

# フリマ市場における伝え方の価値について

○小山翔, 野口怜

東京理科大学経営学部ビジネスエコノミクス学科

## 背景と目的

フリマアプリの価格は、商品の「状態」だけでなく、出品者の「伝え方」にも影響されると考えられる。しかし、文章の体裁や特定の単語が、客観的な状態とは独立してどれだけ価格に影響するかは、定量的に明らかになっていない。そこで本研究では、フリマサイトにおける商品の価格形成のメカニズムを解明するために、「伝え方」が持つ価格への独立した影響力を定量化することを目的とした。

## 分析手法

### 使用データ

「メルカリデータセット」の取引データ全1.3億件のうち、商品条件を可能な限り揃えるために、以下の条件を満たす149件を分析対象とした。

- 商品の状態=「3:目立った傷なし」or「4:やや傷あり」
- 商品名=特定のトレーディングカードに限定

### 変数一覧

種別名	変数名	説明
商品ステータス	price	取引価格(目的変数)
	item_condition	商品の状態 (3:目立った傷なし, 4:やや傷あり)
	shipping_duration	発送までの日数 (1: 1~2日, 2: 2~3日)
	num_likes	いいね数
	num_comments	コメント数
文章体裁	desc_char_count	説明文の文字数
	linebreak_ratio	改行率

※数が多いため特定キーワードの変数名は省略

### 分析アプローチ

価格に影響を与える商品説明の要素として、一見した印象としての体裁面と、説明文の中身の両面があると考え、以下のアプローチで分析した

マクロな分析  
(説明文体裁)

#### 文字数、改行率の影響度調査

目的：商品説明の**体裁**が価格形成に及ぼす影響を調べる  
評価基準：LightGBMでの特徴量重要度の大きさ

ミクロな分析  
(説明文内容)

#### 特定キーワードの分析

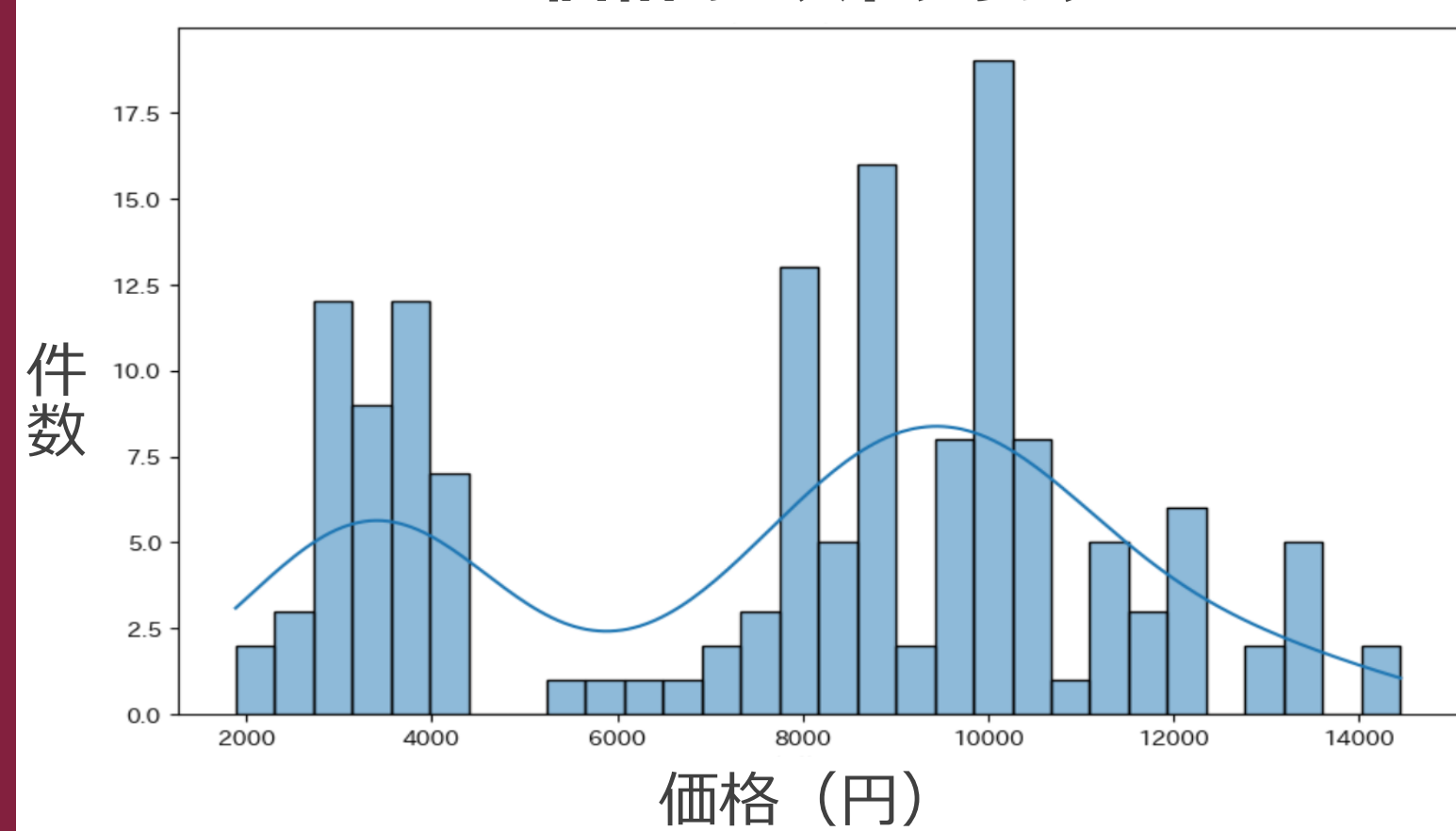
目的：商品説明の**記載内容**が価格形成に及ぼす影響を調べる  
手法：特定のキーワード※を追加した際の Adjusted R<sup>2</sup>スコアの上昇分を計測

※特定のキーワード  
「即購入可」「プレイ用」「傷・スレ」「丁寧な梱包」「美品」「値引き不可」

## 結果

### データの概観

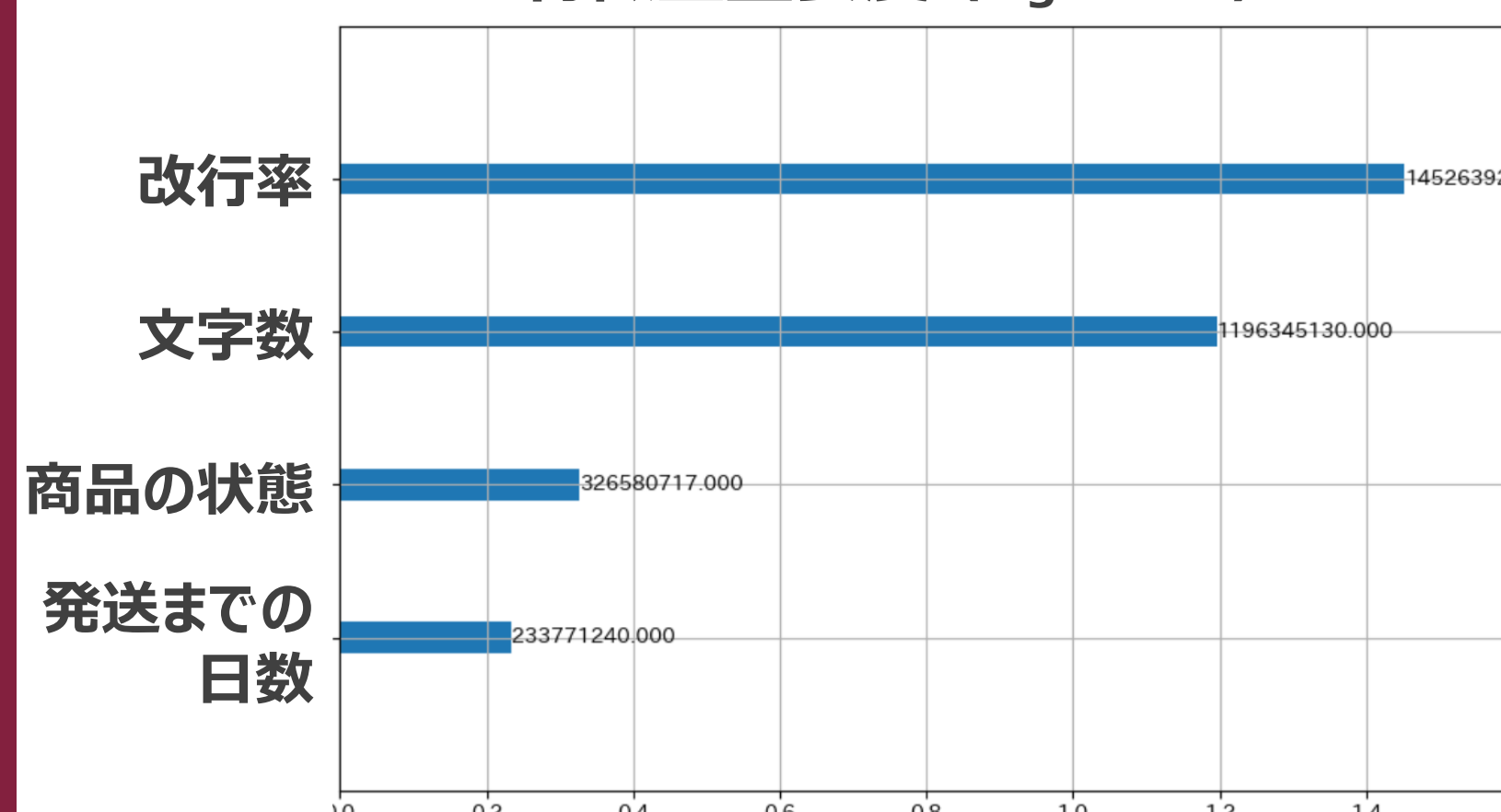
価格のヒストグラム



左図は価格分布を表したものであり、3千円台と9千円台に山がある二峰性を示す

### 分析結果① | 説明文体裁の影響

特徴量重要度 (LightGBM)



- LightGBMモデルの特徴量重要度において「改行率」と「文字数」が1位、2位を占めた
- これらの変数は「消費者が設定した状態」よりも高い重要度になった

### 特定キーワードの出現頻度

キーワード	価格上位/下位のキーワード件数		取引価格が上位25%、下位25%の商品説明に含まれる単語頻度を比較したところ、上位では <b>梱包</b> や <b>商品状態</b> に関する単語、下位では <b>傷</b> や <b>値下げ</b> に関する単語が多かった
	上位25%	下位25%	
丁寧な梱包・防水など	14	6	
美品	8	2	
プレイ用	38	35	
即購入可	25	26	
傷・キズ・スレ	22	30	
値下げ不可・値引き不可	9	20	

### 分析結果② | 説明文内容 (キーワード) の影響

Adjusted R<sup>2</sup>スコア

ベースラインモデル	0.3243
キーワード追加後	0.3764

- ベースラインモデルに対し、4つのキーワードを追加した結果、Adjusted R<sup>2</sup> が +0.0522 上昇した (「即購入可」「プレイ用」「傷・スレ」「丁寧な梱包」)
- 一方、item\_conditionと相関の強い単語「美品」を追加した場合、Adjusted R<sup>2</sup> の上昇幅は 0 であった

## 考察

### 説明文体裁の影響

結果①は、買い手が「状態カテゴリ」という大まかな情報以上に、「説明文の丁寧さ (文字数・改行)」を信頼の判断材料として重視していることを示唆する。

文章の丁寧さが消費者からの信頼を高め、価格形成に寄与していると考えられる。

### 説明文キーワードの影響

結果②は、状態とは独立した付加価値の存在を示す。これは買い手の「心理的コスト (手間・不安)」の削減が関係すると考えられる。例えば、「即購入可」は、事前のコメント確認という手間を省き、「傷あり」「折れ対策」などは不確実性を減らすことに繋がる。

## 結論

### 結論と今後の展望

フリマアプリにおける商品説明の体裁とその内容はそれぞれ価格形成に対し、商品の価値とは独立した価値があると言える。

今後はテキスト分析に加え、商品画像を変数に組み込み、より精度の高い価格予測モデルを構築する。