Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

当研究所は
中小企業のブランディングにおいて
「社長が変わること」によって
多大な影響をおよぼすことに着目した。

その現象を「(E)化」と呼び
最大効果を発揮するタイミングや
内容等の調査・研究・実験を繰り返し
そのノウハウを蓄積する機関である。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

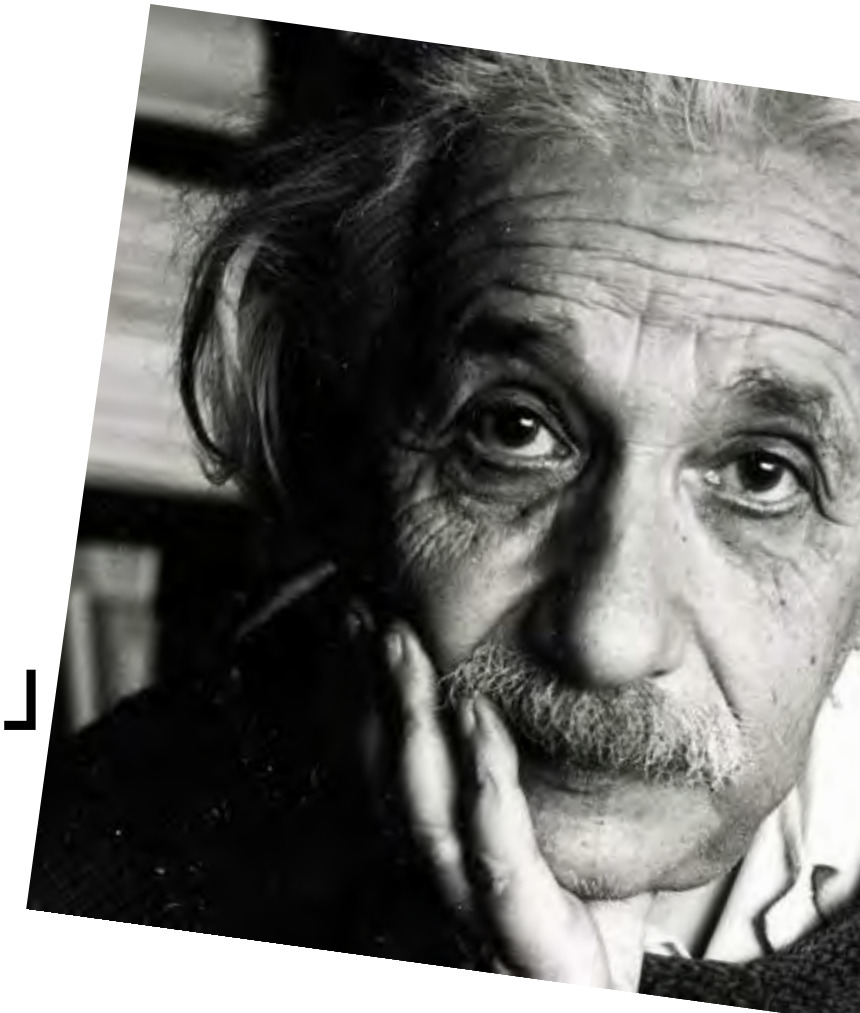
$$(E)=mc^2$$

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

$$E=mc^2$$

みなさんご存知の、
アインシュタインの
特殊相対性理論の公式。

物理学界では、
「歴史上、最も美しい公式」
と言われています。



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

$$(E)=mc^2$$

実はこの宇宙の真理に迫る
公式は、社長の(Ｅ)化にも
適用できることが
当研究所の長年の研究によって
実証できました・・・。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

$(E)=mc^2$

「社長の(E)化」は、

m：未来像（ビジョン）

c：チェンジ（変わる覚悟）

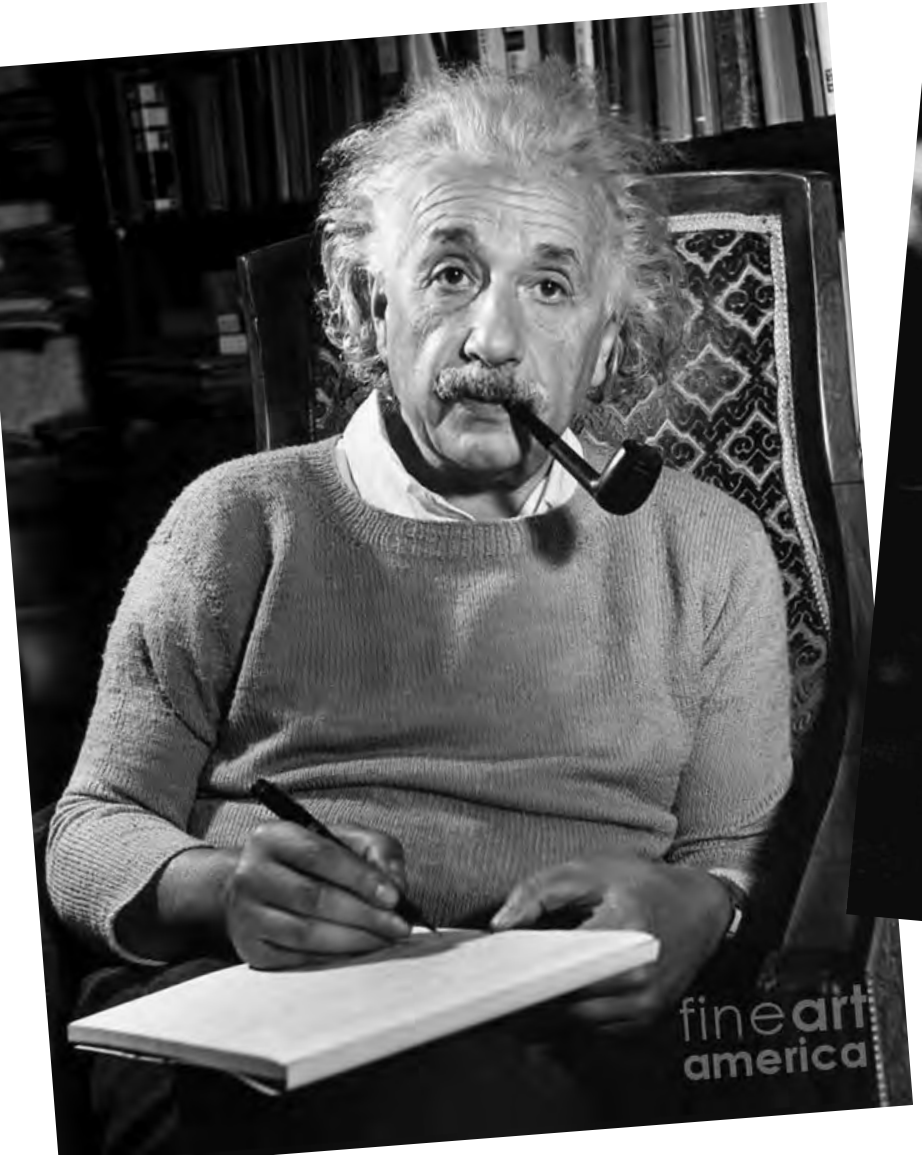
c：ちょっとしたギャップ

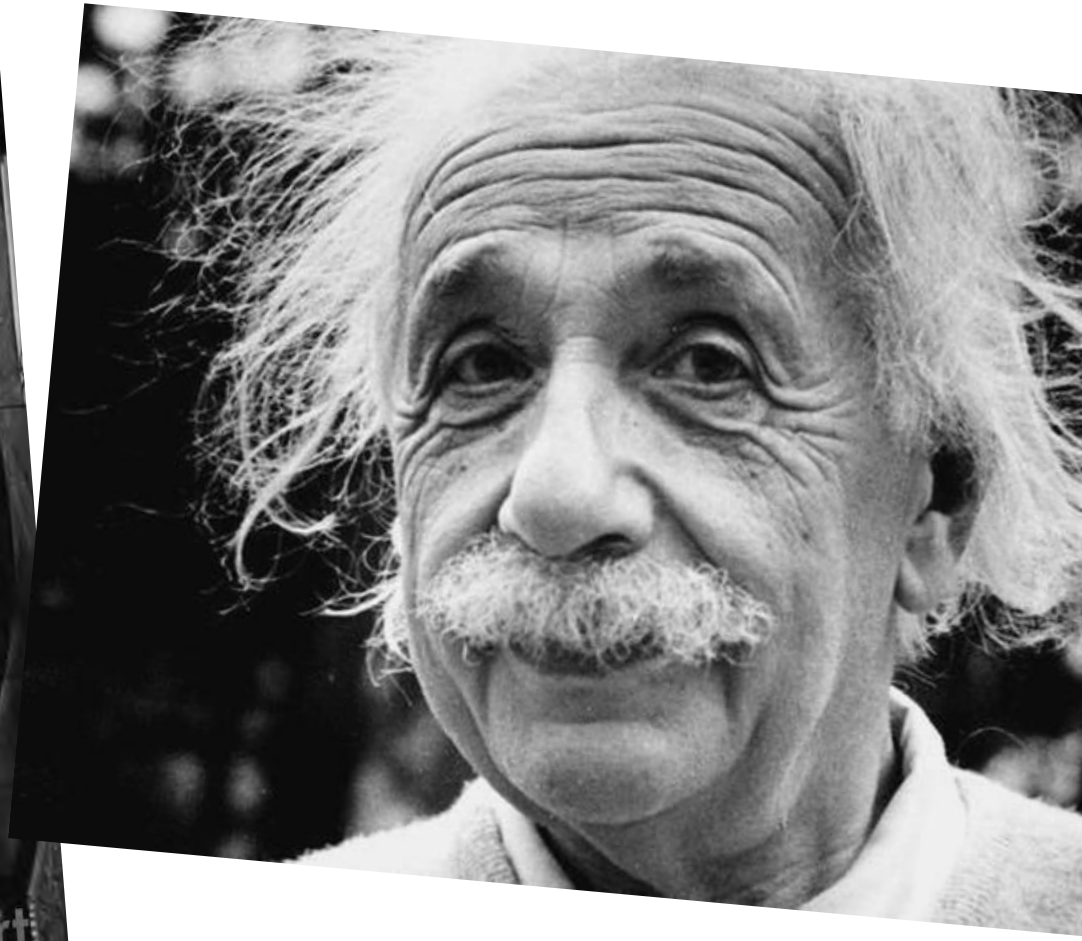
・・・で最大化される。

POINT!

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

アインシュタインは偉大な科学者ですが、
お世辞にも「お洒落な人」とは言えませんよね？





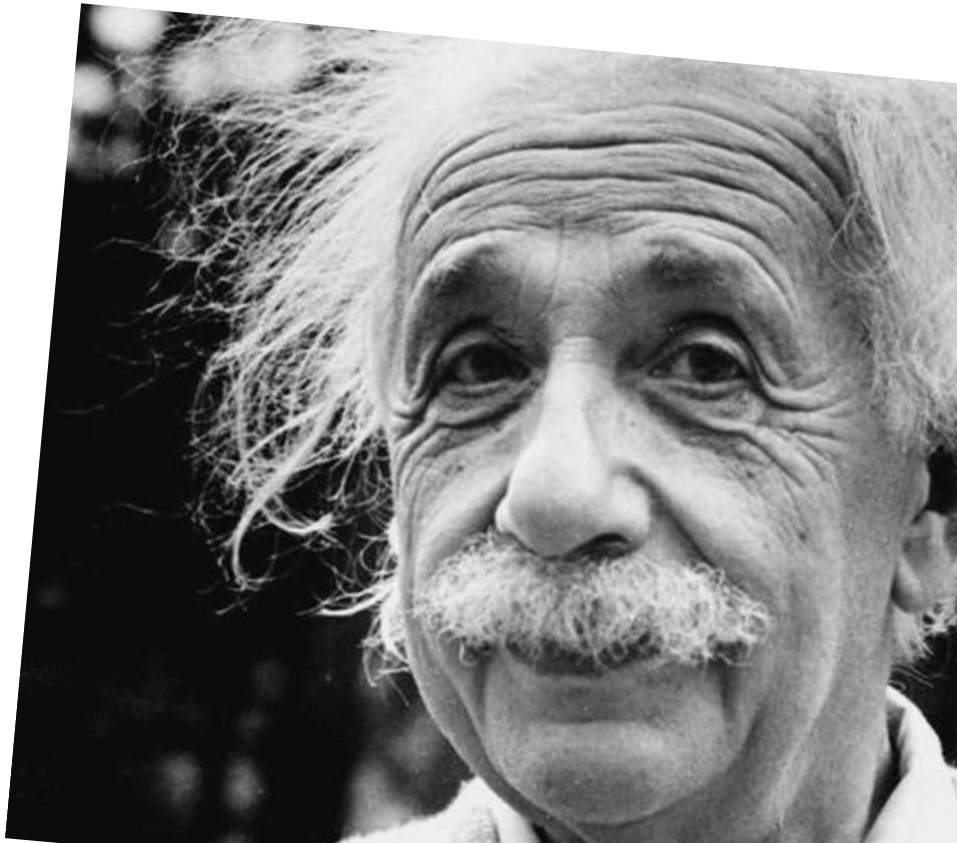
Copyright © Starbrand All rights Reserved.

しかし・・・

アインシュタインの毎日の格好（服装）と
そこに定められたルールにこそ
社長の（Ｅ）化の大きなヒントがありました。

アインシュタインの
服装の特徴＆ルール

- 同じスーツを何着も揃える
- 靴下を履かない
- 寝癖を直さない



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

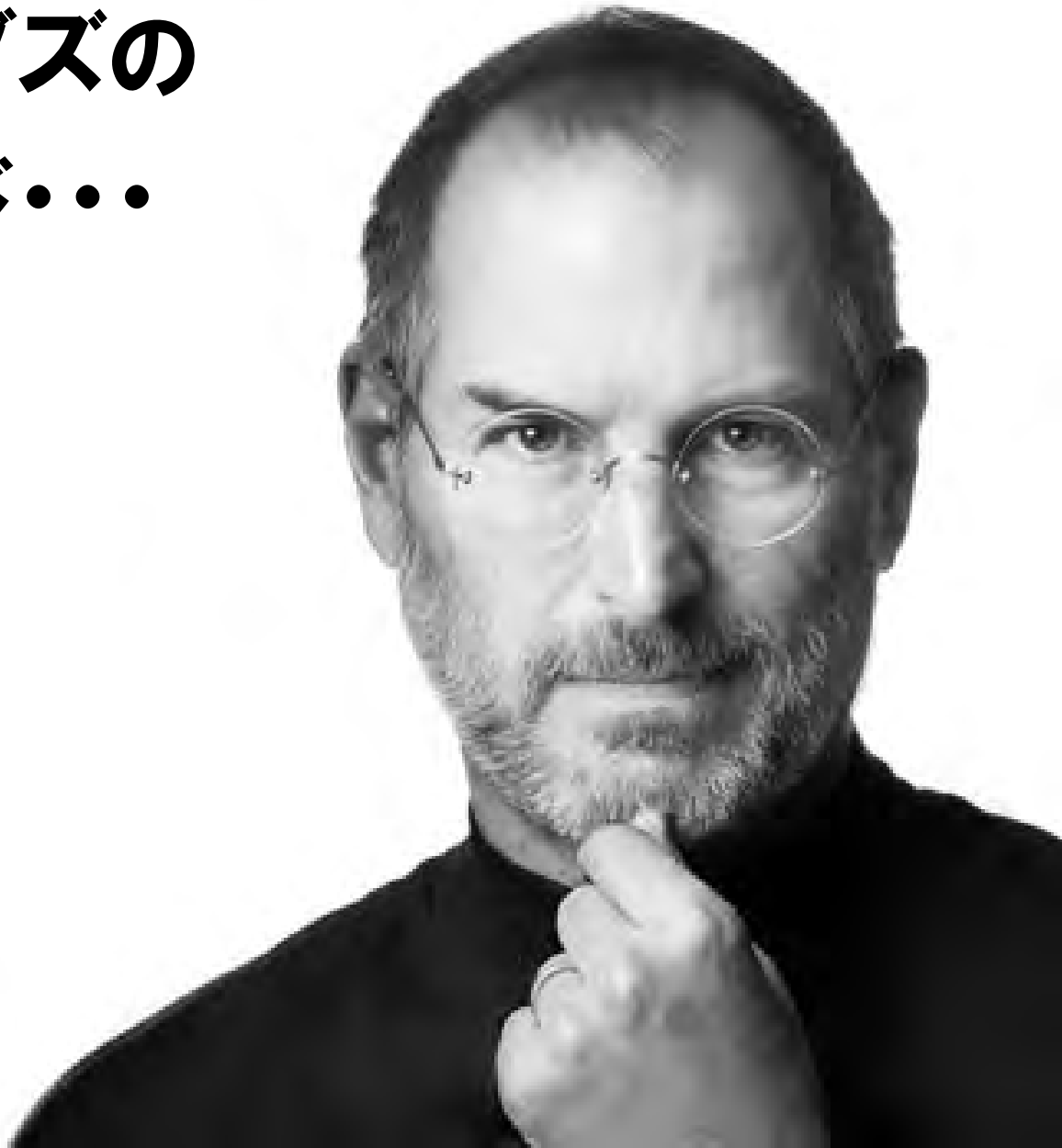
「毎日何を着るか考えるなんて、無駄だから」

「私には、他にもっとやるべきことがある・・・」

ん？ ・・・これって、
どこかで聞いたことがあるぞ。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

そうです。
スティーブ・ジョブズの
有名なエピソード・・・



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ジョブズは、ある時から毎日この服装のみ！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ジョブズは、ある時から毎日この服装のみ！

2011年10月5日に亡くなるまで、
12年以上このスタイルを貫いた。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

「毎日着る服を考える時間があったら、
人々の生活をもっと楽しくすることを考えたい」

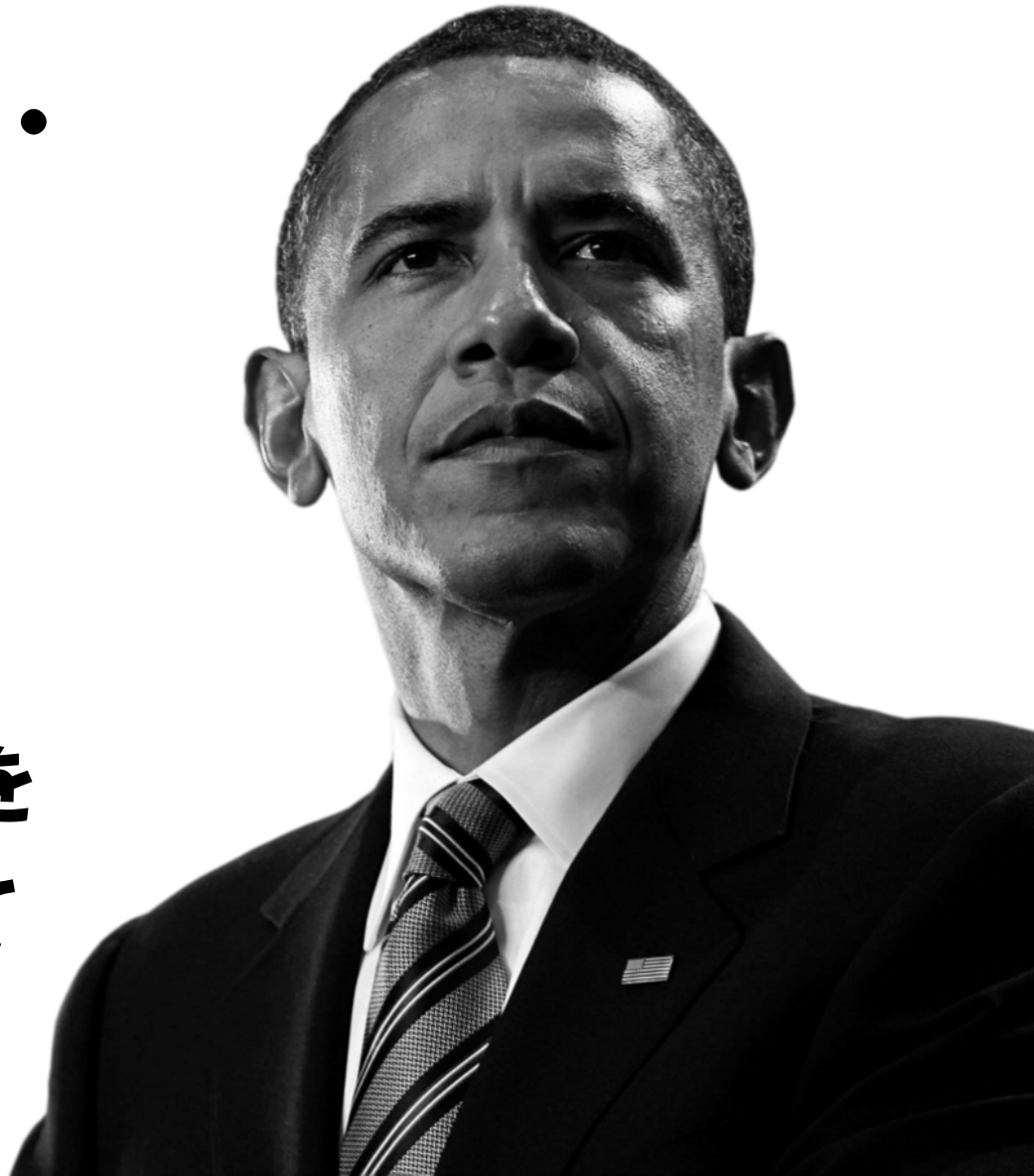
Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

そうです。
オバマ元大統領の
有名なエピソード・・・

Visionary

彼がいつも
ダークグレーのスーツを
着ていた理由を知って
いますか？



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

WHY?

「私は常にグレーのスーツを着用している。
こうすることで私が下さなければならない
決断の数が減るんだ。何を食べるか、何を
着るか決める余裕はないし、他に決断しな
ければならないことが山のようにあるからね」

（Vanity Fair誌のインタビュー）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

そうです。
マーク・ザッカーバーグの
有名なエピソード・・・

Visionary

彼がいつも
グレーのTシャツと
グレーのパーカーを
着ている理由は？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

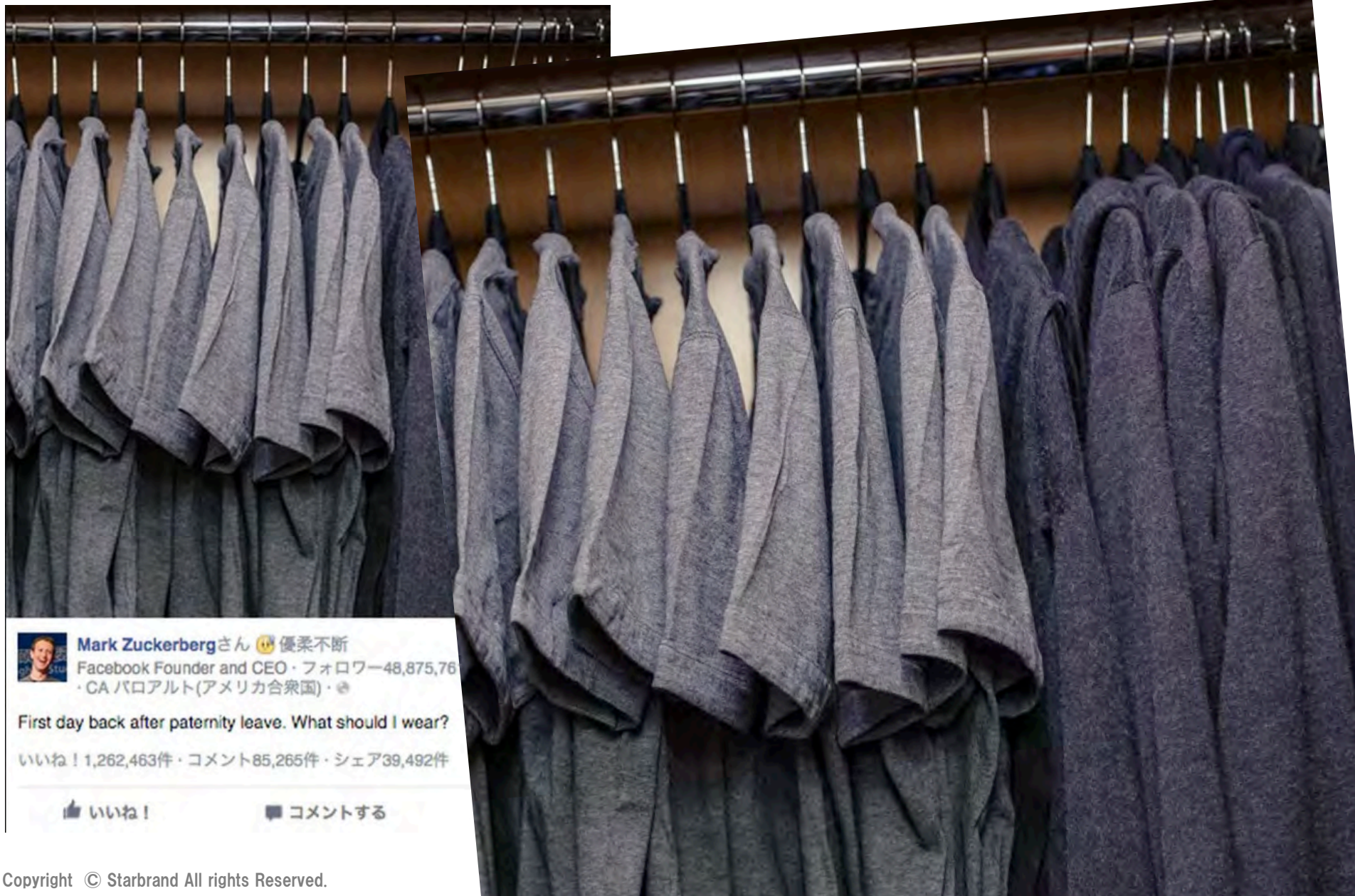
WHY?

「僕は社会への貢献に関係しない決断は
できるだけ下さないようにしている。実は
これは多くの心理学的理論に基づいていて、
何を食べるか、何を着るかなど小さな決断も
繰り返し行なっているとエネルギーを消費して
しまうんだ。僕のすべきことは他にあるからね」

（Vimeoでのインタビュー）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

本人がFBで公開した自宅クローゼット



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

毎日同じ格好をしている人たち・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK&DISCUSS!

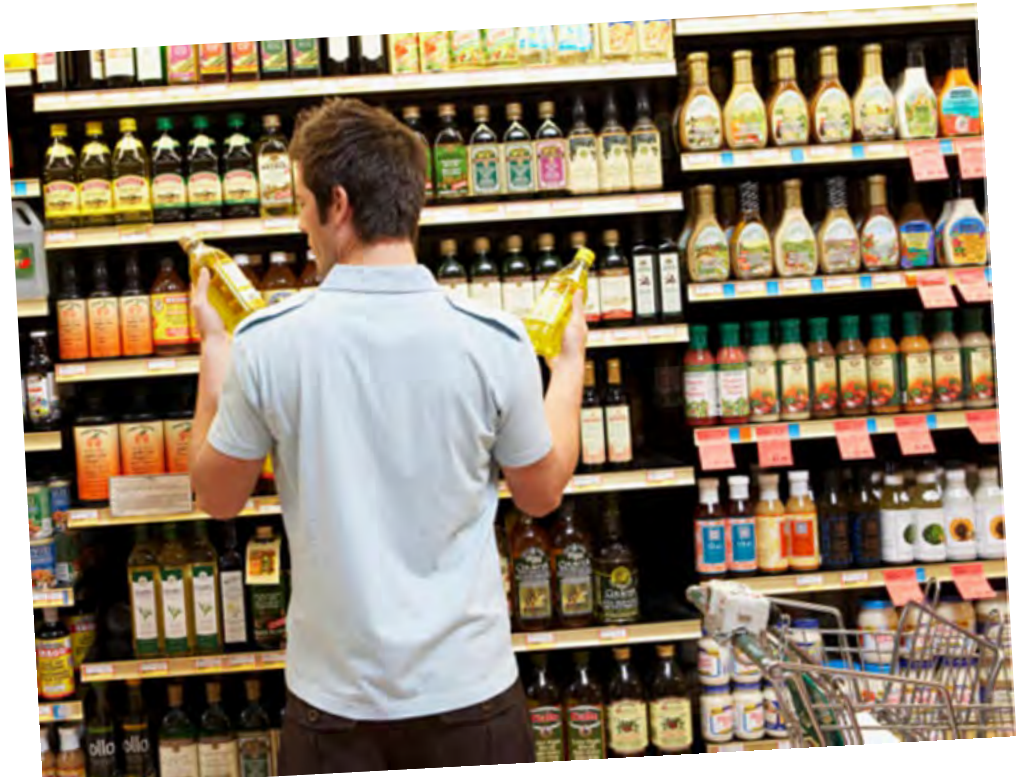
毎日同じ格好をしている人たち・・・

憧れられる人と、憧れられない人の「違い」は？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ANSWER!

彼らはしばしば、
「ミニマリスト」や「ノームコア」という
話のときによく引き合いに出るが
それはちょっと違う・・・



彼らは何よりも
「ビジョン」を最優先し、

「何を着るか」という
選択肢をなくした。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

POINT!

彼らのスタイルは、

~~毎日同じ服を着ている。~~

VISIONを纏っている。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

みなさんは、
「VISION」纏ってますか？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Visionary

スティーブ・ジョブズ

世界に革新を起こし、
人々の生活をより楽しくしたい

マーク・ザッカーバーグ

１０億人以上が使うフェイスブックを
良くすることにすべての時間を使いたい

だから、「毎日同じ格好をして」いることがカッコいい！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

VISIONなきスタイルは・・・

「いつも同じで、お金ないの・・・？」

「いつも同じ服だけど、洗ってる？」

「意識高い系のアレでしょ・・・？」

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

相当なビジョンを持って
それなりの社会的ポジションにいないと
「毎日同じ服」スタイルを
ブランディング的に
活用するのは難しい・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

地味な「毎日同じ」

派手な「毎日同じ」

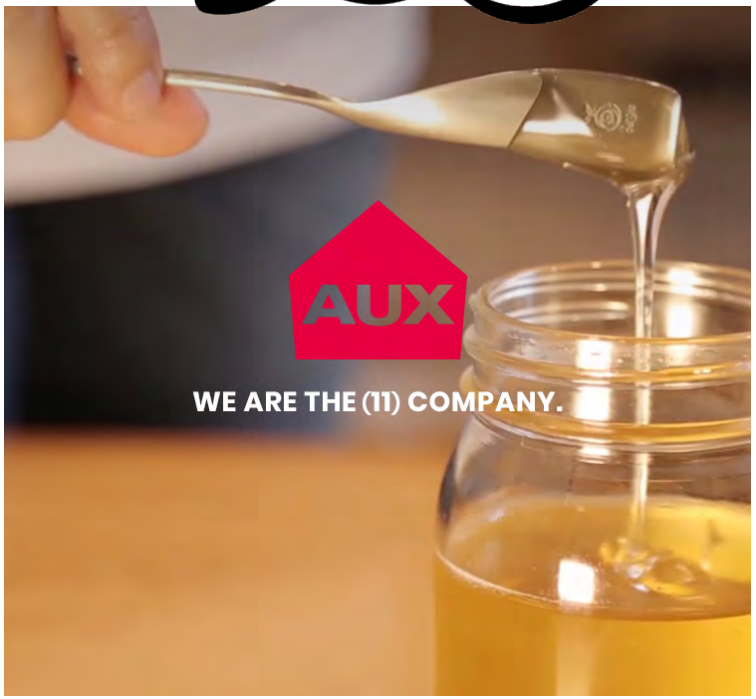
Copyright © Starbrand All rights Reserved.

・・・では、どうするのが
最も効果的なのか？
最も費用対効果が高いのか？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

年間に200～300のメディアにも載る、
この会社の社長としてあるべき姿とは？

新潟イチのアイデアカンパニー
として、「ちょっとした感動」を
世界へ届けていきたい！



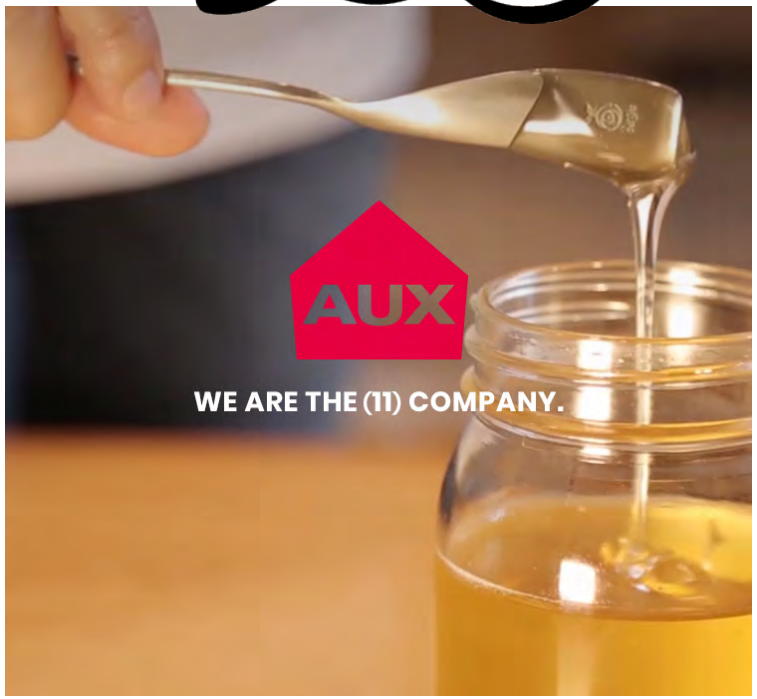
#BEFORE

今までは、買う場所も
「アオキ、アオヤマ、コナカ」。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

年間に200～300のメディアにも載る、
この会社の社長としてあるべき姿とは？

新潟イチのアイデアカンパニーとして、「ちょっとした感動」を世界へ届けていきたい！



#AFTER

今後の買い物は
「ビームスF、マッキントッシュ」。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

スタッフが誇れる社長像・・・
地元の価値上げになる社長像・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

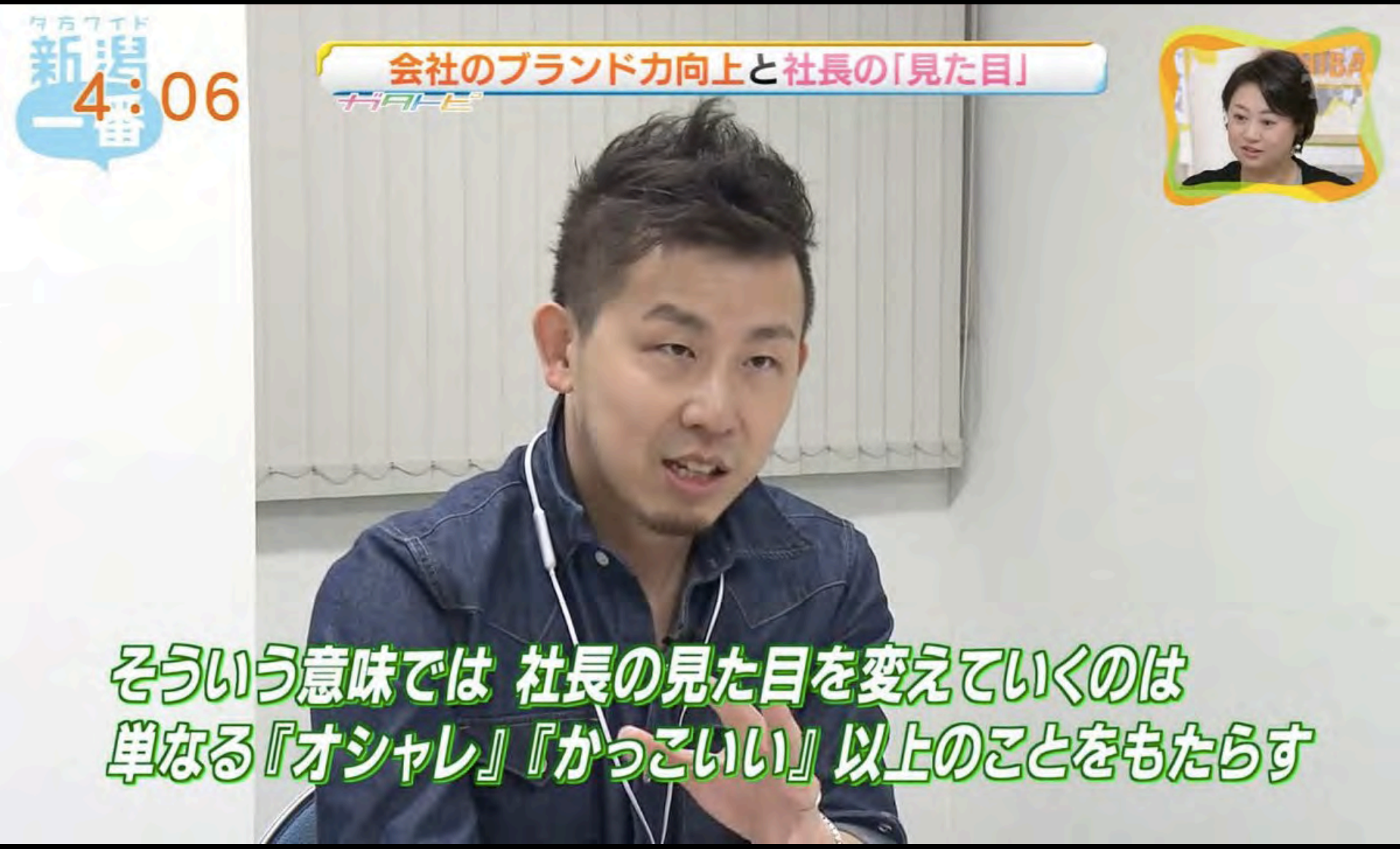
社長(E)化研究所

POINT!

会社のビジョン
×
社長の外見
×
広報戦略

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

この3要素がハマると・・・



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

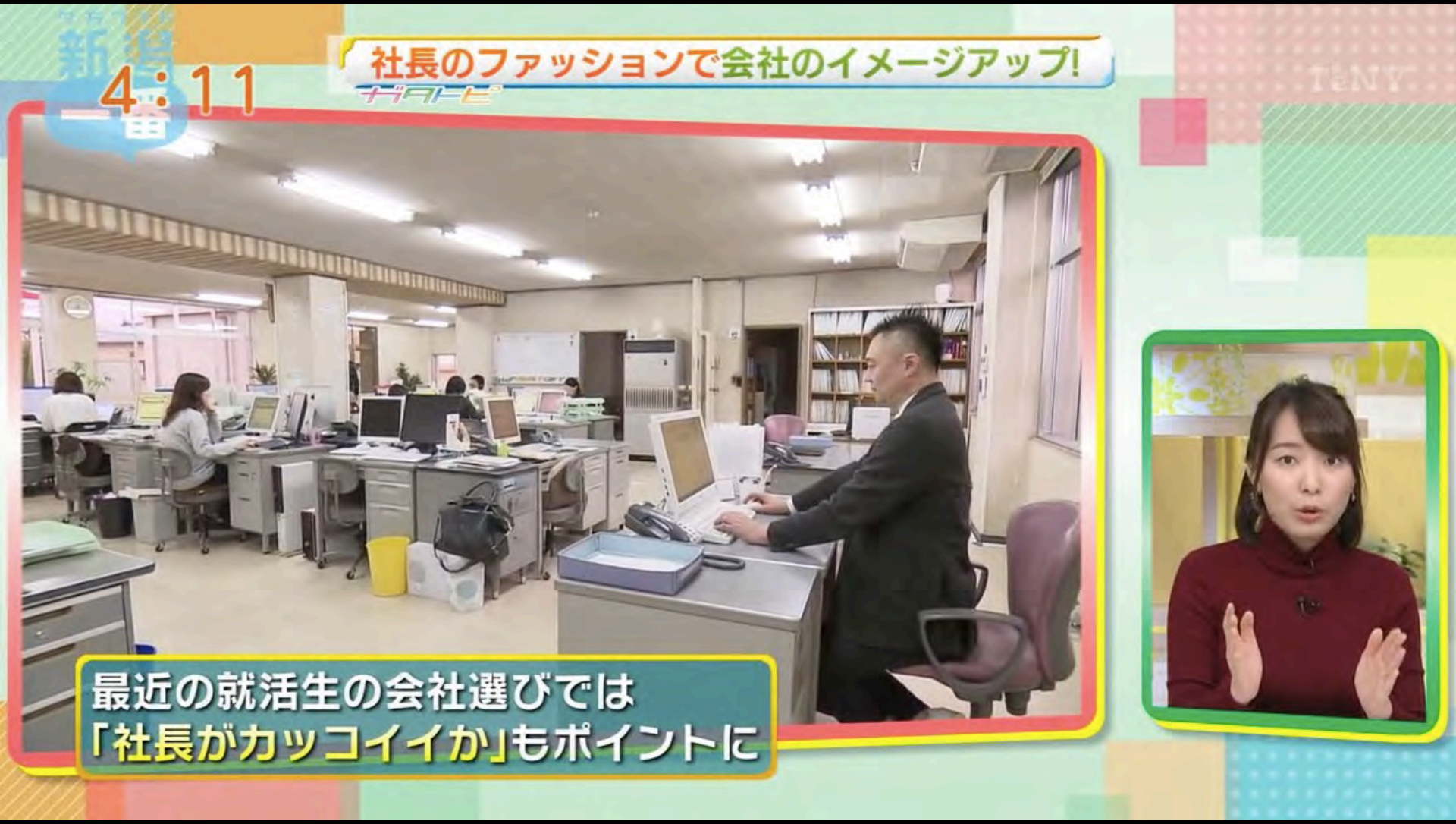
「社長の(E)化プロジェクト」として・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

２日間にわたり取材、７分間放送・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

報じる価値があると、客観的判断がここに・・・



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

会社のビジョン
×
社長の外見
×
広報戦略

▶

※ 対社外的な効果

1. 営業
2. 協業
3. 広報
4. 採用

他社よりも
「選ばれる」
会社になる

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

会社のビジョン
×
社長の外見
×
広報戦略

※ 対社内的な効果

5. リーダーシップ
6. チームブランディング

スタッフへ本気度や覚悟が伝わる

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

前半のMATOME！

「社長の見た目＝会社の見た目」

個人の好き嫌いで選ぶ

ビジョンを纏う

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ある程度の年齢で異性モテを狙うのは端から見て恥ずかしい・・・

※雑誌は参考にするべきではない・・・

- ✔ 求心力にはならない（=リーダーシップ）
- ✔ 必要なのは「ビジョン」
- ✔ 女性モテでなくて、「女性ウケ」はOK！（世の中の購買意思決定権の8割は女性だから！）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

・・・が、「ブランディング」という観点では、
もう１要素がここに必要！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ある程度必要なのが・・・「ギャップ」

（変わったことに気づかれないと意味ない）

＝

“ BEFORE & AFTER ”

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

リフォームでも・・・

日曜の夜、家族の問題が解決します。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ダイエットでも・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

POINT!

BEFORE & AFTERが人を惹きつける

- ✔ ここでのGAPは、「達成度」(= 証明)
- ✔ ここでのGAPは、「インパクト」(= 注目)

達成度 × インパクト = 説得力

「この社長が率いている会社だったら・・・」

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

最近の(Ｅ)化で
最も適度なGAPを実現したケース

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

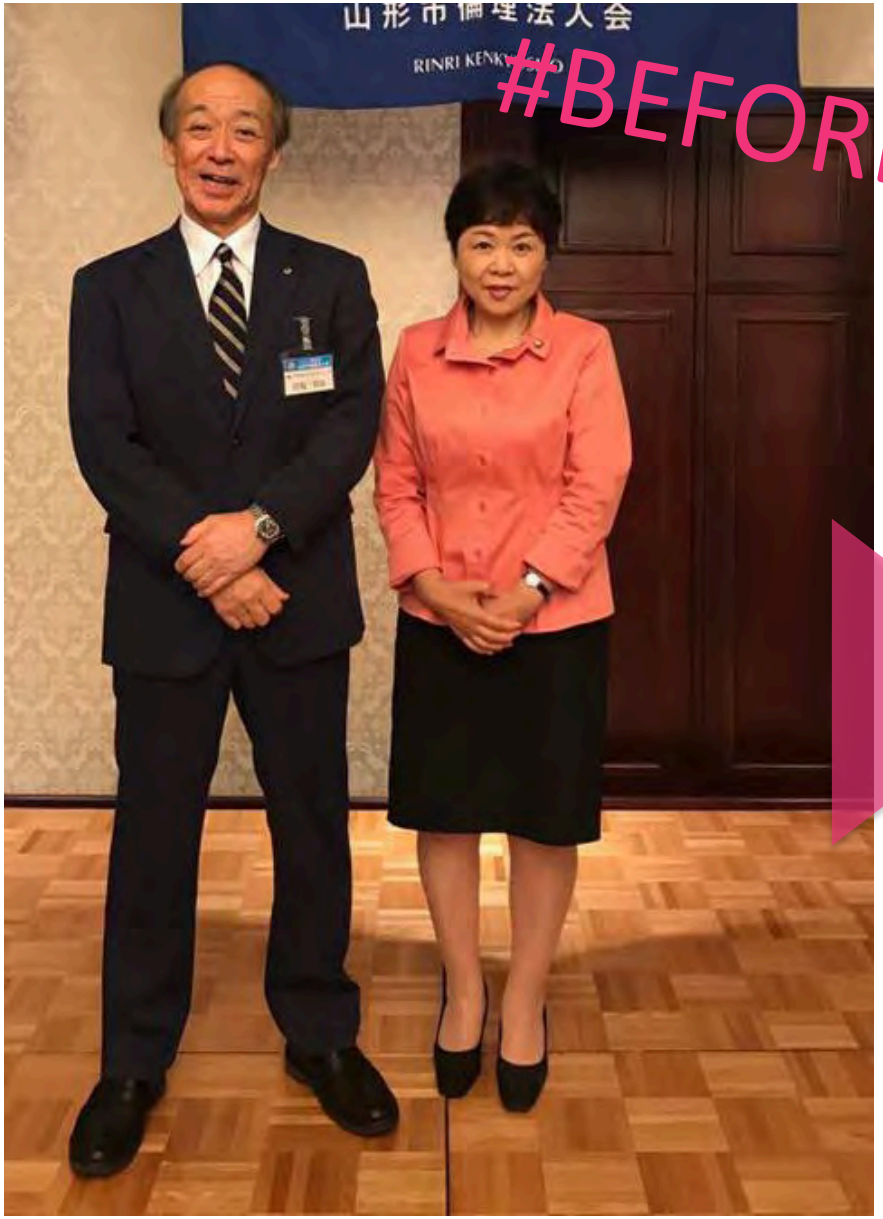
アサヒマーケティング岩見社長の変身・・・

#BEFORE

#AFTER

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

アサヒマーケティング岩見社長の変身・・・



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

岩見社長が纏った「ビジョン」は・・・

旧来の印刷会社から
マーケティング＆ブランディングの
支援をするクリエイティブな会社に
変わっていき山形の中小企業を元気にする！

そして、このGAPが
まず「対社内的効果」を最大化した！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

さあ、社長の(Ｅ)化をやってみよう！

でも、いくつか注意事項・・・

１）ビジョンを纏うこと

２）適切なGAPが必要

３）単なるお洒落化ではない

まあ、ポイントはわかったけど・・・
自分たちでできるか？ これ？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK&DISCUSS!

外見を変えようと思ったら
誰に相談(一緒に買い物)する？

(※自分で決める、は除く)

- ✔ 自分で決めたら今まで通り
- ✔アパレル業界の友人？
- ✔服好きでお洒落な友人？
- ✔奥さん(または姉＆妹)？
- ✔WEBコーディネートサービス？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

（いわゆる本業？ の人）
イメージコンサルや、
パーソナルスタイリストをつければいい？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

サイボウズの社長が「ZOZO」で変身企画・・・

（いわゆる本業の人の手によって）

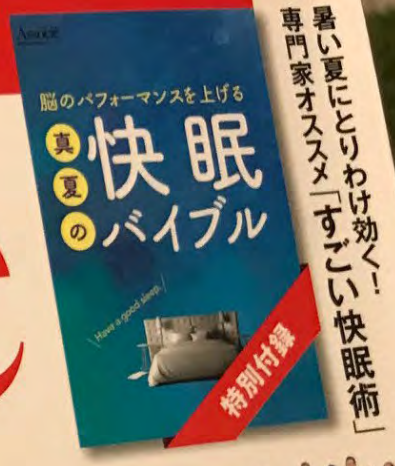
「遠山正道さん」プロデュースで再変身企画・・・
（複業としてやっている人の手によって）

そこれから数年・・・、先月号の『日経アソシエ』

自分もチームも元気になる! 働き方の「最適解」

日経ビジネス

Associé



暑い夏にとりわけ効く!
専門家オススメ「すごい快眠術」

定価780円 2018年7月10日発行・発売(毎月1回10日発行・発売) 第17巻第9号通巻329号 2002年10月3日第三種郵便物認可

日経ビジネス
アソシエ
2018年8月号

あの会社の

転職市場の"値付け"で給与決定 サイボウズ 社内仮想通貨「ありがとうコイン」 クラウドワークス
月の平均残業時間15分 フローレンス 社員全員「ニックネーム&毎日握手」 エアークローゼット

すぐにマネできる!
成果直結の
ワークハッ
20

そこれから数年・・・、先月号の『日経アソシエ』

トップ対談

サイボウズ×クラウドワークス

社員も会社も幸せになる働き方

text by 池田 悟 + photograph by 鈴木愛子

目指すのは…

100人100通りの働き方

サイボウズの取り組み

社会のチームワーク向上を支援するクラウドベースのグループウエアや業務改善サービスを軸に事業を展開。多様な働き方の実現に向け、先進的な制度を導入し続けている。

1 働き方の選択
ライフイベントに合わせて働く時間と場所を選べる（残業の有無／在宅勤務など）

2 ウルトラワーク
働く時間と場所の選択を一時的に変更できる

3 最大6年の育児休暇
男女問わず取得できる

4 退職した後に再入社できる「“育自分”休暇」
サイボウズを退職後、6年以内であれば復職できる

5 副業（複業）の自由化
自社業務に悪影響がなく、会社資産を使わなければ、届け出は不要。

cybozu

「働き方改革」を掲げる「サイボウズ」と「クラウドワークス」。両社に共通するのは、多様な価値観の変化に合わせて、それぞれの働き方を選択できる制度を数多く導入していることだ。両社の人事担当者が積極的に改革に取り組む理由から、将来の会社の姿までを語ってもらった。

3割近くが離職率

―両社ともに働き方改革を積極的に続けていらっしゃいますが、

・・・なので、残念ながら
イメージコンサルや
パーソナルスタイリストに頼っても
適切なソリューションは出ないかも・・・

（彼らは経営、営業、マーケの専門家ではないから）

▼

何より、「ブランディング」の
専門家ではないから。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

もう一度、お聞きします・・・

みなさんは、
「VISION」纏ってますか？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK&DISCUSS!

後半の具体的な話に進む前に、
みなさんのビジョンを聞いておきましょう。

みなさんが纏いたい
「ビジョン」は？

- ✔ 個人ブランディング的に重要なこと
- ✔社長に限らず、すべての社会人に関係
- ✔ビジョナリーな人に、人が集まる

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

さあ、社長をイノベーションしよう！

社長の（Ｅ）化を

7つの手順で

見ていきましょう。

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

STEP 1 | STEP 2 | STEP 3 | STEP 4 | STEP 5 | STEP 6 | STEP 7

「社長イノベ」
手順その1

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

STEP 1 → STEP 2 → STEP 3 → STEP 4 → STEP 5 → STEP 6 → STEP 7

手順その1

「ビジョン」を明確にする！

1-1 目指すこと(姿)を「明確」に！

1-2 簡潔に「100字以内」で書けるように！

1-3 そのビジョンから「キーワード」を抽出する

#

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

岩見社長が纏った「ビジョン」は・・・

旧来の印刷会社から
マーケティング＆ブランディングの
支援をするクリエイティブな会社に
変わっていき、
山形の中小企業を元気にする！

このビジョンから「キーワード」を抽出・・・

＃クリエイティブ

中身は同じでも、一般的なイメージ（客観）は・・・

非クリエイティブ

▶▶▶

クリエイティブ

ちなみに、ナンバー2の丸子さんも・・・

BEFORE

AFTER

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

非クリエイティブ

クリエイティブ

Copyr All rights reserved.

篠木社長が纏った「ビジョン」は・・・

福島県内一のゼロイチカンパニーとして
新規事業や新エネルギー事業を進めていく
スタッフの働き方含めて常に
新しい取り組みに挑戦し
続けていく企業文化をもっと！

このビジョンから「キーワード」を抽出・・・

＃先進的企業文化

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

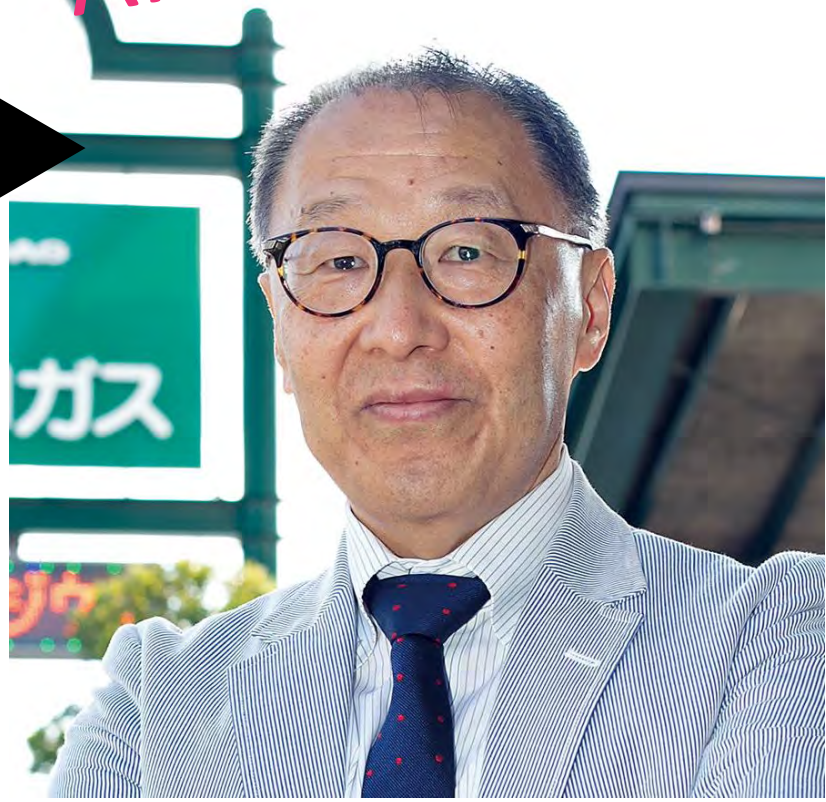
中身は同じでも、一般的なイメージ（客観）は・・・

非先進的

BEFORE

先進的

AFTER



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

STEP 1 STEP 2 STEP 3 STEP 4 STEP 5 STEP 6 STEP 7

「社長イノベ」
手順その2

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

STEP 1 → STEP 2 → STEP 3 → STEP 4 → STEP 5 → STEP 6 → STEP 7

手順その2

分かりやすい「イメージ」を探す！

2-1 映画の登場人物

2-2 実在する人物

2-3 モチーフでもOK

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

【岩見社長】『プラダを着た悪魔』のナイジェル！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

【岩見社長】 #クリエイティブ #お洒落なおっちゃん

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ドイツ人の超有名インスタグラマーおっちゃん

Copyright © [illegible] Reserved.

「クリエイティブでお洒落なおっちゃん」の象徴（実在）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK&DISCUSS!

みなさんが参考にしたい人物は？？

（実在でも、架空でもビジョンに合えばOK）

- ✔（現在）実在する人？
- ✔（歴史）実在した人？
- ✔映画の登場人物？
- ✔ミュージシャン？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

誰だか分からなくても、参考になるならOK！

代替わりで、
社長が会長になるので
権威化したい・・・
（グループ会社全体のTOP）

- ✔「品格」と「風格」をアップ
- ✔「洗練された金持ち」感
- ✔「優しさ」&「威厳」

94%

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

思い浮かばなかったら「モチーフ（アイテム）」でもOK！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

もちろん「モチーフ」でも、
ビジョンに矛盾がないものを！

- ✔ ただ「目立つ」ため・・・はNG！
- ✔ 単に「好き」だから・・・もNG！
- ✔ 「ラッキカラー」や「風水的なもの」も、ここではNG！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

飯田屋の飯田さんは、キャラづけのために・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

頑張って、毎日続けたところ・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

「蝶ネクタイ」の飯田さん・・・。（NOT飯田屋の社長）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

でも最近は、方向転換！（芸人と同じくポジショニング）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

「社長イノベ」
手順その3

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

手順その3

具体的な「コーディネート」を決める！

3-1 「スクラップブック」をつくる

3-2 軸となるスタイルを決める

3-3 STEP1～2がしっかり決まっていれば外注化

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

AUX社・星野専務のスクラップ（一部）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

・・・で、実際の星野さん（ほぼ完コピ）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

・・・で、実際の星野さん（ほぼ完コピ）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

特に小物使い＆色使いに注力・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

特に小物使い＆色使いに注力・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

特に小物使い＆色使いに注力・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

どこで撮っても画になる！（@カフェ）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

どこで撮っても画になる！（@地下鉄の階段）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

そんな星野さんからお知らせ！（クラウドファンディング）

Makuake　探す　プロジェクトを掲載する　お気に入り NEW　ログイン　新規登録

プロジェクト　活動レポート 6　応援コメント 24　お気に入りに追加

Success!

集まっている金額

2,224,530円

目標金額 290,000円

767%

支援者　203人

残り　24日

支援するコースを選択する

スーパーのお肉が高級鉄板焼き店の味に。いつかは手に入れたい一生モノ【大人の鉄板】

プロダクト　# フード　# お取り寄せ　# グルメ　# キッチン

プロダクト　新潟　いいね！ 102　ツイート　G+　B!　埋め込み

AUX社・佐藤社長のスクラップ（一部）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

このスクラップブックに従って買い物を進めていく

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

このスクラップブックに従って買い物を進めていく

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

このスクラップブックに従って買い物を進めていく

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ムーンファクトリー社・梅沢社長のスクラップ

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

梅沢社長のBEFORE

目指すスタイルはココ

▶▶▶

派手じゃないけど華

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

・・・で、梅沢社長AFTER！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

・・・で、梅沢社長AFTER！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

・・・で、梅沢社長AFTER！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

「社長イノベ」
手順その4

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

STEP 1 STEP 2 STEP 3 STEP 4 STEP 5 STEP 6 STEP 7

手順その4

「髪型」を変えてから買い物へ！

4-1 「スクラップブック」に入れておく

4-2 髪型やメガネが変わると「インパクト」は強まる

4-3 この順番を間違えると買い物が失敗する・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

梅沢さんの場合・・・
（買い物前に散髪）

#BEFORE

#AFTER

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

岩見さんの場合・・・（買い物後に散髪）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

「社長イノベ」
手順その5

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

STEP 1 → STEP 2 → STEP 3 → STEP 4 → STEP 5 → STEP 6 → STEP 7

手順その5

「買い物」に行く！

5-1 「買う物」ではなく「買う場所」を変える

5-2 趣味の買い物ではないので「予算化」を

5-3 「これは好きじゃないな～」は、買い物即中止！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

買う場所を変える！（テーラー：男女ともに）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

買う場所を変える！（テーラー：男女ともに）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

買う場所を変える！（量販店ではなく直営店へ）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

買う場所を変える！（既製品ではなくオーダーメイド）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

量販店ではなく「直営店」へGO！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

使い捨てではなく、「一生モノ」をBUY！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

買い物しながら、そのすべてが「レクチャー」！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

同じ靴を「３足」買うとしても、それが正解なので！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

STEP 1 → STEP 2 → STEP 3 → STEP 4 → STEP 5 → STEP 6 → STEP 7

「社長イノベ」
手順その6

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

STEP 1 STEP 2 STEP 3 STEP 4 STEP 5 STEP 6 STEP 7

手順その6

「宣材写真」を撮る！

6-1 「ポートレート専門」フォトグラファーに撮ってもらう

6-2 「ヘアメイク」もプロにお願いする

6-3 「ホームページ」も「SNS」もすべて変える

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ここまでを含めて、社長(E)化の最初のフェーズ！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ここまでを含めて、社長(E)化の最初のフェーズ！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ここまでを含めて、社長(E)化の最初のフェーズ！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ここまでを含めて、社長(E)化の最初のフェーズ！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ここまでを含めて、社長(E)化の最初のフェーズ！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

当研究所の提携フォトグラファー清水博孝さん！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

宣材写真は、
自分自身の見方が変わる
「潜在写真」と考える！！

POINT 01 自分を「客観的」に見ることができる

POINT 02 毎年の成長の「定点観測（比較）」ができる

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

残念ながら、ダサい社長の「潜在」イメージ・・・

「ダサい」ことによる
ネガティブイメージ・・・

- ✔ 考えが古そう（=やることも古い）
- ✔変化についていけなさそう（衰退の象徴）
- ✔スタッフからの信頼がなさそう
- ✔セクハラ、モラハラが多そう
- ✔マナーが悪そう（下品、気配り力が低い）
- ・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

自分を客観的に見られる

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

毎年撮る！（自分の成長を可視化）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

すべての社会人にオススメの自己投資！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

STEP 1 → STEP 2 → STEP 3 → STEP 4 → STEP 5 → STEP 6 → STEP 7

「社長イノベ」
手順その7

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

STEP 1 STEP 2 STEP 3 STEP 4 STEP 5 STEP 6 STEP 7

手順その7

「維持継続の仕組み」をつくる！

7-1「ある程度のルール化」が必要

7-2「お目付役」が社内にいた方がいい

7-3「以前の服」は基本的に処分を！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

リバウンドする社長の特徴・・・

特徴1 イベントごとのときにしか、この格好をしない

特徴2 以前の持ちものと、どんどん混ざっていく

特徴3 選択肢があったら、楽な方を選んでしまう

特徴4 体型がコロコロ変わって、着られなくなる

特徴5 主観(好き嫌い)で選びはじめて方向性がブレる

特徴6 主旨(ブランディング)を理解していない人を頼る

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

「社長専属スタイリスト」を、社内から１名選出！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

まとめ

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

「社長の見た目」は
中小企業において
会社の見た目であり
ビジョンそのものである。

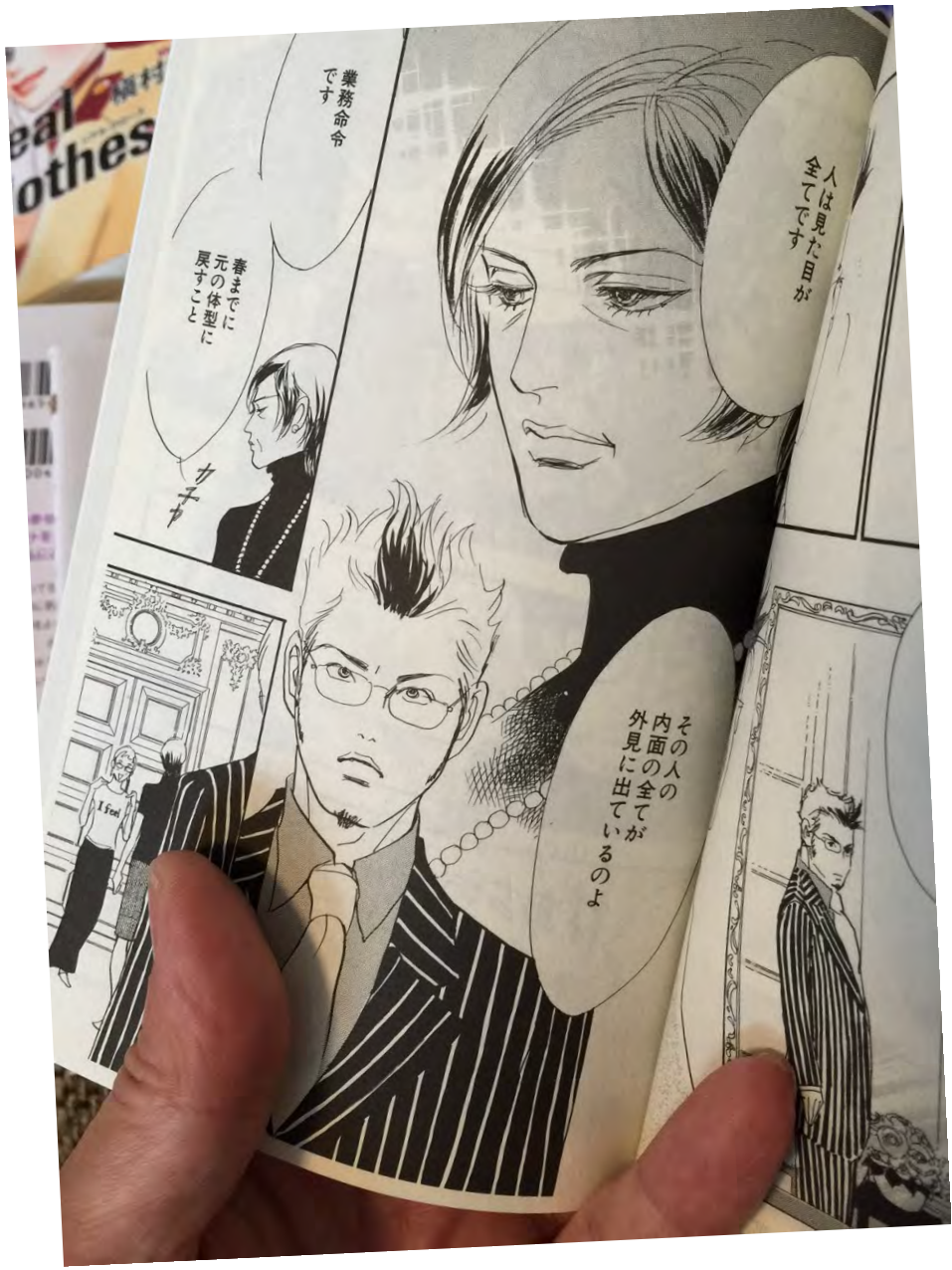
Copyright © Starbrand All rights Reserved.

人は見た目が全てです。

その人の
内面の全てが
外見に出ているのよ。

あなたにビジョンが
あるのなら

外見で分かるくらい
の強さを持ちなさい。



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

KEN KONA

社長(E)化研究所

すべての社会人が
ビジョンに矛盾のない
格好を！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

OMIYAGE

明日から使える「リアルデータ」を！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

OMIYAGE

会場に来た人だけがもらえる・・・

「１歩」
進めよう！ ▶

１）「買うモノではなく、買う場所を変えるショッピングリスト」
２）「宣材写真を撮るのに役立つポージング集データ」
３）「本日のシークレットセミナー」資料データ

「２歩」
進めよう！ ▶ 社長の（Ｅ）化プロジェクト！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

OMIYAGE

「社長の(E)化」、第1段階。

＊テーマ決め相談会（2h）
＊コーディネートプラン
＊買物同行（半日）
＊宣材写真撮影ディレクション

通常30万円（コンサル1ヶ月分）
を特別価格「**18万円**」で！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

RYU MURAO'S

BIRTHDAY PARTY 18

@ HARDROCK CAFE TOKYO <ROPPONGI>

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

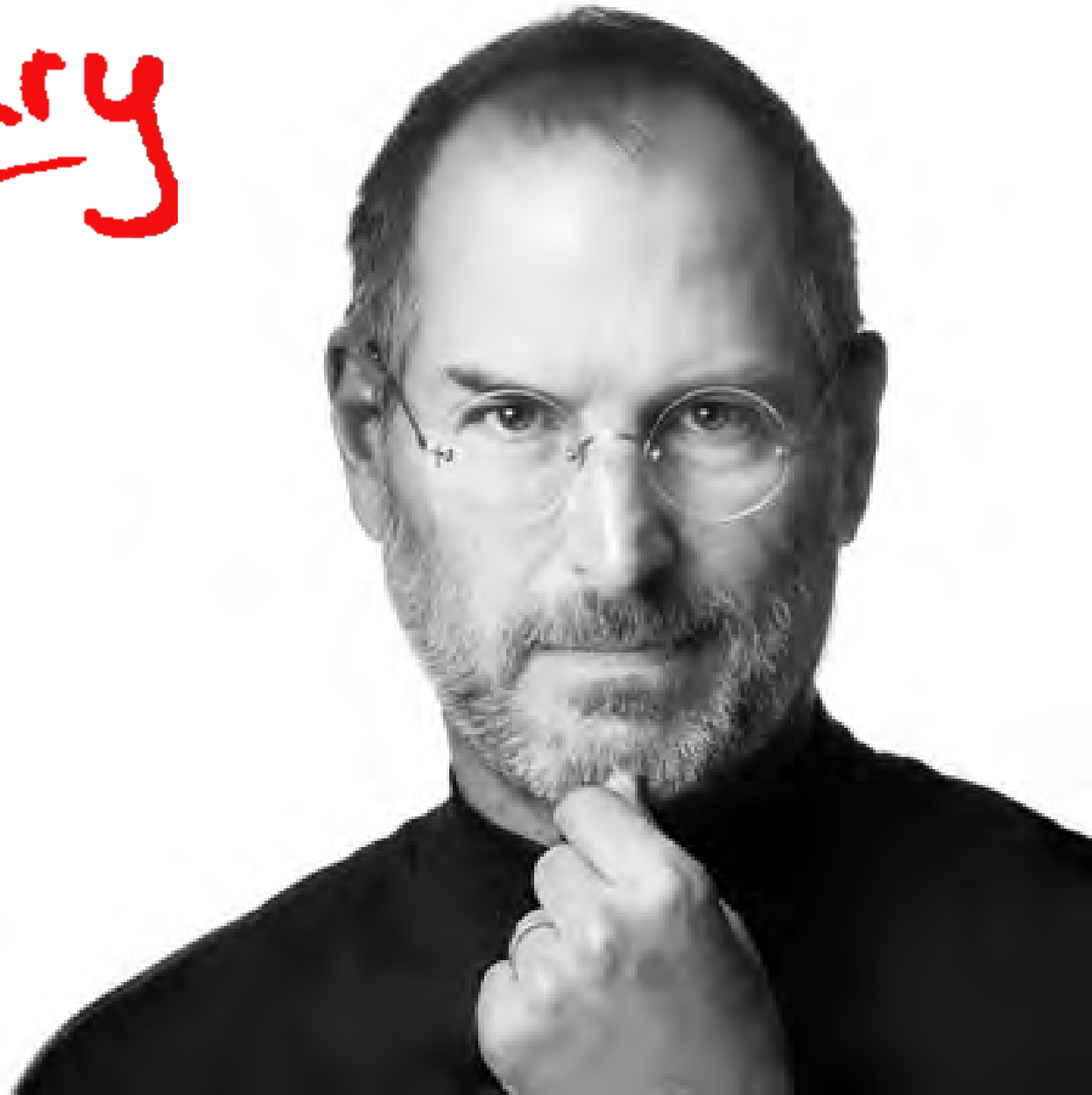
思い浮かばなかったら「アイテム」でも可

村尾さんのアメリカンブランド

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ビジョナリーな人といえば・・・

Visionary



Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ビジョナリーな人といえば・・・

Visionary

ビジョナリーな人といえば・・・

Visionary

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

THINK＆DISCUSS！

その他に、みなさんが思う「ビジョナリー」な人は？

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

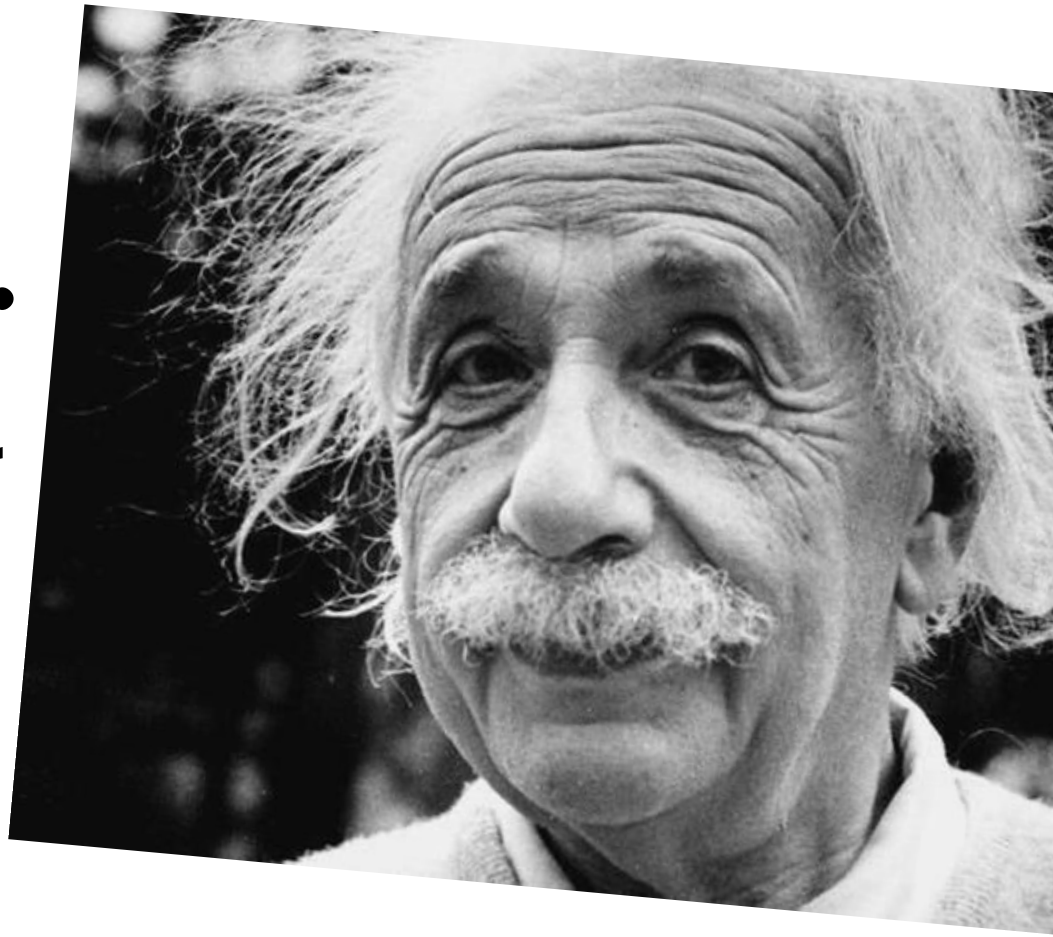
ちなみに、ジョブズが身につけていた時計

「SEIKO シャリオ」
1,982本限定で復刻
（定価2万円）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

アインシュタインも・・・

Visionary



時間の無駄だから・・・

- 同じスーツを何着も揃え
- 靴下を履かない
- 寝癖を直さない

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

実際はもっとカッコいいのに・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

だから、大切なのは・・・
（毎日同じ格好をするでも、
とびきりお洒落になるでも）

「VISIONを纏うこと」

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

I DID’NT MEAN IT THAT WA

単なるお洒落化ではなく
「ビジョンを纏う」こと

自分の「魅せ方」と
「見られ方」を考えること
（客観性がいちばん大事）

＝ 自分プレゼン
（伝える力）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ビジョナリーであることを
外見が物語ることも必要！

外見で自分自身を
プレゼンテーションする
=伝える力

**言動・行動だけでなく、
外見もビジョンに
矛盾があってはいけない**

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

「社長がビジョンを纏う」
とは、こういうこと・・・

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

ここまで説明しても、こう言う人もいる・・・

O YOU REALLY THINK

TS WORTH TRYING?

社長のお洒落化なんて
遊びみたいなものじゃない？
本当にやる価値あるの？？

あります。（断言）
費用対効果めちゃ高い！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

日本代表公式スーツや、J公式スーツもカッコいい！

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

・・・で、実際の星野さん（ほぼ完コピ）

Copyright © Starbrand All rights Reserved.

佐藤社長が纏った「ビジョン」は・・・

新潟イチのアイデアカンパニーとして
毎日の生活に「ちょっとした感動」を
日本中へ世界中へ届けていきたい！
そして、自分たちが何より楽しんで働いていく。

＃クリエイティブ

▶▶▶