

## 平成14年度 あずかロッカー実験事業の概要（第一次）

本年度の事業概要の前に、前年度の「あずかロッカー実験事業」について整理しておく。

### 1. あずかロッカーとはどのようなサービスなのか

一言で説明すると「配送物品受取代行サービス」です。ご不在がちで宅配品を受取れずお困りの方の為に、あなたに代わり配送品を受取り預かり、それをあなたのご都合の良い時に受取に来れる、最近の新築マンションに設置されることが多い「宅配ボックス」的なサービスです。以下は、業界新聞様との懇談会で頂いた質問とその答えです。

#### Q1. 既存サービスとの違いはどこですか。

ありそうでなかった新しいサービス。類似のサービスを記述するが、どれも異なる。

1. 郵便局には私書箱や局留めサービスがあるが発送元が郵パックを選択しないと全く利用出来ない。
2. 宅配便で配送先が不在の場合、宅配便の最終配送所で預かるが、配送所での留め置きは一般化していない。
3. コンビニ等での発送時の受付代行や業者の集荷代行は一般化しているが、配達時の荷物の預かりはない。
4. コンビニ等では、本部等が運営するネットショッピングでの購入品を受け取れるが、他の物の受取はない。
5. 駅等の200 - 300円でのコインロッカーがあるが、ロッカー宛に物品を郵送することは出来ない。

#### Q2. どのようなきっかけでそのサービスを思いついたのですか。

不在票を見て再配送を依頼したが、思う時間にこなくて、大切な時間を潰してしまった。その自分の体験から不満の解消方法をビジネスモデルにしました。

#### Q3. 不在が多くなおかつ自分で取りに行きたいというニーズは絶対数として少なくないか。宅配業界の市場規模は年間30億個。不在での持戻率は30%。全体の1%がニーズでも需要は3千万個、1個200円でなんと60億円。実際、休日の郵便局は不在受取で混雑している。

#### Q4. なぜガソリンスタンド業界が「あずかロッカー」サービスに適しているのですか

1. S Sの拠点数は全国約5万ヶ所で、郵便局やコンビニより多い。
2. S Sの平均的な敷地面積(812㎡(H12年度))はコンビニ店舗の数倍あり、預かり物品を受け取りに来た方の駐車スペースや若干の倉庫スペースは一応確保出来る。
3. POS等の普及率が高くクレジットカード決済機能等を既に備えている。
4. 視認性が高い好条件に立地、営業時間が比較的長い。業界として多角化を摸索中。

#### Q5. 「あずかロッカー」のサービスの受渡拠点は全国に何箇所くらい必要ですか

全国一斉のマクロ的な展開を図り、例えばカーコンビニクラブさんのようにテレビCMも打って、最終的に1 - 2万箇所あれば理想。しかしS S単位では右写真のS Sにとっての見込客はお隣のマンション。1 S Sからモールスタートし全国展開する方法もある。



#### Q6. 元売の評価は？

高い評価も加盟SSの系列限定が残念。

#### Q7. 物流関係者の評価は

高い評価も宅配会社の物流拠点数で異なる。

#### Q8. 全石連の評価は

多角化委員会でご提案し好評であった。

#### Q9. 補助金申請のきっかけは

補助金の使用用途として物品購入はむずかしいが、システム開発費等には理解がある。加盟S Sも本部もランニングコストを抑えられるシステムを補助金で構築出来るなら、私が汗をかいてみようと思った。

#### Q10. はじめにハードありきではだめだということですね。

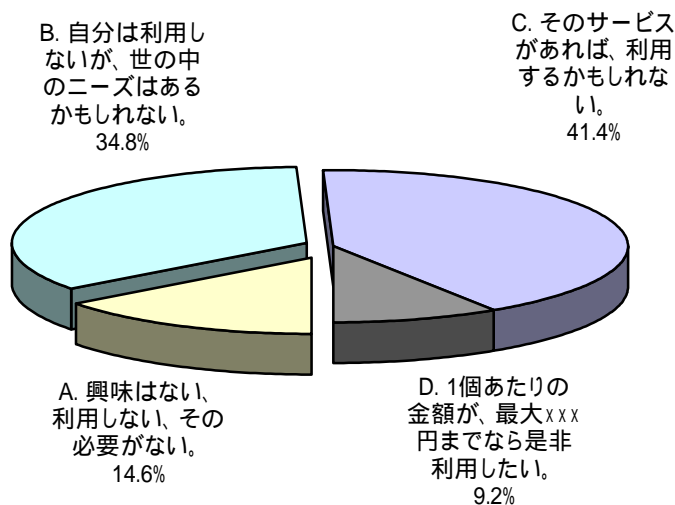
その通り。ロッカーと名が付いているが、システムの総称でハードを買う訳ではない。

## 2. 一般の顧客ニーズはあるのか！（ニーズ調査結果）

今回の補助事業では、お客様にとって「本当にニーズがあるか」を大切にするようご当局よりご指導を頂いたのでニーズ調査に重点をおいた。対象は、SS客、近隣住民、全国の一般消費者。そして、何項目かの質問の後の下記の内容を聞いた。

Q.郵便局の私書箱や局留め配送不在時の保管などのサービスは発送元が郵便でないと利用できませんが、一般の宅配会社の配送品等も含めて、あなたへの配送物品の受取代行サービスが、ガソリンスタンドで出来るとしたら、利用して見たいですか。

**結論! ニーズは間違いなくある!**  
 「あずかロッカーサービス」があれば、  
 「是非利用したい」が全体の10%弱、特に近隣住民では15%!  
 「利用するかもしれない」という潜在利用者予備軍を含めると、  
 概ね半数を超える方々から評価を頂いた!  
 (是非利用したいとする人の1個あたりの手数料は、平均210円)



	来店客		近隣住民		一般(HP)		合計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
A. 興味はない、利用しない、その必要がない	62	12.4%	108	18.8%	43	11.3%	213	14.6%
B. 自分は利用しないが、世の中のニーズはあるかもしれない	216	43.3%	160	27.8%	131	34.3%	507	34.8%
C. そのサービスがあれば、利用するかもしれない	190	38.1%	223	38.7%	190	49.7%	603	41.4%
D. 1個あたりの金額が、最大XXX円までなら利用したい	31	6.2%	85	14.8%	18	4.7%	134	9.2%
合計	499	100.0%	576	100.0%	382	100.0%	1457	100.0%

### 3. 今回の実用化実験事業の結論

#### 結論1 ニーズはある

SS利用客 SS近隣ユーザー 全国の消費者 に行ったニーズ調査が、対象者別での回答の差がほとんどなく「もしこのサービスがあれば利用してみたい」という回答が約50%以上であることから、あずかロッカーサービスに対するニーズは間違いなくある。不在時のみ預かってほしいという日常的なニーズは、極力低価格(無料から200円程度)を望んでおり、宅配会社との提携を希望している。その一方、自宅でも職場でもない第3の受取場所としてのニーズについては最大1000円でもよいという答えもあり、この二つのニーズは別な物として捉えたほうがよい。

#### 結論2 高い従業員のオペレーション能力を要する

本サービスが全く新しいサービスということもあるのか、SS店頭での横断幕やポスター等の告知だけでは、興味は示すものの、会員登録までには至らなかった。従ってSS店頭では、インターネットに常時接続されたパソコン等を用いて説明するなど、SS従業員に高度なオペレーション能力が必要とされる。この点は、全国展開をする時点で、事業参加希望者に事前に十分説明するとともに、今後入会やサービス申込のシステムをより簡略化して行く必要があるだろう。

#### 結論3 SS業界の関心や評価については、サンプル数が少なく結論が出せない。

SS業界並びにSS関連業界向けのアンケートの内容は、概ね好意的であったが、回答数が当初予定していた300件には遠く及ばなかった。回答方法がインターネットHPからの回答氏が無かったことは反省。また本サービスへ興味がない場合は、アクセスすらしめない事を総合的に勘案すると、これが業界平均的な意見ではあるとは考えてはいけないだろう。

#### 結論4 収益事業と呼べる段階ではない。

期間中の新規会員登録者数は198名。実利用者数は141名、延べ利用回数は172件。収入 合計 37,400円 1日1SS当、1個200円、SS側の経費は、5,500円/月(パソコン費用3千円既存品があれば0円 販促費2,500円)程度なのでデメリットは低いが残念ながら現状では、収益ビジネスモデルとして全国展開を図れるレベルのものではない。今後、利用システムの更なる簡略化とともに、宅配業者や起爆剤となるような他業種との連携が必要である。

#### 結論5 地域貢献としては、有益な事業だが

ガソリンを利用しない近隣ユーザーとの交流にはなるので、地域貢献事業としては有望だが、営利事業として成り立たない事を「地域貢献」に置き換えてしまうのは「言い訳け」である。

#### 結論6

「不在時のみ低価格で預かってほしい」という一般的なニーズを事業化するには、SS近隣の宅配事業者と何らかの提携が必要である。但しその提携は単なる下請けや孫請けではなく対等かつ適正料金を目指して、その一般的な提携モデルを今後探求して行きたい。

#### 4. 今回の反省と今後への対応

##### 1. ユーザーニーズ調査は大成功 上記結論参照

##### 2. S S 業者及び S S 関連業界への関心度調査

期待していた程の回答数が得られなかったが、インターネットHPにアクセスして答えてもらうという方法が失敗。特に高年齢の経営者層にとっては、適切な方法ではなかった。また、経営多角化や高度化の事業について、同じ業界人として関心が高く、我々の活動は好意的に見て頂いているはずだ、と勝手に解釈し、予算と労力をかけなかったことも反省点。半面、会合等で業界関係者にお会いした時お伺いしてみると、業界新聞の記事等はかなり見て頂いており、面白いサービスであるという認識はもって頂いたようだ。直接対面アンケート形式にしてからは、回答数も増え始め累計で100件には達した。しかしその結果が極めて好意的であることは、業界全体の平均的な意見であるとは考えてはいけないうだろう。消費者からのニーズがあっても、S S 経営者の参加がなければ、事業としては成り立たないので、直接対話や郵送アンケートで再度、周知しその関心度を調査をしたい。

##### 3. 会員登録と利用実績について

残念ながら期待した程は、伸びなかった。実際に新規会員登録が軌道に乗り始めたのは、11月下旬の頃だったが、最も宅配品が多い年末において、それ程の利用がなかったという事実は、冷静に受け止めたい。その理由がサービスそのものがよく理解されていないのか、改良の余地があるのか不明。出来ることならもう少し実験を継続して調査してみたい。

##### 4. お客様の声としてヒントとなるのは

最初から S S に送るのではなく、自宅に不在時のみ「あずかロッカー」に自動転送するシステムを宅配業者と協議してくれないか。宅配業者が再配送で苦労しているなら、そちらから費用をもらえないものか。このお客様の究極のニーズはH15年度の実験で検討したい。

##### 5. 予想外の嬉しいニーズも発見!

「不在持ち戻り」を想定していなかった都心部や商業地区でも、あずかロッカーの法人向けのニーズがあるかもしれない。例えば電話番号なら、留守録電話や転送電話で「秘書代行サービス」がある。同様に「配送物品受取代行サービス」が存在する可能性は十分にある。

##### 6. 宅配業者の意見

- . 当該 S S 近辺での持戻率は約30%。「時間指定サービス」等でも、あまり改善されない。
- . 複数回の再配送で当日中95%、週末等1週間以内が99%、しかし発送元返送も1%弱ある。
- . 再配送コストが、1個当たり幾らかは、明言出来ない永遠の課題と言えるのではないか。
- . 私見だが、宅配業界と S S 業界は提携の余地があると思う。色々やってみたい。

##### 7. 平成15年度への課題、宅配会社やそして異業種との提携へ

次年度も補助金受給者とさせて頂いたら単なる継続ではなく、「宅配会社との業務提携」や「不在時にあずかロッカー S S に自動転送する方式の確立」更には「通販やネット販売業界と提携」等を模索していきたい。そして近い紹介この事業が、特定の元売や弊社のような特定の企業ではなく、補助金による草の根活動から立ち上がった地域や系列を超えた S S 業者の収益事業として、全石連や各県石商のブランドで、全国展開が実現すれば幸いである。

##### 8. 物流におけるラストワンマイルを S S 業界が握れ

通信業界ではラストワンマイルという表現がある。IT、ネット、通販、SOHO、少子化、核家族時代だからこそ配送品の最終受渡拠点は必要。車での来店、保管スペース、視認性、コンビニに真似の出来ない立地とハードでガソリンに依存しない地域密着経営の実現を目指そう