



## 会社概要

ウィルポート株式会社
代表取締役 藤原 康則
所在地 東京都中央区勝ちどき 2-18-1
資本金 1億3,800万円 従業員 33名
事業内容 物流受託事業、地域生活支援物流事業、宅配ボックス事業
URL <a href="https://www.willport.co.jp/index.php">https://www.willport.co.jp/index.php</a>

ワンマイルマッチソリューションの構築を目指し2015年に創業した。「物流受託事業」、「地域生活支援物流事業」(ブラウニー事業、コメットさん事業)、「宅配ボックス事業」(まいどうも事業)の3事業を柱にして、物流の効率化や再配達の削減、省エネルギー化に取り組んでいる。

## ● 事業展開に至る経緯

近年では、ECサイトによるネット販売の驚異的な伸びにより、ラストワンマイル物流の「再配達問題」が顕在化している。再配達問題により、物流側では低賃金(再配達でも同運賃)や人手不足の課題が表出し、社会的には輸送量増加による環境負荷(CO<sub>2</sub>排出量の増加)やドライバーの長時間労働が懸念されている。

ウィルポート(株)は、この再配達問題という社会的課題を解決するため、宅配ボックスが重要なツールと考え、低コストの宅配ボックス「まいどうもポスト<sup>®</sup>」を開発した。

同時に、宅配プラットフォーム事業として、狭小地域内に地域密着宅配デポ「まいどうもステーション」と、「まいどうもポスト<sup>®</sup>」を設置・運営して、再配達問題を解消しながら、宅配会社や通販会社、小売店の買い物代行サービスなどの域内配達を集約して代行するモデルを考案した。

この事業は、「オープン型」で宅配会社の荷物にも対応しており、実際の配送業務は、日本宅配事業推進協会の教育プログラムを受けた軽貨物便ドライバーが担当することとなる。「まいどうもポスト<sup>®</sup>」には、LPWAゲートウェイ(リチウムイオン電池4本で4年間電池交換が不要。商業用電源が不要)が装着されており、宅配ボックス本体の機能を最小限に絞ることで本体価格を1本10万円(屋内用)に抑制している。

## ● IoTを使ってモノからコトへ

「まいどうもポスト<sup>®</sup>」を利用する会員で荷物の受取人は、配送デポに荷物が届くとクラウドを経由してメールやLINEなどで通知を受信する。受取場所として自宅や指定の宅配ボックスを選択し、宅配ボックスでは専用のアプリを利用して鍵を開けることができる。宅配ボックスは同社のみならず複数宅配会社の利用を想定している。宅配プラットフォームを利用するユーザーの価値は、「まいどうもステーション」の会員登録(無料)することによって、「まいどうもポスト<sup>®</sup>」への荷物到着がスマートフォンに通知され、受け取りが24時間可能になることである。さらに、「まいどうもステーション」と「まいどうもポスト<sup>®</sup>」を受取場所に指定すると、荷物1個で100円(実証実験中)の安価な送料でサービスを受けられる。配送側は、この宅配プラットフォームを利用することで再配達の無駄がなくなり、輸送コストや人件費の削減で効率的な輸送運営ができる。

## ビジネスイメージ



- 「勝どきエリア」12,000世帯に約100台の宅配ボックスを配布
- 「勝どきエリア」にオープン型物流デポを開設
- 「勝どきエリア」のお客様をメンバー登録
- 物流会社や通販会社に協力要請

地域デポに物流会社から荷物が届いた時点で、お客様に配達当日にボックスか自宅かを選択していただき、最適な時間・場所で配達。



※東京都中央区勝どきエリアにて実証実験中

ボックスで受け取り

受け取り場所選択

自宅で受け取り

### 荷主カテゴリ

物流会社



通販会社



個人貨物



注文 / 配送依頼

荷物の受け取り先を自宅ではなく地域の物流管理デポ宛に！

メンバー登録後、受け取り先を自宅かボックスかを選択！



## ● ユーザーとの価値づくりのポイント

2018年4月から、「まいどもポスト®」「まいどもステーション」を使用した宅配プラットフォーム事業の実証実験が東京都中央区勝どきで実施されている。この実証実験では、「ランドリー宅配サービス」（引き取りも、預かりも、利用者の都合で時間指定できるクリーニングサービス）や「ちょこっとまいBOX」（利用者専用の荷物ボックス預かりサービス）の機能が付加され、宅配プラットフォームを利用した新たなサービスの可能性も試行されている。

さらに、この宅配プラットフォーム事業により、利用ユーザーも配送ドライバーもラストワンマイル問題の解決につながり、「まいどもポスト®」「まいどもステーション」が各地の小商圈に設置されることで、町のインフラとして事業が成長していくことが期待される。

他の業種への展開として、2018年9月から、(株)メガネスーパーは、同社の「まいどもポスト®」を使用したコンタクトレンズ等の受取サービスを開始している。メガネスーパーでは、購入後の商品をメガネスーパースタッフがロッカーに入れてロックをかけると、事前にロッカー使用のために顧客登録を行っていた購入ユーザーのもとに、メールもしくはLINEでロッカー番号と開錠番号が通知される仕組みとなっており、営業時間内に店舗に立ち寄れないビジネスマンや自宅での宅配物の受取りを好まない女性客など、様々な顧客の生活環境を考慮したコンタクトレンズの販売を行うことができ、これまで以上にコンタクトレンズユーザーの利便性が向上する。

同社では、将来的に高齢者のお客様の受発注などを、クラウドのAIによる音声認識サービスで受けることによって、地域物流との親和性を確かなものにしたいと考えている。

## 知財戦略

「宅配ボックス装置を使用した配送システム」を特許出願。

宅配ボックス及び配送システムについては各社が開発を特許出願しているところ、同社はまず商用電源不要で低コストな宅配ボックスについて権利化を図っている。そしてシェアが拡大すれば、IoTで得られた情報を活用した新事業の可能性が見えてくる。

## ● サービス・ドミナント・ロジックの視点

- 同社の宅配ボックス事業については、地域インフラの整備という社会的要請の強い事業として位置づけられ、ステーション、ポストを媒介とした荷主（或いはドライバー）と一般顧客との間のマッチングが行われている。
- 言い換えれば、ステーション、或いはポストまで一般顧客は出向くのであり、それは、物流機能の一端を顧客が主体的に担うことを意味している。
- こうした顧客の主体性を前提とするなら、単にマッチングの仕組みを提供するだけでなく、直接、顧客と接繋がることで、まずは、顧客のあらゆる物流問題に関与するという戦略的な方向性を見出すことができる。それは、モノ（仕組み）企業から、サービス企業への転換の第一歩となる。