



「山と言えば、何を
思い出しますか。川な
らはどうですか」

われわれの恩師は、
こう問い掛けた後、

「熊本の人は、山な
らば金峰山や阿蘇を、

川ならば白川を思い浮

かべるでしょう。これが二人の持つ
共通イメージです。二人の間では、
山や川を説明する必要が少なく

分だけ理解が早くなるのです」
と話を続けた。英語の恩師が

語ってくれた結婚式のスピー
チの一節である。

そういえば、先の大戦で幸い
にも生き残った父は、故郷に帰
る列車の中で金峰山を見た時、
心底熊本に帰ったという喜びが
あふれ、涙が出てきたと言っ
ていた。まさに「古里の山に向か
って言うことなし。古里の山は
ありがたきかな」だ。

ところで、実社会においては
この共通イメージをつくり出す
のに結構苦労する。山と言っ
てみたところで、詳細にみてい
けばそれぞれの体験によって微妙
にイメージが違ってくる。良い
イメージと想ったものが、相手
にとっては悪い場合もありえ
る。

女優の如月小春さんは、テクノポ
リス財団主催の経営者セミナー田原
(たはる)塾で講演して言った。

「人生は舞台です。舞台の上では、
自分のなりたいイメージで演技すれ
ばいいのです。社長ならば、立派な

社長はこのようなものだと思像して
演じるのです」

私自身、ヘタな役者ぶりを発揮し
始めてもう四年が過ぎ去った。せり
ふを間違えたし、登場場面を忘れた
こともあった。演技の難しさを痛感
している。

企業にしても、明るく挑戦的な姿
勢を保つために広報に力を入れる時
代である。企業の文化活動や社会奉
仕活動が根付き始めている。

企業イメージの内外格差は大
きいはずだ。だとすれば、歴史の
ある地場企業こそ新しいイメー
ジ探しを進め、若者たちの期待
にこたえる必要があるそうだ。

亀井 創太郎

先日、経営コンサルティングの
S氏は、ベッドのセールスマン
をしていた若い時の苦労話を語
った。どうしても仕事がつまづ
いかず辞職をも考えた時、ある
オーナー社長に会った。

「君は何を売っているのか」

「ベッドです」

「それは違うだろう」

「……」

「快適な睡眠を売っているの
ではないか」

その時、目の前の暗雲が一挙
に取り払われる気がしたとい
う。

イメージ探し

企業にとって、自社の事業領
域を説明することから戦略的発想が
始まるといっている。日本最大の鉄
鋼メーカー、新日鉄ですら、鉄とは
無縁のやさしいCMを放映し、新し
いイメージ探しにチャレンジしてい
る昨今なのだ。(亀井通彦社長)