

**e-ビジネス情報技術講座
第1回 e-ビジネスとは
教科書 第1章対応**



講師: 片岡 信弘

講座目次

- e-ビジネスとは
- e-ビジネスの特徴
- e-ビジネスが社会に与えた影響
- e-ビジネスの歴史

1. e-ビジネスの定義

- 「ネットワーク化された技術を利用することにより、モノ、サービス、情報および知識の伝達と交換を効率的に行うことである」
- 商取引(狭い意味のビジネス)を超えて、経済的、企業的なものから社会的、日常的なものまでカバー

インターネットビジネス

ネットワーク化された技術を利用することにより、モノ、サービス、情報および知識の伝達と交換を効率的に行うこと

電子商取引

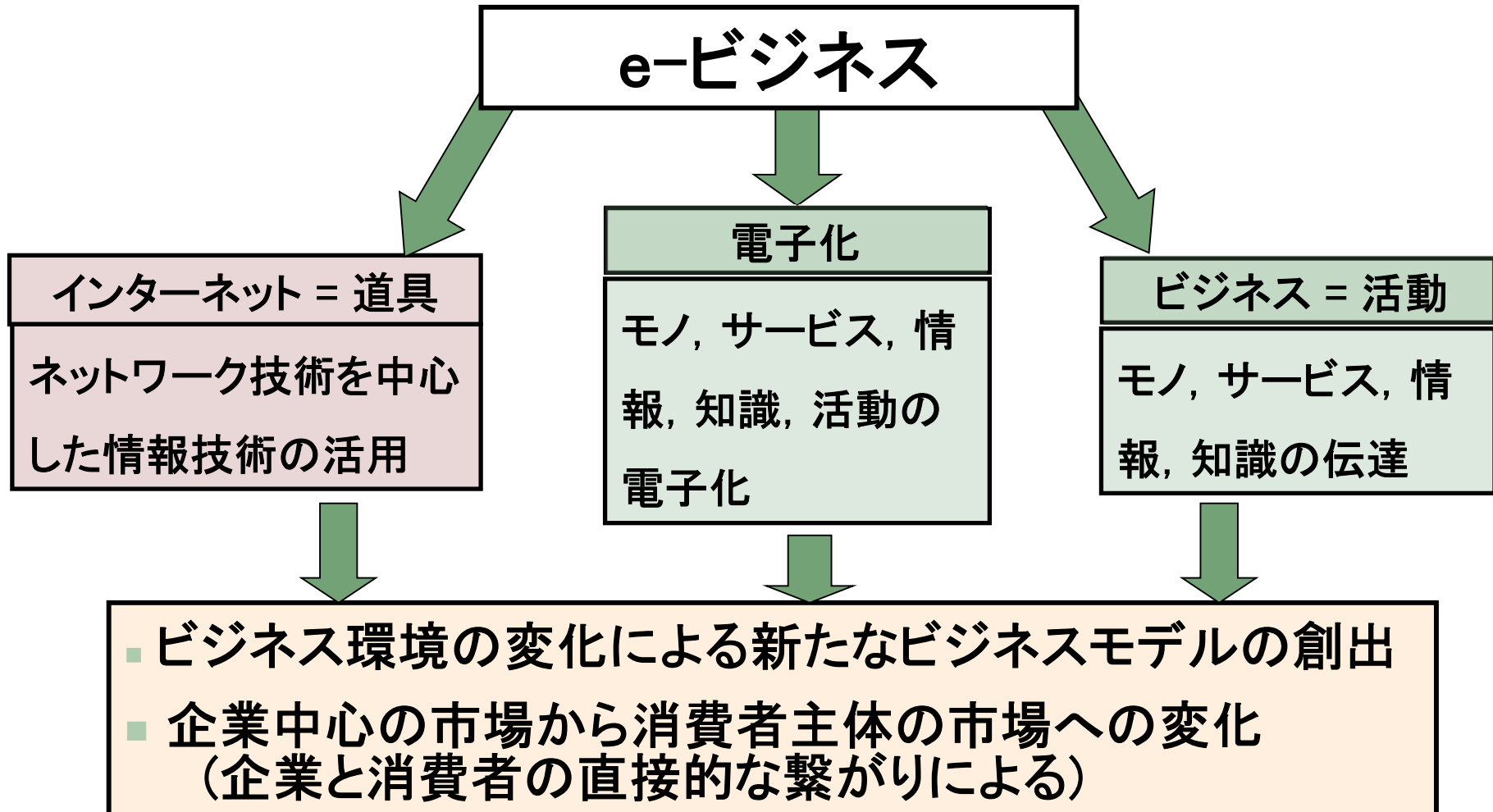
ネットワーク化された技術を利用することにより、モノ、サービス、情報および知識の契約や決済を効率的に行うこと

e-ビジネスとは (インターネットビジネス 図1.1)

インターネット ビジネス
ネットワーク化された技術を利用すること
により、モノ、サービス、情報および知識
の伝達と交換を効率的に行うこと

電子商取引
ネットワーク化された技
術を利用することにより、
モノ、サービス、情報お
よび知識の**契約や決済**
を効率的に行うこと

2.インターネットビジネスの特徴 図1.2



ビジネス活動の3構成要素

■ 対象物

- ◆モノ, サービス, 情報/知識

■ プレイヤー

- ◆対象物の販売者, 購入者
- ◆販売者の代行のコンピュータシステム
- ◆購入者の代行のパソコン

■ プロセス

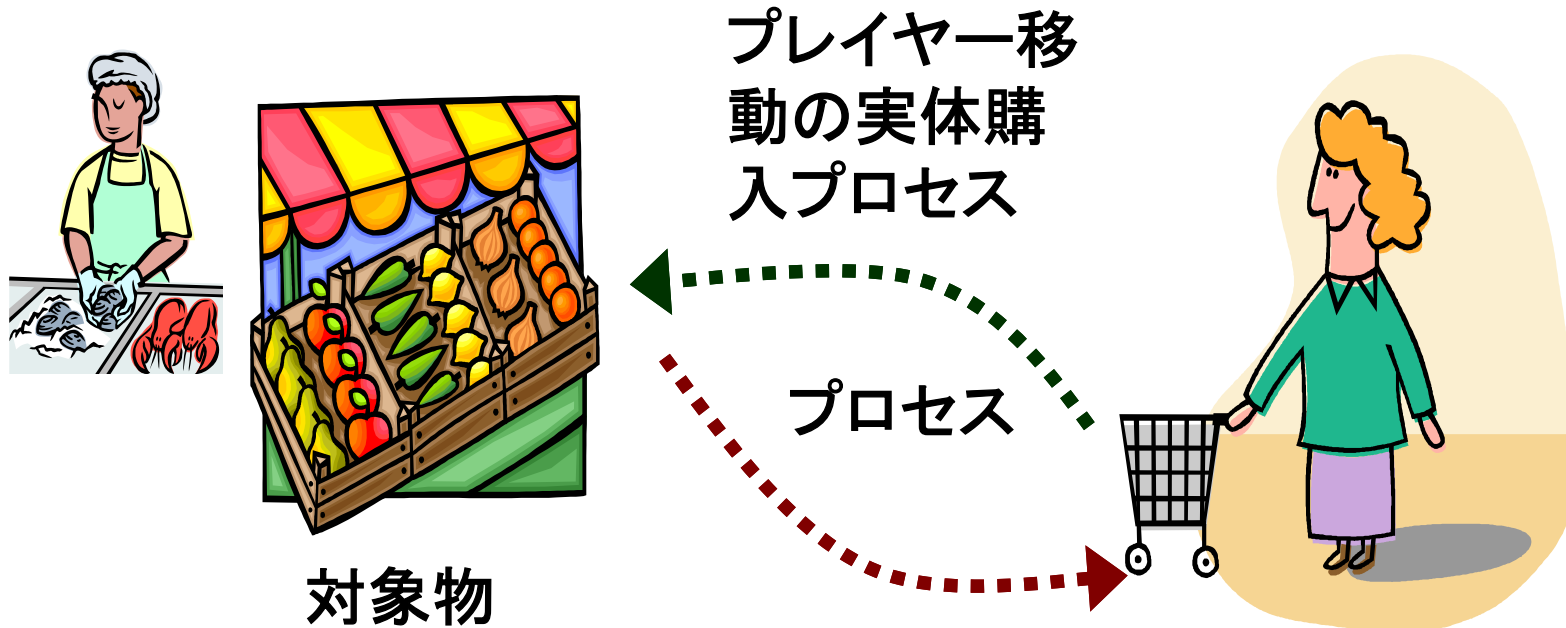
- ◆対象物とプレイヤーの間を相互に関係づけるもの
- ◆対象物の生産や作成, 検索, 注文, 支払, 配達, マーケティングなどの活動

従来ビジネス 図1.3

三つの構成要素：対象物，プレイヤー，プロセス
すべてが実体

売り手(プレイヤー)

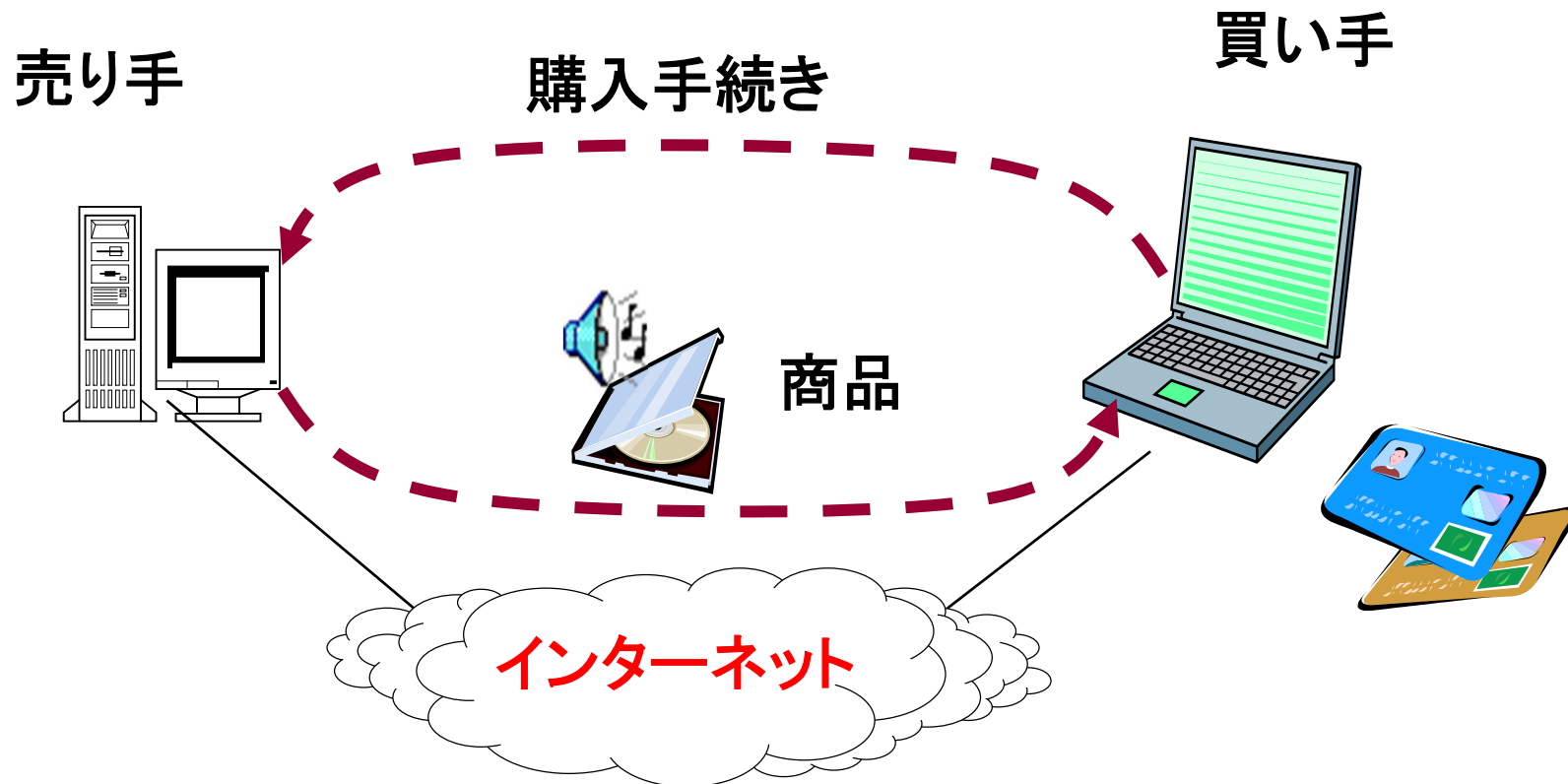
買い手(プレイヤー)



インターネットビジネス 図1.4

音楽の有料ダウンロードのケース

- ・対象物: 電子媒体の音楽
- ・プロセス: インターネットによる購入, 支払い
- ・プレイヤー: 販売側のコンピュータ 買い手のパソコン



e-ビジネスのパターン 表1.1

タイプ	対象物	プロセス	プレイヤー	事 例
タイプ1	実体	実体	実体	従来ビジネス
タイプ2	電子化	電子化	電子化	音楽のダウンロード販売 インターネットバンキング
タイプ3	実体	一部電子化	電子化	物品のインターネット販売
タイプ4	実体	一部電子化	一部電子化	物品のホームページ確認 後の商店での購入
タイプ5	実体	一部電子化	実体	電子マネーでの物品の購入

3. インターネットビジネスが社会に与えた影響

■ 消費者の購買行動の変化

- ◆ まず検索：検索エンジンの重要性の高まり
- ◆ 他人の評価：口コミサイトの重要度の高まり

■ 産業構造へのインパクト

- ◆ 音楽CDの生産数量：2009年は46%(対1998年)
- ◆ インターネット広告費 総額**17,589**億(2018年)
 - 2004年にラジオ広告費を抜く
 - 2006年に雑誌広告費を抜く
 - 2009年の新聞の広告費6739億円を抜く
- ◆ 2018年 TVの広告費**19,123**億円

- 参考 日本の広告費 http://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2018/

売り手と買い手の新しい関係

- 売り手と買い手が**直接コミュニケーション**
- 買い手が商品に関するさまざまな**情報を発信**
- 仲介者不要(中抜き)の**直接販売**
 - ◆ 流通費コスト削減により、販売価格を下げる
 - ◆ 消費者とコミュニケーションをより密なものとし、より直接に消費者の声が聞こえる
- **結果として**消費者と企業が対等の立場となる

口コミサイト事例 <http://ranking.cosme.net/>

@cosme

商品



例) ブランド、美白、毛穴



@cosme ランキング - コスメ・化粧品・美容の最新ランキング -

@cosme クチコミランキング

ただいまのクチコミ **14,725,113**件

ハーブ・アロマ

[4位以降のランキングをみる](#) ▶



★★★★★☆☆ 6.1 | 2件

MARKS&WEB

balancingフェイスオイル ラベンダー/ゼラニウム



★★★★★☆☆ 5.0 | 11件

ニールズヤード レメディーズ
アロマパルス

購入サイトへ



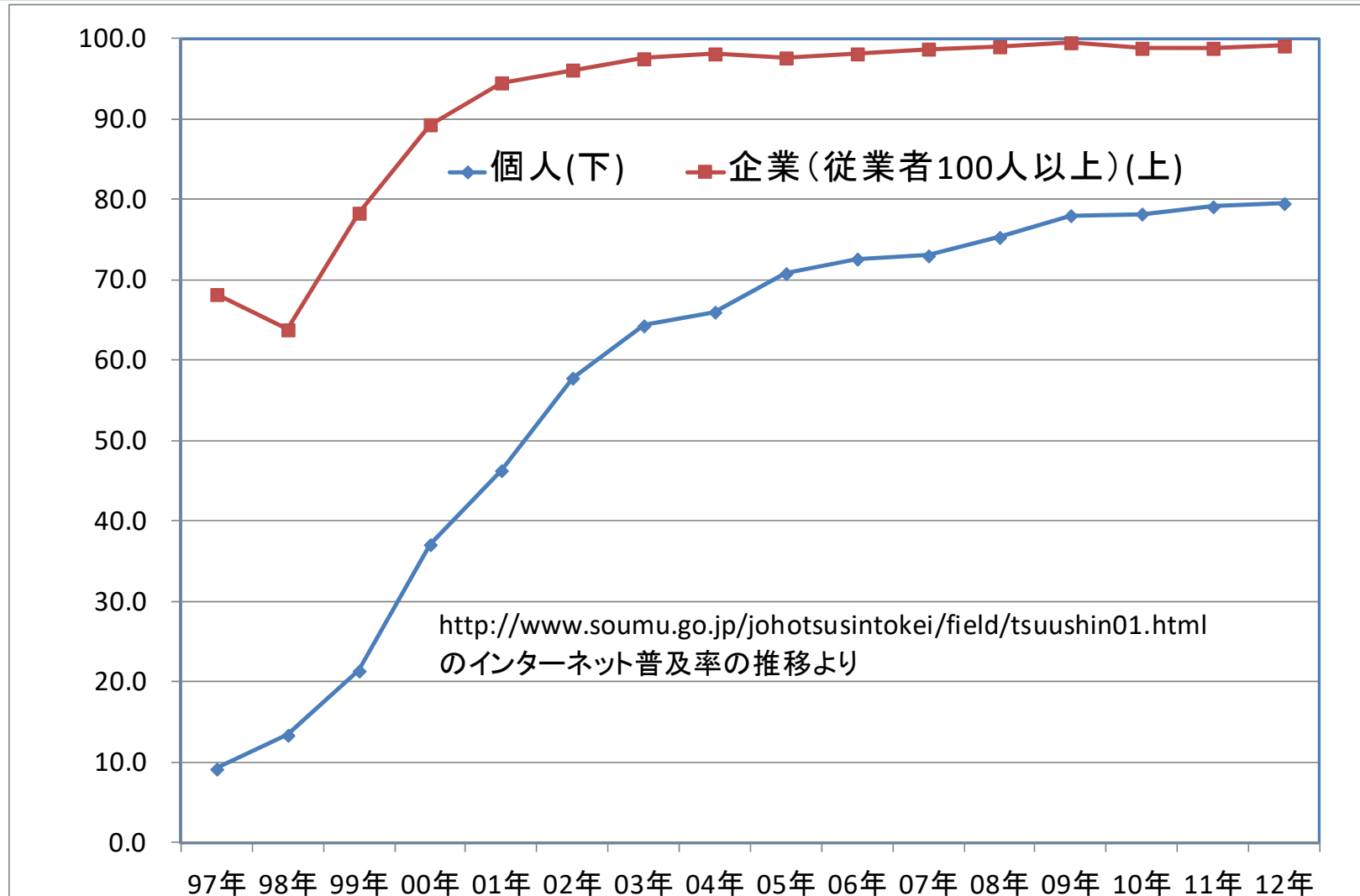
★★★★★☆☆ 5.6 | 5件

無印良品

ブレンドエッセンシャルオイル・おやすみ

集計期間：2018/12/28～2019/3/27 ※集計期間より評価点を表示しています。

インターネットの人口普及率(社会基盤として定着) 図1.5



4.インターネットビジネスの概略年表 表1.6

インターネット関連

1992年
インターネット商用利用開始

1999年2月
ドコモiモードサービス開始

2001年8月
Yahoo! BB 8MbpsADSL
サービス開始

2006年
ADSL契約件数減少開始
FTTH契約件数700万件突破

2008年
FTTH契約がADSL契約
件数を超えるが

インターネットビジネス関連

1996年4月
Yahoo! JAPAN サービス開始

1997年2月
楽天開業

1999年
Yahooショッピングサービス開始

2000年11月
Amazonの日本法人運営開始

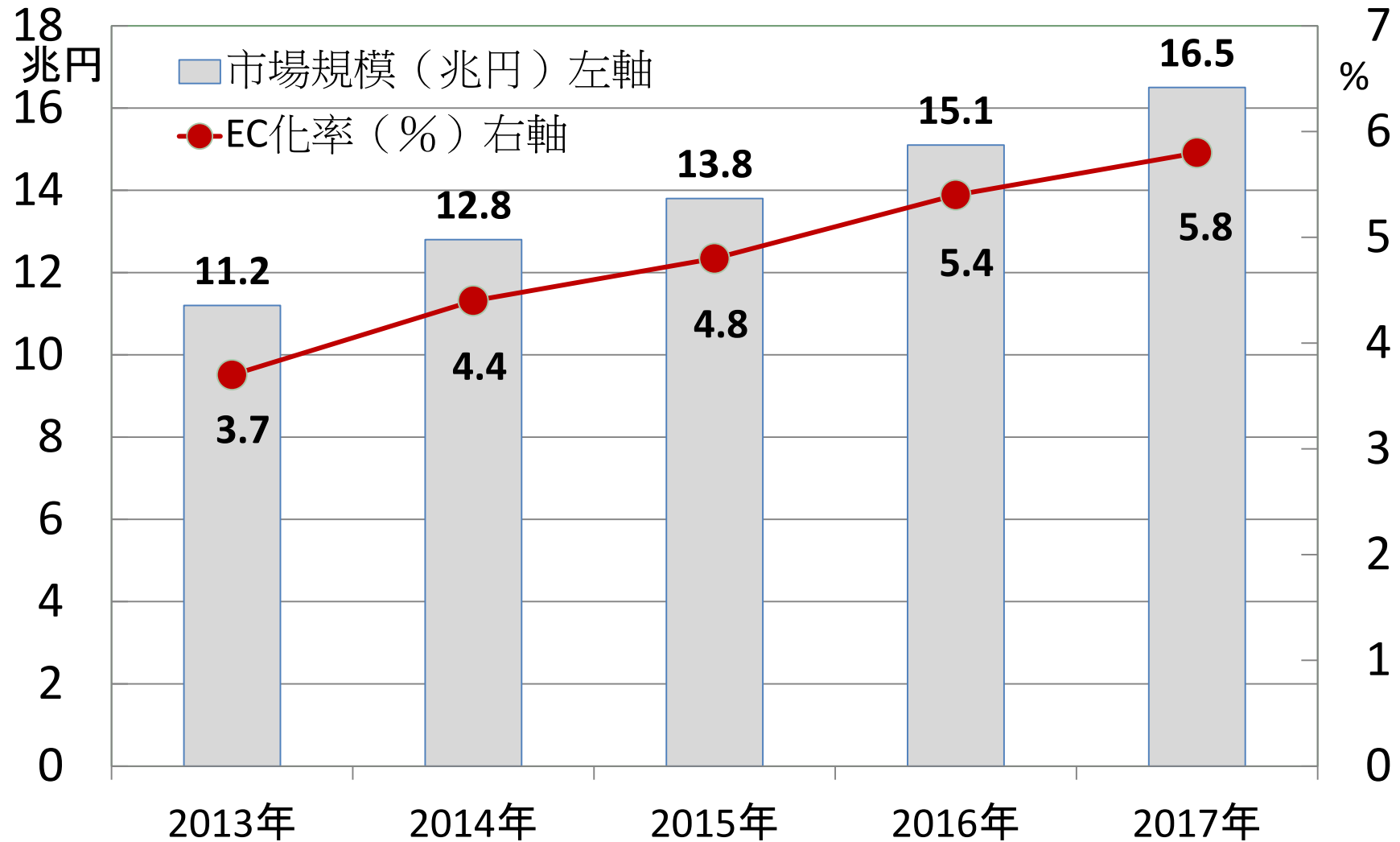
2004年3月
Suica ショッピング利用開始

2006年3月
mixi会員が300万を突破

2008年11月
ニコニコ動画 ID登録者数が
1000万人突破

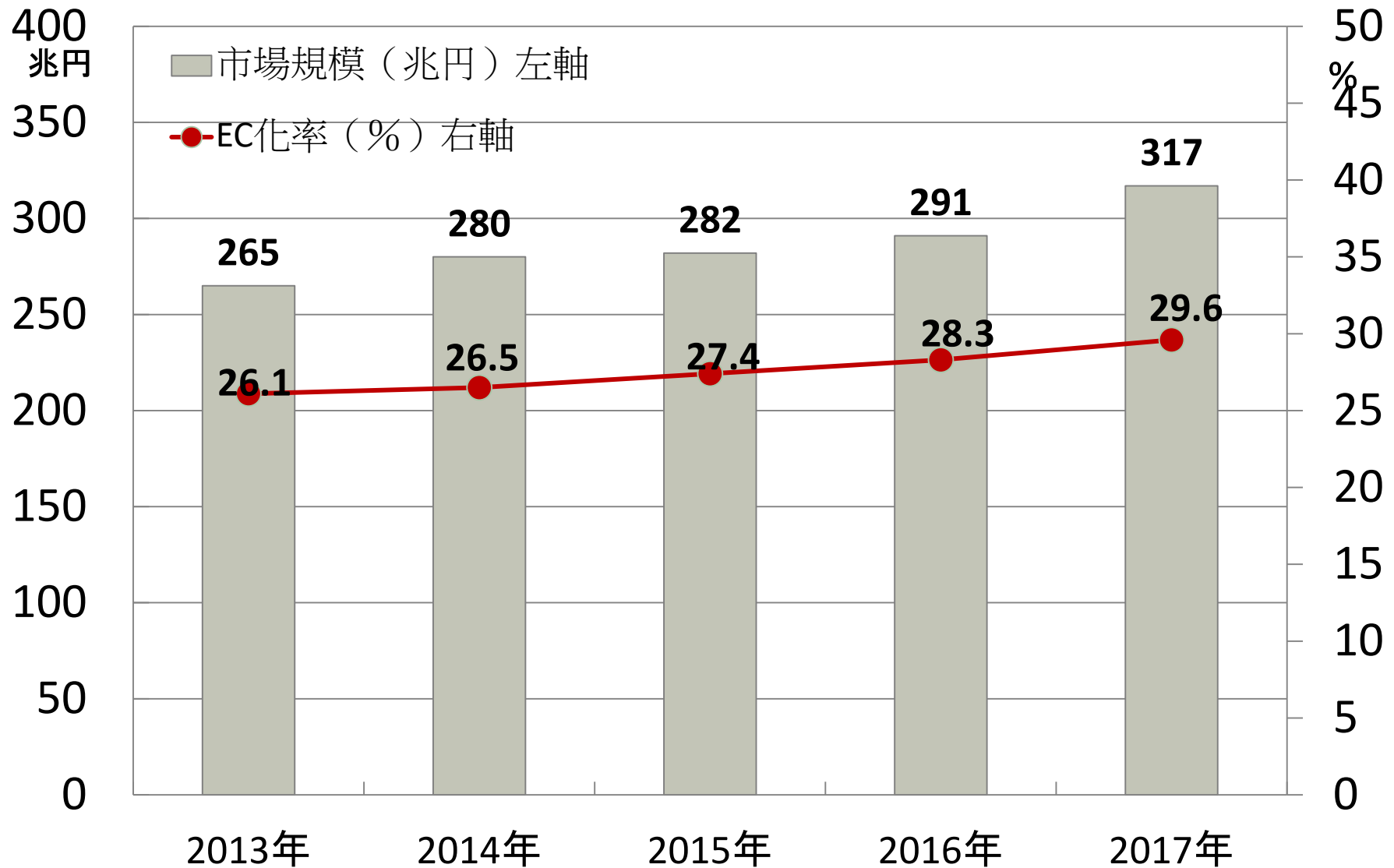
B to C市場規模推移 図1.8改

経済産業省 電子商取引に関する市場調査の結果より作成



B to B市場規模推移 図1.7改

経済産業省 電子商取引に関する市場調査の結果より作成



まとめ

- e-ビジネスとは(この講座の定義)
 - ◆ インターネットを利用して行なう全ての行動
- ビジネス行動の3要素
 - ◆ 対像物 ・プレーヤー ・プロセス
- インターネットの社会に与えた影響
 - ◆ 検索の重要性 ・口コミ, SNS等による発信
 - ◆ インターネット広告の進展 TV広告を抜く
 - ◆ 売り手と買い手の直接販売に直接コミュニケーション
- ネットによる取引の拡大
 - ◆ BtoC 17兆円(6%)
 - ◆ BtoB 320兆円(30%)