

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所等の個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）ソウカダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）ヤスダゼミナール
創価大学	経営学部	安田ゼミナール

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ）スカイスタック	フリガナ）クロヒデユキ	7 人	無
SKYSTACK	黒田 秀之		

研究テーマ（発表タイトル）
再配達削減プロジェクト『Re→action』

※必ずく企画シート作成上の注意を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙い等）

近年、通信販売の利用者の拡大に伴い、「宅配便の再配達」が急増している。このことが過重労働や二酸化炭素の増大等の社会的課題を招いている。これら課題の改善に向けて国や企業等はさまざまアプローチを行っている。しかしながら、これまでのところ、再配達の問題が好転しているとは言い難い。これは再配達という問題がなかなか個人の問題と捉え難いところに問題の深刻さがあるといえよう。

そこで、我々は再配達が問題であることを強調するだけでなく、再配達を多く利用する 20～30 代を対象に、企業が提供する各種サービスの「利便性」や「有用性」を強調し、彼らにそれらサービスの利用を促すサイトを作成し、運営する。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境等）

インターネットの高速化・広帯域化、消費者のライフスタイルの変化（共働き等）を背景に、電子商取引（Electric Commerce、以下 EC）は、拡大の一途をたどっており、それに伴い、宅配便の取り扱い件数が増加している。宅配便の取扱個数は、平成 26 年度までの直近 5 年間で約 15%増加する等、近年急速な伸びを示しており、EC 市場は特別な商品を買う場ではなく、普段から身近に買い物をする場となっている。

EC 市場の発展と共に宅配便の再配達が問題となっている。現状、年間宅配便件数約 41 億個のうち 7.2 億個、つまり、約 20%、5 個に 1 個が再配達になっていることになる。現在、宅配便の 7 割は通販と言われており、配送業者の負担は年々増加している。国土交通省（2015）によれば、1 年間でドライバー約 9 万人分、およそ 1.8 億時間の労力が再配達に使われているという。

また、再配達によりトラックの CO₂排出量は年間約 42 万トンも無駄に排出されており、環境への悪影響も深刻化している。この量の CO₂を吸収するためには、大阪府の面積に相当するスギ林が必要だという。

このように現在の利便性の高い宅配便の裏側には様々な問題が発生している。宅配便の持続可能性に影響を与えるドライバー不足と、環境への負荷は大きな社会的損失といえる。さらに、物流問題に詳しい輸送経済新聞社の水谷氏にインタビュー（2016 年 9 月 5 日に実施）をしたところ、「再配達は食品ロスに並ぶ大きな社会的損失であり、喫緊に改善すべき問題だ」と指摘していた。

長寿社会を迎えた日本は、買い物支援という生活支援サービスの一環としての EC の利用は漸進的に拡大することが予測される。日本に住む我々がこの豊かな生活を送り続けるためには、この再配達問題は改善されるべき重要な課題だといえる。

国もこの問題に本格的に取り組み始めている。具体的には、企業とさまざまに連携し、宅配ロッカーの充実を目指す、国土交通省と環境省が再配達是正のための予算申請を経済産業省に行う等、国を挙げて再配達問題を改善する動きが活発化している。

3. 研究テーマの課題

我々は、再配達が発生する要因「再配達が社会問題であると認知していない」「受取人が、一度で受け取ることが出来る既存のサービスの使い方を知らないこと」と考える。

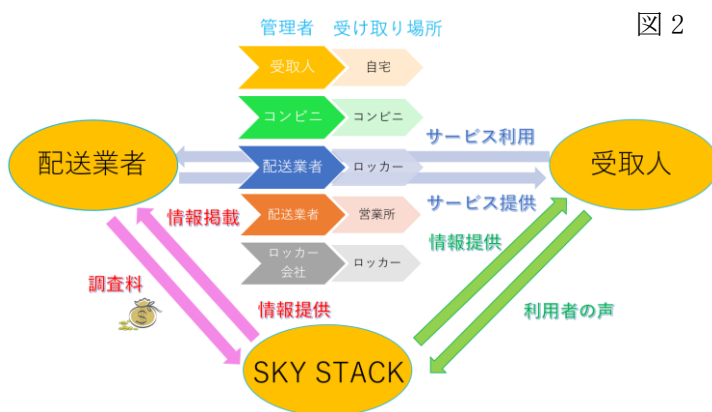
2016 年 6 月に我々が実施した 300 人実施したアンケート調査によると、約 88%の人が「再配達が社会問題であると知らない」と答えており、再配達に関して問題であるという認識はほとんどないことがわかる。そのため、その削減に積極的に努める人が少ないのが現状である。これは、受取人の意識の中に“再配達はサービス(無料)”という認識が強く、個人の問題だと捉え難いところに起因しているためである。

加えて、2016 年 9 月に我々が実施した 500 人にアンケート調査によると、コンビニ、駅前ロッカー、営業所での受取を利用しない理由は理由の中で最も高い割合を占めていたのが、使い方がわからないという意見であった。これは、各配送業者が競合であるが故に、同じサービスでも、提携先や操作が違うことにも原因がある。

我々の目的は、再配達を削減することであり、意識に働きかけるだけでなく、企業が提供する既存サービスの「利便性」や「有用性」をわかりやすくまとめて、消費者に提供することが有効であると考えます。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論等）

我々は、再配達を減らすために、web サイトで再配達の問題提起を行うと共に、既存のサービスの情報を提供する。サイトの概要は、①再配達が社会問題であることの情報発信、②個人のライフスタイルに合った受け取り方の提案、である。web サイトでは、まず再配達が社会問題であることを伝える。また、既存のサービスを認知してもらうために、ライフスタイルに合わせた選択というページ(図1)を作っている。そのページでは、受取人のライフスタイルに合わせた受け取り方を掲載することで、それぞれのサービスの「利便性」と「有用性」を強調し、身近に便利なサービスがあることを訴求する。具体的な方法としては、サイトに各種サービスの使い勝手などを紹介する動画を作成・掲載するなどし、その使用感やメリットなどを伝える。これらサービスの情報を提供し、実際に使ってもらうことにより再配達を削減することを目指す。また、LINE では、利用者の声を集めるアンケートを取る予定であり、これを集計、データベース化し配送業者に販売する。これらの活動により、SKY STACK、受取人、配送業者、Win-Winを目指す。



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発等）

具体的な活動内容としては、3つある。1つ目は、web サイトの運営である。サイトの運営では、定期的なサイトの管理、更新、サイトに投稿されたコメントに対しての集計を行う。2つ目は、我々の持っている LINE 公式アカウントを使い、宅配便の利用者の声を集める活動も行い、それを集計し、データベース化する。このデータ

ベースは配送業者に販売する予定である。3 つ目は、サイトに誘致するためのプロモーション活動である。プロモーション活動として、我々は主に、①ビラ配布、②ポスター掲示の依頼、③Facebook（以下 FB）、Twitter での動画配信を行う。ビラには QR コードを掲載し、それを読み取ることでサイトにアクセスすることを狙う。また、ポスター掲示の依頼は、ビラ配布と同日に行う予定であり、ポスターにも QR コードを掲載する。FB、Twitter による動画配信については、サイトのフックとして、サービスの「利便性」、「有用性」を強調したムービーを 3 パターン配信する。

6. 結果や今後の取り組み

我々がこのプロジェクトを通して得た結果としては、サイトの閲覧数が現時点で 3000 人を超えており、今後は 1 万人を目指す。ポスターの掲示は、コンビニ・営業所・飲食店等を含め、現時点で 14 店舗獲得した。ポスター掲示の交渉は、現段階でも進めており、これからも地域を拡大し続ける。

今後の取り組みとして、我々は再配達率の削減を目指す。その削減率を測定するために、我々のサイトのプロモーション活動を行う地域と行わない地域の再配達削減率を確認し、サイトの有用性を検証する。検証は八王子市と相模原市で行う。前者ではプロモーション活動を行い、後者では行わない。なお、両地域を比較するのは人口動態特性などで類似性が高いためである。両地域で、ヤマト運輸が出資している宅配ロッカー「PUDO」等の再配達削減効果は一定であると考えられるため、元の再配達率と我々が取り組みを行った時との差を比較し、八王子市の方が、再配達率が下がっていれば、我々のプロジェクトが有効であると思われる。その検証結果を踏まえ、八王子市から再配達が最も多い世田谷区を活動地域とする予定である。また、我々のサイトを掲載してくれる通販サイト等の提携先を増やすためのアプローチも続ける。最終的には、定期的に利用者の声をデータベース化し、配送業者に販売し、この資金をもって永続的に我々の活動を行い、他の地域にも展開していく。

7. 参考文献

- ・経済産業省（2016）「電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました」
<http://www.meti.go.jp/press/2016/06/20160614001/20160614001.pdf>（閲覧日:2016 年 9 月 25 日）
- ・国土交通省（2015）「宅配の再配達率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」
<http://www.mlit.go.jp/common/001106397.pdf>（閲覧日:2016 年 9 月 25 日）
- ・国土交通省（2015）「宅配の再配達率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」
<http://www.mlit.go.jp/common/001106424.pdf>（閲覧日:2016 年 9 月 24 日）
- ・国土交通省（2015）「宅配の再配達率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」
<http://www.mlit.go.jp/common/001112444.pdf>（閲覧日:2016 年 9 月 25 日）
- ・国土交通省（2015）「宅配の再配達率の発生による社会的損失の試算」
<http://www.mlit.go.jp/common/001102289.pdf>（閲覧日:2016 年 9 月 25 日）

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

特にありません。

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となります。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までをお渡します。
- ※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP 等に発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽等を掲載・利用する場合、必ず著作権、版權の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月等）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所等の個人情報は記載しないでください。