

# インナー大会 プレゼン部門 2019 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) タカサキケイザイダイガク	フリガナ) チイキセイサクガクブ	フリガナ) サトウ キミトシ
高崎経済大学	地域政策学部	佐藤 公俊ゼミナール

※大会申込書に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

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 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) カーペンターズ	フリガナ) コカイ ゲン	4	無	63
カーペンターズ	小海 元			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

なし

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

研究テーマ (発表タイトル)

置き配の活用

※必ず<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・狙いなど)

現在、再配達のコストは年間約 2600 億円もの莫大なコストがかかっており、再配達は宅配をおこなう企業にとっての負担となっている。この現状を踏まえ、企業の負担を軽くできないかと考え、私たちのチームでは「置き配」という新たな宅配方法に着目した。そして、すでに行われている置き配を分析し、それを応用して再配達のコストを減少させ、企業負担を軽減させる方法を考案し、提案していく。

## 2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

近年、インターネットの普及やフリマアプリなどの CtoC 取引の増加などにより宅配便取扱い個数は急速に増えており、平成 20 年の約 32.1 億個から平成 29 年の約 42.5 億と 10 年間で約 30%も増加した。今後も CtoC 取引の拡大により、さらなる増加が予測される。次に、宅配便の荷物に占める再配達の割合をみると、15~16%と横ばいと推移しており、あまり変化は見られない。

これらのことから宅配便取扱い個数は年々増加しているため、再配達の対象となる宅配便数も同時に増えていることがわかり、今後も増加することが予測される。

### 3. 研究テーマの課題

再配達便数が増えてゆく現状を踏まえ、宅配業界は様々な受け取りサービスを提供している。代表的なものは宅配ロッカーやコンビニ受け取りなど自宅外で受け取ることができるサービスや日時や受け取り場所を柔軟に選択できるアスクル株式会社がおこなっている「Happy On Time」やヤマト運輸などが積極的に行なっているサービスがある。では、実際に消費者はこのようなサービスを利用しているのだろうか。

内閣府政府広報室が平成 29 年に実施した調査によると、このような受け取りサービスを利用したことがないと答えた消費者が圧倒的に多いことが判明した。この事実から、企業が現在提供しているサービスを消費者が十分に利用できておらず、効果的でないことが明らかになった。その大きな要因として、消費者が商品を自宅外より自宅内での受け取りを好む傾向があることが挙げられる。Yper 株式会社の調査によると、自宅で受け取りたいというニーズが高いことがアンケートの結果から示されている。このことから不在時でも、自宅内で受け取ることができることが可能な宅配方法が必要であると考えた。

そこで、私たちは「置き配」に着目してみた。置き配とは荷物配達時に家主が不在の場合、玄関や宅配ボックスなどに荷物を置いて配達完了とする宅配サービスである。置き配を用いれば再配達を削減でき、消費者も納得する形の宅配方法だと考えてたが、実際は違った。国土交通省や株式会社ナスタの調査から、盗難などを心配する声が多く、需要があまりないことが判明した。そして、防犯性の確保、荷物の保護、扱いやすさ、この 3 つの要素を満たせば置き配を利用することができる消費者が多くいることが分析をして明らかになった。私たちは、3 つの要素を満たし置き配の需要を高められる置き配の新しい形はないかと調べ、株式会社 Yper が販売する簡易型宅配ボックス「OKIPPA」を活用することにした。

OKIPPA の特徴として、手のひらサイズに折りたたみ、限られたスペースで宅配ボックス環境が構築でき、受領印なしで受け取りが可能でとても扱いやすいのと撥水加工されている生地で覆われているため荷物の保護もされていることである。玄関口に固定されているため防犯性も確保されており、もしもの場合の置き配保険もあり安心である。荷物をそのまま置く形の置き配より安全で、よりセキュリティが高い固定型宅配ボックスよりも安価で扱いやすいためこれやより導入しやすい。しかしデメリットとして会社や配達員によっては使用方法や契約上の問題などで結局、再配達になる場合がある。これらのことから OKIPPA のような簡易型宅配ボックスを別の形で普及させるべきであると考えたのである。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちは、宅配業者側に OKIPPA のような簡易型宅配 BOX を携帯させ、不在時のみ簡易型宅配ボックスを設置できるようにするシステムを導入することを提案する。鍵の暗証番号の通知や配送状況の確認と完了の報告をスマートフォンなどで管理し、設置後の簡易型宅配ボックスはコンビニなどで返却し、業者が回収する。このシステムを導入することで再配達をより確実に抑制することができ、コストも減少させることができると私たちは考える。

このシステムのような形で置き配を企業が主導的に促進させることで、再配達にかかる莫大なコストを削減でき、企業への負担が軽くなると私たちは結論を出した。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

ヤマト運輸、佐川急便、日本郵便の宅配大手 3 社と OKIPPA を販売している Yper 株式会社にメールで調査を実施した。調査内容は、大手 3 社には置き配の実施状況、Yper 株式会社には OKIPPA の詳しいシステムを聞いた。

OKIPPA を購入し、企業の調査では分からない実際の使用感を確かめメリットとデメリットを調べた。

### 6. 結果や今後の取り組み

企業の調査から、ヤマト運輸や佐川急便では置き配が基本的に禁止されていることがわかった。置き配の普及には各企業のルールの変更が必要である。今後は各企業の置き配に関する考え方を細かく調査し、企業が主導的に置き配を導入するためには、企業に対してどのようなアプローチをしていくべきかを分析して、実際に宅配企業に提案することを実行していく。

### 7. 参考文献

- Webllio 辞書(<https://www.webllio.jp>)7 月 11 日
- EC のミカタ (<https://ecnomikata.com>) 7 月 11 日
- 国土交通省 HP(<https://www.milt.go.jp>)7 月 11 日
- 総務省 家計消費状況調査 (<https://www.stat.go.jp>) 7 月 27 日
- 経済産業省 H29 年度 わが国におけるデータ駆動社会に係る基盤整備 (<https://www.neti.go.jp>) 7 月 27 日

出典：・内閣府政府広報室「再配達問題に関する世論調査」の概要

(<https://survey.gov-online.go.jp>) 8月1日

・PRTIMES 宅配ボックスの実態調査 ～SUUMO ジャーナル編集部 (<https://suumo.jp/journal>) 8月1日

・ネットショップ担当者フォーラム ([netshop.impress.co.jp](http://netshop.impress.co.jp)) 8月4日

・TechCrunch (<https://jp.techcrunch.com>)9月10日

・Commerce Design ネットショップ用語集(<https://www.commerce-design.net>)9月10日

・株式会社 Yper 第一回置き配検討会資料 より (<https://www.milt.go.jp>) 9月10日

・株式会社 Yper 「置き配と簡易宅配ボックス」についての調査 (<https://www.okippa.life>)9月12日

・株式会社ナスタ『「置き配」の普及望むも不安 7割』2019年8月より(<https://www.nasta.com.jp>)9月12日

・Amazon HP (<https://www.amazon.co.jp>) 9月16日

#### <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、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※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。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様(株式会社日経BPマーケティング)に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※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、4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、4ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。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。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権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・株式会社日経BPマーケティング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・発行年月など)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。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

---

↑ **ここまでを4ページ以内におさめて、ご提出ください**