

# 主張

「労働生産性の伸び率が2020年までに2・0%となる」が、サービス産業に関する政府の成長戦略の目標である。

サービス産業はGDPの4分の3を占めることから、その生産性を向上させることは成長戦略においても重要な課題だ。

しかし、13年から15年までの労働生産性の伸び率は毎年0・2〜0・3ポイントずつ

人宅への配送は、届け先不在による再配達率が2割を占め、そのために費やされる労働力は年間9万人と言われている。

こうした状況に対して、有識者会議の経済成長フォーラムは、宅配事業では商品の値段と物流費を分ける「価格のアンバンドリング」が必要だと提言した。ネット通販等で商品の価格が「送料無料」のセット料金になってしまっていることが、適正な価格付けを困難にし、物流事業者の生産性向上を阻む大きな原因にな

も、利用者は納得できるのではないか。こうした受け取り方の多様化は、物流事業者にとって、利用者に対する適正な費用転嫁を可能とし、再配達率の引き下げなどを通じて生産性向上につながる。

一方、利用者にとっても、宅配ロッカーやコンビニ等からの直接引き取りによって自宅で受け取るよりも割引料金になれば、メリットの方が大きいと感ずる人も増えるだろう。宅配ロッカーを物流事業の「インフラ」と位置付け、官民が協力

## 物流業の生産性向上

### 求められる配送料の「見える化」

増えているが、15年の伸び率は1・3%

に過ぎず目標の2・0%の実現までには

至っていない。多様な業種を含むサービ

ス産業の生産性を上げるには、各々の業

種特性や課題を踏まえた対策が必要にな

る。とりわけ対応が急がれるのが運輸・

物流事業だ。昨今トラック物流事業の運

転手不足が深刻化しつつあり、特に宅配

事業はネット通販の急速な進捗に対応す

ることが困難になりつつある。中でも個

っているという訳だ。

価格のアンバンドリングによる物流費

用の「見える化」は、利用者のニーズに

応じた多様な配送費用の設定を可能にす

る。例えば、利用者が荷物を宅配ロッカ

ーやコンビニ等で受け取るときには安い

配送料を、自宅で受け取るときには高い

配送料を負担するなど、多様な受け取り

方を選択できる。併せて、再配達には一

定の割引増し料金が発生するようにして

して設置することも配送料の見える化とともに求められよう。

価格のアンバンドリングが必要なのは

物流事業だけではない。「おもてなし」

という言葉の陰に隠れて、見えないコス

トを事業者が負担しているケースは多

い。サービス産業の生産性向上をはかる

には、そういうコストを見える化し、サ

ービスに対する適正な価格付けを実現し

ていくことが不可欠である。