

# 総務の 365日

## 好感度を高める、 お中元とお歳暮のマナー

執筆：『月刊総務』編集長 豊田 健一

お中元やお歳暮も、ビジネスの大切なコミュニケーションの一つ。せっかく贈るのであれば、今後の関係がさらに良いものになるよう工夫をしたいものです。とはいうものの、礼節を外してはいけません。そこが、会社から会社への贈り物選びの難しいところなのです。

今回は、いまさら聞けないマナーの基本と、おもてなしの気持ちを込めた品選びのポイントをまとめました。

### 贈る時期

お中元は、関東なら7月初旬から7月15日まで、関西なら、お盆を8月に行うため、7月下旬から8月15日までに贈るのが一般的です。一方、お歳暮は、関東では12月初旬から12月31日、関西では12月13日から12月31日までに贈るのが一般的です。特に、関西の人が関東の人にお中元を贈る場合は、時期を外すことのないように気をつけましょう。

### 贈る相手

そもそも、お中元やお歳暮には、継続的なお付き合いについて贈るという意味合いがあります。取引先だからといってむやみやたらと贈るのではなく、これからも関係を続けたい相手に贈りましょう。宛先は、会社宛に贈る場合には先方の社長名、支店宛の場合は支店長名、部署宛に贈る場合には部門長名にするのが一般的です。また、会社によっては、お中元・お歳暮のやり取りを禁止している場合があるので、個人的に仲の良いお客様に贈る場合は、社内規定を事前に確認してから贈るようにしましょう。同時に、所在地や担当者の変更がないかをチェックすることも大切です。担当者が変わっているにもかかわらず、以前の担当者の名前のままで贈っては、失礼になります。

### 何を贈るか

職場に贈る場合は、個包装になっているお菓子など分けやすいものや、コーヒー・紅茶・お茶など職場で使えるものを贈るとよいでしょう。季節感のあるものや地域の特産品など、ちょっとした楽しみの感じられる品も喜ばれるようです。同じ品物でも、有名店や老舗ブランドから送られてくるものとそうではないものとは、受け取る側の印象が違ってくることもありますので、その点も考慮しましょう。一方、保存がきかないものを大量に贈ることや、花など手間のかかるもの、置き場に困るものは避けた方がよいでしょう。

また、「お世話になった人に贈る」という性質上、「踏みつける」という意味を持つ履物類や、勤勉であることを奨励する意味を持つ時計や筆記用具類は、目上の人には避けた方が無難だといわれます。相手先が競合する会社の商品を送ることのないよう注意も必要です。贈答品を変える場合は、前年の品物から極端に金額が落ちるものは避けましょう。

「ジュース」「ビール」「お菓子」などは、毎年お中元やお歳暮として贈られるものの上位に入り、これらは「もらってうれしかったもの」としても多くの支持を得ています。なお、金額はお付き合いの度合いで変わりますが、相場は3,000円から5,000円程度です。特別に大切な取引先であれば、5,000円から10,000円程度になります。

### 贈り方

本来は、品物を持参して直接相手方を訪問するのが習わしですが、最近は百貨店などからの配送や宅配便で届けるのが一般的です。その場合はあいさつ状を同封するか、荷物が届く頃に別途手紙かはがきを送ります。のし紙に「お中元」、「お歳暮」といったタイトルを書くのも基本のマナーです。持参する場合は、相手の都合を事前に伺ってから、時間を合わせるようにします。

### お中元、お歳暮を頂いた時

お礼状は「届きました」「ありがとうございます」の報告も兼ねて、2～3日以内には送るようにしましょう。会社宛で受け取った場合、お礼状の手配の仕方は会社によって異なりますが、個人宛で受け取った場合は、自分の名前でお礼状を書きます。また、大切な取引先がお中元やお歳暮を持参された場合、通常は上司(責任者)につなぎますが、上司が不在の場合はおわびし、先方の名刺を頂戴します。

なお、次回以降の参考にもなるので、お中元やお歳暮として、どんな品物を贈ったか・いただいたか、あいさつ状・お礼状の送付先などはきちんと記録しておきましょう。

お中元やお歳暮は、ただ物を贈るだけ・受け取るだけでなく、取引先に好印象を与えるべく活動する必要があります。基本をしっかりと押さえた上で、おもてなしの気持ちを込めて贈ってみませんか。



豊田 健一

『月刊総務』編集長

●早稲田大学 政治経済学部 卒業 ●株式会社リクルート入社 経理、中途採用媒体の営業、総務、販売会社の計数管理を担当 ●株式会社魚力入社 総務課長として本社移転、株式公開を経験 ●ウィズワークス株式会社入社 日本で唯一の総務専門誌「月刊総務」の編集に携わり、社内広報の研究とコンサルティングも担当 ●2012年6月より、「月刊総務」編集長、ナナ総研主任研究員に就任。



株式会社パイプ・サービス様  
 (オフィスリニューアルの狙い)

- ① 創立50周年を機に、  
社員のモチベーションが上がるオフィスにしたい
- ② クライアント様やパートナー様に、  
企業姿勢を伝えられるおもてなし空間にしたい

■ 執務スペース

Before



リニューアル前のオフィスは、壁の色もくすんでおり、配線もむき出しでした。そのため非常に薄暗い感じで、雑然としていました。

After



家具の入替の他、天井と内壁を新設、OAフロア化とカーペット施工も実施。見た目が明るくなっただけでなく、電話の反響音を抑えることができ快適な空間になりました。



執務室が明るくなり、仕事の効率が良くなりました。さらに、オフィスが新しくなったことで、職場に対する愛着が一層強くなりました。社員みんなが心機一転、新たな気持ちで仕事に臨むことができています。

■ 応接スペース

以前は、社長室が受付から丸見え。また来客時の打合せも社長室内のテーブルでの対応。

Before



【応接スペース】

After



来客者におもてなしの気持ちが伝えられるように、高級感のある内装に。執務エリアとは異なる雰囲気を出すため、照明にもこだわりました。

【社長室】

After



社長室は、執務エリアの一番奥に配置。不在時に施錠ができるように扉を設置しセキュリティに配慮しました。

■ 受付スペース



今後の人材採用のために、企業の顔である受付もリニューアル。銀座という土地柄や建物外観との親和性を持たせるようにタイル調にしました。



狭い空間に加え、短期間で難しいリニューアルだと思いましたが、社員のモチベーションアップにつながるオフィスに生まれ変わって、大変満足しています。



代表取締役社長 丸山様

心機一転、楽しく気持ちよく仕事ができるオフィスになりました。

お客様情報

株式会社パイプ・サービス

所在地：東京都中央区銀座

設立年：1966年

従業員数：25名

事業内容：仮設材、パイプ構造物の販売工事、並びに賃貸、鋼材並びに鉄鋼二次製品の販売、非鉄、金属並びに銅製品の販売