

# 結果の出る就職支援

## ～ビジネスマナーとコミュニケーション～

学校法人 埼玉県理容美容専門学校

プロフェッショナル・キャリア・カウンセラー® 島田 美紀

### 1. はじめに

商業は、理性ある人間社会にしか発展し得ないものだ。そして、商品と仕入れ先、販売先のすべてが存在しないと成り立たない。その3つを円滑に結びつけて流通させていくとき、最も必要なのは実のところコミュニケーション能力ではないだろうか。

そうしたとき、就職市場において最も重視されるのは、学歴や資格などの商品スペックよりも、むしろ消費者の心に訴えかける「魅力」＝「コミュニケーション能力」がはるかに大きいと言える。

私の勤務する専門学校では卒業時に就職できない者は無く、希望の就職が出来たとアンケートに答えた学生は91.5%になる。

中には、MARCH以上の4大卒も含め就職倍率が100倍を超える人気職で4大卒を凌駕する評価を得て複数内定者を出しているケースもある。

本校では、理美容師の国家資格を取る為に必要な「法律で定められたカリキュラム」を中心に「国家試験合格のための予備校的要素」と、本人達がサロンの現場で「役に立つ新人」として受け入れられるための「ビジネス・スクールの要素」を選択科目に設定し、かつ「学生の興味をひく」メイクやネイルのような「カルチャー・スクールの要素」を平行して取り入れる等、今後必要とされる理美容師像をイメージした鮮度の高い講座を組む努力をしている。メイン・テーマはぶれることなく反復継続的に実施するが、同時に理屈抜きで「楽しい」「できる」科目を配置しているのである。

今の学生は、「簡単にはできないけれど、少し頑張ればできる事」に良く反応する傾向がある。そして、カリキュラムと就職支援に連動性を持せるためにマナーなどの講座を1年次から実施し、スーツを着て名刺を持って母校訪問をしたり、求人店舗100店による就職ガイダンスでは「スカウトされる事を目標に」模擬面接を実施したりしている。

学校は、学生が到達すべき水準と、本人が到達したいと望む目標の2つのスタンダードを見極め、バランスよくかつ必要な力を付けさせるカリキュラムを組まなければならない。

そして、今後益々必要とされるのは学生自身の「魅力」について「プロデュース」するカリキュラムと支援体制の構築といえる。自分自身に誇りが持て自信のつくカリキュラムがあれば、進路活動は楽しいという機運が生まれる。そして学生達の目標達成は、その行程から楽しく希望に満ちたものに変化し、結果は自ずとついて来るはずである。

### 2. 履歴書・調査書はパンフレット

履歴・調査書は、「学生」のパンフレットである。様々なスペック、用途、特色、紹介写真が記載されている。

こう教えると、実際に進路がクローズアップされる3年次には、パンフレットの内容があらかじめ決まってしまう事に高校生は愕然とする。1年生の時からあれだけ指導しているのに、と先生方のため息が聞こえて来そうではあるが。

しかし、ここで本人達に気づいて欲しいのは「すごいパンフレット」「とても売れそうもないパンフレット」を作ったのは自分自身だと言うことだ。努力した事は報われ、しなかったことは報われないのだと、しっかりと認めさせるべきである。

それを理解させるには、学生に人事担当者の目線で考えることをイメージさせると効果的である。

「あなたは人事採用の係です。この学生を新人として採用したいですか?」と聞いて、本人の履歴書を読ませると、たいがいの学生が「ちょっと…」と口ごもる。「どんな点が問題なのか」「どう修正すればいいのか」を質問すると、驚くほど常識的な答えが返ってくる。修正すべき点は、指導者が指摘せず、必ず本人の口から言わせる事が非常に重要である。自分で正しく欠点を言うことが出来ると、学生

は自信を取り戻すことができる。何故なら、顕現したものは怖くなくなるからである。

また、意外に大きな役割を果たしているのが「写真」である。結果から言えば、人事担当者はまず写真を見て「なにがしかの印象」をもつ事になる。パンフレットを見るとき、誰でもまず写真などのビジュアルから吟味するのである。好印象なら必ず面接時に大きな追い風になる。

そして良い写真を撮る為には、普段の学生生活での身だしなみが物を言う。眉毛が無かったり、ヘアカラーで髪の毛が痛んでいたり、ピアスの穴が開いていたり、奇抜なヘアスタイルでは、とても好印象な写真は撮れない。基本的生活習慣が身につけていない人は写真にだらしなさが表れてしまう。普段の姿の写真を見せて、是非学生に尋ねていただきたい。「あなたは人事採用の係です。この学生を新人として採用したいですか？」

### 3. セルフ・マーケティング

#### —商業高校だからこそのスペック—

就職支援の指導者は学生のスペックを把握し、人間性の魅力を知り、「何が一番の売りなのか」を見極めて、どんな企業がそれを評価するかを、イメージしなければならぬ。そして効果的に売り込む為のスキルが「ビジネス・マナー」である。

商業高校卒の学生と就職相談をするとき、既成の履歴書では書ききれないほど沢山の資格を取得している事がよくある。今では彼らの為に資格記入欄の広い商業高校卒専用履歴書を作って対応する程である。

出身校で、社会に出て即戦力となるためのスペックをしっかりと身に付けさせようと薫陶された賜と思う。一番のポイントは、「役に立つ資格だから取得しなさい」と勧められたときに「素直な気持ちで従った」素質なのである。それがたくさんあればあるほど、「書類好感度」が上がる。

商業高校だからこそのスペックは、進路に商業高校を選んだ時の価値観にこそある。資格取得などに意欲的で、どうせ学ぶなら役に立つことを勉強して社会で役立ちたいと考える。比較的慎重派で、情緒も安定しており、地に足がついたタイプ。社会に対して、基本的に信頼を持っており年長者の指導に素直に従える。

それこそ、企業が欲しいと思えるスペックに他な

らない。

面接に向けての意識付けでは、特に何故商業高校を選んだのかという「価値観」、つまり学生のテーマを本人に再確認させ、キャリアビジョンに一貫性を持たせると効果絶大である。

### 4. 面接とは何なのか

#### —面接現場の真実—

面接は就職活動の本番。「自分の売り」を直に面接官にアピールするチャンスである。

ここで、面接官の一般的な人物像を考えてみたい。おそらく、面接官は（職種にもよるが）40代から50代であろうと推察される。人事担当部署がしっかりあるのか、総務担当が兼任しているのか、店長や工場長が中心になるのか。このあたりは出来ればリサーチが必要である。

面接官が直接育成する立場であれば、如何に面接官とシンクロ出来るかが合否を分ける。

人事担当者であれば、高校生は「好感度」と「鮮度」のみに集中すべきである。担当者がサポーターになってくれさえすれば、単に採用されるだけでなく、希望の部署や有利な配属をも得ることが出来る。

面接で失敗する要因は、実は「採用されることを目的としている」からなのである。

採用側は、入社後の長いスパンで判断する。「この人材を育てたい」「この人材と働きたい」と思ってもらえるかどうかが大切なのだ。そして、面接官の年代を考えたとき、自分の両親や高校の教員との関係がとても問題になる。

面接官は、おそらく両親や教員と同年代である。日常的にこれらの人々と、礼節をわきまえたコミュニケーションが取れていれば、全く問題ない。しかし、両親と殆ど会話をしていなかったり、暴言を吐いたりしては、面接練習などいくら重ねても無駄である。まして、教員に「ため口」をきいているのでは話にならない。学生はよく「やる気になればできる」と言うのだが…。

有能な面接官であれば、入室した時の顔つきや佇まいを一瞥しただけで、付け焼き刃のマナーは看破してしまうだろう。今日、面接とは「オーディション」なのである。

「この人材がうちのユニフォームを着て働いている姿」或いは、「窓口で笑顔で対応する様子」を瞬間的に想像できて、そのイメージが快いなら必ず採

用される。

従って、学生本人がしっかりと「入社後の自分の成功イメージ」を持っていなければならない。予め用意した「学校レベル」で100点満点の志望動機を暗記して、無表情に棒読みされても面接官は疲れるだけだ。

「明るく健康で素直であること。」

企業が高校生に求めているのはそれだけである。従って、学生のパンフレットである履歴書・調査書には、如何に本人が明るく健康であるかが担保されていないなければならない。

そして、実際に本人に会って書類の内容を確かめるのが面接である。しかも、面接会場では第一印象が採否の鍵を握っている。ドアをノックしてから椅子に座るまでのほんの数秒で、採否の80%は決まってしまうと見られている。知りたい情報は、すでに書類として手元にあるため、面接ではいくつかの確認しか必要ないのだ。

では、面接官はいったい何故様々な質問を投げかけるのだろうか。

一般的に、面接官が質問するのはリーディング（相手の心を読む）をしているのである。質問によって学生自身の情報はリーディングを行う面接官へ一方的に流れ続ける。学生の本質は、立ち居振る舞い・服装・顔色・口調・質問に対する表情の変化や言葉の反応などによって殆ど知ることができる。即ち、面接官は話の中身ではなく、投げかけた事への反応をみている。

面接官は、優秀な人材を採用し、そうでない者は採用しないのが仕事である。それだけに、表面的に取り繕うことの出来る言語的な表現は意外と重要視されない。面接時には、言語によらない感覚的な情報がとても大きな影響を持っている。

## 5. マナーというコミュニケーション

マナーとは、人間関係を良い状態にするための、共通言語である。相手を尊重していることをボディランゲージや言葉で伝えて、相手にも自分を尊重してもらうために使用される、自己と他者の間に生じる表現方法と言える。

即ちマナーの意義は、自己と他者の社会的立場（上下関係）を正しく理解した上で、相手と良い関係を望んでおり且つ敵意が無いこと、さらに敬意を払っている気持ちを的確に伝え、それを以て自分を

受け入れてもらい、自分も相手からふさわしい扱いを受けたいという意志を表現するものなのだ。

簡単に言えば、人間関係を良くして目的達成を円滑にすすめる幸せに生きていく為には、人間関係コントロールのスキルが重要になる。このことをマナーと言っても良いかもしれない。

前述の、言語によらない感覚的な情報…を有利に発信するものがマナーである。

本来、マナーの基本は「他者を気遣う」という気持ちの現れであり、相手を不快にさせないよう個人個人が考えを巡らして行動すべきものである。しかし、今日のように価値観が多様化して、常識や礼儀作法が混乱を極めるようになると、マナーは1つのプロトコルを持たざるを得ない。

そのため、書店には「マナー読本」が並び、辞書を引くようにしてマナーを再確認したり学んだりする状況が生まれている。

しかし、よく書かれている「会釈の角度は15度、お辞儀30度、最敬礼45度」等というのは、その意味がわからなければ使いこなせない。

相手に対してどれだけ深く頭を下げるかということは状況判断の的確さが必要であり、状況にそぐわない礼は意味がないばかりでなく誤解を招くことすらある。例えば、丁寧にしているつもりで誰彼かまわず最敬礼を乱発しては「非常識」と判断されかねない。こうしたことは、理屈で学ぶのではなく実践経験がとても重要だ。

企業が体育会系の部活を3年間続けた学生を好む傾向があるのは、こうした日常的な先輩後輩の上下関係のスキルが身につけている事に起因する。

実際、理美容であっても倍率の出るサロンでは先輩後輩の厳しい部活出身者を採用する確率がとても高い。男子は野球部、女子は吹奏楽部出身が選ばれやすい傾向がある。朝練、休日練習も当たり前、規律正しくチームワーク意識が高いという必要スペックがきっちり備わっているからであろう。

体に染みついていくマナーは、無敵である。

理屈で覚えてないからレスポンスも高く、見ていてさわやかである。

## 6. 基本的生活習慣

もともとマナーというものは、家庭生活で自然に身に付けていく「躰」の中で獲得し、学校や地域社会の中で矯正を受けて洗練するものである。

それぞれの家庭では差異の生じる「躰」を、一般化したり、或いは本人が生活レベルを上げたりしたとき、マナーのプロトコル、つまり確実に実行するための手順等について定めたものが必要になる。

教育現場で今日問題になるのは、家庭生活における「躰」があまりにバラツキがあって、かつ殆どのケースで十全では無い為に「矯正」すべき実態がつかみにくいと言うことである。

簡単に言えば「基本的生活習慣」が身につけていない学生が多すぎる。15年以上にわたって、だらしない生活を見逃されてきた学生を、3年間でどのように「矯正」すべきなのか。

個人的には、高校卒業レベルの「基本的生活習慣」について以下のポイントを設定している。

- ①朝、起きるべき時間に自分で起きられる。
- ②家族に「おはよう」と挨拶できる。
- ③身だしなみがおかしくない。
- ④「行ってきます」と行ってでかける。

目標設定が低すぎるかもしれないが、正直これだけ出来れば、訓練性能は悪くないはずである。

たったこれだけの事が出来ない為に、多くの高校生は遅刻し、ひいては欠席してしまう。こうした事が続くとデフレ・スパイラルのように成績が落ち→素行に問題が生じ→アルバイトに逃げ→ますます欠席が増え→通信制や単位制の高校に編入する→フリーターになるというパターンは周知の事実である。

「基本的生活習慣」が出来ているかどうか、それを企業が確かめるのが「面接」であり、尺度が「マナー」の出来不出来と思って間違いはない。

しかし、多かれ少なかれ「矯正」は痛みを伴うのであって、学生にとって楽しい事では無い。それをスムーズに身に付けさせるには、やはり出来るだけ部活動に参加させていく必要がある。先輩後輩の規律を体験し、挨拶返事の習慣を付けさせる事はとても大切である。

学生はよく、部活の代替えとしてアルバイト先でこうした事を学べると主張するが、まずは金銭の絡まない利害関係の中でのマナーを体験してから次のステップに進むことが望ましい。

利害を超えた集団の利益や、金銭を目的としない努力を学ばなかった学生には「学生らしい魅力」が生じないものだ。高校生として経験すべき事を軽ん

じている態度は、面接官にすぐ見抜かれてしまう。

アルバイト慣れしている学生が、面接は得意だと自信満々だったのに採用されないのは、「世間ずれ」した匂いを察知されて敬遠されているのである。

企業は、高卒者は「新品」だから欲しいのであって、どうせ「世間ずれ」しているなら社会人としての経験がある人材を採用したいと考える。

「基本的生活習慣」については、学校サイドが毅然とした態度で取り組む必要がある。

近年、学生が上履きの踵を踏む事を指導しきれない為、業を煮やしてサンダル状のものを上履きと称して履かせている高校が増えている。「踵が無ければ踏めないだろう」というのは一休さんのとんち話では無いのだから如何なものだろうか。

実は、歩き方を見れば相手が何の職業なのかは推察できる。革靴を毎日履いている人、パンプスの人、安全靴の人、サンダル履きの人。

サンダル履きで3年間過ごしたツケは、決して安い物ではない。付け焼き刃で面接時に靴を履かせても、無駄である。

## 7. 夢をもつ勇氣

学生には、夢を持つ勇氣を持たせてあげて欲しい。現代の学生は、あふれかえる情報の中で溺れてしまい、何も始めないうちに結末ばかりを意識している。マナーについて学べと言え、生産ラインで働くからマナーは必要ないと言ったり、就職先を探しなさいと言え、どうせたいしたところに就職できないのだから近くの商店でいいと言ったりする。

何かを期待して、期待通りに進まなかった時に傷ついたり落ち込んだりする事を極端に恐れている。

目的の為に努力しても、所詮報われないのだと思っている。

本当に、そうなのだろうか。

少なくとも、私は求人サロンの多くのオーナーや担当者と直に話してその熱い思いを聞いているので、そうは思わない。お客様を喜ばせたい、自分の技術を伝えたい、理・美容師はいい仕事だと彼らは目を輝かせて語ってくれる。だからこそ、先輩がこうして夢を持つことを恐れないのだから君たちも勇氣を持ちなさいと本校の学生に自信を持って対応できる。

学生の「夢」は必ず心のどこかにあるが、それが芽吹くタイミングやきっかけは個人差がある。出来るだけ多種多様な経験を積ませる必要がある。遊び

や趣味でも、ないがしろには出来ない。

実際、本校の体験入学に友達につきそいで参加した学生が美容に興味を持ち、1年次には不登校すれすれだったのに人が変わったように努力をして2年2学期から遅刻欠席ゼロ、入試時には評定もBランクになったというのは珍しくないケースである。

そして、ある意味「夢」を持つことはせっかく生まれてきた自分や育ててくれた家族に対する「マナー」なのではないかと学生に伝えていただきたい。

楽しいことばかりではなくても十数年間生きて来て、勉強は大好きとは言えなくても小、中、高校と学んできた事を無駄にしてはいけないのだ。

商業高校で学生が様々な実践的取り組みをし、地域の産業と提携して商品を企画したり、店舗を開いたりすることはとても素晴らしいシミュレーションである。こうした現場体験やインターンシップは、学生に生きる実感や働く充実感、そして自信を与えてくれる。又、学生自身が一生懸命にコミュニケーション能力を磨こうと動き出す。参加することで思わぬ意識改革がなされ、意外な学生が頭角を現すことも多いと推察する。

社会と自分の関わりを正しく認識したとき、簡単に言えば「やる気」が湧いてくるものだ。自分の現在地が明らかになれば、到達したい場所までどうやったら辿り着けるのか、その為にどうすればいいのかが見えてくる。それこそが、「夢」を持つということだ。そして、自分が何の為に学んでいるのかが腑に落ちる。

## 8. ビジネスとは人間関係である

就職する、即ち働くと言うことは真にビジネスパーソンとして社会を担う事を意味する。ビジネスというと、学生は働くこと＝なにがしかの作業を行うことと考えがちである。その結果、新卒者が定着せず早期退職してしまう事に企業も危機感を持ち始めている。

そこでまず、高校生に知らせておいて欲しいのは実は、人間関係こそがビジネスなのだという事実である。

例えばタクシーに乗るとき、マナー・プロトコルとして上下関係を考慮した座席順を知った上で、状況に応じたアレンジを実施して「実に気が利く好青年」だと喜ばれる。

それこそがコミュニケーション能力である。すな

わち、ビジネス・マナーが備わっていて、尚かつそれを効果的に使えると言うことだ。

そして「いい人材だ」と喜ばれるならば例えば景気が悪化して業績が落ちていても、「将来の戦力として」必ず採用されるものである。

新科目である「ビジネス実務」では「オフィス実務」が設定されているが、実に有効なカリキュラムだと思われる。会社組織などでの意志決定の流れは、上下関係を正しく把握するガイドラインであるし、ここに個人の価値観を持ち込んでも通用しない。これを理解した上で、自分のアイデアや能力を活かして行くには、ディベートやディスカッションの経験が不可欠である。

ビジネス・マナーとコミュニケーションは、「幸福になる」ためにある。それを理解すれば学ぶ課程で段階的に「基本的生活習慣」が修正され、「マナー」のプロトコルを受け入れる素養が構築される。この「旬」を逃さずに学生をプロデュースし、「マナー」の訓練を反復継続的に実施できれば、就職指導に死角はない。

## 9. おわりに

マナーは単独で力を発揮する類のツールでは決して無い。ある意味、単調で無意味に思える動作を、反復継続的に訓練する必要がある、単発で講座を開いてもあまり効果は無い。

商業高校だからこそ「自分をプロデュースし、売り込む」ための戦略をカリキュラムに加えて、戦略ツールを身に付けたいという「学ぶ欲望」を喚起しては如何であろうか。

このような格調の高い教育資料に寄稿させていただくにあたり、様々に思い悩み逡巡したものの、就職支援現場でのノウハウと思いをかなりストレートに書かせていただくことにした。

理由は、就職現場での人材と企業のミスマッチを減らしたいと願うからである。

インターネットで「商業」を検索すると、「財やサービスなどの商品を所有している人やまたは存在している場所と、必要としている人または必要としている場所を結びつけることにより利益を得る職業または経済活動」と出る。

必要としている人と必要とされる人を結びつける。まさに、就職支援も「商業」である。