私たちをとりまく社会は、「インターネット」や「モバイル通信」など新しい情報通信技術（IT：Information Technology）の登場と急速な普及により、工業社会から情報社会へというこれまでとは全く異なる社会へと変わろうとしている。この歴史的に大きな変革は、「IT革命」と呼ばれている。

インターネットの発祥国である米国では、1980年代の深刻な不況を、積極的な情報化への投資や企業経営への「IT」導入等、「IT革命」により乗り切ったといわれており、今日も「IT」による成長は続いている。

その中でも、インターネットコマースは米国の消費生活の中に着実に浸透してきている。米国のインターネット上のショッピングサイトは、豊富な品揃えで利用者を魅了しているほか、インターネットを利用した航空券やホテルの予約、書籍販売などが活発に行われている。インターネットコマースは、あらゆる消費者と生産者を効率的に結びつけ、消費生活の中に浸透しているだけでなく、変化をもたらしてきている。

インターネット上の取引では、一般に取引相手の顔が見えないため、取引に必要な基本情報が未知のケースが多い。こうしたなか、米国ではインターネット上の取引に関する信用情報を提供する会社が出現した。消費者については、過去の支払状況等を参考に、生産者についても不良品やクレームの発生などを参考にランク付けを行っている。こうした信用のランク付けは、取引に対する不安を解消することになるであろう。しかし、このことは、安全なインターネット上の取引に参加するためには、一消費者が個人情報を市場にさらさなければならない可能性を示唆しているともいえる。

「IT」は、生産者と消費者を効率的に結びつけ、これまで市場が存在しなかった分野に新しい市場を創出したり、コスト削減に寄与しているといえるのであろう。しかし、プライバシーやネットワーク上のセキュリティなどの新たな問題の発生も予想される。

私たちが社会生活において、しっかりとした認識をもたなければいけないことは、情報技術の発展にかかわらず、いつの時代においても変わらないのである。