

ECエコシステムの確立に向けた取組み

持続的な成長に向けて、急速に進む「産業のEC化」に対応し、EC購入者様やEC事業者様の新たなニーズに応える物流サービスの創出に取り組んでいます。



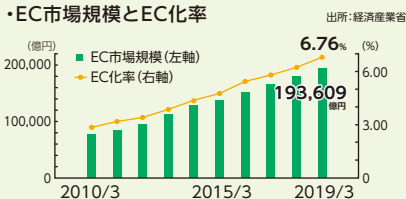
商品・サービスを問わず、あらゆるものをECで手に入れられる「産業のEC化」が進展しています。

新型コロナウイルス感染症の影響で「産業のEC化」が更に加速する中、ヤマト運輸は大手EC事業者様や配送事業者など外部の配送パートナーとの協業により、2020年6月、EC購入者様・EC事業者様・配送事業者の全てをデジタル情報でリアルタイムにつなぎ、

購入・配送・受け取りの利便性と安全性、効率性を徹底して向上させる新配送サービス「EAZY」の提供を開始しました。また、EC事業者様の受注から出荷・配送までのサプライチェーン構築支援や、EC購入者様の受け取り拠点の拡大など、パートナーとの連携によるソリューションの提供にも取り組んでいます。

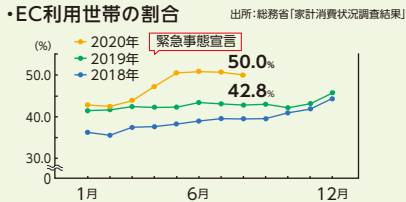
新型コロナウイルス感染症を契機にEC化が加速

・EC市場規模とEC化率



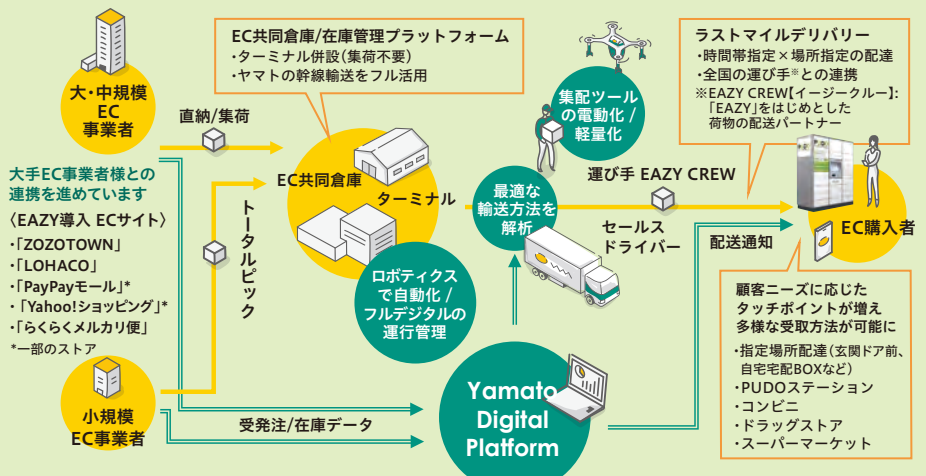
国内におけるECの市場規模は増加傾向にあるものの、EC化率は他国と比べて低いことから拡大余地があります。

・EC利用世帯の割合



「緊急事態宣言」下での「巣ごもり消費」を契機に、これまでEC利用率の低かった高齢者層も含めて利用が拡大しています。

●ECエコシステムの確立により目指す姿 《ECエコシステムの概念図》



メリット

EC事業者

- 販売機会の拡大
- 在庫・事務コスト最小化

配送事業者(運び手)

- 業務量の予測が可能(リソース最適化)
- 安定したサポート体制
- 再配達的大幅低減

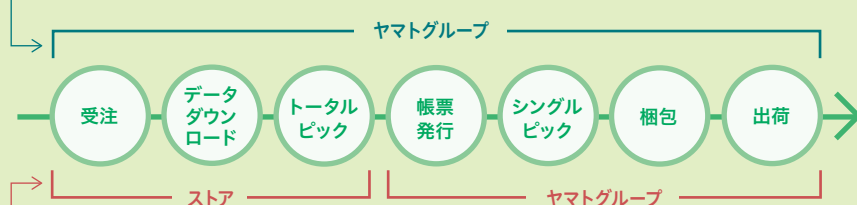
EC購入者

- 注文～受け取りのリードタイム短縮
- 多様な受け取りの選択が可能

●Zホールディングスとの連携による新たな物流サービス

・フルフィルメントサービス

受注から商品保管、ピッキング、梱包、出荷、配送までの全ての業務をヤマトグループが提供



・ピック&デリバリーサービス

出店ストア側で当日発送商品をトータルピッキング後、ヤマトグループがピッキング、梱包、出荷、配送を実施

当社は、2020年6月よりZホールディングス株式会社と連携し、「Yahoo! ショッピング」および「PayPayモール」の出店ストア向けに、新たな物流サービスの提供を開始しました。出店ストアの規模に応じて、受注から出荷・配送業務までの全体を代行する「フルフィルメントサービス」と一部機能を代行する「ピック&デリバリーサービス」の提供を通じて、商品の注文から受け取りまでのリードタイム短縮、ストアでの物流に関わる業務負荷の軽減や物流コストの最適化、EC購入者様の利便性の向上を目指しています。将来的には、蓄積されたデータを活用・分析し、需要予測を行うことで、最適な消費地への事前の在庫移動による更なるリードタイムの短縮やコスト削減を実現していきます。

●ニューノーマル時代のEC商品受け取りサービス 全国約600店舗の新たな拠点でEC商品の受け取りが可能に

当社とDoddle社は、「EAZY」導入事業者様とEC荷物の受取拠点として参画するドラッグストアやスーパーマーケットなどに、Doddle社の「Click & Collectシステム」を導入し、2020年11月より新たなEC商品受け取りサービスを開始しました。導入店舗様は専用端末を設置するだけで簡単にサービスを開始でき、EC購入者様にとっては生活スタイルに合わせて気軽に簡単に荷物を受け取れる拠点が拡大します。