

言葉と発想力

VOL.12 2025 JANUARY NEWSLETTER

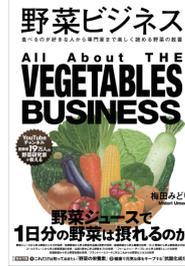
クロスメディア

コトバをつくる人たち

- 日本のビジネスの全貌を解き明かす「業界ビジネスシリーズ」 — 02
- 【有隣堂しか知らない世界に出演】書籍PR担当として伝えたいこと — 03
- 【Book Fair Championship】前代未聞の出版業界横断プロジェクトに参画
- 【BUSINESS BOOK ACADEMY】
『世界観のデザイン』著者・岩淵正樹氏 — 04
『エグゼクティブはなぜ稽古をするのか』著者・梅澤さやか氏
- 【編集4.0】言葉で市場を切り拓く。出版プロデューサー・土井英司氏インタビュー — 05
- 【CMG NOW!】「出版して終わりじゃない。書籍を活用したプロモーション」<中山直基>
【MY WORK】経理は会社の「心臓」。経営判断をサポートする経理の仕事とは。<下井田詠美> — 06
- 【編集日記】渋谷栄一が令和を生きたら？「転生モノ×ビジネス書」で味わうエンターテイメント<小山文月>
- 【イベントレポート】東京広報大学 初のオンラインイベント開催
【特別編】『ラジオ×経営』社長が自ら発信を始めた理由 — 07
- 【ビジネス書出版社社長のたまにはまじめな話】vol.22 クロスメディア
【NEW PROJECTS】グッド・アンセスター・カンパニー・プロジェクト始動 — 08
オフィスライブラリー事業のご紹介

THE BUSINESS SERIES

業界 ビジネス シリーズ



日本のビジネスの 全貌を解き明かす

日本の産業の 裏側にあるもの

日本には、世界に誇れる産業が多数存在します。毎日の食卓を支える農業や漁業、世界的ブランドの和牛や日本酒、そして人々を魅了するマンガ産業まで——。その裏側には、市場を読み取る力や、課題を乗り越える工夫、新しい未来を切り開こうとする情熱が息づいています。しかし、こうした産業の背景をじっくり知る機会、意外と少ないものです。どんな仕組みで成り立ち、どんな変化を続けているのか。その全貌を解き明かすのが、「業界ビジネスシリーズ」です。

シリーズ書籍で描く、 多彩な業界のストーリー

「業界ビジネスシリーズ」では、日本の産業の姿を一冊ごとに掘り下げています。シリーズ一作目である水産業の歴史から豆知識までを紹介する『魚ビジネス』、国内外に広がる和牛産業の価値を伝える『肉ビジネス』、野菜の食べ方から環境問題まで取り上げた『野菜ビジネス』。さらに、『酒ビジネス』では日本酒が世界で注目を浴びる理由を紹介し、『米ビジネス』ではコシヒカリが人気になるまでの歴史やテクノロジーを活かした稲作などを特集しました。そしてエンターテインメント業界を切り取った『漫画ビジネス』では、日本の文化的価値と経済的影響の両方を深掘りしています。

12/9(月)に開催された、クールジャパンDXサミットにブース出展しま



これらの書籍は、各業界に息づくリアルな現場感や課題、挑戦のストーリーを通じて、多くの読者から「気になっている業界の理解が深まった」「自分の仕事にもヒントがある」といった声をいただいています。

ビジネスを知り、 未来を創造する

私たちは、このシリーズを通じて、日本の産業の魅力や可能性をさらに多くの人に伝えたいと考えています。すでに多くの業界を紹介してきましたが、これからも新たな分野や切り口で日本の業界の魅力を書籍を通じて発信していきます。今後、控えている新刊には、『建築ビジネス』『住宅ビジネス』『宇宙ビジネス』などがあります。日本のビジネスの全貌を知ることは、未来をつくる一歩でもあります。このシリーズを通じて、多くのビジネスパーソンが日本の産業の魅力に触れ、自分自身の仕事やビジネスに新しい視点を得ることを願っています。

シリーズ
一覧はこちら



日本経済の全体像を理解し、
新たなビジネスアイデアを
見つけよう。
シリーズ新作続々
登場予定!



- ワイン
- レストラン
- 建設
- 宇宙
- ロボット
- 森林
- 農業
- アート

NEWS!

有隣堂しか知らない世界

出演
しました



書籍PR担当として伝えたいこと

昨年、10万部を突破した『おとな六法』。本書のPR担当として、本の売り伸ばしに貢献してきた岩瀬恵理子が、YouTubeチャンネル「有隣堂しか知らない世界」に出演しました。同チャンネルは、神奈川県を中心に展開する書店チェーン・有隣堂の公式番組で、現在では登録者数が32.8万人(2025年1月15日13時時点)と、本や書店好きから熱く支持される大人気チャンネルとなっています。

今回の企画は、岩瀬が『おとな六法』などのベストセラー書売り伸ばしてきた手法などを紹介しながら、愛らしいミミズクのぬいぐるみ姿のMC・R.B. ブッコローに、書籍プロモーションのアドバイスをするというもの。

書店営業時代に特技の口笛を書店員に披露し、注文冊数を伸ばしたというエピソードから始まり、クロスメディア・パブリッシングの話題書紹介、出版業界ならではの特殊なプロモーション施策の紹介などで、最後まで大いに盛り上がりました。

今回は岩瀬自身もファンの一人である「有隣堂しか知らない世界」に出演し、編集者とともに確立してきたプロモーションのノウハウとともに、「良書の魅力を伝えたい」という熱い想いをブッコローにお話することができました。

今後、クロスメディアグループとしても、書店とのコラボレーションの機会を通じて業界を盛り上げていきたいと思えます。動画をまだみていない方はぜひこの機会にご覧ください！



(左:岩瀬 中央:R.B. ブッコロー 右:『おとな六法』編集担当・川辺)



視聴はこちら

NEWS!

Book Fair Championship

ブックフェア・チャンピオンシップ実行委員会に参画

前代未聞の出版業界横断プロジェクト



贈呈品のチャンピオンベルト

目指すは出版業界の「M-1グランプリ」

書店と出版社が協力し、日本で一番面白い書店フェアの企画を競い合う「Book Fair Championship(ブックフェアチャンピオンシップ 以下、BFC)」。

書店フェアの募集とクラウドファンディングの開始を記念した記者発表会を、昨年11/1(金)、六本木 蔦屋書店(東京都港区)にて開催しました。クロスメディア・パブリッシングの岡田基生も実行委員会メンバーとして、トークセッションに登壇。「企業の垣根を越えて本企画を盛り上げていくためにはどうすればよいか」というテーマで語り合いました。

BFCの主な目的は3つ。1つ目は、全国の書店で実施されているユニークなフェアを広く世に発信することです。2つ目は、書店の垣根を越えてフェアの情報を共有し合うこと。3つ目は、ユニークなフェアを展開する書店に足を運んでいただくこと。BFC実行委員長の北田博充氏は、「ゆくゆくはM-1グランプリのような大きな企画に育てたいと思っています」と強調し、クラウドファンディングへの協力を呼びかけました。



全文はこちら



BFC公式サイト

ビジネス書の著者と「編集者で経営者」の小早川による動画番組。
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。

「暗闇の中でも希望を描ける、
世界観」のつくり方



『世界観のデザイン』

未来が明るくなる気がしない。それなら、自分たちで明るい未来像、世界観を描こう。

多くの人が将来への不安やモヤモヤを抱えるこの時代に、『世界観のデザイン』の著者、岩淵正樹さんは、使命感から自身の経験や知見を体系化しようと考えました。岩淵さんは現在、ニューヨークのJPMorgan・チェース銀行でデザイン・フューチャリストとして活躍しています。「社会のインフラ」とも言える銀行で「未来洞察」を行うという類を見ないチャレンジングな仕事です。

私たちが政府や国際組織が明らげたいビジョンを提示してくれるのをただ待つのではなく、一人ひとりが自ら未来像を描くことが必要な時代になっています。

今回は、「デザイン・フューチャリスト」としての活動を紐解きながら、初の著書『世界観のデザイン』に込めた思いや、これからのビジネスパーソンに求められるマインドセットについて伺いました。

岩淵正樹氏
MASAKI IWABUCHI

主な内容

- 「デザイン・フューチャリスト」という仕事
- ビジネス文脈の「世界観」とは
- 時代によって感じる「世界観の描きづらさ」
- エンジニアは世界観を描くのが上手い?!
- 「世界観のデザイン」がもたらす影響
- 見えていないシナリオを思考し、未来に備える

”
子どものような
柔軟性・妄想力が
ビジネスの現場を
変えていく。”



視聴はこちら

「稽古」を通して、感性を磨く



『エグゼクティブは
なぜ稽古をするのか』

ブランドプロデューサーとして30年近いキャリアを持つ梅澤さやかさん。多くの企業の未来づくりに関わってきた梅澤さんが、今注目するのが「稽古」という日本の伝統的な学びの形です。

梅澤さんは、稽古は古の知恵でありながら、実は最先端の学びの方法だと考えています。その理由は、稽古には現代の認知科学や情報理論から見ても非常に洗練されたシステムが備わっているためです。特に注目すべきは、稽古における「身体性」の重要性です。人間の身体はAIよりもはるかに多くの情報を処理できる可能性を秘めています。

また、稽古を通じて得られる知性は、論理だけでは決して生まれない発想やアイデアを生み出す源となります。

このような特徴を持つ稽古は、現代のビジネスパーソン、特にエグゼクティブにとって重要な意味を持ちます。

稽古を通じて、「突き抜けた発想と決断」ができる能力を養うためのヒントが詰まったお話です。

梅澤さやか氏
SAYAKA UMEZAWA

主な内容

- なぜ、今稽古なのか
- 稽古で発想力を磨く
- 稽古は知性を磨く最高の方法論
- 人間の感覚はすべてアナログ
- ロジックを超えた発想力を磨くために
- デジタルからフィジカルへの回帰

”
稽古のエッセンス
を日常に取り入れ
ていただくことが
理想です。”



coming soon!

編集4.0

クロスメディアグループには「編集4.0」という考え方があります。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 メディアの編集
- 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

言葉で市場を切り拓く

生み出すサービスは書籍制作のその先へ 出版プロデューサーの言葉づくりを深掘り

「言葉が市場をつくり、ビジネスにインパクトを与える新たなカテゴリーを確立する」。そう語るの、シリーズ累計1,400万部を超える世界的ベストセラー『人生がときめく片づけの魔法』を筆頭に、数々のヒット作品を手掛けてきた、エリエス・ブック・コンサルティング代表取締役の土井英司さん。新基準を見出すヒアリングと、自然発生する人脈を見据えたブランディングで、独自の出版プロデュースを展開してきました。そんな土井さんが編集において重視していることは？ クロスメディアグループ代表で編集者の小早川との対談で深掘りします。



言葉が市場をつくる

小早川：土井さんはご自身で「出版プロデューサー」と名乗られているように、商品やサービスを世に広めるなど、本のプロデュースの先にまで影響を与えていますよね。

土井：多くの「言葉が市場をつくる」という考えが影響していると思います。開催したセミナーで、出版ではなく、マーケティングや新規事業の参考にしたいと参加してくださる方が結構いるんですよ。新たな「カテゴリー」をつくれれば、そこに新しい「市場」が生まれる。ビジネスに一番インパクトを与えられるのは、これまでにないカテゴリーを確立することだと考えているんです。

小早川：そういった考え方が、書籍にとどまらず多くの経営者のビジネスにまで影響を及ぼしていますよね。

土井：大変なことに聞こえるかもしれませんが、要するに「名前をつける」作業なんです。自分たちが重要なと思うものに細かく名前をつけて、それ以外はずっと力テゴライズする。そうしたざっくりと名前がついているものに、少し細かく名前をつけてあげるだけで、新しい市場を切り拓いていけるんです。

他者を知ること＝マーケティング

小早川：多くの場合、編集者は目当ての人に自らアプローチするケースが多いですが、土井さんの場合は「土井さんに編集されたい」と問い合わせに来る方がたくさんいますよね。「人を編集するためのメソッドのようなものを持っているんですか？」

土井：それもやはり「カテゴリー」をつくることです。「〇〇といえばこの人」と言われる状態をつくる言葉を引き出すようにしています。たとえば、こんまり(近藤麻理恵)さんの場合、当初は書籍に「プリンセス」というワードを使いたいと言っていました。しかし、どうしても書籍ターゲットを女性に限定するようなイメージで、結果的に市場が全体の4分の1くらいになってしまっ。いいコンセプトを持っていても、既存のカテゴリーに当てはめた途端にターゲットが狭まってしまっんです。葛藤しましたが、「ときめくか、ときめかないかで物を捨てるか決めてる」というこんまりさんの言葉を聞いて「それだ!」と思いました。「ときめく、ときめかない」と判断基準にすると、大半の人は捨てる量が増える。取捨選択の新基準としてすごくおもしろいと感じました。

小早川：土井さんは相手との対話からおもしろい言葉や、ありそうでなかった言葉を拾い上げるのが抜群に上手なんですね。

土井：その人自身を構成するキーワードから、独自の市場をつくることを意識しているんです。そして生まれた市場と著者本人とを紐つけてあげるところまでが、ぼくの仕事。市場がどれだけ小規模でも、独占しているプレイヤーは強いんです。企業だけでなく「人」でも、そうした状態をつくっていきたいんですよ。

人のことはよくわかるのに、自分のことになると正しい判断ができないということとはよくあります。だからこそ他者の視点を知る必要があります。他者の視点、他者の文脈を知るための作業が「マーケティング」だと思っています。他者からの見え方が分かれば、どこをアピールするべきかを理解できて、売るための文脈づくりができると思います。

小早川：土井さんと私はもう20年以上の付き合いですが、出会った20代当時から目上の人や著名人に対して、ズバズバものを言っていましたよ。

土井：役に立つアドバイスをしたくて一生懸命に話しているだけなんですけどね。あとから聞くと、本当にひどいことを言ってるなとびつくりする時があります。

小早川：土井さんがズバズバ言わなくなったら、具合が悪いんじゃないかって心配しちゃいますよ(笑)。

『人生がときめく片づけの魔法』



音声配信はこちら



対談記事はこちら



クロスメディアで働く人が、どんな仕事をしているのか。
最新の取り組みを紹介する動画番組。

主な内容

- 本質的な企業の良さを伝えられる編集力
- 企業活動も出版も「課題」を解決するもの
- 引き出す能力、言語化する能力
- 出版社だからできるマーケティング・ブランディング
- 本ができた後も伴走し続ける



クロスメディアグループの強みは、著者の持つ魅力を引き出し、言語化する「編集力」。そのスキルを企業のプロモーション、ブランディングにも生かしているのが、クロスメディアグループの法人事業部です。

今回は、同事業部の部長・中山直基が、ビジネス書出版社ならではのマーケティング・ブランディング手法とその効果についてお話ししました！

視聴はこちら



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。

経理は会社の「心臓」。
経営判断をサポートする経理の仕事とは。

正確性やスケジュール管理能力を発揮することが、社内全体からの信頼につながる経理事務の仕事。同部署で働く下井田詠美は以前編集部に所属していました。仕事を通して自身が成長することで会社の成長にも貢献したいと考える彼女に、経理の役割について詳しく聞きました。

社長は「事業部が血液だとしたら経理は心臓」とよく言っています。経営者は、経理がまとめたデータを見て経営判断をします。社内の数字をまとめて売り上げや利益を可視化する私の業務が大きく影響するため、経営の一翼を担っているという自覚を持って仕事に臨んでいます。データをまとめるだけでなく、気づいたことがあれば、数字をもとに自分の考えを経営陣に伝えるよう心がけています。皆さんに何か困ったことがあった時はいつでも支えられる存在でありたいです。組織のディフェンダーとして、会社全体に頼られる部署になっていくことが目標です。

全文はこちら



経理財務室に配属される前は、編集部に所属していました。書籍の制作をサポートする編集管理という仕事を約2年、書籍の編集を約1年半経験し、経理財務室への異動が決まりました。編集の仕事ももう少し極めたいけど、他のキャリアを考えてもいいかも。そう思っていたときに会社から異動を持ちかけられました。こんなチャンスはめったにない。自分にできるかどうか不安はあったものの、会社から適性と強みを見込まれたのだとポジティブにとらえ、経理の道へ進むことを決意しました。



経理財務室 下井田詠美

編集日記

渋沢栄一が令和を生きたら？ 「転生モノ×ビジネス書」で味わうエンターテインメント



時は、今から3年半前の2021年7月。編集者になりたてだった私は、こんなことを考えておりました。「転生モノ×ビジネス書」という新しい組み合わせがあれば面白いのでは？ ということです。当時、マンガのジャンルで、異世界転生モノの勢いを感じていた私は、これまでになかった挑戦としてこの企画を進めることにしました。問題は、誰を転生させるか？ 織田信長、徳川家康、松下幸之助……さまざまな候補を考える中で目に入ったのが、渋沢栄一の『論語と算盤』でした。初めて読んだ『論語と算盤』は、現代のビジネスにも

通じる内容であふれていて、「この人を現代に転生させたらどんな物語になるだろう？」とワクワクしたのを覚えています。本著は校正のため何度も読み返しましたが、そのたびに胸が熱くなりました。ちょっと変わった作品ですが、読むと元気になれる、極上のビジネスエンターテインメントとして仕上がりました。渋沢栄一の哲学や令和の働き方への洞察を、笑いと感じ動を交えて楽しめる一冊です。ぜひ手に取ってみてください！



『渋沢栄一が転生したらアラサー派遣OLだった件』

全文はこちら



東京広報大学 初のリアルイベント開催



企業の 情報発信を考える

Podcast「東京広報大学」パーソナリティの濱中と二宮が主催したイベントは、総勢30名が参加し、大盛況に終わりました。本イベントは、企業の広報担当者や経営者に向け、オウンドメディアを活用した効果的な情報発信の方法を紹介し、ラジオの新たな可能性について考えを深める場となりました。

第一部のゲストに迎えたのは、キリンホールディングス株式会社コーポレートコミュニケーション部の平山高敏さん。Web広告代理店、出版社を経てキリンホールディングスに入社した平山さんが、オウンドメディアの立ち上げ時に何から始めたのか、テキストコンテンツの役割や可能性について、お話ししました。第二部のゲストは株式会社カワキタエクスプレス代表取締役社長の川北辰美さん。SNSを活用した採用戦略で運送業界に新風を吹き込む川北さんに、情報発信の秘訣を伺いました。

クロスメディアの広報でラジオを活用する演中も、社長にラジオ番組出演を勧めた経緯や、継続のコツなどを語りました。SNSやラジオなど、様々なメディアを活用することで、より多くの人に自社の魅力を伝える可能性を参加者とともに考える会になりました。今後も、「東京広報大学」は企業や組織の情報発信に関する「リアル」な情報をお伝えしていきます。



Podcast
「マーケティング」部門で
1位を獲得!



『東京広報大学』
企業や組織を社会とつなぐ、
広報という仕事に焦点を当てる
トーク番組。MCは、クロス
メディアグループ広報の濱
中とリクライブ編集長の二宮
が務めます。毎週木曜日配信。

Podcastの
視聴はこちら



イベントレポートの
全文はこちら



主な内容

オウンドメディアの価値・可能性
採用活動におけるラジオ活用
各メディアの特性を活かした情報発信
企業の枠を超えた広報の未来像

特別編

社長が自らラジオ番組を始めた理由



経営者が自ら発信する。企業の広報担当にとって、これほど心強いものはありません。会社の一番のコンテンツは社長の「言葉」。社長が自ら自社の魅力を語る事が重要です。

一方で、「自分が前に出るのは…」と躊躇される経営者の方もまだまだ多く、経営者をどう後押しするかは多くの広報担当の課題でもあります。クロスメディアグループ代表の小早川は昨年から自分のラジオ番組を開始し、積極的な情報発信を行うようになりました。ラジオを中心に、社長自らの発信による効果について語りました。

主な内容

- 「取り繕った」発信はしなくなかった
- 会社の成長と人材採用には経営者の声不可欠
- 広報担当から毎日背中を押されていた
- ラジオは気楽に始められる
- 広報からのフィードバックがモチベーションに

視聴はこちら



『小早川幸一郎の編集者×経営者』
現役編集者で経営者であるクロス
メディアグループ代表の小早川
が、編集者・経営者として、個人
的に注目しているテーマについて
お話しします。

Podcastの
視聴はこちら



ビジネス書出版社社長

たまには じめな話

Vol.35 クロスメディアン

クロスメディアグループでは、企業広報オウンドメディア「クロスメディアン」を昨年1月に立ち上げました。

すでに250を超えるコンテンツがあり、記事や動画、音声など、あらゆるメディアで情報発信をしています。

これまで、採用広報や社内広報に効果を発揮してきました。これからはもっと大きな概念である企業広報に効果を発揮していくよう、メディアとコンテンツの編集をしていきます。

さて、広報活動を通じて企業価値を上げ、社会に新たな価値を提供していくためには、売上高や利益を上げて成長拡大をしていく必要があります。でも、社長の私が「売上と利益を上げよう！」とスタッフを鼓舞しても、その言葉を自分事と思う人は少ないかもしれません。

でも、「読者を増やそう!」「顧客を増やそう!」と言えば、スタッフのみんなは、読者や顧客に感謝される仕事をしようと、自分事としてがんばってくれます。

読者や顧客、取引先や提携先、社長と社員など、クロスメディアグループのステークホルダーが「クロスメディアン」です。

良い仕事をして、クロスメディアンをたくさん増やした結果として業績が上がるのが理想ですし、現実にしていきます。

Webで連載中!



クロスメディアグループ代表 小早川幸一郎



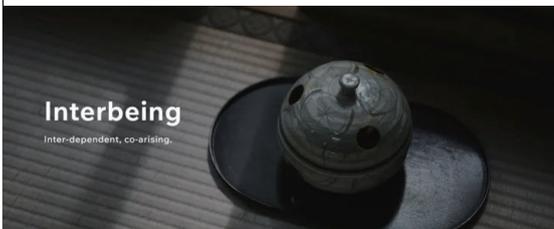
NEW PROJECTS

企業の経営哲学を言語化する

「グッド・アンセスター・カンパニー・プロジェクト」始動



詳細はこちら



クロスメディアグループ株式会社は、仏教×音声×デーサイエンスの領域で注目される株式会社 Interbeing と共同で、産業僧との問答を元に会社の経営哲学を言語化する「グッド・アンセスター・カンパニー・プロジェクト」を開始します。

経営者と産業僧である松本紹圭氏（株式会社 Interbeing 社）との経営哲学をめぐる全10回におよぶ問答からスタート。松本氏との対話を総括した文書を元に、実施企業・経営者の経営哲学に関する書籍を当社がご提案・ご提供いたします。

Office Library Service 【 オフィスライブラリー事業 】

私たちクロスメディアグループは、社員の成長と企業価値向上を目指し、ビジネス書を活用した「オフィスライブラリー」を提案します。社員が業務やキャリアに必要な知識を深め、自主的な学びを促す環境として様々な企業に導入いただいています。さらに、ライブラリーを通じて社員同士が知識やアイデアを共有し合い、新しい発想や問題解決のヒントが生まれる場を創出します。また、学びを重視する企業文化を醸成し、成長を支援する姿勢を社内外に示すことで、ブランドイメージの向上にも貢献します。企業の未来を支える知識とコミュニケーションの拠点としてライブラリーの導入をぜひご検討ください。



クロスメディアの各サービスに関するご相談はこちらへ 担当:株式会社クロスメディア・パブリッシング コンテンツデザイン室 TEL:03-5413-3140 MAIL:c-design@cm-group.jp

2025年1月20日発行/編集・発行:クロスメディアグループ株式会社 広報/本冊子の内容に関するお問い合わせ:hamanaka@cm-group.jp (広報)/編集:濱中悠花/デザイン:朴書影・ジャライル愛莉珠