

特集  
2

# 宅配便の再配達をめぐる現状と課題



矢野 裕児 Yano Yuji 流通経済大学流通情報学部教授  
工学博士。専門は物流、ロジスティクス。国土交通省、環境省等の  
宅配再配達に関連する各種委員会の座長を歴任。

## 宅配便の進展と物流が抱える課題

1970年代半ばに宅配便サービスが誕生し、約40年が経過しました。宅配便は、戸口までの集配、短い到着日数、分かりやすい料金設定、30kg以内の荷物なら運んでもらえるといった利便性から、利用者に広く受け入れられ、我々の生活に欠かせないサービスとなっています。

宅配便の年間総取扱個数は、図1のように順調に伸び続け、2017年度は42.5億個に達しました\*1。これまで何回か、宅配便市場は飽和しつつあると言われたことがありますが、利用しやすいサービスの提供が、新たな需要を生み、その度にさらに宅配便市場は拡大し続けてきました。そして、近年の宅配便の伸びは、ネット通販によるところが大きいと言えます。日本の通信販売市場は2017年度で約7兆5500

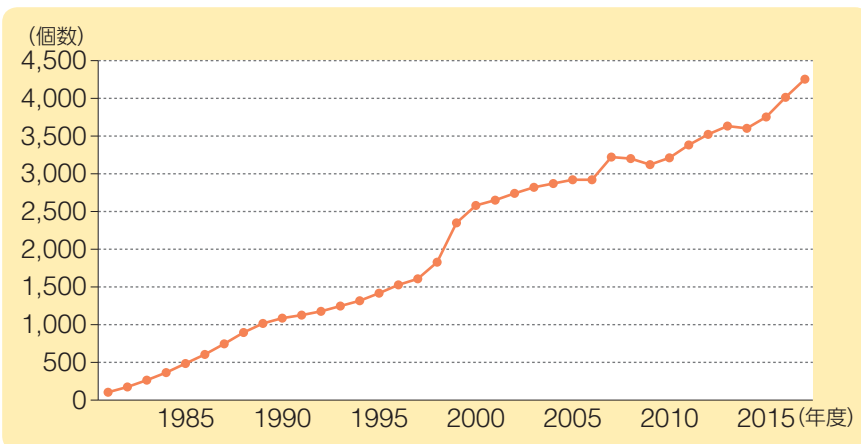
億円で、最近5年間で39.6%増加しています。日本の消費者向け販売(BtoC)における電子商取引(EC)による比率は6.2%となっていますが\*2、諸外国に比べれば日本の比率は、現状では必ずしも高い訳ではありません。中国では22.7%、イギリスでは19.3%、さらにアメリカでは9.0%とされており、このような状況をみると、日本のネット通販市場の拡大傾向が今後も続くと予想されます。

ところで昨今、宅配危機、物流危機という言葉がよく使われるようになりました。これは、取扱個数の増加だけでなく2013年秋ぐらいからドライバーの人手不足問題が顕在化し、商品を運びきれないという問題が発生していることにも起因します。人手不足については、小売業、飲食店などのサービス業でも問題となっていますが、そのなかでもドライバーに関しては、特

に最近2、3年は深刻となっており、有効求人倍率が3倍を超え、ドライバーを募集してもなかなか集まらないという事態になっています。現在発生しているドライバー不足問題の背景として、生産年齢人口の減少により、労働力確保が難しくなっていること、物流業界の長い労働時間、きつい作業内容、さらに安い賃

図1 宅配便取扱個数の推移

単位:100万個



\*1 宅配便取扱個数の推移(国土交通省調べ)(平成29年度) <https://www.mlit.go.jp/common/001252227.pdf>

\*2 経済産業省「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)報告書」  
<https://www.meti.go.jp/press/2019/05/20190516002/20190516002-1.pdf>

金といった問題により、若い人がドライバーになりたがらないことなどがあります。

そのため、ドライバーの高齢化は急速に進展しており、道路貨物運送業では就業者の約4割が50歳以上であり、20歳代のドライバーがほとんどいない状況となっています。同時に、働き方改革により、ドライバーの過重労働が見直され、従来のような長時間労働による集配業務が改善されていることもあります。このように、ドライバー不足は、短期的な需給バランスによるだけでなく、長期的な問題となることが予想されます。

### 再配達問題の現状

現在、家庭向けの宅配便サービスは、受取人不在による再配達問題と過疎地域などの集配密度が低い地域での効率の悪化という課題を抱えています。最近、テレビや新聞などで、特に宅配便の再配達問題が盛んに報道されています。宅配便が配達されたときに不在で、再配達をしてもらった経験は、多くの人があるかと思いません。大手宅配事業者3社において実施した調査によると、家庭向け宅配便における再配達率は、2018年10月期は15.2%となっています。地域別にみると、都市部(東京23区で人口密度が高く単身世帯の占める割合が高い区)で16.5%、都市郊外部(東京都郊外の市町村で世帯人口が多いところ)で14.6%、地方部(人口の少ない都道府県の市町村で人口密度が低く世帯人口が多いところ)で12.9%となっています。都市部で再配達率が高いように感じますが、地方部でも再配達は多く発生している状況です\*3。

2015年の夏以降、国土交通省は宅配便の再配達に関する検討会を開催し、多くのマスコミが取り上げたことから、広く国民全体に認識されるきっかけとなりました。従来、この問題については、比較的閉ざされた物流関係者のなかで検討されることが多かったのですが、宅配便

は消費者にとって最も身近な物流であり、再配達による無駄も理解されやすいものであったために、再配達問題は、広く認識されることとなります。

不在による再配達が増えると、そのために多くの配達員が必要になるため、宅配事業者にとって、悩みの種となっています。国土交通省によると、再配達に必要な労働力は、年間約9万人分に相当すると試算されています。

さらに、再配達のために、トラックが長い距離を走ることになるため、環境問題の側面からも好ましくありません。再配達により、年間で約42万トンのCO<sub>2</sub>が排出されていると試算されており、再配達は宅配事業者の配送効率を悪くしているだけでなく、社会経済的損失という側面もあるわけです。

### 再配達問題の解決に向けて

さて、再配達をなくすにはどうしたらよいのでしょうか。大きくは利用者と宅配事業者あるいは通販事業者との間で、配達日時について緊密な情報交換、情報共有のしくみを作る、多様な受取方法ができるしくみを作るという2つの視点が挙げられます。前者はソフトウェア中心の対応であり、後者はソフトウェア、ハードウェア両方に関わる対応と言えます。

#### ① 配送日時の情報交換のしくみづくり

国土交通省が実施した宅配便で再配達をした利用者のアンケート調査結果によると、「配達に来るのを知らなかった」が約42%で最も多くなっています\*4。このため、利用者に対して、配達日時の情報提供をすること、さらに配達希望日時の指定や変更を簡単にできるしくみを作ることは、再配達減少に大きく寄与すると言えます。しかしながら、家庭向け宅配便では時間指定がある比率が低いという問題があり、通販事業者などと連携して解決していく必要があります。また、不在等で配達時間を変更したい場

\*3 国土交通省「宅配便再配達実態調査」<https://www.mlit.go.jp/common/001266422.pdf>

\*4 国土交通省「宅配の再配達に関するアンケート調査」<http://www.mlit.go.jp/common/001106352.pdf>

合、急な変更にはなかなか対応できない、簡単に変更できないという問題もありますが、現在はSNSのLINEを利用した、急な変更にも可能な限り対応できるシステムも導入されています。このように、配達予定日時、受取可能日時を利用者と宅配事業者等がリアルタイムに情報交換できるしくみの構築が重要と言えます。

### ②多様な受け取りができるしくみづくり

また、多様な受取方法については、自宅で直接受け取る以外のさまざまな方法を選択できるようにしていくことが重要です。集合住宅などに設置されている宅配ボックス、駅、スーパー、公共施設などに設置されるオープン型宅配ボックス(以下、オープン型)、コンビニエンスストアでの受け取りなどが代表的です。

新築の集合住宅においては、あらかじめ不動産事業者が宅配ボックスを設置するケースが多くなっていますが、既存の分譲集合住宅、戸建て住宅等においては、設置が進んでいないのが現状です。宅配ボックスは設置費用が高いことから、共同利用も含めた検討が必要となっており、オープン型の展開が期待されるところです。オープン型については、2018年度の国の補助金制度による支援により、都市部を中心として約4,000カ所設置されましたが、現状では利用率はまだまだ低いと思われます。

また、消費者に対する各種サービスの窓口となっているコンビニエンスストアでの受け取りを希望する人も多くなっています。従来からコンビニエンスストアと宅配事業者あるいは通販事業者が個別の契約で受取場所としてのサービスを展開していますが、それをさらに拡大していくことも必要です。

多様な受取方法の中で、現在注目されているのは「置き配」です。従来から、生協、あるいは定期的な通信販売では一部実施されていましたが、最近、日本郵便、大手ネット通販事業者が試験的に取り組むなど注目されています。あら

かじめ指定した玄関前(鍵・ワイヤー付)、メーターボックス、車庫、物置などに置いてもらうものであり、自宅で受け取れるということから利用者から支持される一方、盗難、あるいは不在であるということが分かってしまう危険性があり課題となっています。また、盗難保険が付いている置き配バッグなども開発されています\*5。

ただし、これらの方策を1つだけ実施しても解決ができるわけではなく、さまざまな方策を総合的に行っていくことが求められます。同時に必要なのは、利用者の意識改革です。1回目の配達で受け取れなかった理由について、2番目に多かったのは「配達に来るのを知っていたが、用事ができて留守にしていた」が約26%、「もともと不在になる予定だったため、再配達してもらう予定だった」が約14%と、「後日における再配達の依頼を前提とした不在」が合わせて4割を占める結果となっています。このように、再配達が当たり前という意識を持つ利用者が多いのも実態です。最近、再配達に関する報道によって、利用者の意識も大きく変わってきたと言われていますが、利用者が、再配達はさまざまな環境問題などの社会経済的損失を生むということ、コストがかかり現状のサービスが維持できなくなるということを認識し、再配達を少しでも減らす意識を持つことが大切です。

### 利用者からみた再配達問題

戸建て用宅配ボックス設置の実証実験が、2016年12月～2017年3月、共働き家庭が多い福井県のあわら市で行われました。設置前は再配達率が49%であったのが、設置後は8%にまで減少しました。対象とした約100世帯において、4カ月間で約1,000件の再配達を削減でき、改めてその効果を確認できましたが、さらに興味深かったのは、定性的な効果でした。

利用者の多くは、設置前には宅配便の受け取

\*5 国土交通省「置き配検討会」[http://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/freight/okihai\\_lg.html](http://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/freight/okihai_lg.html)



りについて、「ストレスをかなり感じる」が32%、「やや感じる」が66%と、多くの人が高ストレスを感じていました。設置後は、「かなり改善された」が68%、「やや改善された」が26%となりました\*6。さらにヒアリング結果では、高齢者にとっては、配達の人が訪問しても、すぐに玄関には出ていけないために、大きな負担となっているという意見も聞かれました。多様な受取方法は、これらの問題も解決してくれるわけで、利便性というだけでなく、利用者にとっても優しいしくみと言えます。

ところで、ネット通販、宅配便が伸びた要因を考えると、その利便性に関し、時間価値も重要な要素であることに気づきます。ネット通販で頼めば、すぐに商品が届くという時間価値、店まで行かなくても届けてもらえるわけで、店に行く時間が節約できるという価値があります。その一方、宅配便が来るのに合わせて行動するというのは、利用者にとって大きな負担になるのであり、多様な受取方法は、そのような制約がなくなるという時間価値を生み出すことになりま

### ラストマイルに関連する新たなしくみ

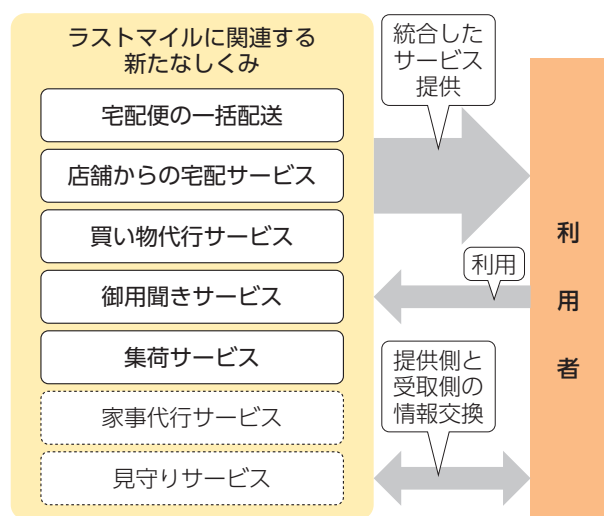
現在、ネット通販の拡大に伴い、宅配便の再配達問題がクローズアップされています。同時に、少子高齢化が進むなか、地方部では過疎化が進み、近隣にあった小売店舗が閉店し、買い物が不便になるという問題が発生しています。地方部だけでなく、都市部のニュータウンでも同様の問題が発生しており、買い物弱者は全国で約700万人とも言われています。買い物弱者にとって、さまざまな宅配サービスは、生活を支える最後のとりでとなっています。

一方で、過疎地域などの集配密度が低い地域では、宅配サービスを維持していくこと自体が課題となっています。ネット通販による宅配便

だけでなく、各家庭に直接提供するラストマイル関連のサービスとしては、店舗からの宅配、小売店舗と連携した買い物代行、御用聞き、単身の高齢者向けの見守りサービス、家事代行などさまざまなものがあります。現状として、各サービスが個別に動いていますが、図2のようにサービスを統合し、効率的に提供することによって、持続可能なラストマイルのしくみを構築していくことが望ましいと言えます。

宅配便サービスを提供する事業者は、従来からさまざまなかたちで再配達を減らす工夫をしてきました。しかしながら、受け取るしくみはほとんど変わらず、さらに社会変化によって不在率が高まり、再配達は大きな社会問題となっています。再配達削減は、提供する事業者だけでなく、その維持のためにも荷主、着荷主である受け取る側の利用者、さらに社会全体で考えなくてはいけない問題と言えます。受け取るしくみづくりは、社会経済的損失を小さくし、宅配事業者が効率的にサービスを提供できるだけでなく、利用者の利便性を高め、時間価値を生み出し、ストレスレベルを下げることにもつながるものです。社会の共通インフラとして課題解決に取り組んでいくべきものと言えます。

図2 ラストマイルに関連する新たなしくみ



\*6 福井県あわら市、パナソニック株式会社による「宅配ボックス実証実験」最終結果報告  
<https://news.panasonic.com/jp/press/data/2017/06/jn170608-1/jn170608-1.html>