

「ブランドデザインボックス」シリーズ

『あなたイズム』

—ムリなく、自分らしく、でも会社にも愛される生き方—



著者 : 博報堂ブランドデザイン
 刊行 : 2011年6月10日
 出版社 : アスキー新書
 定価 : 本体743円+税

<目次>

- ・ はじめに いまの職場では“あなた”は活かされない？
- ・ 第1章 なぜ仕事は「つまらない」のか
 社会人の3人に1人が「つまらない」と思っている
 性に合わない、仕事はつまらない
 どうしたら「つまらない」は変わるのか？ 等
- ・ 第2章 自分の「持ち味」、組織の「らしさ」
 個人に持ち味があるように、組織にも持ち味がある
 組織に合わせようとする必要はない
 組織との接点は、今後の行動指針になる 等
- ・ 第3章 イズムを見つけよう
 ケーススタディでみる「イズム」の探し方
 組織をあげて「イズム」を探す場合 等
- ・ 第4章 イズムをさらに活かすために
 大事なのはイズムの広さより深さ
 個人の側から組織を変えていく 等
- ・ 第5章 「仕事のなかの自分」を変えるヒント—野田稔氏との対談
- ・ 第6章 「自分のスタイル」とは何か—中竹竜二氏との対談
- ・ 第7章 いま企業が求める「共感できる個人」とは—星野佳路氏との対談
- ・ おわりに これからの時代に伸びる個人、伸びる組織

社会人の3人に1人が「仕事がつまらない」と思っている。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。

星野佳路氏(星野リゾート)、野田稔氏(明治大学大学院教授)、中竹竜二氏(日本ラグビーフットボール協会コーチングディレクター)との対談も収録。

「ブランドデザインボックス」シリーズとは・・・

ビジネスコンサルティングの専門組織である博報堂ブランドデザインが、様々な業界のクライアントや専門家と接している中で培った知識・経験をいかし、『会社って楽しい！社員で良かった。』と思ってもらえるようなビジネスのヒントや、先進的な企業のあり方、働き方の提案等をまとめ、アスキー新書よりシリーズとして刊行されます。

※博報堂ブランドデザイン

ブランド戦略の立案から、ブランディングに関わるアウトプットの開発・制作までをワンストップで実行し、一貫したブランド構築ソリューションを提供するブランディング専門チーム。事業戦略/CI/ネーミング/空間開発/商品開発/インナーブランディングなど、様々なブランド領域におけるコンサルティング業務を行っています。

<http://www.h-branddesign.com/>



hakuho brand design



読みやすさを追求した書体を使用