

OKAZAKI MITSURU  
岡崎 充

# 広告漫画の先駆者として 企業の広報宣伝・売上に貢献

1988年、日本初の広告漫画制作事業を始めた株式会社トレンド・プロ。代表取締役の岡崎充さん。世に数多い漫画家を集めて、企業のあらゆる印刷媒体、Webサイトで、漫画、イラスト、アニメを使った制作の受発注ビジネスを展開している。そのシステムの窓口となっているのが、日本最大級の実績を持つ同社の「アドマンガドットコム」である。現在、毎日のように当サイトを通じて新規受注があるという。登録されている漫画家の数は530人を超えており、延べ顧客数も1000社になろうとしている。インターネットが普及してからは営業マンを必要とせず、広告宣伝費もゼロという経営スタイル。企業のニーズに応え、しかも付加価値の高い商品を提供することで漫画市場を開拓する岡崎さんに、企業漫画事業についてお話を伺った。印刷業界にも大いに参考になるといえるだろう。

**他社に先駆けて漫画家を持ち込んでいた事業をスタートする**

——企業漫画制作を始められた経緯についてお聞かせください。

**岡崎** 実は企業漫画制作を始める前に、そもそもコーヒー豆の焙煎販売のために会社を設立したのですが、いかにせん、コーヒーの知識やその業界のマーケティング方法を知らないまま船出したものですから、全く売れませんでした。理由は仕入れコストのせいで販売価格が高くなり、市場での競争力がなかったといったところでしょうか。当時、新鮮さを売り物にしていました。何しろ倍の価格差があつては売れるはずがありません。それで、コーヒー豆の販売は止めることにしたわけです。では、次に何をやるかということで、思案していたところ、漫画で事業していこうという考えが浮かんだのでした。

るのを待ち望んでいた」と喜んでくれたわけです。漫画家さんたちはもともと漫画を描きたかったのですが、描く場がなかったわけです。そこに私が現れて一緒にやろうと言ったものですが、彼らにとっては願ったり叶ったりだったわけです。それが漫画ビジネスを始められたきっかけでした。

——当時、企業漫画自体がまだ少なかった時代だったのでは？

**岡崎** ぼちぼち出てきてはいましたが、企業の広報宣伝として漫画を用いるという方法はなかったと思います。その分野では弊社が最初でした。少しずつ賛同してやる漫画家さんも増えていきましたが、肝心の漫画を使っていただけクライアントさんがなかなか増えていかなかったのが問題でした。そのことで悩んでいますと、広告代理店に勤める友人が、「キヤッチコピーを掲げるのが良いですよ」とアドバイスしてくれたのです。それで私が例えばどういふコピーが良いのか聞き返したところ、「私たちが文章を漫画に変換します」と言ったので、それでそのコピーをいいただき、今でもそれを掲げています。

——なるほど。今や漫画は文化として定着しましたが、広告の分野でもやはり同じなのでしょう？

**岡崎** 文字だけで会社や商品の説明をした媒体を、どれだけの人が読んでくれるで

だのです。一緒に起業した相棒に「これからは漫画の時代だ。結婚式の披露宴で新郎新婦の生い立ちとか馴れ初めを漫画にし、例えば『私の履歴書漫画版』のようなものを作ったら面白そうだろうと思って、そのことを相棒は話したら「面白そうですね」と賛同してくれたので始めることになったのです。しかし、事業を始めるためには漫画家さんを探さなければなりません。そこで広告制作会社に勤めている知り合いの人に、漫画家さんを探してもらおうと、「漫画家募集要項」を作成してFAXしたわけです。1週間ほどすると、なんと15人の漫画家さんから応募がありました。それで5人ずつファミレスに集めて説明会を行い、「漫画家と企業との繋がり役となるので、漫画家の皆さんに協力してほしい」と、これから始めたい企業漫画制作事業の説明をしたところ、漫画家さんたちは皆「そういう人が現れ

**OKAZAKI MITSURU**

1955年福岡県生まれ。80年中央大学理工学部卒業。ヤマハ発動機入社。83年東京支店にてトップセールスになる。86年顧客管理代行システム・ボイスを開発。同年退社。88年株式会社トレンド・プロを設立し、代表取締役就任。日本初の広告漫画制作事業を始める。2000年イラスト・漫画・アニメ等の受発注サイト「アドマンガドットコム」を立ち上げる。以後、サイトからの受注が急増。現在、営業マン0、広告宣伝費0で事業展開している。05年大学生を対象とした就職・人生指導塾「岡崎塾」を運営。2010年NPO法人「日本漫画総合研究所」設立。初代代表理事に就任。社団法人漫画家協会会員



しようか。しかも分りにくいですよね。とても広告効果があるとは思えません。私たちが提案したいのは、漫画を活用することで、インパクトを与えて実際に見ていただくことで、広告の効果を高めることです。今や、社会で働いている人のほとんどが、漫画を読みます。漫画は身近な存在で、情報伝達力は話したり、読んだりすることより、格段に高く、効果があるというデータがあります。この強力な漫画というメディアを使わない手はありません。

——読ませるよりも、見せるほうが効果が高いということですね。

**岡崎** ええ。文章で表現することに対して、漫画で表現することで、人の感性に訴える効果は相当なモノがあります。まず、要点やポイントをアピールする上で効率的に伝えることができます。次に、文字だけでは取っ付きにくいものでも絵が入ることで、取っ付きやすくなって興味を引きます。文字の正確な発信力と瞬間認識力のある漫画の相乗効果で、さらに広告効果を高めることができます。その他に、漫画は娯楽効果、ユーモア・パロディ効果もありますから、メディアに付加価値を与えることができます。

**ネットでの成約案件は延べ2900件を超えコストに受注**

**漫画も印刷と同じく、低コストで短納期の時代になっているという事です。**

岡崎 充



「アドマンガドットコム」のサイト  
<http://www.ad-manga.com/>

——漫画マガジンやコミック本の制作・出版は考えなかったのでしょうか？

**岡崎** かつては企業で働き、広告の発注者の立場でいましたから、その方面のことは解っていましたが、広告漫画に特化したわけですね。ただ、当初は前述したように個人のお客様をターゲットにしていたのですが、なかなか受注がなかったため、4カ月程経った頃に、宣伝会議という雑誌に広告を出したところ、企業からの問い合わせが殺到し、受注が急増したわけです。やはり広告の力はすごいなと実感しました。

——現在、実績件数、登録されている漫画家さんの数は？

**岡崎** ネット上ですと、仕事をいただいた企業様の数は延べ約970社、2,900件になります。登録している漫画家さんは540人ほどです。しかし、全ての漫画家さんに仕事がいくわけではなく、1000人くらいに仕事をしていただいている状況です。例えば、毎日のように登録していただいていますから、漫画家さんは増えています。お客様もリピーターの方以外にも、毎月、新規の案件がネットを通じてありますから、ネットの力は大きいです。弊社では総勢1,000人を超える漫画家さんとコンタクトが可能で、ご希望のタッチや、ターゲット像などを教えていただければ、専任スタッフ

フが案件に適した漫画家さんを提案させていただきます。

——官公庁との取引が相当にありますか？

**岡崎** 官公庁は最初から受けが良く、昔からお付き合いいただいています。省庁はじめ財団法人や社団法人では、予算を使って紙で活動内容を広く知らしめる役割があり、ですので、ただ活字で公告するのではなく、漫画やイラストにしませんかと、提案させていただくと、かなり話を聞いていただくところが多いですね。それで受注することが多々あります。予算を組んで印刷物を制作している官公庁関係が本場に多く存在していますから、そういうところでは来期で予算を組んでみようということになるわけです。

——では、広告漫画の市場は当然伸びているのでしょうか？

**岡崎** 伸びていると思います。同じような漫画ビジネスをしている企業は、何十社とあるのではないのでしょうか。お客様の業種もさまざまでありとあらゆるところから受注をいただいています。それだけお客様も漫画への関心が高くて、訴求力があることが分かってらっしゃるのだと思います。

——これだけ多くの漫画家さんがいると、選び方が難しいと思うのですが…。

**岡崎** そうですね。まず絵のタッチを見て、好き嫌いでお薦めしませんが、漫画はワザカットの絵ではなく、ストーリー、コマカットの流れの中で伝えたいことを表現するものですから、全体を見る必要があります。また、ターゲットは若者なのか、高齢者なのか、男性、女性なのかも大事です。漫画は企業の担当者が読むために作成するわけではありませんから、タッチは読者ターゲットに合ったものを選ぶことがポイントになります。ですから、ターゲットが求める作風やタッチ、メッセージなどを把握することが大切です。弊社でもこれまでの豊富な実績を基にアドバースさせていただきます。さらに、タッチや漫画の表現スタイルがターゲットに合っているとしても、選んだ漫画家さんが漫画で表現したい内容への理解力が低いケースや、ビジネス分野によって得手不得手があったりしますから、発注した内容に関して抵抗感のないミスマッチが起きない漫画家さんを選ぶことも重要です。

**漫画市場の裾野が広がり、小さな仕事が増えている**

——企業が漫画を制作する上で、不可欠なものは何でしょうか？

**岡崎** やはり漫画にしたい内容の資料とシナリオになります。広告漫画を制作するためには漫画家さんの協力は欠かせません。例えば、商品の漫画を描く場合は、正確に描いてもらう必要がありますから、きちっと撮影した商品写真や商品が写っているパンフレットは当然のこと、さらには、意図に沿ったシナリオも必要になります。全て漫画家さんにお任せすることも可能ですが、お客様からのシナリオがあったほうが、進行がスムーズですし、トラブルを回避しやすくなるからです。もちろん、どんなシナリオを書けば良いのか分からない場合は、



会議室にはこれまで制作した広告漫画の印刷物が壁一面に並べられている。

弊社にご相談ください。対応させていただきます。

——全国にいらっしゃる漫画家さんとの打ち合わせはどのように？

**岡崎** パソコンを使ってネットの「 skype」で会議や打ち合わせをしています。顔を見ながら話せまじし、グループビデオ通話も可能です。やり取りは全てネット上で行えますから、非常に便利になりました。一度もお会いしていないのに仕事を発注し、的確に漫画を描いていただき、即座にお客様からOKの返事をいただくこともあり、終われば制作料を振り込むという方法です。もう会う必要がなくなってきました。一方で、何度もお会いして打ち合わせしても、内容が決定しなかったり、漫画家さんが思い通りの漫画を描いてくれなかったりして、

仕事が頓挫するケースもあります。仕事というのは本当に分からないものです。ネットによって世界各国から受注をいただける可能性が出てきました。アメリカに行っていた知り合いからは、アメリカで漫画ビジネスをすれば絶対儲かりますよ。という話を聞きますが、それだけ海外の需要も高まっているということですね。

——では、これからの国内市場はどうでしょうか？

**岡崎** 非常に裾野が広がっています。それによって、単価が落ちてきている状況です。単価というのは、1案件の受注高と言います。昔でしたら何十ページもの漫画をかなり受注していたのに、近年は数ページや1ページ、あるいは四コマ漫画などに移行しています。つまり、大きな案件は減少傾向で、細かい小さな仕事が増えているという状況です。それが受注件数の増大に繋がっているわけです。小さい案件だからこそ、ネットで選んですぐに仕上げるというスタイルになっているのだと思います。漫画も印刷と同じく、低コストで短納期の時代になっているということですね。

——現在、「日本漫画総合研究所」を設立されたとのことですが？

**岡崎** 同研究所の目的は、私と有識者が鼎談をして、日本の漫画の未来を考えていくというのが主旨です。漫画が世の中にかかることができるかという社会問題から著作権問題、電子書籍への対応、さらには漫画家としていかに力を付ければ良いか。漫画家として生計を立てるためにはどうすれば良いかなど、幅広いテーマでお届けしています。鼎談の内容はネット上で映像配信して皆さんに観ていただけるようにしています。また、6年前から大学生を対象とした就職・人生相談として「岡崎塾」を運営しています。今は就職氷河期ですから、少しでもお役に立てればと思っています。