

bench mark

本当の実力を総力調査

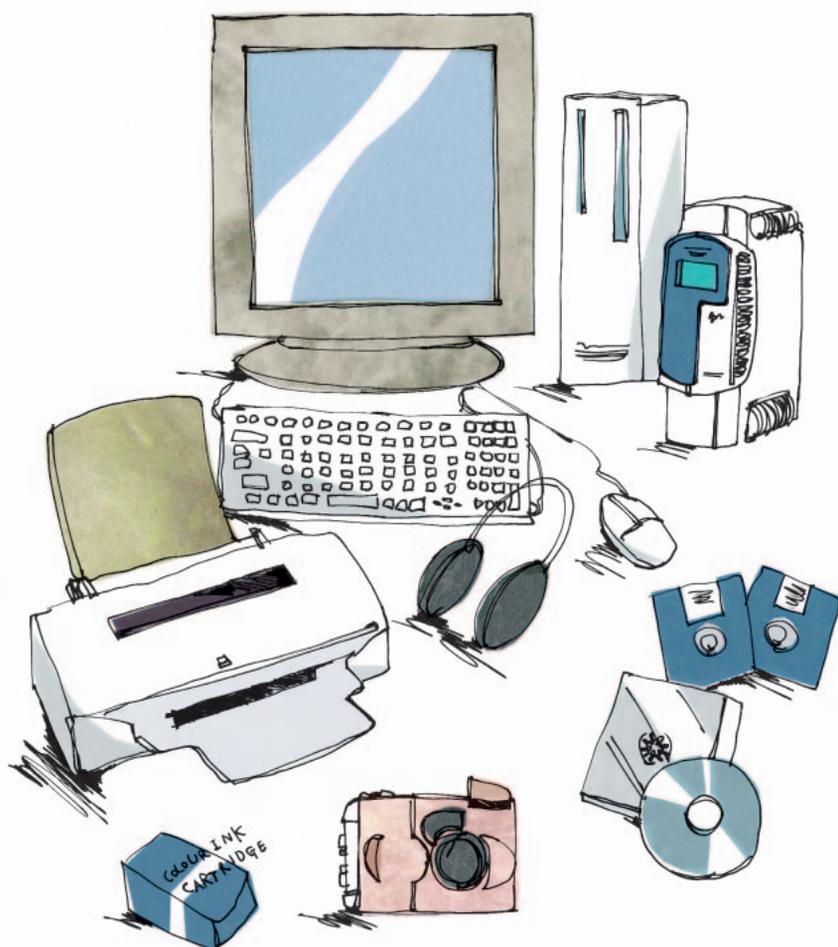
ECベンチマーク

第7回 PC系量販店

執筆：椿 浩和

アドバイザー：大泉知永 + ソシオメディア(262ページ~263ページ)

illustration : Asakura Megumi



bicbic.com

LaoX THE COMPUTER館ダイレクト

さくらNets

Sofmap.com

ツクモネットショップ

VIRTUAL T・ZONE

Yodobashi Camera PERSONAL STORE

パソコンを筆頭に、OA機器と家電との境界線がなくなりつつある。パソコンやプリンターの需要が増え、誰もが気軽に購入するようになってきた。

こうした動きにともない、デジタル機器を扱う店舗も様変わりしている。秋葉原や日本橋にある“パソコン専門店”だけではなく、デジタル系家電全般を扱う量販店が各地にオープンし、隆盛となっている。こうした店舗のうちいくつかは独自のECサイトを運営し、利用者を増やしつつある。

今回のECベンチマークでは、パソコンを含めたデジタル機器を扱うサイトのうち主要な7サイトをピックアップ。その実力と使い勝手の双方を検証する。

本記事は2001年3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、ウェブサイトでも最新情報を確認してください。

実店舗と異なった
メリットは
あるか？

デジタル機器を 豊富にそろえた PC系量販店サイト



Preview

個人での利用には お得感と便利さが鍵になる

パソコンを中心としたデジタル機器を扱うECサイトは多く、種類もさまざま。電気街に行く必要もないほど、商品が充実している。今回の検証では、「個人が気軽に利用できるかどうか」に重点を置いて紹介するサイトを選んだ。基準となる要件は「実店舗がある」(アフターサービスなどの安心感)、「全国規模で配送を行う」(どこからでも利用できる)、「パソコン以外のデジタル機器(家電など)も扱う」(1つのサイトでいろいろとそろえられる)

ことの3つだ。こうして選んだサイトは10以上にもなる。さらに、実際に購入を希望する人の多さを考慮して、メーカー製パソコンを豊富に扱うサイトに絞り込んでいる。

この要件を満たすサイトは7つ。検証にあたっては「お得感」と「便利さ」に重点を置いた採点基準を作成した(下表参照)。実質的な割引であるポイント制度や高額商品でも購入しやすくしてくれる分割払いの可否については、配点を大きくしている。

お買い物リスト

今回購入した商品

- ・16インチ型液晶モニター
(ナナオ: FlexScan L461)
- ・xDSL/CATV対応無線ルーター
(コレガ: Wireless LAN Set RS-11)
- ・OS(マイクロソフト: Windows Millennium Edition)
- ・ビデオ編集ソフト
(ユーリードシステムズ: Video Studio 4)
- ・CD-Rメディア×5パック
(TDK: CD-R74PW10A)
- ・CD-Rメディア×1パック
(日立マクセル: CDR74MQ)
- ・CD-RWメディア×1パック
(リコー: CDRW VALUE PACK 4x)

今回は、全サイトでCD-R/RWメディアを発注して梱包状況と配送時間を比較した。また、いくつかのサイトにハードやソフトを発注し、そこでの対応を調べている。商品選択の基準は「筆者の趣味と必要性」だ。

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) | 配点 | 評価基準の詳細とポイント数 |
|-------------|----|--------------------|----|---|
| 購入可能な商品 | 20 | 取り扱いカテゴリ | 10 | 取り扱いカテゴリを調査。PC本体、PC用周辺機器、PC用サブライ、PC用パーツ、PC用ソフトの5カテゴリを調べ、それぞれ扱っていれば2点を加算する |
| | | そのほかの取り扱い商品 | 5 | PC以外の製品をどれだけ扱うか。家電、オーディオ、銀塩カメラ、時計、ゲームの5ジャンルをすべて扱えば5点、1ジャンル少なくなるごとに1点ずつ減算する |
| | | 取り扱いメーカー | 5 | 同じカテゴリでも複数メーカーの商品がある。パソコン本体(ノートやデスクトップ)について取り扱いメーカーを調べ、最多サイトを5点、以下4-1点で相対評価する |
| 会員制度 | 15 | 会員制度の有無 | 2 | 会員制度が用意されているか。会員制度があれば1点を加算し、制度にメリット(後述のポイントカードやメールニュースなど)があればさらに1点を加算する |
| | | 会員登録のしやすさ | 3 | 会員登録のしやすさをチェック。各サイトの特徴を明記し、3-1点の相対評価とする |
| | | 会員登録のメリット(情報面) | 5 | メールニュース、限定セール、バージョンアップ情報、その他といった4種類の情報が届くか。項目ごとに1点を加算し、カタログや情報誌が送られる場合はさらに1点を加算する |
| | | 会員登録のメリット(ポイントカード) | 5 | お金の代わりに使える「ポイント」制度があれば1点。ポイント還元率(製品価格の何%)を明記し、還元率が高いサイトから順に4-1点を加算する |
| 商品の購入方法 | 20 | 検索機能の有無と充実度 | 3 | 商品を探す検索機能はあるか。「カテゴリ別」はあって当然。ほかの機能(キーワード検索など)があれば使い勝手も考慮して3-1点を加算する |
| | | 発注までのステップ数 | 5 | 商品ページから、発注完了までのステップ数を調べる。最少のサイトを5点とし、以下4-1点の4段階で相対評価する。なお、オプションは一切使用せずに検証する |
| | | 複数発注のステップ数 | 5 | 複数商品を同時に発注するときのステップ数をチェックする。ステップ数を明記し、もっとも少ない手順で発注できるサイトを5点とし、以下4-1点の4段階で相対評価する |
| | | 発注の下限 | 2 | 発注下限はどこか。下限を設けず、かつ送料無料なら2点。送料が必要だが下限がない場合1点、金額の下限が決まっている場合には0点とする |
| 商品の到着 | 10 | 標準配送時間 | 4 | 各サイトの標準配送時間をチェック。3日以内なら4点、1週間以内なら2点、10日以内なら1点を、それぞれ加算する |
| | | 配送日時指定の可否 | 4 | 配送日時を指定できるか、日時ともに指定できるなら3点、日にちのみなら1点、指定できないなら0点を、それぞれ加算する。土・日の休日指定ができるなら、さらに1点を加算する |
| | | 配送場所指定の可否 | 1 | 購入商品の種類によって、配送場所を登録以外のところに指定したい場合もある。場所を指定できるかどうかをチェックし、可能なら1点を加算する |
| 支払い関連 | 10 | 梱包の状況 | 1 | 商品種別に応じた梱包がなされているかをチェック。店舗独自の工夫がなされていれば、1点を加算する |
| | | 支払い方法の種類 | 5 | 代金引き換え、銀行振込、郵便振替、クレジットカード、その他(電子マネーなど)の5種類についてチェックし、それぞれ対応していれば1点ずつ加算する |
| その他 | 10 | 分割払いの可否 | 5 | 分割払いができれば1点。さらに、次の点を加算して総合評価。店舗独自の分割制度(サイト上で申し込み可能): 4点、店舗独自の分割制度(別に申し込みが必要): 3点、カードでの分割可能(対応カード5種以上): 2点、カードでの分割可能(対応カード4種類以下): 1点 |
| | | 実店舗との違い | 2 | おもにポイント制度について調べる。還元率が異なるほか、サイトと店舗でポイントが共有できるかなど。サイトのほうが有利なら、内容に応じてポイントを加算する |
| ユーザビリティ | 20 | 購入履歴 | 2 | これまでに購入した商品の履歴がサイト上で確認できる仕組みがあるかどうかをチェック。使い勝手も考慮し、2-0点の範囲で相対評価する |
| | | 連絡メールの有無 | 2 | 発注時の確認メールが来るか、また、出荷時やトラブルがあったときなどの連絡メールが来るかどうかをチェックする |
| | | 独自保証制度 | 2 | パソコン本体について、店舗独自の保証制度を設けているかをチェック。保証期間の長さで2-1点を加算する。制度がない場合には0点 |
| | | アフターサービス | 2 | おもに、返品についてチェックする。返品の手続きを紹介し、使い勝手によって2-1点の相対評価とする |
| ユーザビリティ | 20 | ウェブデザイン評価 | 20 | 別途262ページ-263ページを参照。100点満点の採点で、ここでは1/5点を加算。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

取り扱い カテゴリー

サイトの総合的な使い勝手を決めるのが、取り扱っている商品数の多さだ。扱いカテゴリーや商品数が多いほど、購入者側の選択肢は大きく広がる。実店舗では物理的な制約があり、陳列できる商品数が決まってしまう。しかし、ECサイトなら制約はない。各店舗の実力（取り扱い数の多さ）がストレートに反映される。

7サイトのうち、取り扱いカテゴリーの多さが光るのがbicbic.com。パーツや周辺機器も含めたPC系商品の豊富さに加え、家電や寝具の品ぞろえも充実している。



bicbic.com

パソコンなどのデジタル機器だけでなく、寝具などの生活用品も扱う。多彩な商品を1サイトでそろえられるのは大きな魅力だ。



ツクモネットショップ

パソコンとその周辺機器に特化した専門店の場合、取り扱いメーカー数が多いなどのメリットもある。

2

会員制度の メリット

同じサイトを何度も利用する人にとって、会員制度とメリットの有無は気になるポイントだ。今回検証した7サイトはすべて会員制度を持っているが、受けられるサービスには違いがある。独自の会員制度を持つのが、さくらやNetsだ。年間の購入金額30,000円以上で自動で加入できる「My Page会員」になると、限定セールのお知らせやポイント還元率（次項参照）が高くなるなど、一般会員よりメリットが多くなる。サイト限定の会員だが、利用価値は大きいといえるだろう。

会員制度のメリット一覧

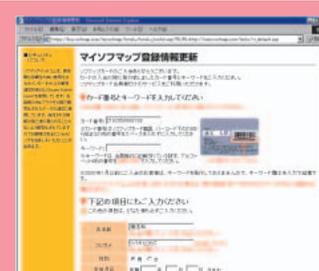
- ・メールニュースの購読
- ・会員限定セールの通知
- ・購入履歴の照会
- ・発注時の入力の手間が軽減
- ・ポイント制度の利用
- ・各種特別割引の利用

3

ポイント制度と 使いやすさ

会員制度のメリットの中でも、一番気になるものは、“お得感”に直結するポイント制度のはずだ。これは、実質的な割引制度のことで、商品購入と同時にサイトが独自に決めた率（還元率）の“ポイント”がユーザーに与えられる。獲得したポイントを貯めて次の商品購入時にそれを使うことで、支払い代金を減らせる仕組みだ。こうしたポイント制度は、デジタル機器を扱う実店舗でも導入しているところが多い。

今回検証した7サイトのうち5サイトがこのポイント制度を持っている。還元率は悪くはないが、使い勝手はあまりいいとは言えない。実店舗で用意しているポイント制度とリンクしているサイトはSofmap.comとYodobashi Camera PERSONAL STOREのみで、これ以外のサイトでは、実店舗とECサイトを併用するメリットが薄い。サイトだけという条件で比較すれば2通りの割引を用意したbicbic.comやさくらやNetsが上位にくるが、総じて使い勝手は今ひとつだ。



Sofmap.com

実店舗とリンクしたポイント制度を持つ。どちらで得たポイントも相互に利用できるのは、このサイトだけだ。

[ポイント制度の特徴]

| | 制度の有無 | 制度の名称 | 還元率 (%) | 実店舗との違い | 使いやすさ |
|------------------------------------|-------|--------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|
| bicbic.com | | 電子ポイント | 8 - 13% (商品によって異なる) | 実店舗ではポイントを利用できない | 電子クーポンとの使い分けがわかりづらい点もある |
| Laox THE COMPUTER 館ダイレクト | × | - | - | - | - |
| さくらやNets | | e-ポイントサービス | 8 - 10% (商品により異なる) | 実店舗ではポイントを利用できない | ポイントを利用した支払いは比較的ラク |
| Sofmap.com | | マイソフマップ (ソフマップカード) | 3 - 10% (商品によって異なる) | 中古購入時に使えないことを除き、実店舗と同一 | サイトで申し込み、実店舗でも利用できる |
| ツクモネットショップ | × | - | - | - | - |
| VIRTUAL T・ZONE | | e-ポイントサービス | 3 (5,000円以上購入した場合のみ) | 1万ポイントで実店舗のお買い物券と交換できる | 制限が多く、還元率も低いので使いづらい |
| Yodobashi Camera PERSONAL STORE | | ゴールドポイントカード | 8 - 10% (支払方法で異なる) | 貯めたポイントを利用した支払いはできない | 実店舗でしか割引にならないのは今ひとつ |

還元率は商品種別や購入時期で変動することが多い

4 会員登録のしやすさ

いかにメリットが多くても、会費が必要だったり、会員登録の手順が面倒だったりするようでは、誰も会員登録をしようとは思わないはずだ。今回検証したサイトの中で会員登録がしやすいのはbicbic.com、さくらやNets、Yodobashi Camera PERSONAL STOREの、いわゆるカメラ系量販店のサイト。なかでも購入時の手間を省いてくれるさくらやNetsはサイト全体の使い勝手を高めている。

5 検索の種類

掲載されている商品数が多いほど、購入者の選択肢は広がる。しかし同時に、欲しい商品を探すのに苦労することにもなる。登録商品数の増加と検索機能の充実は並行して進めてほしい項目だ。今回の7サイト中、検索機能が豊富なのはbicbic.com、Sofmap.com、ツクモネットショップの3サイト。なかでもツクモはスペックをキーワードにして商品を探し出せるなど、ユニークな仕組みを持っている。bicbic.comとSofmap.comは、ともに候補を絞り込むための機能が充実している点が大きな特徴だ。

おもな検索方法

- ・ カテゴリー検索
- ・ メーカー名検索
- ・ 製品名検索
- ・ 価格帯検索
- ・ スペック検索
- ・ フリーキーワード検索



さくらやNets

会員登録画面は通常でも2つと多いが、ここで入力した詳細情報を発注時に自動的に使えるので、手間を減らせる。



ツクモネットショップ

製品名やメーカー名だけでなく、「700MHz」「20GB」「16.1インチ」などのスペックで検索できる。

6 発注時の手続きとステップ数

商品を見つけてから発注完了までに指すべき項目は多い。発注手続きは、おおむね商品指定 支払い方法決定 配送指定 発注内容の確認という順に進む。手順が短くて入力項目が少ないほど、サイトの使い勝手は高いと言える。検証した7サイトで一番使い勝手がよかったのは、フレームをうまく利用したLaoxだった。複数商品を同時に発注するときも、手順が1つ増えるだけで済むのはうれしい。

7 標準配送日数

購入した商品は、できるだけ早く手元に届いてほしいものだ。ところが、検証した7サイトのうち3サイトは標準配送日数を公表していない。発注後に届けられる「受注メール」によって、初めて納期が知らされる仕組みだ。実際は発注後1週間以内で全商品が到着したが、これでは注文前に「どこが早い」を調べようがない。在庫の状況に応じて最短または最長の配送日数を明記するといった工夫がほしい。

[発注までのステップ数]

| | ステップ数 | 追加される手順 | 手順へのコメント |
|------------------------------------|-------|----------------|--|
| bicbic.com | 6 | 電子クーポン選択手順 | 商品に応じて候補の中からクーポンを選ぶ。お得感はあるがわずらわしい |
| Laox THE COMPUTER 館ダイレクト | 5 | なし | いちいちカートの中身が表示されないなので、複数発注はとてもしやすい |
| さくらやNets | 5 | なし | 追加手順はないが、最後に表示される注文番号の長さによって異なる |
| Sofmap.com | 6 | 支払い / 配送指定が別手順 | 別フレームで手順一覧が表示され、あと何ステップかがわかるのは親切 |
| ツクモネットショップ | 5 | なし | 手順はわかりやすい。ただし、カード情報などは毎回入力する必要がある |
| VIRTUAL T・ZONE | 7 | 確認メールの受信 / 返信 | 発注するとメールが届き、それに返信することで正式発注となる。タイムラグがある |
| Yodobashi Camera PERSONAL STORE | 5 | なし | 追加ステップなし。ただ、毎回カード情報を入力するのは少し手間だ |

全サイトで共通なステップは、商品選択 数量決定 支払い / 配送方法指定 発注内容の確認 発注完了の5ステップ

[配送日時の指定の可否]

| | 配送日指定 | 休日指定 | 時間指定 | 時間指定の細かさ |
|------------------------------------|-------|---------|------|--|
| bicbic.com | × | × | × | 指定不可 |
| Laox THE COMPUTER 館ダイレクト | | | | 午前中 / 12 - 14時 / 14 - 16時 / 16 - 18時 / 18 - 20時 / 20 - 21時 |
| さくらやNets | | (休日のみ可) | | 10 - 12時 / 12 - 15時 / 15 - 18時 / 18 - 21時 / 21 - 24時 |
| Sofmap.com | × | × | | 9 - 12時 / 12 - 14時 / 14 - 16時 / 16 - 18時 / 18 - 20時 / 20 - 21時 |
| ツクモネットショップ | | | | 8 - 12時 / 12 - 14時 / 14 - 16時 / 16 - 18時 / 18 - 20時 / 20 - 21時 |
| VIRTUAL T・ZONE | × | × | × | 指定不可 |
| Yodobashi Camera PERSONAL STORE | × | × | × | 指定不可 |

8 配送日時指定

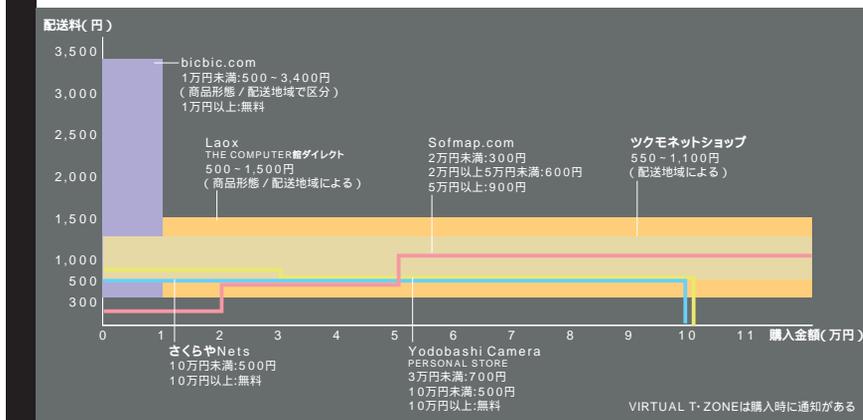
商品の配送日時を指定できれば、不在で受け取れないということもなくなる。個人利用の場合、特に重視したい項目だ。

検証した7サイト中、配送日と時間帯の両方を指定できるのはLaoxとツクモネットショップの2サイト。また、さくらやNetsが休祭日に限り配送日と時間帯を、Sofmap.comが配送日のみを、それぞれ指定できるようになっている。なお、さくらやNetsは21時から24時の配送にも対応している。休祭日に遅くまで遊んでから自宅に戻って受け取ることもできる。

9 配送料金

購入金額で送料が変わるECサイトは多い。よくあるのが「円以上は無料」というものだ。今回検証したサイトの場合、この常識に当てはまらないサイトもある。たとえばSofmap.comは購入金額の増加にともなって配送料も上がっていくし、Laoxのように商品サイズと配送地域によ

配送料の比較



って配送料が異なる場合もある。各サイトの配送料金体系には十分注意したい。

10 決済の種類

今回検証したサイトは高額商品を多く扱っている。高額商品であればカードで決済する機会が多いだろうが、「CD-Rメディアを代金引き換えで」とか「帰りが遅いからコンビニ振り込みで」など、購入した商品の代金を支払う(決済する)方法の選択肢が多いほど使いやすい。おもな決済方法と対応状況は下表のとおりだ。決済方法の多さがうれしいのはbicbic.comとSofmap.comの2サイト。どちらもコンビニ振り込みにも対応する。また、カード決済が中心ならツクモネットショップも利用しやすい。対応カードが14種類と充実している。

11 分割払いの対応

購入金額が数万円単位になることを考えると、分割払いへの対応は必須だろう。今回検証したサイトが用意する分割払いには2通りあり、クレジットカードを利用する方法と、サイト独自のローン制度を利用する方法がある。ただし、カードへの対応には幅があり、1回または2回しか選べない場合もある(表参照)。14種類のクレジットカードに対応し、独自ローンもサイト上で申し込めるツクモネットショップは、総合的な使い勝手がよいサイトだと言えるだろう。既存のカードを使うなら、Sofmap.comも使い勝手がいい。14種類のカードそれぞれで、さまざまな回数の分割払いを指定できる。なお、対応数トップのカードはNICOSという結果になった。

[決済方法と分割払い]

| ECサイト | 対応する決済方法 | | | | | 分割払いに関する項目 | | | |
|---------------------------------|----------|------|------|-----------|-------|----------------------|----|------------------------|---------------------|
| | 代金引換 | 銀行振込 | 郵便振替 | コンビニ払い | カード決済 | その他 | 可否 | 対応する分割方法 | 選択できる回数など |
| bicbic.com | | | | (セブンイレブン) | | デビット決済 | × | ×(*1) | - |
| Laox THE COMPUTER館ダイレクト | | | | × | | サイバーオンクレジット(店舗独自ローン) | | カード6種類(*2)+サイバーオンクレジット | 方法により異なる。最長60回 |
| さくらやNets | | | × | × | | | | カード6種類(*3) | さくらやNICOSカードは、最長36回 |
| Sofmap.com | | | | (セブンイレブン) | | | | カード14種類(*4) | カードごとに最長回数は異なる |
| ツクモネットショップ | | | × | × | | NICOSと提携したクレジットあり | | カード16種類(*5)+NICOS提携 | NICOS提携クレジットは、最長48回 |
| VIRTUAL T・ZONE | | | × | × | | アプラスと提携したクレジットあり | | カード10種類(*6)+アプラス提携 | アプラス提携クレジットは、最長60回 |
| Yodobashi Camera PERSONAL STORE | × | | × | × | | サイバーオンクレジット(店舗独自ローン) | | カード9種類(*7)+サイバーオンクレジット | 方法により異なる。最長36回 |

*1) 6種類のカード(ビックインターナショナル/UC/JCB/DC/ダイナース/セゾン)に対応するが、すべて「翌月1回払い」しか選べない *2) VISA/UC/ダイナース/AMEX/JCB/NICOS(NICOS以外は一括またはリボ払いのどちらかを選択。AMEXは一括のみ) *3) VISA/MASTER/DC/JCB/NICOS/さくらやNICOS(NICOS/さくらやNICOS以外は1回、2回、リボ払い、ボーナス一括のみ) *4) ソフマップ/JACCS/JACCS/オリコ/ダイエー/OMC/セゾン/ミリオン/JCB/VISA/UC/DC/MASTER/AMEX/ダイナース/NICOS *5) ツクモカード(5種)/ミリオン/JCB/NICOS/JACCS/CF/VISA/MASTER/DC/UC/ダイナース/AMEX(ツクモカード3種類以外は一括またはリボ払いのみ。AMEXは一括のみ) *6) T・ZONEカード(3種)/VISA/MASTER/JCB/DC/UC/NICOS/セゾン/AMEX(すべてのカードで支払い条件は同じ。1回、2回、リボ払い、ボーナス払いの4通りから選ぶ) *7) AMEX/DC/GC/JCB/NICOS/マスター/ミリオン/UC/VISA(カードごとに選べる回数は異なる。NICOSを除くと、リボ、1回、2回、8月ボーナス払いが主流)

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：大泉知永 + ソシオメディア
情報デザイナー。「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、執筆・講演などを行っている。

www.sociomedia.com

評価の指標

PC系量販店のECサイトは、膨大な商品数や類似した商品属性といった特性から、いかに目的の商品を見つけやすいかといった操作性、その商品を選ぶ判断材料となる比較検討項目の充実度が評価指針になる。特に、価格と機能における相対的な標準値がわかりづらいため、単純に商品の特徴を列挙しただけでは購入に結び付かない。そこで、おもに商品構成の詳細とユーザーのニーズに合った購入プロセスが用意されているかに着目した。評価基準は「サイトデザイン」、「主要機能デザイン」、「ユーザビリティ」。

採点基準【47+25+28=100】

| サイトデザイン(47点満点) | 主要機能デザイン(25点満点) | ユーザビリティ(28点満点) |
|----------------|------------------|----------------|
| 情報体系・組織化:19点 | 検索機能:6点 | アクセシビリティ:10点 |
| インターフェイス:11点 | ナビゲーション(メニュー):9点 | 学習しやすさ:4点 |
| インタラクション:10点 | 在庫状況の確認:3点 | 効率性:2点 |
| ビジュアルデザイン:7点 | ヘルプ・解説:3点 | 記憶しやすさ:2点 |
| | 会員登録:4点 | エラーの少なさ:2点 |
| | | 主観的満足度:4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)

bicbic.com
www.bicbic.com

77点 (39+13+25)



商品リストからその商品の属性に沿った絞り込みが用意されている点は評価できるが、キーワードなどの検索による検索結果数が多い際、結果に対してのソート機能やより詳細な絞り込みができないのが残念。商品比較の検討材料として、発売時期などが無いため、リストから最新の商品を選ぶことが難しい。とはいえ、該当商品に対してのマッチングアイテムの存在など、商品詳細ページは見やすいうえに安心感がある。ただし、ナビゲーション展開で、同じジャンル内で別のカテゴリーへの展開が見せられるような配慮がほしい。商品購入フローに入ってから購入のために会員登録をすると、また最初から商品を選択しなおさなければならぬフローは改善の余地があるだろう。

商品リストからその商品の属性に沿った絞り込みが用意されている点は評価できるが、キーワードなどの検索による検索結果数が多い際、結果に対してのソート機能やより詳細な絞り込みができないのが残念。商品比較の検討材料として、発売時期などが無いため、リストから最新の商品を選ぶことが難しい。とはいえ、該当商品に対してのマッチングアイテムの存在など、商品詳細ページは見やすいうえに安心感がある。ただし、ナビゲーション展開で、同じジャンル内で別のカテゴリーへの展開が見せられるような配慮がほしい。商品購入フローに入ってから購入のために会員登録をすると、また最初から商品を選択しなおさなければならぬフローは改善の余地があるだろう。

LaOX THE COMPUTER 館ダイレクト
direct.laox.co.jp

48点 (23+10+15)



グローバルナビゲーションと常に可視状態にあるジャンル検索が、ナビゲーション機能の面で連携し合うときに混乱が生じる。ただし常に普遍的なナビゲーションが存在するので、安心感はある。商品情報がジャンルに依存することを考えれば、ユーザーの選択履歴が残る仕組み(パンくずリストなど)にするのがいいだろう。トップページには、「ランキングから探す」や「10万円以下のパソコン」などジャンル検索とは違ったアプローチで商品を検索できるが、目的別検索が単なるメーカー別になっているのが残念。ユーザーの使用目的や好みなどで検索できるとさらによくなるのではないかと。ナビゲーションの制御がJavaScriptで記述されているためか、ブラウザによっては不具合が出た。

さくらやNets
www.sakuraya.co.jp

70点 (37+15+18)



絞り込み検索を軸とした商品選択のプロセスが履歴として残る仕組みになっているので、再検索や戻る際に有効。だが、シンプルなテキストリンクの羅列だけなので、もう少し差別化するか、そのエリア自体の差別化といった工夫がほしいところ。検索結果に対してのソートや絞り込みができないのも残念だ。またトップページにおいて、会員登録をしなれば購入できないことをグラフィックでの差別化などで明示すれば、ログインのし忘れを防止できると思われる。細部になるが、「ビジュアル」というカテゴリー名には若干の戸惑いを覚えた。一方で商品の詳細ページにはコピーやわかりやすい簡易説明などがあり、購入のための参考になる。

絞り込み検索を軸とした商品選択のプロセスが履歴として残る仕組みになっているので、再検索や戻る際に有効。だが、シンプルなテキストリンクの羅列だけなので、もう少し差別化するか、そのエリア自体の差別化といった工夫がほしいところ。検索結果に対してのソートや絞り込みができないのも残念だ。またトップページにおいて、会員登録をしなれば購入できないことをグラフィックでの差別化などで明示すれば、ログインのし忘れを防止できると思われる。細部になるが、「ビジュアル」というカテゴリー名には若干の戸惑いを覚えた。一方で商品の詳細ページにはコピーやわかりやすい簡易説明などがあり、購入のための参考になる。

Sofmap.com
www.sofmap.com

81点 (39+18+24)



ジャンルからの絞り込みに対して各階層構造ごとの選択履歴(パンくずリスト)があり、同カテゴリー間のナビゲートの操作性もよく、全体的に使いやすい。検索結果リストに対してキーワードからのさらなる絞り込みとソートができる点は評価できる。ビジュアル面においては、ショッピングやセレクトショップなどのコンテンツは同じルック&フィールで統一されているが、サポートやツールなどのページはまったく体裁が異なるといった点は改善の余地があるのではないかと。なお、商品一覧リストから詳細ページを見る際、商品数が複数選択できる機能があるなど、商品購入のための比較検討がしやすく、ユーザーに配慮した機能が用意されている。

ツクモネットショップ
www.tsukumo.co.jp

45点 (21+8+16)

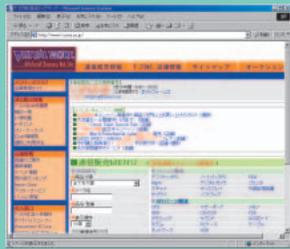


同じカテゴリ内で検索した際に1ページあたり50件も検索結果が表示されるうにソート機能がいないため、1件1件見て探す方法しかないのは不便。検索結果リストで商品の属するカテゴリなどの表示を差別化するなどの必要性がある。詳細ページの表示項目がリストページの内容と変わらないうに、肝心の商品写真などが無いためイメージが伝わりづらい。また色の使い方が散漫になっており、情報の伝達目的とマッチしていない。ナビゲーションメニューのルールが、選択されたジャンルによって異なっていたりするため、結果としてユーザーに負荷を与える。全体的にユーザーが商品を選ぶための機能とプロセスが欠如しているのが残念。

全体的にユーザーが商品を選ぶための機能とプロセスが欠如しているのが残念。

VIRTUAL T・ZONE
www.t-zone.co.jp

34点 (17+5+12)



サイト全体において、ビジュアル機能性ともに統一性が感じられないため、ECサイトとしての信頼感を失う恐れがある。検索における機能自体は商品分類からメーカー名、ソート機能と各種そろっているが、検索結果のページになるとビジュアルアイデンティティもグローバルナビゲーションもなくなってしまうのが気になる。商品の詳細ページもメーカー側のサイトへの受け渡しとなっているにすぎないので、「探して選ぶ」というよりは、購入する商品が決まっている場合のオンラインサイトといった印象を受ける。より一貫したナビゲーション機能とビジュアルアイデンティティをさらに意識すれば、サイトとしてまとまりが出てくるだろう。

より一貫したナビゲーション機能とビジュアルアイデンティティをさらに意識すれば、サイトとしてまとまりが出てくるだろう。

パソコン周辺機器を購入する

読者体験レポート

読者にPC系量販店のECサイトで、編集部規定の料金(全サイト合計20,000円)内で自由に商品を購入してもらった。サイトの操作性から商品の料金、配送料、配送日数への満足度など、全体の使い勝手をうかがった。

読者モニター募集

「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、メールアドレスをご記入のうえ、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

神奈川県相模原市 車さん

テストをしたサービス

- bicbic.com
- Sofmap.com
- ツクモネットショップ
- Yodobashi Camera PERSONAL STORE



利用のしやすさでは、Sofmapが一番でした。文字が大きくて見やすいほか、絞り込み検索が便利です。在庫のようすもあいまいな表現ではなく、や で示してあります。送料300円、代引き手数料300円と費用が安いのも魅力なうに、発送メールがタイミングよく届いたり、商品到着の翌日にお買い上げ票(保証書)が封書で届いたりという流れが順調に体感できました。ツクモは購入するときに最短納期の希望や領収証の依頼ができますが、散々入力したあとに「品切れ」と表示されてしまいました。同様にヨドバシでは、決済の入力までたどり着いてからNGになる始末。LANケーブルなどで商品情報や値段が表示されず、メーカーのページに飛ばすのは不親切ですね。また、予定で3~5日後の到着とあるのに、2週間経過しても連絡がないのは不愉快。bicbic.comはマイク付きのヘッドセットという珍しい商品を注文したのに、予定通り4日で到着したのはうれしかったですね。

Yodobashi Camera PERSONAL STORE
www.yodobashi.co.jp

77点 (41+15+21)



全体的なトーンやルック&フィールが統一されており好印象を受ける。ナビゲーションとコンテンツエリアが明確になっているため、情報が混在することがなくわかりやすい。ただしジャンルからの絞り込みプロセスが少ないために、商品数が多いときの結果に対しては再度絞り込みをかける必要がある。階層表示のナビゲーションの見せ方(選択されたカテゴリ名がナビゲーションエリアのラベルとなっている)は疑問を感じる。商品情報も詳細情報のほかにマッチングやおすすめ情報、アイテムによっては同じ商品を購入したユーザーの購買履歴をもとにしたリコメンド形式など、商品情報のさまざまなリンクの展開がユーザーの主観的満足度を高めている。

商品情報も詳細情報のほかにマッチングやおすすめ情報、アイテムによっては同じ商品を購入したユーザーの購買履歴をもとにしたリコメンド形式など、商品情報のさまざまなリンクの展開がユーザーの主観的満足度を高めている。

千葉県印西市 清水さん

テストをしたサービス

- LaOX THE COMPUTER 館ダイレクト
- さくらやNets
- VIRTUAL T・ZONE
- Yodobashi Camera PERSONAL STORE



さくらやは商品のカテゴリとサブカテゴリの分け方がうまく、目当ての商品を見つけるのが簡単でした。Q & Aを見て、疑問がすべて解決したのもうれしかったです。ヨドバシは現在行っている送料無料キャンペーンが魅力です。注文後の領収書の発行や配送手配などの速さ、同じ品物の再注文などがとてもラクです。さらに商品が見つけやすくなればもっといいですね。LaOXは画面左下にカテゴリを選ぶところがありますが、「VAIO C1」などでは、そこを選ばませんでした。T-ZONEは個人向けの通販はあまり考えていないのかカタログを持っていないと商品を探しにくいうに、注文してすぐに確認のメールが届かず不安になりました。その後、正式に注文するかどうかの確認メールが入ったので返信すると注文後5日ほど時間がかかるように書いてあり、実際の商品到着日が書かれていないのは不便です。全体の使い勝手は、注文まではさくらが一番でしたが、注文後は、ヨドバシが一番でした。

サービス一覧表

258 ページの評価基準に基づき、ピックアップした7サイトの実力を検証した。個々の項目についての評価をまとめて紹介するのが下の表だ。各サイトごとに提供しているサービスの内容は異なる。結果を参考に、実際に利用してみよう。

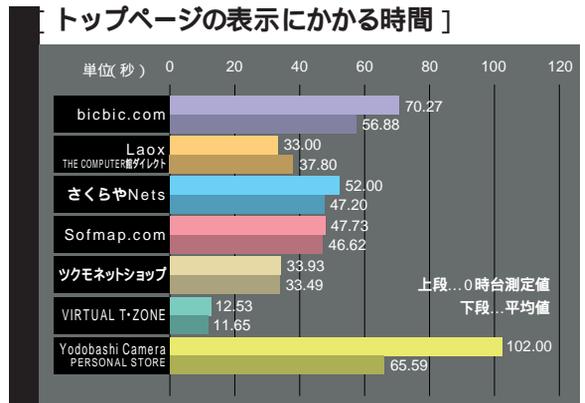
| サイト名 URL | bicbic.com www.bicbic.com | Laox THE COMPUTER館ダイレクト direct.laox.co.jp | さくらやNets www.sakuraya.co.jp |
|-------------|--|---|---|
| 購入可能な商品 | 取り扱いカテゴリ 10 そのほかの取り扱い商品 5 取り扱いメーカー 5 | ビデオカードがないなど、PCパーツの品ぞろえはあまり多くない AV系家電とゲーム (PS / PS2 のみ) を取り扱っている メジャーなメーカーばかり 12 社の製品を扱う | ドライブ類を除く PC パーツが少ないほかは、まんべんなく扱う 時計の取り扱い品目が多いが目立つ。ほかも品数は多い 取り扱いメーカーは、検証サイト中最少の 9。大手に偏重する |
| 会員制度 | 会員制度の有無 2 会員登録のしやすさ 3 会員登録のメリット (情報面) 5 会員登録のメリット (ポイントカード) 5 | 会員登録はあるが、ポイント制度は用意されていない 会員登録は 1 画面。個人情報を入力するだけなので簡単だ メールニュースと限定セール、購入状況の照会が可能になる ポイント制度とクーポン制度の併用で、お値打ち感が高い*1 | さくらやNets 会員と「My Page 会員」の 2 通り。メリットは異なる 会員登録は 2 画面。カード情報も登録でき、商品購入がラクになる メールニュースと限定セール、購入状況の照会が可能になる ポイント制度とキャッシュバック制度の 2 つを用意*2 |
| 商品の購入方法 | 検索機能の有無と充実度 3 発注までのステップ数 5 複数発注のステップ数 5 発注の下限 2 | キーワード検索と詳細検索の 2 つの検索方法を用意している 発注ステップ数の標準は 6。もらうクーポンの選択もここで行う 追加商品 1 つにつき、発注ステップ数は 3 つ増える。クーポン選びが面倒 下限なし。1 万円以上の購入で配送料金が無料になる | カテゴリに加え、メーカー名や価格帯で検索できる機能を用意 5 ステップと短い、長い注文番号をメモするのは大変だ 追加商品 1 つにつき、発注ステップ数は 2 つ増える 下限なし。10 万円未満の場合、一律 500 円の配送料 |
| 商品の到着 | 標準配送時間 4 配送日時指定の可否 4 配送場所指定の可否 1 梱包の状況 1 | 標準日数は 3 ~ 10 日。商品在庫や配送地域で詳細は異なる 配送日時の指定は一切できない 複数の配送先を登録し、使い分けられる「住所録」機能がある 商品の保証書がビニールにくるまれているなど、工夫が多い | サイト上に配送時間の記載なし。実際は 5 日で到着した 休日配達のみ指定できる。時間の指定は 3 時間刻みで 24 時まで 商品購入時に、配送先を指定できる。登録以外の場所でも可能 CD-R メディアは封筒で配送。もともとパッケージなので問題なし |
| 支払い関連 | 支払い方法の種類 5 分割払いの可否 5 | デビット決済にも対応し、支払い方法は最多となっている 分割払いには対応しておらず、カード決済も翌月 1 回払いのみ | 代引き、銀行振込、郵便振替、カード、独自ローンの 5 つに対応 サイバーオンクレジットをサイトで申し込める。対応カードは少ない |
| その他 | 実店舗との違い 2 購入履歴 2 連絡メールの有無 2 独自保証制度 2 アフターサービス 2 | 電子ポイントのほか、電子クーポンも用意。割引方法は多彩だ 購入履歴、ポイント残高、クーポン履歴などを参照できる 受注メールのほか、発送完了メールも届く 店舗独自の保証制度は用意していない。メーカー保証のみ 初期不良などの返品は、商品到着後 21 日まで電話で受け付け | 商品ごとに還元率が異なるため、サイトと実店舗の比較は難しい 購入履歴と発注処理状況をサイト上で確認できる。安心感が高い 受注メールのほか、発送完了メールも届く 店舗独自の保証制度は用意していない。メーカー保証のみ 商品到着後 8 日以内にメールなどで連絡すれば返品できる |
| ユーザビリティ | ウェブデザイン評価 20 | 15 (7.7 x 0.2) | 14 (7.0 x 0.2) |
| 合計得点 | 100 | 70 | 67 |

パフォーマンスチェック

今回テストを行った7つのPC系量販店サイトで、トップページの表示にかかる時間を調査した。3月3日(土)から3月8日(木)まで(3月5日は除く)、4時間おきにDION、@nifty、ODNを使ってサイトにアクセス。この3つのプロバイダーで表示にかかった時間の平均値を取り、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。

サイトによってかなり時間が異なる。全体の平均値と0時台測定値があまり変わら

ないサイトもあれば、測定期間中、Laoxは0時台測定値が平均値よりもパフォーマンスがよい結果となった。一方、知名度の高いサイトとはいえ、Yodobashi Cameraの結果はツライものがある。これではユーザーの購入意欲が落ちてしまうのではないだろうか。改善を望みたい。



| サイト名 URL | Sofmap.com www.sofmap.com | ツクモネットショップ www.tsukumo.co.jp | VIRTUAL T-ZONE www.t-zone.co.jp | Yodobashi Camera PERSONAL STORE www.yodobashi.co.jp |
|-------------|--|--|---|---|
| 購入可能な商品 | 取り扱いカテゴリ 10 そのほかの取り扱い商品 5 取り扱いメーカー 5 | 10 全ジャンルを扱う。自作派もメーカーPC派も満足できるはず 0 ほぼ完璧 “パソコン専門店” となっている 3 ASUSTeKのノートやツクモオリジナルブランドも含め16メーカー | 10 自作ユーザー向けCPUやマザーボードなど、PC関連は豊富 2 家電や腕時計などを購入できるが、PCに比べ種類が少ない 4 プロトンやhpも含めた18メーカーの製品を取り扱う | 9 取り扱いジャンルは豊富。自作用パーツを除けばほとんどそろそろ 5 PCだけでなく、家電など電機製品をオンラインで扱っている 2 取り扱いメーカー数は13。アドテックなどの製品も取り扱う |
| 会員制度 | 会員制度の有無 2 会員登録のしやすさ 3 会員登録のメリット(情報面) 5 会員登録のメリット(ポイントカード) 5 | 2 TIS ID制度。個人情報入力の手軽化とメールニュースがメリット 2 会員登録は1画面でOK。なお、登録しなくても商品を購入できる 2 メールニュースと限定セール紹介というメリットがある 0 サイト上で利用できるポイント制度は用意されていない 2 サイト上で利用できるポイント制度は用意されていない | 2 サイトでの購入専用の会員制度「eポイントクラブ」がある 1 手続きは1画面でOK。なお、会員登録しなくても商品を購入できる 0 サイト上に情報面の記載なし。特にメリットは用意されていない 2 サイトだけで使えるポイント制度(還元率3%)がある 4 項目の条件を設定できる検索機能が用意されている | 2 商品を購入すると、サイト専用(店舗とは別)の会員になれる 3 サイト専用会員に申し込める。登録は簡単で、手続きしやすい 1 サイト上に情報面の記載なし。情報誌はサイト上で参照できる 4 還元率は支払い方法で違い、8%か10%。キャンペーンもある*4 4 購入ステップ数は5。カード決済の場合、毎回番号の入力が必要 4 追加商品1つにつき、発注ステップ数は2つ増える 1 下限はないが、10万円未満は配送料が必要*5 |
| 商品の購入方法 | 検索機能の有無と充実度 3 発注までのステップ数 5 複数発注のステップ数 5 発注の下限 2 | 3 「絞り込み」「プルダウン」の2つの検索方法を用意。探しやすい 4 初回購入時のステップ数は6。2度目以降は5ステップに減る 4 追加商品1つにつき、発注ステップ数は2つ増える 1 下限なし。購入金額に応じて、配送料が必要になる | 2 700MHzなどのスペック指定できる用語検索あり 2 購入ステップ数は5。カード情報は毎回入力する必要はある 4 追加商品1つにつき、発注ステップ数は2つ増える 1 下限はないが、商品価格に関係なく550~1,100円の配送料が必要 | 1 キーワード検索を用意するが、検索時のヒット率は低い、要改善 4 購入ステップ数は5。カード決済の場合、毎回番号の入力が必要 4 追加商品1つにつき、発注ステップ数は2つ増える 1 下限はないが、10万円未満は配送料が必要*5 |
| 商品の到着 | 標準配送時間 4 配送日時指定の可否 4 配送場所指定の可否 1 梱包の状況 1 | 4 サイト上に配送時間の記載なし。実際は3日で届いたが 1 配送日を指定できないが、時間は指定できる。1点を加算 1 購入時に指定できるが、カード決済は登録以外の住所は指定不可 1 緩衝剤は最小限。だが、特に問題はない梱包だった | 0 サイト上に配送時間の記載なし。実際の配送は1週間だったが 0 配送日時の指定は一切できない 1 配送先の商品を購入するたびに指定できる 1 CD-Rメディアは封筒入り。せめて、緩衝剤は使っていない | 2 在庫がある商品は翌日発送が原則。3~5日で手元に届く 0 配送日時の指定は一切できない 1 配送先の指定は、3か所まで可。商品購入のたびに変更できる 1 CD-Rメディアは緩衝剤を豊富に使って梱包されていた |
| 支払い関連 | 支払い方法の種類 5 分割払いの可否 5 | 5 コンビニ払い(セブンイレブン)にも対応。決済方法の多さは魅力 3 独自ローンはないが、分割払いに対応するカードの種類は多い | 4 代引き、銀行振込、カード、独自ローンの4通りに対応している 4 アプラスと提携した独自ローンあり。ただし、別に申し込みが必要 | 3 銀行振込、カード、独自ローンの3通りに対応している 5 独自のサイバーオークレジットをサイトで申し込める。対応カードも多い |
| その他 | 実店舗との違い 2 購入履歴 2 連絡メールの有無 2 独自保証制度 2 アフターサービス 2 | 1 サイトと実店舗で、還元率に大きな差はない 2 購入履歴のほか、買取金額なども含まれた「資産目録」を管理できる 2 発注受付や配送終了のタイミングでメールが届く。安心感が高い 2 ソフマップカード入会済みなら、購入金額の3%で5年間の保証あり 1 初期不良と配送ミスの場合のみ返品できる。連絡は2週間以内に | 0 ポイント制度が用意されていないため、加算は0点とした 0 購入履歴を調べる仕組みはサイト上に用意されていない 1 発注確認、配送手配完了、発送完了など連絡メールの数は多い 1 規定額を支払えば、最長5年の保証を受けられる「99ワランティ」あり 2 返品は到着から8日以内。発注後2時間以内ならキャンセルも可 | 1 還元率は店舗と同じ。ただしサイトでは貯めたポイントを使えない 2 発注したことがある商品を再注文するのがラク。使い勝手はいい 0 独自の保証制度は用意されていない。メーカー保証のみ 1 返品は商品到着から8日以内。返品連絡はメールでも受け付ける |
| ユーザビリティ | ウェブデザイン評価 20 | 16 (81 x 0.2) | 9 (45 x 0.2) | 7 (34 x 0.2) |
| 合計得点 | 100 | 79 | 62 | 48 |

*1 ポイント還元率は商品ごとに異なり、もらえるクーポンの種類も変わる。
*2 商品ごとに換算可否と還元率が異なっている。
*3 商品によっては、複数回同時に発注できないものもある。
*4 ポイント制度を使うには、別に実店舗で申し込む必要がある。
*5 現在は配送料無料キャンペーン中。



総合評価

今回は、個人が利用することを前提に評価を行った。実際に商品を購入して使い勝手を検証した結果、総合1位に輝いたのがSofmap.comだ。特に配点比重を高めた「ポイント制度」と「分割払いへの対応」をはじめ、採点項目全体で高得点を獲得した。なかでも、実店舗と連動したポイント制度のメリットは特筆に値するだろう。休みの日は実店舗で、忙しいときはサイト上でと、両者を併用する人には

便利なサイトだ。

2位以下は混戦模様となった。取り扱いカテゴリの広さが魅力の“カメラ系量販店”3サイトに、“パソコン専門店+”のLaoxを加えた4サイトの実力は伯仲している。どのサイトも、0点の項目があるのが抜け出せない理由。逆に言えば改善してほしい点が明確で、ほかの面では満足のいくサービスを提供しているといえる。

残念ながら下位になったツクモだが、検索などの個別項目では健闘した。パソコンが欲しいというユーザーにとってはほかのサイトよりも使い勝手がいい部分もある。ポイント制度が用意されれば、トップにな

れる可能性は十分ある。

記事の最初でも紹介したとおり、デジタル機器を扱うECサイトは多い。「価格.com」など、(価格だけだが)各サイトの違いを比較できるサイトも増えてきた。今後は、単に商品バリエーションを増やして価格競争だけをするのではなく、何らかの付加価値が必要になってくると考えられる。ポイント制度など実店舗との密接なリンク、対象を絞り込んだ会員限定セールのお知らせなどの魅力的な情報提供のように現状の仕組みにちょっとした工夫を加えることで新しい魅力が生まれてくるはずだ。各サイトの今後に期待したい。



[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