

ネット通販の現状と問題

2018-01-29

経営学部経営学科

TM5201 えべ

はじめに

1. ネット通販

2. 市場規模

2.1 手軽な出品

2.2 スマートフォンの普及

3. 問題

3.1 再配達問題

3.2 荷物量増加による利益減少

3.3 ドライバー不足

4. 対策

4.1 宅配ボックスの設置

4.2 再配達の有料化

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。

結論として、3つの案がでた。

1. では、ネット通販がいつ誕生したのか、決済方法などを述べる。
2. では、E コマースの市場規模が増加している背景に個人で出品が可能であったり、スマートフォンがどのように関わってくるかを述べる。
3. では、荷物量が増えることで再配達数も増えている。労働力や環境問題だけでなく、宅配便の利益減少にも影響していることを述べる。
4. では、再配達問題への対策に宅配ボックスの設置や、アメリカや韓国の宅配便を参考にして、筆者の考えを述べる。

1. ネット通販

ネット通販は、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[1]。

今では、当たり前のように使われているネット通販は 1990 年代後半に誕生した。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、1997 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[2]。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 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。

ネット通販では、様々な決済方法がある。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、プリペイドカードで金額をチャージし、決済が可能なサイトもある。

最も簡単に決済するのなら番号を登録するだけのクレジットカードが便利である[3]。

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

（単位：億円）

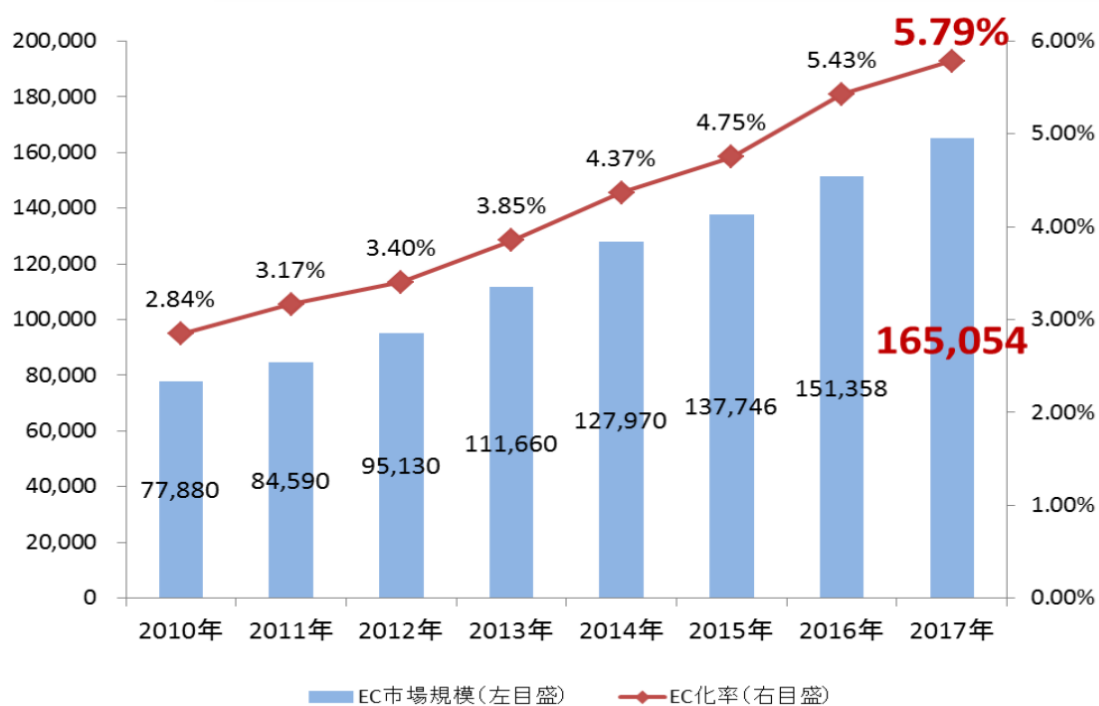


図1 日本のBtoC-EC市場規模の推移 [4]

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。

市場規模が大きくなっていることは、通販サイトを運営している企業や出店している企業にとっては良いことであるが、それだけではない。次の2.1、2.2で伸びている理由をみていく[5]。

2.1 手軽な出店

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で、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。しかし、Amazon、Yahoo!、楽天の3社などに出店すると、実店舗をもつよりも手軽にビジネスができる。これらの要因が、EC市場規模の増加に繋がっていると考えられる [9]。

市場規模が伸びている背景の1つとして企業が気軽にサイトに出品し商品を出品していることが挙げられる [6]。

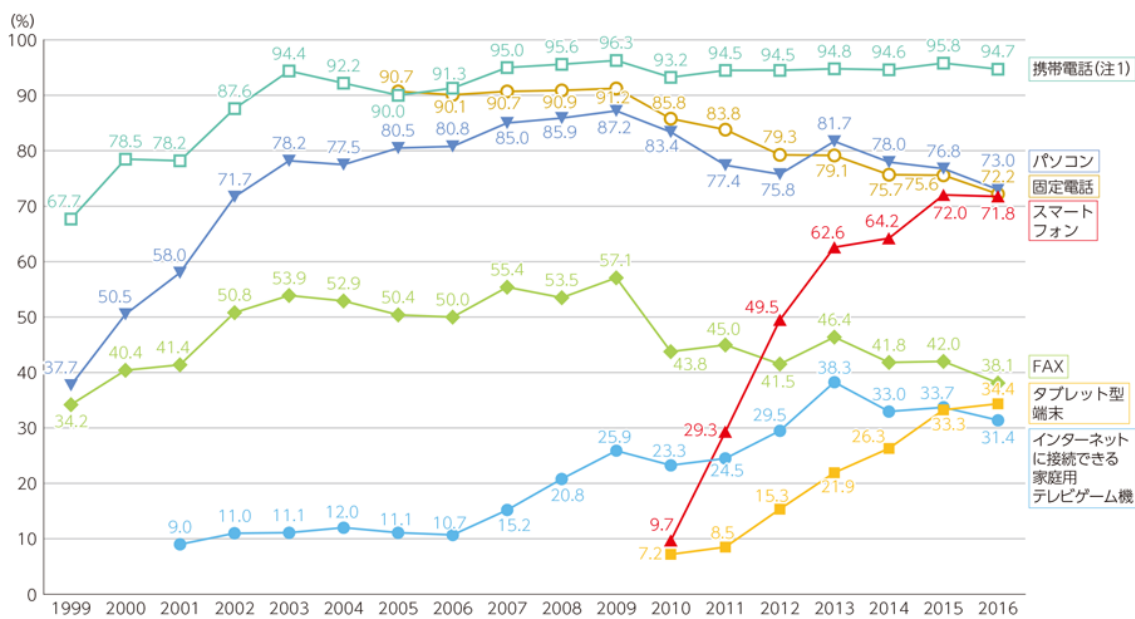
2.2 スマートフォンの普及

2010年以降スマートフォンの普及率が急激に増加し、家でも外でもネット通販を利用でき、ZOZOTOWNやAmazonにはアプリケーション（アプリ）などにより利便性が増加したため、PCよりスマートフォンからの利用率が増加した。これらの要因から、スマートフォンの普及がEC市場拡大に大きく関わっていると考えられる。

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年現在ではスマートフォンを所持する人が増加しており、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）もあるため、ネット通販をどこからでも利用できる。

いったいどれぐらいスマートフォンが普及しているのかを、スマートフォン

の普及率について見ていく。図2をみると、2010年以降急激にスマートフォ



(注1) 携帯電話にはPHSを含み、2009年から2012年まではPDAも含めて調査し、2010年以降はスマートフォンを内数として含めている。

図2 日本の情報通信機器の保有状況の推移(世帯) [10]

ンの保有数が増加していることが分かる。これにより家でも外でも手軽にネット通販を利用できることが、EC市場規模が拡大している1つの理由であることが分かる。

次の図3は、ネット通販を種類別に並べたPCとスマートフォンからECサイトへの利用時間を表している。

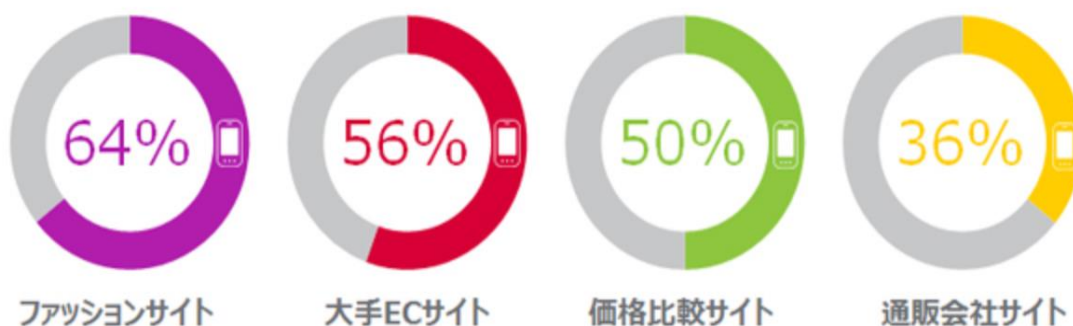


図3 PCとスマートフォンからの利用時間が占める割合(2015年7月) [11]

これを見るとファッションサイト(ZOZOTOWN、ユニクロ、リアルリアルが対象)、大手ECサイト(Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天市場が対象)の場合は、PCよりもスマートフォンからの利用時間が多いことが分かる。

[11]

3. 問題

今現在、EC 市場規模の増加で最も問題となっているのが、再配達問題である。

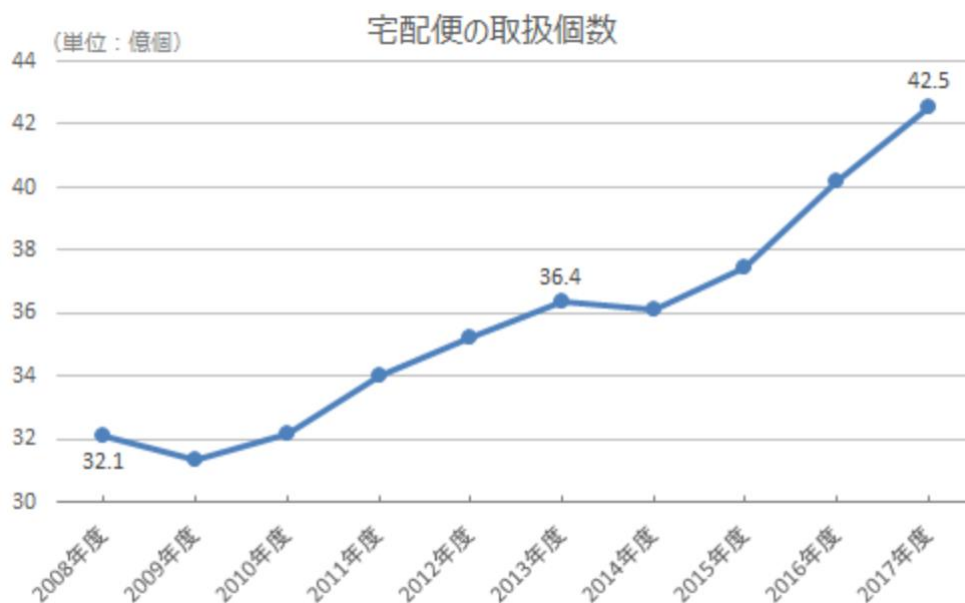


図4 宅配便の取扱個数 [12]

図4は、宅配便の取扱い個数の変化である。EC市場規模が増加しているのに比例し、荷物量も増加している。2008年では31.1億個だったが、2017年には42.5億個と約10年で3割以上増加している。

3.1 再配達問題

荷物量が増えても配達することは変わらないが、再配達の個数が増えているという問題がある。2017年度での荷物の全体配達量42.5億個のうち約2割は再配達である[12]。

また、EC市場規模は年々増加し、来年も成長し続けると予想されるため、荷物量も当然増える。[12]。

	平成 30 年 4 月期（平成 30 年 4 月 1 日～4 月 30 日）		
	総 数	再配達数	再配達率
都 市 部	812,984	132,979	16.4%
都市部近郊	1,346,059	192,796	14.3%
地 方	116,576	14,721	12.6%
総 数	2,275,619	340,496	15.0%

表 5 平成 30 年 4 月期の配達数と再配達数 [12]

図 5 は、国土交通省が平成 30 年の 4 月に調査した宅配便の配達数と再配達数（大手宅配事業者 3 社の合計数値）を表したものである。再配達率の総数をみると 15.0%と、1 か月間だけであるが再配達率の 2 割より減っている。国土交通省いわく、「民間事業者や関係省庁と十分に連携して宅配便の再配達削減」に取り組んだ結果である。[12]

3.2 荷物量増加による利益減少

ネット通販の現状として、荷物量が増えるほど、宅配業者の利益が減少するという現象が起きている [13]。普通に考えれば荷物量が増えればその分、利益が上がるはずだが、そうではない。宅配便の荷物 1 個あたりの送料が減っているのである。

大手ネット通販業者には、コンビニ受付などの個人向けの定価料金とは異なり、発送する荷物の量や集荷方法の違いにより、ボリュームディスカウントが適用される [13]。

個人と大手ネット通販業者のボリュームディスカウントが適用される場合の違いを説明しておく [13]。宅配便の荷物の流れは集荷→幹線→配達という順番で荷物を運んでいる。

個人利用の場合は、コンビニまたは自宅から集荷し、宅配業者の営業所に移動する [13]。

このような大口取引先の大口割引の荷物の割合が年々増えている。つまり、EC 市場規模の増加で荷物量が増加し、平均送料が年々低下している。それが宅配業者を苦しめている。また、ネット通販を利用する個人宅は再配達が多い

こともあり、荷物が増えても利益が減少してしまうという状況に陥っている。

こうした問題があるなかでヤマト運輸は、1つの解決策として2017年10月1日から値上げをし、Amazonのサービスにある「お急ぎ便」からの撤退をした [13]。

3.3 ドライバー不足

ドライバー不足も問題である。再配達問題で、労働力に換算すると年間約9万人年のドライバーの労働力が不足に相当している。2018年10月の時点で全体の職業有効求人倍率（パートを含む）は、1.49である。それに対してトラックドライバーの有効求人倍率（パート含む）は、3.01であり、約2倍のレベルで人手不足なのだ。

トラックドライバー数は、2006年の92万人をピークに年々減少している。2017年では80万人を切っている。また、若者がおらず、高年齢化が進んでいることで労働力不足も問題になっている。厚生労働省の「資金構成基準統計調査」では、トラックドライバーの2015年度の年齢構成は、次の表6である。

	29歳まで	30～39歳	40～49歳	50歳以上
普通・小型車	11.6%	47.6%	20.8%	21%
大型車	3.2%	17.9%	40.3%	38.6%

表6 トラックドライバーの2015年度の年齢構成 [15]

2015年の時点で、29歳までの割合が非常に低く、全体の半分以上は30歳以上の人が占めているということがわかる [15]。厚生労働省によれば、2050年には総人口の40%以上が65歳以上になる見通しであり、今後も若い人材不足と高齢化が見込まれている。

対策として、国土交通省と厚生労働省が男性だけでなく女性の活躍を促進するトラガール促進プロジェクトという、育児や子育てがしやすい環境づくりをしている。また、トラック業界ではネットをフル活用した広報活動に力を入れたりしている [14][15][16]。

4. 対策

ここでは、現在最も問題となっている再配達問題の対策を考える。現状での対策としては、次のような方法がある。

(1) マンション以外にも宅配ボックスを設置する。(2) コンビニ受け取りの利用。(3) 駅にある宅配ロッカーを利用する。(4) 利用者自身が時間指定などをしてその時間に受け取る。

駅にある宅配ボックスなどは、実際はあまり利用されていないことが多いのが現実である[16]。

4.1 宅配ボックスの設置

再配達問題は、荷物を預けられる宅配ボックスが1つの解決策だと筆者は考えている。マンションの中には宅配ボックスが設置されているところもある。実際に、筆者が在住しているマンションは宅配ボックスが設置されている。勿論、極力宅配便が来たら荷物を1回で受け取るように心がけているが、どうしても自宅に誰も居ない場合もある。そういう時に宅配ボックスがあると荷物をボックスに預け入れることができ、帰宅した際に受け取れる。また、宅配便側からしてみても再配達をわざわざする必要がない。

4.2 再配達の有料化

日本の配達において署名や、再配達是有料ではなく無料で行われている。再配達での問題の1つとして労働力の不足が挙げられている。海外の配達では、「署名をする」といった行為だけでもオプション料金がかかる。アメリカの宅急便はどのようなものなのかを紹介したいと思う。

アメリカの郵便局 (USPS) には、オプション料金があり、発送人または荷受人に配達サービスの内容の選択が求められる[18]。「荷物を受け取る時、署名が必要な場合」\$2.45 かかる。このようなオプションは日本ではすべて無料で行われている。

例えば、「荷物を受け取る時、署名が必要な場合」のオプションを利用しな

かったとする。アメリカの場合、玄関の前に荷物を置いて配達が完了したことになる[21]。ただし、アメリカの配達業者は、家に居るのにも関わらずインターホンを押さなかつたりすることが多いらしい。ただ単に面倒、いい加減な業者が多いのだろう。そうすることで、アメリカは再配達の数少ない。

次に、不在届や再配達というサービスが存在しない韓国の例を紹介する。韓国では、再配達基本的にはあり得ない。韓国では、配達される当日に宅配業者から電話がかかってくるが多い。その時に自分がいつ受け取れるかを伝える。このおかげで韓国では再配達というものが存在せず、1回の配達で終わらせることが可能なのだ。

日本で韓国と全く同じことはできないだろうが、再配達の有料化と事前に電話、その他の連絡手段を設けることが、宅配業者の再配達を減らす1つの対策となるのではないだろうか。[18] [19] [20]

4.3 利用者の協力

現実的に考えて、現時点で国土交通省や企業側だけで再配達を減らすのは難しい。したがって、どうしたら公共の宅配ロッカーやコンビニ受け取りを利用してもらうか、また宅配ボックスの設置や、荷物を1回で受け取ってもらうにはどうするかが重要な課題である。

- (1) ポイント制度
- (2) オプション料金
- (3) 再配達の有料化と宅配ボックスの設置。

現在ネット通販の規模が拡大している状況での再配達に対する対策を考えた。利用者にとってデメリットが無ければ誰もが再配達をしてもらうだろう。だからこそ、デメリットを設けることにより1回で受け取ってもらう意識付けをしてもらうことが必要である。このようなことを実際に実施するためにも、最終的には企業側だけではなく利用者の協力が必要不可欠なのである。

- [1] 通信販売, Wikipedia, 2018-08-14, 閲覧日 2018-11-24,
<https://ja.wikipedia.org/wiki/電子商取引>
- [2] 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）, 2016-06-22, 閲覧日 2018-12-03,
<https://ecnomikata.com/blog/9682/>
- [3] 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, 閲覧日 2018-12-03,
<https://www.yamatofinancial.jp/learning/payment/must-method-for-e-commerce.html>
- [4] 経済産業省,国内電子商取引市場規模, 閲覧日 2018-11-24,
<http://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180425001/20180425001.html>
- [5] 経済産業省,国内電子商取引市場規模, 2018-04-25, 閲覧日 2018-11-24,
<http://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180425001/20180425001.html>
- [6] 高山隆司, ネット通販は「物流」が決め手!, ダイヤモンド社, 2015,
- [7] Yahoo!ショッピング, 閲覧日 2018-12-04, <https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/>
- [8] EC BEGINNERS, ショッピングモール比較表, 2018-09-05, 閲覧日 2018-12-04, https://brain-trust.jp/ec_j/prop_mall.html
- [9] Bee-Store, ネットショップのメリット・デメリット, 閲覧日 2018-12-04,
<https://bee-store.com/column/detail19/>
- [10] 総務省, 数字で見るスマートフォン利用状況, 閲覧日 2018-12-04,
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc111110.html>
- [11] スマートフォンからの利用時間を占める割合, Nielsen, 2015-08-25, 閲覧

- 日 2018-11-24,
http://www.netratings.co.jp/news_release/2015/08/Newsrelease20150825.html
- [12] 国土交通省, 宅配便の再配達削減位向けて, 閲覧日 2018-11-24,
http://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/freight/re_delivery_reduce.html
- [13] 角井亮一, 物流大激突, SB クリエイティブ, 2017
- [14] 厚生労働省, 一般職業紹介状況, 閲覧日 2018-11-24,
https://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000212893_00009.html
- [15] ドライバー不足の現状と見通し, 閲覧日 2018-11-24,
<https://doraever.jp/column/knowhow02>
- [16] 斎藤実, 物流ビジネス最前線, 光文社, 2016
- [17] 「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, 閲覧日 2018-11-24, <http://sumai.panasonic.jp/exterior/takuhai/combo/project/>
- [18] 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, 2017-05-19, 閲覧日 2018-11-24, <https://ecnomikata.com/column/14620/>
- [19] FedEx, 閲覧日 2018-12-04, <https://www.fedex.com/ja-jp/home.html>
- [20] ソウル部屋ナビ, 【韓国のネットショッピング事情】 宅配便の受け取り、不在だったら家の前に放置!?, 2017-07-09, 閲覧日 2018-12-16,
<http://seoul-heynavi.com/blog/431>
- [21] アメリカの宅配事情と、驚きの宅配受け取り実体験!, 2016-10-01, 閲覧日 2018-1-22, <http://mamerica.net/1756>