

第1回「送料無料」表示の見直しに関する意見交換会 議事要旨

日時 2023年6月23日（金）10時30分～11時46分

場所 中央合同庁舎第4号館4階共用第4特別会議室

○古川参事官 それでは、定刻になりましたので、第1回「『送料無料』表示の見直しに関する意見交換会」を始めさせていただきます。

本日は、公益社団法人全日本トラック協会副会長の馬渡様をはじめ御出席いただきております。御多忙のところお越しいただきまして、誠にありがとうございます。

意見交換会の冒頭に当たりまして、植田審議官より御発言いたします。

○植田審議官 現在、我が国は物流の2024年問題に直面しておるわけでございますけれども、各方面におきましてその対応が進められておるところと承知しております。

政府といたしましては、先般、物流革新に向けた政策パッケージを取りまとめたところでございます。今回、テーマになります「送料無料」表示につきましては、パッケージの中では、運賃・料金が消費者向けの送料に適正に転嫁・反映されるべきという観点から、「送料無料」表示の見直しに取り組むとしたところでございます。

これを受けまして、消費者庁では関係省庁と連携をして、物流が持続可能なものとなるよう、最終的に荷物を受け取る消費者の皆様に物流のコストを意識していただきたいということから、運賃・送料が無料という誤解を招きかねない広告等における「送料無料」表示の見直しに取り組んでいくこととしたところでございます。

各方面で意見交換をさせていただきたいと思いますけれども、まずは運送業者の皆様の御要望をしっかりと把握させていただきたいと考えております。

さらに今後、通信販売業者の方々が「送料無料」表示を行っておられる意図、どういう効果を狙っておられるのかということ、それから、配送料がどのように商品価格に反映されているのか、「送料無料」と言いながら実際には消費者が負担しているということなのか、それとも消費者が負担していないとすると誰が負担しているのかという様々なパターンがあり得ると思いますけれども、そうした点についてもしっかりと把握をしてまいりたいと考えております。さらに、「送料無料」表示を見直すと、消費者、事業者の皆様にどういった影響があるのかということについて、しっかりと検討・把握をしてまいりたいと思います。

本日の意見交換では、公益社団法人全日本トラック協会副会長、馬渡様から意見をいただきて、その後意見交換をさせていただきたいと思いますので、どうぞよろしくお願いたします。

○古川参事官 それでは、全日本トラック協会から資料に基づきましてお話を伺いたいと思います。馬渡副会長、よろしくお願ひいたします。

○馬渡副会長 御紹介いただきました、全日本トラック協会の副会長をいたしております馬渡と申します。

今日は、消費者庁の皆様、またマスコミの皆様にたくさんお集まりいただきまして、ありがとうございます。

我々、長年、この「送料無料」問題に苦しんでおりまして、今回こうやってヒアリングをしていただくというのは我々にとっても非常にありがたい話だなと思いましてお受けをいたしたところでございます。

では、資料に沿って説明をさせていただきます。

2ページ目でありますけれども、実際、「送料無料」という言葉を聞いて、いろいろな方、いろいろな思いがあると思いますけれども、最初に出てきたときには、ありがたいな、送料が無料になるのだったらここから買おうと単純に思われるような形だったかもしれませんけれども、今やもう子供さんも含めて送料無料のところからしか買わないというような形に変化をしてきているように思われます。

ただ、翻って我々の業界を見ていただければ分かりますけれども、荷物を消費者の方に届けるためにいろいろなコストがかかっています。例えば、産地からメーカーさんのところまで原料を運んだりするときにもコストがかかりますし、メーカーさんが作られて商店として出店をされるまで運ぶのも我々がBtoBという形で担わせていただいて、そこもコストがかかっている。最終のラストワンマイルのところが、いろいろなプラットフォーマーの方がいらっしゃいますので、我々が担っている部分もあれば、大手物流事業者がラストワンマイルを担われていると考えると、コストは必ずかかっています。送料は我々の運送の対価としていただいているもので決して無料ではないということが、我々が言いたい全てでもあります。

それに加えて、昨今、燃料価格、車両価格、人件費等が上昇をして、価格転嫁が必要になっています。その価格転嫁を御理解いただくためにも、荷主さんの先にいらっしゃる消費者の方々に、コストがかかっていますよということをぜひ御理解をいただきたいと思っています。「送料無料」という言葉は、物流業界に対する消費者の方々のコスト意識というのはもう無いものになっているような気がいたします。輸送にはコストはかかるないと、子供さんも含めて思われているのではないかなというのを非常に危惧しています。

また、我々の業界を就職先に選んでいただきたいのですけれども、仕事を選ぶときも、ただで運んでいるような仕事はなかなか選びたくないよねというようなことも危惧されておりますので、間違った考え方を植え付けることを改めていただきたい。

特定の我々みたいな、エッセンシャルワーカーと言われながらコロナの間もずっとお仕事を続けてきているわけです。そういったところにしわ寄せが行くのではなくて、ぜひこの問題を取り上げていただいたこの機会に、サプライチェーン全体でどう分担をしていくか。コストがかかっているわけですから、誰かのところしわ寄せが来るのではなくて、サプライチェーン全体でどうコスト分担をしていくかというようなことを考えていただきたいといけません。2024年問題が取り沙汰されておりますけれども、端的に14%足りませんよ、2030年には34%ぐらい運べなくなりますよと言っていますけれども、もっと早く2024

年問題を契機にして、運転手さんたちも足らない、他の業界に行かれる、そういうことを通じて、我々の業界がもう無くなってしまうというような危機感を持っています。

ですから、「送料無料」という表現はぜひ止めていただきたいと思っています。送料がかかっていることが分かる表現にしてもらいたいということで、例として単純に書いておりますけれども、「送料は当社にて負担します」、「送料は〇〇円いただきます」、何百円かだったら何百円いただきますと。もしくは、「送料は別途負担いただきます」と、少し前だったらこういうふうにちゃんと書いてあったと思うのですけれども、いつの間にか、猫もしゃくしも「送料無料」という表現になってしまって、我々のところに相当なしづ寄せが来ていますよという訴えであります。

3ページに業界の概況を書いておりますけれども、規模は、保有車両台数10両以下の小規模事業者さんが6割を占めていますし、4分の3は20両以下の方々です。全部で6万社強ありますけれども、そのうちの4分の3、75%以上の方が20両以下で日々頑張っておられるという状況です。翻って、小さい20両以下のところの営業損益率を見てみると、みんなマイナスなのですよ。50両以上とか100両以上お持ちの大手さんはプラスの収支を出されていますけれども、営業損益率が平成元年、2年、3年、どれを取ってもマイナスになっています。

これは、コロナの間に物の運び方が少なくなっているというのも当然ありましたけれども、それ以上に、「無料」という言葉で、我々のところになるべく安く運んでねというようなダウンバーストがかかっていると御理解ください。

そして、4ページ、国交省さんの資料です。平成元年から令和3年までを比較すると、赤い線が車両数ですけれども、平成元年は100万台ちょっとだったのが、令和3年で146万台ですから大体150万台ぐらい、車両数は1.5倍ぐらいになっています。

肝心の宅配の個数ですけれども、平成元年で10億個だったのが、何と令和3年は約50億個、49億5000万個になっています。すさまじい伸びを示している。これは1回1回、よく御存じのように、行ってもいらっしゃらなかつたら再配達する、またいらっしゃらない、再配達する。でも、もう料金というか運賃は1回分です。2回行こうが、5回行こうが、1回分しかもらっていないというのをよく御理解をいただきたい。

それから、我々の業界の規模ですけれども、平成元年で9兆6000億ぐらいの規模だったのが今は18兆円、倍ぐらいの規模になっています。車両数は1.5倍ですけれども、運んでいる荷物、特に宅配の個数に限って言えば、先ほど申し上げたように5倍、50億個ぐらいになろうとしているという状況です。

次のページです。我々も運送の事業者とかドライバーの声をいろいろな形で拾わせていただいているのですけれども、声を代弁して言いますと、苦労して再配達までしているのに、片や「送料無料」と言われるとやりきれない気持ちになると。要は、送料無料だったら、ただなのだから1回や2回余計に運んでもらってもいいだろうと。それから、化粧品、口紅なんかもこんな小さいのも箱に入れて、1個でも送料無料でしたら届きますからね。

「送料無料」という表現によって、我々業界の地位が著しく低下をしていると受け止めています。これがやはり仕事として選びたくないという感覚も植え付けているのではないか、人手不足にもつながっていると思っております。

もう一つは、「送料無料」なんていう表現を許しているから賃金が上がらない。これはドライバーさんたちの生の声なのですけれども、「送料無料」という表記を禁止してほしい。無料で荷物を運んでいる運送事業者は誰もいません。必ずコストがかかっている。誰かが必ず負担をしているので、これは一生懸命やっているドライバーさんたちにとっては虚偽の表現である。誰かが負担しますよとか、コストはかかっているのだけれども、安くしますよとか、うちが負担して安くしますよとか、そういう表現をきちっとしていただきたい。

それから、物流の業界から言うと、「送料無料」は、物流を下に見ている、軽く見ている表現である。消費者の物流に対する意識をぜひこの際変えていただきたい。送料無料が当たり前の時代を終わらせないと、いつまでも我々が安く使われる。一円でも安く、できればただで運んでくれるかなと本当に思われている荷主のみなさんもいらっしゃるかもしれません。

物流業界の仕事は決してただではありませんので、「送料無料」という表現は、ぜひこの「無料」というのは無くしてほしいですし、送料ではなくて、我々のいろいろなところで手数料を取られていますけれども、そういうのは我々の努力で安くしますとか、そういうふうに、「送料」とひっつけると分かりやすく、消費者の方もそれだったら買おうかなと購買意欲が高まるのかもしれませんけれども、そこの表現はぜひこの際変えてほしいと思っています。

我々、6ページのところに書いておりますけれども、こういうふうしてECの物流が盛んになりました頃、コロナの間もそうですけれども、「送料無料じゃありません」のインターネット広告をヤフーさんに出して2021年からやらせていただいているところです。

また、NHKのWEBニュースさんを通して、運送事業者の仕事は無料でないということを21年6月10日に主張させていただきました。

通販系の荷主業界紙日本流通産業新聞を通じて、運送事業者の仕事は無料でないということを、通販業界の方にも訴えさせていただいたのが2023年3月30日でございます。ちょうど総理が閣僚会議を召集された頃に当たります。

荷主団体等が主催する荷主対象のセミナーや外部フォーラム等での講演の際に、「送料無料」に対する協会としての考え方、送料無料ということは決してあり得ません、基本的なスタンスを持っていますということを言わせていただいたり、それから、都道府県トラック協会ごとにYouTubeへの動画広告を出したり、ラジオへのCMを出したり、新聞、各種団体の会報誌への掲載をさせていただいたり、テレビでインタビューの動画を配信させていただいたりしていますけれども、これだけを取り上げていただけることが少なくて、やはり2024年問題でいろいろな面で我々苦境に陥っているという話の一環で「送料無料」の話

も取り上げていただくことが多いものですから、今日、消費者庁のおかげで我々はこういうふうにしてマスコミの方にも取り上げていただけるというのは非常にありがとうございますし、我々はやはり無料で誰も運んでないのですよというのだけはしっかりと御理解をいただきたいです。

いつの間にか、何でもかんでも無料のものしか買わないというような風潮はぜひ改めていただきたいなと。我々も努力してそういうアピールはしていきたいなと思っておりますので、今後ともどうぞよろしくお願ひいたします。

以上でございます。

○古川参事官 どうもありがとうございました。

それでは、記者取材はここまでとさせていただきたいと思います。

記者・カメラは御退出いただきますようお願いいたします。

(報道関係者退室)

～ 以下、意見交換。公益社団法人全日本トラック協会からの主な発言事項は、以下のとおり。 ～

○送料について、プラットフォーマーの方々もいろいろな会費として集めたものを充当したり、商店の方々も販管費として飲み込んでいる。ところが、我々の業界だけは運ぶことが仕事であるので、運ぶのが無料だと言われてしまって、コスト低下圧力などいろいろなダウンバーストがかかると、いつまでたってもちゃんとしたコストをもらえないでいる。運送の原価は燃料費、人件費、車両費の3つしかないのに、この3つが全て上がっているときに、送料無料ですと言われて、割安にしてほしいみたいな圧力がかかると、みんなとても続けられない。今の時期だからこそもうやめてほしい。

○無料にするために自分のところがコストを負担していることが明確になる表現にしてほしい。送料をどこから充当しているかは各社で仕組みが違うと思う。いろいろなECの通販業者は、「送料無料」表示を真似ないと客を取られるから、自分たちも取りあえず「送料無料」と言わされたという場合もあると思う。例えば、自分のところで倉庫も用意して、自分のところのリアカーで近隣を本当に社員で運んでいる場合は、運送業者を使わないから自社で負担しているというのは言えると思う。ところが、我々の運賃をたたくことによって、同じように「送料無料」というふうに見えるものを実現している事業者もいるのではないか。

○物流会社にとって、自分で各家庭に集荷して、荷物を集めてから送るという手間暇はものすごくかかる。大型倉庫にさっと行って、例えば何百個という荷物を一時にはぱっと集荷をして、それを運ぶだけというのは当然コストが下がる。大手の配送業者にとってもメリットがあるので、普通は700円かかるところを350円で行こうといったボリュームディスカウントはあるのだと思う。

○日本の配送業者が一番負けているというか、押さえつけられていて、アメリカとかヨー

ロッパはそれなりに物流費をきっちり運送業者も取るし、上げてくれなかつたらストもするし、そういう形でそんなに抑え込まれていないのかなと思う。

○世界中で燃料代は上がっているから、日本は為替の関係でもっと上がっているのに、燃料代が上がったことは荷主のせいではないと言われる。その先に消費者の方がいると思うので、その感覚はこの際変えてもらえばと思う。

○運送業者と価格の交渉をしている相手は、基本はプラットフォーマーと思う。フルフィルメントサービスを採用しているプラットフォーマーであれば、自分のところに集めて、そこからラストワンマイルは運ばれる。一方、普通の商店が、例えば私のところの倉庫にお預かりしている商品を全国に送ろうとすると、個配を実施している大手物流会社を選んでもらって、値段は場所で違うが、出す個数が全く違うから基本的にはフルフィルメントよりは高い。

○我々も、標準的な運賃を国交省に出してもらっている。コスト積上げ方式でタリフを作っている。我々の業界の人工費は安過ぎるので、その標準的な運賃の中は全産業平均の人工費を仮置きしてある。車両代、燃料代、今年の4月から60時間超の残業に対する賃金などを今の標準的な運賃に反映させながら、でも、それも払いたくないと言う荷主に対し、我々もコストはかかっているので、コスト積上げの分はちゃんと認めて払ってほしいという運動である。今まで、フォークリフトを使ったり、荷物を下ろしたりするなど余りにもサービス作業が多くて、料金としてしっかり欲しい。とにかくコストの話になると、かかっているコストを払いたくないという客が多過ぎる。

○今の状況で人手不足が我々の業界だけ解消されると思えない。リスキリングをやって、IT系とかより高度な能力を使うところに人材を移動させるとはっきり言われている。トラックが全自動運転になるのは、自家用車が10年後になるとしたら、我々の業界は20年後だと思う。保安要員を乗せないで全自動でやるのは一番遅くなる。そう考えると、これから10年、20年は人手不足のままどう移行するのか、やはり人間にきちっとした人工費を出さないと他の業界に移動してしまうし、そうするために「送料無料」みたいな、錯覚するような話は即座にやめてほしい。

○荷主の団体や荷主のいる場で必ず最初に送料無料の話をするが、あまり具体的な反応は無い。

○物流施策大綱を決めたとき、商取引において物流業務は無償で提供されていると誤解を招くかのような表現は見直しが求められているという話になった時点で、メーカー系の方も農産系の方も皆反対の話はなかった。それだったら当社が負担していますとはっきり書かれたらどうか。「送料無料」とあたかも錯覚をいろいろなところで起こさせるような表現はやめてほしい。

○「送料無料」というのは都合のいい言葉なので、いろいろな問題点を隠すためにも「送料無料」と言っている節があると思っている。コストがかかっている部分をはっきり自分のところが負担しますと言えばいいし、負担していなければそれは公正取引委員会の問題

だと思うが、そこを誰が負担しているとも見えないようにするために「送料無料」としているのではないか。業者の人の不都合な真実を隠すために「送料無料」と書かれるのはたまらない、影響が大き過ぎると訴えたい。他のところに迷惑をかけてまで「送料無料」の言葉でいきますか。

○「無料」という言葉を他の業界からも無くしてほしいという話をしているわけでもない。誰でも彼でも「送料無料」と書くようになると、本当に自分で負担している方もいる、どこから手数料という名目で集めたものを充当されている方もいるかもしれない。でも、誰かは「無料」と書かない限り客がつかないから、まず「無料」と書いて、どうにかしろよというしづ寄せを我々の業界に寄せている。そういう構図だと思う。

○誰が負担している、幾ら負担していますというのをはっきり書いた方が、客も、フェアトレードではないが、ちゃんとやっているところから買おうというのも当然選択肢の一つだと思う。

○我々の業界に対する影響は甚大。BtoCだけではなくて、BtoBにも影響が起きているか。

○3個まとると無料とか、商品代が1万円を超えると無料というふうに商店はよく書いてある。でも、プラットフォーマーの方はただもう「送料無料」と書いて、誰が負担しているかは知りません、何回運ばせても無料なのだろうと。

○もし、宅配便50億個ぐらいが半分に減ったとしても、もともと10億個だったのが5倍になったのが2.5倍になったとしても、それに合わせてトラックの台数が減っていくだけ。赤字にならないコスト積上げでちゃんと料金を頂ける仕事だったら、運送事業者はなくならない。でも、無理に無理を重ねて50億個を何とか運ばなければいけないという話をずっとしていれば、もう総崩れになるのではないか。

○「無料」という言葉で消費者の方が勘違いされると、再配達も無料なのだから何回運んでもらっても無料でしょうと思われている節があるので、そのコストはちゃんとかかっているし、無料ではありませんと。我々の「送料」という名目をつけられるのであれば、「無料」というのをセットにするのはやめてほしい。別途何か言葉を変えてほしい。

○「送料無料」表示の見直しがどういう決着になるかは別にして、一步一歩だと思ってるので、「送料無料」という言葉が、「送料」がつかないような「無料」にしてほしいと思う。誤認させるような言い方で、毛鉤で消費者を釣るようなことはやめてほしい。

○コストがかかっているのをないように誤認させるということは、我々が荷主と交渉するときにかなり阻害になっている。

○物流量が減ってしまうのは、多分大丈夫だと思う。2024年問題を考えたり、政府のリスクリミングの話を考えたりしていると、物流量が減ったから我々の業界は大変だという以前に、個々の会社でしっかり待遇改善をしておかないと人材が逃げてしまうと思う。

○「送料」と「無料」をセットにするのではなくて、送料は消費者の方には負担させませんと書けば、それはありだと思う。

○直接、送料無料と運送料据え置きとが結びついている方々は多分そんなにシェアは大き

くないと思う。

○荷主の意識も、今回、みんなが知っている「送料無料」という言葉が変わると相当大きなインパクトがある。我々運送会社が「送料無料」と言われるぐらい軽く見られている原因にはなっている、極めてシンボリックになっているのかなと思う。