**第4回 社内テスト**

（制作部・販売部）

（管理部・受注部・物流部）

|  |  |
| --- | --- |
| 部　署 |  |
| 名　前 |  |

**注意事項**

・筆記用具の持ち込みはＯＫです。筆箱はＮＧです。

・社長の指示があるまで試験問題を開かないこと

・問題に対する解答は、問題の下部空欄に鉛筆で記入すること

・試験中、私語や不正等の疑わしき行為は一切しないこと

・社長の合図の元、試験が終了した際は、速やかに筆記を止めること

・終了時間前に完了した場合、解答用紙を裏にして退席してもＯＫです

【問題１】制作部・販売部

「コンテンツマーケティング」とはなにか？説明しなさい。

コンテンツマーケティングとは、読者にとって価値のあるコンテンツの制作・発信を通して、見込み顧客のニーズを育成し、そのニーズからの購買を経て、最終的にはファンとして定着させることをめざすマーケティング手法のこと。

ポイントは

・「価値のあるコンテンツを作る」こと

・「顧客を育てる」こと

・「ファン化する」こと

の３つです。

「商品」を最初に勧めるのではなく、お客様の「知りたい」という欲求に答える中で、自社の商品を見ていただくこと。

採点基準

コンテンツマーケティングの本質を分かりやすく記述できているかどうか？

**（35点満点）**

【問題２】制作部・販売部

すててこねっとでは具体的にどのようにコンテンツマーケティングを進めているか、箇条書きで

記載しなさい。

（経営戦略の部分を含むため、社外秘）

採点基準

目指しているコンテンツマーケティングを記述できているかどうか？

弊社ではまだ出来ていないものでも、コンテンツマーケティングに沿った内容であれば可

**（35点満点）**

【問題１】管理部・受注部・物流部

「３Ｓ」とはなにか？説明しなさい。

３Ｓとは「整理」「整頓」「清掃」の頭文字のSをとったものです。「清潔」「しつけ」をつけると

５Ｓになります。３Ｓ活動とは、ふつうに整理整頓や清掃をやることではなく、それらに組織を

あげて取り組み、徹底してきれいにしていくことです。

「整理」＝必要なものと不要なものを分け、不要なものを捨てること

「整頓」＝必要なものがすぐに取り出せるように置き場所、置き方を決め、表示すること

「清掃」＝掃除をしてゴミ、汚れのないきれいな状態にすると同時に、細部まで点検すること

採点基準

「整理」「整頓」「清掃」の説明ができているかどうか？**（35点満点）**

【問題２】管理部・受注部・物流部

社長はなぜ「３Ｓ」を推進するのか？３Ｓを行なう理由を２つ説明しなさい。

**なぜ３Ｓをするのか？（その1）**

**「ものを探す」は「仕事」ではなく「ムダ」である**

時間だけを浪費する行為で、仕事ではありません。このような職場にあるたくさんのムダをなくすと、下記のようになります。

・仕事の効率が上がる

・探し回る徒労による疲労が少なくなる

・周りの人に聞かなくてもよくなり、聞いた相手の時間を奪わなくなる

・来客時に職場を見られても恥ずかしくない

・時短に繋がり、残業のない職場作りにも繋がる

・経常利益の上昇に繋がり、結果として給与＆賞与に反映される。

整理整頓ができているかどうかで、こうなります。

このように、３S活動をするのは「ものを探す時間を徹底的になくす」ために行ないます。

**なぜ３Ｓをするのか？（その2）**

**「仕事」とは「気付き」である**

よりお客様に満足していただくには「お客様の気持ちになって考える」ことが最重要です。

・お客様が今、なにが欲しいのか？

・お客様は、なぜこの商品に興味を持ったのか？

・お客様はこのページを見てどう思ったのか？

・お客様は弊社のメルマガを読んでどう感じたのか？

・なぜ、メーカーはこの商品を作ったのか？

・なぜ、バイヤーはこの商品を仕入れたのか？

などなど、ありとあらゆることに常にアンテナを張り、「仮説と検証」を回して改善していかなければなりません。その為の「仮説」を立てるには、「気付く」必要があります。３Ｓ活動はその「気付き」の訓練なのです。

採点基準：２つ記述できているか？　記述内容は社長が判断**（35点満点）**

【問題３】

「ヘーゲルの弁証法」とはなにか？説明しなさい。

ある命題（テーゼ＝正）に対して、それと矛盾する、もしくはそれを否定する反対の命題（アンチテーゼ＝反）がある場合、どちらかに決めるのではなく、反対命題を否定しつつも、より高次の統一の段階で生かし保存し（アウフヘーベン）、新たな命題（ジンテーゼ＝合）を生み出す。

ジンテーゼが生まれた瞬間、また新しいアンチテーゼが生まれ、そこからまた新たにジンテーゼが生まれ、命題はより高次に進歩していく。このことを弁証法という。

正（テーゼ）：ある命題

反（アンチテーゼ）：命題に矛盾する、または反対するもの

↓

止揚（アウフヘーベン）：アンチテーゼを否定しつつも、より高次の統一の段階で生かし保存

↓

合（ジンテーゼ）：テーゼとアンチテーゼを本質的に統合した命題

採点基準：分かりやすく記述できているか？　記述内容は社長が判断

**（30点満点）**

【問題４】

「ヘーゲルの弁証法」の具体例を挙げなさい。

（例）

正：少子高齢化が進行している今の日本では、若者の政治参加を促すことが大切だ。

反：若者は社会経験に乏しいため、社会における政治的利害の対立を正しく導くことができない。

合：若者の社会意識を高めるように教育制度を整えることで、社会を健全化していくことが急務である。

など

採点基準：具体例が合っているか？　記述内容は社長が判断

**（30点満点）**

【問題５】

「エビングハウスの忘却曲線」とはなにか？説明しなさい。

心理学者のヘルマン・エビングハウスによって導かれた、人間の脳の「忘れるしくみ」を曲線で表したもの。

20分後には42%を忘却する。

1時間後には56%を忘却する。

1日後には74%を忘却する。

1週間後には77%を忘却する。

1ヶ月後には79%を忘却する。

採点基準：％まで書けているか？ 記述内容は社長が判断

**（35点満点）**

【問題６】

社長はなぜ「「エビングハウスの忘却曲線」をテストに出したのかを推測して答えなさい。

「人間は忘れる動物である」ということを念頭に置き、受け入れること。

その上で「忘れないためには定期的な復習が必要」で「定期的な復習により、記憶が定着していく」ということを頭に入れること。

さらに、「メモをとる」「スマホのスケジュールに入れる」「リマインダを作る」など、「「思い出すための仕組みづくりが大事」だということ。

採点基準：朝礼で３回話した上記の内容を覚えているか？記述できるか？「仕組みづくり」まで

言及していると良い。設問が難しく、いろいろ解釈できるので、内容は社長判断。

**（35点満点）**

【ボーナス問題】20点満点

「能率化」と「効率化」の違いを説明しなさい。

「能率化」

個人の技術力や処理スピードを上げることです。いわゆる「職人化すること」です。

・商品登録にかかる速さ、キレイさ

・梱包の速さやキレイさ

・ＰＣ入力の速さや正確さ

など、個人の能力を上げることが「能率化」です。

「効率化」

プログラムやツールを使ったり、仕組み化して処理スピードを上げることです。

・メールの返信をテンプレート化する

・商品一括登録のプログラムを作る

・CSVデータを当てはめて自動化する

などは、ツールや仕組みを使った「効率化」です。

個人の能力を上げることも大事ですが、人間の能力には限界があるので

能率化でスピードを上げたり、成長するのは限界があります。

能率化も大事ですが、仕事としてやるべきなのは「効率化」です。

「仕事が出来る人」とは、この「効率化がうまい人」を指します。

採点基準：社内ノートに記載してあるこの内容を理解しているか？

**（ボーナス20点満点）**

「社長総括」

今回で４回目の社内テストです。テストというものは、本来、まず授業があって、その理解度を確認する為に行なうものなのですが、まだ弊社ではそういったものをまとめた「手帳」「共有資料」「ブログ」「社長塾による講義」の準備が出来ていない為、最初にテスト問題を告知して、各自に自習してもらう形をとっています。

学習の仕組みが十分に整っていない中、私としては申し訳ないなと思いながら行なっていますが、それでもみんなテストに慣れてきたのか（苦笑）、きちんと勉強して記述してくれているのはとてもうれしく思っています。

そもそも、なぜ社内テストをやるのかというと、もちろん、社員の能力を把握したいということもありますが、それ以上に、「社員が人間として成長する手助けをしたい」という思いのほうが強いです。余計なお世話かもしれませんが、「成長」というキーワードは私の会社運営の方針であり、それには「社員の成長」も、もちろん含まれます。

そして成長には「業務上の成長」と「人間としての成長」の２つがあり、社内テストに「ヘーゲルの弁証法」「エビングハウスの忘却曲線」などという聞いたこともないようなものを出題するのは、人間としての成長に、こういった「法則の理解」が不可欠だと考えているからです。

人は、生きる上でいろいろな問題にぶつかります。理解できない相手と出会ったり、ものごとがうまくいかなかったり、自分の理想と現実のギャップに悩んだり、そもそも、なぜ生きるのかという答えがなかったり。

そういった問題に素手で立ち向かってもなかなか答えが出ませんが、こういうときに「法則」や「格言」を知っていると、自分なりの答えを導く手助けになります。「腑に落ちる」んです。

「ヘーゲルの弁証法」を出題した意図は、議論というものはＡ（テーゼ）かＢ（アンチテーゼ）に着目し、その枠内で選択するだけではなく、止揚により、新たにＣ（ジンテーゼ）を生み出すことも大事だということ。

そして、議論は、より高次に進歩させていくために行なうことが大事で、自分の意見（テーゼ）に固執しすぎてもダメだし、自分にとって不利益を被るからダメといった私利を含んでもダメ。あくまで「命題」を成長させるために行なうということを、法則として理解してもらうために出題しました。

「エビングハウスの忘却曲線」を出題した意図は、そもそも「人間は忘れる生物」だし、逆に不要な情報を忘れて脳内を整理・整頓（2S）することで成長するのです。だから私は社員が業務を１回忘れたことに対しては寛容ですが（立場上、しかりますが）、何度も忘れてはいけません。忘れないための仕組みを作りなさい（効率化しなさい）。というメッセージです。

問題の中に「社長はなぜエビングハウスの忘却曲線をテストに出したかを推測して答えなさい」という設問をしました。いわゆる「忖度（そんたく）」ですね。

「相手側の気持ちに立って考える」というのもありますが、朝礼で３回以上話した「忘れないための仕組み作り」に言及できるかどうかをみました。16人中2人しか満点がいなかったのは少し残念でした。

また、社内テストには「社内順位」も記載しました。順位の公表には是々非々があると思いますが、私は公表すべきと考えています。ただ、セーフティネットは張らないといけないので

・各自には社内順位を記載

・社内報では上位者を公表

とします。

以上を、第４回社内テストの総括とします。

すててこ株式会社

代表取締役

笹原博之