

インターネット・ショップにおけるリスク削減システム

02401870 東京大学大学院経済学研究科 博士課程 野島 美保 NOJIMA Miho

1 はじめに

近年、急速に情報技術が発展したが、それが企業活動や消費者行動に及ぼす影響については、まだ十分な理解と説明がなされていない状況である。本研究では、「インターネット・ショップは、いかなるドメインを選択し、いかなる戦術（仕組み・制度）を持つべきか」という問いに答えるために、リスクの観点からインターネット・ショップの戦略を考察することをねらいとしている。インターネット・ショップが成功するためには、まずは消費者が事前に知覚するリスクを削減することが、重要であると考えられるからである。

2 インターネット（情報技術）のメリットとデメリット

従来では主にインターネットの利点について論じられてきた。それらを2つに大別するならば、一つは、情報技術の取引コスト削減機能である。情報技術には、情報の伝達や処理に関わる諸コストを削減する効果があることが指摘されている。もう一つのメリットとしては、情報技術の情報の蓄積機能である。データベースの情報蓄積・探索機能に着目し、情報技術（インターネット）が情報交換や対話の場を提供する機能を持つことが指摘されている。

しかし、そのデメリットもあわせて考えていくことが必要であろう。ここでは、インターネット・ショップにおける消費者の知覚リスクを、発生原因別に商品品質リスクと取引履行リスクの2つに分けて考える。

① 商品品質リスク

商品品質リスクとは、商品購買・使用に関する不確実性が高く、消費者が期待した便益を商品・サービスから得られない可能性をさす。インターネット販売では現物確認ができないために、このリスクが非常に高まっている。

② 取引リスクの定義と分類

取引履行リスクとは、商品探索・受注・配送・決済などの各プロセスが期待通りに遂行できず、消費者が期待した便益を得ることができない可能性をさす。インターネットでは、遠隔地にいる顔の見えない売り手と買い手が取引をしなければならないため、このリスクが非常に高まっている。

3 実証調査

サイトは実際にいかなるリスク削減制度を採用しているのだろうか。リスク削減の違いによって、サイトの戦略（ドメイン）や成果が変化するのだろうか。2000年2月時点での米国インターネット・オークション・サイト184サイトについて、どのようなリスク削減制度を有しているか調査した。ホームページ閲覧と関連資料により、リスク削減制度・商品属性・オークションに参加する取引当事者の属性・成果にかかわる指数を測定し、統計的分析を行った。

インターネット・オークションにおける具体的なリスク削減制度は以下の表のように整理することができる。これは、リスク発生原因別（横軸）と情報技術の機能別（縦軸）によって整理した表である。

情報技術の機能	発生原因別リスク	
	商品品質リスクの削減	取引リスクの削減
商品・取引当事者限定 →取引コスト削減機能	メーカー保証 商品評価	法人配送 法人決済
対話による情報提供 →情報蓄積機能	売手質問	売手評価 買手評価 BBS

分析の結果、サイトがとっているリスク削減制度には2タイプがあることがわかった。一つは、メーカー保証・商品評価・法人配送・法人決済の4つの制度を採用し、商品や取引当事者を限定し定型的な取引を指向することで顧客の知覚リスクを削減するサイトである。もう一つは、売手質問・売手評価・買手評価・BBSの4つのリスク削減制度を採用し、商品や取引当事者は限定せず多くの情報を蓄積し対話によって顧客の知覚リスクを削減するサイトである。米国インターネット・オークション・サイトの場合、統計的にこの2つの型に各サイトを分類することができた。（実証分析については、当日資料配布予定）

4 まとめ

インターネット・ショップにおけるリスク削減制度は、サイトの成功に繋がる重要な戦略的な要因である。いかなるリスクをいかなる方法で削減するかによって、扱うべき商品群や顧客層が異なり、サイトのデザインも大幅に異なってくる。すなわち、インターネット・ショップのオペレーションすべてに影響してくると考えられる。インターネット・ショップにおいては、リスク削減という観点を考慮したオペレーションの設計と運用が重要になってくると思われる。

参考文献

- 野島美保・竹田陽子(1999)「電子オークションのリスク削減メカニズムのタイプについて」、ITME Discussion Paper、No.21
- 野島美保・國領二郎・新宅純二郎・竹田陽子(2000)「インターネット・オークション・サイトの戦略について」ITME Discussion Paper、No.48
- 野島美保(2000)「消費者向けインターネット・オークションのビジネス・モデルの分類：米国事例の統計分析」、経営情報学会誌、Vol.9、No.2.