

「送料無料」表示の見直しに関する意見交換会

2023 年 11 月 8 日

公益社団法人全国消費生活相談員協会

1 「送料無料」表示について

「送料無料」は、送料を販売店が負担する場合や、一部あるいは全部を商品価格に転嫁している場合、物流事業者や仕入れ先との交渉、販売店と DPF との話し合い、その他外部からはわからない事情や企業努力等があって消費者にとって「送料無料」になっているのだらうと思います。

消費者はその内部事情について、正確に理解をしていないと思われるますが、「送料無料」だからといって多くの消費者が物流を軽視しているわけではなく、また本当に物流業界が無料でサービスを提供していると思っているわけではないと思います。しかし、販売店等が負担してくれるならその分安いと理解して選択する傾向にあるのだと推測します。

「送料無料」表示が物流業界の方々にとって以前から大きな課題であったことは承知しておりますし、業務の誇りが損なわれるような気持ちになるということも今回の議論で理解しました。そのため、消費者に誤解されない別の表現があれば、修正することも必要なのではないかと思います。一方で、「送料無料」を禁止するとしたら、「〇〇無料」とする同種のケースが他にないか、他業界、多方面の検討も必要になるようにも思います。

2. 今すぐに実施すべきこと

東日本大震災やコロナ禍の混乱の中で、物流業界が果たした役割は非常に大きく、私たち国民は大変力強く思ったところです。今、またエネルギー高騰、人材不足、労働環境の整備の必要性などから相応の送料負担が必要であることなどをまずは消費者に知ってもらい、納得してもらう必要があります。

「送料無料」表示をなくしただけでは再配達がすぐになかったり労働環境がすぐに良くなったりはすることは難しいと思われますので、今できることをすぐに実施することが重要だと考えます。

① 消費者への啓蒙、啓発

i 国等行政からの広報、キャンペーン

物流の重要性、人材不足、エネルギー高騰等の理由から、消費者としてできるだけ再配達をしないよう行動する、ネット通販はできるだけまとめて購入する、自分で日時指定したら責任を持って行動するなど、個人でできることの啓発を国民的キャンペーンとして行う。国からの広報により、送料についての理解を国民に求める。

ii 物流事業者による定期的、継続的な周知広報

現在、物流事業者の働きによって届けられた物が具体的にどのようにして迅速に手元に届くのか、消費者にとってイメージしにくい状況ではないかと思われることから、物流事業者団体等が自ら月間事業のキャンペーン等を行い、物流の果たす役割、物流の重要性について国民に定期的、継続的に周知する。

iii 販売店、取引デジタルプラットフォーム提供事業者による説明

販売店や取引デジタルプラットフォーム提供事業者のＨＰの目立つ部分で、物流問題に取り組んでいることを消費者にアピールし、消費者に送料についてしっかり理解してもらう。

- ・販売店、取引ＤＰＦにおける送料についてわかりやすく説明する。
- ・そのサイトにおいて消費者の送料負担なしとなっているのは、販売店が負担している場合、その商品をお勧めするためのキャンペーンである場合、取引ＤＰＦが支援している場合など、可能な範囲で記載する。
- ・「一部送料販売店負担」「送料込み」などの言葉を使う場合は、それぞれについて説明する。
- ・取引ＤＰＦ、大手販売店などは、大きな資金力によって全体の利益から消費者の送料負担なしを可能としている、一定金額以上の購入であれば利益が大きくなるので送料が捻出できる、あるいは、会員制をとって会費から捻出していることなど。

iv 本協会等、消費者団体による情報発信

② 消費者へのナッジによる誘導

ポイントを付けるなどの工夫により再配達にならないようにする。

③ 特に若者、勤労者世代の在宅率が低いため、届ける前にスマホ通知のシステムを、すべての物流事業者が使えるように、システム導入費用を国で負担することを検討する。

④ 都市部等の地域性に応じて、駅に「宅配受取のためのコインロッカー」を設置するなど、自宅以外での受取システムを導入する。これについては、人口減、ＥＣ、在宅ワークの普及等も鑑み、物・人の輸送について関連する業界が連携して検討する。

⑤ 消費者教育の中に取り入れる。

「送料無料」をＳＤＧｓ（消費者問題、環境問題、労働問題）と関連付けて、消費者の行動変容を促す。