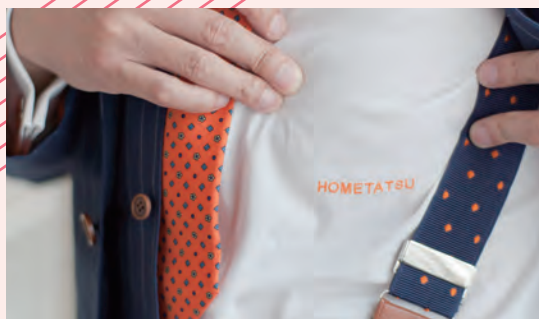
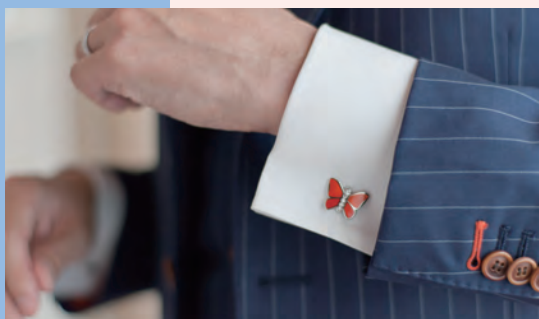


着



↑ 以前のほめ達

何故同じ格好をしているのかというところの方が覚えてもらえるからなんです。毎回毎回違う格好をしているとなかなか覚えてもらえません。売れてしまえば何を着ても認識されますがそれまでは何かアイコンになるようなものがないと認識してもらえません。

これはビジネススタイリングでも全く同じ。内面（志、在り方）に相応しいアイコン的なスタイリングをする事で相手の記憶に残し、自分ブランドを確立する事が可能となります。

イ

ルサルトのお客様でこの「ブランド人」としての身だしなみ”を意識され仕事でも大きな成果をあげていらっしゃるのが一般社団法人日本ほめる達人協会西村貴好理事長なんです。西村貴好理事長は目の前に起こる出来事や出会う人に対して独自の視点から価値を見つけ出しほめる達人、通称ほめ達！さんなんです。

人を幸せにする人が、もつとも幸せになる！というモットーで日本中にほめる達人を増やし、日本の心の内戦を終わらせるという大きなミッションを掲げ日々活動をしていらっしやいます。（心の内戦とは自殺者が年間3万人を超える異常な状態の事）

どう装うかの前に大事なのがこのどう生きるかの部分。ほめ達！さんのブランドを視覚化する上でキーワードを鴨原メソッドを用いて言語化してみると

「威厳」と「寛容」・「包容力」・「愛情」
情熱家・共感・笑顔の奥の凄味
（悲しみを知る）・安心感

「ほめ達！」のそばにいます

自分が凄くなった気がする。

ほめられた方が嬉しくなる人間力がある。
人生という旅の最高の現地ガイド

などがあげられます。このキーワード出し

が非常に重要で有効なスタイリングが出来るかどうかはこのキーワード出しの部分にかかっています。コトバを生業にしていられるほめ達！さんの場合は、表現力が豊かでボキャブラリーも豊富なので非常にスムーズに進める事が出来ました。

そして次にこのキーワードを体現出来るに相応しいスタイリングを考えていきます。まず「威厳」を感じさせるにはやはりスリーピース。スーツの源流とも言うべきスリーピースを使うことによって「威厳」を感じさせる事が出来ます。そして「寛容」「包容力」といった部分では色の使い方がポイント。あまり濃すぎる色だと威圧感を与えてしまい強くなりすぎてしまうので若干明るめの紺を使う事で優しい部分を感じさせる事が出来ます。そして最後に愛情、これはネクタイやポケットチーフといった小物使いにかかっています。ここでは圧倒的な愛情を印象づける「オレンジ」を効果的に使いました。又ポールペンやカフリンクスにオレンジを使っていくことでほめ達！さんのイメージカラーとしてより覚えてもらいやすいアクセントにしています。

右

ページ上の写真が今のほめ達！さん、そして中央の写真が以前のほめ達！さん。相手に与える印象やインパクトが全然違うと思いませんか？

ほめ達！さんからも「身を包んだ瞬間、ほめ達！のパワーがさらに倍増した気がします。ドラクエやファイナルファンタジーでもなかなか手に入らない、伝説のアイテムゲットですね。在り難い。使命に向かって、また道が開けてきました。末廣さんから話していない時間でも、伝え続けるそんな魔法のスーツをいただいて、「ほめ達！」の伝える力は、さらに強くなります。ありがとうございます。」そんなおコトバをいただきました。

感謝！！