

「置き配」の光と影

The Bright Side and Dark Side of “Non-Receipt Delivery”



長谷川 雅行：株式会社日通総合研究所 顧問、流通経済大学 客員講師、中小企業診断士

略 歴

早稲田大学卒業、1972年日本通運(株)入社、2009年(株)日通総合研究所退職。現在は同社顧問、本学客員講師、日本物流学会理事（2007年～2019年）。(著書)「SCMハンドブック」(2018年、共立出版)。「グローバル化と日本経済」(2009年、勁草書房)。「ロジスティクス用語辞典」(2007年、日経文庫)いずれも共著。

[要約] 宅配の世界で、顧客の信頼を裏切る行為としてタブーとされてきた「無断放置」が、人手不足対策としての再配達削減、コロナ下の非対面・非接触の「置き配」として脚光を浴びている。歴史的アプローチ・理論的アプローチ・社会的アプローチを通して「置き配」を多面的に考察し、個人的な「置き配」利用体験などから、ハード・ソフトの両面にわたって更なるシステムの進化を望みたい。

1. はじめに

宅配便再配達削減策としての「置き配」が注目されている。2項で述べるように、無断「置き配」対策で苦勞した筆者としては隔世の感がある。

利用者からも概ね好意を以て受け入れられている（3項・4項参照）ようであり、「置き配」の「社会化」現象には、ご同慶の至りである。

しかし、そのような「光」だけでなく、「置き配」には配達品質等にもまつわる「影」の部分もあるのではなからうか。

2020年12月11日に、国土交通省は同年10月の宅配便の再配達率が11.4%（サンプル調査）であったと発表した。2019年同月の15.0%と比べて3.6%低下して改善がみられたとされ

ている。

同省では宅配事業者へのヒアリング調査等から、改善要因として

①新型コロナウイルスの感染拡大により拡大したテレワークなど「新しい生活様式」が普及したことで在宅時間が増加した。

②宅配ボックスや置き配の活用など多様な受け取り方法が広まった等を挙げている。

今後も宅配便の再配達の削減による物流効率化を促進するため、宅配ボックスの活用や置き配の普及・促進に向けた周知活動を展開するとしている。

筆者は、以前に本学で3年間日通寄附講座の講師を務めさせて頂いた。毎年度、講義の初めには、「学習や研究には、歴史的アプローチ・理論的アプローチ・社会的アプローチがある」と述べてきた。

今回は、その3つのアプローチを通して最近話題となっている、「店舗等での受け取り」「宅配ロッカー・宅配ボックス」を含めて、「置き配」の光と影の部分を考えてみたい。

2. 歴史的アプローチ

(1) 国鉄手小荷物時代

筆者は在職当時に、国鉄の手小荷物業務と宅配便による量販店ギフト配送に、それぞれ3年ほど携わったことがあるので、当時の「再配達」について考察してみたい。

1975（昭和50）年に三八五貨物が開始した「宅配便」は、翌1976（昭和51）年スタートのヤマト運輸「宅急便」により一気に普及拡大し、大手特積み（特別積合せ貨物運送。当時は「路線便」）各社が参入して、クロネコ・ペリカン・カンガルーなどの商標から「動物戦争」などと呼ばれて、従来の宅配システムであった「国鉄手小荷物」「郵便小包（現・ゆうパック）」を蚕食した。

国鉄手小荷物は国鉄分割・民営化直前の1986（昭和61）年に廃止され、郵便小包は郵政民営化後に「ゆうパック」として再出発して宅配便3強の一角を占めている

郵便物である郵便小包は届け先まで配達されたが、当時は最大6kgという重量制限（大きさ制限は省略）があった。そこで、6kgを超える貨物（厳密には、「商品」「荷物」「貨物」は異なるが、ここでは便宜上「貨物」と表示する）を送るには、国鉄手小荷物か路線便しかなかった。

国鉄手小荷物は、旅行者の携行品・身回品

である「手荷物」と、少量貨物である「小荷物」に分かれる。手荷物・小荷物を合わせて「荷物扱」とされ旅客局が所管していた。それに対して、少量貨物の混載輸送（「混載扱」、後に「小口扱」）は貨物局が所管していた。国鉄末期に、荷物扱が貨物局に移管され「荷貨一元化」が行われた。

国鉄手小荷物は、荷送人が発駅の手小荷物窓口に貨物を持ち込んで運送を依頼し、荷受人が着駅の同窓口で貨物を引き取るという「駅託駅留」が原則であり、オプションとして配達可能な地域のみ「配達」を引き受けていた。

◇手荷物及び小荷物の配達扱 手荷物及び小荷物は、ご希望により配達の取扱をいたします。この取扱をするときは、次の料金をいただきます。なお、取扱品目と配達区域に一部制限がありますから、詳細は駅係員におたずねください。手荷物 1個につき40円 小荷物 1個につき35円（東海道新幹線が開通した1969年10月時刻表掲載の「国鉄営業案内」抜粋）

「配達地域の一部制限」について、筆者が国鉄の手小荷物業務を担当したのは、同業務廃止も近い頃だったが、当時でも八王子市鎌水（日本のシルクロードとして有名な、かつて絹の集散地、即ち物流拠点でもあった）などは、手小荷物を配達しない「不配地域」であり、全国配達郵便小包や宅配便に比べるとサービス面で劣っていた。

死児の歳を数えるように、長々と国鉄手小

荷物の昔話をしたが、それは、再配達の制度及び料金のためである。

配達付きの手小荷物を不在持ち戻りしたときには、荷受人（時刻表の記載では）は着駅に引き取りに行くか、再配達を申込む。再配達を申込むと、着駅では再配達切符を発行し、再配達時に荷受人は上記の配達料を支払う。つまり、国鉄（配達を受託した運送業者）には、初回配達時・再配達時の配達コストを回収できるシステムであった。

ちなみに、同時刻表によれば、当時の40円・35円は、食堂車のバター付きトーストやケーキと同料金レベルであり、金銭感覚からすれば、かなり高額のようである。

そこで、再配達料を惜しむ荷受人からは「不在の時は、玄関や物置に置いて行って欲しい」と要望が着駅に寄せられ、「不在持ち戻り」の解消という荷受人・国鉄双方の利害が一致して「置き配」が始まったのではないかと、筆者は推測する。

一方の郵便小包は、持ち戻り後は一定期間郵便局で預かるので、その間に不在票と身分証明書を持参して郵便局に行って引き取る。宅配便同様に再配達するようになったのは、「ゆうパック」になってからと記憶している。

（2）宅配便時代

宅配便が始まる前にも、百貨店などの宅配があった。当時の百貨店は、主要商圈内にはエリアごとに「配送所」等の名称のデポを設けて、ギフトや家具・家電等の配送・据付け等を行っていた。遠隔地には郵便小包や路線便・国鉄手小荷物で運んでいた。

配送所は、中元・歳暮あるいは進学・就職シーズンは超多忙となるが、それ以外の時期は閑散としており、各百貨店とも配送所の固定費等が大きな負担となってきた。

量販店（GMSやスーパー）は店売りが主体であり、ギフトや家具・家電の配送取扱いは後発だったこともあり、また、百貨店配送ほど取扱数量もなかったので、配送所に投資するよりも宅配便等の運送業者に委託する方法を選ぶことが多かった。

そこで、筆者が担当した量販店ギフトも宅配便のネットワークで配送したのであるが、最大のクレームは「無断放置」であり、委託者の量販店からは「債務履行違反」と厳しく改善を求められた。不在の場合は、当時は「隣家預け」か「持ち戻り（再配達）」が原則であったが、予めお届け先から指図された「指示置き（置き配）」もあった。

なかには、指図もないのに配達員の勝手な判断で、メーターボックスや玄関先・物置などに置いてくるケースもあった。繁忙期になると、預かってくれる隣家探しや「持ち戻り＝再配達」の手間を惜しむのか、「無断放置」が増加した。現場の知恵で不在票に「〇〇へ置かせて頂きました」と書いたり、配達デポに戻ってから電話確認をしていたようであるが、トラブルとなるケースもあった（逆に、お届け先から「なぜ置いていかないのか」とクレームになることもあった）。

筆者は、中元・歳暮期になると、「無断放置」クレーム処理に追われたものである。

今日では、近所づきあいも希薄になっているので、「隣家預け」も嫌われるが、当時は「宅

「配達約款」通りに隣家預けも多かった。

当時もカタログ・TVなどの通販があった。野菜産地や漁港では収穫・水揚げ時期には、終日、畑や港に出ているので日用品等の買い物も行くことができない。そこで、通販を利用するが、日中は家には誰もいない。野菜産地・漁港を担当するデポでは、「指示置き＝置き配」は当たり前、代引き（代金引換）の場合は、鍵をかけない玄関口・勝手口に「宅配さんへ」と書かれた封筒に現金を入れてあったと聞いている。

それでも、歴史的に捉えれば、「置き配」はネガティブあるいは、必要悪のような存在であったと言えよう。

3. 理論的アプローチ

理論的アプローチとしては、「演繹法」と「帰納法」があるが、筆者は学生時代に初のフィールドワーク体験としての、松戸市で投票行動の聞き取り調査以来、「帰納法」で考えることが多い。

今回は「個人的体験」や「街歩き」という

限られたフィールドワークなので、果たして「理論的」か否かは、読者にお任せしたい。

(1) 再配達削減の効果

上記2項で説明した、前・近代的な「置き配」には、さまざまなトラブル・クレームがあった。

筆者の経験では、配達から半年後、次の贈答シーズンに物置からギフトが見つかったケースがある（ガスのメーターボックスでは、月1回の検針員が見つけるので長期化するケースは少ない）。その間に荷送人が逝去されていたので、「お礼を伝えることができない」と厳しく叱責された。

現在の「置き配」テックは、トラブル・クレーム対策というより、国土交通省が進めているように宅配の人手不足対策が主眼であるようだ。

最近のデータ（図1）では、宅配ボックスや置き配の活用により再配達率が低下しているようである。

国土交通省では、宅配ボックスと置き配を別に捉えているが、筆者は荷受人サイドから

図1 令和2年10月宅配便再配達率調査結果(国土交通省)

	【調査結果】			単位：個		
	(今回調査)			(参考：前年同月調査)		
	令和2年10月 (調査期間：R2/10/1～10/31)			令和元年10月 (調査期間：R1/10/1～10/31)		
	総数	再配達数	再配達率	総数	再配達数	再配達率
都市部	990,957	115,631	11.7%	839,143	139,158	16.6%
都市部近郊	1,559,643	175,134	11.2%	1,325,342	189,901	14.3%
地方	150,202	16,487	11.0%	130,910	15,080	11.5%
総計	2,700,802	307,252	11.4%	2,295,395	344,139	15.0%

※大手宅配事業者3社の合計数値

見れば宅配ボックスも「置き配」も、さらにはコンビニ等での受け取りも同じ「置き配＝非対面・非接触受取」テックではないかと思う。

あまり理論的ではないが、①宅配ボックス、②置き配、③コンビニ等での受け取り、④その他（郵便受けの活用）、について述べたいと思う。

(2) 「置き配」テックの実態

①宅配ボックス（宅配ロッカー等の名称も含む）

宅配ボックス・宅配ロッカーについては、刈屋大輔氏の「ルポ トラックドライバー」に詳しいが、国が設置費用を補助するなど支援している割には、まだまだ普及が少なく同書によれば、「宅配ロッカー利用率は1%未満」とされている。

筆者が住む横浜市内でも新築マンションなどには、建設当初から宅配ロッカーが設置されている例が見られる。しかし、居住者に聞くと、「学校から帰った子供が自宅に戻らずに、ランドセルを宅配ロッカーに入れて遊びに行く」「居住者が無料のコインロッカーとして使っている」などの目的外使用があったり、「宅配ロッカーが1階の場合、高層階の居住者に縦持ち負担が発生する。重い水物などは大変」というケースもあるようだ。

さらには、配送側で宅配ロッカーの共用が進んでいないという問題もある。ヤマト運輸のPUDOステーションは他事業者でも利用できるとしているが、Amazonは自社限定である。

Amazon Hubロッカーは、筆者の近くのスーパー店頭にも設置されている（固有名は「おこし」。固有名でAmazonのHPから検索できるので、「物は試し」と利用してみたことがある。

Amazonで注文時に受け取りロッカー名「おこし」を選択すると、メールでIDが送られてくる。配送業者が購入品を「おこし」に入れるとメールで到着案内が届くので、ロッカー「おこし」へ行って画面からIDを入力すれば、ロッカーが解錠されて依頼した品物を取り出す。

写真1「おこし」



(筆者撮影)

写真2 戸建て用宅配ボックス



(筆者が公道から撮影)

宅配ボックスは、どちらかと言えば戸建て向きで、近隣でも数軒見掛けたことがある(写真2)。最近では、合成繊維製の置き配専用折り畳み袋も出ており、無料配布している自治体もある(②で説明)。

宅配用ではないが、店舗で購入品の受取り用にロッカーを用意している例がある。購入品を一時ロッカーに入れて置いて、さらに店内を回遊して買い物してもらおうという用途のようである。なかには、生鮮食品などの保冷ロッカーもある(写真3。「冷蔵対応保管ロッカー」と表示されている)。

写真3 保冷ロッカー



(筆者が許可を得て撮影)

②置き配

「置き配」には、お届け先が予め置き場所を指定する「指示置き」と、「置き配専用折り畳みバッグ(多くは合成樹脂製。オキッパの場合、「ゆうパック」の特大サイズ=44.5×34.5×34cmにも対応)」などがある。

「指示置き」の場合、例えばアスクルは購入時に、メニューから「玄関ドア前」「宅配BOX」「ガスメーターBOX」「物置」「車庫」「自

転車のカゴ」「建物内受付/管理人預け」「対面での配達を希望」から選ぶことができる(4項参照)。「対面での配達を希望」がラストに表示されているのは、アスクルが「対面での配達を希望」していないと示しているようだ。

アスクルは自社グループのアスクルロジスト以外に、ヤマト運輸にも委託している。ヤマト運輸は「置き配」の導入には消極的だったが、アスクルの配送経験もあって、積極的な導入に踏み切ったようである。

筆者も、宅急便の再配達には、ヤマト運輸のWebサイトから「郵便受けに入るものは郵便受け」「それ以外はガスメーターBOX」への「置き配」を指示することがある。

「置き配専用折り畳みバッグ」は、4項で述べるように、マンション共用部分の通路を邪魔するので利用していない。

報道によれば、荷主側では楽天に採用されたり、宅配便業者側では佐川急便と飲料水宅配で提携したり、建物側ではレオパレスと連携するなど、利用が増えている。

とくに、最近では新型コロナウイルス(以下、「コロナ」と略す)感染症対策として、非対面の受取り用に沖縄県北中城(きたなかぐすく)村・相模原市・一宮市(以上、報道日付順)などで、自治体が数量限定で無料配布している。

バッグ「オキッパ」を販売しているイーパー社では、専門機構に依頼してバッグのLCA(ライフサイクルアセスメント)を評価してもらったところ、「バッグを使って再配達を削減した回数が利用者1人あたり20回を超えた時点で、CO₂の総削減量がバッグ1個

分の製造や流通、廃棄の過程でのCO₂の総排出量と等価になり、カーボンニュートラルとなることが証明された」としている。

宅配の人手不足解消以外に、SDGs（持続可能な開発）にも役立つということである。

③店舗での受け取り

店舗での受け取りは、以前からコンビニ受け取りなどが行われてきた。

米国では、ネット注文→店舗受け取りを「BOPIS」（Buy Online Pick-up Instore、ボピス）と呼んでいる。

コンビニは、宅配便の取扱店であり、宅配便の集荷車両が巡回しているので、そのルートを活用して配送一時預りが始まった。

今では、コンビニだけでなく、スーパー・ドラッグストア・クリーニング店などでも宅配便の受け取りサービスを導入している。少しでも来店機会を増やして、本業の売上増につなげようという戦略である。したがって、24時間営業のコンビニが受け取る側の利便性で優位となっている。

受け取りの際には、予めメールで送信された受取証を印刷・持参するか、スマホに送信された受け取りIDを提示する。

筆者も、楽天ブックスで購入した書籍を、自宅最寄りのコンビニ受け取りを指定してみたことがある。受取証をレジで提出すると、店員がバックルームから探してくる。引き渡しには受取証のコードをスキャンするとともに、本人確認として免許証の提示を求められる。

これでは、昼食の混雑時などはレジが渋滞

する（それだけでなくソーシャル・ディスタンスで並ぶ）。また、店員の手間もかかる。

小心者の筆者は、後ろで待っている買い物客の冷たい視線が気になった。そこで、コンビニ受け取りは体験してみただけで、その後は利用していない。

④郵便受けの活用

メール便など、郵便受けに入るものは「投函＝配達引き渡し」となっており、筆者自宅の郵便受けにも講読誌・寄贈誌などが届く。

マンション1階で玄関が集合郵便受け至近のせいか、郵便局員は書留でない速達でも、チャイムを鳴らして配達する。理由を尋ねたら「速達料金を別にもらっているので、少しでも早く届けるために、まず、配達してみて不在なら郵便受けに入れる」とのことだった。「日本郵政も変わったものだ」と変なところで感心した。

メルカリやネット通販、さらには百貨店なども「ポストに入るお歳暮」として、包装サイズを郵便受け（規格化・標準化されている）に合わせて、郵便受けの活用による「置き配」を進めている。

郵便受けの利用者（荷送人）が増えてくると、郵便受けが「満杯お断り」という状態にならないか心配である。

以上が「フィールドワーク」による、体験的「理論的アプローチ」である。

4. 社会的アプローチ

筆者は、理論的・歴史的には正しいとされていても、現代では、社会的な視点から再評価すべきと感じている。例えば、経済性・効率性・倫理性・社会性などの観点である。先ほども述べたように、簡易宅配ロッカーによる「CO₂排出削減＝SDGsへの貢献」などが、社会性の一例である。

そのような観点から、「置き配」を考えてみたい。

(1) 消費者からみる「置き配」

まず、消費者は、「置き配」をどのように捉えているであろうか。

① ジャストシステム調査

コロナ下の昨年4月に実施されたジャストシステムの調査がある。

それに調査によると、Eコマース利用経験者の80.8%が「置き配」を認知しているとされている（17歳～69歳の男女1100名を対象にしたネット調査。うち678人がEコマース利用経験あり）。

また、置き配で受け取る商品は1位が「日用雑貨・消耗品」、2位が「書籍・DVD」となっている。また、「食品・食材では、置き配を利用したくない」とされている。

調査時期は一回目の緊急事態宣言下でもあり、その後さらに、巣ごもり消費傾向が強まり、非対面・非接触の受け取りが増加したと思われるので、現在では、もっと置き配の認知率・利用率は高まっているものと思われる。

る。

② 織研新聞調査

さらに、昨年10月実施の織研新聞アンケート調査（同紙メルマガ読者対象）では、79.5%が「置き配を利用したことがある」と回答し、普及率が高まっている。

「利用したことがある」と回答した人の中で、「便利だと感じた」人は89.8%で、そのメリットは「配達時間を気にせず自由に外出できる」「再配達依頼の手間が省ける」や、配達員と非接触で受け取れることで「感染症予防になる」などの理由が目立った。「在宅であっても髪型や服装などの身なりを気にせず受け取れる」「スケジュール調整のストレスが軽減する」などの理由もあった。

「今後、置き配を積極的に利用したいか」という質問に対し、「積極的に利用したい」は49.2%、「セキュリティー面などが向上すれば積極的に利用したい」が34.4%となっている。

置き配に対する要望としては、サービス完了時の通知連絡や盗難の防止策の向上などを期待する声が多く上がった。「盗難されても良いようなものに限って利用する」と、利用者也利便性とセキュリティーを模索しているとされている。

③ MMD研究所調査

2021年1月に行われたMMD研究所の調査では、調査対象が「置き配」利用体験者の男女336名と少ないものの、「置き配」認知度は85.6%、利用経験は30.8%で、希望場所は「玄

関前」が多い。

「置き配」メリットは「再配達防止」、デメリットは「盗難・破損の恐れ」が多い。

(2) 食品・食材の「置き配」の安全性

各調査から透けて見える課題は、置き配に対する消費者の不安・心配の解消であろう。

その最たるものは、「食品・食材の安全性」である。「置き配」してしまうと、温度管理や日光照射による変質、あるいは玄関前等であれば、異物混入や動物（犬・猫・カラス等）による被害も想定される（メーターボックスや物置でも、長く置けば同様である）。カラスは嗅覚が発達し鋭い嘴があるので、段ボールにも穴を開けて食べると言われている（ゴミ捨て場で残飯を漁っている様子からも想像できる）。

ジャストシステム調査でも、「食品・食材では、置き配を利用したくない」という声が多い。

昨年11月17日の日経新聞に、こんな記事が出ていてビックリ仰天した。

「埼玉県、コロナ自宅療養者に食品『置き配』サービス

埼玉県は18日から、新型コロナウイルスに感染し、介護や育児などの理由で自宅療養をしている患者を対象に、レトルト食品などの無料宅配サービスを始める。数日ごとに自宅前に『置き配』し、感染防止にも配慮する。

配布されるのはカレーやパックご飯、パスタなどのレトルト食品を詰め合わせたセット。セットは生活協同組合コープみらいと地

元スーパーのベルクが提供し、県が委託した民間の運送業者が無料で配送する。

県は2200人の療養期間分の予算を確保しているが、新型コロナの収束までは当面宅配を続ける。県食品安全課は『食品の提供によって、自宅療養者の不安を少しでも取り除きたい』としている。

県によると、16日現在の自宅療養者は44人で、入院調整中が87人。自宅療養者は外に出られない上、自宅内でも部屋を分離され、食事の確保に苦勞しているという。」

本来、食品衛生管理を所管する「食品安全課」が、レトルト食品とは言え、消費者が食品・食材の安全性に懸念を抱いている「置き配」を採用するのは、いかがなものだろうか（本年2月には、武蔵野市でも「市職員が玄関先に置いてから電話する」方法で実施すると報じられている）。

古くは東京・品川での飲料への毒物混入事件、近年では群馬県の食品会社で発生した冷凍食品への異物混入事件を、各自治体では忘れたのであろうか。仮に、ウーバーイーツや出前館が「置き配」したら、社会問題になるのではなかろうか。

やはり、食材専門の宅配業者のように、簡易保冷の「宅配ボックス」が必要と思われる。

(3) 共有スペース侵害や紛失・盗難

3-(2)-②の「置き配専用折り畳みバッグ」も、荷物のサイズによっては場所を取る。

アパート・マンション等の集合住宅では、階段・廊下・通路は区分共有（共有スペース）

となっており、そこに「置き配」された荷物があると、通行の邪魔になるほか、地震・火災・ガス爆発等の災害が発生した場合には、避難行動を阻害しかねない。マンション・アパートの通路は90cm程度しかないのに、3-(2)-②の、ゆうパック最大サイズでは34.5cm（実際には少し超えた大きさの荷物も扱っているようだ）と3分の1を占める。ベビーカーや車いすの通行に支障する

法的に「不法侵害」にも問われかねず、ベランダでの喫煙などと同様に、住民同士のトラブルに発展しないか、心配である。

写真4 マンション通路の「置き配」



(筆者撮影)

「置き配」には紛失や盗難、あるいは濡損（雨濡れ）などの問題も付きまとう。

宅配ボックス製造のナスタ社が、昨年8月にネットショッピングを利用する男女1000人を対象に「置き配」に関する意識調査によれば、73.8%が「置き配」に不安があるとされている。

不安の内容は、①盗難、②送付状に記載されている個人情報の漏洩、③雨による荷物の水濡れが上位を占めている。

そこで、損保ジャパン日本興亜では本年1

月以降、従来から家財の盗難も保障する「個人用火災総合保険」の対象に「置き配」の荷物が追加された（追加保険料は不要）。ただし、同保険は通販事業者や宅配業者などの補償が得られない場合に対象となる。

通販事業者の対応としては、配達済みにもかかわらず荷物が届いていない場合は、「商品の再送や返金に対応する」Amazon、「配達完了後に生じた紛失・盗難・破損には責任を負えない」とする楽天市場と、対応は分かれている。宅配便事業者は宅配便約款（自社約款のヤマト運輸、標準約款の佐川急便・日本郵便）に基づいて補償される。

オキッパは、盗難などの場合には無料で上限5,000円の補償（賠償保険）があり、オプションとして、東京海上日動火災による、上限3万円の「置き配保険」（保険料は30日ごとに100円、荷受人負担）もある。

筆者は、「置き配」により享受する再配達削減メリットは、荷送人（通販事業者）・宅配業者の方が荷受人より大きいので、荷物事故に対する保険料は通販事業者・宅配業者が負担する方が望ましいと思う。

4-(2)-②の織研新聞調査のように、「置き配」は、「盗難されても良いようなものに限って利用する」という荷受人の割り切り、賢い使い方もあるのかもしれない。

2～4項を通じて、宅配クライシス（人手不足）対策としての再配達削減、コロナ拡大防止策としての非対面・非接触配達、「置き配」の「光」とすれば、配達品質（食品の安全性、盗難、汚破損・濡損等）やお届伝票

の個人情報保護などが、「置き配」の「影」の部分と言えるのではないだろうか。

5. 「置き配」テックの進化

各種調査によれば、消費者は「置き配」の影の部分に懸念を持ちながらも、概ね「置き配」を受け入れる傾向にあることが伺われる。

「影」の部分である消費者の懸念を払拭するには、宅配ボックス・ロッカーが「本命」と思われる。

紙面の都合もあるので、思いつくままに、それ以外にもハード・ソフトの2点に絞って、「置き配」テックを進化させるために提案をしたい。

(1) 「置き配」インフラの共用化

3-(2)で述べたように、「置き配」用の宅配ボックス・ロッカー等のツールは多く見られ、技術的にも進歩しているが、社会インフラとしての普及は始まったばかりである。

それは、上記4-(3)の保険料負担と同様に、誰が宅配ボックス・ロッカー等の設備費用を負担するかという問題がある。新築のマンションや戸建て住宅の場合は、工事費全体に占める宅配ボックス・ロッカー費用のウェイトは小さいためか、最初から宅配ボックス・ロッカー等が設置する傾向にあるが、既存住宅への後付けは進んでいない。

設置費用は「受益者負担」が妥当と思われるが、「再配達削減されるから」といって、宅配業者は設備費用負担には積極的でない。

一つの方法として、「置き配」インフラで

ある宅配ボックス・ロッカー等の共同使用も推進すべきと思う。

3-(2)-①のAmazon Hub ロッカーも他業者は利用できない。ヤマト運輸のPUDOステーションが共同使用可能なインフラと言えよう。

宅配ボックス・ロッカーの個別設備が進むと、そのうちに、A社・B社・C社…と各社各様の宅配ボックス・ロッカーが、自販機のように並ぶ光景がみられるかもしれない。

一方で、郵便受けは荷受人側が設備して、郵便だけでなく新聞・広告チラシ・ポストイン荷物まで広く共同使用されており、通販事業者等の荷送人は、荷物の包装を郵便受けに適合する形態に改良している。

包装変更と同様の努力を、インフラ設備でも進めることを、例えばJADMA（日本通信販売協会）などの場で検討・推進することが、インフラの重複投資を避けて効率的な設備につながると思われる。

関西電力グループでは、電柱に宅配ボックスを設置するという実証実験を始めた。雨天の場合に、宅配ボックスからの引き取りをどうするという問題はあるが、電柱という社会インフラの高度利用という観点からは注目したい。

(2) 「置き配」アプリの標準化

3-(2)-②で説明したように、アスクルでは「置き配」の形態と荷受人の要望を調査した結果、多様な「置き配」メニューを提示して荷受人の多様なニーズに応えている。

その後、同様なサービスをヤマト運輸と導

入したニッセンHDの配達メニュー（2021年1月スタート）は、図2の通りである。

同メニューの利用手順は以下の通りで、①

図2 ニッセンの「選択できる受け取り方法」



(出所：ニッセンHDホームページ)

→④で図2に表示された8通りの受け取り方法を指定することができる。

①お届けのお知らせ（発メール）

注文完了後、置き場所変更URLを含んだお届けお知らせメールがユーザー（荷受人）に配信

②置き配の希望指定画面

日時・置き場所or自宅外、全て同じ画面から遷移可能

③日時変更画面

④置き場所変更画面

例えば、このような操作方法もソフトインフラであり、かつ受け取り方法も各社に共通化・標準化を進め、各社で異なる画面を作るより、同じ画面・操作方法にすれば、ユーザー（荷受人）の操作ストレスが減ることになる。

ハードインフラとしての宅配ボックス・ロッカーに加えて、ソフトインフラとしての受け取り方法と指定方法の共用化・共通化も、「置き配」進化・普及のカギではないだろうか。

【参考文献】

1. 国土交通省「令和2年10月宅配便再配達率調査結果」ほか宅配便再配達率調査結果（各次）
2. 刈屋大輔「ルポ トラックドライバー」（朝日新書 2020）
3. ジャストシステム・織研新聞・MMD研究所ほか、「置き配」に関する各種調査結果
4. 総務省・経済産業省・国土交通省・Amazon・楽天市場・アスクル・ニッセンHD・メルカリ・ヤマト運輸・佐川急便・日本郵便などの各ホームページ
5. 日経新聞など各紙誌の報道