

第7回「送料無料」表示の見直しに関する意見交換会

日時 2023年9月22日（金）11時00分～12時09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 第7回「意見交換会」を開催いたします。

本日は全日本交通運輸産業労働組合協議会様、そして、全日本運輸産業労働組合連合会様、全国交通運輸労働組合総連合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御同席いただいております。

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をお願いいたします。

○植田審議官 物流の2024年問題につきましては、各所において取組が進められているところであり、政府としても、本年6月に物流革新に関する関係閣僚会議におきまして「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す。パッケージでは「具体的な施策」の「（1）商慣行の見直し」の5つ目の項目として「物流の担い手の賃金水準向上等に向けた適正運賃収受・価格転嫁円滑化等の取組み」ということが挙げられているところです。今回の意見交換のテーマであります「送料無料」表示については、その中で「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」とされています。これを受けまして、消費者庁では、関係者の皆様と意見交換をさせていただいているところです。

本日は、労働組合のお立場から御意見をいただきたいということで、お越しいただきました。紹介がありましたけれども、交運労協、運輸労連、交通労連の皆様から御意見をいただきたいと思います。

我々は物流については専門外であり普段はなかなかお話を聞く機会もないことから、全体的に改めて勉強させていただいているところなのですけれども、今回国交省、経産省も来ておりますので、ぜひ率直な御意見を伺って意見交換をさせていただければと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

○古川参事官 次に、お越しいただいた方から資料に基づきお話をお伺いしたいと思います。それでは、交運労協の蒔田様、お願いいたします。

○蒔田交運労協事務局次長 本日はこのような貴重な機会をお与えいただきまして、ありがとうございます。感謝申し上げます。

交運労協について、まず御紹介をさせていただきたいと思います。1987年の10月8日に結成し、昨年35周年を迎えております。陸・海・空の交通産業、運輸産業、そして、旅行・観光サービス産業など18の構成組織で60万人が結集している組織でございます。本日同席させていただいております運輸労連の世永副委員長、交通労連のトラック部会の貫事務局長も、この構成組織の一員でございます。また、国交省の交通政策審議会をはじめ、現在

26の役職をいただきながら、政策立案等の意見交換もさせていただいております。そして、衆参の議員24名で構成する政策推進議員懇談会を設置し、連携しながら、共同での要請行動であるとか、勉強会も開催しております。さらに、世界の交通運輸労働者と連帯するために、ITF（国際運輸労連）に加盟しまして、これは世界各国140か国に約670組合が加盟をしている組織ですが、組織人員は約2000万人ということで、かなり大きな団体とも連携を図っているところでございます。そして、連合とも密接な連携を行っております。

さて、本題に入ってまいりますけれども、物流業界を取り巻く環境であるとか、この状況につきましては、全日本トラック協会さん等々から、この間、第6回までそれぞれ触れられておりますので、今日、そこは省略をさせていただきながらということで、よろしくお願いします。

農水省と経産省、国交省の3省による「持続可能な物流の実現に向けた検討会」が、2022年、昨年9月2日から第1回が開かれております。その後、本年の6月まで11回開催をされ、8月31日に最終取りまとめが行われたところでございます。その際にもいろいろと我々のヒアリング等も行っていたいただき、本当にありがとうございました。

その第1回目の中で、日本消費者協会の理事である河野康子委員からの御発言が次のとおりなされております。「Eコマース等BtoCの取引においても、顧客囲い込みのキラーワードである『送料無料』という表現があるが、これは消費者に誤解を与える言葉だと思う。

『送料はどかが負担』という表示に改めるだけでも、社会に対する明確なアピールになるものではないか。人が介在して労働が発生し、燃料や梱包材が消費されているにもかかわらず、無料と表示されるのは、物流業界の労働をないがしろにするものと感じる」と。今や「うちの商品も無料で運んでよ」というような、そういった言葉も出るほどにBtoBの取引にも影響が出ているところです。このような商慣習によって、最終的には労働者の賃金をはじめとする労働条件に影響を来していると言っても過言ではありません。

4ページ目を、お開きください。「不当景品類表示及び不当表示防止法」ということで、これは全ト協さんの「広報とらつく」から一部抜粋した資料です。目的が、この防止法の第1条に書いてありますが、「この法律は、商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護することを目的とする」ということが書いてあります。つまりは、不当な景品や景品への表示で、顧客を欺いて販売することを禁じて、消費者を保護するという法律であるということです。飲食店のメニューなどで「消費税込み」と記載があっても「消費税なし」とは書かれてはおりません。

5ページ目です。この防止法を踏まえて作成されております消費者庁さんの「特定商取引法ガイド」にはこう書かれています。＜送料＞ということで「販売価格に商品の送料が含まれていないときには、送料を別に表示しなければならない、販売価格のみ表示されている場合には、送料はその中に含まれているものと推定されることとなります。なお、商品

の送料を表示するときには、金額で表示しなければなりません。これは、送料の表示について『送料実費』等の表示ではなく、金額表示を行うことにより購入者の負担する費用を明確化するためです」と書かれています。さらに＜不適切な表示例＞としまして「送料実費」と。これは「金額を記載しなくてはなりません」と記載がされています。「送料無料」も同様の表示ではないか、実費と同様に考えたときに金額を表示すべきだ、無料で運んでいるのではないのに無料と表示してあるのはいかがなのではないかということなのです。

6 ページ目です。同じく消費者庁さんの「事例でわかる景品表示法ガイドブック」というものが出されています。こういった冊子で出ておりますけれども、この中に「不当表示の禁止」ということで、「商品・サービスの品質や価格について実際よりも著しく優良又は有利と見せかける表示が行われると、消費者の適切な商品・サービスの選択が妨げられてしまいます」ということで、ここに解説も書いてあります。「景品表示法では、うそや大げさな表示など、消費者をだますような表示を禁止しています」ということです。

次には「有利誤認表示」ということで「価格を著しく安くみせかけるなど取引条件を著しく有利にみせかける表示は、有利誤認表示に当たります」と。これにも解説がありまして、「簡単にいうと、『これはとってもお得だ！』と消費者に思わせておいて、実際にはそうではない表示のことです」と。

そして、「公正競争規約」というところで4つ要件がありますが、そのうちの2項目を抜粋しました。1点目は「不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保するために適切なものであること」、2点目には「一般消費者及び関連事業者の利益を不当に害するおそれがないこと」ということで記載がなされておりますが、この関連事業者には我々物流事業者も含まれると考えます。

最後に、交運労協としてお訴えしたいことを申し述べます。7 ページ目です。物流の危機的状況に対する消費者の理解喚起と行動変容をぜひともお願いしたいと。物流はBtoBが大宗を占めるため、国民的関心は高いとは言えなかったが、「宅配クライシス」が、物流問題を考える契機になったのではないのでしょうか。物流に対するコスト意識の浸透であれば喜ばしいのですが、いまだに氾濫する「送料無料」という表記です。無料の表記は物流の背後にある「労働」への想像力を欠如させる結果となっていると。そして、2つ目の箱にあります。不当景品類及び不当表示防止法を適用しまして、「送料無料」の表示を禁止していただくとともに、広く社会に広報しながら、消費者への理解喚起と行動変容につなげていただきたいと思います。最後に、コロナ禍においても事業継続を要請された貨物自動車運送をはじめとする全てのキーワーカーが正当に評価される社会を創りたいと、こう考えます。物流を担う労働の価値の再評価をお願いしたい、物流の「価値」を「価格」に、これが私たちの願いです。

御清聴ありがとうございました。

○古川参事官 どうもありがとうございました。

次に、運輸労連様、交通労連様もお願いいたします。

○世永運輸労連中央副執行委員長 運輸労連の世永です。よろしくお願いいたします。今回こういった場を設けていただいて、大変ありがとうございます。

私は2015年の11月から厚労省の労働条件分科会で委員をしております、この間、いろいろな働き方の関係で審議会に参加してきました。特に、最近ではトラックドライバーの働き方改革が大きな争点になっていましたし、人流、物流もそうですけれども、改善基準告示の改正に取り組んできたということです。

それともう一つ、2018年に貨物自動車運送事業法の改正を12月にやりました。そのときは全会派一致に向けて、与党の先生、野党の先生も含めて、トラック協会と労働組合が一緒になって、本当に死ぬ思いでやってきた。それはなぜかということなのですね。ドライバーがどういう状況に置かれているかということ、そういったことの背景の中で、我々は労使で取り組んできた。今回6月にまたその一部が改正されたということです。

そういう意味では、先ほど来申し上げているとおり、トラックドライバーの労働条件がどのような状況になっているか。事業法の改正のときも告示の改正のときも申し上げたのですけれども、実運送の企業、実運送のドライバーが真に報われる社会でなければいけないということですね。我々は社会と直結しているのに、そこから置いてかれてきているのだということ、これではいけないということを申し上げてきたと思います。

実運送のドライバーというのは、この「送料無料」の表記、今回の問題にあるとおり、宅配ドライバーですね。ここを重点的にやっていこうというのが今回の趣旨だと思います。

9月16日に福島で運輸労連の組合員、SD(セールス・ドライバー)の方十数人と話をしました。この間、ネット等で「送料無料」の関係の見直しがいろいろなところで取り上げられており、その時もいろいろな話をしました。正直に申し上げて、もういいかげんにしてくれというのが彼らの気持ちです。これは代弁して申し上げます。

僕が申し上げたいのは、我々は法に基づいて企業と労働契約をしているわけですね。そこで仕事が発生して、収入を得て生活しているのですけれども、この3ページの資料にあります河野先生が言うとおり、我々の労働を無にするような表記の仕方が問題ということですね。通販業界の拡販の手段の一つとして「送料無料」という表記は行われているのかもしれませんが、従事するドライバーからすると、俺の仕事はどうなっているのというのは、ものすごく強く感じています。繰り返しになりますけれども、もういいかげんにしてくれというのがドライバーの率直な意見です。物流業界あるいはさっき言ったように個社との契約で、僕たちは法に基づいて契約しているわけですから、それをないがしろにするような広告の手段、テレビでの表示、言葉であり、そういったことで強くアピールしていくのはいかなものかというよりも、即刻やめるべきだということを強く申し上げます。

以上です。

○貫交通労連トラック部会事務局長 交通労連の貫と申します。今日は本当にありがとうございます。

私どもの加盟組合の中では宅配事業をやっているところが非常に少ないものですから、この「送料無料」という表現に関しては、率直に言いますと、なかなか関心度が薄い部分もありました。ただ、この「送料無料」という表示に関しましては、世永副委員長が言われましたとおり、以前から運輸労連さんとも一緒になってこの「送料無料」という表現の取組はやめていくべきではないかということで、国土交通省等には訴えさせていただいてきていたという経過はございます。

そうした中で、先ほど世永副委員長がおっしゃいましたけれども、ドライバーの方々、末端で働かれるドライバーの方々、これはBtoCの宅配事業ではなく企業間物流の中における集配のドライバーの方々も、自分たちの労働というものの、配達という労働を無にしているような表現としか受け取れないという意識を持たれている方々が非常に多いと感じております。

いろいろなところで聞き取りを行ってはきましたけれども、この「送料無料」という言葉の中で、通販業者のものをただで運ぶという表現があるのだったら、うちの仕事もただで運んでもらえないかと、冗談話なのかもしれませんが、そういう話も事業者というか現場担当者レベルの中では出てくると。あくまでも「送料無料」という言葉が氾濫し過ぎてしまって、運ぶというものはただで運ばれるものなのだ、物を買えばただで運んでもらえる、そういう意識が消費者の中には非常に強くなっているのではないかと思います。

ですから、そういった意味からすると「送料無料」という表現があったとしても、送料は必ずかかっているものであるべきなので、「無料」という表現ではなく「送料込み」だとか、「送料当社負担」というとまた別の問題が出てくるのかもしれませんが、そういった意味では、送料がきちんとかかっているのですよということが消費者の方々、購入者に対して意識されるようなものにならないといけないのかと思いますし、運ぶというものに関して、国民生活を支えているというドライバーの意識、また、我々国民の生活を支えてもらっているという国民消費者意識という意味からも、運ぶことの大切さについて意識喚起が必要なのではないかと考えている次第でございます。

まとまらなかったのですけれども、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、取材はここまでとさせていただきます。記者の皆さんは御退室願います。よろしく願いいたします。

(報道関係者退室)

～ 以下、意見交換。全日本交通運輸産業労働組合協議会、全日本運輸産業労働組合連合会、全国交通運輸労働組合総連合からの主な発言事項は、以下のとおり。 ～

(送料と運賃との関係について)

○ 通販事業者が言う「送料」と「運賃」は違うというのは、詭弁というか、私からすると、一言で言ったら、キラーワードだからそうだろうなと思うのですが、一般消費者は送料と運賃は一緒だと思っていると私は思います。これは概念で区別することができるのか。料金・運賃だと何となく運賃と料金は別物だとは分かるのですが、送料と運賃が別物だというその通販事業者の理論立てとしてはおかしいなと思います。

この「送料無料」というのを、さっき労働の価値の話もしましたが、金銭、いわゆる金と置き換えてしまうと、どうしても議論は進まなくなってくるのかと思います。俺たちの仕事は労働契約上きちんとやっているのに、何でそれを否定するような手段で、彼らは通販業界はやっているのということを、一番問題にしたいと思っています。

「送料無料」を見直して運賃が上げられるのかどうかということなのですが、僕の肌感覚では、今の通販の単価でいえば50円か100円ぐらい上げないと、本当の意味で100円ぐらい通販業界が配達業者に払う運賃を上げないと、ドライバーの労働条件改善はドラスティックに変わらないです。その金額以上のものを今回上げていかないと、ドライバーの労働条件改善にはつながらないだろう。通販の関係をよくやっている黒ナンバー、国交省は御存じのとおり、黒ナンバーに夢を抱いて入っていても、結局通販会社の締めつけその他、あるいは過重労働で撤退してくる人はいっぱいいるわけです。だから、その人たちが本当に普通の8時間とは言わないのだけれども、10時間ぐらい働いて、ちゃんと減価償却をやって、生活して行って、家族を養える金額というのは、100円とか120円では割に合わないのです。そういったことを求めたいし、それは消費者が負担するべきだとは思いますが。そこをきちんと考えていかないといけないかと。極論で送料1円ということもあるのだろうけれども、どうなのですかね。

この問題が来て、例えばある牛井チェーン店の通販とかはちゃんと表示を書いているわけです。僕らからすると、そういうところを見て、そういうところに優先的に食べに行くと、品物を頼むというように思う。

ですから、本当に、通販会社が運賃であろうが送料であろうが、ドライバーの配達単価が数十円上がるような施策をやってほしいということと、それをしないでドライバーの労働条件をたたくのはもうお門違いだよということは、常に思っていますね。これはめちゃくちゃですからね。

○ 実際、軽の黒ナンバーをやって、通販の仕事をして、もう大変だったという人が、実はうちの地方総支部の書記長の中に1人いまして、やってられないよと、1日何時間働いたところで金にもならないし、再配達があればそんなものは再配達の料金なんかもらえないしというところもあったとは聞いています。

実際にこの送料と運賃は、一般消費者から見れば同じものとしか思っていないと思うのですね。そういった意味で、通販事業者の言っていることは理屈が合わないのではないかとしか、我々としても受け取れないかと思っています。

○ 送料と運賃が違うものだとは認識しているということでしたが、これは先ほど福島で世

永副委員長がお話ししたドライバーの19名がそのようなことを聞いたら、本当に落胆してしまって、2024年問題どころではなくなるのではないかということ、すごく危機感を覚えました。本当に残念でならないです。いまだに言葉遊びの域を超えないということは、どうなのだろうなということですね。この言葉が拍車をかけて五月雨式にドライバーが辞めていったときに、本当に物流は成り立たなくなると思うのです。届かない。今、国交省さんにいろいろ汗をかいてやってもらっていますけれども、この努力が無になることが本当に怖いのです。感情的になって申し訳ないのですが。

○ 2017年に東洋経済で物流の崩壊ということの特集をやりました。私も出ていますけど、あのおりなのですよ。あのときからもう警鐘を鳴らしているのね。特に2021年から2022年、労働条件分科会の関係と改善基準告示が始まったときは、もうもたないよということ伝えております。物流というのはすぐ止まることはなく、翌日の配達ゾーンがどんどん狭くなってきて、3日目になったり、4日目になったりします。例えば、どこかの社長が旗を振った朝採れレタス、2時、3時に採って、朝8時にはスーパーに並ぶということ、それは農家の人も大切だろうし、そこに従事して輸送するドライバーもいるわけだから、それはそれで別に法を守っていればいいのしょうけれども、そういったものにだんだん時間がかかってくるということ。

地方の食の関係もちゃんと考えていかなくてはいけないとは思っています。今まで2日だったのが3日目になって、当然地方の漁協さんを含めて競りで上がった料金からもらっているわけですからね。ドライバーも漁協も、その単価が落ちてくればそれは自分たちの収入も違ってくるので、ただ、そのしわ寄せが全部ドライバーに来ることは許されないということなのですよ。そこは消費者も含めて、知恵を出していかないといけないことだろうと思いますね。

地方のトラック協会の会長さんと話しても、今の長時間労働を何とか直さなくてはいけないと積極的に言っている人はいっぱいいます。ただ、その地域会員である全事業者が言っているかという、それはそうではないだろうと思っています。

今、この「送料無料」だけの話からいろいろな話をさせていただいているのですけれども、ここでちゃんと整理していかないと、悪徳事業者のほうに人は集まってしまうよということ、宅配でいったら過重労働ばかりだけれども収入がいいところに行ってしまうよということ、そこで災害が起きたり、あるいは過労になって問題が発生しても、これはどこが所管してやるのということですね。多分忘れられてしまうのだろうということもありますので、そういったことにならないようにやっていこうと。その一つの柱立てで「送料無料」の表記を国全体、消費者を含めて議論すべきだろうということですね。そう思っています。さっき言ったBtoBで、冗談ではなくてよく聞くことですから。

(元請事業者と下請事業者との関係について)

○ ある運送会社が通販業者から受けて、その運送会社の物流、その下請けする会社に行

って、そこに持ち込んでいる軽自動車の黒ナンバーの人は幾らになっているかということですね。通販会社の落としている金額が50円上がったら、そのドライバーにせめて35円、40円行くのかということですね。そこに1枚、その通販会社が自社の持ち込みの人に行くときとまた違う構造になってしまうので、そこはどこがチェックするのかというのは、非常に問題意識を持っていますね。

特に2018年の改正のときは、私は当時、軽貨物、いわゆる黒ナンバーも含んでくくっていくような法案にしなくては駄目だとかなり強くトラック協会に言っていて、やり切れなかった部分もあります。そういった法律の抜け道なのかどうかは別にしても、今、5年たつと、こういったまた「送料無料」の関係で実運送しているドライバーの人たちがどうなのかということが置き去りにされているのだろーと思いますので、ここでちゃんとメスを入れていくべきだろーとは思っています。

消費者も、通販で100円上げようといったら、なかなかクリックしなくなってくると思うのだよね。はっきり言って、そこはよく分かっているのですけれども、そうしたら、うちの運輸労連の組合員のドライバーも収入が減るではないかということになるのかもしれないけれども、ただ、通販業者が主張する理論立てはどうなのかと。ノーサンキューだねと思いますね。

（「送料無料」表記の変更）

○ 「送料無料」がキーワードということで、これでお客さんが食いつくという言い方も変ですけれども、よく売れるのだという表現をされるのであれば、切り替えたときに、販売量に変化があったのかなかったのかが知りたいと思っているのですね。今まで無料でやっていましたよというところがあって、それが送料別立てになりましたよとなったときに、通販事業者の売上げというか、顧客のアクセスが減ったのかどうなのか。だから「送料無料」という表記がいいのだ、必要なのだという通販事業者の主張なのかどうなのか。

（通販事業者と運送事業者の関係）

○ 大きな通販事業者は運送事業者と価格交渉力がある一方で、そうでない通販事業者は、言い値で価格設定されている。通販会社は小規模を入れたらもういっぱいいるわけですから。選べないですし、そこは私の出身の会社も昔宅配をやっていたので、小さい会社をいっぱい持っている、通販会社を持っていると、料金交渉はかなり厳しいものが、向こう側に立てばそれはそうなのだろうなとは思っていますね。ですから、小さな通販会社はどちらかというと今でいうCtoCに僕は近いのだと思うのですね。

○ 本当に小規模の通販会社の悩むところを大手通販が悩むかといったら、違うと思う。彼らの戦略を見ていると、本当にしたたかだと思っているし、運賃を上げてくれないのだろーとは思っていますけれども、そこはそろそろ腹をくくらないといけないうと思う。大手通販会社の中に入っている軽自動車のドライバーももう長続きしなくなってきたし、

いろいろなフリーターやら入ってきているので、言われているとおり、「送料無料」をなくしたらそこは改善するのかなというのは、一気には行かないのは間違いないと思う。

○ これは消費者庁にも関わってくることなのですからけれども、今、白ナンバーの配達是非常に制限されているのですけれども、国交省の前であれですけれども、そういったところをささやかれる、これはタクシーもそうですけれども、アメリカだと白ナンバーで自家用車で配達する人、時間があればやっている人はいっぱいいるわけですよ。そうすると、運賃は上がらないのですね。仕事がなくなると。そうなってくると、さっき言った運賃も送料もそうですけれども、なかなか手を出せることはなくなってくるのかということも思っていますので、そうなった場合の事故の問題、いろいろ問題は抱えているということですね。

「送料無料」表示を見直してそれが全部解決するか。まあ、しないね。しないとは思うのだけれども、ただ、一助になればと思うのだよ。しないけれども、やっぱり。

○ きっかけですね。

○ きっかけだね。運賃交渉できるというきっかけ、それはさっき言ったように、CtoCに近い小規模の通販に求めているのではないのだよ。大きいところにちゃんと払ってくれということだよ。

○ 十分に通販業者は運賃を支払っているのにというのは、燃油費が上がって、こちらもう大変なのです。30年来の賃上げとかと言いましたけれども、全産業で上がっていますので、全然変わらない、物価にもついていけない、どんどん取り残されている業界です。

○ あと通販1個120円のところを40～50円上げれば、ドライバーは来る。平たく言えばね。50円ぐらい上げて170～180円だと、減価償却を入れても1日120個やって25日配達だと、そのぐらいでないと駄目ですね。ただ、いろいろな通販の関係とかに入ると、最初は1個幾らで契約しても、今度は1日幾らになってしまうのではないですかと。そのようにアマゾンとかもいろいろやってくるのですよ。そうすると、幾ら運賃をもらったって、1日で200個やれと言われたらもうやり切りでないと終わらなくなってくるような契約に変えてしまう。そういう意味では、僕はキーワードと言っている通販会社の話は、あまり聞かないほうがいいかとは思いますがね。

(今後の物流関係事業者の在り方)

○ むしろ通販事業者は協力していますみたいに、2024年問題に向かって、実際に明らかに出したほうがいいのではないか、そのほうが広告宣伝的にもいいのではないかと思うのです。我々はこれだけ通販業者から宅配業者に払っていますとアピールをしてもらって。

○ 運賃というと路線運賃とか、都市間輸送とか、送料というとラストワンマイルというイメージが出てくるかと思う。送料というとラストワンマイルでしょう。

○ 個人宅に届くという感じですね。

○ 消費者に届くラストワンマイルが送料だよと。

- ある宅配デリバリー事業者が「送料無料」とコマーシャルでやっていましたね。送料ではないのではないかと僕は思ったのですけれども。
- ラストワンマイルだと思うよね。
- 配達料ということですかね。
- 消費者の、だから、配達、送料。
- だって、物流費全体を輸送料というか、送料とは別立てのものだと、運賃だと言っているところもあるかもしれないし、昔であれば、白物家電であれば販売単価の数%は必ず大体物流費だったわけだからね。それを削れば自分のところに利益が残ったわけだから。物流はコストセンターだったわけでしょう。それが今、崩れてしまったけれどもね。ただ、まだ一部通販には残っているのだろうとは思いますがね。
- 昔は2018年か、物流コスト比率を出したのですね。製造業と一般を含めた全部と。アメリカより日本はかなり低いですね。その構造は変わっていないだろうし、何で規制緩和が進んでいるアメリカのほうが高いのだということもあるだろうし、よく昔は政策要請をするときに使っていたのですけれども、最近はそういった資料もだんだん、出てこないようになってしまったので、本来そういった視点でも議論はしていくべきではないかとは思いますが。
- マスコミがちゃんと率先して世論のアンケートを取ってほしいですね。
- マスコミは広告を出してもらっていますからね。いろいろな意味で。中規模業者から、通販業者から、旅行もそうだけれども、なかなか言えない。