

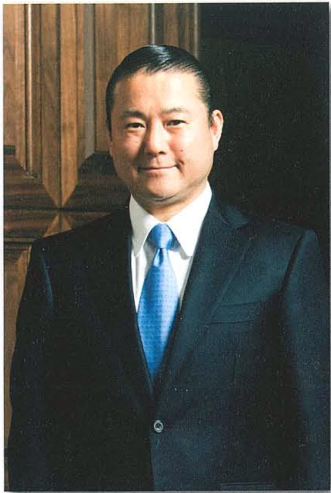
HOTELERES

週刊 ホテルレストラン

2018 **1|5・12** 合併号 ¥3200

観光大国へ

2018



ホテルラ・スイート神戸ハーバーランド
総支配人
檜山 和司

個性的なホテリエたちが ゲストを魅了する

いかなる経済状況や社会環境の変化の中でもお客さまに選ばれ未永く愛されるホテルとは…。極めて難題のようですが、意外と答えは極めてシンプルかもしれません。それはお客さま本位のホテル経営でお客さまが願望する「こんなホテルがあったらいいな」を具現化することだと思います。

ホテルラ・スイート神戸ハーバーランドは、阪神淡路大震災から10年後、ようやく震災前の人口に戻り、再び神戸の街ににぎわいと活力を取り戻したいとの願いが込められた神戸市が推進するウォーターフロント事業のコンペティションにより選ばれ誕生したホテルです。神戸の街にお客さまを誘致したい。そのためには、わざわざ神戸にお越しいただくお客さまに神戸の魅力を余すことなくお伝えする“神戸の観光大使”の役割があり、また、神戸が大好きなファンを増やすことが不可欠です。神戸港を望む一等地、この場所にふさわしいのは南仏の高級リゾート地を彷彿とさせる優雅で開放感のある滞在型スモール・ラグジュアリーホテ

ル。そして、小規模だからこそ実現可能な他ホテルにはまねができない強みを追求するホテル。

ホテルは稼働率をいかに極限まで引き上げ、高単価を目指し、収益をいかに拡大するか…といったイールドマネジメントが最大の経営戦略ではありません。ホテルの最大の経営戦略は、お客さまに愛され未永くお付き合いしていただく一生涯の顧客を増やすこと。それには、多くの選択肢から当ホテルをお選びいただいた目の前のお客さまに、出逢いと感謝の気持ちを忘れずに誠心誠意を尽くしてご満足いただき、また訪れたい、友人にも勧めてあげようとの熱烈なファンを増やした結果が、高稼働率、高単価、高収益につながると思います。「儲ける」と「儲かる」の違いでもあります。ホテル側の都合による効率化徹底と収益性追求の発想や考え方を見直し、お客さまを最優先に考えるホテル運営が肝要です。

いかにして今お越しいただいているお客さまに感動と満足をご提供できるか。そのためには高価で立派なハードだけではなく、お客さまを魅了しつづけ、いつまでも記憶に残るようなおもてなしをすることが重要です。マニュアル通りの均一なファストフードのサービス

ではなく、個々のお客さまに応じた柔軟性があり、いかなる要望にも対応できる自由な発想のおもてなしの実践、すなわち、オートクチュールなサービスの具現化になります。また、同じような容姿と考え方を持つスマートなホテリエではなく、さまざまな個性が光り、常に笑顔で活き活きとして接遇に喜びを感じるような個性的なホテリエの集団こそが、幅広い年齢や客層、経験豊富なお客さまにご満足いただけるおもてなしができると考えています。

スタッフには常日頃から自身をブランドに例えて、「各自が魅力あるブランドになるように自分磨きを」とよく話します。より多くのお客さまに喜んでいただくために感性を磨き、知識や経験、技術、技能の引き出しを無尽蔵に増やす。そのためには若いころからお金と時間をすべて自己研鑽に注ぎ込み、自己投資に努めることが肝要です。そして、魅力ある個性的なブランドのホテリエによる集合体が魅力的なホテルブランドとなり、未永くお客さまに愛されることにつながることを確信しています。これからも個性的でゲストを魅了する人財の宝庫のようなホテルづくりを目指し、地元神戸に貢献したいと思っています。