

新規物流サービス事業メルロジ FAQ

Q1. 市場: 日本の宅配便市場規模とメルカリ荷物の占める割合は？

A1. 日本の宅配便市場は年間約50億個^{*1}、その内メルカリ荷物の割合は5-10%と、国内最大級の物量を有しており、GMV成長に伴い、メルカリの物流業界に与える影響が大きくなってきている。

^{*1}: 出典 国土交通省 令和2年度宅配便取扱実績について

Q2. 背景: 今回事業化に至った背景は？

A2. メルカリ取引量の増加に合わせて、郵便局やコンビニエンスストアでの商品発送オペレーション負荷が大きくなってきている。そのような中、これまでも負荷軽減に取り組んできたが、より持続可能な発送オペレーション構築の必要性が高まっている。またメルカリの発送業務における簡便化においては改善の余地があり、事業化して取り組むことで、ユーザ体験の向上を加速させることが出来ると考えている。合わせて、配送における環境負荷への配慮に関しても、今後、より必要になってくると認識。メルカリの物量やメルカリポスト等インフラを活かしつつ、上記課題に取り組むと共に、より良いユーザ体験の提供を目的として今般、物流事業の開始を決定した。

Q3. ミッション: メルロジのミッションは？

A3. 『多様な価値をつなぎ、やさしい生活を創る』生活や社会を支える物流には多くの人が関わっており、テクノロジーとオペレーションの力で多様な価値をつなぐことで、その全ての人や環境にやさしい生活を創り、循環型社会の実現をグループ全体で加速していく。

Q4. 事業概要①: 集荷物流とは具体的にどういった事業を行うのか？

A4. メルカリポスト等の自社タッチポイントからトラックで集荷・輸送し、ソートセンターで仕分けの一部を行うもの。Eコマース拡大や大手EC事業者の物流事業参入により、ラストワンマイルを中心にサービスの多様化が加速しているが、メルロジは、今まで手付かずであった集荷プロセスでのユーザ体験向上にフォーカスしていく。また集荷物流網構築にあたっては、物流パートナー企業との提携により、トラック・倉庫等の自社アセットを持たないビジネス展開を行う。

Q5. 事業概要②: メルロジの特徴・強みは？

A5. メルカリの取引データを活用し、効率的なエリア展開が可能であること。また、メルカリポスト・メルカリステーション等の自社タッチポイントを集荷拠点として活用できること(メルカリポストを中心としタッチポイントは2024年末までに全国8,000箇所に拡大予定)。そして、集荷過程での付加価値提供(Q6参照)が可能であること。

Q6. 事業概要③: メルカリのユーザにはどのようなサービス提供が可能となるのか？

A6. 自社集荷物流網上におけるクリーニング・リペア等の付加価値サービス(2022年春に導入予定)や新たな発送サービス(梱包レス[2021年4月より実証実験中]等)が利用可能となる。発送時のユーザのペインポイントを解消すると同時に、社会・環境への貢献も実現できるようなサービス提供を目指す。

Q7. 事業概要④: 将来的にはどのような展開が考えられるのか？

A7. 中長期的には自社網を開放し、誰もがメルロジ集荷物流網を使える環境にしたい。具体的には、メルカリポストの返品集荷向け開放、ネットショップ出店者への集荷サービス提供、メルカリShops出店者向けの出品・梱包・発送代行提供等が考えられる。

Q8. その他①:アセットや人員を抱え、多額の初期投資を要する物流事業ではないのか？また当期業績に与える影響は？

A8. パートナー企業との提携により、トラック・倉庫等の自社アセットを持たないビジネス展開を行っていくものであり、多額の初期投資は不要。人員に関しては、設立時点では10名規模からスタートし、今後事業の推進において必要な人員の採用を行う方針。なお当期業績に与える影響は軽微である。

Q9. その他②:本事業のパートナー企業は？

A9. これまでのメルカリの配送は、パートナー企業と共に作り上げ成長してきた。今後も既存パートナーとの共同関係は継続しつつ、更なる連携を通じ、新しい物流の形を作っていく。

Q10. その他③:今後のタイムラインは？

A10. 特定地域での集荷を11月に開始予定としている。以降はデータ活用により集荷効率の見込めるエリアに展開していく。

以上