

2014年12月10日

【新刊発売のご案内】

# 「個性」はこの世界に本当に 必要なものなのか

東京大学教養学部×博報堂ブランドデザイン

博報堂のブランディング専門組織「博報堂ブランドデザイン」は、東京大学教養学部との共著『個性』はこの世界に本当に必要なものなのか』を発売いたしました。

ブランディングにおいて、「個性=(商品/企業)らしさ」はブランドを構成する重要な要素です。博報堂ブランドデザインは、企業やチームのブランディングに関わるプロフェッショナルチームとして、学問、ビジネス、生活の局面においてさまざまな捉え方をされている「個性」の実態に迫りました。当書は「個性」が学問の領域によってどのように捉えられているか、統計学、認知神経科学、文献学、生態学、物理学、哲学、政治学、天文学、言語学の9つの分野の最先端の研究者にインタビュー取材を実施しています。それぞれの学問分野において、個性がどう位置づけられているか、あるいは個性がどんな役割を果たしているのかを問うことで、それらを一貫する「個性というものの普遍的な価値」を浮き彫りにしています。その上で真船文隆氏（東京大学教養学部教授）と宮澤正憲（博報堂ブランドデザイン代表）が「個性はこの世界に本当に必要なものなのか」という疑問をテーマにディスカッションをおこなっています。



## 「個性」はこの世界に本当に必要なものなのか

著者：東京大学教養学部、博報堂ブランドデザイン 共著

判型：新書判（192ページ）

定価：810円(税込)

発行：株式会社 KADOKAWA

アスキー・メディアワークス

書店発売日：2014年12月10日（水）

### <博報堂ブランドデザイン プロフィール>

博報堂内の次世代型コンサルティング専門チーム。マーケッター、デザイナー、コピーライター、一級建築士、組織開発コンサルタント、リサーチャーなど、多彩なバックグラウンドを持ったメンバーより構成され、戦略からアウトプットまでをワンストップで実行するのが特徴。ブランド戦略立案をはじめ、組織・風土改革、ビジョン策定、新事業開発、商品・サービス開発、CI・VI、ネーミング、空間デザインといった様々なビジネス領域をカバーし、クライアントや外部専門家と深くコラボレーションする「共創型」のプロジェクトを得意としている。（リーダー：宮澤正憲）



hakuhodo brand design

## 目次

### はじめに 入口と出口で、個性に求められるものが異なる社会

#### 第1講 認知神経科学 「個性とは、無意識のうちに育まれてしまうもの」(四本裕子)

個性は脳の使われ方のちがいがい／遺伝的能力には覚醒が必要／特定の刺激を受けつづけると感度が上がる／能力の獲得は若いほうが有利／個性は自分で把握できない／個性は意識的に育むことができない

#### 第2講 文献学 「個性とは、なにかを求めるなかで おのずと表れ出てくるもの」(高橋英海)

宗教文献に個性という言葉あまり見かけない／創始者に似ようとする試み／イコンはなぜ個人的なのか？／修道院という組織でも個性は発揮される／修道院では「服従」が求められるが…／理想を求めるなかで個性を発揮する

#### 第3講 生態学 「個性とは、種の存続可能性を高めるために必要なもの」(吉田丈人)

注目されるのは「行動の個性」／「レジスタンス」と「レジリエンス」／種の存続は環境に左右される／なぜ「細々と生き残る種」があるのか／適応をはかるモノサシは多様／多様性は種の持続可能性を高める

#### 第4講 哲学 「個性とは、運命であり、呪いでもある」(原和之)

「個性重視」は「いま」を大切にすること／「重視」と「発揮」は別／「ちがっている」という意味ではみんな同じ／「文はその宛先の人なり」／個性は「生かす」もの／個性とは「呪い」

#### 第5講 物理学 「個性とは、フロンティアに必要なもの」(松田恭幸)

個性を無個性で読み解く／研究者の発想という個性／個性の発揮には「準備」が必要／好奇心という個性の発現／個性が必要なのは「ギリギリのところ」

#### 第6講 統計学 「個性とは、コストを必要とするもの」(佐藤俊樹)

「統計学は個性を大切にしない」は本当？／すべてのデータを集めるのは難しい／個性とコストパフォーマンスの関係／個性が発信されている時代／お金をかけずに個性に配慮するには／なぜアメリカの大学で個人的な人材が育つか／自発的に多様性を生み出すために

#### 第7講 政治学 「個性とは、さまざまなアイデアを 借りるなかで育まれるもの」(鹿毛利枝子)

政治はおのずと変容して個人的になる／多様性を反映できるのは比例代表制／意見という個性が発揮されなくなるとき／政治の個性に強い影響を与えるのは団体の欲求／政治は「取り入れて」つくられる／国政の個性は「いいとこ取り」

#### 第8講 天文学 「個性とは、外のものと比較してはじめてわかるもの」(蜂巢泉)

星の個性は「初期設定」次第／太陽系の外には「惑星がなかった」？／「個性を比較する対象」の発見／「当たり前」を覆したホットジュピター／「外」をみるから「内」がわかる

#### 第9講 言語学 「個性とは、いちばん重要なことであり、いちばん問題なことでもある」(トム・ガリー)

言語の「ちがいがい」こそが人の個性／個性を消し去るのは難しい／個性が言語に表れ出にくくなっている／世界にはどのくらいの種類の英語がある？／コミュニティーの個性を反映した日本語／「正しい日本語」は個性の否定

#### 第10講 まとめ 「個性はこの世界に本当に必要なものなのか」(真船文隆×宮澤正憲)

「共通性」と「固有性」のなかで理解する／「独走」ではなく「フロントランナー」／パーソナリティーとアイデンティティーは一致しない／「目立たない個性」も個性／個性には発揮の仕方がある／個人の個性と組織の個性は分けて考える／個性は本当に必要なのか

### おわりに 個性が教えてくれること

—博報堂ブランドデザインの書籍—



『**応援したくなる企業**』の時代〜マーケティングが通じなくなった生活者とどう付き合うか〜

事業改善の成果が顕著に表れない最大の理由は、企業の文化的背景や価値観が古くなっているのに気付いていない等、ビジネスパーソンが無意識においてしまいがちなビジネス上の前提を「不思議前提」とし、その前提を疑っていくことで社会・生活者の価値観の変化を改めて考え直すきっかけを提供し、解説しています。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2011年6月10日)



『**あなたイズム**』〜ムリなく、自分らしく、でも会社に愛される働き方〜

いま、社会人の3人に1人が「仕事つまらない」と感じているそうです。個人の「らしさ」が職場で生かされるようになるには？など、個人主義でも集団主義でもない、自分らしさを活かしながら企業の目標達成に貢献していくための働き方について解説しています。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2011年6月10日)



『**ビジネスは「非言語」で動く**』〜合理主義思考が見落としたもの〜

「正しくやった」のに「うまくいかない」こと、ありませんか？ —ビジネス界の最先端では、「非言語領域の情報」に対する関心が高まっています。人間が言語化して意識できる情報は5%。残りの95%は言語化されない、と言われています。本書では「非言語領域の情報」の重要性を改めて提起し、「非言語領域を活用したビジネスコミュニケーション」を読み解きます。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2012年8月10日)



『**ビジネス寓話50選**』〜物語で読み解く、企業と仕事のこれから〜

ビジネス界には「寓話」が数多くあります。ビジネスの要諦や視点を短いストーリーで比喩的に表現したもので、さまざまなビジネスシーンで折に触れて引用されています。本書では、洋の東西を問わず、ネット上に流布する最新の寓話からはるか紀元前に綴られた物語まで、これから10年のビジネスを見据えたくうえで「本当に使える」珠玉のビジネス寓話を、厳選して解説しています。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2012年8月10日)



『**チームのアイデア力。〜アイデアが出るチームになるための5つのステップ〜**』

チームを率いてアイデアをつくり、形にしていける際の基本的な考え方やノウハウを1冊の本にまとめました。オリジナルの発想法「リボンフレーム」をはじめ、チームでアイデアを創り出すために必要となる、リーダーシップやコミュニケーションスキル、アイデア出しの場づくりに関する心得とともに、具体的なアイデア出しのステップと方法論を紹介しています。  
(発行：日本能率協会マネジメントセンター 定価：1,575円(税込)発売：2013年4月27日)



『**すぐできる！企画書の書き方・つくり方**』

社会人1年～5年目までの、これまで自分で企画書を書いたことが無い人を対象に「ストーリー思考」を活かした、自分らしい企画書をつくるための考え方とノウハウをまとめています。上級者が無意識に行っている「6つのプロセス」で企画書作成を「見える化」することで、初心者でも企画書の内容をわかりやすく伝え、相手を動かすことができる「企画書のカギ」について解説しています。  
(発行：日本能率協会マネジメントセンター 定価：1,575円(税込)発売：2013年4月27日)



『**2回以上、起業して成功している人たちのセオリー**』

起業経験が複数回ある“連続起業家”21人を取材し、導き出された法則を抽出しています。「連続起業家」がコトを起こして成功するためのノウハウである「8つのセオリー」を明らかにすることで、起業に限らず、新規事業開発や、組織や個人が創造性を発揮していくための“イノベーションのヒント”として、ビジネスにお役立ただくことを目的としています。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2013年8月12日)



『**ビジネスを蝕む「思考停止ワード44」**』

いまの時代に生きるビジネスパーソンにとって重視すべきと思われる「思考停止ワード」を収録、ネガティブな影響から抜け出すためのヒントをまとめています。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2013年8月12日)