

bench mark

本当の実力を総力調査

ECベンチマーク

第12回

コンビニエンスストア

執筆：椿 浩和

アドバイザー：ソシオメディア株式会社 (268ページ～269ページ)

illustration：Asakura Megumi



@LAWSON

Coco Holiday

e-ministop.com

ファミマ・ドット・コム

セブンドリーム・ドットコム

コンビニエンスストア(コンビニ)が運営するECサイトが増えている。食料品などのデリバリー申し込みだけでなく、ここで取り上げるコンビニサイトの大きな特徴は、深夜や早朝などいつでも品物を受け取れることだ。宅配を中心とする他のECサイトと異なり、気軽に申し込んだあとで自分の都合に合わせて商品を受け取れるのはありがたい。また、店頭では扱っていない商品を買えたり、サービスを申し込みめたりするサイトもある。サイトと実店舗が互いに補い合うことで、ユーザーにメリットのあるサービスを提供しているのがコンビニサイトの特徴だといえる。

本記事では、広範囲にチェーン店を展開する5つのコンビニサイトをピックアップして実力を検証した。思わず使いたくなるような「便利(Convenient)な」サイトはどこだろうか。

*本記事は2001年7月下旬～8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。

近くの店舗で
受け取れる
メリット

商品が確実に手に入る コンビニサイト



Preview

実店舗との相乗効果で より便利に使える

今回の検証方法

今回購入した商品

- ・フレグランス「ポケモン」
(@LAWSON：店頭支払い/宅配)
- ・d@ily spice ペンケース
(e-ministop.com：カード決済/店頭受け取り)
- ・ステンレス・スキットル
(ファミマ・ドットコム：カード決済/宅配)
- ・PS2ソフト「Final Fantasy X」
(セブンドリーム・ドットコム：店頭支払い/店頭受け取り)

備考

今回は、サイトごとに異なるジャンルの商品を選んで購入した。支払い/受け取り方法もバリエーションを付け、サイトの特徴をチェックしている。なお、Coco Holidayは検証位置（東京都内）の関係上、実際に商品を購入しての調査はできなかった。

すでに生活の一部として馴染み深いコンビニ。都市部などでは店舗の閉店や統合などの話題も聞くが、コンビニサイトは急成長中だ。取り扱う商品や申し込めるサービスはどんどん増えていて、拡充の勢いは止まりそうにない。

コンビニサイトが持つ大きな特徴は「実店舗で商品を受け取れる」ことだ。他のECサイトは、商品の受け渡しに宅配を利用している。そのため、購入商品を受け取るには自宅などで待機していなければならない。しかしコンビニの場合には、地域や店舗により異なるが、基本的には24時間

いつでも商品を受け取れる。ECサイトの「いつでも、どこからでも」申し込める便利さと、実店舗の「いつでも」受け取れる便利さを併せ持っているのがコンビニサイトだといえる。

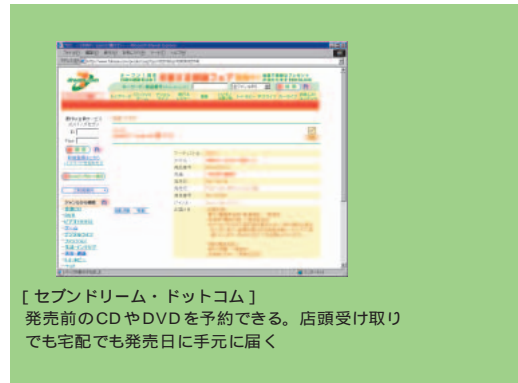
今回のECベンチマークでは、広範囲にフランチャイズを展開している主要コンビニサイトを5つピックアップした。各サイトの「使いやすさ」についてさまざまな評価項目（下表参照）をもとに検証している。ECサイトと実店舗との相乗効果をもっとうまく引き出しているサイトはどこになるのだろうか。

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 |
|-------------|----|--|----|--|
| 購入できるもの | 15 | 取り扱いカテゴリー | 10 | 購入できる商品は何か。食品/スナック/飲料/生活雑貨/CD・DVD/書籍/スポーツ用品/ホビー/ファッション/その他について、それぞれ1点を加算する |
| | | その他の取り扱いサービス | 5 | 商品以外に扱うサービスがあるか。旅行受け付け、チケットの手配、各種学習サービスなど、扱うサービスごとに1点を加算。ただし、最大5点とする |
| | | 会員登録の有無 | 2 | 会員制度が用意されているかをチェック。会員制度があれば1点を加算し、制度にメリット(メールニュースなど)があればさらに1点を加算する |
| 会員登録制度 | 10 | 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。なお、「サイト上では申し込めない」なら、無条件で0点とする |
| | | 会員登録のメリット(情報面) | 5 | 会員のメリットは何か。発注時の入力省力化、メールニュース、限定商品の販売、独自コンテンツの利用、各種予約の優先について、それぞれ1点を加算する |
| | | 商品の購入方法 | 15 | 検索機能の有無と充実度 |
| 店頭での商品受け取り | 20 | 発注までのステップ数 | 5 | 商品情報ページから発注が完了するまでのステップ数をチェック。もっとも少ないサイトを5点、以下4~1点の4段階で相対評価する。なお、発注オプションは使用しない |
| | | 複数発注のステップ数 | 5 | 複数の商品を同時に発注するときのステップ数をチェック。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、以下4~1点の4段階で相対評価する |
| | | 発注の下限 | 2 | 発注の下限はどこか。下限がないなら2点を加算し、下限が決まっている場合は0点とする |
| | | 商品の受け取り方法 | 2 | 発注した商品の受け取り方法をチェック。店頭で受け取れば2点を加算する |
| | | 受け取り可能な商品数 | 2 | 店頭で受け取ることができる商品ジャンルをチェック。限定がなければ2点、一部商品が受け取れなければ1点を、それぞれ加算する |
| 宅配での商品受け取り | 10 | 店舗の都度指定 | 5 | 登録時に指定した店舗以外で品物を受け取れるか。条件なしで受け取れば5点、条件付きなら3点を加算。指定店舗でしか受け取れないなら0点とする |
| | | 店頭受け取りの方法 | 3 | 店頭で商品を受け取る方法をチェック。各サイトの受け取り方法を明記し、もっとも使い勝手のよいサイトを3点、以下2~1点の相対評価とする |
| | | 受け取りまでにかかる時間 | 3 | 店舗留め置きの場合、受け取りまでにどれだけの時間が必要かをチェック。発注当日でOKなら3点、翌日なら1点を加算。3日目以降は0点とする |
| | | 受け取り期限の有無 | 2 | 店頭受け取りの場合に、期限が設けられているか。期限の長さによって3日以内：0点、1週間以内：1点、それ以上：2点をそれぞれ加算する |
| | | 支払い方法の種類 | 3 | 店頭受け取りの場合に、どのような支払い方法が使えるか。現金、クレジットカード、その他の3通りについて調べ、それぞれ1点を加算する |
| その他 | 10 | 宅配への対応 | 2 | 発注した商品を宅配で受け取れるか。受け取れば2点を加算する |
| | | 標準配送時間 | 2 | 各サイトの標準配送時間をチェック。3日以内なら2点、1週間以内なら1点をそれぞれ加算する |
| | | 配送日時指定の可否 | 2 | 注文した商品の配送日時を指定できるか。日時ともに指定できるなら2点、日にちのみなら1点を加算し、指定できないなら0点とする |
| | | 配送場所指定の可否 | 1 | 購入する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。場所指定が可能かどうかをチェックし、指定できるなら1点を加算する |
| | | 支払い方法の種類 | 2 | 宅配で利用できる支払い方法をチェック。代金引き換え/クレジットカード/店頭決済/その他の4通りについて、それぞれ0.5点を加算する |
| ユーザビリティ | 20 | 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 |
| | | 購入履歴の有無 | 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 | 発注時に確認メールが届くか。また、出荷時やトラブルがあったときなどに連絡メールが届くかどうかをチェックし、最大2点を加算する |
| | | キャンセル/返品 | 2 | 発注した商品のキャンセルや返品はできるか。キャンセルや返品が可能であればそれぞれ1点ずつを加算。さらに、条件や申し込みやすさをチェックして1点を追加する |
| | | 携帯電話への対応 | 2 | iモード、J-スカイ、EZwebなどの携帯電話からサービスを利用できるか。利用できれば2点を加算する |
| 独自コンテンツの充実度 | 2 | 実店舗とは異なる、サイト独自の商品やサービスが用意されているか。また、役立つコンテンツがあれば加算し、最大2点とする | | |
| ウェビデザイン評価 | 20 | 別途268ページ~269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



[セブンドリーム・ドットコム]
発売前のCDやDVDを予約できる。店頭受け取りでも宅配でも発売日に手元に届く

1 購入できる商品

コンビニサイトとは言っても、実店舗に並んでいる商品（パンなどの食品や、ジュースなどの飲料）をそのまま購入できるわけではない。今回検証した5サイトでは、「通常店頭には在庫がないもの」を中心に取り扱っている。実店舗で日常使うものを購入し、ついでにギフトを受け取る……という使い方ができるようになっている。扱いジャンル数が多いのはファミマ・ドット・コムで、多彩な商品を申し込める。

2 申し込めるサービス

“形のある”商品を購入するだけでなく、各種サービスの申し込みができるようになってきているコンビニサイトは多い。チケットや宿泊の予約から保険の申し込みまで、申し込めるサービスは増加中だ。複数の専門サイトにわざわざアクセスする必要がなくなり、商品購入からサービス申し込みまで1つのサイトでできるのが便利だ。

取り扱いサービス数が多いのは、ファミマ・ドット・コムとセブンドリーム・ドット・コム2サイト。運転免許や英会話などの学習サービスも申し込める。

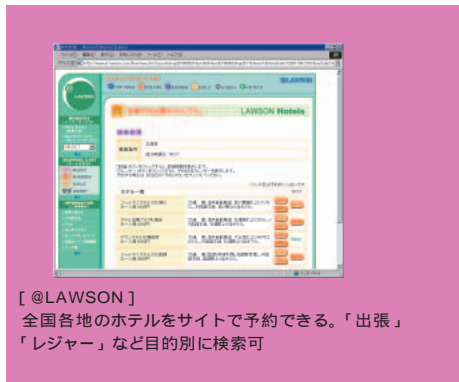
3 会員制度のメリット

コンビニサイトのほとんどが、独自の会員制度を設けている。今回検証したサイトのうち、@LAWSONを除く4つは会員にならないければ商品を購入できない。

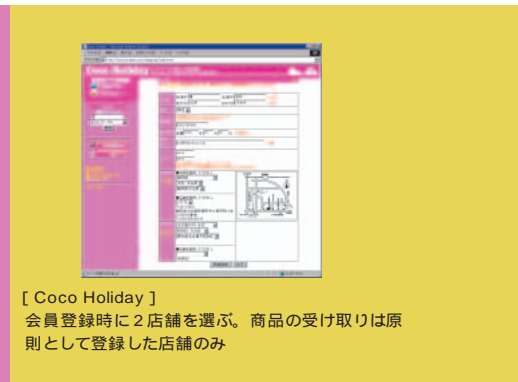
会員になるメリットは2つ。まず購入時の入力の省力化だ。住所や電話番号に加え、商品を受け取るために利用する店舗を登録しておくことで、購入のたびに面倒な入力をしなくて済む。もう1つがセール情報などのメールニュースだ。このほか、ポイント制度を設けているファミマ・ドット・コムなど、各サイトごとに会員向けの独自サービスを提供している。

コンビニで申し込める 主なサービス

- ・ イベントチケットの予約
(e-ministop.comを除く全サイト)
- ・ 旅行 / 宿泊予約
(@LAWSON、ファミマ・ドット・コム、セブンドリーム・ドットコム)
- ・ DPEサービス
(ファミマ・ドット・コム、セブンドリーム・ドットコム)
- ・ 車検
(セブンドリーム・ドットコム)
- ・ 運転免許 (教習所)
(ファミマ・ドット・コム、セブンドリーム・ドットコム)
- ・ 引っ越し
(ファミマ・ドット・コム)



[@LAWSON]
全国各地のホテルをサイトで予約できる。「出張」「レジャー」など目的別に検索可



[Coco Holiday]
会員登録時に2店舗を選ぶ。商品の受け取りは原則として登録した店舗のみ

[購入できる商品ジャンル]

| | 食品 | スナック | 飲料 | 生活雑貨 | CD・DVD | 書籍 | スポーツ | コスメ | ファッション | その他 |
|-----------------|----|------|----|------|--------|------|------|-----|--------|------------------------|
| @LAWSON *1 | x | x | x | x | | x *2 | x | | x | アーティストグッズ、トレーディングカードなど |
| Coco Holiday *3 | | | | | | x | | | | インテリア用品、文具など |
| e-ministop.com | *4 | x | | | | x *5 | x | x | x | 学研グッズ、ワインなど |
| ファミマ・ドット・コム | *4 | *6 | *6 | | | | | | | PCや家電、インテリア用品など |
| セブンドリーム・ドットコム | *7 | x | x | | | | | | | フラワーギフト、PCなど |

*1 提携サイトではスポーツ用品や書籍などを扱っているが、@LAWSON自体の取り扱いジャンルは少ない *2 映画グッズの一部としてパンフレットや設定資料集を扱うが、一般書籍は購入できない *3 提携企業の商品が並んでいる。一般的に店頭に並んでいる商品は、あまり登録されていない。「コンビニの」サイトというより、「受け取り手段がコンビニのみのショッピングモール」といえる *4 一般的なコンビニの商品ではなく、産直ギフト系のもものが中心 *5 本屋さん.comへのリンクが張られている。e-ministop.com自体では取り扱っていない *6 一般的なコンビニ商品ではなく、贈答や買い置き用のものが中心 *7 一般的な食品は(ギフト以外)扱っていないが、料理を宅配してくれる「セブンミール」サービスを提供している

4 検索機能の充実度

多数の商品とサービスを扱うわりに、コンビニサイトの検索機能は貧弱だ。今回検証した中で、本当に満足いく検索機能を持つサイトはなかった。どのサイトもジャンルごとにディレクトリーをたどる方法が基本だ。@LAWSON以外のサイトはキーワード検索機能を持つが、どれもヒット率や表示方法に不満が残る。たとえば、『Final Fantasy』のつもりで「FF」で検索して「30%OFF!」などのキャッチコピーを冠した商品が表示されるのはいかかなものか。検証時の相対評価ではe-ministop.comの使い勝手が良かったが、今後もより多くの商品やサービスを扱うようにするなら、検索機能のさらなる充実を求めたい。

購入までのステップ

- 商品情報画面で「カートに入れる」ボタンをクリック
- カート内の商品数を確認し、購入手続きへ
- 受け取り方法を指定
(店頭受け取り / 宅配)
- 受け取り店舗、または宅配先を指定
- 支払い方法を指定
(現金 / カード / 代引きなど)
- 購入手続き完了



[セブンドリーム・ドットコム]
購入手続きの最後に表示される「振込依頼票」。
これを印刷して店舗に持参し、支払いを行う

[e-ministop.com]
キーワードで全商品から目的のものを絞り込み、さらに3通りの方法でソートできる

[ファミマ・ドット・コム]
商品を選び、「カートに入れる」ボタンをクリック。さらに必要な情報を入力して購入する

5 購入までのステップ数

商品情報の画面から実際に購入手続きを完了するまでの流れは、どのサイトも共通だ(左下チャート)今回検証した5サイトはすべてショッピングカートの仕組みを採用する。ただし、サイトごとにステップ数のバラツキは大きい。また、商品の受け取り方法(店頭か宅配か)や支払い方法によって、同じサイトで同じ商品を購入するのでも手続きのステップ数は異なっている。

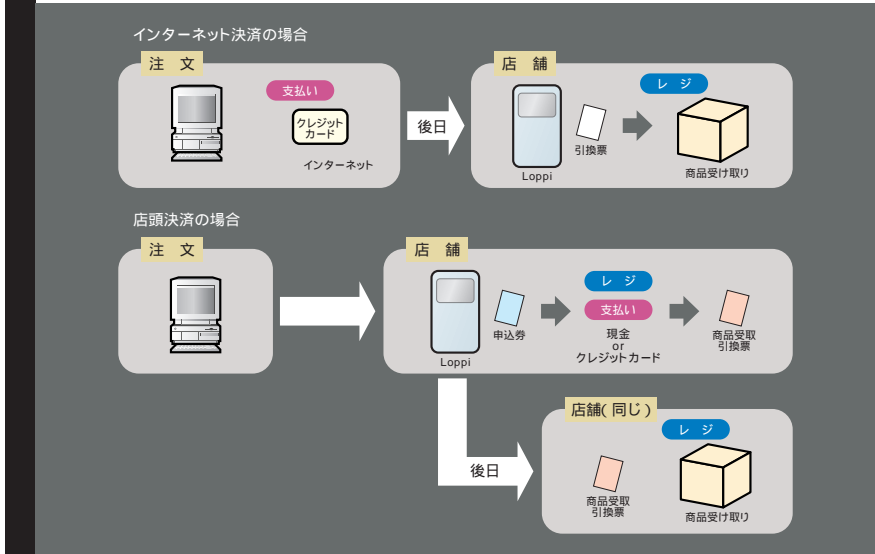
ステップ数がかつとも少ないのはCoco Holidayだ。店頭受け取りおよび現金決済しか選べないが、店舗を事前登録しているため3ステップで済む。受け取り方法と支払い方法を選べ、かつステップ数が少ないのは@LAWSONだが、複数カテゴリーの商品を購入するときの煩雑さは耐え難い。総合的に優秀だったのはセブンドリーム・ドットコムだ。

6 携帯電話への対応

「いつでも」申し込み、「いつでも」受け取れるコンビニサイトだからこそ、「どこからでも」申し込める携帯電話に対応してほしい。今回検証したサイトは、すべて携帯電話からの利用に対応する。ただし、そのほとんどがiモードからの利用に限定されており、J-スカイやEZwebから利用でき、かつ商品購入ができるのはセブンドリーム・ドットコムの「ぶちdream.com」のみと寂しい。機能上の問題もあるだろうが、対応機種や商品を拡充してほしいものだ。

画面は「ぶちdream.com」。メニューはすっきりまとめられているが、お買い得商品の紹介など振替りはない

商品の受け取りと支払いの流れ [@LAWSON の例]



7 店頭での受け取りと支払い

購入した商品を店頭で受け取る時に必要なのが、「発注確認」または「出荷通知」メールだ。受信したメールを印刷して店舗に持参し、代金を支払って商品を受け取る。どのサイトもプリンターがない人でも利用できるように、「受付番号」を口頭で伝えるだけでも一応商品を受け取れるが、印刷をして持参したほうが手続きはスムーズだ。また、@LAWSONはメール記載の受付番号を店頭のLoppi端末に入力すれば、その場で発注内容が印刷できる。

店頭で受け取る時に利用できる支払い方法は、基本的に現金のみ。カードを利用できるサイトもあるが、その場合、事前にサイト上で決済手続きを済ませておく必要がある。

8 宅配での受け取りと支払い

Coco Holidayを除く4サイトは、宅配便でも商品を受け取れる。意外なのは、「宅配で受け取れる商品数」が「店頭で受け取れる商品数」よりも多いということだ。もちろん、ジャンルや品種によっても異なるが、実店舗との連携がまだ弱いことを示している。

宅配で受け取る場合には、支払い方法のバリエーションが広がる。商品到着時の代金引き換えや事前のカード決済のほか、店頭での現金支払いも選べるようになってきている。宅配を選んだときにかかる送料はサイトごとに異なっていて、もっとも安いのがファミマ・ドット・コムだ。5,000円以上なら送料無料で、代引きでもプラス300円で済むのはありがたい。



[セブンドリーム・ドットコム]

商品情報画面に「店渡し可能」「宅配」などの情報が記載されている。必要に応じて受け取り方法を選ぶ



店頭受け取りと宅配の場合のいずれを指定した場合も緩衝剤を利用した梱包で安心だが、ゴミが出るのは避けられない

9 その他のサービス

商品の購入や各種サービスの申し込み以外にも、コンビニサイトではいろいろなサービスを展開している。セブンドリーム・ドットコムでは占いや写真集などのデジタルコンテンツを購入できるし、料理を宅配するセブンミールサービスも申し込める。このほかにも、サイトだけの特別限定品の販売や各種キャンペーンを展開しているところは多い。1つのサイトだけでなく、複数のサイトに会員登録をしておき、そのとき便利なものを利用するというスタンスでも使えるようになっている。

[店頭での受け取り方法]

| | 手順1 | 手順2 | 手順3 | 手順4 |
|----------------|-------------------|-----------------|------------------|---------|
| @LAWSON | 受け付け番号を明記したメールを受信 | 店頭のLoppiで申込券を印刷 | カードまたは現金で代金の決済*1 | 品物の受け取り |
| Coco Holiday | 受け取り可能日を書いたメールを受信 | メールを印刷して店頭へ持参 | 現金で商品代金を支払う | 品物の受け取り |
| e-ministop.com | 受け取り可能日を書いたメールを受信 | メールを印刷して店頭へ持参 | 品物の受け取り*2 | |
| ファミマ・ドット・コム | 受付番号を明記したメールを受信 | メールを印刷して店頭へ持参 | 現金での決済*3 | 品物の受け取り |
| セブンドリーム・ドットコム | サイトの「払込依頼票」を印刷 | 払込依頼票を店頭へ持参 | 現金での決済*3 | 品物の受け取り |

*1 支払い後「商品受取引換票」を受け取る。後日、決済をした店舗で「商品受取引換票」を見せる。*2 店頭で現金決済をするか、あらかじめサイト上でカード決済を済ませておく *3 事前に代金だけ前払いしておくサービスも用意されている

[支払い方法と手数料]

| | 店頭で受け取る場合 | | 宅配で受け取る場合 | | |
|----------------|-----------|----------|-------------|-------------|-----------------|
| | 現金決済 | カード決済 | 店頭現金決済 | カード決済 | 代金引き換え |
| @LAWSON *1 | (200円) | (200円*2) | (無料~380円*3) | (無料~380円*3) | (300円~680円*4) |
| Coco Holiday | (無料) | x | x | x | x |
| e-ministop.com | (無料) | (無料*2) | x | (一律470円) | (770円~1,470円*5) |
| ファミマ・ドット・コム | (無料*6) | (無料*2) | (300円*7) | (300円*7) | (600円*8) |
| セブンドリーム・ドットコム | (無料*6) | x | (一律380円) | (一律380円) | (一律680円) |

*1 購入代金合計(税抜き)が5,000円以上の場合、手数料無料 *2 決済の手続きはサイト上で済ませておく必要がある *3 購入代金の合計が5,000円未満で380円、5,000円~9,999円が200円、1万円以上で無料 *4 宅配時の送料に代引き手数料300円をプラスする *5 一部対応していない商品あり。宅配送料に代引き手数料(1万円未満:300円、1万円から3万円未満:400円、3万円から10万円未満:600円、10万円から30万円:1,000円)を追加する *6 店頭前払いまたは代金引き換えのいずれかを選べる *7 購入代金合計(税抜き)が5,000円以上なら無料 *8 宅配時の送料に代引き手数料300円をプラス。購入代金合計が5,000円以上なら300円のみ

受け取り方法の指定

サイトごとに商品の受け取り方法の指定のしかたは異なっている。一般的なのが商品情報画面に「店頭渡し可」「宅配可」と受け取り方法を記載し、商品購入時に任意の方法を指定するというやり方だ。ファミマ・ドット・コムのように、商品ジャンルごとに指定の可否が変わるサイトもある。店頭で受け取りたい場合、注意したい項目だ。

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：ソシオメディア株式会社
「ユーザビリティ」と「情報デザイン」を柱にウェブ
サイトの評価・分析からデザイン・開発までを手がけ
る。診断サービスの「ウェブ・ユーザビリティ・クリ
ニック」を展開中。  www.sociomedia.co.jp

評価の指標

コンビニサイトでは扱っている商品ジャンルの幅が広く品
数も多いため、適切なカテゴリー分類や目的の商品を絞り込
んでいくナビゲーションのスムーズさを中心に検証した。実
際には会員登録から購入手続き、商品の受け取りまでのトー
タルな流れがユーザーの満足度を決定するが、その入り口と
なるサイトのナビゲーションがどれだけ使いやすいかが大き
な課題だろう。評価基準は、「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:9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):8点 | 学習しやすさ:4点 |
| インタラクション:13点 | ヘルプ・解説:9点 | 効率性:2点 |
| ビジュアルデザイン:7点 | | 記憶しやすさ:2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)

@LAWSON
 www.at-lawson.com

60点 (36+11+13)

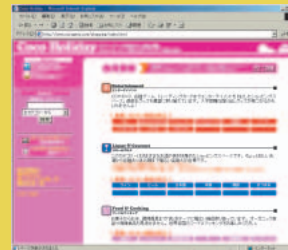


整ったデザインの中にLAWSONの
ブランドがよく出ており、グラフィッ
クの質も高い。しかし、ボタンのよ
うに見えてもクリックできない画像など
混乱しやすい画像要素が多く目につく
点は改善の余地あり。また、全体的
にページのサイズが大きく、ページが
完全に表示されるまでに時間がかかる。

主要なカテゴリーやメニュー項目の名称もわかりにくいものが多いた
め、リンク先の内容が予測しづらい。リンクテキストに複数の色を使っ
ているので、すでに訪れたページかどうかの判断ができなくなってしまう
ところが数か所あった。画像化された文字の多くは、背景色とのコント
ラストが低く小さいために読みづらい。また、JavaScriptの関係から
か、ブラウザによってうまく読み込めないページがあるのも問題だ。

Coco Holiday
 www.cocogets.com/shopping/

49点 (27+9+13)



サイト全体を覆うフレームには鮮やか
なピンク色が配されており、サイトのブ
ランディングを強調しているが、主要メ
ニューが含まれていないなど、フレーム
の利用法としてはあまり効率的ではな
い。各ジャンルの分類は「グルメ」「フ
ード」など曖昧な点があり、それぞれに含
まれる商品群の選別にも恣意的な印
象を受ける。また、下の階層に行くと各ジャンルを表すアイコンに文字のラ
ベルがなくなってしまうため、目的の商品がどこにあるのか推測するのが難し
い。商品リストでは出店者別に絞り込みができるが、1ページに5件しか
表示されないため、該当件数が多い場合には何度も「次ページ」をク
リックしなければならぬ。さらに商品ごとの詳細ページがないため、複
数の商品と比較する場合には不便だ。

商品リストでは出店者別に絞り込みができるが、1ページに5件しか
表示されないため、該当件数が多い場合には何度も「次ページ」をク
リックしなければならぬ。さらに商品ごとの詳細ページがないため、複
数の商品と比較する場合には不便だ。

e-ministop.com
 www.e-ministop.com


64点 (31+18+15)



画像ボタンやフレームを多用して
いるせいか、全体的に表示速度が遅
い点が気になる。左フレームにある
カテゴリー別商品一覧へのリンクは
小さなリストメニューになっており、
目立たないのでなかなか目的の商
品にたどり着けなかった。商品一覧
ではサムネイル画像と簡単な説明文

各商品がわかりやすく紹介され、絞り込みや「登録順」「名前順」「価
格順」によるソートもできて使い勝手が良い。

各商品の詳細情報表示が小さな別ウィンドウ内に表示されるのは好み
の分かれるところだが、複数商品の比較には便利だろう。ただしメニュー
やリンクにJavaScriptを多用しているため、ブラウザの設定で
JavaScriptをオフにしているユーザーへの対応もきちんと行う必要がある。

ファミマ・ドット・コム
 www.famima.com

72点 (40+13+19)



トップページにおいてサイト全体の
商品構成や新着情報、おすすめの
アイテムなどが一覧できる。商品の分類
も適切で、リンクには常にわかりやす
い言葉が使われており、簡単に目的
の商品を探すことができた。フレーム
を使っているものの、テキスト主体の
構成で表示スピードは比較的速い。

しかし、部分的にリンクテキストの下線がなかったり色が変更されていま
りして、どこをクリックできるのかわかりづらい。

商品リストでは数種類のソートができたり、在庫が少ないものに「残り
わずか」というしるしが表示されたりするなど、ユーザーのニーズをよく分
析しているが、ボタンなど画像類のクオリティーが、まひとつのが残念。
キーワードで商品を検索できると使い勝手がさらに向上するだろう。



トップページではプロモーション情報の占めるエリアが大きく、ジャンル別のナビゲーションが埋もれてしまっており、詰め込みすぎの感がある。目的の商品が大きく取り上げられている場合にはすぐに購入手続きに入れるので便利だが、そうでない場合にどこからクリックすればよいのか迷ってしまう。

商品は豊富で多くの選択肢があるが、キャンペーン情報や売れ筋ランキングなど運営側の戦略によるリンク構成がページの大半を占め、ユーザーの自由なナビゲーションを妨げる恐れがある。また、リンクテキストの色が統一されていないことや、装飾的な画像要素が多かったりするなど、全体的に散漫な印象を受ける。ただし商品検索の機能は秀逸で、絞り込みや詳細情報への誘導もわかりやすい。

参考 「ウェブ・ユーザビリティルールブック 顧客を増やすサイト設計」

本コーナーを担当するソシオメディア株式会社代表の篠原稔氏が監修。ウェブユーザビリティのポイントがわかりやすくまとめられている。
(株)ピービット 著 / 篠原稔 監修
定価：本体1,800円 + 税



コンビニのサイトを利用する 読者体験レポート

神奈川県川崎市在住 **野口さん**



テストをしたサービス

- ・@LAWSON
- ・e-ministop.com
- ・ファミマ・ドット・コム
- ・セブンドリーム・ドットコム

「コンビニサイトはそれなりに便利ではあるが、商品の魅力は薄い」というのが利用しての感想です。

セブンドリーム・ドットコム、ファミマ・ドット・コム、e-ministop.comは独自に各ジャンルの品ぞろえをしているため、商品数は少なめです。しかし会員登録を一度行えば、すべての商品を購入でき、利便性は高いと感じられました。どのサイトも、発注後すぐに確認メールが届き、追って納期の連絡が来るため安心感が高いです。また、そのメールを印刷して持参すれば商品の受け取りや支払いもスムーズに行えました(納期はすべて3~4日)。

それに対し、@LAWSONは専門店を寄せ集めることで、品ぞろえがほかのサイトより多少充実しています。しかし操作性が店舗ごとに不統一になるうえ、会員登録も個別に必要ななど利便性は低く感じられました。また、店舗での受け取りや支払いに手数料がかかり、さらに受け取る際には店舗内のLoppiの操作で商品受取票を出力しなければならないなど手軽に扱えない点が気になりました(納期は10日)。

どのサイトもそれなりに利便性を備えており、今後は魅力ある商品の充実を期待したいと思います。

東京都世田谷区在住 **中島さん**



テストをしたサービス

- ・@LAWSON
- ・e-ministop.com
- ・ファミマ・ドット・コム
- ・セブンドリーム・ドットコム

会員登録は、どのサイトもとても簡単にできました。e-ministop.comはIDにメールアドレスを使うので、自分のIDを忘れずに済みます。商品の選択は、ファミマ・ドット・コムは大分類のあとに、さらに細かく分類されていてわかりやすいのですが、店頭で受け取れる商品が意外に少ないのが残念です。でも注文してみると、その日の夜には配達確認のメールが届き、好感を持ちました。

店頭での商品の受け取りは、@LAWSON以外の3店舗は手馴れた感じでスムーズに出してくれました。なかでもe-ministop.comは、配達日の朝7時から受け取れるのが便利です。@LAWSONは、まず店舗に向いて支払いを先に済ませ、その店舗に商品が配送される仕組みです。さらに商品を受け取るにはLoppiで手続きをしてからレジに行かなければならず余分な手間がかかります。しかも、代金を支払ってから商品の到着までに3日かかるのは、ほかと比べても不便で、二度と使いたくないですね。

全体的に見ると、サイトが見やすく商品数も豊富なセブンドリーム・ドットコムを通常使うサイトとして登録したいです。個人的にはアウトレットまで扱っていたのが嬉しかったですね。

サービス一覧表

264 ページの評価基準に基づき、ピックアップした5 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。自分にとって使いやすいサイトを選びたい。

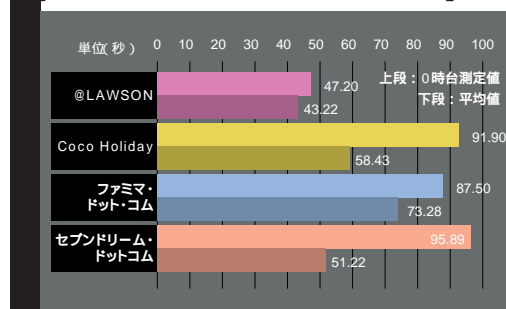
| サイト名 URL | @LAWSON www.at-lawson.com | Coco Holiday *2 www.cocogets.com/shopping/ | e-ministop.com www.e-ministop.com |
|-------------|---|--|--|
| 購入できるもの | 取り扱いカテゴリ 10 2 「@LAWSON」自体で扱うジャンルは少ない。提携サイトを利用すればいいのだが..... 2 コンサートチケットの予約とホテルの予約を取り扱っている | 9 「コンビニ」ではなくどちらかと言うとショッピングモール のような。書籍を除く9 ジャンルを扱う 1 各種のイベントチケット予約を取り扱っている *3 | 5 CD・DVD を除くと、「産直ギフト」や「買い置き用」の商品が多い 0 サイトで扱うのは「形のある」商品のみ。各種サービスの受け付けは行っていない |
| 会員登録制度 | 会員制度の有無 2 2 「アット・エルメンバー」という会員制度を用意。メールニュースなどのメリットもある。 3 登録は個人情報のみ | 2 オンライン専用の会員制度がある。会員限定のキャンペーンなどを実施 2 会員登録時に、商品受け取りに利用する店舗を2 つまで登録する 2 発注時の入力省力化、独自キャンペーンの実施の2 つがメリット | 2 会員制度あり。キャンペーンやセール情報をメールで受け取れるなどのメリットがある 3 全半角の切り替えが自動で行われるなど、登録時の入力は非常にしやすい 2 発注時の入力省力化、メールニュースの2 つが大きなメリット |
| 商品の購入方法 | 検索機能の有無と充実度 3 0 「Girls」「Hobby」などのカテゴリ別に商品进行分类。全体を検索できる機能はない 4 店頭受け取りなら4 ステップ、宅配なら5 ステップ。届け先住所の入力は面倒 5 複数発注のステップ数 5 1 同一カテゴリなら+1 ステップ。別カテゴリの商品は別会計なので使いづらい 2 発注の下限 2 購入する商品金額の下限は特にならない。宅配の場合は1万円以上で送料が無料になる | 1 キーワード検索ができる。簡単なものでヒット率はいまひとつ 5 会員登録することが前提で、店頭受け取りしかできないため、3ステップと少ない 5 1 つ商品を追加することに、発注ステップは1 つ増える 2 発注の下限は特になく、掲載されている商品1 つから購入できる | 2 キーワード検索ができる。検索結果を3通りで並べ替えられるのは便利 1 店頭受け取りや宅配のいずれを利用する場合にも9ステップの手続きが必要 2 1 つ商品を追加することに、発注ステップは1 つ増える。まとめて精算できるのはラク 2 発注の下限は特になく、掲載されている商品1 つから購入できる |
| 店頭での商品受け取り | 商品の受け取り方法 2 2 購入した商品は店頭で受け取れる 受け取り可能な商品数 2 1 縦+横+高さの合計が80cm以内の商品であれば、店頭で受け取れる 店舗の密度指定 5 5 購入申し込み時、または支払い時に指定した店舗で商品を受け取れる *1 店頭受け取りの方法 3 3 店内のLoppi端末を操作して「商品受取引換票」を印刷し、レジに持参して受け取る 受け取りまでにかかる時間 3 0 在庫のある商品の場合、3日程度で店舗に到着する 受け取り期限の有無 2 1 確認メール到着後1週間以内に代金を支払い、商品を受け取る必要がある 支払い方法の種類 3 2 サイト上または店舗でのカード決済、店舗での現金決済に対応している | 2 購入した商品は店頭で受け取ることしかできない 2 店頭で受け取れる商品のジャンルや品目に制限はない 0 入会時に登録した2店舗以外での受け取りはできない。ほかで受け取るには新規登録するしかない 2 発注時に通知された注文番号を控えて登録店舗へ。現金で決済して商品を受け取る 1 在庫のある商品については、翌日以降に受け取れる 0 受け取り可能日を知らせるメールが到着してから3日以内に店頭で受け取る 1 現金での支払いのみ。カードは利用不可 | 2 購入した商品は店頭で受け取れる。ただし、受け取れる商品ジャンルには制限がある 1 店頭で受け取れる商品はジャンルや品目によって制限がある 3 関東・東海圏の店舗であれば、どこでも受け取れる。それ以外は宅配の利用となる 2 発注時に通知された注文番号を控えて発注時の指定店舗へ。代金決済して商品を受け取る *4 0 在庫のある商品を発注しても、店舗に届くまでには3~7日のタイムラグがある 2 商品発送メールが到着してから10日以内に店頭で受け取ればよい 2 カード決済と現金支払いに対応。ただし、カード決済はサイト上で手続きする *5 2 サイトに掲載されたすべての商品を、宅配を利用して受け取れる |
| 宅配での商品受け取り | 宅配への対応 2 2 購入したすべての商品について、宅配を指定できる 標準配達時間 2 1 商品種別によって異なるが、在庫があるもの場合は1週間程度で到着する 配達日時指定の可否 2 2 サイト上で配達日時を指定できる。ただし、予約商品に関しては指定不可 配達場所指定の可否 1 1 購入商品の宅配先は、登録住所以外の場所を指定できる 支払い方法の種類 2 1.5 「その他」以外の支払い方法3パターンすべてに対応している 梱包の状況 1 1 フレグランスを購入。しっかりとした梱包で好感が持てる | 0 宅配には対応しておらず、商品はすべて店頭で受け取る必要がある 宅配に対応していないため、評価不能 宅配に対応していないため、評価不能 宅配に対応していないため、評価不能 宅配に対応していないため、評価不能 | 2 サイトに掲載されたすべての商品を、宅配を利用して受け取れる 1 在庫のある商品については、3~7日以内に配達される 0 配達日と配達時間ともに指定することはできない 1 登録住所 / それ以外のいずれかを指定できる。ギフトを指定して送ることもできる 1 代引き(ヤマトのコレクト宅急便)またはクレジットカード決済のいずれかを指定できる 1 ペンケースを購入。梱包はシンプルだが、特に大きな問題はなかった |
| その他 | 購入履歴の有無 2 1 購入履歴はサイト上で確認できる。ただし、アット・エルメンバー以外では利用不可 連絡メールの有無 2 2 発注後、商品がそろったところで受付番号などを記載した連絡メールが届く キャンセル/返品 2 1 原則としてキャンセルはできない。商品に不具合があった場合の返品のみ可能 携帯電話への対応 2 2 iモードの携帯電話から利用できる「iLAWSON」を運営している 独自コンテンツの充実度 2 2 「LAWSON たのみこむ」などのコーナーを用意。欲しい商品を作ってもらえる | 2 会員専用ページにログインすると、最初に購入履歴が表示される 2 発注確認メールと受け取り可能日の通知メールが届く 1 発注後のキャンセルはできない。返品は不良品に限り7日以内に受け付ける 2 Coco Holiday を含む「Cocogets.com」をiモードの携帯電話から利用できる 1 「Cocogets.com」では、さまざまな商品情報などを紹介する | 1 会員専用ページで、購入履歴を参照できる 2 発注確認メールと出荷案内メールの両方が届く 2 出荷案内メールが届くまでなら、キャンセルできる。返品にも対応している 3 種の携帯電話用サイトはあるが、利用できるのは商品情報の閲覧のみ 1 店舗紹介やTVCFの再生などの情報系コンテンツは多い |
| ユーザビリティ | ウェブデザイン評価 20 12 (60 x 0.2) | 10 (49 x 0.2) | 13 (64 x 0.2) |
| 合計 | 100 61.5 | 55 (90点満点) | 57 |

コンビニサイトのパフォーマンスチェック

今回テストを行った5つのコンビニサイトのうち、トップページでも認証システムを採用するe-ministop.comを除く4つのサイトで、トップページの表示にかかる時間を調査した。7月27日(金)から7月31日(火)まで、4時間おきにDIONとODNを使ってサイトにアクセスし、この2つのプロバイダー経由で表示にかかった時間の平均値を取った。さらに、すべての時間帯で表示に要した時間の平均値を出したものが右のグラフだ。

本記事でここ数か月扱ったサイトでは、「テレホーダイ」タイムと全体の平均値とで表示時間に大きな差が出ることはあまりなかったが、今回のコンビニサイトは、グラフを見てのとおり明らかに時間のかかり具合が異なる。特にCoco Holidayとセブンドリーム・ドットコムはそれが顕著なので、利用する場合は時間帯を考慮して快適に買い物をしたいものだ。

トップページの表示にかかる時間



| サイト名 URL | ファミマ・ドット・コム www.famima.com | セブドリーム・ドットコム www.7dream.com |
|-------------|---|--|
| 購入できるもの | 取り扱いカテゴリー 10 その他の取り扱いサービス 5 | ギフト以外の食品（「セブミール」除く）や飲料などは取り扱っていない 旅行手配、イベントチケット、学習サービス、車検、DPEサービスなどがある |
| 会員登録制度 | 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 | 「メンバーズセブン」という名称の制度を用意。掲示板などのコミュニティも利用できる 個人情報に加え、カード番号も登録できる。決済時に下4桁入力すればOK 入力省力化、メールマガジン、掲示板などのコミュニティ利用の3つのメリットがある |
| 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 | キーワード検索ができる。また、カタログ内の商品番号でも検索が可能 店頭受け取りの場合は6ステップ(*7)、宅配の場合は4ステップ 1つ商品を追加すること、発注ステップは1つ増える |
| 店頭での商品受け取り | 商品の受け取り方法 2 受け取り可能な商品数 2 店舗の都度指定 5 店頭受け取りの方法 3 受け取りまでにかかる時間 3 | 商品ジャンルや品目によって異なるが、多くの商品が店頭で受け取れる 商品によって店頭で受け取れるかどうか異なる。商品情報ページに記載がある 原則として登録した2店舗のいずれかで受け取るが、そのほかの店舗でも受け取れる サイト上に表示される「払込依頼票」を印刷、持参して商品を受け取る*8 |
| 宅配での商品受け取り | 宅配への対応 2 標準配達時間 2 配達日時指定の可否 2 配達場所指定の可否 1 支払い方法の種類 3 梱包の状況 1 | 1 店舗に商品が到着してから1週間以内商品を受け取る必要がある 2 商品によって異なるが、原則として店頭で受け取れる 2 商品によって宅配で受け取れるかが決まる。ほとんどの商品が宅配できる 1 在庫のある商品の場合、3日～1週間程度で到着する*6 1 カード決済を利用した場合のみ、日時を指定できる。代引きでは指定できないので1点減点 1 登録住所/それ以外のいずれかを指定できる。ギフトを指定して送ることもできる 1.5 代引き/サイト上でのカード決済/店頭での現金前払いの3通りから選べる 1 金属製のスキットルを発送。梱包材を多用し、文句のない包装 |
| その他 | 購入履歴の有無 2 連絡メールの有無 2 キャンセル/返品 2 携帯電話への対応 2 独自コンテンツの充実度 2 | 1 会員専用ページで、購入履歴を参照できる 2 発注確認メールと出荷案内メールの双方が届く 1 原則としてキャンセルはできない。不良品に限り、返品ができる 2 iモードの携帯電話から利用できる「ファミマ」が用意されている 2 店舗で利用できる商品券をもらえるポイント制度を設けるなど、サービスは豊富 |
| ユーザビリティ | ウェブデザイン評価 2.0 | 1.4 (6.9 x 0.2) |
| 合計 | 10.0 | 74.5 |

*1 代金支払いを店頭で行う場合、支払いを行った店と商品を受け取る店とは同じでなければならない *2 Cocco Holidayは店頭での商品受け取りにしか対応していない。ここでは宅配関連の項目は「評価不能」とした。実際には90点満点となる *3 検証時点では、「該当する商品なし」との表示。時期によるのか準備中なのかは不明 *4 店頭ではカード決済はできない。サイト上で決済の手続きを済ませておく必要がある *5 必要に応じて現金支払いを行うこと *6 サイト上でカード決済したものは、カード認証がおりてから3日～1週間かかる。また、書籍については2週間程度かかるものもある *7 振込依頼票を印刷する手順も含む *8 プリンターがなくても、受け付け番号さえわかれば店頭で支払いと受け取りができる *9 デジタルコンテンツ購入の場合には、「@QUOカード」も利用できる



総合評価

今回の検証で総合1位になったのは、ファミマ・ドット・コムだ。取り扱い商品ジャンルとサービス数が他サイトを圧倒したほか、ポイントが貯められる会員制度を持つなど、使い勝手の部分でも比較的高い評価となっている。ただ、商品の受け取り方法の指定など、ユーザーにとっての使いやすさは2位のセブドリーム・ドットコムが勝っている点もある。圧倒的な大差で1位の座についたとは言え、難しい部分が多く、今後の動きによっては逆転される可能性も高

いといえる。

@LAWSON、Coco Holiday、e-mini stop.comの3サイトは、ユーザビリティを除くポイントではほぼ並んだ格好だ。どのサイトも特徴的で使いやすい部分はあるものの、いくつかの欠点があるため総合点では1、2位のサイトより低い評価となってしまう。

本文でも触れたが、全体的に検索機能が貧弱なのが気になった。扱う商品やサービスをさらに増やす（それが、コンビニサイトのメリットだ）つもりなら、もっと使い勝手のよい検索機能を付ける必要がある。各サイトのさらなる努力が必要な部分だ。

ECベンチマークの第1回では、「オンラ

インスーパー」を検証したが、そのなかで扱った「ampm・デリス便」と今回検証した5サイトの大きな違いは購入できる商品にある。実店舗で販売している商品そのまま配送してくれるデリス便と異なり、今回の5サイトは「実店舗でも受け取れる」ECサイトだといえる。あくまで、実店舗との相乗効果を狙ったサイトなのだ。

今回検証した5サイトは、今後どのように変化するだろうか。デリス便のように店舗の商品を宅配する方向に行くのか、それともあくまで実店舗の補完としての役割を強調していくのか、「いつでも」申し込んで受け取れるコンビニは、ECとの相性がよいだけにその動向には注目したい。



[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