

報道関係各位

<宅配ボックス利用実態・意識調査>

**住居者の7割が「再配達に抵抗感なし」、宅配ボックスが空いておらず荷物が受け取れなかった経験あり6割以上
～再配達を減らすため、宅配ボックスを占有しないよう呼びかける啓発ステッカー配布へ～**

郵便受け・宅配ボックスシェア No.1※の株式会社ナスタ（本社：東京都港区、代表取締役兼 CEO：笹川順平 以下、ナスタ）は、集合住宅に住んでいる500人に対して、宅配ボックスの利用実態と意識に関するアンケート調査を行いました。調査を通じて、居住者による宅配ボックスでの荷物の長期滞留や、配達員による空き状態の宅配ボックスキープの実態が明らかとなりました。ナスタではこれらの事象への対策として、宅配ボックスの正しい利用を呼びかける啓発ステッカーなどを活用して、2024年問題と向き合い、置き配浸透・再配達削減を目指す活動を開始します。

■ 調査結果概要

- ・宅配ボックスが空いておらず、荷物を受け取れなかった経験がある人は61.4%
- ・宅配ボックスに荷物が届いてから取り出すまでの期間『半日以上経ってから』が23.4%、「届いてから2～3か月」といった回答も
- ・宅配便の荷物を受け取ること以外の目的で宅配ボックスを利用したことがある人は24.0%、「ロッカー代わり」「友人や知人との荷物の受け渡し」など
- ・宅配ボックスに届いた荷物に対して、91%の人が「届いたらなるべく早く取り出そう」と思っているにも関わらず、「申し訳ないと思っている」は29.9%、「しょうがないと思っている」は56.4%、「なんとも思っていない」は13.7%。7割が再配達に抵抗感なしという結果に
- ・デジタル宅配ボックスにおける集計結果では、荷物の取り出しまでに平均で23.1時間かかっている

これまでナスタは、宅配ボックスのラインアップ充実や訴求活動を通じて再配達削減に取り組んで参りましたが、「空いている宅配ボックスがなく、荷物が受け取れなかった」「荷物が入っていないのに宅配ボックスが閉まっていて、再配達になってしまった」というお客様からの声から、既存の宅配ボックスがどのように利用されているのかを改めて調査しました。今回の調査結果を受けて、宅配ボックスへの荷物の長期滞留や、宅配便を受け取る以外の目的で宅配ボックスをキープしている実態が判明しました。



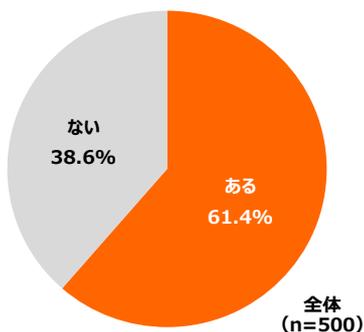
■ 調査結果詳細

【結果：宅配ボックスの利用に関する調査】

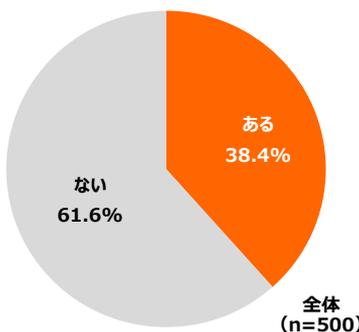
「宅配ボックスが空いておらず、荷物を受け取れなかったこと」では「ある」は61.4%、「ない」は38.6%となりました。6割以上の人が宅配ボックスが空いておらず荷物が受け取れなかった経験があることが分かりました。

また、「宅配便の荷物を受け取ること以外の目的で宅配ボックスを利用している人を見たこと」では「ある」は38.4%、「宅配便の荷物を受け取ること以外の目的で宅配ボックスを利用したこと」では「ある」は24.0%となり、荷物の受け取り以外で宅配ボックスが利用されているケースは少なくないようです。

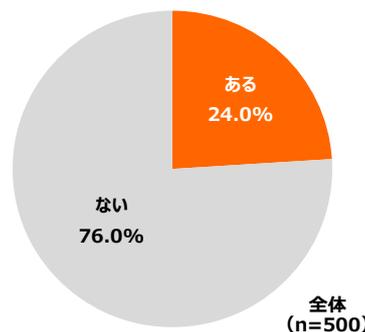
Q. 宅配ボックスが空いておらず、荷物を受け取れなかったことはありますか？



Q. 宅配便の荷物を受け取ること以外の目的で、宅配ボックスを利用している人を見たことがありますか？

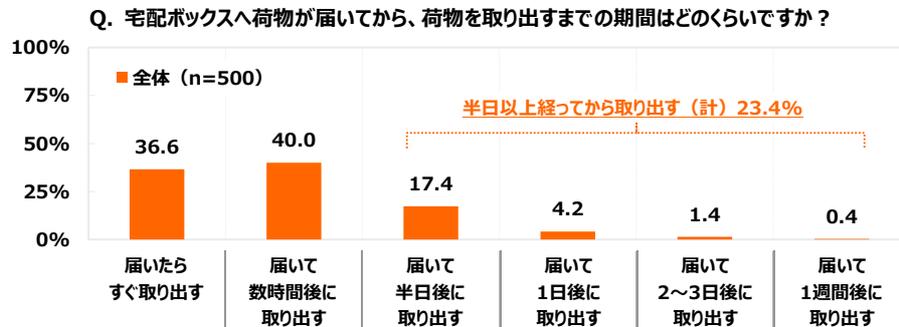


Q. 宅配便の荷物を受け取ること以外の目的で、宅配ボックスを利用したことがありますか？

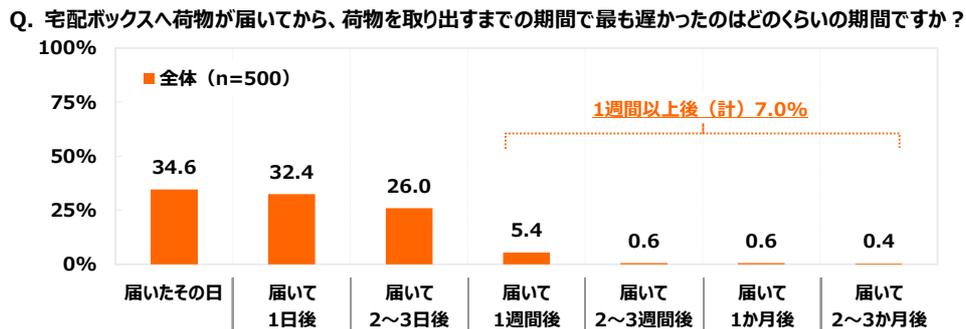


荷物の受け取り以外の目的で宅配ボックスを利用したことがある人に用途を聞いたところ、「ロッカー代わり」「私物置き場」のほか「友人や知人との荷物の受け渡し」といった回答が散見されました。

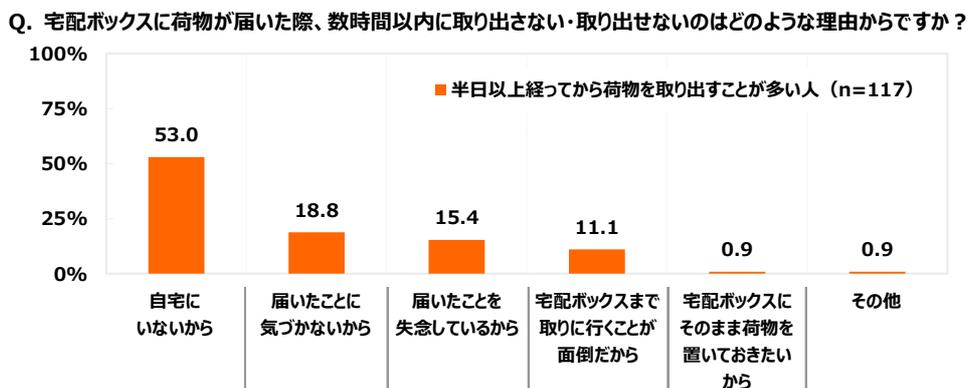
宅配ボックスへ荷物が届いてから、荷物を取り出すまでの期間を聞いたところ、「届いたらすぐ」(36.6%)や「届いて数時間後」(40.0%)が比較的高くなっているものの、「届いて半日後」(17.4%)、「届いて1日後」(4.2%)、「届いて2~3日後」(1.4%)、「届いて1週間後」(0.4%)といった回答も見られ、「半日以上経ってから(計)」は23.4%と約4人に1人の割合となりました。



また、宅配ボックスへ荷物が届いてから、荷物を取り出すまでの期間で最も遅かった期間を聞いたところ、「届いたその日」が34.6%、「届いて1日後」が32.4%、「届いて2~3日後」が26.0%と、大半が数日以内に取出しているものの、「届いて1か月後」(0.6%)や「届いて2~3か月後」(0.4%)といった、1か月以上放置されていたケースも確認されました。



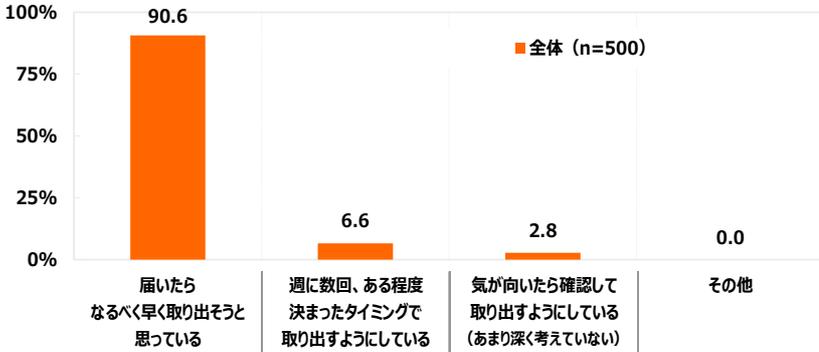
宅配ボックスに届いた荷物を数時間以内に取り出さない・取り出せない理由は、1位は「自宅にいないから」(53.0%)、2位は「届いたことに気づかないから」(18.8%)、3位は「届いたことを失念しているから」(15.4%)と意図的ではない理由が上位となった一方、「宅配ボックスまで取りに行くことが面倒だから」(11.1%)や「宅配ボックスにそのまま荷物を置いておきたいから」(0.9%)といった意図的といえるような理由も確認されました。



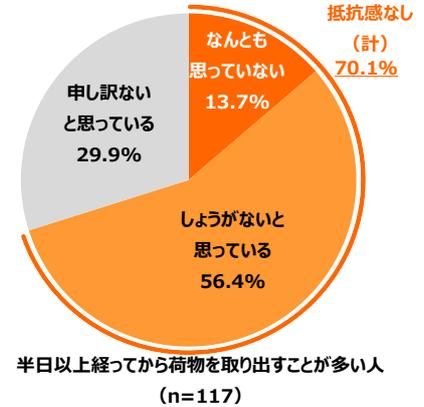
【結果：宅配ボックスでの受け取りに関する意識】

宅配ボックスに届いた荷物に対して、91%の人が「届いたらなるべく早く取り出そう」と思っているにも関わらず、宅配ボックスに届いた荷物を数時間以内に
取り出さない・取り出せないことに対する気持ちでは、「申し訳ないと思っている」が 29.9%となった一方、「なんとも思っていない」は 13.7%、「しょうがない
と思っている」は 56.4%と、7 割が再配達に抵抗感なしという結果となりました。

Q. 宅配ボックスに届いた荷物を取り出すまでの期間について、
あなたの心構えについて教えてください。



Q. 宅配ボックスに荷物が届いた際、数時間以内に取り出さない・
取り出せないことに対して、どのように思っていますか？



■ 調査概要

調査対象者：宅配ボックス付きの集合住宅（マンション、アパート）にお住まいの方
 調査時期：2024年7月22日～24日
 調査方法：インターネットリサーチ
 調査人数：500人（男性250人、女性250人）
 対象年齢：20代100人/30代100人/40代100人/50代100人/60代以上100人

■ デジタルボックスの集計結果

さらに、ナスタのデジタルタイプの宅配ボックス 50 サンプルを調べたところ、荷物が入ってから取り出しまで平均 23.1 時間かかっていることが分かりました。

		BOX					
		1	2	3	4	5	6
物件	A	38 時間 43 分	47 時間 09 分	23 時間 25 分	3 時間 25 分		
	B	9 時間 36 分	12 時間 12 分	15 時間 54 分	5 時間 10 分		
	C	25 時間 35 分	73 時間 17 分	8 時間 17 分	38 時間 34 分		
	D	25 時間 38 分	10 時間 54 分	12 時間 09 分	17 時間 26 分		
	E	38 時間 42 分	9 時間 37 分	12 時間 47 分	90 時間 39 分		
	F	17 時間 56 分	22 時間 55 分	25 時間 40 分	8 時間 18 分	16 時間 02 分	33 時間 28 分
	G	40 時間 16 分	56 時間 35 分	-	21 時間 19 分	41 時間 56 分	19 時間 26 分
	H	23 時間 34 分	24 時間 21 分	13 時間 47 分	8 時間 07 分	7 時間 56 分	-
	I	16 時間 13 分	5 時間 52 分	48 時間 43 分	9 時間 03 分	12 時間 10 分	16 時間 35 分
	J	18 時間 18 分	6 時間 47 分	21 時間 24 分	19 時間 08 分	17 時間 38 分	19 時間 32 分
平均		23 時間 10 分					

※一：データ未取得（全国1都5県で調査）

対象製品：Nasta Box STANDARD（型番：KS-TL03RD）

製品特長：スマートフォンアプリで解錠※、オンラインタイプでは荷物が届いたらリアルタイムでスマートフォンにお知らせが届きます。

製品 HP：<https://www.nasta.co.jp/product/delivery-box/032.html>



※サポート（ペーシックプラン）へのお申込みと入居者によるアプリのダウンロードが別途必要です。

■新たな取り組み（ステッカー配布）

「居住者による荷物の長期滞留」および「配達員による空き状態の宅配ボックスキープ」を防止するために、荷物の早期取り出しやキープ防止を呼びかける啓発ステッカーの試験的に用意しました。この取り組みを通じて、ナスタはこれからも宅配サービスの質向上に努め、社会課題の解決に向けた取り組みを推進してまいります。

【期待する効果】

- ・宅配業者による空きボックスキープ対策
- ・入居者による荷物の長期滞留を対策
- ・本来の目的以外の使われ方に対して対策



■ナスタについて

ナスタは今年で創業 95 年、住環境に係るプロダクトやサービスを通じて、“すべての人に あたらしい きもちよさ”を提案している企業です。近年では、社会課題となっている物流問題に対して課題解決に取り組み、再配達削減のソリューションとして注目をされている郵便受け・宅配ボックスのプロダクト開発を推進、国や自治体、大手 EC 企業や物流企業と協働し普及に努め、シェア No.1※の実績を獲得。暮らしが大きく変化する現代において、今年にはインターホン市場にも新規参入し、新しい価値をお客様へ提供しています。「住むを良く」をコーポレートビジョンに掲げ、今後も課題解決に取り組むリーディングカンパニーとして、皆様に必要とされる企業となれるよう努めてまいります。

※ ナスタ調べ（2022 年郵便受け・宅配ボックス市場シェア数及び実績販売数量より推計）

【お願い】 本リリース内容（調査結果等）の転載にあたりましては、「ナスタ調べ」という表記をお使いいただきますようお願いいたします。

〈会社概要〉

【代表者】代表取締役兼 CEO 笹川順平
【創業】1930年8月4日
【資本金】1億円
【事業内容】新しいライフスタイルの企画・開発

〈本件に関するお問い合わせ〉

株式会社ナスタ 広報担当 宮本仙葉
Tel: 03-6897-3537
Mail: s-miyamoto@nasta.co.jp