

「置き配」は再配達削減策の切り札となるか

◆玄関前の「置き配」、最大の課題は盗難対策

インターネット通販の拡大による荷物の急増と慢性的な人手不足から、宅配便業界では再配達削減に向けてさまざまな策を講じている。しかし、「自宅まで荷物を届けてほしい」というニーズは根強く、駅などの受け取り専用ロッカーなどの利用は進んでいない。そこでいま注目されているのが、宅配荷物を玄関先など指定した場所に置いて帰る「置き配」サービスだ。

国土交通省と経済産業省は2019年3月末、「置き配検討会」の初会合を開催した。国交省が18年12月に実施したネット調査では、「置き配を利用しても良い」と答えた人は37%にとどまった。利用しない最大の理由は、盗難の心配だ。

置き配がすでに浸透している米国でも盗難が社会問題になっている。米アマゾン・ドット・コムは、17年、不在でも配達員が家の鍵を空けて中に荷物を置いていくサービスを始めた。利用者はスマートキーと監視カメラを購入し、配達員がアプリを使ってドアを開けると、カメラが録画を開始し、利用者に送信される。

◆日本郵便が「置き配」サービスを本格導入

日本郵便は、19年3月から置き配を開始した。18年12月に、東京都杉並区で千世帯対象に、スタートアップのYper（イーパー）が開発した置き配向けのバッグ「OKIPPA（オキッパ）」を配布して実証実験を行った。その結果、再配達は6割減、盗難はゼロという結果が得られたため、本格導入に踏み切った。「OKIPPA」は、玄関口に固定する専用ロックと暗証番号を設定した内鍵が付属しており、盗難や個人情報漏洩のリスクを大幅に低減できる。宅配最大手のヤマト運輸の場合は、「お届け予定eメール」を配信し、受取日時の変更や自宅の宅配ボックスでの受け取りなどで不在の対応を行っており、現時点で置き配を導入する計画はない。一方、ネット通販大手も自社流通網を使って置き配を導入し始めている。楽天は、18年から自社配送サービスで置き配を開始し、アスクルも18年から一部地域で始めている。またアマゾンジャパンは、19年から試験的に実施している。盗難などの課題が解決できれば、今後普及していく可能性は大きい。【秋元真理子】