

TAXI-Cloud導入によるメーター情報活用の事例

メーター情報で売上向上・働きやすい職場づくりの実現

木更津タクシー 千葉県木更津市

チーム小湊。千葉県内で鉄道、バス、タクシー事業を展開する小湊鐵道グループが掲げる新たなスローガンだ。縦割り感のある「グループ」を「チーム」と表現することで、「一つの目標に向かって社員全員が力を合わせていく」。チーム小湊、の一角をなす「木更津タクシー」（石川卓生社長、千葉県木更津市）が矢崎製タクシーメーター“アロフレンド 27”と“TAXI-Cloud”を導入して1年半。営業実績データや労務情報を活用し売上の大幅アップと働きやすい職場づくりに成功している。導入からわずか1年半。社内では「タクシーの営業が毎日楽しい」「今月の分析結果を早く見たい」「もっと会社に貢献したい！」そんな言葉が自然に飛び交う。タクシーメーターから取得される情報を活かして、チーム木更津、を盛り上げる永野陽子所長に飛躍の秘訣をうかがった。



TAXI-cloud

導入のポイント

- | | |
|---|---|
| <p>課題 乗務員への労務違反防止の意識付けが十分でなかった。</p> | <p>効果 乗務時間や売上などのデータを視覚化して提示することで意識付けの強化を実現。</p> |
| <p>課題 管理者が現場にいない時にリアルタイムの情報を取得できない。</p> | <p>効果 TAXI-Cloudを導入したことで、管理者がどこにいてもリアルタイムに情報を取得可能となった。</p> |
| <p>課題 空車率や実車率、営業所平均売上などの計算が業務負担となっていた。</p> | <p>効果 自動で集計されている為、計算が不要となり業務負担が軽減。最低賃金割れの可能性も無くなった。</p> |
| <p>課題 営業情報の見える化とその情報を基にして営業戦略を予測することができなかった。</p> | <p>効果 可視化された営業情報から戦略立ての実現。乗務員は可視化された営業情報を客観視することで新たな営業方法に気づけるようになった。</p> |

他のタクシーメーターにはないサービス

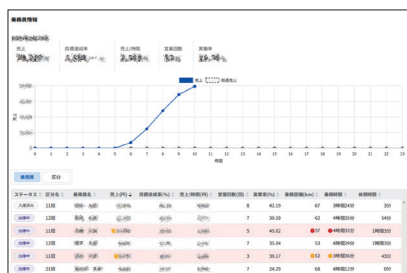
ー TAXI-Cloudを導入したきっかけを教えてください。

自分が乗務員として現場に立っている間は「肌感覚（経験や勘）」で判断し常に情報を更新できますが、所長として現場を離れてもリアルな情報を手に入れたい。そこで思いついたのが最もリアルな営業情報が詰まっているタクシーメーター。そのデータを取り出し、見える化、したいと考えていました。TAXI-Cloudなら乗務員一人ひとりがデータによって、自分の営業を客観視し、違う営業の仕方や可能性にも気づくよう仕向けることができると思い、取り入れました。

もう一つは労務面です。法令順守を徹底するために手書き日報を自動日報化すること、さらに乗務員にも意識付けできるように乗務時間や売上を視覚化して示すことを求めています。それに応じられる点は他のタクシーメーターにはないサービスでした。



▲ TAXI-Cloud 対応機種 アロフレンド 27



▲ TAXI-Cloud BI のサンプル画面 (リアルタイム売上)



▲ TAXI-Cloud BI の画面を印刷して活用

管理者への恩恵

一乗務員が営業中はどうのように活用していますか

営業所では営業中の車ごとに現在の売上、乗車回数、乗務時間などがリアルタイムに閲覧できます。例えば売上が少し低い乗務員がいれば、無線のお客を付けてモチベーションを上げるといった臨機応変な対策で全体の底上げを図っています。

また出庫時間、乗務時間、帰庫時間も車ごとに画面表示され、その場で帰庫を促すこともできます。当社は自由点呼で乗務員の来る時間がまちまち。それまでは点呼記録簿を見て一人ひとりの乗務時間と帰庫時間をすべて手計算。帰庫後の日報計算処理の時間も頭に入れて乗務員に合わせて帰庫時間を逐一計算するわけで、管理者は絶えず書類に目を落としているような状況でした。

TAXI-Cloud を入れたおかげで今は運行管理者なら**いつでも誰でも PC の画面上で**帰庫時間が把握でき、乗務員に適切な声掛けができています。書類から手が離れた分、内勤者は**電話注文や他の業務にも集中できる**ようになりました。

自らが気づき、行動に移す

一個々の営業にどのような影響がありましたか

乗務員は自分の「肌感覚（経験や勘）」を100%と思いがちで他の人の動きを気にしていない。「ほかの人はその時間は待機せず動いているよ」助言するにも言葉だけでは「動いたらお客さんを取られる」などネガティブに受け止めてしまいます。配車・乗車回数データを落とした地図を見てもらい「このエリアはこれくらい注文があって、みんな迎車で走っているよ」などと示すと、「乗車回数が多いなら自分にもチャンスがある。2時間待機しているより1本2本やったほうがいから行ってみる」と実践してくれます。

営業所内にも配車・乗車回数の多いスポットを貼り出しています。ベテランも「今度ここにも営業行ってみようか」などと面白そうに眺めています。押し付けるのではなく、**視覚的に見せる事で、乗務員自らが気づき、行動変容する点を大切**にしています。

新人乗務員なら、空車率のデータを見せ空車を減らす方法を考える。「アプリの活用」に気づけば、さらに迎車の多いスポットを示し、無駄な走行を減らし会社にも貢献できることを理解してもらえます。

「もっと稼ぎたい、と思っている売上の高い乗務員はデータ活用が積極的です。前月データをもとに今月はどう組み立てるのか、自分の目標通りにするにはどうすればいいか、毎月、聞きに来る乗務員もいます。」



▲点呼場の様子

営業効率の向上で8ヶ月連続で実計120%達成

一会社全体の売り上げの変化はありましたか

月間売上高が前年対比200%にもなっていてグループからは「前年のデータは捨てる」と言われています。乗務員が増えたことでもあります。一人ひとりの売上アップが実績を押し上げています。木更津タクシー単体の売上目標に対し、**8ヵ月連続で120%を達成**しています。

しかし、乗務員には「夢中になりすぎるなよ」と常々言っています。閑散が予想される時は、早めに帰庫して家族サービスや休息にあてる。その分、繁忙期に体調を合わせてしっかり稼ごうとアドバイスします。データを活用して無駄な時間を削ることが大切です。この業界は長時間働けば稼げるという風潮が残っていますが、無駄な営業は乗務員も疲弊し経営にもデメリットです。「データとITを駆使すれば効率よく稼げる、この波にみんなで乗ろうよ」と呼びかけています。

一労働強化にならずに成果を上げるポイントは

管理者側にとって個々の空車率、実車率、時間単価と営業所平均が一番役立つデータです。それらのデータによってかつては複雑な手計算で大変だった最低賃金割れの可能性も今や日々、刻々に把握できるようになりました。

また乗務員によっては予測も立ち、先を見越した「戦略」も適宜立てられるようになっています。データを使えば月間、年間を通して繁忙、閑散が掴めるので、それに合わせて出庫時間や帰庫時間を調整するなど効率的な管理ができています。

弊社は休日を増やし、労働時間も1日平均8時間を基準とした為、乗務員はプライベートに時間を割けるようになりました。拘束時間が短くなれば売上が減り賃金に響くと心配する必要はなく、**データを使えば短い時間で効率よく稼げる**と実感しています。

会社にとって必要な人間でいたい

一働き方の多様化にも貢献できるでしょうか

弊社は多様な働き方を推奨しています。タクシー営業は「苦、ではなく、楽しく営業し自分の時間も大切に、その上で稼いでほしい」と思っています。以前は保有台数17台でしたが、5台増車して22台になり、乗務員数は20人からこの1年で30人に増えました。女性乗務員が5人います。女性のライフサイクルに合わせた働き方を採用しながら仕事を続け、管理職を目指す、そういうキャリアプランを後押しする職場は「チーム小湊」の目標でもあり、弊社が先行して取り組んでいます。

多様性を重視するなら「肌感覚」だけではなく、**短時間でも売りがあがるような働き方を推奨**することで家庭の事情で月によって勤務日数が少なくなるといったことにも柔軟に対応しています。弊社の乗務員は「会社にとって必要な人間でいたい」と誰もが思っています。そして、それぞれに役割があります。例えば短時間でも毎日決まった時間に乗務してくれる人がいます。その人のおかげで透析の患者さんのような固定の予約ができる。**乗務員もそこに自分の役割を見つけ、お客様を大切にしています。**

「副業として週に1回乗務」といった働き方の乗務員も採用し、そういう働き方でもしっかり稼げるよう出勤する曜日や時間帯を工夫します。

運行管理者との信頼関係を築くツールになる

―職場風土に変化はありましたか

ネガティブ情報だけを示したら乗務員は「自分は乗務員に向いてないのではないか」と後ろ向きになり働きたくなくなります。ではなく「良いところ、お客様に評価されているところ」もデータで公開し乗務員の積極性を引き出したい。良いところはデータであかさまに、悪い情報は口頭でその人に合った方法で伝えます。

「木更津タクシーに入社したらすごく面白い！」と話す中途採用者もいて、1年で売上ナンバーワンに。毎月、「早くデータをください」とせがまれます。データをもとに今月の営業の仕方を相談し、さらに成果が上がる、その好循環が面白くて仕方がないそうです。若い人はゲーム感覚で楽しんでくれています。みな「**肌感覚、だけではわからないデータの面白さや価値**」に気づいて、関心を持つようになっています。情報開示によって、自分の現在地を把握して、それを抜け出す手助けができればよいし、やらされているのではなく自分でやっているのだという自信を持ってもらえたら嬉しいです。

乗務員たちも会社の売上目標に興味を示して「今月も締め日前に目標クリアだね」などと声をかけてくれます。会社全体に一体感があって新人が入るとみんなで育て、助け合って良い方向に盛り上げてくれます。

小湊鐵道グループは現在、〆チーム小湊、として鉄道もバスもタクシーもワンチームでの取り組みを進めています。タクシー6社もチームの一員となり、乗務員たちがいつのまにか「じゃあ俺たちは〆チーム木更津、だよ、みんなで頑張ろうぜ」という雰囲気。我々は「ほしい情報はいくらでも出すよ。みんなが仕事しやすいようにサポートするから、一緒にやろうよ」と同じ目線で応えています。

データが乗務員の重荷にならず励みになって、運行管理者との信頼関係を築くツールになることが理想です。乗務員が自ら考えて伸びてゆき、**会社が求めていることも現場の営業状況もざっくばらんに情報共有できる風通しの良い職場**を目指しています。



▲乗務員の皆様と所長 永野 陽子様(中)

プロのドライバーとして

―今後の展望について

導入してまだ1年半ですが、**蓄積したタクシーメーター情報をもとに戦略を練ることができるととても面白い**と思います。タクシーもライドシェアや自動運転という局面が取りざたされている中、やはり「プロはプロだ」といえる安全安心と乗務員のスキル、労務管理、戦略によって「やっぱり人だ」と言えるところに着地できるよう **IT分野とうまくバランスをとっていかたい**なと思っています。



▲所長 永野 陽子様

TAXI-Cloud について
詳しくはこちら



取材を終えて

タクシーの最も身近な機器であるタクシーメーターは情報の宝庫である。タクシーの動態、お客様の乗降、売上、乗務員の勤務実態に至るまでタクシー営業の日常が正直に反映されている。このデータを活用した矢崎製「TAXI-Cloud」は乗務員ごと、営業所ごとに多様な切り口で〆乗務員の働く姿、を立体的に浮かび上がらせる。木更津タクシーの永野所長はその多様な〆姿、を一人ひとりに伝え、あらゆる働き手、働き方それぞれに特性や役割、成長の可能性があることに気づかせて会社の業績アップに結び付けていた。人手不足が深刻化する今、運輸の現場にも多様性を受容し一体感のある環境づくり＝ダイバーシティ＆インクルージョンが求められている。矢崎のIT技術はそれを支え、推進する役割を果たしていると実感した取材だった。

株式会社東京交通新聞社 竹ノ内 博美



矢崎エナジーステム株式会社 <https://www.yazaki-group.com/keiso/>

本社 〒108-0075 東京都港区港南1-8-15 Wビル7F
計装営業統括部: 〒422-8072 静岡県静岡市駿河区小黒3-8-15 TEL 054(283)1156
東北・北関東計装営業部(仙台支店) ☎022(284)9113 関西計装営業部(大阪支店) ☎06(6458)8091
東北・北関東計装営業部(埼玉支店) ☎048(654)2188 九州・中国計装営業部(広島支店) ☎082(568)7803
南関東計装営業部(東京支店) ☎03(5782)2703 九州・中国計装営業部(福岡支店) ☎092(411)4833
中部・北陸計装営業部(名古屋支店) ☎052(769)1533
矢崎総業北海道販売(株) ☎011(852)2913 矢崎総業四国販売(株) ☎087(833)3337

※電話は全てダイヤルインです。 ※商品改良のため予告なしに変更する場合がありますので、予めご了承ください。

ホームページアドレス <https://www.yazaki-group.com/>

取扱い店