

「物流をサービス業という視点でとらえ、『運ぶ』から『お届けする』という意識を持つことで新たなビジネスチャンスが生まれる」と話すのは、信書便事業者協会の高橋泉会長（KSGインターナショナル）。

昨年10月に設立され、現在73社が加入。特定信書便事業への参入は年々増加傾向で、2月末時点で376社以上が許可を取得しているものの実際には事業を行っているというケースも多い。昨年実施した事業者へのアンケートでは法整備の問題点や実際のビジネスで困

信書便協会会長 高橋 泉さん



ユーザー目線でアイデア提供

ていることも把握できた。こうした現実を変えていくため、まず今秋をメドに一般社団法人化を目指す。

「内容のある協会として法人化し、発言力を高めていくのが自分の役目。信書便市場を広げていくためにも声を上げていきたい」

自身が経営するKSGグループでは、信書便のほか葬祭業やフライタル事業も手がける。今月には、小規模ウェディングのニーズに対応し、わずか6万5000円で挙式できる式場「小さな結婚式 横浜店」を新

装開店するなどユーザー目線のアイデアが特徴だ。「30年以上前、葬祭業者は作業着姿でひつぎを運ぶのが普通だった。今では黒スーツに白手袋の服装が当たり前。信書便もユーザー目線で発想し、運ぶだけでなく心が伴えば必ずブランド力が付く」

今年度は会員研修や新規参入時の申請アドバイス、事業報告書作成指導といった活動に取り組むほか、会員のレベルアップを図るためフライバシーマーク（P

「運ぶ」から「お届けする」へ



マーク）取得も推奨する。「信書便は直接一般消費者に接する業種。会員事業者は安心・安全・確実だと

ユーザーに認められるような組織にしていきたい」

（吉田 英行）