

会社の雰囲気^{1W}を明るくするコミュレポ

皆さん、こんにちは。私は、コミュニケーションについての気づきを毎月1回、振り返ることにしています。せっかくなので日頃お世話になっている皆さんにもシェアできればと思いこのようなレポートを記述することにしました。ご笑読頂ければ幸いです。

丹羽/生之

思いやりの気持ちが芽生える時

“思いやり”は、相手の立場になることだとか、イメージ力だとか言われます。しかしこれはなかなか計り知れないもので、容易にできる敏感な人となかなかできない鈍感な人がいます。しかし先日私はある体験から、思いやりの源となる“あること”に気づきました。

ユメオカのあるサービスで、お客様がクレジット決済で商品を購入できるシステムがあります。その集金管理画面を見ていたときのことで。本来、課金されてはいけない月に課金されているお客様が数人いました。焦った私はそのことを決済管理会社の担当者に尋ねると「システム処理の都合で申込日の関係上、そうになっている方もいますが、問題ないですよ。その日に返金処理されますから。お客様にはご迷惑かからないようになっています。」と答えました。私が「でも、それって、お客様のカード支払明細書には支払****円と返金****円というように載るんだよね？」と聞くと「そういう場合もカード会社の決済タイミングで、あり得ます。」と淡々と答えられました。

私は「それなら、事前にその旨をお客さんに知らせた上で問題ないことを伝えたいのでその処理の流れを教えて欲しい。」と頼むと「そんなことしなくても大丈夫ですよ・・・」的な応対です。結果的には、私が考えるように処理できたのですが、ここに**大きなギャップ**を感じました。「お客さんにお金の負担が発生するわけではないから全く問題ないはず」という決済管理会社と「支払と返金で±0に相殺されるにしてもカード支払明細書に掲載される以上は、お客さんは『これ何だ?』と不安に思うこともある。」という私のギャップです。インターネット詐欺、横領といった言葉をよく耳にする世の中で、ちょっとした不明な出入金で不安に思う人は増えていると私は感じています。しかしながら決済管理会社はきっと「自分達は十分実績のある会社だし、そんな不信感を抱かれる会社とは全く違う仕組みで動いている」と自社のことをよく知っている自負が、「問題ない」と結論づけています。これは自分を含めて、気付かぬところでありがちななと思いました。

自分は**自身のやっていることを一番知っているがゆえに、根本的にミスがなければ、問題ないと思込みがち**です。しかし提供しているコチラ側と顧客として受け取るアチラ側には、大きな情報量のギャップがあります。この大きな情報量のギャップが相手の不安、不信の元になり得るということです。そしてその情報量のギャップをコチラ側が意識しなかった時、相手の立場になるとか、イメージを働かす力の低下につながります。

ここに相手を思いやる気持ちが芽生えてこない問題が潜んでいるように思いました。相手の気持ちをイメージするのは難しいですが、**情報量のギャップ**は、提供側が一番認識できることです。そこにイメージ力を働かると、相手を思いやる気持ちが芽生えてくる気がするのです。