

特集：魔法の習慣10

第4章 「人の役に立つ」という 理念を皆で確かめ合う

株式会社ポストクリエイティブ代表取締役 仲神 哲也さん



北村 和久

東京都中小企業診断士協会中央支部

表通りから少し外れた路地に、その一軒家は佇んでいる。玄関のドアを開けると真っ先に飛び込んでくるのは、子どもたちの笑い声だ。大人たちの声もどこか弾んでいる。一歩踏み出せば、絵本の中のワンシーンを再現したかのような部屋が眼前に広がる。

年間約5,000組が来館するフォトスタジオ「スタジオポスト」を東京都と神奈川県に計4店舗展開する株式会社ポストクリエイティブ。代表取締役の仲神哲也さんは、約20名、平均年齢約28歳のスタッフたちを率いながら、最前線で腕を振るい続けるカメラマンでもある。



一軒家をリノベーションした「スタジオポスト」の代々木上原スタジオの外観

1. 写真館開設のきっかけは長男の誕生

ファミリー向け写真館は、時代のニーズに合わせて業態が変遷してきた。いわゆる「街の写真館」から「商業施設内の写真館」へ。

そして、店舗数はまだ少ないものの、近年、存在感を増してきているのが、スタジオポストのような「一軒家貸切型写真館」である。背景には、少子化による子ども1人当たりにかかる費用の増加や、SNSによる共有・共感の広がりなどが挙げられる。

そのような環境変化の中、仲神さんは出版社系スタジオのスタジオマンからキャリアをスタートさせ、有名カメラマンへの師事後に独立。広告、雑誌、商品撮影などB to Bのフリーカメラマンとして活躍していたが、2010年の長男の誕生をきっかけに「家族写真、子ども写真を残したい」と、スタジオポストの1号店を開設することになる。

目指したのは、30～40歳代の親とその子どもを対象に、ゆっくりとリラックスして過ごしてもらえる憩いの場を作ること。当時は同業態の会社は数えるほどだった。

2. 撮影全部をエンターテインメントに

スタジオポストでの撮影は、2時間枠で行われる。カメラマンとコーディネーターが2人1組で顧客を担当し、衣装選びからスタイリング、撮影、写真データの受け渡しやその後のフォローまでを一貫して行う。

撮影前には、それぞれの家族がどのような思い、コンセプトで写真を撮りたいのかを時間をかけてヒアリングする。提案はするが、押し付けることはしない。

衣装は「ナチュラル&カジュアル」というテーマで、背景に合うように厳選したものを年齢ごとにそろえている。もちろん、持ち込みも可能だ。

「一軒家貸切型写真館」は、経営的な観点では一見、無駄も多いように思える。撮影に使われない部屋があり、1日に受け入れが可能な組数にも上限があるため、回転率は上げられない。それでも、このスタイルで運営するのは、「写真を撮ることだけが目的ではなく、そこで過ごす2時間すべてをエンターテインメントとして楽しんでほしい」という仲神さんのこだわりがあるからだ。

お客様に満足していただけるサービスを提供し続けるために、繁忙期であってもアルバイトには頼らず、スタッフのほとんどが正社員という方針を崩さない。「ともに食事を取り、同じ時間を過ごし、向かうべき方向を伝えられるのはやはり正社員ですから」と仲神さんは語る。

3. 毎朝「クレド」を互いに読み上げる

スタジオポストの全店舗では、スタッフ同士が朝礼の場で「クレド」（経営理念・行動指針）を読み上げることを毎日の習慣としている。その日のペアになる2人1組が「人の役に立って、そして喜んでもらう」という理念を読み上げるのだ。なぜ、このようなことをするのか。それには仲神さんの仕事に対する思いが反映されている。

「今、きれいな写真だけならスマートフォンでも撮ることができます。では、写真屋は、お客様からお金をいただいて何ができるのかと考えたとき、ただ写真を撮るだけでは、やっている意味がありません」

そして、たどり着いたのが、「人の役に立つ」ことだという。

現在の企業理念は設立当初から存在していたのではなく、最初はただひたすらに「ナチュラルでカジュアルな写真を撮って、喜んでもらいたい」の一心であった。



ポストクリエイティブ代表取締役の仲神哲也さん

だが、それだけでは自分に対して、従業員に対して、顧客に対して、スタジオポストであることの説得力がない。

「何年も考えた末、設立から5年ほど経った頃にたどり着いたのです。日々の積み重ねの中で『人の役に立つ』という言葉に思い至りました」

仕事というものは本来、誰かの役に立つためにある。そうでない仕事は仕事とはいえない。早晚、需要がなくなる。だからこそ、仲神さんのたどり着いた理念は、シンプルだが芯がある。

4. 人を喜ばせる種がある人を採用

スタッフの採用にあたり、仲神さんが貫いている方針がある。それは「人の役に立ちたい、人を喜ばせたい」という素養を持っている人を選ぶことだ。

採用時点では表面化していなかったり、発揮する場所がなかったりしたとしても、そもそも素養がある人材を見極めることに心を砕く。種がないと花は咲かないからだ。

「ひとこと言えば、心がきれいな人」と仲神さんは言う。そうして採用した人材であれば、先輩たちの姿を見てもらうことで、自然と「人を喜ばせ、楽しませること」自体を楽しんでくれるようになる。

入社後5日間のオリエンテーションでは、技術はもちろんのことだが、それ以上にマイ

ンドのあり方を徹底的に伝える。スタジオポストではこのような写真を撮る、お客様にはこのように接する、といった点だ。

そして、年3回、全社での勉強会を開催して、普段は別々の店舗のスタッフ全員で考え方を共有する。

5. 黎明期の苦い記憶を乗り越えて

仲神さんには苦い記憶がある。設立2～3年目の黎明期、2店舗目を出店した前後の頃だ。単一の店舗であれば阿吽の呼吸で伝えられるが、複数の店舗になり顔を合わせる機会が減ったことで、コミュニケーション不全を引き起こしてしまった。

当時の従業員数は10名弱だったが、会社の進むべき方向や運営を巡り、一部のスタッフから「方針が変わってしまったのか」と激しく反発があった。仲神さん自身も激しく落ち込み、体調を崩した。会社のためを思っのやり取りの結果として、意見の異なるスタッフと袂を分かつことになった過去が、今も仲神さんの脳裏に焼き付いている。

「今思えば、『理念』をしっかりと共有し、それをもとにやり取りするべきだったのですが、そのときは考えも及びませんでした。私自身が経験不足でした」

一方で賛同してくれるスタッフもいたことが希望の光になった。彼らはその後のスタジオポストの成長に大きく貢献してくれた。

6. スタッフと共有する3つの習慣

紆余曲折を経て、仲神さんがスタジオポストにおいてスタッフと共有し、大切にしている習慣がある。前述の「クレドの読み上げ」に加えて、「読書」と「ネガティブなことを口にしない」の3つだ。

「読書」は、同じ書籍を教材にして従業員がそれぞれ感想文を発表する。たとえば、『「原因」と「結果」の法則』（ジェームズ・アレン著、坂本貢一訳、サンマーク出版）を

読み、物事の因果について考え方を合わせる。こうすることで、組織全体を貫く共通の言語を増やすとともに、苦境にあるときやうまくいかないときに、自分を振り返れるような題材をスタッフに提供している。

「ネガティブなことを口にしない」は、物事を前向きに捉え、コントロールできることに意識を集中してもらうために徹底している。これもまた、物事の因果を意識した取組みだ。仲神さんは「心のきれいなスタッフばかりなので、自然とそうなってきました」と笑う。

そして、これら3つの習慣が、「人の役に立つ」という理念を常に皆で共有し、確かめ合うという1つの大きな習慣に集約されるのである。



スタッフと談笑。現場は常に笑いが絶えない

7. 提供しているのは「上質な生活」

習慣づけを行う一方で、各店舗の売上については店長に任せている。各店長に毎年、どの程度の売上を目指すかを考えてもらう。当然、最終的な責任は代表である仲神さんが負うことになるが、店長たちは自分で目標を立てることで、それをクリアするための具体的な方策を考え始める。仲神さんは言う。

「私が伝えているのは、写真やフォトフレームなどの商品はいわゆる Needs ではなく Wants、付加価値的なものだということです。それがなくても生きていけるけれども、あれば良いね、というものです。では、『何のために?』を考えたとき、我々がやるべきこと

は、ただ写真をお渡ししたり、商品を提供したりするだけではなく、お客様に『上質な生活』を提供するためのお手伝いをする事なのです」

それを日々、地道に伝え続けることで、スタッフ全体にモノそのものではなく、その奥にある思い出や記憶を作るための手伝いをするという信念が芽生える。

それが顧客との中長期的な関係につながっていき、好循環を生み出していく。現在、来館組数に占めるリピーター率は6割以上で、新規顧客のほとんどが口コミや紹介である。



スタジオごとに独自のストーリーが存在している

8. 人とのかわりを何よりも大切に

今後、目指す方向性を仲神さんに尋ねると、じっくりと考えたうえで答えてくれた。それは、お客様に喜んでいただけるサービスを安定して提供できる「組織の体制づくり」と、皆が安心して働けることができる「スタッフの環境づくり」の2つだ。

「スタッフにとって、当座、この仕事が楽しいというだけでなく、長期にわたり安心して働ける職場環境とシステム、個々にマッチする多様なルートを築いていきたいと考えています」

たとえば、スタッフの健康支援をはじめとした福利厚生の実施はもとより、家族構成の変化などに対する柔軟できめ細やかなサポートである。ワーク・ライフ・バランスのさらなる向上といった、個々のプライベートな部

分もバックアップできるような環境づくりを進めたいとのことだ。

「お子さんやご家族を相手に仕事をしている会社なので、スタッフにも当たり前のように人生を幸せに過ごしてもらいたいのです」

良質なサービスを安定して供給できるような組織体制の整備、スタッフの労働環境向上、サービスの品質安定のための教育制度の拡充など、やるべきことは山のように待ち構えている。顧客に飽きられないためのスタジオ改装や、新たなコンセプトの物件探しも行わなければならない。

だが、仲神さんの表情はあくまでも明るい。それは人の役に立ち、喜んでもらうという天職を見つけ、大好きな仲間たちと働ける喜びにあふれているからかもしれない。

最後に、大事にしているものは何か？ と尋ねたところ、すぐに答えが返ってきた。

「人とのかわりです」

日常の中にあるかけがえのない一瞬を捉え続け、多くの家族にとって宝物になる写真を生み出してきた仲神さん。まるで子どものような無邪気な笑みの奥で、信念に満ちた目がいっそう輝いていた。

仲神 哲也

(なかがみ てつや)

日本大学芸術学部映画監督科卒業。商業カメラマンとして活動後、2007年に株式会社ポストクリエイティブを設立。2010年フォトスタジオ「スタジオポスト」をスタート。年間約5,000組の家族のさりげない一瞬を感動に変えるお手伝いをしている。



北村 和久

(きたむら かずひさ)

1982年生まれ。早稲田大学教育学部卒業後、システムインテグレーターにて法人営業として、生産性向上のための情報共有ツール導入・利活用を推進。2018年4月より同社経営企画室にて中期経営計画の策定と推進に従事。2018年中小企業診断士登録。

