

# 「流通・サービス業の発展に向けた要望」 (概要)

2024年12月12日  
流通・サービス委員会

# 基本的な考え方

- ・流通・サービス業を取り巻く事業環境が大きく変化している中、各事業者は事業継続・発展へ向けた経営資源の適切な配分のため、**事業ドメインの再定義が必要不可欠**である。これにより、事業領域や市場等を明確化し、より戦略的に商品・サービスを展開することができる。
- ・流通・サービス業全体が「コストカット型経済」から**「高付加価値創出型経済」に転換**するには、**生産性向上と付加価値向上に向けた取り組み**を官民一体となって推進することが必要である。

## <流通・サービス業の現状>

- コスト上昇分の価格転嫁と前向きな賃上げが一部企業で見られる  
⇒**本格的な経済好循環の実現に向けた転換点**
- 慢性的な人手不足  
⇒**生産性向上が急務**
- 為替リスク、物価高による仕入れや労務費等のコスト上昇
- 消費者サイドの低価格志向が根強い  
⇒**価格競争が激化し付加価値向上等が課題に**
- 従前からのトラックドライバー不足の課題に「**物流2024年問題**」が拍車をかけている

## <生産性向上・付加価値向上の状況>

※従業員100名以下

### 【生産性向上に向けた取り組み状況】

必要性を感じている 83.8%

(n=1,356)



- 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
- 必要性を感じていない

### 【付加価値向上に向けた取り組み状況】

必要性を感じている 94.7%

(n=1,047)



- 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
- 必要性を感じていない

# 本要望の5つの柱

## <流通・サービス業における主な課題>

マクロ経済環境

社会全体

各企業

慢性的な人手不足  
/人材不足

デジタル化、  
投資促進

事業の見直し、  
省人化

多様な働き方  
の推進

人材確保、  
人材育成

物価高による消費  
マインド低迷  
(低価格志向)

付加価値の  
理解促進

付加価値の  
訴求

適正な価格で  
の取引推進

コストの上昇  
分の価格転嫁

物流2024年問題・  
ドライバー不足

フィジカルイ  
ンターネット  
の実現、  
情報発信、  
インフラ整備

物流効率化、  
物流人材の  
育成

事業ドメインの再定義

## <要望の柱>

生産性向上

I 生産性向上に資する  
取り組み支援

II 競争力強化に向けた  
人材不足への対応強化

付加価値向上

III 企業特性に合わせた  
付加価値向上の促進

IV 物価上昇に対応できる  
取引環境の整備

持続可能な  
物流の実現

V 持続可能な物流の  
実現に向けた対応

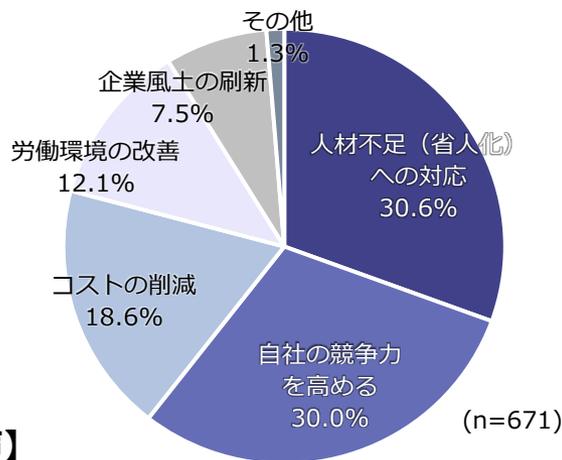
# I. 生産性向上に資する取り組み支援

1. 既存事業の見直し、新事業展開等へ向けた支援  
 <事業領域等の明確化による商品の絞り込み、主業務以外の外出し（アウトソーシング）等>
2. 設備投資や標準化・共通化の促進
3. 業務プロセスの改善／効率化に資するデジタル活用促進

- 多くが生産性向上の必要性を感じているが、約半数が取り組みを行っていない。
- 生産性向上の取り組みができていない企業において、その必要性を感じている理由は「人材不足への対応」「自社の競争力を高める」がそれぞれ約3割であった。
- 生産性向上の取り組みができない理由の多くは「経済的余裕がない」「人材が足りない」ことである。

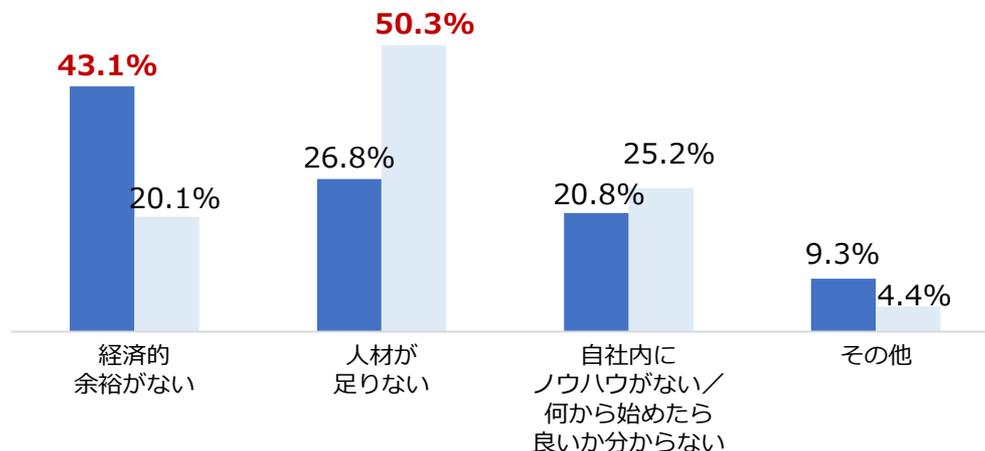
## 【生産性向上の必要性を感じる理由】

※取り組みができていない企業のみ対象



## 【生産性向上の取り組みができない理由】 ※1位

■ 100名以下 (n=720)    ■ 100名超 (n=159)



## 【企業の声】



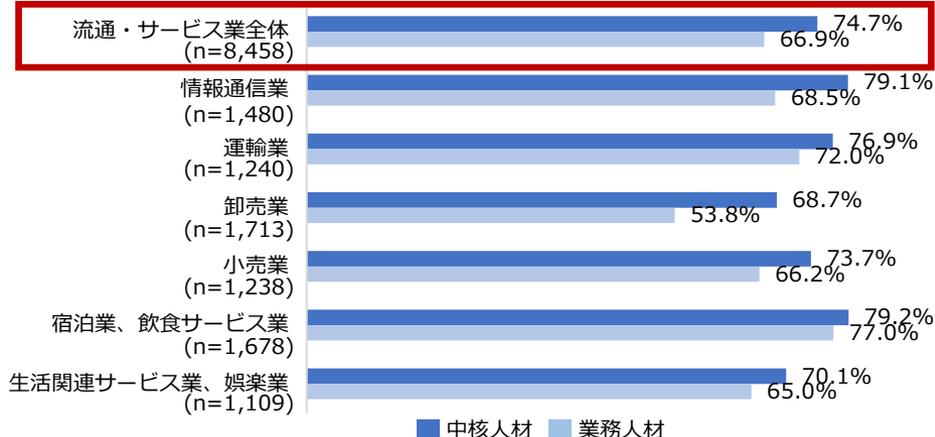
「社内全体の生産性への意識が低く、まだ取り組めない」（その他サービス業）  
 「マンパワーが必要な作業が多いが、人手が足りず省力化ツールもない」（生活関連サービス業）

## Ⅱ. 競争力強化に向けた人材不足への対応強化

1. 企業が求める人材の確保に資する支援  
 <デジタル人材等の企業が求める専門性や技術力をもつ人材の確保等>
2. 中長期的な企業価値の向上につなげる人材育成の拡充
3. 多様な人材（女性、外国人材、シニア、障がい者等）の活躍推進

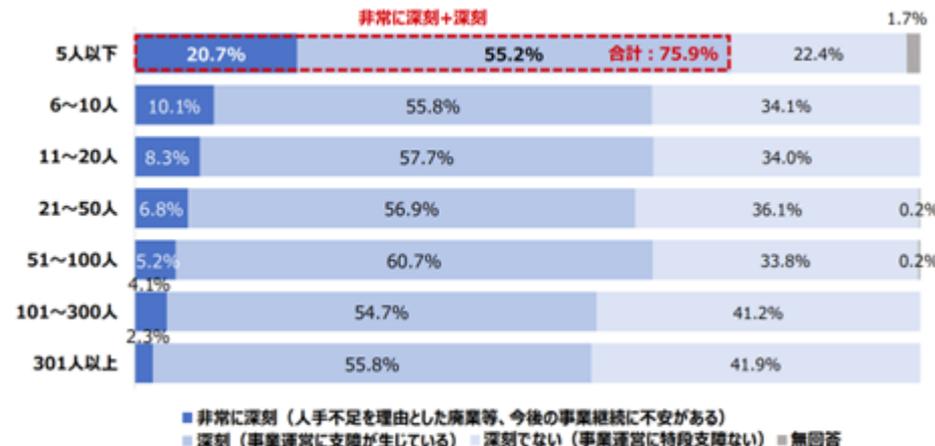
- 流通・サービス業のいずれの業種においても、業務人材に比べて**中核人材の不足感が大きく**、流通・サービス業全体でみても**約10ポイントの差**がある。
- **規模が小さい企業ほど人手不足感が強く**、約8割が「非常に深刻」あるいは「深刻」と回答している。

### 【人材の不足状況（業種別）】



### 【人手不足状況（従業員規模別）】

(n=2,086)



帝国データバンク「中小企業の経営課題とその解決に向けた取組に関する調査」(2023年11月)より一部加工

東京商工会議所「人手不足の状況および多様な人材の活躍等に関する調査」(2023年9月)

### 【企業の声】



「社内でスキルを持っている人材がおらず、また育てる時間がない」 (小売業)  
 「人材採用・育成にかかるコストが足りない」 (運送業)

### Ⅲ. 企業特性に合わせた付加価値向上の促進

#### 1. 企業特性に合わせた商品・サービスの高付加価値化支援

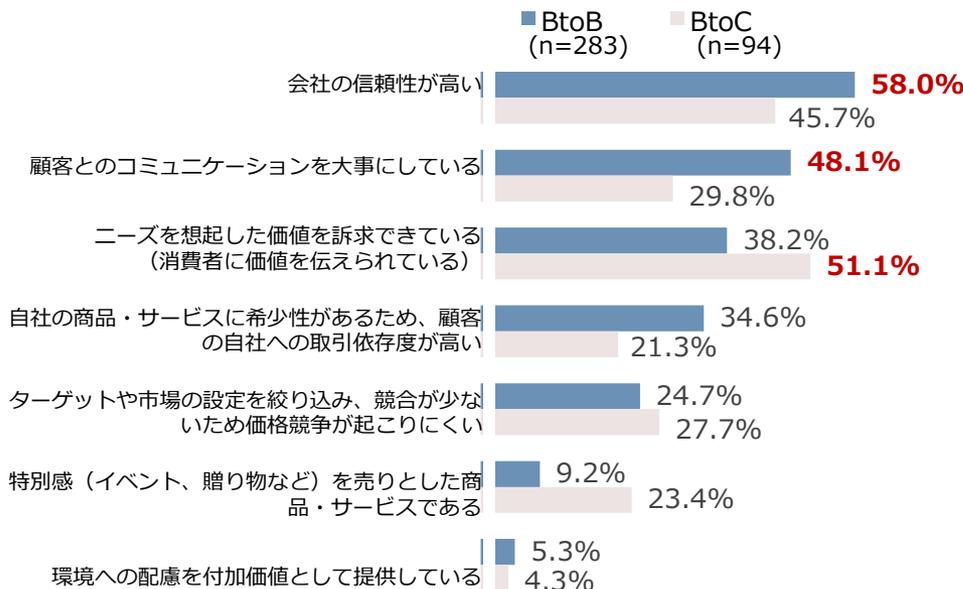
<「稼ぐ力」の強化に向けた主力商品・サービスの付加価値向上に資する支援の拡充>

#### 2. 良い商品・サービスには相応の価格がつく社会の実現への後押し

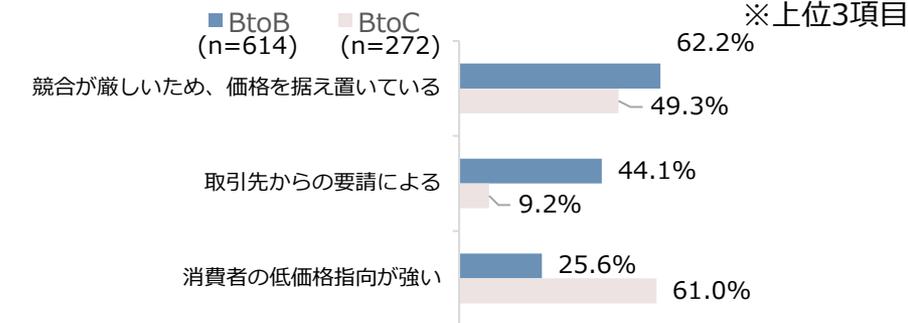
<売上増により賃上げ、所得拡大、消費喚起の好循環につながることへの消費者の理解促進>

- 目標とする価格以上で販売できている理由について、BtoB企業は「**会社の信頼性が高い**」「**顧客とのコミュニケーションを大事にしている**」が多く、BtoC企業は「**ニーズを想起した価値を訴求できている**」ことが多い。
- 目標とする価格より安価な価格で販売している理由としてはBtoB企業は「**競合が厳しいため、価格を据え置いている**」が多く、BtoC企業は「**消費者の低価格志向が強い**」が多い。  
**企業特性に合わせた価格戦略が重要。**

【目標とする価格以上で販売できている理由】



【目標とする価格より安価な価格で販売している理由】



#### 【企業の声】



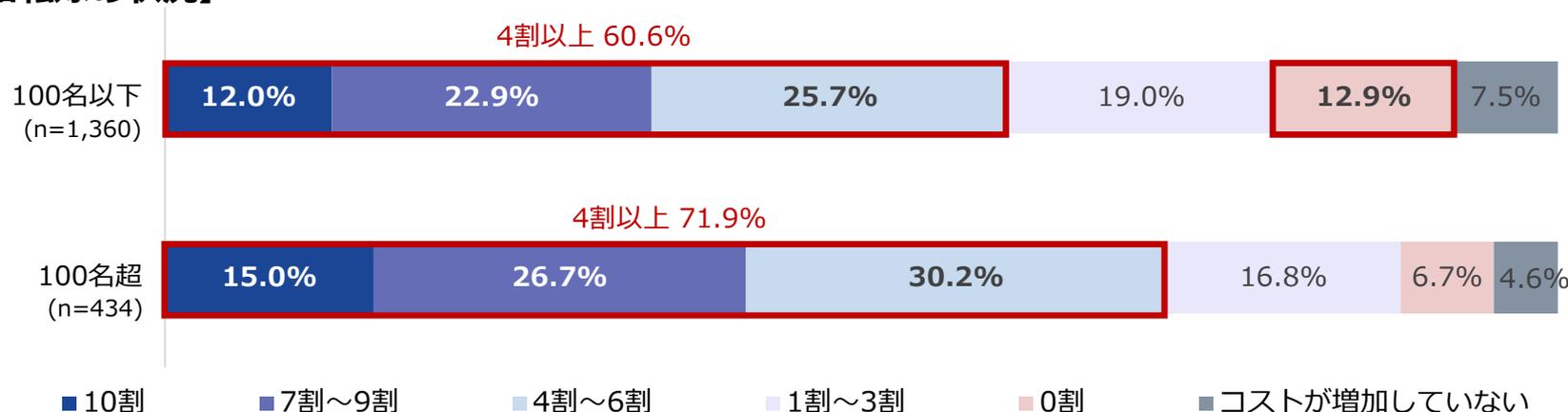
「主要クライアントは価格転嫁に対して理解を示しているが、競合が厳しいため価格を据え置いている。適正な価格での取引をするためには、よりパートナーシップ構築宣言の推進が必要」 (広告業)

## IV. 物価上昇に対応できる環境の整備

1. 労務費を含めたコスト上昇分の適切な価格転嫁促進
2. パートナーシップ構築宣言の推進による適正な価格での取引促進、商慣行の是正

- 流通・サービス業の内、**4割以上価格転嫁ができています割合**が従業員規模100名超の企業においては71.9%である一方、100名以下の企業においては60.6%であり、**10ポイント以上の差**がある。
- 従業員規模100名以下の企業においては、**約13%は全く価格転嫁ができていない**。

### 【価格転嫁の状況】



### 【企業の声】



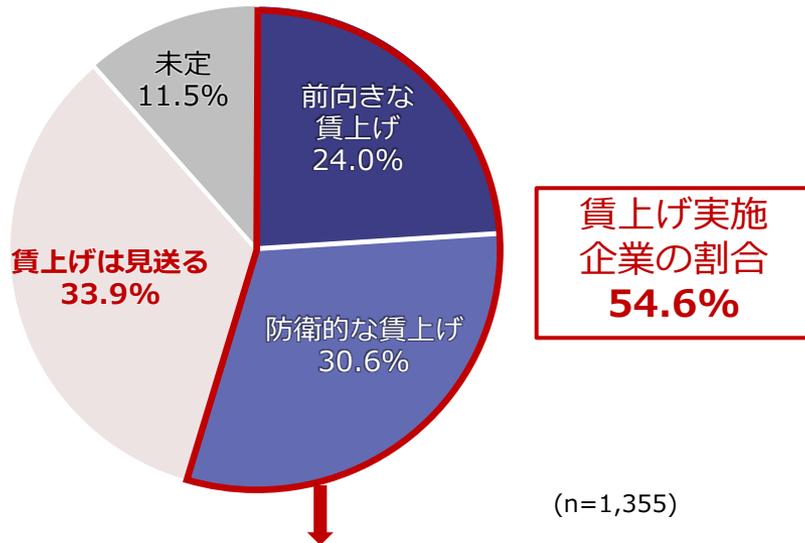
「海外食材がメインのため、円安や海外情勢、輸送コストの上昇により仕入れ値が3倍近くにまで上がっているが、売価をそこまであげることにはできない」（飲食店）

「取引先から要請されているわけではないが、なかなか価格転嫁を言い出すことができない」（その他サービス業）

# (参考) 流通・サービス業の賃上げ状況

## 【流通・サービス業の賃上げ状況】

※従業員規模100名以下

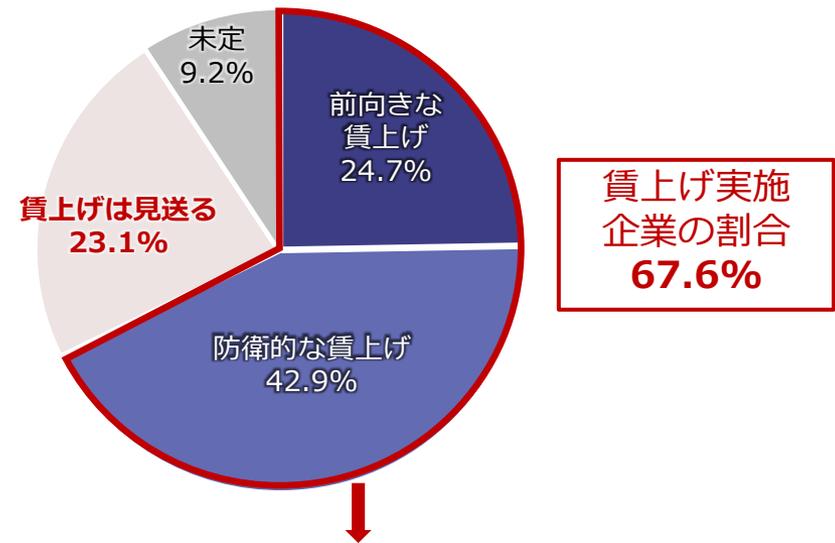


### 【賃上げ実施企業を100とした場合の割合】

前向きな賃上げ	防衛的な賃上げ
43.9%	56.1%

東京商工会議所「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」(2024年9月)

## 【全産業の賃上げ状況】



### 【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%

日本商工会議所「商工会議所LOBO 2024年9月調査結果」(2024年9月)

- 賃上げ実施企業のうち「防衛的な賃上げ」の割合は約6割、全産業を対象とした調査結果と大差なし
- 「賃上げは見送る」と回答した割合を比較すると、全産業の約2割に対して、流通・サービス業は約3割と約10ポイントの差があり、**防衛的賃上げすら実施できていない厳しい実態**が浮き彫りに

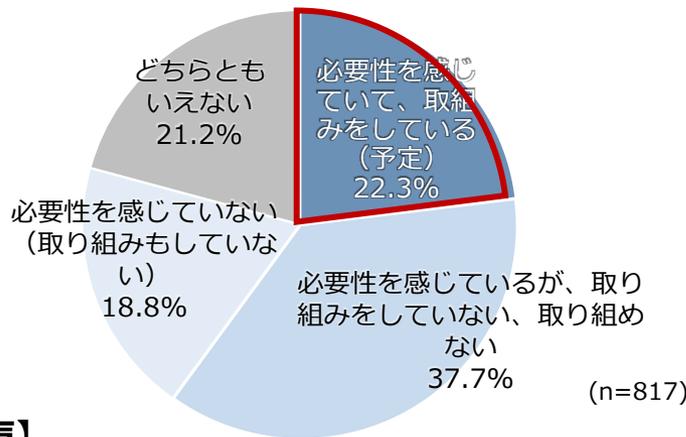
# V. 持続可能な物流の実現に向けた対応（1）

1. 荷主企業・物流事業者における**物流効率化**の加速  
 <ITツールの活用、共同配送、モーダルシフト等>
2. ドライバーの待遇改善に向けた**物流コストの適切な価格転嫁**促進
3. 物流改善に向けた**意識醸成に資する情報発信強化と物流人材の育成支援**

➤ 物流改善の必要性を感じている荷主企業は約6割、物流事業者は7割強であったが、**取り組みをしている荷主企業は約2割、物流事業者においても5割弱**にとどまり、対策が進んでいない。

### 【物流2024年問題への取り組み状況】

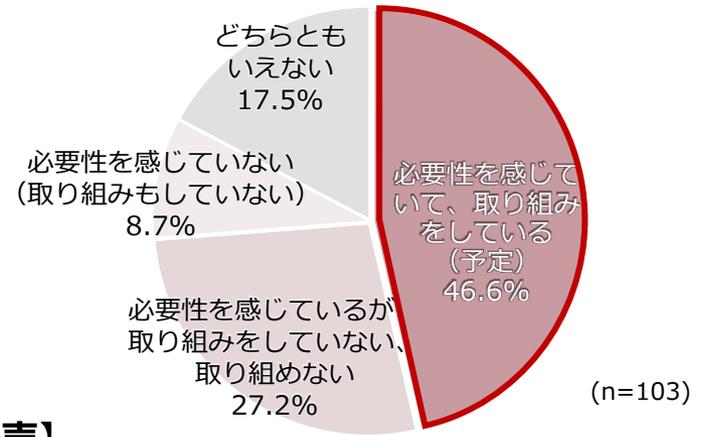
#### <荷主>



#### 【企業の声】

「物流業務は自社ではどうしてもできないため、何も取り組んでいない」(卸売業)  
 「自社に物流業務に関するノウハウがないため積極的な取り組みをしていない」(小売業)

#### <物流事業者>



#### 【企業の声】

「運送料の値上げにより顧客と売上が減少した」  
 「残業時間を削減するとドライバーの手取り給与が減るため、離職をするドライバーが出るのではないかとヒヤヒヤしている」

## V. 持続可能な物流の実現に向けた対応（2）

### 4. 実態に即した規制や制度の運用推進

<改正物流効率化法の運用等>

### 5. 円滑な輸配送に向けたインフラ整備推進

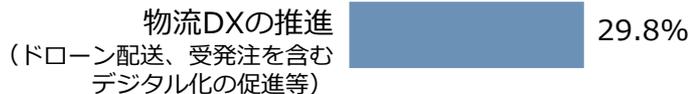
<共同荷捌き駐車場の整備、重要物流道路制度による道路機能強化等>

### 6. 政府主導による物流DX推進

<物流MaaS実現に向けた取り組みの推進、自動物流道路の実現に向けた検討の推進等>

- 物流2024年問題に対して政府に期待することは「**物流に係る制度の見直し**」「**インフラ整備の促進**」「**物流DXの推進**」が上位にあがった。
- 制度の改正に関しては、プラスの声もある一方で実態に即した運用を求める声が多かった。

#### 【物流2024年問題に対する政府への期待】 ※上位3項目



(n=963)

#### 【企業の声】

<制度改正に関する政府への期待>



「物流コストがかさむため、高速料金を安くしてほしい」(運送業)  
「共同配送を促進し、荷捌き場などを整備してほしい」(卸売業)

<物流関連2法の改正により想定される影響>



「物流の取組が加速する」(運送業)  
「下請け会社へのコスト負担強要が想定される」(運送業)  
「特定事業者になることで業務負荷が増加するだろう」(飲食料品卸売業)

挑みつづける、変わらぬ意志で。

