

日経MJ 2017年 2月22日付

アマゾン、「ウーバー」で物流

もう1年ほど前になるだろうが、知人のフェイスブックに、米国での興味深い記事が紹介されていた。アマゾンが物流にウーバーを試験的に利用することを考えているというものだ。アマゾンの特徴は利用者へのデリバリー、いわゆるラスト1マイルの物流を行うことにある。これがアマゾンの強さであると同時に、物流を確保する難しさがアマゾンのアキレスけんであるとも言われる。



伊藤元重の

エコノウオツチ

うな仕組みを利用して、一般のドライバーにデリバリーを依頼しようとしている、というのがこの記事の内容だ。ウーバーといえば人間を乗せるタクシーのようなものを想像しがちだが、荷物を乗せてもよいはずだ。乗用車だけでなく、軽のワゴンなどを利用することも可能だ。

シェアリング、中小に勝機

企業や個人にとって大きなビジネスチャンスになることに注目すべきなのだ。自動車1台あれば物流ビジネスに参入できる。これまでは大手企業の下請けという仕事はあったかもしれないが、スマホなどを利用したマッチング機能によって、最終ユーザーと中小企業や個人業者が直接つながることが可能になったのだ。

企業を中心とした組織に依存せざるをえなかった。しかし、最終ユーザーとのマッチングが情報システムによって高度化すれば、重層的な組織を介さなくてもビジネスを展開することが可能になるのだ。

(学習院大学国際社会科学部教授)