

2023年11月27日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

『物流の2024年問題に関する調査』

ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査

約6割がネット通販での商品購入時に、配送ドライバーの負担を「意識したことがある」
「置き配」や「コンビニ受け取り」利用によるポイント付与制度の利用意向は約7割

共通ポイントサービス「Ponta（ポント）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、10～60代のネット通販利用経験者を対象に調査した「物流の2024年問題に関する調査」（実施期間：2023年11月1日～11月3日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜6:00～6:30放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

今回の調査では、「働き方改革関連法」に基づき2024年4月から配送ドライバーの労働時間規制等によって物流への影響が懸念される、いわゆる「2024年問題」を取り上げ、生活者のネット通販利用時の配送に関する意識についてアンケート聴取しました。

【調査結果】

・TOPICS 1

約6割がネット通販での商品購入時に、配送ドライバーの負担を「意識したことがある」

・TOPICS 2

配送ドライバーの負担を意識するようになった時期は、2018年より「もっと前から」がトップ

・TOPICS 3

配送ドライバーの負担軽減のため「在宅時間帯に配送を指定する」が71.5%、次いで「置き配を利用する」が37.0%

・TOPICS 4

「置き配」や「コンビニ受け取り」利用者へのポイント付与制度が始まれば「利用したい」は72.2%

・TOPICS 5

約半数が「ドライバーの労働環境の改善」を望んでいる。「物流の2024年問題」認知率は65.2%

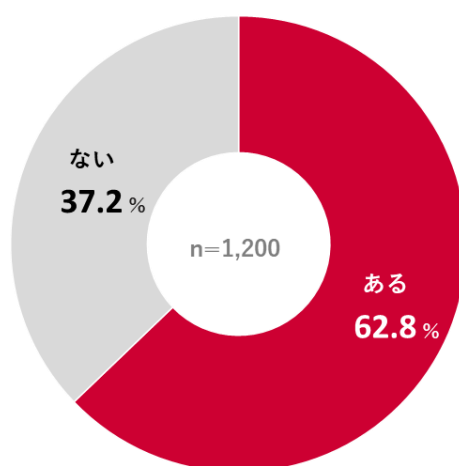
【調査結果詳細】

■TOPICS 1

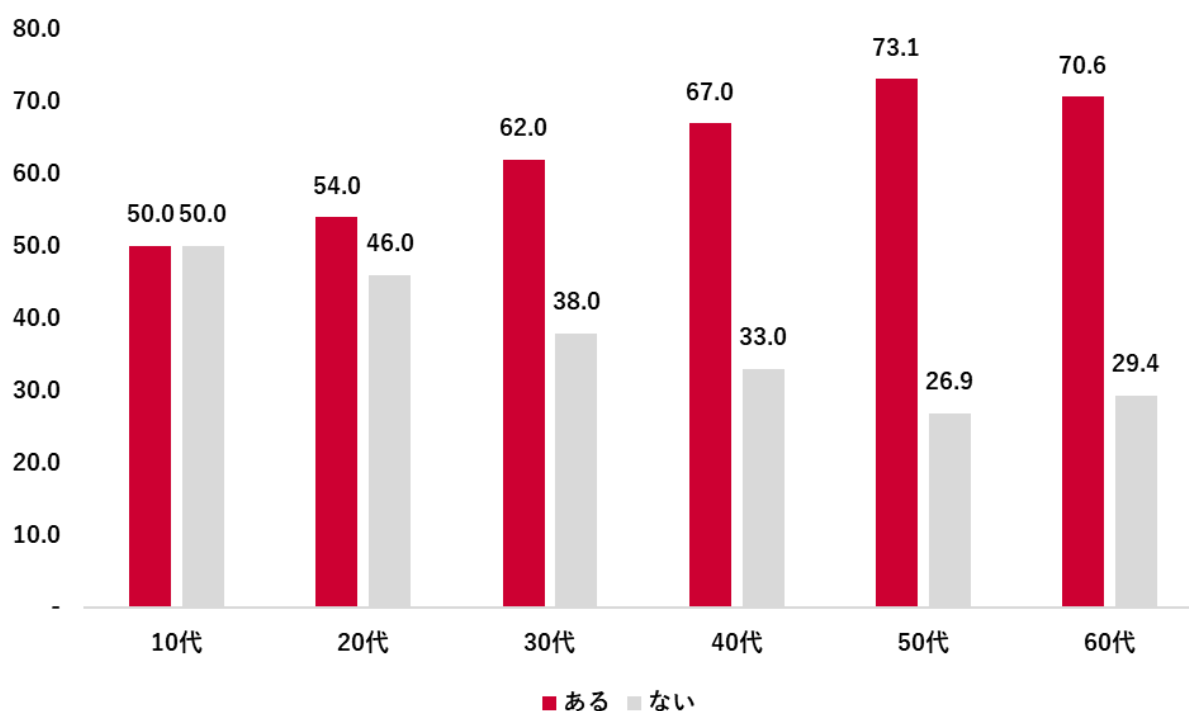
約6割がネット通販での商品購入時に、配送ドライバーの負担を「意識したことがある」

ネット通販での商品購入時に、配送ドライバーの負担を意識したことがあるかについて聴取したところ、「ある」との回答が62.8%だった。年代の高い層ほど負担を意識する傾向にあり、40代以上では約7割が「ある」と回答した。

▼ネット通販での購入時、配送ドライバーの負担を意識したことはありますか？



▼ネット通販での購入時、配送ドライバーの負担を意識したことはありますか？(年代別) (%) (n=1,200)

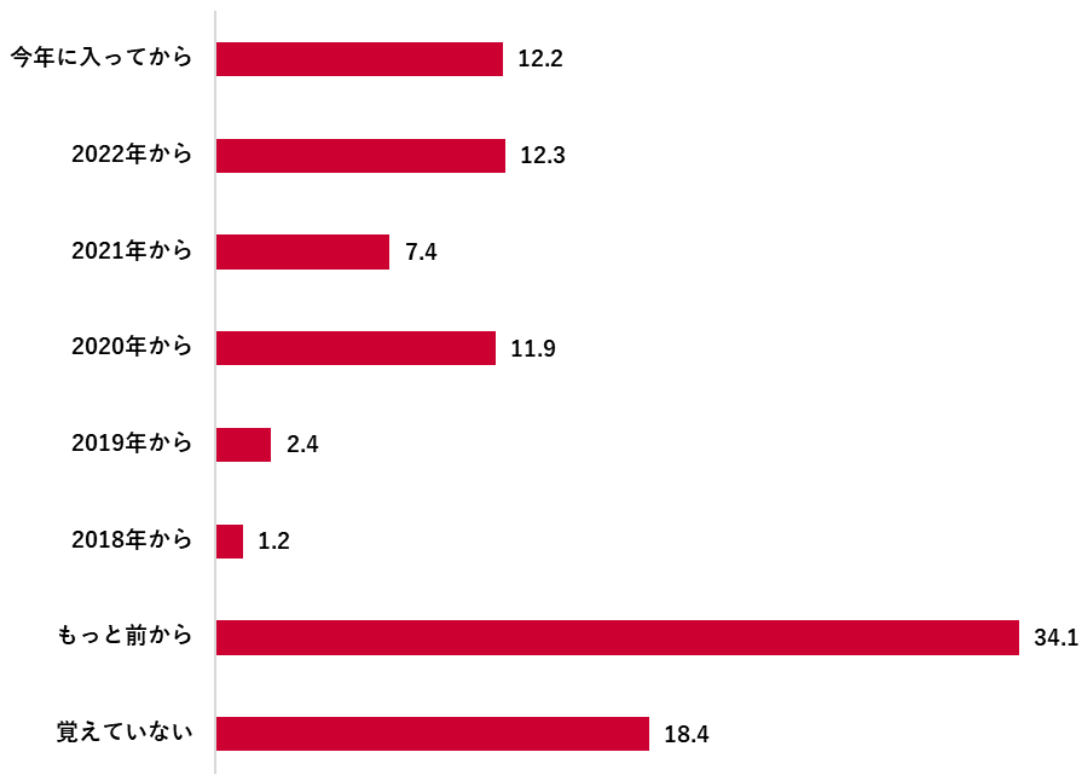


■TOPICS 2

配送ドライバーの負担を意識するようになった時期は、2018年より「もっと前から」がトップ

配送ドライバーの負担を意識したことが「ある」と回答した方に、いつ頃からネット通販の利用時に配送ドライバーの負担を意識するようになったか聴取したところ、「今年に入ってから」が12.2%だった。2018年より「もっと前から」が34.1%で最も高い。働き方改革関連法が成立した2018年よりも前から意識していることが分かった。

▼いつ頃から配送ドライバーの負担を意識するようになりましたか？ (%) (n=754)

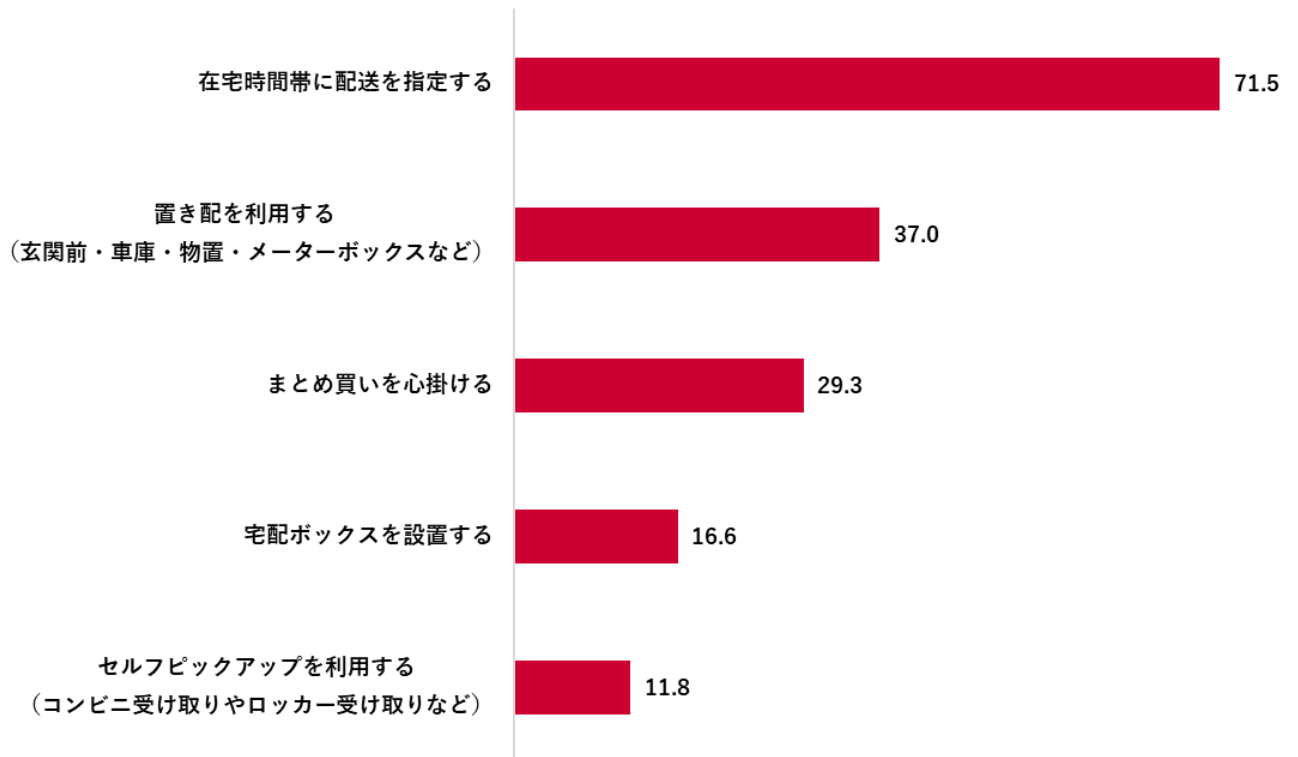


■TOPICS 3

配送ドライバーの負担軽減のため「在宅時間帯に配送を指定する」が71.5%、次いで「置き配を利用する」が37.0%

配送ドライバーの負担を意識したことがある方が、その負担を軽減するために具体的に行ったことは「在宅時間帯に配送を指定する」が71.5%で最も高い。次いで「置き配を利用する」が37.0%、「まとめ買いを心掛ける」が29.3%で続く。

▼配送ドライバーの負担を軽減するために、具体的に行ったこと（上位5位まで表示） ※複数回答（%）(n=754)



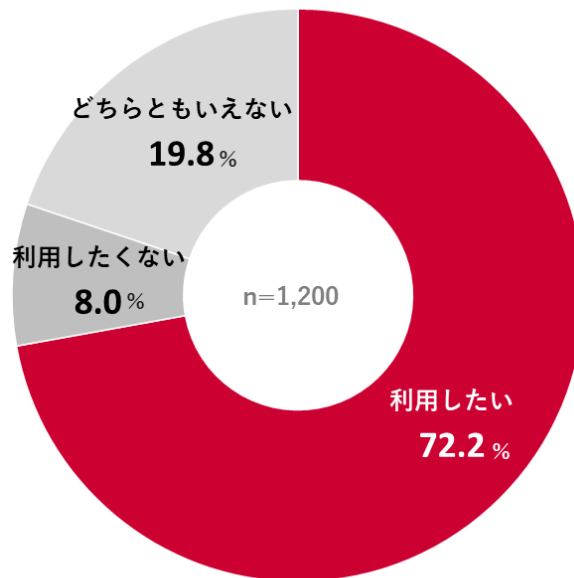
■TOPICS 4

「置き配」や「コンビニ受け取り」利用者へのポイント付与制度が始まれば「利用したい」は72.2%

再配達を減らす試みとして、政府の「物流革新緊急パッケージ」※に盛り込まれた、「置き配」や「コンビニでの荷物受け取り」を選んだ利用者にポイントを付与する制度について、利用意向を聴取した。制度が始まれば「利用したい」が72.2%と高い結果となった。

※「物流革新緊急パッケージ」は2023年10月、我が国の物流の革新に関する関係閣僚会議で閣議決定されました

▼再配達を減らす試みとして、「置き配」やコンビニでの受け取りを選んだ利用者にポイントを付与する制度が始まれば、利用したいと思いますか？



■TOPICS 5

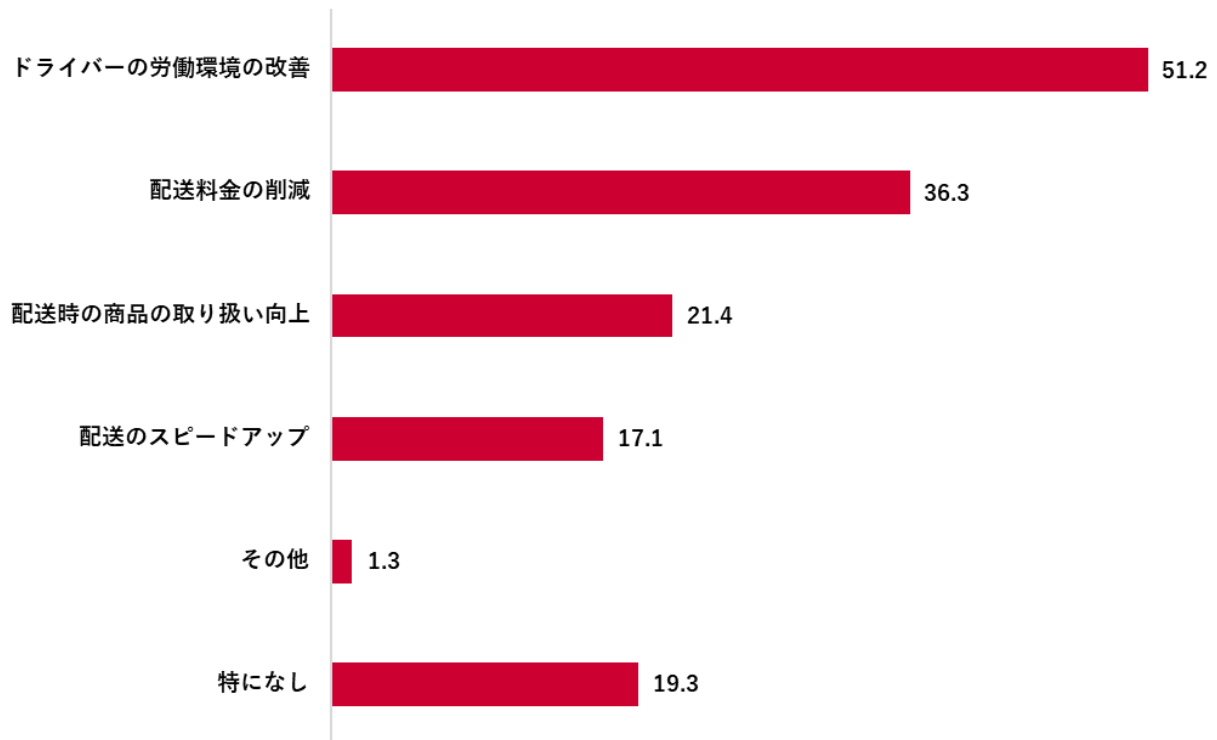
約半数が「ドライバーの労働環境の改善」を望んでいる。「物流の2024年問題」認知率は65.2%

「あなたが望むネット通販の配送に関する改善点」を聴取したところ、「ドライバーの労働環境の改善」が51.2%で最も高かった。

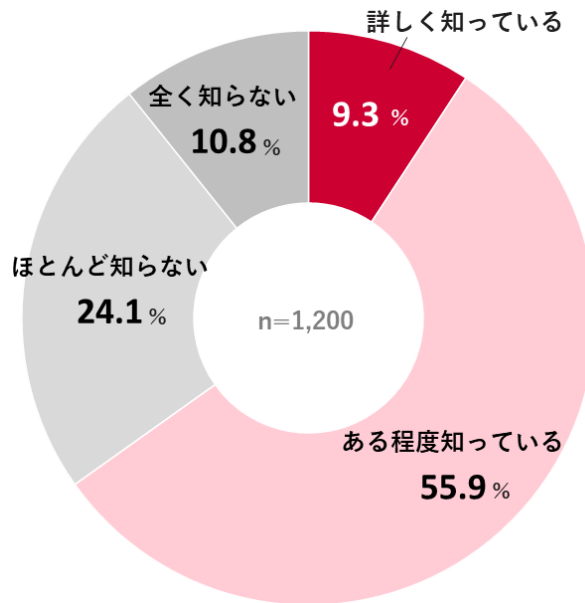
また、配送ドライバーの人手不足が深刻化する「物流の2024年問題」について「詳しく知っている」が9.3%、「ある程度知っている」が55.9%となり、合わせると認知率は65.2%だった。

自由回答では、「ドライバーの待遇改善」「再配達の有料化」「どの業者も置き配をしてほしい」「どの宅配業者でも、コンビニや郵便局など自分で取りに行ける場所での受け取りができるようにしてほしい」「大抵の場合は急いでいないので、ゆっくりで問題ない旨を選択できると嬉しい」といった声が挙がった。

▼あなたが望むネット通販の配送に関する改善点は何ですか？ ※複数回答 (%) (n=1,200)



▼配送ドライバーの人手不足が深刻化する「物流の2024年問題」をどれくらい知っていますか？ (%) (n=1,200)



【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

・馬淵磨理子氏（経済アナリスト）

今回のアンケートを通じて、物流2024年問題に関する認識が高まっていることが伺える。コロナ後、ネット通販の需要が拡大したことで配送ドライバーと個人宅との接点が増加。「置き配」などを選択し、ドライバーの負担を軽減しようとする人が増えている。一方で、“2024年問題は「宅配」だけの問題ではない”。そう語るのは「#ビジトピ」にゲスト出演していただいた元トラックドライバーでジャーナリストの橋本愛喜氏だ。橋本氏によれば“「企業間輸送」(BtoB輸送)は物流の9割を占める”。つまり、私たちの生活で見えていない9割の部分に物流2024年問題の本質があると言えよう。企業間輸送がなければ経済は回らず、私たちの生活にも大きな影響を及ぼす。今回のアンケートを、国民全体で物流の問題を考えるきっかけにしていきたい。

・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

宅配に対する国民の問題意識がここ数年で大きく進んだ事を表す調査結果になっている。その中でも「置き配」や「コンビニ受け取り」の利用者へのポイント付与制度があれば利用したいとの結果が72.2%となり高く、再配達のコストを考えればポイント付与は対策の最適解かもしれない。コンビニにおける宅配ロッカーの設置促進が進めば、再配達削減の取り組みは最終の段階となる。今後も売り場が削減される雑誌売り場への設置が増えていくと思われる。一方、来春の物流2024年問題の本丸である「企業間輸送」(BtoB輸送)のドライバー不足は、商品・サービスへの価格転嫁が進み、物価の押し上げにつながりそうだ。

近未来に自動運転が物流に浸透するまでの間、様々な取り組みが一挙に加速していく、まさに来年はそんなターニングポイントとなりそうだ。

以上

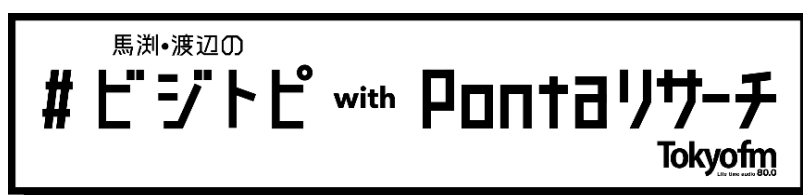
【調査概要】

調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2023年11月1日～11月3日
パネル : 「Ponta リサーチ」会員
(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)
調査対象 : 国内在住 10～60 代のネット通販利用経験者
有効回答数 : 1,200 名
※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 30分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00～6:30

出演者 : 馬淵磨理子 (経済アナリスト)、渡辺広明 (消費経済アナリスト)

番組 HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

Twitter : https://twitter.com/biztopi_tfm

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。