

【月曜版】

朝日新聞 22面～25面

朝日 求人



ASAHI-KYUJIN

あの人とこんな話

チームラボサービスコンサルティング代表

江澤 博己さん

お客様は細やかで的を射た心遣いをする。それを分かった企業や組織が生き抜いていくでしょう。

「フリーランスホテルエ」という職業名を初めて名乗ったのは江澤さんだ。ホテルマンとして就職してから、サービスとは何か、その本質をいつも考え続けて自分が見つけたノウハウを、広く生かしたいと走り始めた経緯である。

最初はホテルに就職。ベルボーイ、ドアマン、フロント、そしてセールスへとホテルの仕事を手がけていく中で、江澤さんはインターネットによって宿泊客を確保するシステムを自ら作り出し、宿泊比率を1倍から17倍に押し上げる。これが首都圏No.1の実績を作った。評価は一気に高まり、さらにこのシステムを業者が使えるように全面リニューアルしていく。この時に江澤さんは、「誰にでも広く使ってもらえる」という自分のノウハウに気づく。

「ITや商品を作り喜んでもらおうと考える会社は日本中にありますね。しかしその物の良さだけでは伸びていけない。付加価値としてのサービスがないと生き残れない時代なのは明らかです。ホテルで培ったサービス力を伝えたい、と私は業を乗り継いで外出することになりました」

サービスにはコツがある。技術がある。さらに相手を思う想像力や熱量がいる。そのモチベーションを高める秘訣を江澤さんは指すのだという。「潜在的に求められているもの、つまりサービスの本質って何かとさえいえば、相手の方が特別扱いを求めているなど気づき、そのことでフッと喜びを感じられること。100人のお客様がいれば、同時に100通りの感動を与えられるかどうかです」

とてもクリエイティブな思考の連続がサービスであるとも、それには感性を磨き続けるしかない。感性こそが競争力となるそうである。江澤さんは、事務所や自宅に突然やってくる飛び込みセールスや、電話セールスにも必ず耳を傾ける。彼らが持っている術を学ぶために。

「繊細なサービス力は、日本人の天性だと思っています。この強さは海外でも必ず求められる。以心伝心が得意な国民ですからね。サービス力も輸出できる」

日本が海外に誇れる能力を丁寧に広めていこう。江澤さんの発想は面白い。

江澤博己さん ●1970年生まれ。エコー・システム・サービス代表。東京ベイホテル勤務。通信アクセスホテルを経て、1999年チームラボサービス代表就任。2000年に企業・店舗及びマーケティング担当となり、インターネットを使った宿泊のノウハウを習得し、首都圏で業績No.1となる。02年同サービスを展開してフリーランスのフリーエとして独立。04年より現職。ホテルのコンサルティング、病院、ウエディング関連会社をはじめ多くの業種への研修講師や講演を行う。著書に「接客サービスの達人」(大和出版)がある。ホームページ <http://www.asahi-kyujin.com/>

