

コトバで 生む

「お正月の特別イベントに匹敵するような盛況ぶり」
1,200人以上の笑いと熱気に包まれた
『おとな六法』出版記念イベント ——— 02

【動画新連載】専門性を身に付け、迷わず生きるために。
若手ビジネスパーソンに向けた
「プロフェッショナル対談」を初公開 ——— 03

「ストーリー」の力で企業の力を最大化させるメディア「STORY AGE」編集長が選ぶ、おすすめ記事3選 ——— 04

企業にパーパスが必要な理由「こんな会社で働きたい」WEB新着記事 ——— 04

メンタル&フィジカル両方のコンディショニングを整えられる新プランが話題 ——— 04

【編集4.0】「編集者は究極のゼネラリスト」。
著者から得た気づきが起業を決意させた ——— 05

【クロスメディアTV】本が読まれない時代の、編集者の役割とは<箕輪厚介氏インタビュー> ——— 06

嫌な事を避けるための思考がスキルに<高瀬敦也氏インタビュー> ——— 06

【新Podcast番組】代表小早川がメインパーソナリティーを務める番組「編集者で経営者」がスタート ——— 06

【海外出版】フランクフルト・ブックフェア2023に出展 ——— 07

【MY WORK】チームの「夢中」を描くデザイナー ——— 07

【編集日記】栄養学専門医と作った、健康の常識を覆す一冊 ——— 07

【ビジネス書出版社社長のたまには真面目な話】vol.32 自ら学ぶ組織、常に学びのある組織 ——— 08

新メディア「クロスメディアアン」が誕生。「コトバをつくる人たち」～すべてのものは、「言葉」から生まれる。～ ——— 08

「お正月の特別イベントに匹敵するような盛況ぶり」

1,200人以上の笑いと熱気に包まれた『おとな六法』出版記念イベント



人気法律系YouTuberで156万人以上のチャンネル登録者数をもつ、アトム法律事務所・岡野タケシ弁護士の新刊『おとな六法』の出版記念イベントを、紀伊國屋書店・さいたま新都心店（ココーンシティ さいたま新都心）にて開催。本イベントは岡野タケシ弁護士にとっての「初の大規模リアルイベント」で、家族連れを中心に、子供から大人まで幅広い世代のファン、実に1,200人以上（主催者調べ）が詰めかけ、大盛況に終わりました。



岡野タケシ弁護士の動画での相棒「のりちゃん」が登場し、子供たちの大きな歓声とともにスタート。その後、岡野タケシ弁護士は動画にもごくたまに登場する超レア人気キャラクター「タケ金魚」の衣装でステージに現れました。トーク開始後は、YouTube動画や『おとな六法』で紹介している法律知識の中からピックアップされた質問を「おとな六法クイズ」の形式で投げかけ、多くの子供たちが大盛り上がりでクイズに参加しました。

トーク後、書店員に扮した姿で再登場した岡野タケシ弁護士。『おとな六法』の即売会が始まり、ファンの皆さんに直接本をお渡ししました。



また、合言葉「法律厳守」のスタンプを押印するスタンプ会を実施し、ここにも親子連れを中心に700組近くの方々が参加。その列は最長150メートル以上に及びました。スタンプ会のブースでは、「のりちゃん」が参加者の一人ひとりに声をかけながら、3時間以上にわたって一冊ずつ丁寧に押印しました。



当日のイベントはトークショーから始まり、即売会、スタンプ会まで、4時間あまり

に及びました。参加者は、埼玉県を中心に関東一円からお越しいただき、中には関西、東北や、遠いところではアメリカから来たという方もいらっしゃいました。

当日、『おとな六法』は、298冊の販売を記録。大好評により同店で書籍が完売した後は、スタンプ会に参加するため、近隣の書店まで足を運んで購入する方もみられました。イベント参加者は1200人（主催者調べ）にものぼり、会場の関係者によれば、「芸能人やお笑いなどのイベントなどもよく開催しているが、たいていは多くても500～600人くらいの規模で、今回はお正月の特別イベントに匹敵するような盛況ぶり」とのことでした。

イベント詳細



『おとな六法』
岡野武史(著)

【動画新連載】専門性を身に付け、迷わず生きるために。

若手ビジネスパーソンに向けた「プロフェッショナル対談」を初公開



自分の専門性を活かして働きたい方やプロフェッショナルを目指している若手ビジネスパーソンに向けて、新しい動画連載「プロフェッショナル対談」がスタートしました。第一回目は、『熱狂のデザイン』の著者・岸昌史氏をゲストに招き、『仕事の研究』の著者で株式会社クロスメディア・マーケティングの代表でもある美濃部哲也と対談。モデレーターは、クロスメディアグループ代表の小早川が務めました。

「熱くなれる仕事」を探しているすべての人へ

「自分は本当にこのままで良いのだろうか」「今の仕事と環境に不満はないが、やりがいを感じられない」など、多くの人が、将来への漠然とした不安を抱えながら仕事をしています。



人生を豊かにしていくには、目の前の仕事に意義を見出し、未来に希望を持つこと、自分らしい専門性を身に付けて、「必要とされる人」になることが大切です。本連載では、未来を切り開くビジネスパーソンに向け、この時代をたくましく生き抜くための知恵や考え方を、プロフェッショナルによる対談を通してご紹介します。ミレニウム世代やZ世代と呼ばれる人たちは、自己実現や社会貢献に対する欲求が他の世代に比べて強いといわれています。

お金のためではなく、仕事に意味や目的を求め、自分らしさややりがいを重視する彼らは、「熱くなれる対象」を探しています。

やりがいを持って働き、会社に、周囲の人に、社会に貢献できる成果を出す。誰もが、そうありたいと願う姿です。理想の働き方を実現するために必要なのは、とことんまでやり切ること、自分の大切な時間を注ぐこと。しかしそれは、「頑張る」「長時間残業する」といったことと同義ではありません。

今回の対談では、そんな若い世代のビジネスパーソンに、自分が心からわくわくできるものに対して全力でコミットし、その過程で専門性を磨いていくためのヒントをお伝えします。

登壇者は両者ともビジネス書著者

アメフトで日本一を経験した後、三井物産、ボストン・コンサルティング・グループといった有名企業で働き、スタートアップを経て、「人と企業の変革」を支援する会社を立ち上げた岸昌史氏。そして、大手広告代理店の電通でキャリアをスタートさせ、サイバーエージェント、テイクアンドグヴ・ニーズ、ベクトルなど、数々のベンチャー企業で要職を務めてきた株式会社クロスメディア・マーケティングの代表、美濃部哲也。

著書の中で共通して「熱狂」や「夢中」をテーマにプロフェッショナルな働き方を提案している両氏が、これからの時代の仕事への向き合い方について語っています。

対談のハイライト

【新しい環境で、過去の経験は活かせるのか】

「大切なのは、人と人の信頼をもとにチームで成果を出していくこと。転職して違う業界へ行ったとしてもベースの考えは転用できる。8割はどの業界でも同じ」(岸氏)
「中途半端にやらず、全力で取り組んだ経験なら、全部生きてくる。毎回毎回、脱皮して少しずつ大きくなる。それを繰り返してきた」(美濃部氏)

【自分自身を「熱狂」させるために】

「人に感謝されることが熱狂の『エネルギー』になる。注いだ時間に比例するように専門性が高くなれば、『あなただからお願いしたい』といわれるようになる」(美濃部氏)
『熱狂』を生むには二つの要素がある。自ら好奇心全開で向き合えるものであること。そして、自分を信頼してくれたり感謝できる環境であること」(岸氏)

【プロフェッショナルと働く】

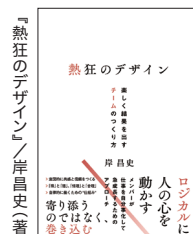
「若い人の中で、プロフェッショナルと仕事ができるのは、熱量がある人だけ。スポーツ選手がスポーツに向き合うように、一生懸命自分を磨いていけばいいと思う」(美濃部氏)
「夢中になって取り組んで、時間も忘れるってすごく幸せなこと。周りの人たちに仕事の楽しさを伝えられる存在になれるといい。プロフェッショナルとは熱狂している人のこと」(岸氏)

動画チャプター

- ◎ゲスト紹介
- ◎大企業で得た経験
- ◎敢えて「大変な道」を選ぶ理由
- ◎異業種への転職。これまでのスキルをどう活かす？
- ◎新しい環境で貢献するために
- ◎前向きに捉えて楽しむ力
- ◎大企業とスタートアップの違い
- ◎起業の背景
- ◎「熱狂」をデザインする
- ◎プロフェッショナルと働く



動画試聴



「ストーリー」の力で企業の力を最大化させるメディア

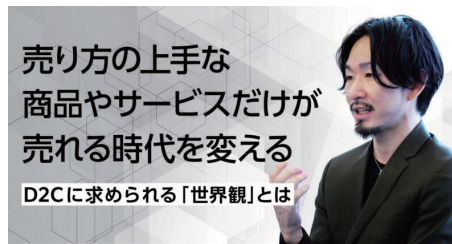
「STORY AGE」編集長が選ぶ、おすすめ記事3選



「戦う経営者の力になりたい」——その理念を長く体現してきた、ソウルアウト創業者の荻原猛氏。2023年3月に経営を退き、4月から新たなサーチファンド会社を設立しました。中小企業の支援にこだわり続けてきた荻原氏の新会社ロケットスターも、「中小企業から日本を元気にしたい」という理念をベースに作られています。中小企業の支援に特化した取り組みを続ける先に見ているものは何なのか、お話を伺いました。



記事全文



大手通販モールの拡大により、販路として定着したEC。多くの企業が自社ECサイトへの展開を検討しています。自社ECサイトを構築するシステム「ecforce」を提供するSUPER STUDIOの飯尾元氏は、「たった一人の心をつかんで離さない商売をすることが大切」と説きます。EC業界の最先端を駆ける同氏に、D2Cの本質やECに向く商品やサービス、そしてビジネスを拡大させるために必要なことを伺いました。



記事全文



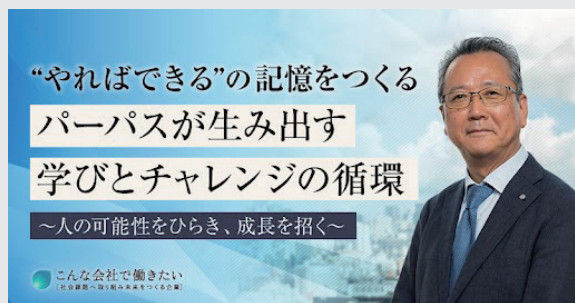
日本を代表するクリエイターたちの思想や考え方を、世の中に伝えてきた編集者がいます。クリエイティブに関する書籍編集に長く携わってきた松永光弘氏は、企業のブランディングや情報発信を支援する「顧問編集者」のピオニアとしても知られています。いま企業に求められるのはどんなブランディングなのか。「らしさ」「メッセージ」「文脈」「ストーリー」といったキーワードから、ひも解きます。



記事全文

こんな会社で働きたい 新着記事 パーパスが必要な理由

『こんな会社で働きたい』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™」メディアです。今回は企業パーパスの大切さについてお伝えする新着記事を紹介합니다。



『「やればできる」の記憶をつくる』のパーパスが生み出す学びとチャレンジの循環～人の可能性をひらき、成長を招く～

日本初の個別指導塾である「明光義塾」を中心とした事業を幅広く展開する株式会社明光ネットワークジャパン。同社の『「やればできる」の記憶をつくる』というパーパスについて、代表取締役社長である山下一仁氏、そしてパーパスを推進する「パーパスドリブンチーム」の方々に伺いました。



記事全文



社員が幸せに働く組織の作り方
～個人と企業のパーパスが社会を変える～

社員が幸せに働き、さらに企業が成長する好循環をどう作っていくのか。なぜ今、個人と組織にパーパスが必要なのか。Ideal Leaders株式会社のCHO (Chief Happiness Officer) で『パーパス・マネジメント』の著者である丹羽真理さんにお話を聞きました。



記事全文

クロスメディアグループが運営するビジネスパーソン向けのジム メンタル&フィジカル両方のコンディショニングを整えられる新プランが話題

40歳以上限定という、業界初のチャレンジで話題を呼んだパーソナルトレーニングジム「Active Health Lab」は、昨秋より、新宿からクロスメディアの本社がある千駄ヶ谷に移転し、リニューアルオープンをしました。隣接する姉妹店、疲労回復専用ジム「ZERO GYM」と共に新たなステージへと進みます。

パーソナルトレーニング（動）の両方から心身へアプローチし、コンディショニングを整える「アクティブヘルスプラン」もスタートしました。無料体験プランもございますので、ぜひ一度、千駄ヶ谷のジムへお越しください。

ZERO GYMオリジナルメソッド（静）と

詳細はこちら



編集4.0

クロスメディアグループには「編集4.0」というvalueがあります。編集4.0は、出版社の持つ「編集力」を、出版物に限らず様々な対象に活用することで、社会価値を生み出そうという考え方です。本連載では、編集のスキルや考え方を新しい視点で捉え、活用している人やプロジェクトをご紹介します。

編集1.0 出版物の編集
編集2.0 人の編集
編集3.0 事業と企業の編集
編集4.0 社会の編集

「編集者は究極のゼネラリスト」 著者から得た気づきが起業を決意させた

当社代表の小早川がクロスメディア・パブリッシングを創業した背景の一つに、「編集」という仕事のもつ可能性への気づきがあります。「クロスメディア」という社名は、出版社があらゆるメディアを駆使して、「ワンソースマルチユース」している未来を描いたものです。今回はPodcast番組「編集者で経営者」のトーク内容をもとに、編集者と出版業界のもつ力と可能性について小早川の考えを紹介します。

——起業をしようと思ったきっかけについてお聞きがせください。

小早川 当時出版社に務めていて、編集の仕事は楽しかったですし、幸いなことにヒットも出せていました。周りの人たちとの関係性も非常に良く、上司や社長からの評価も高かったんです。でも、漠然とした将来への不安がありました。「本を作っているだけで大丈夫なんだろうか」と。

「編集」という仕事に意義を見いだせていなかったんだと思います。特別なスキルや専門性を得ることはできない仕事だと思っていたんですよね。スキルというよりはセンスが大事な仕事で、いざれセンスが鈍ってアイデアが枯渇してしまうのではないかといった心配がありました。今思えば取り越し苦労でしたが。

——編集という仕事に対して、不安があったのですね。どのように解決されたのですか？

小早川 経営者やコンサルタント、弁護士、会計士といった著者の方々に会って、人生相談に乗ってもらっていましたね。

そこで意外だったのが「編集者」に対する評価です。編集者は弁護士や医師と違って、国家資格などで保障されるものではありません。

誰でもできる仕事だと思っていたんですが、彼らは20代後半の私を想像以上に評価してくれていたんです。

本しか作れないのになぜなんだろうと疑問でしたが、共通していたのは編集者の持つスキルに対する評価でした。編集者はマーケターでもあり、マーチャンダイザーでもあり、プロダクトを作るプロデューサーでもあり、ディレクターでもある。これからの時代に必要な全ての要素を持った、究極のゼネラリストなんだと気づきました。

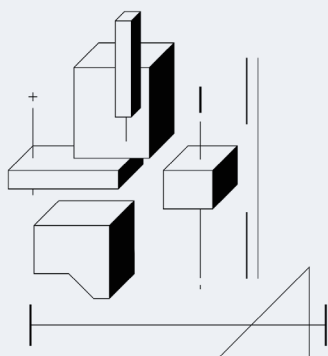
一つの専門性を持っていても、世の中の変化によって陳腐化してしまうことがあります。トップを走っていた人がいきなりビリになることもある。これからの時代は、複数のスペシャリティを持ったゼネラリストが強いと思っています。自分が編集者として磨いてきた能力を、本作りだけに使うのではなく、他の分野にも活かしていこう、「編集」の可能性を追求していこう、と思うようになりましたね。

——なるほど。それで起業に至ったのですか？

小早川 そうですね。それから、時代の流れもあります。私が出版業界に入った1996年は業界の売り上げがピークだった時期で、そ

れがインターネットの普及とともに、シユリンクしていきました。これからはデジタルという成長市場に足を踏み入れないと駄目だなという不安もあったと思います。

一方で、出版社の持つコンテンツは紙だけではなく、DVD、インターネットのコンテンツ、電子書籍などが始めていました。また、イベントや研修、教育プログラムなども考えられます。ひとつのコンテンツのマルチユースができるのではないかと、可能性を感じ始めていました。これが社名の「クロスメディア」の由来でもあります。こうした気づきに「自分の人生のシナリオは自分で書きたい」という気持ちが大きくなったことが、起業につながったのだと思います。ただ、シナリオ通りにはいきませんね(笑)。経営者はそんなものかなと思います。



CROSS MEDIA TV

クロスメディアグループの公式YouTubeチャンネル。
現在3つの動画シリーズとラジオアーカイブを配信中

BUSINESS BOOK ACADEMY

ビジネス書の著者と当社代表の小早川による対談番組。
ビジネスパーソンに役立つ考え方や新たな視点を届ける



本が読まれない時代の、編集者の役割とは

見城徹、堀江貴文、落合陽一、前田裕二などの事業家や社会的影響力を持つ著名人と書籍をつくり、ベストセラーを連発する編集者・箕輪厚介氏。自身もスタートアップ経営者のように、社会にさまざまなメッセージを投げかけています。対談の中では、新時代のビジネスにおける編集者の役割が議論されました。経営者が出版する意義、書籍の持つバリュー、編集者がビジネスを舞台にどんなことができるのかについて、ベストセラー編集者2人が新たな捉え方を提案しています。



動画試聴

嫌な事を避けるための思考がスキルに

「逃げる力」「無所属力」「好きと言う力」「自分時間を増やす力」……私たちに日常の思わぬところで発揮している「スキル」がある。「逃走中」「ヌメロン」などを企画したコンテンツプロデューサーで、経営者でもある高瀬敦也氏の最新刊『スキル』。大企業から独立を果たした経験から、会社に所属していても、独立しても通用する、新しいポータブルスキルを紹介する一冊です。番組内では、レベルの高い仕事を楽しく長く続けるための「自分を守る」スキルについて話しています。



動画試聴



クロスメディアで働く人が、どんな仕事をしているのか、
パーソナリティがひもとく



動画試聴



動画試聴

CROSS MEDIA RADIO

クロスメディアグループの公式ラジオ。
オリジナルPodcast番組「編集者で経営者」がスタート



20代前半から編集者として数々のベストセラーを手掛けてきた代表の小早川。仕事を通して様々な経営者、起業家、コンサルタントなどのプロフェッショナルから刺激を受けながら起業を決意し、クロスメディア・パブリッシングを創業しました。本番組は、「編集者で経営者」という稀有な肩書きを活かし、編集者視点で社会動向やトレンドの分析、コンテンツづくりの裏話、クリエイティブやマーケティングについてお伝えします。また、経営者として大事にしている仕事観や経営視点、今行っていることなどについても話していきます。編集者、マーケター、経営者、起業家や起業を目指している方、ベンチャー起業で働いている方など、日々「答えのない仕事」に向き合っているビジネスパーソンにお聴きいただきたい番組です。リリース後は出版業界の業界紙「新文化」で紹介されるなど、今注目のPodcast番組です。



Podcast

世界最大規模の書籍見本市 「フランクフルト・ブックフェア2023」に出展



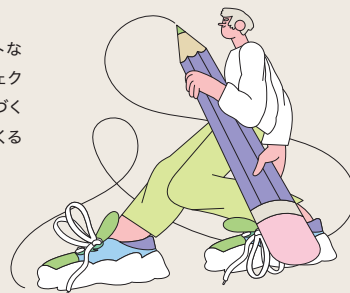
クロスメディア・パブリッシングは、2023年10月18日～22日にドイツのフランクフルトで開催された「フランクフルト・ブックフェア2023」に出展しました。今年度も世界中から出版社やエージェンツ、作家などが集まり、130か国から約105,000人が訪問したとのこと。当社も、日本発のコンテンツをグローバルに発信していくためのパートナーシップを強めることが叶いました。デジタル技術の発展にともない、出版業界は「斜陽産業」と捉えられることがあります。しかし、出版社を「多様なコンテンツを編集する情報ビジネス」と捉えれば、その可能性は依然として大きいということが世界中のエージェントたちの見解です。今回の出展を通して、出版社は高い専門知識と編集力をもち、良質で信頼性の高いコンテンツを多く発信できること、そして「メディア」としての役割をもつことを再認識できました。今後、より一層海外出版に力を注いでいきます。



詳しくはこちら

MY WORK

当社のデザイナーは、書籍だけでなく、広告、ロゴ、WEBサイトなど、様々なデザインを手掛けています。そのため、関わるプロジェクトや人が多く、良質なアウトプットを生んでいくためには関係性づくりが欠かせません。今回はデザイナー・城に、良いチームをつくるために大切にしていることを聞きました。



チームの「夢中」を描くデザイナー

一仕事を楽しむために工夫していることはありますか？

城 夢中になり、時間があつという間に過ぎていくことはよくあります。私の場合、作っているものが何かではなく、「誰と何のためにやっているか」が明確であれば、仕事に熱中できるんです。「この人たち、あのゴールに向かって一緒に良いものをつくっていきましょう」となると、あつという間に時間が過ぎるし、「0.1ミリでもこだわっていきましょう」と向き合える。自分を夢中にさせられるので、仕事の質や量が圧倒的に変わりますね。

一お客様との関係性の中で、「夢中」をつくるために心がけていることはありますか？

城 とにかく事前に相手に関する情報をできるだけ

多く集めること。これに尽きると思います。調べるといふより、「好きになれる要素を見つけに行く」というイメージ。相手を「好き」になると、自然に向こうの状況や課題も考えやすくなります。「好き」の対象は、その担当の方でもいいし、その会社でもいい。普段私たちが人間関係を築くのと同じ感覚で楽しく情報を集めています。

それから、相手の業界や競合についても知ることを心がけています。相手と同じ方向を向いて、同じゴールに向かっていくわけですから。

一チームで動いていくときに大事にしていることはありますか？

城 これも同じです。編集者やプロジェクトリーダーなど、制作に関わっている人たちと良い関係性がつく

れたら、良い化学反応が起こります。どこかの部分で対立していると、最終的に良いアウトプットにならないですね。楽しみながらやった方が、絶対に良いものができる。もちろん、多少言い合いになることはありますが、共通の目標に向かっていけば、人間関係で問題になることは少ないと思います。皆んなが仕事がしやすいように、「話しやすいデザイナー」であることを意識しています。「いちいち聞くのも良くない」と思わせてしまっは、皆んなが納得できるものは生まれません。気軽に相談ができるようなコミュニケーションを心がけています。

全文はこちら



編集日記 飲み物選びがビジネスの成果を決める。栄養学専門医と作った、健康の常識を覆す一冊

編集部の高橋です。もともと、この本は、著者の東京農業大学名誉教授の田中越郎先生からの持ち込み企画としてスタートしました。田中先生は内科医をされていたときに、「健康の基本は栄養である」ことを痛感し、東京農業大学に転じてからずっと栄養学を研究されてきた方です。初めてお会いしたときは、ほとんどの人が飲み物に気をつけていないために健康を害しているのではないかと疑問を抱き、飲み物の正しい知識をまとめた本を出版したいというお話をされていました。

企画書にあったタイトル案は「医者が教える飲み物の話」。さまざまな種類の飲み物を医学、栄養

学的な視点から紹介する内容でした。そのままでも本にはできたのですが、ビジネスパーソンに届けるため、次のことを提案しました。

40代以降の健康志向の高いビジネスパーソンをメインターゲットにする

食事で体質改善をしても効果がなかった、または途中であきらめてしまった人に向けて、飲み物で手軽にハイパーフォーマーになる方法を紹介する

構成案にも新たな要素を追加しました。典型的なビジネスパーソンの1日の行動を20のシチュエー

ションに分類して、それぞれに何を飲むのがベストなのかを紹介する内容を柱にすることにしました。たとえば、「忙しくて食事がとれないとき」「重要なプレゼン前に集中力を高めたいとき」「残業続きで疲労回復をしたいとき」「ストレスを感じてイライラしているとき」「夜、ぐっすり眠りたいとき」などです。状況や目的に応じて選ぶべき飲み物を具体的に提示することで、読者に飲み物の重要性に気づいてもらおうと考えました。

また、集中力を高める意外な飲み物をおすすめしています。気になる方はぜひ、ご一読ください。

『なぜ、一流は飲み物にこだわるのか？』



ビジネス書出版社社長のたまには じめな話

Vol.32 立場が人をつくる

経営において、解釈を間違えないよう気を付けておくべき言葉がいくつかあります。その一つが「立場が人をつくる」という言葉です。

「実力も実績もある人間が、さらに活躍できる場所や立場につくことで、リーダーシップや人格が磨かれていく」というのが、この言葉の意味であり理想ですが、そもそも実力も実績も兼ね備えた人というのは少なく、どの会社や組織も多少の実力や実績不足には目を瞑った上での抜擢がほとんどだと思います。

実績は少ないが、実力とやる気のある若手スタッフは、期待を込めてチャレンジをする場を与えると、悪戦苦闘をしながらも大きな成長をしてくれます。

一方で、実力も実績もない人を社歴や職歴が長いということで重要な立場に据えても、ほとんどの人は成長をすることもなく、会社にも部下にも、そして本人にも良い影響を及ぼすことはありません。

立場というのは、誰から与えられるものではなく、自分でその場に立ちに行くことであり、そのような意欲的な人にこそ「立場が人をつく

る」という言葉が相応しいと言えます。

私のリーダーとしての立場は、これからリーダーやマネジャー、スペシャリストとなる人が活躍できる場所をつくることであり、そのことを通じて、自分自身が「立場が人をつくる」を実現していきたいと思っています。

クロスメディアグループ代表 小早川幸一郎



新メディア「クロスメディアン」が誕生

コトバをつくる人たち ~すべてのものは、「言葉」から生まれる。~

クロスメディアには多彩な専門家たちが集まっています。全員の共通点は、新しい「コトバ」を創ること。言葉そのものに向き合い、新しい概念を生む人もいれば、コト(=体験)を提供している人もいます。人と人とのつながりのバ(=場)を作る人もいます。それぞれの強みを武器に、ビジネスの第一線で挑戦している人たちの活動を、当社の「編集力」を活かしてご紹介していきます。クロスメディアTVで配信中の動画連載、Podcastで配信中のラジオ番組、WEB記事連載など、当社の広報が発信する全てのメディア・コンテンツが楽しみいただけます。

クロスメディアン
WEBサイト



クロスメディアン
公式X



すべてのものは、「言葉」から生まれる。

言葉があるから、学ぶコトができる、感動するコトができる、自分を理解するコトができる、勇気をもらうコトができる、夢を見るコトができる。

たくさんのコトを、誰かに伝えたい。人に会い、想いを語り合うことで、お互いを知り、違いを受け入れ、同じ夢を見ることができる。私とあなたがいる。そんなバに多くの人が集まり、さらに大きく夢が広がっていく。

私たちは、言葉の力を信じています。

コトバを伝える方法は、文章に限りません。映像も音声もデザインも。ようこそ、コトバをつくる人たちの世界へ。