

“100点のベストセラー” 数人で始めた会社がなぜ業界のトレンドセッターに

# 「ロマンとソロバン」そして運



## 中経出版の物語

2026年  
4月28日発行

株式会社あさ出版(代表取締役:田賀井弘毅、所在地:東京都豊島区)は会社の物語制作委員会 著『ロマンとソロバンそして運—中経出版の物語』を2026年4月28日(火)に刊行いたします。

### 元社長を初めとする中経出版OBが参集、赤裸々に書き起こす

1968年に創業した中経出版は、『経済のニュースが面白いほどわかる本』『1分間勉強法』『ぼく、オタリーマン。』シリーズなど数々のベストセラーを生み、ビジネス書から一般書まで幅広い分野で存在感を示してきました。当初は売上1億円未満の小さな出版社でしたが、小さな出版社でしたが、**角川グループに入ったのちの2012年、中経出版としての最終年度は40億円超に成長。しかも45年間にわたり黒字・無借金経営を維持**してきました。本書では、元社長をはじめとするOBが集い、その成長の背景や経営の実像を赤裸々に語ります。出版・コンテンツビジネス業界関係者や中小企業経営者におすすめの一冊です。

タイトル:ロマンとソロバンそして運—中経出版の物語

著者:会社の物語制作委員会

ページ数:256ページ 価格:1,870円(10%税込)  
発行日:2026年4月28日 ISBN:978-4-86667-825-2

### 【目次】

- 第1章 45年間の黒字経営を支えたもの
- 第2章 イベントで会社を盛り上げる
- 第3章 「面白いほどわかる」本をつくる
- 第4章 「勝利の方程式」を探り出す
- 第5章 いかに関出版ジャンルを広げるか
- 第6章 ベストセラーを創り出す
- 第7章 新規事業で売上を拡大する

### 【著者プロフィール】

会社の物語制作委員会 (かいしゃのものがたりせいさいくいいんかい)

2024年、記憶に残したい企業の実録を書籍として刊行することを目的に発足。当該企業の役員、社員にヒアリングするとともにアンケート調査等を実施し、事実関係を確認しつつ編集・執筆を行うプロジェクトチーム。

### 【本書の委員会構成者】

杉本惇 安部毅一 菊池正英 飯田日出男 亀谷敏朗 大屋紳二 浅井美紀 佐藤和夫



## 会議室には巨大な日本地図 2000書店訪問を達成！

2000年、会議室の壁一面に、全長5メートル、幅2メートルの巨大な日本地図(白地図)が掲げられた。営業部のミレニアム・イベント「第1回スタンプラリー全国2000店制覇」の進捗が一目でわかるようデザイン室が制作したパネルである。

チャレンジしている当人たちは、列島上がピンであふれていくにつれ、2000店舗と聞いた当初の不安が、もう少し頑張ればできるという自信と確信に変わっていった。

地方には出版社の営業が訪れない書店も多く、遠方では店長や経営者まで出てきて歓迎されることもあった。

スタートから約1年で目標の2000店舗を達成し、全社でパーティーを開いた。



スタンプラリーで訪問した書店を記した日本地図

## 「ネコでもわかる本」って何？

2000年から始まった〈ネコでもシリーズ〉というシリーズ名もまた、読者への訴求を追求した結果の一つだった。

同シリーズは「超ビギナーのため」の本のラインアップで、とにかくやさしい解説に徹した。『ネコでもわかる〇〇入門の入門』という具合に「入門」に「入門」を重ね、やさしいことをこれでもかと言わんばかりに徹底的に訴えた。

わかりやすさを強調するために「〇〇でもわかる」という表現は昔からあるし、「初めてでもわかる」というフレーズは、今日でもよく見かける。そこからエスカレートして「サルでもわかる」など飛躍した表現も出てきた。現実にはあり得ないことだが、意図は通じるので誤解を生じることはないし、とにかくインパクトはある。

本のカバーにネコのキャラクター(イラスト)を置き、ネコグッズを作成するなど販促にも力を入れることで〈ネコでもシリーズ〉は成功した。20冊ほどのシリーズは多くが2万部を超えるヒットとなり、最も売れた「ネコ」は20万部を超えた。

## ビジネス書コーナーか、英語コーナーか

『英語を35歳からモノにする法』は初版7000部だった。当時の中経出版では初版8000部の本が多く、やや抑え気味の部数だった。発売から最初の1週間は売れる気配がなかった。

ただ、都内の一書店からだけ二度三度と矢継ぎ早に追加注文があった。「なぜだろう」と思った営業担当者は、すぐさまその書店の店頭で足を運んだ。そこでは、同書は英語コーナーではなくビジネス書コーナーに並んでいた。「中経のマークが入っている本だから」と言う。

営業部は閃いた。「これは英語コーナーの読者向けの本ではない。英語に落ちこぼれたビジネスパーソンのためのビジネス書だ！」

営業部は早速ほかの書店でも、英語コーナーからビジネス書コーナーに移してもらうように動いた。この読みは見事に的中し、全国の書店で大きく売れ始め、間もなく重版が決まった。2刷は3000部、その1週間後に5000部、さらに5000部と続き、発売10カ月で10万部を超えて、ロングセラーとなった。