

アカデミーヒルズ 活動レポート

藤巻幸夫が語る
「自分ブランド」づくりの極意

2008年2月5日(火)藤巻幸夫氏、藤巻健史氏ご兄弟を迎え、
「フジマキ流『自分ブランド』の作り方
持ち味を活かし、周囲を巻き込み、自分の名前で生きていく」を開催しました。
講演の中から“自分ブランドを作る法則”の部分を抜粋してご紹介します。
講演のレポートは以下のURLに公開中です。

<http://academyhills.cocolog-nifty.com/blog/6/index.html>

INDEX

アカデミーヒルズ活動レポート
藤巻幸夫が語る
「自分ブランド」づくりの極意

六本木ライブラリー調査
ビジネスパーソンを豊かにする時間
1位に「趣味と教養」に使う

ライブラリー会員インタビュー
林 信行氏 (ITジャーナリスト兼コンサルタント)

4月のイベント一覧
5/14ジェラルド・カーティス氏
『政治と秋刀魚』出版セミナー 他



現在、どの業界でも「ブランド」はキーワードになっている。しかし、ブランドとは一体何か。私はブランドをつくる4つの法則を考え出した。この法則は、商品ブランドだけでなく、「自分ブランド」にもすぐに置き換えられるものだ。

■第一法則: MD ～売れる物には理由がある～

第一法則はMD(マーチャンダイジング)、モノへのこだわりだ。伊勢丹の新人研修で教えられたMDの原則に、「関心度分類」というものがあった。「消費者が商品に関心をもつ3つの要素は、色柄、素材、デザイン」というもの。これはずっと私の頭に刻み込まれている。売れている商品は、色柄や素材をうまく考えてデザインされている。そこには作り手の感性やこだわりがあり、その感性・こだわりこそ、企業(自分)のスタイルである。例えば、フランスのBICライター。ある時、ライターのサイズを半分ほどに小さくしたが、ただそれだけで倍売れたという。このように無駄なものをそぎ落とす。これがデザインだ。

もちろん、変えるところと変えないところのバランス感覚も大事だ。自分のスタイルを貫くには、変わらない努力も必要なのだ。確固たる自分らしさ、自分のスタイルをもっている。だからこそ、そぎ落とすべきものが見えてくる。

■第二法則: VMD ～自分をどう見せるのか～

第二法則は、VMD(ヴィジュアル・マーチャン・ダイジング)。これは商品(自分)の見せ方である。福助を再建する時に驚いたのは、当時本社の玄関を入ると暗くて汚く、埃をかぶって黴びた

造花が花瓶に挿してあったこと。これでは社員のモチベーションは高まるはずもなく、訪問者に悪いイメージをもたれるのは必然である。本社を原宿に移した時、何よりクリーンで明るい玄関を実現させ、取材に訪れたマスコミに「ああ、福助は甦ったな」と感じさせた手ごたえもあった。自分をどう見せるかということは、企業にとっても個人にとっても見過ごせないテーマだ。

■第三法則: PR・宣伝 ～いいものは堂々と宣伝をするべし～

第三法則は、PR・宣伝を積極的に行うこと。伊勢丹時代にバーゲン告知のため、日本テレビの朝番組「ズームイン!! 朝!」をジャックしたことがある。確かに強引な手法は慎むべきだが、いいモノなら機会を見つけて堂々と宣伝すべきだ。スピーチが嫌いだとか、人前で話すのが苦手だという人は、もしかすると語るべきものがない人ではないかと、否定的に見てしまうこともある。そういう私も昔は苦手だったし、総じて日本人はPRすることが不得手である。しかし、これからは積極的に売り込むことは善と考え、自分を訓練していかななくてはならない。

■第四法則: ホスピタリティー ～人に理解され、いい関係を築くために～

法則の最後は、ホスピタリティーの精神をもつこと。伊勢丹時代、私は先輩から「いい仕事をしたら、宴会の盛り上げぐらい一人前になれ」と言われた。そもそも、宴会・パーティを盛り上げられない人にリーダーシップはとれない、というのが私の持論だ。「自分ブランド」づくりに、誰にも当てはまる正解はない。だからこそ、自分そのものを人に理解してもらい、いい関係を築き上げることが重要だ。そこではホスピタリティーが重要なキーになる。

■これから注目すべき「プロデュース」という役割

アートディレクター佐藤可土和さんと語り合った際聞いた「プロデュースする」という言葉にとても共感した。彼は商品も、自分自身も、デザイン・プロデュースしていると思う。また、スタジオ・ジブリの鈴木敏夫さんから、肩書きが「代表取締役プロデューサー」になりましたというお手紙をいただいた。鈴木さんというプロデューサーがいなければ、宮崎駿さんも高畑勲さんもここまでの大きな素晴らしい仕事ができなかったのではないと思う。鈴木さん自身「プロデューサーという仕事はこれからますます大事になる」と言っていた。

私も、これから注目すべきは、「プロデュース」だと考えている。そこで大切になるのは人脈。これまで、友達をつくることをコンセプトに生きてきたことは間違いじゃなかったな、と感じている。

森ビル アカデミーヒルズ六本木ライブラリー調べ

ビジネスパーソンを豊かにする時間 第1位は「趣味や教養に使う」

「実学」よりも 「趣味や教養」を重視

「自分の人生を豊かにするために最も大切な時間は、趣味や教養のための時間」——。2007年6月にアカデミーヒルズが行なったビジネスパーソンを対象にしたアンケートでは、こんな結果が出ています。「趣味や教養」を重視する人は全体の2割を超え、「結婚相手や恋人と過ごす」人の割合より多いという結果からは、アクティブに自分を向上させる時間を「豊かだ」と感じている人が予想以上に多いことがわかります。

「ライブラリー」利用者は 外向的？

特にアカデミーヒルズの「六本木ライブラリー」会員の調査結果を見ると、「一人でのんびり過ごす」人や「家族と過ごす」人が一般（インターネットで実施）を対象にした調査結果よりも少なく、その分「職場」や「サークル」など外とのつながりの時間に豊かさを感じている傾向が高いことがわかります。

自分が主に属している組織以外での人脈作りについてのアンケート結果からも、「積極的にしている」が23.5%、「機会があればしている」が59.0%と、一般の人よりも積極的に人脈作りをしている傾向があることがわかります。

4人に1人が起業経験また、こうした傾向のある「ライブラリー」会員のもう一つの特徴として、およそ4人に1人が「起業の経験がある」との結果が出ています。

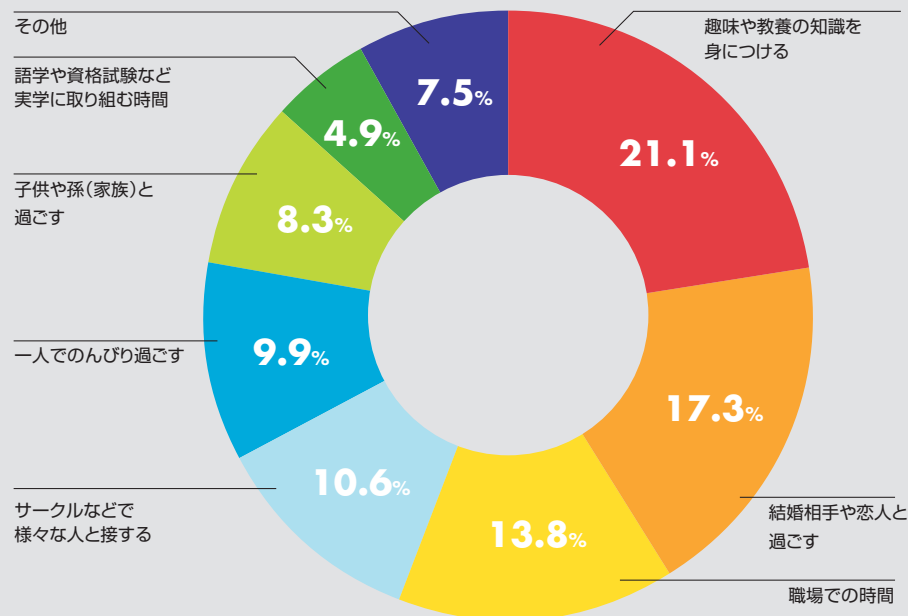
「ライフスタイルに関する実態調査」

対象:首都圏に住むビジネスパーソンおよび
六本木ライブラリー会員調査

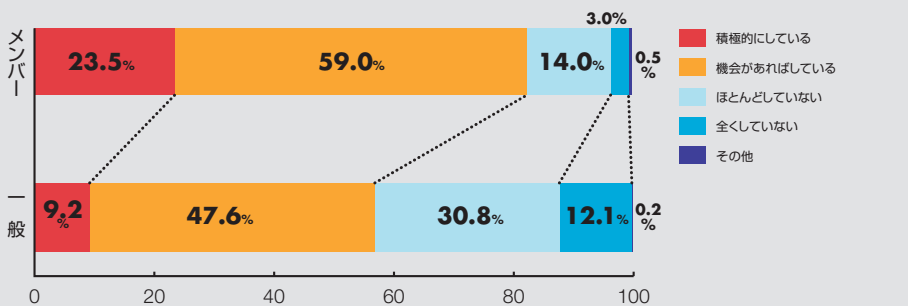
時期:2007年6月

アンケートの詳細は、以下のURLにて公開しております
http://www.mori.co.jp/companyInfo/press/2007/0814_2007081314474932511.html

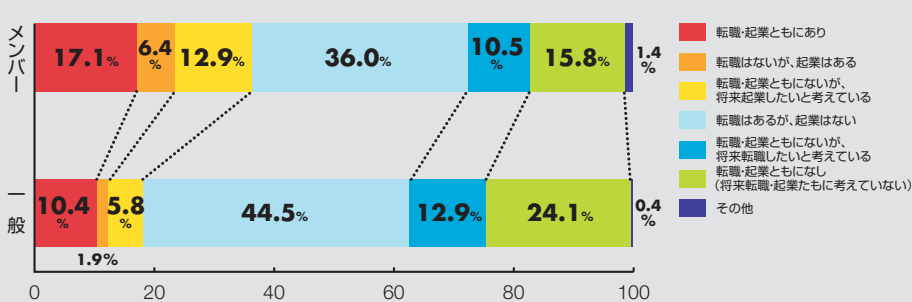
Q 自分の人生を豊かにするために最も大切な時間はなんですか？



Q (会社学校など)自分が主に属している組織以外で人脈づくりをしていますか？



Q 転職・起業経験はありますか？



ライブラリー会員 特別インタビュー



プロフィール
林 信行 (はやし のぶゆき)

フリーのITジャーナリスト兼コンサルタント。1980年ごろからアップル社の動向に関心を抱き、1990年から本格的な取材活動を始め。最近ではグローバル化への対応を迫られる日本企業に、アップルやグーグル、シリコンバレーの起業家の考え方やノウハウを伝えることをミッションの1つとしている。

セレンディピティが産み出す、 インスピレーションの広がり

「週に3回も4回も訪れるときもありますが、1カ月全く来ないこともある」という林信行さん。ここを「書斎兼ミーティング・ルーム」として活用しているそうです。「喫茶店では落ち着けないし、無線LANの環境があり、電源が取れたほうがゆっくりと話ができる。真剣にこだわって妥協せずに探すと、打ち合わせはここになる。」といいます。

「セレンディピティ(思いがけないものを偶然に発見すること)も重要ですよね。ここに来て、例えば、本棚をずっと眺めたり背表紙を見ているだけでも、自分が興味のない分野も含めた広い視点で「最近のトレンドはこれなんだ」ということが分かってきて、インスピレーションが広がります。僕が特に好きなのは、海外の雑誌が置いてあること。日本で得られる情報はどうしても偏りがち。それが海外の雑誌を読む事により、違った見せ方、違った視点、違ったニュースを読めるので、その点でも刺激を受けます。」

異分野でも近い価値観の人と出会うことも魅力

「違ったことをやっている人たちと会うことは、本棚に並ぶ背表紙を見ることと似た効果があり、視点が広がります。異分野の人と話をすると、直接的ではないにせよ、解決の糸口を聞いてヒントになることが多い。ここで出会う人は、初めて会った相手にも自分自身をしっかりとプレゼンテーションできるなど、どこか共通の雰囲気を持っている人が多い気がする。何か近い価値観、近いテイストを持っているのでしょうね。」

早朝から深夜まで使用可能な 「六本木ライブラリー」

2003年4月の六本木ヒルズのオープンと共に森タワー49階にてサービスを開始。企業や学校などの組織に頼らない「自律的に自立した“個”の知的活動の支援」をコンセプトに運営する「会員制ライブラリー」です。メンバーは早朝7時から深夜24時まで使用可能な専用スペースや49階の眺望が魅力のカフェが利用できます。

会員同士の リアルな対話の場を

「メンバーと知識の共有をしたい」「情報を発信したい」という会員の方の要望に応えるべく、六本木ライブラリーでは、トークイベントやワークショップを週に1～2回開催しています。また、2007年7月には、都市の中でのコミュニティ形成を支援する事を目的に、六本木ライブラリーの会員による「メンバーズコミュニティ」の設立及びサポートを開始しました。これらのイベントは自律した“個”である会員同士がネットワークを築く機会として、活用されています。

森ビル株式会社 アカデミーヒルズ事業部 マーケティングコミュニケーション 深町 友子

TEL: 03-6406-6649 FAX: 03-6406-9350

MAIL: academyhills-PR@mori.co.jp URL: www.academyhills.com

2008年4月のイベントスケジュール

*ご取材、ご参加に関して詳細はお問い合わせください。 Tel: 03-6406-6649 (担当: 深町)

スクール ビジネスパーソンを対象にした公開イベントです。(有料プログラム)

開催日	講座タイトル	ゲスト(敬称略)
4月18日[金] 19:00～	オンラインビジネスセミナー 「テクノロジーになる広告と、経済のリワイヤリング」 米国のIT企業買収合戦の理由と、日本への影響 ～360度マーケティングの最先端で見てきた次のビジネスチャンス～	ゲストスピーカー: 湯川 鶴章 [時事通信編集委員] プログラム企画・モデレーター: 神原 弥奈子 [株式会社ニュース・ツー・ユー 代表取締役]
20日[日] 10:00～	1日で学ぶPR入門・演習講座 ～PR活動の基礎知識とスキルを身につける～	講師: 山見 博康 [山見インテグレーター株式会社 代表取締役 パブリック・インテグレーター]
23日[水] 19:00～	2時間で学ぶ はじめてのマーケティング ～仕事に活かすマーケティングの基礎を学ぶ～	講師: 柴田 正幸 [Jacky Marketing Office(柴田正幸事務所)代表]
5月14日[水] 19:00～	政治と秋刀魚ー日本と暮らして四五年ー 出版記念セミナー(仮)	スピーカー: ジェラルド・カーティス [コロンビア大学教授]
24日[土] 13:00～	Think!提携講座 コンテキスト思考カトレーニング講座: 意思決定の質を高める「3S」フレームワーク	講師 杉野 幹人 [A.T. カーニー アソシエイト] 内藤 純 [ユニクロ 経営計画部]
28日[水] 19:00～	2時間で学ぶ、初めてのプレゼンテーション ～プレゼンの目的を達成するための コミュニケーション手法を学ぶ～	講師: 柴田 正幸 [Jacky Marketing Office(柴田正幸事務所)代表]

Library Talk 六本木ライブラリー会員対象のコミュニティ イベントです。

*開催時間は全講座 19:15～20:45

開催日	講座タイトル	ゲスト(敬称略)
4月16日[水]	アメリカ大統領選挙から、アメリカ社会を考える	ジェラルド・カーティス [コロンビア大学教授]
21日[月]	デジタル・アーカイブの意義と役割(仮)	武邑 光裕 [札幌市立大学教授]
24日[木]	新・日本の文化創造力2 北極シロクマ写真集からうまれる対話創造	リサ・ヴォード [フォトグラファー／(株)エムシープランニング取締役]

