

# 電子商取引 学習プリント

4年1組( )番( )

## 第1章 情報通信技術の進歩とビジネス

### I ビジネスの変化

#### 1) ビジネスと情報通信ネットワーク

- ・**ブログ**:日記のように時系列順に記事を公開するウェブページ
- ・**SNS (Social Networking Service)**:インターネット上の会員制サービスで会員になると、情報を発信したり、特定の人に閲覧させたりできる。

○ビジネスにおける情報通信ネットワーク活用のメリット

- ① **商圏の拡大**:日本国内だけであったビジネスも世界中を相手にできるようになる。
- ② **経費削減**:広告料や郵送料、電話代などの通信費を削減することができる。
- ③ **購入機会の拡大**:年中無休 24 時間営業が基本なので、消費者の都合の良い時間に商品情報を入手したり、購入したりすることが可能となり、営業効率・販売効率・顧客サービスが向上する。
- ④ **新鮮な情報の提供**:情報の更新が容易に、即時にでき、最新の情報を提供することができる。
- ⑤ **双方向性**:消費者と直接やり取りができる。消費者は知りたいときに情報を入手することができる。

・**IoT (Internet of Things)**:自動車、家電、ロボット、施設などあらゆるものがインターネットにつながっている状態。モノのデータ化やそれに基づく自動化が容易になった。

・**FinTech**:Finance (金融)と Technology (技術)を組み合わせたもの。決済・送金サービス・資産管理サービス・融資・調達サービスなどがある。

・**ウェアラブルデバイス**:身体に装着して利用するICT端末の総称。

・**API (Application Programming Interface)**:OS の持つ機能の一部を外部のアプリケーションソフトウェアから利用できるようにするための使用や操作方法のこと。アプリケーションをより効率的に開発することができる。

#### 2) ビジネスの形態

○新しいビジネスの登場

- ① 情報通信ネットワークを使って商品の売買を行う電子商取引
- ② 情報通信ネットワークを活用してコンテンツを提供するビジネス (eラーニングなど)
- ③ 暗号・認証・課金・決済・保守などのサービスを提供するビジネス
- ④ 情報通信ネットワークのインフラ (インフラストラクチャーの略:社会基盤) やインターネット接続サービスを提供するサービス
- ⑤ 情報通信ネットワークを構築するために必要な機器やサービスを提供するビジネス

## 電子商取引の形態

<b>B to C</b>	Business to Consumer	企業と個人間の商取引
<b>B to B</b>	Business to Business	企業どうし間の商取引
<b>C to C</b>	Consumer to Consumer	個人どうし間の商取引
<b>G to C</b>	Government to Citizen	行政と個人間の商取引

#### 3) 広告と広報活動

- ・**クロスメディア**:ウェブ、テレビ、新聞、雑誌などの多様なメディアを組み合わせ相乗効果を狙う広告手法
- ・**広告**:対価を払って消費者に対して商品やサービスの宣伝を行う情報発信
- ・**広報活動**:地域住民や社員などに対して事業活動や内容を理解してもらうための情報発信

○従来型の広告

- ① **テレビ・ラジオ広告**:広範囲への効果は高いが費用も高く、伝えたい相手に伝わらない可能性が高い。
- ② **新聞・雑誌広告**:多数の人に伝達でき、ターゲットを絞り込むこともできる。
- ③ **チラシ・ダイレクトメール広告**:高い閲覧率があり、ターゲットを絞るので効率的で費用も安い。
- ④ **屋外広告**:看板、ネオン、アドバルーンなど屋外にある人目につく広告。
- ⑤ **交通広告**:中吊り、駅貼り、ラッピングなど交通機関を媒体にした広告。

○情報通信ネットワークを利用した広告

- ① 携帯電話を活用した広告:QR コード等
- ② デジタル放送を活用した広告:フリーダイヤル番号やウェブページのアドレスを表示
- ③ ウェブページを活用した広告:

形状による分類

- A **テキスト広告**:ウェブページの比較的小さな領域やメールマガジンに掲載される文字による広告
- B **バナー広告**:ウェブページ上に画像などを張り付けるタイプの広告  
ページビューやインプレッション (表示回数) が多いほど料金が高くなる。
- C **リッチメディア広告**:動画や音声などデータ量の多い技術を利用した広告  
インターネット CM、動画広告などが含まれる。

配信方法による分類

- A **検索連動型広告 (リスティング広告)**:クリック課金型のテキスト広告  
広告料金を高く入札した企業の広告を検索結果画面に表示
- B **コンテンツ連動型広告**:広告対象商品・サービスに深く関係がある内容を提供するウェブページに掲載されるクリック課金型の広告
- C **行動ターゲティング広告**:消費者の閲覧履歴、検索履歴、オンラインショッピング履歴などから興味・購買意欲を分析し、関連する広告を配信する

## 課金による分類

A **成功報酬型広告(アフェリエイト広告)**:商品購入や資料請求を行うと報酬が支払われる広告で、無駄なコストを省いて効率よく成果を獲得できる。

B **クリック報酬型広告**:閲覧者が広告をクリックすることで報酬が支払われる広告。

④ **電子メール広告**:メールマガジンの中に文字で作成した数行の広告を入れる。

⑤ **電子ダイレクトメール**:収集したメールアドレス宛てに電子メールを送り新規顧客を獲得する。

・**ステルスマーケティング**:第三者的な立場を偽装して、購買意欲を向上させるような情報の発信を行うこと。  
こうした情報操作が行われた場合、真偽の判断が難しく、だます側面もあり問題である。

## 2 情報通信ネットワークの活用と課題

1) インターネット接続

・**インターネットサービスプロバイダ(ISP : Internet Service Provider)**

インターネット接続を希望する企業や家庭などにインターネットサービスを提供する事業者。

電子メールアカウント提供、ウェブページ公開用スペースの提供、コンテンツサービスの提供を行っている事業者が多い。

・**VOD(Video On Demand)**

インターネット上で映像コンテンツのストリーミング配信を行い、見たいときに視聴できるシステム

・**VPN(Virtual private)**

インターネットなどを利用して、専用線のような環境を実現したネットワーク

・**ASP(Application Service Network)**

ビジネス用のアプリケーションソフトをインターネットを通じて顧客に提供するサービス。

・**プロバイダ責任制限法**

(特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律)

インターネットを利用してプライバシーなどの権利が侵害された場合、どのような責任を負うのか明確にするために作られた法律。

○**ブロードバンド**:高速な通信を可能とする回線の総称

① **ADSL 回線**:非対称デジタル加入者線のこと。アナログ電話回線のうち電話などでは使用しない領域を使用する。この回線ではインターネットと電話の両方を同時に使うことができる。

② **CATV 回線**:ケーブルテレビ用の同軸ケーブルを利用した回線

③ **FTTH 回線**:光ファイバを家の中まで引きこんだ回線で、距離による速度の低下もなく、接続が安定する。

④ **専用線**:企業などが通信業者から借り受けた専用の通信回線

## ○無線回線

① 電話とデータ通信の機能を備えたもの:**LTE** や**4G 回線**など

② データ通信のみを対象にしたもの:**WiMAX** など

2) インターネットと個人情報

・**SSL(Secure Socket Layer)**:個人情報やパスワードなどのデータを暗号化し、送受信するシステム

3) インターネットと知的財産

・**知的財産**:人の精神的な創造的活動から生まれた創作物、経済的な価値を有したもの

知的財産を守る法制度上の権利として、著作権、特許権、実用新案権、意匠権、商標権などがある。

・**商標**:自己の生産・販売・取扱い等であることを表すために、商品につける、その営業者独得の標識。先に出願をしたものが優先して登録することができる。

・**ドメイン名**:インターネット上の住所であるURLのうち、「.(ドット)」以下の部分のこと。メールアドレスでは「@ (アットマーク)」以下の部分のこと。商標と同じく先に申請をした者が優先して登録できる。