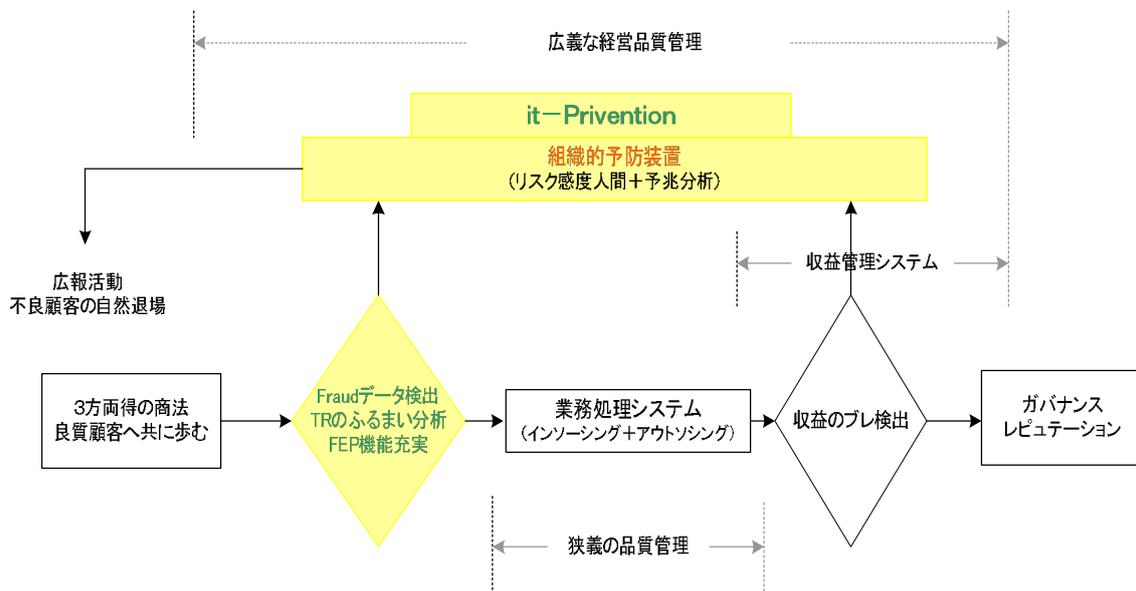


解説: It's-Prevention(コンピュータ事故予防策)の経営者視点における位置づけ



自企業にインバウンドで入ってくる数々の情報（何もオンラインシステムに限らないが・・・）の中にリスク要因が潜んでいる。危険が何も無いと感ずるのは衰退企業であるか？または、貴方が世の流れに鈍感である証です。

「何か不可思議な動きでないか！」と認識できたら、それを組織内に生かす事である。企業にとり脅威事項であるならば二度と入らない仕組みを作る（防御装置）のが CRO の責務である。目線は、外から自企業を客観視し、冷静に組成化する（人間系も含んで）ことである。

皆様は、余りリスクの用語に拘ることはない！

その昔、神戸地区で「夏場のホカロンが1個売れた」。この伝票（トランザクション）を捨てることなく、「何故売れたのか？」→「どこの店で？」「何故今の時期に？」と疑問を解明し、大きな商売のヒントを得たと言われる。（Direct Marketing の源流）

この「センス」がこの企業の季節性商品リスクを平準化し、一流企業へと歩を進めたと言われている。

---- 「リスクと収益は裏腹である！」「アンテナを高く感覚を研ぎ澄ます事でないか」 ----