内外交差点

配車アプリに頼りすぎると危険！ 乗務員の印象アップに注力を

西川　丈次氏（観光ビジネスコンサルタンツ代表）　第６／12回

「そのために私たちがいるのです」。 その言葉を耳にした瞬間、思わず胸が熱くなり、涙がこぼれそうになるほどの感動を覚えました。出張で夜遅くに新幹線を降り、宿泊予定のホテルに向かおうとした時の出来事です。疲労もあり、迷わずタクシーを利用しようと乗り場に向かいました。ところが、ふと財布をみると、入っているのは万札ばかりが数枚でした。かつて一万円札で支払おうとした際に、露骨に嫌な顔をされた経験がよみがえりました。そんな記憶が心に残っていたため、急ぎコンビニに立ち寄り、特に必要のない買い物をして小銭を用意してから改めて乗り場に向かったのです。

私はこの体験を、弊社が開催する「おもてなしセミナー」で紹介するのですが、受講者の多くが深く頷かれます。「同じ経験をしました」「私もお札を崩してからタクシーに乗ります」と共感の声が上がります。実際、利用者の中には私と同じように、事前に行動を変えてまで気を遣う人が少なからず存在します。けれども、乗務員の方々はそのことに気づいていないのかもしれません。

さらにその夜は、もう一つ私の胸には不安がありました。宿泊するホテルは駅からわずかワンメーターの距離でした。これまでにも短距離利用で嫌な態度を取られた経験があり、タクシー乗り場へ歩を進めながら、足取りは自然と重くなっていきました。そして順番が来てタクシーのドアが開いた時、思い切って乗務員に声を掛けました。「近いところなのですが、大丈夫でしょうか？」と。すると、返ってきたのは笑顔とともに力強い冒頭の一言でした。「何をおっしゃっているのですか。そのために私たちがいるのです。遠慮なさらず、どうぞお乗りください」。この言葉がどれほど心強く、嬉しかったことか。ようやく肩の力が抜け、安堵に包まれました。「この乗務員さんで本当に良かった」と、心から思えた瞬間でした。

不思議なもので、そんな安心感が芽生えると、自然と会話をしたくなるものです。車中で「このホテル周辺に食事ができる場所はありますか？」と尋ねてみました。すると乗務員は「ご出張でお越しですか？どんなものがお好みでしょうか。こちらの名物は…」と丁寧に紹介してくれました。私が「それを食べてみたいですね」と答えると、さらに意外な質問が返ってきたのです。「お客さんは西のご出身ですか？東のご出身ですか？」と。続けて「ホテルで聞けば有名店を勧められるかもしれませんが、西の方には味が合わないかもしれません。私なら別のお店をおすすめしますよ」と。短い時間でしたが、単に知識を並べるのではなく、目の前の利用者にとって最も喜ばれる情報を伝えようとする姿勢に、深い感銘を受けました。タクシー乗務員の役割は、単に目的地まで安全に送り届けるだけではありません。ワンメーターの距離でも、利用者に寄り添い、役立ち、安心を与えることこそが仕事なのだと、改めて感じた出来事でもありました。

話は変わりますが、宿泊業界にとっては知名度の低い施設は予約を獲得するのが難しく、営業努力にも限界がありました。しかし、予約サイトの登場により、無名の施設でもインターネットを通じて広く利用者を集められるようになりました。施設側にとっては大きな追い風であり、頼れる存在となったのです。ところが次第に予約サイトの影響力は強まり、手数料の高騰や提供部屋数の増加要請、販売期間の延長など、施設にとって厳しい条件が課せられるようになりました。条件を飲まなければ表示順位が下がり、十分な集客が見込めなくなる。こうして多くの施設は予約サイトに依存せざるを得なくなり、自らの営業力を弱めてしまったのです。

タクシー業界にも同じ構図が見られます。駅で長時間待機したり、利用者を探して街を流すといった従来のスタイルは、配車アプリの登場によって大きく改善されました。アプリを通じれば効率的に利用者のもとへ行けて、利用者にとっても非常に便利です。タクシーを呼ぶのにどの会社であるかは以前ほど重要ではなく、来てくれるならどこでもよいという状況になりました。しかし、多くの人が日常的に使うようになった一方で、頻繁に利用する人の中には、この会社の車ならキャンセルしようと選別する動きも現れています。逆にこの会社なら安心だからお願いしたいと予約に結びつくケースも増えています。配車アプリに頼り過ぎずに利用機会に自社の乗務員に好印象を持ってもらうことに力を入れなければならないのです。

「ロープレ研修」で個人芸を企業力に変えて選ばれる会社を目指しましょう！タクシー乗務員の「接客マニュアル＆解説動画」、是非、詳細をご確認いただき、乗務員研修にご活用ください。