

Yahoo!オークションがリニューアル、「競り商品」と「即決商品」を分化 ～ より売りやすく買いやすいプラットフォームの提供を目指して～

2011年8月23日

ヤフー株式会社

Yahoo!オークションがリニューアル、「競り商品」と「即決商品」を分化

～ より売りやすく買いやすいプラットフォームの提供を目指して～

Yahoo!オークションのURL <http://8209.jp>

Yahoo! JAPANを運営するヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は9月6日、インターネットオークション市場のさらなる活性化を目指して、サービスのリニューアルを行います。

Yahoo!オークションは1999年9月に、誰もが手軽に使える「競り商品」の個人間売買（CtoCオークション）としてスタートし、その後「即決価格商品（当時は“即買価格商品”）」の導入、法人企業の出店（BtoCオークション）、官公庁オークションなどを導入し、現在では、常時出品数が約2,200万規模の市場に成長いたしました。

しかし市場が大きくなるにつれ、出品数が増えることで目当ての商品を探しにくくなったり、さまざまな機能を追加したことで、初めてサービスをご利用いただくお客様にとって分かりづらいものになってきたりと、サービス提供開始時の「誰もが簡単に」というコンセプトからの、「ずれ」も見られるようになってきました。

そのため、サービス開始から12年の時を経て、「誰もが簡単に商品の売買ができる場所の提供」への原点回帰を図るため、リニューアルを行うことになりました。

今回のリニューアルでは、オークションの醍醐味である「競り商品（オークション形式で売買される商品）」と「即決商品（いますぐ落札できる固定価格の商品）」の商品リストを分けて表示することで、それぞれの場の活性化を図って行きます。

「競り商品」の売り場では、レアものや限定品などへの競り入札を活発化させ、オークション本来の「競り」を、今まで以上に楽しめる場を提供します。

また、近年のYahoo!ショッピングをはじめとするEC市場の拡大を背景に、オークション市場でも需要が増してきている「即決商品」の場では、今すぐ商品を売却したい、落札したいというお客様のご要望にこたえていきます。

それぞれの目的にあった売り買いの場を提供することで、「分かりやすく、誰もが簡単に使えるYahoo!オークション」として、オークション市場そのものの拡大を図って行きます。

Yahoo!オークションは今後も、誰もが参加できる場の提供を目指し、進化を続けて参ります。



※画面はイメージです。

【広報からのお知らせについて】

Yahoo! JAPANの各サービスの公開や更新についての情報は、「Yahoo! JAPAN広報ブログ」「Twitter」でもお知らせしています。

Yahoo! JAPAN広報ブログ

アドレス：http://blogs.yahoo.co.jp/yj_pr_blog

Twitter

アカウント：[Yahoo_JAPAN_PR](https://twitter.com/Yahoo_JAPAN_PR)

【Yahoo! JAPAN】<http://www.yahoo.co.jp/>

ヤフー株式会社（市場名：東証1部/JASDAQ、銘柄コード：4689、本社：東京都港区、設立年月日：1996年1月31日、代表取締役：井上雅博）が運営するYahoo! JAPANは、1か月あたり約5202万人のユニークカスタマー数※と、1日23億6500万ページビューのインターネットの総合情報サイトで、検索、コンテンツ、コミュニティー、コマース、モバイル、スマートフォンなど多くのサービスを提供しています。

※Nielsen Online「NetView」、2011年6月、家庭もしくは職場からのアクセスによる。