

<b>元 氣 の 源 通 信</b> 人事労務・社会保険等手続き・助成金・給与計算	特定社労士・経営士 深川順次 福岡市博多区比恵町 11-7-701 TEL 092-409-9257 FAX 092-409-9258
(今月の言葉) 残り少ない人生に幸せをありがとう ① 本当のお客様主義とは ② 業界の常識を打ち破る ③ 1万回の反復連打で鍛える ④ 企業の業績は社風がつくる	

2013年9月号 (第128号)

「2020年のオリンピック、東京に決定！」のニュースに沸き立ちました。マスコミが連日にわたり取り上げています。最終プレゼンでのべた滝川クリステルさんの「お・も・て・な・し」が流行語となり、パラリンピック選手の佐藤真海さんが一躍時の人となっています。すでにゼネコン株価が上昇していると言います。政財界をはじめ周辺住民はオリンピック特需を当て込んでいます。子供たちの中にはオリンピックを目指す目標ができたと目を輝かせている子もいるでしょう。お年寄りの中には7年後まで死ねない、生きる目標ができたと喜んでいる人もいるでしょう。それほど衝撃を日本に与えた決定でした。

安倍総理は最終プレゼンで「福島原発は完全にコントロールできている」と大見得を切りました。東日本大震災からの復興、原発事故処理が待たなしに問われています。オリンピックにより東京に富と人の一極集中が進み、地方は更に疲弊するかもしれません。しかも長野冬季オリンピックのときもそうでしたが特需の後は不況が来ると言われています。暗い話はしたくありませんが、このことも見据えて地に足がついた経営をしっかりと行っていく必要があると思います。

今回は、オリンピック特需に踊らされることなく、お客様主義を貫き、地域でいちばん愛されるタクシー会社になった中央タクシー（長野市）を取り上げます。

## 残り少ない人生に幸せをくれてありがとう

### 本当のお客様主義とは

「お客様が先、利益は後」の土壌をつくるのに5年かかったと言います。

それをもの見事に表現したのが98年（平成10年）長野冬季オリンピックでした。全世界から報道機関が集まり、タクシー会社は実入りの良いチャーター契約に走りました。当時の売上は18時間稼働して1台あたり4~5万円、チャーター契約はその半分の時間で7万円、まさに特需です。中央タクシーにも直接各国からの問い合わせがあったと言います。

宇都宮社長（現会長）も特需にほくほくしていました。

「もうすぐオリンピックだね。特需があつていいよね」

「でも社長、車がなくなっちゃいますよね」

「ああ、おかげさまで完売だ」

「それはいいんですけど、毎日病院に通っているおばあちゃんやおじいちゃんはどうなるのですかね。タクシーがなくなっちゃうから、どうなるんですかね」

この乗務員の一言で目が覚めたと言います。「自分からお客様主義を言いつておきながらまるでわかっていなかった。そのことを乗務員さんから教えられました」

社長は決断します。「地元の顧客を優先する」チャーター契約は3分の1にとどめました。

その方針は見事にあたりました。確かに特需の時は他社に水をあけられました。しかしほんの1~2か月です。個人客の間で評判が評判を呼び、またたく間にライバルを抜き去りました。今や1車当たり平均売上は、他社平均の1.5~2倍を上げるにいたっています。電話契約が9割、流しはたったの1割だと言います。

## 業界の常識を打ち破る

「挨拶なし、愛想なし」これが、タクシー業界の常識でした。

創業当時（1975年で長野市では最後発だそうです）近くに住む主婦の方から次のような苦情を聞いたそうです。

「駅から小学生の娘とタクシーに乗りました。行き先を告げたとたん、運転手はむっつりして吐き捨てるように“こんな近くに乗りやがって”と言いつけるんです。娘は怖がって震えており、家にかえるや泣き崩れました」

社長は自分の会社のタクシーではなかったことにほっとすると同時にこんなタクシー会社ではダメだと改革に着手したと言います。ドアの開閉は運転手が自ら手で行う、お客様をお乗せしたら「ありがとうございます。私は中央タクシーの〇〇です」と自己紹介をおこなうなどです。当初は面倒だ、恥ずかしいなどかなりの抵抗があったと言います。

また傘サービスもおこなっています。ことの発端は、つぎのようなことでした。ある日病院から赤ん坊を抱いた女性の方を自宅までお乗せした。あいにく外は雨。玄関までは少し距離がある。「まあ少し待てばあがるでしょう」と言って、待ってもらったがなかなかやまない。そこで運転手は自分の上着を脱ぎ、「私も子供を育てた経験がありますから私に任せてください。私が赤ん坊を上着にくるんで走ります。お客様は後からきてください」と言って玄関までお送りしたそうです。これ以来車にはビニール傘を何本か常備しているとのことでした。

## 1万回の反復連打で鍛える

「残り少ない人生に幸せをくれてありがとう」「病院に行くタクシーに乗るのがつらかった（他社ではお荷物のように対応された）私が、今は中央さんに出会って、受話器を置いた後、心が高鳴る、胸が高鳴る。きょうはどんなにかいい人が来るのかな。そのことを想像しただけで胸が高鳴るのです」

ある足が不自由なおばあちゃんからの感謝の手紙です。

だがお客様に幸せを与えるようなサービスが一朝一夕に実現できるようになったわけではありません。中央タクシーも当初は挨拶すらできない会社でした。創業当時は即戦力として経験のある乗務員を採用しました。しかし仲間内で喧嘩はする「お客様に挨拶しよう」と言っても聞く耳を持たないという状況でした。それゆえ未経験者の採用に転換しました。「濁った水に真水を少しずつ注いでいけば、濁りはだんだん薄くなり最後は透明になるのではないか」と考えたからです。募集広告には「タクシー乗務員経験者はお断りします」と明示しました。これも業界の非常識でした。

2週間の新人教育、朝礼、点呼、班会議、研修などあらゆる場面でお客様主義を口にし、理念の共有を行っていきました。こうして社風を根本的に変えていったのです。

中央タクシーではこれを「一万回の反復連打」と呼んでいます。

## 企業の業績は社風がつくる

「企業の根幹は人間関係であり、利益の源泉は社風」と宇都宮社長は強調しています。中央タクシーでも社風をよくするために取り組んできました。

最初は挨拶です。朝会社に来たら「おはようございます」、夜仕事が終わって帰る時は「おやすみなさい」と挨拶するように呼びかけてきました。挨拶運動の次は「ありがとう運動」です。例えば「〇〇さん、電話が入ってますよ」と受け継いでくれたら、「はい」だけではなく「ありがとうございます」も添えましょう、と言ってきました。こうして、中央タクシーは「仲間が先、利益は後」というような、お互いに助け合う社風を作ってきたのです。

宇都宮社長は言います。誰がお客様をお迎えに行っても『よいタクシー会社』『よいサービス』でなければ中央タクシーはリピートしてもらえないでしょう。ある乗務員さん一人がよければいいのではなく、社風がよくなければ会社の業績は上がっていかないのです」

それはどの業界でも同じではないでしょうか。

参考文献：『山奥の小さなタクシー会社が届ける幸せのサービス』（宇都宮恒久）