

## 例年のセミナー展示会

11月になると、例年オリジナルでは大阪と東京で他の業者様と共に「セミナー展示会」を行う。東京では1995年から19回目、大阪では1998年、関西支店開設から16回目となり、その都度、その時のタクシー業界に必要とされるテーマのセミナーと新製品を発表する事を心がけて来た。もちろん正直言うと、オリジナルではいつもタイムリーな製品を開発出来るわけでもなく、時にはハリボテに近い製品を、おっかなびつくり提案させて頂いた事もあった。それでも、タクシー業に関係する様々な業者が一堂に会して展示する機会が、全タク連の事業者大会での賛助会員の展示を除いて殆ど無く、それなりにタクシーの業界の皆さまにお役に立てているのではないかと、密かに自負している。今年も12日に国際会議場で行われた大阪セミナー展示会では、40社57名の方が参加され、翌日のアルカディ

ア市ヶ谷で行われた東京セミナー展示会では、53社67名の参加者であった。例年より若干少ないが、それでも十分に盛況であった。というのも、午前11時から始まった無線機やメータ機、アルコール検知器、携帯充電器など様々な業者が（もちろんオリジナルも！）展示する会場に訪れたお客様の殆どの方が、午後1時から3時間のプレゼンテーションと講演に、最後まで参加して頂けたからである。

## 「走行軌跡分析」の新バージョン

最初のプレゼンはオリジナルの若手営業マンである北川君が、システム部の望月係長の力作である「新走行軌跡分析」のシステムについて自信を持ってアピールした。従来の「走行軌跡分析」は一人の乗務員の走行軌跡を追う、その流し方の指導をするという仕様であったが、今回はその乗務員さんだけでなく、同時刻・

## 清野吉光氏のコラム 第60回

## 団塊 耕 志 録

清野 吉光(きよの よしみつ) 略歴

1950年 長野県四賀村生まれ、松本深志高校卒業。1968年上智大学外国学部ロシア語科入学、1971年 中退。その後印刷関係など様々な職業に従事。1976年清水市の日の丸交通入社。1980年静岡市内の事務機器センターに入社。1982年システムオリジナルを仲間と創業、専務取締役。1992年代表取締役社長就任。2000年(株)タクシーサイト創立、現取締役会長。2007年タクシーアシスト代表取締役社長に新任。現在に至る。



## 「データマイニングの時代」

同地域の他の乗務員の流し方、実車地点、金額をも分かりやすく地図上に展開し、どこにお客様が存在し、どのように流していれば、確率的により多くのお客様を乗車頂けたのかを視覚的に理解でき、乗務員に説得力を持って指導できるようにレベルアップした。

北川君はこの新しい走行軌跡の分析システムを、分かりやすく、かつデータの持つ説得力を活かして説明してくれた。「見える化」というと今の時代の重要なキーワードの一つだが、まさに「鳥の目」で、自分の流し方の適・不適が直感的に分かるように、全体の「走



行軌跡」データが加工され、地図上に時系列に展開されていく。我が社の製品ながら素晴らしい（もろ自画自賛で恥ずかしいが）。折角の時系列、走行軌跡データを「自動日報」印刷だけに使うのは勿体ない。是非「需要予測」と流し方の指導に活用して頂きたいものだ。

## スマホ配車TYPE II

世はIP（携帯電話網）の時代である。もちろんタクシーはデジタルタクシー無線が主流ではあるが、タクシー無線が入らないスポットのカバー、初期コストの低減、さらにはIP網ならではの可能性を求めて、



タクシーの車載端末でも、スマホ・タブレットの普及が進みつつある。オリジナルでは、オリジナルも出資するTOPソリューションズ社で従来のタクシー無線、さらにIP無線を手掛けつつ、より柔軟なスマホ・タブレットの活用と、利用者のスマホ（ゆびたく）、タクシー業界の新しいサービスメニューとスマホのシステムの連動などを考えて行きたい。今年中にパイロットユーザーのテスト稼働を終え、来春からの「GPS-AVM TYPE-SMARTII」の発売に踏み切る。是非期待をして頂きたい。

ビッグデータの活用

最後にセミナーでは株式会社モーションの上杉社長による講演「ビッグデータから読み取れるモノ」が行われた。モーションさんは電気自動車（EV）の環境省の実証実験を共に協力した会社で、さらに中西専務が「悩めるみんなの統計学」という本を出版しており、WEBの構築のみなら

ず、データマイニングを専門とする会社である。今回オリジナルと協業する中で、タクシー事業の持つ大量のデータの解析に興味を持ち、その解析の中から、タクシー事業の進むべきヒントが様々に見つかるのではと、多くの仮説を出して頂いている。今や「ビッグデータ」が世の中の流行語になりつつあるが、実はタクシー業も日々膨大なデータが発生しており（逆に言えばタクシーは膨大なデータを収集し得る手段を持っているという事でもあるが）、そのデータの分析と活用によって、タクシー業の効率化、活性化に繋がられるのではない



か？従来タクシー経営にはマーケティングというものが存在せず、タクシーの市場がどのようになっており、どのようなニーズ（質と量）が存在し、そのニーズをどのように顕在化させるのかという理論や手法、あるいはそれを具体的に担う人がいなかった（皆無という訳ではないだろうが）。

今や、人の動き（人流）、移動ニーズ、車の動きをタイムリーに掴む手段が、スマホを筆頭として様々な開発されてきており、データそのものは大量に蓄積されてきている。しかしその活用という点では、現在のGPS-AVMの世界を大きく出るものではない。

モーションの上杉社長の、より突っ込んだデータマイニングの世界を見てみると、タクシー業界にも大きな可能性があるのでないかと思う。曜日・天候・時間帯・地域などによる需要の変動と、それにフレキシブルに対応する交番表の設定や供給体制の整備、行政などがこれから出てくるオープンデータの活用による需要

の予測と配車、さらに多様なサービスメニューの開拓など、直感を核にデータに裏付けられた新ビジネスモデルの開拓が、可能になるのではないか。システムオリジナルが掲げている「ITで総合生活移動産業創造のお役に立つ」という経営ビジョンは、単にIT機器の活用というハード・システム面に限られるのでは無く、こうしたデータマイニング、さらにはサービスコンテンツ、ビジネスモデルの創造にまで広がらねば、その経営ビジョンの実現は難しいと思われる。ある意味、スマホなどのハード機器、その社会的浸透はかなり進んでおり、また人々の移動に関する価値観も随分変化してきている。そのパラダイムの変化に食い込まずして新しい展開は無いが、逆にますます、そのような新しい時代が準備され、整って来ているのではないかと思う。

いまや、機は熟しつつある！後は跳ぶ決断だけだ！「跳べ！ここがロドス島だ！」

（2013年11月20日記）