

## 〈論 文〉

## 中古車オークションの事例研究

—日本オートオークション株式会社—

小川正博・佐藤芳彰

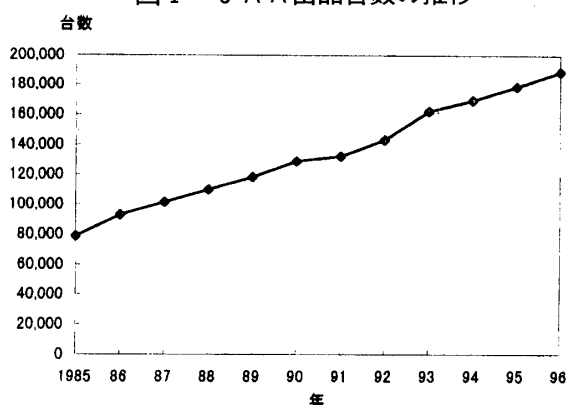
## 1. はじめに

中古自動車の売買を行う市場（いちば）としての競りオークション組織が、全国に130ほどある。著名な絵画の販売などにみられるように、売り手の代理人とも言うべきコンダクターのもとで、多数の買い手が一堂に会して、購入価格を競い合うことで展示品の価格を決定する方法がオークションである。わが国では、魚市場や青果市場などに広くみることができる。中古自動車のオークションは成長途上の産業であり、市場の拡大と共に競争が激化している。

ここで紹介する日本オートオークション<sup>(注)</sup>は、初の常設オークションを開設するなど、中古自動車流通の分野で試行錯誤を繰り返しながらオークション方式を創造し、普及させてきた先駆的企業である。同社は図1からわかるように一貫して、競りに参加する出品台数を伸ばしてきている。事業創造の過程で、オークション方式のなかにコンピュータを導入し、コンピュータによる競り方式とネットワークを活用して成功した。市場の売買メカ

ニズムの創造と新しいビジネス・コンセプト、それにコンピュータとネットワークという技術を融合させて競りシステムを創造した事例である。

図1 J A A 出品台数の推移



J A A 資料より。

## 2. 中古自動車流通市場の意義

## 2.1 自動車需要の創造

わが国の自動車の保有台数は6,000万台を超え、毎年約700万台弱の新しい自動車を購入されている。リーディング産業である自動車の動向は、わが国経済の浮沈に関わるほど重要である。その自動車産業の興隆を支えているのが中古自動車市場で、1997年には823万台の中古自動車が販売されている。

かつて、アメリカのGM社は顧客の購買を喚起するために、T型車による画一車の戦略

(注) 本稿は執筆者の一人の小川(1996)をベースに、1997年から1998年にかけての数度の日本オートオークションに対するインタビューによって、当社のその後の発展に即して書き変えたものである。インタビューに際しては、同社の代表取締役社長上条芳昭氏をはじめ、多くの皆様にお世話になった。ここに記して感謝申し上げる。

をとるフォード社に対して、顧客の多様な要望に応える車種の多様化戦略によって市場を奪還し、今日までそのトップシェアを維持している。このとき一方で、より新鮮な自動車の数年ごとの提供というモデルチェンジ戦略を採用して、GM社は自動車産業の新しい時代を築いている。

その意識的な製品の陳腐化政策は、一方で下取りに出された自動車の換金システムがあって、はじめて可能になる。自動車を購入するユーザーの多くは、それまで使用していた自動車を売却して、その資金を新規購入代金の一部に当てる。高額な耐久消費財としての自動車の新規需要は、そうした中古自動車の換金システムに支えられている。

わが国自動車産業は1981年に生産台数でアメリカを抜き、世界の自動車生産国となる。それは車種の多様化と共に、4年に一度のフルモデルチェンジ、さらに毎年のマイナーチェンジを行うという方法で、新しい需要を喚起した結果でもあった。わが国では、アメリカ以上に中古自動車の流通システムの形成が必要であったことを物語る。

## 2.2 相対取引から市場取引へ

ところが、中古自動車流通市場の確立は遅れていた。系列ディーラーや中古自動車販売業者間の個別取引が主体であった。狭い範囲での相対取引であるため、売手と買手の双方とも需給や価格についての十分な情報もなく、適正さに欠ける取引が長く続いた。そうしたなかで、公平な取引や広域的な取引を通じて、中古自動車販売業としての地位の確立を目的に先駆的に市場開発を行ってきたのが、日本オートオークション株式会社（以下ではJAAと呼ぶ）である。

小規模な中古自動車販売業の相互扶助を母体として、1971年東京墨田区で中古車競り市場を開設する。それは、全国初の常設会場での定期開催を行うオークション事業の開幕で

もあった。日本のモータリゼーションの始まりと共に、新しい中古車流通市場が動き出したのである。

この協同組合を結成した経営者たちは、流通市場の発展なしには小規模企業の経営の発展はないという思いを持って、市場(いちば)システムを形成しながら、中古自動車の市場メカニズムを業界に先駆けて創造し、流通市場をリードしてきた。試行錯誤のなかで改善しながら市場メカニズムを確立し、中古車販売業を社会的に認知させる役割を担ってきたのである。

## 3. 競争環境と企業発展の沿革

### 3.1 競合企業の動向

業界の社会的な認知を使命としてきたJAAは、自分たちで開発したシステムを業界の発展のために公開してきた。このオープン化の思想は業界の成長につながったものの、同時に多数の競争相手の輩出を招いた。今日でも先駆的役割を果たし続けているものの、業界には強力な競争グループが次々と登場している。

TVオークションシステムの分野では、大手資本も参加するオークネットが1985年にJAAよりも先に事業を開始し、強力な競争企業となっている。オークネットは、初期にはレーザーディスクを配送して画像を扱い、その後通信衛星を活用して画像伝送を行っている。今日では放送形態でのオークションを行い、TVオークションの分野では先頭を走っている。現在、TVオークションの分野ではオークネットの端末約3,700台に対し、JAA 2,500台と水を開けられている。

TVオークションでは約900台の端末をもつ3位のUSSは、現車オークションでも大きな勢力となっている。この企業も強大な競争企業になり、安閑としてはいられない状況が生まれている。また、98年になってホンダ

がインターネットを活用して、ディーラー綱のなかでオークションを展開する。中古自動車小売業がインターネットで売買する動きもあり、中古自動車流通市場にはさまざまな波が訪れようとしている。

J A Aが育てたといっても良い中古車オークション業界では130会場が、1兆5000億円といわれる市場を巡って、一段と激しい競争を展開し始めている。これらオークション業界で扱うシェアは中古車市場の30%程度といわれ、まだまだ市場拡大の余地がある。そのため、競争は一層激化するだろう。

J A Aには、公共資金を活用して社会に尽くすと宣言した使命感から、オープン化の思想でグループ運営を行ってきた。今後も業界リーダーとして業界標準を作り出す意欲を持っている。ただ、競争相手は急速に力をつけている。このため、従来にもまして新しいシステムを他に先駆けて創造していくことが求められている。

### 3.2 企業発展の沿革

1970年、12社による中古自動車卸売業の任意団体（日本オートオークション協会）として発足し、中古自動車市場の常設定期開催を開始する。1972年には中古自動車卸売業と小売業の22社（その後38社）が結束して、協同組合J A Aを設立する。この協同組合は競り会場に実際に自動車を持ち込んで競りを行う「現車オークション」組織として発展する。

さらに、この現車販売から発展したT Vオークションを行う組織として、株式会社ジャネットを1988年、J A Aの組合員の均等出資で設立する。ジャネットはT Vオークション組織であると同時に、組合員外との取引を全国的に展開する組織でもあった。これら2つの組織では、一部の業務委託が行われているものの、基本的に2つの組織は別々に運営されてきた。

その後、企業の発展と共にユーザーが増大

し、全国展開を強いられる。また競争の激化も東京という狭い世界に閉じこもった経営を許さなくなる。過去には、新しい競りシステムを組合員に理解させ、取引量を拡大することが組合員の経営と組合経営を向上させた。組合業務の確立こそが経営にとって重要であった。

しかし、競争者の出現によって組合員以外のユーザーを確保しなければ、経営は維持できなくなる。積極的に利用者を増やさなくては競争者によって自己の市場さえ侵食されてしまう。そこで、1997年に出資者の相互扶助を目的とした協同組合組織の法的な制約を逃れ、自由に活動するために日本オートオークション株式会社を設立する。これは、現車とT Vオークションとを包含する組織である。この結果、組合員外の利用が制限される員外利用の規制がなくなり、全国的に自由に活動できるようになる。

## 4. オークションのしくみ

### 4.1 手競りから機械競りへ

当初は競りの定期開催などで実績を上げ順調に経営を軌道に乗せたJ A Aグループであったが、取引価格で特に売手側の不満が発生する。競りをリードするコンダクターに情実が入って、時には特定の買手を優遇するといった問題が指摘されたのである。

そこで、「手競り」の競り方式を、1978年に廃止し、業界初の「機械競り」というコンピュータを活用した競り方式を導入する。売手と買手の価格摺り合わせだけで、純粹に売買価格の決まる方法を優先したのである。

ただ、この方法は親しい人に安く落としてしまうといった情実は入らないものの、価格決定プロセスの中で人間のもつ熱気を消してしまう。売買者は機械に合わせて意思決定しなくてはならない。伝票記入も嫌うような買い手がコンピュータ端末という機械を操作を

しなくてはならない。機械は人間と呼吸を合わせてくれない。機械操作ゆえの誤りも起こってくる。わが国の多くの競りでは現在でも、未だにコンピュータの活用が少ないのが実情である。競りとコンピュータは調和しにくいものであった。

そのため、オークション・システムの改善がはじまる。使いやすいシステム、売買価格が公正に決まる仕組み、さらに、同じような性能状態の自動車ならばほぼ一定の幅のなかで価格が安定的に決まる仕組みなども、中古自動車流通市場の発展には不可欠であった。

機械競りでは、ボタンで応札の意思表示を行う「ポスコン方式」が導入される。それは情実の入り込む余地のないシステムであると同時に、コンピュータの世界であり、多数の端末をつなげばネットワークの世界である。そのため、会場内で現物の自動車を眼前に置いて行う機械競りから、コンピュータ・ネットワークのなかで行う仮装市場での「TVオークション」へと、競りシステムは発展することになる。

#### 4.2 現車競りの仕組み

現車競りはオークション会場でスクリーンに映し出される中古車の映像と性能データを見ながら、コンピュータを介して競る方法である。97年までは、スクリーンだけでなく販売される中古車も会場に次々と展示された。売手である出品店から車種と車輛状況、販売希望価格などを記載した「出品票」と、販売する自動車会場に持ち込まれる。この中古車の内装と外装を点検して、10点評価で客観的に第3者の立場でJAAの検査員が査定する。さらにビデオカメラで自動車の映像を撮影する。

競り参加者は査定された中古車を下見して、現車の状況とスクリーンに映し出される自動車の映像や査定データを見ながら、客席に据えつけてあるポスと呼ばれるコンピュー

タ端末のボタンを購入希望価格で押して競り落とす。競り価格は出品店が設定する「スタート価格」と「セット価格」からなり、スタート価格から自動的に3,000円きざみで上昇する、競り上げ方式がとられる。出品店側の希望価格であるセット価格まで競り上がると、画面には「売りつくし」が表示され、売りつくし価格以降の最高価格の応札者に落札される。競りがはじまるとその応札状況も画面上に表示される。応札状況をみながら出品店は価格を下げるといった調整もできる。ただ、この間の競り時間はわずか15秒ほどと驚くほど早い。

競り会場には約1,500の応札席がある。机には登録者のIDカード挿入口があり、ここにカードを差し込むと机に設置してあるポスのボタンとコンピュータがつながれる。このとき、同時に登録者の決済状況など信用チェックをコンピュータで行う。新しい会場では、机にも小型のディスプレイがあり、スクリーン情報を身近に見たり各種売買情報の検索が手元でできる。

#### 4.3 現車競りの市場メカニズム

この競りの仕組みで重要な点は、売手にとっては高く、買手にとっては安いという意識の持てる売買を成立させることである。両者の満足感がなければ、売買手数料を収入源とする競り運営組織であるJAAの経営は破綻する。

売買台数を増やすために、競争入札方式や競り下げ方式など、JAAは当初様々な試みを行いながら、今日の業界標準となった競り方式を開発している。創成期の最悪の日には、1日6台しか売買が成立しなかったこともあったという。様々な試みのなかで、競りには買手を熱中させる熱気が必要であることを知る。売買に熱中する中から市場のエネルギーが作られ、それがさらに新しい熱気を作り出す。誰でもが納得できる価格幅のなかで、い

かに熱気を作り出すか、それが競りシステムの本質である。

そこから、3,000円単位での競り上げ方式、売手の希望価格まで競り上がらないと価格が決定しないという価格決定だけでなく、「売りつくし」方式などが生まれる。「売りつくし」方式は、売手と価格調整員との間の話し合いで、予め出品店側で設定した希望価格ではなく、会場の価格推移に任せてしまう価格決定方法である。

希望価格以下で競っている状況のなかでは、早く希望価格の設定を中止して価格枠を解除したほうが、反対に希望価格以上で売買される可能性が高いという試行錯誤の中で生まれた方法である。購入しようとする買手どうしの競争が、市場のエネルギーを招くのである。

コンピュータを媒介とする中古自動車の市場競りシステムのポイントを上げれば、次の3つになる。

- ①売手はできるだけ高く売りたいという希望、買手はできるだけ安く買いたいという希望を持っている。この双方の感情をコンピュータ・システムの中で満足させる方法の構築。
- ②競りにかけられる車輛はすべて車輛検査を行い、その程度を1～10にランク付けし、さらに車輛の良否、キズの有無、走行距離などを明確にして、現物を見なくても判断できるような客観的な検査を競り主宰者側でおこなう。
- ③売手の出品店が出品車に責任を持つ。売買成約後でも瑕疵が発見されたときは、クレームを受けつけ一切の費用を賠償するといった条件の設定。

葛西会場では水曜日約3,000台と木曜日1,000台、谷和原会場ではバンやトラックを中心に400台、筑波会場では1,800台の「現車競り」を毎週行っている。このなかで売買が実際に成立する成約率は約60～70%程である。この

ポスとコンピュータを活用した機械競りシステムでは、1時間あたり約300台を扱うことができる。過去の手競りでは約60台であり、ポス方式を使う現車競りは、増大する売買台数に対応したものであった。また、公明性や正確性と共に、出品、売買成立の事務手続きを大幅に簡素化し処理速度を向上させるという効果ももっていた。

#### 4.4 現車競りの運営

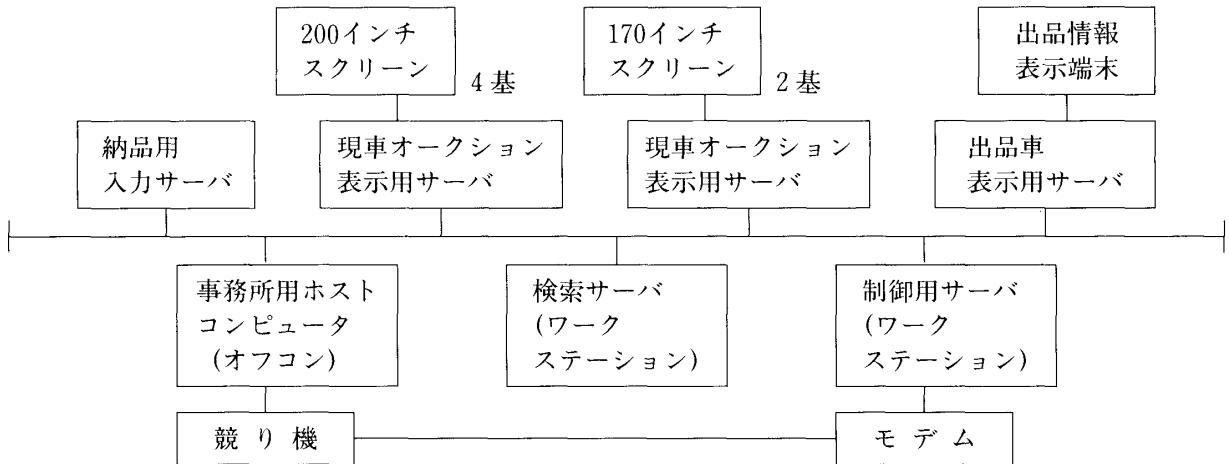
競りにかける自動車には1台ずつ出品票が添付される。車の登録番号や年式、走行距離、色、内装外装の状況、競り開始価格、出品価格等である。この出品票のデータはOCRで入力され、さらにデータ内容の確認と修正が行われる。これが納品車情報エントリシステムである。

図2に現車競りシステムの概念図を示した。事務用システムはオフコンが中心となり、このシステムでオークション料金の請求をはじめとする各種事務を行う。競りで落札した企業は落札金額の他、売買手数料をJAAに振り込む、同じく出品企業は出品料や出品成約料、検査料をJAAに入金する。これら手数料だけでなく、JAAを経由して売買代金を決済することも、競りシステムとして重要である。売手と買手の信用をJAAが管理することになるからである。これら一連の業務処理を行うのが事務用オフコンシステムである。

現車競り会場では、170インチスクリーンや200インチスクリーンに出品票の内容と、車の画像が表示される。落札者は車とこのスクリーンを見ながら、指定された机に設置されているポスのボタンを押して競りに参加する(写真1)。この競り業務を処理するのが検索用サーバである。

落札者は事前に車を車庫内(写真2)でチェックしたり、出品車情報システムで出品リスト、その品種別過去の落札価格情報、自社の

図2 現車競りシステム概念図



小川(1996)93頁より。

落札状況など各種のデータをみることができ、競り参加の前にこれらのデータで準備をする。これが出品車検索システムである。

## 5. TVオークション

### 5.1 TVオークションの開始と

ジャネットメイト

通信回線とコンピューターを使って構築された仮想市場で行うオークションを、中古自動車業界ではTVオークションと言う。これは、現車オークションでの場所と時間の制約を無くしたことに大きな特徴がある。TVオークションを実施しているのは、現在、JAA、オークネット、USS-ジャパンの3社である。「ジャネット」と名づけられたJAAのTVオークションは1989年に開始され、JAAの現車オークションの短所を補うものとして構築された。

現車オークションでは、現物の車を持ち込んで、売り手と買い手がオークション場に集まらなければならない。オークションに参加する売り手と買い手双方ともにコストがかかる。また、JAAのようなオークションを運営する側でもコストがかかる。つまり、出品車量が増加するにつれて、膨大な保管スペースが必要になる。特に、オークション場の好立地となる大都市圏では、地価が高い。それにもかかわらず、現車オークションの場合は、週1回の開催が一般的であり、用地の稼働率

写真1 現車競りの様子

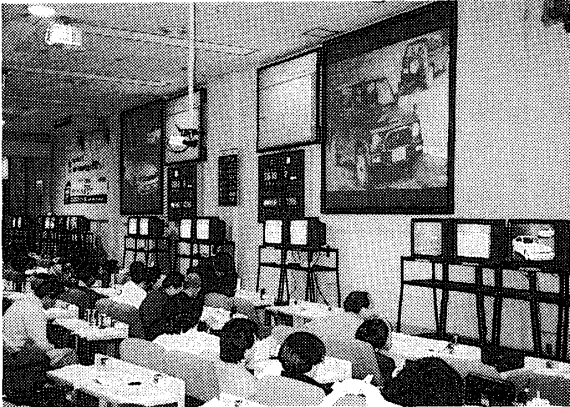
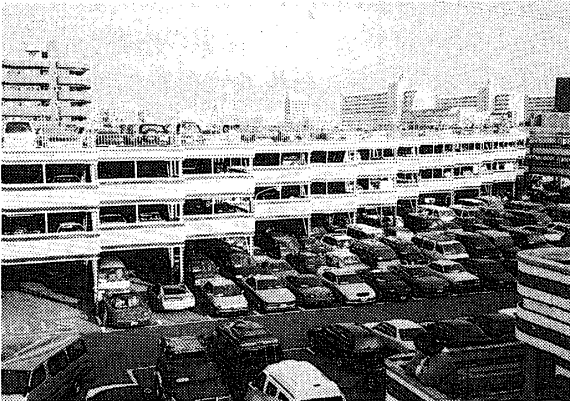


写真2 現車競りのために持ちこまれた車



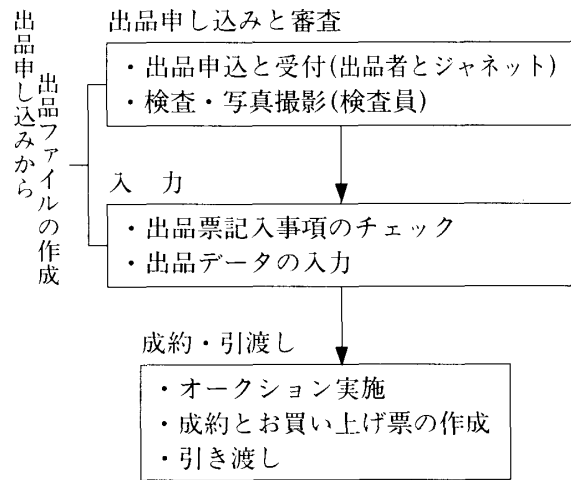
が悪い。なによりも、土地の確保自体が困難になってきている。また、1日の競り時間に限界があり、午前10時から午後8時ころまでが普通である。10時間以内に3,000台の処理が要求され、こうした時間的制約もある。

ジャネットの会員(ジャネットメイト)は、現車オークションのJAA会員とは別組織となっている。両方に参加することもどちらか一つに参加することも可能である。ジャネットの会員になるためには、現会員からの紹介・2期分の決算書・常設の事務所や展示場があることなどJAA会員の条件とほぼ同様であるが、現車の場合よりやや厳しい審査となっている。保証金30万円が必要となり、入会金は5万円(端末の設置など)で、端末のリース代2,980円が毎月の会費となっている。会員は、東京圏が3分の1強を占めるが、全国にまたがっている。中古車小売業が約6割、中古車卸売業や自動車整備業もそれぞれ1割強を占めている。ジャネットの端末(ジャネットメイト)台数は現在2,500近くを数え、目標を3,000台としている。

### 5.2 ジャネットの運営

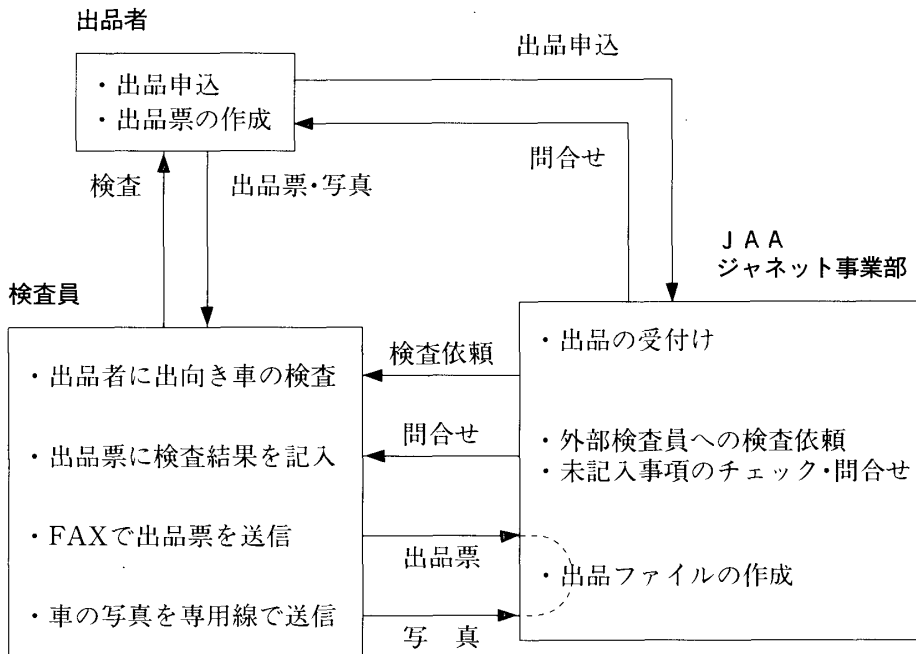
現在、ジャネットは月曜日(午前10時から午後5時)・土曜日(午前10時から12時)の2日、TVオークションを開催している。このうち土曜日は軽・外車のオークションを行っている。ジャネットの基本的業務(図3)の中で、現車競りと最も相違する点は、出品申し込みから出品ファイルの作成に至るプロセ

図3 ジャネットシステムの基本的業務処理の流れ



聞き取り調査と東京都商工指導所(1997)41頁を参考に作成。

図4 出品の申し込みから出品ファイル作成までの流れ



聞き取り調査と東京都商工指導所(1997)42~43頁を参考に作成。

図5 ジャネットの出品票

オークション日

月 日 ( )

## jaanet 出品票

(出品店控)

FAX 03-3804-1941

TEL 03-3804-1112

No.

車種コード

検査区分

コード

入力

外装評価

内装評価

車名	ドア数/形状	グレード	型式	年式(モデル)
<small>メーター交換は?マークを記入</small>				
排気量	CC	走行距離	千km	車検
			年	月
ドア数	2 3 4 5 6	車台 No.		
形状	SD HT CP HB CO WG VN TR			
シフト	FA F6 F5 F4 CA C5 C4	通称型式/シリアルNo.		
冷房	WA AAC AC C ナシ	登録 No.		
燃料	ガソリン ディーゼル LPG	外装色		
装備(純正品に限る) PS PW AW SR DP CD マルチ 革 保証書		カラーNo.		
セールのポイント		トリムNo.		
		概外装色		
		内装色		

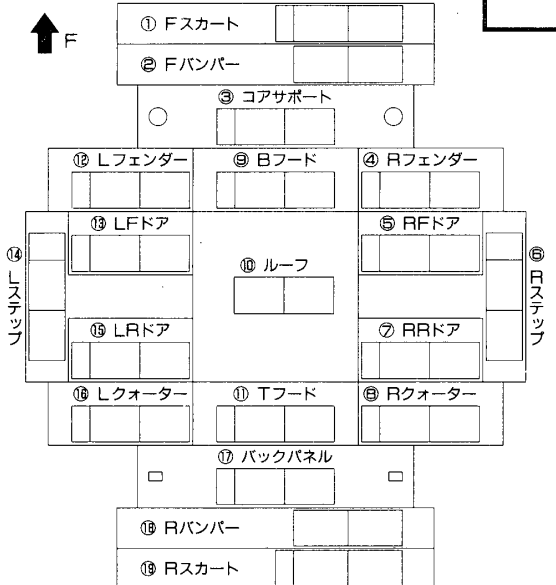
  

交換パネル(Z) 状態

A=キズ U=ネコミ,オサレ S=サビ,フシヤク W=ナミ P=イロボケ,イロムラ,カンバン M=シユウモクア I=Y=ワレ,キレ,アナ

(\*注1)  
概外装色は外装色の目安であり、TVAA出品時には、当社カラーマスター登録上の外装色にて出品され、(\*注1) 記入色と異なる場合があります。



ガラス

フロント	Rサイド	Lサイド	リヤ

タイヤ

右前 RF	右後 RR	左前 LF	左後 LR	スペア

所在地

出品形態

搬入予定日

91 直送

95 東京デポ

月 日

( 曜日 )

出品価格

スタート価格

, , ,000円

, , ,000円

ポ ス

出品店名

枝ボ ス

所在地名

出品店確認

検査員

月 日

※ 赤枠内は、出品店にて正しく記入して下さい。  
 ※ 検査内容につきましては必ず確認して下さい。記入もれ等があった場合は、速やかにジャネット宛にご連絡下さい。  
 ※ 記入もれ及び虚偽の記載は、故意、過失にかかわらず全て出品店の責任となります。

ビジネスコーナー

ストックB掲載

希望する

希望しない



スである。

競りそのものの仕組みは、通信回線を使う点を除けば現車の場合と同じである。3,000円単位で競り上がる販売価格に対して、コンピュータにつながれたポス・スイッチを押して落札する、ことも現車競りと同じである。競り画面には応札データが表示され、その中に応札状況を示す3色のランプがある。緑は3人以上、黄は2人、赤は1人の応札者があることを示す。出品店の希望価格まで競り上がると、「売りつくし」と表示され、最終応札者に落札する。落札者には確認画面が表示される。1時間に120~150台を競りにかけることができる。

図4に出品申し込みから、出品ファイルの作成までの詳しい流れが示されている。出品者は、JAAジャネット事業部運営課へ電話で申込を行う。出品者は手元にある出品票(図5)に必要な事項を記入し、後で検査員が来たときにそれを渡す。一方、ジャネットでは出品を電話で受け付けた後、電話で検査員へ検査依頼を行う。ジャネット事業部のある東京都江戸川区の近くからの申し込みに対しては、自社の検査員が出品車を検査するが、多くは遠隔地からの申し込みであり、全国にいる社外の委託検査員に依頼することになる。

依頼を受けた検査員は、出品者に出向き車を検査しその結果を出品票へ記入し、また運営課に問い合わせて出品番号を記入し、検査票をジャネットへFAXで送信する。また、検査員は、デジタルカメラで出品車の写真撮影をし、通信回線を使ってそれを送信する。

運営課では検査員から送られてきた出品票の未記入事項等をチェックし、検査員や出品者に電話で問い合わせや確認をする。その後、検査票を業務課へまわす。業務課では、出品票に、車種コード、車検日、地域、県コード、内装コード等を追加記入する。業務課では、出品票をもとに入力された出品データと、検査員から送信された車の写真を一体化し出品

ファイルを作成する。

現車オークションとTVオークションの検査員は異なる。自社の検査員は約20名で近隣の出品車を担当している。その外に遠隔地の出品車の検査を担当する検査員が50名ほどいる。これらは社外の委託検査員で、一部はジャネット会員である。また、売買に伴うクレームの処理を担当する要員は10名である。クレームに関しては、一定の期間内に寄せられたものはJAAが中に入って、売手と買手の交渉を調整する。検査員の単純な見逃しなど明らかにJAA側に責任のあるものを除いては、クレームは基本的には出品店側の責任である。

オークションの手数料は、現車の場合よりやや低額となっている。出品料6000円、検査料2500円、出品成約料6500円、落札料6500円となっている。落札されなかった物件に対しての引き合いに対して、オークション後の仲介で売買が成立した場合の手数料である談合応札料も6500円となっている。売買成立後の車は、落札者の負担で出品者から引き取られる。落札者のJAAへの支払いとJAAからの出品者への入金は今車の場合と同じである。

### 5.3 ジャネットの情報・通信システム

現行のシステムは、1998秋には更新する予定になっている。処理速度が高速化されるとともに、ジャネットと会員の両方にとって通信費などのランニングコストが削減される見込みである。また、端末機ジャネットメイトが新機種(端末をPC98からDOS/V)になる。このレンタル料(月額会費)に関しては値上げになる予定である。

#### (1) 現行のシステム

ホストコンピュータと全国30カ所のフロントコンピュータとがVANで結ばれ、さらに、フロントコンピュータには会員端末ジャネットメイトが公衆回線によって結ばれて

いる。オークションのための画像情報を含めた出品車の情報が提供される。これを「業務系のシステム」と呼んでいる。

これに対して、双方向の通信、つまり価格の提示と応札を行う「セリ系のシステム」がある。これは、ホストコンピューターと全国7ヶ所のサブホストが専用線でつながれ、さらに、ジャネットメイトが公衆回線によって結ばれている。2つのシステム系を使用するのは、要求される情報処理内容が相違するためである。

「業務系のシステム」は、画像情報などの大量のデータを送る必要があるが通信速度はそれほど必要ない。画像情報は、月・土曜日のオークションに間に合うようにホストからサブホストコンピューターに前もって配信されている。他方、「セリ系のシステム」は20秒ほどで1件の売買を成立させるために高速のレスポンスが要求される。非常に短時間で応札者からのデータを受信し処理結果をジャネットメイトに送信しなければならない。

## (2) 新システム

2つのシステム系を使用することは現行システムと同様であるが、その内容はいずれも更新される。「セリ系」のうち応札には、フレームリレー網（富士通のフェニックス）を使う。フレームリレー網はパケット通信によるもので、一般の専用線と違って実際の通信に使用した分だけ課金されるので通信費が安価になる。富士通のフレームリレー網は全国120ヶ所のアクセスポイントがあり、会員は新ジャネットメイトを使って公衆回線でアクセスする。アクセスポイントがこれまでの4倍となるので、遠隔地の会員は、通信費が節約できる。

業務系は通信衛星（三菱系の宇宙通信㈱のスーパーバード）を使う。J A Aから専用線によって富士通のセンターを経由し、茨城の十王にあるパラボナアンテナ基地から通信衛星に発信されることになる。衛星を使うこと

によって、J A Aがアクセスポイントとして専用に設置していた全国30個所のフロントコンピューターが要らなくなる。J A Aにとっては、フロントコンピューターの設置・管理経費が節約されることになる。画像情報を含む出品車の情報やセリでの価格提示などが、この衛星を使って、会員に送信される。特に、画像情報を含む出品車の情報は、オークション日の前に会員端末のハードディスクに入れる。会員は衛星から受信するためにアンテナを立てる必要がある。会員は事前に一定時間をかけて出品車に対する応札を検討しなければならない。この時、新システムでは、自分の端末のハードディスクから情報検索し検討することができるので、通信コストがかからない。同時に検索スピードが以前より速くなる。現行のシステムでは、会員は、フロントコンピューターまでは通信費を負担しなければならない。さらに、新システムではインターネット上にWWWページを開設し、会員はパスワードを入力することによって各種の情報にアクセス可能になる予定である。

## 5.4 ジャネットの課題

現車オークションの場合は、北海道はもちろん日本全国から会員が葛西のオークション場に参加する。このことは、参加者は最初から購買意図がかなり強いことを意味している。したがって成約率はジャネットの場合より高い。ジャネットでは、気軽に参加できるが分だけ、会員は、成約にそれほど執着しないともいえる。出品車も、現車オークションよりはややグレードの低いものが主体になっている。ジャネットの仮想市場としての長所が、一方でジャネットの事業としての難しさにもなっている。

現在、新システムへの移行期にあたり、会員の拡大を控えている状況にあるが、ジャネット事業の成長にはジャネットメイトの拡大が根本的に必要になる。そして、出品車の増

加を促し成約率を高めることが手数料収入の拡大につながる。東京商工指導所による会員に対する調査報告(平成9年3月)でも、買い手として参加した場合の不満として、出品車輛が少ない(31.2%)、納品時間が長い(25.8%)、品揃えが不十分(25.6%)があげられ、販売に関する不満として、成約率が低い(35.3%)、買い手が少ない(35.3%)などがあげられている。

また、ジャネットでは現車オークションでは見られない難しさがある。当然のことであるが、現物の出品車を会員が実際には見られない。したがって、それを補うのが検査員の出品票作成による評価である。ジャネットの検査員はほとんどが社外の依託であり、検査員の信頼性がジャネットの運営の信頼性につながる。したがって、検査員の質を高めることが今後とも重要となる。会員増や出品車増には、質の良い検査員の増加が伴わなければならない。そうでなければ、クレームが増加したり、信頼性が失われたりし、成約率が下がることになる。

## 6. おわり

古くから様々な競りシステムがあるが、それらのなかで競りそのものをコンピュータで行っている例は未だに少ない。JAAは、コンピュータによる中古自動車の競りシステムを開発して新しいビジネスを創造してきた。機械競りという公正な価格決定システムを幾多の試行錯誤の上に創造して、社会的な認知を獲得した功績は大きい。

さらに、この機械競りシステムを会員企業とのネットワークによってパソコン通信で行う方法を採用している。同じようなシステムで実際の運用では、オークネットに先を越されているものの、そこで行われている競りシステムはJAAグループが開発したものと同様といえるだろう。コンピュータによる競り

方式を創造したことにより、ネットワーク上の競りへと発展したのである。その先駆者としての役割を見ることができる。JAAの開発した競り方式が業界標準となっているのである。

競りシステムがネットワーク内で製品データのみで売買されるTVオークションは、最近の言葉で言えば仮想市場でのオンライン売買をより高度にしたものである。特に、そこでは予め定められた価格ではなく、仮想市場上で瞬時に交渉を行って価格が決まる。製品のデータが映像も含めて提供され、そのデータを基に売買交渉が行われる。多数の買手と売手が20秒ほどの時間のなかで、データ伝送によって価格形成を行うのである。

また、最近、インターネットによるオンライン売買が、ビジネスとして大きな注目を浴びている。しかし、ものの売買は根底に売り手と買手の信用、そして製品の信用、それに決済システムの完備が不可欠である。これらなくしては、どんな場合も取引は成立しない。インターネットのブームの中で、実はこの部分がまだ整備されていない。

JAAでは市場管理者の機能として、仮想市場での売買制度を創造している。売手と買手が同時に参加しての価格形成メカニズムのあり方、製品と市場参加者の信用形成の方法、決済方法、これらの市場システムを試行錯誤のなかから形成したのである。このことは、あまり注目されていないもののインターネット・ビジネスが期待される中で、JAAの市場メカニズムの形成は高く評価されるべきであり、今後の仮想市場におけるビジネス活用に、われわれにいくつもの示唆を与えてくれるはずである。

コンピュータの高性能化・情報通信の進展にともなって、当社は、システムの更新の実行と共に拡大する需要への対応に迫られている。これまで情報システムの構築を外部企業に依存してきたが、内部の情報化への対応力

も一層高めることが要求されるであろう。今後J A Aグループが現車分野と共にT Vオークションの分野でもリーダー企業となるために、内部の情報化能力の向上が不可欠なものとなる。情報システムの改善や改革を組織内部で追及していくことが、一層求められている。ネットワークで結ばれた外部との情報システムの成果が、次には内部の情報システムの改善を求めるのである。内外の相互作用によって情報システムがともに向上するとき、このグループの経営力はさらに強固なものになるだろう。

#### 【参考文献】

「オークネット(中古車情報提供)」『日経情報ストラテジー』1994, 4月号。

協同組合J A A(1995)『協同組合J A A設立25周年記念誌』。

小川正博(1996)「J A A—中古自動車のオークションシステム—」遠山暁・小川正博『ネットワーク型ビジネスの情報システム』目科技連。

東京都商工指導所(1997)『買い手指向の自律的流通チャネルの構築に向けて』