

Closer Publishing

出版をより身近に



アスカ・エフ・プロダクツ

contents

1. 自分の夢を叶えるために
2. 出版があなたの夢を叶えます
3. 本を出版すると何が起きる？
4. 企業・個人出版のメリット
5. 書店から信頼を得ている明日香出版社
6. あなたの1冊を書き始める前に
7. 企画書を作ってみましょう
8. 本ができるまで
9. 本が書店に並ぶまで
10. 実際に出版された方の声
11. Q&A
12. 本の用語と豆知識
13. アスカ・エフ・プロダクツ発行物のご紹介
14. ごあいさつ
15. 会社概要

付録 企画書フォーム

1 | 自分の夢を叶えるために

～『場づくり仕事術』2022年4月刊 矢野圭夏さんの場合～

「自分が死んでも世の中に残せるものが欲しい」

このような想いは20代の頃からありました。しかし「本を出版する」という行為が身近になく、一体どうすればできるのか分からないまま、ぼんやりと想いだけがありました。この数年は、「もし書くとしたら、私は何について書くのだろう？」という悩みもありました。

これといった専門性もなく、人に語れるほどのものもない。本1冊をつくるだけのネタがない、と感じていたのです。





だんだんとクリアになっていく夢

2020年に『売れる！スモールビジネスの成功戦略』を出版された森田昇さんから薦められたことをきっかけに、現実味をおび、私もチャンスがあるかと思えるようになりました。

私が20代から頑張って取り組んできたことといえば、「女性のキャリア」についてです。憧れの職業を目指して就職活動を頑張ったことに始まり、社会人になってもいつも「ロールモデル」をもち、会社以外の時間でもたくさん学んできました。20代後半からは転居等でキャリアが中断し、その度に人間関係も一から構築するような生活でしたので、揺れ動く女性のキャリアをいかに生き抜くかの探究と実践については自信がありました。

出版を決意

いざ出版の企画が動き出し、「女性のキャリア」をテーマに書き始めたものの、なかなか筆が進まず、テーマを再考する期間がありました。

「私を書けることは何だろう？」と自問自答をしながら産みの苦しみはありましたが、最終的には私だから書けたと思えるテーマに辿り着きました。

担当者さんは、なかなか筆が進まない私に粘り強く伴走してくださいました。ちょうど執筆期間に仕事も忙しくなり、何度か執筆がまったくできない期間や、断念することもあったのですが、スケジュール調整を行いなんとか出版することができました。

初めての執筆でしたので、何をどこまでサポートしていただけるのか分からないまま進み、最初の方は遠慮が大きかったように思います。内容に関しては「いいですね～」とはおっしゃってくださいますが、内容にまでは口出しされないの、本当にこれでいいのかな？たくさんの人に読んでもらえる本になるのかな？という心配はずっとありました。



幸い、家族や、本好きの知り合いの方々が出版前の原稿を読んでチェックをしてくれたり、感想をくれたりなど、たくさんのサポートをいただきながら書き上げることができました。

半年近くかけて書いたので、最初の方に書いたことを忘れていたり、書いている間に内容が違ってきたりととても大変でした。校正・校閲の担当者による表記揺れのチェックなどはとてもありがたかったです。



ついに本が完成！

この本はテーマとしてはビジネスパーソンが対象となるのですが、本自体は両親に捧げたいと思っていました。私の出版を誰よりも楽しみにしてくれていたからです。一時期、父の体調が思わしくないときがあり、「早く書かなければ」と背中を押されたこともありました。何よりも夫が一番の編集者として厳しい意見も遠慮なく言ってくれて、良い本ができるために応援して

くれました。

家族以外では、周りには私が本を書きたいという想いを知っている方が多かったので、「実現して嬉しい！」と自分のことのように喜んでくれました。出版後は記念イベントや読書会で読者と交流できる機会を大切にしているのですが、「こんな本が欲しかった」「言葉にできないことを言葉にしてくれてありがとう」と言ったお声もあり、頑張っ書いてよかったなと報われます。

出版後のリスタート

仕事面では、出版して4ヶ月ほどしてから、講演依頼や企業支援などの法人案件が増えてきました。「場づくり」の専門家というわけではないのですが、1冊書けるだけの経験やノウハウを持っているという信頼性を評価していただけたのではないかとと思っています。

実は、執筆期間はあまり仕事の種まきができず活動休止状態になっており、そこから復帰するのはとても難しかったのですが、出版後3ヶ月は出版記念イベントを多数企画し全国ツアーを行ったことで、認知が高まり、応援してくださる方も増えました。

書店めぐりや出版記念イベントを多数行うことは、周りから見ると「大変じゃない？」と思われることもありましたが、私としては念願の夢が叶い「お祭り」を楽しむような気分できんな方との出会いも楽しんでいたもので、大変でなかったとは言えませんがとてもいい経験でした。

セミナーやイベントなどでも話をしているのですが、「夢を叶えるのがゴールではなく、夢を叶えてからがスタートだ」と強く実感しています。

出版は一つの夢でしたが、出すだけなら誰でもできることで、思いや情報がたくさんの人、必要としている人に届いてこそ、意味があるので、書いた本を届ける活動こそが本来のやるべきこと、使命だと思います。

コーチという仕事をしていますので、夢や目標に向かう人の背中を押してサポートするのが役目ですが、自分で夢を叶えた今は、「夢はさっさと叶え

る方がいい」と実感を持って伝えることができます。

カバーのそでにある「あなたの出番を待っている人が必ずいる」という言葉は、夢は自分ひとりのものではなくて、共感や応援をしてくれる人が必ずいるということを表しています。

だから、歩みを止めたり、先延ばしにしたりしては、出会えるはずの人とも出会えなくなってしまうです。

この本には、私が過去に歩みを止めてしまいそうになった時に励まされた言葉や大切にしている価値観が盛り込まれています。

言葉にする、本という形で思いを残す、というのは本当に価値あることです。ぜひ出版に挑戦してください。この経験は何事にも変え難いあなたの財産になります。



矢野 圭夏

ManableGate（マナブルゲート）代表
コミュニケーション・コーチング・起業/副
業支援・対話の場づくり・ファシリテーショ
ン等をテーマに講演・研修を行っており、人
間関係や仕事における「場づくり」の視点の
影響力を感じてきた自身の経験を生かし、そ
の価値の大きさを伝えている。これまでの場
づくり実績は 1,000 を超える。

2 | 出版があなたの夢を叶えます

あなたの夢は何ですか？ 本の出版そのものが夢という方は多くはありませんが、起業したい、人の役に立ちたい、自分の会社を大きくしたい、自分の名前で仕事をしたいなど、あなたの夢への第一歩を着実にお手伝いできるのが、企業出版です。

本は、自社（自分）のブランディングと相性がよい。

ネット社会である今、情報を公開するのにホームページや SNS など WEB でのアピールが主流で効果的ですが、本は WEB 特有の分散的な情報とは違ってきちんと整理、構成立てされており、伝えたいことを確実に伝えることができます。

文章に自信がない場合はライターのご紹介もできます。

周年記念に、事業承継時に残すべき想いを本にまとめてみませんか。



ホームページや名刺よりも印象に残せる存在感

たとえば初対面のとき、「1冊の本」と「1枚の名刺」、もらった時の「インパクト」はどちらがありますか？

自分で受け取った場合を考えてみてください。「1枚の名刺」を受け取った相手と、「1冊の本」を受け取った相手、どちらが印象に残りますか？



まったく関わりのない人に読んでもらえる

アスカ・エフ・プロダクツで出版すると、明日香出版社の図書として一般の書籍と同じように書店に並べられます。

書店に並ぶということは、自分とはまったく関わりのない人の手に取ってもらえるチャンスです。本が見知らぬ誰かとあなたをつなぎます。



3 | 本を出版すると何が起きる？

優秀な人材を連れてきてくれる

書籍は人材採用の際に効果を発揮します。

就職活動中に書店に足を運ぶ人は多いです。気になる本は「誰が書いたのか？」を見ます。著者略歴に会社名があればネットで検索するきっかけとなります。本はあなたに代わって、あなたの会社の業務内容を読者に語ります。

求職者はあなたの本を読むことで自分に適した会社かを判断することができます。

テレビでコマーシャルを打つことは難しくても、書店に並ぶ本で見たことあるということで認知度と信頼感がUPして応募増が見込めます。



得意先を獲得できる可能性が増える

読者があなたの生き様や仕事に対する情熱、理念、夢を読み、共感し興味を持ってくれます。あなたの会社への理解が増えることで信頼も育まれ、得意先の獲得につながる可能性は高くなるのです。

名前がネット検索でランクイン、ネット書店にも登録

本が発行されれば出版業界の書誌データベースをはじめ、ネット書店や図書館への登録も行いますので Web 上での検索が優位になります。

そしてあなたの名前がインターネットでの検索で上位に表示されます。

国会図書館に蔵書される。図書館で取り扱われる

本が発行されると取次会社にて商品登録が行われ、同時に国会図書館へも献本されて登録されます。その後全国の図書館での扱いが可能となります。

あなたの本が近くの図書館の棚に並ぶかもしれません。

講演依頼が増える！「〇〇さん」から「〇〇先生」に！

弊社で『経営は人や！』を発行した中橋章好様は、これまで「さん」付けで呼ばれていたのが、「中橋先生」に変わったとのこと。セミナーをお仕事にされている方はもちろんのこと、得意先からの依頼も増えます！



4 | 企業・個人出版のメリット

商業出版との違いは何でしょう？

ここで商業出版と自費出版の違いを詳しくご説明します。

	自費出版	商業出版	違い
自分の想いを本に反映できる？	○	△	内容を変えることは基本的にありません。商業出版では内容を変更されることがあります。
カバーデザインへの希望は通る？	○	×	著者のご希望を取り入れて製作します。商業出版では著者の希望は参考意見です。
タイトルへの希望は通る？	○	×	
本のつくりにこだわりたい	△	△	ご相談に乗ります。場合によっては追加料金が必要です。商業出版では編集者の考え次第です。
書店での販売	○	○	全国書店に販売促進が可能です。ご希望の地域の書店へ案内も行います。
ネット書店での販売	○	○	Amazon、楽天、紀伊國屋ネットストア等主なサイトで販売します。
希望の発行日に出版が可能？	○	×	基本的に可能です。商業出版では出版社の発行スケジュールに準じます。

出版社での発行と印刷会社での発行の違い

自費出版のサービスは出版社だけではなく印刷会社などにもあります。

ここでは、それぞれの一般的な違いをご説明します（印刷会社によって違いはあります）。

	当社の出版	印刷会社の 自費出版	違い
発行部数	2000 部	1 部から制作	
編集 DTP・組版	○	△	単に作業ではなく、“読みやすくするためのレイアウト” 作りを行います
デザイナーによる カバー制作	○	△	弊社ではデザイナーを依頼します。印刷会社の場合は著者ご自身でのお手配が必要です。オンデマンド出版の場合はカバーは基本ありません。
校正	○	×	誤字だけでなく表記の揺れ、引用の確認等も行います
書店流通	○	×	全国の書店、図書館、ネット書店での扱いが可能です
発行前書店販促・ 配本	○	×	事前に書店へ案内し、主要書店には平積みになるよう販促活動します
発行後書店販促	○	×	平積み状況の確認、補充を行い、書店の棚に長期間残る活動します
在庫管理	○	×	書店から返品で戻された書籍は改装、カバーの巻き直しをして再出荷まで倉庫で丁寧に管理します。
著作権管理	○	×	ここが出版社の生命線。著作権を守ります。
印税	重版から あり	なし	初版はありませんが、重版から6%の印税です

5 | 書店から信頼を得ている明日香出版社

アスカ・エフ・プロダクツで作られた本は明日香出版社を発売元として書店に並びます。

～ 50 年を超える実績と信頼～

明日香出版社は主にビジネス書と語学書を発行する出版社です。創業から52年で3,000点を超える新刊を生み出し続けています。

またロングセラーやシリーズが多いという認識を持ってくださっている書店さんが多く、書籍を長期間並べたり、在庫を持ってくださっています。



①営業力

新刊の事前案内から販売促進は始まっています。しかし、書籍が新刊として書店へ配本されて終わりではありません。

書店へ納品後、データを確認し、売れているお店へは補充の提案を行い、追加補充をすることで販売期間を延ばしていく活動を行います。

②こまかい売り上げ分析

営業部では毎日、各書店の書籍の売れ方に注目しています。

売り上げデータには様々なヒントが隠されています。

「この本は東京よりも関西でよく売れている」

「この本はビジネス街よりも郊外のほうが売れている」

「女性向きの本だが、男性購入層も多い」

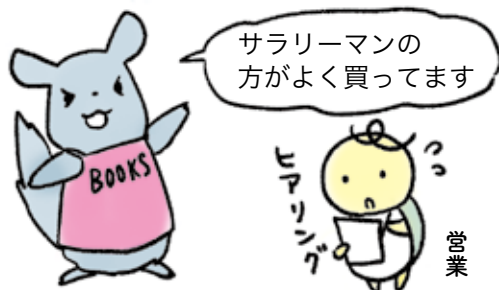
またデータだけではなく、実際にお店に足を運び、来店されるお客さんの様子を見たり、書店員さんにどのようなお客さんが手に取られていたかや、購入されたのかヒアリングしています。さらに

「他社の『○○○』という本との並列が効果的だった」

「店員さんの手作り POP で目立って売っていた」

「明日香出版社の本が店頭で展開されていた」

など、売れているお店の成功事例は社内にフィードバックして全員で共有します。



③書店以外の販路

ネットでの扱いが可能になります。

Amazon では書籍ページに内容を紹介する POP（A プラス）を掲載できます。

写真や図版も入れられるので、文字のみの書籍情報よりも強い訴求力があります。また、書籍を制作された方には割安で電子書籍も制作いたします。



6 | あなたの1冊を書き始める前に

～どんな内容にするか？～

実体験が一番の売り

弊社は「もっと仕事の効率を上げたい」とか、「マネジメントスキルを上げたい」「話し方や言葉の使い方で好印象を与えたい」「会社をうまく経営したい」といったテーマの本（ビジネス書）を多く出版しています。

そのためメインの読者層は30代から50代のビジネスパーソンです。

これらのニーズに応えるようなテーマが求められます。

何も思いつかない、と思われるかもしれませんが、実際の仕事現場で体験されたあなたのノウハウが一番役に立ちます。机上の空論ではない、苦労した実体験から導き出されたノウハウです。

例えば、来る日も来る日も1件も受注できずどん底を味わった営業マンが、苦しんだ末に掴んだトップセールスに至るまでの考え方や営業技術は、即営業の現場で役に立ち、多くの営業マンの共感を呼ぶものです。

あなたの日々の仕事への取り組み姿勢や工夫をぜひ紹介してください。

成功だけが必要とされているわけではない

体験談のなかでは「成功」だけではなく、「失敗」もノウハウの一つと言えます。

成功の影には多くの失敗が付きものです。きれいごとの成功体験ばかりでなく、失敗の克服体験を披露することで読者の共感を呼び、挑戦する勇気を与えてくれることとなるのです。

あなたの実体験は何ものにも代えがたい貴重なノウハウです。

7 | 企画書を作ってみましょう

原稿を書き始める前に、必要なものがあります。

それは企画書です。

企画書はこれからあなたが原稿を書くための羅針盤です。これによってあなたの伝えたいことがより明確になり、関わる人（ライターや編集者、デザイナー）も共有でき、よりよい本作りを進めることができます。

ぜひ一緒に作っていきましょう。

①何のために出版するのか、目的を明確にしましょう

あなたが本を発行するのは何のためですか？

- ・商品や会社のブランディング
- ・講演や研修のテキストとして使いたい
- ・自分のやってきたことをまとめたい

など、まずは本を発行する目的を明確にしましょう。目的によって構成やカバーデザインも変わってきます。

②誰のために書くのか、ターゲットを明確にしましょう

できるだけ具体的に読者をイメージしてみましょう。

サラリーマンだとしたら入社何年目の方ですか？社長ですか？従業員ですか？営業マンですか？サービス業ですか？

想定読者を明確にすることで、どういう構成や表現がターゲットに受け入れられやすいか、デザインはどのようなものが好まれそうかなどの方向性が見えてきます。

③ウリは何か考えてみましょう

自分の一番伝えたいこと、興味を持ってもらえそうなこと、オリジナルのノウハウなど、本のウリになることを書き出してみましょう。

これを軸にすることで、本のコンセプトをかためていきましょう。

例えば、失敗したことを克服して成功に至った事例などは、貴重な体験談として記事内容に深みが出ます。

④タイトルを考えてみましょう

本の内容を一言で表すのがタイトルです。また読者が最初に目にする部分でもあります。

当初は仮のタイトルをご提示ください。その後弊社担当者と打ち合わせしながら適切なものに仕上げていきます。

⑤概要を短くまとめてみましょう

これだけは入れたいという内容を整理して書き出してみましょう。

これをもとに目次（章立て）を完成させていきます。最初は章ごとのタイトルだけで結構です。この部分が柱となって全体の構成が組み立てられ、肉付けとして段落にあたる文章を組み込んでいきます。

→ 巻末に企画書フォームがあります。参考にしてください。

8 | 本ができるまで

①初回お打ち合わせ

出版への想い、背景をお聞きます。

具体的な章立て・内容に関して打ち合わせを繰り返します。

②原稿執筆

原稿を書き進めて頂きます。執筆中のご相談も承ります。

③原稿完成

原稿が完成したら制作段階に移ります。

内容をもとにタイトルを決定し、カバーデザインの制作を開始します。

④編集

編集者による内容整理、レイアウトの作成を行います。

⑤組版データ作成（DTP）

原稿を本にするためのデータを作成します。

⑥校正

「初校」「再校」ごとに原稿をお渡ししますので、校正（著者校正）をして頂きます。さらに外部校正も行います（校正専門会社へ依頼）。

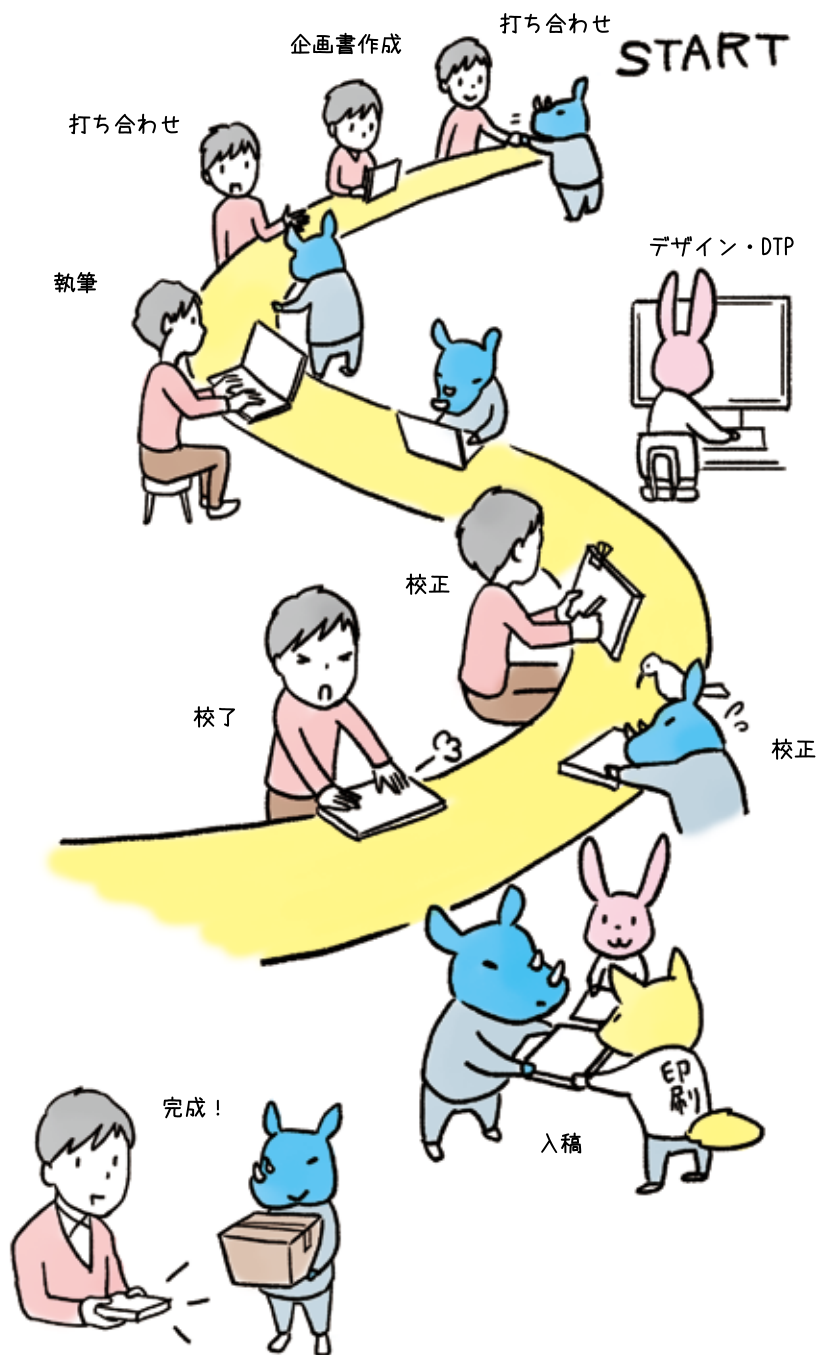
⑦印刷所へ組版データを入稿、印刷、製本

データを納品してから印刷、製本をして納品まで約 2 週間かかります。

⑧見本納品

できあがった見本が製本会社より納品されます。弊社よりあなたへ献本を発送します。

ついにあなたが新刊を手にする記念日です！



9 | 本が書店に並ぶまで

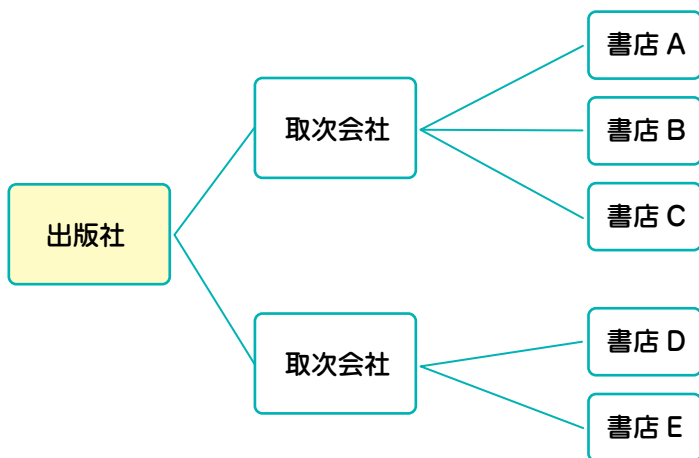
①取次・ネット書店搬入

いよいよ書籍の誕生日です。納品された新刊見本は取次会社で登録されます。ここではじめて、流通する書籍として認められるのです。

国会図書館へも献本され、全国の図書館での扱いが可能になります。

②書店へ

その後、配本部数が決まります。製本会社から取次会社へ搬入され、そこから各地の書店へ配本されます。



日本には書店が11,024店あります（2020年現在）。

また平均すると1日200点もの新刊が発行されています（雑誌、コミックは含まない）。

これらの新刊とともにあなたの1冊も書店へ送られるのです。

10 | 実際に出版された方の声

『神社へ行って、運気を上げよう！』

デグチパーキング株式会社

代表取締役 出口和生様

■出版したいと思ったきっかけ

以前から神社と神道に関心があり、全国を巡っていました。自分が見聞きしたこと、調べたことなどを1冊にまとめてみたいと思っていました。そこで明日香出版社さんの書籍にはいていたハガキで問い合わせをしました。ご担当の方とお話をする就非常に対応が良く、アスカ・エフ・プロダクツさんで制作してもらおうと決めました。

■弊社の編集、制作、進行に関して感じたこと

過去に16点の出版経験がありますが、神社についての執筆は初めてでした。

執筆は全国の神社を巡りながら行いましたので気力体力ともに疲れ果てました。しかし編集制作担当の方も感じが良く、素晴らしいアシストで執筆が順調に進みました。また、目次(章立て)もわかりやすく作っていただきました。

■本が完成して感じたこと・全体の造りについての印象

過去出版した中で本書が一番充実しており、気に入っています。

■お知り合いの方々の反応

本書を読んで、「あらためて伊勢神宮に行きたくなった」という方が多くあり、非常に嬉しかったです。

■その他

書籍をつくることで長年積み重ねてきた知識を整理できました。

次回本を出版するならアスカ・エフ・プロダクツにまたお願いしたいです。



『売れる！スモールビジネスの成功戦略』

あさみコンサルティングファーム株式会社 代表取締役
一般社団法人リベラルコンサルティング協議会 代表理事
森田昇様

■出版したいと思ったきっかけ

本を出したいという想いは中学生のころからあり、マンガ雑誌の小説大賞に応募したこともありました。社会人になって独立してからは、取得したキャリアコンサルタントの資格を自分のロールモデルとして役立たせたいと考えるようになりました。そしてそれを書籍の中で著したいと思いました。自分の声は書籍でなければ届かないと思います。書籍は牽引性が高いと思っています。

■弊社の編集、制作、進行に関して感じたこと

ご担当者はきちんと伴走してくれました。『スモールビジネスの成功戦略』というタイトル案を提案してくださったおかげで仕事の枠が広がり、名刺代わりとしても活用できました。

また、執筆から書店配本日までのスケジュール表は大きな励みになりました。

■本が完成して感じたこと・全体の造りについての印象

初めて本を手にしたとき、感動しました。形になった自著をみて「自分でも売らなきゃ」という想いがふつふつと湧いてきました。

■お知り合いの方々の反応

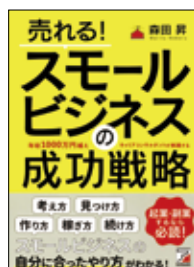
何といっても、周囲の私に対する信用度が上がりました。

■仕事面での変化

ブランド力がアップして業界内での発言力もあがりました。やはり、本は電子書籍でなく、紙の本であるべきです。なんといっても書店さんに並ぶことに価値があると思います。

■その他

本書のおかげで2冊目は商業出版で出せることになりました。



『自分らしく生きる 46 のヒント』

ゲゼル・ゲマイン株式会社

取締役 本間美香子様

■出版したいと思ったきっかけ

仕事の節目を迎え、新たな仕事に立ち向かうにあたり、自分の生き方を整理しておきたいと思いました。また、これまで培った指導内容を多くの方の生き方に少しでも役に立てたいと思いました。

■弊社の編集、制作、進行に関して感じたこと

とても充実感がありました。自分視点でなく、読者視点で書くと言うことがとてもよくわかりました。担当の方が伴走してくださって助かりました。

レイアウトもすごくわかりやすいものに仕上げてくださいました。

■本が完成して感じたこと・全体の造りについての印象

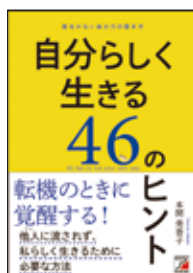
満足しています。カバーデザインには本書で取り上げた内容のイラストをさりげなく飾りつけたりと楽しい工夫をしてくださいました。

■お知り合いの方々の反応

ご自身も本を書きたいと思われていた方が多かったため、出版が身近なことになったとおっしゃっていました。実際に出版企画を進められている方が何名いらっしゃいます。

■仕事面での変化

これまでは就職活動をされている方など個人への支援が多かったのですが、書籍を発行してからは経営者が集う勉強会で演壇に立つ機会や、企業での研修に入らせていただく機会が増えて来ました。



11 | Q&A

Q：どのくらいお金がかかるの？

A：金額は内容により変わります。文章のボリューム、本文がカラー刷りか1色刷りかなど条件により大きく変わります。まずはご相談ください。

Q：(原稿入稿から発行まで) どのくらい時間がかかるの？

A：およそ3か月です。もちろん内容、ボリュームなどによってさらにかかるものもあります。

Q：文章に自信がなくても本は作れる？

A：ライターをご紹介します。お気軽にご相談ください。

Q カバーデザインに好きな色を使いたい

A：可能です。デザインの打ち合わせの際にご相談ください。

Q：印税ってもらえるの？

A：初版に対しての印税はありません。増刷より印税をお支払いします。

Q 原稿って何ページ(何文字) くらいあればいいの？

A：一般的にはB6サイズの本 250 ページ前後で6万字程度です。イラストや図版の量によっても変動します。

Q：イラストや図版を入れたい

A：イラストレーターを手配できます。

Q 料金はいつ払うの？

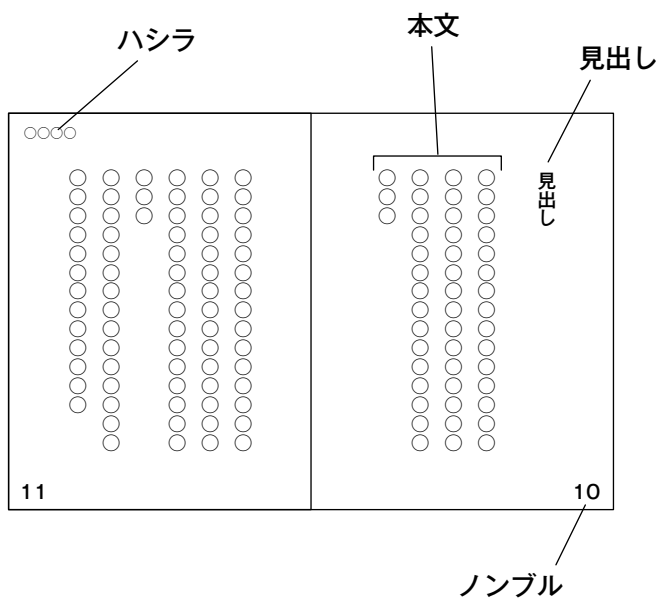
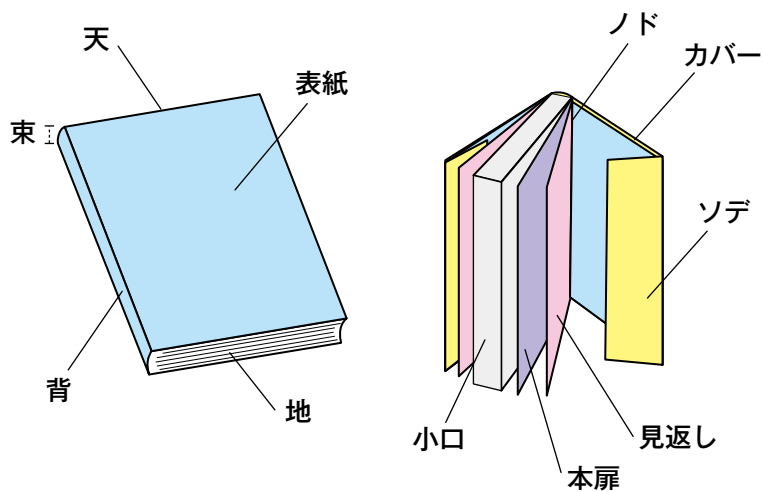
A：基本的に全部の原稿が入り、内容確認後にお支払いいただきます（詳細はお問い合わせください）。

12 | 本の用語と豆知識

本を出版するまでによく使われる用語をご紹介します。

用語	意味
初校	著者が書いた原稿を本のレイアウトに流し込んだ 1 回目の原稿
再校	初校で入れた修正が反映された 2 回目の原稿
赤字	原稿に書き込んだ修正指定。原稿に修正を入れることを「アカイレ」という
奥付	本の最終ページにある書籍の情報をまとめたもの
校正	文字や文章の間違いを確認すること
入稿	チェックなどがすべて終わり、印刷所にデータを渡すこと
付き物	カバー、帯など
ルビ	ふりがな
ノンブル	ページ番号
ポイント、級 (Q)	文字のサイズを表す単位 (1pt = 1.4056Q = 0.3514mm)
校正時によく使う用語	
ひらく	漢字を平仮名にすること
ママ	修正をせず、そのままでいくこと
ツメ	空いているところを詰めること
トルツメ	文字を削除して空いたところを詰めること
イキ	修正の指定を取り消し、元の文章をいかす場合などに使う

本や原稿周りの名称をご紹介します。



13 | アスカ・エフ・プロダクツ発行物のご紹介



自分らしく生きる 46 のヒント

本間 美香子著 本体価格 1300 円

ISBN978-4-7569-2227-4



福山市の熱い企業 32 社! 成長成功事例集

池永経営編著 本体価格 2000 円

ISBN978-4-7569-2221-2



場づくり仕事術

矢野 圭夏著 本体価格 1500 円

ISBN978-4-7569-2205-2



社長の覚悟

曾根 康正著 本体価格 1800 円

ISBN978-4-7569-2196-3



経営は人! 社員さんが笑顔になる会社になさい

中橋 章好著 本体価格 1500 円

ISBN978-4-7569-2191-8



神社へ行って、運気を上げよう!

出口 和生著 本体価格 1500 円

ISBN978-4-7569-2186-4



売れる! スモールビジネスの成功戦略

森田 昇著 本体価格 1500 円

ISBN978-4-7569-2120-8

14 | ごあいさつ



奥本達哉

浜田充弘

アスカ・エフ・プロダクツはご自身の想い、考えを一つの書籍という形でまとめる会社です。

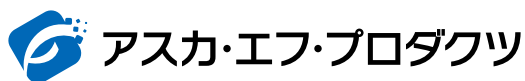
そのため書籍の内容、表紙など一つ一つ丁寧にご意見を伺いながら納得のいく1冊を作らなければなりません。さらに明日香出版社の営業力で主要書店をはじめお住まいの地域に近い書店様にも展開していただく販促や、ネット書店での販売も行い、認知度を高める活動を意識しております。

書籍は形にして終わりではありません。これからのご自身の活動にどう使っていくか、そのきっかけづくり、新たなステージのスタートととらえています。企業出版であればこれからのご商売にどう生かしていくか、個人出版であればこれからの人生の新たな活動の第一歩にしていきたいと考えております。

まずはお問い合わせください。心よりお待ちしております。

取締役社長 奥本達哉

15 | 会社概要



明日香出版社グループ

〒112-0005 東京都文京区水道 2-11-5

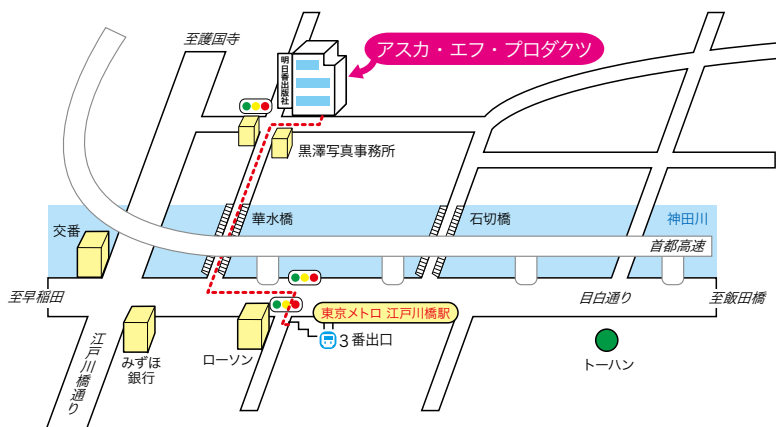
TEL:03-5395-7660

FAX:03-5395-7654

ホームページ <https://www.asuka-f.co.jp>



お問い合わせは弊社のホームページからお願いします。



アクセス：東京メトロ有楽町線江戸川橋駅 3 番出口より徒歩 2 分

付録 企画書フォーム

あなた自身の売りを書き出してみましょう。

「売り」はすべての人にあります。浮かばない人はプロフィールを最初に書いて自分自身の棚卸しをしてみてください。

意外な発見がありますよ。

出版企画書	
タイトル	
サブタイトル	
著者名	
著者プロフィール	
企画趣旨	
想定読者	
さらに掘り下げる	
読者メリット	
概要	
類書	
類書との違い	
目次	
はじめに	
第 1 章	
第 2 章	
第 3 章	
第 4 章	
第 5 章	
第 6 章	
おわりに	

 **明日香出版社**



 **アスカ・エフ・プロダクツ**