

# 第6回 キャリアセミナー レポート

作成者 市川 諒

## 講演内容

今回のキャリアイベントでは IDOM innovation(以下、IDOMi)の CEO である宇田川様を講演者としてお迎えいたしました。宇田川様と IDOMi の経歴について詳細に紹介いただき、その上で直面した課題への対処方や、どのような点を重視して考えを進めたのかについて講演いただいた。宇田川様の思考の変遷は参加者にとって非常に刺激的であり、多くの洞察を得ることができた。最後に行われた座談会形式の Q&A セッションではビジネス運営に関する様々な質問が飛び交い、活発な議論が展開された。今回の講演は以下の3点に焦点を当てた。

- ① 宇田川氏のキャリア: IDOM のオーストラリア事業を立ち上げ、複数の困難を乗り越えた経験について
- ② 経営哲学: 日本とオーストラリアのマネジメント方法の違いとリーダーとして取り組むべきことについて
- ③ 革新的取引: Auto Flip の立ち上げとその挑戦、成功に至るまでのプロセスについて。

## 要約・感想

IDOMi は日本最大手の中古車企業であるガリバーを運営する日系企業、IDOM のオーストラリア子会社であり、そのオーストラリアとグローバル展開を担っているのが今回の講演者である宇田川様である。宇田川様は新卒で IDOM に入社され、大学時代に自宅近所のガリバーのコールセンターで働いていた経験が入社のかっけだ。25 年前のガリバーは創業 5 年目ぐらいの今で言うスタートアップで社内の活気も成長も著しかったと当時を振り返った。

IDOM のオーストラリア進出はパースのディーラーを買収するところから始まった。宇田川様は現在に至るまで多くの困難を乗り越えてこられた。その要因としては、言語の壁やビジネスの風習の違いが挙げられる。しかし重要なのは自社の強みを最大限に活用すること、IDOM が日本で積み上げてきた中古車の経験はオーストラリアでの事業拡大の基盤となっている。

一方で、日本でのノウハウが必ず当てはまるとは限らないとも強調した。例えば、多くの海外市場では新車と中古車の取引比率が「1:2」であるのに対し、日本では新車がより多く取引されている。しかし、自社のノウハウが直接役に立たないというのは一見困難に見えるが、その中から新たなビジネスチャンスが生まれる可能性もある。オーストラリアと日本の市場の違いに着目した宇田川様は「Auto Flip」という革新的なビジネスモデルを開発された。このシステムはお客様がオークションを通じてディーラー(買い手)に最高値で売却する仕組みだ。

日本では中古車の 75%がオークションを通じて適正な価格で取引されるのに対して、オーストラリアではわずか 10%のみがオークションで取引されている。残りの 90%はフェイスブックマーケットなどの非公式なチャンネルを通じて個人間で行われており、多くの消費者が適正価格が不明な状態で取引を行うという問題が生じていた。宇田川様はビジネスにおいて最も重要なことは顧客の抱える具体的な問題(ペイン)を理解し、それを解消することだと強調された。Auto Flip はオーストラリアでの中古車取引の透明性を高め、適正価格での取引を可能にすることでこのペインを解消した。プロジェクトの初期段階では 20 のディーラーの情報を集め、その後全豪にネットワークを拡大している。この急成長に

対し、宇田川様は「求められている(ペインを解決する)商品は必ず受け入れられる。そのためにもしっかりとした仕組みが必要だ」と述べられた。

サービス開始直後は取引量が少なかった。その理由は利用者がディーラーに向けてアップロードする写真がバラバラであり、適正価格を導き出すことが困難だったからだ。この問題を解決するため、ナンバープレートを入力することで過去の情報を一元管理し、撮影アングルを統一するなどの技術が導入された。これにより、顧客の利便性が向上し、AIを含むテクノロジーとオペレーションの両面から利用者が煩わしさを感じないようにサポートされた。「同じ食材(車)で同じ料理を作ろうとしても味(結果)が変わる、質を均質化するレシピ(テクノロジー、ノウハウ)が必要だ」と比喻を交えながら丁寧に説明してくださった。

さらに宇田川様はビジネスにおいて顧客のペインと自身のアイデアが重なる場所で事業を展開することが重要だと付け加えられた。そのため、地域を問わず、東南アジアやヨーロッパでも成功が期待できるだろうとおっしゃった。その一方で、オーストラリアの中古車市場に見られる特有のペインが全ての国で当てはまるわけではないと指摘された。この点を鑑みて、宇田川様は各国での事業展開に際してフランチャイズモデルを採用された。これにより、現地の市場を深く理解するパートナーが IDOMi の専門知識を活用し、それぞれの国のペインを解決できるようになるだろう。

宇田川様は最後にビジネスの成功には人との繋がりが不可欠であり、共感を得られる「パートナー」を作ることが最も重要な投資だと語られた。宇田川様が使用された「パートナー」という言葉にはオーストラリアの気軽に会える“mate”や戦友といった様々な意味が込められているように感じた。ニュージーランドでのフランチャイズ展開の際もそうした「パートナー」との交流もあり、非常にスムーズに進んだという。私もオーストラリアで多くの「パートナー」を作りたいものだ。

座談会でも熱い議論がくり広げられた。ここではその一つを紹介する。

Auto Flip は日本で通用するのか？

Auto Flip の日本国内での展開は難しい。その主な理由は、オークション会場が多数あり事業者が仕入れに困っていない、そして顧客向けの透明性はガリバーによって市場が整備され、中古車取引が透明化されている現状が挙げられる。このため、日本ではオーストラリアのような顕著なペインが存在しない。誰の何を解決するのかと言う点において、各市場での商品やビジネスの優位性をしっかり押さえて柔軟に対応する必要があることを改めて認識させられる。加えて、消費者同士の車の取引は車という高額商品の特性上、安全性や信頼性に対する不安が大きいため、実現が難しいようだ。

最後に今回のイベントへの参加を快諾、準備してくださった、宇田川様に厚く御礼申し上げます。中古車業界の現状やゼロから事業を立ち上げた経験に基づく貴重なお話は学生にとって非常に興味深く、啓発的なものでした。私自身、どんな困難にも挑み続ける宇田川様の姿に感銘を受けました。

今回のイベントはメルボルン日本商工会議所のご支援のもと実現をすることができました。お忙しい中、我々のイベント運営にご協力いただき、誠にありがとうございます。今後もより良いイベントを企画し、学生と企業の架け橋となるよう尽力して参ります。

グローバルキャリアパスメルボルン

市川 諒