

SC JAPAN TODAY

[ショッピングセンター・ジャパントウデイ]



特集

接客こそSCの宝

～おもてなしのスペシャリストは語る～

グランド ハイアット 東京
ゲストリレーションズ/コンシエルジュ

阿部 佳

(取材/飯島 聡)

また来たいと感じていたただ「心地よさ」の提供 コンシエルジュの仕事にみる接客の真髄

東京・六本木にある「グランドハイアット 東京」は、国内外からのお客様が訪れる外資系高級ホテル。コンシエルジュの阿部佳氏は、日本ではまだ「コンシエルジュ」という職業が確立されていない時代から興味をもち、他業界で経験を積んだのち、コンシエルジュの世界に飛び込み、その礎を築いた第一人者。また日本では2人しかいないコンシエルジュの国際組織「レ・クレドール」名誉会員の一人でもある。

SC業界と「接客」という観点ではやや異なるが、「お客様の気持ちに寄り添う」という思いは変わらない。ビジネスとしての接客とは、ホスピタリティとは何か。

その真髄に迫ると、接客や仕事に対する心構えなど、宝石のような言葉（＝本質）があふれていた。

1日約3000件、メール約1000通 コンシエルジュは安心感とリレーション

グランドハイアット 東京（以下、当ホテル）のコンシエルジュデスクでは、1日約3000件、メール約1000通を4人のコンシエルジュで対応している。レストランの案内や各種チケットの手配、旅行のプランニング、交通案内、時にはお客様の話し相手、来訪前の問い合わせなど、その業務は多岐に渡る。デスク対応は混雑状況

にあわせ、時には1日9時間立つたままのこともあるという。「同じ人が立っていることが大事です。」

またコンシエルジュが変わっても対応できるように、引継ぎをしっかりと行っています」と阿部氏。



グランド ハイアット 東京外観

SC店頭接客でも見られるように、同じ人に対応してもらえらる安心感やリレーションの大切さに、改めて気づかされた。

ビジネスとしての接客の原点はパルコ

大学卒業時の就職活動では複数のホテルから内定を得たが、入社前、先輩訪問をした時に「何故ホテルに入りたのか」を問われて、コンシェルジュ希望を告げると、「日本ではまだ『コンシェルジュ』



コンシェルジュデスクでお客様をお迎えする阿部氏

という職業は確立されていないが、10年後はこの業界も変わっているだろう。最初からホテルの仕事を覚えていくより、他業界で経験を積み、10年後その時気持ちがあつたら戻ってきたら」といわれたという。そこで当時先駆的な企業のパルコに入社した。「振り返ると接客の原点はパルコでの経験にあると思います。幸運にも増田通二氏（元パルコ会長）の近くで働くことができました」。当時のパルコは、買い物場というよりも「パルコにいつてみよう。訪れると、



何か新しい発見がある、気づかされる」というような、単に商品を販売する場所ではなく、出版や劇場、ギャラリ、研究所など生活文化を扱う総合サービスとして「楽しさ」を醸成していた時代であった。「どうしたら人の心が動くのか」をビジネスとして教えられたという。この頃から、人に関わる仕事の面白さを感じていたという。そして実際に10年後、コンシェルジュという職業が日本でも確立されてきたのである。

楽しむ努力が自然にできる人

ビジネスとしての接客を職業とするのは、どんな人が向いているのであろうか。

「まず最初に何にでも関心・興味を持つ人。商品や周辺情報はもちろんのこと、お客様にも興味を持てるか。次にはあきらめられない性格、ここまでいいかと思えずに、何とかなる、もつとどうにかなるのではないかと追求する人。そして（それを）楽しむ努力が自然にできる人」

お客様に興味を持ち、あきらめないで最善を尽くす。言葉ではない

くだけでも表現できるが、日常業務のなかではそう簡単に見えるものではない。「カウンターの外にで、お客様の立ち位置からみるだけで、色々見えてきます。お客様の眼を持ち、どれだけお客様に気持ちになれるかでしょうか」。お客様の気持ちに寄り添い、状況に応じて最善を尽くす、そして自分自身も楽しむ。どんな仕事でも根源にあることではないだろうか。

最終ゴールは「また来たい」と感じていただく「心地よさ」の提供

コンシェルジュが提供するサービスは、小売店や飲食店と異なり、商品や料理といった「モノ」は存在しない。

「最終的なゴールは、お客様にまた来ていただくことです。部屋が整い、食事が一定レベルで提供されるのは当然のこと。ホテルは総合サービスで、ホテルの商品は時間や空間、サービス…つまり『心地よさ』の提供です。とくにコンシェルジュは、目に見える『モノ』を販売していません、身一つなのです。言葉使いや、立ち居振る舞