

# 宅配の再配達削減に向けた受取方法の多様化の促進等に関する検討会について

## 趣旨

- 電子商取引(EC)市場の拡大に伴い宅配便の取扱件数が増加するとともに、受取人の不在等による再配達が増加している現状を踏まえ、物流分野における二酸化炭素排出量を抑制するとともに、労働力不足に対応するため、再配達削減を通じた物流の効率化を推進する必要がある。
- 一部の事業者による既存の対策に加え、再配達対策が更に推進されるよう、宅配事業者、通販会社等で構成される委員会を設置し、宅配の受取方法の多様化の促進等を通じた再配達削減に向けた現状把握、要因分析を行うとともにこれらに基づき諸課題及び対応の方向性に関する検討を行った。

## 検討会内容

【第1回】 6月5日:

(内容)再配達の現状把握、アンケート調査内容検討



【第2回】 8月25日:

(内容)アンケート回答の状況、社会的損失の試算、論点等の整理



【第3回】 9月25日:

(内容)アンケート回答の結果、報告書とりまとめ等

## 委員

- |             |   |
|-------------|---|
| (有識者)       | 流通経済大学矢野教授(座長)、読売新聞東京本社永峰編集委員、八洲学園大学池内教授、早稲田大学研究戦略センター澤谷教授                          |
| (宅配事業者)     | ヤマト運輸(株)、佐川急便(株)、日本郵便(株)  |
| (通販会社)      | アマゾンジャパン(株)、楽天(株)   |
| (総合商社/コンビニ) | 伊藤忠商事(株)、(株)ファミリーマート、三菱商事(株)、(株)ローソン、(株)セブン-イレブン・ジャパン                               |
| (ロッカー会社)    | (株)フルタイムシステム、日本宅配システム(株)、(株)豊田自動織機  |
| (自治体)       | 東京都環境局  |
| (業界団体)      | (一社)日本物流団体連合会、(公社)日本通信販売協会、(一社)日本民営鉄道協会、(一社)不動産協会、(一社)住宅生産団体連合会、(一社)日本フランチャイズチェーン協会 |
| (行政)        | 国土交通省物流審議官部門、自動車局貨物課、経済産業省商務情報政策局商務流通保安グループ   |

- ・電子商取引の急速な発展に伴う**宅配便取扱個数の急増**(5年間で15%増)
- ・**トラックドライバー不足の顕在化**の中、**宅配便の約2割が再配達**となっている現状

### 再配達による社会的損失の発生

#### CO2排出量約42万トン増

- ・ 営業用トラックのCO2排出量の約1%
- ・ JR山手線の内側の約2.5倍の面積の杉林の年間吸収量に相当

#### トラックドライバーの労働時間増

- ・ 年間約1.8億時間、年間9万人(トラックドライバーの約1割)に相当する労働力が再配達で消費

### 検討の基本的考え方

- 1) 電子商取引の急速な発展に支えられた宅配便サービスへの需要の増加に対応した**宅配の持続可能性**の必要性
- 2) 再配達による社会的損失の発生と**ドライバー不足対策**と**地球温暖化対策**の必要性
- 3) 受取方法の多様化等**消費者利便の向上**を通じた再配達の削減に効果的・効率的に取り組むための**関係者の連携**の必要性

### 再配達削減に向けた具体策

#### 1. 消費者と宅配事業者・通販事業者との間のコミュニケーションの強化

- ・ 配達日時の確認・通知の徹底
- ・ 配達日時指定の変更容易化
- ・ 配達日時指定の無料化
- ・ 配達時間の延長等

#### 2. 消費者の受取への積極的参加の推進のための環境整備

- ・ 社会的損失の試算結果の理解促進
- ・ ポイント制等のメリット付与

#### 3. 受取方法の更なる多様化・利便性向上等の新たな取組の促進

- ・ コンビニ受取の利便性向上
- ・ 宅配ボックスの普及
- ・ 鉄道駅等の活用

#### 4. 既存の枠組みを超えた関係者間の連携の促進

- ・ 緩やかなコンソーシアムの枠組の活用
- ・ 既存の取組の相互利用

## 1. 消費者(受取人)と宅配事業者・通販事業者との間のコミュニケーションの強化

- イ. 宅配事業者・通販事業者から、消費者への**適時適切な配達日時の確認・通知**
- ロ. **WEB、アプリ等**を活用した消費者からの合理的な範囲での**適時適切な配達日時指定の変更の容易化**
- ハ. これらのコミュニケーションの前提となる**配達日時指定サービスの高度化等**
  - a. 通販事業者における**無料での配達日時指定サービスの提供**
  - b. **21時以降への配達時間の延長**や**時間指定の枠**(現行2~3時間刻み)の合理的な範囲での**細分化を可能とする体制の整備**  
(ドライバー不足の状況から、単に労働時間の延長とならないよう留意)

## 2. 消費者(受取人)の受取への積極的参加の推進のための環境整備

- イ. 国、宅配事業者、通販事業者その他の関係者を通じた**社会的損失の試算結果**を消費者に幅広く理解していただく取組
- ロ. 社会的損失の減少に貢献した消費者に対する宅配事業者、通販事業者等による**ポイント等のメリット付与**  
(アンケート結果を踏まえ100円以下程度を念頭に。)

## 3. 受取方法の更なる多様化・利便性向上等の新たな取組の促進

### ①コンビニ等での受取の更なる利便性向上

- イ. 消費者が最寄りのコンビニ等でできる限り多数の宅配事業者、通販事業者等からの荷物を受け取れるようにする**コンビニの受取に係るユニバーサルな地域インフラ化**の推進
- ロ. コンビニでの労働力不足に対応するための、受取サービスのオペレーションの効率化・標準化

### ②住宅における**宅配ボックス**等の機能発揮、整備促進等

- イ. **宅配ボックス**等の機能発揮のための**適正配置**や、回転率の向上等の**管理方法の更なる最適化**
- ロ. 宅配ボックス等の荷受け可能サイズに対応し、その効率的な利用に貢献する通販事業者における**梱包サイズの適正化**の推進
- ハ. **新たなコンセプトの宅配ボックスの開発**等を通じた、既存集合住宅、戸建て住宅等への**宅配ボックス等の整備促進、更新への対応**

### ③**鉄道駅の活用**等新たな受取方法の多様化のための方策

- イ. 利用者にも分かりやすく活用しやすい、どの宅配事業者、通販事業者や利用者でも利用可能な**社会インフラとしての宅配ボックス等の鉄道駅等への整備促進**
- ロ. 鉄道駅等に設置した宅配ボックス等までの**輸送に係る旅客鉄道の活用**の促進

## 4. 既存の枠組みを超えた関係者間の連携の促進

現在の連携のあり方を前提としつつも、**緩やかなコンソーシアムの枠組みの活用**や、既存の各社における**取組の相互利用**等、短中期的に、**現在の連携を超えた取組**を関係者の協力のもと進めることが望まれる。

宅配の再配達削減に向けた受取方法の  
多様化の促進等に関する検討会

報告書

平成27年9月

# 《目次》

はじめに	1
1. 再配達が発生する要因及びこれに関する社会的損失の状況	2
1) 本検討会で実施した再配達となった受取人へのアンケート調査	2
2) 本検討会で実施した再配達による社会的損失の試算	4
①再配達発生によるCO <sub>2</sub> 排出量への影響について	5
②再配達発生による労働生産性への影響について	6
2. 再配達の削減に向けた基本的な考え方	7
1) 電子商取引の急速な発展に支えられた宅配便サービスへの需要の増加に対応した宅配の持続可能性の必要性	7
2) 再配達による社会的損失の発生とドライバー不足対策と地球温暖化対策の必要性	7
3) 受取方法の多様化等消費者利便の向上を通じた再配達の削減に効果的・効率的に取り組むための関係者の連携の必要性	8
3. 再配達の削減に向けた具体策	10
1) 消費者（受取人）と宅配事業者・通販事業者との間のコミュニケーションの強化	10
イ. 宅配事業者・通販事業者から、消費者への適時適切な配達日時の確認・通知	11
ロ. WEB、アプリ等を活用した消費者からの合理的な範囲での適時適切な配達日時指定の変更の容易化	11
ハ. これらのコミュニケーションの前提となる配達日時指定サービスの高度化等	12
2) 消費者（受取人）の受取への積極的参加の推進のための環境整備	14
イ. 国、宅配事業者、通販事業者その他の関係者を通じた社会的損失の試算結果を消費者に幅広く理解していただく取組	15
ロ. 社会的損失の減少に貢献した消費者に対する宅配事業者、通販事業者等によるポイント等のメリット付与	15

3) 受取方法の更なる多様化・利便性向上等の新たな取組の促進	16
①コンビニ等での受取の更なる利便性向上	16
イ. コンビニのユニバーサルな地域インフラ化	17
～消費者が最寄りのコンビニ等でできる限り多数の宅配事業者、通販事業者等からの荷物を受け取れるようにするコンビニの受取に係るユニバーサルな地域インフラ化の推進～	
ロ. コンビニでの労働力不足に対応するための、受取サービスのオペレーションの効率化・標準化	17
②住宅における宅配ボックス等の機能発揮、整備促進等	18
イ. 宅配ボックス等の機能発揮のための適正配置や、回転率の向上等の管理の更なる最適化	18
ロ. 宅配ボックス等の荷受け可能サイズに対応し、その効率的な利用に貢献する通販事業者における梱包サイズの適正化の推進	19
ハ. 新たなコンセプトの宅配ボックスの開発等	20
～宅配事業者その他の関係者の共働による新たなコンセプトの宅配ボックスの開発等を通じた、既存集合住宅、戸建て住宅等への宅配ボックス等の整備促進、既存宅配ボックスの更新への対応～	
③鉄道駅の活用等新たな受取方法の多様化のための方策	21
イ. 鉄道駅等における汎用的な受取拠点の整備促進	21
～公共的空間である鉄道駅等の空間を最大限有効に活用するための、また、利用者にも分かりやすく活用しやすい、どの宅配事業者、通販事業者や利用者でも利用可能な社会インフラとしての宅配ボックス、受取カウンターの鉄道駅等への整備促進～	
ロ. 鉄道駅等に設置した宅配ボックス等までの輸送に係る旅客鉄道の活用の促進	23
4) 既存の枠組みを超えた関係者間の連携の促進	23
おわりに～今後の進め方	24
○参考資料	25
・委員名簿	26
・開催経緯	29
・アンケートの集計結果	30
・報告書の概要	40



## はじめに

現在の形態の宅配便のサービスが開始されて約40年が経過するとも言われているが、宅配便の取扱個数は、平成26年度までの直近5年間で約15%増加するなど、近年急速な伸びを示している。その背景には、電子商取引（EC）市場の急速な伸びにも支えられているが、特に、最近のECでの利用実態の調査からは、過去1年間に家庭内からインターネットで購入した物品、サービスのうち、約半数の回答者が食料品、衣料品等の日用雑貨の購入の経験があり、もはや、ECは特別な商品を買う場ではなく、これまでの日常の近所への買い物の一部を代替するまでに至っていると言える。

今後、高齢化と高齢者におけるインターネット等の利用の普及が進めば、インターネットでの日用雑貨等の身近な商品を多頻度で購入する人は今後更に増加することが想定され、その受け皿となる宅配便の取扱件数の更なる増加も予想される。一方で、少子高齢化等の進展に伴い、現在の利便性の高い宅配便の持続可能性に影響を与える要因となるサービスの担い手であるトラックドライバー不足や地球温暖化への対策を早急に進めることも求められているところである。

今般、宅配の再配達の現状を把握・分析し、宅配便の持続可能性に影響を及ぼすこれらの社会的課題に対応するため、国において初めてこの問題を検討する「宅配の再配達の削減に向けた受取方法の多様化の促進等に関する検討会（座長：流通経済大学教授 矢野裕児）」を平成27年6月に設置し、同年9月までの3回にわたり議論を行ったところである。本検討会は、有識者や物流関係者のみならず、通信販売（通販）関係者、コンビニエンスストア（コンビニ）関係者、商社、宅配ボックス関係者や、住宅、ディベロッパー及び鉄道関係者といった幅広い分野の委員で構成され宅配の再配達について議論を行った初めての場である。本検討会では、物流やECといった従来の視点のみならず、コンビニ、鉄道駅等の活用等幅広い観点からの議論を行い、利便性の高い宅配便サービスの持続性の確保及び消費者の一層の利便性の向上等の観点から、平成27年9月に本報告書を取りまとめたものである。



## **1. 再配達が発生する要因及びこれに関する社会損失の状況**

### **1) 本検討会で実施した再配達となった受取人へのアンケート調査**

本検討会では再配達が発生した原因を明確にし、どのような受取方法であれば再配達を防ぐことができたのか、消費者の意識を調査して有効な方策を抽出するため、実際に再配達となった消費者向けにアンケートを実施した。

#### **①アンケートの実施方法**

アンケート調査票の配布については、ヤマト運輸（株）、佐川急便（株）及び日本郵便（株）にご協力を頂き、3社が行う宅配便の配達の中で、平成27年8月4日から1週間の間に、主に都内で発生した再配達の際、配達担当者より荷物とともに手交した。アンケート調査票を受け取った消費者は回答記入後郵送、あるいは国土交通省のホームページに開設したアンケート回答用ウェブページ上で回答を行った。また、ウェブページからは、別途、上記3社より手交された消費者以外も回答できるようにし、同年8月4日から8月31日までの期間、回答を募った。

#### **②アンケート回答者の内訳**

全体の回答者1,304名のうち、男性は783名、女性520名であった（無回答1名）。また、東京都在住者531名（うち、23区内337名、23区外159名、無回答35名）、東京都以外の在住者773名から回答を得た。また、アンケート実施の経路別では、アンケート用紙を宅配事業者から手交された回答者は442名、国交省ウェブページを見た回答者は862名であった。

年代別では、20代、30代、40代が最も多く、これらで合計約8割を占めており、住居のタイプ別では、共同住宅に住んでいる回答者が6割、戸建てが4割を占めた。

#### **③アンケート回答の結果**

##### **イ. 再配達となった荷物の初回の配達時間・時間指定の有無**

再配達された荷物のうち、1回目の配達時間を調査したところ、「午前中」が最も多く約35%を占めているが、次いで「把握していない」が約21%を占める。また、不在となった荷物の約7割が時間指定をしていなかった。

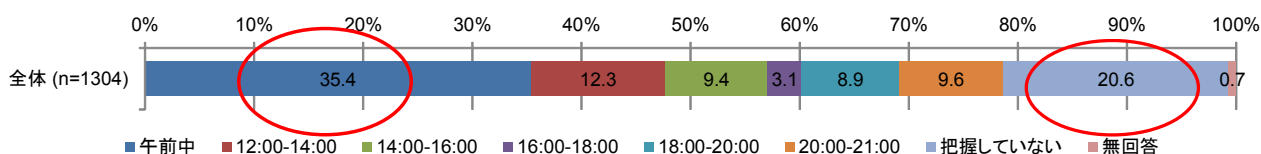
##### **ロ. 1回目の配達で受け取れなかった理由**

1回目の配達で受け取れなかった理由について、「配達が来るのを知らなかった」

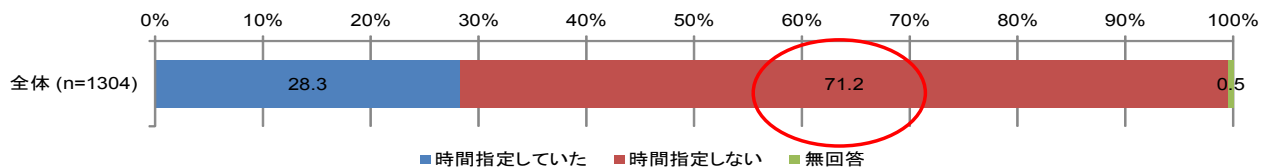
が約42%で最も多く、次いで「配達に来るのを知っていたが、用事ができて留守にしていた」が約26%、「もともと不在になる予定だったため、再配達してもらう予定だった」が約14%と、いわば「後日における再配達の依頼を前提とした不在」が併せて4割を占めた。

主な自由意見として、「通販会社のホームページで注文時の日時指定は追加料金がかかるためしなかった」、「もう少し遅い時間選択があれば受け取れた」、「配達時間が2-3時間の枠ではなく、30分単位であれば受け取りやすい」、「定期便等で2回目以降の日時指定ができない」等の意見が挙げられた。

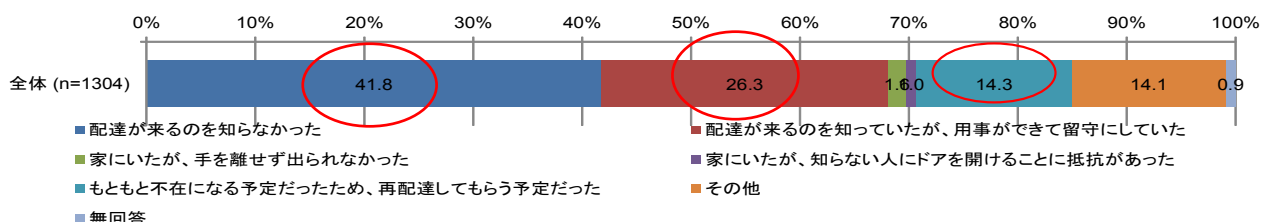
問) 今回配達される（または、直近で受け取った）お荷物の1回目の配達時間をご回答ください。



問) 今回配達される（または、直近で受け取った）お荷物について配達時間の指定はしていましたか？



問) 1回目の配達で受け取れなかった理由を差支えなければご回答ください。



## ハ. 一度で確実に受け取るための方法

「どのような方法であれば1回で確実に受け取ることができたか？」という問いに関しては、有人での受取方法としては「コンビニのレジ」の活用を希望する人が最も多く、「自宅付近のコンビニのレジ」が約7割、「勤務地のコンビニのレジ」が約2割を占めた（複数回答可）。無人での受取方法では約6割が「自宅付近のコンビニに設置されたロッカー」、約3割が「自宅付近の駅に設置されたロッカー」での受け取りを希望している。

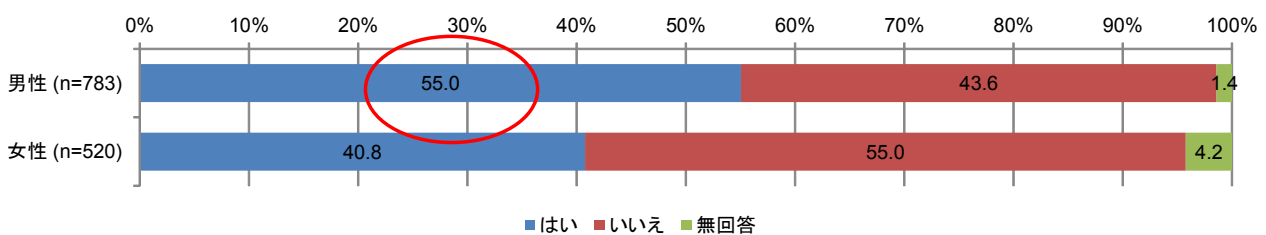
また、主な自由意見として、「配達前に電話、メール等で事前通知がほしい」、「時

間変更をできるようにしてほしい」といった声があった。

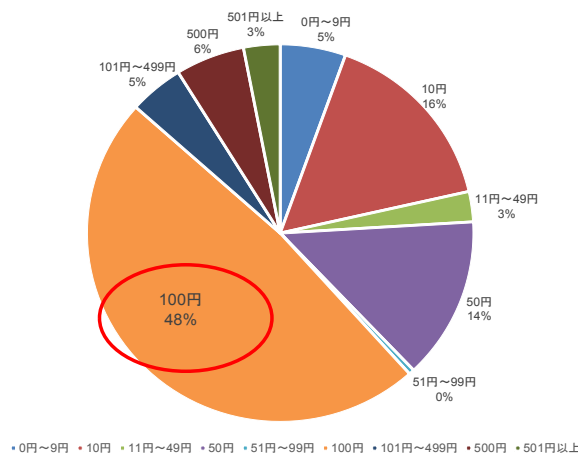
## 二. 受取に係るポイント付与等のメリット付与について

「受取時にポイントが付与される等のメリットがある場合、1回での受取の可能性が高まるか？」の問いに対しては、約半数の回答者がポイント等のメリットがあれば受け取る努力をし、そのうち約半数の回答者が100円相当、約9割の回答者が100円以下相当のポイント等が妥当と回答した。

問) 受取時にポイントが付与される等のメリットがある場合、1回での受取の可能性は高まると思いますか？



問) 何円相当以上のポイントであれば1回で受け取ろうと思いますか？



## 2) 本検討会で実施した再配達による社会的損失の試算

EC市場の拡大に伴い宅配便の取扱件数が増加するとともに受取人の不在等による再配達が増加しているが、温室効果ガス削減に向けた日本の約束草案において、2030年度時点でのエネルギー起源のCO2排出量を2013年度比25%減の水準とする目標を立てていることに鑑みれば、再配達による輸送ロスを減らしていくことは必須である。併せて、トラックドライバー不足が深刻化する中、宅配便の配達における効率化は急務である。本検討会では再配達の発生による地球環境問題及びトラックドライバー不足による社会的損失を定量的に示すため、一定の仮定の下に試算を行った。

## ①再配達発生によるCO2排出量への影響について

平成26年度に佐川急便（株）が環境省委託事業「平成26年度低炭素地域づくり集中支援モデル事業」の一環で算出した、全走行距離に占める不在再配達による走行距離の割合を活用し、再配達もたらす社会的損失を明らかにした。

(参考)「平成26年度低炭素地域づくり集中支援モデル事業」調査内容

実施場所：福岡県福岡市内、那珂川町、春日市:10エリア

東京都江東区内:5エリア

実施方法：集配車両にGPS携帯電話を設置

実施期間：福岡県福岡市内:2014年11月1日～30日

東京都江東区内:2015年1月19日～1月31日

調査期間・調査対象エリアの宅配貨物の概況

■ 1日の持出個数:平均85個/日・台

■ 1日の不在再配達個数:平均20個/日・台

→ トラック1台分の荷物につき、発生する不在率は23.5%

上記事業では、不在再配達による影響を分析するため、再配達が発生しなかったことを仮定した場合の走行距離（プログラムによる算定）と実際の走行距離を比較したところ、宅配便配達の走行距離の内25%は再配達のために費やされているという結果が出た。

この結果をベースとして、再配達によるCO2排出量の増加を算出するため、2014年度の宅配便取扱個数、宅配事業者数社より提供された総走行距離、上記の総走行距離に占める再配達による走行距離の割合25%等から1年間で不在再配達により発生した走行距離を求め、営業用小型車のCO2排出原単位を掛け合わせた結果、再配達により年間で約42万トンのCO2が排出されていることが明らかになった。

〈計算方法〉

$$\begin{array}{ccccccc} 35億7,008万個 & \times & 0.58\text{km}/\text{個} & \times & 25\% & \times & \\ \text{2014年度の宅配便取扱個数(トラック輸送)} & & \text{宅配便1個に対する配達車の走行距離}(\text{※1}) & & \text{走行距離の内25\%が再配達} & & \\ \\ 1\text{t} & \times & 808/1,000,000\text{t-CO}_2/\text{t}\cdot\text{km} & = & 418,271\text{t-CO}_2 & (\text{※2}) & \\ \text{積載量の平均を1tと想定} & & \text{営業用小型車のCO}_2\text{排出原単位} & & & & \end{array}$$

※1 宅配事業者数社から提供の配達車の走行距離を、取扱個数で除して算出。走行距離には幹線輸送の数値を含まない。

※2 従来トンキロ法により算出。

再配達発生により増加していると試算される年間42万トンのCO2排出量は、営業用トラックが排出するCO2（2013年で4,015万トン）の約1%となり、また、例えば、JR山手線の内側の約2.5倍の面積の杉林が吸収する量（※3、4）に相当する。

## ②再配達発生による労働生産性への影響について

1年間で発生した不在配達回数と宅配便1個の配達に係る作業時間から、再配達の発生によるトラックドライバーの労働時間の増加分を算出した。

〈計算方法〉			
35億7,008万個	×	(972,747回 ÷ 4,136,887個)	×
2014年度の宅配便取扱い個数(トラック輸送)		平成26年12月国交省調査での全不在回数 ÷ 全貨物個数	
0.22時間	=	約1.8億時間/年	
宅配便1個の配達に係る作業時間(※5)			

再配達により、1.8億時間/年の労働時間が費やされているが、この労働時間は、1日の平均労働時間を8時間、年間労働日数250日を前提とすると、年間9万人（トラックドライバーの約1割）に相当する労働力が再配達に費やされていることを意味し、ドライバー不足が顕在化する中、宅配便サービスの持続可能性を着実に確保するためには、対応が急務となっている。

※3 林野庁HP（[http://www.rinya.maff.go.jp/j/sin\\_riyou/ondanka/con\\_5.html#q1](http://www.rinya.maff.go.jp/j/sin_riyou/ondanka/con_5.html#q1)）より、樹齢35年から40年として試算。

※4 山手線の内側の面積 69.5 km<sup>2</sup>、必要なスギ林の面積 174km<sup>2</sup>。

※5 宅配便配達に係る仕分け、積み降ろし、車両の運転、車両から消費者への配達、資材整理等を含む時間。

## **2. 再配達の削減に向けた基本的な考え方**

本検討会の議論を通じ、また、本報告書の取りまとめに当たり、以下の通り、再配達の削減に向けた基本的な考え方についての整理を行った。

### **1) 電子商取引の急速な発展に支えられた宅配便サービスへの需要の増加に対応した宅配の持続可能性の必要性**

「はじめに」にも述べたとおり、近年のECの直近5年間で1.8倍といった急速な発展に支えられ、宅配便取扱個数についても、平成26年度までの直近5年間で15%と急速に増加してきている。ECによる購入品について、最も購入経験が高いもので、購入経験者の半数は食料品、衣料品、化粧品、文房具などの日用雑貨の購入経験があり、また、書籍、CD、DVD等が約4割で次に続くなど、これまで近隣の商店等で購入していた物を日常的にECを活用して頻繁に購入を行っている実態が想定される。今後も、高齢化の進展等から、より一層、買い物支援という生活支援サービスの一環としてのECの利用及びこれを支える宅配便サービスの利用の増加が予想される。

この宅配便サービスへの需要の急増により、時に、翌日配達等を基本としてきたわが国の宅配便サービスの供給側の高度な体制でも対応できないケースも発生しているところである。例えば、平成26年4月の消費税率の改定前の駆け込み需要による通信販売需要の急増により、同年3月末、宅配便の配達について遅延等の混乱が生じた事は記憶に新しいところである。今後、宅配便への需要が順調に増加し続ければ、現在においてもいつ同様の事態が発生するとも限らない状態であることは否定できない。

このように、宅配便サービスの供給体制について、その需要増への対応を着実に行う必要がある中、昨今、少子高齢化等を背景として、物流業界においては、ドライバー不足が深刻となりつつある。現時点では、大手三社においてドライバー数の増強が図られてきているが、今後は、ドライバー不足により、需要増に対応した着実な体制増強が困難となる恐れがある。このような背景等により、近年、宅配大手三社が相次いで法人向け等の運賃の値上げを行っており、収支の改善と併せて、荷物の仕分けの高速化等の作業の効率性を上げる取組などにより、ECの持続的な発展を支える持続可能な宅配便サービスの体制構築に努めている。今後も、消費者の利便性の向上を図りつつ、関係者の努力を通じた効率性の向上等の宅配の持続可能性の確保が引き続き必要である。

### **2) 再配達による社会的損失の発生とドライバー不足対策と地球温暖化対策の必要性**

本検討会の準備として平成26年12月に実施した宅配大手三社の再配達の発生状況等のサンプル調査では、宅配便の約2割の荷物が再配達となっていたことが初めて判明した。また、1.2)のとおり、この再配達の発生状況等をベースとして、社会的損失の算定を今回国として初めて行ったところである。その際、近年の物流分野におけるド

ライバー不足の課題の存在に着目した労働生産性に与える影響と、平成27年7月に国連気候変動枠組条約事務局に提出された温室効果ガスの削減に係る日本の約束草案に関連して、2030年に向けて一層の削減に向けた取組の強化が求められる二酸化炭素の排出増について試算を行ったものである。

この試算によれば、トラックドライバー数の約1割にもものぼる年間9万人に相当する労働力が再配達に費やされていることとされ、トラックドライバー不足への対応の必要性が高まっている状況を踏まえると、再配達の発生による労働生産性の低下は無視できない状況にある。また、再配達の発生によるCO<sub>2</sub>の排出増についても、営業用トラックのCO<sub>2</sub>の排出量の約1%、山手線の内側の2.5倍の面積の杉林が年間に吸収するCO<sub>2</sub>の量に相当し、地球温暖化対策を2030年に向け一層推進する必要がある中で、削減に向けて新たな取組が必要となっている。

これらの無視できない大きな社会的損失が再配達により発生しており、政府全体の課題とされている地球温暖化対策、ドライバー不足対策の視点からは、公共的見地から、個々の事業者の対策を強化していくことはもとより、国としても、関係者と連携しつつ、必要な対策を講じることが急務である。

### **3) 受取方法の多様化等消費者利便の向上を通じた再配達の削減に効果的・効率的に取り組むための関係者の連携の必要性**

消費者において、例えば勤務時間のバリエーションの増加や核家族化にとどまらない独居世帯の増加などのライフスタイルの多様化が進んでおり、これにより、宅配の配達を受け取ることが可能な昼間の在宅時間も減少し、かつ、在宅パターンも多様化し、従前の9時～21時迄の大手宅配三社の配達時間帯では、消費者の在宅実態に必ずしもそぐわなくなりつつある。

その一方で、スマートホン等の普及に伴い、消費者と宅配事業者や通販事業者とのコミュニケーションも一層容易化しつつあり、消費者が希望する配達日時の希望等を常時宅配事業者に伝えられるような環境が整いつつある。

また、玄関先等の対面の受渡が宅配便の基本であることに留意する必要があるが、これらの状況や、上記1) 2) を踏まえ、再配達の削減と利用者利便の一層の向上を両立させる視点からは、関係者の取組により回避可能な再配達の削減に取り組むことが重要である。その際、消費者が望む場合には、消費者の受取に係る利便性を向上させる受取方法の多様化等を通じた消費者の受取への参加・協力を促進するための方策を中心に講じることが適切である。

その際、既に個々の事業者等において、経営戦略の一環として、再配達削減に向けた創意工夫を凝らした取組が進んでいるという実態に配慮しつつ、社会的損失を減少させ

るという観点から取り組むことが重要である。このため、宅配便サービスの本質的な部分での競争を阻害しないことを前提に、通販事業者、宅配事業者、消費者その他の関係者それぞれが、又は関係者が連携して、社会の共通プラットフォームを整備することも視野に入れつつ、3. で述べる再配達削減に向けた取組や協力を行うことが必要である。



### 3. 再配達削減に向けた具体策

1. の消費者に対する再配達となった背景等を調査したアンケートの集計結果や、2. の再配達削減に向けた基本的な考え方からは、宅配の最終目的地である消費者について、「受取」という物流プロセスへ、如何に、積極的な参加を促進するか、という観点が必要であると言える。また、そのためには、以下に述べるとおり、再配達が発生する配達という場面に直接に関係する消費者や宅配事業者のみならず、通販事業者、その他受取環境の整備に必要な幅広い関係者等の取組が必要であると言える。

ここでは、特に、最近急速に取扱が増加している通信販売の荷物の場合における注文、出荷、配達、受取の各段階を念頭に、新たな取組により回避可能な再配達を削減する観点から、幅広い関係者を対象にした具体策の例について整理を行ったものである。

#### 1) 消費者（受取人）と宅配事業者・通販事業者との間のコミュニケーションの強化

1. 1) のアンケート結果からは、配達に来るのを知らなかった、後日、再配達を依頼することを前提として配達を予見していた場合にも不在としていたという回答が多数を占め、再配達の発生の主たるメカニズム及びその削減に向けた主要な課題が明らかとなった。

具体的には、前者の回答（配達に来るのを知らなかった）からは、消費者に対する配達日時の情報提供が消費者が望む形で円滑に行われていないのではないかという課題が考えられる。同様に、後者の回答からは、消費者が配達の予定に自らの予定を縛られたくないという側面が伺え、さらには、現行より利便性の高い消費者が望む方法で消費者側から配達希望日時の指定や変更を可能とすることができないかという課題が浮き彫りにされた。

2. 3) で述べたとおり、宅配便サービスは、玄関先での荷物の手渡しが基本のサービスである。この本来の姿を最大限実現するためには、合理的な範囲内で、宅配事業者は、消費者の自宅への的確・多様な配達ニーズに応えることが望まれる。受取側のライフスタイルの多様化による在宅時間の縮小、そのパターンの多様化及び事情発生に伴う在宅予定時間の変更に対応するためには、消費者と宅配事業者間の、より一層、頻繁なコミュニケーションが必要とされている。その一方で、最近のスマートホンやタブレット等の携帯端末の普及等により、従前に増して、容易に両者のコミュニケーションを行うことが可能となりつつある。このため、消費者と宅配事業者・通販事業者間の適時適切なコミュニケーションの強化に向け、例えば以下のような方策を講じることが効果的ではないか。

## イ. 宅配事業者・通販事業者から、消費者への適時適切な配達日時の確認・通知

通信販売の取引の過程において、消費者との間で配達希望日時に係るコミュニケーションを行える機会は、注文時、発送時、配達時、受取時と全ての過程に機会があり得る。現在のところ、通販会社が消費者に対し、注文時に配達希望日時を確認することは広く行われているが、その後において、配達希望日時の再確認が行われることは稀であり、注文時に一回限り確認が行われることが通例となっている。また、実際の具体的な配達日時が確定するのは配達時であるが、この時点においても、宅配事業者から消費者に個別に具体的な配達日時の目安が伝えられることは稀であり、自ら日時指定を行わない場合は、消費者は具体的な配達スケジュールの予定を知ることはない。

また、配達希望日時が指定されない場合においても、消費者は常に在宅しているから当該指定を行わないのではなく、注文時点では具体的な配達スケジュールが不明なため、当該時点では自らの予定にあわせた配達日時の指定を行えない（配達予定日が判明すれば後日希望の配達日時を設定することは可能）ケースもあることに留意する必要がある。併せて、贈答品等の注文者と受取人が異なる場合においては、受取人は、配達が来ること自体を知ることは困難である。

配達が来ることを知らなかった、といった再配達が発生した原因のアンケートの回答結果が多く見られたことは、まさに具体的な配達スケジュールに係る宅配事業者等から消費者への通知について、消費者のニーズに充分応えられていないことを証明している。

これらに対応するため、一部の宅配事業者においては、登録会員等一部の消費者に対し、一部の荷物について、事前に配達日の通知を始めている。また、通販事業者の中には、出荷のお知らせメールと併せて、出荷の日時から想定できる配達予定日の目安や具体的な配達日を通知している事業者も見られる。

しかしながら、サービスの提供者はあくまで一部の通販事業者や宅配事業者に、また、サービスの利用者は会員登録等を行った一部の消費者に限られている。このため、注文から配達・受取までの可能な限り各段階（場合によっては各段階の途中も含む）において、通販事業者及び宅配事業者と消費者との間で、WEB、アプリ、SMS等の通信手段を利用し、配達スケジュールの通知といったコミュニケーションをより密接かつ確実に行うことが望まれる。

## ロ. WEB、アプリ等を活用した消費者からの合理的な範囲での適時適切な配達日時指定の変更の容易化

通販事業者・宅配事業者と消費者とのコミュニケーションの一層の促進については、イで述べた配達日時の消費者への適時適切な通知に加え、消費者が望む時点での

配達日時指定の設定・適時適切な変更など、消費者側からのこれらの者へのコミュニケーションも重要である。

また、イで述べたとおり、配達日時の指定が行われる場合においても、注文時に一回に限りその確認が行われることが通例であり、事後変更を行おうとしても、宅配事業者側の日時指定サービスに委ねられている。

再配達が発生した原因について、当初より再配達の依頼を前提として不在としていた、というアンケートへの回答結果が多く見られたことは、まさに、事後、消費者の事情の変化等に対応して簡便に配達希望日時の設定が行えるようにするニーズが存在していることを表している。

イの場合と同様に、一部の宅配事業者においては、登録会員等一部の消費者に対し、一部の荷物について事前に、配達日の通知と併せたスマートホン等での簡便な配達日時の設定・変更サービスを始めている。しかしながら、サービスの提供者は一部宅配事業者に限られ、また、サービスの利用者は会員登録等を行った一部の消費者に限られており、加えて、宅配事業者毎にIDとパスワードが必要となっている。また、一度、配達希望日時の設定・変更をWEB上等で行うと、2度目以降の変更が同様の方法で柔軟に行えないケースが多い。

このため、注文から配達・受取までの可能な限り各段階で、通販事業者及び宅配事業者において、消費者との間で合理的な範囲内で直前まで何度でも、配達希望日時の設定・変更を容易にすることが望まれる。具体的には、WEB、SMSや携帯端末でのアプリケーションの更なる活用等、コミュニケーションをより密接かつ確実に行うことを可能とするサービスの提供を行うことが望まれる。

その際、消費者は必ずしも注文時に具体的な宅配事業者を意識していない場合もあり、また、複数のID等を利用することは煩わしいことから、消費者目線に立った方策も検討することが望まれる。例えば、通販事業者のWEBと宅配事業者の配達管理（日時の変更、配達先の変更など）のためのWEBサービスとの密接な連携や、配達管理のための共通ポータルサイトの構築、などが考えられる。併せて、個別の伝票番号毎に手続きを行う煩わしさを減らすため、複数個口の荷物の名寄せによる配達管理手続きの一括化や配達の一括化も検討することが望ましい。

#### **ハ. これらのコミュニケーションの前提となる配達日時指定サービスの高度化等**

繰り返しになるが、宅配便サービスの基本は玄関先での対面での受取・受渡である。宅配事業者・通販事業者と消費者との間で如何にコミュニケーションの促進を行っても、消費者にとっては、玄関先での受取の多様な選択肢がなければ、自らコミュニケーションを行う動機が存在しない。以下では、この観点から、消費者の受取意欲の向上

のための配達サービスの一層の高度化について整理を行った。

**a. 宅配事業者が通例無料で提供している配達日時指定サービスと同様、通販事業者において消費者への特別な負担を求めない同サービスの提供**

配達日時指定サービスは、消費者にとっても受取のために在宅が必要な日時が明確となることから、消費者が自ら指定した日時通りに在宅すれば確実に荷物を受け取れる利便性を提供している。また、宅配事業者にとっても、消費者の在宅可能性を高め、再配達の削減にもつながるものである。このため、現在、宅配事業者は消費者に対して当該サービスを通常無料で提供している。

一方で、アンケートの回答からは、消費者が通信販売を利用する際に、通販事業者が消費者に対して必ずしも当該サービスを無料で提供していない場合もあるとの回答もあり、このサービスの利用に係る消費者に対する特別な負担が折角の利便性が高い当該サービスの利用を遠ざけている場合が存在することも伺い知ることができる。

前述の再配達により発生している大きな社会的損失への対応の必要性も踏まえると、無料で配達日時指定サービスの提供の標準化が望ましいところであり、宅配事業者が既に無料で行っている当該サービスの提供と同様、通販事業者においても、消費者に対して特別な負担を求めること無く配達日時指定サービスを一般的に提供することが望まれる。

**b. 21時以降への配達時間の延長や時間指定の枠の合理的な範囲での細分化を可能とする体制の整備**

大手宅配三社においては、8～9時から21時迄配達を行っており、既に配達時間の面では、勤め等で日中留守がちな消費者にも一定程度対応が行われているところである。また、これらの三社では、若干の時間帯の刻み方の差があるが、午前中、12～14時、14～16時、16～18時、18～20時、20時～21時など、概ね2～3時間毎の時間指定が可能となっているところである。しかしながら、アンケートへの回答によれば、より遅い夜間の時間帯での配達を求める声や、配達時間指定の枠の一層の細分化（30分刻みなど）を求める声も見られたところである。

消費者のライフスタイルの多様化が進む中で、宅配事業者において、これらのきめ細かい配達サービスへの要求に応えることは、消費者における受取の確実性を向上させることから望ましいものである。

一方で、宅配事業者においては、現状においても、夜間配達の増加等により宅配ドライバーの勤務シフトが長時間化する傾向にある中で、きめ細かいサービスへの

要求に応えることにより、より一層の人手が必要となり得る。したがって、配達時間の延長や時間指定の枠の細分化といったよりきめ細やかなサービスの充実を図る際には、新たに大幅に人手を増加させないためにも、例えば、配達の時間帯を現行の21時以降に延長した場合の夜間配達に係る外注化、共同化等、効率的な新たな実施体制の整備が望まれる。その際、例えば、外注化の時間帯の幅を拡大し現在の夜間配達の時間帯の配達も含めるなど、外注先の業務量を一定程度確保することを通じて安定的に外注先を確保する必要性にも留意することが望ましい。

## **2) 消費者（受取人）の受取への積極的参加の推進のための環境整備**

今回試算を行った地球温暖化やドライバー不足への影響といった再配達に起因する大きな社会的損失の発生は、再配達の削減が単に一事業者等だけの問題でないことを初めて明らかにした。また、アンケート調査からは、再配達が発生した背景として、宅配事業者の努力で成立しているきめ細やかな再配達の実施を消費者が通常のものとして捉え、再配達という便利なサービスに必要以上に依存しているのではないかと考えられるところである。

これに関し、宅配事業者や通販事業者において確実に配達を行うため、1)で述べた、配達サービスの高度化等により一層消費者ニーズに応えていくという取組も大切である。一方で、宅配便サービスは、本来、受取という消費者の行為によってはじめて完結するものであり、受取という行為を行う消費者自身も物流の主要な役割を担う重要なプレイヤーであることは再認識すべきである。また、この物流の重要なプレイヤーである消費者に対しても、物流における重要な課題である再配達の削減に向け、宅配事業者等の他の関係者ととともに積極的に受取に参加して頂くように促していくことが重要である。

平成27年7月に温室効果ガス削減に向けた日本の約束草案を国連気候変動枠組条約事務局へ提出するなど、地球温暖化対策への関心や、トラックドライバー不足への懸念が高まる中、今般試算を行った大きな社会的損失の発生の事実を消費者に幅広く認識して頂くことは、物流の持続可能性を高めるための消費者の積極的な受取への参加に対する動機付けとして有効なものであると考える。

さらに、消費者への当該動機付けのためには、金銭的インセンティブが消費者の受取に係る行動を変えるために有効であるアンケート結果も踏まえ、例えば、ポイントの付与等、何らかのインセンティブを検討することが望まれる。

## イ. 国、宅配事業者、通販事業者その他の関係者を通じた社会的損失の試算結果を消費者に幅広く理解していただく取組

宅配の再配達に関し、本検討会において国として初めて、体系的に様々なデータを収集し、分析を行った。例えば、繁忙期である平成26年12月におけるサンプル調査であるが、都市部、都市周辺部、地方の地区別に、再配達の発生状況についてサンプル調査を行い、約2割の荷物が再配達となっている現状を明らかにするとともに、その発生状況について、当該地区毎に差異があることが判明したところである。再配達の発生率が判明したことで、今般、再配達に起因するCO2発生量の増加や労働力の消費の試算が可能となったところであるが、再配達の発生率に加え、これら社会的損失についてもこれまで数値化して示されたことはなかったところである。

今般、アンケート調査も併せて行い、先述のとおり、再配達の削減のためには、受取という物流の過程への消費者の積極参加も一つの大きな要素であることが判明したところであるが、今回初めて試算を行った再配達により発生している社会的損失の発生的事实を消費者に幅広く認識していただくことが、消費者の関心を高め、その協力を促進するために重要である。

今回、国において本検討会を開催したことにより、メディア等を通じて、再配達に起因する大きな社会的損失が発生しており、その削減が急務であることについて、消費者にも浸透が始まったところであるが、今後は、宅配事業者、通販事業者、その他の関係者において、当該試算結果を最大限活用し、再配達の削減に向けた取組に係る消費者の参加が社会的要請であることを幅広く、わかりやすい形で消費者に理解していただく努力をすべきである。

また、これら関係者においても、再配達削減に向けた取組が企業の社会的責任（CSR：Corporate Social Responsibility）の一つでもあることを認識し、その取組状況を各企業のCSR報告書等において積極的にPRすることを通じて社会への発信を図ることが望ましい。

## ロ. 社会的損失の減少に貢献した消費者に対する宅配事業者、通販事業者等によるポイント等のメリット付与

本検討会で行ったアンケート調査において、再配達の削減に向けた消費者の協力に関し、ポイント等のメリット付与に係る消費者の態度やその効果の程度、更には具体的な金額換算での相場観が明らかになったところである。具体的には、再配達となった消費者からの回答者のうち約5割がポイント等のメリット付与があれば1度で受け取る努力をすると答え、また、回答者のうち約9割が100円以下相当のメリット付与が、同じく約5割が100円相当のメリット付与が適切との回答が得られたところである。

これらのアンケート調査の結果からは、再配達削減への消費者の協力に係るポイント等のメリット付与は一定の効果が期待される。また、その金銭的水準については、宅配便を営業所等に持ち込んで発送をした際の現行の各社の割引金額（100円～120円）と比較しても、同等程度かそれ以下の金額であり、ある程度合理的・現実的な金額であるとも言え、関係者において導入に向けた検討を進めることが望まれる。

なお、この場合のポイント等のメリットは、あくまで社会的損失の削減に向けた消費者の協力に対するインセンティブとして付与するものであり、実際の宅配のコスト削減とは必ずしも直接リンクするものでもない点に留意する必要がある。また、関係者等におけるこれらのポイント等のメリット付与を通じて、イで述べた再配達に起因する社会的損失についての消費者に対する周知にも役立つものであり、この観点からは、期間等を限って行うことも考えられる。

その際、金銭的水準のみならず、例えば、次回通販利用時の割引、商品引替、地球温暖化対策への寄付等、付与されるポイント等の利用可能な対象・範囲等についても、消費者の意向やポイント付与の趣旨にも留意しつつ検討を行うことが望ましい。

### **③ 受取方法の更なる多様化・利便性向上等の新たな取組の促進**

#### **① コンビニ等での受取の更なる利便性向上**

現在、自宅以外の受取場所の選択肢として、宅配事業者においては、コンビニエンスストアや宅配事業者の営業所で受け取れるサービスを提供している。また、通販事業者においても、コンビニを商品の受取拠点として活用する取組も増加している。自宅近辺に立地するコンビニでの受取は、24時間営業が多いなど営業時間も長く、深夜においても店員が対応して安心感もあることから、宅配便サービスの配達時間内で受け取れなかったり、在宅日時が変動しがちな消費者の受取の新たな受け皿となっている。また、コンビニにおいても、荷物の取扱に係るオペレーション上の課題もあるが、来店者数の増加や、受取に訪れた消費者によるいわゆるついで買いが期待され、一定のメリットも存在するとの発言も関連委員よりあった。

このように、コンビニ受取サービスは、宅配事業者にとって再配達削減にもつながるとともに、消費者にとっても自らのライフスタイルに合った利便性の高い新たな受取方法の選択肢となっており、コンビニにおいても地域インフラとして幅広く利用者を集められることから、消費者をはじめ関係者に浸透しつつあるが、より一層の利用促進のためには、以下のような更なる利便性の向上が望まれる。

## イ. コンビニのユニバーサルな地域インフラ化

～消費者が最寄りのコンビニ等でできる限り多数の宅配事業者、通販事業者等からの荷物を受け取れるようにするコンビニの受取に係るユニバーサルな地域インフラ化の推進～

コンビニ受取サービスの提供は、宅配事業者・通販事業者とコンビニブランド毎の1対1の契約に基づき行われている。一方、通信販売で購入した商品については、消費者はどの宅配事業者で発送が行われるか意識していない場合も多い。通例、コンビニ受取サービスは、一つのコンビニブランド毎に一つの宅配事業者のみが対応しており、都度の荷物が必ずしも自宅の最寄りのコンビニで受け取れるかわかり辛く、さらに、最寄りのコンビニで受け取れない宅配事業者で発送された場合等は、折角の利便性が高い最寄りのコンビニ受取サービスも利用が困難となる。

これに対し、最近では、一部のコンビニブランドで、複数の宅配事業者等を取り扱う動きも出てきているが、このような消費者の利便性向上は、コンビニ受取サービスの利用者の裾野を広げることを通じて、再配達削減のみならず、コンビニの来店者数等の増加にもつながるものである。

このように、現状において、コンビニブランド毎に取扱の宅配事業者が異なり消費者にとってわかりにくいことから、更なる利便性の向上のためには、できる限り、一つのコンビニブランドで複数の宅配事業者等の荷物の受取を可能とし、受取に係るユニバーサルな地域インフラ化を図ることが望ましい。このため、現在のコンビニでの受取に係る宅配各社等との1対1の結びつきから、既に一部のコンビニブランドにおいて始まったような一対複数の宅配事業者等の取扱化を更に推進し、利用者にとって分かりやすく利用しやすい環境を整備することが望まれる。

## ロ. コンビニでの労働力不足に対応するための、受取サービスのオペレーションの効率化・標準化

本検討会においても関連委員より発言があったが、コンビニ受取の提供は、コンビニにとっては来店者の増加につながるものの、受渡までの荷物を置く店内のバックヤード等のスペースが限られており、また、荷物の誤った受渡等を防止するための本人確認や伝票番号確認等の手続きで、コンビニ側の店員のオペレーションに一定の負荷が生じている。また、物流業界と同様、コンビニ側においても、恒常的な店員の求人難が生じており、今後、コンビニ受取サービスの拡大を図る上ではそのオペレーションの効率化は重要である。

一部のコンビニにおいては、店内の情報端末システムで本人確認用の受取用のIDとパスワードを用いて受付票を発行した上でPOSレジで当該受付票を読み込むことで、多様な宅配事業者等からの受取サービスの提供への対応の容易化を図ると共に、



レジ周りでのオペレーションを効率化を図るような取組も行われている。これは、POSレジ対応を行う場合の高額なシステム改修費の発生等を回避するための取組でもあり、多種多様な荷物の受取を取り扱うためのコンビニ側での標準化とも言える。今後は、宅配事業者等においても、このような取組の活用を進めることが望まれる。

## **②住宅における宅配ボックス等の機能発揮、整備促進等**

自宅での受取の方法としては、玄関先での対面での受渡のほか、最近では、自宅に設置した宅配ボックスでの受取も一般的になりつつある。時間を問わず受取が可能であることからその利便性の認知も消費者においても進んでおり、消費者が希望する場合には宅配ボックス宛の配達も当たり前となりつつある。最近では、新築の分譲マンションの大半で宅配ボックスの設置が行われ、また、賃貸の集合住宅においても、消費者が部屋を選択する際の考慮事項の一つにもなりつつある。このように、新築の集合住宅における宅配ボックスは、消費者・宅配事業者にとって、もはや欠かせない存在となっている。

また、このような宅配使用の比較的大型な宅配ボックスの整備に加え、最近では、従前の取扱サイズよりも大型のメール便等について、自宅の郵便受での受取を可能とする新たなサービスの高度化に対応するため、より大型の郵便受の普及も一部の宅配事業者によって進められている。

一方で、宅配ボックスの活用をより一層推進するためには、宅配ボックスが設置されていない既存住宅や、これまで集合住宅がメインだった宅配ボックスの設置について戸建て住宅への設置促進を図る必要があることや、既設の宅配ボックスが経年した際の更新に多額の費用を要することも課題となりつつある。また、特にピーク時に利用が集中して宅配ボックスが満杯で利用できないケースや、梱包サイズが荷物の中身に比して著しく大きいなど梱包が不適切等の理由から宅配ボックスに入庫できずその機能が十分に発揮されていないといった課題への対応も必要となっており、以下のような取組が求められている。

### **イ. 宅配ボックス等の機能発揮のための適正配置や、回転率の向上等の管理方法の更なる最適化**

本検討会においても関連委員より発言があったが、宅配ボックスのサイズや、設置口数については、時代により変化している。新築時において、設置規模を決定した際の利用予測が実態に即していなかったことが事後的に判明したり、利用実態が変化し、予測よりも利用が増加するケースも想定される。このような場合、先に述べたとおり、消費者が宅配ボックスへの配達を希望していても、特にピーク時に空きボックスが見つからず利用が困難となり、消費者が意図しない再配達が発生してしまうこととなる。

宅配ボックスの最適な配置については、宅配ボックス事業者やディベロッパー、宅

配事業者等の関係者においてもそのノウハウが蓄積されつつあるところであり、これら関係者において、当該ノウハウの共有や、建物の形態や入居者数に応じた設置口数等の標準化を進めることなどが望まれる。

また、消費者が宅配ボックスでの受取を希望したものの、配達後も、自宅に設置された宅配ボックスに消費者が荷物を取り出しに行かず、長期間当該ボックスを占拠し続けるケースや、宅配ボックスをいわば個人の物置代わりに利用しているケース等、意図されたものとは異なる宅配ボックスの利用実態もあるとも聞く。宅配ボックスの適正利用が行われていれば設置されている宅配ボックス数で必要十分なケースでも、このような不適切な宅配ボックスの利用により入庫が困難となればその機能が十分に発揮することができない。

この宅配ボックスの利用の適正化は、回転率の向上など限られた宅配ボックス口数の最大活用化のために必要不可欠であり、管理組合を含む関係者においても消費者へ適正利用を呼びかけるとともに、取り出しが後日となる場合には、宅配事業者からの入庫を取り出し日に近づけるように配達希望日時を設定するなど消費者の積極的な行動が求められる。また、単にボックスを設置するだけでなく、適正な管理を伴うことにより、消費者にとっても管理が行き届いた宅配ボックスであることでその利用に係る安心感を与え、より一層の利用促進にもつながるものと考えられる。

#### **ロ. 宅配ボックス等の荷受け可能サイズに対応し、その効率的な利用に貢献する通販事業者における梱包サイズの適正化の推進**

通販事業者における出荷時の梱包サイズの適正化も、宅配ボックスや大型郵便受の利用を促進するためには取り組むべき課題である。一般的なサイズの宅配ボックスに入庫可能なサイズでの梱包が可能にもかかわらず、宅配ボックスの利用を想定せず、入庫不可能な大きな梱包サイズで発送を行うケースや、中身の大きさに比して不釣り合いな大きな梱包サイズで発送を行ったため、適正なサイズで梱包を行っていただければ口数が多い通常のサイズのボックスに入庫可能であったケースなどが存在する。また、消費者が不在がちのため、最近増加しつつある郵便受への投函型のメール便等のサービスを利用したにもかかわらず、必要以上に梱包が大きかったり、折り曲げ不可等の指定があるため郵便受に投函できず再配達となったケースも見られる。

このように、通販事業者においても、常に宅配ボックスの利用や郵便受への投函を想定して、必要十分な適正な梱包サイズを選択することが望まれる。その際、あまりに小さい梱包だと仕分け作業等宅配事業者の作業の効率性にも影響を与える場合があることにも留意する必要がある。

## ハ. 新たなコンセプトの宅配ボックスの開発等

～宅配事業者その他の関係者の共働による新たなコンセプトの宅配ボックスの開発等を通じた、既存集合住宅、戸建て住宅等への宅配ボックス等の整備促進、既存宅配ボックスの更新への対応～

現行の集合住宅に普及している宅配ボックスの製品については、セキュリティーを重視した電子錠や通信機能を有した管理機能等を有するものが多く、結果として必ずしも気軽に設置できるような価格等となっていないのが現状である。新築の際は宅配ボックスの設置費用は建物価格に含まれていることも多く明示的に意識されることは少ないが、既存の集合住宅に導入を行う場合、入居者や家主が宅配ボックスの設置単体での負担を直接感ずることから、このような負担の軽減が宅配ボックスの整備促進の一つ課題として挙げられる。これは、既存の宅配ボックスの更新の際にも当てはまる。

また、集合住宅に比して普及が進んでいない戸建て住宅向けの宅配ボックスについても、最近、いくつかのメーカーにより製品が販売されているが、設置費用について集合住宅の場合と同様、気軽に設置できるような物は少ない。また、戸建て用の宅配ボックスについては、設置できるボックスの口数に場所等の制約があるが、一度入庫したボックスに再度別の荷物の入庫ができず、対応できる配達回数は設置されたボックスの数が上限となり、取り出しまでの配達回数が多い等の家庭には利用しにくいケースも想定される。

この設置費用の軽減や設置場所等に制約の多い戸建て住宅向けの宅配ボックスの普及に際しては、荷物を安全安心に無人で受け取ることができるという、宅配ボックスの本来の単純な機能に係る消費者の利便性に見合ったコストとなるよう、これらの原点に立ち返った新たなコンセプトの宅配ボックスの開発等を進めることが望まれる。

これについては、既に、宅配ボックス大手事業者以外からも、鍵のシステムを工夫することにより、低廉で、簡便な構造で、従前の電子式のものと同様に安全安心な受取を可能とする新たなコンセプトの宅配ボックスの提案も出てきているところである。

なお、受取等のトラブルの原因となることを避けるために入出庫記録を行うことや、長期間荷物を入れたままの宅配ボックスに関し、一定期間経過後に撤去又は返送するなどの管理方法や共通ルールを整備しておくことも必要である等、本検討会において関連委員の発言があった。

また、戸建て住宅への宅配ボックスの設置促進については、ドイツ国内においても、複数の宅配事業者により、簡易な構造のボックスについて消費者へのリース形態での設置の動きが進んでいるところであるが、鍵の管理の厳格化、セキュリティー等の課題

もあり、設置した宅配事業者のみが配達に使用できる形態となっている。

本事例は、我が国においても戸建て住宅への宅配ボックスの設置促進のモデルとして参考にすべき側面もあるが、設置した宅配事業者の独占的利用とすると、設置スペースの観点からわが国の住宅事情では複数の設置が困難な場合も多いと考えられ、どの宅配事業者においても利用できるような宅配事業者等が連携した新たな枠組みでの整備が望ましい。その際、近隣の集会所等の地域の共有スペースの活用も検討し、戸建て住宅において宅配ボックスが活用できる受取環境をできる限り効率的に整備することが望まれる。

### **③鉄道駅の活用等新たな受取方法の多様化のための方策**

現在、宅配便の主な受取方法としては、上述の通り、自宅での対面又は宅配ボックスでの受取か、コンビニや宅配事業者の営業所での受取が主として提供されている。最近では、一部の宅配事業者や通販事業者において、駅、郵便局、集客施設等での宅配ボックスの設置の取組が行われつつあるところであり、新たな受取方法として消費者等の利用も始まっている。

また、アンケート結果からは、自宅での受取以外の新たな受取方法としては、①で述べたコンビニでの受取に加え、自宅、職場等の最寄りの鉄道駅等での受取を希望する声が多かった。同様に、本検討会において、関連委員より、大型商業施設等の集客施設の活用も考えられるとの発言もあった。

これら鉄道駅等での受取は、現在のところ、コンビニ受取ほどは一般的なサービスではないが、今後、当該アンケート結果を踏まえ、また、都市部の駅のスペースの稀少性や旅客の安全性の確保等鉄道駅特有の課題にも配慮しつつ、以下のような取組を通じて、その受取インフラとしての活用及び新たな受取方法の多様化を進めることが必要である。

#### **イ. 鉄道駅等における汎用的な受取拠点の整備促進**

～公共的空間である鉄道駅等の空間を最大限有効に活用するための、また、利用者にも分かりやすく活用しやすい、どの宅配事業者、通販事業者や利用者でも利用可能な社会インフラとしての宅配ボックス、受取カウンターの鉄道駅等への整備促進～

宅配ボックスを活用した鉄道駅等における受取拠点の整備は、過去にも何度か取組が行われてきたが、その何れの取組も、いわば実験段階で終わってきたといっても過言で無い。最近では、福岡市内において、環境省の平成26年度の委託事業として、宅配事業者により、駅や商業施設等の集客施設への宅配ボックスの整備による利用実態の調査等が行われてきたところである。ターミナルエリアや商業駅等では一定の利

用があったが、福岡市郊外では利用が伸び悩むなど、地区によっては利用実績に大きな開きが見られた。また、通勤・通学先からの帰宅途中での利用が多かったとの当該サービスの利用者のアンケート結果を踏まえると、戦略的に設置を行う必要があることが判明したところである。なお、当該事業については、事業終了後宅配ボックスを撤去し、現在ではサービスは終了している。

これらの過去の取組は、宅配事業者や通信販売事業者等が駅等に宅配ボックスを整備し、限定された者が利用を行う形態であり、他の宅配事業者や通販事業者の荷物を取り扱う形態でのサービスは行われていなかった。消費者の視点からは、コンビニ受取サービスの場合と同様、通信販売の注文時にはどの宅配事業者で配達が行われるのかそれほど意識していないケースが大半であり、また、毎回異なる通販会社間を比較して注文を行う消費者の目線や、通常利用する駅等はほぼ固定していることから、その駅等に置かれた宅配ボックスについて、特定の宅配事業者や通販事業者の荷物のみ取扱となると利用の可否がわかりにくく、利用を遠ざける要因となりかねない。

また、一般的に、駅構内というスペースの性格からは、旅客の円滑な移動等の確保等のため、宅配ボックス等を設置しようとした場合、スペース面での制約が多い。この限られた一種の公共スペースを有効に活用するためには、特定企業のサービス提供のための宅配ボックスではなく、幅広い事業者により共同で利用が行える一種の社会インフラとしてのサービス形態の方がより望ましい。その際、営業時間が初電から終電までと限られ、また、稀少なスペースを最大限有効に利用する観点からは、宅配ボックスという形態のみならず、有人の受付カウンター方式による高効率型の形態も併せて検討を行うべきである。

現状において、鉄道駅等での受取拠点の整備は未だに緒に就いたばかりである。このため、4)でも述べるとおり、駅等における受取拠点としての整備方策として、新たに関係者が連携して整備を行う方式や、個別の事業者での整備を行った後、その一部又は全部について他の事業者の利用も可能にする方式や、相互に利用を解放する方式など、消費者の利便の向上と鉄道駅内という一種の公共的スペースの有効的活用の見地から新たな取組を行うことが望まれる。また、これらの取組により、鉄道事業者や関係公共団体等においても、生活支援サービスへの駅空間の解放が進む中、鉄道駅等における一種の公的なインフラとしての受取ポイント整備に対する理解・協力が進むことが期待される。

なお、これに関し、本検討会において、関連委員より、駅における宅配ボックスの活用については、住宅におけるそれと同様に期待が高いところではあるが、設置場所の賃料等ランニングコストについて各事業者、受取人の負担が発生し得ることを考慮する必要があるとの発言もあった。

## **ロ. 鉄道駅等に設置した宅配ボックス等までの輸送に係る旅客鉄道の活用の促進**

今般の再配達削減の検討は、再配達削減を通じて、地球温暖化対策やドライバー不足問題といった社会的課題について対応するためのものである。この観点からは、トラック輸送の大宗を占める短距離輸送について、都市鉄道等の旅客鉄道の輸送力を活用したモーダルシフトを進めることも重要である。この点は、平成27年4月に設置された交通政策審議会交通体系分科会物流部会が、社会資本整備審議会道路分科会基本政策部会と合同で取りまとめた「今後の物流政策の基本的な方向性等について」に関する審議の中間取りまとめにおいても言及されているところである。

具体的には、鉄道駅等の交通結節点の受取拠点としての活用の際に、宅配事業者の物流拠点から鉄道駅等やその近辺に立地する大規模集客施設等の受取場所までの輸送に、ドライバー不足対策や地球温暖化対策にもなる新たな輸送システムとして、都市鉄道等の旅客鉄道の活用を進めるべきである。

### **4) 既存の枠組みを超えた関係者間の連携の促進**

現在、各企業における再配達削減に向けた取組については、経営戦略の一環として、各企業において創意工夫を凝らしたものが進んでおり、また、必要に応じ特定企業間の連携が進んでいるケースもある。当該取組や連携については、各企業の経営戦略の重要な部分を構成しているケースもあると考えられ、この場合、容易に変更を行うことが難しい側面も考えられる。

しかしながら、再配達に起因する社会的損失の解消という一種の公益目的の早急な実現のために、最小限のリソースの投入で最大限の効果を得るためには、例えば、上記②（宅配ボックスの整備）や③（鉄道駅等の活用）で述べたとおり、現在、各関係者において創意工夫を凝らして実施している取組や連携を活かしつつ、新たな連携を行うことが効率的かつ効果的である場合も少なからず想定される。

このような場合においては、現在の連携のあり方を前提としつつも、緩やかなコンソーシアムの枠組みの活用や、既存の各社における取組の相互利用等、短中期的に、現在の連携を超えた取組を関係者の協力のもと進めることが望まれる。

## **おわりに～今後の進め方**

宅配の再配達削減に向けた3. の具体策は、再配達に起因する社会的損失を早期に最小化するために早急に取り組む必要がある。特に、オペレーションの改善等比較的容易に対応可能なものについて、直ちに実施に移していくことが必要である。また、新たな体制・設備等の整備が必要なものについても、早急にその実施に向けた検討を開始することが望ましい。

また、3. の具体策のうち、新たなコンセプトに基づく宅配ボックスの開発・普及促進や鉄道駅の活用などこれまでにない新たな取組については、モデル的实施などを関係者が連携して行うこと等により、本格的な実施の前に、関係者間において実施に向けた課題の抽出・対応策の検討を行うことが望ましい。

本検討会は、有識者と宅配事業者のみならず、通販関係者、コンビニ関係者、商社、宅配ボックス関係者や、住宅、ディベロッパー、鉄道関係者など幅広い分野の委員が集っていることから、再配達に係る幅広い課題の検討や情報共有等を行うのに相応しい会議体であり、議論も幅広い見地から大変活発に行われたことは特筆すべきことである。今後、必要に応じ、本検討会のような協議・検討の枠組みを残しつつ、関係者における取組の進捗状況のフォローアップや情報共有を行うことが望ましい。

加えて、宅配の再配達に係る政策的課題を初めて検討した本検討会の報告書の内容については、「今後の物流政策の基本的な方向性等について」を現在審議中の交通政策審議会等において更に検討を深めることとしたい。

## 參考資料



宅配の再配達削減に向けた受取方法の多様化の  
促進等に関する検討会 委員名簿

- (座長) 矢野 裕児 流通経済大学流通情報学部教授
- 秋元 敏良 (一社) 日本3PL協会 ((株) 丸和運輸機関  
3PL物流統括本部 運行システム運営部 部長)
- 池内 ひろ美 八洲学園大学教授
- 伊藤 廣幸 (一社) 日本フランチャイズチェーン協会 専務理事
- 岡嶋 則幸 (株) セブン-イレブン・ジャパン  
商品本部 サービス・雑貨部 出版・エンターテイメント担当  
シニアマーチャンダイザー
- 小田 広昭 (一社) 住宅生産団体連合会 専務理事
- 柿尾 正之 (公社) 日本通信販売協会 理事・主幹研究員
- 鹿妻 明弘 アマゾンジャパン(株)  
SCM輸送統括事業本部 事業本部長
- 加茂 正治 (株) ローソン 専務執行役員 戦略IT担当  
ホームコンビニエンス事業管掌  
エンターテイメント・サービス事業本部長 業務統括本部長
- 木島 一郎 三菱商事(株)  
リテイル本部事業開発室 総括マネージャー
- 坂口 幸也 (株) ファミリーマート 商品本部新業態・サービス部  
ユニバーサルサービスグループ マネージャー
- 澤谷 由里子 東京工科大学コンピュータサイエンス学部教授
- 品川 竜介 楽天(株) 物流事業 経営企画部 部長
- 關 祥之 日本郵便(株) 郵便・物流商品サービス企画部長

丹野 和廣 日本宅配システム（株） 取締役専務執行役員

永峰 好美 （株）読売新聞東京本社 編集委員

根岸 秀光 （一社）不動産協会 事務局長代理

橋本 正有 伊藤忠商事（株） 情報・通信部門情報産業ビジネス部  
ITビジネス第二課 課長代行

原 周平 （株）フルタイムシステム 代表取締役副社長

福田 靖 ヤマト運輸（株） ネットワーク戦略部長

古橋 正得 （株）豊田自動織機 物流ソリューション事業室  
物流エンジニアリング部 主査

三浦 大助 東京都環境局地球環境エネルギー部 環境都市づくり課長

村上 敏夫 （一社）日本物流団体連合会 理事・事務局長

室谷 正裕 （一社）日本民営鉄道協会 常務理事

森下 琴康 佐川急便（株） 執行役員 営業担当 兼 営業部長

（五十音順・敬称略・所属役職は平成27年9月25日時点）

<国土交通省>

羽尾 一郎 大臣官房物流審議官  
島田 勘資 物流審議官部門物流政策課長  
坂巻 健太 物流審議官部門大臣官房参事官（物流産業）  
木村 大 物流審議官部門物流政策課企画室長

<経済産業省>

野村 栄悟 商務情報政策局商務流通保安グループ流通政策課長/物流企画室長

<事務局（国土交通省）>

針生 久美子 物流審議官部門物流政策課企画室 環境班長  
宇津井 万梨 物流審議官部門物流政策課企画室 モーダルシフト推進官  
堀 航平 物流審議官部門物流政策課企画室

（敬称略・所属役職は平成27年9月25日時点）

宅配の再配達削減に向けた受取方法の多様化の  
促進等に関する検討会 開催経緯

○第1回 平成27年6月5日（金）

- ・再配達の現状、課題についての認識共有
  - ①宅配の再配達削減に向けた検討の進め方について（事務局）
  - ②各社における宅配の再配達削減に向けた取組について  
（ヤマト運輸（株）、日本郵便（株）、アマゾンジャパン（株）、楽天（株））
- ・不在配達時の受取人宛のアンケートの実施方法について（案）（事務局）

○第2回 平成27年8月25日（火）

- ・アンケート回答の状況について（事務局）
- ・再配達発生による社会的損失の試算について（事務局）
- ・検討に当たっての基本的考え方、論点及び方向性の整理（事務局）

○第3回 平成27年9月25日（金）

- ・取組事例紹介（経済産業省商務流通保安グループ物流企画室）
- ・アンケート回答の結果について（事務局）
- ・報告書（案）について（事務局）

宅配の再配達削減に向けた受取方法の多様化の促進等に関する検討会  
アンケートの集計結果

○アンケート回答者について

回答者数:1304名 (うち、男性783名/女性520名、東京都531名/それ以外773名)

①再配達荷物とともにアンケートを配布された回答者 (442名)

【回答方法】

a) アンケート用紙への記入、郵送 (回答者:409名)

b) Web 上での回答 (回答者: 33名)

【配布方法】

ヤマト運輸(株)、佐川急便(株)、日本郵便(株)より再配達になった顧客に対し、配達荷物とともに本アンケートを配布 等

【配布エリア】

都内複数エリア、関東各地

【配布数】

3000 部

【配布期間】

2015年8月4日(火)～12日(水)まで

【回答期間】

2015年8月4日(火)～31日(月)まで

②国土交通省のホームページから回答した回答者 (862名)

【対象エリア】

全国

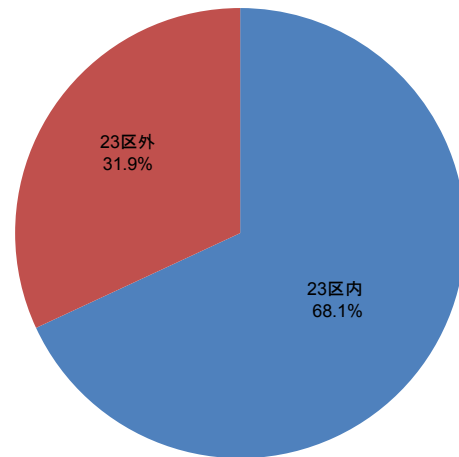
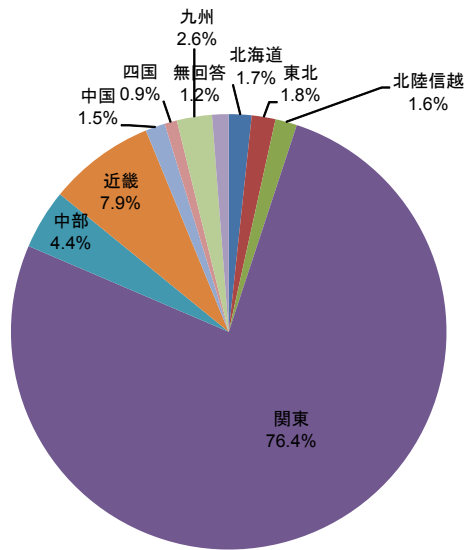
【回答期間】

2015年8月4日(火)～31日(月)まで

問1 お住まいの地域をご回答ください。

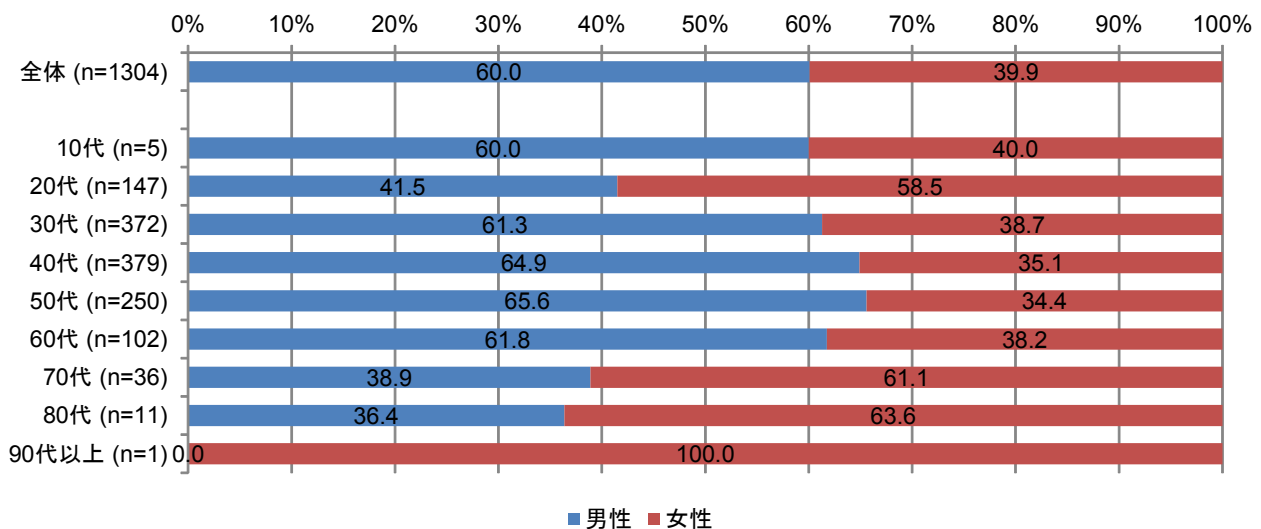
全回答者(1304名)のうち76%は関東に住んでいる。

東京都に居住し、居住する市町村区の回答があった回答者(496名)のうち68%は23区内に住んでいる。

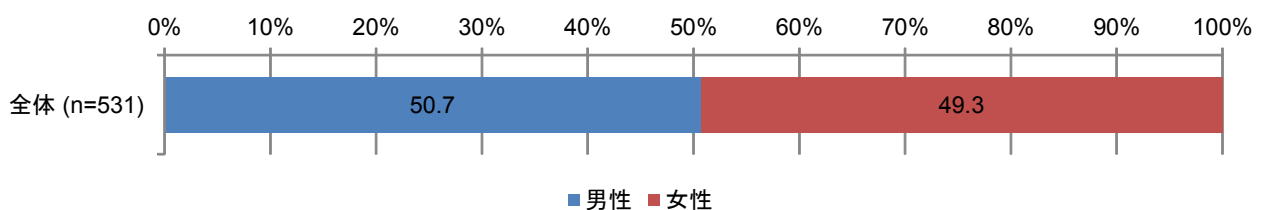


問2 性別をご回答ください。

全回答者(1304名)のうち60%が男性、40%が女性。

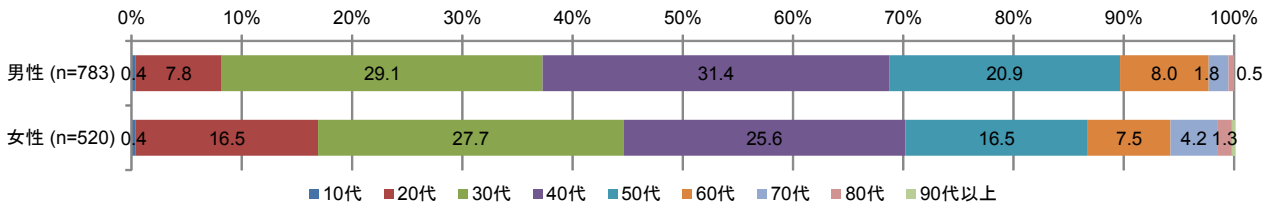


東京都の回答者(531名)のうち男性と女性はほぼ同数。

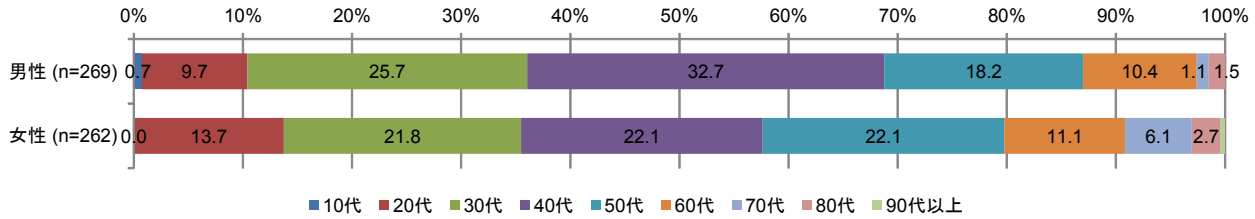


問3 年代をご回答ください。

全回答者(1304名※)のうち30代、40代、50代で男性は約81%、女性は約70%を占める。

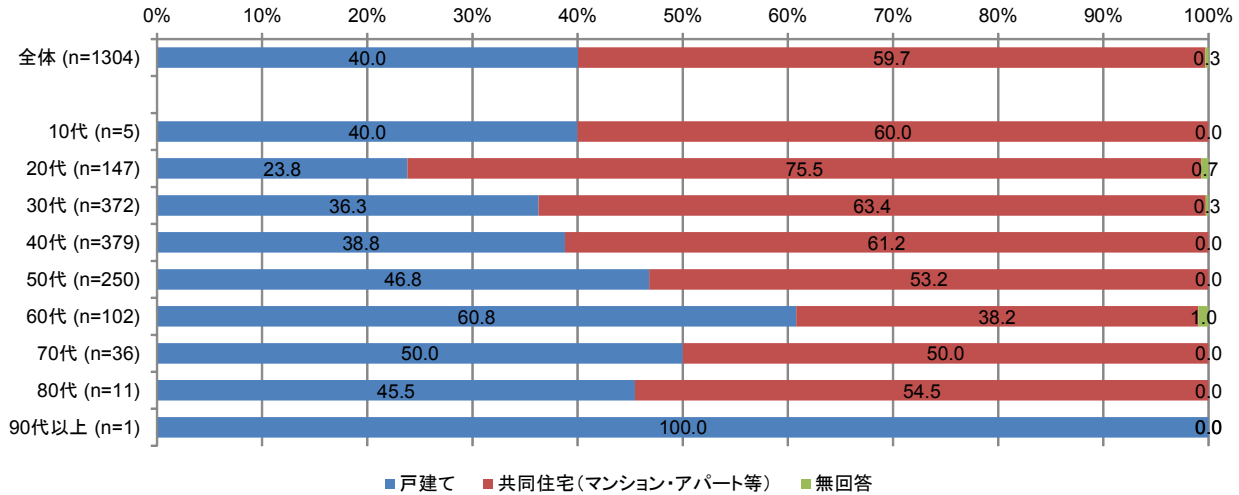


東京都の回答者(531名)のうち、20代、30代、40代で男性は約77%、女性は66%を占める。



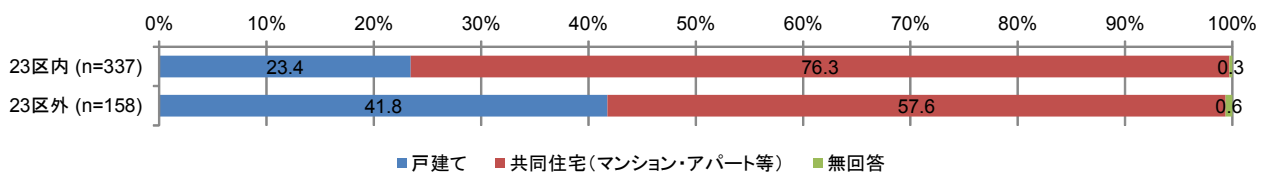
問4 現在お住まいの住居のタイプをご回答ください。

全回答者(1304名)のうち60%が共同住宅に住んでおり、40%が戸建てに住んでいる。



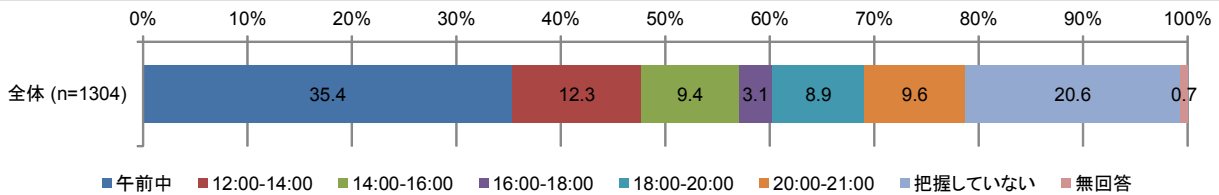
東京都の回答者(496名※)のうち23区内では約80%が共同住宅に住んでおり、23区外では約40%が戸建て、約60%が共同住宅に住んでいる。

※居住する市町村について回答がなかった35人を除くため東京都全体の合計(531名)と合致しない。



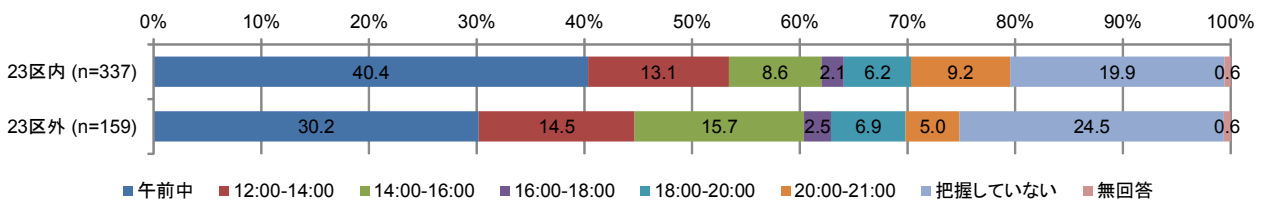
問5 今回配達される（または、直近で受け取った）お荷物の1回目の配達時間をご回答ください。

全回答者（1304名）のうち「午前中」に配達された人が最も多く35%を占めているが、「把握していない」が21%で2番目に多い。



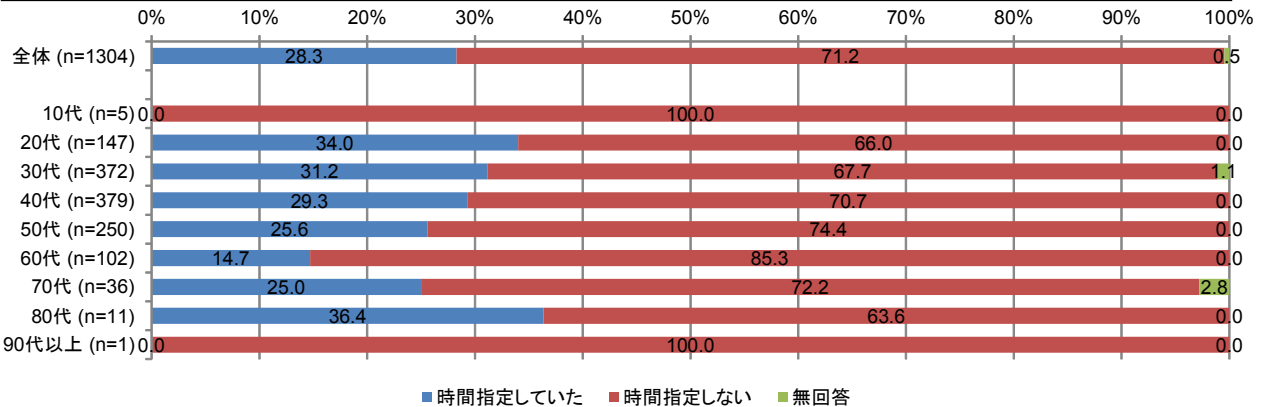
東京都の回答者（496名※）のうち、23区内に住む人の約4割が「午前中」に配達されており、次いで「把握していない」が多い（20%）。23区外では「午前中」指定と「把握していない」がいずれも2割以上を占めており、最も多い。

※居住する市町村について回答がなかった35人を除くため東京都全体の合計（531名）と合致しない。



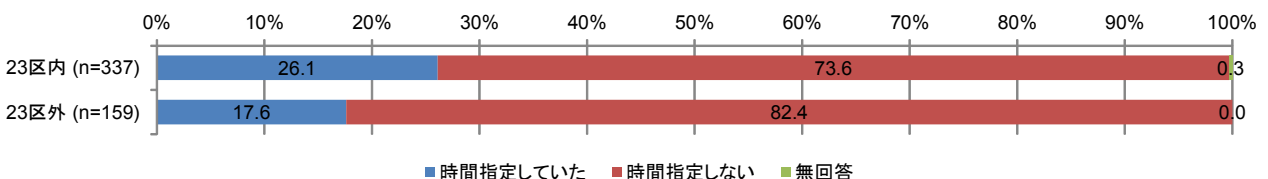
問6 今回配達される（または、直近で受け取った）お荷物について配達時間の指定はしていましたか？

全回答者（1304名）のうち時間指定をしていなかった人が71%を占める。



東京都の回答者（496名※）のうち、時間指定をしていなかった人が23区内では74%、23区外では82%を占める。

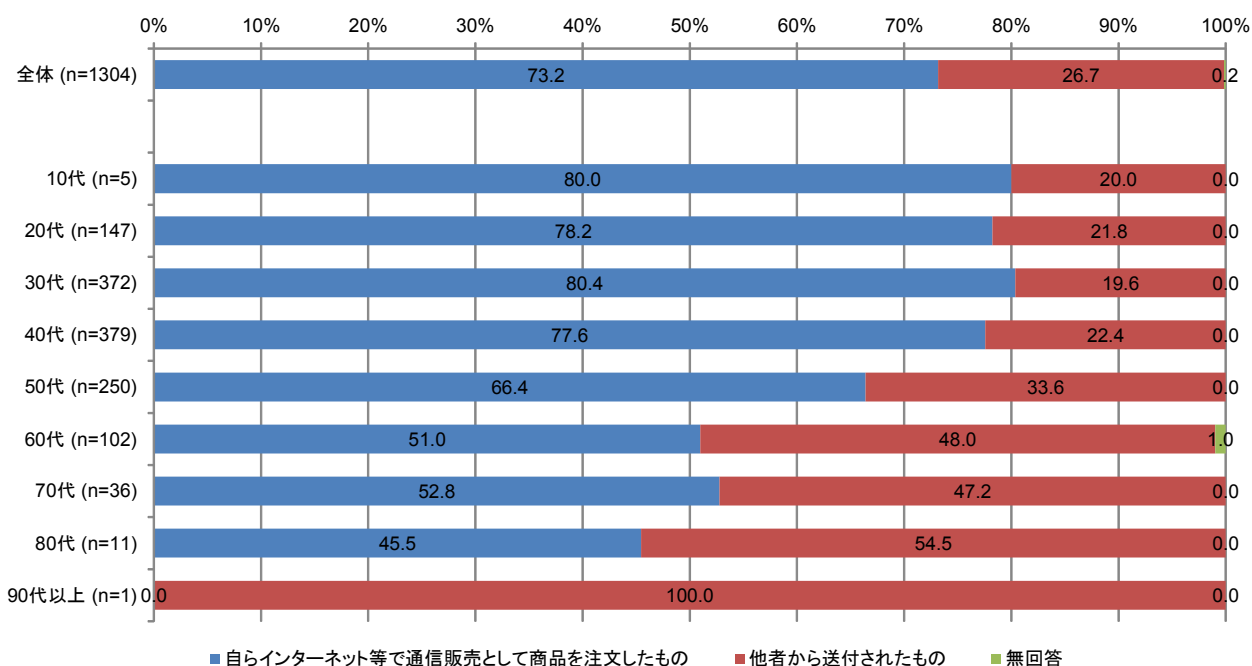
※居住する市町村について回答がなかった35人を除くため東京都全体の合計（531名）と合致しない。





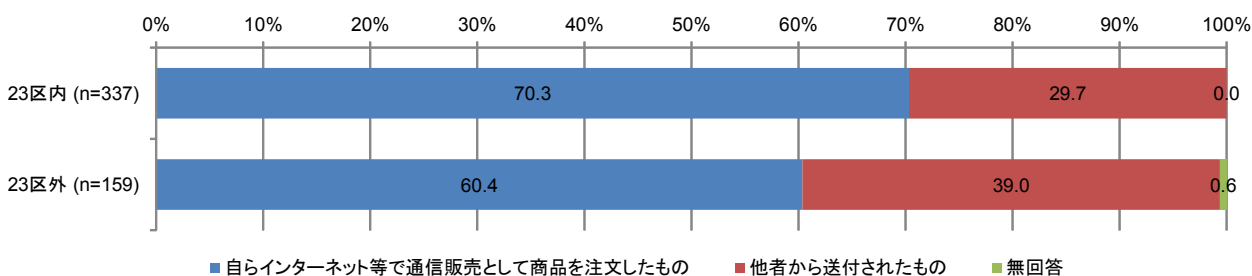
問7 今回配達される（または、直近で受け取った）お荷物の宅配便の中身はご自身で注文したものですか？

全回答者（1304名）のうち、「自らインターネット等で通信販売として商品を注文したもの」が73%を占める。また、若年層ほどその割合が高い傾向にある。



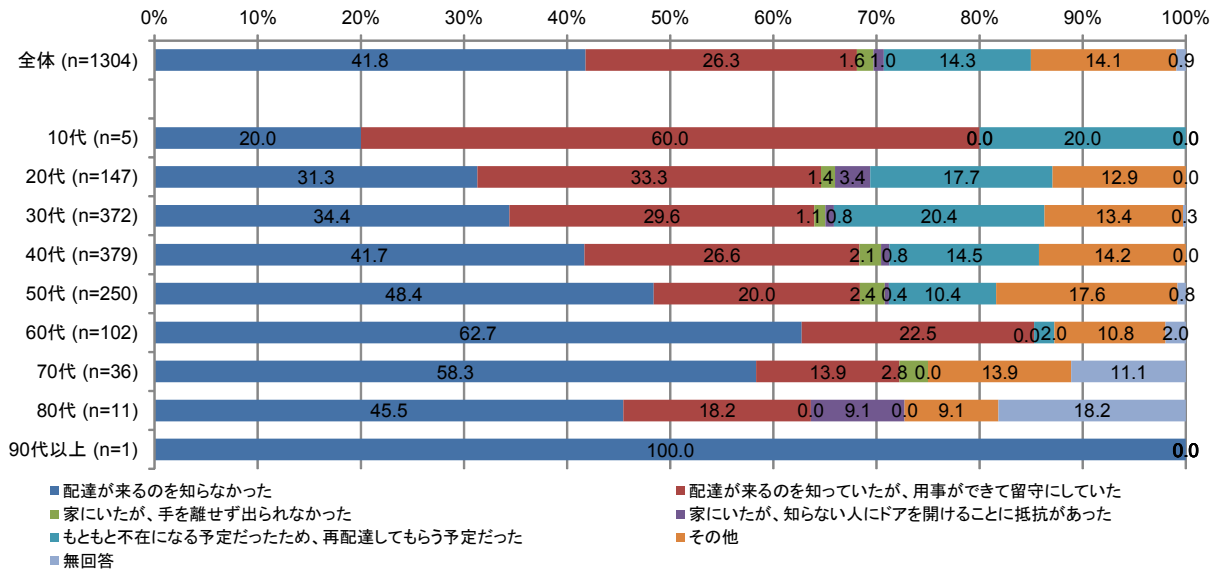
東京都の回答者（496名※）のうち、23区内では70%、23区外では60%が「自らインターネット等で通信販売として商品を注文したもの」。

※居住する市町村について回答がなかった35人を除くため東京都全体の合計（531名）と合致しない。



問8 1回目の配達で受け取れなかった理由を差支えなければご回答ください。

全回答者(1304名)のうち、「配達に来るのを知らなかった」が42%を占め、高齢層になるほど割合が高い。また、再配達を依頼を予定して不在にしていた(「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」26%、「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」14%)ケースは4割を占めており若年層になるほど割合が高い。



主な「その他」の声：(カッコ内の数字は回答数。以下同じ。)

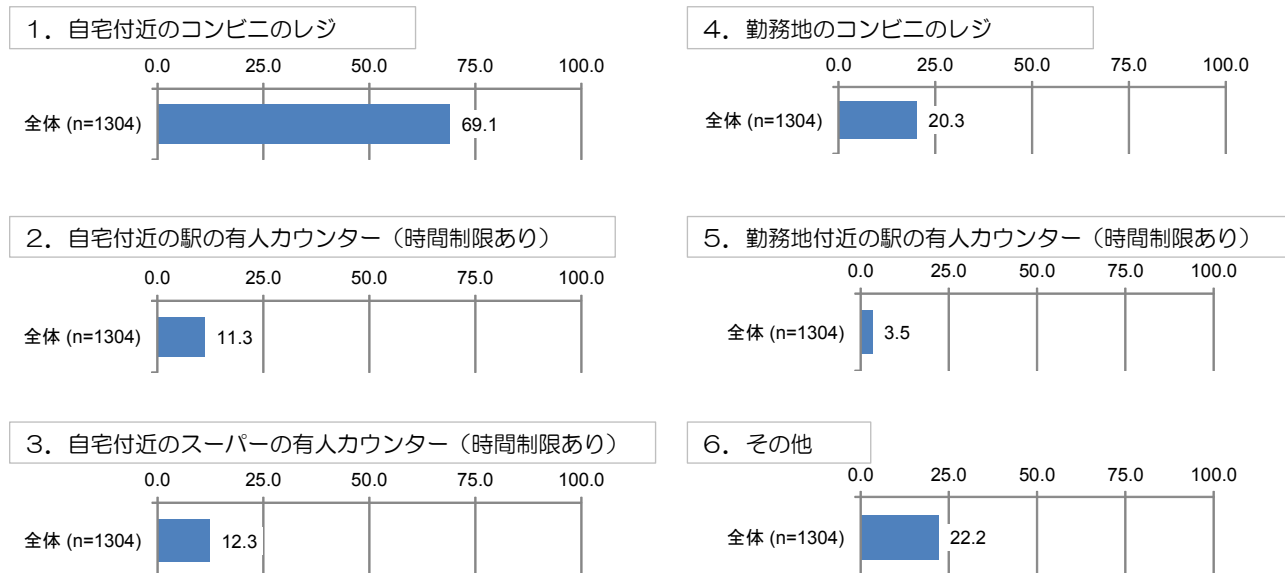
- ・通販会社のHPで注文時に日時指定は追加料金がかかるのでしなかったため、いつ来るのかわからなかった。(52)
- ・そもそも日中は仕事で受け取れないなど再配達してもらえらることを前提としている。(24)
- ・宅配ボックスでの受取を前提としていたが、全て埋まっていたり入れてもらえなかった。(17)
- ・指定時間外に配達に来た。(13)
- ・指定できる時間に希望の時間がなかった。もう少し遅い時間選択があれば受け取れた。(9)
- ・在宅していたのに受け取れなかった。(気づいたら不在票が入っていた、寝ていた、呼び鈴が聞こえなかった等) (9)
- ・返品、定期便等で日時指定ができない。(自動的に1回目の設定を引き継いでしまう) (4)

その他：

- ・配達時間が2～3時間単位の枠ではなく30分単位の枠であれば、他の予定との調整ができるので受け取れる。
- ・予想外に宅配ボックスに入らないサイズだった上に不在にしていた。
- ・注文時に12日配達とあったが、実際には11日に届いた。等

問9-1 どのような方法であれば1回で確実に受け取ることができましたか？  
 (複数回答可) ①有人の場合

全回答者(1304名)のうち、コンビニのレジで受け取りたい人が最も多く、自宅付近のコンビニが69%、勤務地付近のコンビニが20%を占める。(中間報告と同傾向) ※「その他」の声、括弧内の数字は回答数

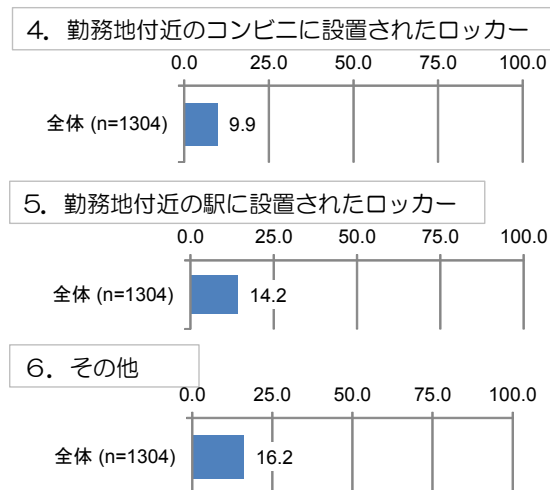
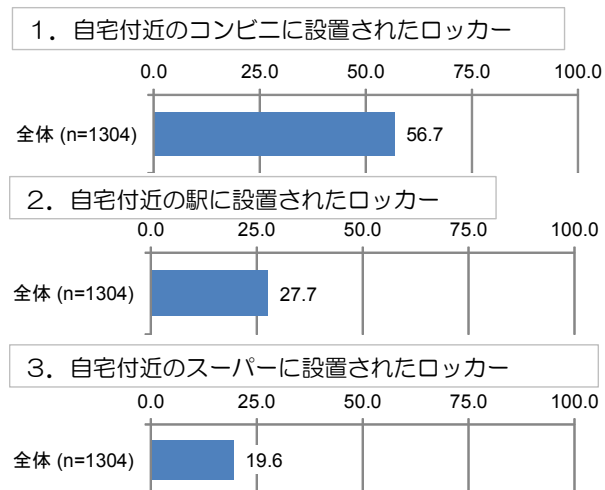


「その他」の声：

- ・ 宅配会社の営業所 (14)
- ・ 郵便局のカウンター (1) 等

問9-2 どのような方法であれば1回で確実に受け取ることができると思いますか？  
 (複数回答可) ②無人の場合

全回答者(1304名)のうち、自宅付近のコンビニに設置されたロッカーでの受取希望が57%を占めており、最も多い。次いで、自宅付近の駅に設置されたロッカーでの受取希望が多く(28%)、自宅付近での受取希望が高いことが分かる。(中間報告と同傾向) ※「その他」の声、括弧内の数字は回答数



「その他」の声：

- ・ 自宅の宅配ボックス (88)
  - ・ 玄関前に置き配を希望 (8)
  - ・ 自宅の郵便受け (4)
  - ・ 自家用車のトランク (2)
  - ・ コインランドリーに設置したロッカー (1)
  - ・ 自宅付近の駐車場に設置したロッカー (1)
  - ・ 郵便局に設置したロッカー (1)
- 等

問9-3 どのような方法であれば1回で確実に受け取ることができたと思いますか？  
「その他」の声

主な声：

- ・重いもの、大きいものなどはそもそも自宅以外での受取は無理（66）
- ・配達前に電話またはメールにて事前通知してくれれば受け取れる（36）
- ・時間指定が無料ならする（10）
- ・夜間配達オプションがあれば受け取れる（7）
- ・セキュリティ上無人には抵抗ある（5）
- ・クールなので無人は無理（4）
- ・勤務先に配達してほしい（4）
- ・出荷後に配達時間の変更が可能であれば受け取れる（2）
- ・そのときにいる場所に配達してくれれば受け取れる（2）

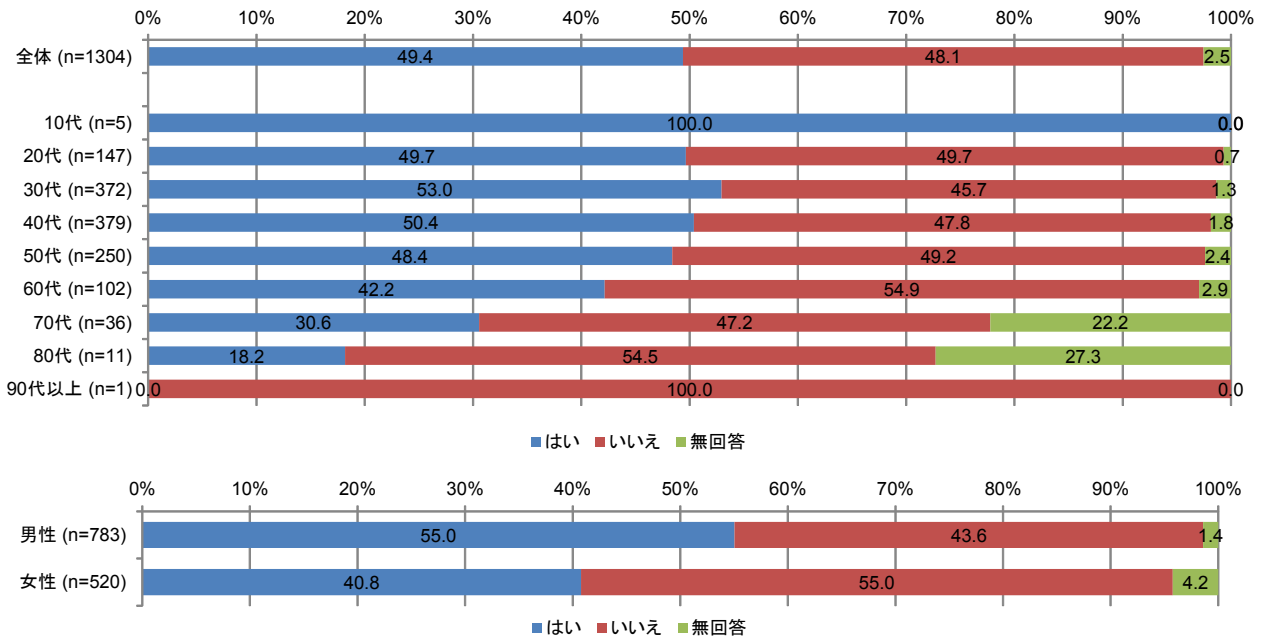
その他：

- ・宅配ボックスの設置をマンションであれば義務づける
  - ・家庭用宅配ボックスを作って欲しい
  - ・通販会社と運送会社との連動による配達時間のメール通知に加え配達時間の変更をできるようにする
  - ・最初の配送から時間指定できるようにしてほしい
  - ・詳細なお届け日及び時間が受け取り手側に分かり辛い仕組みとなっている
  - ・有人カウンターでの受け取りは、送り主と当方の情報が見られるため抵抗がある
  - ・最寄りにコンビニ、駅がないためやはり再配達を希望。
  - ・小さい荷物ならポストに入れてほしい。
- 等

問10 受取時にポイントが付与される等のメリットがある場合、1回での受取の可能性は高まると思いますか？

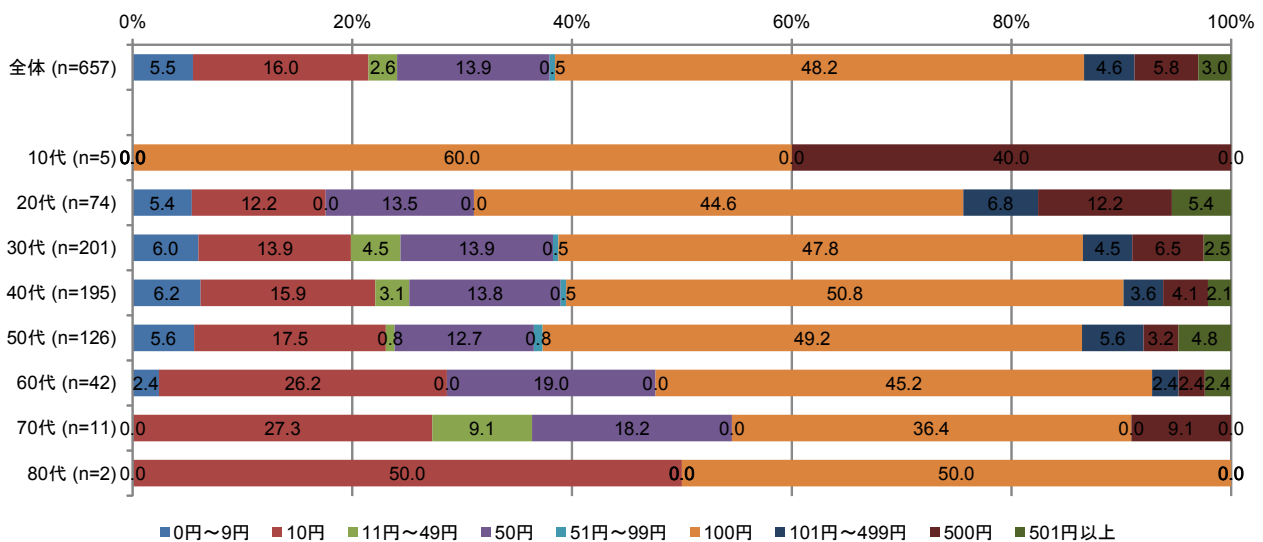
全回答者(1304名※)のうち、約半数が受取の可能性が高まると回答し、年代別では20代から50代のいずれの世代も約50%が高まると回答。男性は55%が1回での受取の可能性は高まると回答し、女性の41%を上回る。

※ 1名性別無回答



問11 問10で「はい」とご回答頂いた方にお聞きします。何円相当以上のポイントであれば1回で受け取ろうと思いますか？

全体の回答者(657名)のうち、「100円」が最も多く48%を占める。また、約9割が100円以下相当が妥当と回答。また、年齢が上がるにつれ金額が低くなる傾向がある。



# 宅配の再配達削減に向けた受取方法の多様化の 促進等に関する検討会 報告書（概要）

平成27年9月25日

## 1. 再配達が発生する要因及びこれに関する社会損失の状況

### 1) 本検討会で実施した再配達となった受取人へのアンケート調査結果

- ・不在となった荷物の約7割が時間指定をしていなかった。
- ・再配達となった要因として、「配達に来るのを知らなかった」が約4割、「配達に来るのを知っていたが留守にしていた」「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」といった、いわば「後日における再配達の依頼を前提とした不在」が併せて約4割の回答。
- ・自宅以外での受取では、コンビニエンスストア、駅等での受取希望が多く見られた。
- ・約半数の回答者がポイント等のメリットがあれば受け取る努力をし、約9割の回答者が100円以下相当のポイント等が妥当と回答。

### 2) 本検討会で実施した再配達による社会的損失の試算

#### ①CO<sub>2</sub>排出量の増加

再配達により、JR山手線の内側の約2.5倍の面積の杉林が吸収する量に相当するCO<sub>2</sub>排出量が増加（約42万トン／年＝営業用トラックが排出するCO<sub>2</sub>の約1%）。

#### ②労働時間の増加

ドライバー不足が顕在化する中、年間約1.8億時間、年間9万人（トラックドライバーの約1割）に相当する労働力が再配達に費やされている。

## 2. 再配達削減に向けた基本的な考え方

- ・電子商取引（EC）の急速な発展（5年間で1.8倍）により、宅配便取扱個数も増加（5年間で15%増）。一方、ドライバー不足が深刻となりつつあり、かつ、これに伴い宅配便単価も上昇傾向。ECを支える宅配便の持続的な発展のためにも、消費者の利便性の向上を図りつつ、関係者の努力を通じた効率性の向上等の宅配の持続可能性の確保が引き続き必要。
- ・約2割の荷物が再配達となっており、環境問題、ドライバー不足問題からは、もはや、公共的見地から、個々の事業者の対策を強化していくことはもとより、国としても、関係者と連携しつつ、必要な対策を講じることが急務。
- ・一方、ライフスタイルの多様化等の進展により昼間の在宅時間の減少やそのパターンが多様化。また、スマートホン等の普及に伴い、従前に増して、コミュニケーションも容

易化しつつある。これらの状況を踏まえ、また、玄関先等の対面の受渡が宅配便の基本であることに留意しつつ、利用者利便の向上の視点からは、消費者が望む場合には、受取方法の多様化等を通じ、回避可能な再配達削減のための消費者の受取への参加・協力を促進するための方策を中心に講じることが適当。

- ・その際、既に個々の事業者等において、経営戦略の一環として、再配達削減に向けた創意工夫を凝らした取組が進んでいるという実態に配慮しつつ、社会的損失を減少させるという観点から、宅配サービスの本質的な部分での競争を阻害しないことを前提に、通販事業者、宅配事業者、消費者その他の関係者それぞれが、又は関係者が連携して、再配達の削減に向けた以下の取組・協力を行うことが必要。

### **3. 再配達の削減に向けた具体策**

#### **1) 消費者（受取人）と宅配事業者・通販事業者との間のコミュニケーションの強化**

配達が来るのを知らなかった、再配達前提で不在にした、といった再配達発生メカニズムを明らかにしたアンケート結果からは、消費者からの自宅への的確な配達ニーズに応えるためには、受取側のライフスタイルの多様化及び事情発生に伴う在宅予定時間の変更に対応可能な、消費者と宅配事業者・通販事業者との間の適時適切なコミュニケーションの強化に向けた方策を講じることが効果的であることが判明。

##### **《具体策の例》**

- イ. 宅配事業者・通販事業者から、消費者への適時適切な配達日時の確認・通知（特段の配達希望日時なしの場合にも入念に確認を行う必要があることにも留意）
- ロ. WEB、アプリ等を活用した消費者からの合理的な範囲での適時適切な配達日時指定の変更の容易化
- ハ. これらのコミュニケーションの前提となる配達日時指定サービスの高度化等
  - a. 宅配事業者が通例無料で提供している配達日時指定サービスと同様、通販事業者において消費者への特別な負担を求めない同サービスの提供
  - b. 21時以降への配達時間の延長や時間指定の枠（現行2～3時間刻み）の合理的な範囲での細分化を可能とする体制の整備（ドライバー不足の状況から、単に労働時間の延長とならないよう留意）

#### **2) 消費者（受取人）の受取への積極的参加の推進のための環境整備**

今回試算を行った再配達の地球温暖化やドライバー不足への影響といった社会的損失は、再配達が単に一事業者等だけの問題でないことを初めて明らかにした。これらの社会的損失の存在は、環境意識等が高まる中、消費者の積極的な受取への参加への動機付けとして有効なもの。さらに、消費者への当該動機付けのためには、社会的損失の存在



のみならず、金銭的インセンティブが消費者の受取に係る行動変化に有効であるとのアンケート結果に基づき、何らかのインセンティブを検討することが望まれる。

#### 《具体策の例》

- イ. 国、宅配事業者、通販事業者その他の関係者を通じた社会的損失の試算結果を消費者に幅広く理解していただく取組
- ロ. 社会的損失の減少に貢献した消費者に対する宅配事業者、通販事業者等によるポイント等のメリット付与(アンケート結果によれば100円以下程度が適当ではないか)

### ③) 受取方法の更なる多様化・利便性向上等の新たな取組の促進

#### ①コンビニ等での受取の更なる利便性向上

自宅近辺での営業時間が長いコンビニ等での受取サービスは、宅配各社との個々の連携で提供され、消費者にも新たな受取方法として浸透しつつあるが、コンビニ毎に取扱の宅配事業者が異なり消費者にとってわかりにくい。さらなる利便性の向上のためには、現在のコンビニでの受取に係る宅配各社との1対1の結びつきから、一対複数をもっと推進し、利用者にとって分かりやすく利用しやすい環境を整備することが重要。

#### 《具体策の例》

- イ. 消費者が最寄りのコンビニ等でできる限り多数の宅配事業者、通販事業者等からの荷物を受け取れるようにするコンビニの受取に係るユニバーサルな地域インフラ化の推進
- ロ. コンビニでの労働力不足に対応するための、受取サービスのオペレーションの効率化・標準化

#### ②住宅における宅配ボックス等の機能発揮、整備促進等

新築の集合住宅における宅配ボックスは、消費者・宅配事業者にとって、もはや欠かせない存在となっている。また、最近では、従前より大型のメール便等のポスト投函での受取可能なサービスの高度化に対応した大型の郵便受の普及も事業者によって進められている。一方で、既存住宅や戸建て住宅における宅配ボックスの設置促進、既設の宅配ボックスの更新や、宅配ボックスが満杯、梱包サイズが不適切等の理由からその機能が十分に発揮されていないといった課題への対応も必要。

#### 《具体策の例》

- イ. 宅配ボックス等の機能発揮のための適正配置や、回転率の向上等の管理方法の更なる最適化
- ロ. 宅配ボックス等の荷受け可能サイズに対応し、その効率的な利用に貢献する通販事業者における梱包サイズの適正化の推進

- ハ. 宅配事業者その他の関係者の共働による新たなコンセプトの宅配ボックスの開発等を通じた、既存集合住宅、戸建て住宅等への宅配ボックス等の整備促進、既存宅配ボックスの更新への対応

### **③鉄道駅の活用等新たな受取方法の多様化のための方策**

アンケート結果からは、コンビニでの受取に加え、自宅、職場等の最寄りの鉄道駅等での受取を希望する声が多かった。同様に、大型商業施設等の集客施設の活用も考えられる。鉄道駅等での受取は、現在のところ一般的なサービスではないが、今後、当該アンケート結果を踏まえ、また、都市部の駅のスペースの稀少性等鉄道駅特有の課題にも配慮しつつ、その受取インフラの場所としての活用等を進めることが必要。

#### **《具体策の例》**

- イ. 公共的空間である鉄道駅等の空間を最大限有効に活用するための、また、利用者にも分かりやすく活用しやすい、どの宅配事業者、通販事業者や利用者でも利用可能な社会インフラとしての宅配ボックス、受取カウンターの鉄道駅等への整備促進  
ロ. 鉄道駅等に設置した宅配ボックス等までの輸送に係る旅客鉄道の活用の促進

### **4) 既存の枠組みを超えた関係者間の連携の促進**

既存の枠組みを超えて関係者が連携して行うことが効率的かつ効果的なものも少なからずあり、現在の連携のあり方を前提としつつも、緩やかなコンソーシアムの枠組みの活用や、既存の各社における取組の相互利用等、短中期的に、現在の連携を超えた取組を関係者の協力のもと進めることが望まれる。

### **おわりに～今後の進め方**

宅配の再配達削減に向けた上記具体策の例は、その社会的損失を早期に最小化するために早急に取り組む必要。特に、オペレーションの改善等比較的容易に対応可能なものについて、直ちに実施に移していくことが必要。また、新たな体制・設備等の整備が必要なものについても、早急にその実施に向けた検討を開始することが望ましい。

また、モデル的实施などの活用により、本格実施の前に、関係者間において実施に向けた課題の抽出・対応策の検討を行うことが望ましい。

今後、必要に応じ、本検討会のような協議・検討の枠組みを残しつつ、関係者における取組の進捗状況のフォローアップや情報共有を行うことが望ましい。

加えて、本報告書の内容については、交通政策審議会等において更に検討を深めたい。