

トラック輸送における多重下請構造についての調査 物流に関する広報について

令和5年2月17日

経済産業省・国土交通省・農林水産省

1. トラック輸送における多重下請構造についての調査

トラック輸送における多重下請構造についての調査

- トラック業界における多重下請構造の是正や契約条件の明確化を図るため、多重下請の現状や契約と実際の業務内容の関係を調査するとしているところ。
- ①トラック事業者向けアンケート、②荷主等向けヒアリングを通じて、4月を目途に調査をまとめる予定。

①トラック事業者向けアンケート

<概要>

全日本トラック協会を通じ、会員企業に対し、2月からアンケートを実施中。

<調査項目>

○荷主や元請事業者等との関係性

- ・何次請けか
- ・下請として受託する理由
- ・下請階層ごとの運賃の收受状況 等

○下請事業者との関係

- ・実運送事業者に下請する際、自らが收受した運賃の何%で発注するか
- ・下請に出す理由
- ・トラックを持たない事業者への発注の有無とその理由 等

○発注手段や契約の書面化等の状況

- ・発注の電子化状況
- ・契約書面がない荷役の有無やフォークリフトの使用 等

②荷主、実運送事業者、利用運送事業者ヒアリング

<概要>

荷主、実運送事業者、利用運送事業者に対し、3月からヒアリングを実施予定。

<ヒアリング項目>

○荷主向け

- ・実際に運送する事業者の把握の有無や把握している場合はその方法
- ・当該運送事業者が何次請けかの把握状況
- ・多重下請構造によるトラブルの有無 等

○実運送事業者向け

- ・真荷主・元請事業者との関係性
- ・下請に出す理由や下請事業者との関係性 等

○利用運送事業者向け

- ・真荷主・元請事業者との関係性
- ・実運送事業者との関係性 等

2. 物流に関する広報について

物流に関する広報について

- 物流に係る広報について、より広く荷主企業や消費者に対して、物流が果たしている役割の重要性やその危機的状況、持続可能な物流の実現のために各々が取り組むべき事項を伝えることができるよう、広報強化の戦略や進め方、様々な民間事業者等と連携するための方策等を検討すべきとしているところ。
- 物流を取り巻く現状・課題や、目指すべき方向性に関する**広報を強化するための効果的な方策を検討**する。

一般消費者向け定量アンケート

一般消費者が物流危機に対して、どのように認識しているか把握することで、広報戦略として必要とされる要件について示唆を得る。

(令和4年10月実施、計5問/1000名)

【設問】

- Q. 物流にまつわる行動 (e.g. 宅配ボックスの活用) の現状
- Q. 物流危機の認知状況
- Q. 物流危機の問題意識の状況
- Q. 物流危機の問題意識の変化 (24年問題の説明後)
- Q. 物流危機の回避に向けた考え方

事業者向け定量アンケート

物流危機への意識、取組状況を確認するために、物流事業者や荷主を対象にWEB定量アンケートを実施。

(令和4年10月実施)

【設問】

- Q. 物流危機に対する危機認識の強さ
- Q. 物流危機に対する現在の取組み状況
- Q. 現在、取り組んでいる取組みの詳細 (自由回答)
- Q. 物流危機への取組みにおける課題感
: 個社対応が難しい、生活者意識etc

第1弾：再配達削減に向けた取組

※第2弾以降も検討中。

政府広報

- ・ 3月29日 (水) 18:30~19:00
- ・ BSテレ東『ビビるとさくらとトモに深掘り! 知るトビラ』『サキドリ情報便!』のコーナー (約4分間) での紹介
- ・ 有識者インタビューや省庁からのコメントにより、国民に対して再配達削減を訴えかけ

再配達削減PR月間

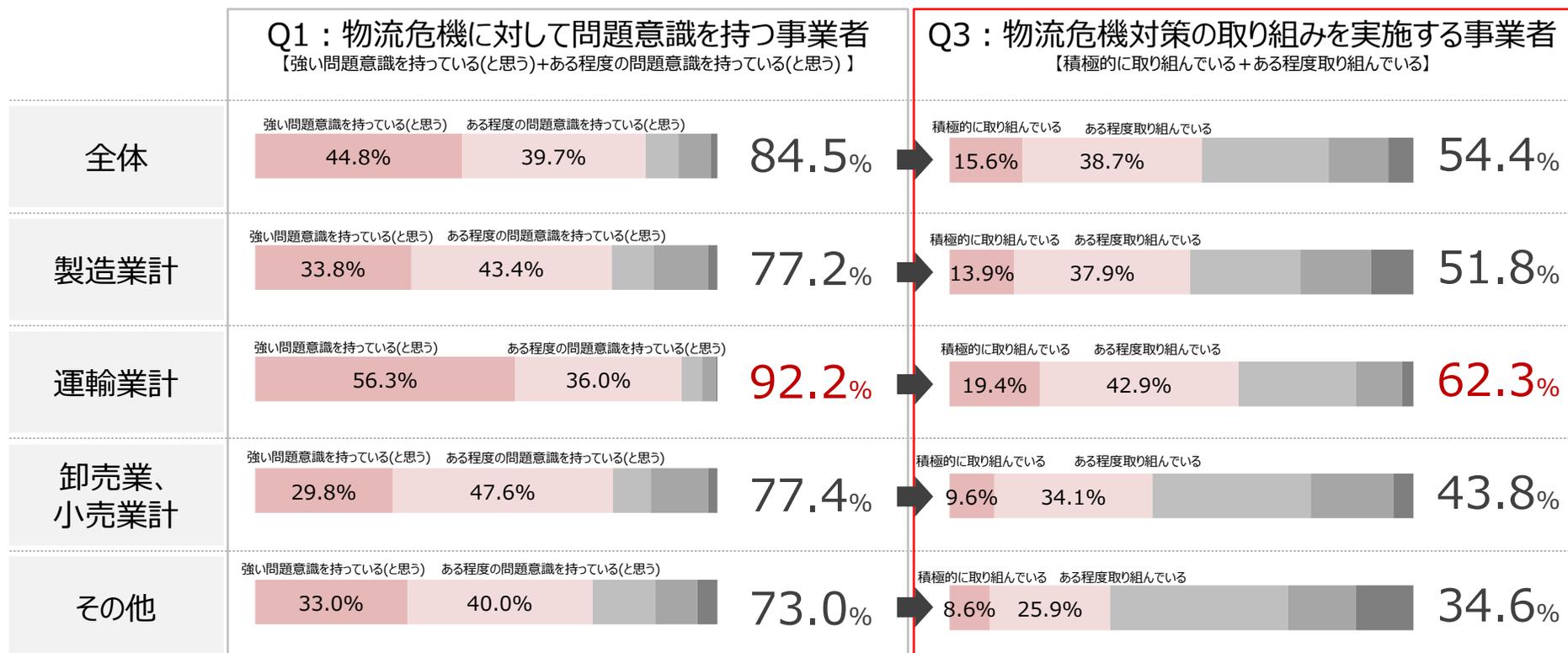
- ・ 4月1日 (土) から1か月間を「再配達削減PR月間」に設定
- ・ 宅配便取扱事業者やEC事業者・通販事業者とともに、HP・SNSへの掲載等を通じた国民への再配達削減の呼びかけを実施

事業者向け定量アンケート 物流危機に対する問題意識と取組状況の業種別比較

- 1,707社へアンケート（製造業438社／運輸業876社／卸・小売業208社／その他185社）
- 各業界7割以上が物流危機に問題意識を持つが、取組を推進できている割合は低くなり、バラつきもある。
 - － 運輸業は他業界に比べ最多の9割が問題意識を持つが、取組を推進できているのは6割にとどまる。
 - － 製造業・卸小売業では問題意識を持つ割合は7割程度、取組を推進する割合は4－5割にとどまり、特に卸小売では割合が低い（取組を推進するのは4割のみ）

Q1：貴社におきまして、2024年4月より施行される、働き方改革関連法のトラックドライバーへの適用を契機とした物流業界の人手不足、およびその様々な影響（以後、「物流危機」と記載）について、どの程度の問題意識をお持ちでしょうか。特定の部門ではなく、貴社全体としての温度感を教えてください。

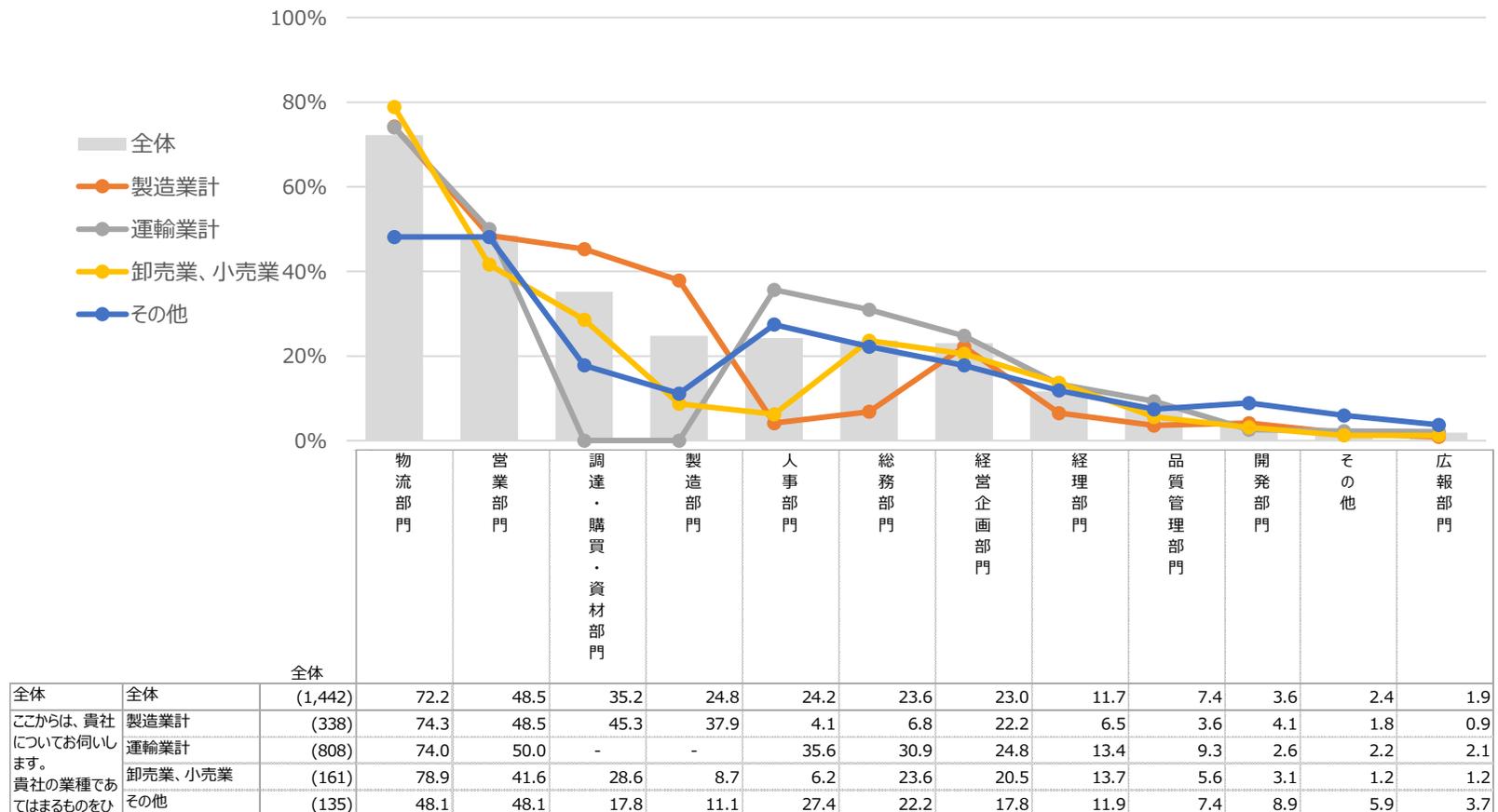
Q3：貴社におきまして「物流危機対策」の取り組みは、どの程度実施されていますでしょうか。ご回答者様の感覚で構いません。あてはまるものを一つお答えください。



事業者向け定量アンケート 物流危機に対する問題意識を持っている部門

- 物流部門において問題意識を持っていると回答している事業者が突出して多いものの、約3割の事業者においては、物流部門でも「物流危機」への問題意識が薄い。
- 一方、人事、総務、経営企画などの管理・企画部門をはじめとする他の部門は、認識が低い状況。

Q2：貴社におきまして「物流危機」への問題意識がおりとのことでしたが、問題意識をお持ちの部門は以下のどれですか。あてはまるものをすべてお答えください。
(Q1にて「強い問題意識を持っている」「ある程度の問題意識を持っている」と回答した事業者ベース)



再配達削減に向けた取組について

トラックドライバー労働時間上限規制が適用される2024年4月まで残り1年となることから、2023年4月を「再配達削減PR月間」とし、国土交通省・経済産業省とが連携し、宅配便取扱事業者やEC事業者・通販事業者とともに、国民に対し、再配達削減に取り組んでもらえるよう、広報を強力に実施

政府広報

- ・3月29日（水）
18：30～19：00
- ・BSテレ東『ビビるとさくらとトモに
深掘り！知るトビラ』
『サキドリ情報便！』のコーナー
（約4分間）での紹介
- ・有識者インタビューや省庁からの
コメントにより、国民に対して
再配達削減を訴えかけ



再配達削減PR月間

- ・4月1日（土）から1か月間を「再配達削減PR月間」に設定
- ・宅配便取扱事業者やEC事業者・通販事業者とともに、HP・SNSへの掲載等を通じた国民への再配達削減の呼びかけを実施

○国土交通省・経済産業省の取組

- ・プレス・SNSによる広報
- ・参加事業者のリストと取組内容をHPに掲載

○宅配便取扱事業者やEC事業者・通販事業者の取組（例）

- ・自社のHPやSNSを通じ、国民に対し再配達削減を呼びかけ※
- ・自社HPに国土交通省・経済産業省が提供するバナーを掲載

（※呼びかける内容）

- ・時間帯指定の活用
- ・各事業者の提供しているコミュニケーション・ツール等（メール・アプリ等）の活用
- ・コンビニ受取や駅の宅配ロッカー、置き配など、多様な受取方法の活用
- ・発送時に送付先の在宅時間を確認

