

中小企業 前へ

立志編 第1部

アイデア商品 知恵絞り 顧客の声に応える

百パーセント受け入れられた。価格帯が同じ複数のコメをコースでくくり、約1万3千円で販売する。現在、約700人がサ―ビスを利用する。

「お預かり」とはいえ、コメは現物でなく、台帳上

た。価格帯が同じ複数のコメで預かる。注文のたびに米をコースでくくり、約1万3千円で販売する。現在、約700人がサ―ビスを利用する。

「お預かり」とはいえ、コメは現物でなく、台帳上

古米を食べ続けなくてもよい。店とお客さまの双方に利点がある。一石二鳥のサ―ビスと胸を張る。

「赤ちゃん抱っこ米」も定評のある商品だ。出生時の体重と同じ重さのコメを袋詰めしたもので、新生児の誕生祝いの返礼品として親類に贈ったり、結婚披露宴で新郎新婦が両親に手渡ししたりして、喜ばれている。「名刺米」もあいさつ米は厚手の小さな紙袋にコメ2合(0.36リットル)を詰めた贈答品で、開店や転任、催事などの需要がある。

「顧客の要望に合わせて混乱し、混乱の中から新しい体制を築く。いづよねの川崎恭雄はこの言葉を胸に刻む。厳しい指導で知られた経営コンサルタント、故一倉定の本で出合った一節だ。

相手のニーズや依頼を全て実現しようとする、事業者側は手間が増えて混乱する。その混乱を解消する仕組みができれば、顧客の真の声に基づくもので

は、10分ずつに小分けして手渡すと喜ばれた。が、客から「すぐに食べないコメを置く場所がない」「食べ切るまで虫がつくかも」といった悩みも耳にした。さらに、多くの銘柄米が店内に並ぶ様子を見て「1種類を食べ続けるのでなく、ほかの種類も食べてみたい」との声も聞かれた。社員と知恵を絞り、これらの要望を全て満たす仕組みとしてお預かりコースは生まれ

「生産者が高齢化でどんどん減る中、いかに若い生産者をいづよねの味方に付けるか。そのために、僕もコメの素晴らしさを伝えるために販売していることを生産者に伝える。適正な価格で買ってもらいたい。おいしいお米を作ってほしい」とお願いしに行く。電話やメールで伝えるのは難しいですが「ら」と語る。

かつて酒類の格安店時代に、1リットル数十円の差で顧客を奪われた。今までの努力が10円玉1枚に負けるのか。こんな商売は嫌や」と何度も思った。安売り競争の怖さを知った経験が、今のコメ販売に生きる。

相手のニーズや依頼を全て実現しようとする、事業者側は手間が増えて混乱する。その混乱を解消する仕組みができれば、顧客の真の声に基づくもので



山形県余目町(あまのめまち)の若手農家と交流する川崎恭雄さん(中央)＝2016年6月(いづよね提供)

国各地の農家との交流にも力を入れる。米穀卸に教わった銘柄米などに興味を抱くと、ほぼ毎月どこかの産地に足を運ぶ。年数回は社員とともに繰り出す。農作業を手伝い、生産者と膝を突き合わせて、コメ作りへの情熱を汲む。同時に川

米穀店 いづよね ⑥

中小企業 前へ

立志編 第1部

そろばんの教え 先輩が説いたロマンと採算

だが、「その前に、会社が赤字やないか」と切り返された。それでも「日本中を笑顔にするの何があかんのですか」と抵抗すると、先輩は「店がつぶれたら、お米を買っていた客は次にどこで買うねん。施策のなさで客を路頭に迷わせるのか」と論じた。

先輩はさらに続けた。「同じ大きな両輪だからまっすぐに進む。お前の場合、そろばんの車輪が小さすぎる。だから、同じところをぐるぐる回ってる。同じところをぐるぐる回ったら、どうなるか分かるか」。川崎は相手の顔をじつと見ながら、次の言葉を待った。「わだちができる。そこから会社は沈んでいく。沈んでいく会社は未来はないよ。打ちのめされた。悔しいけれど、説得力があった。

設備の償却負担に理解を求めた。08年に導入した別の精米機の借入金160万円も完済し、その支払い分も償却原資に充てることを提案すると、父は納得した。業務用のコメ販売に注力したきっかけも、同友会仲間の助言だった。11年から飲食店への飛び込み営業を始めた。一般家庭の炊飯量は、外食やコンビニ弁当の増加、ピザ、すしなどの宅配サ―ビスとの競合で変動するが、飲食店の需要は大口で安定している。以前はコメ販売の7割が家庭用だったが、顧客から顧客への紹介が重なり、今では業務用が7割を占める。販売構成の大きな転換が、いづよねの屋台骨を支える。

時計の針は午前3時を指していた。先輩の説教が始まって5時間が過ぎようとしていた。

いづよねの川崎恭雄は2007年5月、兵庫県中小企業家同友会青年部の勉強会で講演した。阪神・淡路大震災後の酒類販売や大病を経てコメの販売に力を入れた経緯などを話し「お米で日本中を笑顔にしたい」と締めくくった。

「褒めて育てる方法は従が、そろばんがない」。川崎は「でも、いいことしてるじゃないですか」と反論して初めて気づく」と仲間の

味はリバウンド」と聴衆を沸かせた。そして、夕飯にスナックや菓子パン、清涼飲料水しか出てこない家庭の事例を話すと、一転して会場は静まり返った。川崎は力を込めた。「お米が質素でも、ご飯がおいしかったら食卓でみんなが笑顔になると思う。家が面白ければ学校や職場でいじめは起こらないのではない。家庭が圧倒的に面白くなるようなお米を届けなければならぬ」。昨春に新卒者を初めて採用し、今春には新たに2人が加わって従業員は14人になる。家族経営の米穀店は企業の姿になってきた。社業を通じて地域を良くしたいの思いを抱く「コメの伝道師」寸暇を惜しんで、きょうも東へ西へと走る。

「お前の話にロマンはあるが、そろばんがない」。川崎は「でも、いいことしてるじゃないですか」と反論して初めて気づく」と仲間の

「褒めて育てる方法は従が、そろばんがない」。川崎は「でも、いいことしてるじゃないですか」と反論して初めて気づく」と仲間の

「褒めて育てる方法は従が、そろばんがない」。川崎は「でも、いいことしてるじゃないですか」と反論して初めて気づく」と仲間の

米穀店 いづよね ⑦



来店者に銘柄米の特徴を説明する「いづよね」代表取締役の川崎恭雄さん＝神戸市東灘区御影塚町

昨年11月23日、川崎は神戸市東灘区原田の森ギヤラリーにいた。和服の普及イベントに「お米セミナー」の講師として登場。玄米食による自身の減量体験や美容への効果、銘柄米の種類などを軽妙な語り口で披露し「特技はダイエット、趣

（敬称略）
（大久保育）

◇次回から、立志編第2部として食品機械メーカーのアトラステクノサ―ビス(神戸市西区)を取り上げます。12日の掲載予定です。