

情報集中と分散のメカニズム

川 向 史 矩

目 次

1. 地域問題の基本認識
 - 1.1 東京一極集中問題
 - 1.2 工場誘致の問題点
 - 1.3 頭脳なき生産基地
2. 東京一極集中のメカニズム
 - 2.1 企業立地要因の変化
 - 2.2 産業の情報化の影響
 - 2.3 中央官庁の集中の影響
 - 2.4 情報発信機能の集積の効果
 - 2.5 本社機能の移転を促す要因
3. 情報分散化の可能性
4. まとめ

1. 地域問題の基本認識

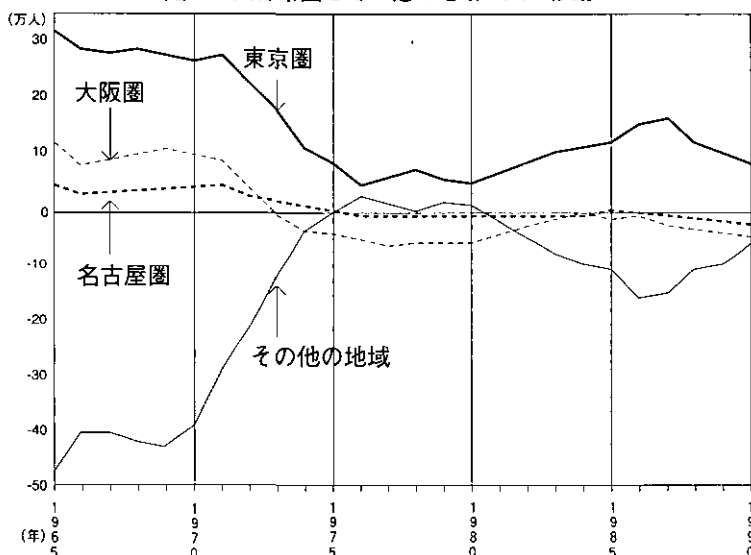
1.1 東京一極集中問題

従来からの地域問題は、都市における過密と農山村地域における過疎、および過密地域と過疎地域との間の所得格差が基本的な構造であった。しかし、社会資本の充実、環境に関する法整備および技術革新、産業構造の変化（軽薄短小化、省エネルギー・省資源化）等により、過密の弊害として挙げられていた交通渋滞、大気汚染、河川・湖沼・海洋の水質汚濁などの公害問題・環境問題も大幅な改善がなされた。一方、過疎が進行する地域では、例えば産炭地に見られるように、地域の主力産業が衰退し、地域社会の崩壊に直面して苦渋に満ちた選択（転職、転居）を迫られているというケースも依然として続いている。しかし、日本経済の高度成長期における農山村地域から大都市への激しい人口移動は70年代

の後半には沈静化し、工場立地の地方分散化傾向が顕著になり、また自然の豊かさや生活におけるゆとりというような価値観が重視されるようになったことなどを背景として、地域の時代が喧伝され、国土利用の均衡化への流れが定着しつつあるかのように見えた。

しかし、高度成長期における大都市圏特に三大過密地域（関東臨海、名古屋圏、近畿臨海）対それ以外の地域（人口流出地域）という構図は崩れたが、それに代わって、今や東京新時代と言われるように、東京圏（東京都およびそれと一体化している地域として捉えるべき千葉県、神奈川県、埼玉県の一都三県）への極端な一極集中が深刻な問題となっている。東京圏への流入超過人口は、1970年までは年間25万人以上であったが、その後は漸減し76年には約4万人となった。76年以降は5万人前後の比較的低いレベルで推移していたが、81年から再び増加しはじめ、87年には約16万人にまで増え、その後も依然として10万人前後のペースとなっており、東京圏の人口再増加傾向が続いている。また、一都三県

図1 大都市圏とその他の地域の人口移動



(注1) プラスは流入超過を示し、マイナスは流出超過を示す。

(注2) 大阪圏は大阪府、京都府、兵庫県、名古屋圏は愛知県、三重県
出所：総務庁「住民基本台帳人口移動報告年報」より作成

を除く首都圏の四県（茨城、栃木、群馬、山梨）では、88年以降流入超過人口の減少はみられず、東京圏が更に外延的拡大をしていると想定される。また、この人口集中パターンは、高度成長期のそれと異なり、大阪圏、名古屋圏では人口の流出超ないし横ばいが続き、文字通り東京圏への一極集中となったことが特徴的である。

このような東京圏一極集中の現状と問題点は、「首都圏整備計画」における「現状と課題」の中で整理されており、その内容は概ね次のようなものである。⁽¹⁾

東京大都市圏（島しょ部を除く東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県および茨城県南部の地域）においては、東京都区部とりわけ都心部への業務管理機能の著しい集中により一極依存構造を有する世界に類を見ない巨大な都市地域が形成されている。このため、職住の遠隔化による通勤の長時間化、低い居住水準、交通混雑、環境の悪化等の大都市問題を惹起したほか、災害に対してぜい弱な都市構造となり、なお十分な改善を見ていない状況にある。

業務管理機能等については、現在整備の推進が図られている業務核都市（八王子市、立川市、浦和市、大宮市、千葉市、横浜市、川崎市、土浦市、筑波研究学園都市）等への本社機能の移転など、一部に分散化の動きが見られるものの、東京都区部への集中傾向は依然根強いものがある。その結果、東京都心部およびその周辺においては、業務機能が住宅等を圧迫して夜間人口の減少が進展すると同時に、特に若年人口が流出すること等により、地方過疎地域に匹敵する程度の高齢化が生じている。これに対し、周辺地域では、東京大都市圏に比べて機能の集積が低く、また、地域内の連携が弱いため、機能集積を十分生かしきれずにいる等の問題があり、一部には過疎化の進展が見られるなど、地域構造上の格差が拡大している。

巨大都市地域の形成過程において懸念されていた制約条件のうち、土地については、東京大都市圏等における地価の水準は極めて高く、良質な住宅の確保が困難になるとともに、公共事業の用地取得さえ困難になる等深刻な状況にあり、平成3年に決定された総合土地政策推進要綱に基づき、総合的な土地対策を推進する必要がある。廃棄物については、最終処分場の確保の困難性等から、特に内陸部については深刻な状況に

なりつつある。水資源については、首都圏の人口一人当たり水資源賦存量が全国最低であることから、今後とも安定した水資源の確保が必要である。エネルギーについても、大規模な開発等を背景として近年急速な需要の増加が見られ、留意すべき状況にある。水質、大気、騒音等に関する環境についてはなお環境基準が未達成の地域があり、今後とも環境基準の維持・達成へ向けた努力が必要な状況にある。

1.2 工場誘致の問題点

地域への工場誘致、特にハイテク産業の立地は、地域の工業製品の高度化と工業出荷額の増加、域際収支の改善、雇用の創出、関連産業への需要波及効果など、地域経済の活性化・高度化に結び付くものとして、どの自治体においても最重要政策のひとつと位置づけられていると言える。ハイテク産業の立地は一般に、かつての臨海型素材産業のように巨大な港湾施設や広大な工業用地を必要とするわけではなく、環境に対する負荷も小さい。「たとえば I C 工場の場合、良質で豊富な水、高圧電力の安定供給、高速道路や空港へのアクセス、良質な労働力、技術者の定着可能な社会環境、クリーンな空気的环境などが立地条件とされているが、少なくとも県レベルの単位でみれば、ほとんどの県で何らかのかたちで用意できるものである。⁽²⁾」と言える。ハイテク産業は一般的に立地の自由度が高く、いわばフットルースな産業である。「このような立地特性をもつ現代のハイテク産業の誘致は、全国にそのチャンスをひろげている。それだけに、限られた企業立地をめぐる、激しい競争が繰りひろげられることになる。一般的な立地条件に大差がなければいけないだけ、他の自治体と比較しやすい優遇措置の拡充が競われ、立地条件のダンピングともいえるような状況をもたらす結果になっている⁽³⁾」ために、更新投資時などに、もっと条件の良い地域があればそちらの方へに簡単に移転してしまう、というような潜在的な不安定さがある。

こうしたハイテク産業の誘致の競争相手は国内だけとは限らない。むしろ、土地や労働力のコスト、労働力の安定確保などの面で、海外のライバルの方がずっと強力な場合がある。また、海外への立地は、操業コストの損得という観点の他に、円滑な国際関係の維持という政治的な配慮の要素も大きい。すなわち「貿易摩擦の主要因の一つに、ハイテク製

品のように所得弾力性の高い成長分野で日本の競争力が強く、世界の供給基地化していることがあげられる。究極的には、海外への直接投資の活発化による供給力の世界的な分散でしか、この問題は解決しえないであろう。したがって、国内への立地は長期的には抑制基調になっていくと思われる。」⁽⁴⁾という分析が説得力をもっている。

工場の地方分散化傾向には、経済企画庁の調査⁽⁵⁾によると、構造変化が現われている。「関東臨海や近畿臨海からの工場の移転先をみると、地理的に近い関東内陸や近畿内陸が多いが、1987年以降東北は関東内陸に次いで2番目の水準となっている。さらに、1990年についてみると、東海、東北、関東内陸等三大都市圏に比較的近い地方圏では、分譲工業用地のストックの減少等を背景に件数が減少したが、北海道、四国、九州といった三大都市圏から比較的離れた地域で増加し、工場移転も全国的に広がってきたといえよう。」との分析がなされている。こうした「立地の遠距離化」をもたらす要因のひとつは労働力のネックである。工場立地先進地域である関東内陸、南東北、東海などでは、新たに進出した企業と、従来からそこで操業していた地場の企業との間で、労働力をめぐる厳しいトレードオフが生じ、中小企業を中心に必要労働力確保に対する危機意識が強まっている。ちなみに1989年から1991年までの3年間の平均有効求人倍率をみると、工場立地件数の増加している北海道、九州で1.0を下回っている。

表1 1989～1991平均有効求人倍率

北海道	北東北	南東北	関東内陸	関東臨海	東海	北陸
0.65	0.89	1.64	2.25	1.50	2.20	2.01
近畿内陸	近畿臨海	中国	四国	北九州	南九州	
1.16	1.13	1.66	1.25	0.94	0.85	

出所：労働省「職業安定業務統計」により作成

工場の地方分散化、特にハイテク企業の立地は、地方圏にとっては地域の生産機能の高度化に寄与する反面、フットルースな立地特性であるために地域に根付いたものになることは難しく、むしろ企業の都合によ

って簡単に縮小・撤退がなされる可能性の高い不安定要因となる。さらに問題なのは、こうしたハイテク企業がもっている最先端の技術や高度な開発能力も、「工場」という現場の中にあるものはマニュアル化された製造機能の部分だけであって、事業を新たに生み出していくような中核的な業務管理機能の集積化に結び付けるのが難しいことである。むしろ、地元採用者の中から企画や経営管理などの面で優れた能力を持つ者を選別して本社に送り込むことが行われるため、地域産業の頭脳活動を担う人材がますます枯渇するような状況を生み出す場合もある。

1.3 頭脳なき生産基地

東京一極集中の問題では、とりわけ東京圏における過密がもたらす厳しい住宅事情、環境への過度の負担、資源の限界などの不利益面が強調される。しかしそれと表裏一体の現象として、地方(東京圏以外の地域)にあった業務管理機能が東京圏に吸収される形で移転し、逆に東京圏にあった工場が押し出されるように地方に分散化した結果、「地方の生産基地化(頭脳のない手足だけの機能)」の傾向が強まるという事態が生じている。地域経済の振興の観点からすると、工場誘致は積極的に推進すべきことがらと捉えられるが、「頭脳なき生産基地化」には次のようなマイナス要因が内包されている。すなわち、①支店経済化が進み、中央によるコントロールの構造が強まることによって、相対的に地域の自立的な発展ポテンシャルが低減する。②経済活動における中央主導型の構造が強化されることによって、同時に生産様式の背景にある「中央型の文化」の影響力も強まる。そのため、地域の持つ伝統・習慣・自然などの文化的基盤を生産活動の中に生かして産業の地域の特徴・特性を出していくということが難しくなり、同時にそのことが地域の独自文化を徐々に変質させることに結び付く。③地域における職種のブルーカラー化が進み、高い教育を受け、能力も意欲もある人材が求める専門的、管理的、創造的な仕事に就ける機会が少なくなり、企業の中核機能を担うべき人材の流出が避けられない。④地域の中から発信されるユニークな、注目を集めるような情報の量が少なくなり、国際的な交流も含めた地域内外との交流の内容が、身近な日常生活や伝統芸能などのテーマに終始することとなり、マンネリ化して先細りをきたす。その結果、どの地域のイメー

じも似たようなものになり、知名度も低くなり、住民にとっての「郷土の誇り」というような感情が稀薄になってしまう。

これらのことから言える現在の地域問題は、経済・社会の中核的機能が東京圏一点に過度に依存していることにある。そのことによって東京圏における住環境の悪化等の問題を生じており、更に、地方が東京圏の下請生産基地化し地域の独自性が失われていくならば、国全体が単純化してしまい、経済のパフォーマンスが著しく損なわれる事態に陥ることも想定される。従って、地域の独自性をより強く打ち出していくような地域開発のあり方、つまり地域の自立的な発展力の育成・強化を図っていくための対策が、地域にとっての最重要課題であると考えられる。

2. 東京一極集中のメカニズム

2.1 企業立地要因の変化

「平成3年版国民生活白書⁽⁶⁾」は、東京一極集中と地域の問題を特集し、多面的な分析を行っている。その中では、東京一極集中を促進する要因、地方分散を阻害する要因として、次のようにまとめられている。

第一に、明治政府成立以来、戦前・戦後を通じて我が国は、近代化・都市化という大きな歴史の流れの中にあり、首都東京への集中は、ある程度必然的な動きであったことが挙げられる。また、戦後、急速な経済成長を進めていった過程においても、中央集中の動きは強く、他方でとられた分散政策の効果を大きく上回るものであった。

第二に、戦後我が国の経済成長が、大方の予想をはるかに上回るスピードで進んだことが挙げられる。また、50年代(1975～1984)の産業構造の大きな変化に、分散策が十分ではなかったことも指摘できる。地方への工場誘致は、雇用増加という面で一定の効果を上げたものの、産業の情報化・サービス化にともなう東京への一極集中という事態に対しては有効な分散策とはなりえなかった。

第三に、中央主導による地方分散策に対して、数多くの地域が助成プロジェクトを求めて名乗りをあげた結果、総花的に投資が行われ、当初予期した効果を上げられないことも少なくなかった点が挙げられる。

このような分析から明らかかなように、東京一極集中の動きは、初期の

政策的な誘導による集中化の段階、高度成長期におけるスケールメリット追及による生産力集積の巨大化・高密度化の段階を経て、現在の情報化・サービス化を背景とする情報機能・オフィス機能の集中化の段階へと至っている。東京への立地要因は、市場、基盤（交通体系等）、労働力、技術、関連サービス産業、地域ブランド・イメージ、社会（都市的サービス、文化的雰囲気等）などが従来までの主要なものであったが、現在は情報という要因が、それらをはるかに凌ぐ最も強力なものとなっている。東京に本社機能を置く企業は、その理由として表2にあるように、第一位に「他社や業界の情報収集に便利である」ことを挙げている。また、第二位の「国などの行政機関との接触に便利である」という理由も、公的な機関の集中とそれにとまなう情報集積のメリットを指している。

表2 本社（またはそれに準ずる事務所）を東京に置くメリット
(複数回答)

1. 他社や業界の情報収集に便利である	58.7%
2. 国などの行政機関との接触に便利である	48.7
3. 仕入・販売などの取引が有利である	41.7
4. 国際取引に便利である	24.3
5. 企業イメージを高める	21.3
6. すぐれた人材を得やすい	19.6
7. 金融取引が有利である	17.8
8. 技術情報を入手しやすい	17.0
9. 自社の事業所の統卒に便利である	15.7
10. 全国の交通の要所である	9.6
11. 協力会社との接触に便利である	5.2
12. その他	2.2

出所：日本経済調査協議会 1984年「本社機能の集中と分散の相互関係に関する調査報告書」

「情報を求めて」企業が東京に集まり、東京の持つ巨大な情報集積が、この吸引力を強力なものとしている。このことが現在の東京一極集中の推進力となっている。従って、東京一極集中のメカニズムを知るために

は、「情報の集中化」あるいは「情報を要因とする集中化」の仕組みを解明することが必要であり、集中のメカニズムの分析を通して、集中の抑制・分散化の可能性や必要な条件整備などに関する手がかりが得られると考えられる。同時に、現在多くの地域で進められている地域の情報化政策の方向性や事業の優先順位等の検討において、実効性に関するひとつの視点を提起しようと考えられる。

2.2 産業の情報化の影響

東京の企業や人口の巨大な集積は、市場として極めて魅力的であり、東京以外に本拠地をおく企業であっても、ある程度以上の事業規模の企業であれば、ほとんど例外なく東京にも営業の拠点を持っている。ただしその営業拠点が相当大きな事業規模のものであっても、従来は支店、営業所、支社という形態が普通であり、本社機能に比較するとあくまでも副次的な位置付けである。本社は、事業活動の本拠地（主たる市場とする地域、主要な取引先企業がある所、主たる生産機能を置く所）にあるのが通常である。しかし、80年代から顕著になった東京の再膨張の局面では、従来とは異なる動きが起きている。すなわち東京の市場に参入するとか、東京の営業拠点を拡充するという動きに加えて、企業の中核機能（本社あるいは実質的な本社機能）を東京に移転するという動きである。自社の本拠地から離れた場所に本社を移せば、当然顧客や関連企業などとの接触において距離が生じ、大きなマイナスとなることは明らかであるが、敢えてそのリスクを引き受けようとするだけの必要性、必然性（つまり東京の吸引力の強さ）の根源的な要因となっている「情報を求める活動」とは一体何であろうか。

情報が極めて重要な経営資源となった背景には、情報化社会の進展とことがある。高度情報社会あるいは高度情報化社会という言葉が意味するものは、エレクトロニクスの進歩、とりわけデジタル技術の発達、普及にともない、コンピュータを中心とする情報処理・流通の生産性の飛躍的向上により、①ニューメディアやデータベースといった「情報の産業化」、②OA（オフィス・オートメーション）、FA（ファクトリー・オートメーション）などの「産業の情報化」、③ホーム・セキュリティ、ホーム・ショッピング、ホーム・バンキングなどの「個人・家庭の情報

化」④行政情報サービスなどの「社会の情報化」といった領域で情報化が進展していることを指す。

また、このような情報処理・流通の生産性の向上は、社会のさまざまな面に影響を及ぼしていると同時に、情報システムが社会の運営のシステムの中に一体的なものとしてビルトインされた状況となっている。日常生活における「知る権利」は、当然の権利として既に定着しており、公的機関や企業に対してのみならず、国際的な関係や全地球規模の環境問題等に対する、マスコミを含めた市民のチェック機能が、社会運営の基礎になっている。

また、モノからサービスへの需要のシフト、個性化、価値観の多様化といわれるような自己実現を志向するライフスタイルが尊重される傾向などが背景となって、情報に対する需要が爆発的に増大し、巨大な情報提供産業群と情報市場が生まれ更に成長を続けている。

こうした高度情報化社会の進展の中で、産業の情報化がどのように進み、企業の集中・分散の行動にどのような影響を及ぼしたか、という点について、情報化の主力業種である小売業、金融業および一般的なオフィス業務を取り上げ考察する。

a. 小売業における情報化

バーコードの普及にとともに進展したPOS（販売時点管理）システムは、小売業の競争条件に劇的な変化をもたらした。リアルタイムで商品単品ごとの在庫の変化を把握することが可能になり、過剰在庫の負担の軽減化が収益性向上に大きく貢献した。また、チェーンストア展開等による提携各社の仕入発注業務を集中管理して一括発注を行うことにより、メーカーや卸売業に対する価格交渉力が強化された。

小売業におけるこのような情報化の経緯を見ると、情報が中央（本社や提携企業グループの本部）に集中する傾向がうかがえる。しかし、そうして情報を集中し集積したメリットは、地方の小規模な店舗であっても、仕入価格交渉力の獲得、販売戦略情報（売れ筋情報等）の入手などの面で享受することができる。従って、小売業の情報化は、多店舗化、地方分散化を押し進める方向に寄与する力が大きいと言える。

b. 金融業の情報化

銀行の情報化は、第一次、第二次オンライン化を経て、現在は第三次

オンラインの段階を迎えている。業務処理のコンピュータ化、オンライン化が進展していくことによって、本支店間での預貯金処理が可能になり、その後CD（現金自動支払機）やATM（自動窓口機）サービス、給与の自動振り込み、公共料金やクレジットカードの自動引き落とし、CDやATMの銀行間の相互乗り入れなど顧客サービスの向上が図られ、現在では顧客が事業所などから端末機を使って窓口事務を行ったり、情報提供サービスを受けたりすることができるファームバンキング・システムも一般化しつつある。

銀行の情報化のこのような概略的な経緯を見ると、その範囲がほとんど業務処理および顧客サービスに限られていると言える。また、銀行が取り扱っている商品の種類が限られていることと、法制面での規制が厳しいことなどから、顧客サービスにおいて差別化できるようなものを打ち出していくことは難しく、結局は横並びのサービス水準維持ための情報化となった。この結果、ほぼ全国をカバーするオンラインサービスのネットワークが出来上がり、顧客はどこに居ても均質なサービスを期待できるようになった。こうしたことから、銀行の情報化は、企業や人口の地方分散化の可能性を高めるものと考えられる。

銀行以外の証券業、保険業、クレジットカード業などの情報化についても、その対象は概ね事務処理と顧客サービスであることなどから、銀行の場合とほぼ同様のことが言える。

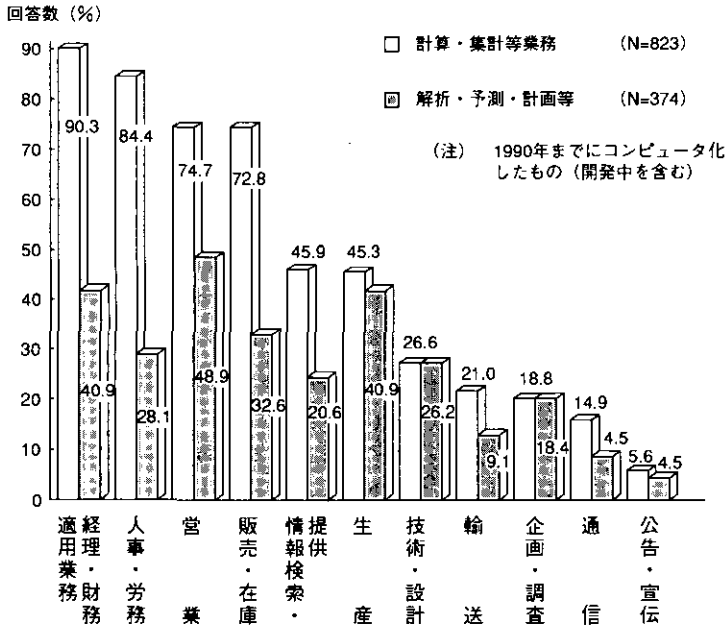
c. オフィスの情報化

オフィスの情報化は、まず定常的な業務処理から始まり、現在この分野での情報機器の利用は図2にあるように非常に高いものとなっている。またその形態も、オンライン化、VAN（付加価値通信）サービス等を利用したネットワーク化へと進展している。一方オフィス業務の中の非定型業務の情報化（狭い意味でのOA化）は、パソコン、ワープロ、ディスクトップ・パブリッシング、ファックス、電子ファイリングシステムなどのいわゆるOA機器の導入が進んでいる。現在はこれらの機器は、ほとんどの場合スタンドアローンの形態でしか使われていないが、LAN（ローカル・エリア・ネットワーク）等のシステム化によるOA機器のネットワーク型の利用も今後増加する傾向にある。

オフィスの情報化が進展することによって、事務処理部門が生産現場

の近くになければならないという制約がほとんど無くなり、オフィスや工場の立地自由度が高くなった。その結果、工場の地方分散化が促進された反面、そうした地方へ向かう動きとは切り離された形で、オフィスの東京集中の動きも可能になったと言える。

図 2 業務別コンピュータ化達成状況



出所：(財)日本情報処理開発協会 1991年「情報化白書」

オフィスの情報化は、在宅勤務やサテライトオフィスでの勤務など、従業員の作業場所についても大きな自由度をもたらす可能性がある。勤務場所の自由度の向上は、オフィスの分散化を可能にするひとつの要因ではあるが、現状ではコストや管理面での課題も多く、本格的な実施にまで至っているケースは少ないが、今後特に東京のような過密都市の弊害を緩和する方策のひとつとして、郊外にサテライトオフィスを設け、通勤時間の短縮や住居費負担の軽減化などを図っていくという点ではメリットがあると考えられる。

以上、小売業、金融業およびオフィスシステムについて、その情報特性を分析したが、企業の集中化を強力に押し進めるような直接的な原動力として作用している特定の要素は見当たらない。むしろ通信システムの高度化は、距離の克服という点で効果的であり、企業の立地場所の自由度を拡大したが、それは分散の方向への動きと集中の方向への動きの両方の可能性を与えるものである。

産業の情報化は、企業の効率・サービスなどの競争として押し進められてきたが、現在は更に戦略的な狙いをもった競争が展開されつつある。ひとつは、メーカー、流通、金融、運輸、サービスなどの産業間を結ぶ情報ネットワークを形成し、総合的な情報サービスによって競争力を強化しようとする動きである。このような状況に対応するためには、ネットワークの設計、営業というような従来にはない新しい人材の育成・確保が課題となる。戦略的情報化のもうひとつの側面は、人間の希少資源の効果的活用を目的とした情報システムの構築である。意思決定支援システムがその代表的なものであるが、一般的には大規模なデータベースやシミュレーションシステムなどから構成される高度な情報処理機能の提供システムにより、人間の持つ予測、創造、総合判断というような能力の向上を支援し、知的活動のパフォーマンスを高めることを狙いとするものである。

厳しい企業間の競争は、情報システムの高度化を促し、ハードウェア、ソフトウェアの能力強化を競い合うこととなるが、情報化における戦略的な狙いのウェイトが高まるに従って、人間の知的資源（ヒューマンウェア）の効果的組織化・活性化が優劣を直接左右する最重要課題となってきた。それにより、人間的な活動つまり調査、商談、協議などのためのフェイス・トゥ・フェイスの接触の重要性が増し、そうした活動の量が増大したことが、企業の管理的・専門的部門を担う人材の一極集中を促す背景になっていると言える。

産業の情報化の進展は、これまで見てきたように企業の生産現場と事務処理部門の場所の分離、立地場所の自由度の増大、人間的な資源を必要とする業務の重要性の高まりにともなう人材の集中化などを促進する要因となっている。従って、産業の情報化は集中を促進する一般的な背景であると言えるが、現在の集中現象が東京圏だけで起きていることや、

またその集中が80年頃から顕著な動きになって来たことについては、直接的な因果関係は見出し難い。

2.3 中央官庁の集中の影響

東京に中央官庁が集中していることが、東京一極集中の大きな要因であるとする見解は多い。しかし、情報特性を考えてみると、官公庁の公表する情報は「公平性」が基本であり、特定の企業だけが知り得るとか特定の地域の者だけが先に知ることができる、というようなことは特殊な事情がない限りあり得ない。従って、そのことのために東京に大規模なオフィスを構えなければならない必然性はあまりない。

また、中央官庁は、公共事業の発注、物品・労務使役等の購入など巨額の官需の発注機関であるため、それらの受注をめぐる熾烈な情報競争も想定されるが、大部分が一般公開入札で、外国企業にも公平に門戸は開かれており、またそうしたオープンな競争に馴染まないものは随意契約で永続的・安定的な取引先が確保されていることなどを考えると、通常の定型的な営業活動の中の情報活動を越えるものはあまりないと言える。

一方、中央官庁は、法律や制度の新設・改廃の立案、許認可、行政指導、補助事業の指定等非常に強力・広範な権限を持っており、企業や地方自治体は申請、陳情、交渉などのために省庁に出向いて行かなければならない。しかし、企業や自治体が出向いて行くのは、当該案件が発生した都度であるため頻度としてはそれ程高くない。地方の企業であっても、担当者の出張で間に合う。従って、省庁への対応だけを目的とするような常設の事務所は、一般的に必要性は低いと言える。

ひとつの企業や自治体にとっては頻度が低くても、省庁との用務で来訪する人間の全体の数は膨大なものにのぼり、東京への人の流れとなるのであるが、こうしたことはいわば明治政府成立時から延々と続いてきた動きである。中央官庁の集中が、80年頃からの東京一極集中の直接的な原因だとするならば、その頃に社会的な影響力に何か大きな変化があったと見做さなければならないが、特段そうしたものは思い当たらない。

2.4 情報発信機能の集積の効果

情報発信機能の内容は、非常に多岐にわたっている。テレフォンサービスやビデオテックスなどによる情報提供サービス、例えば交通機関の空席情報、イベント情報、チケット情報のサービスなども情報発信機能と言える。また、データ通信、FAX、郵便等による事業所間・企業間の情報の送信も情報発信機能と言える。しかしこれらは、大部分が通常業務の範囲内のものであり、当事者間で取引が完結するものであるため、一極集中の原因となるような強い影響力を発揮するものとは考えられない。こうした枝葉末節の要素を切り落としてみると、情報発信機能＝マスコミという図式が成り立つ。

一般的にマスコミ産業というと、情報商品を制作し、各種メディアに乗せてそれを送出するテレビ・ラジオ局、新聞社、書籍・雑誌出版社などのメディア発信を業とするものだけを指す場合が多いが、コマーシャルや広告の依頼主である企業の広告宣伝部門、実際の制作を担う広告代理店、制作スタッフ、演技者（タレント、スポーツ選手、イベント参加者等）というような機関や個人（自営業者）が渾然一体となって成り立っている産業である。

一般に情報は、それを知る人が増えれば増える程その価値は減少する。マスコミは、その名のとおりに不特定多数を対象とした情報伝達であるから、マスコミの情報特性は、個々の情報の価値がほぼゼロであることである。しかし、マスコミが巨大な産業として成り立っているのは、消費者が積極的に直接的に（購読料、書籍・雑誌の購買代金として）支払ったり、間接的に（広告宣伝費が上乗せされた商品の購入として）支払うというかたちで、大きな需要があるからに他ならない。この理由は、ひとつにはマスコミで流される情報が、娯楽、教養といった情緒サービスとして消費されることと、もうひとつは消費者が商品を選択する際に、やはり何らかの判断材料としてマスコミ情報を使おうとすることを挙げることができる。そうした消費態度の代表的なものがブランド志向（有名品信奉）で、マスコミに出現する回数の多さや印象の強さによってメーカーや商品に対する信頼性を確信しようとする現象である。

一方で、価値観の多様化、ライフスタイルの個性化により消費者の選択が多様化しているために、単純な「流行」の社会現象も起きにくくな

っており、また企業の側でも、マスコミに対して振り向けられる資源は有限である。このような状況の中で、消費者に対する試行錯誤の働きかけを通して、商品やサービスを供給する側と消費者との間に共有される価値観を形成することが目指されている。現在では、「使い易さ優先」、「トレンドイ」、「値ごろ感」、「地球に優しい」というようなキーワードをもつ商品群がそうした傾向を反映したものであると考えられ、必ずしも明確な「流行のアイテム」は存在しないが、多くの商品が、同じ方向性をもったイメージによる訴求力の強化を狙いとする演出を行い、市場傾向の誘導を図ろうとするものであると言える。

このような「市場傾向の誘導」は、定型的な業務の中からは生まれてこない。マスコミや広告・宣伝担当部門だけではなく、色々な企業の営業、リサーチ、企画、開発などのさまざまなセクションの人間が係わり、市場ウォッチング、ライバル企業の動向分析、企業間の提携・協力、新技術・新製品に関する情報収集、意識的な情報リークなど、極めて接触密度の高い、非定型的な、いわゆる「掴み所のない」活動の中から生み出されるものである。

マスコミ、広告主企業、広告代理店などに対する企業サービスの市場は、極めて流動的であり、不安定、複雑である。それは、そこで取り引きされる財が、コピー、デザイン、タレント、アートというような、いわば個人の能力そのものであり、秩序ある組織的な市場形態にはなり難いことによっている。更に、その市場で求められるものは、目新しさ、奇抜さ、話題性などというものが主であるため、新しいものが求められることにより、新規参入も多くまた退出も多い。このような市場の特性から、主として個人ベースの人間関係の中で情報交換や商談が進められるため、既に集積のある都心にオフィスを構えることが必要になる。

情報発信機能の集積とも言うべき、マスコミ関連の企業や様々な人間で構成される巨大なサービス市場が、これまで見てきたように企業の中枢的なオフィス機能を吸引する力としてはたらく、東京一極集中の強力な駆動力になっている。このことは高度成長期以降、生産力主導からマーケティング主導へと方向転換した時期と、東京一極集中が顕著になってきた時期が大体同じであることから納得できる。

2.5 本社機能の移転を促す要因

前述のように、情報発信機能の集積が、企業のマーケティングにかかわる市場開発、商品開発、営業企画、広告宣伝というような戦略的部門の東京一極集中を促進する強力な要因となっている。しかしそれが、経営トップを含めたいわゆる本社機能までも移転させるような要因にまでなっているわけではない。それは、こうした業務では、その会社としての方針が決定されれば、当分の期間はそれに沿って進めるのが普通であり、業務を遂行する実働部隊と経営トップとが頻繁に折衝し、連携プレーをしなければならないような必要性があまりなく、オフィスが離れていても大きな支障が生じないためである。

しかし現実には、東京一極集中は、本社の移転、実質的な本社機能の移転という形をとって進んでいる。本社機能で対応するということは、経営トップを含めた最高の経営資源を投入することを意味する。そうすると、こうしたことが要求される業務があるはずであり、それは今や多くの企業で本業と並ぶ事業の柱となった「財テク」以外には考えられない。

財テクのための情報活動は、極めて厳しく困難なものである。例えば財テクの主要な手段である株式投資について見てみると、株式売買では、株価の変動状況とともに、投資対象企業の業績に関する見通しをもとに判断していかなければならない。しかし、自社の業績見通しでさえ掴めないと同様に、他社の業績の動向を推しはかることには、非常に大きな不確実性がつきまとう。従って、証券会社から提供される情報だけではなく、独自の人的ネットワークによって幅広く情報を収集・交換しなければならないし、更なる情報は刻々と更新される必要がある。少しの判断の遅れやミスが、重大な機会損失を招く場合があるからである。

こうした幅広い、高頻度かつリアルタイムの情報活動の必要性が増大したために、国内の企業の中核的機能に加えて外国企業の集積も大きい東京が圧倒的に優位になり、東京への吸引力を更に強めることになったと考えられる。

また、財テクの情報活動においては、経営トップ、管理者層、業務の直接担当者の各々のレベルでのものが不可欠である。また時々刻々変化する状況に対応した迅速な決定が求められるため、企業のトップから現

場の担当者までの間で臨機応変に情報交換などが必要となる。そのため、オフィスが離れていたのでは非常に不便なので、本社のオフィスが丸ごと移転することが最良の策として選択されることになる。

企業の財テク、金あまり現象、マネーゲームなどが一般化した時期と、東京一極集中が顕著になってきた時期とはほぼ同じであり、その時期、特に金融機能が東京圏に集中したことも、これらのことを裏付けるものと言えよう。

3. 情報分散の可能性

「良いものを作れば売れる」「真面目に本業に励む」というような従来からの経営スタイルとは異質の「低成長・不確実性の中での生き残り」という新たな状況に、いま世界の経済が直面していると言える。こうした背景から、マーケティング業務の情報活動、財テク業務の情報活動という、範囲の広い、密度の濃い、頻度の高い、かつ非定型な情報に関する業務が企業の浮沈にかかわる戦略的課題となったことが、80年頃から顕著になってきた東京一極集中の主たる要因である。

こうして東京に集中した戦略的情報部門は、「得体の知れない」複雑な相互依存関係で結ばれたコロニーが形成されることに最大の価値があるため、分散化する必然性は見出し難い。しかし、オフィスの中の業務は、このような戦略的情報業務を直接担当するものばかりではない。むしろ「工場的作業部門」とも言えるような研究開発業務、ソフトウェア開発業務、コンピュータ操作業務、見積・設計というような技術業務などの部門の方のウェイトが一般的には高い。工場的作業部門は、戦略的情報部門と常時一体不可分な連携を必要とするわけではなく、むしろ一定のマニュアル化された手順に沿って規則的に運営されることが望ましいセクションであると言える。従って、この両部門のオフィスが分離することは可能であり、東京圏においても、研究所や事務センター、電算センターなどを、都心を離れた比較的成本の低い場所にもっていくことが行われている。

工場的作業部門の中でも、特に研究開発、ソフトウェア開発、設計などの業務は、作業の内容が極めて知的・創造的なものであり、オフィス

環境や住環境はそれにふさわしいハイレベルなものが要求される。従って、地方圏の安い宅地、豊かな自然環境、ゆとりある雰囲気は、こうした業務のオフィスの立地を呼び込む大きな魅力になる。

しかし、企業の研究開発部門などの誘致にとって、交通の利便性の問題をはじめとして、地方圏はまだ多くの課題を抱えている。その中でも特に重大なネックとなるものは、情報基盤の整備の立ち遅れである。研究開発の業務に従事する者にとって、国の内外を問わず、専門書、専門雑誌、学会誌、学会発表論文、博士論文、紀要、各種機関の調査報告書、社内技術報、特許、セミナー・研究会などに関する情報は必須なものであるが、現在、このような情報が比較的整備されているのは、専門書店や専門図書館などのサービスが充実している東京だけと言っても過言ではない。地方では、これまでは専門的な学術情報に関するニーズが少なかったこともあり、県立図書館のレベルでもお寒い状況である。このような地方における情報過疎を克服するためには、総合的な学術情報サービスセンターと全国オンライン・ネットワークのサービス体勢の整備・充実を図っていくことが必要である。この地域情報基盤の整備の立ち遅れという阻害要因を取り除くことによって、知的生産部門の地方への分散化のメカニズムが本格的に働き始めるものと考えられる。

4. まとめ

現在、多くの地域で、情報機能の高度化を目的としたコンピュータ・システムの利用の高度化・ネットワーク化、通信網の整備、多様なメディアの活用、情報処理関連産業の振興、情報リテラシー向上のための人材教育等各種の「地域情報化政策」が進められている。地域の特性を踏まえた、地域の誘導指針と整合性のある情報化政策の推進は極めて重要である。それとともに、これまで見てきたように、地方分散化の動きを促進するためには、総合的な学術情報サービス機能の充実を図ることが緊急の課題である。

しかしこの総合的な学術情報サービスのシステムは、巨大なものと想定されることから、一つの自治体で手に負えるようなものではない。また全国のシステムが共通の仕様で統一されることが必要であり、「地方の視

点」で進められるべきものではなく、いわばグローバルな視点、国土全体の均衡ある発展といった視点から、中央官庁主導で展開されるべきものと考えられる。

[注]

- (1) 「首都圏整備計画」 1991年11月30日 総理府告示第23号
- (2) 安東誠一「地方の経済学」 (1990年) 日本経済新聞社 162頁
- (3) 前掲書 162頁
- (4) 前掲書 170頁
- (5) 経済企画庁「平成4年 地域経済レポート」 (1992年) 23頁
- (6) 経済企画庁「平成3年 国民生活白書」 (1991年) 88～89頁
- (7) 経済企画庁総合計画局「高度情報社会の業際展望」 (1987年) 1～2頁
- (8) 総務庁「事業所統計調査」によると東京圏の金融・保険業の事業所数の対全国シェアは、1978年32.8%から1989年34.3%と増加している。また日本銀行「都道府県別統計」によると、1989年における東京圏の預貯金残高、貸出残高、手形交換高の対全国シェアは、各々24.6%、37.6%、84.0%と圧倒的なものとなっている。

参考文献

- 大石 裕 「地域情報化」 (1992年) 世界思想社
吉田 寛 「地域産業論」 (1991年) 税務経理協会
廣松 毅・大平号声 「情報経済のマクロ分析」 (1990年) 東洋経済新報社
上田修一・倉田敬子 「情報の発生と伝達」 (1992年) 勁草書房
今井賢一 「情報ネットワーク社会の展開」 (1990年) 筑摩書房
月尾嘉男 「情報化時代のビジネス環境」 (1987年) NHK ブックス
野口 宏・貫 隆夫・須藤春夫 「現代情報ネットワーク論」 (1992年) ミネルヴァ書房
森 淳一・阪西哲雄・石坂浩彦・谷崎敏昭 「情報化経営」 (1992年) 嵯峨野書院
「地域の情報化の方策」 (1992年) 総合研究開発機構
「90年代の通産政策ビジョン」 (1990年) 通商産業省
「情報通信高度化ビジョン」 (1992年) 郵政省電気通信審議会
「平成4年版 経済白書」 (1992年) 経済企画庁

情報集中と分散のメカニズム

- 「平成4年版 通信白書」 (1992年) 郵政省
- 「平成4年版 科学技術白書」 (1992年) 科学技術庁
- 「平成4年版 首都圏白書」 (1992年) 国土庁

A Mechanism of Information Centralization and Decentralization

Fuminori KAWAMUKAI

Since the 1980's, overcentralization in Tokyo has made commuting and affordable housing worse. At the same time many of the local companies have transferred their head offices to Tokyo. It could weaken the local growth potential and autonomy and allow Tokyo excessive control over the nation.

The reasons behind the relocation to Tokyo is its easy accessibility to information. By analyzing the information-centralization mechanism, this paper proposes a theory and plan to decentralize and activate local governments.