

NUPRI NEWS

Nagano Urban Policy Research Institute

NPO法人
長野都市経営研究所

Vol.47

2013.AUG.

NPO法人 長野都市経営研究所

発行/NPO法人 長野都市経営研究所 〒380-0834 長野市大字鶴賀御所町1289-1 丸本ビル2F TEL 026-235-7911 FAX 026-235-6166 http://www.nupri.or.jp E-mail : nupri@nupri.or.jp

第19回 NUPRI 定時総会開催

**長野を「観光母都市」と位置づけ
広域地域の活性化を今まで以上に全力支援。
会員増強、イベント参加にもご協力を。**

6月19日（水）、第19回NUPRI定時総会が長野ホテル犀北館にて会員101名のうち79名（うち委任状39）の出席により開催されました。

市川理事長を議長に、北村事務局次長、愛甲会員を議事録署名人に選任した後、平成24年度の事業・決算報告ならびに平成25年度の事業・予算計画が岩野事務局長より上程され、各議案とも出席者の拍手をもって承認されました。

海外各地の政情不安や、近隣各国との関係悪化など予断を許さぬ状況とはいえ、12月の政権交代以降、徐々に変化してきた経済社会情勢のなか、会員各位においては業績回復・向上への期待を胸に、下半期の事業運営を計画しておられることがうかがえます。この上昇基調を背景に、NUPRIは本年度も継続事業を確実に推進していく一方、観光母都市ながのの活動を基軸に、広域

地域の活性化に今まで以上に力を注ぎ、支援していくことで合意。イベントのさらなる充実や地域の諸団体との連携強化を進め、人材交流、意見交換を活発に行いながら、存在感を持ってまちづくりに寄与していく方向を確認し合いました。

議事に続き、半年先まで予約が一杯という伝説のレストラン「東京・青山の『カシータ』」経営者・高橋滋氏の講演会が開催され、一般来場者も含む200名以上の聴衆が感動のエピソードの数々に熱心に耳を傾けました。また講演後は高橋氏を囲み、なごやかな懇親会が行われました。

※講演内容を抜粋し、次ページ以降に採録しています。

市川理事長 挨拶骨子



日頃、NUPRIの活動にご理解・ご協力をいただき厚く御礼申し上げます。昨今の景気回復基調を追い風として、本年度、NUPRIもますます活発に、より充実した活動を進めていくことを期する次第です。つきましては皆様の知見に富んだご示唆をいただきたく、どうぞよろしくお願い申し上げます。

この後、各ご担当者より報告ならびに計画の発表がございますが、「わいがやサロン」、「採れたて野菜市」、「りんごの木オーナー制度」といった事業は順調に継続しております。若手を中心になって推進している「ここ掘れ！長野調査隊」、「門前まち花遊歩」等の新たな事業も軌道に乗り始めました。また、支援するAC長野パルセイロの「J2」昇格も、いよいよ視野に入ってきたようです。さらに、ユースオリンピック冬季大会の長野誘致に向けた具体的活

動への一歩も踏み出しました。

NUPRIとして、こうした意義ある活動をさらに活性化していくために、引き続きのご理解、ご支援、ならびに会員増強にぜひご協力をお願いいたします。

平成25年度事業計画

【NUPRIの活動方針】

昨年度の活動を継続発展させ、「観光」の重要性を再度見直して、観光母都市ながのの部会の活動を基軸に、各活動と基軸と連携を図りつつ、さらな

る充実をめざします。

長野市が昨年度立ち上げた「ながのシティプロモーション実行委員会」にも積極的に参画し、市民一人ひとりが自分たちの住む地域に誇りと愛着を深め、「おもてなし」の気持ちを育む教育・情宣活動に本格的に取り組むとともに、観光振興の前提となる地域の安心・安全を確保するため、BCP（事業継続計画）の研究も進めていきます。

また、継続事業である「わいがやサロン活動」「採れたて野菜市」「りんごの木オーナー制度」、ACC長野パルセイロ支援にユースオリンピック冬季大会の長野誘致活動を加えた「スポーツ振興活動」にも全会で取り組みます。

活動の活性化のためには収支・財務基盤の充実がベースとなり、会員増強は喫緊の課題です。地域の企業経営者へのPRにも力を入れておりますので、会員の皆様のご協力をよろしくお願いいたします。

〔平成25年度部会・活動部会の事業計画〕

1 観光母都市ながの部会

〈部会長／市村次夫・

副部会長／夏目潔・掛谷嘉則〉



・基本方針

昨年度提示された多岐多様にわたる活動策から、今年度は取捨選択し、①「広域観光ルートの新開発」、②「食の魅力開発」、③「季節の魅力発掘」、④その他（観光案内ボランティアの育成等）に焦点を定めて、活動を「実行段階」に移します。本部会内の各活動ならびに長野商工会議所の「NAGANO検定実行委員会」や、各地で活動中の観光案内ボランティアの会との連携を図り、①④を具体的な活動にしていくとともに、「わいがやサロン」「ここ掘れ！長野調査隊」の拡大版を、一般市民参加型イベントとして各担当理事と共同で実施します。

■門前まち花遊歩活動

〈鈴木隆治理理事事務局次長〉



昨年9月1日に実施した『牛に引かれて善光寺参り』を、今年は10月6日に開催予定。「表参道秋祭り」「軽トラ市」と同時開催し、市街地活性の相乗効果を高めます。今年は「元気づくり支援金」を申請、審査の結果を待っています。

■ここ掘れ！長野調査隊活動

〈竜野泰一理事兼調査隊長〉

特に善光寺界隈の隠れた魅力を再発見

し、長野の多様な魅力を市民や観光客に発信することを目的に今年5月までに3回開催。今後も新鮮な視点で調査・探索し、新たな魅力を引き出して、観光振興の一助にしていきます。



■シティプロモーション活動

〈松本克幸理事兼

シティプロモーション実行委員〉

今年2月に立ち上がった「ながのシティプロモーション実行委員会」に派遣され、積極的に発言し、主導的役割を果たしていくことで合意をみています。ことに「おもてなし」の気持ちの醸成のための教育（寺子屋）といったソフト面の重要性を強調し、地域発展に向けた実践活動にしていきます。



■中心市街地活性化活動

〈清水光朗理事〉

長野商工会議所の「中心市街地活性化協議会」が進める①訪れたくなる街、②住みたくなる街、③歩きたくなる街、④参加したくなる街をコンセプトとした活動に、NUPRIとしての具体的施策を提言していきます。ことに当部会内の「門前まち花遊歩」「ここ掘れ！長野調査隊」活動と連携し、③を中心テーマとします。



■BCP (Business Continuity Plan) 事業継続プラン

〈掛谷嘉則理事〉

この地域としての安全性が観光客誘致に欠かせないことから、県の危機管理室との連携や企業ネットワークを活用し、



B C Pについての検討を継続して進めていきます。団塊世代が地域に居住し始めたことを意識し、研究会をつくりたいと考えます。

2 わいがやサロン活動部会

〈岩野 彰部会長・鈴木 隆治副部会長〉

すでに42回実施し、回を重ねる毎に中味が充実し、会員にとって有意義な勉強（視野拡大）の場となっています。今後とも、会員の皆様との交流機会を増やすとともに、各分野で広範囲に活躍する方々をお呼びし、組織の活性化につなげたいと考えています。ひとりでも多くの会員にご参加いただくとともに、講師としてふさわしい人をご紹介くださるようお願いいたします。



3 スポーツ振興活動部会

〈部会長／鷺澤 幸一〉

■AC長野パルセイロ支援活動

〈河口 明弘専務理事（鷺澤 幸一理事代理）〉
AC長野パルセイロを、さらなる高み「J2」へ。その夢に向かって取り組み

を進めていきます。懸案であったJ1基準のサッカースタジアムは、鷺澤市長のリーダーシップで平成27年2月の完成が決まり、J2昇格は最短2年となりました。残る「ホームゲームの1試合平均観客動員数3千人以上確保」を課題に、「小中学生」のホームゲームへの招待等含めて全力で支援を強めていきます。



■ユースオリンピック（YOG）誘致活動

〈霜田 清理事〉

長野冬季オリンピックの競技施設を持つ優位性を活かし、長野市への「ユースオリンピック」の誘致を、経済効果優先の考えではなく、将来を背負う青少年の健全な育成、長野ブランドの国内外への発信力強化を目的に推進します。当面は



「2020年東京オリンピック招致」の足枷とならないことを前提に、活動を始めます。

4 新産業創出部会

〈部会長／竹内 伊吉・

副部会長／掛谷 嘉則〉

・基本方針

引き続き産学共同による新産業創出を研究し、地域の農業特性を活用して事業化を推進します。生産者から消費者への直接的な販売方法の検討、展開並びに農業の事業化に向けた企業の連携、調査等を行い、採れたて野菜農家の人々が属する農商ユニオンとの連携を強めながら実行します。また中期的には団塊の世代の余暇時間の増大等を考慮し、滞在型観光の視点から地域資源として農業を「体験」「安全・安心」「自然豊かな環境」という視点からも提案していききたい考えです。



■採れたて野菜市の継続、拡大

「野菜の育成過程」「露地物故の季節感」「生産者の顔」を具体的なものとしてアピールするためのサイトを作るとともに「採れたて野菜市の会」（仮称）の立上げを

引き続き前向きに検討していきます。県外への宅配便取扱いは本年4月開始しましたが、今後は、野菜のレシピのデータベース化等一層のサービス向上や消費者との会合を開催し、より身近な「採れたて野菜市」にする計画です。課題である加工品の販売については、長野市保健所・食品衛生課と話し合いを行い、現在、「農商ユニオン」が具体的実行案の策定に入っています。

■りんごの木オーナー制度の継続

好評のうちに活動を拡大してきましたが、オーナーという視点は「農業を支える」という意味で重要であり、改めて原点に立ち戻ってよく理解を求めていく必要があると考えています。収量の限界や、オーナーの収穫日が徹底されないなど、農家である宮本さんの負担が大きくなりつつあることも検討課題としてあり、収穫祭の参加はNUPRI会員およびその紹介者にしぼり、他は直売にするなどの方針を検討しています。

■自然農法の研究、啓蒙

自然農法を実践している部会メンバーの協力を得て一緒に勉強し、過疎地域、限界集落地域の再生、活性化に活かし、地域おこしができるよう行政への働きかけをしていきます。

■中山間地の活性化

長野市での中山間地の活性化に向けて提言を行うとともに、具体的な施策の提言と実行に向けた中期の計画を作成していきます。

講演

「お客様に真剣」ですか？

総会に続き、「伝説のレストラン」として知られる「レストラン・カシータ」の代表取締役社長 高橋 滋氏の講演会が開催されました。新幹線の北陸延伸の日程が定まり、長野の魅力とおもてなしの見直しが迫られるなか、「ご自身の経験とエピソードからおもてなしの本質とは何かを熱く語る高橋氏のお話は、興味深く、また示唆に富み、会場を感動の渦に巻き込んでいました。

※記載内容は約1時間30分の講演を編集部で抜粋、要約したものです。

レストラン・カシータ 代表取締役社長

高橋 滋氏



自分がされて良かったことをお客様に

私がレストランを経営していく上で、ひとつ心がけていることがあります。「自分がされて嫌なことはお客様に対して絶対にしない。自分がされて良かったことを私どものお客様にする」。非常にシンプルですが、なかなか簡単ではありません。

大学を中退し、オートバイ屋をやろうと、町の小さなバイク屋で丁稚奉公をしていたときのことです。東京の輸入商社に注文の電話をするのですが、非常に感じが悪い。こちらが100万円のバイクを買おうとしているのに、完全な上から目線で先に振り込めと言う。

言われた通り100万円振り込んだところ、3日経っても4日経っても電話の1本もありません。1週間後、突然配送のトラック

が来てバイクが届きました。おまけに「着払い送料2万5000円です」。

私が自分の店を開いたら、必ず感じの良い電話応対をし、買っていたいておりますという姿勢をご理解いただいておりますし、代金よりも先に、それも元払いでバイクをお届けしようと思えました。それを実際に実行したら非常に人気が出まして、たくさん売れました。

34歳で起業して以来、毎月世界中を旅行しています。アメリカのホテルに泊まったあるとき、夜中にお腹がすいてルームサービスに電話をしました。そうしたらルームサービスの女性が「Hi Good evening Mr.Takahashi. Can I help you?」と、私が名乗る前から私の名前を呼んで応対するんです。ドキッとしても、これは感動ですね。

東京に帰り、すぐにコンピューターのエンジニアを呼んでシステムを作りました。翌日から、電話の「どちらさまですか」がなくな

りました。全国500社くらいの取引先がありました。電話が鳴っただけでどの誰からかが全部わかり、電話を受け取ることができるわけです。オートバイもたくさん売れました。

このように、やってはいけないことも、良いことも、すぐに落とし込んで、毎日、仕事を進化させています。

自分がされて嫌なことはやってはいけない

実はこの「やってはいけないこと」に遭遇することが、日本では実に多いのが現実です。今日はいろいろな経営者の方がおみえになつていますが、ご自分の会社のフロントラインで、こんなことが起きていませんか？

数カ月前、岡山から東京への新幹線に乗るために岡山駅の駅ビル内を歩いていました。そこのお寿司屋さんに、お寿司のお弁当を買

うお客様の行列ができていた。店内を見るとカウンターがあり、誰も座っていません。小腹が空いていた私はカウンターでお好みで食べようと、のれんをくぐろうとしました。すると店員の女の子が私の前に立ちました。り、得意気に「お客様、うちは11時からです。今、10時50分です」と言うんです（笑）。お弁当は10時半からだ、カウンターは11時からだと。じゃあ、あと10分、カウンターの端でお茶を飲んで待たせろと言っても、「11時から」と、けんもほろろです。経営者の皆さんは社長室で毎日会社の構想を練っておられるでしょう。しかし、皆さんの会社のフロントラインで、意外とこんなことが起きているんですよ。

私には12年間非常に気に入っているイタリヤ製の洋服があります。歩く広告塔と言ってもいいほど、履いている靴から小物に至るまで、身に着けるものはすべてこのメーカーです。この商品を愛しているのです。昨年、スー



ッを直しに表参道ヒルズの本店に行きました。
店のドアが珍しく閉まっていたのですが、中をのぞくと人がいます。知っている人なんです。スーツのお直しに来たんです。今日、休みですか」「いえ、やっておりますが11時からなんです」。ここでもミス

けにいけない。でもバッグなしで3週間もいられないので、修理を依頼したうえで新品を1つ買いました。
3週間後、電話が来ました。「お客様、修理が終わりました。お届けは着払いですが、送料が1500円になります。よろしいですか」。さらに「お客様、お届け払い

ター10時50分。この店の広告塔のようだが、11時まで入れてもらえませんでした。

こんなところになぜ日本人は几帳面になるのでしょうか。自分の商品をこれだけ愛してくれるお客様に、どうして3分、5分の理由でNOと言えるのか、私には理解できません。

十数年愛用しているイタリア製のブリーフケースがあります。目が覚めている限り一緒に行動しているのですが、ファスナーが壊れてしまったので、ミッドタウンの本店へ持って

いきました。ファスナー交換の費用はなんと6万円、しかも3週間かかると言われました。愛用のバッグですから修理しないわ

の場合は取り扱い手数料が1500円かかります」。要するに6万3000円用意してくれと言うんですね。しかも「お客様、ご注意くださいませ。私どもお届けの場合はカードが使えません。6万3000円、現金をご用意してお待ちください」。すべて自分のルールじゃないですか。28万円の商品代にも、6万円の修理代にも、何万と利益が乗っているであろうに、何一つ心がこもっていない、一切情熱のないビジネスです。物販の夜明けは遠いですね。

私ども「レストラン・カシータ」で、12年間守っていることがあります。お客様がいうっかりバッグやコートや携帯電話をお忘れになることがあります。私たちは翌日に電話をくださったお客様に、すべて元払いでお渡ししています。私たちには過失のない、お客様の不注意で忘れた物を元払いで送るのです。ときには当日、夜中の1時、2時に、タクシーやオートバイ、あるいは自転車、都内のホテルまでお客様の携帯電話を届けます。だから34万円ものビジネスで、何一つ心を見せてこない日本の物販の夜明けが遠いと申し上げているのです。

生涯顧客になる理由

物販は自分で物を作るわけではなく、職人さんが心をこめて作った商品に、売り手としての心を乗せるのが本来の姿です。しかし、多くのビジネスが人に優しくしない。お客様にちょっと優しくするだけで、そのお客様が「生涯顧客」になるのに、自分たちのルールだけを押し通している。私自身が生涯顧客になりたいと思う会社は少ないのですが、2社あります。



全日空とザ・リッツ・カールトン大阪です。10年以上にわたり何度も利用し、たくさん経営者、友人知人を紹介しています。なぜ、私が生涯顧客になっているのか、この2社が他と何が違うかは、実に簡単です。どちらも、いつ私とその会社を利用しても、私を待っていてくれる。そして、決して嫌な思いをさせず、いつも気持ち良くしてくれるんです。

生涯顧客を作るには2つの方法があります。1つは、商品。もう1つは接客です。そして、もう1つ、会社の大切なお客様を担当者に任せっ放しにするのではなく、システムを作って会社で管理し、お客様を生

涯顧客にするということです。
12年前にレストランを始めたとき誓った決めたことがあります。多くのレストランはお腹が空いた人が行く、食事を提供するところですが、私はもっと違うコンセプトでレストランを作りたいと思いました。飲食業ではなくサービス業のレストランです。生涯顧客を作るためには、来店したゲストを必ずハッピーにすれば良い。食事を提供するのが目的ではなく、おみえになったお客様に必ずハッピーになって帰っていただく。そして、そのためには会社の中で



的にハッピーになって帰っていただくという、もっと大きな目的があります。

お客様が「やっぱり今日の気分は生ビールに餃子」と思い、私たちのウエーターにお申し付けになったなら、食材を用意して作り出す。「メにお茶漬けが食べたい」とおっしゃれば、二つ返事でお作りします。ハッピーになった方は、必ずまた帰ってきてくださるし、必ずお客様をご紹介します。これがサービスマンの物の考え方です。自分たちの判断で、このお客様にこういうことをして差し上げたいとスタッフが思ったなら、私に相談することなく、みんな好きに何をしてもいいというルールが決まっています。考え方が変わると、飲食店でもできることはいっぱい出てきます。

何をしてもいいというルールを作りました。例えば、今までのイタリアンレストランは飲食業ですからパスタを作ることに真剣です。私どものグループにも赤坂にイタリアンレストランがあり、シェフはパスタに真剣です。ただしサービスマンのイタリアンレストランですから、パスタの提供が目的ではなく、おみえになったお客様に、最終

すべての仕事はサービスマンだと思っています。どんな仕事にも、その仕事の向こうに必ずお金を払っているお客様がいらっしゃると思います。日本では多くの経営者、多くのスタッフが、仕事に真剣です。次のステージとして、その仕事にお金を払っていただくお客様に真剣になると、できることがたくさん出てきます。お客様は、そこに「あ

れっ？」と思い、翌日会社に行って社員に話し、家族や友人に話し、また来てくださるのです。

アマンリゾートの感動を「カシータ」に

皆さんが毎日、ビジネスのフロントラインで相手をされているお客様の多くは、長野からだけではなく、日本中、世界中からおみえになっていることでしょう。それなのに経営者の皆さん自身が長野のスタンダードで仕事をしていたらダメです。皆さんは風に吹かれなくてはいいけません。今、この日本のビジネスにおけるスタンダードは東京です。世界のスタンダードがあるわけですから、これから長野が観光都市として繁栄していくためには、長野で商売されている皆さんが、東京の風、世界の風に吹かれ、自らが長野を訪れる感覚をご体験してみたいかがでしようか。

私の人生を変えたのは、1994年の春、オートバイ買い付けで世界中を回っていたとき、グアムからの帰りに行ったフィリピンの旅でした。マニラから20人乗りのセスナに1時間乗って、海の真ん中の本場に小さな島にある「ワン・アイランド・ワン・リゾートアマンプロ」というホテルへ行きました。草の原っぱが広がっているだけの空港にセスナが着陸すると赤いじゅうたんがパツと広げられ、その両脇にスタッフが立って飛行機から降りてくる私たちを待っているんです。降りた途端、一番手前にいた白人の男性が笑顔で近づいてきて「Mr.Takahashi, Welcome to Amanpulo」と握手してくれました



た。この1回の握手が私の人生を変えました。彼はこのホテルの総支配人でした。

それまで、世界中のあらゆる有名ホテルのスイートルームを予約してきましたが、待つてくれた支配人は彼だけでした。他のゲストの中から私を見つけ出し、名前を呼んで歓迎してくれたのです。その頃、日本のお客様の名前を呼ぶサービスはほとんどありませんでした。このホテルに滞在した1週間で、このホテルは私がその後の人生で、ビジネスにおいてお客様にすべきことをすべて教えてくれました。

その後、世界各地のアマンに何百回と通い、膨大な時間とお金を費やしましたが、それに見合う十分なものを教えてもらいました。

お客様に真剣で、お客様に快適なサービスを提供する会社には、必ずシステムがあります。私は2001年9月、「カシータ」の創業時には、さきほどお話ししたオートバイ輸入販売業のときのシステムを進化させて導入しました。レストランのテーマは「東京一、日本一、世界一お客様のお名前を

呼ぶレストラン」。実際にそうしたら、たちまち半年、1年先まで予約で一杯になりました。

ご予約いただいた時点で、お客様の情報はシステムに書き込まれ、スタッフ全員が将来にわたって共有します。ご予約の際、ご来店の際にお名前をお呼びするのは当たり前。たとえば左利きだという情報も、召し上がったお食事の内容も共有します。担当ウェイターが休んでも、お客様のことは全員がわかっているから、次に又予約をいただける際に左利き用のセッティングをしてご案内できるのです。そして、たとえば11年ぶりに2度目の来店をされるお客様のご予約も、お名前を呼んでお受けし、その方がかつて私と縁があった方だとわかっているから、お食事の間に私自身が「お久しぶりです、Sさん」と、ごあいさつにうかがえる。担当のウェイターだけがお客様を管理していたら、エラーですね。私たちは会社全体でお客様をお守りしているのです。

もう1つ、私が社員に心がけるよう伝えているのは「人として」という部分です。今はたいていのものがネットで買える時代です。そういう中で店舗展開しておられ、

先行きが不安とお考えの方、ご安心ください。そこに人が介在するフェース・トゥ・フェースの仕事をしている以上、それは決してなくなりません。コンピューターには絶対できないこと、人間でしかできない仕事、それがサービスです。規則よりサービスを優先することは人間にしかできません。冒頭にお話した岡山のお寿司屋さん、表参道ヒルズの洋服屋さん。どちらも人間が管理しているにもかかわらず、規則を優先していた。臨機応変、柔軟な対応ができるのが人間です。「あ、高橋さんじゃないですか。11時からですけど、どうぞ中で待ってください」と、どうして言えないのでしょうか。皆さん、東京にお越しになりましたら、私どものレストランの若いスタッフが何をしているか、ぜひ見に来てください。

感謝を持ち、みんなで伝える、ときにはルールを越えて

「お客様に感謝の気持ちを持つ」こと、そしてその思いをお客様に「社員みんなで伝える」こと、「ときにはルールを越えて」。この3つをきちんとされますと、皆さまの会社

が人に優しい企業になり、お客様が生涯顧客になります。

お客様に感謝の気持ちを持つなんて当たり前のことなのですが、意外に忘れがちです。これを、私は水と空気に例えます。そして一番大切な「空気」は、「お金を払っていただくこと」ではないでしょうか。ことにお金はほとんど銀行振込みや口座振替になり、その重みを忘れがちです。「レストラン・カシータ」では、お客様がお支払いくださる際、必ず目を見て「ありがと

うございます」と言葉で伝えます。振込で入金いただければ、たとえ1000円でも、電話して感謝を伝え続けています。そして、思うだけではダメです。思いを伝えることが大切です。

ひと月ほど前、北海道の旭川での講演会の折です。東京は春の陽気でしたので、コートも着ずにふらつと行つてしまいました。旭川空港に着いたのは夜8時過ぎ、降りたら吹雪、零下2度です。そこに、初めてお会いする、翌日の講演会の主催者の社長様と、40歳のご友人が迎えに来てくれました。まだ仕事をしていない私に「遠くから来ていただいてありがとうございます」と、高級なお寿司屋さんに連れて行ってくれました。まだ仕事もしていないのに、こんなごちそうになって帰ったら、そこら辺の大先生と同じです。私は先生と呼ばれるのが一番嫌いなので、お返しに旭川市内で有名なワインバーに行き、ちよつと高額なワインを2本差し上げました。ほろ酔い気分分外に出ると吹雪です。ホテルに帰ろうとしたら、今度は40歳の方が「僕にも何か返させてください」と。それでは、とお願ひして旭川ラーメンをごちそうになったのですが、この方が「ラーメンだけだと格好つかないからホテルまで送らせてください」と言う。大丈夫ですよ、と思いつつ、でも思いがうれしかったので送ってもらい、窓越しに握手して別れました。だからこそその方のタクシーが見えなくなるまでホテルに入らず見送ろうと決めたのです。寒さをこらえ、手を振りました。ところが、すぐ先で信号が赤になり、タクシーが止まっちゃった。薄着だった私は本当に寒く、「信号、早く変わるかな」と思ったその瞬間、タクシーの後部座席のドアが開いて、この方が外に飛び出て振り返り、「高橋さん、どうも」って声をかけてくれたんです。思いつて伝わるな。私は男泣きしました。

想いを伝えれば、必ず伝わる

想いを伝えることはとても大事ですが、日本人はこれが下手です。

7、8年前、先ほどお話したフィリピンのアマンリゾートへ30回目ぐらいに訪れたときのことです。セスナ機をチャーターし、友人知人の会社社長を連れて1週間のパッケージションに利用しました。全員のチェックアウトを見届け、総支配人ピエールが運転する電動カートでセスナ機まで行き、タラップから機内に乗り込もうとした瞬間、格納庫の前に何十人というホテルのスタッフがいろんな制服で立ち、手を振っているんです。そして私がいつも滞在中にリクエストする大好きなフィリピン民謡を大合唱してくれていました。涙ポロポロです。

戻るべきだと瞬時に思ったものの、涙を見られるのが嫌だった私は、東京に帰って電話かメールすればいいとか、今度来たときお礼を言えればいいからとか、自分に言い訳をし、平均的日本人として飛行機に乗ってしまいました。

しかし、これじゃ普通の日本人だ、想いを伝えなくちゃいけないと、機長に待ってもらって機外へ飛び出し、人垣の元へ走って、全員と握手し、ハグし……大感動のチェックアウトでした。

再度搭乗し、セスナは離陸しましたが、この日はいつもと逆の方向へ旋回します。30回記念にこの島を空から見せてくれるというピエールのはからいでした。そのうえ、この島の突端に延びるホワイトサンドビーチに、またも50人以上の、さっきと別のホテルのスタッフが1列に並び、飛行機に向かって手を振っています。ホワイトサンドの上には、ブルーのタオルで綴った「See you





soon [Takahashi san]」の文字。TVの『ガイアの夜明け』で見ていただいたのは、このときの感動を、私どもの店で取り入れた「おめでとう」のかたちでした。

経営者の皆さんは、いいな、すごいなと思う経験をたくさんしておいではずです。それなのに、どうしてその日の夜、自分のお店に来るお客様に対して同じ事をしないのでしょうか。店頭や会社におみえになったお客様を社員みなでお迎えしたり、ときに大事なお客様がお帰りになるときに、スタッフみなでお見送りすることがあるという経営者の方、手を挙げてください。

手を挙げない方の多くが、懇親会のおとしやいます。うちは製造業だから、うちは医者だから、うちは地方だから、うちは単価が小さいから……、みな言い訳なのです。

一昨年3月の地震の後、当店ではすべての予約がキャンセルとなり、月1億ぐらいの売り上げがゼロになりました。20数年会社経営してきて初めて、つぶれてしまうのではないかとこの恐怖感に襲われているとき、知人から電話が入りました。「横浜駅の構内でやっている小さなイタリアンカフェがあるんだけど、今いるスタッフが全員3月末で辞めてしまう。少しの間カシータの

スタッフに手伝ってほしい。」と。急遽スタッフ7人を派遣することになりました。4月1日からのスタートなのに、事情で前日の夜まで現場に入ることができないという困難なプロジェクトでしたが、30歳の若者をリーダーに、キッチン3人、ホール4人を派遣し、4月1日の早朝から営業を始めました。毎日リーダーがメールで状況を伝えてきます。

「衛生状態よくない、物の管理よくない。とんでもない状況です」から始まりましたが、1週間ほどすると、お客様から「感じがよくなった」とほめていただいたというメールが届き、私も一緒に喜んだものです。3週間ほどたったとき「横浜で見た初めての涙」というタイトルのメールが来ました。

夕方のラッシュアワーに、60代の男性が大きな花束と小さなアルバムのようなものを持ってカフェに入れ、一番奥の席に座られました。23歳の女の子が担当ウェイトレスとしてオーダーテイクに向かいました。1杯のコーヒーを注文されたお客様に彼女が花束のことを尋ねたところ、「実は今日は、私が何十年勤めてきた会社の定年退職の日で、仕事が終わってからみんながビールで祝ってくれて。今、花束と思い出のアルバムをもらって帰るとこなんだ」とおっしゃったそうです。ステーションに戻ってコーヒーをオーダーし、出てくるまでの3、4分の時間を使い、彼女は手元にあった小さなメッセージカードに23歳の女の子として、本当に素直にシンプルに自分の想いを託しました。「長い間お疲れさまでした。これからごゆっくりお過ごしください」。

彼女はそれをコーヒークップの脇に置いてお客様にお出ししました。お客様は最初、

メッセージカードに気付かれなかったそうです。しばらくして、コーヒークップを取るときに初めてそのメッセージカードにお気付きになり、読まれて静かに涙を流されたそうです。

この涙に彼女はとても驚いたそうです。本当にシンプルな2行の想いを添えただけに、想いつてこんなに伝わるんだ。こんなことで、人は涙を流すほど感動してくださるんだと。

このお客様はコーヒーを飲み干され、お席で会計をされました。そして、立ち上がるときにそのメッセージカードを大切そうにご自分のスーツのポケットに入れ、アルバムと大きな花束を持って、また人混みでゴった返す横浜駅の雑踏に戻ろうとカフェの出口に向かわれました。そして、出口で振り返って立ち止まり、ある光景をご覧になって、大きな声を出して泣かれたそうです。

夕方のラッシュアワーの駅の中の、どこにでもある小さなイタリアンカフェの前に、キッチンコートを着た3人の若者とホールのスタッフ4人、計7人の若者が1列に並び、「ありがとうございます」と、想いをお伝えしたのです。その想いがお客様に伝わったのです。

このお客様がお使いになったのは450円。私たちにとってはいつもと変わらない普通の営業日ですが、このお客様にとっては人生一度の大切な日でした。450円のビジネスの中で、人として行動した彼らを、私は誇りに思います。

アマンの話をすると、多くの経営者の方が必要「値段が違う」とおっしゃいます。「営業中に全員で見送るなんて、普通はできないわがない」と。でも、できるんです。想いがあればできるんです。まず、想ってください。そして、お客様にお伝えしてください。想いは必ず伝わります。



講師プロフィール

1952年愛知県岡崎市生まれ。

オートバイ輸入販売会社を設立後、究極のリゾートと賞賛される「アマンリゾート」に出会い、その質の高いサービスとホスピタリティに感銘を受け、2001年東京・六本木にレストラン「Casita（カシータ）」を開業。独自の経営手法とホスピタリティにより「愛と感動のレストラン」「伝説のレストラン」と呼ばれるまでに成長させ、現在、「Casita」4店舗に加え、カフェ、和食居酒屋等、多面的な店舗経営に挑戦している。