

アイアンドシー・クルーズ 価格ドットコムと 連携で月2500件 の見積り

PV施工・販社500社が登録

価格.com

ポータル内容を充実させている。そして、ユーザーが実際に見積りをしてみたいとなった場合には別サイトへと遷移する。この一括見積サイトこそアイアンドシー・クルーズが運営している『グリーンエネルギーナビ』である。

実受注、月700件超え

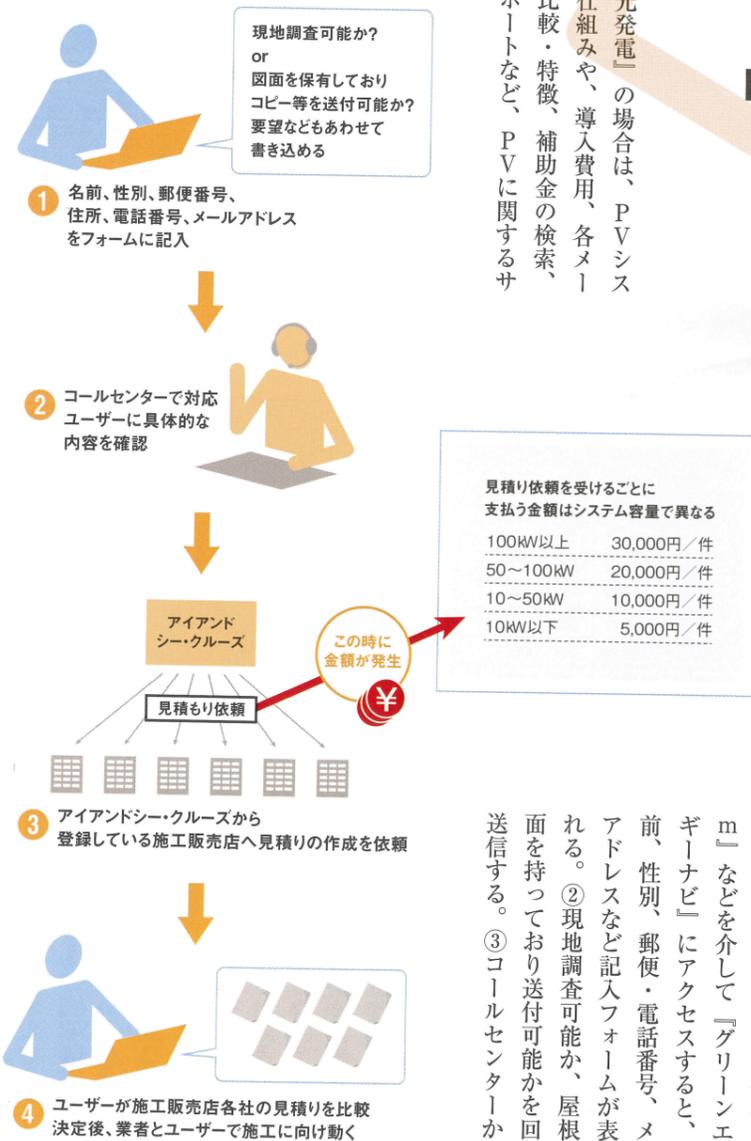
アイアンドシー・クルーズ(上村一行社長)は、エネルギー関連を中心とするエージェンツ事業、インターネット事業を目的に08年6月に創

業した。10年2月には、太陽光発電導入支援サイト『グリーンエネルギーナビ』を立ち上げる。11年7月に『価格.com』と太陽光発電事業による連携を開始し、現在の連携メディアサイト数は100以上となっているが、同サイトを通じた受注が約半数を占める。見積り依頼は月間2500件にも上る。事業構成は、このインターネット事業と、商社事業の2本を柱とし、人材サービス紹介事業も手掛ける。

PV受注から施工までの流れを見ても。ユーザーは、『価格.com』などを介して『グリーンエネルギーナビ』にアクセスすると、①名前、性別、郵便番号、メールアドレスなど記入フォームが表示される。②現地調査可能か、屋根の図面を持っており送付可能かを回答し送信する。③コールセンターから直

「太陽光発電」の場合は、PVシステムの仕組みや、導入費用、各メーカーの比較・特徴、補助金の検索、設置レポートなど、PVに関するサ

アイアンドシー・クルーズの 一括見積りスキーム概要



そのネーミングの通り、価格比較サイトという点で高い認知度を誇るカカクコム(田中実社長)の運営する『価格.com』。同サイトからも購入希望者がPV一括見積りを行うことが可能である。

サイトトップページには、主力製品であるパソコン、家電から、カメラ、ゲーム、本や食品まで30種がズラリと並び、その一つのカテゴリとして現在『太陽光発電』が登録されている。

パソコンやテレビなどはクリックする毎に、目的の商品に辿り着くようメーカーや仕様に細かくカテゴリが細分化されていくが、一方で

接続する。④全国約500社の提携するPV施工・販売店に連絡が入り、正式な見積りが提出され、成約後施工となる。こういった過程を経て、実際の成約は3割程度に落ち着くが、月間2500件の見積りということからすれば、月700件を超えるシステム販売を達成していることとなる。

販売店との契約形態は、見積り依頼を販売店が一件受けるにつき、5000円~30000円を同社に支払う仕組みだ。金額は10kW以下~1

00kW以上まで容量ごと4種で設定されている。見積り依頼を受けるかどうかの設定も販売店側で任意で行うことができ、施工できる屋根の種類、月ごとの見積り件数の最大数、受注する地域も市区町村単位で設定が可能である。

インターネット一括見積りサイトの強みとして、同社の創業にも参画した佐藤真治取締役は、「エンドユーザーとの距離感が近いこと」を挙げる。「比較見積りを行ったユーザーに対して、PV導入動機や、モジ



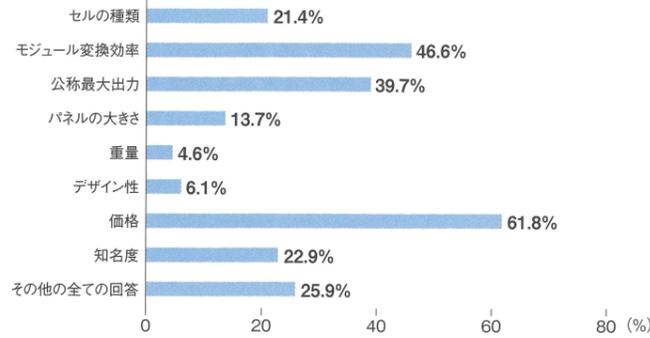
佐藤真治取締役

「同じプラットフォーム型見積りサイトは複数存在するが、消費者からの入り口が豊富にある事が当社の強み」とする同社。半期に一回優秀販売店の表彰を行うほか、前述の勉強会、メーカー、商社を招いたPVサミットを開催するなどPV業界を通じた活動にも意欲的だ。

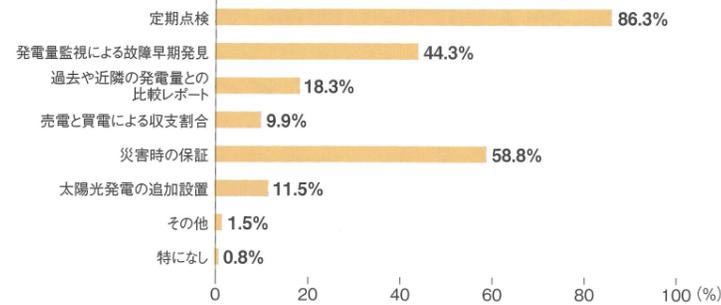
「PVの商流を見ていて感じるのが、価格帯の差。昔より多様化している。インターネット経由だから安いという訳ではない。サイト開設当初から、PVシステム価格の透明化、加えて安全施工に注力してきた。コミ機能もあるため、ひどい場合は登録店の削除もある。PVの安全施工を心掛けている。PVの安全施工店と協力していきたい」と「海外のサイトでも展開を予定しており、ローカルに合わせたサイト作りを目指す」とグローバル展開をも構想している。

インターネットを通じてユーザーに数々のアンケートを実施。今回アンケートの一部結果を本誌に提供してもらった

【購入パネルを選んだ理由】



【購入後に販売施工会社に求めるサービス】



ユーロ選定の理由など、一括でフィードバックを得られやすい」とする。例えば、「PV設置検討するにあたり何をキッカケとしたのか?」や、「購入検討時に比較対象としたメーカー」と「実際に購入したメーカー」を照らし合わせる、「購入権当分の不安点」など、実に様々なアンケートを実施しており、これらデータから、登録販売向けに勉強会を行うことで、現状のユーザーの傾向を掴んでもらうなど役立っている。

佐藤取締役は「最近のユーザーの傾向としては、住宅用で東芝、パナソニックを選択する人が増えている。やはり発電量が高いものが好まれる。特に東芝は発電量だけでなく、供給体制やプロモーション活動でも好印象であるユーザーが多いようだ」と分析する。こういった動向把握もネットによる数の力が大きい。

「PVの商流を見ていて感じるのが、価格帯の差。昔より多様化している。インターネット経由だから安いという訳ではない。サイト開設当初から、PVシステム価格の透明化、加えて安全施工に注力してきた。コミ機能もあるため、ひどい場合は登録店の削除もある。PVの安全施工を心掛けている。PVの安全施工店と協力していきたい」と「海外のサイトでも展開を予定しており、ローカルに合わせたサイト作りを目指す」とグローバル展開をも構想している。