

おしぼりを巡る変化

貸しおしぼり業を営んでいて最近気がつく変化は、飲食業以外のサービス業で、おしぼりを使うところが増えたことです。百貨店内のアパレルショップ、紳士服店、自動車ディーラー、パチンコ店、ゴルフ練習場、美容院……。ざっと思いつくだけでさまざまな業種に広がっています。飲食店でおしぼりを出さなくなったところが増えているのと対照的です。

おしぼりが接客アイテムとして定着したのは江戸時代からといわれており、「おもてなしの心」を象徴するものとして使われてきましたが、最近の飲食店では単なるコストとして捉えられるようになってきたということです。

一方で、飲食業以外のサービス業では、おしぼりを出すことでお客様への感謝の気持ちを示すようになってきました。「たかがおしぼり」と思われるかもしれませんが、飲食店におけるおもてなしの重要性が揺らいでいるとしたら、将来に禍根を残しかねないと思います。

おしぼりも一工夫すれば、ユニークなおもてなしの道具になります。あるレス

トランにお子さん連れのお客様が来店されました。最初はおとなしかったお子さんも、だんだんぐずり始めます。すると、女性スタッフがお客様のおしぼりで折り紙のように動物の形を作ったのです。それを見たお子さんは大喜び。親たちもゆっくり食事ができて感謝されたということです。インターネットで「おしぼりアート」と入力すると、さまざまな折り方が紹介されています。一度、お試しあれ。

(この記事は、日経レストランの掲載記事を加筆修正したものです)



西内 毅 1965年生まれ。貸しおしぼり業の経営者として、8000店を超える飲食店を見続けてきた経験から、「おもてなし」に対する独自の意見を持つ。