



昔ながらの商法に宿る恐るべきパワー

協中小企業総合研究所 主席研究員 坂東輝夫

環境やスタイルの変化がこう厳しいと、古いものがかえって新しく見えることがある。ビジネスも同じで、古臭いビジネスが意外と新鮮さをもって受け止められる場合があるらしい。

なぜ、こんなことを言うかという、リヤカーを引きながら豆腐を売る企業があるのを最近知ったからだ。東京の築地に拠を構えるというから、れっきとした東京の中小企業である。ラッパを鳴らしながら、豆腐の入った水桶を乗せたリヤカーを引いて、町内を売り歩くのである。

一定年齢以上の人なら、夕暮れ時の物悲しさに豆腐引き売りのラッパの音を重ねる方もおられるのではないか。昔懐かしい東京の下町風景である。今はスーパーでパックされた豆腐を買うのが当たり前のご時世だから、いまやこうした風情ある風景は消えてしまって、思い出の中にしか残っていない、と思い込んでいた。

ところが、なんとその豆腐の引き売りを専門とする企業が登場し、しかもファン（つまりお客さん）を増やしているというのだ。なんと、懐かしくも嬉しいことではないか。

この企業の創業者はもともと、地方の

伝統ある老舗の豆腐製造企業の跡取りだった。この老舗企業は有名百貨店に20を超す直営店を構えているというから、経営は安定しているのだろう。ところが、この跡取りがとんでもないことを始めた。「高コストの百貨店内ビジネスに明日はない」とばかり、老舗企業を飛び出して東京で豆腐の引き売り商売を始めたのである。

現在は都内に10店舗を構え、所有するリヤカーは70台。引き手も20代、30代のフリーター中心に約200人もいる。豆腐の行商だからといって、バカにできない規模だ。年商も4億円を超す。引き手（販売員は1日約18kmを6～8時間かけて売り歩く。典型的な対面販売で、お客と会話しながら、豆腐を売っていく。

「(客との)ふれあい」をモットーにしており、一見、効率とは縁がなさそうに見えるが、なかなかどうして。GPS（全球測位システム）や携帯電話を活用する「行商支援システム」を作成して、引き手の効率を高めている。その点だけから見ると、れっきとしたベンチャー企業だ。**行**商という昔懐かしい商売が出たから、もう一つ、お酒の宅配で伸び

ている企業を取り上げよう。酒類は重量物だから、昔は宅配が普通だった。ところが、こちら販売形態がすっかり変わって、いまや自動車ですべて種類を買っていく時代だ。そこに、宅配という昔懐かしい商法を復活させているのだから、やはりユニークだ。

お酒の宅配に踏み切った企業は、都内北区に本拠を置くから、こちら東京の中企業だ。以前は普通の零細酒販店だった。後継者の代になってから、安売り店に衣替えしたが、これは安売り競争に巻き込まれてしまい、成功しなかった。そこで、「ビール1本でも無料配達」をうたい文句に、酒類を宅配するという業態に転換、成長のきっかけを掴んだ。

都内全体を宅配できるようにするには、店舗網をキメ細かく張り巡らすことが必要だが、この酒販店は一気に70店を出店、都内23区を覆う店舗網を完成させた。もちろん、当初はほとんど赤字店だったが、今は110店舗のほんの一部だけが赤字店という実績。それより、一つの店舗が半径1.2kmをカバーし、注文を受けてから2時間以内に無料で宅配するという仕組みが受けて、いまや同社年商はなんと500億円を超える。

以上、目についた2つの事例を取り上げたが、いずれも引き売り（行商）と宅配という昔懐かしい手法が復活している様子がわかる。企業経営にとって、新規さを追う重要性はいうまでもないが、同時に昔ながらの商法を振り返ることも必要だろう。ただ、その場合、古い

商法にどう新しさを盛り込むかが勝負になることは言うまでもない。

それに考えてみれば、行商によるふれあいにしろ、重量物の宅配にしろ、高齢化社会のこれからは、ますます必要になることではないか。スーパーにも出かけられない高齢者に、ふれあいながら販売することの価値は、これから高まる一方だろう。重いものをつけない高齢者に、宅配がどれだけ救いになっているかは、最近多くの商店街が宅配機能を備えるようになったことにも現れている。

実は、7月下旬に都内で開かれたある中小・ベンチャーの会合に来賓として招かれた中川経産相は重要、次のようなスピーチを行った。「ニュービジネスの振興はもちろん大事だが、同時に古い産業・企業のパワーアップも大切だ。温故知新の精神でニュービジネスと古いビジネスをともに発展させていかなければならない。」

誠に中川大臣の言うごとく、古さの中に新しさがあり、新しさの中に古さが息づいているのである。現に、豆腐の引き売りを開発した企業は、そのシステムでビジネスモデル特許を申請したそうだ。しかも、ノウハウを蓄積した段階で、フランチャイズチェーン方式で全国に出店攻勢をかける考えだという。さらに、その先には株式上場も考えているらしい。宅配酒販店の年商500億円といい、古い商売は恐るべきパワーを秘めているというべきだろう。