



Marketing Report

ネット通販拡大が牽引 高度化する宅配物流

10兆円を超えるとも言われるネット通販市場の拡大に牽引され、宅配便業者が取り扱う荷物の個数は増加していることを背景に、即日発送や配達時間指定配送などの物流機能の高度化が進んでいる。

Contents

1. 宅配便取扱個数の急増
2. 激化する配送サービス競争
 - (1) 大手通販サイトの動向
 - (2) ネットスーパー事業拡大
3. 物流機能の高度化
 - (1) 活発化する大規模物流施設開発
 - (2) 物流代行業「フルフィルメントサービス」
4. 安全な物流体制の構築

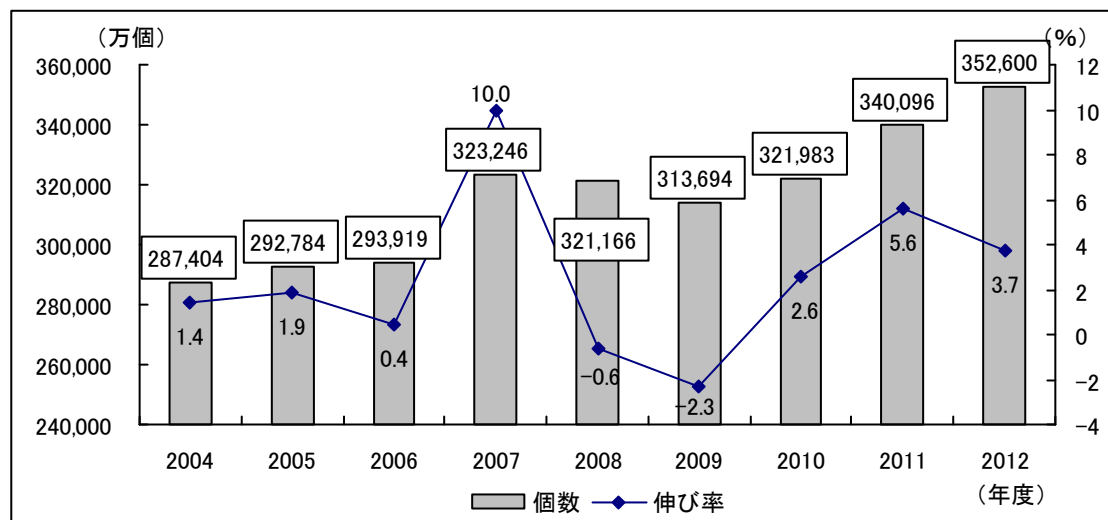
作成年月：2014年1月

資料作成：(株)東京商工リサーチ 本社・市場調査部

1. 宅配便取扱個数の急増

ネット通販で注文した品物は、宅配便業者によって顧客の元に配達される。10兆円を超えるとも言われるネット通販市場の拡大に牽引されて、宅配便業者が取り扱う荷物の個数は増加傾向となっており、国土交通省の発表による2012年度の宅配便取扱個数は35億2,600万個（うち、トラック運送：34億8,596万個、航空等利用運送：4,004万個）、前年度に比べ1億2,504万個、3.7%の増加となった。

■ 宅配便取扱個数の推移

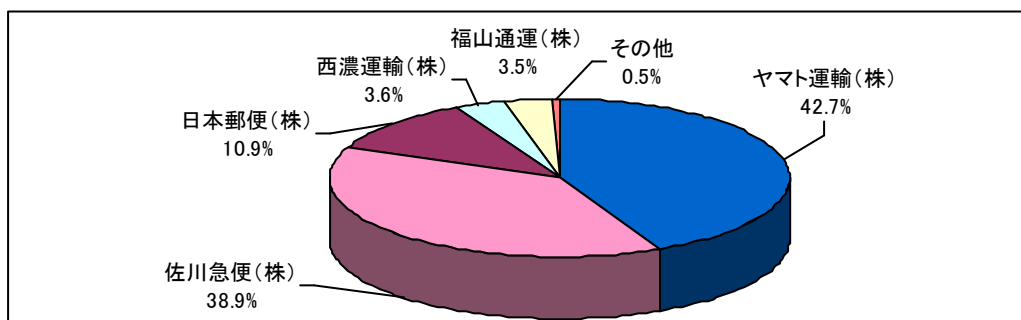


出所：国土交通省

※【補足】2007年度の取扱個数が前年度比10.0%増と突出しているが、これは2007年度から郵便事業(株)(2012年10月より日本郵便(株)に改称)の「ゆうパック」が調査対象として新たに加わったためである。これを除くと、取扱個数の伸びは1.7%増に落ち着く。

事業者別のシェアを見ると、トラック運送については、「宅急便」のヤマト運輸(株)、「飛脚宅配便」の佐川急便(株)、「ゆうパック」の日本郵便(株)の上位3位で92.5%を占めている。

■ トラック宅配便事業者別シェア(2012年度数量ベース)



出所：国土交通省

2. 激化する配送サービス競争

市場拡大を背景に、ネット通販業界では配送サービス競争が激化の一途をたどっている。注文したその日に商品が届く当日配送、翌日以降の配送の時間指定、無料返品など、顧客の利便性にきめ細かく対応したサービスの導入が急速に広がっている。ネット通販において配送サービスは顧客満足を大きく左右する要素であり、ネット通販各社は物流網の整備や増強に力を注いでいる。

(1) 大手通販サイトの動向

巨大ネット通販サイト「アマゾン」を運営するアマゾンジャパン（株）は、日本進出当初より商品仕入、在庫管理、販売、物流を全て自社で賄ってきているのが特徴である。同社は全国11か所の物流拠点をもち、自社物流網による当日配送や無料配送サービスで他社に先行し、顧客層を拡大させてきた。これに対し、「楽天市場」や「ヤフー！ショッピング」のような、複数のオンラインショップが集まるモール型ネット通販では、在庫管理や配送は出店者任せで、複数の店舗から購入した場合に商品を一括して受け取ることができず、送料も別々にかかるなど、利用者にとって不便な点が多かった。そのため、楽天（株）、ヤフー（株）の両社は、自社の物流網の増強や、モール出店店舗の物流業務代行サービスなどで配送サービスを拡充し、先行するアマゾンジャパンを追いかける。

楽天ではこの数年間、複数商品の一括発送や当日配送などのサービス拡大のため、大規模物流拠点の建設など物流網の強化に注力している。2010年に物流子会社の楽天物流（株）を設立し、2011年に千葉県市川市に初の物流拠点「楽天フルフィルメントセンター（RFC）市川Ⅰ」を設立した。その後、「RFC市川Ⅱ」（2013年3月）、千葉県柏市に「RFC柏」（2013年10月）を稼働させる一方、2012年8月から「楽天市場」出店店舗向けの物流業務代行サービス「楽天スーパーロジスティクス」を提供している。さらに2014年には「RFC市川Ⅲ」、兵庫県川西市に「RFC川西」の稼働が予定されている。

一方、ヤフーでは、2012年5月にオフィス用品通販大手のアスクル（株）と資本提携し、アスクルの大型物流施設を活用した「ヤフー！ショッピング」出店者向けの物流業務代行サービスを提供している。これにより、2013年7月から「ヤフー！ショッピング」で当日配送を開始可能としている。

また、衣料品通販サイト「ゾゾタウン」を運営する（株）スタートトゥデイは、2013年8月に千葉県市川市に新設された大規模物流施設「プロロジスパーク習志野4」の全施設を賃借し、当日配送の実現など物流体制強化に取り組んでいる。

このほか、ヨドバシカメラの通販サイト「ヨドバシ・ドット・コム」でも、東京都内の一部地域で専用の配送トラックを活用した「お客様チャーター便」を2013年7月より開始している。配送料は6,980円と高額だが、深夜や早朝配達のほか、最短3時間以内の配送など、利用者の要望に細かく応じ、ビジネスでの利用を見込んでいる。

(2) ネットスーパー事業拡大

インターネットで注文を受けた生鮮食料品などを即日配達する「ネットスーパー」の売上高、利用者数は、この1、2年の間で大きく増加している。小さい子供がいてなかなか買い物に出られない母親や共働き世帯の利用だけではなく、高齢者層の利用も増えており、今後さらに市場拡大が見込まれるとの期待が強い。

ネットスーパー事業売上トップの「イトーヨーカドーネットスーパー」は、2007年度には売上高50億円、会員数17万人であったのが、2010年度には同350億円、同116万人、2012年度には同400億円、同145万人にのぼり、2013年度には同520億円、同160万人を見込んでいる。さらに2014年春からは1日の受注可能件数を拡大させ、2015年度の売上高1,000億円を目指す。

他の大手スーパー各社でも、ネットスーパー実施店舗数や対応エリアを増やすほか、加工食品や医薬品、衣料といった生鮮食料品以外の商品も取り扱うなど、サービス拡大の動きが目立ってきている。

■ 主なネットスーパーの動向

ネットスーパー	運営企業	
イトーヨーカドーネットスーパー	(株)セブン&アイ・ホールディングス	2014年から、ネットスーパーで購入した商品をコンビニのセブンイレブンの店頭で受け取り可能にする実証実験を開始。
イオンネットスーパー	イオンリテール(株)	近くに店舗がない地域でも届ける広域型サービスを40都道府県で展開。今後は45都道府県に拡大する。
アピタネットスーパー	ユニー(株)	2014年度中に「アピタ」ほぼ全店でネットスーパー対応可能に。
マルエツネットスーパー	(株)マルエツ	東京都23区(一部を除く)で、夜間配送の時間帯を延長(20時～21時)。
SEIYUドットコム	合同会社西友	最寄りの西友店舗から地域限定で生鮮食品を即日配達する「ネットスーパー便」と、物流センターから全国に食品・日用品を届ける通販型の「配送センター便」の両方の利用が可能。

出所：各社HPほか各種資料を参考に(株)東京商工リサーチ作成

3. 物流機能の高度化

(1) 活発化する大規模物流施設開発

即日発送や配達時間指定配送など多様化する配送ニーズに対応するため、ネット通販業界は物流機能拡大に積極的な意欲を示している。このような状況の中、首都圏を中心に物流施設業者による高度な機能を備えた大規模物流施設の新設も活発化している。

また、送料の無料化や低価格化などのサービス競争も激化しており、運送効率向上によるコスト削減を目的として、設備が新しく、幹線道路への接続が良い大規模な物流施設へのニーズはますます高まりをみせている。

近年、大手不動産企業各社が物流施設開発事業に相次いで参入し、首都圏、名古屋、大阪の三大都市圏を中心に開発を進めている。これは、消費地に近い拠点を求めるネット通販業者や物流業者に賃貸し、住宅やオフィスビルに代わる新たな収益源として期待を寄せているようにもみてとれる。

■不動産各社の物流施設開設の取り組み状況

企業名	取り組み状況
大和ハウス工業(株)	インターネット通販向け物流施設に重点。2015年度までに2,000億円投資し、全国の大都市近郊30か所に建設。
三井不動産(株)	2014年1月、グローバル・ロジスティック・プロパティーズ(シンガポール)と共同開発したマルチテナント型物流施設「GLP・MFLP市川塩浜」開業。 今後6年間で物流施設「三井不動産ロジスティクスパーク」建設に2,000億円投資予定。首都圏6物件、大阪1物件の開発が決定。
野村不動産HD(株)	2013年末に神奈川県厚木市で大型物流施設を着工。今後、物流施設開発事業に年200～300億円を投資。
プロロジス《アメリカ》	2014年10月、千葉県市川市に「プロロジスパーク市川3」(約6万㎡)を開業予定。
グローバル・ロジスティック・プロパティーズ 《シンガポール》	187億円投資し、埼玉県日高市に大型物流施設を2つ建設。2015年末と2016年春に稼働予定。

出所：各社HPほか各種資料を参考に(株)東京商工リサーチ作成

(2) 物流代行業「フルフィルメントサービス」

フルフィルメントとは、ネット通販で商品の注文を受けた後、商品が顧客の手元に届くまでに必要な業務全体のことである。具体的には、物流(商品の発注、検品、梱包、発送、在庫管理)をはじめ、顧客データ管理、返品・交換処理、クレーム処理、決済代行などが挙げられる。これらを通販事業者にとって代わって行う外部委託サービスがフルフィルメントサービスであり、これを一括で行う高機能かつ大規模な物流拠点をフルフィルメントセンターと呼ぶ。

すでに大規模物流拠点を持つアマゾン、楽天、ヤフーといったネット通販大手では、充実した物流体制を背景に、自社モールの出店者向けのフルフィルメントサービスを提供している。フルフィルメントサービスを充実させることで有力な企業やブランドを自社モー

ルに取り込み、集客力強化につなげることが可能となるためである。

アスクルとヤフーが共同で展開する通販サイト「LOHAKO（ロハコ）」では、2013年8月にサイトをリニューアルし、人気ショップの商品が買えるコーナー「ブランドモール」を開設した。2014年1月時点では、大手百貨店「伊勢丹」、高級スーパー「成城石井」、有名ブランド「無印良品」のほか、食料品店「DEAN & DELUCA（ディーン アンド デルーカ）」、コーヒーショップ「タリーズ」、アロマテラピー・ハーブ専門店「生活の木」など17店舗が入っている。

これらのブランドモールの商品は複数店舗にまたがって購入でき、一括で配送される。「LOHAKO」で通常販売している日用品、飲食料品、文具なども一緒に購入すれば、これらも一括配送され、配送料は買い上げ額1,900円以上で無料となる。このように1回の注文で複数の通販サイトの商品を一度に受け取れるようにし、さらに一定以上の金額で配送料を無料とするなど、通販サイトの使い勝手を高めることで、1回あたりの購入金額を増やすことが狙いである。こうした使い勝手の良さで差別化を図る動きは、今後ますます広がると見込まれる。

また、衣料品通販サイト大手の「ゾゾタウン」や「マガシーク」も、アパレル企業向けにフルフィルメントサービスの提供を行っている。ネット通販で拡販したくとも物流業務の手間とコストがネックとなっているアパレル企業に対し、商品管理や梱包・出荷、顧客対応までを代行するフルフィルメントサービスの需要は高い。通販サイト側としても、フルフィルメントサービス提供によってアパレル企業各社との連携を深めて取引を拡大し、通販サイトの品揃えを充実させて売上増に結び付けたいとの期待がある。

このような利用者、出店者それぞれに対しネット通販の付加価値サービス提供を支える物流のシステムは、今後さらに高度化が進んでいくものと思われる。

4. 安全な物流体制の構築

ネット通販の拡大に伴い、物流量は急増し、また即日配送や時間帯指定配送などの配送サービス競争も激化している。このため、配送に携わる宅配便業者はより過密な運行スケジュールでの業務をこなす必要に迫られている。そのため、居眠り運転などによる交通事故を防ぎ、安全かつ効率的な輸送体制の整備が急務となっている。

2012年4月に起こった関越道での高速ツアーバスの大事故をきっかけに、国土交通省では、2014年11月以降に生産される大型観光バスや大型トラックの新型車に対し自動ブレーキ装置、横滑り防止装置の搭載を義務付けることを決定した。これに先駆けて、国内のトラック各社は、運転手の居眠り運転防止機能や自動ブレーキを搭載した新型車を相次いで発売している。

こうした輸送体制の安全性を高め、事故による損失を減らすこともまた、より効率的に、充実した配送サービスを提供することにつながるであろう。

■トラック各社による安全機能強化の取り組み例

企業名	取り組み状況
日野自動車(株)	2014年春発売の大型バス、トラックに衝突被害軽減ブレーキシステム(PCS)、居眠り防止機能を標準搭載。走行中はミリ波レーダーが常に前方を検知・分析し、追突の恐れがある場合に警報やブレーキ作動で注意を促し、追突の可能性が高くなるとより強力なブレーキが作動。
いすゞ自動車(株)	大型トラックに、高精度のミリ波レーダーや各種センサーを駆使した先進視覚サポート技術(VAT)や車両の横転・横滑りを抑制する電子式車両姿勢制御システム(IESC)を、2014年秋までに搭載。居眠り防止機能を2014年内に搭載。
三菱ふそうトラック・バス(株)	ドライバーの運転注意力低下をモニターが検知して警報するシステム(MDAS-Ⅲ)や、衝突被害を最小限に抑える衝突被害軽減ブレーキ(AMB)を標準搭載。

出所：各社HPほか各種資料を参考に（株）東京商工リサーチ作成