

付録参考資料

宅配サービスに関する 消費者意識調査

本資料は弊社が独自に行った、「宅配サービスに関するアンケート」の調査結果を一部抜粋して作成したものです。タスカ〜ルBOX導入のご検討材料としてご参照下さい。

株式会社エルディ

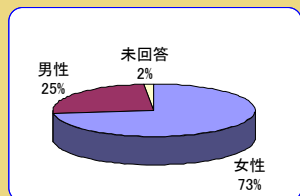


アンケート調査の概要

- ①調査対象者 都内及び近郊在住・在勤の主婦・サラリーマンほか
- ②標本数 n=1,201
- ③調査方法 訪問・街頭・その他
- ④標本母数属性 下記

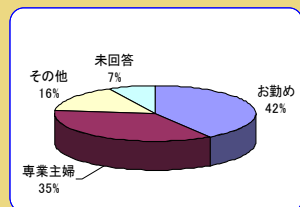
性別

女性	878
男性	303
未回答	20



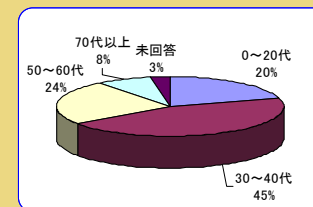
職業

お勤め	492
専業主婦	424
その他	196
未回答	89



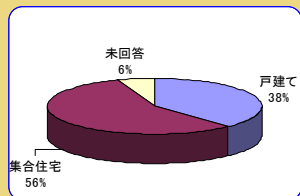
年齢層

0~20代	244
30~40代	536
50~60代	293
70代以上	93
未回答	35



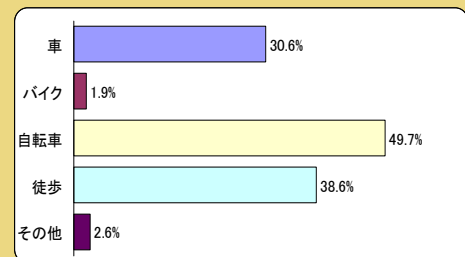
住居

戸建て	458
集合	675
未回答	67



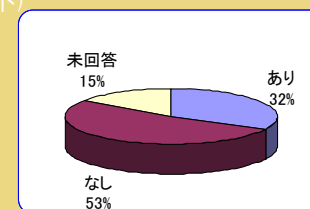
買物に行く手段(複数)

車	367	30.6%
バイク	23	1.9%
自転車	597	49.7%
徒歩	464	38.6%
その他	31	2.6%



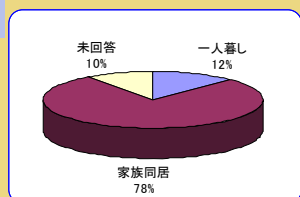
子供(小学生以下)

あり	390
なし	626
未回答	185



家族同居

一人暮らし	146
家族同居	930
未回答	121



※全て無記名で回収
※調査時期2001年12月

結果①(通常利用と今後希望)

設問 普段よくご利用される宅配サービス(複数回答可)

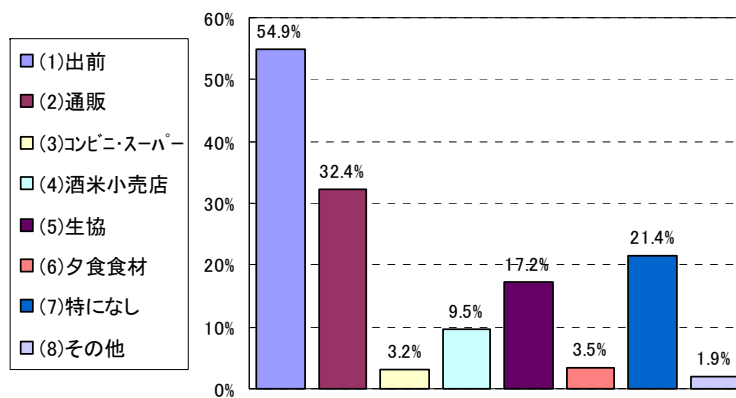
- (1)ピザ・そば等の出前 (2)通販(インターネット通販含む) (3)コンビニ・スーパーの宅配
 (4)酒・米等小売店 (5)生協 (6)夕食等食材 (7)特になし
 (8)その他()

(1)出前	659	54.9%
(2)通販	389	32.4%
(3)コンビニ・スーパー	39	3.2%
(4)酒米小売店	114	9.5%
(5)生協	206	17.2%
(6)夕食食材	42	3.5%
(7)特になし	257	21.4%
(8)その他	23	1.9%

◎出前等も含んだ「注文したものを届けてもらう」という広い意味での「宅配」に関する普段の利用状況を質問したもののだが、「特になし」を除いて、1位「出前」、2位「通信販売」、3位「生協」の順になった。しかしながら、「特になし」も2割強を占め、複数回答によらないことも加味すると「ほとんど宅配を注文しない」という層も相当存在すると言える。

◎また、スーパー・コンビニの宅配に関しては、3%程度とまだ普及しているとは言い難い比率であった。

◎なお、「その他」に含まれる主な回答は、「クリーニング」「牛乳配達」「有機野菜などの特定商品」等であった。



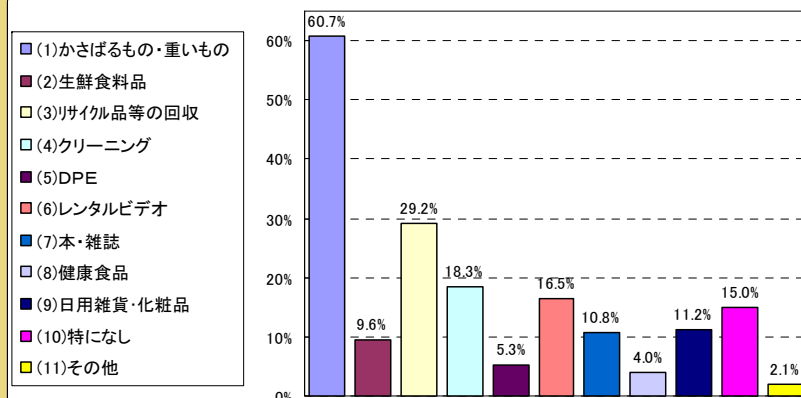
設問 今後ご利用したい商品・サービス(現在ご利用中のものも含む)(複数回答可)

- (1)かさばるもの・重いもの (2)生鮮食料品 (3)リサイクル等の回収 (4)クリーニング
 (5)DPE(写真現像) (6)レンタルビデオ(含む返却) (7)本・雑誌 (8)健康食品
 (9)日用雑貨・化粧品 (10)特になし (11)その他()

(1)かさばるもの・重いもの	729	60.7%
(2)生鮮食料品	115	9.6%
(3)リサイクル等の回収	351	29.2%
(4)クリーニング	220	18.3%
(5)DPE	64	5.3%
(6)レンタルビデオ	198	16.5%
(7)本・雑誌	130	10.8%
(8)健康食品	48	4.0%
(9)日用雑貨・化粧品	134	11.2%
(10)特になし	180	15.0%
(11)その他	25	2.1%

◎サービスの希望に関しては、「かさばるもの・重いもの」が断然のトップとなった。次に「リサイクル等の回収」が続いたが、一般的に「宅配」とは呼べないものを「戸ロチャンネル」のニーズを探る為にあえて入れたものであり、予想以上の高い比率となった。その他も「クリーニング」「レンタルビデオ」などのサービス系が「生鮮食料品」等の物販系よりも総じて高い結果となった。特に生鮮食料品などに見られる「自分の目で見て買いたい」という要素が物販系の結果に強くつながったものと考えられる。

◎なお、「その他」に含まれる主な回答は、「米・牛乳・玉子等毎日使うもの(切らしたくないもの)」「他では買えないもの」「ファーストフード・おかず」「馬券」「ゲームソフト、コンサートチケットなどの予約販売」等であった。



結果②(配達料に関する意識)

設問 配達料に関して ((1)以外は複数回答可)

- (1) 配達は無料が基本!
- (2) 品揃えによっては配達料がかかっても利用する
- (3) サービスによっては配達料がかかっても利用する
- (4) その他()

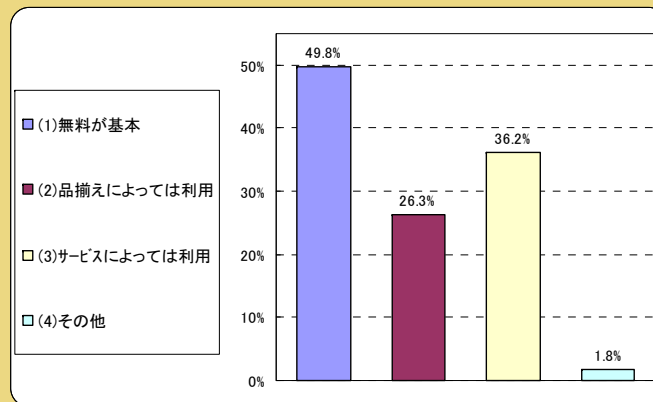
(1) 無料が基本	598	49.8%
(2) 品揃えによっては利用	316	26.3%
(3) サービスによっては利用	435	36.2%
(4) その他	22	1.8%

◎1位は予想通りに「無料」であったが、「サービス・品揃えによっては利用」も複数回答であることを加味すると丁度半々に「無料」「有料可」が並んだと言える。「サービス」「品揃え」では10%近く「サービス」が「品揃え」を予想外に上回り、「モノよりもサービス」を期待する傾向が伺える。

◎しかしながら、「品揃え」に比べ「サービス」にはより高度な要求が潜在的にあるものと予想されるため、それに応えて対価として配達料を得るには相当思い切ったサービスメニューの検討が必要と感じられる。

◎「有料でも可」がどれくらいの金額レベルであるかは次問の集計結果参照になるが、本結果の「無料」の比率と併せて無料~1,000円以上でどの程度の利用希望率になるかも集計結果を後述。

◎なお、「その他」に含まれる主な回答は、ほとんどが「ものによる」「使わないのでわからない」に類するものであった。



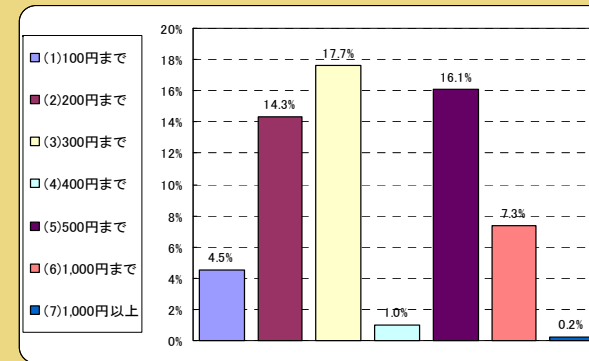
設問 前問で(1)以外にお答えの方に

配達料はいくらぐらいまでなら許せますか?直感で結構です。

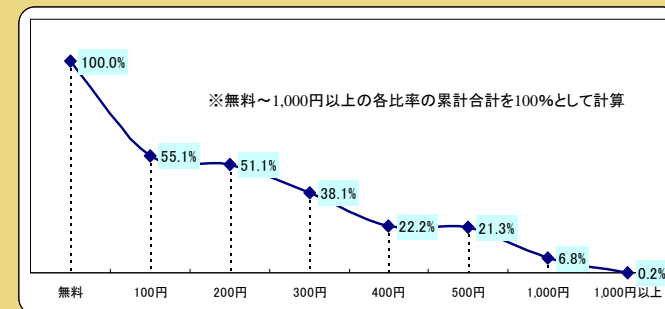
- (1) 100円まで (2) 200円まで (3) 300円まで (4) 400円まで
- (5) 500円まで (6) 1,000円まで (7) 1,000円以上

(1) 100円まで	54	4.5%
(2) 200円まで	172	14.3%
(3) 300円まで	212	17.7%
(4) 400円まで	12	1.0%
(5) 500円まで	193	16.1%
(6) 1,000円まで	88	7.3%
(7) 1,000円以上	3	0.2%

◎有料を許容する場合、200~300円が中心帯となる結果となったが、500~1,000円でもある程度の比率が得られ、前問の結果とあわせて、「サービス」「品揃え」次第では宅配にかかる配送コストをそのまま付加させることも可能とも取れる。



<各回答の累計グラフ>



結果③(配達時間に関する意識)

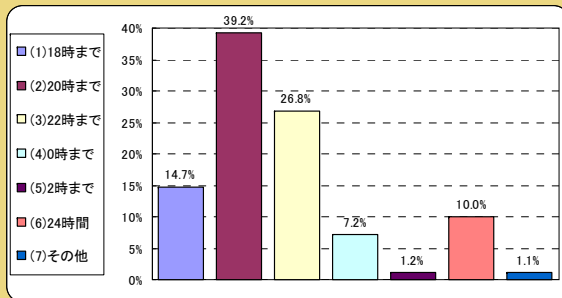
設問 配達は何時頃まで可能であれば良いと思いますか？

- (1)夜6時まで (2)夜8時まで (3)夜10時まで (4)夜12時まで
 (5)深夜2時まで (6)24時間
 (7)その他 ()

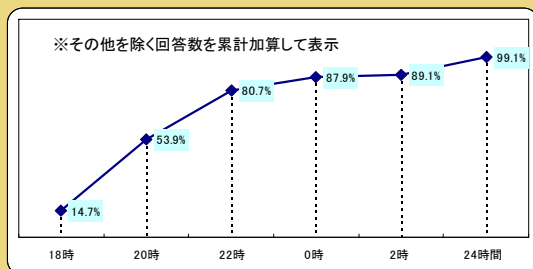
(1) 18時まで	176	14.7%
(2) 20時まで	471	39.2%
(3) 22時まで	322	26.8%
(4) 0時まで	87	7.2%
(5) 2時まで	14	1.2%
(6) 24時間	120	10.0%
(7) その他	13	1.1%

◎「20時まで」という回答が最も多く、4割弱を占めた。それに次ぐ回答も「22時まで」であり、回答累計データにおいても22時までで8割強が「充分」と認識している。「0時」～「2時」に大きな差はなく、「24時間配達」でない場合には22時～0時頃までの配達が可能であれば支障は無いものとする。

◎なお、「その他」に含まれる回答は「土日休日指定」「早朝」「ものによる」などであった。



<各回答の累計グラフ>

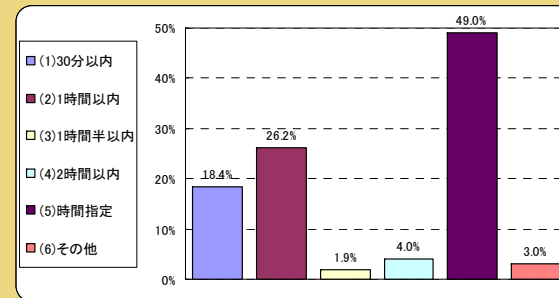


設問 注文から配達までの時間はどれ位であれば良いと思いますか？

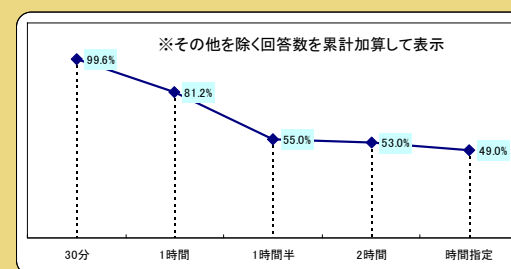
- (1)30分以内 (2)1時間以内 (3)1時間半以内 (4)2時間以内
 (5)時間指定ができれば2時間以上でも翌日でも構わない
 (6)その他 ()

(1) 30分以内	221	18.4%
(2) 1時間以内	315	26.2%
(3) 1時間半以内	23	1.9%
(4) 2時間以内	48	4.0%
(5) 時間指定	589	49.0%
(6) その他	36	3.0%

◎「時間指定ができれば2時間以上でも翌日でも構わない」が5割弱を占め1位となったが、「30分以内」「1時間以内」も合計すると45%程度の比率があることや、「1時間半」「2時間」が極端に低い比率であること、「その他」に含まれる回答も「お店の指定でいい」が若干含まれるほかは大半が「ものによる」というものであることから推測すると、『スピードを要求されるものの配達には30分～1時間以内、それ以外のものは時間指定で都合のいいときに』という層が大半を占めているものと思われる。



<各回答の累計グラフ>

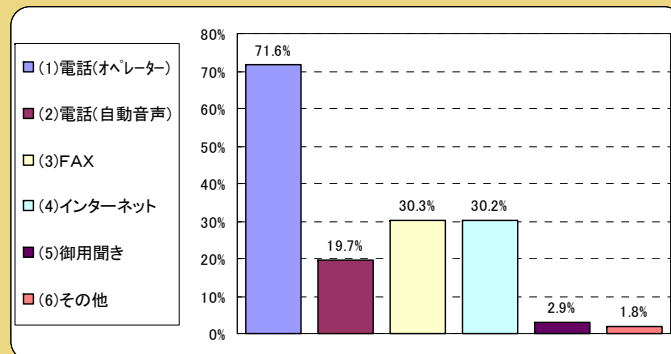


結果④(注文手段と求めるイメージ)

設問 注文方法で便利だと思われるものは？（複数回答可）

- (1)電話(オペレーター) (2)電話(自動音声) (3)FAX
 (4)インターネット (5)玄関・戸口での御用聞き
 (6)その他（ ）

(1) 電話(オペレーター)	860	71.6%
(2) 電話(自動音声)	237	19.7%
(3) FAX	364	30.3%
(4) インターネット	363	30.2%
(5) 御用聞き	35	2.9%
(6) その他	22	1.8%



◎「電話(オペレーター)」が圧倒的に高い比率となったが、「インターネット」も「FAX」とほぼ同じ3割強のニーズを得ており、受注方法のラインアップとして検討する必要がある。

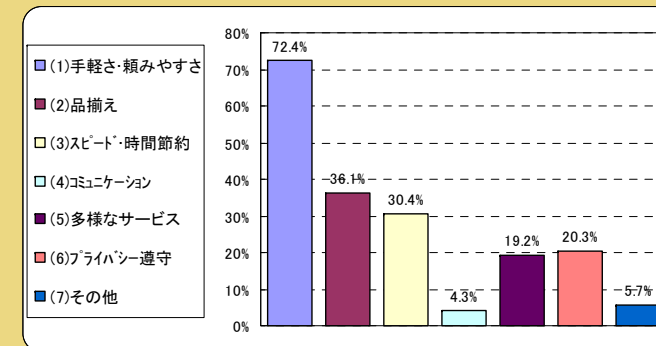
◎「電話(自動音声)」は事業者側には簡便であるが、発注者(消費者)側には手間と捉えられがちであり、2割弱の比率にとどまった。また、「玄関戸口での御用聞き」は3%未満と極端に低い比率となったが、生協の注文方法であらかじめ用紙(OCR)に注文商品を選んでおき、配達員に渡す(もしくは玄関の外に置いておく)という方法が好評であることから、今回の質問の「玄関戸口での御用聞き」という印象が「その場で注文を決める」という印象につながったと推測される。

◎なお、「その他」の大半が「店頭で注文するものを宅配してもらう」という内容のものであったが、中には「Iモード(携帯WEBサービス)」というものもあった。

設問 あなたは宅配サービスに何を求めますか？（複数回答可）

- (1)手軽さ・頼みやすさ (2)品揃えが多い (3)スピード・時間節約 (4)配達員とのコミュニケーション
 (5)商品以外の多様なサービス(お買い物等の代行・不要品の回収等) (6)プライバシー遵守
 (7)その他（ ）

(1) 手軽さ・頼みやすさ	870	72.4%
(2) 品揃え	433	36.1%
(3) スピード・時間節約	365	30.4%
(4) コミュニケーション	52	4.3%
(5) 多様なサービス	231	19.2%
(6) プライバシー遵守	244	20.3%
(7) その他	69	5.7%



◎「手軽さ・頼みやすさ」が7割超の比率で1位、続いて「品揃え」「スピード・時間節約」の順になった。配達料に関する設問で「品揃え」より若干「サービス」に対して配達料を許容する傾向があったが、本文において直接「多様なサービス」を選択する層は2割程度にとどまった。おそらく「品揃え」に対し、「サービス」の方が具体的なイメージが湧きづらいことや「スピード・時間節約」もサービスの一つという認識によるものと推測される。

◎「プライバシー遵守」という質問は店頭→宅配に移行することにより逆に匿名性が薄れることになるためあえて質問したものであるが、直接的なサービス内容とは異なるにもかかわらず、ある程度の比率になり、事業における注意点として念頭に置くべきであると考えられる。

◎「配達員とのコミュニケーション」に関しては、5%以下の低い比率にとどまったが、一方で「その他」にあえて「信頼性」「いつも同じ人が配達」「(時間等の)正確性」「配達員の態度」とあげた回答者も多く、設問の聞き方によっては(つまり長話やセールスをイメージさせる聞き方ではなく「信頼性」や「配達員の態度」といったもの)かなりの比率になったことが予想され、設問のミスとも言える。

結果のまとめ

(1) 「宅配」利用状況およびニーズについて

宅配サービスに関する現在の利用状況に関しては、「出前」を非商品宅配として「出前」のみを選択した回答数（299）を「特になし」に加えた数値を「特に普段は宅配でものを買わない層」として算出すると、【556 件/46.3%】となり、約半数が出前を除くと宅配を受けていないことになる。

一方、今後のニーズでの「特になし」の回答数は 15%であり、残り 85%は「かさばるもの・重いもの」を中心に宅配を利用する可能性があると言え、上記のように普段宅配を利用していない層においてもその約 8 割（77.8%）が今後においてはなんらかの宅配を利用する可能性がある結果となっている。

「女性」（専業主婦）「子供あり」「20～40 代」のメイン購買層での宅配に関する積極的な意見及びニーズを聞けることができた一方で特に中高齢者層で「宅配」について消極的な意見が多かった。これはアンケート実査（調査員による回収）の段階でも印象として顕著であり、もともと出歩くことに若干の不自由がある層へのアプローチとしても検討していただけないか、この層に訴求方法に関しては検討を要すると考えられる。

商品及びサービスのニーズに関しては、「かさばるもの・重いもの」はもとよりリサイクル品の回収、レンタルビデオといった新種サービスの開発も可能性を感じさせる結果ともなったことにより、他事業者との差別化要因としても検討可能であろう。

(2) 「配達料」「配達時間」「注文方法」について

アンケートの結果からは、「配達料は無料から出しても 2～300 円程度、配達早く欲しいものは 1 時間以内、それ以外はできれば都合のいい時間を指定したい。夜は 10 時から遅くても 12 時くらいまで配達してくれれば十分。注文はやっぱり電話が便利だけど、インターネットでも可能であればなおいい。」といった内容が浮かび上がってきた。

「配達料」においては、「女性」等の宅配に積極的な層ほど無料～低価格を希望する比率が高く、調査員がアンケート回収時に直接ヒアリングした結果でも「商品価格に乗ってはいけなそうがないけど、『別にかかる』のはいや」といった声も聞かれた。ただし、同様に直接の声として「『金額がはるもの』『運ぶのが大変なもの』であればしょうがない」という意見もあった。

「配達時間」においては、逆に宅配利用の少ない層ほど深夜までのニーズが高いという結果が出ており、配達料を多少許容する層であることも踏まえて、これを「マーケットボリュームの少ない層」と捉えるか「開拓余地のあるマーケット層」と捉えるかによって事業方向性も多少違ってくるものと思われる。注文方法においては、通常時間帯にオペレーターによる電話受付を実施すれば大方のニーズは満たせるものと思われるが、「お勤め」はもとより（約 4 割）、「専業主婦」においても 4 分の 1 の希望のある「インターネット」はサービスの紹介、商品の掲載量・更新性、事業の先進性などのメリットがあることも鑑み、需要を図りながらであるものの、できるだけ早いタイミングでの導入を検討すべきである。

全ての設問において、各属性別の調査結果もございます。ご要望がございましたらお気軽にお申し付け下さい。