

着るよそおと装うの違



！さん

● 一般社団法人 日本ほめる達人協会
西村 貴好 理事長
通称 ほめ達！さん



↑今のほめ達！さん

→ Your branding

イルサルト流！ 自分ブランディング 基礎講座

“着る”のではなく“装う”こと！
圧倒的にインパクトが変わってきます！
この、ほめ達！さんのように。



↑ほめ達！グッズ

似

ているようなこの2つのコトバ、この違いをまずは認識して欲しいのです！

着る ↓ 暑さ寒さから身を守る事
装う ↓ 自分が何者かを示すために

衣服を纏(まと)うこと

実はこの事を教えていただいたのは私が師事をさせて頂いているフアッションプロデューサーの鴨原弘子先生なんです。先生から学んだメッセージをさらに詳しく説明します。

服は言わばペットボトルのラベルの様なもの。ラベルに何も書いていなかったら選ぶことが出来ません。その中身が一瞬で何かを伝えるために「デザイン」されている。服に置き換えると「デザイン＝装い」ということ。つまり、自分をビジネスの場における商品として客観的に分析し、そのデザインとしてどんな服装で在れば市場価値が上がるのか？つまり、

1. 自分が何者であるかを言語化し、

スタイリングのキーワードを決める。

2. それを服で表現すること。

本来衣服というものは、その人の心情や思想を表現するものでもあるのです。古来日本で

は「衣に魂を込める」と言う概念があり、「装う」ことによりさらに精神力を高める」という衣装文化を大切にしてきました。「その他大勢」から抜け出すためには中身をより鮮明に伝える「見た目」が必須で自分の商品価値を上げるためにはラベル(服装)にもシナリオが必要なのです。このように、服装を戦略的に考え、スタイリングを言語化出来るという意味においては鴨原先生の右に出る方はいません。

では何故「装うこと」が大事なのかというと、ビジネスの現場では、よれよれのスーツを着ている人より、サイズの合ったスーツを着ている人のほうが信頼されますし、恋愛の場面では、清潔でフアッションナブルな服を着ている人のほうがモテるのです。

日本人男性は洋服選びが苦手な人も多く、そんな自分を肯定するために「人は外見より中身だ。」と言う人もいますが、着ている洋服で印象が変わるといえるのは、紛れもない事実なのです。

服部幸應さん、江原啓之さん、スキちゃん、キンタローなんかを思い出してください！彼らはいつも同じ格好をしていますよね？