

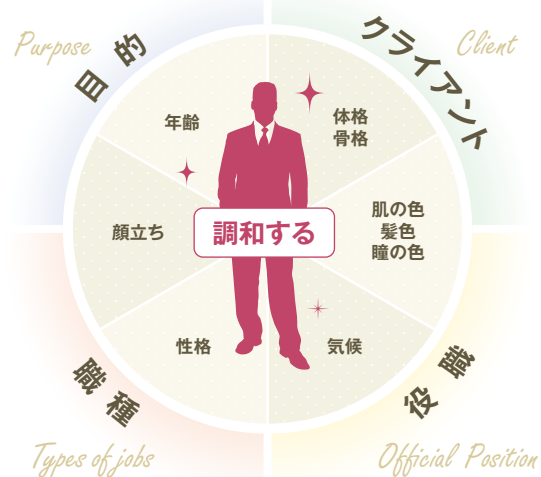


図1は、理想のライフスタイルをかなえるためにセルフイメージをより明確に、より高く引き上げる印象戦略の戦術チャートです。「変わりたい願望をどんなに強く持っても、人は脳内で描くセルフイメージ（自己像）以上のライフスタイルを送ることはできません。なのでセルフイメージを引き上げることが、理想の生活や仕事を手に入れる絶対条件です」とちとせさんは強調します。



印象戦略家
ちとせさん

人や企業の魅力を最大限に引き出してビジネス・ライフスタイルのステージを上げる人財育成のスペシャリスト。印象戦略家。表情・ジェスチャー・声・立ち居振る舞い、ファッション・ヘアメイクなどの外見と、話し方・マインドといった内面＆コミュニケーションを、心理学と脳科学を交えながら確実に変える。宇都宮を拠点に年300回を超える講演・研修で、年間5000人以上の印象戦略を手掛ける。2011年、著書「30日で自分を磨く方法」執筆・出版。美しい姿勢と正しい歩きをサポートできる「シンビ/レエスニーカー」を開発・販売。

□ Head Office
宇都宮市不動前3-3-40
TEL.028-637-8740
<http://chitose.shinbi.cc/>

も考えずに続けている人も、珍しくないのでは？
「あつ、図星だー」とドキッとしたあなたは、今回の特集をぜひ熟読してください。
「初対面の時、人は無意識に〈視覚〉〈聴覚〉〈言葉〉の3つの情報から第一印象を決めます。なので、これらを戦略的にイメーヂ付けることで、理想通りの印象を相手に与えることができるのです」
こう話すのは、印象戦略家として数多くの講演や研修などをこなす、ちとせさん。
ちとせさんは、人や企業の魅力を最大限に引き出してビジネス・ライフスタイルのステージを上げる人財育成のスペシャリストです。読者の皆さんの会社でも、ちとせさんの研修を受けたところも多いのでは？

「印象戦略」というと、何か難しいもののように感じがちですが、ちとせさんは「誰でも無意識に気を配っているものです」と言います。
「会合や打ち合わせで初めて顔を合わせる人には、無意識に笑顔をつくる人が多いでしょう。それは相手に良い印象を持つてもらうには『笑顔が有効』と潜在意識で分かっているゆえの、無意識の印象戦略なのです」
もちろん、いい印象を与えることだけが印象戦略ではありません。部下を叱る時、ハードな交渉に臨む時など、さまざまなシチュエーションに合わせて、的確に自分の意志を相手に伝えるためのものです。

目的はセルフイメージを向上させること

セルフイメージがその人の能力・行動・環境を支配し、逆に環境が行動を決め、行動が能力を限定し、能力が信念に影響を与えることもあります。「これらは一方通行ではなく相互に影響を与え合うため、正しい方法と順序でバランスよく継続すれば、だれでも成功できます」
さて、ここでファッションの話に戻ります。洋服の色や形、小物、髪型などに気を配るようになると、セルフイメージは確実に高まります。
「セルフイメージは下（能力、行動、環境）を支配しますが、同時に環境や行動を変えられることでセルフイメージを高めることもできるのです」とちとせさん。「だからといって、無理な背伸びで大きな変化を求めても続かず、結果的に元に戻ってしまします。脳は変化を恐れる特徴（安定化指向）が強いので、小さな変化をコツコツと積み上げる（可塑性）しか方法はありません」と言います。
「たとえば、地味な色を手放して明るいスーツを購入したり、普段は買わない色・柄物のYシャツを合わせてみる。それがで

きたら毎朝10秒、靴磨きをして、車に乗るときには上着をハンガーにかける、ひげの剃り残しに気を付ける…などの小さな変化を21日サイクルで積み上げ、新習慣に書き替えれば確実に定着できます」
もともと、ちとせさんのアドバイスは、ファッションセンスの向上だけを狙ったものではありません。ファッションセンスを向上させることから、印象戦略を行い、最終的にはセルフイメージを高めることが目標です。「ファッション〆おしゃれは自分だけのため、と思いがちですが、ビジネスシーンでは『信頼感を得る武器のひとつ』との考え方も持ち合わせたいですね」
ところで「似合う」ファッションとは、何でしょう？
「調和しているかどうか、が鍵ですね」とちとせさんは図2を示します。
「体格や骨格、肌の色などの身体的な要素はもちろんですが、季節や時間、場所、

「似合う」とは「調和している」こと

服装、髪形、メイクなどの身だしなみ、あなたはどんな基準で選んでいますか？ ビジネスシーンでは、もはやファッションセンスは信頼を得る大切なツールのひとつです。ビジネスを成功に導くセルフイメージづくりについて、印象戦略家として全国で活躍する「ちとせ」さんに話をうかがいました。

ファッションは重要なビジネスツール

制服が決まっている企業や職場は別として、多くの企業人は、男女とも「スーツ」を着用することがほとんどではないでしょうか？ あなたはスーツ（またはビジネスで着用できるブレザー、パンツなど）を、何着持っていますか？ 特に中高年男性の場合は、季節ごとに2、3着ずつという程度の人が多いのではないのでしょうか。それも、ネイビーやグレーなど地味な色などばかり——そんな「着た切りスズメファッション」を、何





最近の襟にもいろいろな形があります。顔の形や印象に合わせて選ぶことをおすすめします」

図5は印象別のシャツの襟ですので、参考にしてください。

図5 印象別シャツの襟

 レギュラー スタンダード	 ボタンダウン スポーティー カジュアル
 セミワイド 用途が広い	 ワイド 正当派 フォーマル性高い
 タブ 上品	 クレリック 華やか 清涼感

図3 色の心理効果

赤	情熱、積極的、エネルギー、主張、注目
ピンク	優しさ、ソフト、安心、愛情、華やか、甘い
オレンジ	楽しい、元気、交流、親しみ、あたたかさ、陽気
イエロー	快活、希望、ポジティブ、ユーモア、目立つ、派手
パープル	癒し、気品、派手、妖艶、おしゃれ、個性的、セクシー
ブルー	誠実、信頼、知的、落ち着き、冷静、クール、静かな
グリーン	バランス、やすらぎ、安定、平和、自然体、安全
グレー	落ち着き、控えめ、慎重、穏やか、中立、遠慮
ブラウン	安定、保守的、堅実、慎重、着実、渋い、地味
ホワイト	清潔、さわやか、潔い、まじめ、純粹、フレッシュ
ブラック	プロフェッショナル、権威、威圧、都会的、高級、強さ



年齢、性格なども重要。また、忘れがちな大切なポイントは『自分がどんなイメージにみせたいか』を考え、決めることです。

人は自分のことに一番関心が高いので、私はこれが好き、私はこう見られたい、私は：私を：など何でも自分に矢印を向けて考えてしまうものです。これがデキる営業マンの思考は逆。『どうしたら相手が心地良いか』と、矢印を相手に向けて考えられる方が多いのも事実です」

◎顔型で選ぶ襟のポイントは、

- 丸顔、卵型
- 面長
- ベース型
- 逆三角形

シャープに見せたい場合はワイド。丸いデザインは幼く見られる。

ボタンダウンなど長さの短い襟。襟開きの狭いタイプがお勧め。広いとエラを強調しがち。

逆三角形 シャープさを和らげるため、襟開きの広いタイプを。

など。また、大きな顔の人は大きい襟を選ぶといいそうです。

ファッションセンスを磨くには

その3 / ネクタイ

ネクタイ選びの基本について、ちとせさんはこう教えてくれます。

「基本的に似合う色を選ぶことをおすすめします。また、相手に伝えたいメッセージもポイントになります。図3の色彩の効果も参考にしてください。

柄は、図6を参考に、シーンや相手に合わせましょう。

ネクタイは結び方もポイントです。一般的なシンプルノット、ダブルノットだけでなく、ウインザーノットやスモールノットなど、いろいろな結び方があります。インターネットで検索すると結び方ノウハウまで出てきますから、ぜひ試してみてください。シャツの襟型に合わせるのが基本です」

また、クルビズでネクタイを締めない場合は、ポケットチーフが効果的だそうです。ぜひ試してみてください。

今回はファッションにフォーカスしましたが、もちろん他にも話し方や歩き方、姿勢など、さまざまな面で印象戦略が可能です。

「例えばヘアスタイルですが、貫禄を出したい場合には整髪料などを使い、ウェット感を出すといいでしょ。さらさらな髪は、子どもっぽい印象を与えがちです。ぜひ試してみてください。

人とコミュニケーションをとる際に、言語の役割は約3割だという研究結果もあり

ファッションセンスを磨くには

その1 / 色彩

ファッション選びの際にどんなところに注意したら良いでしょうか。

「色彩に心理的効果があることは、よく知られています。図3を見てください。それぞれの色にこめられた、これらのメッセージを有効活用することで、ファッションをビジネスに役立てる事ができます。色だけでなく、トーン（明度、彩度）も重要です」

ちとせさんによれば、それぞれのトーンには図4のような特性があるそうです。

こうして見ると、男性が通常何気なく選ぶダークカラー（グレー、ブラック、ブラウンなど）は、確かに万人に対して無難な色ですが、せつかくの色の効果を生かすために、新しい色彩にチャレンジしてみましょう。

ファッションセンスを磨くには

その2 / ワイシャツ

スーツと同じように重要なのが、シャツ（Yシャツ）です。

「特に最近ではクルビズの時期が長いですが、シャツによるイメージ付けは、以前より重要になっています」と指摘するちとせさん。では、シャツ選びの基本は何でしょう？

「色は白や淡いブルーが基本ですが、ブルー以外でも自分の得意な色であれば良い

図6 印象別ネクタイの選び方

ストライプ	ドット	小紋	チェック	ソリッド
 躍動感 行動力、闘志	 エレガント フォーマル	 安定感 落ち着き	 親しみ カジュアル	 色のメッセージを ダイレクトに

※配色や模様サイズによって印象は異なる

図4 スタイリングカラータイプ分類

Light ライト コントラスト 弱め やさしく柔らかな印象の 淡い色のグループ ＜Pastel＞ ＜Soft＞ 	Fresh フレッシュ コントラスト やや強め 透明感がある はっきりした色のグループ ＜Bright＞ ＜Clear＞ 	Dull デュール コントラスト 中間 渋みを感じる落ち着いた 濁りのある色のグループ ＜Earth＞ ＜Smoky＞ 	Deep ディープ コントラスト 強め 強く重厚感があり 深みのある色のグループ ＜Rich＞ ＜Vivid＞
--	--	---	---

Copyright© Chihiro Yoshikawa 無断転載・複製禁止