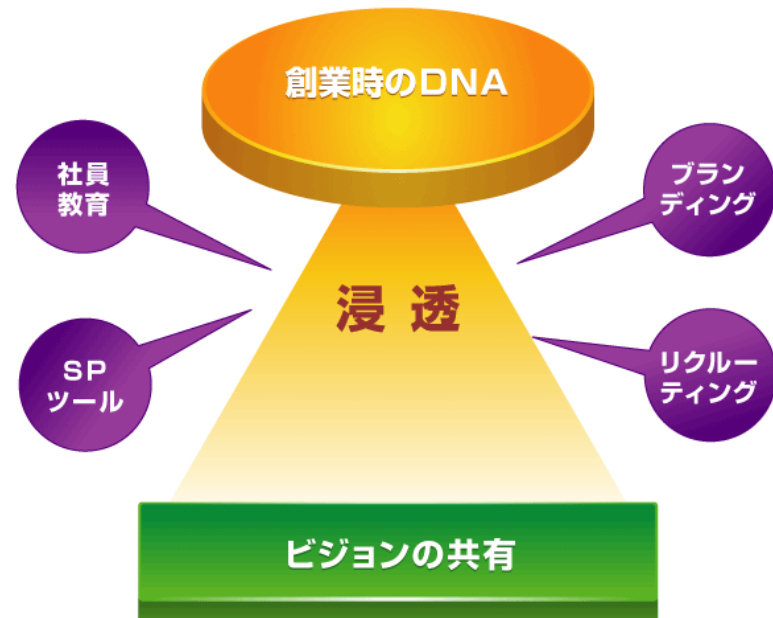


マンガでわかる 創業物語

提案書

目的＝創業時のDNAの浸透

- 販売促進ツール
- ブランディング
- 新入社員教育
- リクルーティング^getc



マンガ＝強い伝達力

- 若い世代に馴染みがある。
- 文章より直感的で分かりやすい。
- 読者が能動的に情報を取り込むので頭に残りやすい。
- 読者が主人公に感情移入するため、内容を深く理解できる。

現在の御社の地盤を作った
エピソードにスポットを当てます。

- 創業者の志
- 創業期を支えた社員の方のドラマ
- 例えば『ヒット商品』誕生秘話

御社を取り巻く全ての方を
御社のファンにします。

- コアなお客様
- 若い方々へのコミュニケーション機会作り
- 既存取引先の皆様
- まだお取引のない新規のお客様
- 従業員の皆様とその家族の皆様
- これから入社される未来の従業員の皆様
- • • etc.

マンガを使う効果①

既存のお客様とのリレーションを強化します。

- 既存の取引先の皆様に、知っているようで知らなかった御社の伝統や実績を伝えます。
- 創業者(会長もしくは社長)や先人となる社員の方の人間性やエピソードに胸を打たれ心からの信頼感が強まります。

マンガを使う効果②

新規顧客開拓にお使いいただけます。

- まだお取引のないお客様に向けても、会長もしくは社長や先人の社員の方の人間性やエピソード、歴史ある御社の魅力と実績を知ること、新しく取引を始めるきっかけになります。

マンガを使う効果③

社員の方のロイヤルティが高まります。

- 中堅以上の社員の方には懐かしく、若手の社員の方にとっては新鮮な発見と驚きがあるでしょう。自らの働く会社への愛情と誇りを持ち、御社の地盤を作ってきた先人社員の方に対する尊敬の念を深めます。

マンガを使う効果④

採用活動で御社の魅力を伝える
媒体になります。

- マンガはリクルーティング媒体としては最高です。マンガに慣れた若い世代が物語で御社の創業記を追体験し、感情移入しながら御社に対する理解と興味を深めます。

5つのステップで進行していきます。

- ①ポイントの整理
- ②取材 & ストーリー制作
- ③マンガ下書き制作
- ④下書きチェック & 下書き再制作
- ⑤マンガ仕上げ

ステップ①

マンガで伝えたいことを共有します。

- 取材前にマンガ制作の目的やターゲット、アピールポイントを整理し、マンガの方向性を決めます。

御社にお願いしたいこと

マンガで伝えたい内容をまとめていただきます。
資料等はこの時点でご提供いただきます。
また、取材をさせていただく方を決めていただきます。

ステップ②

マンガ制作の土台を作ります。

- ・弊社担当者・ライターが会長もしくは社長にお会いし、インタビューさせていただき、ストーリーを作成していきます。また、漫画家をご提案させていただきます。

御社にお願いしたいこと

取材者への取材をセッティングしていただきます。
取材後、ストーリーのチェックをしていただきます。
また、漫画家を選定していただきます。

ステップ③

ペン入れ前に内容をチェックしていただきます。

- ・マンガの下書きを作成します。

御社にお願いしたいこと

下書きのチェックをしていただき、
修正事項があればご指摘いただきます。



※マンガ下書きのサンプル

ステップ④

マンガの内容をしっかりと固めます。

- 下書きをチェックしていただき、修正点があれば修正し、下書きを確定させます。

御社にお願いしたいこと

修正した内容をご確認いただき、下書きを確定させます。



※マンガ下書き修正のサンプル

ステップ⑤

マンガを完成させます。

- ・マンガの仕上げ、着色とDTPを行います。

御社にお願いしたいこと

最終チェックをしていただきます。



※マンガ完成原稿のサンプル

マンガの仕様例

- サイズ：A5（仕上がりサイズ）
- カラー：表紙・本文フルカラー
- ページ数：16ページ（本文14ページ）
- 制作期間：約90日