

[資料紹介] 市場的配置とは何か [付録1]

その他のタイトル	[Material] Michel Callon, "Qu'est-ce qu'un agencement marchand?" in Michel Callon et al. Sociologie des Agencements Marchands, Presses des Mines, 2013, pp.325-479.
著者	ミッシェル カロン, 北川 亘太, 須田 文明
雑誌名	關西大學經濟論集
巻	67
号	2
ページ	163-191
発行年	2017-09-10
URL	http://hdl.handle.net/10112/16292

資料紹介

アジャンスマン
市場的配 置 とは何か [付録1]*

ミッシェル・カロン 著

北川 亘 太

須田 文明 訳

原注

- 1) 本章の執筆を通じて、私はイノベーション社会学センターの同僚たちとの刺激的な意見交換から多くを得ることができた。私は、その示唆とコメントについて、とりわけ以下の方々に感謝する。Madeleine Akrich、Antoine Hennion、Alexandre Mallard、さらに Franck Cochoy、Marion Fourcade、Pierre-Benoit Joly、Thomas Reverdy。
- 2) もちろん、いかなる理論もすべての側面で同じようには発展しているわけではない。こうしたリストは、その内部でお互いの間にそれぞれが入り組んでいるような枠組みを構成している（ただし進化経済学は除く。これは市場的活動の原動力にイノベーションをおくのである）。
- 3) このブロックは一枚岩ではない。というのもこれらは一般的にきわめて多くのエージェントから成り立っているからである。
- 4) 経済 = ^{ディンプリン}学 と経済社会学は、財の特性もしくは、その（諸）品質と呼ぶのが望ましいことについての明示化と解明の様式に多くの研究を捧げてきた。なるほど財についての不確実性が市場の（良好な）働きにとって重要な変数をなしているとしても、こうした不確実性は以下の事実を問題視しない。すなわちインターフェースとしての市場が財をめぐる突き合わせを組織しており、こうした財の構想様式は市場的デバイス = 装置にとって問題にはなっていないのである。
- 5) こうした印刷物の両面的 biface 性格は、市場を技術的に掌握する現代的技術が実現す

*本稿は、Michel Callon, "Qu'est-ce qu'un agencement marchand?", in Michel Callon et al. *Sociologie des Agencements Marchands*, Presses des Mines, 2013, pp.325-479 の全訳である。本文で出てくる「本書」とは、この Callon et al. のことである。この [付録1] には本論文の原注と訳者解題を掲載する。参考文献は [付録2] に掲載する予定である。

- るうえで本質的役割を演じてきた。とりわけ、読者に応じて編集内容を調節し、広告主に対してこの読者層絞り込みの力を売り込むために、読者調査を実施することによってである（Strasser, 1989, p.150, Hennion et Meadel, 本書所収）。
- 6) こうした考えは、明らかに、協力ゲームとしての市場のモデル化と両立する。エージェントたちが協力することができることは何事も変えない。というのもこうした協力は、すでにそこにある財をめぐってまさに組織されているからであり、その財の構想についての協力なのではない。さらに協力についてのこうした考えは経済社会学によって（ネットワーク概念とともに）体系的に発展してきたが、市場 = インターフェースを疑問視することはなかった。
 - 7) 市場が非貨幣的交換（物々交換）を含むように、市場の定義を拡張することを選ぶこともできる。こうした市場の発展は、貨幣への依拠の欠如によって強く制限されている。ところが、ウェーバーやポランニーが喚起させるように、貨幣的相殺へ向けられた市場の利点の一つは、それぞれのエージェントにとって、絶えず、可能な交換の幅を拡大させることである。すなわち市場は、単純なる物々交換から遠ざかるほど、よりうまくこうした働きを果たすのである。
 - 8) 我々は最も軽い定義（コーディネーションを促進するための単なる規則）から、文化といったより複雑な概念に依拠する定義へと移行することができる。特定の人々は制度の概念を拒絶し、場 *champ* の概念に置き換える。こうして彼らは、市場とその作用をフレーミングしている規則が、支配の装置をなしていることを指摘しようとする。私は、市場的配置^{アジャンスマン}についての私の提示においてこの分析を取り上げるであろう。ここでは、私に関心があるのは、規則の存在の承認なのである。
 - 9) 財の構想過程に優先的に関心を向けることで、進化経済学は、市場 = インターフェースのモデルを考慮しない。多くの点で進化経済学は、本稿において提示される市場的配置^{アジャンスマン}の社会経済学にきわめて近い。
 - 10) Lancaster（1966）はこうした批判を免れない。彼は、財に代えて、財の特性とその結合を提示する。しかし、分析レベルを変えることで、彼は市場 = インターフェースの存在が依拠している仮説を修正することはないのである。特性の結合の起源も、財の起源も考慮されていない。すなわち財の歴史は、財を対象とする市場的突き合わせによって外在的なままなのである。
 - 11) 市場的配置^{アジャンスマン}のダイナミズムを理解するための中心をなすこの概念を、私は Le Masson, Hatchuel, Weil（2006）から借用する。
 - 12) ますます多くの進化経済学的研究が、最も上流の局面、とりわけ考えの創出の局面を市

場に統合している (Cohendet et al., 2013)。

- 13) 品質の経済において Callon et al. (本書所収) は、こうした過程と、それが辿る諸段階とを記述するために産品 *produit* と財 *bien* を区別することを提案した。
- 14) Weber (1971,p.41) は市場が取り結ぶ社会関係の形態に社会化 *Vergesellschaftung* と名付けている (英語では *consociation*、フランス語では *sociation* と翻訳される)。こうした社会化は、ウェーバーが言うには、(あるアクターに対して他者を考慮するように導くような調整の最も単純な様式をなしている) 競争の存在に由来している。したがってウェーバーが指摘していることは、市場が (競争をもたらす構築を通じて) 社会関係を製造しているということであり、もしこう言って良ければ社会的結合 *sociabilite* を製造しているということである。経済社会学により日常的に使用される埋め込みという概念は、因果関係の矢印を逆にさせる傾向にある。というのもそれが前提としているのは社会関係が市場関係より先に存在していることだからである。Cochoy (2012a) はウェーバーの直感に忠実なままに留まることの利点を示している。こうした直感が今なおいっそう正しいことを追加しておかなければならない。というのも我々は市場 = インターフェースという概念を放棄するからであり、つまり構想と品質規定の過程が社会的諸関係とアイデンティティを増殖させるのである (Callon, 2007)。市場 = インターフェースとは異なり、市場的^{アジャンスマン}配置は埋め込まれず、制定するのである。
- 15) そしてその基本的なモジュールは、ジンメル言うように、三角形である。
- 16) こうした調節を示すために通常使用されている、財のパーソナル化や差別化、もしくは市場セグメント化といった概念には、顧客の変容について沈黙したままであるという不都合がある。しかしながらすべての場合において、顧客の変容は製品の変容よりも必要とされないのである。Karpik (2006) によって特異性の経済と呼ばれるものの分析は、同一の弱点を持つ。すなわちそれは市場 = インターフェースにとらわれたままであり、この著者に対して、特異な財が別の財と通約不可能であると考えさせるに至るのである。私は、こうした様々な点について市場的^{アジャンスマン}配置について論じた節で立ち帰る。
- 17) チェンバレンの読解については Callon et al. (本書所収) を参照。独占的競争を、純粋完全競争と独占状態との間の中間形態とさせるような通常の解釈と逆を行くようであるが、こうした読解は、競争的ゲームの最も純粋な形態であることを考慮することで、チェンバレンがいかにして真の理論的革命をもたらしたかを示しているのである。
- 18) シュンペーターの分析の延長線上にあるイノベーション・ネットワークについて数多くの研究が存在している (Powell & Brantley, 1993; Powell et al., 1996)。しかしイノベーション理論に顕著な貢献をなすこれらの研究は、市場の理論への自らの貢献の問題に

についてはまれにしか、また周縁的にしか自らに提起しないのである（Nelson & Winter, 1977 を例外として）。こうしたイノベーション理論と市場理論との結合を白日の下に明らかにするためには、またこれを視点から失わないためには、品質（再）規定という概念が、イノベーションの概念よりも好ましいように私には思われる。というのも、この概念は変容全体（ある製品が、市場的取引の対象となる以前に手から手へと流通するときに、製品が辿る変容全体）を分析図式に統合しているからであり、すなわちこの観点からは取得者を見つけ出す財はつねにイノベーションなのである。あるケースから別のケースへと変化するもの（つまりある財から別の財へ、そしてあるいは、ある取得者から別の取得者へと）は、品質（再）規定過程の拡張なのであり（構想活動の最中に、それはきわめて早く開始しているかどうか？）、その豊富さなのである（財の、またエージェントの品質をそれは根本的に疑問視するかどうか？）。チェンバレンが示すように、（商業という）その最小限の形態でさえ、イノベーションがつねに存在している。品質規定という概念はこれらのすべてのイノベーション的活動全体を苦もなく統合し、（とりわけ（財が欠如していた）市場的空間に、よく知られた財を導入する）イノベーション的活動全体を容易に統合するという利点を持っている。こうした活動は、シュンペーターにより区別されたイノベーションのカテゴリーに対応しているのである。Jane Guyer (2004) は、彼女が研究しているアフリカ社会においてこれらのメカニズムが際立っていることについていくつかの驚くべき説明を与えている。すなわち構想の過程の上流に完全に位置する特異化の労働は、そこでは、西欧的市場におけると同じく決定的なのである（この点を強調する本の書評については Callon, 2008a を参照せよ）。

- 19) Swedberg (2003, p.120) からの引用。
- 20) Cochoy がとてもうまく語っている。「社会学は以下のように考える傾向があった。すなわち社会的なことが市場交換に先行しこの交換を規定している。社会学は、市場交換をグローバルな社会の枠組みとネットワークの単純な投影として捉えられており、このことは経済的意思決定の種別性を無視するリスクがある。他方で経済学は価格設定メカニズムに特別な注目を与えることで、エージェントたちの個人的もしくは集合的な脳でなされる作業を特権化する傾向があった」（Cochoy, 2012b）。
- 21) この点については Caliskan & Callon (2009) を参照。
- 22) そのうえ、ウェーバーは中世の市を例としてあげている。
- 23) こうした確認が「^{パフォーマンス}遂行性プログラム」の起源にあり、これは、市場の理論的分析がいかにして市場の変容と、その作用に貢献するかを理解しようとする (Callon, 1998)。我々は期待しているのであるが、近刊の書物がこのプログラムへの主要な貢献を提示するこ

- とであろう。刊行を待っていただくとしても、待ちきれない読者は、Muniesa et Callon (2009) によるフランス語での要約を参照していただくことができるであろう。
- 24) 少なくとも特定の点について、こうした区別はモノ（権利と義務が関わるそれ）と人（義務と権利の保持者）との間での区別（西洋の法律の基礎にある）と重なっている。
- 25) 解きほぐされない財は自由に流通することはできない（ある商品が持ち主を変えるときに、この商品を解きほぐすことが可能でなければならないことから分かる）。というのも贈与についてのモースの分析カテゴリーを採用するならば、この財はその「ハウ hau」から浄化されていなかったからであり、つまり、この財を流通させる人もしくは人々へとこの財を呼び戻す力から浄化されていなかったからである。もつれの関係を維持するための物質的技術については Zelizer (2011) を参照せよ。
- 26) 結合の消去の作業がとりわけ可視的になるのは、追跡可能性（トレーサビリティ）の要請が課せられるときである。これはこうした解きほぐしの長い連鎖の再構築を可能とさせなければならないのである。追跡可能性は当該の財に補完的な品質を付与することを可能にする（カマンベールはノルマンディーのカマンベールであり、この品質は検証可能である）。この財は、その構想とその製造の工程に配慮する必要がなかったとしても、この補完的品質を携えて移動することができる。権利の交換がいったん実現されるや、追跡可能性は責任の問題を解消することを可能にし、それは他の手段による解きほぐし過程の継続であり、その中断なのではない。
- 27) Thevenot (1986) により提起されたテラー主義についてのきわめて示唆的な分析と、Vatin (2001) を参照せよ。後者は、労働の事物化が、こうした概念が身体から派生しているという事実により促進されることを示している。
- 28) なるほど技術的事物は故障してはならないし、もしくは壊れていてもならないが、そのコントロールもまた一般的にいえば、まだ馴致されていない生きたもののコントロールほどには問題的ではない。
- 29) 医薬品についての販売許可手続きのような手続き、国立食品および環境、労働衛生安全庁（ANSES）もしくは国立産業環境リスク機関 INERIS、これらは、こうした受動化の企図に参画している。こうした企図はこれらの監視監督の機関だけではなく、不都合な氾濫を予防するための試験研究活動もまた含んでいるのである。ここでこそ、様々な認証やラベル手続きが演じている役割（今や、かなり研究されている）を指摘しなければならない。こうした手続きは、受動化が現行規則に従って獲得されていたことを保証するのである。受動化の活動のコストを評価することが興味深いであろう。それは情報についての生産と処理、流通の活動についての Machlup (1984) により既に実施され

ている調査と似ている。

- 30) この概念は国立農学研究所 INRA の部長 Jean Bustarret により発明された。
- 31) 衛生的、環境的側面のみで氾濫を限定することは誤りであろう。この観点からは遺伝子組み換え作物 PGM がきわめて明快である。すなわち予測不可能で、問題含みな効果は何よりもまず社会経済的である。市場競争は平和的でなければならないことを強調しながらも、不同意の種へと変容し、暴力を促すこともあり得るかもしれないのは、人よりもむしろ財なのであるということについては、おそらく想像されていなかったであろう。
- 32) これは、Knight (1921) により与えられた不確実性の定義にあたる。
- 33) 要約的な提示については以下のサイトを参照のこと。<http://www.biolaawgeek.com/le-droit-des-biotechnologies-actualites/la-non-brevetabilite-des-tomates-ridees-selons-le-haut-conseil-des-biotechnologies-487>
- 34) 我々は以下のことを想起している。すなわち患者たちは、自分たちの病原細胞を、治療開発（彼らにはその利益の恩恵が与えられることはなく、後に有償での治療が彼らに提供された）のために使用した医薬品企業を裁判に訴えている。こうした領有の問題は、とりわけ健康領域における個人的データ、ないし私的なデータを増殖させる、いわゆる「量化された自我 quantified self」の実践の発展とともに激化する。
- 35) 行為の不在を示唆するような受動化という単語の曖昧さを回避するために、受動活動 passivation (Caliskan & Callon, 2010) という造語について考えることができよう。
- 36) 以下を参照。Von Hippel (2004)、Chesbrough (2003)、Joly et al. (2010)。
- 37) 品質の経済（本書所収）で使用されている語彙は、よりいっそう正確であり、より対称的である。我々が「産物 produit」という単語を用いるのは、のちに市場取引（貨幣を対価としての権利の交換）に参与する際に「財 bien」となるようなこの実体が辿る様々な段階を示すためである。しかしながら財になることなく、絶えず品質（再）規定され続ける産物を考えることもできる。すなわち有り体に言えば、商いの失敗と呼ばれていることである。産物と財との間の区別は、（エージェントという単語とともに）市場的財の構成過程を開いたままにさせておくと、それは同時に別稿での分析対象となる。
- 38) 単純な例として、株式会社の法的地位の問題が興味深い議論を引き起こす。それは、エージェント（ここでは企業）を活性化させる市場的配置^{アジエンスマン}を検討することができることを示している。このエージェントの「価値づけ」の実践は、実在しているそれとは対極にある。例えば株主価値に対してステークホルダー価値の概念を代替できるであろうし (Sergrestin et Hatuel, 2012)、Eymard-Duvernay (2012) が提案しているように、価値づけの権力と彼が呼ぶものの分配とコントロールの問題を議論することもできよ

う。

- 39) 例えば Dubuisson-Quellier (2013) を参照。
- 40) その先駆的な書物のなかで、Freeman (1982) は、企業の研究開発プロジェクトを評価するために、企業により実施される手法に一つの章全体をあてている。この種の研究は今後も継続されなければならないであろうが、しかし、アクターたちの実践を強調することで、また二つの暗礁を回避することによってである。すなわち評価手法の規範的評価の暗礁(それは正しい指標を採用しているだろうか?)、その純然たる拒絶の暗礁(こうした評価手法は裁量的選択をカムフラージュしているのか、それを担保するだけなのではないだろうか?) である。
- 41) 「品質計算 qualcul」としての計算の定義については Callon et Muniesa(本書所収)を参照。少し後で価格の定式化に当てられた節がこの問題を再び取り上げるが、それは、市場的配置アジャンスマンにおいて、なぜ、質的なことが量的なことなしには存在し得ないのか(逆も真なり)を示すことによってである。それはまた Desrosieres (1993) のうまいやり方でもある。すなわち数えているものについてのとても正確な定義を自らに与えずには確実に計算することはできないのである。統計においては、文字と文章もまた数や数学と同様に重要である。すなわち一方は他方の価値の条件なのである(逆も真なり)。
- 42) ここでは Peter Miller et Michael Power (2013) の根本的研究を指摘しなければならない。このテーマについては Chiapello et Gilbert (2013) の優れた要約を参照。
- 43) 資本会計は、「営利目的の事業の初期の生産財全体の貨幣額を、事業の終わりでの生産財と比較することを可能とするが、入口と出口でのバランスシートを確立することによってである」(Weber, 1971, p.92)。ウェーバーが我々に語るところでは、資本会計は人に対する人の闘争以外の何ものをも想定しておらず、実践について確認するのではなく、彼が営利的活動と呼ぶものを制定するのである。すなわち「経済的企図は資本会計に応じて自律的に方向付けられうる活動である。方向付けは計算にもとづいており、それは収益性の計算である」(Weber, 1971, p.92)。
- 44) Fourcade との個人的会話から。
- 45) 特異化の軌跡としてのアイデンティティの分析については Martucelli (2010) を参照。
- 46) 以下を参照。Barrey et al. (2000)、Cochoy (2012)、Callon et al. (2007)、Grandclement (2008)。
- 47) 以下を参照。Cochoy (2008)、Araujo & Kjellberg (2009)、Araujo et al. (2010)。
- 48) 市場と商業的実践を密接に結合させてウェーバーがうまく述べている。「企業家は、消費者が購買を行うことができるように、消費者の必要を大規模に覚醒させ、導く」

(Weber, 1971, p.93)。今や消費者を覚醒させる以前に消費者を夢見させる。「私は夢を見たよ。ソニーがそれをやったんだ！」。

- 49) 我々は、広告収入の20%を占めているインターネット広告を指摘することができる。これは、ウェブでの消費者データ分析から、調節された広告を配信することを広告主ができるようにするのである(Le Monde紙2013年4月3日付、付録Eco et Entreprise, p.4)。
- 50) 我々はこれらの研究を以下で辿ることができる (<http://marketdesigner.blogspot.fr/>)。批判的な提示については以下を参照。Steiner (2008, 2010)。このテーマについては、実際の(屋外での)研究が、学術的研究と同じく積極的である。というのも、掌握されるべきコンピテンスの本質(応用数学と情報科学の接点にある)が、今や広範に分散されているからである。こうして、求職であろうと(Granovetter流のアルゴリズムの実施とともに(Mellet et al., 2007))、結婚相手探しであろうと(Kessous, 2012b)、突き合わせのサイトの増殖がみられるのである。
- 51) すでに、スタートアップのプロジェクト担い手が出資者と出会うことができるように、こうした応用が存在している(Doganova, 2013)。これらの装置と、(特定の場合に、最終的取引の時点での突き合わせをフレーミングする)人々とのカップリングを容易に統合することができる。
- 52) そのうえ、ヴァーチャルなサイトと物理的なサイトとのこうした比較が市場的配置アジャンスマンそのものによってなされる。市場的配置アジャンスマンがウェブ上で組織する突き合わせのサイトから、グーグルやフェイスブックはますます突き合わせを予めフレーミングしているのである(これらの突き合わせは、商業センターで、後に、また一旦すべての情報が収集された後で、起こるのであろう)。
- 53) しかしながら、とりわけ取引が、BtoB取引におけるように、その秘密保持が確保されているような契約を生み出す場合に、特定の市場的配置アジャンスマンはアクセスが困難である。
- 54) 綿花のグローバル市場についてのその書籍において、Caliskanが記述したこうした地理は、新しい市場的配置アジャンスマンに着手するときには(それが電力や原油、携帯電話であれ)、いつもみられることなのである。
- 55) Latour (2005)により提起された寡占概念は、こうしたサイトの特徴付けにきわめて適切である。
- 56) こうした問題に取り組む際の一つのやり方は、急速に崩壊した市場を研究することである。価値概念にもとづく分析(私はそれが市場的配置アジャンスマンの分析にとってけっして適切ではないことを後で示すであろう)については、Maya Beauvallet (2010)の刺激的な書物を参照のこと。

- 57) こうした直感は行動経済学のなかにみられる。これは合理的な意思決定を、(感情や情熱により統治される) 意思決定と対立させる傾向にある。偏った観察者もしくは僻目がエージェントの脳の半球に居を構えている。こうした位置づけは市場的^{アジェンスマン}配置の研究と両立不可能なわけではない。すなわち品質計算的エージェントは明らかに脳を持っているが、それは、二つの半球に分散されている脳なのである。
- 58) 不正防止の法的機構のすべてを根拠づけていたのが、「正直な商売」という古い要請なのである。
- 59) 川上段階の分析もまた同様に興味深い。イノベーション・ネットワークを組織するためのプラットフォームの普及が、疎遠であった者たちの間での協力をもたらすことが示されている (Amin, 2012)。こうした組織形態は、愛着^{アタッチメント}=接続が構築されると同時に切り離し^{デタッチメント}を準備している。接続^{アタッチ}しなさい、でもそうしすぎないように。切断がそれほどに苦痛をもたらさないように！
- 60) 商品への忠実性 fidelite は専一性の同義語ではない。というのも特定の売り手は今や、一夫多妻的 polygamique 忠実性について語っているからである。
- 61) 以下を参照。Cochoy (2004)、Goulet et Le Velly (2013)。
- 62) 本書、第6章参照。
- 63) スマートフォン向けの大量のアプリケーションは、食品や栄養、スポーツ、出会い系といった領域での行動を修正することを目的としている。これらのアプリケーションは captology (説得のための技術としてのコンピュータ computer as persuasive technology) とうまく名付けられた領域に属している (それは教え込まれ始めたように思われる。La Gazette de la societe et des techniques, no.71, mars, 2013)。個人は、自らのハビトゥスを再プログラミング化するように誘われるのである (ハビトゥスを身体から取り外し、専門家によって与えられた意見を統合することで)。
- 64) さらに以下のことを確認するのは驚くべきことである。すなわち、使用するのに明らかに微妙である、常習癖や依存という概念が、こうしたアタッチメントを記述するためにますます使用されるようになってきているのである (携帯電話やインターネットなどへの依存について語られる)。
- 65) 二人のエージェントを伴う物々交換の状況の古典的提示については以下を参照。Marshall (1906, p.19-23)。
- 66) Pv と Pa とのエージェントによる発見は自明の問題である。相対取引^{あいいたい}については、二つの価格の設定が、同様に、エージェントの間での力関係の争点でもあるという可能性を考慮しなければならない。したがって取引価格の設定において、力関係と計算との相対^{そうたい}

的重要性に応じて変化する布置の広範な広がりがある。

- 67) 経済理論がこれらの現象を考慮し始めたのは、クールノーの複占の理論によってであり、ゲーム理論の開発によってその分析を一般化したのである。この観点からは、完全競争状況が、その全的な計算能力を市場に付与する唯一の状況である。
- 68) 数十年以前に J.M. クラークにより提示されている有効競争という概念が、コンテスト市場の概念にきわめて似ている (Dumez & Jeunemaitre, 1988)。
- 69) そこから、競争の二つの指標の間で、あり得る躊躇が生じる。すなわち市場構造か、それとも価格設定のモダリティか、である。前者の場合、市場 = インターフェースの正確な組織化が十分な指標である。後者の場合、本質的な点に至る。すなわち、価格がうまく計算されていること、力関係に委ねられている部分が除去されていたことを示さなければならぬ (例えばスポット市場での価格として限界費用を課すことによって)。
- 70) こうして Mitchell (2011) が示すのは、数十年の間、多国籍石油会社は、自らの反市場的政策を課すことに成功している例である。
- 71) Swedber (2000, p.44) からの引用。
- 72) マーク・アップ技術は、売り手にとって、すべての費用に対して、付加されるのが望ましい利潤を上乗せすることで、価格を計算することである。
- 73) $f()$ というシンボルは、その文字上の意味で理解されなければならない。すなわち「、、、の関数 (、、、に依存する)」という意味である。この (根本的) 象徴主義は、定式は数学的でなければならない、という以外のことを何も意味していない。
- 74) そのうえ特定の企業は、特定の特徴に応じて分類された顧客会計を持っている。
- 75) こうした要請の説明は、会社の重役たちの報酬をめぐる現実的な論争にみいだされる。すなわち取引の相対的な性格の強調と、契約の特異性 (私は代替不可能だ。そうとも、あなたは代替不可能だ。) とにもとづいた議論が勢いを増している。
- 76) 売り手がその価格がどのように作られているかを説明されなければならないようにいっそう多くの状況を同定し、研究することがきわめて有益であろう。それほど頻繁ではなかったようなこうした要求が体系的にみられるようになっている (Guyer, 2009)。しかしながら有名なキャンペーンを想起することができる。すなわち Francois Misoffe によって指揮された「牛肉を追跡してみてください」キャンペーンであり、牛肉のいつもの切断面は、(もも肉や、骨盤周辺肉といった) 消費される肉の塊ではなく、それが構成されている様々なコストを登場させていたのである。エネルギー市場では、100 ユーロ札 (例えば給油価格を表象するとされる) が、Misoffe の牛肉と同様に、複数の断片に切断され、それぞれが、燃料価格にかかるコストを表象しているのである。

- 77) 標準的経済学において取引費用は、取引の組織化に必要なすべてのコストを含み、市場が最も有利な調整様式として現れるように最小化されなければならない。こうした取引費用は市場的配^{アジャンスマン}置（定義からして相対取引の設定に向けられている）において戦略的投資となる。取引費用は同時に、慎重に評価され、考慮されなければならない。というのも、もはやこの費用を最小化することだけが重要なのではなく、これを最適化することが重要だからである。こうして取引費用(市場=インターフェースにおいて、なぜ、エージェントたちがそれを計算するのに時間を費やすのかがほとんど説明できない——このことは市場インターフェースの説明能力を慎重に低下させる——)は、市場的配^{アジャンスマン}置の場合においてきわめて重要な戦略的価値を有するので、エージェントたちは重大な注意をもって、これを「品質計算する」ことなしには済ますことができないのである。
- 78) 我々は、ガーフィンケルがインデックス性の修復の過程と呼ぶものを参照することができよう。私が想起させるのは、彼はさらに、定式化の作業（彼によれば社会学者は、これを通じてインデックス性の修復に対して一般的次元と客観的支柱を与えようとする——しかし成功する見込みはない、と彼は付け加える——）と、この修復過程とを緊張関係におく、ということである。ここで私が提起する解決策は、こうした緊張を疑問視することである。というのも、定式化を精緻化することでインデックス性を修復するのはエージェント自身だからである。
- 79) 次のように言うことができよう。こうした状況は、形式的合理性と実質的合理性との間で、ウェーバーが提起した区別が、その価値を引き出すために、一方での「数字にもとづいた、もしくは計算可能な理由付け」と、他方での「評価的定式」への依拠との間での完全な切断によって、もっとも顕著であるような状況である (Weber, 1971, p.87)。
- 80) 私は、Pinch が道ばたの売り手に与えた見事な分析を動員することもできたであろう。彼は、捕捉の最初の契機（お得意を惹きつける）から、価格の確立、取引の消費に至るまで、売り手を追跡する。もし私が最後まで、Guyer に傾倒していたとすれば、それは、ヨークの道路と、売り手により動員される、強く形式化され、強くコード化された知識（そこで産出される）とが、取引をきわめて強く事前にフレーミングしているからである。Guyer により研究された状況は、取引のフレーミングの作業の本質的部分を、エージェントに担わせているのである。
- 81) ある場合にはこの言葉は「100」の数に対応するが、別の場合では「80」の数に対応するのである。
- 82) Guyer は言語的発明の面白いケースを多く引用しており、こうした発明は、アフリカの人々が市場に出される新しい財を品質規定できるようにするのである。例えば Yorubas

族は、とりわけて派手な色の衣服を指し示すために、NEPA について語る。「NEPA はナイジェリア電力 (Nigerian Electric Power Authority) のことであり、それはとても頻繁に停電するので、この衣服を、灯りをとむすための代用品として役立てることができる、というのである」(p.86)。

- 83) 私が導入する一般化は、ミクロ経済学により同定される単一の操作 (P_v ないしは P_a の決定) をその三つの構成要素に分解することであり、またこの操作がエージェンシーにも、^{アジャンスマン}配置にも適用されることを観察することにある。
- 84) 交差弾力性の計算から (ある企業がその顧客を通じて、その競争相手の戦略を推察する際の) 手続きに至るまで、こうした現象を考慮するために、経済学者や社会学者によってなされてきた、提案の多様性を示すことができよう (White, 1981)。
- 85) Mitchell はエネルギーの統一市場 (とりわけエネルギー危機について語ることを可能にする) が、いかにして徐々に構築されてきたかを示している。
- 86) 供給業者のこうした支配力は電気暖房の場合にいっそう大きい。というのも、顧客 (たとえ彼が誰であれ) の捕捉は、住宅の構想以降不可逆的になるからである。この例について、特異化 (パーソナル化とはいかなる関係もない) を獲得するための戦略の多様性が測定される。すなわち電気暖房のためにプロファイリングされるマンションの借り手や所有者は、その賃貸契約もしくはその購入契約に署名するやいなや、特異化されるのである。彼のハビトゥスはその居住環境により完全に再配置化されるのである。この過程は Amazon.com について記述された過程と変わらない。さらに Cochoy は、Amazon.com はその顧客に対して、肉体から離れた excorpore ハビトゥス (上述を参照) を提案する、と語っている。EDF (フランス電力) ないし GDF (フランスガス) と契約したプロモーターについても同様である。
- 87) Ranciere (2005) は、民主主義的討議について、(ある問題を公共的とし、他の問題を私的として区別する) 配分論理の間での闘いとして、これを定義する。もしこの定義を採用するならば、価格の定式化を公的にさせるという選択は、民主主義的討議に属することが分かるであろう。そのうえ、価格の定式化の意味では民間でありながら、法的な意味 (株主の性格) での公共企業を想像することができる (逆も真なり。エネルギー市場がその良い例を示している)。
- 88) このことは、価格の定式化が問題となるときに、なぜ倫理的相対主義が通用しないのかを説明してくれる。定式は、定義からして、倫理を、品質計算可能な何かへと変容させる。それは、中国人労働者の賃金水準についての告発 (あまりにも安すぎる)、もしくは主要 40 銘柄株価指数の会社重役のそれについての告発 (あまりにも高すぎる) にみられる。

- 89) 以下のような三段論法のゆえである。すなわち相対取引が起こるのは、愛着=接続アタッチメントが成功したときであり、つまり財の特異化が成功していたときである。
- 90) Reverdy (2012) は不整合状態についてのこうした見事な要約を与えてくれる。すなわち「価格を下落させるのは競争なのではなく、価格上昇こそが競争を可能とするのである！」。
- 91) 要約的提示については以下を参照。Beuscart et Peerbaye (2006)。
- 92) この種の混乱は絶えざる緊張 (目標?) である。というのも、いつも商業センターが現代の大聖堂と同一視されるからであり、巡礼地は見本市と同一視されるからである。
- 93) 我々は白紙状態にいるわけではない。すなわち、科学と技術、市場との間での関係、もしくは市場領域と使用領域との関係についての多くの、とりわけ歴史的な研究が存在しているのである。これらは、諸配 置アジャンスマンの状況におかれ、分散された接合を分析するために動員することができる。
- 94) 森林再生プログラムの場合において、どのように様々なタイプの配 置アジャンスマンが接合されているかについての、国際的レベルでなされた分析については Ehrenstein (印刷中) を参照せよ。
- 95) 例えば、新しい財の構想が問題となっているとき、二つの様式化の間での対照が顕著である。すなわち市場=インターフェースにとっては、問題は、イノベーションを促す組織化の問題である。市場的配 置アジャンスマンについては、争点は生産されるべき財を定義することと、この財が生産されるように決定することである。
- 96) 遺伝子組み換え生物 (GMO) と遺伝子組み換えでない生物 (ノン GMO) との間での共存に応用された、この種の実践の例として Callon (2013) を参照せよ。この事例では、複雑な仕様書に対応する配 置アジャンスマンを想像することができることを示すことが重要であった。私は単なる思考実験を超えてより遠くまでは進まなかった。すなわち提案されている布置を実施する可能性は現実的にいって全くない。適用されてもいない条文によって要請されている共存を誰かが受け入れるとは思われないから、いっそうそうなのである。
- 97) この点については、技術経済的ネットワークに関する私の分析を参照せよ (Callon, 1991)。
- 98) 私は、公共財としての科学についての私の分析 (Callon, 1994) において、この問題に着手した。すなわち科学的実践は、それが財の特異化に参画するために直接動員されるのか否かに応じて必ず異なっている。
- 99) さしあたっての考察については以下を参照。Callon (2007, 2009)。

訳者解題

北川 亘 太

この資料紹介で訳出した「市場的配アジャンスマン置とは何か」¹⁾（以下、本論文ないし本邦訳と記す）は、フランスの社会学を牽引する一人、ミッシェル・カロンの、経済学の専管事項であった「市場」を社会的に探究するプログラムを示した論文である。彼は、自らも構築に携わってきたアクター・ネットワーク理論を用いて「市場」観を刷新することを1990年代ごろから目指してきた。新たな市場観は、『市場法則』（Callon ed., 1998）や『市場的デバイス』（Callon et al. eds., 2007）などでおぼろげながらも姿を見せ始めた。カロンがこの市場観を最も正確に言い表す用語として選んだのが「市場的配アジャンスマン置」であった。初めてこの概念を主題として扱い、かつ、これを用いて市場を探索・記述・検討するプログラムを明示したのが、本論文である。訳者は、本論文が将来的にはカロンの代表作の一つとして目されることになることと予想している。この「訳者解題」の目的は、カロンが市場的配アジャンスマン置という概念を提示するに至った経緯、長大な論文で示されたこの概念（あるいは研究プログラム）の要点、訳者らが考えるこの概念の意義を示すことである。

1. アクター・ネットワーク理論

ミッシェル・カロン（現在、パリの国立高等鉱山学校社会学教授）は、1964年に同校に入学し、1969年に同校でエンジニアの免状を取得したのち、1967年に創設された同校イノベーション社会学センターのプロジェクトに参画した。設立当初、同センターは、企業、すなわち諸規範間の不協和を抱え込む不均質な組織の調査研究を社会学の中心的課題に据えるという抱負をもっていた。カロンは、研究開発に関わる企業活動を参与観察した。そのときカロンは、彼が好んで読んでいたアルチュセールの科学についての見方をこの研究開発の調査・分析に適用しようとしたが、その見方では研究開発をうまく捉えられないことを実感した。アルチュセール派は、科学と非科学（イデオロギーなどの社会的なもの）を峻別する。

1) [上] は関西大学経済学会『経済論集』第66巻第2号、35-68頁、[中] は同誌第66巻第3号、23-55頁、[下] は同誌第67巻第1号、63-85頁に収められている。

これは、科学と技術を切断するという見方にもつながる。しかし、企業観察から浮かび上がってくるのは、科学と技術（社会的なもの）との連続性であった。この連続性を説明するうえでカロンが援用したのが、ミッシェル・セールの「翻訳」という哲学的概念であった。翻訳とは、人々や事物のさまざまな関心、利害、特徴を転換させ²⁾、ネットワークに連結させていく過程であり、それらの差異を残しつつも、それらをネットワークという同一平面上に整列させるために調節する過程である（ドゥス, 2003; Crawford, 2004）。

カロンは、自身が1970年代半ばから注目し、調査してきた電気自動車の開発プロジェクトを題材に、ネットワークの形成（と崩壊）を鮮やかに描き出した。ガソリン車に反対する社会運動（オイルショックが追い風になった）、電気自動車フランス電力公社、ルノー（本来はガソリン車を製造）、科学と技術（燃料電池、蓄電池、触媒の開発）、公的資金が、電気自動車プロジェクト、消費者の環境意識の高まり、物質（燃料電池や触媒）を紐帯にして連結された。さまざまな性格の組織、人、技術、物質が、翻訳されて異種混合のネットワークを形成したのである。このネットワークから科学技術的イノベーションが生み出されたかにもえた。しかし、開発された触媒に不具合があることや蓄電池の実現・普及可能性が乏しいことが分かると、この異種混合のネットワークはもろくも崩れ去った。こうした事例にもとづいて、カロンは、イノベーションが、科学など特定領域に限定された事象ではなく社会全体に関わる事象であり、イノベーションの成否は、翻訳によって立ち上げられた社会・技術的ネットワークが安定するか否かにかかっていることを主張したのである（Callon, 1980; カロン／ロー, 1999; 中島, 2002; 金森, 2014）。

1982年、カロンはイノベーション社会学センターの所長に就任した（1994まで）。カロンは、上記のような企業・産業調査、同センター内の討議、ミッシェル・セール哲学の摂取や他国の認識哲学（例えばユルゲン・ハーバマスの「コミュニケーション的行為」）の検討などを通じて、「アクター・ネットワーク理論」（Actor-Network Theory、以下 ANT）を練り上げていった。この理論は、「科学と技術の人類学」や「翻訳の社会学」とも言い換えられる。ANTは、人と事物に、どちらもネットワークを構成し、変化させる「アクター」であるとして分析上同等な地位を与える。同じように、ANTは、主体性と構造、経済的なものと政治的・社会的なもの、ミクロ・レベルの事象とマクロ・レベルの事象を先験的に区別しない。ANTは、実際にそれらの区別がネットワーク内で重要性を帯びているならば、それは集合

2) ラトゥール（1999）が挙げた翻訳の例のなかでも分かりやすく衝撃的なものは、アメリカの原爆開発における「関心の翻訳」である。将軍たちは原爆開発に反対していたが、ドイツが原爆を開発する恐れを物理学者が指摘したとたん、その開発に関心を示したという（cf., 上野, 2006, 6-8頁）。なお、宇田川（2015, 22頁）は、翻訳を理解するための分かりやすい図を描いた。

的活動の効果・結果であるとき、その構成過程に注目する。ANTは、「科学とは異種混合のエンジニアリングの過程であり、その過程のなかで社会的なもの、技術的なもの、概念的なもの、テキスト的なものが、つなぎ合わされ（あるいは並置され）、変換される（あるいは翻訳される）」とみなす（Crawford, 2004, p. 1）。もちろん、上記引用文にある「科学」という言葉を、私たちは「イノベーション」に置き換えることもできるし、「事業プロジェクト」に、さらには「市場」に置き換えることもできるであろう。

2. 市場的デバイス

カロンは、ANTを具体的「諸市場 markets」や抽象的「市場 the market」の調査研究に用いはじめた。伝統的な社会学に目を向けると、市場（計算の機構）は、社会に埋め込まれた経済的過程に対して事後的に合理的説明を与えるための概念とみなされていた。しかし、カロンは、次のような問いの立て方で（諸）市場にアプローチした。実際に（諸）市場のようなものがあるとするならば、そして、そのなかで計算が可能になっているとするならば、それはどのように構築されているのか。カロンは、ANTを基調とする数々の研究者の事例研究を編著としてまとめあげるなかで（Callon ed., 1998; Callon, Millo & Muniesa eds., 2007）、また並行して、計算に関与する事物についての検討をファビアン・ミュニエーザと共に深めるなかで（Callon & Muniesa, 2005）、計算を可能にする「社会・技術的デバイス」、つまり「市場的デバイス」の具体的事例を摂取し、考察を深めていった。

市場的デバイスとは、計算、価格設定、交換を可能にする装置のことである。それは、「物質的デバイス」と「^{アブストラクティブ}抽象的計算デバイス」に大別される。物質的デバイスの例は、トレーディング・ルームの画面をインターフェースとする情報通信ネットワークであり、それが金融取引とはどういうものか、トレーダーは何ができるのかを規定する。物質的デバイスのより身近な例は、スーパーマーケットのショッピング・カートであり、ショッピングとは何か、買い物客は何ができるのかを規定する。抽象的計算デバイスの例は、価格設定技術、会計手法、モニタリング手段、ベンチマーク作成手続き、金融チャートである。それらの機能は、「抽象化する」という行為を遂行すること、すなわち、抽象化される^{オブジェクト}対象を特定の社会・技術的アレンジメントから引きはがすことである。経済学者は、モデルや計量的構図といった抽象的計算デバイスの創造者でもあり、ときにはそれを用いて集計量を作成する計算当事者でもある。

市場的デバイスという用語をつかってカロンが強調したいことは、計算能力が人と非一人間（物質やデバイスといった事物）のネットワークの中に分散されていること、そのネット

ワークの中で人間はもちろん、事物もまた、分散化された計算能力を担っているということである。カロンは、市場分析において事物に地位を与えたのである。もちろんカロンは人と事物の二分法を際立たせたいのではない。彼は、翻訳の連鎖のなかで諸々の人と事物が結合されたネットワーク総体から、計算、価格設定、交換という市場の機能がたちあがってくる様子を際立たせたいのである。人と事物のネットワークが局所的であれば、それは具体的な「市場 a market」としての機能を果たし、そのネットワークが計算デバイスによって高度に抽象化されていけば、それは抽象的な「市場 the market」に近い機能を果たすはずである。このように、人と事物がどのように配置され、ネットワークを形成しているかに注目することによって、経済的行動、経済的技術、(諸)市場の(諸)法則が人と事物のネットワークの中に分散されており、そのネットワークの中で構築されている様子を、市場についての「本質主義」的見方にも「相対主義」的な見方にも与することなく描き出すことができるようになる (Callon, 1998; Muniesa, Millo & Callon, 2007, p. 10; 山本 2017, 3 頁)。「本質主義」とは、ある行為、制度、社会の中に経済論理や市場法則が本来から内在しているとみなすという、標準的な経済学の構えである。「相対主義」とは、品質計算を数ある慣行の単なる一つとして相対化したり、市場法則を経済学者が発明した単なる構築物とみなしたり、市場が作用しうる領域をできるだけ小さく見積もることによって市場の意義を過小評価しようと試みるという、制度主義的経済学、経済社会学、人類学がとりがちな構えである。

3. 市場的デバイスから市場的^{アジェンスマン}配置へ

カロンによれば、「デバイス」という言葉には ANT の世界観にそぐわない考え方がつきまとうという。この論点は本邦訳の [下] で扱われているが、「配置^{アジェンスマン}」という用語を提示する意義に直結する論点であるため、ここでもう一度整理したい。

カロンによれば、デバイスという言葉は、人と、人に装備されるデバイス(事物)との分割を想起させる危険を孕んでいるという。ネットワークに満ち満ちているデバイスだけが分散化された市場の機能(とりわけ計算能力)をつくりだしているのではない。それをつくりだしているのは、デバイスだけでも人だけでもなく、人とデバイスで構成されるネットワーク、つまり人と事物の組み合わせ assemblage である (カロン/ロー, 1999)。カロンは、人を「人間エージェント(アレンジし、アセンブルする人々)」と呼ぶ一方で、人であれ事物であれ、あるいは人と事物の組み合わせであれ、行為能力をもつ実体を「エージェンシー」と呼ぶ (Callon, 2007a, p. 81)。配置^{アジェンスマン}とは、人と事物の布置のされかた、あるいは、エージェンシーを配置することを表しているのである。人と事物の布置のされかたがそのエージェン

シー特有の行為能力、機能、法則性を決めるのである。すなわち、特定のエージェンシーは人と事物からなる特定の配置^{アジャンスマン}の産物なのである。それゆえ、「経済人」のようなもの、あるいは、より現代的な形態でいえば、個人として自律しつつも水平的ネットワークの中で他者とつながり、プロジェクトを介して他者と仕事をする人間は、経済学や社会学の虚構などではなく、特定の配置^{アジャンスマン}のなかで構築され、現に存在するのである。

人間エージェンシーは、その個人の身体的資源を超える一つの分散化されたエージェンシーである。すなわち、人間エージェンシーは、より正確には、物質的要素、テキスト、会話、能力、埋め込まれた技術、ルーティンといったものからなる一つの社会・技術的配置^{アジャンスマン}として描くことができるものである。人間 STAs〔人間・社会・技術的配置^{アジャンスマン}〕は、変化しやすく、進化し、とりわけ、人間活動そのものにますます依存するものである。

この機能的存在を人類学的モンスターとみなすという、経済人に対する社会学的批判は、その結果として妥当性を失う。例えば自らの目標を決める能力、自らの利益を見極め、計算する能力、彼をとりまく世界から離れて立つ能力、その世界を道具として利用する能力、功利主義的、利己的、機会主義的になる能力によって定義される経済人は、本当に存在することができる。経済人は、もし適切な人工器官を装備され、一個人として生き残るのに必要とされる管理的、テキスト的、制度的資源と援助がアクセス可能でうまくアレンジされた環境に突込まれるならば、存在することができ、急速に増殖することができる。(Callon, 2007b, p. 28)

市場を分析するうえでカロンがとりわけ注目するのは、「計算エージェンシー」あるいは「計算センター」（計算の中核）である（cf., 國部, 2013）。最も分かりやすい例が、企業家と複式簿記からなる計算エージェンシーである。計算する主体は、企業家だけでも複式簿記だけでもない。複式簿記は企業家に対して特定の計算方法を提案し、計算手続きにおける一貫性を課し、ひるがえって企業家は、その提案を受け入れて、複式簿記に計算するように要請する。計算を構想し、遂行するのは、企業家と複式簿記からなる一対なのである（Callon & Muniesa, 2005）。

東田・國部・篠原（2013）および天王寺谷（2013）は、環境会計の一種である「マテリアルフローコスト会計」、つまり資源生産性（資源産出量÷資源投入量）を捉える会計手法を導入した企業の実践が再構成される様子を描き出した。試験的にそれが導入された工場は、そもそもマテリアルのフローをどのような計器でどのように計測するのかが問題になり、次いで、「マテリアルロス」（資源の損失）が数値化された結果、強い改善意識が醸成され、具

体的な改善行動がとられた。この会計手法を導入しその数値を用いて改善行動をとるという実践のネットワーク（実践共同体）は会社の中で広がりを見せた。しかし、鍵となっていた取締役の退任によってその実践共同体は、「資源生産性」に注意を払うという関心を会社に残しつつ、別のネットワークに吸収されていった。

より身近な例として Callon & Muniesa (2005) が挙げるのが、スーパーマーケットでの二つの計算エージェンシーの出会いである。消費者は、ときに紙の買い物リストを見たり、スマートフォンで料理レシピのウェブサイト（物質的・情報デバイス）を閲覧しながら、売り場を歩き（商品が売り手によって配置されている）、買い物カゴやショッピング・カート（物質的デバイス）に商品を入れる。売り手は、商品を構想し、収益と消費者行動の観点から売り場の品揃え（商品の^{アセンブリッジ}組み合わせ）を考え、棚、商品、ポップなどの^{アジャンスマン}配置を決めている。レジスターが計算を代行する。このようにスーパーマーケットは、人とデバイスが分散的・意図的に配置された計算空間である。特定の^{アジャンスマン}配置が、特定の計算能力（それは、人とデバイスのエージェンシーに分散されている）を「活性化」させているのである。

カロンによれば、デバイスという言葉につきまとうのと同じ危険性が「アレンジメント arrangement」という英語につきまとうという。

^{アジャンスマン}配置という用語は、英語で正確に対応する言葉をもたないフランス語の言葉である。フランス語において、その意味は、アレンジメント（または「^{アセンブリッジ}組み合わせ」）にきわめて近い。それは、お互いに注意深く調節された異種の要素の組み合わせというアイデアを伝える。しかし、アレンジメント（および組み合わせ）は、人間エージェント（アレンジし、アセンブルする人々）と事物との一種の分割を含意するものであった。これが、ドゥルーズとガタリ (1998) [『千のプラトー』] が^{アジャンスマン}配置という概念を提案した理由である。(Callon, 2007a, p. 81)

ちなみに、このすぐあとに続く議論が^{アジャンスマン}配置と社会科学の関係についての興味深い視点を提供する。以下の引用文における「言明 statement」や「指示書」には、「市場はかくかくしかじかのように機能する」といった社会科学の言明が含まれる。

^{アジャンスマン}配置は、エージェンシーと同じ起源〔根っこ〕をもつ。すなわち、^{アジャンスマン}配置は、その〔アレンジメントの〕構図に依拠して異なる方法で行動する能力を与えるアレンジメントである。このことは、^{アジャンスマン}配置の外には何もないことを意味する。さらなる説明は必要ない。なぜなら、その意味の構築は^{アジャンスマン}配置の一部だからである。社会・技術的^{アジャンスマン}配置は、それ

を指し示す（諸）言明を含む。^{アジャンスマン}配置が言明に沿って動くのは、^{アジャンスマン}配置が言明を包含するからである。それは、ちょうど指示書が、デバイスの一部であり、デバイスを稼働させることに関与するようなものである。文脈は、記号論にみられるような言葉と対話者の純粹世界に還元されえない。文脈は、テキストのおよび物質的組み合わせとしてみなされるほうがよい〔後略〕。(ibid., p. 81)

^{アジャンスマン}配置、あるいは文脈は、社会科学という言明に「フレーミング」される。それと同時に、^{アジャンスマン}配置は社会科学を内包し、社会科学の言明は^{アジャンスマン}配置や文脈に依存している。^{アジャンスマン}配置や文脈は人と人との言語的關係や貨幣化された關係に還元されえず、そこでは物質が、人や非物質的なものと同等の存在感を示している。

4. 本論文「^{アジャンスマン}市場的配置とは何か」について

先の引用にみられるように、カロンは遅くとも2007年には、^{アジャンスマン}「配置」という用語が、市場を構成する社会・技術的ネットワークを表現するうえで最も適したものであると主張していた。しかし、この^{アジャンスマン}配置という言葉は、編著の書名などとして前面に出されたことはなかった。今回訳出した本論文は、これまでのANTの成果をふんだんに活用しながら、市場を調査・研究するプログラムをガイドする概念^{アジャンスマン}「配置」そのものについて紙幅を割いて丁寧に論じた重要著作である。

市場＝インターフェース

カロンは、標準的な経済学や経済社会学がとる「市場＝インターフェース」という市場観に自らの市場的^{アジャンスマン}配置という市場観を対比させる。市場＝インターフェースは「事前に存在する需要と供給の集合という二つの『塊』の突き合わせである。それは競争の場であり、競争は財の所有権を貨幣的対価と交換して移転することを目的とする。市場での行為者は、その貨幣的対価すなわち価格を導く計算能力を有するとされる」（山本, 2017, 2-3頁）。カロンが問題としたのは、需要および供給が全くの所与となっている市場＝インターフェース観のもとでは、企業および消費者の創意工夫の余地がほとんど存在しないことである。当然、この市場観のもとでは、競争の具体的な現実を取り扱うことはきわめて困難になる。

市場＝インターフェース観が孕むこの問題に、より詳細に踏み込んでいきたい。この市場観は、財の構想・製造・流通においてその財を定義づけるという行為、最終的にその財が^{アタッチ}接続される買い手（あるいはその財・買い手・その他の事物からなるエージェント）の性

格が再定義されるという現象を市場の外部へと追放する。しかし現実には、財を、買い手を取りまくネットワークの中で有用な意味をもちうるようにデザインするという課題は、財の「意味的価値」のイノベーションを企業に強いる今日の経済競争における主題の一つになっている (Callon, 2007b; 日本経済新聞, 2017)³⁾。財の定義づけを市場の外部に放り出すゆえに、この市場像は、価格競争を回避するための競争、つまり財を差別化（言い換えると品質規定、プロファイリング、あるいは、ポジショニング）する競争を主題化しにくい。この市場観は、市場の計算能力を合理的経済人の計算能力に帰着させる。「レモン市場」では逆選択が生じるように、完全情報のもとでなければ、市場取引が成立しなくなる場合がある。経済人に計算能力が付与されるがゆえに、事物は、人間主体が行う計算の対象、つまり客体とみなされる。そのため、人とともに計算プロセスを成り立たせるという事物の役割は分析から排除される。当然のことながら、事物（より正確には人と事物）の布置もまた考慮されない。しかし、先に述べたように、人と事物の布置とその変化は、具体的な市場の性質とその進化を考察するうえで決定的に重要である。

経済社会学、人類学、そして、制度経済学は、この市場=インターフェースが機能しうる領域をできるだけ小さく見積ろうとする。しかし、それらの学問は、批判の矛先である市場について、結局は標準的な経済学と同様に市場=インターフェース観をとっている。市場=インターフェース観を「いったん認めると、市場に関わる具体的なプロセス、実践、調整を明らかにすることは困難になる。それは、誰もが使うがその中身については無視する『ブラックボックス』となってしまっている」（山本, 2017, 3頁）。

カロンが目指すのは、市場というブラックボックスをこじ開け、それを様々なデバイス、手続き、折衝からなる社会・技術的ネットワーク、つまり市場的配 置^{アジェンスマン}として分析することである。市場的配 置^{アジェンスマン}が財・サービス、人、その他の事物のどのような布置から構成され、かつ、市場的配 置^{アジェンスマン}がそれらをどのようにフレーミングしているのか、という問いの立て方にもとづくならば、需要と供給それぞれがいかに形成され、両者の形成がいかに連動し、両者の突き合わせがいかに組織化されているかが分析される。すなわち、集計された需給の「出会い」だけでなく、そこに至る過程が分析の対象になるのである。その過程とは、人々と事物という異質なアクター間の価値をめぐる折衝=翻訳、つまり財の品質規定、価格の定式化、計算であり、人と事物からなるエージェンシーの関係性の構造化と組み換えである。計算能力は、このプロセスのなかで構造化され、場合によっては再構成される計算エージェン

3) 「ネットワーク化が新たな価値を生み出す」という一部のマーケティング論、組織論、経済社会学によるいささか信仰に近い主張を、本論文の研究プログラムは、市場的配 置^{アジェンスマン}の（再）構成としてより説得的に描き出すことができる可能性をもっている。

シー（価格定式は事物の一種としてここに含まれる）が有する能力である。それゆえ、市場的配アジェンスマン置という市場観では、市場＝インターフェース観のように人の計算能力や合理性を先験的に仮定する必要がない。カロンは、市場が現に「機能している」とみている⁴⁾。しかし、その含意は標準的な経済理論の含意とは全く異なる。市場的配アジェンスマン置で達成されるのは、「最適化」ではなく「妥協」なのである。それゆえ、「市場」＝「需給の出会い」＝「価格メカニズム」という定式は不要になる。市場の定式化というプロセスそのものが研究対象になる。

カロンは本論文で、市場的配アジェンスマン置が、その配アジェンスマン置を構成する財・サービス、人、その他の事物に課しているフレーミングを「財の受動化」、「計算的エージェンシーの活性化」、「市場的突アタッチメントき合わせの組織化」、「市場的愛着＝接続」、「価格の定式化」の五つに区別した。以下では、これら五つの区分にとらわれず、フレーミングの議論を再構成していきたい。

財の受動化と計算的エージェンシーの活性化

ANTにおいては事物もまたアクターでありうるが、「財」としての事物は人間にとって「客体」でなければならない。財が客体であることは所与ではない。何らかの「産品 *produit*」が、「受動化」されて「財 *bien*」という客体にされるのである。残念ながら、カロンは本論文のなかで腑に落ちる例を出していない。身近な例を探してみると、ある「ねこ」は、優良な血統の交配によってデザインされ、血統書によって品質規定され、しつけによって社会化された愛玩動物として受動化されていた。産業的な例を探してみると、電気自動車に搭載されているリチウムイオン電池は、特定の電圧・電流を安定して供給できるよう、安全性が確保されるよう、自動車に搭載するにふさわしい大きさ・形状であるよう、細かくデザインされ、それらの品質は仕様書に明記されているはずである。こうした受動化が完了した段階で、財は一つのブラックボックスになり、他の財や人に接続され、社会・技術的ネットワークとしての市場の一部を構成することになる。

産品（事物）の受動化と対になるのが、事物と人からなる計算的エージェンシーの「活性化」である。活性化とは、財を受動化し（つまり品質規定し）、計算し、使用・消費する活動に参画することである。こうした活動で発揮される能力は、先に述べたように所与ではなく、人と事物の配アジェンスマン置のなかで構成・再構成されるものである。

4) 何らかの市場的配アジェンスマン置がつくられた結果、人があたかも合理的経済人のように振る舞いだす場合がある。例えばノルウェーでは、漁獲枠割当を取引できる枠組みがつくられた結果、漁業者が、マイクロ経済学を知っているか知らないかに関わりなく、マイクロ経済学が想定する主体のように動きだした（ミュニエーザ／カロン、2016, 488-490頁）。

品質規定

産品を財にする過程は、受動化の過程であると同時に、「品質規定」の過程でもある。ある財の品質規定とは、他の諸財からなる世界の中でその財の占める位置を規定することであり、その財と他の諸財との類似性および特異性を定義し、かつ、その定義された類似性と特異性をコントロール可能な状態に安定させることである。なお、品質規定は、カロンがたびたび論じる「氾濫 overflowing」と表裏一体である (Callon, 2007b; カロン, 2016)。産品を財としてフレーミング (品質規定) しても、その産品 (財) は必ずそのフレーミングに収まりきらない要素を含んでいる。そうした要素が、その財を取り巻く状況との相互作用を通じて前景化したとき、受動化されていたはずの財は活性化する。これが氾濫である。財は氾濫の可能性を常に秘めている。先の「ねこ」は、「愛玩される」という財のフレームを逸脱して、私に反抗し、譲歩を迫り、私の心の持ち様、生活様式、仕事のスタイルに変更を強いる。先のリチウムイオン電池についていうと、もしも自動車に不具合が発生したとするならば、その電池が他の無数の部品との相互作用のなかでどのような予期せぬ事態を起こしているのか (いないのか) が再測定され、ある場合には社会問題化するかもしれない。つまり、リチウムイオン電池というブラックボックスが再び開け放たれ、リフレーミングされるのである⁵⁾。

(なぜか) すでに定義された財が供給の塊の一部になる「市場=インターフェース」観とは異なり、「市場的配 置」観では、財の品質規定が生産過程から消費過程にまたがって繰り返される。すなわち、品質規定は、例えば素材供給者による、素材の定義、生産、テスト、流通、製造業者による購買、他の財と組み合わせながらの製造、流通 (マーケティング)、消費者による購買、他の財と組み合わせながらの使用・愛用といった局面ごとに次々となされているのである (カロン, 2006)。さらに、消費者による独自の品質規定を参考に供給者が財の品質規定を変更するなど、おそらく品質規定の連鎖は、一方通行の一筋の道ではなく入り組んでいる。先の翻訳という用語を使うならば、市場とは、翻訳が連鎖するネットワークなのである。

切り離しと愛着=接続

(暫定的に) 品質規定された財が投げられるのは、ある財を切り離し、別の財を接続しようとする競争の世界である。買い手は、すでに諸財に愛着をもっている。愛着は、彼の生活を成り立たせているルーティンでもある。ある財は、買い手を中心とする人と事物のネットワークから (すでに愛着をもたれている) 別の財を引き剥がし、自らがその位置を占めるこ

5) 記憶に新しいのが、サムスン製スマートフォン Galaxy Note 7 に搭載されていたバッテリーの発火・爆発事故やトヨタ、ホンダ、日産などの自動車に搭載されていたタカタ製エアバッグの破裂事故である。

とによって、買い手のネットワークに接続されるのである。ボトルキャップにスターウォーズのフィギュアをつける⁶⁾という特異化を施されたペプシ・コーラは、いつもコカ・コーラを飲むという消費者のルーティン（ないし愛着）を切り崩し、自らが代わりにくっつくのである。

価格の定式化

本論文は、経済社会学のように需給の一致による価格決定を単なる例外として退けるのではなく、「需給の突き合わせはいかに組織されているのか」を問う。こう問いかけるならば、標準的な経済学のように「需給の一致点で価格が決まる」と答えるだけでは、実は何も説明していないことになるであろう。需要と供給の共同的な形成過程と両者の突き合わせの組織化が市場的配置^{アジャンスマン}とその多様性をもたらし、価格についての特定の定式はその一部であり集約点であるから、もはや価格決定の超越的原理を念頭に置く必要はなくなる。価格メカニズムは、社会・技術的ネットワークの中で定式化されるのであり、価格は決して超越的原理によって決まる解などではない。

カロンの過去の論文では、品質規定（質的な判断）と価格決定（数量的な計算）は切り離せないことを主張していた（カロン／ミュニエーザ, 2017）。すなわち、品質規定は同時に「品質計算」なのである。本論文は、さらに進んで、価格の定式化というフレーミングが市場的配置の中心をなしていると明言している。ここでようやく、私たちは、「定式化」という地点でカロンによる配置^{アジャンスマン}の議論と価格の議論を結びつけることができるようになった。

価格は、財とエージェンシーとの共時的変容を組織するメカニズムの中心にある。〔中略〕

こうした〔品質（再）規定の〕過程は、エージェンシーへの財の愛着^{アタッチメント}=接続と同時に価格（取引がそこで締結される）の設定に至るのである。こうした分析において、定式化概念が中心的位置を占めている。（本邦訳〔中〕39頁）

エージェンシーは価格を算定するための手続き・計算法（定式）を用いており、それは財と買い手の共同的・連鎖的な品質規定の過程の中心にあり、その過程は分散されており、その定式は多様であり、構築（定式化）されている⁷⁾。本論文で示されている研究プログラムは、

6) しかも黒いビニールを被せられ、隠されていたため、それがアナキン・スカイウォーカーなのかダース・ヴェイダーなのか、消費者には分からない。そのことが消費者（つまり訳者）の「好奇心」（Cochoy, 2011）をくすぐった。なお、訳者はこの例を、ポケモンのおまけをつけたオレンジジュースのボトルという Callon, Méadel & Rabeharisoa（2002）の例示から着想した。

7) この段落と次の段落全体は、山本泰三氏の見解のもと、山本（2017, 6頁）をとるところ修正・補足

エスノグラフィを用いて具体的市場ごと(個別事例ごと)の定式を明らかにすることである。具体的な配置の多様性が価格の定式化の多様性をもたらしているのである。あるいは、具体的な配置のおかげで、人と事物のエンジェンシーは特定の計算能力をもち、それを行使することができるかといえるかもしれない。それゆえ、価格決定の唯一の原理を求めることはカロン^{アジャンスマン}の関心にはない。とはいえ、本論文ではいくつかの目安が示されている。具体的な価格はつねに、別の価格から確立される。マーク・アップが例の一つとして挙げられているが、もちろんこれは最もシンプルな技術である。定式は質的変数と量的変数を何らかのやり方で結合させなければならないし、技術的データ、経済的データ、質的データ(感覚表現など)の接合を成し遂げなければならない。定式化を確立し運用する産業においてはとくに、経済学とその周辺の学問(会計学やマーケティング論)が動員されている。また、(広い意味での)「価値づけ」から価格設定への移行に際して、分類(名前)、序数、数値という三つの尺度の使用を考えることができる。それは、財を分類し、順序づけ、数字に置き換えていくという「計算」であり、質から量への「翻訳」でもある⁸⁾。さらに、分散して展開されている異なった定式化がどのくらい相互依存しているかが問題になるし、それは市場的^{アジャンスマン}配置の範囲や統合の度合いを反映するであろう。そして価値の多元性が定式に関わるがゆえに、定式はときに社会的闘争の焦点にもなる。

具体的市場から抽象的市場へ

このように^{アジャンスマン}配置と価格をつなぐ「定式化」という概念に焦点を当てたことに本論文の大きな意義があるが、定式化が具体的な市場的^{アジャンスマン}配置のみならず、抽象的な市場について検討するうえでも欠かせない概念であることは十分に強調されていない。いかにして抽象的市場は構成され(すなわち、組織化ないしフレーミングされ)、存在している(ようにみえる)のか。この問いに「アルゴリズム的布置」という用語を使って答えたのが、Callon & Muniesa (2005)である。アルゴリズム的布置とは、具体的市場を抽象化する計算を可能にする人と事物の布置のことである。本邦訳の用語に沿うならば、それは、高度に抽象的な市場を表象するかのよう^{アジャンスマン}に見える価格をはじきだす「定式」を成り立たせている社会・技術的^{アジャンスマン}配置である。アルゴリズム的布置は、経済に完全に内在する原理では決してない。アルゴリズムは、「その実行の物質的条件から独立して、抽象的には定義できないし、記述できない」(Callon &

しながら引用したものである。

8) 相対取引においては、定式の開示が、その定式から導出される価格を正当化することがある。というのも、顧客からすると、品質計算のしくみを開示すること自体が、その品質計算がまっとうであることを意味しているようにみえるからである。

Muniesa, 2005, p. 1241)。カロンとミュニエーザが典型例として挙げているのが、パリ証券取引所である。パリ証券取引所は、多様な構成要素が組織化された技術的・物質的布置である。構成要素のリストは、自動化された建値、終値を決定するための板寄せ方式、「注文のタイプ、ダブル・オークション〔売り手と買い手の両方が価格を提示する方式〕のプロトコル、ティック〔値動きの最小単位〕の大きさ、優先割当 allocation priority、匿名性の度合い、売買停止措置」など延々と続く (*ibid.*, 2005, p. 1242)。抽象的市場の存在を可能にしているのは、人々と物質的・抽象的デバイスの配置^{アジャンスマン}に分散的に内蔵された、こうした高度に抽象化された定式なのである。その配置^{アジャンスマン}（デバイス）にはもちろん、経済学やその周辺の学問が組み込まれ、市場的配置そのものをフレミングしている。

5. 市場的配置^{アジャンスマン}の意義

解題の締めくくりとして、市場的配置^{アジャンスマン}の探究という研究プログラムがもつ意義を三つ挙げたい。第1に、繰り返しになるが、人と事物が織りなすネットワークの実態調査が、個別の市場のみならず抽象的市場を把握するうえで必要になることを主張する点である。市場とは何かを究明する資格は、経済学者や経済社会学者だけでなく、人類学者やエスノグラファーにもあるということである。

現代資本主義は、「認知資本主義」(山本編, 2016)あるいは「非物質的蓄積体制」(須田, 2016)と表現されることがある。価値の源泉の一つである知識の生産は特定の組織の区画(企業の研究開発部門、企業研究所、大学)にはますます収まりきらなくなり、代わりに知識は、物質的・抽象的デバイスによってプロジェクトを遂行する能力を付与された諸個人間のネットワークの中で生み出されるようになる。かりにそうであるとしても(あるいは、そうであるからこそ)、私たちは、諸個人に行為能力を付与し、彼らを結びつけ、知識を運搬し、ときにはひとり歩きして意図せざる人の目にとまる、事物(文書、ソフトウェア、技術的デバイス)を調査対象から除外することはできない⁹⁾。しかし、非物質的蓄積体制、脳の協働、知識による知識の生産といった見方を練り上げてきたアントニオ・ネグリら「マルチチュード派」の議論には事物の占める場がない(須田, 2016)。私たちは、「価格の定式化」をつかむ目的のみならず、その前段として価値の主要な源泉である知識にアプローチする際にも、

9) 訳者が調査した、知識創造に関する新規事業は、純粋に企業家自身のひらめきにもとづいて立ち上げられたのではなく、企業家、顧客企業の従業員、その企業家が作成した報告書(その従業員を直接の宛名にしていない)の相互作用のなかで発生し、確立していった。このとき、事物(報告書)は、企業家と顧客企業の従業員とを意図せざるかたちで仲介していた(北川, 2017)。

本論文の調査プログラムを適用することができるのである。

第2に、市場と社会科学の相互作用を指摘する点である。社会科学（とりわけ経済学）はそれ自体が市場的デバイスの一種であり、あるいは、デバイスに埋め込まれて機能している。市場の諸法則は、経済（人と事物のネットワーク）と経済学との共同運動の中で作られるのである（Callon, 1998; ミュニエーザ／カロン, 2016）。人と事物だけでは経済学が語る市場たりえない。もし具体的市場や抽象的市場が、経済学のいう市場に近い働きを私たちに見せているならば、そうなっている理由は、人と事物のネットワークが経済学によってフレーミングされ、市場的^{アジャンスマン}配置をかたちづくっているからである。

第3に、経済的なものの核心に政治的なものがあることを強調する点である。もしも経済学が含意する通り市場法則が客観的・自然的法則であるならば、私たちにそれを主体的に再構想する余地は残されていない。しかし、本論文の見方に従えば、市場法則は、市場的^{アジャンスマン}配置の表象である。市場的^{アジャンスマン}配置は、人と事物のネットワークに特定の解釈と構造を課すという一種の政治の産物であり¹⁰⁾、交渉と合意を経ながら（あるいは議論のテーブルに載せることなくいつのまにか）さまざまな計算上の手続きやアルゴリズムが導入され、社会・技術的デバイスが配置されていくという歴史的・政治的過程の帰結なのである。一連の政治の結果がいまの市場的^{アジャンスマン}配置であり、その表象が市場法則であるならば、私たちに再構想、再交渉、変革の余地は残されている。私たちは、市場的^{アジャンスマン}配置を内部から別様につくり変え、私たち自身もまた別様に^{アジャンスマン}配置が変わればそれに埋め込まれた人の思考と行動もまた変化するからである。

謝辞

この訳者解題の執筆過程で山本泰三氏（四天王寺大学ほか非常勤）から度々コメントを頂戴した。ここに記して深く感謝する。

訳者解題の参考文献

- Callon, Michel (1980) "The State and Technical Innovation: A Case Study of the Electrical Vehicle in France," *Research Policy*, No. 9, pp. 358-376.
- Callon, Michel ed. (1998) *The Laws of the Markets*, Blackwell, Oxford.

10) 忘却された政治性は、財（あるいは人々と諸財のシステム）が意図せざる帰結をもたらしたときにあらためて人々に認識され、ときには諸集団を巻き込んだ論争の対象になる（Callon, 2007b）。

- Callon, Michel (1998) "Introduction: The Embeddedness of Economic Markets in Economics," in Michel Callon ed. (1998) *The Laws of the Markets*, Blackwell, Oxford, pp. 1-57.
- Callon, Michel (2007a) "What Does It Mean to Say that Economics Is Performative?," Donald MacKenzie, Fabian Muniesa & Luci Siu eds., *Do Economists Make Markets?, On the Performativity of Economics*, Princeton University Press, New Jersey, pp. 311-357, reprinted in Richie Nimmo ed. (2016) *Actor-Network Theory Research*, Volume III, Sage, Los Angeles, pp. 73-116.
- Callon, Michel (2007b) "An Essay on the Growing Contribution of Economic Markets to the Proliferation of the Social," *Theory, Culture & Society*, Vol. 24, No. 7/8, pp. 139-162, reprinted in Richie Nimmo ed. (2016) *Actor-Network Theory Research*, Volume III, Sage, Los Angeles, pp. 25-48.
- Callon, Michel, Cécile Méadel & Vololona Rabeharisoa (2002) "The Economy of Qualities," *Economy and Society*, Vol. 31, No. 2, pp. 194-217.
- Callon, Michel, Yuval Millo & Fabian Muniesa eds. (2007) *Market Devices*, Blackwell, Malden, MA.
- Callon, Michel & Fabian Muniesa (2005) "Economic Markets as Calculative Collective Devices," *Organization Studies*, Vol. 26, No. 8, pp. 1229-1250.
- Cochoy, Franck (2011) *De la curiosite: L'art de la seduction marchande*, Armand Colin, Paris.
- Crawford, Cassandra S., (2004) "Actor Network Theory," George Ritzer ed., *Encyclopedia of Social Theory*, Vol. 1, Sage, Thousand Oaks, Calif, pp. 1-3.
- Muniesa, Fabian, Yuval Millo & Michel Callon (2007) "An Introduction to Market Devices," Callon, Michel, Yuval Millo & Fabian Muniesa eds. *Market Devices*, Blackwell, Malden, MA.
- 上野直樹 (2006) 「ネットワークとしての状況論」上野直樹・ソーヤーりえこ編著『文化と状況的学習——実践、言語、人工物へのアクセスのデザイン』凡人社、3-40頁。
- 宇田川元一 (2015) 「生成する組織の研究——流転・連鎖・媒介する組織パースペクティヴの可能性」『組織科学』第49巻第2号、15-28頁。
- 金森修 (2014) 『サイエンス・ウォーズ』新装版、東京大学出版会。
- カロン、ミシェル (2006) 「参加型デザインにおけるハイブリッドな共同体と社会・技術的アレンジメントの役割」川床靖子訳、上野直樹・土橋臣吾編『科学技術実践のフィールド

- ドワーク——ハイブリッドのデザイン』せりか書房、48-54 頁。
- カロン、ミッシェル「社会学は外部性の経済分析を豊富化できるか? ——『フレーミング= 氾濫』概念についてのエッセー」横田宏樹・須田文明訳『旭川大学経済学部紀要』第 75 号、117-146 頁。
- カロン、ミッシェル/ジョン・ロー (1999)「個と社会の区分を超えて」林隆之訳、岡田猛ほか編著『科学を考える——人工知能からカルチュラル・スタディーズまで 14 の視点』北大路書房、238-257 頁。
- カロン、ミッシェル/ファビアン・ミュニエーザ (2017)「計算の集成的装置としての経済市場」山本泰三・須田文明訳『四天王寺大学紀要』第 64 号、近刊予定。
- 北川亘太 (2017)「市中の山居——対話による商品企画の共創を可能にする制度」関西大学経済学会ワーキング・ペーパー J-46。
- 國部克彦 (2013)「経済活動と計算実践」『日本情報経営学会誌』第 33 巻第 4 号、4-18 頁。
- 須田文明 (2016)「コモンにおける真正性の試験と評価——テロワール・ワインと有機農産物を事例に」山本泰三編 (2016)『認知資本主義——21 世紀のポリティカル・エコノミー』ナカニシヤ出版、103-120 頁。
- 天王寺谷達将 (2013)「マテリアルフローコスト会計が構築するイノベーションの場——資源動員力の観点からの考察」『日本情報経営学会誌』第 33 巻第 4 号、53-64 頁。
- ドゥス、フランソワ (2013)『意味の支配——人文科学の人間化』仲澤紀雄訳、国文社。
- 中島秀人 (2002)「テクノロジーの社会的構成」金森修・中島秀人編著『科学論の現在』勁草書房、63-87 頁。
- 日本経済新聞 (2017)「やさしい経済学 顧客価値重視のイノベーション④」(延岡健太郎)、3 月 13 日朝刊、14 面。
- 東田明・國部克彦・篠原阿紀 (2013)「環境管理会計による可視性の創造と変容——A 社におけるマテリアルフローコスト会計実践の時系列分析を通じて」『日本情報経営学会誌』第 33 巻第 4 号、65-77 頁。
- ミュニエーザ、ファビアン/ミッシェル・カロン (2016)「経済学の行為遂行性」山本泰三・須田文明訳『四天王寺大学紀要』第 62 号、479-503 頁。
- 山本泰三編 (2016)『認知資本主義——21 世紀のポリティカル・エコノミー』ナカニシヤ出版。
- 山本泰三 (2017)「アクター・ネットワークの認識論/存在論——予備的検討」進化経済学会第 21 回大会報告論文、2017 年 3 月 25 日、京都大学。
- ラトゥール、ブルーノ (1999)『科学が作られているとき——人類学的考察』川崎勝・高田紀代志訳、産業図書。