

自館で起きた事の検証  
からスタートする

執筆担当者

孫田 猛

アンケートが館内顧客情報の唯一の収集方法であるという旅館が多い。また、これと有効活用されているとはいいがたい状況の事例もかなりある。

現実的には顧客アンケートだけでは不十分であり、日常館内で起きていることを、生情報として吸い上げるしくみを確立することがきわめて重要である。「館内の顧客情報は自館の宝だ」という認識を経営者をはじめ、全従業員が持つことを進めている旅館は強い。旅館の商品は生き物であり、その場その場で瞬間的に対応が異なる。何がベストなのかは現場での対応に任されているのが現状であ

る。

こんななか、提供サービスの内容がスタッフによって違いすぎるの  
で、共通したマニュアル作成を進める旅館がある。たしかに、均一のサービス内容を、旅館独自に決めていくことは必要である。しかし、これとは別に、常に自館の提供商品の質的アップを図るためには、決められたマニュアルだけでは対応がでない。

アンケートや日常の現場からの報告をもとに、その旅館で実際に起きたこと(いいことも悪いことも含めて)を、まず全員で共有する機会を定期的に持つことからスタートする。そしてその対応方法について、よかったことは他のスタッフも取り入れるようにし、問題点は二度と起こらないように是正方法を検討する。さらに将来起きるかもしれないことを想定して予防方法を決めるといって、一段進んだレベルまで実施でき

ればかなりの意識が浸透することになる。

このときには決して当事者を責めることなく、あくまでも旅館の品質をらせん階段を登るがごとく、全員でアップさせていくという明確な目標が前提である。

単にどこかのマニュアルを持ってきて、これを守りましょうとやるよりは、自館で実際に起きたことのみをテーマとして実施することの方が、はるかに真剣になる。

ためしにこのようないま月一回ずつ実施し、そこで決まったことを、その旅館の決まりごととして実践してみたい。半年もたたないうちに、その効果を実感することになる。

<http://www.ikmag.jp>

[otai@ikmag.jp](mailto:otai@ikmag.jp)

[otai@ikmag.jp](mailto:otai@ikmag.jp)

p