



梨本昌子の

# ちよこと言っても いいかしら？



## 「オン&オフライン」のけじめはつけるべき。

皆さん、ソーシャルネットワーク（SNS）にどのくらい時間を費やしていますか？アメリカの統計結果を見ると、生活の中でSNSに費やす時間の長さは、10年前と比べて倍になっています。家事や仕事に費やす時間は変わらないので、何の時間がSNSに替えられているかというと、電話や人と会う時間です。この10年の間に約10%も短くなっています。

私も世間の波に乗ろうと頑張ってフェイスブック、インスタを利用していません。最近では、仕事の方もEメールやテキスト等の利用が増えて、



なしもと・まさこ◎東京都中央区生まれ。早稲田大学第一文学部卒業後、PR会社に就職。その後、米広告代理店「ウォルター・トンプソン社」に移り、27歳で同社の日本PR部門の部長に就任。結婚を機に退職し、グアムへ、1982年にハワイへ移住。広告/PR会社「ナシモト & アソシエイツ」を設立。同社はハワイの経済紙『Pacific Business News』にてハワイのトップ広告代理店10社にランクインしている。NPOハワイ・シニアライフ協会の発起人兼副会長をはじめ、各種コミュニティ団体で要職を務める。連絡先は、  
nashi@nashimoto.com  
バックナンバーはオンラインで：<http://lighthouse-hawaii.com/nashimoto>

人と対面して話す時間が減っています。しかしPR/広告という、私のビジネスの場合は実際にお店に行って見たりしないと分からないので、オンラインで連絡しつつも、オフライン、すなわち現場に行って相手と対面するという密な関係維持にも、努力して時間を費やしています。ここで、もし皆さんが「Eメールだけで済ませられたら楽」と思ったら間違いです。

先日、ビジネスの相手からのレスポンスがストップしました。オンラインでしか連絡をくれない担当者でしたが、こちらからはオンとオフラインの両方で何回も問いかけをして、それでも返事が来ませんでした。そして、そのお店が営業を停止していることを人づてに知らされたのです。バカにしていますよね？

実は、その会社のオーナーと、そのもとで働くマーケティング担当との考え方に大きな温度差がありました。その2人の間のコミュニケーションがうまくいってなかったと思います。おそらく社内でもオンラインだけで済ませていたに違いありません。結果、「今は契約の必要がなくなった」という一言のEメールがやっと届きましたが、この会社と

再度ビジネスをするときに訪れても、この不信感を取り去れません。

今回の出来事で分かったのは、オンラインだけで物事を進める人は、会って対峙することを恐れているということです。「だらしない」に尽きます。他にも似たケースが何社かありますが、どこも閉店等の良くない状況に追い込まれているので、はっきり分かります。なお、世界規模でうまくいっている大企業の担当者には、Eメールを送ってきた後に必ず電話をかけてきますが、これが正解でしょう。

最近、社員への重要な通達もEメールで済ませる経営者がいるようです。それは決して良い結果を生みません。社員も、上司からEメールをもらっても、重要なことは「会って話したい」と返すべきです。オンとオフラインのけじめをつけられないということは、対人関係が下手ということになります。オンラインが便利な時代だからこそ気をつけるべきです。

私もSNSを減らして、クライアントや友人たちと直接会って話したいと思いはじめました。そうすれば物事が良い方向に膨らんでいくと確信しています。