

6年間で

Webサイト制作会社として売り上げ33倍増

25 万円で開業
雑貨のネットショップ

人的ネットワークをフル活用し、 消費者視点を軸に事業拡大

【Web制作会社】

(株)アルトスター さこ・石尾雅子さん(43歳) 大阪市淀川区

生命保険会社やミシンメーカーなどに勤務。職場では「女の子」と呼ばれ、名刺も持たせてもらえない状況に嫌気が差し、さこさんは女性の視点を生かせる仕事がしたいと独立。まずアフリカン雑貨のネットショップを開始した。「ネットショップはパソコンがあればできるビジネス。それに委託販売にしたので、仕入れ代も不要でした」

布やジャンペンなどの楽器を販売したが、当時は布の良さをネット上で伝えるには限界があり、また楽器の音を出してアピールすることもできなかった。「そんな時においしいコーヒーに出合っただけ。商材を変えました。胃にもたれない生豆なので、コーヒー好きな消費者のニーズにも合っていると」

消費者の声を企業に届けたい。
それが事業継続の原動力に

一方で、勉強会やセミナーなどにもマメに参加して勉強を繰り返して、仲間と携帯電話を使ったマーケティングリサーチツール「あんくう」を開発。今でこそ大手飲食チェーンなどに導入されているが、さこさんはその先駆者だ。「これも消費者視点から出たアイデア。飲食店に設置されたアンケート用紙に記入して答えたら、店を出る時、スタッフがそれを捨てていたんです。これでは私たちの声は永遠に届かないと」この事業で、大阪府産業振興機構認

さこ・石尾さん流じっくり成長の道



01・02年

500万円

言わなきゃいい一言で、大口を逃す。
発想の転換でコンサル業にも進出

クレームや要望を携帯電話でメールし、その代わりにクーポンなどがもらえるシステム「あんくう」は00年9月から起業仲間と開発。01年に有限会社化。

時代はITバブル。「大口の仕事の契約の段階で、「あんくう」導入で売り上げを上げてね」と相手が言うので「顧客の声を売り上げに生かすのは、御社の仕事」と思わず言ってしまう。そこで契約縮小に。ベンチャーキャピタルから出資もあったが、それで立ち消え。3年悔やんだと笑うが、「資金の必要もなかったし、受けなくて良かった」と振り返る。

また、クリーニング業界の集まりでコンサルタントとして講演。その際「営業で、あんくうを説明しても聞いてくれないのに、なぜかコンサルの立場だと話を聞いてくれる」ということに着目。そこで02年6月、女性コンサルタントチーム「アイズ」を旗揚げした。

▶以前、本誌で連載していた事業プランを発表する「ジャバドリ！」にも出場。審査員の女性起業家からも高い評価を得た



▲クレームや要望をメールし、その代わりにクーポンがもらえるシステム「あんくう」。最近、類似システムが出ているが、さこさんが先駆けだ



▶01年1月1日に大阪新聞に大きく取り上げられた。反響は大きく、飲食店や薬局などに営業に行く際のツールにもなった



00年

売上高 90万円

翻訳業との二足のわらじで開始。
商材転換はセミナーがきっかけ

自宅を拠点に、パソコンや関連ツールなど最小限でスタート。雑貨の仕入れは、アフリカ人の知人をお願いした。だが、あまりの反響のなさに3カ月ほどで商材をアフリカンコーヒーに転換。さこさんの背中をおしたのは、「先輩ネットショップオーナーのセミナーで、アジア雑貨を販売していたが売れず、細々と売っていた紅茶のほう売れることで、事業転換したという話」だった。メルマガ配信で顧客を狙っていた。

ただ、この事業だけではまだ生活はできないと見込み、翻訳や英会話の講師の仕事もこなすことで、生活を維持。とはいえ、楽しくてしょうがなかったとか。

■開業資金内訳

パソコン	17万円
プリンター・スキャナー	5万円
回線使用料	3万円
合計	25万円



▶さこさんが抱える赤いモノは商品を送る紙袋。父親が経営する印刷会社で印刷ミスがあった袋をタダでもらい、紙袋代を節約した

▶「コーヒーネットショップ」「ふあす」とのサイト。最近、ショップはクロージングし、Web制作に注力するが、これが消費者視点の原点となった



定企業に抜擢された。それにも甘んじることなく、新たに仲間たちと消費者視点の女性コンサルタントチームを結成。その活動の中で、サイトづくりを依頼され、Web制作に着手した。

「取引先のサイトを見ると、つくりはかっこの良くて、消費者が本当に知りたい情報がなかったり、わかりにくかったり。利用者の立場で制作すること、結果、「企業の売り上げに貢献す

る制作会社」と差別化できました」

ネットショップ時代から一貫して「消費者視点」というコンセプトを崩さない。異業種の仲間とタッグを組んだことが事業拡大につながっている。

「消費者や女性のニーズと企業をマッチングしたい。この気持ちひとつでやってきたから、続けられているのではないのでしょうか？ 経営も女性の家計薄感覚が大事かもしれませんね」

DATA

開業/2000年1月(設立は01年3月)
従業員数/4人
年間売上高/3000万円(07年2月見込み)
アクセス/http://www.alstarr.com/



05・06年

3000万円



▼▶新大塚駅からも近くアクセスのよい場所に家賃5万円の格安物件を賃借。普段、スタッフは自宅で仕事をし、必要な時だけ出社するスタイルだ



▶最近、06年2月に生まれた真鈴（まりん）ちゃんと共に出社。「子育ても仕事も一緒にできるのが起業の魅力」とか



大手との取引増加で株式会社化。今後は無借金経営を貫く！

仕事に完全復帰したら、今度はさこさんがおめでた。高齢出産のため、入院を強いられたが、澤村さんが動いてくれる分、出産に専念できた。

この頃、実績が増えてきたため、「売り上げアップするWeb制作」と明確に謳うようになった。それがまた成長を牽引。続々と発注が続き、「あんくう」システムはWeb制作の付加ツールという位置づけに。

06年9月には株式会社化し、商号も「あんくう」から「アルトスター」へと変更。「Web制作が業務の中心になったのと、大手企業との付き合いも増えてきたことで、変えました」。01年に必要もないのに、「融資は受けられる時に受けたほうがいい、という変なアドバイスを真に受け、300万円借りてしまって」、その残額はあと4万円。完済後は、無借金経営を貫くつもりだ。「手堅く。手堅く。これが大事です」。

先輩に学ぶ！ 始め方&育て方のコツ

ネット活用は小資本の王道。市場を変えて強みを生かすことで飛躍も

ネットショップは小資本ビジネスの王道だが、さこさんのように資材のリサイクルや委託品を取り扱うなどで、さらなるコストダウンは可能だ。最近ではアフィリエイトやドロップシッピングなど、仕入れをする手間もなく、サイト制作に自信がなくても、ブログなどを使い、小資本で始められる新たな手法も登場している。ただ、始めやすいので競合も多い。

専門性や情報量の多さがキモになる。

育て方としては、一貫性のあるコンセプトで少しずつノウハウを蓄積し、その分野のプロになったのが、さこさん流だ。自分の強みをこれまでとは違う市場をターゲットにすることで、さらなる飛躍につながる場合も多い。いずれも、自分の強みは何か、よく把握しておくことが大切だ。



03・04年

1000万円

大病にかかり、活動停止の危機！救世主の出現で、乗り越える

02年末、先の講演のつながりで、サイトをつくってくれないかと依頼される。「SEO対策をしているのに、売り上げが伸びないという相談も」。そこで、これまでの事業で培った消費者視点を生かし、あくまで利用者の立場で制作。反響大で、お客さまがお客さまを呼ぶことに。「03年はこの事業で自分の棚卸しをやったというか、強みを改めて見直しました」。

だが、04年にさこさんは大病にかかって、入院生活に。体が弱って気力も失せ、「もう会社を畳もうかと落ち込んでいました」と言うほど。そこに現れた救世主が澤村勝さん！ 交流会で出会った彼が同社に入ることに。「彼がフルに営業をしてくれたので、助かりました」。澤村さんに支えられ、04年末には完全復帰。

▶Web制作を依頼し、売り上げが上がった事例が数多く紹介されている同社のサイト。制作の多くは女性Webデザイナーが手がける



◀病気で仕事に出られないさこさんに代わり、取引先との交渉をこなした救世主、澤村さん。建築関連会社出身で、さこさんとは交流会で出会った