

提 言

矜持と思い入れのあるトツプこそ、
メディアを使ってパフォーマンスを!

株健康プラザコーワ/有ドクターユキオオフィス
 社長 白井由妃(49歳)

『マネーの虎』など人気テレビ番組への出演をはじめ、数多くのメディアに登場し、現在も講演等で多忙な日々を送る白井由妃氏は「社長業はタレント業」と言い切る。メディアを利用して自社のイメージアップにつなげ、夫から引き継いだ健康器具メーカーの年商を十数年で三億円から二三億円にまで伸ばした白井氏に、社長はどのような心構えで「パフォーマンス」すべきかを語ってもらった。

私は経営者になろうと思っただけで、三歳のとき、健康器具メーカーを経営していた夫と結婚、間もなく夫が病に倒れたため、やむなく経営を引き継ぎました。

短大を出てからアルバイトの経験しかなく、経営に関して素人で、ビジョンも、それらしい威厳もたない私にとって、まづ経営者らしさ、社長らしさを意識することがスタートでした。社長はこういう立ち居振る舞いをしなければならぬのか、人前に出るときには必ずスーツを着るといった外見から、まず意識したのです。

表面だけのパフォーマンスは必ず見破られる

今はIT関連の経営者など、ポロシャツにコットンパンツ姿も珍しくありませんが、当時は違います。社長らしく見せるために意図的に「パフォーマンス」

せざるを得ませんでした。

でも、所詮それは、見せかけだけのものしかありません。しばらくすると、外見や言葉だけのパフォーマンスは長くは続かないということに気づきました。言葉だけで人を動かすことはできないし、外見や服装をいくら整えようと、中身のある人だと思ってもらえるわけではないと悟ったのです。

パフォーマンスに見合うだけの内容を伴っているかどうかが大事で、当人の中身とパフォーマンスの落差が大きくなればなるほど、信憑性や信頼感は失われていきます。必ずどこかでぼろが出てしまうものなのです。そのことに気づき、演技が演技でなくなる、自信に満ちた自

分をもたなければいけないと思いい、経営の勉強や日常生活での努力を重ねてきました。

たとえば、当社では今も健康関連の商品を取り扱っており、一方で私は書籍の執筆や講演を行なっています。人々の健康のお手伝いをする私自身が不健康な発言をしたり、元気がなさそうに見えたらこれは問題です。体調がすぐれないときでも元氣いっばいに振る舞わなくてはなりませんし、そうならないよう、日頃から健康維持への配慮は怠らないようにしています。

商品ではなく社長という「人間」を売る

メディアの活用を始めたきっかけは、九九年、私が開発した男性機能補助商品の粗悪な模造品が出回り売上が著しく低下したこと、模造品を当社製と勘違いしたお客様からのクレームが頻発したことにあります。

こうした場合、大企業なら新聞の端に注意を促す広告を掲載するでしょう。しかし広告料は高く、知名度のない当社ではさ