

# 日本における置き配の普及課題

宮 武 宏 輔

## 1. はじめに

インターネット通販（以下、ネット通販）の拡大によって個人宅向けの配送が増加したことで、宅配便事業者などは取扱数量を大きく伸ばした。しかし宅配便事業者らの対応能力を超える荷物が集まった結果、特にラストマイルの配送ネットワークへの負荷は深刻になった。また、C2C に比べて配送単価の低いB2Cの荷物が増加することで、荷物が増加しても利益が上がらない状況となり、経営の負担も増加させることとなった。配送負担の増加のしわ寄せは、配送を行うドライバーが被ることになり、ヤマト運輸の労働争議問題などの形で表面化した。

増加するネット通販の荷物、現場の人手不足、消費者の購買を多頻度少量にしてしまう「配送料無料」（実質的には配送料を商品価格に内包）という配送料金設定、配送負担を増加させる再配達の問題などが原因で、このままでは宅配サービスが維持できなくなるという「宅配クライシス」の状況であるという認識が世間にも広く共有されるようになった。

特に再配達の問題は、配送サービスの生産性を低下させるだけでなく、配送トラックの走行距離を増加させて事故リスクや環境負荷の増大にも繋がる。宅配クライシス以降、大手宅配便事業者らは再配達を減らす取組として公共型の宅配ロッカーの導入を進め、また国もそれを推進するための補助金政策を導入した。この他にも、住宅設置の宅配ボックス導入にも一定条件で補助を行うなど、再配達が発生しないような施策を推進していった。

しかし、国土交通省が2017年以降半年ごとに継続的に行っている再配達の調査では、再配達率はほとんど改善しないという結果となった。主原因は配送件数が多い都市部で

再配達率が下がらなかったことであるが、公共型宅配ロッカーの設置数が多く、かねてから存在する配送効率向上施策でもあるコンビニエンスストア（以下、コンビニ）での受取も地方より利用しやすいにも関わらず都市部の再配達が減らないのは、受け取る消費者の意識問題も影響していると思われる。

一方 Amazon などの一部のネット通販事業者は、大手宅配便事業者以外の物流事業者に配送を委託、または直接オーナードライバーと配送の委託契約を結ぶことで、大手宅配便事業者らが運賃を値上げして以降も物流コストを抑えながら配送サービスを維持しようとしている。

このような状況下で、2019年3月からはネット通販事業者、宅配便事業者、デベロッパーらと経済産業省、国土交通省、環境省が「置き配検討委員会」を組織し、置き配の導入について検討を本格化した。また、2019年2月には省エネ法の改正でネット通販分野においても荷主定義が見直されたことで、これまで以上に配送における環境負荷軽減施策に取り組まなければならない状況になったことも、置き配の導入を後押ししていたと考えられる。さらに2020年には、Covid-19の世界的な流行の波が日本にも及んだこともあり、非対面・非接触型の配送が積極的に求められる状況になったことで置き配の普及は加速度的に進んだ。

本論文では、このような置き配を取り巻く環境について改めて確認し、置き配の普及のための課題について整理する。

## 2. 置き配の導入経緯

日本において置き配は、Covid-19の流行以降、Amazon や大手宅配便事業者が置き配を指定可能な受け取り方として追加してから普及が進んできた。しかし配送方法としてみれば、置き配自体は導入が比較的容易な配送方法である（受荷主である消費者や発荷主であるネット通販事業者の同意が必要という点が最も高い障壁であるかもしれない）。

「OKIPPA」という簡易型宅配ボックスを提供している Yper 社によると、19世紀末の明治時代に、瓶詰の牛乳配達为例が置き配の元祖として挙げられている。置き配を実施したことに関する明確な文献はないらしいが、単純な配送の仕組みとしては明治の時代にも実施できる配送手法であることは想像できる。

また同社がまとめた置き配の歴史によると、道央市民生協の食品配送において、共同購入の際の荷渡し場所が確保できない等の理由から置き配が展開された。生協はその後、自宅までの配送（個配）を1990年代に段階的に展開し、配送の際に不在の場合は発泡スチロールとドライアイス等の保冷剤を利用して、置き配のような形で商品を配送している。

さらに1997年には化粧品販売の「ファンケル」が、ネット通販事業者の先駆けとして置き配サービスを展開した。ファンケル社は、当時社会進出が進みだした女性や子育て中で玄関対応が難しいという消費者の声を受けて置き配を展開するようになった。現在では配送事業者と顔を合わせることに抵抗感がある、または足腰が不自由で玄関まで出向くことが難しいという高齢者の消費者も置き配を利用するようになり、2018年3月に公開された Yper 社のファンケル社に対するインタビュー記事によると、全注文件数の約3割の消費者が置き配（ファンケル社では「置き場所指定お届けサービス」）を利用しているという<sup>1)</sup>。

そして2016年以降には、アスクル、Amazon、楽天、その他ネットスーパーで置き配が利用可能なサービスオプションとして提供されるようになった。さらに2018年12月には、日本郵便が Yper 社と協力し東京都杉並区で OKIPPA を利用した置き配の実証実験を行った。その結果、約6割の再配達削減に成功したという<sup>2)</sup>。その後、日本郵便は2019年3月18日に、日本の大手宅配便事業者としては初めて置き配を本格的に配送オプションとして提供しだした<sup>3)</sup>。

2020年3月23日には、Amazon が30都道府県で置き配をデフォルト（初期設定）化した<sup>4)</sup>。また Covid-19 の感染拡大を受けて、宅配便大手各社は非対面（非接触）の配送方式として置き配を暫定導入するようになった。2020年4月時点では、インターホン越しに受取人の承諾を得た場合のみ受領印不要で置き配を実施していたが、その後2020年5月18日には佐川急便が<sup>5)</sup>、6月24日にはヤマト運輸がネット通販事業者向け配送サービス「EAZY」で置き配を配送オプションに組み入れた<sup>6)</sup>。

### 3. 置き配に対する消費者の意識

置き配が本格的に配送オプションの1つとして選択肢に加わってから、置き配の利用動向に関していくつか調査が行われている。本節ではそれらの調査における回答時期、回答者属性などが置き配の利用経験に与える影響について考察する。

#### 3. 1 置き配の利用経験

##### (1) マイボイスコム調査

アンケート調査会社のマイボイスコムが、「宅配便の受け取り方法に関するアンケー

---

1) <https://www.okippa.life/blog/20180310/3298/>

2) 日本経済新聞2019年2月5日付。

3) 日本経済新聞2019年3月18日付。

4) Amazon プレスリリース2020年3月23日付。

5) 日本経済新聞2020年5月14日付。

6) 日本経済新聞2020年6月16日付。

ト調査（第2回）<sup>7)</sup>」において、2020年11月1～5日の期間で総数10,140名に対して直近1年間の宅配便の受け取り方についてインターネットアンケートを集計した結果、置き配の利用率は17.1%であった。回答者の男女比は56：44、回答者の年代は10代0.2%、20代2.5%、30代9.5%、40代22.5%、50代30.5%、60代・70代34.9%となっている。

#### (2) MMD 研究所調査

MMD 研究所が2021年1月6～15日の期間で実施したインターネット調査では、予備調査として各受取方の利用経験を確認しており、置き配の利用経験者の割合は30.8%であった。予備調査の回答者は合計4,373人で、男女比は50.4：49.6、年代は10代2.9%、20代15.9%、30代18.0%、40代22.9%、50代20.0%、60代20.4%とマイボイスコムアンケートと比べると各年代均等に回答していることが分かる。

#### (3) 宮武（2022）調査

宮武（2022）では、2021年4月21～23日の期間で置き配に関するインターネットアンケートを実施し、44.9%が置き配の利用経験があると回答した。同調査の回答総数は646、男女比は50：50、年代は20代16.9%、30代16.6%、40代16.4%、50代16.7%、60代16.9%、70代以上16.6%である。なお宮武（2022）によると、年代別の置き配利用率は、20代53.2%、30代50.5%、40代40.6%、50代44.4%、60代41.3%、70代39.3%と若年層ほど若干高いものの、 $\chi^2$ 検定による有意差検定と残差分析を行った結果、有意な差は認められなかった。また、置き配の利用経験がある回答者290人に、今後も置き配を利用したいかを確認したところ83.1%が、今後も利用したいという回答をしている。

#### (4) LOCCO・Tポイントジャパン調査

セイノーHDグループのLOCCOとTポイントジャパンは、2022年2月1～6日の期間でTポイント会員へのインターネット調査を行った結果、49.7%が置き配を利用したことがあると回答した。回答者総数は1,251人で、男女比は50.3：49.7、回答者の年代別割合は非公表であった。ただし、置き配利用者の年代別割合は示されており、20代で57.1%、30代で55.4%、40代51.6%、50代41.4%、60代43.0%と、若干若年層の利用率が高いという宮武（2022）とも近い結果となっている。

### 3. 2 置き配の利用傾向

各調査において、厳密には居住地域のばらつき、事前にネット通販の利用者に限定しているか等の差はあるものの、2020年に置き配が配送オプションの1つとして普及してから時間が進むにつれて置き配利用率が高くなる傾向がうかがえる。

また、年代別の利用率を公表している調査のみの比較となるが、若い世代ほど利用率

---

7) 第1回調査は2018年5月1～5日の間であるため、置き配がほとんど提供されていないため調査対象外であった。

が若干高くなる傾向にある。ただし、宮武（2022）の調査結果では有意なほど差があるとは言えない結果となった。宮武（2022）では、コンビニ受取、公共型宅配ロッカー（PUDO等）の利用経験についても調査を行っており、これらは年代別に有意差が確認できた（若い世代ほど利用率がかなり高い）ことを考慮すれば、置き配は広い世代にも受け入れられていることが分かる。

なお、今回は置き配の利用理由や感じるメリットについては調査間で差が大きく、分析は今後の課題とするが、概ねは再配達を頼む必要がない、自宅にいる必要がない、配達員の負担軽減などが挙げられていた。一方、利用したくない、デメリットを感じる理由としては、そもそも対面で受け取ることができているので不要、盗難等による紛失の不安、汚損のリスク、誤った場所に置かれた経験、不在を知られるリスク、対応不可の商品や通販サイトであることが挙げられていた。

## 4. 置き配普及の課題

### 4. 1 解消が進む課題

#### (1) 受け渡し証明の問題

Covid-19拡大以前においては、宅配便の受領証明をどのように行うかが、置き配の大きな課題として存在していた。前述のファンケルの例でも、置き配の導入について宅配便事業者との交渉が難航した理由の一つとして受領印無しでの受け渡しに対する不安が挙げられたという。

ただし、宅配便標準約款にも、それを基に作成された宅配便事業者各社の約款にも、受領印やサインが必要であるという旨は明記されていない<sup>8)</sup>。各社とも、荷物の受け渡しにおける紛争を回避するため受領印を求めているが、宅配ボックスのように非対面で受け取る方法が受取人にも受け入れられたことに加え、Covid-19の感染拡大を背景として受領印無しでの受け取りが容認される土壌が整備されたと見ることもできるであろう。

#### (2) 荷物の保険

玄関前に商品を放置する置き配では、商品の盗難、汚損などのリスクが付きまとう。そこで、置き配のための設備を提供する事業者やネット通販事業者らによって盗難保険、紛失の場合の補償といったサービスが提供されている。

日本の置き配保険の先駆的な存在としては、前述のYper社と東京海上日動によるOKIPPAに付帯させた盗難保険である。また日本郵便は、東京海上日動、三井住友

---

8) ただし、信書便については、「一般貨物自動車運送事業者用標準信書便約款」の第18条にて、「受取人への信書便物の引渡しによる場合であって差出人の申出があったときは、当該信書便物の引渡しの際に当該受取人から配達完了の受領印又は署名を求めます。」と明記されている。

海上、損保ジャパンの3社を共同引受保険会社にし、1事故当り10,000円（送料・消費税・使用ポイント分を含む）を支払限度額として、1年に2回まで補償する保険を提供している。また東京海上日動単独でも、運送事業者向けの盗難・水濡れ・破損に対応した置き配保険の提供を開始した。これらの保険は、宅配ボックスの購入費用に含める形や配送事業者が負担する（最終的には消費者が支払う配送料にも転嫁される可能性がある）形で保険料が徴収される。

またこれ以外にも、Amazonをはじめとしたネット通販事業者が盗難等で商品が紛失した場合、商品を無料で再度配送するようなサービスを提供している。

## 4. 2 残された課題

### (1) セキュリティ

OKIPPAなどの簡易宅配ボックスは導入されているものの、特定の設備を用意することは消費者に負担となる。置き配の普及のためには、消費者が追加的な設備を購入することなく置き配を利用できることが望ましいと考えられるが、荷物をそのまま置くことで盗難、汚損等のリスクが高まる可能性がある。日本よりも置き配の普及が早かったアメリカでは「porch pirate」という置き配商品の窃盗を行う犯罪者たちが社会問題となっている。Security.orgの調査によると、2021年11月までにアメリカの成人の19%は、少なくとも1度は配送で盗難の被害にあっているという。

日本でもCovid-19の蔓延下で置き配が増加した2020年以降、置き配を狙った窃盗事件が散見されるようになった<sup>9)</sup>。

集合住宅の中でもセキュリティに優れるオートロックマンションでは、不特定多数が外部から敷地内に入ることができないため、比較的安心感を持って置き配を利用できるはずであるが、受取人が不在の場合は配送員がそもそも敷地内に入ることが難しくなる。そこで集合住宅のエントランス部分のオートロックを配送事業者が解除できるような仕組みが開発されている。前述のYper社は荷物配送伝票番号を一時的なパスワード化して配送員がオートロックを解除する仕組みを開発し、またビットキー社はヤマト運輸と連携するなどして同じようなオートロック解除の仕組みを整えている。さらにAmazonは「Key for Business」という同様の仕組みの展開を開始した。

これらの仕組みが普及すれば、セキュリティが比較的高い集合住宅でも置き配の利用がしやすくなるものの、集合住宅の管理会社や管理組合の承諾を得て仕組みを導入する必要がある。ネット通販、置き配の普及が進み、配送の効率化や受取の簡素化を行うことに社会的な同意が得やすくなっているとはいえ、住居に配送員とはいえ不特定な人物が入りすることに難色を示す住民も少なくないと思われる。住宅の初期設備としてこれら

---

9) 日本経済新聞2020年6月2日付。

のエントランスキー解除の仕組みが導入されていれば、住居選択の際にそれを了解して居住することになるが、後から導入するにはこの住民の同意が障害になる可能性は高い。

## (2) 誤配リスク

置き配の問題として誤った受取人に配達してしまうリスクがある。大手宅配便事業者の一部や Amazon 等のネット通販事業者独自配送の場合、サインレスでの受け取りを行う代わりに対面での本人確認を実施している。置き配では多くの場合、玄関前などに置き配を完了した状態を撮影することで配達の完了を受取人に伝えている。しかし、もし配送先を誤った場合でもすぐに訂正できず荷物が放置される可能性がある。

さらには本来の受取人が商品を受け取るまでの時間がかかる、本来の受取人のプライバシー問題、誤って配送された人が配送業者に商品を戻す手続きをする手間が発生するなどの問題も起こる。現在、自宅に表札を出していないという家庭も多い。やや古いデータとなるが、SUUMO ジャーナル (2016) によると全体で48.7%、賃貸では74.7%の住居で表札を出していないという結果となった。配送員も誤った配送先に商品を置いてしまっても、その誤りに気づきづらい状況にあると言える。

## (3) 集合住宅の共用部分の利用について

集合住宅の場合、置き配荷物は廊下やエントランスといった共用部分に置かれることになる。置き配についてはあいまいな位置づけとなっていたが、国土交通省は2021年6月に「マンション標準管理規約」を改正し、置き配を認める際の規則を使用細則で定めることが考えられる、という旨を第18条関係のコメントに明記した。このように全体としては置き配が利用できる環境は整備されたものの、個別の集合住宅の規制は集合住宅ごとに決められるものであるため、社会・住民・管理会社（人）の同意が必要であるという状況は引き続き継続していると考えられる。

## 参考文献

- Amazon「Amazon、玄関への「置き配」を30都道府県で標準に」、2020年3月23日付、[https://amazon-press.jp/AWS/AWS/Press-release/amazon/jp/Ops/200323\\_unattended-delivery/](https://amazon-press.jp/AWS/AWS/Press-release/amazon/jp/Ops/200323_unattended-delivery/)
- LOCCO プレスリリース「約2人に1人が利用する「置き配」に関するアンケート調査」、2022年4月18日、<https://locco.co.jp/news/5753368530124800/>
- MMD 研究所「EC サイトの配送に関する調査」、2021年2月
- PR TIMES「AmazonがKey for Businessの展開を10都道府県800棟以上のマンションに拡大」、2021年11月11日付、<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001391.000004612.html>
- PR TIMES「ビットキーとヤマト運輸が連携 オートロック付きマンションでの「置き配」を実現」、2022年3月28日付、<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000092.000040203.html>
- Security.org「2022 Package Theft Annual Report」、2022年6月28日付、<https://www.security.org/package-theft/annual-report/#:~:text=Porch%20pirates%20stole%20from%2049%20>

million%20Americans%20over%20the%20past%20year.

- SUUMO ジャーナル「表札って出す？ 出さない派は約5割。賃貸と持ち家で結果に差が」,  
2016年6月7日, <https://suumo.jp/journal/2016/06/07/112262/>
- Yper (OKIPPA 専用 HP)「今注目の配送方法, 日本の「置き配」の成り立ち, 米国の置き配  
との違いは?」, 2019年12月26日 (最終更新:2022年4月11日), [https://www.okippa.life/  
blog/20191226/6977/](https://www.okippa.life/blog/20191226/6977/)
- 嘉瀬英昭・鈴木邦成「宅配便の非対面受取に関する考察」, 『高千穂論叢』第56巻2号, pp.7-24,  
2021年8月25日
- 経済産業省・国土交通省「置き配の現状と実施に向けたポイント」, 2020年3月, [https://www.  
meti.go.jp/press/2019/03/20200331004/20200330004-1.pdf](https://www.meti.go.jp/press/2019/03/20200331004/20200330004-1.pdf)
- 国土交通省「標準宅配便運送約款(平成二年運輸省告示第五百七十六号)」, 最終改正2019年,  
<https://www.mlit.go.jp/common/001279969.pdf>
- 国土交通省「標準貨物自動車特定信書便運送約款(平成二十七年国土交通省告示第千百六十三  
号)」, 一般貨物自動車運送事業者用標準信書便約款(平成二十七年総務省告示第四百十  
号)」, 最終改正2019年, <https://www.mlit.go.jp/common/001280536.pdf>
- 国土交通省「マンション標準管理規約 改正の概要」, 2021年6月 [https://www.mlit.go.jp/common/  
001410147.pdf](https://www.mlit.go.jp/common/001410147.pdf)
- 東京海上日動「安心して置き配をご利用いただくための保険の導入」, 2021年6月28日, [https://  
www.tokiomarine-nichido.co.jp/company/release/pdf/210628\\_01.pdf](https://www.tokiomarine-nichido.co.jp/company/release/pdf/210628_01.pdf)
- 東京海上日動「運送事業者向けオールリスク置き配保険の販売開始」, 2021年12月24日, [https://  
www.tokiomarine-nichido.co.jp/company/release/pdf/211224\\_01.pdf](https://www.tokiomarine-nichido.co.jp/company/release/pdf/211224_01.pdf)
- 東洋経済オンライン「再配達は不要! ファンケルの「置くだけ宅配」盗難などの紛失リスクは  
自社で負っている」, 2017年6月25日付, <https://toyokeizai.net/articles/-/177852>
- 日本経済新聞「日本郵便, 置き配で再配達6割削減 実験結果公表」, 2019年2月5日付, [https://  
www.nikkei.com/article/DGXMZO40922010V00C19A2XQH000/](https://www.nikkei.com/article/DGXMZO40922010V00C19A2XQH000/)
- 日本経済新聞「日本郵便「置き配」開始も導入荷主ゼロ」, 2019年3月18日付, [https://www.nikkei.  
com/article/DGXMZO42589630Y9A310C1000000/](https://www.nikkei.com/article/DGXMZO42589630Y9A310C1000000/)
- 日本経済新聞「佐川急便が置き配を導入, 18日から 物流会社で2社目」, 2020年5月14日付,  
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO59086800U0A510C2XQH000/>
- 日本経済新聞「「置き配」盗難相次ぐ 受取場所・方法に工夫を」, 2020年6月2日付, [https://  
www.nikkei.com/article/DGXMZO59860640S0A600C2CE0000/](https://www.nikkei.com/article/DGXMZO59860640S0A600C2CE0000/)
- 日本経済新聞「ヤマト, EC 事業者向けサービスを開始 置き配に対応」, 2020年6月16日付,  
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO60415520W0A610C2XQH000/>
- マイボイスコム「宅配便の受け取り方法に関するアンケート調査(第2回)」, 2020年11月,  
[https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product\\_id=26807](https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=26807)

日本における置き配の普及課題

宮武宏輔 「新型コロナ禍でのインターネット通信販売の受取方の現状」, 『日本物流学会誌』 第30号, pp.107-114, 2022年6月