



(電子版)

info@jikosoren.jp

2021年 第23号 2021年6月3日

発行：自交総連本部

〒110-0003 東京都台東区根岸2-18-2-201
tel. 03-3875-8071 fax. 03-3874-4997

変動運賃制度の在り方検討を進める

規制改革推進会議が答申 ソフトメーター、IT点呼も

規制改革推進会議は6月1日、書面議決で「規制改革推進に関する答申」を議決し菅総理大臣に提出しました。これを受けて政府は近く「規制改革実施計画」を閣議決定することになります。

答申では、「タクシーの利便性向上」の項目で、①ソフトメーターの導入、②変動運賃制度の検討、③IT点呼の拡大の3点を記述しました。変動運賃制度（ダイナミック・プライシング）については2021年に検討開始、結論を得次第速やかに措置するとしています。

規制改革推進に関する答申 ～デジタル社会に向けた規制改革の「実現」～

(2021) 令和3年6月1日 規制改革推進会議

II 各分野における規制改革の推進

3. 投資等ワーキング・グループ

(8) タクシーの利便性向上

【a, c：令和3年結論・措置、
b：令和3年検討開始、結論を得次第速やかに措置】

<基本的考え方>

コロナ禍に伴う人の移動の激減により、タクシー事業は深刻な打撃を受けている。その一方で、タクシー運転者の感染対策や運行管理など、デジタル技術を活用した非対面・非接触型の対応が求められている。

こうした中、利用者への便益を大前提に、事業者の負担を軽減するとともに、タクシーの利便性向上に資する規制改革を実施する必要がある。あわせて、新たな需要を発掘し、取り込んでいくことによって、持続可能なタクシー事業へと転換させる方策も重要である。

以上の基本的考え方に基づき、以下の措置を講ずるべきである。

<実施事項>

- a 国土交通省は、現行のタクシーメーターと代替可能なソフトメーターの導入に向けた制度設計を進める。具体的には、「ソフトメーターの導入に向けた検討会」（令和3年3月設置）において正確性の担保を始めとする残課題を精査し、結論を得る。なお、ソフトメーターが具備すべき機能やその活用に関しては、配車アプリ事業者等の参画も得つつ検討し、輸送等のデータを活用したタクシーサービスの高度化に取り組む。
- b 国土交通省は、変動運賃制度の在り方について検討を進める。その際、海外の実態調査や実車による実証、利用者の意向把握等を丁寧に行う。また、地域・曜日・時間帯・天候等、様々なケースにおける需給やマッチングデータ等を取得し、配車アプリ事業者等の参画も得てエビデンスに基づく議論を行う。加えて、公共交通機関として利用者の理解が得られる、妥当な変動幅となるよう留意する。
- c 国土交通省は、隣接敷地・近距離の営業所と車庫間でのみ認められている現行のIT点呼を、ITの進展を踏まえて遠距離を含む営業所間でも実施できるよう拡大する等、運行管理の高度化を進める。具体的には、「運行管理高度化検討会」（令和3年3月設置）における実証実験を通じて、IT点呼の対象拡大に向けた39機器の性能要件の設定や、自動点呼の導入に向けた点呼支援機器の認定制度の構築を行う。

国交省局長 変動運賃制の幅2割増・1割引を想定

国土交通省の萩川直也自動車局長は5月28日の定例会見で、検討中のタクシー運賃「ダイナミック・プライシング（変動価格制）」の上下変動幅について、「2割増・1割引」を想定していることを明かした。「タクシーは公共交通機関だと法律で位置づけられている。べらぼうに、ものすごい高い値段とか、めちゃめちゃな安売りはどうか。適正なレンジ（範囲）と、それを超えるレンジがある。今年度の検証で明らかにしていければ」と述べた。

（以下発言要旨）

「今年度は国費で外国の事例を調べ、実証実験をやってみる。メリット、デメリットがいろいろあるかもしれないが、集約して、みんなで共有する。実際、やっていくんだったら、それに基づいて制度設計し、来年度以降に実施する」

「現状の運賃では上限2割（増し）、下が1割（引き）という幅ができています。普通に考えられるのは、その中での工夫にな

る」

「値段が動くわけで、お客がタクシーの乗ろうと思ったら、『普段より高い』になったら、たぶん困ると思う。だから、アプリをつかって、事前にいまの時間帯はこういう事業者は高いとか、安いとかわかって選べるようになっていなければならない」

「ダイナミック・プライシングをやると言っても、（最終的には）事業者の選択になる。いままでの制度でも、この新しい制度でもいい。新しいやり方をやってみるか、やらないかの判断になる」

「常に同じ運賃なのは、安心感はあるかもしれないが、（ダイナミック・プライシングの導入後は）違う運賃があって選べるということになる。アプリになれている人は便利かもしれないが、慣れていない人はわけがわからないかも。各社で客層とか、営業区域に特徴があると思う」

【東京交通新聞2021. 5. 31付による】