

【研究ノート】

## 流通情報論研究序説（その1） ——流通における情報の意義と位置付け——

野 本 茂

### 1. 問題の所在

流通という言葉は、昭和30年代後半の高度経済成長期に、生産経済における経済合理化の進展に比べ、生産経済と消費経済を結ぶ流通経済の旧態依然たる状況が意識され、「流通革命」とか「流通近代化」という政策的課題を担った合成語として生まれて来た。たとえば、林周二氏が『流通革命』を著したのが昭和37年であった。<sup>(1)</sup>それまで、流通経済における経済主体の取引現象の解明は、主に商業学が担って来たが、ドラッカーが流通経済を「経済の暗国大陸」としてその不可解性を指摘した<sup>(2)</sup>ように、必ずしも十分な成果を上げ得ているということではなかった。そこで、流通経済の解明のため、商業学の諸概念規定からではなく、生産者を起点とし消費者を終点とする生産物の一連の流れを意味する「流通」という概念規定から、その仕組みと働きを政策的課題を踏まえ解明しようとする流通論が盛んになったとみることができる。

このように、流通論は政策的課題に近接した学問であり、その今日的課題として、内外価格差の解消、輸入拡大に向けての非関税障壁の是正、環境保護のための流通などがあり、それらに係る現象の解明がなされている。そして、昨今、その課題の一つとして盛んに取り上げられているのが、流通経済における情報あるいは情報化の問題である。これは、情報化が流通の近代化、合理化、効率化を策定するに当たって、極めて重要であるとみられているからであろう。<sup>(3)</sup>

ところで一般に、情報化は多様な展開を見せている。情報処理のハードウェア・ソフトウェアの開発、INSやVANなどの社会的情報システムの開発、メディアの革新などが産業構造、企業経営、我々の生活に多様な影響を与えている。流通経済においても、POSシステムやEOSなどの流通情報ネットワーク化の進展があり、流通企業のコンピュータ化も他の業種に比べて顕著である。<sup>(4)</sup>

さて、こうした情報化の進展に伴い、流通論としても情報化の問題を取り上げて来ている訳であるが、そこには基本的な問題があると考えられる。すなわち、流通経済において認識される情報とは何か、その認識方法は「情報流通」として、商的流通あるいは物的流通と同様に考えられるものなのか、あるいは両者との関連で捉えられるものなのか、その情報化の進展は一般的、体系的にどのように捉えられるのか、そしてそれは流通にどのような影響を与えているのかといった問題である。ただ、本稿では、紙幅の関係から、流通情報の意義とその流通論における位置付けの基本的論点について考察することとする。

## 注

- (1) 林周二著『流通革命—製品・経路および消費者』、中央公論社、昭和37年。
- (2) Drucker, P. F., "The Economy's Dark Continent", *Fortune*, April, 1962.
- (3) たとえば、通商産業省商政課では、流通政策の課題への対応として「情報化の推進」を掲げている。通商産業省商政課編「90年代の流通ビジョン」、通商産業調査会、平成元年、参照。  
また、同中小企業庁取引流通課でも、中小卸売業の情報化を支援する政策を策定している。中小企業庁取引流通課編「中小卸売業の情報化ビジョン」、通商産業調査会、昭和60年、参照。
- (4) 上記(3)の通商産業省商政課編著によれば、我が国汎用コンピュータのうち45%は、小売業・卸売業に導入されている。

## 2. 流通情報とは何か

流通経済における情報あるいは情報化とは何か、その有意性あるいは価値とは何か、すなわち意義が問題であるが、ただ、情報という言葉は多義に使われており、本題の考察の前にその語義を明らかにしておく必要がある。

そこで、まず広義に捉えてみると、大村平氏は、「物質とエネルギー以外」は情報と考えられるが、情報という概念の中にこれら全てを包含させるには、これらが共通の概念で統一できる根拠がなければならないという。そして、この共通の概念は今だ統一されていないという。<sup>(1)</sup>そこで、大村氏のいう情報として括れる共通の概念とは何かが問題となる。

この問題について結論をいえば、「記号」あるいは「記号系列」という概念が一般的にはいわれているのではなかろうか。すなわち、たとえば、『情報用語辞典』では「情報」を次のように解説している。<sup>(2)</sup>

情報 information 簡単に言うと「ある事情の知らせ」であるが、その意味はきわめて幅が広く、奥深い。まだ定説はないが、諸説を整理すると、およそ、①人間が行動の意思決定または選択に役立てる一連の記号とその系列のこと、②ある目的のために意味を持っている一連の記号とその系列のこと、③物質とエネルギーのすべてをパターン化した一連の記号とその系列のこと——という3つの解釈に大別できそうである。これら3つの解釈に共通している点は「一連の記号であり、その系列である」ことで、①から③へ進むにつれて、より広い解釈になってきている。最狭義の①は対象を人間に限定して、人間が行動を起こすのに、どういう意思で、どういう行動を取るべきか、その判断の材料になるような記号の集合体である。しかし、これは人間に限らず、動物全般にあてはまる概念であること、また行動に直結しなくても、本能やコミュニケーションや学習などを通じてあらかじめ身につけ、知っている広い意味での生活の知恵やノウハウ（もののつくり方）、さ

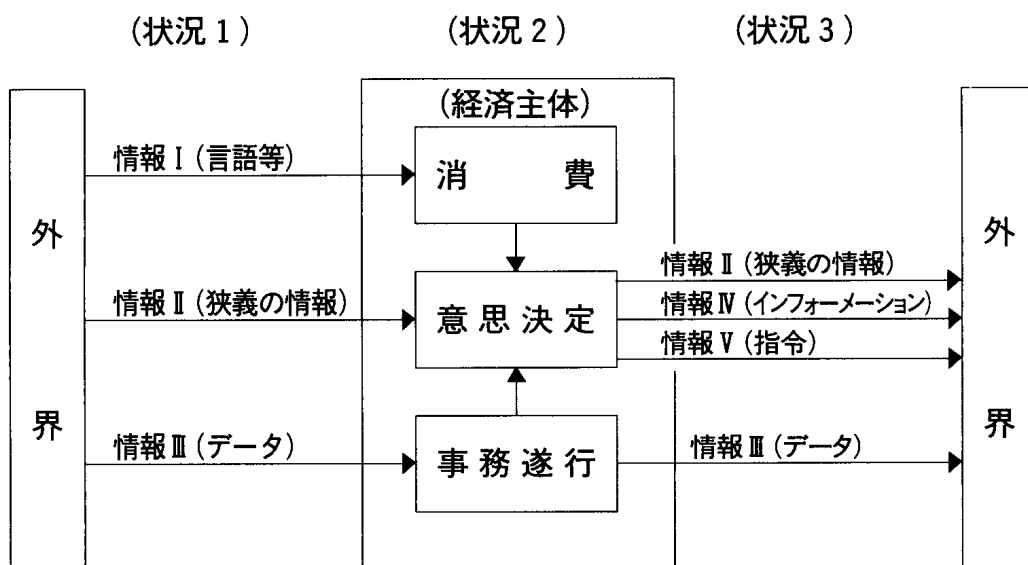
らにはソフトウェア（ものの使い方）なども記号の集合体として人間や動物の個体内に内在していること——などを考え合わせると、①だけでは物足りず、②の解釈が必要となる。しかし、たとえば太陽という物理的、化学的な存在を「太陽」という記号を通じて認識しているように、人間や動物はこの世でおおよそ認識できるパターンというパターンのすべてを記号化して、認識しているので、より広義に解釈すれば、③の概念になる。

記号 sign 人間が自分の意志や感情、あるいは知識などを他人に伝えるために表示する何らかの物理的な現象の総称。つまり、人間に内在する〈もの〉の写しとして、その意味を表現するものであり、人間のコミュニケーション行動のすべては常に記号がその媒体役を果たすことによって、初めて成立する。具体的には、表情をはじめ、言語、文字、パターン、象形、広い意味での映像など、その範囲はきわめて多種多様で、多元的である。また記号は情報を構成する基本的な単位であり、その集合体が情報であると定義できる。

かくして、「物質とエネルギー以外のもの」に共通する概念としては、「記号」あるいは「記号系列」を措定することができよう。だが、流通経済における情報化の分析に使用し得る概念とするためには、人間（経済主体）のコミュニケーションの状況や目的に応じた分析が必要であろう。なお、経済におけるコミュニケーションは経済主体と経済主体にとどまらず、経済主体と自然界との間にも考えられようが、これは経済的な意義をもつ限りにおいて問題となる。

さて、経済における情報は経済主体と経済主体とのコミュニケーションの表現あるいは表示形式である記号・記号系列であるとする、その状況や目的によって次のように分けて考察することができる。

第1図 経済主体と情報



まず、(状況1)において、経済主体は外界から情報を感知する。この感知された情報については、感知する経済主体の目的によって、次のように分けることができる。

- ①単なる消費目的のもの
- ②意思決定するためのもの
- ③(定例的)事務遂行のためのもの

①の情報は、経済主体(消費者等)が読む本、娯楽のために聴く音楽や見る映像など、その状況下で消費される(感知後、感情・知識として蓄積されるが)記号系列である。②の情報は、経済主体が意思決定のため収集し、評価、選択する記号系列である。この意味で「狭義の情報」であり、主体的である。飯沼光夫教授は、この情報の特質を「データ」と「知識」とに対比させ、次のように述べている<sup>(3)</sup>。

情報(intelligence)

- 特定の意味と有用性を持っており、それを活用することによって影響力を発揮することができる。
- データや知識が評価、選択されたものである。
- 特定の利用者や利用状況が明確である。
- 情報相互間には相互関係があり、構造化をもっている。
- 時間的には、現在ならびに将来に属するものが殆どである。

この狭義の情報については、情報の定義に関する諸説において、たとえば情報経済学の斎藤精一郎教授が、「投資財あるいは手段としての情報。これは個人や企業などの行為や行動に役立つための情報である」<sup>(4)</sup>とするものであり、したがって、不確実性を減少させる情報と考えられる。さらに、③の情報は、既に利用方法が決定している状況、すなわち所定の方法で定例的、継続的に処理される記号系列である。

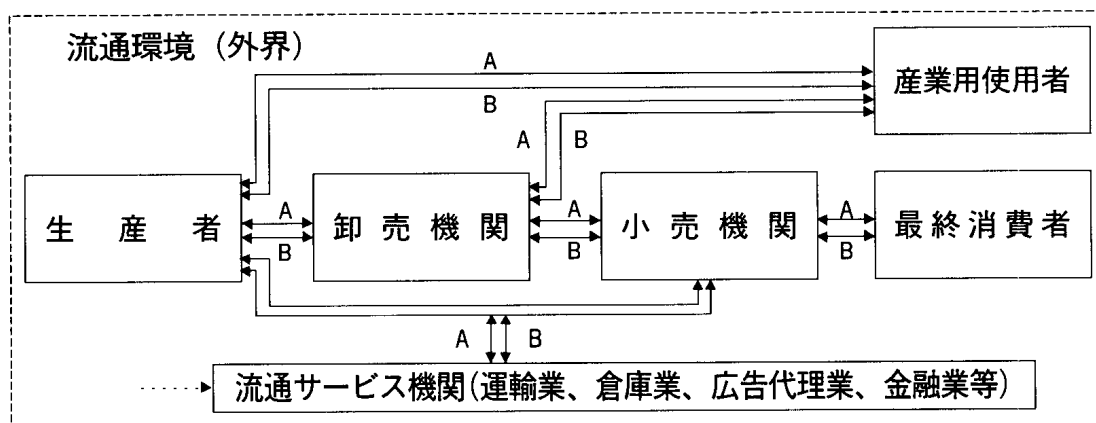
第二に、(状況2)における情報であるが、ある時点で特定の意思決定のためではなく感知された情報も、その後蓄積して知識として残ることから、ある意思決定のために利用される、すなわち狭義の情報となり得る。また、処理された後に蓄積されたデータも、ある意思決定のために利用される可能性がある。

第三に、(状況3)における情報であるが、経済主体内の情報は、①特定の利用者や特定の利用状況を想定せずに告知される記号系列(インフォメーション)、②「指令」として関係者に伝達される記号系列、③特定の利用者や特定の利用状況に応じて提供されるもので、それが受け手の意思決定のため評価、選択される記号系列(狭義の情報)、および④「データ」として提供される記号系列が考えられよう。

流通経済におけるコミュニケーションの媒体役を果たす記号系列が流通情報であるが、その構成員間の情報交換を一般モデルとして図示すると、第2図となる。

図中情報「A」は狭義の情報(第1図の「情報II」)である。消費者が商品選択に当たって評価、選択する情報、産業用使用者が主要設備品、補助設備品、部品、原材

第2図 流通機構と情報



A：情報Ⅱ（狭義の情報）

B：情報Ⅲ（データ）

料、および業務用品を購入するに当たって評価、選択する情報、卸売機関や小売機関が商品を仕入れたり、販売するに当たって、評価、選択する情報、生産者が製品を開発したり、販売するに当たって、評価、選択する情報、そして生産者、卸売機関および小売機関が輸送機関、倉庫機関など流通サービス機関に外注するに当たって、評価、選択する情報等の「マーケティング情報」である。また、情報「B」は、流通機関が内部であるいは他と定例的处理をする情報（第1図の情報Ⅲ）である。小売機関で毎日記帳されてゆく営業データ、卸売機関で継続的取引によって毎日更新されてゆく在庫データ等である。

その他、図に示していないが、先のコミュニケーションの状況による情報分類のうち、特定の利用者や利用状況を想定しない情報（第1図の情報Ⅳ・Ⅴ）としては流通機関による企業広告等のインフォメーション、その関連機関や外注先への指令がある。さらに、消費者が消費する情報（第1図の情報Ⅰ）としては、商品としての情報がある。しかし、この点は商品概念に係る大きな問題であり、別の機会に論じることとしたい。

### 注

- (1) 大村平著『情報のはなし』、日科技連出版社、1979年、1－14頁。
- (2) 日本経済新聞社編『情報用語辞典』、日本経済新聞社、1975年。
- (3) 飯沼光夫・大平号声・増田祐司著『情報経済論』、有斐閣、1987年、72頁。なお、「情報 (intelligence)」に対比しての「データ (data)」と「知識 (knowledge)」の各々の特徴については、次のように説明されている。

#### (1) データ (data)

- 事象を単に記述したり、記号化したものである。
- データ相互間の構造的性、相関性は一般にない。
- 特定の利用者や利用状況を明確にしていない。

○時間的には、つねに過去に属するものが殆どである。

(2)知識 (knowledge)

○過去に評価され、活用されたものであり、将来の一般的な使用の評価が加えられたものである。

○特定の利用者や利用状況のためのものではなく、きわめて一般的な利用を目的としたものである。

○一般的な使用の評価にもとづいた知識体系を形成しており、明確な構造化を持っている。

○時間的には、過去、現在、将来ともに関連があるが、とくにいずれとも強い関連性はない。

(4)斎藤精一郎著『情報エコノミーの衝撃』、日本経済新聞社、1985年、146-147頁。

### 3. 流通情報の意義

流通において、情報あるいは情報化がなぜ重要なのかは明らかにしておかなければならない。このことの考察によってより流通情報の性質あるいは性格が明らかになると考えられるからである。

山下隆弘氏は、日本経済新聞社発行の『季刊 消費と流通』誌へ掲載した「流通と情報」と題する論文で次のように述べている。消費者が誰でも、何処でも、何時でも、どの商品でも、いくらでも欲しいだけ、比較的容易に購入出来るような仕組みを工学的に設計しようとする、気の遠くなるような複雑さを感じ、おそらく設計不可能と初めからさじを投げ出さざるを得ないであろうとし、この複雑な仕事をとにもかくにも、どの程度満足できるかどうかは別として、現実の流通機構はやり遂げているという。そして、流通という複雑な商品の流れを実現している仕組みは数限りない制御が仕組まれており、この制御にこそ流通の本質があるとみる。さらに、流通について議論するとき、商業学では従来商品の流れに目が奪われ過ぎていたきらいがあり、取引に、意思決定に、さらには情報流通に努力の方向を持ってゆく、すなわち、我々は物的流通は取引流通の結果であり、取引流通は意思決定の、そして意思決定は情報流通の結果である、と認識すべきであると主張している。

山下氏が指摘するように、流通における情報は制御機能を果たすものであって、生産物の社会的移転をより円滑に行わせるものである。流通はまさにシステムである。システムとは、「相互に関連する諸要素が、システムがもつ目的にしたがって組織化された一全体<sup>(1)</sup>」である。流通システムの目的は生産物の消費者への移転である。諸要素は流通機関であり、またその構成員でもある。これら要素間にあつて制御するのが情報である。したがって、情報は流通において極めて重要なものであることが分かる。

そこで、流通の本質はその制御性にあり、制御は情報によるが、問題は流通における情報がどのように機能するのか、制御の仕方である。

前出の山下氏が説くように、まず情報流通があり、次に取引流通（「商的流通」と同義、以下同じ。）があり、そしてその後に物的流通があるという考え方がある。この3者の関連は正しく、情報の意義もその関連で捉えられるのであろうか。ただ、この前に、果たして情報流通という見方は適切であろうか。高丘季昭氏も、取引流通、物的流通、情報流通、さらに金融流通と並列的な見方をしている<sup>(2)</sup>。

情報が流通するということはどういうことであろうか。言うまでもなく、生産物の範疇にそれを入れているわけではない。流通を通説の通り考えるならば、生産物は生産者から消費者へ移転する。移転するものは、「所有権」であり、また物理的客体としての「生産物そのもの」である。前者の移転は商的流通、後者の移転は物的流通と言われる。生産物の移転を二つの視点から捉えているのである。あくまで流通の客体は生産物であり、生産物の移転は所有権の移転、物の移転とみることはできるが、情報は流通経済において種々の情報源から流通システムの各要素に、またその要素間を自在に通うものであるから、流通（生産物の移転）を即情報の流通とみることはできない。商的流通や物的流通と同様にみることはできないのである。したがって、情報の流通という考え方は不適切である。少なくとも混乱を招くのではないかと考える。流通経済における情報あるいはその流れは、「流通情報」として捉えるべきである。商的流通、物的流通、情報流通と並別することはできない。なお、高丘氏の金融流通という考え方も、商的流通や物的流通と並別に扱えないことは、情報流通と同様である。それは、「流通金融」として捉えられるべきである。

流通における情報（活動）と商的流通あるいは物的流通との関連での第二の論点は、情報（活動）が商的流通に先立って行われ、その後物的流通が成り立つという考え方は、妥当であるかどうかである。前述のとおり、情報流通という考え方は有り得ないとすれば、結論は明らかであるが、情報流通を流通情報とし、その商的流通と物的流通との関連を明らかにするため、物的流通が商的流通の後に行われるとみて正しいかどうかは考察しておかなければならない。

流通論では、必ずしも物的流通は商的流通の後に生じるとは限らないとしている。つまり、物的流通は取引締結前にも認識され得る。江尻弘氏は、流通の要件のうちの「移転」の社会的性格について、「……異なった事業所に生産物を移転する活動を流通と呼ぶ、と理解すべきであろう。そうだとすると同一企業内であっても、配送センターから店舗に商品を移転させる場合のように異なる事業所に移転させるときは、流通と称してよからう<sup>(3)</sup>」と述べている。このように、同一企業内の工場から各地の営業所倉庫に製品を移転させることも流通として捉えるならば、この段階では、所有権の移転すなわち取引は未だ行われていないはずであるから、必ずしも商的流通の事後に物的流通が生じるとは言えないのである。また、個別企業の見地ではあるが、クリストファーは、ロジスティクス（logistics）を定義して、「自社を介して、原材料、

部品および完成品の供給者から顧客への移転と保管を戦略的に管理する過程である (The process of strategically managing the movement and storage of materials, parts, and finished inventory from suppliers, through the firm and on to customers.)<sup>(4)</sup>」と述べている。この戦略的な物的流通は、今日マーケティング管理論において論議が盛んなテーマであるが、その意味するところは、販売あるいは取引の前後という狭い範囲ではなく、原材料調達から顧客への納品までの広い範囲での物財のトータルな流れをいかに経済合理的に動かすかであろう。

物的流通が必ずしも商的流通の事後に行われるものではないとすれば、流通情報と商的流通、物的流通との関連はどうなるであろうか。

前出の高丘氏の言うように、商的流通を行うためには商品を買いたいとか売りたいとかいう意思がなければならないし、物的流通を行うためには物資を動かす指令がなければならない。この文脈から、商的流通情報と物的流通情報とに分けて考えることはできる。ただ、たとえば消費者の購買結果は、POSシステムによって記号化され、売れ筋商品の仕入れという特定目的のための情報ともなり、生産者に伝えられれば生産のための情報ともなり、さらに売れ筋商品の在庫水準が低ければそれを積み増しておくという在庫の情報ともなる。流通情報の各々は、特定の利用目的によって、時には商的流通情報ともなり、物的流通情報ともなるということは注意されなければならない。

#### 注

- (1)高宮晋編『新版 体系 経営学辞典』、ダイヤモンド社、1975年、1216頁参照。
- (2)高丘季昭編『流通産業入門』、日本経済新聞社、1987年、12-13頁参照。
- (3)江尻弘著『流通論』、中央経済社、1981年、5頁参照。
- (4)Christopher, Martin, *The Strategy of Distribution Management*, Quorum Books, Greenwood Press, a division of Congressional Information Service, Inc., 1985, p.1.

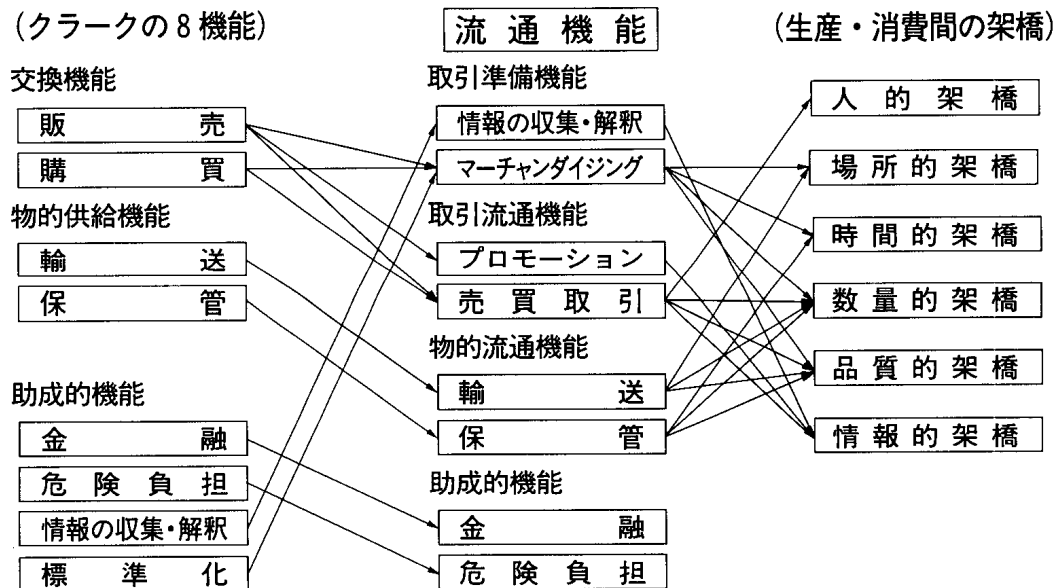
#### 4. 流通論における情報の捉え方— 懸隔理論における情報

流通現象を捉える接近方法の一つとして、機能別研究がある。この流通の機能は、生産と消費の間に横たわる懸隔 (Gap) を抽出することによって得られる。雲英道夫教授によれば、人的懸隔、場所的懸隔、時間的懸隔、数量的懸隔、品質的懸隔および情動的懸隔の六つの懸隔が抽出せられ、それらに対応する流通機能が認識される<sup>(1)</sup>。そこで問題は、情動的懸隔とそれに対応する流通機能であるが、雲英教授のいう情報とは何を意味するのであろうか。

この点について、教授は「……生産者は消費者の欲求や消費の動向を正確に把握することがむずかしく、その一方で消費者も商品その他、生産の事情に疎い……<sup>(2)</sup>」と説明されている。そして、情動的懸隔の架橋は、流通の関係者が各種の調査を行うなどして市場に関する情報を集め、これを生産や販売、あるいは購買などに役立てるこ



第3図 一元流通機能体系



（出所）雲英道夫著『要説商業学』、一橋出版、昭和60年、24頁。

とによって達成されるという。つまり、「情報的架橋」は、「取引準備機能」の「情報の収集・解釈」と「取引流通機能」の「プロモーション」と「売買取引」によってなされるとし、第3図のとおり示されている。

さて、ここで問題は情報の懸隔であるが、生産と消費の間に横たわる懸隔、すなわち人的、場所的、時間的、数量的、品質的および情報の懸隔の六つの分析基準は何であろうか。本質的な基準と従属的な基準との混同はないであろうか。

生産と消費という相対的概念において、生産者と消費者すなわち人格が違うということ、客体である生産物の生産の最適条件と消費の最適条件とが違うということとは分けて考えることはできる。前者については、人格が違うわけであるから認識が違い、欲求する品質も違う。この懸隔を埋めるために必要とされる機能が正に、商的流通機能である。また、後者の生産と消費の最適条件の違いには、場所的、時間的および数量的なものがあろう。そうして、情報は前述のとおり、両者に関連して生産物の移転を制御する働きを果たすものであり、並列的に捉えられるものではない。

林周二教授は、物的流通を「有形・無形の一切の財の廃棄、還元を含め、供給主体と需要主体を結ぶ、空間と時間の克服に関する物理的な経済活動であり、具体的には輸送、保管、包装、荷役などの物資流通活動と、物流に関連した情報活動をさす」と定義し、この情報活動については、「輸送、保管、包装、荷役活動等は個別概念であり、物流はこれら個別活動をひとつのトータル・システムとして体系化されたものとして把えるべきであり、この物流システム化に必要とされる情報活動を物流情報活動として限定したいとの意味であると理解されたい」としている<sup>(2)</sup>。

商的流通および物的流通において、情報は一つの独立した懸隔あるいは機能として認識すべきでなく、両者に密接に関連した動態的機能をもつものとして認識すべきである。

## 注

- (1)雲英道夫著『要説商業学』、一橋出版、昭和60年、16-24頁。
- (2)上掲書、16頁。
- (3)林周二・中西睦編『現代の物的流通』、日本経済新聞社、昭和57年、17頁。

## 5. 結び

情報は、外界から感知するものであり、時にその利用主体が自己の目的に沿って評価、選択するものであり、さらに時に、逆に外界へ感知させるものである。この外界が広がってゆく、すなわち情報源や通信先が地域的、時間的、層的に広範になり、これに伴い、情報の重要性が人々の意識に顕在化して来る。この現象が情報化である。

一方、マス・コミュニケーション手段（マス・メディア）の発展、コンピュータの高機能化などの技術の発展が、情報化を促進して来た。この通信技術やコンピュータ技術による電子記号化が、明瞭なだけ、情報化の本流として認識されている。本稿では、このような情報化が流通経済においてどのように認識され得るのか、あるいはどう認識すべきなのかを問題とした。

まず、多義にわたる情報とは何かを考察した。それは、通説では「人間が行動の意思決定または選択に役立てる一連の記号とその系列」であり、経済用語としては、経済主体間のコミュニケーションの状況と目的によって認識された。狭義には、経済主体が意思決定に当たって有用とする記号系列であり、広義には、種々の記号によって表現された感情、知識、データ、指令、インフォメーションも含まれることとした。

第2に、流通経済における情報とは何か。それは、外界から各流通機関に伝達される様々のものがあるが、主体的なものは、生産者、卸売機関、小売機関、産業用使用者・最終消費者との間で、またそれらと運輸業者等流通サービス機関との間で交換される狭義の情報およびデータであった。

第3に、流通経済における情報の捉え方が問題であった。流通論において、「情報流通」という見方がある。しかし、あくまで生産者から消費者へ移転するものは、所有権あるいは物財そのものであって、情報ではない。情報は、それらの流れを制御するが、移転するものではなく、意義が異なる。したがって、「情報流通」という捉え方は妥当ではなく、「流通情報」として捉えるべきであり、商的流通あるいは物的流通と並列的に捉えるべきではないというのが主張したい点であった。

第4に、懸隔理論における流通情報の捉え方が問題であった。人的、認識的、品質的等を並列的に懸隔と考える諸説については、その分析基準が不明確であり、生産と消費の主体の人的懸隔と客体の物理的な最適条件の懸隔とを柱に考えるべきであるとともに、情報的懸隔は両者に存在し、流通情報の機能は商的流通機能と物的流通機能とに密接に関連、相互交流することを主張した。

流通経済において、狭義の情報はソフトウェア技術の発達によって益々プログラム

化され、処理されてゆく。これが流通システム化の進展につながってゆく。流通における情報化がどう既存の流通に影響を与えるのかが、課題として残された。

（1992年11月30日受理）