

法人協会ニュース

11月21日に開かれた政府の「食料・農業・農村政策推進本部」の席上、小泉総理は「やる気と能力のある経営の後押しや消費者・生活者の視点に立った食の安全と信頼の確保の必要性を強調し、同本部で改革の道筋をつけていく」と表明しました。プロの農業経営に対する施策の整備が一刻も早く待たれる状況になってきました。

当協会でもその実現に向けて、会員の意見を踏まえた政策提言を行ってまいりますので、積極的な提案をお願いいたします。

2004年の当協会の主な会議日程が固まりましたので、お知らせします。

2004年のスケジュール

※蚕=東京・蚕糸会館にて開催 ※未=会場未定

- ◇1/14 (水) 13:30~1/15 (木) 11:30 ※蚕
農業法人総合支援事業主任者会議
(法人組織事務局会議)
- ◇1/20 (火) 10:00~12:30 ※蚕
第16回役員会
- ◇同上 13:30~14:30 ※蚕
第10回政策委員会
- ◇2/3 (火) 13:30~14:30 ※未
第11回政策委員会
- ◇2/4 (水) 13:30~2/5 (木) 12:00
(東京・両国・KFCホール)
経営能力向上支援活動第2回中央研修会
- ◇2/24 (火) 13:30~14:30 ※未
第16回運営委員会
- ◇3/4 (木) 11:00~12:30 ※未
第17回役員会
- ◇3/11 (木) 13:30~15:00 ※未
第10回総会
- ◇同上 総会終了後~3/12午前 ※未
農業法人全国春季セミナー
- ◇3/12 (金) 午後 ※未
経営能力向上支援活動第3回中央研修会

※詳細はそれぞれの開催案内でご確認下さい。

「AgriBusiness 経営塾」176号

2003年12月4日発行



発行：
社団法人 日本農業法人協会
東京都港区虎ノ門1-25-5
虎ノ門34MTビル
〒105-0001

Tel : 03-5156-0365
Fax : 03-5156-0366
E-mail : hojin@nca.or.jp
URL : http://www.hojin.or.jp/

経営塾

AgriBusiness

No.176

ness

コミュニケーション作法 ・技法 ⑨

「身内流儀」に
要注意!

株式会社 農村報知新聞社
編集顧問
鈴木 肇

●知らず知らず出てしまう 「自分たち流儀」

郵便局の「ゆうパック」の広告チラシを見ていて、思わず笑ってしまいました。十個まとめて一度に差し出したら・・・年間十個以上差し出されたら、とあった。普通なら「差し出す」ではなく、「ご利用」と書くだろうが、いかにもお上つぽい表現ではないか。郵政公社になってから、何かと良い評判を聞くが、どうしたことか。ひよっとすると、この「差し出す」という物言いは、郵便局内では日常的に使われているのではないか、と思いついた。そこで、知り合いの郵便局員に尋ねてみると、案の定そうだった。

どこの業界・組織・会社にも、特有な言い回しや用語など、「方言」がある。農業界でいえば、ほ場、花ぎ、有利販売、交流・・・などの語が、これにあたる。

この方言を不用意に世間様にも使ってしまったら、「日頃の世間の狭さ」を見抜かれ、笑われる。御社の評価材料に、この世間の広さ狭さが使われることは少なくない。言葉づかいだけならまだしも、次の例は信用問題にもつながりかねない。

某農業団体に講師として招かれた。謝礼は後日振り込みでと言われたが、その後日が来ても振り込みがない。問い合わせたら、担当者が手続きを忘れており、今月の振り込み日までお待ちくださいという。次の振り込み日は20日以上もあるではないか。

講演会ごときだから支払いが伸びるのは良しとしても、民間企業との取引だったら支払延期は大事(おおごと)になる。この団体の世間知らずには、呆れ果てた。しかし問題は、この回答がきたのは問い合わせから3日後だったことにある。クレームに近い質問への対応に、3日も経って返事とは、これが本物のクレームだったら、結末を想像するだけでも、背筋が寒くなる。民間企業とのおつき合いにおいては、自分たち流儀でしか対応しない企業は即、「要注意取引先リスト」に加えられるのが常だからだ。

●お詫びとお礼のタイミングは 最重要事項にしよう

某焼き肉チェーン店に石焼きビビンバを食べに行った。石鍋に誰もが見た目でわかるほどの割れ目が入っていた。食べ終わったら後、店員さんにそれを指摘した。

後刻、店長さんがコーヒー、それも同席した人数分を持ってやってきた。

「ご不快だったこと、お詫びします。また、当店の不始末のご指摘、ありがとうございます。お詫びと御礼の印です」という。クレームをつける勢いで店員さんに言ったわけではない。しかも、彼女の胸札には、新人アルバイトだろう、「研修生」とあった。

しかし、彼女は当方の指摘を店長にしっかりと、それも即、報告したのだろう。店員教育が徹底していることも素晴らしいが、お詫びとお礼のタイミングを大事にしているらしい社風に、感心させられた。

ある会議の席上。農業界との縁を深めたというスーパリーの仕入れ担当者から、関東地区の優れた農産物直売所を紹介してほしいと頼まれた。帰宅したその日の夜分、思いあたる何力所かの直売所情報を電子メールで送った。翌朝一番、彼からお礼の電話が入った。スーパリーの朝は限りなく忙しいと聞いている。その合間をぬっての電話だろうが、こう対応されると、「こんな直売所もありますが・・・」と追加情報を送りたくなかった。

お詫びは遅れた分だけ、相手の怒りを増殖させる。タイミング良いお礼は何事にも代え難い好印象、信用を生む。

そこで民間企業の新人教育では、タイミングの大事さ、特にお詫びとお礼については、口酸っぱく教え込まれる。

しかし長年、身内社会の流儀だけで済んできたせいであろうか、「農業界は、タイミングの大事さ、怖さに無頓着過ぎる」という異業種からの指摘は少なくない。

●若い社員たちを鍛え、 ルールを叩きこもう

どんな組織であっても、その人の居る場所は、広く世間から見れば、そこは限りなく「特殊な場」と言える。

この特殊性を絶えず自覚しておかないと自社のルール、マナー、流儀などが、ビジネスのあり方、社員一人ひとりの立ち居振る舞いの基準になってしまいう危険性がある。これを若い社員たちにどう気づかせるか。これは大手企業でも最大の教育テーマだが、結論から書けば、若い社員たちが自ら気づくことに、期待しない方がいい。

一昔前までは、それらは先輩たちの日頃から学んだものだが、それは情報社会以前の時代の話であって、今はそうはいかない。情報社会とは、それぞれが得た情報から自分流儀の価値観、思考・行動基準を形成する社会である一方、明確に、提示・指示しなければ、集団の規律・規範は成立しない社会でもある、そう思った方がいい。

ならば、どうするか。やはり、先輩達による著の上げ下ろし的チェックが必要だろう。同時に、愛のある「外部の目チェック」も欠かせない。さらに、日頃からの世間様とおつき合いが大事であることは言うまでもない。