

令和 6 年 10 月 17 日

令和 6 年度第 1 回消費生活意識調査結果について

1. 調査の目的とテーマ

「消費生活意識調査」では、消費者の意識や行動、消費者問題等について、その時々
のテーマで随時調査を実施しています。令和 6 年 8 月は、「**「送料無料」表示の見直しに
対する意識や行動**」を中心に調査を行いました。

2. 調査の方法

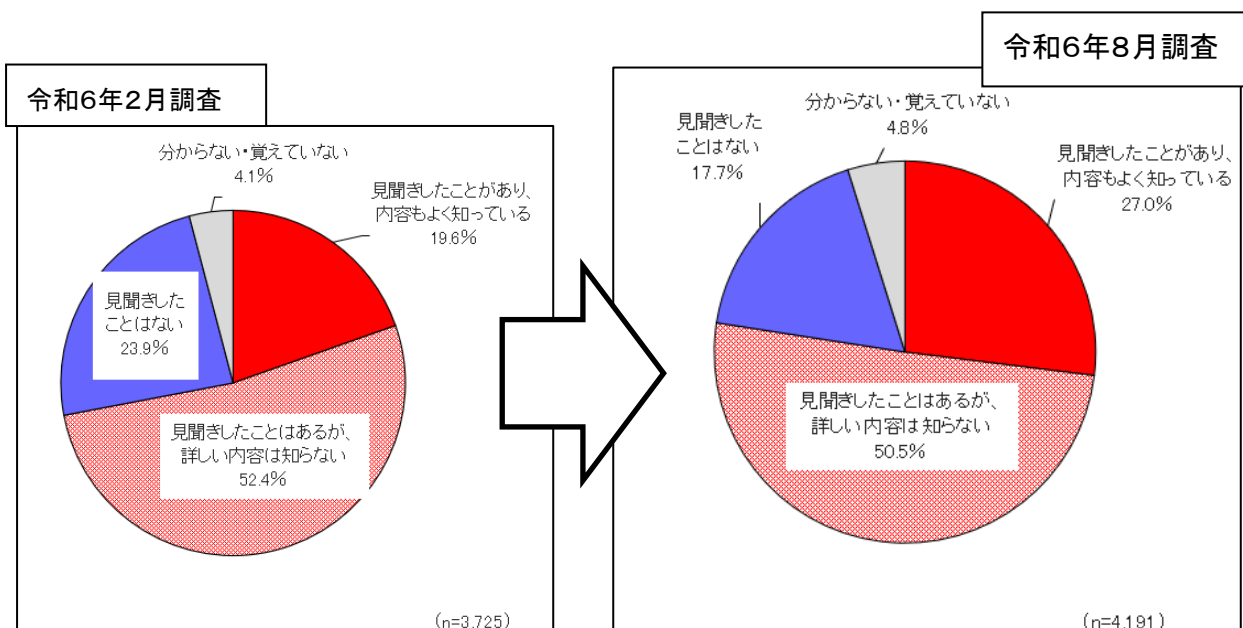
全国の 15 歳以上の男女 5,000 人を対象に、インターネットによるアンケート調査を
実施。

3. 調査結果のポイント ※文中の括弧内の数値は、令和 6 年 2 月調査の数値。

(1) 「送料無料」表示見直しの議論の認知について

「送料無料」表示を見聞きしたことがある人のうち、「送料無料」表示見直しの議論に
ついて、「見聞きしたことがあり、内容もよく知っている」と回答した人の割合は 27.0%
(19.6%)、「見聞きしたことはあるが、詳しい内容は知らない」が 50.5% (52.4%) と
なった。

図 1 「送料無料」表示見直しの議論の認知状況



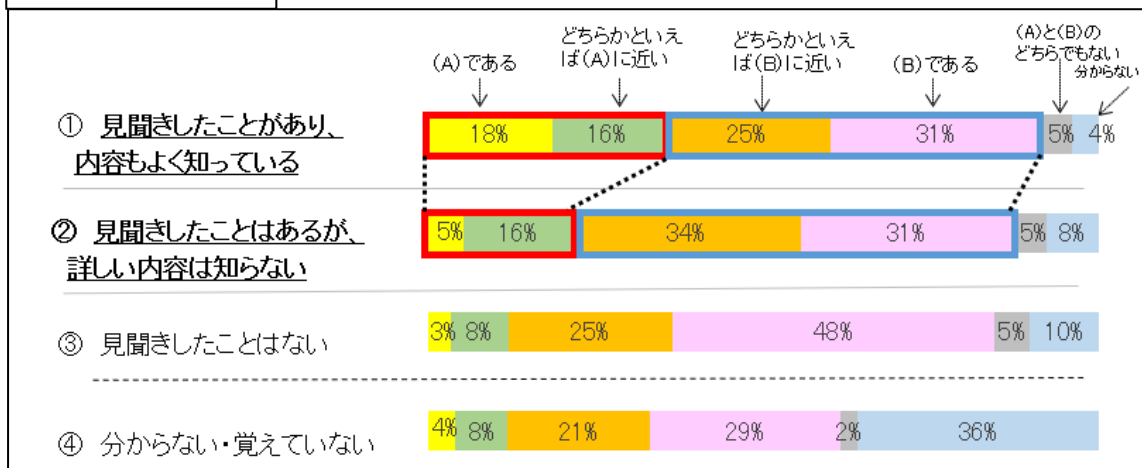
(2)「送料無料」表示に対する消費者の認識について

(1)において、「見聞きしたことがあり、内容もよく知っている」と回答した人のうち、「送料無料」表示見直しの議論について、「(A) である」又は「どちらかといえば (A) に近い」と回答した人の割合が、合計で 35% (43%) となった一方、「(B) である」又は「どちらかといえば (B) に近い」と回答した人の割合は、合計で 56% (49%) となった。

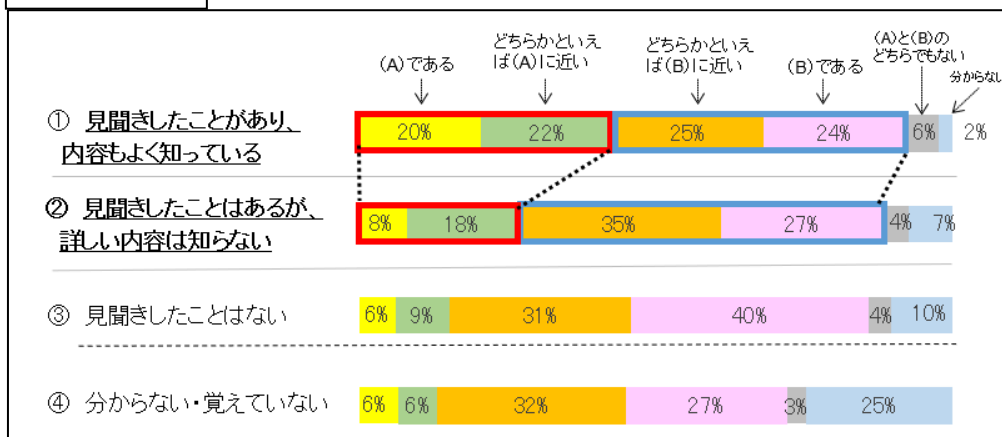
図2「送料無料」表示に対する消費者の認識

「送料無料」表示について、あなたの考えは(A)と(B)のどちらですか。
 (A) 配送事業者の運賃は無料ではないので、「無料」と表示するのはやめるべきだと思う。
 (B) 「送料無料」は消費者にとって魅力的な表示であり、配送事業者に運賃は払われているのだから、問題はないと思う。

令和6年8月調査



令和6年2月調査

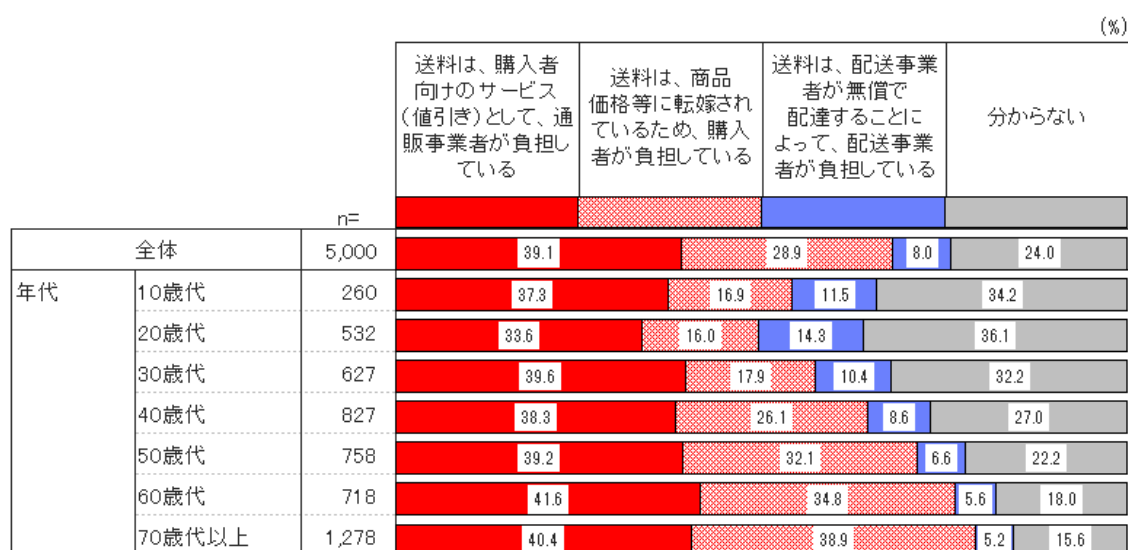


(3)「送料無料」表示があった場合の送料に対するイメージについて

「送料無料」表示があった場合の送料に対するイメージを聞いたところ、「送料は、購入者向けのサービス（値引き）として、通販事業者が負担している」と回答した人の割合が39.1%で最も高く、次いで「送料は、商品価格等に転嫁されているため、購入者が負担している」が28.9%となった。

年代別に見ると、「送料は、送料価格等に転嫁されているため、購入者が負担している」と回答した人の割合は、年代が上がるにつれて高くなり、70歳代以上で38.9%と最も高くなった。

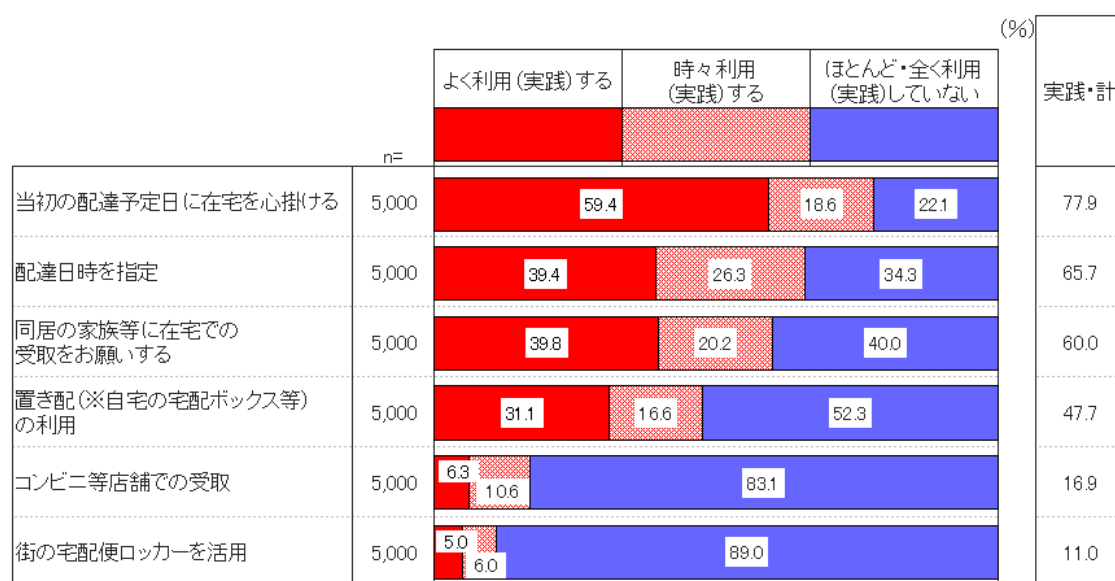
図3 「送料無料」表示があった場合の送料に対するイメージ



（４）再配達を減らすための各取組における実践について

再配達を減らすための取組について、実践する（「よく利用（実践）する」と「時々利用（実践）する」のいずれか）と回答した人の割合が最も高いのは、「当初の配達予定日に在宅を心掛ける（77.9%）」となっており、次いで「配達日時を指定（65.7%）」、「同居の家族等に在宅での受取をお願いする（60.0%）」となった。

図４ 再配達を減らすための各取組における実践

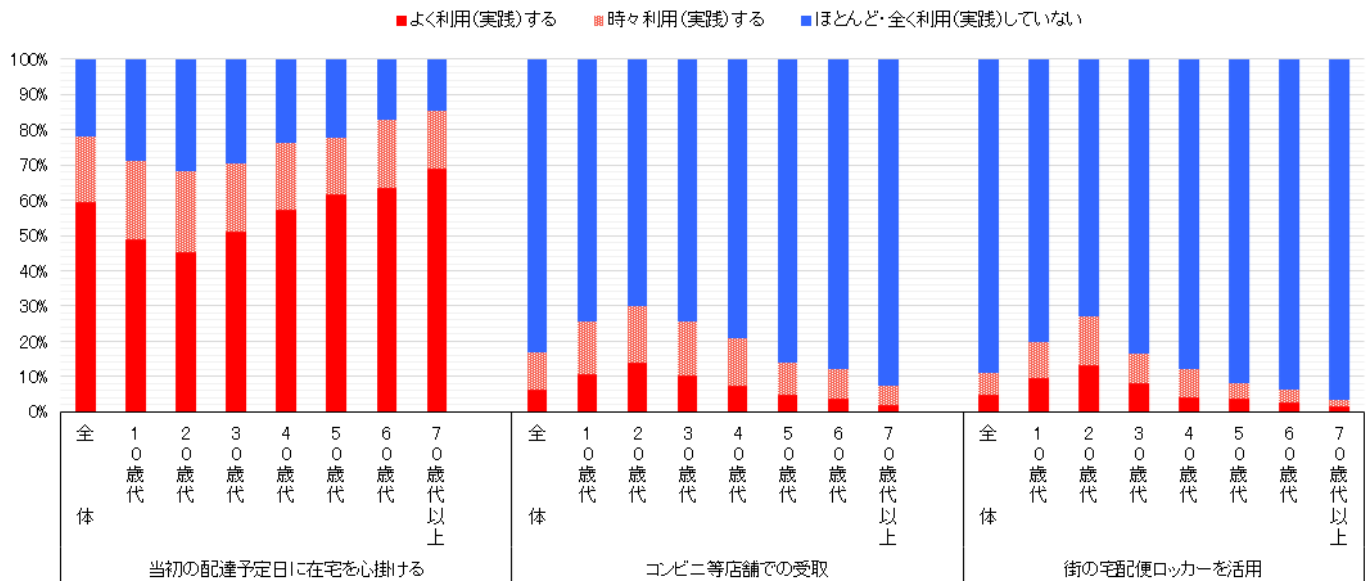


※ここでの置き配とは、「玄関」、「自宅マンションの宅配ボックス」、「ガスメーターボックス」、「自転車かご」、「車庫」、「建物内受付」等の玄関まわりの場所に商品をお願いをいたします。

年代別に見ると、20歳代においては、「当初の配達予定日に在宅を心掛ける」の実践率が他の年代より低く、「コンビニ等店舗での受取」、「街の宅配便ロッカーを活用」の実践率は他の年代より高い。

他方、60歳代及び70歳代以上では、「当初の配達予定日に在宅を心掛ける」の実践率が他の年代より高く、「コンビニ等店舗での受取」、「街の宅配便ロッカーを活用」の実践率が他の年代より低い。

図5 （年代別）再配達を減らすための各取組における実践（抜粋）



調査に関する問合せ先

消費者庁参事官（調査研究・国際担当）

TEL：03(3507)9330（直通）

内容に関する問合せ先

消費者庁消費者政策課

TEL：03(3507)9186（直通）