

**一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の
運賃組替えの事後検証に関する消費者委員会意見**

令和 2 年 11 月 26 日

消費者委員会

消費者委員会は、本日、公共料金等専門調査会から、一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の運賃組替えの事後検証に関する公共料金等専門調査会意見の提出を受けた。

国土交通省及び消費者庁は、本意見の内容を踏まえて対応を進められたい。

一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の 運賃組替えの事後検証に関する公共料金等専門調査会意見

令和 2 年 11 月 26 日
消費者委員会公共料金等専門調査会

1. 経緯

東京都特別区・武三地区（武蔵野市・三鷹市）の一般乗用旅客自動車運送事業（以下「タクシー」という。）の運賃については、平成 29 年 1 月より運賃組替えによる初乗り運賃の値下げ等¹がなされた（以下「本運賃組替え」という。）。

当時、それに先立ち、消費者庁より付議を受けていた消費者委員会は、公共料金等専門調査会（以下「専門調査会」という。）で調査審議の上、専門調査会意見²を踏まえ、平成 28 年 12 月 6 日に意見³を発出した。

そして、本運賃組替えについては、物価問題に関する関係閣僚会議の決定⁴及び消費者基本計画工程表⁵において、事業者の運送収入の状況や運賃の妥当性、運賃組替えの手續等について、丁寧な事後検証を実施することとされていた。また、上記専門調査会意見では、「公共料金等専門調査会は、検証に必要なデータ等が整った段階で、国土交通省による対応状況等についてのヒアリングを含め、運賃組替え後の状況の検証を行うこととしたい」としていた。

そこで、専門調査会は、令和 2 年 1 月 31 日に国土交通省から、同年 2 月 17 日に一般社団法人東京ハイヤー・タクシー協会（以下「協会」という。）から、それぞれヒアリングを行い、その後も同年 11 月 16 日に国土交通省から追加のヒアリングを行い、調査審議を行った。

2. 結論

- 専門調査会としての検証結果は、下記 3. 記載のとおりである。
- 国土交通省において、下記 3. で指摘する内容を踏まえて、適切に対応する

¹ 初乗り運賃の引下げと加算運賃の見直しにより、全体の運送収入が増加しない運賃にするもの。その詳細は、第 59 回公共料金等専門調査会（令和 2 年 1 月 31 日）国土交通省提出資料（資料 4） 1 ページ、2 ページ等を参照。

² 消費者委員会公共料金等専門調査会「一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の運賃組替え案に関する公共料金等専門調査会意見」（平成 28 年 12 月 6 日）

³ 消費者委員会「一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の運賃組替え案に関する消費者委員会意見」（平成 28 年 12 月 6 日）

⁴ 物価問題に関する関係閣僚会議「一般乗用旅客自動車運送事業（東京都特別区・武三地区）の運賃組替えについて」（平成 28 年 12 月 20 日）

⁵ 消費者政策会議決定「消費者基本計画工程表」（令和元年 7 月 26 日改定）。事後検証の主体は消費者庁、消費者委員会、国土交通省。

ことを求める。

- 消費者庁において、国土交通省の対応状況を注視し、必要に応じて適切に対応することを求める。

3. 専門調査会としての検証結果

国土交通省及び協会の説明・資料により確認された事実に基づく専門調査会としての検証結果は以下のとおりである。

- (1) 事業者の運送収入の状況、運賃の妥当性及び運賃組替えの手続について
 - 本運賃組替えの実施当時、国土交通省において、本来の総括原価方式に基づく査定は省略され⁶、簡略な方法で運送収入の増加がないことを試算する手法が採られた。今回の事後検証においても、国土交通省からは、上記の運賃組替えの性質を前提に、その後の実績値⁷に基づいた検証の結果が示された。
 - 上記国土交通省の検証結果の範囲においては、下記の内容が確認できた。
 - ・ 運送回数及び運送収入の試算の手法について、試算値と実績値との間に差が生じたが、国土交通省においてその差は運送収入の平均的な減少率と同程度との説明がなされたこと
 - ・ 組替え前後で全体の運送収入は増加していないこと
 - ・ 全体の事業コストが運送収入を下回るまでには低下していないこと
 - もっとも、次のような課題が見られた。今後、国土交通省において、これらの課題のほか、運賃・料金の柔軟化・多様化に向けた動き等を踏まえて、検証手法・試算手法の向上、その他の必要な対応が取られるべきである。
 - ・ 事業者の運送収入の状況や運賃組替えの手続に関して、厳密な効果検証や運賃水準・体系の更なる適正化の観点からは、距離帯別の試算値と実績値の差やその要因をより丁寧に分析することが望まれること
 - ・ 運賃の妥当性に関して、消費者利益の擁護・増進の観点からは、特に、中長距離の利用のニーズが高い消費者の声やそのような消費者への影響についての十分な把握と検証が必要であること
 - ・ 総括原価方式を前提にしながらも、前回の運賃改定時（平成19年）

⁶ タクシー運賃の改定を行う場合、本来であれば、総括原価方式の考え方に基づき、原価の精査を行った上で、適正な利潤を含めた総括原価と総収入が均衡することを確認するプロセスが必要となるが、今回は、収入増加を目的としない運賃組替えであるとして、これを省略している。

⁷ 原価計算対象事業者や当該事業者の中から更に選定された事業者の数値に基づくもの。

から長期間原価の洗い替えがなされていないことにより、その後の事業コストの状況との乖離が生じている可能性があり、これに対して対応が必要と考えられること

- 時間距離併用制運賃等の付随する運賃制度について、国土交通省において、利用者や事業者等の意見等を踏まえ、必要に応じて見直すということであり、その際には、現代の交通事情に適合したものであるかという観点を踏まえるべきである。
- 今後、運送収入の増加を図るための運賃・料金の改定に当たって、総括原価方式により査定がなされる場合には、運賃水準をより適正なものとする観点から厳密に査定することが必要である。将来的には、社会・経済状況の変化や事業者の業態・経営の状況、消費者利益の一層の擁護・増進、運賃設定の柔軟化・多様化に向けた動き等を踏まえ、運賃・料金の改定時の運賃・料金の査定及び改定までのプロセスの在り方の向上を図るための検討を行うことも必要である。

(2) 消費者への影響の配慮について

- 中長距離運賃の値上げに関して、高齢者や病院通院者など、利用のニーズが高い一方、経済的負担能力の乏しい消費者への影響にも配慮した措置として、国土交通省において、相乗りタクシー、変動迎車料金及び定額タクシーの本格運用に向けた取組や事前確定運賃の導入などがなされている。また、配車アプリを活用している事業者の中で迎車料金を無料にする取組がなされているということである。国土交通省において、このような取組の一層の展開を推進するとともに、配車アプリや多様な運賃・料金制度等の新しいサービスについて消費者にとって利用しやすいものとなるよう、丁寧な情報提供等の対応を行うべきである。

(3) 運賃組替えに関する丁寧な周知について

- 国土交通省や事業者団体等において、本運賃組替えにあたり、消費者への周知を図るための一定の取組がなされたことが認められた。また、運賃設定に係る制度全般についての周知についても、国土交通省において一定の取組がなされていることが認められた。国土交通省において、消費者の更なる理解向上を図るため、より一層の取組が進められるべきである。

(4) サービス利便性の確保・向上について

- 以上で確認したもの以外にも、下記のような取組が進められていること

が確認された。これらの取組は消費者にとっての利便性や快適性を向上させるものと評価できる。今後も、国土交通省において、サービス利便性の確保・向上に向けたより一層の対応が進められるべきである。

- ・ タクシー利用待ち旅客の混雑が発生していたタクシー乗り場の改善
- ・ 業務の繁閑に応じた勤務シフトや変形労働時間制等の検討
- ・ 国内配車アプリの普及及び海外配車アプリと国内事業者との連携の推進
- ・ ユニバーサルデザインタクシーに関する国及び地方公共団体の補助制度等の導入促進に向けた対応と事業者における拡充
- ・ 優良タクシー乗り場の設置、優良事業者・運転者の評価制度
- ・ 訪日外国人のニーズに対応するためのタクシー・ハイヤー利用の環境づくり、言語・決済の不安解消及び関係機関・団体と連携したプロモーション活動等の取組とその推進
- ・ 事業者団体等による訪日外国人対応研修・認定制度

（５）消費者の意見の反映について

- 東京都特別区・武三交通圏タクシー準特定地域協議会における一定の取組等が確認されたが、今後、国土交通省において、タクシーの利便性向上に向けて、同協議会等の場において、消費者の意見を聴取し、より実質的に反映させる仕組み・運用を更に充実させるなど一層の取組が進められるべきである。
- また、国土交通省において、例えばインターネットを利用したアンケート調査等の有効な方法を検討するなど、中長距離の利用者や潜在的な消費者等の声が十分に把握されているか、運賃体系等への理解が真に得られているかなどの点も含めて、より消費者の実態が把握され、必要な取組がなされるように対応が進められるべきである。

（６）持続可能な経営環境のための取組について

- 本運賃組替えの事業者の経営状況への影響について、本運賃組替えとの関係は必ずしも明らかではないが、本運賃組替え後に経営状況の一定の改善が見られた。なお、この間、国土交通省により新型コロナウイルス感染症によるタクシー業界への影響調査が行われたところ、運送収入の大幅な減少が確認されており、このような影響に対しては感染症対策、事業継続支援及び需要喚起等の支援がなされている。国土交通省において引き続き必要な対応がなされ、タクシー業界においても社会・経済状況の変化に応じて柔軟な業態の変革等がなされることを期待したい。

- タクシーのサービスの質・安全性及びタクシー運転手の労働環境に関して、国土交通省において事業者の監視等を行っている状況が確認された。国土交通省は、引き続き、タクシーのサービスの質・安全性が低下することのないよう、継続的に事業者の監視を行うとともに、タクシー運転手の賃金水準・勤務時間等の労働環境の改善に向け、必要な対応をすべきである。
- さらに、国土交通省は、消費者の利益となるような、より柔軟な運賃設定を事業者が工夫して行うことが可能となるよう、引き続き、運賃規制全般について不断の見直しを続けるべきである。

以上

フィッシング問題への取組に関する意見

令和 2 年 12 月 3 日
消費者委員会

第 1 背景

金融機関や EC サイト等、一般消費者の認知度の高い企業やブランドを装った電子メールや SMS¹（以下「フィッシングメール」という。）を送り、ログイン ID、パスワード、口座番号、クレジットカード番号等の個人情報等を詐取する行為（以下、「フィッシング」という。）及びこれに起因すると思われるインターネットバンキングに係る不正送金事犯（以下、合わせて「本件問題」という。）が増加している。

具体的には、フィッシング対策協議会²が公表している情報³（別紙 1）によれば、フィッシング報告⁴件数⁵は、令和 2 年 4 月時点で一月当たり 1 万件を超え、その半年後の同年 10 月時点で一月当たり約 3 万件にまで急増している。

PIO-NET⁶におけるフィッシング⁷に関連すると思われる相談件数⁸（別紙 2）についても同様に、急増傾向にあるものと見受けられる。

また、警察庁の情報⁹（別紙 3）によれば、インターネットバンキングに係る不正送金事犯の発生件数についても、令和元年 9 月から急増し、令和元年は前年の約 6 倍の 1,872 件、令和 2 年上半期だけでも 885 件となっている。その被害の多くは SMS や電子メールを用いて金融機関を装ったフィッシングサイトへ誘導する手口によるものと考えられている。

このような急増傾向について、消費者委員会としては、消費者の安全・安心を守る観点から、本件問題に係る関係行政機関における取組を一層促進する必要があると考え、早急に取り組むべき事項として、警察庁、総務省、経済産業省及び消費者庁に対して、下記第 2 のとおり意見を述べる。

¹ Short Message Service。携帯電話の電話番号を用いたメッセージ送信。

² フィッシングに関する情報収集・提供、動向分析、技術・制度的対応の検討を主たる活動とした民間組織。2005 年設立。（<https://www.antiphishing.jp/>）

³ 「2020/10 フィッシング報告状況（月次報告書）」
（<https://www.antiphishing.jp/report/monthly/202010.html>）

⁴ 当該報告のうち約 98%は一般（ユーザー）からの報告であり、その他は警察、被害ブランド組織等からの報告・相談とされている。

⁵ 当該件数は、フィッシングメールを受信したにとどまり、未だフィッシングに遭っていないケースも含まれる。

⁶ PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステムのことである。

⁷ ここでいう「フィッシング」には、例えばポップアップ画面の表示による等、フィッシングメールを送付する方法以外にも含まれる。

⁸ 当該相談件数は、2010 年度以降受付、2020 年 11 月 17 日までの登録分のうち、相談内容等に「フィッシング」という文言を含む事例を消費者委員会が独自に集計した結果である。なお、消費生活センターからの経路相談は含まない。

⁹ 令和 2 年 11 月 5 日開催第 330 回消費者委員会本会議資料 2 「サイバー犯罪の情勢と警察の取組ーフィッシング対策を中心としてー」（警察庁生活安全局情報技術犯罪対策課）2 頁参照。

なお、消費者委員会としても、今後の状況を注視し、必要に応じ更に調査審議を行うこととする。

第2 意見

警察庁、総務省、経済産業省及び消費者庁は、本件問題に関して、下記取組を行うべきである。

1 フィッシングメールの受信防止対策の普及促進及び効果検証

(1) フィッシングメールの受信防止対策の普及促進

総務省は、関係行政機関と連携しつつ、フィッシング対策にも有効な技術的対策（以下「本件技術的対策」という。）を普及、促進及び啓発すること。特に、当該対策の一つである下記技術を重点的に普及、促進及び啓発すること。

ア 送信ドメイン認証技術の普及促進

関係事業者等における送信側及び受信側双方に係る送信ドメイン認証技術¹⁰（SPF¹¹、DKIM¹²及びDMARC¹³）の導入を普及促進すること。当該技術のうち特に、DMARCの普及率が伸びない原因及び当該原因を踏まえた改善策等を調査検討し、同普及率を伸ばすように努めること。

イ 迷惑メールフィルターの啓発強化

消費者に対する迷惑メールフィルター¹⁴に係る啓発を強化すること。

当該普及啓発に当たっては、若年層から高齢者までのあらゆる消費者が、当該機能及び効果（長所だけでなく短所¹⁵も含む。）を理解し、これらを総合的に勘案した上で適切に当該機能を設定ないし選択できるように、サービスプロバイダー等の関係事業者等による消費者への適時適切な情報提供等を促すこと。

(2) フィッシングメールの受信防止対策の効果検証

総務省は、関係行政機関と連携しつつ、送信ドメイン認証技術や迷惑メールフィルター等、本件技術的対策の効果検証を適時適切に行い、当該結果を踏まえ、必要に応じその普及促進方法や本件技術的対策等を

¹⁰ 受信側が、電子メールを送信した側のドメイン名の正当性（送信者になりすましているか否か）を確認することができる技術で、送信側での設定と受信側での検証とにより対応するもの。

¹¹ SPF（Sender Policy Framework）。送信メールサーバーのIPアドレスを元に認証する技術。

¹² DKIM（DomainKeys Identified Mail）。送信メールサーバーで作成した電子署名を元に認証する技術。

¹³ DMARC（Domain-based Message Authentication, Reporting & Conformance）。SPF・DKIMの認証結果を元にして、認証に失敗した電子メールの取扱い（①何もしない、②隔離する、③受信拒否する）を正規の送信側で指定することを可能とする等、SPF、DKIM双方の長所を生かした認証ができる技術。

¹⁴ 送信者情報や電子メールの内容、送信側のIPアドレスやドメイン名等から、迷惑メールか否かの判断をする機能。

¹⁵ 例えば、迷惑メールフィルターを強化しすぎた場合、迷惑メールでない正規のメールをも受信拒否等されるリスクがあること等。

改善すること。

2 不正アクセス禁止法等に基づく取締りの強化

警察庁は、フィッシングの禁止に係る規定等を含む不正アクセス行為の禁止等に関する法律（平成 11 年法律第 128 号）違反、インターネットバンキングに係る不正送金事犯等の取締りを強化すること。

3 消費者への注意喚起の一層の強化

警察庁、総務省、経済産業省及び消費者庁は、各々及び必要に応じて連携して、以下の取組を行うこと。

（１）消費者に対する注意喚起の強化

常に変化していくフィッシングの手口の傾向等について、消費者に対して迅速に情報提供し、注意喚起を強化すること。

（２）消費者側の対策に係る周知啓発の強化

消費者側において講じるべき対策の周知啓発を強化すること。特に、当該対策として、例えば以下の点が基本的かつ重要であることが個々の消費者に伝わるように、周知啓発の方法を更に工夫すること。

- ① 不審なメールは開封しないこと。
- ② 不審なメールに記載されている URL やリンクはクリックせずに、公式アプリやブックマーク等からアクセスすること。
- ③ メールに記載されている URL やリンクからアクセスしたサイト上で ID やパスワード等の入力が必要とされ、少しでも不審に感じた場合は、絶対に入力しないこと。
- ④ フィッシングの被害に遭った場合は、直ちに銀行やクレジットカード会社等に連絡し、必要な手続を行うこと。また、消費者ホットライン「１８８」、警察相談電話「＃９１１０」、最寄りの警察署、サイバー犯罪相談窓口等に、相談、通報すること。

なお、上記第 2 の 3（２）④を周知啓発するに当たっては、消費者が相談し得る窓口等が複数にわたる現状を踏まえ、消費者が第一的にどこに相談すればよいのかを直ちに判断し得るようするための方策等を検討することが望ましい。

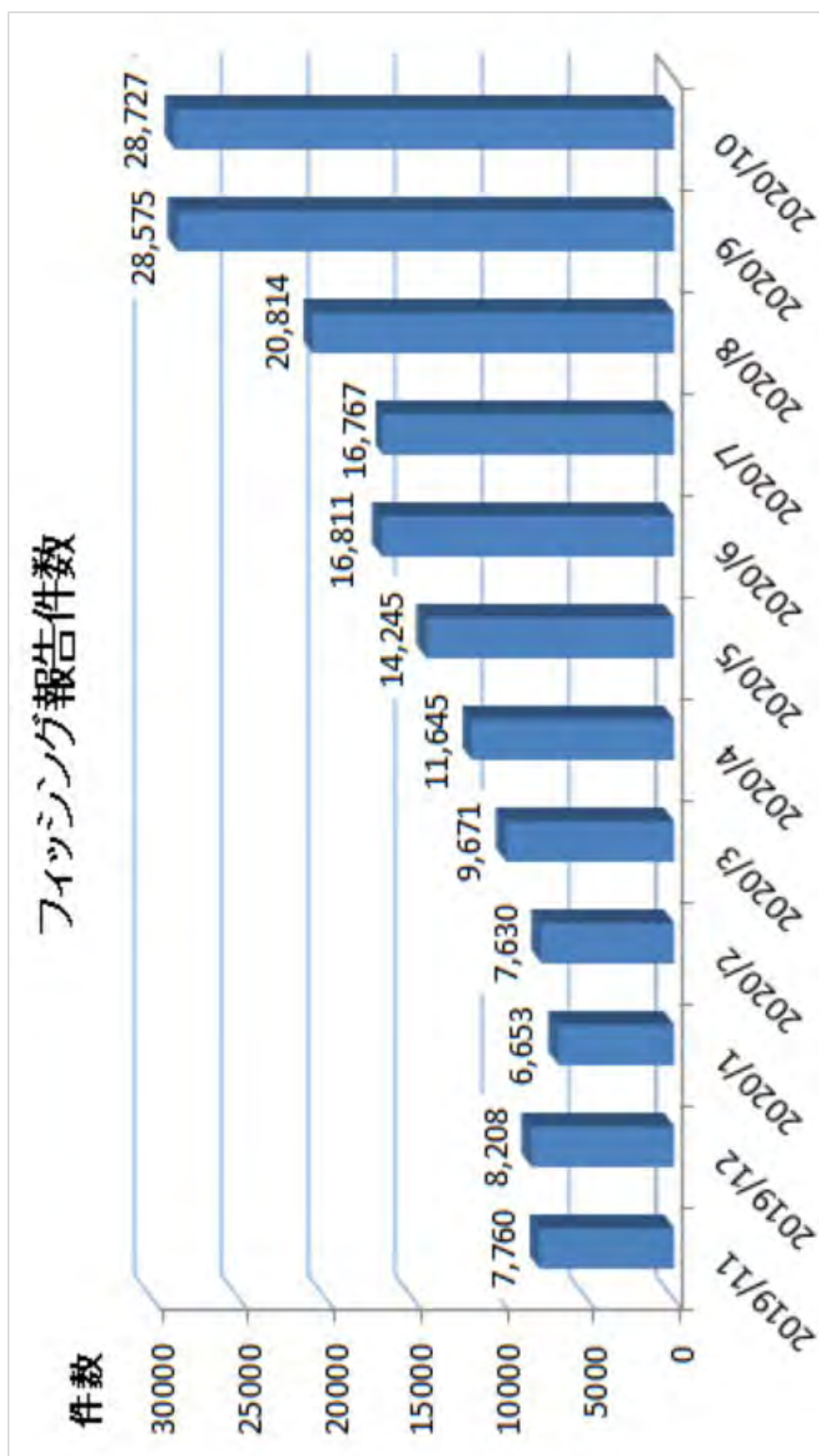
（３）注意喚起及び周知啓発の効果検証

上記第 2 の 3（１）の注意喚起及び同（２）の周知啓発の取組につき、適時適切に効果検証を行い、当該結果を踏まえ、必要に応じてその方法等を改善すること。

4 関係行政機関の連携強化

上記第 2 の 3 のほか、警察庁、総務省、経済産業省及び消費者庁は、関係機関や民間団体等とも緊密に連携しつつ、本件問題に係る情報共有を強化し、より一層連携して取組を推進すること。

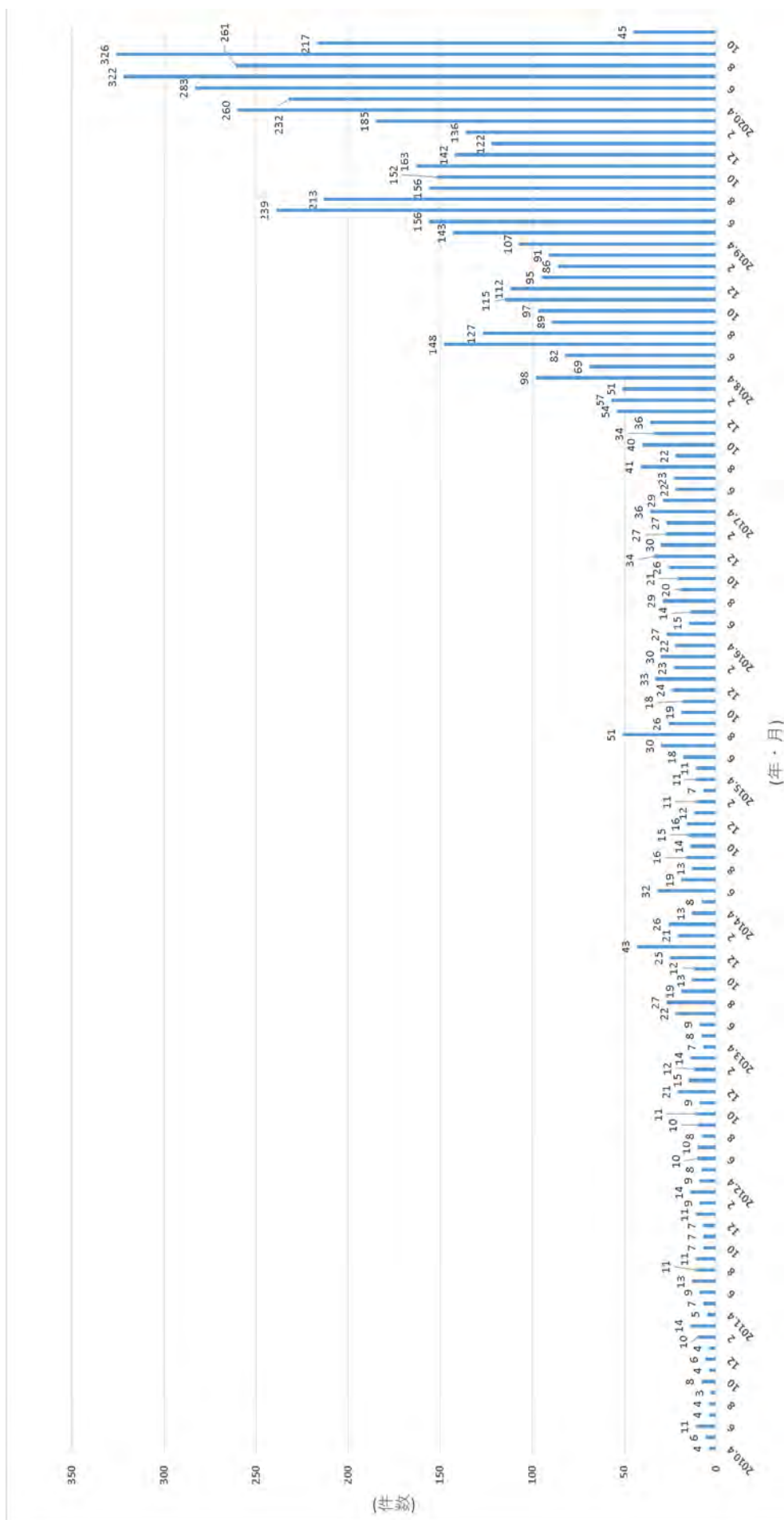
以上



出所：「2020/10 フィッシング報告状況（月次報告書）」（フィッシング対策協議会ウェブサイト：<https://www.antiphishing.jp/report/monthly/202010.html>）

※なお、当該報告のうち約98%は一般（ユーザー）からの報告であり、その他は警察、被害ブランド組織等からの報告・相談とされている。

PIO-NET 上のフィッシングに関連すると思われる相談件数 (※)



※ 当該相談件数は、2010 年度以降受付、2020 年 11 月 17 日までの登録分のうち、相談内容等に「フィッシング」という文言を含む事例を消費者委員会が独自に集計した結果である。なお、消費生活センターからの経由相談は含まない。

インターネットバンキングに係る不正送金事犯の発生状況等

- インターネットバンキングに係る不正送金事犯の発生件数と被害額は、それぞれ平成26年と平成27年をピークに減少傾向にあったものの、令和元年9月から急増
- その被害の多くは、SMSや電子メールを用いて金融機関を装ったフィッシングサイトへ誘導する手口によるものと考えられる

