

ダイオーズ
大久保真一 社長 80歳

④

家業の米屋を日本一にするために、大久保氏は渡米前から準備を始めていた。全国の米穀卸売業者が組織する全国食糧事業協同組合連合会(全糧連、現・全国米穀販売事業共済協同組合)の本部に「欧米での研修から帰国したら新しい米穀店の業態を始めたい」と話して協力を取り付け、読売広告社を退職してアメリカへと向かった。

「ビジネスにおいて物事をスムーズに進

めるには布石を打つことが大事です」と語る大久保氏。帰国後、家業の米穀店に入社して有限会社米屋におくぼを創業すると、ボランティアチェーンの仕組みを生かして「配達スーパー構想」を打ち出した。

「当時のお米屋さんそれぞれ営業エリアが定められていたので顧客を増やすことができません。注文を取って配達する仕組みで来客がほとんどないため、ロケ

ーションが良くない店も多い。しかし考え方を変えれば、成熟したご用聞きと配達機能は武器になります。営業エリアは決まっています。商品に制限はありません。ボランティアチェーンの仕組みを利用してお米以外の商品を一括して仕入れてご用聞きをし配達することで売り上げを伸ばせると考えたのです」

当時、安い物はよくて自転車、ほとんどの人は徒歩で出かける。大型のスーパーマーケットはなく、各商店をまわって買い求めることが多く、しかも、ペットボトル容器はまだなく、醤油や油も重いガラスの一瓶で販売されていた。「重くてかさばる物を買って帰るのは大変ですから、ご用聞きをし配達してくれたいですね。まとめて仕入れることでコストを抑え、店舗と同じ価格で販売すれば必ず支持を得られると思います」

家業の米穀店を日本一にするために打ち出した

配達スーパー構想

ジャーナリスト 中川明紀

語り部の経営者たち



ダスキンの化学ぞうきんに着目

「赤字にはなりません、より儲けを得るためには他にはない新しく魅力的な商品を扱う必要があると考えました。そこでいろいろな商品を試していく中で着目したのが、ダスキンさんの化学ぞうきんだったのです」

1964年に発売されたダスキンの化学ぞうきんは、特殊な吸着剤の働きで水を使わなくても汚れが取れる、当時の最先端をいく商品だった。しかし、新

「酒屋やクリーニング店などご用聞きの仕事を持つところは他にもありますが、新しい商品を売るのは難しい。しかも、雑巾は使い古した布で作るのが当時の常識。お金を出して買ってくれません。しかし、私どもは配達スーパーでお客さまに喜んでいただいていたので話を聞いてくれ、『いつも大変お世話になっているので付き合ってください』と言って契約してくれました」

幼い頃の質餅と同じで「やはり商売は心だ」と確信した大久保氏。米屋おおくぼは次第に売り上げを伸ばしていった。