

# 人事担当者に「これ、パクっていいですか？」 と言われた新人研修の必殺ネタ

---

毎年4月～5月初旬あたりには新入社員・新人研修にお邪魔することがあります。と言っても、広い会場で50人・100人を前にして講演をするわけではありません。毎年の新規採用が2人か3人、多くても10人未満という小規模企業、個人経営のお店にしか行きません。

そもそも、大勢の前で一人の大人が60分間話し続ける。新人さんたちは、ひたすら座って聞く側にまわる…ということ自体に、あまり効果が感じられないからでもあります。

ですので、私のやり方は、会社の会議室や事務室、お店の控え室を会場にし、数人の新人さんと近い距離で行います。私が話すだけでなく、相手も“参加”してもらいながら進めていく“双方向”の研修です。なので、内容を覚えてなくても、とにかく黙って座っていればいつか終わる。という感覚ではなく、こ

の研修で“自分は何を身につけたか”が実感できるものになっています。

その中でも、同席している雇い主や上司の方から、「面白い！」

「目から鱗でした！」「実は私も心の中で考えちゃいました。笑」と言われた、評判の良かった部分から、一つご紹介したいと思います。

これは、なにも新人さんだけに限ったことではなく、入社2年目3年目の社員にも効果があります。

ですので、良かったらみなさんの会社やお店でもお話し頂ければと思います。これを経験した社員やスタッフがいるといないでは大きな差が出ます。何より、業績・売上に結果が現れるのです。

研修開始！

佐藤（私）「こんにちは！私は佐藤と申します。～～～では、始めましょう！」

佐藤「まず一つ目のテーマは『自分は何屋さんか？』です。

これがわからないと“何をしたらいいのか？”がわからないですよね？」

新人「？（キョトン）」

佐藤「“ウチは何屋か教えないけど、我が社の商品を買って来い！”って社長さんに言われたら困りませんか？逆に自分は寿司屋だってわかっていれば、“ちょっとは清潔感のある髪型にしよう”“香水は付けないで行こう”とか思いますよね？あるいは、自分は美容師だ！ってわかっていれば、一般人よりちょっと突き抜けたヘアスタイルや髪の色にして「あの人才シャレね！」と思われようと思いますよね？なんとなくそういうことです。」

新人「ああ～。（なんとなくわかるかも）」

佐藤「では、早速、資料の1番最初を見てください。そこに『私は【        屋】です。』という部分がありますよね？そこに自分が何屋さんなのかを鉛筆で書き込んでください。」

新人「はい。（“なんだ、簡単じゃん”という顔で書き込む）」

佐藤「では、答えを教えてくださいね。では右側のあなたから！」

新人(右)「魚屋です。」

新人(中)「魚屋です。」

新人(左)「魚屋です。でも加工品もやるので、加工屋と迷いました。」

佐藤「うんうん。わかりました、〇〇水産さんですから、そうですね。」

佐藤「ところで、なぜボールペンじゃなくて、わざわざ鉛筆で書いてもらったと思います？実はこれから、そこに入る答えが変わるから消しゴムで消せるように鉛筆で書いてもらったんですよ。」

佐藤「さて、皆さんはこの春から“魚屋さん”あるいは“加工品屋さん”になったということですが、本当にそうでしょうか？皆さんのお店で売っているものは何ですか？」

新人「魚。あと魚や貝や海藻の加工品です。」

佐藤「そうですね！では皆さんのお客さんが買っていくものは何ですか？」

新人「やっぱり、魚や加工品の商品です。」

佐藤「そうですね。魚とかですよ？では、そのお客さんが“欲しいと思っているもの”なんですか？言い換えるなら、“何が欲しくて皆さんのお店に入ってくる”と思います？」

新人「魚です。新鮮な魚だと思います。」

佐藤「では、なぜ魚が欲しいんでしょうね？」

新人「食べるため…？」

佐藤「うん。では、なぜ魚を食べたいと思うんでしょう？」

新人「美味しいから」

佐藤「うん。でも他にも美味しいものありますよね？なのになぜ“魚”を？」

新人「健康にいいから。肉ばかりではダメだから。バランスとか…。」

佐藤「おお！ではなぜ“バランスの良い食事を食べたい”と思うのでしょうか？  
なぜ“健康に良いもの”を選ぶのでしょうか？」

新人(右)「病気にならないで、毎日健康で過ごしたいから。」

新人(中)「子供がいる場合は、子供の成長を考えて、バランス良く食べさせたいから。」

新人(左)「私も“健康で過ごすため”だと思います」

佐藤「なるほど！良いですね！皆さんのお客さんは“健康な毎日”や“お子さんの健やかな成長”を求めているわけですね！…でもちょっと変じゃないですか？ 皆さんが売っている商品はなんでしたっけ？」

新人「魚…」

佐藤「お客さんが買って持ち帰るのは？」

新人「魚」

佐藤「でも、お客さんが本当に“欲しい”と思っているのは？」

新人「“健康”や“子供の元気な成長” …… (あれっ?)」

佐藤「なんとなく気づきました？最初、皆さんは“お客さんが欲しいもの”は“魚”だと言っていましたよね？でも、たったの数分のうちに違う答えになりましたね？“健康な毎日”や“お子さんの健やかな成長”だとか…。ん？アレ？ちょっと思い出して欲しいんですけど、そういえば、最初に皆さん“魚”っていう文字をどこかに書いた記憶ないですか？ここで、“魚”という言葉が“健康な毎日”や“お子さんの健やかな成長”という言葉に変化したのですから、皆さんの手元の資料にある“魚”という言葉も変化させないといけませんね！さて、どこに書きましたっけ？」

新人(3人)「あっ！『私は【            屋】です。』のところに書きました！」

佐藤「ですね！“魚”を消しゴムで消して変化させましょう！どうぞ！」

新人（消しゴムで消して、書き直す）

佐藤「はい、では書き直したのを読んでみてください！」

新人(右)「私は【健康な毎日】屋です。」

新人(中)「私は【子供の健やかな成長】屋です。」

新人(左)「私は【健康】屋です。」

佐藤「はい。それが皆さんの“職業”です。」

佐藤「これから、「あなたは何屋さんですか？」と聞かれたら、そのように答えてください！」

新人「はい。(半信半疑な顔)」

佐藤「これで、皆さんは他の人たちより、ワンランクアップしました。これは社会人としても大きな差ですし、商売をする人間としては劇的な差です。例えば今年違う水産会社に入った新人さんは、おそらく自分のことを“魚屋”だと思っています。だから、魚を売ろうとします。しかし、皆さんは“自分は魚屋”ではなく“健康な毎日”を提供する人“お子さんの健やかな成長”をお届けする人だということを知っています。そうすると、自然と“考え方”“とるべき行動”が変わってきます。」

佐藤「例えば、“自分は魚屋だ。魚を売る”と思っている場合、あなたはどんなことを考えて仕事をしますか？」

新人(右)「お店をきれいにする。魚の鮮度が悪くならないようにする。」

新人(中)「新鮮な魚を種類も豊富に取り揃える。」

佐藤「うん。では、“自分は「健康な毎日」を提供するんだ”と思っている場合は、どんなことを考えて仕事しますか？」

新人(左)「魚の成分、カルシウムとか…、そういうのがどういう風に体に良いか？とか、どの魚にどの成分が多く入っているとか。」

佐藤「いいですね！では、“自分は「お子さんの健やかな成長」を提供したい”って思っている場合は、どんなことを考えますか？」

新人(右)「中学生なのか？小学生なのか？とか男女の違いなどで、どんな栄養分がどれぐらい必要なのか？ということ。」

佐藤「なるほど。『お母さん、イワシに入っている〇〇って成分は、学習に必要な集中力をホニャララ』とか『成長期に必要なカルシウム量は〇〇と言われてます。イワシのカルシウム量は〇〇の5倍もあります』とか、そういうことをお知らせする感じだね？」

佐藤「じゃあ、“魚を食べさせたいけど、うちの子は魚が苦手だから”というお母さんがいたとしたら、どうします？」

新人(中)「魚の嫌いな子でも食べられる料理方法とかを教えたり…。」

佐藤「ほら！自分が本当は“何屋さん”なのかがわかると、こんなにも違ってくるんですよ。昨日まで“お客さんにこんなことをしてあげるのが自分の仕事だ”なんて思ってたか？」

佐藤「では、もう一つ。皆さんのお店の魚や加工品など“お家で食べる”以外にも別な使われ方をすることはありませんか？」

新人「贈り物とか。お歳暮とかお土産とか。」

佐藤「いいですね！すると、今度は皆さんは“ギフト屋さん”になりますね？  
ここでもさっきと同じように考えてみましょうか？“ギフト屋”じゃなくて…？」

\* ここでこれまでの流れにあったことをやってみて・・・。

中略

佐藤「ですね！ギフト屋ではなく、“家族で【めったに食べられない、海の近く  
ならではの新鮮海産物】を楽しんでもらい、『ありがとう、おいしかったよ』と  
喜んでもらう屋さん”ですね！ちょっと長いですけど。笑」

佐藤「でも、遠くの親戚に海産物を送りたいけど、なにをどれぐらい送ったら  
いいかわからない・わかりにくい。というお客さんがいたとしたらどうします？」

新人「送り先の家族構成を聞いてアドバイスしたり、“5人家族セット”とか“一  
人暮らしの人セット”というセットの商品を作ったりするといいかと思います。」

佐藤「すばらしい！セット商品ね！じゃあ、実は私はホタテ好きなんですけど、  
ホタテを開ける時って、手をケガしそうで怖いんですよ、そんな私にホタテを  
送りたい場合はどんなことを考えてくれますか？」

新人「ホタテのむき方の説明書を入れたり、あと軍手も一緒にセットにする  
か…」

佐藤「それは親切だね！良いですよ！では、私が友達にお歳暮を贈るとします。  
それで、私は恩着せがましいので、『ありがとう！本当にありがとう！おいしか  
ったよ！』とお礼を言ってもらいたくて仕方ないんです(笑)。お礼を言われると  
嬉しいからお歳暮を贈る。そんな私のためにどんなことを考えてくれますか？」

新人「海産物と一緒に、『このセットは佐藤さんがあなたのために一所懸命を選んで詰め合わせにしたオンリーワンのセットです。皆さんで美味しく食べたら、佐藤さんに、このハガキで感想を教えてあげてくださいね！〇〇水産の\*\*（名前）からのお願いです』というカードを入れたり、佐藤さんからのメッセージカードと一緒に入れるのもいいかもしれません。」

佐藤「最高です！もう毎年〇〇水産さんからお歳暮を買っちゃいますよ！笑」

佐藤「はっきり言って、今、この短時間で皆さんが出した答えやアイデアは、ついこの前まで高校生だった新人さんが考えたものとは思えないほどすごいです。」

新人さん「(ニッコリ)」

佐藤「“俺は魚屋だから魚を売ればいい”と思っているのと、“お客さんは何が欲しくてうちのお店に来るんだろう？”“うちのお店のお客さんはどんな人なんだろう”と考えることができる人では、天と地の違いがあります。」

・・・というような感じで進めて行きます。全部書いてしまうと、とんでもなく長いものになってしまうので、この辺で終わりにしますが、だいたいこのような雰囲気で行っていきます。ですので、参加している新人さんも「受け身」で聞いているだけでなく「参加して・考えて・成長して」と身を持って体験するので飽きないんですね、これが。笑

これの補足説明をもう少ししてみましよう。



そもそも、この「自分は何屋か？」の問いは、最初は新人さんを対象にしていたものではなく、広告や宣伝をするにあたり、“お客さんが本当に欲しいものは何か？”を知ることが重要であり、商品やサービス自体を宣伝するのではなく、“それによってお客さんにどんな得があるのか？(ベネフィット)”を伝えなければならない。という話の一部として話していたものです。

単純な例えで言うと、スポーツジムは「うちのメニューは\*\*\*\*です！」「うちのマシンは\*\*\*\*です！」「うちのインストラクターは\*\*\*\*です！」と叫ぶより、「痩せますよ！」と言ったほうがお客さんは反応する。というわけです。

つまり、商品やサービスのことを知るよりも、それにお金を払うのはお客さんですから、“お客さん”のことを第一に知りましょう！という教えです。(商品

やサービスについて知っているのは当然ですし)

繰り返しになりますが、お客さんが欲しいと思うものを提供できれば、他の同業者と差がつくのは当然です。よく「差別化だ！」とって同業他社との競争に勝とうとする人もいますが、私は差別化なんて気にしなくて良いと思っています。スタッフが自分は「何屋か？」を知っていれば、前述の魚屋のように「魚を売っている魚屋」ではなく、「お子さんの健やかな成長屋さん」になり「魚嫌いの子でも喜んで食べるメニュー」を提供するお店に変わります。これだけで、他の“単なる魚屋”とは一線を画しますよね？これを「独自化」と言います。他店を意識して「差別化」するよりも、大切なお客様を意識した「独自化」の方がお客さんに響きます。

だって、、「差別化」は他店を意識した自社のためのもの。「独自化」はお客様のためのものな

のですから当然ですよ！これが理由の一つです。

そして、なぜ新人研修で取り入れたのかというと、これも単純。“即戦力”を作るためです。「俺は魚屋だ。魚を売るのが仕事だ」という新人さんは「毎日、魚を売る」という仕事に段々飽きを感じ、いずれ退社してしまいます。

しかし、「自分は“お子さんの健やかな成長”を売っているんだ」と思えば、やるべきことはたくさん思いつきます。メニューやレシピを考えたり、生産者や生産地のことを調べたり、年代や性別に合わせた栄養の摂り方を調べて教えたり、やるべきことがどんどん出てきます。

自分が成長すれば、そのレベルも上がって行き、結局のところそれは“お客さんのため”になるわけです。そういう仕事をしていけば、「仕事がつまらない」という気持ちにはなりにくいですし、やりがいも感じます。

他のお店の新人や二年目社員が「指示待ち」から脱却できて

いない中で、あなたのお店の新人さんは「お客さんのための何ができるか？」を知っていて、考えることができる人材になっているのです。そのためのスタートダッシュの意味で、新人研修の最初のテーマをこれにしているわけです。