

高度経済成長を先取り

戦後復興から発展時代へ入ったのが昭和三十年代（一九五五―一九六四）である。三十年代の特色は一口に言って、かつてない好景気が出現し消費が拡大したのと、家庭電化と自動車急速に伸びたことである。自動車は三十五年五月に通産省が「国民車育成要項」を発表して、マイカー時代の種まきを行った。実際にマイカー時代の幕明けとなったのは、三十四年（一九五九）に日産自動車がダットサンブルーバードを発売したときであると言われる。

そうした三十五年（一九六〇）七月に登場した池田勇人内閣が「国民所得倍増計画」を打ち上げ、これが四十年代（一九六五）からの、いわゆる「高度成長時代」へとつながっていく。

自動車産業も三十四、五年（一九五九―六十）からにわかに活気づき、年々大幅の増産を行う。こうした経済の状況を反映して、当社の業績も年を追って上昇したが、従来からの補修市場一本では、いわば「受け身」の経営であり、積極的に長期に渡って販売を広げて行くには、もっと抜本的に販売戦略を見直し、大胆に改革を図らねばならなかった。

情勢を分析し、熟慮のうえ打ち出された戦略は、販売組織（流通）の改革、自動車メーカーへの直納、輸出市場の開拓――の三本柱であった。販売組織の改革は代理店制度の確立である。自動車メーカーへの直納も、輸出も、目指す前途は険しい山々であったが、勇気を奮って立ち向かったことが四十年代を先取りすることになった。