

本論文では、インターネット上で新たにショッピングサイトを構築する際の採用項目の選定方法について提案する。インターネットが家庭に広く普及した近年、ネット上でのショッピングサイトも数多くみられるようになり、日本の小売業の構造に大きな影響を与えるようになった。以前のショッピングサイトは、商品を直接販売する店舗とそれらの店舗を集めたショッピングモールとがほとんどであったが、近年は価格比較サイトやチラシ比較サイトなど商品の比較や、実店舗の情報を提供するサービスなども増加している。消費者の購買行動における意思決定に関する議論は、これまで数多くなされてきたが、扱う商品や実店舗の有無などによって、サイトに掲載すべき情報や採用すべき仕組みを体系化した先行研究は見当たらない。ショッピングサイトを構築する際に、網羅的に情報を載せることは技術的に可能であるが、消費者の情報処理能力や限定合理性を考えると、あまりに膨大な情報を提供することは得策とはいえない。ショッピングサイトでは、いかに適切な情報提供を行うかが重要となっている。

そこで本論文では、一般的なショッピングサイト、価格比較サイトやチラシ比較サイトなどについて、提供されている情報や用いられている情報探索方法、商品比較や消費者にとっての取引に関するリスク削減手段などの仕組みについて明らかにする。そして、既存のサイトにおいて一般的に採用されている項目を抽出し、数量化Ⅲ類による分析から、対象のサイトの取扱商品や採用項目の特徴を考察し、今後新たにサイトを構築する際の有用な採用項目の選定を行う。

1章では、消費者向けの電子商取引の定義、歴史について述べる。また電子商取引市場が拡大した背景について分析し、本論文の対象とする範囲を提示する。2章ではこれまでの先行研究を紹介し、その問題点や課題を明らかにし、本論文の目的について示す。3章では消費者の意思決定がどのように行われているか、サイト構築における採用項目の背景を捉えるために明らかにする。4章では、インターネット上における取引におけるリスクについて言及し、サイト側および消費者側でのリスク削減策について説明する。6章では、本論文の研究手法と分析の結果と考察を行い、サイト別の特徴や商品別の特徴を示す。7章では、ショッピングサイトが採用すべき項目を分析結果から明らかにし、最後に8章で本論文のまとめを行う。

Abstract

This thesis proposes a method for selecting suitable items in the shopping site is newly constructed. In recent years, there are considerable numbers of shopping sites on the Internet when the Internet widely spread to the home. It exerted big influence on the structure of the retail trade in Japan. In the past years, there were only two types of store: Stores where commodities are sold directly and shopping mall where they were collected. In addition we can also see service that offers the comparison of commodities and information on a real store such as the price comparison sites and the handbill comparison sites, whose numbers are still increasing. Heretofore here have been a considerable number of discussions on decision making in consumer's purchasing. However, no reports about a method for systematizing information that should be published and the mechanism that it is necessary by relationships of such as treated commodity and real store's existence or nonexistence in the shopping site have been issued. In constructing shopping site, it is possible to put exhaustive information. However, it is not so good to consider customer's ability and rationality. For shopping sites, it is important to appropriate information provided. Therefore, this research firstly focuses on common-used shopping sites, price comparison sites and the handbill comparison sites, and clarifies mechanisms of such as the information search functions, the commodity comparison functions and the risk reduction functions. Then, we extract items selected by existing shopping sites, and select suitable items in the shopping site are newly constructed with the help of quantification.