



「伝わらない」をマンガで解決



うめざわ たいち

1985年北海道生まれ。大学を卒業後に就職し、10年間、販売やマーケティング、店舗管理などを経験。2017年、趣味で小学生から描き続けていたマンガと勤務経験を生かして、業務用マンガを制作するスタークリエイツを創業。

〈企業概要〉

- ▶ 創業
2017年8月
- ▶ 従業者数
1人
- ▶ 事業内容
業務用マンガの制作、
経営コンサルティング
- ▶ 所在地
北海道札幌市
- ▶ 電話番号
070(7547)9706
- ▶ URL
<https://starcreates.me>

スタークリエイツ 梅沢 太一

商品の良さが顧客に伝わらない、会社の方針が社員になかなか浸透しない。伝えたいことがうまく伝わらず困った経験がある企業は少なくないだろう。言いたいことをきちんと相手に理解してもらうには、時間や手間がかかる。

こうしたコミュニケーションにかかるコストが減れば、仕事の効率はあがる。梅沢太一さんは、娯楽としてではなく、コミュニケーションを円滑にする媒体としてマンガを使うことで、企業の活動を支援している。

読んでみようと思わせる

——事業内容を教えてください。

業務用マンガを制作しています。紙媒体やウェブ上の広告のほか、マンガを使用した名刺の制作、業務マニュアルや商品取扱説明書のマンガ化が主なサービスです。絵柄は、業務に活用しても違和感がないようにシンプルにしていますが、お客さまの好みや制作する媒体に合わせて変更もできます。打ち合わせを密に行えるように、札幌の企業を中心にサービスを提供しています。

制作期間は、A4用紙1枚の広告で

4～6週間です。マニュアルなどページ数の多いものは長期間かかることもあります。料金は、名刺は一律で5万円としていますが、そのほかは、ページ数や工数によって変わります。

マニュアルや広告はすべてマンガ化するわけではありません。それではページ数が多くなりすぎますし、絵では表現できない箇所もあるからです。マンガの強みを生かせる部分を都度、見極める必要があります。

——マンガの強みとは何ですか。

目に入ると思わず読み進めてしまうような、読み手を引きつける力があるところや、文章だけで表現する

よりも、一度に多くの情報を伝えられるところなのです。

例えば、業務マニュアルの場合は、「はじめに」の項目など読む前に理解しておいてほしいことや、事例編などの具体例がマンガ化に適しています。経営理念や会社が目指す社会的役割などは、文字だけでは「難しそうだし必要ない」と読まない従業員も少なくありません。マンガであれば、こうした抵抗感を減らせます。また、クレームへの対応方法などは、マンガ化すれば、動作や表情までわかりやすく短時間で伝えられます。

——もともとマンガを描く仕事をしていたのですか。

いいえ。マンガは趣味として小学生の頃から描き続けていましたが、仕事で使うことはありませんでした。大学卒業後は総合小売店に就職し、最初は店舗の鮮魚部門に配属されました。その後、本部でITシステムや店舗の管理などを経験しました。

マンガを仕事にしようと考えたきっかけは、二つあります。一つは、鮮魚部門で働いていたときに、着色料を使っていない自社開発商品の良さがお客さまに伝わらず、廃番になったことです。着色料は国の基準内で使用すれば問題はありませんが、より健康に配慮しようと思われた商品でした。しかし、自然のままでは

は色味が悪く、売れなかったのです。

一方で、試食販売などでお客さまに良さをうまく伝えられたことで、売り上げが想定以上に伸びた商品もあります。廃番になってしまった商品も、伝え方次第では違う結果になっていたかもしれません。こうした経験を通じて、お客さまに商品の価値を伝える大切さを学びました。

もう一つは、IT部門で発注システムの導入を担当した際、従業員に操作方法を教えるのに苦労したことです。特に高齢の従業員は、マニュアルを読んでも操作方法がわからないと利用に消極的でした。習得まで何度も教える必要があり、運用が軌道に乗るまで時間がかかりました。

システムの導入は、多くの場合、多額のコストがかかります。しかし、マニュアルや教育体制の整備が不十分であると、どんなに立派なシステムをつくっても現場で十分に活用されず、コストを回収できないと実感したのです。

この二つの経験を通じて、「伝わること」が売り上げの拡大とコスト低減の両面において重要であると確信しました。そして、長年の趣味であったマンガを活用すれば、この二つの問題をどちらも解決できることに気づきました。業務用マンガをビジネスにしたいという思いが強まり、28歳のときに創業を決意しました。



©スタークリエイツ
あいさつを行う理由を説明するマンガの1コマ

——すぐに創業したのですか。

いいえ。同じころ長期のプロジェクトにかかわることになり、しばらく勤務に集中することにしたからです。それでも、プライベートの時間は経営に関する本を読んだり、基本情報技術者という情報処理の国家資格を取ったりと、独学で知識習得に努めながら、少しずつ準備をしていました。

当初は、プロジェクトが終わる2019年3月以降に創業しようと考えていました。しかし、2017年に会社の都合でプロジェクトから外れることになったのです。別のプロジェクトが始まればタイミングを逃してしまうかもしれません。当時わたしは31歳。勝負をするなら今だと思いました。マンガが子どもや一部の愛好家のものではなく、日本の文化として広く世間に受け入れられつつあると感じ始めていたことも、後押しとなりました。会社を退職し、2017年8月に創業しました。



©スタークリエイツ
入園案内を作成する会社の広告

暗中模索の創業期

——予定より早く創業することになりましたが順調に進みましたか。

顧客がまったくいない状態で創業したので、半年間は売り上げがありませんでした。営業先もわからず、最初の1、2カ月は当社のホームページやチラシをつくっているだけでした。

ただ、集客できないなりにさまざまなお客さまと顔を合わせていました。例えば、札幌市が創設したクリエイターのためのインキュベーションオフィスや、札幌駅近くにあるワーキングスペースです。

そこで出会ったフリーランスの仲間から、異業種交流会や経営者団体に参加して、人脈をつくるようアドバイスを受けました。そのほか、勤務時代に取引のあった会社の知人から勧められたこともあり、北海道中小企業家同友会にも入会しました。ほかにもいくつかの経営者団体に所属し、積極的に交流会に参加したりして、知り合った人には業

務内容を説明して回りました。同業者は全国的に少なく、札幌に特化している企業はほとんどなかったので、たいていの人が興味を示してくれました。

しかし、受注には結びつきませんでした。そこで、まずは知人のために無料でマンガの広告を制作してみることにしました。実際に仕事を試みることで、当社の業務の流れや改善点、アピールポイントがよくわかってきました。知人からは、マンガ化する前よりも問い合わせが増えたと言われ、業務用マンガの効果に自信をもつこともできました。

自信をもってトークできるようになったことがよかったのでしょうか。交流会で話をした人から、初めて仕事の依頼を受けることができました。2018年2月のことです。

——その後は安定して売り上げを確保できるようになりましたか。

少しずつ仕事が入るようになりましたが、思うように売り上げは伸びませんでした。そこで、受注を得られたときに、自分は何をしていたのかを分析してみました。それまで、受注に至った案件は、お客さまからの強い要望があったと思い込んでいました。しかし、実際には、交流会の後にこちらからアポイントをとって個別に営業し、もう一押しをして

いたと気づきました。そこで、交流会などで「面白そう」と興味を示してくれた人には機械的に連絡し、毎週火曜日に必ず4件のアポイントを入れると決めました。

また、営業に説得力をもたせるために、広告をマンガ化したときの効果について、数字の裏付けをとりたいと考えました。そのころ、幸運にもファクスで送信するダイレクトメールをマンガ化する仕事を受注できました。そこで、マンガ化した広告とそれまで使用していた広告の両方を発信してもらい、どちらを経由した問い合わせが多いかを調べました。すると、マンガ化した広告は、文字と写真だけの広告に比べて、実に6倍以上もの反応があったのです。

積極的なアポイントで見込み客を逃さず、また、数字に基づく効果的な営業ができるようになったことで、毎月約60万～100万円の売り上げを確保できるようになりました。最近では、マンガ制作だけでなくコンサルティングの依頼も増えてきています。

勤務経験を生かしたサービス

——業務用マンガとコンサルティングは関連がないように思えます。

当社では、マンガを制作する前に、必ずお客さまからヒアリングを行います。そこだけをコンサルティング

として独立させたのです。ヒアリングを行うのは、お客さまごとにマンガ化すべきポイントが異なるからです。時間をかけて打ち合わせを行い、サービスの特徴を聞いたり、営業の成果があがった事例を分析し、一緒に成功パターンを探したりします。

受注が増えるに従い、マンガだけでは解決できない企業の課題に直面することも多くなりました。そこで、マンガにこだわらず提案するようにしたのです。すると、ヒアリングを通じて自社の強みがわかった、営業の効率をあげられたなど、喜びの声をいただくことが多くなりました。マンガの制作が終わった後も、コンサルティングは継続してほしいと依頼されるようになったのです。

こうした提案ができるのは、勤務経験のおかげだと思います。勤務時代に接客から店舗管理まで、さまざまな仕事を経験し、その都度、必要な知識を独学で深掘りして幅広い分野の知識を習得しました。また、もともと学生時代から起業に興味があり、勤務時代も経営者側に立って考えることを意識していました。特に本部で勤務をしていたときは、IT投資を提案するために、業務フローを横断的に見直したりしました。経営者の視点で会社の経営課題について考え、各部署の利益も考慮しながら提案を押し進めていったのです。

そうした経験を積み重ね、多角的な視点で物事を考えられるようになったことが、コンサルティング力の向上につながったのだと思います。加えて、札幌を中心に営業し、すぐに対応できるようにしていることも、気軽に相談してもらえるようになった一因だと思います。

——軌道に乗りましたね。

課題はまだあります。広告をマンガ化しても効果がなかったと言われることもあります。そうしたお客さまに詳しく話を聞くと、どこで配ればよいのかわからず店先に置いているだけだったなど、運用が効果的にできていないことがわかりました。広告の配布先や配布時期など、運用面までトータルで支援できるよう、従業員を雇って体制を整え、お客さまの満足度を高める必要があります。

また、今後は北海道で働きたい人

が、当たり前で北海道で働ける環境をつくる手助けもしていきたいです。

北海道の学生のなかには、卒業後に、就職のために仕方なく道外に出る人も多くいます。しかし、仕事を通じてたくさんの企業に出会うほど、北海道には魅力的な企業が少ないのではなく、学生からの認知度が低いだけなのだと思うようになりました。

北海道で働きたい学生と人材不足に悩む企業のすれ違いを解消したい。マンガは学生に興味をもってもらいやすいので、当社が会社案内をつくったり、ホームページづくりをサポートしたりすることで、認知度を高める手助けができるはずでした。

もちろん、当社も学生にとって魅力的な会社でありたいと考えています。これからもマンガを通じて、地元企業や学生のコミュニケーションを支援し、「伝わらない」ことで生じるすれ違いを解決していきたいです。

聞き手から

梅沢さんは就職したとき、まさか自分が鮮魚担当になるとは思ってもみなかった。それでも目の前の仕事に全力で取り組むことが大事だと、包丁さばきを何度も練習した。後にそれが意外なところで役に立つ。包丁の動きは直線を引くペンの動きと同じで、絵もうまく描けるようになったのだ。画力があがったという自信は、業務用マンガで創業する決意を後押しすることにもつながった。

一見関係がなさそうなことも、ビジネスチャンスの発見やその後の商品やサービスの開発につながることもある。梅沢さんの起業の軌跡をたどると、本人の考え方ややる気次第でどんな経験も生かすことができるのだと教えられる。 (青山 苑子)
