

Ⅶ- ① - 2 テレワークのコミュニケーション

テレワークでのコミュニケーションは、オンライン経由になります。電話・メール・チャットやビデオ通話などさまざまな手段を使うことにはなりますが、それらのツールの向こう側にいるのが「人」であるというのは、対面のとくと変わりありません。PART Ⅲ (P.70 ~) で学んだコミュニケーションの基本を踏まえて行動すれば大丈夫です。加えて、「オンラインならではの」のポイントもおさえておきましょう。

1. コミュニケーションの留意点

「非言語情報」が伝わりにくい

対面で話をしていれば、相手のちょっとした表情やしぐさ、口調などからさまざまな情報を読み取ることができます。しかし、オンラインを介したやりとりでは、そうした非言語情報の量が格段に下がり、微妙なニュアンスを汲みとることが難しくなります。また、メールなど文字だけのやりとりでは、意図せず相手に「キツイ、冷たい」という印象を与えてしまうことも起こりがちです。こうしたことを念頭におき、コミュニケーションはより丁寧に、を心がけましょう。

「チームワーク」が発揮しづらい

チームワークを発揮するために大切なことの一つに、情報の共有があります。テレワークではメンバーが一堂に会する機会が減るので、相手にきちんと情報を届け、自分自身も必要な情報を入手できるよう、意識することが大切です。共有したい相手をメールのCCに設定する、グループチャットなど関係者が見られるオープンな場でやりとりするなど、情報を適切に共有することで、メンバーそれぞれが役割をしっかりと果たすことができます。また、誰がどんなことをやっているかも把握できるので、お互いにサポートもしやすくなります。

「間」をつかみにくい

オンラインで会議や面談を行なうときよくあるのが、お互いに相手の発言を待って沈黙に陥る、反対にそれをおそれて立て板に水式にしゃべりすぎてしまうなど。また、複数名が同時に話し出し、何を言っているのかわからなくなるというのもよくあります。音声の混乱を避けるためには発言者が一人ずつ話す必要がありますが、目の前に相手がいるわけではなく、通信の際にタイムラグが発生することもあるため、オンラインでのコミュニケーションには「間」をつかみにくいという特徴があります。「OK」や「NG」の意思表示や発言したいときのサインを事前に決めておくなど、スムーズに会話を進められるよう工夫することが必要です。

「雑談」が減る

職場のコミュニケーションで、雑談は大切な役割を果たしています。メンバー間の心の距離を近づけたりストレスや悩みの軽減につながったりするだけでなく、たわいない話から新しいアイデアが生まれたり、会議やプレゼン前には緊張をほぐす役割を果たしたり。一見ムダなように見えてメリットも大きいのです。しかし、職場で直接顔を合わせるが減るテレワークでは、雑談の機会も減ってしまいます。連絡の際に近況を書き添える、ミーティングの前後で少し時間をとるなど、仕事の支障とならない範囲で雑談の時間をもつようにしましょう。

2. 便利なコミュニケーションツールの活用

テレワークに活用できるさまざまなソフト・アプリやサービスがあります。どのような目的に対しどのツールを使うのかは、会社や部門のセキュリティ基準に見合うものが指定されますので、その指示に従いましょう。また、会社から貸与されているテレワーク用の機材（パソコン・スマートフォン・タブレットなど）は私物ではありません。自分が使ってみたくらいという理由で、勝手にアプリなどを導入することは慎みましょう。もし何か導入したいものがある場合は、上司やシステム管理者などに相談し、必ず許可を得るようにしてください。

主なコミュニケーションツールの特徴

メール

- ・ほぼ全員が使っている
- ・顧客や取引先に対してなど、会社としての正式なやりとりに適している
- ・送受信の履歴を確認しやすい
- ・いつ読んでもらえるかわからない

チャット

- ・即時性・同時性がある
- ・短文でのちょっとした報告や連絡に適している
- ・相手ごとに時系列で会話を追える
- ・こまめなチェックと素早いレスポンスが必要

ビデオ通話

- ・双方向のやりとりができる
- ・共通理解の構築や意思決定のための話し合いに適している
- ・相手の反応を見ながら話ができる
- ・通信環境や機器などが原因で映像や音声途切れることがある

3. オンライン面談・会議の心得

10分前には準備完了しておく

どこで仕事をするかによって通信環境はさまざまです。時間になっていざ会議に参加しようとしたらつながらない、ということになると、他の参加者に迷惑をかけることになってしまいます。あらかじめ通信に問題がないかチェックし、ソフトやアプリも立ち上げて、時間に余裕をもって準備をしましょう。スマートフォンやアプリの通知音をオフにするのも忘れずに。

ツール

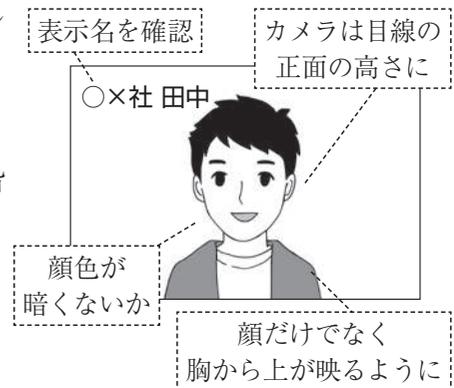
- ・どのアプリ・ソフトで行なうのか確認し、事前にインストールや登録が必要なら済ませておく
- ・ヘッドセットやカメラ、ライトなどの機材を用意する

資料

- ・資料があれば事前にメールなどで参加者に送っておく
- ・画面上で共有するのであれば、ホストに事前にその旨を伝え、問題なく表示できるか確認しておく

画面

- ・映像ありか音声のみかを確認しておく
- ・表示名や背景として映る範囲を確認する
- ・明るさは十分か確認する



発言しないときはマイクをミュートに

オンライン会議では、音声はスピーカーのある方向からしか聞こえないため、複数名が同時に発言をして音声重複すると、誰が何を言っているのかわからなくなります。ムダな音声を拾わないよう、原則、発言しないときにはマイクはミュート（オフ）にしておきます。

発言するときにはひと声かけて名乗る

発言するときは、「よろしいでしょうか」とひと声かける、挙手するなどして、他の参加者と発言が重複しないよう配慮しましょう。また、画面上は皆が正面を向いて話している状態になるため、誰が誰に対して発言しているのかもわかりにくくなります。発言する際にはまず名乗る、そして特定の人へ向けての発言であれば、その相手に呼びかけてから発言するようにします。

相づちは大きめに

話し手からすると、画面の中の小さな枠に映る映像では、ちゃんと話を聞いてもらえているのかよくわかりません。聞き手は、相づちは大きめに、また手で「○」「×」を示すなどのジェスチャーも取り入れるなどして、聞いていることが話し手にしっかりと伝わるよう意識しましょう。

オンラインでの商談

他社の人とオンラインで会議や商談をする際には、まずどのアプリを使うかを確認しましょう。商談の場合、時間は30分～1時間程度の方が多くようです。短い時間でしっかりアピールし成果を出すためには、時間中にもたつかないよう、事前に議題や資料を共有しておきましょう。また、マイクやスピーカーを通した音声は肉声よりも聞き取りづらいことがよくあります。時間制限があるためあせって早口になりがちですが、普段よりゆっくりめに、落ち着いて話すことを心がけましょう。なお、終了後には内容を整理してまとめ、先方と共有するようにします。アプリによっては録音・録画ができるものもありますので、必要に応じて使うと便利です。

VIII- 1 - 1 コンプライアンス

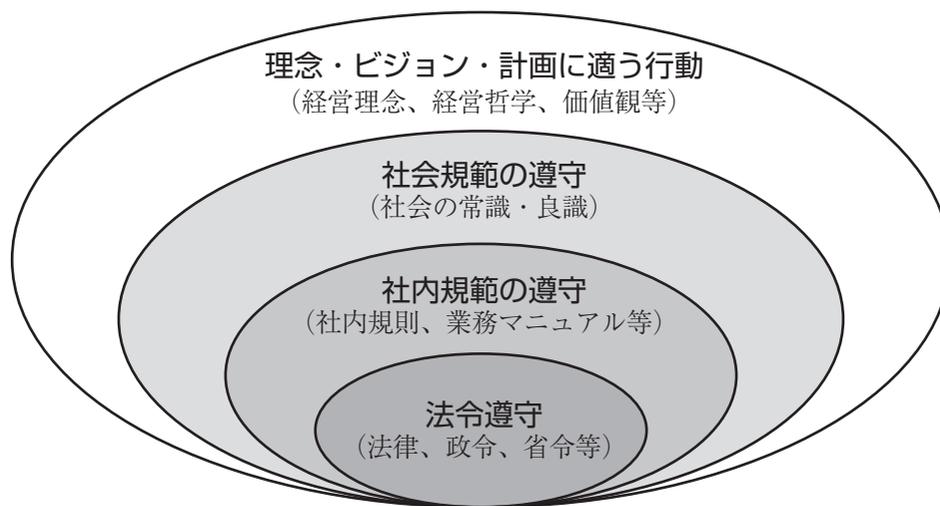
近年、企業にとって非常に大きな意味をもつようになったものに、「コンプライアンス」があります。コンプライアンスについて正しく理解し、判断し、行動していくことが、これからのビジネスパーソンには欠かせません。PART Iでも少し触れましたが（P.11、15参照）、ここでもう少し掘り下げて、しっかりと学んでおきましょう。

1. コンプライアンスとは

「コンプライアンス」とは、狭くは「法令^{じゆんしゆ}遵守」を意味します。企業活動はさまざまな法律や条例などによって規制されており、それらを正しく守って活動することが求められます。ただし、これは企業として最低限の義務・責任であると考えべきです。

企業は社会的な存在であり、その活動は多くの人に影響を与えます。企業がその社会的責任（P.10参照）を果たし、存続していくためには、企業を構成する社員一人ひとりにも、社会倫理に則った行動をとることが求められます。こうした背景から、現在では、コンプライアンスの意味を広くとらえ、社内規範や社会規範の遵守、企業の理念やビジョンにかなった行動をとることなども要素であると考えるのが一般的となっています。

コンプライアンスの4つの要素



田中宏司監修、経営倫理実践研究センター編『実践！コンプライアンス』（PHP研究所刊）より引用

2. なぜコンプライアンスが重要なのか

コンプライアンスは、企業倫理を問われる不祥事が相次いだことがきっかけとなり、次第に注目を集めるようになりました。また、その一方で、法的規制の強化など、企業をとりまく環境が大きく変化したことも関心が高まる要因となっています。

不祥事が起こると、その企業の信用は失墜します。一度失った信用を回復するのは、並大抵の努力ではできない、非常に難しいことです。信用の回復に時間がかかれば、最悪の場合、経営が立ちゆかなくなる可能性もあります。また、法令違反や他者に損害を与えるなどして、操業停止や賠償金の支払いを命じられる事態になれば、莫大な損失を生み、直接的に経営に打撃を受けることになってしまいます。

しかし、逆に言えば、コンプライアンスを徹底して実践することで社会的な信用が得られれば、企業の価値を高めることもできます。それによって競争力の強化が期待できますから、どの企業もコンプライアンスの実践に力を入れて取り組んでいるのです。

コンプライアンスが注目されるようになった背景

- ・ 社会的な要請……………社会の目が厳しくなり、コンプライアンスが当然のことであるととらえられるようになった など
- ・ 法的規制の強化……………会社法の制定、独占禁止法の改正などの法律の施行により、コンプライアンス体制の構築が求められるようになった など
- ・ 企業競争力の向上……………コンプライアンスの徹底により、企業のブランド価値を向上させることができる など

コンプライアンス違反が与える影響

以前は企業の不祥事には経営者が関与していることが多かったのですが、近年は一般社員によるコンプライアンス違反が問題となるケースも増えています。これは、企業に向けられる社会の目が厳しくなったことに加え、企業内におけるモラルの低下や規律のゆるみが要因となっていると考えられます。不祥事を引き起こした本人からすれば、「このくらいのことで」「自分ひとりくらいなら」「会社のためを思って」など、言い分があるかもしれません。しかし、組織の一員（P.14参照）の行動によって引き起こされた結果に対する責任は、会社が背負うことになるのです。

3. コンプライアンスの実践ポイント

コンプライアンスの対象となる法令や規範は多岐にわたります。それらすべてに違反しないように仕事をするなんて無理だ、と思ってしまうかもしれません。日々の仕事の中でコンプライアンスを実践していくためにはどのようなことに気をつければよいのか、ポイントを確認しておきましょう。

正しい仕事をする

- ・ 法律や規則に反していないか
- ・ 会社の経営理念や方針にかなっているか
- ・ お客様や取引先の信頼を裏切らないか

他人に流されない

- ・ 人がやっているから、で行動しない
- ・ 自分で考え、判断する

基本に忠実に

- ・ 自分勝手にやり方を変えない
- ・ マニュアルや手順をしっかり守る

グレーゾーンには踏み込まない

- ・ あいまいなままで物事を進めない
- ・ あやしいものはさける

迷ったら相談する

法律に反しないか、社会の常識・良識に合致しているかなど、新入社員だと、まだまだよくわからないことも多いでしょう。単に自分の知識不足で判断できないものもあれば、そもそも正否がはっきりしないものもあります。そうしたときは、自分で無理に判断しようとせずに、周りの人に相談しましょう。

同じ仕事を経験してきた先輩や上司に知恵を借りるのもよいですし、それでも判断がつかないようであれば、さらに上司である部門の責任者に判断をあおぐとよいでしょう。

また、会社によっては、こうしたことを相談する窓口として、「倫理ヘルプライン」などが設けられているところもあります。こうした窓口も活用し、疑問を解消するようにしてください。

コンプライアンスを実践していくことは、先ほども述べたように、企業が社会的責任を果たすために欠かせないことですが、それは、会社を守ること、ひいては自分自身の仕事や生活を守ることにつながります。面倒くさいからとおろそかにしたり、一時のささいな利益に惑わされたりすることなく、「自分が会社を守るんだ」という気概をもって、真摯に取り組んでいきましょう。

4. コンプライアンスの違反事例

ひと口にコンプライアンス違反といっても、さまざまなものがあります。法律違反の場合は犯罪として取り扱われることもあり、そうなれば、民事・刑事告発を受け法的責任を問われることになります。たびたびニュースとなり世間を騒がせている原材料や産地の意図的な偽装、脱税・申告漏れや所得隠し、環境汚染や廃棄物の不法投棄などといったものは、法律違反にあたります。

これらの例をみると、新入社員である自分には遠い世界の話のように思われるかもしれませんが、しかし、それは間違いです。コンプライアンス違反は、日々の会社生活の中のちょっとしたところにも潜んでいる、非常に身近なものです。

どのようなものがあるか、具体例で確認しておきましょう。

ケース1 会社のコピー機を私用で使った

⇒会社の設備・備品は、会社のお金で設置・運用されており、会社の資産です。それを私用で使うということは、会社の利益を損なうということです。会社の文房具やトイレトーパーなどの備品の私物化についても同様です。



ケース2 家で仕事をしようと顧客情報を持ち帰った

⇒顧客情報は機密情報にあたります。もし紛失したり盗難にあったりして情報を流出させてしまうようなことになったら、会社に損害を与えることになります。それだけでなく、お客様にも迷惑をかけ、信用も失ってしまいます。



ケース3 飲み会の席で取引先へのグチを大声で話した

⇒飲み会の席など、お酒が入るとついつい気がゆるんで声が大きくなりがちです。しかし、飲食店など公共の場では、誰が話を聞いているかわかりません。関係者が耳にする可能性もありますし、たとえ聞いたのが関係者ではなかったとしても、そのような社員のいる会社に対する信用は損なわれます。



ケース4 公表されていない会社の内部情報を家族に話した

⇒会社の内部情報などについては、たとえ家族であっても話してはいけません。家族に悪気がなかったとしても、外部に漏らしてしまい、それによって他社に情報が流れ、会社が損害をこうむることもありえます。また、その情報をもとに株式を購入し利益を得るなどすれば、インサイダー取引になってしまいます。



ケース5 会社のソフトをコピーして自分のパソコンに入れた

⇒パソコンのソフトは著作権法で保護されており、使用条件が決まっています。会社のソフトをコピーして持ち帰り使用するのはもちろん、自分で買ったソフトであっても、許諾されている使用条件から外れた使い方をすれば、著作権侵害となり、罰せられます。



ケース6 取引先の人に元社員の転職先をきかれたので答えた

⇒転職先は、元社員の個人情報です。現在も会社に所属している社員の個人情報と同様、たずねられたからといって、安易に答えるようなことはしてはいけません。必要があるときは、本人に確認をし、許可をとってから答えるのが正しい対応です。

**ケース7 面倒くさいのでゴミを分別しなかった**

⇒会社も地域社会の一員です。それぞれの自治体で決められたルールはしっかり守り、その責任を果たしていかなければなりません。そこで働く社員が、「これくらい、自分ひとりくらいはいいだろう」という考えで行動しているようでは、地域社会に受け入れられ、存続し続けることはできません。

**5. コンプライアンスと「企業の社会的責任（CSR）」**

「企業の社会的責任（CSR）」については、PART Iで学びました（P.10、11参照）。コンプライアンスと密接な関係にあることはそこでも述べたとおりです。

CSRと書くと、なんだか新しい、これまでにない考え方のように感じるかもしれません。また、PART Iでは、企業の社会的責任の主な内容として、「納税」「配当」「地域社会との調和」「コンプライアンス」「地球環境への配慮」と説明しましたが、範囲が広くていまひとつつかみかねている人もいられるかもしれません。ですが、実はこのCSRは、私たち日本人にとってはなじみ深い考え方なのです。

江戸時代、日本全国で活動した近江商人の哲学に、「三方よし」というものがあります。三方、すなわち「売り手」「買い手」「世間」について、どれか1つだけではなく、3つともが「よし」となる商いを実現しようというものです。

CSRを通して企業が目指しているのも、わかりやすく言えば、この「三方よし」にほかなりません。すなわち、企業は利益をあげ（売り手よし）、消費者・顧客・取引先を満足させ（買い手よし）、地域社会に貢献する（世間よし）。このように考えると、「三方よし」は、企業の存在意義そのものを端的に表す言葉だと言えるでしょう。

コンプライアンスは、社会倫理に則って行動し、「買い手よし」「世間よし」を実現することで、「売り手よし」へとつなげていく取り組みです。企業活動の根本を支え、CSRの実践に大きな役割を果たす重要な考え方であり、だからこそ注目を集めていると言えるでしょう。

三方よし