

ある経営者から聞いた話が印象的だった。年末に孫のために玩具を贈る予定だったのを忘れていたので、1月1日にあわててアマゾンで注文した。そうしたらその商品が2日に届いたという。新年でも物流が動いたというのも驚きだが、注文した本などが翌日には届くというアマゾンのロジスティックスのすばさは多くの人々が実感しているところだろう。



伊藤元重の

## ニュースな見方

### アマゾンの物流力

倉庫のロボットの映像を見たことがあるだろうか。動画投稿サイト「ユーチューブ」上にのっている物流ロボットの映像などは一見の価値がある

(<http://www.youtube.com/watch?v=GKRUjEVEZs>)。

## 日本の小売りに大変革

倉庫には3段ほどのラックが大量に並んでいる。そのラックの下に潜り込んだ掃除ロボットのよう形をしたロボットがラックを持ち上げ、ラックごと運び始める。このラックは商品をピックアップして梱包する人

ロボットが倉庫の所定の場所まで戻す。

のところで、自動的にやってくる。アマゾンのようなネット流通業者には膨大な数の注文が来るが、それぞれの注文ごとに何台かの

ロボットがラックにのったまま商品をピックアップする。その所まで運んでくるのだ。

担当者はその座ったまま、運ばれてきたラックを持ち上げ、ラックごと運び始める。商品がピックアップされたラックは、またロ

こつした映像からも分かるように、物流や倉庫の口のような大型専門店がカテゴリーキラーとして、旧来の専門店を駆逐して成長してきた。その分野の店を壊滅させるという意味で、力

による急速に変化しているようだ。その新技術を利点として、競争力を発揮することができる。膨大な在庫を抱えながら、低コストでも、インターネット上の店舗には、品ぞろえでも価格でもかなわない。カテゴリーキラーの「キラー」となるのは、強力なロジスティックスに裏付けされたネット流通業者かもしれない。

トイザらスやヤマダ電機のような大型専門店がカテゴリーキラーとして、旧来の専門店を駆逐して成長してきた。その分野の店を壊滅させるという意味で、力による急速に変化しているようだ。その新技術を利点として、競争力を発揮することができる。膨大な在庫を抱えながら、低コストでも、インターネット上の店舗には、品ぞろえでも価格でもかなわない。カテゴリーキラーの「キラー」となるのは、強力なロジスティックスに裏付けされたネット流通業者かもしれない。

(東大大学院

経済学研究科教授)

\*この記事は日本経済新聞社の許諾を得て転載しています。