



笑顔で挨拶

早いもので、今年も気づけば7月、文月を迎えました。博多の街にもいつものように山笠の季節がやってきました。いつもの事がいつも通りに行われる事のすばらしさを改めて感じています。七夕様の飾りつけに願いごとを書いて、笹の葉さらさらと飾ることも久しくなりました。人は人との関わりなしでは生活していけません、良い人間関係は人を成長させ心に豊かさを与えてくれます。彩花ではコミュニケーションを築くために明るい笑顔で挨拶を交わすことをモットーに仕事への意欲に繋げています。



お客さまを通じて人間成長

日々、女性スタッフの成長が目覚ましく、いつもびっくりしています。彩花はスタッフにそれぞれ担当を持たせて管理しています。月初めにお客様カードを取り出し、お客様に電話をして予定を決めていきます。そして作業前・作業後の連絡を確実にし、お客様から色々な情報を聞き、それに応じた対応をしています。例えば、床が汚れてきたらハクリ清掃をおこないますが、ハクリ清掃には時間がかかるのでメンバーを前持って手配しないとダメです。以前は男性メンバーが考えていましたが、今では女性メンバーも含め全員で話し合いをし、どうしたら効率よくできるか考え、体制を作り、仕事をこなしているのです。女性ならではの気配りで、お客様から喜ばれ、色々な仕事を頂き、紹介にも繋がっています。この体験の喜びが人間成長に繋がっているとつくづく思います。お客さまがスタッフを育ててくれているとも思います。これからも沢山の喜びの種まきをして、スタッフの成長を見守っていきます。



90歳の愛読者

彩花新聞を今年の初めから届けている90歳のおばあちゃんの話です。元気に一人暮らしされています。隣組の方で、なんとなく新聞が届けたことからの始まりです。彩花新聞が月初めに発行され、次の日の朝一番に届けています。その新聞を心待ちにしてあるのにはビックリです。そして、すべて読んでくれているようです。彩花とは何も関係ない方が愛読者になって頂き嬉しい限りです。そのうえ「忘れないで必ず届けて下さい」「お金を出してもいいから」と・・・
こんな新聞にお金を出すなんてめっそもありません。90歳という人生を生きてこられたおばあちゃんがこの新聞を楽しく愛読してくれているとは感謝感激です。また、この新聞を大事に閉じてあり、時々思い出して引っ張り出して読んで頂いているとお聞きしました。これを聞いて、16年間書き続けてきたことが、実を結び、沢山の愛読者が出来たことに感謝でいっぱいです。
(彩花新聞は毎月発行しており、現在193号になります)
これからも書き続けて、愛読者を増やしていきたいと思えます。



<90歳のおばあちゃんご愛読ありがとうございます>

営業が嫌いだった話

営業が嫌いだった。
でも、お客さまは大好きだった。
だから、売る側と買う側、どういう関係性がいいのかわからなくなった。
お客さまは神様で本当にいいんだろうか？
それとも自分が殿様になったほうがいいんだろうか？ずいぶん悩んだ。
世の中の常識と自分の感覚は、ずいぶん違う。
だから、すごく迷った。
自分の感覚のほうを信じるのは、勇気がいる。
それでも自分の感覚を信じて、
「お客さまは大切な友達」だと思って仕事をしていたら、なぜか、とつぜん、すべてがうまく流れ始めた。
営業も大好きになった。
大好きな人と、わざわざ戦う必要なんてない。
大好きな人を、神様にする必要なんてない。
お客さまは、仕事を通して、一緒に人生を生きる、人生を共有している、大切な友達なんだ。



五つ星のおもてなし

■ザ・リッツ・カールトン福岡、開業

6月21日に、世界トップレベルの五つ星ホテル「ザ・リッツ・カールトン福岡」が開業し、全メディアが大きく取り上げました。日本では大阪、東京、沖縄、京都、日光、ニセコに続く7番目のリッツ・カールトン開業です。料金は1泊10万円からで、最高はなんと1泊250万円だそうです。アジアの富裕層をメインターゲットにし、海外の王室や要人などに「五つ星のおもてなし」を提供していくとのこと。

有名な話ですが、リッツ・カールトンでは全従業員が信条や行動指針を書いた

「クレド」というものを胸ポケットに入れていきます。

そのクレドの最初に書かれているのが

「リッツ・カールトンはお客様への心のこもったおもてなし（ホスピタリティ）と快適さを提供することを最も大切な使命とこころえています」という言葉です。



■現場は「物語」の舞台

じつは10年以上前に、日本支社長としてリッツ・カールトンホテル大阪を手がけられた高野登さんにお話をうかがったことがあります。その時のメモが今も残っています。そこには「お客様が感動するのは“満足”したときではなく、“物語”が生まれたとき」「言葉を大切にし、相手の“心のスイッチ”を入れられる人に」ということが書かれています。

高野さんから伺ったあるエピソードも忘れられません。埼玉県のある小さな病院の院長さんから聞かれたというエピソードです。その病院では、病室でなくなったお年寄りを霊安室までストレッチャーでお運びする時、あるスタッフがご遺体に「おじいちゃん、しばらくゴトゴトするけどごめんね。少しだけ辛抱してね」と優しく語りかけ、それを聞いていたご家族は「この病院にお世話になって本当によかった」と何度も感謝の言葉を述べられたといひます。

院長から聞いたこの話に感激した高野さんは、リッツ・カールトン大阪のスタッフを、おもてなしの本質を学んでほしいということで、繰り返しこの病院に研修派遣していったそうです。

■業種や規模、国籍がちがっても同じ世界

今回お題の始まりはリッツ・カールトンでしたが、クリーン彩花の使命もまた27年間にわたって「おもてなしの心」でお掃除の価値をお客様に届け続けてきた会社です。この2つの会社は、業種も規模も顧客層も国も違いますが、「おもてなし」という点では同じ信条や精神のもとに事業をおこなっていることに、不思議なつながりを感じずにはおれません。

リッツ・カールトンのビジョンは「心のこもったおもてなし」というクレドを軸に「従業員も顧客も幸福にする仕組みをめざす」というものです。これもまたクリーン彩花の「他人には喜びの種まきをする」「お客さまを通じて人生が生まれ変わるチャンスにする」という経営理念と地続きです。グローバルな展開をしている会社とローカルに地域密着で展開している会社が、事業の先にめざすものと同じで、唯一無二の物語を生み続けているということに興味がつきません。

■サービスを超越する瞬間

高野さん卓話メモにもう一つ「“サービス”はオーケストラ。“ホスピタリティ”はジャムセッション」というのがありました。オーケストラが譜面どおりの演奏を行うように、サービスは決まった内容をきちんと提供していくことが求められるけど、ホスピタリティ（おもてなし）はジャムセッションで演奏者が相互にアドリブをやりとりしながら盛り上がっていくように、お客様との気持ちのこもったコミュニケーションで相互の対話・交流を生みしていくことが大切だ、ということです。

そう言えば高野さんの書かれたベストセラーのタイトルは『リッツ・カールトンが大切にする サービスを超越する瞬間』となっています。おもてなしの現場には「サービスを超越する瞬間」があるというわけです。

最後にクレドに戻ると、その裏側には「紳士淑女をおもてなしする私たちもまた紳士淑女です」というモットーが大きな文字で書かれています。人間性を磨き、おもてなしの水準をもっとあげていこうということです。

リッツ・カールトンは“一流”の名に恥じない会社だと思います。（らく）