

そこそこからの脱却

執筆担当者

孫田 猛

中途半端、そこそこ。

旅館の提供サービスやオペレーションで最も多く受ける印象である。

料理・施設・サービス。どれをみてもそこそこののに、客数も単価も減っている。これは当然の帰結といえる。

今、そこそこの旅館では確実に負け組に入ってしまう。その旅館にあえて泊まる明確な理由がなければ、経営成績の上昇はきわめて難しい。このような結果オンラインの経営を続けていくわけにはいかない。

これを打開するには、自館の中で、顧客に対して何かを徹底することから始めてみることをお勧めする。

たとえば、挨拶の徹底。フロント・接客係

だけがあいさつをすれない。普段直接顧客と接する機会の少ない外注の清掃係や厨房も含めて、顧客とはもちろんのこと、従業員同士でも自然に顔を向けて笑顔であいさつができているだろうか。

遅いチェックアウトの際、結構清掃担当や内務係と遭遇する機会は多いものである。その際、一応あいさつはされるのだが、見向きもしないでそうじをしながら事務的に「ありがとうございまして」。これが客室フロアでの最終印象となってしまうことが極めて多い。

そこで思っても見なかったような裏方さんの素敵な挨拶があったら、この旅館はすばらしい印象が生まれるの

に、とつくづく感じる。過去にプライベートで信州のある旅館に泊まったときのこと。家族で写真を撮っていたら、仕事を追えて帰宅しようとしたと思われ

る従業員が足を止め、「写真を取りましょうか？」声をかけてきてくれた。思わぬ一言に恐縮しながら記念写真をとってもらった。

この旅館は結構前評判が高い旅館であったので、正直提供サービスには驚きはしなかった。高品質なものであったのだが、予想の範囲であったからだ。でも写真を撮りましょうかの一言は予想外であったので、今でもこの旅館で一番印象に残っており、旅館の価値を決定づけている。

結局は人がどう感じるかなのである。だから、こんなときにはこうしようというその旅館ならではの姿勢が徹底されているところは非常に強い。

旅館の差とはこんなところから生じてくる。

<http://www.ikmag.jp>  
[otai@ikg.jp](mailto:otai@ikg.jp)