

マッチングサービス

◇有償サービスとしてのマッチング

協調フィルタリングによるレコメンデーションは、単なる販売促進で、お金が取れるようなサービスではありません。ましてや、お客様が言葉で指定した条件に合っているものを集めるだけのサービスが、お客様の期待にそえる筈がありません。

アマゾンの「この本を買った人はこの本も読んでいます」という単純な技術とは次元の違うものです。利用者は、レコメンデーションを参考にはしますが「頼り」にはしません。しかし、本のような商品にとっては、検討の機会を与えられることが決定的に重要です。このレコメンデーションによるクロスセリングで売上は向上します。但し、それは、個人との関わりが弱いからこそその成果なのです。

お客様がお金を払う＝価値のあるマッチング・サービスは、個別マッチングです。AさんとBさんの相性が良いか悪いかを個別に予想して、引き合わせる手筈を整えます。しかし、相性という複雑な変数を説明する『連立方程式』は簡単に解けるものではなさそうです。ですから、人間技を集約した、手配りと気配りのサービスにならざるを得ません。この手順の中での「貴方のために」という納得感も必要です。

外国人を含む結婚したい女性をかき集めて紹介するだけの結構相談所や、求人を集めて仕事を紹介するだけの人材派遣会社は、紹介フィーは取っているが、マッチングでお金をとっている訳ではありません。婚活支援や仕事紹介には、親身なマッチング・サービスは不要なのでしょうか？経済合理性で考えれば、一人一人に手間暇掛けるマッチングは、利益率は高くても「儲かる」商売では無い事は明らかでしょう。

引き合わせるだけなら出会い系サイトと同じです。利用者が希望した条件に合致した人を探すだけなら、マッチングではありません。

本人の(表明した)好みは本人が一番良く知っています。ですが、どんな人が好きなのかは、本人にだって分かりません。仲介者に本人の希望を伝えるのは、探す手間を省くためです。

的外れな相手を紹介されて無駄な時間を浪費したくはありません。仲介者は「貴方の出した条件に合っている」ことを表面上の理由として、全く別の基準で自らが選んだ候補を推奨します。

マッチング・サービスは、本人以上に本人に起り得る出来事を理解しているから可能なのです。結果が良いという事実に基づいた、相性の診断と助言です。仲介者は、見た目より生活の安定、趣味嗜好より生活習慣の同質性が「添遂げる」ことにとって重要だということを経験して教えます。

本人以上に知っている、解っていることに基づくマッチングだからこそ価値があるのです。専門家としての経験から導かれた知見がマッチングの基盤となります。

マッチングには「信頼」が必要です。「頼り」は人格的な依存です。納得させるコミュニケーション技能と、結果に対して責任を持つ覚悟が「信頼」を生み出します。

◇マッチング・サイト

人と人、人と組織を繋ぐ。そのようなサービスを提供しているサイトには、驚くべきことに、ユーザーがそのサービスを必要としている背景となる情報を把握していません。婚活サイトは、ユーザーが本当に独身なのかを確かめません。就活サイトも、求職の背景を把握することはありません。

「親身な」サービスを提供するどころか、本質的にはサービスを提供するトリガーさえ確保されていないのです。適切に情報を発信するには、いつ、どのような情報を出せばいいかを判断できなければいけません。その判断の元となる情報を何も持っていないのです。こうして、スパムになる可能性の高い情報が発信され続けます。

「親身な」サービスとは、ユーザーの表層的な要求に応えることを意味しません。例えば、「生活費として月に幾ら必要か」を知らなければ、就職のカウンセリングはできませんよね。ところが、人材会社がそのような情報収集をするのは、ユーザーにとっては大きなお世話です。仲介者が「親身な」サービスを提供する為には、「親戚の親切的な叔父さん以上」の信用をユーザーから得ていなければなりません。「親戚の親切的な叔父さん」以上の情報を持っていなければ、助言すべき何もありません。

仲介業者として行い得る「親身な」サービスは、多くの情報を、ユーザーの「都合の良いタイミングで」「都合の良い場所に」「たくさん」「見易く、分りやすく」加工して届けるこ

とに限られます。それが、ユーザーが求めているサービスでもあります。それ以上に踏み込むことは歓迎されていません。

面談による個別カウンセリングでは、「親身な」サービスは成立するかも知れません。ですが、それが採算が取れるサービスだとは思われません。時間外サービス労働で実現される「美談」でしかありません。それは「仕事」として成立しません。

まだ、世界に個別マッチングサービスは存在していません。