

スタンスビルディング ケーススタディ 解説資料

名前：



■ 前提

内容を確認した上で、各ケースに回答してください。

太郎 「マスター、同じのもう一杯ちょうだい！」
花子 「ちょっと、太郎。もうやめときな。あんな飲みすぎよ」
太郎 「いいんだって。今日は飲みたいんだよ」
マスター 「お待たせ。太郎くん、今日はちょっとペース速いね。ほどほどにね〜」
太郎 「ありがと、マスター。はあ、いいよな、花子は。来月から新卒の教育担当も任されたんだろ？」
花子 「え、何？ 太郎もやりたかったの？」
太郎 「いや、そういうわけじゃないけどさ……」
花子 「何よ、どうしたのよ。気持ち悪いわね。はっきり言いなさいよ」
太郎 「いや、俺このまま今の会社続けていいのかな〜、って思ってるんだ」
花子 「は？ 何？ 急に。またこっぴどく怒られたの？」
太郎 「ん〜、急にじゃないんだよね〜。前からどうしようって思ってたんだけどさ、花子と同じようなことやってんの、何でか知らないけど俺だけ成果出ないもんね。」
花子 「そんなことないんじゃない？」
太郎 「いや、そうなんだよ。まあ、成果はね、自分がセンスないのか努力が足りないのかなんだろうから、しょうがないと思ってんだけど……」
花子 「だけど？」
太郎 「ん〜、なんかさ、仮に俺と花子が同じことやって失敗もしくは成功したとするだろ？」
花子 「うん」
太郎 「でもさ、なんか怒られ方とかほめられ方が違うと思わない？」
花子 「そうかな〜」
太郎 「いや、そうなんだって。ねえ、マスター」
マスター 「う〜ん、マスターは仕事場での二人を見てないからね〜。でも、こうやっていつも飲んでる姿を見てると二人とも仕事ができそうだし、皆から好かれてそうだけど？」
花子 「ですよ、マスター。太郎が考え過ぎてるだけですよね」
太郎 「いや、一つ一つのことでもそうなんだけどさ、最近色んなところでそういった評価の差というか、印象が違ってると感じるんだよね〜」

太郎さんと花子さんは大手OA機器メーカーに新卒で入社、同じ部署に配属され、営業として日々、既存顧客の対応と新規開拓を行っている。担当エリアこそ違うものの、エリア内の企業数や規模、業界のバラつきなど営業における条件はほぼ同じである。日々営業に取り組み、3年目に突入した。

朝礼でその発表が行われた当日の夜、仕事を終えて二人がよく行くバーに太郎さんが花子さんを誘って飲んでいる。

■用語解説

■OA機器（ケーススタディ前提）

業務を円滑に進めるための情報機器のこと。パソコン、コピー機、プリンタ、FAXなどをOA（Office Automation）機器と呼ぶ

■OJT（ケーススタディ前提）

OJT(On the Job Training)：職場での実務を通じて行う従業員のトレーニングのこと。対して集合研修など、職場を離れて行う研修はOFF-JT（Off the Job Training）という

■電話でのアポイント（ケース2）

未取引企業や過去に接点のあった企業に電話をかけてアポイントを取ること。ニーズの有無が分からない中で、電話をかけるため、基本的に断られることが多い

■複合機（ケース3）

複数の機能を持つOA機器でコピー、プリンター、イメージスキャナ、FAXなどの機能が一つにまとめられている機器を指す

■消耗品（ケース3）

コピー機や複合機で活用するインクやコピー用紙のこと

■受注率（ケース5）

営業活動を行って正式に申込みをされたり、発注を受けることを受注という。営業活動に対する受注数の割合を受注率といい、営業活動10件に対して発注が1件の場合は受注率は10%

■接触回数（ケース5）

お客様と接点を持った回数。例えば挨拶での訪問、定期フォローでの訪問、クレーム対応での訪問と、お客様とコンタクトを取ったものは全て含まれる

■提案回数（ケース5）

お客様に対して、実際に提案を行った回数

■ ケース1：下記の事例を確認の上、設問に回答しましょう

【所要時間：4分間】

- ー 時は、太郎さん、花子さんが新入社員時代にさかのぼる。
入社後、本社研修を終え、現場に配属されて1週目のシーン

先輩社員「いらっしゃいます！」
二人「いってらっしゃい！」

太郎さんはそう考えて、特に何をするでもなく誰かが帰ってくるのをじっと待っていた。

【気になったところ/問題と思うところ/どうすれば良かったのか：回答事例】

- ・太郎さんが何もせず、ぼーっと待っている
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・指示された仕事が終わったら何をすればいいのか、確認しておくといい

【この事例から感じたこと・気付き・学び：回答事例】

- ・自分も太郎さんのようになる気がする
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・何にでもチャレンジする意欲を持つ

■ ケース1：解説

【テーマ：主体性】

■ 設定テーマは【主体性】です。

■ 確認ポイント

1. 経験がないことに対する行動は、想像以上に難しい

このケースを見て、「何らか動くのが当たり前」と感じた人もいるでしょう。では、何故これがわざわざケースとなって出されているのでしょうか？

それは、

。経験がなくて、失敗するのは当たり前、成功するためのトレーニングと考えて、主体的に取り組みましょう。

2. 行動に表さなければ意味がない

主体的に動く気持ちや意識を本当に持っていたとしても、行動しなければ、周囲からは主体性無しと評価されます。動いている姿が見えないので、当然ですよ。行動に移すことこそが大切です。

3. 主体性の有無は、成長の差に直結する

二つの理由で、「主体性」の有無は、成長に影響を及ぼします。

一つには、

からです。

もう一つは、

というこ

とです。

以上、3つのポイントを確認しました。

何事に対しても「主体性」を持って取り組む、そのために、「強い意思を持って行動に移す」ということを実践しましょう。

■ まとめ

【テーマ：自己ブランド】

全ケースを終了して、太郎さんについてどんな印象を持ちましたか。「ダメ社員」「悪い手本」「こうはなりたくない」「もっとがんばる必要がある」「かわいそう」様々な印象があるかと思いますが、良くない印象を持った方が多いのではないのでしょうか。

では、前提のページを今一度確認ください。

太郎さんの台詞に、下記のような内容があります。

あなたは太郎さんと花子さん、どちらがいいですか？どんなブランディングを行っていきますか？

いい自己ブランドを構築できるように、このケーススタディでの気付きや学びを胸に刻んで活躍できるビジネスパーソンを目指してください。