

報道関係各位

2026年10月22日
株式会社クロス・マーケティング

宅配全般の直近3か月の利用率は4割 梱包に対しての不満は全般的に低下傾向

－ 宅配に関する調査（2026年） 宅配全般編 －

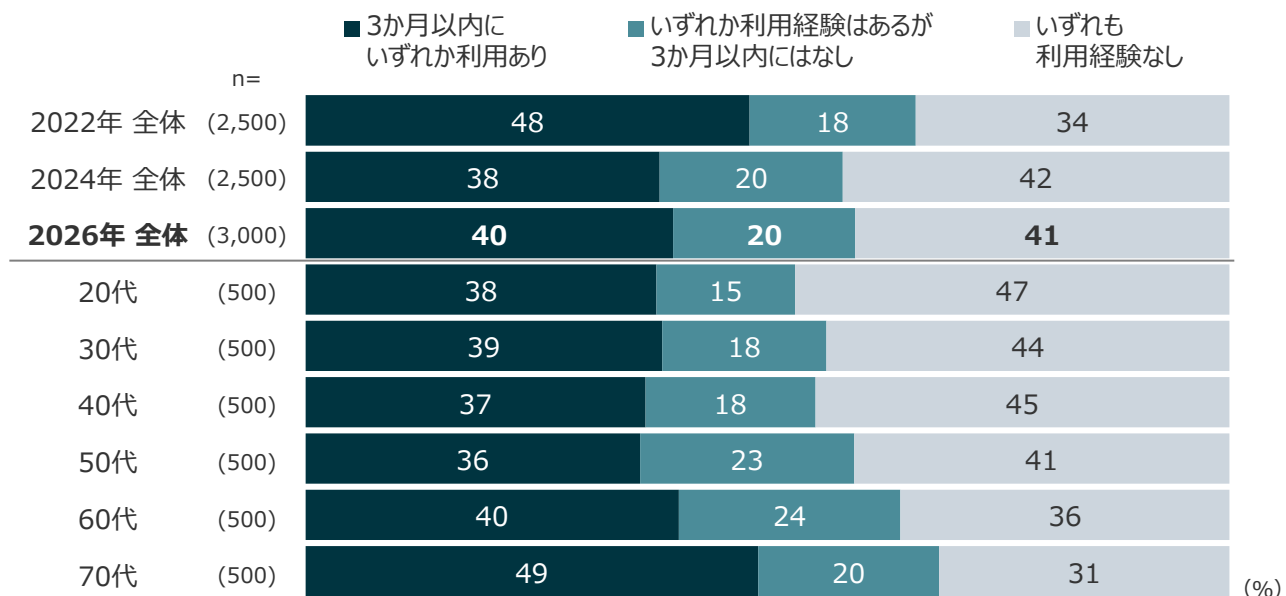
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2026年9月、全国47都道府県に在住する20～79歳の男女3,000人を対象に「宅配に関する調査（2026年）」を実施し、「宅配」に関わる利用実態や意識・行動などを全般的に聴取しました。今回は、直近3か月以内に宅配サービスを利用した人に対し、受け取り方や梱包の不満点、物品宅配を利用する理由や不満点・困ったことなどに着目し分析をしました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

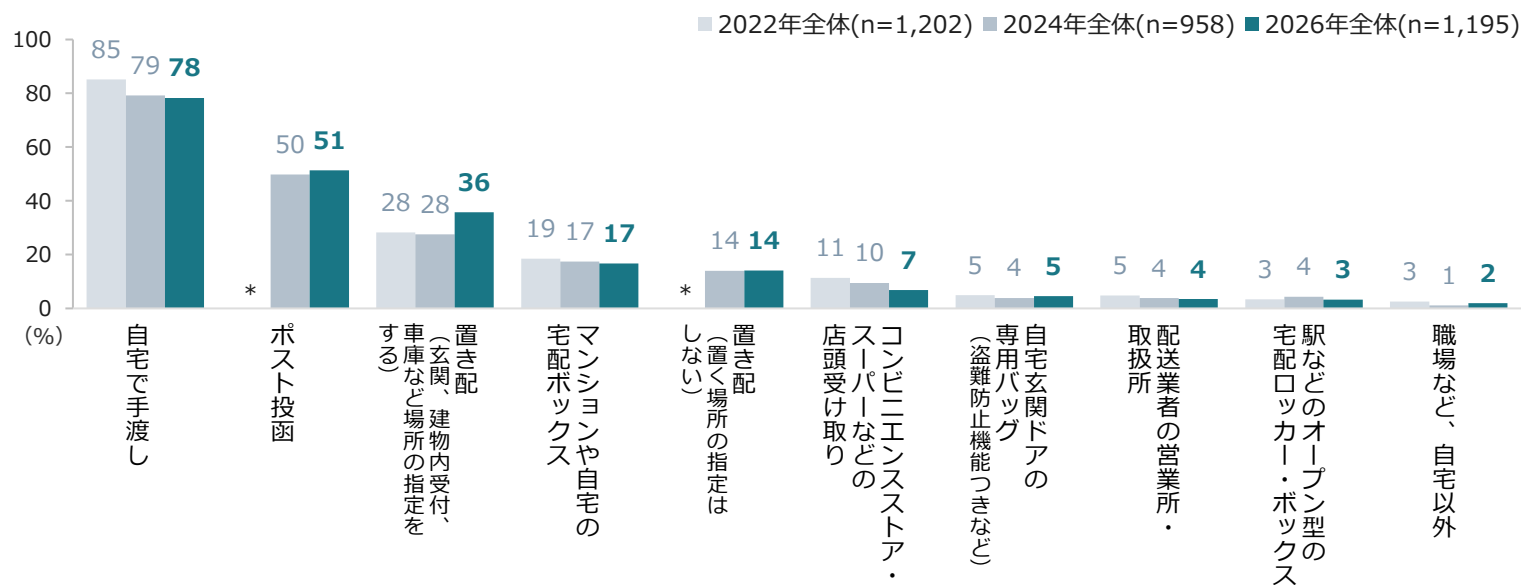
- ✓ **【宅配サービスの利用・受け取り状況】** 直近3か月のフードデリバリー・食材・物品の宅配サービスいずれかの利用率は40%と2年前の結果と変わらない。60～70代の利用率は4割台と高めである。＜図1＞ 宅配サービスの受け取り方法は、「自宅を手渡し」が78%、「ポスト投函」51%、「置き配（場所指定）」36%が上位。2年前と比べ「置き配（場所指定）」は8pt上昇した。＜図2＞ 初回配達時の受け取り状況については「ほぼ全て受け取れている」人は67%を占め、年代が上がるほど受け取り率は高まる。＜図3＞
- ✓ **【梱包に対する不満点】** 宅配サービスの梱包に対して「商品に対して梱包が大きすぎる」「ゴミ出しが手間」「緩衝材を捨てる手間がかかる」が不満点としてあがる。2022年以降、不満点は低下傾向にあり、梱包のダウンサイジングや緩衝材の脱プラスチックなど企業のサステナビリティ活動の成果による低下と推察される。＜図4＞
- ✓ **【物品宅配の利用理由・不満点・困ったこと】** 直近3か月以内に物品宅配を利用した人は、「ネット・通信販売の方が価格が安い」52%、「送料が安い・無料」45%、「お店では入手できないものだから」41%を理由に利用している。＜図5＞ 物品宅配は「実際に商品を見て選べない」「注文から届くまでに時間がかかる」「配達料金がかかる／高い」などが不満点としてあがる。＜図6＞ 困った点では、「雨の日に置き配されてしまい段ボールがかなり濡れた」「家に居るのに不在票を置いていかれる」など置き配や受け取り時のトラブル、「誤配達で品物が紛失した」「配達員が怖い、扱いが雑」といった声が聞かれた。＜図7＞

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20261022delivery>

＜図1＞ 直近3か月間の宅配サービス（フード、食材、物品）利用状況（単一回答）

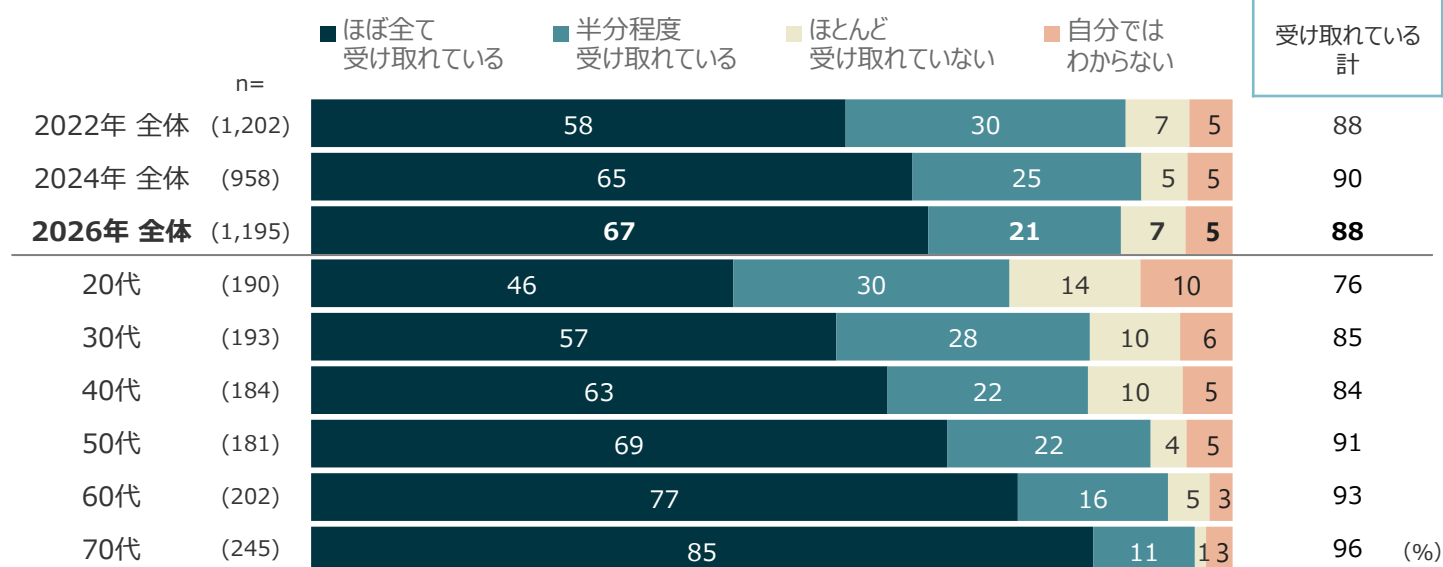


＜図2＞ 宅配サービスの受け取り方法（複数回答）※ベース：いずれかの宅配サービスを直近3か月以内に利用した人／上位10項目を抜粋

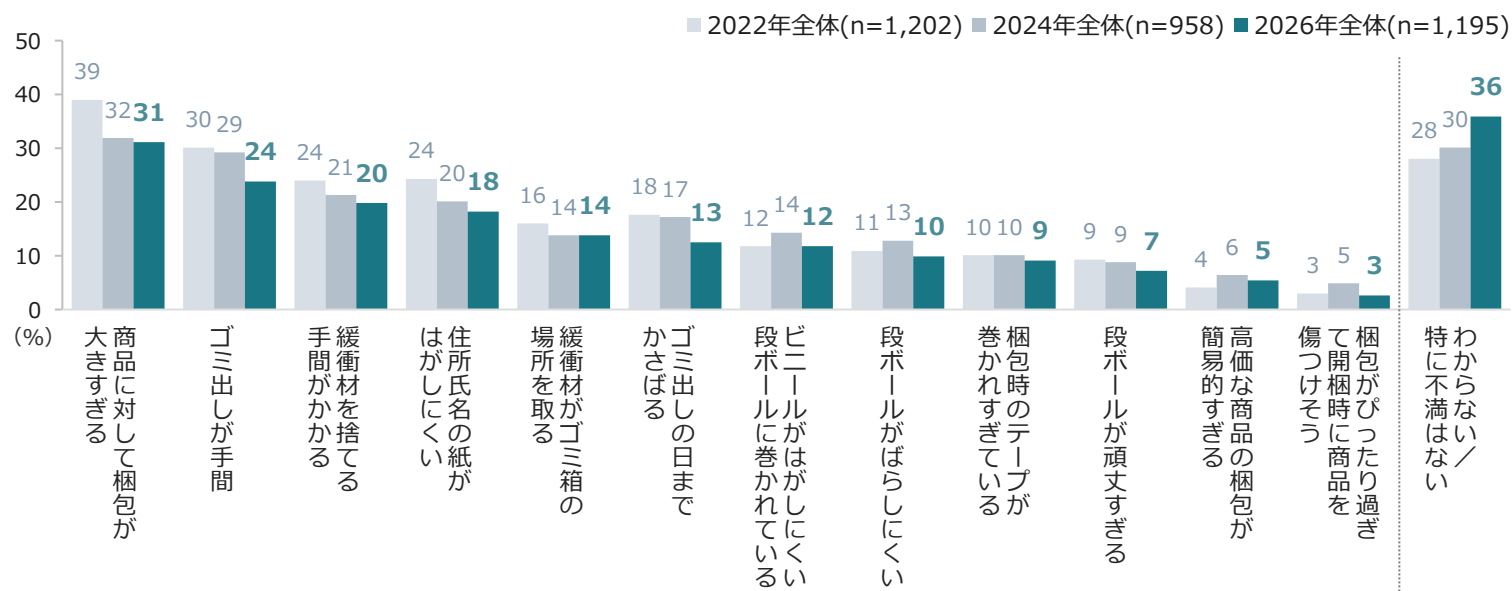


*2022年は非聴取

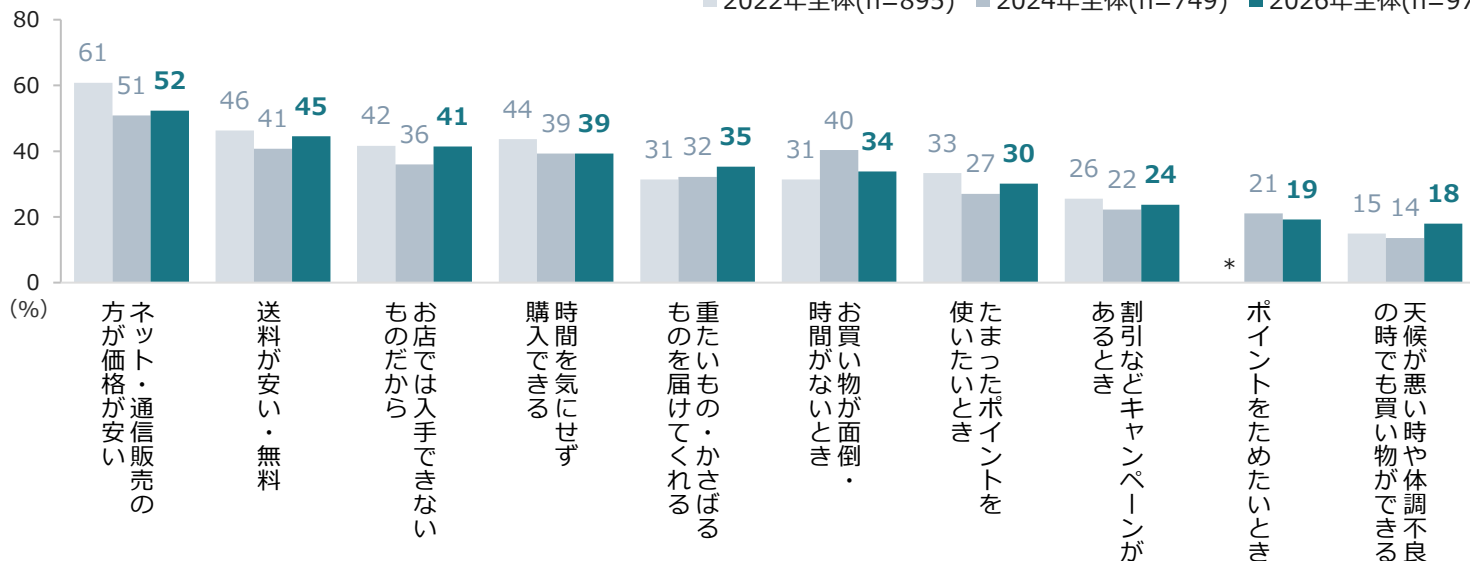
＜図3＞ 初回配達時の受け取り状況（単一回答）※ベース：いずれかの宅配サービスを直近3か月以内に利用した人



＜図4＞梱包の不満点（複数回答）※ベース：いずれかの宅配サービスを直近3か月以内に利用した人

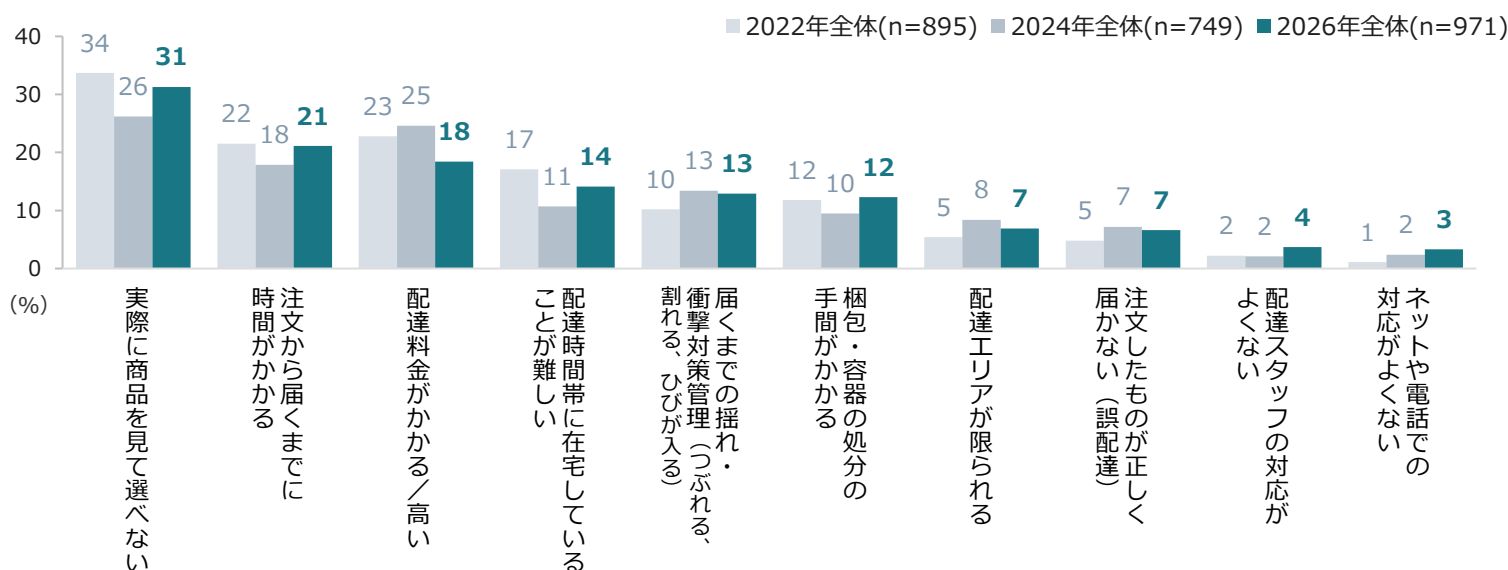


＜図5＞ 直近3か月間に物品宅配を利用している理由（複数回答）※ベース：直近3か月以内に物品宅配を利用した人／上位10項目を抜粋
■ 2022年全体(n=895) ■ 2024年全体(n=749) ■ 2026年全体(n=971)



*2022年は非聴取

＜図6＞ 物品宅配の不満点（複数回答）※ベース：直近3か月以内に物品宅配を利用した人／上位10項目を抜粋



＜図7＞ 物品宅配を利用して困ったこと（自由回答一部抜粋）※ベース：物品宅配の利用経験者

置き配トラブル

- 雨の日に置き配されてしまい段ボールがかなり濡れた
- 置き配を指定していないのに勝手に置かれた
- 在宅しているのに、宅配ボックスに重い荷物を入れられた

受け取り時間の遅延やすれ違い

- 家に居るのに不在票を置いていかれる
- 時間指定が3時間単位のため、自宅で待っている時間が長くなる
- 時間通りに来なかった
- 再配達になるのが面倒

誤配送や配達員の態度

- 誤配達で品物が紛失した
- 玄関の外で送り主と商品名を隣に聞こえる声で読み上げられた
- ご近所の違う家に届けられる事が数回あった
- 配達員が怖い、扱いが雑

■レポート項目一覧

- ☐ 属性設問（性別/年代/居住地/婚姻状況/同居子ども有無/同居人数/職業/居住形態/世帯年収/テレワーク頻度/共働き有無/ポテンシャル・ニーズ・クラスター）
- ☐ 調査結果サマリー

▼宅配サービス全般編

- ☐ 3か月以内の宅配サービス利用経験
- ☐ 宅配BOXの有無
- ☐ 宅配サービスの受け取り方法/最も多い受け取り方法
- ☐ 「日時指定」の利用有無
- ☐ 初回配達時の受け取り方法
- ☐ 再配達を少なくするための方法
- ☐ 梱包についての不満点
- ☐ 利用時に重視する点/最も重視する点

▼物品（食べ物以外）宅配編

- ☐ 物品宅配サービスの利用頻度
- ☐ 利用したサービス
- ☐ 3か月以内に購入したもの
- ☐ 利用している理由/最も重視する点
- ☐ サービスについて不満点/最も不満な点
- ☐ 利用して困ったこと（自由回答抜粋）
- ☐ 改善してほしい点（自由回答抜粋）
- ☐ 物品宅配を利用していない理由
- ☐ 物品宅配の利用意向
- ☐ 利用意向のある理由（自由回答抜粋）

▼参考資料

- ☐ ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/20261022delivery>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
調査地域 : 全国47都道府県
調査対象 : 2026年：20～79歳の男女
2022年・2024年：20～69歳の男女

調査期間 : 2026年：9月16日（水）～17日（木）
2024年：9月6日（金）～7日（土）
2022年：9月27日（火）～28日（水）
有効回答数 : 2026年：本調査3,000サンプル
2022年・2024年：本調査2,500サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」