

日野自動車の価値創造ストーリーと フラットフォーマーコンセプトのご紹介



日野自動車株式会社
まちづくりワーキング

日野自動車の価値創造

日野自動車のビジネスモデルは、お客様や社会の課題解決による「社会的価値の創出」と、新たな課題発掘・ニーズ開拓による「経済的価値の創出」の両輪で展開しています。そして事業の向かう方向は、HINO基本理念を基に策定した「Challenge2025」と「日野環境チャレンジ2050」で定められ、サステナブルな社会の実現に向けて持続可能な事業に取り組んでいきます。



日野自動車のビジネスモデル



ESGの取り組み (事業基盤)

労働安全衛生/品質/人づくり/コンプライアンス/公正な競争/人権/労働慣行 など

HINO基本理念

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



SDGsへの貢献を通じて日野が目指す姿

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

- 1 安心・安全で、環境にやさしく、人と物が、自由に最適に移動できる社会の実現 **P.30-31**
- 2 トラック・バス事業における各ステップで、環境負荷最小化 **P.32-33**
- 3 同じ志を持った「仲間づくり」(あらゆる力を結集した社会課題解決) **P.34**
- 4 サステナブルなパルナーチェーンの構築 **P.35**
- 5 ダイバーシティ&インクルージョン **P.36**
- 6 人流・物流を支える人財を育てる **P.37**

課題認識



利便性
高付加価値追求



価値の多様化



産業構造
ライフスタイル変化

都市化



生活の場や
街路は道路へ



騒音や
排気ガス



人々は高層化
された建物に



生活コスト
増大

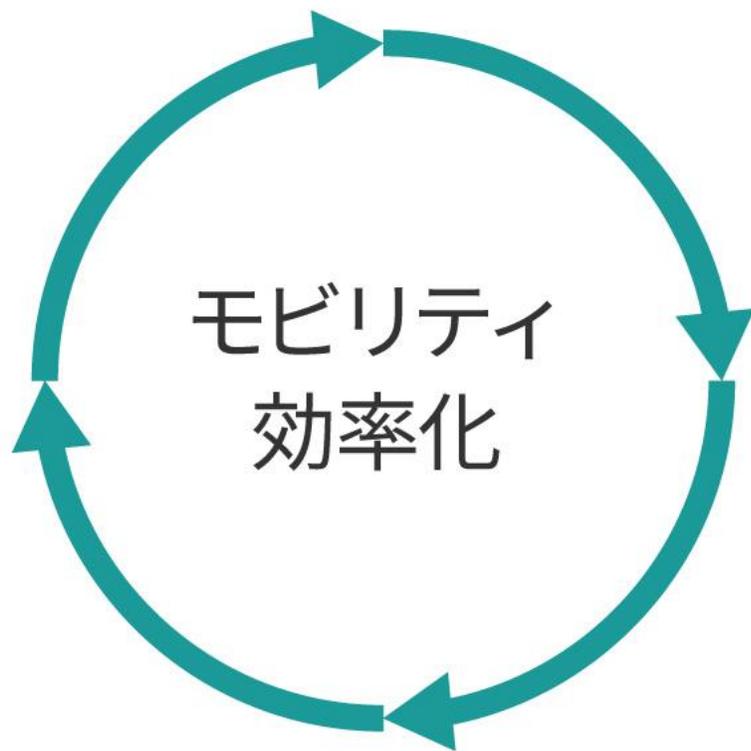


人口減・災害増で
維持困難に

モビリティの再定義

クルマの為の都市から、人々の為の都市へ
変化に対応（新陳代謝）できる都市へ

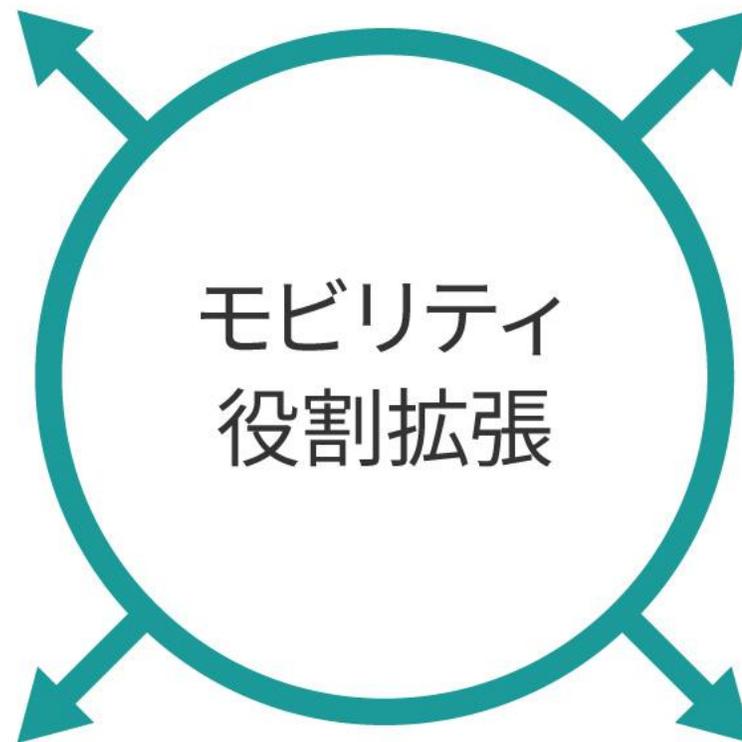
モビリティの再定義



—
(マイナス)

0

+
(プラス)



HINO FlatFormer

@ Tokyo Motor Show 2019



一人ひとりの
うれしさにつながる
個別最適

価値を両立

社会の
うれしさにつながる
全体最適

活用可能な空間の最大化

活用可能な空間

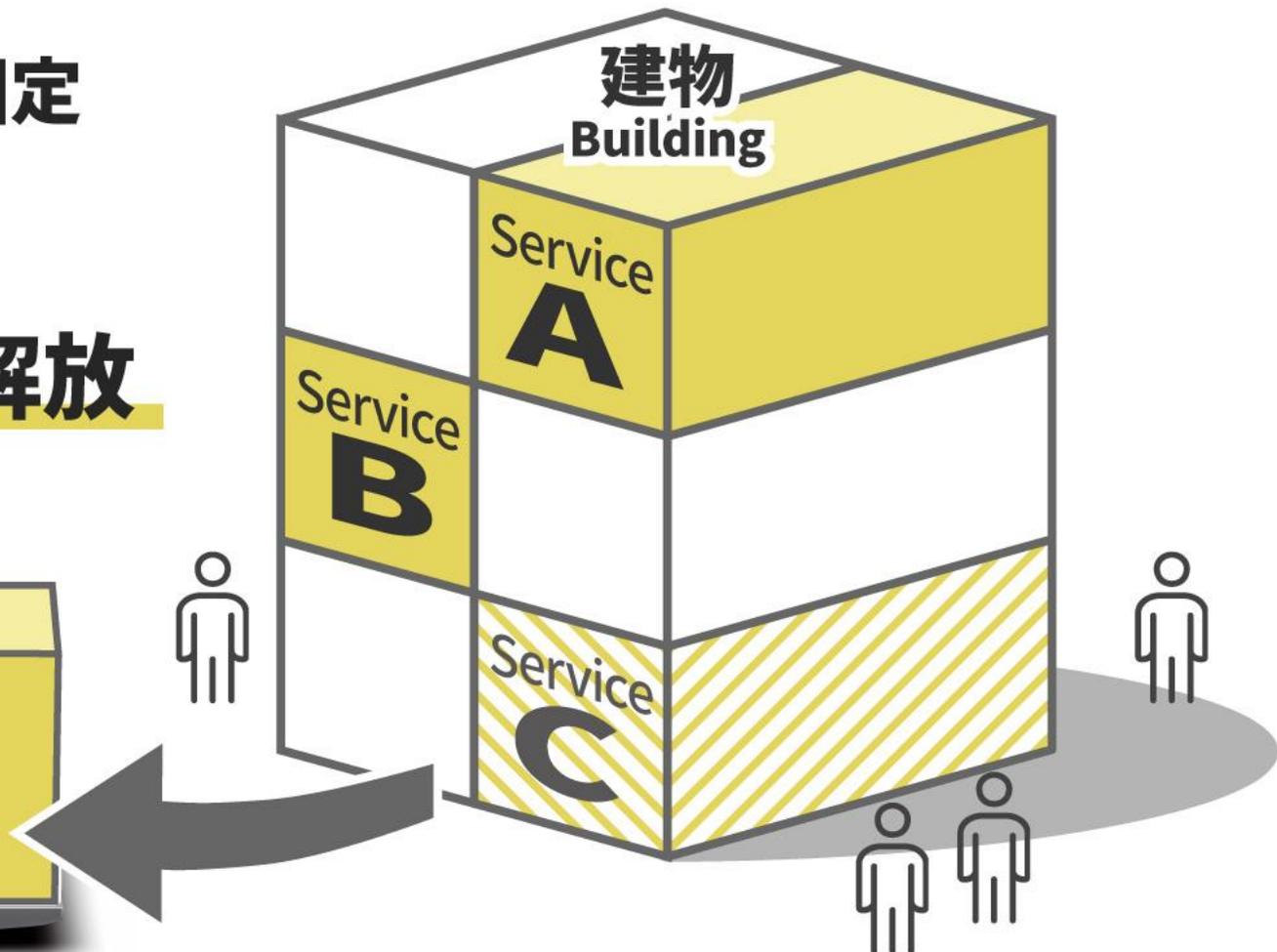


動力プラットフォームと空間の分離

サービス(機能)が建物に固定



サービス空間が場の制約から **解放**

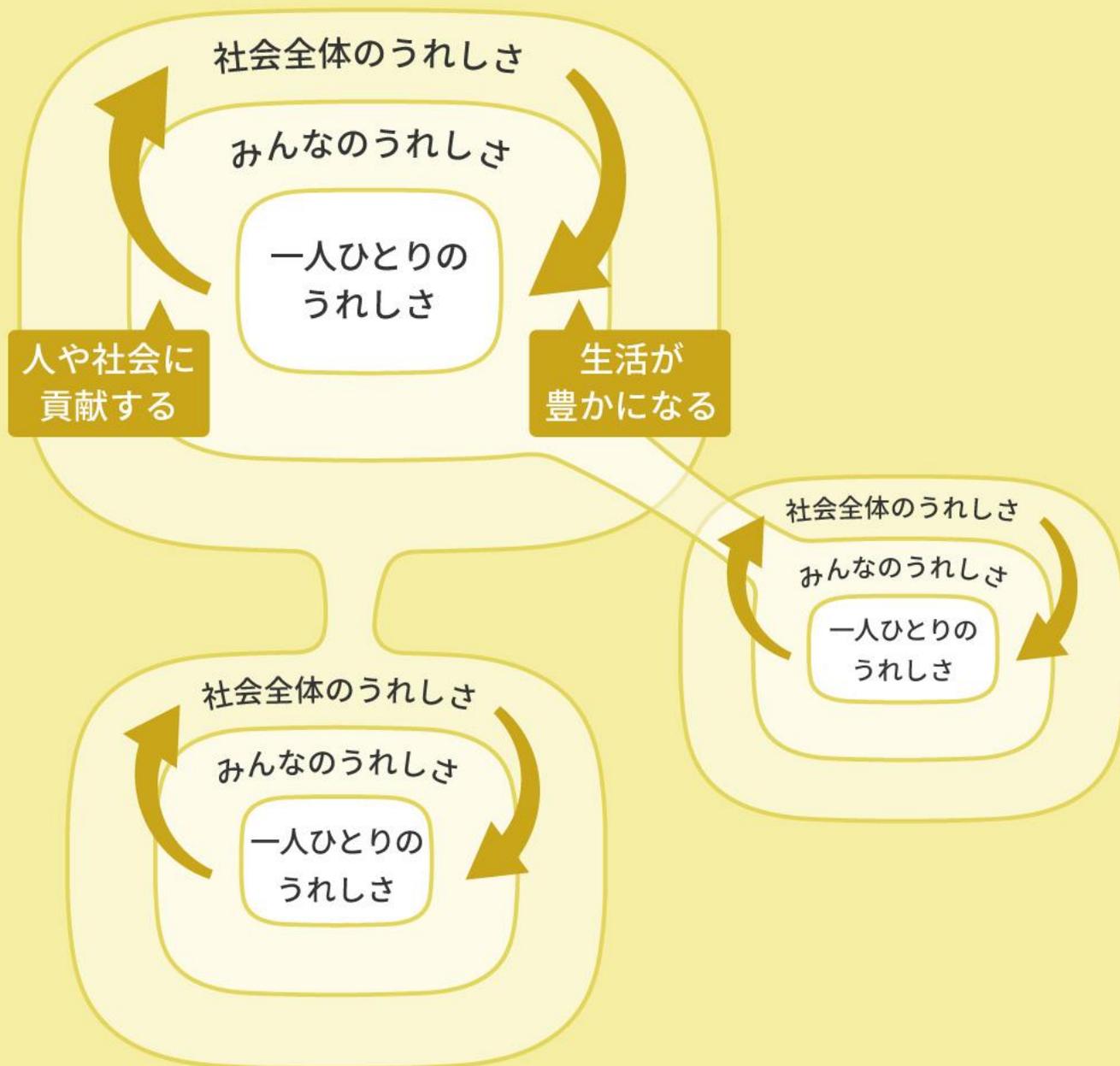




▶ 人々の暮らしや
ビジネスの機会拡大

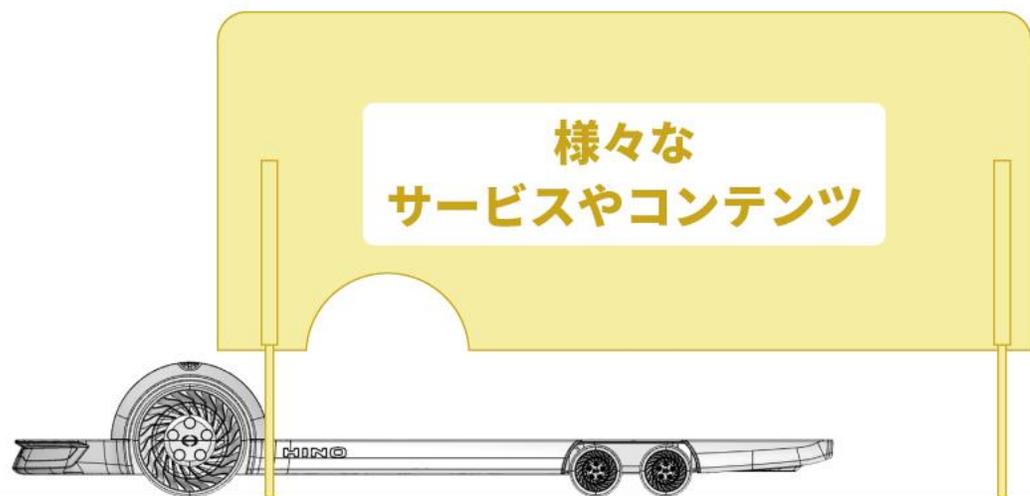
▶ 地域・場の
魅力、価値の向上

豊かで住みよい
持続可能な社会



**うれしさが
地域を引き寄せ合う**

東京モーターショー 2019



HINO
FlatFormer

社内実証



(組織・世代を超えたつながり)



提案したコンセプトを今ある技術で再現し
コンセプトの提供価値を確認

plop
place x opportunity



タープを使った休憩スペース



社内実証の様子



旅する本ばこ

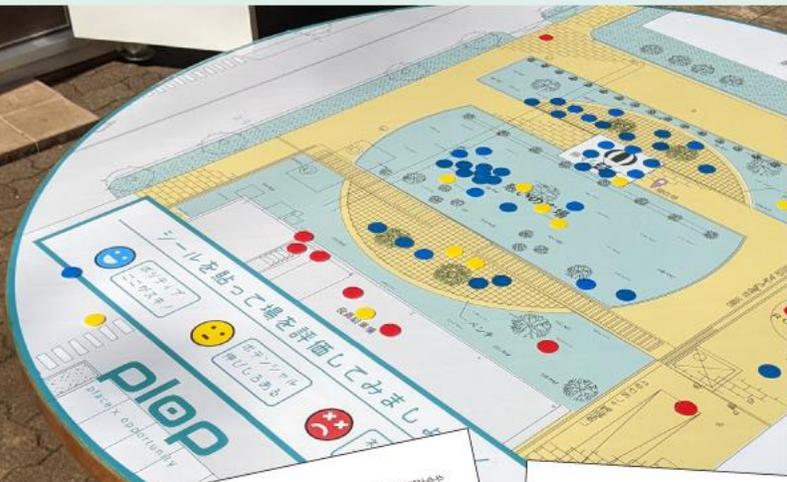


第2 食堂横 憩いの広場

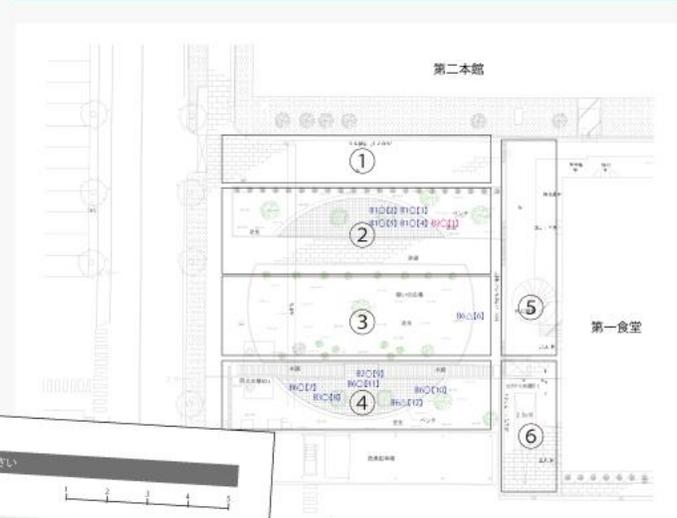


図書カード

社内実証における調査



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、)
 - 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

識別番号	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	日
2	2	0	18:52	18:52												男	日
3	2	18:10	18:52	0:42												男	日
4	4	4:28	9:33	4:55												男	日
5	4	17:23	18:52	1:29												男	C
6	5	0	1:07	1:07												男	日
7	6	0	18:52	18:52												男	日
8	6	0	18:52	18:52												男	日
9	6	5:07	5:11	0:04												女	日

識別番号	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	日
2	2	16:50	18:40	1:50												男	日
3	2	16:50	18:40	1:50												男	日
4	2	16:50	18:40	1:50												男	日
5	2	16:50	18:40	1:50												男	日
6	3	0:10	0:30	0:20												男	日
7	4	0:00	18:40	18:40												男	日
8	4	0:00	18:40	18:40												男	日
9	4	0:37	9:03	8:26												男	日
10	4	8:04	9:44	1:40												男	日
11	4	13:00	18:40	5:24												男	日
12	4	18:30	18:40	0:10												男	日

plopp place x opportunity

私たち自習自動車デザイン館に来るカラ〜Qではモビリティを使ったよりよい施設やサービスの価値を測るサービスの実証調査を行っています。貴社からの場所を借りながら皆さんの意見を伺い、サービスの設計に繋げたいので協力をお願いします。

性別: 10代・20代・30代・40代・50代・60代・70歳以上

所属部署: _____

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・本を借りました・立ち読みをした・外観をながめた・内観を覗いた・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
 「旅する本ばこ」を通じて新しい発見がありましたか?
 「旅する本ばこ」は信頼でき安心(仕事)の質を高めていますか?
 「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?
 「旅する本ばこ」は頻りに利用することが出来ますか?
 「旅する本ばこ」から居心地のいい雰囲気を感じますか?
 「旅する本ばこ」についてほかに話したい/聞きたいですか?
 「旅する本ばこ」をまた利用したいですか?
 「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?
 「旅する本ばこ」に自ら参加している実感を持っていますか?
 「旅する本ばこ」は豊かな文化であると感じますか?
 「旅する本ばこ」を通じて様々な人と交流が出来ますか?
 「旅する本ばこ」はあなたの新しいサービスだと思いませんか?

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1〜5とこの場所は何点ですか?

次にこの場所「憩いの広場」についてお伺いいたします

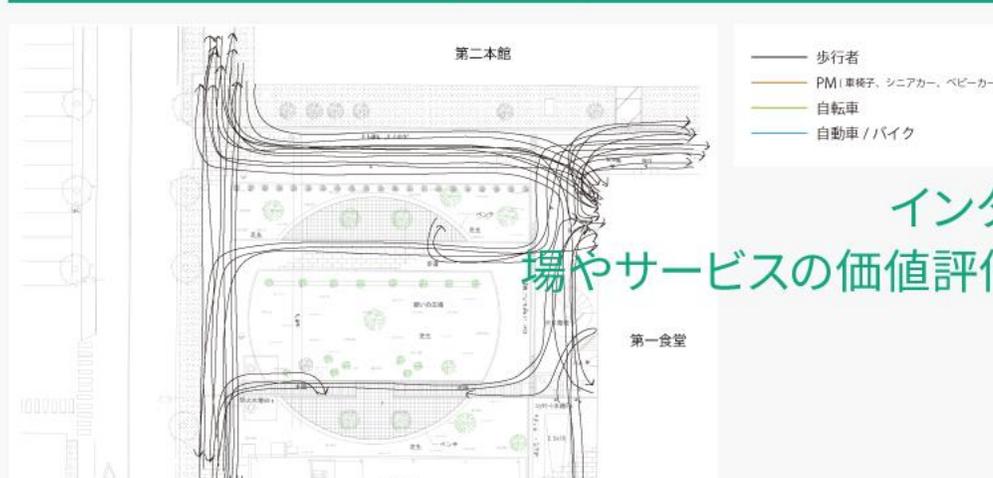
Q5: なぜここにやってきましたか? (当てはまるものを全てに○)
 休養・食事・買い物・仕事・知人と会話・遊びがかり・その他

Q6: 次の質問についてこの場所の評価をしてください
 (5段階評価です。あまり良くありません、真逆で悪くない) 悪い

魅力のある場所だと思いますか?
 快適で過ごしやすいですか?
 清潔に管理されていますか?
 気持ちよく座ったり寝たりすることが出来ますか?
 誰もが気軽に訪れることのできる場所ですか?
 見通しがよく見つけやすい場所ですか?
 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?
 音のいる/利用している場所から近いですか?
 楽しく活発な場だと感じますか?
 イベントや催し物がよく行われていますか?
 この場所には人に伝えたいような特徴がありますか?
 様々な活動に使いやすい場所だと感じますか?
 グループで集まったり交流しやすい場所ですか?
 様々な人が互いを尊重し協力していますか?
 ここにいる人々は親しみやすいですか?
 場に対して誇りや自慢の気持ちがありますか?

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

交通量調査



インタビューに加え、
場やサービスの価値評価の手法も検証





HINO