



創刊71年

# 住宅新報

定期購読料(送料込み)  
6カ月 8,229円(本体7,619円+税) / 1カ年 15,840円(本体14,667円+税)  
©住宅新報 2018年 1948年6月18日第3種郵便物認可  
発行/毎週火曜日 1部 360円(本体333円+税)

株式会社 住宅新報 Webはこちらへ 住宅新報 検索  
本社/〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-11-15 SVAX Tビル 電話 03-6403-7800 FAX 03-6403-7825  
支社/〒541-0046 大阪府中央区平野町1-8-13 平野町八千代ビル 電話 06-6202-8541 FAX 06-6202-8129



大谷 巖一

あまり知られていませんが、2000年に開業したアマゾンジャパンは、倉庫業免許を持つ物流会社です。彼らは日本の物流会社と経営面で大きな線引き(差別化)を図り、物流に莫大な投資を続けています。一般的な物流コスト5%の倍以上となる約13%以上を「投資」しています。物流を重要視していることの表れです。

米国Amazonの17年売上高は約20兆円、純利益

その決め手は、「地球上で最もお客様を大切にしている企業」を理念に、顧客との物理的接点となる商品を届ける物流サービスのレベルを最大限まで引き上げることです。物流への巨額の投資と共に、常にシステムやサービスを改善し、顧客満足度と生産性を同時に引き上げました。今後、アマゾンでは中小企業を対象とした越境ECも開始、100カ国・地域からの注文を受け、通関を含めた輸送業務の代行も行う計画です。

アマゾンジャパンの大躍進を横目にしながら、日本の物流企業が追従できない背景には人材不足が挙げられます。アマゾンの倉庫管理者には、物流のプロフェッショナルで情報システムや経営面にも熟知したMBAを取得する優れた人材を雇用、ロジカルな視線での倉庫オペレーションが行われています。日本では物流

をコストと捉えられることも多いため、高待遇の優れた人材を倉庫に配置することは非常に困難です。

そこで「あなたが荷主の立場なら、何を求めますか」と角度を変えたヒントを与えると、業界の型にはまっている受講者には見当がつかず、正解は「商品を売って、利益を得る」ことなのです。これこそが荷主が真に求めていることです。物流は利益を上げるために使うツールに過ぎません。

「低コスト」「スピード」といった、物流業の教科書通りの回答が出てきます。

商品を売って、利益を得る。小学生でも理解できる図式ですが、荷主が渴望する販売機能を持ち合わせ、優秀な人材を投入して

数年前から育成中の物流と不動産を修得し、ITで武装する「物流ユーティリティープレイヤー」を貴社に派遣・支援することも可能です。貴社も物流業をブラ

我々は物流業と不動産業界の中間に位置する「物流不動産業界」の立ち上げを画策しています。この第3極の業界では、物流不動産ビジネスを推し進めるため、物流業と不動産業が業界の壁を越えて手を組み、アマゾンジャパンに対抗できる秘策を生み出します。

始めてみませんか。(イソーコ会長)

## 物流と不動産

その間にチャンスあり! ⑥

### 物流・商流で肥大化するアマゾンに対抗する秘策

3400億円、全部門で増収増益を記録して、前年度比約30%の成長を遂げました。オンラインストア単体の売上高は約12兆円を達成しました。

#### 第3極は物流不動産

イソーコは年数回、物流会社を対象にしたセミナーを開催、私が講師として登壇します。その際、受講者に「今や主流となった流通・卸や通販業の顧客となる荷主は、何を求めますか」と、意地の悪い質問を投げかけます。大抵は「正確性」「低コスト」「スピード」といった、物流業の教科書通りの回答が出てきます。

将来、アマゾンジャパンが参入しても心配は不要です。なぜなら、不動産業に物流業を付加する「物流不動産ビジネス」のノウハウは我々にしかないスキルなので、しばらくの間はブルーオーシャン市場です。