



上・下／新聞の配達スタッフが宅配に向かう。主に夕方から夜間にかけて配達するため、在宅率も高く効率が良い

具体的な仕組みとしては、宅配会社などが新聞販売店まで荷物を運ぶケースと、逆に新聞販売店が宅配会社の拠点まで取りに行くケースとの二通りがある。そこからは配達スタッフの空き時間を活用し、軽自動車やバイクを使って店舗周辺のエリアで荷物を届ける。実際には、夕刊を

の配送を請け負い、そこに全国に約一万七〇〇〇店、配達スタッフ数約三〇万人といわれる新聞販売店を活用する仕組みを考察。すでに大手宅配企業との取り組みをスタートさせている。

毎日、朝刊や夕刊を届けてくれる新聞の配達スタッフが、宅配便の荷物まで運んできてくれる——今、こんな新しい取り組みが生まれて、注目を集めている。

「EC業界が年々伸びていく中、数年前からドライバー不足でお客さまの荷物を運びきれなくなるのではないかと、事業者側の不安の声が大きくなつてきました。一方で運送業界では、ドライバーを募集しても同業

界全体ではその数は増えています。これまで運送や宅配の経験のない人に関わってもらえる取り組みがないかと考えたときに、着目したのが新聞販売店だったのです」

#### CASE 04

## 全国の新聞販売店を拠点に空き時間を活用して配達

ラストワンマイルソリューション

### 配達の担い手として異業種の新聞販売店に着目

代表取締役の近藤正幸氏は、こう説明する。同社の設立は二〇一七年。もともと近藤氏は大手運送会社の社員で、宅配や物流を取り巻く現況に危機感を抱いており、新聞折り込み広告の自動丁合機メーカーとの共同出資で会社を立ち上げた。

同社では宅配業者やネット通販企業などから、ラストワンマイル部分の配達を請け負い、そこに全国に約一万七〇〇〇店、配達スタッフ数約三〇万人といわれる新聞販売店を活用する仕組みを考察。すでに大手宅配企業との取り組みをスタートさせている。

「最初にその販売店で扱える許容範囲をきちんとヒアリングして、まずは無理なくできるところから始めてもらうというスタンスです。例えばこのエリアで夕刊業務を終えた後なら、このくらいのボリュームで対応できるのではないかといった基準値は、われわれの側で設定しています」

現時点ですでに配達を始めている新聞販売店は、東は関東から西は関西までの約八〇店舗。近々には二〇〇店舗まで増える予定である。

将来的には、配達と受け取り両方を手掛ける新聞販売店を全国一八〇



代表取締役  
近藤正幸 氏

○店舗に、また、配達はできないが受け取りのみに対応できる所を五〇〇〇店舗にするのが目標だ。

## 地域の人の安心にもつながり配達スタッフの意欲も向上

この仕組みは順調に動き出しており、実際に配達を行っている新聞販売店に寄せられる消費者からの声も、おおむね好評だという。

印象的だったのは、「今日は荷物を届けているんだね、ありがとう」とお客様に声を掛けられて非常にうれしかったというスタッフの声。地域の方も安心感や信頼があつての反応だと思うし、スタッフのやりがい



宅配の際に使うバイク。配達の際はスマホなどを使ったクラウド型システムを活用していく予定だ

にもつながっているようです」

近年は新聞購読者の減少により、新聞販売店の数自体も減ってきてる。一方で、宅配の荷物量は増加を続けて配達に困難が生じている中、双方の業界にとつてWIN-WINの仕組みにしたいと近藤氏は話す。

「例えば配達スタッフの中には、収入を増やすために別のアルバイトをしている人も実はたくさんいます。宅配の仕事が加わることによって、新聞販売店にとって、人が採用しやすくなるというメリットも生まれるので」

今後、同社では、この仕組みを発展させ、オープントラックフォームとして、物流・宅配やEC・通販関連はもちろん、さまざまな企業のラ

ストランマイル需要の受け皿として機能させていく構想だ。また、配達の部分も、店舗と配達できる人や車などがそろついて、かつ需要が減少している業界とは広く手を結んでいくことを視野に入れている。

最終的に目指すのは、地域の人にとっても利便性が高く、同時に安全、安心、信頼を確保できる「新たな社会インフラ」の構築だ。ラストワンマイルソリューションの挑戦が、これから本格化していく。

## 深刻化する宅配クライシス 一度で荷物を受け取れない

近年、インターネットを利用したECの伸びとともに宅配便の取り扱い個数は急伸している。国土交通省の調べによると、直近五年では約六億個増加し、二〇一七年度の取り扱いは約四二・五億個に達した。

ところが、それらの荷物も一回で確実に受け取れるとは限らない。配達しても不在のため、再配達を余儀なくされる割合は宅配便の個数のうち約一五%にも上る。この再配達を労働力に換算すると、年間約九万人

のドライバーの労働力に相当するともいわれる。今後、EC利用がますます進めば、その受け皿となる宅配便の取り扱い件数も増加することは間違いない。サービスの扱い手であるドライバーの不足などの観点からも、早急な対策が求められている。

「ウケトル」というスマホアプリだ。ECサイトで購入した商品について、自動荷物追跡でいま荷物がどこにあるかがわかるようになる。配達日も通知されるため、不在配達の確率を約二〇%減らせる。結果的に商品の破損や汚損、解凍などを防ぐことになり、購入者の満足度が高まる。もちろん、物流企業、EC事業者、顧客の三方の労力・時間のコスト削減につながることはいうまでもない。「スマホはいつも持ち歩いているものなので、いつ荷物が届くかがわかれれば、その時は在宅していよいいう判断ができるようになります。た

CASE 05

## 荷物の追跡と 再配達依頼が ワンクリックで可能に

ウケトル



取締役  
角井亮一 氏