

挑みつづける、変わらぬ意志で。



「流通・サービス業における価格戦略および 物流2024年問題に関するアンケート」 調査結果（確報版）

2024年12月12日
流通・サービス委員会

■ アンケート概要・回答者属性

《概要》

趣 旨：企業等の事業戦略の強化に向けた価格戦略などの実態や物流2024年問題等による影響と対応状況の把握

調査期間：2024年9月2日～9月13日

調査方法：郵送・メールによる調査票の送付、郵送・オンラインによる回答

調査対象：流通・サービス業関連事業者 13,277社

回答件数：1,941社（回答率14.6%）

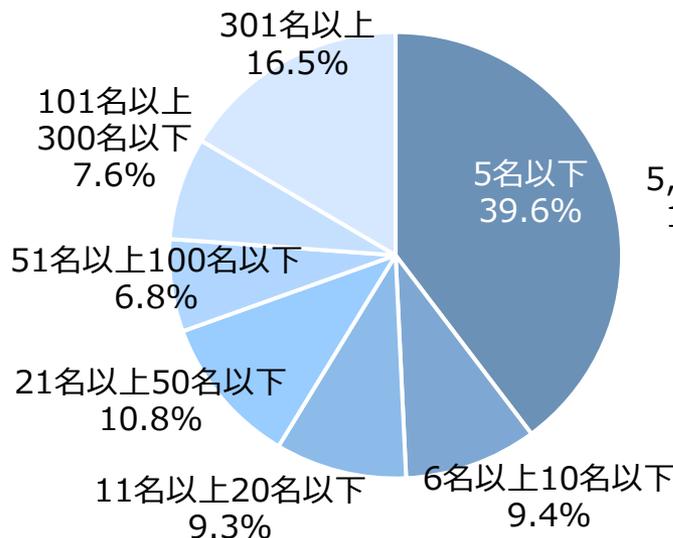
《回答者属性》

【業種】

業種	回答数	構成比
卸売業	343	19.1%
情報通信業	319	17.7%
その他サービス業	309	17.2%
専門・技術サービス業	294	16.3%
小売業	214	11.9%
運輸業	128	7.1%
宿泊業、飲食サービス業	117	6.5%
生活関連サービス業、娯楽業	75	4.2%

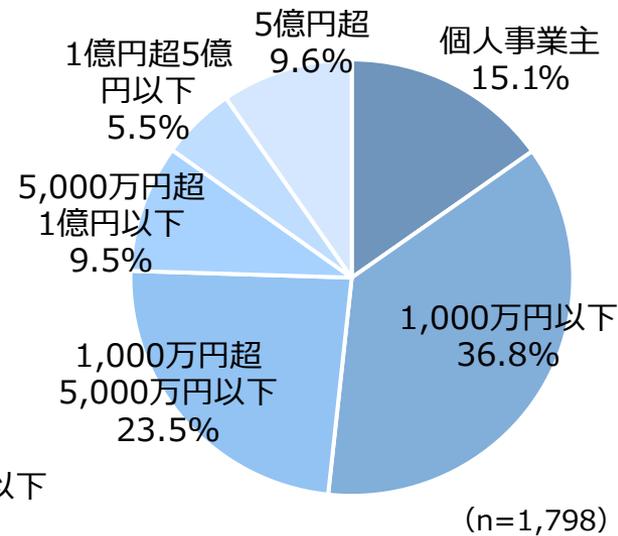
(n=1,799)

【従業員規模】



(n=1,800)

【資本金額】



(n=1,798)

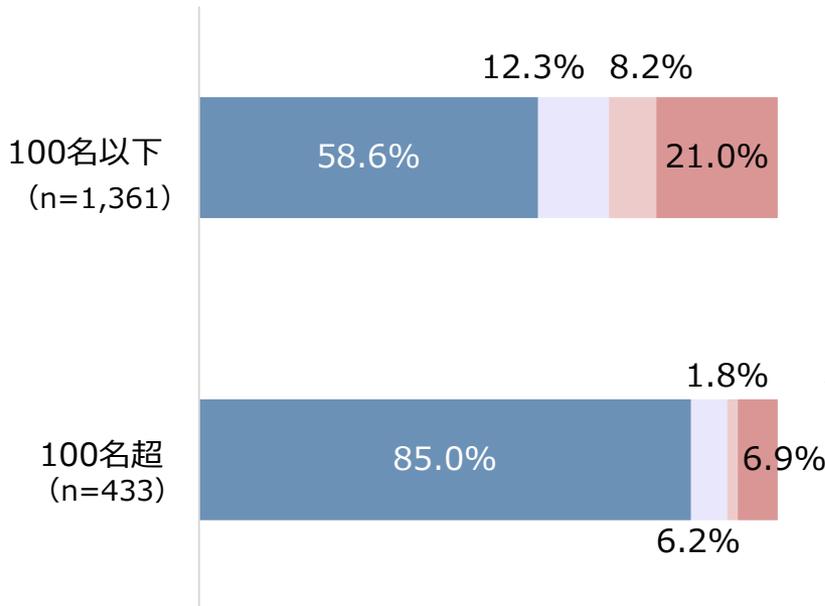
業績

※直近の決算及び前年度との比較

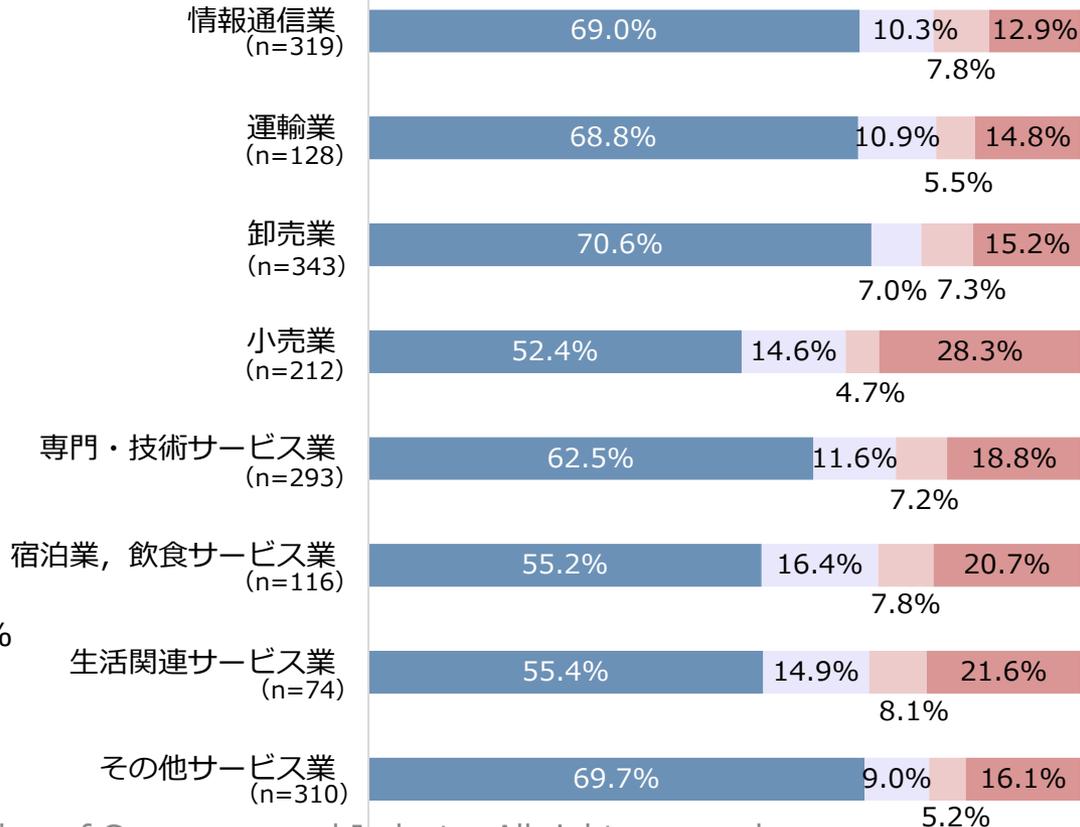
- 規模別で業績をみると、「黒字（前年度も黒字）」は100名以下で58.6%であるのに対し、100名超で85.0%と規模により差がみられる。
- 業種別では、卸売業、その他サービス業、情報通信業の順に「黒字（前年度も黒字）」の割合が高く、「赤字（前年度も赤字）」は、小売業、生活関連サービス業、宿泊業、飲食サービス業の順番に割合が高い。

【規模別（従業員数）】

- 黒字（前年度も黒字）
- 黒字（前年度は赤字）
- 赤字（前年度は黒字）
- 赤字（前年度も赤字）



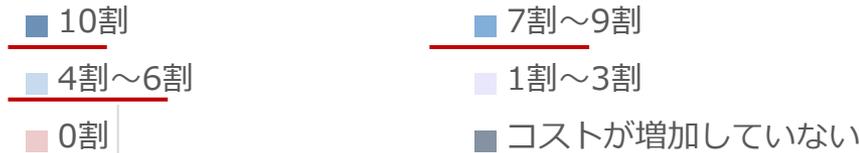
【業種別】



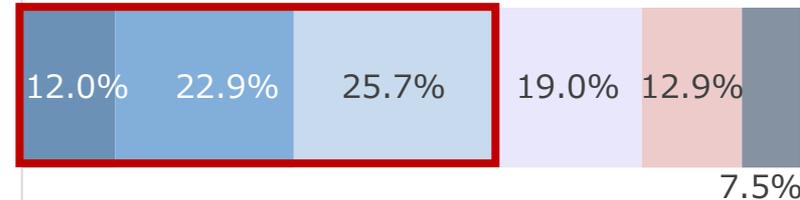
■ 価格転嫁状況 (1)

- 価格転嫁の状況について、規模別で見ると、4割以上の価格転嫁を達成できたのは、100名以下では60.6%であるのに対し、100名超では71.9%と差がみられる。
- 取引形態別で4割以上の価格転嫁を達成できた割合をみると、BtoBで64.6%、BtoCでは59.8%と、BtoB企業の方が比較的価格転嫁できている。

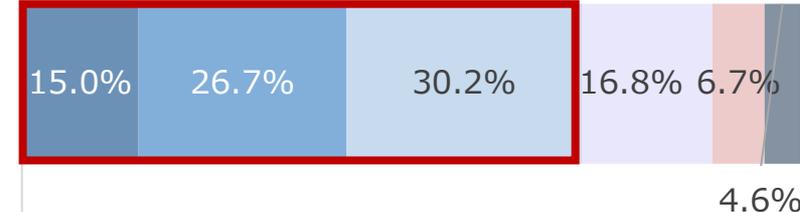
【規模別 (従業員数)】



4割以上 60.6%



4割以上 71.9%



【取引形態別】

4割以上 64.6%



4割以上 59.8%



4割以上 61.3%



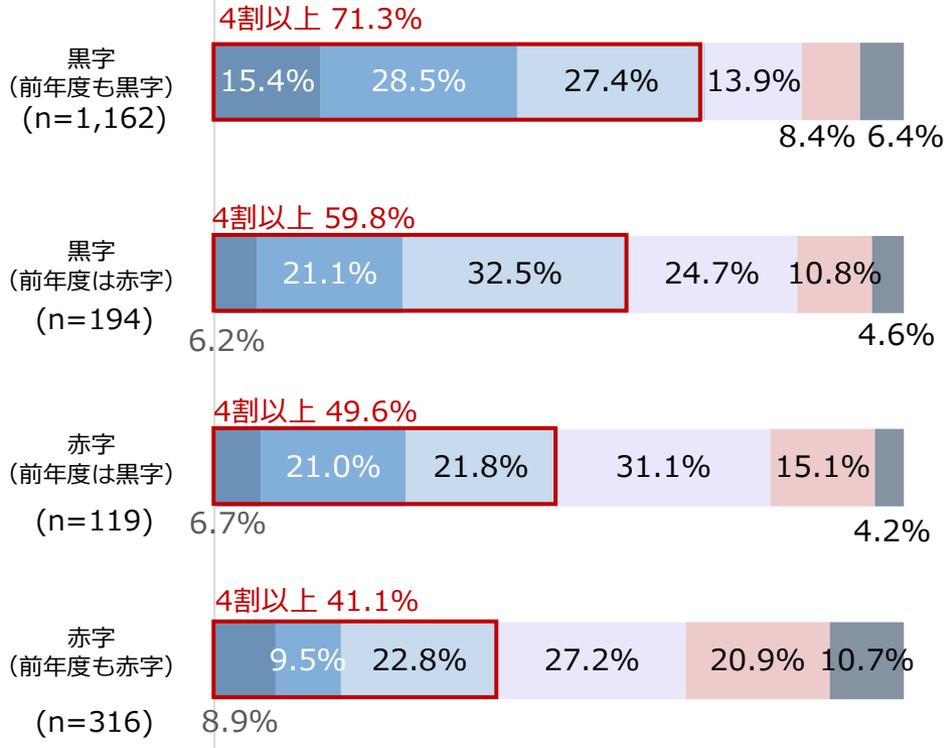
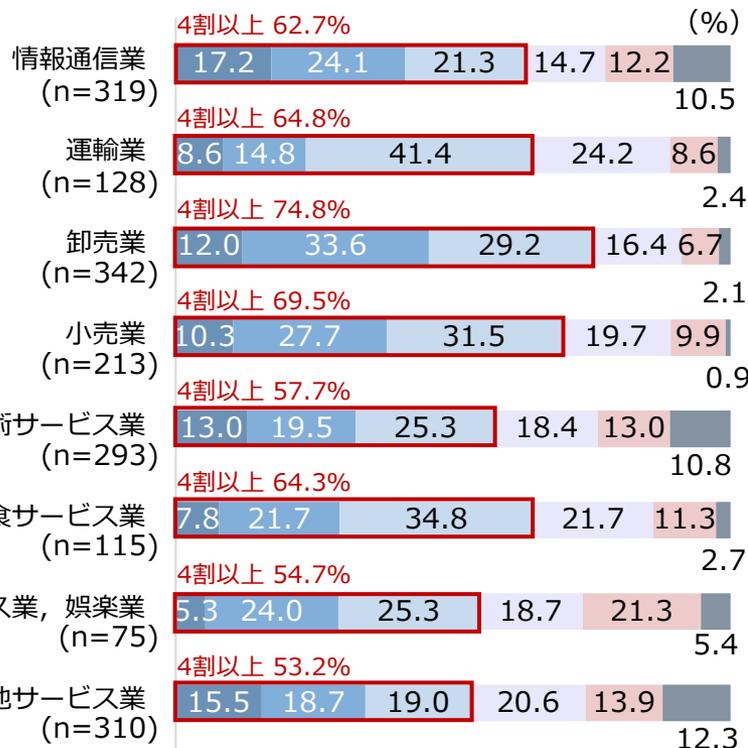
■ 価格転嫁状況 (2)

- 業種別で4割以上の価格転嫁ができていない割合をみると、卸売業で74.8%と高く、次いで小売業で69.5%であった。宿泊業、飲食サービス業、情報通信業も6割以上が比較的価格転嫁できている。一方、宿泊・飲食を除くサービス業では価格転嫁率が他と比較して低い傾向となっている。10割価格転嫁できた割合でみると、生活関連サービス業、娯楽業は5.3%、運輸業は8.6%と1割にも満たない。
- 業績別では、黒字企業ほど価格転嫁が実施できており、黒字（前年度も黒字）の企業では71.3%が4割以上の価格転嫁を実現している

【業種別】

【業績別】

10割 7割~9割 4割~6割 1割~3割 0割 コストが増加していない

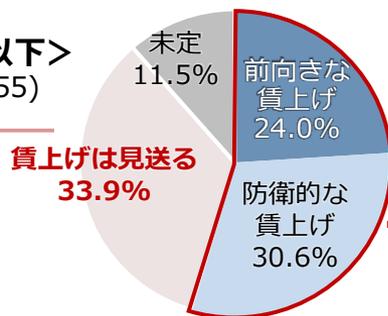


■ 賃上げ状況 (1)

- 賃上げ状況について規模別にみると、「賃上げは見送る」とした割合が100名超では9.9%であるのに対して、100名以下では33.9%であり、流通・サービス業以外の全産業の調査結果と比較しても高い割合であった。
- また、賃上げを実施した事業者を100とした場合の「前向きな賃上げ」の割合をみると、100名以下では43.9%であるのに対し100名超では59.4%と差がみられる。

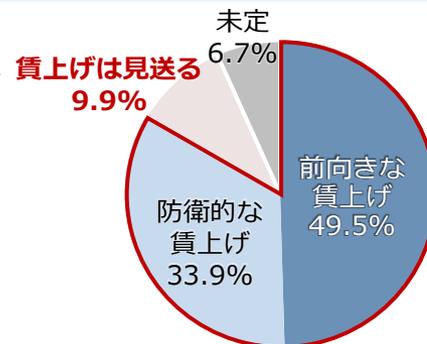
【規模別 (従業員数)】

<100名以下>
(n=1,355)



賃上げが実施できていない企業の割合が高い
(※下部の他調査参照)

<100名超>
(n=434)



賃上げを実施
54.6%

賃上げを実施
83.4%

【賃上げを実施を100とした場合の割合】 (%)

100名以下

前向き
43.9

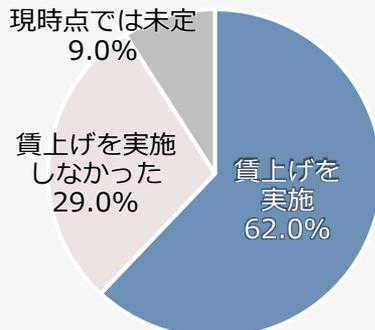
防衛的
56.1

100名超

前向き
59.4

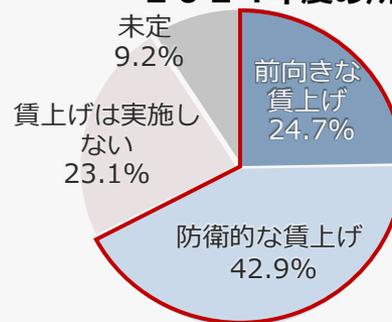
防衛的
40.6

参考 <東商けいきょう 2024年7~9月期結果> 2024年度の正社員の賃金について (予定含む)



賃上げ実施企業を100とした時、
6割以上が、業績の改善が
みられないなかで賃上げを実施。
「業績は改善している」 38.2%
「業績は横ばい」 50.4%
「業績は悪化している」 11.5%

参考 <商工会議所LOBO調査結果 (9月)> 2024年度の所定内賃金の動向



賃上げ実施
企業の割合
67.6%

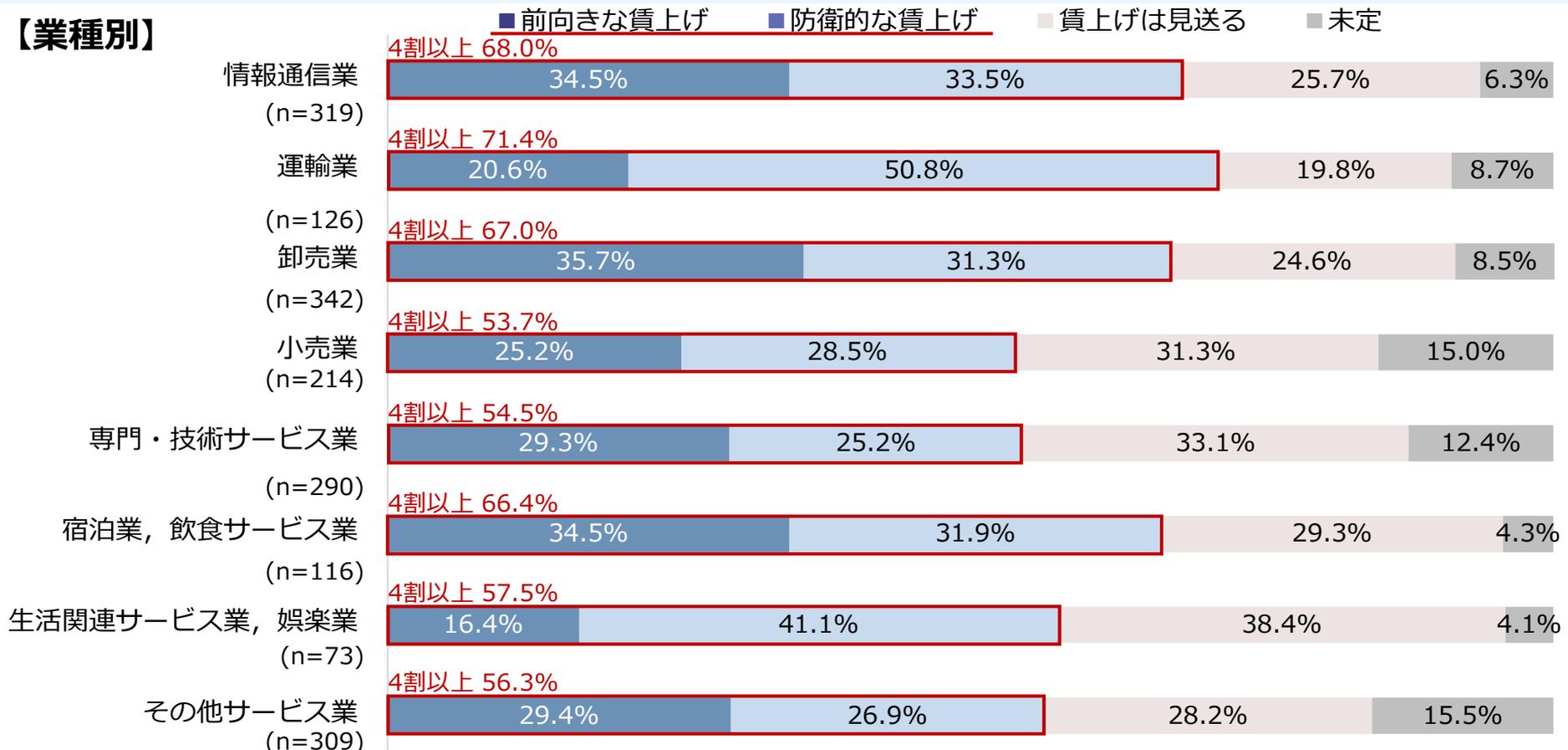
【賃上げ実施企業を100とした場合の割合】

前向きな賃上げ	防衛的な賃上げ
36.5%	63.5%

■ 賃上げ状況（2）

- 業種別にみると、「前向きな賃上げ」の実施率が高いのは、卸売業、宿泊業、飲食サービス業、情報通信業（いずれも3割以上）であった。運輸業は賃上げ実施率が71.4%と高いものの「防衛的賃上げ」の割合が過半数を占める。
- 賃上げ実施率が低いのは生活関連サービス業、娯楽業(57.5%)、その他サービス業(56.3%)、専門・技術サービス業(54.5%)、小売業(53.7%)であった。

【業種別】



■ 価格戦略の取り組み状況（1）

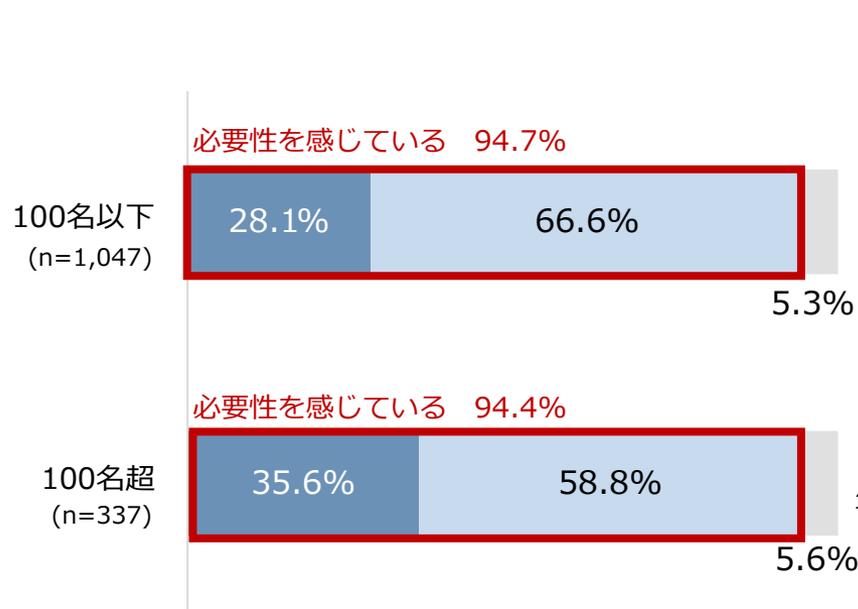
- 価格戦略の取り組み状況について、「必要性を感じている」※1割合は規模、業種を問わず9割を超え高い。
- 「目標とする価格以上で販売できている」割合は、規模別では100名以下の企業3割未満と低く、業種別では運輸業が最も低い。

<商品・サービスの付加価値の向上について>

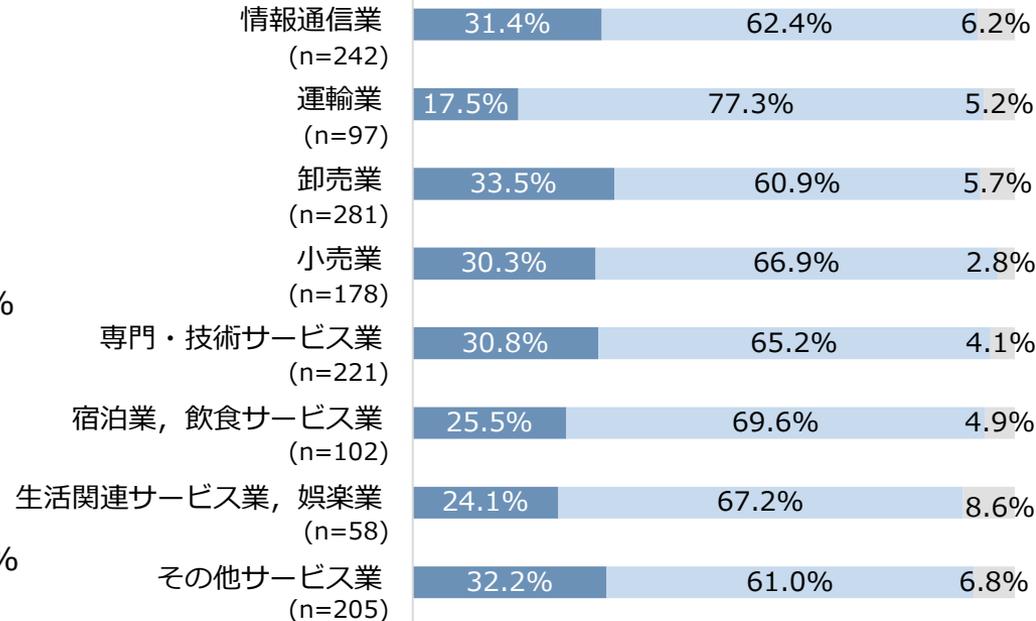
- 高める必要性を感じており、目標とする価格以上で販売できている
- 高める必要性を感じているものの、目標とする価格より安価な価格で販売している
- 高める必要性を感じておらず、目標とする価格より安価な価格で販売している

※1：「高める必要性を感じており、目標とする価格以上で販売できている」、「高める必要性を感じているものの、目標とする価格より安価な価格で販売している」の合計

【規模別（従業員数）】



【業種別】



■ 価格戦略の取り組み状況（2）

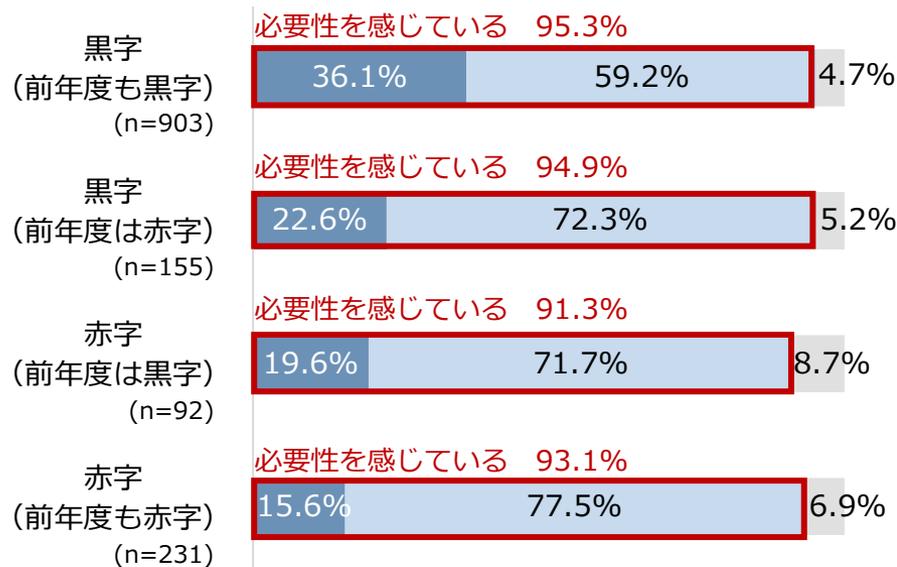
- 価格戦略の取り組み状況について、業績別、取引形態別にみても、「必要性を感じている」※1割合は9割を超え高い。
- 「高める必要性を感じており、目標とする価格以上で販売できている」割合は、業績別では黒字（前年度も黒字）企業で高い。取引形態別ではBtoBでやや高い。

<商品・サービスの付加価値の向上について>

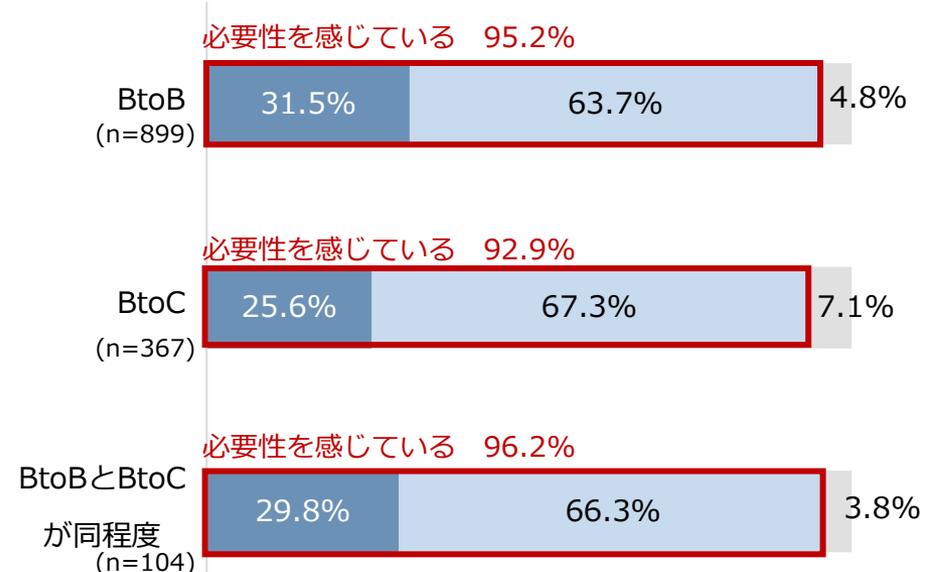
- 高める必要性を感じており、目標とする価格以上で販売できている
- 高める必要性を感じているものの、目標とする価格より安価な価格で販売している
- 高める必要性を感じておらず、目標とする価格より安価な価格で販売している

※1：「高める必要性を感じており、目標とする価格以上で販売できている」、「高める必要性を感じているものの、目標とする価格より安価な価格で販売している」の合計

【業績別】



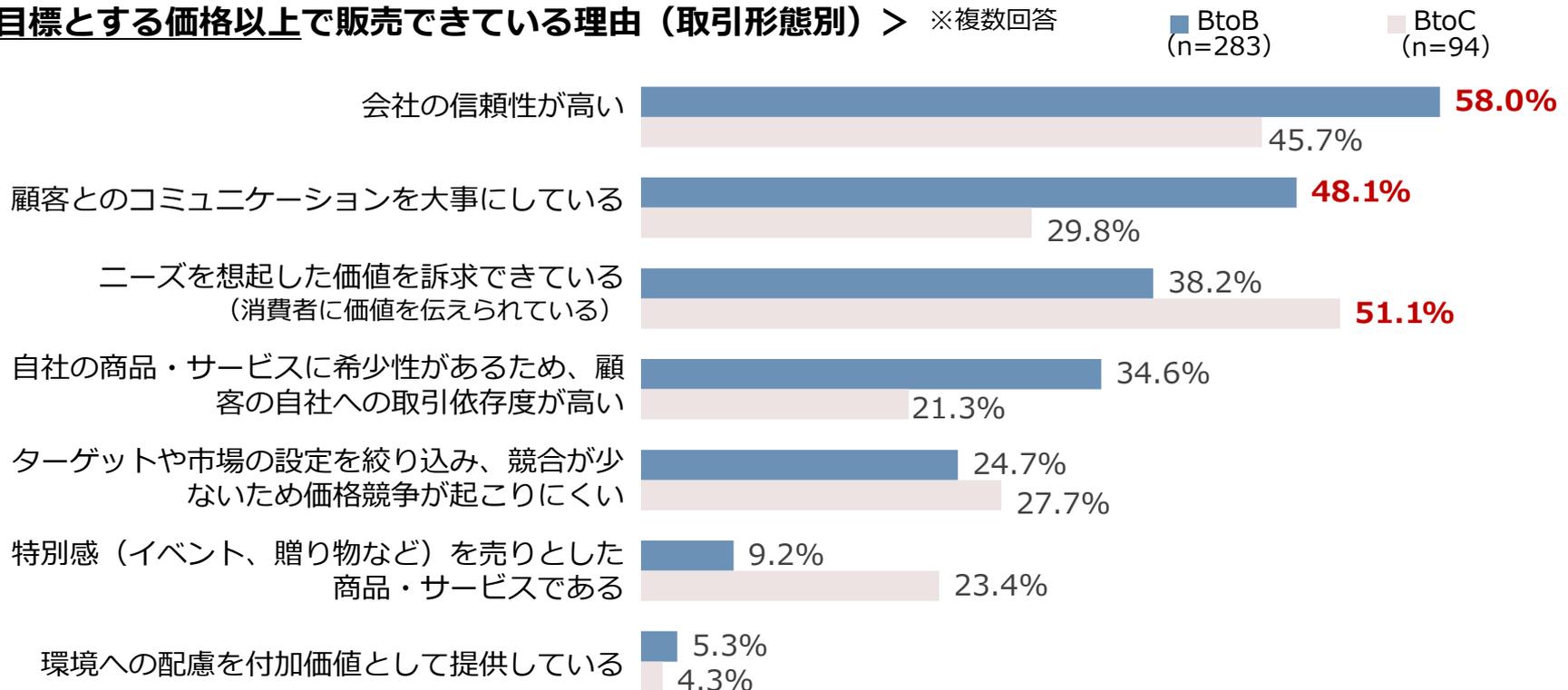
【取引形態別】



■ 価格戦略の取り組み（1）

- ・ 目標とする価格以上で販売できている理由は、取引形態別に差がある。
- ・ BtoB企業では「会社の信頼性が高い」が最も高く、次いで「顧客とのコミュニケーションを大事にしている」、BtoC企業では「ニーズを想起した価値を訴求できている」が最も高い。

< 目標とする価格以上で販売できている理由（取引形態別） > ※複数回答



その他の声

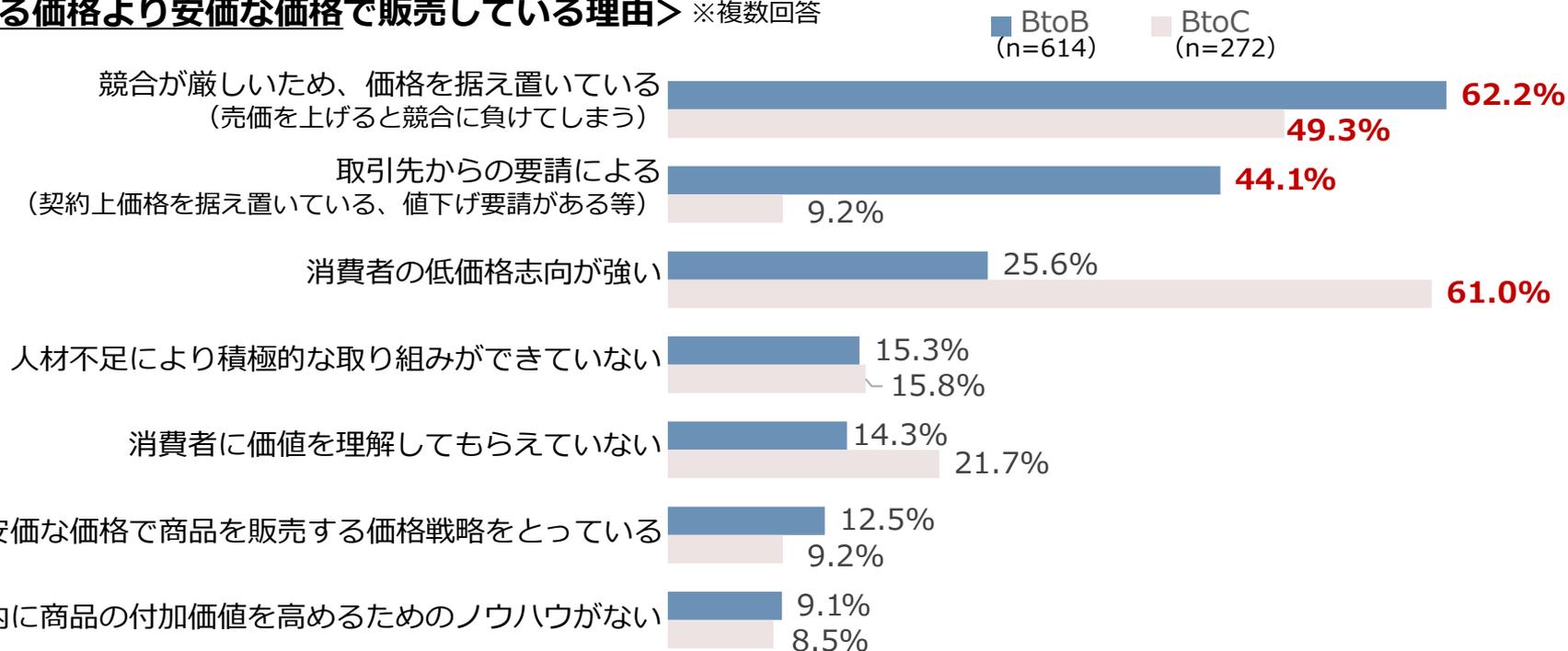


- ・ 「インバウンドの増加、コロナ禍が過ぎたことによる観光需要の増加による影響が大きい」（宿泊業/50名以下）
- ・ 「他社より短納期で納品できることを売りにしているため需要が高い」（建築材料等卸売業/20名以下）

■ 価格戦略の取り組み（2）

- 目標とする価格より安価な価格で販売している理由については、BtoB企業では「競合が厳しいため、価格を据え置いている」が最も高く、次いで「取引先からの要請による」が高い。
- BtoC企業では「消費者の低価格志向が強い」が最も高く、次いでは「競合が厳しいため、価格を据え置いている」が高い。

<目標とする価格より安価な価格で販売している理由> ※複数回答



その他の声

- 「売上が落ちる懸念から、仕入れコストの上昇分をすべて価格転嫁することはできない」（飲食店/10名以下）
- 「取引先から要請があるわけではないが、**値上げを言い出しづらい**」（雑貨等企画、卸売業/5名以下）
- 「主要クライアントは価格転嫁に対して理解を示しているが、競合が厳しいため価格を据え置いている。適正な価格での取引をするためには、**よりパートナーシップ構築宣言の推進が必要**」（広告業/5名以下）

生産性向上への取り組み状況 (1)

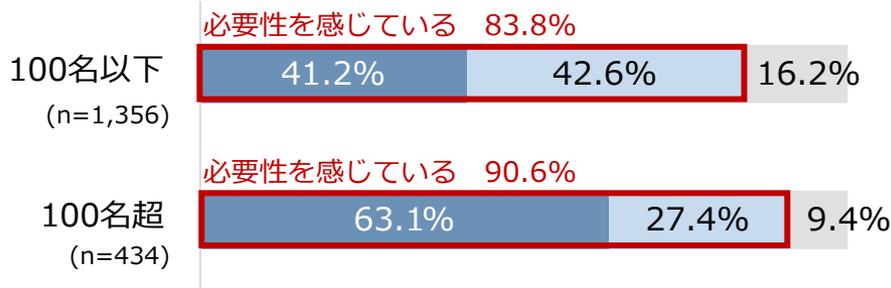
- 生産性向上への取り組み状況について、「必要性を感じている」(※1)割合は、規模、業種を問わず高いが、「取り組みをしている」割合は100名以下の企業で41.2%、100名超の企業で63.1%と、20ポイント以上の差がある。
- 業種別では小売業が最も取り組みをしている割合が低い。

(参考) “生産性向上”の定義

より少ない投入資源（インプット）でより多くの生産物や成果（アウトプット）を生み出すこと。
 業務効率化は生産性向上に寄与する施策の一つで、非効率な業務を改善して効率化すること（より少ない投入資源にすること）を指す。

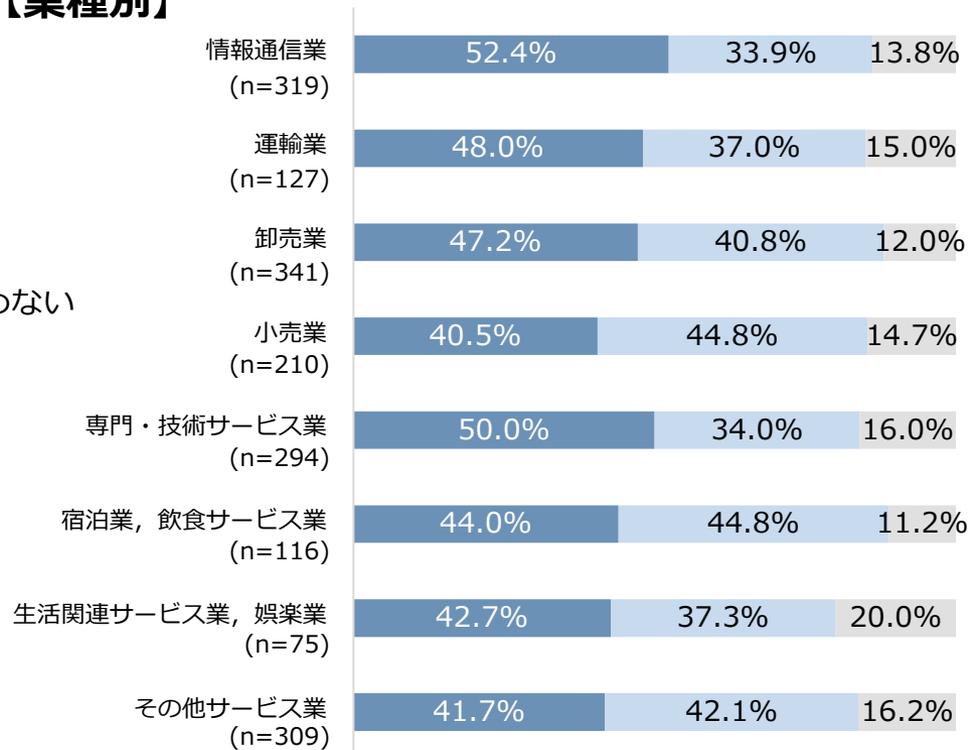
【規模別（従業員数）】

- 必要性を感じていて、取り組みをしている
- 必要性を感じているが、取り組みをしていない、取り組めない
- 必要性を感じていない（取り組みもしていない）



※1：「必要性を感じていて、取り組みをしている」、
 「必要性を感じているが、取り組みをしていない、取り組めない」の合計

【業種別】



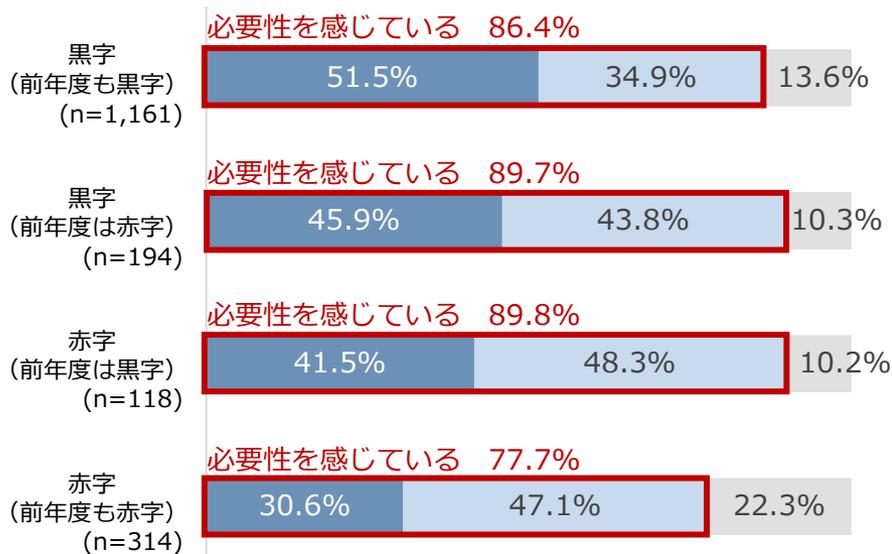
■ 生産性向上への取り組み状況（2）

- 生産性向上への取り組み状況について、「必要性を感じている」企業は業績、取引形態に関わらず高い。
- 「必要性を感じていて、取り組みをしている」の割合は、取引形態別ではBtoBよりBtoC企業が低い。

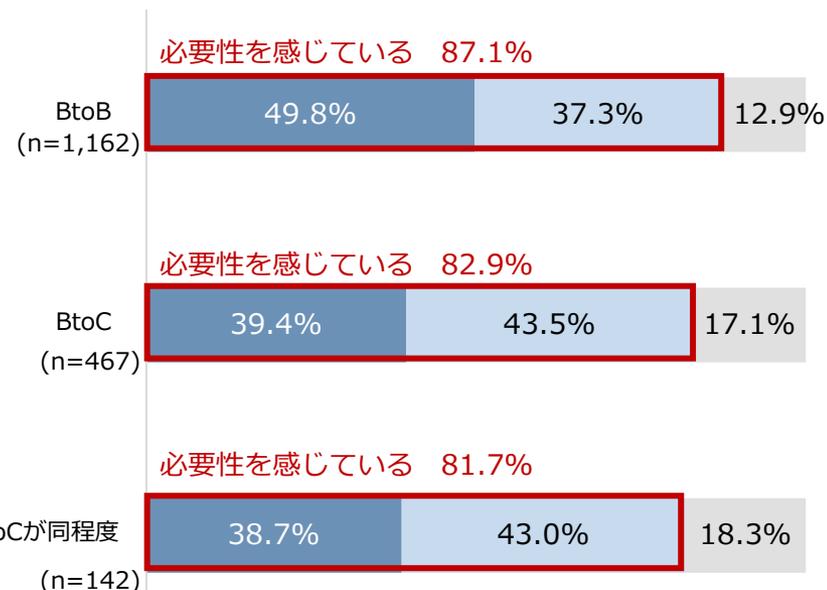
※1：「必要性を感じていて、取り組みをしている」、「必要性を感じているが、取り組みをしていない、取り組めない」の合計

- 必要性を感じていて、取り組みをしている
- 必要性を感じているが、取り組みをしていない、取り組めない
- 必要性を感じていない（取り組みもしていない）

【業績別】



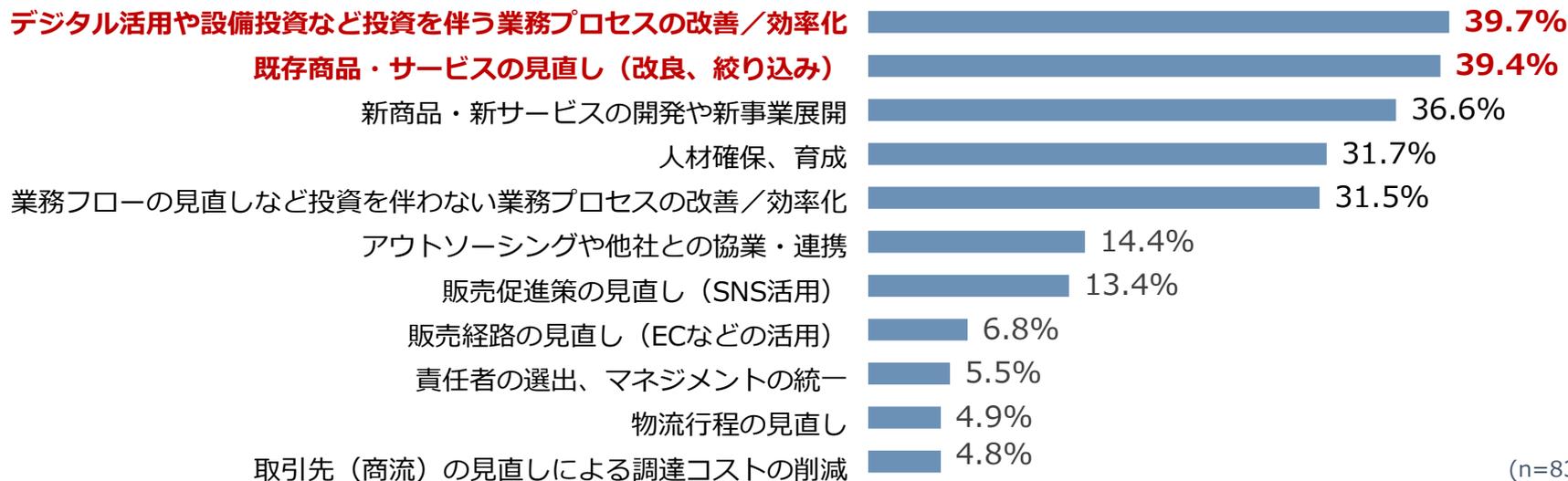
【取引形態別】



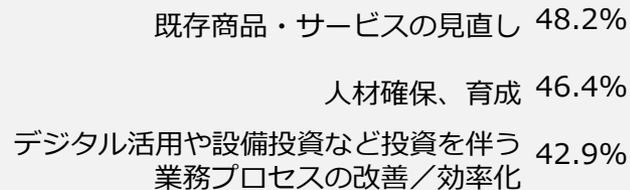
■ 生産性向上への取り組み（1）

- 生産性向上の具体的な取り組み内容については、「デジタル活用や設備投資など投資を伴う業務プロセスの改善／効率化」「既存商品・サービスの見直し（改良、絞り込み）」などが高い。
- 運輸業では「既存商品・サービスの見直し（改良、絞り込み）」「人材確保、育成」「デジタル活用や設備投資など投資を伴う業務プロセスの改善／効率化」が4割を超える。
- 「人材確保、育成」は、黒字企業では取り組んでいる割合が3割を超えるが、赤字企業では2割未満となる。

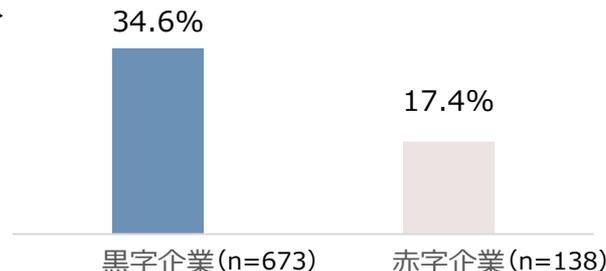
【取り組みの具体的な内容】 ※複数回答（選択率）



＜運輸業＞ ※上位3項目、複数回答（n=56）



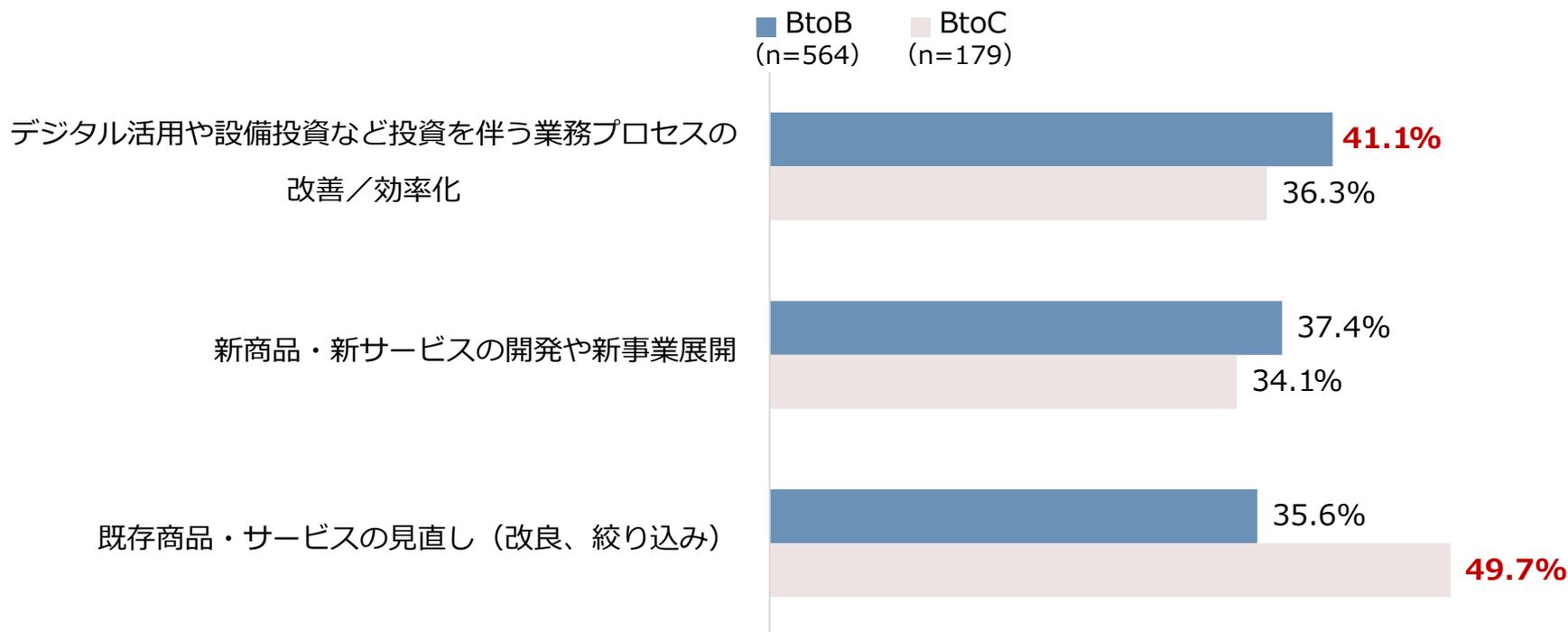
＜生産性向上へ向けて「人材確保、育成」の取り組みをしている企業（業績別）＞



■ 生産性向上への取り組み（2）

- 取引形態別に生産性向上の具体的な取り組み内容を見ると、BtoBでは「デジタル活用や設備投資など投資を伴う業務プロセスの改善／効率化」が最も高い。
- BtoCでは「既存商品・サービスの見直し（改良、絞り込み）」が最も高く、49.7%と半数近い企業が取り組んでいる。

【取引形態別・上位3項目】 ※複数回答



その他の声



- 「障がい者など多様な人材の雇用を通じて人手不足に対応している」（専門サービス業/5名以下）
- 「AIの導入、活用によりオペレーションを自動化している」（情報通信業/301名以上）

■ 生産性向上への取り組み（2）

- 取り組みの効果について、自社の損益や人材などに関する回答が目立つが、「具体的な効果はまだでていない」とする回答も多く見られた。
- 取り組みの必要性を感じる理由は、取り組みができていない企業は「自社の競争力を高める」が最も多く、取り組みをしていない企業は「人材不足への対応」が最も多い。

【取り組みの効果】

具体的な声 

<自社の損益に関して>

- 「実店舗のリピーター客が増え、ECサイトでの売上も向上した」（飲食料品小売業/5名以下）
- 「新しい分野のサービス開始で、新しい顧客企業からの受注があった」（専門サービス業/5名以下）

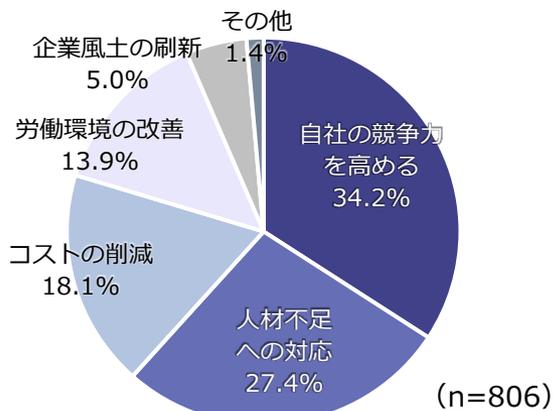
<人材に関して>

- 「ワークライフバランスがとれ、以前より前向きに働いている」（情報サービス業/20名以下）
- 「単純かつ反復的な作業のデジタル化により、余剰時間が創出され、既存人員で新規業務が可能になった」（その他サービス業/5名以下）

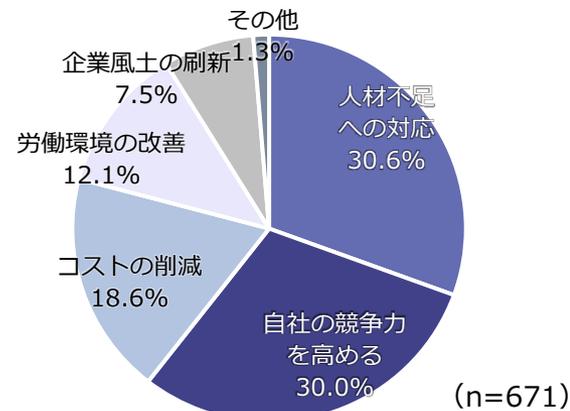
※「具体的な効果はまだでていない」との回答も多く見られた

【取り組みの必要性を感じる理由】

① 必要性を感じていて、取り組みができていない企業



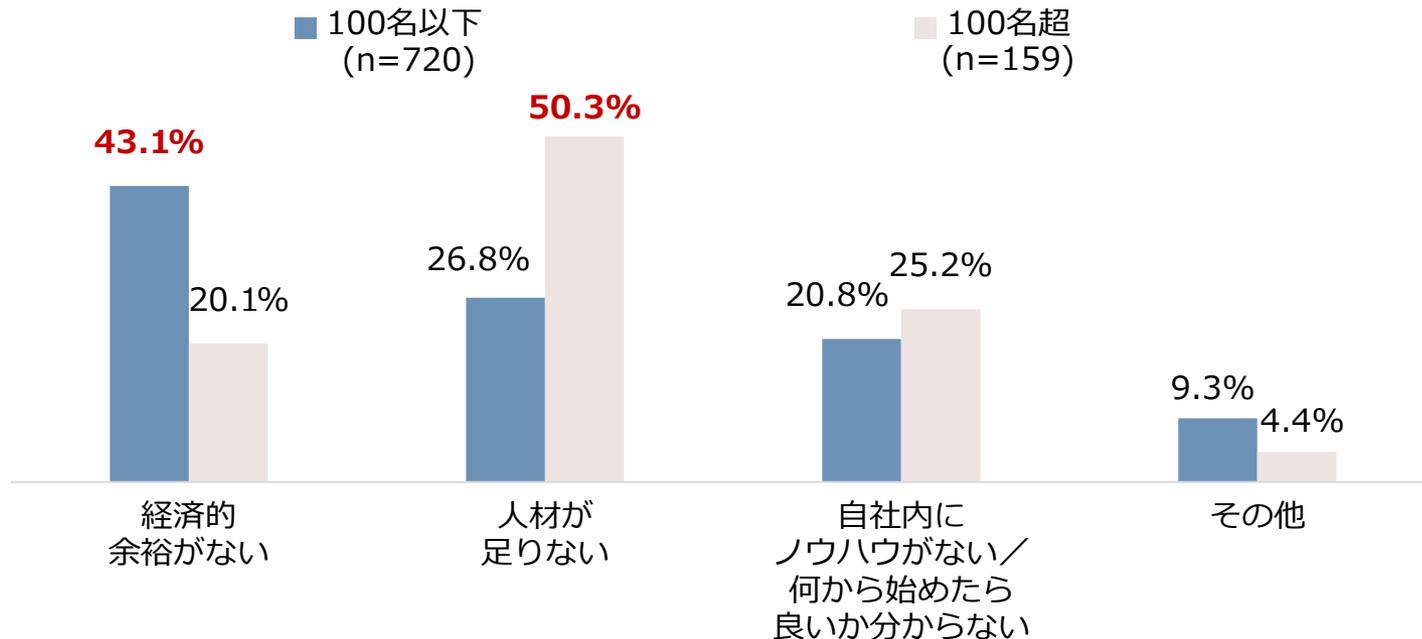
② 必要性を感じているが、取り組みをしていない企業



■ 生産性向上への取り組み（3）

- 生産性向上に取り組めていない理由を規模別で見ると、100名以下の規模では「経済的余裕がない」が43.1%で最も高いのに対し、100名超では「人材が足りない」が50.3%で最も高い。

【生産性向上へ向けて取り組めない理由】 ※ 1位 <規模別（従業員数）>



その他の声

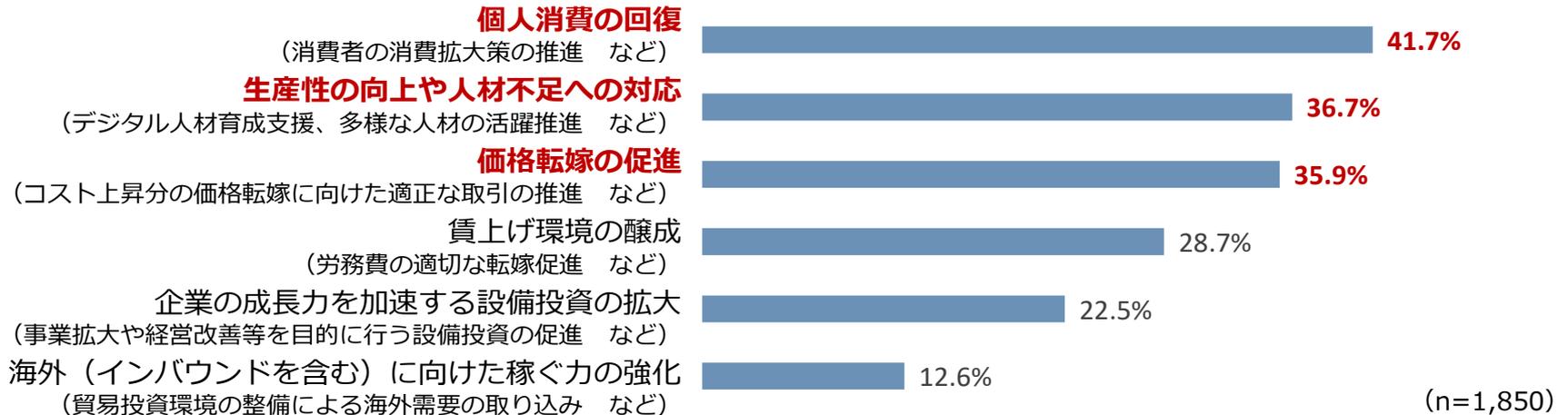


- ・「生産性への意識が低い、社内文化（風土）がない」（専門サービス業/5名以下）
- ・「取り組みをして効果がでるまでに時間がかかるため取り組めない」（運送業/50名以下）

■ 政府の取り組みに対して特に期待すること

- 政府の取り組みに対して特に期待することは、全体では「個人消費の回復」が41.7%で最も高く、次いで「生産性の向上や人材不足への対応」(36.7%)、「価格転嫁の促進」(35.9%)と続く。
- 小売業や飲食サービス業では「個人消費の回復」が6割台後半と高く、「価格転嫁の促進」に対する期待も高い。運輸業では「価格転嫁の促進」が5割を超え、次いで「生産性向上や人材不足への対応」、「賃上げ環境の醸成」となった。

<全体> ※複数回答



<小売業> (n=213)

	(%)
個人消費の回復	65.7
価格転嫁の促進	31.5
生産性の向上や人手不足への対応	27.2
賃上げ環境の醸成	20.7
企業の成長力を加速する設備投資の拡大	16.0
海外(インバウンドを含む)に向けた稼ぐ力の強化	12.7

<運輸業> (n=128)

	(%)
価格転嫁の促進	56.3
生産性の向上や人手不足への対応	45.3
賃上げ環境の醸成	35.2
個人消費の回復	33.6
企業の成長力を加速する設備投資の拡大	21.1
海外(インバウンドを含む)に向けた稼ぐ力の強化	11.7

<飲食サービス業> (n=95)

	(%)
個人消費の回復	69.5
価格転嫁の促進	37.9
生産性の向上や人手不足への対応	33.7
賃上げ環境の醸成	29.5
企業の成長力を加速する設備投資の拡大	20.0
海外(インバウンドを含む)に向けた稼ぐ力の強化	10.5

<参考> 小規模事業者 (※) の状況

※「小規模事業者」（中小企業庁における定義）：商業（卸売業・小売業）・サービス業は従業員5名以下、その他は従業員20名以下を指す

- 小規模事業者においては、「価格転嫁状況」「賃上げ状況」「価格戦略／生産性向上への取り組み状況」のいずれにおいても、従業員規模100名以下の企業と比較して取り組みが進んでいない。
- 賃上げ状況については「賃上げは見送る」とした企業が約半数にのぼる。

【価格転嫁状況】 (n=707)

10割 7割～9割 4割～6割 1割～3割 0割 コストが増加していない

4割以上の価格転嫁=54.7%



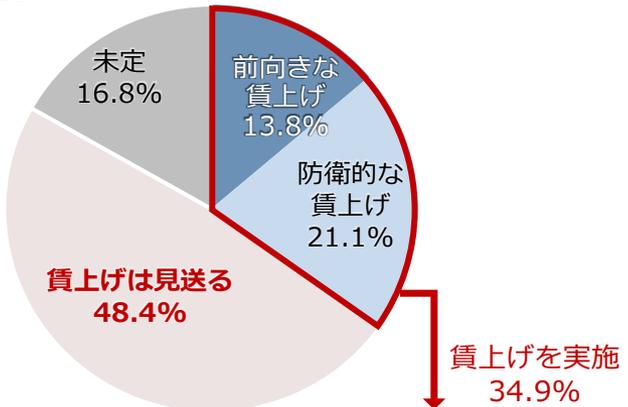
【価格戦略の取り組み状況】 (n=706)

- 高める必要性を感じており、目標とする価格以上で販売できている
- 高める必要性を感じているものの、目標とする価格より安価な価格で販売している
- 高める必要性を感じておらず、目標とする価格より安価な価格で販売している

必要性を感じている 91.7%



【賃上げ状況】 (n=703)



賃上げを実施 34.9%



【生産性向上への取り組み状況】 (n=706)

- 必要性を感じていて、取り組みをしている
- 必要性を感じているが、取り組みをしていない、取組めない
- 必要性を感じない（取り組みもしていない）

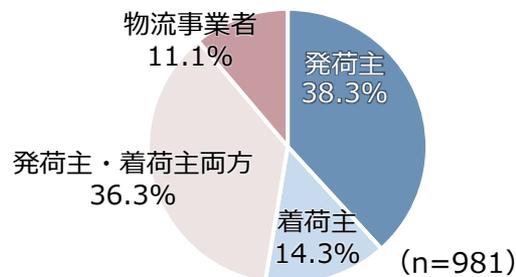
必要性を感じている 78.5%



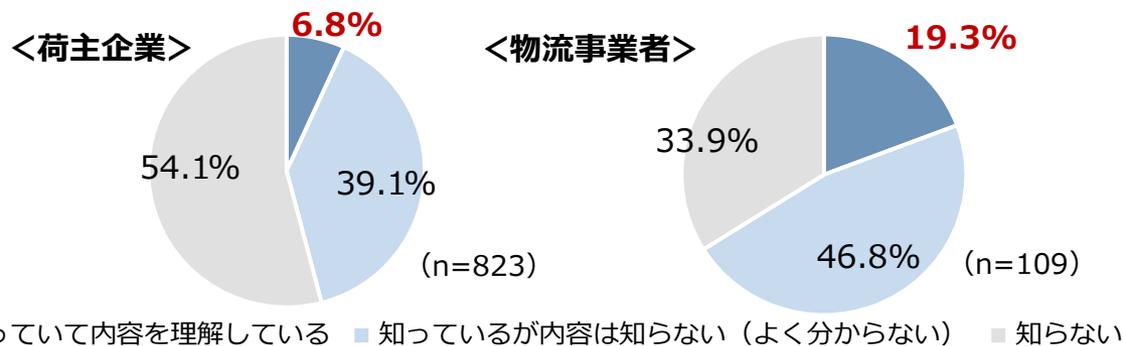
■ 物流2024年問題 (物流関連2法の改正)

- 物流関連2法の改正に対する認識について、「知っていて内容を理解している」は荷主企業で6.8%、物流事業者で19.3%と少ない。制度の改正すら「知らない」と回答した割合は荷主企業は過半数、物流事業者でも3割超であった。

《回答者の運送における属性》



【物流関連2法の改正に対する認識】



【物流関連2法の改正により想定される影響】

プラスの声

- 「荷主事業者の物流への取り組みが加速した」 (道路貨物運送業)
- 「物流にかかるスケジュール管理が強化できた」 (専門サービス業)
- 「会社の垣根を超えた連携、共同配送の増加につながった」 (運輸附带サービス業)

マイナスの声

- 「運用コストが増加し下請け会社にコスト負担が強要されている」 (道路貨物運送業)
- 「特定事業者になることにより業務負荷が増加することが懸念される」 (飲食料品卸売業)

「物流関連2法の改正」とは

※物流2024年問題について、抜本的かつ総合的な対策が必要なため、「流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律」及び「貨物自動車運送事業法」の一部を改正する法律が国会で成立し、これにより対策を講じることで物流の持続的成長を図るもの。

◆ 荷主・物流事業者に対する規制【流通業務総合効率化法】

＜全ての荷主企業及び物流事業者＞

物流効率化のための取り組みについて**努力義務**が課される

＜一定規模以上の荷主企業及び物流事業者＞

物流生産性向上の**中長期計画の作成**と政府への提出、**取組状況の報告義務**

＜一定規模以上の荷主企業＞

物流統括管理者の選任義務

◆ トラック事業者の取引、軽トラック事業者に対する規制

【貨物自動車運送事業法】

＜荷主企業・トラック事業者・利用運送事業者＞

運送契約の際、提供する役務の内容やその対価等についての記載、**書面による交付等の義務**

＜元請事業者＞

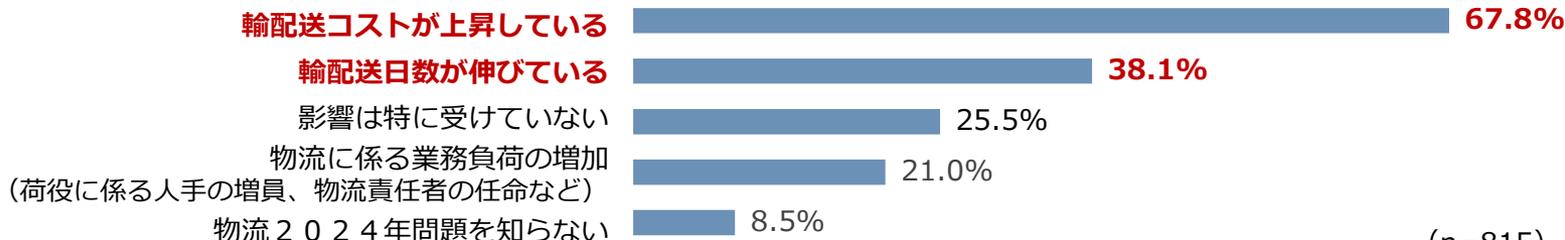
実運送事業者の名称等を記載した**実運送体制管理簿の作成義務** 等

■ 物流2024年問題における影響

- 物流2024年問題における影響については、荷主企業では「輸配送コストが上昇している」が67.8%と高く、次いで「輸配送日数が伸びている」(38.1%)となっている。
- 物流事業者では「ドライバーの採用難」が56.5%と過半数で、「人件費増加に伴うコスト増」と「売上の減少」がいずれも38.9%となっている。

荷主企業

※複数回答

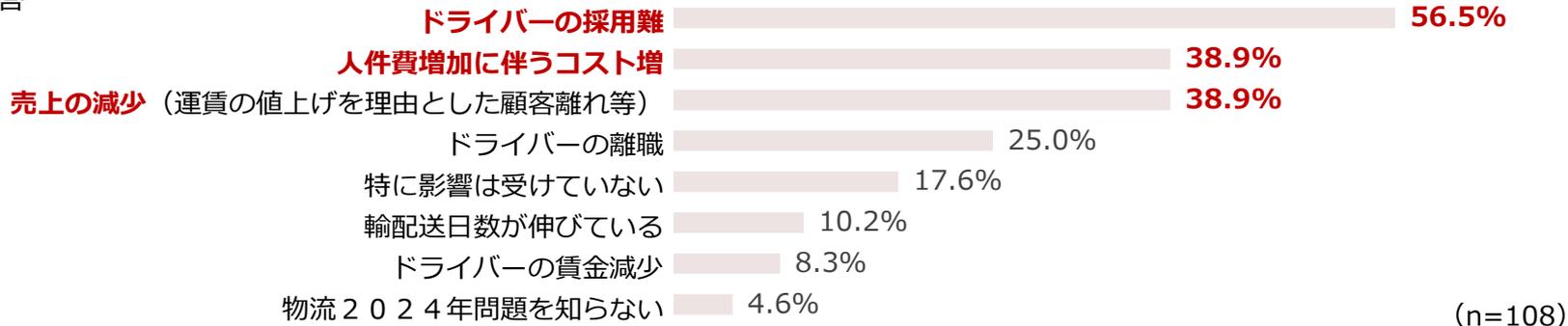


その他の声

- 「配車時間/集荷時間が変更された(遅くなっている、一定ではない)」(商品卸売業/20名以下)
- 「取引先が廃業した。配送時間の遅れが生じている」(飲食店/20名以下)
- 「配送ミスが多くなり、運送の質が低下している」(化学製品卸売業/5名以下)

物流事業者

※複数回答



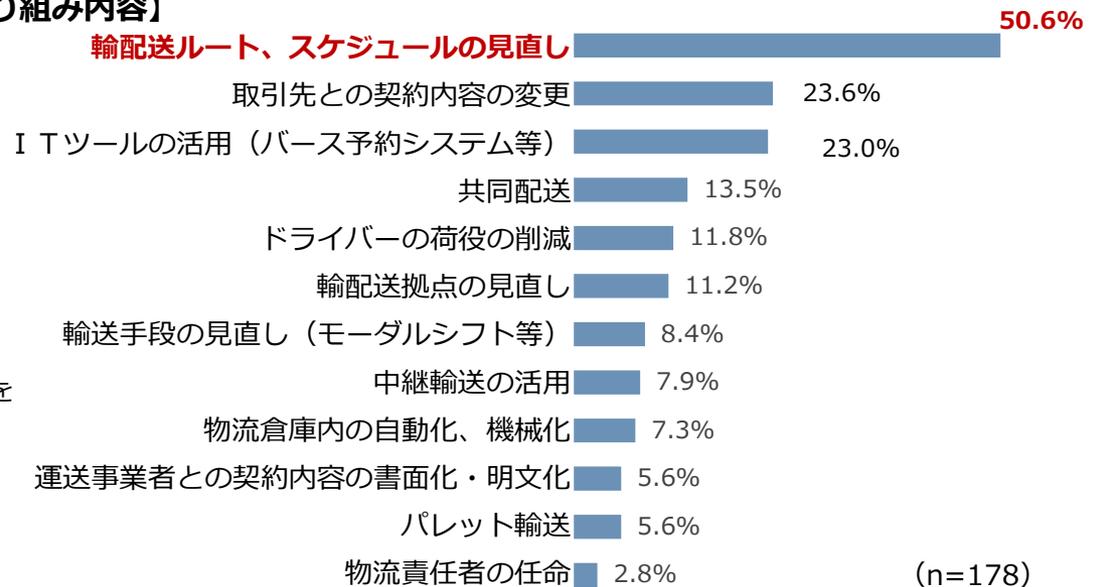
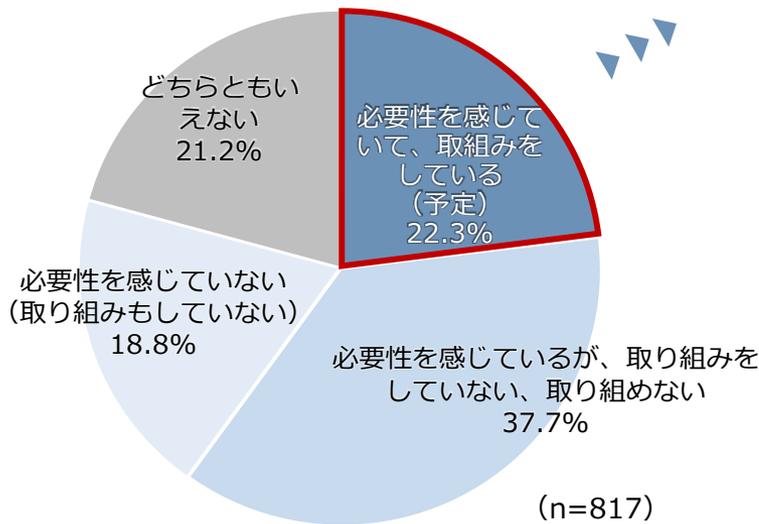
その他の声

- 「ドライバーの賃金が増え経営を圧迫している」、「運送コストの増加を理由に顧客離れが生じ売上が減少した」
- 「配送時のトラブルによる顧客からのクレームが発生。ドライバーを追加で雇ったことで、配送品質が低下した」
- 「ハローワークで応募しても良い人材がいない」(貨物運送業/5名以下 ※上記全て)

■ 物流2024年問題に向けた取り組み状況 (荷主企業)

- 荷主企業で物流2024年問題に向けて「必要性を感じて取り組みをしている(予定)」のは23.0%。具体的な取り組み内容は、「輸配送ルート、スケジュールの見直し」が49.2%で高い。
- 一方、「必要性を感じているが、取り組みをしていない、取り組めない」のは36.9%。取り組めない理由は規模によらず、「自社内にノウハウがない」が最も高い。

【取り組み内容】



具体的な声

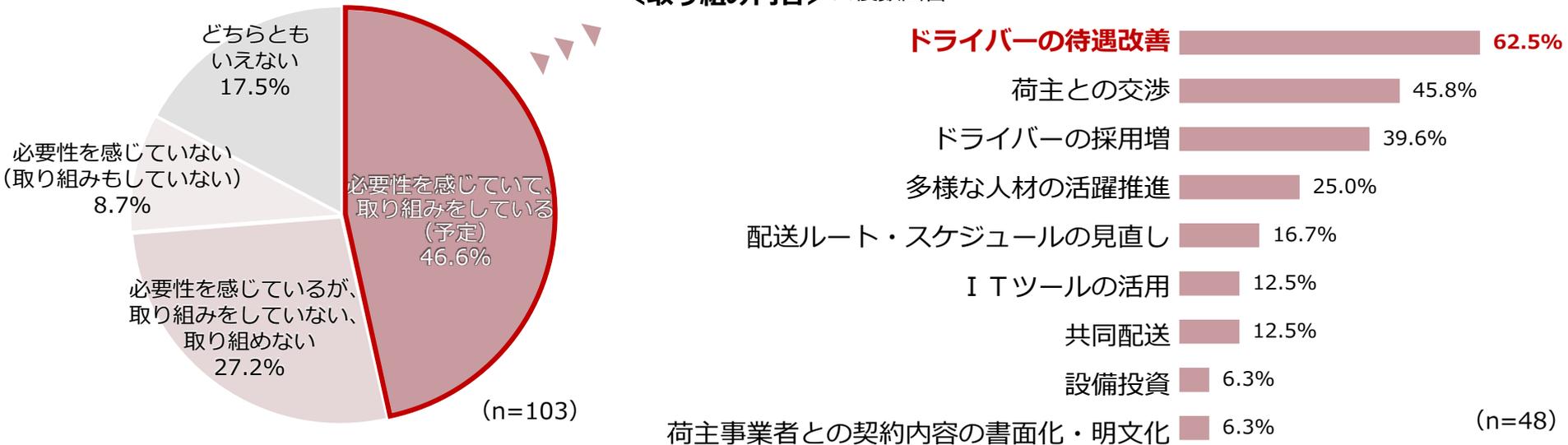


- 「余裕をもった配送(トラックの空きが発生したときに送ってもらう等)や一部翌日配送へ変更している。」(専門サービス業/20名以下)
- 「運送事業者と荷役などの細部についてより具体的にコミュニケーションをはかっている」(飲食料品卸売業/301名以上)
- 「競合3社で共同配送に取り組んでいる。配送コスト削減のためと作業効率の両立のため積み込み順序や混載など様々な取り組みを行っており、これらにはITツールや自動化、生成AIの活用など様々な取り組みを行っている」(技術サービス業/5名以下)
- 「地域にあった路線便の利用により、物流効率を上げている」(衣服等卸売業/50名以下)
- 「AIによる需要予測を活用した配車管理及びレイバーコントロールの実施・全国配送センターの再構築(4温度帯物流)をしている」(飲食料品卸売業/301名以上)

■ 物流2024年問題に向けた取り組み状況 (物流事業者)

- 物流事業者で物流2024年問題に向けて「必要性を感じて取り組みをしている(予定)」のは46.5%と半分に満たない。取り組み内容は、「ドライバーの待遇改善」が63.0%で最も高い。
- 一方、「必要性を感じているが、取り組みをしていない、取り組めない」のは27.3%。取り組めない理由を規模別にみると、100名以下の企業では「経済的余裕がない」が最も高いが、100名超の企業では「自社内にノウハウがない」が最も高い。

＜取り組み内容＞ ※複数回答

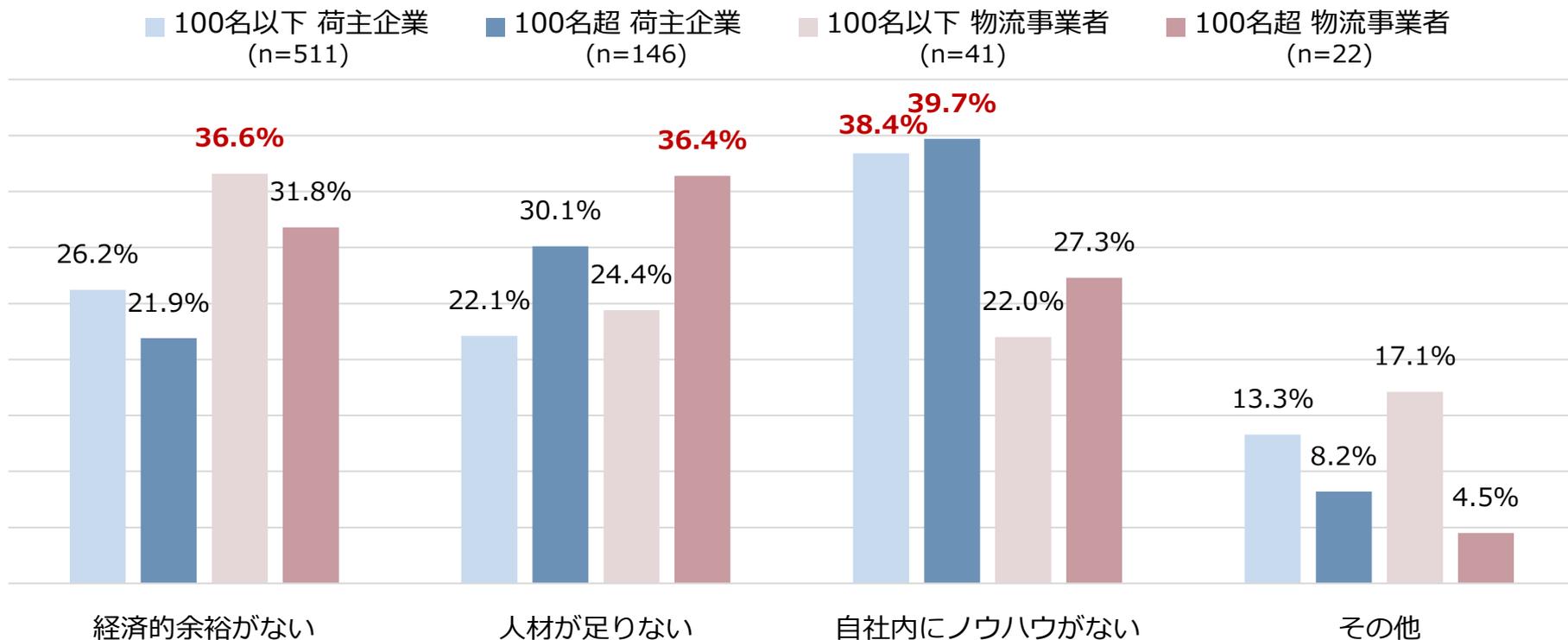


具体的な声 ※いずれも(貨物運送業/5名以下)

- 「各種認定を取得し、働きやすい会社をアピールし、ドライバーの採用を増やしている」
- 「更なる売上拡大を目指し、荷主(取引先)の新規開拓を実施した」
- 「配送条件(リードタイム、時間指定等)の緩和による配送効率の向上をした」
- 「配送ITツール活用による車両数の削減(利益率の向上)や、ドライバーの実態の把握と分析をしている」
- 「求人広告を出しても反響が全くないため、SNSの活用を始め、ホームページのリニューアルに取り掛かり、車庫に求人看板を設定するなど試みている」
- 「ドライバー職の給与体系を変更した。具体的には、不公平感の是正のため、手当・評価項目を納得性の高い内容に変更し、頑張りへの評価項目を追加した。また、新規採用や離職防止を鑑み、持続的かつ安定したサービスの提供を目的とした契約内容に更新した」

■ 物流2024年問題へ向けて取り組めない理由 ※1位

- 物流2024年問題へ向けて取り組めていない理由を規模別、業種別で見ると、荷主企業においては規模に関わらず「自社内にノウハウがない」が最も高く、約4割である。
- 物流事業者においては、100名以下の企業では「経済的余裕がない」が36.6%で最も高いのに対し、100名超の企業では「人材が足りない」が36.4%で最も高い。



その他の声

- 「物流問題やドライバー不足は荷主ではどうすることもできない」（機械器具卸売業/20名以下）
- 「業界として取り組まなければならない課題が多く、自社だけではどうにもならない」（貨物運送業/5名以下）

■ 物流2024年問題への対応に関する期待（1）

- 物流2024年問題への対応に関して政府に対して期待することは、「物流に係る制度の見直しによる効率化の推進」が52.9%と最も高い。
- 運送における属性によらず「物流に係る制度の見直しによる効率化の推進」が高いが、特に物流事業者で63.2%と高い。物流事業者では「商慣習の是正に向けたパートナーシップ構築宣言等の推進と実効性向上」が38.7%で2番目に高くなっている。

【政府に対する期待】※複数回答

物流に係る制度の見直しによる効率化の推進 52.9%

(高速道路の最高速度や駐停車規制の見直し等)

円滑な輸配送に向けたインフラ整備の促進 41.3%

(共同荷捌き駐車場の整備、中継輸送の拠点や重要物流道路の整備促進等)

物流DXの推進 29.8%

(後続車無人隊列走行、ドローン配送、受発注を含むデジタル化の促進等)

物流生産性向上に資する投資促進 26.9%

(バス予約システム、パレットの導入などの設備投資への支援等)

商慣習の是正に向けたパートナーシップ構築宣言等の推進と実効性向上 24.6% (n=945)

＜荷主企業＞ (n=857)

＜物流事業者＞ (n=106)

	(%)
物流に係る制度の見直しによる効率化の推進	51.6
円滑な輸配送に向けたインフラ整備の促進	42.1
物流DXの推進	31.3
物流生産性向上に資する投資促進	26.9
商慣習の是正に向けたパートナーシップ構築宣言等の推進と実効性向上	22.8

	(%)
物流に係る制度の見直しによる効率化の推進	63.2
商慣習の是正に向けたパートナーシップ構築宣言等の推進と実効性向上	38.7
円滑な輸配送に向けたインフラ整備の促進	34.9
物流生産性向上に資する投資促進	26.4
物流DXの推進	17.9

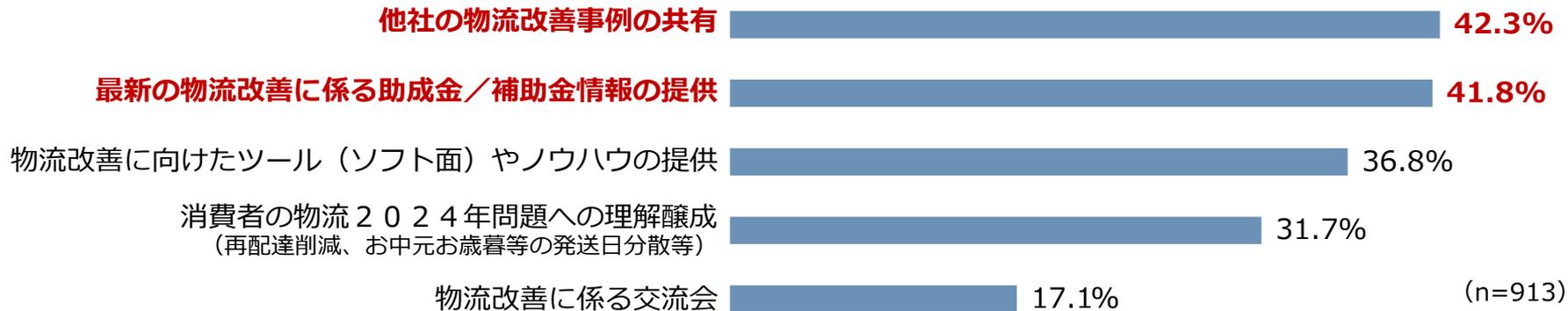
その他の声

- 「**ドライバーの賃金をあげ**、地位を向上させることで若い世代、良い人材が集まるよう支援してほしい」(貨物運送業/5名以下)
- 「**送料無料との消費者意識が強い**。積極的に物流コストに関して情報発信してほしい」(飲食料品小売業/5名以下)
- 「**大手企業の下請け(中小企業等)に対する、適正な取引価格改善の促進**を要望してほしい」(倉庫業/20名以下)
- 「**実態を理解し、業界ごとの特性に即した運用の実施**を求めたい」(飲食料品卸売業/300名以下)

■ 物流2024年問題への対応に関する期待 (2)

- 物流2024年問題への対応について商工会議所に対して期待することは、「他社の物流改善事例の共有」が42.3%、「最新の物流改善に係る助成金／補助金情報の提供」が41.8%で、4割を超える。
- 物流事業者では「物流改善に向けたツール（ソフト面）やノウハウの提供」が56.1%で高くなっている。

【商工会議所に対する期待】 ※複数回答



＜荷主企業＞ (n=788)	(%)	＜物流事業者＞ (n=101)	(%)
最新の物流改善に係る助成金／補助金情報の提供	43.9	物流改善に向けたツール(ソフト面)やノウハウの提供	56.1
他社の物流改善事例の共有	42.5	他社の物流改善事例の共有	40.8
物流改善に向けたツール(ソフト面)やノウハウの提供	34.5	消費者の物流2024年問題への理解醸成	32.7
消費者の物流2024年問題への理解醸成	31.5	物流改善に係る交流会	26.5
物流改善に係る交流会	16.0	最新の物流改善に係る助成金／補助金情報の提供	24.5

その他の声

- 「トラックドライバーの多様な人材の活躍推進に対する、積極的な提言や要望をしてほしい」（商品卸売業/5名以下）
- 「事業者単独では難しい問題なので、情報提供の必要性を感じている」（貨物運送業/100名以下）

- 物流2024年問題への対応のため、**広く問題に対する意識を醸成し、対策を促進する**ことを目的に、「**物流2024年問題特集ページ**」をオープンしました。
- 特集ページには、**物流効率化のヒントとなる、多面的に課題へ取り組む物流事業者の好事例を掲載**しました。
- また、物流関連2法の改正により、特に荷主企業に対する規制が強まることから、主に荷主企業を対象に、物流専門家による「持続可能な物流の取り組み」をテーマとしたコラム（東商会員限定）を掲載しています。

＜主なコンテンツ＞

- 物流に係る行政の最新情報
- 物流専門家のコラム記事
- 物流改善の好事例



＜ポイント＞

- ✓ 国や東京都の物流関連施策について発信！
- ✓ 物流改善に向けて、物流事業者・荷主企業のできることを紹介！
- ✓ 具体的な取り組み内容について企業事例を紹介！



[「物流2024年問題特集ページ」はこちら](#) 



挑みつづける、変わらぬ意志で。

