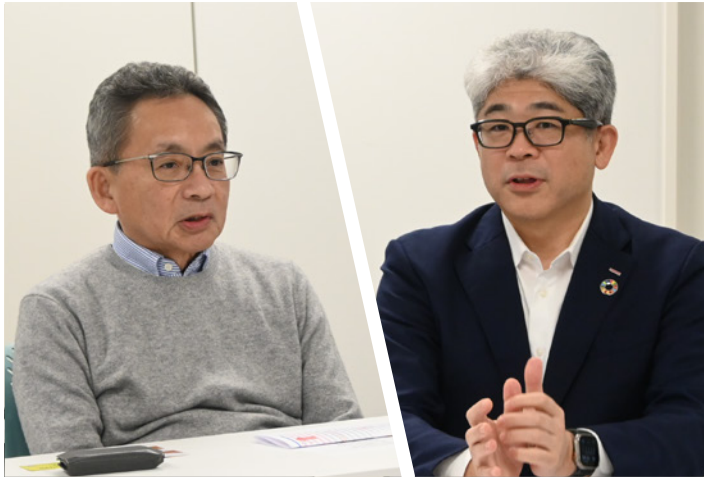


# 株式会社 カクヤスグループ

**事業内容**：「なんでも酒やカクヤス」を運営しており、酒類を中心に、飲食店と一般家庭の両方に商品を届ける配達サービスを行っている。

**創業**：104年



取締役会長 佐藤 順一さん（左）  
代表取締役社長 前垣内 洋行さん（右）

## ■長寿の秘訣や大切にされている考えなどをお聞かせください。

前垣内社長）我々の特徴としましては、お酒を中心とした小売業として、飲食店のような事業者様だけでなく、一般のご家庭にも販売するという、どちらかに分かれる中で両方を事業として行っています。現在創業100年を超え、5年ほど前に上場を果たすことができました。

佐藤会長）酒類販売の免許制度によって2003年まで新規参入が無く、国が酒税を滞りなく徴収するためにこの業界は守られてきました。その後、免許制度が緩和され、新規参入が可能になったことで競争が激化しました。

お酒の差別化は非常に難しく、価格競争に入る会社が多い中で、「誰にも真似されないサービス」を作ったことが生き残れた一番大きな理由だと思います。

例えば、郊外のディスカウントショップに対抗するため、「時間」「ロット」「エリア」の3つの制約を取り除き、「23区どこでも、1本から2時間以内（現在は最短1時間）に無料でお届けする」という仕組みを作りました。周りからは「採算が合わない」「馬鹿げている」と言われることもありましたが、しかし、「お客様のご要望に「なんでも」応えたい」という思いから、今の物流網を構築しました。

今あるサービスは真似される可能性があります、

これから作るサービスは真似されない。だから、最初に新しいサービスをリリースして、誰かが真似したらまた新しいサービスをリリースする。

例えば、100人に聞いて99人がそんなサービス要らないと言っても、たった一人嬉しいと言う人がいるのであれば、人口の多い東京で見れば多くの人が支持してくれる可能性が生まれます。

だから、大きな違いじゃなくてもいいから、ほんのちょっとしたお客さんが喜んでくれそうなことを生み出し続けるというのがカクヤスの強みです。

## ■これから先の次世代に対するお言葉をいただいてもよろしいでしょうか。

佐藤会長）私の今までの経験上、何か新しいサービスを考えているときにコストの計算はしてはいけないということ。要はコストの都合を考え出すとサービスがすごくつまらないもの、ありきたりなものになります。だから、まずはコストは考えません。

最初は匂いと勘（直感）。「これならお客さんに絶対に喜んでもらえる」「こんなものがあつたらカッコいい」など。そこにかかるコストをどう合わせるかは「知恵」ではないでしょうか。

前垣内社長）“変わる”ということが本当に大事だと思います。

世の中の仕組みの変化にいかに対応し躊躇せず変化できるか。必要に駆られたらすぐ行動し、成功するまでやりきる。それがこの会社が今ここにある理由のかなというように思います。



なんでも酒やカクヤス 王子店