

さっぽろ環境インタープリター養成プログラム

第4回「ホスピタリティーを身につける」おもてなしカ 報告

事業名	さっぽろ環境インタープリター養成プログラム 第4回「ホスピタリティーを身に付ける」おもてなしカ
講師	オフィスA 濱野 正洋氏
実施日時	平成 27 年 9 月 3 日(木) 18:30~20:30
実施場所	かでの 27 920号室
参加人員	30名
実施の様子	<p>【オフィス 濱野 正洋氏 講演】</p> <p>■ 濱野氏がホスピタリティーの講座を始めた経緯について自己紹介を兼ねお話しいただく。 北海道では"おもてなし"は5流と言われているが、温泉ソムリエとして全国の温泉を巡ることでも実感している。</p> <p>■ 平成 24 年度調査では 5310 万人の観光客が来道し、うち 80%はリピータ。道外来道者は 680 万人、海外来道者は 115 万人、4629 万人約 90%は道民。 北海道では"おもてなし"は5流と言われているが、温泉ソムリエとして全国の温泉を巡ることでも実感している。今後観光客増加が見込まれており、現況では良くないと感じている。 観光産業や地域の発展に寄与するためには「ホスピタリティー」が必要である。</p> <p>■ 「ホスピタリティーとはなんですか？」 ジャック・デリアの「哲学」から発生し、hostis「敵」→ hospes「客の保護者」→ hosupitalis「歓待する」と、語源の変遷を解説。民族が移動をしていた時代に異人を受け入れ飲食、宿泊を共にし、歓待する風習から発展している。歓待の期間は「主人」と「客」の関係となり、「主人」は「客」を歓待して始めて「主人」と成り得る。「客」は「敵」と同義語である。喜んで招き受け入れることに歓待の真髄があるとされていた。</p> <p>■ CS（カスタマー・サティスファクション）顧客満足。 「顧客の〇〇」に対する「顧客の〇〇」とは何か？を受講者へ問い、グループ内で意見交換の時間を設ける。グループから"期待に対する驚き"、"期待に対する感動"など、意見が出た。配付資料を活用し、「顧客の期待」に対する「顧客の認知」の度合いである、という説明を頂く。しかし生活環境は常に動き続けているので、同じことの繰り返しではなく、変化や向上をしなければ顧客の満足を継続して得ていく事は難しい。</p> <p>■ 財やサービスを提供し対価としてお金を得るが、顧客満足には2つの要素がある。</p>

ひとつは「機能的要素」で、万人に対して提供できるマニュアル的で基礎的な「サービス」。もうひとつは「情緒的要素」で、ひとり一人に対する応用技術「ホスピタリティー」である。

■「ホスピタリティー」の目的とは、生涯顧客をつくることである。

顧客には3種類あるとされ、1.実際の顧客（未来の顧客も含め） 2.間接的な顧客（取引業者など） 3.内部顧客（従業員）。属人生によってバラつきのない再現性が必要であり、スキルとして変換させることが大切である。

■「コミュニケーション・キャッチボール」のワークを体験。

講師から各グループにボールが渡り、「相手の目を見てボールを渡し、受け取った人はお礼を言う」というルール説明を頂いて1分間のキャッチボールが始まる。

1回目体験終了後、始めのルール設定を変更し、その後2回キャッチボールを行う。

ルール設定を3度変更することで、キャッチボールの様相が変化していく。

キャッチボールを行ったことで、

- ・行動量が増えると顧客が不在になる
- ・ホスピタリティーがなくなりサービス化することを実感する。

そのことで、サービスの状態は「主語的」（自分都合）と「分離」（お互いに相手が不在になること）。ホスピタリティーは「述語的」（相手都合）と「非分離」（お互いに相手が存在している）という違いに気づくことができた。

■ホスピタリティーの実践は、

「相手のことを知る」→「相手以上に相手のことを考える」→「相手も知らない相手の価値を提案する」→「具現化のために行動する」→「接点を増やし深める」というサイクルを意識すると良い。

■「雑談力」を身につけると人との接点が増えますよ」、と講師の秘伝も伝授いただいた。

