

「送料無料」表示の見直しに関する意見交換会

「送料無料」表示について

令和5年6月23日



副会長 馬渡 雅敏



送料無料について(運送業界の主張)

- ・ 荷物を消費者に届けるためには様々なコストがかかっている。
送料は運送の対価として収受するものであり「無料」ではない。
- ・ 燃料価格、車両価格、人件費等が上昇し、価格転嫁が必要となっており、
これらの価格転嫁を理解いただくためには、荷主の先にいる「消費者」の理解が欠かせない。
- ・ 「送料無料」という言葉が物流に対する消費者のコスト意識をないものにし、
「輸送にはコストがかからない」という間違った考え方を植えつけることになる。
- ・ 特定のところにしわ寄せがいくのではなく、サプライチェーン全体で考えていかなければ、
物流が維持できなくなり、物流の2024年問題にも対応できなくなる。

「送料無料」の表現はやめてもらいたい。

- ・ 送料がかかっていることがわかる表現にしてもらいたい。

(例) 「送料は当社にて負担します」

「送料は〇〇円いただきます」

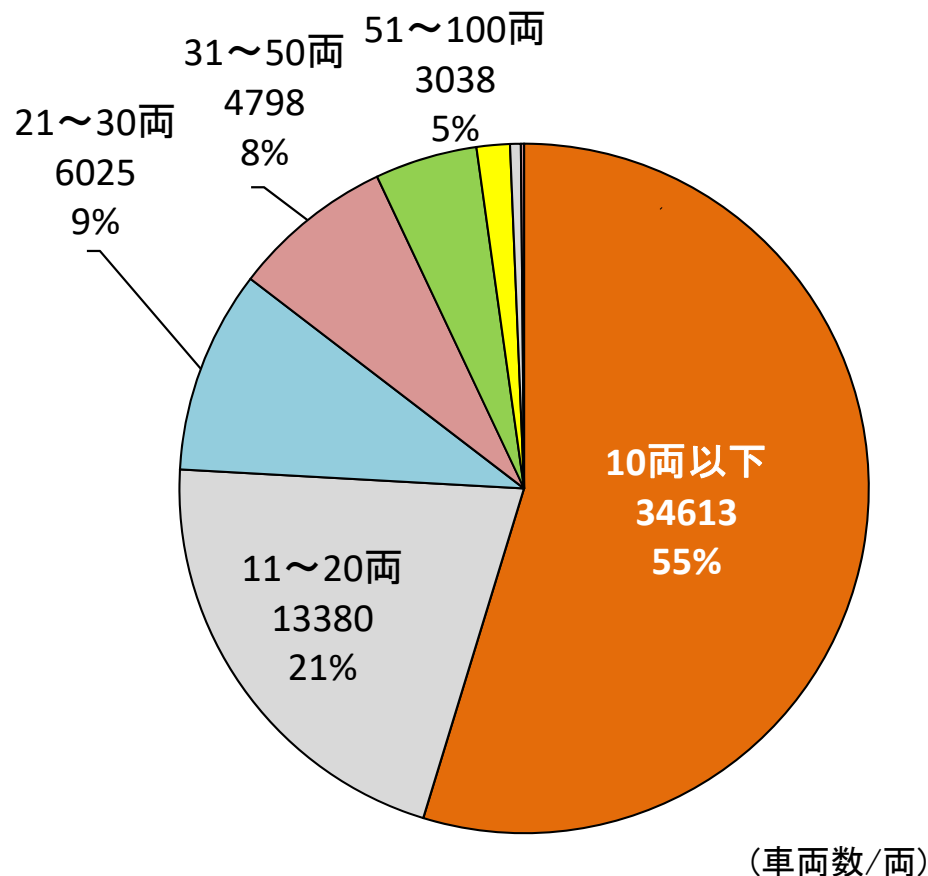
「送料は別途負担いただきます」



トラック運送業界の概況（業界の規模）

トラック運送事業者の規模

保有車両台数10両以下の
小規模事業者が6割近く占める。



※資料:国土交通省
※令和4年3月末現在(2022年3月末)

営業損益率の推移

保有車両台数の少ない事業者ほど
営業損益率のマイナスが大きい。

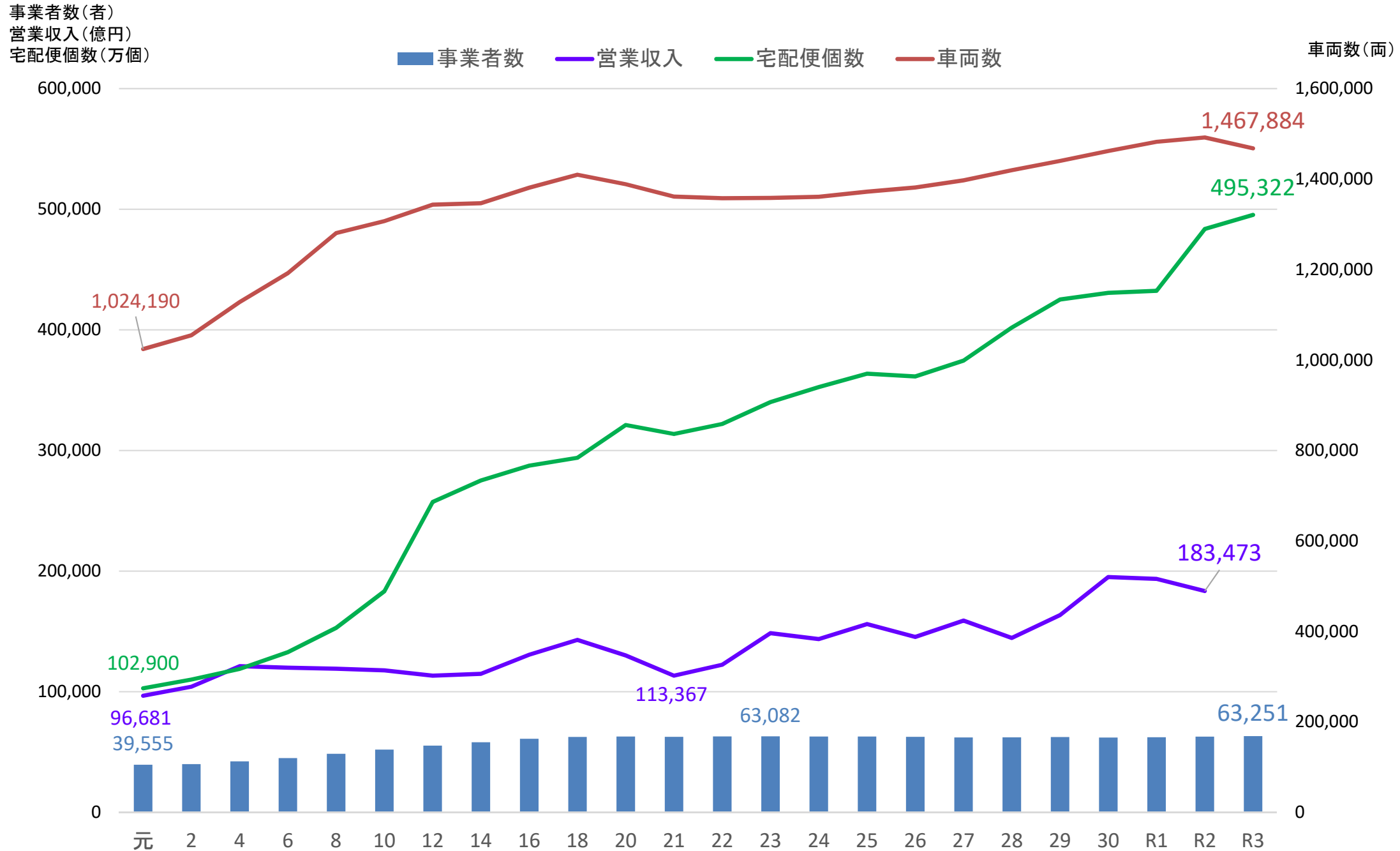
貨物運送事業の営業収益・営業損益率の推移(1者平均)

区分	営 業 収 益(千円)			営業損益率(%)		
	元年度	2年度	3年度	元年度	2年度	3年度
全体	(▲ 7.7)	(6.3)	(4.8)	▲ 1.0	▲ 0.4	▲ 0.9
	218,203	231,981	243,207			
車両規模別	～10	(▲ 10.0)	(10.0)	▲ 2.5	▲ 3.4	▲ 3.9
		54,590	60,038			
	11～20	(▲ 5.8)	(0.7)	▲ 1.7	▲ 1.6	▲ 1.9
		152,555	153,620			
	21～50	(▲ 10.4)	(2.8)	▲ 1.0	▲ 0.3	▲ 0.7
		316,656	325,523			
	51～100	(▲ 5.3)	(2.1)	▲ 0.3	0.4	0.0
		655,185	669,121			
	101以上	(▲ 7.5)	(5.7)	0.5	1.7	0.8
		1,335,047	1,410,939			

注: 営業収益のカッコ内は前年度比伸び率、単位%、▲はマイナス

※資料:全日本トラック協会「経営分析報告書 令和3年度決算版」3

事業者数、車両数、営業収入、宅配便個数の推移



送料無料について(運送事業者・ドライバーの声)

苦勞して再配達までしているのに、かたや「送料無料」と言われると、やりきれない気持ちになる。



「送料無料」の表現により業界の地位が著しく低下し、人手不足にも繋がっている。



「送料無料」なんて表現を許しているから、賃金があがらない。

「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無く、誰かが必ず負担しており虚偽表現である。

物流を軽くみている表現だ。消費者の物流に対する意識を変えてほしい。



「送料無料」が当たり前の時代を終わらせないと、いつまでも安く使われる。業界の仕事はタダではない。



送料無料について(トラック協会の取り組み)

全日本トラック協会の取り組み

- ・「送料無料じゃありません」のインターネット広告（Yahoo! JAPAN）による配信（2021年6～9月、2023年1月～）
- ・NHKのWEBニュースを通じ、運送事業者の仕事は、無料でないことを主張（2021年6月10日）
- ・通販系の荷主業界紙日本流通産業新聞を通じ、運送事業者の仕事は、無料でないことを主張（2023年3月30日）
- ・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を説明

都道府県トラック協会の取り組み

- ・YouTube等への動画広告
- ・ラジオへのCM
- ・新聞への広告掲載
- ・各種団体等の会報誌への掲載
- ・テレビでのインタビュー動画の配信



インターネット広告（Yahoo! JAPAN）による配信
（R5年1～3月で約8.5億回表示）