

「宅配ボックスがある」20代の3分の1以上

～コロナ禍以降も、非対面式の受け渡しが定着したか～

国内1,500社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：坂田政一）は消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第243号として、宅配便・宅配サービスに関する意識調査（対象4,000人）の結果をご紹介します。未掲載のデータ提供や当社担当者が解説を差し上げることができますので、お気軽にお問い合わせください。

※回答率(%)は小数点第2位以下を四捨五入し同第1位までを表示しています。そのため、内訳の合計と表示値が異なる場合があります。

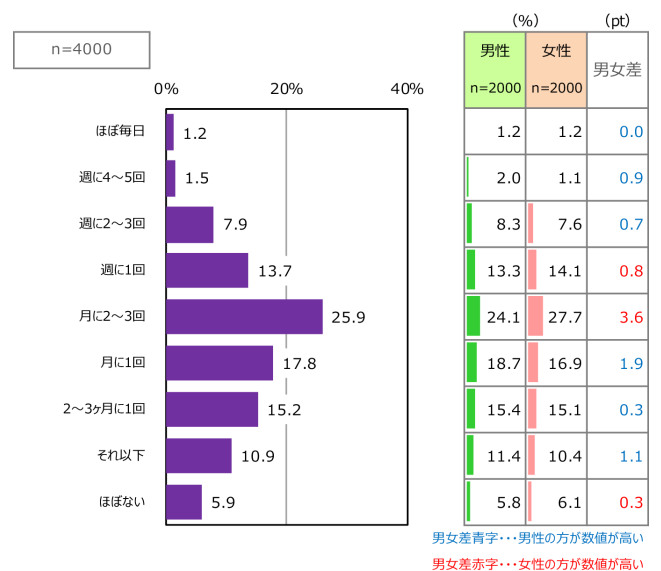
■ 4人に1人が、週1回以上、宅配便を受け取る

今回は宅配便・宅配サービスに関する意識調査を実施しました。（前は2022年にVol.187として、前々回は2017年にVol.61として実施。）

宅配便をどのくらいの頻度で受け取るかを聞くと（図表1）、最も割合が高かったのは「月に2～3回」（25.9%）でした。「週に1回」（13.7%）、「週に2～3回」（7.9%）、「週に4～5回」（1.5%）、「ほぼ毎日」（1.2%）を合わせると、週1回以上の受け取りが24.3%と、4人に1人近くに上ります。

2017年調査では「月に2～3回」が30.6%、「週に1回」が14.5%で、週1回以上は24.6%でした。今回と比べほぼ横ばいですが、2022年調査（週1回以上：28.8%）と比べると、頻度はやや低下しています。2022年がまだコロナ禍の影響が色濃かった時期の調査であり、外出自粛でネット通販が急増した時期だった反動とみられます。

図表1 「あなたはどのくらいの頻度で宅配便を受け取りますか。（お答えは1つ）」への回答



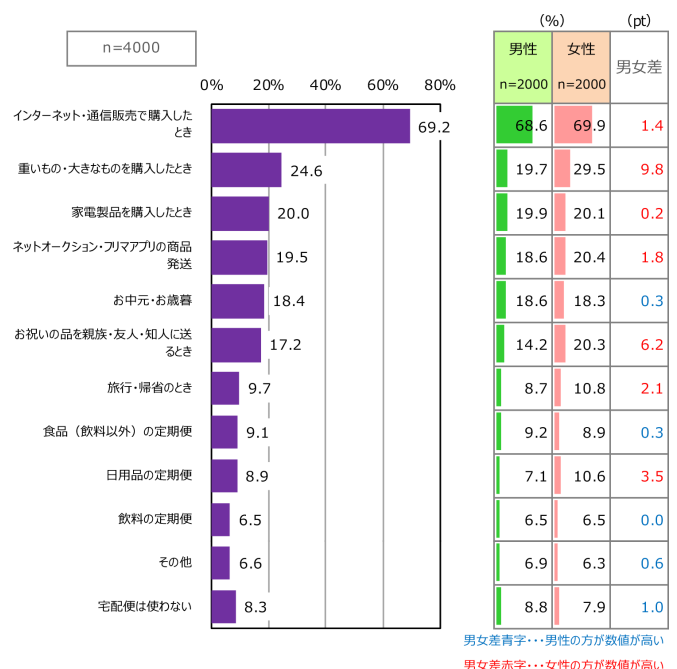
■ 宅配便の利用シーンは？

宅配便を使う場面を複数回答で聞くと（図表2）、「インターネット・通信販売で購入したとき」が69.2%でトップ。「重いもの・大きなものを購入したとき」（24.6%）、「家電製品を購入したとき」（20.0%）、「ネットオークション・フリマアプリの商品発送」（19.5%）が続きます。

なお、2022年の前回調査では、「インターネット・通信販売で購入したとき」が88.2%でした。やはり、コロナ禍の影響があったのか、当時と比べると、インターネット・通信販売の利用自体が減っているのかもしれませんが。

一方で「ネットオークション・フリマアプリの商品発送」は17.7%から19.5%に微増、「お中元・お歳暮」は26.4%から18.4%に減少しており、暮らしや文化の変容が数字に表れているようです。

図表2 「あなたはどんなときに宅配便を利用しますか。（お答えはいくつでも）」への回答の上位



■ 再配達への世代別意識の違い？

ネット通販を利用する際に、宅配にかかる労力やコスト（距離・再配達）を意識しているかを聞くと（図表3）、「意識している」が71.4%でした。2017年調査では「意識している」が64.3%、2022年調査では68.0%と、年を追うごとに上昇しています。

なお、年代別に見ると、年代が若いほうが「意識している」割合が低いのですが、家に宅配ボックスがあるかを聞くと（図表4）、年代が若いほうが「ある」と回答した割合が高いです。ですから、そもそも再配達の必要がないようにしているから、特段意識することがない、という可能性もありそうです。

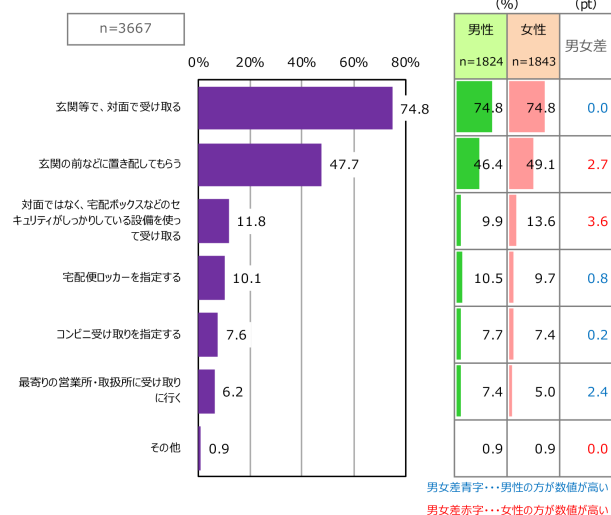
■ 宅配便の受け取り方は？

宅配便をどのように受け取るか（図表5）を聞くと、「玄関の前などに置き配してもらおう」が47.7%と、「玄関等で対面で受け取る」(74.8%)に次ぐ2番目の手段として定着しています。

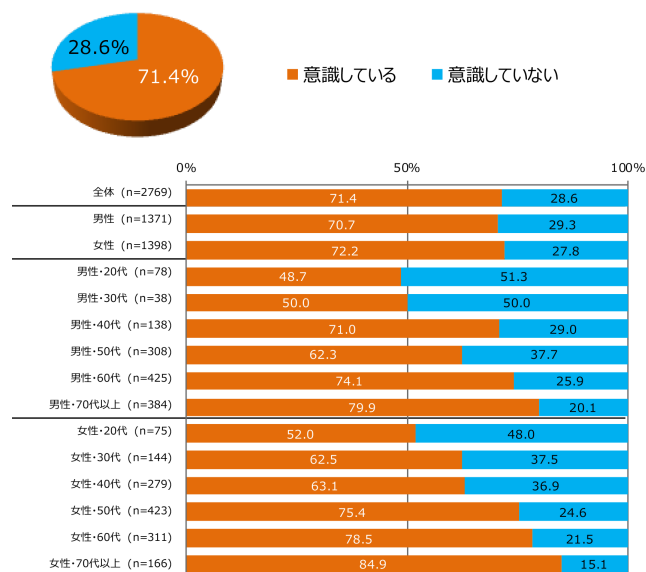
対面で受け取るのではなく、置き配や宅配ボックスなどを使用する人の割合は、性別や年代によっても違いがあります（図表6）。

非対面の形式を選んでいる割合は、年代が若いほうが高く、また、男性と女性を比べると、女性のほうが高い傾向にあります。不在時を除いての回答なので、非対面式のほうが対面より安心感がある、気を遣わなくてもよいなどの理由がありそうです。

図表5「あなたは宅配便をどのように受け取りますか。（不在時を除きます）（お答えはいくつでも）」への回答



図表3「あなたはインターネット・通信販売を利用する際、宅配にかかっている労力やコスト（距離、再配達）を意識していますか。（お答えは1つ）」への回答



図表4「あなたの家に宅配ボックスはありますか。（お答えは1つ）」への回答

	全体 (人)	ある (%)	ない (%)	
全体	4000	26.1%	73.9%	
年代別	20代	300	37.3%	62.7%
	30代	308	33.4%	66.6%
	40代	631	28.7%	71.3%
	50代	1027	27.2%	72.8%
	60代	1017	23.2%	76.8%
	70代以上	717	18.4%	81.6%

図表6「宅配便の受け取り方」への回答の一部を性年代別で表示

	全体 (人)	玄関等で、対面で受け取る (%)	玄関の前などに置き配してもらおう (%)	対面ではなく、宅配ボックスなどのセキュリティがしっかりしている設備を使って受け取る (%)	宅配便ロッカーを指定する (%)	
全体	3667	74.8%	47.7%	11.8%	10.1%	
男性	20代	124	52.4%	50.8%	16.1%	17.7%
	30代	68	51.5%	36.8%	11.8%	20.6%
	40代	195	69.2%	46.7%	12.3%	14.9%
	50代	410	75.4%	48.0%	13.2%	11.0%
	60代	562	76.5%	45.4%	8.2%	11.0%
	70代以上	465	84.1%	46.2%	6.2%	4.3%
女性	20代	127	54.3%	47.2%	26.0%	16.5%
	30代	190	72.6%	55.3%	17.4%	9.5%
	40代	378	69.3%	51.3%	15.9%	10.1%
	50代	535	77.8%	47.5%	12.9%	9.7%
	60代	388	77.3%	51.3%	9.8%	8.2%
	70代以上	225	86.2%	40.9%	7.6%	8.0%

性別ごとに最も割合が高い年代を赤字で、低い年代を青字で表示

■ 届く予定を調べるか

宅配便が届く予定があるとき、ウェブページやアプリで到着予定を調べるかを聞くと(図表 7)、「よく調べる」が62.9%、「ほとんど調べない」が25.3%、「調べたことはない」が11.8%でした。2022年調査でも「よく調べる」は62.0%とほぼ同水準で、ある程度の層が定常的に使いこなしている様子が見えます。

なお、今回、スマートフォンを利用しているかどうかも質問していますが、「利用している」人では「よく調べる」が63.5%に対し、「利用していない」層では50.6%と、約13ptの差がありました。

■ 送ったときに何を伝える？

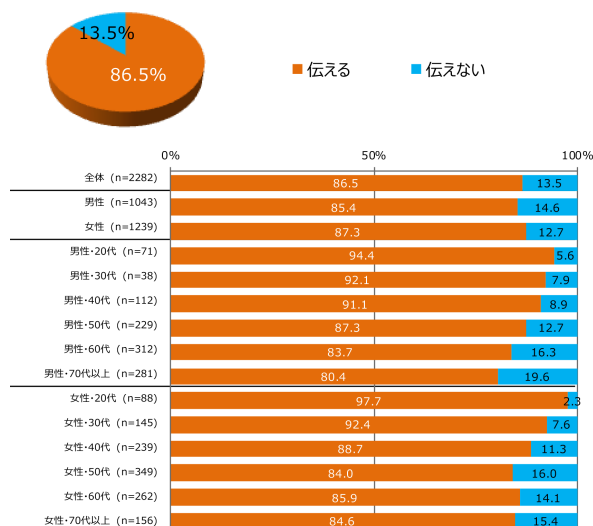
プライベートで宅配便を送る場合、相手に送ったことを伝えるかを聞くと(図表 8)、「伝える」が57.1%、「伝えない」が43.0%でした。

「伝える」と答えた人に、いつ届くかの予定を伝えるかをさらに聞くと(図表 9)、86.5%が「伝える」と回答しました。

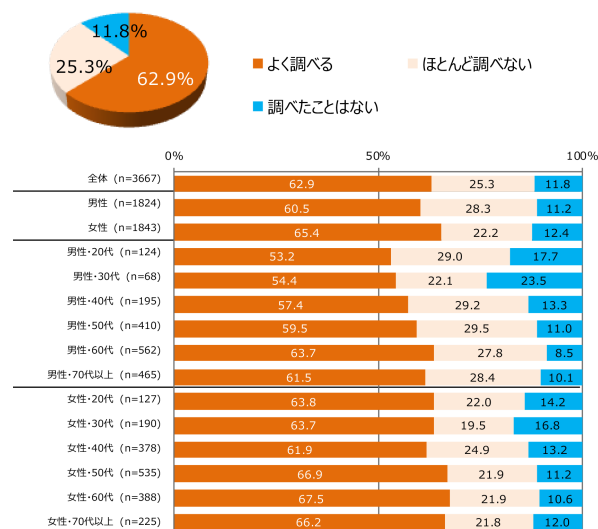
一方、問い合わせ番号や伝票番号を伝えるかについては(図表 10)、「伝える」が43.7%、「伝えない」が56.3%と、約半数は追跡のための情報まではシェアしていません。

ただ、興味深いことに、送ったことを伝える割合は、年代が上になるほど、高い割合になる傾向があるのに対して、届く予定や問い合わせ番号などを伝えるかについては、年代が若いほど、割合が高い傾向にあります。ここも、スマホを利用しているかどうかによって、違いが生まれているのかもしれません。

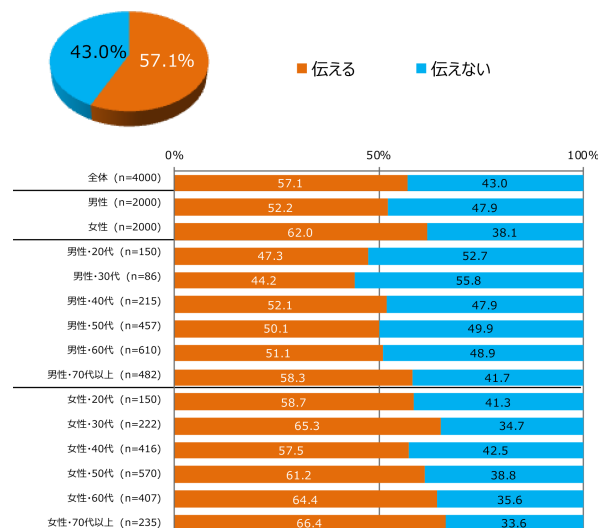
図表 9 宅配便を送ったことを伝える場合、届く予定を伝えるか



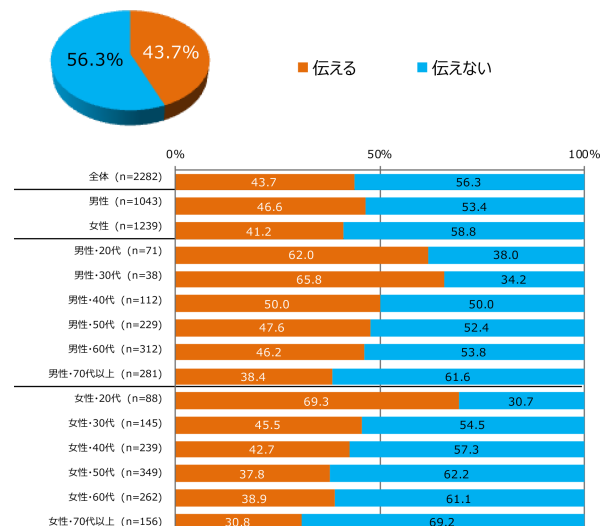
図表 7 「あなたは宅配便が届く予定があるとき、ウェブページやアプリで到着予定を調べますか。(お答えは1つ)」への回答



図表 8 「あなたはプライベートで宅配便を送る場合、相手に送ったことを伝えますか。(お答えはひとつ)」への回答



図表 10 宅配便を送ったことを伝える場合、問い合わせ番号や伝票番号などを伝えるか



■ いつも宅配ありがとうございます！

宅配便・宅配サービスの使い方や、使っていて感じたこと、「宅配便があつてよかった」と感じたエピソードや、困ったことなどを自由回答で教えてもらいました。荷物量が増えたり、運送業の人手が不足していたりというニュースを知っている人が多く、ドライバーや業者に「感謝している」「助かっている」と感じている人が非常に多かったです。一方で、宅配便が身近な存在だからこそ、不便に感じたことや、気になることもあるようです。特に「時間指定通りに来てくれない」「置き配指定してなくて、在宅していたのに、置いていかれた」といった声が複数聞かれました。

《宅配便・宅配サービスの使い方や、使っていて感じたこと》

【ドライバーさん、ありがとう】

- 配達予定を知らずに不在にしている場合には不在通知票だけでなく、メールやドライバーさんからののお電話など、いろいろ連絡をくださり、その日のうちに受け取れるようにしてくださり、助かっています。(女性・70代以上)
- 戸建て住宅のため、不在の時は門を開けて、ドアの前においてもらえるので、助かっています。毎月花の配達を頼んでいますが、お金も次回でよいと言って、花を傘立てのところに置いて帰られます。(女性・70代以上)
- 日々たくさんの荷物を届けているドライバーのことを考えると、時間配分や、効率を考えながら働いているんだろうと思う。結構頭を使うと思うし、狭い道路などでの運転も大変だろう。(女性・30代)
- 確実に受け取りたいので時間指定できる通販サイトだけを使うようになった。ドライバーには、「ありがとう」「安全運転でね」など声かけを心がけている。(女性・50代)

【業者の負担を考えると】

- 一日の回るルートが不在で乱れてしまうのは、ドライバーに大変なストレスだろうと思います。自分の依頼したネット商品などは必ず受け取れるようにしています。中元や歳暮は相手が知らせないので難しいですね。(女性・50代)
- 配送業者が人手不足で苦しいことを知っているのですが、インターネットでの通販を躊躇することがある。一方で、実店舗で売っているかどうか分からないものを探す手間をかけたくないで、通販を使ってしまう。小さい子供がいて色々と店を回るのが大変なものあって、なおさら通販を使用したくなる。(女性・30代)
- 置き配をしてもらえるようになって、再配達してもらおうときの申し訳なさを感じる事が少なくなり、ストレスが減った(女性・50代)

【ちょっと不安や不満も】

- いつも配達に来ていた女性の方が、子どものことも知ってくれていたのが、安心していましたが、担当営業所が変わってしまい、知らない男性の方が配達に来るようになったので、身構える様になった。(女性・40代)
- だいぶ慣れてきたが、置き配で、玄関前の写真が送られてくるのはちょっと怖い。即日配達でなくて良いと思うことが多い。再配達のサービスはいらないと思う。必要なら料金を取る。嫌なら自分で取りに行く。(女性・50代)
- 日時指定ができないとき、いつ来るかわからないので、非常に困る。オートロックを勝手にかいくぐってくることもあり、指定もしていない置き配を勝手におこなうという非常識なドライバーもいる。(男性・40代)
- いつも荷物を届けてくれて大変ありがたいです。値上げも時間指定の緩和もいいと思います。ただ、一部の業者さんはマナーがよくなく、間違った家に届けてしまい、回収もせずに、そのまま放置されたことがありました。(男性・50代)
- 配達担当者が次々と変わる会社があるが、前任から必要なことを共有されていないのでわずらわしさを感じる。(女性・40代)
- 送料無料ゆえに、適当な配送をする人もいる。配送料を値上げしてもいいから、きちんと配送してほしい。また、時間指定を午前中という大きな区切りではなく、昼以降同様に細かい区切りにしてほしい。(女性・40代)

《 「宅配便・宅配サービス」に関する意識調査 質問一覧 》

- 【クロス集計用】あなたの家に宅配ボックスはありますか。(お答えは1つ)
- 【クロス集計用】あなたはこれまでに置き配(荷物を対面で手渡すのではなく、指定された場所に置いておくサービス)を利用したことがありますか。(お答えは1つ)
- 【クロス集計用】あなたは現在、スマートフォンを利用していますか。(お答えは1つ)
- Q1.あなたはどのくらいの頻度で宅配便を受け取りますか。(お答えは1つ)
- Q2.あなたはどんなときに宅配便を利用しますか。(お答えはいくつでも)
- Q3.あなたがこの1年間で利用した食品の宅配を教えてください。(お答えはいくつでも)
- Q4.あなたはインターネット・通信販売を利用する際、宅配にかかっている労力やコスト(距離、再配達)を意識していますか。(お答えは1つ)
- Q5.あなたは宅配便をどのように受け取りますか。(不在時を除きます)(お答えはいくつでも)
- Q6.宅配便受け取り時に不在の場合、どのようになることが多いですか。(お答えはいくつでも)
- Q7.あなたは宅配便が届く予定があるとき、ウェブページやアプリで到着予定を調べますか。(お答えは1つ)
- Q8.これまでに宅配便を受け取れなかったことがある場合、その理由を教えてください。(お答えはいくつでも)
- Q9-A.あなたはプライベートで宅配便を送る場合、相手に送ったことを伝えますか。(お答えは1つ)
- Q9-B.前問で「伝える」とお答えの方にお伺いします。伝える場合、いつ届く予定なのかを伝えたり、問い合わせ番号や伝票番号を伝えたりしますか。(お答えはそれぞれひとつ)【届く予定を伝えますか。】【問い合わせ番号や伝票番号などを伝えますか。】
- Q10.宅配便・宅配サービスの使い方や、使っていて感じたこと、「宅配便があつてよかった」と感じたエピソードや、困ったことなどを自由回答で教えてください。(お答えは具体的に)

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画をもとに、株式会社ネオマーケティングにて「宅配便・宅配サービス」に関する意識調査を実施。

期間：2026年2月18日～2月20日、インターネットで4,000人から回答を得ています。

株式会社プラネットとは <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html (バックナンバーもご覧になれます)

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

今リリースに掲載していない結果や属性データのご紹介や、当社担当者が解説を差し上げることもできます。

株式会社プラネット 経営管理ユニット

E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp