



イーサポートリンク株式会社

システムと業務受託の両輪で 生産者と小売との営業成立後の サポートも可能

生鮮青果物流通のシステムを提供している会社ならばいくつもある。しかし、業務受託まで行なっている企業はイーサポートリンクを除いて他にない。日本の主要な小売業とはほとんどつながっており、生産者が直接取引したら相当な手間とコストを要する業者でもすぐに取引が始められる。しかも、高額な固定費タイプではなく、使用した分だけの変動費で運用できる。そんな事業を展開する同社代表取締役社長の堀内信介さんにここに至るまでの経緯と現在の取り組み、そして今後の展望を聞いた。



2001年開業。生鮮青果物流通にかかわる業務受託事業を始める。翌02年からはシステム事業も展開。中間流通を中心に青果物の生産者から小売までをカバーするサービスを提供している。06年、大阪証券取引所「ヘラクレス」市場へ上場。

〒171-0033
東京都豊島区高田2-17-22目白中野ビル4F
URL : <http://www.e-supportlink.com/>



イーサポートリンク(株)
代表取締役社長
堀内信介さん

1955年東京都生まれ。77年学習院大学法学部卒業後、(株)トーカンへ入社。83年協和薬品(株)に移り、取締役。96年同社専務取締役営業本部長兼管理本部長。98年(株)ケーアイ・フレッシュアクセス取締役副社長。2000年イーサポートリンク(株)取締役を経て、04年より現職。

取材=永井佳史、文=鈴木工、写真提供=イーサポートリンク(株)

——御社の概要を教えてください。

もともとは米国のドールやニューージーランドのゼスプリ、住商フルーツといった世界的果実生産企業の日本国内におけるサプライチェーンマネジメントの仕組みづくりをするために設立し、その情報インフラである「イーサポートリンクシステム」を開発しました。当初はこうした輸入青果物を中心に扱っていましたが、現在では国内の市場流通を含めた運営をしています。

事業の柱は大きく二つあり、一つがシステムに関するものです。生鮮青果物は工業品と異なり、品質、色、サイズが均一ではないため、JANコードのような商品管理の共通コードが付けられません。そうなるとう流通の動きをデータ管理するのが難しく、情報伝達やオペレーションが生産者は生産者、小売は小売と各自ばらばらで、コストも余計にかかっていました。それを当社が開発した同一のシステムを通じて、生産者や小売などが情報を共有して業務の効率化を図っていただくというのが骨子になります。2009年1月からはインターネットを介した「生鮮MD(マーチャндаイジング=商品調達戦略)システム」もリリース

し、小売業や納入業者に利用していただいています。

——もう一つの柱はどういったものでしょうか？

業務受託事業です。業務受託といっても実作業を請け負うわけではありません。先ほど説明したオペレーションを効率良く回すために、生鮮青果物流通に精通したスタッフが顧客の代わりに情報を管理して判断や指示を行ないます。たとえば、生産者が小売と取引するのであれば、注文を自動的に受けて、「店舗や仕分けセンターにどの商品をどれだけ出荷してください」という指示を代行したり、指定口座への入金を確認したら残高を伝えて売り掛けの代行をします。これを24時間365日のサポート体制で対応しています。

このように、システム事業と業務受託事業の両面で事業展開をしている企業は当社を除いて他にありません。

——御社のシステムを利用することで、生産者はどんなメリットがあるのでしょうか？

当社は、ドールやゼスプリといった有名ブランドの生鮮青果物を扱ってきたことで、日本の主要な



イーサポートリンクは日本の主要な小売業とほとんどオンラインでつながっており、生産者が直接取引した相当な手間とコストを要する量販店でも、「イーサポートリンクシステム（受発注から納品・請求に至る一連の活動に対する手段）」を用いてすぐに取引が始められる。

小売業とほとんどオンラインでつながっています。ですから、生産者が直接取引したら相当な手間とコストを要する業者でもすぐに取引が始められます。また、JAクラスの団体が中堅以上の小売と取引する場合でも、単品契約が多いので通常は2、3カ月で終わってしまいますが、口座を開くだけで200万円ぐらいを用意しなければならず、固定費も看過できるものではありませんでした。それが当社の場合、「受注代行」「計上代行」「需給調整代行」「手配代行」などの必要な機能のなかから使用した分だけを請求する変動費タイプのため、固定費にならずに済みます。こうして初期投資をかけずにすぐさま運用できることが最大のメリットです。さらに、小売業へ直接売り込もうとすると、1シーズンにどの店舗からどれだけの発注量があり、実売がどの程度だったかまで把握しておかないと、翌シーズンにマーケティングする際の情報が残りません。その意味で数値を確認するツールとしても役立つことができると思います。

——家族経営の規模で利用している人はいますか？

組織単位では結構ありますが、まだ多いとはいえません。ただ、前述の利点から考えると、これからは利用者が増えていくのではないのでしょうか。

——御社のシステムの利用が小売業との取引に直結することはあるのでしょうか？

紹介業をしてしまいますと業務が仲卸と変わらなくなるため、むしろ当社のシステムを利用することで飛び込みで行って商売が決ま

ったらすぐに取引ができる、という使い方をしてほしいと考えています。生産者が自ら値段を決める活動こそ重要だと思いますので、そうした意欲を持った人が積極的に使っていただければ幸いです。

——反対に、小売側が「この人と直接取引したい」というようなケースは今までにありましたでしょうか？

はい。当社のシステムを採用している大手スーパーでも、個別店舗単位でそういった利用があります。しかしながら、損益を計算する必要性が生じてくることから、消化仕入れの仕組みが新たな機能として求められます。具体的には、レジを通った分だけ毎日決済し、生産者の人には「今日これだけ売れましたので、お支払いはこうなります」と通達するとともに販売のデータ管理まで行なうといったものです。そういったシステムがあれば、もっと多くの生産者が利用可能になりますし、小売の担当者もこれだと思えば商品を店舗に並べて地産地消の売り場を作ることができます。こうなったらお互いにハッピーです。とはいえ、小売側からすると、安全の基準が個人単位になってしまい、そのチェック体制をどう築くかがポイントになってきます。

——商品の安全性の話題が出ましたが、御社で開発した「農場物語」もそれに関するシステムだと聞いています。詳しく教えてください。

食の安全性が注目される昨今、農薬取締法やポジティブリスト制

度が施行され、農薬は今まで以上に細かい管理が要求されています。そこで、農薬の管理にかかわる手間とコストの問題を解決すべく、「農場物語」を開発しました。生産者は栽培の計画や実績をパソコンに入力することで、農薬の使用における法的な適合性の確認や誤使用の防止に生かれます。また、数値で安全性が示せるわけですから、販促ツールとしても期待が持てるでしょう。同時に、その情報がインターネットで公開されるため、消費者は生産者情報や農薬の使用履歴をチェックすることもできます。もともとはJGAP（日本の農業生産工程管理手法）レベルの農場の運営を手伝いたいと開発したシステムで、今現在、普及に努めているところです。

——これから御社と取引を始めていこうとしているというカルビーポテトは「農場物語」を採用していく方向なのでしょうか？

「農場物語」はきっかけに過ぎないと思います。カルビーポテト社はもとより、契約生産者のみなさんも相当なノウハウと大きなデータベースを持っています。それはすばらしい財産です。当社としては、その財産をいかに生かしていくかの仕組みづくりで協力できればと思っています。今後は、「農場物語」をはじめ、提供できるソリューションを提案し、パートナーとして取り組んでいければと考えています。