



**さかい・まこと**  
1954年佐賀県出身。77年九州大学経済学部卒業後、日産自動車入社。購買部門で主として車体プレス部品の調達や原価低減業務に従事。88年米国イリノイ大学に社命留学し、MBA(経営管理学修士)取得。91年独立系のベンチャーキャピタル・日本アジア投資入社。コンサルティング部長、審査部長、投資先企業部長などを歴任。99年日本デルファイ・オートモーティブ・システムズ入社。2001年1月マークラインズを創業し、社長に就任。

# ビッグデータ活用で自動車業界の生産性を向上 世界30カ国以上、2000社超が採用するプラットフォームを運営 「ネットを使って完成車メーカーとベンチャー企業 や部品メーカーをつなげる触媒役になりたい」

「地道に積み重ねてきた情報だから誰も真似せず、使い勝手の良いサイトになっている」と話すのは2014年12月にジャスタックに上場したマークラインズ社長の酒井誠氏だ。例えば、完成車メーカーの調達部門の担当者が海外で部品を探すとき、同社の「情報プラットフォーム」を使えば、条件に合った企業を探し出すことができる。日産出身の酒井氏が考える新たな時代の触媒役とは？

## 自動車産業のプラットフォームで蓄積型データを提供

——マークラインズは自動車産業ポータル事業を運営し、完成車メーカーや部品メーカーなどの「買い手」と設備・機械・材料メーカー、運輸・商社などの「売り手」を情報で結びつける役割を担っていますね。  
**酒井** そうです。当社は自動車産業に特化したポータルサイトを運営している会社です。最初はデータベースの構築から始めましたが、現在は世界の

自動車市場全般も調べることができ、顧客を開拓するためのメールを送ったり、バナー広告の掲載も可能です。

製品情報の掲載もできる当社のサイト「LINES」は、自動車産業内の売り手企業とB to Bのマーケット(潜在顧客)を線でつなぐというサイトで、これが当社の社名の由来です。それから企業個別の課題をコンサルティング、人材紹介、市場予測販売等で解決する「エキスパート」というサービスも展開しています。

つまり当社は、ワンストップで自動車産業の皆さんに多彩なサービスを提供できるインフラ産業を目指しているのです。

——会社の強みとは、どういった点になるのですか。  
**酒井** データには「ストックデータ」と「フローデータ」がありますが、当社のデータはストック型になります。「ある部品メーカーが米国工場を作る」というニュースはフロー型で、この情報はこれで完結します。

しかし、これを丹念に蓄積す

れば、当社のサイトでできるよう、約1000種類の部品分類から体系立てて、世界の部品メーカーを検索することができます。これがストック型です。

——データの種類の違うと。  
**酒井** ええ。データをきちんとコード付けし、それを整理しています。その整理の仕方も、自動車メーカーや部品メーカーが実務で使えるように専門的な視点で整理しています。ですから、使い勝手が良いということになります。

このデータの整理は非常に労

働集約的で手間がかかりませんが、これが強みとなって同業がないのです。

——これが鍵ですね。  
**酒井** はい。私がこのサイトを立ち上げてから3〜4年くらいは自宅にパソコンを持って帰って、部品メーカーのホームページを見ながら、これはフライトと判断して一つひとつコールド付けをしていきました。

自動車メーカーには系列の部品メーカーの情報や既に取引がある部品メーカーの整理された詳細な情報があります。ところが、有望であっても取引実績がない会社の情報は資料としてバイヤーの机の中に使われていくのです。

——どうしてこのような状況になってしまったのでしょうか。

**酒井** 例えば、自動車メーカーの購買部門で、潜在的な部品調達先も含め、世界のサプライヤーのデータベースを立ち上げたとしたら、担当者はよくやったと評価されます。

しかし、その担当者が異動し、新たに担当になった人はメンテナンスをしなければなりません。新しく立ち上げた人に比べれば地味な仕事です。この地味なメンテナンスは評価されにくいという側面があります。その結果、情報の更新が続かないのです。

## 自動車メーカーの開発、購買部門などで8万人が活用

——痒いところに手が届くサービスとも言えますね。

**酒井** そうです。そのためにお客様から様々な要望を受けて実現させています。例えば、自動車メーカーが世界で生産拠点を展開する際、まず品質面で安心な日系の部品メーカーから調達したいという

マークラインズ社長  
**酒井 誠**  
Sakai Makoto

ニーズがあります。これには日系企業だけを探索する機能を加えて、さらに検索結果をグローバルマップ上に表すことができますので物流ルートの検討といったニーズにも対応できます。

また、自動車の生産や販売動向も、例えばプリウスが世界のどの国で何台売れたかという情報は月単位で素早く検索できるなど、様々な角度から分析ができますが、これらもお客様からの要望にお応えしたものです。

これらは全て蓄積型のデータになりますから、一朝一夕ではできません。

—— こういったサービスがなかったわけですね。

**酒井** ええ。部分的に当社よりも高度な情報を提供する会社はあります。欧米では5年先や10年先を予測するシミュレー

実験室で性能測定した例やEV開発のための基礎データを市中走行時に計測した例などがあり、当社内外の調査員が自ら実施しました。

当社は主力サービスのサイトを情報プラットフォームと呼んでいます。これは情報が集まっていることだけを指しているわけではありません。クルマのプラットフォーム（車台）と同じ考えです。

つまり、クルマはエンジンやシャシーなど、コアの部分は共通のプラットフォームを使って別々の車種を作ります。そうすることによってコストが安くなり、開発期間も短くなり、品質も安定するのです。これと同じコンセプトです。

自動車産業に関わる会社は世界に無数と言えるほどあります。ですから、各社が共通に必要な情報は、それぞれが個別に収集せずに、当社のポータルサイトを使ってください。そうすれば、コストも安くなり、情報収集にかかる時間も短くな



マークラインズが運営するサイトのトップ画面と情報プラットフォーム

シオンモデルを持っている会社もあるのです。これは段階としては当社よりも先を行っていきます。

しかしながら、ポータルサイトという形で生産や販売の実績からモデルチェンジ、技術やサプライヤーの情報までカバーするポータルサイトを運営している会社は当社だけです。

情報の品質も安定しますよと。ですから情報のプラットフォームと言っているのです。ただ、全ての情報があるわけではない。その部分はコンサルのお手伝いをしますよと。

**日産の調達部門からベンチャーキャピタルを経て独立**

—— そうすると、自動車メーカーとベンチャー企業の橋渡し役を担うこともあり得ますか。

**酒井** そうなりたいと思っています。私は触媒になりたいと思っています。それも既存企業同士ではなく、今後、自動車では自動運転やAI（人工知能）の活用が主流となり、これまで自動車と関わりがなかったIT企業が、技術革新の一翼を担うわけです。

当社が触媒になって、例えば、アメリカのベンチャー企業が日本に売り込みたいときに、当社がコンサルティングを請け負ったり、メールの仕組みを

お蔭様で2000社を超える企業に当社サービスを採用いただいています。

また、当社の場合、ポータルサイトを使って新規顧客を開拓することもできます。それが先ほど申し上げたLINESです。これは買い手側に技術や製品の売り込みができる仕組みですが、そのためには、まず良質な買い手に集まらなければなりません。

現在、法人契約をいただいた自動車メーカーの開発や購買、部品メーカーの方々が約8万人登録され、プロモーション広告の仕組みができる素地が整ったので始めたのですが、これも自動車産業で初めてです。

—— マークラインズのサイトを介して大手の自動車メーカーと中小の部品メーカーを引き合わせることにようになりますか。

**酒井** はい。自動車の業界の場合は、完成車メーカーはいろいろな生産財を買います。だいたい3割ぐらいは内製し、残り

使って自動車メーカーへのプロモーションの提案をしていきたいと思っています。

—— そもそも酒井さんは日産自動車に入社してから独立したわけですが、あえて起業という道を選んだ理由を聞かせてください。

**酒井** 私は日産では調達部門で車体部品の調達を担当していました。そんな中、1985年のプラザ合意で急速な円高が進み、現地生産の構築に迫られました。日産でも海外留学をして現地の勉強をして来なさいということになり、アメリカのイリノイ大学に行きました。

ここでの経験が大きかったです。というのも、ファイナンスの世界でベンチャーキャピタルという存在を知ったからです。ある会社に出資をし、人も出し、口も出し、そして会社としての価値を上げる。これは私が取引先の会社に行っていることと一脈通じると感じました。

—— それで日本アジア投資に転職したのですか。

の約7割に当たる材料や部品機械などは外部から調達しています。さらに、メーカーと取引のある1次部品メーカーも電子パーツなどを外部から買っています。

大きな括りで言うと、自動車や部品メーカーなどの大手企業が物を買う立場にあります。一方、中小の加工メーカーをはじめ、材料、機械、計測器、商社、物流といった会社が売る立場にあるわけです。

当社はまずデータベースを作って、買い手の利用者を増やし、創業16年目にして本格的に売り手の支援もできるようになりました。最近ではコンサルティングの領域にまで入りま

**走行実験などのコンサルティングの領域にも進出**

—— 興味深い事例は？

**酒井** 走行実験の受託にも取り組んでいます。自動車メーカーの依頼で、日本未発売のEV（電気自動車）を協力企業の

私のイメージしていたベンチャーキャピタルとは違っていました。ここで経営者と接することで経営とはどのようなかを学びました。

**酒井** はい。独立系のベンチャーキャピタルとしてアジア展開を目指すということで、業容を拡大していました。

会社に営業、技術、管理があるとすると、営業が弱ければ技術が強くても売れない。技術と営業が良くて管理が杜撰であれば行き詰まる。経営にはバランスが必要だと学んだのです。

その過程で逆にいつか自分で会社を作りたいという気持ちになりました。そのときに知人から2輪車のポータルサイトを運営する会社を任せられ、社長を務めました。しかし、自分でゼロから作った会社ではありません。

そこで4輪車のポータルサイトを作ろうと。それが現在の当社につながっていきます。何度も苦しいときがありました。このビジネスだったら絶対成功する、という確信はありません。