

長年の信頼を礎に、車のある暮らしを支える 新たな店舗づくりと人材育成で更なる成長へ

山口トヨタ自動車株式会社 代表取締役副社長 矢儀 一仁 氏



山口トヨタ自動車株式会社 代表取締役副社長 矢儀 一仁氏

今回の「経営者インタビュー」でご紹介するのは、山口トヨタ自動車株式会社の矢儀一仁副社長です。山口県内のトヨタ系ディーラーとして最も長い歴史がある同社は、主として法人営業に強みを持っていますが、近年は来店誘導型店舗の活用等により、若年層など新たな顧客にもアプローチしています。インタビューでは、店舗のあり方や人材育成の考え方、地域貢献活動など幅広くうかがいました。（聞き手：株式会社山口銀行 小池政弘専務執行役員山口支店長）

全車種併売化を機に広がる 新たな顧客接点

（株）山口銀行 小池政弘専務執行役員山口支店長（以下、小池）：はじめに、御社の歩みについて、ターニングポイントとなった出来事を中心にお聞かせください。

山口トヨタ自動車（株） 矢儀一仁代表取締役副社長（以下、矢儀副社長）：当社は、戦時下において各メーカーの車をまとめて県内に配給するため、1943年に設立された企業を出発点とし

ています。戦後の1948年に山口県初のトヨタ系ディーラーとして独立後、トヨタグループの方針や商品展開と連動しながら、地域のお客様に車をお届けしてきました。現在は、3代目社長の齋藤宗房が経営のかじ取りを担っております。

トヨタでは元々、当社でいえばクラウンのように、ディーラーの系列ごとに取扱車種が分かれていました。これを見直して2020年に始まった全車種併売化は、非常に大きな転換点と

なりました。系列に関係なく、コンパクトカーから高級車まで基本的に同一車種を扱えるようになったため、販売力や顧客接点の質がより問われる時代になったと感じています。

小池：クラウンは憧れの高級車というイメージが強いですね。

矢儀副社長：併売開始前は、山口県ではクラウン＝山口トヨタでした。今でも、法人や富裕層を中心としたユーザーとの関係性は、我々の強みだと思います。

加えて併売化により、これまで扱えなかった車種の提案を通じて、若年層など多様なお客様との接点を広げ、将来のクラウン購入につなげるといったアプローチが可能になりました。その点ではチャンスが広がったと考えています。

山口FG出身、自動車ディーラーとの共通点・相違点を踏まえた課題認識

小池：矢儀副社長は(株)山口フィナンシャルグループご出身で、2024年に現職に就かれました。金融機関と自動車ディーラーとの共通点や相違点についてどう感じておられますか。

矢儀副社長：入社から現在まで2年程度ですが、この間に感じたことを申し上げますと、金融機関と自動車ディーラーで商材は異なりますが、地域に根差す企業として、人口減少という課題に向き合っている点は共通しています。

また、金融業界ではネット専業銀行など新たな競合が台頭し、自動車業界でも、新興EVメーカーの成長やオンラインを通じた中古車販売の広がりなど、競争環境は大きく変化しています。こうした状況下で、どのようにサービスの価値を高め、お客様との関係を深めていくかという点は、前職で感じていた課題と重なります。また、人材育成や組織力の向上も、金融機関と共通するテーマだと考えています。

一方で、金融機関との大きな違いは、車という有形の商品を扱うことです。お客様の移動、ひいては暮らしに直接関わるため、商品そのものの魅力に加え、購入後も安心・安全に乗り続けていただくためのサービスの質が重要になります。



「山口トヨタ」ブランドへの信頼を ベースに法人向けソリューション展開

小池：御社の強みはどのような点にあるとお考えでしょうか。

矢儀副社長：第一に、歴史と実績に裏打ちされた信頼です。

長年にわたり地域で事業を続け、クラウンをはじめとするトヨタ車を販売してきたことは、当社の大きな財産です。社員にも、そうした歴史を持つ「山口トヨタ」というブランドへの誇りがあり、それが日々の営業活動やお客様対応の土台になっています。

また、法人取引の比重が高いことも強みと言えるでしょう。企業の代表者等が利用される車では、最近ではレクサスやアルファードなど選択肢が多様化していますが、昔からクラウンが好まれてきました。その結果、企業の幹部層との接点も多く、関係性を維持できていることが特徴といえます。

小池：御社には複数のグループ会社がございますね。

矢儀副社長：(株)トヨタレンタリース山口やトヨタL&F山口(株)といったグループ企業の存在も、他のディーラーと差別化できる点です。(株)トヨタレンタリース山口では、レンタカーによる一時的な移動需要への対応に加え、法人向けリースを通じた車両管理の提案ができます。また、トヨタL&F山口(株)では、フォークリフトなど産業用車両を扱っており、法人のお客様に対して、物流に関する多様なソリューションを提供できます。

なお、2025年には持株会社・山口トヨタホールディングス(株)を設立しました。人事・不動産管理の一部集約等を通じて経営効率向上を図ると共に、グループの機能を生かし、ワンストップでサービスを提供していく考えです。



体験価値を高める来店誘導型店舗で 次世代顧客との接点創出

小池：営業面では、どのような点を重視されていますか。

矢儀副社長：従来は、個人のお客様や企業を訪問する営業スタイルが大きな柱でした。しかしながら近年は、お客様に足を運んでいただける店舗づくりに力を入れています。

2年前は小月店（下関市）、今年4月は徳山店（周南市）において、子どもの遊び場を設けるなど来店誘導型の店舗としてリニューアルしました。これまで築いてきたお客様との関係性を大切にしながら、店舗のあり方も時代に合わせ変えていく必要があると考えています。



徳山店の全景

小池：車の見せ方も変化しているのでしょうか。

矢儀副社長：併売化が進み、どの店舗でも同じ車種を扱えるようになると、車を並べているだけでは差別化が難しくなります。性能や安全性を丁寧に伝えることは当然として、車がある暮らしを実感していただくことが大切です。これからは、店舗での体験やスタッフの提案力が選ばれる理由になると考えています。

ショールームも、単に車を見せる場ではなく、地域の方が気軽に訪れ、情報に触れ、楽しめるコミュニティスペースにしていきたいと考えています。車を購入する予定がない方にも足を運んでいただき、当社の取組を知ってもらうことが、将来の顧客接点づくりにつながります。

小池：本日お伺いしている本社（小郡店）のショールームには、絵本や駄菓子屋といったユニークなコーナーがあり、興味を引きます。

矢儀副社長：ご覧いただいたコーナーは、社員からアイデアを募集して設置しました。こうした地域貢献の取組を発信することで、興味を持った方にご来店いただき、ついでに車も見えていただくという提案を続けていきたいと思えます。

当社は元々、法人や比較的高所得のお客様が中心で、若年層や子育て世代との接点には課題

がありました。併売化に伴い、こうした層をターゲットとする多様な車種を提供できますので、そうした方々にもぜひご来店いただき、将来の顧客になっていただきたい。そのためにも、店舗のコンテンツや設備を工夫する必要があります。店舗に公園を併設した「カロひめパーク」（トヨタカローラ姫路：兵庫県）のような事例も参考に、次の世代との接点を広げられるよう、引き続き社内からアイデアを募っていきます。

安心・安全を支える エンジニア育成の取組

小池：経営にあたって、特に重視されている方針をお聞かせください。

矢儀副社長：当社の主な方針は二つです。一つは、お客様一人ひとりとの関係を大切にすること。もう一つは、車を売るだけでなく、安心・安全に乗り続けていただけるよう、確かな整備を提供することです。

こうした方針のもと、営業スタッフだけでなく、エンジニア（整備士）など技術者の役割にも光を当て、会社全体でお客様を支えることを重視しています。トヨタグループの行動指針も踏まえ、礼儀や規律を守り、基本を忠実に実践する姿勢等を浸透させています。

小池：御社は、「人を大切にする会社」という姿勢を打ち出されています。特に整備面の人材育成では、どのような取組をされていますか。

矢儀副社長：エンジニアには、早く技術を身につけ、高度な作業を担いたいという意欲を持つ人が多いです。このため当社では、本社に隣接してテクニカルセンターを設けており、ここで体系的な訓練を受けられるようにしています。

当社の強みは、こうした教育環境に加えて、トヨタのエンジニアの最高峰資格である「トップクルー」を持つ社員が在籍していることです。



トップクルーとは、エンジニア技術教育体系の最上位に位置付けられる認定制度で、1級エンジニアの中で特に優秀なエンジニアの称号であり、非常に貴重な存在です。近年、自動車整備士の志望者が減少し、各ディーラーの人材獲得競争が激化していますので、今後はこうした土台を活用し、高卒入社者向けの育成プログラムを整えた上で、整備士専門学校に進学しなくても、社内で基礎から育てられる仕組みを構築したいと考えています。



当社在籍のトップクルー

移動支援を軸に 地域貢献活動を強化

小池：先ほど絵本コーナー等のお話もありましたが、社会貢献についてはどのような考え方で取り組まれていますか。

矢儀副社長：持株会社内に地域貢献部を設けて活動しています。今後特に注力したいのが、地域における移動手段の提供です。

当社は、車の販売を通じて地域の皆さんの移動を支えています。最近では免許返納や公共交通機関の廃止等により、移動手段の確保に困る方が増えています。山口県内でもコミュニティバスが運行されていますが、エリアが限られている上、経営状況も厳しいと聞いています。

こうした問題の解決策として、トヨタグループでは「ちあバス」や「チョイソコ」といった名称で、オンデマンド交通の仕組みを提供しています。コミュニティバスは定時定路線型で、時刻表に合わせてバス停まで行く必要がありますが、交通空白地帯では最寄りのバス停まで遠いという課題があります。オンデマンド交通の場合、予約状況に応じて運行ルートを最適化すること等により、柔軟な移動が可能となります。

当社としても、こうした手法を参考に、行政と連携しながら、持続可能な地域交通を支える仕組みを提案したいと考えています。



「ちあバス」

*「トヨタタイムス」ホームページより

電動化時代に向けた 人材育成と店舗づくりを推進

小池：最後に、今後の展望をお聞かせください。

矢儀副社長：併売化を踏まえると、今後は社員一人ひとりの力がますます重要になります。そのため、当社では新たに「成長シート」を導入しました。業務ごとに期待される水準を明確にし、社員が自己評価を行ったうえで上司と対話する仕組みです。何ができていて、何が課題なのかを可視化し、各人の成長を当社全体の人材力向上につなげていきます。

また、電動化に関しては、普及のペースに不透明さはあるものの、この流れ自体は避けて通れないと考えています。トヨタも電気自動車

「bZ4X」等を展開しており、当社としても提案を進めていきます。

但し、こうした車を単体で売るだけではなく、車のある暮らし全体を体験価値として提供することが重要です。魅力ある店舗づくりやイベント開催等を通じて、お客様との関係を長期的に築きたいと考えています。

カーボンニュートラルへの対応も重要です。徳山店と小月店では、PPA（Power Purchase Agreement、電力購入契約）方式による太陽光

発電を導入しました。店舗の屋根で発電した電力を自社で活用する仕組みです。電動車に給電できるほか、車両の蓄電機能を生かせば、災害時に地域へ電力を提供できる可能性もあります。

これらの取組を一体的に進めながら、時代の変化に対応していきたいと考えています。

小池：御社が歴史と実績に基づく信頼を礎に、顧客接点の拡大、人材育成、地域貢献等に取り組まれていることがよく分かりました。貴重なお話をありがとうございました。



店舗屋根の太陽光発電

■会社概要

名 称：山口トヨタ自動車株式会社

創 業：1943 年

従業員数：313 名（2026 年 7 月現在）

事業内容：自動車の販売・整備、部品

販売、保険代理、リースなど

本社（本店）：山口市小郡本町一丁目 1 番 43 号

U R L：https:// www.yamaguchi-toyota.jp/



前列左から 3 人目が山口トヨタ自動車(株) 矢儀一仁代表取締役副社長
その右隣が(株)山口銀行 小池政弘専務執行役員山口支店長、右から 2 人目が(株)山口銀行 柴崎浩憲小郡支店長