

タクシーのやる気がUP！売上UP！

インターネットとスマホを使った全国共同配車センターサービス

タクリーチ

国交省が運賃改定に関するいわゆる「新基準」を示して以降、全国的に改定要請への動きが加速している。各事業者ともコロナ禍をはじめとする諸問題で経営状況が苦しいのは言うまでもないところで、収益向上とコストダウンによる経営の健全化は待たない状況だが、コストダウンはことさら難しい問題となっている。こうした課題に対するソリューションの一つとして、「徹底的にコストを抑えた配車システムのアウトソーシング」を提示しているタクシー事業者がいる。今回は、事業再構築補助金の第5回公募で採択されている「タクリーチ」を紹介しよう。(鈴木)

神戸市で展開している大成タクシーグループ（西井猛代表）の大成交通（西井社長、神戸市中央区）はこのほど、「タクリーチ事業部」を立ち上げた。タクリーチとはもともと、グループの大成タクシー（西井社長、神戸市北区）で運用していたポケットタクシー協会（金子一彦社長、千葉県船橋市）のクラウド型配車システム「ポケットタクシー」を、大成交通がOEM（Original Equipment Manufacturer）の上、モール化したもので、他社からの配車委託を容易に受けられるようにしたシステムだ。

西井氏（写真）はシステム開発のきっかけについて、自身の経験から地方の中小事業者にとって無線装備が営業上必須となる一方、コールセンターの運営コストが経営に重くのしかかっていることが課題となっていたことに着目したのだと明かした。そこで徹底したコストの低廉化を図った上で、「競合が発生しない共同無線システム」という発想に至ったという。同システムの展開において自社で運用しているコールセンターを開放することで、そのコスト負担を軽減させことも可能となることが自社のメリットだとも口にする。

「1回100円」という差別化

現在、配車業務のアウトソーシングと言えば、電腦交通を筆頭にJVCケンウッド、モバイルクリエイト、システムオリジンなどの無線ベンダーがトレンドとして扱っている部門であ



り、業界内外から注目度が高まっている。これらの先行者に対して西井社長は「配車1本100円」という価格面での差別化を考えているのだという。

配車コストと言えば、東京4大手の一角・国際自動車（東京都港区・武三地区）における運賃改定に際し迎車回送料金を500円に設定する方針であることを説明する会見の中で、アプリを介さない自社無線による配車で「1配車あたり200円」と説明している。また、近畿の無線協組でも1配車当たり平均200円以上のコストがかかっているとも見られている。「事業者が自ら無線配車を行っている」という地域になればなるほど、配車リソースの待機コストなど「目に見えないコスト」が高まることになっており、「1回100円」という価格設定は非常にインパクトの強いものと言えるだろう。

サービス概要



価格面で起こすパラダイムシフト

西井氏は低コストの根拠について「配車が早い（1回、5～10秒）」、「配車が簡単」であるため配車にかかる事務処理が効率化され、また時間的ロスが少なくなっているためと説明しており、またコールセンター側でも「企業秘密的な工夫」をおこなっており、これも低コスト化につながる仕組みだと説明した。他のベンダーと異なり、「専用車載器」と言う概念を捨て、スマートフォンに3Gのデータ専用SIMカードを挿入するだけで、車載器とする構成になっていることも価格面でのパラダイムシフトにつながっている。

西井氏は、「タクシー事業者のコストを抑えることしか考えていない。他のベンダーと異なり、われわれには本業（タクシー事業）がある。この事業で収益をあげようとは全然考えていない。われわれが物を売って儲けるという考えはナンセンスだと思っている」と話した。現在、タクリーチを導入しているのは、同Gはじめ光タクシー（秋田県由利本荘市）、星田交通（大阪府交野市）の3社となっており、20両前後の車両数が最もパフォーマンスを発揮できるものの、「それ以上の事業規模のところでも導入できる」（西井社長）。

徹底した「現実主義」で

同社の独特な考え方として、タクリーチは、「顧客の売上向上にコミットしていく」との基本的な考えの下、「契約事業者の設定した1エリアにおいて1契約しか受け付けない」というものがある。また契約も、「1配車100円」という1点だけで、非常に

シンプルなものとなっている。クラウドPBXシステムの活用というのも、ポイントの一つだ。タクリーチのシステムでは、設置したPBXシステムから在宅ワークスタッフを含むオペレーターに振り分ける、あるいは時間帯によっては自社スタッフに振り分けるなどの使い分けも可能だ。

徹底した現実主義的な

感覚から、「利用者とタクシーとのマッチングのみに徹する」との思想を持っており、クレーム対応は「完全に切り離して考えている」というのも特徴と言える。例えば利用者からクレームがあった際、謝罪を行ったところで利用者からの納得が得られるかどうかなどはシステム上に組み込むことが不可能だが、利用者との信頼関係は「何本の電話に出られたかどうか、何件の配車依頼を成立させたか」という形でしかシステム上に反映させることができない。「しっかり仕事を続けていけば、信頼は後からついてくる」という思想の下、「タクシーを求められたら繋ぐ、これ以外は関係ない。オペレーターは明確な仕事はやりたがるが、不明確な仕事は嫌がる。クレームは大事だという意見もあるが、オペレーターに明確で合理的な指示を出すのが、経営者の仕事。そうでなければ、オペレーターが可哀想だ」と考えているのだという。

「無理して伸ばすつもりはない」

今後のタクリーチの展望について西井氏は、「他社からの資本注入は嫌う。仮に入れるとしても、影響力を持たさないような形で行う。低コストで効率の良い配車作業を行う。車両が遊んでいる時間を削る。そして売上を伸ばす。隣のタクシー事業者よりも、効率の良い経営のサポートをするだけ。無理して契約を増やさない」と話すとともに、今後の「無線配車依頼以外のサービス展開」を示唆した。

詳細は専用サイト (<https://www.takureach.jp/>)でも確認できる。