

1. 本論文の構成

- 第一章 序説
 - 第一節 研究の背景
 - 第二節 研究の問いかけと理論的なアプローチ
 - 第三節 研究の貢献
 - 第四節 各章の構成
- 第二章 文献レビュー
 - 第一節 電子市場における研究レビュー
 - 第二節 市場制度における研究レビュー
 - 第三節 制度変化における研究レビュー
- 第三章 分析の枠組みと研究方法
 - 第一節 制度変化の起源: 主体の行為と環境の変化
 - 第二節 社会制度: 制度的なアレンジとガバナンス・システム
 - 第三節 研究の方法
- 第四章 アメリカ航空産業における電子市場の発展の歴史
 - 第一節 業界共同システムとしての JICRS開発の試み(1972-)
 - 第二節 大手航空会社の主導によるCRSの発展(1976-)
 - 第三節 CRSにおける政府規制と限界(1984-)
 - 第四節 PCターミナルにおける技術可能性の政治的な構成(1992-)
 - 第五節 インターネット技術、インターネット上での電子市場、Orbitzの登場(1996-)
 - 第六節 市場ガバナンスの復活(2004-)
- 第五章 事例の分析
 - 第一節 事例の分析
 - 第二節 ガバナンスの政治的な構成
 - 第三節 技術革新とガバナンス
 - 第四節 ガバナンス・メカニズムの長所と短所
- 第六章 結論とインプリケーション
 - 第一節 制度変化、ガバナンス・システム、技術革新、政治的な構成
 - 第二節 市場制度の研究における貢献
 - 第三節 電子市場の研究における貢献
 - 第四節 研究の限界と今後の課題

2. 本論文の目的と主張(第一章)

本論文の目的は、アメリカ航空産業で発展してきたコンピュータ予約システム(CRS: Computer Reservation System)を題材に、制度としての業界電子市場の生成と変化のメカニズムを明らかにすることである。

情報通信技術による電子市場は、企業間の取引活動のあり方を大きく変える可能性を潜めている。しかし、電子市場の技術可能性が大きいからといって、そこでの取引の効率性が自動的に約束されているわけではない。電子市場は公共財的な(Collective Goods)特性が強い。また、その開発と運営は、費用の分担、情報の安全性、取引手順の決め方などの複雑な問題を抱えている。市場は一連の制度的なアレンジに支えられ、取引の効率性を左右していく。そうした市場制度はどのように形成されるのだろうか。そしてどのようなメカニズムによって変化していくのだろうか。これが本稿の問いかけである。

制度とは経済活動を司るルールであり、なかなか変化しにくい特性をもつ。従って、制度の生成と変化についての的確な説明は、長い間制度研究者たちの宿題であった。本論は最近の研究を踏まえながら、市場制度の形成と変化のメカニズムとして「ガバナンス」に着目する。これは基本的にCampbell, Hollingsworth, Lindberg(1991)が産業のあり方を分析するために提唱した分析の枠組みを援用するものである。

ガバナンスとは、一般には「社会的秩序」を意味するが、本論文の文脈でいえば「様々な経済主体間で資源の希少性と情報の複雑性をめぐる活動を組織化し、調整する制度化されたプロセス」を意味する。このうち、企業(ヒエラルキー)、市場、政府、連合、企業間ネットワークなど特定の仕組みをガバナンス・メカニズムといい、そうしたガバナンス・メカニズムが複数集まって構成されるものをガバナンス・システムと呼ぶ。

本論文が明らかにしようとする市場制度の変化のメカニズムをひとことでは、*「さまざまな主体が現行の市場制度に異なる利害を持ち、不満を持つ主体が、電子市場取引に関わる技術革新などの環境の変化をきっかけにしながら、市場制度のあり方を左右するガバナンス・システムに働きかけることで市場制度を変えていく」というものである。*

本論文は実証分析の題材として、アメリカの航空産業で発展した業界電子市場の歴史をとりあげる。アメリカの航空会社と旅行代理店間で構築されたCRSは、最も早い時期に形成された業界電子市場である。これまでのCRSの研究は、電子市場の技術的な可能性を強調したり、発展の一時期のみをとりあげて研究したり

する断片的なものが主であった。これに対して、本論文は、アメリカ航空産業電子市場の40年間の歴史を一貫した枠組みで説明する。その発展過程と背後にある生成のメカニズムを解明することは、昨今注目されている電子市場の可能性と特徴を理解する上でも貴重な貢献となるだろう。

本論文が試みる制度変化に対するガバナンスの説明は、広くは制度変化の研究に位置しながら市場制度の研究、ガバナンスの研究、電子市場研究などの幅広い領域に対する学術的貢献を提供する。

3. 文献レビュー(第二章)

「電子市場に関する研究」には主に二つのカテゴリが存在する。まず、取引コスト論に基づく研究は、電子市場が取引相手の検索、取引の交渉、契約、モニターリングなど一連の取引過程を電子化することで、コスト削減が可能となることはもちろんのこと、需要変化へ素早い対応を可能とすると予測する。もう一つのカテゴリは、電子市場の戦略的な意味合いを探る。電子市場の運営にはネットワーク外部性、システム・ロックイン、規模と範囲の経済などが生じ、それから得られる戦略的な便益を収めるためには、先行の戦略をとることが肝心である主張する。

確かに、新しい情報通信技術が企業間取引にもたらす技術可能性や戦略的な意味合いは大きい。しかし、公共財である電子市場では利害が異なる多数の企業が絡み合い、その可能性や便益が取引参加者皆に平等に保証されることはない。従って、電子市場の運営をめぐる複雑かつ厄介な力学の問題に目を向ける必要が生じる。

既存の「市場制度に対する研究」は、「市場とは一連の社会的な制度であり、経済効率性に大きく影響する」という大前提には同意する。しかし、市場制度がどう生成され変化するかという質問に対しては、異なるメカニズムを主張している。

まず、CoaseやWilliamsonやNorthを中心とする新制度主義経済学は、市場制度はそれから便益を見込む者が提供すると前提する。新制度主義経済学は市場制度の実証的な研究や歴史研究に大きく貢献し、中世ドイツの地域市場、中世ヨーロッパの長距離貿易、先進国の株式取引所などを分析している。一方、Hodgsonを中心とする旧制度主義経済学は、新制度主義経済学が強調する明示的な市場制度より、社会の中で長く根ざしながら商取引を支える慣わし、社会的な規範、習慣などの重要性を強調する。最後に、市場制度における政治的なアプローチでは、市場制度の生成と変化における政府の役割と、市場の安定化を導く大手企業間の連帯を強調する。市場づくりは国づくりの一環であり、既存企業は連帯することで市場の安定性を図ると論じる。

以上の三つの視座は、異なる理論的なアプローチを取りながら競合する。しかし、現実の市場は、複雑かつ多様な起源を持つ制度的なアレンジで構成される。その複雑な起源を体系的に説明するためには、既存の視座を補完的な関係で調和させる必要がある。

そもそも「制度変化に対する研究」は、市場制度の問題に限らず、長い間制度研究の大きな宿題とみなされており、最近になって大きな発展が見られる。Dacin, Goodstein, Scott (2002)は、最近の制度変化の研究の流れを、まず三つのカテゴリに整理し、新しい方向性として第四のカテゴリを提示している。

第一のカテゴリは、制度変化の原因として、既存の制度の機能的な限界、技術革新、政治的な圧力、社会的な圧力などの環境変化に着目する。第二のカテゴリは、ある制度に関連する主体間の利害関係、制度変化を担う主体の役割、社会的な正当性などに焦点を当てながら、制度の変化や普及などを説明する。第三のカテゴリは、制度変化をプロセスとして読み取りながら分析する。ここでは制度変化の過程を、制度、主体、社会的な意味(Social Meanings)の間で起きる「弁証論的な相互作用」としてとらえる。最後のカテゴリは、研究の新しい方向性として、社会を構成する制度において「レベル」間の違いと変化のメカニズムに注目する。社会制度には、産業のレベルからミクロな現業のレベルまでの様々なレベルが存在し、上位のものが下位にある制度の在り方に影響する。

本論文では、制度変化を説明する新しい研究の方向性として、制度におけるレベル間の違いに着目する。本論文は既存の研究の成果を踏まえながら、ガバナンスによる制度変化を説明する。

4. 分析の枠組みと研究方法(第三章)

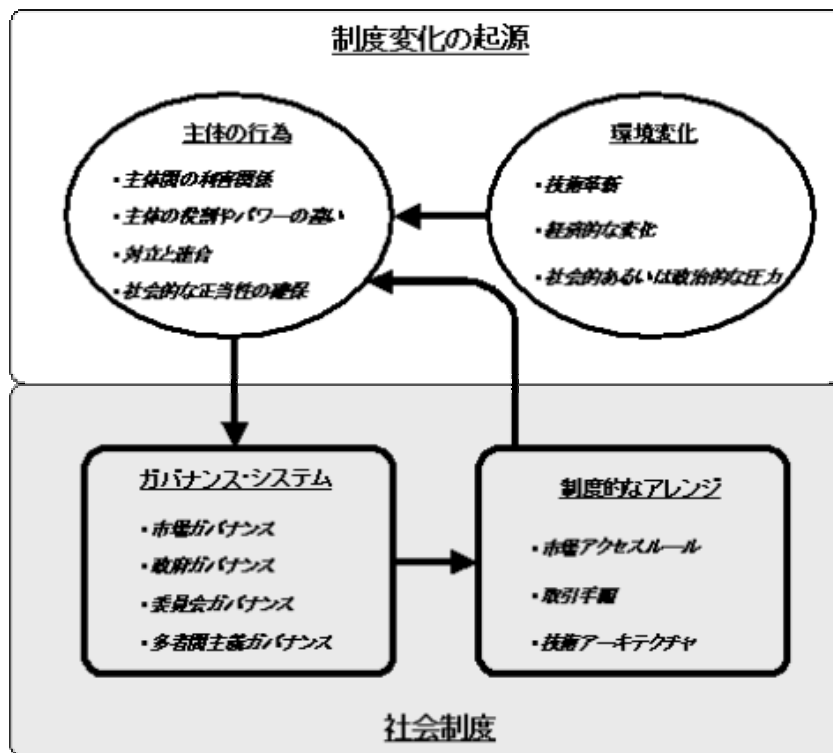
4.1. 分析の枠組み

本論文の分析の枠組みは図1のようにあらわされる。この枠組みでは、既存の制度変化の研究を踏まえながら、まず、制度変化の起源として「環境変化」と「主体の行為」に着目する。技術革新、経済変化、社会的あるいは政治的な圧力などの環境変化は制度変化のきっかけを提供する。しかし、制度変化の担い手はあくまでも現行の制度に不満を抱くあるいはそれを変えることから便益を見込む主体である。主体は複雑な利害関係の中で、異なる役割とパワーを持つ。制度の変革に臨む主体は時には対立したり連合を組んだりして変化の過程を有利に導こうとする。その試みの中で社会的な正当性が確保できる者は有利な立場に立つ。

社会制度には多様なレベルが存在し、より高いレベルの制度である「ガバナンス・システム」は現業レベルにおける「制度的なアレンジ」のあり方を左右する。ガバナンスとは経済活動に携わる多様な主体を組織し調整する制度化されたプロセスであり、経済活動における資源配分と情報の複雑性の問題を解決するメカニズムとして定義する。各ガバナンス・システムはことなる組織化の原理(Organizing Principles)で作用しながら、制度的なアレンジを特徴付ける。

ガバナンス・システムが機能不全に陥ると、制度的なアレンジをめぐる利害衝突を起こしたり、社会的な正当性が失われたりして、変化への圧力が高まる。現行の制度的なアレンジにおける不満を抱く主体は、それを見直すためにガバナンス・システムに働きかける。上位レベルにあるガバナンス・システムの変化が制度的なアレンジの変化を導くことになる。

図1. 分析の枠組み



電子市場を構成する「制度的なアレンジ」は、市場アクセス・ルール、取引の手順、技術アーキテクチャなどを意味する。市場アクセス・ルールは、「取引参加者の資格、参加の条件、システム利用や取引費用」などを指す。取引手順は、「取引プロセスの順序、取引情報の収集と処理のアルゴリズム、情報表示の仕方」などを意味し、実際の電子商取引のプロセスを司る。最後に、電子市場の技術アーキテクチャとは「システムを成す技術サブ・システムや構成要素間の結び方」であり、単に情報通信技術の内在的な技術ロジックのみで決まるものではなく、社会的かつ政治的に構成される。

本論文は電子市場の形成のプロセスに深く関わるガバナンス・メカニズムとして、「市場ガバナンス(Market Governance)」や「政府ガバナンス(State Governance)」、また連合ガバナンス(Association Governance)のバリエーションである「委員会ガバナンス(Committee Governance)」と「多者間主義ガバナンス(Multilateral Governance)」に着目する。現実には、それぞれのガバナンス・メカニズムには弱点があることから、それらの弱点を補うために、複数のメカニズムが結合して一つのシステムに発展する。それをガバナンス・システムという。例えば、市場原理のもとで自由な競争により生産されるある財やサービスに独占の問題が生じると、政府が規制を設けて独占の弊害を直すことができる。

電子市場にかかわるガバナンス・メカニズムには、それぞれ次のような特徴がある。

「市場ガバナンス」:市場ガバナンスのもとでは、ある財やサービスの需要と供給が自由競争と価格メカニズムによってコントロールされる。市場競争の中で、財やサービスの生産は、それから利益を見込む者が、その初期投資費用やリスクを負いながら自由に行う。市場ガバナンスが機能するためには参加者の数が肝心であり、競争状況こそが財やサービスの価格や取引条件を決めていく。市場ガバナンスの効率性は競争レベルによって左右される。現実には完全競争の可能性は頻りに狭められ、寡占や独占状況が生じる。

「政府ガバナンス」:政府ガバナンスは、自らが行為者であると同時に政治的に制度化された官僚構造でもある。政府は、経済の根幹になるものの、民間の力だけでは十分な供給が足りない公共財を提供する役割を果たす。また、政府は民間における他のガバナンス・メカニズムの正当性を強化したり制約したりする役割を果たす。例えば、カルテルのような“不正な”連合が市場競争を妨げると、政府は規制で弊害を直す役割を果たす。つまり、政府は他のガバナンス・メカニズムより上に立ち、その調整を行う役割も担う。

「委員会ガバナンス」:連合ガバナンスの一種である委員会は、重要な問題に対する意思決定を、特定の個人あるいは企業に託さず、グループで決めるガバナンス・メカニズムである。一般的に、参加者は一者一票の議決権を有し参加者間のコンセンサスを追求する。参加者は他の参加者のポジションを認識し、交渉と協議を通じて互いの利害と活動を調整していく。委員会は比較的開放的な構造で広い範囲の参加者を前提する。例えば、委員会は業界の技術標準などを決める過程によく使われる。

「多者間主義ガバナンス」:元々国際政治学から由来した多者間主義ガバナンスは、三者以上の敵対する主体(主権国家)が、公共財生産などの共通の問題を解決するために考案したガバナンス形態である。メンバー間で差別をなくし共通便益を追求する。代表的な例としては、GATT(General Agreement on Tariff and Trade)などが採用した最恵国待遇条項(MFN: Most Favored Nation)が挙げられる。多者間主義では、不可分原則(Indivisibility)、一般ルール原則(General Principles of Conduct)、拡散した相互主義(Diffuse Reciprocity)などの原則が堅持され、パワーが異なる主体間の差別を取り除き長期的な共同便益を追求する。

4. 2. 研究の方法

本論文の実証分析は、アメリカ航空産業で発展してきた様々な電子市場の歴史を対象にする。事例分

析のために、CRSに関わる政策を作るために作成された公文書、アメリカの航空産業やトラベル産業の専門誌、情報通信技術の歴史的な研究が主なデータとして用いられる。特に、1984年から始まったCRS産業への政府規制の検討過程で生み出された、莫大な量の信頼性の高い業界関連資料を利用することができた。

5. アメリカ航空産業における電子市場の発展の歴史(第四章)

本章では、アメリカの航空産業における電子市場の発展の歴史を、電子市場を司るガバナンス・システムの変化に応じて六つのステージに分けて記述する。また、メインフレームからPCやインターネットに至る技術革新は、電子市場のガバナンスに変化を引き起こす重要なきっかけをもたらし、各ステージの転換において重要な役割を果たしている。

5. 1. 業界共同システムとしてのJICRS開発の試み(1972ー)

コンピュータ予約システム(Computer Reservation System)とは航空会社の座席販売や予約情報などを電子的に管理するシステムであり、アメリカン・エアライン(AA)がIBMと共同で開発した。その後、CRSは航空会社の社内だけでなく旅行代理店とも連結し、複数の企業間を結ぶ電子市場として発展した。旅行代理店におけるCRSの必要性が高まる中で、1972年に業界共同システムの建設が真剣に試みられた。旅行代理店の業界団体とシステム・プロバイダーが参加し、AAを中心とするプロジェクト・チームは、業界共同のシステム開発を(Joint Industry Computer Reservation System: JICRS)を委員会方式で進めた。

しかし、アメリカン・エアライン(AA)とユナイテッド・エアライン(UA)の対立関係がJICRSの試みに歯止めをかけた。UAは、一社一票の委員会式の意思決定ルールと顧客数によるコスト分担ルールに反対した。また、UAは、AAより進んだ自社システムの競争優位を共同システムがなくなってしまうことを懸念した。その上、JICRSは旅行代理店、システム・プロバイダー、航空会社という三つの異なるグループの利害が複雑に絡み合い、その調整が容易に進むことなく、1976年に失敗に終わってしまった。

5. 2. 大手航空会社の主導によるCRSの発展(1976ー)

共同システムの試みが失敗してから、CRSサービスは、AAのSabreやUAのApolloやTWAのPARSが中心になって提供され始め、これら複数のシステムの間で激しい競争が展開された。特に1978年の航空業界の規制緩和から、飛行ルートや航空券の価格が頻繁に変わるようになり、CRSと旅行代理店の重要性が高まった。システム間の競争が激しかった初期、CRSは他の航空会社に予約サービスを無料で提供する一方、旅行代理店にはコスト以下の条件でサービスを提供した。

しかし、CRS市場は様々な理由から急速に寡占状況に陥ってしまう。まず、AAのSabreとUAのApolloは親会社に後押しされ、他社より有利な条件で市場を確保した。CRSの持つネットワーク効果、システム・ロックイン、規模と範囲の経済は、早くもCRS市場に大きな参入障壁を作り上げた。

独占的な地位を確保したAAとUAは、航空産業での競争力を高めるためにCRSを積極的に利用した。時間に追われる旅行代理店はCRSの最初の画面でほぼ全ての予約を行った。両社は、そこに自社の情報を優先する「ディスプレイ・バイアス」(display bias)を設け、売上を伸ばした。他の航空会社へのサービス料金を競合関係の度合いにより差別的に設定した。一方、旅行代理店には長い契約期間を強いる、販売実績から異なる料金を設定した。SabreとApolloは親会社の内部予約システムをそのまま利用したことから、他社の予約システムに接続すると、作業が遅れたり情報の制度が落ちたりする「アーキテクチャ・バイアス(Architecture Bias)」が生じた。

結果的に、AAとUAのCRS市場での支配力は、CRS市場だけの問題ではなく、アメリカの航空産業全体の自由競争を妨げる要因になった。1978年の歴史的な規制緩和にもかかわらずCRSは既存の大手航空会社の支配力を支える大きな戦略的な武器となった。

5. 3. CRSにおける政府規制と限界(1984ー)

CRSの運営を市場競争だけにゆだねることに不満を抱く中小航空会社や旅行代理店などは政府に働きかけた。1984年にCRS規制が設けられ、メイン・ターミナルのバイアスと手数料における差別行為を禁じた。また、旅行代理店の契約期間を最大5年間に制限し、システム間の競争を促そうとした。さらに、CRSが占有してきた取引の関連データを平等な条件で公開するように命じた。

だが、CRS規制は、強硬な独占行為の一部を制限したものの、その根幹になる市場の支配力を変えることはなかった。CRSを所有する航空会社は、補助ターミナルのバイアスを強化し、サービス料金を大きく引き上げた。旅行代理店に対しては、新しい設備導入の際、契約を5年間自動的に延長させたり、システム別の最小利用量を義務付けたりしてサービスの切り替えを抑えた。その上、技術システムの有利な運用などによって競争優位を保持した。

一方、CRS規制の限界が明らかになるにつれて、バイアスが解消されない問題の原因として技術アーキテクチャ・バイアスが大きく注目を浴びた。新しい規制を作る過程では、解決策としてCRSシステムを航空会社の内部から物理的に分離する方法が提案された。しかし、この案は莫大な費用と規制当局への大きな負担から取り下げられた。また、中小航空会社は共同で既存のCRSの一つを買い取って中立的なシステム運営を試みたが、売り手が現れなかったため、失敗に終わってしまった。

5. 4. PCターミナルにおける技術可能性の政治的な構成(1992ー)

政府規制が様々な限界に直面する中、PCターミナルの登場は競争状況を大きく変える技術的な可能性をもたらした。独自の情報処理ができないメインフレーム時代のターミナルと違い、PCターミナルは情報処理機能を備え、旅行代理店が独自のニーズに合わせて情報を再表示できた。また、CRSを持たない航空会社もPCターミナルに直接接続して予約ができるようになった。新しいPC技術を十分に活かすために、1992年にアメリカの運輸省はCRS規制を改正して、旅行代理店による外部ソフトウェアの採用を認めた。しかし、当初の計画とは違って、「PCターミナルを外部のシステムに直結する案」はCRSを所有する航空会社の反対で却下

された。

PCターミナル用のソフトウェアを積極的に活かしたのは、当初の予想を裏切り、AAであった。これが新規規程の「抜け穴」を浮き彫りにした。1993年にAAは、予約スケジュールを他社より優先して表示するソフトウェアを作り、Sabreに加入していた旅行代理店に無料で配布した。また、自社に有利に表示された航空券に対しては標準より高い手数料を払った。このソフトウェアは結果的にバイアスにおける政府規制を無効にしてみせた。多数の航空会社が、このソフトウェアの違法性を規制当局に訴えた。しかし、1997年にその使用は旅行代理店の自由であるという判決が下された。皮肉にも、PCターミナルは、旅行代理店を監視・管理する効果的な道具として使われ、CRSを所有する航空会社の支配力を逆に強化させる結果となった。

5. 5. インターネット技術、インターネット上での電子市場、Orbitzの登場(1996ー)

1990年代末に、インターネットの普及とコンピュータ技術の目覚ましい進歩は、CRSの競争に劇的な変化を引き起こした。まず、早くも1996年にインターネット上で直接にチケット販売が始まった。インターネット電子市場はCRS市場への参入障壁を急激に崩し、既存のCRSの支配力は劇的に弱まり始めた。航空会社の旅行代理店への依存度も同時に大きく低下した。CRSを所有する航空会社では、自社ウェブ・サイトでの販売とCRSチャンネルが衝突し、親企業はCRSを完全に独立させた。

しかし、航空会社にはインターネットにおける新しい悩みが生じた。それは、インターネット・チャンネルがSabreのTravelocityとMicrosoftのExpediaに先取りされて、航空会社のコントロールが効かなくなったことである。二つの電子市場は、ディスプレイ・バイアスを航空会社に販売しようとした。また、両社は技術的に既存CRSのプラットフォームに依存していたので、航空会社はCRS企業にも手数料を払うようになっていた。競争が十分に働かない状況で、その解決策として大手航空会社5社は2001年にOrbitzという共同事業会社を設立した。多者間主義原則を取り入れたOrbitzは、大手航空会社5社がOrbitzの所有権を平等に分ち合い、相互にけん制できる構造を整った。多者間主義に基づき、電子市場への参加条件にMFN条項を設け、Orbitzに投資しなかった参加者に対しても差別なくサービスを提供した。インターネット技術環境から成り立つ技術アーキテクチャにはバイアスが生じないように中立性を確保した。航空会社はOrbitzの設立によってインターネット・チャンネルに競争の圧力をかけ、TravelocityやMicrosoftのみならず独立したCRS企業もが、手数料を払わない格安航空券を販売するようになった。また、他の航空券における手数料も削減させた。

5. 6. 市場ガバナンスの回復(2004ー)

インターネット電子市場の登場はアメリカ航空産業の電子市場に本格的な競争をもたらした。しかし、その結果、政府のCRS規制とOrbitzが問題を招くこととなった。CRS間の厳しい競争から航空会社は優位な立場で取引の交渉が可能になった。だが、CRS規制はサービス手数料の差別化を禁じ、航空会社は有利な条件が自由に取れなかった。一方、旅行代理店の業界団体であるASTAは、Orbitzを航空会社が設けた“マーケティング・カルテル”であると強く批判した。特に旅行代理店は、インターネットの専用の格安航空券をOrbitzのみに提供することは公正取引法に違反すると主張し、訴訟を続けてきた。

これらの状況変化を受けて、まず規制当局は2004年1月に20年間続いたCRS規制を撤廃した。一方、航空会社5社も、2004年9月にOrbitzをインターネット商取引の専門企業であるCendantに売却した。こうして、アメリカ航空産業の電子市場は、政府の規制もなく、航空会社の共同事業でもなく、Orbitz、Expedia、Travelocityなどの独立した電子市場間の自由競争のガバナンスの下で発展していくことになった。

6. 事例の分析(第五章)

本章の目的は前章で辿ってきたアメリカ航空産業の電子市場の歴史を第3章で設定した分析の枠組みのもとで再構成して説明することである。

まず、最初の本格的な電子市場の開発計画は、1972年から「委員会ガバナンス」で進められた。委員会ガバナンスは、市場アクセスに差別をなくし、取引手順やシステム・アーキテクチャにおけるバイアスが防げた。しかし、オープンな性格のゆえに、利害が衝突する多数の企業が参加し、複雑な利害関係を調整することが難しかった。その上、AAとUAの競合関係は、委員会ガバナンスによる共同システムの実現に歯止めをかけた。

1976年に委員会による業界共同システムの計画が失敗に終わると、電子市場は一部の大手航空会社を中心とする「市場ガバナンス」で提供され始めた。しかし、市場原理による電子市場の発展は早くもその限界が顕になった。SabreとApolloは親会社に後押しされ急激に市場シェアを伸ばした。その上、情報通信技術の経済的な特性は市場への高い参入障壁をつくり、CRS市場は二社独占状況に陥ってしまった。

CRSを所有する航空会社は、CRSへの独占力を活かして、航空産業における競争優位を強めた。まず、CRSの取引手順にはバイアスが設けられ、市場アクセス・ルールは差別的に決められた。CRSの親会社は重要な取引データを専有し、システム・アーキテクチャにおけるバイアスを放置した。この結果CRSは、アメリカ航空産業における歴史的な規制緩和にもかかわらず、親会社である大手航空会社の支配力を維持させ、航空産業における公平な競争を妨げることになった。

市場ガバナンスの限界から不利な立場におかれた中小航空会社と旅行代理店は「政府ガバナンス」に働きかけ始める。それにより1984年からCRSの市場ガバナンスに政府規制が加わり、新たなガバナンス・システムが形成された。政府規制がディスプレイや手数料における過剰なバイアスや差別を直した。しかし、CRSを所有する航空会社は政府規制を迂回する様々な新ルールを施し、支配力が大きく弱まることはなかった。

機能不全に陥った市場ガバナンスに根本的な変化をもたらしたのは、1990年代末のインターネットを中心とする情報通信技術の革新的な進歩である。CRSやインターネット電子市場間の激しい競争を起こしながら、競争が鍵になる市場ガバナンスの働きを復活させ始めた。航空会社はCRSや旅行代理店に頼らず自社のウェブでチケットを販売し始めた。既存のCRS市場への参入障壁が崩れ、SabreのTravelocityとMicrosoftのExpediaのようなインターネット電子市場が登場した。だが、インターネット販売はTravelocityやExpediaによって先取られ、十分な競争が起きなかった。

それを受け大手航空会社5社は、2001年に共同でOrbitzを立ち上げた。つまり、航空会社は、市場原理と政府規制で構成された従来のガバナンス・システムに、「多者間主義会社」であるOrbitzを追加してガバナンス・システムを変えた。Orbitzは、株式会社でありながらも、運営に多者間主義の運営原則を徹底的に取り入れた。それにより、市場アクセスにおける差別をなくし、取引手順や技術アーキテクチャについてもバイアスを排除した。

多数のガバナンス・メカニズムが結合するガバナンス・システムは、相互に補完するばかりではなく、状況によっては、システム内で相互衝突も引き起こす。インターネットにより根幹になる市場ガバナンスが機能を回復するにつれて、政府ガバナンスや多者間主義ガバナンスが市場ガバナンスと機能的かつ政治的に衝突した。それを受け規制当局は2004年にCRS規制を撤廃した。また、大手航空会社らはOrbitzにおける所有権を販売し、航空会社から独立させた。それらの変化によりアメリカ航空産業の電子市場は、競争のみがその制度的なアレンジを司る「市場ガバナンス」のもとで運営されることになった。

7. 結論とインプリケーション(第六章)

本論文の制度変化におけるガバナンス分析は、関連する研究領域に対して次のような学術的貢献を提供すると考えられる。

まず、「制度変化の研究」に関しては、本論文は、既存の研究が着目した要因の重要性を確認しながら、多様な社会制度間のレベルの違いに着目し、現実レベルにおける制度変化をガバナンスで説明するという分析枠組みを提示することができた。

制度的なアレンジは産業活動や経済活動を司り、企業や産業、ひいては経済のパフォーマンスを左右する。技術革新を含む激しい環境変化は、現行制度の調整と革新を求め。勿論、大きな利害衝突を引き起こさなく、円滑に変更できる制度も存在する。しかし、多くの場合、制度的なアレンジは、多数の利害が複雑に絡み合い、その硬直性が強く、安易に革新できない。本論文は、制度的なアレンジにおける変化のメカニズムとしてガバナンスの重要性を強調するものである。ガバナンスに対する理解は、新しい制度を作り出す制度企業家(Institutional Entrepreneur)や制度の変革を狙う者には欠かせないものになるだろう。本論文は、著者が知る限り、制度的なアレンジの生成と変化におけるガバナンスの働きと特徴を本格的に議論する最初の試みとして位置づけられる。

技術革新は電子市場の効率性を高める技術的な可能性をもたらす。確かに、インターネットの進歩は取引活動に革新的な変化をもたらす可能性を潜めている。しかし、その可能性がそのまま実現されたり、社会制度の在り方を自動的に規定したりするわけではない。それを具現化するのは制度的なアレンジのあり方であり、それらは社会的かつ政治的に構成される。同じガバナンスの変化に対して、新制度主義経済学が堅持する取引コスト論は、行為者の合理的な選択の結果としてとらえる。しかし、この説明は、ガバナンスの変化で顕著な主体の異なるパワー、利害関係、またそれらの複雑な相互作用を見逃す。本論文は、ガバナンス変化は政治的な過程であり、より経済的な効率性を保つガバナンスの形態が選ばれるとは限らないことを明らかにした。

制度の生成と変化をめぐる今までの「市場制度の研究」では、新制度主義経済学、旧制度主義経済学、政治的なアプローチなどが、各自異なるメカニズムを主張しながら競合していた。しかし、制度的なアレンジは、市場企業家や競争で形成されるものから政府や関係主体の連合などによって形成されるものまで、様々な起源を持つ。新制度主義経済学が強調する市場企業家や競争は、本論文のガバナンスにおいては市場ガバナンスに相当するだろう。既存の政治的なアプローチが重視した政府の役割や企業間の連合は、それぞれ政府ガバナンスと連合ガバナンスに相当する。本論文のガバナンス・システム分析は、各メカニズムの相互の補完関係を認めながら、現実の市場制度の生成と変化の複雑な過程を、一つの分析の枠組みで一貫的に説明することを可能にする。

本論文の「電子市場の研究」への貢献としては、電子市場が単純な市場ガバナンスのみで運営される場合に生じるバイアスと差別の問題を明らかにした点があげられる。また、関係企業間の協働と連合ガバナンスがもたらす効率性を強調した。その中でも多者間主義会社は、差別やバイアスを防げる効果的な組織であると考えられる。これは、電子市場のみならず、業界の技術標準などのように、ある業界での公共財を生産するための効果的なガバナンス・メカニズムであるだろう。

電子市場はただの技術システムではなく、企業と企業をつなぎ商取引を支える制度的なアレンジである。従って、利害が異なる企業らをまとめ、実質的な協働へ導く「社会的なスキル」(Fligstein, 2001)が肝心である。電子市場を立ち上げる者はただのIT起業家ではなく「制度起業家(Institutional Entrepreneur)」として見なされるべきである。政策的な観点からすると、競合企業による連合型ガバナンスは独禁法に反する恐れがある。しかし、連合型ガバナンスこそが業界自らが業界の公共財を自立的に生産できる効果的な方法である。このような認識のもとで、政策担当者は、企業間の協働を事前に抑制するより、電子市場が公平でオープンな制度的なアレンジを維持するように監督することが望ましいだろう。

本研究の学術的貢献としては以上のような諸点が考えられるが、一方で本研究の限界と今後の課題についても指摘しておかなくてはならない。

本論文の市場制度の形成と変化におけるガバナンスの説明の対象は、主に明示的な(Formal)制度的なアレンジに限られる。市場の制度的なアレンジには、長い歴史を持ちながらある国や社会だけで見られるものがある。その変化の説明は別の理論的なアプローチが必要であり(Aoki, 2001)、本稿の範囲を超える。本研究における各ガバナンス・メカニズムの働きは、基本的にアメリカという社会的かつ制度的な環境を前提している。国際的な視点で比較すると、各ガバナンス・メカニズムの働きやその優位性は国によって異なる。例えば、アメリカの政府と違い、ドイツや日本の政府は、状況において企業間の連合を促したり、より積極的に産業発展に取り組んだりする。従って、事例研究の対象となる国により、分析の枠組みにおける各ガバナンス・メカニズムの働きや役割が修正されるべきである。

研究の方法論に関しては、本研究ではデータや情報の種類が限られ、特に業界関係者とのインタビューからの情報が欠けている。このような情報は、事例研究における情報間の整合性を高め、論文の主張や命題の妥当性を高められたらう。

本研究の分析では、市場ガバナンス、政府ガバナンス、連合ガバナンスなどの多様なガバナンス・メカニズムを用いた。では、そもそも新しいガバナンスの形態はどのように生まれるのか。その問いかけへの一つの糸口は、情報通信技術が特定の国や社会を超える全世界的な規模で進歩しながら、新しいガバナンス形態の登場や制度改革を促していることである。従って、技術革新と新しいガバナンスの関係を探ることは、両方の研究領域のみならず、ひいては国の産業競争力の理解においても大きな意味を持つだろう。