

Interview

株式会社スムースリンク

代表取締役社長

加藤 久明氏

スムースリンク(神奈川県横浜市、045・620・5901)は、国内外で埋もれている良質な商品を市場に普及させていくことを目的に設立された会社。現在、ブルガリアやウクライナ、イスラエルで生産された蜂産品や果実素材、ワイン、バラ素材などが国であまり知られていない有望な素材を選定し、2国間を繋げる準備を着々と進めている。医薬・食品に関連するバルク事業を中心に、営業・マーケティングなど海外・日本のライフサイエンス分野に長年携わってきた加藤久明社長にインタビューする機会を得て、現在の事業の取組みや展望を伺った。

—スムースリンクを設立された経緯をお教え下さい。

加藤 海外各国と日本の商習慣や言葉、文化の違いから、海外製が日



本市場に参入しにくいというのを口頃から感じていました。実際、わが国で流通している輸入商品は、大手が取り扱うナチュラルブランドやグロ

バルブランドが多く、良質な商品が現地でも埋もれているケースも多くみられます。また日本から海外に進出することに二の足を踏んでいる国内メ

ーカーも多いと感じていました。そこで日本に未上陸の海外メーカーや海外へのビジネス展開を考えている国内メーカーの方々にサポートできないかと考え、国内外の顧客を円滑に繋ぐ(スムースリンク)することを目

的とする会社を設立いたしました。

—ビジネスサポートについて、どういった強みをお持ちですか。

加藤 外資系企業での海外生活等の経験から、国内外に強力なネットワークを持っています。特に食品やサプリメント、化粧品などのライフサイエンス分野は経験も長く得意とするところです。

良質な国内外の商品を「つなぐ」

商品をつなぐ

商品が入りやすい環境を整備して、消費者がより多く選択できる機会を作ってまいります。

—現在、取り組んでいる具体的な内容をお聞かせ下さい。

加藤 現在はブルガリアのワイン、ウクライナのフルーツ素材、イスラエルのサプリメントハニ

図る、といった主に6つの観点からサポートを行っています。また国内メーカーへは、海外メーカーや素材を探求し、商習慣や言葉によるギャップを最小化することを目指しています。「エコ」

「オーガニック」「トレサビリティ」などをキーワードとする国内外に高品質・低価格の優良な商品がまだまだたくさんありますから、そういった

1)について、わが国での販路を確保するために、日本企業への代理店アプローチも含め、様々な活動に取り組んでいます。ブルガリアワインは、30年先の付き合いのあるブルガリア大使館参事の

野菜材、ウォールナッツなどの紹介があり、現在の日本市場へ面白い展開ができる最適な素材や手法を選定しています。イスラエルの商品としては、調合されたハーブエキスと糖分(天然はちみつ)を餌に、ミツバチが作り出したサプリメント「トハニー」(Teham)のプロモーションを行っています。健康維持や健康増進、メンタルヘルスやレディンクスケアなど、それぞれの目的に合った最大限の効果を引き出すために開発された蜜状のサプリメントで、世界13カ国で発売されているのです。日本では販売されていませんでした。特別な餌を与えられたミツバチが体内の消化酵素などで蜂蜜状に仕上げ、同時にハーブの特性が最大限に引き出されるようヒトのカラダに吸収されやすくなっているのが特徴です。効果については、い

「あおもりPG」認証制度など注目

青森県産業技術センター プロテオグリカン会議開く

リカンブランド推進協議会(0172・32・0965)まで。

弘前大学の加藤陽治副学長は、プロテオグリカンの研究開発の歴史と機

ん白質10gを筆頭に、1食分のビタミン・ミネラルなど豊富な栄養素を含んでいる一方、つい摂取過多になりやすい脂質は含んでいない。たん白質

香ばしく焼き上げたサクサクのビスケットタイプのシリアル。カルシウム、鉄を配合した栄養機能食品で、普段の食事で不足しがちな食物繊維や

男子団体四〇メートルレノの決勝を見て、なぜオの回避群を思い出したか。カツオはリーダーを年一糸乱れぬ協力作戦を