

新人・若手園芸担当者は必読！ 青果物営業のコツとノウハウ

第3回

関係先との
信頼関係の築き方

ほん だ しげる
本田 茂

農業経営診断士 6次産業化プランナー



1. はじめに

前回まで青果物営業の特徴や心構え、市場流通全体の流れや流通の全体を意識する必要性について解説してきました。連載初回でもこの園芸の販売が俗人的（マニュアルや組織としての業務体制ができず、担当者のノウハウに依存してしまう）になりやすいことを触れていましたが、新人や若手の担当者が最初につまずくのも、この青果物流通の独特の雰囲気の中で、市場担当者や農家との信頼関係が築けないことが大きな悩みではないかと考えます。

今回は、園芸販売を担当するうえでどのように関係者と信頼関係を築いていくか解説します。

2. 苦しいときこそコンタクトする

園芸の業界では、不作で品物が少ない状態（需要＞供給）を「もがき」と言います。逆に、豊作で品物が余っている状態（需要＜供給）を「なやみ」と言います。「なやみ」と「もがき」、なんだかどちらもイヤな言葉ですね。流通関係者にとっては最適な状態（需要＝供給）というのはなかなかなく、常に「なやみ」と「もがき」の中で苦しんでいます。この状態のときにどう活動するかが重要です。

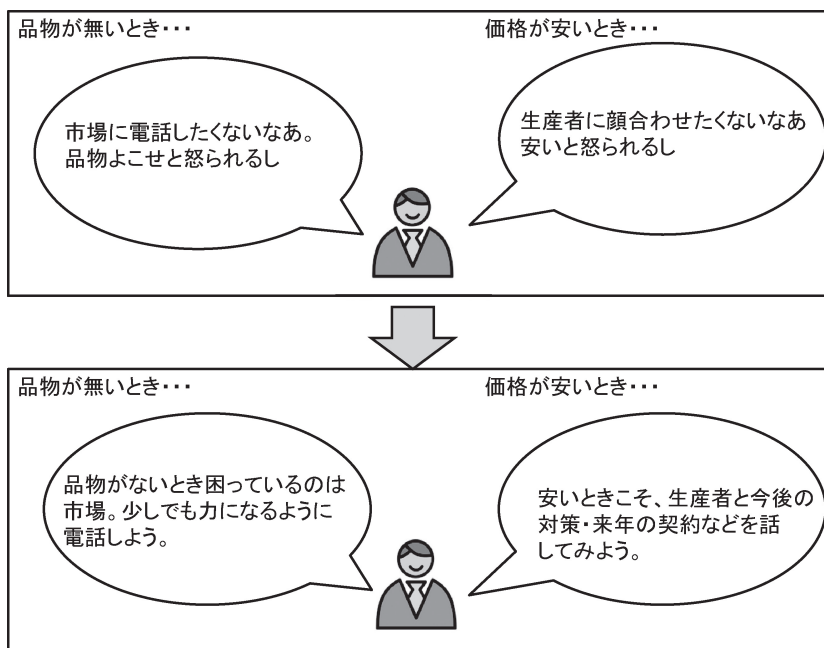
「もがき」の時は、需要＞供給の状態ですので価格主導権が供給側に行きます。園芸担当者としては物を出す側ですから弱い立場の

市場関係者から「品物を出荷してください」と頼まれる立場になります。

「なやみ」の時は、需要<供給の状態ですから価格主導権が買い手に行きます。今度は市場関係者の立場が強くなり産地側が「うちの品物を売ってください」という立場になります。

皆さんはこの主導権がコロコロ移り変わる園芸の世界に右往左往していませんか？ この「もがき」と「なやみ」が極端になればなるほどバイヤー、市場、産地、生産者の人間性が表れてきます。

結論を言うと、困っている立場を配慮してあげてください。「もがき」の時には、市場の担当者に「物がありません」と言うのはつらいので連絡したくないと思います。しかし、市場が困っている時こそ、産地側から電話してあげてください。現在の産地情勢、少しでも生産者に集める努力をすること、休日対応や別便で手配すること、時には航空便で手配するなど、「もがき」の時には、市場担当者にとってはいくらお金がかかっても品物を集めて欲しいものです。ここで電話に出なかったり



して、逃げてしまう産地担当者は少なくありません。

逆に「なやみ」の時は、園芸担当者は生産者に会いたくないものです。「価格が安い」と怒られるのは嫌なものです。ここも、逆に困っている生産者の声をこちらから聞く、現場に行くことが大事です。

豊作で出荷作業が忙しい状況を見舞い、少しでも価格を上昇させる方策を練り、来年に向けて契約栽培を相談することもできるでしょう。時に生産者の愚痴を聞き続けることもあるかもしれませんが、不満の受け皿になってあげることで、生産者の役にたっているのです。

要は、日々変化する「もがき」と「なやみ」の中で、困っている立場を思いやって行動することです。逆の立場になって考えてみてください。自分が辛いときに力になってくれ、一緒に汗をかいてくれた人は信頼し、今度相手が困ったときに応援しようと思うものです。これが信頼関係なのです。

3. ここぞという時を逃さない

筆者は大阪勤務時代に、千葉県から自らトラックに乗り、寝ずに荷物を運んでくれた産地担当の方

を今でも忘れられません。品物が無くてお客さんに欠数しては本当に困るという私の立場を考えて、自ら体を張って助けてくださった時に、「自分がこの産地を何が何でも支える」と心に誓いました。

また、年末など野菜をパッキングする作業が終わらないときは、職員が夜中まで延々と作業をしたこともよくありました。こうした時に逃げてしまう人とそうでない人をたくさん見てきました。生産者の方が災害にあった時や、出荷作業が終わらずに夜中まで作業をしているところに、担当者が手伝いに行ったらどうでしょうか？

決して計算して行動せよと言っているわけではありません。しかし、園芸の世界では、「非常事態」という場面があります。ここをどれだけ相手の立場にたち、とことん力を貸すことができるかが重要です。

どうせやるなら、中途半端でなく、とことんやり切るのです。相手が困ったとき、「いや、自分の勤務時間はここまでなので」「これ以上のことはできません」なんて言わなくても、逃げてしまうような人は雰囲気でわかるものです。

「ああ、この人はここまでの人だな」
困った相手の人がこう思ってしま
うのです。

4. 最後に

いかがでしたか？「品物が無い
いときに、市場担当に対して価格
をあげると弱みに付け込む。電話
に出ずに逃げる」「品物が多いと、
買い手に頭を下げてしまう。生産
者に物が悪いとクレームをつけて
しまう」ややもすると、みなさん

逆の行動をとっていませんか？

このことを意識するようになる
と、他の人を見る基準にもなりま
す。つまり市場担当者や生産者も、
自分が困ったときにどのように対
応するか見えるようになります。
相手に変わって欲しければ、まず
自分から変わってみませんか？
自分が変わると付き合う人も相手
の立場がわかる者同士になってい
きます。その結果、いい仕事ので
きるようになっていくのです。

執筆者紹介



本田 茂……農業経営診断士。宮城県在住。農家や農業法人に
対する経営支援をおこなうため平成24年10月独立。宮城県農
業法人協会賛助会員、6次産業化プランナー。
17年間 JA 全農で青果物流通の現場にいた。主な担当品目は、
菌茸類、豆類、土物全般、筍、梅、きゅうりなど。平成22年
経済産業省登録中小企業診断士となる。(社)コミュニケーション
教育協会理事。農業業界、青果物流通現場にコミュニケー
ション力導入の活動もおこなう。

～ 園芸担当者向け研修講師承ります～

・研修講師実績

農業関係者（普及所、認定農業者）向け「一から分かる6次産業化」「6次産業化
と農業経営戦略」「農業者への支援の方法」
流通関係者（青森県地方市場）向け「今後の青果物流通の動向」「これからの地方
流通の強み分析と方向性」など

・テーマ……要望に合わせた研修をカスタマイズいたします。

「農業者や市場担当者の心を掴むコミュニケーション術」
「量販店バイヤーへの企画提案書作成・模擬商談」
「青果物流通の現状と今後の方向性」
「担当者から取り組むこれからのJAの方向性」
「農業財務・財務分析」など

・お申込・相談は……JA 経営実務まで担当栗野 awano@zenkyou.com;