

“ヒラメキ”からはじまる  
企業ストーリー

あるべき姿を明確に、成長実現するイメージ戦略を「株式会社プライムイメージ」

文 牛久保洋次

text by Yoji Ushikubo

【未常識】今は常識ではない、でも未来に常識となる事…これは私が作った造語です。

某民間企業のアンケート結果になりますが、「企業イメージに影響を与えた情報」に関するアンケートにおいて、第1位がダントツで「SNS」という結果になりました。お金をかけて大々的に公開する広告よりも、タダですぐに発信できるSNSから垣間見られる「生の姿・声」の方が圧倒的に影響を与えているというのです。影響力のある会社トップであれば、社長個人の人物像がそのまま会社の評価に繋がってしまう事も少なくありません。

今回は、ビジネスを成長実現させる企業トップのイメージ戦略を実践する「株式会社プライムイメージ」をご紹介します。

社名でもある「プライムイメージ」とは、顧客に「あの社長の会社に頼みたい」「あの人に頼みたい」と思わせるビジネス印象を指します。自社の企業理念、事業内容・顧客層等を踏まえ、求められる印象を明確にすることがイメージ戦略では必須となります。それに対して、単なる服装、身だしなみだけにはとどまらない「印象マネジメント」をしていきます。

同社は「企業トップは、企業理念の体現者である」という考えのもと、独自の「プライムイメージ」

「マネジメント」によって体系化し、最適演出・印象を決定するエグゼクティブ専用のコンサルティング・プログラム（外見・服装、立ち居振る舞い、話し方（スピーチ）、コミュニケーション等）を提供しています。

トップの印象力というのは、その人の個性というよりは、むしろ「技術」であります。技術ならば学んで体得しなければなりません。「創りすぎ」はムリが生じますが、ビジネスシーンでは「ありのままの自然体」であってはいけません。

自分の考える企業・事業理念やイメージを「社長自身が具体的な最適行動として常に行っているか、また、常に表現して発信しているか」、表層的なイメージ戦略ではなく、トップ自身の全ての「あるべき、ありよう」を考え、自身で表現していく事が経営者の義務ではないでしょうか。

【株式会社プライムイメージ】

URL: <https://www.primemage.jp/>

今月の一言

「あの社長の会社に頼みたい！」

社長の魅力最大化が業績アップに直結

これが則ち【未常識の発見】



Profile

慶應義塾大学商学部 卒業  
株式会社友アンド愛（レコードレンタルビジネスの開発者）を創業し、代表取締役就任。約700店舗をFC展開する。株式会社ビザカリフォルニアを創業し、代表取締役就任。約400店舗をFC展開する。日本CDビデオレンタル商業組合 初代理事長（社）ニュービジネス協議会 理事等を歴任。  
現在、株式会社いかしあい隊 会長、その他顧問数社。