BUSINESS BOOK AWARD

2014

今読むべき、ビジネス書はこれ！

新しいスタンダード、生まれる。

2013年のベストビジネス書発表！

『統計学が最強の学問である』西内 啓

『経営戦略全史』三谷 宏治

インタビュー収録

TAKE FREE

ビジネス書大賞2014

「ビジネス書大賞Biz-tai 2014」
開催にあたって

「ビジネス書大賞」は１年間を代表するビジネス書を選出し、表彰する、日本初のビジネス書アワードです。
「ビジネス書のプレゼンスをさらに大きなものとすることで出版業界の活性化に貢献するとともに、日本のビジネスパーソンの成長、ひいては日本の産業界の発展に貢献すること」を目的に、2009年10月に創設。2010年に第一回を開催し、以後、年に一度、業界をあげてのイベントとして実施してきまして、おかげさまで本年第５回を開催することとなりました。
　今回の選考は、以下のようなプロセスにて行いました。

- 選考委員：ビジネス書に造詣の深い書店員様、書評家様、メディア関係者
- 対象作品：2013年1月から2013年12月刊行のビジネス書
  （新書、文庫は書き下ろし作品のみ対象としました。小説などフィクション作品は対象外、ただし物語形式のビジネス書は対象に含みます。その他は審査員様各自のご判断で投票いただきました。なお自社書籍への投票はできません）
- 選考方法：
  （１）対象のビジネス書から、３冊を選び理由とともに投票いただく。
  （２）集計の上、上位10作品をノミネート作に選定する。
  （３）ノミネート作10作品よりベスト３を決選投票いただく。
  （４）集計の上（１位＝３点、２位＝２点、３位＝１点）順位を決定。最終選考会にて各賞を決定する。

　今回、約80名の方に選考委員としてご参加いただくことができました。さまざまな形でビジネス書に関わるプロから届けられた熱い推薦の声にご注目いただくとともに、ビジネス書の新たな魅力にふれる機会としていただけましたら幸いです。

ビジネス書大賞 Biz-tai 2014実行委員会事務局
代表
ディスカヴァー・トゥエンティワン／干場弓子　オトバンク／上田渉

全国の書店、出版社、
マスコミ、ブロガー
約 80 名の
選考委員が選んだ
2013 年ベストビジネス書を
熱い推薦の声とともに
お届けいたします。

各賞発表

大賞 経済書部門

統計学が最強の学問である

西内 啓／ダイヤモンド社

大賞 経営書部門

経営戦略全史

三谷 宏治／ディスカヴァー・トゥエンティワン

書店賞

伝え方が9割

佐々木 圭一／ダイヤモンド社

審査員特別賞

古賀 史健氏

『嫌われる勇気』などの執筆・構成に対して※

総合順位

順位	書名／著者／出版社
1 位	**伝え方が9割**　佐々木 圭一／ダイヤモンド社
2 位	**不格好経営**　南場 智子／日本経済新聞出版社
3 位	**嫌われる勇気**　岸見 一郎、古賀 史健／ダイヤモンド社
4 位	**経営戦略全史**　三谷 宏治／ディスカヴァー・トゥエンティワン
5 位	**統計学が最強の学問である**　西内 啓／ダイヤモンド社
6 位	**世界のエリートはなぜ、「この基本」を大事にするのか？**　戸塚 隆将／朝日新聞出版
7 位	**無印良品は、仕組みが9割**　松井 忠三／角川書店
8 位	**ゼロ**　堀江 貴文／ダイヤモンド社
9 位	**覚悟の磨き方**　池田 貴将／サンクチュアリ出版
10 位	**俺のイタリアン、俺のフレンチ**　坂本 孝／商業界
11 位	**まんがでわかる7つの習慣**　フランクリン・コヴィー・ジャパン（監修）／宝島社

各賞の選考理由

最終選考会は、二次投票によって決定した総合順位をもとに、実行委員長である上田渉（株式会社オトバンク代表取締役）、干場弓子（株式会社ディスカヴァー・トゥエンティワン取締役社長）と以下の最終選考委員7名での協議により各賞を決定した。

最終選考委員　丸善日本橋店店長・篠田晃典氏、日本出版販売マーケティング本部・大橋功幸氏、講談社現代ビジネス編集長・瀬尾傑氏、東洋経済オンライン編集長・佐々木紀彦氏、日経 BP オンラインプロデューサー・柳瀬博一氏、アカデミーヒルズライブラリーアドバイザー・小林麻実氏、ハーバードビジネスレビュー編集長・岩佐文夫氏（順不同）

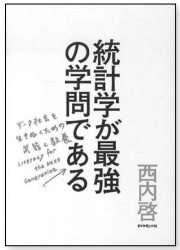
大賞受賞作について

二次投票で最多票数を獲得した『伝え方が９割』については、最終選考会において、「非常に優れた書籍であることは疑いないが、ワンテーマに絞ったビジネススキル書を“その年を代表するベストビジネス書”として推すのは選考委員として違和感がある」という意見が多数を占め、書店賞とさせていただいた。また２位の『不格好経営』は「軽妙な筆致で読ませるが、ビジネスノンフィクションとしてジョブズやベゾスの評伝などと比べると“ベストビジネス書”とするには一歩足りない」という意見が強く、やはり大賞とはならなかった。大賞の２作は、ともに硬くなりがちなテーマを、編集の妙により多くの読者に届けたことが評価され、それぞれ経済書部門、経営書部門に分けての大賞受賞となった。『経営戦略全史』は共催社であるディスカヴァー社の書籍ではあるが、多数の選考委員の推薦により、大賞受賞となった。

※審査員特別賞について

最終選考会にて、「哲学者・岸見一郎氏と共著で『嫌われる勇気』を上梓したほか、『ゼロ』（堀江貴文著）の構成・ライティングに携わるなど、ビジネス書ライターの地位向上に大きく寄与した」ことに対して、ライターの古賀史健氏に審査員特別賞を差し上げることが満場一致で決定した。

（文責：ビジネス書大賞 Biz-tai 2014実行委員会事務局）



統計学が最強の学問である

西内 啓［ダイヤモンド社］
1600円（税抜）

大賞 経済書部門 5位

どんな権威やロジックも吹き飛ばして正解を導き出す統計学の影響は現代社会で強まる一方である。本書では、最新の事例と研究結果をもとに、今までにない切り口から統計学の世界を案内する。

統計学の底力をこれでもかこれでもかと事例を挙げて見せてくれる、パワーと情熱にあふれた本。また「経験と勘だけの不毛な議論」でものごとを決めることが、いかに大きな犠牲を社会や人々に強いているかを具体的に力説して、私たちの働き方にきわめて大きな示唆を与え、統計学入門を超えた読者の広がりを獲得した。文章や構成に著者の力量を感じる。ビッグデータ時代が本格的に到来した年を代表するビジネス書だと思う。（唐沢暁久／講談社）

日の当たることが少なかった「統計」をビジネスからの視点に立って説明してくれたことがすごく大きい。ビッグデータの時代になり、より「統計」の重要性が高まっているが、ほとんどの人にとっては関係ないことと思われているので。（丸山純孝／マグ広告ドットコム）

表紙がカッコイイ。数字や統計は大事ですよという本は今までにも発売されていたが、これはタイトルで言い切った！というかんじ。飛ぶように売れるのを見て、やはり皆さん気にはなっていたんだなと思いました。統計学大事だよな、やらなきゃな、というビジネスマンの背中を押してくれます。（辻寿美子／旭屋書店なんばＣＩＴＹ店）

現代ではおよそあらゆる物事が計算され予測可能となっているが、その中核に位置するのが統計学の考え方である。しかし、ビジネスでも他の世界でも多くの人が数字による裏付けを口にしながら、その実どれだけ統計学が理解されているだろうか。本書は右開き縦組みのコンパクトな本に思いつく限りの統計の話題を盛り込んで、そのコンセプトを一般人でも理解できるよう記述している。グラフによる視覚化を多用する一方、数式はまったく登場しないが、内容は非常に高度な話題に及ぶ。本書が統計学最強の入門書であることは疑いない。（瀬尾俊二／図書館流通センター）

発売されてから徐々に人気が出てきた本です。ビッグデータへの関心の高まりと共に話題になったのだと思います。この本が出てから、お店に統計や数字に関する本がだんだんと増えてきました。（松倉秀樹／TSUTAYAアトレヴィ田端店）

数字にダマされず利用する為の知識が身につく本書は、今まで定着しそうでしなかった「ビジネス数学」というジャンルを、多くの書店員・ビジネスマンの頭に植えつけ、確立させた。是非とも賞を贈りたい一冊。（石峰茂治／キクヤ図書販売橿原店）

昨年来ブームとなっている統計学、データサイエンティスト関連本への入り口となる分かりやすい本。一般のビジネスパーソンに統計学の有用性を広めた一冊。（松尾茂／ブログ「TravelBookCafe」）

大賞受賞のことば

——西内 啓

西内 啓
Hiromu Nishiuchi

1981年生まれ。東京大学医学部卒（生物統計学専攻）。東京大学大学院医学系研究科医療コミュニケーション学分野助教、大学病院医療情報ネットワーク研究センター副センター長、ダナファーバー／ハーバードがん研究センター客員研究員を経て、現在はデータに基づいて社会にイノベーションを起こすための様々なプロジェクトにおいて調査、分析、システム開発および戦略立案をコンサルティングする。著書に『統計学が最強の学問である』（ダイヤモンド社）、『サラリーマンの悩みのほとんどにはすでに学問的な「答え」が出ている』（マイナビ新書）など。

「ビッグデータ」がつまらなかった

——ビジネス書大賞（経済書部門）の受賞、おめでとうございます。まずはこの本を書こうと思ったきっかけから伺ってよいでしょうか？

ありがとうございます。

もはや流行語と言ってもいい「ビッグデータ」ですが、すでに2010年あたりから特集記事は少しずつ出はじめていたんですね。

「お！　おもしろそうだな」と思ってたまたま一つ読んでみたら、これがまったくおもしろくない。「何を基本的なことを言っているんだ」と（笑）。でも、自分にとっておもしろくないことが世の中の人にとっておもしろいなら、そこには、逆にヒントがあるのかもしれない。

——そのギャップを埋めるのが、あの本だったと。30万部超の大ヒット、相当反響があったのではないですか？

そうですね。一度マーケターの人から冗談混じりに言われたのは、「あれが売れたから仕事にならない」と。一流のマーケターは別として、今まではアンケート調査をしてそれをきれいな円グラフにまとめてクライアントに見せていれば、それで仕事をした感じになっていた人もいたんですよね。でも、マーケターと、彼らに仕事を発注する人を足しても、おそらく日本中で10万人もいないわけです。そこに30万部も売れてしまった。

——なるほど！　依頼する側も、発注を出す側、その予備軍も含めたほとんどのマー

ケティング関係者が読んで、全員の統計リテラシーが一段あがってしまったと。

だからもっときちんとした分析をやらなければいけないのですが、一体何をやったらいいのかと焦りだしているのが今の状況ではないかと。今執筆中の続編では、そのあたりのより実践的な内容も扱っていこうかと思っています。

「分析」と「経験」の間

――でもこの本が売れるまでは、逆にデータが重視されないもどかしさもあったのではないでしょうか？

それはありましたね。実際にどういうことが起きているかというと、統計的な分析をした結果って、アクションに結びつくまでにたくさんの人を通過していくんです。自分が報告した相手が上司に報告し、さらに上司同士が相談して決定され、現場におりていく。

結局その伝言ゲームの中で、一番統計リテラシーの低い人のレベルによって最終的なアクションのクオリティが変わってしまうんですよ。極端な話、途中までみんなでやろうやろうって盛り上がっていても現場に分析結果と指示がおりてきたときに「何だこれ意味わかんねえ」となったり。逆に偉い人が、「分析のことはよくわからないが、おれの経験ではそれは違う」と言い出したり（笑）。

――ビジネスの世界は、まだまだ数字で動いていなかったと。では、西内さんから見て、これから特に統計を必要とする分野はどこでしょう？

日本の製造業にはとっくに統計学が行き渡っているんですよ。工場では、いかに品質を上げつつコストを下げるかについて当たり前のように専門用語を使った議論がなされている。逆にまだやっていない分野ほどリターンは大きいですね。統計の応用事例ってマーケティングだけが注目されがちですが、たとえば人事にだって適用可能です。

――人事、ですか？

すべての仕事にコミュニケーション能力はいらない

実はどういうタイプのリーダーとどういうタイプの業務が相性がいいのかについては、定量的に分析された研究がもうあります。

ほかにも、どういう要素が従業員のモチベーションやパフォーマンスに影響するのか、というのも、すでに研究されています。

それこそ、新卒者の採用基準だって謎ですよね。多くの企業が採ろうとしている人材は、簡単に言うとSPIが高くて面接でハキハキとコミュニケーションが取れる若者ですが、SPIというのは一般知能と特殊知能でいうと、主に一般知能だけを測るもの。おおざっぱに言えば「どの仕事もある程度そつなくこなせるか」という基準でしかない。その一次元だけだと、一番上の子が採れなかったら、「しょうがないからもう少し下の子を採ろう」みたいなことになってしまう。でも、「うちでは一般知能よりもこの能力が重要だ」という基準が明らかになっていたら、簡単にそういう人材を集められるかもしれません。

映画『マネーボール』でもありましたけど、みんなホームランを打てる人を採ろうとするんですよ。フォアボールで塁に出るのがうまい人は、あまり注目されない。みんなあれを映画の中の話と思っているけど、ビジネス全般に使えるはずです。

面接にしても、組織や業務によってはいわゆるコミュニケーション能力より大事なものがあります。仕事によってそれぞれ求められる能力は違うのに、一次元の基準で測ろうとするから、結局多くの人が幸せになれない。

――なるほど、西内さんの問題意識がだんだんわかってきました。

人間の行動を、データによって明らかにするというのが自分の本業なんです。もちろん、行動を明らかにして終わりではなく、それをいい方に変えるというところまで込みで。

本来、統計学と行動科学はつながっているべきなんですよ。当たり前ですが、ビッグデータだけ扱えても、それをアクションに落とし込んで人の行動や選択を変えない限り意味はありませんから。今、自分が仕事をできているのは、その両方が扱えるからです。

ただ、統計学と行動科学のように学問と学問をつなぐだけじゃなく、今はまだ学問の世界と、ビジネスをはじめとした実社会の間もうまくつなげられていない部分があります。そこをいったりきたりして埋めていくのが、自分の役割かなと思っています。

――最後に、まだこの本を読んでいない方に一言メッセージを。

望むと望まざるとにかかわらず、ぼくたちの生活にはすでにデータが入ってきています。

そして、それを「わからないから拒否する」ということはだんだんと許されなくなってきている。

逆に早い段階から慣れ親しんでおけば、ビジネス以外でも、たとえば「子を持つ親」や、「消費者」という立場においても、いろいろと自分の人生を有利な側に傾けてくれるのではないかと思います。この機会に乗り遅れないでください。すでに30万人が読んでいますから（笑）。

担当編集者に聞く！

ダイヤモンド社
横田 大樹

——大賞受賞、おめでとうございます。あらためて、西内さんのことをご紹介いただけますか？

ありがとうございます。そうですね、この本をつくってからいろんな統計学者の方にお会いする機会があったんですけど、今思えばこの本を書けたのは、西内さんしかいなかったなと。

ぼくは第6章「統計家たちの仁義なき戦い」が個人的にいちばん好きなのですが、あの、他の学問分野との横断的な比較というのは、統計学以外にも、幅広い領域に見識がある西内さんでなければできなかったと思います。

あと、彼はぼくの「天才」の印象を変えました。

——天才の印象？

「レアキャラ」西内 啓

たとえば、ぼくは将棋が好きなんですが、昔の名棋士の話を聞いていると、やっぱりぶっとんだエピソードの人が多いんです。いわゆる天才には、「奇人変人」が多かった。

でも、仕事で何度か森内俊之竜王・名人とお会いしたんですが、めちゃめちゃいい人なんですよ。すごく性格が良くって、何より謙虚。タクシーでもすすんで真ん中に座ってちいさくなっている（笑）。本当にこの人が、将棋界最強なのかと。

西内さんも同じです。あんなに頭が良いのに人当たりも良くて言葉でのコミュニケーションもうまい。社交性のある天才。そんな「レアキャラ」にはなかなか出会えないと思います。

——編集者として、この人は世に出さなければいけない、と。

そうですね。それもありますが、ぼくは、著者の中で最も社会的に価値があるところを本にすれば一番「売れる」と思っているので。

一瞬で決まった装丁

——ビジネス書大賞の最終選考会では、このシンプルで力強い装丁とタイトルも好評でした。これは誰が考えられたのですか？

タイトルについては、西内さんと企画の相談をしていたら15分で浮かんで、その場で決まりました。

カバーについては、最初「このフォントで、文字だけのデザイン」というイメージがあったのですが、それをデザイナーの寄藤文平さんに伝えたら、「こういうことですよね？」ってとんとん話が進んで、15分たったらラフができていた。タイトルに15分、装丁に15分。こんなに費用対効果が高い本はない（笑）。

——なんと！　今日は編集の苦労話を聞きにきたのに……。

いや、苦労話もありますよ。

『cakes』（ケイクス）に連載していた時期は、週二回更新と、かなりのペースで書いていただいていましたから。

——『cakes』の説明をお願いします。

インターネット上にある、連載記事をメインにした有料コンテンツプラットフォームです。

ちょうど著者の西内さんと本の企画を進めている時期がcakes立ち上げのタイミングだったんです。

ある日、代表の加藤さんがcakesのアルゴリズムをどうしよう、みたいな話をしていて。

西内さんなら作れるんじゃないかいうことで話をふってみたら、即答で「できます」と。だから、cakesのアルゴリズムは西内さんがほとんど作られたものなんです。

ちょうどそのときに、じゃあcakesで連載もしようということになって、先ほどの話のように、書籍化を前提にコンセプトと目次をほぼかためてスタートしたんです。

——第1章の「統計リテラシーのない者がカモられる時代がやってきた」なんて、かなりウェブを意識したタイトルです。何か本の作りに影響はありましたか？

これは西内さんがおっしゃっていたのですが、ウェブで連載したことにより、一冊じゃなく、一章という単位で起承転結を作る、つまりオチをつけるようになったと。確かに、その作業を通じて文章の「熱量」が上がった感じがします。

あと、普通は本の宣伝って、発売後にしかしないんです。でも今回cakesというウェブメディアで、発売前に宣伝ができたのは、新しいやり方だったかなと。

意外と、学者が読んでいた

——結果、本は大ヒットとなりました。読んでいる層は当初見込んでいたとおりでしたか？

思っていたよりも学者の方からの評価が高かったです。今回は、統計学の本といえば必ず出てくる「正規分布」の話はまったく入れず、「最強」というコンセプトのために「サンプリング」と「ランダム化比較実験」を中心に解説してもらいました。そこを大学の教授や学生に高く評価してもらいました。

——確かにあの二つのツールのパワフルさがわかっただけでも、大学の授業一年分の価値はある気がします。

あとはやはりマーケティング系からのニーズが強かった。個人的には、「マーケティング担当になったらまずこれを買おう」という、教科書のような本になっていけばいいなと思っています。

大賞
経営書部門
4位

経営戦略全史

三谷 宏治［ディスカヴァー・トゥエンティワン］
2800円（税抜）

経営戦略100年の発展史を一気読み！　20世紀初頭から現在までに登場した90余りの戦略コンセプトを、巧みなストーリーを背景に紹介する、入門書であり、総仕上げとなる希有な1冊。

膨大な経営戦略を系統だてて網羅し、わかりやすく解説されているので経営戦略の全体像がわかる。学問としての経営と実務の両面を知る著者ならではの労作。（小林麻実／アカデミーヒルズライブラリーアドバイザー）

経営戦略論の全史を一冊にまとめるという無謀な本が、それも一人の著者により書かれたことに驚いた。しかも400頁を超えるボリュウムにもかかわらず一気に読ませる筆力に脱帽した。いままで個々バラバラに見ていた戦略論のつながりをわかりやすい文章で解説され大変楽しく読ませてくれたすごい本でした。（藤井荘平／文苑堂書店商品部）

経営戦略の実際例を歴史的に俯瞰でき、経営者ならずとも日々のビジネスの仕事の仕方に取り入れられる先人の智慧が満載。バランスよくビジネスを考えられる。（大内達也／丸善書店ジュンク堂書店営業本部）

経営戦略という言葉だけで手が出しにくそうなジャンルの書籍のハードルを良い意味で軽やかに下げた1冊。かといって内容が陳腐化することはなく初心者にも上級者にも納得のいく仕上がり。少々高額ながら売れることが納得の1冊です。（武田慶之／紀伊國屋書店京橋店）

経営戦略という刺激的な学問分野であっても、教科書といえば無味乾燥になりがちだ。しかしこの本はそんな常識を覆す。遊び心にあふれた構成で敷居を下げながら、歴史に名をとどめる偉大な理論の提唱者の人となりを描くことで時代背景を含めての理解を促し、簡潔な事例とともに個々の戦略の特性を浮かび上がらせている。社会人の学び直しにうってつけなのはもちろんだが、明日から使えるツールのカタログとして本書を徹底的に使いこなしたい。（瀬尾俊二／図書館流通センター）

写真や図が多く使われ、平易に書かれたこの本には、過去100年にわたる経営戦略論がざっと網羅されている。喩えるならば、品ぞろえの良いスーパーのようなイメージだ。「色々な商品が目の前に並んでいて気軽に手にとれる。その中から何を買うのかは、こちらの自由」といった感じだ。個別の経営戦略は知っているものが多い。しかし、不思議なもので、歴史をたどり、連続的に読むことによって新たな刺激を得ることができる。経営戦略論を学べるだけでなく、自らの組織にマッチした戦略を選び出すために参考となる良書。（嶋田有孝／日経サービス取締役社長）

経営学初心者の入門に最適な一冊です。厚みはありますが、紙面の組み方が工夫されていて読みやすく、様々な経営戦略が解りやすく紹介されています。（桑原勇太／紀伊國屋書店流山おおたかの森店）

大賞受賞のことば

——三谷 宏治

三谷 宏治
Koji Mitani

1964年生まれ。東京大学卒業後、ボストンコンサルティンググループ、及びアクセンチュアで19年半、経営戦略コンサルタントとして働く。2006年から教育の世界に転じ、07年からK.I.T.（金沢工業大学）虎ノ門大学院 教授に。同時に、子どもたち・親たち・教員向けの授業や講演に全国を飛び回る。テーマは「決める力」「発想力」と「生きる力」。著書多数。早稲田大学ビジネススクール・グロービス経営大学院の客員教授、放課後NPOアフタースクール・NPO 3keysの理事、永平寺ふるさと大使を務める。

〔世の中に〝ROCK〟な経営書を

——経営書部門での大賞の受賞、おめでとうございます。今日はまず、この本が生まれたきっかけからお伺いしていいですか？

ありがとうございます。まず、ご存知のように書店には経営に関する本はたくさんありますよね。でも、ほとんどの経営書には「おもしろさ」の要素がたりないんです。本来、すべての本は楽しいもののはず。どんなジャンルの本だって、楽しくなければ読み進められないし、読み進められなければ、当然学びもない。だから、真に学びを提供しようと思えば、それはおもしろくなければいけないんです。

——経営書であってもおもしろくあるべきだ、と。

ええ。だから、ディスカヴァーの社長である干場さんとお話して、デザインも含め〝ROCK〟な経営書を創りましょう、ということになりました。そして、おもしろくするためには、単なる情報の羅列ではなく、「ストーリー」にする必要がありました。時間軸の流れに沿って、背景とつながりで経営戦略を語るという方針は、そんなところから決まりました。

——確かに、読んでいて、今までバラバラにつまみ食いしてきた経営の知識が、一連の流れとしてつながっていく快感がありました。こんな時代背景だったからこうした経営の思想が出てきた、という部分まで踏み込んでいるから、とにかく頭に入ってきます。

今までは、学者が書いた学術的な経営書

か、コンサルタントがリアルな例をまとめあげた経営書か、どちらかが多かったですよね。だけど、経営理論そのものは、学者と、コンサルタント、そして事業家の三者全員がつくりあげてきたものです。私としては、コンサルタントとして見てきた世界もあるし、MBA（INSEAD）で見た学者の世界もあるし、実際に事業をつくってきた事業家として見た世界もある。すべての視点から、なるべくバランスの良い経営書をつくりたかったんです。

――審査員からは、この本の圧倒的な情報の密度に「この本を一人の人がつくったことが驚きだ」という声が挙がっていました。普段は、どんな情報に触れていらっしゃるんですか？

いたって普通ですよ。日経新聞に、日経ビジネス、週刊東洋経済やダイヤモンドなどの雑誌。特にフォーブスを普段から読んでいたり、ということもない。ただ、読みながら常に二つのことをやっています。

一つは、過去とつなげること。たとえば、「ある会社の経営方針が悪い」という記事があったときに「でも半年前には良い経営だって書かれていたよな」と、つなげられるかどうか。

もう一つは、抽象化して覚えておくこと。単に「クックパッドが有料会員で高収益」ではなくて「有料会員では儲からないという常識を打ち破った例」として覚えると、抽象度が一つ上がる。そうして記憶しておくことで、過去ともつながりやすくなる。

こういった力を使って、この『経営戦略全史』を書いた、とも言えるでしょうね。

「巨人」と「小さき者」の時代

――本の後半では、Google のエリック・シュミットをはじめ、まさに今、リアルタイムで経営戦略の歴史を更新し続けている経営者にも触れられていました。三谷さんから見て、他にも注目すべき経営者はいらっしゃいますか？

今注目しているのは、中国の「ネット三國志」ですね。

ネット通販最大手、阿里巴巴（アリババ）のジャック・マー。百度（バイドゥ）のロビン・リー。そして、テンセントのポニー・マー。全員40代です。

時価総額12兆円を超えるような規模の企業が、今中国を足がかりに世界に出て行こうとしている。未だ日本人には注目されていませんが、非常に大きな可能性を秘めていると思います。もっとも、このうち1～2社は崩壊するかもしれませんが。

あとはやっぱりクリス・アンダーソン。彼の『ロングテール』『フリー』『MAKERS』はいずれも傑作ですが、実はどれも同じことを言っています。マイナーなもの、「小さき者」にチャンスがある、ということです。

今、世界のビジネス界で起こっているのは巨人同士の陣取り合戦です。Google、Amazon、Apple、それに facebook や阿里巴巴、百度、テンセントなど。

しかしその一方で、かつてないほどに「個人」にも世界が開かれています。どんなに無名でも、おもしろいアイデアとビデオ一発で数千万円の投資が、クラウド・ファンディングによって集まるのです。

巨人同士の闘いになっていることも事実ですが、かといって巨人しか闘えないわけじゃない。これはかつてなかったことです。

個人や零細事業者といった「小さき者」たちにも大きなチャンスがある時代なのです。

――規模以外にも、変化している点はありますか？

会社を構成するのは「ヒト・モノ・カネ」と言われますが、すべての部分がIT化しています。ヒトやモノはクラウド・ソーシングで調達。カネも先ほどお話したクラウド・ファンディングで調達できる。

あらゆるものがネットワーク化され、複雑で幅広くなってきているとも言えますね。これまでは「会社とお客さん」に分かれていたのが、今では「お客さんを商品開発に巻き込む」とか「無料客にもちゃんとサービスする」とか、とても複雑になってきています。

そんな組み合わせ（＝ビジネスモデル）自体は無限にあるから、それをうまく合わせることで新しいビジネスがいくらでも生まれてきます。特にシリコンバレーでは。

それに、意外と日本は、そういうことがやりやすい場所かもしれません。眠っているリソースがいっぱいありますから。家にいるけど高い技術を持つ女性も多くいるし、会社の中にだってハイスキルの人たちが結構眠っている。そういう人たちが世界にでて活躍できる社会にしよう！というのが今執筆中の続編『ビジネスモデル全史』の結論になりそうです。

――経営戦略に続き、ビジネスモデルですか！　これも「経営戦略」と同じく、わかったようでよくわからない言葉です。読める日が来るのを、心待ちにしています。

担当編集者に聞く！

ディスカヴァー・トゥエンティワン
原 典宏

――大賞受賞おめでとうございます。まずは、著者の三谷宏治さんを紹介いただけますか？

ありがとうございます。

三谷さんはボストンコンサルティングご出身で、その後アクセンチュアでは戦略統括を務められたトップコンサルタント。仕事が圧倒的に早く、プレゼン力、文章表現力も圧巻、本当にスゴいな……といつも思います。でも、元々はプレゼンも文章も苦手だったとか。努力で身につけられた、というお話を伺うと元気が出ましたが、その到達されたレベルを見ると、やっぱり遠いんだなとも思います。

〈原稿を読む手が止まらなかった

――本書はどのような経緯で生まれたのですか？

この企画は、三谷さんと弊社社長の干場のミーティングの時に生まれたもの。私がこの本に関われたのは、ラッキーなんです。

ある日、干場に「これ、ちょっと読んでおいて」とワードのプリントアウト原稿を渡されたんです。その分厚さを見て、正直に言うと、一瞬「これはイヤだな……」と（笑）。でも、読み始めると「あっ、そういうことなんだ」と霧が晴れていくような感覚で、とにかく面白かった。その場で3時間ほど熱中して読んでしまい、すぐに「この原稿はスゴいです。ぜひ担当させてください」と干場に頼んで、担当にしてもらいました。

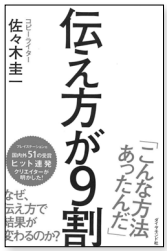
――大変だと思いつつも、つい編集担当に立候補してしまっていた、と。

はい。最初に読んだ時から、これはスゴい本だから、それに見合った仕上がりにして、きちんと売らなければ、とも思いました。「ビジネス書大賞」を狙いたい、ということもこの段階で三谷さんにお話した記憶があります。

でも「分厚い経営書」なので普通につくると売れないかもしれないんですね。だから、干場が、この本のもう一人の功労者であるデザイナーの吉岡秀典さんに、「〝ROCK〟な経営書にしてください」とリクエストしました。その結果、セオリーを超えた工夫を盛り込んでいただいて、デザイン面でも相当注目されました。

逆に、それ以外の原稿、構成、図案などは、すべて三谷さんがお一人でほぼ完璧なものを上げてくださった。そんな著者の方はなかなかいません。

今、三谷さんには第2弾の『ビジネスモデル全史』を書いていただいています。これが本書を凌ぐスゴい原稿をいただけそうで、今から誰より私が楽しみにしています。



伝え方が9割

佐々木 圭一［ダイヤモンド社］
1400円（税抜）

書店賞 1位

ヒット連発のコピーライターである著者が、膨大な量のコトバを研究したどり着いた「伝え方の共通のルール」とは。この本で学べば、あなたの言葉は一瞬で強くなり、人生が変わる。

同じことを言うにしても伝え方でノーがイエスになる、しっかり伝わるという事例が著者本人のコピーライターとしての経験から裏打ちされており、読みやすい文章で良かった。（武田慶之／紀伊國屋書店京橋店）

人間同士のコミュニケーション力が薄れつつあるなか、「言葉にもレシピ本が必要になったのだな」と感じさせる、とても使える本です。感動させる言葉、心を掴むフレーズ、慌ただしい日常の中でいかに人を振り向かせる面白い伝え方をするか。これを読んでからというもの、私自身「付箋は立てて貼る」をやらずにはいられなくなりました。またこの本に出てくる修辞のセオリーを知っていれば、世の中にあふれる様々な美辞麗句を丸裸にできてしまうという、意外な裏技も習得できるのです。（成田すず／ジュンク堂書店那覇店）

私たちの日常は、コミュニケーションの連続であり、考えや思いを言葉にして伝える力はとても重要だ。正しく伝えることができないなら、良いアイデアを持っていても宝の持ち腐れとなる。また、いくら良い人物でも伝える力が乏しければ、周囲の人たちの好意や信頼は得られない。伝える力こそが、私たちの人生を決定づけているのだ。この本は、平易な文章と数多くの実例によって、伝え方の技術をわかりやすく教えてくれる。コミュニケーション力向上のために大いに活用したい一冊。（嶋田有孝／日経サービス取締役社長）

「考えているうちに何を伝えたいのかわからなくなった」「自信作のコピーでアピールしたのに、全く結果につながらない」……こんな経験ありませんか？　ありますよね！　そんなあなたに全力でオススメできるのがこの本。コピーライターとして言葉と格闘した著者がやっとの思いで手に入れたテクニック、それが凝縮されたお得な1冊です。「強いコトバ」を手に入れることで、あなたの仕事も人生も強く変わること間違いなし！興味のある方は、「はじめに」と「おわりに」だけでも立ち読みを。きっともっと読みたくなりますから。（松本玲子／戸田書店静岡本店）

営業や対人関係の多い仕事の方や、文章に携わる仕事をしている人には必須な一冊だったのではないかと思いました。それ以外でも、誰もが抱えているコミュニケーションという悩みを解消したのではないでしょうか。わかりやすい、読みやすいというのが好印象でした。2013年中、常にあらゆるランキングに入っており、名実ともに一番だと思い推薦しました。（平塚大智／TSUTAYA BOOK STORE 有楽町マルイ）

伝える、とくに興味のない人になにかを伝えなければいけないとき、熱意や細かな説明だけでは難しいですよね。コツがわかれば楽になります。オススメです。（辻寿美子／旭屋書店なんば CITY 店）

審査員特別賞※ 受賞のことば

——古賀史健

古賀 史健
Fumitake Koga

1973年生まれ。1998年出版社勤務を経てライター／編集者として独立。
一般誌、ビジネス誌、ムック等のライターを経て現在は書籍のライティング・編集を中心に活動中。
2012年に初の自著『20歳の自分に受けさせたい文章講義』を刊行。2013年には『嫌われる勇気』（岸見一郎／古賀史健・著）を刊行。
インタビュー集に累計70万部を突破した『16歳の教科書』シリーズがある。その他、『ゼロ』（堀江貴文著）など、構成・編集協力として携わった書籍が80冊超。執筆・編集活動のほか、講演・セミナー等の講師も務める。

この度は審査員特別賞を頂戴し、大変光栄に思います。しかも受賞理由が「ライターの地位向上への寄与」だったと聞き、喜びを一層強くしているところです。われわれライターの存在に光を当て、今回こうして特別な賞を設けてくださったこと。この事実ほど、「ライターの地位向上」に直結するものはないでしょう。主催者ならびに選考委員のみなさま方に、あらためて御礼申し上げます。

ライターとはなにか？　この質問に対してわたしは常々、こう答えてきました。ライターには大きく2つの役割がある。ひとつは「録音機」としての役割、もうひとつは「拡声器」としての役割である、と。

言葉とは、発した途端に消えてなくなる、一陣の風のようなものです。

そこで、われわれライターが語り手の言葉を文章として「録音」し、ノイズを除去しながら記録していく。これが録音機としての役割です。

さらに、録音した言葉を文章というアンプに通し、読みやすく、おもしろく、語り手の魅力を最大限に引き立てるかたちで「増幅」する。こちらが拡声器としての役割になります。

ビジネス書の分野で著者となるのは、専門分野のプロフェッショナルであり、著述活動を本業としない方がほとんどです。著者の方々が専門分野で培ったすばらしい知見を、ひとりでも多くの読者に届けるためにも、われわれライターに課せられた役割は大きいと思います。今後も高い目標を持ち続け、多くの読者に愛される本を送り出せるようがんばります。どうもありがとうございました。

※哲学者・岸見一郎氏と共著で『嫌われる勇気』を著したほか、『ゼロ』の構成・ライティングに携わるなど、ビジネス書ライターという存在に光を当て、その地位を大きく向上させたことに対して

嫌われる勇気

岸見 一郎　古賀 史健［ダイヤモンド社］
1500円（税抜）

審査員特別賞 3位

「心理学の三大巨頭」と称されるアルフレッド・アドラーの思想を、「青年と哲人の対話」という物語形式を用いてまとめた一冊。対人関係に悩み、人生に悩むすべての人に贈る、「まったくあたらしい古典」。

本書は自己啓発書の原点とも古典ともいえる一冊だと思いました。哲人と青年の対話を通して知ることができるアドラー心理学の神髄には、人の価値観をあっさりひっくり返すほどの影響力を感じました。特に、今まで仕事で対人関係の悩みを抱えていた人が読めば、かなりの不快感を味わうことになるかもしれません。でも、それが「変わる」ということなんだと思います。だから、読むべきなんです。（中村優介／紀伊國屋書店渋谷店）

いままでの自己啓発本と違った視点を与えてくれる良書。そして、内容が読み手に理解しやすいよう良く整理してあり、対話形式なので、書籍を普段読みなれない人にも親しみやすい。今までフロイトほど語られる機会が少なかったアドラーの世界観が頭の中で展開されて読んでいて楽しい本だった。（清水紀博／TSUTAYA 大崎駅前店）

日本では解説本が少ないアドラーの感想について物語形式でわかりやすくまとめられた待望の一冊。欧米の自己啓発書の原点であり読者に思考の大転換を促す本だと思います。すべての悩みは「対人関係の悩み」であると断言する哲人と青年の対話にどんどん引き込まれていきました。対人関係の解決の鍵がつかめる良書でした。（藤井荘平／文苑堂書店商品部）

“勇気の心理学”と言われる「アドラーの心理学」を、哲人と青年との会話を通じて分かりやすく紹介している。「アドラーの心理学」は、世界的名著「人を動かす」のD・カーネギー氏や「7つの習慣」のフランクリン・R・コヴィー氏に影響を与えている。読めば読むほど、「世界的名著の源流、ここにあり！」と感じる本である。（小笠原真奈武／ブログ「ビジネス書のエッセンス」）

自己啓発本の名著誕生！　己の魂にズゴーーーンと響きます！！（乾太郎／喜久屋書店阿倍野店）

不格好経営

南場 智子［日本経済新聞出版社］
1600円（税抜）

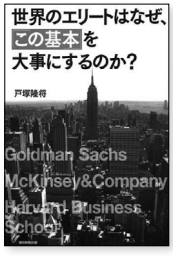
2位

ネット界に新風を巻き起こしたDeNA。その素顔を、舞台裏を、創業者の南場智子がはじめて明かす。当時の心境も含め綴られた文章は軽快で、ビジネス書として示唆に富むだけでなく、読み物としても一級品。

起業の魅力と困難さが凝縮されている。この本を読んで起業を決意した人なら、必ず成功するんじゃないだろうか。そのくらいの起業の困難さが描かれているが、その経験の素晴らしさには嫉妬を覚えた。失敗事例が多く開示されている点において経営学のケーススタディとしての魅力も十分ある。（岩佐文夫／ハーバード・ビジネス・レビュー編集長）

生みの苦しみ、育てる喜び、手放す痛み。著者の肉声が伝わってくる、創業記の名著。（中嶋愛／プレジデント社書籍編集部）

ビジネスをしている人の本でダントツに面白いと思いました。つまずきながらも前進していく DeNA の軌跡をつづったこの本の面白さは、著者自身であると言えます。（三塚まどか／ジュンク堂書店仙台本店）



世界のエリートはなぜ、「この基本」を大事にするのか?

戸塚 隆将［朝日新聞出版］
1300円（税抜）

6位

グローバルエリートと評される社員には、必ず共通点がある。ゴールドマン・サックス×マッキンゼー×ハーバードで学んだ著者が語る、一生成長し続けるための「仕事の基本」48。

基本がしっかり身についていることはあらゆる場面で重要で、それはビジネスの世界でも求められる。ゴールドマン・サックス、マッキンゼー、ハーバードという世界最高峰の集団の中で生活した著者が身に付けた「基本」を千数百円で知ることは非常に得であり、その基本は我々に習得不可能なものでは決してない。海外での活躍を目指す方にもお薦めできる点で、海外を意識せざるを得なくなってきたこの時代にタイムリーな一冊と感じた。（斎藤広臣／オリオン書房所沢店）

内容はとても端的で読みやすく、繰り返し読んで、より身につけやすいような作りになっているのではないかと思いました。あまりビジネス書を読まない方にも薦められる一冊だと思います。（平塚大智／TSUTAYA BOOK STORE 有楽町マルイ）

ゼロ

堀江 貴文［ダイヤモンド社］
1400円（税抜）

審査員特別賞 8位

堀江貴文はなぜ、逮捕され、すべてを失っても、希望を捨てないのか？ふたたび「ゼロ」となった堀江氏がはじめてありのままに語る、「働くこと」の意味と、そこから生まれる「希望」について。

従来の堀江さんのイメージからは想像しにくい弱い部分やコンプレックスなどが描かれている点が今までの著書とは異なり、より読者に身近な存在だと思わせている。そこが、多くの読者に受け入れられた理由だと思う。（石坂高樹／天狼院書店）

読んだ後、自分にもまだまだできることがあると、やる気が漲りました。経験1つ1つ足し算をすることが大事だという、ごくごく当たり前にも思えることを、堀江さんが言うことで説得力が大きく増しているからだと思います。そういうこともあって老若男女の方々が購入される珍しいビジネス本です。（松倉秀樹／ TSUTAYA アトレヴィ田端店）

非常に読みやすく、堀江さんのストレートなメッセージがズバズバ刺さる1冊でした。（高橋優／キャップ書店御堂筋本町店）

「ゼロの自分に、イチを足そう。掛け算をめざさず、足し算からはじめよう」という堀江さんの言葉は、意外性とともに共感とやる気をもたらしてくれました。そして、働くことこそ、自分を変え、周囲を動かし、自由を手に入れるための唯一の手段だ、という堀江さんの意見に賛成し、日本に1人でも多く、働くことに生きがいを見いだす人が増えてほしいと思います。（杉本禎浩／ブログ「ほぼ日 blog〜通勤読書で継続力を高めよう !?」）

起業から10年で一気に時代の寵児となった「天国」と、実刑判決を受け耐え難い孤独を経験した「地獄」を味わった著者だからこそ、読者に伝えられる「ゼロ」からのスタートに説得力と力強さを感じた。プライベートなエピソードがふんだんに盛り込まれていて親近感を覚えたし、そこから導かれた堀江氏のシンプルで鋭い答えに胸を打たれた。十代の若い方々はもちろん、著者よりも上の世代の方々にも読んでいただきたい一冊。（斎藤広臣／オリオン書房所沢店）

人間が「社会的」な生き物である最大のポイントは、「働く」という行為によって、社会を創りながら、社会との接点を持ち続けるところにあると思っています。いったん、社会から隔離された状態におかれた筆者が、ゼロからでも「働く」ということに拘る、その魂に触れることで、社会の中で当事者であるということはどういうことかを感覚的に理解できる書籍ではないでしょうか。“どうやって働くの？”などと人に質問している時間があれば、まず、この書籍を読んでほしい、というのが、忌憚のない意見です。（寺西隆行／Z会教材編集部）

人は何かに「没頭」することができたときその対象を好きになることができる。この言葉がすべてを表しているように思います。没頭することだけが成功への早道と考えると、どうすれば「没頭」できるのか？ という考えを本著で学ぶのが、仕事を楽しくする方法だと思います。（丸山純孝／マグ広告ドットコム）

俺のイタリアン 俺のフレンチ

坂本 孝［商業界］
1500円（税抜）

10位

今最も注目を集める飲食店「俺のイタリアン」「俺のフレンチ」。その企業理念の本質は「利他の精神」にあった。代表取締役社長・坂本孝が余すことなく語る、「ぶっちぎりに勝つ競争優位性」とは？

新規事業を行う人や独立を考えている方には非常に参考になると思います。長年の経験に裏打ちされたビジネス思考は非常に面白く、また、坂本社長を支える人々の巻き込まれ方も面白い。（篠田晃典／丸善日本橋店店長）

新しいビジネスの誕生を二度も成し遂げた二勝八敗の著者の先見性、進取性に感動しました。ベストセラーに馴染みのない出版社からでた売れる本という事で、ずっと営業マンの売り伸ばしを応援していました。（齋藤敬司／啓文堂書店営業部）

従来の飲食店とは全く違う、新しいビジネスモデルを確立した著者の哲学を感じられます。起業を考えている方には必ずお薦めしたい、価値のある１冊です。（水上紗央里／紀伊國屋書店和書販売促進部）

まんがでわかる 7つの習慣

フランクリン・コヴィー・ジャパン（監修）
［宝島社］
1000円（税抜）

11位

世界で3000万部、日本国内で160万部を突破した『７つの習慣』が初のまんが化！　亡き父のバーを再開すべく、バーテンダーを目指す主人公と、その周囲の人々とが織りなす、読み応えのある物語。

世界的ベストセラーのエッセンスをギュッとまとめている非常にコスパの高い１冊。特にすばらしいのはまんがのストーリー性です。このまんががあるだけで誰でも「７つの習慣」を理解することができるでしょう。今冬イチバンのビジネス書でした。（三塚まどか／ジュンク堂書店仙台本店）

発売からあっという間に売り切れました。イラストもきれいで、７つの習慣の要素がストーリーとして繋がっていてわかりやすかった。主人公が女性だからでしょうか、若い女性のお客様にもたくさん売れたのも印象に残っています。新社会人、就活生にもオススメしやすい書籍です。（辻寿美子／旭屋書店なんばCITY店）

無印良品は、仕組みが９割

松井 忠三［角川書店］
1400円（税抜）

7位

38億円赤字からのＶ字回復を実現した経営者が語る、シンプルな仕事哲学。あらゆる会社をよみがえらせる、仕事の仕組みとは？　「決まったことを、決まった通り、キチンとやる」だけで生産性は３倍に！

良くないイメージがついて回る「マニュアル」ですが、正しいマニュアルとは強力な武器であることを示しています。自分の仕事に正しいマニュアルはあるか、問い直すきっかけになります。（水上紗央里／紀伊國屋書店和書販売促進部）

ビジネスにおける仕組みの重要さをこれほど思い知らされた本は、これまでなかったかもしれません。自身の仕事を見直し改善するためのきっかけとなる１冊。（井谷晋弥／戸田書店静岡本店）

この本を読んで、自分のお店に無駄が多いことに気が付きました。これを参考にうちのお店にも様々なマニュアルを作っていきたいと思いました。（高橋優／キャップ書店御堂筋本町店）

覚悟の磨き方

池田 貴将［サンクチュアリ出版］
1500円（税抜）

9位

誰よりも遠くを見据え、幕末を熱く駆け抜けた天才思想家・吉田松陰。彼の「心」「志」「士」「友」「知」「死」についてのリアルな人生哲学が、時代を超えて心に響く、強くてやさしい言葉でよみがえる。

ちょうど、「どう生きるべきか」と迷っていた時に読んだ事もあって、とても感銘を受けた作品。彼が松下村塾で教えたのはわずか２年ほどの期間でしかありませんが、その志（スピリット）は多くの門弟に受け継がれ、日本を動かす原動力となりました。その気高く、崇高で、熱い志が現代語で伝わってくる本書は、人生とは何か、生きる意味とは何かを教えてくれます。人生に迷った時に読み返したい一冊です。（讃州屋一龍／ブログ「一流への道〜立志篇〜」）

混乱の幕末を生き、松下村塾を開塾して、伊藤博文や高杉晋作など多くの政治家・著名人を輩出した著者の格言をわかりやすい現代語に置き換えた本。原文では恐らく理解しづらい名言がすっと心に響いてきます。（北野有希子／MPD BOOK商品本部BOOK-MDチーム）

99%の人がしていない たった1%の リーダーのコツ

河野英太郎

[ディスカヴァー・トゥエンティワン]
1400円(税抜)

前著『仕事のコツ』もそうですが、著者の体験談が非常に色濃く文章に表れているのでとても説得力があり、他の本と違ってすぐに実行できます。(大森三規雄／KADOKAWAセールスマーケティング統括本部)

リーダーとは？　という視点での内容ですが、むしろリーダーでない方にお薦め。リーダーを目指す方はそのスキルを学べ、そうでない方も、ビジネスマンとして生きる中で指針となる内容が溢れてます。(金澤潤／知遊堂上越国府店)

やってのける

ハイディ・グラント・ハルバーソン

[大和書房]
1600円(税抜)

人生は行動することが大事。でも我々にはなかなか動けない時がある。そんな人間の心理を最新の科学による研究でどのように目標達成にアプローチしていくかを書いた一冊。様々な状況で（やる気が湧く時、湧かない時など）とるにふさわしい行動や考え方が丁寧に説明されていて、今までの常識に意外な落とし穴があったことも本書で知り、まさに目からウロコが落ちた。人を動かす時に重要なフィードバックについても一読の価値あり。(斎藤広臣／オリオン書房所沢店)

田舎のパン屋が見つけた「腐る経済」

渡邉格

[講談社]
1600円(税抜)

岡山県真庭市勝山で「パン屋タルマーリー」を営む著者の、「利潤を出さないこと」を経営理念に掲げるまでの小さく静かな革命記、なんて仰々しい書き方をする必要は全然！　ないのですが、どう表現したらいいものか。ホンモノの天然菌を使った美味しくて安心なパン作りと、著者の考えるただしい経済を実践し、生活されている。本書が書籍になった、ということに心から敬意を表すとともに売ることが出来ることを幸せに思う。(關根志芳子／MARUZEN＆ジュンク堂書店渋谷店)

TEDトーク 世界最高の プレゼン術

ジェレミー・ドノバン

[新潮社]
1200円(税抜)

非常に分かりやすい。人前で話すことが多い人は是非一読を。太字の部分だけでもある程度理解できるので時間がとりにくい人にもオススメ。(岩西克憲／文教堂浜松町店)

教養としての経済学

一橋大学経済学部

[有斐閣]
1800円(税抜)

学校を卒業したビジネスマンにも教養は必要だ。その教養にはどんなものがあるのかを1冊で認識できる、優れた書籍。こんなテキストに、学生時代に出会いたかった。この本からスタートし、自己研鑽できるビジネスマンが増えることを願っている。(岡崎史子／三省堂書店有楽町店)

経済に疎い私でも読みやすい本でした。専門書の出版社で、大学の教授が書いているので、読みやすいのに内容はしっかりしていてまさにビジネスマン向け。(井内穂波／ジュンク堂書店大阪本店)

12位

LEAN IN 女性、仕事、 リーダーへの意欲

シェリル・サンドバーグ

[日本経済新聞出版社]
1600円(税抜)

働く女性をめぐる議論は、えてして「フェミニズム論」や「女性の男性化」のどちらかに傾きがちだ。しかし、この本は、安易な二項対立を乗り越え、新しい「働く女性像」を示している。確かに、サンドバーグ氏は超人であるかもしれない。ただ、彼女の経験・視点から学べることは、きっと誰にでもあるはずだ。日本でも早くサンドバーグ級のキャリア女性が生まれることを願ってやまない。(佐々木紀彦／東洋経済新報社)

15位

戦略思考 トレーニング

鈴木貴博

[日本経済新聞出版社]
830円(税抜)

読んでいて楽しい。こういった本は問題の選び方によって満足度がまったく違うと思うのですが、著者の力量、情報収集能力のすごさを感じます。(岸正一郎／PHP研究所THE21編集部)

ビジネスマンであれば誰もが興味をもっている各テーマについて、クイズ形式という変わった切り口で紹介する本書。出来る気になるだけの昨今のビジネス書とは違い、自ずと考えさせられることで、身につきやすい1冊になっていると思います。(今清和／文教堂書店東大宮駅ビル店)

君に友だちは いらない

瀧本哲史

[講談社]
1700円(税抜)

タイトルからして読者を突き放している印象が強いが、自らの経験や知識を惜しみなく出しつつ、生き方や仕事論を提示していて、読者に丁寧に向き合っているように感じた。その実、著者はとても誠実な人なんだろう。(田原英明／プレジデント社書籍部)

「友だちはいらない」からといって、決して「独りで生きていける」わけではない。人間関係の本質を合理的かつ情熱的に説いた一冊。(江口裕人／扶桑社『週刊SPA!』編集部)

ビッグデータの正体

ビクター・マイヤー=ショーンベルガー
ケネス・クキエ
[講談社]
1800円(税抜)

ビッグデータ、ビッグデータともてはやされているが、イマイチわからないという人から、もっと深く知りたいという人まで広く、深く書かれている。数字に踊らされている自分を感じて少し空恐ろしくなる部分も。(住本恵子／ジュンク堂書店梅田ヒルトンプラザ店)

グロースハッカー

ライアン・ホリデイ
[日経BP社]
1200円(税抜)

※コメントはありませんでした
(伏見学／ITmedia エンタープライズ編集部)(瀬尾傑／講談社現代ビジネス編集長)

人を動かす、新たな3原則

ダニエル・ピンク
[講談社]
1700円(税抜)

営業職ではなくても、現代人はかなりの時間を、他人を動かして影響を与える(説得する)ことに費やしています。それを、押し付けにならないよう上手くやるには？　という「売らない売り込みの極意」が書かれています。職場でのミーティングで、自分の意見をただ押し付けていませんか？　友人に無理を言って自分の考えに嫌々従わせていませんか？　家族を自分の思いどおりにしようと命令していませんか？　もっとうまくいく方法が、この本にあります。(洞野宏介／ブログ「ライフハックブログ Ko's Style」)

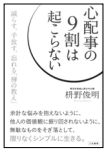
20位

GILT

ITとファッションで世界を変える私たちの起業ストーリー

アレクシス・メイバンク
アレクサンドラ・ウィルキス・ウィルソン
[日経BP社]　1800円(税抜)

ネット上でブランド品のセールを会員制でやるという革新的なビジネスを始めた二人の女性の起業ストーリーが熱い！　思わず体温が39度まで上がったか？　と錯覚するほどでした！　小説よりも面白い人をワクワクさせる実話は、大望を抱いている人を刺激するのに十分です。起業を目指す人だけでなく、会社で働きながら新しいことを始めたい人にも役立つ教訓がたくさんあります。新しい道を切り開いて突き進むチームには情熱に比例したスピード感がある！　(中村優介／紀伊國屋書店渋谷店)



心配事の9割は起こらない

枡野俊明
[三笠書房]
1200円(税抜)

書名は、本当に目からウロコですが、書かれている内容は、本当に基本的な生きる姿勢にかかわることなので、すべてがためになります。(大内達也／MARUZEN 書店ジュンク堂書店)

ブラック企業、増税等々、ネガティブな言葉が世の中に蔓延している昨今、悩みの無い人は、ほぼいないのでは無いでしょうか。こころの在り方を見直すことで、「ふっ」と肩の荷を軽くしてくれる1冊です。(進藤美沙／紀伊國屋書店札幌本店)

未来の働き方を考えよう

ちきりん
[文藝春秋]
1300円(税抜)

寿命が70〜80歳まで伸びた今日、長い人生を楽しむためには、変化を恐れず、変化を前向きに受け止めて可能性を楽しむという姿勢が必要だということを教えてくれました。自分の人生は自分で決めるしかない。そのためにはやはり常にやりたいことのために自分を鍛錬していくことが大事だと思いました。新しい生き方のための視野を開いてもらえる本です。全てのサラリーマンに一読してもらいたい一冊。(北野有希子／MPD BOOK 商品本部 BOOK-MD チーム)

戦略読書日記

楠木建
[プレジデント社]
2400円(税抜)

ビジネスの戦略を超えた人生の戦略が学べて、しかも抱腹絶倒のおもしろさ。(安藤聡／晶文社)

読書とはルールなき格闘技かのように、自分が持てる思考を動員して著者と対峙すること。そんな読書の魅力を思う存分伝えると同時に、どのような書籍からも経営や戦略に応用できるものはないかとどん欲な著者・楠木先生の思考の格闘プロセスにため息が出る。(岩佐文夫／ハーバード・ビジネス・レビュー編集長)

内向型人間の時代

スーザン・ケイン
[講談社]
1800円(税抜)

人前に出るのが苦手な人はラッキーだ、という逆説のインパクト。世の中、よくできている。(奥野宣之／作家・ライター)

投票に
ご協力くださった方

smooth
野上由人
奥野宣之
中上未紀
岸正一郎
住本恵子
金澤潤
小笠原真奈武
岩佐文夫
松尾茂
齋藤敬司
四本恭子
石坂高樹
中村優介
石峰茂治
松倉秀樹
武田慶之
高橋優
中嶋愛
讃州屋一龍
三塚まどか
安藤聡
乾太郎
關根志芳子
杉本禎浩
菅亮一
藤井荘平
竹添嘉子
辻寿美子
清水紀博
唐沢暁久
富田景瑚
成田すず
岩西克憲
小林麻実
井内穂波
辻中健二
原孝寿
中本文
瀬尾傑
丸山純孝
小林啓倫
大森三規雄
斎藤広臣
栗澤順一
大内達也
こばやしただあき
篠田晃典
進藤美沙
伏見学
水上紗央里
ハマザキカク
内藤美穂
亀井史夫
田原英明
東野徳明
中島万里
中村明香
北野有希子
嶋田有孝
せんちえ慶次
寺西隆行
今清和
松本玲子
井谷晋弥
大熊恒太郎
瀬尾俊二
桑原勇太
江口裕人
佐々木紀彦
柳瀬博一
岡崎史子
洞野宏介
平塚大智
岡本秀一
上田渉
干場弓子

（順不同）

Yコンビネーター

ランダル・ストロス
［日経BP社］

1800円（税抜）

シリコンバレーで最も注目されるベンチャーキャピタリストの傍らで、彼が開催する「短期集中ベンチャー養成講座」に参加できるとしたら、エキサイティングな体験にならないはずがないだろう。このプログラム「Yコンビネーター」に潜入し（もちろん許可を得て）、選考過程から「卒業」までを描いた貴重なドキュメンタリーが本書。ベンチャーに関心のある人は必読の一冊。（小林啓倫／ブログ「POLAR BEAR BLOG」）

プレイバック
ビジネス書大賞

●2013年（第４回）の結果
【大賞】
『ワークシフト』
（リンダ・グラットン、プレジデント社）

●2012年（第3回）の結果
【大賞】
『僕は君たちに武器を配りたい』
（瀧本哲史、講談社）
『スティーブ・ジョブズ（Ⅰ）（Ⅱ）』
（ウォルター・アイザックソン、講談社）

●2011年（第２回）の結果
【大賞】
『ストーリーとしての競争戦略』
（楠木健、東洋経済新報社）
『もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの「マネジメント」を読んだら』
（岩崎夏海、ダイヤモンド社）

●2010年（第１回）の結果
【大賞】
『ブラック・スワン』
（ナシーム・ニコラス・タレブ、ダイヤモンド社）

Discover

書籍紹介

仕事術

できる人の仕事のしかた

リチャード・テンプラー
1500円（税抜）

40カ国以上で読まれている世界標準の「仕事のルール」。「きちんと仕事をする」のは第一歩にすぎない。突き抜けるための108の行動原則とは。

ミッションからはじめよう！

並木裕太
1500円（税抜）

なぜ、問題解決本を読んでも、リアルな問題は解決できないのか？　それは、「ミッション」がないからです。元マッキンゼー最年少役員が教える自分と会社の変革プロセスとツール。

最強マフィアの仕事術

M・フランゼーゼ
1500円（税抜）

“アル・カポネの再来”と言われたトップマフィアが教える常識はずれの成功ルール。週に数億稼いだ男がたどりついた“仕事の極意”とは。

99%の人がしていないたった1%のリーダーのコツ

河野英太郎
1400円（税抜）

リーダーなんてただのコツ!?　40万部突破『99%の人がしていないたった1%の仕事のコツ』の著者が贈る、カリスマ性も成績も才能もいらない、リーダーになるための82のテクニック。

99%の人がしていないたった1%の仕事のコツ

河野英太郎
1400円（税抜）

まじめに仕事をしているのになぜか報われない…。そんなあなたに贈る、仕事を効率的に進め、着実に目標を達成するための今すぐできる87の仕事のコツ。

マネジメント

リーダーが身につけたい25のこと
鈴木義幸
1500円(税抜)

100人以上の経営者にコーチングをおこなっている著者が、誰でもすぐに試せる方法や練習を紹介。読んですぐに実践することができます。

3分間コーチ
伊藤守
1500円(税抜)

部下のために3分間だけとってください。それだけで、すべてが変わります。わが国のコーチング界をリードする第一人者による、究極の人材マネジメント法。

SONYとマッキンゼーとDeNAとシリコンバレーで学んだグローバル・リーダーの流儀
森本作也
1500円(税抜)

なぜ、日本企業のグローバル展開はうまくいかないのか？　ストーリーをまじえて解説。

新版 はじめての課長の教科書
酒井穣
1500円(税抜)

日本企業ならではの強みであるミドルに論点を絞った「日本初の中間管理職の入門書」。「課長のプロ」になる方法がわかります。

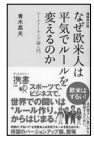
社長の心得
小宮一慶
1500円(税抜)

近年、日本社会を象徴する言葉が、「リーダーの不在」。社長には社長にしかできないことがある！
――人気経営コンサルタント・小宮一慶氏の著作100冊目は、全経営者必読の書！

ビジネス携書

コーチングが人を活かす
鈴木義幸
1000円(税抜)

コーチングとは、相手の「自発的行動」を促進するコミュニケーションの技術。1500を超える企業に対してコーチングを提供してきたコーチ・エィの社長が、その手法の本質を紹介する。

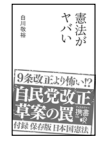


なぜ欧米人は平気でルールを変えるのか ルールメーキング論入門
青木高夫
1000円(税抜)

日本が勝つと欧米にルールを変えられるのはなぜ？
日本人がルール作りへ参画するために必要なこととは。

越前敏弥の日本人なら必ず誤訳する英文 リベンジ編
越前敏弥
1000円(税抜)

ベストセラー『インフェルノ』など、名翻訳家として知られる越前敏弥氏が選ぶ80の英文。前著『日本人なら必ず誤訳する英文』の続編を望む声にこたえて、ついに刊行。



憲法がヤバい
白川敬裕
1000円(税抜)

憲法とは、そもそも国家権力を制約するためのもの。その「大前提」が改正されてしまう？　自分の頭で考え憲法を選ぶ時代の、格好の入門書。

ビジネスマンのための「発見力」養成講座
小宮一慶
1000円(税抜)

同じものを見ていても見えるものが全然違う。人気コンサルタントが価値やチャンスを見出す発見力を徹底解説。ベストセラーシリーズ第1弾。

U25

会社にいやがれ
神原一光
1200円(税抜)

ノマドやフリーランスがもてはやされる風潮があるが、本当にそうなのか？　会社には、働くための素晴らしい環境が整えられている！　会社で輝きたい社員必読の1冊。

冒険に出よう
安藤美冬
1200円(税抜)

「自分の人生、こんなものだ」と思っている人へ。未熟でも未完成でもまずは行動を起こすこと。『情熱大陸』他各メディアで話題の著者・安藤美冬の処女作です。

最強のNo2
曽山哲人
1200円(税抜)

“普通”の社員だった曽山哲人は、会社で「突き抜ける」ために最強の「No.2」を極めることにした！　サイバーエージェント人事部長が語るサバイバルマニュアル。

自分の強みをつくる
伊藤春香（はあちゅう）
1200円(税抜)

自分の強みがわからないと思っている人へ。“キャラクター”を演じて、自分の強みをつくっちゃおう！

もっと自由に働きたい
家入一真
1200円(税抜)

とことん自分に正直に生きろ。現状から逃げ出したいと思っているすべての人へ。貧乏、ひきこもり、中卒……逃げてばかりの起業家・家入一真による新しい働き方マニュアル。

レボリューションズ

独裁力 ビジネスパーソンのための権力学入門
木谷哲夫
1500円(税抜)

権力には、それを持ち、発揮していくためのセオリーがある。その権力のセオリーを豊富な企業の実例を交えて本格的に説く、はじめてのビジネススキル書。

経営戦略全史
三谷宏治
2800円(税抜)

経営戦略100年の発展史を一気読み！　ビジネス革新をめぐる巨人たちの冒険活劇が知的興奮を誘う、ストーリーで読む経営戦略書！

ノマド化する時代
大石哲之
1500円(税抜)

これは、未来予想ではない。すべての人がノマドを強いられる現実が、始まっている。企業、業務、個人が、国境を越え、浮遊するノマド化の時代。あなたはこの現実に耐えられるか？

やり過ぎる力
朝比奈一郎
1500円(税抜)

必要なのは指導力ではなく「始動」力。日本が再飛躍する鍵はリーダーシップにある！　日本活性化を目指す世直し組織を主宰する著者が熱く提言！

もう終わっている会社
古我知史
1500円(税抜)

「選択と集中」「中期経営計画」「顧客至上主義」、この3つが日本企業をダメにした!?
終わらない会社にするために気鋭のベンチャー・キャピタリストがニセモノの三種の神器を斬る！

http://biztai.jp/

ビジネス書大賞 検索 click!

一次投票時のランキングやイベント情報などを更新中。
Facebook ページもあります！

「ビジネス書大賞2014」受賞作品が
聴いて読める！

5月16日まで最大20%オフになる
キャンペーン実施中！

http://febe.jp/biztai

（または「ビジネス書大賞を聴く」で検索）

ビジネス書大賞 Biz-tai 2014実行委員会事務局

東京都千代田区平河町2-16-1平河町森タワー 11階
TEL：03-3237-8991
（株）ディスカヴァー・トゥエンティワン

東京都文京区本郷3-4-6御茶ノ水エビヌマビル8階
TEL：03-5805-2915
（株）オトバンク

掲載の商品はお近くの書店でお買い求めください。書店にない場合は各社にお問い合わせください。

781112