

窓辺

まえだ
前田

しのぶ
忍

先味の大切さ

象を大きく左右するものがあり、施設側は先味のおいしさを高めるような従業員教育が重要になる。

目的のサービスを受ける前の消費者が、接客などを通して店に対して最初に抱く印象のことを、サービス業では「先味^{マスト}」という。ホテルであればチェックイン時のフロントの対応、大井川鉄道のような鉄道サービス業であれば乗車券を販売する時の窓口対応などから受ける第一印象のことだ。

先味次第で、主体となるサービスそのものの印象が、良くも悪くも大きく変わる。

例えば、こんな経験をしたことはないだろうか。料理を食べるに評判の良いレストランへ行つた際に、受付の従業員の対応が悪かったために料理がおいしく感じられず、店自体の印象も悪いものになってしまった。

逆に、あまり期待していない店で想定外の心地よい接客を受けた時、うれしくなつて料理もおいしく感じたなど。

お客さまが事前に感じる先味は、サービス全体の印

また、従業員には豊かな感性や柔軟性が求められる。先味のおいしさの基準値は、お客さまによって異なる。接客の中で、それを敏感に感じ取り、サービスの質を的確に変化させていかなければならない。

このようにお客さまへの細かい対応の積み重ねが企業のイメージを形成しており、それが鉄道業を含むサービス業の奥深さなのである。

(大井川鉄道社長)