



頭に自信がある人は頭を使って仕事をしろ。
頭に自信のない人は、体を使って仕事をしろ。
頭にも体にも自信のない人は、“ハート”を
使って仕事をしろ。

“ハート”で仕事をして会社や社会に貢献
することこそ、最高の感動を与え喜んでもら
えます。

このメッセージは、私が勤務していたことのある株式会
社日能研関東の小嶋勇会長が、入社式の時に新入社員に伝
え続けている言葉です。私も入社式の時に聞きました。な
んとも言えない勇気と感動がわいてきたことを今でも忘れ
られません。

当時の私の置かれていた状況は、同じ部署に配属される
同期が一流大学卒で太刀打ちできず、体を使おうにも男性
と同じような肉体労働はできない。そんな私でも、“ハート”
を使って会社に貢献する方法があるのだ。この一言にとて
も救われ、自信が持てました。

“ハート”を使って仕事をするってどうすればよいのだろう？ あれこれ自分なりに考えた結果が“ビジネスマナー”を徹底して身に付け、実践することでした。今から20年前のことですので、知識・経験ともに乏しく、まずはビジネスマナーの勉強をすることから始めました。休日を利用し自分で費用を払って、ビジネスマナー研修に参加したり、職場で感じのよい振舞いをしている方の真似をしたりしました。また、小嶋勇会長の秘書を10年やらせていただいた間に、“ハート”で働くという意味を、小嶋会長の背中から教わりました。

私は、社会人3年目の比較的早い段階で、“ハート”で働くということを教えてもらい、自分の仕事に自信を持つことができ、その結果得たのが、“仕事が楽しい”と思える自分でした。本当に楽しいと思えるまでは10年かかりましたが、言い換えれば、自分らしいビジネスマナーを身に付けるまで、10年かかったということかもしれません。

本書を手にとる方々が、名刺交換や言葉遣いなどビジネスマナーのテクニックを知ることだけを目的とするならば、おおいにがっかりすることになると思います。なぜなら、本書は、“ハート”を中心に、ビジネスマナーについて説明しているからです。



ビジネスマナーは、よりよい人間関係を築くために身に付けるものです。職場には、複雑な人間関係があります。嫉妬心が邪魔したり、素直になれない心が邪魔したり、忙しさが邪魔したりします。そのような中で大切なことは、“ハート”を使うことなのです。

ビジネスマナーは、人と接するときに必ず必要になります。仕事上、使用頻度が高いのです。よいビジネスマナーが身に付けられたら、よい人間関係が築け、仕事がうまくできるようになると思いませんか？ そうしたら自信につながることでしょう。

本書がよい人間関係を築くためのヒントになり、自分らしく仕事をし、そして仕事が楽しいと思える人々が増えること、それが私の本書を著すに当たったの願いです。

2010年10月

佐々木 広美

本書の効果的な使い方

ポイント 1

本書は、第1部の理論編、第2部の実践編、第3部の応用編に分かれています。

ポイント 2

第1部の理論編で、ビジネスマナーについての理論をおさえてから、第2部の実践編を読まれることをおすすめします。

なぜなら、理論編を理解することにより“ハート”で働くということがわかり、実践において“ハート”をしっかりと伝えられるようになるからです。

筆者の行った調査結果をもとに、ビジネスマナーを身に付ける効果や取り組み方などについてわかりやすくまとめました。

ポイント
3

第2部の実践編はでは、どんな時でも誰に対しても自然に行動できるようになることに重きをおき、30項目に絞りました。ビジネスマナーは1つの項目に対してかなりの量があります。しかし、仕事上のほんの一瞬に必要なものですから、多くの知識を頭に入れても、とっさに実践できません。まずは、基本をおさえ実践しましょう。後は、その場の状況で、臨機応変に対応すれば、問題ないことがほとんどです。

また、わからないことがあれば、パソコンや携帯電話ですぐに調べられる時代です。例えば、今からお客様と一緒に車に乗るけれども、車の席次を忘れてしまった。ということがあっても、携帯電話ですぐに調べられます。そのように考えると、最低限身に付けておきたい内容は絞られます。

ポイント 4

第3部は、部下を持つ管理職の方は、ぜひ読んでいただきたいところです。まだ、部下のいない若手の方も、将来を見据えて仕事をするとは、日々成長をする上でとても重要です。

仕事では、あらゆる能力が必要とされます。ビジネスマナーを身に付ければ全てが解決するわけではありません。しかし、ビジネスマナーを応用することにより、キャリアアップの過程で、解決できる幅が広がる可能性があります。そのヒントを説明しています。

ポイント 5

ビジネスマナーは、相手の感じ取り方により善し悪しが決まります。相手がとても急いでいる時に、丁寧な対応をしても喜んでもらえません。そのような時は、たとえ雑になっても、早く対応するほうが喜んでもらえることでしょう。

第2部の実践編では、“広く好感を持たれるマナー”について説明しています。あくまでも“広く”です。第2部の内容が、万能ではないことを忘れないでください。また、ビジネスマナーの方法は1つではありません。経験を積むことにより、臨機応変な対応ができることを求められています。



はじめに “ハート” で働くとは—
本書の効果的な使い方—5つのポイント—

☀ 第1部 理論編 ☀

第1章 ビジネスマナーの現状..... 14

1. ビジネスマナーは当然のこととして
位置づけられている 14
2. ビジネスマナーの理論が明らかになると、インナーマ
ナー（社内マナー）の大切さが見えてくる 15
3. あなたは仕事をするために職場にいます 16
4. ビジネスマナーのとらえ方は人それぞれ 17
5. ビジネスマナーの善し悪しは相手が決める 18
6. まずはビジネスマナーの定義を押さえるところから
始めよう 19

第2章 ビジネスマナーの定義..... 20

1. ビジネスマナーの定義を明らかにしよう 20
2. ビジネスマナーにはどんなものがあるのか 22

第3章 ビジネスマナーの効果とは..... 25

1. 調査対象と質問項目 25

- 2. 回答の分析 26
- 3. 調査結果に見るビジネスマナーの効果 31
- 4. 効果的なビジネスマナーの取り組み方も明らかに 35

第4章 人間関係が職場に及ぼす影響…………… 36

- 1. ビジネスマナーはなぜ必要になったか 36
- 2. 中高年世代にとっての組織と人間関係
～タテの人間関係～ 37
- 3. 若者世代にとっての組織と人間関係
～対等の人間関係～ 39
- 4. 複雑な人間関係のギャップはビジネスマナーで
埋める 40
- 5. 会社が重視する能力 41
- 6. 誰に対してビジネスマナーを意識するか 42

第5章 なぜビジネスマナーは「ありがとう」から はじまるのか…………… 44

- 1. 自分らしく楽しくビジネスマナーを
身に付けるために 44
- 2. 「ありがとう」をどう使うか 45
- 3. なぜ「ありがとう」なのか 46
- 4. 「ありがとう」の達人に学ぼう 47

第2部 実践編

vol. 1. 立ち方	56
vol. 2. 身だしなみ	58
vol. 3. 第一印象の重要性	64
vol. 4. あいさつをする	67
● コラム ～職場でのあいさつ～	72
vol. 5. 出社する・退社する	74
● コラム ～勝手に残業はできません～	79
● コラム ～朝礼のすすめ～	80
vol. 6. 上司から指示を受ける	82
vol. 7. 上司に報告をする	86
vol. 8. 仕事を進める	90
● コラム ～“縁”を大切に仕事をする～	96
vol. 9. 整理・整頓・清掃	98
vol. 10. 社内のお付き合い	100
vol. 11. 会議に出席する	105
vol. 12. 来客応対	108
vol. 13. お茶のおもてなし	114
vol. 14. 名刺交換をする	118
vol. 15. 訪問する	122
vol. 16. 電話を受ける	126
vol. 17. 電話をかける	134
vol. 18. F A Xを送る	136

vol. 19. 携帯電話の使い方	138
vol. 20. 電子メールの送り方	140
vol. 21. 敬語	144
vol. 22. 社内文書の書き方	151
vol. 23. 社外文書の書き方	153
vol. 24. 宛名の書き方	157
vol. 25. クレーム対応	160
vol. 26. 席次	165
vol. 27. 食事のマナー	168
vol. 28. 結婚式・披露宴のマナー	172
vol. 29. 通夜・葬儀のマナー	177
vol. 30. 贈答のマナー	182

第3部 応用編

第1章 キャリアアップとビジネスマナー..... 186

1. コミュニケーション能力と問題解決能力との
関連性 186
2. 会社から求められる能力と仲間から求められる
能力 187
3. ギャップを意識する 188

第2章 意識調査からわかったコミュニケーション能力 vs 問題解決能力 189

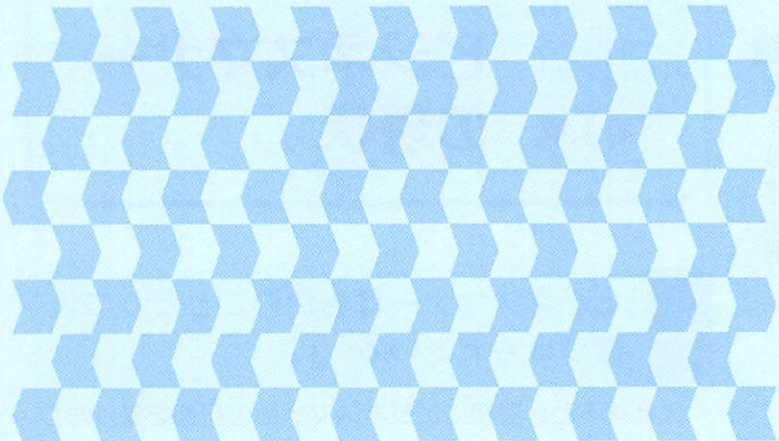
1. 意識調査の内容 189
2. 意識調査からわかったこと 190

第3章 キャリアアップとコミュニケーション能力 194

1. コミュニケーション不足は大きな問題 194
2. コミュニケーション能力を上げるには 194
3. コミュニケーションの基本とは 195
4. 職場で多く見られる誤解を解決しよう 196

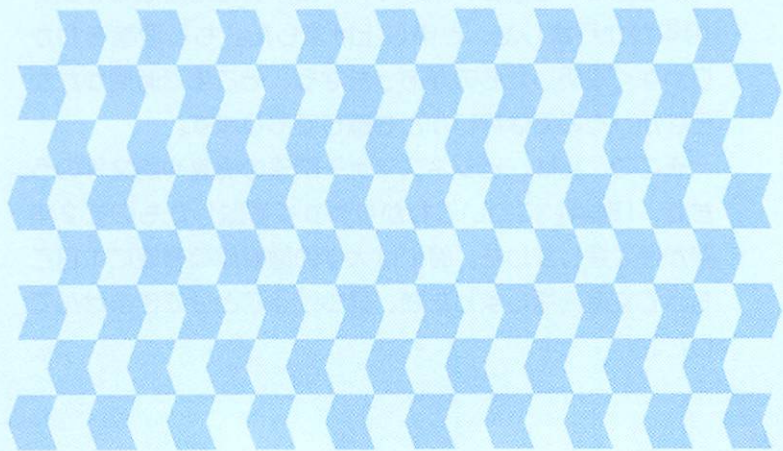
参考文献

おわりに



理論編

第 1 部



ビジネスマナー の現状

1.

ビジネスマナーは当然のこととして位置づけられている

入社すると、最初にビジネスマナーの研修を受けたり、先輩から教えてもらったり、あるいは、自分でビジネスマナーの書籍を購入して独学したりするので、ビジネス界においては、ビジネスマナーは知っていて当然の、日常的なものとして位置づけられています。そのせいか、ビジネスマナーの定義や機能についての理論を知る機会がほとんどないのが現状です。

はじめに、私はビジネスマナーに手ごたえを感じるまで10年かかりました、と申し上げました。もし理論をわかりやすく説明したものがあつたなら、そこまで時間がかからなかったのではないかと感じております。

そこで、私は、ビジネスマナー関連の書籍や論文等のうちで、「理論」についてわかりやすく解説したものを2年間かけて探しました。時には大学の図書館の書庫に1日こもって文献を探しましたが、見つけることはできませんでした。

2. ビジネスマナーの理論が明らかになると、インナーマナー（社内マナー）の大切さが見えてくる

本書では、先行研究がほとんどない中で、できる限りビジネスマナーの理論を明らかにしました。さらに、インナーマナー（社内の人に対するビジネスマナー）について多く言及しています。

なぜなら、私が調査を進めていく中で、とにかくビジネスマナーというとまず「お客様に対するマナー」と感じている人が多いことがわかったからです。

もちろんお客様に対するマナーを意識することはとても重要ですが、お客様と接する時にビジネスマナーを大切にするのは当然ですし、比較的難しいことではありません。なぜなら、感情のコントロールがしやすい相手だからです。報酬をいただいているお客様に対して、ビジネスマナーを意識するのは当然のこととも言えます。

逆に、社内の人にビジネスマナーを意識するには、かなり注意を払わないとできないのではないのでしょうか？ なぜなら、お客様であれば理不尽な態度を取られても冷静に対応できますが、社内の人となるとつい顔に出てしまったり、協力的ではない態度になってしまったり、いけないと思って感情が先になってしまうことがあるからです。

さらに、同じ仕事をしているのに評価に差があることが納得できない、同僚は自分より上司の受けが良いなどと嫉妬したり、冷静になりづらい要素がたくさんあります。

このように、社内の相手先に対してもビジネスマナーを心がけるのは、意外と難しい面が多くあります。難しいことができるようになるにはどうしたらよいか？ 本書では、その点についても言及しました。

3. あなたは仕事をするために 職場にいます

先行研究やインタビュー調査および意識調査の分析等を活用し、第1部に理論をまとめました。理論を把握した後に第2部の実践編に入ったほうが、遠回りのようではありますが、心に入り込むと思います。ビジネスマナーは心が伴わないと、ただの作業で終わってしまいます。せっかく身に付けても、単なる作業で終わるのはもったいないことです。

**言われてやるのは作業、周りに喜んでもらう
ためにやるのが仕事です。**

あなたは、仕事をするために職場にいるのです。そのことを忘れないでください。

4. ビジネスマナーのとりえ方は人それぞれ

私は、研修の前に受講生に「ビジネスマナーのことを知らない人はいますか？」と質問しますが、知らないと答える受講生に出会ったことはなく、何らかの形で知っている、または知っていると思っている人ばかりです。

また、私も携わった「2009年10月法政大学大学院諏訪康雄教授研究室共同 WEB 調査」の中で、16種類の研修の受講有無を質問したところ、ビジネスマナー研修の受講率は60%と、新入社員研修に次ぐ受講率の高さでした。この点からも、ビジネスの現場において、ビジネスマナーは日常的なものとして位置づけられていることがわかります。

ビジネスマナーは、職場、職業、役職、年代などによりさまざまなとらえられ方をしています。お客様に対して失礼のないように気遣うマナーもあるし、職場において気持ち良く仕事ができるように気遣うマナーもあります。

一般的に、ビジネスマナーは「お客様に対するマナー」としてとらえられている傾向にあります。受講生からも、「私は事務職で社外の人と接点がないから、ビジネスマナーはほとんど関係ない」「ここは学校なので、教員にビジネスマナーの研修があるのは違和感がある」などの答えが

返ってきます。また、新入社員が勉強するものにとらえられている傾向もあります。「新入社員に間違えられてしまうから、ビジネスマナーの本を電車の中で読むのは恥ずかしい」などの答えを聞くことがあります。

さらに、受講生の声に上がるのが、「研修で『おはようございます』などの職場での挨拶が大切と教わるが、私の上司は部下に挨拶をしない」。また、外国人の方からは、「日本で働くにはマナーが重要と言われ、日本のビジネスマナーを勉強してから就職したが、職場で実践している人なんていない」などがあります。

このように、一般的なビジネスマナーのとらえ方としては、日常的なものではありますが、できていて当たり前、問題ない程度にできているつもりなど、自分で自分のマナーの良し悪しを判断している傾向にあります。また、ビジネスマナーの範囲を狭くとらえている傾向もあります。

ですから、先ほどのような声が上がるのです。

5. ビジネスマナーの良し悪しは 相手が決める

ビジネスマナーの良し悪しは、相手が決めるものです。決して自分ではありません。そして、ビジネスマナーの範囲は広いのです。新入社員だけが勉強するものではないはずです。



著者紹介

佐々木広美（ささきひろみ）

法政大学大学院政策創造研究科修士課程修了

都市銀行にて2年勤務、その後、株式会社日能研関東にて
人事部門・社長秘書を兼務し10年勤務の後、2002年1月社
会保険労務士事務所開業。

秘書時代の経験や大学院でのビジネスマナー関係の研究成
果を活かし、顧問先を中心にビジネスマナー教育に力を注
いでいる。

特定社会保険労務士

秘書検定1級

財団法人生涯学習開発財団 認定コーチ

イラスト・デザイン 土屋喜美子

カメラマン 蛭川有裕

衣装提供 フクゾー洋品店