

★能力開発の哲学とテクノロジー

# JADEC ニュース NO.91 2013/12/25

## 【 も く じ 】

- 失敗と成功の行動分析「接客販売のコミュニケーション」 2
- 産業教育学会参加報告…………… 4
- 脳行動学講座26「なのに」と「だから」…………… 5
- ダイジョブ・プロジェクト 鈴木大介氏に聞く…………… 6
- 随想「我が師その2—技術は開発するもの」…………… 8

## 巻頭言

## 技術・知識・ノウハウの商品化

一般財団法人能力開発工学センター  
常務理事 中村 章\*

先日、高校の同窓会に出席して面白い体験をした。今年67歳になった（もしくはなる）メンツだけに、リタイア組がかなりの割合を占めるようになってきた。そんな中で、相次いで二人からほとんど同じ相談を受けた。自分が長年培ってきたものを商品化したいので知恵を貸せというものだった。

一人は東工大を出た通信の専門家。博士号を持ち、NTTの研究所から地方国立大学の教授になり、今は特任教授。近々それも終わるので、自分が培った技術、知識、ノウハウを、地方の中堅・中小企業の教育に役立てられないかとテキストイメージを整理している。どうやってアピールしたら良いかという内容だった。

もう一人は、知り合いから力を貸せと頼まれている案件。その知り合いは40歳くらいまで大手メーカーにいて、その後、地方国立大学の教授になった。人事・労務関係が専門で、主にグローバル人材問題を扱ってきた。この人も定年になったので、最後の仕事として自分の専門知識を企業に売り込み、もう一活躍したい。ついては顔の広い彼に、仕事を手伝うとともに売り込み先を紹介しろといっているらしい。

長年、シンクタンクと経営コンサルタント会社の営業活動をしてきた経験からすると「技術や知識・ノウハウは売りに行って売れるものではない」とつい説教したくなった。相手が何をしようとしていて、何がうまくいき、何に困っているのかを聴いて、それに対して自分が貢献できることは何かを考え、それに合わせて自分の知識・経験の活用方法を考えていかない限り、相手に迷惑がられるのは目に見えている。

大学教授の肩書きが使えるんだから、売り込みたいと思う会社をリストアップして、「実は、カクカクの研究をしています。ついては、御社の取り組みについて話を伺いたい」と言ってリサーチをするところから始めたら、とアドバイスした。そのリサーチ活動の中で、「これについてどうされています？」「あれについてはどうです？」と聴いていけば、その中で相手が困っていることや、分かっていないことが見えてきたりする。そこで初めて自分の持ち味の売り方が見えてくる。見えてこなければ、自分の持ち味に商品性が無いか、リサーチが不十分かどちらかだ、と。

二人とも、私のアドバイスをえらくありがたがって帰って行ったが、果たして営業活動のためのリサーチを忍耐強くできるのかどうか。多くの場合、たいていはリサーチのつもりが売り込み一方になったり、ちょっとやってすぐ諦めたりするというのがオチになる。「プロダクトアウトではなく、マーケットインで。」これを手抜きせず実践すること。結局、これが王道だということだと思う。

\* 本年6月就任（前評議員）

\* (株)産業社会研究センター代表取締役社長

発行者：(財)能力開発工学センター( Japan Ability Development Engineering Center )



## 接客販売のコミュニケーション

研究開発部

失敗と成功の行動を比較分析することにより、その行動のポイントが見えてきます。コミュニケーションを武器にした仕事、接客販売の場合は、コミュニケーションが行動分析の対象です。分析したのは、実際に遭遇した例。電気機器量販店の掃除機売場。2つの掃除機を見比べていた中年の夫婦が、通りかかった若い販売員Aを呼び止めます。

妻：掃除機を買い換えようと思ってのんですけどね。

夫：どちらにするか迷っていてね。それでちょっと聞きたいと思って・・・

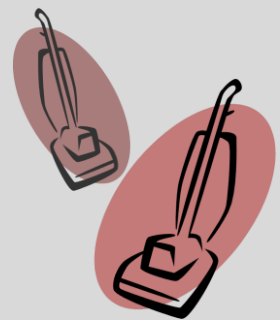
A：はい、どんなことでしょうか。

夫：これとこれなんだがね、二つとも同じメーカーのものだね。

A：はい、この秋に出ました新しいものでございます。

妻：見た目がほとんど同じだけど、値段はずいぶん違うのね。こちらは、倍以上だわ。何が違うの？

夫：ここに書いてある説明では、値段の高い方はパワーが強力とあるが・・・



### ◆ 一人目の店員の対応（販売不成立）

A：はい、同じシリーズのものなのですが、こちらのお値段の高い方は、モーターにパワーのある高機能なものを使っておりまして、吸い込み力が大変強力になっております。吸い込み力が強いと排気風が強くなってしまいますのですが、中の構造を工夫しまして、ソフトな風にして出すようにしております。そうしたことから、お値段が高くなっております。

妻：ふ～ん、そうなの。どうしましょかね。

夫：高機能の方がいいんだろうが、2倍以上じゃなあ。少し考えるよ。

A：どうぞ、ごゆっくりお選び下さいませ。

店員Aは客の質問に丁寧に答えます。しかしこの説明は夫婦を決断させるためには不十分でした。

夫：どっちにするんだ。

妻：安い方がいいんじゃないの？ 若干軽いみたいだし。

夫：でもこっち（値段の高い方）の方が高機能って言ってたじゃないか。

妻：値段ほどの差があるのかしらねえ。

夫：毎日使うものだからなあ。良いものの方がいいんじゃないのか？

妻：もう一回聞いてみましょうよ。別の人に。

客のニーズは・・・

安さ？

パワー？

夫婦は少し年配の販売員Bを呼び止め、Aにしたのと同じ質問をします。

## ◆ 二人目の店員の対応

B：はい、では、お客様のお住まいがどのようなお部屋かを伺ってもよろしいですか？  
絨毯を敷き詰めていらっしゃるでしょうか？ それでしたら、こちらの強力パワーの方をおすすめしますが、フローリングや畳でしたら、こちら（安い方）で十分かと・・・。

妻：フローリングと畳です。3畳ぐらいのラグを敷いてありますけど。

B：大丈夫です。毛足の長い絨毯を敷き詰めているというような場合は、埃やごみを吸い取るのにパワーが必要ですが、ラグ程度でしたらこちらの方で十分対応できます。エネルギーも無駄になりませんし、こちらの方が軽いので操作も楽だと思います。

妻：ふ～ん、そういうことなの。部屋の条件に合ったパワーを、というわけね。

夫：エアコンで言えば、8畳向きか、20畳向きか、みたいなことだね。

B：はい、さようでございます。

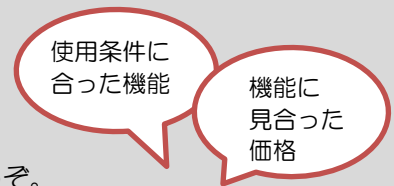
妻：じゃあ、これに決めましょう。ね、あなた。

夫：そうだね。いや～、今日は勉強になったよ。

B：恐れ入ります。では、品物を持ってまいりますので、レジの方へどうぞ。

夫：今度何か買うときにはあなたに選んでもらいたいな。よろしく頼むよ。

B：ハイ、ありがとうございます。お待ちしております。



**本当のニーズ！**

## ◆ 本当のニーズを引き出す“質問”

同じ質問に対するAとBの対応を比較すると、Aは売れず、Bが売れたその理由がよくわかります。

Aは客に求められた情報についてそのまま答えます。高い方の製品の機能について説明し、値段が高いわけを話します。一方Bは、客の質問に答える前に、部屋の条件を聞きます。

Aの対応（説明）	Bの対応（質問）
①モーターにパワーのある高機能なものを使っており ②吸い込み力が大変強力になっております。 ③（排気は）中の構造を工夫しまして、ソフトな風にして出すようにしています。 ④そうしたことから、お値段が高くなっております。	①お客様のお住まいがどのようなお部屋かを伺ってもよろしいですか？ ②絨毯を敷き詰めていらっしゃるでしょうか？それでしたら、強力パワーの方をお勧めしますが、 ③フローリングと畳ということでしたら、こちら（安い方）で十分かと・・・。

接客のポイントは、客のニーズをつかみ、それにふさわしい製品の情報を伝えることにあります。しかし、そのニーズを客自身が気づいていない場合が往々にしてあります。この事例の場合、客自身が製品に求めているのは、機能、使い勝手、デザイン（色）とそれにふさわしい値段です。

掃除機の機能のうち、パワーの違いは、住居の床の条件の違いに対応するためのものであり、それに適した掃除機を選ぶのが賢い選択です。Bは、客の質問のしかたから、この人たちはパワーの違いの意味を知らないようだ判断し、質問したのです。

## ◆ 「納得のいく選択」のための“視点・情報の提供”

客が機器の購入を決めるには、本当のニーズの自覚と機器選択のための視点が必要です。それを提供するのが販売員の仕事だというのがこの事例からよくわかります。

いかに製品の良さをアピールしても、それが自分たちの生活にふさわしいものと客が納得できなければ、購入には至らないのです。客とのコミュニケーションの中で、客の本当のニーズをいかに読み取るか（引き出すか）、そしてそのニーズに対して適切な選択の視点をいかに提供するか、それをみながくことが販売力向上

につながるということです。

### ◆必要なのは、接客のポイントを自分で見出す学習の場—他から教えてもらうのではなく

成功と失敗の比較分析をすると、そこから、販売のポイントが見えてきます。この分析は、学習者（力をつけるべきその人自身）がやることが重要です。他から言葉で教えてもらうのではなく、自分で分析し、そのポイントを発見することによって、はじめてそのポイントが身につきます。発見するための活動がそれだけ脳を働かせ、また発見したときの感情が記憶をより強くするからです。

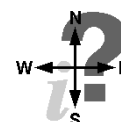
実際は、全く同じ条件の例ということは殆どありません。また、いくつもポイントが重なっているということもあります。ですから、指導担当の方が比較しやすい単純な例をいくつか用意しておいて、それで練習すると良いでしょう。ポイントを探しやすくする工夫も大事です。

### ◆失敗を次へのステップに

分析のしかたがつかめたら、実際の接客行動を分析します。ロールプレイで、客と店員の役割分担をしてその記録を取り、その分析をするのもよいでしょう。分析は一人でやるより複数でやった方が効果的です。視点が広がるからです。自分の失敗もお互いの成長のための材料にできるような姿勢や、人間関係をつくっていくチャンスにもなるでしょう。

●日本産業教育学会参加報告 10/27日、於：名古屋大学

### ミニシンポジウム“企業における教育訓練のあり方”



今年は、日本キャリア教育学会との合同研究会。企業内教育部会は、JADEC 評議員の沼口博氏（大東文化大学教授）によるコーディネートで、「企業における教育・訓練のあり方」をテーマとしてミニシンポジウムが行われた。

提案者は JADEC の矢口研究部長。「自主的 OJT 方式の教育」を提案。現在進行中の製糖会社での製造工程の概要と JADEC による支援の内容、および開発したテキスト、ワークブック、現場実験、ラボ実験等を紹介した。その後、質疑とそこからの議論が展開。以下は、主な質問と意見。

＜質問＞ 教材開発にその企業の人間はどの位関わったのか／目標は従業員と一緒に作ったのか／故障修理は現場では実験ができないと思うがどう対応しているか／「自主的 OJT」の一番のポイントは／システムの複雑化に熟練者はどのように対応しているか／現場の人たちは仕事外に日常のつきあいがあるか

＜意見＞ 自動化された装置産業と人手が必要な自動車組立工場等では（教育ニーズは）全く異なる／マニュアルは常にフォローし更新していく必要がある／マニュアルを作っても熟練者は必要／技術伝承の一番の問題は伝えるべき人がいないこと（人員削減しすぎて）／経営者、管理者の理解がないと研修は成立しない（時間と経費がかかるので）／国内で衰退する撤退産業は教育に投資できない／発展の可能性があるなら同業者が協同して業界の学校をつくる手もある

発表が現場教育の実践に基づく具体的な内容だったので質問・意見が多く出された。最後は、企業が自ら教育の内容を作っていく人的余裕がない状況の中で、業界内の横の連携、また JADEC のような外部機関との連携、企業のノウハウを持った人材が横断的に協力し合うようなネットワークが必要、などの意見が出されて終了となった。

（研究開発部：白尾彰浩）



## 脳行動学講座 26

# 「なのに」と「だから」

研究開発部 矢口みどり

●脳の働きに目をつけて人間の行動をみるようになると、従来は「〇〇なのに」と考えてきたことが、実は「〇〇だから」だったのだと気づくことがある。例えば、子どもが暗がりやを怖がって、一人では行かないというようなことがある。そんなとき、周りのものは、つぎのような対応をすることが多い。

Aちゃん、廊下が怖いなんておかしいな、もう一年生なのに。

Bちゃんはまだ3歳なのに、一人で行かれるよ。

ところがこれは大間違い。「なのに」ではなく「だから」ととらえなくてはならない。実はBちゃんは「まだ3歳だから」暗い所に行かれるのである。怖いもののイメージができていない、「怖い」という感情が育っていないのである。ところが一年生のAちゃんには、大人の話や本を読んだり、TV番組を見たりする中で、脳の中に怖いもののイメージが出来上がっている。その脳が働いて、電気のついていない薄暗い廊下の奥と、怖いものをつなげるのである。

●我が家でも、2歳のころ真っ暗な公園の真ん中で一人平気で遊んでいた娘は、小学生になると電気のついていない2階の部屋に一人では行けなくなった。「怖い」という感情をもつために十分な経験をしたからである。怖がるということはその子がそれだけ成長したことを示すもので、「この子の脳にはいろいろな情報が入ってきたな」ととらえるべきなのである。叱るべきことではない。第一、叱っても脳の中のイメージが修正されるわけではないから無意味である。怖がらないようにさせたいのなら、怖がる必要がないという新しいイメージを脳の中につくるために、どういう経験をさせるかを考えた方がよいということである。

●おとなしい兄ときかん気の弟（あるいはその逆）。食べ物好き嫌いがあがる兄、何でも食べる弟（あるいはその逆）。「兄弟なのに」どうしてこう性質が違うのか。よく聞く話であるが、これも「兄弟なのに」ではなく「兄弟だから」と考えるべきだろう。

兄弟だということは、一人ずつ育つとは絶対に異なる条件がある。兄には年下の弟がおり、弟には年上の兄がいるということである。兄は、弟が生まれるまでは一人で育てられる。親に自分一人が世話されるという経験をしているのである。そこに弟が生まれる。親が、自分以外のものの世話をし、愛情をかける。自分と親の関係の中に入り込んできた新しいものとしての「弟」の存在を意識して育つ。また新しい存在である「弟」に対して働きかけたり、「弟」から自分への働きかけに対応したりしていく中で育っていく。

一方、弟の方は、始めから年上の兄がいる状況で、兄の行動を見て育つ。兄が自分に対する行動（世話であったり、攻撃であったり）を受けて育っていくのである。こうした経験がそれぞれの脳を育てていくのである。

●親の接し方も一人目の子と、二人目の子は違う。親として初めての経験であるひとり目の子育て、その経験を踏まえての二人目の子育て。病気になったとき、けがをしたとき、隣の子とケンカをしたとき、初めてのときと、経験を踏んできたときとでは対応が違うのである。こう考えると、違うのが当たり前で、同じになる方が不思議というものである。

●「何回もやっているのに」「家族なのに」「女性（あるいは男性）なのに」と、いままで「なのに」と考えてきたことは、実は「だから」であるということがかなりあるのではないかと。逆に「だから」は実は「なのに」である、ということもあるだろう。

その人の言動をみると、先入観で判断せずに、脳にどのような経験をさせてきたかという視点で、その人が行動してきたこととその背景をとらえてみるのが大切だということである。そうすると、その人を理解するための視界が開けてくるように思う。



## ★ 若者の就労や社会参加の支援に取り組むダイジョブ・プロジェクト

### 代表理事 鈴木大介さんに聞く

浜松を拠点として活動する一般社団法人ダイジョブ・プロジェクト、その代表、鈴木大介さん。若杉さん、福井さんという2人の女性スタッフと3人で、若者や障がいのある人、そして受け入れる企業への支援活動（人間関係、コミュニケーション、職場の環境づくりなど）に日々奮闘している鈴木さん。

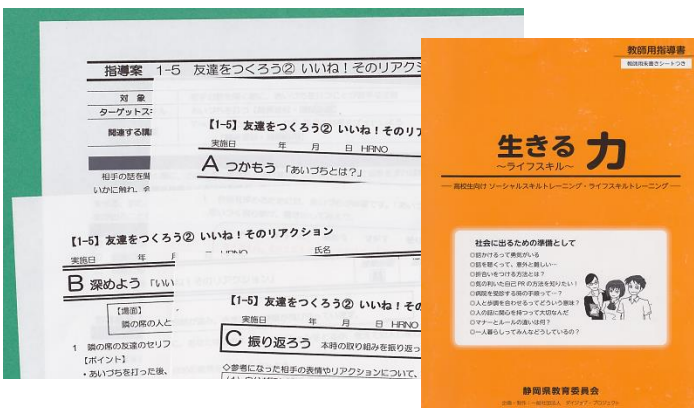


鈴木さんと JADEC とは、昨年度ダイジョブ・プロジェクトが手がけた教材開発を少しばかりお手伝いをしたことからおつき合いが始まった。鈴木さんはその教材開発をきっかけとして、活動を「教育の方向に舵を切った」と言う。教材開発で何を感じたのか、また若者や障がいのある人への支援に JADEC のノウハウが役に立つことはないか、そのあたりのことを知りたいと思いお話を伺った。

### 高校生向け SST カリキュラム「生きる力」を開発・・・JADEC とのつながり

開発した教材とは、静岡県教育委員会から受託した、発達障がいのある生徒への支援を視野に入れた、コミュニケーション力育成を核にした高校生向け SST カリキュラム・教材『生きる力～ライフスキル』。

SST とはソーシャルスキルトレーニング（対人関係を充実させるトレーニング）の略で、全体構成は社会的・個人的な日常生活の営みを充実させるライフスキルのトレーニングと合わせたものになっている。



鈴木さんと JADEC をつないだのは、『仲間とみながく看護のコミュニケーション』（2003、医歯薬出版）。話し方、テクニックを覚えるのではなく、話す、聞く、その姿勢を育てることに重点を置き、自分で自分の失敗を修正していくという考え方で構成した、JADEC 矢口（み）が看護大学教授2名とともに書いたコミュニケーションの学習書である。

SST 教材の開発企画を知った JADEC 白尾（静岡在住）が、この書の考え方を紹介すべく

県の教育委員会に送ったところ、同教委の吉永氏から同書を紹介された鈴木さんから「この考え方を取り込みたい」と JADEC に申し入れがあったのである。

「実践の場の中で、自分で学び成長していくことができる力を育てたい」という鈴木さんと、「教育の究極の目標は、人が社会の中で生きていく力を育てること」「知識ではなく、その人が置かれた場を処理する行動力を育てる」という JADEC は人間観、教育観が相通するところが多く、一も二もなく鈴木さんの申し入れを受け、教材開発のアドバイスをさせていただくこととなった。

### 学校のカリキュラムの中に位置づけるのに苦労しました

それから半年、短期間の中で 50 分授業 70 コマ分の指導案を開発したダイジョブ・プロジェクト。寝る間を惜しんでの「生きる力～」のカリキュラム作りの大変さは、想像を絶するものがあったようだ。

学校生活や授業での行動のしかただけでなく、体育祭や文化祭といった行事での行動や、ノートの取り方から制服の着こなし方まで、教育現場からの様々な要請に応える教材として仕上げるのに苦労したとのこと。

「学校には入学式から卒業式、始業式から終業式まで 4 月から 3 月の時系列のカリキュラムがある。」「しかし、人とのつき合い方、話のしかた、行動のしかたは、50 分の授業の中で、順番に、1 項目 1 項目完成させていくというようなものではない。」

「いろいろな行動の場で少しずつ経験を積み重ねる中でスパイラル式に育っていくようにするという考え方が、学校のカリキュラムの中におさまりにくく、また時系列のカリキュラムの中で仕事をしてこられた先生方にはなかなか理解してもらえなかった。」

「教委からの要求で直しに直した。でも自分の考え方も曲げたくない。そのかねあいが難しかった。」「電話がかかってくるのが怖かった。何かまた新たな要求かと…（笑）。でも若杉さんは案外平気で電話に出る。」短大講師の仕事も掛け持ちしている若杉さんは、「いろいろ学習のしかたを工夫するのが好きだから」と笑う。「教材開発は面白かった。」



### 「生きる力～ライフスキル」の内容は一般の高校生にも必要

実は、この教材開発の仕事は経営的にはほとんど成り立っていないという。でも鈴木さんは、「大変だったけど、今はこの取り組み、やってよかったと思っている」と言う。

『生きる力～』の目標とする「社会で生きていくための基礎能力、コミュニケーション、人間関係をつくる力」は、一般の高校生もその力が育っているとはいえない。しかし、先生たちは教科の教育に手いっぱい。「学校へは多くの人が小中高と12年間通う。この間で、スパイラル式に自然に育っていけるといいと思う。」

### 「生きる力」として取り出して学習するのではなく…

「生きる力」を構成する要素は、学校におけるさまざまな活動の中にある。グループワークやディスカッション、研究発表など多様な学習形態、学習内容がある。その中で、協力したり、わかりやすく話したり、人の話を聞いたり、という姿勢や能力を育てる場がたくさんある。だから本当は、「生きる力～ライフスキル」の内容は、「生きる力」として取り出して学習するのではなく、学校の授業の中で育てられるのではないか。」

### 指導者に必要なこと…一人一人を見る力、行動の場を作り出す力

鈴木さんが仕事の対象としているのは若者の中には、自閉症、アスペルガー症候群（知的障害のない自閉症）、多動性障害などの発達障害があるものもいる。その障がいの内容や程度、家庭における状況は一人一人様々で、その人その人に合わせた対応が必要だという。一斉教育の中、そして言葉中心の一方通行の教育では阻害されてしまう。引きこもりの原因になっている場合も多いという。

そうした障がいのある人への対応のためには、「一人一人を見る力」と、その状況・状態に合わせた「行動のプログラムを作り出す力」が必要だと鈴木さんは言う。それを育てていくのが自分の仕事だと考えているのである。

### 「障がい」というキーワードがあるから、学校にも働きかけられる



「障がいのある人が生きる力をつけるだけでなく、障害のない人も障害を理解し受け止め、支援する力を持つことで、障がいがある人が生きやすく働きやすくなっていく。」「そうした力は、障がいのない人とある人がともに行動する場で自然に少しずつ育っていくのがいい。その行動の場は学校ではないか」と鈴木さんは言う。

学校は閉鎖的と言われていたが、障がいのある人への対応・つきあい方では、外の力の助けが必要だ。その意味で障がいのある人への支援活動をしてきた鈴木さんは、学校に関わることができると感じている。

障害のある人とない人が理解し合い、助け合う関係を育てていきたい、と熱く語る鈴木さん、その思いに我々も多々共感。今後の取り組みを見守り、そして応援していきたいと思う。

9/11 浜松市中区鴨江のダイジョブ・プロジェクト事務所にて  
(白尾彰浩、矢口(み))

## 随想

# 技術は開発するもの

## 我が師 その2

元富山県総合教育センター所長 米島 秀次\*



「今日の自分があるのは、自分自身のこれまでの幾分かの学習と努力もあるが、それは何ほどのものでもなく、その数倍の大きな要素は、これまでに多くの方々との出会いがあったからこそ。」特に長く教育に携わってきた私の教員としての素養を培い育てていただいた「我が師」、その2人目は木戸電機社長木戸作治さん。

1963年春、母親の里である黒部市出身の木戸作治さんの知遇を得るようになった。木戸さんはわが国の大手電機メーカーである富士電機製造(株)の技術者として要職にあったが、戦後木戸電気を設立され、当時は富士電機の協力会社として主に国内および東南アジア向けの揚水ポンプやそれを動かすモーターの製造とメンテナンスを行っていた。

会社は40名足らずの規模であったが、社長は新技術の開発に非常に意欲的であり、当時まだ開発されていなかった水中ポンプ(高層ビルや土木作業現場の揚水用に、ポンプと水中でも働くモーターを一体化し、それを水源に直接入れて稼働させる)の製造を考えておられた。今日では、水中ポンプはいたるところで使用されているが、当時は水と電気は犬猿の仲であり、水の中で回転するモーターの開発など中小企業では技術的に不可能とされていた。

しかし、社長の思いは強く、開発を一緒にやろうと何度もお誘いを受けた。私は当時の電電公社の仕事も捨てがたくずいぶん迷ったが、社長の人柄にひかれ度々お会いするうちに、新製品の開発という仕事への挑戦意欲が次第に大きくなり転職を決意した。

木戸電機では、社長の下で3人の若い社員をあてがわれ、早速水中ポンプの研究開発に取り組んだ。開発に際しては解決しなければならない技術的な課題がたくさんあった。しかし、社長の指導はもちろんのこと、氏の抱負な人脈を手掛かりに大学の研究室や他社の技術的な支援を得ながら、失敗の繰り返しであったが、どうにか六カ月ほどで新しい水中ポンプの完成を見ることができた。

私はこの仕事により「物づくりの真髄」に触れることができ、その喜びはひとしおであった。また、協力をいただいた各種の企業との交流により、工業界の実態を垣間見ることができ多くのことを学ばせていただいた。中でも、当時の中小企業の従業員のほとんどは中卒であったが、各社は「技術は教えるものではなく、開発するものである」という考えのもとに、OJTにより一人ひとりをそれぞれの分野におけるオンリーワンの技術者に育て上げ、各自が誇りを持って大企業と対等に渡り合っていることに驚かされた。

また、木戸電気をはじめ京浜地帯の多くの中小企業は、その優れた技術を先輩から後輩へと引き継ぎ維持しながら、わが国の工業の発展に大きな役割を果たしていることを体感し認識を新たにした。

木戸電機での仕事は一年足らずであったが、社長より機会あるごとに企業経営やプレゼンテーションについても指導を受けた。のちに職業教育に携わることになった私の工業科教員としての素養は、木戸社長によって培っていただいたと言っても過言ではない。

\*元能力開発工学センター理事

《編集後記》「丁寧な対応」「笑顔の接客」も大事だが、本当に大切なのは客の求めるものをしっかりとらえ、その選択に必要な情報を、相手に分かりやすく提供することだと思う。客が納得してその品物を購入できるようにするということだ。そのときは販売に結びつかないということもあるかもしれないが、誠実な対応は客の心に残り、長い目でみれば業績につながっていく。このことは、接客に限らずどの分野においても重要なことだと思う。政治の世界においても。 M

### 一般財団法人能力開発工学センター

〒203-0042 東京都東久留米市八幡町 1-1-12

TEL:042-473-1261/FAX:042-473-1226

<http://www.jadec.or.jp/>

<http://jadec.jp/>(資料館)

E-mail: [info@jadec.or.jp](mailto:info@jadec.or.jp)