

■2007年1月28日

株式会社コミュニケーション・デザインが運営する、各分野のトップブレインからのメッセージを紹介するWebサイト『TOP BRAIN』でインタビューが紹介されました。

<http://www.topbrain.jp/profile.cfm?ID=9>

[Home](#) > [トップブレインリスト](#) > 鶴岡秀子

トップブレイン

インタビュー

著作・本

プレスリリース

セミナー

CD/DVD

鶴岡秀子 (つるおかひでこ)

人を元気にする専門家／「伝説のホテル」設立中
[サービスカ]

モノを売りたいかったら、お客様を好きになることが大切

■ インタビュー

- [「相手に合わせた「おもてなし」をしよう\(1\)」2007.01.28](#)
- [「相手に合わせた「おもてなし」をしよう\(2\)」2007.01.28](#)

[鶴岡秀子 のインタビュー一覧へ](#)



鶴岡秀子

■ プロフィール

人を元気にする専門家／「伝説のホテル」設立中

- ザ・レジェンド・ホテルズ & トラスト株式会社代表取締役CEO。
大学卒業後、大手流通業に入社し、1年間の店勤務を経験。
小さいお店の20人分の売上をたった1人で達成し、同社の
経営企画・人事企画に異動。その後、外資系の大手コンサル
ティングファームにて、外資系製薬企業、アミューズメントパーク、大手メーカー、大手ソフト会
社、大手商社等に経営戦略、ならびに、ヒューマンリソース、ナレッジマネジメントなどのコンサル
ティングを行なう。

2000年2月に「株式会社サイバーブレインズ」を立上げ役員を退くまでの間、営業・提携・IR・広
報をメインに活動。その後「伝説のホテル」を設立するための準備を進めながら、コンサルティ
ング会社を経営。2006年3月には念願のホテルマネジメント会社、「ザ・レジェンド・ホテルズ & ト
ラスト株式会社」を設立した、注目のパワフル女性起業家。

「人に元気を与える」と評判の講演は、[流通・美容・サービス業界]、[金融・保険業界]、[医療機
関、教育機関、行政機関] [各種業界]、大学院、「元気が出る教室」など、各月セミナー主催会社
様による講演多数。多方面より、幅広い支持を受けている。

著書に、『一人で20人分の売上！新人ツルちゃんの接客営業』（台湾で発売予定）、『10歳から
起業すると決めていた～30代で年商14億円を達成した私の仕事術』（ともにダイヤモンド社）。
のちに『10歳から起業すると決めていた』が、韓国、台湾にて翻訳・発売。2007年6月末には、
講談社より、3冊目の著書となる「天国体質になる！一仕事を楽しむ52の秘訣」が刊行。

ザ・レジェンド・ホテルズ & トラスト株式会社 <http://legendhotels.jp/>

トップブレイン

インタビュー

著作・本

プレスリリース

セミナー

CD/DVD

鶴岡秀子 [インタビュー]

相手にあわせた「おもてなし」をしよう(1)

2007.01.28

[TOPBRAIN RADIO] [おもてなしの極意を聴く!](#)



鶴岡秀子
人を元気にする専門
家 / 「伝説のホテル」
設立中
[サービスカ]

「おもてなし」は一人ひとり違っていいんです

小さい時から起業したいという気持ちがあった

川崎

本日のゲストはザ・レジェンド・ホテルズ & トラスト株式会社代表取締役CEOの鶴岡秀子さんをお迎えしています。

永田

鶴岡さん、本日は宜しくお願いします。

鶴岡

宜しくお願いします。

川崎

宜しくお願いします。

永田

すごい経験をお持ちですね。

鶴岡

自分でもビックリしました。

音声を聴く

Click!

永田

私と鶴岡さんは昨年にお食事会の席で既に出会っているんですね。みんなとってもおしゃべり好きが集まり、当然鶴岡さんの伝説のホテルのお話も伺って、けれども僕も含め各メンバーがそれぞれ勝手にしゃべって勝手に終わって。今日もずっとお互いしゃべりますので。

川崎

ほっとらかしいんですね。

永田

3度も起業されたのはどういう理由ですか。

鶴岡

「10歳から起業しようと決めていた」という本のタイトルにもなったのですが、本当に小さい時から起業したいという気持ちがあって、それで今回3回目になったという感じですね。

永田

1回目と2回目、2回目と3回目はやはり違いますか。

鶴岡

違いますね。この前、あるVC(Venture Capital)の社長の方に言われたんですけど、シリアントレプレンターという何度も何度も起業する人の傾向として、あとになればなるほどその人らしいお仕事になっていくそうです。

永田

それはわかりますね。僕自身は1度しか起業してなくて来年14年目に入るのですが、年々自分らしくなると周りには言われますね。

鶴岡

最初はまだ肩肘張っているというか、かなり背負って生きているんですけど。

永田

「起業とはこういうものです」と言って、周りの社長に負けられないように、周りばかり気になっていたような気はしますね。

鶴岡

だんだん自然体になっている気がします。

永田

昨年だと伝説のホテルの創立の夢に近づいていっちゃって、スタートの目標を決めていっちゃいましたけども、まだここまですリアルな話ではなかったですね。

鶴岡

そうですね。

永田

ここまでの流れをちょっと教えていただけますか。

鶴岡

去年お会いした時はまだ2つめの会社を経営していた時で、今年3月末にやっとホテルの会社を立ち上げまして、この間メールマガジンを会社で配信し出し、今65名ぐらいですけども毎日配信しています。最初の第1号に「マネージメントメンバーでさえ、どうやったら伝説のホテルができるのかわからないのにスタートできる私たちはなんて幸せ者なのでしょう」と書いたんですよ。

永田

それはすごいですね。

鶴岡

そうやって3月末に結集し、建設のラフプランがもう固まって、土地の手配ができて、ランドデザインとって建設が本当に具体的になる段階に今なっています。同時にホテルにはシステムが必要ですから、そのシステムを。

川崎

システムとはどんなものですか。

鶴岡

予約やチェックインなどいろいろなものがあるんですけど、どんなシステムを入れるか、シェフにどんな方に来ていただくか、スナックはどういうシステムを入れていこうか、どんな会社様と提携してやっていこうか、もちろんそのスタッフの採用もあるし、あと備品の選定とか。この間も1日でベッドを5社ぐらい寝まくって「あれがいい」「これがいい」と言って、いろいろ楽しくやっていますね。

川崎

わあ、なんか楽しそうですね。

永田

楽しいでしょうね。これが迫ってくると、今度はその楽しかった時間がきつくなってくるんですけど、でもそのきつかった時間はあとから振り返ると一番楽しかった時間になるんですよね。

鶴岡 そうなんでしょうね。

永田

鶴岡さんの場合、これまでの起業の間にそれを知っているから、そういうことに強いんですよ。

鶴岡

「大変そうだ」と口で言っている頭の中は「楽しそうだ」という置き換えがいっぱいできていますね。

「おもてなしの極意」は、全ての営業に通じる

川崎

以前書かれたご本の中でもお客様に対する接客、いろいろな信念や哲学をお持ちだと思うのですが、今日も「おもてなしの極意」についてこれから伺ってきたいと思います。

永田

今までお話していただいた伝説のホテルの中で、マニュアルを越えたお客様の感動を生むサービスというのを鶴岡さんはどうイメージされていらっしゃるのですか。

鶴岡

いろいろな切り口でお話できると思うのですが、私がホテルをやりだそうと決意してから去年もいろいろなホテルに視察に行ってきたんですね。自分でどこが気持ちいいと感じて、どこが気持ちよくないと感じたのかということをし、いろいろ分析したら、実は接点がたくさんあればあるほど気持ちよかったです。

川崎

わかります。

鶴岡

それはホテルだけでなくレストランでもそうだし、私がずっと昔にやっていたお洋服の販売でもそうですし、実はそれ以外の営業でも全てに通じることだと最近思ったのです。むしろ私が気持ちよかったと思ったホテルは不便で、フロントに行くにしても遠かったり、エレベーターがなかったり、みんな徒歩だったりね。何かを呼ぶにしてもなんか不便なんですよ。不便だけでもなぜあんなに気持ちがいいと感じたのだろうと思うと、不便であればあるほどホテルのスタッフに何か頼まなくてはいけなくて、頼む度に言葉を交わし、来てくださる度に笑顔を交わし、スキンシップではないけれどいただく時に手を触ったり、それが気持ちよかったです。

永田

実を言うと、私のやっているフードビジネスプロデューサーという仕事はお店を仕掛けるわけですね。その時に僕が一番意図するのはお客様とのコミュニケーションポイントをお客様が来店されてから退店、つまりお帰りになるまでに何ポイント意図的に仕掛けるかなのです。

川崎

敬ですか。

永田

はい。客単価が安い、例えばファーストフードチェーンでは、そのコミュニケーションポイントを作ることがリスクになるのです。一方である程度のスキル、技術を持ったサービスマンがいるお店では親切なメニューや親切な動線や親切な料理説明のマニュアルを作り過ぎたりすることが不親切なのです。わざと不便にしてくんいですね。メニューを見たら何のメニューかわからないから「すみません、これ何ですか」と聞いた時にスタッフがスラスラと答える。違う子に聞いてみたらその子なりの説明があったり、トイレがどこにあるかわからないとか、そういうことをどんどん仕掛けていって、わざとコミュニケーションポイントを仕掛けていくんですね。

川崎

えー、知らなかったです。

永田

僕は特に個人のオーナーさんが持つような小さいお店では、わざと仕掛けます。フランチャイズ展開、多店舗化しなくてはいけないお店ではコミュニケーションポイントを最低限まで減らすのです。

川崎

日本人はわりと聞くのを躊躇しますよね。だからわざと不便にしておくで「すみません」と。書いてあればそれで「まあいいや」と思ってしまいますものね。

永田

ただ、ホテルオークラでも帝国ホテルでも意外と宴会場の場所がわかりづらかったりするので。その時に迷っているなという気配を察して、従業員が近づくのです。そうしたら感動しますよね。

川崎

しますね。

鶴岡

そういうふうには仕掛けてあるんですね。

川崎

しまった、気づかなかった。

永田

ビジネスホテルだと全部丁寧に看板がつけてあって、できる限り従業員が言葉を発さなくていいんですよ。

■ 他のインタビューを読む

➡ [「一人で20人分の売り上げ！新人ツルちゃんの接客営業/ダイヤモンド社\(1\)」2005.04.24](#)

➡ [「一人で20人分の売り上げ！新人ツルちゃんの接客営業/ダイヤモンド社\(2\)」2005.04.24](#)

[鶴岡秀子のインタビュー一覧へ](#)

トップブレイン

インタビュー

著作・本

プレスリリース

セミナー

CD/DVD

鶴岡秀子 [インタビュー]

相手にあわせた「おもてなし」をしよう(2)

2007.01.28

[TOPBRAIN RADIO] [おもてなしの極意を聴く!](#)



鶴岡秀子
人を元気にする専門
家 / 「伝説のホテル」設立中
[サービス力]

「おもてなし」は一人ひとり違っていいんです

入り口の戸の開け方でわかるお店の格

鶴岡

父と私は本当に小さい時からよく仕事の話をして、おもしろい話を聞いたことがあり、私はそれを「スパイラルの理論」と名づけたのですが、「一番安いお店、単価の低いお店は自分で入り口の戸を開けて入るだろ」と言われたんですよ。お金かけられないから自分で戸を開けて入らなくてはいけないのです。次は自動ドアになるんですよ。楽になって、サクサク入れるようになるんですね。もっといいお店になるとどうなるかという、「もっと重いドアがあって手で開けてくれる人がいるんだよ」と父が教えてくれたのです。最初と最後は同じ木の扉だけど次元は全然違うのね。

永田

同じなのは看板です。究極いって看板は要らなくなってしまうのです。

鶴岡

なるほど。

永田

場所もわかんなくていいんです。

川崎

でもその方がなんか隠れ家に来たような感じがして。

音声を聴く



永田

それもそうだし、電話で問い合わせた時の対応力や、もっと言ったら「お店の前でお待ちしておりますので」という仕掛けをね。

川崎

わあ素敵、待たれたら。

永田

今日はいろいろもっと聞こうと思っていたのですが、今の話に全て集約されてすごくわかりやすかったです。

鶴岡

ありがとうございます。

川崎

でもそこはだめなコミュニケーターではなくて、いい人がいないと全部ゼロになってしまうではないですか。いい人というのはどういう基準で探していくのですか。

鶴岡

自分にベクトルが向いている時に強い人と、人にベクトルが向いている時に強い人とやはりいると思うんですよね。どちらかというとなら、比較的私もそうですけど、人に何かをやってあげている時こそ喜びを感じるタイプの人がいっぱいですよ。だからスキルや経験があるかないかではなくて、そういう発想を持つ人がすごく大事だと思うのです。

永田

面接している時に結構白黒つきますよね。

川崎

どうやったらわかるのですか。

永田

雰囲気というか、しゃべり方や目配りでわかってくるのですが、ちょっと言葉悪いですけどため口でしゃべっていても雰囲気がいい人もいるし、丁寧な言葉遣いでもいちいち冷たさを感じる人もいますので、それであれば僕は茶髪でもピアスでもいい子はいいと思っているので、本当は一律のルールは作りたくないですよ。サービスというのは相手に対して喜んでいただくという気持ちさえあれば、「トライないところに成長なし」なのでいくらでもトライして失敗していいと思うんですね。飲食店などのサービス業は最低限のものは必要だと思うのですが、そこから先はいいかに個性を伸ばしてあげられるかだと思うんですね。

川崎

なるほど。これから従業員を探していくポイントというのはやはり人に何かしてあげられるような方たちですか。

鶴岡

そうですね。

サービスは同じではなくていい

川崎

いろいろお伺いしたいと思っていましたが、最後に鶴岡さんから今聞いていらっしゃるリスナーの皆さんに日常生活、それからビジネス上でも役に立つおもてなしのためのアドバイスなどがありましたらお伺いしたいのですが。

鶴岡

いかに本当の大親友だったらと、身近な人に置き換えて考えられるかだと思うのです。例えば皆さんもおうちにお友達を呼ぶ時にたった1人で来る人と友達2人で来る人とご夫婦で来る人と子供連れで来る人と、対応を変えるではないですか。

永田

そうですね。

鶴岡

だからサービスは同じではなくていいんですよ。日本人は「同じにしてあげなくてはいけない」「平等にしない」と思っていて、「おもてなし」またぶん「hospitality」と訳されるから一人ひとり違っていいんですよ。日本人は何か違うと「誰かに不利益を被らせる」「みんなに同じことやらないといけない」と思っているのね。

川崎

今、言われて気がついたんですけど、それは自己満足ですね。

鶴岡

そうですね。だから自分が何かをしてあげたいという感覚ではなくて、その人が何を求めているか。お子さんと一緒だったら折り紙を用意しておいて教えてあげるだけで喜ぶかもしれないし、自分がやってあげたいことよりもその人が何をしたいかなという感覚。だから自分たちにフォーカスするのではなくて、来て下さる方にフォーカスするのがすごく大事な気がしています。

永田

本当にそう思いますね。意外と街中のお蕎麦屋さんのおばちゃんがよくったりするんですよ。子どもを見たらあめ玉あげたり、「あなた、ちょっと大盛りやめなさい」なんて言ったりして。

鶴岡

そう、そう。

永田

「ちょっと最近太ってきたんだから」なんてね。

鶴岡

それが嬉しいのよね。誰にでも大盛りにすればいいというものではないのよ。

永田

「よし、売り上げ100円得した」でなくてね。その人のことを思いやるということだと思うんですね。

川崎

ありがとうございます。『永田雅乙のサービスマインドセミナー おもてなしの極意を聞く！』本日のゲストはザ・レジェンド・ホテルズ & トラスト株式会社代表取締役CEOの鶴岡秀子さんでした。

永田

鶴岡さん、本日は貴重な話をどうもありがとうございました。

鶴岡

ありがとうございました。

■ 他のインタビューを読む

- ➡ [「一人で20人分の売り上げ！新人ツルちゃんの接客営業/ダイヤモンド社\(1\)」2005.04.24](#)
- ➡ [「一人で20人分の売り上げ！新人ツルちゃんの接客営業/ダイヤモンド社\(2\)」2005.04.24](#)

[鶴岡秀子のインタビュー一覧へ](#)