

令和7年度研究プロジェクト計画概要

研究種別	■自主研究 17	公益目的事業 19
主査名	宮武宏輔 東京経済大学准教授	
研究テーマ	既存の配送資源を活用したラストマイルネットワークに関する研究	
再配達の削減や増加するインターネット通信販売（ネット通販）の商品の配送需要への対応として、商業施設や街なかの宅配ロッカーの設置、置き配の促進、貨物軽自動車運送業者をはじめとした個人事業主への委託などの施策が行われている。しかし、これらの対策でも拡大するネット通販の配送需要を吸収するには十分でないと考える。大手宅配便 3 社の宅配便取扱 2023 年度の取扱量の合計は約 48 億個であり、また Amazon などの大手ネット通販事業者が独自に配送する荷物も数億個程度存在すると言われている。宅配便事業者や独自の配送サービスを展開する大手ネット通販事業者らは、自社で雇用した配送員や貨物軽自動車運送事業者などの委託配送員によって配送ネットワークを維持している。しかし、働き手が不足するなかで、配送員の負担を減らすような受け取り方を消費者に促すことも重要となっている。自宅に備え付けの宅配ボックスの設置、コンビニエンスストアや街中の宅配ロッカーでの受け取り、置き配などが普及しているものの、これらの受け取り方は、消費者に経済的負担や受け取りのための手間が発生することもあり、自宅での対面での受け渡しが多い状況が多く、多くの調査から示されている。 本研究では、これらの受け取り方の効果や、促すためのソフト面（割引、ポイントなど）を検証するとともに、現在展開されている配送施策の利用促進だけでなく、新たな発展のあり方を検証する。たとえば、オートロックがゆえに玄関前の置き配が難しい住宅において、在宅している居住者による置き配の代行、街中の宅配ロッカーまではトラックによって商品を輸送し、宅配ロッカーから消費者までの配送をフードデリバリーなどの配送員に委託するなどの施策が考えられる。これらの施策については、プライバシーの問題や配送の品質が確保できるかなど、の問題があるが、利便性の高いネット通販サービスのラストマイルネットワークを維持するためにも早急に検討すべきテーマであると考え。 諸統計や文献を収集・分析するとともに、配送マッチングサービスを提供する事業者へのインタビュー調査やアンケート調査により、現在のネット通販のラストマイルネットワークの現状と抱える課題を整理するとともに、配送側の費用面や受け取り側の施策に対する受容面などの観点から、既存の設備やサービスをなどの配送資源を活用したラストマイルネットワークの効果を検証する。		