

ネット通販の現状と問題

2018-12-05

経営学部経営学科

MK5201 えべ

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

はじめに

この論文は、ネット通販（E コマース）の現状や、市場規模はどうなっているか。そこから生まれた再配達問題をどう解決すればよいかを論ずるものである。

1. では、ネット通販とはどのようなものか。
2. では、E コマースの市場規模がどうなっているか。
3. では、再配達からくる問題はどのようなものか。
4. では、再配達問題に関する対策を述べる。

1. ネット通販

ネット通販とは、電子商取引（Electronic Commerce）の一部であり、通称 E コマースと呼ばれている。それが今では消費者目線から、ネット通販、ネットショッピングとも呼ばれている [1]。

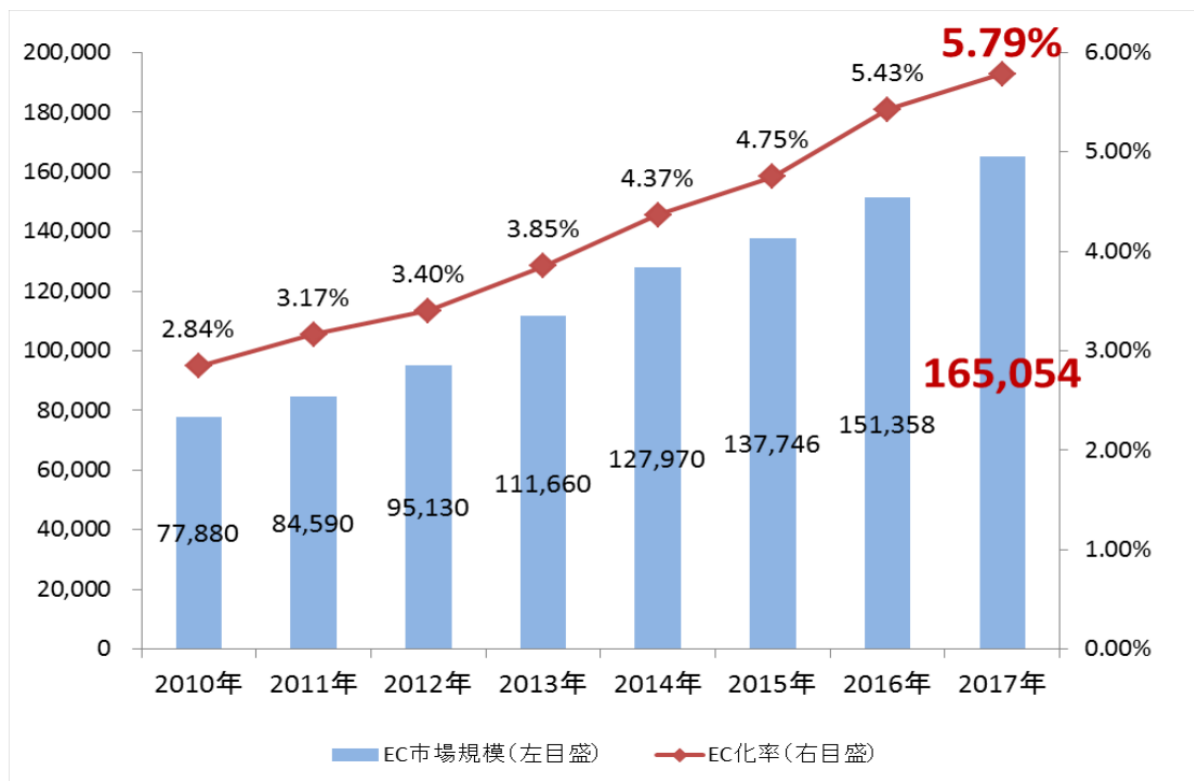
今では、当たり前のように使われているネット通販はいつ誕生したのか。先ほども述べたがインターネットが普及したのは 1990 年代後半。最初に誕生したネット通販は、1996 年にオープンし今でも存在している出店型モールの「楽天市場」である。また 1999 年には、同じ出店型モールである「Yahoo! ショッピング」とネットでオークションをする「Yahoo! オークション」が開始された。今では多くの商品を扱っている「Amazon」は 2000 年に本を販売する通販サイトとしてサービスを開始し翌年 2001 年には楽天、Yahoo! と同様に出店型の販売形式を開始した。ここから徐々にネット通販が浸透していった [14]。

ネット通販の誕生を説明したが、次は決算方法について説明する。ネット通販では、様々な決算方法がある。基本的にはクレジットカード決済、代金引換、コンビニ払い、後払い、キャリア決済、銀行振込がある。通販サイトによっては、ポイントカードで金額をチャージし、決済が可能なサイトもある。多くの決済方法があるのもネット通販の 1 つの魅力だろう [13]。

2. 市場規模

図2 日本の BtoC-EC 市場規模の推移[2]

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2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。

市場規模が伸びていること自体はいいことであるがそれだけではない。次の2.1、2.2、2.3で伸びている理由やそれによりどのような影響、問題が発生しているかを述べていく(2)。

2.1 手軽に出店

市場規模が伸びている背景として挙げられる 1 つとして企業が気軽にサイトに
に出店し商品を出品していることだ。

どういうことかというたとえば、Amazon の場合は Amazon 自体が巨大な倉
庫を所持している。そこに商品を保管している。楽天市場や、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! ショ
ッピングと楽天市場という「巨大なショッピングモール」＝「web サイト」に
出店していると考えると分かりやすい。勿論 Amazon にも自ら出店し商品を出
品するという機能は存在している。(3)

では、これにより企業にはどのようなメリットがあるのだろうか。最大のメ
リットとして挙げられるのが費用面である。実店舗を保有していなくても出品
ができること。店舗を保有する場合、家賃や、光熱費もかかるが、インターネ
ット上に出店する場合は通信費ぐらいのコストで済む。

デメリットも当然ある。ネット通販では独占状態は続かないことが挙げられ
る。人気商品などはすぐに情報が拡散され同系統の商品が出てくる。常に競合
企業との競争をしていかなければいけないという点がある。

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
あるだろう。実店舗を構えないこと費用削減などのメリットもあるが当然デメ
リットもある。Amazon、Yahoo!、楽天の 3 社などに出店することで実店舗を

持つよりかは手軽にビジネスができる。これらの要因が、市場規模の増加に繋がっていると考えられる(4)。15,16,17

2.2 スマートフォンの普及

1990年代後半からインターネットが普及したのは「1.ネット通販」で説明した。その後、携帯電話でもインターネットが利用可能となり、2018年現在では携帯電話からスマートフォンを所持する人が増加し、今では当たり前のように使用されている。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](18)。

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こと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]。Eコマース市場拡大に比例して、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。現状として挙げられている対策を説明する。

また、利用者がどのように考えているか知るために、内閣府が調査した「再配達問題に関する世論調査」を参考文献とし見ていく。これによりどの程度の利用者が再配達を頼んでいるのか、問題だと認知しているかを見ていく
[10][19]。

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、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]。

再配達をしてもらわなくて済むというメリットもあるが、デメリットとして盗難の可能性や冷凍や冷蔵が必要なものは勿論入れられない。メリットデメリットを説明する。

4.2 海外の配達

日本と海外の配達の違いを説明する。海外の配達は、オプションごとに追加料金がある。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]。

FedEx の場合は 4 つのオプションがある。「成人による署名」「荷受人住所の受取人による署名」「荷受人その他住所の受取人による署名」「署名不要」がある。このオプションを使う場合は料金が発生する[20]。

4.3 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難しい。例えば、海外のように再配達に対してオプション料金を設定しても配達業者がわざと配達を行わないでオプション料金を発生させようとする可能性がある。

最終的には利用者がどれだけ意識し、コンビニ受取や、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場合も何かしらの対策を考える必要がある。

- [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/>
- [13] ネット通販の支払い方法一覧&最初にネットショップに導入すべきもの, ヤマトフィナンシャル株式会社, 2018-12-03, <https://www.yamatofinancial.jp/learning/payment/must-method-for-e-commerce.html>
- [14]EC のミカタ, e コマースの歴史が分かる! EC 業界年表まとめ (1996 年～2015 年) , 2018-12-03, <https://ecnomikata.com/blog/9682/>
- [15] Yahoo!ショッピング, 2018-12-04, <https://shopping.yahoo.co.jp/>
- [16] Bee-Store, ネットショップのメリット・デメリット, 2018-12-04, <https://bee-store.com/column/detail19/>
- [17]EC BEGINNERS, ショッピングモール比較表, 2018-12-04, https://brain-trust.jp/ec_j/prop_mall.html
- [18]総務省, 数字で見るスマートフォン利用状況, 2018-12-04, <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc111110.html>
- [19]内閣府, 再配達に関する世論調査, 2018-12-04, <https://survey.gov-online.go.jp/tokubetu/tindex-all.html>
- [20]FedEx, 2018-12-04, <https://www.fedex.com/ja-jp/home.html>