



# 05

## ワヨー株式会社

### セールスプロモーションを陰で支えるものづくり企業



これもこの会社が作ったの!!



#### SP業界では必要不可欠な存在

商品を買ってもらうには、商品の存在や魅力を知ってもらい、興味を持ってもらうことが重要になる。来店客に対して、その役割を果たすツールが「POP広告」や「SP（セールスプロモーション）ツール」だ。例えば、商品説明カードやパネル、のぼり、景品用の風船などのほか、最近は映像や香りを組み合わせて五感に訴えるものもある。

ワヨー株式会社は、このPOP広告やSPツールの企画・制作分野において、業界のパイオニア的存在だ。「当社は、ヒット商品『M』（マジカルジョイント）』シリーズをはじめ、SPに関する数多くの自社商品を持っています。また、お客様の要望に応じて自社開発するノウハウに長けているという自負もあります。この強みが、お客様からの信頼に結びついているのだと考えています」（代表取締役社長・和倉大輔氏）



多様なパーツをいかに組み合わせるかが顧客の要望に応えるかがカギ



世の中の動きにアンテナを張り、情報をアレンジすることが重要だ



チームワークが良く、忙しくしていても相談に乗る社風



#### 自らの創造性を発揮できる仕事

クライアントから依頼を受けた広告代理店が商品の認知度や購買意欲を高めるためのSP企画を考え、ワヨーは、それを形にするためのツールをつくってきた。しかし、近年、同社はクライアントとの直接取引を増やし、広告代理店が担っていたポジションへの参画に注力している。「クライアントが抱える課題に近づくことで、より精度の高い提案が可能になるからです。また、このノウハウを蓄積すれば、商品や企業のブランドづくりなど、将来的な事業展開も大きく広がります」（和倉氏）

ただし、この挑戦は容易ではない。入社3年目で、食品メーカーへの営業を担当する榎本千夏さんも、その

難しさを実感している一人だ。「例えば、『30歳代の男性に訴求したい』という要望に応えるSPとは何か？ 数学のように公式があるわけもなく、提案内容は自分次第です。満足のいく案が出てこず、アイデアの引き出しの少なさを痛感することも少なくありません。それでも諦めないのは、『課題を解決したい』と思うから。困っているお客様を見ると放っておけないんです」

同じ部署で働く小林峻也さんの場合、「簡単なパズルは楽しくない。難しいからこそ面白い」のだという。

2人に共通するのは、お客様のために成果を出したいという気持ちだ。「ここに共感できる人なら、楽しく働けると思いますよ」（榎本さん）

#### 経営陣に!

#### 東京のものづくりを支えたい

ツール製造の際に協力いただいているパートナー企業は、城東地区の町工場も多いです。時代の流れからか残念ながら廃業することになった工場があったのですが、その貴重な工作機械や技術を引き継いだことが何度かあります。これも日本のものづくりに貢献していきたいという当社の考えの表れであり、ものづくりを支える一助になっているのではないかと考えています。



代表取締役社長 和倉大輔氏

#### Corporate DATA

- 【設立】1982年7月
- 【資本金】2,000万円
- 【所在地】◎本社 東京都台東区 蔵前1-8-2
- 【事業内容】マーケティング&セールスプロモーションの企画・制作・管理、オリジナルPOPツール、SPツールの企画・製作、キャンペーンプロモーションの企画・制作など
- 【従業員数】151名 (2014年9月末現在) ※社員の平均年齢は37歳。30代前半までの社員が3分の2を占め、約40名の20代が活躍しています。
- 【URL】<http://www.wayo.co.jp/>