

若手・中堅職員の 現場を楽しむ

「マイペース」活用術



第4回 マイペースに人脈を作る

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

JA の方を見ていて感じるのが、「もっとたくさんの人たちと人脈を作ればいいのになあ！」ということ。園芸の担当者で言えば、部会と市場と県本部の人ばかりで毎年同じような会議、出会う人も話す内容も同じ、というパターンも多いのではないのでしょうか？今日の農業やJAを取り巻く環境の変化を新聞や雑誌の特集で見ても、上席の人の問題で自分には実感がないという職員の方も多いかもしれません。

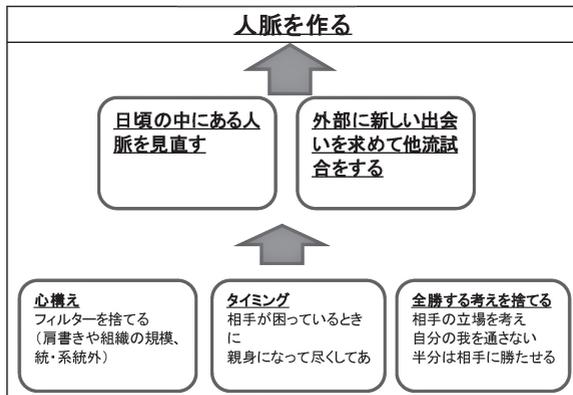
しかし、こうした環境変化を、外部に目を向けて実際に会う人脈から肌で感じるのが、変化に対応する一番の方法なのです。

そもそも人脈とはどのような人間関係を言うのでしょうか？いろいろな人と名刺交換をしていること？酒飲み仲間がたくさんいること？肩書きが上がるにつれて増えるもの？

筆者は、自分が困った時に組織や肩書を超えてどれだけ助けてくれる人がいるかどうかが本当の人脈ではないか、と考えます。

単なる仕事上の付き合いや知り合いではなく、人間同士の付き合いで信頼関係を築きあえる人脈を作ることが、これからの仕事をマイペースに楽しむ大切な要素だと思います。早速、人脈の作り方を考えましょう！

図 人脈の作り方



2. 人脈の作り方

まず土台となる部分は、①フィルターをかけない、②タイミング、③全勝する価値観を捨てる、の3つです。

1つ目の「フィルターをかけない」とは、人は自分の仕事に影響のある人や出世に関係する人に注意を向けてしまう傾向がありますが、こうした無意識のうちにかけているフィルターを外すことです。人脈に肩書きや所属は関係ないのです。毎日現場で働いてくれる嘱託職員の方、掃除のおばちゃん、パートさん、下請けの工場、運送会社、自分達に敵対する農業法人、系統、系統外の業者、弱小の地方市場。皆さんそれぞれの役割があ

り、毎日誰かのために一生懸命働いています。むしろその役割・立場の違う人こそ、自分がいざという時に助けてくれる心強い人脈になるのです。

2つ目は「タイミング」です。人は相手に何かをしてほしいと常に願っています。しかし、人脈を作るには逆に自分が相手に何をし得られるかを考え行動することが大事です。そして、相手が困っているときにどれだけ親身になれるかが人脈を作る大切なタイミングなのです。

忘れられないエピソードがあります。8年近く前に、大阪で勤務していたときに、大きな生協の注文をあるJAの方が積み忘れてしまったことがありました。「うわ

～どうしよう。取引先に迷惑をかけるわけにはいかない」と困っている自分に、「よし、今から持っていくよ」と自ら運転して千葉県から大阪まで届けてくれた担当の方がいます。夜中に出迎えた自分に笑顔で「明日会議だからこのまま帰るね～」と去って行かれました。多分自分はこの担当者のごことを一生忘れないでしょう。

3つ目は、「全勝するという価値観を捨てる」です。仕事する上では必ず相手があります。部会とのやり取り、大きい市場や小さい市場、下請け会社、皆さんそれぞれの立場で背負っているものがあります。仕事はお互い様なので、全勝するという考えを捨てる则相手立場が見えるようになります。この我が身を引くという行為の先に、本当の人脈を作ることが生まれると思っています。

こうした3つの基本を実行することで、まずは、自分の身の回りを見落としていた人脈を作りなおして欲しいです。

3. 出会う人を広げる

次に、外に出ることです。日頃忙しい仕事の中で出会う人は限定

されます。意識して外に出ないと新しい人脈は作れません。無理をしてでも出張を作ったり、農家を巡回したり、時間外にセミナーや地域の集まりに参加し、外の世界にアンテナを貼ることを意識することです。人は普段会っている人と関わっている方が楽です。しかし、思い切って外に出て、あえて自分を不安定な位置に置いてみましょう。そこで困っている自分を受け入れてくれる方こそが人脈を作る相手になるのです。逆に言えば、外に出る人は、外から来る人に親身になれます。外に出る人の気持ちがいりわかるからです。

広げて欲しい人脈を次頁のリストにまとめましたので参考にしてください。意識してこうした人たちとの出会いを自分から作って欲しいです。

4. さいごに

筆者は、在職中に常に追いかけていた実績や成果は、いざ退職してみるとほとんど何も残らず、後に残るのは「在職中に作った人脈」だということをもって体験しました。残念ながら、肩書きがなくなると、自分を見る目が変わる

図 外で会えるリスト

取引先	中央市場、地方市場、仲卸、バイヤー、飲食店、商社、輸出先、業務加工、食品加工会社など
行政・外郭団体	農政局、県の普及員、農業会議所、6次化サポートセンター、商工会、法人協会など
地域	地元企業、NPO 団体、町おこし協力隊、新規就農者、4H クラブ、他産業（工業、商業、林業、水産業）など
JA 関連	県本部、全国本部、JA 子会社
専門家	税理士、弁護士、弁理士、中小企業診断士、6次化プランナー、フードコーディネーター、デザイナー、マーケティング専門家、野菜ソムリエ、食の専門家など
企業	食の専門誌、マスコミ、農業進出企業、農業関連企業、食品メーカーなど

人も見てきました。それは、在職中に自分の我を通し、相手が困っているときに親身になれなかった結果だと思っています。

そして、今でも心に残るのは、困っている人に自分が親身にしてあげられなかったことや下請けなど立場の弱い人のことです。

人脈を作るには、相手に求めることなく、自分の方から変わるのだと思います。

ぜひ、これからの長い仕事人生の中に、フィルターをかけない本当の人脈作りを心がけて欲しいと切に願っています。

また、「外部の人たちとどう連携していけばよいか?」「出会う人とどう仕事で関係していくか」も大事なテーマですので別稿で取り上げたいと思います。

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。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。在職中に、平成22年経済産業省登録中小企業診断士となる。現在は、農家の商品開発や販路開拓、GLOBALGAP 認証支援、青果物市場の経営コンサルティングや人材育成、(社)日本食農連携機構東北支部事務局長を務め、農業者と企業とのマッチングの場つくりの活動を行っている。

●園芸担当者向け研修講師承ります。

お問い合わせは JA 経営実務担当栗野まで awano@zenkyou.com;