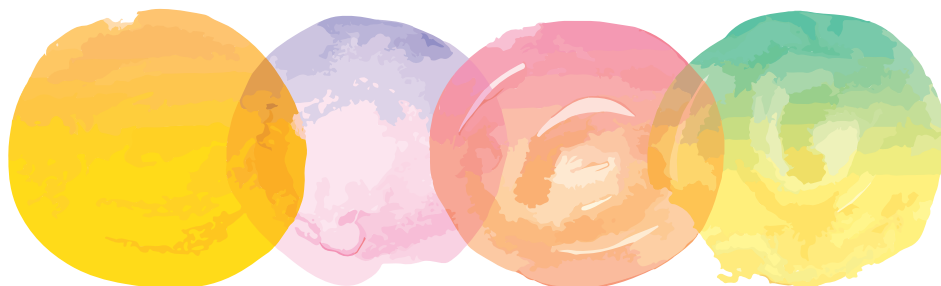


つなぐ アイデア。



【スペシャル対談】

編集とはイノベーションを実現すること

代表小早川幸一郎×中央大学ビジネススクール名誉教授 田中洋氏 ——— 03

【社員紹介】

出版事業部 デザイナー 長田周平 / プロジェクトマネジメント室 浜田佳歩 ——— 04

【社内プロジェクト】

心理学モデル「ジヨハリの窓」で深める自己・相互理解 ——— 05

【マーケティングnews】

企業と就活生・転職希望者との間に「運命の出会い」をつくる

「こんな会社で働きたい」Web /

成長企業向け「新規開拓営業のための出版セミナー」 ——— 06

【書籍紹介】

ベストセラー書「だかぼく」のワークブック登場 /

<新刊ができるまで>『マッチングアプリ、やっぱりちょっと怖い…。

そんな偏見を持つ私がこんな本を作った理由』 ——— 07

【ビジネス書出版社社長のたまにはまじめな話】

vol.28 情報化社会の新たな課題 ——— 08

2023年の新たな出発に。

「今の習慣を変えたい」「新しい習慣を身につけたい」あなたへ

良い習慣を1つ始めると、悪い習慣がすべて変わる

01 習慣化へのステップ

02 潜在意識を味方につける

03 頑張らなくていい理由

04 習慣は才能を越える

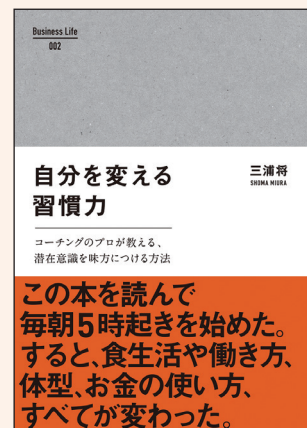
05 人生を根本から変える習慣

05 「スイッチとなる習慣」
のを見つけ方

06 「スイッチとなる習慣」
の選択肢

Kindle
Unlimited

無料で読めます!



『自分を变える習慣力』/三浦将(著)

スペシャル対談

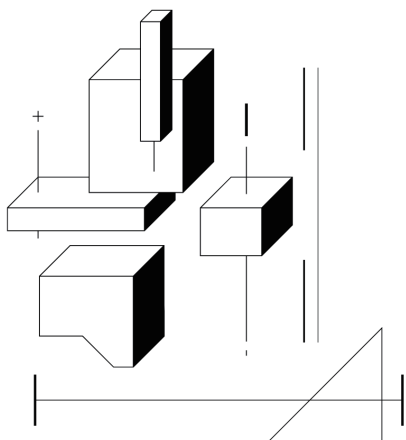
編集4.0

中央大学ビジネススクール名誉教授

田中 洋氏

クロスメディアグループ代表
小早川 幸一郎

昨年末、日本マーケティング学会2代目会長を務めるなど、マーケティングおよびブランディングの第一人者のひとりである中央大学ビジネススクール名誉教授の田中洋先生と数々のビジネス書籍のベストセラーを生み出してきた編集者で当社代表の小早川幸一郎が「編集力」をテーマに対談しました。今回はそのトークセッションの一部をご紹介します。



進化する「編集」

田中先生：小早川さんの定義によると、編集というのはコンテンツづくりだけでなく、**人や企業、あるいは事業、さらには社会の要素をうまく整えたり、何か新しいものを作ったり**。そういうことに関わるのが、編集のお仕事ってということになるわけですね。

小早川：そうですね。漢字でいうと集めて編むって書くじゃないですか。企画とかアイデアのように0から1を生むのではなく、**既にあるものを組み合わせて、何か新しいものを作る**って感じですね。最近ですとデザインという言葉が世界的なトレンドになっていますよね。スティーブジョブズがiPhoneを、佐藤可士和さんがユニクロをプロデュースしたことにより、「デザイン」が一般化されました。デザインと編集はよく似ていて、ほぼ一緒なんじゃないかなと思っています。デザインっていうのは他人の思考をビジュアル化すること、編集は他人の思考を言語化することなので、アウトプットの表現が違うだけで、本質的なところは一緒なんじゃないかなと思っています。うちの会社はそういう編集力をデザインのように一般化していきたいし、そうすることで世の中の役に立ちたいと思っています。

田中先生：編集というと、紙と鉛筆に囲まれて作家が書いた原稿に手を入れて、それを印刷屋に、というような仕事しか昔は想像できなかったんですが、お話をお聞きすると編集というのはもっとポジティブにとらえられますね。社会にも貢献し、積極的な意味を持った言葉だなと思いましたね。ふと思いついたのが、イノベーションという言葉です。もう20年ぐらい前にコロンビア大学へ客員研究員で行ってまして、商品開発担当のインド人の先生が「**イノベーションというのは、インヴェンション(創意・工夫)を顧客の方に向けて束ねることだ**」と言ってたんです。イノベーションというのは発明ですよ。それを顧客の方に向けて、つまりインヴェンションを顧客に束ねて「こうやって束ねると、使いやすくなりますよ」と示すのがイノベーションだっていうふうに言ってたんです。小早川さんのおっしゃった編集って実はそういう意味で言うとイノベーションを実現することなんじゃないかなと思いましたね。

小早川：イノベーションはシュンペーターで言う「新結合」ですよ。あるものとあるものを組み合わせて新しくする。これってまさに編集だなんて思います。経験がデータとしてインプットされて蓄積されて、

データがたくさんあるから、それを組み合わせて新しいものをつくる選択肢が増える感じなんですよ。だから編集はフレッシュなアイデアが出せる若い人が良いアイデアを出せるというわけではないんです。若い人が太刀打ちできないような、アウトプットを生み出している経験豊富な編集者は実際たくさんいますね。「新結合」がしやすいのは職業経験を積み重ねて、ある程度知識が溜まっていかないと、なかなかできないんじゃないかなと思うんです。だからそういう結合ができるまでインプットを増やしていくというのは必要なんじゃないかなって思いますよね。

iPhoneもディズニーランドも「編集力」から生まれた

田中先生：先ほど小早川さんもおっしゃっていましたが、iPhoneというものも編集によって生まれたという見解もできます。津田健二さんという技術ジャーナリストの人が2011年に言ったことですが、iPhoneというのは技術的には別に極めたものじゃなく、いろいろなものを寄せ集めた。それがまさにお客にとっては非常に便利で創造的で楽しいものであるということですから、これはiPhoneという独自のイノベーションだったと思うんですね。だからそういう意味で言うとスティーブジョブズはITの編集者であり、小早川さんがおっしゃったようにiPhoneを出すことによってまさに社会をも編集したということになるんじゃないかなと思いました。

小早川：もうひとつの例でいうと、ウォルトディズニーも編集者の先駆けですよ。アニメーションからディズニーランドまで、社会的な事業を創造しているわけですから、編集者だと思えます。

田中先生：そうですね。「ディズニーレシビ」というものがあるのですが、ウォルトディズニーは料理のように「メディアをどうやって組み合わせさせて、ディズニーの世界を作るか」ということを考えていたんです。ディズニーランドというテーマパークを真ん中に置いてその周り出版、音楽、アニメーション、そういういろんなメディアを配置する。彼は非常に早い時期から、メディアをクロスさせてどう世界を作っていくかという、まさに「クロスメディア」の構想をもっていたんです。そう言った意味でウォルトディズニーは小早川さんのおっしゃる通り、編集者ですね。

iPhoneも、ディズニーランドも、編集力から生まれた。
編集とはイノベーションを実現すること

社員インタビュー

今回は、今期から正社員スタッフになった出版事業部のデザイナー・長田周平さんと、他業種のベンチャー企業からプロジェクトマネジメント室に仲間入りした浜田佳歩さんにインタビューしました。



出版事業部デザイナー 長田周平

正社員スタッフになるうと決めた理由は？

今までの自分を変えようと思ったからです。長い間パートで働いていましたが、生活はできていましたし、特に困ることもなく、面倒くさがりな性格もあって、そのまま働いていましたが、自分にとって大きな出来事が起き、「このままではいけない、変わるう」と思い、正社員になる決意をしました。

今の仕事と目標は？

私の業務はデザインなので、クオリティやクリエイティブ、制作スピード向上とデザインの点数を増やせるように、時間を意識して取り組み、書店さんや展示などに足を運んでインプットを増やし、制作物にそのアイデアを反映するなど日々勉強の毎日を過ごしています。

会社の雰囲気や働きがい？

有難いことにみなさんに良くしていただいているので、私は働きやすいです。数年前と

比べてみますと、制度の改善や新しい試みなどが増え、随分働きやすくなったと思います。若い人からベテランまで性別関係なく活躍していますし、評価もしっかりしてくるので、働きがいもあると思います。

個人目標は？

今はデザイナーとしても、人としても成長途中なので、これと言って思いつきませんが、自分のデザインで、「今以上に売上や集客に貢献していきたい」「新たなコンテンツを作れたら良いな」とは思っています。

仲間と挑戦したいことは？

まずは、企業出版で業界NO.1になり、ビジネス書出版元でもベスト10入りを果たしたいです。そして、ベストセラーを安定して出版していき、ビジネス書と言えば、企業出版と言え、「クロスメディア」だと多くの方に言ってもらえるような代表的な会社にしていきたいですね。



プロジェクトマネジメント室 浜田佳歩

クロスメディアグループに出会ったきっかけは？

コンテンツを扱っているメディアの会社で働きたいと思って転職活動をしていたのですが、経験者採用がほとんどでした。そんな中でクロスメディアグループは色々な職種を若手や未経験者も含めポテンシャル採用をしていたこともあり、応募しました。求人タイトルにあった「編集4・0」というコンセプトが面白そうだと思います。

入社してからのカルチャーショックは？

ほとんどないですね。前職もベンチャー企業だったのでスピード感や規模感がよく似ているのでとても仕事がしやすいです。一方で、クロスメディアは良い意味で予想以上に経験豊富な方がたくさんいる会社だと思いました。出版を軸にしているということもあり、知識や経験が求められる現場なので、先輩から直接教わる事ができる環境がとても良いです。人によって心地良い環境はそれぞれだと思いますが、メンバーの幅も広く、

様々な人にとって柔軟に適應しやすいとは思っています。

最近参加している社内の取り組みやプロジェクトは？

全社員の朝会や健康ストレッチなども良い取り組みだと思っています。最近社内編集勉強会にも参加しています。経験のある社内先輩から学べるので、若い世代にはとても良いと思います。社長からも直接編集のことや最新のトレンドなどの話をしてもらえるのは面白いですし、とても有難いことだと思います。

どんな会社になっていきそうか？

コンテンツを創っているベンチャー企業なので出版事業を大事にしつつ、「出版社という枠を超えた事業にもチャレンジする会社だ」と感じています。想像していた通り、常にコンテンツが飛び交っている会社は面白いですね。

「自分が認識している自分」 「他者が認識している自分」 心理学モデル「ジヨハリの窓」 で深める自己・相互理解



当社では、著者の先生をアドバイザーや研修講師にお迎えし、社内学習会を定期的で開催しています。

昨年10月より、新しい学習会を開始しました。本学習会は、「次世代リーダー」として選抜されたメンバー向けに行うもので、月1回ペースで対面型とし、理論と実践を組み合わせたクロスメディアグループ完全オリジナル版のマネジャー研修会です。参加メンバーは自己認識、ビジョンと価値観の接続、影響力の発揮などを、自分に向き合いながら半年かけてワークシートを完成させていく形式です。

仕事を通じて影響力を発揮したい人、新たな環境でメンバーを持つことに不安な人、我流のマネジメントからワンランクアップしたい人の新たな「マネジメントの旅」を応援する本学習会には、各事業部からクロスメディアのリーダーたちが集まり、意見を交わしあいました。

先日行われた第2回では参加者全員が他のメンバーに対するフィードバックを行いました。心理学モデル「ジヨハリの窓」をもとに、「私が認識している私」、「周囲が認識していない私」、「私が認識していない私」をそれぞれが整理、分析し、それによって得られた新たな気づきを発表しました。

今後はお互いのこだわりポイントを知るため、さらに踏み込んだ自己開示のワークを行う予定です。それぞれがもっている営業論・編集論、そして組織や他人への関心事などについて話し合います。価値観の共有で関係性を深めていきます。

「その物語と生きる」という ストーリーリクルーティング™



今、世界で、そして日本で、会社経営のあり方に変化が生まれています。短期的な自社の利益追求のための企業活動から、中長期的に社会価値へ貢献しながら利益を追求する企業活動へ。その変化の根っこには、それぞれの企業ならではの背景や想いがあります。それは、企業活動を通じて社会課題に取り組み、より良い社会、より良い未来をつくるという意思でもあります。

社会課題に取り組み未来をつくる企業の、社会と未来、そして、地球を明るくしていく、オリジナルの物語（ストーリー）。

そして、その物語に共感し、登場人物として一緒に物語に参加したいという人をつなぐ。そんな運命の出会いの場をつくるために生まれたのが『こんな会社で働きたい』Webです。

当サイトは、企業と就活生・転職希望者との間に「運命の出会い」をつくる「ストーリーリクルーティング™」メディアとして、SDGsとESGに関連する取り組みをする企業を1社ずつ取り上げ、それぞれの企業が求める人材像や企業の特徴・文化、技術や伝統まで余すことなくお届けしています。



取材・掲載依頼、その他サイトについてのお問い合わせはこちら
info@cm-marketing.jp

【成長企業向け】

出版によるリード獲得効果とは？「新規開拓営業のための出版セミナー」開催

新しい顧客を見つけるために、Web広告やSNS広告などのデジタルマーケティングの広告予算が膨らんでいる……などの課題を抱えている方におすすめの企業出版。2月8日開催の無料オンラインセミナーでは、興味関心が高い人にターゲティングをして、リードタイムを短く、成約までつなげることができる企業出版の活用方法についてお話しします。

2023年2月8日(水) 17:00～(約30分+質疑応答)
参加費無料 / オンライン配信 (Zoom)

こんな方におすすめ

- 企業成長を目指す経営者
- 新規リード獲得がKPIであるマーケ責任者、担当者
- 成約率向上が課題の営業責任者、担当者

セミナー内容

- 出版を活用したブックマーケティング
- 出版することのメリット
- 企業を成長させるストーリー戦略
- リード獲得から新規開拓営業の活用事例

お申し込み



企業出版にご興味・ご質問のある方は
こちらからお問い合わせください
info@cm-marketing.jp

「あなた」が変わると、「人間関係」が変わる、 「半径5メートル」が変わる、そして、「組織」が変わる— シリーズ累計13万部を突破した ベストセラーのワークブックが登場

「上司は数字の話ばかりで顧客を見ていない……」「会議で誰も発言せず、何も決まらない……」「トップダウンばかりで仕事が楽しくない……」。そんな組織を現場から変えていくために、「関係性」を深めていくこと。対話によって関係性を深め、仕事の意味を伝えて思考を変え、自発的な行動を促す。それによって生まれた成功事例を広めていくことで、やがて組織全体が変わっていきます。ベストセラー注文書となった『だから僕たちは、組織を変えていける』の内容を120%実践するためのワークブックを昨年12月に出版しました。

『だから僕たちは、組織を変えていける』はもともと、組織を変えられずに転職を選んだ自分の、悔しさから生まれた企画でした。それが、たくさんの読者の皆様や書店様に共感いただき、ここまで広がったことは感無量です。書籍は「読者の人生を変える」ことではじめて価値を持つと思います。この本が、かつての私のように「あきらめよう」としていた誰かの人生を変えてくれることを願っています。

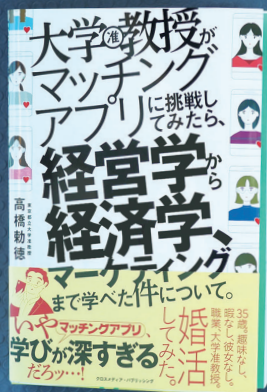
編集担当 石井一徳より



制作中の著者(左)と編集担当石井(右)

新刊ができるまで

全文はこちらからお読みいただけます



編集部 山本豊和

それはとある知り合いがアプリの沼にハマっていたからでした。知り合いの彼がある日こぼしていた、「男は課金しないと、自分にイネを送ってきている女性のプロフィールが見られないんだよ」という言葉が天啓でした。

マッチングアプリ、やっぱりちょっと怖い……。そんな偏見(というか真実)を持つ私が、なぜこんな本を制作する運びとなったのか。

とはいえ「現代の20〜30代の約3割がアプリを使用して出会いを求めている」なんていう、どこがソースなのか分からない情報も目にするので、マッチングアプリはかなり市民権を得ている様子。

私は今30代なのですが、どうも在りし日の「出会い系=サクラしかない」「ヤバイコンテンツ」という認識から脱却できておらず、いかがわしいイメージを抱いておりました。

マッチングアプリ、
やっぱりちょっと怖い……。
そんな偏見を持つ私がこんな本を作った理由

ビジネス書出版社社長のたまには じめな話

Vol.28 情報化社会の新たな課題

年末年始、ゆっくり本を読んで過ごした方は多いと思います。私も趣味の歴史本や資料を携えて部屋に籠る予定でしたが、結局は毎年恒例のマネジメント本に学びながら、期中の事業計画をアップデートしていました。それはそれで楽しい時間です。

さて、コロナウィルスの感染拡大やウクライナ戦争など、ひとつになりかけていた世界を分断する大きな出来事が続くこの2、3年ですが、すべてにおいて今年こそは解決の年となることを願ってやみません。そして、そのような世界において、私たちクロスメディアグループが少なからず貢献できることがないかと考えてもいた年末年始でもありました。

近年、世界中で社会の分断に大きな影響を与えているのがSNSです。SNSの利用は、今では当たり前のことなので気づきませんが、社会をつなげる、または分断する大きな影響力を持っています。

SNSには、個人と個人をつなげるという良さがある一方で、集まった人たちの考えが一色となり、異なる価値観や少数意見はまったく耳を貸さなくなる危険性があります。

SNSの登場は、誰でも情報発信ができる世界を生みました。そしてそのことにより、社会は虚偽の情報、編集されていない情報で溢れています。このことは、情報発信の一般化、大衆化が実現した革命的で素晴らしいことですが、一方でデマやフェイクニュース、誹謗中傷などが誰でも簡単にできるという問題も引き起こしています。また、検索アルゴリズムによる情報操作により、自分の興味、関心のある偏った情報下に身を置くことは、思考のコンビニ化（浅薄化）が進み、人間の考える力を低下させているように思われます。

情報化社会がこのような新たな問題を抱える中で、知識産業の担い手であるクロスメディアグループとしては、プロフェッショナルの知識を編集し知恵に変え、みなさんがより良い世の中をつくる一助になればと思っています。そして、世の中の人々が自分で見聞きした広い視野を持って、自分の頭で考えることができる人を数多く生むことに貢献していきたいと思っています。

人との出会いのように、本（コンテンツ）との出会いは人生を豊かにします。豊かな社会をつくるため、今年もご協力いただけますと幸いです。

クロスメディアグループ代表 小早川幸一郎

