

◇現代社会と青年◇

簡単にキャンセルをする

若者たち


 むろだて
いこう
室館 勲

 (株式会社キャリアコンサルティング
代表取締役社長)

若者の教育事業に携わり三十年が経ちます。近年、若者の予約キャンセルのハードルが格段に下がっています。以前、コラムで紹介した話ですが、ある企業の学生向け会社説明会で、予約人数五十名に対して、当日の参加者はゼロといったこともありました。今では飲食店の無断キャンセル被害を保証する会社まで出てきました。お店舗から保証会社に手数料を支払うことで、無断キャンセル発生時に相応の売上分を担保するそうです。そんなビジネスが成立するとは、言葉がありません。

これは若者の「約束を破っても仕方がない」という意識の積み重ねが原因です。私の幼少期、家では約束に厳しかったです。宿題をしなければ、お小遣いもおやつも無し。中学から始めた新聞配達では、私が寝坊すると多くの購読者に迷惑をかけるため、毎朝に緊張感がありました。非常に良い経験でした。

私が上京した平成元年は、携帯電話はまだ普及していませんので、友人と外で待

ち合わせた場合、何があってもその場に行くしかありません。一度、池袋駅東口で友人と待ち合わせをしました。雪が降る極寒の中、いくら待っても現れません。あと三十分、もう三十分と二時間も待ちましたが、結局友人は現れませんでした。この経験から、相手に迷惑をかけるから約束は絶対に守ろうと思ったものです。

「約束は必ず守る、できない約束はしない」。様々な経験から得た「約束を守る」という不文律が、後の人生、事業発展にも良いご縁をつないでくれました。今でも取引先や他団体からのお願いは、難しいことを軽々しく引き受けることはありませんし、引き受けたからには必ず達成する意思で取り組みます。

人には様々な状況があるとは思いますが、昨今のキャンセル事情はあまりにもひどいと思います。要因の一つは、人を介さずにスマホで簡単に予約できることです。予約をキャンセルしても、迷惑をかけている感覚が本人にありますので、罪悪感もありません。キャンセルの判断基準は、キャンセル料金がかかるか否かのみ。

若者に限らず、世の中の事業運営を考える上で、約束を守る優良顧客づくりは、一つの鍵だと思えます。そこには約束した相手の「魅力」が重要だと思えます。「この人・団体・会社との約束は破りたくない」と思われるかどうかです。

約束を守らない人を否定するだけでなく、自分や自社、サービスにさらなる魅力を出す努力が肝要なのではないでしょうか。