

第2章 接客の基本

我々の家庭でお客を迎える時、室内を掃除し、整理整頓し、食卓にはご馳走を並べ、精一杯のもてなしの心で歓待する。この一連の行為をホスピタリティという。料理や飲料を提供して代金をもらうことを生業とするレストランでは、迎客から送客の間、お客の五感（味覚、視覚、嗅覚、聴覚、触覚）を満喫してもらい、精神的にも、安心、安全、安らぎを与えて、また来店してもらいたいと考える。そのためには従業員の使命として笑顔で敏速なサービスに加えて、心理的付加価値を与えるホスピタリティマインド（歓待の心）が必要不可欠な要素である。料飲サービススタッフがこの章の接客の基本の項目に沿って随時人の心を思いやる親切心や、ホスピタリティマインドを発揮して職務を遂行し、顧客満足度を高める役割を担ってもらいたい。料飲サービススタッフはサービスの基本である① Speed（敏速）② Smile（笑顔）③ Hospitality（歓待）を心に常備するようにしたい。

第1節 料飲サービスの役割

料飲サービスの役割とは単に料理や飲み物を運んだり、供したりすることではない。利用されるお客が食事のひとときを心地よく、楽しく過ごしてもらえるように気持ちを込めて準備やサービスを行うことである。そのため料飲サービスではサービスを行う人の気持ちや個性も重要な商品となる。

お客によって利用動機や目的は様々である。例えば朝食やランチ、ディナーなど営業時間帯による違い、ビジネス客やファミリー、カップル、外国人、観光客など客層による違いもある。常にお客の期待に応えることは容易ではないが、お客がどのような期待を持っているかについて理解することはお客の気持ちに近づく大切なステップである。

料飲サービスは機械や物が取って代わることのできないヒューマンビジネス（人間産業）であり、ホテルやレストランというステージ（舞台）においてお客が心地よく感じるもてなしを行うことで、お客と共に喜びを共有することが使命であるといえる。

第2節 料飲サービスの性格と特徴

料飲サービスではサービスの提供とお客の利用が同時に行われ、完結する。つまりやり直しがきかないことであり、在庫をもてないことを意味する。例えば料理を出すタイミングがずれてお客が気分を損ねても最初からやり直すことはできない。このような不平不満などのマイナス印象をお客が持つと、来店頻度の減少や店のイメージの悪化に繋がることになる。やり直しがきかないということが料飲サービスの大きな特徴であり、日々多くのお客に接する料飲サービススタッフはこうした瞬間のサービス場面ひとつひとつに気を緩めることなく行動しなくてはならない。

次にイメージはサービスによって左右されるという特徴がある。それは科学的、論理的根拠による判断ではなく、お客が個々に持っている好きか嫌いといった感情や情緒的部分によるものである。施設の設備や雰囲気から料理、飲み物、スタッフの身だしなみ、接客対応や料飲サービス技術、利便性やレストランの個性など様々な要素に及ぶ。お客はこれらの要素から何らかの印象を持つため、どこか一部分に問題があっても、それが全体のイメージの低下に結びつくことになる。注文された料理を間違えて出してしまった場合に「あのレストランはサービスが悪い」という評価になってしまうこともあり得る。このようなことから料飲サービスは部分的な評価であるはずが、レストランの全体評価に繋がりやすい傾向があるといえる。

一方、人はそれぞれが持っている好みと共に、メディアやネット情報、口コミなどの事前の情報からイメージする「期待」を持って来店する。その結果、実際に受けたサービスやハード面に対する事後の評価が大きく相違した場合、不満や満足に変化する。満足となればリピーターとなるが、その逆の場合は悪い口コミとなって拡散する。評価は場所、時間、目的によっても違ってくる。マニュアル通り同じことを行っても、お客の評価が違うのはこれらが理由である。また、事前の期待度はクオリティの高い店ほど大きいので、常に意識したサービスをする必要がある。そして人は再来店の度に、さらに高い「期待」を持つため期待度は膨張する。その膨らんだ期待に対しても満足という結果が得られた場合、満足が感動へと変化する場合がある。感動は事前期待と事後評価のギャップが大きい場合も感動となるが、それはサプライズといわれる一時的なものである。

サービスは常に上を目指す必要があると同時に本質を理解することも大切である。例えば毎日のように人が通う行列のできる居酒屋があるとする。サービスはすべてハイレベルなサービスだろうか。雰囲気が良い、値段が安い、味が良い、気に入った人がいるなどの様々な要素があって繁盛店となる。料飲サービスとはお客が求める、人それぞれの異なるニーズを的確に把握し、その様々な人に合わせたサービスを「いつもの通り普通に行く」ということも忘れてはならない。つまり「不満を与えないサービス」も大切なのである。

第3節 料飲サービスを支える条件

料飲サービスを支える条件には「知識」「技術」「気持ち」の3つの個人的要素に加え、後に述べる「チームワーク」の4つの要素がある。

「知識」ではものごとの手順などを理解しているといった仕事の進め方や方法、規則やルール、商品知識、館内や店舗の施設設備などに通じていることをさす。

「技術」についてはサービスのしかたや接客動作、お客へのプレゼンテーション、機器の操作や苦情・事故への対応など熟練の程度を意味する。

3つ目がサービスに携わるスタッフ自身の動機や気持ち、意識といった精神的な部分「気持ち＝マインド」である。

このうちどれかが欠けてもお客の満足や喜びに結びつかないサービスとなる。とりわけサービスの知識と技術は一定の経験や教育訓練を通してある程度のレベルに達するが、それだけでサービスを極められ、お客の満足が得られるとは限らない。知識と技術に偏ったサービスはときとして作業と受け取られることがある。気持ちや思い、配慮といった料飲サービススタッフのマインドが伴って初めてお客の心を動かすことができるのである。

第4節 料飲サービススタッフに求められる資質

1 身だしなみ

お客への第一印象は身だしなみで決まることが少なくない。常に清潔なユニフォームを着用することは料飲サービススタッフとしての自分自身の印象を高めることとなり、レストランの雰囲気や仕事に臨む姿勢・態度をお客に伝える重要な要素となる。

ここでは料飲サービススタッフの基本的な身だしなみの基準を以下に述べる。

1) 男性

頭髪	長髪は厳禁、もみ上げは長くしない。常に髷日を入れて清潔にする。整髪料は匂いの強くないものを使用する。
身体	ひげはきれいに剃り、爪は短く切り清潔にする。
衣服	しわやシミ、ほつれがないものを着用し、襟や袖口は常にきれいであること。ズボンはプレスされたもので靴は黒で、磨かれていること。靴下は靴の色に調和するのが望ましい。黒か濃紺色のものを履く。
装飾	結婚指輪以外の装飾品は身につけない。時計は実用的なものとし、ドレスウォッチやカジュアルウォッチは不可。



2) 女性

頭髪	長い髪は肩にかからないようにまとめ、前髪も眉にかからず動かないようにする。髪止めは華美なものではなく、色は黒、茶色、紺色を使用する。髪の染色はお客に違和感を与えないように許容または指定された基準に従う。
化粧	化粧は薄めとし、マスカラ、アイラインをつける場合は控えめにする。口紅はうすく必ずつけ、ピンク、赤系とする。
身体	爪は短く切り、マニキュアは透明色か薄いピンク色とする。
衣服	しわやシミ、ほつれがないものを着用し、襟や袖口は常にきれいであること。ポケットにもものをたくさん詰め込まない。ストッキングは肌色を着用し、靴は黒系でローヒールのものを使用する。
装飾	結婚指輪以外の装飾品は身につけない。時計は実用的なものとし、ドレスウォッチやカジュアルウォッチは不可。



このように身だしなみの基本は男性、女性共に「清潔」「清楚」「控えめ」を念頭に入れて整えることである。個人の好みや趣味ではなく、あくまで仕事上のたしなみであり、レストランの重要な商品のひとつともいえる。特に髪の毛は抜け落ちない配慮がトラブルを避ける第一歩である。そのためにも日常から自分の健康と衛生上の管理に気を配る生活を心掛けることが大切である。

2 表情・動作・ふるまい

表情は心を表すともいわれる。そのための最大のポイントは笑顔（スマイル）である。笑顔の応対はお客様に好意的な親密さを感じさせ、心理的に受け入れやすい状態を作る。反対に出会いの段階で表情が暗かったり、笑顔が全く見られない人へは好意を寄せにくい。料飲サービススタッフは職場が自分の舞台であるとの意識を持って、業務に入る前に鏡の前で笑顔を作る習慣をつけたい。

サービスの特性として、良い悪いの判断は自分ではなくお客様の感じ方によるところが大きいことがあげられる。何気ない受け答えや接客に伴う様々な応対動作がお客様の目からすると素っ気なく見えたり、感じの悪い印象を与えてしまうことがある。そうならないためにもお客様のお迎えから挨拶、歩き方、サービスの動作、言葉遣いなど接客に伴う一連のふるまいが丁寧で美しく、お客様をゲストとしてもてなしているという気持ちを常に持つべきである。つまり料飲サービススタッフの表情、動作、ふるまいも大切な商品であることを自覚しなくてはならない。

3 言葉遣い

正しく美しい言葉遣いは、お客様に対するもてなしの心と礼儀を表現する。また、言葉は情報だけでなく、同時に感情も伝える。単語だけの話では、たとえ意味は通じていても感情や気持ちはうまく伝わらない。感情や気持ちをうまく伝えるためには正しい言葉遣いと敬語が必要となる。敬語表現は互いの人間関係を円滑に保ち、さらに話す人自身をより魅力的に表現するためにも欠かすことができない。つまり正しい日本語表現や敬語の基本的な知識をしっかりと身につけることは、料飲サービススタッフとして必要不可欠な要素といえる。

4 商品知識・情報案内

料飲サービススタッフは日々さまざまなお客様を迎え接客することから、ときには知らないことや思いがけない質問をされることが多い。こうしたときに的確に説明や返答ができるとできないではお客様の信頼度が変わってくる。そのため料飲サービススタッフは料飲サービスを通じて、お客様の質問に適切に答え説明するために必要な基本的知識や関連・周辺知識を身につけておかなければならない。

1. 商品知識

- | | |
|-----------|-------------------------|
| (1) 飲食材知識 | 食材、飲料材、季節食材など |
| (2) 商品知識 | メニュー（料理、飲料）、調理方法、付け合わせ等 |
| (3) 提供方法 | 食器類、サービスの注意点、飲料との組み合わせ等 |

- (4) 販売価格 一般メニュー、季節メニュー、特別メニュー等
- (5) 調理時間 メニュー別、変更や作り替え

2. 関連・周辺知識

- (1) 営業時間 朝食、ランチ、ディナー等
- (2) 所在地 地図、アクセス、最寄り駅、改札口、出口等
- (3) 施設案内 手洗い、会計、クローク、タクシー等
- (4) 安全管理 防火、防災、非常口、衛生等
- (5) 会社、店 概要、組織、担当部署、氏名・役職、PRポイント
- (6) 営業企画 イベント、季節のおすすめ料理、飲料

こうした知識を身につけることはお客に自信を持って接することができる前提ともなるので、常に新しい知識を取り入れるように心掛ける。

5 お客心理の理解

対人ビジネスである料飲サービスの業務ではお客が何を求め、どうされたいのかといった心理や気持ちを理解しておくことは大切なことである。ホテルやレストランを利用するお客の基本心理は次のようなことが考えられる。

- (1) 早く迎えられたい
- (2) 目的にあった快適なひとときを味わいたい
- (3) おいしい料理、飲み物を味わいたい
- (4) 困ったとき親切に対応してほしい
- (5) 損をしたくない
- (6) 優越感を味わいたい

いずれもお客の気持ちとしては当然であるが、料飲サービススタッフがいつも応えられるようにすることは容易ではない。そのためにはまずお客に関心を持つことが必要である。その上で心理や気持ちを感じ取り、対応したサービスに結びつけるのである。人は自分のことを理解してくれる相手に対し、受け入れようとする心理があり、その心理が気持ちの壁を取り除き、親しみを持ったりうち解ける要因となる。お客の特徴やプロフィールを覚え、次回以降のサービスに活かすなどお客についての関心を高めることは人の理解に繋がり、お客の気持ちに一步踏み込んだサービスが可能となる。

6 コミュニケーション能力

コミュニケーションは、話し手と聞き手の双方向による意思疎通があってはじめて成り立つものである。どちらかの一方通行では成り立たない。この点から、いくらサービスに気持ちを込めたとしても、それがお客に伝わらなければ意味がないことになる。サービスへの気持ちを伝える方法・手段がコミュニケーション能力であり、的確なコミュニケーションを図ることがサービスの優劣にも影響してくる。「話す」「聴く」はコミュニケーションの基本であり、この2つの基礎知識を理解しておく必要がある。

1. 聴く

聴くという行為は受け身の行為のようであるが、お客にとってはしっかりと傾聴する態度が評価になって表れる。

聴き方として留意する点は次のことである。

- (1) やわらかい表情と目で相手の目を見る（アイコンタクト）
- (2) 相手が話すときにうなづく
- (3) 相手の話に共感の表情と言葉を添える
- (4) 復唱したり確認したりする
- (5) 分からないことは質問する

2. 話す

お客に何か説明したり、質問に対して応答するときの話し方などは、円滑なコミュニケーションを図る上で重要である。単語の選び方、敬語の使い方もその施設や店のサービスレベルの評価となるから、日頃から注意と習得を心掛けるべきである。話すについての基本ポイントをあげる。

- (1) 分かりやすい言葉を使う（業務用語や専門用語はなるべく避ける）
- (2) ゆっくり、はっきり話す
- (3) 理解してもらえたか反応に注意する

7 チームワーク

料飲サービスはお客と直接対面し、個人の裁量で対応することが少なくない。しかし個人プレイに頼りすぎると、ときに一人で行うことができず、お客の要望や問い合わせに対応できなくなる場合も起こる。ここで大切なことは、料飲サービスはチームワークで業務に臨むという姿勢である。お客の立場からすると、担当のサービススタッフが不在のとき、当然のこととして他のスタッフに依頼する。そのときの対応や引き継ぎがうまくいっていないと、最終的にお客に不満感を与えてしまう。なぜならばお客にとってユニフォームを着ているスタッフはすべてがサービスの担当者だと考えるからである。料飲サービスではお客を中心にそれぞれのスタッフが役割を持って対応することで良い結果を得られる。さまざまな場面がつながってひとつの流れとなるのだから、そこでは何よりもチームワークによるサービスが不可欠となるのである。