

売上アップのための 企業出版サービス



LEARNINGS

会社案内

会社案内

代表取締役 梶田 洋平

慶應大学卒業後、みずほ証券入社。2013年起業。大学在学中から本を出版し、これまでに17冊の本を出版。



また、学生時代からビジネス書を読み続け、これまで読んだビジネス書・実用書は3000冊以上。



事務所の本棚には3000冊以上のビジネス・自己啓発本があり、これらの蔵書を企画立案に活かしています。

Vision

出版の明日を創る

Mission

出版の新しいカタチを世界に提案し続ける
ベンチャー企業

- 2013年 代表の梶田がみずほ証券を退職。その後eラーニングに関する事業を個人で創業
- 2015年 出版支援事業を開始
- 2017年 法人設立。ブランディング目的が中心だった企業出版を営業ツールやマーケティングツールとして活用するサービスが人気となって売上を伸ばす。
- 2019年 出版点数の増加、社員数の増加に伴い事務所を移転
- 2022年 業務拡大に伴い事務所移転

企業専門の出版実績

ベンチャーから大手企業まで、これまで300以上のプロジェクトの支援をしております。



会社概要

会社名	ラーニングス株式会社
設立	平成29年7月
所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷二丁目14番13号 岡崎ビル1010号室
資本金	1000万円
事業内容	出版業・各種コンサルティング業務・IT事業の開発及び提供・広告業及び広告代理店業
取引銀行	みずほ銀行・三井住友銀行・横浜銀行

URL

<https://learnings.co.jp/>

会社概要

<https://learnings.co.jp/aboutus>

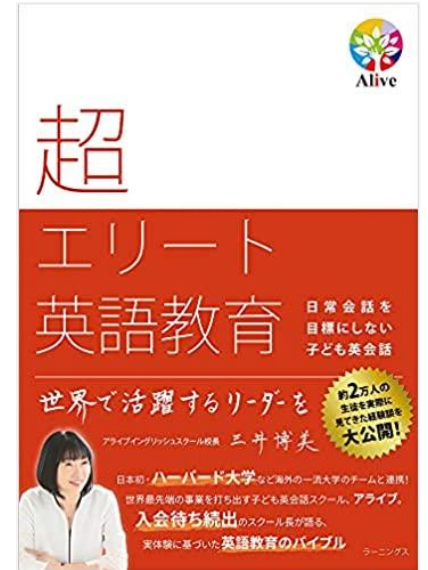
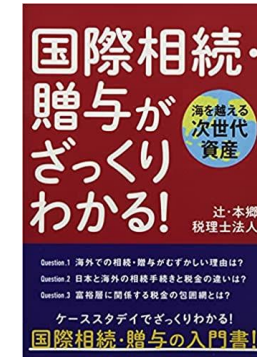
企業出版とは？

企業出版とは？

企業出版とは、売上アップや認知度向上、採用力強化など、企業の経営上の課題を解決するために本を出版する手法のことを指します。

出版が目的となる自費出版と違い、経営課題の解決が目的であるため、取り組む際には出版後の販促や活用方法はもちろん、費用対効果を考えて検討する必要があります。

インターネット広告などに比べて掲載できる情報が多いため、絞り込んだターゲットに対して訴求力が高いというメリットはありますが、情報を詰め込み過ぎると効果を発揮できないため注意が必要です。



企業出版が役立つ経営課題

売上アップ

売上アップのための企業出版が最もおすすめです。
本の売上ではなく、本業の売上をアップさせるために出版するという考え方が大切です。
費用対効果を感じていただきやすく、ラーニングスが最も得意としている分野です。

ブランディング

本は広告に比べて信頼性が高いため、出版したという事実がブランディングにつながります。
一時的な効果となりやすい広告と違って長く効果を感じていただきやすい点も特徴で、本を通じてイメージを正しく読者に伝えることが大切です。

人材

採用はもちろん、社員教育を目的とした書籍出版も企業出版の得意分野の一つです。
人材に関する経営課題解決のための出版は、流通を限定的にしたりAmazon限定販売にするなどの方法により、出版費用を抑えることが可能です。

マーケティング

マーケティングを目的として企業出版に取り組むケースも多いです。
ただ、潜在顧客を集客する際には出版よりもWEB広告を利用したほうが効率がよいことも多いため、注意が必要です。

なぜ、売上アップできるのか？

売上アップの理由①/使い方にこだわる

従来の企業出版サービスはブランディングを目的としていることが多く、成果がわかりにくいという意見が多くありました。

ラーニングスの企業出版サービスは、売上アップを目的としていることもあり、出版後の使い方までしっかりと提案させていただきます。

「失注客に配りましょう」、「LPをつくって見込み客を集めましょう」、「ブックDMとして配布しましょう」、と買ってもらうこと以外の使い方も想定して本をつくるため、成果を実感していただきやすいのです。



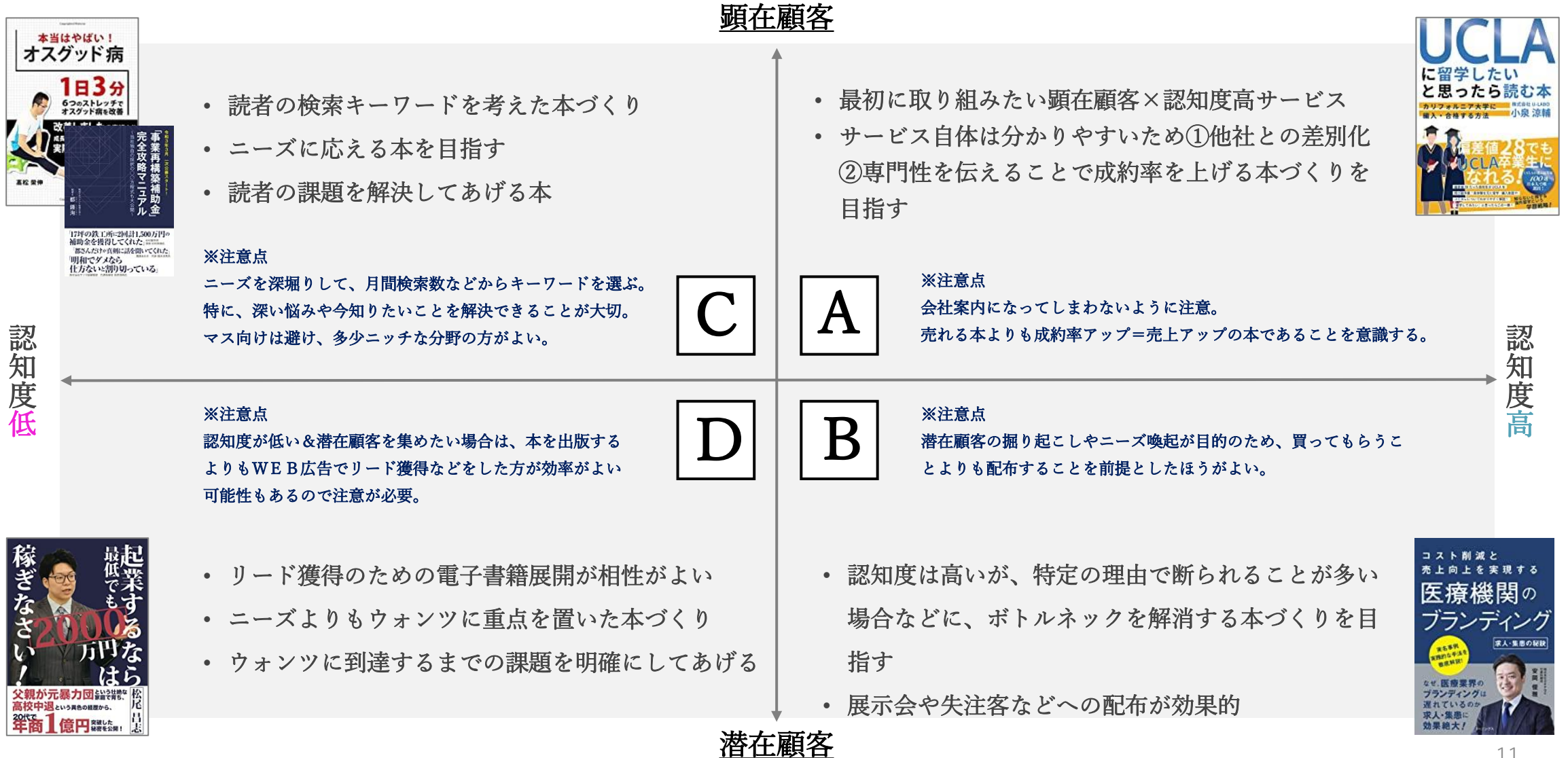
社長ダイレクトのブックDMで新規開拓



営業時配布で成約率アップ

LPでの見込み客獲得施策

売上アップの理由②/出版企画にこだわる



相見積もりで勝ちたいならUSPを押し出した本をつくる

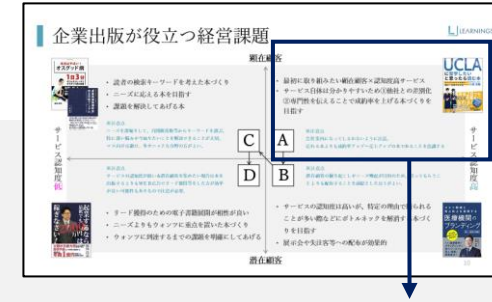
留学支援というサービスは一般的によく知られていて認知度は高いですが、その分競合も多く、会社として何をUSP（Unique Selling Proposition: 自社独自の強み）として事業を展開していくのかしっかりとアピールする必要があります。

右の本は、海外留学の中でも特にUCLA（カリフォルニア大学ロサンゼルス校）への留学を希望している学生を対象としました。

著者の経歴を伝えるようなコンテンツを掲載することで親近感や共感を持ってもらいつつ、読者が求める情報を掲載することで信頼を獲得。

出版直後からUCLAに留学したいと考えている方からの問い合わせが殺到することになりました。

顕在顧客に対して他社との違い、自社の強みや個性を伝えてブランディングを実現する本は効果を発揮しやすいこともあり、最初に取り組みたいカテゴリーと言えます。



UCLAに留学したいと思ったら読む本 ～カリフォルニア大学に編入・合格する方法～

小泉 涼輔（2022年 7月21日出版）

失注を減らしたいならニーズを喚起する本をつくる

「今すぐ取り組む必要はない気がする」

「やってみたいけど成功のイメージができない」

「うちはもう少し安いサービスでいいんだよね」

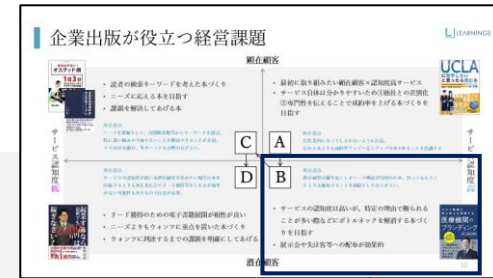
「私はいいと思うんだけど、社長がなかなかOKを出してくれないんだよね」

こんなことを言われることはないでしょうか？

サービスや会社の認知度は高くても、【何か】が原因となって成約に至らない場合には成約のボトルネックとなっているその【何か】を解消するための本を出版することがおすすめです。

右の本は、医療機関専門のHP制作会社様が「ホームページなんてどれも一緒でしょ」という【医師のホームページに対する考え方】を変えるために出版した本です。

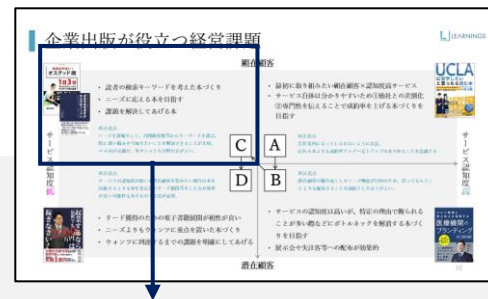
HPの改修によってブランディングを実現すれば集患はもちろん採用にも好影響となり、結果として売上拡大に貢献できるというシナリオを想像してもらうことに成功。書籍をこれまでの失注客に配布するなどの方法で活用して、売上アップにつなげていきました。



コスト削減と売上向上を実現する医療機関の ブランディング～求人・集患の秘訣～

安岡 俊雅（2020年9月1日出版）

認知度を上げたいなら見つけてもらえる本をつくる



何かについて調べたいという明確な欲求に応える本を出版することで、顕在顧客に自社を知ってもらうことが可能となります。

右の2冊の本は、それぞれ検索されることが期待される特定のキーワード「オスグッド」「事業再構築補助金」を狙って出版しました。

顕在顧客×認知度が低いサービスの場合は、出版をマーケティングの一環と捉え、Amazon広告などへの出稿も検討するとよいでしょう。

Aカテゴリーの想定読者より、もう少しニッチで深い悩みの読者に応える本を出版して自社サービスにつなげていくイメージで、Amazon限定で多数の本を出版していく戦略もおすすめです。

本当はやばい！オスグッド病

～1日3分6つのストレッチでオスグッド病を改善～

高松 栄伸（2018年11月25日出版）



「事業再構築補助金」完全攻略マニュアル

～当社独自の採択の〇〇方程式も大公開～

都鍾洵（2021年4月5日出版）

潜在顧客のリード獲得ならウォンツを意識した本をつくる

右の本は読者ターゲットを広げて将来顧客になってくれる人のリストを集めるために出版した事例です。

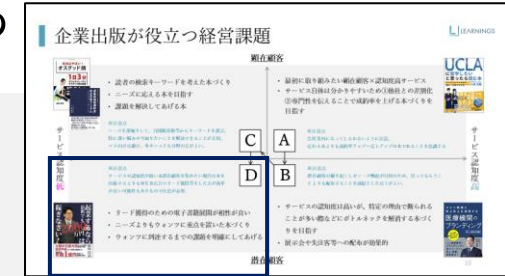
電子書籍（Kindle）も同時に出版し、電子書籍からリスト獲得のためのランディングページに直接来てもらえるような工夫も施しました。

課題を解決する顕在顧客向けの本に比べて、どちらかというともまだ課題が明確になっていない段階の方をターゲットとする戦略が一般的です。

注意点として

- 売上につながるまでの期間が比較的長いこと（潜在顧客を狙うため）
 - 集客効率だけを考えるとWeb広告の方がよいケースが多いこと
- などがあげられます。

本単体での集客を狙うよりも、Web広告に書籍出版の実績を組み合わせたり、本をプレゼントするなどツールとして利用する方法がおすすめです。



起業するなら最低でも
2000万円は稼ぎなさい!
松尾昌志（2022年7月3日出版）

ニーズに応えようとした本がベストセラーに

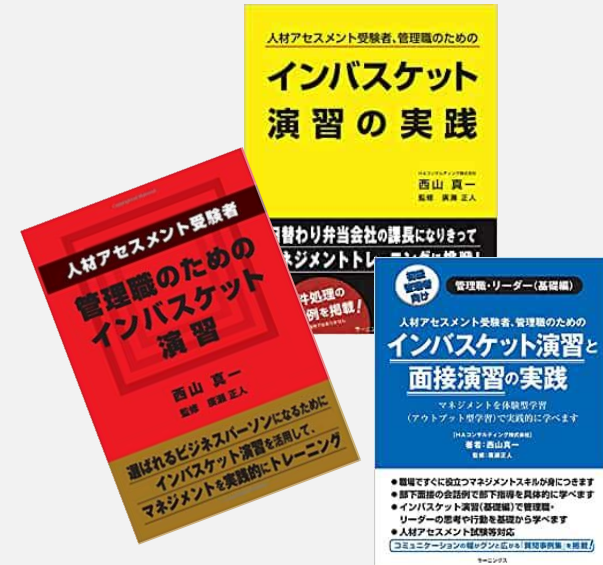
右の本はシリーズ累計3万部を超えるヒットとなりました。

ヒットとなった理由は

- インバスケッが企業の昇格試験となっていることもあって、学んで昇格したいという顕在的な欲求があったこと
- そもそも類書が多くなく、ほぼ1人の著者の本のみしか市場になかったこと
- Amazonレビューなどを読み込んで、読者が求めていることを把握して本づくりをしたこと

などがあげられます。

ただ、狙ってベストセラーとなるのは非常に難しいこと、本が売れたからと言って本業の売上につながることも限らないことには注意が必要です。



・ 人材アセスメント受験者、管理職のためのインバスケッ演習 (2019年4月3日)

・ インバスケッ演習の実践 (2020年5月7日)

・ インバスケッ演習と面接演習の実践 (2020年8月27日)

西山真一 廣瀬正人

売上アップの理由③/ビジネスとの相性にこだわる

従来の企業出版サービスでは、クライアントのビジネスがどんなものかについて深く理解することなく本づくりを進めることが多くありました。

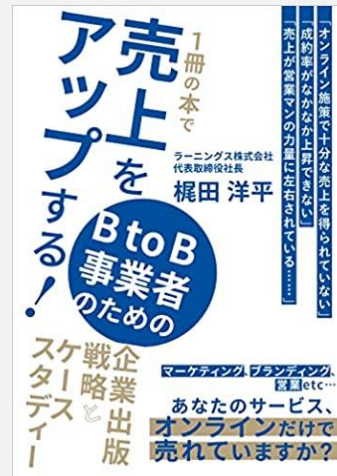
でも、ラーニングスの企業出版サービスでは、そもそもビジネスモデルとの相性がよいのかどうかについてもしっかりと精査させていただきます。

時には、webマーケティングをおすすめさせていただいたり、全国書店で広く展開する出版ではなく、書店流通のない小ロットの出版サービスをおすすめさせていただくこともあります。

自社でも本を徹底活用して事業拡大につなげているラーニングスだからこそ、ビジネスとの相性を考えて提案させていただきます。



ヒアリングを実施して貴社ビジネスを理解



実は少ない！自社活用している出版社

自費出版、他の企業出版サービスとの比較表

ラーニングスの企業出版サービスは自費出版サービスはもちろん、他の企業出版専門出版社サービスとも異なると考えております。

	自費出版	企業出版	ラーニングスの企業出版
目的	作品作り	経営課題の解決 (ブランディングがメイン)	経営課題の解決 (売上アップがメイン)
提案の範囲	装丁や紙質が中心	企画から出版まで	企画から出版後の使い方まで
出版形態	配布用の本 場合によっては書店流通もあり	書店展開の本	配布用やアマゾン限定販売、書店展開まで目的に合わせて幅広い出版形態を提案
費用	比較的低価格	高額	使用方法や目的、出版形態に合わせて無駄を省いてリーズナブルに
特徴	一度限りが多い	一度限りが多い	リピーターが多い 自社でも出版を活用して売上アップを実現

だから**成果**が出る、**リピーター**が多い

例：出版による売上アップモデル ～1冊より2冊、2冊より3冊の出版が正攻法～

初期のゴール

相見積もりで他社に勝つ / 迷っている顧客を成約へ

●●といえば〇〇株式会社と第一想起を獲得するブランディング！

まずAカテゴリーの本を出版することで売上アップを狙う。

toB事業、toC事業であっても住宅や不動産、予備校などの比較的高額の商材が理想。

本と商材の相性を第一に考えて、商材の価格変更を検討するケースも。

あまりに専門性が高い場合などを除いて、全国書店展開の本の出版がおすすめ。

第一想起をもらうための本を2～3タイトル展開するのもあり。

中期のゴール

顧客層を広げる / 読者ターゲットをずらす

ニーズを引き出して潜在顧客→顕在顧客へ！

Bカテゴリーの本 or Cカテゴリーの本で新規顧客開拓やニーズの掘り起こしを狙う。成約までのボトルネックを解消する本や特定のターゲットを想定した本づくりをしていく。

Bカテゴリーの本は配布を前提としているため、できる限り本自体のクオリティが高い全国書店展開の本がおすすめ。

一方、Cカテゴリーの本であれば、読者が本を探してくれる可能性が高いため、Amazon限定販売も視野に。

先にAカテゴリーの本があると、相乗効果を図ることが可能。

未来へ

勝ちパターンの横展開 / サービスを横展開して、サービスに合わせて勝ちパターンを作っていく

勝ちパターンを深掘りしたり、ターゲットを少し変えた本を出版することで顧客の幅を広げる。

また、サービスごとに勝ちパターンを作ったり、特定の分野でNo.1のポジションを狙っていく。

出版でサービスの売上がアップ→代理店に売ってもらう→代理店も成功→代理店を増やすための本を出版してさらに販売拡大という戦略も。



出版までの流れ

プロジェクトスタートまでの流れ

キックオフMTGではプロジェクトメンバーの顔合わせとプロジェクト全体の設計を行います。

- ・売上アップのためのボトルネックは何か？
- ・ターゲットは？
- ・出版後の使い方は？
- ・目次構成はどうする？

時には意見を言わせていただくこともありますが、成果最大化のためにご理解くださいませ。

ライターが執筆した原稿の編集・校正作業です。場合によっては追加ヒアリングを実施して完成度を高めていきます。

出版することが目的ではありません。

出版後は販促活動を実施したり配布したり、目的達成のために徹底的に活用していきましょう。

キックオフMTG

インタビュー
取材

原稿の完成へ
(編集・校正)

出版

販促・活用
スタート



キックオフMTGでプロジェクト全体の設計図が固まりましたら、ヒアリング取材を開始します。

おおよそ2～3時間×2～3回で約一冊分の素材になります。

原稿はプロのライターが仕上げるためクオリティについてはご安心ください。

表紙やタイトルを決定したらいよいよ出版です。

Amazon限定販売、全国書店展開などのプランをベースに、貴社のためのプランを提案、実行させていただきます。

出版後が大切！

プレスリリース配信

出版の際には、ラーニングスよりプレスリリースを配信させていただきます。プレスリリースを見て取材の問い合わせが来ることも珍しくありません。



出版後の情報発信にも全力で取り組んでまいります。

広告

ウェブ広告も効果的で、特にAmazon広告はぜひ検討したい施策です！

配布

意外と侮れないのが、本を配布することによるメリットです。本の売上で費用回収を狙うのではなく、あくまでもツールとして使用することに徹してどんどん配布していきましょう。

出版していることを知ってもらうことも大切です！

ウェビナー開催

出版した後はウェビナーを開催することをおすすめしております。本とウェビナーで、見込み顧客を獲得して商談へとつなげていきましょう。

※オプションでウェビナー支援を実施しております

メルマガ配信

弊社はウェブメディアを運営しているため、多数の経営者の方のリストを保有しております。出版時にはメルマガで出版情報を紹介させていただいております。

※書店展開プランに限ります。

書店POP展開

地域を絞っての平積みPOP展開サービスもごございます。エリアマーケティングも是非ご相談ください。

※書店展開プランに限ります。



サービス概要と費用

高すぎる出版社の企業出版！？ 私たちがその常識を変えます

これまで大手の企業出版は書店展開本の場合、500万円～1000万円ぐらいの価格帯が多く、場合によっては1000万円超の費用がかかることも珍しくありませんでした。

全国書店展開プラン

サービス価格

¥4,500,000- (税込 ¥4,950,000-)

▼以下の費用を含めた価格となります。

- 企画立案に関する支援費用
- プロのライターによる原稿作成費用
- 編集及び組版にかかる費用
- 表紙デザイン費用
- 執筆支援に関する費用
- ISBN取得費用（発行：ラーニングス 発売：星雲社）
- 販促活動にかかる営業費用（書店営業）
- 在庫管理に関連する費用
- 印刷製本費用（3000部想定）

Amazon限定販売（プリントオンデマンド出版）

or 社内利用前提のプラン

※ライターあり

サービス価格

¥1,800,000- (税込 ¥1,980,000-)

▼以下の費用を含めた価格となります。

- 企画立案に関する支援費用
- プロのライターによる原稿作成費用
- 編集及び組版にかかる費用
- 表紙デザイン費用
- 執筆支援に関する費用
- ISBN取得費用（ラーニングス）
- Amazonプリントオンデマンドでの出版（選択可）

Amazon限定販売（プリントオンデマンド出版）

or 社内利用前提のプラン

※ライターなし

サービス価格

¥1,200,000- (税込 ¥1,320,000-)

▼以下の費用を含めた価格となります。

- 企画立案に関する支援費用
- 編集及び組版にかかる費用
- 表紙デザイン費用
- 執筆支援に関する費用
- ISBN取得費用（ラーニングス）
- Amazonプリントオンデマンドでの出版（選択可）

※Amazonプリントオンデマンドは注文ごとに印刷・製本・配送される出版方法で在庫のリスクがない点が特徴です。本は表紙カバーのないペーパーバックとなります。

オプション

(基本プランにオプションを組み合わせて最適な提案をさせていただきます)

本づくりに関するオプションサービス

オプション①
PODを利用した場合の
製本サービス

200冊制作
¥250,000
 (税込 ¥275,000)

500冊制作
¥500,000
 (税込 ¥550,000)

1000冊制作
¥900,000
 (税込 ¥990,000)

※書店展開プランの場合は献本がございます。
 ※100冊以上100冊単位でのサービスとなります。
 ※あくまでも目安価格となります。

オプション②
電子書籍出版

費用
¥100,000
 (税込 ¥110,000)

スマートフォンの普及で電子書籍が当たり前！



オプション③
スピード対応サービス

費用
応相談

半年以内の短期間で出版したい場合など、急ぎの案件もご相談ください。
 他社では難しいタイトなスケジュールであっても、
 間に合わせられるよう最大限力を尽くしてまいります。



本づくりに関するオプションサービス

オプション④ 書店POP展開 (成果報酬)

費用目安：1店舗実施
@¥80,000~
(税込¥88,000~)
+残部数買取り

特に特定の地域に根差した事業者様であれば、その地域の書店限定でPOP展開がおすすめです。

1か月の期間、ずっとPOP付きで面陳列などで置いてもらえるので、書店を広告塔として利用できます。



オプション⑤ ウェビナー開催支援

費用目安
¥400,000~
(税込¥440,000~)

本とセミナーの相性は非常によく、出版に合わせてウェビナーの開催をおすすめしております。特にtoB向けの商材や高額商材を販売する際には、本の出版とウェビナー開催を同時に実現していくことでシナジー効果を生み出すことができます。

ラーニングスはセミナーの円滑な運営はもちろん、運営するウェブメディアに掲載している経営者の方へのお声がけ実施など、集客もお手伝いさせていただきます。

オプション⑥ 顧客開拓のための 書籍DMプラン

費用目安
@ ¥ 450~
(税込@ ¥ 495~)

出版後、案内チラシを同封した本を見込み顧客などに発送して商談を獲得することも可能です。本を読んで問い合わせをしてくれる見込み顧客は非常に成約に結び付きやすく、

- ・これまで貴社サービスを知らなかった顧客
- ・興味を持ってもらえなかった顧客

の掘り起こしに有効です。

※顧客リストが必要な場合は別途見積もりとなります。
※印刷製本費用などが別途必要になる場合があります。



Q&A

Q&A - よくあるご質問 -

Q. 遠方なのですが東京まで行かなければ出版できませんか？

遠方の場合はZOOMなどのWEB会議ツールにて対応させていただくことも可能です。弊社では九州や北海道、海外にお住まいの著者様の出版実績もございます。

まずは一度お問い合わせください。

Q. 分割払いは可能でしょうか？

はい、分割払いも対応可能です。

クレジットカード決済も可能ですのでご希望の場合はお申し付けください。

Q. 必ず出版できますか？

公序良俗に反する書籍や、特定の企業や個人を批判する書籍など、協力できない場合がございます。個々の相談については無料にて承っておりますのでお気軽にお問い合わせください。

Q. 印税はもらえますか？

はい、受け取っていただけます。

著者印税は7%となっております。

(年2回締め2回払い、5000円未満は繰り越し)

Q. 出版以外に相談したいことがあります。

是非、お気軽にご相談ください。

マーケティングやブランディング、新規法人顧客の開拓についても、弊社の経験を基にアドバイスさせていただきます。

お問合せ

相談は無料です。

まずはお気軽にお問い合わせください。

無料相談
お見積りは
コチラ

Mail

info@learnings.co.jp



会社名

ラーニングス株式会社

代表取締役

梶田 洋平

URL

<https://learnings.co.jp/>

会社概要

<https://learnings.co.jp/aboutus>

