



# 月刊音声セミナー

## 村尾隆介の

# 出版deブランディング

## 2

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 出版したいと思ったら、書店へ行こう！  
書店で新書が増大している理由  
ノンジャンルで本を選べるメリット  
差別化のポイントは店内BGMにあり  
村尾隆介の未来の本棚
- 第2章 時代背景と読者のニーズを調べる  
海外で注目されている日本の酒造メーカー  
読者の悩みや相談を解消する誌上コンサルティング
- 第3章 企画の絞り込みはなぜ必要なのか？  
オリジナルのネーミングを考えよう  
自分のイメージを伝えられないときの類書の活用法とは？  
出版企画書に必要なもの
- 第4章 村尾隆介が紹介！ 集中するためのソング  
アルバムと本の共通点  
曲選びはその人のパーソナリティーで選ぶ

※本テキストは、音声セミナー「出版 de ブランディング」第2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。

**出版したいと思ったら、書店へ行こう！**

書店で新書が増大している理由

早川 プロインタビュアーの早川洋平です。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つ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ひます。村尾さん、今号もよろしくお願ひいたします。

村尾 よろしくお願ひします。

早川 今号から初めて読む方もいらつしやると思ひます。この読み物の趣旨を簡単に紹介していただけますか？

村尾 二つあります。一つは、僕が作家として考えていることを時代背景などとともに紹介する。もう一つは、出版をしたい、もしくは出版したけれど自分の書籍を上手にブランディングに活かせていない。出版でブランディングをするためにどのような行動をすべきか。これを読者の皆さんと一緒に考えていきたいと思ひます。

早川 村尾さんは、書店で何かお気づきになったことはありますか？

村尾 最近是新書増えましたよね。

早川 今まで新書を出してなかった出版社も出していますよね。

村尾 新書が増えた背景は出版の更なるスピード化ですよ。なかなか本が売れにくい時代になってきているのですが、出版社はキャッシュフローをまわしていくためにより点数を多く出していききたいと考えています。

早川 そういう現実問題があるわけですね。

村尾 新書は相当一役買うんです。装丁と本文のデザインが必要ない。文章を流し込むだけでいい。出版社の懐具合を妙に反映しているのが、新書

が増えた理由なんです。あともう一つは、雑誌の弱体化ですよね。雑誌が売れなくなってきた、廃刊や休刊が非常に多いんですけども、雑誌の中の特集で取り上げるようなものが新書のタイトルでバーツと出ています。

早川 新書も雑誌みたいですね。

村尾 スピード的にもそうですよ。1週間とかしか並んでいなかったりする訳ですから。雑誌の特集記事のプラスαという感覚ですよ。雑誌の弱体化も新書の数に反映されているので、こんなところから経済を読み取るというのも非常に面白いんじゃないかなと思います。

ノンジャンルで本を選べるメリット

早川 村尾さんなりの新書の楽しみ方というのはありますか？

村尾 新書は出版社ごとに平積みされているケースが多い訳です。一部の書店ではジャンル別に分かれているところもあるのですが、大部分は出版社ごとに平積みされている。経済の本もあれば、リーダーシップの本もある。環境問題、コミュニケーションの本もある。今まで興味がなかった分野も新書コーナーに行ったら目にすることができると。なかなか自分の興味以外の本を買う機会ってあまりないのですが、新書だったらそれができます。今抱えている問題はまったく異なる別の知識から解決法が得られるケースも少なくありません。新書は値段も700円ぐらいで、単行本の半額ぐらいなので面白そうだと思うたら興味があっても、あっても買ってみる。これが楽しみ方ですね。

早川 他に増えた本のジャンルはありますか？

村尾 日本を出て海外で暮らそうという、海外脱出系の本が増えましたね。以前からありましたけれども、より本格的になったというか。海外で自分年金をつくっていいこうとか。海外で銀行口座をもうけようとか。子供を海外で育てようとか。海外で転職しよう、起業しよう移住しよう、老後は海外で過ごそうとか。本だけではなく、雑誌の特集でものすごく増えました。

早川 国を頼らず自立する自分年金の特集を組んでいる経済系の雑誌もありました。

村尾 震災から1年経って、いよいよ国は信用できないということが明らかになってきた。皆、日本をよくしたいと思っているけれども、政治家がいつまで経っても揚げ足とり合戦を続けているんだったら、出て行くという気分になっている証拠なんだと思います。

早川 世相が現れている場所ですよ。本屋って。

村尾 本屋に立ち読みに行くとか探し物をするとかじゃなくて、大きな書店だったら、くまなく歩いてみてどの分野の本が増えていっているのか、地域の特色は何かなど、社会の縮図だと思って本屋さんを歩いてほしいですね。

差別化のポイントは店内BGMにあり

早川 リアル書店じゃなければできないこともありますからね。このタイトルの本が欲しければ、アマゾンのほうが便利ですけども、「こんな本がないかな」と探している場合だったら、本屋さんのほうが早く見つかるケースもあります。だから、リアル書店には本のコンシェルジュじゃないですけども、そういう方がいるとありがたいと思いました。

村尾 小さな会社やお店のビジネス戦略の基本は、大きな会社やお店ができないことを全部やること。ということは、アマゾンで、できないことを全部やっていくというのが、リアル書店のビジネス戦略です。アマゾンは過去の購入履歴からおすすめ商品を紹介する。であれば、リアル書店は早川さんの言うようにコンシェルジュで本を紹介する。僕は本屋ってある意味、薬屋さんと同じだと思っています。お客様の悩みを聞いて、その症状に合った本を提供する。誰だって買い物で失敗したくないわけです。たった1500円でも。だから聞けるような人がいるというのは、僕は悪くないと思いますね。

早川 前号では包装紙にもっと気を配って欲しいというご提案をいただきましたが、リアル書店がこうしたらいいのという提案はありますか？

村尾 そうですね。僕は店内のBGMに工夫があつていいんじゃないかなと思います。

早川 あつ。そうですね。

村尾 書店のBGMってだいたい単調な曲しかない。ちよつといいところでもジャズぐらいです。でも曲も購買意欲をかき立てるひとつのツールで

あると僕は思っています。この音楽を流したら、購買意思決定が速くなるとか、お魚売り場だけでこの音楽を流したらお魚が売れるようになるとか。心理学を駆使してやっていますよね。あれと同じような感じで、あるBGMを流したら万引きは減るとか、立ち読みが減るとか、みんなが買いにいきたくなくなるとかそういうコンセプトでBGMを流す。さっきのコンシェルジュ案に近いんですけれども、大きな書店であれば店内に専門のDJを入れて、ターンテーブルで、時間帯に合う音楽を流し、合間、合間にトークを入れて、おすすめの本なんかを話す。そんなことがあってもいいかもしれません。

早川 コストも人も必要ですが、大手とは完全に差別化になりますよね。

村尾 僕にやらせてもらいたいぐらい(笑)。僕は本屋さんでよく1日店長とかやったりして、エプロンつけて一緒にやるんですけども、DJ付きでぜひやりたいなと思っています。

早川 音楽という話でもでしたが、並べ方とか照明とか、まだまだこだわるところはいっぱいありそうですね。

村尾 書店はできることいっぱいありますよ。本は夢を売る仕事だし、すごくいい仕事なので、書店の存在意義というのは各地域で、いろいろあると思います。しかし、僕が住んでいる本屋さんもつい先月末で閉店してしまっただ。そういう独立系の書店が閉店してしまうのは本当に心が痛むので。ユニークな書店が増えてもらって、うまく大きな書店、アマゾンとの共栄共存になつたらいいなと思います。

早川 出版社の編集者が企画を出すときには、必ず類書を調べてそれを企画書に書くのですが、そのときにリアル書店に実際に調査に行く編集者も多いんですよ。そういうときに書店の情報やそこで思いついたアイデアを出せる著者は重宝されますよね。

村尾 じゃないと自分が思っているような企画は出版社に通すことはできませんし、売するためのマーケティング力がない人は出版社も売れない人の本は出したくないので、「ノー」という可能性があります。出版社よりも本屋さんを研究している。そういう著者にならないとダメでしょうね。本屋さんを見て回るといえるのは、マーケティング力を鍛えるという意味でも有効です。

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2号【印刷可能PDF版プレゼント付】「Kindle版」

<http://bit.ly/muraosyuppan2>

# 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外人、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グ。

通勤時はこちらのことで、職場で仲間と一緒に聞くのもオススメです。

- 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. 最近、お店で感じた「GOOD」と「BAD」
  2. オンラインコンサルティング(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/murao/>

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。