

セイノーグループ社長会資料

ポストイン特化型の宅配サービス

コニポスのご案内

2024年7月11日

セイノーラストワンマイル株式会社

株式会社地区宅便、日祐株式会社



01 コニポスとは？

「チクタクメール便」の配達インフラをベースに、ポストイン宅配に特化した宅配サービスです

ポストイン宅配に特化した、小荷物配達サービスが登場！

サイズ	3辺合計 60cm 以内、 長辺 34cm 以内、厚さ 3cm 以内
重量	500g まで
投函先	ポスト
リードタイム	5日間
契約	法人契約限定
配送地域	一都三県 + 札幌10区 (東京 神奈川 千葉 埼玉)

$A + B + C = 3$ 辺合計 60cm 以内

「配達情報の履歴」
「配達完了情報」
等の確認が可能です。

価格

135 円 (税抜)

追跡可能な管理システムにより

「配達情報の履歴」

「配達完了情報」

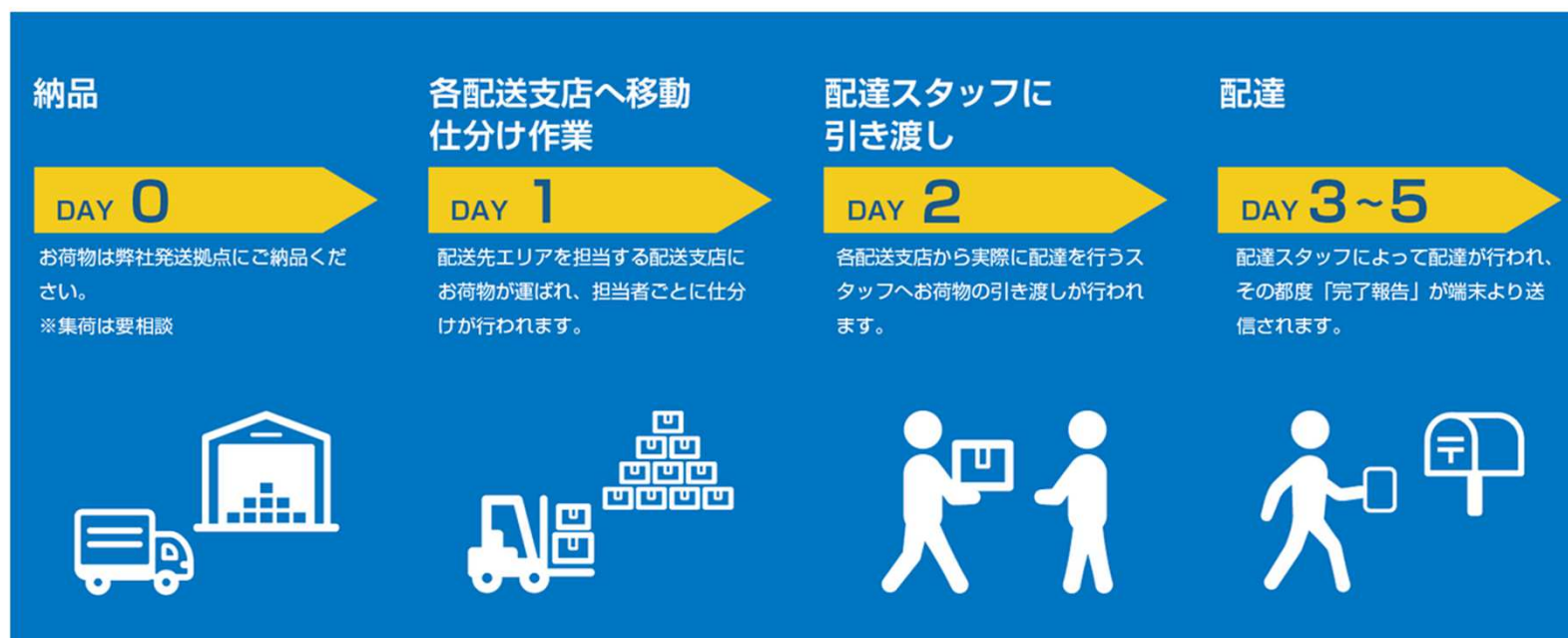
等の確認が可能です。



01 コニポスとは？

「チクタクメール便」の配達インフラをベースに、ポストイン宅配に特化した宅配サービスです

配送拠点で配達員別の仕分けを実施。配達員宅へ横持ちし、自転車・徒歩によるグリーン配送でお届け。だからコストが安い！



02 マーケットの状況

現在、9%台のEC化率が欧米にならい15%程度まで伸長すると考えると、
 $15\% \div 9\% = 1.7$ 倍

- ・ 宅配個数は（現状50億個＋隠れ宅配10億個） $\times 1.7$ 倍＝
102億個まで増加すると予想

図表 1-2：物販系分野の BtoC-EC 市場規模及び EC 化率の経年推移

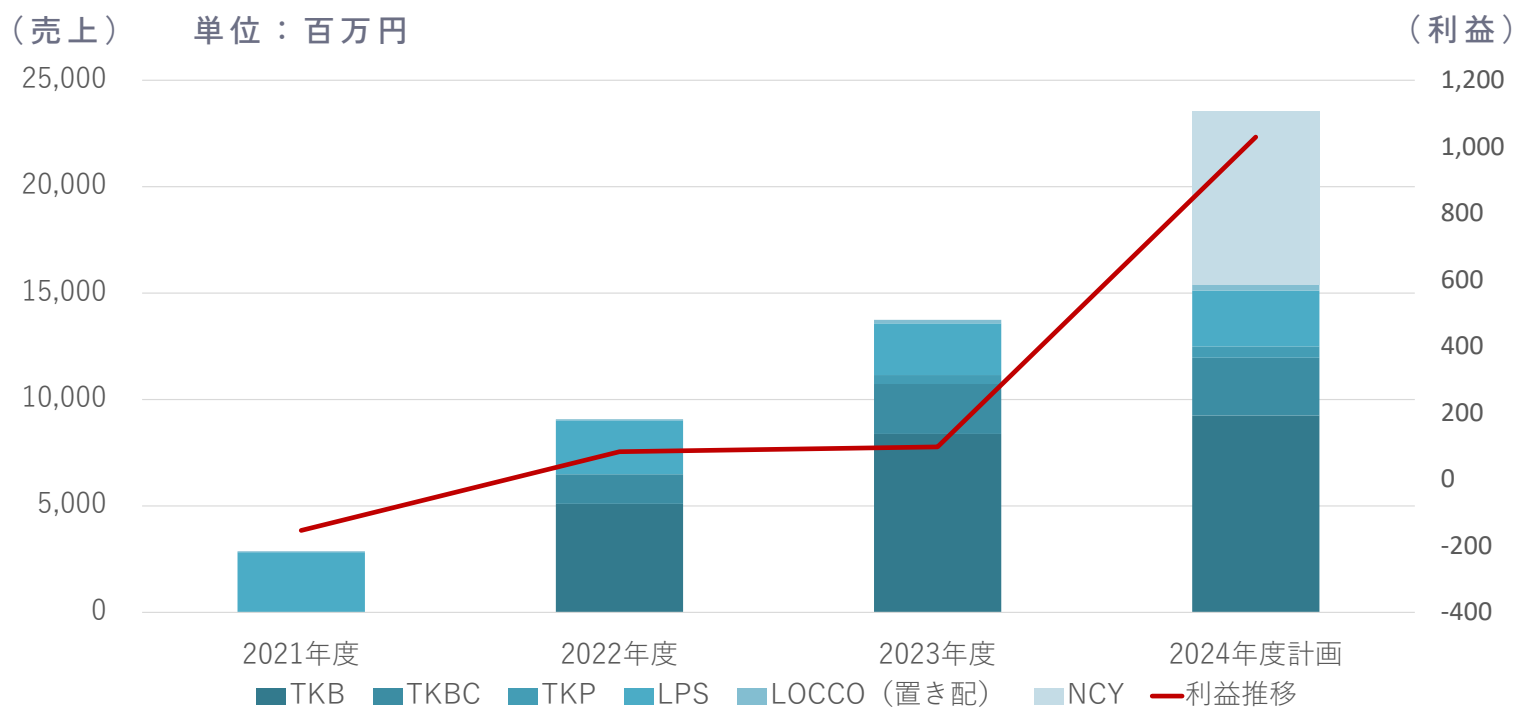
（市場規模の単位：億円）



出典：令和4年度デジタル取引環境整備事業報告書経済産業省 商務情報政策局 情報経済課

03

セイノーラストワンマイルグループ・TOP領域の収益推移



※2022年9月～TKB・TKBCグループイン ※2023年4月～TKP分社化

※2024年4月NCYグループイン

04 ベンチマークする競合

小荷物宅配の市場は、ヤマト運輸の個人事業主等のパートナーの契約終了に伴い、市場再編のチャンス

ヤマト運輸「ネコポス」

ヤマト運輸では、「クロネコDM便」を1月末に終了し、約3万人のクロネコメイトの業務委託契約を解除。メール便組織の解体を招きました。また、「ネコポス」も10月に終了予定としていましたが、宅配個数の激減に伴い、再開を決定しています。すでに廃止したエリアも8月をめどに復活させる予定ですが、顧客が戻らず苦戦中です。

日本郵便「ゆうパケット」

日本郵便では「ゆうパケット」のみの販売はせず、ヤマト運輸の撤退発表により市場に溢れた小荷物を「ゆうパック」とのセット売りで案内。新規荷主を増やす動きを試行しています。

05 差別化と優位性

- ・メール便インフラの活用で、リードタイムと引き換えに圧倒的廉価性で市場シェアを獲得
- ・主に自転車、徒歩によるカーボンニュートラル配送を実現

競合	地区宅便	日本郵便	ヤマト運輸
サービス名	コニポス	ゆうパケット	ネコポス
規格	3辺合計60cm以内 長辺34cm以内 厚さ3cm以内 重さ500g以内	3辺合計60cm以内 長辺34cm以内 厚さ3cm以内 重さ1kg以内	大きさ：縦31.2cm以内・ 横22.8cm以内 厚さ：2.5cm以内 重さ：1Kg以内
リードタイム	5日間	翌日～翌々日	宅急便同様
宅配エリア	一都三県	全国	43道府県
価格 ※各社特約有	135円	厚さ1cm以内 = 250円 厚さ2cm以内 = 310円 厚さ3cm以内 = 360円	<ul style="list-style-type: none"> ・厚さ1cm以内 = 160円 ・厚さ2cm以内 = 180円 ・厚さ3cm以内 = 220円

06 コニポスの特徴

コニポスのビジネスモデルは、ローコストオペレーションの確立により実現

メール便のインフラを活用し低コストを実現

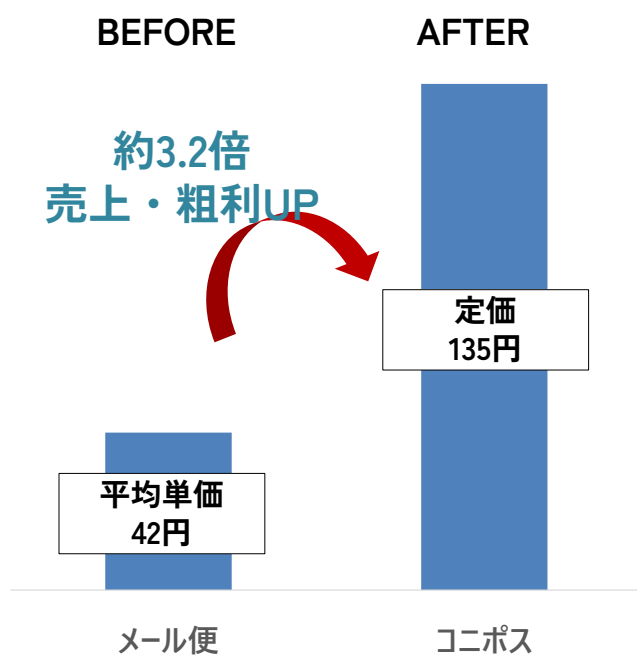
配送拠点から、大サイズの折りコンで配達員宅まで横持ちし、自身の担当エリアにポストイン（不可の場合は置き配）で配送。既存のインフラを活用し、競争相手と比較して優位性のある価格を設定しています。

お客様に安心してご利用いただけるフォロー体制

返却率を抑えるため、エンドユーザーの電話番号情報を取得できる商品については、宛先不明などの調査を配達店にて行います。また、専門のコールセンターで、お客様からの問い合わせに迅速に対応します。

07 収益性の変化

セイノーラストワンマイルグループのリソースを活用し、コニポスへのシフトチェンジを推進することで、グループ全体の収益性も向上



販促費から物流費へシフト お客様にとってのインフラへ

メール便を含め、広告事業の課題は、販促費として景気やお客様の方針変更によって出稿額の変動が多いこと。今後はコニポスを基幹商品として、お客様にとっての重要なパートナーになるよう、シフトチェンジしていきます。

配送エリアと担当会社

東京・千葉・埼玉＝地区宅便・地区宅便千葉

神奈川＝日祐

宇都宮（9月開設予定）＝リビングプロシード



08 受注事例

新日本製薬株式会社

対象商品：サプリメント

4月～6月（計31,740個/2,856千円）

株式会社gumi

対象商品：エンターテイメント系グッズ

5月（計366個/50千円）

お客様のメリット

最大のEC消費市場である一都三県の小荷物宅配運賃が低下する事により売上向上、収益につながる。8月以降は日本郵便との組み合わせにより全国配送もワンストップで提供します。

09 今後のサービス向上

これまでのメール便運用のノウハウ、インフラを生かし、お客様のニーズに応えられる商品に育てていきます。

宛名ラベル発行システムの導入

8月中旬にテスト完成予定。全国一律で発送希望のお客様に対して、コニポスエリア、ゆうパケットエリアを一律ラベル印字できるシステムを提供（BC採番・着店印字）。これにより、全国規模でのご要望にスピーディーに対応することが可能となります。発送元、エンドユーザーBCによる追跡可。

10 狙いたいターゲット

○ 業種

- ・ 3PL 発送代行事業者
- ・ 広告代理店
- ・ EC 事業者
- ・ メーカー
- ・ エンターテインメント事業者

○ 商品

サプリ、浄水カートリッジ
エンタメグッズ、カタログ
アパレル、常温食品
チケット類、ノベルティー等



◀2024年7月3～5日に開催した販促EXPOの様子。来場者の関心度が高く360枚超の名刺を獲得し、ホットリードは50件以上

「コニポス」の爆発的な拡大を1社で推進するには、限界があります。

市場的には、**今まさに追い風**です。

セイノーグループの皆様の衆智を集めて、

この機会に**一気に拡大**していきたいと思います。

商品勉強会や営業同行なども大歓迎です！

ぜひお引き合いのほど、お願いいたします！