



<Press Release>

2024年12月16日

**Amazon、2012年から2023年の兵庫県へ総投資額は1,370億円超
テクノロジーやインフラへの投資は地域経済の成長を支援
GLOCOM調査、Eコマースは県内企業の成長を促進
回答者の70%以上が迅速な配送を評価し、文化的な豊かさと暮らしの満足度を実感**

Amazon（所在地：東京都目黒区）は12月16日（月）、兵庫県への経済や社会への貢献について発表しました。2023年の単年で、Amazonは兵庫県へ310億円以上の投資を行いました。これは、2012年から2023年までの期間の兵庫県への総投資額1,370億円超の20%以上に相当します。この中には設備投資（物流拠点であるフルフィルメントセンター、配送拠点であるデリバリーステーション、データセンターなどのインフラ整備を含む投資）と、お客様や配送パートナー、中小企業向けプログラムの拡充、従業員の報酬などの事業運営費が含まれます。Amazonによる兵庫県への投資は、お客様に満足いただけるソリューションとサービスを創出し、同県の企業や地域経済を支援し、雇用を創出するという長期的なコミットメントを表しています。

兵庫県は、日本の中でもAmazonによる投資が多い県のひとつです。Amazonは、2020年に兵庫県初の配送拠点であるデリバリーステーションを尼崎市に開設して以降、同県への投資を加速させてきました。2022年には、尼崎市に商品保管容量約100万立方フィート、延べ床面積は100,000㎡以上（東京ドームの2個分以上の規模）を持つ西日本最大の物流拠点であるフルフィルメントセンターを開設し、さらに2023年には神戸市長田区に新たなデリバリーステーションを開設しました。米国の経済・戦略コンサルティング会社Keystone Strategy（キーストーン・ストラテジー）は、Amazonの投資により2023年に兵庫県において、間接的な働く機会を5,000以上創出したと試算しました。これには、兵庫県内のAmazon施設の建設に携わる建設業、輸送業、エンジニアリング、維持・管理会社などの人々の働く機会などが含まれています。

兵庫県は、Amazonの地域社会への貢献において、極めて重要な地域でもあります。昨年、「Amazon 尼崎FC」内に日本初となる災害支援物資の保管拠点「Disaster Relief Hub」が設置されました。これは、自然災害により被災した人々へ迅速かつ効率的に支援物資を届けるための拠点です。支援物資には、モバイルバッテリーや衛生用品など約50種類、約15,000点の災害支援物資が含まれています。これらは過去、被災地の方からのニーズが高かった物資を中心に選定されており、計画的に保管されています。

Amazonは地球上で最もお客様を大切にすることを目指しており、日本への投資は、お客様に喜ばれる価値あるソリューションやサービスを創造し、お求めやすい価格で幅広い商品と利便性の高いお買い物体験を提供する継続的な取り組みです。全国の中小企業を含む販売事業者様がAmazonで商品を出品しており、フルフィルメントセンターやデリバリーステーションなどのインフラへの投資は、販売事業者様が「フルフィルメント by Amazon (FBA)」¹を活用し、日本全国および海外のお客様へ商品をお届けするのに役立っています。日本の中小企業は、地域社会の中核であり日本経済の柱として大きな役割を担っています。Amazonに出品する販売事業者数は、兵庫県内では約6,000社です。Amazonは、革新的なツール、プログラム、サービスを提供することで、販売事業者様のビジネスの成長を支援しています。2023年、兵庫県の販売事業者様はAmazonで数百万点の商品を販売しました。

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター（GLOCOM: Center for Global Communications）が実施した「E コマースの普及が企業と消費者にもたらす経済的影響」調査では、E コマースは企業の成長を促進し、オンラインショッピングによって消費者は文化的豊かさと生活満足度が向上することがわかりました。

GLOCOM 調査結果による E コマースの普及が企業にもたらす影響：

E コマースは、企業のビジネス成長サイクルを後押し、雇用も増加傾向に

企業の売上変化に関する調査では、過去 1 年から 9 年前のどこかのタイミングで、E コマースを開始した兵庫県の企業は開始後、平均して売上伸び率は年に約 1.6% 上昇することがわかりました。一方、E コマースを行っていない企業に増減は見られませんでした。全国の小売業（EC 実施の有無にかかわらず）の 2015 年～2023 年の売上増加率の中央値は-0.08%² であることと比較すると、E コマースの成長率が顕著であることがわかります。また調査では、E コマースを契機に事業が拡大するにつれて採用を増やすことが判明しました。兵庫県では E コマースの開始 4 年目以降は平均 2 人新たに採用しており、これは全国平均の 2 倍にあたります。

調査結果は、E コマースの導入が例えばデータ分析、デジタル在庫管理、コンテンツマーケティングなど従業員のデジタルスキルや知識の開発に効果的な手段であることも示しています。導入後も、従業員は E コマースの実務を通してスキルを取得し続けています。兵庫県で過去 3 年以内にオンライン販売を開始した会社の従業員は、平均 2 つのデジタルスキルを新たに得たと回答した一方、E コマースを開始していない企業の従業員は、デジタルスキルの習得はほぼゼロでした。さらに、E コマースの開始後、兵庫県の企業の売上増加率は年に約 1.6% 底上げされる一方で、月間平均労働時間は全国平均 1.3 時間の減少を上回る 2 時間減少していることから、E コマースが生産性の向上につながることも明らかになりました。

GLOCOM 調査結果によるオンラインショッピングの普及が消費者にもたらす影響：

兵庫県の 70% の消費者はオンラインショッピングで「文化的な豊かさ」を体感し、80% が「暮らしの満足度」の向上を実感。利便性、スピード、価格を評価する一方で、高品質な商品へのアクセスへのメリットも享受

消費者調査は過去一年間にオンラインショッピングを始めた人を対象に実施され、その結果、オンラインショッピングの最大のメリットは利便性であることがわかりました。回答者の 80% がいつでもどこでも簡単に買い物ができること、70% が商品の迅速な配送を利点だと感じています。また回答者全体では、主要な商品カテゴリー（書籍、日用品、家電製品、美容・ヘルスケアなど）において、オンラインショッピングの方が小売店よりも平均して 4.5% 程度安く入手できると回答しました。さらに回答者の 60% がオンラインショッピングでは「幅広い商品にアクセスできる、バラエティの豊富さ」、また 40% が上記カテゴリーにおいて「高品質な商品を手に入れる」ことをメリットとして実感しています。文化的な側面からの質問として、普段の生活や地元の商店では見つけることが難しい本や地方の珍しい食材との出会いなどを例に挙げ、オンラインショッピングを通じた文化体験について聞いたところ、7 割が「文化的豊かさ」を感じるようになったと回答しました。また 8 割が「暮らしの満足度が上がった」と感じているなど、オンラインショッピングが消費者の生活の質の向上に貢献していることがわかりました。

GLOCOM 主幹研究員田中 辰雄氏は以下のようにコメントしています。

「今回の調査結果は、兵庫県の企業が E コマースを効果的に利用して事業成長を遂げていることを示しています。E コマースは企業の売上と生産性を向上させ、それにより企業は得た利益を再投資してさらなる雇用を生み、従業員のスキルアップを図り、事業を継続的に成長させていることが読み取れます。E コマースは兵庫県の企業にビジネス成長の良い循環をもたらしていると言えるでしょう。また、E コマースは、私たちの社会や文化に新たな価値をもたらしました。利便性や価格、商品の幅広さに加え、珍しいあるいは、見つけづらい商品を購入できる喜びから得られる文化的価値も注目に値します。E コマースは地域間の格差を解消し、消費者が文化的に豊かな生活を送ることに一定の貢献を果たしていると考えられます」

アマゾンジャパン 社長 ジャスパー・チャンは以下のようにコメントしています。

「お買い物をしてくださるお客様や販売事業者様、配送パートナーの皆さま、地域社会の皆さまには、Amazon の今日までの成長を支えてくださったことに深く感謝申し上げます。Amazon は、今後も兵庫県への投資を通じて地域経済に貢献し、地元の販売事業者様のビジネスを支援し、そして兵庫県にお住まいのお客様の生活そのものを、さらに豊かで便利なものへと変革できるよう努めてまいります」

調査概要：

調査主体：国際大学グローバル・コミュニケーション・センター (アマゾンジャパンからの委託研究)

調査名：「EC の普及が企業と消費者にもたらす経済的影響」

調査期間：2024 年 8 月

調査方法：インターネット調査

調査対象：全国 20 歳以上の男女

サンプル数：全国 10 万人

※オンライン販売の平均売上加増率に関する質問については、サンプルの内オンライン販売を開始してから 1 年～9 年の企業に勤める人が対象

¹ Amazon の配送ネットワークを使って販売事業者様のビジネスの成長を支援するサービス。Amazon フルフィルメントセンターに商品を納品後、その注文の受注、梱包、発送、カスタマーサービス、返品対応のすべてを Amazon が代行します。

² Nikkei NEEDS 法人企業統計データをもとに算出

Amazon について

Amazon は 4 つの理念を指針としています。お客様を起点にすること、創造への情熱、優れた運営へのこだわり、そして長期的な発想です。Amazon は、地球上で最もお客様を大切にすること、そして地球上で最高の雇用主となり、地球上で最も安全な職場を提供することを目指しています。カスタマーレビュー、1-Click 注文、パーソナライズされたおすすめ商品機能、Amazon プライム、フルフィルメント by Amazon (FBA)、アマゾン ウェブ サービス (AWS)、Kindle ダイレクト・パブリッシング、Kindle、Career Choice、Fire タブレット、Fire TV、Amazon Echo、Alexa、Just Walk Out technology、Amazon Studios、気候変動対策に関する誓約 (The Climate Pledge) などは、Amazon が先駆けて提供している商品やサービス、取り組みです。Amazon について詳しくは Amazon Newsroom (<https://amazon-press.jp>) および About Amazon (<https://www.aboutamazon.jp>) から。