

しんろ

回顧40周年 我が半生！

紺野 信 (こんの しん)

有限会社ワーク・セブン 代表取締役
福島市



福島市に第1号店が進出した1976年から数えて今年で40周年を迎えるにあたり、コンビニエンス・ストア「開いてて良かった！セブン-イレブン」の誕生から今までを振り返りたいと思います。

創業家の伊藤雅俊名誉会長は、もともと東京の下町で母と兄とで「羊華堂^{ようかどう}」という小さな洋品店を経営していました。店舗は関東大震災や太平洋戦争の東京大空襲などにより3度焼失しましたが、それにもめげず、終戦の1945年12月に53歳の母が立ち上がり、北千住の中華ソバ屋の軒下から3人で再々出発しました。家族で力をあわせ、商売を軌道に乗せましたが、戦後の物不足の時に定価販売を貫いた事が、信用に繋がったと聞いております。その後1956年に急逝された兄の跡を継いで、1958年に「ヨーク堂」を設立し、社長に就任しました。

1960年代になると伊藤名誉会長は流通業の新しい形態に興味を覚え、半年間、米国のあらゆる店舗を視察しました。資金も人材も無い無い尽くしの中、スーパー部門は時流に乗り順調に店舗を増やし、また、レストランチェーンのデニーズとライセンス契約を結びました。さらに1973年5月には、当時全米に4,800店のチェーン展開をしていたサウスランド社（米国セブン-イレブン）とのライセンス契約へと繋がっていきました。こちらの交渉担当は東京出版販売（現トーハン）から来られた現セブン&アイ・ホールディングスの名誉顧問・鈴木敏文氏で、当時ヨーク堂の人事部長を

していたそうです。交渉は困難を極めました、最終的には伊藤氏とのハワイ会談にて決定されたと聞いております。

チェーン本部の鈴木氏を代表とするアメリカ研修旅行チームが旅立って約2年後となる1974年5月15日朝7時、東京・豊洲に国内初のコンビニ「セブン-イレブン豊洲店」が誕生しました。スタート時は、シャーベット飲料「スラーピー」や「ハンドディップアイス」といった当時珍しいファストフードとともに、30坪の店舗に2,000種類の商品を揃えており、米国からやってきた長時間営業の「よろずや」といったところでした。資料によりますと、創業の会社ヨーク・セブン（現セブン-イレブン・ジャパン）は、4人の役員全員が有り金叩いて出資した1億円の資本金で設立、素人集団による新業態への挑戦が始まり、日本に新しい流通を築いて行くことになる訳です。店舗運営は、セブンイレブンの基本4原則（品ぞろえ・鮮度管理・清掃の徹底・接客）の徹底と変化への対応でした。

鈴木氏のお話では、当時社内ではコンビニ事業に対して大反対の声が強い中、信念で事業を推し進め、国内にフランチャイズ・チェーンを根づかせたそうです。当時は、ヨーク堂が出店する際は地元の商店街との協議があり、大型店と個人商店が共存出来ることを証明したいとの意向があったと述べています。米国では大型店のはず向かいにコンビニがあり共存しているのを目のあたりにし



て、国内でも当時低迷していた多くの個人商店を救済したいとの考えもあったのではないかと思います。

福島地区での開業は、1日500人程の客数からのスタートで、かなり厳しい船出でしたが、次々にヒット商品が出て、テレビCMが話題に上り流行語にもなったことで順調に出店が続き、現在福島地区では80店舗となりました。お客様も1店舗あたり1,300人超（全国では1日あたり2,000万人）にまで伸長していることは、お客様への感謝以外の何ものでもありません。

チェーン本部による加盟店の勧誘は酒屋さんが主でしたが、長時間営業・無休に対するオーナー家族の反対などがあり、本部も容易なものではなかったと察します。開業から3年程で24時間営業に移行しましたが、それまでの16時間営業より楽になったという意見が多くなり、深夜の売り上げよりも日中の売り上げが伸びるのは、不思議なものでした。

新会社名セブン&アイの「アイ（i）」は「innovation（革新）」と「愛」を表しますが、それに象徴されるように、ソフト・ハード面と流通の変革に取り組んだ鈴木氏の手腕により、次々とヒット商品を打ち出し、日本人の舌に合った美味しいおにぎり・おでん・調理麺・惣菜・焼きたてパンなどの変革をもたらし、更なるお客様の獲得へと繋がりました。これらは、私共フランチャイジーの期待そのものでした。中でも公共料金の支払い業務が飛躍的に伸びたのは、デフレの長期化で庶民の足が気軽なコンビニに向けた結果と考えます。

これまでの出来事で特筆すべきことは、親会社である米国セブン-イレブンの経営が悪化、一時ニューヨーク株式市場からの上場廃止という事がありました。この時にセブン-イレブン・ジャ

パンが親会社を救済し、数年後にはニューヨーク株式市場に再上場するというアクロバットをやり遂げたことです。このことは世界の経済学者からも称賛されました。

県内では、5年前の東日本大震災が発生した時です。それまでは、阪神淡路地震をはじめ、多くの天災の時でもセブン&アイのロゴマークを付けたヘリコプターにより、救援物資を輸送しました。店舗からの注文はどんな輸送手段でも納品するという約束事があり、過去にも船舶・ヘリ・バイク等で納品された事がありました。しかしながら「3・11」では、各食品工場の大打撃と東電の原発事故後の避難命令による、物流ドライバーとガソリン不足が発生したため、商品が入らない状態となり、パニックに陥ったお客様が押し寄せ、店内の商品が一時消えました。次の納品はいつになるかわかりませんでしたが、それでも社員達はおお客様の為に納品を待ち続け、「自分が残ります」と一晩中、店に残ってくれた事は忘れられません。家族の協力と従業員に感謝！感謝！です。

ここ5年間は復興・復旧の除染作業員の方々などが来福し、当社も飛躍的に業績を伸ばしました。顧みると、まさに走り続けてきた40年間でした。現在は人口減少と高齢化の中、変化に対応した店作りに取り組んでおりますが、今後は、地域社会への貢献と「近くて便利」な店をどこまで挑戦できるかが鍵になると思います。

鈴木氏は、「商売は心理学だ」と言っています。すなわち、①仮説を立てた発注 ②新しいものに挑戦せよ ③変化への対応ができないと取り残される ④ビジネスは、能力や努力だけでなく運も味方するので、運を呼び寄せる思考と行動をとる事 ⑤挑戦すれば、リスクが高まるが幸運と出会う確率も高くなる、と述べています。ご参考にすれば幸いです。