機関会員の皆様へ　　(株)経営ソフトリサーチ

JRS ニュース　Vol-84　2015／10

物流業界における「ラストワンマイル」と今後の課題

高齢化や消費者の購買行動の変化を受けて、インターネット通販の急拡大（※）が進む中、物流業界では、商品を消費者に届けるまでの最後の数 km を意味する「ラストワンマイル」の輸送効率向上への取り組みが活発化している。

（※）平成 26 年度の日本国内のＢtoＣ（消費者向け電子商取引）市場規模は 12.8 兆円（前年比 14.6%増）まで拡大し、宅配便の取扱個数も 26 年度まで直近 5 年間で約 15%増と、大きな伸びを示している。

国土交通省は、宅配便サービスの今後の持続的継続可能性を検討するため、宅配便大手 3 社（日本郵便、ヤマト運輸、佐川急便）に対し、「宅配便の再配達」の調査を初めて行った。その結果、受取人不在で再配達となるケースが全体の 19.6%に上ることが判明した。

また、その社会的損失として、トラックドライバー数の約 1 割にのぼる年間約 9 万人に相当する労働力が再配達に費やされ、再配達の発生による CO2 の排出増についても、営業用トラックの年間排出量の 1 %に相当する約 42 万トン／年の CO2 が発生していることを明らかにした。（※「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」（27／9）による）

再配達の削減に向けた具体策としては、①消費者（受取人）と宅配業者・通販事業者との間のコミュニケーション強化（配達日時の再確認、変更の容易化等）、②コンビニ等での受取り際の更なる利便性の向上、③宅配ボックスの整備促進等が挙げられている。

また、最近のオムニチャネルによる販売拡大等に伴い、既存の宅配便では満たしきれないニーズに対応して、物流業界にも様々な変化が起きている。

宅配便によらない自社配送網の構築に動く通販会社や電子商取引（EC）に特化した物流会社が出てくる一方で、小売の店頭における荷物の受け渡しなど、新しい動きも出てきている。

ヨドバシカメラでは、物流センターの拡張と並行し、都内に複数の小型物流拠点を整備し、ヨドバシの社員が小回りの利く小型のバイクなどで直接商品を運び、再配達の要望があった時も迅速に対応できる、社内配送体制を構築した。

物流業界においても、トラックドライバーを含め現場を支える労働力が確保できなくなってきている。宅配における再配達のロスによる社会的損失の削減、また人手不足を解消するための更なる効率的な輸送・配送システムの構築が大きな課題となっている。

※ＪＲＳ経営情報の中から、次のコンテンツを参考にしてください。

○ 多頻度小口配送　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・(2015-0477)
○ ３ＰＬ／４ＰＬ／ＬＬＰの違いとは？・・・・・・・・・・・・・・・・・(2015-0480)
○ 競合他社は物流にいくらかけているのか？・・・・・・・・・・・・・・(2015-0467)
○ 物流ＫＰＩで見える化を図る・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・(2015-0496)
○ 物流で発生するコストにはどのようなものがあるのか？・・・・・・・(2015-0464)
○ 通販で買った１万円の化粧品にはこれだけの物流費がかかっている・(2015-0468)

（　）内は情報番号です

なお、お客様にコンテンツを提供される場合には、最初のページに「サンプル」と表示してください。またお探しの情報が不明な場合はご連絡ください。（☎0120-89-0240）