



サイト担当者が押さえるべき基本

# ECコンサルタントが考える シニア向けECサイト設計の3カ条

各種調査データから、シニア向けのインターネット通販市場の拡大が確実に見込まれる今、通販事業者は具体的にどのような対策を講じれば良いのか。数々のECサイトのコンサルティングに携わり、シニア向け通販にも詳しい専門家に、実践的なノウハウを聞いた。

<文> 中村潤平 モバイルコマース 新規事業部部長 兼 シニアコマースコンサルタント



なかむら・じゅんぺい / 法政大学卒。インデックス入社。3キャリア公式携帯サイトの企画・運営、ECサイトのシステム企画に携わる。2009年モバイルコマース入社。入社以来一貫してeコマースの新規事業に従事。最近ではシニアECに特化したコンサルティング研究を行っている。

使いやすい=買いやすい  
シニア向けECサイト実例

日本は2015年に、全人口のうち2人に1人が50代以上となる高齢化社会に突入します。シニアEC市場が急拡大する今後3年間で、新しいお客さまを自社のECサイトへ取り込むためには、今から本格的なシニア向けの対策が必要です。市場の将来性に対して、本格的な対策ができていない通販事業者はまだ一握りという状況なので、早めのシニア対策が今後の成長を左右するといえます。

はじめに、シニア層を主要顧客に持つ3社のECサイトを見ながら、シニア向けサイトの設計ポイントを解説したいと思います。

まず、自然食品・健康食品を取り扱うやずや（福岡県）の通販サイトです。単品のサプリメント食品通販では日本トップクラスの会社で、年間の売上高は約345億円。メインターゲットは60代以上の女性です。

同サイトのトップページ（図1）を見てまず感じるのは、「ゆったり感」です。行間が広いことや文字サイズ、使用している色合い、さらに横に広げず縦長にメニューを配置している点が、老眼気味のユーザーにも見やすく、

使いやすくなっています。自動で切り替わるスライド式の画像バナーには「一時停止」と「再生」ボタンが大きめに設置されています。このボタンがあることにより「見たい情報がどこへ行ったのか分からなくなる」ことを防ぎ、気になった商品詳細ページへ遷移することができるようになります。また、シニアはテキストリンクよりも画像をクリックする傾向があります。テキストリンクが細々と密集している検索メニューはあまり利用しません。

商品詳細ページ（図2）の特徴は説明の多さです。例えば「熟成やずやの香醋」の単品通販では、詳細ペー

シニアが買いやすい EC サイト設計の3カ条

1. シニアの目（老眼・視野・動体視力）を考慮すること。
2. インターネットへの恐れ・不安を取り除くこと。
3. これでもか!というぐらいに表現・導線を分かりやすくすること。

ジにテキスト6000文字と画像50枚程度を掲載。取材などのコンテンツ制作の工数を考慮する必要はあるにせよ、徹底的に商品をアピールするページ構成は学びたいところだ。

また、ランディングページの構成にも、シニアに向けた設計上の工夫が見られます。「このページをお気に入りに登録」というメニューが1ページ内に2カ所もあります。お気に入りに追加する必要があるブラウザのお気に入り機能を使うのが一般的ですが、それを知らないシニアに向けた配慮と考えられます。購入を悩んでいるシニアに向けてお気に入り登録してもら

テキストと  
テキストの行間を  
広くとっている  
(老眼を考慮)

自動で切り替わる  
画面は、ユーザーが  
自分で操作できる  
ようにする

横幅いっぱいに表示を  
広げず、縦長のメニュー  
にしている  
(視野の狭さを考慮)

図1 「やずや」ECサイトトップページ



ことで、たとえその時に買わなくても次に接触しやすいようにしています。

もう1社は、「キューサイ青汁」をはじめとする健康食品を扱うキューサイ（福岡県）の通販サイト。年間売上高は約272億円です。このサイトではテレビCMにも出演しているシニア世代の俳優の写真を掲載しているほか、使用者の体験談では、健康的な笑顔で写る、記念写真のようなシニアユーザーの写真を掲載しています（図3、4）。テレビショッピング業界ではシニア向け商品を販売する場合、同世代のシニアを必ず登場させるという法則があります（特に

夫婦の登場が効果的です）。なぜなら、できるだけ身近に、具体的に使用イメージを喚起させ、不安を払拭することが必要だからです。

最後に、大手メーカーの運営する通販サイトもご紹介します。ライオンのサプリメントなどを販売する「LION ウェルネスダイレクト」も、文字を大きく行間にゆとりをとっているほか、縦長にコンテンツを配置しているので左右へ視点を移動する必要がなく、視界が狭くなりがちなシニアに適したサイトといえます（図5）。また、やずや同様、1商品ごとの説明が豊富です。

これらの優れたサイトを見て分かるとおり、シニア向けECサイトで重要なポイントは以下の3点です。

- ①シニアの目（老眼・視野・動体視力）を考慮すること。
- ②インターネットへの恐れ・不安を取り除くこと。
- ③これでもか!というぐらいに表現・導線を分かりやすくすること。

シニアのネット通販利用者は年々増えていますが、企業側のサイト設計は従来通り。それではシニアがストレスなくサイトを利用することはできません。そこで、この3カ条についてもう少し詳しく説明します。