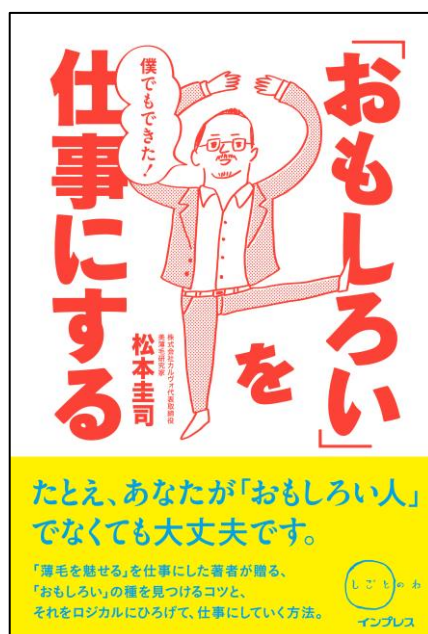


各 位

2019年3月13日
株式会社インプレス

普通のサラリーマンでも、「おもしろい」を仕事にできる！
『僕でもできた！「おもしろい」を仕事にする（しごとのわ）』を3月15日に発売

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小川 亨）は、「薄毛を魅せる」をビジネスにした美薄毛研究家・株式会社カルヴォ代表取締役の松本圭司氏による新刊『僕でもできた！「おもしろい」を仕事にする（しごとのわ）』を2019年3月15日（金）に発売します。



■テレビやメディアで話題の社長が説く！ 「おもしろい」を仕事にする方法

就職サイトを運営する株式会社マイナビによるアンケート調査で、「仕事は楽しいですか？」という質問に対して、48.2%のビジネスパーソンが「いいえ」と答える結果が出ました。おおよそ半数のビジネスパーソンは、仕事を楽しい、おもしろいと思えていないという現状が垣間見えます。本書は、そんな仕事がおもしろくない人たちの現状を打破するべく、仕事をおもしろくするノウハウを1冊にまとめた新刊です。

著者は、美薄毛研究家であり株式会社カルヴォ代表の松本圭司氏。松本氏自身も、20年以上「仕事がおもしろくない」と思いながら満員電車で揺られる普通のサラリーマンでした。しかし、いまではハゲ・薄毛に悩む男性のパーソナルプロデュースを手がけ、「あさいち」や「クローズアップ現代+」などテレビやメディアへ多数出演している経営者です。「なにそれ、おもしろいことしてるね」と言われることが多くなり、自身も毎日おもしろいと思いつつ働いています。

こうした経験や心境の変化もあり、松本氏はどうすれば「おもしろいを創れるのか」、またそこから、どうすれば「おもしろく働けるのか」を模索し続けてきました。その中で見出した法則を、「おもしろい」を仕事にするためのノウハウとしてまとめたのが本書です。

■「おもしろい」を仕事にするために必要な3条件

「おもしろい」を生み出すのに、特別な才能やユーモアのセンスは必要ありません。松本氏自身も、サラリーマン時代にクリエイティブな業種に就いた経験はありません。必要なのは、自分が本当におもしろいと思うタネを発見するコツと、それを広げていく視点、そして実際に行動することです。一つひとつのステップを、ロジカルにわかりやすく解説しています。本書を読み終えた頃には自分だけのおもしろいアイデアが見つかるかもしれません。

◇このような方におすすめです

いま、仕事をしているときに、目の前が明るくて楽しい気持ちでいられるのなら、すでに「おもしろい」を仕事にしていると言えます。一方で、仕事の内容にかかわらず、なんとなく目の前が暗い、冴えない気持ちなら、本書の出番です。

◇「おもしろい」を仕事にする極意が分かります

- ・「おもしろい」を見つけて仕事するには一定の法則がある
- ・「おもしろい」を生み出すのに、特別な才能が必要なわけではない
- ・「おもしろい」には「本人おもしろ」と「世間おもしろ」がある
- ・「おもしろい」を創り出せる人でいることが最大の安定
- ・なにかに没頭できる、はまれるパッションは不可欠
- ・好きなこと、おもしろいことを周囲に公言していく
- ・半径一メートルに「おもしろい」がある
- ・三軸以上を掛け合わせてオリジナリティを出す
- ・アイデアを評価する上で大切なのは、自分が本気で「おもしろい」と思えるかどうか
- ・本人と周囲の熱量が高いうちに形をつくる……etc.

「おもしろい」の種まき

計画はできない

文脈に気づく

Family Sports Music Travel Book

時間軸

着想の瞬間

私が「おもしろいなあ」と思う人やアイデアの共通点。それは、計画はないけれど文脈はある、ということです。
なにかに特化したビジネスをしている人や、これまでになかった商品の開発に没頭している人にお話をうかがうと、はじめから精緻な計画を立てていた、という人はまずいません。
どちらかと言うと、なにかしらのきっかけをもとに、**自身の体感・情報・ノウハウを「組み立てる」というプロセスを踏んでいる**印象を受けます。きっかけは、お客さんから言われたふとした一言であったり、一度試したものがうまくい

「世間おもしろ」を追求するうちに「本人おもしろ」が実現されるような仕事のつくり方、そして働き方。それを探っていきたいと思います。

します。

計画はないが、文脈はある

かずに別のやり方で再挑戦してみたことであつたり、さまざまです。そして、そのつくっているモノ・コト自体がおもしろいのはもちろんのこと、着想にいたるまでのストーリーも非常に興味深く、惹かれることが多いと感じます。
だからと言って、ではそのきっかけが訪れるのをボンヤリと待っていればいいのかと言うと、そういうわけではなく、偶発的なきっかけに出くわすために、ある種「当たり」のようなものをつける必要があります。たとえば、行ったことのないところに旅行する、会ったことのない人たちが集まる場所に一人で飛び込んでみる、普段は読まないジャンルの本を読んでみる……。

023

022

手土産
「おもしろい」
の産地図解

「おもしろい」を仕事にするノウハウを、図解を交えてロジカルに解説。

違い（柳澤さんは三期生、松本は二期生）の同窓生ですが、じつは在学中は一度も接点がありませんでした。

しかし、当時所属していたサークルの後輩が、私の活動をおもしろいと感じてくれたことから柳澤さんとながり、何年か前にお会いすることになったのです。

私はもちろん、柳澤さんのことは、ずいぶん前から知っていました。柳澤さんは私のことなど知るはずありません。しかし、お会いして「薄毛を魅せる」というコンセプトを話した瞬間、「おもしろえ！」と言ってくれたのです。



左：柳澤大輔さん、右：著者

おもしろがる人が集まる組織を創る

松本 カヤックは、創業当初から「面白法人」と名乗っています。その創業社長である柳澤さんは、「おもしろい」にこだわり続けてきたという意味では代表的な人だと思って、今回、あらためてお話を聞きたいと思いました。

柳澤 じつは、それほど人をおもしろがるからせよと思ってるわけではなく、我々はおもしろがる人たちが集まっている組織を創ろうというところから入っています。

そして、おもしろがっていると、ある程度プロセスとアウトプットが比例するので、結果としておもしろいものも出てくるんです。それは必ずしも爆笑するようなものではなく、ちよつとユニークであったり、なるほどその手があったか的なものが多いと思います。

1
5
5

1
5
4

柳澤大輔さん
インタビュー

章末には、「おもしろい」を仕事にした人たちのインタビューを掲載。

（上は、面白法人カヤック CEO 柳澤大輔氏へのインタビューページ）



たとえ、あなたが「おもしろい」でなくても大丈夫です。

「薄毛を魅せる」を仕事にした著者が語る、「おもしろい」の鍵を見つけるコツと、それをロジカルにひろげて、仕事にいく方法。



■書誌情報

書名：僕でもできた！「おもしろい」を仕事にする（しごとのわ）

著者：松本圭司

発売日：2019年3月15日（金）

ページ数：200ページ

サイズ：四六判

紙版定価：本体1,600円＋税

電子版価格：1,600円＋税 ※インプレス販売価格 ※3月下旬予定

ISBN：978-4-295-00569-8

◇書籍情報ページ：<https://book.impress.co.jp/books/1118101088>

◇書影ダウンロード：<https://dekiru.net/press/500569.jpg>

■目次

はじめに

第1章 「おもしろい」の原点回帰

第2章 「おもしろい」の時代がやってきた！

第3章 半径一メートルの「おもしろい」

第4章 「おもしろい」は現場で起きている

第5章 「おもしろい」はギャップに宿る

第6章 「おもしろい」は行動あるのみ

第7章 「おもしろい」起業の秘策

第8章 「おもしろい」は続くよどこまでも

おわりに

参考文献

■著者プロフィール

松本圭司（まつもとけいじ）



1973 年生まれ。神戸市出身。美薄毛研究家。株式会社カルヴォ代表取締役、一般社団法人日本美 USUGE 協会代表理事、PineWest 株式会社 COO (ChiefOmoroiOfficer)。慶應義塾大学環境情報学部 (SFC) 卒業、神戸大学大学院経営学研究科専門職大学院課程修了 (MBA)。日系メーカー3 社で勤務後、ハゲ・薄毛を隠す・増やす手段以外で解決することを目的とした事業案で、森永製菓主催のビジネスプランコンテストに入賞し、2016 年 8 月に株式会社カルヴォを、2017 年 11 月に PineWest 株式会社を共同設立。著書に『ハゲを着こなす悩みを武器にして人生を変える方法』(WAVE 出版) があるほか、「あさいち」「クローズアップ現代+」(NHK 総合) などメディアへの出演も多数。

株式会社カルヴォ

薄毛に悩む男性に対して、隠す・増やすを超えた第 3 の選択肢「魅せる」ことを通じて自信を持って頂き、より豊かなライフスタイルを実現する活動を展開することを目的に 2016 年 8 月に設立された関西発ベンチャー企業。従来、本人のセンスや経験に依存しがちであった薄毛男性の魅せ方の理論を確立すべく大阪大学との共同研究を推進中。

<https://www.calvo.life/>

PineWest 株式会社

従来の価値観・概念にとらわれることなく、「面白い」を切り口に意外性を意図的に創ることを通じて新たな価値を生み出すプロフェッショナル集団。

<https://www.pinewest.co.jp/>

◆しごとのわレーベルとは

仕事について考えるとき、成果や時間、お金を意識することがあっても、輪を意識することは少ないのではないのでしょうか。小さい輪でも大きな輪でも構いません。会社や家庭、地域、過去と未来、わたしとあなた。切り離さなければ、輪はできます。仕事を考えるときそんな輪を大切にしたいという思いからミシマ社とインプレスの 2 つの出版社で起ち上げたレーベルです。

◆株式会社ミシマ社について <http://mishimasha.com/>

2006 年 10 月に東京・自由が丘に三島邦弘氏が創業したほがらかな出版社。現在は 11 名のメンバーとともに「原点回帰」を標榜した出版活動を行っています。一冊入魂の出版活動に全国の書店員に支持者が多く、現在は、東京・自由が丘と京都市内の 2 拠点で活動しています。

以上

【株式会社インプレス】 <http://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 7,000 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、及びデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <http://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：唐島夏生、証券コード：東証1部 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

TEL：03-6837-5034 E-mail：pr-info@impress.co.jp URL：<http://www.impress.co.jp/>