



●●●●●●●● ●●●●●●●● ●●●●●●●● ●●●●●●●● ●●●●●●●● ●●●●●●●● ●●●●●●●● ●●●●●●●●

「人に伝えるということ」

日産化学工業（株）
取締役農業化学品事業部副事業部長 浜本 悟

農業業界にお世話になり一貫してマーケティング・営業畑を歩んできました。「人に物事を伝える」機会は数え切れないほどありましたが、未だにその難しさに苦労しています。例えば、会社のような組織の中で生じる問題の多くはコミュニケーションの不十分さに起因していますし、開発した製品を正しくお客様に伝える手法にも日々頭をひねっています。

それでは何が「人に伝えること」を難しくしているのでしょうか？言うまでもなくコミュニケーションが成立するためには「伝える側」と「受け取る側」が必要となります。異なる二つが存在することがコミュニケーションを難しくしています。周りには情報があふれていて、発信する情報に興味を持ってもらうだけでも大変ですし、また多くの内容を伝えても、全てを覚えてもらうことは困難です。コミュニケーションの目的はメッセージを伝えて受け取る側の意識や認識を変えてもらったり、行動を促したりすることでしょうから、受け取る側の状況を優先して考えなければなりません。

受け取る側に残る内容の印象はせいぜい一つか二つです。例えばトヨタのプリウスについて我々は何を知っているのでしょうか？メルセデスベンツはどうでしょう？思い浮かぶの一言でいえばこうであるとか、イメージなのではないでしょうか。環境に優しいとか、ガソリン代が年間いくら得とか、満たされる所有欲とか、この車でドライブに行くときのイメージとか。多くの人にとっては、決してカタログに書いてある細かいスペックや装備ではないのかもしれませんが。我々はこのような現実を認識してコミュニケーションを考えていかななくてはならないのです。

私は人に伝える際に次の3点に留意したいと思っています。①「伝えることの難しさ」を認識すること。②「本当に心から伝えたいことは何なのか？」と自ら問いかけること。③「コミュニケーションの責任は自分にある」ことを認識することです。そして当たり前ですが、「受け取る側」が誰なのかによって伝え方も変わってきますが、いずれの場合にも記憶してもらうためには、伝えたいことを凝縮した言葉や数字が重要になってきます。ですから「伝えたい内容」をどれだけ研ぎ澄ませられるかで相手の記憶に残る質と量が決まってくると思われます。

さて会社のような組織では、自分一人だけで物事を成し遂げることは出来ません。多くの人の力が必要です。多くのメンバーに考えを伝え、意見交換をし、皆で行動してゆくことによつてのみ物事は成し遂げられます。そのための大事な要素の一つがコミュニケーションです。また、メーカーとして製品を開発し、当協会や試験場の先生方にご確認頂いた結果を、生産者を含めた多くの方々にきちんとお伝えをしなければ、その製品が生産者のお役に立つことはないでしょう。

今後日本の農業はより厳しい競合状態に直面していきます。生産者の方々がより高収量で高品質の生産物を、より低コストで効率的に生産できるように、より優れた製品を開発していくことはメーカーとしてももちろんですが、その製品についてきちんと「お伝え」をしていくことも非常に大事なことだと思います。製品の質を向上させていくだけでなく、コミュニケーションの質を向上させてゆくことによつて、より日本の農業に貢献していきたいと思っています。