

内外交差点

コミュニティタクシーの伝説 ～タクシー事業成功と失敗の鍵～

岩村 龍一氏 (コミタクモビリティサービス会長) 第7/12回

前回申し上げたとおり、弊社は「タクシーでみんなの足に、便利屋でみんなの手に」をビジネスコンセプトに、本業で社会的課題を解決するコミュニティビジネスを目指して創業いたしました。地域の高齢者を支え、お金儲けより地域を支えることが目的だという青臭い理念の下、当時経営していたトラック事業の不振でお金がなかった私は、身内はもとより友人知人縁故関係を駆使し、誰かれなく捉まえて出資をお願いした結果、2003年1月20日、株主40人により1000万円の資本金が集まり、会社を設立いたしました。

当時、多治見市内にはタクシー会社が3社あり、大手電鉄系の会社が100両規模の車両を持ちシェアトップ。続いて市外を拠点とするオーナー系の会社が約40両、3つ目の会社も大手電鉄系ですが、こちらは20両規模というものでした。そこへ、当社は5両で挑んで行きます。ライバルにとっては当社の出現は青天の霹靂だったと思いますが、蟻が象に向かって行くかの如くの闘いに、我々は勝ち抜いて行かなければなりません。とはいえ戦術や戦略などという立派なものではなく、マーケティングにも疎い我々です。集まったドライバーは、パートさんを含め10数人だったと思いますが、タクシー経験者はたったの2人。しかもリストラの憂き目にあったいわゆる「負け組」の連中でした。業界の常識など知る由もなく、ならばそれを逆手にとって徹底したサービス業目線でやってみよう！我々のモットーは誠心誠意。逆に言えば、音頭をとる私には、それしか言えなかったのです。

しかし、タクシー車両に当時は珍しかったプリウスを使ったこともあって、マスコミに取り上げられるなど、注目を浴び物珍しさも手伝ったのでしょう。華々しいデビューを果たしました。夕方6時を過ぎると電話が鳴り止みません。たちまち1時間待ちの状態になってしまいます。ところが、夜に反して昼間はコールセンターの電話が全く鳴らないのです。電話が故障しているのではないかと、別回線からかけたこともあったぐらいですが、考えてみれば当然と言えば当然。高齢のお客様が実績も信頼感もないタクシーに乗

る方がおかしいのです。手持無沙汰のドライバーは、自主的に広告用のポケットティッシュを持ちポスティングと駅立ちに明け暮れました。

ようやく3カ月も経った頃、ポツポツと昼間のお客様が増えて来ました。

爆発したのは半年後。高齢者を対象とした会員割引制度の申込書が日ごとに倍増して会社に届くようになったと同時に、朝7時から昼頃まで電話が鳴り止まない状態となって行きました。結果として、人口10万人ちょっとの街にもかかわらず、開業半年後には会員登録者数は1000人を超え、1年後には4000人を超えることとなりました。「お年寄りを大切にする、お年寄りを支える」という接客ポリシーをドライバー全員が実践してくれたのだと思います。御礼の電話や手紙が日々届き、「現物チップ」と呼ばれる手作り野菜が会社に届けられました。

実は弊社では、固定給制度を採り入れました。開業前、生意気にも私は、タクシーの諸悪の根源は歩合給にあると考え、ドライバーが売上や効率に縛られず、接客を第一に考えるためには固定給が必須条件だと思ったのです。タクシーは近いと叱られる、遠回りをする…こんなイメージは固定給なら払拭できます。何よりドライバーが安心して働ける環境を創る、そして営業の責任は会社が取る、一般の企業なら当たり前のことだろうと私は考えていたのです。結果としては、功罪両面ありました。タクシーを休業している今でも親切なコミタクは伝説として我が街に残り、有り難いことに待望の声が止みません。

一方、経営を圧迫する要因として頭を痛めることになったのも否めない事実です。その辺りのお話は次回に持ち越すこととして、「行列のできるタクシー」の要因は何だったのか？答えはたったひとつです。ドライバーの人柄に裏打ちされた誠心誠意、思いやりのある接客サービスです。「あなたのために」という心がお客様に伝われば行列ができるのは当たり前でしょう。タクシーだからということはありません。全てのサービス業に当てはまる普遍の真理です。当時、私は自社を「生活支援企業」だと宣言して憚りませんでした。会社の理念を明確に打ち立て、社員により実践された時、事業は自ずと成功へと向かうのです。

