

# ビジネス実務

—信頼を得ることの大切さ—

藤村 やよい

編著

有馬 恵子

江頭万里子

木原すみ子

則松眞由美

吉野美智子

著

樹村房

## はじめに

急激な情報通信技術の発展・普及やグローバル化が進み、ビジネスの市場が日本から世界に拡大し、携帯電話やメールなどの通信手段が劇的に変化を遂げています。ビジネスに大きな変化があったとしても、その基本となる仕事に対する考え方や主体的に仕事へ取り組む姿勢、また人への関わり方などは、円滑な仕事を遂行する上で、いつの時代にも変わらず重要なことです。社内外の人から信頼されることで仕事を円滑に遂行することができ、良好な人間関係を構築することが企業成長に繋がります。揺るぎない信頼を得るためにはどのような仕事のしかたが必要であり、何が大切であるかを考察しながらビジネス実務を学んでいただきたいと思います。

そこで本書は、ビジネスの現場を想定し内容を3部構成にしました。第Ⅰ部の「信頼される職業人（ビジネスパーソン）を目指して」では、学生と社会人の違いを認識し、社会人としての心がけが大事なこと、特に会社は組織で動いているため信用・信頼が会社全体の評価に繋がること、ビジネスに対してどのような仕事のしかたや考え方をしなければならないか、第Ⅱ部の「社員の言動で会社のイメージが決まる」では、社員一人ひとりが会社を代表（顔）しているので、人との関わり方がいつの時代にも大切であること、第Ⅲ部の「業務の遂行」では、基本的な業務内容の遂行について書いています。

次に本書の書名を「ビジネス実務」としているのは、概論および演習のどちらでも使えるようにしているためです。授業の目的に合わせて、概論で第Ⅰ部と第Ⅲ部の章を組み合わせたり、演習で第Ⅰ～Ⅲ部の必要な章を組み合わせるなど、授業の目的に合わせた組み合わせを可能としています。また例えば第Ⅰ部の章を事前に調べ予習させて、当日グループディスカッションや発表を行ったり、第Ⅱ部で実技指導やロールプレイングをしたり、第Ⅲ部で実際にビジネス文書を作成するなど、章の選択を自由に行い有効に活用してください。その結果、「知っている」→「できる」→「できた」というようにビジネス実務を身につけ、「信頼される」と言うことがどういうことなのか学び、この人がいなくては困ると言われるような存在感のあるビジネスパーソンの育成を願って執筆いたしました。

言葉遣いに関して本書では、丁寧な言葉遣いを例としてあげています。例えば「します→いたします」、「です→ございます」、「わかりました→かしこまりました」です。会社によっては少し丁寧すぎると思われる言葉遣いがあるかもしれませんが、この本を使って勉強されている方が、ホテルなどの接客の現場で働かれることも考え、「いたします」、「ご

ございます」, 「かしこまりました」などの丁寧な言葉遣いを書いています。本書で学ばれた方が, 相手や状況に応じて適切な言葉遣いができるようになれることを期待しています。

本書の執筆者全員が, 大学・短期大学でビジネス実務概論・総論や演習を担当しています。本書を作成するにあたり, 時代に合った内容やビジネスに対する基本的な考え方を掲載することはもちろんのこと, ビジネス実務の授業を実際に行うにあたりどのような内容でどのような書き方がされていれば本が使い易いかなどを執筆者全員で検討・議論し, 完成させた一冊です。ビジネスに対するしっかりした考え方ができる信頼のおける素晴らしいビジネスパーソン育成の一助になれば幸甚に存じます。

最後に本書を執筆するにあたり, ご指導ご助言を賜りました樹村房社長大塚栄一様に心から感謝し, 厚く御礼申し上げます。

平成 27 年 11 月吉日

執筆者を代表して 藤村やよい

# ビジネス実務

—信頼を得ることの大切さ—

## も く じ

はじめに .....	3
------------	---

## 第 I 部 ビジネスパーソン **信頼される職業人を目指して** 13

### 第 1 章 職業意識 14

1. 学生と社会人の違い .....	14
2. 働くとは .....	15
3. 仕事と社会貢献 .....	16

### 第 2 章 ビジネス活動について 17

1. 会社とは .....	17
2. 会社組織 .....	17
(1) 縦(階層化・垂直分業)の組織は、次の4つの階層構造からなる .....	18
(2) 横(部門化・水平分業)の組織は、次の2つの部門からなる .....	19
3. 組織を代表する(会社の顔) .....	19

### 第 3 章 組織の人間関係 20

1. 良好な人間関係の第一歩「挨拶・笑顔・返事」 .....	20
2. 違いの認識 .....	20
3. 豊かな人間性と心の働き .....	21

### 第 4 章 仕事をする上での心構え 22

1. 職場での心構え .....	22
(1) 規律の遵守 .....	22
(2) 自己管理(セルフコントロール) .....	23

(3) 時間管理 ……	23	(4) 守秘義務 ……	24
(5) 公私のけじめ ……	24	(6) 整理整頓 ……	24
2. 職業人に求められる能力 ……	24		
(1) 業務処理能力 ……	24	(2) 対人能力 ……	25
(3) 問題解決能力 ……	25		
3. 仕事をする上での心構え ……	25		
4. 仕事に関連する知識・技能 ……	27		
<b>第5章 仕事の基本</b> ……			<b>28</b>
1. 仕事の進め方 ……	28		
(1) 正確・より迅速 ……	28	(2) 報告・連絡・相談「報連相」 ……	28
(3) メモ・復唱・見直し・確認 ……	28	(4) 優先順位 ……	29
(5) 仕事の段取り・時間厳守 ……	29	(6) 5W3H ……	29
(7) 創意工夫 ……	30	(8) メモの活用 ……	30
2. 指示の受け方 ……	30		
3. 報告のしかた ……	31		
4. PDCA サイクル ……	32		
<b>第6章 信頼を得ることの大切さ</b> ……			<b>33</b>
1. 信頼を得ること ……	33		
2. 信頼を得るために ……	33		
(1) 主体性 ……	33	(2) 責任感 ……	34
(3) 洞察力 ……	35	(4) 柔軟性 ……	35
(5) 向上心 ……	36	(6) 態度 ……	36
3. 自分を高める努力 ……	37		
(1) 自己啓発の大切さ ……	37	(2) 経験を積む ……	38
(3) 相手の立場に立つ ……	38	(4) 感謝を言葉で伝える ……	39
(5) ネットワークの大切さ ……	39		
<b>第Ⅱ部 社員の言動で会社のイメージが決まる</b> ……			<b>41</b>
<b>第1章 第一印象の大切さ</b> ……			<b>42</b>
1. 第一印象とは ……	42		
2. 挨拶 ……	42		

(1) 挨拶の大切さ	42	(2) 挨拶の言葉	43
(3) 感じの良い挨拶のポイント	43	(4) お辞儀	44
3. 非言語コミュニケーションの大切さ	44		
(1) 身だしなみ	44	(2) 表情(笑顔)	45
(3) 視線(アイコンタクト)	45	(4) 態度	46
(5) 動作	46	(6) 話し方	47
(7) 聞き方	47	(8) 言葉遣い	47
<b>第2章 言葉遣い</b>	<b>48</b>		
1. コミュニケーション	48		
2. 言葉遣い	49		
(1) 言葉遣いの重要性	49	(2) 言葉遣いの心構え	49
(3) 「コンビニ敬語」「ファミレス敬語」「ファミコン言葉」について	51		
3. 敬語	52		
(1) 敬語とは	52	(2) 敬語の種類	52
(3) 誤った使い方の敬語	55	(4) 人、会社の呼び方	57
(5) 場面による敬語の使い分け	59	(6) 「お(ご)」の使い方	60
4. 接遇用語	61		
(1) 大切な言葉(基本的な接遇用語)	61		
(2) 日常的な接遇用語	62	(3) 場に応じた接遇用語	62
5. 敬意表現	65		
<b>第3章 電話対応</b>	<b>66</b>		
1. 電話対応の大切さ	66		
2. 電話の特性	67		
(1) 声だけ(明るく感じよく)	67	(2) 即事性(即時性)	67
(3) 一方的(かける方が優位)	67	(4) 有料(迅速・簡潔)	68
(5) 記録(メモ→復唱→正確)	68		
3. 電話対応の心構え	68		
(1) 正確	68	(2) 迅速	69
(3) 簡潔	69	(4) 丁寧	69
(5) その他	70		
4. 電話のかけ方	70		
(1) 電話をかけるタイミング	70	(2) 電話をかける前に準備すること	71
(3) 電話のかけ方のポイント	71	(4) 電話のかけ方の実際	72
(5) その他のポイント	73		

5. 電話の受け方	73
(1) 第一声の大切さ	73
(2) 受け方の実際	73
6. 電話会話の基本	75
7. 基本用語	77
8. 多様な電話会話のポイント	78
9. 発声練習と早口言葉	80
10. 電話の伝言メモ	81
11. 留守番電話	81
12. 携帯電話	81
<b>第4章 来客応対</b>	<b>82</b>
1. 接遇とは	82
2. 来客応対	82
(1) 来客応対の心構え	82
(2) 環境整備	83
(3) 来客応対の流れ	84
(4) 接待(茶菓の接待)	86
(5) 面談中の取り次ぎ	89
(6) 見送り	89
(7) 後片づけ	89
3. 他社訪問	89
(1) 訪問	90
(2) アポイントメントについて	92
4. 名刺交換	93
(1) 名刺の受け取り方	93
(2) 名刺の出し方	93
(3) 名刺交換の留意点	94
5. 席次(上座・下座)	95
(1) 上座の条件	95
6. 紹介	96
<b>第5章 ホスピタリティとサービス</b>	<b>97</b>
1. ホスピタリティとサービスの概念	97
(1) 語源からみるホスピタリティとサービス	97
(2) ホスピタリティとサービスの違い	97
(3) ホスピタリティの必要性	98
2. ビジネス実務とホスピタリティ	98
(1) コミュニケーションとホスピタリティ	98
(2) 顧客満足(CS)とホスピタリティ	99
(3) 豊かな関係づくりのために	100
3. クレーム対応	101

- (1) クレーム発生の要因 ..... 101
- (2) クレーム対応の心構えと流れ ..... 102
- (3) クレームをチャンスに変える ..... 103

## 第Ⅲ部 実務の遂行 ..... 105

### 第1章 オフィス管理 ..... 106

- 1. オフィスの役割 ..... 106
  - (1) 働き方とオフィスの変化 ..... 106
  - (2) これからのオフィス ..... 107
- 2. オフィスの環境整備 ..... 107
- 3. オフィス管理 ..... 108
  - (1) 組織のイメージアップのために ..... 108
  - (2) 安心して快適な環境づくりのために ..... 109

### 第2章 時間管理と出張 ..... 111

- 1. 時間管理 ..... 111
  - (1) 予定表の活用 ..... 111
  - (2) 予定表の種類 ..... 111
  - (3) 予定表作成のポイント ..... 114
  - (4) 予定表作成上の注意点 ..... 114
  - (5) パソコンによる予定表作成 ..... 115
- 2. 出張 ..... 115
  - (1) 出張準備 ..... 115
  - (2) 出張後 ..... 116
  - (3) 海外出張 ..... 116

### 第3章 会議・会合 ..... 117

- 1. 会議の基礎知識 ..... 117
  - (1) 会議の目的と種類 ..... 117
  - (2) 会議の形式 ..... 118
  - (3) 株式会社における会議 ..... 119
  - (4) 会議用語 ..... 119
- 2. 会議の運営 ..... 120
  - (1) 会議の事前準備 ..... 120
  - (2) 会議当日の仕事 ..... 122
- 3. 議事録 ..... 123
  - (1) 議事録の役割 ..... 123
  - (2) 議事録の書き方 ..... 123
- 4. 会議に参加する際の心構え ..... 124

5. 会合 .....	125
(1) 会合の種類 .....	125
(2) 会合の運営・会合への参加 .....	125
(3) 国際会議 .....	126
<b>第4章 ビジネス文書</b> .....	<b>128</b>
1. 文書の意義と役割 .....	128
(1) 文書主義とは .....	128
(2) 文書の役割 .....	129
2. 文書の種類と作成上の注意 .....	129
(1) 文書の種類 .....	129
(2) 文書作成の注意点 .....	130
3. ビジネス文書の形式 .....	131
(1) 社外文書 .....	131
(2) 社内文書 .....	134
4. 一般の文書 .....	136
(1) 縦書き文・便せん .....	136
(2) 封筒の書き方 .....	136
(3) 返信はがきの書き方 .....	138
(4) 委任状 .....	138
5. 電子メールの利用 .....	139
6. 文書の工夫 .....	140
(1) 視覚的な工夫 .....	140
(2) 表・グラフを用いた資料作成 .....	141
7. 文書処理・取り扱いに関する知識 .....	141
(1) 文書の取り扱い、手続き .....	141
(2) 郵便の知識 .....	143
(3) 文書の保存年限 .....	144
<b>第5章 情報管理</b> .....	<b>145</b>
1. 情報管理とは .....	145
2. 情報の収集 .....	145
(1) 情報の収集と選択 .....	145
(2) 情報収集上の注意 .....	147
3. 情報の整理・加工 .....	148
(1) 情報の組織化と分類 .....	148
(2) データベース .....	148
4. ファイリング .....	149
(1) ファイリングの目的と方法 .....	149
(2) ファイル用ツール .....	149
(3) 紙の文書のファイリングの種類 .....	150
(4) 名刺情報のファイリング .....	152
(5) 電子ファイリング .....	153
(6) 文書のライフサイクル .....	154
5. 情報の活用 .....	155
(1) 情報の共有と提供 .....	155
(2) 情報の分析と活用 .....	155

- (3) 企画とプレゼンテーション …… 156
- (4) 情報セキュリティと個人情報保護 …… 158

**第6章 慶弔・贈答** …… 160

- 1. 慶弔の知識 …… 160
  - (1) 慶事の種類 …… 160
  - (2) 弔事の種類 …… 161
  - (3) 慶弔業務 …… 161
  - (4) 慶事の心得 …… 162
  - (5) 弔事の心得 …… 163
  - (6) 慶弔行事に必要な知識 …… 166
- 2. 贈答の知識 …… 166
  - (1) 贈答の時期 …… 166
  - (2) 贈答品の贈り方 …… 167
  - (3) 祝儀袋・不祝儀袋 …… 167
  - (4) 水引と熨斗 …… 167
  - (5) 表書き …… 168
  - (6) 袱紗 …… 170
  - (7) 見舞い …… 170
- 3. 国際儀礼(プロトコール) …… 171
  - (1) プレトコールの基本 …… 171
  - (2) パーティー …… 172
  - (3) ドレスコード …… 173

**第7章 企業環境の変化と自己啓発** …… 174

- 1. 企業環境の変化 …… 174
- 2. 企業の能力開発 …… 174
- 3. 労働者個人と自己啓発 …… 175
- 4. 能力開発と問題点 …… 175
- 5. 自己啓発の意義 …… 175
- 6. キャリア形成にかかわる自己啓発 …… 176

- 参考文献 …… 178

# 第 I 部

---

## 信頼される<sup>ビジネスパーソン</sup>職業人を 目指して

「信頼」という言葉を皆さんはどのように受け取られるだろうか。ビジネスにおいて「信頼」という言葉は、重要な意味を持つ。「信頼される」ことで職業人（ビジネスパーソン）として円滑な仕事をするができる。そのためには、まず何よりも正確な仕事をして信頼されることである。「信頼される」という仕事の基本的な考え方は、どんな仕事にも共通していえる。信頼されて仕事を任されるようになると、仕事が面白く好きになり、さらに自己啓発にも努めるようになる。また仕事に対して主体的に熱意をもって一生懸命に取り組む真摯な態度が相手に好感を与え信頼に繋がる。大きな仕事を成し遂げればそれなりの評価を得られるが、信頼はほとんど日常の小さなことの積み重ねの結果である。しかしこうして積み重ねた信頼も、失うのは一瞬である。

第 I 部では、信頼関係を構築することが「なぜ」必要か、「気づく」ことの大切さや皆に信頼され好感を持たれる職業人とはどのような人のことかについて述べる。またどのような心がけや仕事のしかたをすれば信頼を得られるかを考察し、信頼されることの重要性について学ぶ。

## 第1章

## 職業意識

## 1. 学生と社会人の違い

学校を卒業するとほとんどの人が就職する。就職し働くようになると厳しい現実に直面し、学生と社会人の違いを感じるであろう。そのためまず学生と社会人の違いについて理解しておく必要がある。

誰にでもわかる一番の大きな違いは、自分の労働に対する対価としての報酬ではないだろうか。学校では知識や技術を習得するために学費を払って勉強するが、就職すると学校で得た知識や技術を活用して仕事をし、その対価として報酬を得る。つまり学費を払うか報酬を得るかという大きな違いがある。報酬を得るとことは Professional である。Pro というからには、仕事に責任が生じる。このようにまず学生と社会人の違いをはっきりと理解したうえで、次の表 I-1 からさらに違いについて理解を深める。

表 I-1 学生と社会人の違いについて

項目	学生(学校)	社会人(会社)
目的	知識や技術の習得	知識や技術の活用
経済	学費を払う	報酬を得る
時間の使い方	自由度が高い、長期休暇がある	就業時間などで拘束、休暇が取り難い
評価方法	試験、課題、平常点など	業績、実績、人事考課など
人間関係	同年代が多い、友人を選べる	上下関係や社内外と複雑
言葉遣い	友達言葉	敬語、接遇用語、クッション言葉

## 2. 働くとは

人は努力や仕事などを通じて、自分の可能性を実現させる。自己実現のために人はなぜ働くのかという問を、アメリカの心理学者アブラハム・ハロルド・マズロー（Abraham Harold Maslow）は図 I - 1 に示す「欲求の5段階」で低次から高次へと欲求が変わると説明している。

まず人は生きていくためには、①「生理的欲求」として、食べる、寝るなどの生きていくための基本的欲求がある。その欲求が完全に満たされなくてもある程度満たされると次の段階の②「安全の欲求」がでてくる。危険に身をさらされるのではなく、人は安全・安心で健康な生活を望んでいる。この欲求がある程度満たされると次の③「社会的欲求」がでてくる。どこかの集団に所属し、社会活動などを行いたいという欲求である。またこの欲求がある程度満たされると次の④「尊厳の欲求」がでてくる。人から認められたい、尊敬されたいといった欲求である。この欲求がある程度満たされると次の⑤「自己実現の欲求」がでてくるという説である。

人は、このように自分の可能性を実現させるために、低次から高次へと欲求を満たすために努力をしながら次の行動をとろうとする。その努力のための行動が成長を促すのである。その低次から高次への過程において、仕事などを通じて働くことで自己実現のため努力しながら自己を成長させているのである。

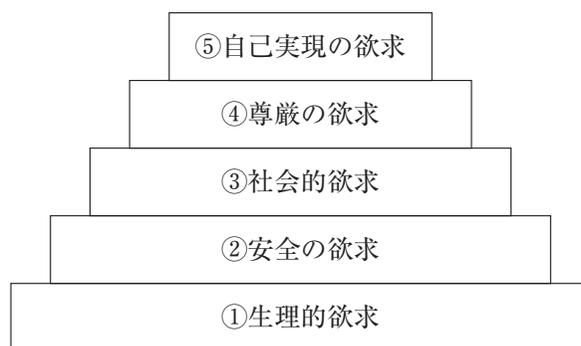


図 I - 1 マズローの欲求5段階

### 3. 仕事と社会貢献

会社の経営資源は、旧来からのヒト、モノ、カネに加えて、近年では情報、ナレッジも言われている。ビジネス実務では、この「ヒト」つまり「人材」に焦点を当てる。「じんざい」というと「人材」だけでなく「人財」「人在」などがある。正確な仕事をして信頼を得ることで、経営資源としてではなく、その会社にとって、なくてはならない財産としての「人財」となる。会社にいてもらわないと困るような存在感のある「人在」である。それにはまず正確な仕事をして皆から「信頼」を得ることが重要である。つまり人材から、その会社にとって「必要とされる」人財になるのである。

原始時代のような自給自足での一人暮らしの生活であれば社会貢献という考え方はないかもしれない。しかしながら、現代社会では一人で全てのことはできない。例えば、日常的に必要な衣類にしても、一人ひとりが全ての物を製造するわけにはいかない。誰かが使う物、誰かが必要としている物があれば、つまり需要があればどこかの会社で製造・販売し、衣類を必要とする人に供給する。

仕事を通しての社会貢献とは、仮に実際に衣類を製造しないで事務作業をしていたとしても、その事務作業を通して皆が必要としている製品づくりに間接的に関わることで社会に貢献しているのである。誰かがしなければならぬ仕事、つまりビジネス実務を遂行し、仕事を通じて社会貢献を行う。

## 第2章

# ビジネス活動について

## 1. 会社とは

会社は、商品を販売し利益を出すことで存続・発展し、持続可能な企業とならなければならない。つまり利潤を追求して企業成長する。例えば、会社が販売している商品には、会社の業種により有形の製品と無形のサービスがある。製造業であればその会社が製造する有形の製品を販売する。ホテル業などのサービス業であれば宿泊が目的の人に部屋の空間を提供することで無形の商品を販売する。その部屋としての無形の空間はサービス業にとっての商品である。こうした商品を販売し、利益を得ながら存続・発展し、企業成長し続けなければならない。

お客が有形の商品を買ったとしよう。その商品の品質や性能が良ければ購買意欲が高まり、その商品を買いつけ、リピーターとなる。買った製品は、有形なので物として残る。しかし、サービス業の場合は、無形のため記憶（心）だけに残ることになる。記憶（心）に残る良い接客をして、リピーターを増やし、存続・発展し企業成長し続ける（図 I-2）。

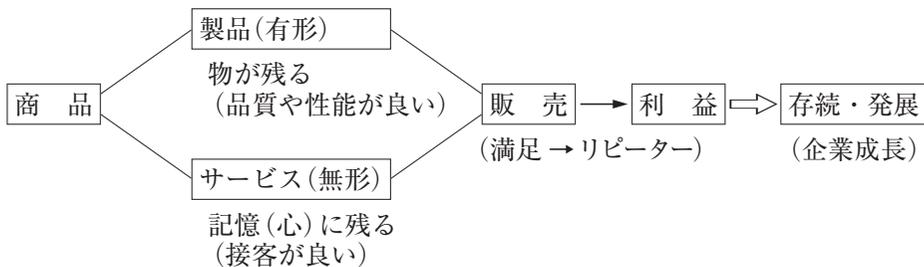


図 I-2 商品と企業成長

## 2. 会社組織

会社は経営目標達成のため、会社の規模にもよるが図 I-3 に示すように組織化されて

いる。会社の中でも、同じようなポジションに対して多様な呼称があるので、階層構造をわかりやすくするために、代表的な呼称だけを示している。

組織は縦(階層化・垂直分業)と横(部門化・水平分業)に分けられ、専門化し、分業体制になっている。会社は、組織の中で機能ごとに縦横に分業化して、効率的に業務を遂行している。また会社法が2005年6月に成立し、同年7月公布、2006年5月に施行された<sup>1</sup>。

### (1) 縦(階層化・垂直分業)の組織は、次の4つの階層構造からなる

- ①経営管理者層 (Top Management)：会社経営の基本方針などを決定する。
- ②中間管理者層 (Middle Management)：経営管理者が決定した方針を実現するために、現場監督者や一般従業員を指揮管理する。
- ③現場監督者層 (Lower Management)：一般従業員である現場を指揮監督する。
- ④一般従業員層：現場監督者のもとで各自が業務を遂行する。

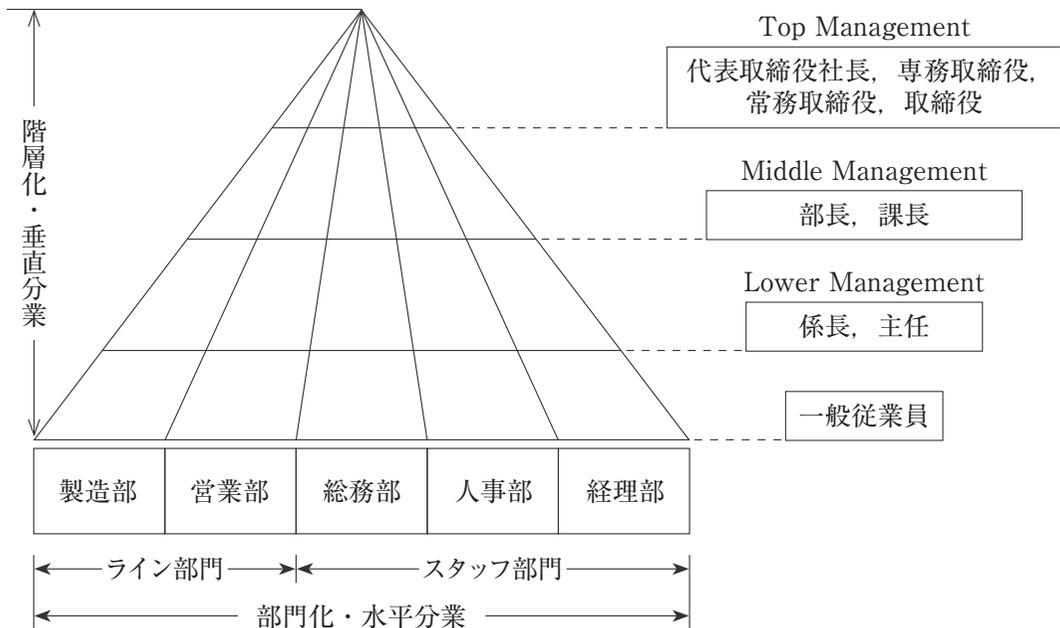


図 I-3 会社の組織

1：株式会社の設立が1円から可能となり起業が容易になった。有限会社の新規設立が廃止された。

なお、Top Management の社長のことを銀行では社長と言わずに「頭取」（とうどり）と呼ぶ。また、米国でCEO（Chief Executive Officer）とは最高経営責任者である。近年は日本国内においてもCEOという呼称を使う企業もある。

## （2）横（部門化・水平分業）の組織は、次の2つの部門からなる

- ①ライン部門：会社の利益に直接繋がり、会社の目標を実現するための製造部や営業部などの部門のこと。
- ②スタッフ部門：利益には直結しないが、ライン部門が効率的に機能できるように支援する総務部や経理部などの部門のこと。

このように組織は縦（階層化）と横（部門化）に分業化され効率的に業務を遂行し、会社の目標・目的を達成する。

## 3. 組織を代表する（会社の顔）

会社という組織は、社員一人ひとりの個の集合体である。社員の一人ひとりが、「組織を代表する」という意識を持つことが大切である。一人ひとりがその「会社の顔」である。社長ではないが、自分がその会社を代表しているという意識をしっかりと持ち、言動に責任を持たなければならない。社員一人ひとりが言葉遣いや立ち居振る舞いなどに責任を持つことである。もし社外の人に対して社員が失礼な言動をとれば、〇〇会社のAさんという個人評価を受けるのではなくて、「〇〇会社の人は」というように会社全体の評価になり、会社の信頼や信用を失墜しかねない。そう考えるとAさんはその会社のイメージ（印象）をつくるイメージメーカーである。特に第一印象となるような身だしなみ、表情（笑顔、アイコンタクト）、動作、態度、言葉遣いなどに注意し、好感を与えることが大切である。

社員一人ひとりの印象が良いと会社全体の評価も良くなるが、反対に印象が悪い社員がいると集合体としての会社のイメージが下がる。詳しくは第Ⅱ部「社員の言動で会社のイメージが決まる」で述べる。すなわち社員一人ひとりが言動に責任をもち、会社を代表しているという意識で社内外の人に感じの良い印象を与えることが大切である。

## 第3章

# 組織の人間関係

## 1. 良好な人間関係の第一歩「挨拶・笑顔・返事」

職場の人間関係が良いと仕事が円滑に進む。そのためには、良好な人間関係を構築することが重要である。その基本的な第一歩が挨拶，笑顔，返事である。

挨拶は、こちらから相手の目を見て明るい笑顔で、積極的に「おはようございます」と言う。相手が気づかないで挨拶を交わしてくれないことがあるかもしれない。しかし、相手が気づかなくてもこちらから積極的に挨拶を行うように心がけよう。

笑顔で挨拶することで、声も明るくなり、笑顔がいわゆる「笑声こゝろこゝろ」となる。例えば、相手の顔が見えない電話対応の時でも、笑顔で話すことで声のトーンが上がり、明るく感じのよい電話対応ができる。このように笑顔と声の明るさは連動している。また、挨拶は視線と視線を合わせアイコンタクトを行い、相手の名前を言うことでさらに親しみも増す。

返事一つにしても、「私はここにいます」というように自分の存在をきちんと示すためにも、相手に聞こえる声で返事をするのが大切である。何か仕事をしていても、上司から呼ばれると直ぐに明るく返事をする。先輩や同僚から呼ばれても同様である。

毎日の生活で職場の人間関係が良いと、職場に行くのも楽しくなる。しかし人間関係が悪いと職場に行くのが億劫になり、仕事楽しくなくなり、仕事の効率も悪くなる。何よりも仕事の効率を上げるためにも、良好な人間関係を構築・維持することは重要である。

## 2. 違いの認識

「人間関係」の説明時に「山月木」の絵を書かせ、隣の人と比較させる。中にはよく似た絵もあるが、ほとんどの人が同じ絵を描かない。さらに絵を描かずに漢字を書く人もいる。例えば、山が一つだったり、連山になったり、月が三日月や満月、木も1本、2本以上、人によっては木に実がなっていたり、額縁に入った絵画のように書いたりする。この

[執筆一覧]

編著者

藤村やよい 久留米信愛短期大学客員教授（前ビジネスキャリア学科教授・就職部長）、  
久留米大学・筑紫女学園大学非常勤講師、  
一般社団法人日本秘書協会理事，日本国際秘書学会常任理事・副会長，  
秘書の会「福岡女性秘書研究会」代表  
2008年日本秘書協会賞受賞  
秘書・社員研修や接遇研修の講師，電話対応コンクールの審査員など  
主著：  
『ビジネスパーソンのためのビジネス実務の基礎』（共著）学文社，  
『現代中小企業経営論』（共著）税務経理協会，  
『ビジネス実務教育のワーク指導の実践事例 40』（共著）西文社，  
『秘書概論—これからの企業秘書・国際秘書へ向けて—』（共著）樹村房，ほか  
担当：第Ⅰ部，第Ⅱ部第3章

---

著者（五十音順）

有馬 恵子 鹿児島女子短期大学教養学科教授  
担当：第Ⅱ部第5章，第Ⅲ部第1章，第3章  
江頭万里子 長崎女子短期大学生生活創造学科特別専任講師  
担当：第Ⅱ部第1章，第Ⅲ部第6章  
木原すみ子 九州龍谷短期大学名誉教授・非常勤講師（前人間コミュニティ学科教授）  
担当：第Ⅲ部第4，5章  
則松真由美 香蘭女子短期大学非常勤講師（前ライフプランニング総合学科准教授）  
担当：第Ⅱ部第2章，第Ⅲ部第7章  
吉野美智子 近畿大学九州短期大学生生活福祉情報科准教授  
担当：第Ⅱ部第4章，第Ⅲ部第2章

# ビジネス実務

—信頼を得ることの大切さ—

平成27年12月25日 初版第1刷発行

令和2年9月17日 初版第4刷発行

検印廃止

編著者© 藤村 やよい

発行者 大塚 栄一

発行所 株式会社 樹村房

〒112-0002

東京都文京区小石川5丁目11番7号

電話 東京 03-3868-7321

FAX 東京 03-6801-5202

<http://www.jusonbo.co.jp/>

振替口座 00190-3-93169

組版・デザイン／BERTH Office

イラスト／大毛里紗 (BERTH Office)

印刷・製本／亜細亜印刷株式会社

ISBN978-4-88367-246-2

乱丁・落丁本はお取り替えいたします。