

社名を変更、多店舗展開

勇者の挑戦

ぎふ財界人列伝

バローホールディングス編

創業から2年の赤字を経て、伊藤喜美の「主婦の店」は黒字転換した。1960年代に入り、伊藤は会社のあるべき姿に思いを巡らせた。「創造・先取り・挑戦」を経営理念に掲げ、これを実践するように店舗開発に力を注いだ。

経営コンサルタント渥美俊一主宰の「チェーンストア経営研究団体」ペガサスクラブ」に参加していた伊藤は、そこで大きな刺激を受けた。ダイエーを興した中内功ら小売業のトップが顔をそろえる中、渥美は「店を百に増やし



社名を「バロー」に変えた当初の社旗

草創期

◇◇2



バローの成長の原動力になった開店当時の「恵那ショッピングプラザバロー」= 恵那市大井町



創業の地・恵那市で建て替えられた「バロー恵那ショッピングセンター」
＝6月16日

て、流通革命に挑戦せよと鼓舞した。新店舗の拡大でチェーンストア化にかじを切り、63年に明智店、67年に中濃店、68年には恵那で2店目となる新恵那店を開店。さらに69年に関店と八幡店を開き、東濃地区から中濃地区へと橋頭堡となる店舗を配置していった。

70年代、伊藤の頭には社名を変える構想があった。「もっと飛躍する会社にするためにも変えなければ」と考えていた。新たな社名は「バロー」。ラテン語に由来する。伊藤が社長室で毎日のように辞書をめくり、探し出したのが、「勇ましい者」「武勇」の意味

で「勝利のビクトリーのVにもつながる」というバローだった。字数が多いと感じ、原語の「o」と「r」の間に入っていた「u」を抜いて「Valo r」とすることにした。「ダイエーのように濁点があり、力強い。会社を再構築していく意味で良いと判断した」。

多店舗展開を進める中、「主婦の店」1号店は軌道に乗り、店が手狭になったため、同じ恵那市の駅前通りに出ることになった。そしてバロー成長の原動力となった本格的なショッピングセンター「恵那ショッピングプラザバロー」を開設する。家族で楽しく買い物をし

たいというニーズをつかみ、それをかなえるために専門店を入れる。モータリゼーションの進展をにらんで駐車場を完備した店づくりを計画した。

国内経済は右肩上がり、人々の暮らしにゆとりが生まれ、豊かさを追い求めていた時代だった。伊藤はニーズを敏感に先取りし、大型店建設を目指してプロジェクトを発足させた。店舗面積は約6千平方メートル。商店街にあった主婦の店の約10倍もの広さだった。直営の食品売り場のスーパーマーケットと、専門店が35店舗ほどテナントとして入った。道路から車がスロープを自走して屋上に向かう駐車場も設け、約200台分を確保した。

74年4月26日、恵那駅前商店街から数百メートルの場所に待望のショッピングセンターを誕生させた。恵那市初の本格的なショッピングセンターだった。開店当日は「中央線やバスの乗客は皆バローに向かった」とまで言われた。成功を収めた店舗となり、後に全国展開の百貨店が岐阜市に開店するまで、県内の売上高最高の店舗とされた。

その後も、食生活の変化に合わせて食品売り場を拡張した。スーパーマーケット事業を通して自信を手に入れた伊藤の挑戦は続く。多店舗展開に向けて「5年後にスーパーマーケットを50店舗、営業収益500億円を一緒に目指さないか」と、長女と結婚し、当時大手メーカーにいた田代正美に打診した。(敬称略)