

ダイエーが流通業界の花形だった1980年代の話だ。

創業者の中内功氏

は、取引銀行に決算

の説明に行く朝、入れ歯にひびが入るトラブルに見舞われた。

秘書を務めていた恩地祥光氏は銀行に向かう社用車の中で、中内氏から、午前8時の東海銀行は入れ歯なしで行くが、午前9時の富士銀行までに修理してくれと命じられた。

ネットが普及していない時代、早朝に歯医者を見つけるのは大変だったろうが、時間通りに入れ歯を治したという。

恩地氏の臨機応変な対応に感心するが、「仕事の納期を厳守する」というビジネスに不可欠な要素を身に付けたという、プラス思考に



論説委員

倉貫 浩一

## ダイエーが残したものの

も驚いた。

高度成長期の企業経営者はこんな無理難題を命じること多かつたのだろう。ただ、それをこなすことが、社員自身の成長につながると実感できた時代でもあった。

業績悪化でイオンに買収された「ダイエー」の屋号は2018年にもなくなる。

人材の流出は進んだが、ヘッドハンティング会社のサーチファーム・ジャパン社長の武元康明氏は「ダイエーOBは、転職先の企業で評判がいい」という。

「現場重視の経営で構想力や創造力が養われた人材が、変革が求められている今も活躍している」と分析する。

「良い品をどんどん安く」という中内氏の流通革命は、多くの人材も残したのだと感じた。