

EC における顧客の利便性向上方式の提案とその構築

コーヒーショップを例として

975145 辻村 宏平

(指導教員 速水 治夫 教授)

1. はじめに

現在、インターネット上には個人、企業により多くの EC (Electric Commerce) サイトが提供されている。しかし、顧客の利便性を考慮していないことから利用頻度の低いサイトが多い。

本研究では、コーヒーショップを例として、顧客の利便性向上方式の提案とその構築を行なった。

2. 注文時における利便性の向上

顧客の利便性を向上する、商品の注文方式を提案する (図 1 参照)。

- 既存方式の注文：
「0」が表示された入力フォームに注文数量を入力する」
- 提案方式の注文：
「前回の注文数量を入力フォームに表示さ
顧客の入力操作の手間を省く」



図 1. 提案方式による入力フォーム

3. EC サイトの構築

本システムは、クライアントサーバ方式により構成される。クライアントは Web ブラウザを用いて注文数量を入力し、サーバへ送る。サーバは作

成した Web アプリケーションによりデータベースへの顧客の登録、検索、注文内容の更新などを行う。

本研究では Web アプリケーションの作成に Servlet (Java 言語によるサーバ側で実行されるプログラム)、Servlet 実行環境に Tomcat3.1 を使用し、データベースには PostgreSQL7.0.1 を使用した。

4. 評価

構築した EC サイトを研究室のメンバーに顧客の立場になって注文してもらい、利便性が向上されたかを評価するため、既存方式と提案方式により評価実験を行なった。また、商品点数の違いによる比較も行なった。

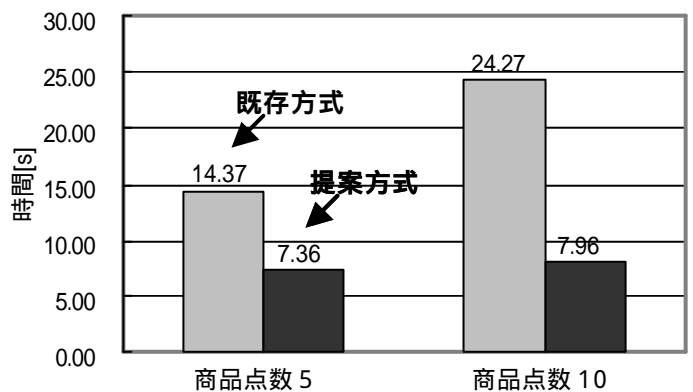


図 2. 既存方式と提案方式の注文時間の比較

5. まとめ

本研究では、商品の注文時に提案方式を取り入れ、顧客の利便性を向上させることが出来た。しかし、EC サイトを運用していくためには管理が必要であり、今後の課題として管理者にとって利便性を向上させる EC サイトを構築することが挙げられる。