

Top Interview

インフォマート 代表取締役社長
村上 勝照氏に聞く



村上 勝照(むらかみ かつてる)
1998年会社設立前は、建築・不動産の営業として経験を積んだ。
2005年にはニュービジネス大賞特別賞を受賞、06年8月には、東証マザーズ市場への上場を果たす。高校時代は山口県立宇部商業高校の野球部で活躍、夏の甲子園でベスト8まで勝ち進んだ。

外食産業における日々の受発注業務を効率化し、コスト削減やスムーズな情報交換に貢献するビジネス展開で、食品業界以外からも熱い注目を寄せられているインフォマート。B to Bビジネス取引におけるインターネットの普及をいち早くとらえ、業界のニーズにスマートに対応してきたその事業と今後の展望などを、同社代表取締役社長の村上勝照氏に聞いた。

聞き手・本誌編集長 宮崎文隆

フード業界で支持を得たB to Bの仕組み

医療・美容業界のビジネスインフラに「スマート革命」を

フード業界No.1の取引システム

宮崎 御社は、フード業界を中心にB to Bプラットフォーム(企業間電子商取引)を提供していらっしゃいますが、スタートからの御社の展開についてお聞かせください。

村上 フード業界において「売り手」と「買い手」の間で、マッチングしようということで事業をスタートしたのが1998年、今から13年前のことになります。それから4年ほどで約3,000

社に及ぶ規模の数に発展してきたわけですが、参加企業の入れ替わりが激しくなってきました。その原因をいろいろ尋ねてみたところ、日々の業務を効率化する仕組みづくりが必要であるということが分かり、「受発注業務」を効率化させるべきだということに行き着いたわけです。当時の外食業界の受発注は、ほぼすべて電話かFAXでやり取りされていました。そのため、未発注や誤発注などのトラブルが日々生じやすい環境だったわけです。その環境を改善できるシ

ステムを、既存の取引先との間で活用したいという声を多くいただき、2003年ごろから外食チェーンを中心に受発注システムを構築し拡大してきました。外食チェーンは順調に運びましたが、個店取組みがなかなかうまく展開できずにいたところに、卸店からの個店との受注システムに関するご要望が増えてきました。

B to Bの取引における日々の業務の仕組みを効率化してご提供するのが、当社の強みであり得意分野です。

宮崎 03年ごろにマッチングサイトが衰退してきた中で御社が生き残り発展をし続けられたのは、リアルな業務フローと店舗現場のニーズをしっかりとつかんでいたからでしょうね。

村上 時代的にも企業がインターネット環境でビジネスをつなぐことが当然になってきたということも幸いしました。タイミングよくニーズをつかみ、広げることができました。この食品業界向けのサービス「FOODS Info Mart(フーズインフォマート)」は、現在約25,000社の企業様にご利用いただくまでになりました。外食チェーンは、大手卸企業から地域卸企業と取引が多岐にわたっていますが、双方の作業が軽減、効率化したことに対し、評価をいただいております。主軸のサービスは、「ASP受発注システム」、「ASP規格書システム」、「ASP商談システム」、そして10年に新しくスタートした「ASP受注・営業システム」です。これらはすべて、目的に応じてシステム化しており、取引額は6,200億円、フード業界No.1の取引システムです(取引システムについては下図を参照)。

コスト削減を実感できる低価格

宮崎 外食不況といわれた時期もありましたが、やはり御社にとってもそういう時期は厳しい状況だったのでしょうか。

中島 当社はシステムサービスなので、それほどの大きな影響はありません。外食業界の売上に比例して課金されるシステムではないので、外食不況に影響を直接受けることは少ないですね。

お使いいただくお客様にもこのシステムを導入することを気軽にご検討いただけるよう、低価格でご提供しています。

宮崎 料金体系について教えてください。

村上 外食チェーン向けと卸店向けでは料金体系が異なります。その中で、外食店舗は一店舗月額1,300円の定額制、本部は月額1万8,000円という低価格でご提供しております。企業と企業をつないで結び、社会のインフラをつくり出し運営する事業者であるという自覚を持っているからこそ、利用料はできるかぎり低価格に

抑えることで、多くの企業が参加しやすくなるように努めております。

宮崎 ずいぶん手軽な料金ですね。ここにコストを投入しても、それ以上のコスト削減につながるという結果があるからこそ、拡大してきているのでしょうか。お客様の反応をお聞かせいただけますか?

村上 具体的な成功例はたくさんありますね。仕入れのコスト削減ができるという声が多い。システム化することで、無駄なコストがかかっていることが明確になり、すぐにできるコスト削減が可能となっているようです。また、月次締めに関する作業のスピード効率が上がる、電話・FAXなどで起きていた「聞き取りミス」、「書き取りミス」、「紙切れ」などがなくなるなどという点もたいへん評価いただいております。

30店舗以上の規模のチェーン店になると、過去の伝票を何年分も保管するのに、ものすごいスペースを使用している場合もあります。そういうものをすべてペーパーレスで管理できることで、その分のスペースをほかのものに有効活用できるという利点は、たいへん大きいのではないかと

FOODS Info Martシステム

1. ASP受発注システム

外食チェーンの発注から支払金額確定までネットで総合管理する

2. ASP規格書システム

フード業界標準の品質系情報「商品規格書」を電子化することで、食の安全対応がスピーディーに行える

3. ASP商談システム

商品情報をデータベース化し、購買・営業ツールとして商談業務の効率化が実現する

4. ASP受注・営業システム

データ受注、電子カタログによる業務効率化、改善、売上拡大が実現する

*ASP=Application Service Provider (ビジネス用のアプリケーションソフトをインターネットを通じて顧客にレンタルする事業者のこと)

思っています。

削減した分のコストで、別の部分のクオリティを高める余裕が生まれる。そういう部分をさらに充実させることで、業界の活性化につながるようなサービスを提供していきたいですね。

「買い手」「売り手」の両方にとってメリットのある環境を提供したいという思いで、常に取組んでいます。

医療・美容業界への横展開の実現

宮崎 フード業界中心に展開してきた御社の事業を、11年3月より医療・美容業界へと拡大されましたが、何かきっかけがあったのでしょうか？

村上 もともと、業界の横展開は視野に入れてはいましたが、今回の件はその業界の卸店からの問い合わせがきっかけでした。当社のビジネスは、卸店の受注システムをASP型で貸し出し、各個店から受注を受けるといふこと、また取扱い商品を電子カタログにしてお客様に開示するという仕組みを貸し出して展開しております。このような手法に興味を持

たれた動物病院や美容院関連の卸店より、お問い合わせをいただいたのです。このお問い合わせがきっかけとなり、フード業界で展開した「FOODS Info Mart」のノウハウを生かし、医療業向けの「MEDICAL Info Mart (メディカルインフォマート)」、美容業界向けの「BEAUTY Info Mart (ビューティインフォマート)」を11年3月からスタートしました。関連企業からのお問い合わせなども多く、おかげさまでたいへんよい手応えを感じています。

宮崎 動物病院から始まった横展開ですが、こちらは通常の調剤や病院にも展開できるのでは？ Dg.S (ドラッグストア)も調剤薬局も、マスターが統一されていないことも多く、取引企業が多い業界なので整備できていない問題がたくさんあります。Dg.Sや調剤薬局にこそ、御社のこのシステムのニーズがあるように思います。

中島 そうですね。実際にお問い合わせもいただいています。業界による特有のやり方などがあるので、そのギャップを縮めながら、どう展開するのが最良かを検討しているところ

です。

宮崎 では、これからは広げられた新たな業界の中で、買い手も売り手も参加者をどんどん増やしていかなければならない時期ですね。

村上 今は卸店を中心に既存の取引先に限定して展開している状況です。現在の展開がある程度定着したら、その次の展開に移っていきたいと思っています。

業界の横展開は実現できたものの、いまだにフード業界にも解決しなくてはならない問題がたくさんあるのも事実。たとえば食品メーカーからの商品やキャンペーンなどに関する情報は、いまだに紙ベースで送られてくるものがほとんどです。それもあって、卸店への情報提供が立体的にできていない。それぞれでの商品コードなどが統一されていないということもあり、情報のマッチングが行えていない状況です。また、写真付きのカタログがあれば、飛び交うサンプルの無駄を解消することもできます。

まだまだ効率化できるところはたくさんあり、当社はそういうビジネスインフラを整える仕組みづくりをこれからも積極的に提案していきたいと考

えております。

宮崎 マスターが統一されて母数として分析できれば、データベースマーケティングの提案まで可能性が広がりますね。エリアマーケティング、店頭起点の情報の分析など、業界活性化に役立つデータがどんどん構築されていくのは、強力な武器になりますね。

海外進出、そして人材育成への取組み

宮崎 今後の方向性についてお聞かせください。

村上 私がこの事業を始めた時に描いていたビジョンがありました。まずはフード業界中心に展開、ある程度軌道に乗り実績が示せたらそれをフード以外の業界へと広げていく。フード業界の展開からスタートした当社が培った仕組み、やり方を、他の業界に広げていきたいという展望で、これについてはお話ししたように医療・美容関連への取組みを11年開始したところです。

われわれの行っているビジネスが、従来の日常業務をいかに効率化しコスト削減につながるかということ武器に、海外へも進出し複数業界での実績を重ねB to Bビジネスのプラットフォームを構築・確立できたら、世界的に必要としていただけるような展開にしていきたい。現在はその夢の途中ではありますが、約14年で描いたビジョンは着実に実現してきています。

09年にこのシステムが海を渡り、中国フード業界向けに「CHINA FOODS Info Mart (チャイナフーズインフォマート)」をスタートしました。海外事業はまだ始めたばかりで試行

錯誤の連続ではありますが、ここでひとつのプラットフォームを確立できれば、言語を変えてさまざまな国に広げていける可能性がふくらみますから、この挑戦はしっかりと勝ち取れるよう取組んでいるところです。

果てしない夢を持って、「Info Mart」という社名でスタートしました。「Info Mart」をさまざまな業界、分野、場所(国)に展開していきたい。「○○ Info Mart」を広く展開させたいですね。

宮崎 業務が拡大し多岐にわたってくると、社内組織能力をどう高めていくかという点や人材育成などにも変化があると思いますが、その点に関する取組みをお聞かせください。

村上 現在、約240名の従業員がおります。数年前までは即戦力としてビジネス経験のある中途採用を中心としておりましたが、3年前から新卒採用に切り替え、11年は9名の新入社員を迎えました。3年目を迎える社員も、辞める者も出ることがなく、皆が期待以上に成長し活躍してくれています。

手さぐりではありますが、新卒採用を機に社内研修制度を充実させていきたいという思いを新たにし、教育体制の強化を図っています。社内教育のための部署を3年前より新設、新入社員研修制度はもとより、部課長研修なども実施し、仕事への責任感を高めることによる質の向上を目指してこれまでは、営業主体で行っていたビジネスを、今後はテクノロジー主導で行っていけるようにしたいというのも、この社内教育制度を充実させたことに関連しています。

宮崎 テクノロジー主導の展開の実現といえば、スマートフォンを活用した新サービス「スマ for 店長」が12

月からスタートします。

村上 はい、実は稼働前にすでに先行で実施しているところもあり、おかげさまでたいへんご好評をいただいております。「スマ for 店長」というのは、店舗の発注・検品・棚卸しなどのバックヤード業務をスマートフォンを利用していつでもどこでも簡単に行えるという当社の新サービスです。その名のとおりに、店舗のバックヤード業務がたいへん「スマート」に管理できるものです。

飲食店従業員は若い人たちがとても多いので、きっとカッコよく使いこなしていただけるのではないかと思います。スマートフォンはものすごい勢いで普及していますが、仕事で使う機会は飲食店などではあまりないかもしれません。これが仕事のシーンで有効に活用できたら、本当にスマートだと。このサービスは、材料の一括発注機能のほかに、取引のスケジュールを記載したカレンダーや取引伝票を一覧できる仕入れ管理機能も備えており、在庫状況を見ながらスマートフォンから直接材料の発注や検品ができる。業務の効率化はもちろんミスの防止にも役立ちます。

若い店長が、スマートフォンを片手にテキパキと業務を効率よくこなしている姿は、とてもスマートでカッコいいと想像しますね。

宮崎 たいへん躍動感のあるビジネス展開にこれからの広がりを期待しています。ありがとうございました。



代表取締役社長 村上 勝照氏



取締役経営企画本部長 中島 健氏

インフォマート

本社所在地/東京都港区芝大門1-16-3
芝大門116ビル
代表者/代表取締役社長 村上 勝照
設立/1998年
従業員数/243名(2011年9月末現在)