

送料無料表示の見直しについて

「送料無料」表示の見直しに関する意見交換会



公益社団法人 日本通信販売協会

令和5年8月23日

1.日本通信販売協会（JADMA 通称“ジャドマ”）について

1983年に設立された、**通信販売業界を代表する公益法人**です。（正会員415社*令和5年8月16日時点）
特定商取引法の第30条以下に位置づけられています。

（通信販売協会）

第三十条 その名称中に通信販売協会という文字を用いる一般社団法人は、通信販売に係る取引を公正にし、並びに購入者及び役務の提供を受ける者の利益を保護するとともに、通信販売の事業の健全な発展に資することを目的とし、かつ、通信販売を業として営む者を社員とする旨の定款の定めがあるものに限り、設立することができる。

2 前項に規定する定款の定めは、これを変更することができない。

消費者の信頼を得るためと業界の健全な発展のために、通販利用者へのアフターケアの徹底・広告表現の適正化・消費者苦情相談などを、消費者団体や、官公庁の消費者窓口などと協力して進めています。

【理事社一覧】

* 令和5年8月16日時点

会長社	(株) 高島屋	新日本製薬 (株)
副会長社	(株) 千趣会	(株) スクロール
副会長社	(株) ふくや	タキイ種苗 (株)
副会長社	(株) QVC ジャパン	(株) DINOS CORPORATION
副会長社	(株) ライトアップショッピングクラブ	(株) TBS グロウディア
	アスクル (株)	東海テレビ事業 (株)
	(株) MTG	(株) ニッセンホールディングス
	(株) カタログハウス	(株) ファンケル
	(株) ジャパネットホールディングス	(株) 富士フィルムヘルスケアラボラトリー
	(株) JAF サービス	(株) ポーラ
	(株) JALUX	(株) やずや
	ジュピターショッピングチャンネル (株)	(株) ユーキャン
		(株) ロッピングライフ

※全会員社は日本通信販売協会HP会員一覧
(<https://www.jadma.or.jp/membercompany/>) に掲載

2.協会としての意見・提言

送料無料表示を見直す場合、小売業全体で取り組むことを希望します

協会としては、物流の下請け配送事業者の地位向上に向け、小売業一体となって取り組みたい。
その際には、大手プラットフォーマーも含め、**市場に影響のある事業者・関係者の協力が不可欠**と考える。

まずは、送料無料表示を見直すかどうかは**事業者の選択に委ねつつ**、
送料無料表示をやめ**適切な物流コスト負担を表示する事業者にインセンティブ**を与える奨励策も考えられる。

万一、法規制化を検討する場合は「**送料弊社(社名)負担**」等、**コスト負担を表示するよう求める規制**を希望。
*通販事業者だけでなく、プラットフォーマー、配送サービス無料をうたう店舗型小売業者も規制対象に含め、公正な競争環境を。

政策の効果を数値検証できる制度を希望します

そもそも、日本の**総貨物量**に占める**宅配便の割合**は**ごく限られている**。（「宅配便が日本の総貨物量に占める割合は、実際には1.4%をはるかに下回るとみられる。」（田阪幹雄. Wedge ONLINE. 2023年8月2日. <https://wedge.ismedia.jp/articles/-/31009>））

政策により下請け配送事業者の地位向上が図られているか、結果を確認できる基準をもって取り組みたい。
送料無料表示を見直す政策を実施する場合、その効果を**数値として測定し共有してほしい**。

*送料無料表示を取りやめる場合は**表示変更など事業者もコストを負担して対応せざるを得ない**。相応の負担にかなうよう、政策の実施効果は数値検証してほしい。

3.通販業界および協会の立場について

通販業界も物流業界と問題意識を共にしています

通販は商品を消費者までお届けすることで成り立つ。**通販と物流は不可分**の関係。**通販事業者としても、物流コストの止まらない上昇を防ぐため、下請け配送事業者の待遇改善への抜本的対策を希望。**

*通販業界としては、物流コストが度々上昇している実態について社会的な理解を求めたい。これ以上の配送運賃の上昇は、商材によっては、商売が成り立たなくなる通販事業者を生むおそれがある。

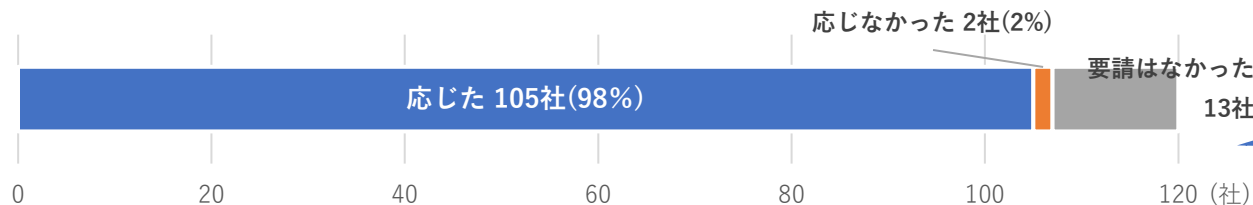
通販事業者は配送費の値上げ要請に応じてきています

ヤマト運輸のドライバーへの未払残業問題を契機に注目を集めた2017年の宅配クライシス以降、**通販業界は**配送各社の度重なる値上げ要請に応じ**適切なコストを負担**してきた。2017年以降に配送料値上げ要請があった会員のうち、**値上げ要請に応じた会員割合およそ98%**（令和5年7月実施の会員アンケートより）。

*報道によれば直近の値上げ幅は最大64%に及ぶ。（通販新聞. 2023年2月16日. https://www.tsuhanshimbun.com/products/article_detail.php?product_id=6655）

*通販事業者が値上げ要請に応じた負担部分が下請け配送事業者の手当に十分活用されなかったとすれば、驚くべき事態だと考える。

Q. 2017年から現在までに宅配業者からの値上げ要請に応じましたか？ (N=120社)



値上げ要請があった
会員のうち
98%の通販事業者が
宅配業者の値上げ要請に
応じている

4.規制手段について

法規制化する場合、全事業者・関係者を対象に実効性ある規制を希望します

「（法規制案も奨励案も）いずれも不要」とする回答が最も多かったが、法規制に賛成する事業者のなかでは、**通販事業者**に加え、**プラットフォーム**や**店舗型小売業者**なども**規制対象**に含め、**実効性ある規制**にすることを前提にした意見が目立つ。

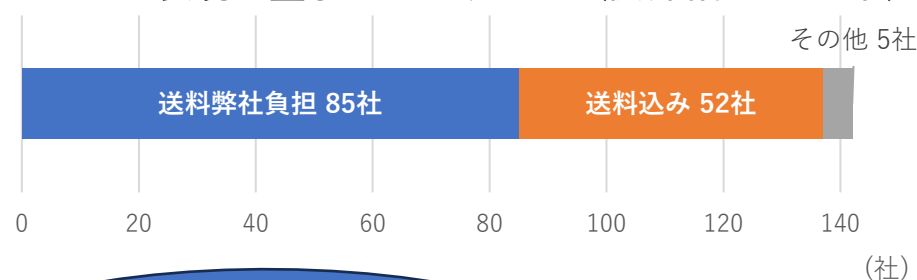
送料無料表示に替わる表記は「**送料弊社（社名）負担**」への賛成が多く、送料を事業者が負担していることが分かり、かつ送料金額を明らかにしない表示を希望する。

* 事業者が負担する送料金額を表示することを求めると、「送料1円」等の送料の低価格化競争を招くため反対。

Q. 送料無料表示に関する政策についてお聞きします。
貴社ではどの考えに賛成ですか？（複数回答可 N=120社）



Q. 仮に、送料無料表示を取りやめて別の表現をする場合、どの表現が望ましいですか？（複数回答可 N=120社）



- （法規制案） 送料無料表示を法的に禁止し、別の表現にすることを義務付ける
- （奨励案） 送料無料表示を自主的に取りやめる事業者にインセンティブを与え奨励する
- 法規制も奨励策も不要である
- その他

法規制に賛成する意見では、
全事業者・関係者一律で
規制すべきとの意見が目立つ

5. 会員通販事業者からのコメント

「消費者の理解度が低く流通コストが発生していないと誤解される」という論調に疑問。この規制が物流業界の人手不足に対しどのような影響があるのか疑問。

「送料無料」とはいえ販売側が費用負担をしている。消費者も「送料無料」の実態が配送費用が生じていないとの認識はないと思われる。「送料無料」表示の目的は他社との差別化のため自社負担によるサービスである。「送料無料」表示をやめて何か変わるとは思えず、2024年問題の論点は別のところにある。

通販業界にとって宅配事業者との関係はビジネスの生命線であり、現実的に取引先の選択肢も限られる。値上げだけでなく集荷時間など配送業務関連の要望があれば応じてきた。値上げによる増収分が現場ドライバーに回ってないとすれば、表示の問題よりもそれを改善することが優先課題では。

Web通販は「送料無料」にしないと検索上位に表示されない等の事情がありやむなく送料無料対応している。大手オンラインモールも含めて抜け道を作らず全事業者が従うことが必要。

多くの通販事業者にとって送料無料は上位顧客向けの特典や、一部商品のみが対象であり限定的に運用されている。送料無料が消費者に広まっている要因は、消費者の利用が圧倒的に多い大手ECモールが出店者の負担のもとに送料無料をうたっていることや、小売以外のサブスクリプション型サービスを含む有料会員制度によって運送コストを回収することで送料無料をうたっていることなどが考えられる。まずはそういったサービスを提供している事業者を対象に限定的な規制を。



規制の根拠や実効性を疑問視する意見



法規制化に関する意見



規制対象に関する意見

法規制等によりある一定の強制力をもって「送料無料」表示を禁止することとして決めた方がよいと思う。実際には送料が商品価格に含まれている場合でも「送料無料」として表示する事業者がいると、不公平が残る。

送料無料を謳うことをもし法律で禁止するのであれば、相応の準備期間を用意し、各種チラシやCM広告の修正などの変更費用を補助すべき。

議論の進み方によっては、表記変更コストが発生し、結果的に消費者に要らぬ負担をさせることに繋がる。

送料無料表示を禁止すれば、「送料1円」「送料分ポイント還元」など不適正な競争になり、消費者にとっても負担額がわかりにくい。消費者利益を損なうことになる。

「送料無料」とサイト内で表示したとしても、送料は通販事業者で負担するので「送料弊社負担」という表示が嘘偽りのない内容で、ユーザーにとっても分かり易いと思う。

弊社は取扱い商品が多岐に渡り、商品によって送料が弊社負担、または仕入先負担（メーカー負担）のケースがあり、一概に「送料弊社負担」とは言いきれない状況となっている。

送料を誰かが負担していることを消費者に認識させるという趣旨からすれば、「〇〇円以上の注文は送料無料」の表示であれば本来は送料がかかると認識できる。規制する場合でも、「送料無料」を一律に不可とするのではなく、趣旨に反しないのであれば柔軟に工夫できる内容の表示規制を望む。