

IT活用など生産性アップの仕事術 ～生産性を高め、業績を高め、自由時間を手にしよう～



先生ビジネス®プロデューサー 五十嵐和也
志師塾

※「先生業」「先生ビジネス」は、志師塾を運営する(株)エクスウィルパートナーズの登録商標です。

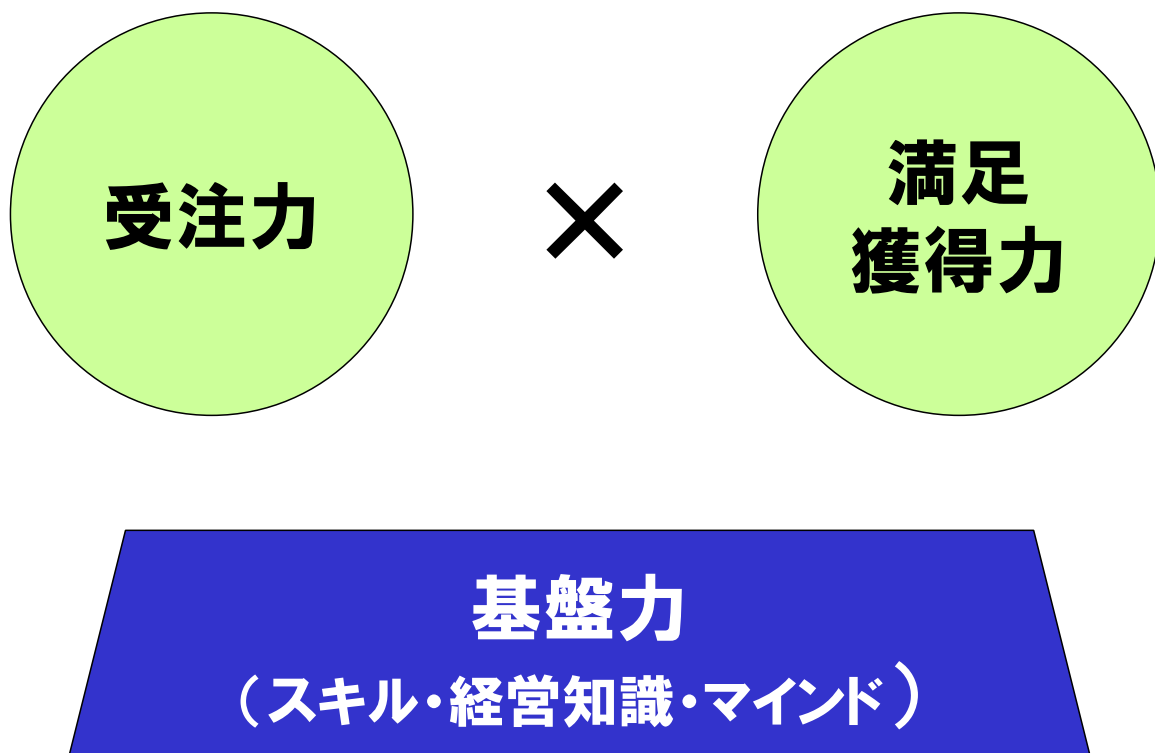


パーキンソンの法則

仕事の量は、完成のために与えられた時間を
すべて満たすまで膨張する

納期の力

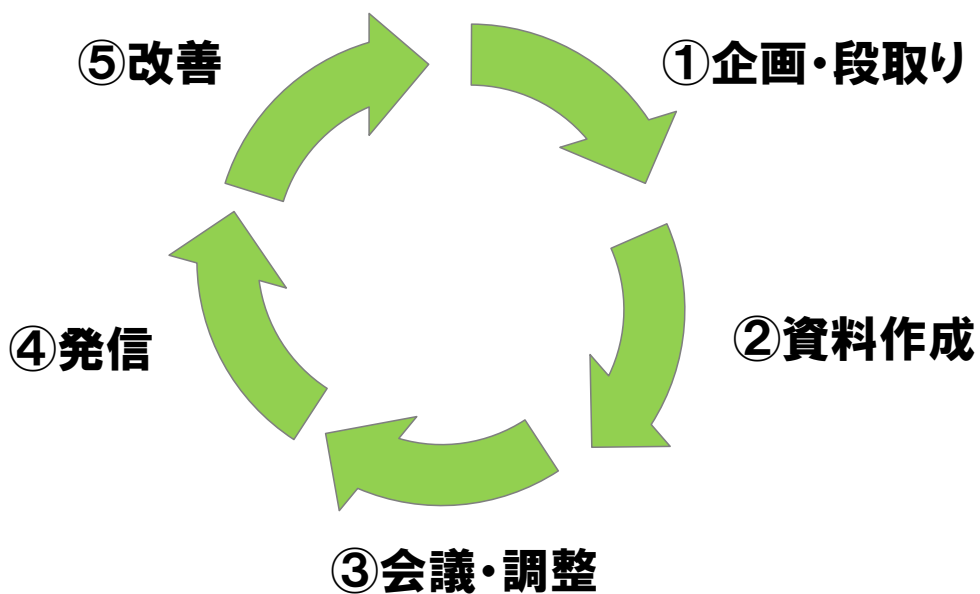
- ◆この資料をつくるのに徹夜しました！（30分で終わる内容）
- ◆自己棚卸1000字書くのに、1時間ほど掛ったんです。
- ◆この動画を編集するのに2時間が必要でした。（本来、0時間）
- ◆SNSを投稿する時間が取れません！（日々、マンガ読んでいる）
- ◆この企画、面白そうでしょ～（思いついては止めるを繰り返し）
- ◆このメルマガ書くのに2日掛ったんです（30分で99%書き直し）
- ◆いきなり神様が降ってくる。（3日議論した内容が無しに）
- ◆会議で、準備無しに、思いついたことを話す。時間無制限で・・・。



ビジネススキル

×

ITツール



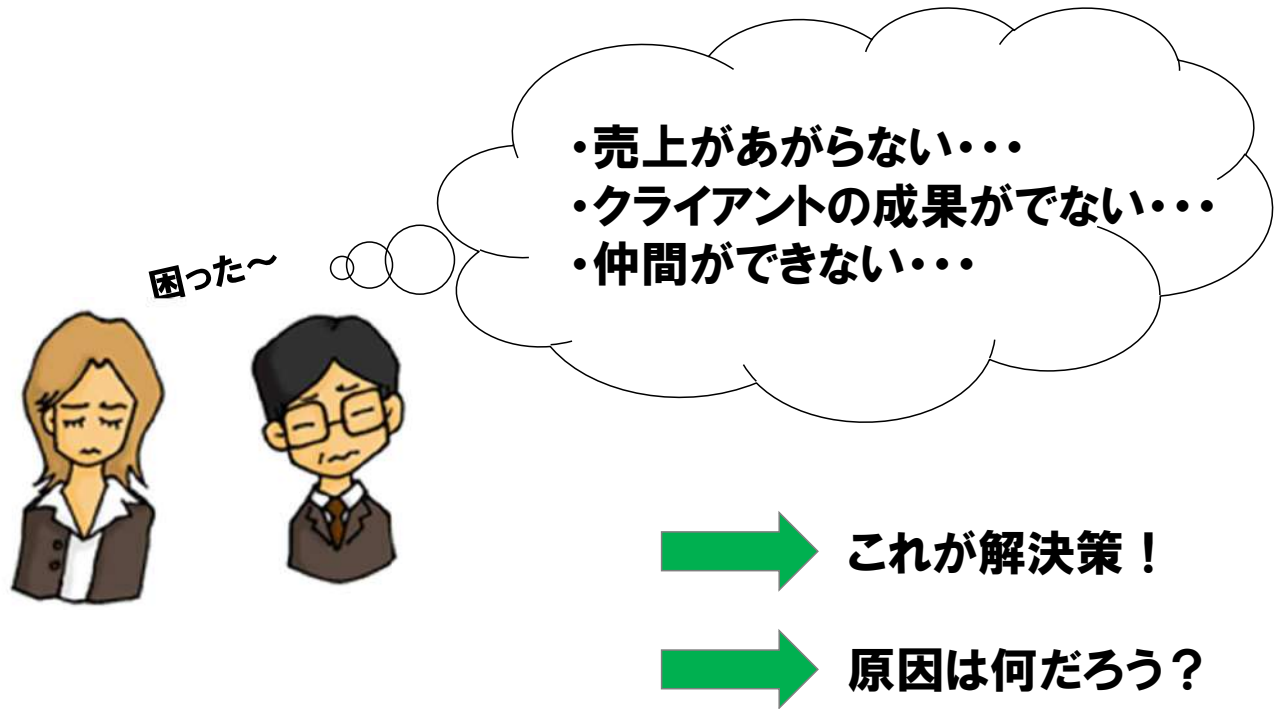
シーン	ビジネススキル	ITツール
①企画・段取り	・ロジカルシンキング ・マインドマップ ・リサーチ	・Xmind ・Google Analytics、Ubersuggest、Search Console、ミエルカ
②資料作成	・ドキュメンテーション	・PPT、Word、イラストAC/写真AC
③会議・調整	・プレゼンテーション ・ファシリテーション ・ネゴシエーション	・Googleカレンダー ・Zoom/Teams ・Dropbox/AUN ・Googleスプレッドシート
④発信	・ライティング	・Facebook、Instagram、Twitter ・Bandicam、YouTube、Powerdirector ・エキスパ、アスメル、Satori ・Wordpress、FFFTP
⑤改善	・PDCA	・Excel
⑥共通・その他		・秀丸/Becky ・MoneyForward ・ショートカット、タイピング(寿司打)

◆左脳は論理・理性を、右脳は感情・感性を、つかさどっている。



デキる先生は、「右脳と左脳の往復運動」が得意。

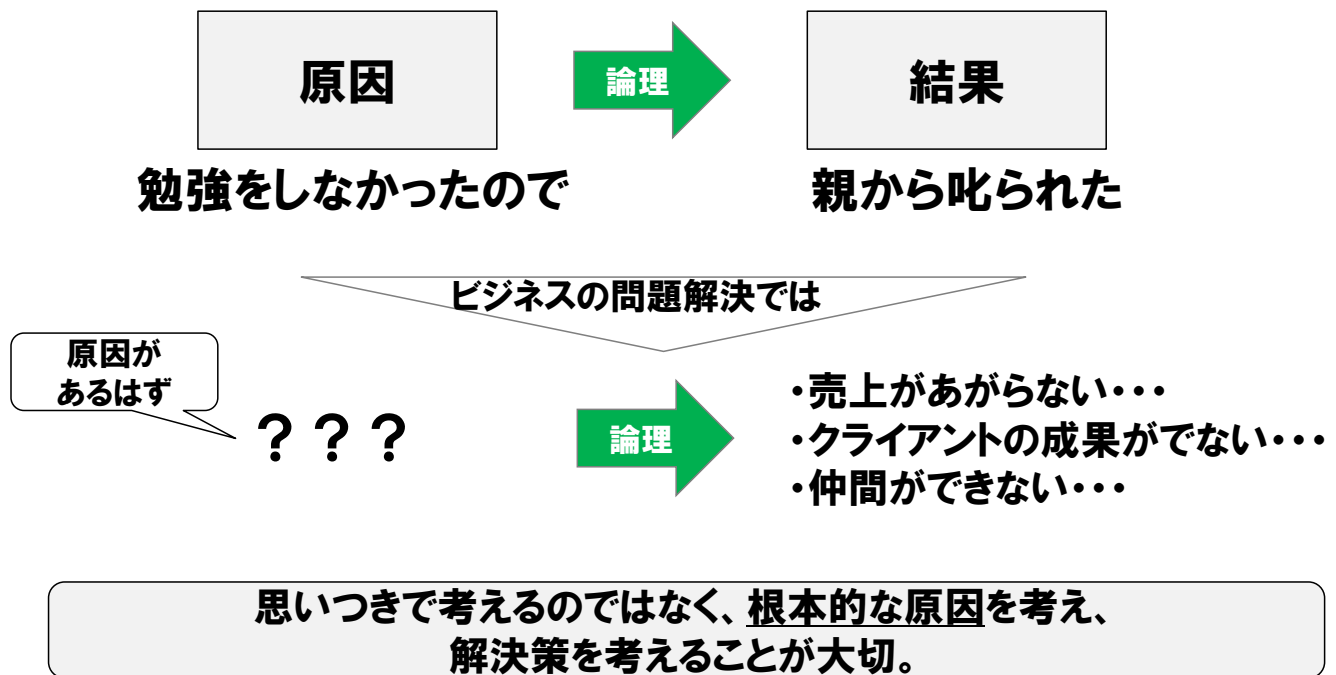
◆問題の解決を、どのように考えているか？



1. 思いついたことを、そのまま話してしまう癖がある。
2. 「話が飛躍する」、と言われることがある。
3. 「話がわかりにくい」と、と言われることがある。
4. 「なぜ？」と聞かれると、返答に困ることが多い。
5. 「この観点では？」と、検討の抜け漏れを突っ込まれがちである。
6. 0からの仕事だと、どこから手をつけてよいかわからない。
7. アイデアは良くても、それ以上の具体的な段階まで進まない。
8. 感情的に反応してしまいがちである。
9. 重要なことを、最後に言う傾向がある。

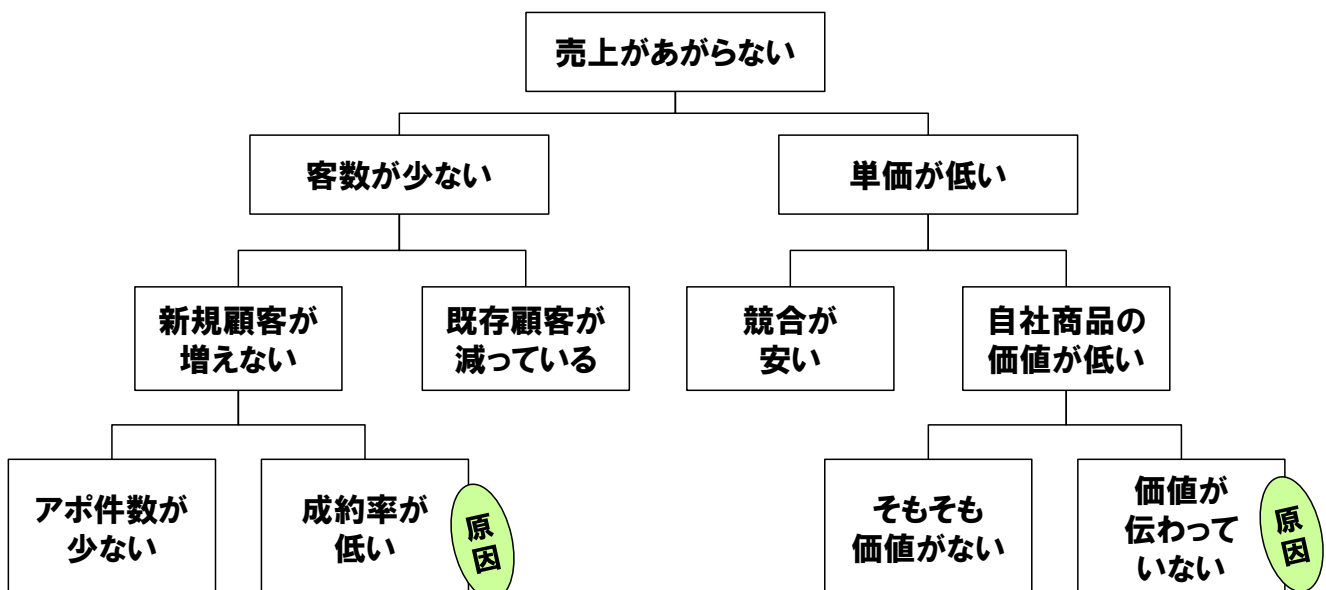
あなたは、何個該当しますか？

- ◆情報を決められた枠組みにしたがって、論理的に整理・分析する思考法のこと。
(経験や勘で考えるのではない)



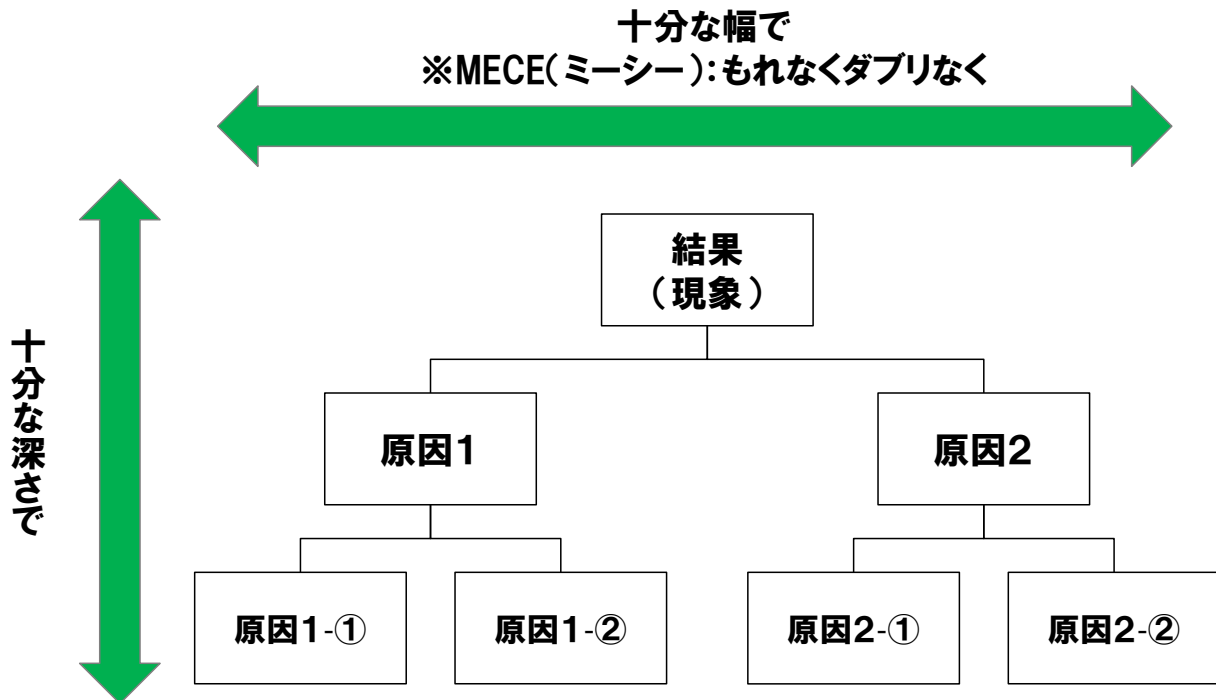
- ◆分析とは、分けて考えること。そのツールとして、「ロジックツリー」がある。

【売上があがらない原因分析の例】



常に、頭の中にロジックツリーを作ること

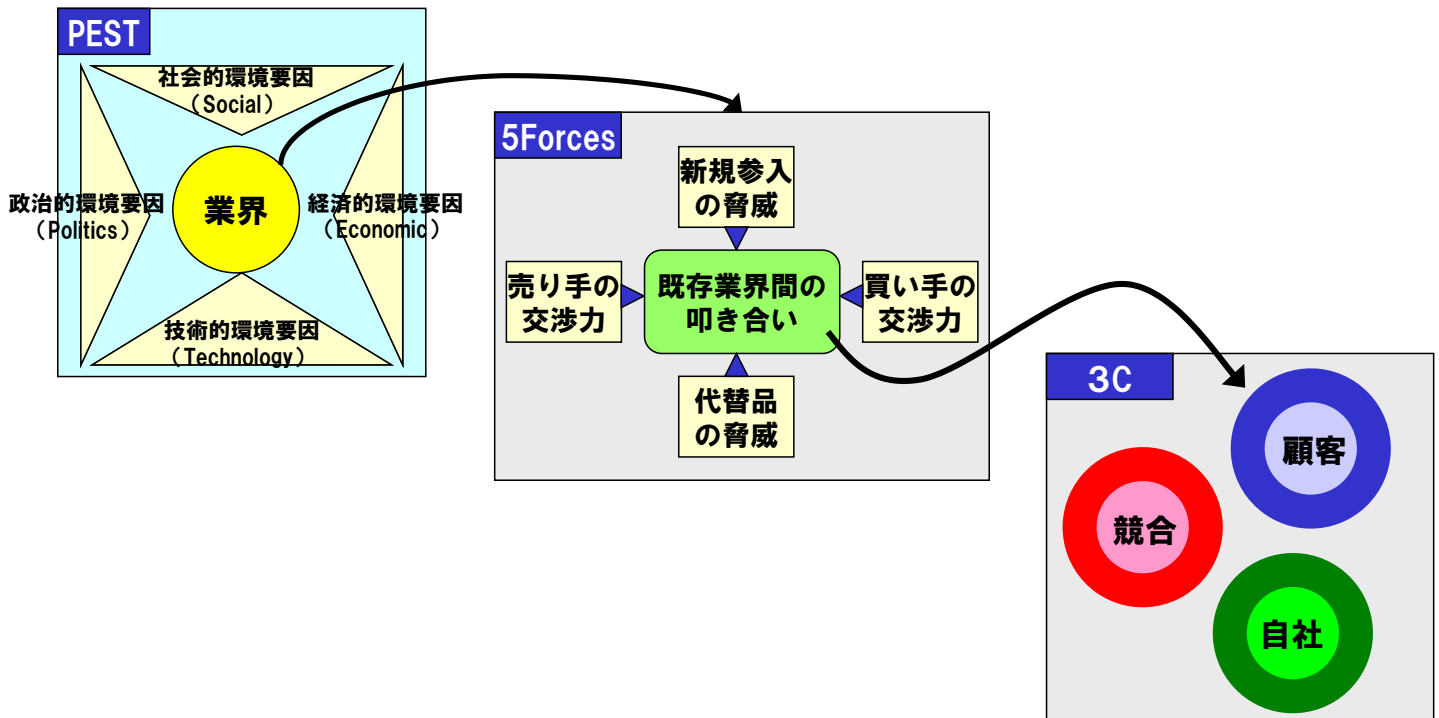
- ◆問題解決などでロジックツリーを使う際には、十分な幅と深さで、検討することが重要。



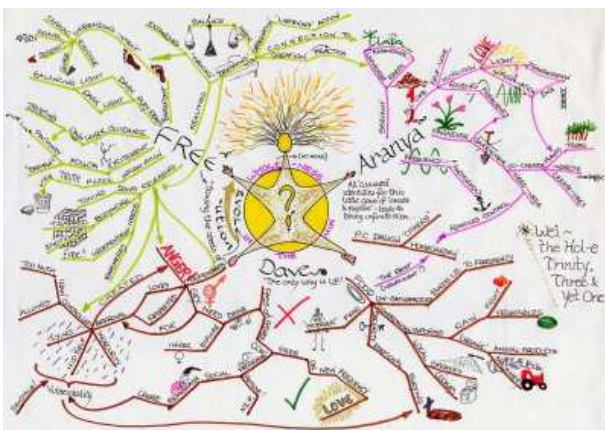
- ◆「これはMECE？」と、常に自問自答する癖をつけておくこと。

MECEタイプ	イメージ	具体例
数式	全体 $\boxed{A} \times \boxed{B} \times \boxed{C}$ + + +	•売上＝客数×単価 •0才代、10才代…100才代
対称	全体 $\boxed{A} \Leftrightarrow \boxed{B}$	•質 ⇔ 量 •〇〇業界⇔〇〇業界以外
プロセス	全体 $\boxed{A} \Rightarrow \boxed{B} \Rightarrow \boxed{C}$	•開発⇒生産⇒販売 •過去⇒現在⇒未来
フレームワーク	全体 $\boxed{A}、\boxed{B}、\boxed{C}$	•3C •4P •QCD

- ◆過去の経験から、MECEが担保されている考え方を、フレームワークと言う。



- ◆マインドマップは、人間の自然な思考プロセスを反映したノート法。
- ◆いくつかのガイドラインがあるが、あまりこだわらず、発想を広げる際に活用している。

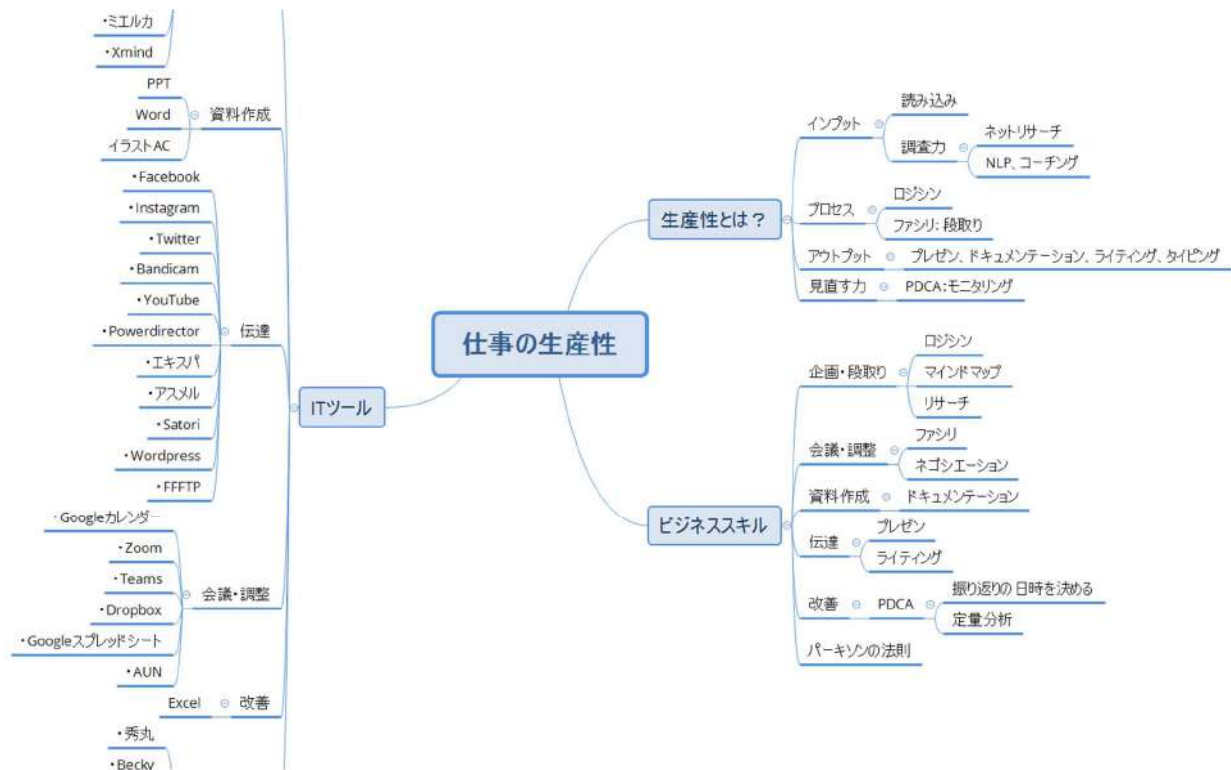


手描きのマインドマップの例



マインドマップのガイドライン
についてのマインドマップ

◆マインドマップのツール、無料で利用可能。



リサーチは、常に行う！

志師塾 調査手法

—成功する先生業が学ぶ—

動画

◆頭の中で妄想しすぎないこと。必ず調べる。

- 》ライバルのホームページ
- 》書籍
- 》QAサイト（Yahoo知恵袋など）
- 》統計調査
- 》Googleツール
- 》ヒアリング
- 》アンケート

検索



Ubersuggest

行動



Google Analytics



Search Console



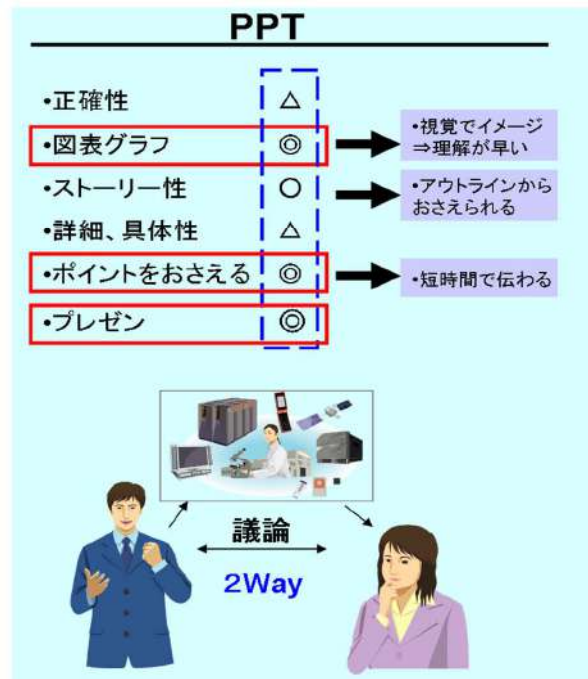
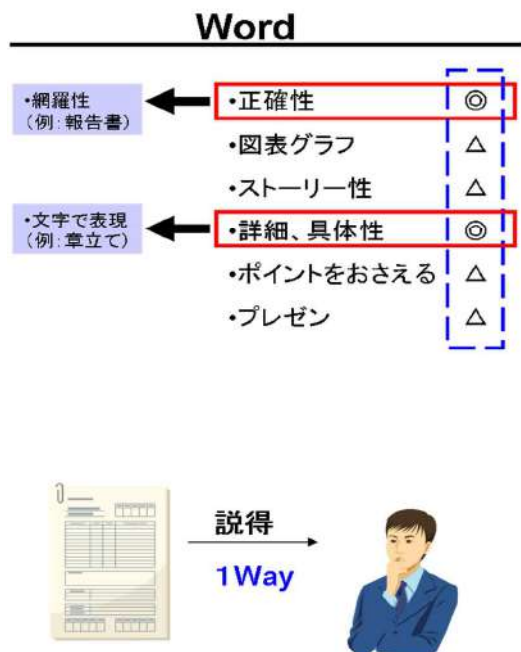
ミエルカ

Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

18

PowerPoint資料の特性

◆Word(ワードプロ)と比べ、PowerPointはプレゼンテーションに優れている。



◆タイトルとメッセージを先に決めて、ストーリーラインを作り上げる。

ExWill Partners パワーポイント資料作成の目的

- ◆プレゼンテーションでは、「見てわかる」パワーポイント資料を作成する
- ◆「見てわかる」パワーポイント資料とは、以下の4つのポイントを押さえる

ExWill Partners チャートの作り方

- ◆チャートは「オブジェクト」と「レイアウト」の2つに分けて考える。

ExWill Partners パワーポイントの基本構成

- ◆パワーポイントの資料の基本構成は、表題、メッセージ、チャート

ExWill Partners 3種類のオブジェクト

- ◆オブジェクトはグラフ、図、テキストの3つに大別される。

ExWill Partners Point① 表題・メッセージ・チャート

- ◆訴えたいことを正確に伝えるために、表題、メッセ

ExWill Partners 4種類のレイアウト

- ◆レイアウトは「連関図」「フロー図」「樹形図」「テーブル図」に大別される。

Copyright ExWill Partners co.,Ltd. All Rights Reserved.

Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

20

質問：何が違うのでしょうか？

ExWill Partners Point④ 情報の絞込み

- ◆不要な情報を削除し、最も重要な情報を伝えることで、注意を惹きつける。
 - 必要以上に色や図形を用いると、情報の意味合いがわからない。
 - 必要な情報を「選択」し、不要な情報を「削除」することで、読み手は理解しやすくなる。

悪い例 - どこを言いたいのが不明な例 -

良い例 - 本心に注目すべき事実を明示している例 -

ExWill Partners 左脳と右脳のバランスを大切に

前

左脳

論理的
数学的
意識的
理性

右脳

創造性
イメージ
直感的
感性

後

大切なのは、使い分け

Copyright ExWill Partners co.,Ltd. All Rights Reserved.

Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

21

聞く用か、読む用か

2. 資料作成

◆パワーポイント資料作成の目的

- 》プレゼンテーションでは、「見てわかる」パワーポイント資料を作成すること。
- 》「見てわかる」パワーポイント資料とは、以下の4つのポイントを押さえる。

Point① タイトル・メッセージ・チャートの整合性

- 正確に伝えるために、タイトル・メッセージ・チャートの整合性をとる

Point② 1チャート1メッセージ

- 1チャートに1メッセージとすることで、訴えるポイントを明確にする

Point③ ポイントの明確化

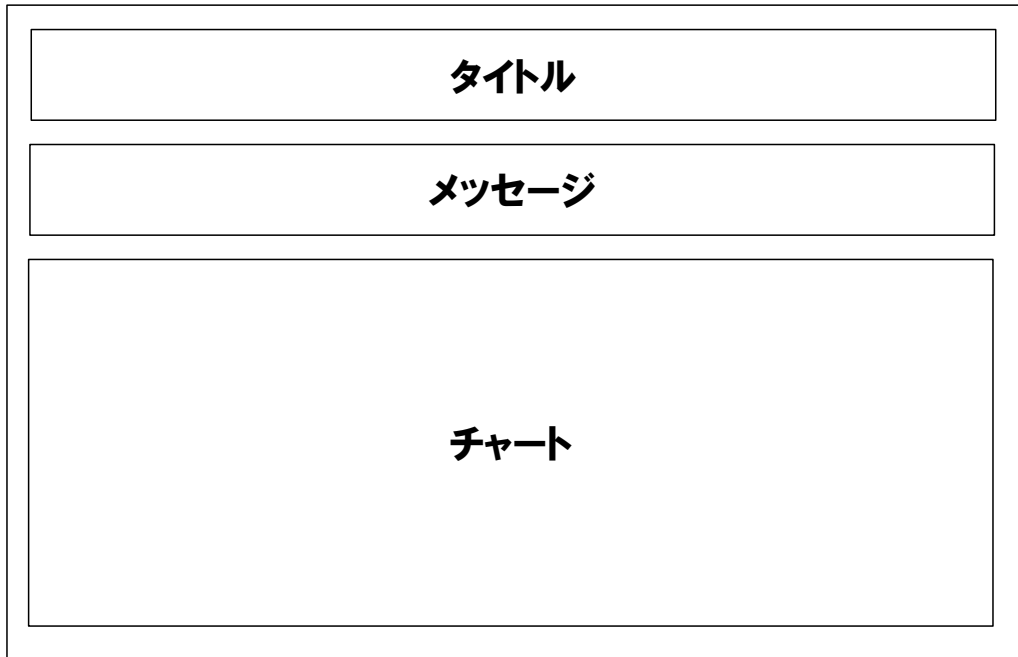
- チャート中にポイントを明記することで、メッセージを読み手に伝えやすくする

Point④ 情報の絞込み

- 不要な情報を削除し、最も重要な情報を読み手に伝えることで、読み手の注意を惹きつける

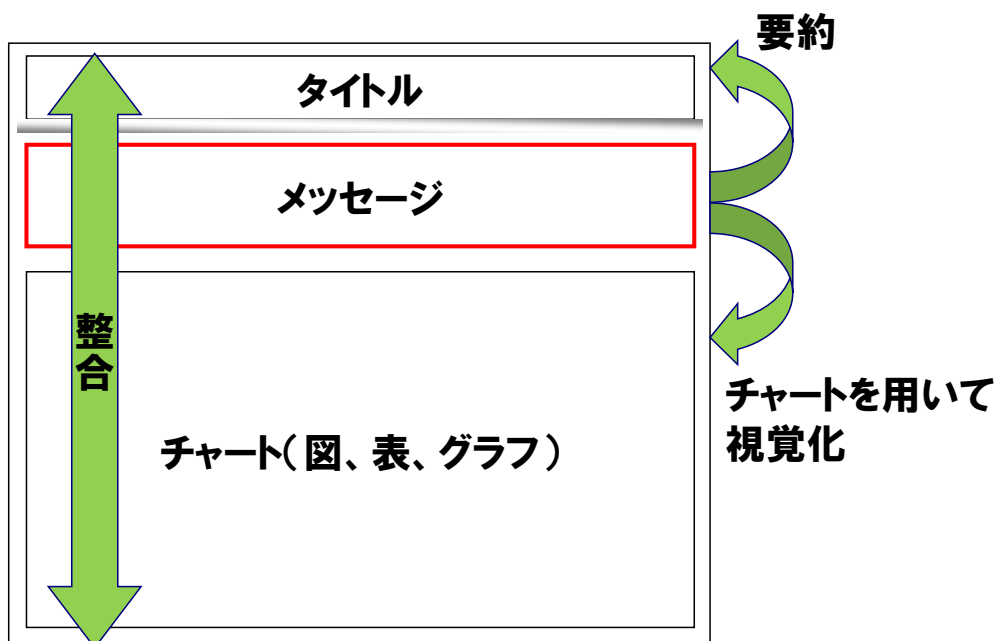
- ◆パワーポイントの資料の基本構成は、タイトル、メッセージ、チャートから成る。

パワーポイントのスライド構成の原則



Point① タイトル・メッセージ・チャートの整合性

- ◆正確に伝えるために、タイトル、メッセージ、チャートの整合性をとる。



◆チャートは「オブジェクト」と「レイアウト」の2つに分けて考える。

》オブジェクト

□ グラフ、イラスト、テキスト（これ以上、細分化できない単位の「図形」）

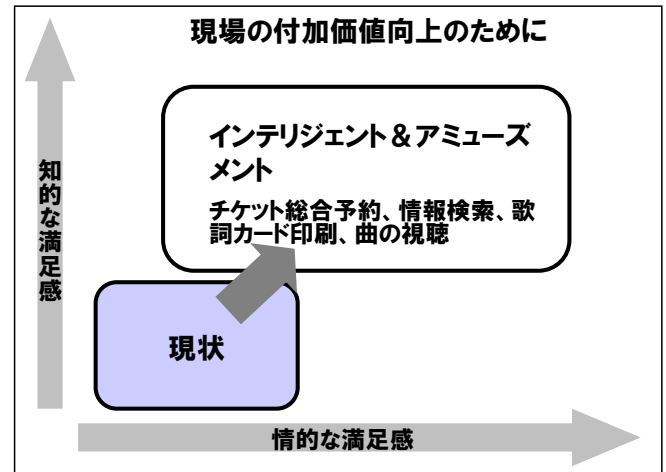
》レイアウト

□ オブジェクトの並べ方

文字で表現

「売場の付加価値を向上させるためには、二方向で顧客の満足度を高める必要がある。一つ目は知的な満足度であり、もう一つは情的な満足度である。たとえば、知的な満足度とは、売場のインテリジェント化という意味であり、たとえばチケットの予約やさまざまな情報の検索ができるようになるという意味である。また、情的な満足度とはアミューズメント化という意味であり、たとえば歌詞カードの印刷や曲の視聴ができるようになるということだ。これらの双方向の満足度が高まることで、現状と比較して、売場の付加価値は大きく向上すると考えられる。

チャートで表現

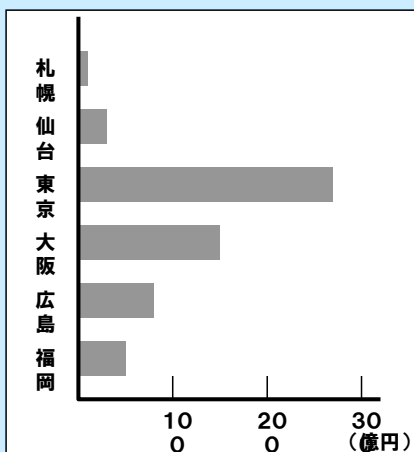


3種類のオブジェクト

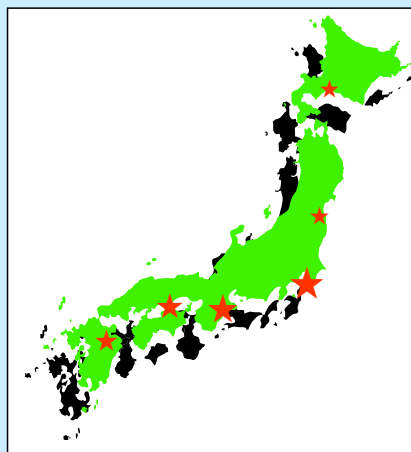
◆オブジェクトはグラフ、図、テキストの3つに大別される。

- 》グラフ： 定量情報や数値などを可視化し、一目で情報を掴める。（但し、曖昧）
- 》図： 読み手にイメージを直感的に伝えることができる。（但し、曖昧）
- 》テキスト： 文脈、背景等を具体的に表せる。（但し、一目で情報は掴みにくい）

<グラフ>



<図>



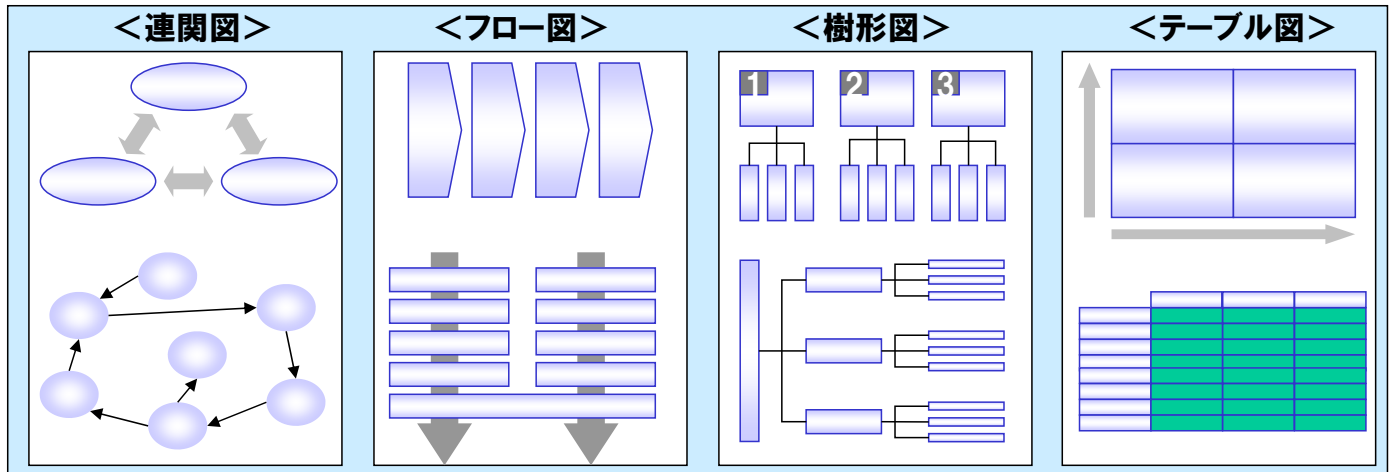
<テキスト>

国内拠点と売上高

札幌	12億円
仙台	26億円
東京	240億円
大阪	117億円
広島	53億円
福岡	41億円

◆レイアウトは「連関図」「フロー図」「樹形図」「テーブル図」に大別される。

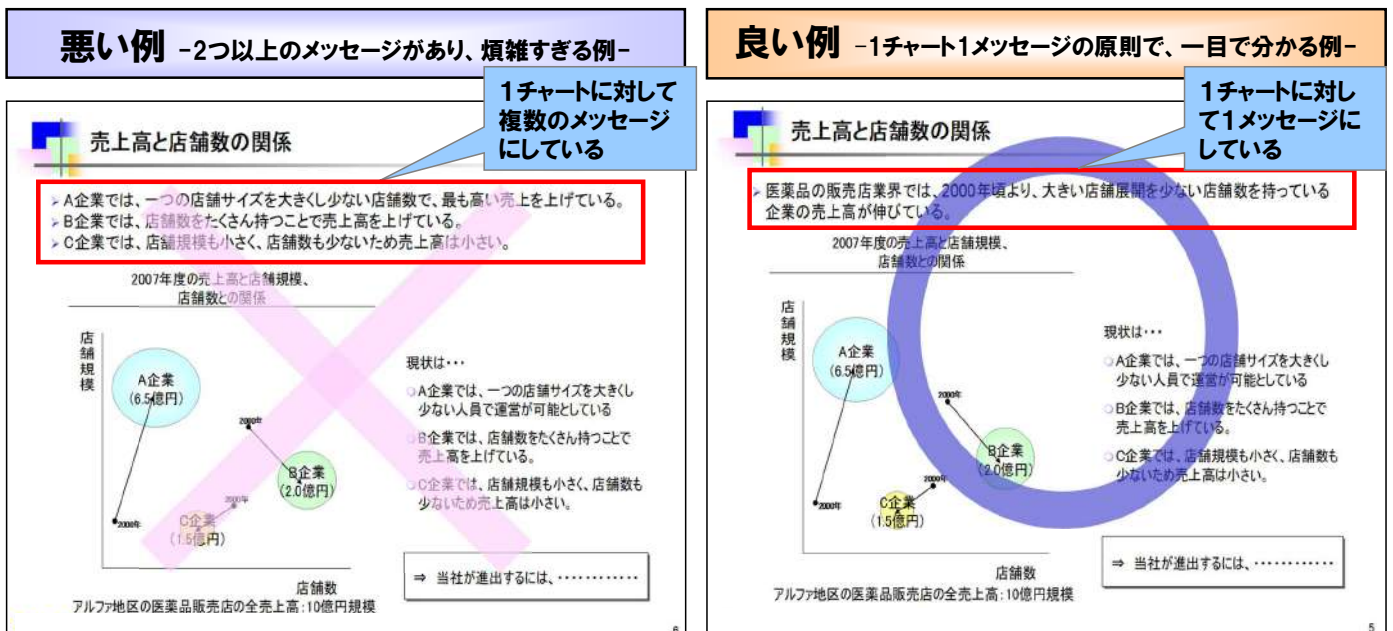
- 》連関図： 物事の相対的な関係(因果、相関等)を表すのに用いる。
- 》フロー図： ある事象の流れを表すのに用いる。
- 》樹形図： 論理構成を表すのに用いる。
- 》テーブル図： 物事を同一の基準で整理・分類するのに用いる。



Point② 1チャート1メッセージ

◆1チャート1メッセージにすることで、訴えるポイントを明確にする。

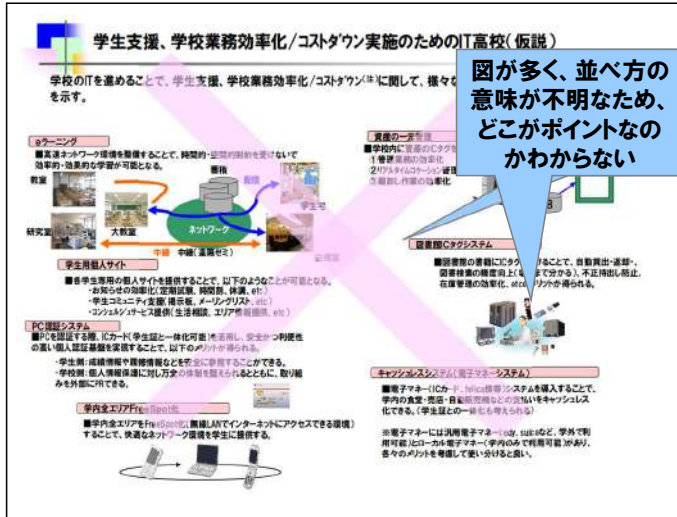
- 》1つのチャート(=図・表・グラフの入る領域)に複数のメッセージや余計な情報を詰め込みすぎるとは、読み手を混乱させるだけである。



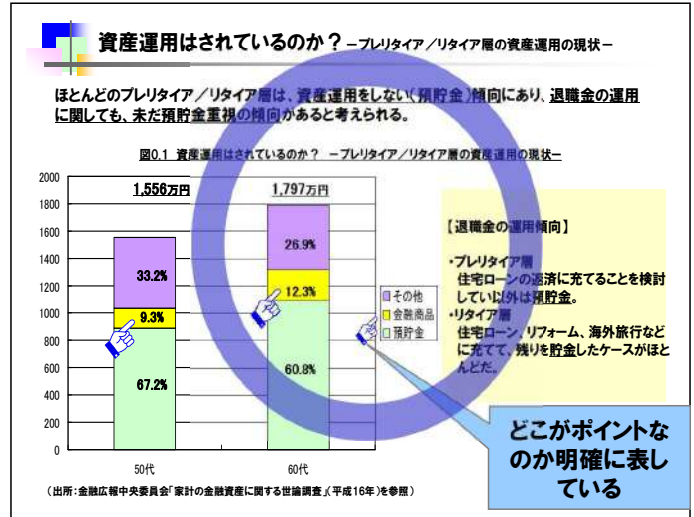
Point③ ポイントの明確化

- ◆チャート中にポイントを明記することで、訴えたいメッセージを伝えやすくする。
 - 》煩雑なチャートをスライドに載せるとポイントが不明確になる。
 - 》一目でわかるようにポイントを明記することで、訴えたいポイントが読み手に伝わりやすくなる。

悪い例 -チャートに凝りすぎ、ポイントが不明確な例-



良い例 -目に飛び込むようなポイントが明示された例-



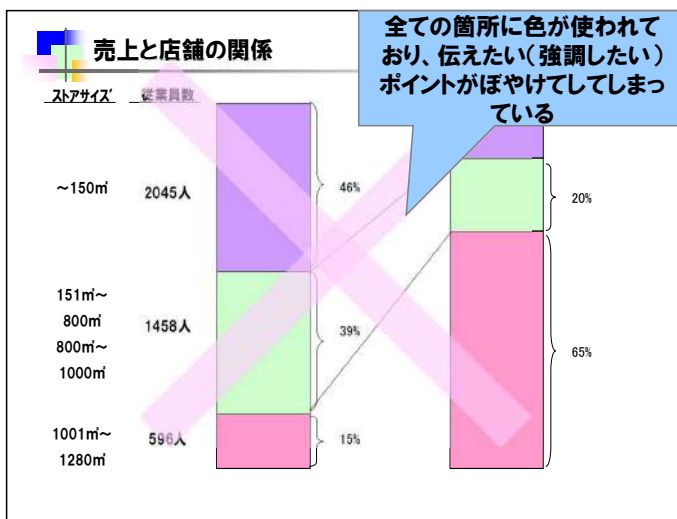
Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

30

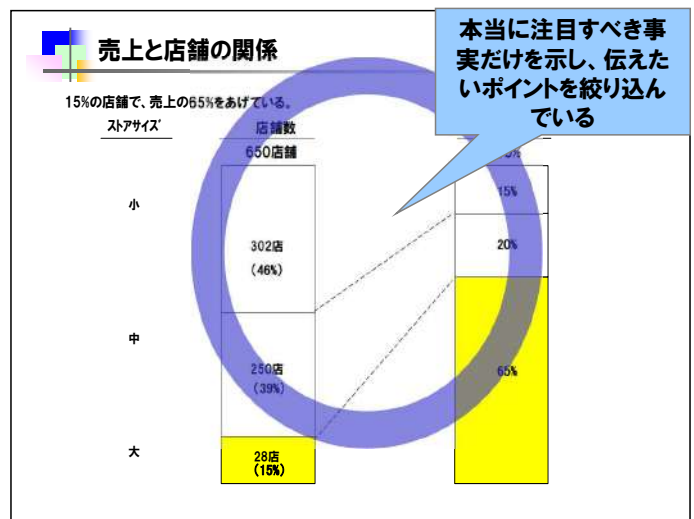
Point④ 情報の絞込み

- ◆不要な情報を削除し、最も重要な情報を伝えることで、注意を惹きつける。
 - 》必要以上に色や図形を用いると、情報の意味合いがわからない。
 - 》必要な情報を『選択』し、不要な情報を『削除』することで、読み手は理解しやすくなる。

悪い例 -どこを言いたいのが不明な例-



良い例 -本当に注目すべき事実を明示している例-

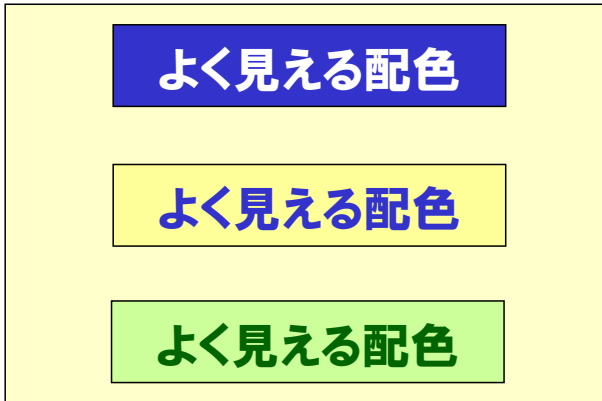


Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

31

- ◆情報を区別、強調し、見やすく、分かりやすいスライドにするために、色付けする。

<よく見える配色>

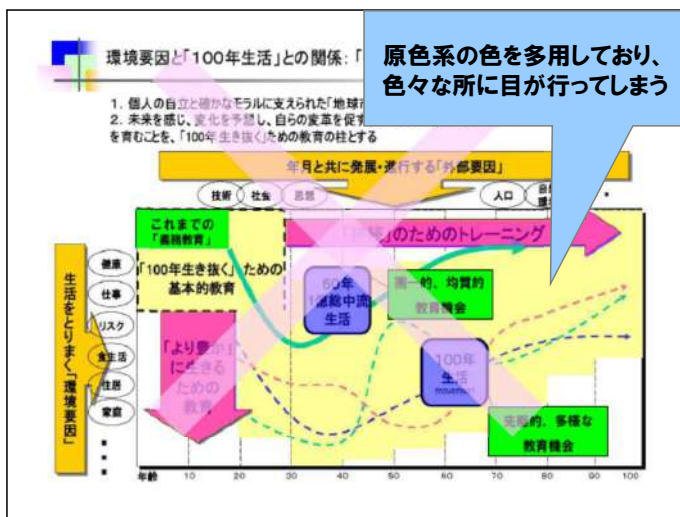


<色の持つ意味>

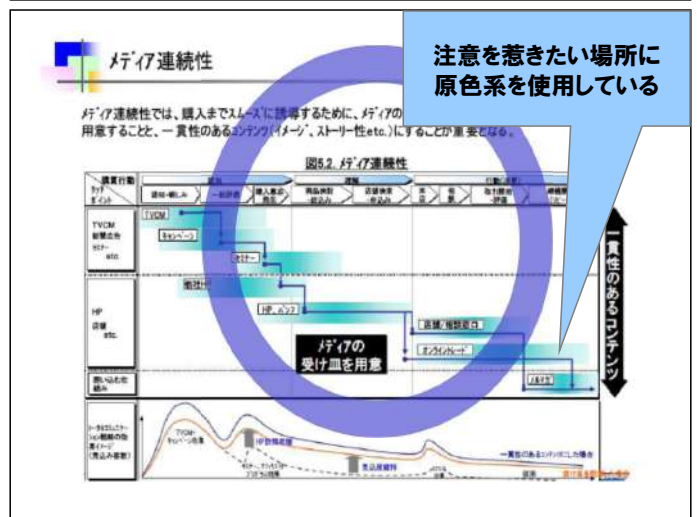
危険・注意・安全
 暖かいイメージの色
 冷たいイメージの色
 落ち着くイメージの色

- ◆強調色は注意を惹きつけたいところのみに使用する。
 - 》原色系を用いると目立つため、注意を惹きつけたいところにのみ用いるのが望ましい。それ以外に用いると、注意を惹きつけたくないとしても、意図に反して注意を惹いてしまう。
 - 》本当に目立たせたいところ意外は淡色系を用いるのが望ましい。

悪い例 - 濃い色を多用 -



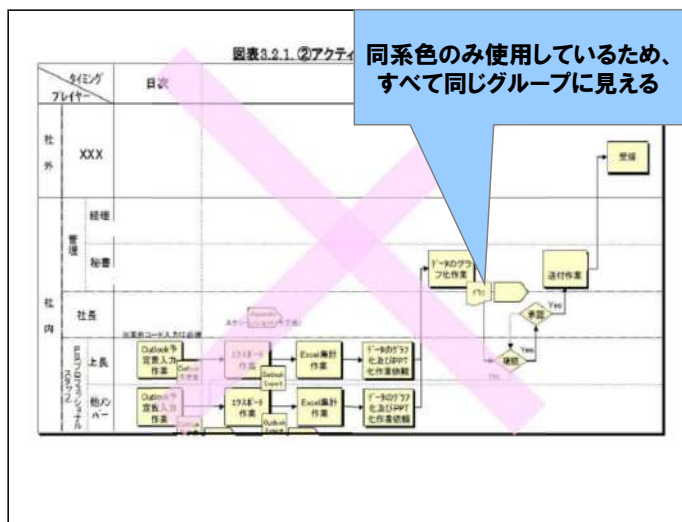
良い例 - 注意を惹きつけたいところに原色 -



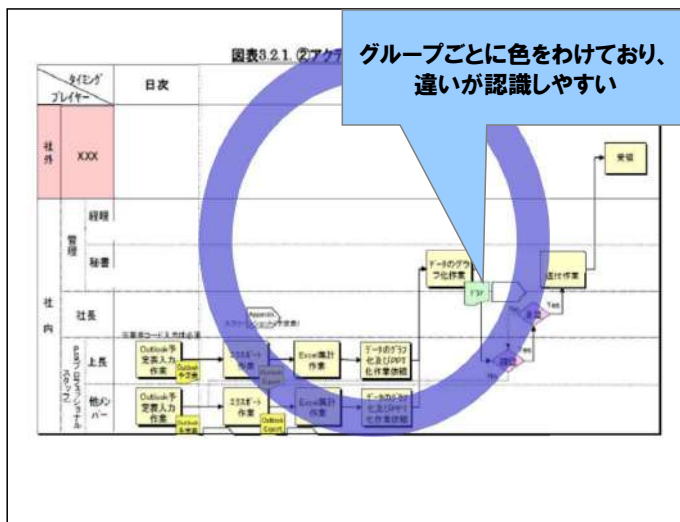
◆色に意味を持たせた使い方をする。

- 》むやみやたらに色を使うのではなく、色に意味を持たせた使い方をする。
- 》例)同じグループの図形の色や形を統一することで、カテゴリーの違いが瞬時に認識される。

悪い例 - 同じ色のみを使用 -



良い例 - 色に意味を持たせる -



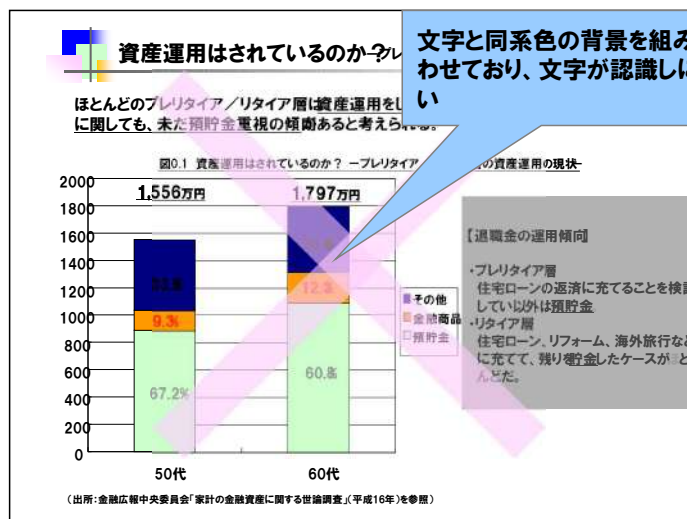
Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

34

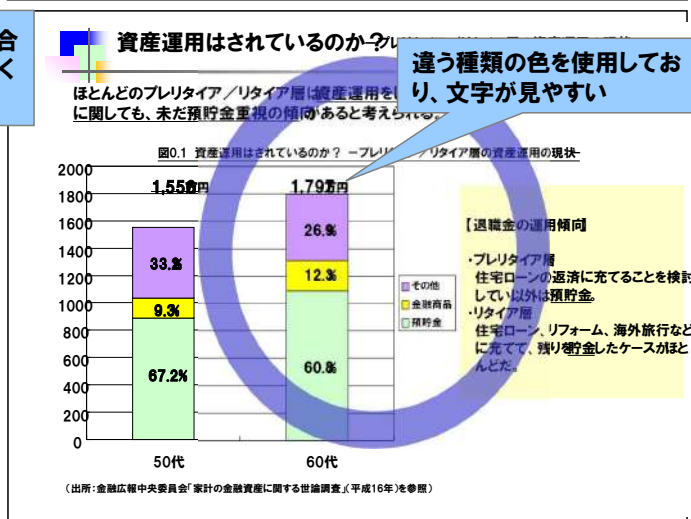
◆判別しづらい色使いは避ける。

- 》メッセージ伝達力が低下するのを防ぐため、判別しづらい色使いをはできるだけ避ける。目を細めても識別可能な程度の色使いを心がける。
- 》例)文字の背景色には、色選択画面の「中央から2段目」までの淡色を使用するとよい。

悪い例 - 濃度が同じような色を重ねる -



良い例

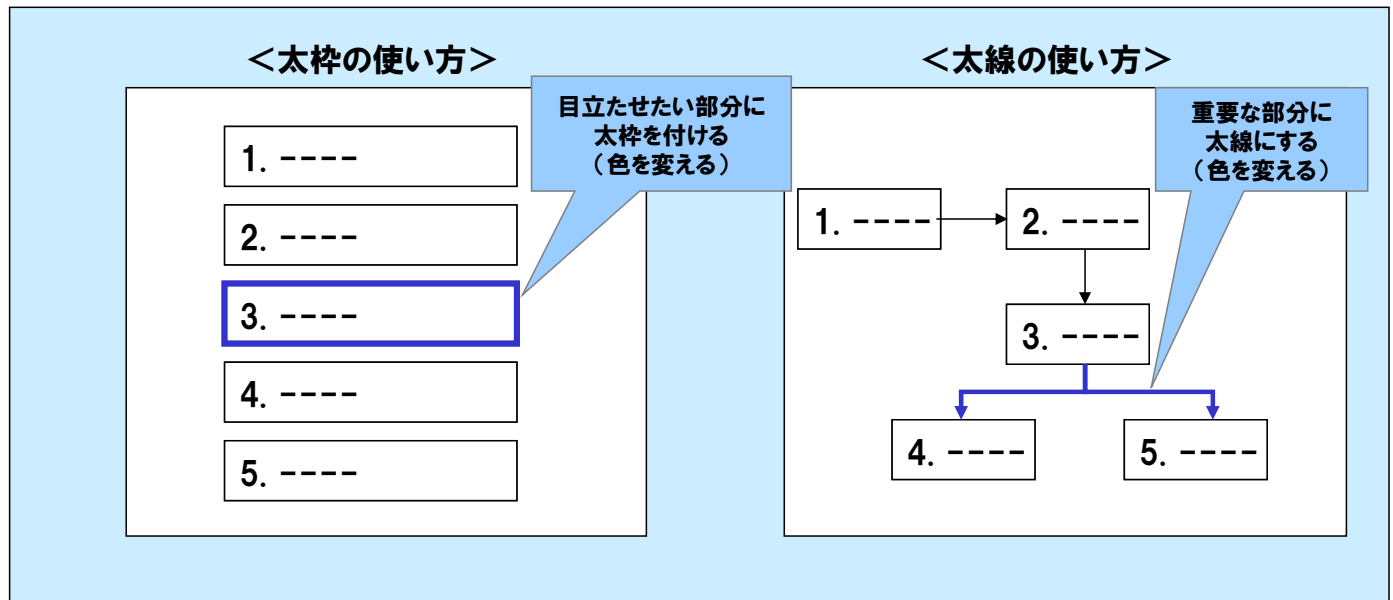


Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

35

◆線の太さ、色で図に意味を持たせる。

- 》線や枠で示した図のうち、特に目立たせたいものは太線・太枠を使う。
- 》線や枠の色を変えることで図に意味を持たせることができる。



- ◆アニメーションの工夫
 - 》空白を創る
- ◆ワーク導入
 - 》30分以上、聞きっぱなしにしない
- ◆時間管理の重要性
 - 》目安時間
 - 》リカバリー策

illustAC 生産性

「生産性」のイラスト素材 全37品の「生産性」に関連したフリーイラスト素材

検索フィルター
カテゴリー ▼ ファイル形式 ▼ 向き ▼ 色 ▼ イラストレーター名 ▼ 詳細 ▼ 関連性の高い順/70件表示 ▼ パーソナライズ

←イラストAC

photoAC 生産性

「生産性」の写真素材 556品の「生産性」の写真素材

検索フィルター
カテゴリー ▼ ファイル形式 ▼ 向き ▼ 色 ▼ 人物 ▼ クリエイター名 ▼ 詳細 ▼ 関連性の高い順/70件表示 ▼ パーソナライズ

写真AC→

◆五感を攻めろ！

「目と耳(頭)と体を動かせ！」

》視覚 → 動作

》聴覚 → 話し方

》体感覚 → 態度

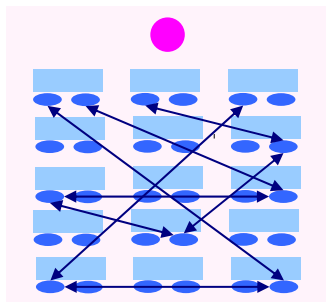
動作：アイコンタクトを取る（1/2）

◆アイコンタクトは、プレゼンで聞き手とのコミュニケーションを取る重要な手段である。

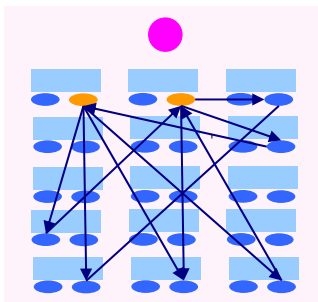
》プレゼンの内容を肯定的に受け止めているのかどうかは聞き手に目配りをすれば分かる

》積極的なアイコンタクトは発表者の話に引き込むための働きかけになる

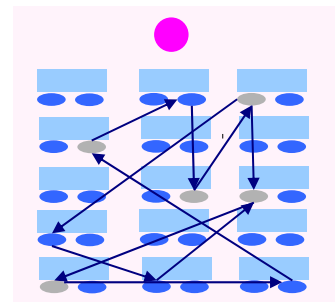
アイコンタクトをとる例



ランダムにアイコンタクトを取る例
(キーパーソンが分からない場合)



キーパーソンを中心にアイコンタクトを取る例
(キーパーソンが分かっている場合)



肯定的な聞き手を中心にアイコンタクトを取る例
(ポジティブに発表を進めたい場合)

- ◆発表時の動作として「スライドは順手で指し示す」、「指示棒、ポインターは正しく使う」、「ジェスチャーを取り入れる」の3点に注意する。

ポイント1 スライドは順手で指し示す

- スライドは、必ず順手で差す。逆の手で指すと聞き手に対して背中を向けることになるので、アイコンタクトが取りにくくなる。資料ばかり見ているのは、聞き手に語りかけることができないので注意する。



ポイント2 ポインターは正しく使う

- レーザーポインターの光を動かすのは聞き手にとっては不快となるため、ぐるぐると動かさないよう注意する。

ポイント3 ジェスチャーを取り入れる

- 適度なジェスチャーはプレゼンを効果的に盛り上げる。直立不動で話すよりも身振り手振りを入れて積極的に話す。
- 左右に動くと落ち着きがないように感じられる。前後に動くと奥行を感じさせる。

- ◆言葉の選び方ひとつで、相手に与える印象が変わる。

ポイント1 自分の解釈・感情をこめた言葉を使う。

- 「・・・ということが、だんだんと分かってきました。」
- 「・・・ということを確認しています。」

ポイント2 肯定的な言葉を使う。

- 前向きな言葉を選ぶ。
- 悪いこと・良いこと、をセットで話すときは、悪いことから先に話す。

ポイント3 専門用語は、使わない。

- 中学3年生でもわかる言葉で。（最悪、注釈を入れる）

ポイント4 関係性を意識した言葉を選ぶ。

- 「みんな」「私たち」「僕は」

◆人間重視型/タスク重視型

》人間重視型

- 感情、気持ち

》タスク重視型

- プロセス、ツール

◆行動型/分析型

》行動型

- 今すぐ、実現する

》分析型

- 考えてみる、・・・かもしれない

◆柔軟型/型はめ型

》柔軟型

- 選択肢、他のやり方、可能性

》型はめ型

- 正しいやり方、手段、次の手順

◆痛み重視/快楽重視

》痛み重視型

- 防ぐ、取り除く、修整

》快楽重視型

- 達成する、獲得する、メリット

◆自己基準型/他人基準型

》自己基準型

- 決める、わかる

》他人基準型

- 証明されている、フィードバック

◆話すときは、適切な速度・声量で話し、抑揚をつける。

ポイント1 緩急を使い分けて話す。

- 重要なポイントのときはゆっくりと念を押すように話すと印象的。
- 補足説明のときはテンポを上げてよい。

ポイント2 時間が無くても慌てない

- 説明の時間配分に失敗し、最後の方が全部早口になってしまった、という状況があるが、その場合は、説明内容を重要な点に絞って調節し、最後まで落ち着いて話すようにする。

ポイント3 適切な声量で話す

- はっきりと一番後ろの席の人まで聞こえるように話すことが基本である。
- 声量に関しても、重要なところは声を大きくして話すなど、メリハリをつける。
- わざと小声にして注意を惹くのも一手。

- ◆沈黙を許容するのは勇気が必要だが、効果的に使用すれば聞き手にプレゼンを印象付けることができる。

ポイント1 注目を集める

- プレゼンにメリハリをつけるために、新しい話に入る時は一拍置いて注目を集めてから話し始める

ポイント2 重要なポイントを印象付ける

- 重要なポイントを話すときには、話した後に一拍置くようにして沈黙を使うことで、印象付ける。

ポイント3 聞き手の反応を見る

- 話の区切りやスライドを切り替えた直後には、聞き手の反応を見るために、一拍置いて会場を見渡してみるとよい。

ポイント4 聞き手に考える時間を与える

- 聞き手に質問を投げかけたときや、課題を提示したときは、その場で回答してもらうわけではなくても、数秒の沈黙を使う。
 - ・ 聞き手の心に回答が浮かんでいれば、具体的なイメージを持って次の話を聞くことができる。
 - ・ 回答が浮かんでいない場合、次の発表者の言葉を注意深くきこうとする。

- ◆パワーポイント資料で話をする場合、以下の3つのポイントに留意する。

ポイント1 位置づけ→言いたいこと→詳細 の順番に話す

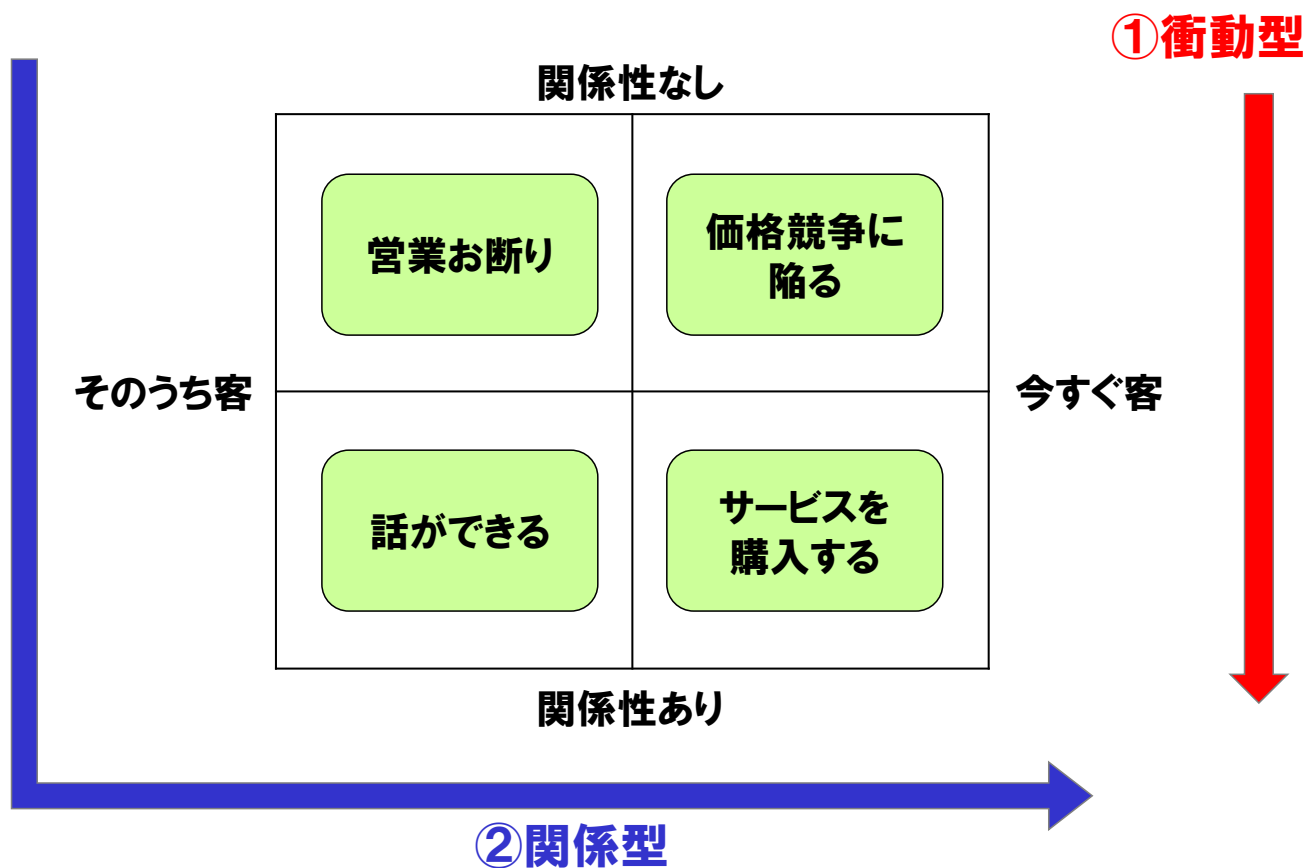
- PPT資料を利用する際には、下記の順番を守ることが原則である。
 - 1)スライドの位置づけ
例：このスライドは近年の売り上げ動向を表しています。
 - 2)言いたいこと
例：ここで言いたいことは大きく2つあります。1つは売上が増加傾向であること、もう1つは利益が横ばいであることです。
 - 3)詳細
例：こちらのグラフをご覧ください。このグラフは・・・

ポイント2 グラフはまず構成を説明し、その後に内容を説明する

- グラフはいきなり内容を説明するのではなく、先にグラフの構成を説明する。
 - ：こちらのグラフをご覧ください。横軸に時間、縦軸に売上を取っており、時系列の売上推移を表しています。このグラフを見れば、時系列の売上が増加していることが分かります。
 - ×：このグラフを見ればわかる通り、時系列の売上は増加しています。

ポイント3 次のページの説明をした後に、ページをめくる（高等テクニック）

- 次のページにスライドをめくる前に、次頁の簡単な説明を口頭で発してからページをめくる。こうすることにより、聞き手の注意を引くとともに、スライド間のつながりを理解しやすくなる。
 - ・ ……このように、事業環境を分析するには他社や市場のことを考慮する必要があります。次のページでは、この市場に関して詳細な分析を示しております。（ここでページをめくる）
 ※資料の全体を的確に把握しておかなければできないため、高等テクニックといえる



1. 聞き手を好きになる。
2. 自分を信じる。
3. 聞き手は敵ではない。
4. 聞き手はバカではない。
5. エネルギーを届けよう！

◆人数別

- 》1 対 1
- 》1 対 少数
- 》1 対 多数

◆シーン別

- 》想いを伝える時
- 》バックエンドに流す時
- 》一方的にプレゼンする時
- 》聴衆と対話しながら進める時
- 》コンペの時

◆キャラクターに応じた「自分らしい振る舞い」を設計する。

項目	内容
表情	・8割は、笑顔でニコニコ ・2割の真剣モード
服装・持ち物	・ビタミンカラー、オレンジ統一 ・変わったもの、目を引くもの ・話題作り
声	・早めで、賢そうに設定 ・ただし、落とすところアリ。
言葉遣い	・「みんな」「僕」など、王子っぽく。 ・笑い要素は、適時。

- ◆ 複数人で議論したのに、
 - 》 意見が出てこない
 - 》 意見がまとまらない
 - 》 喧嘩が始まる・・・

- ◆ ファシリテーションは以下のように定義できる。

- ① 中立な立場で
- ② コンテンツよりもプロセスに注力し
- ③ チームワークを引き出すように支援する

(補足)

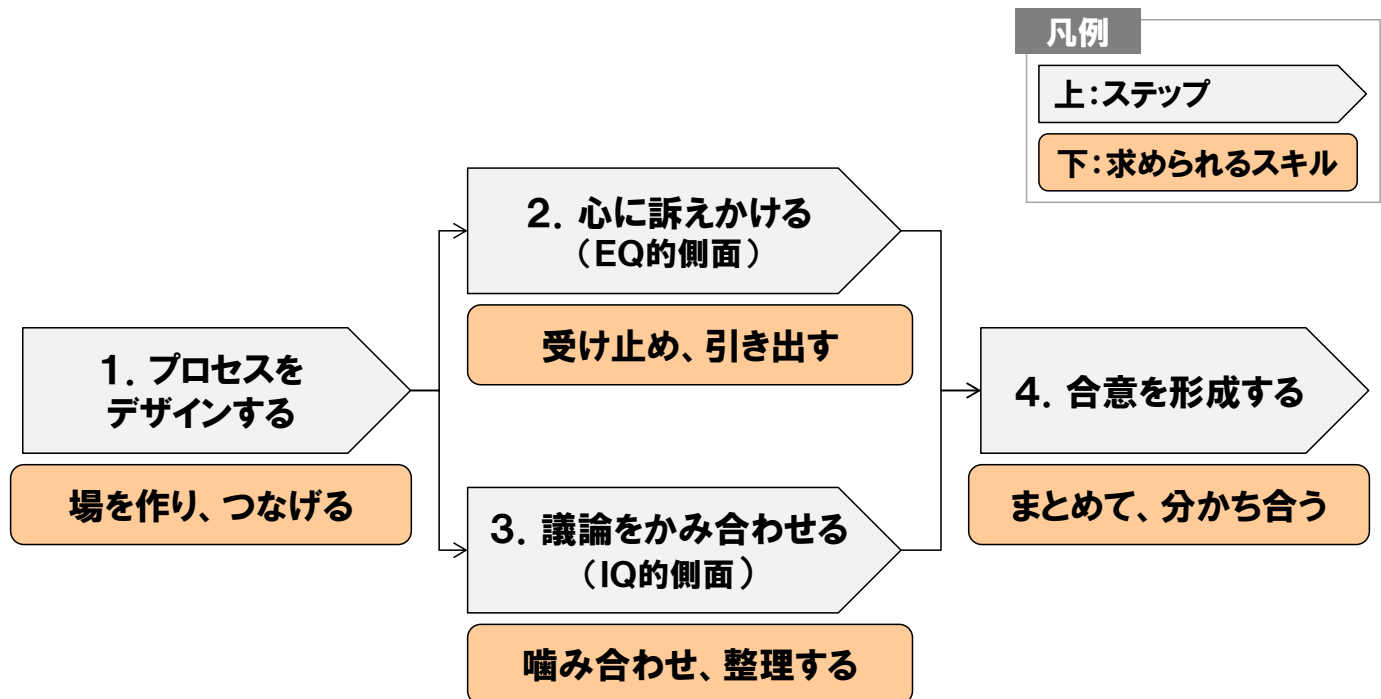
プロセス: 議論で成果を出していくための筋道

コンテンツ: 議論の中身そのもの

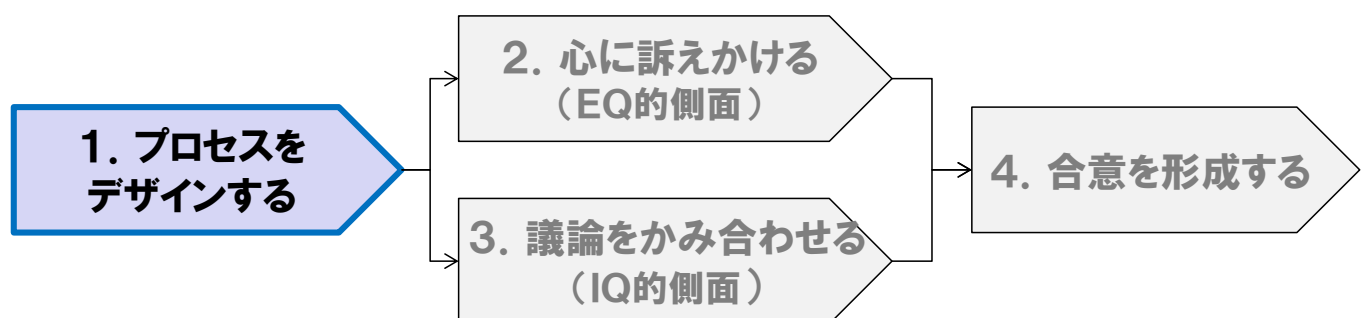
- ◆ ファシリテーションは単なる進行術ではない。特に上記③に見られるように、知的相互作用を引き出す技術、つまり集団におけるコミュニケーションスキル一種ともいえる。

- ◆ なお、コンテンツよりもプロセスに注力するからといって、ファシリテーターには議題の知識が全く必要ないわけではない。実際のファシリテーションでは、扱う議題に応じた知識が求められる。

- ◆ファシリテーションは、大きく4つのステップに大別できる。



1. プロセスをデザインする



- ◆異なる人間が集まり思考するには、適切に思考プロセスをデザインしなければならない。

**「答えを提供するよりも、プロセスを提供する方が、
良い成果物となる」**

- ◆このプロセスデザインは、会議の成否の6割を決める。
- ◆どのようなメンバーであっても成果物の品質を担保するという思考。

- ◆プロセスデザインでは、Why、What、Howの視点から、5つの項目を検討する必要がある。

	項目	内容
Why ?	①目的	プロジェクト・会議の目的を明確にする。
What ?	②最終成果物イメージ	プロジェクト・会議で最終的に作成される成果物のイメージを共有する。
How ?	③活動プロセス	最終成果物作成に至る活動のプロセスと、スケジュールを決める。
	④役割分担	誰がどういった役割を担うのかを決める。
	⑤グランドルール	プロジェクト・会議でメンバーが守るべきルールを決める。

①目的

- ◆会議・プロジェクトの目的(狙い)を明確化し、チームに浸透させる必要がある。
- ◆目的の明確化におけるポイントは、下記の3点。

1. 方向合わせのための“文章化”

2. 抽象度の高い目的の“具体化”

3. 総花的な目的の回避

②最終成果物イメージ

最終成果物が「新講座立ち上げの提案書」だけだと・・・

- ・PPT形式
- ・50ページ程度
- ・項目：△△/□□/○○/◎◎/



- ・Word形式
- ・10ページ程度
- ・項目：△△/○○/××

最終成果物イメージ例

形式

- ・PPT
- ・Word
- ・Excel
- ：

項目(目次)



ボリューム



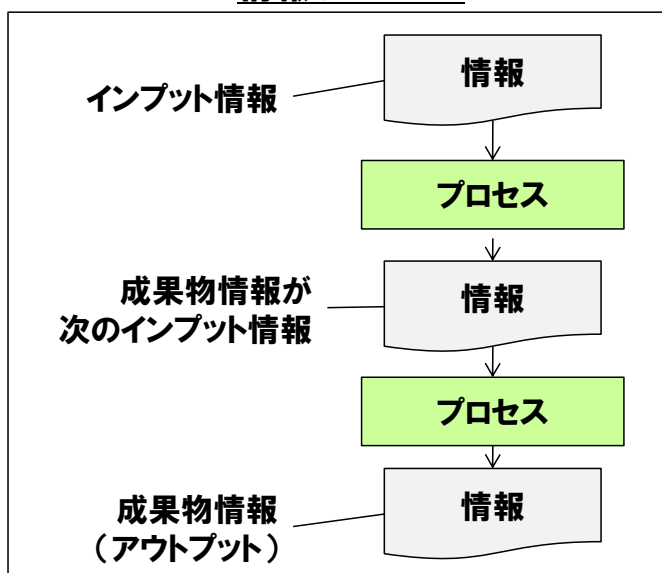
メンバーで目指す最終成果物イメージを具体的に共有しておく。

③活動プロセス (1/2)

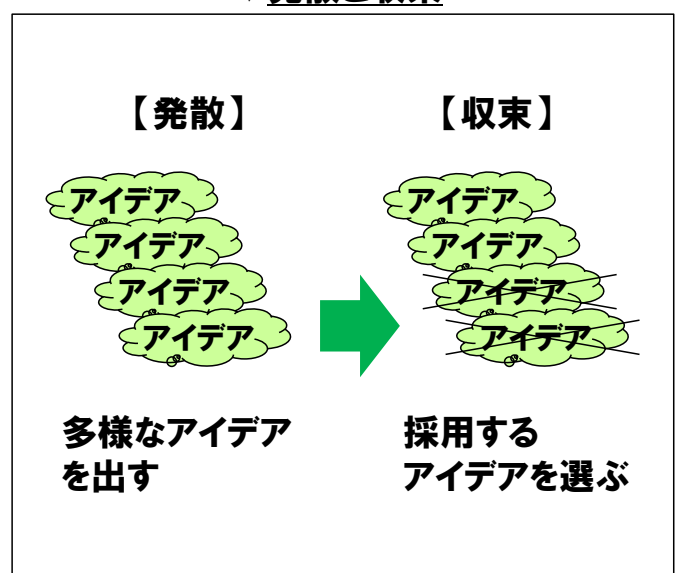
◆活動プロセスを決めるとは、「考える手順」を考えるということである。

- 1) 情報(インプット/成果物)とプロセスを組み合わせる。
- 2) 発散と収束を使い分ける。

▼情報とプロセス

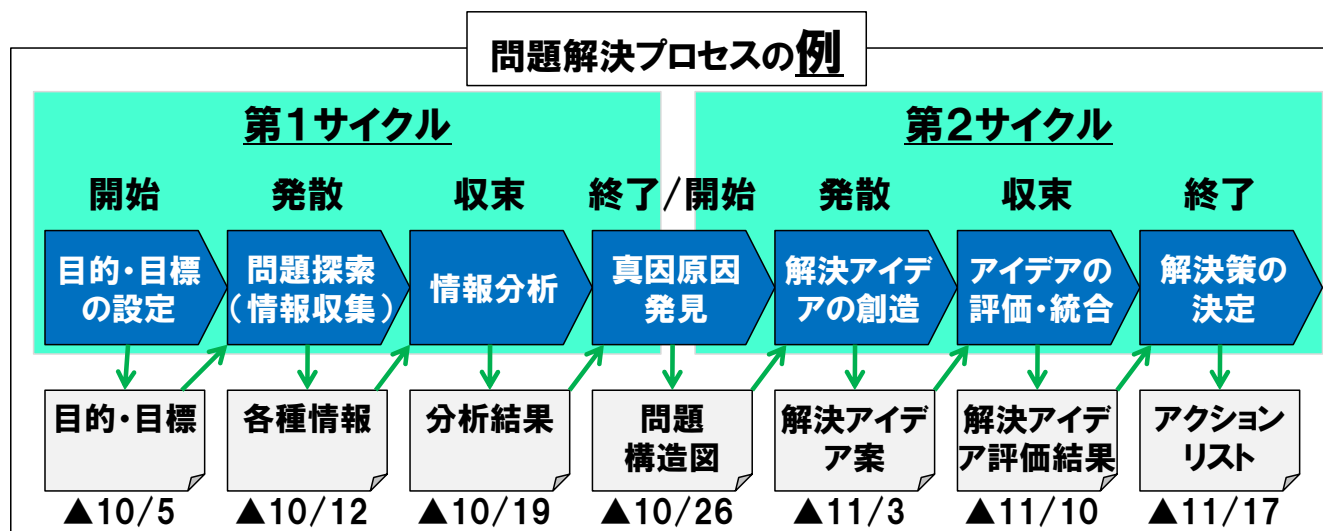


▼発散と収束



③活動プロセス（2/2）

- ◆以下は、活動プロセスを定義した例（問題解決プロセス）である。
- ◆問題解決プロセスでは、2サイクルでの発散と収束を繰り返すことが基本となる。
 》1st:真因発見サイクル 2nd:解決策決定サイクル



④役割分担

- ◆メンバーの役割は、本人の意思やスキル、適正、バランスなどを考慮して決める。
- ◆ファシリテーターを明確に役割として定義することが重要である。

役割分担表の例

役割	内容	担当	備考
リーダー	・プロジェクトの意思決定を行う	A部長	
事務局	・定例会議を主催する	B課長	<u>ファシリテーター</u>
営業チーム	・営業部門としての意見を出す	C主任	
製造チーム	・製造部門としての意見を出す	D主任	
業務チーム	・業務部門としての意見を出す	E主任	

役割分担のポイント

- ・意思決定者がファシリテーターを兼務する場合、権限の乱用に留意する。
 ※リーダーのファシリテーションスキルが十分でない限り、別の人間が好ましい

- ◆ グランドルールは、プロジェクト・会議でメンバー全員が守るべきルールである。
- ◆ メンバーがグランドルールを順守することで、会議での円滑で効率的な進行が可能となる。

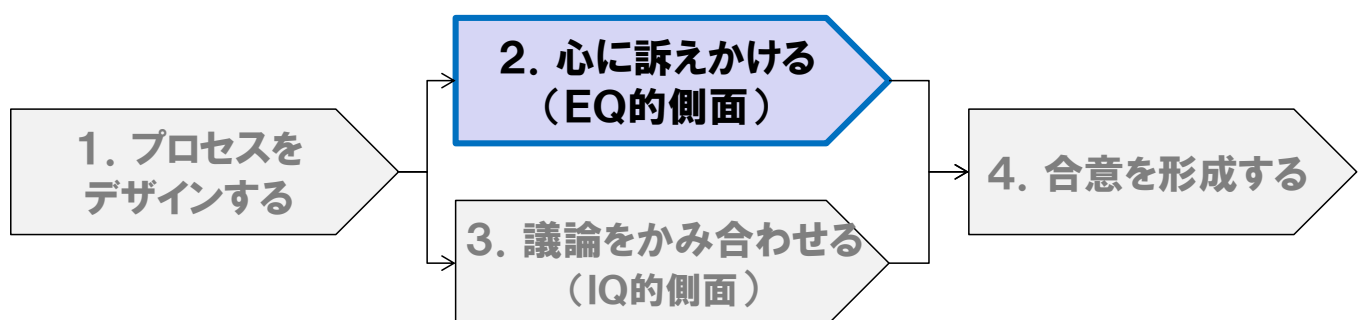
グランドルールの例

【皆で守ろうグランドルール】

- ・意見を否定しないで褒める
- ・人の話を途中でさえぎらない
- ・議論が停滞したと感じたら、すぐに休憩
- ・時間厳守
- ・少数意見を大切に
- ・感情、権威、序列、地位を排除
- ・事実、論理、原理、ルールに基づく

:

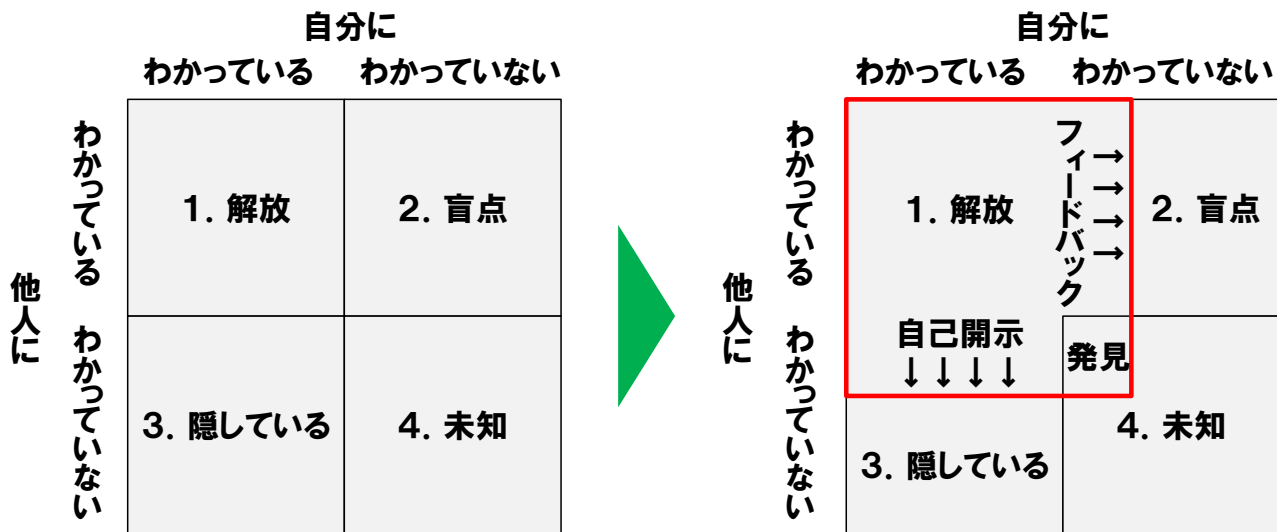
2. 心に訴えかける



- ◆ 人間は感情の生き物である。理屈だけでは動かない。EQ的側面を身につける必要がある。(EQ:心の知能指数)
- ◆ 「心に訴えかける」ための方法として、以下の3つを学ぶ。
 1. 相互理解の場の設定
 2. 会議進行での工夫
 3. 対人関係スキル

①相互理解を促そう！ ジョハリの窓

- ◆第1象限(自分にも他人にも分かっていること)を広げていくことによって、円滑なコミュニケーションを築けるという考え方。



こうした「相互理解の場」を設定すること

場の設定:ジョハリの窓エクササイズ

- ◆「ジョハリの窓エクササイズ」は、メンバー理解を促すワーク。

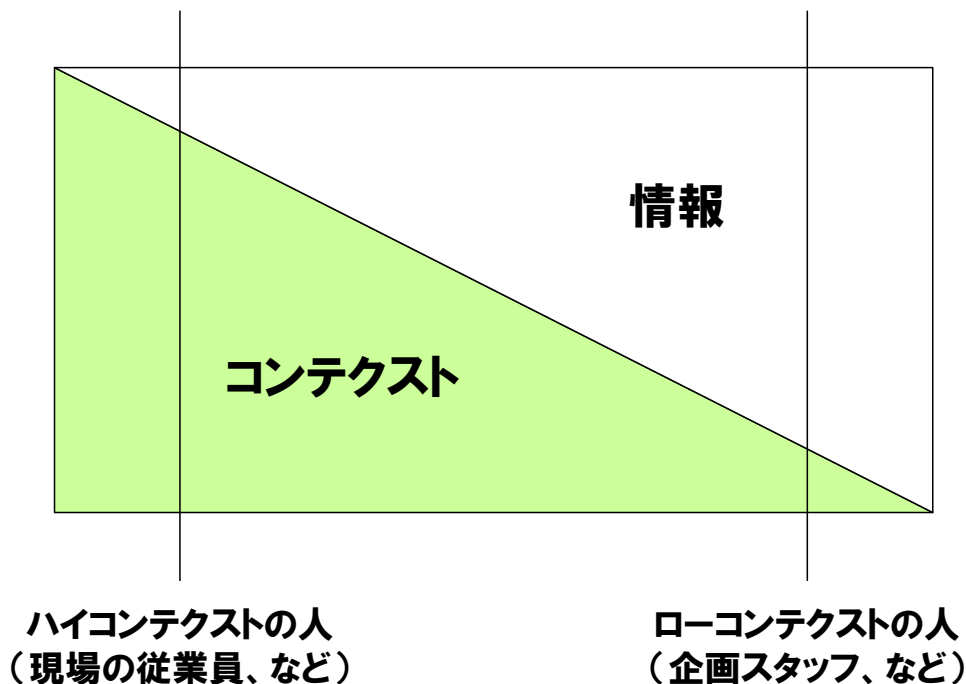
＜手順:プレゼン技術を高めることを例に＞

1. 対象者が、プレゼンを実施。
2. 対象者はその場から退出し、ファシリテーターは参加者からプレゼンについて感じたことを引き出す。
3. 退出していた対象者は部屋に戻り、自分でプレゼンテーションについて感じていることを発表する。
4. ファシリテーターは、参加者から引き出した内容を対象者にフィードバック。

＜留意点＞

- ◆ 参加者からのコメントは、客観的・具体的なものになるようにする。
※主観的な意見はできるだけ排除する
- ◆ 悪い点だけではなく、良い点もバランス良く引き出す。

- ◆納得するには、情報(論理)だけではなく、その背景(コンテキスト)が必要。
- ◆コンテキストを理解することで、円滑なコミュニケーションが可能となる。



- ◆プロジェクト・会議は、情報(論理)によって進行されがちである。
- ◆そのため、プロジェクト・会議の途中で、相互の背景を理解する時間を持つことが求められる。



- ◆ 会議を進行する際にも、参加者の心に配慮した進め方の工夫が必要となる。
- ◆ しばしば用いられる工夫は、以下の3つである。

1. アイスブレイク
2. グランドルールに見える化
3. 一言宣言

- ◆ アイスブレイクは、場の雰囲気や和らげる技術である。
- ◆ 会議の冒頭や集中力が途切れてきたときに、アイスブレイクを入れることが多い。

<互いにあまり知らない時>

- 》嘘つき自己紹介 ... 4つの自己紹介を書いて、1つの嘘を当てる。
- 》名前の足し算 ... 「私はAさんの隣の〇〇です。」と順番に言う。
- 》私の知人 ... 知人を順番に紹介する。

<場を和ませたい時>

- 》プレストでGo！ ... テーマを決めて、質問にたくさん答える。
- 》面白いこと探し ... 面白いことを順番に話す。

- ◆ 会議の途中で入れずらい場合、当番制とすることで、自然と会議に取り入れやすい。

- ◆ プロセスデザインの際に作成したグランドルールを、会議室の見える場所に貼っておく。
- ◆ ルールが見える状態にしておくことで、参加者の意識を高めることができる。



- ◆ 会議の初めと終わりに、参加者全員から、以下の宣言をしてもらう。
 - 》 初め
 - 会議に期待すること
 - 》 終わり
 - 良かったこと、悪かったこと
- ◆ アイスブレイクを入れにくい会議の場合でも、一言宣言を用いやすい。
- ◆ プロジェクトでは、一言宣言のメモを残しておくことで、メンバーの心の状態を把握することができる。

【Tips】

多くのプロジェクトでは、会議終了時のメモに以下のような変化が見られる。

プロジェクト初期 : 「悪かったこと」 > 「良かったこと」

プロジェクト終盤 : 「悪かったこと」 < 「良かったこと」

※この傾向が見られない場合、プロジェクトに何らかの問題があることが多い。

- ◆ファシリテーターは、参加者の発言を引き出し、会議を活性化する存在である。
- ◆そのためには、参加者の発言しやすいような振る舞いを取ることが必要である。

- ◆ファシリテーターには、以下の点が求められる。
 1. 発言を促すためのアレンジ
 2. 少数派を守る姿勢
 3. 傾聴

発言を促すためのアレンジ

- ◆会議が多人数になるほど、発言しなくなるメンバーが存在する。しかし、そういった人に限って良い意見を持っていることが多い。
- ◆ファシリテーターには、発言しない人に発言してもらうためのアレンジが必要となる。以下の2つの方法が、主に用いられる。

1. 小集団議論を挟む

- ◆ファシリテーターは、全体でいきなり議論させるのではなく、3名前後の小集団で議論させた後に、全体で議論させる。

「このテーマについて3名程度の集団を作っていただき、5分話をしてください。
その後、各チームで出た意見を全体で発表してもらいます。」

2. 各立場からの発言を促す。

- ◆発言しない人にも、必ず何らかの立場がある。ファシリテーターは、その立場からの発言を促すようにする。

「Aさん、生産部門の立場から、この意見にどう思いますか？」
「Bさん、女性の立場から、この点についてどう考えますか？」
「Cさん、若手の立場から、意見を言ってください。」

- ◆「衆愚」という言葉の通り、大衆の意見は誤っていることが多い。これを防ぐには、少数の意見を大切にして、論理的な議論をすることが大切である。
- ◆ファシリテーターは「声の小さい」「目立たない」意見を大切にして、少数の意見を引き出さなければならない。

陥りがちな現象

- ・声高少数者の影響
 - ・「声の大きな」「目立つ」意見に目を奪われて、「声の小さな」「目立たない」正しい意見を見落とす現象
- ・集団圧力・同調行動
 - ・目に見えない集団圧力に知らずのうちに同調する行動。「和を以って尊しとなす」という規範は圧力と化し、斬新なアイデアを抑制している。

対策

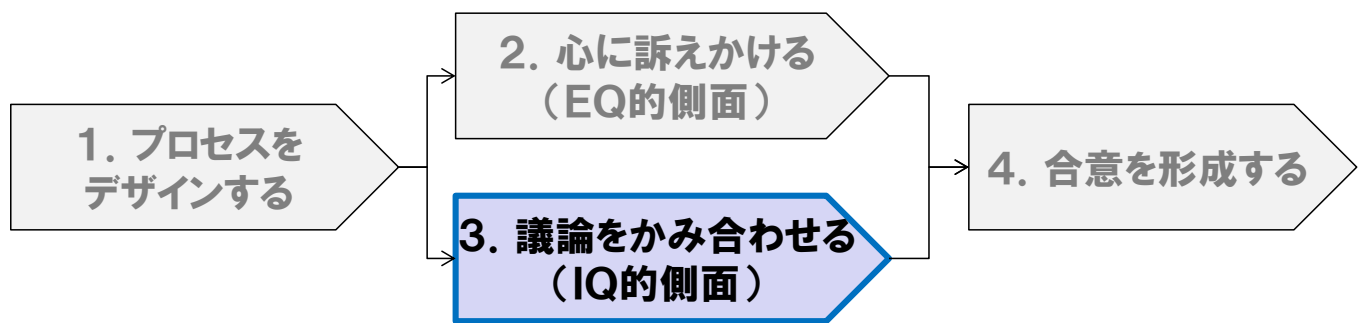
- ・グランドルールで、「少数意見を大切にする」ことを明記
- ・論理的なフレームワークを使って議論
- ・発言を積極的に拾う（ホワイトボードに書く、復唱する、など）
- ・思考プロセスを描き出して、悪い癖を指摘・修正

（参考）集団志向の落とし穴

- ◆集団思考の落とし穴に陥らない工夫を施す。

集団思考	内容	対策
社会的 手抜き	メンバーが5人以上になってくると発生する（私1人くらい参加しなくてもいいだろうという現象）	・全員の役割を決めておく ・ロールプレーを利用 ・ゲーム感覚で発言回数を競わせる ・ポストイットに書かせる
感情的 対立	「意見の対立」ではなく、「あいつは嫌い」に根ざした対立	・感情的対立が始まったら休憩をとる ・論点を整理して板書
声高少数者の 影響	「声の大きな」「目立つ」意見に目を奪われて、「声の小さな」「目立たない」正しい意見を見落とす現象	・対面ではなくホワイトボードに向かって議論させる ・論理的なフレームワークを使って議論
集団圧力・ 同調行動	目に見えない集団圧力と、それに知らず知らずに同調する行動。例えば、日本では「和を以って尊しとなす」という規範は圧力と化し、斬新なアイデアを抑制している。	・グランドルールなど宣言効果を利用 ・オフサイトなど物理的な場所の効果を利用 ・フレームワークを利用 ・少数の尖った意見を促進する仮説を立てる
極化現象	他人より自分の意見の方が明快であることを示したい等の参加者の心理に根差し、「極端な意見の競争」となる現象	・オズボーンチェックリストなどで思考を強制 ・思考プロセスを描き出して、悪い癖を指摘 ・アイスブレイクやロールプレイを利用

3. 議論をかみ合わせる



◆ファシリテーターは、自らが正しい議論ができることはもちろん、参加者に正しい議論をさせなければならない。

◆正しく議論をするために、以下の3つを学ぶ。

1. ロジカルシンキング
2. 視野を広げる質問
3. グラフィックファシリテーション

① ロジカルシンキングが基本

◆ロジカルシンキングを活用して議論を整理していこう。

Will Partners MECEのパターン		
★「これはMECE?」と、常に自問自答する癖をつけておくこと。		
MECEタイプ	イメージ	具体例
数式	全体 $\boxed{A} \times \boxed{B} \times \boxed{C}$	・売上＝客数×単価 ・0才代、10才代… 100才代
対称	全体 $\boxed{A} \Leftrightarrow \boxed{B}$	・質 $\Leftrightarrow$ 量 ・〇〇業界 $\Leftrightarrow$ 〇〇業界以外
プロセス	全体 $\boxed{A} \Rightarrow \boxed{B} \Rightarrow \boxed{C}$	・開発 $\Rightarrow$ 生産 $\Rightarrow$ 販売 ・過去 $\Rightarrow$ 現在 $\Rightarrow$ 未来
フレームワーク	全体 $\boxed{A} \rightarrow \boxed{B} \rightarrow \boxed{C}$	・3C ・4P ・QCD

- ◆ロジカルシンキングは情報を整理できるが、議論の視野を広げにくい。
議論を発展させ、広がりを持たせるような質問が必要。

質問スキルの例

1. 二分割法 ……二つの領域に分割し、各領域の意見を求める。
 - ・AsIs・ToBe
 - ・コントロール可能・不可能
2. マトリクス法 ……2つの軸を設定し、空白領域の意見を求める。
 - ・ポジショニングマップ
3. 時間分割法 ……時間で分割し、各要素や繋がりに意見を求める。
 - ・プロセスマッピング
 - ・要因関連図

二分割法（AsIs／ToBe）

- ◆質問事項：「過去と未来のことを分けて議論しませんか。」
- ◆AsIsToBeでは、過去と未来の2つに領域を分けて議論を進める。
- ◆過去に対する議論が集中して後ろ向きになっている時に利用すると効果的。

AsIs(過去)

- ・新商品が生み出されていない
- ・環境問題への対応ができていない
- ・消費者のニーズを集約できていない
- ・納品ミスが数件連続して発生している
- ・従来のOJTでは、人材が育たない
- ・不必要な残業が多い
- ・若手の退職者数が増えている
- ・意思決定に時間がかかっている

ToBe(未来)

- ・迅速な意思決定によって新商品を開発し、収益をあげている。
- ・環境にやさしい企業という評判である。
- ・業務が確実に遂行され、クレームがほとんど起きていない。
- ・自律的人材が増えており、指示が少ない。
- ・毎週水曜日はノー残業デー。
- ・若手が生き活きと働いている。

更なる質問事項：

「このギャップを埋めるために、どうしていけば良いと思いますか？」

- ◆質問事項:「私たちが制御できることとできないことに分けて議論しませんか。」
- ◆コントロール可能・不可能では、自分たちで制御できることとできないこと2つに領域を分けて議論を進める。
- ◆変えられないことに議論が集中している時に利用すると効果的。

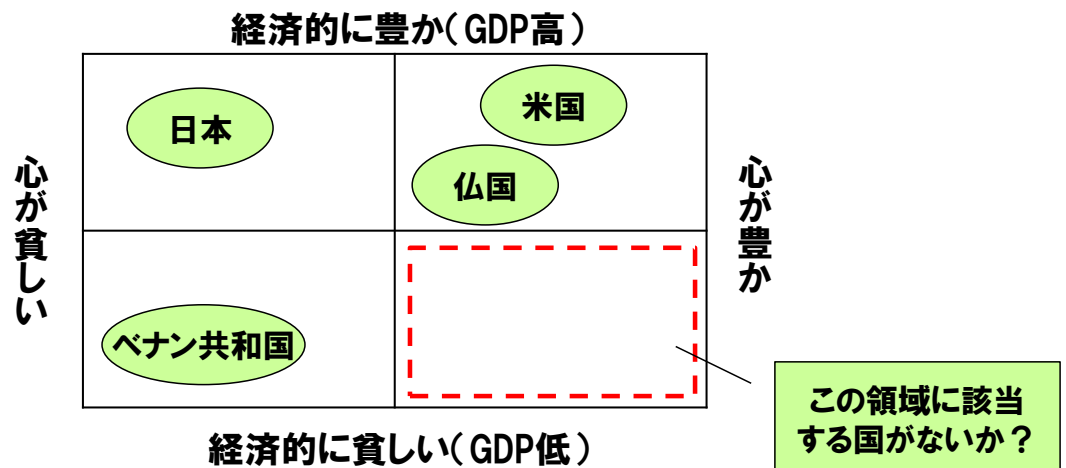
テーマ:わが社の問題

コントロール可能	コントロール不可能
・マニュアルを浸透できない。 ・製品力が低い。 ・残業が多い。 ・上司が遅刻してくる。	・新しい法律がおかしい ・客が悪い ・景気が悪い



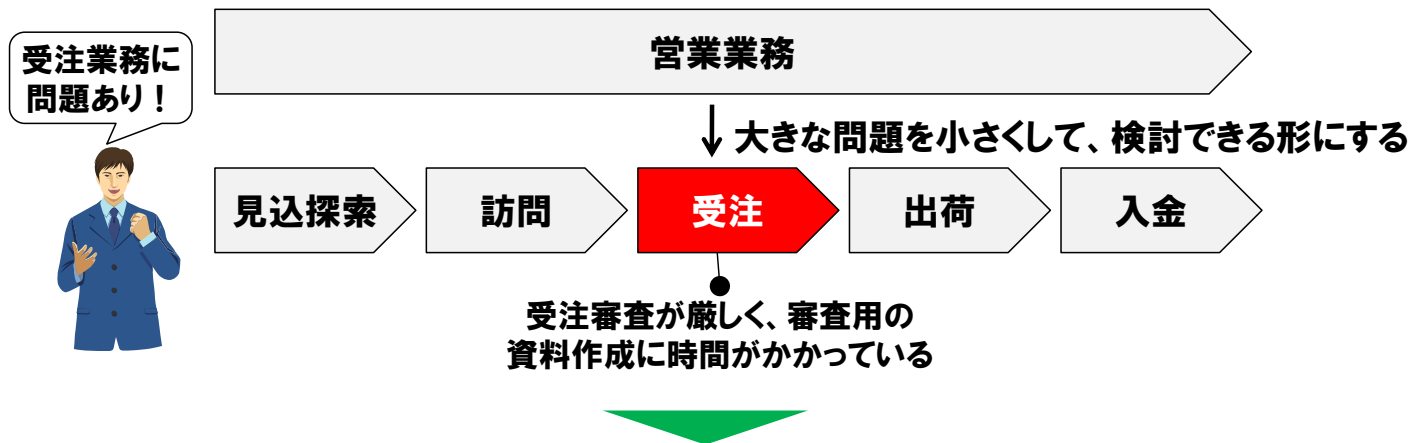
更なる質問事項:
「コントロール可能の内容について、どうすれば解決できますか？」

- ◆質問事項:「この2つの軸で見た時に、この空いている領域には何かありませんか。」
- ◆ポジショニングマップでは、2つの軸を決めて4つの象限に分割し、各領域に該当するプレイヤーをマッピングする。
- ◆軸の選定が最も難しく、参加者の合意を得る必要がある。
(可能な限り、参加者に決めてもらうようにする)



- ◆質問事項:「業務の流れをマッピングして、ボトルネックがどこかを確認しませんか。」
- ◆プロセスマッピングは、業務を小さな単位に分割し、問題の所在を探る手法である。大きな問題を小さな問題にすることで、議論が活性化しやすい。

営業業務の効率化を検討する



更なる質問事項:
「受注審査がなければ、理論的には顧客訪問を何回増やせますか？」
「受注審査を止めることはできませんか？」

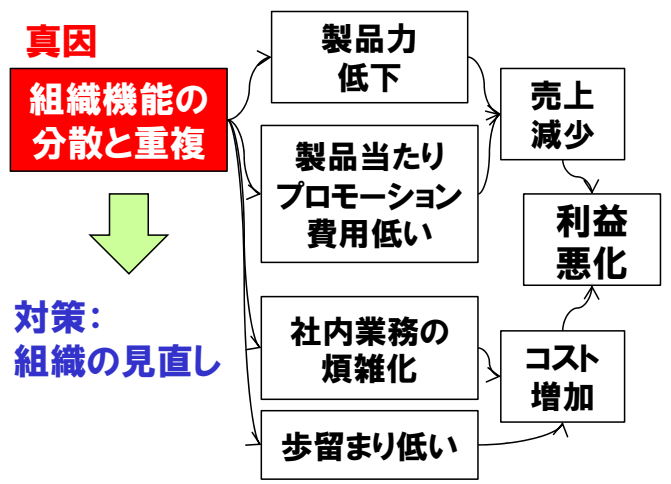
- ◆質問事項:「これらの中で、どれが本当の原因か、関係性を整理してみませんか」
- ◆要因関連図は、列挙された問題の関連性を論理で整理し、真の原因を探る手法である。
- ◆真の原因を探ることによって、総花的な対策ではなく、焦点を絞った効果的な解決策を導き出すことができる。

▼ダメな例:総花的対策

利益悪化の原因と対策表

原因	対策
製品力が低い	製品開発投資の強化
プロモーション投資が少ない	プロモーション費用の増加
残業代が大きい	残業の抑制
生産の歩留まりが低い	新たな生産設備を購入

▼良い例:真因に対する対策



- ◆ファシリテーションを行う際には、議論の内容を見えるようにすることが重要。
- ◆そのために、ファシリテーターは様々なツールを使い、議論をグラフィック化していく。
 - 》グラフィック化の代表的なツールとして、ホワイトボードの使い方を紹介する。
 - 》ホワイトボードをフル活用することで、議論を「空中戦から地上戦」へと移行できる。

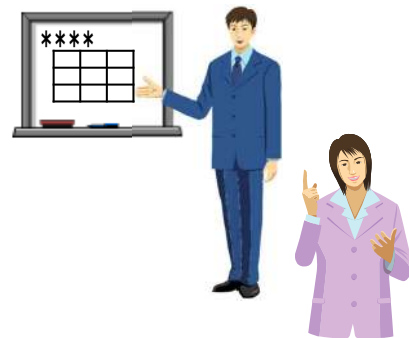
【口頭のみでの議論】

空中戦(何をやっているのか分からない)



【見える化された議論】

地上戦(やっていることが分かる)



Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

84

なぜグラフィックを描くのか

- ◆グラフィックファシリテーションを導入すれば、議論の活性化につながる。
- ◆その理由は、①議論プロセスが共有されることと、②議論参加への促進の2点である。

①議論プロセスの共有

- ・議論を見えるようにすることで、意識を論点に集中させる。
- ・1つのモノを作り上げていく感覚になり、連帯感が生まれる。
- ・記録を議論の場で共有することで、認識違いを防ぐ。

②議論参加への促進

- ・言葉を活字にすることで、発言者と内容を切り離せる。
- ・発言が認められるという安心感を与えることができる。
- ・資格情報が脳を刺激し、発想の広がりを生む。

▼誰が描くべきか？

- 可能な限り、ファシリテーターが描くべきである。
- 「ホワイトボードを支配する者は、会議を制御できる」ためである。
- ※「プロセスを管理して、コンテンツを描く」 → 会議を制御

Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

85

◆ホワイトボードには、文字と図形を描いていくことが基本となる。

》文字：文字そのものと文字飾り、文字間の関係を描く。

》図形：ツリー型、フロー型、マトリクス型のいずれかを描く。

▼文字

1. 文字そのもの

- ・原則は、話の流れに沿って、左上から右下に向かって文字を描く。

2. 文字飾り

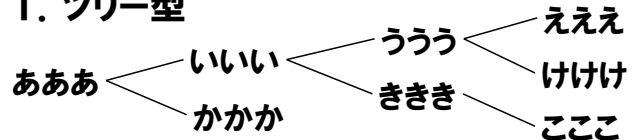
- ・下線や囲み文字、色、記号などを描く。
※目立たせる、メリハリをつける

3. 文字間の関係

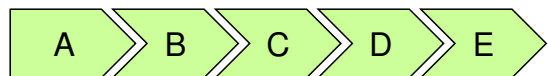
- ・文字と文字を線でつなぐ。
- ・関係性に向きがあれば、矢印を描く。

▼図形

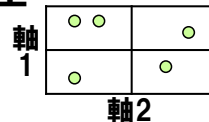
1. ツリー型



2. フロー型



3. マトリクス型



◆1. まずはホワイトボードの前に立つこと

》ホワイトボードの前に立つには勇気がいる。

しかし、一旦立ち上がってしまえば、脳味噌がフル回転し始めるので、大丈夫。

◆2. 意見を取捨選択して要約すること

》発言者の話を全て書けないので、言葉を取捨選択することが必要。

「要は」「つまり」といった言葉の後がポイントとなることが多い。

◆3. 上手く要約できないときは、発言者に要約してもらうこと

》慣れないうちは要約できないことも多い。

その場合、発言者に「要約するとどうなりますか？」と問いかけてみればよい。

◆4. 議論に関係ない内容であれば、パーキングロットへ

》関係ない話が出た時に、無視すると発言者の機嫌が悪くなることもある。

》その雰囲気を感じたら、ホワイトボードの隅に領域(パーキングロット)を作り、そこに書いておく。

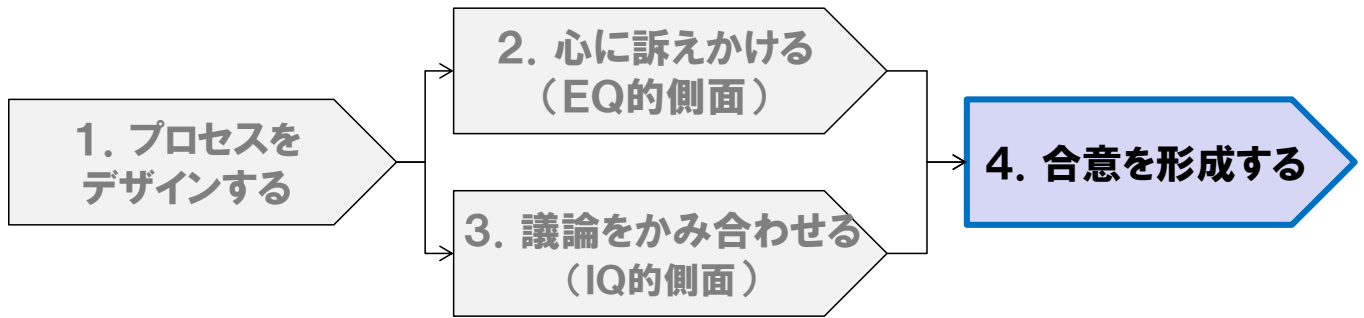
◆5. 単なる書記になるべからず

》ファシリテーターが黙々とホワイトボードに書くだけになってしまってはいけない。

》常に、議論の流れ・プロセスに気を配っておくこと。

》人間そんなに頭が良くない。書くスピードと同じくらいでしか思考できない、と考えよう。

4. 合意を形成する

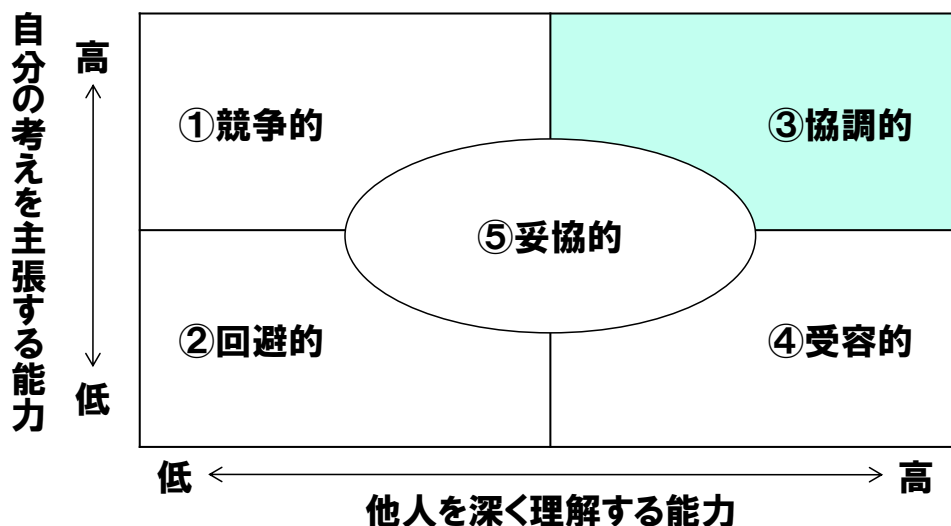


- ◆ 会議の目的は、参加者の合意を得て、行動につなげることである。
- ◆ しかし、合意を得ることは容易ではない。多くの場合、コンフリクトが発生する。
- ◆ ファシリテーターには、納得性の高いコンフリクト解消のための技術が求められる。
- ◆ 合意を形成するために、以下の2つを学ぶ。
 1. 合意できない点の明確化
 2. 合意形成の技術

コンフリクト解消のスタイル

- ◆ 心理学者のトーマスとキルマンによれば、コンフリクトが発生した際に取りうる姿勢として、以下の5つを示している。
 - 》①競争的 ②回避的 ③協調的 ④受容的 ⑤妥協的
- ◆ 「③協調的」な姿勢が最も発展的な問題解決に繋がる。
- ◆ ファシリテーターには「③協調的」な問題解決へと導く努力が求められる。
 - ※ただし、現実には状況に応じた姿勢を選択することが必要である。（協調不可能なシーンなど）

コンフリクトへの対応姿勢



- ◆合意できない点を明確にすることが、コンフリクト解消への第一歩である。
- ◆その手段として、一致点と相違点を文字にして議論を進めるというテクニックが用いられることが多い。文字にする理由は、感情的な対立を防止するためである。

＜総論賛成・各論反対の、典型的な例＞

合意できること：総論

- ・今期の業績見込みは厳しい。
- ・全社的にコスト削減が必要である。
- ・営業部門としても、何らかの対策は必要である。

合意できないこと：各論

- ・営業員の採用中止
- ・カラーコピーの禁止
- ・残業禁止
- ・ボーナス一律20%カット

ファシリテーター：

「営業部門は、大きな方針についてはご理解されているようですね。（合意点を認める）
具体的な施策について、議論していきませんか。（合意していない点を深掘りする）」

- ◆多くの場合、コンフリクトが発生するのは「収束」のフェーズである。
（「発散」では否定は発生しないが、「収束」では否定が発生するため）
- ◆したがって、「収束」に関する原則を押さえておくことが、合意形成には重要である。

◆合意形成のための「収束」の原則

1. 事前に収束ルールを決めておくこと。

- プロセスデザイン時に、収束ルールを決めておくこと合意しやすい。
（例）14:55までに決まらなければ、上位上司の裁断を仰ぎ、15時に決着する

2. 一致している部分を強調し、協業の雰囲気を保つこと。

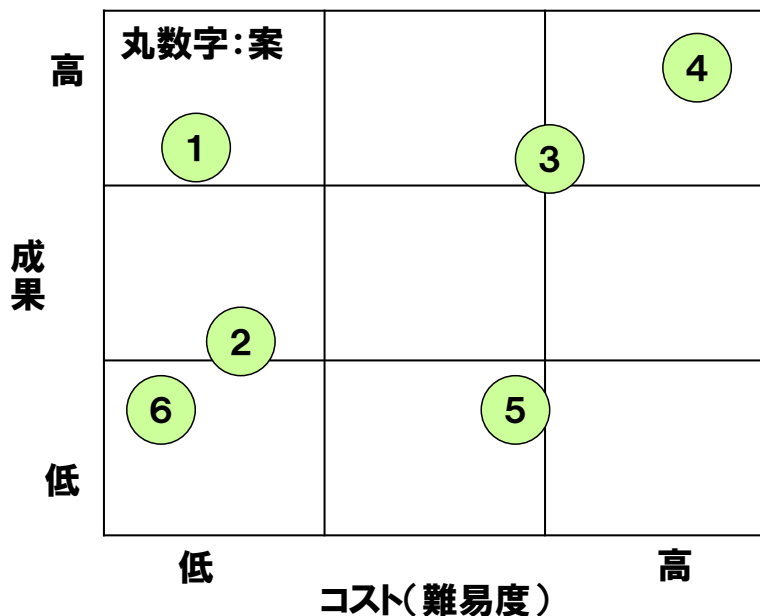
- コンフリクト時は感情的対立を生みやすい。部分的でも一致しているポイントがあれば、その点を強調し、協業の雰囲気を維持すること。

3. 収束のプロセスを見える化して議論すること。

- 議論を見える化することで、感情的議論が避けられ、収束の議論を空中戦から地上戦に持ってくるができる。見える化するツールを次頁で示す。
- ペイオフマトリクス

- ◆ペイオフマトリクスは、成果とそのコスト(難易度)の2軸で採算性を評価する手法である。
- ◆厳密にマッピングすることよりも、会議参加者の認識を合わせることに注力する。
- ◆ペイオフマトリクスは簡単に実施できるため、効率的に合意を形成できることが多い。

ペイオフマトリクスの例



▼今後の対応方針

- ・採用
案3、4
- ・要精査
案1、5
- ・却下
案2、6

個別相談の予約方法

- ◆下記サイトで、日程調整を行います。

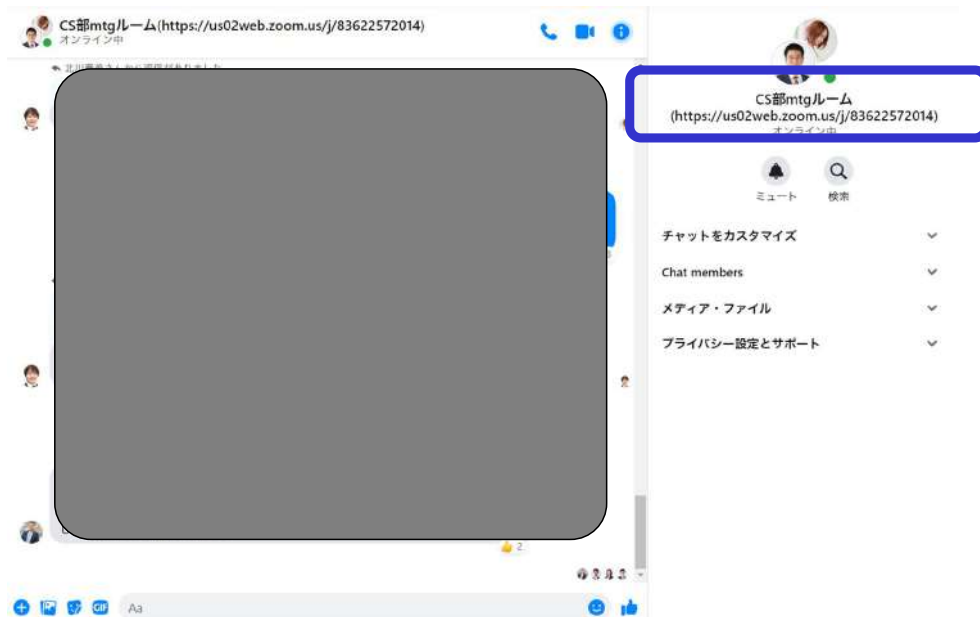
https://44jyuku.com/course_consultation/special/

》都合の良い日時をクリックし、手続きを進めてください。

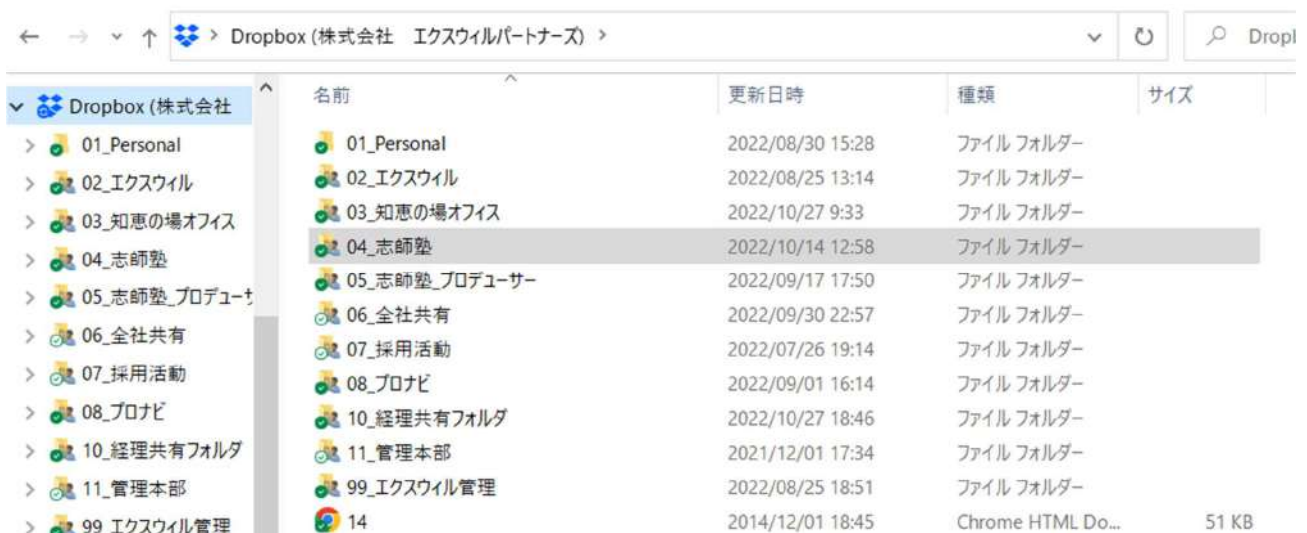
》先着順で、日程が埋まります。(早い日程の方が記憶が新しくGood)

	1/18(火)	1/19(水)	1/20(木)	1/21(金)	1/22(土)	→
09:00					09:00 - 09:30	09:00
10:00					10:00 - 10:30	10:00
11:00				11:00 - 11:30	11:00 - 11:30	11:00
12:00						12:00
13:00				13:30 - 14:00	13:30 - 14:00	13:00
14:00						14:00

- ◆ 社内のMtgは、Zoomで画面共有。
 - 》モニターを使わなくなった。
- ◆ 部屋を事前に準備して、固定しておく(再利用)



- ◆ 仕事は、必ずDropbox上で行う。
 - 》ファイル共有が楽。
 - 》万一のための、バックアップに利用。



◆Web上の変更依頼は、AUNが便利。

Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

96

Googleスプレッドシート上で、リアルタイム共有

- ◆同時に編集可能なため、社内のMtgでは、高頻度で活用。
- ◆Excelは、個人的なワークで利用。会議では、ほぼスプレッドシートに。

新講座アイデアリスト ☆ 共有

ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール 拡張機能 ヘルプ 最終編集: 6月16日

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	卒業生アンケートを取ったほうが良いかも (卒業生が必要なものをサービス化していきたいという趣旨で)									
2		入力者	新講座アイデア	内容概要	量	単価	掲載の視点	類 (顧客獲得or販)	メインターゲット	備考 (競合等の実績など)
3	1	中西	販売教材作成講座	動画Zoomに入っている?	B	B		顧客獲得		
4	2	中西	ウェビナー	動画Zoomに入っている?	B	B		顧客獲得	講師	
5	3	中西	オンラインコミュニケーション ビジネスコミュニケーション	オンライン化が進むことにより、コミュニケーションに課題を感じる人が急増している	B	C	オンラインは、リアルよりもファシリテーション能力が求められる	販	先生業全般	https://koiei-shinn.or.jp/apply/
6	4	中西	ファシリテーション	オンラインファシリ、澤田明季 ジュリーさん?	B	C		顧客獲得	先生業全般	
7	5	中西	オンラインサロン	会員ビジネス構築講座としてGo	A	A		顧客獲得		
8	6	中西	ストック収入・ストックビジネス	会員ビジネス構築				顧客獲得		
9	7	五十嵐	協会ビジネス構築 (石下さん?)	会員ビジネス構築講座の後継にできない?	C	A				
10	8	直井	交流会立ち上げ・運用講座	会員Bizの次の領域	C	B				
11	9	中西	コンサル受注ノウハウ	士業などが、手続き業務から抜け出しコンサルに転換していく	B	A	A1化により手続き業務に危機感を感じている士業は多い	販メイン	士業	https://www.youtube.com/watch?v=M6pknE2oCm4
12	10	中西	コーチング		B	A	コーチ以外の先生業で、コーチングを学んだ方がいらいのかと感じている人は結構多い。	販	コーチ以外の先生業	
13	11	中西	NLP		B	A				
14	12	中西	組織化・採用・リーダーシップ	個人としてはある程度うまくいった人が、今後組織を拡大していくための講座	C	A	組織構築講座としてまとめる			
15	13	中西	業務効率化・DX・RPA		C	A	組織構築講座としてまとめる			
16	14	福島	人材開発講座	キャリアアプラン・スキルセットの定義	C	A	組織構築講座としてまとめる			
17	15	中西	オンライン教材	動画Zoomマスター講座にバンドル	A	C		顧客獲得		
18	16	中西	LINE公式		A	C	LINEを使ったマーケティング手法 (メルマガの代替手段として)	顧客獲得		
19	17	中西	SNSライティング		A	C		顧客獲得		
20	18	中西	メール・SNSコミュニケーション		A	C		顧客獲得		
21	19	中西	ポータルサイト集客	30分くらいの講義?	A	C		顧客獲得		
22	20	中西	グーグルアナリティクス・サーチコンソール		B	B		顧客獲得		
23	21	中西	セルフコーチング		B	C	ノウハウを使って、成果を出すためには、自分でPDCAを回せるようになることが重要			

Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

97

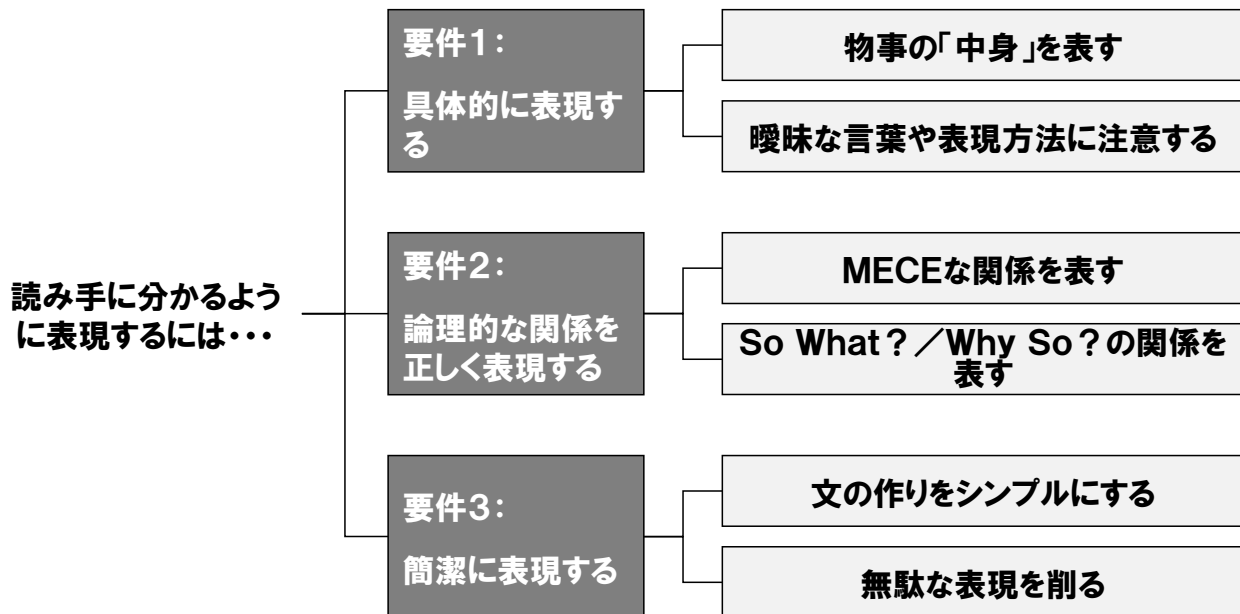
SNS時代では、 ライティングスキルも、超重要

期待する反応を設定する

- ◆期待する反応は「理解」、「フィードバック」、「行動」の3つ。



- ◆正しい文章とは、伝えたいことを正確に、速やかに読み取ってもらえる文章である。

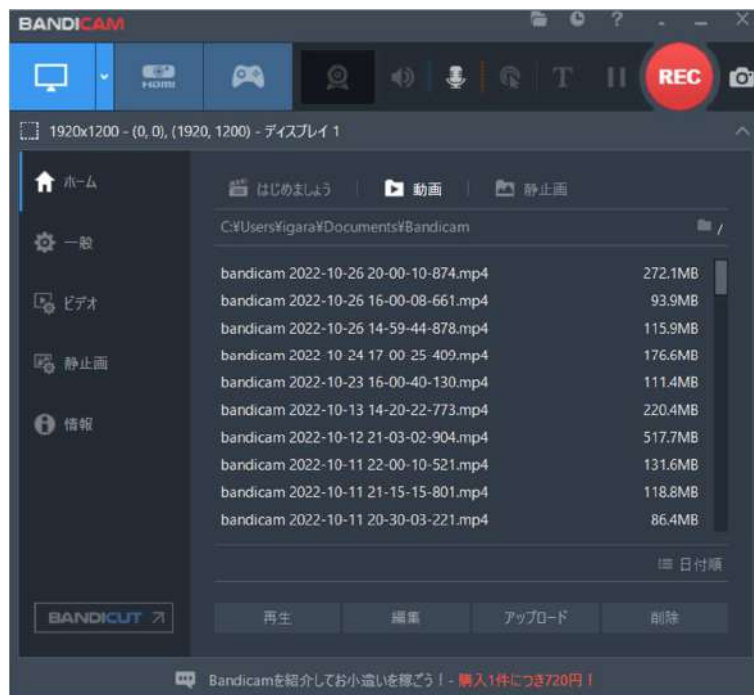


No.	チェックポイント	チェック
1	抽象度の高い用語が使われていないか？	
2	専門用語や略語が、注釈なく使われていないか？	
3	用語や表現が統一されているか？	
4	論理的な文章になっているか？	
5	主語、述語が対応しているか？	
6	修飾語と被修飾語が対応しているか？	
7	1センテンス1メッセージになっているか？	
8	れる・られる、の乱用、混用は無いのか？	
9	屋上屋が架されていないか？	
10	接続詞の繋がり、因果関係が明確か？	
11	一文は長すぎないか？(80字以内か？)	
12	抽象度の高い用語が使われていないか？	

- ◆ベースは、“正しい文章”で書く。
- ◆ただし、それだけだと、読んでももらえない。
- ◆滑り台効果
 - 》最初のキャッチをつかめば、あとは滑り台を下りるように読み進めてもらえる。
- ◆テクニック
 - 》コピーライティング
 - 》ストーリーテリング

1. メリット提示
2. To Me Message
3. 具体性(数字など)
4. 好奇心・Make Gap
5. 限定性
6. 問いかけ
7. 証言・証拠・実績・推薦

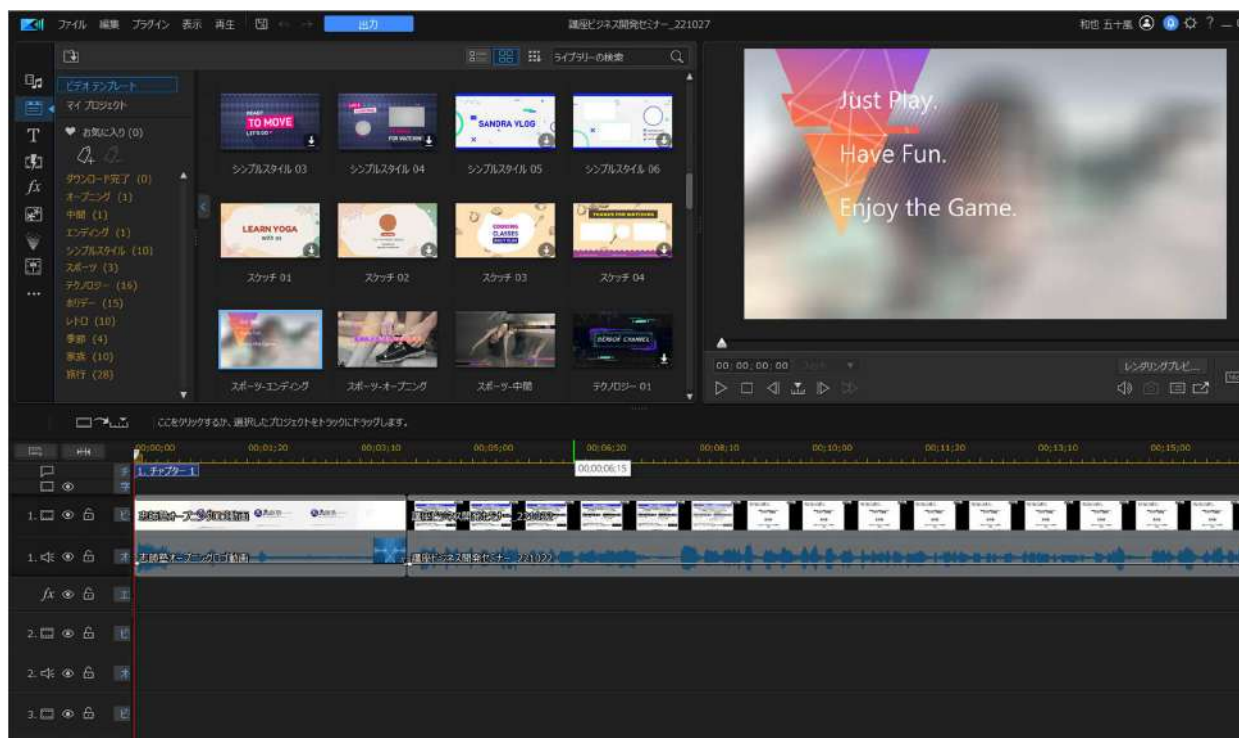
- ◆画面操作をキャプチャーしたいときは、Bandicamを利用。
- ◆無料でも利用可能だが、本格的な利用には有料がBetter。



Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

104

- ◆動画編集の際には、PowerDirectorを利用。
- 》簡易操作ができて、そこそこ高機能。(これで十分かも)



Copyright 志師塾 All Rights Reserved.

105

- ◆MAツールとして活用。
》そこそこ高機能だが、少し高いのがネック。



- ◆いよいよローンチ予定！！！！



- ◆ 振り返りの時間を、先に設定
 - 》 カレンダーに入れる

- ◆ 定量分析

- 》 数字で事実を把握する。

- 視聴維持率
 - アクセス数
 - コンバージョン率
 - etc

- 》 シミュレーションを行う。

- 感度分析

- ◆ 失敗する人には、2種類のパターンがある
 - ①途中で目標を忘れてしまった人
 - ②目標を諦めて途中放棄してしまう人
- ◆ これらの原因は、目標の手入りを怠ったこと。
「目標は、手入れをしないと腐る、枯れる、劣化する」
- ◆ 目標の手入れの方法
 - ①目に付くあらゆる場所に張る
 - ②人に宣言して自分を追い込む（期待をもらう）
 - ③目標達成で得られる利益を明確にする
 - ④やる気のでる「セルフトーク」と「動作」を決める
 - ⑤日誌を書く

- ◆目標を書いて張り出す場所を書く。

(例)会社のデスク、自宅のトイレのドア、自宅の玄関、会社のロッカー、部屋のドア、ベッドの天井

- ◆宣言相手と宣言の言葉を書く。
- ◆宣言の言葉には、「必要な支援」も含めると効果的。

宣言相手	宣言の言葉
(例)上司	私は「～」を絶対にやり切ります。期待しててください。そのため、「・・・」の支援が必要です。宜しくお願いします。

◆目標達成で得られる利益を、物心両面から明確にしておく。

◆物欲（モノ、お金、など）

◆心の欲（成長感、達成感、名誉欲、など）

◆やる気を出すための「セルフトーク」と「動作」を書く。

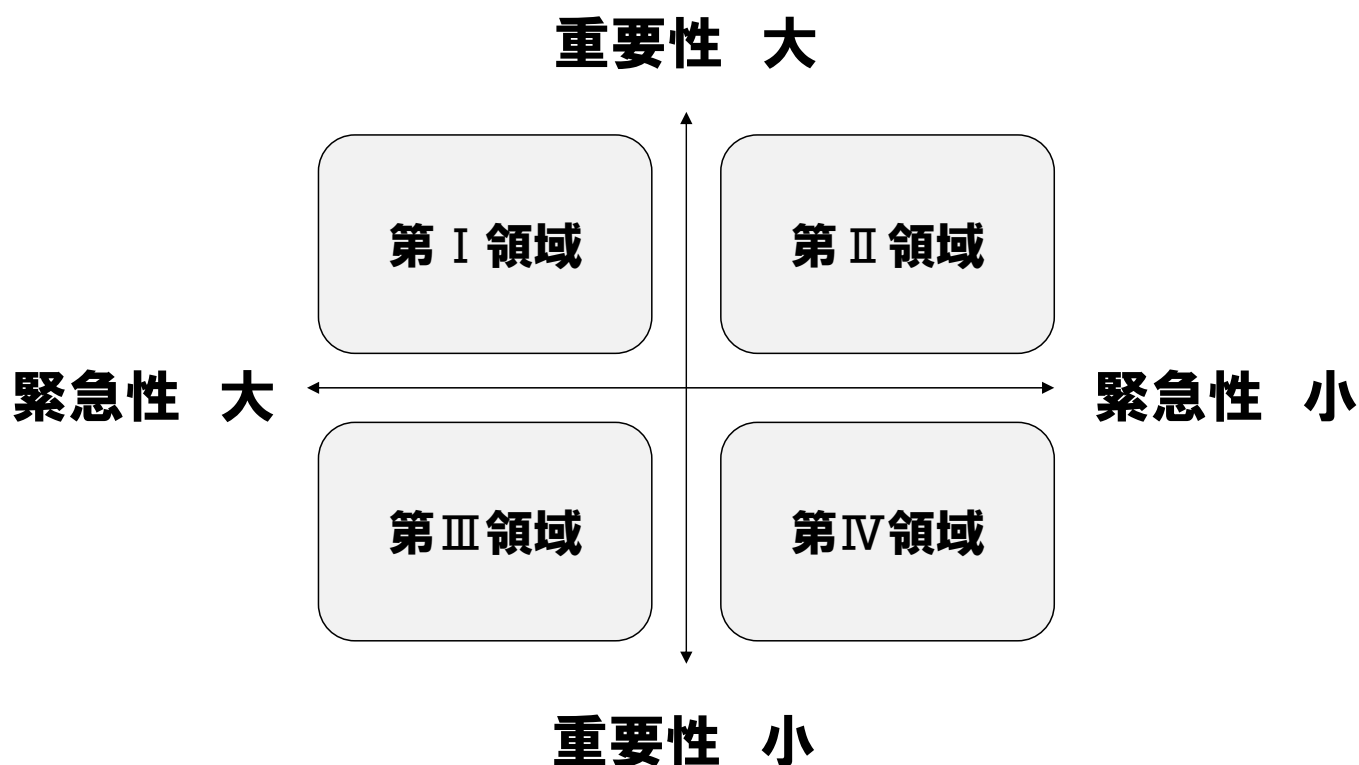
セルフトーク

（例）俺はできる、できる、できる、できる、できる、できる、俺がやらなくて誰がやる！

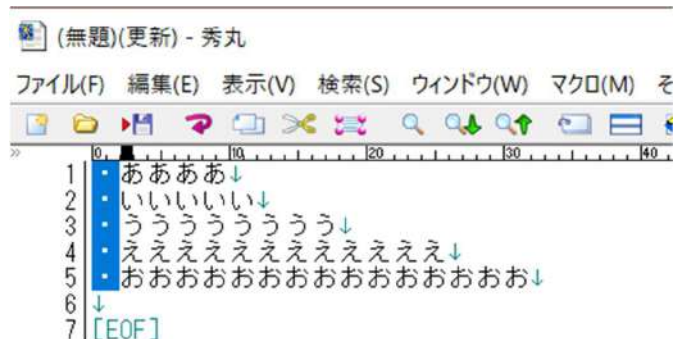
動作

（例）背伸びをして、顔を両手ではたいて、「よっしゃ、やるでー」と言う

- ◆日誌は、日記(感想・感情を書くもの)ではない。
- ◆毎日のできたことできなかったことを仕分けし、明日の目標を具体的にすることが日誌。
- ◆日誌には、毎日の行動の○×と、反省点・やる気の出る言葉を書く。



- ◆秀丸は、「BOX選択」が超便利。ショートカットで、いつでも起動できるように。
- ◆「Grep」機能で、ファイル横断的に探す。



- ◆第一に、覚える意思を持つ。
- ◆第二に、使う意思を持つ。
- ◆第三に、時間を投資する意思を持つ。

マウスは使うな、時間が無駄だ(先輩コンサルより)

1. Windows共通（Word、Excel、PowerPoint）

倍速

Windows共通	基本	操作を元に戻す	Ctrl	Z	4
		元に戻した操作をやり直す	Ctrl	Y	2
		全ての項目を選択	Ctrl	A	4
		項目を切り取り	Ctrl	X	2
		項目をコピー	Ctrl	C	2
		項目を貼り付け	Ctrl	V	2
		テキストのみ貼り付け	Ctrl+Alt+Vの後、テキスト		
		上書き保存	Ctrl	S	4
		ファイルを開く	Ctrl	O	4
		ファイルを印刷	Ctrl	P	4
		項目の名前を変更	F2		2
		ウィンドウの切り替え	Alt 押しっぱなし	Tab、矢印 Shift+Tab	
		新規ウィンドウを開く ／ファイルを作成	Ctrl	N	4
	高速	クリップボードの履歴表示		V	9
		スクリーンショットを撮影	Fn	PrtSc	9
		指定ヶ所のスクリーンショット		Shift+S	9

2. Google Chrome

Chrome	ズーム	ページを拡大	Ctrl	+
		ページを縮小	Ctrl	-
		ページを元の倍率に戻す	Ctrl	0
	ウィンドウ	新しいウィンドウを開く	Ctrl	N
		新しいウィンドウを シークレット モードで開く	Ctrl+Shift	N
		新しいタブを開いてそのタブに移動	Ctrl	T
		閉じたタブを閉じた順序で再び開く	Ctrl+Shift	T
		開いている次のタブに移動	Ctrl	Tab
		開いている前のタブに移動	Ctrl	Shift
		指定のタブに切り替え（左から）	Ctrl	1~8
		右端のタブに切り替え	Ctrl	9
		現在のタブの閲覧履歴の中で 前にあるページを開く	Alt	◀Home
		現在のタブの閲覧履歴の中で 次にあるページを開く	Alt	▶End
		現在のタブを閉じる	Ctrl	F4
		現在のウィンドウを閉じる	Alt	F4
		現在のウィンドウを最小化する	Alt+Space の後、N	
		現在のウィンドウを最大化する	Alt+Space の後、X	
		履歴の表示	Ctrl	H

Zoom	マイク	マイクのOn⇄Offを切り替え	Alt	A
		ホスト以外の音声Off・マイクOn依頼	Alt	M
	カメラ	カメラのOn⇄Offを切り替え	Alt	V
	画面共有	画面共有を開始・停止	Alt	S
	録画	クラウド録画を開始・停止	Alt	C
		ローカル録画を開始・停止	Alt	R
	チャット	チャットの表示を切り替え	Alt	H
	会議画面	ボタンの表示・非表示を切り替え	Alt	
		スピーカービューに切り替え	Alt	F1
		全画面表示にする・元の表示に戻す	Alt	F
	参加者一覧	参加者の一覧を表示	Alt	U

本資料に関するお問い合わせは、
下記宛先までお願いいたします。



運営：株式会社エクスウィルパートナーズ

Mail: customer@44jyuku.com

Tel: 03-5937-2346

HP: <https://44jyuku.com/>

〒160-0023 東京都新宿区西新宿7-2-5 TH西新宿ビル5階

(注) ExWillPartnersの許可なしに本資料の複製・配布を禁止します。