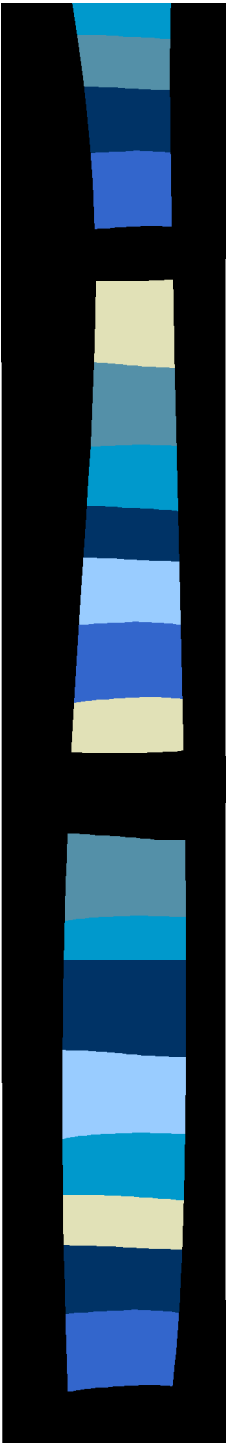


B .ビジネス内容の比較



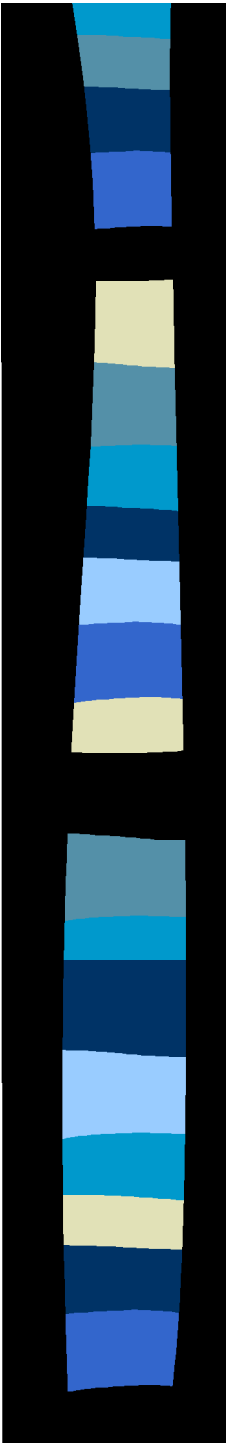
a.amazon.comと紀伊国屋書店

■ amazon.com

- 既存ビジネス 元投資銀行アナリストが起業したベンチャービジネス
- EC事業開始 1995年7月
- 事業概要 インターネットでの書籍、CD、ビデオ、ギフト販売
- 商品内容 書籍 250万点
- 実績 売上高約6億1000万ドル (1998年)
*米国書籍市場規模約208億ドルの3%弱

■ 紀伊国屋書店

- 既存ビジネス 書籍、事務用品等の販売。年間売上高約200億円
- EC事業開始 1996年10月
- 事業概要 インターネットでの書籍、輸入音楽CDの販売
- 商品内容 和書130万点 洋書 190万点
- 実績 売上高7億円 (1997年)
*店頭売上高の約0.6%



amazon.comの特徴

■ 創始者Jeff Bezos氏の先見性による先行優位

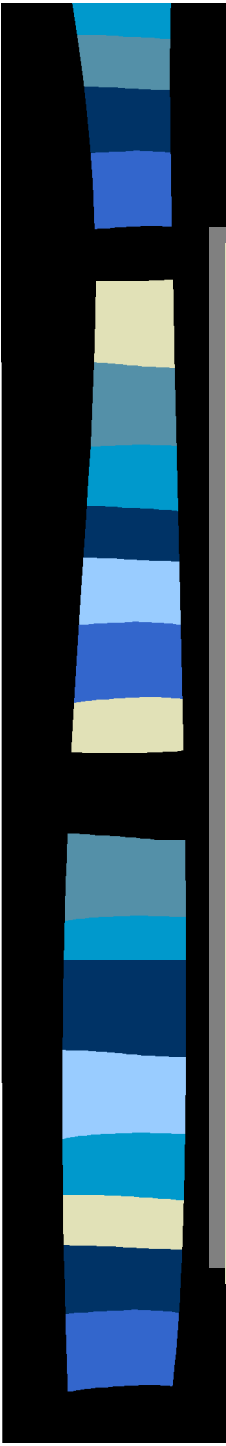
- インターネットの特性、「データベース」検索」を活かせる
- 誰でも購入する商品でマーケットが大きい
- 商品DBが既に取次店にある

■ 初期費用の少ないビジネスプラン

- 在庫ほとんどなし 店舗なし 宅配をアウトソーシング

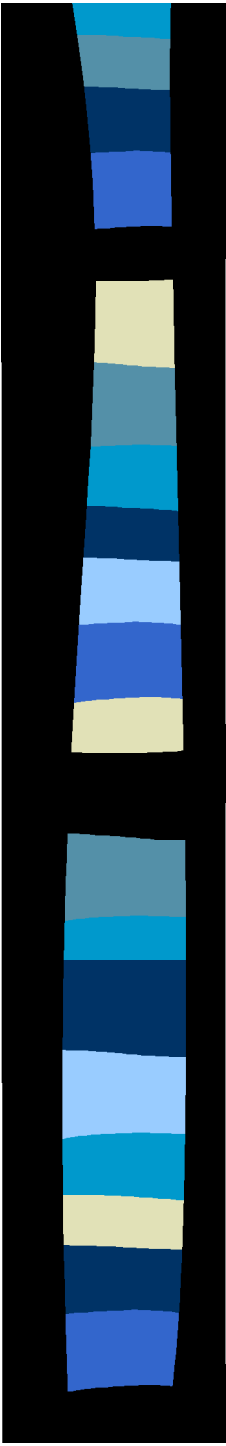
■ 卓越したマーケティング戦略

- 商品検索機能の充実--膨大な商品から最適な書籍を選択
- 充実した商品情報提供--あらすじ 購入者が買った他の書籍紹介、各種書評、読者のコメント・評価、レコメンド・サービス など
- 集客力強化策---アソシエイト・プログラムや検索サイトとの提携
- 商品の低価格化
- 的確な個別顧客対応--確認メールの自動化など
- 顧客囲い込み--会員登録、マイページ、メール配信サービス
- 各種媒体への積極的なプロモーション



紀伊国屋書店の特徴

- **既存のPC通信のオンライン書籍販売をインターネットに拡大**
 - 1980年代半ばからPC通信によるオンライン書籍販売を実施
 - 国内外の取次店や出版社との間で受発注システム、宅配便を利用した個別直送サービスを構築
- **海外取次店との直接取引により取り寄せ期間短縮**
 - 洋書輸入の国内取次店との契約を打ち切り、海外取次店に直接注文する方式に切り替え
 - 取り寄せ期間は最短1週間に。価格は3割程度引き下げ可能に。
- **新宿店の在庫を生かし、最短3日間で宅配**
 - 新宿本店と南店の在庫を活用することで、注文の約5%は最短3日で宅配
- **書籍情報の充実などサービス向上が課題**
- **会員登録制で、年会費1500円が必要**
- **再販制度により和書を定価販売、送料回の注文に480円が必要**



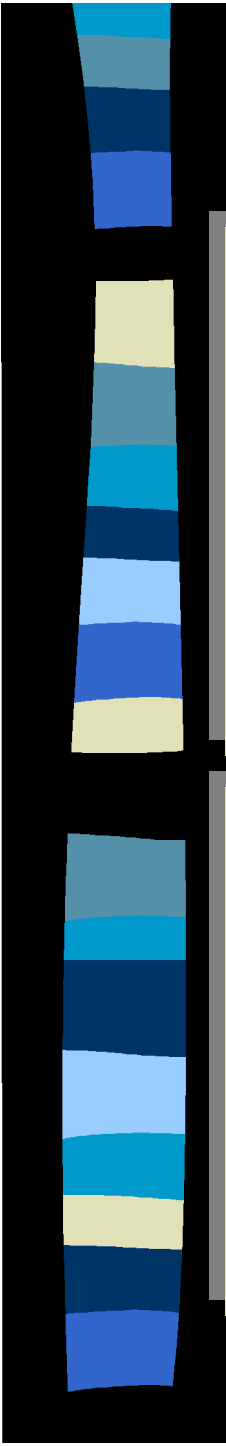
b .PreviewTravelとJTB

■ PreviewTravel

- 既存ビジネス オンライン旅行代理店がインターネットへチャネル拡大
- EC事業開始 1996年3月
- 事業概要 航空券、ホテル予約、レンタカー予約などの旅行サービス
- 実績 売上高3240万ドル (1998年推定)

■ JTB

- 既存ビジネス 大手旅行代理店
- EC事業開始 1998年4月
- 事業概要 旅行関連情報の提供と旅行商品の予約・決済サービス
- 商品内容 国内・海外のホテル予約、国内・海外ツアー予約・決済、レンタカー予約など
- 実績 登録会員数1日百人程度増加
売上高不明



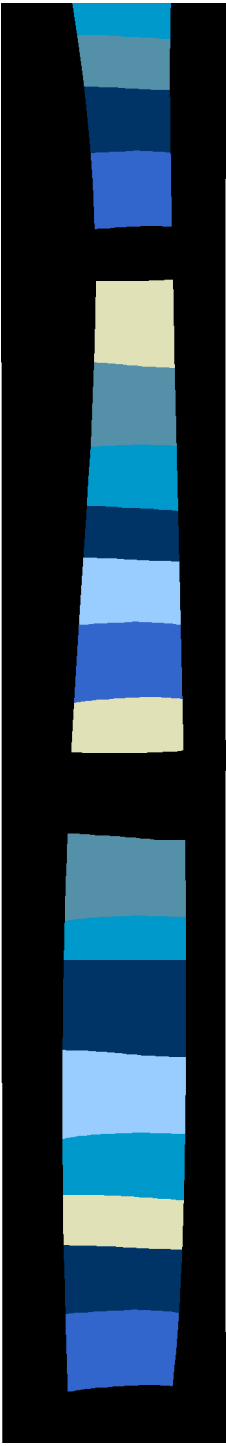
PreviewTravelとJTBの特徴

■ PreviewTravel

- 既存コンピュータ予約システムの活用
- オンライン旅行代理店業のノウハウ活用
- インターネット・ユーザーの指向性に合わせたサービス提供
 - － 合理的・主体的・利便性の高いサービス
 - － 利用者の選択肢の増加と利便性の向上
 - － e - ticketによる物流行程の省略

■ JTB

- 旅行商品販売時の「約款」書類の扱いについて運輸省と折衝し、国内で最初に旅行関連サービスをオンライン決済まで実現
 - － 国内約3000軒の宿泊プラン、海外のパッケージツアー、国内ツアー、世界100チェーン以上の海外ホテル、世界約100都市でのレンタカー、海外自由旅行者向け鉄道バス乗車券の予約・決済サービスを提供
 - － 旅行用品、海外みやげ品の販売も



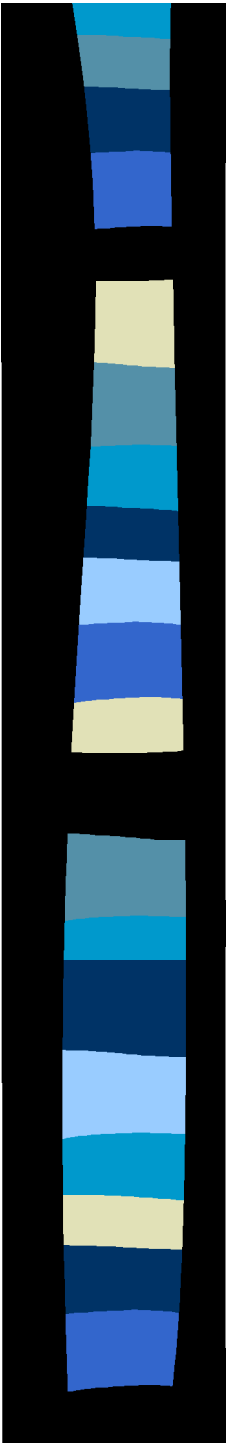
C.OnsaleとAuction Market Japan

■ Onsale

- 事業開始時期 1995年5月
- 既存ビジネス コンピュータ関連ビジネスのベンチャー
- 事業概要 インターネット・オークション・サービス
- 商品 PC関連、電化製品、スポーツ関連の3ジャンル
- 実績 取扱高7,500万ドル(1997年)
1日7,000～9,000点競売。登録会員数は66万7千人

■ Auction Market Japan

- 事業開始時期 1997年4月
- 既存ビジネス オリエントコーポレーション(大手クレジット会社)
- 事業概要 インターネット・オークション・サービス
- 商品 PC関連商品
- 実績 取扱高月1000万円、月間400点



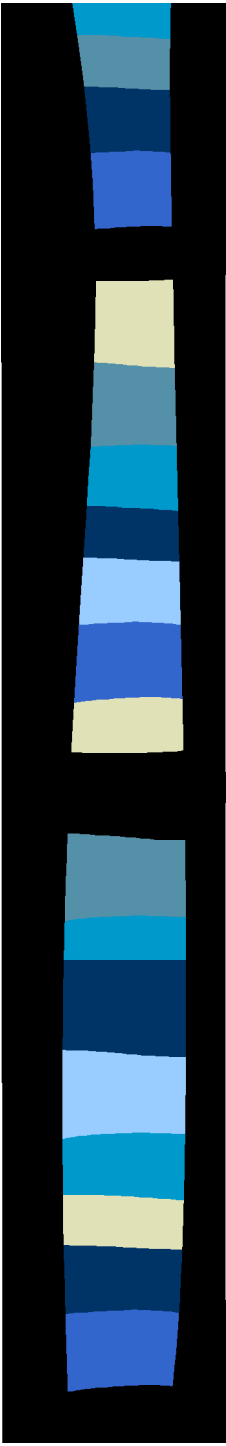
OnsaleとAuction Market Japanの特徴

■ Onsaleの特徴

- 企業の在庫品を取り扱い、商品を低価格で安定提供
 - 企業の在庫品を中心に常時40～50社のベンダーと契約
- コンピュータシステムを利用した自動化推進
 - 商品管理はデータベース化され、自動的にオークションが行われる
 - 購入者への連絡、ベンダーや配送業者への連絡も自動化
 - 顧客対応も自動化。ウェブの入力フォームに記入すると、自動的に各担当へ配信される。通常4～6時間以内に返信。
- エンターテインメント感覚を演出
 - 購入決定者を「勝利者」と呼ぶゲーム感覚のルール作り

■ Auction Market Japanの特徴

- メーカーやレンタル・リース会社の在庫品を提供
- 出品者のニーズに応じて参加形態を3種提供
 - 決済・配送ともにオリコ、決済のみオリコ、決済・配送ともに独自で
- オークションで採算は目指さず



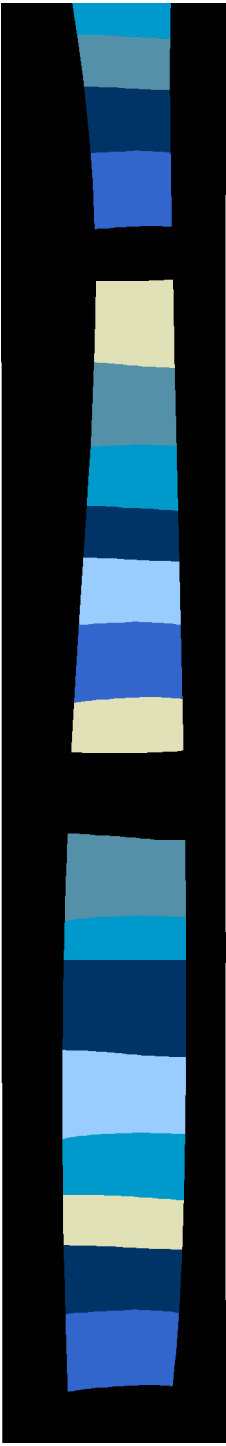
d .auto-by-telとCar24

■ auto-by-tel

- 既存ビジネス 自動車販売店経営者が販売店を閉鎖してスタート
- EC事業開始 1995年6月
- 事業概要 ユーザーと自動車販売店の仲介
- 実績 売上高1600万ドル (1997年)
月間取扱高約5億ドル、10万件、年間約60億ドル相当
*全米の新車1500万台の1割近くを取り扱う

■ .Car24

- 既存ビジネス アスキー / コンピュータ関連出版、教育事業など
- EC事業開始 1998年1月
- 事業概要 国産・輸入車の新車・中古車の仲介
- 実績 1日あたりのアクセス数 2万 pv
1日あたりの見積り依頼件数 100 ~ 150件



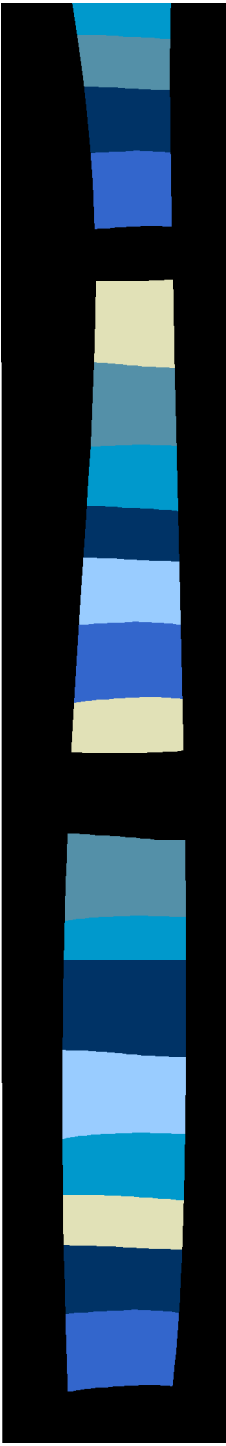
auto-by-telとCar24の特徴

■ auto-by-telの特徴

- 合理的、効率よい購入方法がインターネット・ユーザーに合致
- 高い成約率と販売手数料削減による低価格販売の実現
 - － 契約ディーラーで営業担当者 1人月間 36台 ← 米国の平均 9台販売
- 豊富な取り扱い商品
 - － 新車で247車種
- 自動車選定のための豊富な情報提供
 - － 購入者による最新評価、担当者の試乗レポート、製品パンフレット、製品仕様書、車種ごとの相場価格など
- 加盟ディーラーの厳選
 - － 購入者のアンケートによるディーラー評価。150社のリプレイス。

■ .Car24の特徴

- auto-by-telを模倣し、日本の自動車販売業界に新風
- アスキーのネームバリューとノウハウ



ビジネス内容の日米比較

- **米国では、ベンチャービジネスがECビジネスを牽引**
 - 日本の成功事例は、大手企業の新規事業か米国成功ベンチャーの日本法人
 - 米国の成功事例は、ベンチャービジネスが中心。
ベンチャービジネスの成功を既存事業者が追随するかたち。
- **米国では、マーケティング戦略を重視**
 - マーケティングの充実度、サービスの密度に格差
 - 日本では、マーケットが小さいから先行投資できない？