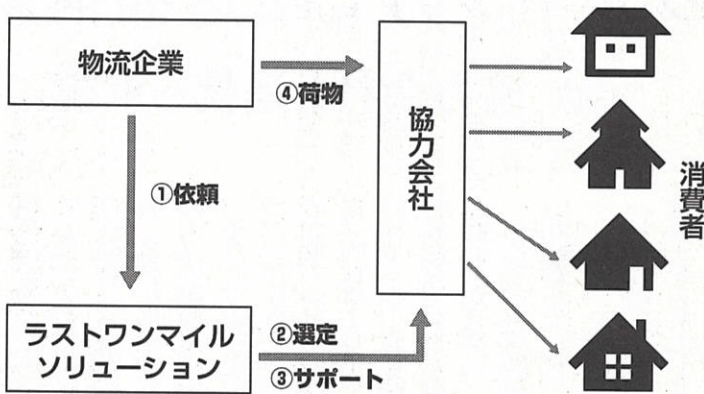


トラック特集

新聞販売店の配送網を活用した新しい配送モデル



ラストワンマイルソリューション

ラストワンマイルソリューション（本社・東京、近藤正幸社長）は、インターネット通販拡大による宅配増加とドラッグストアの輸送網を活用して宅配を行う新しい

消費者

ビジネスモデルを構築。インターネット通販拡大による宅配増加とドラッグストアの輸送網を活用して宅配を行う新しい（近藤社長）。チラシを新聞に折り込む丁合機メーカーのプレッショ、倉庫企業、近藤社長個人と近藤社長が代表を務める別会社の共同出資により設立した。

サービス開始は30年1月。扱うのは物流、小売り、ネット通販企業などから委託された3辺の合計が80〜160坪の宅配貨物。31年3月時点で茨城、千葉、埼玉、東京、静岡、愛知、岐阜、三重、滋賀、京都、奈良、兵庫などで配送している。

各地域の販売店が、事業用ナンバー取得が必要

宅配網維持へ

新たな動き

新聞販売店から宅配 新しい届け方のモデルに

ない新聞配達用の排気量125cc以下のバイクや、営業用ナンバーを取得したバンを使って、新聞の配達範囲と同じ範囲で宅配便を届ける。同一の地域内で提携先を増やすことで、地域に密着したネットワークの構築を目指している。

販売店との関係は、丁合機の販売・整備も手掛けるプレッショの協力を得て構築中。まずは500店、さらに5年以内に1800店を目標とする。

朝刊と夕刊の 配達後を活用

配達時間帯は主に、月曜日から金曜日の朝刊配達後の午前8時〜正午と、夕刊配達後の午後5〜9時。正午〜午後4時の時間帯は「在宅率が低い」ため、基本的に配達し

ていない（同）。貨物は配達時間前に、担当者がバンで依頼主の企業の拠点に集荷に行く場合と、逆に企業が販売店まで持ち込む場合がある。

1日の取扱量は販売店ごとに違いはあるが、平均で約60〜80件分。料金は依頼を受けた企業からラストワンマイルソリューションが收受し、販売店に支払う。

新たなビジネスモデルは、協力する販売店にとっても魅力的だ。新聞配達業務にネット通販配送の収益を上乗せすることが可能な上、その分従業員も恩恵を享受できる。

近藤社長はサービス提供地域の拡大に注力する方針で、「協力してもらえ販売店をどう増やしていくかが鍵」と話す。

（遠藤 俊）