

2024

JAHFA

JAPAN AUTOMOTIVE HALL OF FAME

寄稿

Contribution

ヤナセ 109年の歴史

監修・写真提供：株式会社ヤナセ 執筆：小野泰治

創業者、梁瀬長太郎氏が日比谷公園前で梁瀬商会を立ち上げたのは1915年(大正4年)のことである。当時、籍を置いていた三井物産から輸入自動車と輸入鉱油類の販売権を譲り受けて独立したのが現在に至るヤナセの原点となっている。とはいえ、当時はまだ自動車の存在そのものが珍しかった時代であった。自動車を売る以前に、そのモビリティとしての有用性を広く世に知らしめる必要があった。そこで当時の梁瀬商会は、まずタイヤの販売修理やバス・タクシー事業を展開する。前者はタイヤの再製、修理の世界的パイオニアとなり、後者に至っては日本全国にわたる事業規模を誇っていた。

また、1922年には設計からエンジンを筆頭とする部品に至るまでオリジナルとなる純国産車のヤナセ号を開発した。採算の問題から事業化には至らず5台の試作車を作るにとどまったが、開発スタッフが後に国産メーカーで活躍するなど、日本のモータリゼーション発展にも大きく寄与している。ちなみにヤナセの自動車開発はこれだけにとどまらない。国内のエネルギー事情が逼迫した時期には天然ガス自動車を開発し、そこで培われた技術で生まれた梁瀬式天然ガス装置(1940年、昭和15年から販売)は、東京を走る自動車の80%に使用されていたという。そして、戦後の1955年に車体架装部門が独自に軽自動車開発に着手し、1957年には水平対向2気筒エンジンで前輪を駆動する、YX360と呼ばれた4人乗りの試作車を完成させた。ヤナセ号同様こちらも市販化には至らなかったが、こうしたオリジナルの自動車が製品化されていたらヤナセの業態は現在とは違ったものになっていたかもしれない。

一方、本業とも言うべき輸入車販売は創業当初に契約を結んだのがアメリカのゼネラルモーターズ(以下GM)で、ビュイックやキャデラック、シボレーなどを販売した。このGMとの関係だが、歴史上は2度の空白期間がある。ひとつは1927年から1931年の間で、このと



創業者 梁瀬長太郎(左)と二代目社長 梁瀬次郎(1951年撮影)



創業間もない頃、呉服橋にあった本社屋(1917年)



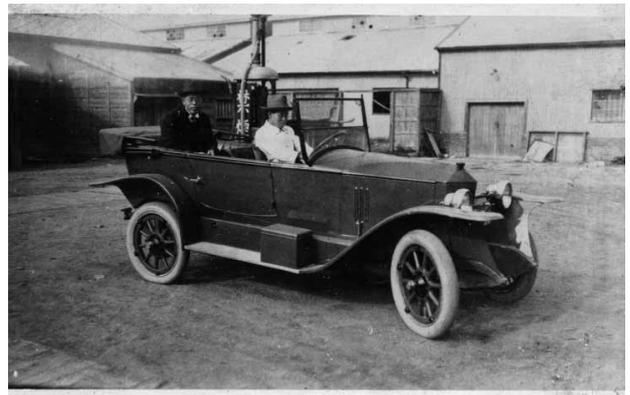
当時の“U.S.タイヤ”と“ビュイック”の新聞広告(1926年)

きは販売政策でヤナセとGMが対立し、ヤナセはGM車の販売権を放棄してスチュードベーカー、レオ・トラック、アースキン、フィアットの販売を開始するとともにオースチンやオペルも手がけることになる。その後、1931年に両者は関係を修復し、GM車の販売は復活するのだが1938年になると第2次大戦前夜という当時の情勢から自動車の輸入が中止となり、ヤナセのGM車販売復活は、1949年まで待たねばならなかった。

戦中のヤナセは前述の通り天然ガス装置の製造・販売を手がけていたが、戦後の1946年には国産オート3輪や電気自動車で自動車販売に復帰した。同時にGM車の販売が復活して以降も今はなきアメリカの高級車ブランド、パッカードを別会社で手がけるなど徐々に販売ラインナップを拡大していった。ヤナセにとって転機となったのはメルセデス・ベンツとフォルクスワーゲンの販売権獲得であろう。これは、戦後の日本が貿易収支に応じ使用できる外貨を通貨ごとに増減させる外貨割当制度、つまり事実上の輸入制限に対するヤナセの対抗策であり、ビジネスの過度なドル依存を緩和する狙いもあった。

この方針を編み出したのが終戦間際の1945年に創業者、梁瀬長太郎氏から経営を引き継ぎヤナセ中興の祖となった梁瀬次郎氏であった。当時、GMとの契約ではヤナセが他メーカーの自動車を販売することが認められていなかったため、1952年から傍系会社のウエスタン自動車でメルセデス・ベンツの販売を開始した。翌1953年には梁瀬次郎氏自らが渡米、日本の輸入車事情やヤナセの現状を熱心に伝えて、GMからヤナセがドイツの2ブランドを扱う承諾を取り付けた。そして、1954年にはメルセデス・ベンツとフォルクスワーゲンの総代理権を獲得した。こうして梁瀬次郎氏は現在に至るヤナセの基礎を築き、「外国製自動車の普及に努め、日本の自動車産業に大きな影響を与えたこと」「長年に亘る日本への輸入促進の功績」により、2001年に初代日本自動車殿堂入りし、さらに2004年には米国自動車殿堂入りしている。

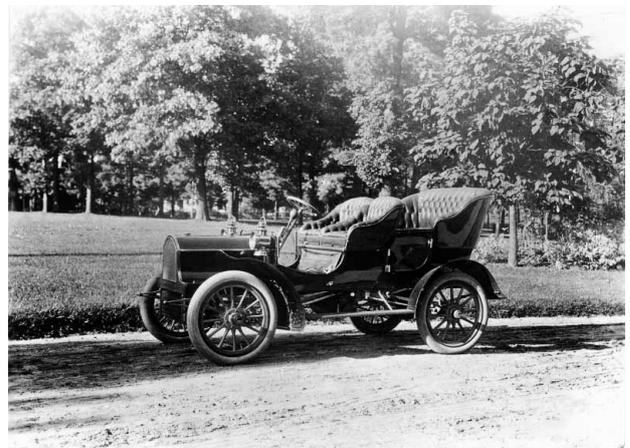
そんなヤナセにとって創立から半世紀となった1965年は、日本のモータリゼーションにとっても大きな転換点となった。戦後復興期から日本が行っていた、輸入制限の根幹をなす外貨割当制度が前年の1964年に廃止され、1965年から自動車輸入が完全に自由化さ



エンジンなど全てを自前で製作した純国産車「ヤナセ号」(1922年)



軽自動車の試作車 YANASE YX360を製造(1957年)



キャデラック、ビュイックの輸入販売を開始(1915年)



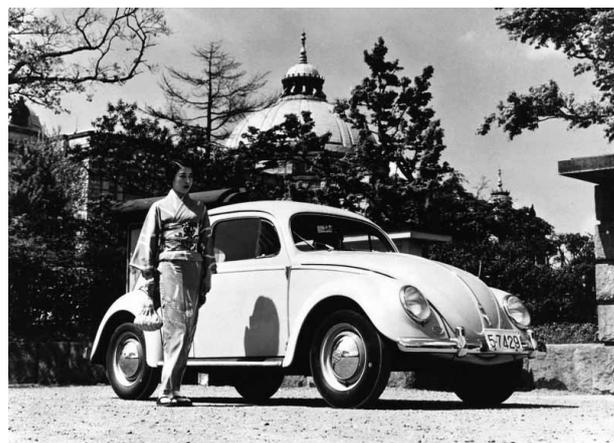
メルセデス・ベンツの販売開始(1952年)

れたのである。

それに伴いヤナセは新車整備の大規模工場、デポーを神奈川県横浜市と愛知県小牧市に建設している。フォルクスワーゲンの配車、パーツセンターとして作られたこの2工場は、当時最新の機器を導入。現在はPDIと呼ばれる、納車前点検整備の拠点として機能した。ただ、国内に持ち込むだけでは商材にならない。輸送機器ということで日本の諸環境に合わせたローライズ(法規対応)は不可欠であり、なおかつ高額商品でもあるだけに相応の品質管理も要求される。もちろん輸入台数が少なければ小規模な施設、人員でも対応は可能である。しかし、1965年当時でもヤナセの年間販売台数はすでに4000台以上あり、当時、デポーの建設は過剰投資という声もあったが、輸入自由化以降の市場拡大を考慮すれば大規模な整備拠点開設は必然の選択でもあった。また本国と同等、もしくはそれ以上の品質を実現する体制の構築は、各ブランドの総代理店という役割を担ったヤナセの矜持の現れでもあった。

そんな輸入車ビジネスを日本に根付かせたヤナセだけに、特に1960~80年代は事業内容も多岐にわたる。1963年に特殊総合商社となったことで、守備範囲は自動車本体だけにとどまらなくなる。自動車関連では、1973年に傍系会社のウエスタン自動車が、アメリカ、ホルムス社製レッカー装置の輸入販売を開始する。一時はJAFのレッカー車の9割以上がホルムス社製レッカーを搭載した。また国産トラックと組み合わせることで輸出まで行なわれた。また同年には、子会社が日本初の自動速度違反取締装置をアメリカから導入し、第1号機は、阪神高速に設置されていたという。

一方、ヤナセの根幹をなす輸入車販売は、1980年代に始まった欧米メーカーによる日本法人設立という潮流の中で、1967年から手がけていたアウディ、そしてフォルクスワーゲンの販売が1992年に途絶。翌年からオペルの販売に乗り出すが、輸入車販売の雄という地位に揺らぎはなかった。そして累計販売台数は1996年に100万台を突破する。2001年にアウディ、2005年にはフォルクスワーゲンの販売も復活している。一方で祖業であったインポーター事業は、自動車メーカーの国際的な再編や提携の流れもあり、2002年末にキャデラックとサーブの輸入権をGM社に移管して終止符を打つこととなる。しかしヤナセは次の手を打ち、ディーラー



フォルクスワーゲンの販売開始(1953年)



梁瀬次郎、初代日本自動車殿堂入り(2001年)



輸入自由化に向けて横浜デポー開設(1965年、写真は1990年頃)



輸入・販売累計100万台を達成。キャデラックを陸揚げ(1996年)

専業として再出発した2003年からはBMWの販売を手がけるなど、輸入権を手放したことでメガディーラーとしての存在感が一層鮮明なものとなった。

2017年に伊藤忠商事の連結子会社となって以降は、扱う輸入車ブランドも多角化し、2018年には福岡にヤナセ プレストオートを設立、グループでは初となるポルシェの販売に乗り出した。さらに2024年にはヤナセ フィオラーノ モトリーを東京に開設し、フェラーリの販売もスタートさせている。ヤナセといえばドイツ車というイメージが強いが、ポルシェを布陣に加えたことでそれがより強固になったことに加え、ドイツとイタリアのスポーツカー 2大ブランドを手がけることでプレミアムな輸入車ディーラーとしての地位もさらに強靱なものとした。一方、メガディーラーとしての実績も着実に積み重ねている。2018年にはグループの新車累計販売が200万台を突破した。このデータは統計が整備された1952年以降のものだが、200万台というボリュームは日本を走る輸入乗用車の実に4台に1台がヤナセから売られたことを意味する。その大半を占めるメルセデス・ベンツの販売は、2020年に100万台に到達した。その累計販売が50万台に達したのは2003年とのことなので、この17年間で販売台数は倍増したことになる。

しかし、単に新車を売るだけにはとどまらないところが輸入車の老舗らしいところで2018年にはヤナセ オートシステムズがヤナセ クラシックカー センターを新設。旧車のレストア事業を本格化させているほか、2022年にはヤナセ オーナー限定サイトの「YANASE X FIELD(ヤナセ クロスフィールド)」を開設し、オリジナル商品の販売に加え、限定イベントの企画などデジタル時代に相応しい取り組みも開始している。

ヤナセが販売するクルマのリアウインドウにはブルー&イエローのヤナセステッカーが貼られる。これは梁瀬次郎氏の発案によるもので「このステッカーは広告宣伝のためではない。ヤナセのお客様が乗っていらっしゃることを示し、社員がそれを意識するためである」として1972年から半世紀以上にわたり続けている。

このようにお客様のカーライフをしっかりと支える安心と信頼の全国ネットワークを築き、その110年に及ぶ歩みで輸入車のみならず日本の自動車史そのものを彩ってきたヤナセ。今後も、その歴史を紡いでいくことだろう。



ポルシェの取扱いを開始(2018年)



フェラーリの取扱いを開始(2024年)



ヤナセクラシックカーセンターを開設。「クルマのある人生」を提案(2018年)



ヤナセが提供する安心と信頼の証、ヤナセステッカー(1972年～)