

## アンケート・ヒアリング調査結果のまとめ

### 1. 調査の実施概要

#### (1) アンケート調査

##### ①全国の利用者

- 調査方法：インターネット調査。  
株式会社マクロミルのモニタに対し、事前調査でタクシーを平均して月に2回以上利用する人を抽出し、抽出されたモニタにインターネット上で質問し、回答を依頼した。
- **回収数：1,880名（回収率100%）**

##### ②法人事業者

- 調査方法：質問票配布は郵送、回答はインターネット及びFAX。  
対象事業者に郵送で調査票を送付し、インターネットを通じての回答を依頼した。また、インターネットを使用できない場合のために、FAXでの回答も受け付けた。
- **回収数：848（回収率39%）**

##### ③個人事業者

- 調査方法：質問票配布は郵送、回答はFAX。  
対象事業者に郵送で調査票を送付し、FAXでの回答を依頼した。
- **回収数：1,191（回収率94%）**

##### ④千葉県の利用者

- 調査方法：インターネット調査。  
株式会社マクロミルのモニタに対し、事前調査でタクシーを平均して3ヶ月に1回以上利用する人を抽出し、抽出されたモニタにインターネット上で質問し、回答を依頼した。
- **回収数：211名（回収率100%）**

#### <千葉県における調査について>

タクシーが地域公共交通の担い手の一つであるという観点から、大都市圏と小都市圏の双方が存在する千葉県をモデルケースとして、利用者、事業者、関係団体、自治体関係者の意向を調査した。

(2) ヒアリング調査

- **調査方法**：訪問調査。  
各団体に訪問の上、利用者選択性の向上に関する意向をヒアリングした。
  
- **調査対象団体**：以下の12団体・事業者
  - 社団法人全国個人タクシー協会
  - 財団法人東京タクシーセンター
  - 社団法人全国乗用自動車連合会
  - 千葉県タクシー協会
  - 柏市役所都市計画部交通政策課
  - 全国交通運輸労働組合総連合
  - 全国自動車交通労働組合総連合会
  - 全国自動車交通労働組合連合会
  - 千葉県内タクシー事業者4社

## 2. 調査結果の概要

### <記号の意味>

- : 調査で示された意向
- : 調査を踏まえた検討の方向性 (案)

#### (1) 現状のタクシーの利用について

- タクシーの主な利用理由は、「利用する時間帯、または地域にほかの交通手段が無い」こと
  - タクシーは他の交通機関にないニーズを満たしている
- 小都市圏では6割以上の利用者がタクシー事業者を選択しているが、大都市圏では4割程度しか選択しない
  - 評価制度は大都市圏でより重要であり、タクシー評価制度には地域差を加味する必要があるのではないか

#### (2) 評価制度の枠組みについて

- 約7割の利用者が「全国一律で、全事業者が対象となるのが良い」と回答
  - 可能な限り、全国で行うことの可能な制度を考える必要がある
- 適正化事業の行われていない地方で評価制度を行うのは困難であり、地方ごとに異なる制度とするのが現実的である
  - タクシー評価制度には地域差を加味する必要があるのではないか
- タクシーの評価は運転者個人で決まるが、サービスの有無やその内容は事業者単位で行うため、双方の評価がありうる
  - 評価は、事業者とドライバー双方の評価を含むべきではないか
- 評価の実施主体は第三者機関で無ければ難しい
  - 実施主体の要件と、制度運営の財源について検討すべきではないか
- 評価内容の一貫性さえあれば、新たな評価制度は、既存の評価制度と並立しうる
  - 既存の制度も含めて、制度を設計する必要があるのではないか

(3) 評価項目について

- 評価項目の中で、利用者が最も重要だと考えているものは、「接客マナー」、「安全管理の徹底度」、ついで「ルート選択の適切さ」、「運賃の安さ」
- 既存の評価制度の問題点として、社会保険の未加入など、運転者の労働環境が評価に反映されていない
  - 評価項目は上記の項目を含めて検討すべきではないか

(4) 評価制度の周知と活用について

- 既存の評価制度を認知しているのは3割程度の利用者であり、実際に選択の参考にしているのは1割程度である
- あるべき評価の周知方法は「評価を示すステッカーの貼付」と「行政などのホームページ上での公表」
  - 周知徹底と活用可能性の向上は既存の評価制度にとっても大きな課題であり、同じタクシー業界で複数の評価制度が並立するのは、利用者にとってわかりにくいのではないか。また、利用者周知にあたっては、各主体の具体的な関与を検討する必要があるのではないか
- 事業者が評価を受けるメリットとして、「企業や行政機関による優先利用」、「特別な乗り場の使用」、「利用者にわかりやすいマークの使用」が望まれている
  - 事業者が評価を受けるメリットは、上記を含めて検討する必要がある

(5) 多様なタクシーサービスについて

- 利用者が特に使ってみたいものは「携帯電話の発信位置への配車」、「緊急搬送」、「乗り合い」、「移動補助」、「ポイントカード」、「観光タクシー」
- 事業者にとって実施の困難なサービスは「携帯電話の発信位置への配車」、「緊急搬送」、「乗り合い」、「移動補助」
  - 利用者ニーズが高いサービスを供給する際に、事業者が困難と感じる障害があるため、その障害を克服するための方策を検討してはどうか
- 大都市圏は輸送で利益を上げられるが、小都市圏ではそれができないため、多様なサービスの実施率が高い
  - 多様なサービスの普及方策を検討する際も、地域特性に留意する必要があるのではないかと

(6) 多様なタクシーサービスを普及させるための方策について

- 機器費用の補助と、サービス実施するための教育が普及には必要である。しかし、社員の高齢化が著しく、教育への障害となっている
  - 利用者ニーズの高いサービスについて、事業者が導入しやすい環境づくりについて検討してはどうか
- 現在機器の使用料や、運転者の教育費を運転者自身が負担することが多い
  - サービスの導入に当たっては、運転者に不当な負担を強いることの無いよう留意すべきではないか
- コミュニティバス・代行業者・福祉限定車両などのタクシー類似行為がタクシー業界の競争相手となっている。また、福祉限定による白タク行為も横行している
  - 行政による市場の適正な監視が必要ではないか