



月刊音声セミナー

村尾隆介の

出版deブランディング

1

ブランド戦略の専門家 村尾隆介

出版を考えている人、出版をステップに
自分ブランドを強化したい人に贈る、
パーソナルブランディングと出版のノウハウ。
村尾隆介の月刊音声セミナーのテキスト版！



村尾 隆介

目次

- 第1章 自分の知識やノウハウを社会に還元する社会貢献。多くの人が勘違いしている出版の本当の意味とは
本を出版しても印税生活は夢のまた夢
本屋は世相を表す場所。震災後に世に出た本とは？
画一的では生き残れない本屋もブランディングを考える時代
第2章 自分の本を出版する最短の道は、自分が出版したい本の位置づけを考えること
本邦初公開！ 村尾隆介の未来の著作リスト
自分のキャリアが続くように出版のキャリアも続いていく
出版のオフアールがあっても安易には飛びつかない
リブランディングで出版は成功する
第3章 リスナーの悩みや相談を解消する誌上コンサルティング
マトリックスで業界の空きポジションを探す
出版したらそれで終わりではない
第4章 村尾隆介が紹介！ 集中するためのソング
書籍3冊を書いた時にかけて続いていたアルバム

※ 本テキストは、音声セミナー「出版 de ブランディング」第1号を抜粋・編集して制作したものです。

出版でブランディングするということは、どういうことなのか？小さなブランド専門家として多くの著作を世に出し、出版プロデューサーとしても活躍する村尾隆介が出版とブランディングについて語ります。

自分の知識やノウハウを社会に還元する社会貢献。多くの人が勘違いしている出版の本当の意味とは

本を出版しても印税生活は夢のまた夢

早川 プロインタビュアーの早川洋平です。今月からスタートしたプログラム「出版 de ブランディング」。小さな会社のブランド戦略の専門家として、日本全国の会社やお店に行ってコンサルティングをされている村尾隆介さんを毎月お迎えして、出版してブランディングをする方法を紹介していきたいと思います。村尾さん、今日はよろしくお願いいたします。

村尾 よろしくお願ひします。

早川 まずは、創刊号ということで「出版 de ブランディング」の趣旨を教えてくださいませんか？

村尾 このプログラムは、これから出版をしたい、もしくはすでに出版しているんだけど、その本を軸にさらに自分のブランド力を高めていきたい、そういう方たちに役に立ててもらいたいと思います。出版というのは、個人だったら個人のブランド戦略そのもの。企業だったら企業のブランド戦略そのものといっても過言ではないと考えています。出版とブランド戦略を絡めて考えていくのがまず一つです。

それともう一つ。僕は作家という顔を持っているのですが、国内で5冊、海外で3冊出版をしています。今後も国内海外問わず本を出版し続けたいと思っていますのですが、このプログラムを通じて僕の作家としての制作の裏側を皆さんに公開する。これがもう一つの番組の顔になります。具体的には、未来の出版リストを一部公開したいと考えています。

早川 出る前の本について聞くというのは、初めてなので楽しみですね。村尾さんがどのように考え、そして出版に繋がっているのか詳しく伺いたいと思います。ところで、出版というと、本を書いて生活している作家のようないメージを抱かれる方が多いのですが、出版に対する心構えから教えてくださいませんか？

村尾 漠然と本をいつか出してみたいという人は多いでしょう。しかし、「出すべき」かそうでないかという選択肢があれば、僕は出すべきだと思っています。出版は自分のためというよりも、自分の知識やノウハウを本を買ってくれた人とシェアする。ある意味、社会貢献のひとつだと思っています。出版をすれば印税という形でお金が入りますが、印税で生活できる人はほんの一握りの人たちです。じゃあ何のために書くのかといえば、自分の知識やノウハウを社会に役立てるために書くということです。本を1冊書くのは大変ですが、皆さんは何かしら役立つノウハウをお持ちですので、諦めないで出版のための行動をすることが大事ですね。

早川 本を書くって、ある意味自分の今までの人生を棚卸しというか、自己分析をすることと一緒にじゃないかなと思っっているのですがいかがでしょうか？

本屋は世相を表す場所。震災後に世に出た本とは？

村尾 そうですね。大人の自己分析です。出版する、しないは別として、自分が出版するんだたらどういう切り口で、どこに旗を立てるのか。これを考えるべきだと思います。

早川 なんだかワクワクしてきますね(笑)。まず、その一步は書店に行くことなのかなと思いますけど……。

村尾 そうですね。書店に行くといろんなことがわかります。今、日本が抱えている問題もわかりますし、書店ごとにセレクトしている本も違いますから、その地域の客層もわかる。本屋さんでなにはともあれ、ざっと歩いてみるというのはいい習慣だと思います。

たとえば、平積みされている本のタイトルを見ただけでも、そこには社会学とか、未来学とか、社会全体の心理学とかそういうのが全部詰まっているので、世の中のキーワードを読み解くのは面白い習慣、いい習慣だと思います。このプログラムでも毎月このような気づきをシェアしたいなと思っています。

早川 シンプルに楽しいですね。その中で最近、気になっている傾向とかありますか？

村尾 震災後、ひとつの顕著な動きとして、「親子で一緒に読める本」が非常に増えたような気がしますね。

早川 この理由はなんでしょうか？

村尾 家族とか身近な人との関係を人々が問い直した。その結果だと思っています。震災後、実家の近くに引っ越した人が増えて、僕もその一人であるわけなんです。家族との時間を少しでも増やしたいという考えが表れているのかなと思います。これは小さなお子さんだけでなく、大学生のお子さんのキャリアを親と一緒に考える本というのも増えていきます。本のタイトルも「親子で考える就職できるいい会社」とかですね、本や漫画、雑誌など家族でひとつの出版物を共有する動きはありますね。

早川 震災後、ビジネス上のお金とか成功というよりも、「絆」とか「癒やし」などがキーワードになりました。また、良し悪しは別として「宗教」とか「哲学」をテーマにした本も増えました。既存の価値観が崩壊した中で、新しい価値観を求めようという動きがありますよね。

村尾 スキルという観点で見れば、英語の本は増えましたよね。今までは海外旅行で使える英語など趣味の範疇だったんですが、今は就職活動や転職に直結した英語のスキルを身につける内容に変化している。これが最近、僕が本屋さんで気がついたことですね。早川さんはいかがですか？

早川 今まで「加えていた」ものを「引く」というか、「片付け術」もそうですし、心のモヤモヤを取るとか、「片付ける」とか「整理する」という動きがありますね。

村尾 震災前は、本の前提として知識を蓄えるという足し算的な発想で本を読んだり、勉強したりというのが普通だったんですけども、震災後のひとつのキーワードとして、よりシンプルにとか身軽にということが日本の社会に浸透したんじゃないかなと思います。足し算ではなくそぎ落とし、というような傾向の本が増えたというのがありますね。

画一的では生き残れない。本屋もブランディングを考える時代

早川 村尾さんは、青山ブックセンターなどで講演されたりして、个性的な書店やブランドが確立された書店をたくさん見ていらつしやると思いますが、何か感じることはありませんか？

村尾 これはリスナーの皆さんに質問なのですが、皆さんがよく行かれる駅前の書店の名前を答えられますか？という事です。恐らく「駅ビルの4階に入ってます」というのは答えられるのかもしれませんが、名前まではあまり覚えていないという方が多いのではないのでしょうか？置いてあるものもそんなに差別化されていないし、本屋さんには本屋さんですからね。

早川 そうですよ。

村尾 そんな中でも、ツタヤ六本木店とかジュンク堂さんとかは並べ方を工夫し始めたりとか、徐々に差別化を図ろうと行動していますね。たとえば、本を2〜3冊買うと袋に入れてもらうんですけども、どこも紺色で地味なグレーの文字で、なんとか堂と書いてあるだけ。せめて、袋のデザインをこだわって、持っているのを自慢したくなるようにしていくだけでもだいぶ差別化が図れると思います。袋がかわいいからこそ、プレゼントはあそここの本屋で買おうとなるんですけどもね。ツタヤ六本木の優れている点は、そこでラッピングすると、すごくかわいいのを選んでくれる。書籍を贈るときなんかは差別化になると思うので。他の書店はその辺も頑張ってもらいたいなと思いますね。

サンプル版はここまでです。続きは、アマゾンにてダウンロードしてお楽しみ下さい。

出版deブランディング第1号【印刷可能PDF版プレゼント付】「Kindle版」

<http://bit.ly/muraosyuppan1>

村尾隆介の音声セミナーが2作同時リリース！

店長たちの「自分ブランド戦略」

<http://www.starbrand.co.jp/services/voice/category/tencho/>

ベストセラー『小さな会社のブランド戦略(PHP)』の著者・村尾隆介は、企業のブランディングのみならず、個人のブランド戦略にも深く関わっています。

過去10年のキャリアの中で、行き着いたひとつの結論は、「店長の姿勢や見せ方次第で大きく変わる」という点です。

キクタスのプロインタビュアー早川洋平さんと軽快なトークで、毎月お届けするこの音声セミナーは、全国の店長やマネージャークラスとして働く社会人、店長を統括する立場にいる方や、小さな会社の経営者の質問から織り成される、いわばオンラインのコンサルティンク。

通勤時にもちろんのこと、職場で仲間と一緒に聞くのもオススメです。

1. この音声セミナーの内容(企画や時期によって変わることがあります)
1. 最近、お店で感じた「GOOD」と「BAD」
2. オンラインコンサルティンク(質問に対する回答)
3. 明日から取り組めるリーダーシップ
4. 店長のためのパワーソングの紹介
5. プレゼントコーナーとエンディング

村尾隆介の「出版deブランディング」

(本テキストのもととなった音声セミナーです)

<http://www.starbrand.co.jp/services/voice/category/mura/>

経営者やプロアスリートなどの「個人のブランド戦略」にも深く関わる村尾隆介が軽快なトークで毎月お届けする音声セミナー。「これから出版をしたい!」「出版をしたものの、その後の自分の見せ方に悩んでいる」という全国の方々からの質問を中心に展開をしています。

また、この音声セミナーでは作家・村尾隆介の裏舞台もお見せします。今後の出版計画や、その時代背景、そして制作のノウハウや雰囲気は、ここでしか聞けない話。出版に興味を抱く方には、きっと参考になると思います。

- この音声セミナーの内容(企画や時期によって変わることがあります)
1. オープニング…最近、本屋で感じたこと
 2. 村尾隆介…未来の出版物(仮題の発表と秘話)
 3. 出版に関するリスナーからの質問・回答(オンラインコンサル)
 4. 集中力を高めるためのパワーソングの紹介
 5. プレゼントコーナーとエンディング

発行日 2012年3月10日第1版

著者 村尾隆介

執筆協力 宇治川裕

編集協力 三村真佑美

制作 Textrage 編集部

〒244-0804

横浜市戸塚区前田町 516-1-B-110

MAIL : tr-inquiry@kiqtas.jp

URL : <http://kiqtas.jp/>

©2013 Ryu Murao, Printed in Japan

本作品の内容を無断で複製・複写・放送・データ配信などすることは、固くお断りいたします。