

第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
アイチシュクトクダイガク	ビジネスガクブ	フゼミ
愛知淑徳大学	ビジネス学部	傳ゼミ

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
マイセン	スズキ イクマ	4 人
まいせん	鈴木 郁真	

研究テーマ（発表タイトル）
近距離物流改革

1. 研究概要（目的・狙いなど）

物流の変化が起きる理由を解明し、物流の変革を追求する。又既存物流のビジネスモデルの問題点、デメリットをカバーする新たなビジネスモデルの可能性を模索し、企業の今後の事業展開の選択肢に挙げられるようにする。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

	UberEats	出前館	出前専門 そば富泉
利用条件	デリバリー機能を持たない飲食店も参加可能	デリバリー機能を持つ飲食店のみ参加可能	この店にある種類のみ
注文デバイス	スマートフォン	PC、スマートフォン、TV、など	電話
デリバリー担当	UberEATSが登録したスタッフ	自店のスタッフ	自店のスタッフ
提携店舗数	約150店（サービス開始時）	1万3千店（スーパー・宅配サービスなどを含む）	1店舗
サービス提供エリア	渋谷、恵比寿、青山、赤坂、六本木、麻布など	全国	埼玉県の限られた範囲のみ

現在「出前館」「UberEats」など昔から存在した出前のビジネスモデルの派生となる事業が台頭している。またネットスーパー普及により自宅に食材から外食まで届けられる状況に消費者も順応している。そんな中で特に注目しているのが、デリバリー担当の所で、図 1 によると、出前館や昔ながらある出前屋の 1 つであるそば富泉は自店のスタッフがデリバリーを担当している。しかし、UberEats は自店のスタッフではなく、UberEats に登録したスタッフが配達を行うということだ。しかし、UberEats では、料理の配達しか行っていない。そこで、料理以外も運ぶビジネスに目を付けた。

図 1

3. 研究テーマの課題

「中小規模の専門店と消費者を結ぶ近距離物流ビジネスモデルの構築は可能であるか」というテーマの問題点は実現可能性にある。メリットとしては規模の経済性により事業者は配達コストの減少、顧客にとっては出向く事なく専門店の商品を自宅に居ながら入手可能ということだ。事業者側顧客側双方にメリットがあるが導入コスト実現化可能性を研究しなければならない。

また、今のウーバーイーツが生まれた理由として、重いものを運びたくない人のニーズがあるということや配達時間が早いということの主に 2 つが挙げられる。しかし、アマゾンやアマゾンに負けないために、既存のスーパーも、ネットショッピングという策を出している。

そんな中でウーバーイーツが生まれたがウーバーイーツは料理を運ばないためここにまだ問題があると私達は考えた。だから、料理以外も運ぶようになれば、より便利になると思ったため、私達の提案を出した。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

実際にウーバーイーツは料理だけの配送であるため、ウーバーイーツのような方法でさまざまな物を運ぶ買い物代行をウーバーイーツに依頼して取り組んでもらうことで、欲しいものがすぐに届く。また、店に直接代行してもらうわけであるため、限られたリストの中からしか選べないということや本来ネットスーパーなら便数に影響が出るがウーバーイーツには多くの配達員がいるため便数に影響が出ることがなくなる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

インターネットショッピングを利用する理由

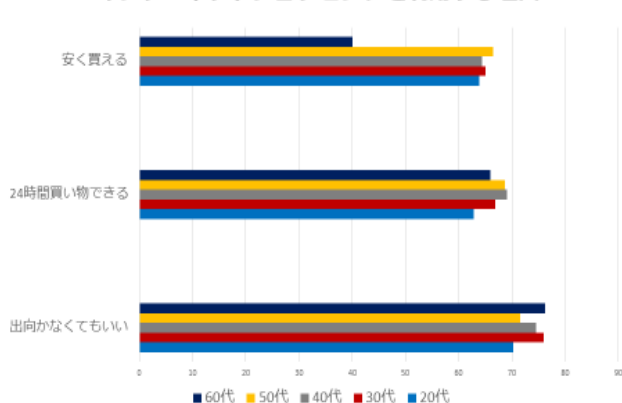


図 1

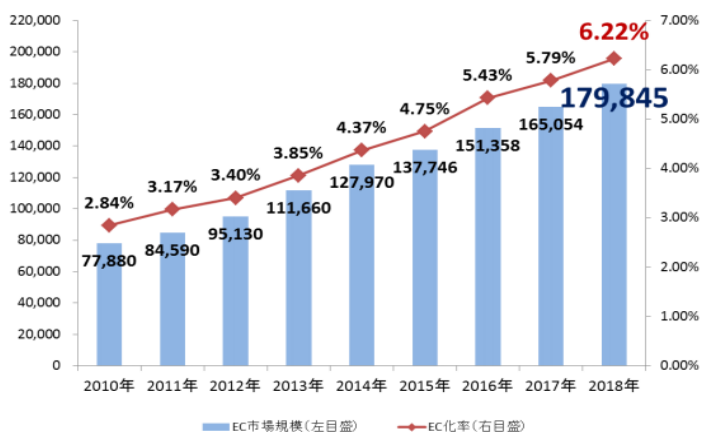


図 2

東海地方の 20～50 代の男女 50 人にアンケート調査を実施。

質問内容は、ネットスーパーを知っているか。知っている人はどのスーパーを知っているのか。ネットスーパーに対して不便に思ったことはないか。ネットスーパーを利用しているか。（利用している人は、利用している頻度、利用しているスーパー、なぜリアル店舗に行かずにネットスーパーを利用するのか。）品揃え、便数による制限によって、利用できない、または、利用を我慢している人はどれくらいいるのか。

ウーバーイーツのような方法でスーパーの買い物などを代行してくれるサービスがあるとしたら、月額いくらで買い物代行サービスを頼みたいと思うか。ネットスーパー、出前館、ウーバーイーツにどれくらいのコストが現時点でかかっているか。（ピッキングコスト、配達コスト）

6. 結果や今後の取り組み

若年層にネットスーパーや UberEats の浸透率及び認知率が高いため新たな近距離物流ビジネス参入障壁も低いといえる。ただし、認知率と利用率の間に差は開いており、新規顧客をどう取り込むかが今後の課題といえる。その課題解決のためキャンペーンなどマーケティング面での活動が求められていく。

7. 参考文献

- ログクエスト <https://logiquest.co.jp/>
- SBS 即配便 <https://www.sbs-sokuhai.com/skhi/sokuhai/>
- 日経 BP <https://business.nikkei.com/atcl/report/15/061700004/060500201/>
- 拓信, 牛垣 雄矢 (2018 年) 下田市中心商店街の特徴と厳しい商業環境に対する商店の対応 66 巻 2 号 p. 22-33
- 星野 優太 (2019) スーパー業界の新ビジネスモデルの革新とその財務分析 11 巻 1 号 p. 45-58

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

●発表時に使用する成果物（例. 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

【企画シート作成上の注意】※「第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、翌年 3 月に公開予定の「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑