

元 氣 の 源 通 信

目標設計・人事労務・社会保険事務手続き・助成金

社会保険労務士 深川順次

福岡市東区香椎4-11-17-201

TEL 092-661-0552 FAX 092-661-0582

(今月の言葉)

- ① 最高のおもてなしとは
- ② 従業員への約束
- ③ コミュニケーションからすべてがはじまる

2006年9月号 (第53号)

一度は泊まってみたいホテルがあります。リッツ・カールトンです。世界に約70箇所あるそうですが、日本にはリッツ・カールトン大阪があります。常に顧客満足度トップテンにランキングされているラグジュアリー(豪華)ホテルです。一泊でも4~5万円。高いですね。しかしお客様は引きもきらないということです。そこで表現されている最高のおもてなしとはどういうものなのか?また従業員への約束とは何なのか?ひも解きながらその一端に触れることができればと思います。

誇りと喜びと

最高のおもてなしとは

お客様に感動・感謝していただけるサービス、お客様が言葉にされない願望を先読みして満たすサービス、サービスを越えたおもてなし、心くばりと表現したらいいのでしょうか?

何よりも「サービスの3ステップ」に表現されている笑顔と挨拶です。笑顔添えて「〇〇様、いらっしゃいませ」とお出迎えするそうです。

「リッツ・カールトンのスタッフはものすごい記憶の持ち主に違いない。何年か前に一度宿泊しただけなのに、私がホテルに入った瞬間、『〇〇様、いらっしゃいませ』と名前を呼んでくれたし、ましてや前回はゴルフだったことも覚えていたのだから、とてもうれしかったよ」

リッツ・カールトンには一人ひとりのお客様に限りなく関心を持ち、パーソナルなサービスを心がけようという精神があふれています。

もう一つ、お客様のご要望には絶対に「ノー」とは言わない。たとえばお客様から宿泊の予約があったときに、あいにく満室だった場合でも「私どものホテルはいっぱいですが、差支えなければ近くのホテルの空き状況と料金を聞いてご連絡差し上げます。いかがでしょうか」と提案するそうです。

レストランのランチのオーダーストップ後にたまたまおいでになったお客様でも「すみません」と断るのではなく、「喜んで」食事をしていただけるように心くばりをしています。

辞書によりますと「心くばり」と「気くばり」の違いを次のように表現しています。

「心くばりとは、相手の心情を十分に考慮したり、予測される事態に対し万全の対処をすること」「気くばりとは、間違いや失敗がないように細かいところまで注意を行き届かせること」

気くばりとはいわば最低限のサービス。それを越えてお客様に感動・感謝していただけるサービスが「心くばり」です。

リッツ・カールトンは、この「心くばり」を隅々までいきわたらせることに心をくだいています。その精神を端的に表現したものが「リッツ・カールトン・ホテルは心のこもったおもてなしと快適さを提供することをもっとも大切な使命とこころえています。……」ではじまる「クレド(信条)」です。

従業員への約束

リッツ・カールトンで最も驚くのが、この「従業員への約束」です。「紳士、淑女にお仕えするわれわれ(従業員)もまた紳士・淑女である」という精神に貫かれています。

「従業員を紳士淑女として尊重し、才能を伸ばすために最大限の教育の機会を用意すること、そして

個人個人の夢を実現するお手伝いをする、さらに充実した生活が実感できる職場環境を整えること」これらを約束しています。

それは「お客様を心からおもてなしし、満足していただくためには、従業員自身が心から満足していなければならない」ということと「紳士淑女のことは紳士淑女にしかわからない」という理由からです。

それゆえ教育・訓練も徹底しています。

- ① 新入社員はもちろんパート、アルバイトまで丸2日間クレドの思想・哲学を学びます。リッツ・カールトンの価値観を共有するためです。それなしには現場に出しません。
- ② 入社1年目で合計300時間の訓練を受けます。
クレドを日常業務の中で実践できるようにトレーナーがマン・ツー・マンでスタッフをトレーニングします。
- ③ 毎日行われるラインナップでは「ザ・リッツ・カールトン・ベーシック」として明らかにされた20項目の行動指針の確認、再確認を行います。ベーシックの12項目は「最高のパーソナル・サービスを提供するため、従業員には、お客様それぞれのお好みを見つけ、それを記録する役目があります」と記されています。たとえば大阪で羽根枕ではなくそば殻枕がお好みのお客様がお泊りになれば、その情報は直ちに全世界のリッツ・カールトンに発信されます。

また従業員一人ひとりに2000ドル(20万円強)の決済権を与えています。自分の裁量でお客様へのおもてなしができる。ここにリッツ・カールトン・ミスティーク(神秘性)といわれる物語が生まれる根拠があります。

従業員を尊重し信頼する。従業員もまた会社の信頼に応えるために日々の仕事にまい進する。ここにサービスを超越する心くばりが生まれる根拠があるのだらうと思います。

コミュニケーションからすべてがはじまる

澱めば水も腐ります。会社もまさにそうです。つねに活性化していくためにはコミュニケーションです。コミュニケーションこそが氣の流れを良くします。風通しのよい会社になります。信頼関係で結ばれた会社になります。

リッツ・カールトンはお客様と従業員、従業員と会社、従業員と従業員のコミュニケーションをもっとも大切にしています。「従業員もまた紳士淑女である」ということは、お客様と同じ目線で積極的にコミュニケーションをとりましょうということでもあります。もちろん節度とほどよい距離感を持って対応する。カールトンが心がける「パーソナル・サービス」はお客様とのコミュニケーションから生まれると考えているからです。お客様から気軽に相談していただける。何気ない話からお客様のパーソナルなニーズを把握しそのご要望に応えるなどです。

従業員と会社もしかりです。同じ目線で積極的にコミュニケーションをとりましょうということです。リッツ・カールトンは「クレド」や「従業員への約束」などで価値観や方針を共有しています。同じ価値観や方針を共有しながらどうしたら活力ある職場にできるのかとも考え実践しています。働き甲斐のある職場にしようと心がけています。それが「従業員もまた紳士淑女である」という言葉に体現されています。「企業の“心”と“魂”が従業員を通してお客様に伝わって初めてホテルはひとつのブランドに昇華される」と考えているからです。

従業員と従業員との間もしかりです。ホテルはチームワークで動いています。ドアマン、フロント、ベルマン、客室係、営業、調理場などさまざまなスタッフがいます。このスタッフのチームプレーこそがサービスの質を決めます。リッツ・カールトンはこのチームプレーを非常に大切にしています。たとえばドアマンはお客様の荷物についてのタグなどから名前を確認すればすぐにレシーバーでフロントに伝え、フロントも「〇〇様、いらっしゃいませ」とお名前でお迎えします。このチームワークの良さが最高のサービスをうみだしているわけです。これは従業員同士のコミュニケーション抜きにはありえません。

ここにリッツ・カールトンの強さがあります。