

月刊

ホテル旅館

HOTEL RYOKAN
MANAGEMENT

8

2016

August

[提携誌] Cornell Hospitality Quarterly

特集

顧客創造型「スパ&温泉」 ビジネスの新展開

特別寄稿

「この機会を見逃すな!
容積率1.5倍の衝撃」

石川雅英



人を生かして勝ち抜く最強マネジメント
(船坂光弘著)

人を生かして 勝ち抜く 最強マネジメント

船坂光弘*

ホスピタリティを
現場に生かす
30のチェック項目

お客様や従業員の喜びや幸せの追求
の対価として、企業に向上や利益を生む

これこそが「ホスピタリティ経営」であり、
21世紀最強の企業戦略。

ホスピタリティとは、自分ではなく、相手を感じる心や行動。を
実践する。したがって、お客様だけでなく、社内や、社会
に対して、自分だけでなく相手に思いやりを伝える中心に置くホスピ
タリティの考えは、企業経営において重要な役割を担う。

船坂光弘著

セルバ出版
本体1600円+税

いまやサービスマネジメントの現場で当り前に使われるようになった「ホスピタリティ」という言葉。しかし本来ホスピタリティは、声高に叫ばなければ徹底できないというものではないはずだ。その意味するところは「相手のことを思いやる気持ち」であり、サービスマネジメントに携わる人なら当り前に持ち合わせる

べきものだからである。ところが現実にはそうなっていない。行き過ぎた成果主義やコストカットの弊害が言われるが、一番の要因は「人こそが最大の差別化要素」という考えが浸透していないからではないか。逆に、人に最大の価値を置けば自然とスタッフの中にホスピタリティが生まれ、

それが強い現場や組織づくりにつながっていくはずだ。

本書はホスピタリティを経営、とりわけ現場のマネジメントにどう生かすかという視点から、企業価値向上のための具体策を解説したものだ。企業は顧客、従業員、

手腕を発揮してきた。その体験を通じて学んだマネジメントのエッセンスも豊富に紹介されており、宿泊業界関係者にとって、即効性の高い内容になっている。

そして社会の喜びや幸せを実現した結果、収益を得て持続し繁栄することができる。その喜びや幸せは、他者に対するホスピタリティがあつてこそ生まれるというのが著者の主張だ。では具体的に何をすべきか。その処方箋を多様な実例をまじえて提供してくれる。

巻末には「あなたは、目の前のお客様の期待に応える努力をしていますか」から始まる、ホスピタリティを現場に生かすための30のチェック項目が挙げられている。それは組織を形づくるあらゆる階層の人にとって、共通に必要な資質を問うものだ。

著者は17年間のホテルマン生活の中で、さまざまな部署でホスピタリティを体現。支配人としてウエイティング部門の売上げ増などに

トップの企業戦略立案に大きな示唆を与えることはもちろん、管理職や現場リーダーのリーダーシップを高める指南書として、また現場スタッフの教育ツールとしても役立つ1冊といえよう。