

トヨタ自動車の今後の市場シェアについて

経営学部 経営学科 石塚ゼミ
B4R11088 佐藤有馬

【卒業論文概要】

日本に本格的なモータリゼーションが到来し 50 余年が経過した現代では、自動車は身近で生活に無くてはならない存在にまで普及してきた。競合他社がひしめき合う自動車産業の市場で、トヨタ自動車は現在に至るまで日本国内トップシェアを維持してきた。それには、各販売会社の法人及び個人顧客への在り方が重要である。

本論文の目的は、トヨタ自動車がこれまで国内トップシェアを維持することができた理由は何か。また、これから先もトヨタ自動車は国内トップシェアを維持し続けることは可能なのか、今後のトヨタ自動車の課題とは何かを明らかにすることである。

まず、トヨタ自動車のサプライヤーとディーラー（販売会社）に対する系列関係の維持がこれまでどのようになされているのかを調べると、他のメーカーに比べて無駄がなく、かつ効率的で互いに信頼し合える関係を築いていることが分かった。そのうえで、私は販売会社（ディーラー）の取り組みという視点に着目し、トヨタ自動車がどのように国内シェアを伸ばすよう努力しているのか深堀したところ、トヨタ自動車の中のさらに細かい販売会社ごとに様々な取り組みが行われていた。

そして、その販売会社の取り組みがトヨタの国内トップシェア維持の要因であることを仮説として他のメーカーとのディーラーの取り組んでいる内容を比較し、独自に点数化して評価をした。その評価とトヨタ自動車及び他のメーカーの販売台数を照らし合わせることで、販売店ごとの顧客に対する取り組みを活発に行っているトヨタ自動車の販売台数は、他のメーカーと比べて大きく上回っていることが示された。このことから、トヨタ自動車は販売店ごとの多種多様な取り組みがトップシェアを維持してきた一因であることがうかがえる。しかしながら、よりこの仮説の有効性を示すためには、トヨタ自動車をはじめとした各メーカーの顧客調査を行い、顧客が各販売店の取り組みに満足したうえで選んでいるということを調べる必要性が明らかになった。

また今後、トヨタ自動車が国内トップシェアの維持に必要なことや発生してくると考えられる課題について、自動車業界の現状を踏まえたうえで提示する。