

# SHOKOKAI

地域を結ぶ総合情報誌 月刊 商工会

9

September 2019

特集

持続可能なまちへ  
（多世代を輝かす地域企業）

地域を訪ねて

絶景と出会うながと路を行く。

山口県長門市

わたしのふるさと

お笑い芸人 友近さん

商品を変えず、人も増やさず、「リピーター」を増やす



藤村純子

vol.30

# ビジネスパーソンが取り組むべき「身だしなみ」とは。

## 「身だしなみ」は お客様へのプレゼント

身だしなみは、あなたの会社の第一印象を決める大きなポイントであり、相手を尊敬している意思表示でもあります。

T P O (Time : 時 Place : 場所 Occasion : 場合) や立場、役割に応じた気配りをしてこそ本当の身だしなみといえます。

「オシャレ」と「身だしなみ」の決定的な違いは、「オシャレ」は自分の好みで自分が心地よい格好をすること、「身だしなみ」は相手(お客様)のことを思つてすること。つまり「身だしなみ」は誰かに心地よさを与えるプレゼントのようなものなのです。

## 「清潔」と「清潔感」の違いを認識しましょ

身だしなみにおいて、男女問わず必要な要素が「清潔感」です。どんな服装をしていても「清潔感」

がないものはNGです。ここで重要なのが「清潔」と「清潔感」の違いです。

たとえば、きちんとクリーニングをしてキレイな服だとあっても、糸がほつれていったり、ボタンが取れていたり、色あせていたら台なしです。これが、汚れてはおらず物理的には「清潔」なのに、「清潔感」がない典型的なパターンです。だらしない格好をしている人を

そのまま営業に出してしまうと、相手からは「こんな格好の人には営業させてしまう会社なのか」「ウチの会社を安く見ているのでは」という印象をもたれてしまう危険性が。身だしなみは会社の品格につながります。

身だしなみが整っていない格好となり、第一印象から信頼を得るチャンスを逃してしまいます。さらにいえば、お客様のその先にいる、別のお客様を紹介しても

がないものはNGです。

らうチャンスを逃しているかもしれません。」「腕はいいよ。身だしなみはよくないけれど」なん

だしなみはよくないけれど」なん

にいちいちひと言付け加えなければならぬ人間を、わざわざ紹介してくれるでしょうか。

誰かを紹介するということは紹介した人の評価にも関わってくるのです。きちんとしている人を紹介したいと思うのは当たり前のことですよね。

TP O に合わせた身だしなみができる人は、相手の求めているものがしっかりと理解できているということです。こういう人は仕事もできるもの。身だしなみはいわば

## 身だしなみは 無言の仕事力

身だしなみには3つのステップがあります。

まずは、TP O に合わせて服などを【選ぶ】ことです。

次に、選んだ服にアイロンをかけたり靴を磨いたりして【整える】ことです。

最後に、ヘアメイクや指先・足先まで気を配り【着こなす】ことです。

女性ならピアスやネックレス、男性ならカフスボタンやネクタイピ



ふじむら・じゅんこ

リピーターブルの専門家。接客戦略コンサルタント。BMIビジネスマナー研究所株式会社代表取締役。一般社団法人日本接客リーダー育成協会理事長。著書『期待以上』と思われるプロの接客作法(明日香出版社)は14刷。講演・企業研修のお問い合わせはお気軽にどうぞ。