

平成 30 年 1 月 13 日(土) 14 時から本年度第 9 回目(通算 151 回目)の起業の鉄則研究会を神戸市兵庫区の甲南アセット本社で開催。様々な業種の経営者をはじめ大学職員、写真家など新規参加者を含む多彩な 20 名の方々にご参加いただきました。

◆第 1 部:「ブランディングの必要性和応用について」

講師: 日本真珠輸出組合 専務理事 内海芳宏 氏

師匠はフランスの高級香水ブランドとして世界のセレブに認知されているシャネル(株)の社長リシャール・コラス氏(コラス氏は日本に在住)。コラス氏から創業者シャネル氏の隠れたエピソードを数多く教えていただき、実践しつつ、独自のブランド力を高める工夫を続けている。

老若男女が共通して覚える文字は、5 文字まで。「less than 5」が外せないポイント。「レクサス」「シャネル」など、世界ブランドになっているものは「less than 5」が多い。「less than 5」で表現されたものは「さっき言った、あれなんだっけ？」にはなりにくく、幅広い世代に覚えられやすいキーワード。

「婚約指輪は給料の 3 か月分・・・」これは、ダイヤモンドのブランド戦略であったが、このコピーが作られた昭和の中ごろは、公務員の給料は平均 1 万 3000 円。「婚約指輪は 3 万 9000 円」としなかったことで、このイメージは数十年たった今でも、給与水準が高くなりつつ、日本人の常識として刷り込まれている。あえて、金額は言わないのも付加価値を高めるためにはポイント。

神戸の真珠のブランド化の手始めは、ブルーレイディスクが出来た頃の頃に、最高画質で神戸真珠のイメージビデオを作って、上海の国際展示博で会見。最上級の真珠などを紹介した後、欲しい方は香港で販売しているので、香港まで来てくださいとあって、ひと手間増やした。一般的にはお客さんは多いほどいいと思われているが、ブランド化するなら、少なくともいっぱい買ってくれるお客様だけを集めればいい。こうすると、本当に欲しい人しか香港まで来ないので値引き交渉にはならない。中国の習国家主席の奥様は、日本産高級真珠をつけ公式の場にでることが多い。ファーストレディに憧れる女性は中国でも多い。

◆第 2 部:「誰も語ろうとしない今後の日本経済行方」

講師: 資産運用アドバイザー 土佐浩史 氏

土佐さまは、四大証券であった山一証券のご出身。昨年 11 月、衝撃の破たんから 20 年たったことで話題になりましたが、山一証券ご出身の方々は、証券会社だけでなく、土佐さんをはじめ幅広く活躍されている方が多いです。個別の相場情報につながらないように、慎重に言葉を選びつつご講演。ロスカットの重要性を強調。お話のなかからは、AI、半導体などのキーワードが多かった印象です。

◆小林宏至塾長(NBK 副会長)からの講評

自分の事業を第 1 から第 3 創業期にわけてみると、自社ブランドを持たなくてはいけないと感じて、第 2 創業期の「甲南チケット」「私のお針箱」を事業化した。服のリフォーム業「私のお針箱」はコーナン・ファース社の事業。事業と名前が一致するものをとということで「私のお針箱」とネーミングして展開していった。事業と名前が認知されると、ブランド化が起きる。百貨店等から出店要請が来るようになると、無理な値引交渉が無くなる。起業家は財テクを控えた方が良い。本業に集中して儲けるべし。お金は信用。他人に出資してもらって商売できればすばらしい。それに報いるように収益をお返す姿勢は忘れずに。懇親会では、ブランドにまつわる話題など活発な交流が行われました。

次回は、2018 年 2 月 10 日(土) 14 時から。甲南アセット本社にて開催予定。

