

20 世紀技術史の社会学的再検討

——商品管理システムの成立史から見た消費社会論への応答可能性——

東京大学大学院 林凌

1. 目的

「技術」をめぐる問題は、社会理論における焦点となり続けてきた。特に、フランスにおいて 1960 – 70 年代にかけて提示された社会理論の多くは、テクノクラシー的環境下における「技術」の役割の増大と、その抑圧性を強く問う傾向にあったといえる。にもかかわらず、これらの論考において、「技術」そのものの形成過程が注目されることは、あまりなかった。

2. 方法

本発表では、こうした社会理論上における「技術」の静態的な位置づけを問題視し、技術史の文脈から社会理論における諸命題を再検討してみたい。特にここでは、「消費社会変容」(内田 1987) と呼ばれてきた社会的変化の背景において、どのような技術的展開があったのかを問うことを試みる。すなわち、資本主義社会の発達に伴う需要の飽和と記号的差異に基づいた消費への移行という命題が成立可能となるにあたって、どのような技術的条件が介在していたのかを商品管理システムの成立過程から論じてみたい。

3. 結果

アメリカを除く西側先進諸国において「消費社会変容」が生じたとされる 1950-60 年代 (Rostow 1960=1961) は、消費経済を司る企業側の業界構造が変容した時期でもあった。すなわち、チェーンストアの発達・拡大と、それに伴う消費者像の変化である。小売企業は資本力の増加によって、メーカーと渡り合う力をつけた一方で、大量販売によってそれまで可能であった細やかな顧客管理ができなくなっていた。言うなれば、消費者の需要を観測することが、経営の肥大化に伴い難しくなっていたのである。こうした状況下、経営効率化の観点から情報システムが流通業全体に侵入していく。商品に貼布されたバーコードを軸とした POS の導入によって、それまで不可能であった商品販売数量の単品管理が可能となったのである (浅野 1979)。このことは小売企業の経営効率化において重要な役割を果たしただけでなく、それまでの数量を重視したメーカーの販売戦略を変容させ、商品の個別特性・顧客設定に基づいた商品開発・PR 戦略を生み出すに至った。「記号的差異」が販売戦略の源泉へと変化していったのだ。つまり流通業の構造変化に伴い、需要の飽和という危機感が産業界に浸透し、その結果「記号的差異」を判断可能とする情報システムが社会の中に埋めこまれたのである。

4. 結論

本発表の知見からは以下のことが導出可能である。第一に、マクロな社会変動とミクロな個々人の意識変容の双方を接続する分析枠組みを導出するにあたって、技術史が扱ってきた研究対象を参照することの重要性である。第二に、ますますその数を増し、社会的影響力を有するようになった「データ」の社会理論における立ち位置を検討するにあたっては、20 世紀における情報技術の展開を今検討すべきだということである。言うなれば、ここでは「技術」を単なる社会的媒介項として扱うのではなく、その具体的構築過程とその諸帰結を分析することの重要性が指し示されているのである。

文献

浅野恭右, 1979, 「POS システム研究のあゆみと展望」『流通とシステム』(21): 3-5.

Rostow, W, W, 1960, *The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto*, Cambridge University Press. (村上泰亮・久保まち子・木村健康訳, 1961, 『経済成長の諸段階——一つの非共産党宣言』ダイヤモンド社.)

内田隆三, 1987, 『消費社会と権力』岩波書店.