

**物流はコストではない。  
LTVの最終防衛線である。**

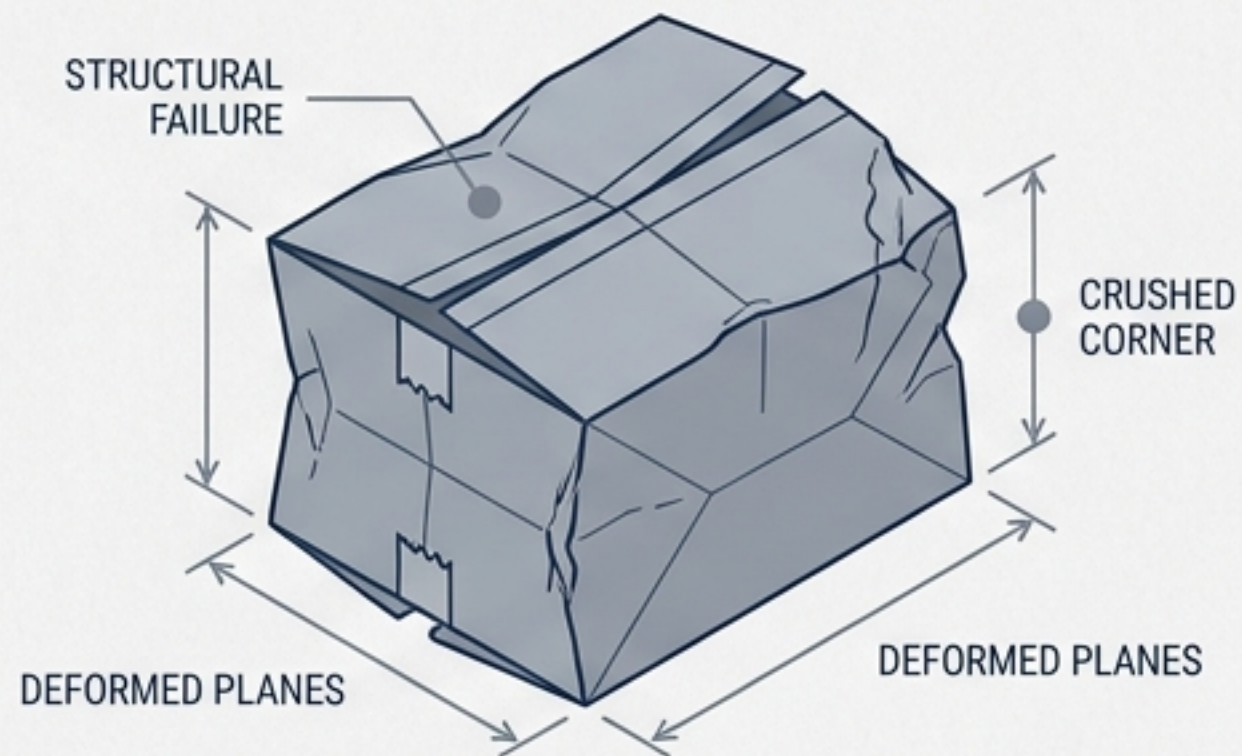


**2026年 ラストワンマイル戦略：  
届く瞬間の「感動」を設計する**

デジタル上で完璧な体験を提供しても、  
届いた箱が潰れていれば信頼は一瞬で崩れ去る。

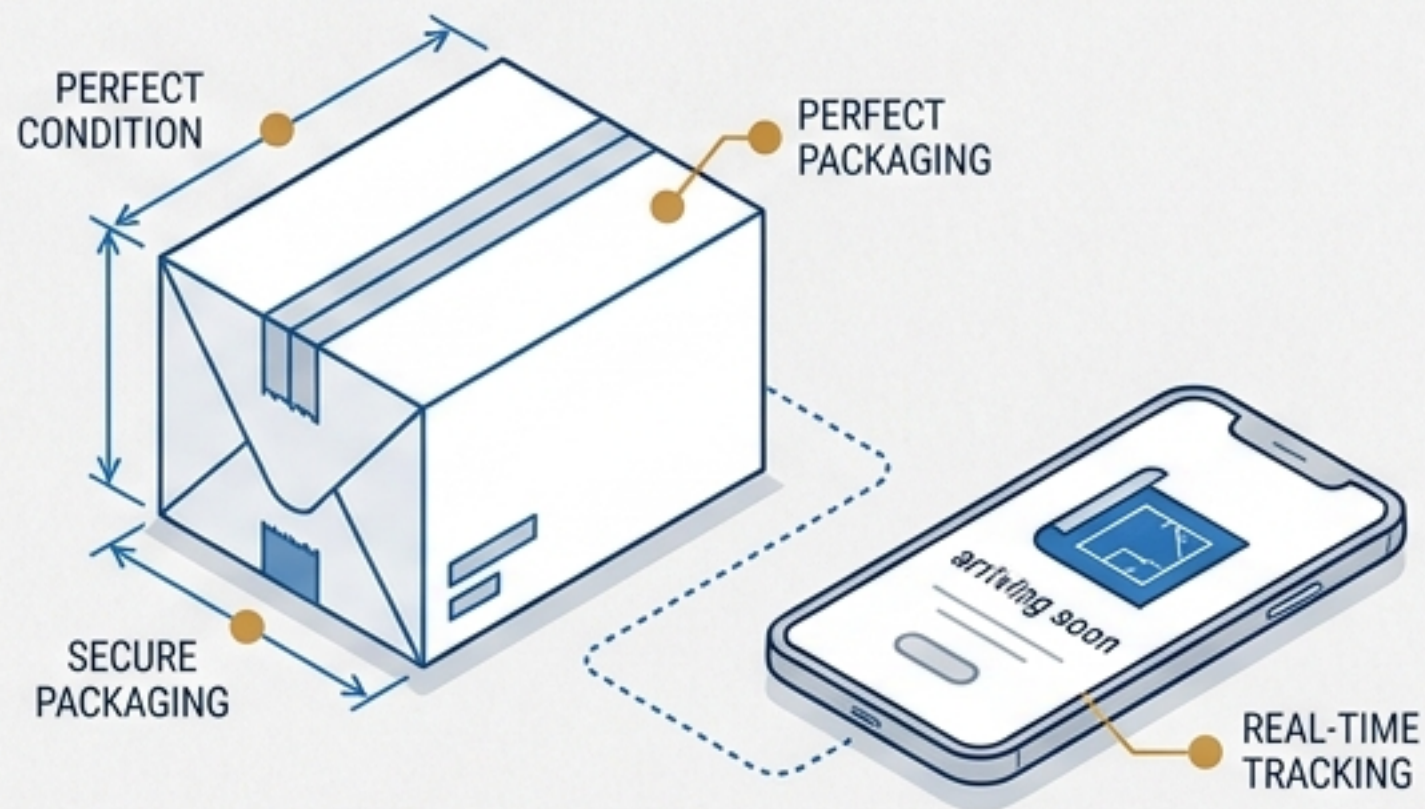
### The Problem

2024年・2026年問題 / 物流危機



### The CX Reality

顧客との物理的な唯一の接点（ラストワンマイル）こそが、最大の差別化要因へ。



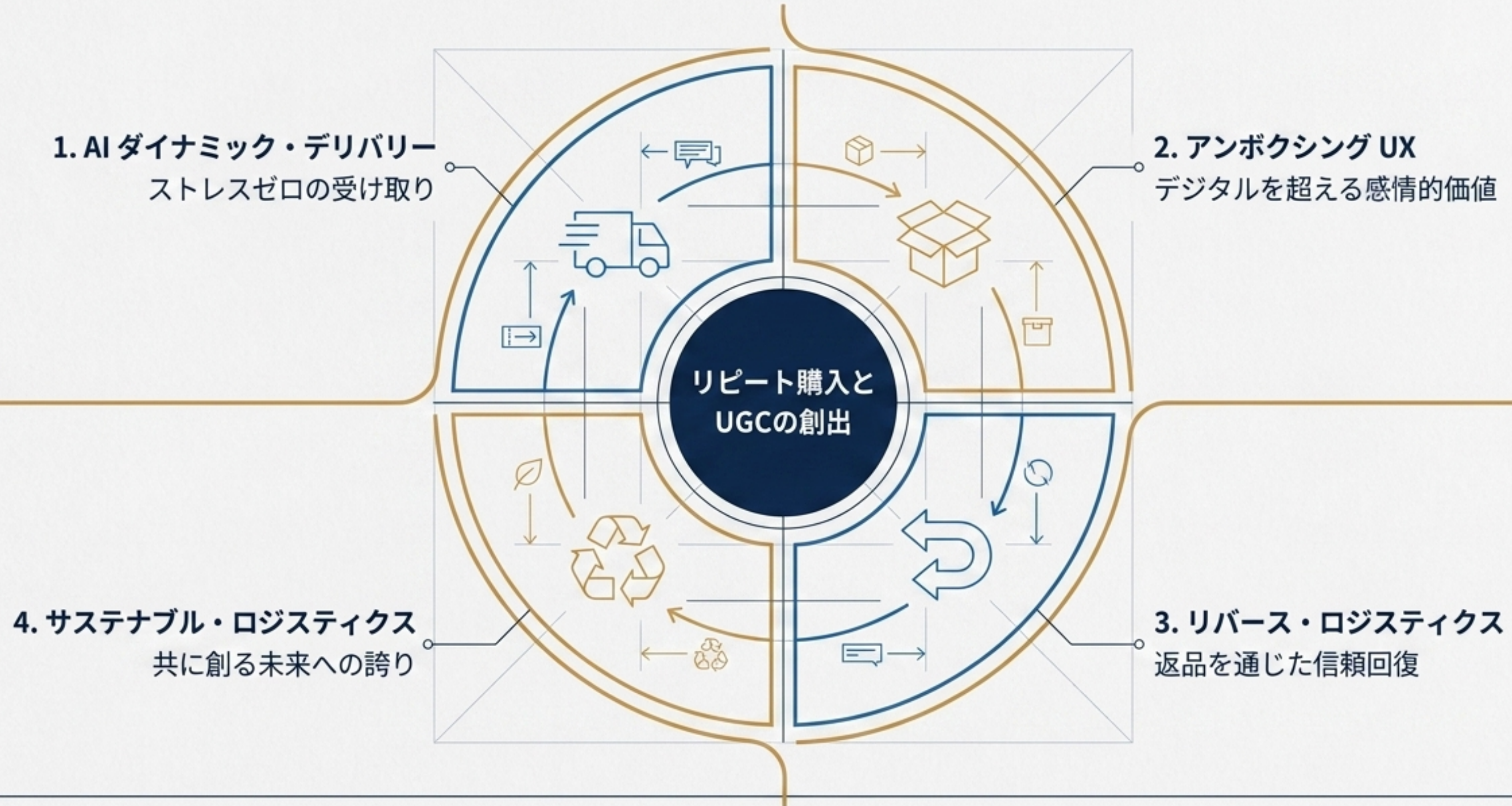
# The Paradigm Shift: 2023 vs. 2026

最重要KPI
AIの役割
パッケージ
返品の手配
環境対応

2023
コスト削減
配達員のルート最適化
茶色い段ボール/ 保護材
コスト / 失敗
企業のコンプライアンス遵守

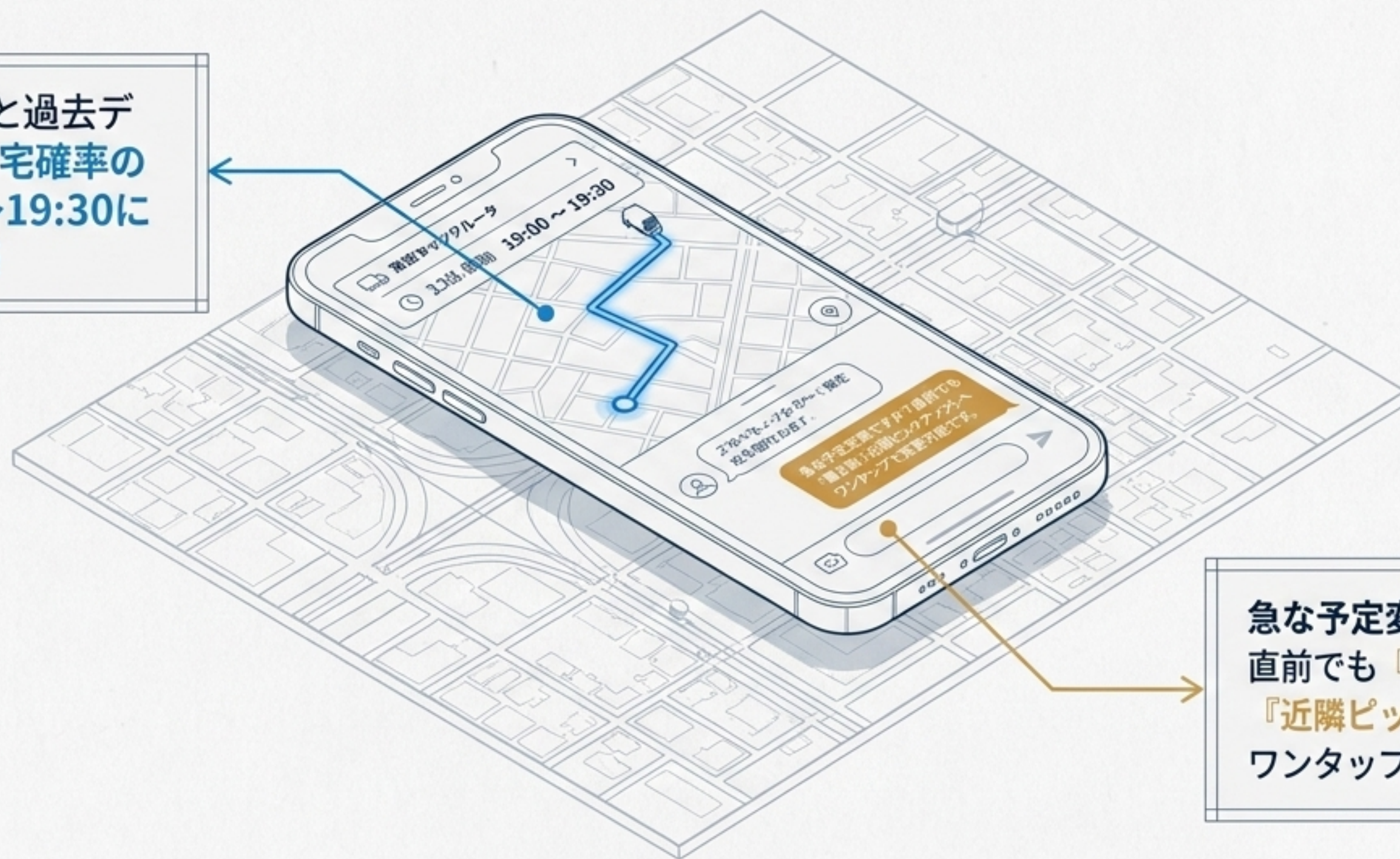
2026 Strategy
LTVの最大化
顧客のストレスフリーなCX
感情を動かすブランドメディア
再エンゲージメントと データ獲得の機会
顧客と共有する「誇り」

# 継続的ロイヤリティ・ループ：物理的ジャーニーとLTVの統合



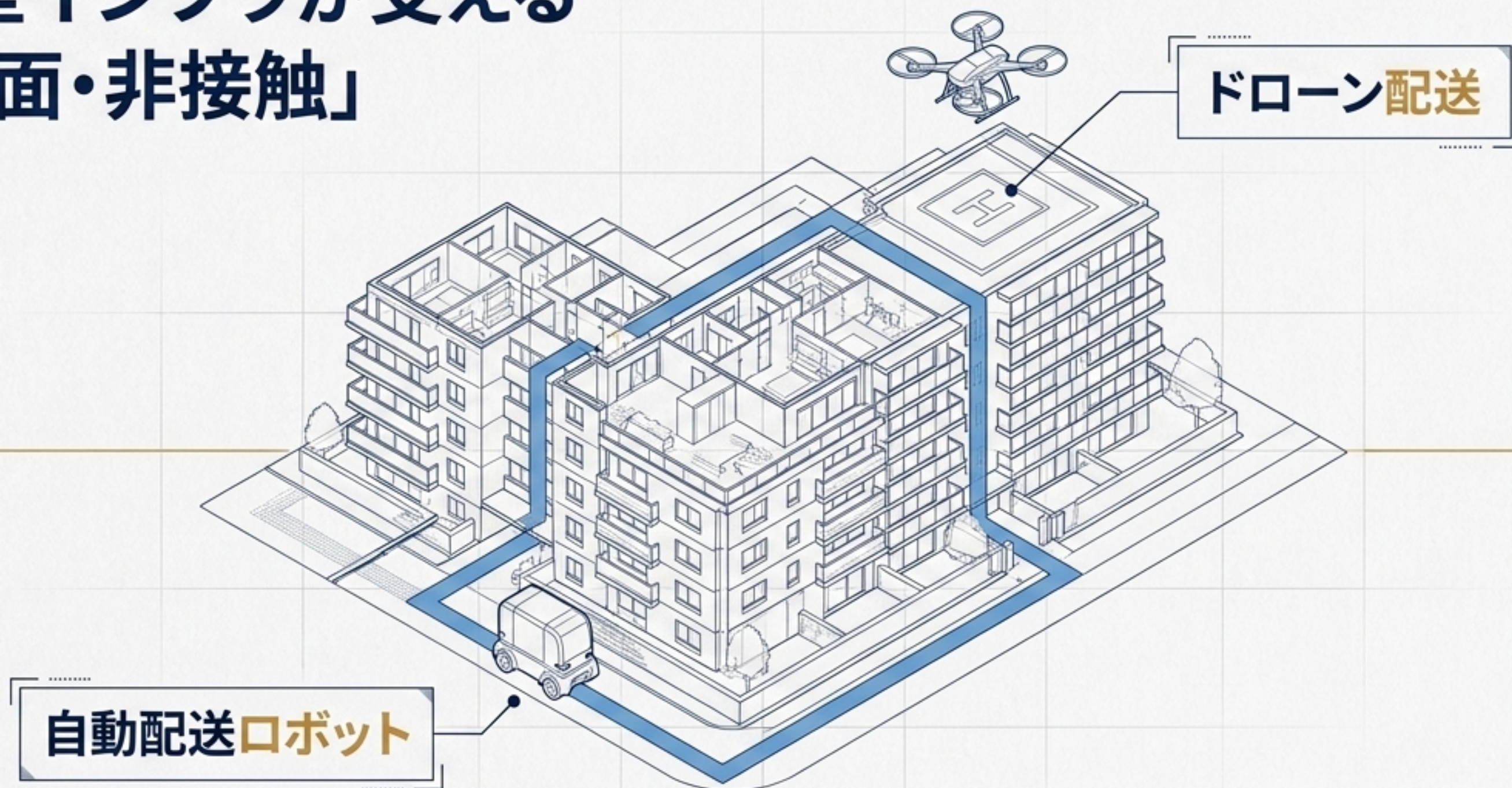
# Pillar 1: AI Dynamic Delivery (再配達ゼロの「ストレスフリー」)

スマートメーターと過去データを解析し、在宅確率の最も高い19:00~19:30にルートを自動構築



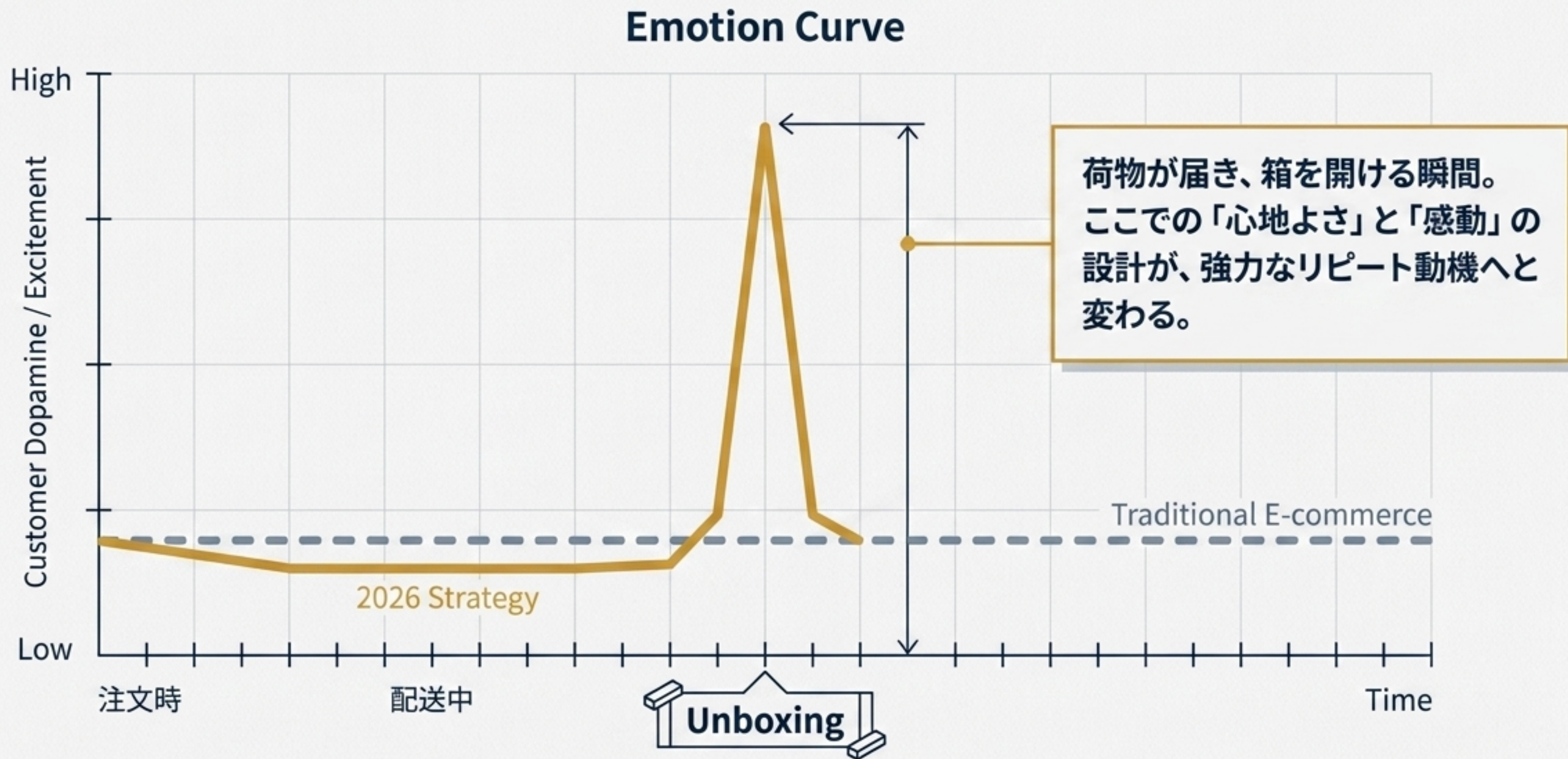
急な予定変更ですか？  
直前でも『置き配』や  
『近隣ピックアップ』へ  
ワンタップで変更可能です。

# 自律型インフラが支える 「非対面・非接触」

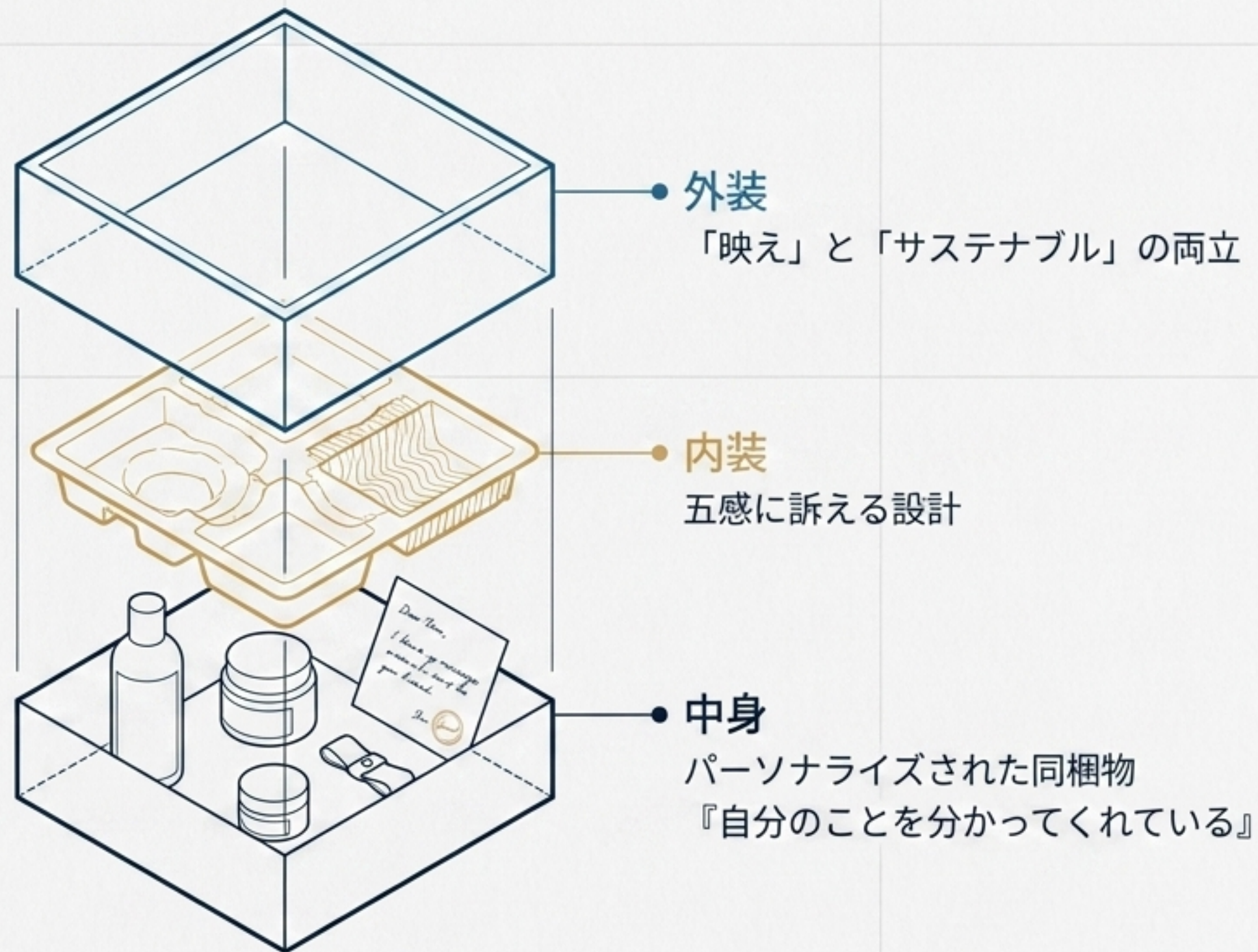


24時間365日、顧客の生活リズムに合わせた確実な配送が、LTVを支えるインフラとなる。

## Pillar 2: 期待値が頂点に達する「真実の瞬間」

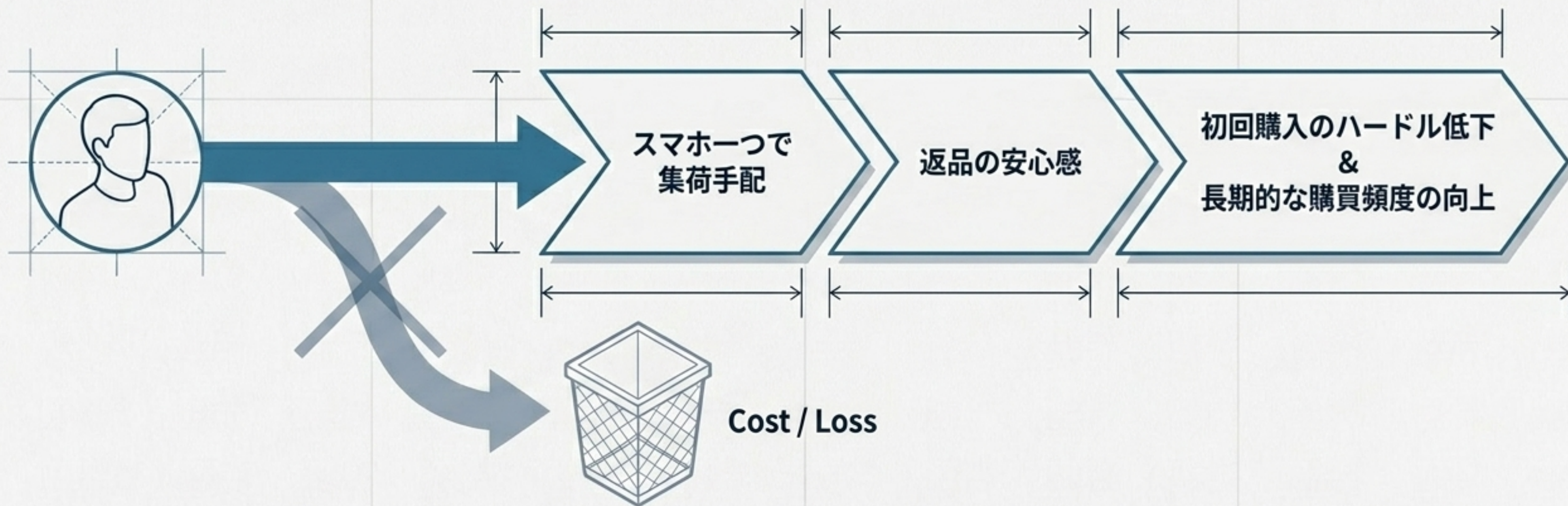


# アンボクシングの解剖学： 身体的なブランド体験



# Pillar 3: 返品物流（リバーズ・ロジスティクス） のパラダイムシフト

返品は「失敗」ではなく、LTV向上のための「再試行の機会」である。



# 「学習する物流」とリコマース・ループ

**Restored Trust**  
顧客の信頼を再構築し、離脱を防ぐ



**1-Tap Return**  
ストレスフリーな返品



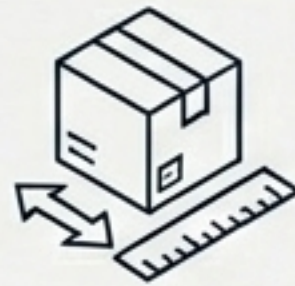
**Seamless Re-commerce**  
中古品として即座に再販。  
循環型経済へ貢献



**AI Reason Analysis**  
AIが返品理由を即座に解析



**Product Dev Feedback**  
商品開発やサイズレコメンドの  
精度向上へ



# Pillar 4: サステナブル・ロジスティクス — 顧客と共に創る未来



# The LTV Multiplier Effect (LTVの乗数効果)

---

[ 配送：ストレスゼロ ] 

× [ アンボクシング：高い感情価値 ] 

× [ 返品：心理的安全性 ] 

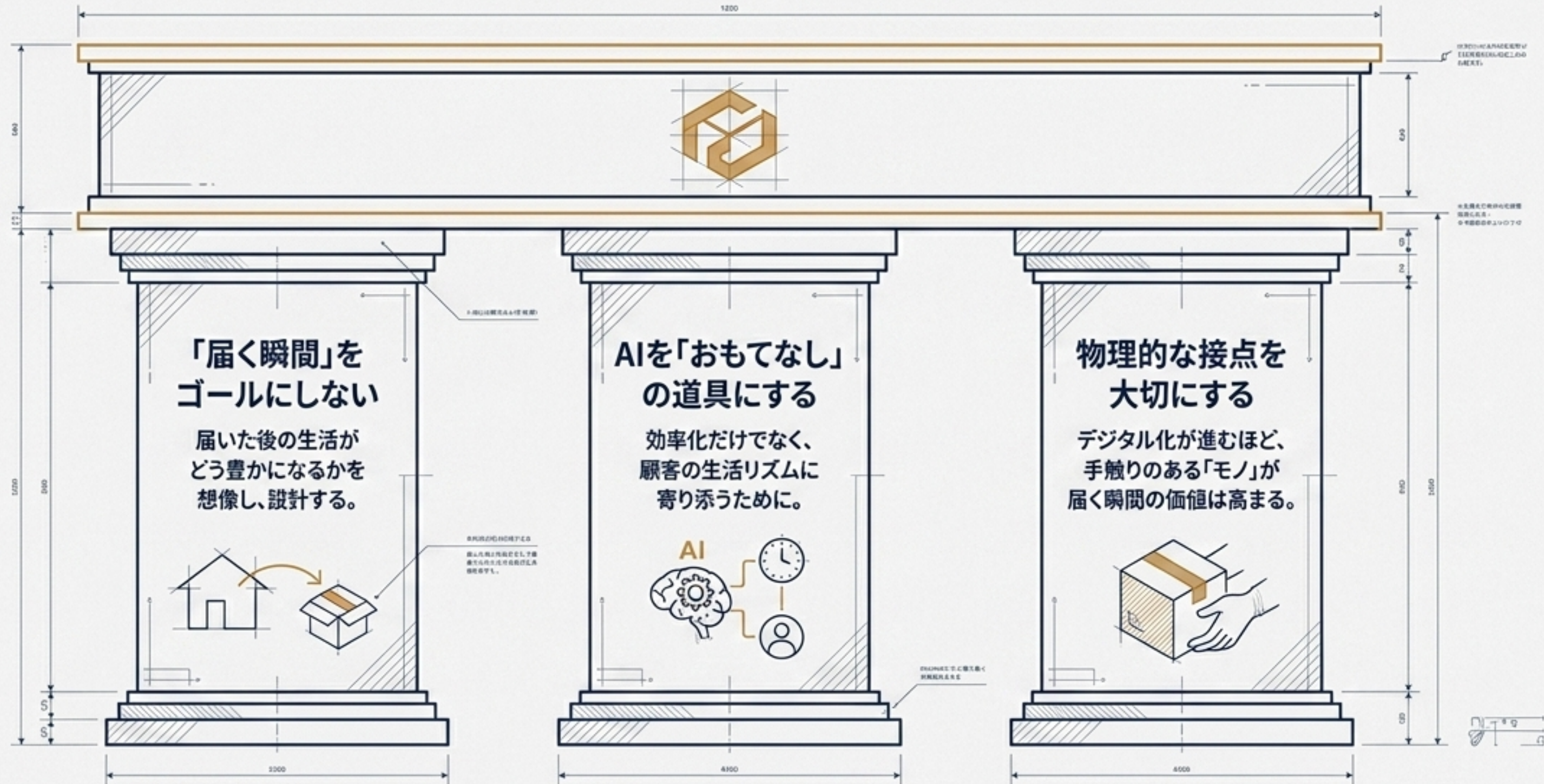
× [ 環境：共有された誇り ] 

---

## = 揺るぎない顧客生涯価値

掛け算である以上、一つのプロセスでの妥協がすべてのCXを無に帰す。

# 物流とは、「ブランドの約束」を果たす場所である。



**期待通りの商品に、「期待以上の感動」を同封できるか。**

Next Blueprint [Project 37/100]:

LTVとカスタマーサポート：AIと人間が織りなす「究極の解決体験」と、不満をファンに変えるリカバリー術