

## C2C-EC とそのロジスティクスに関する近年の動向

宮 武 宏 輔

### 1. はじめに

経済産業省（2020）によると、2019年における日本国内の個人間のインターネット通信販売（以下、C2C-EC）市場規模は1兆7,407億円で、対前年比9.5%の伸び率であった。これは、同年の企業から消費者向けのインターネット通信販売（以下、B2C-EC）市場規模の19兆3,609億円と比較して少ないものの、B2C-EC市場規模の対前年比伸び率7.65%と比較して高い伸び率でもあり、今後の発展余地も少なくないと見られている。

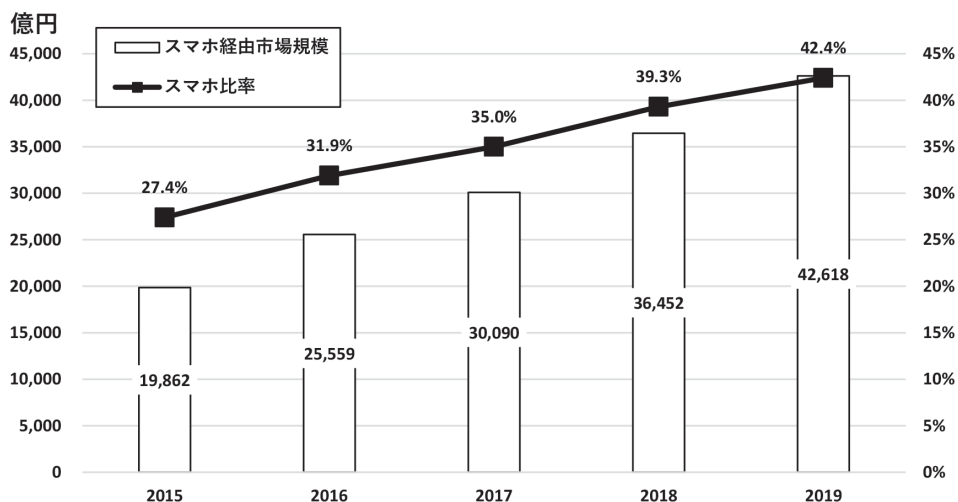
2020年からのCOVID-19（以下、新型コロナ）蔓延による生活環境の変化によって、大半の小売店が販売不振に苦心する中、ネット通販関連サービスは多くの分野で売り上げを伸ばしていった。そして、B2C-ECだけでなくC2C-EC市場も、新型コロナ禍において大きく成長している。

C2C-ECにおいては、ある程度ロジスティクスに関するノウハウを持つ企業ではなく、販売者となる個人消費者が在庫管理や配送手続を行うことになる。ネット通販事業者が、宅配便に頼らない自社管理の配送サービスを展開するなか、C2C-ECについては消費者の利用しやすさゆえに宅配便が利用されるケースが多い。

本稿では、日本におけるC2C-ECの現状について確認し、またそのロジスティクスにおける宅配便事業者の役割について整理したうえで、新型コロナによる変化や今後の方向性について考察する。

### 2. 日本におけるC2C-EC市場

ネット通販の黎明期である1990年代後半から、「楽天スーパーオークション」（現在のラクマ）や「Yahoo！オークション」といったオークションサイトの形態を持った



出所：経済産業省（2020）

図1 スマホ経由 EC 市場の推移

C2C-EC<sup>1)</sup>が発展した。これらのサイトにおける出品者には、厳密には小規模の小売店なども存在したが、個人消費者が気軽に商品を販売することが出来る手段として注目された。

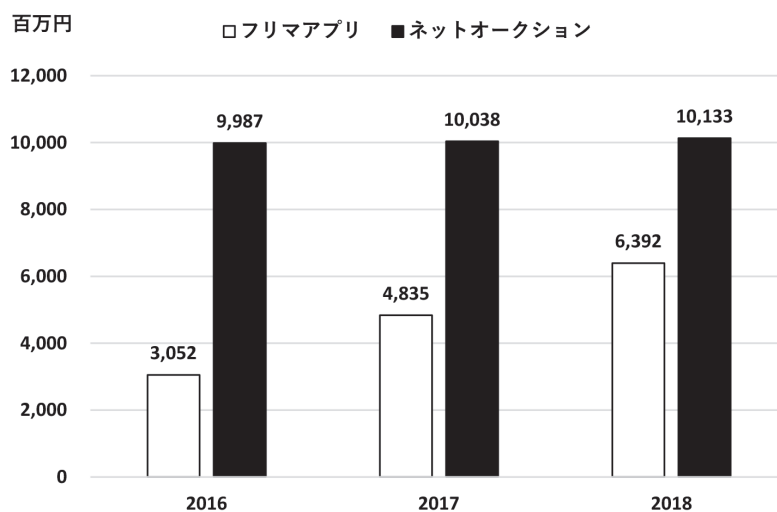
2010年代になりスマートフォン（以下、スマホ）が普及すると、スマホ経由でのEC利用が増加した。経済産業省（2020）によると、スマホ経由のEC市場規模と全体のECにおけるスマホ経由比率は年々増加し、2019年にはそれぞれ4兆2,611.8億円と42.4%となった（図1）。

C2C-ECについても、PCからスマホでの利用増加に伴い、フリマアプリの利用が増加している。経済産業省（2019）では、フリマアプリとネットオークションの推計が掲載されているが<sup>2)</sup>、推計の都合上B2CやB2Bも含むネットオークションの市場規模は以前大きいもののほとんど伸びはない一方、フリマアプリが急速に成長していることが分かる（図2）。

このようなスマホアプリの成長には、フリマアプリがスマホというツールにうまく適応したことが要因にあると考えられる。ネットオークション、フリマアプリともに、スマホというツールは個人消費者のECへの出品を容易にする。たとえば商品の撮影は、かつてはデジタルカメラや携帯電話で撮影した画像をPCに保存してからサイトに掲載

1) なお経済産業省（2020）によると、C2C-ECには二次流通に該当するリユース型の形態と作家によるハンドメイド型の形態が存在する。ネットオークションサイト、そしてその後に登場するフリマアプリともに、大半の取引はリユースとなっている。

2) 2020年版ではC2C-EC市場全体の推計になるとともに、2018年の推計結果は1兆5,891億円と、2019年版のネットオークションとフリマアプリの合計金額1兆6,525億円という推計結果もと若干差異がある。



出所：経済産業省（2019）

図2 フリマアプリとネットオークション市場の推移

する必要があったが、スマホで撮影すればPCに移す必要がなく出品が完了する。また、価格設定や商品の説明書きも商品バーコードをスマホで読み込むなどすれば、従来よりも容易に他の出品者の同一商品を検索して参考にすることができる。

商品価格を競ることで決定するオークションサイトに比べて、フリマアプリでは（値引き交渉等是一部あるものの）価格が確定しているため、利用者にとって取引コストが抑えられることも、図2のような変化に影響を与えているであろう。

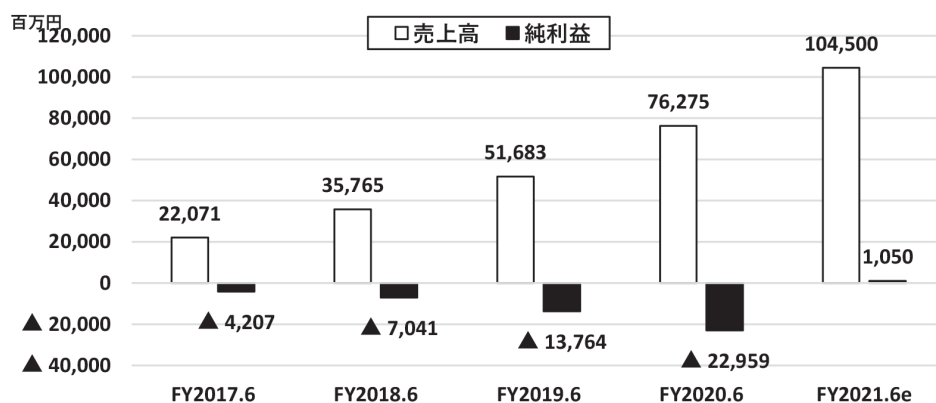
中村ら（2018）は、フリマアプリ市場をけん引する「メルカリ」が、フリマアプリとしては後発ながら、C2C-ECに付きまとう取引上の不安感を払しょくするようなサポート体制構築や、使いやすいユーザーインターフェースの開発が重要であったことを指摘しており、消費者の心理的な負荷を減らす取組の重要性を強調している。

### 3. メルカリのロジスティクス

#### 3.1 メルカリの事業規模

C2C-ECのなかで、2021年現在最も代表的なサービスの1つがメルカリである。ジャストシステムのオンラインリサーチ<sup>3)</sup>によると、現在利用中のサービスはメルカリが最も回答者が多く52.6%、次いでヤフオク!が43.4%、ラクマが29.1%と続く。特に10代から30代での利用者が多いが、新型コロナ禍で40代以降にも利用者が増加している。

3) 2020年8月17日から21日にかけて17歳から69歳の男女計1,061名を対象に調査。



出所：メルカリの有価証券報告書各年度データと業績予想より

図3 メルカリの売上高と純利益の推移

メルカリはフリマアプリとしては比較的后発のサービスながら、前述の中村ら(2018)が指摘するような、安全・安心な取引のためのサポート体制や利用しやすさによって、業界トップクラスの企業へと成長していった。売上高もそれにつれて増加していった。2021年6月期の年間売上高は2021年7月現在では予想<sup>4)</sup>であるものの、1,045億円に達すると見られている。メルカリのようなネットワーク型ビジネスでは、出品者と買い手双方の利用者が多いほど、それ自体が魅力となって更なる利用者を集めるので、当然メルカリも広告などを幅広く展開していく必要がある。また、利用者へのサポート体制もより利用しやすいものへと発展させることも重要である。この結果、売上高は年々増加しているものの、純利益については投資増大によって赤字が続いていた。2021年6月期の予想では、売上高の増加と広告の抑制によって赤字解消か若干の黒字に転換するとされているが、今後はまた顧客獲得のための投資を増加させていく予定のようである。

### 3.2 メルカリのロジスティクス

#### (1) 包装

C2C-ECであるメルカリは、基本的に出品者である個人が行う。出品商品の保管、梱包については、企業以上に出品者ごとに個人差が出る可能性がある。そのため、メルカリなどのC2C-EC事業者は、出品者向けの梱包ガイドラインやメルカリ独自の梱包資材を提供している(図4)。出品者にとって、このように推奨された梱包方法や資材が提示されることは安心感につながると考えられる。C2C-ECに不慣れな人も含めて、如何に出品者を増やすかは、そのまま商品の充実度にもつながるので、このように推奨され

4) 「2021年6月期通期業績予想の修正に関するお知らせ」の予想範囲の上限と下限の平均値を図3では採用。



出典：メルカリ HP

図4 メルカリの梱包資材

たロジスティクスの手法が明示されることは、新規の出品者を増やすことにも貢献しているであろう。

梱包資材をメルカリで提供することによって、AmazonなどのB2C-EC事業者と同様にある程度は統一された荷姿で消費者に配送されることになる。これは購入者側にもある程度統一された水準でのロジスティクスが提供されることで安心感を与えるだろう。

そして結果的に、購入者・出品者双方におけるロジスティクスの了解された水準を形成し、利用者間での無用なトラブルの削減にもつながっているとも考えられる。

## (2) 配送

メルカリをはじめとしたC2C-ECの配送は、2021年6月現在、宅配便事業者のネットワークが利用されることが一般的である。C2C-ECの場合は発荷主が個人になるため、基本的には個人発の荷物を受け付けるヤマト運輸、日本郵便の2社がメルカリと提携し、サイズや料金で優遇された配送サービスが提供されている(図5)。複数ある配送サービスの中で、個人の出品者が最適なサービスを探索するだけでも負担は大きいと予想されるため、配送方法ごとに商品例、サイズ、重量制限、料金、追跡、補償の有無、発送場所、受取場所をまとめた一覧は出品者側の負担を減らし、また購入者側にとっても配送方法や配送料金の情報を明らかにするうえで役立つと考えられる。

また、ヤマト運輸や日本郵便の郵便事業以外の宅配便サービスについては、出品者と購入者が互いの住所や氏名をやり取りしなくて済むような匿名配送に対応している。匿名配送は2016年1月からメルカリとヤマト運輸が提携して開始され、その後日本郵便の宅配便配送サービスについても適用された。これはメルカリと宅配便事業者が出品者や購入者の住所情報などを共有し、そのデータをQRコードに変換して専用の送付状に貼

mercari		配送方法 早わかり表			小・中型サイズのものを送る時					
配送方法	商品例	縦	横	厚さ	全国一律料金 (税込)	匿名配送	追跡	補償	発送場所	受取場所
らくらくメルカリ便 宅急便 宅急便コンパクト	ネコポス	A4サイズ 23~31.2cm 11.5~22.8cm 3cm以内			1kg以内 175円	●	●	●	ヤマト営業所 セブン-イレブン ファミリーマート 宅配センターPUDDO	郵便受け
ゆうゆうメルカリ便	ゆううバケツ	厚手の衣類、 アクセサリー、 コスメ、本、 CDなど A4サイズ 3辺合計60cm以内 長辺34cm以内 3cm以内			1kg以内 200円	●	●	●	郵便局 ローソン	郵便受け コンビニ 郵便局 はこぼす
ゆうゆうメルカリ便	ゆううバケツポスト	【専用箱】 32.7cm 22.8cm 3cm			2kg以内 200円 ゆううバケツポスト専用箱 65円	●	●	●	郵便ポスト	
	定形郵便	トレーディングカード など薄くて軽いもの 14~23.5cm 以内 9~12cm以内 1cm以内			25g以内 84円 50g以内 94円	×	×	×		
	定形外郵便	定形封筒に入らない もので軽い物・ ポストなど葉状の ものもOK 縦横内 34cm以内 25cm以内 3cm以内 縦横外 3辺合計90cm以内 60cm以内 - -			50g以内 120円 250g以内 250円 100g以内 140円 500g以内 390円 100g以内 210円 1kg以内 580円 50g以内 200円 100g以内 510円 100g以内 220円 1kg以内 710円 100g以内 300円 2kg以内 1,040円 250g以内 350円 4kg以内 1,350円	×	×	×	郵便局 郵便ポスト	郵便受け
	クリックポスト	A4サイズ以内 14~34cm以内 9~25cm以内 3cm以内			1kg以内 198円	×	●	×		
	スマートレター	【専用封筒】A5サイズ 25cm 17cm 2cm以内			1kg以内 180円	×	×	×		
	レターパックライト	【専用封筒】A4サイズ 34cm 24.8cm 3cm以内			4kg以内 370円	×	●	×		
	レターパックプラス	【専用封筒】A4サイズ 34cm 24.8cm 3cm以上も可			4kg以内 520円	×	●	×		封筒受取

配送用の専用資材はどこで手に入る？		中・大型サイズのものを送る時								
配送方法	商品例	縦	横	厚さ	全国一律料金 (税込)	匿名配送	追跡	補償	発送場所	受取場所
らくらくメルカリ便 宅急便 コンパクト	ハードカバーの本、 小型のおもちゃ、 雑貨など	24.8cm	34cm	-	380円 【専用薄型BOX】 専用BOX 70円 ※A4サイズ専用 ※5kgまで350円以上	●	●	●	ヤマト営業所 セブン-イレブン ファミリーマート 宅配センターPUDDO 自宅集荷 (+30円)	封筒受取 宅配センター PUDDO
らくらくメルカリ便 宅急便	厚手の衣類、バッグ、 スニーカー、 小型家電など	3辺合計160cm以内			60サイズ (2kg以内) 700円 80サイズ (5kg以内) 800円 100サイズ (10kg以内) 1,000円 120サイズ (15kg以内) 1,100円 140サイズ (20kg以内) 1,300円 160サイズ (25kg以内) 1,600円	●	●	●		
ゆうゆうメルカリ便 ゆううバケツプラス	ハードカバーの本、 小型のおもちゃ、 雑貨など	【専用BOX】 17cm 24cm 7cm			2kg以内 375円 専用BOX 65円 ※メルカリストア専用 送料セト 320円以上	●	●	●	郵便局 ローソン	ポスト投函 コンビニ 郵便局 はこぼす
ゆうゆうメルカリ便 ゆううバケツ	厚手の衣類、バッグ、 スニーカー、小型 家電など	3辺合計100cm以内			60サイズ 700円 80サイズ 800円 100サイズ 1,000円	●	●	●	郵便局 ローソン	封筒受取 コンビニ 郵便局 はこぼす
らくらくメルカリ便 梱包・発送 たのメル便	スニーカー(ハンディバッグ)衣類(ショルダーバッグ) 携帯電話(電子レンジ)掃除機(コーモーター) テレビ(空気清浄機)チャイルドシート(キックバック) 押入(押し入れ)椅子(座卓)エアコン(室内機)【室内機】 洗濯機(洗濯機)カーペット(〜6畳)車身(軽自動車)車部品 ソファ(2人用)自転車(〜22インチ)電動自転車 家庭用洗濯機(シンク)ベッド(通気マット)26インチ車輪 ダブルベッド(寝具)ダンスなど カクテルテーブルなど	3辺合計			80サイズ 1,700円 120サイズ 2,400円 160サイズ 3,400円 200サイズ 5,000円 250サイズ 8,600円 300サイズ 12,000円 350サイズ 18,500円 400サイズ 25,400円 450サイズ 33,000円	●	●	●	自宅集荷	封筒受取 設置まで

出典：メルカリ HP

図5 メルカリ推奨の配送方法・料金の早見表

付することで、出品者と購入者が直接互いの情報を目にする必要がないようにしている。

#### 4. フリマアプリの配送サービスが宅配便事業者に与える影響

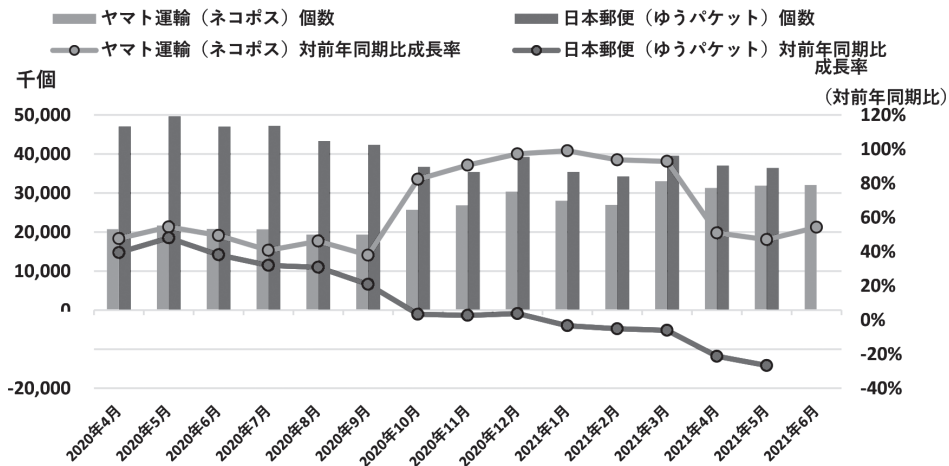
フリマアプリの拡大は宅配便、特に郵便受けに入る小さなサイズの宅配便に大きく影響を与えている。日本国内の郵便受けは、多くの場合日本郵便の郵便物を投函するために作られてきた。矢部 (2015) によると、1990年に公文書が A4 に統一されて角 2 型の

郵便物が増加したこととメール便の普及から、縦35cm×横25cm×厚さ3cmの郵便物を収納できる郵便受けが、BL (Better Life) 規格郵便受箱において「大型対応」というカテゴリとして追加された<sup>5)</sup>。

またネット通販においても、郵便受けに投函できる荷物は、対面での受け渡しが必要のため配送効率の改善に繋がる。メルカリなどのフリマアプリでは、書籍、雑貨、アクセサリーなど単品での出品も少なくなく、配送料金が手ごろに設定可能で受取側にも負担の少ない郵便受けへの投かん型の配送サービスは利用者に好まれているようである。

新型コロナ禍において、宅配便、特に郵便受けへの投かんが可能な小サイズ荷物の配送サービスも活況を呈している。ヤマト運輸 (ネコポス)、日本郵便 (ゆうパケット) とともに、2020年9月まではネット通販の利用増加の影響を受けて、前年同期比の取扱数量は増加していった (図6)。

しかし2020年10月になるとヤマト運輸のネコポス取扱量は大きく増加し、逆にゆうパケットは取扱量が減少、対前年同期比の成長率も数パーセントまたはマイナス成長となってしまっている。これは、メルカリを利用して商品の発送を行う場合のネコポスの配送料金を195円から175円に値下げし、また厚さを従来の2.5cm以内から3cm以内に変更した一方、ゆうパケットは従来の175円から200円に値上げした (図7) ことで、ヤマト運輸が取扱数量を増やし、逆に日本郵便は大幅に取扱量を減らすという結果となったと考えられる。



出所：ヤマト運輸各期小口貨物取扱実績、日本郵便郵便物・荷物の引受物数

図6 郵便受けに投かん可能な小サイズ荷物の取扱量の推移

5) 郵便物の配送を担う日本郵便も、差し入れ口のサイズが縦340mm×横260mm×厚さ35mmの郵便物が収納できることをはじめとしたいくつかの条件を設定し、条件に適合した郵便受けについては日本郵便推奨の大型郵便受けとして推奨商品に掲載するなどして、受取側のインフラ整備を促している。



10月1日(木)～ 配送サービス利用料金と配送サイズ(厚さ)を一部変更いたします。

- ・利用料金：10月1日正午以降に購入された商品が対象
- ・配送サイズ：10月1日以降に受け付けが完了した商品が対象

らくらくメルカリ便		旧料金	新料金 10月1日～	
■	ネコポス	¥ 195	■	¥ 175
◆	宅急便コンパクト	¥ 380	◆	変更なし
■	宅急便	60サイズ～ ¥ 700～	■	変更なし

らくらくメルカリ便		旧サイズ	新サイズ 10月1日～	
■	ネコポス	縦横 A4サイズ 厚さ 2.5cm以内 重さ 1kg以内	■	変更なし 3cm以内 <small>サイズUP</small> 変更なし

ゆうゆうメルカリ便		旧料金	新料金 10月1日～	
■	ゆうパケット	¥ 175	■	¥ 200
◆	ゆうパケットプラス	¥ 375	◆	変更なし
■	ゆうパック	60サイズ～ ¥ 700～	■	変更なし

※ゆうゆうメルカリ便の配送サイズの変更はありません

出典：メルカリ

図7 メルカリにおけるネコポス、ゆうパケットの変更点（2020年10月1日時点）

## 5. まとめ

近年では、Amazonなどの大手ネット通販事業者において、配送サービスを自社管理化する動きが進んでおり、ネット通販の配送において宅配便事業者が果たすべき役割も変化している。宅配便事業者のネット通販配送における取扱量が少なくなっていくと見られることもできるが、Amazonやヨドバシcomなど以外では、引き続き大手宅配便事業者のネットワークが広く利用されている。現状では宅配便事業者は、ネット通販商品の配送を中小物流事業者やオーナードライバーに外部委託することで何とか配送ネットワークを保っているほど多くの荷物を取り扱っている。ただし、大手ネット通販事業者がネット通販の商取引プラットフォームや決済プラットフォームだけでなく、ロジスティクスのプラットフォームに進出している状況を考えれば、宅配便事業者にとってC2C-ECによる個人間配送の貨物を確保しておくということも重要であると思われる。

一方、フリマアプリ運営事業者側の立場から考えると、まずは利用者を確保するマーケティングの面の投資を優先するであろう。ただしメルカリなどでは、実際のロジスティクスオペレーションは委託する形で、徐々にロジスティクスプラットフォームの原型の構築を始める動きもある。

フリマアプリは、出品側・購入側両方が個人であるがゆえに、配送こそ現状は宅配便事業者に委託する形になっているものの、保管、包装、出荷対応などは出品者自身が行



う必要がある。しかしメルカリは、2020年12月8日から「あつよメルカリ便」という名称で、メルカリの出品者が倉庫利用のプラットフォームである「オープンロジ」に商品の保管、包装、発送手続といった物流業務を委託することができるよう提携を開始した。オープンロジは提携倉庫会社を募る一方、倉庫を利用したい荷主を募るプラットフォームであるが、これにメルカリが自社の出品者を紹介する形である。オープンロジの提携倉庫までの納品の配送と、倉庫から購入者までの配送はヤマト運輸が行う。このときの出品者が負担する倉庫までの配送料と2ヵ月間の保管料はメルカリが負担することになっているが、あつよメルカリ便を利用した場合の購入者への配送料金は、配送サービスによって85～500円程度割り増しとなるので、そこが原資となっていると思われる。

このようにメルカリは、配送のプラットフォームであるヤマト運輸と倉庫業務のプラットフォームであるオープンロジを利用して、出品者が物流関連の作業を行わずに済むようにしている。今後メルカリの出品者が増加していき、配送や保管といった物流のオペレーションについて他社も利用する、または自社で直接配送や倉庫業者に委託するようになると、C2C-ECにおけるロジスティクスも含んだプラットフォームになっていく可能性も考えられる。

## 参考文献

- 中村玄希・鈴木啓・大内紀知「ユーザーレビューから探るメルカリの成功要因」, 経営情報学会2018年秋季全国研究発表大会要旨集, pp.196-199, 2018年
- 矢部篤志「郵便受箱の変遷と市場動向について」, ALIA NEWS 147号, pp.24-25, 2015年7月, <https://www.alianet.org/newalia/wp-content/uploads/2018/02/03MARKET-NEWS07.pdf>
- 経済産業省「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）報告書」, 2019年5月
- 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」, 2020年7月
- ジャストシステム「Eコマース&アプリコマース月次定点調査（2020年8月度）」, 2020年9月29日, [https://marketing-rc.com/report/fa\\_report-ecmonth-20200929.html](https://marketing-rc.com/report/fa_report-ecmonth-20200929.html)
- 日本経済新聞「メルカリ、個人も物流委託可能に 出品負担を軽減」, 2020年12月7日, <https://www.nikkei.com/article/DGXZQODZ046LP0U0A201C2000000/>
- 日本郵便「物流インフラ構築のための取組み（大型郵便受箱設置の促進）」, [https://www.post.japanpost.jp/service/largesized\\_post/index.html](https://www.post.japanpost.jp/service/largesized_post/index.html)
- 日本郵便「郵便物・荷物の引受物数」
- メルカリ「各年度有価証券報告書」
- メルカリ「2021年6月期通期業績予想の修正に関するお知らせ」, 2021年6月23日, <https://>

pdf.irpocket.com/C4385/xqEb/FBE4/Wpfr.pdf

メルカリプレスリリース「フリマアプリ「メルカリ」、匿名配送サービスをすべてのお客様に提供開始—業界初、住所・名前を相手に伝えず直接配送可能に—」, 2016年1月18日,  
[https://about.mercari.com/press/news/articles/20160118\\_tokumei/](https://about.mercari.com/press/news/articles/20160118_tokumei/)

ヤマト運輸「各期小口貨物取扱実績」, <https://www.yamato-hd.co.jp/investors/financials/monthlydata/>