

ドラグーン 中古車販売店が「観光ビジネス」に参入

レンタカーを「走る伝統工芸」に

秋田県の伝統工芸の技術を使って車内を装飾した「ご当地レンタカー」。
今後、その事業モデルを全国に展開し、各地の活性化につなげていくことも計画されている。
レンタカーで地域の魅力を発信するというアイデアは、どのようにして生まれたのか。



鎌田 学 (かまだ まなぶ)
ドラグーン 代表取締役社長

用のレンタカー事業に参入したのか。
きっかけは2015年7月、ドラグーン・鎌田学社長の元に、川連漆器の若手職人が訪ねてきたことだった。

「クルマ×観光」で事業を発想

「川連漆器の職人さんたちは、伝統工芸が日常生活から切り離されていることに危機感を覚え、漆塗りのスマホケースなど、新しい用途開発に力を入れていました。その1つとして、川連塗りを使った自動車の内装部品を考えていて、事業化の可能性を相談されたんです」

そう振り返る鎌田社長だが、当時はそれをどう商品化し、どう訴求すればいいのか、自身も判断できなかった。答えを見出せないまま数ヵ月が経った2016年初頭、鎌田社長はあるニュースを目にした。観光庁の予算が増額され、前年度比2.5倍に——。鎌田社長は、観光にはビジネスチャンスがあると直感した。

ドラグーンは地域密着のクルマ店だ。

「クルマ×観光」という事業軸で、ドラグーンは何ができるのか。観光バスや観光タクシーは運転手が必要な事業であり、自社で手掛けるのは難しい。しかし「クルマを貸すだけ」のレンタカーであれば、自社でできるかもしれない。そう考えた鎌田社長は、レンタカー業界の調査と分析に乗り出した。

この数年、国内の自動車関連市場は低迷が続いている。しかし、改めて調べてみると、驚いたことにレンタカー市場は拡大が予測されていた。

また、レンタカー業界は大手数社が寡占し、車両クオリティと料金体系は全国ほぼ横並びの画一的なサービスだ。その市場において、社員15名程の地方の中小企業であるドラグーンの勝算



ご当地レンタカーには「観光情報タブレット」が標準搭載。秋田県の寄り道スポットの案内を行う



ハンドルとコンソールは「川連漆器」、ウインドウスイッチパネルは「樺細工」、天井とシートは「秋田八丈」が使われている

はどこにあるのか。

鎌田社長が導き出した答えは、全国ほぼ横並びで画一的という業界のセオリーの逆を行き、地域の個性・魅力を尖らせることだった。

「観光の本質とは、異文化に触れる感動を味わうことだと考えました。ならば、秋田へ観光に訪れた方々に、レンタカーで移動中にもご当地感を楽しんでもらう仕掛けを施せばいいと思ったんです。そして自分の中で、車内装飾に川連塗りを使う話ともつながりました」

鎌田社長は、レンタカー事業の捉え方を「クルマの賃貸」から「観光を楽しむためのツール」に再定義。それならばレンタカー大手とは競合しない。可能性を感じた鎌田社長は、事業アイデアをカタチにすべく動き出した。

県内屈指の縫製職人が協力

鎌田社長は伝統工芸の職人たちを訪ね、協力を仰いだ。最初は反応の薄かった職人もいたが、伝統工芸の新しい発信拠点としてクルマを活用すると

いうアイデアに関心を持ち、力を貸してくれた。

ただ、技術的な工夫は必要だった。例えば、シートは絹織物「秋田八丈」でできているが、車検の規定で絹織物をそのまま使うことはできない。難燃素材に加工して、車検に対応しなければならなかった。また、絹の伸縮性は低く、シートや天井に合わせて加工するには精緻な技が求められる。県内屈指の縫製職人の協力を得て、シートや天井を仕立てていった。

並行して鎌田社長は、企画・開発段階からテストマーケティングにも力を注いだ。結果、ターゲットにすべき顧客像も見えてきた。

「メインのターゲットは、県外在住の旅好きアクティブシニアです。秋田観光の課題は、二次交通の不足。レンタカーは、アクティブに動き回りたい旅行者にとって有力な移動手段です。ご当地レンタカーは、地域の課題をビジネスで解決するものでもあります」

クルマ旅の醍醐味の1つは、寄り道ができること。その価値を引き出すた

め、鎌田社長はご当地レンタカーに「観光情報タブレット」を搭載。県内の観光スポットの情報を発信するとともに、車内装飾に使用した伝統工芸の紹介を行うようにした。

旅行業に参入、自分たちで集客

試行錯誤を経て2017年8月、ご当地レンタカーは完成。現状の課題について、鎌田社長は「まだまだ認知不足」と語るが、すでに次なる展開を見据えている。

「ご当地レンタカーのビジネスモデルを全国へ広げたいと考えています。大切なのは、各地の文化が感じられるよう“本物”にこだわること。質が維持されるようにレギュレーションを定めて、各地の活性化に寄与していきます」

そして鎌田社長は、観光の領域でさらなる新規事業を考えている。

「2018年度中に社内で旅行業務取扱管理者（国家）資格を取得して、自分たちが秋田への観光誘客を行います。例えば、車内で使われている伝統工芸の現場を訪ねる体験ツーリズムが考えられます。秋田文化の体験プログラムは、すでにいろいろな事業者から提供されていますが、それらはバラバラに存在しています。ご当地レンタカーはそこに横串を刺し、各事業者が連携する基盤になり得ます」

地域密着のクルマ店であるドラグーンにとって、観光レンタカー事業は隣接異業種に位置するビジネスだ。今後展開する「秋田文化の体験クルマ旅」専門の旅行代理店は、観光レンタカー事業を起点とした隣接異業種へのさらなる進出となる。ドラグーンは果敢に隣接領域を開拓し、新発想の観光複合ビジネスで成長を目指している。 **J**