

飯島賢二の『恐縮ですが…一言コラム』

第 489 回 「おもてなし」の基本は「ヒューマン・ウォッチング」

2012.9.9

「お客様は何を望んでいるのか」「お客様の立場に立って、考えよう」、よく耳にする言葉だ。「ホスピタリティ」や「おもてなし」の原点で、なるほど、そうに違いないと、みんな思っている。でも殆どの人が、分かっているけど実行できない、不思議な言葉である。理解はするが実行できない、何を、どう動いたらいいか、多くの人が分らないでいる。挙句の果ては血液型や自身の性格のせいにして、その場を何とか正当化し、分からない理由ばかり探している…最近こんなシーン、平気で見かけるようになった。

分るようになるには…色々な方法があるだろう。

たとえば、小生が常に心がけているのは「ヒューマン・ウォッチング」つまり、人間観察である。ドライブ中、全く知る由もない前の運転手の性格や性癖を、ひたすらイメージする。ナンバーや車の車種や色、運転技術やドライビングマナー等々から「なるほどこの人は、こういう人だな」と、実に勝手に想像し、イメージを固めていく。

何気なく乗った山手線、向え側の人はどうな人かな…年齢、服装、髪型、バッグ等携行品、物腰とふるまい、しゃべり方、女性なら化粧の状況、香り(香水)など、なんとなく観察していると、おおよその見当がついてくる。

この時間は自分だけの密かな楽しみ、だから、あっという間に目的地についてしまう。

まずお客様、つまり相手のことを知らなければ、何を望んでいるのか、分かるわけがない。知れば知るほど、相手の利点と痛みが見えてくる。

そのためには、人間に興味を持つことである。これができない人は、論外、とてもお客様の立場になって考えるなんて、できるはずがない。最初から拒否してしまっている。

性別、性格、血液型、出身地、学歴、環境等々、実はほとんど関係ない。

人間観察のエクササイズを繰り返すか否かの問題である。

しかもこの「お客様」、つまり相手とは、妻や子供や家族、恋人や友人、上司や部下、あなたの周りの人間関係、すべてが当てはまる。全く言葉が話せない「赤ちゃん」、もっと極端に言えば、少し賢いペット犬も不可思議なテレパシーで、意志は通じるものである。相手の、「かくありたい」という意思是、必ずどこかに表れている。

この意志こそ、「お客様の望むもの」であると思う。

「相手の関心度を3秒で見抜く極意」なんてセミナーもあるようで、営業職にとっては必須アイテムになっている「人間観察」、それを統計的にデータ化し、心理学的に体系化したのがプロファイリング (profiling) であり、ネゴシエーター (negotiator) の基本技術になっている。この活用は犯罪心理学にとどまらず、広く経営やスポーツマネジメントに応用されている。

人間に興味を持とう！もっともっと、たくさんの人と会い、たくさんの人と心と触れ合えば、結果的に自分の心も豊かになるに違いない。役人も、政治家も、銀行員も、そして自分自身も、変なところを見ていないで、常にお客様(相手)の顔を見ること、第一主義…そうすれば、景気や政治も、幾分かは良くなるかも知れない。