



NEWS RELEASE

2023.12.20

株式会社湖池屋 代表取締役社長 佐藤章 著
「湖池屋の流儀 老舗を再生させたブランディング戦略」
2023年12月20日(水)より発売

株式会社湖池屋（社長：佐藤章）の代表取締役社長 佐藤章が入社後から現在に至るまでの湖池屋リブランディングの軌跡を語る『湖池屋の流儀 老舗を再生させたブランディング戦略』が、2023年12月20日（水）に株式会社中央公論新社より刊行されます。

正面突破よりも差別化戦略！？ライバルに打ち勝つための独自戦略とは



【概要】

強みが凝縮された「一品」が会社を変えた――。年間20億円でヒットといわれるスナック市場において、初年度に40億円の売上を叩き出した「湖池屋プライドポテト」。国産じゃがいもをはじめとする素材、安売り競争下での高価格設定、自立式のパッケージデザインなど、あらゆる面で革新的な「プライドポテト」を起爆剤に、次々とヒット商品を生み出す「新生・湖池屋」。その舞台裏では何が起きているか。

老舗のブランディング戦略はいかに磨かれ、実践されてきたか。新生・湖池屋の軌跡をたどりながら、独自のマーケット論、経営戦略を説く。

このリリースに関するお問い合わせ先

株式会社湖池屋 広報部

Tel. 080-3582-2708

E-mail. pr@koike-ya.com



【目次】

- 第1章 創業者の精神に学べ
- 第2章 日本のじゃがいもしか使わない
- 第3章 つくるのではなく、醸し出す
- 第4章 職人技で難題に挑む
- 第5章 ナンバー2だからこそその挑戦
- 第6章 スナックで日本を元気にしたい
- 解説 マーケター佐藤章の本領 一志治夫

【書誌情報】

- 書名：『湖池屋の流儀 老舗を再生させたブランディング戦略』
- 著者：佐藤 章
- 判型：四六判
- 発売日：2023年12月20日
- 定価：1,760円（1,600円＋税）
- ISBN：978-4-12-005723-6

【著者】

佐藤章（さとう・あきら）株式会社湖池屋 代表取締役社長

1959年東京生まれ。82年早稲田大学法学部卒業後、キリンビールに入社。営業職を経て、90年に商品企画部に異動。「ビール職人」「ブラウマイスター」などの企画・開発に携わる。97年にキリンビバレッジ商品企画部に出向。99年に発売された缶コーヒー「FIRE」以降、「生茶」「聞茶」「アミノサプリ」など、手がけた商品の販売数が4年連続1000万ケースを超える大ヒット商品に。その後キリンビール営業本部マーケティング部部長、九州統括本部長、キリンビバレッジ社長などを歴任。2016年フレンテ（現・湖池屋）執行役員兼日清食品ホールディングス執行役員に転じ、同年9月より湖池屋代表取締役社長。社名やロゴを変更するリブランディングを敢行。新生・湖池屋を象徴する商品である「湖池屋プライドポテト」をはじめ、「ピュアポテト」「湖池屋ストロング」など、数々のヒット商品を生み出す。

□取材のお申し込み・お問い合わせ先

中央公論新社

ブランド・プロモーション部 瀧澤

TEL：03-5299-1790 E-mail：n-takizawa@chuko.co.jp

ノンフィクション編集部 金澤

TEL：03-5299-1877／090-4679-6839 E-mail：t-kanazawa@chuko.co.jp

このリリースに関するお問い合わせ先

株式会社湖池屋 広報部：伊藤／小幡

Tel. 080-3582-2708 Fax. 03-6872-2613

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 6-17-11

JPR 原宿ビル 8F

E-mail. pr@koike-ya.com

一般のお客さまからのお問い合わせ先

株式会社湖池屋 お客様センター

Tel.0120-941-751

受付：月～金 9:00～17:00（祝日除く）