

● 如何達成日本第一的利潤

豐田 汽車

獨家中譯本

若山富士雄 著
杉本忠明

許正達 譯

TOYOTA

Good Thinking
Good Products

的經營秘訣



EMC

現代企業經營管理公司



豐田汽車的經營秘訣

——如何達成日本第一的利潤

若山富士雄 / 杉本忠明
許 正 達

著
譯



現代企業經營管理公司

現代企業經營管理實務選書 31

豐田汽車的經營秘訣

——如何達成日本第一的利潤

每冊實價新台幣200元

版權所有
翻印必究

著 者：若山富士雄／杉本忠明

譯 者：許 正 達

發行人：紀 經 紹

發行所：現代企業經營管理公司

臺北市永康街十七巷二十號 現代大樓

電話總機：3 2 1 — 5 6 4 6

郵政劃撥帳戶 5 8 6 9 號

排版者：全美打字排版印刷公司

印刷者：三文印書館公司

行政院新聞局出版事業登記證局版臺業字第0638號

中華民國七十年 十 月 初版

中華民國七十年十一月 再版



原著者序言 獲得1000億圓稅後盈餘的秘密 9

第 1 章 邁向「銷售大王」的漫長路程	15
● 向日本第一前進	17
● 培育陣容堅強的經銷店	25
● 扮演銷售的智囊團	35
● 培育支持2兆圓企業的銷售員	41
● 先下手為強的經營哲學	47
● 以世界為市場	55
● 徹底的情報管理	61

第2章 無借款經營的秘密	67
● 對利益居日本第一的執着	69
● 石油衝擊的克服	77
● 合理化的精華——“標示牌方式”	83
● 活生生的“工場集中的優點”	89
● 繼續不斷的拓荒精神	97
● 不斷向新技術挑戰	105
第3章 銷售最前線	113
● 勇往邁進的豐田銷售員	115
● 區域制的效果	121
● 豐田銷售員的收入	129

● 銷售員的七個道具	135
● 很有信心的銷售員教育	141
● 最大的經銷店、東京TOYOPET	147
第4章 豐田與日產的不同處	155
● 教祖與中興之祖	157
● 聯合艦隊與戰艦	165
● 純血主義與混血主義	173
● 第一和第二	181
● 銷售合理主義與溫情主義	187
● 在生產面的家族主義與商業主義	193

第5章 並列爭球的豐田集團	199
● 豐田與豐田市	201
● 向“高收益集團”挑戰的豐田集團	207
● 產生UltraC戰略的豐田會議	215
● 豐田金融的秘密	223
● 豐田集團與豐田家族	229
第6章 豐田對人才的培育與運用	239
● 豐田式的人才培育	241
● 豐田所需要的人才	249
● 「優良的產品、優秀的創意」	255

第 7 章 邁向明日行駛	261
● 豐田80年代汽車的生產	263
● 如何配合複雜化的都市交通問題	273
● 豐田的期望	283
● 指向社會	291
● 明日的豐田	295



豐田汽車的經營秘訣

——如何達成日本第一的利潤

若山富士雄 / 杉本忠明
許 正 達

著
譯



現代企業經營管理公司



原著者序言 獲得1000億圓稅後盈餘的秘密 9

第 1 章 邁向「銷售大王」的漫長路程	15
● 向日本第一前進	17
● 培育陣容堅強的經銷店	25
● 扮演銷售的智囊團	35
● 培育支持2兆圓企業的銷售員	41
● 先下手為強的經營哲學	47
● 以世界為市場	55
● 徹底的情報管理	61

第2章 無借款經營的秘密	67
● 對利益居日本第一的執着	69
● 石油衝擊的克服	77
● 合理化的精華——“標示牌方式”	83
● 活生生的“工場集中的優點”	89
● 繼續不斷的拓荒精神	97
● 不斷向新技術挑戰	105
第3章 銷售最前線	113
● 勇往邁進的豐田銷售員	115
● 區域制的效果	121
● 豐田銷售員的收入	129

● 銷售員的七個道具	135
● 很有信心的銷售員教育	141
● 最大的經銷店、東京TOYOPET	147
第4章 豐田與日產的不同處	155
● 教祖與中興之祖	157
● 聯合艦隊與戰艦	165
● 純血主義與混血主義	173
● 第一和第二	181
● 銷售合理主義與溫情主義	187
● 在生產面的家族主義與商業主義	193

第5章 並列爭球的豐田集團	199
● 豐田與豐田市	201
● 向“高收益集團”挑戰的豐田集團	207
● 產生UltraC戰略的豐田會議	215
● 豐田金融的秘密	223
● 豐田集團與豐田家族	229
第6章 豐田對人才的培育與運用	239
● 豐田式的人才培育	241
● 豐田所需要的人才	249
● 「優良的產品、優秀的創意」	255

第 7 章 邁向明日行駛	261
● 豐田80年代汽車的生產	263
● 如何配合複雜化的都市交通問題	273
● 豐田的期望	283
● 指向社會	291
● 明日的豐田	295

原著者序言

❖ 獲得1000億圓稅後盈餘的秘密

一再擰乾的毛巾

「爲甚麼要買豐田的汽車？那是因爲它的設計、耐用能力優良、售後服務又徹底的緣故。雖然我們很想買自己產品的汽車，但是從訂貨到交貨需要等待將近半年的時間，而且又不附帶汽車收音機」。

有一個紐約佬曾如此說。儘管它的價格稍高，但是美國大眾都爭先想得到豐田汽車。這種現象不僅在美國是如此，在世界各國也有相同的情形。

爲了配合世界的需求，豐田汽車的輸出有急速的成長。豐田人奮鬥了40年，可以說終於達成了他們經常不斷標榜的「世界的豐田」挑戰性目標，使豐田在1960年代後半對通用（GM）、福特等汽車公司，仍有巨大外資威脅的感覺，現在已完全消逝。也使曾席捲歐洲各國汽車產業界的通用、福特，已不如豐田。