

第2章 小売・仲介

自動車

自動車メーカーが本業強化にネット活用 コンテンツ充実・本格参入で活性化するか

2000年から2001年にかけて、各自動車メーカーともに、ネットでの情報提供を充実させてきている。サイト上で見積りが取れる仕組みを作ったり、新型車の情報をタイムリーに提供したりと、コンテンツの充実に努めた1年であった。

また、米ゼネラルモーターズが出資先の富士重工、いすゞ、スズキと共同で合弁会社を設立し、米GMサイトの日本版的な見積り・仲介サイト立ち上げを表明した。マツダも2月よりBTO（ビルト・トゥ・オーダー）受注生産サイト「Web tune Factory」を立ち上げ、ユーザーの細かい注文に応える仕組みを作る、といった新しい動きも見られる。

新車情報仲介サイト

——2つの大きな課題

2000年度は有力情報仲介サイトのサービス開始はなく、米国より来日したオートバイテルジャパンやカーポイント（現在はカービュー）がサービスを開始した99年度に比べると、派手な動きは見られなかった。理由としては以下の2つが挙げられるだろう。

- ①日本特有の自動車メーカーと新車ディーラーの関係
- ②トヨタ自動車の強大なシェア

①の典型的な例がテリトリー制度である。大多数の新車ディーラーはこの制度のために、メーカーや隣接したディーラーの目が気になって、ネットのような広域メディアには、ユーザーへの値引き情報などを打ち出し難い。ユーザーとしても実際にディーラーを訪問したほうが明確な値引き情報を得られるため、米国のようにネットを使うメリットを享受できていないのが現状だ。

②についてはトップメーカーであるトヨ

タの国内乗用車マーケットシェアが40%強（2000年）あり、自動車中心の総合ポータルサイト「GAZOO」でも独自路線を歩んでいるため、一般の情報サイトにはトヨタディーラーの加盟が難しく、ユーザーもトヨタ車の見積りが取りにくいという現象が起きている。

とはいえ、以上の問題を抱えながらもユーザーからの見積り依頼件数は増加傾向にある。今後は、これらの課題をいかに克服するかが成長の鍵を握るだろう。

中古車サイト

——競争激化・本業強化に活用

インターネットにおける中古車売買については、自動車メーカーやオークション業者、買い取り業者、中古車専門店、情報誌出版社など、既存の中古車ビジネスの基盤を持っている企業がサービスを強化した。サイト自体は既存ビジネスのサポートに徹し、リアルで収益を上げるのが基本路線なのは今までと変わりが無いが、各社それぞれの強みを活かしたコンテンツ強化をしてきており、業界入り乱れての主役争いが始まっている。

中古車物件情報コンテンツで一歩リードしているのが情報誌系のサイトである。代表的なものがリクルートの運営する「ISIZEカーライフ」とプロトコーポレーションの運営する「Goonet」である。コンテンツはそれぞれの発行する中古車情報誌『カーセンサー』と『Goo』からの中古車物件情報の転載がメインで、それぞれ10万台以上の物件情報を確保しており、ユーザーが中古車を探す際に十分な情報量となっている。また販売店に対してウェブ上で問い合わせをする仕組みもスタートしてきている。ただ、ネットでアクションを起こすユーザーに対して、物件情報の大半を占める中小規模の中古車専門店の実情は、

ネット環境・スキルともに不足している。オンライン中古車仲介が本格化するには、これら中小専門店の環境改善とスキルアップが必要となろう。また、中古車の購入に際しては現車確認を必要とする人が多く、ネット上のみで売買が完結することは難しい。

自動車メーカーも中古車に本気

中古車流通の3割を占めるといわれるメーカー系ディーラーも本格的にネットに取り組み始めた。以前からメーカーはディーラーに対して在庫管理機能をもつ専用端末を貸与し、そこから在庫情報を吸い上げて自社のサイトで公開するというサービスを行ってきた。これまではディーラーへの端末普及率の低さから、あまり充実した中古車物件情報とはいえなかったが、2000年度は各メーカーともに端末普及に力を入れ、高い割合でディーラーの中古車物件情報を吸い上げている。代表的な例としてトヨタが運営しているGAZOOでは、専用端末を全国の系列ディーラーに普及させ、約4万台の情報を掲載している。また日産が運営している「Get-U」も同じく1万8000台、ホンダの運営している「オープンテラス」も4000台の在庫情報をリアルタイムで提供している。

（末光栄治 ISIZEカーライフ編集長）

www.w-tune.com
gazoo.com
www.isize.com/carlife/
www.goo-net.com
www.get-u.com
www.honda.co.jp/HOT/



[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