



サービスマン・ホスピタリティ おもてなし

みなさん、こんにちは！4月といえば、新しい年度のスタートです。入学に、就職、転勤と、人が動く時期です。フレッシュな気持ちで毎日を送っているでしょうか？自分の気持ちやマンネリに陥ってしまったときは、フレッシュな人たちから、いい影響をもらおうのもひとつの方法です。さて、今回は、今年最初に参加した会合でお会いした方のお話がすばらしかったので、その内容を紹介します。講師の方は、日本でも世界でもトップクラスのホスピタリティで有名な、リッツカールトン日本の社長をされていた、高野登さんです。今は一人とホスピタリティ研究所の代表をされています。

長野県の田舎町出身で、1953年生まれ、幼いころは、電気は通っていたけど、料金が高かったので、ランプでの生活でした。主食は芋やおやき、煎餅で、白米は週に一度か二度のご馳走でした。そのころから比べると、本当に大きく時代が変化しました。私はその真っ只中を過ごしてきたのです。日本が経済的にも発展していく中で、とにかくお腹いっぱいになるために食べていた(胃で食べる)時代から、高度経済成長期には、どんな美味しいものが増え、(舌で食べる)時代へ。それから生産者の顔が見える安心・安全という(脳で食べる)時代になりました。今ではどうかという、原発被害のある福島のお米を食べることにどういう意味があるのか？という(心で食べる)時代になりました。食べ物を提供する側としても、(作れば売れた)時代から、お客さまが何を求めているのかという(消費者ニーズ)を追求する時代となり、さらに、お客さまが気づいていない価値(潜在需要を呼び起こす)時代になりました。それに伴い、どんな仕事にもサービスマン的な側面が求められるようになったわけですが、サービスマンとホスピタリティ、そして、おもてなしという

言葉の違いを明確に意識して、毎日の仕事をしている人が少ないと思います。ホテル業界も、私たちのような飲食サービスマンでも同様だそうです。そもそも、サービスマン、ホスピタリティ、おもてなしというのは、どういう意味なのでしょう？日本では、サービスマンという言葉が入ってきたときは、少し変わった使い方をしました。たとえば、魚屋さんで、ひと盛り500円のアジを買うときに、「少しサービスマンしておきましたよ」といって、一匹オマケしたり、という使われ方です。元々はオマケや値引きのことではなく、接客や接遇といわれる、人的付加価値(人だからこそ相手が好きに対応ができるというもの)でした。それでは、ホスピタリティとは何かというと、その人の思いに寄り添って対応することです。サービスマンとの違いは、マニュアルとして落とし込むことができるものがサービスマン、マニュアルを超えた思いやりの結果としての行動がホスピタリティなのです。さらに、ホスピタリティとおもてなしの違いですが、これは文化的な背景が違うだけで、言葉の表すものは同じ、相手の思いに寄り添うことです。文化に上下はないので、どちらが優れているということではありません。わかりやすく言うと、アメリカで9・11の同時多発テロが起こったとき、各TV局の重要人物が、お互いに連絡を取り合って、被害者の家族にはインタビューをしないという取り決めが行われました。一方、日本で3・11の地震による津波、さらにそこから引き起こされた原発事故に関しては、被害者にインタビューして、その思いを共有することが日本の本来的な思いやりだということです。それには、人間にしかできない感情に関する行動に関係があります。それは、「泣く」と、「笑う」とのことです。このふたつの大きな違いは、「泣く」のはひとりではできないが、ひとりでも「笑って」いたら、おかしな人です。笑うときは、仲間がいてこそできます。ひとりでは泣いている人の思いに寄り添って対応するというところに、おもてなしの心があるのです。

(4月: つづく) 岡本 慶大



風風ラーメン 牛久西口店周年祭

2月を『周年 感謝祭月間』とし、2月中は焼き餃子を毎日190円で販売、21日と22日の2日間はラーメン390円(油そばは430円)で販売しました。昨年より値段を少し上げましたが、多くのお客さまにご注文いただいたおかげで、焼き餃子の出品数などは変わりがなく、1ヶ月を通してスタッフ全員がオーダーや会計の時のアドバイジング、ご案内を頑張ってくれた成果だと思えます。主婦や高校生のアルバイトさんが多く、皆で時間を合わせて準備をすることは出来ませんでした、それぞれが意識をしっかりとって臨んでくれました。お客さまが来てくださることは有難い!忙しいことは楽しいこと!もちろん、必要なオペレーションや接客技術を覚えたり、大変なこともあります、これからもスタッフみんなで力を合わせて、風風ラーメンは地域の元気印だと思ってもらえるようなお店をつかっていきます。

牛久西口店 細田惟由



フランチャイズ オーナー懇親会

東日本地区、西日本地区のフランチャイズオーナー様との懇親会を開催しました。通常のオーナー会とは違い食事をしながら交流を深める場をということで、昨年末から年明けにかけて東西分けての開催となりました。顔を合わせて話をすることで、より深い情報交換や貴重なご意見をいただくことができました。



企画予告

風風ラーメンでは4/6(月)より4/17(金)平日限定にて対象ラーメンをワンコインで販売いたします!お近くの際はぜひお立ち寄りください。一部実施していない店舗もございます。



一麺亭京泊店

職場体験学習

2月18日・19日に一麺亭京泊店で職場体験学習を行ない、地域の中学校よりかわいい女の子が来てくれました。体験学習に入る前に伝えた、NHKKをしっかりと理解し、実践し、何よりも良かったのは満面の笑顔と元気！そして、2日めになると指示された訳でもなく、自らスピードを意識して行動したこと、まさにNHKKの申し子でした。今までの職場体験では、『元気なあいさつ』『仕事の大変さ』『ご両親への感謝』『仲間同士で良いとこ探しをする』ことを課題にしていますが、今回は、ご両親にワンダフルカードを書いていただきました。以前からお店のファンであり、京泊店を第一希望にあげてくれたとのことで、従業員にとっても本当に嬉しくありがたいことです。人に想いを伝えることは簡単ではありませんが、今後も職場体験などを通じて、地域の方々に元気を伝えていきます。

P.S 先日、早速ですがお父さまとごいっしょに来店され、楽しそうに食事をされていました。

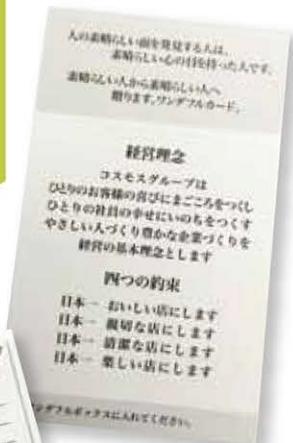
一麺亭マネージャー 石川 敏

●今回の京泊店では、学生さんがご両親へワンダフルカードを書いてくれたとのこと、とても素晴らしいと思います。仕事内容を体験してもらっただけでなく、働くとは何か？また今の自分がいるのは誰のおかげなのか？ そういった作業ではない大切なことを伝えてくれた京泊店のみなさんにワンダフルです。

風風にゆーす編集部



良いところ発見！ ワンダフルカード



リズム食品では以前より『良いとこ探し』を実践しています。いっしょに働く仲間の良いところ、感謝するところを見つけ、ワンダフルカードに記入し伝えます。コミュニケーションの一環ですが、仕事をしながらも相手をしっかり『観る』、あたり前だと思えるようなことも、決してあたり前ではなく「ありがとう」「おかげさま」の気持ちで、良いと思ったことをしっかり相手に伝える。とても大切なことです。お互いに笑顔で仕事ができるように今後も継続していきます。

〈今回は一部お店の方々のワンダフルカードをご紹介します。〉

●佐々木さんから森田さんへ：いつも営業だけではなく、みんなのケアなど色々気を配っていることがすごいと思います。これからもお屋のリーダーとして頼りにしています。ありがとうございます。

●吉原さんから梶谷さんへ：店が少し落ち着くと、いつもすぐホールに出て、お客さまのお茶を入れて回ったり、コミュニケーションをとったり、気配りに対する気持ちが本当に強いなと感心です！私もまだまだ頑張らなきゃ！



想いは 食べ残しに 込められる。

皆さまこんにちは。「風」は私たち人間に、季節の移ろいを届けてくれます。地元福岡でも、いよいよ春の息吹を感じるようになって参りました。遠く水平線の彼方から海岸線へと走り寄せ、崖の花をなめた水のような海風が、口笛を吹きながらくすぐるように背中を滑り、若草の香りを纏いながら、私にそつと春の息遣いを伝えて来ます。それは清冽なる空気の塊に身を沈めているように爽やかな「風」です。

1 マインドサプリメント

水が上から下に流れ落ちるように、人の心も放つておけば、自然と無意識に下へ下へ向くもの。これを避けるためには、上の上に持つていく努力を意識的に継続する必要があります。しかし、心を無重力にする方法があります。それは、他人の中で生きることです。

◆つまり、相手方と心のキャッチボールをすることによって心は絶えず上向くものです。相手の取りやすい球を投げ、相手からの返球をシッカリと取ることで、それが人と人とのコミュニケーションの原点で頂点。これを仕事に置き換えると、お客さまの立場に立つて物事を感じ取れるかどうかということになります。すなわちこれが、「気遣い」です。そして、相手は何を考え、何を求めているかを察する努力をすること。これが「気配り」です。気遣いと気配りを兼ね備え

ていることを、「気が利く」と言います。

◆聞こえているのに感じ取れない。見ているのに見えていない。それは「気迷い」です。大事なものは、先読みする想像力。相手と自分との間で起こるさまざまなシチュエーションを想像し、相手の立場ならどう感じ、どう思うかを一歩先回りして考えることです。これをより大きな枠組みで考えると、それはお店とお客さまとの関係になります。つまり、お客さまとお店との間で起きるであろう様々なシチュエーションを想像し、お客さまの立場ならどう思うかと絶えず想像力を掻き立てることが、お客さまに『気が利くなあ〜♪』と感じて頂ける準備に繋がります。

2 食べ残しは無言のメッセージ

私たちのお仕事は、お客さまからの事前期待以上の結果をご提供することで、お召し上がりになられた全員に対し、感心・感動・感激を与えることです。単に規定通りにラーメンを作つて配膳してお金をもらうような、作業ではありません。仕事を作業と思いついてる方は、もう一度仕事に対する考え方をセクティングする必要があります。

◆ルール通りに、しかも一生懸命魂を込めて作つてお客さまに出来立てをご提供したにも関わらず、その全てを召し上がってもらえないことは、私たちの業務上不可避のことではありません。しかし、多くを残されていたり、また、ティッシュに包まれた食べ残しがあった際に、あなたのお店ではどのように対処されているでしょうか？可能な場合にはお客さまを追いかけて、店外で一言声を掛けるべきではと私は思うんです。

◆『お客さま、何か不都合がございましたでしょうか？そんな問いかけをすれば、「いや実はね、髪の毛が入ってたんだよ。気持ち悪くて残しちゃったよ〜」などというように、食べ残しの原因を探り当てるこ

とが出来るはずですよ。『申し訳ございません。これ、ギョーザ無料券です。次回お使いいただけると幸いです。どうか、是非もう一度チャンスをご覧ください!!』。そう言われたお客さまのほとんどは8割強が再来店されるというデータもあるほどです。潜在的な不適合を顕在化させることは、災い転じて福沢論吉となるものです。

◆他の実例も書き置きます。『お客さま、何か気になる点とかございましたでしょうか？食べ残しがあったもので、わたし気になりました。』という問いかけに対して、そのお客さまは、「いやいや昨日の夜、飲み過ぎたもので、食べてる間に胃がもたれちゃってね笑」『そうでしたか！どうかお大事になさってください。これ、胃薬ですけど、どうぞ♪』ん?! ありがとう。てか、気が利くね！また来るね！』後日、そのお客さまがにこやかに来店されたのは言うまでもありません。しかも、勤務先の部下を引き連れて。

◆逆に、私たちがお客さまの食べ残しに無関心を装つた場合には、果たしてどうなるでしょうか？お客さまは心に悶々と不満・不信を抱えたまま退店されるわけです。こんな精神状態のまま帰ってしまったのでは、そのお客さまはお店に戻ってくる筈はありません。自分自身がそのような目に遭ったらどうなのかと、自分に置き換えて考えれば既視感が出ると思われまふ。

◆まとめます。スタッフ全員で、すべてのお客さまの食べ残しの状況にフォーカスをあてるべきで、特に常連さんや初来店の方に対しては、食後の食器の様子を即座に観察すべきです。新規客の再来誘致や常連さんの来店頻度アップのためには、このような断の努力が必要です。お客さまの想いが自然と込められる「食べ残し」。是非自店舗でも、その対処について考え方を整理してみてください。

㈱システムコンストラクション 清野秀道