

未来のはじまり。

VOL.15 2025 OCTOBER NEWSLETTER

【代表メッセージ】

21期目に向けて — 創業の原点から未来を描く — 02

【トピック】

全社員で会議を開催しました — 03
ライティングスクール第1期がスタート

【BUSINESS BOOK ACADEMY】

『2040年の人材ビジネス大予測』著者・黒田真行氏
『独自性のづくり方』著者・田村正資氏
『不動産投資の成功法則』著者・藤原正明氏 — 04
ほか

【業界ビジネスチャンネル】

【映画記者の予想も超えた】「国宝」ヒットの理由を語る 和田隆氏 — 05
【どうしてドンキは外国人に人気？】リピート観光客のキーワードは“地方回遊” 中井彰人・中川朗氏
【“酒ビジネス”の王者は八海山!?】八海山のビジネスの魅力 高橋理人氏
魚のプロと海洋大に潜入したらマニアックすぎた！ ながさき一生氏

【開催レポート】日本の食ビジネスカンファレンス2025 — 06
【新商品】積読ホルダーが発売開始しました

【CMG NOW!】Book Fair Championshipに今年も参画します — 07
業界を動かす企業出版＜法人事業部＞ 工藤貴之＜

【編集日記】「生涯学び続ける時代」をポジティブに生きるヒント＜高橋智之＞

【ビジネス書出版社社長のたまにはまじめな話】Vol.38 ベンチャーは心 — 08
【NEWS】コーポレートムービーができました

21期目に向けて ——創業の原点から未来を描く

クロスメディアは、2005年10月19日に代々木上原のアパートの一室で創業しました。おかげさまで本年、設立20周年を迎えました。今思えば、当時はシェアオフィスもベンチャーキャピタルも一般的ではなく、ヒト・モノ・カネ、すべてを自分の手で集めるところからのスタートでした。

創業期には、北は北海道から南は鹿児島まで、格安切符を握りしめ、安宿を転々としながら販路を開拓していきました。

早朝に経理業務を行い、日中は書店や企業を回り、夜は著者の原稿をチェックし、眠り落ちた夢の中でも仕事をしていました。

目の前の仕事をこなすだけで精一杯で、20年後に今のようなグルーブの姿があるなど、想像する余裕すらありませんでした。

ただ、「編集」という仕事を持つ価値と「ビジネスコンテンツ」の拡張性は信じていたので、苦しくても逃げずに、地道なことも飽きずに、編集者として30年、経営者として20年、続けることができたと思いますし、これからさらに頑張りたいと思っています。

20年という節目を迎えた今、もし当時に戻れたとしたら、もっと上手くやれたかもしれないし、その反対に会社は途中で無くなっていたかもしれません。失敗も成功も含めて、すべてがこの20年をつくってきた重要なことだったと感じています。

そして今、私たちは確かな実力と信頼を積み重ね、次のステージに立っています。

第21期は、これまでの延長線ではなく、「限界突破」とのスローガンが示すように革新的な年にしたいと考えています。

そのために、私たちはもう一度、創業の心を取り戻しながら、未来に向けて挑戦を重ねていきます。

クロスメディアはこれからも、「あらゆるメディアを通じて人と企業の成長に寄与する事業を行い、社会に新しい価値を提供する」企業として進化していきます。

クロスメディアグループ株式会社
代表取締役 小早川幸一郎



全社員で第21期事業計画会議を開催。

「限界突破」でグループの新たな成長ループを加速させる

クロスメディアグループは、10/1(水)科学技術館にて第21期の事業計画会議を開催しました。関西支社を含む全社員が一堂に会し、グループ全体で今期の方向性と目標を共有。新たな挑戦の幕開けにふさわしい、熱気に満ちた一日となりました。

代表取締役の小早川幸一郎が第21期のスローガンとして掲げたのは「限界突破」。

これまで成長を重ねてきたクロスメディアグループですが、今後は業界や業態の固定観念を捨て、潜在需要を顕在化させることで、さらに市場を広げていきたいという想いを語りました。

出版を原点としながらも、マーケティング・デザイン・広告運用へと広がるクロスメディアならではの総合的な価値創出を掲げました。

また、各事業責任者からの発表も行われ、主要事業

を中心に、今期の目標と戦略が具体的に共有されました。

「編集技術研究所」や「コンテンツファクトリー」など、新たな仕組みづくりにより“人に依存しない制作体制”を整備し、全社的に成長基盤を強化していく方針も示されました。

午後は、全社員がチームごとに分かれ、21期の目標達成に向けた作戦会議を実施。

チーム発表では、日々の業務改善から新サービス構想まで、多様なアイデアが次々と飛び交いました。単なる“アイデア出し”に終わらず、各部署が形にするための道筋を描きました。

今回のセッションを通じて、現場主導の意見交換を通じて、部署の垣根を越えた連携がさらに深まり、「限界突破」というスローガンを自分ごととして捉える姿勢が随所に見られました。

クロスメディアが培ってきた“編集力”は、出版だけでなく、あらゆる産業に貢献できる技術です。

それを社会に実装し、人と企業が発信力を持つ時代をつくっていく。21期は、そのための限界突破の一年にしていきます。



Crossmedia Writing School

ライティングスクール

第1期がスタートしました！

クロスメディアは、ライターを社内で育成し、幅広いメディアに対応した品質の高いコンテンツ制作を日々追求しています。

そこで、豊富な出版実績と現場で培ったノウハウを活かし、次世代のライターを育成するためにクロスメディア・ライティングスクールを立ち上げました。

スクールでは、出版社直営ならではの“現場”のノウハウを、現役の編集者やライターが直接指導します。1回4時間、全10回の充実した講義で、質の高いライティングに求められる本質的な「編集力」を鍛えます。第一線で活躍するビジネスパーソンへの取材演習や最新AIを使ったライティングもレクチャー。修了後には、クロスメディアグループからプロのライティング案件を紹介し、ライターとしてのキャリアをサポートします。

第1期には9名の受講生が集まり、2025年9月

から講座がスタートしました。レベルの高い内容に期待を寄せていただき、ライター経験者も多数参加しています。講義や毎回の課題は決して甘くありませんが、熱量高く取り組まれている様子に、講師陣も身が引き締まります。

素晴らしいコンテンツがある。それを必要としている人がいる。その橋渡しをするのがライターです。クロスメディアは、質の高い文章の担い手を育成し、社会のコミュニケーション力向上に貢献していきます。

×やっています！
社内のライターチームの発信もぜひご覧ください。



講師・運営チーム





「選ばれる」企業だけが生き残る

長年人材業界に身を置く両氏に、2040年の採用モデルを予測いただきました。両氏が確かな洞察力をもって見つめる採用の「今」と「これから」をお届けします。

主な内容

- アルバイト・正社員の垣根崩壊とAIの進化
- 日本の貧困化と高齢層アルバイトの増加
- 人に選ばれる企業への転換と人事の課題



動画はこちら



競争社会で独自性を見つけるには

SNSを開けば、世界中の天才たちの「すごい」が息をするように流れ込んでくる時代。哲学者・田村氏が伝えたいのは、人と比べるのではなく「自己満足」を追及する独自性です。

主な内容

- 競争社会の中での独自性の守り方
- 独自性の見つけ方~ヒントと実践例~
- 自己満足が“共通の感性”になるとき



動画はこちら



投資するなら「不動産」。

大和財託株式会社代表取締役CEO・藤原氏に不動産投資の魅力やご自身の成功体験、さらにこれからの投資に必要な視点について伺いました。

主な内容

- 藤原社長のこれまでのキャリア
- 不動産投資の魅力とリスク
- 5つの成功法則と顧客満足の実績



動画はこちら



税理士も「経営する」時代へ

開業した税理士事務所を、わずか10年強で「地域最大級」に築きあげた池上氏。「税理士も“経営者”として成長する時代にきている」と語る池上氏が示す「新たな税理士像」「経営者像」とは？

主な内容

- 開業初期のネット集客と地域密着戦略
- 経営者マインドと税理士の価値
- 経営パートナーとしての税理士の価値



動画はこちら



生成AIで“思考の質”を上げる方法とは

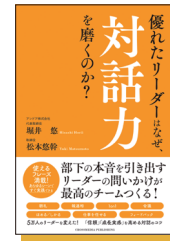
業務の最適化にとどまらず、未来を予測し、行動に落とし込むための“考える道具”としてのAI。その使いこなし方と、組織・個人の成長にどう結びつけていくかを、豊富な事例とともに語っていただきました。

主な内容

- 業界別AI活用と人材スキル差
- AIは“八百万の神様”
- AIと人間、それぞれの役割



動画はこちら



5万人のリーダーを変えた！ 部下の本音を引き出す対話のコツ

世代間での認識のズレに悩む組織ほど「対話」が不足している」といいます。「伝える」から「引き出す」へ。「新時代のリーダーシップ力」について、堀井氏にお聞きしました。

主な内容

- 「議論」と「対話」はどう違う？
- ビジネスにも子育てにも効く対話力
- 対話力向上のトレーニング方法



動画はこちら

MOVIE BUSINESS 映画ビジネス



動画はこちら



日本中が熱狂する話題作、映画『国宝』。公開からわずか数週間で興行収入110億円を突破し、実写映画として約20年ぶりの歴史的快挙を成し遂げました。なぜ、歌舞伎という伝統芸能を題材にしたこの作品が、世代を超えて人々の心をつかんだのか——。主演俳優陣の圧倒的な美と情熱、一流のスタッフ陣が創り上げた荘厳な映像美、そして魂を震わせる物語。国内の歴代興行収入ランキングを塗り替えた大ヒット作品について、『映画ビジネス』著者で映画記者の和田氏に伺いました。

今や日本酒業界のトップランナー、「八海山」。実は、常に挑戦を続けてきた革新的な酒蔵です。伝統とベンチャースピリットを融合し、「適正価格で最高の品質を届ける」という信念のもと、普通酒にも吟醸クラスの米を使用。さらに、日本酒にとどまらず焼酎、梅酒、ウイスキー、甘酒、化粧品など、多角的に“発酵文化”を進化させています。なぜ八海山は時代に愛され続けるのか——その秘密を『酒ビジネス』著者の高橋氏に解説していただきました。

酒ビジネス SAKE BUSINESS



動画はこちら



動画はこちら

RETAIL BUSINESS 小売ビジネス



訪日観光客の心をつかみ、日本の小売業でインバウンド売上日本一を誇るドン・キホーテ。海外にはない“カオスの楽しさ”がSNSで拡散され、「日本に行ったらドンキへ」というムーブメントを生み出しました。さらに、2026年には免税制度が大きく変わり、出国時のリファンド方式へ移行予定。不正対策と消費動向の変化が、小売業界にどんな影響をもたらすのか——その行方を『小売ビジネス』著者の中井氏・中川氏とともに読み解きます。

海のすべてを学べる唯一の総合大学、東京海洋大学。卒業生で『魚ビジネス』著者のながさき氏と巡りました。クジラ骨格標本を展示する「鯨ギャラリー」や、アインシュタインの論文原本を所蔵するアーカイブなど、貴重な資料も見せていただきました。マグロ解体ショーが名物の学園祭「海鷹祭」など、学生文化も個性豊か。ながさき氏の思い出や解説とともに、海に魅せられた若者が集う“東京海洋大学”に迫ります。



動画はこちら

魚ビジネス FISH BUSINESS



開催レポート /

日本の食ビジネスカンファレンス2025

2025年9月5日、港区立産業振興センターにて「日本の食ビジネスカンファレンス2025」が開催されました。台風の影響にもかかわらず、多くの食関連事業者や生産者が集まり、熱気ある議論が繰り広げられました。2月の「魚ビジネスEXPO」での好評を受け、今回は『魚ビジネス』『肉ビジネス』『野菜ビジネス』『米ビジネス』『酒ビジネス』の著者が参加し、日本の「食」の現在と未来を多角的に考える場となりました。

第1部では、「寿司」を通して日本の食文化の本質を探りました。寿司は魚だけでなく、米と酒の調和によって完成される料理です。職人の技や日本酒との組み合わせによる新しい味わいが紹介され、食べ方まで世界に共有されている点が、海外展開のモデルにもなり得ると語られました。

第2部では、農業・水産業の現状と課題が取り上げられました。農業では気候変動に対する品種改良が進む一方、水産業は自然環境の影響が大きく、養殖や流通の工夫が中心です。共通課題として、人材不足やコスト上昇、デジタル化の遅れが指摘されました。「海をきれいにするのではなく、豊かにする」という新しい視点も印象的でした。

第3部では、日本の食の強みとして「鮮度」「多様性」「発酵技術」などが挙げられました。四季を活かした食材や地域ごとの知恵など、日本ならではの価値を再確認する機会となりました。

最後のセッションでは、生産者を「スター」として発信し、憧れを生む存在にしていこうことや、輸出を「文化の伝達」として捉える重要性が語られました。「食の価値は素材ではなく、その背景にある文化と物語に宿る」という言葉を共有し、参加者は新たな挑戦への意欲を胸に会を締めくくりました。



左からクロスメディア代表小早川、『魚ビジネス』ながさき氏、『肉ビジネス』小池氏、『野菜ビジネス』梅田氏、『米ビジネス』芦垣氏、『酒ビジネス』高橋氏。



来場者の質疑応答にも答えながらテーマごとにパネルディスカッションをしました



新商品

積読ホルダー

積読を積んだままにしない。

コンパクトな卓上本棚が好評発売中です。

クラウドファンディングで大成功!遂に一般発売開始

家やオフィスのデスク上が本だらけになっている、という人は意外に多いのではないのでしょうか。本の上に本を積み、「積読（つんどく）」は省スペースで本を置ける、という利点がありますが、気づけば積読している本が増えていき、積み上げた本がタワーの様相を呈してしまうことがあります。そうすると、少し触ると崩れてしまいそうで、途中で積んだ本は取り出しづらくなり、

また本の視認性も失われるため、どのような本を買ったかも忘れてしまう。そんな状況が起こりがちです。「積読した本」をどうしたら楽しく、無理なく、読み進めることができるか。こうした問題意識から生まれた商品が「積読ホルダー」です。

特徴1

キレイに積めて、取り出しやすい

特徴2

洗練された外観と省スペース設計

特徴3

自分のペースで読み進められる

ブラックもあります!



詳細はこちら



クロスメディアは引き続き第2回 Book Fair Championshipに参画します

全国の書店員が「日本一面白い書店フェア」を競い合う前代未聞の出版業界横断プロジェクト「OVOL 日本紙パルプ商事 presents Book Fair Championship (以下、BFC)」のエントリーが開始しました。クロスメディアグループは、今年度も本プロジェクトに参画し、出版とコンテンツの力で書店と読者をつなぐ挑戦に参加します。第1回は全国各地の書店から想定を上回る154ものフェアをご応募いただきました。今年は防衛戦として、読者も参加可能な投票の仕組みや、審査員として新たに角田光代氏をお迎えし、全国の書店員・出版社・作家・企業が一体となり、出版業界に新たな活気を創出することを目指します。



詳細はこちら

企業と伴走する

企業ブランディングやマーケティングの手段として注目されている「企業出版」。

クロスメディアでは、企業の課題をヒアリングしながら、企画立案から制作、そして発売後のプロモーションまでを一貫して支援しています。

今回はコンサルティング営業の工藤貴之にインタビュー。「売る」「つくる」の両方に携わることでできる営業のやりがいを聞こうちに、企業と読者をつなぐ「架け橋」としての出版の力が見えてきました。

現在、工藤は法人事業部で、長年ビジネス書を



動画はこちら

編集日記

「書籍の魅力は、他の施策に比べて読者との接触時間が圧倒的に長いこと」と工藤は強調します。

そして、クロスメディアの企業出版の大きな強みは「重版率の高さ」にあるといえます。お客様の目的達成のためにパーソナライズされたマーケティング提案と「効果が出るまで伴走する」一貫通貫の支援体制がこの結果を生んでいるようです。

工藤は、「メディアコンテンツに展開できるような魅力的な人生ストーリーを持つ、才能ある人を見つけない」と、想いを語りました。

作ってきた編集者やライティングチームと連携し、書籍はもちろん、取材記事などのデジタルコンテンツも活用しながら、企業様のブランディング、マーケティング、リクルーティングなどを総合的に支援しています。

主な内容

- 法人事業部ってどんな仕事?
- クロスメディアに入社した理由
- 前職の経験を活かしたこと
- 企業出版の目的・役割
- 企業出版の醍醐味

「生涯、学び続ける時代」をポジティブに生きるヒント

今回は、僕が編集を担当した書籍『努力の地図』について紹介します。この本は2025年5月に刊行すると、すぐに重版がかかり、その後も各メディアで取り上げられ「flier (フライヤー)」のビジネス書月間ランキング(2025年8月)では第1位を獲得するなど、たくさんの反響をいただいています。

そもそもの企画のきっかけは、社内の会議でした。代表の小早川が「みんな努力はしている。でも、なかなか結果に結びついていない」といった趣旨の発言をしていたのを聞いて、努力という、ふわとした概念の解像度を上げて、結果に結びつきやすくする方法を一冊にまとめたら、面白い本になると考えました。この本の最も面白いところは、努力と報酬をつなぐプロセスとして、「9つの神話」を提示していることです。

考え方のようなものです。たとえば、「自動販売機型神話」は、自動販売機にお金を投入すれば、金額に見合った商品が出てくるように、努力すればするほど右肩上がりに報酬が跳ね返ってくるという考え方、「ガチャガチャ型神話」は、努力すれば報酬は返ってくるけど、きれいに比例せず、報酬の大きさはランダムであるという考え方です。

行動が結果につながりにくい時代だからこそ、どのように努力をすればいいか迷っている人も多いのではないのでしょうか。「努力なんて無駄」「そもそも、がんばることが苦手」「努力よりも才能でしょ」と考えている人はもちろん、伸び悩んでいる部下を持つマネージャー、子どもに努力することの大切さを伝えたい親御さんにもおすすめの一冊です。

9つの神話とは、努力が報われるかどうかに対する



『努力の地図』



編集部 高橋智之



全文はこちら



ビジネス書出版社社長の たまには **マジメな** 話

Vol.38 ベンチャーは心

創業してから20年の間に、経営者として数百人の採用を行ってきました。そこには成功もあれば失敗もありました。私は人材採用のプロと呼ばれる方々と多くの仕事をしてきましたが、自分の会社に関して言えば、世界で一番の採用のプロは自分自身だと考えています。

なぜなら、クロスメディアはベンチャー企業だからです。そこで活躍できるのは「ベンチャーな人」だけ。人事や組織の正論や一般論が通用しないのがベンチャー経営の現実であり、何があっても当事者意識を持ち、困難に真正面から挑む心を持つ人しか合いません。

採用については、誰よりも私たち自身が理解しています。だからこそ、私たちが求めるのは「ベンチャーな心を持った人」。その心を持つあなたを、私たちは待っています。



Webで連載中!

クロスメディアグループ代表 小早川幸一郎

創業理念をAIで映像化! コーポレートムービーを公開

創立20周年を記念し、創業以来貫いてきた理念「編集力で未来を創る」をテーマにしたコーポレートムービーを公開いたしました。映像は、クロスメディアグループ公式ホームページのトップページにてご覧いただけます。

クロスメディアのスタッフのリアルな姿を感じていただけるよう、AIを活用して実写に近いタッチのイラストで表現しています。

情報があふれる時代だからこそ、「深く、心に残る情報を届けたい」という想いを、社員の眼差しや仕草、セリフを通じてお伝えしています。

「読者」「法人顧客」「著者」「パートナー企業」、そして「未来の仲間」。20年間支えてくださったすべての方への感謝の気持ちと、これからの時代に向けた意思表明をこの映像に込めました。

変化の激しい時代において、私たちはこれからも編集力を駆使して、既成概念にとらわれない新しい挑戦を続けていきます。

公式ホームページより、
ぜひ本編もご覧ください!

