

達人

File No.137

株式会社
イノベンチャー
代表取締役

横山理

多くのメーカーにとって、余剰在庫の発生はネガティブな問題である。そうした在庫に適した流通経路がないために、多くの商品が「廃棄処分」や、ブランド崩壊にも繋がる「安売り処分」を余儀なくされている。こうした問題に着目した革新的なサンプリングによって注目されているのが、二〇〇三年設立の株式会社イノベンチャーだ。仕掛け人は、同社の代表取締役でもある横山理さんである。新たなソリューションを生み出した経緯とは何か。起業への想いを伺った。

横山理 Sinri Yokoyama



1974年9月、神奈川県出身。逗子開成高校・明治学院大学卒業。趣味はヨット・サッカー・国際交流・料理。浪人中、マイナス40度の食肉冷凍庫でのアルバイト経験によって高い目覚め、2003年に株式会社イノベンチャーを設立。その後、自社の事業展開で「香港」に赴任。海外で外国人として生きたことで、海外の良さ、そして日本の良さを再認識。日本が持つ底力をもっと海外に発信したいと考えている。



【達人の真髄】

「自分の得意なことで世の中に貢献すべき」
分業によって豊かな社会に。

廃棄や安売りを防ぐ 余剰在庫の景品化へ

イノベンチャーのビジネスモデルへ辿り着くまでには、いくつかのターニングポイントがあった。「父親が大学教授という環境で育ったため、とにかく大学に行かないと生きていけないと思っていました。ただ、大学受験では二浪しているんですよ。当時はとても恥ずかしくて、それで実家を出て一人暮らしを始めたのです。食肉の卸業者で働きながら、自分でアパート代も稼いでいました。その時に、お金をもらうことと勉強ができるということはあんまり関係がないということに気づくことができました。仕事をやればやっただけ評価され、お金をもらえるのだと。」

最初に就職したのが、飲食店向け中古厨房機器販売の会社でした。飲食店というのは、開業率も廃業率もものすごく高いですよ。開業してもすぐに潰れてしまふ店舗が多いし、廃業時には、使用していた厨房機器をお金を払って処分しなければならない。そこに目をつけ、たビジネスでした。廃業する店舗から処分予定の備品をまとめて買い取って、それをリサイクルして販売するのです。その店舗開発部で働いていたのですが、あるとき社長が、某大手化粧品会社が廃棄する品を買って来て、いつて言うんですね。とりあえずその化粧品会社に電話すると、全く相手にされず断られました。仕方がないので、何かで挽回したいと考え、

某激安雑貨店に行つたんですよ。『引越しのためにダンボール箱を分けて欲しい』とお願ひして、ダンボール箱が置いてある部屋に通してもらいました。そこにあるダンボールには、商品名と、どこから納品された

のかが書かれていたので、それらを全てエクセルに打ち込み、その激安店の仕入先のリストをつくつたのです。それだんと化粧品会社のことは許してもらいました。その後もフランチャイズの事業部長になり、八店舗ほど黒字化したのですが、会社と幾つか意見の相違があつて退社に至りました。

次に就職したのが、フランチャイズのコンサルティング会社です。このとき初めてブランディングや経営について勉強したんですよ。そして、ブランドがいかに大切なものなのかを知ることができました。以前、化粧品会社が処分品を売ってくれなかつた意味も理解できたのです。それならば、『買い取つた商品を転売せずに、景品として用途限定でお客さんに配る』というのはどうだろうかと考えました。この発想こそが、当社を起業するきっかけでした」

起業の根底にあつた 専門力で補い合うという発想

余剰在庫の処分というメーカーの苦手分野に着目し、豊富な商流という得意分野で応える。起業には、こうした苦手分野を補い合う分業の精神があつた。

「よく、ギブアンドテイクとは言いますが、いつも自分の貸し方を優位にしている人ほど出世するのだと思つています。自分が持つ専門力で一生懸命尽くせば、いつか困つたときに、相手が持つ専門力で返してもらえるのだと。お互いの専門力で補い合えば、互いにハッピーになります。つまり、一つでも得意技があれば良いのです。学校教育では、五教科全てを自分で受けなければいけません。どれかがずば抜けて良くても、全体的な平均点が低いと評価されません。ところが大人になるとこのルールが変わります。理科が得意な人は理科をやれば良い。漁師は魚を獲ることに専念すればいい。自分の得意なこ

とで世の中に貢献できる、それが分業の意義なのです。ただし、個人の秀でた能力を引き出してくれる会社と引き出してくれない会社があるので、じっくりと環境を選ぶことが重要なのだと思います」

「モノ」から「コト」へ ビジネス領域をさらに拡大

自社のビジネスは、無料の広告代理店に例えることができる」と横山さんは語る。

「企業の余剰在庫を私たちがお金を払って買い取り、それをエンドユーザーに配ることで、気に入ってもらえれば再度店頭での購買意欲を刺激することができます。だから当社のビジネスは、サンプリングを手伝う無料の広告代理店と言うことができます。本来ならサンプリングにはコストがかかりますが、私たちは逆に対価を支払う立場なので、この手のコンペでは広告代理店に負けたことがあります。」

また、今までは余剰在庫という「モノ」が主軸でしたが、今後は、サービスや遊休時間といった「コト」をもサンプリングしていく考えです。例えばスポーツ観戦であったり、ホテルのスイートルームであったり、空いている時間やサービスがあれば、それらをどんどんサンプリングしていきたいと思つています。飲食店などでも、営業中なのにお客さんが入らない時間帯があれば、それを私たちが買い取つて、お客さんの来店を促すことができます。ご要望があれば、ぜひお声がけいただければと思います」

