

倉庫機能をフル活用した宅配型トランクルームサービス「sharekura」で、安価に安全を提供



シェアクラ(株) 代表取締役 内山 明夫

◆連載監修：大谷 巖一（イーソーコグループ・会長）

1. はじめに：モノがないと部屋はこんなに広がる！

シェアクラは、宅配型トランクルームサービス「sharekura」の提供を2019年1月より開始した。宅配型トランクルームサービスとは、顧客の自宅のクローゼットの延長として、当社の提携倉庫で荷物を預かるサービス。顧客は自宅にしながら、荷物の預け入れや取り出しが自由にできる。「モノがないと部屋はこんなに広がる！」をコンセプトに、段ボール1箱（80サイズ）から受けて、当社に荷物を送っていただいた後は、クラウドサービス上ですべての荷物をスマートフォンやPCから写真で一括管理できる。



sharekura

図1 宅配型トランクルームサービス「sharekura」

コロナ禍の巣ごもりニーズにより、EC市場規模が拡大を続ける中、トランクルーム市場も順調に推移を続け、過去10年間で売上高が倍増となる670億

円市場へと拡大した。テレワークの浸透から居住環境の変化が起こり、新たな収納ニーズが生まれた。2026年に1,000億円市場に成長する兆しも見え、トランクルーム市場は国内外から高い期待と注目を集めている。

2. 物流不動産ビジネスとの出会い

筆者の実家は神奈川・横浜で古本屋を営んでいた。子供のころからトラックに同乗する経験も多数あり、物流は比較的身近な存在だった。学生時代に古物商の免許を取得、自分の部屋を倉庫代わりにして、ヤフーオークションで古本を販売した経験もある。アマゾンが日本に参入する以前のことである。古本販売の取扱量も順調に伸びていくとともに、保管、在庫管理、梱包作業の物流にかかわる重要性は身にしみて感じていた。当時からぼんやりではあるが、何かモノを売りたい…。それもECを視野に入れ、“私だからできるビジネス”を当時から模索していた。

一橋大学大学院卒業後、日本生命保険、楽天での通信事業経営企画、ランサーズほか、大手企業やベンチャー企業の複数業務を経験し、M&AやITを活用したさまざまなサービスの根幹を担ってきた。その後、フリーのコンサルタントとして独立、2016年にはデータサイエンスプロフェッショナルズを立ち上げ、各種業界向けに人手不足、ミスの抑制などの課題を解決するためのデータ分析、機械学習の導入コンサルティング、システム開発を提供。

就職をするにあたり、知りたかった点は2点あった。大手企業がどのような仕組みでビジネスを運営しているのか、効率化に結びつけているのかである。結果的に複数社を歩み、いろいろな業種を渡り歩いたことで、ビジネスモデル「シェアクラ」を考案することができた。「蔵」を「シェア」するビジネスモデルこそが、私の「天職」のように感じたものだった。

データサイエンスプロフェSSIONALSは、順風満帆にビジネス市場を伸ばしてきたが、2018年に転機が訪れた。当初は提携先の物流センターを基幹の倉庫として荷物を保管先としていたが、急遽提携がなくなり保管できなくなったため、慌てて倉庫探しを始めた。倉庫ロケーション、賃料から倉庫候補も見えて来た頃、ネットで見つけたイーソーコに仲介の相談をしてみた。それがイーソーコグループとの出会いだった。

初対面にも関わらず、長時間多方面から話をした。イーソーコグループの大谷会長にはいろいろ興味を持っていただいたが、最も刺さったのがシェアクラのターゲットがBtoCであることである。大谷会長に「イーソーコがまだ手つかずの分野」ということと、シェアクラの将来性とBtoC事業への可能性に期待をいただき、「一緒に物流不動産ビジネスで業界を盛り上げましょう」と、話はとんとん拍子に進んだ。データサイエンスプロフェSSIONALSの社名はイーソーコグループの提携と同時期にサービス名と同様のシェアクラへと変更、設立当時から代表を務めてきた。最も大きな心配ごとだった荷物の保管先は、イーソーコ本社の隣にあり、同じグループ会社でもある東運ウェアハウスを利用できることになった。

日本生命在籍当時、ビジネスの心臓部となる「資産運用面」に携わってきた。同期入社社員が同社初の物流不動産開発の立ち上げに関わり、倉庫、物流センターは身近なものに感じていた。また、実家の家業が古本屋以外にアパートも経営していたことで不動産業とも縁が深かった。実際、筆者は発電所のM&A案件に携わった経験もあり、大型の建物の優

位さは理解していた。それは物流不動産ビジネスも同様で、何より物流領域は、これからも大きく伸展するだろうとの期待があった。

3. 合併会社の設立

イーソーコグループ会社のイーソーコドットコムから出資を受けたのが2020年12月。同時期に、保管していた荷物を東運ウェアハウスに総移管した。シェアクラのビジネスモデルはイーソーコグループとの親和性が高い。新入社員でも実務として荷役作業ができることや、イーソーコグループの倉庫を利用することで初期コスト、月々の運営コストを抑えられることも当社にとっては大きなメリットだった。

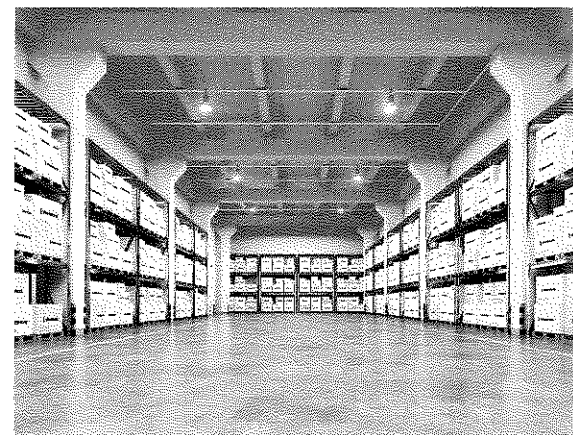


写真1 保管イメージ

また、将来的には東京23区を対象とした一部サービスの全国展開を行う際の物件を確保するのに、イーソーコグループのネットワークは心強く感じている。

戦略的に当社が次なるターゲットと狙うのが法人営業である。これまでのシェアクラのビジネスは自社サイトでの「BtoC」に加え、大手不動産会社と提携し、その提携先が介在して入居者がエンドユーザーとなる「BtoBtoC」のフローだった。この先、法人を顧客に持つ企業との提携することにより

「BtoBtoC」を展開し、シェアクラで力を入れていく法人向けプラン開始とバックヤードの請求に関わるシステムの立ち上げを行う。

これまでのシェアクラは個人（客）が対象のため、クレジットカード払いがメインだったが、今後は請求書発行による支払いにも対応していく予定である。企業との提携により従業員の方に向けたサービスとしてシェアクラを活用していただくためである。そのため、現在（法人向けプランに対応した）バックヤードのシステムを再構築している。法人向けプランではビジネスユースなど少し大きな荷物の取り込みまでの動きを強化し、サブスクリプションビジネスとして10月に提供を開始する計画で、その際にイーソーコグループと協力して販促に取り組む予定である。

現在、当社はイーソーコが管理する第3東運ビル（東京・港区）にオフィスを構え、保管、ピッキングなどの一連の作業は本社の近隣にある東運ウェアハウスで行うが、全国展開を行う際には主要都市の倉庫会社の空きスペースを用いて、その一部をシェアクラとして活用していきたい。

4. 後発として差別化

シェアクラは宅急便サービスによる配送を前提に、商品設計を行った。後発組の当社は段ボールの種類を細分化し、最小サイズは業界最安値となる月110円からとして、顧客への利用の敷居を低くした。

シェアクラの特徴は以下の4点となる。

① 業界最安！安心の価格設定

保管のプロが効率的に収納することにより、業界最安値水準でサービスを提供する。

② 保管中のアイテム状態を見える化

預けた荷物は「マイページ」からいつでも確認ができて、一般のトランクルームより便利に使える。

③ 荷物を素早く取り出し可能

荷物の取り出しは、必要なときに必要な分だけ行える。申請をすれば、最短翌日にユーザー自宅へ発送する。

④ セキュリティー面で安心

創業50年の実績を誇る東運ウェアハウスと提携。物流のプロが管理するため、安心のセキュリティーと保管環境で大事な荷物を預かる。

また、シェアクラでは、さまざまな使い方ができるように3つのプランを用意した。

1) ボックスプラン

洋服や本、思い出の品など、多様な荷物を幅広く保管できるプラン。利用用途が広く手軽に使えるレギュラーボックスの他、利用が多いクローゼットに収納しきれない洋服や本・ディスク類などの保管は専用段ボールを用意。

	スモール	レギュラー	アパレル	ラージ	ボックス ×1
サイズ	幅30cm 奥行20cm 高さ20cm	幅35cm 奥行25cm 高さ35cm	幅55cm 奥行25cm 高さ20cm	幅60cm 奥行40cm 高さ30cm	幅30cm 奥行30cm 高さ20cm
初期費用 (税込) ※2,211	0円				
月額保管料 シンプルコース(税込)	110円	275円	275円	440円	275円
月額保管料 プレミアムコース(税込)	150円	300円	330円	550円	340円
取り出し費用 (税込) ※1	660円	660円	660円	1,078円	660円

図2 段ボールの種類を細分化

2) スペースプラン（東京23区限定）

0.4畳と0.7畳単位で収納スペースを管理できる。上記、大型アイテムや専用ボックス以外の荷物もスペース内であれば保管可能。大きな荷物が無い引っ越しの際の一時保管、シーズン毎にまとめて荷物を取り出す場合などには、全ての荷物を一括で取り出す「バルクコース」、衣替えの際の洋服の取り出しや季節家電の一次取り出しなど、1梱包からの取り出しが可能な「シンプルコース」を用意。

トランクルームと比較した場合、シェアクラは初期費用がかからず、預け入れや取り出しは運送会社に対応するため、顧客自身で運ぶ手間もない。また倉庫での保管環境は湿度と温度管理も良好なため、安心して預けていただいている。

シェアクラの強みは「自宅にいながら使える」点

である。類似サービスよりプランが多く、安価に提供していることで差別化を図った。



写真2 さまざまな使い方ができる3つのプラン

5. おわりに：今後の展望

今後、注力していくのは「法人向けの保管サービス」と「BtoCの強化」の2本柱である。付帯サービスを充実させている類似サービスとは異なり、我々はシンプルで安い料金体系で利用の手軽さを前面に押し出していく。

法人向けサービスに注力していく理由は、トラックルームサービスの料金が高額で法人にとって利用しにくいと思われるためである。都心のトラックルームの料金は当社サービスと比べて高い場合が多く、送料を含めても当社サービスに優位性があると考えている。料金のほか、自社で荷物の出し入れをする必要がなく、預けた荷物を写真で一覧にして管理できる仕組みの利便性を訴求していく。

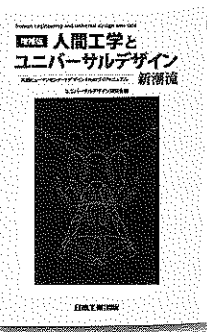
BtoCの強化については、引き続きマンションデベロッパーなどの不動産会社との連携を進めているが、顧客獲得はまだ期待したほどではない。引き合いはあるものの、自社のWebサイト経由の獲得の方が大きい状態である。開拓余地は大きいと考えており、その他個人客とつながりのある企業などとも連携を深めていく予定である。

コロナ禍でオフィス面積が縮小傾向にあるなか、オフィス移転の際に当社に什器などを預けていただく事例も増加中である。こういったニーズにも対応できるようにしていきたい。

増補版 人間工学と ユニバーサルデザイン新潮流

実践ヒューマンセンタードデザインものづくりマニュアル

人間中心、人間工学に基づく設計技術に視点をあて、ユニバーサルデザインの仕方、測定評価法、評価など実際のものづくりに即した内容です。増補版では、IT時代に対応した内容、また最新の規格等を反映し加筆訂正いたしました。教科書として、あるいはデザイン・製品開発の現場でのガイドとしてお勧めいたします。



- 著者：ユニバーサルデザイン研究会 編
- 体裁：A5判 274頁
- 定価：2,860円(税込)

日本工業出版(株) 0120-974-250
<https://www.nikko-pb.co.jp/>
netsale@nikko-pb.co.jp