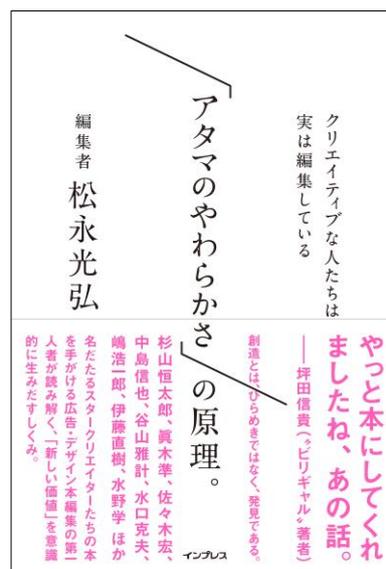


各 位

 2018年10月18日
株式会社インプレス

15年にわたってトップクリエイターたちのアタマの中を
のぞいてきた編集者の“結論”とは？
『「アタマのやわらかさ」の原理。クリエイティブな人たちは実は編集している』発売

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小川亨）は、数々のスタークリエイターたちの本を15年にわたって手がけてきた広告デザイン本編集の第一人者、松永光弘による、クリエイティブな思考のメカニズムを読み解いた書籍『「アタマのやわらかさ」の原理。クリエイティブな人たちは実は編集している』を2018年10月19日（金）に発売いたします。



■モノの価値は、実は「組み合わせ」のなかで決まる

「ユニークなものを見方をするね」

「アタマがやわらかいなあ」

そう評価される代表格ともいえるのが、クリエイターと呼ばれる人たち。でも実は、彼らの柔軟でクリエイティブな思考には共通点があります。それは「ひらめき」ではなく、「発見」を重視していること。その発見のために、アタマのなかでたえず行われているのが情報の「編集」です。編集的に物事をとらえ、編集的に解釈するからこそ、彼らはモノの価値や意味を「ふつうではないもの」に変えることができます。

例えば、ハロウィンの夜に渋谷の街で撮った1枚の写真 (①)。1枚だけを見ていると「ハロウィンの写真だ」と思いがちですが、隣に「戦後の渋谷」の写真を並べると、それは「今の渋谷」の意味に変わり (②)、「貧しいアフリカの子供」の写真を並べると、「恵まれた若者たち」という意味に変わります (③)。このように、「実はモノの価値は“組み合わせ (=編集)” の中で決まっている」と松永氏は言います。そのこと

を理解して、「組み合わせ」のなかでモノの価値を考えるようにすると、「アタマはやわらかく」つかえるようになるのです。本書では、こうした例をまじえながら「アタマのやわらかさ」の原理を読み解くとともに、そのまんなかにある編集という“知の錬金術”についても解説しています。

<紙面イメージ>

 <p>73 第2講 「アタマのやわらかさ」は編集からはじまる</p>	<p>「組み合わせ」によって価値やメッセージを引き出す</p> <p>では、編集とはいったいどんなものなのか。 はくはつぎのように定義しています。</p> <p>編集とは、組み合わせによって価値やメッセージを引き出すこと</p> <p>具体的に説明しましょう。</p> <p>ここに1枚の写真があります。ハロウィンのときに、渋谷の街で撮られたもので、仮装した若者たちが楽しそうな笑顔で写っています。</p> <p>この写真に、つぎの言葉を組み合わせると、どうなるでしょうか。</p> <p>今年もハロウィン人気に衰えはない。</p> <p>72</p>
--	---

写真①

<p>(「戦後の渋谷の写真」との組み合わせ)</p>  <p>81 第2講 「アタマのやわらかさ」は編集からはじまる</p>	 <p>80</p>
---	--

写真②

(「貧しいアフリカの子どもの写真」との組み合わせ)



85 第2講 「アタマのやわらかさ」は編集からはじまる



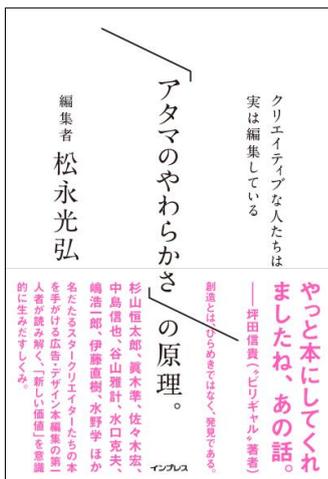
84

写真③

<本書はこんな人におすすめです>

- ・自分にはひらめきがないから、創造的になれないと感じている人
- ・ちょっと変わったものの見方ができるようになりたい人
- ・新しいものを生み出すための基本的なアタマのつかい方を知りたい人
- ・考える力をアップさせたいと思っている人

■書誌情報



「アタマのやわらかさ」の原理。

クリエイティブな人たちは実は編集している

著者：松永光弘

発売日：2018年10月19日（金）

仕様：四六判／1色刷／224ページ

ISBN：978-4-295-00495-0

紙版定価：本体1,500円＋税

電子版販売価格：1,350円＋税 ※10月発売予定 ※インプレス直販

◇書誌情報：<https://book.impress.co.jp/books/1118101080/>

◇書影ダウンロード：<https://dekiru.net/press/500495.jpg>

■目次

はじめに

第1講 「アタマのやわらかさ」の基本形

第2講 「アタマのやわらかさ」は編集からはじまる

第3講 「アタマのやわらかさ」からわかる創造性の5つの誤解

第4講 「アタマのやわらかさ」で自分を変える

おわりに——出会いは編集のはじまり

■著者プロフィール

松永光弘（まつながみつひろ）

編集者

広告やデザインをはじめ、おもにクリエイティブをテーマとした書籍の企画および編集にたずさわっている。手がけた書籍には、クリエイターたちにバイブルとして長く読みつがれているものが多い。

企画編集した書籍は、『「売る」から、「売れる」へ。水野学のブランディングデザイン講義』（水野学）、『広告コピーってこう書くんだ！読本』（谷山雅計）、『しかけ人たちの企画術』（小山薫堂ほか）、『ひとつ上のプレゼン。』（眞木準ほか）、『応援したくなる企業の時代』（博報堂ブランドデザイン）、『クリエイティブマインド—つくるチカラを引き出す40の言葉たち』（杉山恒太郎）、『「伝わる」のルール—体験でコミュニケーションをデザインする』（伊藤直樹）、『アートディレクションの「型」。』（水口克夫）、『使ってもらえる広告』（須田和博）、『新しい買い物—理想の社会を買い物でつくる』（無印良品コミュニティデザインチーム+勝部健太郎）、『新訳「ドラえもん」』（藤子・F・不二雄、佐々木宏）など多数。

出版にとらわれない編集術の実践家および研究者であり、編集の考え方を生かして、社会人向けのスクールや講座をプロデュースしたり、商品開発にたずさわったり、ロボティクスベンチャーなどの企業のアドバイザーをつとめたりもしている。

■備考

〈オビメッセージ〉

やっと本にしてくれましたね、あの話。——“ビリギャル” 著者 坪田信貴

〈装丁デザイン〉

水野 学（グッドデザインカンパニー）

以上

【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 7,000 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、及びデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：唐島夏生、証券コード：東証1部 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「旅・鉄道」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

TEL：03-6837-5034 E-mail：pr-info@impress.co.jp URL：<https://www.impress.co.jp/>