

人と人とのコミュニケーションを 贈り物を通じて育む

ギフトハンズきのした

専務 木下 寛士さん

「ギフトハンズきのした」は、不況下にあって順調に業績を伸ばしている。リピート客が多いのが特長。その辺の秘密を中心に、専務の木下寛士さんにお話を伺った。

「人と接するのが大好きですし、その絆を大事にしています。」と話される。最もギフトショップという性質上、顧客と人間関係は大事だろう。しかし、その絆を商売上の関係だけに限定しない。「一度の人生、いろいろな方と知り合って、交友を深めることが『人生の楽しみ』です。今

家族づきあいをしている方もかなりいらつしやいますね。」と言われる。そうした精神が、思いやりや気遣いを感じさせる、真摯な顧客サービスに反映しているようだ。またお客さんもそれを感じ取る。たとえば、出産祝い返しを求めて来客される、赤ちゃんを連れてお母さんの場合、さりげなくスタッフが赤ちゃんをだっこして、商品選びをしやすいようにサポートする。小さな点だが、気遣いの精神が伝わる。

また、納品するときには、





(左から) 赤ちゃんオリジナルのカレンダー、赤ちゃんの写真入りの命名札、ストラップ



記念になるように、赤ちゃんの写真入りの命名札、赤ちゃんオリジナルのカレンダー、そしてストラップを差し上げる。これらは大変喜ばれているという。

仏事を始め、さまざまな相談にも喜んで応じる。「人生の節目に立ち会ってお客様に感謝していただけるのがとても嬉しいですね。」

このような気遣いあるきめ細かいサービスが、多くのリピート客を生む原動力になっているようだ。「二回目、三

回目のお客様の来店は本当に嬉しいですね。前回のサービスを納得してきていただいているわけですから。」と言われる。

そして絆を大事にする精神が新規顧客も獲得している。顧客からの口コミによってある。福岡や大分といった遠方からもいらっしやるという。実家からの評判を聞きつけてのことだ。

これはつい先日の経験だが、東京の友人からたくさん注文があった。自社フェイスブックHPを通じてのことである。友人の妹が亡くなった。友人を励まし、また何をやるべきかをメールを通じてアドバイスしていた。もちろん商売抜きである。し



かし、それが注文につながっていったという。

さて、近年、日本の絆の文化が希薄化していると話される。たとえば、「葬儀に対する御礼と無事に忌明けがすみました」と報告を兼ね返礼するものが日本の文化でしたが、近年では葬儀の際その場で一斉に香典の「即日返し」が大川でも若干見られるようになったそうだ。ただ、遺族の方は後日一定額以上の方には改めて返礼が必要で、「便利と思ったが、もつとしつかり考えて行えば良かった」との声が多いそうだ。また家族が亡くなっても新聞に掲載することは少なくなり、友人・

知人が参列の機会を失ってしまふ事もある。

一方で「東日本大震災を契機に、絆の大切さが再認識されてきているようにも思います。人と人が協力し合い、助け合う。そのことの力強さ、頼もしさ、暖かさなどは社会で生きる上でとても大切です。」木下さんは、その意味で「人と人とのコミュニケーションを贈り物を通じて育む、日本古来のギフト文化は大切。」と話される。

さて、視点を変えよう。企業経営の分野を少し。木下さんは、月ごとに試算表を税理士に出してもらおう。何のためだろうか。経営分析を行うため。年に一回の決算でなく、月ごとにきめ細かく戦略を練るのだ。これも好調な経営を支えている秘訣の一つだろう。「毎月通信簿をもらっているような気分ですね。いつも、四か五がもらえるようになったらいいですね。(笑)」

今後の夢を聞いてみた。「ギフト文化の世界は急速に変わりがつあります。その意味で時代に即応した経営スタイルをいつでもとれるように心が

けています。フェイスブックなど新しいツールを充実させていきたいとも思っています。ホームページ上では、ギフト(贈り物)関連情報はもちろんですが、幅広い年代の方々にすぐ役立てられる情報を掲載したいですね。たとえば、妻が皮膚科医ですので、『赤ちゃんの肌に関する情報』『安全な洗剤』なども掲載中です。そして、今、大川の特産品、かまぼこ、庄分酢、あまおう、のりなどの業者様とタイアップして、大川の魅力を発信する贈答品を開発中です。ギフト文化を通じて大川が盛り上がりつつあれば素晴らしいことだと思います。」

www.gkinoshita.jp

