

# 飲水思源

26

自動車販売のリーダー

## 菊池武三郎伝

昭和39年、東京五輪が開催された。30年代は日本の乗用車時代の幕開けで、これに対応するためトヨタ自販では従来の1県1店主義の販売店制をあらため、各県にトヨタ店を設置した。

また通商産業省(当時)の国民車構想により、トヨタの国民車「パブリカ」が登場。トヨタの大衆車取り扱い店のパブリカデューラーが多数出現し、

世の中は大衆車時代を迎えようとしていた。テレビは東京五輪の時には白黒だったが、やがてカラー化が進んだ。40年代に入るとすでに、マイカー時代もやって来た。同時に乗用車の輸入自由化、資本の自由化の問題が迫っていた。

自由化への対策として政府は、日本の自動車メーカーの体質改善、再編成を打ち出した。しかし、

## 自由化問題

業界内は暗中模索の状況。メーカーの再編成に  
関しては、自己保全もあ

産自動車が生産  
計画を発表。5月には日

産とプリンスの合併を  
表した。この合併は通産  
大臣の国家的、大乗的見

対抗するには性能、価格  
サービス各面において国  
際競争力を付けなければ  
ならない。そ

# メーカー再編を主張

のためにも乱立状態のメーカーの再編成

って時期尚早を繰り返すばかりだった。



自動車自由化をめぐる意見が交わされた座談会 (左端が菊池武三郎)

地からの仲介によるものだった。

は不可欠だった。この状況は、自動車発

日産とプリンスの合併は、自動車自由化対策の第1布石として特筆される出来事だった。これを機に日野、ダイハツが業務提携の形でトヨタ系列入りをするなど、自由化対策のメーカー再編成が進むことになった。

武三郎は自由化に対処するために早急なメーカー再編成の実行を唱え、業界誌の座談会などでも強く主張した。

このとき業界の最大関心事は、輸入自由化の実施時期だった。外国車に

(文中敬称略) 二つづく、毎週金曜日掲載