

「自律型感動人間」を育む取り組み 社員・顧客満足、生産性の両立

生産性を高めて顧客へのもてなしに注力

株式会社スーパーホテルは、全国104店舗、海外1店舗のビジネスホテルを展開するホテルチェーンである。地域などにもよるが1泊5千円を切る宿泊料にも関わらず、満足できる宿泊施設として人気を呼んでいる。

特徴の一つは、チェックイン時に自動チェックイン機で前払い精算し、暗証番号で客室に入る「ノーキー・ノーチェックアウトシステム」。ビジネスモデル特許を取得し、業界で初めて導入した。チェックアウトが不要になることで、宿泊客のスムーズな出発とフロン

トスタッフの業務の軽減が実現された上、精算ミスやキー紛失の心配もなくなった。

機械でチェックインするというと、顧客が黙々と機械で手続きする無味乾燥な光景がイメージされがちだ。しかし実際の現場では、スタッフと顧客がフロントで楽しそうに会話をしていたり、チェックインを済ませた顧客をエレベーターまで見送るなどの人的なサービスが見られる。同等料金のビジネスホテル以上の水準といえよう。機械化によって利便性と生産性を高め、余力を顧客へのもてなしに当てる。このビジネスモデルこそが同社の特色である。

「自律型感動人間」明確な社員像と意欲向上の仕組み

同社の目指すべき社員像は「自律型感動人間」だ。自分の夢をしっかり持ち、人の喜びを自分の喜びとして受け止められる人を指す。「顧客満足度＝社員満足度」という考えのもと、社員は仕事を通じて感性と人間性を磨いていく。

「バブル崩壊後、当社も資金繰りに苦労しました。気分が落ち込み、悪いことを他人のせいにしたくなった」と、会長の山本梁介氏は当時を振り返る。そんな折、銀行から疲れて会社に戻った山本氏は気付いた。会社はま



フロントで対人のチェックインを済ませると、自動チェックイン機に案内される。ここであらかじめ精算を済ませ、部屋の暗証番号が書かれた領収書を受け取る。



LOHASをコンセプトにした自社開発のシャンプー類が用意されている。他にも女性客向けに化粧品を開発し、宿泊客に無料でプレゼントしている(一部対象外地域あり)。



朝礼では経営指針書を分かりやすくまとめた手札サイズの「フェイス」を全員で唱和し、意見を発表し合う。



朝食で提供されるサラダは、国が定める基準を満たした「有機JAS野菜サラダ」のみを使用している。



7種類の枕の中から宿泊客が好きなものを選べる「ぐっすり枕コーナー」は、現場社員から提案されたサービス。顧客満足度を高めるとともに、社員満足度も高まり、「自律型感動人間」を育むことにつながっている。

だ電気がついていて、中では社員が必死に資金繰りや、事業計画を考えたりと、できることを考えてやってくれていた。「それを見たとき、『人に支えられている』ことを強く実感し、心からの感謝の念が湧きました」。

この経験から生まれたのが、「自律型感動人間」というキーワードである。店舗で生まれた特に優れたアイデアを表彰する「ベストプラクティス制度」は、自律型感動人間を育成する仕組みの一つだ。毎年約250件のアイデアが提案され、この中から約10件のベストプラクティスが生まれる。たとえば、ロビーに置かれた7種類の枕から宿泊客が好きなものを選べる「ぐっすり枕コーナー」はこの制度で表彰されたものである。このように自ら考案したサービスが、全国の店舗で水平展開されることによって、社員の士気が高まり、業務の改善点を常に考える「気づきの目」を養うことにもつながっているのである。

LOHAS・省電力をコンセプトにした顧客満足の追求

同社のホテル運営の基盤となっているのが、LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability: 健康と環境、持続可能な社会生活を心がける生活スタイル)の考えである。これは、「顧客満足度」「生産性」「自律型感動人間」の全てを追求しようとする過程で行き着いた考えだ。顧客満足のために高品質なサービスを提供しようとする、一般的に生産性は低くなる。そのため顧客満足度と生産性は相反すると思われがちだ。だが、同社は両方を同時に高める道を模索した。

「20世紀は、『多く消費する』ことがぜいたくだった。しかし資源の枯渇や環境問題が重要課題となった21世紀は同じ感覚ではいけない。省資源の中で提供できるぜいたくを考えていかなければならない」と山本氏は語る。

そこで同社では、省電力につなが

るLED照明を採用したり、連泊の際は清掃をしない、歯ブラシなどの使い捨てアメニティを用意しない代わりに、独自のエコ商品をプレゼントするなどの「エコひいき」を展開し、特典付きの宿泊パックを設け、顧客と共に省資源化に取り組むようにした。

これは一見、顧客に不便を強いるようだが、チェックイン時にスタッフが趣旨を説明したり、ポスター表示することで、顧客の理解と協力を求めている。「エコひいきを利用されるお客さまは、『環境保全のために自分が我慢をした』とは思われません。むしろ、『環境にいいことをした』と、いい気分でご利用いただいている。この『いいことをした』という気分のよさ、精神的な満足、これが21世紀のぜいたくです」と、山本氏は言う。

顧客満足度と社員満足度、そして生産性。どれかを犠牲にするのではなく、全てを同時に向上させ、もてなしに反映させる仕組みを同社は構築している。

会社概要

- ・法人名：株式会社スーパーホテル
- ・代表者：山村 孝雄 代表取締役社長
- ・所在地：大阪府大阪市西区西本町1-7-7CE西本町ビル
- ・設立年月：1970年4月
- ・資本金：67,500,000円
- ・ホームページ：http://www.superhotel.co.jp/
- ・社員数：正規123名、パート・アルバイトなど94名
- ・事業内容：ホテルチェーンの展開、土地有効活用のコンサルティング