

(2) タクシー事業者に対する影響分析

- 平成 19 年 12 月に実施された東京特別区・武三地区の運賃改定により、東京のタクシー利用者が減少した。特に近距離帯の営業回数が、前月と比較して大きく落ち込んだ。
- 平成 20 年 2 月以降は利用者数が回復傾向にあり、利用者減は一時的である。
- 運賃改定前後の営業回数が概ね前年割れしており、昨年と比べてタクシー利用者が全体的に減少している。
- 東京都内のタクシー事業者に運賃改定による影響をヒアリングしたところ、次の回答があった。
 - ・「運賃改定による利用客の大きな変化は感じられない。」
 - ・「過去の値上げでの利用者への影響は、半年ほど利用者減があるが、そのうち元に戻っていた。タクシーは運賃値上げによる利用者数変化が小さい。」
 - ・「運賃改定を行っても必要な人は利用している。」

1) タクシー事業者の実績データの分析

① 分析概要

東京都内の規模の異なるタクシー事業者 2 社から提供された実績データを用いて、平成 19 年 12 月 3 日に実施された東京特別区・武三地区の運賃改定による利用実態の変化を分析した。

	期間	データ件数
A 社	平成 19 年 9 月～平成 20 年 2 月及び 前年同期	延べ営業人日：50～60 万人日 延べ営業回数：約 1,500 万回
B 社	平成 19 年 10 月～平成 20 年 3 月及び 前年同期	延べ営業人日：約 3 万人日 延べ営業回数：約 100 万回

② 分析結果

運賃改定前後の単位営業機会（休憩時間を含んだ出庫時間 2 時間）当たりの営業回数実績を時間帯、距離帯ごとに前年同期と比較した。

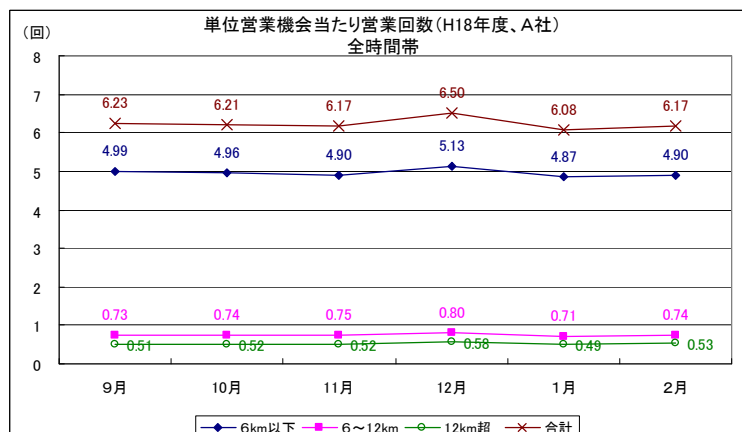
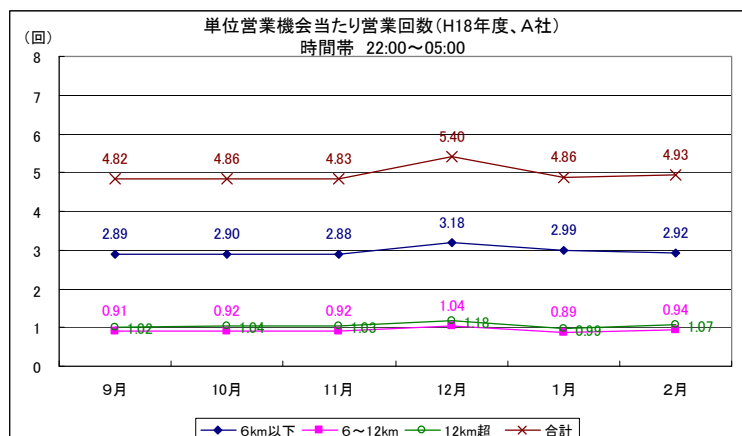
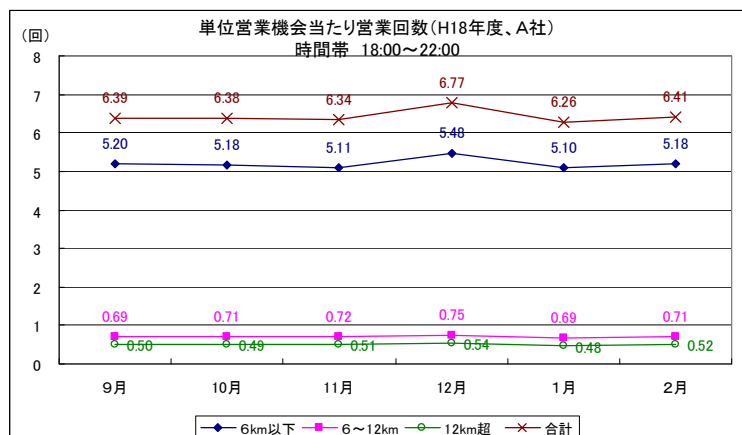
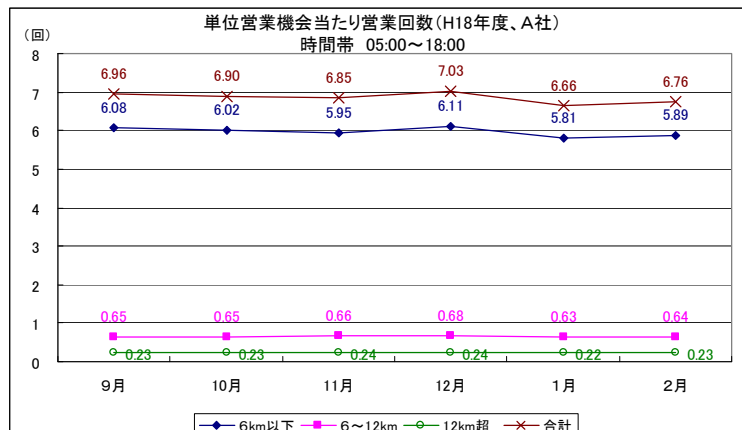
○ 全体の傾向

- ・ 運賃改定前後を通して概ね前年割れしている。特に、他の交通機関に転移しやすい近距離帯での落ち込みが大きい。景気悪化の影響を受けている可能性がある。
- ・ 事業者の規模による傾向の差異はほとんど無い（ヒアリングからも傍証）。

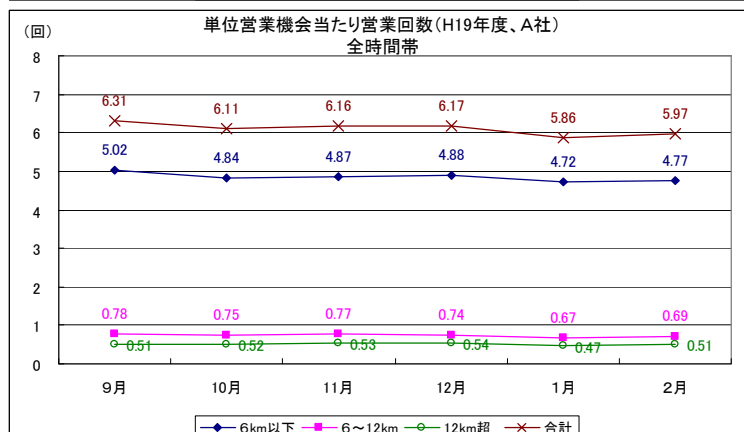
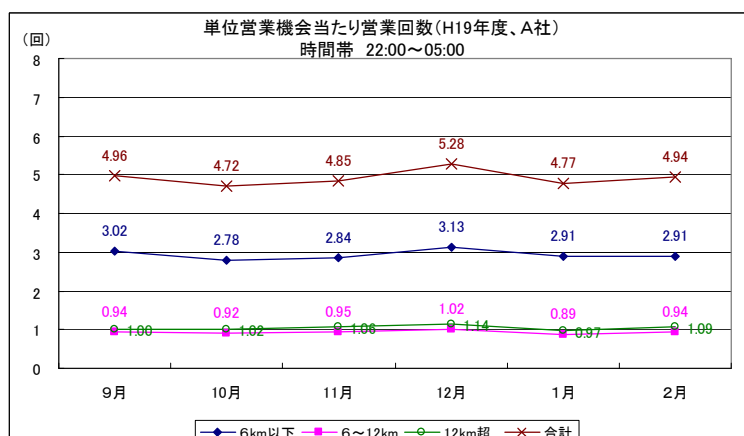
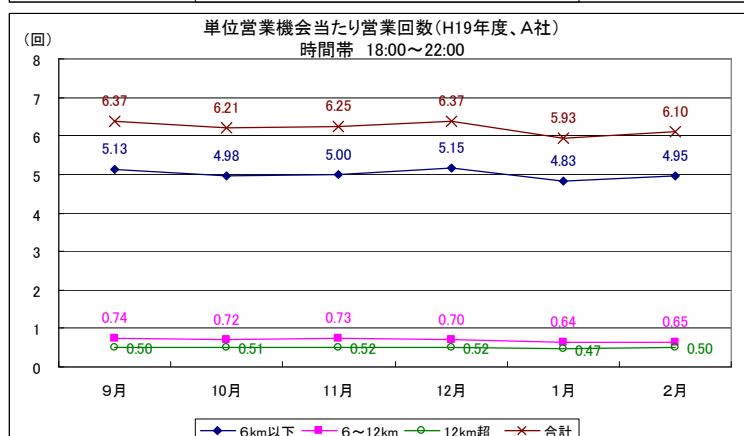
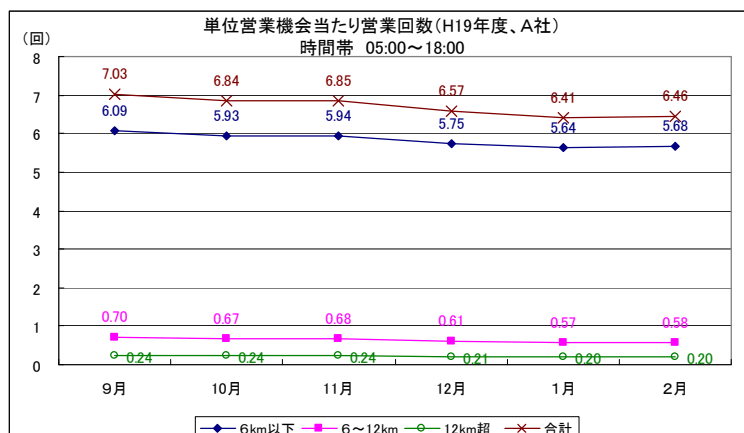
- 運賃改定の影響（日中～夕方～夜：全距離帯で値上げ）
 - ・ 運賃改定直後（12月、1月）の近距離帯の営業回数が、11月以前と比較して大きく落ち込んでいる。
 - ・ 2月以降は利用者数が回復傾向にある。
- 値上げしたことによる一時的な利用者の減少がある。ただし、事業者ヒアリング（後述）にあるように、長期的な観点からの運賃感度は小さい可能性がある。
- 運賃改定の影響（深夜：深夜割増3割→2割、深夜時間23時以降→22時以降）
 - ・ 近距離帯は実質値上げであるが、遠距離になるほど値上げ幅は小さくなる。このため、運賃改定直後（12月、1月）の近距離帯の営業回数に落ち込みが見られるが、日中時間帯と比較して影響は小さい。
 - ・ 2月以降は日中時間帯と同様に利用者数が回復傾向にある。

i) A社

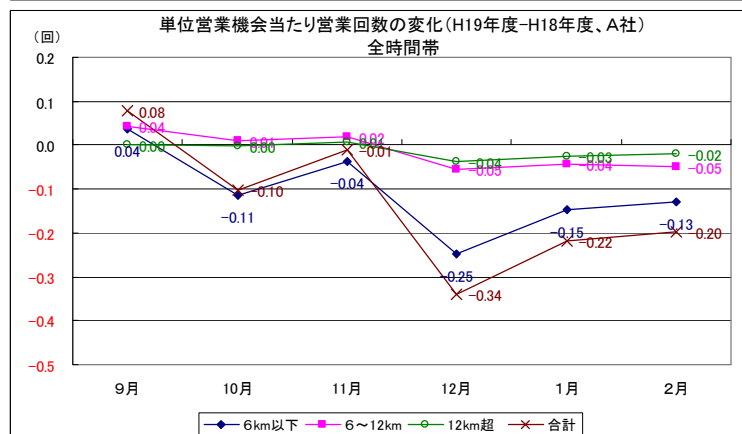
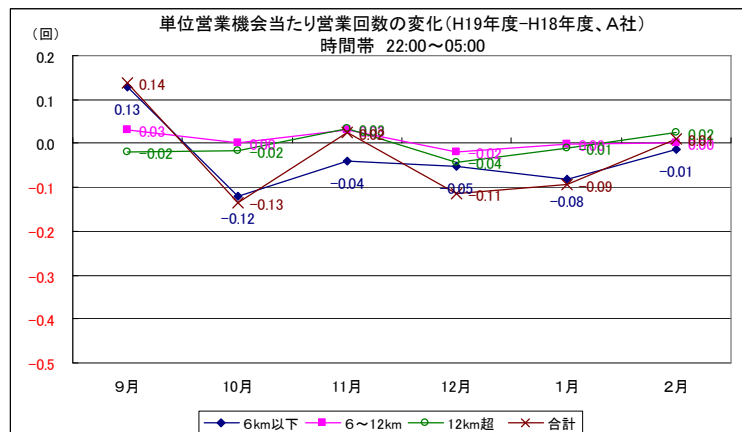
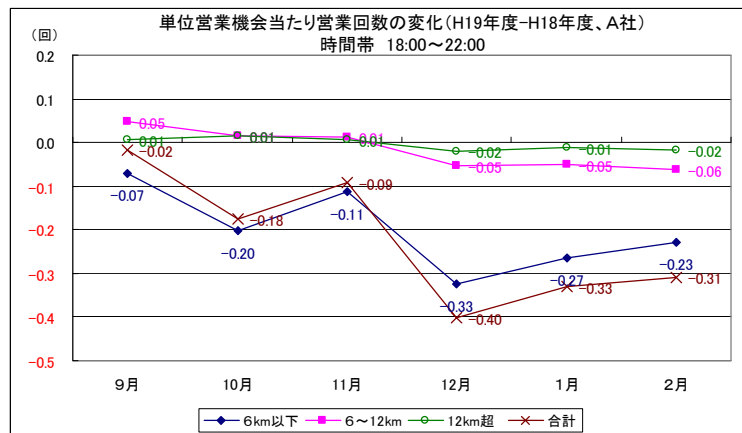
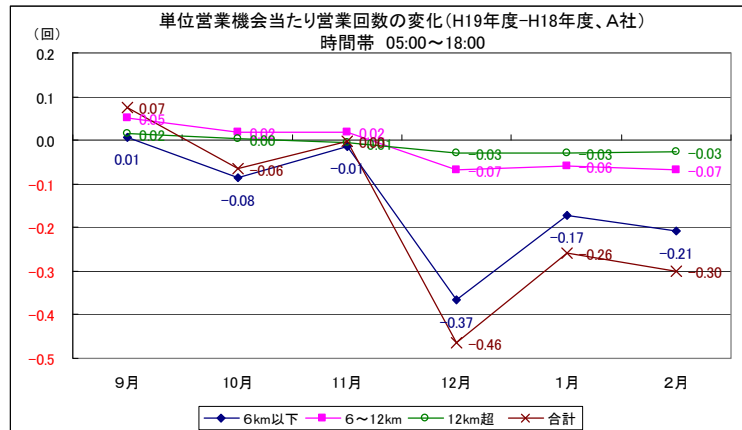
ア) 平成18年度単位営業機会当たり営業回数



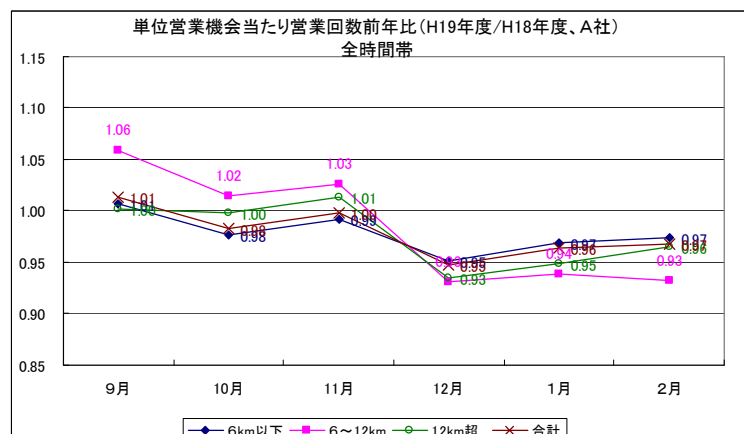
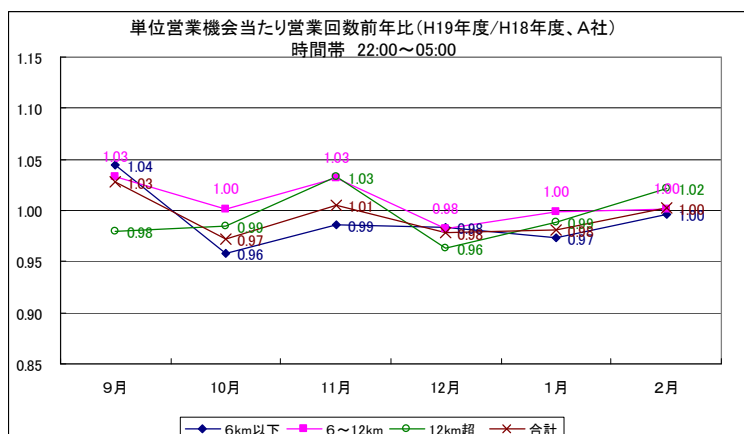
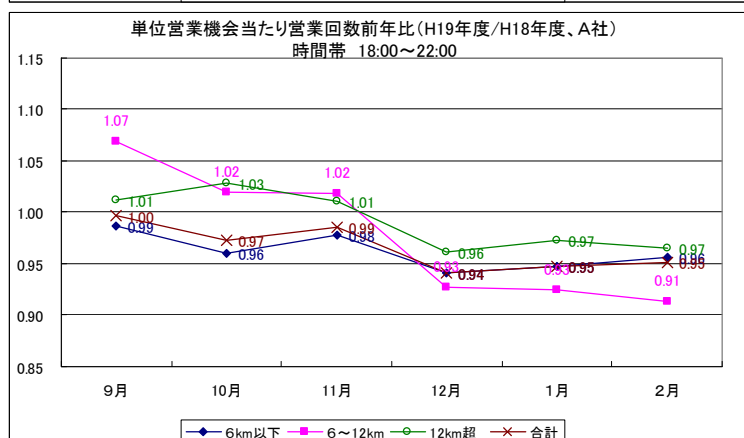
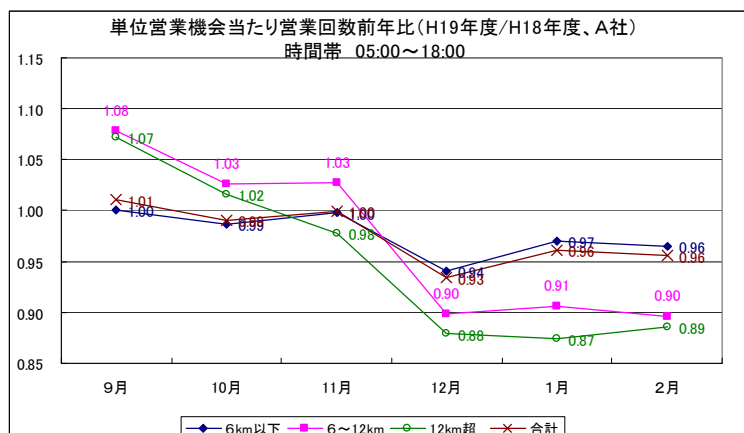
イ) 平成 19 年度単位営業機会当たり営業回数



ウ) 単位営業機会当たり営業回数の変化（平成 19 年度－平成 18 年度）

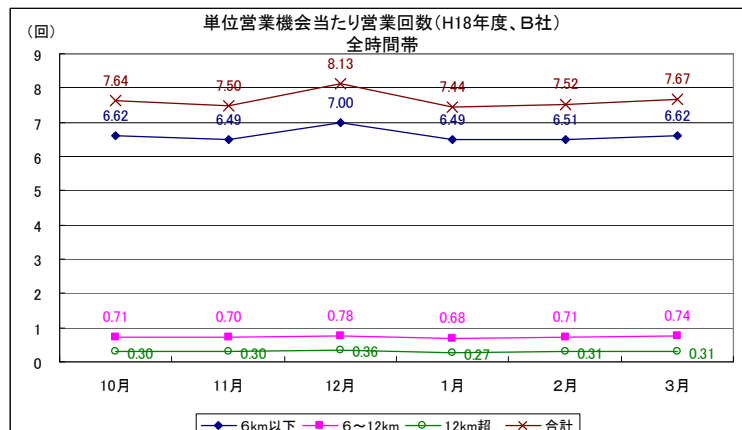
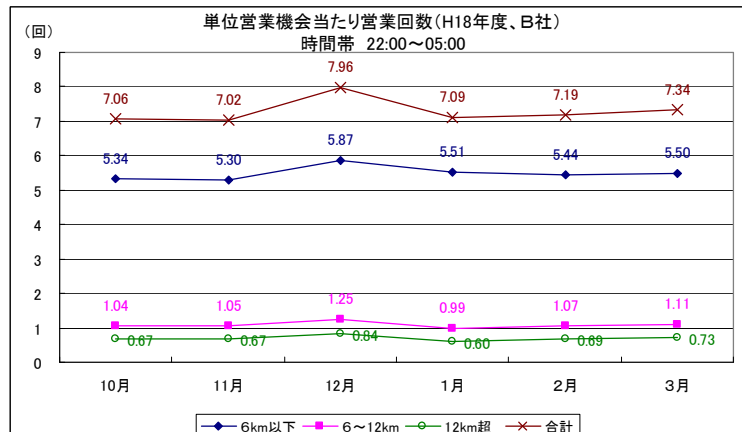
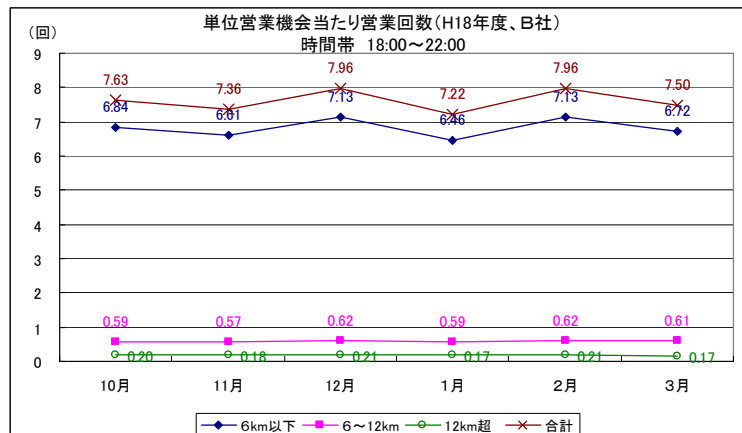
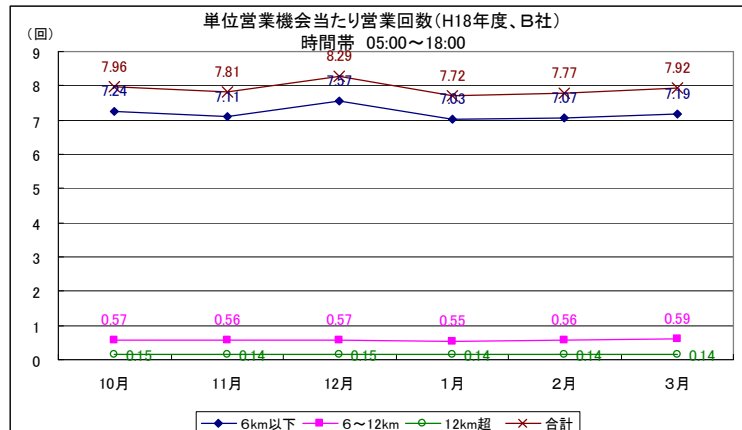


エ) 単位営業機会当たり営業回数前年比（平成 19 年度／平成 18 年度）

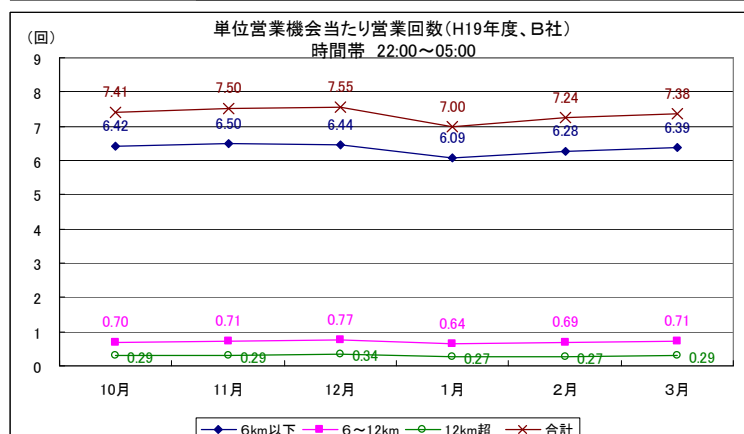
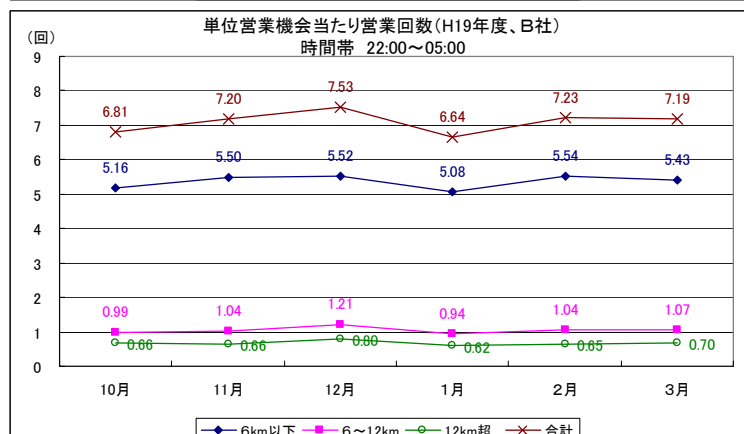
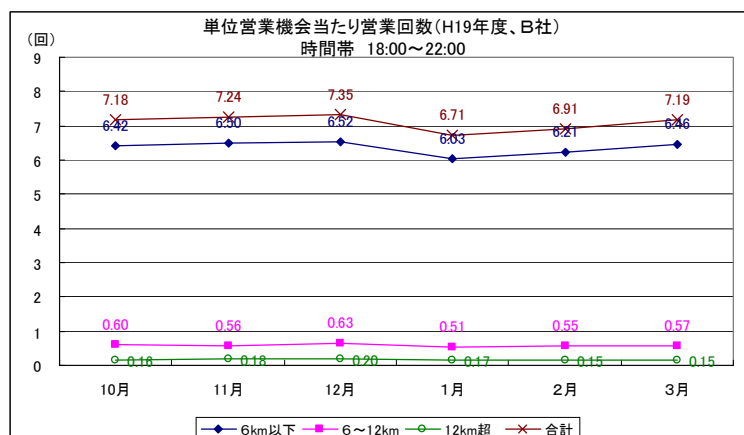
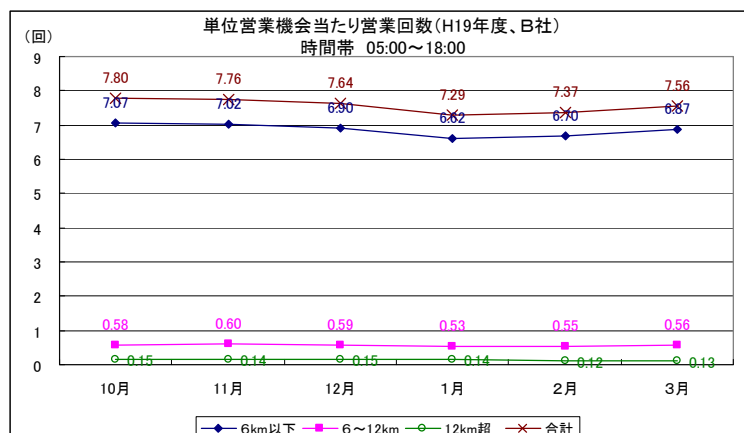


ii) B社

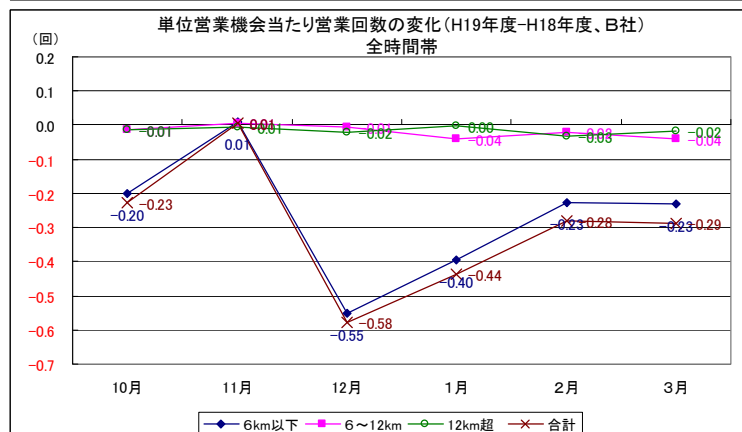
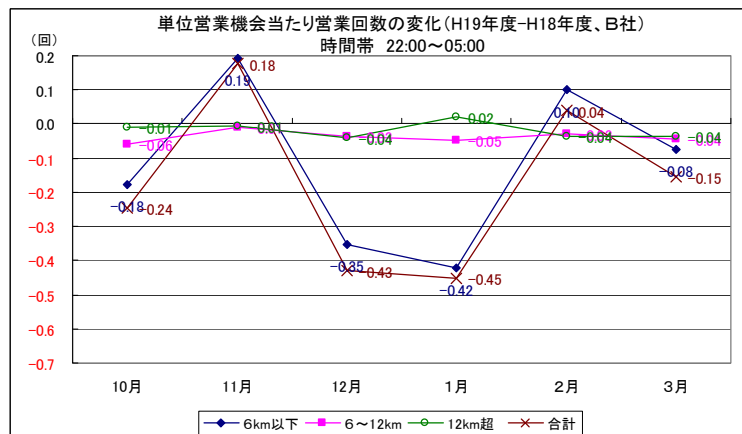
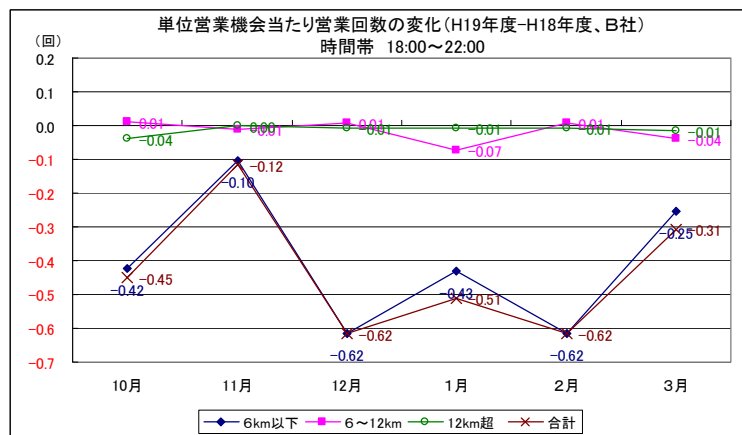
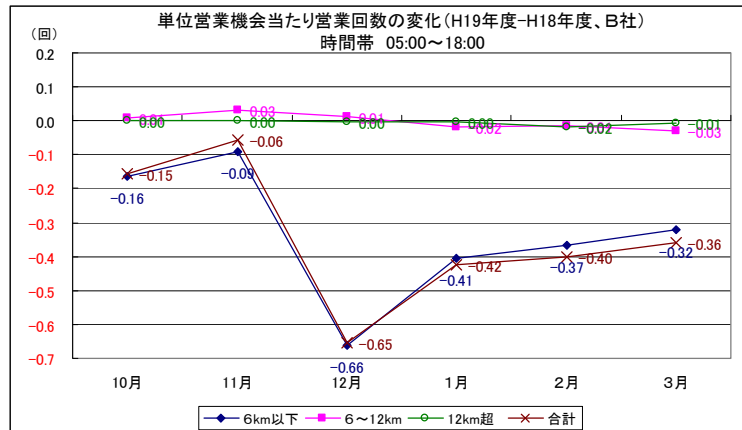
ア) 平成18年度単位営業機会当たり営業回数



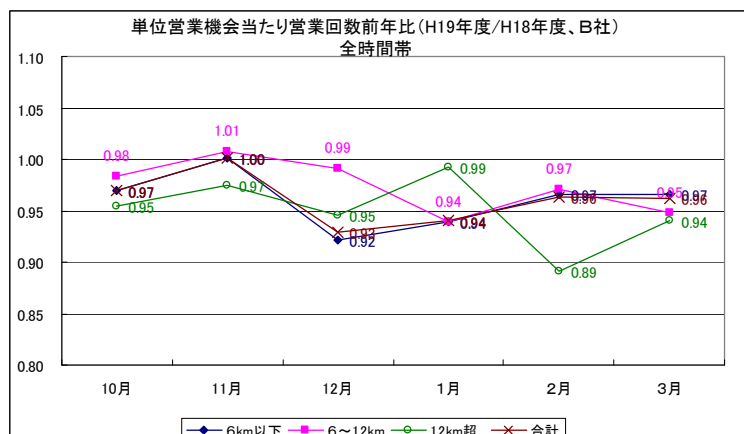
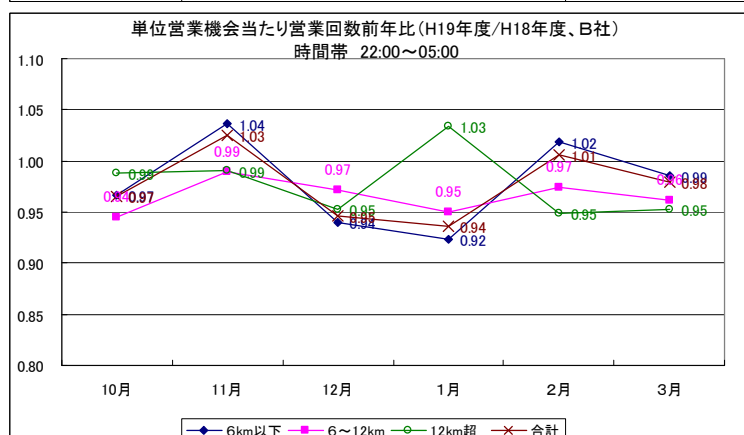
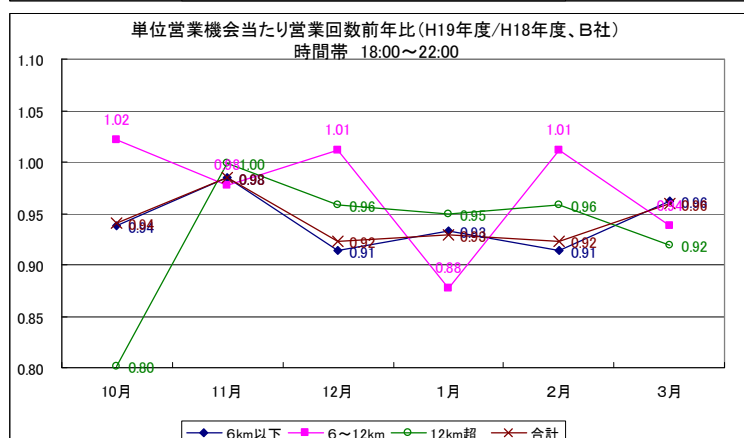
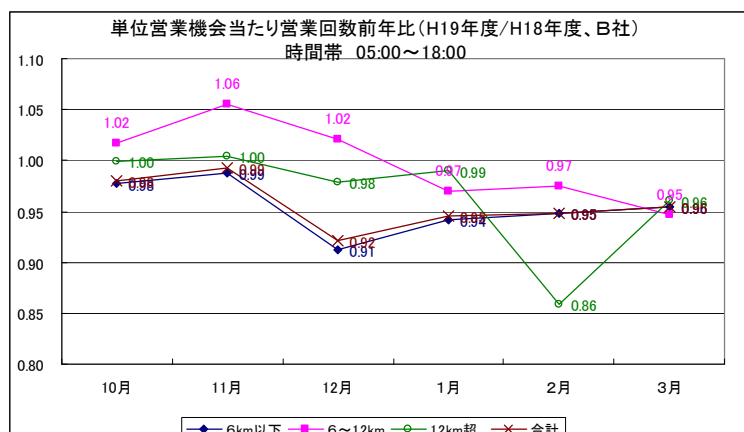
イ) 平成 19 年度単位営業機会当たり営業回数



ウ) 単位営業機会当たり営業回数の変化（平成 19 年度－平成 18 年度）



エ) 単位営業機会当たり営業回数前年比（平成 19 年度／平成 18 年度）



2) 事業者ヒアリング

タクシー事業者の現状運賃の考え方、運賃設定の意向等を把握するために、タクシー事業者（東京 7 事業者、大阪 4 事業者）にヒアリングを行った。

ヒアリング結果は以下のとおり。

① 東京のタクシー事業者のヒアリング結果

i) 現状の運賃設定の考え方

ア) 総括原価に基づいた運賃設定

→H19.12 の運賃改定においては、平均 17%で運賃改定申請した。実質 4%程度の値上げである。（東京 B 社）

→平均 15%で運賃改定申請した。厳しい経営状況が続いており、黒字を維持することは困難である。（東京 E 社）

→原価に利潤を乗せ、今回の値上げ幅 7.22%の 2 倍程度の値上げで申請していた。（東京 D 社）

→値上げ申請は 13%程度であった。（東京 G 社）

イ) 運賃改定による影響

→H19.9 からサブプライムの影響により営業実績が 3%程度落ちている。値上幅 4%から差し引いて実質収入増は 1%である。（東京 B 社）

→過去の値上げでの利用者への影響は、半年ほど利用者減があるが、そのうち元に戻っていた。タクシーは運賃値上げによる利用者数変化が小さい。（東京 B 社、東京 D 社）

→タクシーの利用には地域特性があり、都心部ではタクシーの価格弾力性は低いと考えられる。（東京 E 社）

→12 月 3 日の運賃改定に起因する、利用客の大きな変化は感じられない。（東京 C 社、東京 F 社）

→迎車料金が東京 4 社は 400 円、他社は 300 円であるが、利用者には影響ない。運賃改定を行っても必要な人は利用している。（東京 F 社）

ii) 制度が変更された場合の価格変動の意向、今後の運賃設定の意向
(価格自由化、プライスカップ制、下限撤廃)

ア) 運賃設定の考え方

- もう少し高い運賃（初乗り 2km800 円程度）と設定したいが、同業他社とのサービス差に対して利用者がどの程度の価格を認めるか不明であるため、同業他社の運賃差をみながら設定することとなろう。（東京A社）
- 自由化となった場合、東京では運賃が上がるはずである。また、事業者間で統一しないと利用者（特に交通弱者）が安心して乗車できないと考える。（東京B社、東京E社）
- 競争は乗務員間で成立しており、自由化等で企業間を競わせるのではなく、業界全体でのサービス向上を考えるべき。（東京C社）
- 利用者が、乗車時に情報を得られる場合は自由運賃もあり得る。（東京D社）
- 人件費が原価のほとんどを占めているため、自由化をしても運賃はあるところへ収束してくるであろう。（東京D社）

イ) 今後の運賃設定の意向

- 運賃を下げることはコスト構造から乗務員の給料を下げることとなってしまうサービス低下につながるため行う意向はない。（東京A社）
- 乗務員の適正賃金を確保するために下限運賃は設定すべきであり、上限運賃撤廃はあると考える。（東京B社）
- タクシー利用の奨励等を行い、52～53%程度の実車率になれば（現在は約40%）今よりも運賃は下げられるだろう。（東京C社）
- 運賃の変更は考えておらず、現状制度を維持するが、ガソリン高騰化に伴うサーチャージ的な別枠運賃は欲しい。（東京F社）
- 現状の運賃でも採算が厳しいため、他社の意向に関わらず値上げする。（東京G社）

iii) 今後の増収策

ア) 他業種への展開

- 新規事業の検討はするが、本業であるタクシー事業の向上を目指す。(東京 A 社)
- タクシーは単体で健全経営となるべきである。(東京 D 社)
- タクシー事業のみで黒字を維持するのは難しいため、不動産事業も手掛けている。(東京 E 社)

イ) 付加価値サービスの付与

- 増収策として無線GPS、クレジットカード、電子マネー、黒塗り等を試みたが、売り上げ増加にはなっていない。乗務員の確保には役立っている。子育て、観光タクシーは規制緩和でなくても行うべきものとする。(東京 B 社)
- ドライブレコーダーによる防犯協力(社会貢献)を考えている。これにより、タクシーの社会的認知を促したい。(東京 C 社)
- タクシーチケットのICカード化(繰り返し利用可能)を行った。スイカ導入を決定して近々に全車導入となる。(東京 F 社)

ウ) サービス向上による増収策

- 横浜で試験的にワンボックス車両でデマンドタクシーをやったが、まとまった需要と供給のバランスの収束点が見いだせないまま終わった。(東京 D 社)
- 各施設(汐留、ミッドタウン、病院等)に営業を行い、専用の乗り場を設けている。(東京 D 社、東京 E 社)
- 黒塗りのハイグレード車の導入。(東京 F 社)
- 黒字や乗務員の質の向上にも繋がるため、従業員の株式取得を推奨しており、現在従業員の90%が株を持っている。(東京 F 社)
- 乗務員のためにモラル向上の講習を行っている。(東京 G 社)

② 大阪のタクシー事業者のヒアリング結果

i) 現状の運賃設定の考え方

ア) 自動認可運賃

→自動認可の運賃設定が後から出来たからであり値下げは損と考えている。

(大阪A社、大阪B社)

→消費者保護(安全・安心)、修繕費、燃料費高騰などを考え、(総括原価方式で)原価の計算をした結果である。最低でも660円必要で、限界の値段である。(大阪C社、大阪D社)

→大阪でバラツキがある理由は、大阪の消費者が安いことを求めるためであろうと考える。(大阪D社)

イ) 5千円5割引

→乗務員の流出を防ぐためやらざるを得なかった。(大阪B社、大阪D社)

→相対的マーケットなので、やらざるを得なかったが、売り上げ減となっている。(大阪C社)

ii) 制度が変更された場合の価格変動の意向、今後の運賃設定の意向
(価格自由化、プライスカップ制、下限撤廃)

ア) 運賃設定の考え方

→運賃にばらつきがあると、国内観光客や海外の観光客が混乱するため、お客さんに安心して乗ってもらうためには、運賃は同一地域同一運賃がいい。(大阪B社、大阪C社、大阪D社)

イ) 今後の運賃設定の意向

→コスト設定でほとんどが人件費であり、最低運賃を下回る乗務員がいることを勘案するとこれ以上賃金は下げられないため、運賃も下げられない。(大阪A社)

→もし自由化となっても、国交省が出している「追い越し運賃はやってはいけない」ということに関しては、何も気づかないお客さんが騙されてしまう為、この自由化だけは規制すべき。(大阪B社)

→運賃価格が自由化されたら、不正な事業者が横行し、乗客の安全安心が保障できない。(大阪C社)

→燃料の高騰が経営を圧迫しているためサーチャージ的な値上げがしたいが、競合他社との競争等諸々の事情でできない。(大阪A社、大阪B社、大阪C社、大阪D社)

iii) 今後の増収策

ア) 他業種への展開

- バス事業も行っている。(大阪A社)
- バス、トラック事業も行っている。(大阪C社)

イ) 付加価値サービスの付与

- 福祉関係には着目している。(大阪A社)
- カード類その他の付加価値は、他社を見ても成功しているとは思えないため、付加価値はつけない。(大阪A社)
- 子育てタクシー、介護タクシー、ポイントカード等で、客層を広げてリピーターの獲得、地域のタクシー利用者の囲い込みを目指す。(大阪B社)
- 接客対応、車種等でお客様満足度を高める。(大阪C社)
- 地域のタクシー利用者の掘り起こしに力を入れている。(大阪D社)