

販促コミュニケーションを創造する情報プランナー。 宣伝堂は事業主をサポート

株式会社 ワードワールド

〒675-1354 兵庫県小野市河合西町218-1
神戸オフィス 〒651-0087 神戸市中央区御幸通3-2-18 クラウンビル101
TEL.078-252-7373 FAX.078-252-7333

女性ならではの生活観を活かした情報を プランニング

企業は人によって作られる。そしてその人にも物語がある。この会社ほどそのことを実感させられるところは少ない。かつて商社のOLであった女性が結婚して主婦となり、子育ての一方でミニコミ誌や量販店のPR誌の編集に長年たずさわった後にこれまでのノウハウを活かせる事業をと決意したのが株式会社ワードワールド誕生のいきさつである。

2000年3月、山田三千代さんは加古川市のワンルームマンションで「プロモーションオフィス」と「事業立ち上げパッケージ」の二つの事業を始めた。「北播のタウン誌二つを立ち上げた経験をエネルギーとして、家から離れたところに事務所を構えたくなりました」とスタート時を振り返る。

「プロモーションオフィス」事業とは企画立案、コピーライティング、デザインとそれに伴う印刷など。「事業立ち上げパッケージ」事業は店舗や商品のコンセプト創りから店舗デザイン、販売企画から社員教育まで立ち上げに必要なことをすべて支援するもの。成功例の一つにクリーニング店の新設に伴う企画がある。「従来のありきたりのクリーニング屋さんといったイメージを捨て、クリニックを連想させる店内装飾をベースに清涼感あふれる制服や斬新なコンセプトでの開業を提案しました」。チラシ



スタッフと共に広告のデザインを検討中の山田三千代さん（まん中）

づくりもユニークさをねらった。「黒をバックに洋服をあれこれイラストで描き、一見クリーニングというのがわかりにくい反面、何か？と興味を引く作戦でオープンをPRしました」。利用する女性側の視点で企画したことも勝因の一つ。これが好評を得て、東京、和歌山などの新店舗についても依頼を受けるようになり、今もワードワールド社の安定した収入源の一つとなっている。

自身の事業促進経験をそのまま販促指導の ポイントに

他人の事業の販売促進に手を貸し、事業の発展をはかることがひいては自分自身の事業の進展につながる。まさに山田さんの場合がそれだった。フリーランサーから事業家への変身が課題の時期が早く訪れた。「中小企業診断士に相談して、(財)ひょうご中小企業活性化センターからコンサルタントの派遣も受けました。色んな専門の先生方の指導を受けられたことが、大変勉強になり、力となりました」日頃は店舗経営者などにアドバイスする立場だけに指導を受けて始めて分かることもある。勉強した結果をあれこれ身に付けて、山田さんはその後、公の団体主催の創業塾で講師をつとめることへと成長していく。

2001年8月、(財)ひょうご中小企業活性化センターの新産業創造キャピタル制度(NECCS)から490万円の投資を受けて資本金1,000万円で株式会社を設立した。それまでの屋号「ワードワールド」をそのまま法人名にした。登記上の本店はあくまでも小野市に置いている。山田社長の誕生である。

彼女の夢はまだまだ果てしなかった。「加古川から神戸に移ることを考えていたんです」その翌月の9月には三宮の小野柄通7-1-5マキビル2階に神戸オフィスを設けた。

神戸の中でも一番の中心地に事務所を構えたのを機に販促ライブショップ「宣伝堂」を開店した。これは、店内のカウンターに置かれたパソコンのモニターでグラフィックデザイナーと相談しながら、オリジナルのポスターや

チラシなどの販促ツールを即日制作するという画期的なもの。インフォメーションコーナー、販促ライブコーナー、カラーコピーセルフコーナー、販促コンサルティングコーナー、サンプルコーナーなどをおしゃれな雰囲気で開催し、明るく楽しい気分で事業の販促ツールを手作りできるように考えた不思議な空間。

「新商品の売り込みや起業を考えている方が相談に来られます。気軽に立ち寄ってもらえる情報伝達の場にするために考えた販促ライブショップです」。神戸で一番の中心地に事務所を構えながら、山田さんはもう一度、移転を決意した。「宣伝堂はやはり道路から見える場所に店舗がほしいと思ったんです。誰の目にもとまる場所といえばやはりビルの1階ですよね」というわけで、2003年1月、御幸通3丁目クラウンビルの1階の現在地に事務所を移転した。NTTのビルと三宮中央ビルの東の西南の角、総ガラス張りの店舗がワードワールドと宣伝堂。「極力これ見よがしの看板を排除し、あれ？ここは何屋さん？と逆に注意を引きつける演出にしております」なるほど、取材で訪問した時も「これがめざすワードワールドかな？喫茶店のようにも見え、何かの事務所のようにも見えるし、第一どこから入ればよいのかな？」と目の前に立ちながら注意を十二分に引き起こされてなるほど効果的ではありません。



山田さんたちが手がけた印刷物の数々。

ベンチャーマーケットがきっかけで 新規開拓。フランチャイズの可能性も

「前の事務所より5坪ほど狭くなったんですが、人を引きつける力が増した分成功です」これほどまでに細やかに気を配る山田さんが選んだ宣伝堂のスタッフも親身になってクライアントの対応に励むことは言うまでもない。宣伝堂はコンピュータを駆使してデザインするものの、最後は紙にプリントアウトして販促ツールに仕上げる。いわば「紙コミュニケーション」だ。「あ、ちょうど今、プライダル専門の会社とタイアップしてペーパーアイテムの事業展開をやり始めています」。

2003年度ベンチャーマーケット“フェニックス”及び「一斉商談・交流会」に参加したことが思いがけぬ幸運をもたらしてくれたと山田さんは感謝する。「フェニックスに出させてもらったそのご縁でワタベウエディングさんと知り合えたんです。普通ならなかなか名刺の交換も出来ないような実業界の方々と気軽にお近づきにならせていただける不思議な雰囲気があるのがベンチャーマーケットですね。参加させていただいたおかげでこの事業が具体化したんです」と成果のほどを語る山田さん。プライダルには招待状の作成からテーブルコーディネートまでペーパー部門の仕事がある。それをワタベの専門パートナーとして一手に引き受けようという事業展開

が実現したのである。山田さんならずとも効果のほどを嬉しく思わない人はいないだろう。「プライダル事業の実務としては、衣装や料理その他たくさんの決めなければならないことがありますから、プライダルコーディネーターの方には本来の業務に専念してもらい、わずらわしいことは宣伝堂にお任せ下さい」という新しい関係の構築ですね。私たちとしては十分にメリットのある仕事ですから持ちつ持たれつのいい関係が維持できます」この部門は将来フランチャイズ化も考えられる可能性大の新規事業と言える。

宣伝堂は起業を目指す人々の 情報ステーション

さて、ここで改めて「ワードワールド」の事業内容を見直すと、一言で言えば「広告宣伝企画」ということになる。それだけ聞けば従来の広告代理店のたぐいと何ら変わらない印象を受けるが、山田さん自身の表現では「ライブ感覚で、いっしょにプロモーション、販促ライブショップ」ということになり、全くニュースタイルの宣伝企画を実施しているプロフェッショナルであることが理解出来る。「生活の中から気づくことがたくさんあります。情報宅配便事業もそんな一つですね。業界の当たり前＝常識を覆し、あえて女性の視点での提案をどしどし実行したい」と言う。「だって、女性の方がいっぱい生活してらっしゃるから」とくったくの無い理由。ナルホド・・・とまたうなづいてしまう。

いきいきと仕事を進める女性スタッフのもとに、新商品の売り込みや起業を考える人が相談に訪れたりもする。「大歓迎です。気軽に立ち寄っていただける情報ステーションこそ私たちの目指すところです」。宣伝堂の明るい店内が事業に生きる人々のいやしと激励のスポット、言い換えれば「都会のオアシス」にも思えてくる。