大阪公立大学
Osaka Metropolitan University
学術情報リポジトリ

QM2のサービスは低下したのか？

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2017-05-18 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 堀江, 珠喜, 田中, 博 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10466/15367

QM2のサービスは低下したのか？

大阪府立大学教授　　堀江珠喜
学会員　　田中 博

「QE のサービスに失望した」——2012年の QV パナマ運河クルーズで親しくなったスエーデン人夫妻からこの旨のメールが届いたのは、同年初秋だった。QV では快適な船旅を楽しめたが、数カ月のあいだにキュナードのコストカットのためサービスが低下したのか。そんな嫌な予感とともに、我々は2012年12月22日～2013年１月３日、ニューヨーク発着の QM2カリブ海クルーズに参加したのである。そこで QM2のサービスの変化について報告したい。（ただし改装とレストランについては、別の機会に論じることにする。）

《乗員たちの変化》

タイタニックに象徴される定期航路豪華客船（ライナー）ブームが終焉にある現在において、キュナード再生計画に一区切りがつき、QV と新 QE はビスタクラスのクルーズ船として建造された。カーニヴァルによる買収以前のキュナード乗員は大部分が去った今、上級乗員大半のキュナード歴は短く、サービススタッフもほとんどが派遣会社経由で就職する。そのため最近のサービススタッフは旧英国植民地、北欧、東欧だけではなく中南米やインド洋の島国などを含む50余りの国々からの混合編成である。

新人サービス要員のための船内ツアー

今回の航海ではキュナード勤続25年のフィリピン人ウェイターが最長勤続者。我々のバトラー，アンドレス（スペイン出身のチリ国籍）は89年、QE2が横浜でホテル運用されたときに勤務していたそうだが、このような乗員は稀である。キュナードというブランドは1840年を起源にしているが、その伝統は実質的に一時期途絶えた。さらにライフスタイルやサービスは時代とともに変化しているので、「過去」の再現を目指す必要はないし、またそれは無理な注文でもある。

いっぽうキュナード・ファンのなかには乗船日数が2千日を越える客も少なくなく、他社に比べ欧米の白人客の割合が多い。キュナードより高級とされる船はあるが、やはり QE2からの乗船歴を持つファンたちの根強い人気が３船（QM2, QV, QE）を支えているのだ。現在のキュナードは「ホワイトスターサービス」（12条のサービス精神があり船内掲示やホテルダイレクトリー他で知ることができるし、接客要員はバッジを着用している）をセールスポイントとしている。数十年前に英国政府の政策で吸収合併され消滅した会社の名前で「高級な伝統あるサービス」イメージを顧客に抱かせ続けているのだ。

そのサービスという見地から、QV 就航時から2011年春過ぎにかけての人事異動は注目すべきであろう。2010年にベーツ船長の退職とマクノート船長がシーボーンへ転出、2011年にワーナー船長、ライト船長の退職、イタリア系米人のメートル・デのアクレールが QM2から QE へ、その後任にはトルコ系のオスマン、QV のエンターテイメント担当だったニコが QM2へサブとして移動するなど、フラッグシップとしての QM2就航（2004年）以来のキュナードブランド再確立プログラムが一区切りついたようである。（QM2エンターテイメ

ント責任者のレイはまだ勤務していたが、徐々に後任者への引き継ぎが進められているように感じた。）料理メニュー監修者でニューヨークの有名シェフ、ダニエル・ブルーの名前は就航時には前面に出ていたが、2006年時点では明示されず、現在はツィマーマンを売り出すため、その著書なる料理本が刊行されている。（ただし、船上でこの本からの料理が提供されるわけではない。）

カーニヴァルがキュナードの収益向上を目指すのは当然としても、旧来のキュナード・ファンへの配慮も必要であろう。しかしそのリピーターの更なる高齢化により、10年後を考えた場合、今のうちから新規顧客層の開拓に重点を置くべきと方向転換しつつある——今回のカリブ海クルーズでそう強く感じた。キュナードは、もはや以前のキュナードではない。だが問題は、リピーターにとってはコストカットの目立つサービスに変更したキュナードが、新規の客を魅せられるかどうかである。依然としてリピーターの多い船内では、新規の客もリピーターの不満を耳にする機会が少なくないはずだ。自分たちが知らない「古き良きキュナードのサービス」をうらやましがったりしないのだろうか？

《運営の不手際》

それにしてもこのクルーズでは、リピーターへの応対が悪過ぎた。いや、リピーターだからこそ「サービスの低下」やこれまでとは違う「不手際」にショックを受けたのだ。特に目立ったのはイヴェントも含めた「運営」の不手際である。混雑緩和のため寄港地とその日程変更が知らされたのはクルーズ一ヵ月前で、12月26日がセント・トーマスからセント・キッツに、30日のセント・キッツはセント・トーマスに、そして29日のバルバドスは寄港中止になりセント・マーチンに変更された。（まあ、この程度の変更は我々には不都合をもたらさないが、2013年９月21日にヴェネツィア入港予定のQEはラヴェンナに変更したため、かなりの不満と失望が生じたはずだ。ラヴェンナは美しいところだが、一般論としてヴェネツィア２日はこのクルーズの魅力のひとつである。寄港地変更が当たり前のようになされると、クルーズの観光を楽しみにするなと申し渡されているような気持ちになる。）

乗船前に案内のあったドレスコードが乗船後に変更となったのは誠にお粗末である。クリスマスイヴ、クリスマス、ニューイヤーイヴ、元旦は誰が考えてもフォーマルに決まっているし、あとは航海日（寄港地変更による寄港日変更は無し）のうち下船前日以外の夜からフォーマルナイトを選べばよいだけである。また通常は乗船の翌日の夜に船長主催のカクテルパーティがあり、これはフォーマルである。すると23日、24日、25日とフォーマルが続くので、不慣れでカジュアル志向のスタッフが24日をセミフォーマル設定にし、ノーチェックのまま案内されたのであろうか。結局、24日はフォーマルとなり、その他の夜も27日と28日がエレガントカジュアルからセミフォーマルに、29日はセミフォーマルからエレガントカジュアルに変更されたため、フォーマルが一回増えてエレガントカジュアルが一回少なくなったのである。

12月29日
ドレスコード：エレガントカジュアル

男性はタキシードさえ着ていればいいので、むしろフォーマルが増えたほうが楽であろうが、女性はイヴェニングドレスがもう一着必要になったのだ。セミフォーマルで予定していたドレスをフォーマルで着用することは可能だが、エレガントカジュアルをフォーマルに回すわけにはゆかない。また海賊のテーマボールでエレガントカジュアル設定だったのがセミフォーマルに変更されたのも困る。ほとんどの「海賊」ファッションは、フォーマルよりカジュアル向きなのである。他船に比べキュナードは乗客にドレスコードを守るよう強く求めている。ならば設定段階で、もう少し頭を使って欲しいものである。

さて船内イヴェントは他のイヴェントとの都合上、時間厳守が当然であるが、今回の講演では時間大幅超過の際も、管理者が巧く終了させることができず、次のプログラムに影響が出た。ゲストスピーカーに元宇宙飛行士や海事史研究家のビル・ミラーが招聘され連続講演するのはさすがQM2である。だがいっぽうで、未熟な司会者が多く、せっかくのイヴェントの開始と終了が明瞭でないこともあった。

ボールではこれまでのQM2クルーズで評判の悪かったタイ人ソーシャルホステスが契約切れでいなくなったのは幸いであったが、キュナードの客層を理解できず、他社のレベルで喜ばせようとしてうまくゆかないエンターテインメント担当者が増えたようである。上記タイ人ホステスも肥満であったが、今回ソーシャルホステスらしき仕事をした女性達は皆、肥満体型で、容貌がある程度は求められる職業であるというプロ意識に欠けていた。このように自己管理能力のない者が、多くの客を楽しませるエンターテインメント運営に長けているはずがない。テーマボールの演出にもこれまでのキュナードと比べると物足りなさを感じた。2012春のQVのホステスも優秀とはいえなかったが、彼女なりに集客に一生懸命で、毎晩クイーンズルームのテーブルを回って挨拶をしていた。だが今回はそのような愛想を振りまくスタッフはおらず、ダンスホストが飲みかけのグラスを断りなしに客のテーブルに置きっぱなしにするなど、マナーの低下も見られた。そもそもキュナードでの彼等の肩書きは「ジェントルマン・ダンスホスト」であり、ダンスのテクニックよりもジェントルマンであることがより大事なのである。数年前まではいかにも英国紳士という風采の高齢ダンスホストがいたが、おそらくベビーブーマー・アメリカンに代替わりしたものと思われる。英国船の伝統は、国籍を問わず「紳士」によって守られるべきなのだが。

キュナードではプラチナ・メンバー以上の顧客を招待しワインテイスティングを行うが、あまりに内容が乏しく、これについての不満でペントハウス利用の米人姉・弟客と話が盛り上がったほどである。安価なワインばかりなのは予想通りであったが、グラスについては赤用と白用はさすがに別だが銘柄毎に替えることなく水で流すので、次のワインには水が微量ながら含まれることになる。そのレベルのワインだから我慢できなくはないが、そのレベルのワインだからこそ、せめて雰囲気だけはエレガントに演出して欲しかったのである。だが、そればかりか、テイスティングは立ち飲みで、一通りの説明を聞くと次のテーブルに移るという落ち着かないシステムだった。ちょうどクイーンズグリルで我々のテーブルを担当するソムリエもそこにいて、申し訳なさそうな顔をしていた。（それで彼は、その晩、我々がグリルに持参した赤ワインについては持ち込み料を請求しなかった。彼なりのせめてものお詫びのしるし、と我々は理解した。もちろん彼の厚意は下船前夜の心付けに反映されることになるのだが。）

有料のワインテイスティング2009年4月
椅子に座り、各自が評価を記入する用紙も用意されている

今回の招待ワインテイスティング

さてグリル客の特権のひとつは、コンシェルジュとそのラウンジ内のツアーデスクを利用できることである。ところが今回、ツアーデスクに座っ

ていたのは、無礼で職業知識もノウハウも持ち合わせていない素人以下のインド人男性であった。我々はニューヨークのブルックリンで下船する場合、かなり割高とはわかっていてホテルまでリモ（ハイヤー）をツアーデスクで予約する。どんなガイドブックにも載っているホテルだからツアーデスクで仕事をする人間なら知っていて当たり前だし、知らなくてもそのためにパソコンやガイドブックがあるのだ。ところが堀江が「プラザ・アテネ」と告げると「マンハッタンでなければ加算料金が発生する」と言われた。堀江がホテルの番地を言っても、このインド人は「それでは私には分からない」と性格が悪いのか、やる気がないのか（その両方なのだろうが）投げやりな態度である。

ニューヨークは番地さえ見れば３日しか滞在していない旅行者でも見当がつくくらい分かりやすい街である。それを調べようともせず、「分からない」で仕事をしているつもりなのである。そこで「ピエールは分かります？マンハッタンですね」と堀江が尋ねると「もちろん、インド人だから知ってる」。「プラザ・アテネはピエールから１～２ブロック北東だからマンハッタンでしょ？」と説明するも「ピエールはそうだが、プラザ・アテネは知らない」と言い張るのである。とりあえずリモは予約し、チケットが届いたとき当然ながら追加料金は発生していなかった。クリスマス休暇でまともな職員が休んでいたのだろうか。あんなツアーデスクに行くなら、真冬でも長時間タクシーの列に並んだほうがよかったくらいだ。

我々が参加したイヴェントで、これまでのQM2やQVにおける同種の催し物より成功したと思えるのは、チャートのオークションであった。開催もミラーの講演直前で航海に興味を持つ者が多く集まっていたため、１枚のチャートに千ドルの値段がついたのだ。ちなみに堀江はQM2の2011年ワールドクルーズ第6区間（ドバイ～サウサンプトン）で２枚セットを350ドル、QVの2012年パナマクルーズ（ロサンゼルス～ニューヨーク）で３枚セットを360ドルで競り落としていた。購入者としては安いほうが有り難いが、主催者にとっては成功とはいえないしイヴェントとしても盛り上がりに欠けよう。

《キュナードらしいサービス》

他社に比べキュナードの価格は高く設定されている。QM2はライナーの構造だから、他の大型クルーズ船に比べホテル部分が大きくないし、乗客定員もトン数の割に少なめである。しかも高級志向の客層に合わせるべく、たとえば食器のグレードは高く、オーケストラも２組が入っており、ダンスレッスンはレッスン・プロが担当し、ダンスホストも用意されているなど、少し考えるだけでも初期投資額や人件費がより高くついていることは理解できる。乗船料金が高いのももっともであろう。だが客はそれに見合うサービスを喜んでいたはずだ。個人名を印刷したページや部屋番号と配置図、個人名を予め印刷した荷札を綴り込んだ丁寧で綺麗な事前案内冊子の送付などを、乗客の多くは「キュナードらしい」と評価していたはずではないか。

またグリルスイートでは、名前やクルーズの期間、短いメッセージ（with loveなど）を入れた便箋を作成してくれる。これまでは１名１セットだったのが、今回は各室に１枚の申し込み用紙しか配布されなかった。コンシェルジュにいくともう１枚くれたが、以前のサービスを知らない客は１枚で満足し、コストカットにつながるのだ。キュナード船上ではよほど紙が値上がりしたのだろう。今回のクルーズでは、客室のステーショナリーが不備で、これまでのようなQM2写真葉書もなく、年末だというのに便箋はなんと2012年春のWorld Voyage時のものが置か

グリル客用のステーショナリーサービス

年末にまだ置かれていた春の便箋

れていた。(我々にとっては良い記念品となった。)ホテルダイレクトリーが1年以上前に作成されたものであることには驚かないが（2011年春には09年2月版だった)、電話の掛け方とドレスコード規定解説のページが抜けていた。

折りたたみ式船内マップと同様、2006年に1名ずつに配布されたデイリープログラムが各室1部となったのは数年前だが、グリル入り口など要所に数部備えられ、特に不都合は感じなかった。しかし今回はその要所のデイリープログラムがなくなり、当然ながら我々2人が別行動をするときに極めて面倒であった。しかもレイアウトが改悪され、色調も暗くて読みにくくなった。つまり情報提供という基本的な役割を認識しない者が、これを作成しているのである。この改悪がコストカットに寄与しているかどうかは不明だが、部数については僅かのコストカットのため、バカンスを楽しむ乗客にストレスを与えていることは間違いない。だがこれよりショックだったのは、船長主催のカクテルパーティ招待状が、封筒なしで届けられたことだ。クリスマスカードは封筒付きであったが、これまでなら当然封筒に入れられたであろうカード類が、そのままで配られた。しかも印刷レベルが低下し、インクの擦れが発生するというお粗末なものであったのだ。これでは贅沢な雰囲気を求めてきた顧客の期待に反する。「コストカットするなら料金を上げたほうがいい。私たちはなにも安価を求めているのではない。安い船が良ければ、他にいくらでもある。キュナードの上質なサービスと伝統が好きで乗っているのだから、そのためなら金は払う」と前述の米人姉弟は嘆いていた。我々も同様である。デイリープログラムの追加や封筒代くらいしれたものではないか。

封筒無しで届けられたカードの表裏。ローラーのあとが汚らしい。

2011年（右）と今回（左）のデイリープログラム。今回は日によっては色刷り部分もあるが、画像に文字が重ねられるなど読みづらい。

残念ながら経費削減策は、「伝統」をも排除することになる。カーニヴァルのコストカットで、クリスマスとイースター以外、キュナードにカトリック司祭は乗船しないことになった。「私はそれほど大食いではないのですが」と、今回のクルーズで、クリスマス深夜のミサ開始前に、神父がこう静かに告げられた。この言葉には、無神論者の堀江すらも涙を流したほどだから、熱心なカトリック信者の心境はいかばかりであろうか。しかもキュナードのミサには英国国教会信者も集うことが少なくないのだ。英国国教会がカトリックの形式の多くを継承しているためであろうが、この夜もアングリカンの女性が神父から聖体拝受していた。（彼女はアングリカンだからと遠慮したのだが、「クリスマスだから構いません」と神父が優しく勧めたのだ。）2011年のワールドクルーズでも、毎日ミサに通うアングリカン夫婦がいた。

なお以前は英国船籍らしく英国国教会形式で行われていた船長主催の礼拝は、2012年のQV船上ではInterdenominational Church Serviceとタイトルが改められていたが、賛美歌に「エルサレム」（イングランドにエルサレムを再興するまで信仰による戦いを続けるという英国人には馴染みのある歌）が選ばれ、礼拝終了後廊下で、上級船員に抗議する白人客を見かけた。今回も相変わらず「エルサレム」は歌われた。だがクリスマスの日にはこの教派間共通礼拝とは別時間帯にプロテスタント礼拝も行われた。

《新企画・新しい客を求めて》

今回のクルーズで我々にとって目新しかったのは主にキッチンやシアターの舞台裏見学のツアー$120である。今のところブリッジや機関関連部門の見学は全くないが、他社では部分的に行なっている船もあるので、今後はツアーに組み込まれるようになるかもしれない。(事実、2011年に我々はワールドクルーズ客10名ほどとともに、ワーナー船長からブリッジに招かれた。またブリッジ後方には見学スペースがあり諸設備の説明パンフレットも常備されている。)

今回のクルーズではノロ騒動があったが、そこで活躍したのが記念写真のサーチングスタンドである。乗船チェックイン時にwebカメラで撮影された顔映像データを利用した認証システムが、記念写真の検索に使われる。これで実際の写真を触ることなく、自分の写真を見ることができ、係員に頼めばプリントを探し出してくれるのである。国家セキュリティのために米民間企業が開発したソフトFacelt®の民生運用とのことで的中率は100%であった。

写真のサーチングスタンド

また多目的ホールのイルミネーションズにTEXAS INSTRUMENTS社製の3D映画システム、DLPCinema®、プロジェクターはNECディスプレイソリューションズ社製が導入された。3D化されたプッチーニのオペラ『マダム・バタフライ』でスタートしたということだったが、今回はクリスマス休暇中で子供が多いためかディズニーのアニメーションFrankenweenieが1日だけ3回上演された。

客室での喫煙が禁止され、ベランダでの喫煙も自粛要請がされた。そのため喫煙可能なのは(シガーバーのチャーチルズ以外)船尾のオープンデッキ2カ所とデッキ3船尾にあるディスコG32(名称は建造されたアルストム大西洋造船所〈当時〉での船台番号から)の2階席の左舷側だけとなった。ちなみにG32のこの場所はエンターテインメントスタッフの溜まり場としても使われている。いくら休憩中とはいえ客のまえでの喫煙はいかがなものかと思われるが、もしかしたら自分たちのためにこの場所を禁煙とはしないのかもしれない。

さてこのG32に集う客の変化は、今後のQM2運営を考える上で、注目すべきであろう。そもそも「伝統」を継承しているQM2にディスコは不釣り合いに思われるだろう。(デッキ2にあるゴールデンライオンパブも英国式ではあるが豪華客船に庶民的すぎるとの意見もある。)事実、2010年頃までは客のいない時間帯も多く、前述のようにもっぱらエンターテインメントスタッフが活用していたのだが、それ以降は欧米のベビーブーマー世代で賑やかな夜が増えてきた。隣接するクイーンズルームのオーケストラや歌手よりG32のバンドのほうが常に上手なので、ダンスやゲームに興味の無い客はこちらを好み、またクイーンズルームで踊る者もミュージシャンの休憩中はディスコを楽しむ傾向が生まれてきたのだ。確実にロック世代が乗船するようになり、この船のエンターテインメントの動向に影響を与えているのだ。

その欧米ベビーブーマー世代がコンピュータの操作を容易に行えるからだろうか、キュナードのオプショナルツアーの申し込みは客が直接インターネットでホームページにアクセスして行うようになった。これまで我々は窓口の旅行社に依頼したが、それができなくなったのである。オプショナルツアーの日本語版パンフレットが日本の代理店から旅行社経由で届けられているにもかかわらず、そして旅行社には旅行手配料を払っているのにこのサービスが頼めなくなったのだ。乗船後も空席があれば申し込み可能だが、楽しみにしているツアーが満席で参加できないと腹立たしいだろう。まあクルーズのオプショナルツアーで本格的な観光はどうせ期待できないし、寄港に合わせて無理やりに作った観光名所が多すぎて我々はほとんど参加しないのだが、それでもこれをサービスの低下と見なさざるを得ない。いったい何のため

の代理店なのか。それならオプショナルツアーだけでなく、そもそも乗船の申し込みも欧米のように各自がパソコンからできるようにするのが筋であろう。このシステムで欧米客は直前の格安クルーズ料金で乗船することもあるのだから。直接申し込みにしたら連絡が遅く物わかりの悪い旅行社や代理店の対応に苛立つこともなくなり、またそれこそがコストカットにつながるだろう。

さて今回QM2では多岐にわたりサービスが変更され、その多くは明らかに「低下」であったが、それでもまだ、我々がこれまでに乗ったクルーズ船のなかでは一定レベルのサービスを維持している。総トン数では大型船に分類されるが基本設計が良く練り上げられており、船内設備がシンプルで疲れず、航海を十分楽しめるライナーなのである。世間にはライナーをカリブ海クルーズに使うことに疑問の声も聞かれるが、今回のように英国からヨーロッパの客を運んで大西洋を渡り、ニューヨークで乗降する客はいるものの、カリブ海の後また大西洋を渡って英国まで帰るというスケジュールを組めるのはライナーならではである。またカリブ海の楽しみ方は人それぞれだ。今回のクルーズはふだんより子供が多かったが、決してファンシップをうらやましがることなく、国籍や母語の異なるティーンエイジャーたちがすぐに仲良くなり、下船前にはエレベーターの踊り場で別れを惜しむ光景が見られた。堀江が話しかけたところ、全員が私立高校生で、アメリカの女子生徒たちはフランス語やラテン語を学び、クリスマス休暇の宿題に（シェイクスピアの『オセロ』から）デズデモーナの台詞を覚えなければならないのだとか。つまり日本のような大学受験勉強ではなく、社交にも役立つ高いレベルの教養を身につけているのだ。このような教育費の払える家庭こそがキュナードを好む階層であり、子供達をこの船に乗せることによって社会体験をさせていると考えられる。そしてノロウイルスにも負けず、子供達は心からQM2クルーズを楽しんでいた。将来も、きっと彼等はQM2ファンになるだろう。

なるほどQM2は公室が広く、船内の至る所に配置されているゆったりとした椅子（人間は起きている時間の大半は椅子に腰掛けるため椅子の形状と素材が船内生活では重要なポイントとなる）、座って視野に入る室内の設計や、外部の眺望が良いスペースが多いこと、時間帯によっては2600余名の客が乗船しているとは思えないほど人影がまばらになるプロムナードデッキなど、広い通路の幅や水平垂直移動のしやすい公室の配置、奇をてらわない客室や公室のインテリア、充実して展望も良い図書室（蔵書8千冊、最近では1万冊とPRされているが書棚は増えていないのでこの数字の真偽は不明。OCEAN BOOKS LTD.に管理委託）が魅力の船だ。一般的なクルーズ船にあるような遊戯施設を主たる売り物にしておらず、低レベルのイヴェントも少なく、自分流に航海を楽しめ、時には（ありきたりのクルーズ業界御用達講師ではないスピーカーによる）レクチャーを聴けるなど、熟年層顧客にとって居心地のよい船内生活を提供してくれる数少ない船なのである。今回のようにエンターテインメントスタッフの運営能力が低下しても、この船の楽しみがすべて損なわれたわけではない。また以前に比べ、スタッフの英語がキュナード的でなくなり、Ladies and gentlemen と呼びかけるべきところを folks と言う者もおり、その品格の低下を堀江は嘆いているが、女王陛下の英語も変化していると報じられる現代では、目くじらをたてるほどのサービス低下には当たらないのかもしれない。

さて、いわゆる大型客船はそのサイズに批判が集まりやすいが、チェックインの待ち時間は港のチェックインカウンター設置数によって異なり、決して中型船より常に長くかかるわけではない。テンダーボート利用においても、テンダー数が多く、待ち時間はほとんどない。通常、接岸時にはギャングウェイが二カ所設置されるので混乱は生じない。大型客船は乗組員が多くサービスレベルを一定に保てないとの意見もあるが、船の構造や公室の間取り、職種や配置、チームの構成内容などによりそれぞれのサービス体制が異なり、総数などの数値からの判断は具体的な意味をなさないのである。QM２では最上階デッキ12後方の建物屋上が船員用の休憩スペースとなっているなど、

従業員のモラル維持に配慮がなされている。

今回サービスの改善が見られたのは絵画の販売においてである。クルーズ船上での絵画の購入でトラブルが多く発生するようだ。額が壊れて届いたり、クレームに対しては船側に免責条項があり、たらい回しにされるというネット投稿もある。かつてQM2の絵画販売は、プリンセス船と同じ業者が（業者名は公表されなかったが）行っていたらしいが、今回のクルーズでは業者が替わりその名も壁面に取り付けられ明示され販売責任の所在が明確になった。

ただし、リピーターといえどもこのことに気がついた乗客は少ないだろう。それどころか今回のクルーズで、リピーターにとって最もショックだったのは、夜、ベッドの上に置かれるチョコレートが小さくなったことではあるまいか。（そのためむきにくく指が汚れ、さらに不愉快になる。）これこそがコストカットを代表する、文字通りの目に見える変化なのだから。（これを肥満客に対する配慮とポジティヴにとらえる気にもなるまい。）

これまでのチョコレート（右）、今回（左）

実は我々以前にショックを受けたのは乗員かもしれない。キュナードの従業員はこのブランドで働くことにプライドを持っていた。ウェイターがホワイトスターのバッジを見せびらかし、ホワイトスターサービスを提供することを喜んでいたのは2011年のことだった。それが今回、馴染みのバトラーはキュナードを見限ったような発言をした。サービス向上のためのアンケート用紙が、以前は１人に１部が配布されていたのが、各室１枚となった。さらに優良従業員推薦のカードも今回はなくなった。後者のカードは従業員のフルネームを記入しなければならず、推薦理由も求められたので結構手間がかかった。それだけに書けば当人に喜ばれ、より良いサービスへの動機付けに有効と思われたので、これまでのクルーズでは堀江がせっせと書いたものである。そして、そんなことで、バトラーをはじめ、接客スタッフたちと良好な人間関係が築けたのである。

ホワイトスター・サービスのバッジ

SERVICE RECOGNITION NOMINEE

Dear Guest

Cunard's staff are committed to providing you with the highest possible quality of service and to making your voyage a memorable one.

If any crew member has gone the "extra mile" to make your voyage particularly special, we would like to know in order to thank him or her for a job well done. All nominees are entered into the "Star of the Month" Program and your Service Recognition Nomination is placed in the crew member's personnel file to promote career growth.

We appreciate your taking the time to nominate a crew member. This can be done by simply detailing the nomination card, filling in the crew member's name and position, as well as your own name and stateroom number and handing it to either the crew member directly or to the Purser's desk. A full explanation of our onboard customer awareness program, called "White Star Service" is in your stateroom portfolio.

Your involvement in this program is very important to us. Many thanks and please enjoy your voyage with Cunard.

Sincerely

Carol Marlow

President and Managing Director
Cunard Line

Full Name of Employee
Position
Reason for Nomination
Your Full Name
Stateroom Number

優良従業員推薦のカード（今回は実施されず）

大型客船とはいえ船内スペースは限られ逃げ場はない。船室においてはバトラー、レストランにおいては担当ウェイター、ウェイトレスの態度によって、我々の気分も変わる。サービスとはそういうものだ。コストカットによって優秀なベテラン乗員がここを離れて行くのは、チョコレートのサイズよりよほど問題なのだ。それは我々の安全にも関わりかねないのだから。コストカットはサービスの低下ばかりか安全にも悪影響を及ぼす可能性が大きい。今回はノロウィルス騒ぎでいわば異常事態であったから、サービスの低下が一時的なものか否かの判断がつきにくい事柄もあった。2013年９月に我々はQEに乗船する予定なので、船は異なるが同じキュナードブランドとして、そのサービスをチェックするつもりである。それにしてもチョコレートのサイズのようにあからさまな変化で、顧客にサービス低下をアピールする必要はあったのだろうか？あるいはこれは顧客に、変化するキュナードのサービスを覚悟させるための布石なのかもしれない。