

## 自動車EC

# ～シェアリングだけではない、車の買い方・使い方～

執筆者 フューチャーデザイン 2 部門 2 グループ アナリスト 牛山 聡

### ▼記事のポイント

#### <サマリー>

自動車を購入せずに使う方法として、カーシェアなどのインターネットを活用したサービスが注目を集める中、自動車を購入する方法についてもオンライン化が始まっている。国内の自動車関連の EC 市場は 2017 年に 2,192 億円となった。現在のところ市場規模の多くは車両の販売ではなく、カー用品などの販売とみられるが、車両を販売する EC も既に登場している。

国内では大手 EC モールにサブディーラーや中古車業者が出店しているが、自動車メーカーによる EC への取り組みは非常に少ない。海外では販売店網の弱さを補完するために自動車メーカーも積極的に EC を展開しており、中国では大手 EC モールと自動車メーカーが協力している。また、中古車は一部で個人間取引が行われており、こうした取引の負担を軽減する EC がある。

サービスの課題としては、EC 上で取引を完結できていない点あげられる。今後、自動車の EC が発展するためには、EC 事業者とメーカーだけでなく、行政サービスなどとも連携し、消費者の手続きを簡略化していく必要がある。

#### <キーワード>

EC：物販以外も含む、インターネット上で行われる受発注

EC モール：複数の企業が出店または商品を出品する EC サイト

EC 化率：特定の産業の市場規模全体のうち、EC での取引額の割合

#### <地域>

日本

# 1 産業俯瞰

## 1-1 自動車販売を取り巻く消費者動向

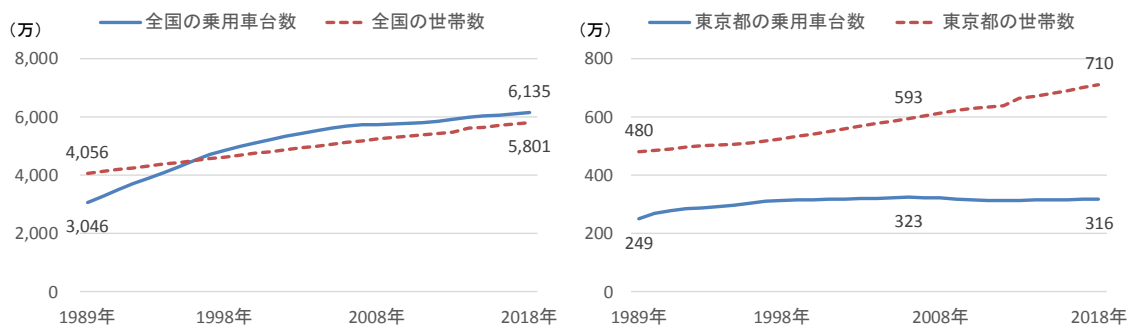
自動車を使うのはどのような場面だろうか。自分が移動したいとき。誰かを送り迎えするとき。荷物を届けるとき。単に運転したいときもあるだろう。それらの欲求や要望にいつでも対応できるようにするため、消費者は自動車を購入している。

自動車の新たな使い方として、カーシェアやライドシェアといったサービスが注目を集めている。これらはシェアリングエコノミーと呼ばれるサービス形態の一つで、他人の資産を必要な時間だけ使える仕組みだ。カーシェアの利用者は必ずしも非日常的な出来事のために自動車を借りるのではない。買い物のために毎日使ってもよいし、毎日使えるような料金になっている。利用者は借りるという感覚ではなく、まさに共有しているのである。

このような動向から、物の所有から利用へ、消費者の意識が変化しているといわれることが多くなった。実際のところ、内閣府による消費者へのアンケート調査<sup>1</sup>では、乗用車の普及率はピークだった2003年86.4%から2018年79.9%に低下している。各世帯の保有数量についても2003年1.44台から2018年1.28台に減少している。また、（一社）自動車検査登録情報協会の統計<sup>2</sup>では、国内の乗用車（軽自動車を含む）の保有台数は1989年3,071万台から2018年6,158万台となり、平成の間に倍増したが、この内の東京都では2006年323万台をピークに、2018年316万台へと減少を始めている（図表1）。東京都では世帯数の増加に比べても、自動車は増えていない。

今のところ、消費者が所有していた自動車を手放すようになったとまでは言い切れない。少なくとも、大都市に新たに流入した世帯による自動車を所有しないという選択が、何年も続いている可能性が高い。

【図表1】乗用車の台数と世帯数の関係



出典：自動車検査登録情報協会の統計を基にKDDI総合研究所作成

<sup>1</sup> 内閣府「消費動向調査」における各年3月の調査結果。調査は毎月、8,400世帯（2013年3月までは6,720世帯）への郵送調査。普及率は二人以上の世帯における値。

<sup>2</sup> 自動車検査登録情報協会の統計は各年の3月時点。東京都の世帯数は各年の1月1日時点。

## 1-2 自動車の所有とは

### ①制度的な自動車の所有と使用

公道で走行してもよい自動車は、車検<sup>1</sup>によって各地の国土交通省運輸支局で管理されている。車検では自動車の所有者と使用者を区別しており、基本的には使用者の住所である「使用の本拠の位置」を管轄する運輸支局に所有者が届け出る。自動車を一括で購入する場合、一般的に車検の所有者と使用者はどちらも購入者の名前となり、購入者から委任を受けた店舗が運輸支局への届出を代行することが多い。車検における所有者とは、自動車の新規登録や抹消登録などの申請者と言い換えることができる。所有者と使用者が別の名義になるパターンとしては、親が子に自家用車を買って与える場合、企業の本社が購入した社用車を支社で使用する場合などがある。

自動車をローンで購入する場合は、債権者を所有者として車検登録すること<sup>2</sup>が融資の条件になっていることがある。購入者は自動車を勿論自由に利用できるが、ローンの返済が滞った場合には、債権者に自動車を回収されてしまう可能性がある。自動車に係る税金は所有者が支払うことになるが、こうしたローンの場合でも購入者が税務上の所有者と見做されている。ローンを完済した際には、所有者の名義変更を申請する必要がある。

### ②物理的な自動車の所有と使用

制度上の所有者に係わらず、一括やローンで購入した自動車は使用者によって物理的に所有されることになる。そのため、自動車を購入する前には自宅や近所に駐車場を用意し、駐車場の住所を管轄する警察署に車庫証明<sup>3</sup>を予め発行してもらわなくてはならない。

購入以外で自動車を物理的に所有する方法としてはリースがある。リースはサービス提供者が商品の所有権を持ったまま、利用者が月額料金を支払って、商品を専有するサービスである。自動車のリースは、特に法人が社用車の固定資産を減らすなど、会計上のメリットを得る手法として用いられている。個人がリースを利用する場合も、税金や車検といった突発的な追加費用の負担がないなどのメリットがある。リースは数年単位の契約となるが、満期になると自動車の返却や買い取りなどが選べるようになっている。

<sup>1</sup> 道路運送車両法に基づく、自動車検査登録制度の略称。

<sup>2</sup> 所有権留保。民法第369条では借金を保証するための抵当権を住宅などの不動産に設定できることが規定されている。自動車などの動産には同様の法律がないため、代わりに車検が担保として活用されている。

<sup>3</sup> 自動車の保管場所の確保等に関する法律に基づく、自動車保管場所証明書の略称。

自動車を一切所有せずに使用する代表的な方法としてはレンタカーがある。国内のレンタカーは1951年に始まり<sup>1</sup>、後に本田技研工業(株)を初めとする大手自動車メーカーが参入したことで発展したサービスである。当時は運転免許の取得率が低く、物価水準から見た自動車の価格は現在よりも高額だった。そのため、売り手側の対策として、自動車の売り切り以外のビジネスモデルが必要だった。その後自動車は各世帯に広く普及し、消費者物価指数を基準とした自動車の価格は下がっていくものの、1980年頃からは上昇に転じている。また、核家族化が進んで少人数の世帯が増え、特に都市部では住宅地の地価も上昇した。そのため、今度は買い手側の事情として自動車を保有することの障壁が高くなり、売り切り以外のビジネスモデルのニーズが潜在的に高まっていった。

2000年代に入り、レンタカーに通信機器を設置することでサービスの無人化と時間貸しを実現できるようになり、BtoC型のカーシェアが生まれた。様々な場所に点在しているコインパーキングなどにカーシェアの自動車を設置することで、利用者は自宅近くですぐに借りられるようになっており、自動車を所有しないデメリットをカバーしている。BtoC型カーシェアでは必ずしも乗りたいモデルが近所に設置されているわけではないため、消費者が自動車メーカーを選ばなくなっているという捉え方もできる。カーシェアにはBtoC型の他に、個人間で自動車を貸し借りするCtoC型のものもある。CtoC型カーシェアでは、レンタカーでは借りられないような、個人の趣味嗜好に合わせた自動車を借りることができる。

一方、こうした自動車を購入しない状況を危惧する自動車メーカーも対策に動いている。メーカーは自動車の購入費用だけでなく、ランニングコストが消費者にとって大きい負担になっているとみて、任意保険料やメンテナンス費用を包含した費用で自動車を長期間貸し出すサブスクリプションを検討している。サブスクリプションはリースの発展形だが、契約中に自動車の乗り換えを前提としているサービスが多く、この点でリースとは異なる。海外では特に米国の自動車メーカーで、高級モデルを中心にサービスが始まっている。国内ではトヨタ自動車(株)の(株)KINTO<sup>2</sup>が2019年2月から東京都で、月額約5万円から18万円までの複数の料金プランで実験的に開始した。KINTOで利用できる自動車には通信機器が搭載されており、走行データを収集することもメーカーの狙いの一つとなっている。

また、単に自動車で移動するという利用目的に対しては、タクシーやハイヤー、ライドシェアという選択肢もある(図表2)。国内ではライドシェアに一定の規制が残っているため、代替として、従来のタクシーを配車するアプリも注目を集めている。自動車のみならず、バスや鉄道などあらゆる移動手段を一括した料金で利用できるようにする、MaaS (Mobility as a Service) と呼ばれる取り組みもフィンランドなどの海外では始まっている。

<sup>1</sup> (一社)愛知県レンタカー協会「レンタカーの歴史」より。レンタカーは道路運送法施行規則第62条に準拠する形で公に認められた。

<sup>2</sup> トヨタファイナンシャルサービス(株)が66.6%、住友三井オートサービス(株)が33.4%出資する合弁会社。

【図表2】 自動車を利用する方法の比較

	車の所有権	車庫の用意	運転	燃料費支払い	任意保険加入	納税
一括購入	本人	本人	本人	本人	本人	本人
ローン購入	提供者(担保)	本人	本人	本人	本人	本人
リース	提供者	本人	本人	本人	本人	提供者
サブスクリプション	提供者	本人	本人	本人	提供者(補償)	提供者
レンタカー	提供者	提供者	本人	本人	提供者(補償)	提供者
CtoCカーシェア	提供者	提供者	本人	本人	本人	提供者
BtoCカーシェア	提供者	提供者	本人	提供者	提供者(補償)	提供者
タクシー・ライドシェア	提供者	提供者	提供者	提供者	提供者	提供者

出典：KDDI総合研究所作成

## 1-3 従来の流通について

### ①新車の流通

新車は一般的にディーラーと呼ばれる専門店で販売されている。国内自動車メーカーから商品を仕入れて販売する正規ディーラーには、メーカーのグループ会社が直営する店舗と地元企業が運営する店舗があるが、いずれも特定のメーカー1社の商品を扱っている。輸入車の場合は、国内正規ディーラーが複数の海外メーカーを取り扱っていることもある。メーカーによっては、正規ディーラーであってもすべての商品を取り扱っていないこともある。例えば、トヨタ自動車(株)は「トヨタ店」「トヨペット店」「カローラ店」「ネット店」のように複数の販売店網を構築しており、商品を出し分けている。しかし、近年はメーカーが商品のモデル数自体を減らしており、どの販売店網でも共通して取り扱う商品が増え、業界全体で販売店網を統廃合する方向にある。この他、正規ディーラーから商品を仕入れて販売する、サブディーラーと呼ばれる販売店もある。サブディーラーは自動車整備業や中古車事業と兼業していることが多く、複数のメーカーの自動車を取り扱っている。

ディーラーの主な利益は新車の仕入れ価格と販売価格との差分となる。これは他分野の小売業と同じだが、異なっているのが在庫である。自動車は基本的に受注生産されている。消費者はディーラーと注文契約書を交わし、メーカーに発注され、数週間後に納車される。納車までの期間を短縮するため、ディーラーが予め売れ筋商品注文し、在庫を抱えている場合もある。ディーラーは新車販売以外に、メンテナンスなどのサービスや下取りした中古車の販売でも収益を確保している。国内のディーラーの収益割合は新車販売が約40%、サービスが22%、中古車が10%と言われている<sup>1</sup>。ディーラーはローンや保険の加入を獲得することで手数料収入も得ている。オートローンにはメーカーグループの金融会社が提供するディーラー系ローンと銀行系ローンがあり、グループ全体で収益を上げる構造にもなっている。保険も同様だが、保険の

<sup>1</sup> (株)リブ・コンサルティングのWEBサイトにおける、東京トヨタ自動車(株)の井上尚之氏へのインタビュー記事「既存の枠から『外』に踏み出すカーディーラー経営」より。

手数料収入は加入者の支払いに応じて発生し、継続的な収益につながっている。

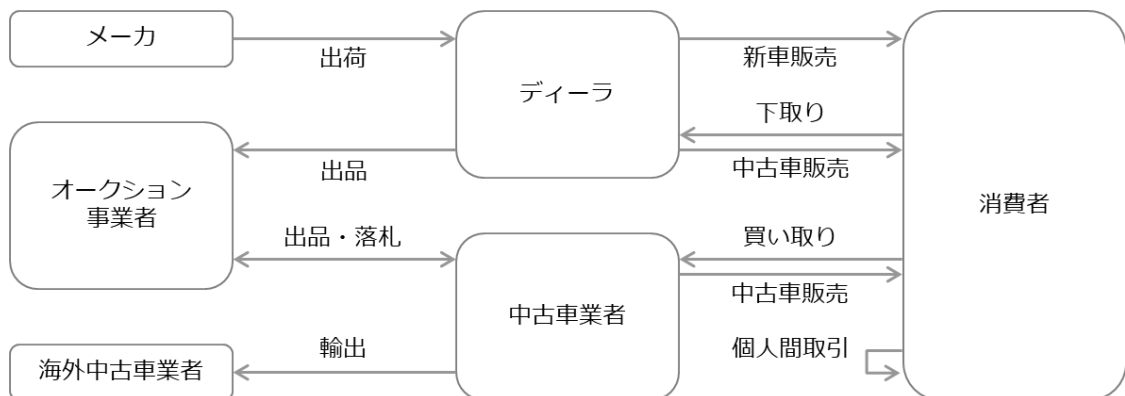
自動車検査登録情報協会の統計によると、乗用車の平均使用年数<sup>1</sup>は1989年の9.09年間から2018年には13.24年間まで延びている。自動車は安全性能の向上などで長く乗れるようになり、あるいは消費者も不景気の時代を経て大事に乗るようになってきている。こうした傾向はディーラにとっては顧客接点を失うことにもつながり、サブスクリプションのような継続性のあるサービスが求められていると考えられる。

## ②中古車の流通

自動車は中古市場が非常に整っている。消費者が自動車を売却する方法は主に2つある。ディーラで新車に買い替える際などに下取りに出す方法と、中古車業者に買い取ってもらう方法である。下取りと買い取りは性質が若干異なる。ディーラの下取りはあくまでも新車の営業活動の一環であり、新車の割引条件としての旧車の引き取りとすることができる。一方、中古車業者の買い取りは、後に販売するための仕入れである。

中古車業者はディーラと異なり、在庫を抱えたビジネスとなる。ディーラや中古車業者が引き取った自動車は、そのまま中古車として消費者に販売されるか、法人専門のオークションを通じて全国または海外に流通している（図表3）。

【図表3】自動車取引の全体像



出典：KDDI総合研究所作成

<sup>1</sup> 軽自動車を除く乗用車についての新規登録から抹消登録までの期間。

## 1-4 関連する制度・政策の動向

2019年は自動車の税金が変更される。自動車の販売価格には車両価格以外に様々な費用が上乗せされるが、特に税金の種類は多く、自動車税、自動車取得税、自動車重量税、消費税の4つがかかっている。国土交通省が定める排出ガス基準と燃費基準を達成したモデルを購入する場合は、エコカー減税として自動車税、自動車取得税、自動車重量税の3つが減免されている。2019年10月の消費税2%増加に合わせて、これまで自家用車の販売価格に3%を課していた自動車取得税は廃止される。一方、同時に一定の燃費基準に満たない自動車には環境性能割という新税が0～3%課されることが決まっている。なお、自動車を購入する際には、税金以外にも自動車損害賠償責任保険や運輸支局への各種登録費用（代行委託費用）、自動車リサイクル料金の預託金が必要となる。

また、国の中長期方針である「未来投資戦略2018」では、自動車について自動運転や電気自動車の普及について大きく取り上げられている中で、自動車の保有手続きについても触れられている。具体的には、自動車保有関係手続に関するワンストップ化、自動車検査証の電子化について言及されている。国土交通省では「自動車保有関係手続のワンストップサービス」というWEBサイトを用意しており、オンライン上で車検の手続きを行えるようにしている（図表4）。こうした取り組みによって自動車購入時の手続きが更に簡略化されれば、ディーラに手続きを代行委託せずに、自分で行う人が増える可能性もある。

【図表4】自動車保有関係手続のワンストップサービス

自動車保有関係手続の  
ワンストップサービス

お問い合わせ | よくあるご質問 | サイトマップ | 文字サイズ 小 **中** 大

はじめての方 準備が済んでいる方

**申請を行う**

トップページ > 準備が済んでいる方 > ご自身で申請される方 > 申請を行う

**ご注意**

申請するための条件をまだ確認していない方は、OSSでの申請が可能であることを確認するため、『申請条件の簡易チェック』をあらかじめ実施してください。

**申請を行う**

以下の手続はこちらのメニューより実施いただけます。

> 新車新規登録

> 中古車新規登録

**よくあるご質問**

申請についてよくある質問を掲載しています。

**用語集**

申請に必要な用語の意味についてご確認いただけます。

出典：国土交通省 WEBサイト (<https://www.oss.mlit.go.jp/portal/index.html>)

## 2 市場動向

### 2-1 自動車関連ECの市場規模

経済産業省によると、自動車やバイク及びそれらのパーツを物販するBtoC ECの取引額は2017年に2,192億円に達している(図表5)。巨大な自動車市場全体に対して、ECでの取引の割合を示すEC化率は3.0%に留まっている。

また、中古車市場についての消費者へのアンケート調査<sup>1</sup>によると、1年以内の中古車購入者のうちインターネット経由で購入した人は3.7%存在している。同調査では2017年の中古車延べ購入台数を250.3万台、購入費用総額を3兆275億円と推計している。WEBアンケート調査であるため、インターネット経由の購入比率は実態より高めに出ている可能性があるが、単純計算ではインターネット経由の中古車購入台数は9.3万台、購入費用総額は1,120億円となる。

【図表5】 2017年の各種EC市場規模（(EC化率は物販系分野のみ算定)）

	市場規模 (億円)	EC化率 (%)		市場規模 (億円)
総計	165,054	—	サービス系分野 小計	59,568
物販系分野 小計	86,008	5.8	旅行サービス	33,742
衣類・服装雑貨	16,454	11.5	金融サービス	6,073
食品、飲料、酒類	15,579	2.4	チケット販売	4,595
生活家電、AV機器、PC	15,332	30.2	飲食サービス	4,502
雑貨、家具、インテリア	14,817	20.4	理美容サービス	4,188
書籍、映像・音楽ソフト	11,136	26.4	その他(保険、住宅等)	6,486
化粧品、医薬品	5,670	5.3	コンテンツ系分野 小計	19,478
自動車、バイク、パーツ	2,192	3.0	オンラインゲーム	14,072
事務用品、文房具	2,048	37.4	電子出版	2,587
その他	2,779	0.8	有料動画配信	1,319
(SP経由比率35.0%)	30,090	—	有料音楽配信	573
			その他	928

出典:経済産業省「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備報告書」を基にKDDI総合研究所作成

<sup>1</sup> (株)リクルートマーケティングパートナーズ「カーセンサー中古車購入実態調査2017」(2018年5月)。沖縄を除く全国18～69歳男女へのWEB調査。1年以内の中古車購入者1,478名への単一回答質問。



## 2-2 自動車のBtoC ECの動向（リースを含む）

### ① 国内のBtoC EC

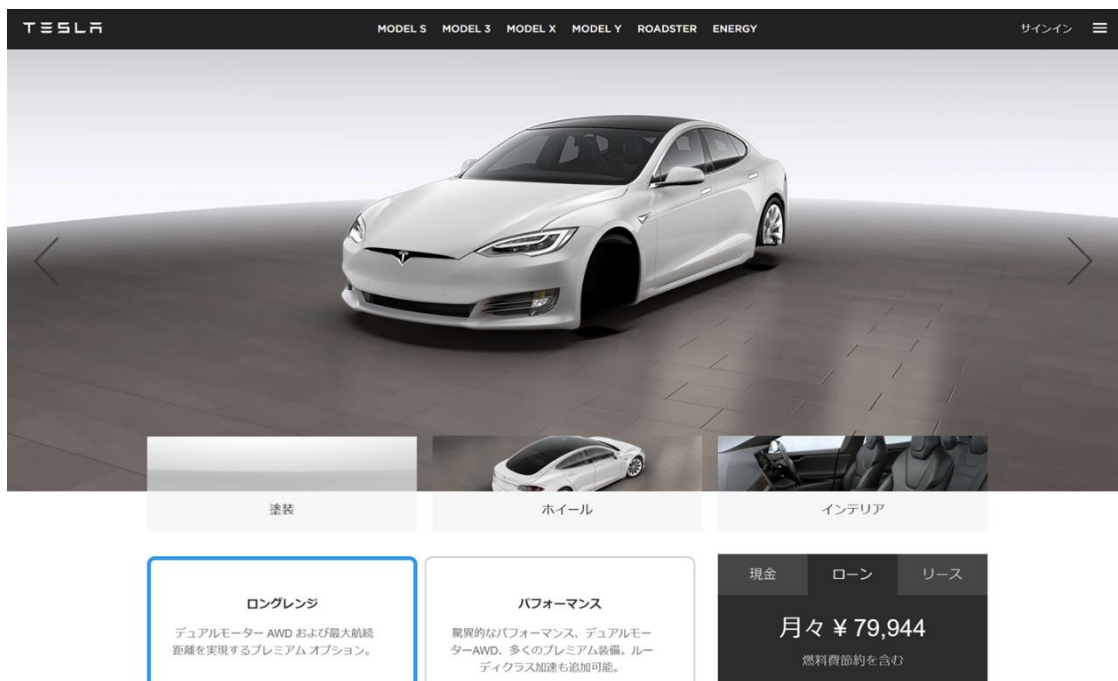
国内でメーカー及び正規ディーラーが自動車の車両をECで直販している例としてはTesla社がある。TeslaのWEBサイトでは各車種のページで塗装や内装、支払方法などを選択し、購入価格の内の50万円をクレジットカードなどによりサイト上で先に決済する手順になっている（図表6）。Teslaは国内で2010年からEC販売を続けているが、2019年2月には世界中で店舗を閉店して、販売の主軸をECに移すことを表明している。日本のメーカーとしてはトヨタ自動車が2018年6月に「TOYOTA楽天市場店」を出店したが、自動車のカatalogを取り寄せたり、試乗の予約をしたりするWEBサイトに留まっている（図表7）。国内ではサブディーラーや中古車業者がECモールに出店したり、独自にECを用意したりして、新車や中古車を販売している。

ECモール内に出店者がそれぞれのサイトを設ける形式の「楽天市場」（楽天株）では新車と中古車、カーリースの商品が約13万件販売されている。年に数回ある大型セールの際には新車が半額で出品され、目玉商品としてプロモーションされることもある。新車や中古車は比較的中小規模の企業が出店しており、カーリースはオリックス自動車株や住友三井オートサービス株などの大手企業が出店している。楽天市場では日用品などの場合は「買い物かご」と呼ばれるカート機能に商品をリストアップして、決済手段を選択して、購入ボタンを押す手順で購入する。高額な支払いや各種手続きが必要な自動車車両の場合は、商品をカート機能に入れるボタンが出店者へ連絡するボタンなどに置き換わっており、その後は出店者と個別にメールや郵送で連絡を取り合って手続きを進めることになる（図表8）。従って、厳密にはサイト上では支払いが行われていないケースもあるが、楽天のポイントの付与などは通常どおり行われる。納車は自宅まで輸送されることになるため、店舗などを訪れる必要はなく、遠隔で取引は完結する。

中古車情報サイトの「ゲーネット」を運営する株プロトコーポレーションは、楽天市場に中古車販売の「ゲーネットモール」を出店している。中古車情報サイトの機能を楽天市場のインターフェースで利用できるようになっており、中古車情報サイトの場合はユーザのEC上の行動は見積もり依頼までであるが、ゲーネットモールでは直接購入申し込みまでできるようになっている（図表9）。ゲーネットモールでは中古車情報サイトに掲載されている商品約42万件のうち、楽天のポイント付与などに対応した約11万件が出品されている。なお、中古車情報サイトは取引を実店舗で行い、商品情報を掲載する中古車業者から広告料を取るビジネスであり、本稿ではECとしては取り扱わない。

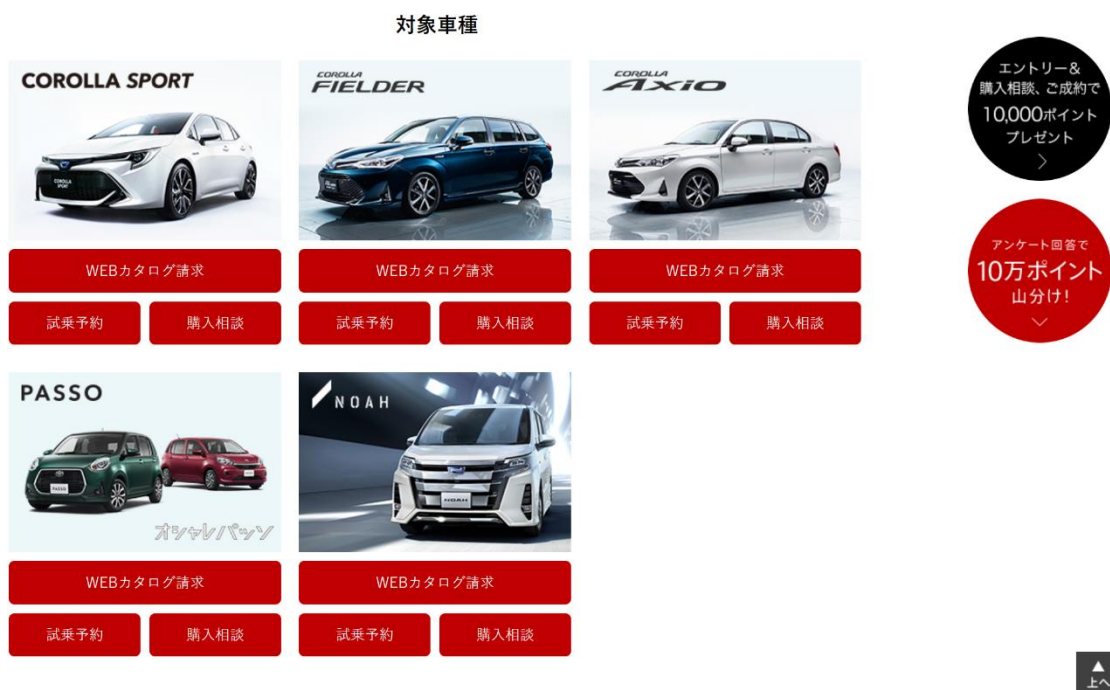
ECモール大手のアマゾンジャパン合同会社が運営する「Amazon.co.jp」では、カーリースと中古車を取り扱っている（図表10）。Amazon.co.jpでは自動車の価格が1万円や10万円などの一定の金額に設定されているが、これは手付金であり、手付金のみを一般的な商品の購入フローに従ってEC上で支払うようになっている。その後は購入者と出店者が直接手続きに必要な書類を郵送でやり取りし、EC外で残りの総額の支払いを完了させている。本稿の執筆時点では、カーリースは1,278件、中古車は24件の商品が提供されている。

【図表6】 Tesla社サイトのカスタマイズ画面



出典：Tesla社WEBサイト (<https://www.tesla.com/jp>)

【図表7】 TOYOTA楽天市場店の対応商品



出典：TOYOTA楽天市場店サイト (<https://maker-showroom.rakuten.co.jp/toyota/>)

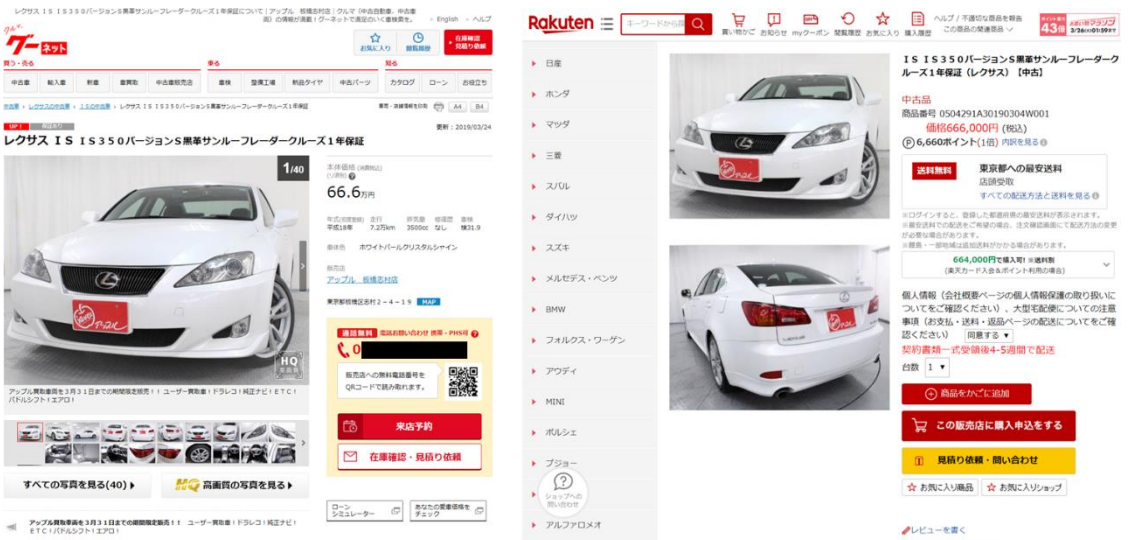
【図表8】 楽天での新車販売の例

(購入ボタン相当の箇所に「予約する」と表示されている。)



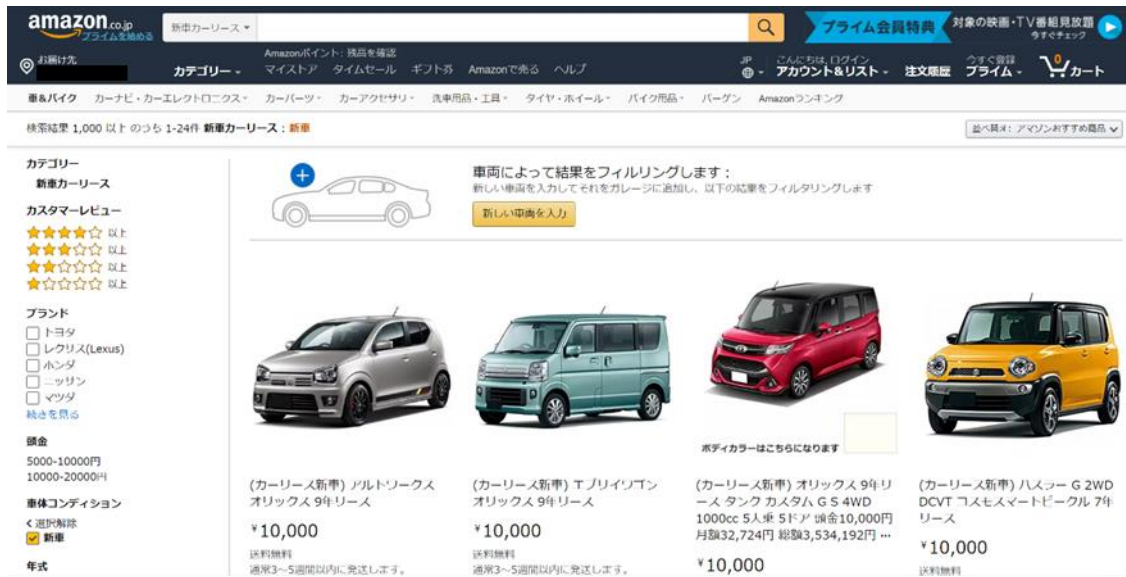
出典：楽天市場

【図表9】 グーネット（写真左）とグーネットモール（写真右）のUIの違い



出典：グーネット及びグーネットモール（楽天市場）

【図表10】 Amazonのカーリース販売



出典：Amazon.co.jp

## ② 海外（中国）のBtoC EC

海外では自動車メーカーや正規ディーラーによるECでの新車販売が始まっている。特に中国では2017年7月にEC事業者が自動車を販売できるよう規制緩和をしたため、自動車のECが登場するようになった。広い中国では、日本のように自動車の販売店網を綿密に整備することは難しく、消費者側にもオンラインで自動車を購入する必要がある。また、自動車の情報提供サービスも充実している。中国のAutohome（汽车之家）のWEBサイトでは、自動車のスペックを数表上で比較するだけでなく、自動車の内装や概観を360度表示できるVR機能や走行動画を用意している（図表11）。自動車は日用品のように同じ商品をリピート購入することはないため、オンライン上で購入を促すための商品情報の伝え方にはかなりの工夫が必要となる。Autohomeは自動車メーカーと協力して、こうした視覚的には十分に商品の情報を得られるコンテンツを用意し、店舗を訪れなくても自動車の情報を得られるようにしている。

中国のAlibaba（阿里巴巴集団）が運営するECモールの「Tmall（天猫）」内には、自動車メーカーなどが店子として出店している（図表12）。各メーカーはコールセンタを用意しており、購入者による申込後に電話で商談をまとめ、付近の正規ディーラーが納車を対応している。Alibabaグループではキャッシュレスサービスに紐づく信用スコアの活用が広がっており、ローンを即座に組めるような仕組みも整っている。

中国のCARS（车好多集団）は、新車のECである「Maodou（毛豆新车网）」と中古車のECである「Guazi（瓜子二手车直卖网）」の2つのサービスを展開している。Maodouはリースとローンを組み合わせたような費用で新車を購入するサービスになっている（図表13）。頭金が0～30%で返済期間が2～4年の分割払いから支払い方法を選択することになっており、これには税金や1年間の自動車保険が含まれている。購入直後は企業の名義で自動車が登録され、利用開始から1年後に所有権が購入者に

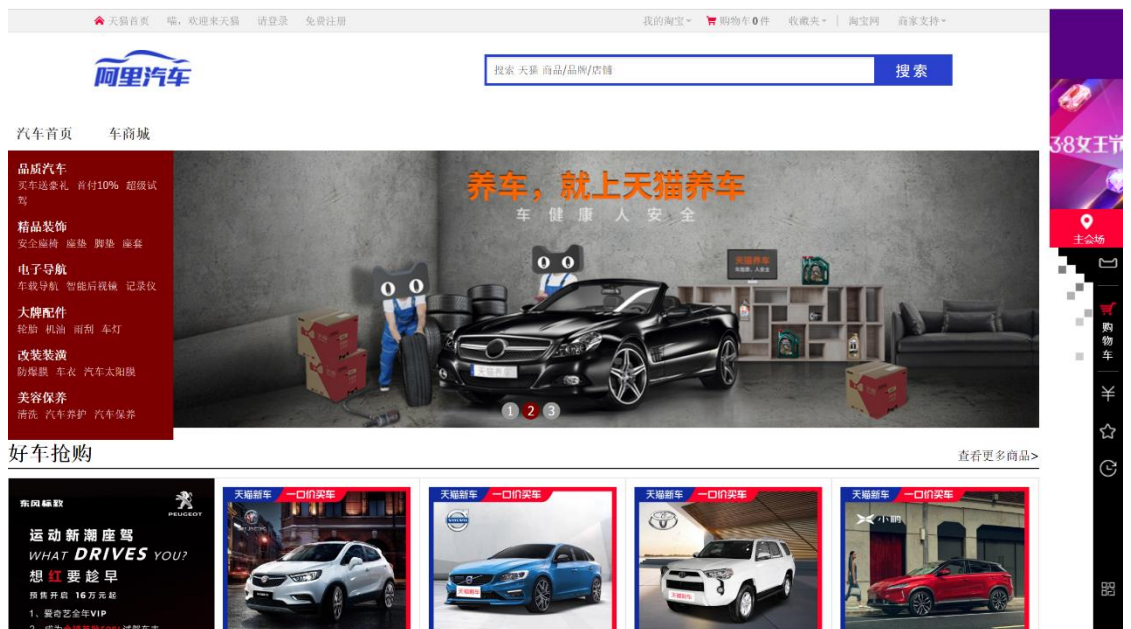
移る仕組みとなっており、自動車を取得する際の手続きを簡略化している。このサイトでは電話番号を入力して申し込む仕組みになっており、申込後にはコールセンターで対応し、完全な無人での取引ではない。購入には身分証と運転免許証、銀行カードの3つの登録も必要で、これらの情報から購入可否を審査される。

【図表11】 AutohomeのVR機能



出典：Autohome WEBサイト (<https://www.autohome.com.cn/>)

【図表12】 Tmall内の自動車販売コーナ（阿里汽车）



出典：Tmall WEBサイト (<https://www.tmall.com/>)

【図表13】 Maodouの費用確認及び申し込み画面

毛豆 新车网 首页 全部车型 车主晒单 APP下载 关于我们 代理加入 全国 吉利 首付6000起 搜索

**丰田威驰 2017款 1.5L CVT创行版**  
厂商指导价: 8.98万

分期方案  含购置税  送一年保险

首付比例  10%首付  20%首付  30%首付

首付	月供	期数
0.89 万	4404元	24期
0.89 万	3157元	36期
0.89 万	2536元	48期

根据信用评估, 首付月供不同 去评估  需另行支付履约保证金3000 元

请输入您的手机号

出典：Maodou WEBサイト (<https://www.maodou.com/>)

## 2-3 自動車のCtoC ECの動向

### ① 国内のCtoC EC

自動車はディーラや中古車業者に売却されるだけでなく、ネットオークションやフリマアプリを通じて個人間でも取引されている。個人間取引は企業を介さない分、中古車を高く販売したり、安く購入できたりする。しかしながら、車両の状態についての情報掲載や売買成立後の輸送、整備、名義変更などを当事者個人がそれぞれ手配することになり、取引の負荷やリスクが大きい。そこで、中古車取引専門のフリマアプリが登場し、手続きの代行などサポートを手厚くしている。

中古車販売店の「ガリバー」を運営する(株)IDOMは、2015年9月からフリマアプリの「ガリバーフリマ (旧称クルマジロ)」を提供している (図表12)。このサービスでは、IDOMが仲介することで、個人同士が匿名のまま取引できる。IDOMは自動車を査定して商品情報を掲載し、ローン支払いへの対応、成約後の名義変更手続き、ガリバー店舗での納車などを代行している。成約時の手数料<sup>1</sup>は取引額に応じて出品

<sup>1</sup> 手数料は取引額が100万円以下の場合には料金表に従って段階的に上がり、100万円より高額の場合には一律6%となる。購入者は自動車の輸送料36,000円を別途負担する。

者と購入者の両方に発生し、出品者は最低20,000円、購入者は最低28,000円がかかる仕組みとなっている。中古車業者としては在庫ビジネスから脱却する試みでもある。本稿の執筆時点では、9,770件の商品が掲載されている。

【図表12】 ガリバーフリマの掲載商品例

出典：ガリバーフリマ WEBサイト (<https://gulliver-frima.com/>)

## ② 海外（中国）のCtoC EC

前述した中国のCARSが運営するGuaziも個人間取引サービスで、2015年9月にサービスを開始している（図表13）。このサービスの特徴として、商品の取引額に応じた手数料を取っていない。事業者はローンや保険の手数料収入などの、既存のディーラーが周辺ビジネスとしている領域をメインの収益源としている。本稿の執筆時点では、約32万件の商品が掲載されている。

同じく2014年4月に開始した中国のRenrenche.com（人人車）はライドシェアを運営するDidi Chuxing（滴滴出行）から出資を受けている（図表14）。サービスも連携しており、Didi Chuxingのアプリ上でも中古車の情報を確認できるようになっている。更にライドシェアに対して安価な中古車を供給することも検討されており、単に売買をするだけでなく、両社の事業の相乗効果を高めていくとみられる。

【図表13】 Guaziの掲載商品例

瓜子二手车 > 全国二手车

搜索您想要的车

品牌: 不限 大众 别克 福特 丰田 本田 现代 日产 奥迪 宝马 雪佛兰 哈弗 奔驰 起亚 吉利 长安 全部

车系: 不限 福克斯 哈弗H6 科鲁兹 朗逸 速腾 途观 迈腾 宝来 高尔夫 大众POLO 英朗 凯越 宝马5系

价格: 不限 3万以下 3-5万 5-7万 7-9万 9-12万 12-16万 16-20万 20万以上 万 确定

更多: 车龄 变速箱 车型 里程 排量 排放标准 座位数 燃油类型 颜色 驱动类型 全部

在“全国二手车”中为您找到323186辆好车

全部 | 付三成 | 严选车

默认排序 最新发布 价格 ↑ 车龄 ↑ 里程 ↑ 热门筛选 +

<p>沃尔沃S90 2017款 T4 智远版 2018年   0.5万公里   店内直卖 补贴后26.59万 严选车 准新车 急售</p>	<p>凯迪拉克ATS 2014款 28T 领先型(...) 2014年   0.9万公里   店内直卖 17.48万 47.50万 严选车</p>	<p>宝马X5 2008款 xDrive30i豪华型(...) 2009年   10.7万公里   店内直卖 19.52万 98.50万 严选车</p>	<p>宝马5系 2013款 525Li 领先型 2015年   8.8万公里   店内直卖 29.10万 49.90万 严选车</p>
---	---	--	---

出典：Guazi WEBサイト (<https://www.guazi.com/>)

【図表14】 Renrenche.comの掲載商品例

人人车 全国 买车 卖车 分期购车 论坛 服务保障 加盟合伙人 登录 | 400-050-9352

二手车 > 二手车出售

新上车

品牌: 不限 大众 别克 福特 现代 雪佛兰 本田 日产 奥迪 宝马 丰田 起亚 哈弗 比亚迪 奔驰 吉利汽车 长安 标致 奇瑞 五菱汽车 更多

车系: 不限 福克斯 哈弗H6 科鲁兹 凯越 朗逸 速腾 迈腾 宝来 奥迪A6L 迈腾 君越 君威 宝马5系 雅阁 POLO 捷达 途观 轩逸 五菱宏光 本田CR-V 世嘉

价格: 不限 3万以下 3-5万 5-8万 8-10万 10-15万 15-20万 20-30万 30万以上 万 万

更多: 车型 车龄 变速箱 里程 排量 排放标准 档别 驱动 燃油类型 颜色 亮点配置 座位

二手车出售 价格最高 价格最低 最新发布 里程最短 车龄最短

急售  超值  准新车  促销车  新上

<p>EX 2019款 1.5L 手动自在版... 3.39万公里 / 嘉兴 2019年09月</p>	<p>福特-锐界 2015款 2.0T GTDi 两驱... 2016年09月 / 3.35万公里 / 长春 2.86万</p>	<p>雪佛兰-创酷 2014款 1.4T 自动两驱... 2016年05月 / 5.01万公里 / 青岛 9900元</p>	<p>比亚迪-S7 2015款 2.0T 升级版 自... 2015年06月 / 6.70万公里 / 南京 9100元</p>
---	--	--	---

人人车合伙人 火热招募中

出典：Renrenche.com WEBサイト (<https://www.renrenche.com/>)

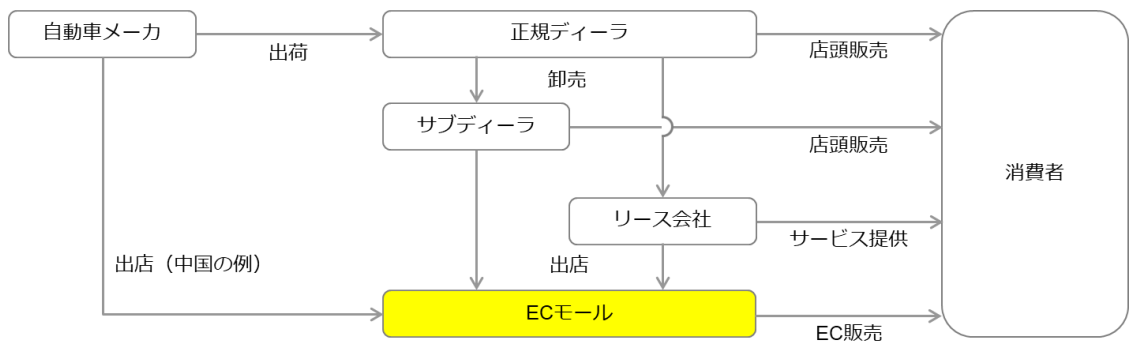


## 2-4 流通の変化

自動車の車両を販売するECの登場で、新車も中古車もサプライチェーンが変わりつつある（図表15、16）。ただし、ECとして完全な無人取引を行うことはまだ難しく、EC事業者も自動車メーカーの協力を得て、コールセンターや店舗で引き続き多くのことを対応している。自動車がECで販売されることが主流になったとしても、従来のディーラーや中古車業者からEC事業者にはプレーヤーが交代するわけではない。試乗や輸送、アフターサービスの拠点として、ディーラーが担うべき役割は引き続き大きいと考えられる。

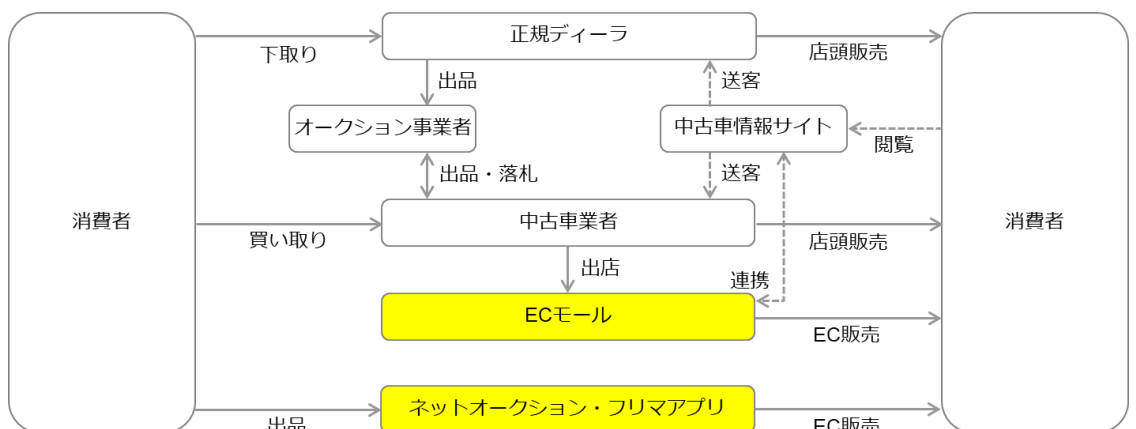
完全な無人取引が難しい理由として、自動車の販売にはローン審査や車検登録手続きが必要であることが挙げられる。これに伴い、一般的な商品をECで購入する場合と比べて購買フローが多い。更に、高額な支払いにローンなどで対応するために、EC上で決済を完了できていないのはECとしての利便性を損なっていると考えられる。

【図表15】 新車販売の新たな流通



出展：KDDI総合研究所作成

【図表16】 中古車販売の新たな流通



出典：KDDI総合研究所作成

## 2-5 まとめ

自動車を使う方法が様々生まれている一方で、単純な自動車の売買においてもオンライン化が進んでいる。国内の自動車に係わるEC市場はEC化率3%に留まっており、ポテンシャルは大きい。ECでの自動車販売の主役は従来の自動車産業ではなく、EC事業者やベンチャー企業である。特に中国では自動車の販売網が整備される前にECでの販売が始まっており、自動車の販売方法がリープフロッグ（蛙飛び）型で発展しつつある。

今後、自動車のECが発展するためには、商品に興味を抱かせるコンテンツをEC上で充実させることや、消費者の購買に係わる手続きを簡略化させる必要がある。今のところはローンの審査や書類の郵送などECの外での手続きがあり、EC上で自動車の取引を完結できていない。EC事業者が機能を改善するだけでなく、メーカーや行政サービスとも連携したOMO（Online Merges with Offline）の実現が自動車のEC普及のカギになるとみられる。

## 参考文献

内閣府「消費動向調査」

首相官邸「未来投資戦略2018」

経済産業省「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備報告書」

（一社）自動車検査登録情報協会「統計」

（一社）愛知県レンタカー協会「レンタカーの歴史」

㈱リブ・コンサルティング「既存の枠から『外』に踏み出すカーディーラー経営」

㈱リクルートマーケティングパートナーズ「カーセンサー中古車購入実態調査2017」

サービス各社のWEBサイト、プレスリリース、IR