

第9期わかやま塾（第4回）の概要

第9期わかやま塾(第4回)を、中野塾頭(中野 BC 株式会社 代表取締役会長)、白石師範(関西大学 政策創造学部 教授)、野口師範(株式会社 営業会議 代表取締役)、塾生46名が出席し、アバローム紀の国において開催しました。つきましては、講義概要について報告します。

◎知識編講義 「アンコンシャスバイアス～無意識の偏見を取り除け～」 関西大学 政策創造学部 教授 白石 真澄 師範

1 アンコンシャス・バイアスとは

- ・アンコンシャス・バイアスとは、自分自身では意識しづらく、ゆがみや偏りがあるとは認識できていない偏見のことである。人々の過去の経験や知識、価値観、信念をベースに認知や判断が自動的に行われ、何気ない発言や行動としてあらわれる。
- ・「自分にはそんな偏見はない」と思われるかもしれない。例えば、「関西人はお笑いが好きだ」とか「和歌山県民の食卓には、梅干しがいつも乗っている」などと思うこともアンコンシャス・バイアスの一例である。
- ・アンコンシャス・バイアスは、人の集合体である企業組織にも存在する。故に、企業の経営者・マネジメント層・管理職皆が認識する必要がある。
- ・アンコンシャス・バイアスを放置していくと、個人にとってはモチベーションの低下、無気力/思考停止、職場に対するあきらめなど、負の効果がもたらされる。また、職場/組織にとっても、職場の停滞感、コミュニケーション不全など企業経営上重大な問題が生じる。
- ・アンコンシャス・バイアスはなぜ起こるのか？ 自己防衛の心がその理由だ。人は無意識のうちに、自分に都合のいいように物事を判断してしまったり、自分の責任を回避したり、自分のことをよく見せたいといった言動をとる。
- ・「雑用や飲み会の幹事は若手の仕事である」「パートタイマーは主婦が家計補助のために働いている」「お酒が飲めないと付き合いが悪い」「外国人はすぐに辞める、自己主張が強すぎる」「障害者雇用は仕方が無いからやる」「中途採用より新卒の方が企業文化を教育しやすい」「お茶出しや補助的役割は女性がやるもの」「LGBT の人は一部の職業に偏っていて、普通の職場にはいないと思う」などの考え方に陥っていないだろうか。

2 多様性(ダイバーシティ)のもたらす効果

- ・企業活動は、グローバル化している。どんな小さな会社でも製品の輸入や輸出など、その販売先を考える。お客様にも様々な方がいる。また、従業員も、非正規、女性、高齢者、障害者、LGBT、外国籍の方など、様々な人がいる。様々な人がいるからこそ、企業経営者は、アンコンシャス・バイアスを取り除いて、多様性を認めていくことが重要である。
- ・多様性を認めていくことは、グローバル化する市場への対応、多様化/複雑化する顧客ニーズへの効果的な対応、創造性/問題解決力の向上など、様々な効果があるとされている。

3 外国籍人材への配慮

- ・日本への留学生数は、1999年に比べ5倍に増加。留学生の日本企業に対する印象は「日本人化を求められる」。つまり、外国籍人材を採用するにもかかわらず、「日本人になれ」という企業側の意識を感じるとのこと。最終面接になっても具体的な仕事の内容には触れられず、仕事に対する期待感が全く語られないことに不満を抱くという。
- ・採用されたとしても外国語の翻訳業務が多く、語学に偏った戦力として使われる。外国籍人材を採用する場合には、これまでのキャリアや学んだことなど、彼らの専門性を生かせる部門へ配置することを考慮し、仕事内容の明確化に努めるなどの配慮が必要。

4 障害者への配慮

- ・ある調査によると、日本国内で障害を持つ人は8%。意外に多いと思うのではないだろうか。障害について、多くの人たちが理解することが重要。
- ・企業における障害者の法定雇用率は2.3%になったが、これを達成している企業は2社に1社しかない。「我が社では採用したことがない」といって採用に結びつかないのが実態。
- ・人材配置は適材適所。廃パソコンからレアメタルを回収するという業務を行っている企業がある。レアメタルを回収するという単純な仕事は、飽き性な人だとなかなか務まらない。知的障害を有する人の中には他の人より集中力に長けている方もいることから、こうした業務をこなすことができる。国は、こういう企業をもっと支援し、障害者雇用のノウハウを学ぶべきだ。

5 アンコンシャス・バイアスへの取組と対策

- ・Googleが世界2万人以上の社員にアンコンシャス・バイアストレーニングを実施している。YouTubeにアップロードされているので、是非ご覧いただきたい。Googleは、アンコンシャス・バイアスが取り除かれることで、組織が活性化することに確証を得ているのであろう。
- ・アンコンシャス・バイアスへの対策法は、反対意見にも目を配り、自分の判断が偏っていないかチェックすること。
- ・肩書のみを信頼の担保とせず、客観的な立場からの視点を意識する。多様な考えの存在を認め、常に一つ以上の角度から物事を見る。組織や集団とは関係のない立場からの視点を持ち、自分と異なる価値観を否定せず、「なぜそういうことを言ったのだろう。」「なぜそういう行動に出たのだろう。」とその背景を是非考えていただければと思う。

◎プレゼンテーション技術講義「成功するプレゼンテーション技術」

株式会社営業会議 代表取締役社長 野口 明美 師範

1 プレゼンテーションの基本

- ・プレゼンテーションとは、伝えることを目的としており、双方向のコミュニケーションの上に成り立つものである。一番簡単なプレゼンテーションとして自己紹介が挙げられる。
- ・聞き手には面白かった、いい話だったというような感動を与え、何らかの新しい行動を起こしてもらわなければ意味がない。たとえ気持ちよく話ができ、計画どおりにプレゼンテーションを行えたとしても、最終的に聞いている人にアクションをとってもらわなければ成功と

は言えない。

- 営業の目的は商品やサービスの販売だが、本来はいかにお客さまのお役に立てるかを考えること。プレゼンテーションはそのためのツールであり、課題を解決するための提案の機会である。
- プレゼンターに必要な能力は、①顧客の役に立ちたいというマインド、②扱う商品やサービスに関する知識、③自分らしく表現する表現力、④嘘をつかない／ごまかさない／わからないものはわからないので調べてきますと正直に言える態度と人格。

2 プレゼンテーションの状況と種類に応じた対応

- コロナ禍でオンラインによるプレゼンテーションが激増。しかし、視線が定まらないため難しい。カメラに視線を合わせると画面が見えず相手の表情や意思表示が確認できないし、相手を見ていると視線を合わすことができない。2人体制でプレゼンターと観察する人の役割分担をして臨めるとよい。
- 相手との距離を縮めるために、まず自己紹介。特にオンラインでのプレゼン資料には、プロフィールのページを作るべき。ただし、単なる趣味の羅列ではなく、ゴルフの平均スコア145、回転寿司で最高28皿食べた、沖縄で幽霊を説教したなど、相手の興味を引く内容を記載しておくことが重要。
- プレゼンテーションの状況は、①1対1(自己紹介や商談)、②1対多(講演やセミナー)、③多対多(説明会や商談会)に分類される。相手のことがわかりやすい1対1に対し、多数の人を相手にするプレゼンテーションは、相手の事を把握しきれないため難易度が高い。
- 1対多のプレゼンテーションは、①参加者による目的の違い、②決裁権限を持っている人がどこに何人いるのかわからない、③意欲の違い、④信頼関係が構築されておらずリレーション度合が低いといった理由から簡単ではない。
- 1対多のプレゼンテーションで結果を残すためには、①事前に参加者の属性や目的などを把握する、②参加者の課題やニーズを把握する、③メインターゲットを決定し、何をどのように伝えるかを決めなければならない。状況に応じて納得させることは無理だと判断し、参加者に情報を伝えるだけと割り切り、「メインターゲットは決めない」とする判断もある。
- 1対多のプレゼンテーションで最も重要なことは、どんな人に対して、どんな内容を、どんな形で伝えるかということ。縦軸に聞き手の意思決定への関与度合、横軸に聞き手のプレゼンターへの信頼度合を取ったマトリクスによって「参加者×コンテンツ×提示方法」を確認して準備を進めると良い。
- 意思決定への関与が直接的かつ信頼度合が高いという位置にあるのは、既に顧客である場合が多い。この場合は、課題に対し成功する未来の姿を、誠意を持って伝えることが的確な対応と考えられる。
- 意思決定への関与は直接的だが、信頼度合が低い時というのは、競合他社とのコンペといった状況が考えられる。ターゲットを決定し、新しい切り口の成功例／変化事例を講師自身の魅力で伝えることが必要。
- 意思決定への関与は間接的で、信頼度も低い場合というのは、会社の指示で参加した人に向けた講演という状況が考えられる。参加者全員に広く情報がいきわたるようなプレゼンテーションが必要。具体的な数字を盛り込み、親しみやすく伝えるのが良い。

3 営業場面におけるプレゼンテーション

- 営業の成否の 8 割はプレゼンテーションの準備段階で決まっており、プレゼンテーションの当日に巻き返せる可能性は低い。
- 営業におけるプレゼンテーションのテクニックとして、YES の続く企画書・メモ用紙の活用が挙げられる。プレゼンテーションの前にヒアリングしたことをすべて YES と答えられるような箇条書きにまとめた企画書を作成する。企画書に沿って状況を確認し、課題の解決策を提示することで、お客さまは反論しにくく、納得しやすくなる。
- YES の続く企画書・メモ用紙を作成するためには、事前の情報収集が欠かせない。プレゼンテーションを成功させるための秘訣はヒアリングであり、いかに有効な情報を入手するかということが重要。相手のことを把握しないで、自分が伝えたいことばかり話しても決して上手くいかない。
- どんな人が、どんな目的で、何を求めて聞いているのかを事前に把握し、お客さまの役に立つことを提供するという意識で準備することがプレゼンテーションの一番のポイントである。