プレスリリース 2022.10.14

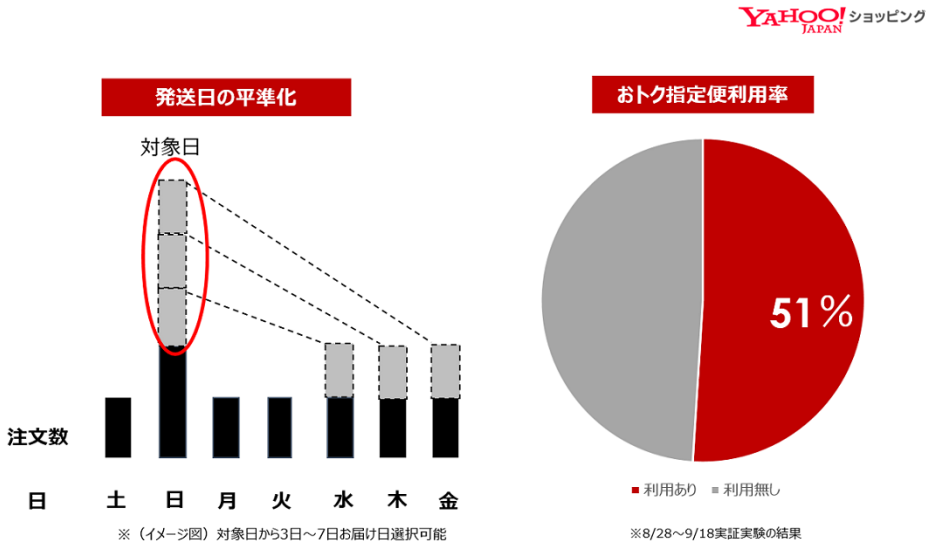
ヤフーとアスクル、LOHACOで標準より遅いお届け日指定でPayPayポイントがもらえる「おトク指定便」の実証実験が好評につき、実施を継続

ヤフー株式会社
アスクル株式会社

～ 実証実験では、約半数のユーザーが利用し、特に30～60代の女性が多い傾向 ～

URL：https://shopping.yahoo.co.jp/promotion/campaign/otokushiteibin/

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）とアスクル株式会社（以下、アスクル）は、2022年8月28日（日）から10月9日（日）まで、アスクルがYahoo! JAPANの協力により運営する一般消費者向けの日用品ショッピングサイト「LOHACO Yahoo!店（旧LOHACO PayPayモール店）」「LOHACO by ASKUL（LOHACO本店）」（以下、総称してLOHACO）で、標準より遅いお届け日指定でPayPayポイントがもらえる「おトク指定便」の実証実験（以下、本実証実験）を行いました。
その結果、期間中、約半数のユーザーに利用され好評だったため、10月15日（土）より対象日を毎週日曜日から「5のつく日」に変更し、継続して実施していきます。



本実証実験は、特定日の荷物量増加に伴う物流（出荷・配送）負荷を分散させることで物流の安定確保や効率化といった物流業界におけるサステナブルな活動を実現することを目的に、注文が集中する毎週日曜日を対象に、8月28日（日）から10月9日（日）まで実施しました。

その結果、全体の注文者のうち、想定を上回る51％のユーザーが本実証実験を利用しました（※1）。付与ポイントが最大30円時で54％、最大20円／15円時でも48％と、金額にかかわ

らず約半数のユーザーに利用されていました。利用しているユーザーの属性は、30～60代の女性が多く、コスメや食品（缶詰、スープ）などの、すぐ届く必要のないものが、期間中に売れる傾向でした。一方、ベビー・キッズ関連商品、日用品などすぐに必要になるものは、最短到着日指定の配送利用が多く、商材によって、ニーズが分かれる結果となりました。
物流観点で見ても、お届け日を分散することで、狙いとしていた出荷の平準化を達成することができ、ユーザーも満足し、ストア・物流の課題も緩和できる双方にとって良い取り組みとなっています。

ストア向けに実施したアンケート（※2）によると、出荷逼迫の課題感を感じ、本実証実験を利用してみたいと答えるストアは、半数以上の55%になりました。また、ユーザー向けのアンケート（※3）でも「本実証実験を利用してみたい」と答えたユーザーが、約91%と非常に高く、ストア、ユーザーともに需要の高さがうかがえました。
今後は、キャンペーン終了に伴い、対象日を毎週日曜日から「5のつく日」に変更し、日用品や食品以外にも「Yahoo!ショッピング」の家電やファッションカテゴリなどを扱う全ストアへの展開を視野に、引き続きユーザーニーズを把握していきます。

【実証実験の概要】
■対象店舗：
LOHACO Yahoo!店 https://store.shopping.yahoo.co.jp/y-lohaco/
LOHACO by ASKUL（LOHACO本店）（※4） https://lohaco.yahoo.co.jp/

■実施期間：
2022年10月15日（土）～終了日未定　「5のつく日」の注文が対象

■注文条件（※5）：
LOHACO Yahoo!店： 3,980円（税込）以上／1注文
LOHACO by ASKUL（LOHACO本店）： 3,300円（税込）以上／1注文

■付与ポイント：
お届け希望日欄にて選択した日程に表示されている付与ポイント数をご確認ください。

■付与日：
注文日の翌月第一週目付与予定

※1 8月28日～9月18日の対象日の「LOHACO Yahoo!店」における利用者平均値
※2 Yahoo! JAPAN調べ、回答ストア数：777ストア（最大値）、回答期間：2022年9月14日～22日
※3 Yahoo! JAPAN調べ、回答者数：1,116人（最大値）、回答期間：2022年9月26日～28日
※4 直送品を除く「LOHACO by ASKUL」の商品が対象です。
※5 10月14日時点。ご注文金額の合計（クーポンを適用した金額）であり、送料・手数料は含みません。

本実証実験の延長により、より多くのユーザーにお得なお買い物体験を創出し、配送日を分散して配送サービスへの負担も軽減することで、みんなに優しいサービスを目指します。

「情報技術のチカラで、日本をもっと便利に。」をミッションに掲げるYahoo! JAPANは、本実証実験により、配送に関するユーザーのニーズを把握、検証するとともに、今後、対象店舗の拡大やキャンペーンの内容を検討し、「欲しいものが欲しいときに届く」「欲しいものがお得に届く」といった、さらなるお買い物体験の向上に努めていきます。