



「最近、訪問した会社で漫画を使った資料をもらうことが増えています」。近所の会社員の話に探偵、加江田孝造が関心を示した。「漫画をなぜ活用しているんだろう。調べてみよう」

# 企業が漫画を活用なぜ



## エコノ探偵団

「最近、訪問した会社で漫画を使った資料をもらうことが増えています」。近所の会社員の話に探偵、加江田孝造が関心を示した。「漫画をなぜ活用しているんだろう。調べてみよう」

### 若い世代に親近感

孝造は衣料用洗剤「アクロン」の販促に、漫画を活用しているライオンに向かった。

学園コメディ「有閑倶楽部」などの代表作を持つ漫画家、一条ゆかりさんと組み「洗濯ヨンシ」というキャラクターを二〇〇八年秋に作成。繊維商社の社長令嬢であるヨンシが商品の特徴や洗濯のコツを教えてくれる販促冊子をスパーやドラッグストアなどに置いている。ヨンシのポスターを東京の渋谷などの駅に張っているほか、ヨンシが登場する物語を自社のウェブサイトで公開している。

アクロンの販促で活躍する洗濯ヨンシ©一条ゆかり

# 団塊世代 決定権持ち採用



漫画化された社内報を読むミツカン社員 (東京都中央区の東日本支社)

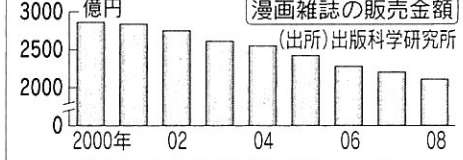
「さくさくしてしまいます」と話す。孝造は次にミツカン東日本支社(東京・中央)に向かった。同社は〇六年四月から社内報に漫画を取り入れた。広報室主任の今井福生さん(44)は「活字ばかりだと若い世代に読まれにくい」と話す。営業の最前線で活躍する社員や、工場で技能伝承に取り組む社員を人物列伝として紹介。最近は少子化による国内市場縮小に直面している調味料などの市場の動きを漫画にした。「営業や工場など自分の担当のみに視野が狭まりがちな現場社員にも、会社の全体像を効果的に伝えられます」。社内報に掲載された漫画は学生向けの会社説明会でも配っている。

## 実力派若手作家、下支え

孝造は企業向けに漫画を制作しているトレンド・プロ(東京・港)の担当のみに視野が狭まりがちな現場社員にも、会社の全体像を効果的に伝えられます。社内報に掲載された漫画は学生向けの会社説明会でも配っている。

「売上高、5年前の2倍」。孝造は企業向けに漫画を制作しているトレンド・プロ(東京・港)の担当のみに視野が狭まりがちな現場社員にも、会社の全体像を効果的に伝えられます。社内報に掲載された漫画は学生向けの会社説明会でも配っている。

漫画雑誌の販売が低迷するなか、企業の活用は活発に



企業・団体名	内容・目的
ミツカン	社内報で営業など現場社員の活躍を紹介
ソニー銀行	ネット銀行の特徴を冊子で紹介
NTTドコモ	携帯サービスを自社サイトで解説
京都織物卸商業組合	企業の社会的責任(CSR)に対する理解を冊子で組合員に促す
関西経済連合会	冊子で活動内容を紹介

に電話をかけた。同社の漫画制作の売上高は〇八年十月期まで三期連続で増加。〇九年十月期も前期比で一割ほど伸びる見込み。企業向け漫画の業界全体の売上高は三十億〜四十億程度、五年前の約二倍に増えたとみられるという。

「漫画が社会に広がっているのは分かります。孝造は説明できるからだけなのかな」。孝造はいったん事務所に戻り所長に相談した。所長は「漫画を使うとなると『ふざけている』と反対者がいそぎなものだが」と話した。そこで孝造は株主向けの情報誌を〇六年から漫画にしているNE

「漫画なら事業内容をイメージしてもらいやすいと賛成した」。社内内で漫画への理解が深まっている。孝造は再びトレンド・プロに問い合わせた。副社長の三好裕紀さん(39)は「団塊の前後の世代が会社の経営幹部に就くことで、漫画を使うという選択肢が排除されなくなってきたのです」と解説した。

漫画雑誌「少年マガジン」「少年サンデー」が一九五九年に発売され、団塊世代は大人になっても漫画を読み続けた最初の世代。「団塊以降の世代は漫画を日本の文化と考へ、会社内で活用することに抵抗感がない人が多い」と三好さん。経営層の若返りが進む中で、漫画を使う企画案が企業内で通るようになってきたという。

「なるほど」と納得した孝造が事務所に戻ると地下鉄に乗ると、何でもコンサルタントの垣根

「企業向けの漫画を制作しているのは雑誌に作品掲載した経歴がある二十、三十代の若手漫画家が多いようだ」。孝造は企業向け作品を手掛ける漫画家、安井一人さん(32)に事情を聞いてみた。安井さんは娯楽系漫画雑誌に読み切りの作品を掲載したことがあるが、連載へとこぎ着けるチャンスがなかった。そこで難しいことを分かりやすく伝えるビジネス系の漫画に挑戦しようという決意。安井さんは若手漫画家の現状について「漫画雑誌は多くあるものの、販売部数が少ないので、原稿料も安く、生活が厳しい」と打ち明ける。

出版科学研究所によると漫画雑誌の販売部数は〇八年が前年比四割減の二千百一十億と十三年連続で減少した。携帯電話や携帯型ゲーム機などと競合し、市場の縮小が続いている。読者離れを防ぐため、既存人気作品の連載は長期化する傾向が強く、若手漫画家にとっては厳しい状況だ。そのため企業や自治体が発注する漫画を引き受ける若手が増えている。

「事務所を紹介する漫画冊子を作りましょう」。孝造の提案に所長も乗り気だが、横で聞いていた夫人の円子が「費用のかかることだと最終決定権は私にあるのよ」とくぎを刺した。(辻征弥)