



ユニクロ快進撃の秘訣は、どこにあるのか。最前線で働くキーマンたちが、その仕事力の要諦を惜しげなく公開する。あなたの既成概念を打ち破る一冊。

「引き算」の創造力とは何か。なぜウェブでの明快な説明は逆効果なのか。売れる売れないだけで判断しない理由とは。海外に出ても現地のやり方に合わせない根拠とは。最前線で働くキーマンたちが、その仕事力の具体的なポイントを惜しげもなく公開する。あなたの既成概念を打ち破り、「考える力」を鍛えるための必読書。

作者紹介:

1949(昭和24)年2月、山口県宇部市生まれ。早稲田大学政治経済学部経済学科卒。ジャスコを経て、72年、父親の経営する小郡商事に入社。84年、カジュアルウェアの小売店「ユニクロ」の第一号店を広島市に出店し、同年社長に就任する。91年に社名をファーストリテイリングに変更。94年広島証券取引所に上場し、97年東証第2部に上場。99年2月には東証1部に上場を果たした。2002年11月に一旦は代表取締役会長となるも、05年9月、再び社長に復帰する。現在代表取締役会長兼社長。著書に『一勝九敗』『成功は一日で捨て去れ』がある。

目録: I 「引き算」の創造力

合理的であることに対する美意識

アートディレクター 佐藤可士和

引き算で目立たせるデザイン

インテリア・デザイナー 片山正通

志と挑戦精神から出て来る大きなもの

クリエイティブ・ディレクター タナカノリユキ

II 「ウェブ・マーケティング」の方法論

「いいですよ」と連呼する時代はもう終わり

ユニクロマーケティング2部新メディア情報発信チームリーダー 勝部健太郎

だれがパズルの最後のピースをはめるのか

クリエイティブ・ディレクター 田中耕一郎

原点は子どもじみた驚きをつくること

インターフェース・デザイナー 中村勇吾

III 「アイデンティティ」の競争力

自分のルーツを絶対に捨てないこと

ユニクロ・ホンコン・リミテッド総経理 潘寧

ポジティブに考えないと前には進めない

ユニクロ(U.K.)LTD. 代表取締役社長 永竹正幸

日本、アメリカ、フランスで考える

ユニクロ・フランス社マーケティングディレクター ポール・マイルズ

グローバルで戦うアイデンティティ

ユニクロUSA代表 堂前宣夫

IV 「プロジェクト」の説得力

売れる卖れないだけでやっても仕事はつまらない

学生コラボTシャツプロジェクト (1)

ユニクロマーケティング部 進藤宣英

難しさがプロジェクトの志気を高める

学生コラボTシャツプロジェクト (2)

ユニクロデザイン研究室室長 多田裕

ユニクロデザイン研究室 久保下陽

今こそ「未来は明るい」を表現する

ユニクロプラス心斎橋筋店プロジェクト (1)

ユニクロ・レイアウト・チーム 北村文人

ベーシックの奥深さを追究すること  
ユニクロプラス心斎橋筋店プロジェクト (2)  
建築家 ジュゼッペ・リニャーノ  
ユニクロデザイン研究室執行役員 小林広幸  
店に足を運ぶ高揚感に、楽しさを創出する  
ユニクロ銀座店プロジェクト (1)  
ユニクロマーチャンダイジング部執行役員 中島徹郎  
「人の喜び」は理屈だけでは作れない  
ユニクロ銀座店プロジェクト (2)  
ユニクロ店舗開発部デザイン担当 渡辺有紀  
建築家 アストリッド・クライン  
建築家 マーク・ダイサム  
V「働く理由」を問い合わせ  
一生懸命働いてもいい会社を求めて  
ファーストリテイリング次世代SPA開発部部長 松山真哉  
漠然とした不安のトンネルを抜けて  
ユニクロシンガポール社長 小野口悟  
「取り引き」ではなく「取り組み」を  
ユニクロ生産本部執行役員 永井弘  
おわりに 柳井正  
・・・・・ (收起)

[ユニクロ思考術 下载链接1](#)

标签

评论

为了写论文读啊T-T

[ユニクロ思考術 下载链接1](#)

书评

ユニーク口思考術 下载链接1