

BtoBrCについて

ショッピングモールSMALLは安全で使い易く便利で付加価値の高い電子商取引を参加者・利用者の方々に提供するため、出店者・供給側は企業のみとし、顧客・需要側は企業と消費者の双方の参加や利用を歓迎しております

企業間取引(BtoB)と企業と消費者の取引(BtoC)の双方を含むため、ショッピングモールSMALLでは、このようなビジネスのあり方をBtoBrCと呼んでいます。

ショッピングモールSMALLは、より安全でより使い易くより便利でより付加価値の高いBtoBrCを実現するため、参加者の皆様がいつでもどこでも簡単に需給マッチングに関する情報を手間と時間と費用をかけずに迅速かつタイムリーに入手できる環境の提供を目指しています。

このため、ポリエージェント理論など最新の理論と技術に基づく受給マッチングについて研究をすすめております(注 1)。

このような技術を使って、通常の需給マッチングサイトでは入手出来ないツイッターやブログなどからの情報を入手し、商品供給の情報を広い範囲に短時間に低コストで、RSSやツイッターなどの様々な形態で発信することをめざしています。

(注 1)基礎研究の1例としては下記の論文が挙げられる

ポリエージェントメッセンジャーとソーシャル・ネットワーク 萩原 功

オフィス・オートメーション学会 (現 日本情報経営学会) 学会誌 オフィス・オートメーション (現 日本情報経営学会誌) 2006年 Vol27 No.2 49頁-57頁

<http://ci.nii.ac.jp/naid/110006160189>