

# インターネット社会における情報流通

—— デイスインターメディアーションの論理とインフォメディアリ ——

M014861 児島賢彦

## 1. 研究の背景と問題意識

インターネットの登場は、情報化を進展させ、企業と消費者の隔たりを埋めると考えられてきた。それは、インターネットを初めとするデジタル・ネットワークにより、企業と消費者が直接的に取引やコミュニケーションを行うことが可能となったからである。だが、実際には企業と消費者の間に、インフォメディアリと呼ばれる情報仲介業者が現れた。このように、情報化によって、予想されてきたこととは異なる、インフォメディアリの発生に問題意識を持ち、その社会的合理性を明らかにすることを目的とする。

## 2. 研究の課題

本論ではインフォメディアリの社会的合理性を示すために、消費者の情報探索を効率化しているインフォメディアリとデイスインターメディアーションを明らかにしなければならない。また、インフォメディアリの機能を消費者の情報探索という視点から比較しなければならない。それにより、消費者が抱える情報探索に関する問題を明らかにする。

## 3. 先行研究のレビュー

本論は、流通論における中間業者排除・擁護論という既存研究と、インフォメディアリとデイスインターメディアーションに関する先行研究を行う。

企業と消費者の間に存在する卸売業と、現代のインターネット社会におけるインフォメディアリは同様のポジションに存在しているという点で類似性があり、その機能にも通ずるところがあるという点で意義がある。また、これに関する妥当性については詳しく述べている。このようなことから、卸売業の存在により、効率的な流通が妨げられているとする中間商人排除論と、卸売業の機能を示すことで、卸売業が流通を効率化しているという中間商人擁護論をレビューする。

また、インフォメディアリとデイスインターメディアーションに関する先行研究をレビューすることにより、これまでインフォメディアリとデイスインターメディアーションがどのように位置づけられてきたかが

明らかとなり、それを比較することで、インターネット社会の消費者が抱える情報探索に関する問題を推測する。

## 4. 問題点の指摘と新たな問題設定

これまでの既存研究、先行研究から導き出されたことから、「インターネット社会では情報量の増加という点で消費者が効率的な情報探索を行っていない」という問題があるのではないかと。また、インフォメディアリが存在することにより、消費者は「知覚」と「評価」の場を得て、効率的な情報探索を行っているのではないかと。という新たな問題を設定する。

## 5. 研究

中間商人排除・擁護論が述べられた時代の「取引コストが高い」という前提は解消されたが、本論で問題としている消費者の情報探索において、内的に発生するコストが存在することを指摘している。また、内的に発生するコストを解消している機能を、卸売業の機能をもとに明らかにしている。また、情報格差、情報非対称性が生み出す問題に対して、インフォメディアリがどのような機能をもって解消しているかを明らかにしている。

## 6. 結論

卸売業者による流通の効率化を図る「取引数極小化の原理」と「中間媒介者による分類取揃え費用の節約」という機能から検証すると、インフォメディアリの機能とは情報量の確保、また、多様性のある情報を集約することにより消費者の情報探索を効率化することである。このように、インフォメディアリは、消費者が個人で行う情報探索では不可能な情報の量・質を保有し、一つ場で提供することで、情報流通の効率化を図っているといえる。また、このようなインフォメディアリの機能が、情報化の進展によって浮き彫りとなった消費者の内部コストを削減させているという点に、インフォメディアリの社会的合理性があるといえるだろう。