

プロセブン

3

行商生活

苦心の末、生まれた耐震マットだが、当時は世間にも同種の製品がなく、販売に苦労した。小玉は既に50代半ばになっていたが、愛車のカローラに耐震マットを積み、現金取引で行商する

生活が続いた。電話帳で顧客となる事業所を探し、アポイントを取る日々。「アポは10時半からしか入れない。10時にならないと地元のスーパーが開かないので、ひげが剃れないんだ」と、当時の苦労を振り返る。先は見えにくい毎日だったが、必死の営業もあり耐震マットの販路は徐々に広がっていった。

販路を大きく広げるきっかけとなったのが、2004年に引越し会社のアー



正直営業に多くの支援者

引越し大手が採用



地震波をモチーフにしたデザイン。地震実験車に必要なら、田寿男に「実はお金がないんです。現金取引でお願いできないでしょうか」と、正直に相談した。思わぬ告白に驚いた寺田だが、小玉と会社に可能性を見いだしたのだらう、現金取引に快く応じた。アトがテレビなどで耐震マットサービスを大きく宣伝したこともあり、同社の知名度も急上昇した。

トコーポレーション(大阪府大東市)が顧客の家具に耐震マットを取り付けるサービス。寺田は「この購入に際しても

地震実験車を購入

耐震マットの効果を感じ、05年には地震実験車を購入した。この購入に際しても

寺田会長から支援があった」と小玉は打ち明ける。地震実験車に必要な車体や部品を作るメーカーは大手ばかりで、中小企業である同社はまったく相手にされなかった。メーカーから引越し用の車体を何台も購入しているアトコーポレーションが間に立つことで、格安で地震実験車を購入できた。実験車の車体には波線型のデザインが入っているがこれも寺田の発案。「創業の原点を忘れな

いように」との思いを込めて、阪神・淡路大震災時の地震波をモチーフとしたデザインになっている。

小玉は「寺田会長も一から事業を興した苦労人だから助けてくれたのだらう。本当にありがたい」と感謝する。寺田も含めプロセブンの立ち上げ、発展には多くの支援者がいた。彼らを引きつけたのは、何事も包み隠さない小玉の性格にあるのだらう。小玉は「お金がないと言つのは恥ずかしいが、うそを言つのは良くない」とはにかむ。大企業のトップ営業マンから、どんな生活まで味わった小玉だからこそ、正直であることの価値を心底理解している。ビジネスの義理と人情が薄れている時代だからこそ、小玉の「正直力」が輝きを増している。

包み隠さず

寺田の数々の支援について

(敬称略)