

内外交差点

「観光タクシー」が描く、地域再生の物語 名所がなくても、利用者をワクワクさせる商品

西川 丈次氏 (観光ビジネスコンサルタンツ代表) 第2/12回

「地元には有名な観光地がないから、観光ビジネスなんて無理ですよ」と、そんな声を幾度となく耳にして来ました。確かに多くの観光客を呼べる富士山や浅草、金閣寺の様な圧倒的な存在感を持つ観光地は、日本全国を見渡してもごくわずかです。観光地の多くは、近くまで行けば寄ってみるが、それを目当てにわざわざ遠くまで行くというきっかけとしては弱いのです。さらに言えば、一度行けば「行った」という事実を手にした観光客は、次の旅行先にはまだ行った事のない別の地域を選びます。これでは「観光タクシー」を発展させていくことは難しいでしょう。「どこに行くか」以上に何のために「観光タクシー」をするのかを考えましょう。強い観光施設がなくても、人や文化があります。その町に暮らす人の魅力や暮らしの営みが旅の価値を高めることになるのです。

弊社(観光ビジネスコンサルタンツ)が事務局を務める「日本ご当地タクシー協会」は、「観光タクシー」をもっと馴染みある商品にすべく、2018年4月に設立しました。

「観光タクシー」で楽しむ新しい旅を提案しています。観光タクシー利用者のすそ野を広げることを最大の目的としています。「観光タクシー」は、単なる移動手段ではなく、地域の魅力を深く知るための貴重な体験の場となり得ると考えます。

若い世代の車離れが進み、またこれまで遠方まで自家用車で旅行をしていた人たちも高齢化と共に長距離の運転が難しくなっています。公共交通機関を利用して到着した土地でレンタカーを借りる旅を考えると、慣れない車ではじめての土地を運転する不安があります。「観光タクシー」は、そんな旅をあきらめかけた人たちの背中をそっと押してくれる商品なのです。知らない土地でも経験豊富な地元乗務員が案内してくれるという安心感は何ものにも代えがたい価値です。

ご当地タクシー協会のタクシー会社の商品は、単に地元にある観光地を巡るものではありません。それどころか観光地には全く行かない場合もあります。では何を目的に運行しているのか?それぞれの地域の名物をテーマに商品としています。例えば、香川県であればうどんが有名です。うどん店を巡ることを目的とした「うどんタクシー」を運

行しています。コシの強さや出汁のちがうお店や隠れた名店に乗務員が利用者の好みに合わせて案内してくれます。岐阜では鮎菓子が名物で多くの企業が生

産していますがそれぞれの商品にはちがいがあります。鮎菓子タクシーに乗って、鮎菓子を食べ比べて、自分の好みに合うものを見つけ出す。あるいは鮎菓子の手作り体験を楽しむのです。もちろん利用者の希望で道中にある観光地を巡ることもあります。つまり、観光地を巡ることが目的ではなく、それぞれの地域にある名物を目指して来た人たちを観光地にも案内するというこれまでの観光タクシーとは真逆の商品開発をしています。

ご当地タクシー協会の取り組みのひとつに「おもしろ行灯」を屋根に載せるといったものがあります。各社が走らせるテーマを表すものです。うどんタクシーであれば、リアル感のある天婦羅うどんです。秋山郷温泉タクシーは、湯気が立つ風呂桶を表現した行灯を載せています。道行く人たちはそのユニークな行灯に驚き、笑顔になり、そして写真を撮りSNSで拡散してくれます。まさに走る広告塔です。こうした新しい土俵で戦う商品は、大きな販促効果すらも持っているのです。

先日、実家に帰省した折に妹が地元にある名店の菓子を土産に準備してくれていました。その商品は子どもの頃に食べていたもので、とても懐かしさを感じたのです。しかし、そのお店は年老いた夫婦が昔ながらの手作りで商品をつくられているのですが「私の代で終わりですね」という声を聞いて非常に悲しい気持ちになったと言っていました。そうした声を訪れる人たちに伝えるきっかけを創造することが新しい「観光タクシー」なのです。失くしてからでは遅いのです。地元にある名店や産業を未来に残していくことも「観光タクシー」が担う役割でもあるのです。こうした取り組みは、地域の経済にも確かな恩恵をもたらしています。誰もが知る名所がなくても、ブランドがなくても町には語るべき物語があります。その町にしかない物語を語り、旅人に届ける舞台こそが「観光タクシー」なのです。おもしろいと思いませんか。



接客力強化で利用者の
笑顔を! タクシー乗務員の
「接客マニュアル&解説動
画」。詳細・申込はこちら。

