

泥まみれに  
なりながら♪

私たちが  
作ってきたもの。  
私たちが  
できること。

汗もいっぱい  
かきながら!

ザメディアジョングループ

## 商品・サービス ストーリーBOOK

#新しい「次の」  
未来のために。

日本各地にはより良い未来をつくるために、毎日を、懸命に走り続けている人たちがいます。

ある人は、生まれ育った町を活気ある地域にするために。

またある人は、より良い会社に変革するために。

自分をもっと成長させるために……。

そんな未来に向かって走り続ける人たちのために、私たちザメディアジョンができることは一体何だろう。

何かまだできることがあるかもしれない。

私たちは「ご縁と感謝」を理念に掲げ、いつもそう問い続けてきました。

ザメディアジョングループは創業して30年以上にわたり、

「出版」「人財」「採用」「地方創生」「住まい」をキーワードに、

広島を出発点に東京・大阪・東海・東北に拠点を持ち、日本全国で事業を展開。

小さくてもキラリと光る企業、魅力が伝えきれていない地域や企業、お店、

価値ある経験や専門知識をもつ著者の方々、読者や就活生たちなど、

多くのお客様とともにアイデアを出し合い、泥臭く走り続けてきました。

私たちは信じています。

それらひとつひとつの泥臭い積み重ねこそが、新しい未来をつくるんだと。

その未来は、きつともっとおもしろいはずであることを。

## NEW NEXT FUTURE

すべては新しい「次の」未来のために。

ザメディアジョンはみなさまとともに走り続けます。

# 新しい「次の」未来のために。

泥臭く汗をかきながら

伴走しながら



## PHILOSOPHY ——— 経営理念 ———

### ご縁と感謝の経営

#### 理念実行の五精神

- 01 「円」 人のご縁を広げて、まるい「円」に感謝します。
- 02 「宴」 私たちは「宴」を開くように仕事を楽しみ、感謝します。
- 03 「援」 手を差し伸べると、握り返してくれる人のいる、ご「援」に感謝します。
- 04 「艶」 常に勉強し続けることにより、自分の「艶」を磨き、感謝します。
- 05 「炎」 小さな熱い一つの灯火がたくさん集まって、燃えるご「炎」に、感謝します。

## MISSION ——— ミッション ———

### ひとつづくり、まちづくり、くにづくり

## VISION ——— ビジョン ———

共創、伴走、面白そう！自由に夢を思い描こう。  
新しい「次の」未来のために。

#### #共創 Co-Creation

新卒採用は会社の文化を創り、出版事業は紙や文字の文化を守り残す。ザメディアジョンはお客様、外部パートナーと一緒に一つのプロジェクトを形にしていきます。

#### #夢 Toward a Dream

仕事上の目標だけでなく、人生の目標に向かって自分を磨き続け、熱い想いを持った人であること。

#### #伴走 Customer Relationship

バランスを取りながら提案とヒアリングを行うこと。任せすぎず、引っ張りすぎず、一緒につくるのがザメディアジョンのスタンスです。

#### #未来 Challenge the Future

過去を価値あるものとして大切に扱い、世の中の変化に順応した新しい文化を創る会社であること。

#### #面白そう

Innovative and Exciting

お客様・社員・学生(未来の社員)にとって、いつまでも面白そうとワクワクできる会社であること。自由な社風と個性豊かな社員の発想力で、常に新しいものや変なものを生み出すこと。それがザメディアジョンの魅力です。

## GUIDING PRINCIPLE ——— 行動指針 ———

- 01 お客様に“感動”を与えるビジネスモデルを創ります！
- 02 スタッフが“歓働”できるビジネスフィールドを築きます！
- 03 会社が“貫道”できるビジネスミッションを徹底します！

## ザメディアジョングループの事業と強み

### 各専門領域の強みを結集させ、 グループシナジーで課題解決

ザメディアジョングループには「出版・メディア」「新卒採用」「ブランディング」「マーケティング」「人材育成・研修」「クリエイティブ」「WEBサービス」など、さまざまな専門領域の事業サービスがあります。それら各専門の強みを生かし、お客様が持つ課題に対して、グループ全体の力を結集して向き合っています。さらに、グループシナジー（相乗効果でさらに価値を高めること）によって1+1=2以上の大きな価値、新しい価値を生み出します。



### ビジネスカ×人間力を磨く 個性派ぞろいの人財たち

ザメディアジョングループは創業以来、「人は財産である」という考えのもと、「人材」を「人財」と表記しています。新卒採用を中心とした厳選採用にこだわり、入社した一人一人の人財たちに対して、教育・研修制度、社内の仕組みなどでさらなる成長を後押ししています。ビジネスカとともに、人間力を高めることを大事にする企業風土が根づいており、社員同士が主体的に勉強し合ったり、新しい取り組みにチャレンジしたりしています。

### 方針や仕事の価値観を共有 人と企業が育つ取り組み

経営理念、目標やビジョン、会社の数字、方針、スケジュールなどをまとめた「経営計画書」は、全従業員で同じ価値を共有し、ベクトルをそろえて目標達成に向かうためには必要不可欠なもの。ザメディアジョングループは毎年、「経営計画書」を作成し、年始の「経営計画発表会」でその年の経営方針を共有しています。それらの方針・価値観を浸透させるためにベクトル勉強会を開いたり、人と企業の成長を支えるさまざまな仕組みを取り入れています。



## ■ 出版・メディアサービス事業

### 株式会社ザメディアジョン

出版・メディアサービスの力を駆使し、  
多彩な領域で新たな価値を生み出します。

ザメディアジョンの出版・メディア部門は、発行部数全国1位雑誌「週刊ザテレビジョン」(KADOKAWA)の中国・四国エリア編集部からはじまり、「るるぶ広島・宮島」(JTBパブリッシング)「ウォーカーシリーズ」(KADOKAWA)など全国有数の雑誌の編集を手がけてきました。自社独自の情報誌・書籍も数多く出版し、ベストセラーや話題作を発刊。読者ファーストを大事にする出版・編集ノウハウを生かし、マーケティングやブランディング、クリエイティブ、書店流通サービスを展開しています。いまや広島から全国へ。私たちの出版・メディアサービスの力で、社会に価値を生み出していきます。



## ■ 新卒採用支援・人財育成サービス事業

### 株式会社ザメディアジョンHR

新卒採用とその活動で会社を変える。  
全国5000社以上の中小企業に貢献。

ザメディアジョンは30年以上にわたって、全国の中小企業・ベンチャー企業の新卒採用支援・人財育成を行っています。初めて実社会を経験する新卒者はピュアな心の持ち主であり、会社の価値観、やり方を吸収しやすく、会社を発展させる将来の幹部候補として育成できるからです。新卒採用に取り組んだことがなくても、私たちがもつ採用ノウハウと、採用業務を代行する採用アウトソーシングで採用を成功に導きます。内定後や入社前のフォロー、研修など人財を育成するサービスも用意しています。会社を大きく変えるには、まずは採用から。`人財、の力が会社を発展させます。



# #新しい「次の」未来のために。

01 出版・書籍（個人）

あの「ボトムアップ理論」はここからはじまった

## 全国の部活動の指導法に 革命を起こした奇跡の本。

無名の公立高校サッカー部が全国制覇。  
生徒の主体性を引き出す指導方法とは？

男子サッカーU-20日本代表に選ばれるなど選手として活躍した畑喜美夫さん。ケガで引退後は広島島の公立高校教師となり、1996年から無名だった広島県立観音高校サッカー部を指導。ボトムアップ型の指導を取り入れ、10年後に全国大会初優勝を成し遂げた。その後、赴任した安芸南高校でもボトムアップ型の指導を行い、弱小チームを県内ベスト8の常連校にまで成長させている。そんな、選手が主役の畑さんの指導法を「ボトムアップ理論」と呼び、ザメディアジョンは書籍やマンガ、図解本などでシリーズとして出版。選手たちが精神を整え、自ら考えて行動できる自立した組織づくりのやり方・あり方をとりまわめ、全国に広めた。この理論は日本テレビの番組「世界へ受けた授業」などに取り上げられ、いまやサッカーに限らず、全国のチームスポーツや学校生活、ビジネス現場に広がっている。

MJ新書



■「広島観音サッカー部は、なぜ強くなったのか  
知将 畑喜美夫監督の育成システムを大公開」  
著者:伊藤和之  
編集発行:株式会社ザメディアジョン

■「図解 ボトムアップ理論」「まんがでみる ボトムアップ理論」  
著者:畑喜美夫  
(元・公立高校教師、現・一般社団法人ボトムアップパーソンズ協会代表理事)  
編集発行:株式会社ザメディアジョン

## 02 出版・書籍 (ビジネス)

世界トップ級のBMW正規ディーラーに成長

# 35年以上黒字経営を続けた 仕事術と経営手腕に迫る。

すべてのビジネスパーソンの原点、  
誰もができる「山坂のキーワード」

広島を拠点に山口・岡山・福岡・東京、そして海外において多角化経営で成長し続ける株式会社バルコム。BMWをはじめ、MINI、ロールスロイス、ハーレーダビッドソンといった世界的なファンをもつ四輪・二輪の正規ディーラーであり、飲食事業、不動産事業、流通事業など新しい事業を国内外で挑戦。従業員900人を超える組織を率いるのが、著者の山坂哲郎社長である。本書は創業50年を記念してプロジェクトがスタート。「山坂のキーワード」と呼ぶ、著者が大事にしてきた12の仕事術×35の経営論、そして28歳で会社経営を受け継いでから「35年以上、バルコムを一度も赤字にしている企業経営」の中で学んできたことを生々しく書きまとめている。この貴重な経営論を若い経営者やビジネスマンに伝承することを目的に一冊の本とした。そしてバルコムに入社した社員全員でこれらの理念を共有するためにも利用されている。



■「限りなくベストに近いベターであれ。」  
著者:山坂哲郎(株式会社バルコム 代表取締役)  
編集発行:株式会社ザメディアジョン

### 03 出版・書籍（ビジネス）

プロの知識と経験が詰まった本で解決を

## 住宅ローン破綻による

## 悲劇を救え！

出版チームとの伴走で読みやすい本に。  
本の力で企業ブランディングも大成功

著者は岡山で競売物件を扱っている株式会社オハナ不動産の山部真一社長。住宅ローン破綻すると、住まいは競売物件となる。売価は安く、短い期間で引越さねばならず、身元も公に。「そうなる前に不動産会社に任意売却することで、物件を高く売る解決方法を知ってほしい」という思いで、以前から小冊子を自分で作成して配布していた。しかし、「本づくりのすべてを一人でやるのは大変だった」とザメディアジョンの出版部門に相談。出版チームが生まれ、タイトルやデザイン、構成などをザメディアジョンがサポートし、半年で完成させた。本は書店に並べるとともに、岡山県内の弁護士や司法書士の事務所に贈呈本として郵送。本を読んだ住宅ローンに関する相談者からのお問合せとともに、そちらからも任意売却の相談が入るようになった。「岡山で任意売却といえばオハナ不動産」という企業ブランディングにつながっているそうだ。



■「岡山でローン未払いでマイホームが競売にかけられる前に絶対要知道しておくべき任意売却というすごい選択」  
著者:山部真一(株式会社オハナ不動産 代表取締役)  
編集発行:株式会社ザメディアジョン



■「岡山で老後破産する前にとるべき選択」  
著者:山部真一(株式会社オハナ不動産 代表取締役)  
編集発行:株式会社ザメディアジョン





04 出版・ムック本

「おもしろそう!」を見つけ出し、ベストセラーへ  
**ポケモンまでドリルに!?**  
**その恐るべき編集力とは。**

映画や平和、歴史、ビジネス、  
 写真集、グルメ、おでかけなど。

ザメディアジョンが1年間に発行する出版物は約50点。創業以来、書籍や情報誌、写真集などあらゆる体裁の出版物を編集・発行してきた。世の中にある「おもしろそう!」を見つけ出して企画にし、わかりやすく、おもしろい切り口で出版物にする編集力に定評がある。扱ってきたジャンルは多岐にわたり、ビジネス書籍や自己啓発系の書籍、広島のご当地グルメやおでかけのムック本、ロケに密着してつくる映画の公式本、特攻隊や被爆電車、

吉田松陰などをテーマにした歴史ガイド本などさまざま。企業の課題解決のための企業出版、個人の思いや作品を形にするための個人出版などあらゆるニーズに対応できる。ここ数年、全国でヒットを飛ばしているのが「ドリルシリーズ」。広島東洋カープからはじまり、東京ヤクルトスワローズ、そしてポケモンをテーマに、選手の背番号やポケモンの図鑑番号を使い、子どもたちが楽しく算数や漢字を練習できるのが特徴だ。





## 05 地方創生・観光マーケティング

地域との共創によって生み出されたものは？

# 世界遺産、宮島へ。 新しい価値を求めて

旅行情報誌、書籍、マンガの発刊。

さらに体験型プロジェクトも企画。

ザメディアジョンは2004年から無料旅行情報誌「るるぶFREE広島・宮島 岩国・呉」(JTBパブリッシング)を年4回企画・編集し、観光客に役立つ情報を紹介。そこから派生した観光・地方創生のプロジェクトをいくつも生んでいる。世界的な観光地である宮島では、新たな観光コンテンツを地元商工会とともに企画。もみじ饅頭の手焼き体験、厳島神社の大鳥居を小舟で拝観するツアーなど宮島体験プロジェクト「RE:MIYAJIMA」を商品化させた。緊急事態宣言の最中には、宮島の特産品を詰め合わせた商品をネット販売。観光客減に苦しむ店舗に役立つサービスを仕掛けた。最近取り組んでいるのは、宮島で仕事も休暇も楽しめる「みやじまワーケーションプロジェクト」。協力施設を集め、パンフレットや動画などを作って利用者を増やすサポートを行っている。宮島は世界的に価値あるコンテンツである。地元密着で掘り起こした魅力を、書籍やマンガ、インバウンド向け情報誌で国内外に広めている。



## 06 住宅マーケティング

地域工務店のマーケティングの答えは？

# 家づくりに夢があれば 日本はもっと元気になる。

住宅ブランディング雑誌やWEB、  
SNSなどで家づくりの夢をつなぐ。

住宅業界の広告手法は大きく変化している。チラシを配布すれば集客が見込める時代ではなく、ホームページを作れば解決するわけでもない。お客様の变化に合わせ、従来のマーケティングを見直すことが必要だ。ザメディアジョンは地域の工務店のマーケティングのサポート事業を全国各地で展開。工務店の特徴や施工実例などを1社1冊で徹底紹介する「住宅ブランディング雑誌」の制作・書店流通をはじめ、その雑誌コンテンツを二次活用したWEB広告やホームページ、チラシ、イベントなど多彩な手法をクロスさせた集客サポートに取り組んでいる。たとえば「ぎふの木の住まい」(ぎふの住まい協議会)は出版後、SNS広告で「雑誌無料プレゼントキャンペーン」を配信し、3ヶ月で180人以上のお申込みを獲得した。その他、滞りがちなホームページやSNSの更新代行も行い、工務店と住まいづくりに夢見る読者との良い出会いを伴走型でサポートしている。



■ぎふの「森」を守る家づくり  
ぎふの木の住まいシリーズ



■ひろしまの家相談カウンター



■ひろしまの家





07 出版・編集

地方大手の中国新聞社と業務提携

敏腕記者たちによる

渾身の連載記事を書籍化

ヒロシマや広島カープ、マツダなど  
広島ならではの記事を全国へ。

「中国新聞」は1892年に創刊され、広島県を中心に山口県、岡山県、島根県で地方紙有数の約53万部以上を発行している。全国「ユース、広島を中心とした中国地方の政治や経済、社会のニュース、そして広島カープやサンフレッチェ広島などのスポーツ情報、平和・原爆に関する特集記事を発信。地元に着した新聞記者たちの取材力によって作られる連載記事や特集が好評だ。そんな良質なコンテンツを書籍として残すため、ザメディアジョンと中国新聞社は、共同で書籍を出版する業務を提携。2021年に出版した「ヒロシマの空白 被爆75年」は中国新聞朝刊で長期連載され、2020年の新聞協会賞にも選ばれるほど多くの反響を呼んだ連載をまとめた本。新たに解明した真実と問題を投げかけた貴重なコンテンツであり、本にして未来に受け継ぐべき一冊である。ほか、「マツダ100年 車づくりと地域」「カープ激闘録」など広島ならではの本を全国で販売している。



「オンリーワン」を生む組織と人。その知られざる歩み



「るるぶ広島・宮島」(JTBパブリッシング)、「ラーメンWalker広島」(KADOKAWA)、「びあ広島食本」(びあ)、「球団承認 Carp SPIRITS【カープスピリッツ】2022」(辰巳出版)などの全国誌・書籍、広島県観光ガイドブック「泣ける! 広島県」(広島県)



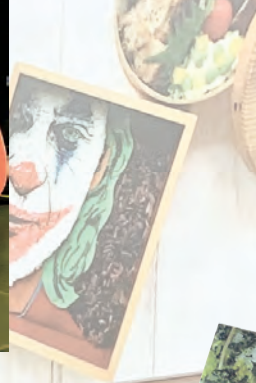
## 08 編集・コンテンツ制作

企画段階から編集制作の丸ごとすべてをお任せ  
 たった1本の記事制作から  
**「泣ける! 広島県」**まで。

東京の出版社、広告代理店、マスコミ、  
 自治体、WEBメディア会社など実績多数

ザメディアジョンは創業時、「週刊ザテレビジョン」(KADOKAWA)の広島編集室として活動。その後、自社独自の出版物を発行してきた。そこで培ってきた売れる情報誌や本づくり、の編集力を武器に、東京の出版社や広告代理店、テレビ局、ラジオ局、WEBメディアなど全国から編集制作業務を受託。企画段階から制作一式、丸ごと請け負えるのが強みだ。たとえば情報誌の場合、企画構成、取材候補リスト、取材・撮影、編集制作(校正・校閲含む)、印刷、納品のすべてに対応できる。一方、「数本のWEBコンテンツだけ依頼したい」「1日の取材撮影だけ」といった案件もフットワーク良く対応。広島出身の人気アーティストが表紙で話題となった「広島県究極のガイドブック」シリーズなど広島県内各地の自治体や各種団体からの受託案件、「ウォーカープラス」「食ベログ」といったWEBメディアの記事制作など実績はさまざまある。





09 出版プロモーション・販売促進

書籍化 × イベントで新たな可能性に挑戦  
え、美術館で前代未聞!  
弁当写真の展示会なんて

本を作って書店に並べるだけでなく、  
パネル展やトークショーで読者と交流。

広島県在住の`前衛弁当作家、である著者のnancyさん。ユニークな視点で作られた弁当をインスタグラムで投稿し、2.6万人以上がフォロー。これまで作った1000種類以上の中から160種類を厳選し、本書で紹介している。ザメディアジョンは書籍化して書店に並べるだけでなく、弁当写真のパネル展を企画。広島県廿日市市の「ウッドワン美術館」では`現代アート、として展示され、大きな話題になった。その後、広島市中心部にある「エディオン蔦屋家電」「ジュンク堂書店 広島駅前店」、しまなみ海道沿いの`島ごと美術館、瀬戸田島の施設、東京の「天狼院カフェSHIBUYA」など全国各地でパネル展&トークショー、ワークショップなどを次々と開催。本のPRとともにフォロワーや読者がnancyさんとリアルで交流する機会になっている。nancyさんの最終目標は「ニューヨークでパネル展開催!」とのこと。書籍化は著者にさらなる挑戦心を生み出す力となるようだ。



■「つくる・みせる・たべる 弁当美術館」  
著者:nancy(前衛弁当作家) 編集発行:株式会社ザメディアジョン

書店

ジュンク堂書店

広島と東北で、本気の学生たちを応援

# 学生が学生のために作る 明日の就活マガジン。



■本気の学生のための「ナイタツサロン」

学生目線で経営者にインタビュー  
各メディアやサロンで情報をシェア

ザメディアジョンは、人財の採用と育成に力を入れる小さくてもキラリと光る強い企業を「ダイヤモンドカンパニー」(登録商標)と呼んでいる。そんなダイヤモンドカンパニーを紹介する就活情報誌「D'companies」(Dカンパニーズ)を広島では毎年発行し、書店や大学に流通させている。編集スタッフは地元大学生たち。取材対象企業に自分たちで電話をかけて訪問して取材を行い、ザメディアジョンとともに記事に仕上げている。東北支社では本気で就活に取り組みたい学生たちを支援する「ナイタツサロン」を運営。東北の学生たちとともに「D'companies Tohoku」(Dカンパニーズ東北)を発行してきた。2021年には学生目線の最新の就活情報がシェアできるWEBマガジン「ナイタツ」を企画。学生たちが学生のために会社訪問して取材を行い、記事を作成。2022年1月のサイトオープン時には200以上の記事をアップさせ、話題を呼んだ。

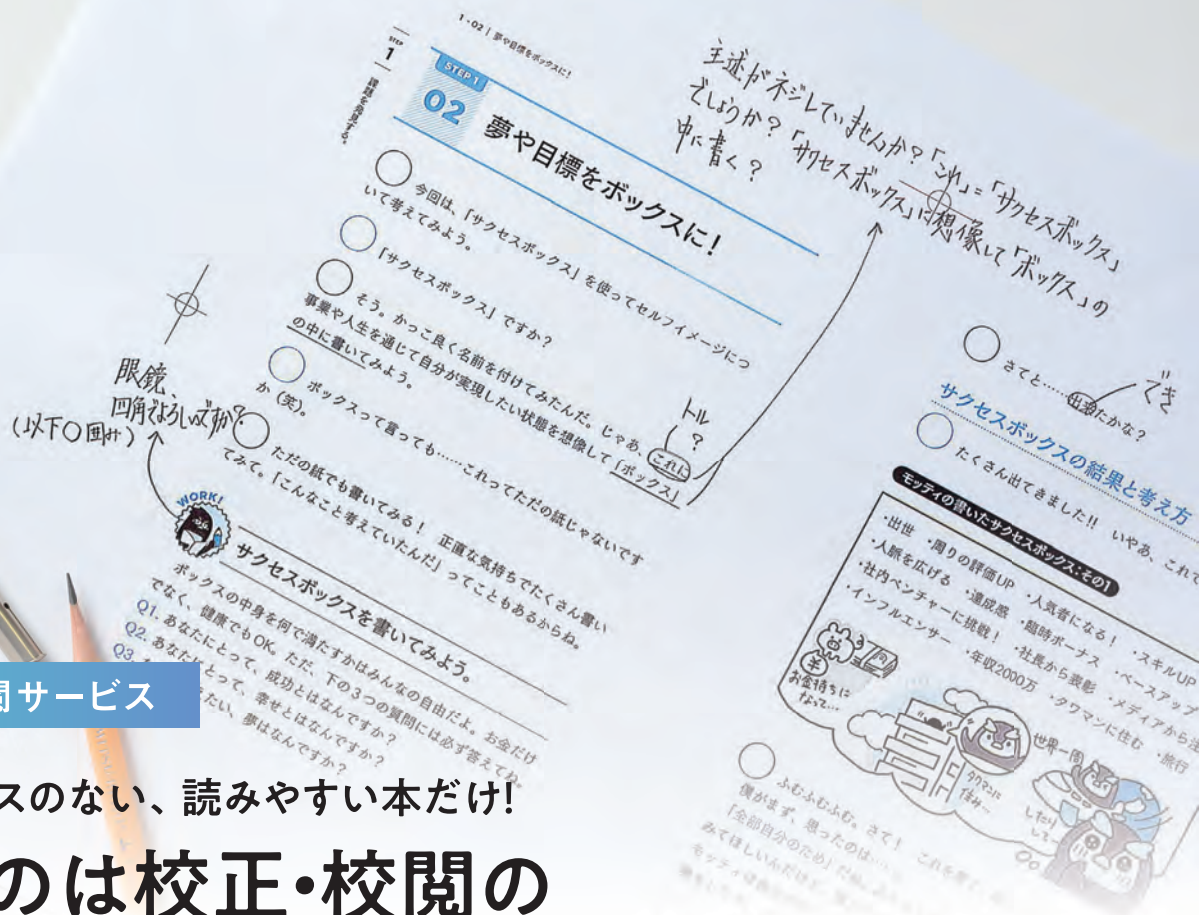


■就活情報誌  
「D'companies広島」  
「D'companies Tohoku」



■WEBマガジン「ナイタツ」





## 11 校正・校閲サービス

欲しいのはミスのない、読みやすい本だけ!  
**欲しいのは校正・校閲のお仕事ではありません。**

出版は一つのミスも許されない!  
 地方で珍しい校正・校閲専門チーム

出版で最も大事なことは正しい情報のみを発信すること。ミスがあった場合、再印刷になったり、間違った情報によって被害者が出たり、致命的なことになってしまう。これを防ぐために、出版業界の専門用語で「校正」「校閲」と呼ばれる原稿をチェックする工程がある。ザメディアジョンではその専門チームが社内であり、基本すべての出版物をチェックする役目を担っている。チームの菊澤昇吾は主に書籍を担当。その校正・校閲能力で数々の「事故」を未然に防いできた。「原稿を普通に読み、読者目線で読みにくいかどうか、制作者目線で日本語の間違いがなく確認します。『議論が煮詰まる』など誤解されやすい言葉、商標登録された用語などを見つけたらアドバイスをするようにしています」。とりわけ差別用語には「気にしすぎるぐらい注意しています」という。社内外で絶大な信頼を獲得し、出版にはなくてはならない存在になっている。







# 座談会

創業当時を知る社員たちの

昭和39年に個人経営の石川商店としてスタートを切ったアールエスエス。50年におよぶ道のりの中には、数々の苦難の歴史もあった。まだまだ機械も十分でなかった創業期を経て、設備投資と業容拡大で規模を広げた成長期。そして今にいたる成熟期。そうしたプロセスを知るベテラン社員たちが



## 12 社史

出版社の編集力を生かした社史づくり

記憶が記録に。

誰が読んでもおもしろく！

社史の目的は作ることで自体ではなく、  
長年続く強い会社になるため。

出版・メディア部門の山本速はこれまで多くの社史を手がけてきた。「創業からの歩み、成長のドラマは創業者の頭の中しかない場合が多くあります。社史づくりとは会社の歴史の棚卸し。記憶を記録にすることです」。ザメディアジョンが作る社史の特徴は、出版社ならではの企画力だ。「作って本棚に並べて終わり、ではなく、社外の人を読んでもおもしろいものを心がけてご提案しています」。好評なコンテンツのひとつが座談会。創業メンバーによる座談会をはじめ、成長期、停滞期などターニングポイントのときのメンバーが集まり、当時を振り返る。「赤裸々な言葉や生々しい出来事に、いまの会社があるのは当たり前ではない」と現役社員の方たちが気づきつきかけになるようです。「制作には多くの社員の方に関わっていただく。今後どんな会社をめざすのかを考えるいい機会だからです。新しい記憶と記録を自分たちが作ろうとなればいいですね」。



■宮島ロープウエー(広島観光開発株式会社)(写真左)  
■深川医療器株式会社(同中)  
■株式会社共立(同右)

## 13 企業ブランディング

広島県8年連続総合リフォーム売上NO.1に躍進

# 住まいも企業経営も デザインが必要だ。

小さな水回りリフォーム会社が  
ブランド戦略で売り上げが10年で3倍に

リフォーム・新築・不動産のワンストップサービスで広島市内を中心に6店舗を展開するマエダハウジンググループ。2006年水回りリフォームからデザインリノベーションにシフトする過程でザメディアジョンと出会い、広島県初のリフォーム専門誌「広島の安心・安全リフォーム」を発刊。「リフォームはよくわからない」と言われる中で、「もっとわかりやすく」と施主視点で作られた雑誌は、県内だけでなく全国の同業者の中でも話題となった。その後、中古リノベーション専門誌「広島リノスタイル」、初めてリフォームする人向けの「リフォームの教科書」、「マンガでわかる失敗しないリフォーム&リノベーション」などを発行。雑誌・書籍を使ってブランディングを積極的に行い、2013年から毎年連続で広島県総合リフォーム売上NO.1となる。16年連続で発行することでブランド力がさらに上がり、全国のデザインコンテストでも数々の全国最優秀賞を受賞している。



■「マンガでわかる失敗しないリフォーム&リノベーション」  
「広島リノスタイル」「くらうど」「広島の安心・安全リフォーム」  
発行人:前田政登己(株式会社マエダハウジング 代表取締役)  
編集発行:株式会社ザメディアジョン





## 採用支援、観光・地方創生、住宅など 動画の力でわかりやすく魅力的に。

YouTubeやTikTokなど動画配信プラットフォームの勢いが加速したり、5Gの商用化や非対面のオンライン化が進み、動画を使ったマーケティングが本格化。Zメディアジョン全体で見ても、劇的に増えている制作案件は動画制作だ。ただし、単に動画制作をすれば課題解決につながるわけではない。目的・用途に合わせた制作が重要である。たとえば採用動画の場合、YouTubeや自社サイトで公開する際、3～5分でまとめなければ学生に離脱されてしまうケースが多く、イメージ優先で制作する必要がある。オンライン会社説明会で使うことが目的の場合、30分程度で社長メッセージや会社の魅力がしっかりと伝わるよう制作しておけば、会社説明会を少ない社員数で運営できるメリットが生まれる。ほか、観光プロモーション動画や商品紹介動画など多様な動画制作の実績が増加中。社内外のパートナーとともに10万円程度の小規模の案件～300万円の大型プロジェクトまで対応できる。



## 14 動画制作

採用向けや観光PRなど動画制作が急増中

# 採用や観光、営業も 動画でもっとおもしろくなる。

福山で感じる小さな幸せ

福つまみ

総選挙 始まる。

お好きな「福つまみ」に投票して、豪華特典を当てよう!

今すぐ投票!

「福つまみ」とは?  
福山ならではの食材を使った、  
お酒の席にぴったりのおつまみのこと。

投票期間 2020年11月23日～2021年1月11日

福つまみ 検索

fukutsumami.com

## 観光や住宅、行政、採用など さまざまな領域で運用実績が多数

インターネット広告費は2019年にテレビ広告費を超え、最も利用される広告手法となった。ザメディアジョンはグループ全体で、観光や住宅、採用、行政など各領域でWEB・SNS広告を活用し、実績を重ねている。たとえば広島県福山市の新しい観光コンテンツ「福山のつまみ(通称:福つまみ)」。認知を広げるために「福つまみ総選挙」を開催し、特設サイトや動画を制作し、各SNSのアカウント開設と広告配信を行い、結果発表はオンラインライブ配信で行った。ほか、「広島『食』の観光キャンペーン」(広島市)、「韓国 釜山・大邱プロモーション」(広島市)、「一般国道2号 木原道路開通記念デジタル広告作成業務」(三原市)などがある。採用領域では広島県公式新卒求人サイト「ひろしまッチ!」(広島県)のサイト構築とWEB広告を担当し、10万人以上の利用者を誘導した。地方や中小企業では導入が遅れ気味だがもっとおすすめしたい手法である。



## 15 WEB・SNSマーケティング

実は、ザメディアジョンはWEB・SNS広告が得意?

# インターネット広告を もっと地方に、身近に。

販売促進や広島土産などさまざまな場面で使える

## 世界の熊野筆や戦艦大和など ご当地グッズを開発・製造。

企画から製造・販売計画まで伴走し、  
各専門パートナー企業と連携して製造。

ザメディアジョンは印刷物だけでなく、さまざまなグッズの製造を企画段階からサポートすることができる。用途や目的、納期などがまだ漠然とした状況でも細かく打合せをしながら進めていくので、ザメディアジョンに依頼すれば自分たちで調べたり、各製造企業に相談する手間が省け、スムーズに進めることができる。世界のスーパーモデルが利用することで話題となった広島県熊野町の特産品、熊野筆を使った高級洗顔ブラシは地元企業と共同開発した商品。広島空港などで広島土産として販売している。広島県呉市にある「大和ミュージアム」では公式ガイドブックをはじめ、戦艦大和をモチーフにしたストラップ、Tシャツ、マウスパッド、鉛筆セットなどを製造販売。ほか、広島東洋カーブの応援グッズ、県市町の広域キャンペーングッズなどさまざまな実績がある。





## 17 新卒採用サポート

コンサルティング × アウトソーシング

### 「変わり者」の新卒採用に取り組み、 会社に変化し、新たなチャレンジへ。

広島県尾道市で海鮮珍味やスナック類の製造販売を手がける、まるか食品株式会社。売り上げ不振で新卒採用を約5年やめていたが業績は改善されず、新しい挑戦ができる体制づくりのためにザメディアジョンとともに新卒採用を再始動させた。当時、ザメディアジョン創業者の山近義幸が提唱していたのは「◎◎採用」といった採用方針を社内外に広めること。まるか食品は採用ターゲットを「いい人」から「変わり者採用」に変え、個性的な人材を積極採用することにした。そうして新卒入社した一人が入社2年目のとき、「イカ天瀬戸内れもん味」を企画。これが多くのメディアで紹介される大ヒット商品となり、会社の売上は拡大した。その後も新卒採用を続け、採用サイトを作ってブログで情報発信したり、高校生採用に特化したサイトも制作。いまや半分が新卒社員となってチャレンジできる土壌ができあがり、さらなる成長に進んでいる。



## 大ヒット商品「イカ天瀬戸内れもん味」誕生秘話 入社2年目の新卒社員らが あの大ヒット商品を開発。



■まるか食品株式会社

事業内容 / イカ天瀬戸内れもん味をはじめ、スルメフライを主体に、海産珍味およびスナック類の製造販売  
 設立 / 1969年(昭和44年)  
 資本金 / 9471万円  
 売上高 / 22億1000万円(2021年2月時点)  
 採用サイト / <https://maruka-recruit.com/>





■2022年からの新しい採用スローガン  
「FOR EARTH, FOR WORK ～これからの環境のはなし～」  
地球環境と働く環境、その二つの「環境」に力を入れる企業姿勢を表現している。

15年で売上50億円が約2倍へ

## 新卒採用とその活動で 会社は変わる。



働く環境を整え、人財採用に力を注ぎ、  
人と地球環境の未来を創造する企業へ

首都圏にある再生紙100%家庭紙メーカー、鶴見製紙株式会社は約100年続く企業。リサイクル事業を通して人と地球環境の未来に貢献することをミッションに掲げている。大きく躍進するきっかけが約15年前。会社を大きく変えるため、会社のルールブックである経営計画書を毎年作成し、環境整備を導入。同時に新たな挑戦となったのが、当時のリサイクル業界では珍しい新卒採用だ。新卒採用のノウハウが充分ではなかったため、ザメディアジョンが採用コンサルティング×アウトソーシングで全面サポート。採用計画の立案や作業の代行業務をはじめ、会社の魅力を伝えるために会社案内や採用動画などを作って採用ブランディングを行った。新卒採用は毎年続けている。さらに選ばれる企業をめざし、社員がずっと働ける職場環境づくりに挑んでいる。こうして優秀な新卒人財が育つことで会社も成長し、売上100億円が視野に入ってきた。

### ■ 鶴見製紙株式会社

事業内容 / リサイクルパルプ(再生紙100%)のトイレトペーパーの製造と販売による環境貢献ビジネス・機密書類の溶解・再資源化  
設立 / 昭和20年(1945年)  
資本金 / 1502万円  
売上高 / 94億7600万円(2020年度実績)  
会社サイト / <https://tsurumipaper.co.jp/>

# 人間力を磨きたい学生を選ぶ新卒採用で大改革 大阪河内の酒販卸会社が 海外展開する会社に飛躍。

「ほんまもん」をミッションに掲げ、  
海外展開をリードする人財軍団に成長

株式会社小松屋にとって、飲食店にお酒を卸販売する事業はあくまで手段。「ほんまもの『商品』とほんまもの『人』を創り、世界に伝えること」をミッションに掲げる企業である。なかなかうまくいかない新卒採用をザメディアジョンがサポートすることになり、打合せを重ねた結果、学生から選ばれようとするそれまでの採用方針をやめることを提案。「ほんまもの人を育てる」「人間力」など会社が大事にする価値観を全面に打ち出すことになった。新卒採用を毎年続けて20年以上たち、入社した新卒者たちは大きく成長している。ある新卒2期生は自社ワインをフランスでつくるプロジェクトを立ち上げ、現地駐在する人財に育った。ほか、会社の広報やブランディングを手がける人財、アメリカ新規プロジェクトを担うグループ会社社長となった人財など、海外展開する会社に大きく発展させる存在となっている。

## ■株式会社小松屋

事業内容／業務用酒類販売業・ほんまもんを追求した専門店及び飲食店の経営・自社畑でのぶどう栽培・自然派ワイン醸造（フランス・ラングドック地方）

設立／平成3年（1991年）6月

資本金／3500万円

売上高／26.0億円（2020年12月実績）

会社サイト／<https://www.komatsuya-net.co.jp/>



仕える「仕事」ではなく志す「志事」を。  
一度きりの人生——。  
そう私たちも、あなたも、誰だって人生は一度限り。  
「働かされている」という義務感、そんな仕事をして時間を費やすほど、  
つまらない人生はありません。  
仕事を志事と考えて働き、それを通して人間力を高め、人生を存分に楽しむ。  
あなたの人生は、あなただけのものだ。もっと楽しんでいいはずだ。  
だから、ほんまもんの自分を生きろ！  
本当の自分とは何だろう。本当の人生とは？  
今回、ここで登場する小松屋で自分らしく生きる「ほんまもんのスタ  
「ほんまもん」の魅力を感じ、あなたの本当の生き方を考





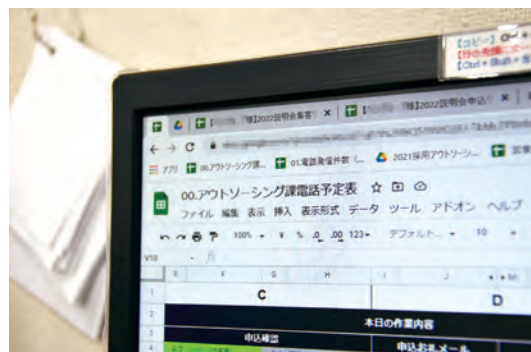
大手競合との差別化のため、新卒採用に挑戦

# 10年で社内が若返る。 新・店舗活性化計画



## 採用業務のアウトソーシングによって 掛け持ち業務がなくなり、採用も成功

「地域のニーズに応える」をコンセプトに、愛知県でホームセンターを4店舗運営する株式会社ホームセンターアント。大手競合との差別化を図るためには人財力を高めることが必要と考え、新卒採用に挑戦。1年目は単独で実施したが新卒採用ノウハウがなく、採用担当者が本来の多忙な店舗運営業務との掛け持ちであったため、満足のいく結果は得られなかった。翌年、ザメディアジョンが新卒採用をサポートすることになり、採用ノウハウを生かした採用計画の立案・実行をはじめ、合同説明会や面接などの手配・準備、資料作成、学生への連絡などほぼすべての作業をアウトソーシングで代行した。こうして採用担当者は合説や説明会など学生とのコミュニケーションに集中できるようになり、新卒採用を成功させることができた。新卒採用をはじめてから10年。結果、社員の年齢層が若返り、会社全体がさらに活気あふれるようになった。



### ■株式会社ホームセンターアント

事業内容 / ホームセンター4店舗の運営、木材・住宅機器の販売、PB商品の開発・販売  
 設立 / 1982年(昭和57年)  
 資本金 / 2000万円  
 売上高 / 33億円(2021年実績)  
 会社サイト / <https://www.hc-ant.com/>



## 21 採用ブランディング

中小企業こそ採用ブランディングを！

# 自社の強みや価値を信じる。 それが選ばれるための第一歩。

採用ストーリーブック×採用サイトで  
会社のパーパスや存在価値を強く表現

どんな企業も長所があれば課題もある。大事なのは短所を改善するよりも、まずは強みを強化すること。ガメディアジョンが提唱する「採用ブランディング」とはその会社で働く価値をストーリーとして掘り起こし、それをブランドとして伝えることで採用力を高めていく手法。企業がもともと持っている採用力の地力を高め、強固な土台づくりを行う活動である。では一体どのような流れで行うのか。採用ブランディングの担当ディレクターによると「まずは経営者の方にインタビューします。人財面の課題、ビジョンや使命、事業の強みなどお聞きします。次に社員の方に働き続けている理由をお聞きします。そうして強みを編集し、採用コンセプトにまとめていきます」。それらを就活生たちにかかりやすく表現するのが採用ストーリーブックや採用サイトだ。求める人財に共感され、選ばれる会社になるために持っておきたい武器である。



## 22 新卒就職情報サイト

広告掲載型や逆求人型など幅広いサービス

# いい出会いは 就職情報サイト選びから。



 マイナビ

 OfferBox

 ONE CAREER

 キミスカ

求める人財や予算に合わせたご提案  
応募者を増やす原稿制作や運用も代行

就職情報サイトとは企業情報やセミナー情報などが掲載され、セミナー参加予約など便利な機能があり、大半の一般就活生が利用している。ザメディアジョンは学生登録者数・掲載社数ともにトップの「マイナビ」をはじめ、「ワンキャリア」「キャリアタス就活」「あさがくナビ」など多くの就職情報サイトを取り扱う。それぞれの企業に最適な就職情報サイトを、プロの視点で客観的に選んで提案できるのが強みだ。また、掲載申請、原稿制作など手間のかかる業務を代行し、応募が増えるように企業ページを制作するのが特徴である。最近は登録学生に対して企業側からアプローチするダイレクトリクルーティングと呼ばれる手法が増えている。新卒者向けは「OfferBox(オファーボックス)」「キミスカ」などがあり、成功報酬型プランがあって導入しやすい。ザメディアジョンではこの申込申請・運営代行の実績も増えている。新卒採用の手法は多様化しているが、求人募集の告知のために上手に活用したいサービスである。

## 23 新卒就職イベント

配布資料や説明資料、ブースなど全般をサポート

# ブースで待つだけでは 誰も座ってくれない理由。



学生と直接会える就職イベントは  
準備や運営・誘導作戦が成功のカギ

中小企業にとって、合同会社説明会・就職イベントは直接(またはオンラインで)就活生に自社の魅力や価値を伝える絶好の機会。就職情報サイトへの掲載だけでは興味を持ってもらえなかった就活生を振り向かせるチャンスだ。ザメディアジョンは「マイナビ就職EXPO」など大手就職情報サイトが運営する大規模イベントをはじめ、座談会形式でじっくりと就活生とマッチングできる「Meets Company」など全国各地の就職イベントを取り扱い、各企業にとって最適なイベントを提案している。会社の強みや特徴が伝わるような企業ブースを装飾するポスターやテーブルクロスなどを制作したり、会社説明用のパワーポイント資料、配布資料などすべての準備も代行。就活生に声がけをしてブース誘導も行っている。こうして企業担当者が当日、ブースで就活生との対面のみに集中でき、自社の魅力を存分にアピールすることができる。



マイナビ  
就職EXPO

あさかくナビの  
就職博

就活生による就活生のための、マッチングイベント  
D'meeting

プレミアム  
ショーアップ  
PREMIUM

面接では見えない特性こそ知っておく

# 面接や履歴書だけで判断するリスクとは？

メンタルや地頭、基礎能力などを  
事前に把握する適性検査の数々

採用活動のときに使う「適性検査」は、面接だけでは見抜けない応募者の性格や能力、特性を知るためのツールである。ゲームディビジョンは各社の適性検査を扱い、各企業に最適なツールを提案している。その中の一つ、ヒューマンキャピタル研究所の「採用面接支援 H C I - A S」は国内7000社、海外10000社、累計200万人を超える人材を判定してきた実績をもとに開発されたものだ。検査時間が10分、診断結果は15分後に届き、さらに結果は数値だけでなく、その人の特徴が文章で詳しく書かれ、ストレス耐性も含め、より深く理解することができる。さらに詳しくストレス耐性を診断したい場合、ダイヤモンド社の「ストレス耐性テスト Web-DIST」がある。同じ適性検査を使い続けられ、入社後に活躍する人が多い特性や、退職が多い特性などを検証することもできる。その情報を蓄積すれば自社の採用力向上に役立ち、ミスマッチを防ぐことができる。

- 採用面接支援 H C I - A S (ヒューマンキャピタル研究所)
- 職場適応性テスト DPI (ダイヤモンド社)
- ストレス耐性テスト Web-DIST (ダイヤモンド社)
- 基礎能力診断テスト DBIT (ダイヤモンド社)
- BPASSサーベイ (ビジネスサポート)



**HCI-AS 診断結果報告書**

会社名: 株式会社ヒューマンキャピタル研究所  
氏名: 鈴木 元氣

診断年月日: 2008年8月28日  
No. [ ]  
生年月日: 昭和56年1月1日 性別: 男

**1. 結論**  
2. 採用してよい

**2. 決定にあたっての重要ファクター**  
1. ファイト行動力あふれるタイプで、リードする力をもっている。エネルギーが、持久戦に弱い。  
2. 短期決戦的  
2. 普通

**3. 知的効率**  
2. 普通

**4. 協同力**  
2. 普通

**5. 安定性**  
2. 普通

**6. 課題処理パターン**  
達成力: 中高  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低

**7. 協同性**  
協調性: 中高  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低

**8. 行動力**  
達成力: 中高  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低  
力低: 低

**9. 適性配置予測**  
I 専門研究的業務 55  
R 技術的業務 55  
C 維持的業務 80  
E 活動的業務 60  
S 对人的業務 75  
A 変化対応的業務 60

**10. 能力化予測**  
早期戦型

**11. 基本的な面はほとんど変わらないがつきあう仲間のレベルが低くなる**

**12. 行動力のある人が、仕事が雑となりやすい点を十分観察する。**

**13. 相手に対する配慮、対話交流等についての考え方の確かめ**

**14. 行動型の典型。チームの**

**15. 単純明快で、雑**

## 25 人財研修・セミナー

業績が伸び悩む最大の原因はこれかもしれない

# 教育への投資（お金と時間）が会社を強くする。

内定者や新入社員、そして経営者も人は誰もが教育で成長が加速する。

未来への原石である新卒人財の可能性をさらに広げるため、ザメディアジョンは内定者研修・新入社員研修を企画。中でも好評なのがオンライン全6回シリーズの内定者・新入社員研修「社会人基礎力育成講座」。講座開始は8月、10月の2回から選べ、内定フォローも兼ねて約10ヶ月の長期にわたって同じメンバーで学んでいく。長期にわたり、さまざまな企業の内定者・新入社員と同じメンバーで参加し、お互いに刺激し合いながら成長できるのが特徴だ。入社3年目以下が対象の「リモート若手社員研修」は、新人ビジネスマナー研修、モチベーション向上がセミナーなど自由に選んで組み合わせられる。ほか、採用担当者向けの研修、経営者向けのセミナーを行っており、行政からの依頼実績も多い。人財採用・教育を通し、たとえ小さくても人財の力でキラリと光る「ダイヤモンドカンパニー」を国内に増やすことをめざしている。



人財採用・育成に役立つ情報を経営者限定でシェア

# 人財採用こそ社長の仕事。 経営者のための採用ラウンジ

経営者限定で参加できる  
会員制オンラインサロン

2021年にスタートした「経営者のための採用ラウンジ」は、人財を中心に考える経営によって、小さくてもキラリと光るダイヤモンドカンパニーをめざす経営者のための会員制オンラインサロン。非公開のFacebookグループを使い、新卒採用・人財育成に役立つ情報、採用や人財育成の事例を、全国の経営者メンバー同士で情報交換できるのが特徴だ。ザメディアジョンHRがホストとして運営するので、気軽に採用コンサルタントに相談できる「30分個別リモート相談」をはじめ、社員面談サポート、適性検査フィードバックなど新卒採用や人財育成に関するさまざまなサポートを受けることができる。「私たちはこの採用ラウンジの場でも、より良い未来づくりに挑むダイヤモンドカンパニーのみなさんを、いつだって泥臭く伴走型でサポートしていきます。ぜひ、ご参加をよろしくお願ひ致します」(担当者より)。



■ 経営者のための採用ラウンジ

会費は月額2万円(税込)。ザメディアジョンHRの新卒採用支援サービスをご利用中のお客様は無料。



地方自治体が抱える雇用・就職の課題と向き合う

# 広島で働きたい学生と、 熱い地元企業のために。

就職サイトやイベント、セミナーなどで  
学生、企業ともにレベルアップを後押し

少子高齢化、大都市への人口集中などによって、地方では求人・雇用環境に課題がある。広島県も同様で、世界的な企業が多いけれど県外転出者が増加傾向にあり、人材採用が困難になってきた。一方、地元広島で働きたい学生が就職先を見つけられない課題もある。ザメディアジョンは新卒採用サポート事業とメディア事業で培ったノウハウを生かし、広島県とともにこうした課題と向き合ってきた。企業向けには「人材採用力向上ガイドブック」を作成すると同時に「採用力向上セミナー」を開催。学生と企業の対面が難しいときは「広島県WEB合同企業面接会」の開催・運営をサポートしたり、県内企業の採用動画をまとめたサイト「Go!ひろしま企業紹介動画WEB」を構築・運営した。2021年にはコロナ対策で広島県公式の新卒求人情報サイト「ひろしまッチ！」を立ち上げ、年間約400社と10万人の学生が利用する大規模メディアに育て上げた。



■広島県採用力向上セミナー



■ひろしまッチ!



- 広島県人材採用力向上ガイドブック
- 広島県人材採用力向上セミナー
- 広島県WEB合同企業面接会
- Go!ひろしま企業紹介動画WEB





これからもザメディアジョングループは、  
ご縁あった人たちとともに走り続けます。  
すべては新しい「次の」未来のために。

お気軽にご相談・お問合せをよろしくおねがいします!

■出版・編集制作・クリエイティブ関連

ザメディアジョンへのお問合せはコチラ  
<https://mediasion.co.jp/>



■採用支援・人財育成・採用ブランディング関連

ザメディアジョンHRへのお問合せはコチラ  
<https://mediasion.co.jp/hr/>



## ザメディアジョングループ

### 株式会社ザメディアジョン／株式会社ザメディアジョンHR

- 広島本社 〒733-0011 広島県広島市西区横川町2-5-15 横川ビルディング  
TEL 082-503-5035 FAX 082-503-5036
- 東京本部 〒141-0031 東京都品川区西五反田1-17-6 ユースクウェア西五反田3階  
TEL 03-5719-6111 FAX 03-5719-6112
- 大阪支社 〒532-0003 大阪府大阪市淀川区宮原4-1-45 新大阪八千代ビル4階 KL号室  
TEL 06-6399-3210 FAX 06-6399-3211
- 名古屋支社 〒451-0045 愛知県名古屋市西区名駅2-34-17 セントラル名古屋1101号  
TEL 03-5719-6111 FAX 03-5719-6112 ※東京本部
- 東北支社 〒980-0803 宮城県仙台市青葉区国分町1-8-14 仙台協立第2ビル5階  
TEL 03-5719-6111 FAX 03-5719-6112 ※東京本部
- 創業 1987(昭和62)年4月
- 設立 1990(平成2)年7月27日
- 資本金 9150万円
- 従業員 55名(パート・アルバイト含む)
- 代表者 代表取締役会長 前田政登己
- 取締役 株式会社ザメディアジョン 取締役社長 田中朋博  
株式会社ザメディアジョンHR 取締役社長 松本洋明
- 創業者 山近義幸
- 企業HP 株式会社ザメディアジョン <https://mediasion.co.jp/>  
株式会社ザメディアジョンHR <https://mediasion.co.jp/hr/>

