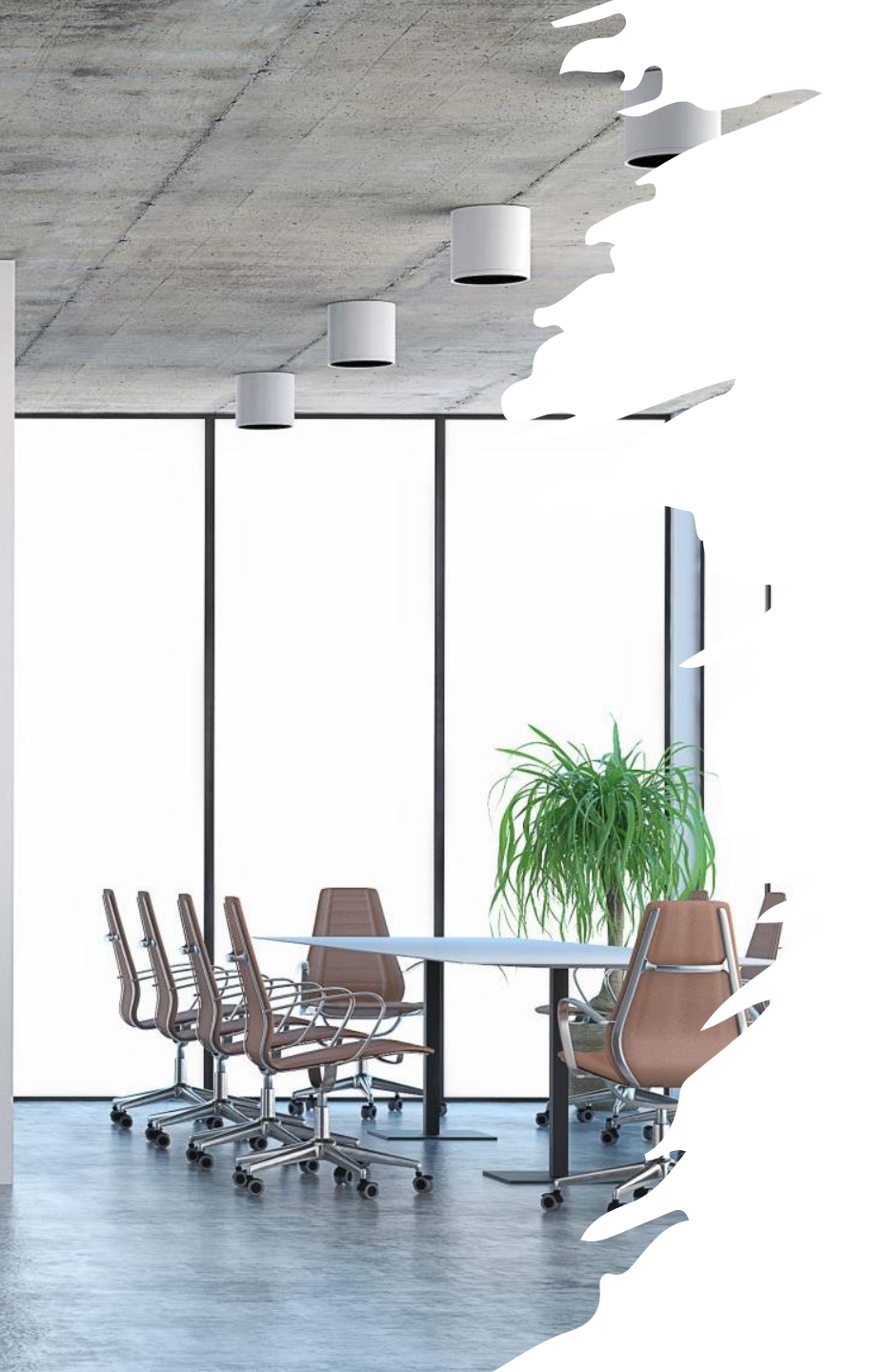


リモート研修 メニュー

ご要望に合わせてカスタマイズした研修も



新入社員基礎教育 (定着率を上げるため 最初が肝心)

@ 1時間15分×3回

- ① コロナ以降の観光マーケットと旅館業界を知る
業界の悪しきイメージの払しょく、解説
観光サービス業の基本を学ぶ
コミュニケーションの原理原則で考える
楽しく働くための知恵を学ぶ
宿題：コミュニケーションスキルを試す

振り返り、質疑応答

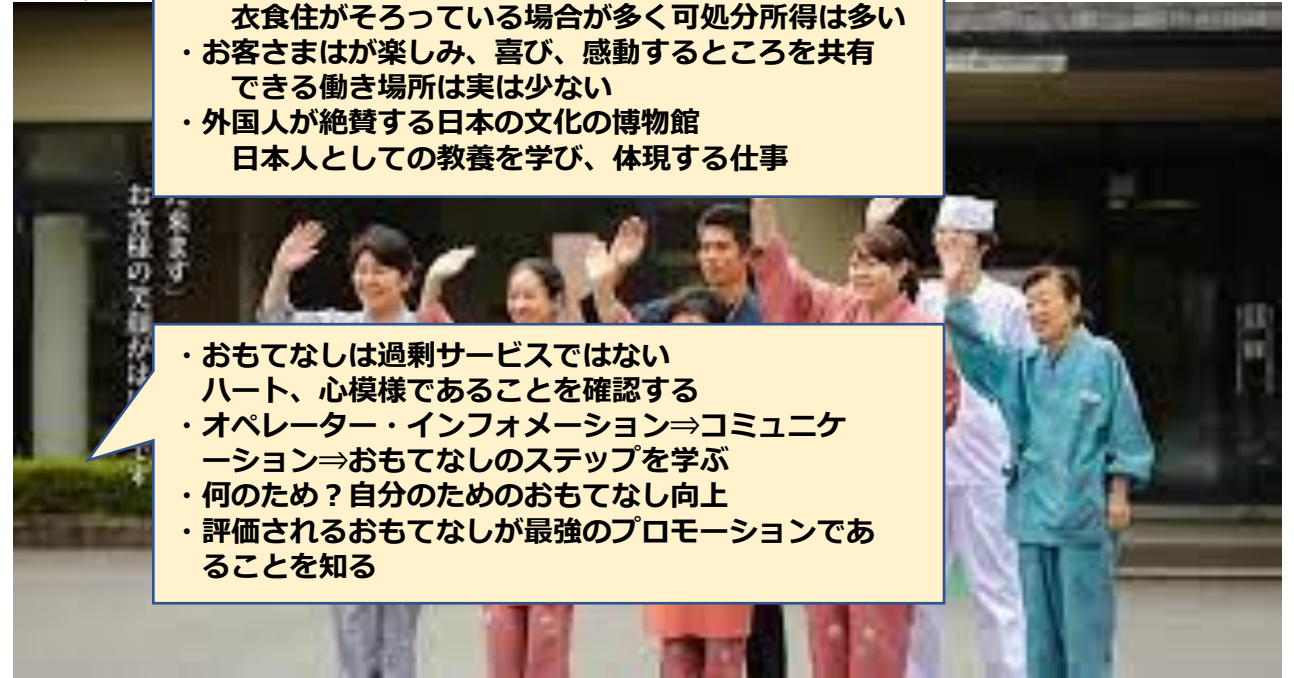
- ② おもてなしを考える
お客さまは鏡、すべて自分に返ってくる
楽しむための知恵を学ぶ
宿題：自館の気づきをメモ

振り返り、質疑応答

- ③ おもてなし向上のポイントを知る
お客様目線（第一主義）が基本
気づきが実践を呼ぶ やらされる仕事からの脱却
前味、中味、後味、好きであることの強み
働き様（働いているときの心模様）を変える考え方の整理
まとめ：質疑応答

- ・ 給与が安い、拘束時間が長い、遊興絡みのサービス等悪しきイメージを払拭
漠然たる不安を持たせない紐解き、免疫づくり
団体、宴会の時代ではなくなっている
アイドリングタイム（待機時間）が多い仕事
衣食住がそろっている場合が多く可処分所得は多い
- ・ お客さまはが楽しみ、喜び、感動するところを共有できる働き場所は実は少ない
- ・ 外国人が絶賛する日本の文化の博物館
日本人としての教養を学び、体現する仕事

- ・ おもてなしは過剰サービスではない
ハート、心模様であることを確認する
- ・ オペレーター・インフォメーション⇒コミュニケーション⇒おもてなしのステップを学ぶ
- ・ 何のため？自分のためのおもてなし向上
- ・ 評価されるおもてなしが最強のプロモーションであることを知る



インバウンドのお客様へのおもてなし向上 (語学が苦手でも満足いただけるおもてなしはできる)

@ 1時間15分×2回

① インバウンドマーケットと旅館業界を知る

関わるのが必然となる時代を知る

そのニーズを把握する

コミュニケーションでの言葉の影響力は1割

ノンバーバル (非言語) コミュニケーションとは何か

それを補完する資材とはどのようなものか

宿題：インバウンドのお客様に聞かれそうなことをメモする

振り返り、質疑応答

② 具体的なそのスキルを確認する

いかに見せるか、感じさせるか

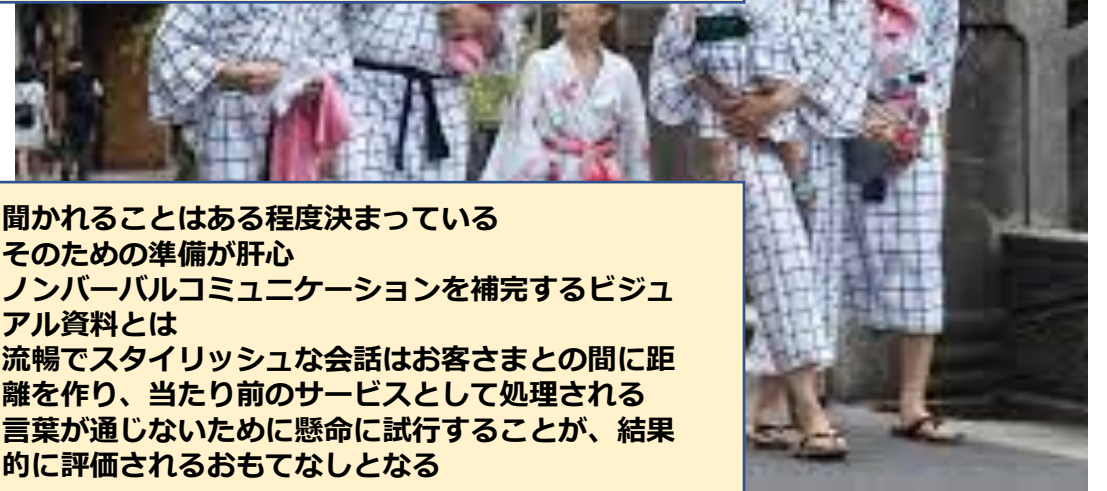
表情、ビジュアルハンド、書く、描く・・・

言葉が通じないからこそ伝わる心

わかるとできるは天と地の差 勇気を奮って試す

まとめ、質疑応答

- ・ コロナが一定の形で収まった時、インバウンドは激増する
- ・ コアリピーターで日本ファン
- ・ 特異な日本の文化が創り出した社会と暮らし、そして人との触れ合いを求めて、他人が経験していない穴場探しで津々浦々に出没
- ・ スローツーリズムと目的型旅行がそのニーズ
- ・ おもてなしの心、フランク、親切、優しさが大切
- ・ 単語英語とノンバーバルコミュニケーションで通じる



- ・ 聞かれることはある程度決まっている
- ・ そのための準備が肝心
- ・ ノンバーバルコミュニケーションを補完するビジュアル資料とは
- ・ 流暢でスタイリッシュな会話はお客さまとの間に距離を作り、当たり前前のサービスとして処理される
- ・ 言葉が通じないために懸命に試行することが、結果的に評価されるおもてなしとなる

旅館のおもてなし向上 (過剰サービスではない最強のプロモーション、評価されるおもてなしとは)

@ 1時間15分×2回

- ① コロナ以降のマーケットと旅館業界を知る
最強のプロモーションはおもてなし向上である
オペレーション、インフォメーション⇒コミュニケーション⇒おもてなしのステップを知る
コミュニケーションの原理原則でおもてなしを科学する
コミュニケーションの領域を確保する手法を知る

宿題：オペレーション業務以外でお客様に仕掛ける

振り返り、質疑応答

- ② 評価されるおもてなしを確認する
期待と実際のギャップ、弱小観光地の強み
おもてなしの+aの実際
お客様の視線で科学する
付加価値商品“do”の大切さ
最大の評価は人との触れ合いで生まれる

まとめ：質疑応答

- ・ コロナ以降、旅館が求められることを知る
- ・ コミュニケーションの領域を確保して、+aのおもてなしの領域に入る事こそ最強のプロモーションとなる
- ・ 口コミ構造とSNSの情報拡散の構造を知る
- ・ ビジネスの領域から、まずコミュニケーションの領域を確保する手法を知る
- ・ オペレーション、インフォメーション業務以外での館内ですれ違うところでの会釈から始まるその仕掛け

- ・ コミュニケーションの領域から評価されるおもてなしへの昇華のための+aを知る
- ・ 期待とその実際のギャップが大きいほど満足度は高い
- ・ 大型観光地は期待のバーが高い
- ・ 人が介在することが評価されるおもてなしになり易い
- ・ おもてなしの心からの気づきが財産、気づきは実践を呼ぶ
- ・ おもてなしの心で、お客様の違和感を払しょくさせる工夫
- ・ 自館の価値提供を上げる、商品企画とコンシェルジュ機能強化
- ・ 最良のおもてなしは人“私”であることを自覚する



旅館の生産性向上 (生産性向上はおもてなし向上になる)

@ 1時間15分×2回

- ① コロナ以降のマーケットと旅館業界を知る
生産性向上と和のおもてなしは対立軸ではない
和のおもてなしに影響を与えない生産性向上とは
生産性を向上させないと業界の労務改善はできない
アイドリングタイムが作る余計な仕事
宿題：館内の仕事のやり方で無駄と思うことをメモする

- ・生産性が低ければ、低い給与になることは当たり前
- ・和の文化は、生産性、効率性の対極にある、無駄の塊
- ・生産性向上と和の文化は対立軸ではない
- ・無駄の塊だからこそ、その効果は大きいです
- ・小さなことの積み重ねが年間では大きなものになるという考え方が基本になります

- 振り返り、質疑応答
- ② 旅館の生産性向上の考え方
仕事のやり方を変えることで一人何分短縮できるか
×何人×年間何日 = 人件費見合いで何人分？
おもてなし向上のためにカットできないもの
事例に学ぶそのポイント
改善運動をモチベーション向上の手段とする

- ・十年一日の仕事のやり方、当たり前のものに疑問を持ちましょう
- ・仕事のやり方を変えて、無理、無駄をなくすことに傾注します
- ・ミス無くすことも大きな生産性向上です
- ・食材の残滓率、器の破損率、動線改善、アイドリングタイム改善、多能工化すべて生産性向上に結び付きます
- ・お客さまへのおもてなしに関わることは手を付けません。

まとめ、質疑応答

観光庁の
eラーニング
講習2017
旅館の人材
確保、育成、
生産性向上
の講師をして
いました

旅館の人材確保 (人財⇒人材⇒人手⇒人罪)

@ 1時間15分×2回

- ① コロナ以降のマーケットと旅館業界を知る
何故、人材確保に苦労しているのか客観的に整理する
失業者が溢れていても人材確保ができない現実を知る
どのような人材が市場に放出されていくかを知る
そのアプローチを考える
宿題：ターゲットとアプローチを考える

振り返り、質疑応答

- ② 定着率向上のための労務改善を考える
定着率劣化は 品質の劣化、財務を直撃
モチベーション管理のマネジメントを考える
労務改善のポイントを確認する
生産性向上とおもてなし向上の連動する仕組みを考える

まとめ、質疑応答

- ・ 人材確保のターゲットを整理する
- ・ コロナ以前から業界が人手不足になっている原因と課題を理解する
- ・ 大失業時代、コロナ禍、コロナ言い訳構造改、革リストラ、AI進展による業態ぐるみのリストラ、その構造を理解する
- ・ コロナ禍以降、ワークライフバランス、働く価値観を大きく変えた労働者の構造を知る
- ・ 吐き出された単身、孤立の寄り辺なき民とそのシェルター機能とそのニーズとしての人材確保を考える
- ・ 従来手法、知人紹介とハローワーク等では手当てできないことを知る
- ・ どの層のどのような人にアプローチするかを考える

- ・ 人材確保するための受け皿としての労務改善のポイントを知る
- ・ 人材育成の重要性を知る
- ・ モチベーション管理の参加型マネジメントを学ぶ
- ・ 生産性向上の方向性での労務改善の手法を学ぶ
- ・ 定着率の劣化が財務を直撃することを知る
- ・ 変動人件費の組み合わせで賄う仕事のやり方を考える

観光庁の
eラーニング
講習2017
旅館の人材
確保、育成、
生産性向上
の講師
兵庫県旅館
人材確保調
査コンサル
ティング担
当しており
ました

旅館の人材育成

(人材育成は 労務改善、定着率とソフト資産を向上させる) @1時間15分×2回

- ① コロナ以降のマーケットと旅館業界を知る
人材育成と生産性向上、定着率改善はリンクする
これからの業界は“人”が資産
(知識+経験) ×モチベーション = 仕事の成果
主体的働き様に導くマネジメント
人材育成無き職場は 補給路の途絶えた軍隊
宿題：自館での人材育成の仕組みを整理する

振り返り、質疑応答

- ② 参加型のマネジメントで人材育成を図る
精神的報酬の増やし方
モチベーション向上の仕組みづくり
OJTの仕組みを再構築する
ハードからソフトの投資にシフトする

まとめ、質疑応答

- ・ 定着率向上は最初が肝心、教育研修が鍵を握る
- ・ 手間暇かけることが結果的に生産性、効率性を産む
- ・ やらされている仕事から自らの仕事とする構造
- ・ モチベーション管理の仕組みを理解する
- ・ 働き様（働いている時の心模様）がおもてなし向上へ

- ・ 物理的報酬に代わる精神的報酬の与え方
- ・ 並走するリーダーシップ、参加型マネジメントの効用
- ・ 改善のディスカッションで育むモチベーション
- ・ 仕事のやり方を変えることがおもてなし向上に
- ・ 人材育成は生産性を向上させ、モチベーション向上
おもてなし向上を図ることになる

観光庁の
eラーニング
講習2017
旅館の人材
確保、育成、
生産性向上
の講師をして
いました

afterコロナのマーケティング (お客様の価値観の激変に対応する) @ 1時間15分×2回

- ① コロナ以降のマーケットと旅館業界を知る
マイクロツーリズムが復興の口火
目的型旅行、スローツーリズム 日本人の旅の成熟化
インバウンドの激増とそのニーズ
旅館に求められるもの
事例研究 自館の対応していると思われる商品をメモ

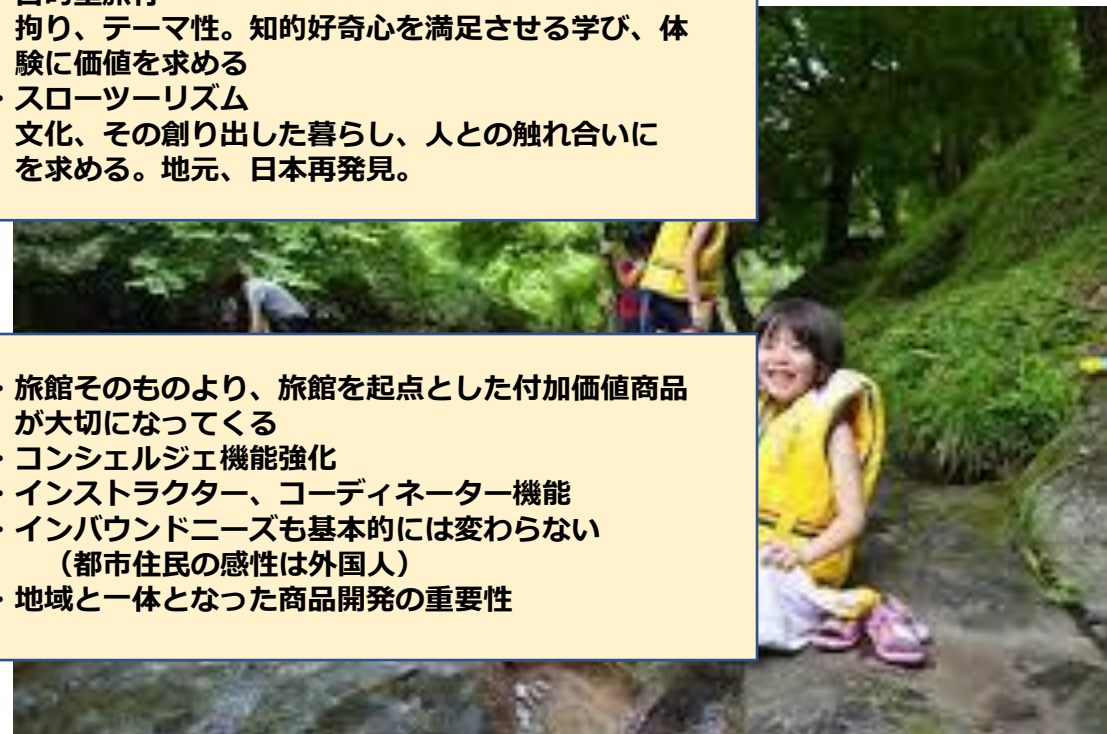
振り返り、質疑応答

- ② 競合する新たなビジネスモデルの伸長
旅館の付加価値商品の開発
泊まったら何ができるか?“do”
地域ぐるみでの開発、地域のストーリーの重要性

まとめ、質疑応答

- ・ マイクロツーリズム
復興の兆しは日帰り小旅行、地元再発見の旅から
- ・ 目的型旅行
拘り、テーマ性。知的好奇心を満足させる学び、体験に価値を求める
- ・ スローツーリズム
文化、その創り出した暮らし、人との触れ合いにを求める。地元、日本再発見。

- ・ 旅館そのものより、旅館を起点とした付加価値商品が大切になってくる
- ・ コンシェルジェ機能強化
- ・ インストラクター、コーディネーター機能
- ・ インバウンドニーズも基本的には変わらない (都市住民の感性は外国人)
- ・ 地域と一体となった商品開発の重要性



旅館の付加価値商品の重要性とその商品企画 (旧来モデル、宿泊だけで勝負するのか) @1時間15分×2回

- ① コロナ以降のマーケットと旅館業界を知る
マーケットニーズの泊まりの付加価値を考える
滞在型宿泊観光、インバウンドの取り込み
“do”体験、出会いを基軸に考える
地元、日本再発見の視点
宿題：周辺で価値ある商品をメモする

- 振り返り、質疑応答
② 旅館商品を周辺で企画造成
地域のストーリーを確認する
インストラクター、コーディネーター、
インタープリター機能を意識する
新たな“道”への誘いを考える
webでの情報発信とそのコンテンツ作り
まとめ、質疑応答

- ・ 競合する新たな宿泊ビジネスモデルの台頭
- ・ コロナ禍以降のお客様の価値観の激変
- ・ 宿泊を手段として、価値ある目的を探す
- ・ 特別な体験、出会いのニーズ
- ・ 新たな“道”を探すニーズ
- ・ 初心者目線の重要性

- ・ 道への誘い、インストラクター機能
- ・ 特別な体験へのコーディネーター機能
- ・ 共通言語で語るインタープリター機能
- ・ コンシェルジュ機能強化で考える
- ・ 何が出来るかへの拘り
- ・ 継続の仕組みづくり

