

ウイークリーニュースレター6号 2026

<デリバリーを始めるには>

先週に続きデリバリーについて書いていきます。先週紹介したたこ焼き屋さんはデリバリーオススメです！と言ってくれました。ではデリバリーを利用する人は何故店よりも高い価格で購入するのか？

利用している人に聞いたことがあります。するとこんな背景が見えてきました。

- ① 即時性→とにかく今欲しいという欲求
- ② 移動と待ち時間のカット→タイプ重視
- ③ 自分を甘やかす日→自分へのご褒美
- ④ ものぐさな心理→化粧して外出が面倒
価格以上の価値が存在していました。

<初期費用は？ランニングコストは？>

では導入時と導入後にどれだけ費用がかかるのか？表にまとめてみました。初期費用は全社無料です。端末代は自分でタブレットを購入するリースで借りるかです。前出のクレープ屋さんはUberや出前館のサービスが始まったばかりだったのでリース代も無いと教えてくれました。担当者レベルで交渉できるそう

です。ただし売手数料はどこも同じ 35%です。ロケットナウの最大の強みはお客様負担の配送料 0 円です。他社はお客様とお店からそれぞれ徴収します。後発のロケットナウはシェアを奪うためしばらくお客様負担 0 円で行きそうです。

<ロケットナウの未来とは>

こんなこと話も聞きました。ロケットナウは店舗には大きな売上をもたらす。ユーザーには配送料無料を提供する。ここまで自社の持ち出しを増やしてまで取り組む理由とは？シェア争いしか有りません。業界 1 位のシェアを獲得するための戦略です。韓国のインフルエンサー曰く 3 年後には Uber を抜いてシェア 1 位を獲得すると言われています。此処から先はどうなるのか？Uber のように配車サービスまで考えている気がします。昨年フィリピンで「Grab」というアプリを利用しました。これは Uber 以上に幅広いサービスがありました。食べ物の出前、タクシーの配車、バイク便のピックアップ、荷物の配送、金融サービス（決済や保険）まで網羅しています。今の出前サービスの最終形はココだと思います。

項目	Uber Eats	出前館	Rocket Now	Wolt
加盟登録料	無料（キャンペーン）	無料（キャンペーン）	無料	無料
月額固定費	なし	なし（端末レンタル別）	なし	なし
売上手数料（配達委託）	約 35%	約 35%	約 35%	約 30~35%
売上手数料（自社配達）	約 15%	約 10%	—	約 15%
端末費用（リースもあり）	タブレット必要	タブレット必要	端末必要	iPad 等必要
解約金	なし	なし	なし	なし
コンセプト	高手数料 + 価格上乗せ前提	高手数料 + 自社配達で調整	店頭価格・低負担・量を作る	やや柔軟だが成果報酬型
支払いサイト	毎週1回振り込み	月締翌月15日振り込み	月締翌月20日振り込み	月 2 回(15 日締め・月末締め)

<実際に Uber を使って分かったこと>

実は、コロナの時、一度だけ Uber を使ったことがあります。スマホから 1 食注文してあとは待つだけ。支払いはスマホ内の電子決済で完了です。注文するとリアルタイムで地図上にどこまで運んでいるのか？可視化されています。住宅街のため配達員さんが迷っているようです。メッセージが来たので家の壁の色をチャットで伝えました。すると「配達完了」と表示されました。玄関にててみるとカツ丼が 1 つ置いてありました。

その後配達員さんの評価をしてサービス終了。非常に簡単で便利です。しかし 2 回目の利用は有りません。理由は自分で買いに行ったほうが早いから。それに尽きます。最初に書いた①～④の理由には当てはまりませんでした。では宅配でも 2 回目を訴求できる方法はないのか？私はあると思います。続きは裏面へ！

<他店にない温かみを加える>

私が利用して感じたのは無機質感です。子供の頃に利用したお蕎麦屋さんの店屋物にはない冷え冷えとした感覚がありました。恐らく今のデリバリーサービスはすべてそうなのだと感じます。

ここに「人」が入るとデリバリーでもリピートが生まれます。注文時に2回目や3回目の注文という情報が店には通知されます。個人情報(住所や名前)は伏せてあります。メッセージカードに「2回目の購入ありがとうございました！今度はお店に遊びに来てください！」容器や包装紙に手書きでこんな事が書いてあつたら嬉しいですよね？来店時にしか使えないスタンプカードを同梱する。するとそのカードを持ってきた人はデリバリーでサービスを受けた人と断定されます。その時はデリバリーでの利用ありがとうございます！と自然に挨拶がでます。当然次の利用する可能性がグンと上がります。

<リピーターさんの可視化ができる>

こう考えると宅配サービスはお店にとって便利です。たこ焼やクレープのような商品は不特定多数のお客様と接します。常連さんと関係性を築くのが難しい。デジタル端末で受注することで誰がリピーターさんかを可視化してくれます。2回目の購入なんて中々覚えていないですよね？その通知があればお店にとってチャンスです。

今回のケースは都内のお店です。取材にご協力いただき、本当に感謝致します！各エリア、担当者で条件は違うようです。近隣の営業マンにご確認＆交渉を！

<2月の当選番号確定！！当選番号が5個です！>

2022年3月からスタートした納品書番号のおみくじです！今一度、ルールのご説明。納品書の番号が抽選対象の数字です。下の番号と一致した場合、納品書の金額から10%オフします。自動的にオフはしません。お客様から「当選しました！」とメールか電話、LINEでご連絡をいただくと確定です。**申告の締切は翌月の1日が締め切りです。「3852」「3921」「3986」「4058」「4166」**最後のチェックを忘れずに！！

<Grab利用のエピソード>

せっかくなのでフィリピンで利用したGrabの体験談も少しご紹介します。渡航前に言われたのが「必ずGrabを必ずインストールするように」でした。現地の移動手段はすべてGrabで呼ぶタクシーを使ってね。と現地に住む人に教えてもらいました。理由はボッタクリ防止です。その辺でタクシーを捕まえて乗ると100%ボッタクられる(笑)観光客がほぼGrabのアプリでタクシーを手配するのがフィリピンではスタンダードになっています。Grabを使うと料金は1回500円前後。遠くても1000円くらい。フィリピン国内のタクシーはほぼGrabとを使えるように切り替えているそうです。

日本のデリバリーは食品が届く利便性からユーザーが拡大。フィリピンは安く安全に移動できる安全性からユーザーが拡大。日本とは違う理由ですが安全性の方が広がるスピードは早い。人間の心理だなと感じます。

そんな便利なGrabも難点があります。ネットに繋がらなくなると、どうにもなりません。一度ネットが繋がらなくなることがあります。スマホを再起動しても繋がらない。約束の時間に遅れる。相手に連絡したくてもネットがないからできない。慌てました。結局ホテルの人がお店まで送ってくれました。ホスピタリティあるホテルで良かったです。その話を現地の人にしたら驚いていました。レアな経験です。

今年もフィリピンはどこかで行く予定です。当日の珍道中も報告します！

