

## 月に500万人以上が利用する 国内最大級の価格比較サイト

プロ野球再編の動きの中で、新規参入を申し出た2社が奇しくも新興のIT企業であったことから、ネットバブルの崩壊などと言われても、儲けている会社はしっかりと儲けているという印象を国民に与えた。この会社も、そんな勝ち組の一つなのであろう。何しろ売上高も経常利益も倍々ゲームで伸ばし、昨年10月には東証マザーズに上場。その勢いは、今世間を騒がせているあの2社と少しも変わらない。

会社の名をカカコムという。国内最大のインターネット価格比較サイト「価格ドットコム」を運営する会社だ。と言っても、筆者のようなIT音痴には何のこともだかわからない。そこでものは試し、この会社のホームページを開いてみた。すると、パソコン、家電、カメラ、携帯電話、自動車、ブランド品、スポーツ用品などの項目がたくさんあって、製品ごとに各店舗で販売している価格が安い順に載っている。さらにその店舗名をクリックすると、店のホームページに進み、オンラインショッピングで購入することもできる。つまりこの便利な検索サイトがあれば、何かほしいものを購入する際に、あちこちの店を覗いて価格を確かめる手間がいらなくなるというわけだ。

現在、カカコムで収録している製品の価格情報は9万点を超え、利用者は月に500万人以上に達するという。しかもアクセス数が1か月で約2億2000万ページビューを数えるというから、一人当たりの利用頻度がいかに高いかが想像できる。最近のインターネットの視聴率調査（ネットレイティングス調べ）でも、カカコムは、Yahooショッピング、楽天市場、アマゾンに次いで4番目に入っている。

では、この会社はいったい何によって収益を上げているのだろうか。その事業の柱は大きく4つあるらしい。まず1つ目は、「集客サポート業務」だ。利用者の多いカカコムのサイトからユーザーを店に誘導し、集客を支援しようというもので、リンクの多さによって月額1万円、5万円、10万円の3段階の料金を設けているという。

2つ目は「販売サポート業務」で、カカコムのサイトを経由して客がパソコンを購入したり、ADSLに加入した場合の販売代理手数料を徴収する。3番目は「情報提供業務」。自動車保険の見積サービスや中古車の査定サービスなど提供することで、その手数料を頂戴するというわけだ。そして4番目が「広告業務」で、バナー広告などによる収入である。創業のころの収入はこのバナー広告だけであったらしいが、今では販売サポート業

務の売上が一番多く、全体の4割近くを占めるまでになっているという。

「我々は最初からお金がたくさんあったわけではないし、大きなブランド力があつたわけでもありません。担保がなかったから借入れもできませんでした。それでも資金繰りに困ることもなくここまでやってこれたのは、運が良かったんだと思いますし、何よりも多くのユーザーの皆さんに支えられてきたからです。今話題のライブドアさんはシステム開発の会社だし、楽天さんはショッピングモールですから、販売店さんの代理人ですね。それに対して我々は消費者の代理人なんです。だからサービスの中心である価格を比較して、店ごとに安い順に並べてしまふ。まあ、お店からすると、あまり好ましくないかもしれませんが（笑）」

カカコム社長兼CEOの穂田蒼輝（あきたよしてる）は、そう語りながらこのビジネスへの自信を覗かせる。なにしろ広告費は使わない。在庫は持たない。従業員もそれほどいらぬ。業界関係者が「カカコムの仕事はおいしい」と羨望を込めて言うのも頷けるほど、低コストで利益率の高いビジネスモデルを作ってきた。

しかも当初は、「勝手にうちの価格を載せるな」「順番なんかつけてもらっては困る」と文句を言ってきた店側が、「価格ドットコム」の利用者が口コミで広がり、結

果的に各店の売上が上がってくると、クレームから許容へ、そして今では集客のための手段として積極的に参加するようになってきた。消費者は必ずしも一番安ければ買うというのではなく、自宅の近くであるとか、店への信頼感などによって購買先を決める。このため、かりに低価格ランキングでは下位にある店でも、結構集客に結びついているというのだ。

## 創業者が趣味で始めた事業を 近代的な経営で躍進させる

カカコムは東京ドームの近くにある。小石川後樂園の庭園に面した絶好の場所だ。その緑豊かな景観が目の前に広がる社長室に、1枚の絵が何気なく置かれていた。創業者・榎野光昭の肖像画だ。榎野は穂田よりも年少の31歳。その若さで経営から一切身を引き、悠々自適に暮らしているらしい。穂田が初代社長の絵を置いているのは、「創業の志を忘れないため」だという。

実は、この会社は榎野の趣味から始まった。1997年のことである。パソコン周辺機器メーカーの営業マンだった榎野は、東京の秋葉原にしょっちゅう出かけては取扱商品の価格を調べていた。そんな彼の目に、同じように何件も店を回ってはパソコンの価格を調べている客の姿が映った。この人たちに価格の比較が一

目でわかるサイトを立ち上げたら、さぞかし喜ばれるだろう。こうして植野は勤めた会社を辞め、自宅で創業。この年の12月にカカクコムの前身となる有限会社コアプライスを設立したのである。

初めはネット通販しているパソコン店を探し、週に1度の割合で価格情報を公開していたが、翌年には早くも店側が価格情報を自分で登録・更新できる「価格登録システム」を開発し、導入。その使用料として月額5万円を受け取るようになった。これが今の集客サポート業務の原点だ。やがて家電製品の価格情報なども公開するようになり、口コミで利用者が急増。このユニークな会社に注目し、出資を申し込んできたのが、ベンチャーキャピタルを経営していた穂田であった。

一番強かったですね。というのは、インターネットが本格的に普及する前の'95年に、すでにアメリカでカカクコムのような会社があったんです。それを知っていたものだから、自分でビジネスを立ち上げるなら、こういう会社を手がけてみたいと思っていたんです。まだ過程の段階ですが、カカクコムが大きなビジネスになるという確信はありました」

穂田が経営に参画するようになってから、それまで植野の個人商店的な色彩が強かったこの会社も、にわか近代的な経営を取り入れるようになっていく。それとともにサービスも充実し、利用者の数もうなぎ登りに増え、上場が早くも視野に入ってきた。カカクコムはここでまた新たなステップを踏み、2002年6月にデジタルガレージと資本業務提携を締結。株式の約40%の出資を仰いだ。こうして、このインターネット事業の草分け的な存在であるデジタルガレージの傘下に入ることで、経営体質を強化し、東証マザーズへの上場を実現させたのである。

その後もカカクコムは、「外国為替保証金取引サービス」や「携帯電話料金プラン比較サービス」などの新メニューを続々と投入。最近でも宿泊システム開発のエス・ワイ・エスから「yo ya Qドットコム」の営業権を譲受し、ホテル予約サイト事業に進出した。これを利用して、

国内の高級ホテル100軒以上が、当日に限り、安い値段で予約することができるといふ。

### カカクコムを中心に いろんなことに挑戦したい

IT企業の経営者は総じて若いですが、カカクコム社長の穂田誉輝も35歳という若さだ。穂田は1969年4月に、「日本一の植木のまち」と言われる千葉県八日市場市で生まれている。兄弟は弟と妹の3人。両親は「口も出さないが、金も出さない」という放任主義だったというが、少年のころは勉強もスポーツも万能で、高校は国際交流などに特色のある地元の高学校・千葉県立匝瑳（そうさ）高校に進み、青山学院大学経済学部を卒業している。

少年のころの夢は、「野球選手になることだった」と言うだけあって、今でも穂田の趣味は、野球、サッカー、ゴルフ、ラクロス（先端にネットがついたスティックでボールを運び、相手ゴールにシュートして得点を競う球技）など、スポーツ全般だ。このため週末ともなると、そのかけ持ちで大変らしい。そんな穂田に挫折の経験を訊くと、「学生時代には運動でずっと挫折してきた」と意外な答えが返ってきた。

「子供のころから野球が好きで、中学の

ときは野球部に入っていたんですが、どうせ運動をやるなら勝ちたいし、日本一になりたい。そういう願望がたえず心の中にあっただんですね。それで全国大会に出場できるようなスポーツをやろうと、高校では陸上部で棒高跳びを始めたんですが、関東大会にも行けなかった。それで大学ではあまり人がやらないラクロスを始めたんです。ラクロスは男子と女子では大きくルールが違い、男子はタックルもあるし、ヘルメットをかぶって、ゴールをつけて、完全武装でやるんですが、それでもケガ人が出る。ちょうど4年生最後の試合の時も、主力選手が2人ほど骨折で出場できず、関東選手権で敗退してしまっただけです。これはやっぱり虚しいし、僕にとっては大きな挫折でした。もし、あのとき優勝でもしていたら、僕はずっとサラリーマンとして頑張っていたかもしれない」

大学時代にベンチャーキャピタルに興味を持ち、自分で事業を立ち上げたいとまで考えていた穂田は、'93年に大学を卒業すると、国内最大のベンチャーキャピタルである日本合同ファイナンス（現・ジャフコ）に入社。ベンチャー企業への投資・育成や市場調査などの業務に就いた。さらに'96年には、「事業会社を事実上上場させる成功体験をしてみたかった」と、自動車流通のジャックに転職。新設のダイレクトマーケティング部の責任者

を任せられ、ここでインターネット流通の仕組みを構築。3年後には、この会社を店頭上場させてしまうのである。

投資経験があり、上場体験を持ち、インターネットビジネスにも詳しい。そんな人物を周囲が放っておくわけがない。「君がベンチャーキャピタルをやるなら、お金を集めてあげるから、これはと思う会社に投資してみてもどうか」という話を持ち込まれてきたのだ。穂田の決断も早かった。こうして穂田は99年にアイシーピーというベンチャーキャピタルを設立し、社長に就任した。ときに30歳。カカコムに出資する1年前のことであった。「今の目標は、利用者を1億人に増やすことです。つまり、日本のすべての消費者に使ってもらうことです。何かを買おうと思ったときに、その情報源としてカカコムを見ていただきたい。そのためにはまだまだ商品や商材が少ないと思っています。それから携帯電話からも簡単に使えるようにしたい。携帯電話での情報サービスはかなり前から始めているんですが、文字データが中心で使いにくい。それでこれを見やすく、使いやすくすることを検討しています。街中で買い物をするとき、ちょっと携帯電話でカカコムの価格表を調べてから買う。そんな時代も遠いことではないと思っています」

穂田に理想とする経営者を訊くと、ウォーレン・バフェットの名が挙がった。

デイズニーやコカ・コーラなどの大株主である米国の投資会社、パークシャー・ハサウェイ社のオーナーで、インターネットの帝王ビル・ゲイツと資産ナンバーワンの座を競い合っている大富豪だ。もしかすると穂田の夢は、このような世界的な投資家になることなのかもしれない。穂田もそれを否定せず、「カカコムを中心にいろんなことに挑戦していきたい」と、日焼けした顔から白い歯を覗かせていた。

【©Takao Associates Co. Ltd. All Rights Reserved】