

やさしいIT経営

森川病院教授のネット講座

(31)

インターネットショッピングが花盛りです。2008年9月のリーマンショック以来、世界不況が続いていますが、月に実施した通信利用動向調査によると、インターネット利用は拡大しています。インターネット利用者は9091万人に達しました。人口普及率は75・3%で、ネットでは商品・サービスを購入することがあ



もりかわ・とみあき
マサチューセッツ工科大学とハーバード大学でM

OT(技術経営)を受講し、神戸大学でMBA(経営学修士)を取得。

2009年、徳島大学病院・病院教授。現在、病院情報センター部長として電子カルテの構築や医療経営に携わる。専門は医療情報学と医療経営学。39歳。徳島市在住。

ネットショッピング クロスメディアで効果的に

%増え、ヤフーは36%増スができるという点で加えています。ひと昔前にネットショッピングがこれほど一般的になると、一体だれが考えたでしょうか。

例えば徳島を訪れた観光客が、昼間に徳島ラーメン、夜はスタチのかかったお造りを味わい、翌日は祖谷そばを食べたとします。ネットショッピングがあれば、観光客はリアル世界の徳島で名産や特産を確かめ、気に入った商品が後日ネットで購入する、ということが可能になります。

ユーザーにとってネットショッピングの魅力は、いつでもどこでも携帯電話やパソコンを使って買いたい物が楽しめる利便性です。経営者側からすると、ネットショップの長所は、実際に店舗を構えるよりもはるかに安いコストで、日本全国を相手に大きな市場でビジネスが

前述した総務省の調査によると、ネットで商品・サービスを購入した人の約半数が音楽・映像などのデジタルコンテンツの購入ですが、最近ではデジタルコンテンツ以外の商品も日常的にネットから購入されるようになってきました。法律さえ許せば、現実の世界で売ることができる商品はずべてネットで売ることができる、といわれています。

これからは、ネットだけでなく新聞やテレビなどさまざまなメディアを掛け合わせて相乗効果をは、いつでもどこでも携帯する「クロスメディア」を活用したネットショッピングの仕組みがあれば、より効果的な販売も期待できます。

消費不況の中、経営者の皆さんはネットショッピングをビジネスにどう生かしますか。