

お水のグラスが小さいお店は、繁盛する。

文 中谷彰宏

text & illustration by Akhiro Nakatani

アメリカのホテル経営者と日本のホテルで会食をした時、聞かれました。

「アメリカのサービスと、日本のサービスは、何が違いますか」

ちょうどその時、ウェイターがお水を注ぎに来てくれました。

お水は、3割ほど残っていましたが、7割まで注いでくれました。

それを見て、こうお話ししました。

「アメリカだと、お水がなくなったら、10割まで注ぎます。日本は、3割になったら、7割注ぎます。これが違います」

一見、10割注ぐほうが良いサービスに感じます。それは、お水が目的の場合です。

日本のサービスは、お水を注ぐことが目的ではなく、テーブルの様子を感じに来ることが目的です。

何か不具合は無いかな。お料理は口

に合っているかな。何

かお料理で気にな

ったことは

無いかな。何か

追加の注文

は無いかな。何

かお下げする

ものは無いかな。

ひよっとしたら、お誕生日ではないか。

スタッフと話したいお客さんか、そっ

としておいて欲しいお客さんか。

誰が招かれた人で、誰が招いた人か。

無限の情報収集のために、お水を注ぎに来ているのです。用事も無くテーブルに来ると、空気を壊します。

そこで、お水を注ぐということで、テーブルに来るのです。

お客さん側のマナーは、お水を注ぎ

に来てもらった時に、「ありがとう」だけで、済まさないことです。

「おいしいです」というタイミングは、

お水を注ぎに来た時です。

「おいしい」のひと言は、タイミングが大事です。

帰りがけに伝えることはもちろんで

すが、最初の一口目で伝えることで、作っていただいた人に「おいしい」が伝わりやす。

帰りがけまで言われないと、お店の

人は「大丈夫かな」とハラハラします。

人件費削減で、テーブルにお水が置

かれているお店も、少なくありません。

ボトルクーラーに、ミネラルウォーター

が置かれているお店でも、お水を

注ぎに来てくれるのは、水を注いでい

るのではなく、コミュニケーションを

取りに来ているのです。

「お水がなくなったら、10割注ぐ」では、コミュニケーションの回数が、半分になっ

てしまいます。

「呼び出しボタン」と「ドリンクバー」

は、効率が良くなりますが、お客様とのコミュニケーションは、減ってしま

います。「お水注ぎ」は、ただの「お水注ぎ」

ではないのです。

お水のグラスが小さいお店は、繁盛し

ます。



中谷彰宏
公式 Instagram



Profile

1959年、大阪府生まれ。早稲田大学文学部演劇科卒業。博報堂勤務を経て独立。1991年に株式会社中谷彰宏事務所を設立。私塾「中谷塾」を主催。全国で講演、ワークショップ、オンライン講座を行う。著作は1100冊を超える。
公式サイト <https://an-web.web.com/>

