

ロジカル・プレゼンテーション研修 課題 テーマ「職場の問題点について」

株式会社△△
営業1課 ** **

グローバル化や情報化、高齢化が進む中、日本経済は大きな転換を伴う局面を迎えています。加えて、マーケットインからプロダクトアウトへの掛け声のもと、残ったパイを奪い合うという、業界を超えた競争が激化しています。自部門である営業においても『生き残り』から『勝ち残り』へのサバイバルが続いています。

そのような中、自職場においての問題点は二つあるように思えます。

一つは、社員全員の意識改革が必要であるということです。職場は、ベテラン 4 人とそれ以外 2 人からなる職場ですが、余計なことはやらないという雰囲気、リスクを負いたいという勢いがありません。何かを変えようという気概が乏しく、トラブルがないことが最良であるという暗黙の前提があります。こうした当たらず触らずといった事なかれ主義が職場に蔓延しています。

もう一つは、社員間同士のつながりが乏しくなっているということです。特に若年社員について「自分の業務以外のこととは関わらない」という価値感があり、あまり交流がありません。各自黙々とデスクで事務処理を行なって、客先に向かい、そのまま直帰することも多くあります。仕事の中身や営業目標の達成状況など、全くお互いに関心なままです。そのために営業では自分の数字さえ上げればよいといった感じが支配し、ビジネスとプライベートをハッキリと区別する傾向にあります。

業界内外の激しい競争にさらされているにもかかわらず、職場全体のことを考えない雰囲気では、コンペジターに打ち勝てません。

この雰囲気を変えるためには、職場ビジョンの設定が望まれます。現在はフラット型で、一番年長のベテランがリーダーですが、従来のマネジメント・リーダーとしての役割だけでは不十分です。メンバーのベクトルを合わせ、一定の方向性に導く強力なリーダーシップを持たなければなりません。今後はこうした「チェンジ・リーダー」としての役割が必要であると思われれます。

(800 字)

ロジカル・プレゼンテーション研修

＊ ＊ ＊ ＊様 添削

テーマ「職場の問題点について」

総合評価：D

課題のとらえ方と独自性：D

論文の構想力と展開の論理性：E

文章の判りやすさ・適切な表現：E

用語・記号の正しさ：D

【全体のコメント】

この研修の大きな目的は「論理的な思考に基づいた、説得力のあるプレゼンテーションの手法を学ぶこと」つまり、ある事柄を整理・分析し、それについての独自の考えを、

納得できる理由と共に提示できる技術を身につけることです。そして、この論作文は、その中の最も基本的な前提条件である「自分の考えを分かりやすく論じること」ができるかどうかを見極めるものです。

今回の作文は、一体何について、どのようなことを語ろうとしたのか、話の主題がまとまっておらず、その筋道（矛先）もバラバラです。加えて、記述の内容も「こんな感じだ」という雰囲気だけを伝えているだけで説得力がありません。もっと手厳しく言うと「ルー大柴のカタカナ用語による、具体性の無い総花的な感想の羅列」と表現しても良いでしょう。

文章を書く上で大切なことは「自分の考えや言いたいことを分かり易く伝える」ということです。そのためには、言葉使いや用語など表現方法に気をつけると共に、「何について、どのようなことを、どんなつながり・流れで述べていくか」という話の組み立て（「構成・筋書き」）をまとめておく必要があります。しかし、それ以前の問題として「自分が何についてどの様なことを書こうとしているのか、自分の考えはどういうものか」ということを、本人がまず理解しておかなければならないのです。冒頭に挙げたこの研修の目的を満たすためには「何が問題点であるのか、そしてそれを改善・実行するための方策はどういうものなのか」ということを、明確な目的や理由と共に具体的に述べていく必要があります。

ところで、ここでもう一度、なぜ研修のテーマが「ロジカル・プレゼンテーション」と設定されているのか考えてみてください。「プレゼンテーション」とは「提示」「提案」という意味です。また見方を変えれば、顧客に対する「売り込み」でもあります。つまりこの研修は、与えられた課題に即した適切な題材（顧客のニーズを満たす「商品」）を選び、それらについての自らの考察（商品の「セールスポイント」）を、具体的な裏付けや理由と

共に、筋道を立てて論じていく（売り込んでいく）という、2つの訓練を同時に行っているととっても良いのです。一般的な企業活動で、取引先の要求を満たす商品や、そのセールスポイント・効用を具体的に提案・説明しない商談なんて有り得ますか？今の様な内容では、この肝心な点が明らかになっていないのです。

繰り返すようですが、あなたの売るのがどのような商品なのか（つまり、あなたがどのような私案を具体的に考えているのか）そして、それにはどういう利点や効果があるのか（どのような成果が期待できるのか）、筋道だてて明らかにしていく必要があります。

以上、次の【注意すべきポイント】で、具体的に問題点と改善点を示していきます。

【注意すべきポイント】

① 1枚目1行目～4行目「グローバル化～サバイバルが続いています」

→ 何かビジネス誌に取り上げられているキーワードをただ羅列した、という印象しか受けませんでした。前提となる条件と、現実には抱えている問題点との関連性が非常に希薄で、かつ取り上げている要因それぞれがどういうものなのかという具体性にも欠けています。

まず、企業を取り巻く環境の変化として例示されている「グローバル化」や「情報化」は、色々なメディアで散々取り上げられていることなので、どういうことを指しているのか、まだ想像はつきますが、あなたが「高齢化」をその一つとして取り上げた理由や根拠は一体何だったのでしょうか？この問題がどのような形で企業経営に影響しているのですか？なぜこの問題を例示したのかという意図の説明が必要です。

次に、後半部分で「自部門に置いても『生き残り』から『勝ち残り』へのサバイバルが続いている」と書かれてありますが、何から「生き残り」、何の為に「勝ち残る」、どのようなサバイバルが行われているというのでしょうか？その対象や目的、状況説明などが欠落しています。また、よしんば、この文章の意味を理解できたとしても、これらと前半部分の前提条件が、どう関係しているのでしょうか。話のマクラとしての思いつきでこの部分を書いたとすれば全く不要です。もし書き直す価値があると考えるのであれば、「高齢化」とこれがどう関連するか述べたうえで、次の段落につなげなければなりません。

② 5行目「そのような中、自職場においての問題点は二つあるように思えます」

→ 「そのような中」とありますが、前提となる肝心の①の内容を把握できないのだから、この②は何の役割も果たしていません。いわば、無意味な文章です。仮に、①が理解できたとしても、「サバイバル」と問題点の間にどのようなつながりがあるのかという関連性を見出せませんね。前半、「カタカナ用語の羅列」と酷評した点は、ここに如実に表れています。

なお、「自職場」という表現は「自」「他」を付けるものではなく、「私どもの（現在の）職場」とか「職場ごとの」などのように、本来、単に「職場」という単語に形容詞などを加えて用いるべきものなのです。最近用語として定着した感もありますが、もともと労働組合活動などで用いられていた語が、それこそ“職場”へフィードバックされて、そのまま使われるようになった事例が多いようです。今後は注意して使って下さい。

③ 6行目～10行目「一つは、社員全員の意識改革～職場に蔓延しています」

→ 内容自体が、職場の雰囲気などといった、具体性に乏しい見た目の感想に終始しています。また、**さんが「問題点」として掲げている「社員全員の意識改革」とは、問題点を克服するために必要な「改善策」です。これらの意味合いが的確に把握できていないことも、中身が「見た目の雰囲気の羅列」になってしまった大きな要因だと考えられます。しかし、具体的な記述の乏しい中身ではありますが、敢えてこの中から問題点らしきものを探し出せば、「事なかれ主義」がそれにあたるのではないのでしょうか。

④ 11行目～16行目「もう一つは、社員間同士の～区別する傾向にあります」

→ 「社員間同士」という表現、「社員同士」と「社員間」という同じ意味の繰り返しですね。どちらかにしましょう。また「若年社員」も「若手社員」とする方が適切です。そして次に「価値感」は最近ひんぱんに目にする誤り。「物事の価値についての見方」というのが本来の「かちかん」の意味なのだから、「感情」の「感」では無く、「見方」の「観」でなくては正しい表記にはなりません。「先入観」や「楽観」も同じ事です。

最後に「ビジネスとプライベートをハッキリと区別する」という表現自体は誤りではないのだけれど、使うべき状況を間違っています。本来「プライベート」とは仕事などから解放された「私生活・自由な時間」という意味で「公私混同」の「私」がこれに相当するものです。ここは私生活のことではなく、仕事に対する価値観の変化を訴えたいのだから、こういう場合は「共同して業績を上げることよりも、個人の成績を最優先する傾向が強くなった」のように表現するのが適切です。

⑤ 18行目「コンペジター」→「コンペティター」の誤りでは？

⑥ 19行目～18行目「この雰囲気を変えるためには、～必要であると考えます」

→ 結局、問題点として取り上げたと思われる「事なかれ主義」と「個人成績優先」の解決策が、示されずじまいでした。いつの間にか話の中身が、巷間よく見聞きするリーダー論に移ってしまっています。冒頭で指摘した「話の主題がまとまっておらず、その筋道（矛先）もバラバラ」ということの結果が、ここによく現れています。

本来は、問題提起したかったと思われる「事なかれ主義」と「個人成績優先」につい

て、これらが引き起こした困った状況について前段で述べたうえで、「では、どうすればよいのか」という**さんのアイデアをこの部分で述べるべきだったのです。せっかく「プロダクトアウト」や「マーケットイン」といった言葉を使って前半説明しているのですから。そうでないと『日経MJ』か何かの受け売りじゃないのか？ほんとに言葉の意味を知って使ってるのかな？」なんて皮肉な目で見られることだってありますよ。

言葉の誤りに目を向けると、まず「職場ビジョン」じゃ、ドーム球場のスコアボードにある「オーロラビジョン」と同じAV機器になってしまいますよ。「職場のビジョン」と「の」を補っても用語としては成り立ちますが、むしろ「今後の目指すべき目標と仕事のあり方」と、分かりやすい言葉で対象を明確化すべきです。そして「メンバーを一定の方向性に導く」というのも、おかしな表現。導いていくのは「方向」です。「方向性」は「示すもの、明らかにするもの」です。

以 上

(担当：KG、チェック：田原)