

うちだまさみの
本音でトーク!!

IPO社長訪問



株式会社ダイオーズ

代表取締役社長

大久保真一

キャスターとして、番組ディレクターとして、数々の上場企業経営者に対するインタビューを経験してきたうちだまさみ氏。豊富な社長ネットワークを生かし、上場にかけた社長の熱い思いや本音に迫る。

米国生まれ、日本で大成功 赤字知らずの オフィスサービスはアジア制覇を目指す

売上げの半分以上を
米国で稼ぐグローバル企業

ダイオーズは、コーヒーサービスやウォーターサーバー、クリーンケアサービスなど、オフィス向けに特化したサービスを提供している会社だ。「Dai ohs」と書かれた営業車を目にしない日はなく、日本国内の拠点は直営・フランチャイズ特約店含めて230超、強固な販売網を張り巡らせている。

その同社が実は、年間売上げの半分以上を米国で稼ぎ出している「グローバル企業」である



SHINICHI OHKUBO

ことをご存じだろうか。

ダイオーズは1969年、大久保氏が28歳の時に創業した。実家の米穀店を日本一にするために米国や欧州で学んだが、当時はまだ米の流通を政府が管理していた時代だ。「米屋とお客様は全てつながっていた

め、既存の顧客以外には営業ができず、ビジネスを拡大するには限界があった」という。

そこで、大久保氏が目をつけたのが事業所だった。B to CからB to Bへとビジネスモデルを大きく切り替え、ダスキンのクリーンケア事業の

フランチャイズに加盟。なんと6年で、フランチャイジー全国1位になるという偉業を成し遂げた。

もうひとつ同時に力を入れたのが、新規事業の開拓だ。

当時、国内ではインスタントコーヒーが普及しつつあり、しかも「米国ですでに人気化しているサービスだから、新しいマーケットを創造できる」と考え、オフィスコーヒーサービスに参入。オフィス内に業務用コーヒーメーカーを設置し、コーヒーをはじめカップなどの消耗品を定期的に補充するこのサービスは、いまや企業にとつて欠かすことのできない事業に成長した。

ダイオーズには長期契約を結ぶ顧客が多い。しかも「数年に及ぶ契約」だという。それは、同社が事業所に必要なサービスを幅広く提供していることもあるが、それ以上に顧客からの信頼度の高さを物語っているのだと思う。

顧客の声を聞き続ける 継続サービスの強み

ダイオーズのビジネスは、「継続
反復サービス販売」が基本だ。

例えば、ウォーターサーバー用の
ボトルは、繰り返し使用できるリ
ターナブルボトルを使用している。
これは「20万軒におよぶお客様の元
へ足を運び続けることで、信頼関係
がさらに強まり、お客様の率直な意
見を聞き出すことができるから」だ
という。顧客の率直な声は、多くの
オフィスで必要とされているサービ
スを代弁するものにほかならない。

大久保氏は、「これからもBtoBし
か考えない」と話す。それは、「オフイ
ス向けだからこそ、複数のサービス
を展開することが可能であり、しか
も必需品だから、景気の波に左右さ
れづらい」からだ。それを証明する
かのように、ダイオーズは創業以来
赤字になつたことがない。

ダイオーズを創業して以降、大久
保氏が抱き続けた夢は「ビジネスを
学んだ米国で事業をする」ことだっ
た。創業20年目にあたる89年、オフイ
スコーヒーサービスの本場米国に逆
上陸。長年の夢を実現させた。以来
米国の有力企業を買収するなど積極
的に事業を拡大し、99年にはカリ
フォルニア州でオフィスコーヒー
サービス企業としてトップシェアを
獲得した。

大久保氏が上場を考えたのは、こ
の米国でのビジネスが軌道に乗った
頃だ。上場によって、BtoBに特化
したビジネスモデルに欠かせない会
社の信用力を高めることができ、加
えて「知名度が上がることで、グロ
バルに活躍する優れた人材を確保で
きる」と考えた。

96年10月、当時のJASDAQ市
場に店頭公開。その後、2005年
12月に東京証券取引所第二部市場に
上場し、07年3月には第一部に指定
された。

「信用力アップ、知名度向上につな
がったうえ、社員の誇りにもなった」
と、大久保氏は上場の効果を話して
くれた。

ライバル企業の経営陣が 入社を希望する働き甲斐

ダイオーズの米国事業は現在、50
州中19州に48拠点を展開し、全米第

3位のシェアを誇る。しかしながら、
大久保氏は「まだまだチャレンジし
続ける」という。狙うのはもちろん
全米ナンバー1の座だ。

ダイオーズのグループ企業の経営
陣として活躍している人材の中には、
上位のライバル企業で副社長や本部
長を務めた優秀な人たちも少なく
ない。実は彼らは「ダイオーズで働き
たい」と希望し、入社してきたのだ
という。

大久保氏は、「新しい事業をゼロ
から立ち上げ軌道に乗せることが自
分の使命」だが、その事業を「根付
かせるのは、グループ企業の社長や
社員の役割。事業が軌道に乗った後
は任せる」ことにしている。目先の
利益が求められる欧米企業より、ダ
イオーズのように自分の実力を発揮
できる場所で働きたいと思うのは当
然だろう。

優れた人材を獲得し、「オフィス

インタビューを終えて

「チャレンジこそが生き甲斐だ」。イ
ンタビュー中、何回、この言葉を聞
いたのだろうか。いつも温かい笑顔で、
質問に丁寧に答えてくださる大久保
社長だが、今回はよりエネルギー
な取材になったと感じている。「Bto
Bサービスを手掛ける会社の中で、
世界一になりたい」。最後に話して
くださったこの一言は、これまでう
かがったなかで最もアグレッシブな
言葉だった。そうはっきりと言える
手ごたえをきくと感じいらっしやる
のだろう。安定的な成長を見込め
る企業から、世界の成長を先取り
する企業へ。ダイオーズの今後の
変化が楽しみでならない。



COMPANY PROFILE

株式会社ダイオーズ

代表取締役社長 ● 大久保真一

業 種 ● オフィスを対象としたトータル
オフィスサービス (オフィスコーヒー、
ウォーターサービス、クリーンケアサービス
ほか)

設 立 ● 1969年6月

資本金 ● 10億5100万円

売上高 ● 217億円 (2015年3月期)

従業員数 ● 857人 (2015年3月31日現在)

所在地 ● 東京都港区浜松町2-4-1

世界貿易センタービル23階

電 話 ● 03-3438-5511

URL ● <http://www.daiohs.com/>

コーヒーサービスで全米トップ企業
の背中が少しづつ見えてきた」とい
う。同社が米国内ナンバー1になるの
も、そう遠くないだろう。そのあか
つきには、オフィスコーヒーサービ
スに加えて、複数のサービスを展開
する「トータルオフィスサービス企
業」を目指すという。

米国事業を立ち上げた際には「米
国から日本に通勤しているようだっ
た」と笑顔で話す大久保氏。実はい
まも一年の半分近くを海外で過ごし
ているという。それはすなわち、「新
規事業を立ち上げる」ためだ。

米国で生まれ、日本で大成させ
たビジネスの次なるターゲットはア
ジア。ASEAN共同体が発足し、
ますますマーケットの拡大が期待で
きるASEAN地域でのビジネス展
開が始まれば、ダイオーズのさらな
る成長は間違いのない。