

ブランドという魔物

ブランディングとはそもそも何か

- 虚像を作ることか
- 勇気を与えることか
- 洗脳のブランディング
- 教育的ブランディング
- 当然、後者をお勧めする
- 人間には夢や希望が必要
- つまり可能性を見せるということ
- ブランドとは「信頼の証拠」ではなく、「可能性の提示」である

詐欺と美学の境界線

- 夢を見させることと可能性を追求することは違う
- 可能性の追求は自己責任によって行われる
- 夢を見ることは相手に期待すること 依存
- 教育的ブランディングは自立を促す
- 美的感覚の共有・成長
- 詐欺に美学はない
- ブランドには美学がある
- 武士道は詐欺か？否
- 宗教は詐欺か？否
- 美学があるなら、周りからどんな評価をされようがそれは詐欺ではない

大衆の美学と貴族の美学

- ビジネス的に成功するのは大衆の美学
- 貴族の美学は天才以外は認められない
- 一般的にビジネスをするなら自分の中にある大衆性を見つめたほうがいい
- 日本人の大半は大衆。自分がどう思っているかは関係ない
- マイノリティーも大衆
- 貴族とは自分がマイノリティーであることにすら気づかないか気にしない

神になるべきか

- 神（理想）は別の場所に置いたほうがいい
- 自分も神を目指している状態
- ピラミッドの頂点ではなく、5合目にいる状態
- 常に未完成でいい。むしろ、未完成がいい

リーダーとは何か

- 理想を見失わない人のこと
- リーダーの仕事は極端に言えばそれだけ
- 理想に向かって歩みを止めないこと
- 常に後ろに向けて語り続けること 声で
背中
- 何が大事なもののなかを見抜く力を養え

自己分析の方法

- 自分の立ち位置を知るには、自分の周りをよく見ること
- 暴走しないように、神への服従
- 可能性に対する敬意を忘れないこと
- 基本に立ち返る場所を作る
- 記憶を引き出すアンカーを置く 出来事
年表
作品
エピソード
- 一番強い記憶が自分を作っていく

バランスの取り方、磨き方

- 良き師にめぐり合うこと
- 師とは戒めであり、発見である 自然と同じレベルのもの
- ある意味、揺るぎないもの
- だから僕は同級生からも多くを学べる
- 漫画からも学べる

最後に勝てばいい

- 風呂敷を広げた時
- 理想に負けそうになった時
- 戦略的撤退は悪いことではない
- 最後には勝つ、というマインドセットさえ忘れなければ大丈夫

ブランドという魔物に飲み込まれないようにするには

- 成功している時は、初心を思い出すこと
- 失敗した時は、最後には勝つと誓うこと