

す。いまでこそFacebookやXといったソーシャルメディアが普通に使われるようになり、個人がメディアになるという考え方は理解されやすいのですが、当時はなかなか理解されませんでした。

しかし会社のイメージは経営者のイメージそのもの。経営者は会社のシンボルであり、経営者が整うことはそのまま会社が整うのは、会社規模に関係なく同じ。

どうしたらこの考え方を多くの経営者に届けることができるのか？を考えていたときに、一般社団法人日本ほめる達人協会（西村貴好理事長が「いいコトバ浮かんだ！末廣さんのしているのは『経営理念を身に纏う』ってことじゃないかな？」と素敵な言葉をプレゼンしてくださいました。プレゼンされた場合はフレンチエのバー、一緒にイタリア出張にいった最終日、最後にいったバーでも西村さんもかなり酔っていたのですが、その酔いを吹き飛ばすくらいの衝撃がはしり、その場ですぐさまメモをとり、経営理念を身に纏うをベースにブランド作りを進めていきました。

経営理念を身に纏うためには、当たり前ですがまず経営理念を明確にする必要があります。とはいえ経営理念自体はすでにある会社が多い。問題はその理念を日々意識できていないこと。経営者が意識できていないと、社員さんに浸透するわけありません。

そこで経営理念をつねに意識するため、スーツを仕立てるときに理想の自分像にキャッチコピーをつけることを始めました。お客様の理念をお聞きし、その理念を達成し

ている理想の自分にキャッチコピーをつけてみるのです。

そうすると大きな変化がありました。いまの自分ではなく、キャッチコピーの理想の自分ならどんな服を着ているだろうか？どんな所作をするだろうか？どんなコトバを使うだろうか？と、考え方が全て、今でなく未来志向に変わるので。

それはまさに私が「日本唯一の経営者専門スーツ仕立て屋」とキャッチコピーをきめたときと同じ、今似合う服ではなくて、日本唯一の経営者専門スーツ仕立て屋であればどんな服を着ているだろうか？と考えたときからあらゆるものが変わっていったのとまったく同じです。

外見が変われば、遅れて内面も変化をしていく

この未来志向の服の選びかたを2020年くらいから進めているのですが、そのやり方も段々と整備されてきました。いまでは服を仕立てる際にまずは色々なお話を聞きし、①装いの方向性②志③キーワード④社会的価値の4つのポイントにまとめ、私を感じるその方のキャラクターを踏まえ、3年後の理想の自分にキャッチコピーをつけます。そしてさらにそのキャッチコピーの自分が映画になったときにどんな俳優が主演をはたいて、どんな装いをしているのか？をイメージしていきます。

そこでは今似合う服も、好きな服も、ブランド服もありません。3年後の理想の自分

が着るであろう服をいまずぐ着るのです。人は外見通りの人生を歩みます。

自分の見た目がどうでもいいと感じる時つて、どうせ自分なんか…なんて否定的に考えることも多く、積極的に挑戦することもありません。すべてが面倒くさくなって、変化をするのが億劫になってくるのです。

しかし見た目が変わると、まわりからの見る目が変わります。見る目が変わること自分自信が生まれてきて所作が変わります。所作が変わると、本当に自分自身がそんな人間になっていくのです。

芸能人がどんどん変わっていくように、人は「見られている意識」があるとどんどん変化をしていきます。内面の変化はすぐに起こりませんが、外見の変化はすぐに起こります。そして外見が変われば、遅れて内面も変化をしていくのです。

ファッションとはオシャレのためにするもの長い間思われてきました。しかしビジネスファッションはちがいます。ビジネスファッションの持つ本当の力は「なりたいたい自分になれる魔法のツール」なのです。

服選びの常識とされていたことを捨て、理想の自分ならどんな服を着ているだろうか？と想像力をふくらませ、まるで未来予想図を描くように、自分の見栄えを戦略的にじっくりあげ未来を自分で切り開いていくのです！

人生をかえる運命の服がかならずあります。私とご縁をいただいた方が運命の服と出会い、人生がよりよく好転していくためにこの命を使っていきます。16年目のイルサルトをどうぞよろしくお願ひします。

イルサルトが入るのは1925年に建てられた大阪市の有形文化財でもある船場ビルディング。木の床は約100年前の竣工時のまま、舞踏会を開催しシャンデリアを吊るすため天井は3メートルほどの高さがあります



人は外見通りの人生を歩みます。