

# 第 53 回インナーゼミナール大会

## 研究計画書

ゼミ名	高ゼミ	チーム名	k-shock
タイトル	対アマゾン戦略 日本がアマゾンに対応するには		
テーマ群	d) 国際経済 e) 産業・企業		
メンバー	笹川就平 澤口穂高 松本尚		
研究計画内容	<p><b>【研究背景】</b></p> <p>Amazon は 1997 年にアメリカで誕生し、3 年後の 2000 年に Amazon Japan が日本に上陸した。2022 年度における Amazon 全体の売り上げは 67 兆 3317 億円、日本における売り上げは 3 兆 1958 億円と全体の約 5% を占める。身の回りにも Amazon Prime 会員の登録者は多い。私たちは星の評価や口コミをもとにオンラインショッピングを楽しみ、安価な配達料で速く届くといった恩恵を受けている。オンラインショッピングが主流になっていく一方で、百貨店など小売店の閉店や、輸送力不足の問題「2024 年問題」など日本経済にとって看過できない影響を与えている。</p> <p><b>【研究内容】</b></p> <p>まず、Amazon の物流システムと収益性について調査していく。Amazon は高度な物流システム、FBA (Amazon の商品の保管・ピッキング・発送) やマーケティング戦略などを駆使して顧客満足度を増やし収益性を上げ、他の産業を圧迫している。</p> <p>しかし、Amazon が進出した電子商取引において、Amazon と共存、または優位性を持つことに成功した企業も存在する。例えば、2005 年にアメリカで誕生し、ハンドメイド作品に特化したオンラインストア「エッツィ」がある。これらの事例を参考にしながら今後日本企業の取るべき戦略を考察する。</p> <p>次に政府の対応についてみていく。2009 年に報じられた東京国税局による税金の支払いを拒否した「Amazon ジャパン問題」など、グローバル企業への対応は政府にとっても喫緊の課題だ。各国の事例を参考にし、如何にして政府は健全な経済活動を促進していくのか考察する。</p> <p><b>【期待される効果】</b></p> <p>Amazon の進出は、変化の遅いといわれる日本にとっては脅威となる。従ってこの状況をどう生かすかが企業の命運を左右することは疑いようもない事実である。将来、社会に出て日本企業に就職する私たちが、Amazon のような巨大な海外企業への対応策を考えることには大きな意義があると考えます。</p> <p><b>【参考文献】</b></p> <p>「アマゾンジャパン、日本事業の売上は 5.7%増 2 桁増はストップ、直販売上は約 2 兆円か」マイナビニュース <a href="https://news.mynavi.jp/techplus/article/20230216-2593492/">https://news.mynavi.jp/techplus/article/20230216-2593492/</a></p> <p>城田真琴「Death by amazon」2018 年 8 月 22 日出版</p> <p>成毛真 「世界最先端の戦略がわかる amazon」2018 年 8 月 8 日出版</p>		