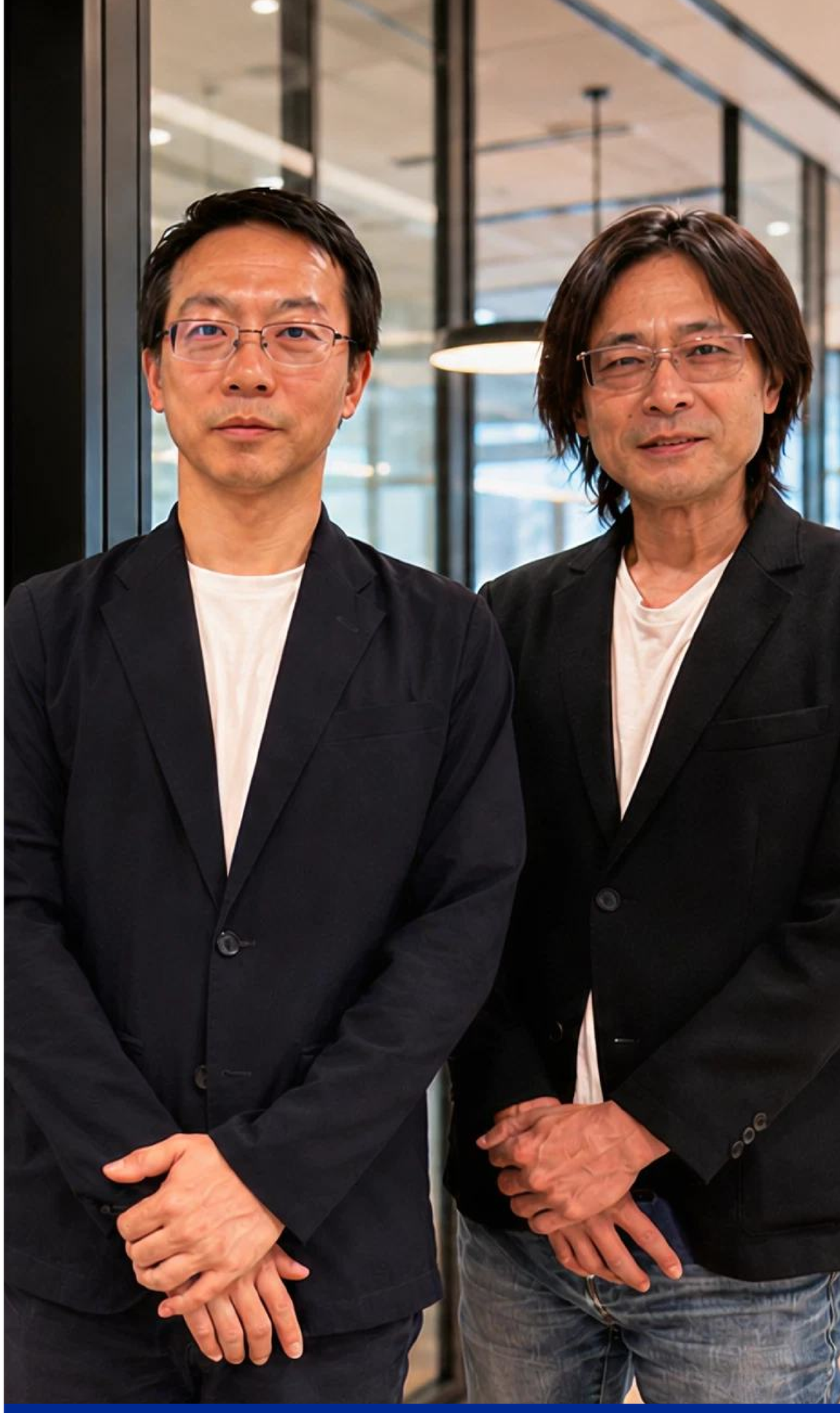
Nikkyo SINCE 1995 • PayPal Open

PayPalが日巨の成長の壁を取り払う

日本の日巨は、中古車をアフリカやカリブ海地域を中心とした海外の販売店やディーラーに輸出することで事業を築いてきました。丁寧な仕入れと検査を通じて、一件一件の取引で顧客からの信頼を積み重ねてきたのです。

オンラインで直接車両を購入する買い手が増えるにつれ、課題は「顧客を惹きつけること」から「国境を越えても簡単・安全・信頼できると感じられる購入体験を作ること」へと変化していきました。

アフリカ地域営業部門のチーフマネージャーである生澤健太郎氏と、IT部門ディレクターの黄 博氏にとって、これは単なる顧客体験の課題ではありませんでした。摩擦を減らし、効率を高め、競争が激化する市場の中で日巨の存在感を際立たせる好機だったのです。



“PayPalのようなグローバルな決済ソリューションは、私たちにとって不可欠な存在となりました。これまで決済が不可能だった市場でも事業を展開できるようになったのです”

黄 博
IT部門 ディレクター 日巨株式会社

課題と機会

日巨が消費者向け直接取引事業を拡大するにつれ、決済は顧客体験における重要な要素となっていきました。

コンゴ、マラウイ、ジンバブエなどの市場では、外国為替規制や送金限度額、銀行規制により、国際購入が困難になることがしばしばありました。中には、近隣諸国にいる友人や家族、知人を頼って代わりに取引を完了してもらう顧客もいました。

こうした障壁は、日巨にとっても新たな課題を生み出しました。

「アフリカの多くの市場では、そもそも国際決済を処理することができませんでした」と生澤氏は語ります。「構造的、規制的な障壁があったのです」

従来型の銀行送金で決済が届く場合でも、着金までに数日、時には数週間かかることがありました。仲介手数料や為替変動により資金不足が生じることも多く、チームにとって追加の確認作業や遅延、照合作業の負担につながっていました。

こうした課題は、日巨の事業が発展するにつれ、さらに顕著になっていきました。ディーラーとの取引は通常、既存の取引先からの高額な支払いを伴います。一方、個人客の多くは分割払いを利用しており、購入プロセス全体を通じて、遅延や不一致、不確実性が生じる機会がより多くありました。

取引量が増加するにつれ、こうした決済の課題は顧客と会社双方にとっての摩擦となり、主要市場での成長を鈍らせる懸念を生んでいました。

解決策

多くの企業が 似たような車両を扱うこの市場において、日巨は価格ではなく「体験」と「信頼」で勝負する好機を見出しました。

生澤氏はこう説明します。「この業界では、誰もが似たような車両を販売しています。差別化は製品からは生まれません。体験から生まれるのです」

PayPalは、この戦略を実現する後押しとなりました。PayPal決済の導入により、日巨は国境を越えて購入する顧客にとって、よりシンプルで便利、そして信頼できる決済体験を作り上げることができました。

日巨から直接購入するということは、取引における信頼の重要性がより一層高まることも意味していました。顧客は、注文した車両が確実に届くこと、そして支払った代金が適切に保護されることを求めていたのです。

PayPalの世界的なブランド認知度、安全な決済体験、そして顧客サポートは、こうした信頼感を裏付けるものとなり、購入プロセスの中でも特に重要な部分から不確実性を取り除く役割を果たしました。

「顧客が選択肢を比較する際、私たちは使いやすさと信頼性で選ばれたいと考えています」と生澤氏は語ります。

多くの輸出業者が似たような在庫を扱うこの市場において、この姿勢は重要な競争優位性となっています。氏はこう続けます。「そうでなければ、単なる価格競争に陥ってしまいます」

裏側では、PayPalは即時決済確認、決済状況の可視化、自動取引追跡といった機能も提供し、より効率的な決済ワークフローを支えました。入金に関する確実性が高まったことで、日巨は購入から処理、出荷までをより迅速に進められるようになりました。

インパクト

その違いが最も顕著に表れたのは、決済に大きな課題を抱えていた市場でした。以前は購入プロセスを複雑にする障壁に直面していた顧客も、今ではよりシンプルで信頼できる決済手段を利用できるようになり、日巨側も業務上の摩擦を大幅に減らしながら顧客に対応できるようになりました。

決済状況の可視化が迅速になったことで、事業運営のあり方も変わりました。日巨は、遅延や予約の喪失、決済の不確実性による取引の中断といったリスクを抑えながら、より素早く商機を捉えられるようになっています。

その効果はスピードだけにとどまりません。決済状況の自動可視化と照合作業の簡素化により、チームは特に消費者向け直接販売事業の拡大に伴って増加する取引量を、より効率的に管理できるようになりました。3DS認証の導入後、翌年には不正取引によるチャージバックが約90%減少し*、取引セキュリティの強化と業務リスクの低減につながりました。

その効果は日々の取引にも表れています。最近のある事例では、日巨が顧客のニーズに合致する車両を見つけ、その場で販売を確定させました。顧客がPayPalを通じてすぐに決済を完了できたことで、チームは即座に次のステップへ進むことができ、遅延を回避すると同時に、買い手が確定していない在庫を仕入れてしまうリスクを減らすことができました。

最終的に、PayPalは日巨が「購入体験は製品そのものと同じくらい重要である」というシンプルながら力強い考えを実現する助けとなりました。

黄氏はこう結論づけます。「PayPalのようなグローバルな決済ソリューションは、私たちにとって不可欠な存在となりました。これまで決済が不可能だった市場でも事業を展開できるようになったのです」

成果指標

- 3DS認証の導入後、不正取引によるチャージバックが90%減少*
- 決済状況の可視化が、従来の3~5営業日から即時確認へと改善*
- アフリカ市場におけるPayPal取引量は、2025年までに2021年比480%の水準に到達*

PayPal Open

*2026年6月、日巨株式会社へのケーススタディ・インタビューより。
これらの結果は典型的なものではなく、事業によって大きく異なる場合があります。本コンテンツは情報提供のみを目的としています。事業に関する意思決定を行う前に、独立した専門家によるビジネス、税務、財務、法律に関する助言を得るようにしてください。