

Logistics Automatic Strategy

－商品発送作業の自動化戦略編－

推奨環境

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。
できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。
(無料) <http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

著作権について

当レポートは、著作権法で保護されている著作物です。
使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

◆レポートの著作権は、作者にあります。作者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。

◆本レポートの一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段(印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど)により複製、流用および転載することを禁じます。

使用許諾契約書

本契約は、レポートダウンロードした法人・個人(以下、甲とする)と作者(以下、乙とする)との間で合意した契約です。本レポートを甲が受けとることにより、甲はこの契約は成立します。

第 1 条(目的) 本契約は、本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的

に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条(第三者への公開の禁止) 本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。また、本レポートの内容は、秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙との書面による事前許可を得ずにいかなる第三者にも公開することを禁じます。

第 3 条(損害賠償) 甲が本契約の第 2 条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違反件数と金壹萬円を乗じた価格の 10 倍の金額を支払うものとします。

第 4 条(その他) 当レポートに沿って実行し、期待通りの効果を得ることができず、万一如何なる損益が生じた場合でも、乙は甲に対して責任を負わないものとする。

Contents

はじめに.....	5
そもそも商品発送の自動化とは、どういうものか？.....	6
なぜ、商品発送を自動化すべきなのか？.....	8
商品発送を自動化するためには、どうすればいいのか？.....	10
商品発送の外注先の探し方と、実際に外注するための方法.....	13
外注先を決定する際、必ず考慮すべき3つのポイントとは？.....	15
商品発送を外注すべきか否かの、一ヶ月の発送量を基にした判断基準とは？.....	22
最後に.....	25

はじめに

このコンテンツでは、商品の発送作業を自動化していく方法について解説していきます。

この方法を学び、忠実に実践する事ができれば、あなたは発送作業という面倒な作業に、一切手を付けずにビジネスをする事も可能になります。

発送作業さえ自分の手を離れば、必然と時間が増え、ビジネスを一気に加速させていく事もできるため、ぜひこのコンテンツを利用して、発送作業の自動化にも挑戦してみてください。

それでは早速、次のページから本題に移っていきます。

そもそも商品発送の自動化とは、どういうものか？

ただ単に「商品発送の自動化」というと、ちょっと抽象的な表現かもしれません。

これは要するに、

- 1、仕入先から届いた商品を受け取る
- 2、届いた商品を検品する
- 3、検品した商品を保管、もしくは発送準備
- 4、受注が入ったら、適切な商品を発送

という一連の作業を、“自分が一切関与しなくても”進行するようにしておくという意味になります。

つまり、仕入先に対して、商品の発注を一度かけてさえしまえば、あとは自分が寝ていても遊んでいても、その商品は適切にお客さんに届けられるという事です。

『そんな事、できるもんなの？』

なんて思うかもしれませんが、それが実際に可能なんですね。

しかも、人を雇ったりする必要もなく、初期投資も必要なく、です。

その方法というのを順番に解説していきますので、ぜひ最後までお付き合いください。

なぜ、商品発送を自動化すべきなのか？

先ほどの章で、商品発送の自動化の”定義”みたいなものを言及しましたが、いざその方法を説明する前に、

「なぜ、商品発送を自動化すべきなのか？」

という事について触れさせてください。

そのあたりのメリットを理解していないと、そもそも自動化するモチベーションも湧きづらいと思いますので。

で、早速ですが、なぜ商品発送を自動化すべきなのかというと、これはすでに理解されている人も多いかと思いますが、

「商品発送を自動化できれば、自ずと自分の時間が増えるから」

です。

売上が上がれば上がるほど、商品発送作業も増える事になりますから、どんどん時間が減っていく傾向にあります。

発送作業って結構手間のかかる作業なのに、基本的には「利益を生まない作業」に分類されるので、中々厄介な存在なんですね。

だからこそ、その発送作業さえ自動化できれば、今までそこにかけていた時間が、そっくりそのまま増えますから、発送数次第では結構なインパクトになります。

増えた時間で、ビジネス以外の好きな事をするのもよし、その時間を更なる利益アップの活動に充てるのも良いですね。

いずれにしても、時間が増えて困る事は絶対にはないと思いますので、商品発送の自動化は、いろいろな面で大きなメリットがあるわけです。

という事で、転売ビジネスを続けていくのであれば、ゆくゆくは商品発送の自動化に取り組んでいってもらえればと思います。

そのために必要なノウハウや知識などをこれからしっかりと解説していきますね。

では、次の章に移ります。

商品発送を自動化するためには、どうすればいいのか？

商品発送の自動化というのは、『仕入れ元に一度発注さえかけてしまえば、あとは自分が寝ていても遊んでいても、その商品は適切にお客さんに届けられる』という事の意味である旨を説明しました。

では、一体どうすればそんな芸当が可能になるかというと、ズバリ、

「発送作業を外注する」

という事で可能になります。

つまり、自分以外の人に商品発送を任せてしまうわけですね。

ただ、発送を自分以外に任せるといっても、こればかりは、商品リサーチなどを任せるような外注とは少し勝手が違ってきます。

というのは、発送作業は”モノ”を扱う作業ですから、

- ・仕入れた商品を持ち逃げされないか
- ・商品を破損させないように扱ってくれるか
- ・間違った送り先に送ってしまわないか

などなど、色々な不安が付きまってくる作業になるからです。

そのため、いわゆる「外注さん」と呼ばれるような、一個人の相手に発送作業を外注させてしまうのは、少々リスクがあります。

というよりも、発送作業に関して言えば、「外注さん」に作業を任せるのはおすすめしませんし、むしろやめた方がいいと思います。

では、どのような相手に商品発送作業を任せればいいのかというと、これは結論から言えば、

「発送代行会社」

です。

ここでいう発送代行会社とは、その文字通り、私たちのような物販事業者がお客さんに発送する商品を、代行して発送してくれる会社の事になります。

『そんな会社あるの?』

なんて思うかもしれませんが、最近ではネットを利用した物販ビジネスに取り組む事業者がどんどん増加してきていますから、それをカバーするかのよう、に、発送代行会社という存在も非常に増えてきているんです。

なお、商品発送を外注せず、自分で商品を発送する場合には、

「仕入れ先」 → 「自宅（オフィスもしくは自前の倉庫）」 → 「お客さん」

という流れで、基本的には商品がお客様の元へと流通していく事になりますが、
発送代行会社に商品発送作業を外注した場合は、

「仕入れ先」 → 「発送代行会社」 → 「お客さん」

というように、私たち事業者を介さずにお客さんに商品が届けられる事となります。

ですから、一度仕入れ先に対して商品を発注さえしてしまえば、あとは自分が関与
しなくても、発送作業が進行していくわけです。

という事で、以上ここまでの説明で、

「商品発送を自動化するためには発送代行会社に外注しよう」

という事をお話ししましたが、次の章では実際に、その発送代行会社の探し方につ
いて説明していきたいと思います。

商品発送の外注先の探し方と、実際に外注するための方法

さて、それでは、発送代行会社の探し方についてお話ししていきます。

発送代行会社の探し方ですが、結論から言いますと、以下のサイトを利用するのが便利です。

・物流倉庫一括 .jp

<http://www.ikkatsu.jp/souko/>

上記は、発送代行会社の一括比較サイトなのですが、必要ないくつかの項目を入力するだけで、ご自身の状況やニーズに適した複数の業者へ、一括で見積もりを提出してくれます。

もちろん、無料で利用できますので、まずはこちらのサイトを利用して、見積もりを依頼してみると良いです。

一括で見積もりを依頼すると、複数の業者から見積もりが届き、場合によってはその会社の担当者と直接アポイントをとる事ができます。

そのアポイントで、自身のビジネス状況だったり、要望などを伝えながら、外注する際の流れや料金面を相談してみてください。

条件面などで納得できれば、その会社と契約をしていくという流れになります。

商品発送作業を任せる際の、作業の細かいルールや取り決め、実際の作業手順などは、その発送代行会社と打ち合わせしながら決めていく事になりますので、そのあたりは実際に状況に応じて対応してってください。

発送代行会社は「プロ」なので、臨機応変に対応してくれるはずです。

したがって、発送作業の自動化（外注化）に関しては、どうやって発送作業を外注化するかという「手順」的な部分は、ほぼ全て「**外注先の発送代行会社を探す事**」に集約されてきます。

外注先の会社さえ見つけてしまえば、あとは先方と話し合いながら発送作業の手順などを詰めていくだけだからです。

ですので、まず覚えておいて欲しいのは、このように一括比較サイトを利用する事で、外注先を簡単に見つけていく事ができるという事。

また、何よりこのようなサイトは優良な業者が絞り込まれて掲載されているので、安心して外注先を探す事ができるという利点もあります。

というわけで、外注先を探す際はぜひ、一括サイトを利用して効率よく探してみてください。

外注先を決定する際、必ず考慮すべき3つのポイントとは？

前章で、一括比較サイトを利用して外注先を探していくという方法を推奨しましたが、その際、複数の外注先候補が挙がってくる事もあると思います。

そのような時に、どうやって外注先を決定すべきなのか、実はその判断基準として考慮すべき3つのポイントがあるんです。

複数の候補の中から外注先の決定に悩んだら、これからお伝えする3つのポイントに当てはまっているかをまずチェックするようにしましょう。

そうする事で、外注先を決定しやすくなりますし、何より外注先選びで失敗する事を防いでいけます。

基本的には、発送代行会社を乗り換えたりしない限り、その会社とは長いお付き合いになるわけですから、その選定に失敗してしまうのは、どうしても避けたいところですからね。

という事で、そんな時に考慮すべき3つのポイントですが、以下になります。

- 1、ある程度、柔軟な対応をしてくれるか
- 2、その発送代行会社の倉庫が遠すぎないか
- 3、発送代行の費用が安すぎないか

ちょっとこれらを順番に解説していきます。

1、ある程度、柔軟な対応をしてくれるか

やはり、作業を依頼するのであれば、柔軟に対応してくれる会社の方がおすすめなのは間違いありません。

なぜなら、ビジネスを進めていくうちに、発送作業の内容が変わってきたりする事が良くあるからです。

バイマであれば、最初は無在庫販売が基本的な販売スタイルになると思いますが、ゆくゆくは在庫を抱えたり、バイマで扱っている商品を、バイマ以外の販路でも販売したりと、色々と変化していく可能性もあります。

そうなれば、在庫を保管するスペースを新たに用意してもらう必要があったり、そもそもの発送作業のオペレーション内容が変わるなど、発送作業を依頼した当初とは、状況が変わってくる事になるわけです。

だからこそ、柔軟な対応をしてくれる発送代行会社の方が好ましいと言えるんですね。

要するに、顧客（私たち）の要望を聞き入れてくれて、しっかりとその要望を反映してくれるような会社を選ぶべきという事です。

ちなみに、そういった会社の見分け方としては、見積もりをもらった段階くらいで、

『ビジネスの状況次第では、将来的に、○○な作業や●●な作業にも対応してもらう可能性もあります。その時はまたご相談しますが、そのような対応も可能ですか？』

というように、発送作業の内容に追加や変更がある可能性を示唆しておく事です。

そうすれば、その返答次第で判断していけますからね。

この「柔軟性があるかないか」は、発送代行会社選びでぜひ考慮すべきポイントの一つなので、そのあたり参考にしてみてください。

では次です。

2、その発送代行会社の倉庫が遠すぎないか

これは、あなたの自宅orオフィス（ビジネスの拠点）から、発送代行会社の倉庫の距離が、物理的に遠すぎないかどうかという事です。

この距離があまりにも離れている場合、打ち合わせをする場合や、倉庫に何か用事がある場合など、色々と不都合が生じる事があります。

理想を言えば、片道2～3時間以内の場所に倉庫がある事です。

そのくらいの距離であれば、何かあった時も日帰りで倉庫に行ったりできますからね。

ただ、これは絶対ではありませんので、それ以上の距離があったとしても、その会社に発送作業を外注していけないという訳ではありません。

先ほど説明した「1」と、後述する「3」のポイントに合致しているのなら、この「その発送代行会社の倉庫が遠すぎないか」というポイントに合致していないとしても、その発送代行会社に作業を依頼しても問題ないです。

しかしながら、同じような条件の発送代行会社が複数上がっているのであれば、やはりここは、物理的な距離を判断ポイントにすべきです。

たとえば、あなたの拠点が東京にあって、発送代行会社の候補が、

「北海道、埼玉県、広島県、沖縄県」

という感じで4社だったとしたら（少し極端な例ですが）、埼玉県の発送代行会社を選ぶようにしましょう。

ちなみに、私が依頼している発送代行の会社は、私の拠点から新幹線などを利用して片道2時間程度で行ける場所に倉庫があります。

ぜひ参考にしてみてください。

3、発送代行の費用が安すぎないか

見積もりをもらって、その発送代行の費用が他社などと比べても明らかに安すぎる場合、ちょっとその発送代行会社は警戒した方がいいです。

なぜなら、費用が安いということは、その分発送作業のクオリティが低い可能性が高いからです。

もちろん、その企業の企業努力によって他社よりもコストを下げて発送代行サービスを提供しているところもありますが、他社に比べて明らかに安すぎるのであれば、やはりそれは注意が必要だと思います。

基本的に、発送代行会社が請求してくる発送代行費用というのは、

「発送料金の実費 + 代行手数料」

という形態になっています。

発送料金の実費というのは、その発送代行会社が発送する際に利用している運輸業社（クロネコヤマトや佐川急便など）で商品を発送した際の、「送料」の実費の事です。

そして、その「送料」の実費に対して、商品一件を発送する際に発生した手間賃（手数料）が上乗せされて、その合計金額を請求される事になります。

（※上記はあくまで基本的な形態であり、発送代行会社によって違う事もある）

基本的に、どの発送代行会社も作業内容としては変わらないので、そこで発送代行費用に大きな差がついてしまうのは、何か裏があると考えた方がいいです。

そういう会社は大体、コストを削るために人員を削減し、あらゆる無駄を省いています。

そうやってコストを下げられるのなら良いのかもしれませんが、場合によってはそれが原因で、「発送ミス」があったり、作業過程での商品の破損など、不要なトラブルを被ってしまう可能性だってあるわけです。

そのようなトラブルが起こった場合、お客さん（商品を注文した人）からのクレーム等は、発送代行会社ではなく、基本的に私たち物販事業者に降りかかってくる事になります。

特にバイマなどのプラットフォームでビジネスをする場合、それがそのままアカウント評価に影響してしまいますので、トラブルが起こりやすい発送代行会社を選ぶのは避けるべきです。

そして、そういったトラブルが起こりやすいのは、やはり発送代行費用が「格安」な会社な傾向にあるので、見積もりの時点で費用があまりにも安すぎる場合、その会社は候補から外した方が無難だと思います。

ぜひそのあたりを参考にしながら、発送代行会社を選定してしてみてください。

という事で、以上ここまでが、

「外注先を決定する際、必ず考慮すべき3つのポイント」

を解説したのになります。

最後にもう一度おさらいとしてまとめておきますが、以下の3つのポイントを外注先選びの際に考慮するようにしましょう。

- 1、ある程度、柔軟な対応をしてくれるか
- 2、その発送代行会社の倉庫が遠すぎないか
- 3、発送代行の費用が安すぎないか

以上、参考にしてみてください。

それでは次の章に移ります。

商品発送を外注すべきか否かの、一ヶ月の発送量を基にした判断基準とは？

ここまでの章で、外注先の探し方から、選定していく際のポイントを解説してきましたが、そもそも論として、

「商品発送を外注すべきか否か」

を判断する基準についてを、この章ではお話したいと思います。

というのも、ビジネスの状況によっては、発送作業をわざわざ外注するよりも、自分でやってしまった方が効率よく、かつ安上がりにビジネスをできる事もあるからです。

では、どういう状況の時に、自分で発送作業をした方がいいかというと、

「発送量がまだ少ない時」

です。

一ヶ月に発送する商品の量が少ない場合、まずは自分で発送作業をやって、外注化する事に意識を使うよりも、とにかくにも売上を伸ばす事に意識を集中させた方が、そのビジネスは成功しやすい傾向にあります。

商品発送量が少ないなら、まずは売上を上げる事にフォーカスして、商品発送数が増えてきた段階、つまり、

「発送作業の外注化が必要性を帯びてきた段階」

で、外注すべくして外注するのが好ましいというわけですね。

では、その商品発送量がどのくらいかというと、

「一ヶ月に30個」

という発送量を、私は推奨しています。

要するに、一ヶ月に30個発送しているかどうか、商品発送を外注化すべきか否かの判断基準になってくるという事です。

一ヶ月に30個だと、1日1つの商品を発送する事になりますが、経験上、そのくらいの発送頻度になってきた段階で、商品発送を外注化した方が、ビジネスは上手くいきます。

それ以下の発送量であれば、まずは1日1つの商品を発送できるくらいまで売上を伸ばす努力をするのが先決です。

また、それ以上の発送量であれば、発送作業を外注化してしまつて、自分の時間を増やした方が利益を伸ばしやすいです。

これはあくまで目安ですが、私自身、一ヶ月の発送量が30個を超えたきたくらいから外注化を始めましたし、私が指導しているクライアントさんでも、そのタイミングで外注化する事で、さらにビジネスを加速させている傾向にあります。

この「一ヶ月30個」というのは必須ではありませんが、まだ商品発送を外注化していない状態であれば、これを一つの判断基準にしてみてもいいのではないでしょうか。

おそらく、一ヶ月の発送量が30個を超えてくると、ご自身でも発送量の多さのせいで時間がなくなっているのを自覚できるはずなので、自然とその必要性も感じてくるかと思います。

という事で、以上ここまでが、

「商品発送を外注すべきか否かの、一ヶ月の発送量を基にした判断基準」

についての解説でした。

ぜひ参考にしてみてください。

最後に

商品発送の自動化（外注化）について触れてきましたが、いかがでしたでしょうか。

商品発送を自動化するには、発送代行会社に依頼してしまうのがその方法の全てであり、あとはいかにその外注先の会社を探していくかに尽きます。

発送代行会社という、いわば「外注を引き受けてくれるプロ」なる存在がありますので、発送を外注するにも、特別な技術など必要なく、本当に誰にでも出来てしまいます。（依頼すればいいだけなので）

ただ、だからこそ「どの会社に依頼するか」が重要な問題になってきますので、このコンテンツで解説してきたポイントを踏まえて、じっくりと選定するようにしましょう。

もし、外注先の選定や、それ以前の段階でも不明点など出てきたら、いつでもご相談ください。

しっかりとフォローしていきます。

それでは最後までお読みくださり、ありがとうございました。

またお会いしましょう！

ゆのきち