報道関係者各位

PRESS RELEASE
2026.11.10
レバレジーズ株式会社

送料値上げ、約5人に1人が
「1円でも上がれば利用を控える」と回答

配送料値上げに関する消費者の意識調査



レバレジーズ株式会社が運営するエッセンシャルワーカー向けキャリア支援サービス「レバジョブ」（https://levjob.jp/）は、全国の20代～60代以上の男女647名を対象に、「配送料値上げに関する消費者の意識調査」を実施しました。

〈調査サマリー〉

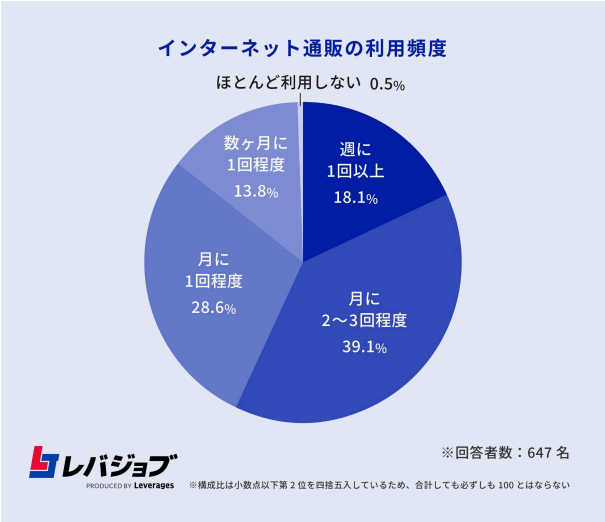
1. インターネット通販「週1回以上」の利用者は約2割、価格と利便性を重視

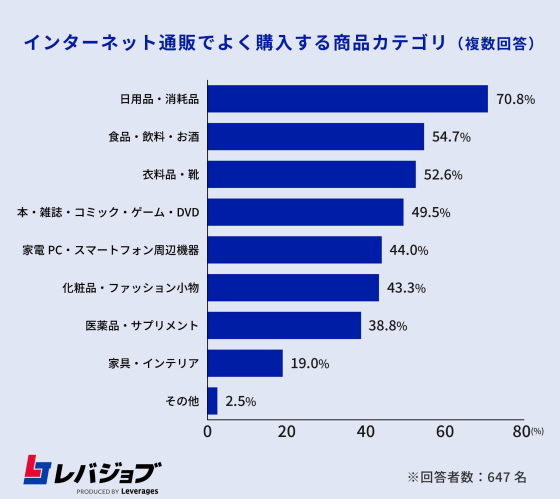
2. 6割以上が配送遅れの経験があると回答、困った荷物は「食品・飲料」が最多
3. 配送料の負担、約5人に1人が「1円でも送料が上がるなら利用を控える」と回答
4. 許容額を超える送料値上げでは、約8割が「まとめ買い」や「買い控え」を検討

1. インターネット通販「週1回以上」の利用者は約2割、価格と利便性を重視

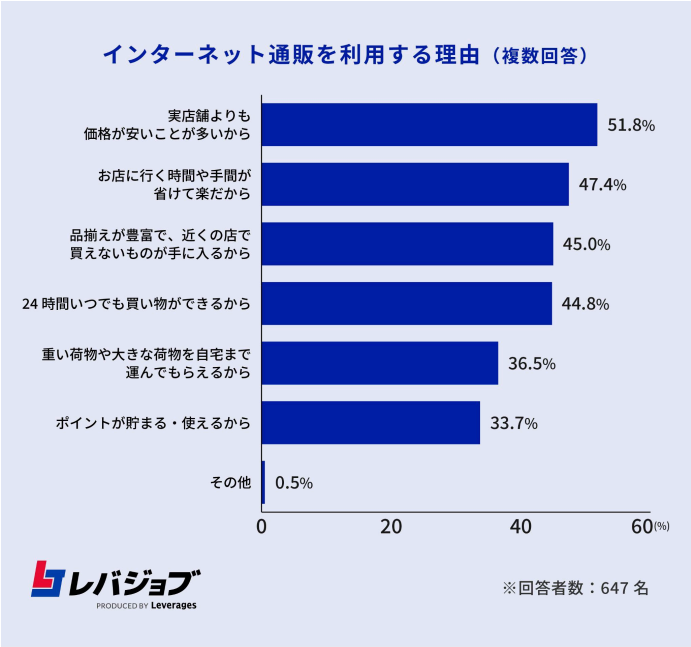
日常生活におけるインターネット通販（ECサイト・アプリ）の利用頻度を調査したところ、約2割が「週に1回以上（18.1%）」利用していることが分かりました。

購入する商品ジャンルでは「日用品・消耗品（70.8%）」が最も多く、次いで「食品・飲料・お酒（54.7%）」「衣料品・靴（52.6%）」と続きます。





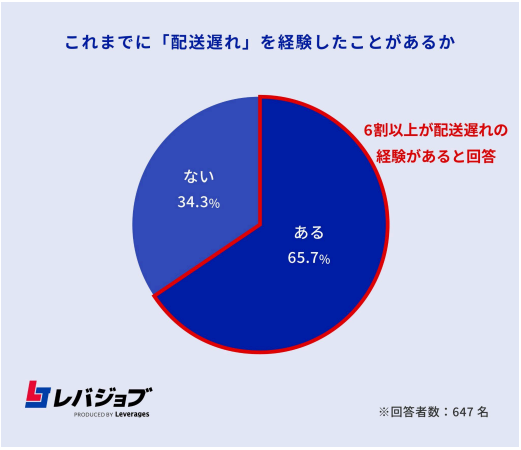
店舗ではなくインターネット通販を利用する理由については、「実店舗よりも価格が安いことが多いから（51.8%）」「お店に行く時間や手間が省けて楽だから（47.4%）」が上位となりました。価格面でのメリットと、買い物時間を短縮できる利便性が、EC利用を選ぶ大きな要因となっていることがうかがえます。

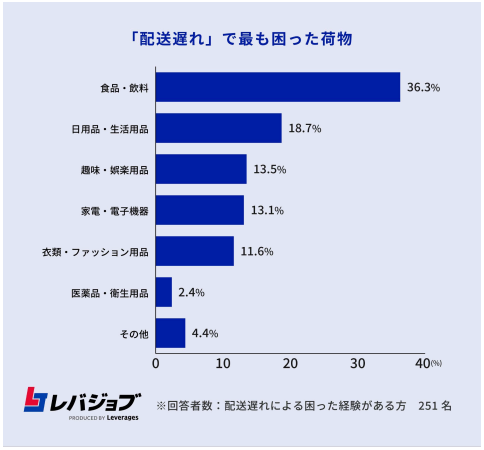


2. 6割以上が配送遅れの経験があると回答、困った荷物は「食品・飲料」が最多

これまでに配送遅れを「経験したことがある（65.7%）」と回答した人は、6割を超えました。

配送遅れによって最も困った荷物を尋ねたところ、「食品・飲料（36.3%）」が最多となり、次いで「日用品・生活用品（18.7%）」「趣味・娯楽用品（13.5%）」と続きます。

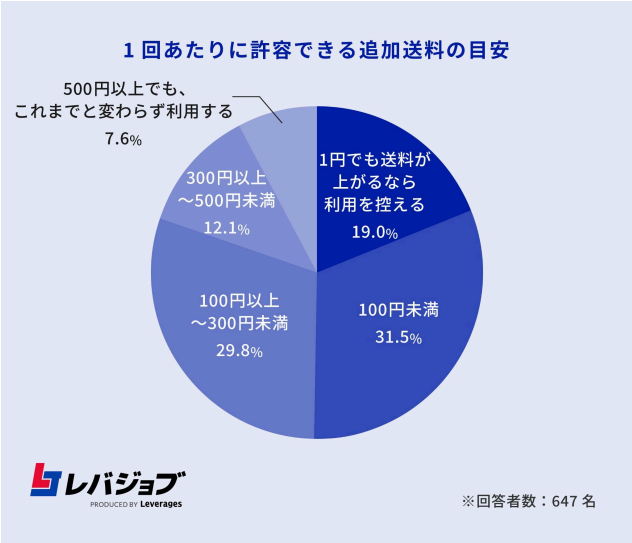




3. 配送料の負担、約5人に1人が「1円でも送料が上がるなら利用を控える」と回答

今後、宅配サービスの送料が値上げされたり、「送料無料」の条件が厳しくなったりした場合、1回の配送につき追加で負担できる金額を尋ねたところ、最も多かったのは「100円未満（31.5%）」、次いで「100円以上～300円未満（29.8%）」となりました。

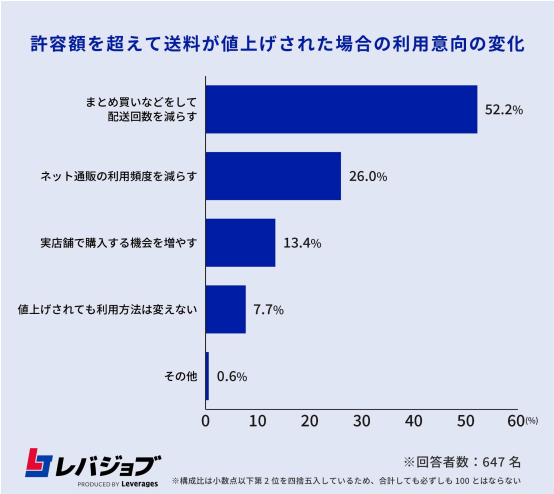
一方で、約5人に1人が「1円でも送料が上がるなら利用を控える（19.0%）」と回答し、送料値上げへの抵抗感の強さも明らかになりました。

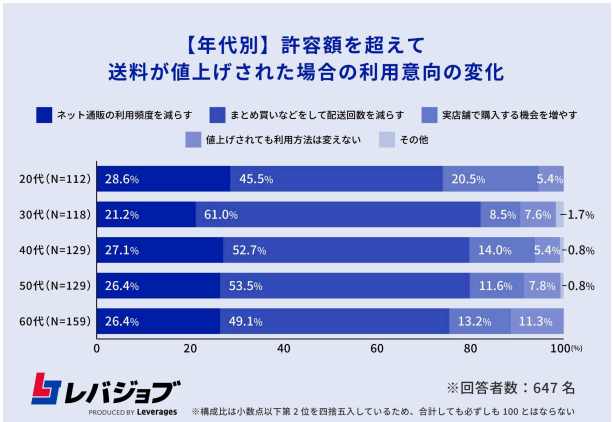


4. 許容額を超える送料値上げでは、約8割が「まとめ買い」や「買い控え」を検討

許容額を超えて送料が値上げされた場合の利用意向の変化について質問したところ、「まとめ買いなどをして配送回数を減らす（52.2%）」が過半数を占めました。

次いで「ネット通販の利用頻度を減らす（26.0%）」、「実店舗で購入する機会を増やす（13.4%）」と続き、「値上げされても利用方法は変えない（7.7%）」と答えた人は1割未満にとどまりました。





〈レバジョブ サービス責任者 森山 智典のコメント〉

近年、物流業界では燃料費や人件費の高騰、「物流の2030年問題」への対応などを背景に、宅配各社で送料改定の動きが続いています。

今回の調査では、ネット通販が日用品や食品など生活に欠かせない購入手段として定着する一方で、送料の変化が消費者の購買行動に大きく影響することが明らかになりました。送料が許容額を超えて値上がりした場合には、約8割が「まとめ買い」や「利用頻度の減少」を検討すると回答しており、送料の値上げは消費者の購買行動を左右する重要な要素であることがうかがえます。また、配送遅延を経験した人は6割を超え、特に食品や日用品など、生活に密接に関わる荷物ほど、配送遅延による影響が大きいことも分かりました。

物流業界では深刻なドライバー不足が続いており、何も対策を講じなければ2030年度には輸送力が約34%不足する可能性があると推計されています※1。こうした状況の中、物流サービスの品質を維持し、安定した配送を実現するためには、配送効率化やDXの推進に加え、現場を支える人材の確保がこれまで以上に重要になるといえるでしょう。

※1：株式会社NX総合研究所試算/国土交通省,総合物流施策大綱（2026 年度～2030 年度）
https://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/freight/content/001993236.pdf



◆森山 智典（**Tomonori Moriyama**）レバジョブサービス責任者
2020年にレバレジーズ株式会社へ入社。IT領域におけるキャリア支援に従事した後、福岡支店長およびエリアマネージャーを歴任し、地方拠点の立ち上げ・事業拡大を牽引。現在は、エッセンシャルワーカー向けキャリア支援サービス「レバジョブ」の立ち上げを担い、サービス責任者として事業全体を統括している。

＜調査概要＞
調査年月：2026年7月17日～7月21日
調査方法：インターネット調査

調査主体：レバレジーズ株式会社

実査委託先：外部調査会社

有効回答数：647名

調査対象：月1回以上ネット通販利用または荷物自己受け取りを行う20代～60代以上の男女

レバジョブ（ https://levjob.jp/ ）
レバジョブは、人々の生活やインフラなどの維持に必要不可欠（Essential）な仕事に従事する“エッセンシャルワーカー”と呼ばれる方々向けの転職サービスです。エッセンシャルワーク領域では、国内の生産年齢人口の減少や高齢化により、人手不足が深刻化しています。特に、近年人手不足や長時間労働が深刻化している物流・建設業界への支援を皮切りに、転職・採用支援を通して、誰もが安心して暮らせる社会の実現を目指します。

レバレジーズ株式会社（ https://leverages.jp/ ）
本店所在地 ： 東京都渋谷区渋谷二丁目24番12号　渋谷スクランブルスクエア24階 /25階
代表取締役： 岩槻　知秀
資本金　　：5,000万円
設立　　：2005年4月
事業内容　：IT、医療・ヘルスケア領域をはじめとした人材事業、SaaS事業、M&Aコンサルティング事業 など

「社会課題の解決」を軸に、IT、医療・ヘルスケア領域をはじめとした人材事業・SaaS事業、M&Aコンサルティング事業など、国や業界をまたいだ様々な領域で複数のサービスを展開。2005年に創業以来、黒字経営を継続し2025年度は年商1700億を突破しました。業界を絞らないポートフォリオ経営と、各分野のスペシャリストが集うインハウスの組織体制で、時代を代表するグローバル企業を目指します。（会計基準変更後）

本リリースに関する報道関係のお問い合わせ
レバレジーズ株式会社　広報部
TEL：03-5774-2900　MAIL： pr@leverages.jp