

2014年5月30日

株式会社ブックウォーカー

日本人最大の資産は問題がたくさんあること!?

『今ここにある問題を解決するために 僕らはアイデア
で越えていく DENTSU DESIGN TALK』第4弾!

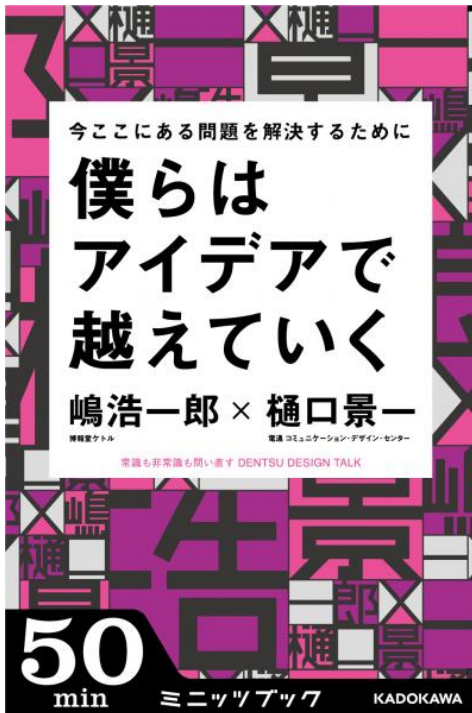
株式会社ブックウォーカー(本社:東京都千代田区代表取締役社長:安本洋一)が展開するコンパクトな電子書籍専用レーベル【カドカワ・ミニッツブック】は、第一線で活躍するクリエイターや知識人、経営者をゲストに招いて電通クリエイターとのトークセッションをまとめた「DENTSU DESIGN TALK」シリーズの第4弾『今ここにある問題を解決するために 僕らはアイデアで越えていく DENTSU DESIGN TALK』の配信を開始しました。

■ 社会を良くするために、あなたができることは何か?

「DENTSU DESIGN TALK」は、電通社内の人材育成セミナーとしてスタートし、2013年10月に100回を迎えました。映画監督、写真家、メディアアーティスト、大学教授、建築家、アートディレクター、脳科学者、経営者など、世の中の第一線で活躍する人々をゲストに招き、電通のクリエイターとのトークセッションを行なう——常識も非常識も問い直す——と銘打って行われています。

第4弾のテーマは、「越える力」について。広告の仕事は今や国家ブランディングから書店経営まで多岐にわたります。共通するのは、「今ここにある問題を解決する」ということ。日本人最大の資産は「問題がたくさんあること」だと言い切る電通コミュニケーション・デザイン・センターの樋口景一。本屋さんが売りたい本を選ぶ「本屋大賞」を作った博報堂ケトルの嶋浩一郎。ともに様々な問題を「アイデア」で越えてきました。課題を解決できるコア・アイデアにはどうやったら辿りつけるのか? 手のひらに載る企画とはどういうことなのか?

「他人ごと」ではなく「自分ごと」にするとは何を意味するのか? 次世代にどうやってつなげていくのか? 広告の仕事が多岐にわたるということは、今ある問題はすべての「仕事」に共通するといっても過言ではありません。「越える力」の鍛え方を語りつくします。



『今ここにある問題を解決するために 僕らはアイデアで越えていく DENTSU DESIGN TALK』

嶋浩一郎、樋口景一

想定読了時間50分。希望小売価格350円。

公式サイト:<http://j.mp/1i6tldl>

すぐ読める試し読み:<http://j.mp/RI1DBY>

■著者について

嶋 浩一郎 しまこういちろう

博報堂ケトル 代表取締役社長／クリエイティブディレクター／編集者。

93年博報堂入社。コーポレート・コミュニケーション局配属。企業の情報戦略に携わる。01年朝日新聞社に出向。スターバックスコーヒーなどで販売された若者向け新聞「SEVEN」編集ディレクター。02—04年博報堂「広告」編集長。06年既存の手法にとらわれないクリエイティブ・エージェンシー博報堂ケトルを設立。トヨタ、KDDI、味の素、ソニーなどの統合キャンペーンを企画・実施すると同時にネットニュース配信、カルチャー誌「ケトル」の発行などコンテンツビジネスにも力を入れる。04年本屋大賞の設立に関わり、現在NPO本屋大賞実行委員会理事。11年ブックコーディネータ内沼晋太郎と共同経営の形で東京下北沢に本屋B&Bを開業。11年、13年のカンヌ広告祭PR部門の審査員もつとめる。著書『なぜ本屋に行くとアイデアが生まれるのか』（祥伝社）など。

樋口景一 ひぐちけいいち

株式会社電通コミュニケーション・デザイン・センター コミュニケーションデザイン・ディレクター。

国内で経営戦略・事業戦略・商品開発から広告キャンペーンまでトータルにディレクションを行う

一方、海外での事業開発案件を多数手がけるなど広告領域を越えた活動をグローバルに展開。最近では発展途上国を中心に地域や国家ブランディングに携わる。

カンヌ国際広告賞金賞など国内外の受賞多数。カンヌ、クリオなど審査員歴多数。

2008年より武蔵野美術大学非常勤講師。著書に「発想の技術」（2013 電通）、「社会人思春期の歩き方」（2014 廣済堂出版）。

「DENTSU DESIGN TALK」シリーズについて

■企画

金原亜紀(きんばら あき)

電通・人材育成企画。「DENTSU DESIGN TALK」「電通デザイン・イノベーション・ワークショップ」を企画。30代の10年間、電通発行の広報誌「advertising」の編集長を務めていた。

■表紙デザイン

八木義博(やぎ よしひろ)

電通・アートディレクター。JR東日本の「行くぜ、東北。」、パナソニックの企業広告「LIFE IS ELECTRIC」などに携わり、カンヌライオンズ国際クリエイティビティ・フェスティバルなどで多数の賞を受賞。

■編集

菅付雅信(すがつけ まさのぶ)

朝日出版社アイデアインク・シリーズほか、アートブックの組合的出版社「ユナイテッドヴァガボonz」の代表を勤める。

■スマホ時代のライフスタイルにベストマッチの電子書籍【カドカワ・ミニッツブック】

「カドカワ・ミニッツブック」は30分前後で読み切れる手頃な分量と350円を中心とした価格帯の電子書籍専用レーベルです。現在、KADOKAWAの多彩なジャンルから92タイトルを発売中です。

ミニッツブックというレーベル名には「分単位で読める本」という意味が込められ、表紙の右上には「〇〇min」と想定読了時間の目安が明記されています。通勤・通学の「スキマ時間」に手軽に読めて、満足感のある内容をお届けします。KADOKAWAの直営ストアBOOK☆WALKERをはじめとするスマートフォンや電子書籍端末に対応している各電子書籍ストアで絶賛発売中です。

カドカワ・ミニッツブック公式サイト: <http://minutesbook.jp>

カドカワ・ミニッツブックCM動画: <http://www.youtube.com/user/minutesbook>

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社ブックウォーカー デジタル編集部担当: 松山 公式サイトURL: <http://minutesbook.jp>

Tel: 03-3238-8310 Fax: 03-3238-5725 Mail: support@mail.bookwalker.jp