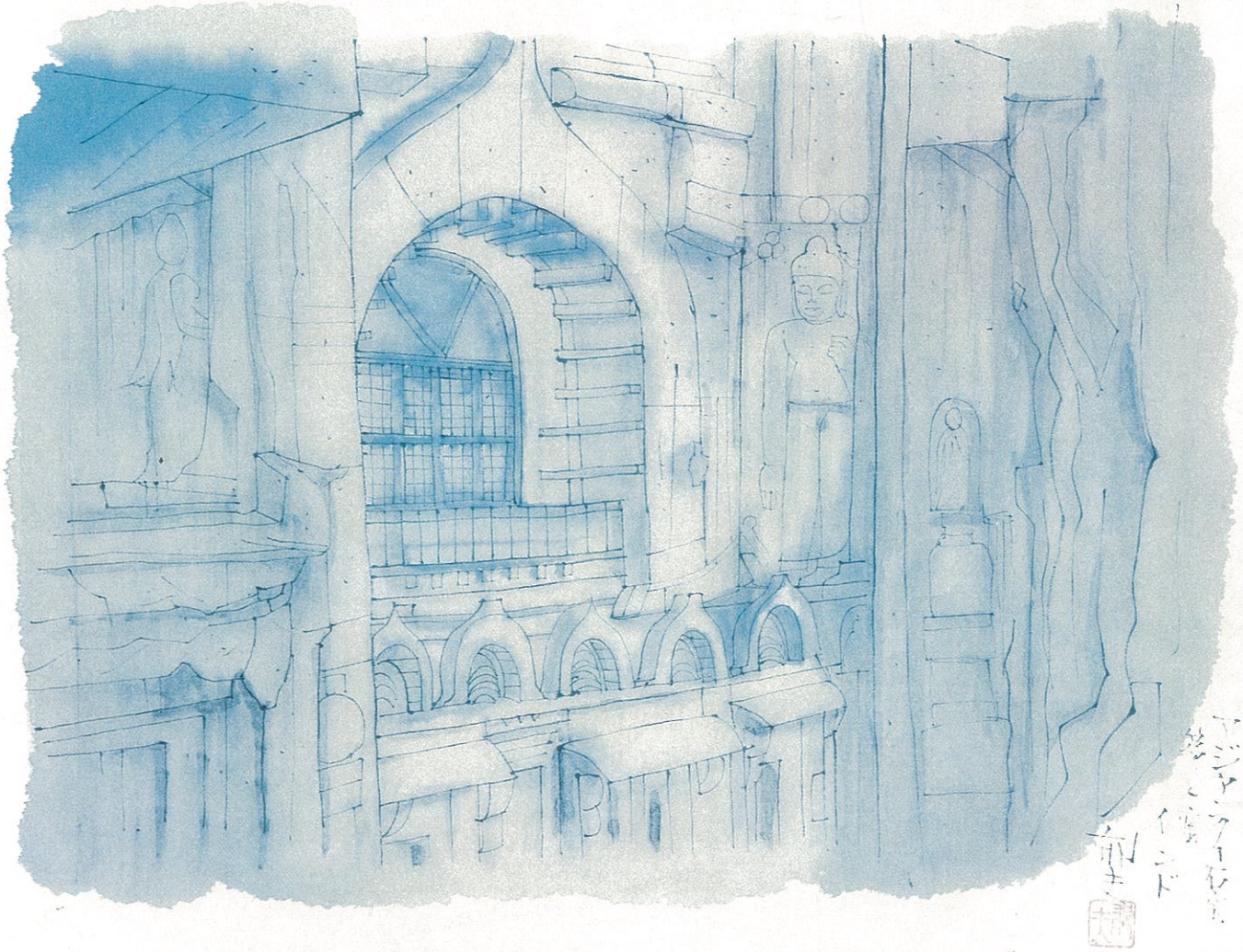
ビジネス新時代の総合誌
1992
# プレジデント
PRESIDENT
1992年11月1日　毎月1回1日発行　第30巻第11号
昭和38年5月8日　第3種郵便物認可

## 特集―いま男は「老荘」を読む

## 特集―妻たちの逆襲「家族の現実」を夫は知らない

「銀行不倒神話」瀬戸際の攻防劇　塩田　潮



平山郁夫素描画「アジャンター石窟　第10窟　インド」

と、ネビンス氏はアメリカと日本の商慣習の違いを指摘する。外資系企業が顧客の大半を占めるTMTが、中元・歳暮というごく日本的な商慣習のギフトを行うようになったのは最近のこと。そのきっかけは、女子社員の進言にあったというが、ネビンス氏には、過去にビジネス・ギフトでちょっとした苦い経験があった。それは、

「外人マネジャーと友人関係になった外資系の会社に、ささやかな気持ちとして二千円ほどのお菓子を贈ったときのことです。その品物が受け取ってもらえず、先方から返送されてきたんです。ビジネスの上で潔癖と言えば潔癖なのでしょうけれど、相手の気持ちを考えることも必要だと思いましたね。誰もそんなお菓子一つで仕事を何とかしてもらおうなんて下心はありませんよ。だからそのときはとても残念だったし、僕は非常に気分を害しましたね」

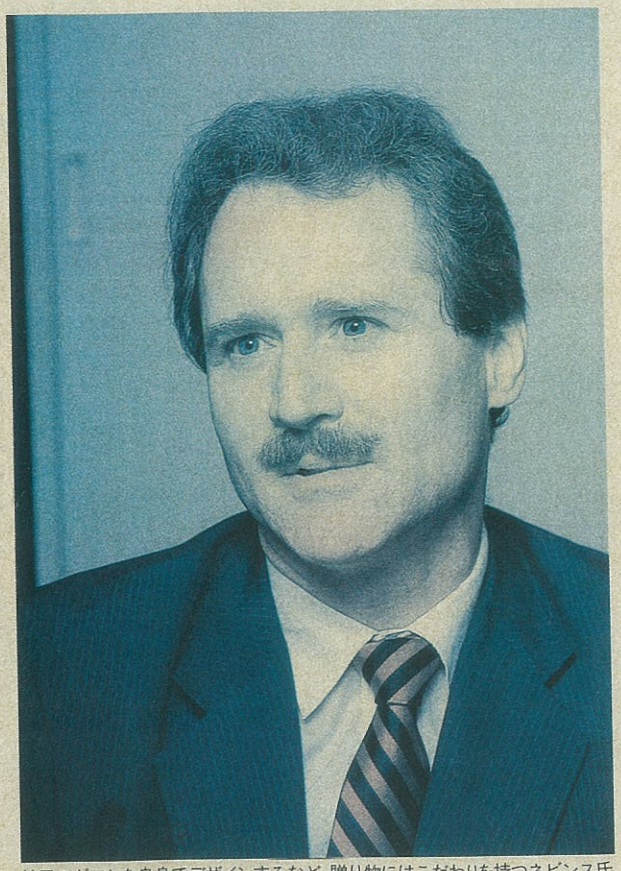
現実に、外資系企業の多くはギフトを受けることに対しては日本企業よりもかなり厳しいラインを引いている。金額的な規制を明示して、総務への提出を義務づけたり、対応の基準を就業規制などに盛り込んでいるところが多い。そうした事情を知らないと、ささやかな気持ちを伝えるはずのギフトが、逆に気まずさを生み、潤滑油どころではなくなってしまうわけだ。

それでも、中元・歳暮という慣習をTMTが取り入れたのは〝日本でビジネスをするからには、外人も基本的には日本人の慣習を真似ることが大切〟というネビンスさんの考え方によるものであろう。TMTでは、この四年ほど一律三千円のお菓子を得意先一五〇社に贈っているが、関係や取引額による、いわゆる贈り先のランク分けは一切していない。

贈答品として同社がお菓子を選んだのは、そこそこ日持ちがする上、先方の職場で分けられるようにという配慮からである。また、分けられるということは特定の個人を対象にしたギフトではないから、取引きの上でも問題になりにくい。

「僕もそうですが、日本の中小企業の社長は、会社に届いたものは家に持ち帰らないで職場で使うか、社員に配りますよね。だから、会社に贈る場合は、個人が喜ぶものよりも職場で使えるもの、皆に配れるものを選んだほうがいいでしょうね。ある外資系の社長は届いたものを全部家へ持って帰るけれど、これじゃ日本人社員の評判はよくありません。特にお菓子なんか持ち帰ったら、もう女子社員に悪口言われるのは間違いないし、そうなったら社長の立場はない、もう絶対に立ち直れないでしょうね（笑）」

ネビンス氏は冗談めかして言うが、これは意外に貴重なアドバイスかもしれない。つまり、先方の社長や部署の長に贈りたいのならば、職場ではなくあくまでも自宅に届けるべきなのである。そして、会社に贈るものはお茶、コーヒーなど、職場で使えるものか、菓子類などのように皆に配れるものというのが、やはり法人対象のギフトの基本と言えるだろう。もちろん、なるべく日持ちするものというのが大前提である。



社用のギフトを自身でデザインするなど、贈り物にはこだわりを持つネビンス氏。

ネビンス氏の経験では、

「贈った後の反響は、外国製ビール一二種類の詰合せセットがなかなか好評で、贈り先から必ずお礼状が届きました。また、ちょっと食べにくく崩れて床が散らかり、責任者からは汚れてゴキブリが出ると怒られましたが、ミセス・フィールズ・クッキーなど、珍しくて高級なクッキーが女子社員にはとても人気がありましたね」

という具合に、反響によって〝贈った喜び〟〝もらった喜び〟を味わえる場合もある。

また、贈られる側の礼儀として、その〝もらった喜び〟をお礼状などできちんと相手に伝えることも、ネビンス氏は大切と考える。

「贈答に対するものだけでなく、夕食をご馳走になったり、日常的にお礼状を出さなければならないことがたくさんあるはずですね。ところが、日本人は意外にお礼状を出さない。僕はお礼状だけは普通の人以上に出します。些細なことでも〝サンキュー・カード〟を必ず出すようにしているんです」

たしかに考えてみれば、感謝の意を伝えることは、贈り物をする以上に基本的な行為だと言えるだろう。もっとも、そうした習慣は日本にも以前はあったはずなのだが。

さらにネビンス氏にとって、日本の中元・歳暮のシーズンに理解に苦しむことがある。それは、大学の教授に卒業生から贈答品が殺到することだ。