

2022年2月1日

# 「World meets KODANSHA」キャンペーン スタートのお知らせ

～第1弾として大谷翔平、大坂なおみ、北野武ら6人が登場！～

株式会社講談社（本社：東京都文京区、代表取締役社長：野間省伸）は、1909年の創業以来掲げてきた「おもしろくて、ためになる」の精神を英語で表現したパーパス“Inspire Impossible Stories”と新ロゴを昨年4月に発表いたしました。

講談社は、作り手と読者・ユーザーの両者に新たな発見や創造性を提供し（=Inspire）、あり得ない、見たこともないような（=Impossible）物語（=Stories）を生み出し続ける会社であるということをもっと多くの人々に知っていただくために、本日2月1日より「World meets KODANSHA」キャンペーンをスタートいたします。



*World* meets KODANSHA  KODANSHA





KODANSHA

◆ 「World meets KODANSHA」キャンペーンについて

## World meets KODANSHA

”Inspire Impossible Stories”を体現するかのようになざまなフィールドで活躍する方々が登場し、それぞれが強く影響を受けた「物語」として選んだ講談社の書籍、雑誌、コミックとともに紹介するシリーズ企画です。特設サイトでは「なぜその本を選んだのか」「その本は自身にどんな影響を与えたのか」など6人のインタビューを掲載しています。

◆ 第1弾登場者6人 そして選んだ「物語」はこれだ！

大谷翔平 meets KODANSHA ⇒ 『ダイヤのA』（寺嶋 裕二）

藤田ニコル meets KODANSHA ⇒ 『ViVi』

北野武 meets KODANSHA ⇒ 『宇宙になぜ我々が存在するのか』（村山 斉）

えなこ meets KODANSHA ⇒ 『冷たい校舎の時は止まる』（辻村 深月）

虫眼鏡【東海オンエア】meets KODANSHA ⇒ 『重耳』（宮城谷 昌光）

大坂なおみ meets KODANSHA ⇒ 『アンライバルド NAOMI天下一』

（まんが：上北ふたご 構成：水野タマ 監修：大坂まり）

### 「World meets KODANSHA」特設サイト

(<https://www.kodansha.com/wmk/>)

から抜粋

#### —ご自身にとって「本」はどんな存在ですか？

“幼い頃は一日の練習を終え、家に帰り宿題をした後に、漫画を読むことが一番の楽しみでした”（大坂なおみ）

“世の中って「不思議なこと」だらけだから面白いんだと思うよ”（北野武）

今後、第2弾、第3弾と様々な分野からありえない物語を体現している方々、物語の力で世界に新たな刺激（インスピレーション）を与えている方々に続々ご登場いただく予定です。

是非ご注目ください。



KODANSHA

◆ プレゼント企画も実施

公式ツイッターアカウント (@KODANSHA\_JP) のフォロー&リツイートで特製QUOカードが当たるプレゼントキャンペーンを、2月1日(火)~2月14日(月)の期間で実施します(応募詳細は特設サイトでご確認いただけます)。



◆ 渋谷や心斎橋で巨大広告を掲出

2月1日(火)~14日(月)の期間、東京の渋谷、大阪他にて大規模な屋外広告の展開もいたします。



渋谷憲章シート、ハチ公センターシート



大阪 SIP OSAKA

◆ ブランドロゴをモチーフにしたカラフルな共通デザインフレームに込めた意味

講談社の頭文字である「K」をあしらったロゴは、「さまざまな交差点」を意味しています。キャンペーンではロゴをモチーフにしたフレームの中で人物と物語が交差していることを表現しています。



KODANSHA



「おもしろくて、ためになる」を世界へ Inspire Impossible Stories KODANSHA



KODANSHA

◆ “Inspire Impossible Stories”について

作り手と読者・ユーザーの両者に新たな発見や創造性を提供し（=Inspire）、あり得ない、見たこともないような（=Impossible）物語（=Stories）を生み出し続ける会社である、という決意を込めた講談社のパーパスです。

## 「おもしろくて、ためになる」を世界へ Inspire Impossible Stories

ありえない物語がありえない現実をつくり、そこからまたありえない物語が生まれる、そんな物語の交差点に我々は日々立ち会っています。誰かが生み出したありえない物語（Impossible Stories）を世界中の誰かに向けてもっと発信したい、さらなる刺激（Inspire）を生み出したい、今回のキャンペーンの目的は、そんな我々の思いと挑戦を、より多くの人々に知っていただくことにあります。