
宅配事業と EC 事業の生産性向上連絡会 ～再配達削減に向けた取組事例～

2018 年 11 月

経済産業省商務・サービスグループ物流企画室

国土交通省総合政策局物流政策課

はじめに

近年の EC 市場の拡大とともに、宅配便の取扱個数も増加しており、今後も更なる拡大傾向となることが想定されています。宅配便の小口化・多頻度化も進み、積載率の低下や再配達の発生など、配送の非効率化が指摘されているところです。また、トラックドライバー不足など労働力不足も顕在化してきており、個々の宅配事業者・EC 事業者での効率化の取組は限界を迎えています。

こうした状況の中、消費者の利便性の向上を図った上で、サプライチェーン全体の生産性向上と配送の効率化に取り組むことが重要であるため、「宅配事業者」「EC 事業者」そして「行政」の三者でより一層連携し、EC 宅配に係る物流を効率化するための議論ができる場として「宅配事業と EC 事業の生産性向上連絡会」を本年 5 月に設置しました。

連絡会では、宅配事業者と EC 事業者双方のサービス・生産性向上を目指して、両者の連携による再配達の削減に向けた実現可能な解決策や取組について議論を重ね、再配達の削減に向けた対応の方向性として、「消費者とのコミュニケーション強化」と「多様な受取方法」を示した上で、委員各社による取組事例の紹介も交えながら、計 4 回の連絡会をこれまで開催してまいりました。

ここに、本連絡会で紹介された委員各社の再配達削減に向けた取組について、「再配達削減に向けた取組事例」としてとりまとめるとともに、本連絡会の中間とりまとめとして、議論の論点等についてとりまとめ、公表することといたしました。本取組事例が、各社における再配達削減に向けた検討の一助になれば幸いです。

また、本連絡会で提起された論点については、引き続き事業者へのヒアリングを重ねつつ行政側で対応策を検討していくとともに、「宅配事業と EC 事業の生産性向上連絡会」については、今後も定期的な開催を予定しており、取組事例についても随時情報を追加・更新を予定しています。

宅配事業者とEC事業者の生産性向上連絡会
委員名簿

<委員>

アスクル(株)	執行役員 イノベーションオフィサー本部長	池田 和 幸
アマゾンジャパン(同)	渉外本部本部長	渡辺 弘 美
オルビス(株)	SCM推進部 課長	丸山三千代
佐川急便(株)	執行役員営業担当兼営業部長	谷本 信 幸
(株)千趣会	取締役 執行役員	梶原 健 司
(株)Z O Z O	取締役	大蔵 峰 樹
日本郵便(株)	執行役員	小池 信 也
(株)ファンケル	カスタマーサービスセンター物流部 物流運営グループ課長	中澤 啓 至
(株)丸和運輸機関	執行役員 EC ラストワンマイル事業本部長	岩崎 哲 律
ヤフー(株)	コマースカンパニーショッピング統括本部 事業開発本部事業開発部部长	山下 滋
ヤマト運輸(株)	執行役員第一法人営業部長兼第二法人営業部長	吉田 迅 利
楽天(株)	渉外室ヴァイスジェネラルマネージャー	小木 曾 稔
リンベル(株)	営業本部 流通統括部 部長	足立 隆 浩
(敬称略)		

<オブザーバー>

(公社)日本通信販売協会

<事務局>

経済産業省商務・サービスグループ 消費経済企画室・物流企画室
経済産業省資源エネルギー庁省エネルギー・新エネルギー部 省エネルギー課
国土交通省総合政策局 物流政策課 企画室
国土交通省自動車局 貨物課
環境省 地球環境局 地球温暖化対策課

再配達削減に向けた取組事例

目 次

①消費者と宅配事業者・EC事業者との間のコミュニケーション強化による再配達削減

1. 時間単位のお届け時間指定により、待たずに受け取れる
「Happy On Time」サービス（アスクル株式会社） 1
2. 荷物追跡サービスアプリとの連携による、配送状況確認サービス
（オルビス株式会社 × アプリ提供会社） 3
3. 宅配事業者との連携による、消費者とのコミュニケーション
（株式会社ZOZO × ヤマト運輸株式会社） 5
4. 消費者の「受け取る」を便利にする「クロネコメンバーズ」
（ヤマト運輸株式会社 × 消費者） 7

②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による再配達削減

5. いつでもスムーズに受け取れる、置き場所指定お届けサービス
（株式会社ファンケル × 日本郵便株式会社） 9
6. 不在時でも、自宅で確実に受け取れるポストインサービス
（日本郵便株式会社 × 各社） 11
7. 「各住戸玄関前宅配ボックス」を利用した、集合住宅における
新しい宅配システム
（宅配3社×三菱地所レジデンス(株)×(株)フルタイムシステム） 13

③消費者の1回受け取り推進のための環境整備による再配達削減

8. 消費者へのポイント付与による1回受け取り啓蒙キャンペーン
（楽天株式会社） 15

参考

- オフィス・商業施設など宅配ボックスを設置しやすくするため
建築基準法施行令を改正 17

①消費者と宅配事業者・EC事業者との間のコミュニケーション強化による再配達削減

1. 時間単位のお届け時間指定により、待たずに受け取れる 「Happy On Time」サービス (アスクル株式会社)

アスクル株式会社では、消費者が商品の注文時に時間単位で受け取り時間を指定することで、自宅で荷物を長時間待つことなく受け取ることを可能にする「Happy On Time」サービスを提供。お届け当日には、30分単位でお届け時間をお知らせするなど、消費者ときめ細やかなコミュニケーションを取ることで、再配達の削減に取り組んでいる。

(1) 取組内容

消費者側の受け取り方法の多様化に応え、ドライバー側のスムーズな荷物の受け渡しニーズにも対応するため、アスクル株式会社では、個人向け（BtoC）インターネット通販サービス「LOHACO（ロハコ）」において購入した商品について、朝6時から24時までの間で1時間単位で消費者が受け取り時間を指定して、時間の無駄なく受け取ることを可能とする「Happy On Time」サービスを2016年より提供している。

現在は自社配送の車両が多く走っている東京と大阪の一部において、自社配送の車両の他の荷物にHappy On Timeサービスの商品も混載する形で実施している。

Happy On Time サービス対象エリア

東京都 23 区エリア

港区、千代田区、中央区、江東区、世田谷区、渋谷区、品川区、目黒区、大田区、新宿区、文京区、豊島区、北区、板橋区

大阪府大阪市エリア

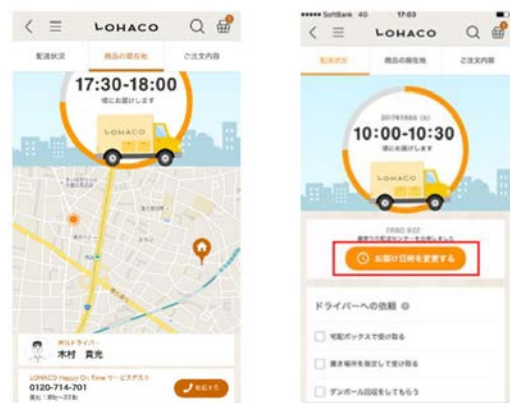
北区、福島区、此花区、西区、中央区、旭区、都島区、鶴見区、城東区、東淀川区

本サービスでは、一定額以上の購入で、無料で1時間単位のお届け時間の指定が可能となる。通常の配送無料となる購入額よりも高く設定することで、本サービスはまとめ買いの促進にも寄与している。

また、お届け日当日には、30分単位でお届け予定時間をメールまたはアプリ経由でお知らせするとともに、10分前にもアプリでお知らせすることにより、着実な受け取りを可能とする。



また、アプリには荷物の現在地を地図上で確認できる機能や、受け取り日時を変更することのできる機能も実装しているほか、「宅配ボックスで受け取る」、「置き場所を指定して受け取る」、「ダンボール回収をしてもらう」、「お届け直前に電話をもらう」など、荷物の受け取り方法等についてドライバーへ依頼することも可能としており、消費者とのコミュニケーションを重視している。



(2) 取組による効果等

国土交通省が公表している再配達率（宅配不在率）約 15%に対し、Happy On Time サービス利用者の不在率は約 2%と低くなっており、消費者とのコミュニケーションを強化することにより、配送の効率化や再配達の低減に寄与していることが考えられる。

＜本サービスの不在再配達率低減効果＞



※1 出所：2018年6月25日国土交通省「宅配便再配達率は15.0%～平成30年4月期の調査結果を公表～」内の調査結果 総計値参照
・調査対象期間平成30年4月1日～4月30日
・大手宅配事業者3社の合計値
※2 本サービス導入による実績（2017年8月21日～同年9月20日、1時間枠指定の場合）

また、注文をまとめやすいユーザーインターフェースの提供や消費者へのインセンティブ付与、送料無料となる下限額の引き上げ、企業メッセージ等により、まとめ注文を促進することで小口数を低減させているほか、ポイント付与等のインセンティブ付けによりお届け日を分散・平準化するなど、再配達の削減に加え、配送の効率化にも取り組んでいる。



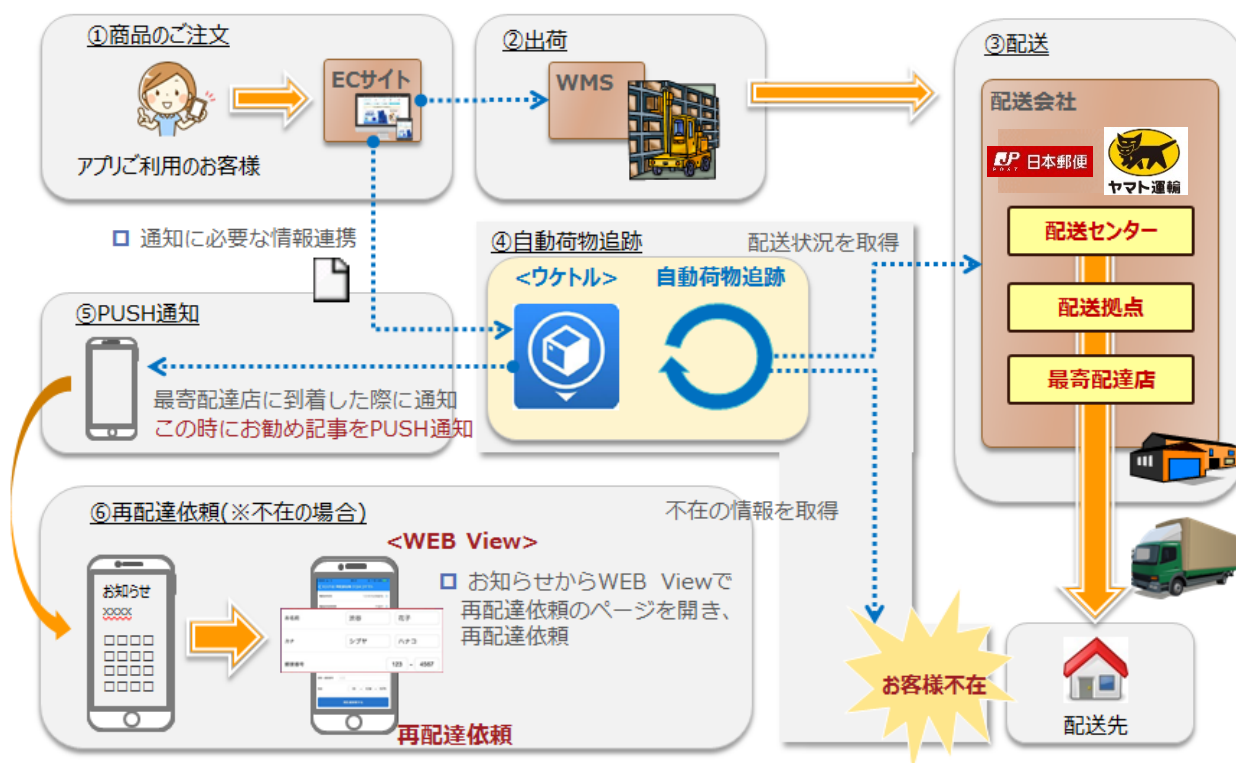
①消費者と宅配事業者・EC事業者との間のコミュニケーション強化による再配達削減

2. 荷物追跡サービスアプリとの連携による、配送状況確認サービス (オルビス株式会社 × アプリ提供会社)

オルビス株式会社では、株式会社ウケトルが提供する荷物追跡サービスと連携した無料スマートフォンアプリ「ORBIS アプリ」の配信を2018年6月より開始し、通信販売で購入した荷物の配送状況の確認をできるようにする等、消費者の利便性向上と再配達の削減を図っている。

(1) 取組内容

2018年6月より、株式会社ウケトルとの業務提携により、配送の見える化や再配達の防止等を図るため再配達依頼などの機能を搭載した新たなスマホアプリ「ORBIS アプリ」の提供を開始している。



本アプリサービスの利用により、消費者は通信販売で購入した商品の出荷状況から荷物の配送状況まで、アプリのプッシュ通知で確認（発送通知、お届け前のプッシュ通知）できるほか、不在時の再配達依頼（ワンクリック配送）をアプリ上で行うことが可能となる。

配送状況を確認できる事で不在配達を防ぐなど、再配達問題解決に貢献するだけでなく、消費者の利便性向上にも貢献する。

（２）取組による効果等

受取人が配送状況を随時確認することができるようになることで、受け取りのタイミングでの在宅率の向上に繋がり、事前の不在配達を防ぐことで再配達の削減に繋がることが期待されるほか、自社にとっても、アプリによる再配達回数などの各種レポート機能によって得られた情報により、配送運賃の見直しや新たな再配達削減策の検討など、物流戦略の組み立ても可能となる。

また、「ORBIS アプリ」内には、電子バーコードでコンビニ支払いができる「PAYSLE（ペイスル）」の機能も搭載するなど、荷物の配送状況の確認と合わせて、顧客の利便性の向上も図っている。



また、宅配各社と連携し業界に先駆けていち早く導入したコンビニ受け取りサービスや、商品が小型の場合には金額に関わらず全てメール便による受け取りとするサービスの拡大、今後検討予定の宅配ロッカー・営業所受け取り、置き場所指定サービスなど、再配達削減に向けた受け取り方の多様化にも積極的に取り組み、配送サービスのラインナップを広げることで市場における競争優位性の確立を図っている。

<コンビニ受け取り>

今回のお届け先 **変更**

☐ ご登録住所

マルヤマ ミチヨ (RMP? 3F?)
〒142-0051
東京都品川区平塚2丁目1-14 オルビス南SCM推進部
090-1431-4997

☐ 別のお届け先 (請求書も同送)

☐ ご贈答先 (請求書はご登録住所に別送)

☒ コンビニ受取 (ローソン・ミニストップ)

☐ コンビニ受取 (ファミリーマート・その他)

* お受け取り可能なコンビニエンスストアは地域により異なります。
* お受取店舗は次のページにてご選択いただけます。

+ コンビニ受取ご利用条件

受取店舗選択へ >

①消費者と宅配事業者・EC事業者との間のコミュニケーション強化による再配達削減

3. 宅配事業者との連携による、消費者とのコミュニケーション (株式会社Zozo × ヤマト運輸株式会社)

株式会社Zozoでは、ヤマト運輸株式会社が提供する「お届け予定eメールサービス」を利用し、荷物が届く前の配達予定日のお知らせと日時変更を可能とするなど、消費者とコミュニケーションを強化することで再配達の削減を図っている。

(1) 取組内容

<お届け予定eメールサービス>

株式会社ZozoのアパレルオンラインショッピングサイトZozotownでは、サービス開始当初、購入者に対しては注文時と同社物流倉庫からの商品発送時に、メールによって発送のお知らせをするのみであった。購入者への商品到着の認識向上のため、ヤマト運輸株式会社のサービス「お届け予定eメールサービス」を利用し、荷物が届く前の配達予定日時のお知らせと日時指定変更を可能にし、再配達の削減に努めている。

(注文時完了時)

(商品発送時)

(お届け予定eメール)



<即日配送サービスによる配送時間帯>

通常配送よりも早いお届けが可能な有料サービスとして、「即日配送」サービス（関東、関西、中部、中国・四国の一部地域を除く23都府県で実施）が利用可能。即日配送はスケジュール上多くの地域で夜間に配達される割合が多く、Zozotownユーザー層は日中の不在率が多いと想定されるため、夜間の在宅時に配達できることにより再配達を未然に防ぐことができていた。（現在は都合により即日配送サービスを選択しても基本的に日中帯に配達される）

(2) 取組による効果等

「お届け予定 e メールサービス」に記載されているアドレスから何かしらの配送日時変更を行った消費者が約 3 割程度いることから一定の効果があり、再配達削減につながっていることが想定される。

また消費者とのコミュニケーション強化と合わせ、株式会社 ZOZOTOWN では消費者の受け取り方法の多様化に対応するために、ヤマト運輸が提供をしている「宅急便受け取り場所選択サービス」を利用し、利用者の利便性向上と配送の効率化にも取り組んでいる。

指定可能な受け取り場所 (2018 年 10 月時点)	
コンビニ各社 (ファミリーマート、サークル K・サンクス等)	約 21,000 店
ヤマト運輸営業所	約 4,000 店
宅配ロッカー (PUDO ステーション)	約 3,200 箇所



受け取り方の拡充に伴い、コンビニやロッカーから自宅まで持ち帰ることが求められることから、持ち帰りやすい梱包資材への変更についても検討しているほか、配達回数の削減に向けて、同じ注文者の商品の発送についてはおまとめ便を実施しているが、その適用範囲拡大も検討しており、配達回数の削減や配送の効率化に向けた取組も実施していく予定。



4. 消費者の「受け取る」を便利にする「クロネコメンバーズ」 (ヤマト運輸株式会社 × 消費者)

ヤマト運輸株式会社では、消費者（受取人）が、「名前・住所・メールアドレス」等を登録することで、荷物を「受け取る・送る・支払う」をより便利に利用できる無料の会員制サービスを提供している。配送前、配送中、不在時等において、メールやLINEを活用した円滑なコミュニケーションを図ることで、消費者に「受け取る便利」を提供し、再配達の削減に取り組んでいる。

(1) 取組内容

再配達が起こる要因として、いつ荷物が届くかわからず、受け取る側の準備ができていないことや、日時を指定していても急遽予定が変わり受け取れなくなった場合にどう対応すればよいかかわからず何もしないということが考えられる。

ヤマト運輸株式会社では、事前に会員制サービス「クロネコメンバーズ」に登録した消費者に対して、「お届け予定 e メール」、「ご不在連絡 e メール」、「My カレンダーサービス」といった積極的にコミュニケーションを図るサービスに加え、自宅以外の多様な受け取り場所の指定などの「受け取る便利」を提供することで、再配達の削減に取り組んでいる。

お届け予定 e メール



事前にメール通知の設定を行うことで、荷物が届く前に配達予定日時のお知らせが受け取れるサービス。消費者は、都合に合わせて、お知らせに記載されている URL から受け取り日や時間帯、場所を容易に変更することができる。

ご不在連絡 e メール



荷物の届け時に不在の場合、お知らせが届くサービス。消費者は、帰宅して不在票を確認しなくても、外出先から、再配達の依頼（受け取り日や時間帯、場所の指定）を容易にすることができる。

My カレンダーサービス



消費者が曜日ごとに受け取りやすい時間帯や場所をあらかじめ登録しておくことで、荷物の受け取り日時等が登録されている内容に自動で変更されるサービス。受け取る日時・場所を毎回指定することが不要となる。なお、都合が変わった場合でも、お届け前の通知から受け取り日時の変更も可能。

※クロネコメンバーズとLINEを連携すると、LINEメッセージでも「お届け予定 e メール」「ご不在連絡 e メール」「My カレンダーサービス」と同様の通知が受け取れる。

多様な受け取り場所の提供



自宅以外に、コンビニ、宅配ボックス、営業所など約 40,000 箇所以上から、消費者のライフスタイルに合わせて、容易に受け取り場所を選択することが可能。

(2) 取組による効果等

ヤマト運輸株式会社では、2007 年からクロネコメンバーズのサービスを開始し、2018 年現在で会員数は 2,000 万人を超えている。

サービスの更なる利用促進のため、新規会員に対して「クロネコメンバーズ新規登録 + e お知らせシリーズ」の登録で T-POINT50 ポイントを、既存会員に対して「クロネコメンバーズのサービス利用 (初回時のみ)」で T-POINT20 ポイントを付与する取組や、アマゾン、ヤフー、楽天などの他社の ID でクロネコメンバーズに登録・ログインできるような連携に取り組んでいる。

【新規会員向け】

クロネコメンバーズ新規登録 + 「e-お知らせシリーズ」設定で



50ポイント

【既存会員向け】

クロネコメンバーズサービスのご利用で



20ポイント

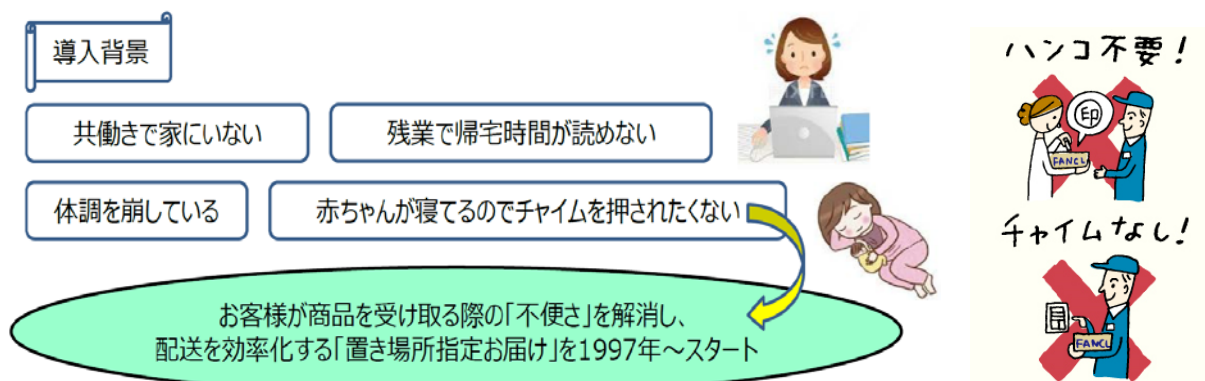


5. いつでもスムーズに受け取れる、置き場所指定お届けサービス (株式会社ファンケル × 日本郵便株式会社)

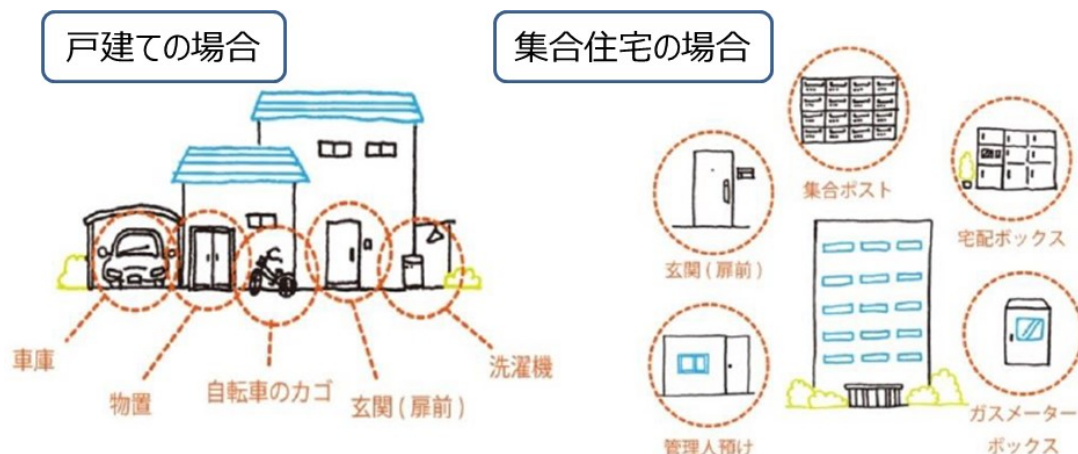
株式会社ファンケルでは、注文した商品を、在宅・不在に関わらず指定したお届け先（玄関前、宅配ボックス、集合ポスト等）に受領印不要でお届けする「置き場所指定お届けサービス」を日本郵便株式会社と連携して 1997 年より実施しており、消費者の利便性向上と配送の効率化に努めている。

(1) 取組内容

共働きで不在、帰宅時間が読めない、諸事情により玄関まで受け取りに出ることができない等、お客様が商品を受け取る際の不便さを解消し、配送を効率化するために日本郵便と連携して、「置き場所指定お届けサービス」を 1997 年より開始している。



「置き場所指定お届けサービス」とは、在宅・不在に関わらず、受領印不要でお客様指定の場所に商品をお届けするサービス。注文の際に、商品のお届け時の置き場所を、9つの置き場所（宅配ボックス、集合ポスト、玄関、車庫、物置、ガスメーターボックス、管理人預け、自転車のカゴ、洗濯機）から選択することが可能。指定の場所へお届け後は、配達完了であることを記載した連絡票をポストへ入れてお知らせしている。



9つの置き場所に見合った置き場所がない場合は、自宅の環境に合わせて任意に置き場所を指定（植木鉢の後ろ、風除室等）することも可能。盗難などの被害はほとんどなく、仮に盗難や紛失された場合でもファンケル負担で商品を再発送する。

置き場所・配達指定の入力

ご希望の置き場所・配達指定を入力してください。

必ず入力 置き場所を指定する

※受領印不要の置き場所指定お届け（登録制）
 なで、不在にかかわらず、受領印不要でシステムを確保させていただきます。ご希望の置き場所へお届けするシステムです。
 一旦登録されますと（ご登録変更がない限り）、毎回同じ場所にお届けします。
 ※置き場所指定について、詳しくはこちらをご覧ください。

ご希望の場所を選択

01 玄関前	02 ガスメーターボックス	03 集合ポスト
04 物置	05 車庫	06 管理人様預け
07 洗濯機の中	08 宅配ボックス	09 自転車のカゴ
00 登録なし/前回と同じ場所	99 その他	88 登録の取り消し

その他の方はコチラに15文字以内で入力

「99その他」をお選びの場合は、ご希望の置き場所を全角15文字以内で具体的に入力してください。
 ※玄関前の牛乳箱の中
 なお、ご入力内容によっては、ご希望にそえない場合もございます。
 「08 宅配ボックス」はマンション等一部の集合住宅に設置されている、荷物受け取り用のロッカー型設備です。

※オートロックマンション内には配達出来ませんのでご注意ください。
 ※ご登録の取り消しはお届け後の置き場所登録に「88登録の取り消し」をお選び下さい。ご変更の場合は新たに指定したい置き場所コードをお選び下さい。

（２）取組による効果等

置き場所指定お届けサービスと、ポストインサービス（小さいサイズの商品の場合）と合わせ、注文者の約40%が利用しており、利用者には確実に1回でお届けが可能（再配達不要）となっており、宅配事業者と消費者に双方にとって利便性の高いサービスとなっている。

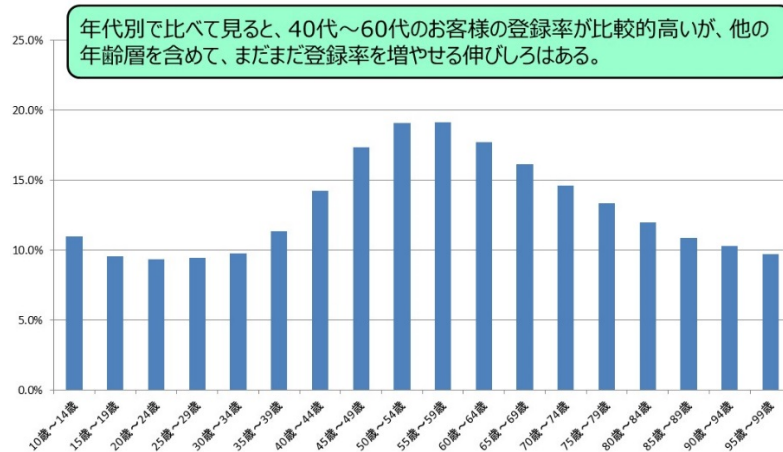
置き場所指定お届けの利用率
= 40%（置き場所指定30% + ポストイン10%）

置き場所別 利用率

置き場所	玄関前	宅配ボックス	集合ポスト	ガスメーターボックス	自転車のカゴ	物置	車庫	管理人様預け	洗濯機の中	その他
利用率	43%	19%	10%	5%	2%	2%	1%	0.2%	0.2%	18%

一人のお客様が複数利用していることも多く、まだ登録されていない人へのサービス登録率を増やすため、様々な媒体を通じて認知拡大を図っている。

年代別）置き場所指定お届けの登録率



6. 不在時でも、自宅で確実に受け取れるポストインサービス (日本郵便株式会社 × 各社)

日本郵便株式会社では、不在時でも確実に自宅で受け取れるサービスの1つとして、郵便受箱へ配達することが可能な「ゆうパケット」や「クリックポスト」といったポストイン商品を提供することで、再配達の削減に取り組んでいる。

(1) 取組内容

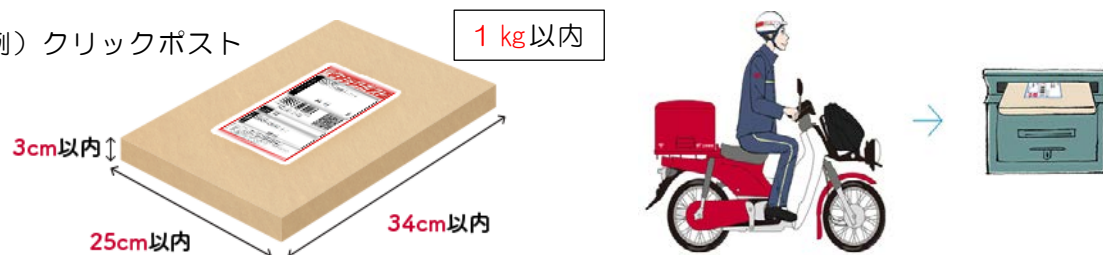
e コマース市場の拡大や共働き世帯・単身世帯の増加などによりライフスタイルや社会の変化していることに加え、労働市場の逼迫による人手不足、人件費単価の上昇、再配達の増加に伴う労働・環境負荷への対応のため、効率的に荷物の受け取りができる環境構築の必要性が高まっている。

日本郵便株式会社では、「身近で差し出し、身近で受け取り」をコンセプトに、一人一人のお客様の荷物の差し出しやすさや、受け取りやすさを追求する取組を継続するため、不在時でも自宅で受け取ることが可能な「ゆうパケット」や「クリックポスト」といったポストイン商品を提供することで、再配達の削減に取り組んでいる。

ゆうパケット、クリックポスト

「ゆうパケット」と「クリックポスト」は、厚さ3cm以内、重量1kg以内の荷物発送を対象にしたサービス。ポストに投函することができるので365日24時間いつでも送ることができる。また、郵便受箱に届くため、再配達の削減に繋がり、送る側も受け取る側も便利に利用することが可能である。

(例) クリックポスト



○ ゆうパケットやクリックポストでは、例えば、次のものを送る・受け取ることができる。



シャツやカーディガンなどの衣料品



ファンデーションやグロスなどの化粧品



CDやDVD、雑誌品・コミックなど

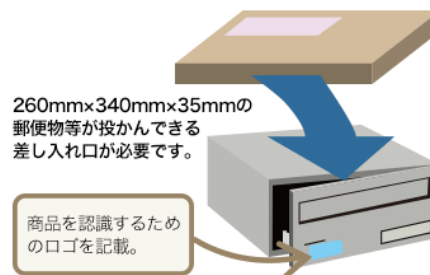
（２）取組による効果等

ゆうパケットの取扱個数は、2016 年度では 175,546 千個（前年度比 42.6%増）、2017 年度では 261,470 千個（前年度比 48.9%増）と増加している。ゆうパケットは、対面による受け取りが不要であるため、より効率的な配送の実現が可能である。

このほか、日本郵便では、集合住宅等への大型郵便受箱の設置を促進するため、2015 年 4 月から 2017 年 3 月まで、推奨する郵便受箱の設置者に対して、1 個あたり手数料を 500 円支払う取組を実施。さらに、郵便受箱メーカーに対して、日本郵便推奨規格に適合した郵便受箱を、Web サイトにて推奨商品として掲載するなどの取組を行っている。

また、宅配便「ゆうパック」で、受取人が希望する場合、宅配ボックス、郵便受箱、メーターボックス、物置又は車庫など、受取人があらかじめ指定した場所に荷物をお届けする「指定場所配達サービス」を 2019 年 3 月から開始する予定であり、再配達削減に向けた更なる取組を推進している。

※大型郵便受箱の規格イメージ



7. 「各住戸玄関前宅配ボックス」を利用した、集合住宅における新しい宅配システム (宅配3社×三菱地所レジデンス(株)×(株)フルタイムシステム)

宅配、不動産会社、宅配ボックス製造業者が協働して新しい宅配システムを開発。マンション向けに各住戸専用の「各住戸玄関前宅配ボックス」を設置し、マンション入居者の利便性向上、宅配物の再配達増加を緩和するための取組を行っている。

(1) 取組内容

ネット通販の市場拡大や宅配便再配達の社会問題化等を背景に、不在時に荷物を受け取れる宅配ボックスの必要性は高まっている。しかし、マンション等の共用部に宅配ボックスが設置されている場合でも、「満杯で利用できない」「重い・大きい荷物を共用部から自室に運ぶことが大変」といった課題が存在している（三菱地所レジデンス(株)のアンケート調査による）。

マンション入居者の困り事	宅配事業者の困り事
<ul style="list-style-type: none"> ● 宅配ボックスがすぐ満杯になる ● 大きい荷物が入らない ● 重い荷物は部屋まで運ぶのが大変 ● 受け取りのためだけに外出するのが面倒 	<ul style="list-style-type: none"> ● 1つのマンションで複数の配達がある場合、呼び出しやセキュリティ解除が煩雑 ● 同じ住戸宛ての荷物を同じボックスに追加して入れたい

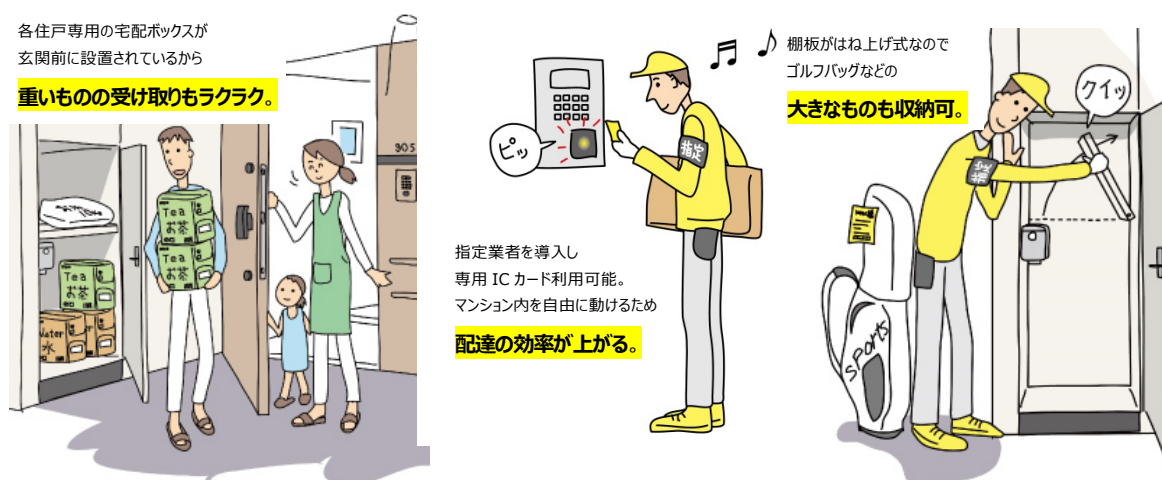
マンション入居者の利便性向上と、宅配物の再配達増加を緩和するための新しい仕組みとして、三菱地所レジデンス(株)と(株)フルタイムシステムが、マンション向け「各住戸玄関前宅配ボックス」を共同開発。不在時でも各住戸玄関前まで配達ができるように、指定宅配業者（佐川急便、日本郵便、ヤマト運輸）に専用ICカード（入館、宅配ボックス開錠のためのICカード）を配布。専用ICカードは、入館履歴だけでなく、宅配ボックスの開錠履歴も記録されるため、宅配された荷物の紛失といったトラブルの予防につながる。また、指定業者であれば、先に荷物が入っていたとしても追加して入れることが可能となっている。



(2) 取組の効果等

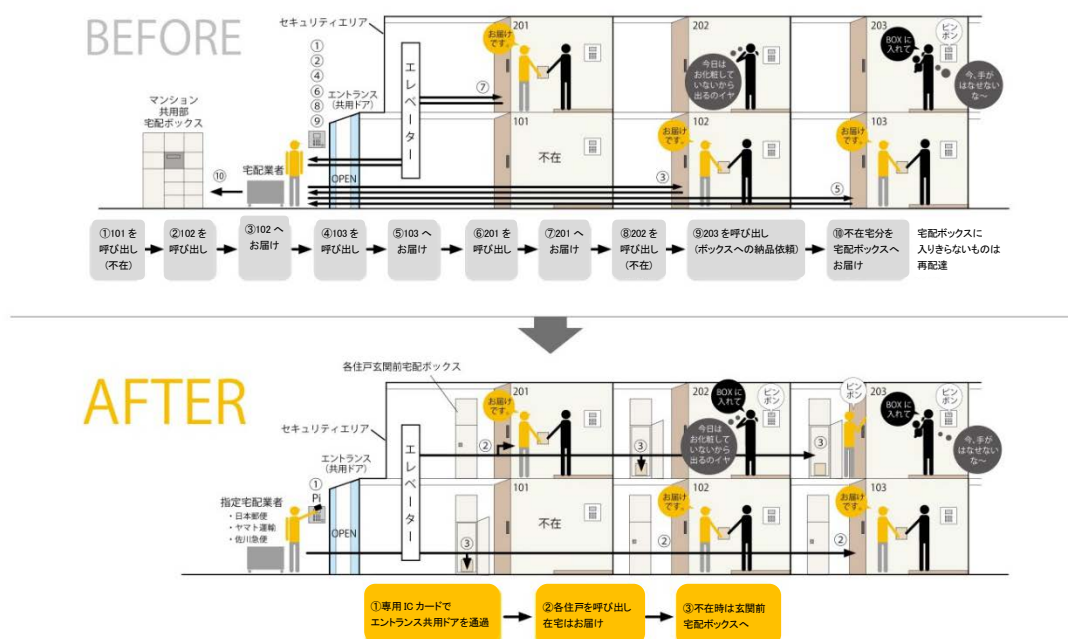
共用部と各住戸玄関前にそれぞれ宅配ボックスを設置することで、不在時の再配達件数削減に貢献するとともに、マンション入居者は、ゴルフバッグなど大型の宅配物や、飲料水や精米等の重い荷物を共用部の宅配ボックスから自室まで運ぶ必要がなくなるなど利便性が向上する。

宅配事業者においては、専用 I C カードの使用により、従来行っていたエントランスでの各住戸の呼び出しといった煩雑な行程がなくなり、配達効率をあげることが可能となる。



システム導入前と後での配達効率の違い。

システム導入前はエントランス（共用ドア）、各住戸の呼び出しなど煩雑な工程が強いられていたが、導入後はスムーズ。



③消費者の1回受け取り推進のための環境整備による再配達削減

8. 消費者へのポイント付与による1回受け取り啓蒙キャンペーン（楽天株式会社）

楽天株式会社では、「楽天市場」内に設けられたキャンペーンサイトにて、期間中に注文した商品を自宅への1回目の配達で受け取った場合に、通常の2倍や3倍の楽天スーパーポイントを付与することで再配達の防止に繋げる啓蒙キャンペーンを数日間の短期間で実施した。

（1）取組内容

環境省のCOOL CHOICEの取組の一環として、再配達防止によるCO2削減を目的に、「楽天市場」内に設けられたキャンペーンサイトにて、1回受け取り啓蒙キャンペーンを数日間の短期間で実施。

	第1回	第2回
実施期間	2017年4月14日(金)10:00～17日(月)09:59 (72時間)	2017年12月15日(金)10:00～12月18日(月)09:59 (72時間)
概要	期間中のお買い物で1回で受け取ったユーザーに対し、 ポイント3倍をプレゼント（楽天原資）	期間中のお買い物で1回で受け取ったユーザーに対し、 ポイント2倍をプレゼント（楽天原資）
協力企業様	  	  



商品購入者が本キャンペーンにエントリーのうえ、期間中に対象ショップから注文した商品を、日時指定をして自宅への1回目の配達で受け取るか、ロッカー（「楽天BOX」「はこぼす」）や宅配ボックス、コンビニエンスストアで受け取った場合に、通常の2倍や3倍の楽天スーパーポイントを付与することで、消費者への働きかけによる再配達の防止に努めた。

キャンペーンでは、配送会社の協力を得て、1回で受け取ったユーザーを特定。楽天が発送伝票番号を配送会社に渡し、配送会社において、1回で受け取ったかどうかを確認。



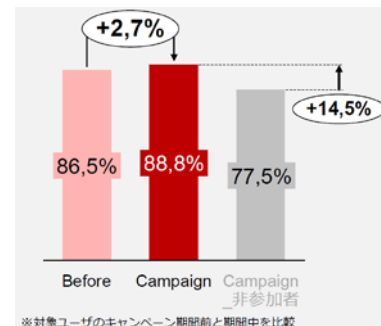
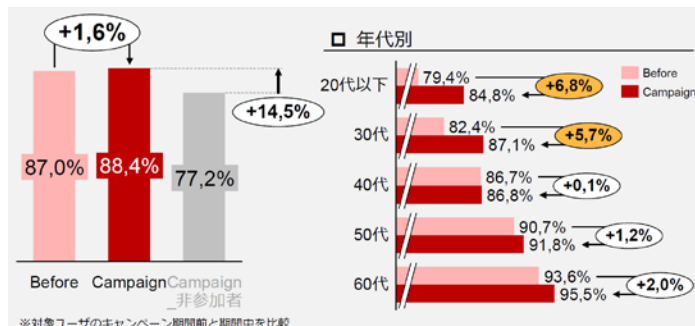
(2) 取組による効果等

参加したユーザーは、平均よりも意識の高い層であったが、特に若者層で一回受け取り率に大きく改善が見られた。

<下図：とあるキャンペーン期間における一回受け取り率>

(2017年4月14日～17日)

(2017年12月15日～18日)



ポイント付与による消費者の反応等を把握するために、自社のポイント原資を負担し、キャンペーンとして実施した。しかしながら、モール事業者としてコストを負担し続けることは困難。ポイント付与以外の消費者へのインセンティブ設計、もしくはコストの分散化が必要である。

この他、消費者への啓蒙活動の一つとして、確実な受け取りが可能な日時の指定を促すために、注文時のサイト上でポップアップを表示することで、日時指定への誘導を行い、指定率の向上にも繋げている。

<下図：日時指定による効果>



オフィス・商業施設など宅配ボックスを設置しやすくするため 建築基準法施行令を改正

（１）改正内容

商品の宅配ニーズの増加により普及が進んでいる宅配ボックスについて、オフィスや商業施設など多様な用途の建築物に設置しやすくするため、国土交通省は、改正建築基準法の一部が施行されることに伴い改正する建築基準法施行令（平成３０年９月２５日施行）において、建物用途や設置場所によらず、宅配ボックス設置部分を一定の範囲内で容積率規制の対象外とすることとした。なお、宅配ボックス設置部分のうち、共同住宅の共用の廊下と一体となった部分については、平成２９年１１月に運用の明確化を行い、既に容積率規制の対象外となっている。



（２）適用対象となる宅配ボックスについて

適用対象となる宅配ボックスは、配達された物品の一時保管を目的に設置される設備であり、壁や床等に定着していないものや単なる物品の保管を目的に設置されたロッカーやトランクルーム等（管理人等が物品を預かった後、当該物品の一時保管を目的に設置されるものを含む。）については、対象とならない。

また、宅配ボックスの機能について、外部電源を利用せずダイヤル錠等により施錠するもの、外部電源を利用して施錠するものの区分を問わないほか、荷受けについて、住宅に設置される場合のように居住者の利用を想定しているもの、事務所に設置される場合のように勤務者の利用を想定しているもの、商業施設等に設置される場合のように不特定多数の利用を想定しているものの区分も問わない。

なお、宅配ボックスには、配達された物品の一時保管機能に必要となる電子操作盤等のほか、構造上一体的に設けられた郵便物を受け取るための設備（いわゆる郵便受け）や当該宅配ボックスに付加的に設けられるＡＥＤ保管庫等の設備を含んでも差し支えない。

（３）宅配ボックス設置部分の範囲について

宅配ボックスを設ける部分は、宅配ボックスの利用のために設ける室その他これに類する区画（当該区画内に郵便受けを設けるものを含む）のほか、配達された物品の預け入れ又は取り出しの用に供する部分（当該部分の境界が壁その他これに類するものにより明確でない場合は、宅配ボックスの預け入れ又は取り出し面から前方に水平距離 1 メートルまでの部分とする。）を含むものとする。

＜宅配ボックスの利用のために設ける室等の例＞

