



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR

九州における
トヨタ車のパイオニア、
福岡トヨタの
ルーツを探る！

昭和17年に誕生した福岡県自動車配給(株)が、
福岡トヨタのルーツ。
九州で初めてトヨタ車の販売に携わってきた70年を
モーターゼーションの歴史とともに紐解きます。



FUKUOKA
TOYOTA

福岡トヨタ自動車
物語

THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR

第1回

【第1章】

創建期

昭和17年(1942)～昭和27年(1952)



福岡トヨタ本社前に並ぶ新型トヨベツト。
横断幕の文字「新型トヨベツト乗車発表会」
は右から書かれています(昭和27年頃)。

国からの指令により、
3社が統合されて、誕生。

第2次世界大戦の真つ只中であつた昭和17年10月22日、福岡トヨタの前身となる「福岡県自動車配給(株)」が、福岡市で産声を上げました。商工省17機局第2626号という国からの指令により、当時、トヨタ自動車部品販売店であつた(株)大福商会、ニッサン自動車の部品販売店であつた福岡日産自動車(株)福岡支店、ディーゼル販売店合資会社渡辺藤吉商店の福岡日産自動車部品買受機関の3社が統合された会社であり、福岡県内における自動車および部品の一元的配給並びに修理のために設立されました。

当時、軍部にとって、人や武器、物資を運ぶ輸送手段としてのトラックは、なくてはならない車輛だつたことでしょう。軍へのトラック納入が主たる仕事であつたようで、久留米や小倉に連隊があつたからなのでしょうが、設立後すぐの11月には久留米出張所を開設、翌12月には小倉出張所が開設されています。「福岡自動車配給(株)」の本店は福岡市渡辺通5丁目64番地4に置かれ、初代社長は中井洗之氏、資本金65万円からの出発でした。

戦中はトラック販売が中心。
戦後は自動車も配給制。

戦時中に日本軍が使用していたのは、シボレーなど外車が中心でした。やつと、トヨタ自動車がトラックを発売したばかりで、台数もそれほど多くありませんでした。福岡で自動車といえるものを扱つたのは、福岡トヨタの前身である「福岡自動車配給(株)」が初めて。福岡で自動車販売を手がける企業として、この地に初めて自動車を供給したという歴史的事実は、心にとめて自負したいものです。

その後、昭和18年10月、自動車修理加工整備要領の発動により、県内第一級工場の指定を受け、10月25日には「福岡県自動車整備配給(株)」へと社名変更が行われました。

日本国民すべてがづらい時代を耐えて、敗戦を迎えた昭和20年8月15日。誰もが前途を見失い、虚脱と無力感にさいなまれていたこの時期に、愛知県拳母(こもろ)のトヨタ自動車(株)では、終戦からわずか2日後、日本復興に貢献したいという思いから、トラックの生産が再開されました。物資節約、構造簡素化のため、のヘッドランプ1個、ブレーキは後輪のみという戦時型から、ランプ2個、四輪ブレーキつきの通常のトラックを生産し始めたのです。9月に入ると、連合国総司令

部(GHQ)の覚え書きが発表され、乗用車はまだまだだが、トラックやバスは製造していいことが正式に決まりました。しかし、常に一歩先を行くトヨタ自動車(株)では、すでにこの時、豊田喜一郎氏が乗用車の時代を見越して、いつ、乗用車生産が許可されてもいいようにと、小型自動車開発にゴーサインを出していたのです。

この乗用車生産が許可されたのは昭和22年6月末のこと。これは、豊田喜一郎氏が後に日産自動車社長となる浅原源七氏と組んでGHQに働きかけていたことが実を結んだものです。そして、このときに総力を結集して誕生した夢の車が、「トヨベツトSA型」。しかし、予想以上に解禁が早かつたため、理想追求の車を実用車向きに設計し直す時間がなく、当時、公務員の初任給が月々5000円台の時代に、車輛価格91万円という高額なものとなりました。5年間で215台という販売実績で、販売打ち切りとなりました。



▼昭和20年代後半に颯爽と町中を走っていたトヨベツトクラウン。エンジンもデザイン的にも優れていて、当時、もてはやされたのも当然といえそう。

だが、終戦直後の夢のない時代に高い目標をかけた、高級乗用車づくりに挑戦した思想は、今も確実に受け継がれています。

引く手あまたで車が売れた時代。
取引先は炭鉱主や官公庁が中心。

昭和20年10月、社名を「福岡県自動車整備配給(株)」から「福岡自動車販売(株)」へと変更。戦争が終わつたとはいえ、物資統制はまだまだ続いており、自動車ももちろん配給制であり、毎月、トラック10〜15台くらいが配給されていたようです。その後、昭和22年6月に、GHQによって乗用車の生産が日本全体で300台という条件付きで許可されました。当時、日産自動車やイースなどの車を販売する会社が福岡にはなく、「福岡自動車販売(株)」

が国産車のすべてを扱っており、コロナやスバル、日野自動車なども販売していました。この時代は、炭坑景気の時代であり、県内の炭坑主が高額な乗用車や輸送用のトラックを買い求めることが多かった。営業先の主な所は、官公庁や炭鉱、さらには大企業の役員方といった所で、個人へ営業するということは皆無といった時代でした。製造台数が制限されていたこともあり、営業する必要があるくらい引く手あまたで売っていました。車を買いたいとかかかってきた電話に、断るしかないこともあったようで、現在からすれば誠に羨ましい時代であったといえるでしょう。仕事としてはトラックや乗用車の使い方、メカニックの説明が主たるものでしたが、初めて購入されるお客さまにもわかるように説明するために、営業スタッフも車について、日夜、勉強していたそうです。

トヨタと販売契約を結び、トヨタ車のみを扱う企業へ。

配給時代が終わり、それぞれのディーラーがメーカーと契約を結ぶシステムができ、福岡日産が薬院四ツ角に、スバル車を扱う国際モーターなども市内に登場。そこで「福岡自動車販売（株）」は、昭和24年4月、トヨタ車のみを扱う会社として

「福岡トヨタ自動車（株）」に社名変更を行い、資本金を485万円に増資。ここに、現代まで続く、歴史的な福岡トヨタの道が開かれたのです。昭和24年12月には2級整備工場の指定を受け、昭和26年8月には資本金を800万円に増資、12月には自動車分解認証工場の指定を受けました。また、この12月、中井洗之氏が代表取締役を退任し、伊藤傳之祐氏が社長に就任。この伊藤氏から、トヨタ自動車（株）の要望により、パトンを受けたのが、我が昭和グループの創始者・金子道雄氏でした。



▲昭和グループの創始者・金子道雄氏。

トヨタ自動車（株）が「地元の有力な資本や人材を活かして、地域に密着した販売店を構築し、共存共栄を図りたい」という基本構想に基づき、北部九州進出の要として白羽の矢を立てたのが、金子道雄氏。肥前トヨタ（株）で着実に実績を挙げていた氏の高い事業手腕と人望の厚さだったので、昭和21年に肥前トヨタ（株）から佐賀トヨタ（株）（昭和36年金子道雄氏が社長に就任）が分離し、次いで同年、長崎トヨタ（株）設立とともに、金子道雄氏が社長に就任。その後、昭和28年3月、氏は福岡トヨタの代表取締役になり、会社再建に取り組むことになりました。これまで、トヨタ自動車（株）は、販売店を設置するにあたり、1県1経営者主義を貫いてきており、金子道雄氏にだけは、長崎、佐賀、福岡という3県のディーラー経営を任せました。全国的に見ても、異例中の異例で、彼がいかに当時トヨタ自動車（株）の専務であった神谷正太郎氏に厚く信頼されていたかをうかがい知ることができます。

（敬称略）



▲SG発表キャラバン隊がいろいろな所を走って、トヨタ車を紹介。主たる移動手段が自転車であった時代の貴重な写真です（昭和27年4月27日、朝倉郡杷木町にて）。

■構成



森 喬夫氏プロフィール

大正8年3月11日、福岡市にて生まれる。
昭和21年 福岡自動車販売（株）
（現福岡トヨタ）入社
昭和39年 車輦部中古車販売次長
昭和41年 車輦部中古車販売部部長
昭和43年 サービス部比恵工場工場長
昭和44年 取締役役に就任
昭和54年 退社

昭和30年代の幕開けとともに誕生した、国際水準を誇る「トヨペットクラウン」を主軸としてディーラーとして確実に成長をとげた福岡トヨタ。昭和28年の社員数133名が38年には392名に増え、同28年に2000万円だった資本金も、38年には1億4000万円に増資する躍進ぶりです。モーターゼーションの波を巧みに乗りこなしたのです。

金子道雄をリーダーとして
着実に増資を重ね、
販売体制・人材育成に力を注ぎ、
躍進を続けた昭和30年代



FUKUOKA
TOYOTA

福岡トヨタ自動車
物語

THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR

第2回

【第2章】

躍進期

昭和28年(1953)～昭和40年(1965)



トヨタ自動車(株)月産30000台突破を記念して、お客様を招待して出し物などで楽しんでもらい、抽選でテレビや冷蔵庫などをプレゼントしました(昭和30年代)



純国産の高級乗用車
初代のクラウンを販売！

新社長に金子道雄氏が就任した昭和28年は、まさにモーターゼーションの幕開けともいえる時期でした。当時の福岡トヨタの資本金は2000万円、社員数は133名。社長就任後の氏は積極的に事業を推進し、10月にはジェットスクーター部を新設。さらに鉱油課を設立してモーターオイル「キャッスル」の販売に着手しました。また、同年12月には小倉営業所にサービスマン工場が増設され、これにより福岡・北九州・筑後の3つの重要拠点で販売とサービスマン両面が



▲金子道雄氏の提言によりモーターオイル「キャッスル」の販売に着手し、商品の説明会などが積極的に開催されました。

ら充実したサービスマンを提供できるようになりました。この頃が組織としていちばん拡大した時期であり、1年間に、社員数は244名になり、約2倍近くの増員となりました。そして、いよいよモーターゼーションの到来といえる昭和30年代を迎えることとなります。昭和30年1月には、トヨタ自動車(株)が純国産の高級乗用車トヨペット・クラウンを発表。音開きのサイドドアが外観上の最大の特徴でした。福岡トヨタではこの初代クラウンをOBの方からご提供いただき復元。現在も多くの方にご覧頂いています。また、30年の12月には、高級車の概念を具体化した、真空管式カーラジオ・ヒーターなどを装備したトヨペット・クラウン・デラックスRSD型が誕生しました。クラウンは中央にレバーのないベンチシート式の6人乗りタイプだったという懐かしさを感じる車です。昭和31年、往時の西鉄ライオンズが日本シリーズで優勝した際の最高殊勲選手賞の賞品は、このトヨペット・クラウン・デラックスでした。また、この年、クラウン・デラックスによるロンドン―東京間5万kmドライブ走破のイベントが開催され、福岡トヨタでは、これを祝したさまざまなイベントが催されました。

乗用車市場が拡大。
営業スタッフの
やる気を喚起

昭和30年代、敗戦の痛手からたぐましく復興を遂げた日本は、高度経済成長期を迎え、昭和32年までは神武景気と呼ばれるほど、景気が飛躍的に上昇しました。冷蔵庫、洗濯機、テレビが三種の神器といわれ、庶民の生活が向上するとともに、乗用車市場も拡大の一途をたどりました。昭和30年代の福岡トヨタは本社、小倉営業所、飯塚営業所、久留米営業所の4拠点で事業を展開しており、30年に月販30〜50台であった販売台数は、33年には月販100台に達しました。昭和31年には、日本通運の資本により福岡トヨタが誕生し、福岡トヨタが先発店として経営や営業のノウハウを手助けするとともに、取扱車種であったマスターラインを福岡トヨタへと移譲しました。福岡トヨタの取扱車種が価格を抑えた車が多かったことと、迅速に多くのエリアに拠点展開を図ったことにより、福岡トヨタが厳しい態勢を強いられた時期もありました。しかし、当社がトヨタコロナバンというライトバンを扱うこととなり、人と荷物の両方を運べる商用車ということで人気を博し、それまで

昭和30年代、敗戦の痛手からたぐましく復興を遂げた日本は、高度経済成長期を迎え、昭和32年までは神武景気と呼ばれるほど、景気が飛躍的に上昇しました。冷蔵庫、洗濯機、テレビが三種の神器といわれ、庶民の生活が向上するとともに、乗用車市場も拡大の一途をたどりました。昭和30年代の福岡トヨタは本社、小倉営業所、飯塚営業所、久留米営業所の4拠点で事業を展開しており、30年に月販30〜50台であった販売台数は、33年には月販100台に達しました。昭和31年には、日本通運の資本により福岡トヨタが誕生し、福岡トヨタが先発店として経営や営業のノウハウを手助けするとともに、取扱車種であったマスターラインを福岡トヨタへと移譲しました。福岡トヨタの取扱車種が価格を抑えた車が多かったことと、迅速に多くのエリアに拠点展開を図ったことにより、福岡トヨタが厳しい態勢を強いられた時期もありました。しかし、当社がトヨタコロナバンというライトバンを扱うこととなり、人と荷物の両方を運べる商用車ということで人気を博し、それまで



▲福岡トヨタ小倉営業所での新車発表会風景(昭和34年)。トヨペットクラウン、トヨペットマスター、クラウンデラックスなどを扱っていました。



▲会社創立15周年記念の催し(昭和32年)。その前年には新聞記者がクラウンでロンドン―東京5万キロを完走。国産車の新しい時代の幕開けでした。



**メーカーの戦略が成功
人材育成のための研修を開始**

昭和34年から新入社員の研修、社員教育が本格的に始められました。本社近くの旅館で、挨拶の仕方から名刺の出し方、電話の応対など基本的なことから実務的なことまで15日間かけて学びました。30年代後半になると、しっかりとした組織づくりを目指して、メーカーからインス

営業スタッフ1人当たり月販1〜2台であつた販売台数が5〜6台になり、売り上げは順調に伸びていきました。この成果により、本社の営業部はクラウンなどを扱う乗用車課と商用車を扱うトラック課に分離、小倉営業所においては乗用車課、トラック課に加え、コマーシャルカー課が新設されました。このコロナパンにはフロントにトーションバーが施されており、後部の窓が電動で開閉するなどデザイン性や機能性の両面で優れており、毎日デザイン賞（現在のグッドデザイン賞）も受賞したほどです。ただ難点は機能であるはずの電動窓がすぐに動かなくなってしまうこと。納車したその日に、お客さんから「後ろの電動の窓が動かなくなった」と苦情の電話がかかってきて、営業スタッフがすぐにかきつけて行くという、笑い話のような苦勞もありました。



▲昭和30年代の女性社員たち。後ろにあるボンネット型のトラック、彼女たちの髪型やユニフォーム文などに時代を感じます。

トラックターを招聘し、新人から管理者まで研修を行うなど、さらに、人材育成に力を入れるようになりました。新車の勉強、身だしなみ、原価計算などさまざまなことを習得することができ、当時のメーカーの販売方法や人材研修には大きな信頼を寄せていました。新車販売においても、こういった販売方法で取り組めばいいという市場予測がびつたりと当たり、メーカーの言うとおりにしていれば、はずれることがなく、おもしろいほど売れていた時代が昭和50年代まで続きました。だから、営業スタッフのやる気の喚起にもつながり、昭和30年代には一人の営業スタッフで年間に販売する最高台数は100台以上でした。昭和40年代になると、年間200台を売り上げる社員も出現しました。

**明るいニューズで30年代を超え、
40年代のマイカー時代に備える**

昭和38年は、福岡トヨタにとって嬉しいことがいつにも増して続いた年でした。10月22日には福岡営業所に近代的な設備を誇る新サービス工場が落成。現在の天神4丁目、現、天神ロフトのあたりに完成し、社員にとつても同年のベストワンとなるニューズでした。そして、社員の絆を深め、情報を共有する目的で社報がスタート。資本金も35年の1億円から1億4000万円に増資されました。12月度には福岡トヨタの新車登録新記録を達成し、さらに、トヨタ車が我が国ではじめて月産3万台を突破という快挙を成し遂げました。30年代は明るいニューズ満載で幕を閉じ、高速道路など道路網の整備が進み、マイカー時代が到来する昭和40年代が明けていきました。

※第1回の記事において間違いがありました。9ページ最下段(誤)「トヨベツクラウン」↓(正)「トヨベツSA型」(写真)訂正してお詫び申し上げます。



今回の福岡トヨタ自動車物語は、当時をご存知の金子卓弥氏、青木正次氏の両OBに懐かしい想い出話などをお聞かせいただき、ご協力いただきました。



青木 正次氏
昭和8年2月19日
長崎県生まれ

昭和34年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和44年 福岡南営業所所長
昭和50年 久留米営業所所長
昭和54年 取締役就任
昭和60年 常務取締役就任
昭和63年 専務取締役就任
平成 3年 トヨタホーム九州へ出向



金子 卓弥氏
昭和6年12月20日
福岡県生まれ

昭和30年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和42年 八幡営業所所長
昭和45年 北九州営業部小倉営業所所長
昭和50年 部長兼小倉営業所所長
昭和51年 取締役就任
昭和57年 常務取締役就任
昭和63年 福岡トヨタフォークリフト(株)(現トヨタL&F福岡)へ出向



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR



FUKUOKA
TOYOTA

福岡トヨタ自動車
物語

THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR

第3回

【第3章】

変革期

昭和41年(1966)～昭和50年(1975)

車が新三種の神器のひとつと言われ、
いよいよ、マイカー時代が幕開け！
積極的な業務拡大、コンピューター導入など
福岡トヨタは、大きな変革期を迎えたのです。

日本が高度経済成長への道歩んだ昭和40年代。
生活水準が上昇し、車も一般の人に手の届く存在となり、
追い風となるマイカーブームが到来したのです。
その後、モーターゼーションは急速に進み、
福岡トヨタも事業を大きく拡大。
各地に営業所を開設すると共に、営業スタッフを増員・強化して、
毎年、新車販売台数の新記録を更新していきました。



昭和41年11月の新車販売台数400台突破記念の写真。創業以来の新記録、月間新車販売477台を樹立し、この年の全国オールトヨタ・5万台コンテストにおいて、福岡トヨタ自動車の目標台数年間1053台を見事に達成。12月を待たずして、1123台(107%)を販売したのです。



販売力の充実を期して
セールススタッフを増員

昭和40年代は、モータリゼーションという言葉が流行するほど、日本経済は活性化し、社員たちは朝から深夜まで働いた時代でした。日本はアメリカに次ぐGNP(国民総生産)を誇り、国民所得および一般家庭の生活水準も著しく上昇しました。これまでお金持ちの人たちのものであった自動車が一一般生活者に手が届く存在となり、オートナードライバーという言葉が生まれたのもこの頃です。40年当時、社員数が約300人に増えていたこともあり、「V300作戦」と名づけた1人1台販売しようという

販売戦略を立て、実際、12月にはそれまでになかった337台を売り上げ、販売実績の新記録を達成しました。さらに金子道雄氏は、今後のマイカーブームの



昭和42年の本社社屋。当時の住所は福岡市渡辺通4丁目9番25号(現在の天神ロフト辺り)に建っていました。

到来を睨み、昭和41年の年頭の言葉で「販売力を充実するため、有能な人材を投入する」と明言し、そのとおり、セールススタッフの強化を図っていきました。昭和41年11月実績477台、昭和42年10月531台と毎年、10〜15%の伸び率を見せていました。40年代前半は、営業所も各地へ次々と開設し、営業網を着実に拡大していった時期です。41年北九州営業所を開設し、それまでであった飯塚営業所を新築オープン、42年には八幡営業所、43年福岡北・南営業所、行橋営業所、大牟田営業所、比恵中古車センター、甘木出張所を開設、44年田川、古賀、糸島、浮羽にも営業所や出張所を開設し、拠点を5カ所から16カ所に増設し、地域に密着した営業展開に力を注いだのです。特に44年は変革の多かった年で、トヨタカローラが大衆車に専念する方針を決定し、大型ディーゼルトラックとランドクルーザーの2車種が福岡トヨタへ移管されました。また、産業車部門を独立分離することとし、福岡トヨタフォークリフト(株)(現トヨタL&F福岡(株)の前身)として営業を開始しました。



昭和43年10月23日、クラウン・ハードトップが発表され、本社ショールームにて11月11日〜13日の3日間、展示発表会を開催。他の5会場でも同時に行われ、待望の販売がスタートしました。

40年代前半は
クラウンとトラックが主
電算機導入など社内の変革にも着手

当時の売れ行きの車種はトラックがトヨタスタウトと小型のライトスタウト。またボンネットのあるタイプでした。乗用車はもちろんクラウン、そしてコロナバン。昭和42年にはワイドセレクションの充実を目指し、5年ぶりにクラウンがフルモデルチェンジ。純自家用車層の拡大を図ったもので、「白いクラウン」というキャッチフレーズで大々的に販売が開始されました。当時のクラウンの価格は



昭和46年12月18日、久留米営業所が新築オープン。その2・3階には久留米クラウンボールが完成し、サイドワーク的な部門として発足しました。

105万6000円。その頃はカーブライアーは後付けであり、クーラーなどを販売する部品課がありました。大学卒の初任給が1万3500円の時代に、カーブライアーは15万6000円。やはり高嶺の花であったといえそうです。41年に「007は二度死ぬ」に使用されて話題となったトヨタ2000GTが発売されたのは42年5月のこと。最高速度220km・2人乗りで、価格は255万円でした。また、同年9月にはクラウンエイトを前身とする高級車、3000ccの大型車センチュリーが新発売されました。当時の営業は訪問販売が主で、社内にいることはほとんど



THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR



昭和46年4月5日、カリナシリーズのイメージリーダーとして1600GT(グランドツーリング)が新発売となりました。最高級車であった1600GTの価格は86万4000円でした。

40年代後半の切り札となる
カリナが45年に登場！

40年代前半まで商用に使用するトラックが自家用車である家庭も多かったが、

なかったといえます。40年代は営業展開だけでなく、社内事務組織においても変革がありました。昭和41年、自動電話機に変わり、市内は0発信してダイヤルを回せば、交換を通さなくてもいいことになりました。さらに、在庫管理のために、効率を考え、電算機の導入に踏み切ったのです。

福岡トヨタには、クラウンを買われたお客さまに感謝するクラウン会があり、40年代には活発に活動していました。サ

お客さま、お取引先、そして社員
を大切に
する福岡トヨタの社風

マイカーブームにより、乗用車をマイカーとして別に求める傾向が強くなっていました。そこで、小型の高級車カリナが45年に発表されました。ボディサイズはカローラとコロナの間。しかし、それまで法人や役員クラスなどのユーザーが主であったため、最初の半年は苦戦をしいられたそうです。しかし、このクラスでは珍しかった5速ミッションと操縦性の良さで徐々に人気を博し、47年12月に2ドアハードトップが発表されてからは、クラウンをしのぐ売れ行きを見せ、40年代後半の切り札となりました。このカリナは、現アリオンの前身です。このモーターゼーションの急速な進展は必然的に中古車・サービスマターについても量的・質的な拡大を促しました。中古車センターを増設したものの、下取りなどの中古車増大は止めるべくもなく、在庫の中古車でセンターが満杯になるという現象を引き起こした時期もありました。また、サービスマターでは顧客ニーズにともない、45年の数ヶ月間は午後9時30分までサービスマターを稼働させました。

幕開けに、福岡トヨタは、新たなリーダー

変革を行いな
がら、発展を
続けた40
年代ですが、
自動車取得
税や重量税
の導入、4
8年からの
第一次オイル
ショックな
ど後半には
乗り越えな
ければなら
ない問題
点も山積み
でした。そ
して、50
年代の

サービスマター工場などがまだまだ充実していなかったこともあり、クラウンを駆って遠出のレジャーに出かける際は、トラックに部品とサービスマターを乗せ、トラックにすぐ対処できる態勢を整えていたそうです。

社員に対しての福利厚生にも力を入れており、運動会や慰安旅行はもちろん、独身寮のほかに、博多区板付に47年7月社員アパートが完成し、家族で入居できるようになりました。



第11回福岡クラウン会ラリー(昭和42年)の大濠公園の出発風景。福岡一甘木一原鶴一日田一杖立一赤水(ホテル白雲山荘)の6時間の行程で、指示速度を守っているかなどスピードチェックを行いながら、安全運転を競い合いました。

今回の福岡トヨタ物語は、福岡トヨタ自動車(株)代表取締役副会長・古賀喜之氏と(株)トヨタレンタリース福岡取締役相談役・久木原六男氏に当時の会社の様子をお聞かせいただきました。



古賀 喜之氏
昭和15年2月4日
熊本県生まれ

昭和37年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和49年 長浜営業所所長
昭和57年 新車販売部次長
昭和61年 取締役就任
昭和63年 常務取締役就任
平成6年 専務取締役就任
平成14年 代表取締役社長に就任
平成18年 代表取締役副会長に就任



久木原 六男氏
昭和15年10月22日
福岡県生まれ

昭和37年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和52年 福岡営業所所長
昭和55年 福岡南営業所所長
昭和57年 長浜営業所所長
昭和62年 特販トラック部次長
平成元年 取締役就任
平成5年 常務取締役就任
平成13年 (株)トヨタレンタリース福岡へ出向

す。金子宜嗣氏を迎えるので



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR



FUKUOKA
TOYOTA

福岡トヨタ自動車
物語

THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR

第4回

【第4章】

移行期その1

昭和51年(1976)～昭和55年(1980)

激動の時代に躍進へと福岡トヨタを牽引する
若きリーダー・金子宜嗣新社長が誕生！
社内組織や営業拠点の強化、活性化を推進し、
次々と販売台数の新記録を達成していきました。

第一次石油ショックの余波や排出ガス規制の強化、
さらには円高不況や第二次石油ショックなど、

自動車業界が激動の時代を迎えていた昭和50年代前半。

その中であって、福岡トヨタでは、

金子宜嗣新社長が誕生して若い力で活性化を図り、

テリトリ制導入、ネットワークの拡大等に努めました。

厳しい状況下でありながら、月販売台数の新記録を更新し、

激動期を乗り切り、躍進への道を築いていきました。



NEWクラウン発表会「クラウンロイヤルフェア」を開催(昭和49年11月8～10日、本社ほか14会場)。フルモデルチェンジで新登場したクラウンに、予想以上の盛況をおさめました。3日間累計、来場者数9143名、査定件数240件、受注台数180台。



新幹線延伸などで経済が活性九州内での新車販売に追い風

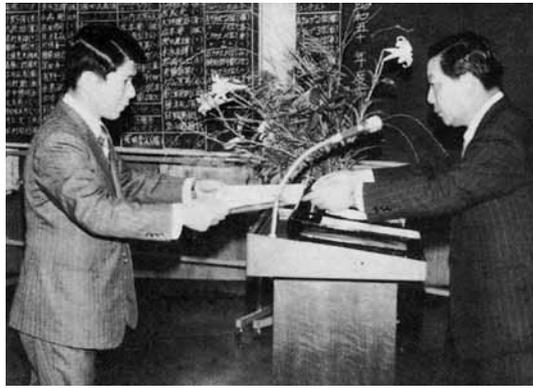
昭和48年の第一次石油ショックに続いて、昭和50年代前半には数度にわたる排出ガス規制の実施、自動車税の値上げなど自動車業界全体に深刻な影響を与えるできごとがあり、福岡トヨタも試練のときを迎えていました。そんな中であつても果敢に前進を続け、昭和49年6月、福岡市に15カ所目の営業所となる西営業所をオープンさせ、49年には八幡営業所が新築移転、さらに長浜営業所、柳川営業所などを次々と開設していきました。同年10月にクラウンがフルモデルチェンジした

ことにより、12月には月販新記録915台を樹立。内訳はクラウン275台、

カーリーナ501台で、それぞれの車種とも月販新記録を達成しました。さらに、昭和50年3

月には932台を売り上げて新記録を更新。これは、新幹線の九州乗り入れ(50年3月)や九州縦貫道の熊本・

古賀間開通(50年



販売台数9394台の新記録を達成した昭和50年度に優秀な成績をあげたセールススタッフ14名の表彰式が昭和51年1月5日に行われました。表彰状と商品を手にしたトップセールススタッフは、新年度の記録更新に意欲を燃やしていました。



昭和50年11月21~23日の3日間、新型カーリーナの発表会を10会場で実施。写真は新登場のBigカーリーナバンで、50年排出ガス規制への適合はもちろん、燃費の良い5段トランスミッション採用など、十分な安全対策が施されていました。

を再認識して、名実共に九州一のディーラーとして福岡トヨタを堅持するために、総力を結集して頑張つていきましょう」と就任の挨拶を行い、社員ひとりひとりが誇りを持って業務に従事していけるよう、社内組織や営業拠点の活性化を積極的に推進していきました。51年11月には18番目の拠点となる門司営業所を新設、12月には新型クラウンの発表会が行われ、本

3月)などによつて九州経済が回復傾向を示し、購買層が触発されたことが要因となつたと思われれます。その後も順調に販売台数を伸ばし、50年の新車の年間販売実績は9394台、目標の108.9%を達成し、49年度比の伸び率は何と131.5%でした。

金子宜嗣氏のもと総力を結集九州一の福岡トヨタを堅持

昭和51年4月8日、代表取締役社長であつた金子道雄氏が代表取締役会長に就任し、取締役副社長であつた金子宜嗣氏が代表取締役社長に就任。若き新リーダーの登場でした。当時、福岡トヨタは、金子道雄氏が営々と培つてきた盤石な基盤

を背景に、トヨタの最高の商品強力な販売体制、充実したサービス網の確立により、地域社会において確固とした信用を築き上げていきました。しかし、新社長金子宜嗣氏がリードを任された51年は、自動車業界では排出ガス規制の強化や公害・大気汚染などが取りざたされ、しかも、石油ショック後の低成長時代という厳しい状況下。そんな中、氏は「低成長時代にあつても、車社会といわれる今、自動車の効用と社会的役割



昭和51年の博多どんたく(福岡市民の祭・博多どんたく港まつり)に福岡トヨタの有志が参加し、初出場ながら6位に入賞。カーリーナバン(サービスカー)も華やかに化粧をほどこされ、パレードに参加しました。

エンジンを搭載したカーリーナ・コロナを皮切りに、センチュリー、クラウン2600などを次々と発売。最初は規制に適合させるため運転性能が落ちることもあり、ユーザーへの対応に苦慮したこともありましたが、53年度の規制適合車になると、トヨタの車はほとんど運転性能に影響がなく、営業スタッフも自信を持って販売することができました。

テリトリ販売制を導入米国製の冷蔵庫等も販売!?

排出ガス規制、自動車取得税・重量税の値上げ、円高不況などの影響を受け、51年・52年は目標台数を下回る厳しい結果となりました。しかし、常に前進を図り、52年3月には拠点や営業スタッフごとに営業地域を設定するテリトリ販売制を導入。ユー



NEWカーリーナ大発表会を開催(昭和52年9月10・11日、19会場にて)。7年ぶりのフルモデルチェンジへの期待に、来場者は約1万5000名を数えました。

「管理の効率化とサービスの向上、占拠率アップを目指したもので、●地域に密着した営業ができ、地域情報に精通できる。●同じ家を複数の営業スタッフが訪問するという無駄を省ける。●自社、他社の占拠率をはっきりと把握できる：などのメリットが生まれました。最初は慣れないシステムにとまどうこともありましたが、試行錯誤しながらシステムの改善を行いました。これが現在の業務の効率化、ユーザーと社員の高い満足度につながっていることは間違いないといえるでしょう。この時期、営業スタッフを戸惑わせることが発生。昭和40年代後半から日米貿易摩擦が取沙汰され、自動車を輸出していたトヨタ自動車(株)では、摩擦緩和のために、アメリカの外車や家電品(クーラ

ー)や温風暖房機、冷蔵庫などを輸入し始めました。当然、福岡トヨタでもこれらの商品を扱うことになりましたが、大卒営業職の初任給が約8万円当時に、冷蔵庫が18万2000円、窓枠用クーラー・スキニーは11万5000円と高く、これまで売ったことのないものなので、とても苦労したといえます。ただ、後になって、壊れずに長持ちすると喜ばれたこともあったそうです。

**第二次石油ショックの年に、
新車販売台数が1万台を突破**

昭和53年は、急激な円高の影響を受けて自動車の輸出は減少傾向にありましたが、国内においては大衆車を中心としたモデルチェンジや新型車の出現により、買い控え需要を刺激して、総市場は伸びを見せました。福岡トヨタにおいても、新車で前年比約2000台アップの約9700台を売り上げ、過去最高の販売台数を記録しました。中古車は約1400台増の約7500台を販売、サービスにおいても社外売上げで20%以上の伸びを見せ、特機・鉱油部門においても順調に売上げを伸ばした年でした。翌54年にはガソリンスタンドが日・祝日には全面休業するようになり、第二次石油ショックが到来。前年からの勢いは衰えることなく、同年2月に甘木

営業所を移転、新築オープンし、ショールーム・中古車展示場、サービス工場を完備した総合拠点を展開。甘木エリアでの中古車・サービス部門の拡大に力を注ぎました。また、3月には月販新車台数1140台、中古車845台を売り上げ、それぞれ月販新記録を樹立しました。しかし、8月には、会長の金子道雄氏の逝去という悲しいできごともありました。会社の基盤を築いた氏に報いるかのように、この年、年間新車販売台数1万422台という記念すべき1万台以上を売り上げるという快挙を成し遂げたのです。この記念すべき記録は、新社長を筆頭に全社員の熱意と努力が実を結んだもので、今後のさらなる飛躍を予感させました。



昭和53年春にオープンした福岡南営業所の地鎮祭風景(52年12月17日)。春日市・大野城市・筑紫野市など福岡南部の拠点として大いに期待されました

今回の福岡トヨタ物語は、福岡トヨタ自動車(株)代表取締役副会長・古賀喜之氏と(株)トヨタレンタリース福岡取締役相談役・久木原六男氏に当時の会社の様子をお聞かせいただきました。



古賀 喜之氏
昭和15年2月4日
熊本県生まれ

昭和37年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和49年 長浜営業所所長
昭和57年 新車販売部次長
昭和61年 取締役役に就任
昭和63年 常務取締役役に就任
平成6年 専務取締役役に就任
平成14年 代表取締役社長に就任
平成18年 代表取締役副会長に就任



久木原 六男氏
昭和15年10月22日
福岡県生まれ

昭和37年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和52年 福岡営業所所長
昭和55年 福岡南営業所所長
昭和57年 長浜営業所所長
昭和62年 特販トラック部次長
平成元年 取締役役に就任
平成5年 常務取締役役に就任
平成13年 (株)トヨタレンタリース福岡へ出向



昭和54年2月にオープンした甘木営業所。甘木出張所を閉鎖して移転新築したもので、ショールーム・中古車展示場・サービス工場を完備していました。



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR

未曾有の経営難に直面した
福岡トヨタ。
経営陣の努力、全社員の力で
見事に乗り越えました。

物価の引き上げ、金利の高騰、人件費の上昇など、日本の企業全般があえいでいた昭和50年代後半、福岡トヨタも例外ではなく、銀行への返済、過当競争による値引きなど売り上げ・利益が低迷し、設立以来、初めての大きな危機を迎えていました。この危機を乗り越えることができたのは、経営陣の機転と全社員の結束力ゆえでした。



FUKUOKA
TOYOTA

福岡トヨタ自動車
物語

THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR

第5回

【第4章】

移行期その2

昭和56年(1980)～昭和60年(1984)



創立40周年記念式典の記念写真(昭和57(1982)年10月23日)。毎年、創立記念日には、役員の方々とその年に永年勤続表彰を受けた社員の人たちが記念写真を撮影するのが、恒例となっていました。



高度経済成長が終焉し、
厳しい低利益時代が続く

昭和50年代後半は、高度経済成長の終焉によって自動車マーケットの拡大は鈍化し、ディーラー間の過当競争が激しくなり、利益率が著しく低下するという厳しい時代となりました。国内景気の低迷も手伝い、新車販売台数は落ち込み、



昭和58年8月に発売された7代目のクラウン。このとき、「いつかは、クラウンに」という名キャッチコピーが生まれました。当時のハイソカーブームに乗り、売れ行きは大きく伸びました。

値引き競争が熾烈を極めるとともに、金利の高騰、諸物価の引き上げ、人件費の上昇など、すべてが逆風であったといえます。福岡トヨタも例にもれず、会社始まって以来、経験したこともない苦しい時代を迎えていました。売り上げが伸び悩んだこの時期、昭和56年の利益は1億3000万円、以後2億円台という低利益の時代が続く、赤字決算さえ、覚悟せざるを得ませんでした。この苦難の時期を打破



第1回福岡トヨタQC発表会風景。本社総務部の「会議室の美化」や糸島営業所の「受注から回収までの時間管理」など、7サークルが身近な問題の改善に取り組んだ事例発表を行いました。

できたきつかけのひとつは、昭和58年8月の新型クラウンの発表、翌59年8月に発売されたクラウン3000の人気の高さによるものでした。昭和58年のクラウンの年間販売台数は2801台、59年は3070台と前年比109.

6%の伸び率を見せました。「いつかはクラウン」という言葉が流行したように、憧れの車であったクラウンのフルモデルチェンジ。クラウンとクラウンの根強いファンが、福岡トヨタの経営状況を苦境より脱出させる一助となったといっても過言ではないでしょう。

また、過当競争による値引き合戦についても、試行錯誤がされてきました。値引きをしないと売れない時代であり、当時としては値引きはやむを得ないものでした。そこで、値引きを容認し、その代わりに販売台数を増やすこととして、利益率を上昇させていくことに努めました。そのため、土・日には毎週イベントを行い、訪問販売が主流であったため、夜10時、11時まで働くなど、社員全員が一丸となって頑張った時代でした。

こうして必死に苦境を乗り越えた数年間。この間も昭和56年2月のソアラ発売、9月カリーナ発売、昭和57年10月センチュリーがマイナーチェンジ、昭和59年1月ソアラ3000発売、5月ハイラックスサーフなどが発売され、営業力は常に試されていきました。そして、昭和59年に新型クラウンが発売された前後くらいから、売り上げナンバー



昭和58年頃の久留米南営業所は、中古車販売が主で、サービス課と業務課からなる営業所でした。当時、19箇所に営業所がありましたが、中古車を専門に扱っている営業所は少ない時代でした。

ワンの営業所であった長浜営業所内に、それほど値引きしなくても売れるようになったという風潮が生まれ、販売への自信につながり、その波は各営業所へと波及していききました。こうして、経営陣の努力、全社員の頑張り、メーカーの後押しなどにより、昭和50年代後半の苦境を乗り越えることができ、赤字決算も出さずに、経営を回復することができたのです。

営業力・拠点力の強化を図り、
コンテスト等を定期的に行う

当時は法人ユーザーが増えつつあった時期であり、その市場が拡大していった

「博多どんたく港まつり」は5月3日、4日に老若男女が思い思いの仮装でシャモシを叩いて踊りながら練り歩く祭ります。この写真は昭和40年代のバレード風景で、どんたくをイメージするために使用。



ことも福岡トヨタには追い風となりました。しかし、そのころ、地域密着の営業など拠点展開の充実を迫られており、営業力の強化が急務とされていきました。そのため、人材育成に力を入れていきました。段取りのいい営業、効率のいい営業を目指し、コンテストなども定期的に行い、営業スタッフの士気を高めることにも努めました。車を売ることが難しい、厳しい時代だからこそ、営業スタッフの入れ替わりも激しく、自然淘汰された感もあり、この苦境を乗り越えた若い営業スタッフたちは、社内でも大きく伸びていったメンバーだといえます。

当時、採用した実力主義も、「上司が自

分のことをきちんと評価してくれている」という自分への自信と、上司への信頼につながったという、いい二面も生み出していました。このことから上司としての指針が問われた時期でもあり、この苦境を乗り越えようとすることによって、社員全員が成長していきました。

そんな中、穏やかな人柄で社員から慕われ、当時専務取締役・伊藤圭介氏が54歳という若さで急逝。社葬が執り行われたのは、昭和59年3月のことでした。

**苦境を乗り越えた大きな力は
全社員の結束力と努力**

今、社内のコミュニケーションづくり、絆づくりが大切だと叫ばれています。当時はまさに頻繁に交流があった時代でした。上司が部下の人たちを自宅に招いてバーベキューパーティをしたり、会社が終わった後、一緒に居酒屋に行くなどということとは当たり前のこと、珍しくない光景でした。昭和56年には会社に稟議書を提出して営業所として博多どんたくに参加し、参加者の投票で入選したというエピソードが残っているほど、社員同士の親交は深いものでした。社員の慰安旅行は課や店舗ごとに泊りがけで出か

けていました。酒酔い運転を心配してのことで、自動車販売企業としての姿勢を正したものでした。

「二日一緒にいるのだから、明るく楽しく過ごしたい」という気持ちで会社を包んでいた昭和50年代。創業以来、未曾有の苦境に立たされた福岡トヨタが、苦難を乗り越え、回復傾向を見せたのは、この社員のチームワークによるところが大きかったといえるでしょう。

今回の福岡トヨタ自動車物語は、福岡トヨタ自動車(株)代表取締役副会長・古賀喜之氏と福岡トヨタ自動車(株)取締役相談役・荒木博氏に当時の会社の様子をお聞かせいただきました。



古賀 喜之氏
昭和15年2月4日
熊本県生まれ

昭和37年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和49年 長浜営業所所長
昭和57年 新車販売部次長
昭和61年 取締役就任
昭和63年 常務取締役に就任
平成6年 専務取締役に就任
平成14年 代表取締役に就任
平成18年 代表取締役副会長に就任



荒木 博氏
昭和10年3月9日
福岡県生まれ

昭和50年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和54年 車両業務部部长
同 年 取締役に就任
同 年 取締役経理部部长
昭和57年 常務取締役に就任
昭和63年 専務取締役に就任
平成12年 代表取締役副社長に就任
平成17年 取締役相談役に就任



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR



FUKUOKA
TOYOTA

福岡トヨタ自動車
物語

THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR

第6回

【第5章】

充実期〈その1〉

昭和61年(1986)～平成4年(1992)

日本経済を吹き抜けたバブル景気に踊らされることなく、
堅実な経営を続け、企業力をより
充実させた福岡トヨタ。
平成3年には、本社「F・Tビル」がついに完成！
喜びの中、オープン式典が盛大に開催されました。

旧社屋の立ち退きを契機に、本社「F・Tビル」の建設がスタート。
多くの方々の協力を得て、完成しました。

同時に博多海洋開発(株)が運営するマリゾンに
レストランを出店するなど新たななる事業を展開し、

「アジア太平洋博覧会'89よかトピア」にも積極的に協力しました。

また、自動車販売においても、高級車志向が高まるとともに、
若年層の顧客が増加し、毎年、販売台数の記録を更新。

企業として充実期を迎え、実力をさらに高めていったのです。



いろいろな方々の思いや協力によって素晴らしい本社ビルが完成。多くの方々にエントランスロビー
や地下2階のスカラエスバンオ、1～3階のショールームなどを心ゆくまでご見学していただきました。
その後、ホテルニューオータニにおいて、オープン式典を盛大に催しました。(平成3年6月8日)



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR

「過去・現代・未来」「海・陸・空」の2つをテーマに、洗練度の高い、素晴らしい本社ビルが完成しました。

旧本社ビルの立ち退きを機に新本社ビルの建設が決まり、63年4月から建設工事がスタートすることとなりました。「右でつくられた永く持つビル」「人に感動を与えるような仕様のビル」などの思いをもとに、コンペティションを行い、内部仕様についての企画案を募ることにしました。その中で、「過去・現代・未来」「海・陸・空」の2つのテーマをコンセプトにした、企画案に決定しました。地下フロアは「過去」をテーマとして、車の原点はシ



旧本社ビルは昭和62年まで、現在、天神口フトがある場所にありました。新本社ビルが完成するまでの3年間、事務所は近くの藤井ビルに移転していました。

新本社ビル建設は、3年間かけて事故もなく、無事に進行しました。いろいろな方々のご協力をいただき、イメージ通りの素晴らしいビルが平成3年3月に完成しました。6月8日には、多くの方々を招待して新しいビルをご見学していただきました。

石づくりのロビーには彫刻や絵画などが飾られ、美術館のような雰囲気も漂わせています。メインエントランスにも工夫が凝らされ、外壁の感じも曲線を使ってやわらかい表情に仕上げました。

ルクロードのラクダであるという考えから、その始まりである、当時のギリシャの廃墟をイメージしました。また、地下2階の正面の壁にはシルクロード時代の海洋図をデザインしてテラコッタで創りました。そして、「現代」と「未来」を表現する1〜3階フロアには、夢が膨らむトヨタ車を展示することとしました。また、このビルには、階段をゆつくりと歩いて上がりながら、ビル空間を楽しんでもらいたいという思いが込められています。そのため、エントランス正面に1階から3階のシヨールームまで続く広々としたまっすぐな階段を設け、陸から空へ向かうようなイメージにしました。さらには、本館の大埋



エントランスから3階のシヨールームまで、まっすぐに伸びる階段。ゆつたりとしている階段を、3階にある車を眺めながら上がれば、心が高揚していくようです。



新しい本社ビルの建設用地。渡辺通りに面した白い建物と、その奥に見えるサービス工場を含む一帯。



当時のセンチュリーなどを展示している3階のシヨールーム。曲線を使った優美な壁には絵画が飾られ、訪れたお客様は車と絵を楽しみながら、ゆつたりとくつろげる時間を過ごしていらっしゃいました。


 THE STORY OF
 FUKUOKA TOYOTA MOTOR

バブルに踊らされず、堅実経営を実行。その中で、新たな事業にもチャレンジ。

平成元年（1989）に開催された「アジア太平洋博覧会'89よかトピア」と併行して博多海洋開発（株）が開発したマリゾンに、レストランを出店しないかという



FTビルの地下1階にある「レストランテ フォンタナ」。店内には、品格漂うウェイティングバーとアンティークレンガで組まれたレストラン空間が広がります。

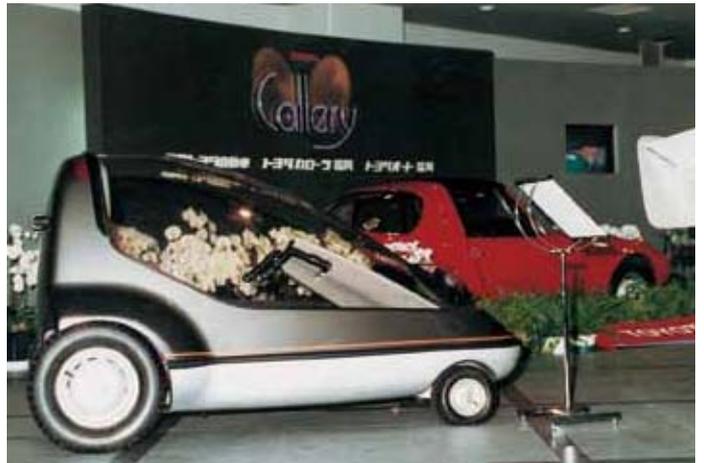
申し出がありました。海が見える雰囲気の良い場所であること、本社ビル地下のレストラン「フォンタナ」の人材育成にも役立つことなどを加味して、出店する方向での検討が始まりました。東京で多数のレストランを手がけるコーディネーターの方に企画を依頼し、国籍を越えた美味しい料理を海辺で食べられるレストラン「セブンシーズ」をオープンさせました。「よかトピア」期間中は、高い評価を得ていましたが「よかトピア」終了後には集客

が難しくなったため、結婚式会場としても利用できる施設にするなど集客に努めました。しかし、利益率低下を解消できず、数年でやむを得ず撤退いたしました。反省点を含め、勉強になったことであったといえます。

また、天神の中心に完成した斬新なビル「イムズ」のフロア計画の中で、4階に車のショールームをつくりたいので出店してほしいとの要望がありました。検討を重ねたうえで、一度は出店を断念しましたが、再度、トヨタ車を展示したいという強い要望があったため、ショールーム「TOYOTA Gallery

（カレリー）」を出店する運びとなりました。現在も続いており、トヨタ車の情報発信基地としてメーカーも協力を惜しまず、多くの方に利用いただいています。

本社ビル建設、マリゾンの発展に貢献、イムズの展示場オープンなどがあったこの時期、プラス面やマイナス面などさまざまなできごとを経験したものの、幸いにもプラスの方が多く、現代の躍進の基礎となっています。



平成元年のイムズビルオープンと同時に、トヨタ車のショールーム「カレリー」を4階に開設。現在まで、時代を彩るトヨタ車の最新情報を発信し続けています。



今回の福岡トヨタ物語は、福岡トヨタ自動車（株）取締役相談役・荒木博氏に当時の会社の様子をお聞かせいただきました。

荒木 博氏

昭和10年3月9日
福岡県生まれ

昭和50年 福岡トヨタ自動車（株）入社
昭和54年 車両業務部部长
同 年 取締役に就任
同 年 取締役経理部部长
昭和57年 常務取締役に就任
昭和63年 専務取締役に就任
平成12年 代表取締役副社長に就任
平成17年 取締役相談役に就任



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR



FUKUOKA
TOYOTA

福岡トヨタ自動車
物語

THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR

第7回

【第5章】

充実期〈その2〉

昭和61年(1986)～平成4年(1992)

昭和と平成のはざまの数年間、
日本中がバブル景気にわき、
高級車の売れ行きも驚くほどの伸びを見せました。
主力であるクラウンはもちろん、
セルシオやRV車なども売れに売れ、
年々、販売台数の記録を更新していきました。

日本中がバブルという好景気に酔いしれ、
すべてにおいて高級志向・本物志向が求められていました。
車も例外ではなく、若年層にまで高級車志向が強まり、
車が1家に1台から、1人に1台といわれ始めた時代。
営業スタッフもサービスも途切れることのない注文に追われました。
毎年毎年、売り上げ台数は記録を更新し、
平成3年には1万4000台を突破するほどの勢いでした。



昭和63年度の入社式風景。中央は視察を述べられる金子宣嗣代表(当時は福岡トヨタ自動車(株)取締役社長)。バブル全盛期、昭和63年4月の新入社員総数は56名(営業15名、エンジニア22名、事務職19名)、翌年平成元年4月は新入社員総数は72名(営業24名、エンジニア30名、事務職18名)でした。



高級車志向が高まり、売り上げは好調続き。セルシオの納期が、1年待ちという状況も。

昭和60年代に入ると、内需拡大政策にもなつて国内市場は活況を呈し、さらにトヨタ自動車(株)が国内販売に注力したことと相まって、全国的に車の売り上げは伸びていきました。特に昭和62年になると、円高が進み、円高メリットによつてわが国の経済は再び成長し始め、株式と地



初代セルシオ(1989~1994年)。日本に先駆けて、アメリカで「レクサスLS」の名で発売して成功。同年10月に販売されて日本でも最高級車としての地位を確立し、現在のレクサスブランドの礎を築きました。

価は高騰。いわゆる、バブルと呼ばれる好景気が到来したのです。これにより、自動車市場は予想もつかないスピードで拡大していきました。福岡トヨタにおいても、61年度に9415台であった年間売り上げ台数が、62年度は1万4277台、63年度1万976台、平成元年度1万1615台、2年度1万3937台、3年度1万4111台と売れ行きは好調で、売り上げ記録を更新していきました。バブル景気により、輸入車や3ナンバーの高級車志向が高まり、これまでは考えられなかった若い層が高級車を購入し始めたことも、この頃の特徴でした。

実際に、新人営業スタッフが店頭でマジスタを1日に2台、しかも現金でお買い上げいただくなど、今では考えられないほどの逸話が残っています。とにかく、車をほしがっている人の情報が、お客さまからどんどん入ってくる。5人の小さな営業所が月に63台売り上げるなど、まさに「売ったのではなく、売れた時代」



八幡営業所で実施されたRV車(ハイラックスサーフなど)の展示イベント。RV車の普及のために、キャンプ用品を展示するなどして、アウトドアライフの楽しさを強調した展示会を開催しました。

といわれるほどの売れ行きを見せていました。

バブル真っ只中の平成元年10月、トヨタ自動車(株)は満を持して「セルシオ」を発売しました。最高という意味を持つラテン語がその名の由来で、発売と同時に、高品位、高品質、静粛性で圧倒的な人気を博し、想定以上の受注が集まりました。そのため、生産が追いつかなくなり、福岡トヨタでも、セルシオの納期が半年先というのは珍しくなく、1年先というお客様が出るほどでした。また、同年には新型ハイラックスサーフが発売され、RV車の市場も拡大していきました。RV車販売のステーションとして福岡市室見と飯塚市に常設展示場を開設。RV車オーナーズ

おり、その忙しさは並大抵ではなかったけれど、やりがいがあり、楽しくてしかなかったそうです。

車検台数の急増にサービスは大忙し。業界では立体駐車場を増やした時代。

売れ行きが好調過ぎて、解決しないといけない問題も次々と現われてきました。そのひとつが、車検台数の急激な増加。急遽、博多店や久留米南店などに専門の車検センターを新設するとともに、スピーデイに行えるクイック車検システムを導入するなど、尋常でない仕事量に、サービススタッフは丸となって対応していました。車検に追われる日々の中、サービス

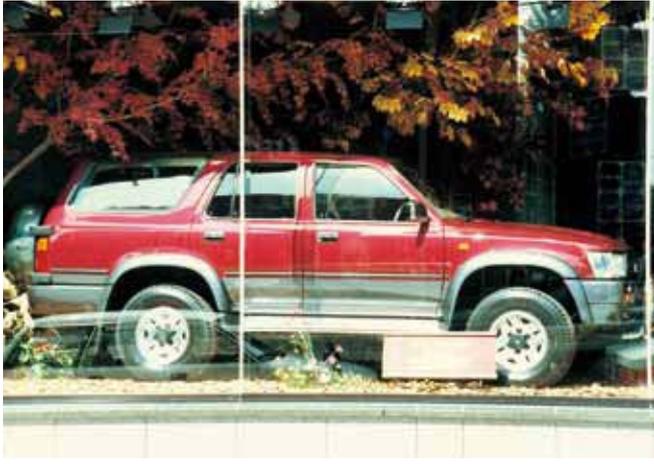
クラブを創設し、RV車の走行コースに出かけて行って思いっきり車を走らせたり、会員を募ってキャンプに出かけるなどのイベントを開催。20〜30代の若者を中心に販売台数を伸ばしていきました。さらに、トラックやライトバンなどもまとまった台数の受注があり、営業が好調すぎてうれしい悲鳴をあげて



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR

部門による収益も、当然上がっていきま
した。

もうひとつは、納車まで保管する広い
駐車スペースが不足していることでした。
現在、須恵町のU・C・A・R商品化センタ
ーがある場所に、当時、6000坪の新車
配車センターがありました。しかし、そこ
もマックスで900台しか保管できず、
足りない分は、うきは営業所の敷地内にと
りあえず保管。しかし、保管や納車をする
たびに、うきはまで行き来しなくてはなら
ず、効率の悪さは否めませんでした。全国
のそこかしこでこういった問題が起きてき
たので、物流改善・効率向上のため、メーカ
ーから指導スタッフを訪れ
ました。その指導内容は、立
体駐車場を造ることによっ
て、保管場所の問題は解消
できるというもの。全国で
立体駐車場が急増する中、
福岡トヨタでは、コスト面か
ら、『広い土地を購入した方が
メリットが大きいだろう』
という考えのもと、立体駐
車場を造らないことになりま
した。その頃はまだまだ、耐
震性が注視されていなかっ
たこともあり、耐震構造が
取り沙汰されるようになって
きた昨今、当時の決断は正解だ
ったといえるでしょう。



FTビル1階のショールームに展示された新型ハイラックスサーフ(平成3年当時)。斬新な演出と
真っ赤なサーフのシャープな車体は渡辺通りを行く人々の視線を釘付けにし、若者を中心にRV
車の人気は急激に上がっていきました。

平成3年の大型台風被害続出。
お客様との信頼関係がより深く。

車が売れることにより、うれしい悲鳴
をあげる充実感を味わっていたとき、思
いもよらない天災が襲いかかってしまし
た。平成3年9月の台風19号です。そのと
き、新車配車センターには満杯の900台
が納車を待っていました。台風のすごさが
気になって、当時常務だった古賀喜之氏
は様子を見に行つたといいます。車の
タイヤにスレートが突き刺さったり、敷
地内の砂利が風に巻き上げられてガラス

が割れたり、車体にキズが入って
たり……。目にした瞬間、その場に座
り込んでしまったそうです。納車を
待つているお客様の顔が浮かび、す
ぐに行動を開始。台風が過ぎ去ると、
お客様に様子をお伝えし、現品をす
べて見ていただき、値下げした見積
書を提出し、ご了解を得た上できれ
いに仕上げ、納車しました。現状を
きちんと見せて、その場で値引き交
渉をしたことで、お客様に喜んでい
ただくとともに、信頼関係をより深
く結ぶことができましたといえます。当
時、保険会社の方も現場に常駐して
いただき、迅速に対応してくださつたこ
と。さらに板金業や塗装業の方々には最
優先で協力していただいたことに心から
感謝しました。また、仕上がるまで待つ
ていただいたお客様などいろいろな方に支
えられていると感じたことで、感謝
でいっぱいだったと当時を振り返ります。
その教訓から、配送トラックなどが巻き
上げた石が車にあたることのないよう、
ことあるごとに石拾いをして、保管場所
の石を一掃することにも努めています。
平成2年、株価の暴落が始まり、いつま
でもバブルが続くと思われていた日本経
済に翳りを落とし始めます。しかし、福岡
トヨタが販売台数においてバブル崩壊の
影響を受けるのは、2〜3年後のことと
なります。

今回の福岡トヨタ物語は、福岡トヨタ自動車(株)代表取締役副会長・古賀喜之氏と福岡ト
ヨタ自動車(株)執行役員・田久保重秋氏に当時の会社の様子をお聞かせいただきました。



古賀 喜之氏
昭和15年2月4日
熊本県生まれ

昭和37年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和60年 新車販売部長就任
昭和61年 取締役 新車販売部長就任
昭和63年 常務取締役就任
平成6年 代表取締役専務就任
平成14年 代表取締役社長就任
平成18年 代表取締役副会長就任



田久保 重秋氏
昭和25年10月28日
福岡県生まれ

昭和46年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和62年 営業マネージャーに就任
昭和63年 古賀営業所 所長に就任
平成9年 車両部 筑後地区担当次長に就任
平成14年 U-Car事業部 副部長に就任
平成17年 トヨタ店部 ソーン長に就任
平成19年 執行役員就任



売れ行きが好調であったために、納車や車検をはじめとするさまざまな処理を
効率よく行う必要があり、そのため、業務効率アップを目指す会議が営業のメン
バーを中心に頻繁に実施。メーカーから指導者が訪れることもありました。



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR



FUKUOKA
TOYOTA

福岡トヨタ自動車
物語

THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR

第8回

【第6章】

成熟期(その1)

平成5年(1993)～平成10年(1998)

念願の本社ビル完成により、活気に満ちていた福岡トヨタは、長期化する不況のなか、CS・ES向上のため、積極的に設備投資に注力。この店舗新設やサービス工場の充実により、「店頭への集客」「輸入車人気」「RVブーム」の時流に乗り、成熟期を迎えていました。

平成2年に泡のようにはじけた「バブル」。

その後、日本経済は不況という長いトンネルの中にあり、自動車業界も、福岡トヨタも大きな変革を迫られていました。

地域密着やCS・ES向上を目指して営業所網を拡大したことにより、店舗への集客に対応でき、RV車を求める若者にも支持され、

さらに、フォルクスワーゲンの販売を主とするDUO店を新設し、輸入車を求めるニーズにも応えました。

この間、次々と新しいことに挑戦し、企業として成熟していきました。



福岡トヨタ自動車(株)本社ビル(FTビル)の3階に設けられたショールーム。高級感あふれる広い空間に、お客様から根強い支持を受けていたクラウンやセルシオなどが展示されていました。



**バブル崩壊による低迷に
揺さぶられながら、
設備投資など果敢に対応**

平成3年本社ビルが完成し、福岡トヨタがさらに活気づいていたころ、日本経済はバブル崩壊の波を受けており、戦後最長といわれた「平成景気」が終わりを告げていました。その影響は自動車市場にも顕著に表れ、平成2年に600万台に迫った全国総市場(軽自動車除く)は、3年には574万台(前年比3.7%減)、5年には488万台となりました。5年を底に8年には537万台に持ち直したものの、再び下落傾向が続き、11年にはピーク時の3分の2となる398万台にまで落ち込みました。福岡トヨタにおいても同じような波を受けることとなり、平成5年度の年間販売台数は1万1165台(前年比88.2%)、6年度1万1757台(前年比105.3%)、7年度1万2933台(前年比110%)、8年度1万3436台(前年比103.9%)、その後、9年度1万123台、10年度9780台と前年比を大きく割り込むこととなりました。

この間、自動車業界には動かしがたい流れが始まっていました。それは「輸入車」「RV車」「訪問販売より店頭販売」というキーワードを持つ動きです。この現状を踏まえながら、「変わらなくてはならない」と、経営効率化やCS強化・ES向

上などの対策が打ち出され、営業所の新設やリロケーションなどに力を注いでいくこととなりました。

**来店型の集客やCS・ESを
考え、立地や清潔感等付加価値
を備えた営業所網を展開**



オープン当時の飯塚営業所。来店型集客に対応した清潔感のある広々としたショールームには各種の新車が揃い、多くのお客様で賑わいました。

訪問セールスより店舗来店型という集客の時流にいち早く対応するため、顧客満足度・社員満足度の高い店舗設計を重視し、営業所の新設やリロケーションなどに積極的に取り組んだのもこの時期です。

平成5年、福岡市東エリアの充実を目指して香椎営業所を新設するとともに、早良区の次郎丸営業所の改築が進められました。次郎丸営業所は敷地が狭かった

ため、サービスマン工場を2階に配置し、カーリフトを利用して車の搬入や搬出を行っていました。また、この年、輸入車の定着など個人ユーザー市場も変化を見せており、福岡トヨタはフォルクスワーゲンの専属販売権を取得して、DUO店の展開、輸入車の販売に参入。香椎営業所と同じ日に、福岡では最初となる「DUO福岡東」を香椎にオープンさせました。同年11月、トヨタ自動車(株)はアメリカのGM(ゼネラルモーターズ)社が販売しているキャバリエ(排気量2400CC)などを年間2万台、トヨタブランドで輸入販売することを発表し、福岡トヨタでも取り扱うことになりました。

しかし、日本市場はヨーロッパ車に席巻されていた感があり、キャバリエは平成13年に販売終了となりました。

また、RV車(ミニバン含む)ブームが始まったのもこの時期です。アウトドア志向や機能重視といった消費者ニーズに合致し、総市場に占める割合は平成5年の21.4%から年々伸びていき、平成10年には51.1%と5割を超えました(自販連調べ)。福岡トヨタでは、現社長・金



平成5年、専属販売権を取得し、福岡市東区にDUO香椎店(現在のVW福岡東)を新設。DUO事業をスタートさせました。

子直幹氏がRV推進販配部長に就任した頃で、ハイラックスサーフやエステイマなどが順調な伸びを見せていました。さらに、この間、クラウンやセルシオなどもフルモデルチェンジを行っており、強いファンへの支持を受けていました。

平成6年、比恵工場を改修して板金工場(BPセンター)をオープン。現在は、比恵、東那珂、八幡の3カ所に工場があり、平成20年には、八幡BPセンターのエンジニアが板金技術で、全国1位という栄誉に輝きました。また、市場が膨らんでいくと推測されたことから、比恵と久留米に車検センターを新設。お客様の急増に対応できるよう、担当営業スタッフをサポートして接客を行う女性スタッフ「プリティイ」を全営業所に配属しました。しかし、来店型営業スタイルが定着するにはまだ時期尚早だったこともあり、平成13年の採用が最後となりました。

翌平成7年には、大橋営業所が新築されました。これは、本社建設によって天神のサービスマン工場が閉鎖になり、長浜工場が中心となったため、南エリアのお客様の不便を考慮したものです。大橋エリアに土地を探し、工場を併設した営業所を新設



平成6年5月21日、比恵工場を改修してオープンしたBPセンターの落成式風景。これにより、顧客満足度はぐんとアップしました。

しました。大橋営業所の敷地も狭かったため、次郎丸営業所と同じように、2階にサービス工場を設置しましたが、カーリフトよりも利便性の高い自走式が採用されました。

平成8年、飯塚営業所と前原営業所を全面改装してリニューアルオープン、室見営業所にはショールームを増築しました。クラウンをはじめとして夢の高級車を販売するので、清潔感と高級感をあふれる空間にすることは大切なことであり、実際、改修・改築後、来場者数は増加していきました。平成9年にはDUO2店舗目となるDUO室見（現在のVW福岡西）がオープン。さらに、この年、カー用品や部品などを販売するショップ「ジェームス」（現在の（株）ジェームス福岡）を新

規事業として立ち上げました。そして、平成10年、お客様の利便性を考慮して、大牟田営業所をリロケーションし、新装オープン、中間営業所と春日営業所も新設しました。中間営業所は、福岡トヨタが生まれた頃、石炭景気に沸く筑豊エリアのお客様に多大なご支援をいただいたことにお応えするため、出店したという経緯があります。また、春日営業所は、このエリアに初めて進出したため、ゼロからの出発であり、顧客獲得には大変な苦労がありました。地域に密着した展開を行い、新築や改装によって快適空間に生まれ変わった営業所には来場者が多数訪れ、以後、来場型の集客へと切り替わっていくことになりました。この頃、人材確保に關しての苦労話が残されています。自動車業界は他の業種と比べると、全国的に学生に不人気だった一方で、採用希望者が少なく、その中でひとりでも多くの優秀な人材を確保するのは大変なことでした。この苦労を礎に、それ以後、人材確保・人材育成、そして新入社員の採用活動によりいっそう力を注ぐようになりました。

さらに、この年には画期的なガソリン



地域に密着した営業に力を注ぐため、平成10年、県道31号線沿いに春日店を新設。オープニングフェアが賑やかに開催されました。

と電気併用の量産ハイブリッドカー、初代「プリウス」が発売され、28km/ℓという驚異的な燃費は、ユーザーを驚かせたものでした。97-98日本カー・オブ・ザ・イヤーのグッドデザイン賞受賞という快挙にも輝きました。営業スタッフは、初めて販売するハイブリッドカーについて、メーカーの徹底したフォローを受けながら、地球温暖化防止などに貢献する車であることなどをお客様にわかりやすく

説明し、自負と誇りを持って販売に取り組んでいました。その成果は、今、街中でプリウスをよく見かけることからもおわかりいただけるでしょう。

平成5年から10年の数年間は、地域に密着した営業網を充実させるため、設備投資などに力時期です。顧客満を入れた足度（CS）や社員満足度（ES）を高めることに配慮し、営業所内を美しく快適な空間にするため、設備投資を惜しみなく行いました。実際、営業所への来客増やスタッフの意欲向上につながり、この間、福岡トヨタは成熟度を深めていきました。

今回の福岡トヨタ物語は、福岡トヨタ自動車（株）代表取締役副会長・古賀喜之氏と福岡トヨタ自動車（株）専務取締役・青木孝仁氏、福岡トヨタ自動車（株）常務執行役員・西田治良氏に当時の会社の様子をお聞かせいただきました。



古賀 喜之氏
昭和15年2月4日
熊本県生まれ

昭和37年 福岡トヨタ自動車（株）入社
昭和60年 新車販売部長就任
昭和61年 取締役 新車販売部長就任
昭和63年 常務取締役就任
平成6年 代表取締役専務就任
平成14年 代表取締役社長就任
平成18年 代表取締役副会長就任



青木 孝仁氏
昭和28年3月27日
佐賀県生まれ

昭和52年 福岡トヨタ自動車（株）入社
平成元年 営業マネージャー就任
平成2年 車両業務部へ異動、課長に昇進
平成13年 副部長に昇進
平成14年 執行役員就任 営業業務部長
平成17年 常務執行役員就任
平成19年 管理本部長就任
平成20年 専務取締役就任



西田 治良氏
昭和26年3月31日
福岡県生まれ

昭和49年 福岡トヨタ自動車（株）入社
平成元年 総務部総務課長就任
平成9年 次長に昇格
平成13年 副部長に昇格
平成17年 執行役員就任 総務部長
平成20年 常務執行役員就任



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR



FUKUOKA
TOYOTA

福岡トヨタ自動車
物語

THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR

第9回

【第6章】

成熟期(その2)

平成11年(1999)～平成17年(2005)

創立60周年を迎えた節目の時代。
顧客満足度、社員満足度の向上を目指して
さまざまな取り組みを行うとともに、
業務改善室を開設して現状を分析し、
業務の効率化にも力を注ぎ、
さらに、新たな事業にも乗り出しました。

店舗活用型営業を目指した設備投資や人材育成などに力を入れ、
将来を見据えた改革が行われ始めていた平成10年代。
平成14年には金子宜嗣氏が会長に就き、

新たに古賀喜之氏が社長に就任しました。

その後、古賀喜之氏、現社長金子直幹氏によって
カレンダー委員会が生まれ、T・S・L活動が推進されました。

また、日本国内の高級車種の充実を目指すトヨタ自動車(株)の方針により、
新しくレクサス店が登場。2店舗をオープンしました。



レクサスプレゼンテーションルーム。レクサスの魅力に引かれてご購入いただいたお客様と「My レクサス」が初めて対面する専用スペース。ゆったりとした広さが確保され、愛車をじっくりと眺めることができます。

店舗活用型営業への移行など
業務改革が推し進められた時代

成熟期を迎えた福岡トヨタでは、3B（BCP、BCA、BCE）活動推進、店舗活用型営業へ移行するための設備投資、社員満足度アップのためのカレンダー委員会発足など、さらに躍進するためのさまざまな取り組みがスタートしていった。特にBCP（ベストカーライフ・パートナー）活動においては、お客様整備マニユアルや話法マニユアルの作成などを行い、お客様情報の共有化、接客力向上、サービスの業務の改革などを目指して、業務の効率化を推し進めていきました。また、後に「TSL推進会議」が福岡で行われる第一歩となった業務改善室が新たに置かれたのもこの時期のことでした。これらの業務改革と並行して、お客様に満足いただけるよう、店舗新築などの投資も行われた時代です。平成11年9月にはBPセンターとして2番目となる東那珂ポデリーリペアセンターがオープンしました。また、10月には店舗活用型営業を進めるとともに、お客さま満足度、社員満足度の向上を目指して甘木営業所が新築移転オープン。トイレなども広く使いやすく設計し、随所に先進設備を備えた店舗が完成しました。さらに翌年、8月にU-Carセンター八幡が開設、9月には宗

像店が全面改装オープンしました。宗像店は屋外展示場と一体化したショールームがあり、コミュニケーションツールを備えたサービスなど、おしゃれに生まれ変わり、お店に入りやすくなったとお客様にも大好評をいただきました。

古賀喜之社長の誕生！
当時営業本部長の金子直幹氏も
果敢に挑戦

平成14年、金子宜嗣氏が会長となり、新たに古賀喜之氏が社長に就任しました。新聞に「26年ぶりの社長交代」と掲載されるほどのできごとでした。いちばん驚いたのは、古賀氏本人だったといえます。金子宜嗣氏より次期社長就任の話があつたとき、営業一筋に歩いてきた自分には、できることとできないことが



創立60周年記念事業の一環であるプリウスの贈呈式。福祉に役立ててもらいたいと、ハイブリッドカーであるプリウス3台を寄付しました。

あります」と何度か断つたそうです。引き受けるか否か悩みながら数ヶ月が過ぎた頃、グループの他企業の社長から熱意のこもった説得にあい、受諾を決意したとのこと。引き受けようと覚悟を決めたとき、「涙があふれて止まらなかった」と古賀氏は当時を振り返ります。それでも、「まもなく60周年を迎える、歴史ある企業の社長に自分がなっていないものだろうか」と責任の重大さを痛感する毎日だったといえます。社長就任後は、すぐに、創立60周年という大きな事業が控えていました。平成14年10月22日、創立60周年の記念式典がスカラエスパシオホールにて挙行され、記念事業として、福岡トヨタから財団法人福岡県交通安全協会、社会福祉法人福岡県社会福祉協議会、日本赤十字社福岡県支部に1台ずつ、プリウスを寄贈しました。その後、営業本部長であつた現社長の金子直幹氏とともに、店長の若返りを図るなど、さまざまな改革に着手しました。また、明るい職場、風通しのいい職場づくりをテーマに掲げ、実現に向けてカレンダー委員会を立ち上げ、働きやすい職場を目指し、休みをきちんと取る、残業を少なくする、女性にとつて結婚や出産後も働きやすい職場づくりをすることなどを心がけました。このことが功を奏し、その後、ある新聞の入社したい会社ランキング（九州）でベストテンに入つたこともあり、現在でも、入社希望

の学生が多いことが取り組みの確かさを証明しています。

平成14年9月には流通センター店が新築オープン。以前の店舗は産業道路側に入り口があり、車での来場が難しい状況でした。新店舗になって車で来場しやすくなり、女性客にも喜ばれ顧客満足度は



AUSS八幡の展示場。驚くほどの広さがあり、常時100台前後のU-Carが展示されているので、お客様にびっぴりの車をお探しいただけることでしょう。

ぐんとアップしました。また、10月には八幡店が新築オープンし、翌15年4月には八幡店に隣接して八幡ポデリーリペアセンターがオープン。それまでの八幡店はショールームと工場が離れた場所にあり、顧客満足・社員満足の低下を招いていた感があり、それを解消することを目的に新築に踏み切りました。これにより、八幡店は、新車、BPセンター、U-Carの新ブランドとして立ち上げたAUSSの第一号店であるAUSS八幡の3つの機能を併

せ持つ大規模店となりました。新ブランドの名称であるAUS(アウス)は、ALUSED SELECT SHOPの頭文字から創られたもので、ドイツ語のAUSLESE(アウスレーゼ：厳選されたもの)にも通じています。また、平成15年10月には、U-Car事業をコア事業として位置づけ、箱崎埠頭に試験的に開設していた集中受け入れセンターを須恵町に移転し、商品の質向上を目指してU-Car商品化センターをオープンさせ、U-Car改善に著しく貢献しました。



下取りなどで集荷されたU-Carを一カ所に集め、新たにお客様のお手元に届けるためにお化粧直しする商品化センターが誕生しました。

育成に力を注ぐとともに、店舗改善を重ねてシステムによる効率化を進めていきました。有野氏は店舗の駐車場を見れば、一目で店舗効率がわかるほどでした。平成16年1月、開発改善支援部と名称を

変更。この開発改善支援部に社長、副社長以下ほとんどの役員が交代で1カ月間の社内留学をして、改善活動の基本を自ら学んだことは画期的なことであったといえるでしょう。平成16年11月18日には、ホテルオークラ福岡に日本全国からメーカーとディーラーが集い、第4回TSL(トヨタ セールス ロジスティック)推進会議が開催され、福岡トヨタが業務改善室を開設してから、3年間取り組んできた改善活動について発表しました。当時副社長の金子直幹氏が改善活動の歩みについて発表し、スタッフ3人が緻密な事例の報告と改善に終わりはないという強い意志を表し、この活動により、全社員が改善点に気づき、全員参加の精神が

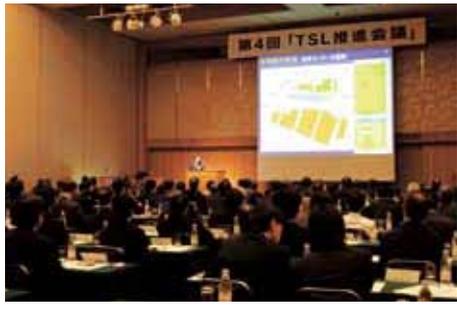
第4回「TSL推進会議」が盛大に開催！高級の本質を追求した、レクサスが始動

平成13年に設置された業務改善室。各店舗の問題点を改善する頭脳集団7人を率いていたのは、当時、常務の有野一宏氏でした。全国の模範となる店舗を視察に行き、メーカーの研修を受けるなどして、人材

根づき始めた意義と成果を全国に伝えました。このとき、全国からの参加者はAUS8八幡とU-Car商品化センターを視察し、発表内容を目の当たりにしたのです。

この推進会議があった平成16年8月には長尾店が開発改善支援部で育った人材を店長としてスタートしました。この店舗は近くに松原店があったため、受け継ぐ顧客のない、まさにゼロからの出発でした。その後、平成17年7月、AUS前原が開店し、福岡トヨタ自動車初めての女性店長が誕生しました。

また、平成17年には当時、トヨタ自動車株の社長であった張富士夫氏の国内に目を向けたスローガン「GNT(頑張ろう、日本のトヨタ)計画」の一環として、レクサス事業がスタートしました。福岡トヨタではレクサス福岡南、レクサス八幡の2店舗をオープン。店舗は黒と白を基調にした高級感あふれる造り、スタッフは一流ホテル



「TSL推進会議」風景。当時副社長金子直幹氏の報告後、トヨタ店部の三木義博氏と斉藤修一氏、U-Car事業部の田久保重秋氏が事例発表を行いました。



広々としたショールームにはゆったりとレクサスが展示され、じっくりとご覧いただけます。総合受付では専任のレセプションスタッフがお迎えます。

でおもてなしの精神などを学び、「最高のおもてなし」でお客様をお迎えする態勢を整えました。お客様満足度の究極がここにあるといえるでしょう。

今回の福岡トヨタ物語は、福岡トヨタ自動車(株)代表取締役副会長・古賀喜之氏と福岡トヨタ自動車(株)OB・有野一宏氏に当時の会社の様子をお聞かせいただきました。



古賀 喜之氏
昭和15年2月4日
熊本県生まれ

昭和37年 福岡トヨタ自動車(株)入社
昭和60年 新車販売部長就任
昭和61年 取締役 新車販売部長就任
昭和63年 常務取締役就任
平成6年 代表取締役専務就任
平成14年 代表取締役社長就任
平成18年 代表取締役副会長就任



有野 一宏氏
昭和19年10月10日
福岡県生まれ

昭和39年 福岡トヨタ自動車(株)入社
平成元年 飯塚営業所長就任
平成4年 次長昇進
平成9年 副部長昇進
平成11年 執行役員就任 新車部長
平成15年 常務執行役員就任 営業推進部長
平成19年 定年により退職



THE STORY OF
FUKUOKA TOYOTA MOTOR



FUKUOKA
TOYOTA

福岡トヨタ自動車
物語

THE STORY OF FUKUOKA TOYOTA MOTOR

最終回

【最終章】

発展期

平成18年(2006)～

伝承と改革という観点から
いいものは残し、変える必要があるものは
どんどん改革を進めていくという意味での
「打倒！福岡トヨタ」をかかげた
新社長・金子直幹氏。
将来を見据えた事業を積極的に展開しています。

平成18年、若きリーダー・金子直幹社長が誕生しました。

全社員を総動員してのビジョンづくりを行い、

福岡トヨタの根幹となる5つの項目を策定。

新入社員から管理職・役員まで価値観の共有を実現しました。

このビジョンを軸に新しい人事評価システムを採用し、

社員の意欲の掲揚や社員満足度のアップに貢献しました。

また、店舗ベーシックプログラムやプロジェクトチームの立ち上げなど、

さまざまなことにもチャレンジする風土改革が急速に進みました。



店舗活用型総合営業を目指し、店舗内施設を充実させることに努めています。テーブルや座り心地のいい椅子を用意し、お越しいただいたお客様にドリンクをサービス。また、お子様連れでも安心のキッズコーナーを設置しています。

風土変革を目指し、第一歩として全社員でビジョンづくり

店舗活用型総合営業への移行など、古賀氏の時代から社長とタッグを組んで未来を見据えた取り組みを実践してきた当時取締役営業本部長の金子直幹氏。60周年を越える歴史を育んできた福岡トヨタを、さらに飛躍させていくためには企業の軸となる将来へのビジョンを作成することが重要と考え、平成14年にメーカーの「経営改革ワークショップ」に参加したことをきっかけに、福岡トヨタのビジョン作りに着手しました。福岡トヨタのあり方や経営方針などについて、管理職の間でもさまざまな捉え方があり、それぞれの発言に違いがあつて現場が戸惑うということがあつたため、企業としての価値観の共有、考え方の基本をはっきりと認識することに大切な意味がありまし

た。まずは、代表者5名と数十名のメンバーで始動。ビジョンづくりを進めて行くうちに一人のメンバーから、「ビジョンはでき上がったものが大切なのではなくて、作る過程が大事なのではないか」という意見があらわれました。さっそく、この意見を取り入れ、全社員参画のビジョン作りをするため、全店舗を一日休業とし、それぞれの店舗ごとのビジョンづくりを行いました。これによって、店舗ごとの問題点

が把握でき、スタッフのお客様や業務への思いがはっきりするなどの功を奏しました。しかも、各店舗のビジョンも「地域の人々たちのために貢献する」「チームワークを大切にする」など、同じような考えであることもわかりました。これを礎として全社的な5つのビジョンが完成しました。



一人ひとりの考えなどを文章にまとめ、ビジョンづくりにチャレンジ。

すべての社員が、このビジョンを会社の進むべき道として胸に刻むことで、安心して前進できるようになりました。普遍のものがあるから、変革や新しい試みにチャレンジする事もできました。

まさに、福岡トヨタの新たな歴史が動いたのは、このビジョンができた日だったといえます。あれから数年、このビジョンにのっとり、チャレンジ精神を喚起したことにより、失敗をおそれずに新しいことに挑戦する気風が生まれるなど、確実に風土改革は進んでいます。

明確な人事評価制度導入により、社員満足度がぐんとアップ

平成17年には新たなシステムとして「人事評価制度」を導入しました。それまで、スタッフの評価は上司や管理職のA・B・Cというポイント制で、その基準となるものがなく、理由も明確でない感じは否めませんでした。そこで、個々の社員がはっきりと納得できる評価制度を採用することにしました。まず、期待と役割をスタッ

フと上司とできちんと共有するために、期待役割シートへの記入からスタートします。それをもとに、スタッフと上司で話し合いながら、今期(半年ごと)、自分が何に取り組み、何を達成していくかなどの目標を設定していきます。これが最初の面談。そして、期中にはシートに沿って進捗を確認し、悩んでいること、迷っていることなどを話し合い、期末までに目標を達成できるように面談が行われ、期末に



お子様を中心に親子での作品づくりを開催するなどして、週末には店内が賑わいます。これも店舗活用型総合営業の一環です。

は今期の活動に対する自己評価、上司の評価を面談で話し合い、今期の評価を決める仕組みを作り上げました。また、その評価が管理職によって不公平感がないよう、半期ごとに全管理職で調整、すり合わせ会議を行っています。この人事評価制度をスタートしたことが社員の動機付けや意欲の喚起につながり、社員満足度がぐんと高まりました。

これも、先に、会社運営の基本となるビジョンがあつたからできたこと。会社のビジョンを基準として、評価者の価値観が共有できているから可能となったシステムでした。

また、店舗活用型総合営業を徹底するための人材育成にも力を注いできました。導入した当初は、「お客様が来て欲しい」といつているのに、店舗活用型になつたから行けない」というような、方針がきちんと伝わらないための考え違いなどもありました。これは自分で考えて判断するという風土が育つていなかったことが招いた結果といえるでしょう。そこで、店舗活用型総合営業への理解を深め、徹底させるために店舗ミーティングを密に行い、現場を改善、それを本部がサポートするという「店舗ベーシックプログラム」を採用して体制づくりを急ぎました。最近では、ミーティングに
はすべてのスタッフが参加し、活発に意見を出し合い、反省点もきちんと把握し、次のステップアップにつながるよう努めています。「お客様起点」、「すぐやる」、



平成18年の12カ月間、連続してガイドラインを達成した功に対して、IT-GNT推進賞のメーカー表彰を受ける金子直幹氏。



全営業職・サービス職を対象に、ブラッシュアップ(磨き上げ)セミナーを開催し、長期にわたって自己研鑽を促しています。

「全員参画」(P(Plan:計画)D(Do:実行)C(Check:評価)A(Act:改善)を繰り返す)の4つのキーワードをもとに、改善点などを再認識するとともに、目標到達へのスムーズな進行を実現しています。

平成18年、若きリーダー金子直幹社長誕生。
トヨタGNT推進賞を受賞

変わらずに歴史を刻み続けるために変わらなければならないことが必要と、さまざまな風土改革が進行していた平成18年6月に新社長金子直幹氏が誕生しました。平成18年の1年間はガイドラインを毎月連続で達成し、その業績のよさが認められ、トヨタ自動車(株)より平成18年度TIGNT推進賞を受賞しました。その後も売り上げ台数は順調に推移し、平成19年8月までガイドライ

ンの達成は続きました。平成20年も原油高騰などによりディーラーにとつては大変、な時期でしたが福岡トヨタはハイブリットカー・プリウスの好調な売れ行き、クラウンのモデルチェンジの波に乗り、順調さを保っていました。しかし、サブプライム問題に端を発したアメリカ不況の影響はいかんともしがたく、平成20年9月15日以降、この順調な推移は足を止めました。しかし、この間、人材育成事業、社内活性化のためのプロジェクトチームの立ち上げなどに積極的に取り組み、変革・飛躍の波はとどまるところを知りません。人材育成に関しては、若年時の研修はもちろん、平成20年からは生涯研鑽を掲げ、「定年を迎えるまで育成し、成長を期待する」をモットーに全社員を対象に、人材育成に努めています。その一環としてブラッシュアップセミナーを行い、本や新聞を読む習慣をつけ、情報収集や自己研鑽を奨励し、サポートや支援体制を整えています。また、プロジェクトや「優秀社員表彰プロジェクト」や「ホームページ



平成20年12月に宮崎に出かけた全社員旅行の際に、旅行への感謝の気持ちを込めて金子直幹氏に花束が進呈されました。

た能力を結集して、さらに大きく飛躍する将来は、そう遠くないことでしょう。

改善プロジェクト」など9つのチームが活発に活動し、社員の経営への参画意識が高まっています。「人は大切な財産である」と考える福岡トヨタ。商品力への依存度よりも人(社員力)への依存度が大きくなることが望ましい。社員能力の総和が会社の実力だと考え、さまざまな点から人材育成に力を尽くしています。若きリーダー・金子直幹氏のもと、二人一人がそれぞれの秀で

昭和17年の創業以来、67年の歴史を紐解いてきました「福岡トヨタ自動車物語」も今回で最終回を迎えることになりました。ご愛読ありがとうございました。

新企画のお知らせ

次回から
西九州トヨタ自動車物語
が始まります。お楽しみに!

今回の福岡トヨタ自動車物語は、福岡トヨタ自動車(株)代表取締役社長・金子直幹氏にお話をお聞かせいただきました。



金子直幹氏
昭和42年5月8日
福岡県生まれ

平成3年 福岡トヨタ自動車株式会社入社
平成8年 取締役 営業推進部長就任
平成12年 代表取締役副社長就任
平成18年 代表取締役社長就任
現在に至る

※注・GNTとは「頑張ろう日本のトヨタ」の略です。