

## 第6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8月23日（水）10時30分～11時36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、第6回「意見交換会」を開催いたします。

本日は、公益社団法人日本通信販売協会の梶原副会長ほか、皆様にお越しいただきました。御多忙のところ、お越しいただきまして、どうもありがとうございます。

また、関係省庁と連携して取り組むべく、国土交通省と経済産業省からも同席いただいております。

冒頭に当たりまして、植田審議官より、御発言をお願いいたします。

○植田審議官 本日は、どうぞよろしくをお願いいたします。

物流は、言うまでもなく、私たちの生活や経済活動を支える重要な社会インフラですが、現に、物流の2024年問題に直面しておりまして、各方面でその対応が進められているところでございます。政府といたしましても、先般、物流革新に向けた政策パッケージを取りまとめました。その中で、「送料無料」表示に関しましては、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されたところでございます。これを受けまして、消費者庁といたしまして、関係する方々と意見交換をさせていただいているということで、本日、第6回目でございます。

本日は、自宅にいながらにして商品が手に入る便利な手段として多くの方々に利用されている通信販売という業界を代表しておられる、また、特定商取引法第30条にも位置づけられた公益社団法人である日本通信販売協会さんにお越しいただいたということでございます。

まず、御意見を伺わせていただいて、その後、意見交換をさせていただければと思いますので、どうぞよろしくをお願いいたします。

○古川参事官 次に、JADMAさんから、資料に基づいて、お話をお伺いしたいと思います。よろしくをお願いいたします。

○梶原副会長 はじめまして。千趣会の梶原と申します。JADMAの副会長をやらせていただいております。

本日は、お忙しい中、お集まりいただきまして、誠にありがとうございます。

資料に沿いまして、まずは御説明をさせていただきたいと思っております。

まず、1つ目です。通信販売協会、JADMAについてでございます。1983年に設立されまして、約40年になりますけれども、通信販売業界を代表する公益法人、業界唯一の自主規制団体で、健全な通販の発展のために寄与している状況でございます。現在、正会員が通販企業で415社ございます。特定商取引法の第30条以下に位置づけられております。消費者の信頼を得るため、当業界の健全な発展のためということで、主に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、消費者団体、官公庁、消費者窓口などと御協力させていただいて進めております。通販をもっと楽しく便利にというコンセプトの下に、40年間、各参加企業様とやっている状況でございます。JADMAマークは皆さんも御存じだと思いますけれども、安心・信頼のマークとして、企業様あるいは消費者の方々に認知されている状況ではないかと思っております。JADMAに関しては、以上とさせていただきます。

まず、今回の懸案に関しまして、協会としての意見・提言ということでまとめさせていただきます。御承知のとおり、コロナを経まして通販の社会的重要性に関してもますます高まっている状況だと認識しておりますし、また、地方創生あるいは高齢化社会という意味でも、我々としましては、社会的に重要なインフラという位置づけの中で責務があると認識しております。私も通販の社長をやっておりますけれども、御認識いただきたいところでいくと、最後にお客様に商品をお届けするというラストワンマイルのところなのですけれども、例えは分からないけれども、第4コーナーを回って本当に最終の重要なお客様との接点であり、おもてなしの部分でございますので、我々としても、運送業者様、全ての関係会社様を含めて、重要な位置づけとして認識しております。クオリティー部分もそうですし、コストの部分もそうですし、これまでもそういう意味合いでそこは重要視してきましたので、今回の2024年問題に端を発したことに関しまして、ベースとしましては、我々も全体的に通販業界の発展のために協力させていただくという前提であることを御認識いただければと思っております。そういう意味でいきますと、協会としましては、物流の下請配送事業者の地位向上に向けて、先ほど言いましたように、業界一体となって取り組んでいきたいと考えております。その際に重要なことは、影響力のある大手プラットフォームを含めまして、多くの事業者や関係者の協力・一体化が不可欠であると認識しております。経済活動の自由が保障されている以上、まずは「送料無料」表示を取りやめるかどうかは、強制ではなく、各事業者の自由な選択に委ねることを前提として検討していきたい、あるいは、していただきたいと考えております。「送料無料」を取りやめて、代わりに適正な物流コストを事業者や消費者が負担することを表示する事業者には、何らかのインセンティブ、これはコスト面というよりも、協力しているという、どちらかというところ、名譽的な部分というか、そういうことをインセンティブと考え、そういった奨励の方法も一つの考えではないかと捉えております。やむを得ず法規制化をすることが必要な場合には、公平・公正な競争環境をつくるという視点、この前提から、全ての通販事業者、影響力のあるプラットフォーム、昨今、コロナでリアル店舗のほうも通販進出が増えておりますので、そういう配送サービスで「送料無料」をうたう店舗型の小売業者も対象に含めないと意味がないと考えております。その上で、「送料弊社負担」、例えば、我々でいくと「千趣会負担」など、送料を事業者が負担していることが分かる表示であって送料金額を明らかにしない表示に切り替えるよう求めるような法規制であれば、協調することができるのではないかと考えております。あくまでも全ての業者が公正・公平に、一部の業者だけが負担ということだけは避けたいと考えています。政策の効果について、数値的

に検証できる制度を希望いたします。基本的には我々も消費者の意識あるいは行動変容の意見の変革が大きいとは捉えておりますけれども、数値的な検証がないと、途中での軌道修正や情報の修正や啓蒙の在り方はなかなかできないのではないかと考えております。そもそも、日本の貨物量全体のうち、通販の配送量、宅配便の量は、割合としては非常に限られたものだとして理解しております。一部報道によれば、宅配便の量は総貨物量の僅か1.4%にも届かないという試算もあります。そういう意味では、物流の大部分はB to Bに関する部分だと理解しております。ただ、先ほど言ったように、消費者という観点であれば、協力はさせていただきたいと認識しております。「送料無料」表示を取りやめ、下請配送事業者の待遇がそういう意味で改善できるのであれば、待遇改善への効果を確認したいと考えております。「送料無料」表示を取りやめることによって、2024年問題の根本にある現場ドライバーの地位向上が図られているのか。通販業界としても、実際に効果のある取組を行いたいと考えております。政策を行う際には、その効果を数値として目標設定し、それを確認する。軌道修正していく。測定をしていただきたい、通販業界に対して共有していただきたいと考えております。私も、2017年ですかね、ヤマトさんに端を発した宅配クライシスというものがございまして、経済産業省様主宰の再配達削減の委員会にも出席させていただきました。その際も、再配達率が15~16%で、現在は11~12%に削減している。その数値をもって、我々通販業界あるいは宅配業界は全て協力してやってきたつもりでございます。そのような数値は、意識の啓蒙、行動変容があるとは思いますが、ビジネスをやっている我々としては、必要と捉えております。「送料無料」表示を切り替える対応を行う以上、通販事業者や消費者にコスト負担が生じる。政策の効果を数値として測定していただいて、その結果を確認しながら、基準をもって、改めてですけれども、業界として取り組んでいきたいと考えております。

3つ目です。通販業界及び協会の立場です。冒頭にもお話ししましたように、通販には、物流が不可欠でございます。通販業界も、問題意識を共にしています。先ほどあった2017年の宅配クライシスも含めて、ずっとそういう意識を持っています。通信販売は、商品を消費者までお届けすることで成り立つサービスでございます。通販と物流は、分けることができない関係であり、一体としたビジネススキームであります。物流に関する諸問題については、通販業界としても非常に憂慮しております。先ほど申しましたように、ラストワンマイルは、お客様の最終の接点であり、おもてなしの最終手段でございます。非常に重要視をしているということです。現在、物流コストの止まらない上昇が続いております。皆さんも御承知のとおり、昨年からのウクライナの地政学的な影響も含めまして、あらゆるコストが上がっている状況でございます。我々としても、通販業界の発展のためというか、生き残りを懸けたという状況に立っているということも過言ではないと考えております。先ほど申しましたように、消費者に対して、あるいは、社会的な重要性が増している業界にとって、この問題は非常に憂慮しておりますので、ぜひ協力はしたいですが、条件をもってやりたいと考えております。このコストの止まらない上昇を防ぐために、現場ド

ライバーの待遇改善・地位向上につながる抜本的な対策を実施してほしいですし、したいと考えております。先ほど言った物流コスト上昇に関しましては、資材関係も含めて、実態について社会的な理解を求めたいと考えております。これ以上の配送運賃の上昇は、取扱商材によっては、商売が成り立たなくなる通販事業者も出てくるおそれがございます。その辺も十分に御理解いただければと思っております。通販事業者の各社は、配送大手3社の値上げ要請に応じてきております。我々通販業界としても、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、先ほどから申しています宅配クライシスのタイミングから、配送3社の度重なる値上げに応じて、適正なコストを負担してまいりました。2017年以降、配送料の値上げ要請に応じた会員割合をJADMAで調査したところ、およそ98%の事業者が値上げ要請に応じております。通販新聞の報道によれば、2023年の値上げ幅は最大で64%までに及んでいると言われております。御認識はどうか分かりませんが、そもそも通販業者が宅配業者に対して交渉力が上ではないかというお話もございますが、そういう意味では、決してそうではなく、これも、通販業界の発展のため、消費者のためということもございますけれども、随時受け入れている状況を再度御認識いただきたいと思っております。そういう意味では、再配達削減に関しましても、宅配の受け取り方や多様化に協力して業界の発展に寄与してきたつもりでございます。荷主として、通販事業者が要請に応じてきた値上げ部分が下請配送業者の手当として十分に活用されてこなかったということであれば、驚くべき事実だと考えております。下請配送事業者の待遇改善に実際につながるように、具体的な取組を優先すべきだと強く考えております。

政策や規制手段について、御報告させていただきます。何度も申しますように、本質的な課題や問題の解決に向けて、実効性のある規制手段を希望したいと考えております。会員企業を対象にしたアンケート結果については、配付させていただいております資料のとおりでございます。法規制に賛成する事業者の中では、通販事業者全てを対象にしつつ、プラットフォームや店舗型小売業者なども必ず規制の対象に含め、実効性のある規制にすることを前提に、賛成する意見が目立っております。このアンケートでは、多少私も驚いたところもあるのですが、法規制案、奨励案、いずれも不要と、大体ほぼ均等になっています。不要が多いかと思っていたのですが、その前提は、何度も申しましたように、協力したいということが前提であるとともに、我々、JADMAの協会に賛同している企業もそうなのですが、大手プラットフォームの影響力がすごく大きいと思っております。この大手プラットフォームが入らない限り、問題の本質的な解決にはならないと思っておりますし、他通販業者にとっては、そここのところできっかりと法規制をしていただきたいという裏返しの結果かと捉えております。しっかりと協力ということも踏まえまして、アンケート結果にプラスアルファで御説明申し上げさせていただきたいと思っております。グラフでいきますと、「送料無料」表示に関わる表記は「送料弊社負担」への賛成が多い。やるのであれば、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したいと考えております。「送料無料」表示を取りやめるとして、その送料を事業者が負

担する場合に、送料金額を表示することを求めると、「送料1円」など、送料の低価格化競争を逆に招くということで、適正な物流コストを消費者に認識してもらうという目的に逆に反する事態となり、下請配送事業者の方々に悪影響を及ぼす懸念がありますので、そのような規制に関しては反対をさせていただきたいと思えます。

最後になりますが、会員通販企業からお伝えしたいことということで、いろいろと通販事業者からのコメントがございます。これは読んでいただきたいと思えますけれども、現時点では、政策の効果に疑問があるという声が多く上がっている状況でございます。会員の意見として、そもそも消費者は物流関連事業者がただ働きしているということは考えていないという意見が多く上がっています。法規制をどうしてもしなければならぬ場合には、規制が最小限で済むこと、公平であることに留意いただきたいと考えております。法規制をした場合には、事業者にも表示の変更コストが生じ、それを消費者に負担していただくこととなります。消費者負担が生じることに社会的な理解が得られるかについて、よく検討いただきたいと思えます。通販事業者にも事業者ごとに様々な事情があることから、そういった事情をよく調査・認識していただいて、不利益や不公平が生じないようによく検討いただきたいと思えます。何度も申し上げて恐縮ですけれども、社会的な重要性が増す通販、社会の重要なインフラとしての通販の健全な発展を目指して、我々も頑張っていきたいと思っておりますので、効果的で公正・公平な対応を求めたいと考えております。

最後に、参考資料として、消費者は送料がかかることを十分に認識していますという資料でございます。JADMAが毎年やっています調査なのですけれども、送料・手数料はかかるということが2位として挙がっているということで、添えさせていただいています。

何度も申し上げて申し訳ないのですがけれども、問題は下請の宅配業者や現場のドライバーの方々の地位向上につながるような、効果のある、実効的な対策を、まずは優先してやりたいと思っております。