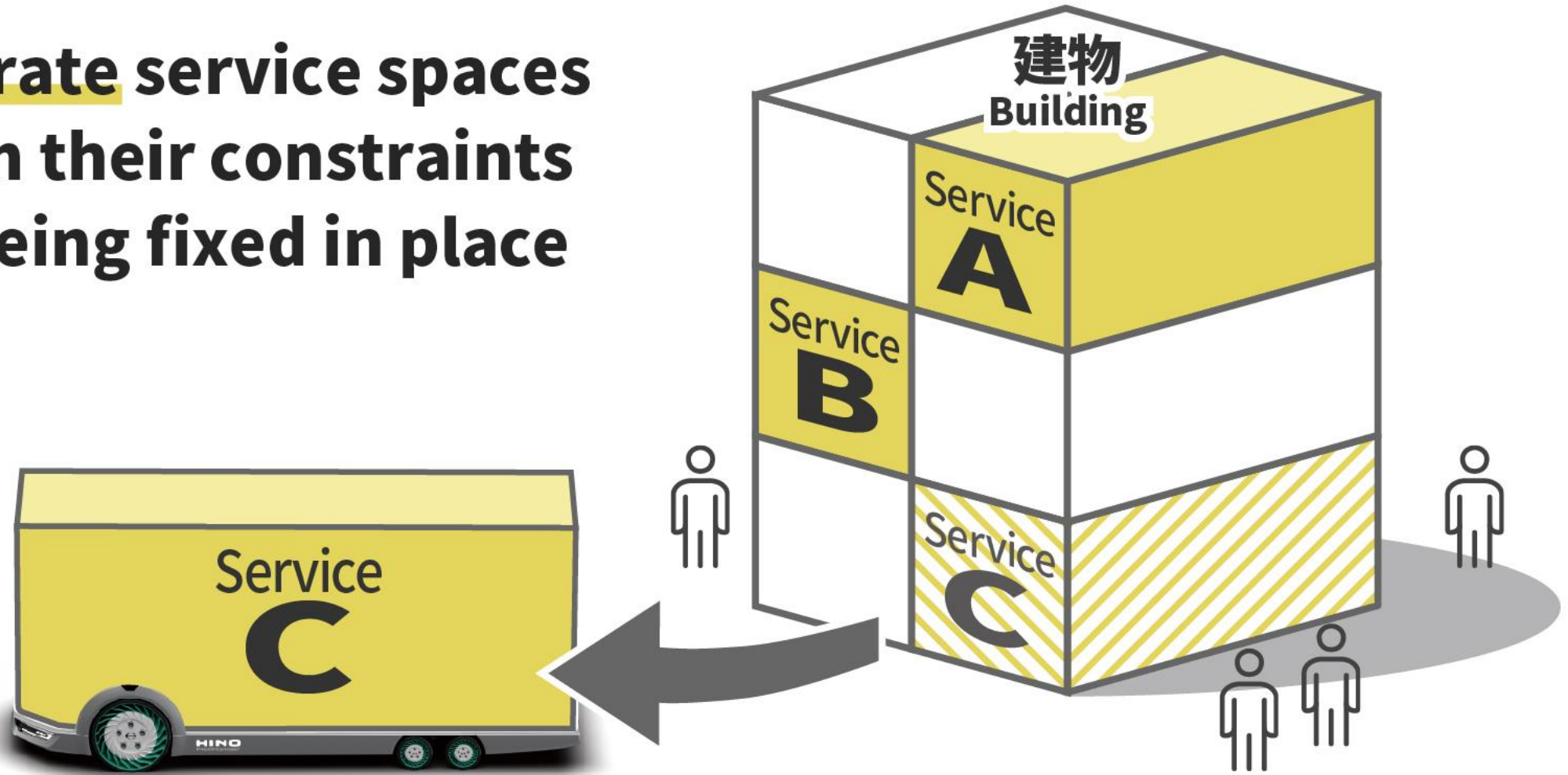
Overall optimization

brings happiness
to societies

**Separate space
from the power platform**



Liberate service spaces from their constraints of being fixed in place

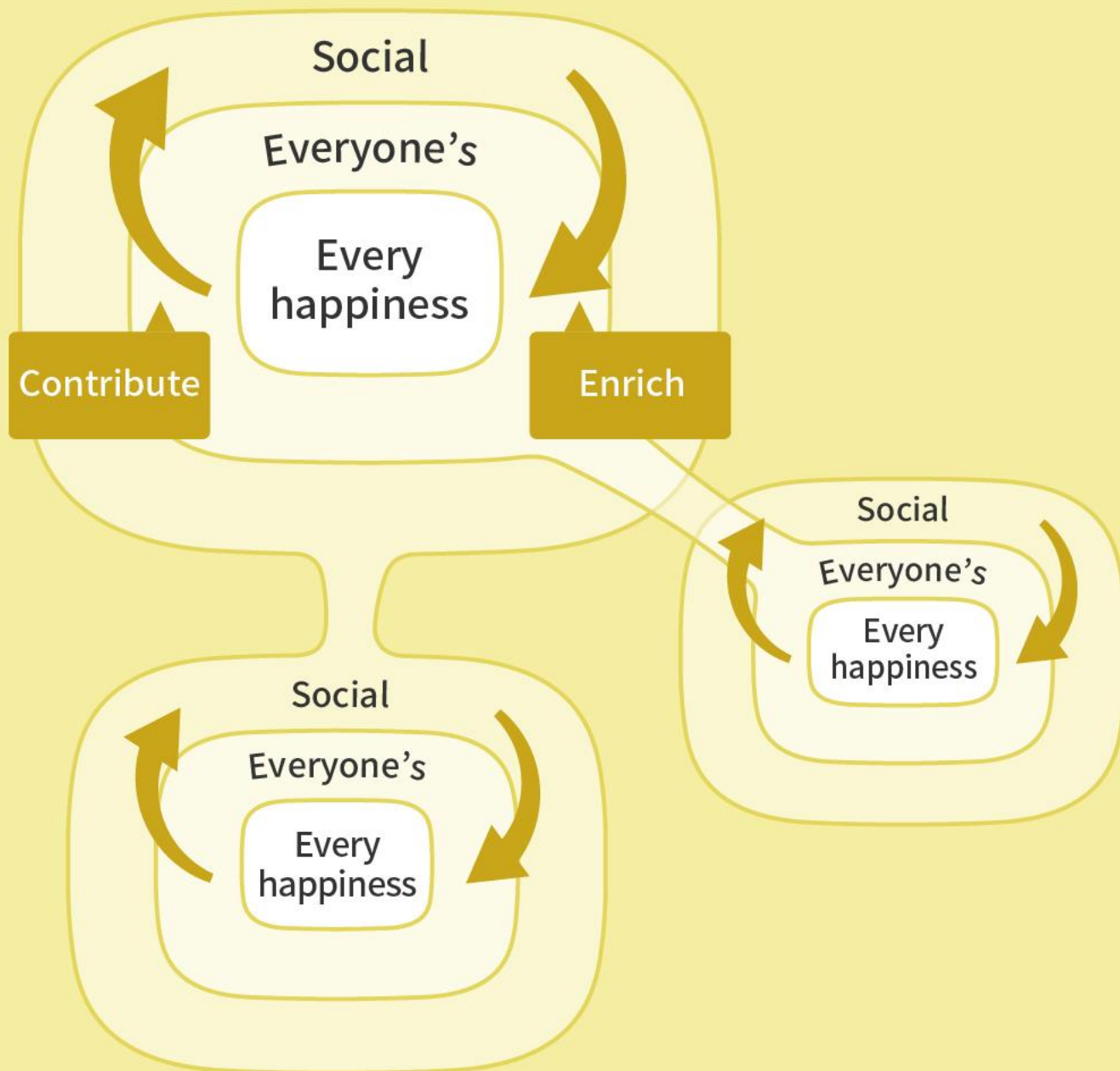




▶ **Creating new opportunities for our way of life and businesses**

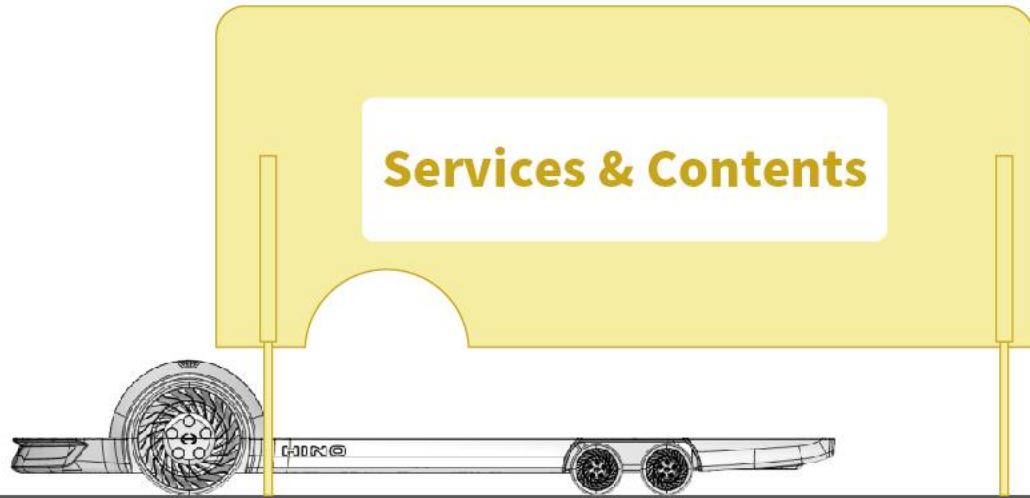
▶ **Value & attractiveness improvement for local community**

A Prosperous and comfortable sustainable society



**Happiness attracts
the communities
and the regions**

Tokyo motor show 2019



HINO
FlatFormer

Value verification in HINO HQ



Creating new opportunities
for our way of life
and businesses



Value and attractiveness
improvement
for local community



HINO DUTRO Z EV
(Production model)



Reproduce the concept with existing technology
and to evaluate the value.



タープを使った休憩スペース

Value verification in HINO HQ



旅する本ばこ



第2 食堂横 憩いの広場



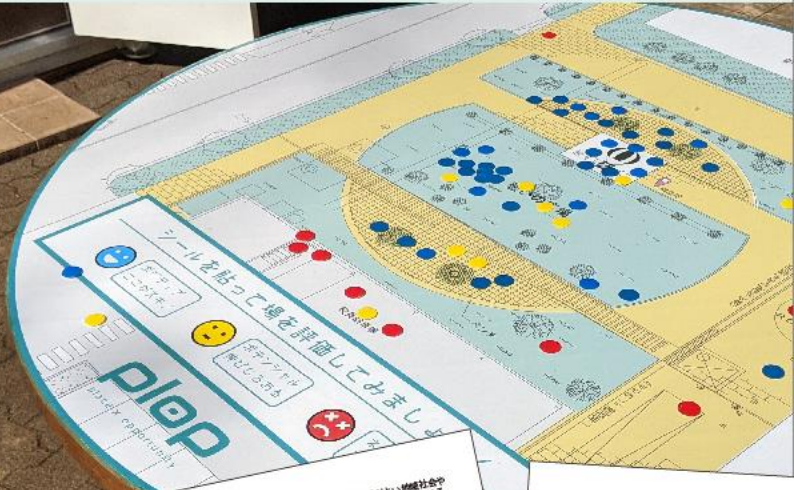
© Lto, All



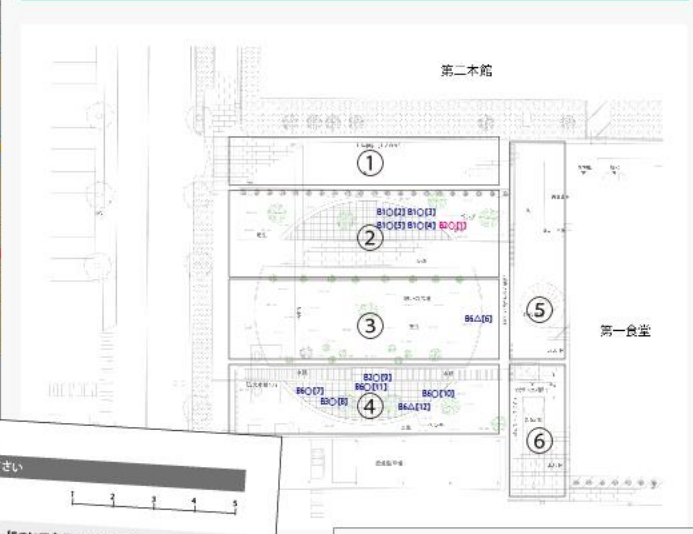
図書カード

plop
place x opportunity

Feedbacks



滞留行動調査



- 性別
青 男性
赤 女性
- 年齢層
A 子ども
B 大人(20-50)
C シニア(60-)
- 行動
1 話している
2 飲食している
3 休んでいる
4 仕事をしている
5 娯楽(読書、遊び、ゲーム)
6 スマホを使う
7 待ち合わせ
8 自然とのふれあい
9 バス・タクシー待ち
10 お店の行列待ち
- 12 その他
- 滞留状況
○ 座っている
△ 立っている

滞留行動調査

観測番号	場所	in	out	滞在時間	0	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	性別	年齢
1	2	0	5:45	5:45												男	B
2	2	0	18:52	18:52												男	B
3	2	18:10	18:52	0:42												男	B
4	4	4:38	9:33	4:55												男	B
5	4	17:23	18:52	1:29												男	C
6	5	0	1:07	1:07												男	B
7	6	0	18:52	18:52												男	B
8	6	0	18:52	18:52												男	B
9	6	5:07	5:11	0:04												女	B

観測番号	場所	in	out	滞在時間	0	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	性別	年齢
1	2	0:00	2:30	2:30												女	B
2	2	16:50	18:40	1:50												男	B
3	2	16:50	18:40	1:50												男	B
4	2	16:50	18:40	1:50												男	B
5	2	16:50	18:40	1:50												男	B
6	3	0:10	0:40	0:30												男	B
7	4	0:00	18:40	18:40												男	B
8	4	0:00	18:40	18:40												男	B
9	4	0:37	9:03	8:26												男	B
10	4	8:04	9:44	1:40												男	B
11	4	13:06	18:40	5:34												男	B
12	4	18:30	18:40	0:10												男	B

plopp place x opportunity

私たちが自習自動車デザイン館未開業前カーQではモビリティを豊たより、地域社会や
 者の健康を向上するカーQの先行調査を行っています。皆様からの場所を借りる
 皆さんの意見を募集。サービスの向上に繋げたいとの協力をお願いいたします。

年齢: 10代・20代・30代・40代・50代・60代・70歳以上

性別: 男性・女性・その他(回答しない)

Q1: 「旅する本ばこ」を何で知りましたか?
 看板・通りがかり・今日のニュース・YouTube・知人の紹介・その他

Q2: 「旅する本ばこ」をどのように利用しましたか? (複数回答可)
 本を借りた・本を閲覧した・立ち読みをした・外観をながめた・内部を覗いた
 イベントに参加した・その他

Q3: 次の質問について「旅する本ばこ」の評価をしてください
 (1は最も低く、5は最も高く考え、真横で記入してください)

「旅する本ばこ」を通じて新しい発見がありますか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」は復讐でき安心して利用できますか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」はあなたの生活(仕事)の質を高めていますか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」は簡単に利用することができますか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」から居心地のいい雰囲気を感じますか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」について話したい/聞きたいですか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」をまた利用したいですか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」をきっかけにあなたの事業/行動に変化がありましたか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」に自ら参加している実感を持てますか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」は豊かな文化であると感じますか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」を通じて様々な人と交流ができますか? 1 2 3 4 5

「旅する本ばこ」は移動の楽しみ/目的地と異なりますか? 1 2 3 4 5

Q4: 「旅する本ばこ」の総合評価を教えてください
 5段階評価でこの場所は何点ですか? 1 2 3 4 5

次にこの場所「悪い点」についてお伺いいたします

Q5: なぜここにやってきましたか? (当てはまるものを全てに○)
 休養・食事・買い物・仕事・知人と会話・通りがかり・その他

Q6: 次の質問についてこの場所の評価をしてください
 (5は最も高く、1は最も低く考え、真横で記入してください)

魅力のある場所だと思いますか? 1 2 3 4 5

快適で過ごしやすいですか? 1 2 3 4 5

清潔に管理されていますか? 1 2 3 4 5

気持ちよく座ったり休んだりすることができますか? 1 2 3 4 5

誰もが気軽に訪れることのできる場所ですか? 1 2 3 4 5

見通しがよく見つけやすい場所ですか? 1 2 3 4 5

案内/サインなど、この場にある情報は分かりやすいですか? 1 2 3 4 5

静寂している/利用している場所から近いですか? 1 2 3 4 5

楽しく滞在できたと感じますか? 1 2 3 4 5

イベントや催し物がよく行われていますか? 1 2 3 4 5

この場所には人に伝えたいような特徴がありますか? 1 2 3 4 5

様々な活動に使いやすい場所だと感じますか? 1 2 3 4 5

グループで集まったり交流しやすい場所ですか? 1 2 3 4 5

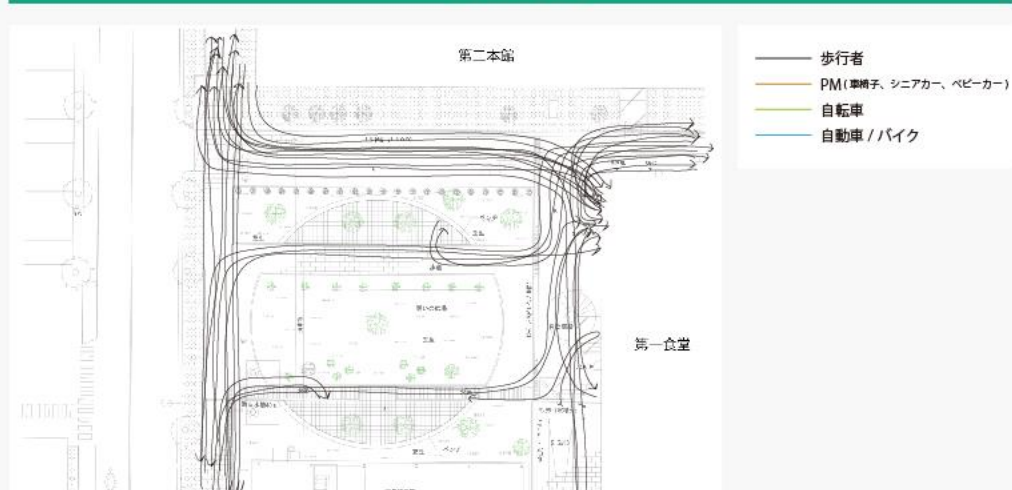
様々な人が互いを尊重し協力していますか? 1 2 3 4 5

ここにいる人々は話しやすいですか? 1 2 3 4 5

場に対して誇りや自慢の気持ちがありますか? 1 2 3 4 5

Q7: この場所の総合評価を教えてください
 5段階評価でこの場所は何点ですか? 1 2 3 4 5

交通量調査





HINO