

ケース1. タクシー会社の決断

あなたはある地方都市のタクシー会社の社長です。現在この街にタクシー会社は6社あり、あなたの会社は保有台数及び利益とも最下位です。

最下位のため、なかなか法人の需要を獲得することができません。そこであなたは、高齢者や障害者など「交通弱者の足になる」ことを経営理念とし、高齢者を病院や施設に送迎することに力を入れてきました。社長のあなたも含め、社員たちは介護タクシーに必要な資格を取りました。

そうした訓練の甲斐あって高齢者たちは、社員の親身なサービスを大変喜んでくれ、徐々に固定客が増えて来ました。そんなお客様と社員の笑顔を見て、あなたも幸せな気持ちになりました。

そんなあなたの街で五輪が開催されることになりました。五輪の開催前後は多くのマスコミがこの街にやってきます。マスコミは移動のためタクシーを使います。そのため、あるTV局から「期間中、貴社のタクシーをうちの局で全台貸し切りしたい」とのオファーがありました。

このオファーをあなたはとても喜びました。五輪+パラ五輪前後の約3か月間貸し切りですから、過去最高益が出るのが確実だからです。

聴くと、どのタクシー会社にもマスコミ各社からオファーがあり、貸切りの依頼に応諾したようでした。

社長のあなたは貸し切りのオファーがあったことを、得意げに朝礼で社員に話しました。が、それを聴いて「おかしい…」と思った社員が何人もいました。

それは、「この会社のタクシーを病院や施設通いにご利用いただいている高齢者のお客様がどうになってしまうか？」という疑問です。当社が五輪期間中マスコミと独占契約をしたら、その約3か月の間、お客様はどうになってしまうのか…

そこで社員たちは自分たちで話し合い、代表者を立てて社長であるあなたに「この判断は理念と違うのではないですか？おかしくありませんか？」と伝えました。

社員の言うことも一理あります。さて、社長のあなたはどうしますか？