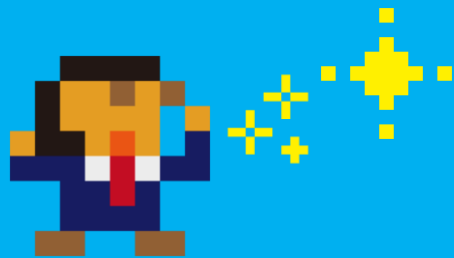


# 実務で役立つ！社労士の知識 アップデート術！【労務編】

～労務系開業社労士のアップデート法と実践例～

特定社会保険労務士 石川 琢磨



# 自己紹介



石川 琢磨

Takuma Ishikawa

特定社会保険労務士

Website



YouTube



Twitter



- 1987 大阪市天王寺区生まれ
- 2008 FP2級/AFP試験合格・登録
- 2011 立命館大学経営学部卒業  
興銀リース(株)(現・みずほリース(株))入社
- 2016 大阪の社労士事務所入所
- 2018 社労士試験合格
- 2019 社労士登録  
神戸三宮社会保険労務士事務所開設
- 2020 紛争解決手続代理業務試験合格  
特定社労士付記

# 結論

- ① アウトプットの機会をつくる
- ② 実務は書籍・ウェビナーやSNSで
- ③ 内容を顧客に当てはめイメトレし実践的知識へ
- ④ 経営者のパートナーとして幅広い教養を



# ①アウトプットの機会をつくる


- アウトプットする機会をつくると、「調べなきゃ」という考えになり内容をより頭に入れようとする
- アウトプットするためにまとめるので内容が脳内で整理される
- 間違った情報を流せないなので、単にインプットするだけより注意深く調べる必要が出てくる
- ブログ、YouTube、Twitter、顧客とのトーク、セミナーなどアウトプットの機会は何かとある

## ②実務は書籍・ウェビナーやSNSで

- 仕事の合間や業務外の時間に実務書やウェビナーなどで情報収集
- 書籍は実務上必要なもの、気になる書籍を都度購入して読む
- 法改正等情報は月間社労士、社労士会の法改正勉強会などで収集
- ウェビナーは素晴らしい内容のものが多くTwitterで案内されている
- 同業者・弁護士さんなどによる実務系のツイートやネット記事などで情報収集することも多い(Twitterはかなり有効な情報収集ツール)
- ただし、SNSやネット記事は裏付けに乏しいものもあるため、自分で一次資料(条文や要項など)による裏付けは必ず行う



### ③内容を顧客に当てはめイメトレし実践的知識へ

- 専門書やウェビナーなどで得た知識を宝の持ち腐れにしない
  - 「あの顧問先に当てはめると…」とイメージトレーニングし、アップデートした知識をもう一段上のステージ(ただの知識→使える知識)へ押し上げる
  - 顧問先にこれぞという企業がない場合は架空の顧客をイメージ
  - イメトレにより、対応フロー、必要な手続、顧客企業内での初動をスムーズにするため事前にアナウンスすべき事項、顧客や従業員への対応時に留意すべきことをあぶり出す
  - 実際の事例発生時に対応がスムーズになり顧客満足度の向上に繋がる
- 



# 補足:インプットの時間を確保するために

- 業務効率化(業務設計、クラウドツールや受電代行の活用 etc.)
- 顧問先企業へのクラウドツール導入支援
- 面談等のオンライン化は移動時間の削減に有効だが雑談の機会が減りやすいので一長一短(インプットの必要性が減ってしまう、表情の機微が掴みにくい、親密度の差)
- 無理矢理にでもインプットの時間を確保(明日でもOKな仕事は明日に)
- ONとOFFのメリハリは重要(ダラダラ仕事しない)



# 一般教養が実務に作用した例①

## 心理学「初頭効果」の活用

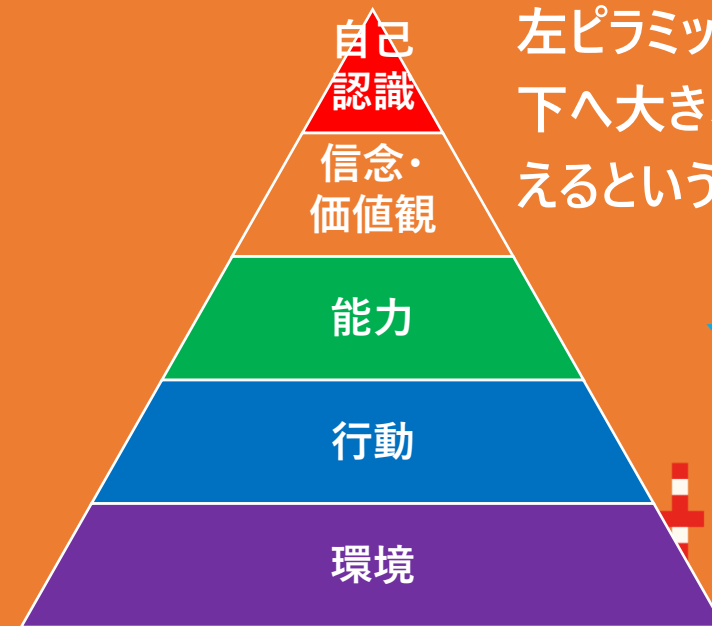
- 初頭効果：最初に与えられた情報(第一印象)がその後の情報(その人に対する評価や人物像のイメージ etc.)にも影響を及ぼす現象
- 人と初めて会う際や名刺交換時、しっかり笑顔(マスク着用時でも目元でしっかり笑顔)をつくり、定型句だけでないポジティブな一言(「お会いできて嬉しいです」「お越しいただきましてありがとうございます」 etc.)を言うだけで第一印象がぐっと良くなり、その後の面談が和やかになる
- 顧問先にも、「採用面接時や従業員面談時、最初にしっかり笑顔をつくって和やかな雰囲気を始めると本音を引き出しやすくなり採用のミスマッチ防止や問題点のヒアリング効率UPが期待できる」とアドバイス

# 一般教養が実務に作用した例②

## NLP「ニューロ・ロジカル・レベル(NLL)」の活用

- NLP(神経言語プログラミング)は実証データが乏しいもののNLLは個人的に共感
- 褒める際：行動より能力や価値観を
- 叱る際：自己認識や価値観でなく行動を
- 対顧客や顧問先社内でのコミュニケーションなどさまざまな人間関係に応用可能

NLL：人間の意識は左ピラミッドの上から下へ大きな影響を与えるという考え方



# 一般教養が実務に作用した例③

## 行動経済学「プロスペクト理論」の活用

- 人は利益による満足より同額の損失による苦痛のほうを大きく捉えてしまう傾向が強い(損失を避けたがる生き物)
- 価値関数：人は損失を利益のおよそ2.25倍重く捉える傾向
- 顧客に提案する際、「〇〇すると～が可能となります」で響かない場合は、「〇〇しなければ～の損失が発生します」と今後の損失可能性へ訴求すると、検討のテーブルに上る可能性が理論上は高くなる
- ただし、不安を煽る営業アプローチは安心感を提供する顧問業務に相反するため多用はNG

# まとめ

- ① アウトプットが知識アップデートと脳内整理に役立つ
- ② 積極的に情報収集、TwitterなどのSNSもどんどん活用
- ③ イメトレで業務対応のポイントを整理し顧客満足度の向上に繋げる
- ④ 実務知識だけではダメ、経営者は孤独、幅広い知識を提供して信頼される顧問社労士へ

# Thank you for your attention

引き続き年金編をお楽しみください

Illustration materials by DOTOWN

