

共鳴



- 地方発全国、日本発世界。LOCAL GROWTH CONSORTIUM
(ローカルグロース・コンソーシアム)が発足 — 02
- 【動画新連載】 — 03
ビジネスアスリートのためのコンディショニング
ビジネスの第一線で活躍する「ビジネスアスリート」と
コンディショニングのプロによる対談番組
- 【ビジネス・ブック・アカデミー】 — 04
『人生を変える営業スキル』の著者 遠藤公護氏に聞く、「大人の営業」とは〈遠藤公護氏〉
高卒で弁護士に、そして起業家へ。YouTuber弁護士の異例なキャリア〈岡野武志氏〉
持続可能な日本社会を作る分散型のライフスタイル〈石山アンジュ氏〉
- 【編集4.0】出版社が人気企業TOP10に4社入り。進化系出版社の特長から見える「編集力」の未来 — 05
- 【CMG NOW!】 — 06
「ひとり広報」が立ち上げた企業広報メディア。出版社ならではの「編集力」で人を集める〈濱中悠花〉
出版ベンチャーの新規事業の作り方。本づくりの枠を越えた「編集力」〈高橋孝介〉
著者の光る才能を拾う編集者。「なんか変だな」と思われる本を作る〈小山文月〉
- 【MY WORK】 — 07
著者・編集者・書店・読者をつなぐ仕事。書籍プロモーションを通して、世の中のムーブメントをつくる〈岩瀬恵理子〉
変化の波を楽しめる組織へ。ベンチャー企業のバックオフィスが築く成長の土台〈大森三規雄〉
【新刊ができるまで】書店からの声を受けて企画。「肉の求道者」とつくる「教養ビジネス」シリーズ第二弾!
- 【ビジネス書出版社社長のたまにはまじめな話】vol.33 カルチャーフィット — 08
【NEWS】クロスメディアグループのサイトがリニューアルオープン — 08

地方発全国、日本発世界。(ローカルグロース・コンソーシアム) LOCAL GROWTH CONSORTIUMが発足



地方企業の成長が社会をアップデートさせる。「地方発全国、日本発世界」を生...

株式会社ロケットスター 荻原猛



優柔不断に味を進化させる。金のない酒蔵が選んだ「獺祭」という挑戦 (前編)

旭酒造株式会社 桜井一宏



長寿企業こそ日本の宝：後編 | 2024年、老舗企業が発展していくために必要な...

ソールドアウト株式会社 鷹背愛郎・北川共史 / クロスメディアグループ株式会社 小早川幸一郎

地方企業の商品・サービスの全国展開、世界進出を支援する。

クロスメディアグループは、株式会社 SUPER STUDIO、ソールドアウト株式会社、株式会社 PR TIMES、株式会社ロケットスターと共同で、地方企業の全国展開、世界進出をサポートする団体である「LOCAL GROWTH CONSORTIUM」(以下「LGC」)を3月28日(木)に発足しました。

日本の各地方、および、地方企業は潜在能力に溢れています。そして、地方企業がつくる商品・サービスは、日本中、そして、世界中の人の暮らしにときめきをもたらす魅力を持っています。

戦後の政策ともあいまって、日本における経済の中心は首都圏であり、人口も同じく首都圏に集中しています。インターネットや物流などのインフラが世界の隅々まで整えられ、みんながスマートフォンを手

にしている時代です。地方においても、その魅力を伝えることさえできれば、より多くの人にその商品を手にとってもらい、サービスを利用してもらうことは可能になってきています。一方で、そのノウハウがない、人脈もない、資金もないといった理由で、その可能性を諦めてしまっている地方企業も少なくありません。

地方企業が、自社の溢れる魅力を世の中に伝えることができれば、日本中、世界中、どこに暮らしている人にも、自慢の商品を購入してもらえ、心ときめくサービスを体験してもらえます。そして、その土地独自の価値を求めて、日本中、世界中から人が訪れるようになります。それが、ともに叶えたい世界です。

今回、地方企業の潜在能力を信じ、そのポテンシャルの花が咲き誇るように、

そうした企業を支援したいという同じ想いを持つ5社が集まり、最適・最良の技術やノウハウを通して、その成長に伴走していくために、LGCを発足することとなりました。

「地方発全国、日本発世界。」

地方企業の皆さまと想いを共にしながら、この国の明るく心豊かな未来をつくっていく。その意志のある人たちが集い、協力し合う場が、LGCです。地方発全国、日本発世界の企業がひとつでも多く生まれていくために。

 LOCAL GROWTH CONSORTIUM

公式サイトはこちら



想いを共にする5社がそれぞれの専門領域から地方企業の成長をサポート

 CROSS MEDIA GROUP SUPER STUDIO  SOLD OUT  PR TIMES  ROCKET STAR

ビジネスの第一線で活躍する「ビジネスアスリート」とコンディショニングのプロによる対談番組がスタート

結果を出したい「ビジネスアスリート」へ

「ビジネスアスリート」とは、「ビジネス」というフィールドで目標や計画を設定し、日々最大限のパフォーマンスを発揮しようと仕事に向き合う人たちのこと。「ビジネスアスリート」にとって、頭・心・体のコンディショニングは必要不可欠です。この度、新たな動画連載「ビジネスアスリートのためのコンディショニング」がスタート。

本連載では、クロスメディアグループのビジネスコンテンツから生まれた独自のジム「疲労回復専用ジムZERO GYM」と「ACTIVE HEALTH LAB」のプロデューサーが登場し、日々の仕事で最高のパフォーマンスを発揮したいと願うビジネスパーソンに向け、頭・心・体にアプローチするコンディショニング法をお伝えしていきます。



「静」と「動」のアプローチ

本動画では、ビジネスの第一線で活躍するプロフェッショナルをゲストに、瞑想や脳の疲労回復などの「静」のアプローチと、ストレッチや筋トレなどの「動」のアプローチの両方をお伝えしていきます。「フィットネス×マインドフルネス」の独自メソッドで脳疲労と身体疲労をバランスよく取り除くことができます。

パーソナリティを務めるのは、疲労回復専用ジムZERO GYMの松尾伊津香とACTIVE HEALTH LABの松室有紀です。松尾は『超疲労回復』などの著者でもあります。今回の連載では、自身が専門とするマインドフルネスを中心に、脳の疲労回復をお伝えします。松室は、「ベストボディ・ジャパン2019 パーソナルトレーナー部門 グランプリ」の受賞経験をもち、現在はACTIVE HEALTH LABのプロデューサー・代表トレーナーとしてパーソナルトレーニングを行っています。動画の中で、手軽に行えるストレッチや筋トレ法をお伝えします。

初回はクロスメディアの代表と実践

初回は、クロスメディアグループの創業社長である小早川幸一郎が登場。松尾はZERO GYMで実際に体験できるプログラム内容を紹介しながら、「脳のお手入れ」をテーマに話しています。松室は忙しいビジネスアスリートが「無理せず」取り入れられるストレッチを紹介。小早川に実際に体験してもらいながら、ポイントを解説しています。それぞれの動画は下記QRコードよりご覧いただけます。

ビジネスアスリートのための
コンディショニング
CONDITIONING for BUSINESS ATHLETES

松尾の動画は
こちら



松室の動画は
こちら



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。



遠藤公護氏



岡野武志氏



石山アンジュ氏

『人生を変える営業スキル』の著者 遠藤公護氏に聞く、「大人の営業」とは

12月に発売した『人生を変える営業スキル』の著者・遠藤公護氏は、サンマイクロシステムズ、オラクル、Tableau、SalesforceとITエンタープライズ営業の第一線で長く活躍し、要職を歴任されてきました。本書の編集も担当したクロスメディアグループ代表の小早川が「エンタープライズ営業の秘訣」に迫ります。



人生を変える営業スキル

高卒で弁護士に、そして起業家へ。 YouTuber 弁護士の異例なキャリア

累計10万部を突破した、子供も大人も一緒に楽しめる法律入門書『おとな六法』。著者は人気YouTuberで、TikTokでも多くのファンを抱える岡野武志弁護士です。司法試験や渡米の経験、弁護士になってすぐの事務所の立ち上げ、YouTubeチャンネルでの配信など、普段ご自身のチャンネルで語られていないことをお話しいただきました！



おとな六法

持続可能な日本社会を作る 分散型のライフスタイル

家はひとつじゃなくていい時代!? 今注目されている新しい生活スタイル「多拠点ライフ」。地域間で人口を“シェア”するという考えから生まれたもので、いわゆる「セカンドハウス」とは別の発想です。社会活動家で、10代から「多拠点ライフ」を送る石山アンジュさんに、多拠点ライフの魅力や日本社会に与える影響をお聞きます。



多拠点ライフ

主な内容

- | 信頼関係がないと、どんな最新技術も役に立たない
- | 人気企業のマーケティング職内定を断り、営業職を選んだ
- | 営業スキルの本は売れない
- | 営業によって得られるスキルと人生観
- | 営業スキルと共に、本当の「自信」をつけてほしい

詳しくはこちらへ



主な内容

- | 司法試験は高卒でも受けられる!
- | 勉強漬けの5年間を経て28歳で合格
- | チャレンジ精神をつかった渡米経験
- | 「問い合わせの電話が鳴り止まない!」 事業成功の鍵は
- | 時代の変化に合わせて YouTube・SNSに注力
- | 大人気のYouTube動画作成秘話

詳しくはこちらへ



主な内容(前編)

- | 分散型のライフスタイルが 持続可能な日本社会をつくる
- | 世界の関係人口 「デジタルノマド」が増えている
- | 石山さんが地域に溶け込むまで
- | 地域の魅力の「再発見」のきっかけ
- | 一次産業の「人から人への伝承」

詳しくはこちらへ



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

出版社が人気企業TOP10に4社入り。 進化系出版社の特長から見える「編集力」の未来

インターネットの時代。「斜陽産業」と思われがちな出版業界ですが、2023年の就職人気企業ランキングでは、TOP10のうち4社が出版社でした。業界イメージに関わらず、「IP」「デジタル」「グローバル」による事業展開で、挑戦と成長を続ける出版社が就職先に選ばれ続けています。出版社の大きな強みである、コンテンツの企画、そして制作力。その背景には、出版社ならではの「編集力」があります。クロスメディアグループ代表の小早川は、編集者の持つスキルを応用することで、人、組織、そして社会を再表現できると考えています。先日、小早川が東京成徳大学の板生教授に招かれ、業界をリードする出版社の共通点と、これからの出版社の役割についてお話を伺う機会をいただきました。今回はその内容を一部抜粋し、ご紹介します。

伸び続けている出版社には3つの特徴がある

小早川 いきなりですが、出版業界に対して、皆さんはどのようなイメージをもっていますか？

「本を読む人が減っていて、今は人気がない」「デジタル化で市場が縮小している」「書店が減っているから、衰退産業なんじゃないか」など、色々あると思います。

先日公表された就職人気企業ランキングを見ると、人気企業10のうち、4社が出版社でした。さらに言えば、トップ3のうち2社が出版社です。ITやデジタルが人気というイメージだと思いますが、出版社が10位のうち、4社も入っています。これを見たときに、ふと自分の中で「進化系出版社」というワードが浮かんできました。業界のピーク時に比べて、6割に市場規模が減っているにもかかわらず、上位ランキングに入っている出版社があります。たとえば、ここ数年で講談社と集英社とKADOKAWAは、過去最高の業績を出しています。私はこれらの出版社を「進化系出版社」と捉えチェックしていますが、IP事業、デジタル化、グローバルの3つの特徴が見えてきました。

IPとは、Intellectual Propertyの略で、著作権や特許権のことを指します。今伸びている出版社は、このIPをうまく活用しています。漫画を例に挙げると、漫画として販売したものを次はアニメーションにし、さらにテレビ、オンライン、映画にして、そのグッズを作るなど、一つのを、多角的に収益化・ビジネス化していることが伺えます。知的財産権を多方

面に利用し、売り上げを伸ばすというビジネスを、「進化系出版社」は積極的に行っています。

次に、デジタル化です。紙の書籍や雑誌は減っていますが、デジタル書籍は非常に伸びています。個々人の好みの問題や世代間の違いもありますが、電子の方が「かさばらない」「文字の大きさを調節できる」「読みたいと思ったときにすぐに購入できる」など、その利便性に目を向ける人が増えています。「進化系出版社」も、デジタルの波に乗って、AmazonのKindleをはじめ、デジタルでのコンテンツ販売を行っています。時代のトレンドや技術のトレンドに適應させることは会社を成長させるために必須です。そして、グローバル。日本だけでなく、出版市場は縮小傾向にあります。が、グローバルという規模であれば、着実に成長しています。日本の人口は減少していますが、世界の人口はいまも増え続けているからです。「進化系出版社」のKADOKAWAは、海外向けのライノベルが非常に伸びています。2年前に比べて20%アップの売り上げです。

新しいものが生まれにくい時代に必要「再表現」というスキル

小早川 人も企業も社会も成長のためには、新しい発想や「イノベーション」が必要です。しかし、新しいものを生むというのは、簡単なことではありません。特に日本のような成熟した国では、いろんなものが既に出回っており、新しいものをつくるのは難しいです。そこで私は「再表現」という概念に目を向けたいと思います。

ここで言う「再表現」とは、「今までの表現を、時代に合わせて表現し直す」ということです。個人も組織も企業も、その時々で自分自身や組織のレベルや目標に合わせて、表現し直すということが必要だと思っています。

人は誰でも成長することに、話す言葉だったり、着ている服だったり、行動の仕方だったりが変わっていきますよね。環境や時代の変化に合わせて表現を変えろ。それが「再表現」であり、これからの世の中に必要なスキルです。「再表現」する上で重要なのが、「編集力」と「デザイン」です。他人の頭の中を言語化するというのが編集力であり、一方、デザインは、他人の頭の中を可視化することがデザインと定義されています。これらの能力を身につけると、非常に貴重な人材になれるはずです。自分自身を「再表現」することができると、他人を「再表現」することもできます。逆もしかりです。そして、人だけではなく、事業や組織、社会をも価値あるものにできる能力です。

当社のビジョンは「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」です。私たちの強みとする「編集力」によって、人と企業の「再表現」をサポートし、持続的に成長できる社会をつかっていく。私たちクロスメディアグループも出版業界を盛り上げていく「進化系出版社」を目指し、日々挑戦していきたいと思っています。



全文はこちら

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。



広報 濱中悠花

**「ひとり広報」が立ち上げた企業広報メディア。
 出版社ならではの「編集力」で人を集める**

2024年1月に立ち上がったクロスメディアグループの企業広報メディア「クロスメディアアン」。「コトバをつくる人たち」をテーマに、社員スタッフやパートナー（著者）の取り組みを色々な媒体を通じて発信しています。このメディアを立ち上げたのが社内唯一の広報担当・濱中悠花。入社して以来、動画・音声・記事と、あらゆる媒体を通じた「クロスメディア」な情報発信によって、会社を成長させたいとの想いで活動してきました。今回は、メディアの特長や誕生の背景、新卒入社してからトライアンドエラーを続ける中で見つけた広報パーソンの在り方などについても話しています。

- 主な内容**
- クロスメディアグループの広報は「人を集める仕事」
 - なぜ企業に広報メディアが必要なのか
 - 「クロスメディアアン」立ち上げの背景
 - バリュー「編集4.0」

詳しくはこちらへ



プロジェクトマネジメント室室長 高橋孝介

**出版ベンチャーの新規事業のつくり方。
 本づくりの枠を越えた「編集力」**

ベンチャー企業として多角的に事業展開するクロスメディアグループ。出版社としての強みを生かした新規商品・サービスの開発も行っており、書籍で紹介しているメソッドを実際に体験できる「ZERO GYM」の立ち上げはその一例です。新規事業を担当するプロジェクトマネジメント室の室長・高橋孝介が、「なぜ出版社が新規事業を立ち上げるのか」「編集者の視点を書籍づくり以外にどう活かすか」「なぜ健康領域のサービスを立ち上げたのか」など、書籍づくりの枠を越えて「編集力」を立体的・多角的に活かすポイントを話しています。

- 主な内容**
- 出版ベンチャーとしての新規事業のつくり方
 - 新規事業が生まれるきっかけとは？
 - 今後生まれそうな新規事業とは？

詳しくはこちらへ



編集部 小山文月

**著者の光る才能を拾う編集者。
 「なんか変だな」と思われる本を作る**

入社後3年で12冊の本を作り、数々のヒット作を手掛けてきた小山文月。学生時代にクロスメディアグループに出会い、出版系のメディア会社を経て、「どうしても本の編集がしたい」という想いでクロスメディアグループに入社しました。書店で思わず手にしたくなるような本づくりを目指す中で、様々な先輩編集者の考えを取り入れながら、独自のこだわりを確立してきたといいます。編集部の期待のホープとして、今後何を目標としているのか。書籍編集にかける想いを聞きました。

- 主な内容**
- クロスメディア入社のきっかけ
 - 小山が編集した書籍を一部紹介
 - 小山が編集で大切にしている3つのポイントを解説
 - 小山の編集基盤のルーツは？
 - 目標は「ベストセラーを生み出すこと」

詳しくはこちらへ



01 著者・編集者・書店・読者をつなぐ仕事。書籍プロモーションを通して世の中のムーブメントをつくる



コンテンツマーケティング室 岩瀬恵理子

—プロモーションの起点は書店

岩瀬 私がプロモーションを担当している『おとな六法』は、人気YouTuberの岡野武志弁護士の本で、予想通り話題書となりました。今回プロモーションを担当させていただきましたが、書店の協力のもと開催したイベントも大成功に終えることができました。書店はプロモーションにおいて欠かせません。メディアと積極的に連絡を取り、関係を築くことも私の役割の一つといえます。

—ビジネス書は個人と社会が変わる原動力

岩瀬 個人の成長を促してくれるビジネス書。多くの人が読めば、社会やビジネスが変わると思うんです。『おとな六法』は10万部を突破してい

編集者と著者、書店、そして読者まで巻き込んで進める書籍のプロモーション。全方向からの要望に応えながら、いかにチームをひとつにまとめていけるか。社内外のメンバーと共に世の中のムーブメントをつくる岩瀬に、コンテンツマーケティング室での活動について聞きました。

ます。共感してくれた方が10万人いると思うと、とても嬉しいですよね。

—業界の「不変の価値」を感じるからこそ、挑戦を続けたい

出版不況とは言われますが、やはり出版業界には不変の価値があると思っています。当社からもより幅広いターゲット層に向けた、いわゆるベストセラー書が出版されるようになってきました。ベストセラーが生まれると、私たちの想いに共感して入社してくれる仲間も増えていくと思います。そういう人たちと共に、世の中のムーブメントをつくりたいです。



全文はこちら

MY WORK

もっと楽しく、夢中に、クリエイティブに。クロスメディアグループのメンバーの想いを引き出します。

02 変化の波を楽しめる組織へ。ベンチャー企業のバックオフィスが築く成長の土台

—企業経営に重要なことすべてに絡む仕事

大森 前職はビジネス書の出版社で営業をしていました。社員数が3000人以上の会社で、どうしても個人のやれることに制限がありました。もっと自由に、会社を成長させるための一員として働きたいと思っていた時に、クロスメディアに出会いました。出版以外の事業にも積極的に挑戦する姿勢が面白そうだなと感じたんです。前職と同じ営業を2年間担当した後、バックオフィスに移ることになりました。まさに青天の霹靂でしたが、社長に適性を見てもらったことだったので、抵抗はなかったです。実際やってみると奥が深く、経営において重要なことすべてに絡む責任の大きな仕事だとわかりました。今では、自分たちの役割を

「経営者と事業部をつなぐ結節点」だと考えています。

—新しいトライに必要なこと

大森 バックオフィスの業務は定型的なものが多いですが、当社のようなベンチャー企業で働く上では、会社の成長や変化を楽しめるマインドが必要です。同じ仕事を続けていても停滞してしまう。前に進むための挑戦を楽しんでいくことが大事なのではないでしょうか。予定外のこともたくさん起こります。それを「成功のためのトライアンドエラー」と捉えて前向きに頑張れる人が、当社のバックオフィスの仕事に向いていると思います。



全文はこちら



執行役員 大森三規雄

新刊ができるまで 書店からの声を受けて企画。「肉の求道者」とつくる「教養ビジネス」シリーズ第二弾

編集部宮藤です。昨年発売した『魚ビジネス』の第2弾として、2024年2月に『肉ビジネス』が発売されました。これから当社では「〇〇ビジネス」をシリーズ化し、幅広く第一次産業を扱う「ビジネス×教養書」のラインナップを充実できたらと考えています。みなさんのおかげで、『魚ビジネス』は想定以上にロングセラーとなりました。その反響を受け、一部の書店では「次は〇〇ビジネスを出すんですか」という声があったそうで、書店営業スタッフを経由して当社にも届き始めたのです。そこで社内でも「次はどのテーマにするか」を考える中で、「次は肉ビジネスでいこう」という話になりました。『魚ビジ

ネス』はどちらかというと「プロダクトアウト」での制作でしたが、今回は現場の声を聞いた「マーケットイン」として制作を行うことになりました。「〇〇ビジネス」のシリーズ化を目指して社長と話し合う中で決めたのは、次の3つでした。

- インパクトの強いイラストを入れたカバーデザインにする
- 写真は冒頭のカラーページだけに付ける
- 本文はオーソドックスなデザインにする

今回の『肉ビジネス』もこの方針を踏襲しています。本書を書いたのは、普段は会社員として働きながら「肉の求道者」を名乗り和牛の魅力を発信して

いる小池克臣さんです。小池さんは学生時代からの肉好きが高じて、ブログ全盛期だった2008年から焼肉ブログをスタートし、肉の知識を身につけ、しまいには海外のお金持ちが来日した際においしい神戸ビーフを提供するお店を紹介し、そのお礼に高級時計をプレゼントしてもらった(!)という、誰にも真似できない経験がされています。しかも、小池さんの実家は肉とは関係なく、横浜にある魚屋さん(!)というユニークな方です。肉をこよなく愛する小池さんの熱の込められた文章は、ぜひ読んでいただきたいですし、巻末に載せた「おすすめの焼肉・ステーキ店15選」にも足を運んでみてください。



『肉ビジネス』

ビジネス書出版社社長のたまには じめな話

Vol.33 カルチャーフィット

人材採用で重視することとして「カルチャーフィット」を挙げる人事担当者や経営者は多いです。私もそうでした。

でも最近、カルチャーフィットは後回しで、新卒・第二新卒は「ポテンシャル」、キャリアは「スキル」、そして両者には「経営理念」を重視して採用をするようにクロスメディアグループではしています。

成長企業のカルチャーはどれも似たり寄ったりなので、カルチャーを売りにしても差別化は難しいですし、そもそも、経営理念に共感しているスキル、ポテンシャルのある人ならば、そのプロ意識からカルチャーフィットなど当たり前なことだと思うことでしょう。

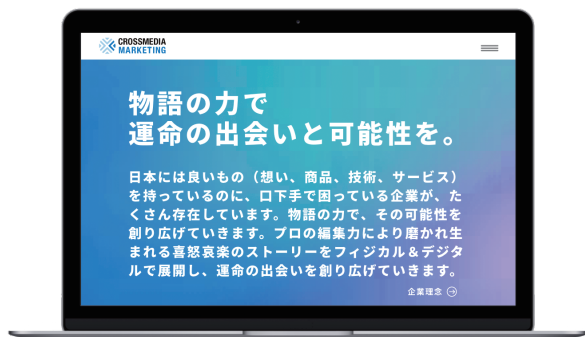
会社はサークルではないので、ビジネスで成果を出すためのスキル、ポテンシャル、経営理念へ共感する人をしっかり採用して、強い会社をつくっていくと考えています。

クロスメディアグループ代表 小早川幸一郎



NEWS

クロスメディアグループの公式サイトをリニューアルオープン



クロスメディア・マーケティング
いま、企業に必要なマーケティングノウハウを解説します



クロスメディア・パブリッシング
クロスメディアが発行する書籍の情報を発信します



ブックマーケティングサイト
ビジネスの成長を後押しする「書籍」を使ったプロモーションをご提案

