

教育機関ならびに企業のご担当者さまへ

ビジネス教育を行う背景や学習の様子、指導のポイントなどを紹介します。

仕事の基本となる8つの意識 実践例ー1

社会人になる一步手前の教育現場（主として専門学校、大学、短大）では、入社（採用）試験を意識し、多種多様な検定や資格試験の合格を目指して対策授業に取り組んでいる現状があります。

しかし、多くの専門知識を得て資格を身に付けたとしても、それだけですぐに仕事ができるようになるわけではありません。実際の現場では、状況に応じて持っている知識を意識して柔軟に活用していく姿勢が求められ、場数を踏むことで経験値も上がっていくことになります。

大切なことは、「仕事の基本となる8つの意識」（3級テキスト 第2章）を軸にして考えることで、何が優先されるべき状況なのかを常に考えながら判断していくことが習慣になれば、社内外での信頼関係構築にもつながると言えます。

今回は令和5年度後期試験の2級 ケース問題を見てみましょう。

問題 6. 次のケースを読んで各問に答えよ。

細木彰は、新車を販売する「ワールド自動車販売」に入社し、3年目になる社員である。ワールド自動車販売は、ある県の西部地域に5つの店舗と整備修理工場を持ち、近隣のお客さまを中心に車を販売し、車検や定期点検、車の不調時には迅速に整備・修理を行っており、評判が良い。細木はA店に勤務し、主な業務は車の購入や点検整備・修理のために来店したお客さまの接客と、販売促進のイベント企画である。イベント企画は上司であるA店店長の和田から指示を受け、後輩で入社1年目の大山を指導しながら進めている。

ある日、細木は和田から大山とともに打ち合わせに呼ばれて、次のような指示を受けた。

和田「昨日の当社の営業会議で、地下鉄の延伸地域で車を利用する人が減少しており、売上に影響していると報告がありました。そこで、5店舗のうちで規模の大きな本店が中心となって販売促進を企画することになりましたが、私は市内のショッピングモールで車の展示会を開催したいと考えています。その準備を11月17日(金)から開始したいと思います。細木さん、リーダーとなって企画実施してもらえますか。」

細木「はい、承知しました。」

和田「展示会では車の販売だけでなく、お客さまの車に対するニーズも調査したいと思っています。大山さんも企画実施の支援とアンケートの作成をお願いします。細木さん、大山さん、何か意見はありますか。」

細木「以前の展示会を振り返って、より多くのお客さまに来店いただく工夫と、今回新たに加えるニーズ調査のアンケートもしっかり計画したいと思います。」

大山 (X)

細木 (Y)

(1) 大山の発言 (X) に対する細木の発言 (Y) についての記述の正誤の組み合わせとして、適切なものを選択肢から選べ。

(選択肢①③省略)

② (X) 「車の販売促進とお客さまのニーズ調査を両方実施するよりも、車の販売促進に絞ったほうがよいと思います。」

(Y) 「なるほど、確かに手間がかかりますね。なぜそのような考えたのですか。」

<ここに注目しました！>

選択肢②は適切な会話ですが、誤りと判断した解答者が、全体の 53%いることです。

②を誤りとした解答者は、おそらく大山（X）の発言内容が引っかかったものと思われます。店長の意向が販売促進とニーズ調査の二本立てで、それを指示しているにもかかわらず 1 年目の社員が反論していることと、先輩の細木がすぐに大山の発言を注意（否定）していないことが理由の多くではないかと推察します。

まず、店長が指示の最後に、「何か意見はありますか」と発言を促していますので、役職の上下に関係なく自分の考えを述べることに問題ははありません。また、指示の受け方としても、指示の内容や目的に疑問を持ったのであれば質問をし、納得したうえで仕事に取りかかることが大切です。（3 級テキスト 第 4 章－1）

細木（Y）の発言に関しては、大山の発言を受けてその理由を問う追跡質問の形になっていて、アクティブリスニングの質問技術の一つとして相手の考えを引き出す役割を果たしていると言えます。（2 級テキスト 第 3 章－4）

上記のケースを「8 つの意識」に当てはめて考えると、「改善意識」をもって企画に取り組んでいることがわかります。現在だけに視点を置いて販売促進するのではなく、この先に予測される需要の変化をすみやかに捉えて企業活動に活かしていく姿勢が表れていると言えます。具体的には、地下鉄の延伸地域での車利用の減少に伴い、売上に影響が及んでいるという問題を発見したため、アンケート調査によりニーズの変化を把握し改善につなげるというものです。※

一時的な流行ののって売上が伸びたとしても、それがいつまでも続く保証はありません。商品やサービスは常に進化（変化）していくものですから、新しいニーズの予兆にいち早く気がつけば先手を打つことができるわけです。展示会などのイベントは、多くの購入（見込）客が集まる仕掛けをするのですから、たとえその場では売上に繋がらなかったとしてもニーズ調査するには絶好の機会になりますね。多くの企業は、売上が絶好調のときにはもう次のバージョンの新商品や新サービスを打ち出す準備が進んでいるものです。

<おすすめの学習例>

演習 指示を受けたときに確認しなければならないことを質問しましょう

ロールプレイを通して、指示を受けるときの注意事項を、繰り返し学習するのが最も効果的だと思います。

- 例) 1. 上司から、「明日の〇〇会議の資料をコピーして作成してほしい」と、売上実績表、グラフ、計画書など、パソコンで作成されたサイズのバラバラな資料を数枚渡された。
2. 上司から、「来月の 20 日に東京（または大阪など）で行われる〇〇講演会に出張で行くので、宿泊ホテルと特急券（または航空）チケットの予約手配を頼む」と言われた。

それぞれ、何を確認しなければならないかを考えて、上司に質問（確認）する練習をしましょう。

*「5W2H」や「二者択一」などを意識して質問を整理してみるのが基本です

上司の指示やお客さまの要望は常に完璧なわけではありません。大切なことは、不足している情報を引き出すための質問力を磨くことです。指示や要望を出す方は「伝えた」つもりでも、肝心なことが抜けていたり、勘違いしていたりする例は多いですね。

本人も気づいていないことを、こちらから提案する質問力が身に付けられれば、信頼関係も強くなると言えるでしょう。

（元 金沢星稜大学女子短期大学部教授 山本 航）