

株式会社エフスタイル

代表取締役社長 宮田 志保さん

事業内容

メディカル系、トレンド、経営・金融情報系広告物の制作、テーパー起こしなどを柱として、在宅ワーカーを活用して事業を展開している。中心的な外注パートナーは約300人である。

<http://www.f-st.biz/>

ポイント

- ・NPO法人のセミナーで出会った、今後の可能性を感じる在宅ワーク希望者を育成
- ・ディレクターの指揮の下、在宅ワーカーが機密性の高い仕事に従事

I 独自ネットワークを強みに法人化

宮田さんは、当初、フリーライターとして創業した。前職の広告制作会社から請け負った、住宅情報関係の仕事を手伝ってくれる人を募集したところ、多い時には月に200人というペースで登録者が増えていった。(NPO法人フラウンツのページを参照。)

その後も、独自の登録者ネットワークが強みとなり、仕事が順調に入ってきたので、その仕事を登録者に割り振って進めていた。

2007年、クライアントから法人化の要望もあり、株式会社エフスタイルを立ち上げた。

II NPO法人との両輪で人材獲得

同社は、メディカル系と、トレンドと呼ばれる就職情報、経営・金融情報系広告物の制作とテーパー起こしを柱として事業を展開している。

宮田さんは、同社と、NPO法人フラウンツ両方の代表を務めるが、同社は、NPO法人フラウンツの支援企業、またクライアントの一つという位置づけである。

法人化に際して、個人事業主時代、宮田さんの基に登録していた女性を社員に迎えた。現在は同社の幹部であり、メディカル系広告物の担当として、宮田さんと共に事業の柱を支えている。

宮田さんは、NPO法人フラウンツの開催するセミナーで、講師として多くの在宅ワーク希望者に会う。そこで出会った、今後の可能性を感じる人に、同社の仕事を依頼して育成する。NPO法人とは異なり、営利企業として一定のレベルを保つ必要があるため、在宅ワーカーのスキルによっては登録をお断りすることもある。

同社では、仕事の依頼に先立ち、お互いの環境や同社スタッフのことも知ってもらうため、必ず面接を行う。また、写真付きの履歴書を必ずもらうほか、パソコン環境などの状態も確認する。そして守秘義務契約、誓約書を結ぶ。

新規事業立ち上げなど、クライアントの機密事項を他社に感知されるおそれのある情報を扱う同社には、大企業と同程度の情報管理意識が求められている。個人事業主である在宅ワーカーに

同社と同程度の情報管理体制を整備してもらう段階には至っていないが、まずは意識変革を促すため、何をすべきかなどを、宮田さんが面接で具体的に話している。

受託した仕事は、1つの案件に対して、同社社員1人をディレクターとして配置し、その下にパートナーと呼ばれる在宅ワーカーが所属して作業を行う。

同社では、在宅ワーカーが行う仕事の進捗状況の把握や品質の管理のため、まず、在宅ワーカーの能力に合った内容の仕事と分量を任せること、そして、ディレクターがチームの状態を把握することが重要であると考えている。

これまで、同社で実績を積んで、多数の人が独立してきたが、そういった人から、逆に仕事の依頼が来たり、クライアントを紹介されることもある。企業を退職するのは異なる、縁の醍醐味であると、宮田さんは感じている。



(画像提供：株式会社エフスタイル)

III 在宅ワーカーの活用で、トータルコストの抑制を実現する

宮田さんは、一定の質を保った上で、短期間で多くの案件を仕上げたい場合は、在宅ワーカーを活用することが有効だと考えている。企業内で行うよりも効率よく、結果的に安価でできるからだ。ただし、宮田さんは、「在宅ワーカー = 報酬が安い外注先」という考えに与して仕事を請け負うことはない。宮田さんがいう「安価」とは、ハード・ソフトウェア導入、社員教育、マネジメントなども含めた全体で見た場合に、クライアントの企業内で全て作業するよりも安価だという意味であり、クライアントには、一連の流れ、ソリューションとして説明し、その趣旨を理解してもらっている。

IV 在宅ワーカーの隠れた能力を、仕事を通じて開花させたい

宮田さんは、面接のため多くの人と話すうち、能力があるにも関わらず、自分が何をすればいいのか分からない人、自分の能力を低く見ている人を見抜くことができるようになった。そのような人に、違うジャンル、仕事内容に挑戦させるなどして、その人たちの職域を広げてあげる、いわば背中を押してあげることを、続けていきたいと考えている。