

スモールエリアデポ コンビニエンスストアバージョン

Vol. 1

2002年8月

株式会社エルディ

 Logistics Development Inc.

1)はじめに

「ヒト」「モノ」「カネ」「情報」という基本の枠組みにおいて、各コミュニケーションツールの発達によって、「情報」を運ぶ距離は確実に短くなっています。「カネ」も金融決済手段の多様化等により、その価値流通の部分に関しては確実に以前とは様相を異にするようになり、まさに「便利な世の中」の進行はビジネス・生活の両面において顕著であることは既に周知の事だと思えます。しかしながら、「ヒト」の部分ははどうでしょう？その他の要素に比べると悪く言えば「旧態然」よく言えば「ヒトは昔からヒト」として変わらぬその良さを発揮し続けているとも言えるかもしれません。

物流会社である株式会社エルディは、どんなにコミュニケーションツールが発達したとしても距離を縮めることのできない「モノを運ぶこと」に従事しながら、業界特有の「ヒト」の性質や、競争激化に起因する交通問題、各業態業種が複雑に入り組む物流事情等に頭を悩ませて来ました。モノを運ぶのがヒトである以上、そこには必ずハイタッチな感覚が必要だと感じてきましたし、それはeコマースの発達によってよりスポットがあたることになってくると考えております。弊社は「スモールエリアデポ」という新物流形態を通して、地域密着・ハイタッチ・効率化を実現し経済の活性化・生活環境の向上に寄与したいと考え、新しいサービスの研究及び開発を進めております。

2002年8月 株式会社エルディ
代表取締役 川底孝一郎

2) スモールエリアデポとは？

小規模地域内、例えば団地・商店街商圈・ビル・再開発街区等の中にロケートし、その域内の物流を一手に引き受けるもの。

域内⇄域外の宅配物集荷・配送の一括窓口として域内住民・勤務者の利便性を向上するとともに、各大手宅配業者の効率化にも寄与し、また物販においても複数店舗の共同配送を実現することにより、これも消費者・事業主双方にメリットのあるサービスを提供。

域内においては各データベースを充実させ、消費行動分析による効果的なマーケティング、消費者にとっては「かゆいところに手が届く」サービスを実現。

最大の特徴として「アテンダント」(配送員)教育を徹底し、従来型物流従事者のイメージ払拭と、ハイタッチなサービス提供を可能にする。

3) 活動事例

①大手酒類小売企業との協業による宅配事業

酒販・ドライフーズを中心にドラッグFC等も手掛け、豊富な日常消費商材をもつ企業と、ハイタッチな配送を目指す弊社が協業して、新しい概念の宅配サービスを提供。

②域内物流統合事業

1) 都内中規模団地デポ

団地内にデポを設け、大手宅配事業各社経由の宅配物の一括受領及び発送を請負。

「ラストワンマイル物流版」を実現し、地域密着による住民利便性の向上と宅配事業各社の効率化双方に寄与することを目指す。

2) 都内大規模再開発街区分デポ

基本的なコンセプトは上記と同じ。規模・ビジネスユースを踏まえたシステム導入が必要であり、街区完成に合わせた各提案を実施中。

③商店街共同宅配事業

商店街内空店舗を利用してデポを設置、各店舗への呼びかけにより効率的かつ周辺住民の利便性に大きく寄与するものとしてテストマーケティング地区を選定中。都内・近郊・地方都市等において運用方法・地域特性等の把握・パッケージ収支等のノウハウを固めた上で全国展開を計画。

(具体的なイメージ)

- ・ビールケースとレンタルを届けた帰りにクリーニング品を預かる。
- ・域外からの宅配物を届けた際に「そろそろお米は大丈夫ですか？」と声掛け
- ・記念日の日に「〇月〇日は、お花とケーキをご用意しておきますか？」と連絡 等々

④高付加価値配送サービス事業

特定企業荷主の配送業務請負により、マーケティング&セールス・設置等サービス・クレーム窓口業務等を付加し、企業業績及びCSの向上に寄与。

4)だからこそコンビニエンスストア！

地域密着、地域活性化という観点からパートナー先を、商店街或いは、小規模なスーパーマーケット様等に限定して、ご提案をして参りましたが、なかなか双方が共に利益を上げるスキームが創れず、事業が進捗していない現状でございます。

店側は高品質の宅配サービスは是非行いたい、しかし費用対効果を考えると採算が取れない配送業者側は低価格で高品質な配送をするには、ボリュームが少ない(採算が取れない)との理由で事業が進みません。また、他の業者さんでの成功事例もほとんど聞こえてきません。

しかし、今後の高齢化社会や環境問題を考える上で、絶対に日本の物流及び、小売の仕組みを変え、住み良い生活環境を創造する必要があります。その為にはインフラ整備の進んでいるコンビニエンスストア様が本企画をご提案させて頂くのに最適であると弊社は考えました。

「究極のコンビニエンス！」

コンビニエンスストアに行く事の出来ない人々も、これでコンビニエンスストアのある快適生活を送ることが出来ます。

日常的に
必要なもの
いっぱい

お客様の声
から新商品を
開発します

各種サービス
取次ぎます

欲しい時に
すぐお届け
します

なくなりそうな
時に前もって
届けます

“3H”の宅配！

- ・人として (Humanity)
- ・親切 (Hospitality)
- ・誠実 (Honesty)

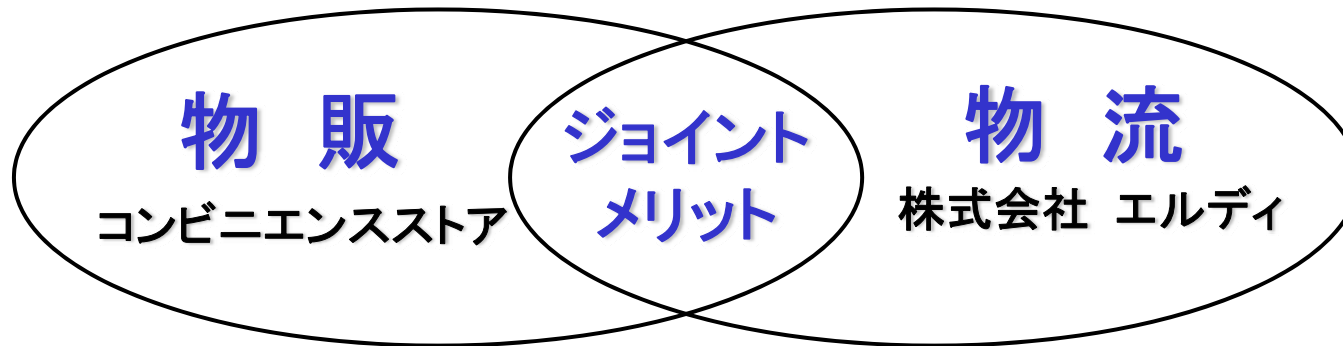
配達員の
笑顔も一緒に
届けます

他店の商品も
お届けします

24時間
365日
安心です

困ってる事は
配達員が
お聞きします

欲しい物
配達員が
お聞きします



通常、宅配業は物販先導であり物流はデリバリーだけ、
という商品力(安価・多様な品揃え)だけに頼った
ワンウェイのみのサービスプロバイター。

しかし

日常生活消費をあつかうコンビニエンスストアと、
Face to Faceの濃やかな物流をめざす(株)エルディとのジョイントにより、
ただ商品を運ぶだけのワンウェイとは違う、

双方向のコミュニケーション展開を図ることができる。

宅配市場環境

●核家族化および共働き世帯の増加にともない、ケータリングデリバリー(本格的中華・イタリアン等)の需要が多い

●企業の合理化、経費削減にともないASKUL KAUNETに代表される文具・オフィス用品の宅配事業の拡大

●老人世帯の増加に伴い am pmの宅配、花王のおむつ宅配、コムスのケア人材派遣等、老人ケア商材の需要拡大は今後もみこめる

ターゲット設定

日常的に忙しく、家事等に時間がさけない

発注→納品がスピーディ
消耗品のストックは必要ない

買い物へ行けない

「利便性を求める」および
「日常生活にケアが必要」な人

5) 取扱業務例

1) 自店商品の配送

メリット1: 地域社会への貢献

メリット2: 売上UP

2) 他店商品の配送1 (同地区で自店販売していない物)

メリット1: 地域社会への貢献

メリット2: 物流費削減 (稼働率UP・共同配送による車両削減)

3) 他店商品の配送2 (通販品・オフィスサプライ品等)

メリット1: 売上UP (代理店等)

メリット2: 物流費削減 (稼働率UP)

4) 宅配便の配送 (各大手運送会社の荷物 & メール)

メリット1: 物流費削減 (稼働率UP)

メリット2: 共同配送による地域内での車両総数の削減

5) その他サービスの提供 (保険・クリーニング・リネン・廃棄物・介護・etc)

メリット1: 社会貢献

メリット2: 個別訪問により地域密着、顧客密着の機会増

6) 将来的には自前での全国配送が可能

メリット1: 各店ごとの配送準備が出来上がった段階で、路線を付加し独自全国配送網完成

メリット2: 個別訪問により地域密着、顧客密着の機会増

6) 人材確保について(優秀な配送員・アテンダント)

1) 個人配送業者の現状

現在、日本全国に軽自動車配送の個人事業者が約50,000名います。
その内の半数以上の方々が、仕事量が少ない事でご苦勞をされています。
しかし、その中には多くの優秀な人材の人達があります。

2) 中高年、女性など

中高年の方々や、女性も活躍する事が出来ます。

3) 店員の方々も

勿論、コンビニエンスストア店員の方々も優秀な人材として活躍して頂きます。