



本件照会先

石井 ヤニサ（主任研究員）
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9343（直通）
情報統括部：keiki@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/05/28

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

改正物流効率化法、 7割が『内容を知らない』 荷主事業者で認知進まず

物流改善に向け「連携」が重要
運送側と荷主側で意識差も

改正物流効率化法に関する企業の意識調査（2026年4月）

SUMMARY

2026年4月1日に全面施行された改正物流効率化法の『内容を知っている』企業の割合は16.8%だった一方、『内容を知らない』企業は69.7%にのぼった。物流停滞に対して重要と考える対策は「関係事業者間での連携の強化」が約4割で最も高くなり、物流量やタイミングの調整など運用面での対応も上位に並んだ。業界別では『運輸・倉庫』における内容の認知割合が6割と高い一方、主要な荷主事業者では2割以下となったほか、重要と考える対策にも違いがみられた。

株式会社帝国データバンクは、全国2万3,083社を対象に、2026年4月1日に全面施行された「改正物流効率化法」に関するアンケート調査を実施した。

※調査期間：2026年4月16日～4月30日（インターネット調査）

※調査対象：全国2万3,083社、有効回答企業数は1万538社（回答率45.7%）

改正物流効率化法、企業の 7 割が『内容を知らない』

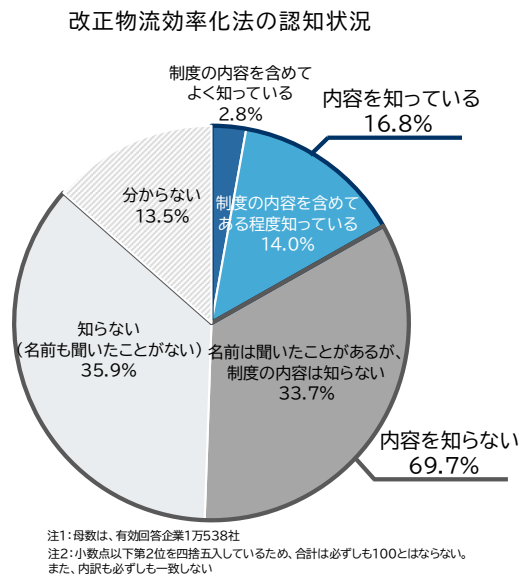
2026 年 4 月 1 日に「改正物流効率化法」が施行され、一定規模以上の特定事業者には中長期計画の作成や定期報告が義務付けられた。これに先立ち、2025 年 4 月には、すべての荷主および物流事業者に対し、物流効率化に向けた取り組みが努力義務として課された。

改正物流効率化法の認知状況を尋ねたところ、「制度の内容を含めてよく知っている」は 2.8%、「制度の内容を含めてある程度知っている」は 14.0%となった。両者を合わせた『内容を知っている』企業は 16.8%と、2 割に満たない低水準にとどまった。一方で、「名前は聞いたことがあるが、制度の内容は知らない」は 33.7%、「知らない(名前も聞いたことがない)」は 35.9%となり、合計すると『内容を知らない』企業は 69.7%と 7 割近くに達した。

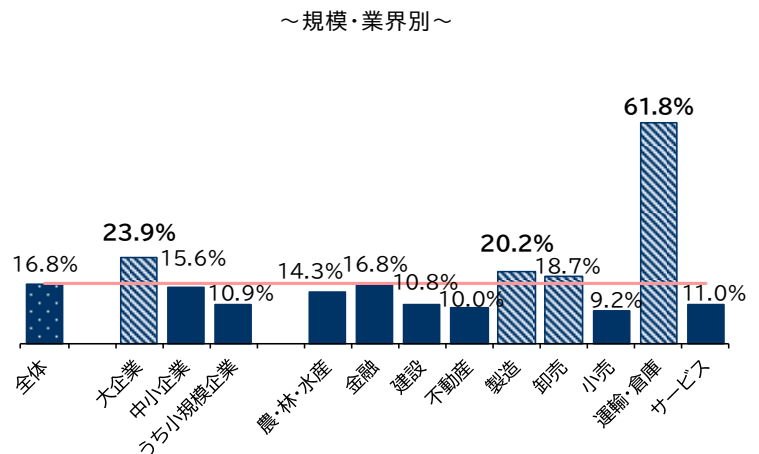
企業からは、「改正物流効率化法は、当社にとって規制への対応ではなく、持続可能で効率的なサプライチェーン構築に資する取り組みと捉えている」(機械製造)や「法律の内容に対する理解を深めるとともに、自社で納品可能な体制や分納の仕組みづくりが必要」(出版・印刷)といった前向きな声が寄せられた。

一方で、「適正な運賃での取引が実現していないにもかかわらず、制度だけが先行している」や「現場の実態とかけ離れており、机上の空論に感じる」(ともに運輸・倉庫)といった、実務を担う運送事業者からの厳しい指摘もみられた。

改正物流効率化法の認知状況



改正物流効率化法の『内容を知っている』企業の割合



規模別に『内容を知っている』割合をみると、取り扱う貨物量がより多い傾向にある「大企業」は 23.9%と全体を 7.1 ポイント上回った。

業界別では、トラック運送など物流事業者が多くを占める『運輸・倉庫』が 61.8%と突出して高かった。他方、原材料調達から出荷まで物流依存度の高い荷主側である『製造』(20.2%)のほか、『卸売』(18.7%)も全体を上回ったものの、いずれも 2 割前後にとどまった。また、『小売』は 9.2%と全体を下回り、主に着荷主として物流との接点が多いにもかかわらず、認知は低水準だった。荷主の間でも特に着荷主中心の業界で認知が進んでいない実態が浮き彫りとなった。企業からは、「初めて知ることだったので、今から自社で何ができるか検討したい」(繊維・繊維製品・服飾品小売)といった声が聞かれた。

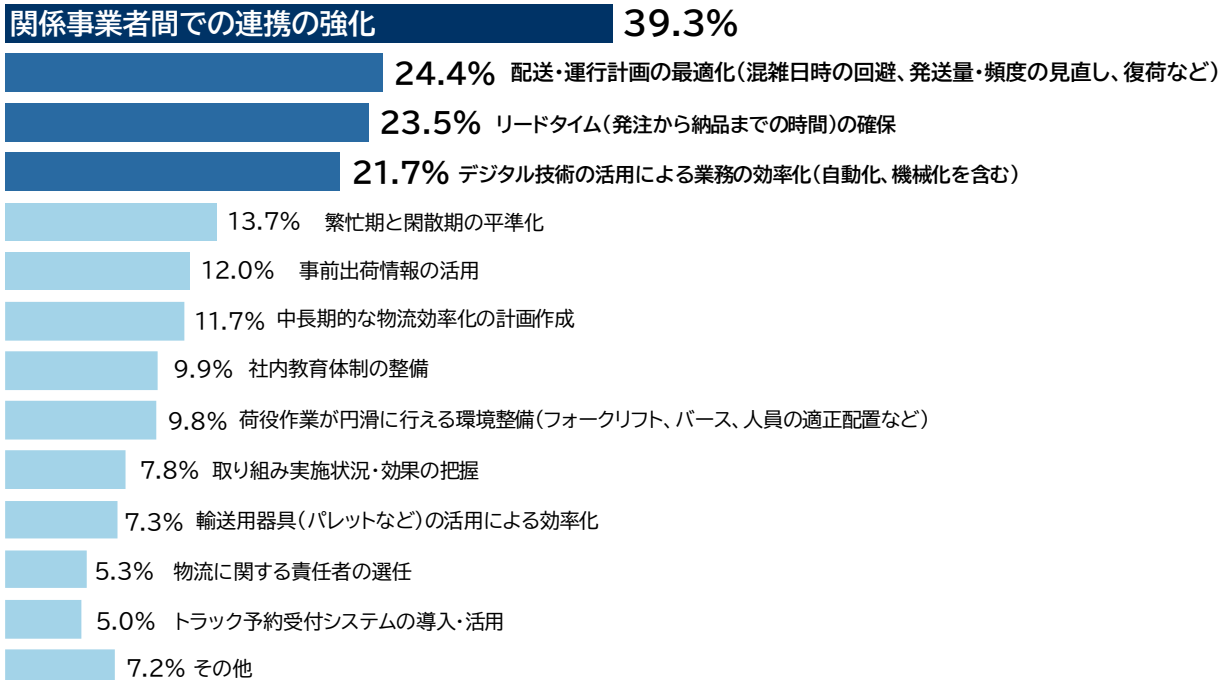
重要な対策、「関係事業者間での連携の強化」がトップ

働き方改革にともなう 2024 年問題やドライバー不足による物流停滞が懸念されるなか、重要と考える対策・取り組みについて尋ねたところ、「関係事業者間での連携の強化」が 39.3%でトップとなった(複数回答、以下同)。『運輸・倉庫』『製造』『卸売』のいずれも 4 割に達しており、当事者にとって物流課題は自社単独では解決しにくいとの認識が広がっている。

次いで、混雑日時の回避、発送量・頻度の見直し、復荷など「配送・運行計画の最適化」(24.4%)や「リードタイム(発注から納品までの時間)の確保」(23.5%)といった物流量やタイミングを調整する運用面での対応が続いた。さらに、これらを支える手段としての側面を持つ自動化など「デジタル技術の活用による業務の効率化」(21.7%)も上位に位置した。

一方で、「物流に関する責任者の選任」(5.3%)といった組織体制の整備に加え、「輸送用器具(パレットなど)の活用による効率化」(7.3%)や、フォークリフト、バース、人員の適正配置などの「荷役作業が円滑に行える環境整備」(9.8%)といった現場における荷役作業の効率化に関する項目は、いずれも低水準にとどまった。

物流の停滞に対する重要な対策・取り組み



注:母数は、有効回答企業1万538社

物流事業者である『運輸・倉庫』と、主要な荷主である『製造』『卸売』『小売』(以下、『荷主事業者』)を比較すると、『運輸・倉庫』では多くの項目において重要とする割合が相対的に高く、課題意識の高さが幅広い分野でみられた。なかでも、『運輸・倉庫』の割合が『荷主事業者』すべてを 10 ポイント以上上回ったのは、「繁忙期と閑散期の平準化」、「荷役作業が円滑に行える環境整備」、「社内教育体制の整備」だった。

一方で、「リードタイム(発注から納品までの時間)の確保」のみは『荷主事業者』を下回っており、物流事業者と荷主事業者との間で、重要と考える対策に違いがみられた。

企業からは、「ドライバー、物流事業者、荷主が相互に理解を深め、連絡や打ち合わせを綿密に行うことが重要」（建設）や、「発荷主と着荷主の取り決めが物流事業者に共有されないことで、事故や無理が生じている」（その他サービス）といった声が寄せられ、関係事業者間の連携の重要性が指摘された。

また、「着荷主が午前中のみ受け入れとするなどの課題があり、改善が必要」（食料品卸売）や、「発送量・納入量の適正化や適切なリードタイムの確保が求められる」、「発荷主・着荷主の意識改革が必要」（ともに運輸・倉庫）との声が聞かれ、荷主側の改善を求める声も複数聞かれた。

さらに、「運送料金を引き上げ、従業員の賃金改善につなげる」や、「物流現場の実態を踏まえ、積極的に労働ができる環境づくりに向けた法整備を進めるべき」（ともに運輸・倉庫）といった指摘もみられ、ドライバー確保や労働環境の改善に向けた取り組みの重要性もあげられた。

まとめ

本調査では、2026年4月1日に全面施行された改正物流効率化法の『内容を知っている』企業の割合が2割に満たない低水準にとどまった。業界別では『運輸・倉庫』が6割で突出して高かった一方、主要な荷主事業者である『製造』『卸売』は約2割、『小売』は約1割にとどまった。

物流停滞に対して重要と考える対策・取り組みは、「関係事業者間での連携の強化」が約4割でトップとなった。続いて、「配送・運行計画の最適化」や「リードタイムの確保」といった物流量やタイミングを調整する運用面での対応に関する項目に加え、「デジタル技術の活用による業務の効率化」も上位にあがった。また、業界別では物流事業者と荷主事業者との間で、重要と考える対策に違いがみられた。

同改正法では、一定規模以上の貨物輸送量や車両数を有する企業に対して義務が課される一方、それ以外の企業には努力義務にとどまっている。そのため、回答企業の85%が中小企業である本調査では、法改正に対する認知が十分に進んでいない結果になったと考えられる。しかし、2030年には国内で輸送される9億トン超の荷物が運べなくなるとされる、いわゆる「物流の2030年問題」が懸念されている。このような事態を回避するためには、企業規模を問わず、物流に関わるすべての企業が対応を進めることが不可欠である。さらに、こうした取り組みは企業にとっても、配送コストの削減やサービス品質の向上といった効果が期待される。

今後は、デジタル技術の活用による自動化・効率化に加え、物流事業者におけるドライバー確保に向けて賃上げ原資を確保するための価格転嫁を進めやすい環境整備の強化など、多岐にわたる取り組みが重要である。また、物流事業者と荷主の連携強化とともに、消費者側でも配送に関する買い物習慣の見直しといった意識改革も求められる。

＜参考＞企業からの声

企業からの声	業種 51 分類
取引先との納品期日の確認については今まで以上に詳細に取り決めていきたい	建設(一般管工事)
今まではチャーター便、宅配業者便に頼っていたが、近場であれば自社便にて対応するなど社内体制を強化している	建設(内装工事)
即日配送は割高料金にするなど、すべてが「即日」という意識をなくせばよい	不動産
トラック輸送から鉄道・船舶へモーダルシフトを強化している。また、配送の大口化や共同配送、拠点倉庫への送り込みロットの見直し、パレット導入、納品リードタイムの変更などにより、配送コスト削減とドライバー負荷軽減を進めている	飲食料品・飼料製造
運送会社に対して、早い段階での輸送計画を立てられるよう、情報共有を専用のアプリを用いて実施している。併せて、顧客には納品先でのトラックの待機時間 1 時間以内を協力要請しており、拘束時間の削減を実施している	電気機械製造
取引先の着荷主に対して効率化のため一回の納品量を増やすという提案をしても、荷受けする体制がないため、ほとんど固辞される。ドライバーだけの問題ではなく、物流システム全体での改革が必要だと感じる	飲食料品卸売
行政には、得意先が余裕を持って発注する・在庫を多めに抱えるように促してほしい	機械・器具卸売
運行計画の平準化を目指しているが、閑散期・繁忙期にはっきりと分かれるため、かなり困難であると考えている	専門商品小売
社内用物流に関してはリードタイムを検討し対応できることがあるが、顧客からの依頼は顧客の希望優先となるため、課題解決が可能かは不透明。逆に運送会社より希望を教えてほしい	各種商品小売
小売事業では送料無料や即日配送などが当たり前になっており、そのシワ寄せが物流業界の負担につながっている。消費者において相応の送料やリードタイムを受け入れることが当然となるよう、業界団体や行政による働きかけが必要	家電・情報機器 小売
運送業者の配送システムを導入した	運輸・倉庫(普通倉庫)
リードタイムを延ばせば、ドライバー不足は大きく緩和されると考える。また、荷主側の荷物量が荷さばき能力を上回るキャパシティ不足により、当社ドライバーが最大 7 時間待機するケースもあり、罰則などの実効的な対策がなければ改善は難しい	運輸・倉庫 (一般貨物自動車運送)
運送業界、特に中小企業での価格転嫁および社会的地位の向上がなければいろいろな取り組みの実現は難しいと感じる	運輸・倉庫 (一般貨物自動車運送)
当社ではそれなりの投資と運用を重ねた結果、ようやく荷待ち時間を短縮できた。このような投資に対する補助金制度に柔軟性を持たせたり強化したりしてほしい	運輸・倉庫 (港湾運送)
適正運賃の授受と荷主側の物流効率化を促進し、運送事業者へのしわ寄せを止めさせる。物流業の社会的地位の向上を図り、新卒者や就職希望者に将来性のある業種として認識してもらうよう改革を促進していくべきである	運輸・倉庫 (利用運送)

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,083社、有効回答企業1万538社、回答率45.7%)

(1) 地域

北海道	453	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,138
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	743	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,625
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	799	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	675
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,141	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	363
北陸(新潟 富山 石川 福井)	518	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	1,083
合計			10,538

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	112	小売	飲食品小売業	133		
金融	161		繊維・繊維製品・服飾品小売業	73		
建設	1,661	(817)	医薬品・日用雑貨品小売業	48		
不動産	461		家具類小売業	24		
製造	飲食品・飼料製造業		275	家電・情報機器小売業	65	
	繊維・繊維製品・服飾品製造業		109	自動車・同部品小売業	124	
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		173	専門商品小売業	270	
	パルプ・紙・紙加工品製造業		78	各種商品小売業	62	
	出版・印刷		168	その他の小売業	18	
	化学品製造業		307	運輸・倉庫	435	
(2,443)	鉄鋼・非鉄・鋳業		455	サービス	飲食店	117
	機械製造業		411		電気通信業	9
	電気機械製造業	257	電気・ガス・水道・熱供給業		20	
	輸送用機械・器具製造業	97	リース・賃貸業		96	
	精密機械・医療機械・器具製造業	62	旅館・ホテル		100	
	その他製造業	51	娯楽サービス		90	
	卸売	飲食品卸売業	283		放送業	19
繊維・繊維製品・服飾品卸売業		147	メンテナンス・警備・検査業		267	
建材・家具・窯業・土石製品卸売業		251	広告関連業		103	
紙類・文具・書籍卸売業		100	情報サービス業		484	
化学品卸売業		206	人材派遣・紹介業	77		
再生資源卸売業		40	専門サービス業	392		
鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業		234	医療・福祉・保健衛生業	113		
機械・器具卸売業		727	教育サービス業	35		
その他の卸売業	276	その他サービス業	226			
その他				36		
合計				10,538		

(3) 規模

大企業	1,545	14.7%
中小企業	8,993	85.3%
(うち小規模企業)	(3,558)	(33.8%)
合計	10,538	100.0%
(うち上場企業)	(186)	(1.8%)

2. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング