

地域ブランド 戦略 ④

地方PR機構 代表理事
殿村 美樹

DX支えるアナログな人間関係

コロナ禍の行動制限が解かれて3カ月、長らく開催を控えていた地域イベントや祭りが次々と復活している。一見、活気が戻ったように見えるが、現場に赴くと課題が山積で、あちこちから困惑の声が聞こえてくる。

たとえばチケット販売。以前は紙のチケットのみで良かったが、コロナ禍を経てネット予約やデジタルチケットの発行が当たり前になった。また久々の対面接客に戸惑うスタッフも多く、新たな社会に対応したホスピタリティー教育が求められている。

そんな中、地域のデジタル化をサポートするビジネスが人気を集めていると聞き、取材に赴いた。大阪市に本社を置く日本PCサービスは、個人のパソコン修理から企業のDX改革まで、きめ細かな伴走サービスを提供している。

社長の家喜信行さんは「かつて地域には頼れる電気屋さんがあって、家電のトラブルには電話一本で駆けつけてくれた。私たちはデジタルの分野で、地域の頼れる存在になりたい」という。例えるなら「かかりつけのデジタル医」といったところか。そのニーズを裏付けるように、365日いつでも電話で相談で

きる同社の個人サポート会員は63万人を突破しており、本社に設置された相談室の電話は鳴りっぱなしだ。さらに最近、自治体と二人三脚で地域のDX化を進めるケースが増えているという。家喜社長は「地域の場合、デジタル機器の整備だけでは終わらない。市民に寄り添ってこそDX化は成功する。得意の伴走サービスで貢献したい」と意気込む。



地域のデジタル化に寄り添う日本PCサービス家喜信行社長。相談室の電話は鳴りっぱなし

対面による信頼関係が重要

また、ネットショップのプロが地方に移住して、地域をサポートする例も多い。兵庫県丹波篠山市には楽天のコンサルタントを務めた安達鷹矢さんが東京から移住して、自治体や地元企業をサポートしている。さらに安達さんは一棟貸の宿「NIPPONIA 後川 天空農園」を運営し、八

イレベルな宿泊施設の予約サイト「一休.com」で評価4.9という驚異的なレビューを叩き出して、地域にお手本を示している。

ただこれには、きっとプロの技が隠れていると推察し、率直に仕掛けの内容を訊いた。

しかし安達さんからは「お客様に会って笑顔でご挨拶するだけです。対面することで心が通い宿のファンになってくれますから」とアナログな答えが返ってきた。人は相手の顔が見えないと文句を言いたくなるから、笑顔で会うことが何より重要と説明する。宿泊予約サイトの高評価も「僕がお客様にお願いしたことは一度もありません」とキッパリ。顔の見えないネット社会ほど、人間関係の基本が求められるのだ。

心理学に「心理的リアクタンス」という概念がある。人には自由を制限されたり、何かを強要されたりすると、それにあらがおうとする性質が備わっていると説く。だとすれば急激なデジタル化を強要された人たちは、アナログな世界を求める。確かに、コロナ禍でヒットしたのは、大正時代を舞台にしたアニメ「鬼滅の刃」や、動物と暮らすゲーム「どうぶつの森」だった。今回、話を聞いた家喜信行社長と安達鷹矢さんも、今こそアナログな伴走サービスや、対面による信頼関係の構築が重要と強調する。急激なデジタル化に勝つ秘訣は、人間関係の原点にあるのかもしれない。 **G**