

小中学校社会体験型教員研修報告書

研修者氏名	長崎 将和	学校名	一宮市立西成東小学校
研修主題	<p>○ニコニコ・ハキハキ・テキパキ行動し、真心を伝えて顧客に信頼されるという企業の姿勢から、礼儀作法や接客の仕方等を学び、社会人としての資質を向上させる。</p> <p>○社員が会社に満足して働けるような職場作りの工夫を学び、教師と児童の信頼関係の構築や児童の学級、学年、学校における自己実現の場のあり方について考察する。</p>		
研修先	鈴木自動車株式会社	所属部課名	フロント
研修期間	平成25年10月1日から平成25年11月30日まで		

1 研修目的

- 受付・接客の補助業務において、様々な人と交流し、相手の立場に立って物事を考え、相手が求めているものを理解し、それに応え、相手に信頼されるような礼儀作法や接客の仕方を学ぶ。
- 社員が実際に働いている姿勢や様子を見て、職場の雰囲気を感じ、一人ひとりが目標を持って仕事に取り組める環境づくりの工夫について学ぶ。
また、社長と社員の信頼関係の構築法から、学校・学級経営につながる方法を探究する。

2 研修内容

(1) 研修先概要

鈴木自動車株式会社はこの1月で創業50周年を迎えた。一宮市の西部で車検、板金、カーメンテナンス、自動車販売、自動車保険販売等、カラーライフのトータルサポートを提供している会社である。「温故創新」～変わらないために変わり続ける～の社是の基、社員一同がニコニコ・ハキハキ・テキパキ行動をするとともに、地域社会の安心と安全の貢献に寄与することで、顧客、地域から信頼される企業であり続けている。また、社員が会社に満足して働けるような職場づくりにも力を入れている。そのための交換ノートがある。社員はこのノートにその日の業務報告や反省点、感じたことを記入し、社長はそれに対しコメントを入れて社員に戻す。言葉で伝えにくいことも、このノートを通じてお互いに理解し合い、働きやすい環境づくりを行っているのである。



<基本戦略>

鈴木自動車は生涯取引の実現をテーマに、顧客とのつながりと社員教育に力を入れている。生涯取引とは、AOS総合研究所が展開する戦略であり、車検から車検の間に発生する定期点検やオイル交換、車両販売、保険販売といった機会があるごとに顧客と接し、取引回数を増やすことで管理車両1台当たりの売上を伸ばす仕組みである。そのために、鈴木自動車では、顧客に対してはクーポン券や定期点検の案内、電話での車の状態の確認などで接点を持ち、社員に対しては顧客に応じた価値の提供ができるよう、情報の共有化と情報の使い方、社員間の連携など、研修や会議を通しての教育がなされている。

※鈴木自動車は主に、フロント、整備一般、板金塗装の三つの部署に分けられ、私はフロントの一員として従事した。

- ・フロント 来客の受付や接客、自動車販売、保険の販売や更新、事務など
- ・整備一般 車検、修理、点検、部品販売など
- ・板金塗装 事故車の修理、板金、塗装



(2) 研修の実際

ア 清掃

出勤したらまず、清掃から始まる。代車や販売のための車などを所定の位置に移動させたり、工場の掃除をしたりする。店内では留守番電話の再生やパソコンの起動を行い、床やガラス、机などを清掃する。毎週月曜日の朝は大掃除があり、普段掃除できない部分まで掃除をする。社長も床にはいつくばって掃除をする。私はその様子を見て、社長が社員に対して自ら手本を示していると考え、「教師も子どもに姿勢で見せることも重要だ」と交換ノートに記した。しかし、社長のコメントに「誰かのためにやるのではなく、掃除をすることで自分の心を磨いている」とあり、自分も透き通った心で生活できるよう、姿勢を見せるだけでなく、心をこめて掃除をする必要があると気づかされた。そして、その姿が子どもに響くのではないかと思った。

イ 朝礼

清掃後、8時40分に朝礼を行う。社員が一つの円になり打ち合わせをする。司会は毎日ローテーションで変わる。まず、工場長から、その日の入庫や出庫の予定の確認があり、次に整備リーダーから車検で入庫する顧客とその自動車の情報が伝えられる。過去の来店履歴と内容から、顧客に合ったサービスができるように社員が共通認識を持つのである。さらに、板金リーダーからはその日の作業内容の説明があり、司会が社員のよいところを発表する。学校だけでなく、仕事の現場でも、お互いに認め合うことを大切にしていることに驚いた。



その後、倫理研究所から毎月発行されている「職場の教養」を司会が音読する。毎日違う話から今日の心がけが記されており、はっと気づかされたり、気を引き締めたりできるよい時間であると感じた。最後に、会社の社是や企業理念、経営理念などを唱和し、あいさつの声出して終わる。毎朝、会社の社是や理念、社員像などを唱和することにより、「今日もお客様に喜んでいただけるようがんばろう」という気持ちになり、発声して確認するよさを感じた。

ウ 会議

毎週金曜日の朝に会議を社員全員で行う。

日付	主な会議の内容	目標
10/4	朝日新聞「天声人語」	会社の社風を考える
	9月の売上報告	保険・車両販売に力を入れる
	カーコンビニ倶楽部の講習会報告	心配りを大切に

10/11	行動変革シート	顧客からどんな評価をいただきたいか そのために何を実践していくか
	車検の入庫の増加へ	車検未取引車両への声かけ
	生涯取引の強化	車検後 6 か月、12 か月の来店を促す
10/18	保有車両の高齢化	車両販売の強化 板金・オイル交換客の車検入庫へ
	車検後の来店を増やし、取引強化へ	車検時に 6 カ月以内の来店
	情報の管理と使い方	顧客に対する価値提供のテーマを見つける
10/25	外部および内部に対しどんな人でありたいかを発表	外部貢献の為の自己責任と今期の活動目標の設定 内部統合の為の自己責任の設定
11/1	個々の活動目標に対する自己評価	自分の長所を伸ばしていく
	1 月の 50 周年イベントについて	50 年前の車を電気自動車に改良する
11/8	11 月のイベント目標	個々の目標の設定
	過去 5 年の実績から来期の目標	フロント、整備、板金の粗利目標の設定
11/15	車検の新規獲得へ	整備やオイル交換のみの顧客への声かけ 板金入庫の顧客へ声かけ
	固定客の増加	車検を担当した整備士が車検後 6 カ月以内に電話をし、車の状態確認と無料点検案内を行う
11/22	成果目標と活動目標	成果目標のためどう活動していくかの目標を立て、個人の役割を考える
	情報を利用したシュミレーション	情報から瞬時に価値提供のテーマを見つける
11/29	個々の活動目標に対する自己評価	成果として表れているかを考える
	情報を利用したシュミレーション	今期のテーマはこれができるようにする
	組織活動とは	共通の目的があり、役割を把握し、互いに伝達し合える組織へ

このように、成果や課題から会社の方針を決め、共通の目標に向かってチームとして、または個として何をしていくかを具体的に設定していく。目標からやり方を考え、評価をし、次の目標へとつなげる PDCA サイクル（計画→実行→評価→改善）がしっかりとなされていると感じた。また、「自分がどんな人でありたいか」を考えることにより、何をしなければならないのかという目標が見えてくる。「やり方」でなく、「あり方」を考えることが大切なことを学んだ。



エ 主な勤務内容

私が従事したフロント業務では、受付・接客と書類作成を行った。ここでは主にその仕事の内容を紹介する。

① 車検

鍵を預かり、代車が必要かを確認する。車検証、納税証明書、自賠責保険の用紙を確認し、重量税申請書に印鑑をもらう。車検の手順を説明し、支払方法の確認をする。ハンドルやシートをカバーし、工場長に車検の入庫完了を知らせる。30 分後に顧客が整備

士と整備内容を確認した後、その整備内容を記録した用紙をもとに納品書を作成する。車の整備が終了したら清算をし、新しい車検証の受け取り可能日時を説明して出庫の手続きを行う。

② 車検見積もり

車検証を預かり、年式、車両重量などから必要な基本車検料金、重量税、自賠責保険料、代行代などの車検諸費用を計算し、そこから顧客の条件に合わせ、割引価格を示す。それを整備士に渡し、整備士が交換の必要な部品を調べ、具体的な見積もり料金を顧客へ知らせる。

③ オイル交換

鍵を預かり、オイルの種類を確認する。車の走行距離を見て、オイルエレメントの交換時期も確認し、場合によっては価値提供をする。整備士にオイルの種類を伝え、伝票を作成する。整備が行われている間に顧客のデータを出し、次回車検日や世帯内の車両、保険、前回整備を保留した箇所などの情報を確認する。必要に応じて顧客に価値提供を行う。

④ 車検予約と書類作成

来店や電話により、車検の予約を受け付ける。車検予定表で空いている日時を確認しながら、車検の日時を受け付ける。

車検の日時が決まったら、書類を作成していく。書類は大小合わせると1台につき10種類以上にもなる。



オ その他の業務

見学を中心に経験したフロント業務を紹介する。

① 車両販売

新車販売では、顧客の要望を聞きながらカタログ等を使い、車両の情報を提供する。ディーラーの担当者と連絡を取りながら、細かい説明や価格の設定を行う。また、中古車販売ではオークションに出品されている自動車の情報をもとに、顧客の要望に応じた車両情報を提供する。下取りの車両がある場合は下取りの見積もりをする。見るポイントは走行距離、傷や汚れ、事故の形跡などである。そして、同じような条件の車両がオークションで落札された価格をもとに、車両の状態に応じた価格を設定する。

車両販売ではよい点ばかりを並べず、問題点も説明し、顧客に寄り添った接客をしているのが印象的であった。

② オークションへの出品

出品の車を CAA 岐阜まで運送し、オークションにかける。CAA では、会場の担当者が車の厳しく傷や汚れなどを細かくチェックし、車両の情報をまとめる。オークション参加者は、外に置かれている車を実際に見たり、その情報を利用したりして落札したい車両や価格を決めていくのである。

オークションはパソコンを通じて行われる。さらに、東北から九州まで全国 8 会場が接続されており、どの会場もパソコンでの参加が可能であり、情報化の進歩に驚いた。

③ 保険代理店としての業務

鈴木自動車は東京海上日動火災保険株式会社の代理店として、全国表彰を受けるくらい保険販売にも力を入れている。知らず知らずのうちに、不利益となるような契約をし

てしまっている顧客に対して、保険の見直しを促し、相談に応じたり、新たに保険の契約を交わしたりしている。また、2012年10月に自動車保険の改定がなされ、事故により保険を使用すると等級だけでなく、割引率も大幅に下がることとなった。この事実を顧客に知らせるとともに、鈴木自動車では、保険を使用して修理する場合と、保険を使用せずに修理する場合の両方の見積もりを出すことができ、顧客に不利益にならないように応えることができる価値を提供する。さらに事故や故障の連絡が入った時は、保険会社と連携し、その処置方法を適切に顧客に伝えていた。このように、常に顧客の立場に立った対応を心がけることにより、顧客からの信頼を得ることができるのだと感じた。



上記以外にも様々な業務があり、経験したり、見学したりした。研修を通して学んだこと、感じたことを5つ挙げ、そこから学校での生かし方を考えていく。

3 研修の感想・反省・成果と今後への生かし方

上記以外にも様々な業務があり、経験したり、見学したりした。研修を通して学んだこと、感じたことを5つ挙げ、そこから学校での生かし方を考えていく。

(1) 人と人をつなぐあいさつ

人とのコミュニケーションは、やはりあいさつから始まる。さわやかで気持ちのよいあいさつは、会社にとって、また顧客にとって安心できる、信頼できる店である印象を与える。そのため、朝礼では毎回「いらっしゃいませ」「ありがとうございます」「よろしく申し上げます」のあいさつの練習を行っている。しかし、一緒に練習する中で、ただ練習しているだけではなく、あいさつには3つのねらいがあると感じた。一つ目は声出しの準備のためである。鈴木自動車では顧客との対話を重視している。そのためには、顧客に対してわかりやすい価値提供が必要である。また、社員同士の間も言葉でのコミュニケーションは欠かせない。声が出にくいときに、大きな声であいさつをして一日中、しっかり声が出るように準備するのである。二つ目に、社員の心をそろえるためである。社員がバラバラで行動しては、会社として機能しない。社員全員の声がそろい、あいさつが会社全体に響き渡ったときに社員の気持ちが一つになり、とてもさわやかな気持ちになった。あいさつは社員の心もつないでいるのである。三つ目に、お互いを認め合うというためである。相手の存在を認めるからあいさつをする。同時に自分の存在を相手に示す。存在を認め合うことから社員同士が連携して仕事ができ、また存在を認め合うことから顧客との接客が始まるのである。



社会に出てからも大切である「あいさつ」を子どもたちに指導すると同時に、自分が率先して気持ちのよいあいさつをすることで、あいさつの意義と重要性を子どもたちに伝えたいと思う。

(2) 目線を合わせて笑顔で接客

鈴木自動車では、お客様の立場に立ったサービスを提供することを心がけている。それが姿勢となって現れているのが、目線と笑顔であると感じた。常に姿勢を低くし、顧客を見下ろすことは決してない。さらに、相手を知り、「〇〇様」と名前でお呼びする。相手の目線に合わせてお客様を大切にし、笑顔で接客することにより顧客も安心して店を利用しているように見えた。



学校でも、子どもや保護者の視線に合わせて、相手の顔を見て話をすることを心がけてい

きたい。そして、相手を知り、相手を大切に作る気持ちを持って接していきたい。

(3) 「なぜやるか」「何をやるか」

常に目標を意識させ、自分で課題を設定することにより、意欲的に取り組むようになることである。ただ仕事をこなすことだけを考えていては、目標を見失い、結果をしっかりと出すことができない。会社としての目標を具体的に設定し、そこからそれぞれの部署の目標を決め、そして個人の目標を決める。その目標を達成するには「何をすべきか」そして「どうやるか」を考える。さらに鈴木自動車ではPDCAサイクルを重視し、この計画(P)を実行(D)し、会議において評価(C)し、改善点(A)や新たな課題を挙げまた計画(P)する。ただのサイクルでなく、らせん状につながっている感じを受けた。

私は学校において、「どうやるか」ばかり考えてしまい、「何のためにやるか」という目標を見失っていることに気づかされた。これからは目標を常に意識しながら教育活動を行っていききたい。さらにこれは、児童が学習や運動に取り組むときにも重要であるので、常に「なぜやるか」を意識させて教育活動に取り組ませていきたい。

(4) 情報の共有化

鈴木自動車では、顧客のデータをまとめ、パソコンで管理をしている。顧客の個人情報、車両情報、利用履歴はもちろん、顧客との応対や電話により得られた情報は全てデータの中に保存する。そして、その情報の見方を社員全員で研修することにより、どの社員が対応しても、すぐに顧客に応じた価値提供のテーマを決め、顧客の期待以上のサービスへとつなげていく。そこに顧客と会社、社員との信頼関係が築かれるのである。

学校は、学級の情報が学級内にとどまってしまうことが多い。特に小学校ではその傾向が強い。学級の問題を学級内だけでなく、学年、学校全体で情報を共有し、個に応じて学校全体で取り組んでいくことが大切だと感じた。

(5) 風通しのよい職場づくり

研修先の概要でも述べた通り、鈴木自動車では、毎日社長と交換日記を行っている。これにより、自分が研修を通してその日に感じたことを、忘れてしまう前に記入し、社長にもそれにすぐに対応していただくことができた。自分の感じたことや考えたことを認めてもらうと安心や自信を得ることができた。また、違った見方やアドバイスから学ぶことも多くあった。交換日記により社長と社員の風通しをよくしているのである。さらに、それだけでなく、ノートとして形に残るので、自分の成長の過程を振り返ることもでき、ノートが宝物になってくる。



学校においても、児童や保護者、職員との関わりは重要であり、風通しが悪ければ不信感となって教育活動に大きな支障が出てくる。日記や連絡帳、通信などを通して児童や保護者との風通しをよくする必要があると感じた。また、一宮には交換日記の代わりにするものとして進度表があり、学級の問題を全体で考える会議も設けられている。これらを今まで以上に有効に活用していくことが重要であると考えた。

4 終わりに

お忙しい中、研修を受け入れてくださり、多くの心遣いをいただいた鈴木自動車の皆様、貴重な機会を与えてくださった教育センターの先生方、温かく研修に送り出していただいた学校の先生方、児童、保護者の皆様に心から感謝したい。そして、研修で学んだことを教育現場にいかにも還元していくかを目標に、教育活動に取り組んでいきたい。