

2016年11月9日  
消費者委員会公共料金専門調査会ヒアリング資料  
「東京のタクシー運賃組替え」について

(一社)全国消費者団体連絡会

河野 康子



# 一般社団法人全国消費者団体連絡会

---

1956年12月結成

第1回消費者大会(1957年)

「消費者宣言」

“消費者大衆こそ経済繁栄の母であり、商業者繁栄の支柱”

“私たち消費者大衆こそ主権者”

2013年4月一般社団法人全国消団連に移行・・・47団体(2016.10)

・全国的消費者組織16      ・都道府県単位の地域消費者連絡組織26

・消費者問題に関わる非営利組織5

2016年度活動方針

「具体的な課題解決」 「社会的要請に応える態勢づくり」

- (1) 改めて消費者行政の位置づけ強化を働きかける
- (2) 消費者問題への社会的な理解を広げる
- (3) 消費者団体間や関連団体との連帯を一層すすめる

# 1. 「タクシー事業における課題」について

---

## } 他力本願から自力本願へ

都市部の流し営業やタクシー乗り場(順番)において、利用者がタクシーを選択しにくい

人件費が費用の約3/4を占める極端な労働集約型産業で、賃金の相当部分が歩合制、通常の産業では固定費とされる人件費について変動費的な要素が大きい

供給過剰、消費者行動の変化、技術革新への対応

## } タクシー適正化・活性化法(H21年)、タクシー特措法(H26年)等による対策

## } ライドシェア ・ 自動運転技術

---

## 2.消費者にとって「初乗距離短縮運賃」とは？

---

} タクシー初乗り運賃の組替えは、運賃「引き下げ」？  
「引き上げ」？

実車(走行)距離が短い場合は安いですが、長距離(8km以上)を利用する場合には「値上がり」するケースがある

初乗りの距離を短縮してその分安く設定し、逆に長距離利用の場合には値上げすることで固定費を回収し収益減を抑える

従来の収益構造の変化に不安を抱えるドライバーへの対策

経営基盤の強化・安定的な輸送手段の確保・地域公共交通としての役割発揮のために、事業革新の必要性

### 3. タクシー事業における「消費者志向経営」

---

- } これまでの「タクシーのイメージ」からの脱却・・・乗りやすい、短距離利用者にもやさしい
- } これからの利用者の獲得・・・高齢者の移動確保、海外からの旅客へのサービス、タクシーだからこそできる移動の提供（ラストワンマイル：ドアtoドア）
- } 環境変化への対応、地域の特性や消費者ニーズへの配慮  
生産性の向上      サービスの向上      安全・安心の向上
- } 「選ばれる」「喜ばれる」タクシーへ