

EXAMPLE No.

5

目指すのは「街のWeb屋さん」!  
クライアントと長くつきあっていけるように

(有)コットンウール/森牧祐氏

(有)コットンウールの森牧祐氏は、やっていた洋服店のWebを立ち上げたところからスタートしたWebクリエイター。営業マン的センスをもった同氏に、SOHOでやっていくための営業の取り組み方や心構えについて聞いた。

URL

www.cottonwool.jp/



CORPORATE DATA FILE

- 事業形態 有限会社
- 事業開始 1999年2月
- 事業所の所在地 名古屋(愛知県名古屋市東区)
- 事業所の形態 賃貸オフィス
- 事業所の家賃 45,000円
- スタッフ数 2名
- 使用PC台数 Windows×5、Macintosh×1
- 使用ソフト ADSL、3Dプリンター
- サーバ使用形態 ホステッド型(廉価タイプ)、自社サーバ
- 創業のきっかけ  
当社は洋服店からスタートしました。会社設立3年目よりWeb制作を中心とした業務内容へ変更。名古屋を中心に、中小規模のサイト制作をはじめ、ネットワーク構築やPCトラブルシューティングなどを行ってまいりました。
- 創業内情  
▶Webデザイン  
▶Web制作  
▶Webプログラミング  
▶Webプロデュース  
▶Webデザイン/制作  
▶コンテンツ制作  
▶ホスティングサービス紹介  
▶企画  
▶翻訳 (デジタル、印刷)
- ▶紙媒体の制作、デザイン、DTP
- ▶グッズ制作 (Tシャツ、ノベルティ)
- ▶デジタル印刷機
- ▶プレゼンテーション資料制作 (PowerPoint、Flashなど)
- 関与の会社名  
愛知県名古屋東区明和町4-4-2  
サンパル事務所  
tel. 052-333-3099  
mail. Webmaster@cottonwool.jp

BODY

営業マンとしての心構え

「営業」になかなか慣れずに苦労しているクリエイターも多いのではないだろうか。

名古屋でWebデザインをしている森氏は、その社名とおり、もともと洋服店を営んでいたが、売り上げを伸ばすために立ち上げた独自のサイトが経路となり、Webクリエイターとして独立し経営をもつ。そのときに立ち上げた営業に対する考え方が、現在の同社を支えている。「クライアントは中小企業がメインなので、できるだけ親切に、PCトラブルの面でも見ます。自分は営業マンだという意識をもっています」と語る。

自社サイトで営業口をなくす

さらに森氏は自社サイトの重要性をこう語る。「自社サイトを気気に運営すると、それが自分の看板になります。そのため、わざと人間性が伝わるようなサイトにしています」。自社サイトを運営することで、実際にアクセスの解析とかきき、ノウハウが蓄積できる。さらにそのノウハウをクライアントにコンサルティングとしてフィードバックできるのだ。Web上から仕事を取れるようにすることで営業口にもつながる。そのため同氏は、自身のサイト「Laboratory」のページをつくり、アクセス数を増やすことで、検索サイトの検索結果の上位に来るようにして、Webからの受注を増やした。

人と会い、よく遊ぶ

森氏は「よく遊ぶ」ことを成功の鉄則として挙げた。「とにかくよく遊びます。その出会いは仕事が発生すること結構多いし、情報も入ってきます。また、いろいろなひとと話をすると話題も増えるので、そのへんも営業マン的論議の心算なりですね。クライアントにはさまざまな匂いがしますので、よく遊んで人間なコミュニケーションをとるのも大事です」。実際、同氏が受注する仕事は、ツグが4割、Webから4割、そして飲み屋やクラブで知

PORTRAIT



MOTTO

成功のための鉄則

- 1 営業マンとしての意識をもち、できる限り親切に、いかにレスポンスよく対応する
- 2 自社サイトを気気に運営し、運営面でのノウハウを探索する
- 3 よく遊ぶ、そして集金はシビアに行う

PICTURE



名古屋駅から徒歩15分ほどの賃貸マンションの一室にある自社コトウールのオフィス。取材中もBGMが聴えない、よい空気。このオフィス以外に自宅にも高速回線を引き、いつも対応できるようにしている。

MONEY DATA

創業時と現在受注数の推移  
(創業時を1とする)



創業時と現在の売上数の推移  
(創業時を1とする)



石の上にも三年

Webはつくるまでが仕事ではなく、つづけて運営するのが仕事で、運営がそのクライアントの売り上げが伸びれば次の仕事につながる。クライアントと長くつきあっていけば、新規営業をする時間的なロスもなくなる。というのが森氏の持論だ。「目指すのは「街のWeb屋さん」です。大手の制作会社と同じくそのしごとでもダメなので、違うアイデアで勝負したり、ハートのあるページをつくったり、顔を見せたりするのを開いたりして、コツコツやっていくことが大事です。大きいサイトをつくるのが成功ではなく、小さくても元気があって、売れているサイト、利益が出るサイトをつくるのが仕事だと思います。「石の上にも三年」ということわざのとおりですね」。フリーのWebクリエイターは最初は比較的小規模のWebサイトを制作する機会が多くなるが、クライアントのWebサイトが盛り上がり、一生懸命制作する姿勢が伝わる取り組み方が重要と言えるだろう。最後に森氏は、これら独立するひとに向けて、次のようにアドバイスをくれた。「とにかく何でも挑戦にやることです。やりたくない仕事でも我慢して、クライアントと長くつきあえるようにしましょう。よく、「前のデザイナーはこうだ」と言われるようになりますが、それは問題点のヒントなのでラジメシメとしてみてください」。

WORKS



ジャパン・スズゲエ・アーティスト  
[NAHKI] オフィシャル・サイト

www.nahki.com/

NAHKI氏本人との密な打ち合わせにより制作。写真撮影などサイトへ随時行っている。密着取材は「イベントなどに行かない際に、スタッフ探しされるのであまり無茶は避けないことです(笑)」



クラブ・ミュージック・レコード・オンラインショップ「AFTERHOUR」

www.afterhour.jp

「東京においてiMacで管理されている既存データをWebに反映できるようにする際、Macintoshの角丸カタカナのデータを文字だけでなく、データベースに反映させることができました」



インプリント・審美歯科の情報サイト

www.infoPrint-home.jp

通常のWeb以外にもビデオ編集、プレゼンテーション作成など広範囲な作業を行った。「動画ファイルなど大容量データを扱うのが得意でした」



キッズ・モデルの  
マスコ・モデリングサイト

www.kiss-model.jp/mode.html

「新事業のサイトなので、事務全体のワークフローも含めてクライアントさまと協議していき、今後、関係をもよほすに努める所、楽しみにしてね」