

目の前のたったひとりのお客様に誠実に②

どんなにお店が繁盛しようとも、元はたったひとりのお客様です。根室で回転寿司を創業した頃、小さな町で売上を上げるためには一年に一度の来店のお客様を半年に一度、1ヶ月に一度と来店頻度を上げるしか方法がありませんでした。安易に販売促進に頼らず売上を上げるには、結局毎日毎日ほんの少しずつ進歩し、あくまでもお客様の期待を裏切らない、失礼のない仕事の積み重ねでしかありませんでした。これからも永続して花まるが繁盛していくためには、目の前のたったひとりのお客様に誠実に接するしか方法がありません。これは仲間に対しても同じです。

お客様に感動を！
感動的なサービスを！

.....
あらゆる業界、あらゆる人が頻繁に使う『感動』という言葉。

僕も使います。しかし『感動』という言葉に使うには若干の抵抗がある。東京ディズニーランドでさえ『ちょっと感動』としか表現しないのに、我々のレベルで簡単に使うには昔からどうも抵抗がある。

そのせいなのか、僕は『感動』という積極的な表現より『失礼のないように』という表現を多用する。

『感動』の前に、もっと人として前提の『人様に迷惑をかけない仕事』

『失礼にならない仕事』を意識する。

そのことが極めて重要だと思います。

これはたぶん、根が小心で臆病な僕の性格も大いに影響していると思います。

この『ビビリ』な性格が、消極的とも思う『人様に迷惑をかけたくない』とか『失礼のないように』という仕事を意識させるのだらうと思います。

しかし『たったひとりのお客様』が常に気になるということは、『人様に迷惑をかけたくない』とか『失礼のないように』という消極的とも捉えられる考え方がなければなかなかできないのではないのでしょうか。

売上は、『たったひとりのお客様の積み重ね』でしかありません。

どんなに遠い道のりも、たった一步の積み重ねでしかないのとまったく同じです。

『売上』は、客数×客単価であり、つまり**売上を上げるということは『たくさんのお客様に必要とされる』『たくさんのお客様に愛される』ことと同意語です。**

『売上』は『お客様お喜び指数』と定義するべきです。

結局、どんなに高い売上を目指しても、それは『目の前のたったひとりのお客様』を大事にしなければ達成できるものではありません。

根室店創業の頃はド素人が始めました。

当然商品レベルは低い、技術レベルは低い、おもてなしレベルは低いという最悪な店なわけです。その上資金繰りもままならない程度ですから、物も人もあるもののなかでやりくりしなければなりません。それはそれは必死です。

当然のことながらお客様にはいっぱい迷惑もかけているわけです。失礼なこともいっぱいしていたんだと思います。実際怒られたこともいっぱいあります。

しかし真剣でした。とにかく少しでもよくなろうと毎日が必死で真剣勝負でした。

『もっとおいしい商品に！おいしい寿司に！』と創意工夫を重ね少しずつ進歩していきました。

それでも5年目に売上前年対比120%までなったのは、

目の前のたったひとりのお客様に『失礼のないように』『迷惑をかけないように』、ただただそうやって接してきたことだと思うのです。

不器用で、決して上手なおもてなしではなく、さして愛想があるわけではなく……

しかし必死に一生懸命がんだり、間違えたときには潔く謝り、忙しいからといって偉そう

にすることなく、町の景気や行政などに責任転嫁することなく、来る日も来る日も地味に

コツコツと……………

そうやって時間をかけて我々を分かってもらったら、売上がどんどん増えていったという感じです。

たった一人のお客様に誠実に接すれば、口下手な人でも人見知りの人でも、少しずつ親しくなってくる。お客様がこちらを名前で呼ぶようになったりする。旅行帰りにお土産を買ってきたりさえしてくれる。次第に我々を好きになってもらっていった感じがします。

今、花まるはそこそこの名のお店になりました。たくさんのお客様が期待をされて見えます。

これからも改良改善を繰り返し、もっと進化発展していかなければなりません、

これだけ多くのお客様がお見えになるということは、それだけ期待度も高いということです。

これからは目の前のたったひとりのお客様のために……

一人ひとりが『より人間として成長し』、

その人柄をベースに『期待を裏切らない仕事』に多くのエネルギーを

注ぐことが肝要であると思います。