



幼い頃の記憶がロングセラーブランドをつくる

**『ブランドストーリーは原風景からつくる』細谷正人著 11月24日（火）刊行
 書籍刊行を記念し SPBS にてトーク連載をスタート。12月9日（水）開催！**

社会や生活の変化と共に、その解釈も変化するブランディング。デジタルの接点の増加、多くの情報が行き交い変化の激しい日々が続く現在、企業や商品、サービスなどを永続的な価値として築くため、ブランディングについて頭を悩ませたことがある方は多いのではないのでしょうか。この度、多くのブランド戦略プロジェクトを手掛けてきた細谷正人（バニスター株式会社・代表取締役）が、"原風景"や"記憶"をキーワードに、新たな視点でブランディングに切り込み、先進企業への取材や研究、考察をまとめた書籍『ブランドストーリーは原風景からつくる』が、11月24日（火）日経BP社より刊行いたします。

一人間は必然的にそれぞれの「原風景」をもっている。それはほとんど自己形成空間、環境による先天的なものである—
 （奥野健男『文学における原風景—原っぱ・洞窟の幻想』集英社）

原風景とは自伝的記憶のことであるといえます。自伝的記憶は、意図的に覚えこもうとしていないにもかかわらず、いつのまにか様々な記憶がつくられている特徴があります。多くのブランディングプロジェクトを手掛けてきた細谷氏は、幼い時などの記憶（自伝的記憶）がロングセラーブランドを支えていることをインタビュー調査等によって明らかにしています。衝撃的な1回の記憶よりも、複数回くりかえされる概括的かつ空間的、情緒的な記憶のほうがロングセラーブランドに大きく影響していることを解説。"愛着のあるロングセラーブランドは、作り手が作るものではなく、生活者自身が生み出すストーリーによって作られている"という視点で、ブランド戦略の課題と対策を明らかにします。

また、書籍の刊行を記念し、SPBS（SHIBUYA PUBLISHING & BOOKSELLERS）にて、書籍の中でも注目される様々な"記憶"や"原風景"をテーマに、細谷がホストとなり、あらゆる分野のゲストに迎え、新たな視点を加え、愛着がうまれるブランドの作り方や自伝的記憶が未来にもたらす可能性など、ゲストや参加者の皆さまとともに考えていくトーク連載を開催します。

初回にご登壇いただくのは、ソニー企業（株）代表取締役社長・チーフブランディングオフィサー永野大輔氏。銀座ソニービルの跡地に" Ginza Sony Park"をオープンし、銀座という街の文脈まで内包し、パブリックスペースとプライベートスペースを行き来するような絶妙な場づくりで、モノからではなく体験の記憶を残すことに取り組み注目されています。ぜひ貴重なトークご視聴くださいますようお願い申し上げます。

SPBS トーク連載『未来がみえる、自伝的記憶の可能性を探る vol.1』 12月9日（水）20:00～21:30
ゲスト：ソニー企業（株）代表取締役社長・チーフブランディングオフィサー 永野大輔氏 ×細谷正人 *詳細は別紙ご参照ください

OUTLINE

『ブランドストーリーは原風景からつくる』 著者：細谷正人



幼い頃の記憶がロングセラーブランドをつくる

愛着のあるブランドは、作り手が作るものではなく、生活者自身が生み出すストーリーによって作られている。原風景とは自伝的記憶であるとして、幼い時や青年期などの記憶がロングセラーブランドを支えていることを独自のインタビュー調査などによって明らかにしている。自伝的記憶は、意図的に覚えこもうとしないにもかかわらず、いつのまにか様々な記憶がつくられている特徴がある。本書では、衝撃的な1回の記憶よりも、複数回くりかえされる概括的な記憶で、さらに空間的や情緒的な記憶のほうがロングセラーブランドに大きく影響していることを解説している。

「日経クロストrend」での2年6カ月、計33回にわたる連載取材の集大成。ソニー企業、花王、良品計画、ジンス、たねや、ナインアワーズなど、優良企業が実践する新しい“原風景”をつくるブランディング事例を紹介。さらに建築家の田根剛氏、TOMATO 長谷川踏太氏との特別対談“記憶から、未来をつくる”を掲載。

定価：本体 2200 円＋税

発行：日経 BP

発売：日経 BP マーケティング

発行：2020 年 11 月

《目次》

はじめに

- 1章 ブランドにおける原風景
- 2章 ブランド・エクイティと長期育成
- 3章 原風景は自伝的記憶
- 4章 自伝的記憶とブランドの消費者インタビュー調査
- 5章 自伝的記憶におけるブランドの長期育成モデル
- 6章 新しく原風景からつくるブランディング事例
- 7章 対談 記憶から、未来をつくる

おわりに 原風景が、ブランドの未来を描く

PROFILE



写真：鈴木陽介

細谷正人 バニスター株式会社 代表 / ディレクター

企業ブランドから商品・事業ブランドまで、国内外におけるブランド戦略及び独自の消費行動分析、デザイン戦略、ネーミング開発、コミュニケーション戦略、社内ブランド啓発活動等、100を超えるプロジェクトを実施してきた。包括的な視点でブランド立案とビジネスを両輪で導く。主要な実績には、P&G、オムロンヘルスケア、味の素、大塚製薬工場、大塚製薬、オリエンタルランド、楽天、森永乳業、ヤマハ、宝酒造、ダノンウォーターズ、キリンビール、ワコール、アップリカ、よつ葉乳業、朝日酒造、JT、クラシエ、星野リゾート、富士ゼロックス、日産自動車、中央軒煎餅等、幅広い業界でプロジェクトを行っている。1976年生まれ。法政大学工学部建築学科卒業。早稲田大学大学院経営管理研究科修了。主な著書には『Brand STORY Design ブランドストーリーの創り方』（日経 BP）があり、同書は2019年に韓国語版として翻訳されている。

<https://www.bannistar.com>

TALK EVENT

書籍刊行を記念し、SPBS (SHIBUYA PUBLISHING & BOOKSELLERS) にて、トーク連載「未来がみえる、自伝的記憶の可能性を探る」を開催します。細谷がホストとなり、“記憶”や“原風景”をテーマに、あらゆる分野のゲストに迎え、新たな視点を加え、愛着がうまれるブランドの作り方や自伝的記憶が未来にもたらす可能性など、ゲストや参加者の皆さまとともに考えていきます。

未来まで残り続けるものや場所を生み出すために、人間の「記憶」の可能性について知っておくことは、ものづくりや場所作りに新しい視点を加えるヒントになるかもしれません。これからのものの作り方、場所の作り方、ブランドの作り方を、“記憶”や“原風景”をテーマに、新たな視点で考える時間を作ります。

SPBS『ブランドストーリーは原風景からつくる』刊行記念トーク連載

未来がみえる、自伝的記憶の可能性を探る vol.1

ゲスト：ソニー企業（株）代表取締役社長・チーフブランディングオフィサー 永野大輔 氏

ホスト：細谷正人

日程：2020年12月9日（水）20:00~21:30

申し込み：peatix (<http://spbs201209.peatix.com>)

チケット：オンライン配信チケット 1650 円（税込）

書籍付きチケット 3620 円（税込）（書籍代 2420 円、送料、オンライントーク込み）

永野大輔（ながの だいすけ）氏

ソニー企業株式会社 代表取締役社長・チーフブランディングオフィサー

1992年にソニー入社。営業、マーケティング、経営戦略、CEO(最高経営責任者)室などを経て2017年から現職。「Ginza Sony Park Project」のリーダーとして、13年からプロジェクトを推進し、18年8月9日に「Ginza Sony Park」をオープンさせた。

PRESS CONTACT：本件に関するご質問、取材やサンプルのお貸出し、掲載等に関するお問い合わせは下記までご連絡下さい。

daily press 川村 美帆 | 03-6416-3201 mihokawamura@dialypress.org