

# 1

## ホスピタリティの 実践には

—マナー・気配り・心配りの3ステップ—

### ケース

健康が取り柄だった村口さんはある日体調を崩してしまい、月末の忙しい時期でしたが、なんとか時間を作って病院に行きました。薬の処方箋<sup>せん</sup>をもらい、病院から一番近い『タナカ薬局』を訪れると、派手な茶髪を肩に下ろした女性と、店の隅に積まれた段ボールが目に入り、村口さんは何ともいえない不安に襲われました。

女性は村口さんをちらりを見て、何も言わずに目をそらしました。処方箋を渡すと、派手なネイルを施した爪や、きつい香水の匂いに、村口さんはますます不快な気持ちになりました。しばらく待たされた後、女性は、

「こちらがお薬になります。A錠が14日分となっていました、今7日分しか在庫がないので、残りの分は3日後くらいに取りに来てください」

「5千円からお預かりします。ありがとうございました」

と、無愛想な顔とコンビニ敬語で薬を出しました。

2週間後、再び病院での診察を終えた村口さんは、雨が降っていましたが、少し足を伸ばして『スズキ薬局』に向かいました。自動ドアが開くと同時に、穏やかな音楽が耳に届き、整理整頓された棚を背に、黒髪をきっちりまとめた女性が「いらっしゃいませ」と目を見て明るい笑顔で迎えてくれました。さらに、優しい声音で、「雨で濡れていらっしゃいませんか？ よろしければ、タオルをお使いください」と、気遣ってくれました。

ほっとした村口さんはタオルを借り、中村さんという薬剤師にすっかり信頼を寄せて、体調を崩してしまった経緯などを話しました。

「村口様、お待たせいたしました。A錠について、少しご説明させていただきます。A錠は、吐き気やめまいを抑えるお薬です。コーヒーや紅茶、緑茶などのカフェインが含まれているものはお薬の効果を弱めてしまいますので、ご注意ください。また、強いどの乾

きなどの副作用が出た場合は、お医者様か私までご相談ください」「そのほか、なにか不安なことはございませんか？」「ありがとうございました。どうぞ、お大事に」

村口さんは『スズキ薬局』に満足し、「次もここに来よう」と決めました。

### ↓ 考えてみよう！

①『タナカ薬局』のマナーや店内環境として、不適切なところを書き出しましょう。

②『スズキ薬局』が処方時にした、好感が持てる対応とは何でしょうか。

③村口さんは『スズキ薬局』に満足しました。何に満足したのでしょうか。

### ↓ 解説

お客様のことを心から思いやり、お客様が感動してくださるサービスを提供すること、それがホスピタリティの最終目標です。

ホスピタリティを高めるためには、3つのステップが存在します。

#### ステップ①基本マナーを身につける

まず1つ目のステップは、「基本マナーを身につけることで、お客様に好感を持っていただく」ことです。清潔感ある服装や身だしなみを心がける、正しい敬語を使う、明るい笑顔を浮かべるなど、どのようなお客様にも不快感を与えず、好感を持っていただくための絶対条件が、「基本マナー」です。

村口さんは、『タナカ薬局』の女性の髪や香水、ネイルなどの“薬局にふさわしくない姿”や、無愛想な表情、間違った敬語に不快感を抱きました。また、お客様から見える場所に段ボール箱を放置しておくなど、整理整頓ができていない店内に、悪い印象を受けました。

一方、『スズキ薬局』の店内は整理整頓された空間に穏やかな音楽が流れ、中村さんの笑顔や優しい口調に、村口さんは安心しました。具体的にはユニット2で説明しますが、声のトーンを状況に応じて使い分け、コミュニケーション<sup>あいさつ</sup>につなげる挨拶<sup>あいさつ</sup>を心がけることも重要です。第一印象が良いかどうかで、その後のサービスの受け取り方も違ってくるのです。

### ステップ②気配り

2つ目のステップは、「気配りをする<sup>あやま</sup>ことで、お客様の隠れたニーズまで満たし、十分に満足していただく」ことです。

「気配り」とは、お客様へ、きめ細やかなところまで注意を行き届かせて対応する姿勢のことです。お客様がすべての要望を口にしてくださるとは限りません。相手の目をきちんと見るアイコンタクトを心がけ、お客様の立場になり、コミュニケーションからニーズを察する力・先読みする力を発揮して、個別のニーズに対応するきめ細かさが求められます。

健康が取り柄だったこと、急に体調を崩して服薬を始めたことを聞いた中村さんは、村口さんが服薬に慣れず、疑問や不安を抱いているかもしれないと思い、薬の効果と正しい服薬方法を説明しました。さらに「そのほか、なにか不安なことはございませんか?」と、尋ねました。こうした配慮に、村口さんは大いに満足したことでしょう。

### ステップ③心配り

そして3つ目のステップは、「心配り<sup>あやま</sup>をすることによって、お客様の予想を超えたサービスをご提供し、感動していただく」ことです。

心配りとは、お客様を家族同様に大切な存在<sup>あやま</sup>と思い、マニュアルを超えた対応を行うことです。お客様のパーソナル情報を集め、顔色や表情、声や言葉からお客様の気持ちやニーズを読み取る感性と、自分ができることを具体化するアイデア力が求められます。

村口さんは、月末の忙しい時期に時間をやりくりして受診し、薬を受け取っています。『タナカ薬局』はA錠の在庫が足りないので後日取りに来るよう言いましたが、同じように在庫が不足していても、中村さんであれば村口さんの立場を考え、「大変だな」と共感して、自分ができることを実行するでしょう。

「村口様、たいへん申し訳ありませんが、ただいまA錠の在庫が7日分しかございません。村口様の勤務先は近くですし、明日の午後には入荷できますの

で、よろしければ明日のお昼休みにお届けさせていただきますでしょうか」

すると、村口さんは「そこまで言ってくれるとは思わなかった」と、驚くでしょう。それは薬剤師の業務範囲を超えた、村口さんのためのパーソナル・サービスだからです。村口さんはその感動を、他の人に伝えてくださるかもしれません。それを聞いた他のお客様が『スズキ薬局』を訪れたとき、中村さんが同じように真心を込めて接すれば、そのお客様も「あそこは親切だ」と、さらに他の人に紹介してくださるでしょう。

最高のおもてなしとは、ほかのだれかに伝えたくなる感動のサービスなのです。

## ・まとめ・

どのようなお客様にも不快感を与えず、好感を持っていただくためには、まず、清潔感ある服装や身だしなみ、正しい敬語や明るい笑顔などの「基本マナー」を身につけることが必要です。

次に、お客様の隠れたニーズを引き出し、十分に満足していただくためには、アイコンタクトを心がけ、細やかに注意を行き届かせて隠れたニーズを察し、個別に対応する「気配り」が求められます。

最後には、「心配り」をすることによって、お客様に心から感動していただくことを目指します。お客様のことを家族と同様に大切な存在<sup>あやま</sup>と思い、表情や声などからお客様の気持ちを読み取る感性と、ニーズを満たすための具体的な方法を提案するアイデア力が求められます。

基本マナーが守れず、第一印象が悪いものになってしまうと、せっかくの「気配り」や「心配り」が相手に伝わらないこともあります。基本マナーを守ること、第一印象で好感を持っていただくことは、それほど重要なことなのです。

## Point

- ①基本マナーを守れば、どのようなお客様にも好感を持っていただける。
- ②気配りはおお客様の隠れたニーズを満たし、満足していただける。
- ③お客様を家族同様に大切に思う心配りが、お客様に感動を生む。