

社会技術革新と消費生活

私は、エネルギー経済や経営管理等を教えている私大の教員であるが、小売店舗数の消長とコンビニエンスストアの伸長には一方ならず関心を持ってきた。

日本は、1950～60年代高度経済成長を達成した。高度経済成長は重厚長大な業種が中心で、産業構造はエネルギー多消費型であった。そうした産業構造の変革を迫ったのが、1973年第一次石油危機であった。省エネルギー政策、代替エネルギー開発が促進され、産業のソフト化が図られ、産業構造の軽薄短小化が図られた。1990年代のバブル崩壊を経て、社会は今日少子高齢化の貌を呈している。

身の回りに目を転じてみよう。新宿でも池袋でも、駅前の一等地に立ち並ぶのはまず家電やカメラなどの量販店である。百貨店も巻き返しを図りつつあるが、街の景観を見る限り、大きな流れは勝ち組である量販店やコンビニに向かっている。負け組として括られる百貨店、家電メーカーあるいは商店街は、大きな流れに乗りきれなかった。

統計データの助けを借りれば、次のような社会の動態が明らかになる。経済産業省の商業統計によれば、1982年には全国で172万店あった小売店が、公表されている最新データである2007年には114万店に減少した。この25年間で、58万店の小売店が閉店したのである。商店街の衰退・シャッター通り化を、統計データは明確に物語っている。

この四半世紀、一般小売店数が大きく減少する中で、コンビニエンスストア数は増加の一途を辿った。1号店が開店したのは1974年であった。それが、昨年10月日本全体で5万店を超えた。大方の有識者は、従来、商圈の規模、人口動態から5万店がコンビニの数の上限としていたが、昨年突破し、本年はさらに2,200～2,300店が純増するとみられている。

こう見てくると、小売店の1/3が閉鎖され、それにコンビニが取って代わったコンビニが我々の日常の消費生活を支えるという社会の構図が浮かび上がってくる。

それでは、何がコンビニの伸長を支えたのか。技術革新と社会変革の視点からは、どのように説明されるだろうか。

多くが指摘するように、コンビニの成功の一因はPOSシステムの導入にある。POS (Point of Sale : 販売時点情報管理システム) は、商品ごとに付いているバーコードをレジのスクリーンで読み取る。POSターミナルは、レジスター (精算) 機能とデータ集積機能を有し、売上計算を行うと同時に、売上情報の処理を行う。POSは、コンビニの帳簿管理、在庫管理を支え、売れ筋の把握に貢献した。

コンビニのIT化は、POSだけに止まらない。コンビニは次に、店舗と仕入先とのオンライン受発注システムであるEOS (補充発注システム) を立ち上げ、さらに企業がオンラインで情報をやり取りするための通信基盤であるEDI (電子データ交換) を連動させた。

POSとEOSの活用により、店舗は、店舗としての帳簿管理、経理処理等のルーチン業務から解放され、的確な発注、在庫管理、販売管理が可能となった。こう見てくると、コンビニ経営の成功は、技術革新と社会変革の絶妙な相互関係に大きく依拠しているといえそうである。

それでは日本社会は、今日、どのような方向に向かっているのか。あるいは、コンビニは社会をさらにどのような方向に変えつつあるのか。一つにはサプライサイド主導からデマンドサイド主導の経済運営という方向がある。その一つの表れとして、日本では近年、ダウンサイジング化、極論すればコンビニ化が進行しているように思われる。

果たして、こうした社会変化は人々に幸福をもたらしているのだろうか。社会技術革新学会は、こうした問いに明確に答える必要はないのか、この場を借りて、私は会員諸兄に問いかけてみたいのである。

正会員 須藤 繁