

# 專題題目：台灣自儲倉產業開發現況分析

學生：鄭雅云、林子筠、王碧樺、李穎涵、吳承諺

## 摘要

摘要內文：

本論文所研究之自儲倉(self-storage)為小型個人倉儲，此行業主要是提供客戶一個具有專業設備以及保全系統的私人空間，來放置各種物品，隨客戶喜好選擇需要的櫃型來租用。業者從國外引進個人倉儲，為台灣經濟帶來新的商機，傳統倉儲產業開始有了多元化的經營型態，逐漸投資開發精緻型自儲倉產業。國內自儲倉產業相較於香港、日本與新加坡等亞洲國家發展較晚，而本研究希望透過深度訪談，讓研究者與消費者更加了解此行業。

採用業者訪談及發放問卷方式取得本研究原始資料，問卷透過 Excel 及 SPSS 進行敘述統計分析，並使用卡方檢定分析受訪者想承租價位、想承租尺寸與各項基本資料間之關係。研究結果發現，2008 至 2012 年間國內就已經有六家業者紛紛設立了許多分店，且還有店面正在籌備中，證實了台灣自儲倉行業在未來有相當大的潛力。

關鍵詞：自儲倉，個人倉儲，迷你倉

# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機與目的

台灣受到經濟不景氣與土地狹小的影響，近年來有個新興產業正在逐漸崛起，因為這項因素讓我們開始注意並想深入探討一些目前較少被人發覺的產業。許多人問：什麼是個人倉儲(self-storage)？這個名詞對於我們或許陌生，但在歐美地區它可是經營近 50 年的一種熱門行業，主要提供經常旅遊不在家、居住空間及工作場所不足的消費者存放物品。因為空間不足或是物品無人看管的狀況下，容易逐漸堆積雜物，而雜物堆積過久會產生甲醛及酚類等化學有害物質。然而根據研究指出，在台灣有 60% 的過敏原來自家中堆積雜物產生的灰塵、塵蟎，這種時候就必須藉由”自儲倉”來解決這惱人的問題。說到”倉儲”，顧名思義就是需要大量空間來存放各類物品，在歐美國家擁有許多空曠土地的優勢下，個人倉儲業發展的有聲有色。

根據網路蒐集的資料發現台灣鄰近地區，如香港、新加坡等亞洲國家也陸續引進自儲倉產業，自儲倉產業由歐美國家引進後提供的服務型態較為精緻化，使土地面積小人口密度高的先進國家有更好的倉儲環境，可以收納更多物品，而相較於台灣都市土地面積一樣地狹人稠倉儲產業發展又會是如何？我們將探討台灣地區都市人口密集的狀況下，是否有發展的空間與可行性。本研究的研究問題，可分為下列幾項：

1. 瞭解自儲倉(self-storage)起源與特色
2. 分析自儲倉產業成立之要件
3. 瞭解消費者使用之動機
4. 瞭解消費者願意存放的物品種類及使用成效
5. 分析台灣是否有開發此行業的空間與條件。

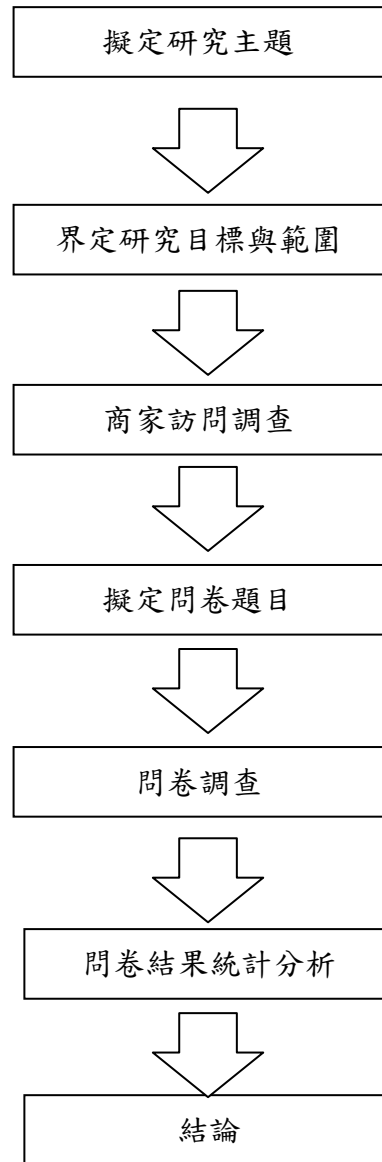
## 第二節 研究對象

本論文之研究對象，主要分成兩個部分—業者與一般民眾。針對業者方面將採取參訪方式進行，實際欲參觀的店家有摩爾空間、台灣便利倉、迷你倉、台灣收多易迷你倉庫、易儲居迷你倉庫、德連便利倉等六家。另外，發放問卷主要針對公司行號及使用過的消費者為發放對象共計 200 份。

### 第三節 研究流程

根據研究動機與目的，所設定的研究流程如下圖 1.1

圖 1.1 研究流程圖



### 第四節 研究限制

本研究主要針對已發展自儲倉產業之國內業者進行探討，但是礙於此行業於台灣算是新興產業，而有關自儲倉產業的學術研究於國內僅有一篇，對此行業第一手資料取得不易，故本研究擬定採用業者訪談來了解產業實際發展之狀態。

不過業者對於本研究所提出的相關問題採保留態度，害怕消費者會去做同業間的比較，而導致客源流失。所以對於採訪內容並未給予詳細的資訊，使質化研究所需要的內容在蒐集上增添難度。

## 第二章 文獻回顧

本章節共分為三小節，第一節是自儲倉的相關文獻、第二節是國外業者基本資料、第三節是產業研究相關文獻。

### 第一節 自儲倉相關文獻

#### 一、自儲倉定義

倉儲為保管及儲放物品的行為，而陳映今(2012)海運進出口倉儲作業之風險管理研究的論文中，依據民法第 613 條規定定義了倉儲業，「稱倉庫營業人者，謂以受報酬而為他人堆藏及保管物品為營業之人」。亦即倉庫營業係為他人堆藏及保管物品之營業。就現今物流供應鏈體系而言，倉儲業者大多已被定義為物流中心。而本研究是針對由傳統倉儲轉型為精緻化的自儲倉所進行深度探討，根據我們所蒐集之資料重新定義自儲倉，「主要提供經常旅遊不在家、居住空間及工作場所不足的消費者存放物品之精緻型的小型倉庫」。由於自儲倉有提供不同大小的空間可供消費者選擇，因此比物流中心所使用的大型貨櫃較為方便。

#### 二、亞洲地區自儲倉至今發展方向

在八十年代時，亞洲地區國家陸續出現專供個人租用的小型倉庫，自儲倉有在亞洲發展的地區有香港、新加坡、台灣...等，這些地區都有很高的人口密集度，交通又很壅塞，自儲倉的出現是為了解決目前地方緊迫的問題，尤其家戶及辦公室的儲物空間十分有限，而自儲倉正好提供了方便且價錢合理的解決方案，因此為了存取方便，多設立於市中心和捷運的附近。

#### 三、歐美地區自儲倉至今發展方向

從 2001 到 2005 年中，美國增加了 36% 的自儲空間，發展相當快速。美國面積很大，都是用開車代步，倉庫多設置於商業區的郊區，佔地面積廣大，他們認為要使家庭或辦公室整齊，或要擴大使用空間需要事先良好的空間規劃和收納設備，所以在美國使用自儲倉的比例很高，在美國自儲倉發展已臻成熟，消費族群也相當廣泛，主要是針對以下幾個族群發展：個人、家戶、企業。

#### 四、亞洲和歐美地區之比較

自儲倉，從歐美國家引進亞洲地區的各大都市，礙於都市地區人口較為密集，而歐美國家土地廣闊人口相對稀疏，因此兩地倉儲模式有些許不同，其比較的結果如表 2.1。

### 第二節 國外業者基本資料

由於國外的業者總數保守估計有將近上百家，故只取其中部分業者做介紹，基本資料整理如表 2.2，其中較特別的是 Taxi Box Mobile Self Storage 這家

表 2.1 自儲倉亞洲和歐美地區之比較

	亞洲地區	歐美地區
佔坪大小	小	大
設置地點	市區	郊區
櫃型大小	偏小	偏大
經營型態	精緻型	戶外型

業者，因為在 2010 年時發生嚴重蝗蟲災害的關係，因此較其他業者多加了蟲害演練的服務，其他的服務項目皆與台灣自儲倉性質相似。

表 2.2 國外業者基本資料

名稱	橙色空間	James Snow Self Storage	Taxi Box Mobile Self Storage
地點	香港， 搭乘大眾運輸皆可方便抵達	加拿大， 靠近高速公路以便消費者往返。	澳大利亞
規模	香港 2 家 新加坡另有 3 家分店	加拿大 2 家	目前只有 1 家，但服務區域廣；將有新分店開幕
服務內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 24hr 保全系統</li> <li>2. 搬運服務</li> <li>3. 提供多種儲物用品</li> <li>4. 24hr 可存取物品</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 搬運服務</li> <li>2. 提供多種儲物用品</li> <li>3. 24hr 保全系統</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 保險服務</li> <li>2. 搬運服務</li> <li>3. 定期防火及防蟲害演練</li> <li>4. 提供多種儲物用品</li> </ol>
補充		物品需存放 8 個月或以上的時間，有一個月的免費；另外學生與老人存放物品一年，有 10% 的折扣。	

### 第三節 產業研究相關文獻

#### 一、台灣自儲倉發展之可行性文獻

吳思芊(2009)，台灣自儲倉發展之可行性是在探討台灣是否適合自儲倉行業發展，研究背景是因為大陸經濟起飛而導致台灣本地自儲倉之相關行業逐漸外移，在這個前提之下自儲倉業者是否在台灣還生存的下去。本篇還有研究自儲倉

跟傳統倉儲、自儲倉和保管箱之間的差異，顯而易見的是比之傳統倉儲，自儲倉在方便性、功能性都更加提高，另外，自儲倉跟保管箱相比，較自儲倉的服務對象不單單是個人而已還加上中小企業，讓整個市場更加寬闊。最重要的是自儲倉發展之可行性除了能否打開市場外，還有在發展初期所能吸引客戶使用的宣傳、價格判定、服務品質，都有詳細劃分出來，研究方法則是用問卷為主宗，用問卷來訪問自儲倉和物流業的相關問題，而在文化因素方面最大影響的三個問題是：1.所得高低 2.教育水準 3.生活習慣，以這三個問題來看的話自儲倉在台灣要發展還有很大的困難。

此篇論文最後結論是台灣自儲倉發展可行性是不高的，而在 2012 年的這個時候整個大台北地區就有六家業者創立了數十家分店，這樣的發展速度引起了我們研究的興趣，進而探討台灣自儲倉市場開發的可能性。

## 二、不同類型物流中心經營特性分析文獻

周天行(2003)，將物流中心的型態與服務對象分類，分析其中關鍵成功之因素，物流中心在企業及顧客間扮演了很重要的角色，其中 Lambert & Stock(1988)提到了物流中心的功能，在製造商與顧客間搭起一座橋梁，使顧客從商品上得到更大的滿足進而使交易的程序變成一種慣例，然而透過標準化的程序讓廠商通路在溝通、付款等程序上更有效率。減少通路交易次數，使得搜尋過程(Search Process)更有效率。研究方式利用發放問卷，蒐集業者與客戶各自認為重要的條件及服務，統計大多數人會希望提供的服務及他們的需求，最後整理出幾項成功的物流中心應該具備的條件。

透過問卷的分析，得知業者的觀念及客戶的期待上有相當的差異，形成所謂的「服務缺口」。進而瞭解成功之因素，除了要業者本身必須擁有專業的程序體制及優良的設施、設備外，還必須針對客戶的不同需求來提升服務的品質及多樣性。

## 三、美容服務產業與事業經營策略分析文獻

李建銘(2007)，美容服務產業與事業經營策略分析，此篇論文在描述台灣在服務業與全球經濟發展、事業發展結構之結構。論文中提到主要以架構、類型、對象以及個案分析來表達美容產品產業及事業經營策略分析。

經濟發展到一定水準的時候，服務業則扮演著很重要的角色，也提高了就業機會及經濟的新發展，然而隨著科技及經濟進步，從農業時代變遷到工業時代一直到商業時代，一路走來都只有服務業永遠存在並息息相關。從全球經濟規模陸續增加來看，它促進服務業的蓬勃發展，人類在生活水準不斷提高後，不再只是求局部的基本需求，消費方式及能力也越來越複雜，服務的需求也成為消費者地位的一種象徵。最後美麗與健康在人的心目中已經取代消費品的地位，形成了新的產業，也造就美容服務業興盛之原因。然而扮隨科技快速進步，電子化及商品多樣化時代來臨，消費習慣改變及國外經營技術的大量引進，導致美容服務產業

經營型態也跟著轉變，傳統小店演變成連鎖企業轉向網路化、多樣化與企業大型化。普遍來說美容最主要是於皮膚的清潔、營養、保護...等等，美容服務又分為以下幾項：護膚美身服務、瘦身、水治療法、指甲美容服務、化妝、零售商品服務，然而美容服務業也是所需人力及成本最低的產業。美容服務是一個不容忽視的服務產業，故此篇論文主旨是研究分析國內美容市場發展動態、趨勢及未來可能的發展方向。

美容服務業的研究是以個案公司及連鎖型態為主要研究對象，首先先針對產業背景做個了解，再進行蒐集分析資料，資料蒐集後分析研究分為：量化研究以及質化研究。量化研究是以統計表圖分析過程來討論與假設間的關係，因此資料來源是有許多個案及研究對象；而質化研究的觀念是以主題、特色、概推與分類來表示，再用證據及組織資料的程序來連貫推論，而引出論題或概推，此篇論文個案少對象較少，所有資料基本上由文件、檔案紀錄、訪談、直接觀察、參予觀察、競爭者評價、表單、報章雜誌來完整收集資訊來源。

#### 四、獵人頭產業研究文獻

吳伯輝(1999)，獵人頭產業研究，此文章在探討國內雖然有獵人頭公司卻很少有相關的學術研究，此行業在台灣的风氣並不普遍，企業想從公司內升經理人，因為找尋失敗，才透過獵人頭公司來找尋經理人。所以透過採訪業者、使用過的公司、和候選經理人來研究此論文。

獵人頭公司又叫主管找尋公司，由於企業國際化，在台設海外分設公司，最有效的方式就是透過獵人公司來找尋海外主管，而企業家第二代受過西方教育的薰陶，普遍能接受此行業，收費方式有兩種：一種是 Contingency Basis，另一種是 Retainer Basis。

目前國內業者素質不一，提升專業成的的方法可以效仿歐美成立主管找尋顧問協會，此照 AESC 進行下列課程：1.專業能力之考核。2.制定企業規範，針對台灣市場的特殊性，制定屬於亞洲地區的產業規範與行為準則。3.進行教育訓練，以確保協會旗下的會員能提供顧客最完整的服務。4.維繫公共關係，推廣該產業的形象與公共關係。

### 第三章 業者訪談

本章將整理與分析台灣自儲倉業者基本資料及本研究業者訪談資料，商家有摩爾空間、台灣便利倉、迷你倉、台灣收多易、易儲居、德連便利倉。本章分為兩節，分別為：業者基本資料及業者參訪心得。

#### 第一節 業者基本資料

業者的基本資料整理如表 3.1，其中資本額以德連有限公司最高為 2550 萬，最少是摩爾空間為 230 萬，而總公司所在地除了德連有限公司位於新北市的新店地區外，其餘皆位於台北市。六家業者中以摩爾空間有限公司為規模最大，共有九家分店，最少為易儲居企業有限公司，目前尚未拓展任何分店。

表 3.1 各家業者基本資料

公司名稱	摩爾空間有限公司	台灣便利倉有限公司	收多易股份有限公司	易儲居企業有限公司	迷你倉有限公司	德連有限公司
資本總額	230 萬	700 萬	1000 萬	400 萬	700 萬	2550 萬
核准設立日期	99 年 02 月 09 日	99 年 05 月 21 日	100 年 03 月 25 日	101 年 03 月 03 日	99 年 03 月 17 日	96 年 08 月 13 日
公司所在地	臺北市中山區敬業二路 69 巷 59 號 8 樓之 5	臺北市中山區民生東路 2 段 145 號 7 樓	臺北市中山區八德路 2 段 260 號 11 樓	臺北市南港區忠孝東路 6 段 85 號 7 樓	臺北市大同區西寧北路 62 號 7 樓之 3	新北市新店區寶高路 20 號
分店	景美店、東湖店、林森店、士林店、松山店、復北濱江店、內科店、中和橋安店、三重湯城店、台中文心店、板中環球店	三重倉永和倉	松山店八德店永和店	無分店	板橋三民店、台北中山店	新店中正店、新店寶高店



各家所提供的服務項目，整理如表 3.2。其中六家業者皆有 24hr 保全系統、錄影設備、除濕、停車位、大型貨梯、防火設備、搬運服務與各樣式收納包裝材料。差異之處為摩爾空間與德連便利倉尚未提供門禁系統，不能 24hr 自由進出則是台灣便利倉，而各家業者中只有收多易有提供免費網路的服務。

表 3.2 各家業者服務的項目

	24hr 保全 監視	門禁 系統	全室 錄影	除濕	停車 位	大型 貨梯	防火 設備	24 小 時 自由 進出	搬運 服務	免費 網路	各式 收納 包裝 材料
收多 易	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
摩爾 空間	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	○
德連 便利 倉	○	○	○	○	×	○	○	×	○	×	○
迷你 倉	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	○
台灣 便利 倉	○	○	○	○	○	○	○	×	○	×	○
易儲 居	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	○

## 第二節 業者參訪

我們利用課餘的時間到倉儲公司參訪，實際走訪目前國內六大家業者中的四家，有摩爾空間（松山店）、迷你倉（板橋店）、易儲居（松山店）以及收多易（松山店），透過參觀使我們更加了解倉儲的經營模式與其便利性。各家業者也提供多樣服務，然而我們也發現倉儲的使用率並不如一開始我們所預期的那麼低，以下是我們參訪後所觀察到的結果及基本介紹：

### 一、台灣便利倉

台灣便利倉為客製化的小型倉庫，有三重跟永和兩家分店，便利倉提供了很多不同尺寸的儲物空間，可以選擇長期或短期，櫃子有分上櫃及下櫃且都是獨立的空間，還有提供電表櫃、冷氣櫃、重機櫃，有 24 小時監控攝影機，還有 24 小時中興保全系統，在使用上非常的安全，儲物空間有定期的除蟲措施以及每天的

專人清潔，倉內備有除濕系統，室內濕度維持在 40%~70%，另外，有包裹代收代發，還有免費提供部分包裝材料。

表 3.3 台灣便利倉(三重店)價目表

三重倉倉位價格表-上櫃		
尺寸	半年繳價格(平均每月)	可容納箱數(43*34*29)
小	\$970~\$1670	24~44
中	\$2270	72
半年繳價格為 9 折計, 季繳為 95 折 *適合放置較輕的物品		

三重倉倉位價格表-下櫃		
尺寸	年繳價格(平均每月)	箱數(43*34*29)
小	\$1670~\$2270	24~36
中	\$2870~\$4970	72~180
大	\$5670~\$7970	180~360
年繳價格為 85 折計		

## 二、摩爾空間參訪

組員於八月二十一日來到摩爾空間松山店進行訪談，店員賴小姐帶領我們參觀以及簡單的介紹，告訴我們倉儲以香港與美國兩個區域分為兩種型式；香港屬於精緻型有專人管理，而美國是戶外型且無人管理，至於摩爾空間是採用香港的型式。

摩爾空間在台灣已有十數家分店，目前集中於北部，中南部陸續開發中。櫃子有分上櫃及下櫃，外觀用顏色來區分以防顧客萬一忘了櫃號，可以利用顏色的印象快速找到自己的倉儲櫃。公司行號通常因為業務需要會在一段時間就需到倉庫領取文件或物品，因此大多都使用下櫃的倉儲，並且因為下方櫃子空間較大，搬運也較方便，可讓他們在搬運物品時來的方便許多。在倉庫裡設有空調系統與溫濕度控制在 60% 以下，濕度若超過預設的 60% 則會開啟大型除濕機來防潮，另外特別的是有些櫃子還有提供電錶給有需求者使用，不過電的費用要自行吸收。

摩爾空間是不提供鎖頭的，所以櫃子鎖必須使用者自行購買，為的是避免顧客誤以為業者知曉他們櫃位的密碼，導致日後衍生出種種的問題。由於摩爾空間是台灣第一個創立此行業的公司，我們詢問他們是如何吸引消費者上門呢？賴小姐說：基本上透過公司外頭牆面大型廣告與網路行銷，並沒有做任何的平面廣告，因為顧客使用後回流率都很高，所以透過老顧客口耳相傳的推薦，新顧客們也就慢慢上門詢問，以至於目前出租率都有九成以上。

表 3.4 摩爾空間(松山店)價目表

尺寸	倉儲物範例	月繳
XS	裝箱物品、包包、小型樂器、收藏品、公仔、高爾夫球具	\$980~1280
S	電風扇、桌椅、棉被、單人床墊、電視、吸塵器、畫作、腳踏車	\$1780~2280
M	鋼琴、按摩椅、跑步機、重機、冷氣	\$2940~3680
L	沙發、冰箱、衣櫥、雙人床櫃、影印機、模型、會議桌	\$4080~7680

### 三、迷你倉參訪

組員於八月十日到迷你倉板橋三民店進行參訪，迷你倉始創於 2010 年，至今在北部有三家分店和香港一間，分別在台北車站、板橋、中山區，迷你倉櫃子的部分也是分為上櫃及下櫃，至於價格是用櫃位的大小來區分，通常承租人為中年婦女及公司行號較多，24 小時皆可刷卡進出，在每條走道都設有攝影機，另外有代收包裹的服務，倉庫內除了有基本的偵煙器、消防滅火器，並有設置自動排煙門，迷你倉在各倉庫點上下卸貨都可以享有免費臨時停車，到目前為止出租率都很高。

迷你倉板橋分店設在商辦大樓內，一樓為賓士汽車的店面，大樓內有為搬運汽車而設計的大型貨梯，基於此項優勢業者在櫃型考量上多設計了可放置汽機車的大型櫃，相當特別。

表 3.5 迷你倉(板橋店)價目表

上層櫃	尺寸(深 x 寬 x 高)cm	月繳	下層櫃	尺寸(深 x 寬 x 高)cm	月繳
1212 型	120x120x140	\$1280	1212 型	120x120x140	\$1580
1212 型	120x120x200	\$1580	1212 型	120x120x200	\$1980
1218 型	180x120x200	\$1980	1218 型	180x120x200	\$2680
1224 型	240x120x200	\$2580	1224 型	240x120x200	\$3480
1530 型	300x150x200	\$3580	1530 型	300x150x200	\$4980
			2030 型	300x200x200	\$6280

#### 四、德連便利倉

德連便利倉服務據點都是位於新店地區，有兩家分店，分別是寶高店及中正店，這間有一個全方位一條龍的服務，也就是說德連有幫忙運輸的服務，流程是先帶領顧客參觀→選擇所需空間→雙方確認細節及收費→下單→入倉取貨與記錄→理貨與出庫→配送→到點與代收→電郵客戶完成配送與代收→結案，還有這間比較特別的是有提供輕便箱，這是一個移動方便、空間彈性的可移動式輕便收納箱，顧客可以依照自己的存物需要選擇不同的尺寸大小，至於店內的基本設施有高度安全系統、煙霧偵測系統、防火發報系統、室內監視系統、室外監視系統、條碼管理、濕度控管、恆溫控管，是一間服務很周到的公司，至於價格方面也都另有優惠。

表 3.6 得連便利倉(中正店)價目表

上層櫃	尺寸(深 x 寬 x 高)cm	月繳	下層櫃	尺寸(深 x 寬 x 高)cm	月繳
B062 型	100x200x130	\$960	A123 型	200x200x200	\$3260
B093 型	150x200x130	\$1360	A173 型	280x200x340	\$4760
B099 型	160x200x130	\$1460	A185 型	300x200x340	\$5360
B123 型	200x200x130	\$1660	A198 型	320x200x340	\$5760
			A247 型	400x200x340	\$6660

#### 五、收多易迷你倉庫

收多易迷你倉庫於 2011 年三月獲得美國自存倉協會頒發會員證書，不止引入了美國自助倉儲的管理系統，更不惜重金招聘留美人才協助管理，至今成立兩年已有四家分店了，分別是松山一店、松山二店、八德店、永和店，每家店都備

表 3.7 收多易(松山店)價目表

上層櫃	尺寸(深 x 寬 x 高)cm	月繳	下層櫃	尺寸(深 x 寬 x 高)cm	月繳
45 立方英尺	120x80x155	\$880	70 立方英尺	120x80x200	\$1530
100 立方英尺	180x105x155	\$1665	100 立方英尺	180x80x200	\$2150
145 立方英尺	245x115x155	\$2250	145 立方英尺	200x150x180	\$3570
200 立方英尺	320x115x155	\$2900	200 立方英尺	245x115x200	\$3760
275 立方英尺	320x175x155	\$3850	275 立方英尺	245x175x200	\$5580

400 立方英尺	320x230x155	\$5600	520 立方英尺	320x230x200	\$8630
----------	-------------	--------	----------	-------------	--------

有各式大小的櫃子供顧客使用，最多有 25 種規格，收多易的作業流程都是先選定地點及尺寸→安排入倉時間→簽立合約及繳費→上鎖後帶走鑰匙，如果有需要運輸服務，只要預繳三個月以上的費用就可以享有免費，至於繳款部分還有提供多樣化的選擇，可以現金繳款、開立支票、銀行轉帳。

## 六、易儲居

我們於十二月八日到易儲居參訪，易儲居目前只有一間店面位於台北市松山地區，業者表示是採用較日式的風格，以簡單的色調來做設計，主要是希望吸引女性顧客，為了顧客的安全在櫃子高度的設計上有較多的考量。倉庫裡有大大小小的櫃型，可擺放一般住家所放不下的傢俱到個人的小物品，易儲居裡不只提供 24 小時的專業空調系統控制溫度，並搭配工業級的除濕機來控制濕度，將倉庫裡的溫度維持在 26°C 的舒適溫度，濕度則控制在 55%~65% 之間，特別是櫃頂的設計為網狀，且下櫃也有做增高的設計，可讓櫃裡的空氣確實循環，至於門禁安全部分除了有專業的保全定期巡視外，也有提供 24 小時悠遊卡自由進出的服務，最特別的是還引進了其他業者沒有的臉部指紋辨識系統，以防顧客忘了帶門禁卡而白跑一趟，進到倉庫裡還有高解析度紅外線監視器與 24 小時的即時監控系統並將資料備份保存 6 個月，使客戶完全不用擔心物品擺放安全的問題，相當安全。

表 3.8 易儲居價目表

Size	尺寸(深 x 寬 x 高)cm	月繳
XS	120x120x120	\$1380
S	120x150x120	\$1680
M	120x150x240	\$2880
L	120x200x240	\$3680
XL	200x150x240	\$4380
XXL	200x200x240	\$5280

## 第四章 實證分析

本章節主要根據回收之問卷，利用 SPSS 以及 EXCEL 進行各項統計資料的分析，本研究共發放 200 份問卷，發放對象以學生與公司職員為主要問卷填寫者，去除未收回和無效之問卷收回來且有效的問卷共有 156 份，回收率為 75%。

### 第一節 基本資料分析

本節我們進行問卷分析，受訪者的男女比率大約是 1：3，職業主要是學生和公司職員為主，分別佔 38.5% (學生)與 46.8% (公司職員)，家庭坪數大小在 21-30 之間，在問券分析中有辦公室的比率大約是 54.5%。

#### 一、受訪者性別分配圖

本研究受訪者共有 156 人，其中男生有 39 人(25%)，女生有 117 人(75%)以女生居多。

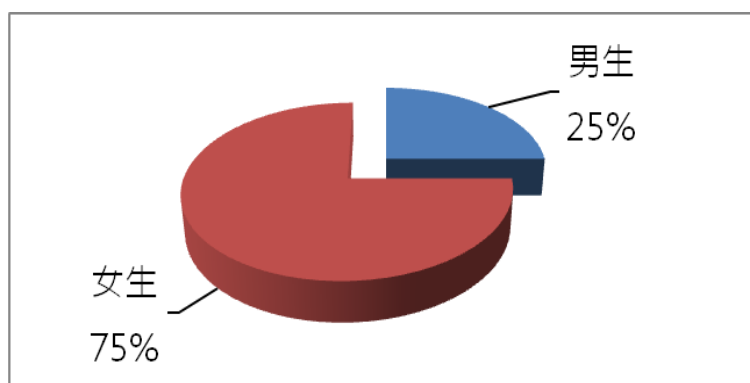


圖 4.1 「性別」分配圖

#### 二、受訪者年齡分配圖

年齡分布依次為 20-30 歲共 86 人(55.1%)、31-40 歲共 29 人(18.6%)、41-50 歲共 25 人(16.0%)、51-60 歲以上共 8 人(5.1%)、19 歲以下共 6 人(3.8%)、60 歲以上共 2 人(1.3%)，以 20-30 歲的人居多。

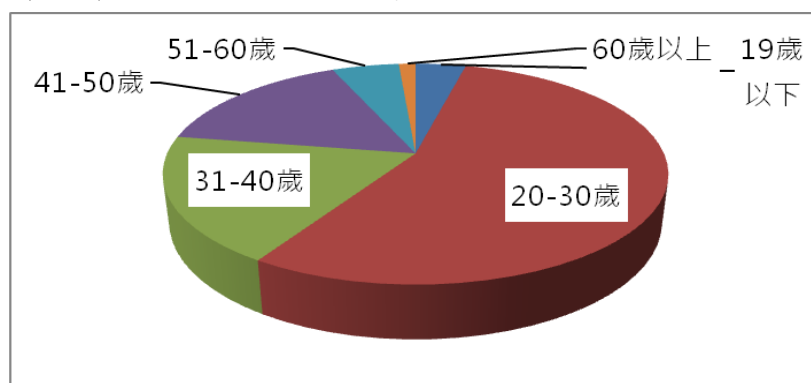


圖 4.2 「年齡」分配圖

### 三、受訪者職業分配圖

職業分布依次為公司行號共 73 人(46.8%)、學生共 60 人(38.5%)、其他職業共 20 人(12.8%)、家管共 3 人(1.9%)，以公司行號及學生居多。

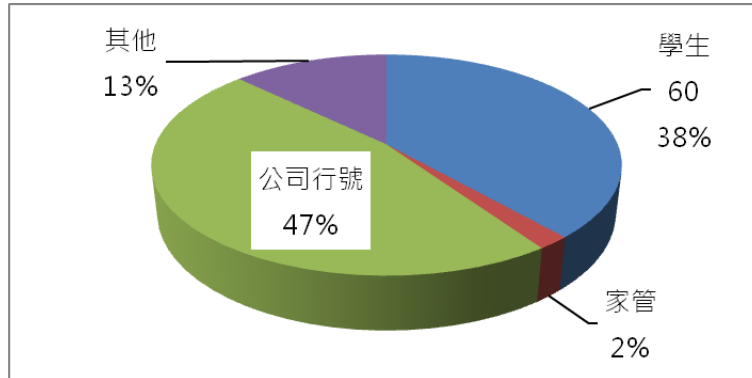


圖 4.3 「職業」分配圖

### 四、受訪者家庭成員數分配圖

家庭成員數分布依次為 3-4 人共 77 人(49.4%)、5-6 人共 53 人(34.0%)、1-2 人共 16 人(10.3%)、6 人以上共 10 人(6.4%)，以 3-4 人居多。

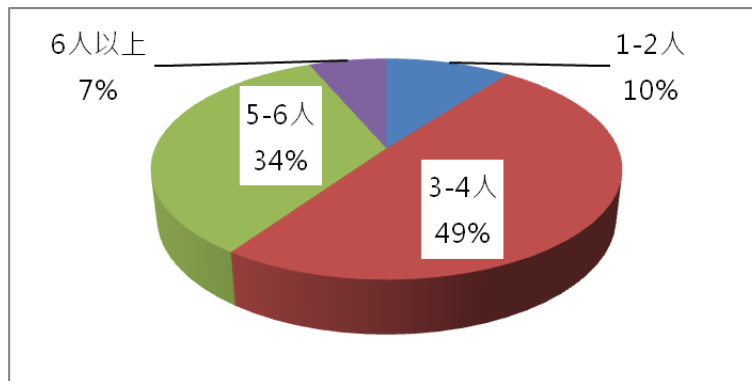


圖 4.4 「家庭成員數」分配圖

### 五、受訪者月收入分配圖

月收入分布依次為 20,000 以下共 54 人(34.6%)、20,000-40,000 共 48 人(30.8%)、40,001-60,000 共 33 人(21.2%)、80,000 以上共 11 人(7.1%)、60,001-80,000 共 10 人(6.4%)，以 20,000 以下居多。

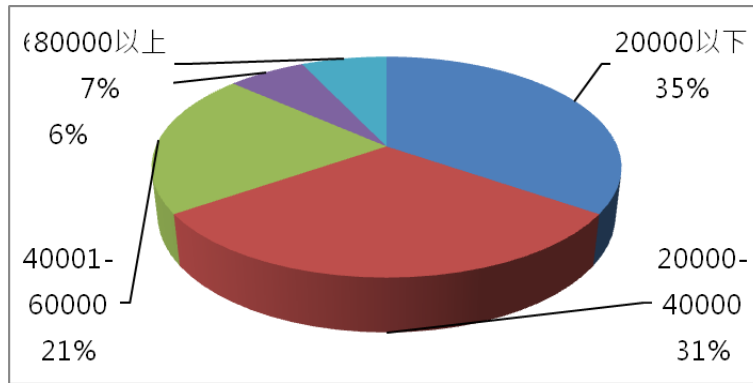


圖 4.5 「月收入」分配圖

#### 六、受訪者住家坪數分配圖

住家坪數分布依次為 21-30 坪共 65 人(41.7%)、31-40 坪 44 人(28.2%)、50 坪以上共 19 人(12.2%)、10-20 坪共 14 人(9.0%)、41-50 坪共 10 人(6.4%)、10 坪以下共 4 人(2.6%)，以 21-30 坪居多。

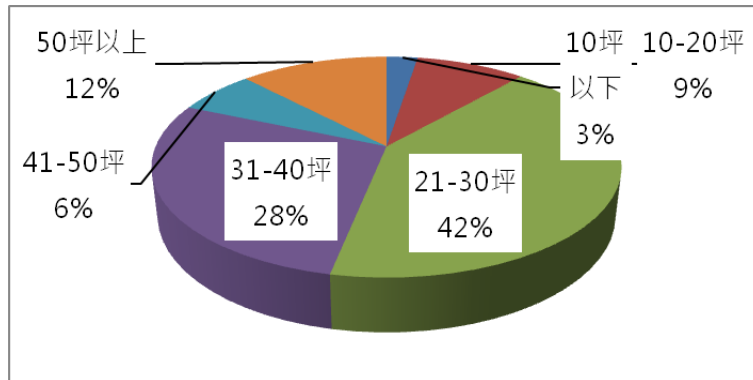


圖4.6 「住家坪數」分配圖

#### 七、受訪者辦公室坪數分配圖

辦公室坪數分布依次為沒有辦公室的人共 71 人(45.5%)、50 坪以上共 59 人(37.8%)、41-50 坪共 7 人(4.5%)、21-30 坪共 6 人(3.8%)、10-20 坪共 5 人(3.2%)、31-40 坪與 10 坪以下皆為 4 人(2.6%)，以沒有辦公室的人居多。

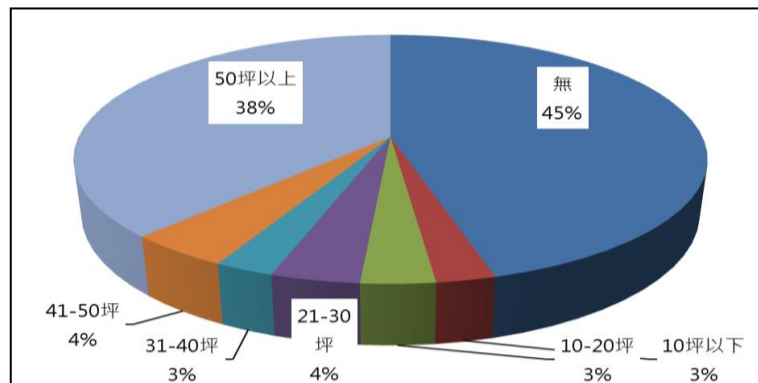


圖 4.7 「辦公室坪數」分配圖



## 第二節 是否認識自儲倉之分析

此節是針對所有受訪者對自儲倉的初步了解情況，在受訪的 156 人中，僅有 45 人聽過，多數人是從電視及廣告刊版得知此行業。

### 一、受訪者是否聽過自儲倉分配圖

是否聽過自儲倉分布依次為沒有聽過共 111 人(71.2%)、有聽過的共 45 人(28.8%)，以沒有聽過的人居多。

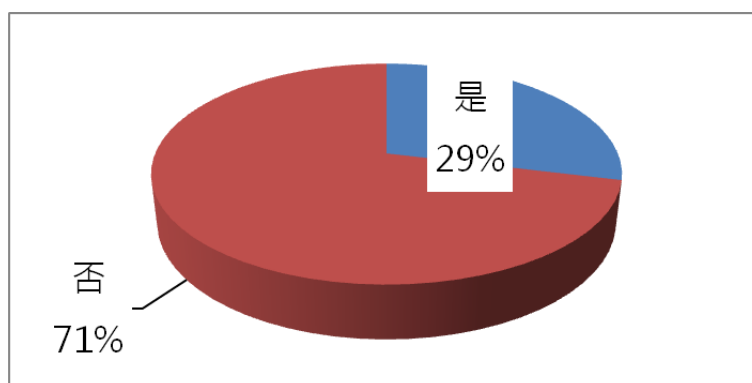


圖 4.8 「是否聽過自儲倉」分配圖

### 二、受訪者如何得知自儲倉分配圖

有聽過的受訪者都是從電視及廣告刊版得知自儲倉居多，而知道自儲倉的人在 156 人中只有 45 人，但因為此題為有聽過的受訪者才需填寫，所以才會有遺漏值的產生。

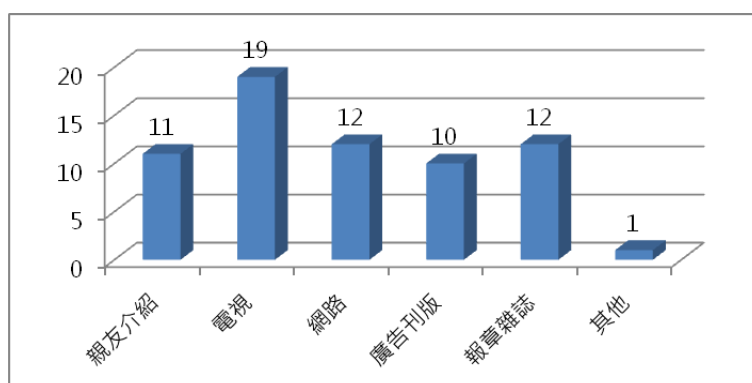


圖 4.9 「如何得知自儲倉」分配圖

### 三、受訪者是否使用過自儲倉分配圖

從(表 4.8)可知有聽過自儲倉的受訪者有 45 人，但真正有使用過的只有 1 人，沒使用過的有 44 人，所以這裡的遺漏值代表的是沒聽過自儲倉的 111 位受訪者。

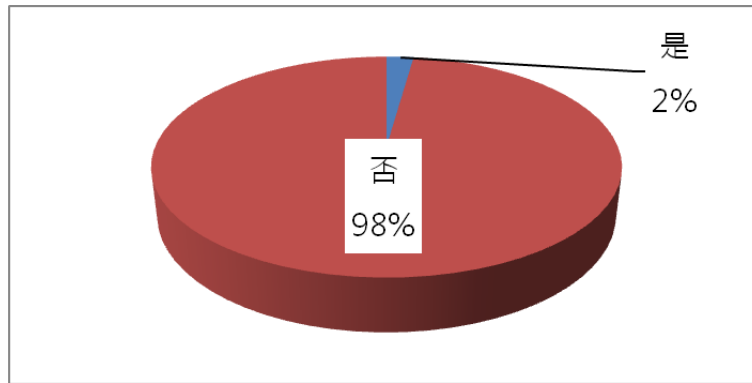


圖 4.10 「是否使用過自儲倉」分配圖

### 第三節 使用過自儲倉之分析

由於目前台灣自儲倉市場正處於開發階段，屬較鮮為人知的一種新興產業。在分析使用過自儲倉的用戶數據上有資料蒐集的困難，雖然業者透露櫃子的出租率高達九成，但若以台灣的總人口數相較下卻是相當細微的數字。目前所蒐集曾使用過的用戶數為 1 人，使用狀況為長期，選擇的櫃子是屬於較小型的，使用的原因為出國。

根據業者的說明，多數的用戶會選擇中型以下的櫃位，其中因素為價格較優惠且中小型的櫃位就已足夠做一般家庭及中小企業使用了。而少部分的用戶會租用大型的櫃位來放置特殊的物品，例如有用戶遇到需要搬家或是住宅翻修，他們會租用短期的櫃位好讓傢俱能夠暫時有個“家”，而不必將這些舊家具回收或丟棄。更有些用戶是因為個人嗜好之收藏品而租了一個櫃子，像是重型機車玩家或公仔蒐集玩家等等，也會為了這些心肝寶貝租一個安全且舒適的空間，而不用擔心住宅空間的不足或是收藏品的損壞。

「使用過自儲倉之分析」，因為問卷回收後沒有得到足夠的使用樣本，所以本研究不進行此部分之分析。

### 第四節 未使用過自儲倉之分析

此節是針對沒使用過的受訪者所設計的題目，受訪者想使用的櫃型以小型跟中型為主，大多數人都希望能以最便宜(1000元以下)的價錢租到櫃位，多數受訪者都希望櫃位能設置於市區附近，不管之前是否聽說過自儲倉服務，有65%的被調查者表示若有機會會願意使用。

#### 一、受訪者會想承租使用的尺寸

哪種尺寸會想承租使用的分布以想使用中小型的人占絕大多數，中型 69 人、小型 68 人共有 137 人，占 87.8%，而大型的只有少部分，共 19 人。

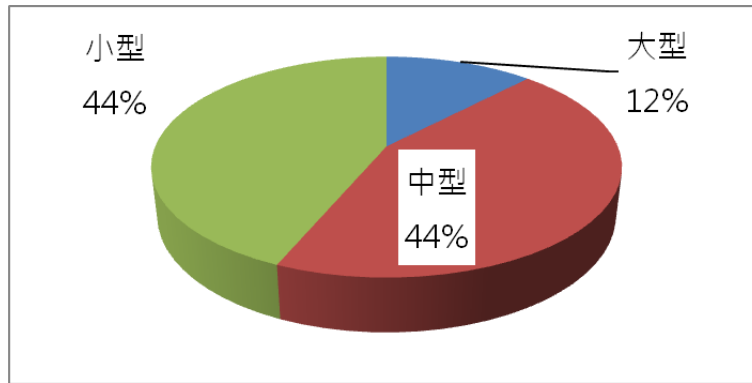


圖 4.11 「哪種尺寸會想承租使用」分配圖

## 二、受訪者會想使用的承租價位

哪種價位會想承租使用分布依次為\$1000 以下共 63 人(40.4%)、\$1000-2000 共 44 人(28.2%)、\$2001-3000 共 29 人(18.6%)、\$3001-4000 共 9 人(5.8%)、\$4001-5000 共 5 人(3.2%)、\$5001-6000 共 4 人(2.6%)、\$6000 以上共 2 人(1.3%)，希望承租價位在\$2000 以下的人超過受訪者的半數。

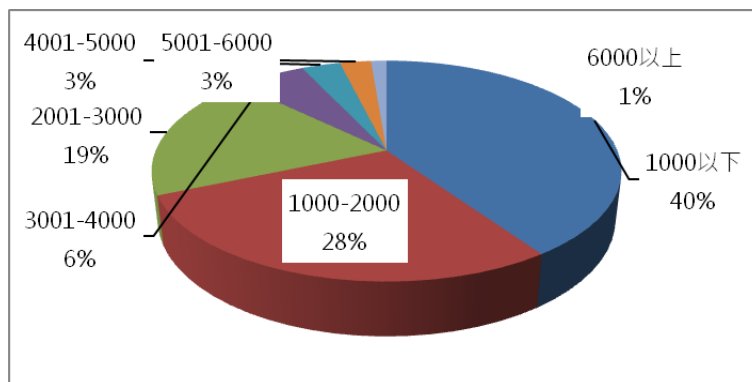


圖 4.12 「哪種價位會想承租使用」分配圖

## 三、受訪者希望倉儲地點設於何處

大多數的受訪者都希望設置於市區(82 人)，因為使用者可便利使用，但有些受訪者因為工作地點的所在，所以希望自儲倉可以設置在商業區(40 人)及工業區(17 人)，這些受訪者也占了比例的三分之一。而郊區有 15 人，其它 2 人。

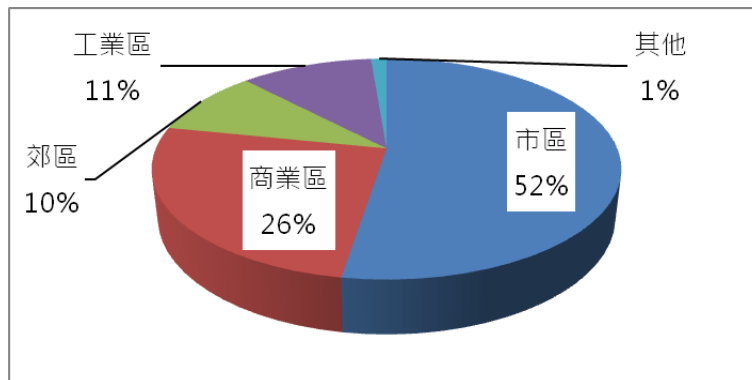


圖 4.13 「倉儲地點設於何處」分配圖

#### 四、受訪者希望業者提供服務

從表 4.14 可以看的出來受訪者比起其他服務更為在意便利性，因此希望業者可以提供門禁設備(96%)及宅配(92%)。依序為代收服務 79%、防火設備與定期檢查維修設備 77%、運輸服務 57%，而輔助器材、供電設備佔 49%與 31%。

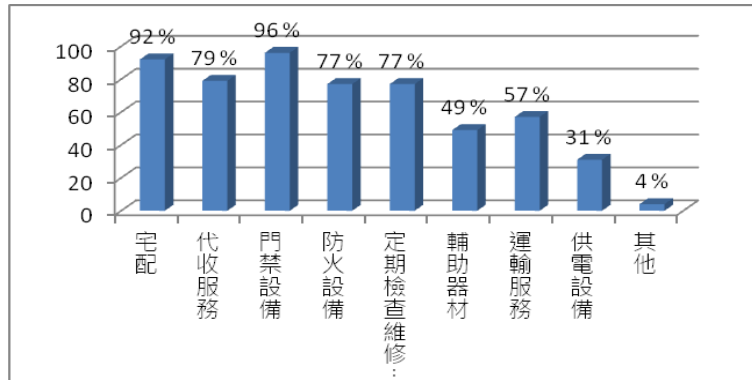


圖 4.14 「希望業者提供服務」分配圖

#### 五、受訪者有機會是否願意承租使用

由圖 4.15 可以看得出大多數受訪者都沒聽過自儲倉(53 人)，但如果能擴大宣傳效果讓更多的人知道此行業，會有很多人想承租(103 人)。

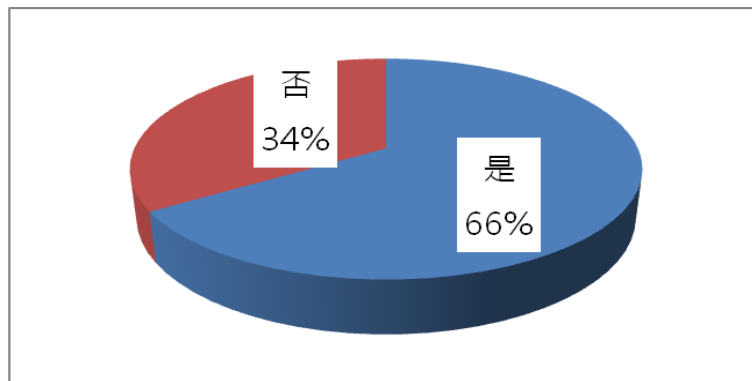


圖 4.15 「有機會使否願意承租使用」分配圖

### 第五節 比較分析

本節我們比較受訪者想承租尺寸與各項基本資料間之關係。

#### 一、職業與哪種尺寸會想承租使用之分析

本小節探討受訪者職業與想承租尺寸的關係，其交叉分析表如表 4.1，卡方檢定結果如表 4.2，超過 20%的預期個數少於 5，建議將家管納入其它類別重新進行卡方檢定。由交叉分析結果可發現大型尺寸公司行號較有興趣租用，其它個人比較偏向租用中小型尺寸。

表 4.1 職業與尺寸之分析

	哪種尺寸會想承租使用			總和
	大型	中型	小型	
學生	2	26	32	60
家管	0	2	1	3
公司行號	16	30	27	73
其他	1	11	8	20
總和	19	69	68	156

表 4.2 職業與尺寸之卡方分析

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	13.958 <sup>a</sup>	6	.030
概似比	14.925	6	.021
有效觀察值的個數	156		

a. 4 格 (33.3%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 .37。

## 二、月收入與哪種尺寸會想承租使用之分析

本小節探討受訪者月收入與想承租尺寸的關係，其交叉分析表如表 4.3，卡方檢定結果如表 4.4，由交叉分析結果可發現想承租的尺寸不會因為月收入的多少而受影響。

表 4.3 月收入與尺寸之分析

	哪種尺寸會想承租使用			總和
	大型	中型	小型	
20000 以下	2	23	29	54
20000-40000	8	21	19	48
40001-60000	4	13	16	33
60001-80000	3	6	1	10
80000 以上	2	6	3	11
總和	19	69	68	156

表 4.4 月收入與尺寸之卡方分析

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	12.834 <sup>a</sup>	8	.118
概似比	14.284	8	.075
線性對線性的關連	6.694	1	.010
有效觀察值的個數	156		

a. 7 格 (46.7%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 1.22。

### 三、住家坪數與哪種尺寸會想承租使用之分析

本小節探討受訪者住家坪數與想承租尺寸的關係，其交叉分析表如表 4.5，卡方檢定結果如表 4.6，由交叉分析結果發現大多數人的坪數為 21~40 坪，由於家裡的坪數不大，故會想承租較大型的櫃型。

表 4.5 住家坪數與尺寸之分析

	哪種尺寸會想承租使用			總和
	大型	中型	小型	
住家面積坪數				
10 坪以下	0	2	2	4
10-20 坪	2	6	6	14
21-30 坪	7	30	28	65
31-40 坪	7	18	19	44
41-50 坪	1	6	3	10
50 坪以上	2	7	10	19
總和	19	69	68	156

表 4.6 住家坪數與尺寸之卡方分析

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	3.050 <sup>a</sup>	10	.980
概似比	3.486	10	.968
線性對線性的關連	.008	1	.929
有效觀察值的個數	156		

a. 8 格 (44.4%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 .49。

### 四、辦公室坪數與哪種尺寸會想承租使用之分析

本小節探討受訪者辦公室坪數與想承租尺寸的關係，其交叉分析表如表 4.7，卡方檢定結果如表 4.8，20 坪以下的企業會想承租中小型，則 40 坪以上的企業也會想承租相同的尺寸，但是卻有 21-40 坪的企業想承租大型櫃，故此章節無法得知辦公室與想承租的尺寸間的關係。

表 4.7 辦公室坪數與尺寸之分析

	哪種尺寸會想承租使用			總和
	大型	中型	小型	
辦公室空間坪數				
無	5	33	33	71
10 坪以下	0	1	3	4
10-20 坪	0	3	2	5
21-30 坪	2	4	0	6

31-40 坪	1	2	1	4
41-50 坪	0	6	1	7
50 坪以上	11	20	28	59
總和	19	69	68	156

表 4.8 辦公室坪數與尺寸之卡方分析

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	19.383 <sup>a</sup>	12	.080
概似比	22.950	12	.028
線性對線性的關連	1.523	1	.217
有效觀察值的個數	156		

a. 15 格 (71.4%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 .49。

## 第五章 結論與建議

本文主要進行台灣自儲倉產業之研究，對現有業者進行深度訪談，並對一般消費者進行問卷調查，共訪問六家業者，發放 200 份問卷。以下為我們的研究結論與建議。

### 第一節 結論

盛行於歐美的自助式個人倉儲於 2008 年被引進台灣，帶給生活水平日益升高的國人更多日常收納與儲物的選擇，而本研究所探討的自儲倉產業於台灣僅有 4 年多的時間目前還算是新興產業。經由本研究分析與實際參訪發現，此行業雖然還未普遍被國人所知曉，但依據問卷分析圖 4.15 所表達若未來有使用機會願意使用自儲倉的比例較高，而圖 4.13 所得出的結論是倉儲地點設於市區與商業區較能方便使用者使用倉儲。故台灣的發展雖然較其他亞洲地區晚起步，但台灣的需求市場相較於其他亞洲地區也並非太低，因此於現在寸土寸金的社會裡，居住於都市地區的國人生活空間變得更為狹小，就會迫切需要有收納與儲物存放之處。

吳思芊(2009)台灣自儲倉發展之可行性與我們的研究結果相異，該篇文獻有提到當時因為兩個因素，導致自儲倉面臨困境，首先是兩岸在研究階段有解凍傾向且接觸越來越頻繁，兩岸貿易將有很大的進展，而賴以維生的倉儲業會有很大的發展性。另外是不確定性太高，此新興產業對於新的業務並不熟悉而消費者接受度還是個未知數，雖然台灣消費者容易接受西方文化而大環境已發展差不多，但另一方面消費者還是趨於保守，若要開發此業務還得再加強評估。

自儲倉產業現階段尚未被普遍大眾發覺，不過各家業者櫃位出租率目前皆有達到七成以上，業者表示消費者基於需求原則才會主動搜尋此行業的相關資訊，

由此可知若加以宣傳則可能會有更高的使用率。所以各家業者積極籌備欲拓展更多分店，因此我們認為此行業在未來是有發展的可能。

## 第二節 管理實務涵義

綜合前述研究結果與結論，我們對有興趣進入自儲倉產業的業者提出以下的建議：

1. 加強對消費者的宣傳：多加利用各種宣傳通路來行銷自儲倉行業的使用方法與目的，也增加潛在消費者對自儲倉的了解
2. 增加對消費者服務項目：除了基本的物品存放、防災設備、安全監視系統，還有自儲倉業者增加了 WiFi 無線網路、臉部辨識系統、物品的代收與代寄服務，讓消費者在使用自儲倉更加便利與安全
3. 與其他相關行業聯合行銷：例如：網拍商店把貨物放在自儲倉櫃位只要有人訂購物品，自儲倉業者就能幫網拍商店代寄給消費者，大大減少了販賣物品到達消費者手上的時間（已有部分自儲倉業者增加此服務）。像國外業者也會與物流業者配合，幫顧客把他的物品寄給他，不需要親自往返自儲倉，省卻時間。
4. 增設資料庫系統：像國外業者有簡單易用的軟件協助管理儲存記錄，把所有客戶的物品資料輸入條碼倉管系統內，進行數據處理以作為交差核對和提供儲物清單之用。

## 參考文獻

### 1. 中文參考文獻：

周天行(2003)，「不同類型物流中心經營特性分析」，國立高雄第一科技大學運輸與倉儲系碩士論文

吳思萱(2008)，「台灣發展自儲倉業務之研究」，國立政治大學國際經營與貿易研究所

李建銘(2007)，「美容服務產業研究與事業經營策略分析」，國立中央大學高階主管企管碩士班碩士論文

吳伯輝(1999)，「獵人頭產業研究」，國立中山大學企業管理學系碩士論文

陳映今(2012)，「海運進出口倉儲作業之風險管理研究」，國立高雄海洋科技大學航運管理研究所

### 2. 英文參考文獻：

Stock.Lambert , Stock.James R.and Lambert , Douglas M. , Strategic Logistics Management, IRWIN,1993

### 3. 參考網頁

- 1.經濟部商業司—公司及分公司基本資料查詢



來源：<http://gcis.nat.gov.tw/pub/comp/compInfoListAction.do>

2.倉儲

來源：<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E4%BB%93%E5%82%A8>

3.摩爾空間

來源：<http://www.morespace.com.tw/>

4.台灣便利倉

來源：<http://www.easystorage.com.tw/>

5.收多易

來源：<http://www.storeasy.com.tw/>

6.易儲居

來源：<http://www.yrs.com.tw/>

7.迷你倉

來源：<http://www.ministorage.com.tw/>

8.德連便利倉

來源：<http://www.chainlink.com.tw/>

9.橙色空間

來源：<http://www.bigorange.com.hk/>

10.James Snow Self Storage

來源：<http://www.taxiboxmobileselfstorage.com.au/>

11.Taxi Box Mobile Self Storage

來源：<http://www.jamesnowstorage.com/>

# 附錄一

## 消費者問卷

### 台灣自儲倉產業開發之現況分析

您好，首先非常感謝您撥冗填答這份問卷，這是一份『台灣自儲倉產業開發之現況分析』的研究問卷，主要在探討自儲倉產業於現階段的台灣產業環境中，是否能成為熱門的新興產業。問卷採不記名方式且僅供學術用途，絕對不會將您的資料外洩，敬請安心填答。在此謹對您的協助與支持，致上最誠摯的謝意！

敬祝 身體健康 事事順利!!

※自儲倉 (self storage)，又稱迷你倉、便利倉；指的是您所租用的倉儲單位，完全由您自己使用和管理，如自行打包、自行裝運、自行存取、自行上鎖外，除了您自己其他人都無法進入。

#### (一)基本資料

1. 性別：男 女
2. 年齡：19歲以下 20-30 31-40 41-50 51-60 60歲以上
3. 職業：學生 家管 公司行號(包含個人企業，請作答第7題)  
其他\_\_\_\_\_
4. 家庭成員數：1-2人 3-4人 5-6人 6人以上
5. 月收入：20,000以下 20,000-40,000 40,001-60,000  
60,001-80,000 80,000以上
6. 請問您住家面積坪數約為？  
10坪以下 10-20坪 21-30坪 31-40坪 41-50坪 50坪以上
7. 若您為公司行號(包含個人企業)，您的辦公空間坪數約為？  
無 10坪以下 10-20坪 21-30坪 31-40坪 41-50坪 50坪以上

#### (二)是否認識自儲倉

8. 在尚未填答此份問卷前，請問您是否聽過自儲倉：是 否(否請跳到第四部份，第18題)
9. 如何得知自儲倉的消息？親友介紹 電視 網路 廣告看板 報章雜誌  
其他\_\_\_\_\_ (可複選)
10. 您是否使用過自儲倉：是 否(否請跳到第四部份，第18題)

### (三)使用過自儲倉

11. 請問曾經向哪間公司承租：收多易 摩爾空間 德連便利倉 迷你倉  
台灣便利倉易儲居 其他\_\_\_\_\_ (可複選)
12. 請問目前是否還在使用自儲倉：是 否
13. 請問您使用的租期為多久：一個月 一季 一年 一年以上
14. 讓您想承租的原因：家中物品太多 辦公室空間不足 出國 搬家  
存放商品貨物 其他\_\_\_\_\_ (可複選)
15. 請問承租的櫃位於上櫃或下櫃：上櫃 下櫃
16. 請問您目前使用尺寸？(深 x 寬 x 高，單位：公分)  
大型：320x230x200 中型：250x215x155 小型：200x200x140
17. 請問您目前使用櫃型的價位(單月)？  
\$1,000 以下\$1,000-\$2,000\$2,001-\$3,000\$3,001-\$4,000  
\$4,001-\$5,000\$5,001-\$6,000\$6,000 以上

### (四)未使用過自儲倉

18. 不論您是否聽過或了解過自儲倉，如果有機會的話會願意使用嗎？是 否
19. 請問您認為倉儲地點設於何處，較能提高使用率？市區 商業區 郊區  
工業區 其他\_\_\_\_\_
20. 請問哪種尺寸會使您想承租使用？(深 x 寬 x 高，單位：公分)  
大型：320x230x200 中型：250x215x155 小型：200x200x140
21. 請問哪種價位會使您想承租使用？  
大型：\$2,900-\$6,280 中型：\$2,580-\$3,570 小型：\$880-\$2,680
22. 請問您認為提供哪些服務會提高您使用的意願?(複選)  
宅配 代收服務 門禁設備(24小時可持卡自由進出、臉部與指紋辨識系統) 防火設備(煙霧偵測器、滅火器) 定期檢查維修設備 輔助器材(貨梯、推車) 運輸服務供電設備 其他\_\_\_\_\_

問卷到此，感謝您的作答及寶貴意見，預祝事事順心！

## 附錄二

### 業者訪問稿

您好，打擾您幾分鐘的時間，由於我們專題的主題選定為” 台灣自儲倉產業開發之現況分析”，需要進行業者訪談的部分，以下是我們預定訪談與了解的內容：

#### 一. 公司基本資料

1. 請問貴公司至今成立了多久？
2. 請問貴公司內部目前有多少員工？

#### 二. 公司經營

1. 請問貴公司成立前是否有遇到哪方面的困難？（如：人力、地點、資金？）
2. 請問貴公司至今是否有遇到困難或需改善之處？
3. 請問貴公司初期如何吸引顧客？
4. 請問是否能提供我們貴公司出租櫃型的詳細資料？

#### 三. 公司與顧客

1. 請問可否提供貴公司消費族群分佈情形？
2. 請問可否提供貴公司各櫃型出租率的資料？
3. 請問貴公司的承租流程為何？
4. 請問貴公司是否有任何優惠方案？
5. 請問貴公司是否有擴大範圍的規劃？
6. 我們會進行消費者問卷調查，請問貴公司是否想要瞭解消費者哪些資訊？  
或許我們可以幫忙做調查

訪談過程中會進行錄音及攝影，以確保內容的正確性。訪談內容若是有不方便公開的資訊，請務必跟我們說一聲，我們會做保密的處理，完成後的文件也會請您過目且確認後才刊登，請放心。