

究極のホスピタリティ

ザ・リッツ・カールトン大阪元副総支配人

四方啓暉



- 1946年 2月24日生まれ
1969年 立教大学 法学部 卒業・立教大学 ホテル観光講座終了
東洋ホテル宿泊部フロント支配人
1984年 大阪全日空ホテルシェラトン（現ANAクラウンプラザホテル大阪）
宿泊部・宴会部・マーケティング 部支配人
1990年 阪神電気鉄道株式会社
西梅田開発室ホテル事業“The Ritz-Carlton Osaka”部長
※ザ・リッツ・カールトン大阪設立の担当責任者として、ザ・リッツカールトン
ホテルカンパニーとの相互信頼関係構築、異文化の理解・融合に尽力すると
ともに、契約・事業計画の策定や人事に7年間携わる。
1997年 ザ・リッツ・カールトン大阪 副総支配人
2002年 名古屋マリオットアソシアホテル総支配人
2008年 株式会社ジェイアール東海ホテルズ専務取締役CS担当
立教大学「ホスピタリティ・マネジメント講座」講師
2010年 大手前大学現代社会学部教授

■ 講演内容

「リッツ・カールトンの究極のホスピタリティ～お客様の真のパートナーになるために～」

「おもてなし」が流行語大賞に選ばれるほどのブームとなっている昨今。心からのおもてなし、いわゆるホスピタリティは、今なぜ必要とされているのでしょうか。昨今、消費者は本物を見極める姿勢は強まり、「他者より安く」といった従来の方法では生き残ることが難しい時代になりました。他社との差別化を模索している企業が多い中、ホスピタリティこそが、その一つの方法となりえるのではないのでしょうか。大切なのは「心」を伝える姿勢。マニュアルにはないおもてなしの心が感動を生むのだと確信しております。「ホスピタリティ」の代名詞となったリッツカールトン大阪で実体験をもとに、ホスピタリティについてお話いたします。

「リッツ・カールトンの究極のホスピタリティ～従業員満足なくして顧客感動なし～」

リッツカールトンのキーワードは人です。お客様にはもちろんですが、スタッフやお取引先との人間関係においても、ホスピタリティを基本とした“信頼”の構築を重要視します。信頼関係が組織を活性化し、働きやすい環境を作ります。結果、良いチームワークが生まれ、最高のホスピタリティを提供することでお客様もまた信頼していただけるという好循環が生まれます。総支配人の役目は、まずスタッフ一人ひとりの人間性を理解し、尊重し、そして信頼することから始まります。そのためのコミュニケーション術、人材育成術、リーダーシップのあり方についてお話いたします。

「リッツ・カールトンのブランディング ～“第二の我が家”になるために～」

「リッツ・カールトンのホスピタリティ・マネジメント ～リッツの魂を受け継がせる仕組み～」

「リッツ・カールトン流 ホスピタリティ溢れる現場づくり」

「リッツ・カールトン流 スタッフのモチベーションを高める仕組み」

「リッツ・カールトン流 褒めあい、感謝する文化を浸透させる仕組み」

■ 実績

高島屋/イオンモール/コスモ石油/出光興産/資生堂/コーセー
化粧品販売/クオレ/本田技研工業/日産自動車/メルセデス・ベ
ンツ日本/BMW/アウディジャパン/Volvo/郵便局/かんぽ生命
/農林中央金庫/野村證券/明治安田生命保険/アフラック/メッ
トラライフアリオ生命保険/フィデリティ投信/東海東京証券/富
士通/リコージャパン/コニカミノルタジャパン/クレオ/西日本
高速道路サービス/MDRT日本会/東京都市大学/兵庫県/青年会
議所/市中銀行従業員組合連合会/損害保険代理業協会
その他多数

■ 書籍情報



株式会社シーレイズ Tel: 03-6412-8297 Mail: info@c-rays.co.jp

～あなたの人生に“キッカケ”を。プロフェッショナルの声を届けます～

企業

- ・世界レベルでの最高峰をほこるリッツ・カールトンの事例をわかりやすい解説と具体例を交えて講演いただき多くの気づきを得られた。CSが大切なことはあたりまえで、いかに浸透させ、現場で発揮できるか
- ・リッツカールトンがなぜ現在のブランド力、CSを維持できているのかよくわかる内容だった。お客様から要望はもちろん、先回りしてお客様に提案する。期待以上のことをやって差し上げることがCSにつながり、さらにはリピーターや口コミを呼び。更には、会社のブランド力が向上し、働いているスタッフのモチベーションアップにつながっていくという好循環が生まれる。まずすべきことはスタッフが先回りしたサービスを提供すること。その環境を作るためには施策が必要であること、管理職の考え方やコミュニケーションが必要になってくることを学んだ。素晴らしい講演でした。
- ・リッツカールトンのホスピタリティはTVなどで見たことがあり興味がありました。リッツカールトン大阪の創業の責任者をされていた四方氏の創業当時のエピソードは大変興味深かったです。最初から今のリッツカールトンブランドが浸透されていたわけではなく、そこにはクレドカードの和訳など日本人の特徴を生かしながら、アメリカのリッツカールトン文化を浸透させていくための施策があることを知った。また採用も重要であることを学びました。
- ・ホスピタリティはもちろん、ハード面もリッツカールトンは徹底されている。妥協がない。
- ・四方氏の人柄がリッツカールトンというホテルを象徴していた。内容はもちろん、話し方や立ち振る舞いからホスピタリティを感じる方でした。話もお上手で聞きやすかったです。
- ・実際にクレドカードのコピーを見ながら丁寧に使い方について説明していただき勉強になった。
- ・モチベーションのキーワードは「信頼」「成長」。部下を信頼するということは簡単なようで難しい。ただすべては信頼から始まる。そのために日頃のコミュニケーションをどうとるか、話す内容がぶれていないか、承認できているか。その確認をするよい機会になりました。
- ・リッツカールトンのホスピタリティの原点を知ることができました。異業種ですが参考になりました。
- ・スタッフは、お客様からの賛辞のお手紙もうれしいが、それよりも同僚や仲間からのお手紙の方がもっと嬉しいというお話。同僚に書くサンキューレターは早速導入したいと思います。
- ・リッツカールトン大阪は、廊下が狭く迷路みたいになっているのには理由があることを知った。家具や照明、絵画など一点一点、四方氏が捜し歩いたというお話には驚いた。徹底されている。
- ・リッツカールトン大阪に暖炉がある理由。本物の火を使っている理由。お客様に、第二の我が家のように感じていただきたいというコンセプトのもの、すべてのものに理由があった。
- ・お客様情報は、ホテル内だけでなく世界中に共有されているのは素晴らしい。お客様の期待を超えるためには世界中のリッツカールトンのサービスマンがチームワークで協力しあう必要があることを学んだ。
- ・内容も素晴らしいが、四方さんが本物感がすごかった。リッツカールトンを初めて日本にもってきた方なので当たり前だが四方さんのお話を生で聞いたことがなによりに収穫でした。