

「御用聞きにも伺います」商店街が運営する宅配サービス

## 尼 崎 商 工 会 議 所

|                |                                          |                   |  |
|----------------|------------------------------------------|-------------------|--|
| 機関名            | 尼崎商工会議所                                  |                   |  |
| 所在地            | 兵庫県尼崎市昭和通 3 - 9 6                        |                   |  |
| 電話番号           | 0 6 - 6 4 1 1 - 2 2 5 1                  |                   |  |
| 地域概要           | (1)管内人口 4 6 万 4 千人                       | (2)管内商店街数 5 5 商店街 |  |
| 事業の対象となる商店街の概要 | (1)商店街数 1 5 商店街                          | (2)会員数 7 3 6 商店   |  |
|                | (3)空店舗率 8 %                              | (4)大型店空き店舗数 1 店   |  |
| 商店街の類型         | 1. 超広域型商店街 2. 広域型商店街 3. 地域型商店街 4. 近隣型商店街 |                   |  |

### 【事業名と実施年度】

平成 13 年度 活性化対策事業  
総事業費

共同御用聞き宅配事業  
14,081 千円

### 【事業実施内容】

#### 1. 背景

工業都市として知られる兵庫県尼崎市は常に「都市化」がもたらすさまざまな問題に直面してきた。市の人口増加は 1970 年に 55 万 4 000 人のピークを迎え、その後は地盤沈下、大気汚染、騒音などの公害問題が深刻となる中、工場の転出、人口の減少が進んだ。そういった背景もあり、新しい街づくりへの取り組みは 1980 年代と、比較的早くから進められている。

2002 年 6 月、尼崎市は「中心市街地活性化法」に基づく TMO として「尼崎中央・三和・出屋敷まち

づくり株式会社」を認定。同市の中心市街地である中央・三和・出屋敷を核にした約 75 ヘクタールの TMO 構想策定を進めてきた。

その「まちづくり株式会社」が当面の事業として掲げてきたのが「イベント販促」「ポイントカード」「共同配送」などである。

一方、平成 12 年には、尼崎商工会議所産業部は「地域振興対策事業」として「電子商取引における宅配システムの研究」を行っており、そこから、次のような提言がなされていた。



尼崎市中心部マップ

『平成 12 年度地域振興対策事業「発展型御用聞き宅配事業」提言』

目的

庶民の台所として商圈内消費者の買い物利便の提供を図る

提言

- ( 1 ) 『御用承ります』を全面的に出し、徹底して買物客にとっての利便さを創造していく
- ( 2 ) 御用聞きを移動店舗と位置付け、店舗を母艦として活動密度を高める
- ( 3 ) 積極的な販売促進活動として位置付ける
- ( 4 ) 近隣地域の小売市場との連携を前提に考えていく
- ( 5 ) 取り組みのし易さに配慮し、段階を踏んで事業のレベルアップを図っていく
- ( 6 ) インターネットのホームページなど IT も手段として活用していく
- ( 7 ) 事業推進には段階を踏んで実施していく

以上のような提言を受け、平成 13 年度は、その構想を『元気ねこの宅配便』として事業化、試験的な試みを積極的に取り入れながら、実験事業として実施した。

2. 事業内容

( 1 ) 共同御用聞き宅配事業『元気ねこの宅配便』

尼崎市内全域・西宮市甲子園以東・大阪市西淀川区大和田以西を対象に実施。

1 ) 受付方法

参加店の荷物及び買物客の持ち込み荷物の受付場所・集荷ポイントを商店街事務所やまちづくり会社（現 TMO）事務所、宅配サービスセンター内に 4 ヲ所設置。

2 ) 受付時間

月曜日～土曜日の午前 10 時～午後 4 時。（祝日稼働）

3 ) 配送方法

1 日 3 回（午前・午後・夕方）、当日配送。軽四輪ワンボックス車使用。

4 ) 取扱荷物                      冷凍・冷蔵食品、生き物、危険物は対象外

5 ) 料金設定                      1 件 300 円

歳末謝恩セール期間中（12 月）は、特価を設定し、1 件 100 円で実施。

6 ) 代金決済方法

代金決済は宅配チケットを販売（1 枚 100 円 30 枚綴り、3000 円）

7 ) 取扱い実績                  9 月 26 日～3 月 31 日で    合計 1,356 件

( 2 ) 御用聞き事業

定期的に個人宅や企業を訪問して注文を受ける

1 ) 実施期間                      11 月 13 日から 3 月 31 日

2 ) 巡回件数                      延べ 5,029 件    うち宅配に結びついた件数は 239 件

3 ) 御用聞きエリア              宅配エリアと同じ

4 ) 巡回時間                      月曜日～土曜日の午前 9 時～午後 6 時（日曜・祝日は休み）

( 3 ) 調査事業

1 ) 御用聞き宅配実験事業に対する来街消費者アンケート調査

実施日時：平成 14 年 1 月 25 日（金）

対象：来街消費者 300 名

方法：街頭で調査票によるヒアリング

来街者の8割が市内から自転車で来街。ほぼ毎日来る人が4割を越えている。購買金額は2,000円から3,000円。宅配サービスの認知度は低かったが、3割の人が「利用したい」と答えた。

## 2) 御用聞き宅配実験事業に対する商店意識調査

実施時期：平成14年3月1日(金)

対象：中心市街地商店街 254店

方法：訪問。調査票によるヒアリング

9割の店舗が事業を認知していたが、そのうちの9割が宅配を利用しなかった。今後の利用予定についても5割が「わからない」と答えたが、一方で、5割が「宅配機能はあったほうがよい」と答えた。

## (4) システム設計・構築事業

共同御用聞き宅配システムの設計、電子情報発信・受注システムの構築を行った。

### 1) 元気街紹介コーナーを設置

### 2) 宅配・御用聞きのルールを告知

### 3) 御用聞きのための電子販売ページを設置



「元気ねこの宅配便」チラシ

## 【 効 果 】

共同御用聞き宅配事業を「商店街のインフラ整備」として取り組んだことにより、宅配荷物の傾向や御用聞きの内容傾向を把握することができ、今後の安定した顧客サービス事業へと発展させる目標ができた。

なかでも、調査事業を行うことで、消費者はあらゆる面で多様なニーズを持っており、サービスに対するニーズも、より多様に、奥深くなっていることが理解でき、商店街の御用聞き宅配サービス機能が周知され、認知されればさらなる売上向上や集客性の向上に期待できることが分かった。また、各店舗においても「商店街に御用聞き宅配機能があった方がよい」と認識していることから、今後の課題として、取扱商品、宅配価格などをさらに研究していく必要があり、事業の継続を判断するのに、取扱店舗数ではなく、御用聞き宅配件数及び個

数で判断しなければならないことが分かった。

システム設計・構築事業においては、御用聞き宅配事業システムフロー図による事業の構築・運営を確立することができ、また、電子情報発信・受発注システムの構築においては、リアルとバーチャルの融合を可能とするファックスサーバーシステムを取り入れたことで、商店街にとどまらず、地域のサーバーとしての機能まで発揮することができることから、モバイル化など将来を見据えた情報システムを導入することができた。

このような共同御用聞き宅配実験事業の取り組みは、中心市街地の地元商業者にとって、商圈の拡大と、これからの高齢化社会がさらに進んでいく中で、商店街活性化の大きな可能性を探る意味においても極めて意義深いものとなった。

#### 【 課 題 ・ 反 省 点 】

- ( 1 ) 補助金終了後の事業運営（運営資金の確保や委託運送事業者の選定等）。
- ( 2 ) ポイントカード事業との連携（相乗効果をねらうにはどうすればよいか等）。
- ( 3 ) 宅配荷物の件数を増やすには食料品を取り扱う食品スーパーや小売市場の参画が必要。
- ( 4 ) 生鮮食料品、冷凍・冷蔵食料品の取り扱い。
- ( 5 ) まちづくり会社（現 T M O ）の事務局体制。
- ( 6 ) 宅配料金設定の再検討。
- ( 7 ) 事業に関する合意形成が十分に行われなかったため、参加店が思ったほど集まらなかった。
- ( 8 ) 参加店が少なかったため、消費者に対する P R 不足は否めなかった。
- ( 9 ) 準備に手間取り、実質実施期間が約 6 ヶ月と短くなってしまった。

#### 【 教 訓 】

〔 宅配事業を行うにあたって 〕

- ( 1 ) 広域で取り組む場合は、事業に関する合意形成に十分時間をかけることが必要。
- ( 2 ) 効率的な集荷・配送システムを確立することが重要。
- ( 3 ) 宅配実績を上げるには生鮮食料品、冷凍・冷蔵食料品の取り扱いを工夫して実施する。
- ( 4 ) 事業を顧客サービス、販売促進活動の一環として行う。
- ( 5 ) モニター募集やイベント開催などで、効果的な P R 活動を展開する。
- ( 6 ) 事務局体制を整えておくこと。専従者最低 1 名は必要。

#### 【 関 連 U R L 】

|                |                                                                 |
|----------------|-----------------------------------------------------------------|
| 尼崎商工会議所        | <a href="http://www.amacci.or.jp/">http://www.amacci.or.jp/</a> |
| (株)ティー・エム・オー尼崎 | <a href="http://www.genki.or.jp/">http://www.genki.or.jp/</a>   |