

口絵

はじめに

第I章 セゾン・マーケティングの現場

ジュニアボード

書類文化／ビッグマウスの着地下手／一人ひとりが商店主／詩人辻井喬の耳
専門大店

スポーツ館プロジェクト／世界初の専門業態

コンセプト

「無」から「有」を生む／後世まで通じる考え方／根底から考えよ

クリエイティブ

都市という構造のレヴェル／コーポレートアイデンティティ／時代精神の収納庫

コピーライティング

ティザーキャンペーン／言葉と物／摩擦係数を上げる

人間は、動物だ。

没になったポスター／畏れと敬意／ディスタンスと文化資本
激怒・自己否定

「まだお話を続けますか」／悪人正機／本質への追い込み

リゾーム、ガジェット

ニュー・アカデミズム／ネットワーク組織論／「雑」のエネルギー

360度ビジネス

脱百貨店／『生活総合産業論』／ノーブランドの価値論

第II章 セゾン・マーケティングの理論

ビジネス書を読むな

「聞いたこともないでしょうけど」／消費社会→社会消費

欲望論

マズローモデル／フロイト、ユング、ジラール／欲望の三角形 126／6文字コピー

所有論

誇示的消費／階層なき消費社会／意味されるもの／シニフィエを読み解く

遊戯論

ホモ・ルーデンス／遊びの4象限

第III章 セゾン・マーケティングの技法

行動消費

限界効用逓減の法則／行動から消費へ／顧客最優先の事業連鎖／物語から「言いわけ消費」／行
動消費としての船旅考／ブリューゲルの魚

コトを起こしてモノを売る

変化を自ら創り出す

[事例①] 毛皮・ドレスのパーティー企画

[事例②] スターマジックデイ

[事例③] 納品所ディスコ

[事例④] イス展

[事例⑤] I BUY ART

一週一企画 195

コンテキスト・マーケティング

経糸×緯糸＝文脈／コンテキストとキーワード

[事例①] イタリア展

[事例②] 野菜大研究

第IV章 セゾン・マーケティングの活用

「新しい」への挑戦

セブン&アイ／取引先に頼るな

衣料品の自主開発

顧客に聞け

[事例①] リミテッドエディション

[事例②] リミテッドエディション・バイ・アツロウタヤマ

[事例③] リミテッドエディション・エリアモード 251

雑貨の自主開発

“上等の普通”のデザイン

[事例①] リミテッドエディション・クロコダイル

[事例②] バイエヌ (b y/n)

[事例③] ジャパンクリエイティブ (J C)

ライフスタイルの文脈

生きる核を豊かに

[事例①] アベックモード

[事例②] ハニカムモード 291

[事例③] アットオフィス 303

参考文献

おわりに