

bench mark

本当の使い勝手を総力調査

ECベンチマーク

第3回 オークション

執筆：椿 浩和

アドバイザー：上野学 + ソノメディア(286ページ~287ページ)

illustration: Asakura Megumi



@nifty コレセリ!

Auction.excite

BIDDERS

eBay ジャパン

Lycos オークション

Yahoo! オークション

楽天フリマオークション

自分の気になる品物を、お得な価格で購入したり販売したりできるのがオークションの魅力だ。通常のフリーマーケットと異なり、「セリ」に参加してほかの人と競争するというゲーム性もあり、人気は高くなっている。現在では入札状況をリアルタイムに表示する仕組みや掲示板と電子メールを活かしたオークションサイトも複数登場し、それぞれ個性的なサービスで多くのユーザーを集めようとしている。

今回のECベンチマークでは、多数あるオークションサイトの中から、個人でも入札と出品ができる7サイトを厳選。実際に品物のセリに参加したり、商品を出品したりすることによってわかった「本当の使い勝手」を検証する。

本記事は2000年11月上旬に調査したものです。サービス内容は随時変更されるので、ウェブサイトで最新情報を確認してください。

商品数と
扱いやすさが
カギになる

身近になった オークション サイト



Preview

情報量 / 操作性 / 安全性 気になる3つのポイント

入札、出品リスト

入札したもの
トレーディングカード
(遊戯王 ブラックマジシャン×5)
(モーニング娘。 中澤裕子×2)
出品したもの
書籍(文庫)
(真保裕一『ホワイต์アウト』)

今回、各サイトで入札と出品を行ったアイテム。流行のトレカは、筆者の個人的な趣味が出ているかも(苦笑)。出品は前回の検証で購入した12冊の文庫本を利用した。文庫本は新品なのに買い叩かれてしまい、ちょっと残念。

インターネット人口の広がり、安全性の考慮などによって、オークションサイトは利用しやすくなってきている。

評価するうえで重視したいポイントは3つ。まず「商品数の多さと検索性」。登録数の多さは、欲しいものが見つかる可能性が高いと同時に、出品したものが多数ユーザーの目に触れる機会にもつながる。

次に、「操作性の高さ」に注目した。オークションでは、商品を手にするためには

セリに勝つ必要がある。セリへの参加もオークションの魅力だが、入札が面倒と感じる人もいるはず。この面倒を減らしてくれる仕組みを用意しているか、そしてその使い勝手はどうかを検証した。

最後に、個人間取引では欠かせない「安全性に対する考慮」だ。とかく個人間取引は「危ない」という印象を与えがちだ。サイトが取引の安全性を高める仕組みを用意しているかもチェックしよう。

評価基準と採点方法(計100点)

評価ポイント(大項目)	配点	評価ポイント(小項目)	評価基準の詳細とポイント数
会員制度の有無と特典	10	会員制度の有無と料金	無料で特典あり: 4点、有料で特典あり: 3点、無料で特典なし: 2点、有料で特典なし: 1点、会員制度なし: 0点
		入会手続きの煩雑さ	相対評価で3・2・1点を配分。会員制度がない場合は0点
		会員特典の有無	メールニュース: 1点、入札・出品の手続きが簡略化できる: 1点、その他の特典: 1点をそれぞれ加算
商品ジャンルの多さと検索性	25	取り扱い商品のジャンル	ジャンル数を明記したうえで、相対評価の3・2・1点を加算。ジャンル分けがない場合は0点
		取り扱い商品の数量	公表されていればその数値を、未公開なら特定ジャンルの商品の数量をチェック。3・2・1点の相対評価
		検索機能の充実度	ジャンル検索 / 商品名検索 / キーワード検索 / その他の検索方法のそれぞれについて、機能があれば1点ずつ加算。最大で4点
		検索機能の使いやすさ	探している商品の情報にたどりつくまでのステップ数をチェック。少ない順に3・2・1点の相対評価
		サイトのおすすめ商品の有無	ユーザー別におすすめを表示: 3点、ジャンル別のおすすめを表示: 2点、一般的なおすすめ: 1点、表示なし: 0点
		商品情報の詳しさ	写真画像入り: 1点、出品者コメント: 1点、入札希望者の質問受け付け: 1点、その他: 最大2点でそれぞれ加算
		出品者と入札希望者のコミュニケーション機能の有無	掲示板: 2点、メールでの返信: 1点、その他: 1点でそれぞれ加算
入札手続きの豊富さ	15	入札方法の種類	入札の方法が何種類あるかをチェック。1つの方法について1点を加算。最大3点
		自動入札機能の有無と使い勝手	あれば2点、なければ0点。さらに、使い勝手がよければ1点を加算。最大3点
		入札状況の表示	ある時点での入札状況を、どこまで参照できるかをチェック。入札数: 1点、現在の最高入札額: 1点、入札者情報: 1点、その他(出品者のコメントなど): 最大2点として加算。最大5点
		落札通知の有無	落札の通知がメールなどサイト上以外の方法で届けられるか。届く場合は2点を加算。届かない場合は0点
		落札までの速さを入札者が決められるか	決められる: 2点、決められない: 0点として評価
出品に関して	20	出品のしやすさ	出品用フォームを用意: 1点、画像アップロードの仕組みを用意: 1点、説明文にHTMLが使える: 1点、その他の特記事項: 最大2点
		出品までのステップ数	ある商品を出品するまでのステップ数をチェック。少ない順に4・3・2・1点で相対評価
		落札通知の有無	落札の通知がメールなどサイト上以外の方法で届けられるか。届く場合: 2点を加算。届かない場合は0点
		出品時に設定できる項目の多さ	最低販売価格: 1点、落札後の受け渡し方法: 1点、ジャンル登録: 1点、その他: 最大2点
		落札までの速さを出品者が決められるか	決められる: 2点、決められない: 0点として評価
		落札者を出品者が任意に選べるか	選べる: 2点、選べない: 0点として評価
安全面での考慮	10	サイトとして安全面に考慮した対策の有無	出品者情報の表示、入札者からの評価システム、どの時点まで匿名で取引するかなどの項目をチェック。最大5点
		決済代行システムの有無	システムを用意していれば2点、なければ0点
		トラブルが起きたときの救済策	救済策の有無とその内容によって3・2・1・0点で相対評価
ユーザビリティ	20	ウェブデザイン評価	別途286~287ページを参照。100点満点の採点で、ここでは1/5ポイントを加算。小数点以下は四捨五入

Review

評価基準に基づいて 各サイトの実力を検証

1 会員制度の有無と特典

今回検証したオークションサイトのすべてで、利用する前の会員登録が必須となっている。ほとんどのサイトは無料で登録でき、有料なのは「@nifty コレセリ!」だけだ。

会員登録をすると受けられるメリットは

2 取り扱いジャンルと登録出品総数

オークションサイトの魅力は、多彩な商品から欲しいアイテムを探せることだ。登録出品数が多ければ多いほど、欲しいアイテムを発見できる可能性は高くなる。もちろん探しやすさも重要だ。今回検証したすべてのサイトで、登録されたアイテムをジャンルごとに分類している。分類が細かいほど、また系統立っているほど欲しいものを見つけやすい。

[ジャンルと出品総数の評価]

@nifty コレセリ!	★
Auction.excite	★★
BIDDERS	★★★
eBay ジャパン (国外も含めると)	★★★★ ★★★★★
Lycos オークション	★★★
Yahoo! オークション	★★★★★
楽天フリマオークション	★★

登録件数とジャンル数の多さを相対評価した。ジャンル数が多くても登録されている品目が少なければ評価は低くなる * 詳細は288ページを参照

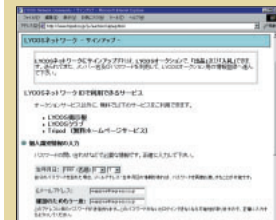
サイトごとに異なるが、すべてのサイトで入札と出品の手続きが簡単になる。また、eBay ジャパンなど多くのサイトではユーザー専用ページを設け、気になる品目を「お気に入り」に登録したり、入札および出品状況を一括でモニターしたりできるようになっている。さらに、Yahoo! オークションなどでは同サイトが提供するほかのサービスも利用できる。

登録出品総数とジャンル数でトップに立つのはYahoo! オークションだ。細かい数値は日によって変動するが、11月上旬の検証時点では180万点以上のアイテムが100以上のジャンルに分類して出品されている。

なお、国外からの登録件数も含めると、eBay ジャパンが400万件以上とダントツになる。ただし、日本語または日本円で取引できるアイテム数となると2000件程度で、Yahoo! オークションより少なくなってしまう。

検索の種類

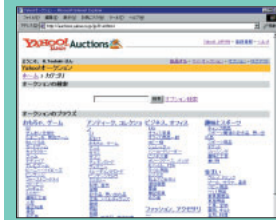
一般的な検索	
ジャンル名検索	
商品名検索	
キーワード検索	
価格帯検索	
特殊な検索	
出品者検索	特定の出品者を追跡
ロットID検索	出品時のIDで検索
スタンプ検索	製品の特徴を表すスタンプで検索
グレード検索	新品 / 中古など
	など



Lycos
オークション:
★★★★
Lycosの場合「MYオークション」のほかにTripodなども利用できる



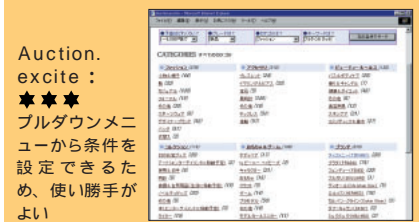
eBay
ジャパン:
★★★★
専用の個人ページを設け、情報の一元管理を可能にした「My eBay」



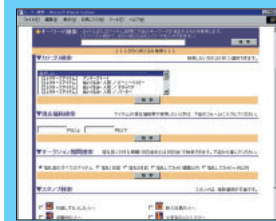
Yahoo!
オークション:
★★★★
登録数とジャンル数の多さでほかを引き離す

3 検索機能の充実度

登録数が多くても、探しにくければ意味がない。アイテムを絞り込む検索機能の充実度は欠かせないところだ。すべてのサイトでジャンル検索とキーワード検索ができるが、これ以外の検索方法を用意しているサイトも多い。Auction.exciteなど、検索性を上げたサイトも。検証したサイトの中ではBIDDERSとLycos オークションの検索性の高さが光っている。



Auction.
excite :
★★★★
プルダウンメニューから条件を設定できるため、使い勝手がよい



BIDDERS :
★★★★★
独自の「スタンプ検索」など、BIDDERSの検索性は非常に高い

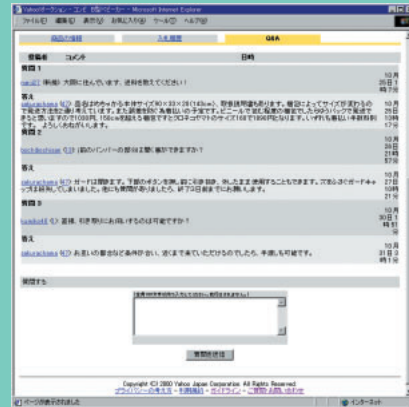
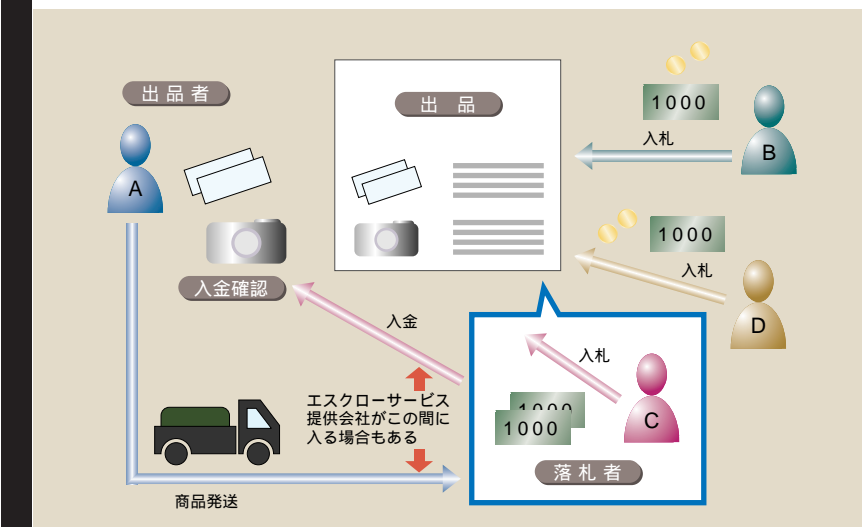
4 商品情報の詳しさ

ネットオークションでは、実物を手にとって見ることは不可能だ。取引はサイト上にアップされた画像やテキスト情報をもとに行う。情報量が多いほど、そのアイテムの特徴をつかみやすい。今回検証したすべてのサイトで、写真画像や出品者コメント、出品者情報、入札履歴、配送手段と

5 入札手続きの種類

オークションサイトでは、出品されたアイテムに対してユーザーが自分の希望する購入価格を指定する「入札」を行う。ほかの人の動向を見ながら少しずつ価格を競り上げるゲーム性の高さも、オークションの魅力だ。しかし、1日に何度も入札状況をチェックし、価格を入力するのは大変だ。入札の苦勞を解消してくれるのが「自動入札機能」。今回検証したすべてのサイトにこの機能がある。

オークションの取引の流れ



Yahoo! オークション：★★★★
入札者からの質問と出品者からの回答が掲示板で表示される



BIDDERS：★★★★
一目でアイテムの特徴がわかりやすい「スタンプ」を採用

支払方法などの必須項目はすべてフォローしている。入札するときに目安となる最低落札価格を表示しているところも多い。このほか、出品者への質問とその回答を掲示

板形式で表示するYahoo! オークションや、「スタンプ」で商品の特徴をつかみやすくしているBIDDERSなどもある。各オークションサイトの特徴が顕著に出る部分だ。

表示可能な商品情報

* 詳細は288ページを参照

	写真画像	出品者情報	最低落札価格	希望入札価格	入札履歴	出品者への質問	その他
@nifty コレセリ!			1				なし
Auction.excite			x				出品者区分(個人/法人)
BIDDERS			x	x		2	スタンプの表示
eBay ジャパン			1	x			無料保険対象の有無
Lycos オークション			x	x		2	スタンプの表示
Yahoo! オークション				x		3	なし
楽天フリマオークション					4		入札対象地域

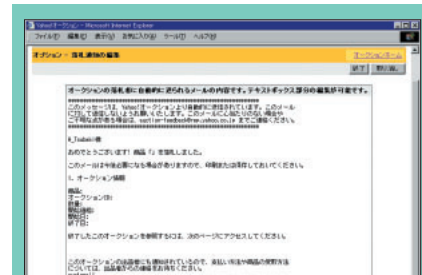
- 1 設定されていることはわかるが、金額自体は非表示
- 2 匿名で出品者に質問メールが送信できる

- 3 質問とその回答が掲示板形式で表示される
- 4 入札者のコメントも表示する

6 入札状況と落札の通知

オークションに競り勝つと、当該のアイテムを落札できる。落札したときのチェッ

クミスを防ぎ、その後の商品の受け渡しやお金のやり取りといった取引をスムーズに進行させるためにあるのが「落札通知」メールだ。オークションが終了すると、出品者と落札者の双方(Auction.exciteは出品者のみ)に取引内容や相手のメールアドレスなどが記載されたメールが送られる。Yahoo! オークションのように、出品者が落札通知メールの内容をカスタマイズできるサイトもある。

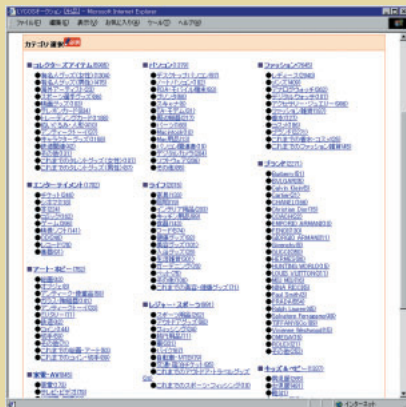


Yahoo! オークション：★★★★★
出品者と落札者に通知メールが届く。落札者宛てのメールはカスタマイズが可能

7 出品時の設定項目

オークションの魅力は、購入（落札）だけにあるのではない。手持ちのアイテムをある程度の価格で購入してもらえ「出品」の楽しさもある。今回検証したオークションサイトのすべてが、個人での出品を受け付けている。不要になった自分の手持ちアイテムを少しでも高く売ることを楽しみたい。

出品する際に設定できる項目は、サイトごとに微妙に異なる。ジャンル登録や期



Lycos オークション：★★★★
選択できるジャンルは多彩。さらに「スタンプ」なども設定できる



@nifty コレセリ！：★★★★
設定できる項目数は多すぎると記入が面倒。コレセリ！くらいがちょうどいいかも

間などの基本的な事項を押さえたシンプルなシステムの代表が@nifty コレセリ！だ。このほか、Lycos オークションのように「スタンプ」を設定できるところ、アイテム説明文にHTMLタグを使えるサイトなどがある。自分に合ったところを選びたい。

出品時に設定が必要な要素

オークション期間	商品の基本スペック	商品名 / 価格 / 色 / 寸法など	入札価格関連	スタート価格 / 最低アップ金額など	支払いや配送方法の明記
----------	-----------	---------------------	--------	--------------------	-------------

8 出品のしやすさ

出品のしやすさは2つの要素に分類できる。まず「利用料金」。多くのオークションサイトでは、出品または落札するときに利用料を払う仕組みになっている。とことんお得に使うつもりなら、Yahoo! オークションやAuction.exciteのように「完全無料」をうたうところを利用しよう。もう

9 安全性の考慮

今回検証したオークションは、個人（一部法人も可）が出品し、個人が購入

おもな安全対策の種類

- 1) 評価システムの用意（今回検証した全サイトにある）
取引終了時に、互いに相手をポイントで評価。次の取引にポイントが公開され、「信頼できる相手かどうか」がわかる仕組み
- 2) 補償制度（eBay ジャパン、楽天フリマオークションなど）
「振り込んだのに、品物が届かない」などの場合に、取引で生じた損害を補償するシステム。調査を依頼し、不正が認められれば一定金額が返還される
- 3) 入札制限制度（複数サイト）
出品者側が、取引相手を選べる機能。登録した人以外への入札を受け付けない「クロズド」や、特定の相手の入札を拒否する「おことわりリスト」などがある

[出品時の設定項目]

	写真画像	商品コメント 1	オークション期間	最低落札価格	希望落札価格	有料オプション 2	その他
@nifty コレセリ！	(1枚まで)					×	自動再出品機能 / オークション種別の設定
Auction.excite	(3枚まで)					×	特になし
BIDDERS	3				×		オークション種別の設定 / スタンプの設定
eBay ジャパン	4				×		オークション種別の設定
Lycos オークション	3				×		オークション種別の設定 / スタンプの設定
Yahoo! オークション	(3枚まで)					×	自動再出品機能
楽天フリマオークション	5				×		オークション種別の設定

* 詳細は288ページを参照

1つの要素が「出品までのステップ数」だ。こちらは、今回の検証では「横一線」という印象。どれも使いやすい。

するという「個人間取引」の仕組みを提供している。各サイトとも取引を安全かつ円滑に進めるためのガイドの充実に努めてはいるが、トラブルが完全にないわけではない。万が一のトラブルに備え、サイト側がどの程度まで安全性に考慮した仕組みを用意しているかも、大切なチェックポイントになる。

- 1 説明文中HTMLタグの利用が可能なものは 表記
- 2 おすすめへの登録機能など
- 3 特定 URL へのリンクは無料。添付の場合は有料（現在は無料期間中）
- 4 2枚まで無料。それ以降は有料になる（6枚までOK）
- 5 他 URL へのリンクのみ

どのサイトも用意しているのが「評価システム」だ。取引が終わるごとに出品者と落札者が相互に相手进行评估し、次からの取引時に公開される。eBay ジャパンや楽天フリマオークションのように、限定付きながら補償制度をもつところも。

決済代行システム(エスクローサービス)

オークションでのトラブルは、最終的な決済の時点に発生することがほとんどだ。「品物を送っても、お金が振り込まれない」「送られてきた品物が壊れていた」……。こうした決済時のトラブルを防ぐために登場したのが「エスクローサービス」だ。簡単に言うと、出品者と落札者の間に第三者としてサービス提供会社が入り、決済の手続きを代行してくれるというもの。取引金額の2%程度の手数料を支払うことになるが、安心して取引できることのメリットは大きい。

エスクローサービスを提供するオークションサイトは、急速に増加している。今回検証した中でも半数以上がこのサービスを提供している。今後さらに増えるだろう。

対応サイト	
・ BIDDERS	・ eBay ジャパン
・ Lycos オークション	・ Yahoo! オークション

ページ
デザインから
見る

ユーザーにやさしい ウェブサイト評価

アドバイザー：上野学 + ソシオメディア
情報エクスペリエンスデザイナー。「情報アーキテクチャー」や「ユーザビリティ」のコンセプトをベースに、ウェブサイトの評価・調査から、企画・戦略立案、各種デザイン、システム開発などを実践している。

Jump www.sociomedia.com

評価の指標

オークションサイトでは、売り手、買い手、システムとのやり取りにおける円滑さが使い勝手を決定するため、空間概念から見た情報構造の検証よりも、アプリケーションのユーザビリティテストに近いスタンスで評価を実施した。また、ユーザー同士の行動によってコンテンツが形成されていくため、サイトの作り手が情報の質や構造を管理しつづけないことがサイト特性として興味深い。

評価基準

サイトデザイン(48点満点)	主要機能デザイン(24点満点)	ユーザビリティ(28点満点)
情報体系・組織化:16点	検索機能:5点	アクセシビリティ:10点
インターフェイス:12点	ナビゲーション(メニュー):5点	学習しやすさ:4点
インタラクション:13点	出品時の機能:4点	効率性:2点
	入札時の機能:5点	記憶しやすさ:2点
	落札後の機能:1点	エラー:2点
	ヘルプ・解説:2点	主観的満足度:4点
ビジュアルデザイン:7点	会員登録:2点	信頼度・安心度:4点

点数は合計(サイトデザイン小計+主要機能デザイン小計+ユーザビリティ小計)

@nifty コレセリ!

72点 (39+16+17)



必要な機能がコンパクトにまとめられており、ビジュアルのデザインもすっきりしていることから好印象を受ける。その反面、商品カテゴリーの分類が中途半端で、「チャリティオークション」など@nifty側がプロモーションとして押し出したいものと、そのほかの一般カテゴリーとのバランスがとれていないのが残念。検索オプションとして出品者の居住エリアを選べるのは親切だ。しかし検索結果のリスト表示では各商品のプロパティが少なく、リストを並べ替えるためのリンクもわかりにくい。出品や入札への誘導は大きなボタンでわかりやすいが、出品者の評価がないなど、情報不足の感もある。シンプルなグローバルメニューに配置された各種のヘルプメニューは、どのページからも利用できて便利。

Auction.excite

73点 (36+15+22)



ブランド品やトラベルなどを前面に出して、ターゲットを絞った作りとなっているうえ、一般カテゴリーも充実していて直観的に目的の商品を探ることができる。タブの形をしたグローバルメニューは利用頻度に応じた項目となっているものの、視覚的にはサイトの構造を表しているように見えるため混乱する可能性がある。リスト表示では各ステータスがアイコンで表示されてわかりやすいが、商品名で並べ替えができないのは不便ではないか。また、入札金額についての基準もわかりにくい。テキスト中心でデザインされているため表示スピードは速いが、やや簡素で特徴に欠ける面があり、楽しさや商品の豊富さをアピールするといった演出があればなおよい。

BIDDERS

68点 (31+18+19)



豊富な機能や独自のポイント制で特色を出しており、随所に必要な機能や情報を呼び出すためのリンクが配置され、カラフルで親しみやすいデザインになっている。しかし、メニュー項目の配置やラベリングに一貫性がなく、レイアウトも複雑で、詰め込みすぎの感じが否めない。各商品ごとに詳細ページを設けてあり、興味を持ったユーザーがより詳しい情報を見つけられる仕組みなのは便利。また、スタンプ(出品者から買ってほしい人に向けての呼びかけ)による検索ができるのも楽しい。利用登録の手続きが少し面倒だが、出品者の管理に信頼が向け、安心して利用できる。また上級ユーザー向けの自動入札機能はクリック1つで利用できて非常によい。

eBay ジャパン

78点 (39+19+20)



わかりやすく整理された主要メニューがグローバルナビゲーションとしてヘッダー部分に表示され、各フェーズにおいてそのメニューがサイトの構造を表しながら適切な機能を提供している。このことが、インターフェイス上の認知的な安定性を実現している。買い方、売り方などの詳細も用意されているが、文字だけの説明のため若干わかりにくいのが残念。各フェーズのデザインは統一感のあるアイコンによって親しみやすさと機能表現を可能にしているが、そのほかのインターフェイス要素やレイアウトが状況によって大きく変化してしまうため、利用フローと現在のアクションとの関係が見えにくい。またカテゴリーの分類がやや雑であり、写真のある商品とない商品を区別している点も若干疑問。

Lycos オークション

75点 (34+18+23)



トップページでは、限定品、カテゴリ別、注目商品とバランスよく商品を見ることができ、興味の対象によってすぐに目的の商品を見つけられる。また各種の機能も充実しているが、ヘッダー部分のグローバルメニューと左側のメニューとの整合性に欠けるところが見受けられる。同様に、各フェーズによってメニュー項目が恣意的に変えられている印象を受け、混乱することが予想される。検索機能はスタンプ検索などもできて充実しているが、商品名による並べ替えができないのが残念。各商品には詳細情報のページが用意されており、自動入札機能の利用も簡単。各商品画面からは取引に関する詳細情報を見ることができるので安心して入札できる。ヘルプの内容も充実しており、各項目の詳細な解説を読むことができる。

必要な機能を必要ときに提供するというウェブユーザビリティがよく研究されており、テキスト中心のデザインでありながらも利用する楽しさが演出できている。カテゴリ分類も適切で、豊富な情報がわかりやすくまとまっている。出品時に必要な手続きや入札時の注意事項などすべてに詳細な説明があるが、若干ルールが複雑なため戸惑うかもしれない。入札状況など、簡易表示から希望するユーザーには詳細な表示に切り替えられる仕組みとなっていて便利。圧倒的な出品数で利用価値が高い反面、サイトのポリシーやシステムのレスポンスに不安定さが見受けられるのは改善の余地ありか。カレンダーやウォッチリストに追加など、Yahoo!のほかのサービスとの連携も強力で、使い勝手の向上につながっている。

Yahoo! オークション

83点 (39+22+22)



必要な機能を必要ときに提供するというウェブユーザビリティがよく研究されており、テキスト中心のデザインでありながらも利用する楽しさが演出できている。カテゴリ分類も適切で、豊富な情報がわかりやすくまとまっている。出品時に必要な手続きや入札時の注意事項などすべてに詳細な説明があるが、若干ルールが複雑なため戸惑うかもしれない。入札状況など、簡易表示から希望するユーザーには詳細な表示に切り替えられる仕組みとなっていて便利。圧倒的な出品数で利用価値が高い反面、サイトのポリシーやシステムのレスポンスに不安定さが見受けられるのは改善の余地ありか。カレンダーやウォッチリストに追加など、Yahoo!のほかのサービスとの連携も強力で、使い勝手の向上につながっている。

オークションサイトを利用する 読者体験レポート

ピックアップした7つのオークションサイトを読者が実際に使ってみた。それぞれジャンルにこだわらず、好きなもの、欲しいものを気ままに選んで入札。直感的なサイトの印象から品ぞろえ、落札までの流れで気付いたことを率直に挙げてもらった。

読者募集

「ECベンチマーク」では、実際のサービスを使い、その感想をレポートしてくれる人を募集します。何の商品を扱うかは、そのつど異なりますが、購入した商品はそのまご利用いただけます。もちろん費用はすべて、編集部が負担します。商品の到着後には顔写真を撮って（デジカメ可）メールでレポートを送るだけ。ご応募をお待ちしております。

【応募方法】
住所、氏名、年齢、メールアドレスを記入のうえ、下記のメールアドレス宛てにメールをお送りください。モニターをお願いする方には編集部より追ってご連絡いたします。
【e-mail】
im-ecbench@impress.co.jp

東京都練馬区在住 磯崎さん



- テストをしたサービス
- ・ eBay ジャパン
 - ・ Lycos オークション
 - ・ Yahoo! オークション
 - ・ 楽天フリマオークション

全体的に会員登録はしやすかったです。それに操作性もよく、すぐに使えました。ただ、いろいろなオークションサイトを使って、サイトによってオークションの特別な機能（LycosのオートプライスやeBayの自動代理入札など）や用語が、すべて同じ機能じゃないにしても統一感がないので、とっつきにくい面もありました。安全性に関しては、ページ自体とそのネームバリューを信じるしかないと思いました。出品者のプロフィールなどの情報が載っているのはいいのですが、各サイトの利用規約がとても長くて、一文も漏らさずに読む人はいるのかと少し疑問です。入札後、Lycosは確認のメールが届きませんでした。その点、Yahoo!は品数も多いし、入札してすぐに最高落札者の場合の通知が届き、入札者に対する配慮が感じられました。一番使いやすかったです。

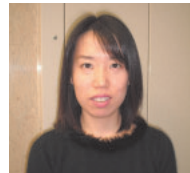
楽天フリマオークション

62点 (32+17+13)



きれいにデザインされたロゴとタブ型のグローバルナビゲーションが印象的。親しみやすいデザインで楽しさを演出しているが、フェーズによって水平に並ぶメニューが複数個同時に使用されたり、バナー広告と間違えるような余計な画像が挿入されたりと、機能とインターフェイスが整理されていない側面がある。入札時の商品説明とボタンはわかりにくく、ボタンなどの画像のクオリティも全体的に低いのが残念。同ジャンルの商品を店舗別、商品別などで並べ替えられるのは便利だが、楽天市場のほかのセクションとの連携もわかりにくく、いつのまにか別のサービスに入ってしまうことがあるのは一考の余地あり。各機能に対するコンセプトの表現方法や、画面要素の統一などが改善テーマではないか。

東京都世田谷区在住 柴田さん



- テストをしたサービス
- ・ @nifty コレセリ!
 - ・ Auction.excite
 - ・ BIDDERS
 - ・ Yahoo! オークション

Yahoo!は普段から使っていますが、登録も簡単で使いやすいです。それに品数も豊富で欲しいものを探しやすい。反面、利用者が多いためにアクセスできなかったり結果がなかなかウェブ上に反映されない、入札結果が何日も経ってから送られてくるといった問題点もあります。コレセリ!は登録作業が一番面倒で、仮パスワードでうまく認証できませんでした。入札しようとしてもパスワードを入れるとエラーになるが、正式パスワードを発行中で利用できないと表示されてしまいました。パスワードが長くて入力が面倒だったのですが、不正使用の心配が少ないのはいいと思います。BIDDERSは登録が比較的簡単で、メールもすぐに届くので利用しやすいです。落札後に取引ナビで出品者に連絡を取る方式は便利です。また、exciteも登録が簡単でした。出品数が比較的多いので、選びやすかったです。

オークションサイト サービス一覧表

今回検証した7サイトについて、282ページの評価基準をもとにチェックした結果が下の表だ。各サイトの得点差は思ったよりも少ないが、実際にはサービス内容の微妙な違いが存在している。

- 1 ここではcombo会員について評価。メールアドレス登録 登録キーがメールで送られる 個人情報を入力 仮IDと仮パスワードの発行 期間をおいて正式IDとパスワードが発行されると、手間と時間がかかる
- 2 支払いや配送方法などの紹介あり。商品紹介コメントは長いものが多い。特徴をつかみやすい。なお「最低落札価格」は表示されず、「希望落札価格」のみの表示。その金額を入力すれば、必ず落札できる
- 3 まずBIDDERS IDを取得。同じプラットフォームを利用するLycosよりも登録フォームの項目数は多い。登録 メール待ち 登録後、さらに出品したいなら、このあと2つの手順が必要。全体的に煩雑だが、Lycosに比べればまし。1.5点にしたところ
- 4 メールで出品者に質問を送れる。メールの内容はLycosが自動的に転送する方法で、質問者のメールアドレスが出品者に漏れることはない。返事も同様の仕組みで送られてくるので安心
- 5 出品用フォームと説明文のHTML利用に加え、独自の「スタンプ」制度あり。写真のリンク(自分のサイトを指定)やアップロードも可。写真のアップロードサービスが有料(現在は期間限定の無料とすること)であることから、1点減算
- 6 出品者側に「取引拒否」の権利が与えられている。濫用すれば登録

- 7 落札までは完全に匿名でOKなほか、質問メールも転送サービスを利用できるなど、匿名性は高い。このほか「取引ナビ」の仕組みを用意して、メールによる連絡がなくても相手の連絡先がわかるようにするなど、全体的にセキュリティは高い
- 8 トラブルが起きた場合、最大20,000円(免費2,500円)の範囲で補償を行ってくれる。また、取引に不正性があるとユーザーが判断した場合、eBay側に調査を依頼できるシステムもある。トラブルへの対応策が充実しているのは魅力
- 9 Lycos IDを取得するための手続きに続いて、オークション登録のための手続きをする必要がある。登録 メール待ち 登録 メール待ち 登録で、さらに出品を行いたいなら、このあと2つの手順が必要。全体的に非常に煩雑
- 10 メールニュースなし。手続きの簡略化と、Yahoo!の各種のサービスも利用できるため2点加算。「マイ・オークション」で、特定商品の入札状況をもモニターできる
- 11 最初に設定した「最高価格」よりも高額の入札者が現れた場合「高値更新」メールで通知してくれる。その時点で、設定の変更も

- 12 用意されたフォームに必要事項を記入するだけで出品可能。項目は多岐に渡り、支払方法や配送方法のほか、各種のオプションも自由に設定できる。また、写真のアップロードは専用の仕組みを用意。手順そのものは簡単
- 13 メールアドレスなどの情報が完全に公開されるのはオークションが終了して落札者が1人になってから。匿名性は高いので安心。ただし、フリーメールでの登録を防ぐシステムはなく、最大の5点を与えるほどのセキュリティの高さはないとみる
- 14 10月26日からエスクローサービスの利用が可能に。出品者がこのシステムを選んだときのみ使えるという制限はある。だが、入札希望者が「このサービスを使っているところを利用する」ことも可能な点を加算
- 15 回答は自分がmy Rakutenに登録しているメールアドレスに戻ってくる仕組み。出品者の任意で応えるかどうかを選べるため(やりとりは非公開)。オープンな感じはない
- 16 出品用フォームに必要事項を入力し、専用の仕組みで画像をアップロードすればOKと手軽で、設定できるオプションもより、出品時(または落札時)にシステム利用料が必要になり、特定のカードで利用料の決済を行う必要があるため、1点減算

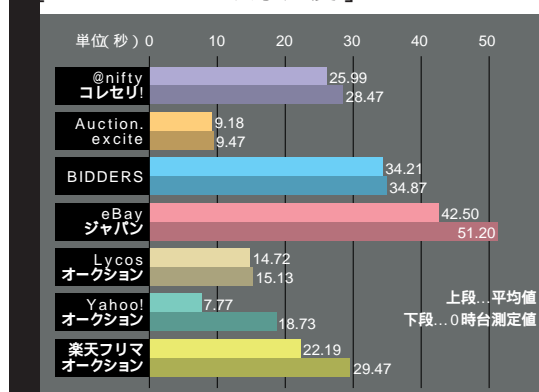
サイト名 URL	@nifty コレセリ! Jump seri.nifty.com/auction/	Auction.excite Jump auction.excite.co.jp	BIDDERS Jump www.bidders.co.jp
会員制度の有無と特典 会員制度の有無と料金 入会手続きの煩雑さ	1 @niftyの会員とcombo会員(入会500円)のみ利用可 1	4 会員登録が必要(無料)、登録にはフリーメール不可 2 登録項目はそれほど多くなく住所の入力が不要。 認証番号待ちはやや煩雑	4 会員登録が必要(無料)、出品者の評価なども参照できる 2 3
会員特典の有無	3 手続きの簡略化、メールニュース、登録したアイテムの出品をメールで通知	3 メールニュース、手続きの簡略化、ユーザー個々のページが持てる「マイオークション」は便利	3 手続きの簡略化、メールニュース、「Myページ」(アイテムのストックや入札履歴)が持てる
商品ジャンルの多さと検索性 取り扱い商品のジャンル 取り扱い商品の数	2 大項目10の下に細かく区分けがあるが、ジャンル数は多くない 1 出品アイテム数が9000前後と寂しい	3 14の大項目の中に、さらに小項目あり。 ジャンル分けはわかりやすい 1 出品アイテム数は3000前後。うち700前後をブランドものが占める	2 大項目10の下に中項目が分類され、さらに詳細な小項目もある。ジャンルごとに探しやすい 2 出品数は25000前後。BIDDERSだけがなく、同一のプラットフォームを使うほかのオークションに出品されたものも含む
検索機能の充実度	3 ロットナンバなどでも検索可。カテゴリ分類は大きくわけていくため検索性はあまりよくない 2 カテゴリ区分がほとんどつかない	4 予算、グレード、カテゴリ、キーワードで検索可。キーワード検索は検索式の利用も可 3 ブランドの場合、名称で分けられているのでジャンル別検索からでも探しやすい	4 「スーパー追跡検索」など独自の機能も用意。検索機能の充実ぶりは目を引く 3 検索をよく知って使いこなせば、探しているアイテムをピンポイントで見つけられる
検索機能の使いやすさ	2 ジャンル別と一般的なおすすめを紹介	3 ジャンル別、テーマ別おすすめや、気になる商品を「マイオークション」に登録可	2 ジャンル別や売れるランディングなどでおすすめを表示
サイトのおすすめ商品の有無	2 落札最低価格が明記されていないのは不親切	4	4 出品者が付けた「スタンプ」で商品の特徴がつかめる。文字情報よりわかりやすい
商品情報の詳しさ	1 メールで出品者に問い合わせ可(アドレスを公開する必要はある)	3 出品者への質問は掲示板形式で表示。回答もすぐに見られる	2
出品者と入札希望者の コミュニケーション機能の有無	1 自動入札のみ 3 自動入札機能あり。入札の設定を行うと内容の確認メールが送られてくるほか、自分より高い価格での入札があったことを知らせるメールも届く 4 自分より高値の入札があれば、それを知らせるメールが届く	1 自動入札のみ。最初の設定だけは手動 2 自動入札機能あり。特に面倒な設定もく使える	2 手動入札および自動入札 2 自動入札機能あり。使い勝手は標準的なもの
入札手続きの豊富さ 自動入札機能の有無と使い勝手	4	3 基本の3項目あり。最低落札金額がわからないのは辛い 0 落札者にはサイトからメールは届かない 0 原則決められない	3 基本の3項目あり。出品時に出品者が設定することで「非公開」の入札も可 2 出品者と落札者の双方にメールで通知 1 「自動延長機能」で最終落札までの期間を伸ばせる
入札状況の表示	0	3	3
落札通知の有無	0	2 落札通知は出品者だけに届く。記載された落札者の連絡先情報に代って、出品者主導で取引を進める希望落札価格を設定可。この価格で入札されるとオークションはすぐに終了 0 原則として任意に選べない	1
落札までの速さを出品者が決められるか	2 出品者と落札者の双方にメールで通知	2 落札通知は出品者だけに届く。記載された落札者の連絡先情報に代って、出品者主導で取引を進める希望落札価格を設定可。この価格で入札されるとオークションはすぐに終了 0 原則として任意に選べない	5 「スタンプ」などの設定が可。入札状況を非公開にするなどのオプションもある 1 基本的には自由に決められるが、3~20日の範囲しか選べない
落札者を出品者が任意に選べるか	1 「ジャスト価格」あり。事前に入札者に知らせなければ、その人に落札させられる	2 出品期間を任意に設定できるほか「早期終了」オプションもある	2
安全面での考慮	4 出品者情報の表示と評価システムがある。匿名で取引できるが、出品者への質問やそれに対する回答ではメールアドレスを公開する必要がある。落札時には専用のページが自動的に作られ、相手から連絡がなくても連絡先などの情報がわかるようになっている	2 出品者情報や評価システムはあるが、落札しても落札者側には出品者情報の連絡が来ないため、落札者の個人情報だけが出品者側に漏れる可能性も	5 出品者情報の表示や評価システムあり。また、フリーメールを利用して会員登録しようと思ったときにはクレジットカード番号の入力を強制するなど、ある程度のセキュリティを維持する仕組みを持っている
決済代行システムの有無 トラブルが起きたときの救済策	0 なし 1 原則ユーザー同士の取引。救済システムなし	0 なし 1 原則ユーザー同士の取引。トラブルを予防するための知識や「配達・銀行リンク」など必要な情報をまとめて提供していることを評価して1点加算	2 エスクローサービスを利用できる 1 原則ユーザー同士の取引。救済システムなし
ユーザビリティ	ウェブデザイン評価	14 (72 x 0.2)	14 (68 x 0.2)
合計得点	66	65	77

パフォーマンス チェック

各オークションサイトのトップページの表示速度を調査した。11月8日(水)から11月12日(日)まで、4時間おきにDION、@nifty、ODNを使ってサイトにアクセス。トップページを表示するのにかった時間を、この3つのプロバイダーで平均値を取り、さらにすべての時間帯で要した時間の平均値を出したものが右のグラフだ。

オークションの大御所、Yahoo! オークションはトップページに写真をほとんど掲載せず、テキストだけの軽い作りで表示がスムーズ。だが、0時台の測定値では全体の平均値の約2.5倍、アクセス速度が遅くなっているのがこのグラフから見てとれる。

トップページの表示速度



サイト名 URL	eBay ジャパン www.ebay.co.jp	Lycos オークション auction.lycos.co.jp	Yahoo! オークション auctions.yahoo.co.jp	楽天フリマオークション www.rakuten.co.jp/auction/
会員制度の有無と特典 入会手続きの煩雑さ	4 会員登録が必要(無料)入札手続きの簡略化などの恩恵がある 2 1ページの必要事項を記入するだけ。認証番号などが届くまでのタイムラグやSSL認証がデフォルトでないのは1点減算	4 会員登録が必要(無料)、Lycosのほかのサービスやtripodも利用可能に9 1 9	4 IDの取得が必要(無料)ほかYahoo!のあらゆる提供サービスを受けられる 2 IDの取得手続きが比較的簡単。メールで認証IDが届くまでのタイムラグが出る場合もあるため1点減算	4 会員登録が必要(無料)。楽天市場のほかのサービスも受けられる 2 入会手続きは1つのページに入力するだけ。ニックネームの重複などで再度入力し直す必要も、やや煩雑なので2点
会員特典の有無	2 手続きの簡略化に加え「My eBay」という個人ページを持つ。入札状況のサーチや、過去の入札履歴などを参照できる。お気に入りジャンルの登録も可	3 メールニュース、手続きの簡略化、ユーザー独自の「Myオークション」(気になるアイテムのストックや入札履歴など)が持てる	2 10	3 メールニュースと入札手続きの簡略化のほか、「my Rakuten」には入札モニターなどが用意される
商品ジャンルの多さと検索性 取り扱い商品のジャンル	2 「日本のカテゴリ」と「世界のカテゴリ」の下、前者に12の大項目があり、さらにジャンルが分かれる	3 大項目10の下に中項目が分類され、さらに詳細な小項目もある。ジャンルごとに詳しくやすい	3 大項目10の下に中項目、小項目と分類され、いくつかかぶるものがあるものの、ジャンルの数は最大規模を誇る	2 大項目は12ジャンル。その下に中項目がある。全体のジャンル数は比較的多いほう
取り扱い商品の数量	3 「日本のカテゴリ」で紹介されるアイテム数は2000前後。「世界のカテゴリ」も入れると数百万以上	2 出品数は25000前後。Lycosオークションだけでなく、BIDDERSやインフォオークションに出品されたものも含む	3 総数180万弱で、調査日によって上下の変動はあるものの、全体としては増加傾向。さらに増えそう	2 全体の出品数は約7万前後。調査日によって上下の変動はあるものの、あまり多いという印象は受けない
検索機能の充実度	2 検索式を入力しての検索が可能。日本語キーワードでの検索精度に難があるため2点減算(たとえば「パーピー」をいれると「女性用ドライバー」が出るなど)	4 検索機能は実に豊富。あらゆる方法で探したいアイテムを見つけられる。「スーパー追跡検索」など独自の検索もある	4 ジャンル検索とキーワード検索のほか、Yahoo!IDやオークションIDでの検索も可。キーワード検索では商品名も指定できることから4点	4 検索機能は「楽天スーパーサーチ」を利用。探索対象に「フリママーケット」を指定する。価格帯での検索も可能。キーワード検索の結果をさらに絞り込むこともできる
検索機能の使いやすさ	1 日本語での検索性にやや難あり。ジャンル分けが一般的なオークションサイトと異なる事例も多く、探している商品にたどり着くまでには時間がかかる	3 検索方法の特徴を知って使いこなせば、探しているアイテムをピンポイントで見つけられる	2 ジャンル一覧、または検索結果から一発でアクセスできる場合が多い。ただし、項目数と出品数が多いため、絞り込むのが難しい場合もある(1点減算)	2 ジャンル検索や商品検索で一発アクセスできる場合もあるが、アイテムによっては絞り込み検索を何度かかける必要がある。探しやすいが、1点減算
サイトのおすすめ商品の有無	2 My eBayにはユーザー別のおすすめがある。ただし、My eBayへのアクセスは面倒なので1点減算	2 ジャンル別や売れてるランキングなどおすすめを表示	2 ジャンル別のおすすめと、一般的なおすすめがある。また、チャリティーグッズの表示もある	2 ジャンル別のおすすめと一般的なおすすめがある
商品情報の詳しさ	4 基本の3項目に加え、保険の有無や出品者情報などが見られる	4 出品者が付けた「スタンプ」で商品の特徴がわかる。文字情報よりわかりやすい	5 写真画像、出品者への質問受け付け、出品しているユーザーが行っているほかのオークションなど、情報は多岐にわたる。返答も公開される	5 写真画像、出品者コメント、質問の受け付け、支払方法や配送方法の明記、入札状況など詳しい情報をすべて表示出品者に対する質問が可能。15
出品者と入札希望者のコミュニケーション機能の有無	2 メールでの問い合わせ可。掲示板はeBay全体のもので、個別ではない	2 2	2 2	1
入札手続きの豊富さ 入札方法の種類 自動入札機能の有無と使い勝手	3 1 自動代理入札機能と名付けられた自動入札がデフォルト	2 2 自動入札および自動入札 2 自動入札機能あり、使い勝手は標準的なもの	2 2 自動入札および自動入札 3 自動入札機能あり 11	1 1 原則自動入札のみ、やや面倒 1 自動入札機能はないが、落札圏外になってしまったことをメールで通知するオプションがある
入札状況の表示	4 基本の3項目に加え、自分のメールアドレスを公開すれば入札候補者のメールアドレスもわかる。機能と考えると1点	3 基本の3項目あり、出品時に出品者が設定することで非公開の入札もできる	4 基本の3項目に加え、最高額が提示されたことをメールで通知する	5 基本の3項目に加え、落札までの過程をすべて表示(オプションの場合)、クロースドの場合には入札数もしくわらない
落札通知の有無 落札までの速さを入札者が決められるか	2 2 出品者と落札者の双方にメールで通知 0 落札までの時間は出品者が決める	2 2 出品者と落札者の双方にメールで通知 1 「自動延長機能」で最終落札までの期間を伸ばせる	2 2 出品者と落札者の双方にメールで通知 0 出品者が原則規定する。入札が狭く限り自動延長されるが、出品者の都合によって「早期終了」できる	2 2 出品者と落札者には結果メールが届く 0 落札までの時間は出品者が決める
出品に関して 出品のしやすさ	4 すべてあり、オプションが有料なので1点減算	3 5	5 12	4 16
出品までのステップ数	2 「出品する」「登録ジャンル選択」「詳細情報記入」の3ステップに加え、カード番号の入力や利用料金オプションの選択など、若干煩雑	3 ステップ数は3つだが、出品前の登録が面倒なのと、出品料を支払うための「ポイント購入」の手続きも必要となる煩雑な印象	3 「出品する」「登録ジャンル選択」「詳細情報記入」の3ステップ、出品手順は簡単だが「マイ・オークション」のブースと合わせて使うのはちょっと面倒かも(1点減算)	2 「出品する」「登録ジャンル選択」「詳細情報記入」の3ステップに加え、カード番号の入力や利用料金オプションの選択など、若干煩雑
落札通知の有無	2 出品者と落札者の双方にメールで通知	2 出品者と落札者の双方にメールで通知	2 出品者にメールで通知。また、落札者に自動送信されるメールの内容をカスタマイズできる	2 出品者と落札者の双方にメールで通知
出品時に設定できる項目の多さ	3 基本項目以外に文字飾りなどのオプションを自由に設定できて5点の価値だが、有料の表記が小さいため2点減算	5 「スタンプ」などの設定が可。入札状況を非公開にするなどのオプションもある	5 設定できる項目の総数は多い。配送方法、決済方法、最低落札額などに加え、自動延長の有無なども設定できる	5 「オプション(文字飾りなど)、やオークション形式(クロースド、開市、パワー、ダッチなど)を自由に設定できる
落札までの速さを出品者が決められるか	2 原則として出品者が任意に設定できる。さらに予定より早く切り上げるオプションも利用可	1 基本的には自由に決められるが、3~20日の範囲しか選べない	2 出品者の任意で期間を決められる。設定期限より前に終了する「早期終了」オプションも用意	2 原則出品者が任意に設定
落札者を出品者が任意に選べるか	0 落札者を出品者が任意に選べない	2 6	0 最高入札金額を出した人に限定	1 通常選べないが、「開市」を使うと、最初から入札に参加する人を絞れるので、ある程度出品者側でコントロールできる
安全面での考慮 決済代行システムの有無 トラブル起きたときの救済策	4 評価システムがある。また、こちらのメールアドレスを公開すれば、相手のメールアドレスもわかり、匿名性をどの程度保つかはユーザー次第	5 出品者情報の表示や評価システムあり。また、フリーメールを利用して会員登録しようと思ったときにはクレジットカード番号の入力を強制するなど、ある程度のセキュリティを維持する仕組みを持っている	4 出品者、入札者、落札者のそれぞれが相手の評価を行うシステムがある。出品者の「マイ・オークション」ページを見ることで安心できるか判断することも可能 13	3 出品者が「my Rakuten」の内容をしっかりと記載していれば、情報がわかる。また、出品者と落札者や入札者が相互に評価し合う仕組みもあり。入札をした時点で出品者側にメールアドレスがわかってしまうのは辛いと感じる人もいるかも
ユーザービリティ ウェブデザイン評価	16 (78 x 0.2)	15 (75 x 0.2)	17 (83 x 0.2)	12 (62 x 0.2)
合計得点	73	77	81	69

総合評価

検証の結果、総合1位に輝いたのはYahoo!オークションだ。圧倒的な登録出品数が最大の魅力。「欲しいものが必ず見つかる」と言えるほどだ。大規模サイトであるためトラブル発生の可能性も高いと言われたが、エスクローサービスの導入などで安全性も高まってきた。登録数の多さ

によるメリットを受けられるようになっていく。また、入札や出品が無料ででき、オークションに参加しやすい点も長所だ。僅差の次点は、同一のプラットフォームを利用するBIDDERSとLycosオークション。「スタンプ」でアイテムの特徴がわかりやすいなど、使い勝手の高さを評価したい。個別に見ればほかにも魅力的なサイトはある。たとえば、世界中の人とオークションできるeBay ジャパンは、単一サイトからアクセスできるアイテム総数はYahoo!

オークションを凌駕している。エスクローサービスの登場などによって、オークションサイトの安全性は高まった。敷居が高いように感じても、一度使ってみるとゲーム性とお得感の高さはやみつきになるはず。今後は、さらに多くのユーザーが参加してくるに違いない。また、通常のセリではなく「逆オークション」のような仕組みも登場している。オークションサイトのバリエーションは今後さらに広がりを見せるだろう。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp