

TRAVEL JOURNAL

Japan's No.1 Travel & Tourism Business Magazine
観光立国を支えるすべての人々に向けて

2015
2/9

アマンが やってきた

その哲学と
日本での構想

好評連載

視座

中村好明

(ドン・キホーテグループ

インバウンドプロジェクト責任者)

SCRAP

魅力的な単身旅行市場

高齢者大国の前線から

加賀屋の歴史に学ぶこと

トレンド観測

個人間取引を支援する

ナベケン流インバウンドの教科書

クラフトビアがうまい

ビジネスパーソンの日々雑感

鎌田智子(サクラホテル浅草支配人)

DATA

旅行業主要50社 11月の取扱状況

中国レポート

論文

観光インターンシップにおける
キャリア開発効果の国際比較 前編

太田和男 (武蔵野学院大学経営品質研究所首席研究員)

誌上セミナー

今日からできる120%予算達成術
行動を変えれば風景が変わる

高齢者大国の 前線から

vol.
023



文・篠塚恭一 (SPIあ・える倶楽部代表取締役)

加賀屋の歴史に 学ぶこと

先日、サービス研究会で加賀屋の小田禎彦相談役とご一緒した。欧米のビジネススクールにもたびたび取り上げられる老舗旅館のおもてなしは、100年以上続く歴史が経営の確かさを物語っている。良いサービスとは何かを問われ、「正確さとホスピタリティ」と明快な答えをくれた。「ノー」を言わないサービスの姿勢は、常に客との真剣勝負にあるからだ。難題を持ちこむ客もたちまちファンになってしまうのは、代々の女将や主の気質もあるが、それはサービスという人ならではの気働きと間髪入れずに商機をつかむセンスが求められるからロボットには代われないという。社員には、そうした瞬間をものにするを繰り返して教え、代々続けている地道さが強い組織を作り上げた。

トラベルヘルパーも介護旅行でお世話になるが、こうした客への配慮も加賀屋では特別ではないのだろう。3年に1度リピートする客が多く、そうした常連が高齢となり不自由な身体となったら、それ相応に接するのが加賀屋標準となる。「当たり前」のレベルが高く、それはコストとして価格に反映されるが、教育された手厚いサービスは、価値として還ってくるから客が満足してまた行きたくなる。価格と価値がごまかしなく見合っている。

厚労省は増加する認知症患者への理解を国民に呼び掛けてきたが、ツーリズム産業の反応は薄い。すでに580万人となった認知症サポーターは、企業・団体による全国キャラバンも始まり、百貨店・小売、

金融、マンション管理、JA、生協などでは28万人が養成されているが、観光関連では一部のタクシー会社や旅館などわずかしかない。

観光立国の一環で誰もが気兼ねなく参加できるツーリズムを目指すなら、担い手となるプレーヤーを増やすためにも、その気兼ねの正体をはっきりさせなければならない。高齢とは何か、加齢による変化やそのニーズを正確に知ることから、密接な客との関係が築かれ信頼が生まれる。

旅のユニバーサルデザインは、健康や予防、住まいや移動など、国民の安全や幸福な暮らしと密接なかかわりがある。一部の利益代表に左右されることなく常に国民益を考え、国民の幸福に帰結しなければならない。これまでは客を遠巻きにして、福祉の先へ追いやってきたことが取り組みを遅らせてきた。今後の市場拡大を求めるなら、サービスの品質管理、施設整備、取引ルールの制定、プレーヤーの承認、利用統計等の情報公開など自治体や産業界と役割を分担して整備を急ぐべきだ。

今や日本一の老舗旅館として加賀屋は不動の地位にあるが、聞けば筆舌し難い苦境を何度も経験したそうだ。隣り合わせの旅館は、隣の灯りが妬ましく、宿屋の敵と書いて宿敵というそうだ。しかし人口減少が進むなか、それでは町ごと消えてしまいかねない。苦しくても峠は必ず越えられる。

加賀屋の歴史に学ぶのは重労働を軽減させようと踏み切った巨額の設備投資や惜しみない教育ばかりでない。事情を抱えて働く母親に託児所を整えるなど、老舗の気配りは客だけを見ているわけではない。そうした会社の気遣いが社員のもてなし力を泥臭く醸成させ国際ブランドに育てあげた。

冬が厳しい地方でも地域の人同士が助け合い、サービスのイノベーションにも果敢に挑んできた。加賀屋の伝統は新しい。春に開通する北陸新幹線が楽しみですと声をかけると嬉しそうに微笑んだ。すでに隠居の身というが、「もうひと頑張りしなければいけない」と目は輝いていた。



しのづか・きょういち ●91年にSPIを設立し、現職就任。95年トラベルヘルパー（外出支援専門員）の養成開始、介護旅行事業に取り組む。06年NPO法人日本トラベルヘルパー協会を設立し理事長に就く。