

市場の実践論的アプローチ

A practice-based approach to market

矢 寺 顕 行

分野：経営組織論、経営戦略論

キーワード：市場の実践論的アプローチ、アクター・ネットワーク理論、エージェンシー

はじめに

本小論の目的は、市場を捉える枠組みの一つとして近年注目されている実践論的アプローチに関して、その理論的特徴と問題点を検討することにある。市場に関する研究は、経済学をはじめとして、経済社会学やそれらを応用した経営学において議論されるものであるが、実体として「市場」があることを前提として議論が始められる。市場を前提としておくことで、我々はその市場における行為者、取引の対象とされる財が何であるかを判断でき、議論を進めて行くことが可能となる。しかしながら、このように「市場」前提することによって、捉えられなくなる問題もある。それは、これまで取引されることのなかったものがいかに取引されるようになったのか、市場の参加者がどのようにしてあらわれ、彼らはどのようにしてそうした取引をする能力を持つのかといった問題である¹⁾。こうした市場における経済行為を捉える理論的枠組みとして、ここでは、市場の実践論的アプローチに注目し、上記の問題をどのように解決しようと試みたのか、その理論的特徴と問題点を整理する。次節では、市場を前提として捉える議論として経済学と経済社会

1) たしかに、経営学では、新しい市場をどのようにして創造するかという問題は議論されるが、多くの場合、新しい顧客ニーズを探し求め、それに応える価値を提供するといったマッチングの問題として捉えられている。ここでの問題は、取引主体として想定されている顧客は、どのようにして取引の主体となるのか、提供される価値はいかにして価値を持つのか、というものである。

学に焦点をあて、経済行為がどのように捉えられてきたかについて検討し、問題を明確化する。次に、第三節において市場の実践論的アプローチについて概観し、第四節では実践論的アプローチに対する批判としてMiller (2002)を検討する。最後に、実践論的アプローチに残された課題を述べる。

1. 市場の中の行為者像

新古典派経済学が想定する抽象的なモデルとしての市場の捉え方に対して、経済人モデルとして想定されている自己の利潤を最大化しようとする行為者像は、社会学、人類学など周辺分野からだけではなく、進化経済学や制度派経済学など経済学内部でも批判的な検討が加えられてきた。経済学において前提としておかれる行為者像に対して、社会的側面を加えて検討することで、現実の市場での行為を捉えようとしてきた領域として、経済社会学がある。特に、Granovetterを嚆矢とする「新しい経済社会学」と呼ばれるアプローチは、社会の中に位置づけられる経済的行為と捉えようとしてきた。

新しい経済社会学のアプローチは、経済学の過小社会化を批判する一方で、行為が文化や社会的規範に決定づけられるとする過剰社会化の両方の主張を、行為者を取り巻く具体的な社会関係を考慮していないという点で共通しているとして批判する。Granovetterはこれを原子化された個人と呼び、原子化された個人に対して、埋め込まれた個人を提唱する。埋め込みアプローチについては、さまざまな領域で応用され、認知、文化、構造、政治など、行為者の埋め込まれる先が多様に議論されてきた(渡辺, 2002; 2008)。

経済的行為における多様なあり方を捉える可能性の基礎を与えたという意味で、経済的行為における社会構造の影響を多様に議論しようとするGranovetterの新しい経済社会学という試みは成功しているといえる。しかしながら、この埋め込みアプローチにおいても、問題が指摘されている。中でも注目すべきは、埋め込みアプローチの多くが、社会構造による決定論的性格を持っていることである。例えば、社会関係の特徴としての弱い紐帯と転職活動の成否の関係(Granovetter, 1973)やネットワーク構造上の位置と

して、異なるネットワーク間を橋渡しする可能性を持つ位置、すなわち構造的空隙が起業の機会を与える（Burt, 1992）等、そこに位置する行為者のパフォーマンスを決定づける、という説明がなされている。この点が問題である理由は、新しい経済社会学という試みが、過剰社会化の問題として、批判していたはずのポイントだからである。Granovetterの試みを敷衍するならば、経済的動機を前提におき捉えるのでもなく、文化や社会的規範に条件づけられたものとして捉えるのでもなく、経済的行為がいかに行われているのかをそうした社会的要因との相互作用のもとで捉える視点が求められる。

図表 1 経済学と経済社会学

	経済学	経済社会学
分析単位	集合体	個人
行為者の捉え方	行為者は相互に関係をもたない	行為者は相互に関係をもつ 行為者はその関係に影響される 行為者は集団の一部である
経済行為の動機	経済的動機	経済的動機だけでなく、社交、是認、地位、社会的影響、勢力などの非経済的動機を重視
経済行為に対する制約	嗜好と、資源の需給関係によって制約される	経済行為は、資源のネットワークと社会構造（ネットワークと文化）によって制約される
社会と経済の関係	市場と経済が基本的な準拠点 社会は与件	経済は社会の不可欠な部分である 社会は常に基本的な準拠点である 経済は社会に埋め込まれている

出所) 渡辺, 2002, p. 4より。

2. 実践論的アプローチにおける経済行為

市場の実践的アプローチ (practice-based approach to market) とは、近年の社会科学における実践論的転回 (practice turn) の流れ (Schatzki, et al., 2001) を受けて、マーケティングの研究者がアクター・ネットワーク理論を応用しながら市場の捉え直しを図る研究である (Araujo, Kjellberg, and Spencer, 2008)²⁾。このアプローチの考え方を最初に提示したのは、Callon

2) この市場の実践論的アプローチについては、Marketing Theory, Vol. 7, No. 2において特集が組まれている。

(1998) であるとされるが (Araujo et al., 2008)、市場を捉えるための基本的な分析の枠組みが提示されたのは、Callon and Muniesa (2005) においてである。彼らのアプローチは、現実に行われている計算に注目することから始まる。計算に焦点を当てるのは、経済行為の中で計算という行為が中心的な役割を果たしていると考えられるためである。このことは、取引コスト理論を定式化した Williamson も計算がその中心的問題であるとしている。Williamson (1975) は、新古典派経済学が有用ではあるものの高度に抽象的であるとして、「限定された合理性」、「機会主義」といった「人間の諸要因」をその理論の中心的な概念として位置付けると同時に、計算について、「経済学的なアプローチ、また関連する社会科学の進展において前提条件である」(Williamson, 1993, p. 456) と述べている。

これに対して、アクター・ネットワーク理論に基づいて計算の問題を捉えようとする Callon (1998) は、市場や経済現象の問題における計算の問題の重要性に関しては同意する一方で、計算する能力が個人に内在するという考え方を批判する。Williamson 自身は新古典派経済学を、人間の諸要因を導入することによって問題の解決を図ろうとしたが、人は本来的に計算するのだという前提だけは、新古典派を引きついでいる。そのことで、なぜ人々は計算を行うことができるのかといった問題は考察の対象からはずれ、実際に観察される計算行為の多様性と市場に適用された計算を説明することができない。他方、先に指摘したように、社会学的な研究の多くは、背後にある文化や伝統に基礎づけることによって、計算的行為そのものを説明するものではなくっている。こうした問題は、Granovetter が指摘した、「原子化された個人」と同様の問題であるが、これを克服するために、Callon and Muniesa (2005) は計算概念の捉え直ししていくのである。

彼らによれば、計算は次の3段階のプロセスとして捉えられる。第一は「分離」である。無限にあるモノの中からあるモノが選択の対象となるのは、それが他のものと分離されるからである。つまり、分離は対象化(objectification)のプロセスである。第二に、分離されたものはある特定のルールや指標と関

係づけられ、整理されることによって、比較可能となり、一つのモノを選択することが可能となる。最後に、モノは数字や表などの「新たな実体」として生成されることで、計算は実行される。

たとえば、Cochoy (2008) はスーパーマーケットにおいてショッピングカートが一つの計算空間であると捉える。すなわち、モノがカートに入れられることで他のものと分離される。そして、分離されることによって見積もりを立てることが可能となる。ただし、ここではまだモノは商品棚から取り上げられただけであって、価格による計量的な計算ではなく、カートに入っているモノの量によって計算が行われる。このモノは計算機と関係づけられることによって数量的な計算が行われる。

このようにプロセスとして計算を捉え直すと、新古典派経済学が想定した、他から切り離された純粋な個人の行為としての計算という捉え方は否定される。計算は、上記のプロセスを可能にする人やモノを動員することで初めて可能になる行為として捉えられる。彼らは計算する能力が、こうした人やモノに分散していると捉え、分散された計算的エージェンシー (distributed calculative agencies) と呼ぶ。分散された計算的エージェンシーという概念が強調する点は、こうした能力が個人に内在するものではなく、また社会構造によって制約されるものでもない、人やモノと関係付けられることによる効果であるという点である。関係的な効果としてのエージェンシーは、それを成り立たせている人とモノの配置 (arrangement) の編成 (configuration) によって多様でありえ、それが変化すればそのエージェンシーも変化する、という動的な捉え方を可能にする。

上述のように計算は個人に内在する能力ではなく、様々な人やモノに分散されており、計算能力自体はそれらのネットワークとして捉えられる。こういった捉え方は同時に市場に関する見方も示している。市場自体については、それを取り扱っていると考えられる経済学においても、市場は明確に定義されたものではなく、あいまいに捉えられてきたことが指摘されている (Hodgson, 1988)。Williamson (1975) が「私は、説明の便宜上、「はじめに

市場があった」ということを仮定する」(邦訳P. 35)と明言しているように、取引コスト理論においては、市場がすでにあることが前提とされる。彼がここで市場とっているのは、標準的な経済学がさす完全競争市場である(浅沼, 1990)。

実践論的アプローチによれば、このようにアприオリに実体として市場があるという想定することを避けられる。市場についてCallonらは、計算を可能にするために用いられるモノを市場装置 (market device) と呼び、市場はこういった装置の集合体として捉えられる (Callon and Muniesa, 2005; Muniesa, Millo, and Callon, 2007)。このようにとらえることによって、「計算する個人」と「市場」という二項対立は退けられ、計算を可能にしているもの(装置)の集合体として市場を捉えるという一つの問題となる。

計算のとらえなおしを通じて市場概念を多様な人やモノの集合として定義することによって、市場それ自体の生成を分析することが可能となる。すなわち、市場がどのように成立するのかといった問題に対して、ある特殊な製品の登場や特別なアイデアをもった企業者に基礎づけることを避けながら、市場それ自体を分析の対象とすることが可能となるのである。これまでの市場の分析は、ある市場を前提として起き、その市場で活動するとみられる企業や消費者をその分析の対象としてきた。これに対して市場の実践論的アプローチにおける市場の分析は、彼らの行動それ自体も計算する能力と同様に、様々なモノの配置として捉えられる。そのことは同時に、市場を捉える、すなわち多様にある市場装置の配置を捉えるということである。そしてここで市場の成立や変化は、それを構成する具体的な人・モノの配置の生成と変化のプロセスとして捉えられる。

また、このプロセスにおいては、市場を対象にしていた経済学それ自体や経営学、マーケティングといったアカデミックなものでさえも動員される。経済学がおこなってきた市場の抽象化は、現実を映し出すものではなく、そうした理論に基づいて、人・モノが配置することを可能にする。つまり、経済学理論は計算を可能にする装置の一つとなる。こうした問題は理論の遂行

性 (performativity) として金融理論 (MacKenzie, Muniesa, and Sui, 2007 ; MacKenzie, 2009 ; 城田, 2013) やマーケティング (Kjellberg and Helgesson, 2006) の領域で経験的研究が進められている。

3. 経済行為の多様性

実践論的アプローチは計算概念を捉え直すことによって、こうした計算という経済行為は、個人に内在するものではなく、また社会構造によって制約されるものでもなく、行為自体を可能にしているさまざまな人とモノの関係的な効果としての、計算的エージェンシーとして捉えられる。しかしながら、Callonらのアプローチは、経済学的な計算的行為に注目することによって、自身の分析枠組みを矮小化させてしまっており、経済学の想定する経済人モデルを追認している (Miller, 2002; Slater, 2002) という批判がある。実際に、経済行為の全てが必ずしも純粋に経済的な合理性を目的とした計算のみによって行われるとは限らない。

Miller (2002) は、Callon (1998) において計算する個人自体を容認していることを批判する。Callonの主張は、どのようにして新古典派経済学によって示された形式的に合理的な行動としての計算が可能になるのかを問題にした。経済学的な想定は批判しながらも、そうした抽象化は市場の装置のひとつとなり、人・モノの配置によって遂行的に現実のものとなる。しかし、この合理的な行動は経済社会学や人類学によって批判されてきたものでもある。MillerはCallonが示した分析枠組みと計算の多様性については認めているが、経済学的計算に基づくかぎり、その多様性を捉えきれないと指摘する。たとえば、贈与交換や非市場的交換においては、経済学が想定する経済的計算では捉えられない、より複雑なものとなるからである。

しかし、実践論的アプローチの特徴としてある人・モノを関係的な効果としてみるという視点は、計算を捉えるだけのものではない。計算をプロセスとして捉えることは、純粋な数値の計算 (quantitative of calculation) から質的な判断 (qualitative judgment) までも含めたものでもある。さらに、

経済学の遂行性の議論では、経済学の想定するモデルが必ずしも、その理論の通りに実現するものではなく、不確実なものであるとされる。そのため、抽象的なモデルは配置によって達成されるが、その配置をデザインするには、戦略的・政治的な活動が必要となる。たとえば、Callon (2009) では、排出権市場の形成において、利害関係者を動員するための活動が必要なことが述べられている。二酸化炭素は、そもそも市場が成立するまで取引される財としては存在していなかったが、地球温暖化などの環境問題が社会的・政治的に注目され、様々な利害関係者がこの問題に巻き込まれていく。さらに大気中に存在している二酸化炭素を計測する方法が形成されその量を数値に置き換えることができるようになる。二酸化炭素が測定可能になり、また多くの利害関係者がそれを取引すべきものであることを正当であるとしてはじめ、二酸化炭素の排出権を取引する市場が成立する。

経済的行為が計算だけにとどまらないことは、Kjellberg and Helgesson (2006) においても明らかにされている。彼らによれば、市場は個人の取引を可能にする交換の実践と市場での行為に関わる規範とルールを形成する標準化の実践、特定の生産市場の構造と作用を具象化する実践という互いに関係する三つの実践によって構成される。これら三つの活動それぞれに、消費者、トレーダー、生産者等、多様な関係者が参加し、それぞれの実践を行う。

このように、実践論的アプローチの理論的基盤であるアクターネットワーク理論を市場の分析に応用したCallonの分析、特に経済学の遂行性という側面については、経済活動を計算する実践として捉えるために批判されるが、関係的にエージェンシーを捉えていくという視点自体は、多様な経済活動の分析に応用できるものである。

4. むすびにかえて

経済行為を個人に内在する能力とするのではなく、様々なものに分散して存在すると捉えることは、個人の能力がモノによって支えられているということではなく、そのモノの配置を捉えるということである。同時にそのよう

な布置は、集合的な装置としての市場という捉え方を導くのだが、この考え方は、マクロな環境としての市場という考え方も退けることになる。これによって、経済行為がいかにして可能となっているのかという問題を捉えることができる。

実践論的アプローチの特徴は、関係的視点と、遂行性の議論を含めれば、理論と実践の関係を捉え直す視点でもある。こうした視点は未だ発展途上であり、課題もある。一つは、遂行性についてである。理論の遂行性に関しては、金融理論やマーケティングの領域で経験的研究が進められているが、市場を捉えるにあたっては、戦略論や組織論、人的資源管理といった他の分野の理論の動員についても考える必要がある。

第二は、これまで個人に内在するとされてきた経済活動の意図や動機についての扱い方である。上述のように実践論的アプローチにおいては、エージェンシーは人・モノの関係的な効果として捉えられる。したがって、エージェンシーを捉えようとするならば、その具体的な人・モノの配置を分析して行くこととなるが、計算的、戦略的、政治的な行為の意図や動機を捉えにくい。実践論的アプローチはアクター・ネットワーク理論をその理論的基盤として持っている。青山(2008)によれば、アクター・ネットワーク理論におけるエージェンシーの捉え方には、誰が、いつそれを定義するのかについて問題を抱えていると指摘する。エージェンシーは具体的な人・モノの配置との関係として捉えることができるが、それをどの位置から捉えるかで内容も異なってくる。また、関係的な効果として捉えるため、エージェンシーは事後的に分析される。そのため、行為の理由、意図や動機は問われることがない(青山, 2008, p. 133)。

実践的アプローチの視点からすれば、当然ながら意図や動機を個人に内在させることはできない。したがって、関係的に捉えるという視点から、意図や動機を説明する枠組みを検討して行く必要がある。この点について、青山(2008)は、事前と事後のエージェンシーを合わせて考えて行くという可能性を提示している。ただ、人・モノと配置は不断に変化するプロセスとして

捉えられるため、事前・事後の判断もまた、それを観察するものの位置に依存することになる。行為の動機や意図の問題について関係的に捉える視点については、今後さらに検討して行く必要がある。

参考文献

- 青山征彦 (2008) 「人間と物質のエージェントをどう理解するか：エージェントをめぐって (2)」駿河台大学論叢, 第37号。
- 浅沼萬里 (1990) 「現代の産業システムと情報ネットワーク—市場概念の再構築を目指して—」経済論叢, Vol. 146, No. 1, pp74-96.
- Araujo, L., Kjellberg, H. and Spencer, R. (2008) “Market Practices and Forms: Introduction to the Special Issue.” *Marketing Theory*, Vol. 8, No. 2, pp. 5-14.
- Burt,R.S. (1992) *Structural Holes:The Social Structure of Competition*,Harvard University Press. (安田雪訳『競争の社会的構造：構造的空隙の理論』新曜社,2006)
- Callon, M. (1998) *The Law of the Markets*, Blackwell.
- Callon, M. (2009) “Civilizing Markets: Carbon Trading Between In Vitro and InVivo Experiments.” *Accounting, Organization and Society*, Vol. 34, pp. 535-548.
- Callon, M. and Muniesa, F. (2005) , “Economic Markets as Calculative Collective Devices.” *Organization Studies*, Vol. 28. No. 8, pp. 1229 -1250.
- Cochoy, F. (2008) “Calculation, Qualculation, Calculation: Shopping Cart Arithmetic, Equipped Cognition and Clustered Consumer.” *Marketing Theory*, Vol. 8, No. 1, pp. 15-44.
- Granovetter,M. (1973) “The Strength of Weak Ties.” *American Journal of Sociology*, Vol. 78, pp. 1360-1380.
- Granovetter, M. (1985) “Economic Action and Social Structure: A Theory of Embeddedness.” *American Journal of Sociology*, Vol. 91, pp. 481-510.
- MacKenzie, D. (2009) *Material Markets: How Economic Agents are Constructed*, Oxford University Press. (岡本紀明訳『金融市場の社会学』流通経済大学出版社, 2013)
- MacKenzie, D., Muniesa, F. and Sui, L. eds. (2007) *Economists Make Markets? :On the Performativity of Economics*, Princeton University Press.
- Muniesa, F., Millo, Y., and Callon, M., (2007) “An Introduction to Market Devices.” , Callon, M., Millo, Y., and Muniesa, F. (eds.) *Market Devices*, Blackwell, pp. 1-12.
- Hodgson, G. M. (1988) *Economics and Institutions: A Manifesto for a Modern Institutional Economics*, Polity Press. (八木紀一郎, 橋本昭一, 家本博一, 中矢俊博訳『現代制度派経済学宣言』名古屋大学出版社, 1997)
- Kjellberg, H. and Helgesson, C. (2006) “Multiple version of markets: Multiplicity and performativity in market practice.” , *Industrial Marketing Management*, Vol. 35, pp. 839-855.
- Miller, D. (2002) “Turning Callon the Right Way up.” *Economy and Society*, Vol. 31, No. 2, pp. 218-233.
- Muniesa, F., Millo, Y., and Callon, M., (2007) “An Introduction to Market Devices.” ,

- Callon, M., Millo, Y., and Muniesa, F. (eds.) (2007) *Market Devices*, Blackwell, pp. 1-12.
- Schatzki, T., Knorr Cetina, K. and Savigny, E. (eds.) (2001) *The Practice Turn in Contemporary Theory*, London: Routledge.
- 城田剛 (2013) 「アレンジメントの異なる計算空間における金融理論の働き：新銀行東京のケース」日本情報経営学会誌, Vol. 33, No. 4, pp. 40-52.
- Slater, D. (2002) "From Calculation to Alienation: Disentangling Economic Abstractions." *Economy and Society*, Vol. 31, No. 2, pp. 234-249.
- 渡辺深 (2002) 『経済社会学のすすめ』八千代出版.
- 渡辺深 (2008) 『新しい経済社会学：日本の経済現象の社会学的分析』上智大学出版.
- Williamson, O. E. (1975) , *Markets and Hierarchies*, The Free Press. (浅沼万里・岩崎晃訳『市場と企業組織』日本評論社、1980)
- Williamson, O. E. (1993) , "Calculativeness, Trust, and Economic Organization" , *The Journal of Law and Economics*, Vol. 36, pp. 453-486.

