

EC benchmark

本当の実力を総力調査

ECベンチマーク

第8回 花

執筆：椿 浩和

アドバイザー：本郷 肇 + ソシオメディア (228ページ~229ページ)

illustration : Asakura Megumi



第一園芸オンラインショップ

e87.com

フラワーファーム

花キューピット

HIBIYA-KADAN GIFT SHOP

World Flower Service

お祝いに、お見舞いに、記念日に、何かの機会に花を贈る習慣は私たちの間に広く根付いている。こうした習慣を反映してか、花を贈れるECサイトはパソコン通信のころからすでにいくつか存在した。最近では、世界規模のサイトが日本に上陸するなど、インターネット上に数多くの花屋が出店している。ネット上の花屋には、24時間いつでも思いついたときに花を贈れるという手軽さがある。今回のECベンチマークでは、「花」のECサイトから主要なものをピックアップし、その使い勝手と実力を検証する。「個人が知人に花を贈る」のもっとも適したサイトはどこなのかを調べてみたい。

本記事は2001年3月下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。

商品
バリエーションと
配達指定が重要

機動力で有効に使いたい フラワーショップサイト



Preview

「選びやすさ」と「贈りやすさ」が 選択の決め手

お買い物リスト

今回購入した商品

- ・エアプランツ ガラス小鉢入り
(第一園芸オンラインショップ)
- ・アレンジメント「カンテベリート」
(e87.com)
- ・春のアレンジラック(フラワーファーム)
- ・No.216 アレンジメント(花キュービッド)
- ・アレンジメント「ミニオン」
(HIBIYA-KADAN GIFT SHOP)
- ・スプレーローズの花束
(World Flower Service)

今回購入した商品は上記の6種。いずれも、自宅と職場の2か所に送り、配送状況などをチェックしている。商品の選択にあたっては、なるべく梱包状況の違いが生じそうなものを選ぶようにしている。

「フラワーショップサイト」の数は多く、運営形態や扱う花の種類は千差万別だ。さまざまな商品を扱う複数ショップのサイトから、「ぞうの花屋」^{Jump01}のように特定用途に絞った花を扱う単独ショップのサイトまで、その中身は多種多様だ。「F Links」^{Jump02}などの花のリンク集を見ると、実に多くのサイトがあることがわかる。今回は、「個人にとっての利用のしやすさ」に主眼を置いた。サイトの選択基準としたのは「扱い品目が多い」(選択肢が多

い)、「全国規模で配送を行う」(どこにでも贈れる)ことだ。要件を満たすサイト6つを選んだ。

検証にあたっては特に「贈りやすさ」に重点を置いた採点基準を作成した。なかでも「配送」関連の項目には得点を多めに配分した。どんなによいものを選んで贈っても、タイミングが悪ければ意味がないという判断からだ。

^{Jump01} www.87yome.com

^{Jump02} emi.h.chiba-u.ac.jp/Fsite/FLframe.html

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	10	取り扱い品目	5	各サイトが扱う商品をチェックし、総数が多いサイトから3-1点で評価。さらに、用意された価格帯の多さによって2-1点を加算する
		選択の可否	5	ユーザーが自分で1本ずつ選んで花束などが作れる仕組みを用意しているか。機能があれば2点を加算。さらにその使い勝手をチェックし、3-1点の相対評価とする
商品の購入方法	30	検索機能の有無と充実度	3	検索機能の充実度をチェック。カテゴリ検索(花束や鉢植えなど)に加え、「予算別」「用途別」(結婚式のお祝いや葬儀の供花など)があるかどうか。それぞれ1点ずつ加算する
		そのほかの検索オプション	2	「相手の年齢」や「花束の色」など、検索時に利用できる「便利な」オプションについてチェック。用意された項目1つにつき、1点を加算する。ただし、最大でも加算は2点まで
		発注時のオプション(カードなど)	5	発注オプションをチェックする。包装紙、メッセージカード、撮影サービスなど、サイト独自の発注オプションがあれば明記し、それぞれ1点を加算する。最大5点
		発注までのステップ数	5	「3,000円」程度の生花(花束)の発注にかかるステップ数を明記し、もっとも少ないサイトから順に5-1点で評価する。なお、各種オプションの設定は特にしない
		複数発注のステップ数	5	複数の商品を一度に購入する場合、1アイテム追加ごとに発注ステップはいくつ増えるかをチェック。追加ステップ数が少ないサイトから順に5-1点を加算する
		発注の下限	2	発注に下限が設けられているかどうかをチェック。下限がなければ2点、金額が決まっている場合には0点をそれぞれ加算する
		配送料金	3	配送料金についてチェックする。各サイトの配送料金をチェックし、価格が低いところから順に3-1点の相対評価とする。なお、配送料込みで商品代金を表示しているサイトについては「評価不能」とし、得点は加算しない
商品の到着	25	決済の方法	5	用意された支払い方法をチェック。代引き、銀行振込、郵便振替、クレジットカード決済、そのほか(コンビニ決済など)のそれぞれに対応していれば、各1点を加算する。最大5点
		配送可能地域と期間	5	配送可能な地域と期間を検証。国内全域をカバーすれば3点、限定があれば、度合いにより2-1点を加算する。海外配送への対応や通年配送などはさらに1点を加算する。合計5点で評価
		標準配送時間	5	各サイトで公表されている標準配送時間をチェックする。月曜日の午前中に発注したと仮定し、翌日到着なら5点、翌々日なら3点、3日目以降はすべて1点を加算する
		スピード配達の有無	2	標準配送時間より早く配達される「スピード配達」や「クイック配達」などの仕組みがあるか。仕組みがあれば1点、日数の短いもの(発注日から2日以内)には追加の1点を加算する
		発注のタイミング	3	いつまでに頼めば「最短」で配達できるのか。「発注の締め」と「配達時間」の差を調べ、もっとも短時間で済むサイトを3点で、以下、2-1点でそれぞれ評価する
		配達日時指定の可否	5	配達日時を指定できるかをチェック。配達日のみの指定ができるなら1点を加算。時間指定ができる場合には、その細かさ(時間帯区分)に応じて4-1点を加算する。最大5点
		配送場所指定の可否	2	配送場所をユーザーが自由に選べるかをチェック。選べるなら2点、選べないなら0点
その他	15	梱包の状況	3	配送された商品の状況をチェックする。生花のアレンジメントについて、どのような状態で配達されたかを検証し、3-1点の相対評価で加算する
		登録制度の有無	3	会員登録制度や住所登録制度があるかどうか。発注ステップ数の減少、ポイント制度、メールニュースによる情報提供などのメリットがあれば、内容に応じて2-1点を加算する
		購入履歴	3	購入履歴をサイトから参照できる仕組みがあるか。参照できるなら1点を加算。さらに再注文などの使い勝手のよいものについては2-1点を追加する
		連絡メールの有無	3	商品発注時や発送時の連絡メールは来るか。メール到着のタイミングなどを総合評価し、3-1点を加算する
		アフターサービス	3	返品や交換ができるなら1点を加算。また、手続きがしやすければさらに1点を加算。このほか、配送事故への対応状況をチェックし、優れたところに1点を追加する
		サイト自体の情報量	3	サイトの中には「花言葉」や「マナー」などに関するコンテンツが充実しているところもある。各サイトのコンテンツがどれだけ充実しているかを調べ、3-1点を加算する
		ユーザビリティ	20	ウェブデザイン評価

Review

評価基準に基づいて 各サイトの実力を検証



e87.com

検証したサイトで唯一「自分で花束を作る」のが、e87.comのカスタムオーダーサービスだ。

1 取り扱い カテゴリー

一口に「花」と言っても、実際には生花と鉢植えの2種類に大別できる。また、周辺アイテムとして園芸用品や肥料、器類などが考えられる。今回検証した6サイトのほとんどは、花束(アレンジメント)を中心とした生花をメインに扱っている。鉢植えを扱うサイトもあるにはあるが、その種類はあまり豊富とは言えない。また、園芸用品などの周辺アイテムを扱うサイトは皆無だ。HIBIYA-KADANにはそうしたアイテムを扱うサイトもあるが、今回検証したGIFT SHOPとは別コーナーになっている。



HIBIYA-KADAN GIFT SHOP
複数サイトが集めたフラワーショップ。園芸用品専用コーナーもある。

2 商品の バリエーション

同じ「花」でも、TPOによって贈る花の種類は異なる。お見舞いに鉢植えを贈る人はいないはずだ。しかし、TPOの種類が多様なため、かえって贈る花を選びにくい場合もある。「お祝い」などの用途ごとに商品が用意されていたほうが、使い勝手は高い。また、選べる価格帯も多いに越したことはない。今回検証した6サイトは「用途別」で花を選べるうえ、価格帯のバリエーションも豊富だ。特に第一園芸は商品数が125種類と多いのが特徴。用途別や価格帯別に品物を絞り込む機能も用意されている。



第一園芸オンラインショップ
検索時に指定できる用途は17種類。パレンタインダーなどの項目も通年で選べる。

3 発注時の オプション

花は贈り手の気持ちを添えて相手に渡すものだ。サイトに用意されている花束をそのまま贈るのは味気ないと思う人も多いだろう。ちょっとしたメッセージを添えたり、包装紙の色を変えたりといった発注時のオプションが充実しているサイトは、使い勝手がよいと言える。しかし、そう言っても発注時のオプションが少ないサイトのほうが多い。せいぜい、メッセージカードの文面を工夫する程度にとどまっている。

オプションの豊富さが光るのがe87.com。ユーザーが1本1本選んだ花を花束にしてくれるサービスも用意している。またHIBIYA-KADANは注文フォームに設けた「備考欄」でユーザーがさまざまなオプションを指定できる。

オプションで提供されるサービス

- ・メッセージカードの作成(全サイト)
書き込める文字数はサイトごとに異なる。
- ・連名でのメッセージ作成
(HIBIYA-KADAN GIFT SHOP)
メッセージカードの送り手欄に複数人の名前を連名で表記できる。
- ・画像配信サービス
(HIBIYA-KADAN GIFT SHOP、e87.com)
贈った花束の写真をメールで確認できる。
- ・カスタムオーダー(e87.com)
花1本1本を自分で選んで花束を作れるほか、イメージを伝えるだけで、それに合った花束を作ってくれる。包装紙の色やメッセージカードの台紙も自由に選べるのは魅力。

[商品のバリエーション]

	花束またはアレンジメント			鉢植え	価格帯	その他・備考
	誕生日 / 記念日	お祝い	見舞い / お悔やみ			
第一園芸オンラインショップ					3,000円 - 15,000円	贈られた相手が自由に選べる「マイセレクト」も用意
e87.com			*1	×	2,000円 - 10,000円	-
フラワーファーム				*2	3,000円 - 25,000円	各ジャンルの商品数はそれほど多くない
花キュービット		*3	*3	*3	3,000円 - 15,000円	-
HIBIYA-KADAN GIFT SHOP					3,000円 - 30,000円	受動・受賞祝いなどの用途でも選べる
World Flower Service				*4	3,000円 - 10,000円	デザイナーによる作品「デザイナーズブーケ」もある

*1: 用意されているのは5種類のみとやや少ない。
*2: 登録された鉢植えは3種類のみ。価格帯も高額なものに偏る。
*3: 一部の商品がフリーダイヤルでの申し込みのみ。
*4: 登録された鉢植えは9種類のみ。花束に比べて総数は少ない。

4 検索の種類 (商品選び)

多彩な花の中から、自分が贈りたいものを素早く見つけるには、検索機能が欠かせない。今回検証した6サイトのうち5サイトは、用途別や価格別などのジャンルによって分類したカテゴリで検索ができるようになっている。ただし、実際には特定のディレクトリーをたどっていく構造だ。複数の条件を指定して合致するものを探すという、一般的な検索機能を持つサイトは第一園芸しかない。第一園芸では、「用途」「予算」「贈る相手の年齢」の条件で商品を絞り込める。



第一園芸オンラインショップ
3つの条件を組み合わせて検索できる。商品数の多いこのサイトには必須の機能だ。

商品の検索機能

- 用途別検索
「お祝い」などの大ざっぱな分類から「受贈祝い」「開店祝い」など細かい分類まで、サイトによって分類方法は異なっている。
- 価格帯検索
1,000円刻みの価格帯ごとに商品を分類。予算に合わせて選べる仕組み。
- 形状/カラー検索
贈る花の形(花束やアレンジメントなど)または色で検索する仕組み。
- 花材検索
花束やアレンジメントに利用する花をキーに商品を検索する仕組み。
- 年代検索
贈る相手の年齢に合わせて、商品を検索できるようにする仕組み。

5 発注時の手続き とステップ数

発注に必要な手続きは全サイト共通で「商品の選択 発注者情報の入力 配送の指定 支払い方法の指定」となっている。発注完了までに必要な手順(ステップ数)は、4~6というところが一般的だ。ステップ数が少ないほど「気軽に申し込める」ことになるが、少なければいいというわけではない。ステップ数の多さは「選べるオプションの多さ」にもつながるからだ。

また、同じステップ数でも入力に要する手間はサイトごとにバラバラだ。特に、発注者情報の入力で違いが出る。住所や電話番号など、入力箇所が多いサイトは、やはり使いづらい。その点、会員登録制度を持ち、会員になれば入力の手間が簡略化できるサイト(第一園芸、e87.com、フラワーファーム、HIBIYA-KADAN)がリピーターには使いやすい。



フラワーファーム

発注で面倒なのは住所などの入力だ。会員制度を持つサイトでは、この手順を省ける。

6 標準配送時間と 発注タイミング

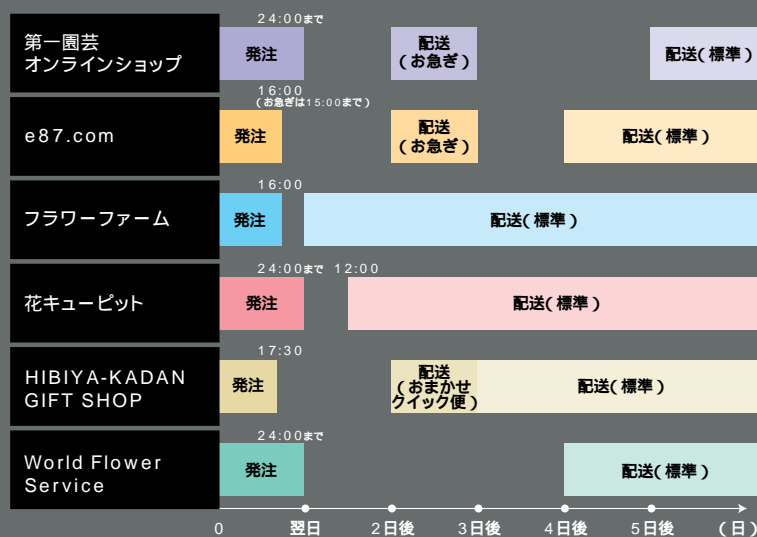
花を贈るときに一番気になるのが「いつ頼めばいいか」ということだ。花は必要ときにきちんと届けてほしいし、ときには「注文してすぐに届く」仕組みもほしい。

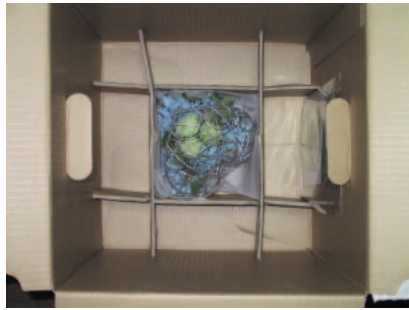
標準配送時間をもっとも短いのは花キュービットだ。23時に発注した商品が、翌日には届くというのはうれしい。またフラワーファームも注文の翌日には届く。

このほかのサイトでは、発注の3~5日後に配達というのが標準。一部のサイトでは「すぐに届く」サービス(お急ぎ/クイックなどの名称)も別途提供しているが、早くて2日程度のうえ、選べる商品の種類も少ない。ふと思立ったときに注文し、すぐに相手へ届けたいなら花キュービットがフラワーファームを使うといいだろう。

発注タイミングと配送時間

オンラインで注文する場合





7 配送場所と日時の指定

花は必要な場所に、タイミングよく贈りたいもの。配送場所と日時の指定ができることは、フラワーショップに必須の要素と言える。配送方法には宅配便と地元店舗からのデリバリーの2通りがあり、サイトごとに採用する仕組みは異なる。いずれの仕組みでも、自宅以外の場所（知人の家や会社など）を指定して配送できる。また、配送日も全サイトで指定できる。

しかし、配送時間帯まで指定できるサイトは3つのみ。そのうち2サイトは夜間配達指定しかできない。実質的に時間が決まった発表会などのイベント会場へ届けるときに「使える」のは、6つの時間帯指定ができるフラワーファームだけとなっている。



フラワーファーム

検証した中で唯一、配送時間帯を6つの区分から細かく指定できる。

8 配送料金と支払い方法

フラワーショップサイトの配送料金は、全国一律500円というのが標準的。「円以上は無料」というサービスは、どのサイトも提供していない。なかには配送料金や消費税額も込みで価格を表示しているサイトもあり、単純に配送料金を比較して、高いか安いかを論じられない状況だ。

支払い方法はクレジットカードによる決済が主流だ。一部サイトで銀行振込やコンビニ決済に対応しているが、先払いだったり配送日が指定できなかったりなどの制限が多い。なお、World Flower Serviceでは電子決済「iREGi」に対応している。

9 梱包状況の工夫

不定形で傷つきやすく劣化しやすい「花」だけに、各サイトの梱包の工夫も気になる。結論から言えば、今回検証したすべてのサイトで問題はなかった。厚めの段ボールで梱包し、さらに切り花には十分な水分を含ませるなどの工夫をしている。地元店舗からのデリバリーを採用する花キュービットは、梱包自体はシンプルだが、「手渡し」が原則なのでこちらも問題はない。なお、花が枯れていたり、切り花が折れていたりなどの場合にはどのサイトも返品や交換ができる。上写真の左はe87.com、右はHIBIYA-KADANの梱包（真上から見たところ）

[配送の指定]

	配送日の指定	配送時間の指定	配送場所の指定
第一圏芸オンラインショップ	*1	×	*2
e87.com	*1	×	*2
フラワーファーム	*1	*3	
花キュービット	*1	×	*2
HIBIYA-KADAN GIFT SHOP	*1	*4	*2
World Flower Service	*1	*4	*2

*1：母の日や年末年始など、配送日を指定できない場合もある。 *2：結婚式場など時間指定が必要な場合には、電話で別途申し込まなければならない。 *3：午前中 / 12時～14時 / 14時～16時 / 16時～18時 / 18時～20時 / 20時～21時の時間帯を指定できる。 *4：「夜間配達」指定のみできる。18時～20時の間を指定する。

[配送料金と支払い方法]

	配送料金	代金引換	銀行振込	郵便振替	カード決済	その他	備考（対応カード）
第一圏芸オンラインショップ	送料・消費税を含む金額がサイト上で表示される	×		×		×	VISA、MASTER、JCB、NICOSなど10社
e87.com	500円（複数なら点数×500円必要）	×		×		コンビニ	VISA、MASTER、JCB、AMEX
フラワーファーム	送料を含む金額がサイト上で表示される	×				コンビニ	VISA、MASTER、ミリオン、DCなど7社
花キュービット	500円（海外の場合は1,400円）	×	×	×		×	JCB、DC、UC、MC、NICOSなど12社
HIBIYA-KADAN GIFT SHOP	500円（複数なら点数×500円必要）	×	×	×		×	AMEX、JCB、VISA、DC、UC、セゾン、ミリオンなど18社
World Flower Service	送料を含む金額がサイト上で表示される	×	×	×		iREGi	VISA、MASTER、JCB、NICOSなど8社

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：本郷 肇 + ソシオメディア
情報アーキテクト。「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・講演活動などを行っている。
KJump www.sociomedia.com

評価の指標

フラワーショップは、これまで実店舗による活動のイメージが強く、すでに流通経路などを確立している。それだけに、ECサイト構築に対する考え方が、実店舗の補完的なものなのか、独立した事業として捉えているのかといった模索の跡がインターフェイスデザインの随所に垣間見られる。特に、ナビゲーションやメニューの配置など主要機能デザインの側面にその差が強く表れており、サイト評価の評価基準の大きなポイントとなっている。「サイトデザイン」(46点満点)、「主要機能デザイン」(26点満点)、「ユーザビリティ」(28点満点)。

採点基準【46+26+28=100】

サイトデザイン(46点満点)	主要機能デザイン(26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:6点	アクセシビリティ:10点
インターフェイス:10点	ナビゲーション(メニュー):7点	学習しやすさ:4点
インタラクション:13点	購入までの付加機能:1点	効率性:2点
	在庫状況の確認:3点	記憶しやすさ:2点
	ヘルプ・解説:5点	エラーの少なさ:2点
	会員登録:4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)

第一園芸オンラインショップ **37**点 (11+8+18)



コラムを定期的に掲載したり花の手入れ方法を検索できたりと、フラワーショップらしいコンテンツが充実し、花好きのユーザーに喜ばれるサイトという印象だ。検索機能も充実しており、好みのスペックの商品が容易に検索できる。しかし、自宅用と贈答用の決済が独立しているにもか

かわらず、同時に処理ができない点などに疑問は残る。また、ショッピング中にカートの中身を確認できないなど、ECサイトに必要とされる基本的な機能や情報が欠落しているのは致命的だ。ナビゲーションに関してもショッピング以外のページでは工夫がされているものの、オンラインショップの階層下では機能的なものが皆無となっている。これらの点を考慮したうえで、サイト全体を再構成する必要があるだろう。

e87.com **69**点 (32+13+24)



一般的なECサイトの体裁をとったオンラインショップらしい作りとなっていることから、オンラインショッピングに慣れたユーザーには非常に親しみやすいだろう。また、初めての利用者に対して「ガイド付きツアー」を用意するほか各コーナーの説明も的確で、ユーザーに安心感を与えて

いる。また、カスタムオーダーといった充実した機能もこのサイトの優れた点だ。ただし、インターフェイス全般が、一般的なECサイトの体裁に収まりすぎている傾向にあり、商品の特徴を加味した雰囲気を感じられないのが残念。ナビゲーションについても通り一遍で工夫に乏しい。商品に関するコンテンツを充実させ、ユーザー体験を考慮したインタラクティブ性を持たせることで、利用者の増加を期待できるだろう。

フラワーファーム **64**点 (29+14+21)



全体的にインターフェイスが統一されていて安心感が持てる。写真とテキストのバランスも適切で、見ていてストレスは感じない。商品の検索機能については、商品数がそれほど多くはないことから、検索というよりも商品カテゴリーで好みの商品を絞る方式を採用していることは納

得できる。しかし、この方法は初心者には複雑な検索機能を強要するよりも扱いやすいが、操作に慣れたユーザーが利用する場合は不満が残るだろう。ナビゲーションに関しては、グローバルナビゲーションが用意されているがサイト構造との整合性がとれておらず、また、ページに現在位置が表示されていないために迷子になりやすい。この点を考慮したうえでサイト全体を再構築すれば、より使い勝手が向上するだろう。

花キューピット **42**点 (20+5+17)



大変シンプルなデザインと構造のサイトで直感的に理解しやすい印象を受けるが、反面、機能の乏しさをそのまま反映してしまっている。商品が少ないこともあって商品選択はカテゴリーから選択する方法を採用しているが、初心者にとってはナビゲーションしやすいものに映るかもしれ

ない。グローバルナビゲーションをまったく持たない手法はサイト構造がシンプルだからこそできるのだが、FAQへのリンクを適切な場所に設置するなど、決済をとまなうECサイトとしてユーザーに安心感を与えるナビゲーションは最低限欲しいところだ。このサイトのように決済を別システムで行う場合は、特にデザイン上の配慮が必要だ。実店舗での機能が充実した団体だけに、オンラインでの一層の機能向上を望みたいし、



日比谷花壇全体のサイトの一部としてオンラインギフトショップが構築されているが、まず第一にそこがオンラインショップであることを印象付ける要素に乏しく、何からアクションすればよいか戸惑ってしまう。ナビゲーションメニューも階層ごとにまちまちで、一貫性に欠けたうえ正しく機能していない。

制作者サイドの意図したナビゲーションをユーザーがひとたび踏み外すと、サイト内で迷子になってしまうことが予想される。商品の分類方法や会員向けサービスのリマインダー機能などは便利で優れていて、ビジュアル的な面でも好感が持てる仕上がりとなっていることから、ユーザー体験を考慮し、サイト構造を直感的に理解できるインターフェイスデザインを採用すればユーザーの好感度がさらに上がるだろう。



カラフルなイメージのトップページは、大きめの文字で情報を詰め込み過ぎず安定した印象を受ける。しかし、ナビゲーションに関しては改善すべき点が見られる。階層によってページデザインが変わってしまったり、ナビゲーションリンクの位置が一定でなかったりするため、操作時に不安感がともなう。また、商品の特徴をアピールする工夫やウェブの特徴を生かした検索機能などもなく、利用して楽しいといった気分になれない。単に商品を「オンラインでも買える」といった意向であれば納得できるが、ウェブを利用している以上、検索機能やコンテンツの充実など、利用者にショッピングの楽しさを与えるような工夫が必要ではないか。

読者モニター2名に、それぞれ4社のサイトをテストしてもらい、実際に花を購入した。条件は送料・手数料込みで4サイトの合計金額が2万円以内というだけだ。今回のテストでは、花を友人・知人にも贈ってもらったので、サイトの使い勝手のほかに商品が届いたときの報告も受けて総合的な感想を聞いた。

花を購入する

読者体験レポート

東京都多摩市

脊古さん



テストをしたサービス

- ・第一園芸オンラインショップ
- ・フラワーファーム
- ・花キュービット
- ・HIBIYA-KADAN GIFT SHOP

フラワーファームは、日時指定ができ、ラッピングペーパーを選べるなどのサービスに満足しました。送料込みの値段なのもうれしいですね。ただ、必ず会員登録をしなければならぬので、「ちょっと贈ってみたいかな」というときには面倒です。花キュービットはリアルな全国加盟店舗を使って配送するため、遠方でも新鮮な花が届けられます。カード以外の決済ができれば、また使ってみたいです。HIBIYA-KADANは選択の幅が広く、商品が多すぎて迷ったものの、全体的に料金が高めでした。到着まで3日かかるのは不便ですね。しかも、時間指定や夜間配送もできませんでした。会員登録のときにクレジットカードの情報まで記入しなければならないのは不安を感じさせます。第一園芸は、検索のおもしろさがナンバーワン! 「用途」「贈る相手の年齢」「予算」の3項目で検索できるので、商品を決めかねているときに便利です。送料や消費税込みの表示で、サイトの雰囲気から自宅用に買う客を意識しており、好感を持てます。また利用したいですね。

東京都新宿区

山田さん



テストをしたサービス

- ・e87.com
- ・フラワーファーム
- ・花キュービット
- ・World Flower Service

フラワーファームは、会員登録をすると大幅に入力する項目が省けるので、繰り返し使うには便利です。ただ、品数は少ないうえ、商品写真は花よりも葉の多さが目立ち、かわいもデザインの商品がありませんでした。花キュービットは、かわいもサイトなのに機能的で見やすかったです。検索方法がおもしろく、見ているだけで楽しめました。メッセージカードが加盟店側の代筆手書きでした。同様にWorld Flower Serviceも手書きで、これがちょっとクセモノです。「花屋の字が汚い!」などで、「嬉しさが半減した」と報告がありました。手書き文字よりは印刷文字のほうがまし。細心の注意を心がけてほしいです。World Flower Serviceは同じデザインで価格のバリエーションが選べ、かわいもくで無難な印象。ダンボールに籠がきつく固定されすぎていて、箱から出すのに籠を壊してしまいました。e87.comは添付できるメッセージが140字と長く、ほかのサイトにはないカスタムオーダーが魅力です。お花屋さんにご相談しながら花束を作ってもらった感覚が気に入りました。

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

サービス一覧表

224 ページの評価基準に基づき、ピックアップした6 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、もっとも自分に合うサイトを決めよう。

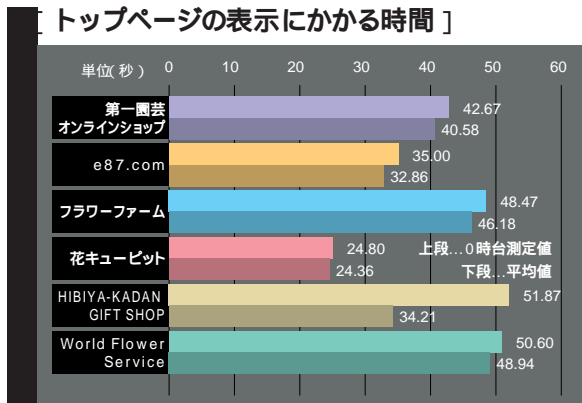
サイト名 URL	第一圏芸オンラインショップ www.daiichi-engei.co.jp	e87.com www.e87.com	フラワーファーム www.flowerfarm.co.jp
購入可能な商品	取り扱い品目 5 商品総数は125件。カタログを贈り、相手に花を選んでもらう「マイセレクト」もある	3 用意された花束の総数は79種類。鉢植えはない。価格帯は2,000 - 10,000円	2 用意された商品数は29種類と多くはない。価格帯は3,000 - 25,000円と幅広い
選択の可否	5 自分でオリジナルの花束などを作る仕組みは、サイト上には用意されていない	5 花材、包装紙、アレンジの方法を自分で選べる(一部制限あり)	0 自分でオリジナルの花束などを作る仕組みは、サイト上には用意されていない
商品の購入方法	3 検索機能の有無と充実度 2 カテゴリー検索はないが、用途別や価格別の検索オプションが用意されている	3 予算別や用途別という2つの方法で検索できる。複数の組み合わせはできない	2 目的、種類、価格による「びびり商品検索」を用意。ただし複数の組み合わせはできない
そのほかの検索オプション	2 1 贈る相手の年齢を検索オプションで利用できる。ディレクティブではなくて使いやすい	0 上記以外の検索オプションは用意されていない。ディレクティブをたどる形が基本	0 上記以外の検索オプションは用意されていない。ディレクティブをたどる形が基本
発注時のオプション(カードなど)	5 1 オプションで選べるのはメッセージカード(最大75文字)の有無のみ	1 通常の商品の場合、選べるオプションはメッセージカードのみ*1	3 包装紙とメッセージカード用台紙を選択できる。メッセージは125文字まで
発注までのステップ数	5 3 発注に必要なステップ数は6。会員登録してあれば、入力の手間はかなり省ける	6 6ステップだが、会員登録やアドレス帳などの情報を流用するので入力項目は少ない	2 ステップ数は6。カード決済の場合、決済システムの「Livvy」に接続するまでの時間がかかる
複数発注のステップ数	5 3 発注の追加ステップ数は2。ギフト用と自宅用の同時発注はできない	5 追加されるステップ数は2。複数商品を同時に購入するのはラク	5 追加ステップ数は、アイテム1つごとに2ステップ。複数商品の同時発注はしやすい
発注の下限	2 2 発注の下限は特に用意されていないが、実質的には3,000円以上となる	2 発注の実質的な下限は2,000円。今回の検証ではもっとも低価格なサイト*2	2 発注に下限はないが、実質的には3,000円以上の商品しか購入できない
配送料金	3 - サイト上には配送料と税込みの価格が表示される	2 配送料金は全国一律500円。複数同時発注の場合は点数×500円が必要になる	- サイト上には配送料込みの価格が表示される
決済の方法	5 2 銀行振込とクレジットカード決済(10種類のカードが使える)に対応する	3 銀行振込とカード決済(4種類)に加え、セブンイレブンの決済にも対応する	4 代引き以外の3種類に対応するほか、コンビニでの決済もできる
商品の到着	5 3 季節の限定はあるが、配送できない地域は少なく全国をカバー。海外配送は電話で注文する	2 一部離島を除き、国内全域をカバーした通年配送を行っている。海外配送はできない	4 寒冷地の制限はあるが、離島を除く全国に通年で配送できる。海外配送もOK
標準配送時間	5 1 サイトで購入できる商品の標準配送時間は5日-7日後となっている	1 標準配送時間は4日。ただし、16時以降の発注だと翌日扱いになるので5日後	5 16時までには発注が完了すれば、翌日午前中に配送できる(一部地域除く)
スピード配達の有無	2 2 用途の中に「お急ぎ」の項目あり。6種類に限定されるが、2日後に配送できる	2 2、3日後に配送の「お急ぎオーダー」を用意。15時までに申し込みれば2日後に届く	2 個別の仕組みは用意されていないが、標準配送時間が短いので2点を加算
発注のタイミング	3 1 サイト上に発注の締めは明記されない。発注から配送までは「5日」と判断した	1 締めは毎日16時で、到着は4日後。最速で届いたとして4日+数時間かかる計算	3 16時までに発注完了なら翌日午前中(9時と仮定)に届く。最短17時間後
配送日時指定の可否	5 1 配送日の指定はできるが、配送時間の指定は一切できない	1 配送日の指定はできるが、配送時間の指定は一切できない	5 配送日に加え、6つの時間帯を指定できる。もっとも使いやすい
配送場所指定の可否	2 2 配送場所はユーザーの任意で自由に決められる。ただし時間指定はできない	2 配送場所はユーザーの任意で自由に決められる。ただし時間指定はできない	2 配送場所は自由に指定できる。時間帯指定と併せ、イベントへ届けることもできる
梱包の状況	3 2 専用の梱包材を利用して配送される。梱包状態は問題なく、安心できる作り	3 専用の段ボールに梱包。配送はヤマト運輸。注意書きステッカーが多く、丁寧な扱い	3 専用の段ボールに梱包して配送される。含ませてある水分の量は多く、安心
その他	3 2 会員登録で発注時の手続きを簡略化できる。メールマガジンは会員以外も購読可	3 会員登録すると、発注簡略化、住所録利用、メールニュースなどのメリットがある	2 会員登録しないと、商品購入ができない。発注ステップ数を減少するメリットあり
購入履歴	3 0 購入履歴をサイト上で確認する仕組みは用意されていない	0 購入履歴をサイト上で参照する仕組みは用意されていない*3	0 購入履歴をサイト上で参照する仕組みは用意されていない*3
連絡メールの有無	3 2 発注直後に注文内容の確認メールが届く。それ以外のメール連絡は特になし	3 発注直後に注文内容確認メールが、配送完了時に出荷メールが、それぞれ届く	1 発注直後に受注確認メールが届くほかは特にメールによる連絡はない
アフターサービス	3 1 キャンセルは原則不可。返品と交換は、商品到着後3日以内に電話で申し込む	2 キャンセルは4日前まで。返品と交換は商品到着後2日以内に連絡する	2 商品発送前ならキャンセルできる。ただし、電話での申し込みのみ
サイト自体の情報量	3 2 「花紀行」「お手入れ検索」といった読み物が用意されている	3 「花占い」「花日記」「フラワースクール」などの楽しめるコンテンツを用意している	1 「花情報」など他の情報サイトへのリンクを用意。ただし、独自コンテンツではない
ユーザビリティ	20 ウェブサイト評価	14 (3.7 × 0.2)	13 (6.4 × 0.2)
合計	100	45	63

パフォーマンスチェック

今回テストを行った6つのフラワーショップサイトで、トップページの表示にかかる時間を調査した。3月30日(金)から4月3日(火)まで(3月31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つのプロバイダ経由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。

ほとんどのサイトでは、時間帯によってアクセス時間に大きな差は出なかったが、

HIBIYA-KADANのみ、0時台の測定値は他のサイトを上回る数値になった。HIBIYA-KADANの結果を細かく見ると、この0時台では、@niftyを使った場合のみ差が出ていて、67秒から132秒もアクセスにかかっていた。ほかは問題ないので、時間帯に注意して利用するといいたいだろう。



サイト名 URL	花キュービット www.hanacupid.or.jp	HIBIYA-KADAN GIFT SHOP www.h-a-n-a.com/gift/scripts/index.asp	World Flower Service www.worldflower.net
購入可能な商品	取り扱い品目 5	登録商品総数は75種類。価格帯は3,000～3,000円とバリエーションは豊富	3 商品バリエーションは、それほど多くない。価格帯も3,000～10,000円と標準的なもの
選択の可否	5	0 自分でオリジナルの花束などを作る仕組みは、サイト上には用意されていない	0 自分でオリジナルの花束などを作る仕組みは、サイト上には用意されていない
商品の購入方法	検索機能の有無と充実度 3	2 色や用途別に商品を選ぶが、実質的にはディレクトリーをたどる形。検索性は低い	1 「プロボーズ」など、9つのシチュエーションを明記した「ワンポイント検索」がある
そのほかの検索オプション	2	0 ディレクトリーの分類はあるが、検索オプションとしては用意されていない	0 用途別に「おすすめ」を表示するが、検索時のオプションではないので加算はなし
発注時のオプション(カードなど)	5	1 最大30文字までコメントを書けるメッセージカードが用意されている	1 利用できるのはメッセージカード(全角25文字まで)のみ。ちょっと寂しい感じも
発注までのステップ数	5	5 ステップ数は4。決済システムへの接続に時間がかかる場合もある	4 発注のステップ数は4。入力と選択する項目は多く、発注完了までの時間は長い
複数発注のステップ数	5	0 複数商品の同時発注はできない。追加ステップ数は評価不能なので0点	4 アイテム1つ増やすごとに、2ステップが追加される。特に難しい手順は不要
発注の下限	2	2 発注の下限は特に設けられていないが、実質的には3,000円以上からとなる	2 発注の下限は特に設けられていない。ただし、実質的には3,000円以上
配送料金	3	2 配送料金は、国内の場合一律500円。海外に贈る場合には1,400円が必要になる	- サイト上には配送料込みの価格が表示される
決済の方法	5	1 NTTコミュニケーションズのLivyuを利用したカード(12種類対応)による決済	2 支払い方法はクレジットカードによる決済とiREGI (@nifty と Combo 会員のみ利用可)のみ
商品の到着	配送可能地域と期間 5	4 加盟店から届ける仕組みで、一部を除く国内外全域をカバー。通年配送もできる	2 1月から3月の北海道、都部/離島部へは配送できない。海外配送は電話のみ受付
標準配達時間	5	5 オンラインでの申し込みは、翌日午後に配達できる	1 標準配達時間は3～4日後。ただし日曜、祝日を挟むと、その日数ぶん延期される
スピード配達の有無	2	2 別に仕組みは用意されていないが、標準配達時間が短いので2点加算	1 当日午前発注 午後配送の「クイックサービス」はあるが、受付は電話のみ
発注のタイミング	3	3 サイトに締めめの記載なし。23時に発注した商品も、翌日午後に届いた。最短13時間	1 サイト上に発注の締めは明記されない。発注から配達までは「4日」と判断した
配達日時指定の可否	5	1 配達日の指定はできるが、配達時間の指定はオンラインでは一切できない	2 配達日指定はできる。夜間配送(18～20時)以外の時間指定はできない*5
配達場所指定の可否	2	2 配達場所はユーザーの任意で自由に決められる。ただし時間指定はできない	2 配達場所はユーザーの任意で自由に決められる。ただし時間指定はできない
梱包の状況	3	3 ショップの配達員による手渡ししが原則なので簡易な包装。しかし、まったく問題なし	2 花束は段ボール箱で配送。やや水が少なく、開梱後すぐに花瓶に移す必要があった
その他	登録制度の有無 3	0 会員制度は特に用意されていないため、各種のメリットもない	0 会員制度はない。発注時には毎回すべての情報を入力する必要あり
購入履歴	3	0 購入履歴をサイト上で参照する仕組みは用意されていない	0 購入履歴をサイト上で確認する仕組みは用意されていない。再注文は面倒かも
連絡メールの有無	3	1 発注直後に受注確認メールが届くほかは特にメールによる連絡はない	1 発注の直後に注文確認メールが到着。商品発送時のメールなどはない
アフターサービス	3	2 配達2日前までのキャンセルは無料。万が一の場合の返品は電話またはメールで連絡	2 キャンセルは配達2日前までできる。返品は電話またはメールでOK
サイト自体の情報量	3	1 一部のカテゴリに豆知識が用意されるが、情報量は多くない	1 「よくある質問」や「誕生花」のコーナーはあるが、情報量はそれほど多いと言えない
ユーザビリティ	ウェブサイト評価 20	8 (4.2 × 0.2)	8 (3.8 × 0.2)
合計	10.0	4.7	4.0

*1: 自分でアレンジした花の場合、画像配信サービスを利用できる。
 *2: 自分でアレンジする花は1本から選べるが、金額の下限は2,500円。できあいの商品は2,000円から用意されている。
 *3: 配達追跡システムの採用により、「きちんと相手に届いたか」の確認ができるようになっている。
 *4: 発注フォームの備考欄には「病院へ届ける場合の入院確認」「領収書の有無」なども指定できる。自由選択できるオプションが多いとも言える。
 *5: 18時～20時の時間帯に配達される「夜間配達」を選択できる。ただし、厳密な時間は選べない。
 *6: 産直システムの場合、18時～20時/20時～21時の時間帯を指定できる。生花店からの配達だと「20時ごろまで」というアバウトな指定になる。



総合評価

検証の結果、e87.comとフラワーファームが同点で総合1位になるという結果になった。フラワーファームの長所は、何と言っても「すぐに商品を相手に届けられる」と指定できる配送オプションの多さだ。発注した翌日には相手に届くため「思いついたときにすぐ贈れる」し、配達時間帯も細かく指定できるのでイベント会場にも確実に届けられる。一方のe87.comは、検証した6サイトの中で唯一「自分で

花束を作る」仕組みを持っているのが最大の魅力。包装紙やメッセージカードなど、選べるオプションも豊富だ。誤解を恐れずに言い切れば「届く」フラワーファーム、「選べる」e87.comということになるだろう。

ほかでは、パソコン通信時代からの老舗HIBIYA-KADANが健闘した。発注フォームに備考欄を設け、ユーザーによる指定範囲を広げているのが特徴だ。また、GIFT SHOP以外のコーナーも充実しており、総合園芸サイトとしての利用もできる。

個別に見れば長所を持つサイトもあるが、フラワーショップサイト全体の使い勝

手は高いとは言えない。花を贈ることの楽しさは「自由にアレンジすること」にある。この楽しさを味わえるサイトがe87.comしかないというのは寂しい限りだ。各サイトとも発注時のオプションをさらに充実させてほしい。また、「確実に届けられる」サイトが少ないことも気になった。結婚式などのイベントは、会場を利用する時間帯が決まっている。せっかく贈りたくてもフラワーファーム以外のサイトは使う気にならない。ヤマト運輸や日本通運など、時間帯の指定ができる運送業者を使っていながら、サイトで時間帯指定ができないのは、大きな問題だ。早急な改善を望みたい。



[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