

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji implementasi *furumai* pada aspek pelayanan *Omotenashi* di Restoran Jimgu, Hotel Enowa Yufuin. *Omotenashi* merupakan filosofi keramahtamahan Jepang yang mendalam, berakar pada ketulusan tanpa mengharapkan imbalan, dengan *furumai* sebagai perwujudan perilaku nyatanya. Kesenjangan dalam literatur mengenai eksplorasi langsung *furumai* dari perspektif pelaku layanan menjadi motivasi utama penelitian ini. Tujuan utama penelitian adalah mendeskripsikan bentuk penerapan *furumai* dalam pelayanan di Restoran Jimgu. Dengan menggunakan pendekatan autoetnografi, penelitian ini memanfaatkan pengalaman pribadi penulis selama magang sebagai sumber data primer dan lensa analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *furumai* di Restoran Jimgu diwujudkan melalui empat nilai utama: *sassuru* (kepekaan implisit terhadap kebutuhan tamu, seperti penyesuaian meja untuk tamu kidal dan pemantauan halus melalui cermin/CCTV), *saki mawari* (antisipasi proaktif kebutuhan tamu sebelum diminta, didukung oleh laporan harian terperinci dan respons cepat terhadap isyarat nonverbal), *magokoro* (ketulusan hati dalam setiap tindakan pelayanan, tercermin dalam penjelasan menu yang penuh semangat, sesi mencicipi hidangan oleh staf, dan panduan etika internal), serta *teinei* (kesopanan dan ketelitian dalam penampilan dan tindakan, meliputi standar *grooming* ketat, gestur penyajian yang elegan, dan penggunaan bahasa hormat). Implementasi *furumai* ini bukan sekadar prosedur, melainkan praktik budaya yang terinternalisasi secara mendalam, mengubah pelayanan menjadi pengalaman yang holistik, empatik, dan berkesan bagi tamu.

Kata Kunci: Autoetnografi, *Furumai*, *Omotenashi*, Pelayanan Restoran.

ABSTRACT

This research examines the implementation of *furumai* within the *Omotenashi* service aspect at Jimgu Restaurant, Enowa Yufuin Hotel. *Omotenashi* is a profound Japanese hospitality philosophy rooted in sincerity without expecting reciprocation, with *furumai* being its tangible behavioral manifestation. A gap in the literature regarding direct exploration of *furumai* from the service provider's perspective served as the primary motivation for this study. The main objective of the research is to describe the forms of *furumai* application in service at Jimgu Restaurant. Utilizing an autoethnographic approach, this study leverages the author's personal internship experience as the primary data source and analytical lens. The findings indicate that *furumai* at Jimgu Restaurant is manifested through four key indicators: *sassuru* (implicit sensitivity to guest needs, such as proactive table adjustments for left-handed guests and subtle monitoring via mirrors/CCTV), *saki mawari* (proactive anticipation of guest desires before explicit requests, supported by detailed daily reports and quick responses to non-verbal cues), *magokoro* (sincerity of heart in every service action, reflected in passionate menu explanations, staff menu tasting sessions, and internal ethical guidelines), and *teinei* (politeness and meticulousness in appearance and conduct, encompassing strict grooming standards, graceful serving gestures, and the use of honorific language). This implementation of *furumai* is not merely procedural but a deeply internalized cultural practice, transforming service into a holistic, empathetic, and memorable experience for guests.

Keywords: Autoethnography, *Furumai*, *Omotenashi*, Restaurant Service.

要旨

本研究は、エノワ由布院ホテル内のジングルレストランにおける「おもてなし」のサービスコンセプトにおける「ふるまい」の実践を考察するものである。「おもてなし」は、見返りを求めない真心を根底とする日本の奥深いホスピタリティ哲学であり、「ふるまい」はその具体的な行動表現である。サービス提供者の視点から「ふるまい」を直接的に探求する先行研究の不足が、その研究の主な動機となった。その研究の主な目的は、ジングルレストランにおけるサービスにおける「ふるまい」の適用形態を記述することである。オートエスノグラフィーの手法を用い、著者の個人的なインターシップ経験を主要なデータソースおよび分析の視点としている。調査結果によると、ジングルレストランにおける「ふるまい」は、4つの主要な指標を通じて具現化されている。それは、「察する」（左利きのゲストのためのテーブル調整や鏡・CCTVによる微妙な監視など、ゲストのニーズに対する暗黙の配慮）、「先回り」（詳細な日報と非言語的合図への迅速な対応に裏打ちされた、ゲストからの明示的な要求前のニーズの積極的な予測）、「真心」（情熱的なメニュー説明、スタッフによる料理の試食、内部倫理ガイドラインに反映された、あらゆるサービス行動における心のこもった誠実さ）、「そして「丁寧」（厳格な身だしなみ基準、優雅な提供ジェスチャー、敬語の使用など、外見と行動における丁寧さと細やかさ）である。「ふるまい」の実践は単なる手順ではなく、深く内面化された文化的な慣行であり、サービスをゲストにとって全体的で共感的、そして記憶に残る体験へと変容させている。

キーワード: おもてなし、ふるまい、 オートエスノグラフィー、 レストランサービス。