

視点(2397)

楽天と日本郵便の提携とDX&プラットフォーム!!

(ICT&ネット市場編)

楽天と日本郵便（日本郵政の傘下）が物流分野で提携すると発表しました（2020年12月24日）。

今、日本の流通業界は第3次流通大変革（2020年からスタートし、25年後の2045年までの期間）とコロナショックによるニューノーマル化（新常态化）の2つの要素によって過去の延長線上ではないイノベーションを伴う大変革が進行しています。各企業は業種や業態を越えたM&Aや業務提携が積極的に行われ、まさにシームレス化（垣根のない行動）が起こっています。2045年には、流通業界の覇権企業や覇権業態が変遷し、全く現在とは異なる流通上の景色を見ることとなります。

楽天と日本郵便の提携も、この流通の大変革の一環としての流通現象です。

アメリカでは、アマゾンやウォルマートがDX（デジタルシフト化）によるプラットフォーム化（あらゆる価値を創出する経済圏）が進み、流通機能とデジタル機能とフィンテック機能が一体化した生活総合産業化の方向に向かっています。

楽天は日本郵便と提携して、物流分野で14,000ヶ所の郵便局（集配の基地）と配達システムを活用し、データの共有化や配達システムの効率化でEコマース市場の需要増に対応するとしています。

一方、日本郵便のホールディングカンパニーである日本郵政は、日本郵便の他に、ゆうちょ銀行やかんぽ生命のファイナンス分野を持ち、楽天のプラットフォームによる自らのプラットフォームの強化を目指すものと思われます。

楽天は、ネット通販の楽天市場（取扱流通総額2019年3.9兆円で日本一）を基軸として、AI等のデジタル技術、モバイル通信（新規進出中）、決済及び金融、ポイントカード、物流・宅配…等の分野に進出して生活総合産業化しています。

楽天は、NTT、KDDI、ソフトバンクに次ぐ第4番目のモバイル市場へ進出（楽天モバイル）や日本一の物流ネットワークを持つ日本郵便（その背後には日本郵政グループ）との提携、さらには日本のウォルマート（西友）への資本出資（25%）によるオンラインショッピングとリアルショッピングの融合やデジタル技術での提携が進み、まさにプラットフォーム企業としての完成度が高まりつつあります。

アメリカの類似企業では、アマゾンドットコム（以下、アマゾン）が、オンラインショッピングを基軸に、デジタル技術のクラウド（AWS）や実店舗のホールフーズやクレジットサービスやデジタル広告…等によるプラットフォームを確立して1.59兆ドル（167兆円）の時価総額の企業となっています。

アマゾンの業務別売上高は次の通りです。

<アマゾンの業務別売上高>

	売上高	割合	備考欄
直販のネット売上高	1,412 億ドル	50.4%	流通総額は3,362 億ドルと推計
モールのテナントからの手数料収入(流通総額の58%がテナントの売上)	538 億ドル	19.2%	
アマゾンプライム収入(サブスクリプションサービス売上)	192 億ドル	6.8%	プライム会員1億5,000万人
アマゾンウェブサービス(AWS)収入	350 億ドル	12.5%	
実店舗売上(主にホールフーズの売上)	172 億ドル	6.1%	
その他(広告サービス、クレジットカード契約…等)	141 億ドル	5.0%	
合計	2,805 億ドル	100.0%	

特にアマゾンの強味は、直営及びテナントから構成されるオンラインショッピングを基軸としたインフラ（基盤施設）を構築し、このインフラを通じてあらゆる分野に進出し、かつ、データ管理やデジタル技術を駆使していることです。アマゾンのAIやクラウド技術は卓越した技術で、ビジネス化しています。

楽天もオンラインショッピングを基軸として、日本のウォルマート（西友）や日本郵便の物流システムへの技術提供を行い、楽天経済圏としてのプラットフォームを強化しています。

日本でのオンラインショッピングの2位のアマゾンは、アメリカのシステムを導入して推定2.5兆円の取扱流通総額（直営とマーケットプレイスの合計）の存在感を示しています。

また、Zホールディングス（ソフトバンクグループ）も、ペイペイモールやヤフーのオンラインショッピングを基軸として、ZOZOTOWNやアスクルを傘下にして、ペイペイのファイナンス&決済システムを強化し、さらにSNSのLINEもグループ化して**楽天、アマゾン、Zホールディングスの三強体制**が強力に進化しつつあります。一方、リアルショッピングの雄のイオングループとセブン&アイは、実店舗の強さを基軸としたオンラインショッピングを推進しています。

(株)ダイナミックマーケティング社^{†8}
代表 六 車 秀 之