

DIAMOND

For All H&BC Business Person

DRUG STORE NEWS

ドラッグストアニュースvol.43

JAPAN

2011.

12

お届けするのは、商品だけではない。

頼れる店をつくる

第1特集

お届け サービス

ばばす 杏林堂薬局 CFSコーポレーション / 異業種から学ぶ、宅配ビジネスのポイント /
物流面から買物支援事業をサポート / 全国各地の買物支援サービス

の仕組み

第2特集

男性客をつかむ店づくり

メンズマーケティング

注目店舗フォトツアー

トモズ狛江店 / 有楽町ロフト / くすりのラブ平井東店



重いものから軽いものまで 1個から届ける

都市部の買い物を宅配でサポート

第1特集

頼れる店をつくる

お届け サービス

の仕組み



客単価が4~5倍にアップ

2010年8月から東京都中央区の4店舗で宅配サービスをスタートした、ぱぱす(東京都墨田区、根津孝一社長)。中央区は近年、新しいマンションが増えて、乳幼児を抱えるニューファミリー層が増えている一方で、古くから住んでいる単身高齢者も多い。小さい子どもを連れて、買い物を自転車に積み込んでいる母親や、重い荷物を提げてゆっくりと歩いている高齢者の姿から、根津社長は宅配サービスのニーズがあることを実感。「地域密着型の店舗運営を強化するために導入を決断した」(ぱぱす・今信夫営業企画部長)という。

現在は、中央区にある8店舗全店のほか、世田谷区と荒川区、台東区、墨田区の一部店舗で宅配サービスを実施しており、その数は10月末時点で25店舗になっている。

宅配を利用しない買物客の平均客単価が1000円ちょっとなのに対して、買い物したものを家まで運んでくれるなら、まとめ買いをしようという心理から、宅配利用客の平均客単価は5000~6000円と4~5倍高い。週末に実施



- レジ周りには宅配サービスを行っていることを知らせるPOPを取り付けている
- 都心ゆえに、食品スーパーがすぐ近くになく、意外と買い物に困っている人は少なく、ないぱぱす築地店。昼間はビジネスマンやOLで賑わうが、意外とシニアや小さな子供がいるファミリーなど住民も多い

することが多いポイント5倍などの販促日には宅配の利用が集中し、「生活者は賢く使い分けていることがわかる」と今氏。

宅配を自分流に 使いこなす顧客も

近くに築地市場があり、観光地であると同時にビジネス街と住宅地の顔を持つ、東京・築地に店を構える「ぱぱす築地店」は、近くに、ある程度の規模がある食品スーパーなどが無い立地。最近は生鮮食品も扱っていて、地

域住民にとっては最寄りのコモディティショップとなっている。同店は、1日約2000人の来店があり、宅配はコンスタントに、1日約30件ほどの利用がある。

週末などにチラシと連動してポイントを5倍つけたりすると、宅配利用は2~3倍に。8月7日の「ぱぱすの日」にポイント8倍デーを実施したところ、1日の宅配利用件数が140件に跳ね上がった。

宅配ではミネラルウォーターやトイレットペーパー、紙おむつなど、重くてかさばるものが当然売れ筋となるが、商品

成功ポイント

- ★都市部の買い物困難者の潜在的な宅配需要を喚起
- ★配送は外部化。宅配売上に対して手数料がかかる仕組みで、ランニングコストのロスを抑制
- ★クレームや課題点は、配送業者と情報共有し、サービスのブラッシュアップをめざす。



3.店舗の入口では野菜の販売も。宅配ではチルド、冷凍、調剤薬は受け付けていないが、野菜の場合は、すぐに品質が落ちるものではないので、お客の要望があれば届けることもしている 4.ばばす・今信夫営業企画部長

5.レジそばの受付カウンターでお客は宅配用の会員カードを示すだけ。宅配の伝票が発行されると、同時に「ブラウニーさん」のドライバーに集荷の連絡がいく。買い物はひとまとめにしてバックヤードスペースに移動。そこで配達スタッフがピックアップする。

1個からでも宅配はしてくれるので、「最近、2駅先の銀座に、お洒落して出かけるので買物袋を提げていきたくない、食器用スポンジや茶葉など重くないものを買って、宅配を頼む人も」(同店スタッフ)増えてきていて、顧客自身が宅配を便利に使いこなすようになってきている。

配達は外部業者に委託

同社の場合、地域密着型生活支援サービスの開発などを手がけているブ

ラウニー(広島県広島市、中塩哲行社長)に運送面を委託。ブラウニーが広島市のスーパーや小売店などに提供している宅配サービスが、客単価増や顧客のロイヤルティアップに結びついていることを視察して、手を組んだ。

宅配の申し込みがあると、伝票が発行されると同時に、ドライバーに連絡が行き、集荷に来るというブラウニーが開発したシステムを導入するだけで、ばばす側は「導入コストはほとんどかからない」(今氏)といえる。また宅配売上高に対して、一定の割合を手数料と

してブラウニーに支払っており、宅配の稼働が少なくても手数料が発生するという、ロスがないのも利点だ。

もちろん、宅配を受け付けるカウンターのスペース(1坪ほど)や、受付の際にスタッフの対応が必要になるが、「1年を経て、宅配を行っている店舗では売上前年比が伸びており、売上を占める宅配売上高の割合は5%を上回ってきている」と今氏は話しており、宅配が地域の顧客を開き込む戦略的なサービスとなっていることは間違いない。

ブラウニーカード

「お届けします」「届けつけます」で暮らしをサポート

ブラウニーさん

ブラウニーとは、カップ1杯のミルクなどのお礼で家事を手伝ってくれるヨーロッパに伝わる魔法者の妖精の名前です。



利用件数が増えると、「宅配の申し込みの30分後から3時間以内でのお届け」では届けられないことも。それに対する顧客からの意見も寄せられるが、「注文が多い時間帯は3時間を越えることもあります」と言い切るようにしたり、「クレームは、配達を委託しているブラウニーと情報共有をして、どうクリ

巴巴すの会員カードホルダーでなくても、「ブラウニーさん」の会員登録はできる。ただ、登録した店舗でのみの利用に限定され、巴巴すの別の店舗で宅配を頼む場合は、別にその店舗でカードを作る必要がある

アするかを一つひとつ決めていく」(今氏)。

店舗に駐車場がなく、徒歩あるいは自転車での来店が中心の中央区エリアでは、「宅配で届けてくれる」ということが大きな付加価値になっているが、それ以外の立地では、どのような宅配ニーズが見込めるのか、順次、導入エリアを拡大しながら検証し、競合との差別化を図っていく。

ばばすの宅配を体験!

ばばすの宅配サービスの使い心地はどのようなのか?編集スタッフが実際に体験してみた。

紙製品や液体類をまとめ買い

利用したのは、人形町駅から徒歩3分ほどの「ばばす新人形町店」(東京都中央区)。普段、食料品の買い物のあとで立ち寄ると、荷物が重くて、予定していたほど買わずにあきらめてしまうことがあるが、宅配をしてみたら、なるべくまとめ買いをしようと思いついて店に。

この日は仕事帰り。エントランスにカートがあるのを見つけていたが、品出し中の段ボールなどがあって通路が狭くなっているところもあり、ちょっと通りにくそうだったので、バッグを片手に、カゴを持って買物スタート。

ティッシュペーパー、綿棒、歯ブラシなどを次々に入れていく。食品用ラップフィルムやゴミ袋に続いて、トイレと風呂の掃除用洗剤の詰め替えをそれぞれ2袋入れたあたりで、カゴを持つ手が痛くなって、限界。本当は水も買いたいという気持ちを我慢し

てレジへ。

カゴを渡してすぐに、「宅配をお願いできますか」と言うと、「初めてですか?宅配料が105円かかりますが、いいですか」と聞かれて、「はい、大丈夫です」と答える。男性スタッフが、商品を手際よくレジに通して袋詰めをしながら、バックヤードに電話を掛けて、「宅配、お願いします」と一言。しばらくすると女性スタッフがやってきて、宅配の受付コーナーへ。宅配料込みで合計4063円の会計を済ませると、先の男性スタッフが袋詰めした買い物を受付まで親切に運んでくれた。

手続きは5分足らず

宅配受付コーナーで、所定の用紙に住所と名前を記入すると、宅配用の「ブラウニーカード」を発行してくれ、「お客様控え」を渡される。初回の手続きは5分足らず。2回目以降はカードを見せるだけなので、もっ

歩いて持って帰るにしても、自転車に積むにしても、仕事の資料が入ったバッグと一緒に、これだけの量を一度に運ぶのは難しい。スーパーでの買物や、子どもを連れてとなると、もっと大変だ

とスピーディーになるそう。

「調剤の薬やチルド商品は宅配できません。30分後から3時間以内にお届けしますが、混み合っている場合は3時間を過ぎることもあります」などの簡潔な説明を受けて、その3時間の中で時間指定はできないのか尋ねると、「それはできないんですよ」とのこと。

もし30分後に届いたら、途中で寄り道はできないなと思いつつも、帰り道は重い荷物もなくてラクラク。結局、夕方は宅配の注文が多いようで、届いたのはちょうど3時間後だった。

実は、自宅からいちばん近いのは別のドラッグストアチェーンだが、これなら、ばばすの宅配を定期的に利用したいと感じた。ただ、一つの課題は、店内でどんどん重くなる荷物を、どう持ち歩くか。次に利用するときには、カートを使ってたくさんまとめ買いをしたいので、通路を通りやすい状態にしておいてほしい。

