

# ひ ら く。



VOL.2 2022 JULY  
NEWSLETTER

**クロスメディア**  
【新しい言葉をつくり、言葉を実体化する人たち】

話題書著者トークイベント 齊藤徹さん×八子知礼さん  
『愛のある組織変革』

『グローバル採用第一期生』に向けて  
京都キャリアフォーラム初出展

〈編集日記〉 人気YouTuberの新刊『クリエイティブ整理・収納術』編集の裏側に迫る  
〈ZERO GYM 通信〉 座り仕事が多い人ほど寝る前に運動すべし!



6月1日、6万部を超えるベストセラー『だから僕たちは、組織を変えていける』の著者・斉藤徹さんと、新著で話題書の『DX CX SX』の著者・八子知礼さんの二人がコラボレーションし、代官山蔦屋書店にてトークイベントが開催されました。リアルの会場には20名(満員御礼)、オンラインでは152名参加され、大盛況のイベントとなりました。

#### デジタル化とヒューマン性の両立は可能か

「DX」や「デジタル化」が近年、企業や組織の変革に求められています。そんな中、人間性はどこまでリスペクトされるのか。「愛のある組織変革」はもう、時代遅れなのか。デジタル化を伴う組織変革において、実は「人間の変容(ヒューマン・トランスフォーメーション)」こそが大事なのです。

設備やデバイスなどの「フィジカル」なものへの投資は、期待通りの結果が得られます。しかし、それらを扱う「ヒューマン」は、曖昧模糊とした存在であり、必ず向き合わなければならない課題となって私たちの前に立ちはだかるのです。では、組織において「ヒューマン」と向き合う時には何が必要なのでしょうか。

- 「デジタル化が目的化していないか」
- 「新しい変化を拒んでいないか」
- 「人を『それ』と扱ってしまっていないか」

このような自問自答を、会場の一人ひとりが真剣になって考え、自分の組織や自身を省みている様子でした。

#### 「意味」と「希望」を伝えるのがリーダーの役割

一方で、参加者に希望を感じさせるおふたりの熱くて優しい「愛」のあるトークに、会場は温かい笑顔に包まれていました。

リーダーは「意味」と「希望」を伝えて、メンバーの「夢中」をつくってあげる。また、これからの時代は「シェアリーダー」という、適材適所でそれぞれがリーダーシップを発揮するリーダーシップの在り方が求められるといえます。

デジタル化を推進する。でも、そこには人間性の尊重が欠かせない。むしろ、関係性づくりから行かないと、デジタル化が目的化してしまいます。組織は人間がいてこそ。だからまずは愛のある組織を目指すこと。

「なぜDX化するのか」という問いに全員が立ち返り、自分の中に答えをみつけるセミナーとなりました。



写真撮影：鈴木翔太

# 話題書著者がコラボ 『『愛のある組織変革』は実現可能か?』 斉藤 徹さん × 八子 知礼さんの トークイベントが大盛況



斉藤さんと八子さんと参加者のメンバー

『DX CX SX』  
価格：1,738円(税込)  
ISBN：978-4-295-40622-8



『だから僕たちは、  
組織を変えていける』  
価格：2,068円(税込)  
ISBN：978-4-295-40625-9





初の

京都キャリアフォーラム

出展の背景

# 「グローバル採用第一期生」 にかける想い

こんにちは。広報の濱中です。

7月2日(土)、海外留学生や日英をはじめとしたバイリンガル人財のための就職イベント「Career Forum」に出展します。

クロスメディアグループとしてキャリアフォーラムへの出展は初めてです。

募集の背景には大きく、

- 1 海外事業の拡大
- 2 社内の活性化をはかるダイバーシティ推進
- 3 グローバル企業へと成長させるブランディング効果

この3つがあります。

これらの実現には「グローバルに活躍していきたい人」や、「グローバルな環境でチャレンジしてきた人」が必要です。

また、グローバル人財といっても、単なる海外留学経験や語学力だけを求めているのではなく、「コミュニケーション能力」や「バイタリティ」といった、どんな環境でも柔軟に対応し、チームをひとつにまとめていくスキルや、どんなシチュエーションでも前向きに考えて行動できることを期待しています。

その点で、なぜクロスメディアグループがそのような人財を求めるのか、経営理念から考えることができます。

## VISION

メディアを通じて人と企業の成長に寄与する事業を行い、  
社会に新しい価値を提供する



顧客の成長のために、自己成長を大切に人、  
新しいことにチャレンジする人

## MISSION

起業家精神のもと  
新しいメディアを駆使した事業を開発する

顧客のリアリティーに耳を傾け、独自の切り口で  
商品・サービスを提供する

常に、楽しく、チャレンジできる  
環境と働き方をデザインする



主体性のある人、クリエイティブに働きたい人、  
どんなときでも楽しみを見つけ、チャレンジ精神をもつ人

海外留学経験者の多くは、会社の規模や知名度、企業の表面的特長よりも、自分自身がいかにか成長できるか、その仕事の内容や将来性を重視する傾向性があります。起業に興味のある学生も多いので、私たちクロスメディアグループのような「起業家のように企業で働きたい」方にはベンチャーマインドをもつ企業がマッチすると考えられます。

私たちは多様な個性、意見をもつ多様な人財と共に、次のクロスメディアグループを創っていきます。今回のキャリアフォーラムの出展は単なる語学力や留学経験を評価する採用ではなく、目的意識やバイタリティをもち、ポテンシャルあふれる仲間と未来をつくるための最高のチャンスだととらえています。

一人でも多くの「クロスメディアグループのビジョンに共感する仲間」を集めていきます。



クロスメディアグループ企業広報  
濱中悠花

こんにちは。クロスメディア・マーケティングで、マーケティング担当をしている水上です。今日は企業ロゴについて少しお話ししたいと思います。

みなさんは、「企業ロゴ」というとどのようなロゴマークを思い浮かべるでしょうか？

企業ロゴはただ企業名を覚えてもらうためのマークではなく、会社の理念やストーリーなどが込められた「企業ブランドの顔」ともいえます。つまり、企業ロゴがブランディングを促すひとつの重要な要素ともいえます。

### クロスメディア・マーケティングの企業ロゴ

私が働くクロスメディア・マーケティングの企業ロゴは、ロゴタイプとロゴマークを組み合わせたタイプの企業ロゴです。



クロスメディア・マーケティングの企業ロゴ

クロスメディアのクロス「X」の形をモチーフにし図形を作り、それを円で囲んだ形になっています。当社はグループ



クロスメディア・マーケティング  
マーケティング部  
水上 茜

会社として大きく分けて、4つの事業に取り組んでおり、各事業が各パーツを担い、それらが四方から集まり一丸となって、力を発揮しているという様子を体現しています。

また、クロスメディア・マーケティングは出版マーケティングを大きな軸として、メディアやコンテンツを通じて、企業の成長に貢献しています。そのため、知性や信頼感をイメージさせる青色を使用することで、クライアントの持つ要望や課題に知恵をもって取り組む誠実さ、聡明さを訴求しています。

このように、企業ロゴはブランディングと深い関わりがあり、ブランドイメージの認知や効率的なブランディングを行うためには企業ロゴは非常に重要なのです。ブランディングの成功により、選ばれる企業になるためにも、自社のストーリーや理念とマッチしたロゴを企業ロゴとして、慎重に選ぶことが大切です。

今日お話しした「ロゴ」について、より詳しく学ぶには下記のブログをご覧ください。

それでは、またお会いしましょう～！



ロゴについて、詳しくはコチラ

## 企業ロゴとブランディングの関係

メディア制作の現場から

デジタルとアナログの間で

# Googleアナリティクス4 (GA4) とは？

Webマーケティングに携わっている方ならばすでにご存知の方も多いと思いますが、Googleアナリティクス (GA) が2023年7月に新しいバージョンに完全に切り替わります。

現在多くのWebサイトに導入されているGAのバージョン「ユニバーサルアナリティクス (UA)」は2023年7月に計測が終了するため、サイト分析のためのデータ収集に空白期間がでないように、遅くとも2023年7月までに最新バージョンであるGoogleアナリティクス4 (GA4) の導入を済ませておく必要があります。

ただし、旧バージョンである「ユニバーサルアナリティクス (UA)」と「GA4」では計測方法が異なるため、旧バージョンと新バージョンで収集されるデータにどのような差異が出るのかを把握するために、旧バージョンと新バージョンを併用する期間を数ヶ月は設けたいところです。

では、ここからはGA4で新しく変わる点について簡単に説明していきます。

### 1. ユーザーの行動中心の計測

GA4では、Webとアプリを横断してユーザーの行動を計測できるようになります。これまでのユニバーサルアナリティクスでは、PC、スマホ、タブレットとデバイスごとに別のユーザーとして計測されていましたが、GA4ではいくつかのデバイスを使用するユーザーの行動を一人のユーザーとして認識して追えるようになります。

### 2. 機械学習による予測機能

これまでのユニバーサルアナリティクスでは、計測されたデータを元に分析するだけでしたが、GA4では計測されたデータを元に機械学習による予測の指標が出せるようになります (予測機能の導入には条件がいくつかあり、これらの条件を満たす必要があります)。指標として出るのは「購入の可能性」「離脱の可能性」の2つです。これによって、今後の売上の推定値を出すなどが可能になります。

### 3. 自動計測

ユニバーサルアナリティクスでは、個別に計測するためにタグの設定が必要だった各種イベント (スクロール、サイト内

検索、クリック、動画再生) が自動で計測されるようになったため、より簡単にユーザーの行動を計測できるような仕様になっています。

このように、主にユーザーの行動を軸にした分析が強化された点がGA4の特徴と言えます。できるだけ早く導入を進めてその特徴を活かす形で活用すれば、より精度の高いサイト運用が可能になりますので、早めの移行を検討してみましょう。



クロスメディア・デジタル  
代表 根本輝久

# クロスメディア・パブリッシングの本 週間ランキング

(6月21日 全国書店調べ)

## 1位

6万部突破!  
組織改革の希望の書



だから僕たちは、組織を変えていける  
(著: 斉藤徹)



## 2位

ベストセラー改訂版  
プロが教える金利の見方



改訂版 金利を見れば投資はうまくいく  
(著: 堀井正孝)



## 3位

自分らしく生きるための  
「ものさし」を知る



感性のある人が習慣にしていること  
(著: SHOWKO)



## 4位

5年後、10年後を見抜く  
プロの予測全技法



プロ投資家の先の先を読む思考法  
(著: 藤野英人)



## 5位

すべての営業に、  
エールを



シン・営業力  
(著: 天野真也)



## 編集日記

今回は川辺が担当します。本を企画した背景や思い、ふだんは考えないことを言語化するというところで、あまり自信はないのですが、少しでも皆様の心に残る一言が紡ぎ出せたら——そんな思いを感じながら書いてみます。

下心まる出しで制作した「ミニマリスト生活」をきっかけに、ライフスタイルの沼にはまる日々

ライフスタイル書籍をつくるきっかけとなったのは2019年の夏ごろ。この時は商業出版の企画をクロスメディアで仕込み始めた時だったのですが、丸善オゾンでミニマリストしゅさんの『手ぶらで生きる』(サンクチュアリ出版)を発見して、「こんな本をつくってみたいなあ」と心が躍りました。

そもそも私のキャリアで、ビジネス書をヒットさせた経験はほぼなく、インタメよりか実用書よりの本の実績しかありません。だから「ビジネス書でベストセラー」と言われると、正直モチベーションは持てず、私自身の能力を発揮できないと感じていました。

そういう意味で『手ぶらで生きる』は、ジャンルを超えて時代に通底している空気を私に伝えてくれた本であり、「モノを持たない」生活がビジネス書ジャンルまで浸透していることを教えてくれました。

今回企画した『クリエイティブ整理・収納術』も「ミニマリスト生活」から続く一連の流れのなかでの作品です。ちなみに「ミニマリスト生活」

仕事をしているよりも、  
俺、主夫しているほうが生き生きしている？

をつくった動機は大変不純なもので、ビジネス書コーナーで売れる「おいしい領域を見つけた！」です。ですから、この時はライフスタイル系の書籍編集を手掛けたからではなく、「書籍で儲けられるジャンルを見つけたなあ」という、やましい気持ちのほうが9割でした。ライフスタイルは主婦の領域ではない。だから、ジェンダーレスな整理・収納本を世に問いたい。

「営業は足で稼ぐ」という言葉がありますが、「企画は足で稼ぐ」というふうに私自身は置き換えて、頭でっかちな企画からの脱却を図っています。

そんななかで、『28文字の片づけ』という本が目にとまり、直近のデータを見ても、かなり売れていました。ということは、「新しい片づけ本」はまだ可能性があるのではないかと考えたのです。

YouTubeを調べてみると、「断捨離」は圧倒的に人気があります。でも、今さら断捨離本はつくりたくありません。さらに調べると、「100均DIY」の動画にあたりました。再生数も100万超え！「これだ！」と感じたのが著者のTSUNさんでした。

仕入れ会議に提出した企画書は「100均DIYで仕事と生活を整理する方法」でした。この企画で著者にぶつけましたが、「100均DIY」をタイトルに入れると、「100均マニア」にしか反応されなくなり、なおかつ、その人たちは「お金がない」と言われました。

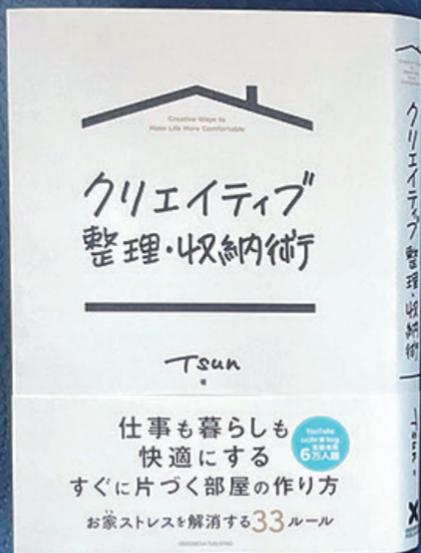
そこでタイトルに関する著者との議論が3カ月ほど続き、最終的に決定したタイトルが『クリエイティブ整理・収納術』でした。

タイトルの狙いとしては、女性読者が多いライフスタイルの棚で、「どう他の本と差別化するか?」ということがテーマでした。私自身が著者にぶつけたのは「ワーク・ライフ・ハーモニーが求められるなかで、主婦ではなく主夫も共感する片づけ本」でした。

今は家を守るのは主婦ではなく主夫も含まれます。家事や育児も主婦だけでなく、主夫の役割でもあります。だからこそ、主夫でも読める「整理・収納」の本が欲しいと思いましたし、そういった視点がある本が求められているとも思います。

編集部 川辺秀美

編集日記の全文はコチラ↓



# ビジネス書出版社社長のたまには じめな話

## Vol.26 コンテンツ・ファースト

当社が今月発売する新刊『コンテンツ・ボーダレス』（カン・ハンナ著）の原稿を読んで興味深かったのが、韓国は官民を挙げての取り組みによりコンテンツの輸出大国になり（5年前の倍の約1兆3000億円）、そのことがサムソンのスマホやヒュンダイの車だけではなく、化粧品や食品の輸出増にも結び付いているということです。

歴史的に考えると、コンテンツを通じて自国の社会や文化、娯楽を伝えることにより、自国の商品・サービスに関心を持ってもらう。そしてそのことが輸出拡大につながります。特に先進国では、“コスト”ではなく“価値”を売るビジネスになっているので、コンテンツで先に価値を伝えていく「コンテンツ・ファースト」の輸出戦略が必要です。

前回、「日本経済とベンチャー企業」というテーマで、国と企業が成長するためには新たな需要が必要だ、という話をしました。

コンテンツを通じて、海外での日本の商品・サービスの需要を生み出すことで、国内にも新たな需要を生み出すこととなります。これは、グローバル企業や大企業だけの話ではなく、中小・ベンチャー企業にも成長拡大するためには必要となっていくことです。

クロスメディアグループは、コンテンツづくりのプロ集団として、世界中に日本の価値を伝え、日本企業の輸出をサポートする事業を本格的にスタートします。例えば、

海外向けのWebサイト制作やコンテンツ・マーケティングの実施。英語や中国語での書籍制作と現地販売など、当社の編集力とネットワークを駆使し、ビジネスの海外展開をサポートしていきたいと思えます。

クロスメディアグループ代表 小早川幸一郎

（毎週、「社長の四方山話」を更新しています）



『コンテンツ・ボーダレス』  
カン・ハンナ（著）  
2022年7月1日発売



インターネットによって、あらゆるボーダーはなくなった。国境も、言語も、クリエイターと消費者という枠組みさえも。デジタルプラットフォームを駆使することで、誰もが世界中にコンテンツを届けることができるようになったのだ。そんな時代だからこそ、「その国らしさ」「あなたらしさ」に価値が出る。世界の人々は、その国でしか表現できない、あなたにしか表現できない、まだ見ぬ新しいコンテンツを待っている。その時代の変化をうまく捉えて、世界的なヒットを次々と生んでいる韓国の事例を中心に、世界へコンテンツを届ける方法について考える。

## 編集力の強みを生かした共感・当事者意識を醸成する ナラティブなアプローチが可能！「新」採用広報サイト 『こんな会社で働きたい』8月1日オープン

企業の「サステナビリティ」に対する取り組みは、あらゆる社会課題の解決のために極めて重要なミッションとして定着しつつあります。当サイトでは持続的企業活動の支援を目的に、企業毎の環境や社会に対して貢献する取り組みを求職者に向け発信する特化型サイトとして生まれました。

サイトを利用する求職者は「サステナビリティネイティブ」を生きる世代で、環境変化や社会事を柔軟に捉え、自身の就労先の選択にも明確な選定基準をもって

活動しているほどです。

こうした求職者に貴社の活動を発信し、採用広報に活かせるサービスとしてぜひご活用ください。取材・撮影はもちろん、出版社の強みとする編集力を活かし、貴社の魅力発信を最大限お手伝いいたします。

サービス利用料：10万円／掲載

※貴社で原稿をご用意いただく必要はございません。  
※現地撮影費用に関しては地域によって別途ご相談となります。



# 座り仕事が多い人ほど寝る前に運動すべし!

みなさんこんにちは。ZEROGYMの隈です。

最近『睡眠』が課題ですというお声を多くの企業様から頂きます。そして、それらの企業で働く人に多く共通しているポイントが2つあります。それは、デスクワークが多いこと、そして運動をほとんどしていないことです。

この2つが『睡眠』とどう関係するのか、簡単に説明します。まず、デスクワークが多いということは、同じ姿勢で長時間いることが多いということです。同じ姿勢で長時間いると、筋肉がこわばり血流も悪くなっていきます。筋肉がこわばった状態で眠りについても、身体が緊張した状態のままなので、深い睡眠を得ることはできません。

デスクワークが多くても、適度な運動をしている人は、身体がほぐされ血流もよくなるので疲労物質が排出され、深いリラックス状態に入りやすくなります。その状態で眠りにつくと質のいい眠りを得ることができ、毎日活き活きと活動できるようになります。

ただ、仕事で疲れている中、なかなか運動をする気になれないという気持ちも理解できます。その場合は、寝る前のストレッチと瞑想の組み合わせがおすすめです。



寝る前にベッドの上で軽いストレッチをすることで、筋肉のこわばりをほぐして血流を改善し、疲労物質の排出を促します。特に座り仕事が多い人は、お尻や裏腿、股関節の

血流が滞りがちなので、下半身のストレッチを念入りに行うことが大切です。



身体のこわばりを取り除いた後は、瞑想で心身を整えます。副交感神経を活性化させる効果のある腹式呼吸をしながら行うと、さらにリラックス効果が上がります。お腹に手を当て、吸う息でお腹が膨らみ、吐く息でへこむ動きができていたら、しっかりと腹式呼吸ができている証拠です。腹式呼吸を繰り返していると、自然と眠気が訪れますので、その眠気にしたがって眠りにつくと、質の高い深い睡眠を得ることができます。

ストレッチや瞑想と言われても何をすればいいかわからない、という社員様にはZEROGYMのオンラインレッスンにある夜瞑想のクラスなどがおすすめです。インストラクターの癒しの声を聞きながら、ゆるやかに眠気を感じていくことができます。

オンラインレッスンは、法人プランもご用意しておりますし、「睡眠力」の研修も行っていますので、もし『睡眠』が社内で大きな課題となっている場合は、是非ご相談ください。

お問い合わせ [info@businesslife.jp](mailto:info@businesslife.jp)  
(担当：隈)

## 40歳以上限定

# 「無理せず、いいカラダ」が手に入る! 完全初心者向けパーソナルトレーニングを開始しました。

(株)ビジネスライフは2022年6月1日、疲労回復専用ジム ZERO GYM (所在地: 東京都新宿区西新宿1-25-1 新宿センタービルMB1F) がプロデュースする40歳以上限定の「はじめてのパーソナル」のサービスを提供開始いたしました。

本サービスでは、お客様一人おひとりに合わせた、通い方・トレーニングメニュー・価格設定を提案させていただきます。予約時間の柔軟性、一過性のトレーニングに陥らない為の運動強度、リーズナブルな価格

設計は全て、運動を習慣化していただくためのもの。「ハードルの低さ」にこだわり抜いて設計しています。出版社の強みである、専門家とのネットワークや専門知識を活かし、本ジムのトレーニングも科学的根拠を基に行っています。無料カウンセリングも行っておりますので、ぜひこちらからお申し込みください。

詳細、お申し込みはコチラ



- ① 言葉によるモヤモヤ、心の傷をなくしたい。初めて一から編集した一冊「言葉のアップデート術」に込めた想い



編集日記はコチラから

- ② 明るい・暗いも、主観の問題。自分で楽しみを見つけにくい「明るい人」が増えてほしい。『「明るい人」の科学』に込められた想い



編集日記はコチラから

### 編集後記

広報の濱中です。今回で二回目の発行の広報誌ですが、「ひらく。」というテーマで編集いたしました。

このテーマの背景には「花が開く」「新しい道を拓く」といった明るい未来を想起させたいという想いがあります。また、「ひらく」には「啓く」もあり、辞書には「事柄を明らかにする。解き明かす」とかいています。

クロスメディアグループでは毎月のように新しい商品・サービスが生まれ、新しい顧客やパートナーとの関係性が生まれているので、広報として、各社の取り組みをもっともっと魅力的にお伝えできるよう(クロスメディアグループを解き明かせるような)媒体へと進化させていきたいと思えます。



巻頭で紹介した著者イベントでのオフショット。編集担当の先輩二人と