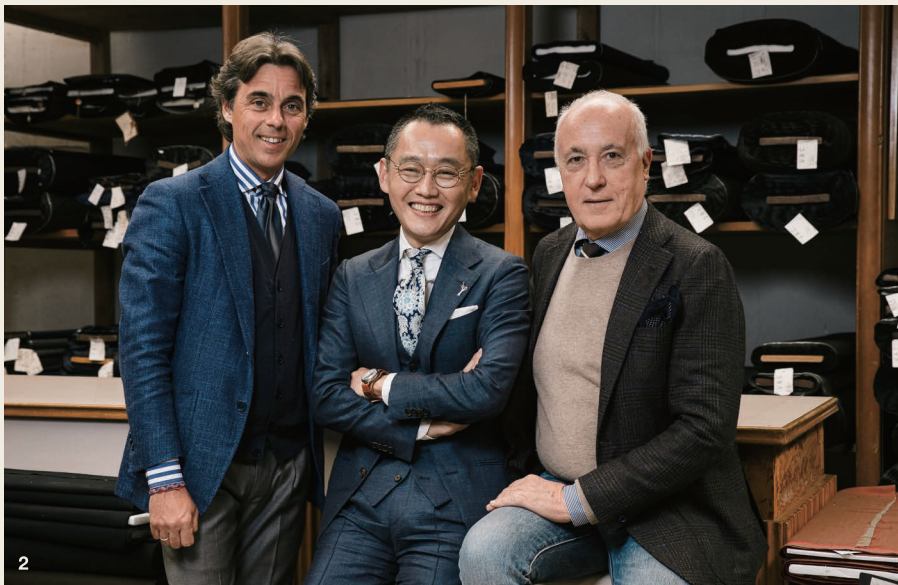


1.2019年2月24日(日)ビルボードライブ大阪で開催したイルサルト10周年記念パーティー 2.お世話になっているナボリの生地商カチョッポリさんと 3.幼少の可愛かったころの写真(笑) 4.10周年記念パーティーで圧巻のライブをみせてくれた綾戸智恵さん 5.2009年創業時のプロフィール写真



とんでもなく弱いことに気がつきました。

選ばれている理由は利便性と安さ。安さを売りにしていると、もっと安価なところまできたら、すぐにとつてかわられます。しかもこの安売りは大手がもっとも得意とする手法ですから、私みたいな小さな会社が勝てるわけもなく、持久戦にもちこむこともできず疲弊して最後は潰れるしか道はありません。そのときにはじめて真剣にブランド作りを意識しました。創業から3年目のことでした。

そんな時にある経営者塾への参加を誘われました。塾の参加費は30万円、金額も高くなり迷ったのですが、思い切つて参加してみました。すると参加初日に衝撃的な一言を言われたのです。それは「いまのままだといまのお客様から近い将来捨てられるよ。服をファッションとして売っている人は世の中にくさんいる。そのなかでブランドを創るのはカナンタンではない。だから服をファッションとして売るのではなく、自分ブランドや企業ブランドをつくるための投資として捉えられる人をお客さまにしたほうがいいんじゃないか」。

ファッション業界で生きてきた私にとって、最初よくわからなく理解不能だったので、せつかくのアドバイスなので、まずは素直にやってみよう、「スーツとは企業ブランドをつくるための投資である」と表現を転換し「経営者専門スーツ仕立て屋」と名乗りはじめました。ほかにそんなことをしている人はいなかったの、よりインパクトをつけるために「日本唯一の経営者専門スーツ仕立て屋」を自分のキャッチコピーとしました。私がそう名乗りはじめてから、社長向け仕立て屋とか経営者・エグゼクティブ層をマーケット

にした方が出てきたので、元祖！日本唯一の経営者専門スーツ仕立て屋と名前をまた変えようかと思っています(笑)

着るものが変われば 伝わるメッセージも変わる

とはいえまだこの時点ではキャッチコピーをつけただけで、言っている内容もやっている内容もなにも変わらず、どこにでもいるただのファッション屋さん。看板と中身に乖離しない状態でした。しかし、自分のなりたい理想の姿をこのように明確に言語化することによって、経営者がこしすつかわつてきました。

経営者専門スーツ仕立て屋と名乗るからには、自分自身がどんな言葉をつかい、どんな装いをして、どんな発信をして、経営者にとつてスーツとはなにか？を一言でズバつと切り切る必要がある。

そんなことを色々と考えはじめたころ、亡くなられたのがステイブジョブズさんです。革新的な製品と印象的なプレゼンで、世界中を熱狂させた記録にも記憶にも残る名経営者。自分の美学を貫き通す、だけれどもそんな経営者になりたいと思うのではないのでしょうか？ 実はわたしもその1人です！ ジョブズに憧れ丸いメガネにしたくらいですから(笑)。

でも服屋のわたしからすると1つだけ不可解で納得できない点がありました。それは、服装、いつみてもおなじ黒のタートルにデニム、オシヤレを啓蒙する服屋からすると不思議で仕方ない…。そこでジョブズさんがなぜ毎日おなじ格好なのかを調べてみると、そこには答えが2つありました。まず1つめが

服のことを考えなくなかった。次々に決めることがあるので、1つでも決めることを減らしたい。そこで服を選ぶのをやめ、毎日おなじ服装にしたのです。

理由はもう1つありました。「会社のシンボル」になろうとしたのです。アップルの理念を纏い会社のシンボルになろうと決めた。シンプルで無駄がなくそしてアップルを連想させる色。数々のプレゼンの中で時にはスーツ、時にはアロハ、時には、黒タートルという装いであったならば、これほどの強烈な記憶には残っていません。着るものが変われば伝わるメッセージも変わるのをジョブズさんはわかつていた。

ブランドを創るのに必要なのはこの一貫性。アップル製品に一貫性があるように、自身の佇まいにも一貫性を貫くことを決めた。経営者自身がこの一貫性を大切に、常に同じだったからこそ強いアップルが出来上がったのです。

経営者の服とは会社のシンボルになるために纏うもの。そこをすこし意味を変換し「経営者の服はメディアである」という言葉をおいつき、メディアとしての装いを作るにはどうしたらいいのか？を自分の提供価値とし、ブランド創りを進めていきました。

理想の自分に キャッチコピーをつけてみる

がしかし「経営者の服はメディアである」を軸に進めていくなかで、問題点がでてきました。それはメディアと聞くとテレビやラジオなどのマスメディアを想像する方が多く、なかなか自分事として捉えてもらえないので