不動産のニッチ市場を狙う 挑戦し続ける人材に期待

旬の人

不動産オーナー向けのポータルサイト「スマイスター」を展開するベンチャー企業、シースタイル(東京都中央区)。業界の中でもニッチな市場を狙い、成功報酬型のモデルを導入したことで成長を続けている。同社を率いる川合大無社長に、起業のきっかけと創業期、そして求める人材について聞いた。

シースタイル
川合 大無 社長(41)

不動産業界に広く普及するポータルサイト。その多くが、賃貸住宅を比較・購入するためのものだ。その一方で、同社は不動産オーナーが所有する物件の売却価格の査定や管理会社の選定というニッチな市場にポータルサイトを展開した。ネット広告から不動産メディア事業に舵を切って成功した川合大無社長。起業意欲が芽生えたのは就職活動の頃だったと語る。

「会社説明会に足を運んでも、自分が会社で働くイメージが湧かなかったのです。そこで改めて、自分のやりたいことを考えた時、『何か大きなことを成し遂げたい』という思いが昔からあることに気づき、自分は会社勤めではなく社長になるのだと決めました」

しかし、社長として何を成し遂げるのか決まっていなかった川合氏は、5年間で3つの会社を経験し、その答えを探すと決めた。新卒で専門商社に入社し、営業事務として勤務した後、IT系のベンチャー企業に転職。新規開拓営業で法人をまわり、全国トップの業績も上げた。3社目はサイバーエージェントに転職し、インターネット広告の営業マンとして勤務。そして以前から決めていた通り、2004年には仲間と同社を立ち上げるのである。

インターネット広告から不動産メディアへ

創業当初は前職での経験を活かして、インターネット広告事業を行った。抜群の営業力で、設立5年目には年商8億円以上の規模に成長。しかし、川合氏は次第に危機感を感じ始める。

「商品での差別化ができず、営業力のみが物を言う広告業界で、競合が出てくる中で勝負するのには限界がありました。今後の成長のためには、自社サービスを生み出すしかないと考えたのです」。そして川合氏は、不動産メディア事業—今のスマイスターの前身である、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一括で行なうサイトの立ち上げに踏み切ったのだ。

サイトのアクセス数は一気に伸びた。当時は賃貸・購入のポータルサイトが中心だった中、他社が参入していなかったニッチな領域を敢えて狙ったことが成功につながった。さらに魅力的だったのは、「成功報酬型」のモデルだ。初期・月額費用は一切なく、問い合わせ1件ごとに広告料が発生する仕組みで、掲載する不動産会社へのメリットも提示したことが、サイトの利便性と知名度を高める要因となった。

現在は月間100万人が訪れ、全国1600件の不動産会社が加盟するサイトに成長。不動産の売却査定や管理費見積り、賃貸管理など12種のサービスを含む、13のポータルサイトを運営している。昨年9月には「スマイスターMagazine」を立ち上げ、コラムを中心に累計5000本以上の記事を発信。売上げも年々倍増を続けている。

成長を加速させる人材獲得へ

14期目を迎えた同社は今、さらなる事業拡大を視野に入れている。そのために重視しているのは、人材採用だ。今期は新卒社員も10名を採用。企業理念に共感できる人材を求める。また、社内の分業化を進め、各部門のクオリティを高めるために、中途採用も強化。人事や広報、Webプログラマーなどの分野での経験者を求めている。

最終面接を担当する川合氏が求めるのは、経営幹部候補として挑戦し、企業理念に共感できる人材だ。

「何か大きなことを成し遂げたい」。川合氏のこの思いから始まった同社では、実績を出した社員に大きなチャンスが与えられる。会社や事業をリードし、挑戦する意欲のある人材を強く期待している。