

小資本の会社の経営者に、

〈明日から使える情報〉を提供したい

対象を中小企業の経営に役立つビジネス書づくりに絞る

聞き手／山口哲史（株）フロアクティブ代表

太田 宏

フォレスト出版（株）

先見
トップ・インタビュー
TOP
先見
interview

今回のゲストはフォレスト出版代表取締役の太田宏氏です。同社は「起業家や小さな会社経営者の『最新ビジネス情報ワンダーランド』というスローガンの下、中小企業の経営者に向けた実践的で役立つ本を出版し、躍進しています。この〈ベストセラーの仕掛人〉のお話を、今号と次号の2回に分けてお届けします――。

絶大な効果を発揮した「オフアールはがき」

山口 太田さんとの出会いは2000年ごろだったでしょうか。本誌3月号でもご登場いただいた、人気経営コンサルタントの神田昌典さんを通じてお会いしました。

太田 はい。神田さんも含めた親睦会のような企画をやることになり、熱海のリゾートホテルでお会いしたのが最初ですね。

山口 当時、私は神田さんの主催する経営者のための組織の会員でした。その当時、太田さんが代表取締役を務めるフォレスト出版から、神田さんの著書が発行されたところでしたね。太田さんといえば、ご自分で発掘し、著者デビューさせてきた数多くの若手起業家やコンサルタントから〈大将〉のような存在として慕われています。

それに御社はベストセラーを連発しており、勢いに乗る出版社の一つです。でも、今日に至るまでさまざま

まな変遷があったのでしょうかね。

太田 フォレスト出版を創業したのは1996年4月。それ以前は、音楽の教科書をつくる出版社に勤めており、そこを辞めて90年に本の制作会社を立ち上げたのです。

山口 そのときは、どんなものを手掛けていたのですか。

太田 当時から、ビジネスや経済の読み物を手掛けていました。中にはベストセラーとなり、販売元の出版社から喜んでいただいたものもあります。その後、制作会社から出版社に組織を変え、99年に神田昌典さんと出会ったことで、「あなたの会社と90日で儲かる！」の出版までつながります。

山口 ピンク色の表紙が印象的で、大ヒットとなりましたね。

太田 はい、おかげさまで(笑)。面白かったのが、最初の本を発行してから半年ほど経ったあるとき、神田さんが私に言った台詞です。「太田さん！本というのは、めちゃめちゃ儲かる商売ですね！」。

当時は、出版不況といわれていたときです。何を言い出すのかと思いましたが、彼の真意は後に分かりました。どういう意味かといえば、本の中に入れた著者からの「オフアールはがき」の効果のことです。自分の

商材やセミナーの紹介をして、「もし本を読んであなたが気に入ってくれたら、このはがきを使って資料請求してください」というアレです。この反響がすごかった。

本の中にオフアールはがきを入れると〈見込み客中の見込み客〉、すなわち、すぐにでも顧客になる可能性の高い人が集まってくるのです。本を読んで内容に共感し、「この著者にぜひ会いたい！」と思った人から戻されるオフアールはがきは、売上に直結する可能性が大きい。そのため、精度の高い見込み客リストができ上がるといわれています。

山口 だから神田さんが、出版業は儲かる商売だと言ったんですね。これぞ、〈最高のDM〉でしょう。

太田 はい。しかも、DMよりお金がかからない上、自分の著書を買ってくれる。さらに自分の考えに共感してくれば、「よい本があるから読んでみて」と自分の友人や知人に配本までしてくれるわけですよ(笑)。印税ももらえて、無料でDMを配ることができ、なおかつ真の見込み客まで手に入る——著者にとっては、よいことばかりです。

山口 オフアールはがきは当時としては画期的な試みで、それ以降、一気に広まりましたね。読者との距離が



面白かった神田昌典さんに言われた台詞