

平成 28 年度研究プロジェクト研究活動報告

研究種別	■若手研究	公益目的事業 16
研究者名	宮武宏輔 ・ 流通経済大学流通情報学部 助教	
研究テーマ	消費者の配送サービスの選択行動が宅配便の配送ネットワーク与える影響に関する研究	

研究の目的：

本研究では、消費者が配送効率性の高い配送方式を選択するための、料金的な施策（料金の割引やポイント付与）の効果を検証・評価し、消費者が料金の割引やポイント付与の効果を感ずることができる具体的な導入方法について提言する。そして、本研究が再配達の削減とそれに伴う社会的余剰の拡大に寄与することを目指す。

研究の経過（4月～9月）：

現在のネット通販事業者の配送料金施策に関する最新の状況を整理し、Amazonをはじめとして国内外共に配送料金を引き上げ、費用に見合う料金体系を確立しようという動向を確認した。

2016年6月には「運輸と経済」にて、宅配便の配送手法に関する論文を掲載した。論文の主要な目的は、本研究の課題とは異なるものであるが、その中でも消費者がより広い配送サービスを選択可能とすることの重要性も提言した。

また、国土交通省が2015年に公開した「宅配の再配達の削減に向けた受取方法の多様化の促進等に関する検討会報告書」における宅配便利用者のアンケートを元に、消費者が1回目での受け取りに対して求める割引料金の期待値の計算を試みた。結果は、アンケート通りに1回目での受け取りが行われることで、一定の交通量の低下に伴うCO2の削減は期待できても、宅配便事業者が期待値での割引では減少費用以上の割引負担を負うため、サービスの持続可能性が小さいという推計結果となった。

下期へ向けて（課題等）：

国土交通省（2015）のアンケート結果を基にした推計の、事業者の費用や交通量減少の便益計算における精度向上を行う必要もあるが、料金の割引ではなく、指定可能な時間帯幅の短縮や配送状況の「見える化」というサービスに着目して研究を進める予定である。Amazonをはじめとしたネット通販事業者の自社配送が進んだことで、従来の宅配便事業者の指定時間枠よりも短い時間枠での配送や配送トラックの現在地追跡サービスが提供されだしている。消費者は百円前後の料金割引よりも、多少料金が高くても、自宅で配送を待つ時間の短縮に利便性を感じていることを示唆する状況であると考えられる。待機時間の時間価値の推計は単純ではないが、残りの期間にて、実店舗での買物、ネット通販での買物における宅配便事業者配送、Amazon プライムナウのような購入後から配送のタイミングが分かりやすいサービスを比較分析することで、これからのネット通販と配送サービスのあるべき姿の提言を目指す。