

サイト売買市場に関する調査結果 2008

～ インターネットの世界にもついにM&A が到来 ～

【調査要綱】

矢野経済研究所は次の要綱にて国内サイト売買市場について調査を実施した。

1. 調査期間：2008年5月～12月
2. 調査対象：サイト売買サービス提供事業者及び仲介事業者等
3. 調査方法：当社専門研究員による直接面接、及び電話によるヒアリング併用

＜サイト売買市場とは＞

本調査では、ウェブサイト単体の売買取引をさし、事業譲渡や企業 M&A の際の人的資源や大規模な事業内容を含めたウェブサイト事業が移行される取引は含まない。なお、「サイト売買」という概念設定について、サイト運営母体同士による企業 M&A の場合など、同概念の適切性に対しいまだに異論を挟む声もある。

【調査結果サマリー】

◆ 国内サイト売買市場は 2010 年度予測で 1,500 件、85 億円規模に

国内サイト売買市場規模（成約案件ベース）は、2007 年度 270 件であったが、2010 年度には 1,500 件と予測する。同様に、売買金額ベースでの市場規模は 2007 年度で 13 億円、2010 年度では 85 億円と予測する。今後は、参入企業による普及啓蒙活動や業界団体設立によるルールづくりや、人材育成などが実を結び、市場は順調に拡大していくものと予測する。

◆ 取引規模に応じて二極化するビジネス仲介パターン

ビジネス仲介パターンとしては、主に 2 つのパターンが形成されつつある。一つは従来の事業譲渡のように、売り手と買い手の売買取引について最初から最後まで手厚く仲介業者が支援するパターンと、もう一つは売り手と買い手をマッチングさせるための「場」をサイト上に提供して、条件などが合えば双方を引き合わせ、細かな契約関係などは双方に任せるパターンがある。特に、現在は後者によるサイト単体に限定した売買が裾野を押し広げており、今後の拡大が期待される。

◆ 市場における課題は山積するも、期待は非常に高い

追い風ばかりにみえるサイト売買市場にも様々な課題が存在する。仲介における成果報酬の適正化やサイトの売買のための査定基準の標準化、業界全体の信頼向上、買い手や売り手の意識改革（普及啓蒙活動）など、まだ時間と労力を要する課題が存在するが、市場への期待感は非常に高い。

◆ 資料体裁

資料名：「2008 年版 サイト売買市場白書」
発刊日：2008 年 12 月 29 日
体裁：A4 判 179 頁
定 価：168,000 円（本体価格 160,000 円 消費税等 8,000 円）

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝
設 立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社 HP から承っております <http://www.yano.co.jp/>)

㈱矢野経済研究所 営業本部 広報グループ TEL:03-5371-6912 E-mail:press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報グループ迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】**1. サイト売買取引の市場創出とその背景**

サイト売買取引は、現在多方面から注目を集めている新しいビジネスモデルである。サイト売買という言葉が認識され始めたのはここ数年であるが、同取引は、企業がウェブサイトを運営することが一般的になった時代から、事業譲渡や企業 M&A の一環として事実上行われていた。

その一方で、従来、サイトは事業売却後、譲受企業の経営方針に基づいて改変、または破棄されることが多く、また、サイト単体の価値を査定し、売却額の算定を行うケースは稀であった。昨今のサイト売買取引では、従来とは異なり、どんなに小規模なサイトでも、買い手は、売り手の提示する売却価格や、仲介業者が独自に査定した売買価格で容易にサイトのみを購入することができる。

2. 注目すべき動向～取引規模に応じて二極化するビジネス仲介パターン

サイト売買取引については、主に 2 つの仲介パターンが形成されつつある。一つは従来の事業譲渡のように、売り手と買い手の売買取引について最初から最後まで手厚く仲介業者が支援するパターンと、もう一つは売り手と買い手をマッチングさせるための「場」をサイト上に提供して、条件などが合えば双方を引き合わせ、細かな契約関係などは双方に任せるパターンである。

前者については、買い手が求めているサイトの探索からそのサイトの詳細な査定、本業との相乗効果算定など、買い手企業が運営に至るまでの細かな相談やコンサルティング的なことを手厚く行うのが特徴である。さらに、成約後も問題なく運営できているかなどのアフターフォローを行う業者もある。

後者については、従来 M&A とは無縁であった中小企業や個人に到るまで、売り手、買い手の双方から幅広く参加させる取引となっており、売買案件としては、トラブルを避けるために必要最低限のオペレーションは含みつつも、文字通り、サイト売買に徹底した取引形態である。

昨今はこうしたサイト単体に限定した売買が裾野を押し広げており、今後の拡大が期待されている。

3. 将来展望と市場課題

現下のサイト売買取引市場においては、買い手側の利益が損なわれているという現状もある。買い手はウェブサイト全般に対する知見を備えていないと、売買契約成立後に適正な運営やそれによる利益を得ることが難しい。こうした懸念を払拭し、サイト売買市場の信用を構築するためには、買い手側の購入サイト運営における成功例が必要であると考えられる。

また、サイト売買市場では、サイトの適性な査定が行われていないという現実もある。参入企業各社が様々な評価基準を持ってサイトを査定しているため、同じサイトが仲介業者ごとに異なる売買価格で提示されている例もある。これは仲介サービス利用者（潜在的な買い手）を混乱させ、その結果、サイト取引を控えさせ、売買市場から離れさせてしまうという懸念がある。

サイト売買取引は売買に関わる法務や財務関連業務への対価、ならびにそうした業務を行う人材育成など、構造的にコストのかかるビジネスでもある。売買契約のマッチングやアフターフォローなどに手間を掛ければ掛けるほど、極端に薄利なビジネスとなっていく点も問題である。

こうした課題を受けて、サイト売買市場における適正な取引を行うために、独立した第三者機関の必要性が高まり、業界を代表する仲介事業者を中心に、業界ルール策定を目的とした協会が設立された。今後は同協会による問題解決に向けた対応が期待される。

表 1. サイト売買取引(ビジネス)市場規模推移

(単位：件、百万円)

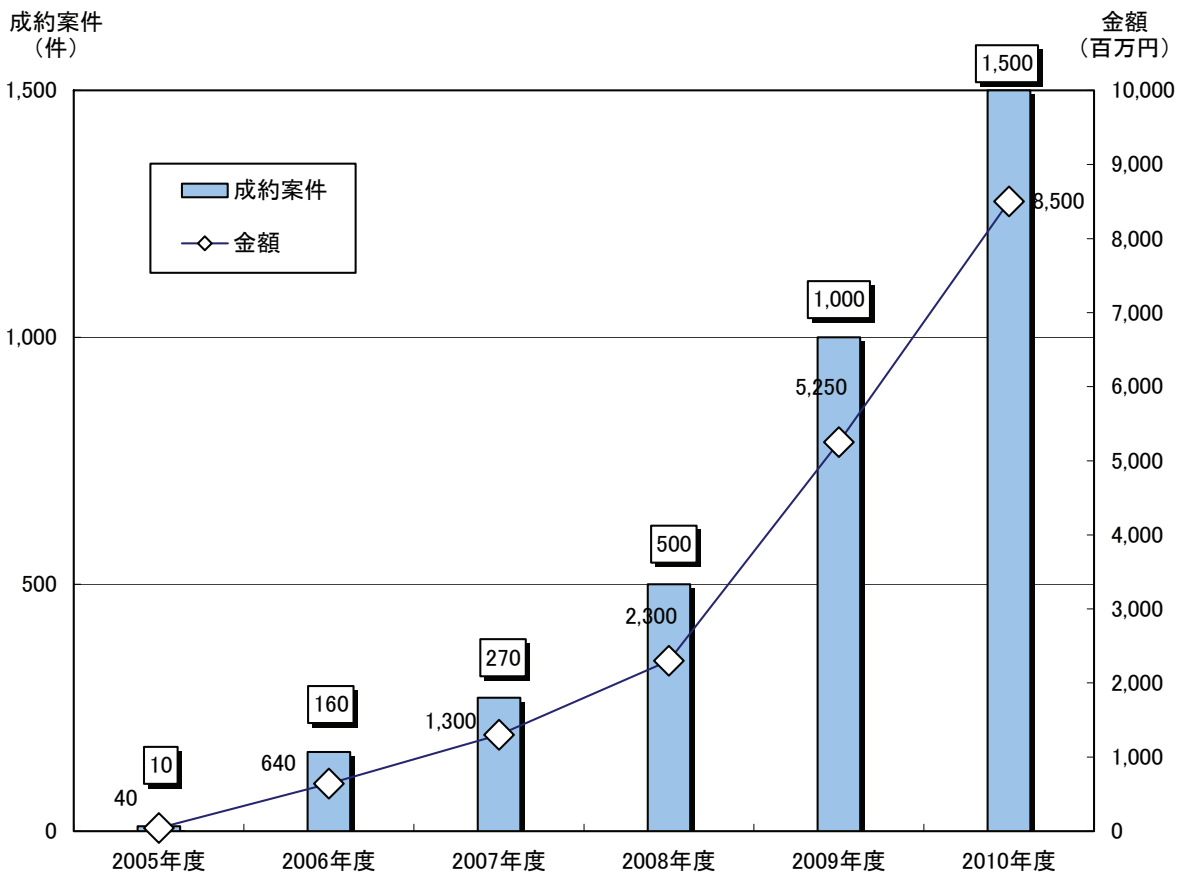
	2005年度		2006年度		2007年度		2008年度		2009年度		2010年度	
	前年度比		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比	
成約案件	—	10	1600.0%	160	168.8%	270	185.2%	500	200.0%	1,000	150.0%	1,500
金額	—	40	1600.0%	640	203.1%	1,300	176.9%	2,300	228.3%	5,250	161.9%	8,500

矢野経済研究所推計

注 1: 上段は成約案件ベース、下段は売買金額ベース

注 2: 2008～2010 年度は予測値

図 1. サイト売買取引(ビジネス)市場規模推移



矢野経済研究所推計

注 3: 左軸は成約案件ベース、右軸は売買金額ベース

注 4: 2008～2010 年度は予測値