

# 飯島賢二の『恐縮ですが...一言コラム』

## 第364回 「旅」の安心・安全提供業

2010.5.16

「旅」は非日常性の連続である。と言うか「旅」は決して日常ではないということか、普通の生活では体験出来ない郷土の味、自然とのふれあい、人情の温かさを体感し温泉にゆっくりつかれる...こんな非日常体験との遭遇が、心身ともにリフレッシュさせる。「旅」の醍醐味のひとつはそこにある。

「旅」へ出よう...と思いついた時点から、「旅」は始まっている。旅程を計画し、パンフレットやインターネットで情報を集め、旅行用品を調達し、旅行保険をかけたり、もう頭の中はすっかり旅先にある。こんな素敵な「旅」を演出する、旅行を「業」とする業者は、旅人の本来的旅行動機を見定めなければならないと思う。旅人にとって、楽しい旅から無事に自宅へ帰ってくるまで、これが「旅」の全行程であること、決して忘れてはならない。**このすべての時点で、旅人の願望を満ちし、その安全を保証し、安心な旅のお手伝いをする**、これが旅行関連ビジネスの原点である。

温泉巡り、歴史を検証する、名跡を訪ねる、郷土色を味わう、お祭りを見る、そして、ただゆっくり、何もしないことを楽しむ...等々「旅」の目的も色々ある。だからビジネスのあり方も、色々あっていいのだろう。でも原点は一つ、「旅のすべての時点で、旅人の願望を満ちし、その安全を保証し、安心な旅のお手伝いをする」と言うことに、他ならない。

- ・安さだけを売り物に、危険度の高い安ホテルを平気でパックする旅行業者。
- ・自社の都合だけで運行を勝手に変更する航空会社。
- ・金を使い、気を遣い、なんで頭を下げなければいけないのか観光タクシー。
- ・土産物(みやげもの)屋の無愛想(ぶあいそう)なおばちゃんの顔、旅行中思い出し気分が悪い。
- ・ドギツイ色彩の施設で「2時間カニ食べ放題」の宿。
- ・朝も夜も、バイキング、好きなものを好きなだけ食べられます...なんていつている日本旅館。
- ・お子様にはスパゲッティかハンバーグ、これが子供への気遣いと自慢する観光ホテル。
- ・白ナンバーで堂々と客の送迎を繰り返す観光旅館。
- ・トイレは掘り穴式、浄化槽の臭いが漏れ、夜具はベトベト、部屋には鍵がかからない...これが本物の非日常性、そう今の日本人、誰もこんな家に住んでいない。それでも看板を下ろさない民宿。
- ・多様化を通り越し、無謀に肥大化するお客のニーズとやらに、やたら迎合させようとする実務を知らない学者、コンサルタント達。
- ・儲けしか考えない買取や乗っ取り屋を「旅館再生のプロ」と持ち上げる、無教養、無節操なマスコミ。

それを支持する客がいる限り、ビジネスには色々あっていいと思う。誰も否定は出来ないだろう。でも、原点を逸脱(いつだつ)するビジネスは、その存在を認めるわけにはいかない。旅へ出ようと思いついた時点から、旅は始まる。無事帰宅するまでの全行程に関わるそれぞれの業者は、もう一度その存在意義を自ら問い質(ただ)し、より高度な、より付加価値あるサービスの提供を考えるべき時にある。

そのための有効手段は、旅人(=エンドユーザー)との連携を図ることが肝要と思われる。消費者に絶対良かれ...と勝手に思った企画は、往々にして受け入れられない場合がある。自社の体力の範囲内で、企画ターゲットに合わせたニーズの情報分析が、その勝敗を決するだろう。

と、そこまではいわゆる普通の考え方である。今必要なのは、更にプラスアルファの付加価値づくり、もうひとつの心がけと心遣いである。これが前例のない、ならではの差別化商品となる。いわば、「気配りの商品化」と呼んでおく。この「気配り商品化」、膨大な投資額はいらず、発想そのものが商品になる。産みの苦しみを継続すれば、きっと歓喜に変わる。まだまだ、無限にあると思っている。

旅人に「安全と安心」を提供し、貴重な思い出づくりを「業」とする、旅人から溢(あふ)れんばかりの笑顔と、温かい感謝の言葉を聞きながらビジネスできる旅行関連業。大きな喜びと遣り甲斐(やりがい)を実感でき、仕事冥利(しごとみょうり)に尽きるといえるはずである。