

はい。19歳から25歳までの6年間、結婚と妻の出産、離婚、そして一緒に仕事をしていたチームの解散を経験しました。家族がバラバラになり、仕事がなくなり…。ハードな状況でしたが、幸いにも当時の私はまだ若く、営業なら誰にも負けないという自負がありました。もう一度新たなスタートを切ろうと決意し、会社を設立しました。

若い頃の私のモットーは、「いかに物を楽しく売るか」。19歳からの教材販売に始まり、宝飾品や防犯機器の販売を手がけましたが、全て黒字を出すことができていました。その後改めて、「どう売るか」に加えて「何を売るか」という理念が大事だと気づきました。

その理念の元、シンクスマイルの前身であるI・コンサルティング株式会社を設立したのは2007年。景気が悪く、物やサービスが売れない時期でした。当時は大阪の個人店や飲食店に向けてポイントカードのシステムを販売していたのですが、大阪の街をもっと元気にしたい、人とお金を動かすサービスを作りたいと、常に模索する毎日でした。

なかなか集客できない状況の中でも、店舗の経営者の方々は口をそろえて「一回でも来てくれたら店のファンにする自信があるのに…」と言うんです。そこでひらめいたのが、ユーザーがお試し価格で店のサービスを利用できるサイトの運営でした。

こうして、現在の当社の事業の主軸である「トライフィールコレクション（トラコレ）」のアイデアが生まれ、準備期間を経て2008年4月にサイトをオープンしました。

「スタート当初の反響はいかがでしたか。」

今でこそ「トラコレ」と似たようなサイト

は多くありますが、当時は初めてのサービスでしたので、「大幅な割引価格でユーザーにサービスを提供するメリット」を店舗の皆様理解してもらうまでに時間を要しました。

トラコレでは平均70%オフ、たとえば1万円のプランは初回限定価格3千円で提供します。店側が何の手も打たなければ収益がゼロのところを、お試しでも来てもらえればリピーターにつながる可能性があり、リピーターにならなくても改善点をアンケートでフィードバックしてもらえる。店舗の空き時間を利用して集客とモニタリングを両方実現できるというビジネスモデルです。

「トラコレが事業として成り立つかどうか、勝算はあったのでしょうか？」

そうですね。当社が意識したのは、ホワイトフラッグマネジメント一戦わない経営です。われわれのような小さな会社が他社と同じことを真似しようとする、よりクオリティの高いサービスをより安く提供する必要があり、資本を持つ大企業には勝てません。しかし、誰もやっていない「お試し」という事業で勝負すれば、勝率は高いと思いました。

当社は2007年に会社を設立した時点で、3つのルールを決めました。第一に「人と同じことはしない」、第二に「損する人がいない」、そして第三に「私たちが面白いと感じられるかどうか」。トラコレはこれら3つのルールを全てクリアしたサービスです。

トラコレの開設当初は、登録店舗数200、会員数はわずか17人でした。その後の社員一同の地道な努力で、サイトオープンから1年経過した時点の2009年4月に会員数