



慶應義塾大学ビジネス・スクール

Tr@Box (トラボックス株式会社)

—— IT 輸送を次代に導くオンライン物流ネットワーク ——

5

2001年1月下旬、東京文京区の根津にあるとあるビルの一室、インターネット上で無料の求車求貨情報を提供しているトラボックスの副社長である田代正は、来月に行う決済サービスの説明会を控え、今後のサイトの運営について共同経営者の藤倉泰徳(代表取締役社長)とともに頭を悩ませていた。

10

トラボックスの提供するサービスは、空き車両を探しているユーザーと荷物を探している運送業者の間で、求車・求荷情報をインターネットを使って仲介する無料サービスである。このサービスは、NTT ドコモのiモードにも対応しているため、iモード対応の携帯電話からも情報の受発信が可能であった。例えば、配達先地域で輸送を終えたトラックの運転手が、帰路の求車情報を携帯電話で検索することもできる。現在、会員登録や情報利用は無料だが、2001年4月からは月1000円の会費制に移行する予定であった。1999年11月よりサービスを開始し、2000年3月に株式会社として法人化、2001年1月現在、その会員数は1400社を超えていた。尚、ここに至るまで会員数は平均して月100社ペースで増え続けていた。

15

20

しかしながら、多数の中小業者から構成されるトラック業者(全国5万社、従業員約100万人)の市場を狙い、大手の資本を持つ会社を含め求車求荷サービスを提供するサービスが続々と立ち上がってきていた。競争が激化するなか、田代はこのサービスを有料化することに一抹の不安を覚えていた。それは、「自分だったら会費を徴収されたらこのサービスを本当に利用するだろうか?」という単純な疑問からわき起こるものであった。そこで、田代は共同経営者の藤倉に相談し今後のトラボックスの収益源として他の策はあるのかどうかを検討していた。現在のところ主な収益源はホームページ上のバナー広告による収入のみで利益はほとんどでていなかった。

25

30

本ケースは、慶應義塾大学大学院経営管理研究科國領二郎教授の指導のもと、修士課程2年の小林一雄によって作成された。本ケースの記述は経営管理の巧拙を示すものではなく、分析ならびにクラス討議の資料として作成されたものである。