

21世紀の企業人 必読の書
勝ち組企業・社員への指針を一挙大公開！

好評
発売中

NKB

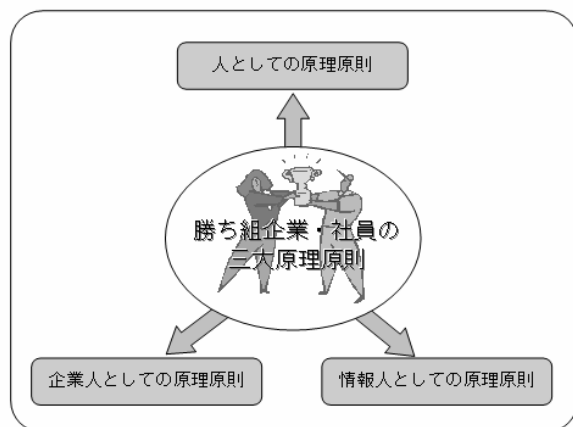
勝ち組企業・社員の秘訣はここにある

21世紀ビジネスマン 当たり前基準ガイドブック



勝ち組企業・社員の三大原理原則

現在、各業種で「勝ち組企業」として広く認知されている企業に所属する社員を分析すると、ある種の共通傾向がある。
勝ち組企業において、所属する社員が確立している共通傾向は、以下の三つの原則（三大原理原則）である。



21世紀において、「勝ち組企業・社員」になるためには、各種業務知識や技術を習得する前に、まず、この三つの原則（三大原理原則）を正しく理解し、自分事として実践していくことが必要である。

また、部下指導にあたっては、「三大原理原則の確立」を最優先事項として推進することが、人材育成を効果的に進める近道である。

この「三大原理原則の確立」は、何も新入社員や若手社員に限ったことではない。最近では中堅社員やベテラン社員の中にも「バブル期」の影響もあり、企業人として本来持つべき原則を忘れてしまっている人が多い。

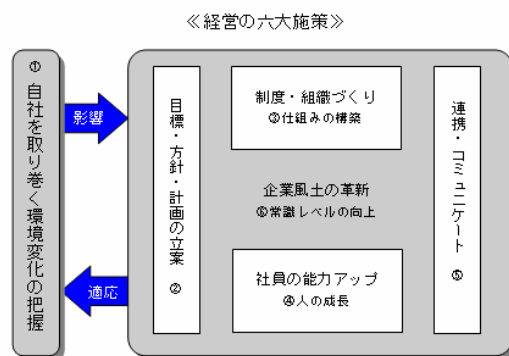
したがって、「勝ち組企業・社員」の仲間入りを果たすためにも、改めて全社員が「三大原理原則」を自分事として考える必要があると言えよう。

- 2 -

企業の存続条件

《企業が環境変化に適応するための条件》

企業を取り巻く環境激変に適応し、生き残る為にはしなければならない、「当たり前の施策」は以下の六つの施策である。したがって、社員もこの六大施策に対して、効果的上がる方向で協力する必要がある。



なお、上記の六大施策の内容は下表のとおりだが、これら施策の成否の鍵を握っているのが「企業風土」である。

企業内教育の大半は「企業風土の革新」を目的に、「社員の考え方、常識観を変えるため」に実施されている」言っても過言ではない。

生き残るための経営六大施策

①	市場・経済・法律・政策などの環境変化の実態と本質を分析する
②	生き残り姿や生き残る為の戦略とそれをやりきる計画を立てる
③	②をやりきる為の仕組みやルールを作る
④	②③をやりきる為の社員の能力やマネジメント力を強化する
⑤	組織力を引き出す為の全社連携及び情報の共有化を図る
⑥	上記の施策を前向きに受け止められる風土を醸成する

- 12 -

★本書の特徴

- ❑ 全ての職位・階層の社員に共通する「勝ち組企業・勝ち組社員にと手当たり前の考え方と行動」を体系的に整理。全社員の行動基準が明確になる！！
- ❑ 精神論や理論を極力排除し、弊社研修の特徴であるビジネス現場密着の指導内容を豊富に盛り込んだ「具体的ノウハウ」中心の構成。
- ❑ 単なるビジネスマナーの領域にとどまらず、最近、問題となっているビジネス文書作成の基本や電子メールのマナー、情報活用といった時代変化に相応しい内容を満載。
- ❑ 社員自身で自分の行動を確認できる各種チェックリストを多数掲載。

★本書の活用例

- ❑ 全社員の行動規範や当たり前行動基準づくりに
- ❑ 管理者の部下育成指導指針書として
- ❑ 社内勉強会の教材として
- ❑ 新入社員指導員（トレーナー）の指導マニュアルとして
- ❑ 新入社員の当たり前行動定着に向けたフォロー教材として

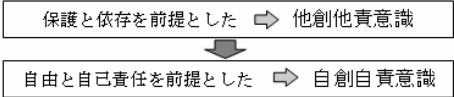
第3章 企業人としての心構え

第4章 企業人の基本行動

企業環境の変化と社員の心得

「企業は環境適応業である」という言葉があるとおり、企業は常に化する環境に適応していないと存続できない。
しかも、現在は『時代の大転換期』であり、『環境適応期』にあたる。
したがって、「勝ち組企業」・「勝ち組社員」となるためには、根本的な意識改革が不可欠になる。

I. 意識改革の方向性

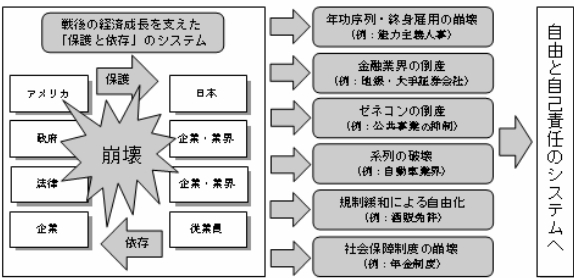


II. 自創自責意識とは

「自らの創意による試行錯誤を重ね、自ら判断を下し、行動し、その結果については自らが責任を負う」という心の姿勢のこと
※「他創他責意識」とは：「周囲に動かされ、成功も不成功も周り（自分を取り巻く環境）次第である」という心の姿勢

III. 自創自責意識への改革の必要性

戦後の高度経済成長を支えた「依存と保護のシステム」が崩壊し、「自由と自己責任のシステム」に変化したことが背景にある。



上記のように、戦後日本の経済成長を支えたシステムが連鎖的に崩壊しており、「自由と自己責任のシステム」に変化したことが背景にある。

職場内のエチケット・マナー

エチケット・マナーは、他人に対する思いやりから発するものであり、職場においては良い雰囲気を作り秩序を保つためのものである。
お互いにエチケット・マナーを守ることにより、職場内の協調性を高めることにつながり、仕事をより効率的に進めることができる。個人的には、エチケット・マナーが身についている人は、好感を持たれる人間になる。

I. 職場内エチケット・マナーのポイント

1. 出勤時

- 忘れ物をしない。
- 時間的に余裕をもって出勤する。
- 明るく元気な挨拶を忘れない。
- 定刻には仕事が始められる態勢を作っておく。
- やむをえない状況で万が一遅れる場合には、必ず上司に連絡し、指示を仰ぐ。



2. 勤務中（就業中）

- 始業時間前でも仕事をしている人がいるので配慮する。
- 私語は慎む（むやみに仕事の人に話しかけない）。
- あまり席を離れない。
- 席を離れるときは必ず所在を明らかにする（長くなるとときには上司の許可を得る）。
- 業務が忙しくない時でもだらだらしない。
- 私用電話はしない（電子メール・インターネットの利用も同じ）。
- 直接仕事に関係しない事情で、電子メールを使用しない（社内の同僚や友人宛の私用メール、社外友人宛メール、うわさメール、中傷メールなど）。
- 社外秘やうわさ話等を外部に電子メールで流さない。
- 周りの雰囲気を乱すような大声を出さない。
- 指定された休憩時間はしっかり守る。午後のスタート時には仕事が出る体制をつくっておく。
- 休憩時間でも過ごし方は態度を持つ（自分の机に倒れて寝る、大声で冗談を言う、漫画を読む等はマナー違反である）。



訪問マナーの基本

ビジネスの社会では電話でのやり取りだけでなく、実際に会って打合せをしたり商談をしたりする機会が出てくる。打合せや商談の内容もさることながら、訪問時の身だしなみや態度・言葉づかいなど、基本的なマナーが出来、不出来が相手に与える印象に大きく左右する。ここでよい印象を与えられ、後々の打合せ・商談もスムーズに進む場合が多い。そこで訪問時におけるマナーをしっかりと押さえておくことが大切となる。

《訪問のポイント》

I. 訪問前

1. 訪問前に持っていく資料の確認・名刺の確認・身だしなみのチェックなどを必ず行う。
2. 打合せや商談の全体の流れをイメージしておく。
3. 複数で訪問する場合は、予め話す内容や役割分担を決めておく。
4. 原則事前にアポイントをとっておく。

II. 訪問時

1. 約束時間の遅くとも5分前には、約束の場所（会社の事務所など）に到着していること。
 - 時間には絶対遅れない。逆にあまり早く行きすぎるのも失礼になる。
 - 万が一交通事情（事故など）による遅れにより遅れそうな場合は必ず連絡する。
2. 受付または近くの人に来訪を告げ取り次いでもらう。
3. 訪問基本動作の流れに沿って明るくテキパキと行動する。
4. 面談者への第一声（最初の挨拶）は「自信の響き」を持って行う。
5. 相手の好意に対しては「有難うございます」の感謝の言葉を忘れずに言う。
6. 応接間などに案内されたときは、相手が入ってきたときすくに対応できるように名刺などの準備をしておく。
7. お茶などが出た場合、原則相手がかかるまで飲まない（一般的に自分の分だけお茶がでた場合は、「相手がかかるまでに時間がかるのでどうぞ」という意味だが、状況がわからない場合手をつけられないほうが無難である）。



III. 訪問後

1. 訪問時上手くいった点・いかなかった点をチェックし次回に活かす。
2. その日の打合せ・商談内容をまとめ、次回のためにもポイントを記録しておく（日報等の報告書がある場合は、それを活用する）。

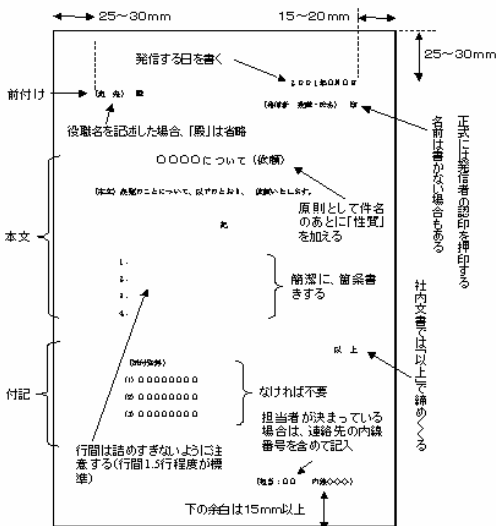
社内文書の基本

社内文書（依頼や通達、案内など）の基本フォーマットは以下のとおりである。
なお、現場では、各部署ごとの慣習やルールを考慮することが大切である（新しい職場に配属され、社内文書を書くことになったら、最初に上司や先輩の書いた文書を見せてもらうとよい）。社内文書の注意点は以下のとおりである。

《社内文書の注意点》

1. 一文書一枚、一件を原則とする
受信者の整理、分類、活用の観点。
2. 挨拶抜きで、効率を優先する
時候の挨拶等の「前文」は原則としてつけない。
3. 敬語も最小限にとどめる
4. 件名だけで内容がわかるように表現する
原則として件名のあとに「性質」（依頼、要請等）を加えると良い。

《社内文書の基本フォーマット（例）》



第6章 お客様対応の基本

第7章 ビジネス文書の基本

P：計画段階の仕事の進め方

計画段階では下記の点に注意して仕事に取り組むとよい。

計画段階の仕事チェックリスト

あなたの今の仕事は…

計 画 画	状況把握	
	①仕事に成立する複数の情報源を確保している ②状況（環境、会社、部門）把握のための情報収集をしている ③いずれも情報の正確さを高めるに事実と意見を分け整理している ④問題（発生しているもの）と課題（発生見込みのもの）を分析している ⑤その為にも理想とする状態を絵にしている	何・時間・場所・人数 情報源は地理的・政策的のギャップである
	仕事の設定（仕事・役割・責任）	
	①自分のやるべき仕事は明確である ②「何のために？」で自分の仕事を理解している ③やるべき仕事は重点的に絞られている ④選んだ仕事をさらにウエイトづけ（優先順位化）している ⑤達成レベルを自分の能力+αに設定している ⑥仕事を進める上での遵守基準を設けている ⑦仕事の手順をきちんと計画（スケジュール）化している ⑧そのスケジュールを完了日から逆算し決めている ⑨仕事の目標、方針、計画は会社・上司のものに連動している ⑩目標、方針、計画は協力を仰ぐ周囲の人のものに連動している ⑪必要に応じて目標を長期3～5年、中期1年、短期1ヶ月に分けている ⑫達成過程でチェックするための中間目標を設けている	あれもこれでもなく五つ数 成果期限の逆算込み OK
	上司との目標・計画の統合対話	
	①必達決定を上司に示し自己統制に追い込んでいる ②必要なチェックやヘルプを上司に要請している ③進捗の具体的管理方法や明確な基準やルールを決めている ④最終結果の評価方法や基準について上司と確認している ⑤達成上の障害予想とその対策を検討している ⑥他部門や他人に生じ得る被害が生じないことを検討している ⑦その上で関係者とのコンセンサスの取り方も検討している ⑧目標・方針・計画は全て文章化して提出している	
	チームメンバーとの目標・計画の統合対話	
	①実施事項ごとに担当責任者を決めている ②その際、お互いの得意技が活用できるようにしている ③共通目標の統合をしている ④指示命令系統の一元化を図っている	
	方針感度の強化：方針は得て得られるものでなく自ら掘り取るもの /	
	⑤日常会話から掘り取るようにしている	

フォロアーシップの発揮

「フォロアーシップ」とは上司補佐のことである。最近では上司に対して理想を求める傾向がよく見られるが、完璧な人間がいないように完璧な上司もまたない。上司に理想を求めるあまり、上司の欠点にばかり目がいき、やる気を失うのではなく、上司の弱味を自分が補ってこそ、チームワークが強化され、勝ち組となることができる。

I. フォロアーシップの必要性（リーダーシップだけでは、チームワーク強化に限界がある理由）

1. 専門化

上司は、部下の仕事全てを把握することが求められる。しかし、1人1人が担当する仕事で「専門分化」する傾向が強いため、部下の仕事全てを把握・理解することは現実的に困難になっている。したがって、部下からの適切な報告や情報提供がチームワークのためには不可欠である。



2. 情報化

IT機器の発達・普及とOS実現のため、後継や部署をこえた「上司を介さない形での情報交換」が活発となってきている。そのため、上司は部下が誰から何の情報を得て仕事をしているかを把握できないケースが増えている。その結果、意思決定を求められる上司が、判断を誤る可能性が生じている。

以上のような背景からも、メンバーによるフォロアーシップの発揮が必要不可欠といえる。

II. 具体的なフォロアーシップの発揮方法

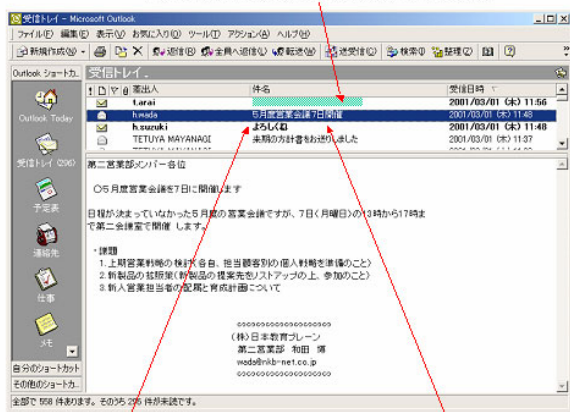
1. 上司が担っている役割・責任を理解する。
2. 上司に理想を求めるのではなく、上司と自分が理想のペアを組むように努める。そのためにも、上司の強味を理解し、それを自分やチームの仕事に活用する。また上司の弱味を知って補うようにする。
3. 上司が間違った決定をしないように情報を提供し、アドバイスする。
4. 報告・連絡・相談不足により、上司を不意打ちに避けない。
5. 上司に意見を求めるときは、「あなたはと思うか」と問い返された時の答えを用意してから臨むようにする。
6. 提案を積極的に行う。
7. 上司のチェックを極端に嫌う態度を慎む。
8. 上司の言うことが納得できないのなら、納得できるまで質問する。それでも納得出来ないときは、納得できるまでそれ（上司の言うこと）を実行してみる。
9. 自分だけが特別扱いを受けようとするなど、上司と必要以上に親しくしない（周囲が

6. コンピューターの機種に依存する文字（ローマ数字、○に入った文字、郵便番号の記号、特殊な記号等）や「半角かな」は使わないようにする（相手先のシステムによっては「文字化け」を起こし、内容が判読できない可能性がある）。
7. 適度に改行や空白行を入れる。読みやすさを考慮すると一行は半角で60字から70字以内にとると良い。
8. 電子メールでは、見やすさを考慮して4から5行ごとを一つのまとまりとして、空白行を1行入ると良い。
9. 電子メールでは、原則として時候の挨拶等は不要である。極力簡潔書き方でシンプルにまとめるように心がける。
10. 電子メールは文字だけのコミュニケーション



《電子メールを受信した際のソフトウェア画面例》

件名 (Subject) が「無題」は大変失礼。見なくていいだろう。



何が「よろしくね」だ。後回しだね。

<マイクロソフト・Outlook2000の例>

用件を10字で伝えるように工夫する「件名」だけで内容の重要度や緊急度が相手に伝わる。

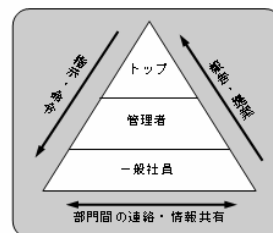
情報活用の重要性和仕組み

現代のビジネスは、さまざまな情報によって動いている。

企業は情報の送り手として、自社製品やサービスの提供、経営理念や企業活動の内容などをさまざまな手法で、一般社会や顧客に発信している。同時に、顧客ニーズや社会動向などの情報を収集し、それを企業活動に反映させている。とくに、企業を取り巻く環境が激変している上、IT技術の急激な進歩・発展により、「情報が企業の死命を握る時代になった」といっても過言ではない。これは社員の場合も同様であり、情報を効果的に活用できるかどうか、仕事の成果を大きく左右することになる。

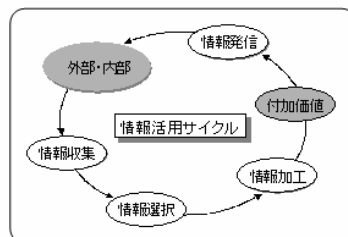
I. 企業内での情報の流れ

1. 上層部から下層部への情報：経営理念や方針、部門計画など、業務遂行上の指針が示される。
2. 下層部から上層部への情報：業務改善、提案、各種報告など、現場の動きを把握するための情報が多い。
3. 部門間（社員間）の情報交換：仕事を効率的に行うために交換される。最近では「個人が持っている知恵を共有化することによって、より大きな成果を出す」観点からも重視されている。



II. 情報活用の仕組み

「情報人としての原理原則」の項目でも紹介したように、社外からの情報も社内情報も、それだけでは何の価値も生み出さない。ビジネスにおいては、「収集した情報を価値判断し、新たな価値を付加して発信」することで、はじめて情報活用の第一歩がスタートする。具体的には図のように、情報収集、情報選択、情報加工（付加価値をつける）、情報発信にいたるまでの取扱い方が、仕事の成果を左右することになる。



勝ち組企業・社員のノウハウを一挙大公開。 優勝劣敗時代の生き残りガイドブックです。

20世紀後半に始まった「依存と保護の日本型民主主義の崩壊」は、デフレ経済による資産目減り、商流破壊、系列破壊などをもたらしました。その結果、過度な価格破壊が起こり、適正利益すら確保できない状況に多くの企業が追いつめられ、さながらサバイバル競争の様相を呈しています。この状況を打開すべく、各企業とも生き残りをかけて、様々な新しい施策を導入されていますが、今ひとつ効果を上げていないという声をよく耳にします。例えば…

- ✓ 経営トップ “外部コンサルタントを導入し、多額の費用をかけて策定した経営戦略やITシステムが、全く効果を上げていない。何に問題があるのだろうか”
- ✓ 経営幹部 “勝ち組になるには人材育成が鍵を握っているのはわかるのだが、肝心の管理者の指導内容にバラツキが多くて頭が痛い”
- ✓ 管理者 “「部下の教育を徹底しろ」と幹部から檄が飛ぶが、何から身につけさせればよいのかがわからない。”
- ✓ 教育担当者 “教育予算も限られている中、どのような教育を徹底して行えば業績向上に貢献する社員が育つのだろうか。最近では、どうも基本が崩れている社員も多いようだし、頭が痛い”
- ✓ 一般社員 “よく上司から「君たちは、基本ができていない」と言われるが、何が基本なのかさっぱりわからない。だいたい、ウチの上司だって基本が身についているかどうか、怪しいものだ”

勝ち組企業からは、このような声は聞かれません。では、勝ち組企業はどのような対策を講じているのでしょうか。

その「経営の妙手」とは、実は「**経営に取って当たり前のことをキチンとすること**」なのです。

しかし、実際には、「当たり前のことを徹底するといっても、“その当たり前のこととが何か”がわからない」という声をよく耳にします。

本ガイドブックは、全ての職位・階層の社員に共通する「勝ち組企業・勝ち組社員にと手当たり前の考え方と行動」をまとめたものです。

この内容を、社員一人一人が再度徹底することが、勝ち組になる必須条件です。すでに、多くの企業で本書を導入し、社員の構造改革を進めています。

- ◆ 版 型 A4版108ページ
- ◆ 定 価 3,000円（本体価格、税別）
- ◆ 送 料 実費（ご注文の際、ご確認下さい）

本書は書店経由ではご注文いただけません。
弊社に直接ご注文下さい。

第1章 21世紀勝ち組としての三大原理原則

1. 勝ち組企業・社員の三大原理原則
2. 人としての原理原則
3. 企業としての原理原則
4. 情報人としての原理原則

第2章 企業の仕組み

1. 企業の存続条件
2. 最近の企業環境の変化
3. IT革命の影響
4. CSの重要性
5. 経営理念と経営方針

第3章 企業人としての心構え

1. 企業環境の変化と社員の心得
2. 六大意識 概要
3. ①企業観
4. ②報酬観
5. ③組織観
6. ④目標観
7. ⑤プロ観
8. ⑥人間観

第4章 企業人の基本行動

1. マナーの重要性
2. 言葉づかい
3. 挨拶
4. 身だしなみ
5. 持ち物
6. 職場内のエチケット・マナー
7. 職場内の整理・整頓

第5章 仕事の進め方

1. 経営目標・経営方針とは何か
2. 仕事の進め方の基本
3. P：計画段階の仕事の進め方
4. D：実施段階の仕事の進め方
5. C：反省・評価段階の仕事の進め方
6. 指示・命令の受け方
7. コミュニケーション力の向上

8. 報告の基本
9. 連絡の基本
10. 相談の基本
11. 仕事改善の基本
12. 職場環境活用発想を持つ
13. フォロアーシップの発揮
14. 仕事の優先順位
15. 会議の心得
16. 不平不満を感じたときの対処の仕方

第6章 お客様対応の基本

1. 名刺交換マナー
2. 訪問マナーの基本
3. 訪問基本動作
4. 会食マナーの基本
5. 受付対応・茶菓接待の基本
6. 受付対応の基本的な流れ
7. 茶菓接待の基本的な流れ
8. 電話対応の基本
9. 電話のかけ方（例）
10. 電話の受け方（例）
11. 慶弔マナーの基本

第7章 ビジネス文書の基本

1. ビジネス文書の基本
2. 社内文書の基本
3. 社外文書の基本
4. 宛名書きの基本
5. ファックス送付文書の基本
6. 電子メールの基本

第8章 情報活用の基本

1. 情報活用の重要性と仕組み
2. 社外情報収集のポイント
3. 情報管理の基本
4. 情報活用の注意点

お問い合わせ・ご注文は **株式会社 日本教育ブレーン**

宿区西新宿三丁目四番四号 トナンビューロービル6階

TEL : 03-3346-1811 FAX : 03-3346-2023

西日本本社

〒810-0073 福岡県福岡市中央区舞鶴二丁目二番三号 サンライフ第2ビル6階

TEL : 092-771-6522 FAX : 092-771-6493

なお、下記の弊社ホームページからもお問い合わせが可能です。

ホームページ・アドレス : <http://www.nkb-net.co.jp>