

I K G の
旅館経営再生塾

第110回

顧客の感情に関心を持
つていますか？

執筆担当者
孫田 猛

客室数二十室の小規
模旅館に宿泊した。宿
泊料金は一泊二日で一

万三〇〇〇円である。
エージェントからの送
客に頼らず、ホームペ

ージと口コミ、そして
リピーターによる誘客
を行なっている旅館で

ある。
この旅館、ここ数年
は入込み数の減少傾向

に歯止めがかからない
状況にあるという。何
とか効果的な販促展開

ができないかというこ
とでアドバイスを求め
られた。

館内アンケートでは
料理・サービスの評点
がやや低い。実泊後の

感想も同感であった。
特に感じたことは、決
められたとおりのサー

ビスはたしかにあるが、

お客様ごとに対する
「おもてなし」の姿勢
が何も感じられなかつ
たことだった。

客室にはふとんの上
げ下げを除いて従業員
は出入りしないオペレ

ーションである。した
が、つてこの旅館はフロ
ントと食事処でしか直

接従業員とコミュニケーション
ーションをとる機会が
ない。

この数少ない重要な
場面において、この旅
館ではパートによる流

れ作業が顕在化してし
まっているのである。
まして、少人数で切り盛りしなけれ

ばならばならない台所
事情はあるだろう。し
かし、経営者の意識が

仕事をこなせばそれ
でよいというレベルで
は見通しが暗い。

なぜ入込みが減少し
ているのか。それは、
リピートしたい宿では

ないからである。縁あ
つてある旅館に泊まつ
たとする。その旅館に

もう一度訪れたいと思
う理由は、よくいわれ
る施設・料理・サービ

ス

すが優れている旅館と
いうのはちよつと違
う気がする。それは、
そこに泊まった時に体

験した、人とのふれあ
いのなかで、自分の琴
線に触れる何かがあつ

た時がいちばん感じる
ものではないか。
「ホスピタリティ」と

いうと、なんだかピン
とこない感じがあるが、
ちよつとしたおもいや

りのある一言やさりげ
ない気配り、優しい所
作に、とても感激する

ことがある。
もちろん人や場面を
見極めることである

が、小規模旅館はそれ
が最大の売り物である
必要がある。

施設や料理や画一的
なサービスが、多少良
かったところで、人は

そう簡単に感動などし
ない。顧客の感情に関
心が無い旅館はリピー

トされないのである。
http://ik
g.jp

mailto:mag
ota@ikg.jp

p