

# ビジネス千里眼

この人に聞く

## ネットです「生中継競り」

### 生鮮食品 落札後スピード直送

道内ベンチャーの生鮮食品卸いずみホールディングス（HD）、札幌が、卸販売とインターネットを融合させた新規ビジネスで、取引先の飲食店を増やしている。ネット上で行う「生中継競り」では、落札後5時間以内は札幌の購入先へ配達するサービスも導入、鮮度の高い生鮮品を求める顧客ニーズをつかんでいる。「流通に新しい価値をつける」と語る創業者の泉卓真社長に、今後の展望などを聞いた。

「生中継競り」とはどんな仕組みですか。  
 子会社の日本卸売市場が2014年夏に始めたネット上の競りで、日・祝日などを除きほぼ毎日午前11時から開いています。社員が道内の生産現場などを訪ね、出品する野菜や魚を撮影し、ネット上で5分程度生中継します。収穫や水揚げ作業が映し出され、

#### 札幌なら5時間

落札から配達までの流れは。  
 「競りは午後5時に締め切り、高い価格で入札した順に落札となります。落札された生鮮品は主にHD傘下の物流会社が配送し、札幌であれば5時間以内、札幌以外でも国

内なら翌日までに届けます。昨年9月に始め、今までの5時間を超えたことはありません。しきで船が出漁しなかったり、不漁により生中継できなかった日はあります。生中継以外の卸販売はあつたのですか。  
 「生中継競りはあくまでサブリースの一部で主体は日本卸売市場のサイトを通じた卸販売です。うちの強みは生産者から消費者に食品を届けるまでの中間流通を省いた点。食品流通は荷受けや集荷、管理、出荷などの過程それぞれに業者が介在し、価格の上昇や鮮度の低下が生じます。その業務を極力自社で担い、ネットに市場を設けて取引を可能にしたことでコストや時間を削減できました。道内各地の漁協やメーカー、札幌中央卸売

市場も重要な仕入れ先です。どれくらいのコスト削減効果がありますか。  
 「品目にもよりますが、例えば魚だと、生産者が出荷した時の価格は、飲食店などが仕入れた時には少なくとも3倍以上に膨らんでいます。日本卸売市場を使うことで複数の中間業者を省けば、おおよそ生産者の手取りが20〜30%増え、取引先の仕入れ費用は10〜20%削減できます」

卸はサービス業  
 「25歳で水産卸会社を創業した経緯は、高校卒業後、回覧すし店で働きました。お客さんに喜ばれることなら何でもやろうと、地域の一番店を目指し必死に働きました。同業他社に引き抜かれ、いくつかの会社を巡って気付いたのは、同じ回覧すしでも安くて人気の店もあれば、高くて人気の店もあるということです。社会の求めに応える方法はさまざまなんだから、回覧すし店を培った食の知識や人脈を生かし、資金がない自分でもできる商売は何かと考え、水産卸を選びました。卸売りの解決できる問題がたくさんあると感じていました」

## いずみホールディングス 泉卓真社長（38）



まだ取引先のない44府県に販路を広げ「日本を代表する生鮮流通会社になる」と語る泉社長

1987年、札幌市で10年ほど生鮮食品の卸業に従事。札幌中央卸売市場を代表する生鮮流通会社として、現在、従業員60人、16年1月期の売上高は前期比25%増の35億円。

### 質問!

- 座右の銘 「万物すべて己の師 万事すべて己の責任」。住宅メーカー土屋ホールディングス（札幌）の土屋公三会長を塾長とした経営塾「人間社長塾」で教わった言葉。
- 趣味 一人旅。世界遺産や大きな建造物がある街が好き。とにかく街の中を歩き1日8時間ほど歩くことも。今まで一番楽しかった旅先はニューヨーク。
- 好きな本 経営に関わるものを中心に毎日、寝る前や移動中に必ず読んでいます。最近読む冊数が減りましたが、月に10冊以上は読む。

「目指すのは、卸という流通業をサービス業として認知される企業になることです。昨年12月から生中継競りの動画を活用して、消費者がスマートフォンで生産履歴を閲覧できるサービスを始めました。例えば居酒屋が提供する刺し身にQRコードがついた紙を添える。それを客がスマホで読み取ると、刺し身になった魚の水揚げ風景や生産者の顔が見える。それも、当日の朝の映像だと言われたら、刺し身の味もよりおいしく感じられるでしょう。日本の食に一番貢献する生鮮流通会社になりたい。今、取引がある卸先は北海道、東京、大阪の飲食店やスーパーなど計8400店。流通業者だからできる付加価値を生み出し、今後3年で取引先を1万店増やしたいです」

取材を終えて  
 生中継競りの動画には、手作業でニンジンが漁網から外される様子や、一枚ずつ収穫されるサンチュなどが映し出される。そうした映像に「初めて見た」と驚く飲食店の仕入れ担当者が、道外には多いという。泉社長は「物だけでなく、情報やサービスも運べるようになった」と、会社の歩みを振り返る。品質や価格だけでなく、生鮮品の価値を高める新たなサービスの登場が楽しみだ。

（経済部 木村啓太）  
 「ビジネス千里眼 この人に聞く」は今回で終わります。