

トンボのこころ

第十一号 二〇二二年一月号

配信 ブランディング委員会 / 発行 開発本部広報課

どんな高性能情報機器も、差込プラグが錆びていれぱうまくつながらりません。
企業も同じで、お客様とのやりとりができなければ、的外れな商品やサービスになって、やがてお客様から見放されることになりま

す。
また、やりとりはできたとしても、その質が問題です。
例えば「喧嘩になるかどうかは、声音から始まる」と言われるように、ささいな問題を押し殺した声で始めると、相手も同様に凄ん

だ声になり、不快な会話どころか喧嘩に発展し、もっと明るく答えればと後で後悔することになります。
当社ブランディング活動の基本である「お客様との接点を磨く」の意味は、必然的に発生するお客様

との言葉、文章、荷姿など様々なコミュニケーションで好印象を得るために、その質と手法を日々高めようとするものです。
ブランディング活動で優秀賞を獲得した本社総務部から、その実例報告です。

「当たり前」の

むずかしさと

奥深さ

本社 総務部 斎藤 寛司

私事ですが、入社して20年近く経ち総務部に異動になりました。それまでの営業の最前線から一転、客観的に自社を見つめたり、他の企業の総務担当者や情報交換をしたり、メールや手紙のやりとりも頻繁に行うようになりました。
その中で「えっ?」とはじめて気づいたことがあります。

○目上の方や社外の方には「ご苦労さま」ではなく「お疲れさま」と使うのが常識である。
○書類や物を送るときには常に送付状をつける。
○役職に「様」を重ねて使っていたこれまでの宛名の書き方が間違っていた。

取引先や社内から特に苦情や注意をされることもなかったのですが、自分の日常にこれほどまでに非常識が染み込んでいたのかと愕然としました。

ビジネスマナーを知らなくて恥をかくのは自分自身です。しかし、その人が働いている「株式会社トンボ」も常識のない会社と見られてしまっています。

つまり、一人ひとりがトンボの看板を背負っているようなものだと思います。

「トンボの社員は真面目だね」と言う言葉をよく頂戴し、誇りに思っています。一方、「トンボの常識は世の中の非常識」とは、落司社長がいっも言われる言葉です。

仕事に限らず、これからはビジネスマナーの基本もきちんと身につけて、より魅力のある社員、より魅

力のある会社にしていきたいと考えています。

そのために「心の手帳」を使った勉強会を各事業所や部署でブランディング推進委員会が中心となって行い、私たちはそのお手伝いをしてあります。

忙しい中、「こんな事まで」と面倒に思われる向きもあると思いますが、実際に勉強会を行った現場の声を紹介したいと思います。
.....

〈入社4年目 小林さんの感想〉
営業なので、学校訪問の後に学校の先生に対してお礼状を書きでお送りするようになって言われました。それまでは葉書と言え、友人への年賀状や、プレゼント応募くらいしか書いた事がなかったのです。ビジネス文書なんて正式に習うことも無く、届いた書類や先輩の書いた物を参考にしながらなんとなく作成していました。

ちょうど、総務主催のビジネスマナーの勉強会があり、私たちが送っていた葉書を抜き打ちで添削し沢山の訂正箇所を示してくれました。なんとも散々な結果でしたが、パソ

コンでは表現できない文字の大きさやバランスの取り方、気持ちのこもったきれいな書き方を指導され、葉書一枚でも心をこめて相手に感謝の気持ちを伝えることができるようになりました。

今では、毎月5枚ほどのお礼状を書いています。特に反響があるわけではありません。でも少しでもプラスになるよう、相手の記憶に残るようにと手間暇をかけて行っています。マイナスにならないように配慮は必要です。

このようなマナーは「判る人には判る」のかもしれない。何も感じない人もいれば、書き手を「常識のある人物であると感じる相手もいる」と思います。そのような人に対してきちんと対応できるように心がけて行きたいのです。

受講するまで「お礼状の書き方なんて、わざわざ時間を取って指導してもらう程の事でもない」と考えていましたが、知ることができて良かった、自分自身社会人としてレベルアップできた実感しています。

〈入社5年目 熊谷さんの感想〉

営業対象のビジネスマナー勉強会において、宛名シールの添削の結果、いくつか書き方が間違っていることが判り、驚きました。

「書類の郵送は営業部より、直接のやりとりが多い商品部において勉強会が必要なのは」と、お礼状添削結果の一番悪かった私が担当になり、改めて勉強会を行いました。宛名のリストをチェックするとなんと、宛先の部署を省略したトンボ社内用の宛名をそのまま使っていることが判りました。

これは、取引先に対して失礼であるばかりではなく、大切な書類の誤送にも繋がります。
直ぐにリストを修正し正式名称で送るようにしました。勉強会がきっかけで、2年前に訂正したのですが、それまで長い間、間違っただけであったことを考えると、社内の

人柄のイメージは、 会社のイメージに直結



常識を点検する必要性を改めて感じました。
.....

トンボはお客様や取引先との縁を大切に考える会社です。
工場見学にいらつしゃったお客様からも、「社員の挨拶と笑顔が素晴らしいかった」と感想を述べられる方も多くいらっしゃいます。

ブランディングの基本は商品であるとともに、社員一人一人です。成績や能力より、大切なのは「個人の人柄」基本マナーではないでしょうか。あたりまえの事をあたりまえに行える力を身につけて欲しい。それは地味な活動のように思えますが「心の手帳」の中身の充実や、基本動作や挨拶、接遇、手紙の書き方等の勉強会サポートは、我々総務の使命と考えて地道に継続していきます。