



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成28年07月04日 第775号「週刊五十嵐レポート」

個人タクシー、今

東京商工会議所江戸川支部主催、江戸川区内の個人タクシーの各団体の役員たちの前で私が「個人タクシーの経営戦略」を講演しました。

ランチェスター「営業戦略」テキストに、「長く経営をしていると、業界のライフサイクルの変化、競争相手の出現、販売先業界の変化、社会の変化、さらに法律の改正などで、売上が構造的に低下することがある。これに対して、営業ルートや業界、客層を変えて、営業方法を変えざるを得なくなる。この時必要になるのが戦略情報」。

タクシー業界は激変の真っ只中。東京における総輸送人員の推移は、平成14年1日当たりタクシー・ハイヤーは125万人、JRは330万人、地下鉄303万人、私鉄288万人、総合計1,207万人。平成26年になると1日当たりタクシー・ハイヤー90万人(28%減)、JR383万人(16%増)、地下鉄365万人(20%増)、私鉄300万人(4%増)、総合計1,270万人(5%増)。この12年でJR、地下鉄、私鉄は増加したが、タクシー・ハイヤーは大幅減。タクシー業界は鉄道に顧客を取られています。

ただここに来て、タクシー業界に変化が出てきました。初乗りを730円(2キロ)から410円(1キロ)へ。「ちょい乗り」による新規顧客の開拓。都内の訪日客が1000万人を越え、タクシー需要が増えてきました。スマホの配車アプリも浸透しつつあり、タクシーがより身近になってきました。一方、海外から「ウーバー」という黒船も入ってきました。タクシー業界はこぞって反対。タクシー会社のない過疎地、京都府京丹後市に「ウーバー」が活動し始めました。タイではタクシーの治安が悪いため、多くの日本人がウーバーを利用。海外ではウーバーなど「ライドシェア」が席卷。

話を個人タクシーに戻すと、年々個人タクシーは減少。ITにも乗り遅れ気味。異業種である酒屋、町の電気屋、本屋を見ていると心配。ここは「弱者の戦略」である接近戦。より顧客に近づく。乗り物で唯一、顧客と接客ができるのがタクシー。そしてITのスマホとの連携。タクシーとスマホは相性が良いのです。接客のアナログとスマホのデジタル、この連携が活路を見出します。

ちょっと
気になる出来事

江東区、今はときめく清澄白河駅にある製造業のA社を訪問。

私が主催した平成23年2月の第1回ベトナム経済視察ツアーにA社長は参加。それまで海外のことは深く考えていなかったA社長はベトナムに行くと、覚醒。

その後、A社長は、JETRO、中小機構、商工会議所などで情報収集を開始。全社方針として「海外展開へアプローチ」を宣言。このころから毎月海外出張。ターゲットをタイとフィリピンに絞る。平成24年6月フィリピン2社、タイ1社と代理店契約。全社方針として「海外市場へ拡販に注力」を宣言。

平成26年タイに事業所設立、平成27年8月営業開始。

国内売上高3億3,000万円、自己資本比率90%(自己資本額7億円、40名)。タイ事業所資本金50百万円(手持ち資金)。粗利益の補給源は日本。しかし、得意先がどんどん海外展開(特にタイに集中)。タイに出張して対応していたが、現地化を決断。「人の命と会社の命に別状がなければ試しにやってみる」。元気な東京下町企業の1社です。



一口メモ
知識

販売部隊管理

販売部隊管理とは、

販売部隊の活動の分析・計画・実行、・コントロールを行なうことである。そのなかには、販売部隊の目的の設定、販売部隊戦略の設定、販売部隊の募集・選抜・訓練・監督・評価が含まれる。

企業は、自社の販売部隊に対してさまざまな目標を設定する。販売部隊は会社に対してさまざまなタスクを遂行している。彼らは、新しい顧客を発見ないし開拓し、自社製品に関する情報を伝達する。次いで彼らは、顧客への接近、製品のプレゼンテーション、クレーム処理、販売の完了などによって製品の販売を行なう。さらに彼らは、顧客にサービスを提供し、市場調査や情報収集活動を実施し、販売報告書を提出する。

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「新版 マーケティング原理」より

- 「町コン経営塾」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時
- 「町コン経営塾」小岩校 土日集中講座 HP参照
- 「町コン経営塾」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

