進化と原点

VOL.13 2025 APRIL NEWSLETTER

クロスメディアン
コトバをつくる人たち

鹿島アントラーズビジネスクラブに加盟 —— 02

【イベントレポート】
「ニッポンの魚ビジネスEXPO」初開催で500人動員 —— 03
「Book Fair Championship」初代チャンピオンが決定

【BUSINESS BOOK ACADEMY】
『世界の一流は「休日」に何をしているのか』著者・越川慎司氏
『戦略コンサルのトップ５％にだけ見えている世界』著者・金光隆志氏 —— 04
『今、ラジオ全盛期。』著者・冨山雄一氏
『脳マネジメント』著者・秋間早苗氏

【編集4.0】“Think Like a Publisher”ー編集で惹きつけるコンテンツマーケティング —— 06
【活動報告】20期下半期の事業計画会議を実施しました

【CMG NOW!】ロボットビジネス出版記念イベント
【MY WORK】経営者の想いに触れ、学び、言葉にする営業。＜北本駿介＞ —— 07
【編集日記】日本人が外国人から学べることとは？「休日」の過ごし方に着目しベストセラーに。＜坂口雄一郎＞

【ビジネス書出版社社長のたまにはまじめな話】Vol.23 AI時代の経営と採用 —— 08

鹿島アントラーズビジネスクラブに加盟

私たちの編集力を通じて、クラブチームと地域社会の発展に貢献していきます

このたび、クロスメディアグループは、茨城県鹿嶋市に所在するカシマサッカースタジアムをホームスタジアムにし、国立競技場を本拠地とする鹿島アントラーズFCの発展と地域活性化に貢献するため、鹿島アントラーズFCビジネスクラブに加盟いたしました。

鹿島アントラーズFCは、Jリーグを代表するクラブのひとつであり、地域との密接なつながりを大切にしているチームです。当社の創業メンバーが茨城県鹿嶋市出身であることもあり、地元への恩返しと、地域振興をサポートすることは企業としての大きな使命だと考えております。この加盟を通じて、地域活性化に積極的に取り組み、地元経済や文化の発展に寄与していく所存です。

地域振興とビジネス機会の拡大

クロスメディアグループは、書籍出版やコンテンツ制作を中心に、企業支援やブランド価値の向上に貢献してきました。

今後は、鹿島アントラーズ FC と連携し、スポーツを通じて地域に貢献し、新たなビジネス機会を創出していきます。メディアやマーケティングを得意とする企業として、クラブのブランド価値向上にも貢献していきたいと考えています。今後とも、鹿島アントラーズ FC の活動を支援し、共に地域と歩みながら新しい価値を創造していけることを楽しみにしています。
皆様の温かいご支援とご協力を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

創業メンバーがいつも観客席からピッチに立ちました！

KASHIMA ANTLERS BUSINESS CLUB

鹿島アントラーズ
ビジネスクラブについて

ビジネスクラブの会合に参加しました

福利厚生として社員家族がアントラーズの試合を観戦

年々増えているビジネスクラブ加盟企業と連携を図り地域発展に貢献するとともに、スポーツを楽しむ文化を広めていきます。

フェロー 根本氏より

書籍からイベントに！

ニッポンの魚ビジネスEXPOを開催

書籍『魚ビジネス』が大盛況のイベントになりました！

クロスメディアグループより発売されている『魚ビジネス』の著者である、ながさき一生さん主催の「ニッポンの魚ビジネスEXPO」が2025年2月18日、港区立産業振興センターでおこなわれました。

会場には日本全国から集まった企業・団体による出展ブースが並び、最新の水産加工技術や流通システム、持続可能な漁業の取り組みなどが紹介されました。来場者は500人を超え、各ブースをめぐりながら、企業担当者と熱心に意見交換をおこない、新たなビジネスの可能性を探る姿が多く見られました。

中でも特に注目を集めたのが、スペシャルコンテンツとして開催されたパネルディスカッション「ニッポンの食を世界に広めるには？ ～他業界から見た魚ビジネス～」です。

クロスメディア・パブリッシングの食ビジネスシリーズの著者５名が登壇し、当社代表小早川のファシリテーションのもと、それぞれの視点から魚ビジネスの可能性を語り合いました。

業界の垣根を越えた多くの出会いが生まれ、「この場で出会えたことで、今後のビジネスが大きく変わりそうだ」と語る参加者もいました。

「ニッポンの魚ビジネスEXPO」は、単なる展示会ではなく業界全体が未来を考え、実際のビジネスへとつながる場になりました。

来場者からは「来年もぜひ参加したい」「より多くの企業と連携を深めたい」との声が多く寄せられ、今後の継続的な開催への期待が高まっています。

日本の食ビジネスを世界に届けるために、ここから生まれたつながりがどのように発展していくのか、今後の「魚ビジネス」の動きに注目です！

イベントレポート全文はこちら

動画はこちら

\オンラインで参加しました／

クロスメディアグループ 小早川

『魚ビジネス』ながさき一生氏

『肉ビジネス』小池克臣氏

『野菜ビジネス』梅田みどり氏

『米ビジネス』芦垣裕氏

『酒ビジネス』高橋理人氏

ブックフェア・チャンピオンシップ

BOOK FAIR CHAMPIONSHIP

書店フェアと書店員の日本一が決定！

全国154件のエントリーから日本で一番面白い書店フェア企画を競い合う「OVOL 日本紙パルプ 商 事 presents Book Fair Championship（以下、BFC）」は、初代チャンピオンベルトの贈呈式を2025年3月3日（月）にジュンク堂書店池袋本店で開催いたしました。

BFCは、カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社（以下、CCC）が運営する「梅田 蔦屋書店」の店長であり、ひとり出版社「書肆汽水域」としても活動を行う北田博充氏が実行委員長を務め、書店からは、蔦屋書店、丸善ジュンク堂書店、正和堂書店など、出版社からはライツ社、クロスメディア・パブリッシングも参画する出版業界横断プロジェクトとして、始動いたしました。全国の書店員から応募された書店フェアの企画は、書店員の創意工夫に溢れており、選考は困難を極めましたが、滝口悠生氏（小説家）、三宅香帆氏（文芸評論家）、久禮亮太氏（フラヌール書店）が審判員を務め、最終的に選ばれたベスト10のフェアから、初代チャンピオンとして久保田理恵さん（MARUZEN＆ジュンク堂書店新静岡店）の『新社会人応援フェア Working girl Routine ＃本庄静子の一日』が決定いたしました。

チャンピオンベルトの贈呈には、新日本プロレスの代表取締役社長 兼 選手の棚橋弘至氏が登場し、会場が熱気に包まれました。

BFCは、フェアや書店員を全国に広めていくこと、そして、書店員の企画意欲を掻き立て、書店が更に魅力的になり、多くの読者が足を運ぶきっかけになることを目指しており、初代チャンピオンベルトの防衛戦について、2025年10月より、防衛戦のチャレンジャー（フェア企画）の応募開始を予定しております。

（左から北田博充氏、久保田理恵氏、棚橋弘至氏）

BOOK FAIR CHAMPIONSHIP

動画はこちら

BFC公式サイト

BUSINESS BOOK ACADEMY

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。

世界の一流に近づく休日の過ごし方

『世界の一流は「休日」に何をしているのか』の著者である越川慎司さん。

「週休3日」「フルリモート」の会社を立ち上げ、休みを有効活用して効率的に成果を出す働き方を目指しています。

越川さんは、かつて世界を飛び回り、仕事に熱中していました。

しかし、そのキャリアの中では働きすぎて心のバランスを崩した経験もありました。

そんな越川さんの人生を大きく変えたのは、マイクロソフト勤務時代の上司から聞いた、「休むために仕事をしている」という考え方でした。それから、週3日休んでも成果を出す働き方を目指して仕事をするようになったそうです。

世界の一流から学んだ休み方は、ただ心身を休めるだけではなく、教養を身につけることも休日にするということ。特に読書については、越川さん自身も年間300〜400冊を読むそうで、「読書は最良の学習ツール。30年分の経験を数時間で学べる」とその価値を語りました。

動画の中では、MCの小早川の休日も添削！ 金曜午後の過ごし方に満点を目指すヒントがあるとのこと。

皆さんも金曜日から休日を始めてみてはいかがでしょうか。

『世界の一流は「休日」に何をしているのか』

主な内容

- 会社名に込めた思い
- 一流から受けた衝撃の言葉
- 週3日休んでも利益を伸ばす働き方へ
- 「休み方改革」で生産性をあげる
- 代表・小早川の休日をジャッジ！

動画はこちら

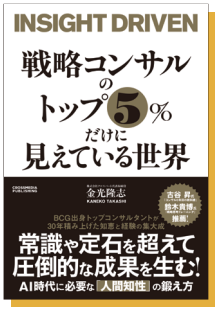
戦略コンサルトップ5%から学ぶ、AI時代を生き抜く術

優秀な人材が集まる戦略コンサルタントの世界。

『戦略コンサルのトップ5%だけに見えている世界』の著者である金光隆志さんをお迎えしてAI時代を生き残るコンサルタントの思考力についてお話しました。偶然にも戦略に関する書籍に出会ったことをきっかけにコンサルティングの世界に足を踏み入れた金光さん。自身も戦略コンサルタントとして30年以上にわたり、「超一流」の姿を目の当たりにしてきました。

波乱万丈なキャリアを歩んできた金光さんが、なぜ今この本を書こうと思ったのか。それは、これからの未来を創る若い人たちに、自分の経験や知識を伝え、人材育成に貢献したいという強い思いからでした。「結論が出たと思っても、そこで思考を止めずにさらに深く考える。これが創造的思考態度です」と金光さん。彼が言う「トップ5%の戦略コンサルタント」とは、まさにこの思考態度を持ち、常に新しい発想で問題に取り組む人たちのことです。

想像以上にクリエイティブな仕事だという戦略コンサルのリアルをお伝えします！



『戦略コンサルのトップ5%だけに見えている世界』

主な内容

- ビジネス戦略の面白さに目覚めた学生時代
- 知られざる戦略コンサルの仕事
- 未来を作る人材を育てていきたい
- 「人間にしかできないこと」を考える
- AIをうまく使いこなす社会に
- 新会社「クロスサイト」の構想

動画はこちら

なぜ今「ラジオ全盛期」なのか。番組プロデューサーが語る、ラジオ再燃の裏側

再び若い世代との接点を増やし、その魅力を取り戻しつつあるラジオ。

オールナイトニッポン統括プロデューサーの冨山雄一さんを迎え、今、人気絶頂期を迎えているというその背景に迫ります。

冨山さんは、約20年にわたってラジオ業界の第一線で活動をする中、業界の「衰退」から「全盛」へと移り変わる激動の変化を目の当たりにしてきました。

ラジオ人気が再燃した裏には、番組に「種を植え、水をやり」、魅力を「耕して」きた多くの人たちの努力があります。パーソナリティ、スタッフ、リスナー、スポンサーが一緒になってラジオの畑を耕し、共に成長していく。その取り組みが、現在のラジオ全盛期を築き上げたのです。

現代のコンテンツは、短くて効率的なものが求められる傾向にあります。しかし、ラジオはその流れに逆行し、長時間の放送でリスナーとの深い繋がりを築いています。冨山さんは、ラジオは今もなお重要なメディアであり続けていると考え、その未来への希望を語りました。

ラジオを普段から楽しんでいる人も、これからという人も、ぜひラジオの可能性に触れてみてください！

『今、ラジオ全盛期。』

主な内容

- ラジオへの憧れが原点に
- 「衰退」ラジオに対する社内外の温度差
- テクノロジーの進化とラジオの関係
- 「転機」ラジオの価値が再確認された瞬間
- タイパ時代に逆行するラジオ

動画はこちら

脳の「癖」を知って、もっとクリエイティブに。現代人に必要な脳へのアプローチ

「サステナビリティ」というコンセプトに惹かれ、大学卒業後すぐに起業。異色の経歴を持ち、海外でも活躍されている秋間早苗さんをお迎えし、未来へ向けて独自の道を切り拓く方法を語りました。

大学時代、「ソーシャルビジネス」について主に研究。サステナビリティ活動をもっと増やすために既存の企業に入社するよりも、ゼロから自分で起業することを選びました。

起業後、社会貢献とビジネスを結びつける難しさに直面した秋間さんが注目したのは、人間の脳の「癖」でした。

「人の脳には、エネルギーを使わないように省エネモードになるクセがあります。それを乗り越えないと、新しいことやビジネスと社会貢献を繋げるような挑戦は難しい」と指摘します。その性質を客観的に認識して脳をトレーニングすることで、創造力を発揮できる組織が増えるだけでなく、個人も主体的に自分らしく生きられるようになるといいます。誰もが持つ脳だからこそ、誰もが自分を変えることができる。一人ひとりの可能性を信じる秋間さんのお話は、生き方に悩むあなたの背中をそっと押してくれるはずです。

『脳マネジメント 脳を味方につけて独自性と創造性を発揮する技術』

主な内容

- 「サステナビリティ」との出会い
- 大学卒業後、すぐに起業
- 「脳の癖」を乗り越え、主体性を持つ
- 企業の価値を次世代で
- クリエイティビティの発揮に必要なこと

動画はこちら

Think Like a Publisher — 編集で惹きつけるコンテンツマーケティング

売り込まない。語りかける。共感をつくり、信頼を積み重ねる。
コンテンツが飽和する時代に、ブランドの価値をどう伝えるか。
その答えとして、いま注目したいのは、「Think Like a Publisher」という考え方です。

欧米発のマーケティングコンセプト

「Think Like a Publisher（出版社のように考える）」というコンセプトは、2000年代後半〜2010年代初頭、コンテンツマーケティングが広まり始めた中で、アメリカを中心にマーケティングの専門家たちによって提唱されました。代表的な提唱者には、コンテンツマーケティングの第一人者とされるジョー・ピュリッジ（Joe Pulizzi）がいます。彼は自身の著書『Epic Content Marketing』などで、企業が出版社のように価値ある情報を自ら発信し、顧客と継続的な関係を築くことの重要性を説いています。
この考え方の本質は、従来の“広告主”としての企業の立場から脱却し、「メディア運営者」＝「パブリッシャー」として自らコンテンツを企画・編集・発信するという姿勢にあります。

広告から、編集へ。顧客との関係性の変化

従来の広告は、「伝えたいことを、企業のタイミングで発信する」ものでした。しかし、情報があふれる現代では、その一方的なコミュニケーションは届きにくくなっています。検索やSNSを通じて、顧客自身が「知りたい情報」「共感できる価値観」に基づいて接触するコンテンツを選ぶ時代です。
出版社は、読者のニーズや関心を深く理解し、読みたくなる切り口、知りたくなるテーマを丁寧に編集し、継続的に届けています。
「Think Like a Publisher」とは、まさにこの視点を企業の発信にも応用することです。
たとえば、自社ブログを運営するにしても、単なるニュースの羅列や商品紹介だけではなく、読者の課題に寄り添い、時にストーリー性を持たせた「読み物」としてコンテンツを設計する。そうした姿勢が、顧客との信頼関係を築く第一歩となります。

5つの視点で考える「Publisher的」発信

【ターゲティング】
読者を知れば、伝え方が変わる。顧客のニーズや関心を深く理解し、それに応じたコンテンツを設計する。

【計画性】
計画的な発信が、ブランドを育てる。出版社が発行スケジュールを持つように、エディトリアルカレンダーの設計が重要。

【価値】
売るのではなく、惹きつける。商品説明ではなく、顧客にとって役立つ・共感できる情報を届ける。

【品質】
良質なコンテンツで、ブランドの品格を作る。丁寧に作られたコンテンツは、ブランドの信頼と直結する。

【マルチメディア】
メディアを横断し、価値を広げる。Web、SNS、動画、音声、紙媒体など、多様なチャネルを組み合わせて発信する。

今の成果より、未来のファンづくりを。

「Think Like a Publisher」は、短期的な成果を追うための手法ではありません。
むしろ、長期的なブランド価値を育てるための“カルチャー”に近い考え方です。
広告ではなく、価値ある情報を。
売るのではなく、語る。
消費されるのではなく、共感される存在へ。
コンテンツファーストの視点で、企業は「選ばれるブランド」へと進化していきます。

【活動報告】

20期下半期の事業計画会議を実施。全社員で具体的な行動目標を考えました

3月28日、クロスメディアグループは東京文化会館にて、年に一度の事業計画会議を開催しました。関西支社メンバーを含む全社員が参加し、20期下半期に向けた事業戦略と行動計画の共有を行いました。この会議を通じて全社員がビジョンを再確認し、行動指針を明確にする機会としました。
午前は、各事業部より上期の実績と下期施策を報告。各事業部から現場の課題と改善に向けた取り組みが共有され、グループ全体の方向性を確認する時間となりました。
午後は2部構成のワークショップを実施。前半は「評価面談の最適な進め方」をテーマに、事例をもとにしたグループディスカッションを行い、納得感のある面談のあり方を考えました。後半は、業務の質を高める指標である「KDI（Key Do Indicator）」の見直しと再設定に取り組み、各チームで具体的な数値目標を検討しました。
そして、改めてクロスメディアが得意としてきた出版を再定義することで、本を通じて「人と企業の成長に寄与する」ことを小早川は強調。ミッションである「顧客の享受する情報価値の最大化」を実現するためにも、私たちの核となる価値である「編集力」を一人ひとりがさらに磨き、日々の仕事の中で価値提供を体現していく必要があると呼びかけました。
本会議を通じて、全社員が「自分たちの行動」を見直し、目標達成への意識を高める機会となりました。クロスメディアグループは今後も、「あらゆるメディアを通じて人と企業の成長に寄与する」という理念を実践し、組織と個人の成長を両立させながら社会に新しい価値を届けてまいります。

CROSSMEDIAGROUP
CMG NOW!

**クロスメディアで働く人、できごと。
出版ベンチャーとしての最新の取り組みを紹介する動画番組です。**

『ロボットビジネス』出版記念イベント

「誰でもロボットを使いこなせる時代が来る。そこで大事になるのは、『私たちは本当に何をしたいのか」という問いです。』

3月21日、六本木 蔦屋書店にて『ロボットビジネス』『融けるロボット』W出版記念トークイベントとして「ロボットが実現する新しい日常」を開催。著者の安藤健氏の講演と交流会が行われました。

いま私たちが直面しているのは「第4次ロボットブーム」。安藤氏は誰もがロボットを使える時代の到来と、それが私たちの暮らしにもたらす変化をわかりやすく解説しました。

今回のイベントで印象的だったのは、ロボット活用の本質が「人間がどう生きるかを考える手段」であるという視点。

ロボット導入は単なる効率化ではなく、「経営戦略」そのものであり、人とロボットが共に心地よく働く社会をつくる第一歩だというメッセージが込められました。

「ロボットビジネス」から入り、「融けるロボット」へと視野を広げることで、今後の社会づくりにどのようにテクノロジーを活かしていくか、そのヒントを得ることができます。

最後に安藤氏からは、「ロボットビジネスという意識を捨て、課題解決を目指すこと。ロボットは手段であり、目的ではない」とのメッセージがありました。

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。**

経営者の想いに触れ、学び、言葉にする営業。企業のステップアップに不可欠な存在を目指して

経営者や企業の課題に対し、“企業の想いを言語化する”ことで貢献する。それを書籍という手段で届けるのが、クロスメディアグループの法人営業部の仕事です。書店営業から異動してきた北本駿介が、この部署で働きはじめたのは約1年前。企業の本質を掘り下げ、経営者の想いを社会へ届けるクロスメディアの法人営業の仕事について、自身の経験をもとに語ってもらいました。

昨年、書店営業部から法人営業部へ異動し、企業に対してブックマーケティングの提案を行っています。経営者の中には、伝え残したい想いを表に出せずに悩んでいる方がいます。いつしか消えてしまう想いを書籍として残すことができれば、後世まで伝えられますよね。企業の想いを形あるものにつくりあげること、口下手な経営者の想いも言語化して差し上げること。一見編集者の仕事ですが、経営者の願いを叶えるこの過程に、営業も大きく関わっていると思います。

会社としての信頼を得ることはもちろん重要ですが、それ以上に大切にしているのが個人として「いかに相手に心を開いてもらうか」ということです。「相手について情報収集する」「仮説を立てて話す」。お客様から信頼を得て安心してやり取りができるように、この2つを営業の基本として心がけています。

実は営業を初めて間もない頃は、自分のふがいなさに涙することもありました。ですが営業の喜びを感じる今では、外に出てお客様にお会いできることが一番楽しいと思えます。

営業を通して、明るく楽しくコミュニケーションをとれるという自分の強みにも気づくことができました。

これからも、まずは自分自身がワクワクして仕事に向き合い、その楽しさをお客さまの喜びにつなげていきたいと思っています。

全文はこちら

法人営業部 北本駿介

編集日記

日本人が外国人から学べることとは？「休日の過ごし方」に着目しベストセラーに。

編集部 坂口雄一朗

『世界の一流は「休日」に何をしているのか』を企画したきっかけは、前作『世界の一流は「雑談」で何を話しているのか』がじわじわ売れ続けたことにあります。その経験から、「日本人が苦手で、外国人が得意なこと」にはニーズがあると感じ、「休日」に着目しました。多くの人が休日をうまく使えていない一方で、海外の人々は思いきり楽しんでいる印象があります。休み方にフォーカスした本は少ないですが、『世界の一流』シリーズなら新しい切り口で提案できると考えました。

本書は15万部を突破し、多くの方に手に取っていただいています。著者の越川さんとの取材の中で、「自己効力感」や「土日の使い分け」「エネルギーの最適配分」といったキーワードが出てきて、これは面白いと感じていましたが、想定以上の反響がありました。潜在的なニーズに刺さった時の力を、あらためて実感しています。

日本では、休日は休息の時間と捉えられがちですが、世界の一流は休日を主役とし、平日はそのためにあると考えます。この視点は一度試してみる価値があると思います。休日の過ごし方を変えれば、平日も変わります。

たかが休日、されど休日。この本が、充実した日々を過ごすきっかけになれば嬉しいです。

『世界の一流は「休日」に何をしているのか』

バックナンバーはこちら

ビジネス出版社社長の
たまには まじめな話

Vol.36　AI時代の経営と採用

シリコンバレーでは、AIを活用することで、約2年で社員20名、売上高160億円を挙げるCursorというSaaS企業の登場が話題となっています。

アメリカのマネジメントサイエンス誌の最新研究で、生成AIで代替されている仕事の2位が「プログラミング」なので、これまでのプログラマーを大量に採用してプロダクトを開発するという企業のマネジメントが変わっていく兆候と言えます。

このことは他人ごとではなく、生成AIで代替されている仕事の1位が「執筆」なので、私たちも執筆を始めとした様々な仕事をAIに任せて、業務、組織、事業、経営の改革をする機会にしているところです。

AI活用は、ChatGPTなどのファンデーションモデルと自社開発モデルを併用していき、自社開発モデルは、「企画」「執筆」「編集」などのコンテンツ制作だけではなく、「営業」「販促」などにも機能拡張し、さらには「プロジェクト管理」や「財務経理」などにも活用を広げていきます。

これからの経営に、AIとともに人間が重要なのは言うまでもありません。AIを巧みに使いこなせる人材教育と採用をしていきますし、また、営業で仕事を受注するのも、編集で商品サービスをつくるのも、人間のインターフェースを通してのことなので、顧客や取引先と関係構築できる人をしっかり採用していき、AIとNI（Natural Intelligence：自然知能）の融合を引き続き図っていきます。

クロスメディアグループ代表　小早川幸一郎　　Webで連載中！

ロンドンブックフェアで見た「本の輸出」の可能性

3月、クロスメディア・パブリッシングの代表・小早川がロンドンブックフェアに参加しました。25年ぶりのロンドン訪問となった今回の目的は、「輸入」ではなく「輸出」と「提携」。日本発のコンテンツを世界に届けるための出張となりました。
欧米の読者に響きそうな8タイトルを持参し、現地の出版社やエージェントと商談を行いました。なかでも『MUSHIN』は注目を集め、再来月にはイタリアでの先行発売が決定。フェア会場では現地編集者との交流も深まり、出版を通じたグローバルなつながりを実感する機会となりました。

また、海外でのブックマーケティング支援を見据え、LID Publishingとの提携も実現。日本企業が海外に向けて自社の価値を発信する新たな手段として、本の「輸出」が動き始めています。

Podcast番組のプロデュースをおこなっています

クロスメディアグループでは、パートナー企業とともに「企業ポッドキャスト」の立ち上げ・企画・運用支援をおこなっております。クロスメディア・パブリッシングから過去に書籍を出版している方や、出版・編集をする仲間である企業の方、そして職人の方などさまざまな業界・職種の番組が生まれています。企業内部のメンバーや経営者自らの言葉が音声となって蓄積される。ポッドキャストには文字や演出された動画にはない温度感が伝わるという魅力があります。社内向けにも、社外向けにも、想いを発信したい企業の皆様はぜひご検討ください。

2025年4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