

元気な東京の
社長さんを
応援する情報誌

T.G. Press

Tokyo Guarantee Press

巻頭

Special
Feature

新しい価値をつくる
「空きスペース」×「食」で

株式会社 Meilow 「SHOPSTOP」



「AIくん、キミ、うちで何できる？」

ビジネスカラーコーディネーター

職場で食べたい

おやつ＆ごはん

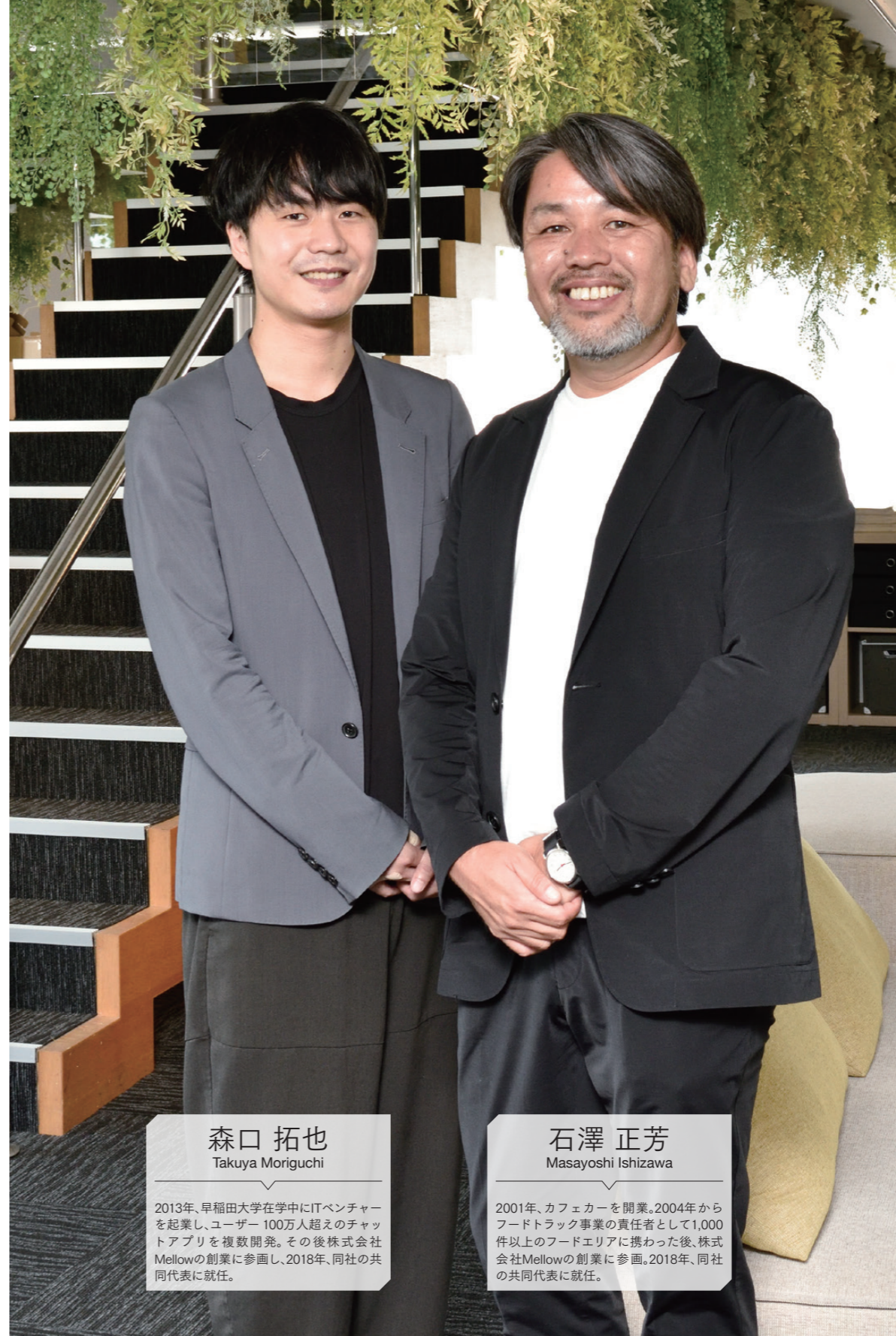
アーリーステージの羅針盤

株式会社BLAM

T.G.Info.

東京信用保証協会の専門家派遣

徹底的な対話の先に築き上げた 未曾有のピンチにも強い組織



森口 拓也
Takuya Moriguchi

2013年、早稲田大学在学中にITベンチャーを起業し、ユーザー100万人超えのチャットアプリを複数開発。その後株式会社Mellowの創業に参画し、2018年、同社の共同代表に就任。

石澤 正芳
Masayoshi Ishizawa

2001年、カフェカーを開業。2004年からフードトラック事業の責任者として1,000件以上のフードエリアに携わった後、株式会社Mellowの創業に参画。2018年、同社の共同代表に就任。

Company Profile

株式会社 Mellow

創業：2016年 資本金：4億504万円
代表者：石澤正芳 森口拓也
事業内容：モビリティを活用した空地活用事業、店舗型モビリティの開発支援およびコンサルティング事業、フードトラック直営事業(mobifac)
所在地：東京都千代田区四番町2-12 四番町THビル7F
URL：https://www.mellow.jp/

飲食店への来店や滞在の自制が促される昨今、注目を集める「フードトラック」。オフィスや家の近くでできたプロの料理が味わえるその魅力にいち早く着目し、事業者と空き地をつなぐプラットフォームを立ち上げた注目企業の物語を追った。

取材：文／國天俊治 写真／清水亮一

「フードトラック事業で「ランチ難民」を救う

オフィス街で働く人にとって頭の痛い話のひとつが、「ランチ問題」だろう。ランチタイム、オフィス街周辺の飲食店は人でごった返し、コンビニのレジには毎日、長蛇の列……。人ごみを避けて美味しいものを食べたいが、他に選択肢もない。そんな経験のある人は多いはずだ。

そんな「ランチ難民」の救世主として名乗りを上げたのが、2016年創業の株式会社Mellow。創業メンバーである石澤正芳さんと森口拓也さんが共同代表を務めている。事業の柱は、オフィスビル前などにある空きスペースと、出店場所を探すフードトラックのマッチングサービス「SHOP STOP」。開業支援やフードトラック車両のリース提供なども行い、急成長を遂げてきた。石澤さんは、フードトラックという呼び名すらない2001年に移動販売の「カフェカー」を起業。GPSを利用した画期的なシステムを作

り上げるも、営業できる場所の確保に苦労を重ねた。その経験が、現在のビジネスにつながっている。

一方の森口さんはIT起業家で、大学在学中から100万人を超えるユーザー数を誇るアプリを複数開発してきた。2015年に、オフィス街にきたフードトラックに関心を持ち、未だ市場が確立されていないことなどにチャンスを見いだしたのが、起業の原点だという。

森口さん「これは面白そうだと思うけども、IT畑の自分や仲間たちだけで事業を始めるのは難しい。仲間とフードトラックに詳しい人を探して、出会ったのが石澤でした」

石澤さん「私はずっとフードトラックに携わり、事業者の方々の熱量と高い技術を目の当たりにしてきました。彼らの情熱と個性を生かすビジネスをしたい、それにはITの力が必要である、と考えていた矢先に森口たちから声がかかりました」

創業当時のメンバーは、フードトラック事業に携わってきた飲食系業界出身の4人と、IT系出身の5人

で、計9人。ベンチャー企業としてはやや大所帯で走り出したのが、後の思いがけぬ「壁」となっていく。

視点が違うからこそ一緒にやる意味がある

フードトラックと空きスペースのマッチングプラットフォームは、出店してくれる飲食店などの「事業者」、マッチング用アプリ等の「システム」、出店するための「土地」の三要素が揃ってはじめて成立する。サービス開始時、事業者については石澤さんが積み上げてきた人脈もあって順調に集まったが、システム開発と土地の確保に苦労したという。

森口さん「最初に設計したシステムは、将来的な拡張性の点で不安があったため、開発から5カ月ほどたったタ

イミングで「から作り直しました」

石澤さん「土地集めは、まずいかに実績を作るかが課題でした。そもそもビルの空きスペースを貸すような契約形態は当時存在せず、会社としての信頼もないなかで、最初は目視で土地を探しオーナーに交渉するなど、泥臭く営業していました」

それでも試行錯誤の結果、システムの再構築と、30カ所の土地の確保に成功。2年目に入り、ようやくノウハウができてきた頃のこと。一つの壁が、徐々に表層化してきた。

石澤さん「飲食系とITという、カルチャーの違う仲間が集ったこともあり、社内で意見の対立が目立つようになりまして」

飲食系出身のメンバーたちは、出店する事業者の目線第一でモノを考

ヒットの最大の障壁は？

メンバー同士の文化の違いで組織が分断

モビリティビジネス・プラットフォーム「SHOP STOP」とは

ビルやマンションの前などにある空きスペースと、フードトラックを中心とするショップ・モビリティ事業者とのマッチングサービス。事業者は出店料として売上げの15%を払い、そこから土地のオーナーに借地料が支払われる。登録は、保険加入など条件を満たせば無料。全国約450カ所で展開し、約1,200店の事業者が登録している。

フードトラックの利用者は専用アプリを使い、トラックの出店場所のチェックや、キャッシュレスでの支払いができる。



御社の「運命の人」、AIが見つめてくれるかも!?

AIが企業の採用活動をサポートする仕組みや注意点を紹介します。

AI総合研究所 NABLAS株式会社
代表取締役 所長
中山 浩太郎



AIくん、キミ、うちで何できる?!

いかに優秀な人材を採用するか。世のあらゆる企業が抱える課題です。特に中小企業においては、限られた採用枠の中で、自社とマッチした優秀な人材を獲得する方法に頭を悩ませているかもしれません。未永く会社の発展に貢献してくれる、自社と相思相愛の「運命の相手」と出会うため、各社が試行錯誤を続けてきたと思います。

そんな採用の悩みに対する切り札として、今、AIが注目されていることを存じでしょうか。実は、AIを使ったマッチングの技術は、すでにさまざまな分野でさかんに使われています。例えば、政府は2021年度から、少子化対策の一環として「AIを使った婚活」への支援を拡充しています。すでに先行して開発されている事例では、ユーザーが各種質問に答えることで、好みが似ている相手などを紹介してくれます。このようなサービスの多くは、技術的にはEC(通販)サイトで見られるレコメンド機能の延長線上にあります。

人と人の相性が判断できるなら、人と企業の相性も同様に見極められるはず。そんな発想が出てくるのは、自然な流れといえます。ここ2~3年で、採用にAI技術を活用する企業が増えてきました。

現在、AIが特に活躍しているのは、書類選考段階での応募者のスクリーニングです。これまでの応募者の情報を学習し、自社にマッチしそうな人材を選び出します。



AIのマッチング技術により採用活動が進化

また、海外では、面接においてもAIを活用するサービスも登場しています。面接の映像から応募者の表情や言葉遣いをAIが分析し、コミュニケーション能力や論理的思考能力、チームワークといった項目を採点するのです。

さらに、AIを使って人事評価を行う企業も出てきています。今までの実績や行動を分析し、新たなポストへのマッチ度合いを判断するのです。

採用や人事評価におけるAIの強みは、高い効果が見込める点はもちろん、人間のように先入観や好みによるバイアスがかかることなく、客観的な評価が行えるところにあるでしょう。

こうして企業と人との間を取り持ってくれるAIですが、学習するデータ数が少ないと、的確な結果が出せないという欠点があります。

AIは、ただ導入するだけでは、精度の高い判断はできません。企業がAIの力を借りるなら、データをどんどん与え、AIを「自社に合ったものに育てていく」意識が必要なのです。

Point!

- 書類選考から面接まで、AIが採用活動をサポート
- 自社に合わせて育てる意識でのAI導入が大切

Profile: なかやま・こうたろう
AI総合研究所 NABLAS株式会社代表。AIやディープラーニングについて、東京大学などで最先端の研究を行うとともに、企業のAI導入推進・人材の育成にも力を入れている。

対話を習慣化し、社内の信頼関係を構築した



Mellowのオフィスはフリーアドレスで、社員同士の気兼ねな話し合いと意見交換を促すオープンスペースも多く設けられている。会社設立当初からの変遷と文化を感じさせる工夫だ。



2020年からMellowが新規展開する、マンション前スペースへのフードトラック出店の様子。専門店のフードメニューを自宅のそばで楽しめるという新しい体験が、住人からも好評だ。

える。一方、IT系出身のメンバーたちは、必然的にアプリを使うユーザーの目線での発想が多くなる。事業者とユーザー、どちらの目線を優先して事業開発を行うか。双方欠かせない目線だが、見方によって正解が変わる。どちらの意見も正しいがゆえに、結論はなかなか出ない。組織内に壁が生まれ、結果、ベンチャー企業の生命線ともいえる意思決定のスピードに影響が出ている。組織内の壁をなくすために、近道は存在しない。そう判断した石澤さんと森口さんは、最低でも週に一度は腹を割っての対話の時間を作り、徹底的にメンバーと向き合った。目線は異なっても歩み寄り、目指すものの共有はできる。星の数ほど

コロナ禍でつかんだ新たなビジネス領域

行った対話を通じてそれを示し、少しずつ組織内の壁を低くしていった。結果として、それがMellowという会社をより強く変えていく。森口さん「日常的な話し合いで、企画やサービスを多面的に磨き上げていく文化と、メンバー同士の信頼関係が構築できたと感じます。本質的には、視点の違いや個性があるからこそ、一緒にやる意味があるのです」

昨今のコロナ禍で、飲食業界は大きなダメージを受けた。Mellowも、2020年の売り上げは一気に前年の半分まで落ち込んだ。先の見えない不安の中、2人の経営者は勝負

「SHOP STOP」のこれからの展開

参入ハードルを低く抑え、新たな事業者の方々のチャレンジを後押しできるような環境作りを行って、業界をより大きくしていきたいと考えています(石澤さん)。

フードトラックという文化を日本に広げた上で、プラットフォームを海外にも展開し、いずれは日本発の「世界の人々の生活を変えるベンチャー企業」へと成長していきたいです(森口さん)。



に打って出る。「住宅エリア」という新領域への出店を決定し、そこに営業リソースをすべて注ぎ込んだのだ。石澤さん「オフィス街に比べ、マンションなどの住宅エリアという新領域への出店を決定し、そこに営業リソースをすべて注ぎ込んだのだ。石澤さん「まずトライして、課題が出ればみんなで話し合い、解決策を探せばいい。実際にそうして走ってこられたのは、対話をいとわぬ社風と信頼関係が醸成されてきたからです」

新たな戦略への素早い転換が功を奏し、業績は回復。再び成長フェーズへと転じることができた。

石澤さん「組織も、ビジネスも、最終的には人の力で動くもの。これからは、社内メンバー、そして事業者さんたちの思いと個性を大切に、情熱のある人をしっかり支援できる会社であり続けたいです」

アーリーステージの 羅針盤

様々な分野で活躍中の社長さんに、
アーリーステージでの学びや
大事にしていたことをうかがいました。

目先の数字やスキルではなく 人間性重視の仲間集めが財産に

大手マーケティング企業に入社。デジタルマーケ
ティングの実力を磨いた後、2年で同僚2人と独立
を果たし、2015年にBLAMを創業した。
「最初に立ち上げたのは、飲食店を探すユーザーと
空席のある店をマッチングするサービスでしたが、
資金120万円でスタートしたこともあり、2か月
半で資金がショート。自宅の家賃も払えない状態
になりました」
いきなり訪れた倒産の危機。縁を頼りに出会っ
た投資家のおかげで、なんとか倒産を免れた。
「どんな事業を始めるにせよ、やはり人、モノ、金
を揃えるのが重要であると痛感し、まずは2年で
それらを準備しようと考えました」

通り2年でリソースを固めた。そして2018年に
は副業ブームの追い風に乗って「カイコク」をリリ
ース。現在の飛躍へとつながっている。
活躍の場を次々広げるBLAMで、杉生氏が創
業以来ずっとこだわってきたのが人材採用だ。
「アーリーステージでは、とにかくすぐに数字を作
れる人材を求めがちですが、私の考えは真逆で、
経験よりも人間性を重視してきました。スキルは
努力すれば身につきますが、人間性はなかなか変
わりません。ベンチャー企業ですから、取り組む事
業もどんどん変化します。目先の数字やスキルを
追わず、ずっと一緒にやっていける人材を集めたこ
とが、今の大きな財産となっています」

**起業2か月半での倒産危機で
リソースの重要性を痛感**
デジタルマーケティングを軸に事業を展開する
株式会社BLAM。マーケティングに特化した副業マッ
チングプラットフォーム「カイコク」の運営やHR
領域での取り組みが評価され、『ベンチャー通信』
誌が選出する「ベストベンチャー100」にも選ば
れた注目の企業だ。
「高校生の頃から、いずれ起業したいと考えていま
した」と話す創業者の杉生氏は、大学卒業後に

自分たちの力でリソースを集めるには、得意な
分野で勝負するしかない。そう判断し、改めてデ
ジタルマーケティングに参画する決意を固めた。
「まず、当時業界最先端のデジタル広告を扱ったこ
とを武器に、副代表と一緒に営業をかけていきまし
た。それで会社が持ち直し、1期目を黒字にでき
ましたが、当時はマンパワーに頼りすぎていました。
そこで、誰でも成果を上げやすい仕組みと、成果
を評価できる人事制度を練り上げたところ、未経
験の社員たちが活躍できるようになったのです」
迅速に資本政策も組みあげ、BLAMは計画

Profile すぎお・ゆう

1990年静岡県生まれ。明治大学卒業後、
大手マーケティング企業でスキルを身につ
け、株式会社BLAMを設立。国内のマーケ
ティング人材の著しい不足という課題を解
決するため、2018年に副業支援サービス「カ
イコク」をリリースし、注目を浴びる。



もっと知りたい!
BLAM

1. 「カイコク」は2021年8月現在、国内のデジ
タルマーケティング人材の3分の1にあたる
6,700人以上が登録している。(URL: <https://kaikoku.blam.co.jp>) 2. Google社からの表彰
歴も多数。トロフィーがオフィスに並ぶ。

色の力を味方につける! vol.2 ビジネスカラーコーディネート

小物やデスク周りの色で 毎日の業務に一工夫

「社員に気軽に報告や相談をしてほしいけれど、なんだか距離を感じる」。こんな悩みを持つ社長さんは、デスク上の小物や、頻りに手にする小物の色を確認してみましょう。黒いものが増えていませんか? さらに、パワフルな社長さんは赤い小物を多用していることがあります。これにも要注意。黒と赤は、相手に拒絶感を与える色です。逆に、コミュニケーションを活発にするのはオレンジや茶色。意識して身の周りに置けば、社員さんも話しかけやすくなるでしょう。

また、仕事の効率化を徹底したいなら、デスク周辺の備品を青で統一するのが効果的。目的に合わせて小物や備品一つひとつの色を選ぶ意識で、業務改善も図れるのです。

七江 亜紀 (ななえ・あき)

株式会社ナナラボ代表。カラーキュレーター®として、企業、ビジネスパーソンのコンサルティングや、製品のアートディレクションなどを多数手がける。『色はビジネスの武器になる』(祥伝社)など著書多数。

オレンジと茶色の小物を取り入れて コミュニケーション力アップ



オレンジや茶色は、親しみやすさを感じさせる色。茶色のものは、木目調にするとより安心感を与えられる。ネクタイピンや手帳、ペンなどの小さな持ち物でも、相手の目に入ればOK。

デスクの小物を青でまとめて 仕事の能率アップ



「デスク上の色は少なく」が、仕事の能率アップの鉄則。特に、青で統一すると集中力アップが見込める。気持ちを落ち着かせる効果もあり客観的判断を下しやすくするため、片付け促進にもつながる。

職場で食べたい

おやつ&ごはん

リフレッシュ・会話のきっかけに最適な
おやつやテイクアウトメニューをご紹介します!

**ボンボローニミニ
アプリコットジャム 300円 (税込)**
イタリア版ドーナツ。現地では朝ごはんの定番だ。ふわっと軽い生地と甘酸っぱいアプリコットジャムの相性が絶妙。

蛋撻 (エッグタルト) 280円 (税込)*
香港の定番おやつ。やさしい甘さと卵の濃厚な風味で心も小腹も満たしてくれる。

カンノーリ 800円 (税込)
パイ生地のザクザク食感が楽しいシチリアの郷土菓子。注文後にたっぷり詰めてくれるリコッタチーズクリームは軽やかかつコク深い。贅沢な大人の味わい。

菠蘿油 (ポーローヤオ) 380円 (税込)*
パイナップルのような見た目のほんのり甘いパンにバターを挟んだ人気商品。ふかふかのパンをほおぼると、口いっぱい甘じょっぱさが広がる。やみつきになること間違いなし。

香港 贊記茶餐廳 飯田橋店
ほんこん チャンキーチャチャテン いいだぼしてん
飯田橋

☎03-6261-3365 📍東京都千代田区飯田橋3-4-1
🕒11:30~23:00 📄無休 🚗東京メトロ東西線、有楽町線、南北線、都営大江戸線 飯田橋駅A5出口すぐ JR中央線、総武線 飯田橋駅東口から徒歩7分

**海外スイーツで、
職場にいるのに旅気分**

注)上記では、通常時の営業時間、定休日のみを表示しています。営業時間短縮および年末年始や夏期などの臨時休業日につきましては、各店舗にお問い合わせください。

専門家派遣

着実な経営改善を
外部の専門家とともに
サポートします。

費用負担
なし

例えばこのような悩みをお持ちの方

ホームページの集客力
を高めたい

事業計画書
を作りたい

マーケティングの強化
を図りたい

人材の育成
を図りたい

生産性を向上
させたい

事業承継の進め方
がわからない

東京信用保証協会へのお申込後は、このような流れとなります。
2・3はご希望に応じて提供いたします。

※カコミ内の回数は専門家の派遣回数を目安です。

1

専門家とともにイメージを具体化
**コーディネイト
サポート** 1~2回

経営改善のポイントがどこにあるのか、専門家との対話を通じてイメージを具体化し、お客さまに合った支援内容をコーディネイトします。



2

課題を絞り込み解決を支援
**ピンポイント
サポート** 3回

新規顧客獲得、人材育成など、課題を絞り込み、解決を支援します。

または

長期計画の策定を支援
**トータル
サポート** 5回

専門家が経営改善、事業承継などの中長期計画の策定をサポートします。

3

専門家によるアフターフォロー
**フォローアップ
サポート** 5回

各種サポートを利用された後も、希望されるお客さまには、専門家によるアフターフォローを提供します。



※ご利用には、当協会のご利用があるなど一定の条件がございます。内容によりお客さまのご希望に応じかねる場合もあります。
※専門家が行った診断・助言等につきましては、当協会では責任を負いかねますので予めご承知お願います。
※お客さまからいただいた情報は、保証の申込および継続的な利用等に際し、利用させていただくことがあります。

お問い合わせ

東京信用保証協会 経営支援部 企業サポート推進チーム TEL:03-3272-2357



● Editor's Note

Mellowをまとめる、年の離れた石澤社長と森口社長。風貌も話し方も異なりますが、過去の経験に裏打ちされた力強い経営理念を感じました。取材時、会社前では食欲をそそられるフードトラックが3台営業中でした。近所に来ていたら絶対通いたいです。(S)

BLAM・杉生社長の「人」とのつながりに重きを置いた経営姿勢がとても印象的でした。昨年からのコロナ禍でコミュニケーションの取り方も変化してきていますが、どのような時代であっても「人」が会社を成長させる原動力となっていることを再認識しました。(G)

＼ まるがも応援隊 /



株式会社BLAMのスタイリッシュなオフィスにて。同社は現在リモートワークが主で、人の姿はまばらだ。

ご意見・ご感想は、以下までお寄せください。
東京信用保証協会 企画部広報課
〒104-0028 東京都中央区八重洲
2-6-15 JOTOビル 3F
TEL: 03-3272-3089
HP: <https://www.cgc-tokyo.or.jp/>

