

## 第4回 ぎふ女性経営者懇談会 概要

日時：平成23年7月27日(水)

15:00～17:00

場所：十八楼 「高砂の間」

### <登壇者>

#### ・モデレーター

岐阜聖徳学園大学 講師

河合 雅子 氏

#### ・パネリスト 五十音順

本陣平野屋 女将

有巢 栄里子 氏

株式会社十八楼 若女将

伊藤 知子 氏

有限会社キャリア・サポート 代表取締役

三厨 万妃江 氏

株式会社岐阜放送 取締役 営業編成局長

森田 順子 氏

### <テーマ>

女性の感性を活かした地域のおもてなし

### <主な発言>

#### 自己紹介

- ・有巢氏：飛騨高山で、本陣平野屋「花兆庵」「別館」の2つの旅館を営んでいる。4人姉妹の長女で、小さい頃から跡取りだと言われて育ち、私自身は嫁の苦勞はしていない。旅館業を継ぐようになってからも、父や主人の理解のもと、我を通して、やりたいことをやってきた感じであり、「女性の感性」云々というよりは、自分のやりたい旅館にしてきたと思っている。
- ・伊藤氏：十八楼は昨年創業150周年を迎えた。私も旅館の長女として生まれたが、実家は旅館とは離れた場所にあったし、母も専業主婦であったので、自分が旅館を継ぐとは思っていなかった。それが、大学卒業時に父から手伝うよう頼まれ、結婚を機に若女将として経営に参画、家業を何とかしたいという思いで、理想の宿に近づけるよう、イノベーションを続けている。
- ・三厨氏：ビジネスマナー等、社員教育の仕事を23年やっている。岐阜で生まれ育ち、OLをやっていた時に、人材育成の仕事に巡り会い、そこでプロになりたいと思い立ち、プロの講師となった。平成20年に『ホスピタリティで変わる大人のマナー』という本を書いた後、ホスピタリティの専門家と言われるが、後付けであり、実務家としてやってきた結果だと思う。
- ・森田氏：岐阜放送は全国初のUHF放送局であり、来年開局半世紀を迎える。地デジ化に伴い、アナログ放送からの移行にかかる経費は大変なものであり、岐阜放送としても大変苦しいところである。私は放送局に勤めて25年ほどになるが、ずっと事務方をやってきたので、他の3人の方々と比べると、「おもてなし」との関わりは薄いと思う。
- ・河合氏：ここには岐阜聖徳学園大学講師という立場で参加しているが、私の父が創業した株式会社タイガという印刷機材の販売会社に、経営者の一人として参画している。経済が縮小していく中で、悪戦苦闘しながらも、岐阜を中心に中部地方で頑張っており、地域の皆さんにはいろいろな意味で支えていただいていると思う。

本日のテーマ、「おもてなし」の定義について

- ・河合氏：「おもてなし」の定義は、「表裏なし」- 表裏のない心で迎える。英語ではホスピタリティ、語源はラテン語のホスピス、ホテル、ホスピタルの同義語である。「モノを持って成し遂げる」- 何かを持って、何かを成す。おもてなしは結果を伴わなくてはならない。
- ・三厨氏：私の場合、企業でお話することが多いが、おもてなしの気持ちは、旅館やホテル、病院だけのものかというところではなくて、相手がある仕事は全て、相手の気持ちにそっていくことが大事で、相手を思う気持ちに置き換えれば、おもてなしは全てのビジネスに通じるのではないかと思う。

女性のならではの観点、視点とはどういうものか。仕事上、女性ならではの特性を意識していられるか。

- ・有巢氏：「女性ならではのですね」といわれるのは男性が多く、女性は好きか嫌いかの判断でわかりやすい。近頃は、「おもてなし」とか「サービス」という言葉が独り歩きしていて、意味がわからないでどんどん使われているように思う。特にサービスは、割引のイメージが強くなっているが、もともとは、プロが行う有償のものだと思うので、あまり使わないようにしている。
- ・伊藤氏：旅先の宿を決める決定権が女性に変わってきていると思う。だから、仕事上、「女性ならではの感性」というよりは、旅館の場合、女性の方が消費者になっていただく場合が多いということで、「女性目線」=「お客様目線」であり、私は常にお客様の目線にたって仕事をしてきたつもり。企業としての論理とお客様目線の両方がなければ会社として成り立たないわけだが、このバランスをとるのが大事だと思う。
- ・三厨氏：「女性ならではの」というのは、裏返せば「女性はこうあってほしい」という男性の気持ちではないか。サービスを受けた側の感想として、普通という感情はあまりなく、良かったか、悪かったかのいずれか。その中で、お客様目線に立ってというが、簡単にできることではない。持論としては、相手の立場に立っているうちはまだ他人事であって、自分だったら何をしてもらったらうれしいかを一生懸命考えることが大事だと思う。そうしたことからコツコツとやっていくことがおもてなしのスタートだと思う。
- ・森田氏：放送局は女性が少なく、まわりにいる女性にも同じ質問をしてみたところ、全員が、女性であることを意識したことがないという答えだった。意識しているのは、仕事を次の担当者にうまく渡せるか、パスをまわせるかということであった。自分がしくじれば次の担当者に迷惑がかかるわけで、とにかく次の人の気持ちに立って、丁寧にパスを送り続けることが自分の仕事だと全員が答えている。全員がこういう意識だからこそ、一日中の放送が成り立っているのだと思う。

普段、考えておられる「おもてなし」とは

- ・有巢氏：旅館というのは24時間営業で、お客さまの大切な時間を預かる仕事。旅館の「売り」をどうするかということで、お食事と人的サービスで評価を得られることを目指した。旅館は56室であるが、従業員は150人弱。正社員が60人、パートが90人。頭を絞って考えたのは、働きやすい時間に働ける人を見つけるということ、2時間程しか働いていないパートさんも含めて、24時間、人手不足を解消している。おもてなしとは何なのかといえば、お客さまに親切にすること、自分が家族に何をしてお

げたいか、自分がお客さまだったらどうしてほしいか、それを具体的に自分で行動に移すのがおもてなしだと口を酸っぱくして言っている。それでも迷うときには女将さんだったら何と言うか考えてみなさいという、これが「平野屋スタンダード」であり、おもてなしの一本のラインをつくれたらいいと思っている。

- ・伊藤氏：私が岐阜に戻ってきた頃、景気は低迷しており、旅行のマーケットはドラスティックに変わっていた。団体旅行専用の宿だった十八楼は、個人のお客さまの求める宿とはほど遠く、この先どうしたらいいのか不安で仕方がなかったことを覚えている。家業を継ぐと決める前は、毎日、お客さまの求めることに対して、できない理由ばかりを考えていたものだが、今は、どうしたら出来るのか、その方法を考えるようにしており、そうするようになってからはストレスを感じることはなくなった。

私たちは、おもてなしのプロという目でみられるので、単に相手の立場に立つということではなく、自分に置き換えてお仕事をする、それだけではなく、お客さまが何を望まれるのか、先に読むことがおもてなしのプロではないかと思う。言われたことを完璧にこなすことも大事だが、言われる前にお客さまがしてほしいことを先読みすること、そこにお客さまとお会いして、またお会いする前から情報を集め、アンテナをはっておくこと、それがおもてなしのプロとして大切なことだと思う。

- ・三厨氏：本日もそうだが、おもてなし、ホスピタリティという定義が大事なのではなく、それをどう表現するか、実行するかが大事だと思う。

ホスピタリティ（おもてなし）とマナーとは、関係のないもののように思えるかもしれないが、東日本大震災後に流れた「思いは見えないけれど、思いやりは見える」というACのCMに出てくる言葉がわかりやすく、ホスピタリティ（おもてなし）は思い・心であり、目に見えないものであるが、マナーというのは、それを表現する一つの方法であると思う。

今は、ホスピタリティとはサプライズがないとホスピタリティではないような感じになっているが、サプライズも一回すればサプライズではなくなる。そう思うと、日本のおもてなしとか察する気持ち、先読みすることは素晴らしい感性だと思い、それを世界に発信していきたい気持ちである。この感性は気持ちだけの問題ではなく、入念な事前準備、情報収集に基づくものであるということが重要である。

さらにいえば、これを経験値や人の資質に頼るのではなく、組織として発信できるようにすることが求められている。おもてなしの気持ち、ホスピタリティのスタートは、仕事に誇りとかプライド、志をもっているか、その仕事が好きかということであり、それを組織としていかに共有できるか、ということではないか。

- ・森田氏：まずもって、女性社員がいかに少ないかをお話したい。岐阜新聞・岐阜放送グループで働く人数は、男性が229人。女性は正社員、パート、嘱託、外部員を全部あわせても59人で、正社員だけだとたった30人である。管理職、部長待遇以上では、私を含め4人しかいない。平均勤続年数は、女性の場合、10年程度である。

入社時に試験があるが、毎年、筆記試験のトップクラスは女性ばかり。女性はものすごく優秀だが、面接でほとんどの人が落ちてしまう。なぜかといえば、マスコミに入ることを目標として、その後の目標がない人が多いように思う。経歴に新聞社、放送局に勤めましたというワンフレーズ

さえ入れば、次のいい展開につながる、いいお嫁入り先ができますよ、みたいな感覚の人が多く感じる。

また、入社してからも、男性の場合、生活のために、家族のために、子どものために、どうしてもこの会社でやっていくのだという意識が感じられるが、女性はそういう意識が希薄で、切り替えが大胆。岐阜放送、岐阜新聞に就職したが、もっといい職場があるだろうということで、会社にどっぷりつかって頑張ろうという気持ちは少ないのかもしれない。

そんな女性の少ない職場において、男性社員にはマナーを厳しく教えている。今年の新入社員には、箸の持ち方から注意し、爪はきれいに切れ、髪は刈り上げて清潔にせよ、と指導している。スポンサーにおいて、担当者の方、トップの方は女性も多く、その女性の皆さんに、男性営業員を送って、気持ちよく感じてもらえるか、広告をいただけるかは大きな問題であり、これもおもてなしの心の一つだと思う。

本日の議論「おもてなし」を一字で表すと

- ・有巢氏：「笑」。まずは、観光客の減少などを踏まえた自分への励まし。それから、いつも笑顔でお迎えしてくれる、というお客さまから旅館へのイメージ。最後に、一番気をつけていることだが、社員から見た私のイメージが「笑顔」であるよう心がけている。そんな笑顔の笑。
- ・伊藤氏：「笑」。自分へもお客さまへも社員へも、なるべく自分が太陽のような存在であるように、笑顔を絶やさないようにしている。また、家族にも常に笑顔でいるよう努めている。年少の娘の笑顔に支えられて仕事をしている。
- ・三厨氏：「笑」。社員がすり減ってもお客さまが満足すればいい、という時代は終わり、お客さまが満足する前に社員が笑顔で働く、そういう環境があって、初めてお客さまへの笑顔が発信できると思う。
- ・森田氏：「運(はこぶ)」。おもてなしの心をアップして、国内外からお客さまを運ぶ。それから、仕事で物事をうまく運ぶ。「運ぶ」ことによる新陳代謝は仕事にも人生にも一番大事ではないか。「運ぶ」はイコール「運氣アップ」。
- ・河合氏：「異」。異文化や適度な異質性をうまく取り込んでパワーの源泉にしていく。

会場意見

(委員：加藤智子氏)

- ・私は街における「おもてなし」ということで、多治見のオリベストリートで、第3セクター「華柳(はなやぎ)」の社長として、まちづくりに取り組んできた。当初、第3セクターは成功した試しがないといわれ、意地でも成功させてやろうと思って頑張ってきた。陶芸ギャラリーなどを備えた商家風建物「智結蔵(ちゆぐら)」を整備し、そこを起爆剤に街並みを再生、駅も新しくきれいになり、本町はコンパクトシティになったと自負しているが、市街地全体としてはシャッター街も残っており、なかなか連携がとれていない。「おもてなし」といっても、陶器どころだから茶碗だけみせていても仕方がない。私がまちづくりをはじめようと思ったのは、街と食文化とをうまく交じりあわせたいと思ったからだが、その点、この川原町や高山などはうまくやっておられ、感心している。

(聴講者：カラフルタウン岐阜 常勤顧問 岩井氏)

- ・11年前にカラフルタウンをつくったときに、どのようにお客さまをお迎えしたらよいかという議論になり、それを受付の女性たちに考えさせることとした。基

礎的な教育はもちろんやったが、あとは旅館やホテルなどへ出向かせて勉強させた。それから、マニュアル本のような通り一遍の対応だけではなく、心が通じたおもてなしをということで、彼女たちの仕事の幅を広げてみた。単に受付に座っているだけではなく、海外からのお客さまの案内をさせたり、イベントではMCをやらせた。朝礼や月初の会議にも参画させている。現在、秋に向けた大改装を行っているが、その中心的な企画をしているのは店舗を一番よく知る彼女たち。彼女たちのES（従業員満足）を高めることが、おもてなしの心をより充実させることにつながるのではないかと、そんな心構えでやっている。

（古田菜穂子 岐阜県観光交流推進局長）

- ・ご参考までに、県が取り組んでいる観光の海外戦略をご紹介しますと、現在は主に東アジア・シンガポールを中心に展開している。もちろん、海外で岐阜県のPRをやっているだけではなく、「大いなる田舎」たる観光資源やそこに住む方々が、海外からのお客さまが来られたときに、言葉は多少通じなくとも心でおもてなしができる、自分たちが持っている心の中の光を自信を持って紹介できる、そんな地域が岐阜県全域に広がれば、自ずと海外戦略につながると思っている。海外の方々を、常にオープンマインドでお迎えできるような、そんな岐阜県になればいいなと思っている。

（委員：小林月子氏）

- ・観光に関しては、「過剰なおもてなし」が必要ない人もいるわけで、ひとりでも不自由なく楽しめるよう、各施設において標識等をしっかり整備いただきたい。そもそも、どういう人を対象におもてなしをするのか、人口構造や人間の多様性等を踏まえ分析したうえで、実行いただきたい。世界中に魅力的な観光資源がある中で岐阜を選んでもらうには、例えば、高齢化している日本の特徴を活かして、介護や医療を交えた旅行パックを打ち出すことも有効ではないか。そういった視点も持って、観光施策に取り組んでいただきたい。

（委員：林正子氏）

- ・「おもてなし」に関して、私たち大学で働く者としても、たくさんのヒントをいただいた。おもてなしのプロの皆さんは、おもてなしとして、お客様に寄り添っていらっしゃるが、それは、物事を俯瞰し、高い視点から先取り・先読みするという情報収集があつてのことで、私たちが学生達に寄り添うとともに、大局的な見地からの指導を求められるのと同じだと思った。おもてなしの心とは、あらゆる分野で、人が発信する必要のある大切な秘訣である、と教えていただいた。

まとめ（河合氏）

- ・世界的に「おもてなし産業は今後急成長を遂げる」と言われている。これから必要とされるのは「非日常」ではなくて「異日常」。異なった生活文化を体験できる地域である。
- ・「住んでよし」「訪れてよし」「人もよし」という地域を目指すことで、人を運び、運を運び、お金を運んでくれる。
- ・なでしこジャパンの快挙で、清楚さと力強さ、不屈の精神を合わせもつ日本女性の感性を活かしたおもてなしの心を拡げていく。
- ・「Actions speak louder than words.」自分でアクションを！

<会場風景>

