

ビジネスパーソンに必要なスタイルトレーニング

～顧客目線から考える 服装変革による営業のメリット～



執筆者
広報コンサルタント
日本リスクマネジャー
& コンサルタント協会副理事長

石川 慶子

第1回 周囲も自分も変化する 服装の不思議な力

顧客や取引先に好印象を与えるために、相手に対するマナーを考慮するのはビジネスパーソンの心得だ。マナーには敬語の正しい使い方や態度もあるが、今回の連載では、ユームテクノロジー・ジャパン株式会社(以下、ユームテクノロジー)が全社員で取り組んだ「服装変革」の事例について、5回に分けて紹介する。ユームテクノロジーは大手保険会社や銀行が近年大規模導入しているオンライン学習プラットフォーム「UMU(ユーム)」の運営会社である。第1回目の今回は、服装変革のベースとなった外見リスクマネジメントとUMUについて紹介する。

外見リスクマネジメントとISO31000

外見リスクマネジメントとは、自分のありたいイメージの実現を阻んでいるリスクを洗い出し、改善していくセルフマネジメントである。「外見」を構成する要素としては、服装や着こなし、姿勢や立ち方、歩き方やジェスチャーといった動き、表情(目や口元、声の出し方)、髪型やメイク、と筆者は定義している。

「リスクの洗い出し」「改善」と聞いてピンとくる人もいるだろう。保険業界でなじみのあるリスクマネジメントは、結果として相手は外見を信じる」といふ研究や「男性の方が

である。私は実務家なので、現場実践を積み重ねていく。ここがUMUのトレーニング重視の学習スタンスとマッチした。UMUで外見リスクマネジメントを進化

外見リスクマネジメントを提唱して1年後の2016年9月、ユームテクノロジー・ジャパンの代表取締役である松田しゅう平氏は、まだ日本人を設立していなかった。松田氏はスマートフォン



ネクタイの着こなし方 UMUの音声スライド再生画面



QRコードを読み込むと「ネクタイの着こなし方」音声スライドが再生、下部の「次へ」をクリックすると当該テーマでテストを受けることができる

この外見リスクに関する実践的なセルフマネジメントを学習する仕組みについて試行錯誤していた時に出会ったのがユームテクノロジーのUMU

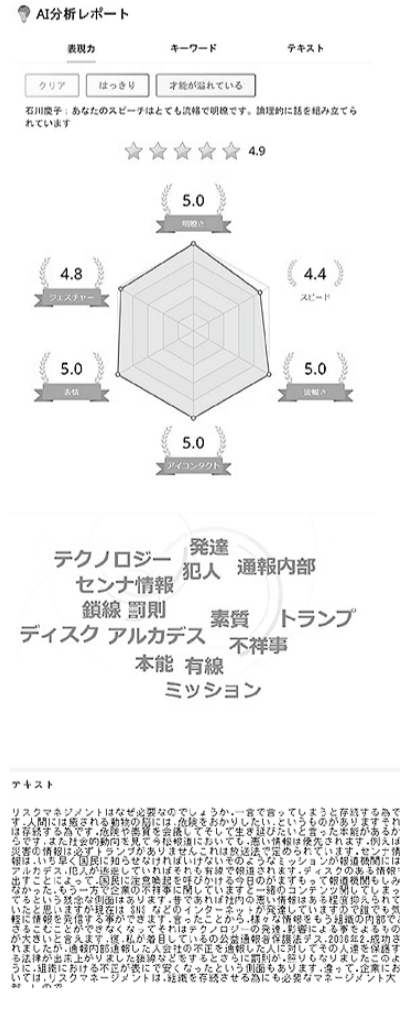
外見リスクマネジメントの画面を示しながら「スマホでアンケートや画像を簡単にアップできる。迅速に学習コンテンツが作れる。これからは企業もスマホで学習コンテンツを作ってすぐ時間的に学習できる時代になる」と目をキラキラさせながら話っていた。

松田氏はスマートフォンで使ったトレーニングなど、さまざまなインターラクティブ機能が搭載されている。国内では大手保険会社や金融機関をはじめ大手製薬会社、メーカー、流通など1万社、世界では100万社が導入している。UMUを外見リスクマネジメントで使い始めたのは16年12月。最初に使ったのはアンケート機能で、セミナー参加者に対して「相手の印象をどこで決めるか」「自分のコミュニケーション上の課題はどこか」といったアンケートをとった。講義中には、「公式の場合

音声の解説を録音した。これなら簡単に、現場で思いついた時にいつでも学習コンテンツを作成できる。UMUのAIコーチングは服装以外で効果発揮

その後、UMUは徐々に進化し、2019年にはAIコーチング機能をスタートさせた。話している様子の動画を撮影してアップすると、「流暢さ」「スピード」「ジェスチャー」「アイコンタクト」「表情」「明瞭さ」の6項目でAIが分析を行う。外見リスクマネジメントが不要になるかと思うほどのフィードバック機能だ。毎回のフィードバックコメントは「クリア」「ベスト音量」「才能が溢れている」など、気の利いた言葉になっている。テキストも自動で書き起こし、キーワードクラウドもついている。キーワードクラウドでは、自分の発声の弱点を認識することができるため、重要する。

松田社長はどのような服装変革をしたのだろうか。今回は、松田社長とスタイリストによるレクチャー付き同行ショットの現場からレポートする。



UMUのAIコーチ画面

【石川慶子氏のプロフィール】広報コンサルタント/日本リスクマネジャー&コンサルタント協会副理事長、参議院事務局、映画製作会社、広報PR会社勤務を経て2001年に独立。危機管理に強い広報プロフェッショナルとして活動。平時・緊急時の戦略的広報のサービスを提供。