

内外交差点

ワンメーターの仕事にも思いを込めて
伝わらない想いは無いものと同じ

西川 丈次氏 (観光ビジネスコンサルタンツ代表) 第3/12回

何気ない日常の中でも、人はふとした瞬間に心が温かくなり、嬉しさを感じることがあります。ちょっとした言葉、ちょっとした気配り、何気ない行動。それだけで「ここが良かった」「この人が良かった」と思えるような体験が生まれるのです。そして、そう思った人は「また次もここで、この人をお願いしたい」と願い、自然と足がその場所に向くようになるのです。

私たちタクシー業界は、毎日多くの人たちに利用してもらっています。一度きりの利用の方もいれば、何度も利用してくださるリピーターの方もいます。しかし残念ながら、「どの会社でも同じ」と思われてしまっていることも多く、企業名や乗務員名に関心を持っていただく機会は少ないのが現状です。お客さまの多くが高齢化している今、将来的にはより若い世代の利用を増やしていく必要がありますが、若い人たちは接客には関心が薄く「利便性」しか見ていないと考える企業も多くあります。確かに、アプリで配車できる便利さ、スピード、支払い方法といったものが重視される傾向はあります。私が考えるのは、若い人たちは、「ここは素晴らしい」といった良い接客経験が少ないただけだと思います。しかし、実は“お気に入りの企業”を持っているのです。たとえば、美容室などがそうです。価格や立地ではなく、「あのスタッフがいるから」「あの人に髪を切ってもらいたいから」といった理由で通っている方も少なくありません。つまり「人」に惹かれて、選んでいるのです。

私自身、ある日の体験に強く心を動かされました。レストランで食事を終え、スタッフをお願いしてタクシーを呼んでもらった時のことです。しばらくして、スタッフが「タクシーが参りました」と声をかけてくださり、外まで丁寧に見送りに出てくれました。タクシーに乗り込み、行き先を伝えたそのときです。乗務員の方が静かにこう言いました。「見送りの方がいらっしゃいますので、窓をお開けしましょうか？」と。何気ない一言かもしれませんが、私はその言葉に驚き、感動しました。窓の外を見ると、レストランのスタッフが小さく手を振りながら、最後まで私を見送ってくれていたのです。それに気づいていなかった私は乗務員からの言葉がなければ、また来たいと思ってい

たお店のスタッフに残念な気持ちを残してしまっていたかもしれないのです。

また別の日には、やはりレストランのスタッフがタクシーまで来て見送ってくれた際、新しいホテルだったのでナビを使ってもらうように告げました。すると「見送りの方がいらっしゃいますので、少し先に進んでからナビを設定してもよろしいでしょうか？」という配慮の言葉をいただきました。これまでの体験では、見送りの人が気になりナビ操作してもらう時間を非常に長く感じていたのです。お見送りの方への気遣いを忘れない行動に胸が熱くなりました。これらは、タクシー会社としてのマニュアルに書かれているものではないでしょう。一人ひとりの乗務員が、自身の感性や経験から自然と行っている“おもてなし”です。だからこそ、私はこうした体験を「もったいない」と感じるのです。せっかく素晴らしい行動をしているのに、それが他の利用者や企業の中で共有されていないことが多いからです。このような「感動行動」を企業として取り組めば、他社にはない明確な差別化ができます。実際には、私がまだ知らないだけで、他にも多くの乗務員が素晴らしい接客をされていることでしょう。しかし、その多くは会社から認識されておらず、また他の乗務員に共有されていません。また本人にとっても言語化されていないために再現性がないのです。

そこにチャンスがあります。クライアント企業の現場で実践されている乗務員一人ひとりの素晴らしい行動を集め、共有して行きます。最初は「何気なくやっていたこと」であっても、他の人に話すことで言語化され、自分でも「これが良い行動だったのか」と気づくことができます。そして、それを他の乗務員がロールプレイ研修で体験することで再現性が生まれるのです。より多くの乗務員がそれらを身につけることができれば、それは企業としての価値が変わっていきます。便利な時代だからこそ、人の温かさが際立ちます。タクシーという空間は、わずかな時間であっても、記憶に残る体験を提供できる場所です。一人の乗務員の優しさや配慮が、利用者の心に深く刻まれ、また次の利用につながる。「この会社のタクシーがいい」「またあの人に逢いたい」と思っていただけのような、そんな未来を、私たちは創っていきたいと考えます。



知っていることを増やすことから始めよう！タクシー乗務員の「接客マニュアル&解説動画」詳細・申込は、QRコードから。

