



ダイオーズ

飲料や清掃具レンタルなど オフィスに継続したサービスを提供



大久保真一社長

オフィスでエスプレッソやレギュラーコーヒーを味わう——。いまや定番となったオフィスコーヒーサービスを日本で最初に始めたのがダイオーズである。現在ではコーヒーのほか、水、給茶機、マットモップレンタル、清掃サービス（カバーオール）、観葉植物、リサイクルトナーなど、オフィスに特化したさまざまなサービスを手がける。

会社設立は1969年。大久保真一社長（71歳）が実家の米穀店を「日本一の米屋にしよう」と、欧米の流通業界で研修を積んだうえでの創業だった。複数の米穀店をチェーン化する一方、ダスキンのクリーンケア事業のフランチャイズにも加盟し、「配達スーパー」という新しい業態で事業を始めた。

当初、同社が顧客対象としたのは一般家庭だった。しかし、しばらくすると壁に突き当たった。当時の米穀店は、食糧管理法に基づく登録制で営業をしていたため、新規の顧客開拓などがしにくかったのだ。そこで、顧客対象を一般家庭からオフィスに転換すると、この方針が見事に的中した。「オフィス市場は未開拓なうえ、何よりも、われわれが行っているようなサービスを待望していたのです」と大久保社長。これにより、同社の売り上げは急速に伸び、創業から6年後には、クリーンケア事業で売上高日本一を達成した。

しかし、大久保社長は、それだけでは満足しなかった。「若い社員に夢を与えるには、オフィスサービスのノウハウが生かせる独自の事業が必要」と考えたのだ。大久保社長の脳裏に浮んだのが、研修時代にアメリカのオフィスで見た光景だった。「誰もが本格的なコーヒーを飲みながら、憩いのひとときを楽しんでいた。日本ではお茶とインスタントコーヒーが定番の時代だったが、きっと受けるに違いない」と確信したという。こうして始めたのがオフィスコーヒーサービスである。1977年に日本で初めて事業化し、国内に次々と市場を開拓した。さらに2000年には、水サービスや自社ブランドによるクリーンケアサービス事業を立ち上げ、2007年

の東証一部上場とともにオフィス向けのトータルサービス企業としての地位を確立したのである。

今日、オフィスサービスにはいろいろな形態があるが、同社では、原則として物販のような売り切りは行わない。たとえばコーヒーサービスでは、業務用のコーヒーの機械を貸し出し、それを同社が定期的にメンテナンスしながら使ってもらう。また、水サービスでは、使い終わったボトルを回収して洗浄・殺菌した後、再利用する。つまり、同じオフィス向けのサービスでも、継続できるサービスに徹していることだ。

新しい商材の投入にも積極的だ。いろいろあるが、なかでも伸びているのがティーサーバー事業だ。ひと月9000円という低価格で400杯分の原料（お茶）付きのサービスだ。給茶機が欲しくても、高価でなかなか手が出せなかった中小企業や小規模オフィスなどで人気を呼んでいるという。

いまや同社の市場は国内にとどまらず、オフィスコーヒーサービスの本場であるアメリカでも高い実績を誇る。1989年に進出を開始。現在では進出した12州のうち7州でトップシェアを誇り、全米で第3位のシェアを有する。それを支えるのがM&Aとドミナント戦略だ。その地域の有力企業を買収し、進出した州でトップシェアを獲得する。

「売り上げだけを考えたら、多くの州に同時展開する方法もあるでしょうが、それだと効率が悪く、収益性が落ちてしまうからです」（大久保社長）。アメリカ市場における目標はやはり、全米展開である。

このほか、将来が期待されるアジア市場でも、台湾、中国、韓国に進出するなど布石を打っている。当面の目標は、日米合計で200億円の売り上げ達成。中期的にはアジアを含め300億円の売り上げ達成を目標にしている。〈編集部〉

株式会社ダイオーズ

本社：東京都港区浜松町2-4-1
世界貿易センタービル23階
創業：1969年
資本金：10億5100万円
売上高：143億7100万円
(2012年3月期＝連結)
従業員数：860人（グループ合計）
事業内容：オフィスを対象としたトータルサービス
URL：<http://www.daiohs.com>



オフィスコーヒーとピュアウォーターをご利用のお客様に。



ダイオーズUSAのオフィスコーヒーサービス、後ろのトラックで納品。