



「CLUB CEO」放送情報  
【143回放送】 ベントレーモーターズ ジャパン  
遠藤 克之輔 ブランドディレクター

経営者とZ世代をつなぐ未来創造番組「CLUB CEO」（interfm 毎週日曜日朝7:00放送 パーソナリティ：弊社代表五十嵐彰）にベントレーモーターズ ジャパン ブランドディレクター 遠藤 克之輔様にご出演いただきました。番組の概要は下記のとおりとなります。



※1枚目 前列左から遠藤さん、五十嵐。後列左からZ世代ゲスト伊藤光汰さん、SMBCCF飯村さん、Z世代ゲスト伊藤蓮さん  
2枚目 左から遠藤さん、五十嵐。

放送日 : 2024年12月22日(日) 7:00~7:55

放送局 : interfm (FM897)

出演者 : 遠藤 克之輔 (えんどう かつのすけ) さん  
(ベントレーモーターズ ジャパン ブランドディレクター)

略歴 >

1969年 生まれ 千葉・流山出身  
武蔵大学 経済学部 情報システム (ゼミ)  
1993年 パイオニア株式会社  
1997年 株式会社ボイジャー  
1999年 ライコスジャパン株式会社  
2001年 株式会社電通ワンダーマン  
2004年 ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社  
2015年 GAPジャパン株式会社  
2016年 フェラーリジャパン株式会社  
2021年 BMWジャパン株式会社  
2024年 ベントレーモーターズ ジャパン 現職

Z世代 : 伊藤 蓮さん(多摩美術大学 美術学部 生産デザイン学科 プロダクトデザイン専攻3年生 )

活動>日常の中にある新しい視点を届けられるデザイナーを目指し、大学ではプロダクトデザイン（特に車のデザイン）を専攻し、照明やスツール、VRゴーグルなどのプロダクトデザインはもちろん、ロゴアイコンや映像も制作。

Z世代： **伊藤 光汰さん(第一学院高等学校 長野キャンパス 3年生)**

活動>フットサルを11年間続け、2024年に全国優勝、将来は自分が手掛けたアーティストを世界に売り出していきたいという夢を持ちながら、興味のある経営に向けて勉強中。

放送内容： **英国の伝統と革新を融合するベントレーの魅力**

1919年創業のベントレーは、英国を代表するラグジュアリーオートモーティブブランドとして、その名を世界に広めている。創業地は英国のクルーであり、創業から100年を超える歴史を持ちながら、イギリスのクラフツマンシップ（職人芸）を今も大切にしている。

#### 職人の手作業によるテラーメイド

ベントレーの車両は、ひとつひとつ職人が手作業で何百時間もかけて作り上げ、お客様一人ひとりの要望に応じたテラーメイドが特徴である。また、460億通り以上のパーソナライゼーションが可能。丁寧なものづくりこそが、ブランドの価値を支えている。

#### 英国王室との深い繋がり

ベントレーは英国王室との結びつきも深く、象徴的な存在として知られている。今年5月、天皇皇后両陛下が英国王室を訪問された際、両陛下を迎えに上がったのがベントレーのロイヤルサルーン。この車は、亡くなられたエリザベス女王がオーダーメイドしたもので、現チャールズ国王が特別に用意した逸話もある。

#### 伝統と革新を両立する技術力

歴史あるベントレーだが、革新にも積極的である。近年はプラグインハイブリッド（エンジンと電気モーターを組み合わせたパワーユニット）の車両を発売。日本でも6月末にジャパンプレミアを行った。この車両は、電動化技術とラグジュアリーさを高次元で両立させたモデルで、最高速度は驚異の335キロに達する。室内はラグジュアリーな雰囲気に満ちており、まるでホテルや高級ブランドバッグの中にいるような感想が寄せられた。また、ファーストクラスのようなシートの快適さも特徴的で、移動そのものが特別な体験となる。

#### サステナブル・ラグジュアリーの提案

ベントレーは単なる“ラグジュアリー”にとどまらず、“サステナブル・ラグジュアリー”を掲げている。持続可能性を意識しながらも、より快適で豊かなライフスタイルを提案。エクストラオーディナリーな体験をお客様に提供することを目指している。

未来創造会議テーマ『ブランドとは？』（Z世代→経営者）

蓮さん：遠藤さんは、様々な会社を渡り歩いていく中で、それぞれどのようなブランディングの差別化を図っていたのか、その会社の「らしさ」をどのように見出していたのでしょうか。

遠藤さん：これは深いテーマですね。ブランドには、それぞれの会社や商品ごとに特徴がありますが、一番大事なのは「なぜこのブランドが生まれて、今も存在しているのか」という根源的な部分です。例えば、ベントレーの場合、100年以上前に創業者が「もっと早く快適に目的地に連れて行ける車を作りたい」という思いで始めました。その存在意義やストーリーをお客様にしっかり届け、理解され、愛されることがブランドの本質だと考えています。さらに、ブランドが創業された国や、それが他国で愛されている理由を深く考え、それをどう多くの人に伝えるかが、ブランドを預かる者の仕事です。逆に、蓮さんはブランドをどう考えていますか？世の中に「無くてはならないもの」だと思いますか？それとも無くても大丈夫ですか？

蓮さん：生活必需品というわけではないと思いますが、生活やデザインの中で「感性を磨き、豊かにしてくれるもの」だと思います。僕自身、デザインをする上でブランドはそうした要素を持つ概念だと感じています。

遠藤さん：光汰さんはずっとスポーツをされてきましたが、スポーツ用品を選ぶとき、自分が身に着けるもののブランドは気になりますか？

光汰さん：すごく気になりますね。強いチームや好きな選手が使っているメーカーやブランドを身に着けたいと思います。それが後々、自分のこだわりが変わることもあります。

遠藤さん：なるほど。ブランドは難しいと常々感じますが、実は「ブランドは企業側では作れない」と考えています。つまり、ブランドとは「お客様の頭の中にあるもの」です。企業が「私たちはこういうブランドです」と発信しても、必ずしもお客様のイメージと一致するとは限りません。光汰さんがおっしゃった「強いチーム」や「自分をもっと強くしてくれる」といったイメージこそがブランドであり、企業はそのイメージに近づく努力をすることが大切です。

五十嵐：先ほど「英国の王室」という象徴的な話が出ましたが、そういった皆が愛用すること自体がブランドの一部になるのでしょうか。

遠藤さん：その通りです。ブランドを構成する要素はたくさんありますが、大きく分けて2つです。1つは「企業価値」、もう1つは「情緒価値」です。企業価値は、車の最高速度や燃費、性能といった客観的な事実です。しかし、これだけでは人の心を動かしません。情緒価値は、「強いイメー

ジ」や「美しいデザイン」といった感情に訴える部分です。ストーリー性や感動が、ブランドを形成する重要な役割を果たします。

### 未来創造会議テーマ『皆さんの世代で流行っているもの』（経営者→Z世代）

光汰さん：友達とカラオケに行くと、最近の曲ではなく、一昔前の曲を歌うのが流行っています。特に親世代が聴いていた曲を熱唱するのが面白いです。カラオケの最後は必ず『小さな恋のうた』で締めるのが定番になっています。

蓮さん：僕の周りでも同じようなことが流行っています。僕は車が好きなので、珍しい車をレンタカーで借りて、デザイン志望の友達とドライブするのが趣味です。車好きにはいろいろなタイプがいて、僕はデザイン重視です。「このフェンダーの形がかっこいい」とか話します。一方で、「この形にこのエンジンを積んでいるのがすごい」といった性能重視の人もあります。同じレンタカーでも、触ったり乗ったり音を聞いたり、マニアックに楽しんでいます。

遠藤さん：プロダクトをそこまで愛してくださる方がいるのは本当に素晴らしいです。

五十嵐：遠藤さん自身で流行っていることはありますか？

遠藤さん：最近は筋トレですね。本格的ではなく、朝起きて少しだけやる簡単なものです。YouTubeやInstagramで方法を調べて真似しています。実は、周りでも同じように軽い筋トレが流行っていますね。

### 番組を通じてZ世代の感想

蓮さん： 本当に様々なお話を聞いて驚きと感動でいっぱいでした。僕はデザインという造形とか形に捉われがちでしたが、その先にある空間と時間を提供するというお話がすごく印象的でした。

光汰さん： 身の回りにいっぱいブランドがある中で、ブランドについて深く考えたことがなかったのですが、「ブランドは企業では作れず、使う人の頭のイメージで作られていく」というお話を聞いて納得しましたし、もっと深く考えてみたいと思いました。

遠藤さんにとって、「ラグジュアリーブランドとは？」

#### > 『自分だけの心の豊かさ』

- 選 曲：1曲目) Undone (Raquel Rodriguez) ※遠藤さん  
2曲目) Future Offence (Smooth Reunion) ※遠藤さん  
3曲目) 夕陽が笑う、君も笑う (スピッツ) ※伊藤 蓮さん

4曲目) Ki・mi・ni・mu・chu (EXILE) ※伊藤 光汰さん

企業情報：ベントレーモーターズ ジャパン

設立：1919年（イギリス）2002年（ジャパン社設立）

代表者：遠藤克之輔

所在地：東京都品川区北品川4-7-35 御殿山トラストタワー18階

事業：車輸入販売

資本金：非公開

～SMBCグループ協力～

『お金とくらしのトリセツ』

講師：SMBCコンシューマーファイナンス株式会社 飯村さん

テーマ：「保険の検討」

内容：保険の種類

保険は大きく次の3つに分けられます。

- ・生命保険：被保険者が亡くなった際に給付金が支払われる保険。
- ・損害保険：自動車保険や火災保険など、損害を補償する保険。
- ・第三分野の保険：ケガや病気、介護を補償する保険。

### 生命保険の見直しポイント

生命保険は次のようなタイミングで見直すと良いとされています。

#### ・ライフステージの変化

就職、結婚、出産、マイホーム購入、子どもの独立、定年退職など、人生の節目では保障内容が変わるため、見直しが必要。特に30代では結婚や家庭を持つ人が増え、保険のニーズが高まる傾向がある。

#### ・定期保険の更新時

定期保険は10年や20年などの期間が設定されている。満期時には更新や他の保険への切り替えを検討し、不要な保障にお金を払い続けるリスクを避ける。

#### ・保険料が家計を圧迫しているとき

収入の減少や支出の増加により保険料が負担となった場合、特約や保障内容を見直して無理のない支払いに調整することが大切。

<収録の様子>



※ゲストCEOとZ世代ゲストとの収録の様子。（写真左側は遠藤さん。右側Z世代ゲスト光汰さん（左）、蓮さん（右）



※1枚目 左からZ世代ゲスト光汰さん、遠藤さん、Z世代ゲスト蓮さん

なお、この番組の放送に収まらなかった完全版はAuDee、Spotifyでお聴きいただけます。

・AuDee公式ページはこちら：<https://audee.jp/program/show/100000357>

さらに、CLUB CEO番組公式のYouTubeチャンネルでは、就活・起業を目指す学生に、このチャンネルでしか聞けない経営者の生の声を配信しています。

CLUB CEOのYouTubeチャンネルをチェックしてみてください！

・公式Youtubeチャンネル：<https://www.youtube.com/@CLUBCEO-rm9kx>

・ベントレーモーターズ ジャパン 遠藤さん：[\[こちらからご視聴いただけます\]](#)

### ■Steenz（スティーンズ）とは？ (<https://steenz.jp/>)

多様性の時代を生きる10代がもつ「自分らしさ」にフォーカスし、その生き様を賞賛し、個性を磨き続けられる社会を実現させるためのメディア・プロジェクト。

### ■CLUB CEOとは？

「経営者とZ世代をつなぐ未来創造番組」をコンセプトに、毎週日本を彩る『真の』経営者をゲストにお迎えし、経営者の人柄や事業内容に迫るだけではなく、小学館が運営する10代向けメディアコミュニティ『Steenz（スティーンズ）』ならびに幼児から中高生・社会人まで教育サービスを総合的に展開する株式会社ウィザスと連携し、Z世代が持つ「価値観」や「社会課題」を経営者と一緒に考え学んでいく番組です。

<番組概要>

番組名 : 「CLUB CEO」  
放送局 : interfm (FM897)  
放送日 : 毎週日曜日 AM7:00-7:55  
進行 : ナビゲーター五十嵐彰  
(株式会社CMerTV代表取締役社長)

