

Title	市場機構と非市場機構の相互作用(<ホットイシュー> イノベーションを実現するためのマネジメント (6))
Author(s)	生貝, 直人; 金, 正勲
Citation	年次学術大会講演要旨集, 21: 747-750
Issue Date	2006-10-21
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10119/6512">http://hdl.handle.net/10119/6512</a>
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	一般論文

○生貝直人（慶應大DMC機構／東大学際情報学府），金 正勲（慶應大DMC機構）

### ■はじめに

デジタル化・ネットワーク化の進展にともない、従来の経済学が前提としてきた「資源の希少性」や「金銭的インセンティブ（ホモ・エコノミクス）」、「価格メカニズムによるコーディネーション<sup>1</sup>」といった性質を持たない、いわば「非市場」経済の領域がインターネット上を中心に増大している。

非市場経済の歴史はそもそも市場経済よりも古いものであり<sup>2</sup>、その市場経済との関係は、現実世界にもインターネットにも通用する問題である。しかし本研究では、（現実世界での例を重要なアナロジーとしてひきつつも）、インターネット、特に情報の価値生産を中心とした議論を行う。その理由は以下の2点があげられる。

①インターネットは、その技術的特性により非市場経済の活動をより行いやすいものになっている。

②インターネットの上で情報が市場メカニズムで機能することは、現実世界と比してきわめて難しい。そのため、情報価値生産のメカニズムの多くが半強制的に非市場経済に取り込まれることが多い。

その結果として、現在のインターネット上の価値生産プロセスは、その多くが市場経済と非市場経済の相互作用によって生まれている状況が観察される。非市場経済のメカニズム、そして市場経済との相互作用を理解することがより重要となる。

### ■市場と非市場

市場経済とはいうまでもなく、価格や経済的インセンティブによって機能する、主に新古典派経済学の分析対

象となる一般的な経済の市場メカニズムである。ここでは取引費用の低減を目的として生成される<sup>3</sup>市場のサブシステムとしての企業組織も市場経済に含むものとして議論を進める。

非市場経済とは、そのメカニズムが十分に解明されたとは言えないが、リナックスのオープンソース開発に代表されるような、価格に基づかない非金銭的なインセンティブによって機能する経済メカニズムである。これはシェアリングエコノミー（共有経済）やバザール方式<sup>4</sup>と呼ばれ、公文俊平は「知場」と名付けている<sup>5</sup>。また、従来「非市場」という言葉は、特に経済学の文脈の中では政府を指すものとして用いられることが多かったが、ここでは特に断りのない限り、シェアリングエコノミー<sup>6</sup>を示す。

### ■市場と非市場の相互作用

市場経済と非市場経済の相互関係は以下の5類型に分類され、それらの組み合わせによってインターネット上の表現行為とそれに基づく価値生産のシステムの多くは説明することができる。

#### 1型：相互独立型

それぞれの機構同士がメカニズムとして基本的に関係性を持たず、独自に機能するタイプ。（夜警国家の条件さえ「インターネット上に」整えば）市場経済は単独で機能し得るが、一方、非市場経済は特に物理的な要因により単独で機能し続けることは物理的に困難である

<sup>3</sup> Coase(1937)

<sup>4</sup> Raymond(1997)

<sup>5</sup> 公文(2004)

<sup>6</sup> Benkler(2006)

<sup>1</sup> Hayek(1945)

<sup>2</sup> Ronfelt(1996)

ため、成立条件は限定される。政府による出資で運営される組織、あるいは政府そのものと市場の関係がこれにあたる。

また、現実世界と異なりインターネット上では現状において夜警国家の条件（特に所有権の保護、およびそれに基づく価格メカニズム）が整いにくいいため、市場経済単独での成立も比較的困難である。

## 2型：兼業型

### ・2A型：兼業型A

単一の主体が市場経済により生活の原資を得つつ、それとは全く無関係に非市場経済に参加するタイプ。一般的な労働（製造業など）に従事する人間が政治的な言論に関するウェブサイト運営するなどの例がこれにあたる。インターネット上の匿名での活動はこれに該当しやすい。

### ・2B型：兼業型B

単一の主体が市場経済により生活の原資を得つつ、それと関係のある（あるいは関係のない）非市場経済に参加することによりみずからの評判等を高め（あるいは低め）、市場経済での活動にポジティブな（時にはネガティブな）影響を与えるタイプ。オープンソースソフトウェアの開発に参加することでプログラミング能力が認められ商業ソフトウェアベンダーに高給で雇われる例や、ウェブ上での文章がきっかけになり商業的媒体で執筆する仕事を獲得する例がこれにあたる。インターネット上の実名での活動はこれに該当しやすい。

## 3型：ソーシャルイノベーション型

非営利経済による活動＝システムの構築が「きっかけ」になり、そのシステムが後に市場機構（あるいは市場経済と非市場経済の他の相互作用メカニズム）に移り、継続的に運営されるタイプ。NPOの活動を「その仕組みが社会に根付くまでの過渡的な」役割と見ること、あるいは大学等によるビジネスモデルの構築と実践がこれにあたる。そのシステムの「きっかけ」は通常、なんらかの理由で市場経済単独によって作り出されることが原理的に困難である。

安富(2000)は貨幣システムを「一度動作し始めれば信

用の再生産によって継続的に機能するが、そのシステムが生成する瞬間には何らかの力が必要である」と説明しているが、その類型と考えることができる。市民革命による近代的民主主義システムの生成もこの類型にあたると考えられよう。

## 4型：バリューコンパイル型（特殊価値生成理論）

### ・4A型：バリューコンパイル型A

佐々木・北山が指摘するように、非市場経済によって生まれた編集価値や消費者の認知といったなんらかの価値をなんらかの主体（バリューコンパイラ）が金銭的価値に変換するタイプである<sup>7</sup>。リナックスの商業的利用や掲示板からのマーケティングデータの抽出などがこれにあたる。

### ・4B型：バリューコンパイル型B

いわゆるコミュニティ・アライアンス<sup>8</sup>型。バリューコンパイルによって生まれた金銭的価値を非市場経済に循環させることで、二つの機構が相互作用しながら継続的に機能する。リナックスの商業的利用で得た利益の一部を開発コミュニティに還元することや、グーグルのアドセンスによる広告価値の創出などがこれにあたる。

## 5型：片務型

### ・5A型：自発的片務型

いわゆる寄付型。市場経済からの寄付行為に基づき、非市場経済が作動するタイプ。営利企業の寄付による基金運営などがこれにあたる。より古典的にはパトロンと芸術家の関係。いわゆる「投げ銭」もここに含まれる。

寄付型が作動するためには、その非市場機構の活動が市場経済を含む広い社会に対して一定の価値を持つ、すなわち「社会的価値＝公共財としての性格」を持つ必要がある。社会的価値を含まない寄付行為やパトロン、投げ銭の場合、それはどちらかというところ一般の市場取引に近い性格を持つといえる。

また、意図せざる／意図した結果として、その行為が結果的に市場機構にポジティブな／ネガティブな影響

<sup>7</sup> 佐々木・北山(2000)

<sup>8</sup> 佐々木・北山(同上)

を返すことがある。

#### ・5B型：強制的片務型

市場機構が生み出した成果物の一部または全部が、なんらかの強制力あるいはアーキテクチャの不可避性によって非市場機構に供されるタイプ。商業的著作物のフェアユースや、インフラの所有者に対してネットワークの中立性を規制によって義務付ける例がこれにあたる。

また、意図せざる／意図した結果として、その行為が結果的に市場機構にポジティブな／ネガティブな影響を返すことがある。

#### ■単一の組織か、別個の組織か

市場経済と非市場経済の相互関係は、それぞれが別個の組織として作用することもあるが、単一の組織（企業等）が内包することも可能である。

たとえば非市場経済で生まれたイノベーションが市場機構に取り込まれる3型：ソーシャルイノベーション型では、以下の2つの類型が存在する。

①別個の組織：NPO で生まれた仕組みを営利企業が取り入れる

②単一の組織：業務外時間、あるいは制度的に「自由な活動」を行うことが義務付けられた時間内に生まれたイノベーションを本業に活用すること。Google の20パーセントルール<sup>9</sup>などがこれにあたる。ソニーではフェリカやロケーションフリー、CCD、アイボなどの多くの画期的イノベーションが業務時間外に生まれたという。

#### ■インセンティブ・知的財産

市場経済における主体のインセンティブは、新古典派経済学のパラダイムでは金銭的インセンティブとして単純化されている。それでは、非市場経済におけるインセンティブとは何か。

マズローは、人間のインセンティブ詳しく分析するために、人間の欲求を低次元から順に①生理的欲求、②安全の欲求、③社会的欲求、④自我欲求、⑤自己実現の欲

求、の5段階に分類するフレームワークを提唱し<sup>10</sup>、社会科学の領域で幅広く受け入れられている。また、現在の非市場経済の代表的存在である、リナックスの中心的開発者であるトーパルズは、マズローの欲求の5段階説を単純化し、「欲求の3段階説」を提唱している<sup>11</sup>。人生にとっての意義を低次元から順に① 生き延びること、②、社会秩序を保つこと（社会性、社会的に認められたい欲求）、③楽しむこと、の3つに分け、人間の欲求は①から③へと段階的に進化していくとし、リナックスの共同体系には③のエンジンが強く効いていると主張する。

トーパルズの主張するとおり、非市場経済のインセンティブには、楽しむこと、マズローでいうところの④承認の欲求および⑤自己実現の欲求が強く作用していることは間違いないだろう。しかし、メカニズムが継続的に機能するためには、どこかに物理的（金銭的）資源の供給源を確保しなければならない。これは先に述べた5類型を利用して行われることになる。

また、リナックスやクリエイティブ・コモンズの活動から見て取れるように、インターネット上の非市場経済は知的生産物に対して直接的な所有権を主張しないケースが多い。その理由のひとつは、不特定多数の主体が協業的に生産活動に参加するという非市場経済の特徴にとっては、強固な所有権を保有しないことにメリットがあるからである。

このような、知的財産を主張せずに非市場経済に参加しつつも、自ら経済的基盤を構築することは可能である。慶應大学湘南藤沢キャンパスでは、従来対価を得て販売していたケース教材にクリエイティブ・コモンズ<sup>12</sup>のライセンスを適用して自由な利用を認めつつも、商用利用に対しては課金を行うという二重構造のビジネスモデルを実践している<sup>13</sup>。これは上記5累計の中では、4B型：バリューコンパイル型Bとして位置づけられる。

#### ■コンテンツ政策へのインプリケーション

市場経済と非市場経済のインタラクションが特に重

<sup>9</sup> Google では、従業員の就業時間の20パーセントは本来の業務とは関係のない「自らがやりたい」研究を行い、成果をださなければならないという規則を採用している。

<sup>10</sup> Maslow(1954)

<sup>11</sup> Torvalds and Diamond(2001)

<sup>12</sup> <http://www.creativecommons.org/>

<sup>13</sup> <http://case.sfc.keio.ac.jp/>

要な分野として、音楽や映画、テレビ、マンガなどをふくむいわゆるコンテンツ産業がある。コンテンツ産業は、日本をはじめとする先進国の今後の高付加価値産業として政策的にも高い関心を集めているが、その理論的な理解、政策的手法の確立は、十分に行われているとはいえない状況にある。

コンテンツ政策が困難である理由としては、主に以下の2点が存在すると考えられる。

①従来の「文化政策」との相違：現在のコンテンツ政策は、従来の文化政策の枠組みとの分類を図ることが十分にできていない。特に日本における文化政策の主眼は「伝統的文化を守り、後世に残していく」というものであり、新しい産業を育て、国際競争力を発揮していくことが重要なコンテンツ政策とはかならずしも政策目標が一致しない。

②従来の「産業政策」との相違：コンテンツ産業を対象とした政策は、従来の市場的メカニズムのみを対象とするのではなく、文化的な創造性や人間の感情、楽しさなど、「非市場」的なメカニズムを考慮したものでなくてはならない。

特に②にかんして、本稿でこれまで議論してきたような非市場メカニズム、そして市場と非市場の相互作用を包含した政策を設計し、実行していくことは、今後のコンテンツ産業の大きな課題である。

たとえば日本のコンテンツ産業には、コミックマーケットなどで売買される、有名作品のパロディを中心としたいわゆる同人誌が、人材の育成や文化の発展に対して大きな役割を果たしていると言われる。同人誌の売買はもちろん金銭によって行われるものだが、そこに参加する作家たちの主要なインセンティブは作品への愛着、そして同人誌を作成し、販売することへの楽しみそのものである。

これらの取り組みは、必ずしも現行の著作権法を遵守したものではないものが多く、同人誌市場は「グレーマーケット」と呼ばれることもある。1998年に米国で著作権保護期間の延長が行われて以来、著作権保護の強化は世界的な趨勢になっており、日本においても現在著作者の死後50年である保護期間を70年間に延長するための準備が行われている。

しかし、市場経済への尊重を十分な前提とした上で、コンテンツ産業を支える「非市場」の役割をよく考慮した知的財産政策を進めていく必要があるだろう。林などが提唱する「柔軟な著作権制度<sup>14</sup>」の概念は、このような状況に対する解決のひとつの方途として考えることができるだろう。

#### ■参考文献

- ・ Benler, Y. (2006) "The Wealth of Networks : How Social Production Transforms Markets And Freedom", Yale University Press.
- ・ Coase, R. H. (1937) "The Nature of the Firm", *Economica*, ns, 4, November, 386-405.
- ・ Hayek, F. A. (1945) "The use of knowledge in society"
- ・ Maslow, A. (1954) "Motivation and personality", Harper and Row.
- ・ Raymond, E. (1997) "The Cathedral and the Bazaar", <http://www.catb.org/%7Eesr/writings/cathedral-bazaar/>
- ・ Ronfelt, D. (1996) "Tribes, Institutions, Market, Networks : A Framework about Societal Evolution", RAND.
- ・ Torvalds, L. and Diamond, D. (2001) "Just for Fun: The Story of an Accidental Revolutionary", HarperBusiness.
- ・ 公文俊平(2004)『情報社会学序説—ラストモダンの時代を生きる』NTT出版
- ・ 佐々木裕一、北山聡(2000)『リナックスはいかにしてビジネスになったか バリュー・コンパイル戦略』NTT出版
- ・ 林紘一郎(2003)「柔軟な著作権制度を目指して」画像電子学会招待講演予稿  
<http://www.rieti.go.jp/jp/events/03042101/pdf/hayashi.pdf>

<sup>14</sup> 林(2003)