

ダイオーズ
大久保真一 社長 80歳

⑧

「ちょうどダスキン系のフラッシュで、どうやらお米の売上げを伸ばすことができた。大久保氏が注目したのが小僧寿しだ。テイクアウトのフランチャイズ化で急速に勢いをつけています。これならお米の販売量も伸びましたよ」

を大幅に伸ばせる。小僧寿しのオーナーをしていた米穀店仲間社長を紹介してもらって都内と千葉の本部になることに成功、百数十店の小僧寿しを展開した。「小僧寿しは1979年に加盟店の年間総売り上げが外食産業で全国1位になりました。お米の取扱量を大幅に伸ばし、父には喜んでもらいましたよ」

日のように国内の現場を見て回っている。それも社長だと告げず、ダイオーズのユニホームを着て「勉強のために見学させてください」と国内外20万軒あるという顧客のもとを訪れているのだ。

「例えば最近ではスイス製の最高級コーヒーマシンFrankieや、コーヒー抽出の世界大会で世界1に輝いたパリスタ・粕谷哲氏（P hilocoffee代表）が監修した「スペシャルティコーヒー」の需要が高まっています。コロナ禍でリモートワークが増えるなか、出勤時の環境をよりよくしたいという意向があるようです。当社には『時代の新しいニーズを先取りして、新しいマーケットを創造します』という企業理念があります。それを行うためにも現場に赴くことが大切なのです」

語り部の経営者たち

ジャーナリスト 中川明紀

米穀店で日本一を目指す父との約束

原点回帰で「小僧寿し」に着目…



「商売は頭ではなく心」と説く大久保氏

2007年には東証1部に上場し、台湾、韓国、中国、香港でも事業を展開しているダイオーズ。いま、最も力を入れているのが東南アジアで、シンガポール、マレーシアに法人を設立している。

「アジアはこれから伸びる市場ですが、アジアにアメリカのようなオフィスコーヒーマーケティング（OCS）の同業他社はいません。M&Aによって展開することができないので、試行錯誤した結果、B to Bビジネスを手掛けている企業とパー



07年、東証1部に上場

トナーシップを組むことにしました。シンガポールでは事務用機器、マレーシア

ではウォーターサーバーを扱う企業と合併。彼らが持つもとのネットワークを利用しているためスムーズに受け入れられ、短期間で損益分岐点を超えることができました」

現在は新型コロナウイルスの影響で見合わせているものの、今後現地企業とパートナーシップを組みながら広がっていきたくと大久保氏は話します。以前は毎年、年間200日ほど海外を飛び回っていたが、コロナ禍の今は毎

「私の役割は新しいビジネスの芽を見つけてくること。だからといって奇をてらわず、自分が与えられたフィールドの中でどうすればお客さまに喜ばれるのかということを一番に考えながら一歩一歩進んでいく。時代が変わっても『商売は心』であることはずっと変わらないはず」

（おわり）