

ビジネスマナー^{りよく}力



自分が変わる
・周囲も変わる

ビジネスマナー力

自分が変わる・周囲も変わる

SCC

は じ め に

現代は高度情報化社会、IT 社会、そして ICT 社会と呼ばれています。この人間社会の中で、周囲の人たちと「良好な関係を構築・保持」しつつ、主体的に行動していくためには、単に学問的知識や技術的知識などを習得・保持するだけではなく、相手に対し「自分の意思を的確に伝達する」ということが重要な課題となっています。

そして、この課題を実現するためには、何よりも、適切かつ活発なコミュニケーションと、そのための表現技術（表現能力）が不可欠となりますが、この課題を円滑かつ良好に実現するためには、「対人マナー」が欠かせない意味を持ってきます。特に、ビジネスの場においては、何ごとについても「ビジネスマナー」というものが必要不可欠となります。

例えば、ビジネスの場において、プレゼンテーションを効果的かつ円滑に進め、成功させるためには、もちろん、「ビジュアル表現技術」を含む「プレゼンテーション技法」が重要なポイントとなります。同時に、「文章マナー」に沿った、わかりやすい文書（ドキュメント）を作成し、相手（読み手）の理解を得るための「文章技法」が重要なポイントとなります。

そして、これらに加え、「話し方（言葉遣い）」や「立ち居振る舞い」といったビジネスマナーが大変重要となってきます。すなわち、どのような素晴らしい知識や考え方、綿密な調査・分析データを持っていたとしても、それを適切な表現方法で相手に伝達し、相手に理解してもらう技術（能力）がなければ、それこそ“宝の持ち腐れ”となってしまうのです。さらには、たとえ適切なビジュアル表現や文書であっても、相手に敬意を表すことなく、ビジネスマナーに反した言動をとったりして、相手に悪い印象（先入観を含む）を持たれて良好な人間関係を築くことができれば、大きなマイナスとなってしまいます。

このように、「良好な人間関係を築く」ということは、日常生活はもとより、ビジネスの場においても特に重要な意味を持ってきます。そして、この良好な人間関係を築くためには、何はさておき「相手の立場」に立って物ごとを

考え、行動することが重要です。そして、そのためにはまず、「人間性」というものを理解し、さまざまな「マナー」を実践する必要があります。

そこで、本書では、人間関係の基本的事項である「人間コミュニケーションの基礎」について概説するとともに、良好な人間関係を築くために必要な「ビジネスマナーの基礎」について概説しました。

なお、本書のタイトルは「ビジネスマナー力」となっていますが、内容上は、もっと広い範囲から、全体的に「良好な人間関係の構築」のために必要なことがらに重点を置いた記述となっています。そして、ビジネスの場に限らず、さまざまな場における基礎習得の道案内としても利用することが可能です。

本書を手にした皆さんには、しっかりと理解され、良好な人間関係を築いていくため、問題意識を持ち続けて努力をされることを切に望む次第です。そして、本書が、充実した社会生活をおくるための一助にでもなれば、この上もなく幸いです。

著者識

※本書で紹介した内容は、あくまで一例であり、これが実際のすべてのケースに当てはまるわけではありません。したがって、ひとつの目安としてご理解下さい。

目 次

はじめに

序章	こんにちは、さようなら、ありがとう、ごめんなさい	1
	～まず「これだけ」実践しよう～	2
第1章	人間コミュニケーションの基本を理解しよう	5
1.1	コミュニケーションの4つの形態	7
	(1) イントラパーソナル・コミュニケーション（個人内コミュニケーション）	7
	(2) インターパーソナル・コミュニケーション（対人コミュニケーション）	8
	(3) インターグループ・コミュニケーション（集団間コミュニケーション）	9
	(4) マス・コミュニケーション	9
1.2	コミュニケーションの基礎	11
1.2.1	ビジネスにおけるコミュニケーション	11
1.2.2	コミュニケーションの構造と要素	12
1.2.3	発信情報量と受信情報量の関係	13
1.3	コミュニケーション能力を高めるための基本	16
	(1) 聞き手を理解する	16
	(2) ねらいを定めて話す	16
	(3) 公平な立場で話す	17
	(4) 積極的に聞く	18
第2章	人間性の基本とマナーの神髄を理解しよう	21
2.1	人間性の基本	23
2.1.1	人間の3つの ^{かつぼう} 渴望（受容・承認・重視）	23
	(1) 受容（受け入れてほしい）	24
	(2) 承認（認めてほしい）	24
	(3) 重視（重んじられたい）	24
2.2	マナーや礼儀の神髄	25
2.3	礼儀の基本	27
2.4	笑顔の習慣化	28

第3章 日常的なビジネスマナーの基本を理解しよう	29
3.1 人間関係のマナー	31
(1) 社会集団の一員として自覚しよう	31
(2) 会社と学校の違いを認識しよう	32
(3) よい人間関係が自分を育てる	32
(4) いなくては困る人間になるよう努力しよう	33
3.2 あいさつのマナー	36
(1) あいさつの基本	36
(2) 朝のあいさつをきちんとしよう	38
(3) 退社時のあいさつ	40
(4) 外出時・帰社時のあいさつと留意点	41
3.3 お辞儀のマナー	42
(1) 会釈	42
(2) 敬礼（中礼・普通礼）	42
(3) 最敬礼	42
3.4 職場内のマナー	48
(1) 入館証や身分証は必ず提示しよう（顔なじみでも顔パスはダメ）	48
(2) 名札やバッジは必ず付けよう	50
(3) 会話は周囲に配慮しよう（おしゃべりはほどほどに）	51
(4) 通路の歩き方とすれ違いのマナー	52
(5) 執務室内の歩き方のマナー	53
(6) 身だしなみのマナー	54
3.5 執務上のマナー	59
(1) 呼ばれたらすぐ返事をしよう	59
(2) 「ホウレンソウ」を実践しよう	60
(3) 報告のポイントを実践しよう	60
(4) 命令の4つの基本形を理解しよう	61
(5) 叱られ方のマナー（叱られ上手も仕事上手）	62
(6) 叱り方のマナー	63
(7) 自己管理を行おう	63
(8) “鳩が豆食ってパ”（忘れ物をしないために）	64
(9) 遅刻・早退のマナー	65

(10) フレックス利用のマナー	66
(11) 休暇をとるときのマナー	66
3.6 電話対応のマナー	71
(1) 電話対応の基本とその効用	72
(2) 電話のかけ方	72
(3) 電話の受け方	74
(4) 電話の取り次ぎ方	75
(5) 応用例1 電話はどちらが先に切るべきか?	76
(6) 応用例2 電話で道順や住所・氏名を伝える	77
3.7 名刺交換のマナー	81
(1) 事前の留意事項	81
(2) 名刺はどちらが先に渡すべきか?	82
(3) 名刺の渡し方	82
(4) 名刺の受け取り方	83
(5) 名刺を受け取ったら	84
3.8 来客対応・応接室のマナー	85
(1) 来客対応のマナー	85
(2) 応接室のマナー	88
3.9 席次のマナー	90
(1) 応接室の席次	90
(2) 事務室内の応接エリアの席次	93
(3) 役員室の応接エリアの席次	94
(4) 会議室の席次	95
(5) 宴会における席次	96
(6) エレベーターの席次とマナー	97
(7) 自動車（乗用車タイプ）の席次	98
(8) 列車の席次	101
(9) バスの席次	103
(10) 飛行機の席次	103

第4章 言葉づかい（話し方）のマナーを理解しよう	107
4.1 話し言葉の基礎知識	109
4.1.1 「話し言葉」と「書き言葉」の違い	109
4.1.2 「話し言葉」の3要素	111
4.1.3 「話し言葉」の重要性	112
4.2 話し方の留意点	113
4.2.1 目は相手のどこを見たらよいか	113
4.2.2 「敬語」の基本に留意しよう	114
4.2.3 「五大悪語」に注意しよう	118
(1) ネサヨ言葉	118
(2) 尻上がり言葉	119
(3) 早口言葉	120
(4) ムダ語	122
(5) ら抜き言葉	123
4.2.4 その他、若者言葉・流行語などに注意しよう	127
(1) 省略言葉（短縮言葉）／変形言葉	127
(2) “い抜き言葉”（形容詞の語幹のみを使った言い方）	128
(3) “超（チョ〜）言葉”	130
(4) その他のさまざまな若者言葉・流行語など	133
4.3 話す際の準備手順とポイント	139
4.3.1 話す目的の明確化	139
4.3.2 話の準備手順	140
4.4 効果的な、話し方の技法	143
4.4.1 話し方の基本（9原則）	143
4.4.2 効果的な話し方（6つの配慮）	144
4.4.3 上手な話し方とは	146
(1) 発音・発声をハッキリする	146
(2) わかりやすい言葉を使う	148
(3) 聞きやすいセンテンスにする	151
(4) 表現を豊かにする	154
4.4.4 上手な聞き方とは	155
(1) 相手の目を見て聞く	155

(2) 豊かな表情で聞く	156
(3) アクティブに聞く	156
4.5 効果的な、やりとりの技法	158
4.5.1 発問の技法	158
(1) 発問の仕方	158
(2) 発問の留意点	159
4.5.2 応答の技法	160
(1) 応答の仕方	160
(2) 応答の留意点	161
4.6 ボディーランゲージのポイント	163
4.6.1 ボディーランゲージの重要性	163
4.6.2 ボディーランゲージの配慮ポイント	163
(1) ジェスチャーを生かす	163
(2) 話の展開にふさわしい動きをする	164
(3) 視線を生かす	165
(4) 表情を生かす	166
(5) 姿勢を生かす	166
4.7 その他の主な配慮点	167
4.7.1 評価とフィードバックのポイント	167
4.7.2 事実や例示を生かす	168
4.7.3 簡潔で明快な話をするポイント	169

【コラム】

1 こんな社員はイヤがられるゾ（先輩たちの苦い経験から） …	35
2 ^{きれい} 跪礼（カーテシー）について	46
3 国柄や人柄によってもさまざまな「最大限の敬礼」	47
4 歴史的な、身分証提示エピソード	49
5 職場は“神聖な場所”であるという視点	55
6 職場などの「ハラスメント」について理解し、留意しよう …	56
7 レジ係は「つり銭の渡し方」などに気をつけよう	68
8 秋葉原無差別殺傷事件の“ある一面”について	70
9 携帯電話の使用はT P Oを念頭に！	79

10	駅・電車内の迷惑行為に気をつけよう！……………	105
11	早口言葉の例外：競馬実況と競馬実況アナウンサー……………	121
12	極めて特別な場合に冠された、本物の「超」のお話……………	131
13	「読む」前に「読む」（予習の大切さを理解しよう）……………	142
14	相手の顔を立てる応答の実例……………	162
＜参考文献＞……………		171
【サポートページ】のご案内……………		176

ビジネスマナー力

序 章

こんにちは、さようなら、
ありがとう、ごめんなさい

～まず「これだけ」実践しよう～

こんにちは、さようなら、ありがとう、ごめんなさい

～まず「これだけ」実践しよう～

ずいぶん前のことになるが、ある知人から「私は、子どもに対して、どんなときにも“こんにちは、さようなら、ありがとう、ごめんなさい”が言えるようにしつけている。人間としての基本中の基本だからね」と聞いたことがある。

何をするにも、「あいさつ」から始まり「あいさつ」で終わるのが、「人間の世界」であり「ビジネスの世界」でもあるが、正にそれを地でいく教育方針であろう。

実際、この「こんにちは、さようなら、ありがとう、ごめんなさい」は、すべてのあいさつの基本中の基本であり、人間が人間として社会生活を円滑におくる上で、必要不可欠なものである。そして、その他のあいさつは、すべて以上4つの基本形の応用であると解釈することもできるのである。

例えば、1つめの「こんにちは」は、時刻や状況などによって、「おはようございます」「こんばんは」「ごきげんよう」「ごめんください」「失礼します」「おじゃまします」などと言い換えられる。

2つめの「さようなら」は、「失礼します」「ごきげんよう」「ごめんください」「ごちそうさまでした」などと言い換えられる。

補足すると、「ごきげんよう」「ごめんください」「失礼します」などは、相手に会うときにも別れるときにも使われる場合が多い。これは参考だが、明治以来の伝統を誇る“ある私立女子校”では、登校時も下校時も、教職員や生徒のあいさつを「ごきげんよう」*¹で統一している。著者はそれを事前に知らず、所用でこの学校へ出向いた際、生徒同士、そろいもそろって「ごきげんよう」とあいさつを交わしている光景を目の当たりにして、いささか驚き、“伝

統の重み”の一端を実感したことを思い出す。

さて、3つめの「ありがとう」は、相手に感謝（お礼）の意を表すあいさつ（「お世話になりました」「お礼の言葉もございません」など）のすべての基本である。

4つめの「ごめんなさい」は、相手にお詫びの意を表すあいさつ（「申しわけございません」「失礼しました」など）のすべての基本である。

また、例えば、依頼の際の「どうぞよろしくお願いいたします」というあいさつは、「ありがとう」と「ごめんなさい」双方の応用といえよう。頭に「お手数をおかけしますが」などと付く場合が多いが、この「お手数をおかけしますが」の部分が「ごめんなさい」の気持ちであり、相手が引き受けてくれたこと自体に対してが「ありがとう」の気持ちである。

ちなみに、馳走にあずかり、退出する際に使う「ご馳走さまでした」は、「ありがとう」という感謝の気持ちと、「さようなら」という別れのあいさつの、2つの意味を持っている。

ところで、昨今、さまざまなしつけが（家庭でも学校でも職場でも）極めておろそかになりつつあることを、日常生活上はもとより、国が実施した調査結果などからも痛感する次第である（115 ページ【参考】も参照）。しかし、皆さんには、「人間」として社会生活をおくる以上、ぜひ「こんにちは、さようなら、ありがとう、ごめんなさい」の4つの基本形だけは忘れないよう、これを読まれた“瞬間”から留意していただきたい。

* 1: 「ごきげんよう」という「あいさつ」を登校時も下校時も統一して使用していると記したが、類似のケースで、戦前の、ある“華族（戦後は旧華族と呼ばれる）”の邸宅では、今でも、起床してから就寝するまでの間、邸宅内で家族などとすれちがったりする際、ほとんどの場合「ごきげんよう」と「あいさつ」しているという。つまり、一般的な「おはよう」「こんにちは」「さようなら」「いってらっしゃい」「おかえりなさい」「おやすみなさい」といった「あいさつ」を、ごく当たり前に「ごきげんよう」だけで言い表しているわけであり、この旧華族にとって、「ごきげんよう」は、最も使用頻度の高い「あいさつ」の言葉なのである。

Memorandum

ビジネスマナー力

第1章

人間コミュニケーションの
基本を理解しよう

1.1 コミュニケーションの4つの形態

>>

1.2 コミュニケーションの基礎

>>

1.3 コミュニケーション能力を高めるための基礎

>>

第1章 人間のコミュニケーションの基本を理解しよう

「コミュニケーション」とは、一般的に、「人間と人間とが文書、口頭、行動などによってお互いの考えを伝え合うこと」や、「情報を伝達する一連の過程のこと」をいう。

われわれは、家庭や学校、あるいは職場などにおいて、人間と人間との情報の伝達、精神のふれ合いなどの関係を保つため、コミュニケーションを行っている。

そして、コミュニケーションがとれない場合、人間と人間とのふれ合いは成立せず、「人間」の特徴である社会性は崩壊してしまう。したがって、人間社会においてコミュニケーションは必要不可欠なものなのである。

情報化時代の現代社会において、このコミュニケーションはどのような役割を果たしているのであろうか。経済の発展、国際化の進展、企業間競争の激化といった社会の変化により、お互いを理解し合うためのコミュニケーション、情報を伝達するためのコミュニケーション、意思決定を早くするためのコミュニケーションなど、コミュニケーションの果たす役割は従来に増して大きくなっている。

そして、このコミュニケーションを活発に、良好かつ的確に行うために、「立ち居振る舞いのマナー」や「話し方（話し方のマナー）」「文章の書き方（文章マナー）」といった知識や技法を実践的に身につける重要性も増している。

同時に、職場においては、「ビジネスマナー」という視点からみた場合、相手との間で「いかに良好なコミュニケーションをとるか」ということも重要となってくる。たとえ、ビジネスマナー教本どおりの言葉や文書、あるいは立ち振る舞いであつたとしても、多分に形式的であつたり^{いんぎんぶれい}慇懃無礼であつたりした場合、人間の持つ特性などとも相まって、良好なコミュニケーションをとることは難しい。このように、「ビジネスマナー」と「良好なコミュニケーション」は相互に深いかかわりを持っている。

そこで、本章では、具体的なビジネスマナーの解説に入る前に、まず、人間コミュニケーションの基本について簡潔に述べることにする。

1.1 コミュニケーションの4つの形態

人間社会において、「コミュニケーション」という言葉は一般化しており、学校や職場などでもよく耳にする。この「コミュニケーション」とは、一般的に、「人間と人間とが文書、口頭、行動などによってお互いの考えを伝え合うこと」や、「情報を伝達する一連の過程のこと」をいう。

しかし、実際には「コミュニケーション」の概念・定義は対象により、また学者などにより、大変多くの種類がある。

そこで、まずは、「人間の世界で行われるコミュニケーション」のうち、最も基本的な4つの形態について、簡潔に述べることにする。

(1) イントラパーソナル・コミュニケーション

(個人内コミュニケーション)

これは、人間の個体内だけで行われる形態で、コミュニケーションの最も小さい単位である。

心理学でいう思考・自問自答や、心の中の会話などがこれに当たる。



図1.1 イントラパーソナル・コミュニケーション（個人内コミュニケーション）

第1章 人間のコミュニケーションの基本を理解しよう

(2) インターパーソナル・コミュニケーション（対人コミュニケーション）

これには次の2つの形態がある。

① パーソナル・コミュニケーション（個人間コミュニケーション）

これは、「1人の人間と、もう1人の人間」がそれぞれ対置されている形態である。

この形態は、発信人・受信人になる可能性が、双方公平に分配されているのが特徴である。コミュニケーションの最も代表的な形態がこれである。



図1.2 パーソナル・コミュニケーション（個人間コミュニケーション）

② グループ・コミュニケーション（集団コミュニケーション）

これは、なんらかの共通性を持っていることをお互いに認識し合っている「1人の人間と、特定多数の人々」がそれぞれ対置されている形態である。

この形態は、メッセージが1人から特定多数の人々へ流れる場合（授業・講演など）が多く、その逆（授業や講演での質問など）は少ないのが特徴である。



図1.3 グループ・コミュニケーション（集団コミュニケーション）

(3) インターグループ・コミュニケーション（集団間コミュニケーション）

これは、「特定多数の人々によって構成される1つの人間集合体と、同構成のもう1つの人間集合体」がそれぞれ対置されている形態である。

この形態は、発信人・受信人になる可能性が双方公平に分配されているのが特徴である。大きいところでは国家間の外交折衝、政党間の折衝などが代表例だが、ビジネス上の身近な例としては、企業間のさまざまなグループ折衝や、企業での労使交渉などがこれに該当する。



図1.4 インターグループ・コミュニケーション（集団間コミュニケーション）

(4) マス・コミュニケーション

これは、「特定多数の人々によって構成される1つの人間集合体（コミュニケーション組織体）と、大衆（不特定多数の人々）」がそれぞれ対置されている形態である。

この形態は、メッセージがコミュニケーション組織体からメディア媒体を通じて大衆に向けて大量に、しかも一方的に流れ、その逆がほとんどないのが特徴である。この形態のことを日本語で「大量伝達」とする場合があるのも納得できる。新聞社・出版社と読者の関係、テレビ局と視聴者の関係などが代表例である。



図1.5 マス・コミュニケーション