

日本の物流を大きく変えた宅配便のシステム分析

1130448 末内 誠

高知工科大学マネジメント学部

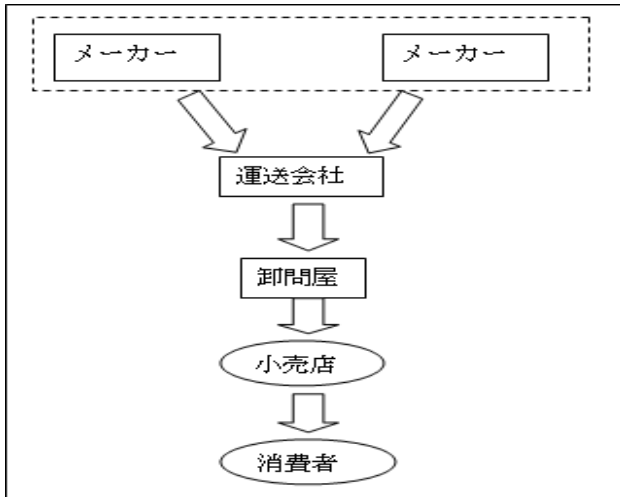
1. 概要

宅配便サービスは江戸時代の飛脚を基に、欧米の文化に習って始められた公共事業である。1892年頃から郵便局や国鉄が小荷物を扱い始められたのだが、荷物を出す際の荷造りのチェック（荷物の縛り方など）が厳しく、荷物の到着日時も不明確なものであった。これらのサービスに意義を唱えるべく始められた民間宅配便初のサービスがヤマト運輸の「宅急便」であった。本研究では、消費者目線の考えから様々な便利なサービスを生み出してきた民間宅配便の内部システムについて調べてみた。その結果、現在は物流面で欠かすことのできない存在になっていることが分かってきた。

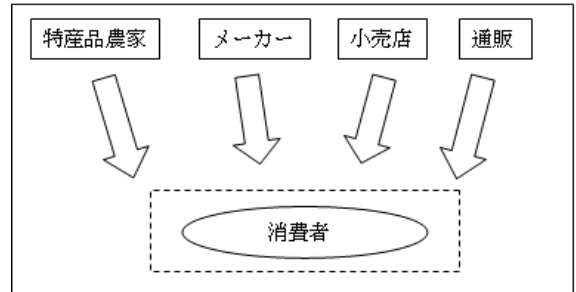
2. 背景

大量生産、大量消費が中心に行われていた高度経済成長期の物流は「物を製造業者から卸問屋経由で小売店へ運ぶこと」であり、個人配送といえば公共事業である郵便小包、国鉄小荷物であるのが当たり前の中であった。

しかし、時代が進むにつれ、消費者主権の時代となり、メーカーは消費者の望む商品を多く作らなければならなかった。その結果、市場で売られる物の種類や数が豊富になっていった。そのような流れから物流面でも製造メーカーから小売店に多頻度小ロットで納入するシステムが必要とされ、そのシステムを可能としたので宅配便であった。



高度経済成長期の物流形態



現在の物流形態

現在はインターネット等を利用した通信販売やショッピング、オークションの拡大により、より一層、宅配便は存在感を増している。

3. 目的

本研究は、世の中の物流のしくみを大きく変えた民間宅配便の内部構造を解明するとともに、現在の宅配便がかかえている課題を見つけ、提案する。

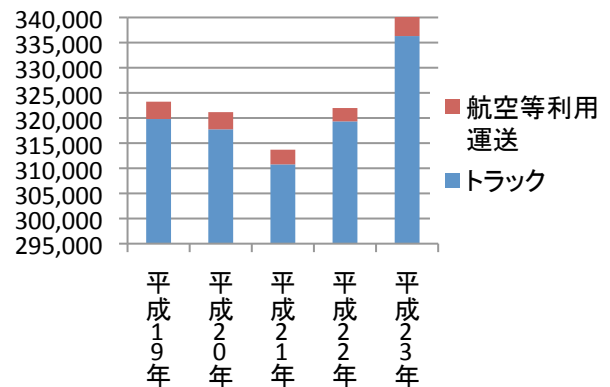
4. 研究方法

本研究は、国土交通省の統計書や本研究と関連のある文献を利用し、宅配便の内部構造及び現在、宅配便が抱えている様々な課題を整理する。

5. 結果

5.1 宅配便取扱個数（平成23年度）調査

国土交通省のホームページからデータを参照。



平成 23 年度の宅配便(トラック)取扱個数では、インターネット等を利用した通信販売に係る商品開発による需要拡大や各社の営業努力による新規需要開拓などにより前年度を上回った事業者もいたことが増加傾向に結びついている。航空利用運送は新規参入や既存事業者による新たな個人向けサービスの拡大やインターネットショッピング、オークションなどの需要が拡大したことにより全体の取扱個数が増加している。

5.2 翌日配達を可能にした宅配便システムとは

5.2.1 取次店の働き

宅配便の翌日配達を行うにあたっては取次店の存在が大変重要になってくる。代表的な取次店にはコンビニや米屋、酒屋があり、本業の仕事をしながら取次サービスも行っている。荷物を頼む際にはその店の商品は購入しなくても良いので、近辺に住む人々が気楽に荷物を持ち込むことができる。そうして運ばれた荷物をセールスドライバーが集荷するのである。取次店が宅配便の顧客窓口をすることでセールスドライバーが個人集荷に何う件数が減り、集荷効率が上がる。店側にとっても宅配便会社から取次手数料をもらうことができ、集客効果も期待できる利点がある。

その他の取次店としては土産物屋や旅館のような自社商品を買ってもらって、土産物を送るサービスをしている所がある。

この場合は、対象を自社顧客にすることでサービスの付加価値を上げようとしているのが特徴的である。

5.2.2 伝票番号の役割

システム面において重要な役割を果たしているものがある。それは、伝票番号である。全ての荷物には伝票番号が付いており、バーコードナンバーとして荷物に貼り付けられている。これにより荷物の形や大きさ、行き先などが特定でき、各都道府県に立地されている大規模仕分け場においての自動仕分け機による高速仕分けが可能となる。また、このバーコードナンバーは集荷時、引受側大規模仕分け場、配達側大規模仕分け場、配達持ち出し時、配達完了時の最低 5 か所で入力され、作業者名も自動で入力される仕組みになっている。これにより、荷物のおおよその場所を特定することができ、また、何十億というナンバーを管理することでナンバーが重複しないようにしている。バーコードナンバー自身も複雑な計算式のもとで成り立っている。

5.2.3 ユニットロードシステムによる荷物輸送の簡略化

ユニットロードシステムとは貨物を輸送しやすくまとめて輸送することであり、このシステムを採用したことにより生まれたのが

移動可能な箱であるボックスパレットである。これにより、今まで大人数でトラックに荷物を運んでいた作業が簡略化され、ボックスパレットに荷物を詰めてしまえば、簡単に押して運ぶことができる。トラックに積む際もそのまま積み込むことができる。この道具は主に荷物をたくさん扱う営業店と大規模仕分け場間で利用されており、このボックスパレットにバランスよくたくさんの荷物を詰めることで輸送コスト削減につながる。また、ボックスパレットはスピーディーに荷物を移動させる上では欠かせない。

5.3 皆が気づきにくい宅配便の姿

倉庫を管理する企業側から見た場合に宅配便は日本の全世帯の総窓口となっており、宅配便会社と契約すれば日本全国からの多種多様な商品をいつでも各家庭に届けてくれる、そんな存在となっている。在庫を持ちたくない企業にとっては少量で送ることのできる宅配便は有効な手段であり、宅配便会社にとっては倉庫地域ではたくさん荷物を集配できる上に、管理事務所の書類等も扱うことにより、コミュニケーションをとり、荷物情報を収集することができる。

最近では消費者から倉庫へ修理品や返品の品を返送する「返品物流」が増えている。

6. 今後の課題

宅急便の経営システムは、高度経済成長期の物流システムの在り方を大きく変えた、日本で生まれた戦後最大のイノベーションともいえるものである。他面、宅急便システムは、稠密な日本の社会と文化に根ざした特殊性を持っているともいえる。このシステムが、現在の物流システムにおいて真にイノベーションに値するものなのかどうかは、国際的な経済社会においてその有効性を検証する必要がある。宅急便システムが、国際化の中で、国際間の違い、特殊性を超えた、汎用性のあるシステムとなりうるものであるかどうか、日本の運輸企業の海外進出(おもに東南アジア)が盛んになっている今日、解明しなければならぬ問題であると思われる。宅急便の経営システムを、国際的なシステムとして、その原理、応用の在り方などを解明することが課題として残っている。

引用文権

[1] 青田卓也『宅配便のしくみ』 同文官出版 2008 年

[2] 国土交通省ホームページ <http://www.mlit.go.jp/>