

日交研シリーズ A-603
平成 25 年度研究プロジェクト
「宅配ビジネスにおける輸送ネットワーク構築に関する研究」
刊行：2014 年 7 月

通信販売に対応した宅配便ネットワーク再構築に関する研究
Development of the BtoC Market and Reconstruction of the Parcel Delivery Network

主査：林 克彦（流通経済大学教授）

Katsuhiko HAYASHI

要 旨

宅配便は、C to C 市場を対象に全国を迅速に結びつける稠密な輸送ネットワークを構築してきた。全国主要都市に物流センターを中継拠点として配置し、その間を集荷、中継、幹線輸送、配送で結ぶことにより、ほぼ全国に翌日配達サービスを張り巡らしてきた。しかし近年、宅配便は C to C に留まらず B to C でも幅広く活用されるようになり、翌日配達に留まらず、即日配達、時間・場所指定、電子マネー決済などサービスの高度化が進んでいる。とくに最近のネット通販では、配達の迅速性が差異化の鍵となっており、即日配達に対応した宅配便ネットワークの再構築が重要となっている。

宅配便事業者のなかには、即日配達地域を拡大するため東名阪に大規模施設を設置したり、通販事業者の在庫保管と管理を受託し、自ら仕分けて配達網にのせることにより、リードタイムを短縮しようとする動きも活発化している。配達ネットワークでは、トラックではなく自転車や台車を用いて小回りをきかせ環境に優れた配達サービスを構築しようとする動きもある。また、輸送サービスだけでなく、代金決済やインターネットサイトの構築など、金融や情報分野も含めた総合的な通販プラットフォーム事業を開始している企業もある。

以上を踏まえ、本研究では、B to C 市場発展に対応した宅配便事業の変化について、即日配達に対応したネットワーク再構築を中心に考察を行った。まず、ネット通販に対応するにあたり直面する課題を整理するとともに（第 1 章）、逆に宅配便ネットワークの革新が通信販売に及ぼす影響を考察した（第 2 章）。次に、通信販売の利用が活発化している中国におけるネット通販事業の物流面での課題を整理している（第 3 章）。さらに、ネット通販が直面する物流面での課題への対応を紹介したのち（第 4 章）、通販事業者の選択として物流を自社で行うべきか委託すべきかの決定要因について考察を加えた（第 5 章）。最後に、中国におけるネット通販の拡大とその配送の現状について紹介している（第 6 章）。

キーワード：通信販売、宅配便、ネットワーク再構築、即日配達、自社物流

Keywords: Online Shopping, Parcel Delivery, Network Reconstruction, Same day Delivery, Private Distribution