

新生奈良トヨタ未来プロジェクト 最終報告会

2021年8月25日(水)
奈良トヨタ(株)奈良本社



「新生奈良トヨタ未来プロジェクト」のねらい

《目的》

◆若手、中堅社員より選出したメンバーにて、今後の環境変化の中でも奈良トヨタをより強固にしていくため目指したい姿や実現したい施策を議論・研究することで

1. 奈良トヨタの目指すべき姿の提言
2. 実現したい施策を取り決め、
具体的に実行に移す



プロジェクトメンバー

《メンバー 9名(アドバイザー含む)》

◆奈良トヨタ(株)

・総務部 マネジメントG	高野 遥平	係長	(34歳)
・サービス部 サービス業務課	菊岡 倫行	係長	(37歳)
・トヨタ営業部 マーケティングG	大倉絵理子	主任	(36歳)
・奈良店 販売課	谷本 達哉	主任	(35歳)
・JR奈良駅前店 サービス課	窪 英登	主任	(36歳)
・田原本店 販売課	中本 雅規	主任	(32歳)

◆アドバイザー

・奈良トヨタ(株)	小南 敏美	常務取締役
・奈良トヨタ(株)	西島 寛	執行役員
・奈良トヨタ(株) 総務部	大神 昌之	課長



これまでの活動実績



- 2021年1月29日
キックオフミーティング
- 2021年5月26日
中間報告会
- 2021年8月25日
最終報告会
- この間月2回のペースで
合計15回の定例MTを開催





奈良トヨタの目指すべき姿について



変わりゆく環境に適応し、**お客様に選ばれる存在へ**

地域に愛される企業として、

「地域社会への貢献、連携強化」により

企業としての持続的成長を目指す

企業として常にチャレンジし、

社員が**愛社精神**を育むことで共に発展していく

新生奈良トヨタ未来プロジェクト実施項目案

(5月26日中間報告会資料より引用)

項目①「新生“奈良トヨタ”を広く周知する」

→youtubeやLineなどSNSツールを用いた効果的な宣伝

項目②「お客様に更に親しみを持ってもらう」

→SNS映えスポットや子供をターゲットにしたファミリー層の取り込み

→子供向けイベントを充実させていく

項目③「地域との連携強化」

→奈良の強みを生かした寺社や地域のお店とのタイアップ企画

項目④「愛社精神を高めるために」

→社員同士が絆を深めるコミュニケーションの場を提供

→家族で参加できる企画

項目⑤「デジタル化の促進による業務効率化」

→web会議ツールなどを用いての業務効率化

《4項目 全社員向けアンケートを実施》

※約200件の意見を頂戴しました

- ◆映えスポットの紹介
- ◆子供・ファミリー層を取り込むために
- ◆地域との連携強化
- ◆旧T&C間の交流を深めるために

「映えスポットの紹介」

・店舗ショールームの装飾を紹介



・近隣観光スポットの紹介



「子供・ファミリー層を取り込むために」

- ・スタンプラリー

- ・ものづくり教室

- ・エンジニア体験教室

- ・ドッグフェア

- ・移動販売車

- ・金魚すくい



「地域との連携強化」

- ・近くの飲食店
(ラーメン屋、かき氷、ケーキ屋)



- ・道の駅の名物メニュー



- ・キャンプ場、サーカス



「旧T & C間の交流を深めるために」

- ・体力づくり、スポーツイベント



- ・同じ趣味の人との交流会



- ・ソフトボール大会、運動会



新生奈良トヨタ未来プロジェクト企画案

奈良トヨタの目指すべき姿や
様々な方からの意見・アドバイスを参考に

メンバーで議論・研究を重ね
企画案をまとめさせていただきました。

各担当よりご報告させていただきます。



未来プロジェクト企画(案)

項目①「新生“奈良トヨタ”を広く周知する」

SNSツール3本柱



それぞれの長所を生かした配信をすることで、新生奈良トヨタを広く周知

(1)LINE

国内ユーザー数No.1のSNSツール

開封率はメルマガの6倍 訴求効果が高い

(8/24現在 お友達数 旧T 6,597人 旧C 6,736人)

合併に伴い、年内で奈良トヨタLINEに一本化

更なる**お友達数の増加**と**配信内容の充実**を図る

未来プロジェクト企画(案)

項目①「新生“奈良トヨタ”を広く周知する」

(2)YouTube

5/26 チャンネル登録者数 834人

→8/24現在 1,309人

約3ヶ月で**475人増加**



8本の動画を配信

- ・新型アクア 再生回数1.2万回
- ・新型ランクル 再生回数**21.3万回**

再生回数に比例して、
登録者数も増加



未来プロジェクト企画(案)

項目①「新生“奈良トヨタ”を広く周知する」

(3)Instagram

『店舗対抗Instagramコンテスト』

映えスポットやスタッフ紹介等を掲載、
いいね！数をランキング形式にて表彰
企画の狙い：来店促進、地域活性化

インスタ映え

旬の写真や動画を視覚的に発信できる。
Google等で検索するように『#〇〇』と検索
旬の情報を得ることができる



未来プロジェクト企画(案)

項目②「お客様に更に親しみを持ってもらう」

各店舗の特色を生かした 親子参加型イベント

<狙い>

子どもの体験教室からファミリー層をターゲットに集客
10年、20年先の長いお付き合いを目指す

<内容>

各店舗の特色を生かした四季折々のイベント
夏休みの自由研究を題材としたモノ作り体験
キッズエンジニア教室



未来プロジェクト企画(案)

項目②「お客様に更に親しみを持ってもらう」

まほろばミュージアム(仮) オープニング企画

<狙い>

レストアの話題性を活かし、集客へ繋げる



<内容>

まほろばミュージアムと各店舗でのスタンプラリー

JAF会員様にご来店特典としてオリジナルグッズプレゼント

未来プロジェクト企画(案)

項目③「地域との連携強化」

“奈良トヨタ × 地域企業 コラボ商品”

<狙い>

ロゴマークや公式マスコットキャラクターを活用するなど、地域商品とコラボさせる事により地域との連携を強化

<内容>

店舗と繋がりのあるお客様と協力しあい
知名度を上げるような取り組み

(ex. T&Dパーク吉野の吉野葛を使った商品コラボ)



未来プロジェクト企画(案)

項目③「地域との連携強化」

“地域連携マルシェ”

<狙い>

自社客/他社客との接点作り・囲い込みを促進する。
ショールームのフリースペースを貸し出し、出店機会を作る。

<内容>

- ①各店舗から、お客様や地元のお店に、出店依頼をする。
- ②出店希望のお客様の所で、“奈良トヨタ”をアピールして頂く。(ex.チラシ/QRコードなど)
- ③スペースを利用した店頭販売、体験実施。
(ex.富雄店で養護学校の生徒の商品展示販売)



未来プロジェクト企画(案)

項目④「奈良トヨタをもっと好きになる為に」

“奈良トヨタ交流コミュニティ”

<狙い>

交流の場、意見交換の場を設けることで、
お互いを知り、刺激しあい、関係性を築き上げる
→“奈良トヨタ”をもっと好きになる！（愛社精神）

<内容>

①定期的な意見交換会の実施

（現場の意見を吸い上げ、スタッフの職場環境を整える）

②Lineのオープンチャット機能を活用した

従業員用交流サイトの立ち上げ

（趣味/特技などの、フリーチャットを立ち上げ、気軽に集える場所提供）



未来プロジェクト企画(案)

項目⑤「デジタル化の促進による業務効率化」

“どこでもZOOM”



<狙い>

web会議ツールに慣れることで、
移動時間効率化・情報共有スピードupを図る。

<内容>

ZOOMによる任意参加のweb講習を開催。
自分のスマホで講習に参加する。

項目⑤ 「デジタル化の促進による業務効率化」

・ITツールの積極的な活用



iPhone用



Android用

実際にやってみましょう！

項目⑤ 「デジタル化の促進による業務効率化」

・ITツールの積極的な活用



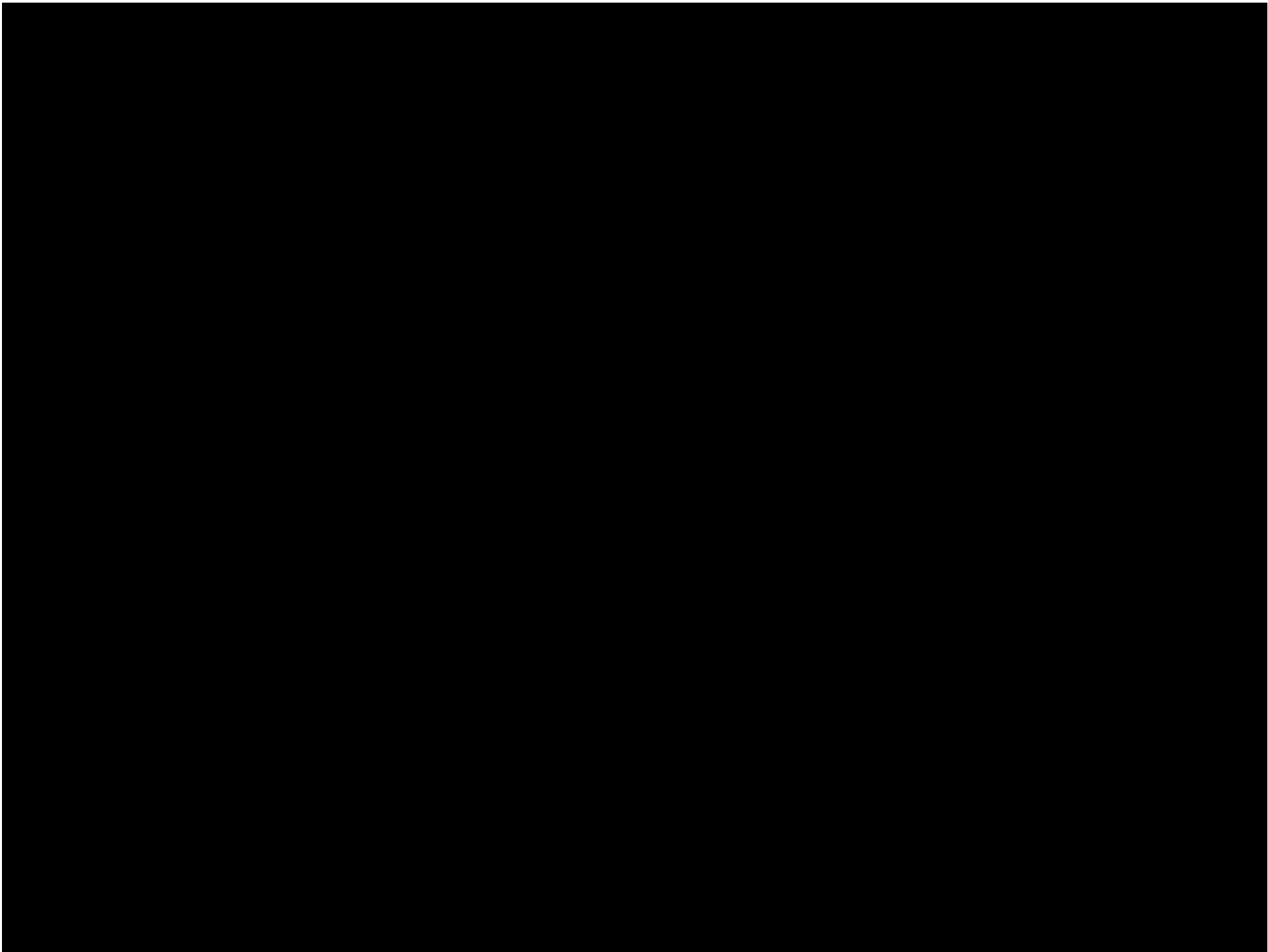
ZOOMのインストールが完了したら、
こちらのQRを読み込んでください

ご清聴ありがとうございました



今回のプロジェクトを通じて、
メンバー全員がこれまでになく
自分の働く「奈良トヨタ」のことを真剣に考えました

この経験を今後の業務に活かし、
新生奈良トヨタと共に成長していきたいと思います



【資料】 改めて合併の意味を考える(抜粋資料)

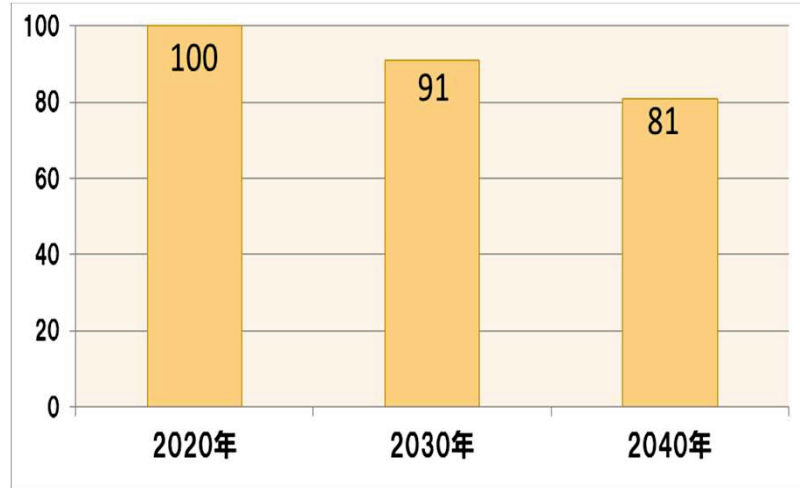
合併の目的

トヨタ販売店の全車種併売化、少子高齢化による人口減少や CASE と言われる自動車の技術革新の急速な進展などによる市場環境の変化等、自動車販売を取り巻く環境は急速に激しく変化をしております。

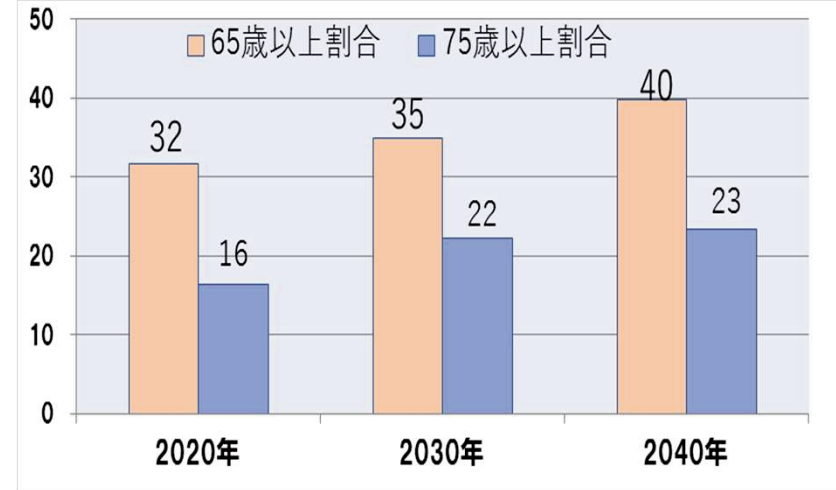
そのような中、当グループにおきましても、お客様サービスの充実やお客様満足の向上などに努めるとともに、働き方改革や業務効率化による生産性向上などで経営基盤の強化を図って参りました。今後は更なる将来を見据え、グループ内車両販売会社を統合し、グループの経営資源の有効活用により経営基盤を再強化すると同時に、県内広範をカバーする店舗網を構築し、地域毎のニーズにあわせたきめ細かなお客様サービスを提供することが、環境変化の激しい時代の中で生き残っていくには必要不可欠と考え、今回合併することに致しました。

【資料】 奈良県 人口推移

①総人口(2020年を100として):10年ごとに約10%ずつ減少



②65歳以上割合:2040年には約40%まで上昇



③2040年市町村別総人口(2020年を100として):人口減少幅に大きなばらつきあり

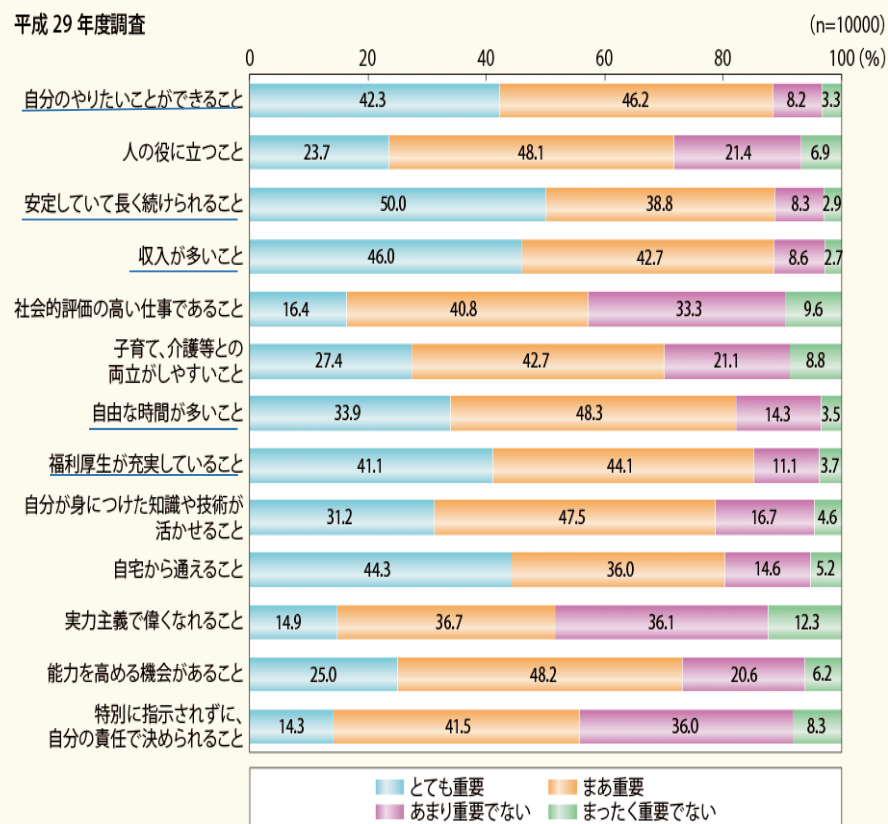


【資料】 愛社精神とは

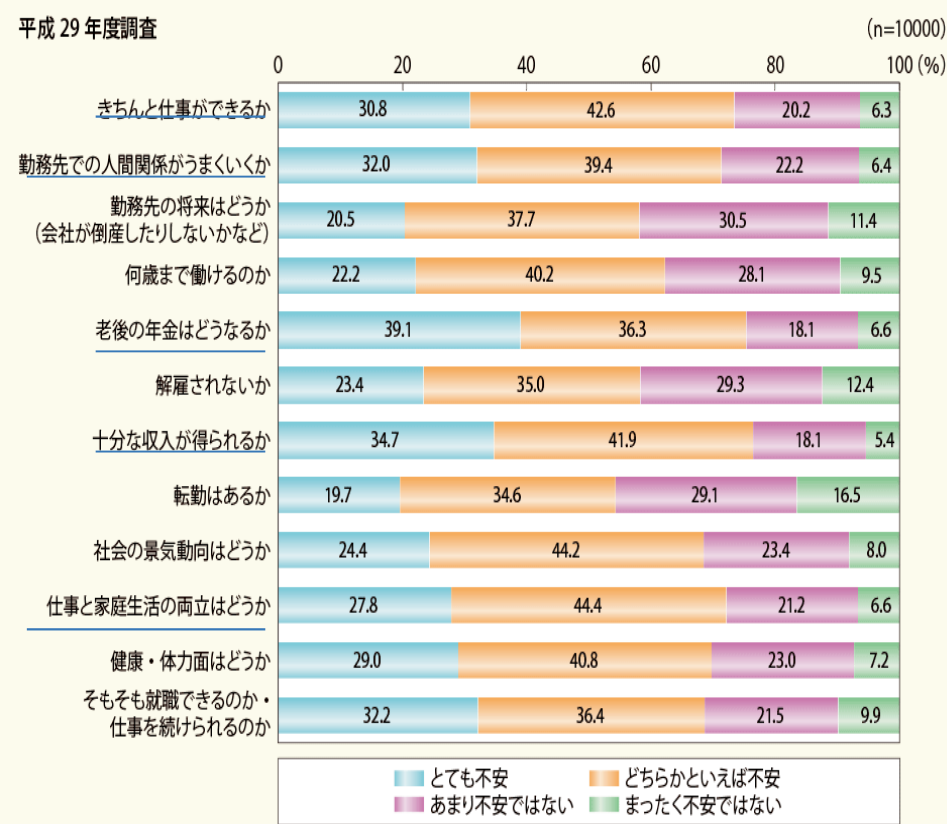
- ・愛社精神とは、従業員が自分の勤めている会社を愛する気持ち
 - 会社や自分の仕事にやりがいや満足感を感じており、もっと会社を良くしたい、成長させたいという思い

【資料】 就労等に関する若者の意識 対象：16歳から29歳までの男女

図表6 仕事を選択する際に重要視する観点



図表10 働くことに関する不安



【資料】 デジタルトランスメーション

広義のデジタルトランスフォーメーション(DX)の意味

デジタルトランスフォーメーション(DX)とは、スウェーデンのウメオ大学教授エリック・ストルターマン氏が2004年に提唱した概念「デジタル技術が浸透することで人間の生活のあらゆる面で引き起こす、あるいは良い影響を与える変化」

経済産業省の定義

企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。

デジタル化への3段階

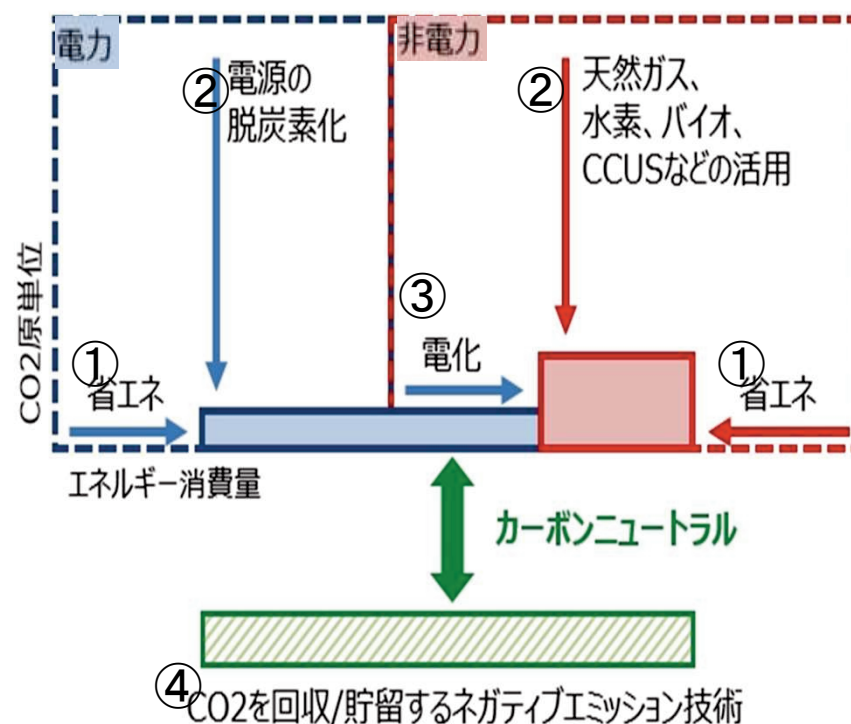
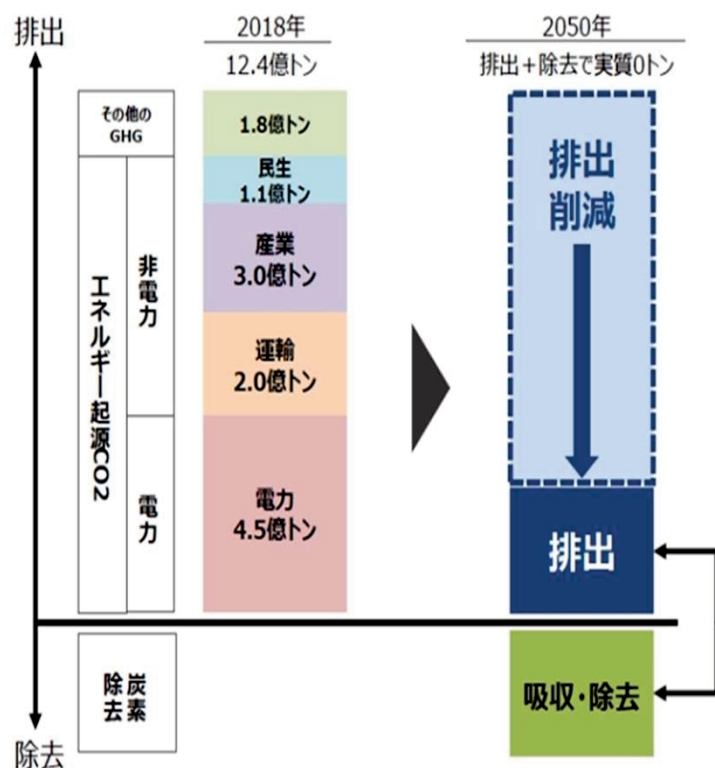


【資料】カーボンニュートラル①

日本が目指す「カーボンニュートラル」とは、「温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする」ことを意味

- ①省エネルギー・エネルギー効率の向上
- ②一定量のエネルギーをつくる場合のCO₂排出量の低減（電源の再エネ化、燃料の低炭素化）
- ③非電力部門の電化
- ④ネガティブエミッション

上記取組を組み合わせ、トータルでのカーボンニュートラルを目指すことが重要





【資料】 SDGs

「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS

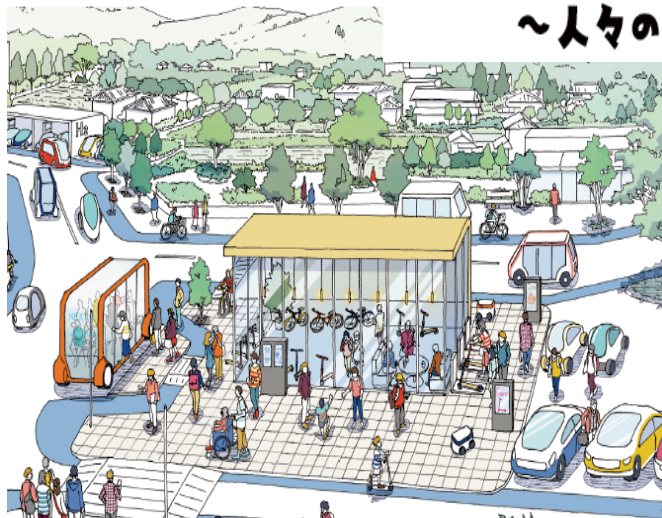
世界を変えるための17の目標



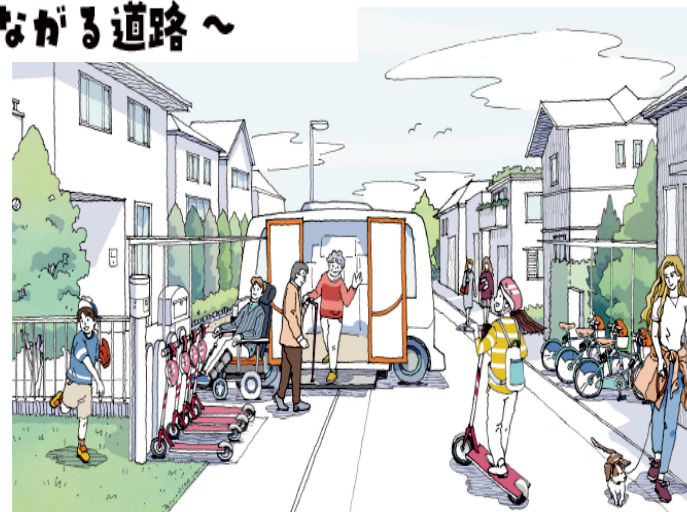
【資料】 2040年、道路の景色が変わる

2040年、道路の景色が変わる

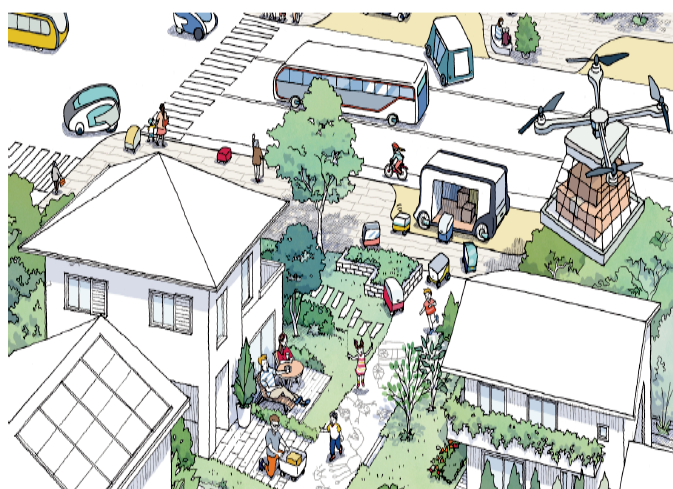
～人々の幸せにつながる道路～



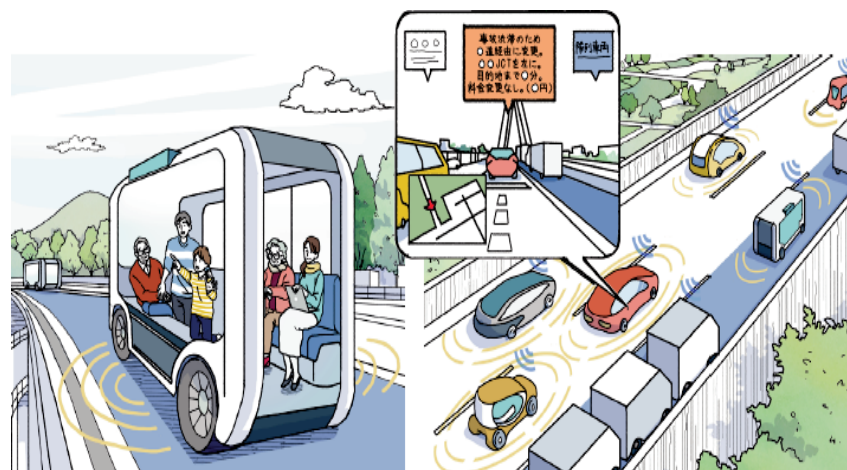
様々な交通モードの接続・乗り換え拠点（モビリティ・ハブ）



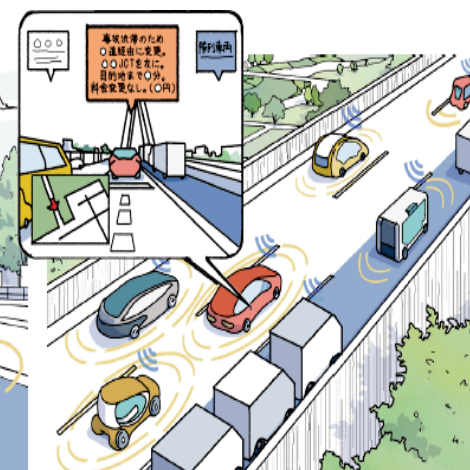
マイカーを持たなくても便利に安心して移動できるモビリティサービス



ロボット配送によりラストマイル輸送を自動化・省力化



幹線道路ネットワークに
設置された自動運転車の専用道



道路インフラがコネクテッドカーを
最適経路に案内