

ビジネス書出版社社長のたまには じめな話

日本経済とベンチャー企業

円安に後押しされ、グローバル企業の多くが好決算となっている一方で、国内市場を主に事業展開をしている企業は、円安や資源高で向かい風の状況となっています。

社会生活では、物価は上がるが給与(賃金)は上がらない「スタグフレーション」に、今の日本はなりつつあると言われています。

この30年間、日本の物価は上がってなく、10年前からは先進国に比べて日本の物価は安すぎるということが言われてきました。そのため、物価が上がることは許容すべきことと思いつつも、円安や資源高による原材料価格の高騰が原因なので、値上げが企業の収益性を上げることにはつながらず、デフレの根本的な解決にはなっていません。

コストの上昇分は価格に転嫁されるという「フェアプライシング」という考え方が、日本社会で認められない限り、商品やサービスの価格を上げることは難しく、これは企業が抱える大きな問題でもあります。

健全な物価の上昇が健全な給与の上昇に結び付くということにならないと、生活者にとっては厳しい状況となり、それがまさに今起こる兆しを見せています。

給与については、人手不足ということもあり、パートスタッフの時給の上昇や転職者の年収のアップが実現していますが、既存社員の給与は会社の業績により変動しているので、給与のベースアップがなされているとは言えません。

1990年代は、日本企業の生産性と給与水準は世界トップクラスでしたが、今では先進国の中でも下位に位置するようになりました。そのため、日本企業の優秀な人材が、給与水準の高い欧米企業へ転職する傾向に拍車がかかっています。

日本の多くの経営者が、「自社の商品・サービスの価格を上げて、社員の給与も上げたい」「人をすり減らして利益を上げる経営から脱したい」と切に思っていますが、縮小している市場での競争の中、その糸口が見つけられないというのが現実です。

岸田内閣の掲げる「新しい資本主義」では、「成長と分配の好循環」がコンセプトとして掲げられ

ています。成長がないと分配はできないので、まずは成長を考えないといけないのですが、需要がないと成長できません。だから、新しい資本主義とは“新たな需要をつくること”だと言えます。

90年代から現在までのアメリカの社会経済を見ると、ベンチャー企業が新たな産業を生み、新たな需要を生み出していることがわかります。デジタル庁によると、全企業の総時価総額におけるスタートアップの割合は、日本が1%で、アメリカは31%にもなります。これがまさに、アメリカが成長を続けて、日本が停滞をしている理由です。

日本の需要創出はベンチャー企業にかかっている、需要創出による成長が多くの社会経済の問題を解決することになります。そういう意味で、私たちベンチャー企業の活躍は日本にとってとても重要です。使命感を持って経営に努めていかないと思っばかりです。

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

毎週、「社長の四方山話」を
更新しています



クロスメディア・パブリッシングの本 週間ランキング

(5月19日 全国書店調べ)

1位

5万部突破! 組織改革の希望の書



だから僕たちは、組織を変えていける
(著: 斉藤徹)



2位

元Googleエンジニアによる 記憶力をあげる方法とは



記憶はスキル (著: 畔柳圭佑)



3位

5年後、10年後を見抜く プロの予測全技法



プロ投資家の先の先を読む思考法
(著: 藤野英人)



4位

自分らしく生きるための 「ものさし」を知る

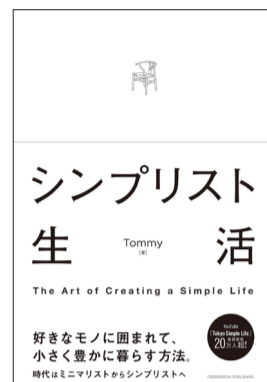


感性のある人が習慣にしていること
(著: SHOWKO)



5位

人気YouTuberの ライフスタイルが一冊に



シンプリスト生活 (著: Tommy)



今月の編集日記

育休明けの不安の中でつくった『記憶はスキル』が、私を前向きにしてくれた

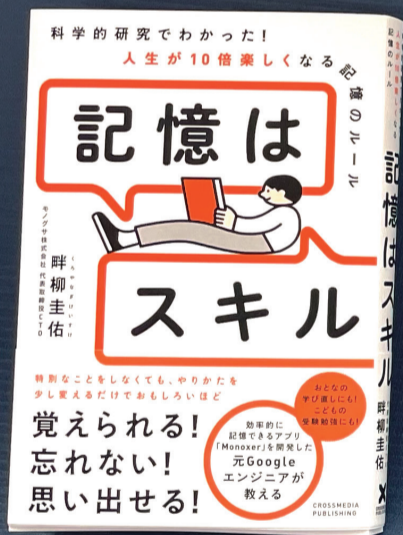
こんにちは。編集部の土屋です。今回ご紹介するのは、4月22日に発売した『記憶はスキル』という本です。タイトルのとおり「記憶」がテーマの本なのですが、私がどうしてこの本を企画したのかについてお話しさせていただきます。

「覚えが悪い」ことが、ずっとコンプレックスだった

私は、昔から覚えることが苦手でした。そのせいで、小学生の頃は忘れ物常習犯でした。必ずと言っていいほど、毎日何かしら持ち物を忘れていました。朝出かける前、頭の中で「今日のシミュレーション」をするようにして、なんとか忘れ物は減っていきました。

勉強でも、暗記は避けられないものでした。本当に覚えるのは苦痛でした。もともと反復練習が苦手なタイプだったこともあり、しかも、頑張っても覚えても、すぐに忘れてしまっただけです。今は「記憶を刷新するスピードが速いんです」とか言っていて、笑ってごまかしています。当時は、覚えたくてすぐに忘れていくのだから、「丸暗記するなんて意味がない。それよりもしっかりと理解することのほうが大事だ」と思っていたんです。

でも、その考えは、後に『記憶はスキル』の打ち合わせで著者の畔柳圭佑さんとお話ししたときに、見事に打ち砕かれることになりました。「覚えるよりも理解することが大事だと言われることがありますよね。でもそれって誤解なんです。理解するというものは、記憶の上に成り立つものなんです」と、言われてしまったからです。



畔柳さんは、こうも言いました。「記憶することは、つらいだけで、大して意味のない活動だと思われるかもしれない。でも、多くの問題が記憶によって解決できる」と。

まさに、「暗記はつらいだけで意味がない」というのは、まさに私が昔思っていたことでした。でも、「意味がない」というのは、そう思おうとしていただけかもしれません。社会人になって、覚えがよい人になりたいと思いはじめ、「記憶」に改めて向き合う必要があると考えようになりました。

なれない育児で、なにも覚えられない状態に

この本の企画を提出したのは、育休が明けて間もない頃でした。「誰でもやっていることだから自分にもできるはず」と漠然と思っていました。初めての育児は想像以上にハードなものでした。

もともと覚えが悪いほうなのに、これまで覚えられていたような些細なことすら覚えられず、すぐに忘れてしまうようになりました。「今、何やってたっけ?」「スマホ、どこに置いたっけ?」「こんなにポンコツになってしまったって、育休が明けたとき、まともに仕事ができるんだらうか……。そんな不安を抱えていました。」

加えて、身の回りには「学習しなす社会人」が増えたようにも感じていました。少し働いてから大学院に通ったり、新しいスキルを身につけるために学校に通い直したり……。「人生100年時代」と言われる今の時代、生涯学び続ける必要があると思っています。私だって、これからは新しいことを吸収していかなければいけない。学習に記憶力は

不可欠。それなのに、自分の記憶力はあまりに心もとない……。そんなこともあって、育休が明けて本の企画を探していたころ、畔柳さんの「記憶」に関する記事を読んで興味を持ちました。畔柳さんは、記憶を定着させる方法を研究してプロダクトに落としこんでいるエンジニアで、「記憶することのつらさから人々を解放したい」と語っていました。本当に記憶することの大変さから解放されたら、どんなにいいだろう! この人と話してみたい! そして、本の企画が動き始めました。

編集日記の全文はこちら↓



編集部 土屋友香理

こんにちは。クロスメディア・マーケティングでマーケティングを担当している、鈴木です。今回は、「コンテンツを作り続けるためのコツ」をご紹介します。

今この記事を読んでいる方の会社のマーケティング担当者は何人でしょうか？ 当社は4名体制です。多くはないですが、担当をわけて、WEB記事を作成したり、セミナーを企画したり、サポートなど行っています。

ですが、個々人がコンテンツ制作だけに打ち込んでいるわけではありません。少ない人数でのコンテンツ制作は、内容が似通ってきたり、担当者が疲弊してきたりするため、継続が難しくなります。

その中で重要なのが、「会社全体をコンテンツと捉えること」です。担当者一人では思いつけなくても、会社全体を見渡すことで社内に引き出しがたくさんあることに気づくことができます。たとえばこんな切り口を考えることができます。

- ・トップ営業マンに聞く、営業の極意
- ・総務部さんオシエテ!縁の下の力持ちインタビュー
- ・知られざる社長の日常
- ・カスタマーサクセスの紆余曲折



クロスメディア・マーケティング
マーケティング部
鈴木 愛

(株)クロスメディア・マーケティング
TEL: 03-5413-3142
MAIL: suzuki_a@cm-group.jp
担当: 鈴木愛



不思議なもので、「タイトル」をつけるとコンテンツを作り込んでいくことができたりします。(個人差アリ、です。)

このように、他部署の仕事や日常ですらコンテンツになっていくので「会社全体でコンテンツ作り」を行うことはとても重要です。

当社の場合、通常業務で忙しい社内の人に協力してもらうために、まずは企画の趣旨を説明します。その際には会社貢献のメリットをしっかりと伝えることが大切です！

その後の実際のコンテンツ制作の場として、

- ・該当者にインタビューを行う
- ・該当者に実際に文章/資料を作ってもらう

の2通りでコンテンツを生み出しています。

私たちは、自社のためにもクライアントのためにも、各社員がコンテンツを制作しています。いま、とくに注目されている「コンテンツマーケティング」にご興味がある方は、ぜひ「会社全体でコンテンツ作りを行うこと」を意識してみてください。また、コンテンツ制作のプロに一度ご相談いただくことで、参考になることもあるかと思しますので、お問い合わせもお気軽にご連絡ください！

会社全体で コンテンツ作りをする

メディア制作の現場から



(株)クロスメディア・デジタル
TEL: 03-6721-0551
MAIL: nemoto@cm-group.jp
担当: 根本輝久

近年、オウンドメディアを活用してコンテンツを配信し、そこから集客につなげるコンテンツマーケティングを始める企業が増えてきています。

コンテンツマーケティングで集客をするために重要になるのが、SEO対策です。SEO対策には、Googleの検索エンジンにサイトを正しく読み取ってもらうための「テクニカルSEO」と、検索したユーザーに有益な情報を届ける「コンテンツSEO」という2つの側面がありますが、本日は「コンテンツSEO」についてのお話です。

ユーザーに有益な情報を届けるために重要になるのが、ユーザーの「検索意図」を把握することです。Googleは検索したユーザーが検索結果から求める情報を入手できるように、ユーザーの検索意図に合わせたコンテンツを上位に表示するアルゴリズムを組んでいます。

Googleはユーザーの検索意図を大きく4つに分類しています。

Know	知りたいという目的 (例:「〇〇とは」「ワクチン 副反応」など)
Go	行きたいという目的 (例:「寿司 銀座」「乃木坂46 公式」など)
Do	やりたいという目的 (例:「クッキー 作り方」「確定申告 方法」など)
Buy	買いたいという目的 (例:「ラーメン お取り寄せ」「飛行機 チケット」など)

ユーザーにとって有益な情報にしてGoogleからの評価を高めるためには、コンテンツのタイトル、見出し、内容にキーワードを含めるようにし、ユーザーが「Know」「Go」「Do」「Buy」、どの検索意図で検索しているのかをしっかりと考え、コンテンツを構成していくことが大切です。

また、ユーザーにとって有益な情報という面では、Googleは検索結果に多様性をもたせるアルゴリズムを採用しています。なぜなら、検索結果に同じような内容のものばかり並んでいたら

デジタルとアナログの間で

コンテンツSEOの基本は 検索意図にあり

ユーザーにとって有益な情報とは言えないからです。ユーザーが検索したキーワードに対して、さまざまな情報を得られるように多様な情報を並べるようなアルゴリズムが組まれています。そうすると、コンテンツを作る側もキーワードで検索し、検索結果にどのような記事が並んでいるのかを把握し、それらとは異なる内容を加えるといった差別化の視点も大切になります。

ユーザーの検索意図に合わせた有益な独自のコンテンツ制作を意識し、集客につなげていきましょう。



クロスメディア・デジタル
代表 根本輝久

広報は思いやりが9割

ライブ動画での発信で、採用応募者数が約6倍に！ 「リクライブ」のご紹介

広報の演中です。広報には「コーポレートブランディング広報」「社内広報」「危機管理広報」「採用広報」など様々ありますが、少人数で広報活動を行っている企業の場合、会社の成長フェーズによって広報の目的にそったものに注力する必要があります。

クロスメディアグループの広報は、ただいま採用広報に注力しています。会社のビジョンや事業内容、代表の言葉を通じて仲間を集めるのがミッションです。

今回は、今月の新しい採用広報の取り組みをご紹介します。ライブ会社説明会サイト「リクライブ」を使った動画による情報発信で、応募者数が急激に増加したのでご紹介します。

ライブ会社説明会サイト「リクライブ」とは



することが多いですが、リクライブではライブ配信ということもあり、加工や編集をしないので全国の求職者に企業の飾らないありのままの姿を見せられます。その結果、入社後にギャップを感じる事のない仕組みになっています。ミスマッチのないような情報発信するために「リクライブ」はとても効果的です。

クロスメディアとのコラボ番組「哲学」

今回、弊社代表が出演したのは、弊社とのコラボレーションで生まれた新番組「哲学」です。この番組はビジネス書の著者（経営者）の思いや本の内容を深掘りすることで、著者の「哲学」を求職者に届けるというものです。経営者としての哲学を通して会社のビジョンや在り方を視聴者（求職者）に伝えます。弊社で書籍を出版し、ご出演をご希望される方はご相談ください。

今回は第一回目ということで、弊社代表がリクライブ編集長の二宮氏と対談し、クロスメディアの経営者としての哲学について話しました。創業ストーリーや、代表的考える「編集」についての考え、また今後のビジネスの展望などをお話していますので、こちらのアーカイブでぜひご視聴ください。

アーカイブはこちら



効果について

ライブ配信後、アーカイブとして掲載されるため、見逃した方もいつでも何度でも観られるのが「リクライブ」の特長です。今回のライブ配信後、当日から次の日にかけて弊社の採用サイトのアクティブユーザー数が約1.5倍、そして採用応募者数が約6倍増加という記録になりました。

新しい採用広報の取り組みを検討中の方は、ライブ形式でありのままの会社や社員をみせられる「リクライブ」などの動画配信プラットフォームを利用してみるのはいかがでしょうか。採用広報の施策にお困りの方はぜひご相談ください。

「リクライブ」はライブで企業のリアルをみせることができる採用特化ライブ配信サービスです。オウンドメディアでの動画配信だとある程度見栄えを良くさせるため加工や編集を



クロスメディアグループ(株)
TEL: 03-5413-3141
MAIL: hamanaka@cm-group.jp
担当: 濱中悠花

クロスメディアアン

【新しい言葉をつくり、言葉を具体化する人たち】

PDF版



Web版



広報誌やブログ運営で
お困りのことが
ありましたら、
ご相談いただければ
と思います。



クロスメディアグループ企業広報
濱中悠花

ZERO GYM通信

最近寝つきが悪い… そんな時に振り返ってほしいこと

ZEROGYMの限です。

なぜか寝つきが悪いという時ありませんか？ そんな日が続く方は一度ご自身の日常を振り返ってみましょう。これからご紹介する3つのポイントが、1つでも当てはまったら今日から少しずつ改善してみてください。

ポイント① 日光



テレワークが普及した今、1日中家の中で日の光を浴びずにパソコンと向かい合っているという人が増えています。

日中に日光をちゃんと浴びないと、夜の睡眠の質を上げる「メラトニン」がうまく分泌されずになかなか寝付けず、寝れても眠りが浅いなどのトラブルを抱えることに！朝起きたらまずはカーテンを開けて日の光を浴びましょう。

ポイント② 夜のコンビニ



仕事帰りに特に買うものはないけどいつもなんとなくコンビニに寄ってしまう。

そういう方案外多いのではないのでしょうか？ 実はその習慣があなたの眠りを妨げている可能性が高いです！

コンビニの明かりは想像しているより強く、この光を浴びることで脳が昼間だと勘違いし、睡眠で大切なメラトニンの分泌を抑えてしまうのです。用がない時はコンビニやスーパーなど明るいお店に立ち寄るのはやめて、まっすぐ帰宅してください。

ポイント③ 寝る前スマホ



寝る直前までスマホで誰かとやり取りしたり、動画を見たりしていませんか？ スマホやタブレットが出すブルーライトは、メラトニンの分泌を抑制することが研究でわかっています。

睡眠の質を高めて翌朝すっきりと起きる為には、寝る前最低でも1時間前にはデジタルデバイスから離れ、ストレッチなどをして寝るモードに身体と脳を切り替えていきましょう！

どうでしたか？ 以上3つのポイントが1つでも当てはまる方は、ぜひ睡眠の質の向上のために、少しずつ改善してみてくださいね。



(株)ビジネスライフ
TEL: 03-6721-0223
MAIL: info@business-life.jp

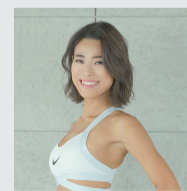
40歳以上限定

「無理せず、いいカラダ」が手に入る！ 完全初心者向けパーソナルトレーニングを 開始しました。

(株)ビジネスライフは2022年6月1日、疲労回復専用ジムZERO GYM(所在地:東京都新宿区西新宿1-25-1新宿センタービルMB1F)がプロデュースする40歳以上限定の「はじめのパーソナル」のサービスを提供開始いたしました。

本サービスでは、お客様お一人おひとりに合わせた、通い方・トレーニングメニュー・価格設定を提案させていただきます。予約時間の柔軟性、一過性のトレーニングに陥らない為の運動強度、リーズナブルな価格設計は全て、運動を習慣化していただくためのもの。「ハードルの低さ」にこだわり抜いて設計しています。出版社の強みである、専門家とのネットワークや専門知識を活かし、本ジムのトレーニングも科学的根拠を基に行っています。

無料体験カウンセリングも行ってまいりますので、ぜひこちらからお申し込みください。



代表トレーナー
松室有紀
(まつむろ・ゆうき)

BEST BODY JAPAN パーソナルトレーナー部門でグランプリを受賞。併設ZERO GYMではベストインストラクター賞を受賞する経歴を持つ。大手ダイエットジムにて指導経験やZEROGYMでのエグゼクティブコンディショニング指導を活かし、よりパーソナライズされたプログラムを監修。