

情報ビジネスマネジメント論

「物理空間における物品の機能とサイバー空間におけるサイト機能」
「物理空間におけるコーヒー喫茶店サイト分析」

都市情報学専攻 情報メディア環境分野

M06UC509 酒井 隆行

1. 機能とWebサービスとの親和性(1)

有利 同等 不利

店舗機能	本質	ウェブとの親和性
店の広告を出す	プロモーション	商圈を気にせず広告が可能
店の周知機能	プロモーション	商圈を気にせず広告が可能
店への誘引	プロモーション	商圈を気にせず広告が可能
商品の品揃え	商品提示	ロングテールも品揃え可能
商品の実物展示	商品情報提供	× 実際に見たり触れたりできない
商品説明 (POP)	商品情報提供	商品の豊富な情報提供ができる
商品比較	商品情報提供	商品の多数の提案が可能
売価決定機能	価格決定	値引き交渉は共に不可。割引のみ
実物試飲	商品情報提供	サンプルはもらえるかもしれない
人からの推薦	商品情報提供	購入客の多数の感想が見れる
代金回収	代金回収	その場で現金収入にはならない
商品提供	納品	郵送する必要あり
DM発送	プロモーション	メルマガなどで商品告知可能
クレーム対応	アフターフォロー	コールセンターでの対応可能

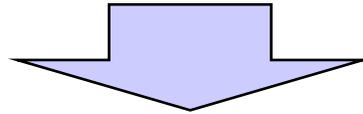
1. 機能とWebサービスとの親和性(2)

有利 同等 不利

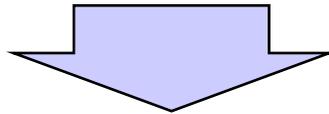
機能(顧客の視点)	本質	Webとの親和性
人との会話(内容)	伝達空間提供	テキストベースで可能
人との会話(音声)	伝達空間提供	通話により可能
人との会話(ボディ)	伝達空間提供	TVチャットにより可能
パーソナルスペース	伝達空間提供	× 物理的な距離には限界
住まいの距離	伝達空間提供	遠距離でも伝達機能保つ
知人獲得(見ず知らず)	知人獲得空間提供	幅広い地域から獲得可能
知人の知人獲得	知人獲得空間提供	幅広い地域から獲得可能
ニュース情報収集	情報提供	情報量豊富
雑誌情報収集	情報提供	ウェブから取得可能
掲示板情報収集	情報提供	大量の情報収集可能
掲示板書き込み	意見表明空間提供	様々な話題に対して、書き込み可能

2. 機能とWebサービスの親和性からの考察(1)

- コーヒー喫茶店は大まかに分けて
 - 珈琲豆などを提供する小売機能
 - コミュニケーションの場を提供する空間提供機能を併せ持つ



珈琲豆を提供しつつ空間を提供するサービスを行うWebサービスは存在しない。



小売機能と空間提供機能とに分けて考える必要性がある。

2. 機能とWebサービスの親和性からの考察(2) (小売機能の視点)

- 品揃えはWebサービスの方が豊富
- 理由: Webサービスは店舗面積による制約がないため、色々なものを豊富に品揃えできるため。

- 情報提供機能はWebサービスの方が豊富
- 理由: Webサービスは店舗面積による制約がないため、商品の情報量を多くできるため。

- Webサービスに即時性はない
- 理由: 取引が発生してから多少の時間の空きがあるため。

2. 機能とWebサービスの親和性からの考察(2) (空間提供機能からの視点)

- コミュニケーションの質は実店舗に及ばない。
- 理由: 内容面は同等だが、音声、視覚面、パーソナリティスペースでは質が劣るため。

- 実店舗はコミュニケーションできる距離に限界がある。
- 理由: 実店舗は店舗と居住している場所の距離に限界がある一方でWebサービスでのコミュニケーションは場所を選ばないため。

3. 評価するWebサイト

- 小売機能

- 加藤珈琲店

- (<http://www.rakuten.ne.jp/gold/gourmetcoffee/>)

- 理由: 「珈琲豆」Google検索でトップ1に出たため。

- スターバックスコーヒーWebサイト

- (<http://www.starbucks.co.jp/>)

- 理由: 世界的なコーヒーチェーンであるため。

- 空間提供機能

- Skype (<http://www.skype.com/intl/ja/>)

- 理由: PCのIP電話なら世界中無料で話せるサイトであるため。

- mixi (<http://www.mixi.jp/>)

- 理由: 日本でユーザーが最大手のSNSであるため。

4 . 機能評価(小売機能)

有利 同等 不利

店舗機能	本質	珈琲豆専門店	スターバックスWebサイト
店の広告を出す	プロモーション		
店の周知機能	プロモーション		
店への誘引	プロモーション		
商品の品揃え	商品提示		
商品の実物展示	商品情報提供	×	×
商品説明 (POP)	商品情報提供		
商品比較	商品情報提供		
売価決定機能	価格決定		×
実物試飲	商品情報提供		
人からの推薦	商品情報提供		×
代金回収	代金回収		
商品提供	納品		
DM発送	プロモーション		
クレーム対応	アフターフォロー		

5 . Webサイトの特徴(加藤珈琲店)

- **強み1 良好なプロモーション**
 - 1 . Googleで「珈琲豆」検索で1位にヒット。(2007/1/9現在)
 - 2 . 各国から厳選した品質の高いらしい珈琲豆の豊富な品揃え
- **強み2 豊富な品揃え**
 - 1 . 574商品の品揃え(珈琲豆の商品は約400商品くらい)
 - 2 . 珈琲豆の種類は39種程度
- **強み3 多量の情報提供**
 - 1 . 珈琲豆の特徴、商品のお徳情報などサイトやメルマガ
 - 2 . ただし、実物を見ることは困難
- **弱み1 試飲は困難**
 - 1 . 店舗で直接の試飲は困難
- **弱み2 手にするまで多少のタイムラグがある**
 - 1 . 郵送されるまでに少し時間がかかる

5 . Webサイトの特徴(スターバックス)

- **強み1 良好なプロモーション**
 - 1 . 実店舗に合わせたWebサイトである。
 - 2 . 各国から仕入れた実店舗で飲める珈琲豆の情報提供を行っている。
- **強み2 多量の情報提供**
 - 1 . 珈琲豆の特徴に関する情報が豊富
 - 2 . 実店舗での試飲も可能
- **弱み1 家庭でのネット購入は困難**
 - 1 . 直接珈琲豆を通販している地域は北米のみ
 - 2 . アスクルで通販しているが、家庭での購入は身近ではない
 - 3 . 買うために直接店舗に行く必要がある。

6. 小売機能の評価分析

- 実店舗
 - メリット
 - 売っている珈琲豆がその場で飲むことにより試飲が可能である。
 - その場で物品購入ができる
 - デメリット
 - 店舗面積の影響から品揃え、情報提供に限界がある
- Webサービス
 - メリット
 - 店舗面積に影響されることのない豊富な品揃えが可能
 - 多彩な情報提供が可能
 - デメリット
 - 即時購入は不可



● 結論 互いに補完関係が可能である。

7. 機能評価(空間提供機能)

有利 同等 不利

機能(顧客の視点)	本質	Skype	mixi
人との会話(内容)	伝達空間提供		
人との会話(音声)	伝達空間提供		×
人との会話(ボディ)	伝達空間提供		×
パーソナルスペース	伝達空間提供	×	×
住まいの距離	伝達空間提供		
知人獲得(見ず知らず)	知人獲得空間提供		
知人の知人獲得	知人獲得空間提供		
ニュース情報収集	情報提供	×	
雑誌情報収集	情報提供	×	
掲示板情報収集	情報提供		
掲示板書き込み	意見表明空間提供		

8 . Webサイトの特徴(Skype)

- **強み1 距離を選ばずコミュニケーションが可能**
 - 1 . PCとネット環境があれば場所を選ばず会話が可能
 - 2 . 音声とTVチャット、文字でのチャットによる会話が可能
- **強み2 無料会話が可能**
 - 1 . 会員同士は無料、有料ユーザーなら一般通話も安価で可能
- **弱み1 情報提供機能は満たしていないこと**
 - 1 . 掲示板などがいないため、掲示板などからの情報収集は困難

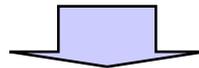
8 . Webサイトの特徴(mixi)

- **強み1 距離を選ばずコミュニケーションが可能**
 - 1 . PCとネット環境があれば場所を選ばず会話が可能
 - 2 . テキストによる会話が可能
- **強み2 友達との情報交換が容易**
 - 1 . 日記やメールを通じて友達との情報交換が容易
- **強み3 掲示板などにより幅広い情報収集が可能**

- **弱み1 会話はテキストベースであること**
 - 1 . 音声やボディラングージによる会話ができない

9. 空間提供機能の評価分析

- 実店舗
 - メリット
 - 質の高いコミュニケーションが可能である
 - 雑誌等により情報収集がある程度可能
 - デメリット
 - 住む距離と店舗との距離や時間に限界がある
- Webサービス
 - メリット
 - 場所、時間に影響を受けない
 - 掲示板などによる多量の情報収集が可能である
 - デメリット
 - コミュニケーションの質には限界がある。



● 結論: 住み分けは可能である

10. 今後の新しいビジネスモデル(小売機能)

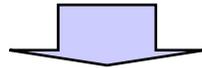
- Webサービスで豊富な品揃え、情報提供機能、販売機能を持たせる。
- 実店舗でも主要商品の珈琲豆の販売や試飲ができるようにする



- Webで顧客情報を集めた上で、実店舗と連動させたキャンペーンを展開させる。

10. 今後の新しいビジネスモデル(空間提供機能)

- 喫茶店にPCを置くとともにネット環境を整える



- 喫茶店から場所を選ばずにコミュニケーションを可能とする