

企業イメージアップのお医者さん

あなたの会社に  
ファッションドクター  
を付けませんか？

参加型  
グループ  
ワーク

基礎から  
学べる

大人が通う服装の学校

こんなお悩みはありませんか？

- 清潔感・好感の持てるビジネスファッションを学びたい・伝えたい
- 服装・身だしなみなど変えてもらいたい部分があるが、どう伝えてよいかわからない
- テレワークにはどのような服装がふさわしいか伝えたい
- 社内の脱スーツを進めたいがどのような服装を勧めれば良いかわからない
- お客様への対応を更に良くしたい
- 社内のコミュニケーションを向上したい
- 社員が楽しんでくれる研修を行いたい

大人が通う服装の学校(OTOGAKU)はそんな悩みを解決する「企業イメージアップのお医者さん」です。

サービス内容

- 企業や業種に合わせたファッション研修
- イメージアップに最適なグループワークやワークショップ
- 研修と少人数の個別指導

6つのメリット

- 社員のファッションが清潔感・好感の持てる服装に変わっていく
- 企業イメージが改善され、よりビジネスの機会が増える
- 丁寧なヒアリングを行い、企業ごとにオーダーメイドで内容を定めることが出来る
- 男女別やオフィスカジュアルなど様々なジャンルに対応出来る
- 常にアップデートしており、時代に合ったアドバイスが出来る
- 堅苦しくなく、参加いただいた方が楽しくなるグループワークが出来る

第137回 かわさき起業家オーディション  
「かわさきビジネス・アイデアシーズ賞」受賞

# 印象力ブランディング 「人的資本の最大化」



株式会社C. I

代表取締役

竹田 浩一郎

最近、若い世代から「会社に憧れるようなカッコいい先輩がいない」という話をよく聞くようになりました。憧れるのはみなインターネット上の人物で、リアルな世界にはいないそうです。現在42歳である私が若いころは、目標にしたい上司や先輩が社内だったので、とても驚きました。残念だな…と思うと同時に「そういう素敵な人をつくり出すべきでは？」というひらめきが生まれました。

従業員のイメージは、そのまま企業のイメージにつながります。身だしなみや清潔感への配慮がないために顧客獲得の機会を逃したり、ブランド価値を下げたりすることになりかねません。とはいえ、良い印象の作り方というのは会社で教えてもらえないので、やり方は分からないわけです。そこで、相手に好印象を与えるノウハウを伝授する「印象管理」の事業を立ち上げようと考えました。

日本では、コストをかけて従業員のブランディングに力を入れる企業が非常に少なく、欧米と比べると圧倒的な差があります。少子高齢化が進み人材が貴重になっているこの時代に、そんなことでいいのだろうか、問題提起をしたい気持ちもありました。「印象管理」という文化を日本に浸透させ、明るい未来を築くための挑戦を続けます。

## ■受賞したビジネスに至った経緯

「印象管理」の大切さに気づいたきっかけは古く、私の小学校時代にまでさかのぼります。5年生くらいから、自分の天然パーマが気になり始めました。毎朝、登校するとすぐトイレにこもり、髪型が乱れてないか鏡で確認しないと行けませんでした。

中学生時代は顔のニキビに悩まされました。誰にも顔を見られたくないし、特に女の子には会いたくない。大人になるまでの我慢だと思って耐えていたけれど、結局20代後半までニキビは残りました。このように、私は見た目のコンプレックスをずっと引きずって生きてきました。今でも顔や髪を触られることに抵抗があり、美容院に行くのも苦手です。

ただ、身だしなみの徹底や清潔感をつくる努力は人一倍してきました。10代のころから朝は誰よりも早く起き、髪型や服装を整えてきた。このことが社会人になってから実を結びます。大学卒業後、不動産会社に就職すると、1年目でいきなりトップセールスになれたのです。

これは単に「見た目が良い印象を与えたから」という単純な話ではありません。自分の見た目に気遣える人は、他人のことも気遣えますし、自然な気配りができる。そのことが営業成績につながっていたのだと後々気づきました。

「印象管理」の大切さを理解してもらうために、当社では「おしゃれは自分のため、清潔感相手のため」というキャッチフレーズを掲げています。印象や清潔感というのは、自分のためのものではなく、相手への気遣いなのです。そういったことを、この事業を通して広く伝えていけたらいいなと思っています。

## ■サービスの特徴

法人に向けて身だしなみや清潔感の教育を行う「印象管理」の研修教育プログラムと「印象管理士」の顧問設置サービスを提供しています。印象管理は、個人や企業などが持つイメージを意図的に形成し、維持するための手法や戦略のことです。服装のコーディネートや表情のつくり方、美容やメイクなど、好印象を与えるために必要なリソースを年間3～6回のプログラムで教えています。

「印象管理士」は個人や企業のイメージをコンサルティングし、適切な印象戦略を提案する印象管理の専門家です。当社が立ち上げた一般社団法人日本印象管理士協会が、印象管理士の資格認定試験を実施し、合格者に「印象管理士」の称号を与えていきます。そして顧問税理士や顧問弁護士と契約するように、クライアント企業に「顧問印象管理士」を設置していただくことで、従業員はいつでも気軽に服装やメイクのコツなどを印象管理士に相談できるようになります。

また「印象管理士養成コミュニティ」を立ち上げ、美容やファッションに関心の高い方たちと印象管理の専門家が交流できる場を設けていることも、この事業の特徴です。コミュニティの中から案件に最適な人材を選定し、パフォーマンスの高いチームをつくり上げ、クライアントのニーズに応じています。

## ■現状の課題

課題は大きく2つあります。1つは「印象」というものが定量化されていないことです。イメージや清潔感は数値で測れるものではないので、印象管理の効果や重要性をクライアントに伝えづらいという難しさがあります。そして業種や仕事内容によって、好まれる印象はまったく違ってきます。事業を進めるにつれ、「印象」を業種別にカテゴライズ化する取り組みに興味を湧いてきました。金融、製造業、運送業…などそれぞれのトレンドで分類されたパッケージを蓄積していくことができれば、サービスの幅も広がります。しかしながら印象の定量化やカテゴライズは、私たちだけで決定できるものではないため、クライアントのフィードバックや第三者の視点を入れながら進めることを大切にしていきます。

もう1つの課題は、全国展開へのハードルです。この事業は印象管理士の存在が欠かせない属人的なサービスなので、全国に事業を広めていくためには、それぞれの地域で人材を発掘していく必要があります。今すぐというわけではありませんが、ゆくゆくは全国に届けたいと考えているサービスなので、地方人材をどう確保していくかは避けられない課題になってくるでしょう。

## ■今後の展開

印象管理の文化を社会に広めていくために、どの様に印象を定量化できるかということについて日々試行錯誤しています。日本における企業活動において、印象管理をスタンダードな取り組みにすることができれば、国内のみならず海外とのビジネスにも良い影響をもたらすのではないかと考えています。

また、最近ではIPOにも興味を湧いてきました。今までは勉強不足だったこともあり「上場なんて自分とはかけ離れたもの」という気持ちで目の前のことだけをひたすらにやってきましたが、今後はIPOを含めて自分なりのゴールを定め、そこに向かって行動するということにも挑戦したいと思っています。

## ■エントリーを検討中の方へ一言

オーディションに参加して驚いたのは、みなさんにご挨拶できる懇親会の場をいただけたことです。当社専用のテーブルを用意してもらい、そこでいろいろな方と名刺交換をして、チャンスを広げることができました。私自身もそうですが、自ら起業しゼロイチでビジネスを立ち上げる方は、どうしても想いが先走り第三者の意見を取り入れづらいという一面があると思います。だからこそ、今回審査員のみなさんからいただいたさまざまな意見は、とても貴重なものでした。今後はいただいた意見を活かしながら、事業をさらにブラッシュアップしていきたいと思っています。

会社名：株式会社C.I