

ネット通販拡大による宅急便への影響

はじめに

1. ネット通販

2. 市場規模

2.1 手軽に出品

2.2 スマートフォンの普及

2.3 荷物量増加による利益減少

3. 再配達問題

4. 対策

4.1 宅配ボックスの設置

4.2 海外の配達

4.3 利用者の協力

1. ネット通販

ネット通販とは、電子商取引（Electronic Commerce）のことであり、通称eコマースと呼ばれている。電子商取引では、ネットワーク上で電子的な情報通信によって商品やサービスを売買したり分配したりする。それが消費者目線から、ネット通販と呼ばれている(1)。

2. 市場規模

Eコマース(電子商取引)の市場規模が年々どう変化しているかを見る。図1を見るとEC市場規模(Eコマースの市場規模)が、2010年から2017年まで増加している。2017年度のBtoCを見ると16.5兆円であり、前年の15.1兆円と比べて1.4兆円増加している。

この様子から、2018年も上昇すると予測することができる。



図1 日本のBtoC-EC市場規模の推移(2)

2.1 手軽に出品

市場規模が伸びている背景として挙げられる 1 つとして企業がサイトに商品を出品していることだ。

ネット通販と言っても様々なサイトがある。例えば、Amazon の場合は Amazon 事態が巨大な倉庫を所持している。そこに商品を保管している。楽天や、Yahoo! ショッピングの場合は自社の倉庫を所持しているのではなく、他企業が Yahoo! と楽天という巨大なショッピングモール、サイトに店舗していると分かりやすい。勿論 Amazon にも自ら商品を出品するという機能は存在している。(3)

このように、サイトに出品している企業の中には、店舗を構えてない企業もいる。実際に店舗を構えない事ことで費用の削減になり、サイトに出品するだけで手軽にビジネスができるのである。(4)

2.2 スマートフォンの普及

インターネットが普及して PC が家庭でも利用されるようになり、今ではスマートフォンが当たり前のように使われている(5)。現在、スマートフォンでは、インターネットは勿論、各通販サイトのアプリケーション・ソフトウェア(アプリ)も存在しているため、ネット通販をどこでも利用できる状態になっている(5)。

2.3 荷物量増加による利益減少

年々市場規模が増加しているが、良いことだけではない。市場規模が増加するという事は荷物量も増加しているということである。これはヤマト運輸とAmazonとの関係におけるAmazonの場合、倉庫に商品を集めているのでダイレクトで宅配業者、つまりヤマト運輸に多くの荷物が渡せる。そうすることで効率上がりその分送料が安くできる(6)。

3. 再配達問題

今ネット通販において一番の問題になっているのは、再配達問題である(7)。労働力、環境ともに負担がかかっている。また、再配達により宅急便の生産性を下げている。

2018年現在のドライバー求人倍率と、高齢化、国土交通省が掲げる労働力不足対策をここでは説明する(8)(9)。

4. 対策

現状、再配達に対する対策としては、マンション以外にも宅配ボックスを設置したり、コンビニ受取りや、駅にある宅配ボックスを利用。利用者が時間指定などをして受取るなどといった方法があるが、実際には利用されていないことが多いのが現実である。(10)

4.1 宅配ボックスの設置

再配達を減らすために、宅配ボックスを設置するという方法もある。だが宅配ボックスを設置するのも容易ではなく、かなり金額がかかる。パナソニック、日本郵便、ヤマト運輸の協力で行った宅配ボックス実証実験を行った。その結果、再配達率は49%から8%まで減少した(10)(11)。

4.2 海外の配達

海外の配達は、オプションごとに追加料金がある。その時点で日本の配達とは違うことが分かる。アメリカの郵便局(USPS)の場合は、「受取時、サインが必要な場合」\$2.45、「時間指定、指定場所、手渡し人の確認が必要な場合」\$7.40 などがある(12)。

4.4 利用者の協力

現実的に考えて、現時点では企業側だけで再配達を減らすのはむずかしい。最終的には利用者がどれだけ意識し、宅配ロッカー利用やボックスの設置を行うか。または、再配達に対してのオプション料金をかけるなどといった対策を取る必要がある。

[1]通信販売, Wikipedia, 2018-11-24, <https://ja.wikipedia.org/wiki/電子商取引>

[2]経済産業省,国内電子商取引市場規模, 2018-11-24,

<http://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180425001/20180425001.html>

[3]大手通信販売を徹底比較！一番お得なのはどこ？, 2018-11-24,

<http://www.choki-choki.net/04.html>

[4]高山隆司, ネット通販は「物流」が決め手!, ダイヤモンド社,2015, 2018-11-

24

[5]スマートフォンからの利用時間を占める割合, Nielsen, 2018-11-24,

http://www.netratings.co.jp/news_release/2015/08/Newsrelease20150825.html

[6]角井亮一, 物流大激突, SB クリエイティブ, 2017-6-15

[7]国土交通省, 宅配便の再配達削減位向けて, 2018-11-24,

http://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/freight/re_delivery_reduce.html

[8]厚生労働省, 一般職業紹介状況, 2018-11-24,

https://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000212893_00006.html

[9]ドライバー不足の現状と見通し, 2018-11-24,

<https://doraever.jp/column/knowhow02>

[10]斎藤実, 物流ビジネス最前線, 光文社, 2016-7-20

[11]「宅配便の再配達がない」まちをつくろう。宅配ボックス実証実験, 2018-

11-24, <http://sumai.panasonic.jp/exterior/takuhai/combo/project/>

[12]アメリカと日本の宅配事情の違いとサービスの行方, EC のミカタ, 2018-

11-24, <https://ecnomikata.com/column/14620/>