



1963年1月7日生まれ。大阪府出身。中学卒業後、実家の自営業を手伝い、24歳で結婚。2人目を出産後、通信制高校に通い、4年後卒業。1995年から自宅でデータ入力の仕事を始め、1999年ウエストデータプロを設立。2008年法人化し、代表取締役役に就任。血液型「O型」。趣味「ネットサーフィン」「読書」「料理」。好きな言葉「汗かけ、物かけ、恥かけ、義理かくな」。

地域を問わず全国規模で営業活動や仕事の依頼が

売上げが伸び、マスコミに取上げられるサイト

社長の長沼実侑紀氏は、16年前からIT業界に身を置き、SOHO事業者から企業経営者へと転身した。口コミで実績を積み重ね、全国にSOHOネットワークを確立。データ入力からホームページ制作へと業務を拡大した今も、在宅ワーカーのオペレーター集団が業務を支えている。

現在経営に専念する長沼氏の目標は「本音で会話できる会社づくり」。言うべきことが言えない会社にはいいアイデアは生まれにくい。また議論や改善もできなくなる。優秀な社員が会社に貢献しようとヤル気を出しているにもかかわらず、それを押し込んでしまうのは会社の最大の恥という。同社ではそんな光景は見られない。現場では平均30歳の若い社員が、いつも伸び伸びと自由な発想で仕事に取り組んでいる。

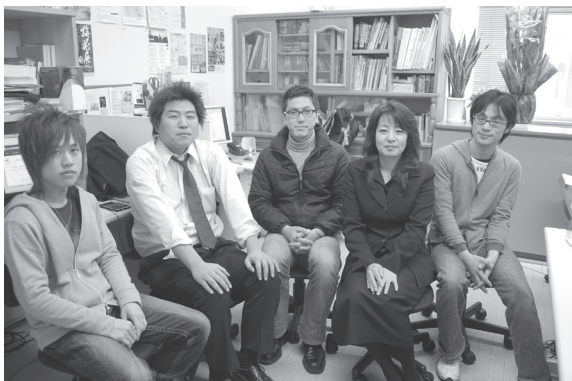
地域に愛され、支持されるサービスをめざす
全国トップクラスと評されるウェブデザイン制作会社

株式会社 ウエストデータプロ

代表取締役 長沼 実侑紀

いまやホームページは企業のPRやリクルート、オンラインショッピングなど企業の価値を伝えるツールとして経営戦略に欠かせない。マスコミにとってもホームページは、情報収集や取材先探しに重宝する心強い存在。無名の会社が新聞やテレビで取り上げられ、一躍有名になるケースも少なくない。ホームページでいかに効率よく自社の情報を伝えられるか。そのノウハウを駆使し、企業のホームページ構築に大きく寄与しているのが、ウェブデザイン制作会社だ。

姫路市の「ウエストデータプロ」は、数多くのウェブデザイン会社のなかでも「感性、スキル、スピードともに全国トップクラス」と高い評価を得ている。結果を出すことにこだわり、クライアントの目標を達成することに全社員が全力で取り組む。大手デザイン会社とは一線を画す、きめ細かな対応とユーザー目線に立った独自のスタンスが特徴だ。



平均年齢 30 歳という若いパワーが現場を支えている。そのなかで長沼氏は母親のような存在。「採用した限りは大事に育てるのが経営者の役割。フラットに意見が言い合える環境、多くの人が会話に参加できる会社にしていきたい」。

長沼氏がホームページ制作で最も重視しているのが、「顧客の目標を達成すること」「結果ありきで取り組むこと」だ。デザインの見やすさはプロとしては当たり前。ページを軽くしたり、迷子にならないようページ設計をわかりやすくするなどプロの技術を駆使して、クライアントの求めるサイトに近づけていく。

「結果が出るまではクライアントとともにサイト構築に取り組みます。ホームページは作ってからが始まりというのが当社のスタンス」と長沼氏。姉御肌で相談しやすいきさくな性格も、クライアントからの信頼につながっているのだろう。

一方で、クライアントとは対等の立場で接し、ときには苦言を呈することもある。某食品専門店では、味の良さを評判だったが、オンラインショップの対応が悪く、なかなか売上げが伸びなかった。そこで、長沼氏は担当者が替わらないとリニューアルは難しいと進言。若返りを図り、商品の包装にも注文をつけた。また、某会計事務所はリニューアル前のサイトを診断してもらったとき、いきなり「ダサッ。何の目的で作っているの?」ときつい一言が返ってきたという。

しかし、本音をぶつけてこそクライアントの意思を変えることができ、信頼を得ることができる。デザイン会社に丸投げではなく、自分たちがサイトを作っていく、という意識を持たせることも、

きるのはインターネットの大きなメリットといえる。姫路にある同社も地元を中心に全国進出しているが、とくに営業はしていない。ほとんどがクライアントの紹介や口コミによるもので、評判が評判を呼び、取引先が広がっていった。

その中の1社である地元の播州ハム工業所は、同社が作成したホームページがきっかけで人気料理番組に登場。マスコミへの露出が急増し、大手小売店のバイヤーにも注目される存在になった。また、オンラインショップを運営する関東の「ウェブハリケーン」は、オンラインショッピング大賞を受賞した会社から同社を紹介されたという。「ウエストデータプロは全国でもダントツの実力。神奈川から足を運ぶ価値のある会社」と絶賛する。

こうした声は数多くのクライアントに共通している。「ネットショップの売上げが伸びて、マスコミにも取り上げられるウェブサイトを構築できるデザイン会社」というのが、業界での大方の評価だ。これまでに、クライアント2社が日本オンラインショッピング大賞を受賞したのをはじめ、楽天市場ショップ・オブ・ザ・イヤー2007大賞、JWDAウェブデザインアワードのノミネートなど受賞歴も数多い。

長沼氏は、ホームページの役割についてこう語る。「例えばオンラインショップにとってホームページは高い効果の見込める広告媒体であり、優秀な広報マンです。自社の強みを知ったうえで、誰に何を伝えるのかを明確にし、技術面で工夫していけば、自ずとアクセスは増える。また、大学生の100%近くがリクルート活動の重要な情報源として企業のホームページを見ています。単にモノを売る、というだけでなく、企業風土や経営ビジョンなど価値を伝えることも、ホームページの大きな役割です」

クライアントの「目標」を「達成」するため

サイトづくりには必要なのだ。

家族の応援があるからこそ、仕事に打ち込める

長沼氏がこの世界で仕事を始めたのは、まだ在宅ワーカーという言葉もなかったころ。幼い子供と過ごす時間を作れるうえ、家計の足しになると、自宅のパソコンでデータ入力する仕事を受けたのがきっかけだった。とくに資格を持っているわけではなかったが、正確でスピーディな仕事は口コミで広がり、仕事はどんどん増えていった。

当時から「仕事を断れない性格だった」という長沼氏は、仕事を手一杯抱えていても感謝の気持ちから喜んで仕事を受けていたという。それでも1人でこなせる仕事には限界がある。知り合いに手伝ってもらおうようになり、その数が2人、3人と増え、20人になったときに個人事業として「ウエストデータプロ」を立ち上げた。全国の在宅ワーカーを率いて事業展開するユニークな企業として新聞にも取り上げられた。ただ、家族のために始めた仕事だったが、忙しくなるにつれ、子供との時間が取れなくなり、そのジレンマから泣きながら仕事をしたこともあったという。

ホームページが注目され始めたころ、同社ではまだ実績がなかったにもかかわらず、「できまます」といいきり仕事を請けた。在宅ワーカーに依頼して制作してもらったが、「当初のホームページ制作はクライアントのいわれるまま。プロの感覚は一切なかった」と振り返る。4年前からECショップ制作などインターネット関連事業が急増し、現在では売上げの8割近くを占める。残り2割はデータ入力など情報処理事業。全国に散らばる約70名のオペレーターは、自社独自のテストに合格し、いくつかの条件を満たした優秀な人材だ。

さらに3年前から正社員を採用し、若手の人材育成にも力を入れる。「自分を取り巻くすべての人に対して、ありがとうをカタチにできる人材を育てることが私の役割。クライアントから必要とされる人材を育てていけば、ひいては必要とされる会社へと成長していける」と、長沼氏は人材の大切さを強調する。

若手を育てるコツは、社員の自主性に任せ、自分の考えと創造力で仕事を完結させること。自分で掲げた目標に向かってチャレンジしていくことこそが仕事の原動力になるという。

今後の目標は「地域に愛され、支持されるサービース」を展開していくことだ。姫路圏のビジネス&カルチャーニュースを届ける姫路経済新聞 (<http://himeji.keizai.biz>) もスタート。地元優先で小回りの利く会社をアピールしていく。

長沼氏は「ここまでこられたのは仲間と家族のサポートがあったから。働く私の姿を見て成長した子供たちは今でも家事を助けてくれ、精神的な支えになっている」と語る。仲間と家族と顧客への感謝の気持ち、今の彼女を一層輝かせている。

会社メモ

社名／株式会社ウエストデータプロ

本社所在地／〒670-0086

兵庫県姫路市田寺6-3-17

T E L／079-299-6667

F A X／079-299-6668

U R L／<http://www.wdp.jp/>

代表者／長沼実侑紀

設立年／1999年4月（2008年法人化）

事業内容／ウェブサイト、ECショップ制作などインターネット関連事業、データ入力、文章入力など情報処理関連事業。日本オンラインショッピング大賞2社、楽天市場ショップ・オブ・ザ・イヤー2006大賞ほか受賞歴多数。従業員8名・外注スタッフ70名・提携SOHOグループ5グループ・パートナー会社6社。