



# 月刊音声セミナー

## 村尾隆介の

# 出版deブランディング

# 3

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 歴史物の書籍が書店で大人気!? 売れ筋の書籍から見る世の中の関心とは?

スキルアップではなく、自らのルーツを求める人々

知識をさらに一步深める書籍が求められている

新書で著者デビューそのいい点と悪い点

書店員のユニフォームを変えれば書店も大きく変わる

第2章 世相に合わせた企画提案ができるように出版のアイデアを考えたおこう

新規事業を成功させるには新しいカテゴリーをつくれ

村尾隆介がデビューさせた新しいカテゴリーのビジネスとは?

小さな会社が抱えている経営上の大きな問題点

新しいカテゴリーを成功させるには積み重ねの努力と時間も必要である

出版のアイデアが浮かんだらメモを取っておこう

新たなライフスタイルの提案という観点から自分のビジネスの出版の企画を考える

ノウハウや経験をシェアする以外の提案の仕方とは?

第3章 自分で自分の仕事を作り出すような時代

出版企画をプレスでブラッシュアップしよう

タイトル付けは普段からの積み重ねが大切

村尾隆介が紹介する集中するときに聞ける「SONG」

テンポも速く、仕事の後押しをしてくれるパワーソング

第4章

出版 de ブランディング「第3号を抜粋

編集して制作したものです。

※本テキストは、音声セミナー「出版 de ブランディング」第3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。

**歴史物の書籍が書店で大人気!? 売れ筋の書籍から見る世の中の関心とは?**

スキルアップではなく、自らのルーツを求める人々

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きたいと思います。最近の本の傾向、書店の特徴など何かお気づきになったところからお伺いしたいなと思っています。

村尾 今日青山ブックセンターの店長やスタッフに聞いた話を紹介しましょう。最近はどういう傾向があるのかと聞いたら、**全員「歴史物が増えた」と口を揃えていうんです。歴史物がすごく売れていると。国内外問わずで、**

日本の歴史の本、それからローマの話とかヨーロッパの話とかね。そういうような歴史の本もすごく売れている。

やっぱり今、時代が混迷を極めているような時代になると必ずこういう歴史物が売れると。自分たちのルーツはなんなのか、これからどこいくのかっていうのを知りたい欲が増える。もちろん、売れているのは小難しい歴史書ではなく新書みたいなちよつと現代人にも役立つ歴史書がめちゃくちゃ売れていると。

これを聞いてですね、僕は二つのことを思いました。「すごいな、読んでみたいな」と思ったと同時に、ちよつと怖いなとも思いましたね。

迷わないために、その解決法であるスキルアップ系の本が売れているのであれば救いがあるのだけれども、自分たちはなぜ生まれてきたのかという風になると、そこまで日本が追い込まれているというひとつの証拠にもなってしまうからなんです。

早川 僕なんかもまさに、震災の後に宗教や哲学の本が売れて、さらに進んで歴史物が来ているということなのですが、そういえば、アマゾンでも**歴史家ウィリアム・H・マクニールの『世界史』が一時期、品薄状態になるほど人気が出ていました。**この本が売れている理由も読みやすいということのようです。僕自身も遅まきながら武士道とか歴史書を読み始めたり、『**ラストサムライ**』を見たりとか。今回は震災が一つのターニングポイントだと思うん

ですけど、災害や戦争という時代が混迷を極めたときに繰り返すサイクルがあるんですかね。

**村尾** あります。絶対にそういうサイクルで回っていて、時代の読み方なわけですよ。完全に未来のことを読み切れる人はいないわけですから、今回のようなキーワードとか自分が町歩きしている中でアンテナを立てたり、早川さんのようにサイクルで仮説を立てるとか考えてビジネスを考えたり、キャリアを考えたり、もしくはディフェンスを張ったりしないといけない。僕はそういうことに最も適した場所が書店だと思っています。

**知識をさらに一步深める書籍が求められている**

**早川** ビジネス書ブームって3、4年前にかなりありましたけど、震災の前もあって、正直お腹いっぱい辟易していて、もっと知識の深い方まで調べたいというニーズもありそうですね。

**村尾** ある出版関係者の方と話しているときに3、4年前の軽い感じのビジネス書ではなく、より知識を深めるためのビジネス書が売れている。震災後は親子で読める書籍が売れたりして、震災後だけでも本当に目まぐるしくキーワードは変わっている感じはしますね。最近、ルーツやアイデンティティとか、何かしら枯渇感みたいなものを感じはじめて、自分の立ち位置をしっかりと見据えたいというニーズが高まっているのはとても感じています。

同時に日本が誇れるものって一体なんなのか、日本はすごい国なんだ系の本も増えたと思うんです。日本にはこんなに誇れるものがある、日本はこれが世界ナンバー1なんだ、日本はこれでは第何位なんだ、そういうようなものも非常に同時に増えたと思います。

**早川** 村尾さんの推測でいいんですけど、この今の歴史物とか日本古来のルーツを探る傾向は、しばらく続くと思いますか？

**村尾** 僕はこのことから、さらに一つ曲がり角を曲がるのではと思っています。曲がり角を曲がって、人生がすべて終わるわけじゃないから、前進しなきゃいけないという方向になると思います。そんなときにですね、僕は新しい食べ方、日本の国全体がどう食べていくのかっていう国家ブランドディング系の本とか、国家戦略系の本。これが売れると思います。国家戦略系の本は今まで売れないといわれていた部類の本なんです。なぜかという他人事のように思えるからです。でも、国のあり方を自分のことのように考えなければいけないという人が今後増えていくと思います。

**早川** 確かに、そうなってきましたよね。

**新書で著者デビューそのいい点と悪い点**

**村尾** もう一つは経営者に向けての本もね。ニュービジネス系っていいですか、右肩上がりの時代のビジネスではなく、低成長時代のビジネスの本、つまり、ニュービジネス系の本が増えてくるんじゃないかと読んでいますね。

**早川** 確かにこういう時代だからこそ必要ですよ。ところで、さっき歴史物とかだったら、新書とか少し軽めの感じで読んでる人が増えているってありましたけど、デビュー作に新書ってありだと思えますか？

**村尾** 非常にそれは興味深くて、面白いなと思います。新書をデビュー作にした人は僕の周りでもいるんです。しかし、サイクルが非常に速いのが新書の特徴なんです。表紙のデザインが同じ、中のブックデザイン、フォーマットが同じ。だからこそ低コストで雑誌よりも早く出せると言うのが出版社にとってのメリットですが、営業面が心配ですよ。営業の方が書店に向いて、地道に営業しているのですが、新書だとスピードが速すぎて営業戦略を練っている暇がない。新書コーナーに置かれて終わり。自分で売るかアマゾンで売るかしないと、新書で出してしまうたら埋もれてしまう可能性はあると思います。

**早川** 新書はどんどん出ていますからね。出版する以上は、著者という立場できちんとイニシアチブを持って、対等に1本筋を持ってやったほうがいいですよ。

**村尾** 次から次へと量で棚を埋める新書もあるのですが、しっかりシリーズ物でやっていく出版社もある。そういう出版社は年に一回行う出版キャンペーンのときに、もう一度、過去自分が出版した本がキャンペーンに乗れば、リバイバルできるチャンスがある。新書にもいろいろあります。特に後発で新書に進出した出版社はすごく装丁のデザインがいい。だから、下手に自分で新書のじゃない形でデビュー作を出すのであれば、もしかしたらデザインの良い出版社の新書に入れてもらった方がいいかもしれません。見極めることが重要です。

早川 僕も新書に関わったことがあるんですが、装丁は確かに決まってるのですが帯はいろいろアイデアが出せるので、考え方次第というわけですね。

村尾 より安いわけですから手出ししやすいですし。考えてみれば、山田真哉さんの『さおだけ屋はなぜ潰れないのか?』も新書ですからね。山田さんはあの本だけでなく、いろいろな本を書いています。一番のヒット作はあの本ですからね。考えようによっては問題ないと思います。

書店員のユニフォームを変えれば書店も大きく変わる

早川 では、なにか書店とかで気になることってありますか？

村尾 もうちょい頑張って欲しいと思うことの一つに、書店員さんのエプロンがあります。書店員さんのエプロンですが、もう少しカッコ良くなるだろうと。

あのエプロンにもうちよつと独自性を持たせて、それこそレジ横で販売しても、「これ私、家でお片づけするときに付けたい」っていうくらいデザイン性を持ったものの開発なんて絶対できるはずですからやっていた方がいいと思います。ユニフォームなんかもですね、Tシャツでもいいですし、ポロシャツでもいいですし、書店員の方は、意外と体力勝負なところありますよね。本の出し入れとかで体を動かしますから、機能性を持たせつつ、より動きやすく、それでいてアカデミックとか文化の匂いもしなきゃいけないで、その間を取ったくらいのかっこ良いユニフォーム、ワークシャツってできるはず。それだけでも「あの書店さ」って、だいぶ見方変わってくると思います。ユニフォームとエプロン、これもうちよつと進化させて欲しいなと思います。

早川 お店の世界観とかセンスが良かったりすると行きたくないやないですか。書店なんか、売っているものは一緒ですから、店の雰囲気とか、エプロンとかユニフォームとかそういうので差別化してきたいですね。

村尾 本好きでお客様の相談に親身に乘ってくれる人も最近が増えていますが、その一方で、無表情で淡々と仕事を進める方もいらつしやいます。そこでユニフォームを刷新することで、働き方も変わる可能性があると思います。より明るいユニフォーム、より楽しいユニフォームにすることによって、自分たちは書店において責任ある立場にあるという意識が変わってくる。呼び方も店員と呼ぶのか、コンサルタントと呼ぶのかそこを変えるだけでも

意識は変わりますね。デイズニールランドだつてそうじゃないですか。スタッフじゃなくて彼らはキャストですよ。キャストってスタッフのことを呼んでいるから彼らは演じるように働いてくれるわけですよ。ですので、書店の店員の働き方を変えるためにも、ユニフォームとか、呼び方、そこも含めて変えていくということですね。

早川 書店って誰が店長かわからないことも多いですよ。

村尾 僕は書店に限らず飲食店でも、店長当てゲームをいつもやってるので。そうすると確かに書店はわかりにくい。若い人もいれば、そうでない人の場合もあります。また、ビジネス書担当だったり、児童書担当だったりとかで部署もめまぐるしく変わる。しかし、書店の店員の方の紹介なんかも、よくスポーツ用品店なんかやっていると、入り口のところに、「私は誰です」「最近ハマっていることは●●です」「得意な書籍はこの分野です」という紹介があつてもいい。親しみやすい感じにしていくと思います。

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3号【印刷可能PDF版プレゼント付】「Kindle版」

<http://bit.ly/muraosyuppan3>

# 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団法人、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6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。