

TOPICS

成長の原動力は「若手の力」!
入社2年目でチームリーダーも

シースタイルの社員は現在50名。その約6割が入社1・2年目の若手社員だ。彼ら・彼女らの活躍が成長への原動力となっている。

実際、新規サービス企画の社内コンペでは、新入社員のアイデアが採用されることも珍しくない。なかには、入社2年目を迎えた新入社員がリーダーに抜擢され、部下を率いているという例もある。

年齢に関わらず実績を出せばチャンスをどんどん与えていくのが、シースタイルの育成法。だからこそ、社員が驚くべきペースで成長できているのである。



女性社員も多数活躍している。

成長の原動力は「若手の力」!
入社2年目でチームリーダーも

シースタイルの社員は現在50名。その約6割が入社1・2年目の若手社員だ。彼ら・彼女らの活躍が成長への原動力となっている。

実際、新規サービス企画の社内コンペでは、新入社員のアイデアが採用されることも珍しくない。なかには、入社2年目を迎えた新入社員がリーダーに抜擢され、部下を率いているという例もある。

年齢に関わらず実績を出せばチャンスをどんどん与えていくのが、シースタイルの育成法。だからこそ、社員が驚くべきペースで成長できているのである。

—強いメディアを作り上げること
ができた要因は何ですか?

三つあると思っています。一つ目はメディアのコンセプトです。一元化が遅いと言われる不動産業界ですが、大手ボタルサイトなどを中心に独自にネット戦略は進められていました。でも、当社は不動産業界のメインである賃貸・購入を敢えて狙いませんでした。それ以外の二つの分野、誰もが参入していない領域でニーズを掬い上げ、各カテゴリーでトップを取りコンセプトを作ることにしたのです。

二つ目は掲載料金を成功報酬型とし、出稿企業が利用しやすいサイトにしたことです。余計な広告費用をかけず、効果

いただきました。

—強いメディアを作り上げること
ができた要因は何ですか?

三つあると思っています。一つ目はメディアのコンセプトです。一元化が遅いと言われる不動産業界ですが、大手ボタルサイトなどを中心に独自にネット戦略は進められていました。でも、当社は不動産業界のメインである賃貸・購入を敢えて狙いませんでした。それ以外の二つの分野、誰もが参入していない領域でニーズを掬い上げ、各カテゴリーでトップを取りコンセプトを作ることにしたのです。

二つ目は掲載料金を成功報酬型とし、出稿企業が利用しやすいサイトにしたことです。余計な広告費用をかけず、効果

不動産特化メディア「スマイスター」を開拓
オンリーワンの強みを活かして拡大へ

|シースタイル| 代表取締役 川合大無

「インターネットサービスメーカーとして、世の中に必要不可欠な企業になる」というビジョンを掲げ、不動産メディア事業を展開するシースタイル。同社の強みは、不動産業界のニッチ市場でトップになる戦略を貫いています。また、成功報酬型のビジネスモデルに対する顧客からの評価も高いものがある。新規サービスを積極的にリリースし、事業を拡大させる同社が目指すものとは何か。川合社長に話を聞いた。



—起業の経緯をお聞かせください

何か大きなことを成し遂げたい、その思いだけで起業しました。決意したのは学生のときです。まずは5年間で3つ

の企業を経験し、起業の糧を得ようと考
えました。創業当初の事業は、私自身の経験を最も生かせるインターネット広告事業でした。前職で「トップ営業マン」に輝いたこともあって、創業当初から売り上げは順

M&A」をスタートさせました。

スマイスターの特徴は、成功報酬型であります。具体的には、広告掲載の初期・月額費用は無料になっています。利用者から問い合わせがあつた場合にだけ、1件毎に広告料金が発生する仕組みになっているのです。不動産関連のマッチングポータルサイトは幾つか存在しますが、スマイスターのようなサイトは他にはありません。まさに、オンリーワンのサービス、日本で唯一の業態といえます。

ええ。スマイスターは不動産業界に特化してさまざまなサービスを提供しています。

具体的には、不動産売却査定、買取査定、任意売却、賃貸管理、土地活用、マンション管理、ビルメンテナンス、不動産投資、海外不動産、賃貸オフィスなどです。2015年12月には12個目のサービスとして、「スマイスター不動産

—今後も新規事業に積極的に取り組むお考えですか?

もちろんです。当社は新規事業に取り組むことで成長を続けてきた会社です。今も新たなサービスの立ち上げを準備しています。「なぜ、新規サービスにこだわるのか」と良く聞かれます。

—I新規採用にも注力されています。

—その後、社内のリソースを不動産メディア事業に集中されましたね。

広告代理店である最大の弱みは、商品で差別化ができないことでした。営業力だけがものを言う世界なので、自社特有の強みを發揮することが難しかったのです。当社ならではの圧倒的な強みを勝ち得られず、焦りを感じていました。自分たちならではの強みがなければ会社として成長はできない。そう考えて始めたのが不動産メディア事業でした。当初は不動産オーナーが所有する物件の売却価格の見積もりを不動産会社から一括して受け取ることができるサービスでした。

調でしたね。設立5年で年商は8億5000万円を達成。社員数も着実に増えています。

—その後、現在のスマイスターの基となる不動産メディア事業を始めたのですね。メディア事業を立ち上げたきっかけは何でしたか?

広告代理店である最大の弱みは、商品で差別化ができないことでした。営業力だけがものを言う世界なので、自社特有の強みを發揮することが難しかったのです。当社ならではの強みがなければ会社として成長はできない。そう考えて始めたのが不動産メディア事業でした。当初は不動産オーナーが所有する物件の売却価格の見積もりを不動産会社から一括して受け取ることができるサービスでした。

シースタイル	
【企業データ】	
設立	2004年1月
本社住所	東京都中央区日本橋堀留町2-1-3 ヤマトイントナショナル日本橋ビル
大阪支店	大阪府大阪市北区南扇町7-17 MF梅田ビル8階
福岡支店	福岡県福岡市博多区博多駅東1-14-34 博多ICビル
事業内容	不動産メディア事業 インターネット広告事業