

個人の宅配便¹ 発送方法と宅配業者選択理由

第一経営経済研究部研究官 延原 泰生

キーワード

コンビニ店舗数、宅配便発送方法、宅配業者選択理由、荷物の差し出しやすさ、配送サービスへの信頼感

[要約]

個人の宅配便発送方法は、自宅周辺にコンビニ店舗数が少ない地域では宅配便の営業所へ持ち込む傾向が強く、コンビニ店舗数が多い地域ではコンビニへ持ち込む傾向が強い。

個人の宅配業者選択理由は、「荷物の差し出しやすさ」と「配送サービスへの信頼感」が有力な要因となっており、差出の利便性とサービスへの信頼性を重視している。料金に関しては有力な選択基準となっていないが、その理由として各社の配送料金はほぼ同じと理解していることが背景にあるのではないかと推察される。

現状では、宅配業者や郵便局の配送サービスはほぼ同じ水準にあるので、結局、荷物の差し出しやすさの良悪しが、個人に選んで利用していただけるかどうかの決め手になると考えられる。

はじめに

宅配便を利用して家族や親戚などに荷物を送るとき、個人は何を基準にして宅配業者を選んでいるのであろうか。「宅配便等に関する消費者行動」（郵政研究所月報No 93[1996]）によれば、「宅配便等の選択行動を決定する有力な要因として、取扱店等へのアクセシビリティが重要ではないかと考えられる。」と示されている。

取扱店等へのアクセシビリティには自宅から取

扱店等までの近さや夜間・休日での差し出しやすさ等が含まれると考えられる。これら要件を満足する取扱店としては、コンビニエンスストア（以下「コンビニ」という。）を筆頭にあげることができる。

そこで、今回の調査に当たっては、コンビニ店舗数の多い都市と少ない都市に着目し、コンビニ店舗数の多寡によって個人の宅配便発送方法にどのような違いがあるのか、また、個人は何を基準にして宅配業者を選択しているのかを明らかにしたい。

1 ここでは、宅配便を「自分の意志で私用の小荷物（30kg以下）を宅配事業者や郵便局に預け、名あて人宅まで届けてもらうサービス」とした。したがって、本調査では百貨店やお店から直接発送する贈答品や家族で事業をしている場合の事業用荷物を除いて、家族全体で利用する宅配便についてのみ回答してもらった。

1 調査目的

個人が宅配業者を選択するときの基準としては、自宅から取扱店等までの近さや夜間・休日での差し出しやすさ等「取扱店等への荷物の差し出しやすさ」が有力な要因ではないかという問題意識の下、自宅周辺のコンビニ店舗数の多寡により宅配便発送方法にどのような違いがあるのか、また、何を基準に宅配業者を選択しているのかを明らかにする。

2 調査実施要綱

- (1) 対象地域²：東京都武蔵野市、大阪府守口市、宮崎県都城市、新潟県上越市
- (2) 回答者：家族で利用する宅配便について、世帯の中で最も多く荷物を差し出し受け取られる方に回答を依頼
- (3) 対象名簿：武蔵野市については住民基本台帳、守口市、都城市及び上越市については選挙人名簿より20歳以上の男女を抽出
- (4) 調査方法：郵送調査法
- (5) 調査期間：平成12年12月8日(金)
～平成12年12月22日(金)

(6) 調査数：6 000（武蔵野市1 700、守口市1 700、都城市1 400、上越市1 200）

(7) 有効回収数：2 150（回収率35.8%）

3 アンケート回答者及び対象地域の特性

(1) アンケート回答者

家族の中で最も多く荷物を差し出し受け取られる方に回答を依頼したところ、女性（68.7%）の割合が男性（31.3%）の2倍以上となった。宅配便利用に関しては、家族の中で女性が主導的役割を持つ傾向にあると言える。

(2) 対象地域とコンビニ店舗数

自宅から徒歩15分程度（約1 km圏内）にコンビニが何店くらいあるかを尋ねたところ、平均値では武蔵野市が5.32、守口市が4.80、都城市が3.20、上越市が3.02となった（図表1参照）。データの分布をみると、「なし」は都城市が12.8%、上越市が8.5%あるのに対し、守口市が0.3%、武蔵野市が0.1%とわずかである。「1～2店」は上越市が63.0%、都城市が48.7%であるのに対し、守口市が22.9%、武蔵野市が11.6%であり、都市別コンビニ分布状況の独立性を検定したところ1%有意でそれぞれ差異があると推定される。

図表1 徒歩15分程度（約1 km圏内）にあるコンビニ店舗数構成比

	なし	1店	2店	3店	4店	5-9店	10店以上	平均値	標準偏差
武蔵野市 (N = 677)	0.1%	1.9%	9.7%	10.9%	20.3%	44.3%	12.5%	5.32	1.23
守口市 (N = 597)	0.3%	5.0%	17.9%	16.4%	20.2%	31.3%	8.7%	4.80	1.41
上越市 (N = 481)	8.5%	22.6%	40.5%	17.8%	6.6%	3.7%	0.0%	3.02	1.16
都城市 (N = 362)	12.9%	23.7%	25.7%	15.2%	12.9%	8.8%	0.5%	3.20	1.50

2 コンビニ店舗数の多寡に着目し、「コンビニエンスストア店舗数/可住地面積」の上位・下位都道府県の中から東西の地域バランスを考慮し上位グループとして東京都・大阪府、下位グループとして新潟県・宮崎県を選定した後、該当都道府県の中から世帯数が5～6万世帯の住宅都市を選考した。

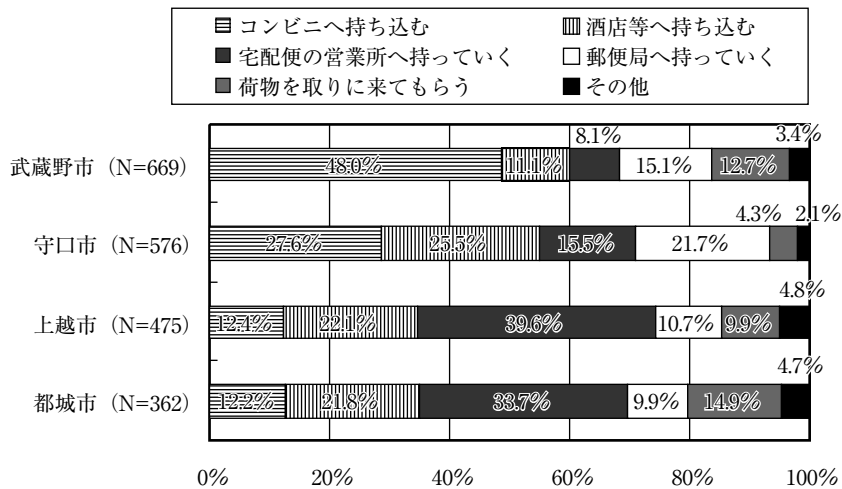
4 宅配便の発送方法

(1) 都市別宅配便発送方法

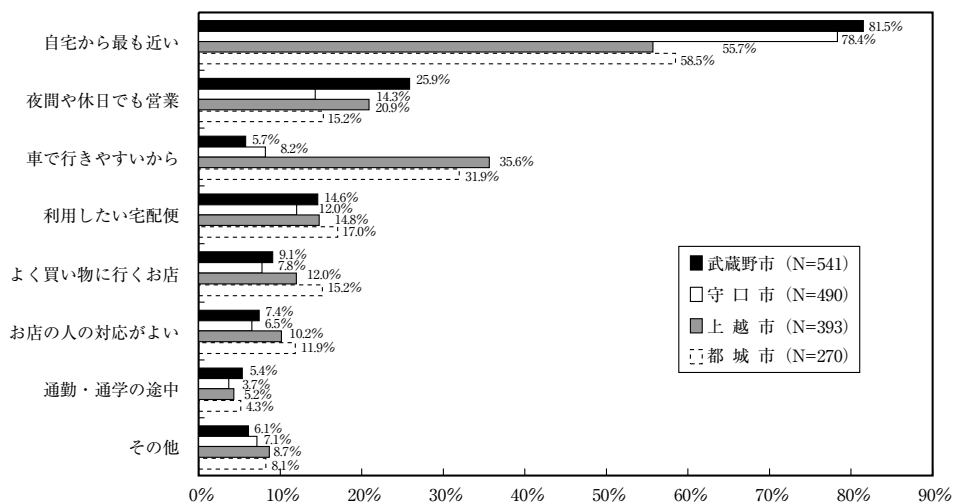
日頃最も多く利用する宅配便発送方法を尋ねたところ、武蔵野市と守口市では「コンビニへ持ち込む」が48.0%と27.6%で最も多いのに対し、上越市と都城市では「宅配便の営業所へ持っていく」が39.6%と33.7%で最も多い。特に、武蔵野市の場合、「コンビニへ持ち込む」が過半近くを占める（図表2参照）。

また、その店・場所へ荷物を持っていく理由を尋ねたところ、武蔵野市と守口市では「自宅から最も近いから」が81.5%と78.4%で最も多く、次いで「夜間や休日でも営業しているから」が25.9%と14.3%で続く。他方、上越市と都城市でも「自宅から最も近いから」が55.7%と58.5%で最も多く、次いで「車で行きやすいから」が35.6%と31.9%で続き、車での行きやすさという要素も重要視されていることが伺える（図表3参照）。

図表2 都市別の日頃最も多く利用する宅配便発送方法（単一回答）



図表3 その店・場所へ荷物を持っていく理由（複数回答）



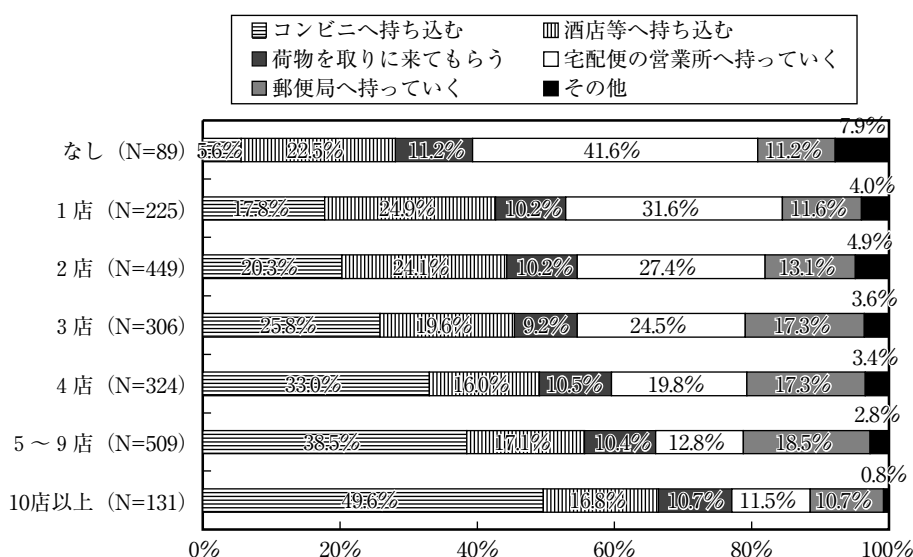
(2) 自宅周辺のコンビニ店舗数別宅配便発送方法

自宅から徒歩15分程度（約1km圏内）にあるコンビニ店舗数の多寡に着目した宅配便発送方法をみると、自宅周辺にコンビニ店舗数が少ない地域では宅配便の営業所へ持ち込む傾向が強く、コンビニ店舗数が多い地域ではコンビニへ持ち込む傾向が強いことが伺える（図表4参照）。

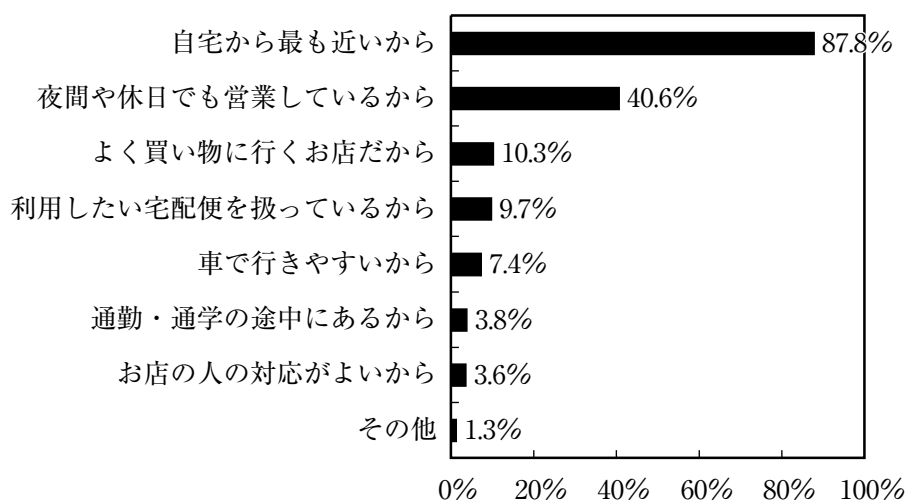
日頃最も多い宅配便発送方法として「コンビニへ持ち込む」を選んだ方のみに着目しその理由を

まとめてみると、「自宅から最も近いから」が87.8%、「夜間や休日でも営業しているから」が40.6%、「よく買い物に行くお店だから」が10.3%、「利用したい宅配便を扱っているから」が9.7%、「車で行きやすいから」が7.4%と続く（図表5参照）。コンビニへ荷物を持ち込む主な理由は、自宅からの近さという「距離軸」と夜間や休日での差し出しやすさという「時間軸」に要約できる。

図表4 自宅から徒歩15分程度（約1km圏内）にあるコンビニ店舗数別 宅配便発送方法（単一回答）



図表5 コンビニへ荷物を持ち込む理由（複数回答、N=556）

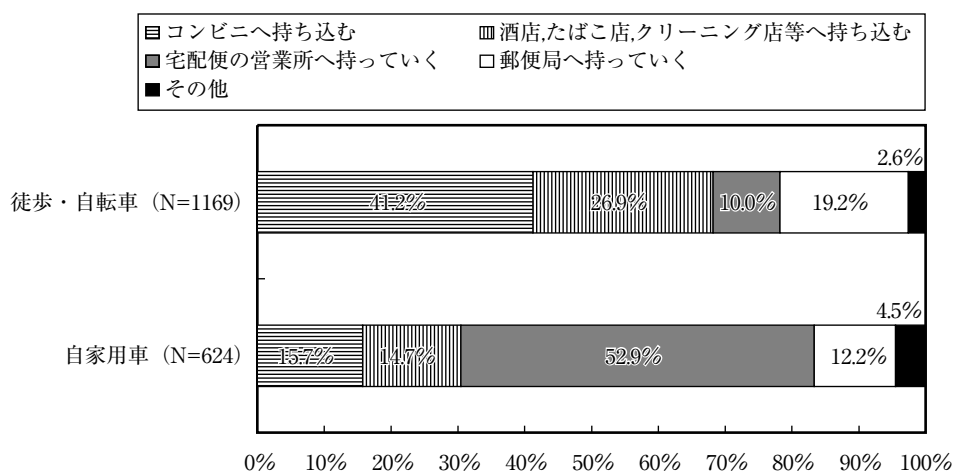


(3) 移動手段別宅配便発送方法

取扱店等への移動手段に着目した宅配便発送方法をみると、「徒歩・自転車」の場合、「コンビニへ持ち込む」が41.2%で最も多いのに対し、「自家用車」の場合、「宅配便の営業所へ持っていく」が52.9%で最も多い(図表6参照)。

「移動手段別の宅配便発送方法は同じ」という帰無仮説を検証したところ、 χ^2 乗値425.4、P値0.000の1%有意で仮説を棄却し、「徒歩・自転車」と「自家用車」では宅配便発送方法に違いがあると推定される。

図表6 移動手段別宅配便発送方法 (単一回答)



5 宅配業者選定理由

日頃最も多く利用する宅配業者の選定理由を尋ねたところ、「取扱店等が自宅から近いから」が64.0%で最も多く、「安心・信頼感があるから」が30.1%、「全国どこにでも届くから」が23.8%、「早く届くから」が19.3%と続く(図表7参照)。

この結果をみると、自宅から取扱店等までの近さ等「荷物の差し出しやすさ」と、荷物を確実に届けてくれる安心・信頼感、全国配達ネットワーク等「配送サービスへの信頼感」が有力な要因となっており、差出の利便性とサービスへの信頼性を重視していることが伺える。料金に関しては、「料金が安いから」が7.8%、「割引サービスがあ

るから」が4.0%と低く、有力な選択基準となっていないが、その理由として各社の送料料金³はほぼ同じと理解していることが背景にあるのではないかと推察される。

宅配便選定理由について主成分分析を行ってみた。主成分分析は、ある課題(宅配業者選定理由)に対していくつかの要因が考えられるとき、多くの変数(選定理由)からエッセンスとなる少数の変数を合成し、それを基にその課題の特徴を分析する手法である。

固有値1以上で設定するとエッセンスである3つの主成分が抽出され、第3主成分までの全体の情報に対する説明力を示す累積寄与率は100%、第1主成分と第2主成分の累積寄与率だけでも

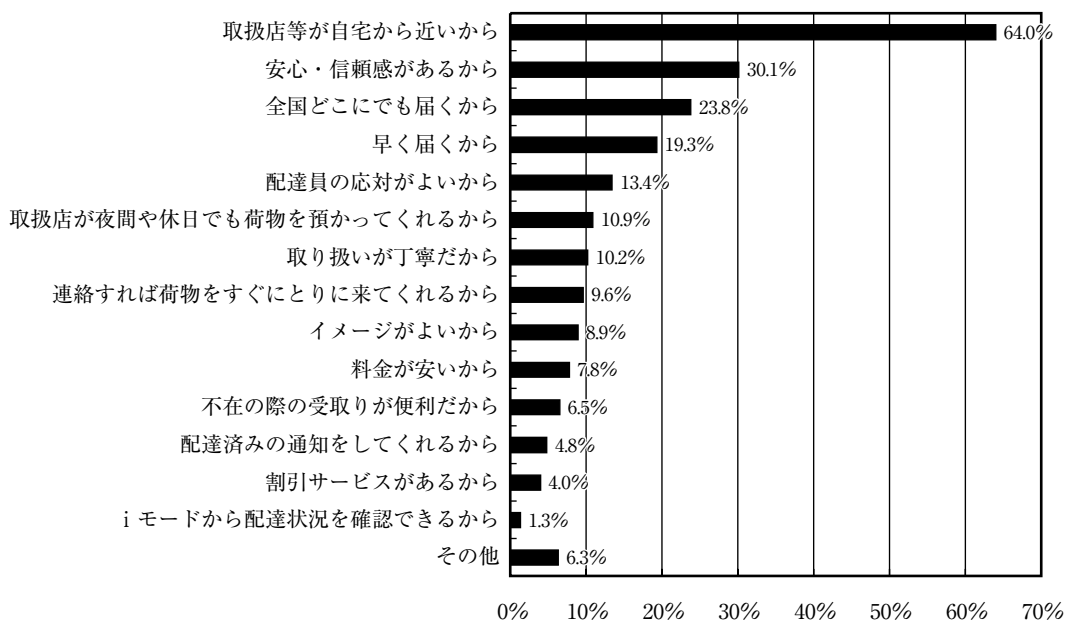
3 一般的に民間宅配便の料金は、「あて先」「重量」「サイズ(大きさ)」によって決まるのに対し、郵便小包の料金は、「あて先」「重量」によって決まるため、荷物の条件により料金に違いがあるが、多くの利用者はそのことを知っていないと思われる。また、宅配便各社によっても料金に多少の違いがあることもある。

83.6%と全体の情報の8割を説明できるので、エッセンスとしては第1主成分と第2主成分までを見ておけばよいと考えられる。

第1主成分は「安心・信頼感があるから」、「全国どこにでも届くから」、「取扱いが丁寧だから」等の係数が大きい。これを顧客の視点からみると、自分の差し出した荷物を確実にどこにでも届けてくれる配送の基本的サービスを主に表している

解され、上記の「配送サービスへの信頼感」と符合すると思われる。第2主成分は「取扱店が夜間や休日でも荷物を預かってくれるから」、「早く届くから」、「イメージがよいから」等の係数が大きく、第2主成分は差出の利便性を中心とした配送の周辺サービスを表していると解され、上記の「荷物の差し出しやすさ」と符合すると思われる（図表8参照）。

図表7 宅配業者選定理由（単一回答、N=1,997）



図表 8 主成分分析による宅配業者選定理由の分析結果

初期の固有値 抽出後の負荷量平方和

成分	合計	分散%	累積%	合計	分散%	累積%
1	6.15	43.90	43.90	6.15	43.90	43.90
2	5.57	39.79	83.69	5.57	39.79	83.69
3	2.28	16.31	100.00	2.28	16.31	100.00

	第 1 主成分	第 2 主成分	第 3 主成分
取扱店等が自宅から近いから	0.53	0.72	-0.46
安心・信頼感があるから	0.92	-0.36	0.12
全国どこにでも届くから	0.90	-0.27	0.34
早く届くから	0.08	0.86	0.51
配達員の応対がよいから	-0.83	0.26	0.50
取扱店が夜間や休日でも荷物を預かってくれるから	-0.37	0.93	0.04
取扱いが丁寧だから	0.79	0.57	0.22
連絡すれば荷物をすぐにとりに来てくれるから	-0.96	-0.12	0.25
イメージがよいから	0.43	0.84	0.32
料金が安いから	-0.41	-0.74	0.53
不在の際の受取りが便利だから	0.59	0.80	0.08
配達済みの通知をしてくれるから	0.75	-0.67	0.05
割引サービスがあるから	0.70	-0.71	0.04
i モードから配達状況を確認できるから	-0.25	0.12	-0.96

因子抽出法: 主成分分析

6 まとめ

個人の宅配便発送方法をみると、自宅周辺にコンビニ店舗数が少ない地域では宅配便の営業所へ持ち込む傾向が強く、コンビニ店舗数が多い地域ではコンビニへ持ち込む傾向が強い。

個人が宅配便を利用するときの宅配業者選択理由は「荷物の差し出しやすさ」と「配送サービスへの信頼感」が有力な要因であり、差し出しの利便

性とサービスへの信頼性を重視していることが伺える。料金に関しては有力な選択基準となっていないが、その理由としてどの宅配業者でも料金水準はほぼ同じと理解していることが背景にあるのではないかと考えられる。

現状では、宅配業者や郵便局の配送サービスはほぼ同じ水準にあるので、結局、荷物の差し出しやすさの良悪しが、個人に選んで利用していただけるかどうかの決め手になると考えられる。

参考文献

桜井仁志・丸岡新弥 [1996]「宅配便等に関する消費者行動」郵政研究所月報 No 93