

流通業は「業態化」(商品カテゴリーや売り方を基軸とする商法)から「ライフスタイル化」(特定の生活様式を基軸とする商法)、さらに「カスタマイズ化」(あなたのための店づくり、客が自分のために一生懸命商売をしてくれていると感じさせる商法)へと進んでいます。

カスタマイズ化するためには、モノ・サービス・情報等の面で色々な対応がありますが、ここで「親切」というテーマで企業のカスタマイズ化を述べさせていただきます。

カスタマイズ化の中には、「親切にされる」→「感謝の気持ちが生じる」→「愛顧客になる」→「ワンツーンによる口コミ伝達」→「まち中話題への発展」へと進むケースがあります。

私の体験ですが、ちょっとした企業側のサービス(私にとっては重大なことを解決してくれたサービス)で日本航空の愛顧客になった話をさせていただきます。

2011年3月に私は仕事で中国の泉州市へ上海経由で行きました。帰りの便で泉州市発のローカル便の出発が2時間弱も遅れ、上海では日本行き日本航空の出発時間の15分前に日本航空のカウンターに到着しました。当然ながら、国際便ですので日本航空のカウンターは閉鎖していました。日本航空の係員(女性)がカウンターに2人いましたが、「もう無理です」と言われ、上海から関空への最終便でしたので、私は真っ青になり、「何とかありませんか」とお願いしました。すると、カウンターの奥から男性係員が出てきて事情を尋ね、状況がわかると電話をかけ、日航カウンターで搭乗手続きを大至急でしてくれました。さらに、私はかなり焦っている状態で、かつ国内線から国際線まで急いで来たので、私の顔に汗が出ているのを見たその係員は、「お客様、飛行機の搭乗口までお客様の歩けるペースで無理をなさらず行ってください。飛行機はお客様の到着をお待ちしていますから」と言ってくれました。出国手続きやセキュリティチェックを受け、そして出発ゲートまで行かなければならないため、私は相当焦っていました。ところが、その日本航空の係員の方の相手の焦りを感じとった親切な言葉を聞いて汗が引き、ものすごく元気が出る思いがしました。

さらに、出発の飛行機に着くと、係員からの「お疲れ様です。冷たいお茶をご用意いたします」との言葉を聞いて、私は感動しました。本来ならば、冷たいお茶ではなく、冷たい言葉を言われても当たり前なのに、この冷たいお茶と温かい言葉は、私をジーンとさせました。

今まで、日本航空は親方日の丸で放漫経営と言われて倒産寸前であり、私もマスコミ情報を見聞きして、とんでもない会社だと思っていました。ところがこの一件で、私の気持ちは一挙に変わり、日本航空の愛顧客(ファン)になりました。そのため、関西空港に到着して飛行機の出口で、客室乗務員さんに「会社、ガンバって下さいね!!」とエールを送ってしまいました。

私の上海からの帰国便に乗り遅れるという課題解決をしてくれたという第1段階の受付自体も、大変良かったと思いますが、ある意味では、これはお客様の困ったことに対する当たり前のサービス義務の感があります。しかし、「お客様、飛行機の搭乗口までお客様の歩けるペースで無理をなさらず行ってください。飛行機はお客様の到着をお待ちしていますから」(相手の立場と気持ちを察知しての一言)と「お疲れ様です。冷たいお茶をご用意いたします」(冷たいお茶と温かい言葉)は、まさに、私にとって“感謝の気持ちが生じる親切さ”でした。

単に、通常サービスをマニュアル的に実行することではなく、相手の気持ちを和らげる追加の言葉は、感性の高い社員でないとできません。これこそ、日本人の本来の心を持った社員であり、これからの国際競争力をつけるための日本人の得意分野を生かした武器です。

ガンバレ日本航空、そして、全日空と一体となって、日本の飛行機を世界中に飛ばし、日本の発展のために貢献して下さい。