

インターネットでどこまで生活は便利になるか？

New Life With Internet

有料
サービス
& サイト
徹底検証

text : いちばゆみ

ADSLなどの常時接続環境の普及にともない、ショッピングやオークションなどのオンラインサービスを利用する人が増えてきた。いながらにして振り込みや残高照会などが行えるインターネットバンキングの利用も浸透してきている。

これらのサービスは便利なのは確かだが、実際に使ってみると意外に不便だったり、かゆいところに今ひとつ手が届かなかったりといった発展途上な部分も見受けられる。

この新連載では、続々登場するオンラインサービスを読者に代わって一足先に体験し、そのサービス内容や使い勝手を事細かに紹介する。それに先立ち、オンラインサービスの利用度調査結果と、ユーザーが利用して体験したサービスの現状や不満点から、次号で検証するサービスサイトのチェック項目をまずは洗い出していきたい。

オンラインサービスの定番

ショッピング・オークション・ネットバンキングの利用度

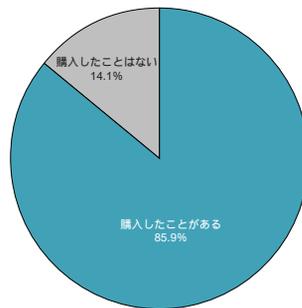
インプレス発行の「インターネット白書 2003」によると、2003年2月末時点で、家庭からのブロードバンド利用者数は1596万2000人だ。そのうち、比較的インターネットの利用頻度の高い「アクティブユーザー」に対して、ウェブを利用したアンケート調査を行っている。右のグラフはそのアンケート結果で、「N = 2803」は有効回答者数が2803人という意味だ。

そこで、いくつかのオンラインサービスを挙げ、利用したことがあるかどうかを尋ねたところ、よく使われるオンラインサービスは、やはりオンラインショッピングで85.9パーセントにも上り、インターネットバンキングで63.1パーセント、初心者にはとっつきにくかったオークションサービスでも45.4パーセントとすでに半数弱の人が経験済みだ。ネットでモノを買ったりサービスを利用したりするのはけっして特別なことではなくなってきた。

そこで、この連載では、このような日常生活の中で便利に使い、もはやあたりまえになってきたオンラインショッピングやインターネットバンキングのように、今後生活に浸透しうるオンラインサービスに着目したい。たとえば、右に紹介するようなサービスサイトについて、次号から検証する予定だ。

【オンラインショッピング】

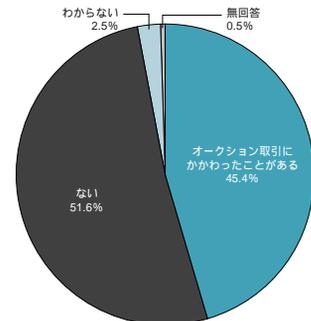
オンラインショッピング利用経験 N=2803



©Access Media/impress,2003

【オークション】

オークション取引経験 N=2513



©Access Media/impress,2003

多様化するオンラインサービス

ショッピングサイト以外に、ユーザーの「かゆいところに手が届く」サービスを提供するサイトが急増している。その一例として生活を便利にするお役立ちサイトをいくつか紹介しよう。

webtrunk

<http://www.webtrunk.co.jp/>
オフシーズンの洋服や本などすぐに使わない荷物を、1箱から預けられるトランクルーム。オンラインで発送や引き取りの依頼、預けている荷物の確認ができる。

医療ネット

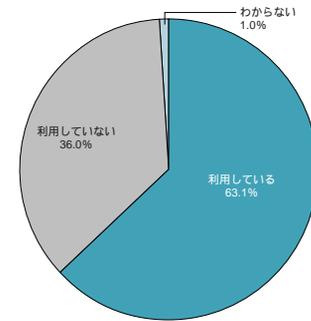
<http://www.iryu-net.jp/>
最寄りの医療機関が検索できるほか、人間ドックや歯科医院など、医療機関を検索し、見積もりや治療内容を確認後、診療予約ができる。

GEOLAND

<http://www.geoland.jp/>
オンラインでCD・DVD レンタルの申し込みができる。貸し出し・返却は郵便・メール便で行う。忙しくて借りに行けない、うっかり返し忘れてしまう人にうれしいサービスだ。

【インターネットバンキング】

インターネットバンキングの利用経験 N=2742



©Access Media/impress,2003

Gポイント・ネットワーク

<http://www.gpoint.co.jp/>
さまざまなショッピングサイトで独自に発行しているポイントをまとめられるポイントサービスサイト。あちこちにちよっとずつ貯まったポイントを1つにまとめられれば、欲しい品物がゲットできる。

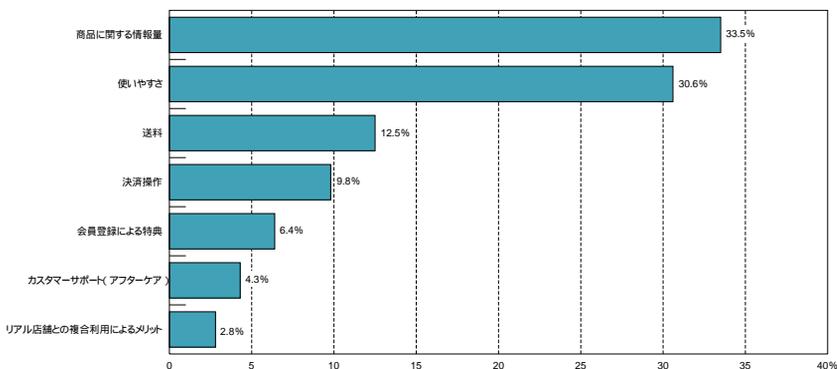
サービスサイトを利用する条件

情報の多さと使いやすさを重視する

では、実際にオンラインサービスを利用する場合、たくさんのサイトの中から実際に利用するところを選ぶにあたって、ユーザーはどのような点を重視するのか。

代表例として利用経験者の多いオンラインショッピングを見た場合、インターネット白書2003によると、まず重視するのは商品に関する情報量だ。実際に手にとってみることができないだけに、写真の豊富さや商品情報、サイズ・色などの説明がきちんとされているかどうかは重要な判断材料になる。ショッピングカートに候補の品物を入れておき、あとでまとめて購入手続きができる、見積もりで価格シミュレーションができるなど、使いやすいサイトもポイントが高い。

オンラインショッピングサイトを選択する際にもっとも重視する点 N = 2281



©Access Media/impress,2003

また、手数料や送料も気になる。手数料は、ショッピングサイトに限らず、あらゆるオンラインサービスで気になる項目だ

し、会員登録のメリットも同様だ。次回からのオンラインサービスの具体的な検証にあたり、このような点を重視したい。

オンラインサービス利用体験エピソード

現状のオンラインサービスに対するユーザーの感想や体験談の一部をここで紹介しよう。ここでは複数のサイトについての感想だが、次号では、毎月1つの新サービスを深く掘り下げ、率直なレポートをお送りする予定だ。

ポイントが貯まるサイトを利用 (20代・女性)

同じものを買っなら、ポイントが貯まるショッピングサイトを利用するようにしています。買い物額に応じて航空会社のマイルが貯まる「ネットマイル」などでよく買い物しています。資料請求やメールマガジンの登録などでもポイントがもらえます。

納品スピードで選ぶ (30代・女性)

申し込んですぐ手に入るサイトが便利。在庫があれば24時間以内に発送……という「Amazon.co.jp」でよく本やCDを買います。中古品との価格比較もできるので、新品でなくても構わないものなら中古で安く買えるのも魅力です。

手数料が安いサイトを選んで (30代・女性)

新生銀行はどの銀行に振り込んでも振り込み手数料が0円でお得。引き出しも新生銀行やアイワイバンクのATMなら手数料無料、郵便や他の銀行でも手数料がキャッシュバックされます。

反応が遅くてがっかり (40代・男性)

ペションを予約しようと検索し、サイトに宿泊申し込みフォームがあったので利用したのですが、いっこうに返事が返ってきません。結局電話で問い合わせました。一応サイトを作っているものの、ほとんど更新もせず、あまり活用していないところもあるようです。

よく確認せずに申し込んだら... (40代・女性)

ダイエット食品の購入を申し込んだのですが、いっこうに品物が送られてこないんです。あとで確認したら代金を先に銀行振込する仕組みになっていたんですね。説明が小さくて見落とししていました。代引きやクレジットカード決済など、いくつか支払方法が選べるサイトにすればよかったです。

読者モニターを募集します!

この連載では、生活を便利にする新しいオンラインサービスをいち早く検証します。そこで、実際にサービスを使い、その感想をレポートしてくれる読者モニターを募集します。費用はすべて編集部が負担しますので、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お気軽にご応募ください。

メールアドレス: im-newlife@impress.co.jp

今月の新着サービス

新たに始まったちょっと気になるサービスを毎月数個紹介するのが、このコーナーだ。

翻訳仲介サイト「トランススマート」

URL <http://www.transmart.net/>

登録している翻訳者のプロフィールや専門分野などを参考にスキルを確認し、翻訳をオンラインで依頼できる。指名の多い翻訳者をランキングで表示するので、人気の高い翻訳者が一目でわかる。また、まだサイトに登録したばかりの経験の浅い「道場生」に安い価格で依頼するなど使い分けもできる。



会社生活の友「セレクト&カスタムショップ」

URL <http://www.scsshop.jp/>

OL向けのセレクト商品やカスタムメイド商品を扱う。ギフト券もらった人が、有名フラワーコーディネーターに自分の好みを伝えらうえでアレンジメントを作ってもらえるフラワーギフトサービスを開始した。せっかくもらったが好みの花ではなかったということがなくなり、喜ばれるはずだ。





[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