



## TOP INTERVIEW

トップインタビュー

“  
 コーヒーだけにこだわらない。  
 お客様ニーズが第一です。  
 ”

株式会社ダイオーズ  
 代表取締役社長

# 大久保真一

SHIN-ICHI OHKUBO

1941年、東京・浅草生まれ。大学卒業後、広告代理店勤務を経て67年から2年間、欧米の流通企業で研修。69年にダイオーズを設立する。77年のコーヒーサービスを皮切りに、事業所向け各種サービスを手がける。趣味は写真撮影と世界旅行。

取材・文●森野 進／撮影●BLOWUP

オフィスや事業所など、B to Bに特化したサービスを総合的に手がけるダイオーズ。東証1部上場企業になった現在も、大久保社長は「ゼロからの新規事業の立ち上げ」に意欲を燃やす。

―― 御社の業務内容をお聞かせください。

オフィスコーヒーサービス（OCS）をはじめ、水、給茶機、クリンケア商品のレンタル、清掃サービスなど、事業所向けのさまざまなサービスを提供しています。当社のビジネスの特徴は、売って終わりのワンウェイ事業ではなく、従業員が直接、お客さまのもとを訪問してニーズを吸い上げ、それに応える商品やサービスを継続して提供するツーウェイ事業に特化していることです。

―― 創業の経緯は。

大学を卒業して4年後、実家の米穀店を「日本の米屋にしよう」と、2年間アメリカとヨーロッパの流通企業で研修し、帰国してからダイオーズを立ち上げました。複数の米穀店をチェーン化し「配達スーパード」という新しい業態の事業を始め、ダスキンのクリンケア事業のフランチャイズにも加盟しました。

―― OCS事業を始めるきっかけは。

顧客対象を一般家庭から事業所に転換したのが奏功して、創業から6年で、フランチャイジーのなかで全国1位になりました。しかし、会社を継続して成長させるには新規事業が必要だと考え、

アメリカで普及し始めていたOCS事業を日本で初めて行うことにしました。

—その後、コーヒー以外の飲料水や環境事業にも進出されました。

そこに、お客さまのニーズがあったからです。

そもそも私は、特定の商材にこだわるつもりはありませんでした。あくまで、ダイオースは「事業所に対して継続的にサービスを提供する会社」というのが基本スタンスなのです。

—必ずしもコーヒーだけにこだわらないと。

そうです。コーヒー以外にもお客さまのニーズが高い商材があればどんどん取り組んでいきます。ただし、アメリカでは、当分オフィスコーヒーに集中していきます。

## アメリカ事業の売り上げが50%を超えた

—日本とアメリカで事業戦略を変える理由は。

アメリカ人にとって、コーヒーはなくてはならないものなのです。オフィスには必ずといっていいほどコーヒースタンドが置いてあり、コーヒーマシンが置かれています。アメリカ市場では、コーヒースタンドに特化した付加価値の高いサービスが必要なのです。現在、アメリカでは15州35拠点で事業を展開しており、西海岸ではすでにナンバワンです。しかし、50州全体で見るとまだ3分の1の州にしか進出しておらず、全米シェアは3位にとどまっています。したがって、

全米展開が完了するまではOCS一本でいく考えです。当社がアメリカで、日本国内のように各種オフィスサービスを提供するのは、当分先になると思います。

—御社の強みは。

まずは事業所に特化した継続サービスというビジネスモデル、その次にくるのが組織的な営業力です。当社では、新規営業やルートサービスはそれぞれ専門の担当者が対応しますが、お客さまからの問い合わせやクレームなどは窓口を一本化しているため、その状況がただちにトップに伝わります。何かあれば、いつでも迅速な対応をとれることが、お客さまからの信頼につながっています。また当社では、利益を「1次利益」と「2次利益」に分けて考えています。一般にいうところの営業利益に相当するのが販促費を差し引いた後の2次利益です。これに対し、販促費を差し引く前の利益、つまり

従業員のサポート力だけで既存のお客さまを守った結果として生まれた利益を1次利益と呼んでいます。1次利益をしっかりと生み出せる経営をしていけば、



オフィスコーヒースervice (OCS) を主力に、事業所向けサービスを総合的に提供。従業員が直接訪問して顧客ニーズを吸い上げ、それにきめ細かく応える商品・サービスを提供していくのが同社のビジネスモデルだ

アメリカではOCS事業に特化。50州すべての展開を目指す



### COMPANY PROFILE

株式会社ダイオース

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

設立

1969年6月

資本金

10億5100万円

売上高

217億1300万円(2015年3月期連結)

従業員数

1087人(2015年3月末 連結・フルタイム換算)

事業内容

オフィスコーヒースervice事業、オフィスティーサービス事業、ボトルウォーター事業、ダストコントロール事業、ダイオースカバーオール事業(オフィス定期清掃サービス)など

URL

<http://www.daiohs.com>





社長に10の質問

Q1：血液型は？

A：B型

Q2：好きな食べ物は？

A：その地方のものなら何でも

Q3：自分の性格をひと言でいうと？

A：好奇心旺盛

Q4：座右の銘は？

A：自分のすべてを賭して悔いなし

Q5：好きな作家・心に残る本は？

A：小田実『何でも見てやろう』

Q6：よく見るテレビ番組は？

A：経済番組(ドキュメンタリー)

Q7：子どものころの夢は？

A：外国に行くこと

Q8：得意だった科目は？

A：珠算、簿記

Q9：プライベートで旅行してみたいのは？

A：世界の秘境

Q10：健康のために心がけていることは？

A：1日1万歩以上のウォーキング

あとは販促費（2次経費）をコントロールすることによって、経済環境がどのようなときでも利益が確保できるわけです。

——近年、コンビニ二店がコーヒー事業に進出しましたが、その影響は。

われわれにとってはフォロワーの風（順風）になっています。じつは、5〜6年前から国内のOCS事業はやや頭打ちになっていました。ところが、コンビニが参入したことや郊外のコーヒー店が増えたことで、新しい需要、とくに女性の愛好家が増えました。

その人たちが仕事中でもコーヒーを飲みたくなった場合、わざわざコンビニに出かけなくても、

オフィスの中で同じサービスを利用できることの便利さとお値打ち感に気づき、結果として、当社のお客さまの増加につながったということが考えられます。

事業をゼロから立ち上げるのが社長の仕事

——とくに、好調な事業は。

全般的に伸びていますが、国内の場合、あえて挙げるなら2012年に開始した「事業所用のテイスターバー事業」が好調です。水サーバーと給茶機を一体化した専用機によるサービスで、機器のリース料金を割安にしてお茶の粉末や紙コップ

などの付属品もつけたところ、それまで導入に2の足を踏んでいた10人、20人の中小規模オフィスからの需要が一気に高まりました。

——社長として心がけていることは。

新しい事業をゼロから立ち上げることが、私の使命だと思っています。

国内でOCS事業を開始したときは、フランチャイジーとしてのダスキンの事業は別の人に任せ、私自身は新事業のOCSに集中しました。アメリカに進出したときも、最初の5年間は生活基盤を現地に置き、日本に「通勤」していました。これからもゼロからの新事業の立ち上げにチャレンジしていきます。

——アジアでの事業戦略は。

すでに事業を展開している中国、韓国、台湾に加え、今年度からシンガポールとマレーシアで現地の有力企業との合弁により事業を開始します。戦略としては、アジアは、日本のノウハウの移植と位置づけて、国内同様に事業所向けサービスを進めていく考えです。

——今後の展開は。

日本では引き続き、新規商品や事業の開拓に力を注ぎます。また、アメリカではOCS事業で年率10%ずつ売り上げを伸ばし、10年後に売上高250億円と全米展開を目指します。アジアはASEAN諸国を中心に合弁事業を促進し、日・米・アジアで売上高500億円と50億円の利益を目指します。