

SNSを利用した効率的な運営で組織活動を活性化

～ SNSのグループ機能を利用して、活発な組織活動を推進～

和田朋幸（海部農林水産事務所農業改良普及課）

【平成29年5月17日掲載】

【要約】

AFP（AMA Flower Producers）が、組織活動の日程調整や内容の調整をSNSのグループ機能を利用して行うようにした結果、会の運営方針に会員の意見が反映されやすくなり、組織活動が活発になった。

1 AFPの成り立ちと活動状況

海部地域では、昭和34年、伊勢湾台風でほ場に海水が冠水したことで、高設のベンチを利用した鉢物生産が盛んに行われるようになった。AFPは、鉢物を生産する農家の後継者により平成4年に結成され、現在、概ね40歳以下の鉢花生産者18名、切り花生産者2名の計20名が参加し、生産技術の向上と生産者間の連携を高めるために活動している。しかし、鉢物の生産や出荷の多くは個別に行われているため、集団による意思決定を行う機会が少ない。そのため、AFPの活動は、前年度を踏襲する内容が多くなり停滞気味となっていた。

2 SNSを利用し始めたきっかけ

従来、AFPの活動の進め方は、「役員が企画・立案 役員会の開催 決定内容を会員に報告 回答を得る 必要であれば再度役員で検討」という流れを慣例としていた。しかし、平成26年度に助成事業を利用した県外視察研修が企画された際、従来の進め方では効率が悪いと役員から声が上がりはじめ、いつでもどこでも意見交換ができるSNSを利用した役員会が始められるようになった。

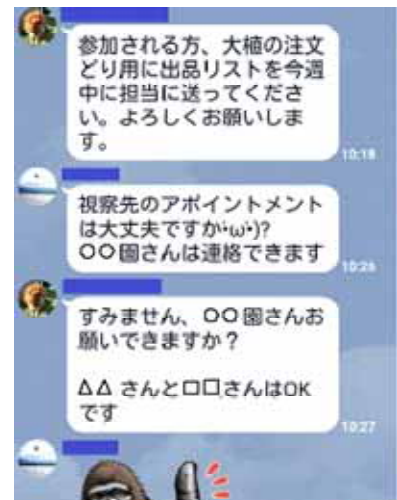


写真1 SNSでの会員間のやりとり

3 SNSの利用による変化と会議への発展

SNSを利用した役員会は非常に効率的であるとの役員の判断により、平成27年度に実施した九州への県外視察研修では、役員と参加者がSNSを利用して日程や視察内容を調整した。平成28年度に実施した大阪への県外視察研修では、農業改良普及課職員もSNSに参加し、内容等を検討するようになり、SNSを用いた会議へと発展した（写真1）。

その結果、視察内容に多くの会員の意見が反映されるようになり、視察の参加者数が増えた。さらに、視察先の大阪の花き市場において販売促進会を実施したり、会員それぞれが視察先を積極的に開拓するなど、新たな試みができるようになった（写真2～3）。

また、県外視察研修だけでなく、以前から実施していたほ場巡回においても、SNSを利用して事前の調整を行うようになって以来、会員が自発的に研究活動を企画し、会員間の交流や意見交換が活発に行われるようになった（写真4）。



写真2 SNSを利用した会議により開催することとなった販売促進会の準備中



写真3 プラントハンターのほ場も生産者が企画して視察できた



写真4 SNSを利用した会議により会員間のほ場巡回も活発化した

4 SNSを用いた会議の利点と欠点

< SNSを用いた会議の利点 >

通常の会議のように集まらなくとも、指定したメンバー間でいつでも意見交換ができるため、早く決定できる。

1対1のメールや電話に比べて、意見の発信が一度にでき、簡易である。

議論の場に参加できなくても、やりとりを後から確認することができるため、情報伝達の漏れを防ぐことができる。

記事の既読者数を把握できるため、情報伝達の度合いがわかる。

< SNSを用いた会議の欠点 >

既読していないメンバーの特定まではできない。

必ずしも全員が同じアプリケーションを持っているとは限らない。

上述の利点により、会の意思決定が早くなるとともに、会議で発言することが苦手な人も自分の考えを表明しやすくなり、会の運営方針に会員の意見が反映されやすくなったことが、組織の活性化につながったと考える。

一方、欠点もあるため、これらを配慮した上で利用する必要がある。

5 SNSを用いた会議の普及性と今後の発展方向

現在、市場担当者と生産者の間でも、SNSを用いたデータのやりとりが当たり前のように行われている。また、一部の生産者は海外バイヤーとのやりとりもSNSを用いている。これらのことから、SNSを用いた生産者の情報発信は必須になると予測される。SNSのスピード感や多くの人と一度に情報交換できる機能は、商取引にも活用できると思われる。

Copyright (C) 2017, Aichi Prefecture. All Rights Reserved.