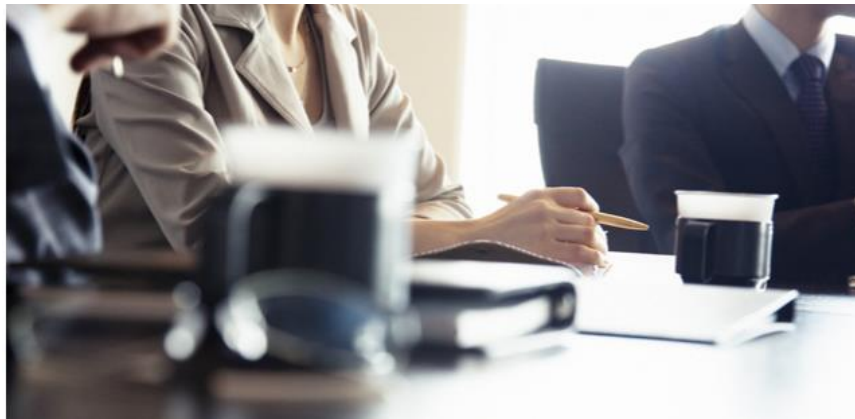


ライブ講師®実践会

# 受注につながる 仕事の受け方 17のポイント



**な**ぜ、これまで気づかなかったのか？  
だれにでもできる、**大きな**結果を生  
み出す、**小さな**違い17のポイント！

# はじめに

このたびは「受注につながる仕事の受け方 17のポイント」をご覧いただき、まことにありがとうございます。

この冊子は、ぼく自身の30年間にわたる研修講師、コンサルタントとしての体験、クライアント様とおつきあいをしてきた中で「これは！」と思った内容を整理して、17のポイントにまとめたものです。

あくまで、体験からきているため、客観的な証明はできませんが、だからこそ、実務的な内容になっています。少しでも、あなたのお役にたてることを願っています。

ライブ講師®実践会代表 寺沢俊哉

# ポイント1～9

## (初級編)

- ポイント1 お声がけいただいた案件は、まず受ける
- ポイント2 翌日には、簡単な企画書とともに返答する
- ポイント3 企画書には、写真入り講師プロフィールをつける
- ポイント4 講師プロフィールには、最低6要素
- ポイント5 講師仲間から代理店を紹介してもらう
- ポイント6 コンサルタントや士業から紹介してもらう
- ポイント7 無料動画(5分以内)を用意する
- ポイント8 基本的な「業界用語」は事前に学んでおく
- ポイント9 はじめての研修に120%力を注ぐ

# ポイント10～17

## （中級編）

- ポイント10 有名なプログラムをカスタマイズする
- ポイント11 原典にあたる習慣をつける
- ポイント12 わからない、できないことに誠実に対応する
- ポイント13 急な頼みに対応する
- ポイント14 クライアントの社内講師を育てる
- ポイント15

## （特別編）

- ポイント16 オンライン研修で一步前に（1）
- ポイント17 オンライン研修で一步前に（2）

# 【ポイント1】 お声がけいただいた 案件はまず受ける

講師になりたての頃は、仕事を選ぶことが中々できません。30年前の駆け出しの頃、ぼくは、まず「新入社員研修」(自分も受けたら！と言われて)、それから、成り手の少なかった、例えば「ビジネスマンに必要な統計学」などの仕事からいただきました。

どんな仕事でも、お声がけいただいたら、まず、「**ありがとうございます。挑戦してみます。**」をお受けする。これがとても重要です。先方は「望んでいる」わけですから、まずは、受けとるわけです。

## 【ポイント2】

(初級編)

# 翌日には、簡単な企画書とともに返答する

受けた後は確認です。簡単な企画書とともに、「こんな内容なら可能ですが、よろしいでしょうか」と確認の連絡を入れます。**翌日がベスト**です。紙1枚でいいのです(実践会で活用している「ワンシート企画書」もここから生まれましたが、当時は、もっとメモ書きのようなものでした)。

もちろん、自分に講義できない内容もあります、その場合も、**全体の図**は書いて、例えば全体の3割は講義可能、しかし、残りは**自分ではできない旨**をしっかりと明記します。

おそらく、依頼はなかったことになるでしょう。でも、いいんです。ここまでやったことで、先方との信頼が生まれます。

## 【ポイント3】

(初級編)

# 企画書には、写真入りの講師プロフィールをつける

仮に、はじめから没になるだろうなと思われる企画書だとしても、自分自身の講師プロフィール(写真入りの1まいもの)は必ずつけましょう。つまり、最低でも、内容1まい。プロフィール1枚の2枚物の企画書にします。

今回の企画がダメでも、しっかりした講師プロフィールは先方の**心に残ります**。1パターンつくっておいて、はじめのうちは使いまわします。評判を聞いて少しずつ改善していきましょう。

とくに、写真は重要です。明るく、さわやか、清潔感のあるものがよいでしょう。

# 【ポイント4】

(初級編)

## 講師プロフィールには最低6要素

●講師名 ○ ○ ○ ○

●テーマ 可能な研修のリスト3~7程度

●経歴・実績など

上記のテーマにあったものだけ  
関係ない実績は書かない

●信条など

なぜ、この仕事をしているのか  
大切にしていることは 等



●連絡先

写真は  
明るく、  
さわやか  
清潔感  
を感じさせ  
るものを

色々な方にみせて、フィードバックをもらい、改善していく



# 【ポイント5】 講師仲間から代理店を 紹介してもらおう

研修代理店(講師とクライアント企業をつなぐ紹介業)は、大小さまざまな会社があります。登録することでお仕事をいただけることがあります。評判も色々です(悪徳芸能事務所ほど酷いところはないようですが)。

ですから一番よいのは、**信頼できる講師仲間**(できたら、分野の近い方)から代理店を紹介してもらうことです。そして、仕事をいただいたら、紹介者のことも考えて、120%の力で最初の仕事をしっかり完遂させます。それが、信頼を生み出します。信頼の積み重ねこそが、安定受注につながります。

# 【ポイント6】 コンサルタントや士業から 紹介してもらおう

本来、研修代理店を通さず、直接クライアントと契約ができるとよいでしょう。直接、会社の悩みを聞き取れるからです。そのためには、人脈を頼って、直接、経営者や人事担当者に出会うのもよいでしょう。しかしそれでは限りがあります。

そこで、すでにクライアント企業と信頼関係を築いている**コンサルタントや士業の方々**から、ご紹介いただけるようにするとよいでしょう。一定料金のご紹介料を払ったとしても1回限り。代理店のように継続的にマージンを支払わなければならない事ありません。紹介者としても企業に新たなメリットを提供できるため、両者ともに幸せな関係が築けます。

# 【ポイント7】 無料動画(5分以内) を用意する

(初級編)

あなたが教えている状態がわかる、**5分以内の動画**をつくりましょう。今でしたら、ZOOMで自撮りすれば、**無料ですぐ**につくれます。

発注担当者であるクライアント、あるいは、研修代理店が、一番、気にしているのは「価格」ではありません。一番恐れているのは、「当日呼んだ先生の講義内容が酷い」ことです。

せっかく集めた社員に対して、しっかり価値を提供してくれなかったら、勤務時間が無駄、学習意欲が低下してしまうからです。そうならないために、動画で講義風景を事前に確認しておきたいのです。

# 【ポイント8】

(初級編)

## 基本的な業界用語は 事前に学んでおく

例えば、小売業なら「上代」「下代」、メーカーなら「KY」といった、業界の方なら常識と言える経営用語があります。

あなたが、ビジネス研修講師として活躍するためには、たとえどんな分野(例 財務管理、マナー研修・・・)だとしても、事前に業界用語を学んでおきましょう。

今なら、ネットを検索すれば、30分くらいで知識が入手できます。さらに、業界の方さえ知らない情報も見つかります。たとえば市場規模などもその1つ。

<https://stat.visualizing.info/msm>

自動車・同附属品製造業	生命保険	外食	物流	電力	BtoC-EC				
建設	銀行	アパレル	農業	損害保険	中食	通販	ドラッグストア	家電小売	
不動産	電気通信	鉄道	旅行	放送	BPO	酒類	お菓子	整備	たばこ
医療	スーパー	広告	自動車整備	印刷	パン	百貨店	自動販売機	証券	バス
	コンビニエンスストア	百貨店	住みリフォーム	印刷	パン	百貨店	自動販売機	証券	バス
	医療用医薬品	介護	風俗産業	印刷	パン	百貨店	自動販売機	証券	バス

# 【ポイント9】 はじめての研修に 120%力を注ぐ

はじめてのクライアント企業さん、それも、講師仲間や信頼されている代理店からいただいたお仕事だとしたら、その研修には、今の自分にできる、**120%の力**を注ぎましょう。

もしかしたら、ベテラン講師には負けるかもしれませんが。しかし、前向きな姿勢を、必ずまわりの人は見えています。

ぼく自身も大変な経験もしました。駆け出しの頃、「**あなた**の話は聞いてもらえない」と言って席を立ってしまった経営幹部がいました。どうにか研修は終わりましたが、あとで、幹部にあやまりに行きました。未熟さは自覚していたからです。そのことがきっかけで数年間、お仕事が継続しました。

# 【ポイント10】 有名なプログラムを カスタマイズする

たとえば「7つの習慣」、とてもよいプログラムです。

「NLP」も、トレーナー資格まで取得して、それを普及させていくのもいいでしょう。ただ、こうした有名なプログラムをそのまま伝授するというのは、個人的にはお勧めしません。

その本質をとらえなおして、あなたなりに「カスタマイズ」して研修にとりいれることをお勧めします。言ってみれば、「引用」です。「7つの習慣のコビー博士は、・・・と言っていますが、これは、御社においては・・・」といったように、自分なりに消化し、カスタマイズして提供していきましょう。その方が、あなた自身が光ります。

# 【ポイント11】

(中級編)

## 原典にあたる習慣をつける

「企画書」も重要ですが、実は、クライアントとの対話の中で、受注の可否が決まることも多いようです。誠実であることはもちろんですが、**生半可な知識**が一番危険です。

たとえば、「メラビアンの法則」。これほど誤用されているものはありません。研修などで・・・「人は、見かけが55%、声の感じが38%、内容の良しあしは7%しか影響しない」だから、プレゼンは「見た目や聞き心地が大事なんです」という暴論。こんな事、メラビアン本人はまったく言っていない。

<https://live5.jp/uso800-1/>

講師は、自分の専門分野については、原典にあたらないといけません。その一言が、信頼関係を破壊してしまうのです。

# 【ポイント12】

(中級編)

## わからない、できないことに 誠実に対応する

自分だけではわからないこと、できないことには誠実に対応しましょう。【ポイント1】【ポイント2】で、まずは「受ける」ことをお勧めしました。初心者の場合は必須です。

ただ、中級者以上であれば、先方もあなたの実力を知っているでしょうし、専門性の中で信頼関係が結ばれているはず。ムリに「お任せください」と言う必要はないし、**安請け合**  
**いは、信頼を棄損**する可能性もあるでしょう。

そこで一番よいのは、断るのではなく、**他の講師や代替案**を提案することです。「知人に信頼できる方がいるので、ご紹介します」といった形です。



# 【ポイント13】 急な頼みに対応する

頼んでいた講師がラブった。講義が酷い。納期が間に合わない。。。発注者にとっては、もっとも恐れている状態です。そんなとき、もしあなたに「申し訳ない。ぜひ、お願いできないだろうか」と急な頼みが入ったら、、、

どうにかして、**必ず受けましょう。**

中級者以上の方であれば、他の人のテキストでも、どうにか引き継いで、合格点以上の研修は行えるはずですよ。

実際、ぼく自身は、このパターンでクライアントを増やしてきました。日頃から「緊急事態になったら、何でもサポートしますから、お声がけください」と言っておくのもよいでしょう。

# 【ポイント14】 クライアントの社内講師 を育てる

(中級編)

一見すると、これは自分の仕事を無くしているように思えます。しかし、実際は全くの逆です。

自分が講師だけしていると、いずれは、競合の講師にその座を奪われるかもしれません。しかし、社内講師を育てるというサービスであれば、**代替される可能性が小さく**なります。

ですから、自分がもっている「教える技術」を自分だけのものにするのではなく、積極的に、クライアント企業に**移転**していきましょう。初回の研修から、すでにその準備をはじめていってもよいと思います。社内講師でできる部分、社外の専門家でないとできない部分、それを明確にしていくとよいのです。

# 【ポイント15】

## 講師仲間と研鑽を続ける

講師同士は、ライバルかもしれませんが、しかし、それ以上に仲間です。ピンで登壇している講師の場合、自分自身の「教える技術」が高まっているのかどうか、わかなくなることもしばしばです。参加者は一期一会の関係が多いので、そこまで厳しい指摘はしてくれません。しかし、講師同士であれば、「あの説明は、こうした方がよい」「ここは、この実習も使える」といった**フィードバックやアドバイスを交換**することができるのです。同じ内容を同じ教え方で続けていたとしたら、それは、退化にすぎません。

ぜひ、講師仲間と研鑽の機会をつくることをお勧めします。

# 【ポイント16】 オンライン研修で 一歩前に(1)

新型コロナの影響で、一気に研修のオンライン化が加速しています。実は、こうした「変化の時期はチャンス」なのです。ほとんどの、オンライン研修は、「一方的」「つまらない」「体験感がない」状態のまま、放置されてきました。

今こそ、「**私なら、こんなオンライン研修ができます**」といった企画を提案していきましょう。まずは、【ポイント7】の無料動画からはじめましょう。5分間のトークで飽きさせないことができれば、それを1ユニットとして、7~8ユニットで1セット、それが、45分程度の1コマになります。

# 【ポイント17】 オンライン研修で 一歩前に(2)

トークはどうしても一方向。

ZOOMの**ブレイクアウト機能**を使えば、グループワークもできます。まずは、ご自身が参加者として体験し、さらに、主催者(ホスト)として体験し、そのプロセスを講師同士でフィードバックすることが重要です。

リアルの研修に比べて、集中できる時間はおよそ半分。長くて、3時間くらいかと思いますが、その3時間、「**あっという間だった**」と思ってもらえるような構成を工夫しましょう。

リアル研修で実施していた実習や進行のコツは、少し変化させることで十分、使えることがわかってきました。

# おわりに

17のポイントいかがでしたでしょうか。  
すべてを網羅したわけではありませんが、今必要な内容、  
エッセンスは十分盛り込んだつもりです。  
この後は、ライブ講師®実践会で、お互いの技術を磨  
き合いましょう。  
これからも、よろしくお願いします。

ライブ講師®実践会代表 寺沢俊哉



# 寺沢 俊哉

ライブ講師®実践会 代表 <https://live5.jp/>  
公益財団法人日本生産性本部 主席経営コンサルタント



大手流通系企業を経て、1989年、公益財団法人 日本生産性本部にコンサルタント給費生として最年少で入社。以来、経営コンサルタントとして30年にわたり、上場企業から中堅企業まで約200社の経営コンサルティング、数万人の研修を実施。コンサルティングと研修を融合させた、**独自のワークショップ**は、**参加者自身の課題を題材**に進めるため実践的であり、リピート率は**8割**を超える。研修テーマは、リーダーシップ、ファシリテーション、プレゼンテーション、講師養成など。1998年以降、卓越した企業を表彰する「日本経営品質賞」の審査員として、その後、**埼玉県・徳島県経営品質賞判定委員**として、経営品質の普及推進活動に従事している。2015年より、「人前で教える技術」を磨きあう、「**ライブ講師®実践会**」を主催。数多くの講師、コンサル、ビジネスリーダーが参加し、ともに学びを続けている。



対話で学ぶ経営品質  
(生産性出版)



感動の会議！  
(ディスカヴァー21)



プロ研修講師の  
教える技術  
(ディスカヴァー21)



人材育成  
(中央経済社)



人前で話す・  
教える技術  
(生産性出版)