

## 会社の雰囲気<sup>731</sup>を1W 明るくするコミュレポ

皆さん、こんにちは。私は、コミュニケーションについての気づきを毎月1回、振り返ることにしています。せっかくなので日頃お世話になっている皆さんにもシェアできればと思いこのようなレポートを記述することにしました。ご笑読頂ければ幸いです。

丹羽/佐之

### クリエイターを活かす現代の“パトロン”！？

ある映像プロモーションを制作するクリエイターの方から聞いたお話です。「実は受ける仕事には2種類あって、それに応じて価格は決まる。その決め手は、顧客である」という話です。

“うん？ 顧客で価格が決まる？ 仕事の内容ではなくって？”

ちなみに映像に関わらず、クリエイターは大体そんなものとのことでした。クリエイターとは例えば、映像制作、カメラマン、Web デザイナー、美文字作家・・・といった方々です。

彼らが、区別する顧客とは「クリエイターとしての才能を尊重してくれ、それを活かす形で仕事を依頼してくれる」顧客と「顧客側の要望を伝え、機能や要件を満たすものを制作依頼する」顧客です。私にとって驚きは、前者の仕事を依頼する顧客の方が、価格が安いという事実です。

この価格差、10倍程度ある場合もあるようです。普通、クリエイティビティを要求する前者の顧客の方に高い価格を請求すべきでしょ？ と考えるのは私だけでしょうか？

この数年、彼らのようなクリエイションを生業にする方々がビジネス界と接点を持つことが増えました。私自身を振り返ってみても「イメージ画、ロゴマーク制作、映像制作、サイン・・・」など仕事を依頼してきました。そのたびに自分がどのような依頼をしてきたか…振り返れば定かではありませんが、おそらく仕様や要望は具体的に伝え、こちらのイメージを伝える努力を惜しまないことを、ビジネスの基本として私なりに努めてきたでしょう。しかしクリエイター側に見れば、それは“作業”であって“創造”ではない「楽しくない」仕事であり嬉しくない顧客ということでしょう。言い換えればクリエイションの力を十二分に発揮できる環境を与えてくれる顧客は、たとえ安くても受けたい仕事。厳しい言い方をすれば、まだ『村上隆』程の一流ではないから、クリエイターとして仕事内容に価格を設定できないと言えます。

しかし、これからはデザインの時代です。商品のパッケージ、ロゴ、Web、看板、待合ルーム、すべてにデザインで差、ブランドに差が生まれることになります。一方、小さな会社を経営する我々誰もが『村上隆』に仕事を頼めるわけではありません。まだ一流に育ちきらないクリエイターと仕事をするのは、現代のビジネスマンにとっても避けて通れない道なのです。依頼側としては、クリエイティビティの高い、カッコいいデザインをしてほしい、予算内で。クリエイター側は、自分のクリエイティビティを存分に発揮したい。この利害関係を一致させるには、顧客である我々が、**クリエイターを“活かす術”**を経験を通じて、学んでいくしかありません。今も昔も、クリエイターは営業下手です。こちらの譲れない条件（仕様や機能）は抑えつつ、クリエイティビティを存分に発揮できるテーマと一緒につくっていくコミュニケーション力を持つこと。“丸投げ”ではなく、“見守る”過程を楽しむ余裕と、**クリエイターを育てていく…という現代のパトロンになる気概**を持って活用すれば、互いにとってコスト以上の成果を生むのではないかと…？ という思いに至った次第です。