

第1章 小売・仲介、代行

自動車

ECへの移行率と市場規模ともに高い
ビジネスモデル確立が課題

総合的自動車ポータル目指す

自動車関連は、P.84、「日本の消費者向け（B to C）電子商取引市場」のデータからも今後のネットビジネスで大いにその市場性が期待される分野といえる。特に昨年は米国系大手の「オートバイテル・ジャパン」「カーポイント」の相次ぐサービス開始で脚光を浴びた。一口に自動車販売関連サービスといっても「新車・中古車」「車両本体・関連商品」「B to B・B to C・C to C」など対象商品、対象顧客などは多岐にわたる。また「情報提供（仲介）」「商談代行」「直販」「オークション」「買い取り」というレイヤーの違うサービスが展開されている。代表的な自動車販売関連サイトを見ても、これらのサービスが複合的に提供されている（P.90資料2-1-14）。特徴的なのは、サイトの運営母体企業により主力サービスや得意分野があり、それを軸に総合的自動車ポータルサイトを目指す動きである。以下に主力サービス別に代表的なサイトを分類してみた（図1参照）。大きく分けてネット発と自動車業界発になる。

既存業界でのサービスが主力

新車販売の情報提供（仲介）を主力サービスとするのがオートバイテル・ジャパンとカーポイントである。運営母体はいずれも米国で大成功を収めたネットビジネスモデルを導入する、いわゆるネット発の代表である。代行サービスも、これまでにない新しいビジネスであり、ネット発ならではのサービスといえる。一方それ以外のサービスはほとんどが自動車業界発といえる。特に中古車に関してはその傾向が強い。中古車の情報提供サービスはいずれも既存の中古車ビジネスで実績とコンテンツを持っている企業が運営するサイトとなっている。「ISIZE」はリクルートの「カーセンサー」のコンテンツを、「イーカーネット」は中古車オークションの最大手「オークネット」、「カーバンクネット」は同じく中古車オークションの「USS」の会員業者とその出品車データというコンテンツを利用している。また、ネット上で売買を成立させる直販やオークションなどのサービスも同様に

業界発が主力である。新車では、独自のワンプライス制の直販でユーザーの支持を得ている「クイック」などが代表的サイト。面白いのは中古車の販売サービスで、いずれもオークション方式のサイトが主力である。B to Bの「バリ」、B to Cの「ブライズダウン・ドット・コム」はいずれも自動車業界発のサービスである。唯一C to Cの「e-kuruma.com」だけがネット発となっている。買い取りサービスは自動車業界でも主力の「ガリバー」と「ジャック」の独断場といえる。

ネット発サービスの収益方法

ネット発サービスと現状の業界発サービスの基本的なビジネスモデルの違いは収益構造にある。ネット発のサービスはサイトそのものが収益を生む構造でなければならない。それに対して業界発のサービスはあくまでも現状の自動車販売あるいは買い取りのシェア拡大およびコスト削減にネットを利用し、実際に自動車を販売するところで収益を上げる構造となっている。ネット発サービスの代表としてオートバイテル・ジャパンやカーポイントなどの見積もり仲介サービスを例に見てみよう。これは実際の販売は行わず、売り手と買い手のマッチングをするための情報提供サービスである。仕組みはサイトから見積もりを依頼してきたユーザーを加盟ディーラーに紹介するもので、その後の販売はディーラーが行う。サイトの収入はディーラーが負担する紹介料で、ユーザーには一切負担がかからない。さらに、いちいちディーラーに足を運ばなくてもモデルやオプションなどかなり詳細な情報を入手することができ、メーカー横断的な車種の比較が容易にできること、実際に自動車を購入する際、慣れない税金や登録費用などの諸経費の計算が難し

	新 車	中古車
情報提供	オートバイテル カーポイント ←————→	ISIZE CARLIFE（カーセンサー） イーカーネット（オークネット） カーバンクネット（USS）
代 行	Car24 カーズプライス・ドット・コム	
販 売	クイック	
オークション		バリ（B to B） e-kuruma.com（C to C） ブライズ・ダウン・ドット・コム（B to C）
買い取り		ガリバー ジャック

注 下線を引いてあるのがネット発、それ以外は業界発のサイト

図1 代表的な自動車サイトの分類

く、値引き価格も公表されていないため、売り手に見積もりを依頼してみないと購入費用がわからないという現状では、ユーザーにとって非常に便利なサービスである。また、ディーラーにとってもセールスマンの人件費や販売促進にかかっていたコストを圧縮して効率化を図れるチャンスでもある。

既存商習慣が作る限界

昨年11月のサービス開始より、ユーザーからの見積もり依頼を順調に集めており、サイトの収益モデルは盤石に見える。その一方で、これらのサイトの現在の課題の1つはサービスの限界である。新車ディーラーはメーカー系列が大半で、メーカー主導型の日本特有の商習慣がある。ディーラーのテリトリー制と取扱い車種の分散政策だ。ユーザーはあくまでも自分の居住地域のディーラーを紹介されるだけで、複数のディーラーのあい見積もりを比較検討できるわけではないという点で、価格メリットを享受できない。また、同じメーカーでも車種が異なると取扱いディーラーが異なり、自分の居住地域に希望の車種を扱う加盟ディーラーがないと、見積もりをしてもらえない場合がある。特に国内トップメーカーのトヨタが、自ら「GAZOO」というサイトを運営し、独自路線を進んでいるため、一般の情報提供型サイトではトヨタ系ディーラーの加盟が見込めない。ユーザーの居住地域や希望車種によってサービスの提供そのものが受けられない場合があるのだ。また、もう1つの課題はディーラーの現場の対応だ。オートバイではディーラーのネット環境整備から教育までサポートに力を入れている。その分、ディーラーにとっても安くないコストがかかる。加盟ディーラーは実際に成約に結びつかなければ利益は上がらない。まだまだ販売の現場ではネット環境もPCに対する意識も低い。インターネットの導入に積極的なディーラーの確保と拡充が課題になるだろう。また、現場の担当者のスキルやモ

チベーションで成約実績に差が出ているようだ。

これらの課題を克服して、ユーザーと加盟ディーラーの支持を得て、現在の収益モデルを維持できるか、さらに伸ばしていけるかが勝負となる。

業界発とネット発の共存

業界発のサービスとしては新車直販のクイックが実績を上げている。既存の商習慣をうまく生かし、系列ディーラーから低価格で仕入れた車を、ネットで割引価格を提示して全国のユーザーに販売するという仕組みだ。ユーザーにとってはディーラーと面倒な価格交渉をせずに、安い価格で購入することができる。登録、納車、保険やローンの扱いなどサービスも充実しており、地方ユーザーも安心して利用できる。また、居住地域の系列ディーラーの価格と比較検討することができる。一方このサービスの課題は、今後メーカーおよび系列ディーラーの体制が変化し、これまでの流通形態が変わってきた場合、低価格での商品の調達が可能かという点にある。また、自動車は性能が向上して、ほとんど修理や整備などに手がかからなくなったといわれ、新車の場合どこのディーラーでも見てもらえるというのはものの、やはり地元のディーラーで購入するほうが安心というユーザー心理もある。高額商品だけに、実際に見て、試乗して購入したいという思考も根強い。ネットディーラーの見積もりを価格交渉の材料として利用し、実際には地元ディーラーで購入するというパターンも増えると思える。

投資しづらい中古車サービス

ところで中古車サービスの分野は明確な収益モデルが確立していないというのが現状のようだ。情報提供サービスでも大量のコンテンツを所有する中古車オークション運営会社によるネットビジネスは既存のオークションビジネスの付加サービス

というレベルを超えていない。中古車の場合、商品を扱っている販売業者の大半が中小の個人企業で、最終的な販売段階への引き継ぎが難しいためだ。また、現場レベルでは即収益に結びつかない、現状のインターネットへの取り組みに設備や人材を投資するには至らないケースが多く、販売現場のネット環境やスキルに格差があり、サービスメニュー作りが難しいという面もある。

混乱しばらく続く

周囲の期待とは裏腹に、自動車販売関連ネットビジネスはもうしばらく混沌とした状態が続くと予想される。メーカーと系列ディーラーの仕組みや中小中古車業者の体質など、日本の自動車流通業界の商習慣を巧みに利用したサービスが育っていくのか、これまでの商習慣や業態がダイナミックに再編されるのか。いずれにせよ、自動車関連のネットビジネスに引き続き注目が集まりそうだ。(山内晶子 パリ株式会社取締役チーフプロデューサー)



図1 オートバイの見積もりサービス



図2 トヨタの運営する「GAZOO」
Jump <http://www.gazoo.com>

資料2-1-14 代表的な自動車サイトの特徴

主カサービス	サイト名	URL	運営母体	主要株主	主なメニュー	その他
新車情報提供 (仲介)	オートバイテリ	http://www.autobytel-japan.com	オートバイテリ・ジャパン株式会社	autobytel.com inc (米国) 株式会社インテック 伊藤忠商事株式会社 トランス・コスモス株式会社 株式会社リクルート GEキャピタル 株式会社オリエン・コーポレーション イー・ソリューションズ株式会社	・新車見積もり ・中古車検索 ・アフターパーツ ・クルマデーターベース ・クルマローン ・自動車保険 ・各種クルマ情報	見積もり依頼受付件数: 22,000件 成約率: 9.1% 加盟ディーラー数: 300
	カーポイント	http://www.carpoint.ne.jp	カーポイント株式会社	ソフトバンク・イーコマース株式会社 マイクログラフ・コーポレーション 株式会社セブン・イレブン・ジャパン ヤフー株式会社	・新車見積もり ・新車デザイン査定 ・自動車ローン ・自動車保険 ・各種クルマ情報	加盟ディーラー数: 800 成約率: 約10%
	クイック	http://www.quick-go.to	株式会社クイック		・新車販売 (見積もり、下取り) ・自動車保険 ・自動車ローン	
	Car24	http://www.car24.co.jp	株式会社 Car24	株式会社アスキー	・新車見積もり ・中古車見積もり ・買い取り査定 ・自動車保険 ・各種クルマ情報	「見積もりサービス」 月間受付件数: 約500件
中古車情報提供	カースプライス・ドット・コム	http://www.cars-price.com	株式会社カース・プライス・ドット・コム	株式会社メン・パース	・新車価格交渉サービス ・新車カタログ ・中古車検索 ・買い取り査定 ・自動車保険	見積もり依頼受付件数1,500～2,000件 成約率: 7～10%
	ISIZE CARLIFE (カーセンサー)	http://www.isize.com/carlife/	株式会社リクルート		・新車見積もりサービス ・新車ガイド ・中古車検索 ・デジナルカーセンサー ・買い取り店検索 ・各種クルマ情報 ・自動車保険 ・自動車ローン	新車見積もり月間受付件数: 約2,000件 買い取り査定月間受付件数: 約4,000件 掲載中古車情報平均: 90,000台
	イーカーネット (オークネット)	http://www.e-carnet.co.jp	株式会社オークネット		・中古車探し依頼 ・「オークション在庫」検索 ・加盟店在庫検索 ・買い取り査定依頼 ・新車見積もり	「クルマ探しサービス」 月間受付件数: 約1,000件 成約率: 6～7% 掲載在庫台数: 20,000台 買い取り査定月間受付件数: 約200件 加盟店数: 700
	カーバンクネット (USS)		株式会社ユー・エス・エス		→カーポイントの中古車情報を提供 →会員向オークション情報照会サービス	
中古車 オークション	バリ (B to B)	http://www.bari.co.jp	バリ株式会社		・中古車企業間オークション ・中古車在庫検索 ・買い取り査定 ・パーツオークション ・自動車ローン ・自動車保険	オークション出品台数: 500台 (月間) 会員ディーラー数: 300
	e-kuruma.com (G to G)	http://www.e-kuruma.com	株式会社ヴァーテックスビジョン		・中古車個人間オークション ・自動車ローン ・自動車保険	
	プライス・ダウン・ドット・コム (B to C)	http://www.price-down.com	株式会社プライス・ダウン・ドット・コム	株式会社ジャック	・中古車オークション ・ジュエリーオークション	
	ガリバー	http://www.glv.co.jp	株式会社ガリバー・インターナショナル		・買い取り査定 ・クルマ探し ・ダイレクト販売 (在庫検索)	
買い取り	ジャック	http://www.jacnet.co.jp	株式会社ジャック		・愛車無料査定 ・中古車在庫検索 ・新車販売	買い取り査定受付件数: 10,000～12,000件 (月間) 新車、中古車間い合わせ件数: 800件 (月間)

注) 下線を引いてあるのがネット発、それ以外は業界発のサイト

出所 山内晶子氏が作成



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容（技術解説、データ、URL、名称など）は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者（執筆者、写真・図の作成者、編集部など）が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元（株式会社インプレスR&D）などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D（初期は株式会社インプレス）と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp