

社長の藤麻です。

日頃は「安全・安心・快適」な運行にご尽力頂き誠にありがとうございます。改めて御礼申し上げます。

残念ですが、本年度の全体研修は、新型コロナウイルスの感染拡大により開催を断念し、HP掲示板への掲載という形となりました。皆さん何卒ご理解の程、宜しくお願い致します。

さて、ここで皆さんにお伝えしたいことは、「①コロナ禍での当社の現況」と、私自身が当社に着任して1年半を過ぎた中で「②当社をどんな会社になりたい」と考えているかの2点です。これらを中心に話をしたいと思います。

まず、「コロナ禍での当社の現況」についてです。

コロナ感染拡大の中で、旅行業、観光業、飲食業をはじめ多くの業種が大変な苦境に追い込まれています。人の移動や集客によって業績を支えてきた業種、及びその周辺業務が大きな痛手を被っています。

厳しい中にあっても、当社の業績は底堅く推移しています。当

社も人の移動をサポートする業種です。私自身も最初はコロナ禍の影響を非常に心配しました。しかし、幸なことにコロナ感染の拡大を理由とする解約は数社に留まりました。逆に、公共交通機関で通勤していたお客さまがご自宅と会社との送迎を追加されたり、トーコーの運転手が自宅周辺に駐車場を借りて、そこから運行を開始したりするなど、コロナ禍に伴う新たな需要が発生しました。確かに、新規契約の獲得は鈍化していますが、2020年の新規獲得台数は42台となっています。当社HPを通じての情宣効果もあり、過去の獲得台数と比べても遜色ない実績となりました。また、人材確保につきましても順調に採用できています。

この状況が長引いたとしても、皆さんの雇用や賃金水準はしっかり維持できる状況にあります。どうぞ安心して、日々の業務に全力を尽くして頂きたいと思います。

今回のコロナ禍は何か特別な意味合いがあるような気がします。単に生命の危機というだけではなく、社会的・思想的な変革、生活習慣や行動様式の見直しなど、我々の生活全体に対して画期的なインパクトをもたらしつつあるように感じます。

我々はしっかりとその変化に適応していきたいと思えます。  
運行管理システム“FIRST-RUNS”の名前にふさわしく、変化  
を先取りする会社でありたいと思えます。

次に、私が「トーコーをどんな会社にしたい」と考えているか  
について、話をさせていただきます。

私は、「当社の持続的成長の要件は、当社の『質』の向上、具  
体的にはお客さまに提供する運行サービスの品質（「トーコー品  
質」）の向上にあると考えています。かっこよく言えば「当社の  
ブランド価値」の向上に徹することが重要だと思えます。「質」  
の向上には完成形はありません。我々はこれまでも「トーコー品  
質」の向上に努めてまいりました。コロナ禍の今だからこそ、改  
めて皆さん一人一人が日々の業務を振り返り、「トーコー品質」  
とは何かを考えて頂きたいと思えます。「トーコー品質」（＝ブラ  
ンド）を、皆さんが心から誇りに思い、社会やお客さまからかけ  
がえのない存在だと認めて頂けるよう私自身も考えを深めてま  
いります。

「トーコー品質」を高めることが当社の業績進展に寄与すると

確信していますが、私は業績と同様に、品質向上の成果を図る2つの軸・指標も大切にしていきたいと考えています。

この2つの軸・指標とは、昨年当社のHPに公表していますので、皆さんもご覧になったと思いますが、一つは「秘書・総務担当者が選ぶ役員運転手専門会社 No.1」、もう一つは「社員を大切にしてくれる会社 No.1」です。いずれも日本マーケティングリサーチ機構のブランドイメージ調査で高い評価を得られた軸ですが、私は、この2つの軸を常に意識していくことが当社の「トータル品質」（＝ブランド）構築の要であると考えています。

話の角度を少し変えます。皆さんは「プロの運行サービス」とはどのようなものとお考えでしょうか。これまでの経験からいろいろな考えがあるでしょう。ただし、確実に言えることは、自分がそう考えてもダメで、あくまでもお客さまからこの人は「プロ」だと評価されるということです。「プロ (pro)」には「前へ」という意味があります。そうならば、真の「プロフェッショナル」とは、単に「専門家」という意味だけではなく、「こうしたらもっとこうなる」「お客さまに喜んで頂ける」といったことを考え、実践する人であるはずです。

我々のお客さまは企業のトップです。その方々の人を見る眼は当然厳しいものがあります。自社の社員にも「プロ」としての活動を求めておられる方です。社内の無駄な経費を削減することに大号令を発しておられる方です。当然我々にも厳しい目が向けられます。このことは不況になると一層拍車がかかるものと思います。そこで皆さんにお願いしたいことは、日々の業務において“今よりもひとつ前へ”を心がけて取り組んで頂きたいと思えます。皆さんの現場での評価の一つ一つの積み上げが、お客さまから選ばれ続ける原動力になることをしっかりと認識して下さい。

一例を紹介します。新規に取引を頂いたある会社の会長と面談した時のことです。私は「なぜトーコーを選んで頂いたのか」を会長に伺いました。会長の答えは「トーコーさんのドライバーの立ち姿がきれいだったから」とのことでした。どういうことかという「正社員のドライバーが辞め、運転手を外部委託することを決めてから、私はホテル等いろいろな場所で役員ドライバーを観察してきた。待機中にたばこを吸っているドライバーや、お客さまが戻って来られるまでは横柄な態度で待っているドラ

イバーもいた。その中でトーコーさんのドライバーは凛々しくお客さまを待っていた。私はあの姿に惹かれた。だから私は数社の候補からトーコーさんを選んだ」とのことでした。正に皆さんの日々の行動が“選ばれる会社”につながった実例です。

一方、本社の役職員が努めるべきは「社員を大切にしてくれる会社 No.1」の継続です。皆さんの処遇改善等についても業績の拡大と歩調を合わせつつではありますが、検討を続けてまいります。基本的な考え方は全員一様の改善ではなく、メリハリのあがる改善だと考えています。しっかりとした制度を策定していく所存です。

マネジメントにおいて「サービスの方程式」「安全の方程式」と呼ばれる考え方として「 $100-1=ゼロ$ の法則」があります。これは、100人が仕事をしているうち、その中の1人がクレームを受けたり事故を起こしたりすると、これまで積み上げたすべての成果がゼロになるというものです。事実、多くの会社ではその「1」を最も恐れていますし、未然に防ぐために必死になっています。

しかし、私はこの法則を重視しつつも、1人のミスを恐れ防ぐこと以上に、日々の地道な努力で当社を支えてくれている99人の方々を大事にしたいと思っています。

自動車関連ビジネスも激動の時代を迎えています。こんな時代だからこそ大切なことは、旧弊を廃し、「質」を高め、個人も組織も日々心を新たに進んでいくことだと思います。お客さま、そして社員の役に立つことが働くことの本質だということを忘れず、変化に果敢に対応してまいります。

繰り返しになりますが、我々の仕事で最も大切なのは、人柄です。常にお客さま本位で考え、他者への「思いやり・配慮の心」を一人一人が大切にする。その心の連鎖が、お客さまに喜んで頂き、自分自身の喜びに還ってくる。この使命感を全員で共有していきましょう。引き続きよろしく願いいたします。

最後に、新型コロナウイルスの収束が未だ見えない状況です。皆さまそしてご家族の健康には十分ご留意ください。