

## 要旨

本稿では、現代の接客を「消えていく接客」と「消えない接客」に分類し、それぞれのメリットデメリットを考えながら、今後接客業やホスピタリティ産業はどのように発展していくべきかを明らかにしていく。

そもそもの接客の役割として、接客業の歴史から見ると、①会計・案内をする、②情報を提供する、③幸福感を与えるの3つがあり、そのうちの①、②の役割は近いうちに機械に代わられてしまうと考えている。③の幸福感を追求したものがホスピタリティ産業であり、「人のあたたかさ」を私たちが求める限り、消えていくことはない。

近年発展した小売業でのネット通販も歴史を考える上で必要不可欠である。ネット通販のメリットは①最低価格で購入できること、②品ぞろえが膨大であること、③時短であることとしている。反対にデメリットとしては、①リピーターになりづらい、②広告費がかさむ、③送料が高く、エコじゃないことが挙げられる。

これらのことを踏まえた上で、接客の機械化や自動化が進む中、今後も発展し続けるのはオンライン接客であると考えている。オンライン接客は時短であり、接客を受けるか受けないかを選択することができる。また、顧客側からすると対個人の接客が手軽に受けられるし、企業側からすると従業員個人にファンが付くことで新規参入のきっかけになると言える。

人とのつながりが薄れていると言われている現代で、今一度昔の接客業に立ち返ってみると、対個人の接客の重要度が上がってきているように思う。ローソンのアバター店員の実装や、メタバースでのアバター同士の売買等、接客の形が新しくなればなるほど「おもてなしの心」や「人のあたたかさ」がより一層大切になってくるのではないかと考えている。