

「ヤマナカは2022年で創業100周年」

ヤマナカ100年の物語 ④

昭和32年(1957年)、ヤマナカの名物「東海道」が誕生しました。今川焼を焼きたてで提供する「御座候」(兵庫県姫路市)の魅力に中野富七(創業者)の長男富彦がはれ込み、指導を仰いで、ヤマナカの店(正本町)で販売を開始したのです。北海道小豆を餡に用いた1個10円の菓子は抜群の人気を博しました。

ヤマナカが戦後、再開して10周年にあたる昭和35年(1960年)には、セルフ・サービス化に対応すべく、資本金を2百万円から5百万円へ増資し、店を大幅に改装しました。さらに箱は木箱で、味付けは木樽で小売店に納品される時代、お客様が商品をカゴに入れやすいよう、従業員が小分けして計量

し、ポリ袋などで包装をし直す作業も必要でした。従業員は包装に悪戦苦闘しましたが、改善を重ねるうちに慣れていきました。



春日井店の開店風景

昭和35年(1960年)12月3日、店は名古屋初のスーパーマーケット「ヤマナカ フードセンター」へ生まれ変わりました。対面販売とは違うセルフ・サービスの売場にまごつかないよう、富彦の指揮のもと、従業員はお客様の誘導に心を配りました。

昭和37年(1962年)には、スーパー2号店となる庄内店を西区に出店、以降、春日井店、勝川店、岡崎店をオープンし、チェーン化は着々と進展。これらと並行して、従業員の新規採用、スーパー化にふさわしい組織づくりも進められました。

「ヤマナカは2022年で創業100周年」

ヤマナカ100年の物語 ⑤

昭和40年(1965年)2月には第5号店となる岡崎店を出店し、成功をおさめたヤマナカでしたが、さらなる飛躍のために昭和40年(1965年)6月、体質改善を図る取り組みをスタートさせました。

当時専務だった中野富彦は、体質改善のテーマとして、「急速成長の体質づくり」「数値責任制度」等を掲げ、管理職の責任を明確化し、毎日、報告書を出させました。ラインの長である各店長には、部下への作業割当、教育と考課などの任務を明確化し、取り組みに不足がある場合は降格、異動させました。

社員一人ひとりについても同様でした。適正検査を実施し、

「適材適所」を徹底。教育訓練によって、知識の習得と実務への応用をサポートしました。富彦は「今にわかてもらえる時がくる」と考え、辛抱強く取り組みを継続しました。

改善の効果はてきめん表れ、9期(昭和40年7月～41年6月)の売上高は124.1%、純利益は228.8%(いずれも前期比)も成長したのです。昭和43年には、富彦は社長に就任しました。

当時は「流通戦国時代」と言われ、業界再編が進んだ時代でもありました。大手スーパー、百貨店資本に対抗すべく、富彦は東海三県の食品スーパーに大同団結を呼びかけ、昭和45年(1970年)、「中部スーパーマーケットグループ」を結成。商品の共同仕入れや共同開発、共同配送などを実現させました。



「ヤマナカは2022年で創業100周年」

ヤマナカ100年の物語 ⑥

昭和48年(1973年)、第四次中東戦争が引き金となって「石油危機」(第一次オイルショック)が起こり、消費者の不安心理が高まり、買い急ぎや物資不足を招きました。世間では砂糖、醤油、小麦粉、せっけん、トイレtpーパーなどを求めるお客様が、開店前から長蛇の列をつくらせ並びました。

ヤマナカの商品部は平常の取引先のほか、ありとあらゆる関係先にも協力を求めて商品の確保に奔走しました。価格についても、牛肉を市価の30~40%で販売するな

ど引き下げに挑戦し、ヤマナカの「安売リ」は新聞が取り上げるほどでした。このような対応は自社の努力はもちろん、卸売社など取引先との厚い信頼関係があってこそ実現しました。

一方、昭和49年(1974年)2月には、かつてない総勢12名の規模で、米国、欧州への研修を実施。店舗の「清潔さの徹底」をはじめ、販売、陳列技術、接客サービスなど、世界の最先端をゆく現場の視察を通して参加者はみっちり学び、その貴重な経験は後々の経営や店づくりに役立てられました。

昭和50年(1975年)3月22日、創業者の中野富七が七十九歳の生涯を閉じました。告別式には多くの人々が参列し、身ひとつから「商い一筋」に、会社の礎を築き上げた故人との別れを惜しみました。

