

HINO

Глобальный бренд для всех клиентов

Cares



Новая рубрика: история Hino

В этом выпуске мы начинаем новую рубрику, посвященную истории компании Hino Motors. В первой части мы попытаемся разобраться в истории и значении логотипа Hino.



Бесконечное развитие технологий безопасности

ТАКАХИРО ООТАКЭ (ТАКАНИРО ООТАКЭ)

ГЛАВНЫЙ ИНЖЕНЕР / ОТДЕЛ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА АВТОБУСОВ

С развитием общества и государства повышается мобильность людей и товаров. В связи с этим автобусы и грузовики играют все более важную роль и перевозки приобретают особое значение для экономики. Компания Hino взяла на себя миссию «повысить уровень жизни, помогая доставлять людей и товары до места назначения». Мы прикладываем все усилия для разработки продуктов высочайшего качества. Hino с гордостью создает транспортные средства для обеспечения жизнедеятельности людей и постоянно совершенствует свои изделия.

Компания Hino разработала серию автобусов S'elega, чтобы удовлетворить потребности туристической отрасли в Японии. Даже после полного обновления модельного ряда в 2005 году мы продолжаем дорабатывать и совершенствовать S'elega. «Различные факторы, включая приток иностранных туристов в Японию, привели к резкому увеличению спроса на автобусы S'elega, превышающему доступные производственные мощности», — сообщил Такахио Оотакэ, главный инженер, руководящий разработкой автобусов в отделе планирования производства. Господин Оотакэ работает в компании Hino 35 лет и посвятил свою деятельность проектированию и разработке автобусов.

Он объяснил, почему клиенты так тепло приняли S'elega:

«Популярность этого автобуса обусловлена несколькими факторами. Первая причина заключается в одинаковом уровне пола в проходе и под сиденьями, что облегчает посадку пассажиров. Еще один важный фактор — это роскошное пространство для пассажиров, создаваемое за счет светодиодного освещения и волнистой формы потолка. Кроме того, багажное отделение было увеличено за счет использования новой системы кондиционирования без дополнительного двигателя для кондиционера, который ранее располагался в багажном отсеке».

Одна из главных задач при создании автобуса заключается в том, чтобы сделать его максимально комфортным. Неизменное стремление Hino к повышению комфорта серии S'elega было по достоинству оценено клиентами, что объясняет неугасающую популярность этой модели. Однако господин Оотакэ утверждает, что, хотя комфорт и является одним из ключевых параметров, для S'elega на первом месте стоит безопасность.

«Я понимаю, что автобус — это транспортное средство, перевозящее множество пассажиров. Мы работаем над технологиями, которые сделают поездки еще более безопасными», — заявил он.

Безопасность S'elega непрерывно улучшается за счет небольших изменений. Например, как утверждает господин Оотакэ, S'elega стал первым коммерческим



автобусом в Японии с системой предаварийной безопасности (PCS) (*1). При распознавании угрозы столкновения она подает звуковой сигнал и инициирует торможение, чтобы свести к минимуму возможные последствия аварии. В модели 2012 года к PCS была добавлена система предотвращения вторичных столкновений, которая помогает затормозить автобус до полной остановки в случае ДТП. В ходе дальнейших усовершенствований модель 2014 года была оборудована новыми устройствами, предназначенными для предотвращения аварий.

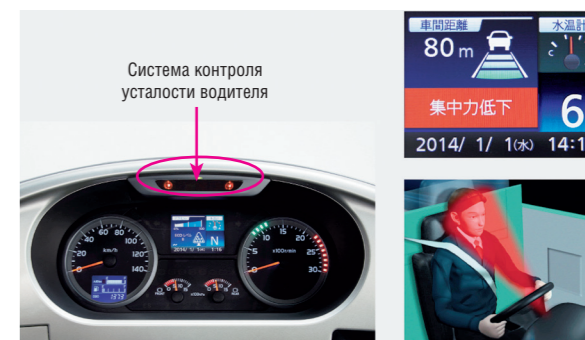
Когда система обнаруживает транспортное средство, движущееся впереди с меньшей скоростью, и распознает опасность столкновения, активируется звуковой аварийный сигнал и автобус начинает замедлять ход. Если дистанция до впереди идущего транспорта продолжает сокращаться, система автоматически инициирует более интенсивное торможение. Кроме того, в модели 2014 года применены еще два устройства, разработанные для повышения



Плоская конструкция пола

безопасности. Одно из них — система контроля усталости водителя, наблюдающая за лицом и глазами водителя и предупреждающая его об опасности при потере концентрации. Другое решение представляет собой систему предупреждения о сходе с полосы. Она использует камеры для контроля курсовой устойчивости и активирует звуковой сигнал и индикатор для уведомления водителя в том случае, если автобус покидает занимаемую полосу движения. Более того, система спроектирована таким образом, чтобы не волновать пассажиров: она подает предупреждение, которое хорошо слышно оператору, но не доходит до пассажиров. Эти системы безопасности, а также функции обеспечения комфорта пассажиров, защиты окружающей среды и топливной экономичности — лишь некоторые свидетельства того, что модель S'elega продолжает развиваться, чтобы быть в авангарде индустрии. (*1) «Система предаварийной безопасности (PCS)» — это торговая марка компании «Тойота Мотор Корпорэйшн».

В завершение нашего интервью господин Оотакэ подчеркнул, что стандарты по защите окружающей среды и обеспечению безопасности в Японии постоянно ужесточаются, что заставляет компанию ставить перед собой все более высокие цели в сфере разработки транспортных средств. «Hino стремится создавать автомобили, которые будут превосходить требования существующих регламентов. Мы стараемся разрабатывать продукты с передовыми возможностями и характеристиками, предугадывая требования будущих стандартов. Подобный подход проявляется во многих технологиях, использованных в модели S'elega. Некоторые из этих систем безопасности подходят для повсеместного применения.

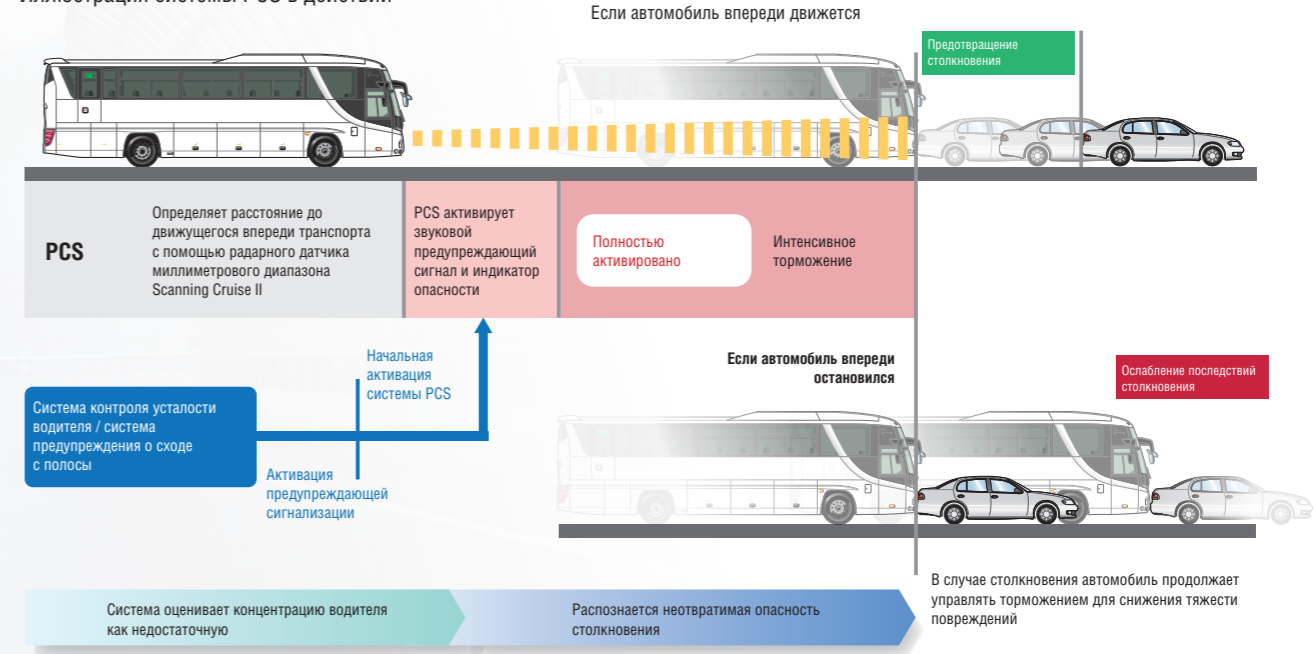


Система контроля усталости водителя



Система предупреждения о сходе с полосы

Иллюстрация системы PCS в действии



Безопасность превыше всего: безопасное вождение

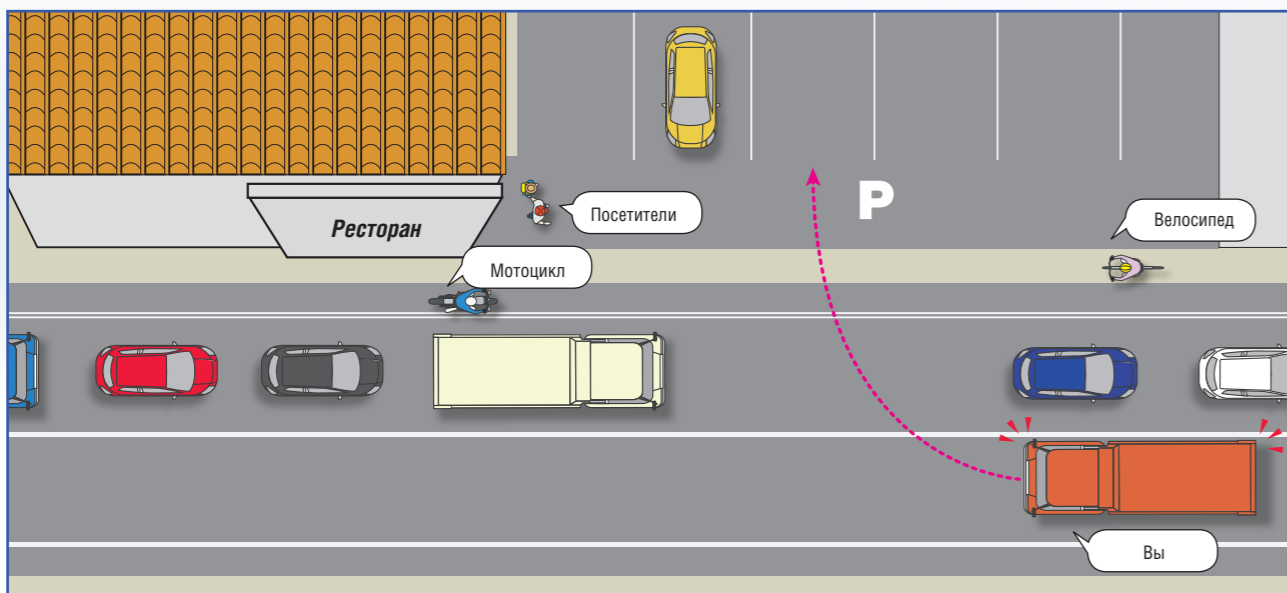
Быть водителем — это большая ответственность. Когда человек садится за руль, он обязуется вести автомобиль безопасно и принимать все меры для предотвращения ДТП. Никто не стремится не только рассказать клиентам о важности технического обслуживания, но и заранее предоставить информацию о безопасном вождении. Именно этой теме посвящена рубрика «Правила безопасного вождения». В данном выпуске мы рассмотрим несколько опасностей, которые могут возникнуть в плотном транспортном потоке, а также техники вождения, позволяющие их избежать.



Пример опасностей в плотном транспортном потоке

Представьте, что около полудня вы ведете грузовик по двухполосной дороге. На встречной полосе очень плотное движение. За ней находится парковка ресторана, и вы собираетесь повернуть направо и пересечь встречную полосу, чтобы припарковать грузовик на стоянке.

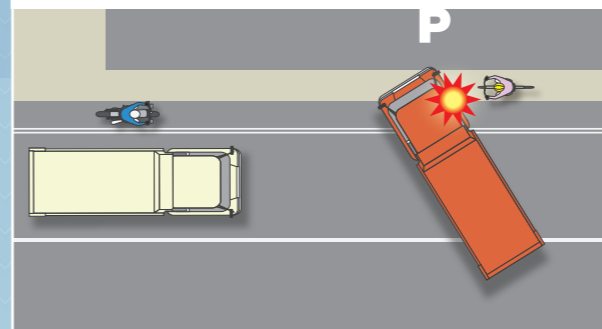
Автомобиль, двигавшийся навстречу, остановился, чтобы пропустить вас. Теперь рассмотрим несколько скрытых опасностей, которые могут возникнуть в данной ситуации.



Примеры возможных опасностей

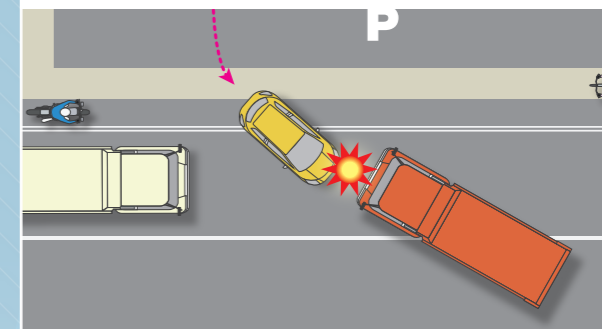
1

Мотоцикл или велосипед может появиться с любой стороны автомобилей, стоящих в пробке. Если вы слишком поздно его заметите, может произойти столкновение.



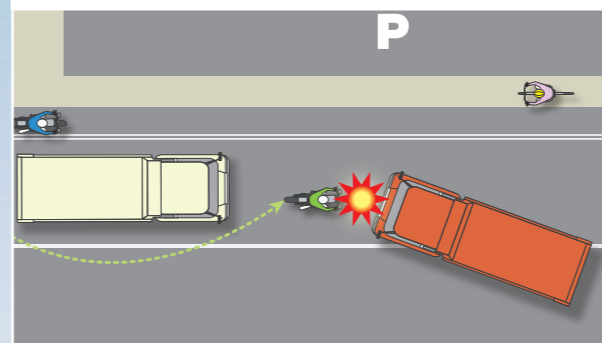
3

Если автомобиль, припаркованный у ресторана, внезапно начинает двигаться по этой стороне, он может столкнуться с вашим грузовиком.



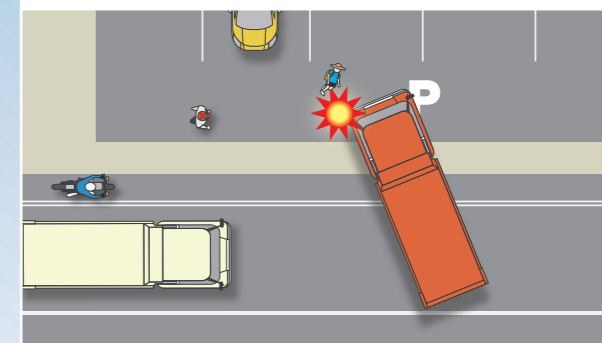
2

Мотоцикл может внезапно появиться из-за автомобилей, скопившихся на встречной полосе, и врезаться в ваш грузовик.



4

В обеденное время в ресторане, как правило, много посетителей. Ребенок, выходящий из ресторана со своей семьей, может выбежать на дорогу и попасть под ваш грузовик.



Несколько советов, которые помогут избежать этих опасных ситуаций

Вы можете поторопиться, когда движущееся навстречу транспортное средство остановится, чтобы дать вам повернуть, и слишком сфокусировать свое внимание на уступающем дорогу автомобиле, не замечая других опасностей. При совершении поворота перед другим транспортным средством необходимо останавливаться непосредственно перед пересечением полосы, чтобы посмотреть налево и направо и убедиться в безопасности дальнейшего маневра. При наличии двух встречных полос нужно остановиться дважды (перед пересечением каждой из них). Кроме того, в местах большого скопления людей и автомобилей, например на парковках, необходимо

очень внимательно следить как за транспортом, так и за пешеходами на случай неожиданного выбегания пешеходов или внезапного начала движения транспортных средств.

В этой статье мы рассмотрели возможные опасности, возникающие при оживленном движении. Если вы будете сохранять внимательность и предупреждать возможные риски, это поможет снизить угрозу аварии. Помните, что вы должны действовать осторожно и прогнозировать возможные опасные ситуации для предотвращения ДТП.

Примечание к иллюстрации. Иллюстрация подготовлена для левостороннего движения. Дорожная разметка может различаться в зависимости от страны и региона.

ДНК, лежащая в основе логотипа Hino

С момента основания Hino в 1942 году клиентоориентированный подход помогал компании выстраивать прочные отношения с заказчиками и завоевывать поклонников по всему миру. Стремление Hino удовлетворить потребности клиентов оставалось неизменным, но логотип компании со временем приобретал новые черты. Давайте посмотрим, как это происходило.

История HINO

1947–1965



Этот логотип использовался на ранних грузовиках Hino, таких как самосвалы (6x6) серий T11 и ZS, с помощью которых строили дамбы.

1950–1960



Этот логотип послужил основой для более поздних вариантов логотипов с крыльями. На переднемоторной компоновке грузового автомобиля TH10 и автобуса BH10, на которых он применялся, было очень мало места для размещения логотипа, что привело к созданию версии с короткими крыльями.

1952–1960



В данном логотипе крылья были выделены интенсивнее, а сам он имел изогнутую форму, повторяющую контуры моделей с переднемоторной компоновкой, таких как грузовики серии TH и автобусы серии BH.

1953–1963



Данный логотип украшал автомобили, собиравшиеся и продававшиеся в Японии с 1953 года совместными усилиями Hino и Renault.



1954–1962

Этот логотип украшал самосвалы серии ZG, разработанные и производившиеся для строительных работ. H-образная форма передавала мощь тяжелого самосвала ZG.

1952–1989



Этот вариант имеет особое значение, поскольку благодаря ему логотип с крыльями стал четко ассоциироваться с Hino. После использования на больших автобусах для внутреннего рынка логотип размещался на грузовиках и автобусах в течение 37 лет и стал символом бренда Hino.

1960–1962



Данный вариант использовался на модели Commerce, переднеприводном коммерческом фургоне с переднемоторной компоновкой, выпущенном в 1960 году. Конструкция автомобиля обеспечивала достаточно места для логотипа с крыльями, вытянутыми по горизонтали.

1960–1968



Этот вариант был разработан для многофункционального капотного 6,5-тонного грузовика TE10. Он включает в себя логотип Hino и расположенный сверху прямоугольный элемент; его основой послужили логотипы серии TH — предшественника данной модели.

1961–1964



Этот логотип применялся на Contessa 900, легковом автомобиле, разработанном Hino. Характерный дизайн ему придавало сходство с решеткой радиатора.

1961–1964



Эта версия использовалась на небольшом пикапе Briska 900 и была разработана в период, когда компания Hino пыталась освоить рынок легких и компактных автомобилей, таких как Contessa.

1963–1967



Этот логотип украшал первый среднетоннажный грузовик Hino и бескапотный автобус серии BM. Немного приподнятое положение названия Hino над крыльями выделяет данный вариант среди остальных.

1964–1967



Этот логотип использовался на купе Contessa 1300, которое завоевало многочисленные международные награды. Золотой цвет символизирует особый статус купе Contessa.

1965–1967



Эта версия применялась на модели Briska 1300, премьера которой состоялась в 1965 году. В дизайн включены три характерные звезды и четыре линии, расположенные под логотипом Hino.

1964–1969



Данный логотип использовался на ZM100, первом грузовике Hino 6x4 грузоподъемностью более 10 тонн, и тягаче HF100 6x4. Элегантные линии формируют эффектный облик, оставляющий сильное впечатление.

1967–1971



Этот вариант украшал автомобиль HE300 первого поколения, который стал основой для будущих бескапотных тягачей 4x2. Он имеет более угловатые очертания, чем предыдущие логотипы, но вместе с тем отсылает к предыдущим крылатым версиям.

1964–1967

Этот логотип использовался на седане Contessa 1300, разработанном Джованни Микелотти (Giovanni Michelotti). Он имел форму хвоста ласточки и подчеркивал элегантные контуры автомобиля.



1969–1970



Данная версия применялась для различных моделей, в том числе TC300, предшественником которого был грузовик TC10. В это время усилия Hino были сконцентрированы на конструкции салона, и подобное внимание к деталям отражено в логотипе.

1989–1994



Этот специально разработанный вариант стал последним крылатым логотипом, который использовался на среднетоннажных грузовиках. Основой для него послужила предыдущая версия, которая применялась с 1971 года.

1992–1994



Этот логотип использовался для тяжелых грузовиков, выпущенных в 1992 году, и был последним крылатым логотипом.

1 На обложке: история изменений логотипа Hino

- 1** 1966: логотип, использовавшийся на автобусе BH15
- 2** 1962: необычный логотип модели Contessa 900 Sprint, на котором название компании Hino написано с помощью японского алфавита катакана
- 3** 1967: логотип, использовавшийся на купе Contessa 1300
- 4** 1961: логотип трехколесного грузовика Hino Hustler
- 5** 1953: логотип, использовавшийся на Hino Renault 4CV
- 6** 1961: логотип модели Contessa 900

1994 — настоящее время

Данная версия была утверждена в 1994 году, когда компания Hino модифицировала фирменный стиль. Буква H означает Hino. Логотип отражает динамику роста и инновационный потенциал Hino, стремление к новым целям и движение вперед. Он также ассоциируется с восходящим солнцем. Внутренние изгибы символизируют гармонию между передовыми технологиями Hino и окружающей средой, а также приверженность компании принципам устойчивого развития. Горизонтальные выступы образуют стрелки, направленные в разные стороны и олицетворяющие многолетнее стремление производителя грузовиков и автобусов обеспечить безопасность дорожного движения.



Файл 8: клипсеры для ногтей

爪切

За последние годы в Японии отмечен небывалый приток туристов. Среди иностранных гостей популярны различные сувениры, и как минимум один из них весьма необычен. Вы, скорее всего, не догадаетесь, что имеется в виду. Эта вещь стабильно занимает место в первой десятке самых продаваемых сувениров. Это одно из самых желанных приобретений для туристов, посещающих Японию. Речь идет о клипсерах для ногтей.

Это обыденная вещь, которой пользуются во всех странах. Почему же японские клипсеры стали столь востребованным товаром? Согласно публикациям в СМИ, туристы предпочитают японские клипсеры по нескольким причинам. Первая из них — это непревзойденная острота. Туристка из США заявила, что они режут настолько хорошо и так впечатлили ее мужа, что теперь он отказывается использовать какие-либо другие модели. Кроме того, многие туристы отметили, что, в отличие от большинства клипсеров, японские изделия очень удачно удерживают отрезанные ногти внутри, что облегчает последующую уборку. Похоже, именно это является основной причиной популярности японских клипсеров среди иностранных гостей. За пределами Японии очень немногие модели могут похвастаться аналогичными свойствами. Японские клипсеры, в том числе клипсеры для ногтей с увеличительным стеклом, приобрели особую популярность за последние годы. Они стали символом проявления японской вежливости и гостеприимства.



Эти листовидные клипсеры Kershaw продаются в кожаном чехле, и их толщина составляет всего 3,5 миллиметра.

В Японии несколько компаний производят клипсеры для ногтей, одна из них — Kai Corporation. Kai с более чем столетней историей является международной компанией, выпускающей все от бытовых принадлежностей, таких как кухонная утварь и косметические средства, до режущих приборов для медицины и промышленности. С момента основания основной деятельности компании стала разработка практических и высококачественных продуктов. Kai производит широкий спектр клипсеров, включая самую тонкую в мире листовидную модель (3,5 мм) и клипсеры с увеличительным стеклом, о которых было сказано выше. Все они отличаются простотой в использовании и превосходными режущими свойствами, которые позволили им завоевать сердца многочисленных клиентов.



В последнее время особую популярность среди иностранцев приобрели элитные клипсеры для ногтей маки-э (лакированные с золотым рельефом) от компании Kai. Для их изготовления используется традиционная техника маки-э, передаваемая в Японии из поколения в поколение. Маки-э — уникальное японское искусство, предполагающее использование лака или иных веществ для получения декоративного узора. На слой лака аккуратно наносится золотой, серебряный или цветной порошок. После застывания получается настоящее произведение искусства. Каждое декоративное изображение маки-э — это результат долгого труда одного мастера. Но будьте осторожны: если вы возьмете клипсеры с узором маки-э в руки, то наверняка захотите купить себе такие же.



Эти клипсеры Sekimago roku снабжены увеличительным стеклом, облегчающим обзор.

Клипсеры для ногтей, описанные в этом журнале, — лишь малая часть изделий, предлагаемых на японском рынке. Если вы окажетесь в Японии, то, возможно, захотите приобрести их в качестве сувенира.

Источник: статья на портале Yomiuri Online «Расскажите о японских изделиях, изумивших и впечатливших иностранных туристов. Хацугэн Комати (Hatsugen Komachi). № 3. Стиль жизни и быт»

Источник: «Десять самых популярных среди иностранцев японских сувениров. 12 советов, которые стоит прочитать перед покупкой подарков»

Источник: Livedoor news «Рекомендуемые японские изделия, привлекающие китайских туристов в Японии»

Поделитесь с нами *своим мнением*

Спасибо за то, что нашли время для чтения журнала «HINO заботится о вас». Наша цель — предоставлять нашим читателям наиболее полезную и интересную информацию. Мы просим вас поделиться с нами своим мнением о содержании данного выпуска.

Скопируйте эту страницу и напишите свой отзыв. Затем заполните ее, отсканируйте или сфотографируйте и отправьте нам по электронной почте или по факсу (см. контактные данные ниже).

■ Адрес электронной почты:
marketing@hino.co.jp

■ Факс: +81-42-586-4172

Пришлите свой отзыв и получите шанс стать одним из 10 счастливиц, которым будут вручены клипсеры для ногтей от Kai Corporation, представленные в этом номере.

Образец



* Победителей будет выбирать редакция издательства.

Название вашей компании	
Ваше имя и должность	
Ваш адрес	

■ Поделитесь своим мнением о статьях 29-го выпуска журнала «HINO заботится о вас»

■ Выберите один вариант для каждой статьи.

Статья \ Ваше мнение	Очень хорошая или очень интересная	Хорошая или интересная	Не хорошая и не плохая	Плохая или неинтересная
Технологии Hino				
Правила безопасного вождения				
История Hino				
Загадочная Япония (клипсеры для ногтей)				

■ При отправке писем убедитесь, что страницы с ответами сфотографированы или отсканированы разборчиво.

Отправить ответы необходимо до 30 ноября 2016 г.



Hino Motors, Ltd.
3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan (Япония)



Для чтения журнала «HINO заботится о вас» в режиме онлайн отсканируйте этот QR-код с помощью смартфона или перейдите по ссылке
http://www.hino-global.com/about_us/hino_magazines/