

日本フードサービス学会  
第2回フードサービスマネジメント研究部会

日 時：2013年1月21日（月）18：00～20：00

会 場：日本フードサービス協会 10階会議室

テーマ：「人々の価値観の変化とともに、フードサービスにおけるロイヤルのホスピタリティの概念がどのように変化・発展してきたのか」

### 1) 前回の課題

第1回フードサービスマネジメント研究部会において、フードサービス業におけるサービス及びホスピタリティの定義が問題の一つとしてあがった。

一貫した定義や論理の不在は、顧客の多様なニーズに対する困惑と、学問的・手法論的な立ち位置の曖昧さに繋がっている。

そこで、問題解決のためのアプローチの1つとして、時代ごとの顧客の価値観と、対応する価値創出要因を振り返ることになった。

### 2) 梅谷羊次氏の発表

(詳細な内容に関しては著書、資料などがあるので、発表に沿って簡潔にまとめる)

#### ●1970年代（製品志向の時代）

飲食産業の基盤が築かれた時代であり、消費の拡大に伴って、多くの飲食業が参入した。各々の信じる理念を掲げ、半ば体当たりのサービスを提供していた。当時のロイヤルにもホスピタリティの概念は存在し、「サービス販売は、お客様の心を楽しませ、社会を明るくするものでなければならない」という理念にも現れている。

顧客価値要因は新奇性と外国文化。



梅谷 羊次 氏

#### ●1980年代（販売志向の時代）

飲食産業が勢力を拡大した時代であり、バブル経済による人の移動によって、好立地が変化し、出店競争が激化した。サービスのマニュアル化が完成し、均一な接客がなされていたと考えられる。

顧客価値要因は価格に対する満足度（費用対効果）。

#### ●1990年代（顧客志向の時代）

飲食産業に転機が訪れた時代であり、高価格レストランが淘汰され、低価格のガストやサイゼリアなどが台頭する。顧客の嗜好が多様化（ニーズの高度化）し、手軽にさまざまな商品が

手に入り、選ぶ楽しさが増えたコンビニが人気になる。

顧客価値要因は低価格とラインナップ。

●2000年代（社会志向の時代）

飲食産業に課題が突き付けられた時代であり、BSE や雪印の偽装問題が取り沙汰され、人々の企業責任と健康への意識が上昇した。環境汚染や少子高齢化など、社会問題も注目の的となった。一方で、低価格で質もよく、バリエーションに富む製品を持つ企業は成長を続けた。ロイヤルのシズラーは苦難の中にあっただが、食育を課題に掲げ、農家との架け橋としての役割を強めることで、顧客との相互信頼関係を獲得した。

顧客価値要因は個人の価値観と企業の健康・社会責任に対する信頼。

●2010年代（ホスピタリティ産業への転換）

今日、飲食産業は転身を求められている。さらなる高齢者の増加、孤食や固食など生活スタイルの悪化が予測され、健康に働きかける価値創出要因が問題解決のための案としてあがった。大手飲食チェーンの目指す方向としては、農・食・医・住をつなげ、持続的で健康的なライフスタイルを提案する地域のパートナー。

以上より、ロイヤルにおけるサービス及びホスピタリティは、飲食店が考える価値ある行為だけでなく、農家などのロイヤルを支える存在と、顧客の価値観および顧客を取り巻く社会の様相によって決定されたことが伺える。

### 3) 議論内容

梅谷氏の報告を受け、さまざまな意見が以下のごとくあがった。

#### ① サービス及びホスピタリティに関する意見

サービス・ホスピタリティに関しては、「サービスは機械化され得るが、ホスピタリティは必ず人の介在が必要である」や、「動線計画やコンフォータブルデザインを追究し、店舗空間のコントロールを怠らないことも、ホスピタリティに繋がる」とする意見。

また「歓迎する顧客すらも環境要因として制限して、ホスピタリティを徹底した時がある」など、現場におけるサービス及びホスピタリティは、食はもちろんのこと、人と場のコントロールも重要であることが指摘された。

「差別化のために食べること以外の目的を意識する必要もある」との意見もあり、フードサービスだけでなく、オブジェクトサービスを考える必要も出てきた。

#### ② 文化に関する意見

食文化に関しては、「食文化を忘れてしまった人も多く、食を通じた教育を考えなければならぬ」や「ファミリーレストランにも、旬のものは旬に提供し、季節や地方によって変化するメニューを許容するシステムが必要」などの顧客の嗜好や常識の変化に注目し、働きかけようとする意見があった。

「接客に関しては、”方言”にも見られるように、マニュアルだけでない接客の雰囲気、味わいもあるのではないかと」のように地域ごとの接客の違いが価値要因になるのではとい

う意見もあった。

### ③ 価値観や観念に関する意見

人々がもつ食事慣習や、受け入れるサービス及びホスピタリティは、彼らのもつ観念や価値観に起因することから、「時代によって変わる飲食業への価値観と、変わらない本質というのがどういった構造になっているのか」という意見も出た。

この件に関しては、「ファミリーレストランないしは外食がもたれている健康に悪そうというイメージを払拭し、健康面を意識していることをどのように伝えるか」など現状の具体的な問題点にも言及された。

飲食店の健康に対するイメージは時代によって変容する可能性があり、健康を重視する姿勢は変わることのない（変わりにくい）本質として存在すると思われる。

## 4) まとめ

前回あがった問題点と、新たな意見の位置づけを簡単に整理する。

「フードサービス業におけるサービスおよびホスピタリティの定義の曖昧さ」に対して、現場の食と人、場（環境）がホスピタリティの提供要因となり得る。

また方向性として、顧客の嗜好や常識の変化を読み取り、働きかける動きが必要である。嗜好や常識がどうやって変化するか読み取るために、時代によって変わる飲食業への価値観と、変わらない本質の構造を明らかにする必要も出てきた。

フードサービスの定義の範疇ではあるが、食事以外のオブジェクトサービスの存在も浮かび上がった。

そのほかに今回あがった問題点として、「外食に対して顧客が抱く不健康のイメージ」や「日本人の食文化の忘却あるいは変質」が存在する。いずれも飲食産業としての主張を掲げ、発信していく必要がある。

今回の研究部会ではサービス及びホスピタリティの明確な定義が決定したわけではないので、問題点を意識した議論を重ね、明確な根拠に基づいて定めていく必要がある。

前回の問題点は「サービスおよびホスピタリティの競争力や実用性の不明瞭さ」、「ヒトのもつサービスおよびホスピタリティの減少」もあったが、前者は次回研究部会の主題となり得る。

## 5) 次回の開催と課題等

開催日：2013年2月18日（月）18:00~20:00

テーマ：「人におけるサービスとホスピタリティ」

に関して清水均氏の報告を受け、全体で議論を行う。

課題：理解を深めるため、清水氏の

『サービス業のためのホスピタリティコーチング』の事前購読

文責：高崎商科大学 特任教授 服部勝人