

ふくいジョブカフェ 企業応援セミナー

# 採用担当者のための ULTRA コミュニケーション術

クロイワ 正一

Career Development Adviser

(厚生労働省指定キャリア・コンサルタント)

1

## 講師 自己紹介

- 専攻: 社会心理学、経営学(人材マネジメント)
  - 1988年:一橋大学社会学部卒業
  - 2003年:一橋大学大学院商学研究科経営学修士コース修了
- 役職など:
  - ヘルメス株式会社 代表取締役
    - 日興證、券広告代理店などを経て研修講師、執筆かとして独立、現職
  - 兼任役職
    - 岩手県宮古市嘱託「産業創造アドバイザー」
    - NPO法人マスコミ駆け込みクラブ 理事長
    - 一般社団法人全国医業経営支援協会・理事
    - マークユーリー会(一橋大学大学院商学研究科経営学修士コース同窓会) 理事 ほか
- 資格など:
  - CDA(厚生労働省指定キャリア・コンサルタント能力評価試験合格)
  - 温泉観光士、温泉ソムリエ、温泉入浴指導員、温泉保養士、温泉コンシェルジュ
- 研修分野(民間企業、商工会議所、商工会、官公庁、大学、病院など)
  - コミュニケーション研修(プレゼンテーション、レポートライティング)、論理的思考研修、戦略的キャリアデザイン研修、就職活動支援、リーダーシップ研修 ほか

2

## 著作・連載(筆名:クロイワ正一)

- 著書
  - 『企業戦略白書Ⅱ』(伊丹敬之氏らとの共著、東洋経済新報社)
  - 『ドタン場の社長学』(執筆協力、バジリコ)
  - 『団塊楽園の崩壊』(共著、晋遊舎)
  - 『大学・大学院 社会人入試の必勝計画』(ライオン社)
  - 『病院経営 失敗の法則』(編集協力、幻冬舎)
  - 『生き残る病院 淘汰される病院』(編集協力、すばる舎)
  - 『あなたの医学書 動脈硬化症』(編集協力、誠文堂新光社)
  - 『複数内定者に学ぶ 就活勝者のプレゼン』(ライオン社)
  - 『看護業務「考え方」「書き方」「話し方」100のコツ』(日総研出版) ほか
- 連載
  - 『月刊 ビジネス アスキー』「叱るコーチング」
  - 『月刊 日本人材ニュース』「グローバル人材の採用と育成」
  - 『月刊 商工会』「成熟時代の戦略人事」「成熟時代の事業承継」「中小企業の人材教育」
  - 『月刊 商工ジャーナル』「私の革新」
  - 『ソフト人脈』「技術者のためのコミュニケーション講座」
  - 『月刊 集中』「賢い病院経営者のための地域連携」
  - 『月刊 ナースセミナー』「ナースのためのキャリアデザイン入門」
  - 『月刊 ナースマネージャー』「論理的思考とその実践」
  - 『プロドラフトマガジン』「成熟時代の医業経営」
  - 『月刊 看護人材教育』「コミュニケーション・常識力」
  - 『主任&中堅+こころのサポート』「論理的思考・活用術」 ほか

3

## セミナープログラム

1. スキル以前にマインドが重要  
採用担当者に必要なマインドセット
2. コミュニケーションスキル  
理解→思考→表現の基本スキル
3. コミュニケーションリテラシー  
社会心理学などからの叡智

4

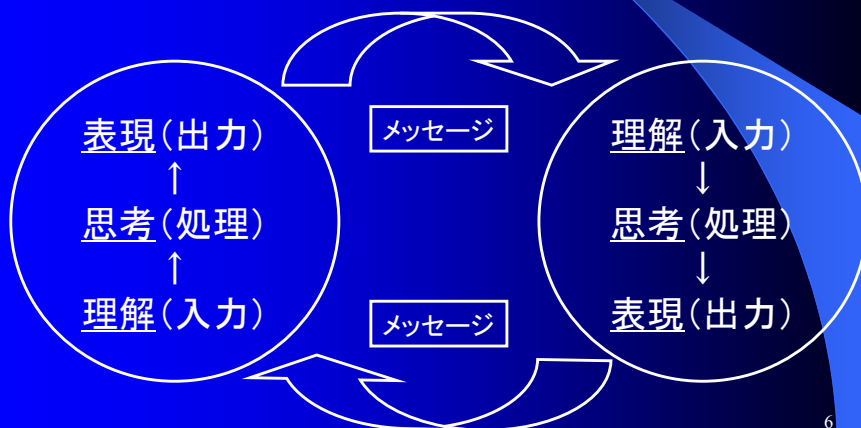
## マインドセットの重要性

- 採用活動にも求められる「誠意」
  - 「誠意」のマインドセットがなければ、熟練・熟達したコミュニケーション・スキルを駆使しても人を説得できない。
    - ホスピタリティー・マインド(サービス精神)
      - 採用者に幸せを感じてもらおうと想うところ
    - リーダーシップ
      - 採用者を教導こうするところ
    - ストラテジック・マインド
      - 採用者から観て「突出した存在であろう」と努めるところ

5

## コミュニケーションスキルとは?

- 「理解力＋思考力＋表現力」のスキル  
⇒ 独りよがりの「おしゃべり」ではダメ!



6

## コミュニケーションスキルの3要素

- 理解力とは.....
  - 話す相手の情報を収集する(他者理解)力
    - 相手の話を受け入れる力(傾聴力)
    - 相手から話題を引き出す力(深聴力)
  - 自分の「強み」を知る(自己理解)力
- 思考力とは.....
  - 収集した情報を分析し表現内容を構想する力
    - 相手に応じてネタを考える力(戦略的思考)
    - しっかり理由をそえながら主張をつくる力(論理的思考)
- 表現力とは.....
  - 思考結果を言語&非言語で効果的に表現する力
    - 言語:ことばの選び方・並べ方
    - 非言語:ことばではない情報(表情・態度・声)

7

## ULTRAコミュニケーション術

- Understand(理解)
  - 自社が備えているリソースと応募者の志向を理解する工程
- Logic(論理)
  - 自身と応募者の接点を見出し、応募者に訴える強み(ロジック)を創り出す工程
- Trimming(整理)
  - 聴き手が納得するプロセス(順序)へと話す要素を整理する工程
- Action(表現)
  - 応募者の反応を引き出しながら、言語&非言語で表現する工程

8

## Understand 理解スキル(相手を受け入れる傾聴)

- うなずき
  - 視線を話し手に向け頭を振る
- あいづち →
  - 話し手に対して声で反応する
- 繰り返し
  - 話し手の内容を繰り返す(反射)
- 要約
  - 話す内容が長い場合は要約する

お(おおげさに)  
お(驚き)  
さ(誘い)  
か(悲しみ)  
と(止め)  
う(嬉しさ表し)  
な(情けかけ)  
ぎ(疑念持つ)

9

## 理解スキル(話題を引き出す深聴)

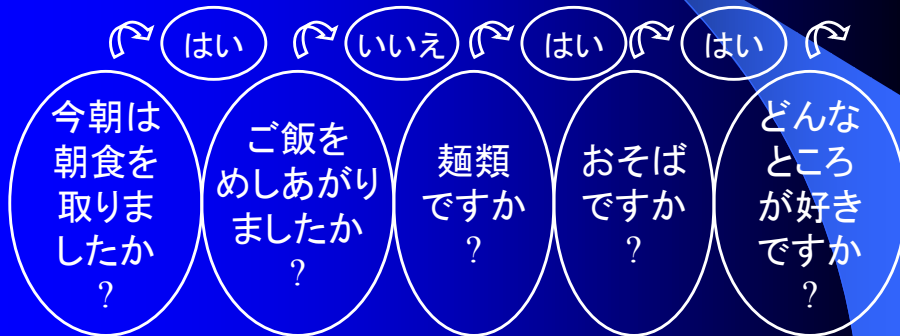
- 質問( Closed question から Open question へ )
  - 「閉ざされた質問」 closed question
    - 「答えが1つに決まる質問」
  - 「開かれた質問」 open ended question
    - 「なぜ? どう? 例えば?」
- 承認(認める・ほめる)
  - 無条件の承認、理由つき承認
    - 「とにかく大したものだ」、「～だから大したものだ」
- 提案(返答がない場合の対応)
  - 許可を取ってからの提案
    - 「私も考えてみましたが.....言ってもいい?」

10

## Closed Question から Open Question へ

(会話のキャッチボールを進めるために.....)

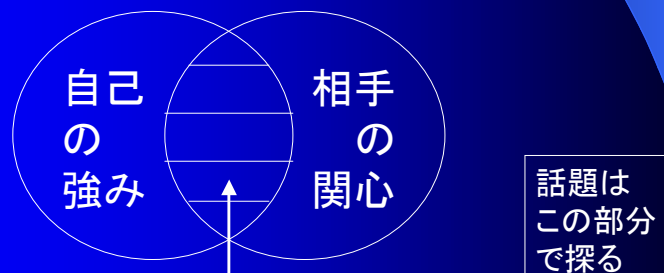
- Closed Q → Closed Q → Closed Q → Open Q



11

## 思考のスキル(戦略的思考)

- 戦略的思考に必要な2つの理解
  - 自己理解: 自分の強み、長所などを知る
  - 相手理解: 話しをする対象の関心を理解する
    - 彼(相手)を知り己(自分)を知れば百戦殆うからず (知彼知己百戦不殆.....by『孫子』)
- 自社の強みと相手(応募者)の関心の接点を探る



12

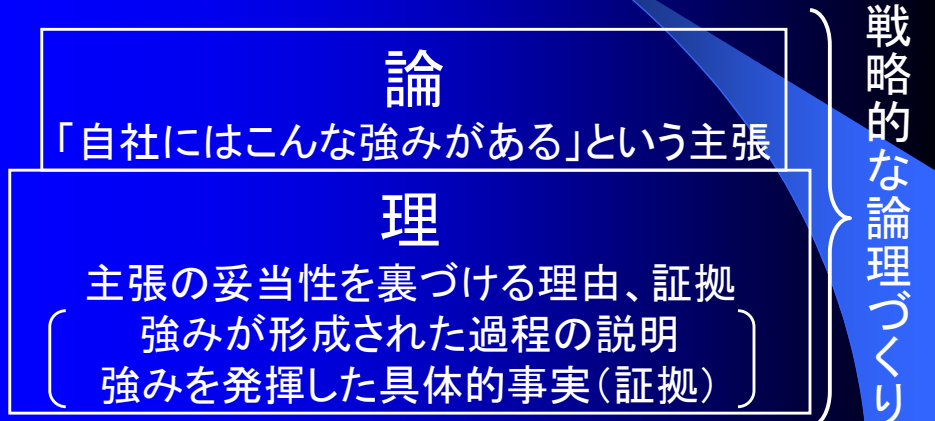
## 人を動かすにも「論理」が必要

- 指示や依頼には(理由)の添付が有効
  - 『影響力の武器 — なぜ、人は動かされるのか』  
(R・チャルディーニ著、社会行動研究会訳、誠信書房刊)
- コピー機前の行列に割り込んだ結果は?
  - エレン・J・ランガーの「コピー割り込み」実験
    - 「5枚だけ先にコピーさせてもらえますか」  
→ 成功率 **60** %
    - 「急いでいるので5枚だけ先にコピーさせてもらえますか」  
→ 成功率 **94** %
    - 「コピーしたいので5枚だけ先にコピーさせてもらえますか」  
→ 成功率 **93** %

13

## 戦略的かつ論理的な思考

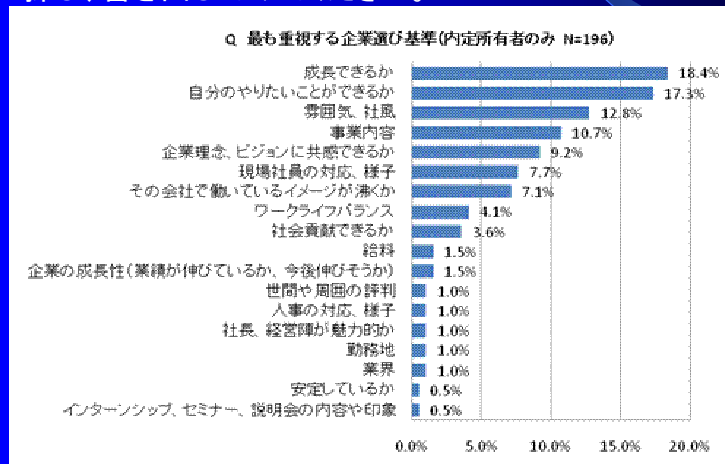
- 論理とは「論」と「理」が整った状態



14

## ワーク

- 多くの応募者が求める企業の条件（最も重視する企業選びの基準）として、以下のような点が指摘されます。そこで、下記の条件の上位項目を裏づける理由や証拠（具体的事実・エピソード）を探し、書き出してみてください。



15

## 「強み」を論理的に説明

- 成長できるか
- 自分のやりたいことができるか
- 雰囲気・社風
- 事業内容

16



## 表現のスキル

- 言語と非言語で構成される表現内容
  - 言語……話の中身
  - 非言語……服装・表情・態度・発声など

非言語

服装  
表情  
態度  
発声  
……

言語



17

## 言語スキル①

### 主張第一主義 (Main Point First)

- 重要ポイント(結論)をまず述べる
  - 当社の魅力は～です。
- 次に補足説明や具体例を述べる
  - なぜなら～。例えば～
- ポイント(結論)を確認する
  - このように、当社には～魅力があります。

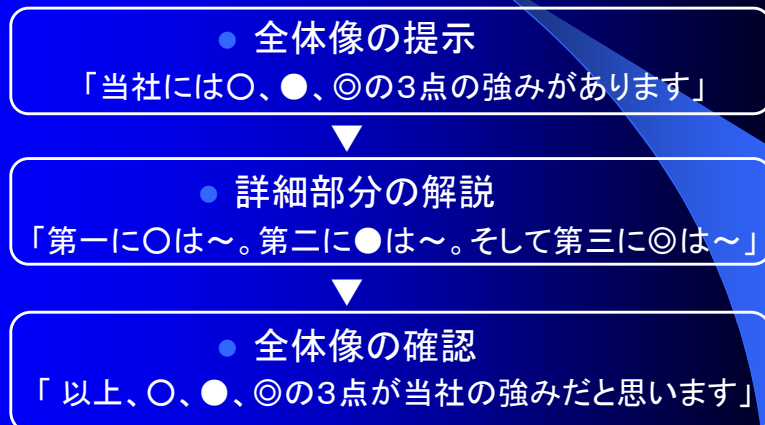
18

## Main Point First のシナリオ

- 重要ポイント
- 補足的説明、具体例
- 重要ポイントの確認

19

## 言語スキル② 全体・部分法 (Whole Part Method)



20

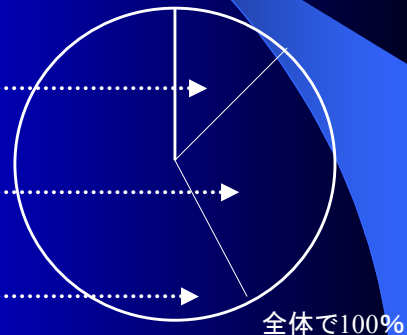
## Whole Part Method のシナリオ

- 全体像の提示
- 部分の説明
- 全体像の再確認

21

## 非言語スキルの重要性

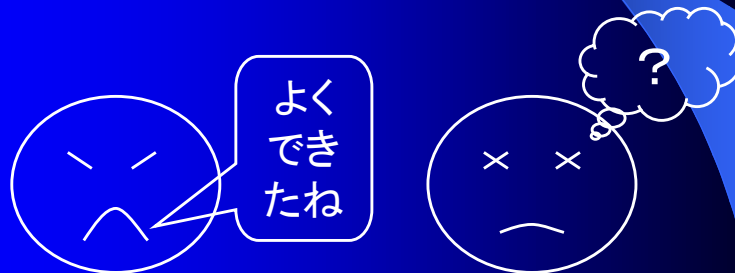
- 第一印象はどう決まる？（メラビアンの実験）
  - 言葉の内容は？
    - ( 7 )%
  - 声の調子は？
    - ( 38 )%
  - 表情や態度は？
    - ( 55 )%



22

## ダブルバインド(二重縛り)現象

- 言語メッセージと非言語メッセージがチグハグだと聴衆は不安に陥る.....



23

## 非言語スキル①発声

- 大きめの声
  - 親しい人との会話より大きな声(壁に反射)
  - 眉間から声を出すイメージ
- 明瞭な滑舌
  - 一音、一音はっきりと
  - とくに語尾にいくに従って
- メリハリ
  - 緩急や高低を意識する(重要ポイントは緩・低)
  - 間を取ることも重要

24

## 非言語スキル②表情

- 表情の基本は笑顔、そして喜・怒・哀・楽……



目と口の表情がイメージを決定するのは世界共通

(目は大きめに開き、口元＝口角を引き締める)

25

## 非言語スキル③姿勢・態度

- 姿勢
  - 背すじ、視線、手、足、服装 をチェック  
(「せめてあしふく」クセをつける)
- 態度・動作(静動のメリハリ)
  - 静(メリ……「落ち着き」をアピール)
    - 「見られている緊張感」を忘れず存在感を示す
  - 動(ハリ……「活動性」をアピール)
    - 聴き手の理解に貢献するアクションを適宜用いる  
(数を示す指立て、大小を示す手の広げなど)

26

## 心理的スキル(巻き込み)

- 聴衆をただの「お客さん」にしないためには.....
  - 当事者意識・参加者意識を喚起する!
    - アイコンタクト
      - 聴衆全員の顔を見る(「観ている感」を伝える)  
「私から向かって右後部の方は非常に反応がいいですね.....」
    - 巡回(机間巡視)
      - 会場を回り、聴衆の傍らを通り、声をかける  
「これです。これです。これが資料2です.....」
    - 繰り返し、問いかけ
      - 重要ポイントを繰り返したり、質問したりして確認を促す  
「何度も繰り返させていただきますが、私が言いたいことは.....」  
「さて、当社の強みを3つ挙げましたが、何でしょうか？」

27

## コミュニケーション・リテラシー

- 人間関係づくりにヒントを与える心理法則
  - 最小条件でも生まれる親近感
    - ほんの些細な共通点でも「親しみ」が生まれる
  - 同じ的に向かうと仲間意識が生まれる
    - 敵対していた集団同士も共通の目的がわかると協働する
  - 熟知性の法則
    - 好意は近接性と接触頻度に比例する
  - 好意の返報性
    - 「好きだよ」と好意を示すと「私も」と好意のお返しがある
  - 合意と行動を導く「論理」性
    - 「.....ので」を添えると合意を得られやすい
  - 緊張解除の方法、交渉(アサーション)

28

## 最小条件集団実験

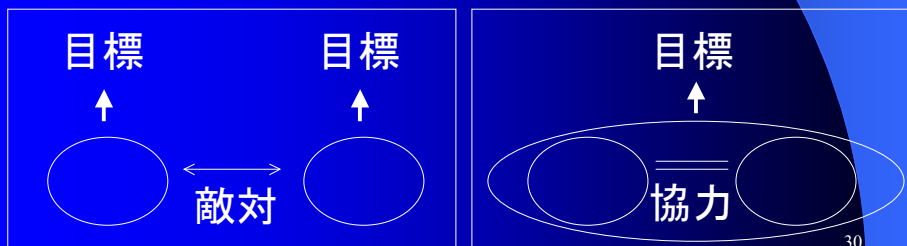
- H.タジフェルの社会的カテゴリー化調査
  - アランダムにある集団を「A班」「B班」などと分ける
  - 特定人物に「報酬」と「賞罰」を与えることを指示⇒結果的に「報酬」は内集団へ、「賞罰」は外集団へ
  - 些細なことからも仲間意識、排他性は生まれる
  - 偶然のグループ分けでも、仲間意識は生まれ、「身びいき」する。

事前に応募者の属性(出身地、所属サークル、選考、アルバイトなど)を調査しておき、自分との接点を用意しておく。そして、その内容を、あえてプレゼンに盛り込む。

29

## 泥棒洞窟実験

- M.シェリフのキャンプ場でのボーイスカウト集団
  - 集団間のzero-someゲーム(敵対的なスポーツ競技など)では、敵愾心はどんどん増す。
  - 集団間のwin-winゲーム(食料や水の確保、映画の上映など)になると、異集団間にも仲間意識が芽生え、ソシオメトリクス調査でも集団外数値高まる。



30

## 熟知性の法則

- R. ザイアンスの単純接触効果
  - 接触の頻度が好意を生み出す。近くにいる者とは自然に顔を合わせることが多く、顔を合わせて単に見慣れるだけで、親しみをおぼえ魅力を増す。  
→ マメな男はモテる! (頻繁な有益情報の送信が重要)
- L. フェスティンガーらのアパート実験
  - 大学生(既婚者)用アパートにおける友人形成過程の研究 → 近い部屋の人を友人として選択する傾向 (好意と物理的近接性の相関関係)  
→ 意中の人近所に住め! (応募者の希望職種やキャリア展望などとフィットする情報をアナウンス)

31

## 好意の返報性

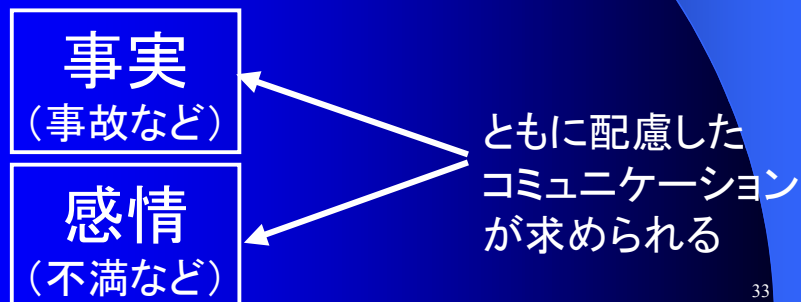
- E. バーシャイドの仮説
  - 人は自分に好意的な他者を好きになることが多い。個人にとって他者からの肯定的評価は報酬的であるから、好意を抱くことになると考えられる。
- ザイアンスの法則とチャルディーニの法則
  - ① 人間は知らない人には攻撃的、冷淡な対応をする。  
② 人間は会えば会うほど相手に好意を持つようになる。  
③ 人間は相手の人間的な側面を知ったとき、より強く相手に好意を持つようになる(ザイアンスの法則)。
  - 人は好意をもっている人からの要請を受けると、それに積極的に応えようとする(チャルディーニの法則)。

32



## 事実と感情の双方を伝達

- 「**事実**」に対して、どのような「**感情**」が生ずるかを考える。
  - 相手の感情: 不満、疑念、失望.....
  - 自分の感情: 不満、困惑、後悔.....



33

## アサーティブ・コミュニケーション

# Assertive communication

- 柔軟なpace & leadによって望みを通す
  - ラポール(信頼関係)の形成.....
    - 同調, 傾聴, 質問, 承認, 提案.....の駆使
  - 相手の思考をリードしダメモトを通す
    - 陳謝 : 真摯に丁寧に謝る
    - 感謝 : 「ありがとうございます」
    - 肯定表現 “Yes, and.....”
    - “I”メッセージで伝える(私は.....)

34

## コミュニケーション演習の手順

1. シナリオライティング
  - 応募先の理解に基づくプレゼン内容(ネタ)づくり
2. イメージ・トレーニング
  - こころのなかで演じている自分をイメージする
3. シャドー・トレーニング
  - 体の動き、発声なども含め一人芝居を試してみる
4. リハーサル(ロールプレイ)
  - 役割を決めて実際に演じてみる

35

本日のプレゼンテーションに関する  
ご質問・ご相談は遠慮なく  
下記までお問い合わせください。

ヘルメス株式会社

info@hms.bz

36