

# 問われるのは、女性活用ノウハウと 地域企業の課題解決力

家庭と地域をベースに活動する主婦にとって、ウェブは「世の中と自分を結ぶ場」。女性の地域情報収集力にウェブを介させ事業化する株式会社ナビットの代表取締役・福井泰代さんと、今年5月に地域情報ポータルサイト「えるぼ横浜」を立ち上げたサンケイリビング新聞社・大藪昌幸に、女性と地域の結びつきから生まれる情報ビジネスの可能性を語ってもらった。

※以下敬称略

## サンケイリビング新聞社 大藪昌幸 (おおやぶ・まさゆき)

東京リビング事業カンパニー デジタルメディア事業部部長



1988年リクルート入社。新規事業開発室、ネットマーケティング局、海外旅行部門、ab-road.net MP長を経て、2004年末、リクルートを退社。約1年間海外生活および主夫生活を送る。2005年サンケイリビング新聞社入社。今年5月「えるぼ横浜」を立ち上げ、今後の全国展開を視野に開発に当たっている

「女性の情報力を生かすアウトプットとして、「地域情報サイト」があります。お二人が考える、収益を生んで成長できる地域情報サイトとはどのようなものでしょうか。福井 地域情報サイトでPVを稼ぐポイントは、デイリーでありタイムリーであること。ナビットのスーパードのお得情報サイト「毎日特売」は、毎日チェックしないと乗り遅れるというハラハラ感がPVを稼ぐモトです。大藪 確かに、タイムリーさが読者に行動を促し、お店の収益につながるというサイクルは見逃せません。ただ、実態としては、店側からはなかなか情報発信ができない。そこで、その店のファンに情報を発信してもらい、それをお店と地域の活性化につなげられたらと思います。「えるぼ」を設計しました。福井 地域情報で最も必要とされながら、リアルなクチコミに頼っている部分が多いのは病院、学校、防犯・治安情報ですね。新居を探す人も、これは知りたいでしょう。大藪 地域の評価として、ウェブ上に情報が豊富であれば元気な地域だろうと考える、という図式は定着してきましたから。

福井 少し前まで地域情報は行政が扱うもので、お金にならないとされてきました。が、地域ブランディングという意味で、鉄道会社や開発会社などがかわかるビジネスモデルができれば面白いと思います。地域情報のスポンサーは駅に看板を出しているような地元の病院、塾、お店など前向きな個人事業主。駅広告と地域サイトの連携などの考え方はどうでしょうか。大藪 駅というのは、面白いなあ。地域のお店が広告を出す一番の目的は集客です。でもクーポンで販促をすると一見さんが増え、お店側はずっとクーポンを出し続けなければならぬというところに矛盾を感じている。ポイントサービスやカード事業は負担が大きい。「えるぼ」はその課題解決を図るための、地域情報発信アドバイザーを目指しています。お店、女性、「えるぼ」のトライアングルをつくり上げたいですね。福井 ナビットはコンテンツの会社です。で、「sohos-style」の登録者をどんどん増やし、地域情報提供力を充実させることが目標。そのために、安心して女性が働けるような環境づくりや、女性が活躍することで地域も生き生きするような仕組みをつくりたいと思います。頑張っていきたいと思います。



「えるぼ横浜」  
<http://www.l-po.jp/yokohama/>  
地域でアクティブに行動する女性のための情報サイト。独自のセンスで情報発信する5人のミセスナビゲーターのおすすめ情報や、地元のお出かけ、イベント、ショップ情報が豊富。また会員登録すると「マイページ」機能を使って、自分オリジナルのカレンダー型トップページが使える。秋にはポイント機能なども導入予定



ナビット「sohos-style」  
<http://www.sohos-style.com/>  
主婦としての生活の空き時間を有効活用して仕事をしたい女性(=SOHO)のための、在宅ワーク、内職探しのサポートサイト。「家の中のお仕事」「家の外のお仕事」「お得情報」の3ジャンルにアップされる情報を選んで申し込む。登録者は「地域特派員」と呼ばれ、地域に密着した仕事を、自分のペースでできるのが魅力。現在会員数は約2万5000人



## 株式会社ナビット 代表取締役 福井泰代 (ふくい・やすよ) さん

### 女性の情報力を引き出す・高める 「主婦」のツボを押さえた組織運営

「まず、お二人はそれぞれの事業の中で、どのように女性の情報力を組織化していますか？福井 ナビットには、「sohos-style」という当社のウェブサイトに登録している地域特派員が現在2万5000人います。自宅にいる主婦の方に、お気に入りの飲食店の情報提供など家の中でできる仕事と、街を歩いて情報収集するなどの外でできる仕事を紹介して、小さいお子さんのいる人でも月に3万円を稼ぐことを目標として頑張ってもらっています。大藪 ナビットさんが、お仕事、なのに対し、「えるぼ」は、もう少し自己表現型でしょうか。ミセスナビゲーターという地域情報発信する5人の女性を看板にサイトを運営しています。細かな情報を集める地区調査員も約200人。驚いたのは、皆さん非常にやる気があって、情報の質も日々レベルアップし

ていくことですね。――女性のやる気や能力を、継続的に安定して発揮してもらうためには、「コミュニケーションとマネジメントが難しいのでは？福井 確かにそうですね。能力の差もありますし、得意分野もそれぞれです。まず適材適所が、このビジネスのキモ。そして継続して頑張ってもらうために、評価制度やSOHOさんがSOHOさんを管理するマネージャー制度を導入し、優秀な人がステップアップできる仕組みづくりに、今、一番力を入れています。大藪 評価というお話ですが、確かに女性には自分への評価に敏感です。私どものミセスナビゲーターも、自分が提供した情報のPVや反応が気になるようです。今、それを的確に返せる仕組みをつくらうと考えています。――評価することで、逆にやる気を削いだりませんか？福井 工夫は必要でしょう。主婦は、長く家にいることで、社会性や働くということへのズレが生じてきます。どうしても甘えが出てしまうことがある。このとき、相手が男性正社員だったりするとなおさらなんです。でも、同じ立場の女性がリーダーだと不思議と甘えない。シャキッとするんです。大藪 女性を組織の中で動かすためには、女性の特性をつかむことが必要ですね。福井 はい。女性の世界は、ボス、によって集団の色が変わります。前向きで面倒見の良いリーダーが仕切るといいグループになる。それが、リーダーが変わったことで、あっという間にダメになる。いいリーダーがいる集団が複合的に動くとき大きな成果を生み出していくんです。



「インターネットのビジネスは、マジメにやればやるほど面白いものできない、と知人に言われました。なるほど、と思いましたね」と福井さん。一見おっとりとした風情ながら、知的で大胆なお話が印象的でした