

ホスピタリティが顧客・経営に与える影響について

About the influence that hospitality gives to the customer and management

1K06B168

指導教員 主査 間野義之先生

成富 文彦

副査 武藤泰明先生

【研究背景】

Dittmer&Griffin(1993)はホスピタリティは語源的にはラテン語の“hospitare”から派生し、本来は「遠方から訪れた旅人を手厚くもてなす。歓待する。」ことを意味している。また、小お学館の日本国語大辞典には、ホスピタリティとは、「心のこもったもてなし。手厚いもてなし。異人歓待。また、歓待の精神。」と記されている。乾(2003)によれば、「ビジネス活動におけるホスピタリティの存在は、これまで全くと言っていいほど経営戦略論における議論の対象にはならなかった。」と述べていることから、現状その存在は軽視されがちであるのではないかと考えられる。そこでホスピタリティとは何か、ホスピタリティが客と企業に与える影響の重要性について、その根拠に基づき論じていきたい。

【研究目的】

本研究は、ホスピタリティがサービス業における顧客・経営に与える影響をそれぞれ明らかにし、ホスピタリティの重要性について明らかにすることを目的とする。顧客に与える影響では、ホスピタリティについてまず明記したうえで、ホスピタリティが顧客の印象や効果などどのような影響を与えるかについて明らかにしていく。また、企業において、ホスピタリティの実践が経営に与える影響について明らかにする。

【研究方法】

本研究では、過去から現在に至るまでになされてきた従来のサービス業におけるホスピタリ

ティの研究から現状を把握した上で、ホスピタリティが顧客を惹きつける魅力について重要な要素を抽出する。また、山上(1999)の「サービス業におけるホスピタリティの対象領域」の中で、狭義にあたるホスピタリティ実践企業を文献で研究し、そのなかで共通する要因を見つけ、考察していく。

【結果・考察】

ホスピタリティについて研究し、その知識をもとにホスピタリティ実践企業二社に研究したところ。共通して顧客志向の精神が強く、既存顧客の維持に強く力を入れているという結果がわかった。これより、ホスピタリティの実践をもって既存顧客の維持に力をいれることが、企業の経営にとって利益を生むのではないかと考察した。

トム・コネラン(1997)は「多くの企業が、新規顧客の方に獲得に力を入れ、既存顧客の維持にはあまり気を使わない傾向にある傾向にある。」と述べている。また、トム・コネランは「新規顧客を獲得し顧客を逃さないためには、もっと細かい点に注意を払う必要がある。東京ディズニーリゾートのリピー率は85%、細部をおざなりにしていたら、顧客に二度も三度も足を運んでもらうことはできなかったはずである。顧客の維持にもっと時間を使えば、長期的にみた際には必ず利益は増える。」とも述べている。それは新規顧客の獲得が二の次という事ではない。新規顧客の獲得は非常に重要である。しかし、新しく顧客を増やしても元の顧客を失って

は意味がない。既存の顧客を大切にし、顧客一社当たりの取引額を増額することにももっと力をいれるべきという考えの基である。

どの会社も、どれだけ顧客が増えたかに目を奪われがちになる。既述した二社のホスピタリティ実践企業はリピーターが多く、ロイヤルカスタマーの存在が多く安定して売り上げを伸ばし現在も成長を続けている。ただ数を増やせばいいという問題ではない、一回の取引で離れていく企業十社よりも、未長く取引できる企業一社のほうがはるかに大切である。ホスピタリティの実践をもって、会社の財産となる顧客を増やすことが今後の企業にとっての重要になってくるであろうと考察した。