



1995年の冬、筆者がイギリス北部のエディンバラにあるパブで、あまり冷えてない茶褐色のビール片手に、スコットランド名物の「ギャモン・ステーキ」(厚切りハムのステーキ)を食べながら、パブのテレビでサッカーを観ていた時のこと。カウンターの隣に座ってきた常連らしき客が「日本から来たの?」と声をかけてきた。「そうだ」と答えると、彼は日本のことについていろいろと尋ねてきた。よくある海外旅行でのひとこまだ。「明日はどこに行くんだい?」の彼の質問に、筆者は「ネス湖に行ってみるつもりだ」と答えた。すると彼は、「運が良ければ“Loch Ness Monster”に会えるよ」というのだ。“ロッホ・ネス・モンスター”とは、もちろん“ネッシー”のことである。ネス湖はもともと深い森に包まれた神秘の湖であったが、12世紀頃から人の手が入り始め、怪物伝説が登場する。ネス湖は、大地の裂け目に水が流れ込んだような細長い形をしており、周辺の川から泥炭が流れ込むので透明度が低い。水深が深く、冷たい水と比較的温かい水の断層が原因で光が屈折し、有名な大規模調査ではほとんど何もわからなかったらしい。さて、話をパブに戻そう。「“ネッシー”に会える」と言われた筆者は、思わず、「本当にいるの?」と懐疑的に質問してしまった。すると彼は、カウンターの店員を指して「彼は先週ロッホ・ネス(=ネス湖)に行ったんだ。どうだ?モンスターに会えたか?」と店員に話を振った。話を振られた店員は、「いや、僕は運が悪かった。でも、窓際に座っている彼は一度モンスターを目撃しているよ。へいこの日本からの観光客が明日ロッホ・ネスに行くそうだ。モンスターに会いたいそうだ!」と窓際の中年男性に話を振った。店内には20人くらいの客がいたが、たちまちに“ネッシー”の話題で店は大盛り上がりだ。以前目撃したという中年男は、「湖面を注意深く観察することだ。荒れた天気の方がいい。明日はベストだよ。」と教えてくれた。“ネッシー”の实在云々はさておき、パブで地元の人たちと過ごした時間は、忘れられない旅の思い出となっている。

2008年6月はじめ、本誌の取材で新小岩中央整骨院を訪れた。新小岩中央整骨院は、患者さんとのコミュニケーションを大切にしており、会話の絶えない、とても明るく賑やかな整骨院だ。間中院長に院内の盛り上げ方を尋ねると、「自分の患者さんとの会話を、他の患者さんに振って、院全体に会話を広げることがある。」と教えてくれた。「気付くと患者さん同士が仲良く

患者 目線

整骨院はサービス業である。サービス業では、お客様を中心に提供するサービスが考えられるべきである。このコーナーでは、サービス・マーケティングの世界に関わってきた筆者が、患者の目線で整骨院のサービスについて考察する。

なって、食事や趣味を共にする間柄になったりするんですよ。」という。スコットランドのパブでの体験を思い出した。

サービスの品質は、その場の雰囲気、時間・空間を共有する人々の影響を受ける。サービスの提供者(スタッフ)だけでなく、サービスの受け手(患者さん)もサービス作りに参加している。新小岩中央整骨院でいえば、複数の患者さんを会話に参加させることで、整骨院全体には親近感が充満し、患者さんの整骨院への心理的な繋がりが形成される。その繋がりは、明らかに患者さんの来院動機に好影響を与えているようだ。新小岩という土地柄、「心理的な繋がり」はマーケティングの重要なキーワードとなっており、そのことを意識して経営されている間中院長をはじめ、新小岩中央整骨院のみなさんの賢明さは特筆に値しよう。一方で、患者さんの目の前で、他のスタッフを大声で叱り飛ばしたり、名前を呼び捨て、鬼軍曹のごとく命令したりする“えらい先生”を目にすることがある。こうした整骨院は、決まってスタッフが戦々恐々としてコミュニケーションが円滑でなく、患者さんとの会話もほとんどない。見ている気持ちいいものでもなく、来院動機には悪影響を及ぼすことは間違いない。「患者さんと一緒にサービスを作る」ということを常に意識した整骨院経営を目指したいものだ。

再びネス湖にトリップさせていただこう。スコットランドの人々に数待された翌日、中年男の予言通り、ネス湖周辺の天気は大荒れだった。横殴りの暴風雪、しかも酷寒のなか、湖面を注意深く観察するのは至難の業であったが、それでも観光バスの運転手に呼び戻されるまで湖畔において湖面を凝視した。気温が低いためか、湖面からは湯気が立ち上り、荒涼とした廃城アークハートが対岸に霞んで見える。なんとも幻想的、神秘的な光景だった。強い風で大きく波打った湖面を見ていると、モンスターらしき物体が見えなくもない気がした。「“ネッシー”はきっといる。」スコットランドの人々がそう言うように、筆者も伝説を信じることにしている。

筆者紹介

石川 聡

Akira Ishikawa

カード、証券、銀行などを経て、金融サービスに特化したマーケティング・コンサルティング会社に勤務。
2007年「やわらせらびー推進プロジェクト」の立ち上げに関わり、企画を担当している。