

伊勢志摩タクシー事業者 ガイドライン (ISESHIMA Taxi Service Guidelines)

ガイドラインとは

サービス価値基準を元に、具体的な行動のあり方を定めたもので、行動規範、行動ガイドラインとしての役割を担うもの。

「サービス価値基準」で示した理念や考え方を、タクシー事業者が日々の業務のなかで実践していくための具体的な行動指針として策定するもの。旅行者への対応、運行時のふるまい、地域との関わりなど、各場面における行動のあり方を明確にし、すべての乗務員が共通の水準と意識のもとでサービスを提供できることを目的とする。「伊勢志摩の案内人」としての誇りと責任を持ち、旅行者に安心と感動を届けるための実践的な手引きとして位置づける。

1. 対象となる外国人旅行者の特性理解 ～ 旅行プラン提案

① 対象となる外国人旅行者（ゲスト）の特性を把握する

伊勢志摩タクシー事業者が対応する外国人旅行者は、「誰にでも同じ説明・同じ案内をすればよい存在」ではない。

ゲストの特性・意向を把握することが、適切な接遇・案内・プラン提案の出発点となる。そのため、受注段階においてゲストの特性に関する情報を把握する仕組みが求められる。

すべての嗜好や要望を事前に把握しきることは現実的ではない。

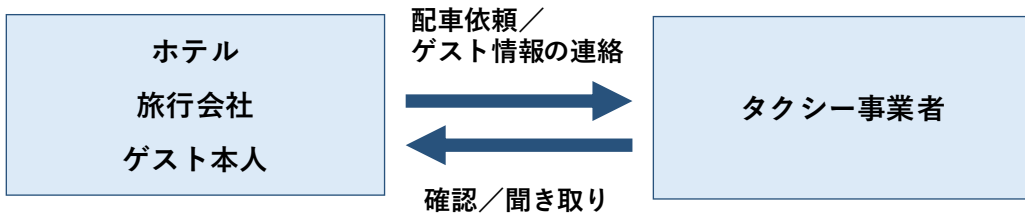
重要なのは、「深く知ること」よりも、「判断の軸を持つこと」である。

限られた情報の中でも、「このゲストには、どのような関わり方が適切か」を考えるための仮説を立てることを重視する。

ゲスト情報を把握する仕組み

受注段階においてゲストの特性情報を把握するのに想定される流れは以下の通り。

本格的なシステムは中長期で取り組むテーマといえるが、現時点でも可能な範囲でゲストの特性・意向を把握することが望ましい。



ゲストの特性・意向を把握する姿勢を内外に示すことで、社内に対して、ゲスト情報把握の重要性についての理解浸透を図れるとともに、ホテル・旅行代理店等に対しても働き掛けを行うことで、詳細なゲスト情報をタクシー事業者が求めているという理解が促進される。

ゲストの特性や意向を把握する際の聴取項目例

事前に得られる情報は限定的であることを前提としつつ、以下の観点で整理する。

- **ゲストの基本情報**（職業、役職、訪日歴、伊勢志摩訪問歴、同行者構成等）
- **旅行の性格**（観光中心／休養中心／ビジネス付帯等）
- **旅行の目的**（観光／休養／ビジネス付帯／記念旅行等）
- **興味・関心の方向性**（自然・精神文化・食・歴史・現代日本・ラグジュアリー体験など）
- **事前に共有されている興味・関心、留意点**（静かな滞在希望、高齢者同伴、時間制約等）

※すべての嗜好を把握することを目的とせず、「このゲストは、どのような配慮を前提にすべきか」という判断の土台を整えることを重視する。

1. 対象となる外国人旅行者の特性理解 ～ 旅行プラン提案

② 特性を分析・共有する

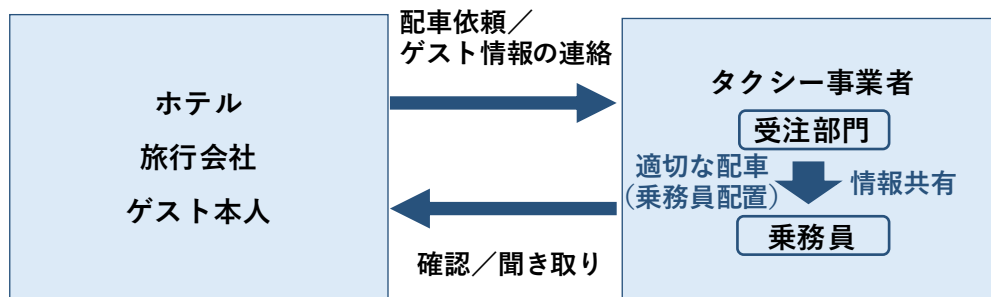
把握したゲスト情報は、個人の感覚や経験に留めず、「どのような体験・ルート・語り方が合いそうか」という形に翻訳して整理する。

- このゲストには「押しすぎない」
- このゲストには「背景を一言添えると伝わる」

といった、**現場判断のヒントになるレベルの整理**を、配車情報・伝票・簡易メモなどを通じて共有する。

これは、「ドライバー個人の頑張り」に依存せず、**誰が対応しても一定水準の判断ができる状態**をつくるための仕組みである。

ゲスト情報を共有する仕組み



本社・本部 (受注部門)

受注・配車・調整段階において、以下の観点で情報を整理する。
すべての嗜好を把握することを目的とせず、「**このゲストは、どのような配慮を前提にすべきか**」という判断の土台を整えることを重視する。

乗務員

共有された情報を踏まえたうえで、乗車後の表情・姿勢・声のトーン・会話量などから、ゲストの状態を読み取り、仮説を微調整する。
事前情報が少ない場合でも、「何も分からない状態」で臨むのではなく、**判断の起点がある状態で現場に立つ**ことが重要である。

分析の視点 (例)

- 効率・合理性を重視するタイプか、物語性・背景理解を楽しむタイプか、
- 静かに過ごしたいタイプか
- ・ 会話は
 - 情報提供を歓迎しそうか、必要最小限を好みそうか、
 - ・ 伊勢志摩の価値を語るなら
 - 「伊勢神宮の制度・仕組み」「自然と人の営みの関係」「食や暮らしの背景」
- どの切り口が響きそうか

2. 地域価値の理解

伊勢志摩の地域価値を理解する

A) サービス価値基準のコアバリュー図を踏まえた整理

〈地域価値の理解とコンテンツへのつなぎ方〉

サービス価値基準にも掲載した「伊勢志摩のコアバリュー」をもとに、地域価値の理解とコンテンツへの繋ぎ方として想定される内容を提示。

伊勢志摩のコアバリュー

伊勢志摩地域の中心的価値は、

「伊勢神宮や海・山に囲まれた国立公園、そこに共存する人々、その承継の営み」

【目に見えない価値を体現したのもの】

- ・ 文化的豊かさが体現されたもの。

【目に見えない豊かさを生み出すもの/文化層】

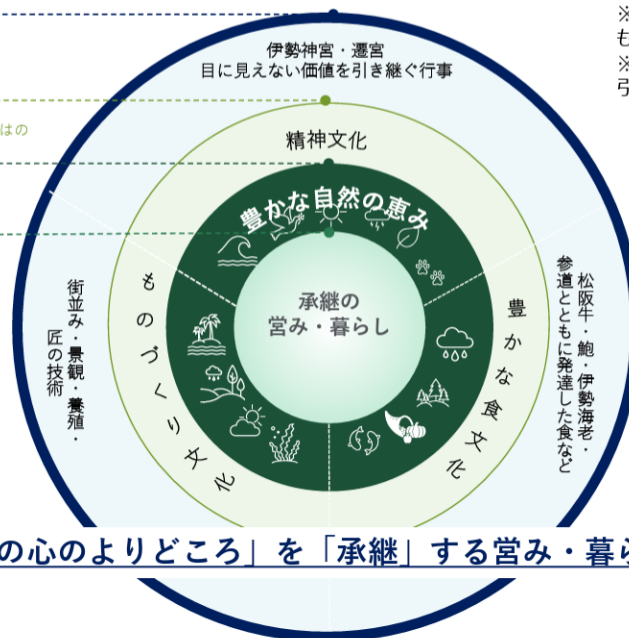
- ・ 承継の営みを基盤に自然と向き合い、地域ならではの文化的豊かさ/心の豊かさが生まれる

【自然の恵み】

- ・ 伊勢志摩という地域の営み/暮らしの基盤となる自然の恵み

【価値の中心：承継の営み】

- ・ 自然の恵みをいただき、地球に暮らす一員としての住民の営み。
- ・ 本当の豊かさを探求する心を持ち続ける文化
- ・ 目に見える右肩上がりの成長や発展よりも、自然と共に暮らし、心の豊かさに繋がる文化的豊かさを尊重し、承継する。



※「伊勢神宮」とは、ものを指す
※「承継」とは、継承を引き継ぐことを指す

「日本の心のよりどころ」を「承継」する営み・暮らし全体像

① サービス価値基準のコアバリューを、どのような施設・人・体験と結びつけるか

伊勢志摩におけるサービス価値は、単に「名所を案内すること」や「知識を説明すること」によって生まれるものではない。

本ガイドラインで示すサービス価値基準のコアバリューは、伊勢志摩という土地が持つ**精神性・自然環境・人の営みが重なり合う全体像**を、ゲスト一人ひとりの関心や状況に応じて“意味づけ”して伝えることにある。

そのため、ドライバーには「どの施設を案内するか」以前に、「どの価値を、どの切り口で語るのか」という視点を持つことが求められる。

具体的には、以下のようなテーマ別の切り口を意識し、それぞれに対応する施設・人・体験と自然につなげていく。

2. 地域価値の理解

伊勢志摩の地域価値を理解する

A) サービス価値基準のコアバリュー図を踏まえた整理

〈地域価値の理解とコンテンツへのつなぎ方〉

A-② テーマ別の語りの方向性と具体例

【祈りと精神文化を軸に語る】

伊勢志摩の中核にあるのは、伊勢神宮を中心とした祈りの文化である。

ここで重要なのは、神宮を「歴史ある建築物」として説明するのではなく、祈りが日常として続いてきた土地そのものとして捉える視点である。

たとえば伊勢神宮周辺を走行する際には、

「この地域では、特別な行事のときだけでなく、日常の中で祈りが続いていること」

「神宮は社殿だけでなく、森や川を含めた聖地全体を指していること」

といった切り口で語るができる。

このような語りを通じて、ゲストには日本人の精神文化や時間感覚、“変えないために続ける”という価値観が自然と伝わっていく。

【自然と共に生きる暮らしとして語る】

伊勢志摩は、国立公園という守られた自然の中に、人々の暮らしや産業が今も息づいている地域である。

リアス式海岸や山と海が近接する風景を前に、

「この地域では、自然は観光の背景ではなく、生活や仕事の前条件である」

という視点で語るができる。

こうした語りは、伊勢志摩を「美しい景色の場所」から、人と自然が共存してきた土地として理解してもらう助けとなる。

【食や日常の体験から価値を伝える】

伊勢志摩の食や日常の風景も、サービス価値を伝える重要な入り口となる。

たとえば魚介類について語る際には、単に「新鮮でおいしい」という説明ではなく、

「伊勢では、食べ物はまず神様に捧げられてきた」

「食と祈りが切り離されていない文化がある」

といった背景を添えることで、ゲストの理解はより深いものになる。

2. 地域価値の理解

伊勢志摩の地域価値を理解する

B) 「伊勢志摩の地域価値ユニークポイント整理」を踏まえた整理

伊勢志摩の地域価値ユニークポイント整理

地域価値のユニークポイントとして、伊勢志摩のコアバリューのエッセンスを以下のように整理

□ 自然（国立公園）

- ・（日本では）国立公園に指定されているエリアに人が生活している点は海外からみると、ユニークポイントになっている

□ 自然（山・海）

- ・伊勢志摩はリアス式海岸の地形を有し、山と海のつながりが強く、山の栄養が海へ流れ込み、まさに「山が海を育てる」豊かな自然が息づいている。

□ 真珠

- ・参拝客向けの土産品としての需要も見越して真珠養殖を開始
- ・海女文化、海女が活躍する地であったため真珠養殖も誕生した
→真珠養殖の発展には海女の技術が不可欠であった

□ 参拝/産業発展

- ・伊勢神宮への参拝客増加により地域の産業（宿泊・飲食・物販）が発展

□ 神宮

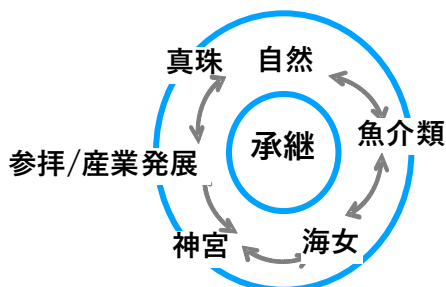
- ・伊勢神宮参拝（お伊勢参り）は日本における観光旅行・団体旅行・旅行業（ツアー手配）のルーツとされる。

□ 海女

- ・伊勢志摩では海女がアワビ、伊勢海老などの魚介類、天然真珠を獲り生活

□ 魚介類（神饌）

- ・豊かな自然により、豊富な魚介類が育った
- ・神宮の鎮座地を探していた神（倭姫命／やまとひめのみこと）が海女が献上したアワビを気に入り、神宮の鎮座地となったとの逸話がある



〈承継という視点からの地域価値理解〉

① 伊勢志摩の地域価値を「承継の連なり」として捉える

「伊勢志摩の地域価値ユニークポイント整理」が示しているのは、個別の観光資源の一覧ではなく、「承継」を軸とした価値の循環構造である。

神宮、参拝文化、産業の発展、海女、真珠、魚介類、自然環境——これらはそれぞれ独立した要素ではなく、相互に影響し合いながら受け継がれてきた。

ドライバーが意識すべきなのは、「何を一番詳しく説明するか」ではなく、「今見えている風景が、どの承継の一部なのか」を理解することである。

2. 地域価値の理解

伊勢志摩の地域価値を理解する

B) 「伊勢志摩の地域価値ユニークポイント整理」を踏まえた整理

〈承継という視点からの地域価値理解〉

② 承継の流れを踏まえた語りの具体例

【神宮と参拝文化の承継】

伊勢神宮への参拝は、日本における観光や団体旅行の原点とも言われている。

おはらい町や門前町を通過する際には、「伊勢への参拝が、人の移動を生み、宿泊や飲食、物販といった産業を育ててきた」という流れを語ることができる。

これにより、ゲストは伊勢志摩を“信仰と経済が共に発展してきた場所”として理解できるようになる。

【海女という生業の承継】

海女文化は、伊勢志摩を象徴する要素のひとつであるが、ここでも重要なのは「昔の文化」ではなく「今も続く仕事」として語ることである。

海女小屋や海の風景を前に、

「海女は自然と交渉しながら資源を獲る専門職である」

「その技術や知恵が、真珠養殖の発展にもつながった」

といった承継の流れを示すことができる。

【真珠と産業技術の承継】

山と海が近接する伊勢志摩の地形は、「山が海を育てる」という循環を生み出している。

この自然環境があったからこそ、豊かな魚介類が育ち、海女の生業や食文化が続いてきた。

こうしたつながりを意識して語ることによって、自然は単なる背景ではなく、**承継の土台そのもの**として伝わる。

2. 地域価値の理解

伊勢志摩の地域価値への理解を深めて引き出しを増やす

テーマ1 | 祈りの承継（神宮を中心とした精神文化）

中核価値	神宮／参拝
切り口	神宮は「建物」ではなく、祈り・自然・人の営みが循環し続ける“仕組み”
例	『伊勢神宮（内宮・外宮周辺）』『早朝・夕刻の参拝時間帯』
語りの切り口	「伊勢神宮は“2000年前の遺跡”ではなく、2000年かけて“続けてきた行為”そのものです。」
伝わる価値	変えないために続けるという思想

テーマ2 | 参拝が生んだ産業の承継（旅と経済の起点）

中核価値	参拝／産業発展
切り口	お伊勢参りは、日本の観光・ツアー・ホスピタリティの原点
例	『おはらい町・おかげ横丁』『門前町の老舗』
語りの切り口	「一生に一度は伊勢へ」という参拝文化が、日本の旅とおもてなしを育てました。」
伝わる価値	・観光＝信仰と生活の延長線 ・日本型ホスピタリティの起点

テーマ3 | 海と共に生きる技の承継（海女）

中核価値	海女
切り口	海女は「文化財」ではなく、自然と向き合う高度な生業技術の担い手
例	『海女小屋体験』『海女文化資料館』
語りの切り口	「海女さんは“昔の人”ではなく、今も自然と交渉しながら働くプロです。」
伝わる価値	・自然との距離感 ・持続する生業のリアリティ

テーマ4 | 自然理解から生まれた技術の承継（真珠）

中核価値	真珠
切り口	真珠養殖は、海女文化・自然理解・人の工夫が結晶化した産業
例	『真珠養殖場』『真珠加工・展示施設』
語りの切り口	「真珠は自然が作り、人は“待つ”だけ。日本のものづくり哲学が詰まっています。」
伝わる価値	・自然と人の役割分担 ・本質的なラグジュアリー観

テーマ5 | 捧げる食の承継（魚介類・神饌）

中核価値	魚介類（神饌）
切り口	伊勢志摩の食は「消費」ではなく、祈りに捧げる行為と一体だった
例	『郷土料理店』『神宮周辺の食文化』
語りの切り口	「伊勢の魚介は、まず神様のもの。食べる前に“意味”があります。」
伝わる価値	・食と精神性の結びつき ・豊かさの定義の違い

テーマ6 | 山と海がつながる自然の承継（国立公園）

中核価値	自然（山・海・国立公園）
切り口	山の栄養が海を育て、その循環の中で人が暮らし続けてきた風景
例	『リアス式海岸の眺望』『漁村・里海風景』
語りの切り口	「ここでは、山が海を育て、海が人の暮らしを支えています。」
伝わる価値	・循環する自然観 ・国立公園と生活の共存

3. 「伊勢志摩のつなぎ役」として

① ゲストの真のニーズを対話で引き出す

伊勢志摩におけるドライバーの役割は、単に行き先を確認することではなく、ゲスト自身もまだ言語化できていない「旅の目的・価値観・こだわり」を、安心感のある対話を通じて少しずつ引き出すことである。

特に外国人ゲストの場合、

- ・遠慮
- ・語学的制約
- ・日本文化への理解不足

により、本音や期待が表に出にくいケースが多い。

そのため、「正確な英語で多くを話すこと」よりも、**聞く姿勢・間・空気感**が重要となる。

- ゲストの目的・価値観・こだわりは、最初から明確になっているとは限らない
- 会話量よりも、**安心感・距離感・聞く姿勢**を重視する
- 表情・反応・沈黙から、話す／話さないの最適なバランスを判断する
- スマートフォンの翻訳アプリは、説明ではなく**意向確認の補助**として活用する
- 行き先ではなく、「なぜそれを選びたいのか」を意識して受け取る

ツール活用の考え方

- 翻訳アプリは「会話力の代替」ではなく、**ゲストの意向・選択を正確に確認するための補助ツール**として活用する
- 長い説明や雑談を無理に行う必要はなく、**確認・選択・意思決定の場面**に限定して使う

〈具体行動〉

- 乗車直後は質問を畳みかけず、表情・声量・反応速度から「会話を求めているか／静かに過ごしたいか」を見極める
- Yes / No で答えられる簡単な質問から始める
(例：Nature or City? / Quiet or Lively?)
- 翻訳アプリは「説明の代替」ではなく、**意向確認・選択肢提示の補助ツール**として使う
- 目的地そのものではなく、「なぜそれに興味を持ったのか」を一言でも拾う
- ゲストが話しやすくなるまで、沈黙を恐れない

(具体的な使い方)

- Yes / No で答えられる短い質問を翻訳アプリで提示する
(例：Quiet place? / Nature experience? / Free time or guided?)
- 選択肢を2~3個に絞り、画面を見せながら確認する
- 行き先そのものではなく、「雰囲気」「体験の方向性」を確認するために使う
- ゲストの返答を、再度アプリで言い換えて確認し、認識のズレを防ぐ
- アプリ操作に集中しすぎず、**必ず目線・うなずき・間で安心感を保つ**
- 翻訳アプリを使うことで、「正しく伝えられている」という安心感が生まれ、ゲストが本音を話しやすくなる
- 行き先ではなく、「なぜそれを選びたいのか」を意識して受け取る

3. 「伊勢志摩のつなぎ役」として

② ナラティブとして語れる能力を高める

伊勢志摩の価値は、情報や知識を並べただけでは伝わらない。

重要なのは、

「なぜこの土地が大切にされてきたのか」

「なぜ今も人が守り続けているのか」

を、**物語（ナラティブ）として語れること**である。

ここで求められるのは、完璧な歴史知識や語学力ではない。

ドライバー自身が

- ・見たこと
- ・感じたこと
- ・印象に残っている体験

を、自分の言葉で語れる状態をつくることである。

ポイント

- 地域の魅力は、情報ではなく物語（ナラティブ）として伝える
- 完璧な知識や語学力よりも、
「自分はこの土地をどう感じているか」を自分の言葉で語る
- 年号・専門用語より、背景や意味を一文で伝える
- 実際に体験した場所・人・出来事を一つは持つ
- ゲストの関心や状況に応じて、語る深さを調整する

〈具体行動〉

- 神宮・海・山・食などについて、「事実」ではなく「自分の理解・実感」を一つ持つ
- 地域資源を説明する際は、年号や専門用語よりも、背景や意味を一文で伝える
(例：「This place is important because people here believe…」)
- 実際に訪れた店・場所・人のエピソードを一つは持つ
- ゲストの関心に応じて、語る／語らない、深める／留めるを柔軟に調整する
- 「正しく話す」よりも「誠実に伝える」姿勢を大切にする

3. 「伊勢志摩のつなぎ役」として

③ ガイドとの共通理解と連携

外国人ゲストの満足度を最大化するためには、ドライバーと通訳ガイドがそれぞれの役割を分断して担うのではなく、**一つのチームとして機能することが不可欠**である。

ドライバーは「移動の担い手」、ガイドは「説明の担い手」ではない。

ドライバーは**現場と空気を読む役割**、ガイドは**言語と背景を深める役割**を担い、互いの強みを掛け合わせることで体験価値が高まる。

ポイント

- ドライバーとガイドは、役割分担ではなく**一つのチーム**である
- 目的は効率化ではなく、**ゲスト体験の質の向上**
- ゲストの関心・体調・雰囲気を簡潔に共有する
- ガイドの説明を尊重しつつ、移動中や場面転換で補完する
- 「今、説明を深めるか／余白を残すか」を互いに意識する
- ガイドを同じ伊勢志摩を伝える**仲間として尊重する**

〈具体行動〉

- ゲストの関心・体調・雰囲気をガイドと簡潔に共有する
- ガイドの説明を遮らず、空気が変わるタイミング（移動中・景色の変化）で補足する
- ゲストの反応を見て、「今は説明を深めるべきか／余白を残すべきか」をガイドとアイコンタクト等で共有する
- 役割分担ではなく、「ゲスト体験をどう良くするか」という共通目的を常に意識する
- ガイドを“外部の人”ではなく、同じ伊勢志摩を伝える仲間として尊重する

4. 接遇・案内・運転

伊勢志摩におけるタクシーサービスは、単なる移動手段ではなく、旅全体の印象を左右する重要な体験の一部である。

とりわけ、移動距離が長く、車内で過ごす時間が長い伊勢志摩においては、観光案内や会話の巧拙以前に、「この人に任せて大丈夫か」「この車両は安心できるか」という感覚が、ゲストの満足度を大きく左右する。

そのため、接遇・案内・運転において最も重視すべきことは、特別な演出を行うことではなく、不快感や不安を生まない基本動作を確実に積み重ねることである。

身だしなみ ～第一印象で信頼を損なわないために～

ゲストは、乗車した瞬間の数秒間で、そのドライバーと車両を無意識のうちに評価している。

清潔感や匂い、服装の整い方といった身だしなみは、観光説明よりも先に、「安心して任せられるかどうか」を判断する材料となる。

身だしなみは個人の好みを表現するものではなく、不快感を生まないための最低限の条件として捉える必要がある。

香水や強い整髪料、食後の匂いなどは控え、「無臭」を基本とすることが望ましい。

服装や靴、髪型、爪に乱れがない状態を保ち、車内外の清掃についても、座席だけでなく、ステップやトランク、助手席まで含めて確認する。

「好かれる身だしなみ」を目指すのではなく、「嫌われない状態を安定して維持する」ことが、伊勢志摩の接遇品質の土台となる。

〈具体行動〉

- 清潔感を最優先し、「無臭」を基本とする（香水・整髪料・食後の匂い等は控える）
- 服装・靴・爪・髪型は乱れがない状態を保つ
- 車両の清掃は、車内だけでなくステップ、トランク、助手席まで確認する
- 助手席に私物を置かない
- 「好かれる身だしなみ」ではなく「嫌われない状態」を安定して維持する

4. 接遇・案内・運転

所作・仕草、ゲストが乗車していない時間の対応 ～動きの一つひとつが安心感をつくる～

ゲストは、運転技術だけでなく、ドライバーの立ち姿や視線、動作の丁寧さから、「雑に扱われていないか」「余裕をもって対応しているか」を感じ取っている。そのため、ドアの開閉や荷物の扱い、立ち居振る舞いにおいても、急がず落ち着いた所作を心がけることが重要である。

また、ゲストが乗車していない時間であっても、業務が中断されているわけではない。

待機中は、ルートや時間配分を確認し、次の行程を見据えた準備を行うなど、「何もしない時間」を準備の時間として活用する意識が求められる。

車内においても、ゲストが作業や休憩をしている様子であれば、無理に話しかける必要はない。

〈具体行動〉

- 立ち姿は背筋を伸ばし、落ち着いた所作を意識する
- ドアの開閉、荷物の扱いは急がず丁寧に行く
- ゲストの前で、だらしない姿勢・私的な行動をしない
- 待機中も、ルート確認、時間配分、次の動線を意識し「何もしない時間」を準備の時間として使う

サービス内容 ～派手な演出より、誠実さと基本の徹底～

伊勢志摩で求められる高付加価値のサービスとは、特別な演出や知識によって成り立つものではない。

約束を守ること、迷わせないこと、不安にさせないこと——こうした基本が揺らぐ実践されることで、結果として高い満足度が生まれる。

〈具体行動〉

- 急ぎの要望があっても、できない約束はせず、努力表明に留める
- 速度・急操作・急ブレーキを避け、不安を与えない運転を最優先する
- 長距離運行や高齢ゲストの場合は、個人判断ではなく「安全運行のルールとして休憩を取る」姿勢を示す
- 会話は、盛り上げるよりも不快にさせない・誤解を生まないことを優先する
- 守秘義務を徹底し、写真撮影、話題提供、詮索を行わない
- 小さな一手間（簡単な説明、さりげない配慮）は押し付けず、相手の反応を見て行う