

学籍番号：CD091002

新事業の社会的正当性
企業家による制度環境への働きかけ

一橋大学大学院 商学研究科
博士後期課程 経営・マーケティング専攻
尾田 基

謝 辞

本論の執筆が終盤にさしかかり、改めて様々な方の影響を受けてきたことを実感している。

何よりもまず、指導教員である沼上幹先生に御礼申し上げたい。先生には、学部3年のゼミナールに参加させていただいて以来8年間にわたりご指導いただいた。博士論文の指導の際には、毎回の発表で原稿の重要な部分を筆者以上に読み取り、その都度、論文の方向付けを明確にする方法を教えていただいた。自分の原稿であれ、ゼミテンの原稿であれ、対話の中で最もなすべきコメントはどれなのか。重要度の違いを見抜き、他人に伝えるための表現をどのように工夫すれば良いのか。対話が成り立つということはどういうことなのか。長きにわたり我慢強く見守り、励まし、気遣ってくださったおかげで、ようやく自分の原稿と対話のできる研究者に近づくことができた。厚く御礼申し上げたい。

もう一人の指導教員を引き受けていただいた軽部大先生には博士後期課程に進学して以来、4年間にわたりお世話になっている。常にぶれない、正攻法のコメントをいただき、また、ご自身の研究で実践してみせていただく中で、多くのことを学ばせていただいた。残念ながら、本論では、時間的な制約もあり、丹念なデータ処理によって社会現象のパターンを明らかにする作業など、先生から学んだことのほとんどを活かせていない。ただ、「生まれる時期や地域を選ぶことはできない、それ故に“持ち場でがんばる”ことが大切である」という先生の言葉を折に触れて思い出し、この国の将来にとって、また、筆者らの世代にとって重要になると思われる課題を、本論に表現したつもりである。

また、本研究の出発点となっているのは、軽部先生と武石彰先生（京都大学）・青島矢一先生によって進められた資源動員の正当化に関する一連の研究である（軽部他、2007；武石他、2012）。修士課程の際は武石先生、博士後期課程では青島先生の授業に参加し、先生方とのコミュニケーションの中で研究の読み筋に触れることで、大きく影響を受けてきたのだと感じている。

本論の問題設定に確信が得られたのは、林秀美先生（ゼンリン・データコム取締役会会長、北九州市立大学）へのインタビューに拠るところが大きい。林先生のご経験と、また先生が社会の変化をどのように読んできたのかを伺うことで、漠然としていた問題関心に焦点を当てることができた。厚く御礼申し上げたい。また、高橋秀直先生（北九州市立大学）には林先生をご紹介いただいた。あわせて御礼申し上げる。

本研究は多くの先生方からコメントをいただくことで、自分の解いている問題を再発見しながら進められてきた。まだ途中ではあるものの、一応の中間報告を書ける状態にまでいったのは、いろいろな方にお話をし、コメントを頂き、修正するというプロセスに恵まれたからだと感じている。とりわけ、加藤俊彦先生にはハーバート・ハートの著作を奨めていただき、その他にも日頃から様々な示唆と励ましの言葉を頂いた。

第4章の元になった住宅地図の事例については2度の報告する機会を得た。日本経営学会関東部会での司会を担当いただいた渡部直樹先生（慶應義塾大学）には概念を整理するための示唆を与えていただいた。EBHA（European Business History Conference）での報告は、グローバル COE プログラム「日本企業のイノベーション」からの援助の下で実現された。同プログラムの支援に感謝申し上げる。

第5章は、イノベーション研究センターのサマースクール 2012 での報告を元としている。センター長の延岡健太郎先生をはじめとして、米倉誠一郎先生、中馬宏之先生、楡井誠先生、清水洋先生、生稲史彦先生（筑波大学）、長内厚先生（早稲田大学）、新井泰弘さん（青森公立大学）、加藤直子さん（統計数理研究所）、天王寺谷達将さん（神戸大学大学院）から建設的なコメントをいただいた。

第6章は、日経・企業行動コンファランス 2012 での報告が元になっている。秋山英三先生（筑波大学）と松嶋登先生（神戸大学）には原稿を熟読いただき、説得的な議論を行うために改善すべきポイントをご教示いただいた。

学部生のころからお世話になっている島本実先生、松井剛先生はじめ、多くの先生方、諸先輩方の激励が心の支えとなっている。全員のお名前を掲載できず恐縮ではあるが、とりわけ最終年度のゼミを共に過ごした相澤鈴之助さん、三浦紗綾子さん、新津泰昭さん、櫻木理江さん、内田大輔さん、八幡和磨さんには大変お世話になった。また、渡辺周さんと渡邊裕大さんには本論の草稿に格別丁寧に目を通していただいた。

最後に、両親に感謝を述べておきたい。休学と復学にあたり、両親には多くの心配と苦勞をかけてしまった。長きにわたる暖かい支援に心から感謝している。

2012年12月28日

国立の“森の中”にて

尾田 基

目次

第1章 問題設定	1
第1節 問題設定	1
第2節 本論の構成	3
第2章 既存研究の検討	5
第1節 社会制度と社会における正当性	6
イノベーションの普及における異なる正当性の対立	7
法制度が制度としての効力を発揮するのはどのような正当性によるのか	9
第2節 法制度の特徴	9
第3節 既存のイノベーション研究との対比	11
制度企業家論	11
非公式経済を扱った研究	12
第3章 研究方法	13
第1節 事例研究を採用する理由	13
第2節 本論の方法論的前提	14
第3節 用いたデータとその特徴	16
① 法令文書	16
② 判例	17
③ 国会会議録	17
④ 研究会資料	18
各事例記述に際して収集した情報（雑誌記事，新聞記事）	19

第4章 法的正当性の確立プロセス	20
第1節 対象の設定	20
第2節 事例の検討	22
歴史的バックグラウンド 都市計画図と表札.....	22
著作物の定義と、著作権で保護される境界.....	23
著作権法で保護される“創作性”.....	23
実地調査を付け加えた他社製品に対して、自社の著作権が認められなかった事例....	24
完全なデッドコピー（海賊版）に対して著作権侵害が認められた場合.....	25
個人情報保護法の成立とゼンリンの対応.....	26
立法プロセスと関係者の構造.....	26
合法と違法の境界設定.....	34
第3節 議論	35
事例分析から得られる結論と含意.....	35
残された問題.....	35
補論 ゼンリンの全国展開	37
競合の吸収合併.....	37
製造工程の改善.....	37
用途拡大による社会への定着.....	39
第5章 企業家の逸脱行動	40
第1節 既存研究の検討	40
企業家の特性.....	40
逸脱行動に関する研究.....	41
第2節 線路敷設基盤問題の概要	42
権利関係を複雑にする諸要因.....	43
第3節 有線ラジオ放送業界における無許可架線	47

有線ラジオ放送法の成立と当初の想定	47
無許可でのケーブル架線とその波及	47
当初の行政の反応	49
問題の複雑化，強硬化，社会問題化	51
業界構造の確定と問題の収束へ	55
第4節 問題の“教訓化”	58
線路敷設権の競争政策化と USEN の評価の変化	58
FTTH 事業での敗北と退出	59
大阪有線放送社の立場の変化	61
第5節 議論	62
インプリケーション	64
第6章 収益モデルと社会への牽制	66
第1節 新事業の正当化と収益モデル	66
第2節 資源依存論における外部資源	68
無料を交えた収益モデルの類型	68
ベータ版モデル	70
ドネーション・モデル	71
フリーミアム・モデル	71
広告モデル	72
資源依存論による収益モデルの再解釈	72
第3節 グーグル・ストリートビュー事業の正当性確立	74
サービスの概要	74
社会の反応とその推移	75
第4節 類似のサービスとの比較	81
ロケーションビュー社	82

ヤフー・ジャパン	83
ゼンリン	84
第5節 議論	85
補論 グーグルと行政のコミュニケーション	89
第7章 論点の整理	92
第1節 各章の要約	92
(第1章) 問題設定	92
(第2章) 既存研究の検討	92
(第3章) 研究方法	93
(第4章) 法的正当性の確立プロセス	94
(第5章) 企業家の逸脱行動	96
(第6章) 収益モデルと社会への牽制	97
第2節 法制度への働きかけを備えた新事業戦略論の構築に向けて	99
5 (+1) フォース・モデルによる本論の整理	99
代替品	100
買い手	101
補完財	101
第3節 今後の研究の可能性	102
法制度の専門職にとっての目標と成果	102
法律における記述可能性と行政の裁量の問題	103
新技術による法制度の迂回戦略	104
法と国際戦略	105
参考文献	107
参考文献・参考資料 (ABC 順)	107
参考ウェブサイト (各章順)	121

表目次

表 1	社会制度の3類型	7
表 2	諸外国における地図情報と居住者情報の入手可能性	22
表 3	3つのグループの人員構成	30
表 4	個人情報保護法の法制化検討会議の開催日と、会議における各種中間案の配布 日	31
表 5	電柱の利用料	44
表 6	1973年時点での有線ラジオ放送の免許数内訳	47
表 7	線路敷設基盤問題についての国会での発言一覧	52
表 8	違法架線に関する請願	53
表 9	有線音楽放送正常化中央連絡協議会の構成員	56
表 10	各社が所有している電柱の数	62
表 11	大阪有線放送とその無許可架線に対する社会的評価の変化	63
表 12	4つの収益モデル	70
表 13	グーグル社がサービス開始後に行った主な対応	76
表 14	『朝日新聞』における論調	77
表 15	日経3紙における論調	78
表 16	各社の収益モデルと、資源提供者への対処	86
表 17	ストリートビューへの行政の対応	90
表 18	インターネット地図情報サービスワーキンググループの構成員一覧	91

図目次

図 1	本論の章構成.....	4
図 2	法令の優先順位.....	17
図 3	残された問題と次章以降との対応関係.....	36
図 4	電子化された住宅地図出版の工程.....	38
図 5	有線音楽放送の権利関係の概要.....	46
図 6	有線音楽放送事業の許認可数推移.....	55
図 7	FTTH 接続サービスの市場シェア推移.....	60
図 8	法制度環境の影響を前提とした業界構造の検討.....	100

第1章 問題設定

第1節 問題設定

本論の目的は、イノベーションの普及過程において、イノベーションを法的に正当化していくという問題が重要な検討課題となりうることを示すことにある。とりわけ、イノベーションの法的位置づけを確定させていく過程においては、企業家が法律を設計・運用する具体的な行為者との交渉を通じて正当な事業の範囲を確定させていく性質があることを、事例記述を通じて明らかにしていく。

そもそも、イノベーションが誕生した瞬間、すなわちこれまでの社会に存在しない新しい製品やサービスについての組み合わせの発想が生まれた瞬間、あるいは発明された瞬間においては、そのイノベーションが法的に問題のある製品・サービスであるかどうかは自明ではない場合がある。イノベーションがこれまでの社会に普及していない新製品や新結合として定義されるのであれば、その新製品が合法であるかどうかについて、過去の類似例や、文化的規範に基づいた一定の考え方や判断基準はあったとしても、その法的問題には一部未知の問題である部分が残されており、法的位置づけは確定していないと考えられるのである（Schumpeter, 1926；小野, 2006）。発明が社会に対して提示されて初めて具体的な合法・違法の境界基準が考察され設定されうるのであり、イノベーションの遂行者である企業家はその境界をめぐって法制度の専門職と交渉し、自らのイノベーションの正当性を確保していくことが求められるのである。

これまでに新規性の高い事業を確立してきた実務家は、法的な問題に直面したことをしばしば言及している。例えば、個人宅への小包配達事業である「宅急便」を創始したヤマト運輸の小倉昌男は、自著の中で、宅急便の成立過程において道路運送法や運輸省が障害となったと述べている（小倉, 1999）。宅急便事業を創始した1970年代当時、道路運送法は主にバスによる旅客運送を想定した法律になっており、貨物運送を行うトラックには不具合が多かったのである¹。このような問題に対して、ヤマト運輸は行政訴訟を起こしたり、マスコミを通じて広く社会に運輸省の対応の遅さを批判したりすることで、徐々に事業の許認可を獲得していった²。

¹ 小倉（1999），pp. 158-160。

² 小倉（1999），pp. 161-168。

このような問題が繰り返し生じうることを指摘する実務家も存在する。インターネット上に様々な情報を検索可能にしようとする米グーグル社は、世界中の法律に対して自社の新技術を認めさせようとしているために法的問題での折衝が絶えない企業のひとつである。グーグル社の法務担当副社長であるケント・ウォーカーが語るアネクドートは、新事業と既存の法制度の関係を象徴的に表している³。

「人は新しいものを恐れるものだ」と話すウォーカー氏は過去のこんな例を引き合いに出す。飛行機誕生間もない頃の米国の財産権を巡る紛争だ。「上空を通過する飛行機が財産権をおかす違法侵入だと裁判になったことがある。結局、いちいち許可を取るのは無理だとして、上空を巡る財産権は飛行機という技術革新により制限された⁴」

ウォーカーが語るように、新技術の進歩の後で法制度は整備される側面があると考えられる。ライト兄弟が初の動力飛行に成功したのは1903年のことであり、そのわずか11年後の第一次大戦では軍用機が実戦に投入されている。航空技術は20世紀の初頭に急速な進歩を遂げた。航空機製造業が営利事業として成立するためには、安定して飛行できる飛行機を製造する技術だけでなく、各種私有地の上空を通行する権利が確立される必要がある。同様に、航空機を利用した旅客や貨物の航空輸送業が営利事業として成立するためには、国際輸送の権利関係について多国間で調整し、航空事故に際しての補償についての取り決めを行うなど、公法・私法両面での制度構築が必要とされる。1929年のワルソー条約（国際航空運送についてのある規則の統一に関する条約）など、航空関連の法律や国際条約は急速に整備が進められた。しかし、それは新技術や新事業に続いて、一歩遅れて整備されたといえよう。

このようなイノベーションと法制度の問題は、宅急便や航空産業に限った問題ではなく、より一般性の高い問題であると想定される。今後も、例えば輸送事業に限ったとしても、民間企業による宇宙開発が進展するなど、新規の輸送事業が誕生すれば同種の法制度の問題が生じうることは、容易に想像できるであろう。この、新規事業の法的正当化とでも称すべき問題は、イノベーション研究の古典としてしばしば引用されるジョセフ・シュムペー

³ 肩書きは2008年9月当時。

⁴ 『日本経済新聞』（2008年10月13日、朝刊）、p. 14。

ターの『経済発展の理論』の中でもすでに想定されていた。「この（新結合の遂行に伴う社会環境の）抵抗はまず第一に法律的または政治的妨害物の存在として現れる」との記述があるとおり、新結合を法的に正当化していくことは企業者機能の一例であり、法的問題は普遍的に生じうる企業家の課題であるとシュムペーターは想定していたのである⁵。

実務家による言及が再三にわたってなされており、また、古典的研究においてもその問題が示唆されているにもかかわらず、新事業の法的正当化はひとつの研究分野としてまとまった研究の蓄積がなされてきたわけではない⁶。本論は、既存の関連する研究の検討と、複数の事例記述を通して、新事業の法的正当性について未知の問題が多く残されている研究領域であることを示す。また、法的正当性の確立のために鍵となり得る要素について幾つかの仮説を提示していく。

第2節 本論の構成

本論は全7章構成となっている。図1は本論の章構成を図示している。本章と第2章、第3章は分析のための準備の章である。次章では既存のイノベーション研究との対比により本論の問題領域を明らかにすると共に、法哲学や法社会学、新制度派組織論など、複数の分野の研究を参考に、本論の道具立てとなる概念を紹介する。本論は第4章から第6章にかけて、それぞれ別個の単独事例の分析を行っている。第3章ではそれらの事例分析に先立って、なぜ本論が事例研究法を用いるのか、その理由と方法論的前提について説明する。また、利用した資料の概要を説明し、法制度の問題を調査するにあたって利用可能な資料にどのようなものがあるのか、またそれぞれの情報源にどのようなメリットとデメリットがあるのかを紹介する。

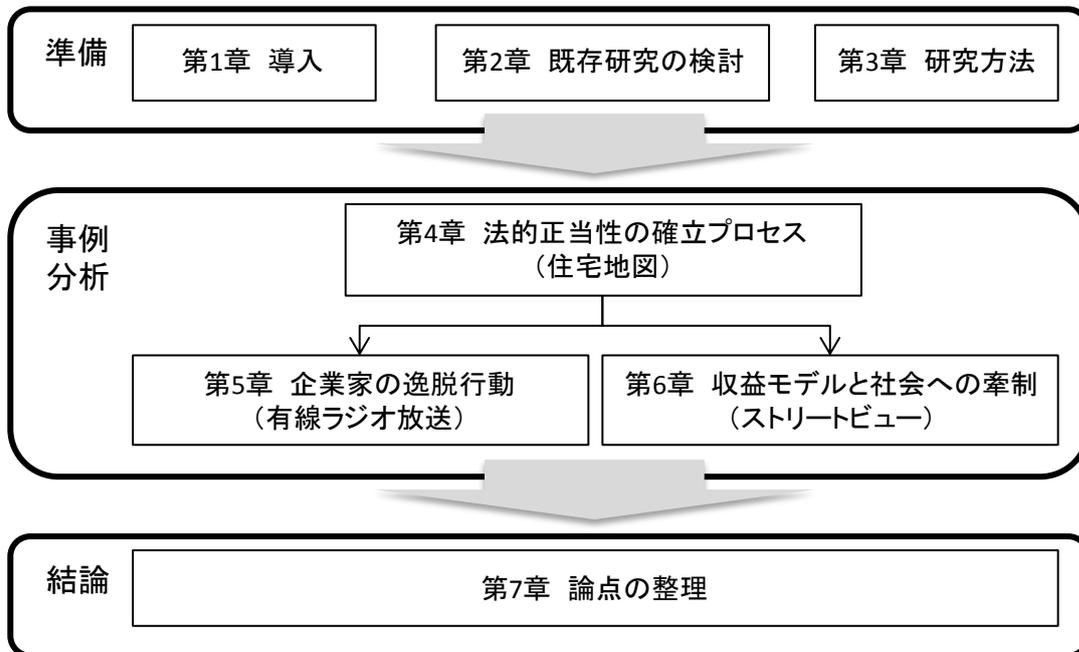
第4章ではゼンリンの住宅地図事業、第5章では大阪有線放送社の有線ラジオ放送、第6章ではグーグルのストリートビュー事業を分析し、それぞれの事業を企業家がどのように正当化していったのかを検討する。第4章では探索的な事例記述を行い、残された問題を第5章と第6章で検討する。最終章となる第7章では、事例の分析から明らかになった

⁵ Schumpeter (1926), 引用部は塩野谷他訳 (1977) p.226 による。括弧内部と傍点は引用者による追記である。

⁶ 日本経済新聞の編集委員を務めた三宅伸吾による著作は、法制度の過剰規制問題を扱った先駆的業績である(三宅, 2011)。法と経営学の境界領域を扱った研究としては、境 (2005) や Bagley (2008) があるものの、本論のようにイノベーションとの関連を扱った研究は管見の限り見当たらない。

論点を整理すると共に、今後の研究の可能性について言及する。

図 1 本論の章構成



第2章 既存研究の検討

本章の目的は、本論が解こうとしているイノベーションの法的正当化という問題がどのように理論的に位置づけられるのかを示すことである。位置づけを示すにあたって、さしあたり、次の問いを考えてみたい。「イノベーションの法的正当性を直接扱った研究が存在していなかったとしても、イノベーションと社会制度の関係を扱った研究は多数存在するのであり、それらを応用すれば法制度についても考察することが可能なのではないか。」あるいは、より簡潔に表現するならば「イノベーションとの関係を考える際に、法制度は社会制度の中で独特の特徴を保持しているといえるのか」。この問いに答えていくことで、本論の位置づけと道具立てを紹介することにしたい。

本章は以下のように構成される。第1節では社会制度全般を取り扱った概念整理の中でも、各々の社会制度が保持している正当性の源泉に基づく制度の区分法を紹介する。社会制度は、処罰や利益などの外的なインセンティブによって社会制度の正当性が担保される場合や、倫理や規範などの内心に訴えることで維持される社会制度などに分類することができる。このように正当性の源泉を区分することで、既存研究で考えられてきたイノベーションと社会制度の関係について一定の整理をすることが可能であることを示す。

しかし、法制度がなぜ制度としての諸力を保持できているのかという問題について検討してみると、法制度の正当性の源泉はひとつに特定しがたいことが明らかになる。人々が法を守る理由は人によって、また状況に応じて様々であるし、一方で法制度は一般に、法律を知ろうと知るまいと、国民個々の事情にかかわらず、国民全体に対して効力を発揮するからである。このような点について、法制度には社会慣習や規範、あるいは業界の自主ルールとは異なる独特の特徴があると考えられるのである。

第2節では、法哲学や法社会学の領域で、法制度の特徴についてどのように整理されてきたのかについて簡単に紹介する。ハーバート・ハートの1次ルールと2次ルールを区別する考え方から導き出されるのは、①法制度が道徳や規範、倫理から切り離された独特の論理体系であること、②法制度は法的ディスコースを用いる専門職集団によって維持されている社会的プロセスであること、の2点である。企業家は法制度の専門職とのコミュニケーションを通じて新事業の正当性を獲得していく必要がある。

第3節では近年の制度企業家論など、イノベーションと社会制度の関係を扱った既存研

究を紹介し、本論との位置づけの違いを明確にする。

第1節 社会制度と社会における正当性

イノベーションが社会に受け入れられる、イノベーションが社会的な正当性を獲得するとはどういうことだろうか。正当性とは、ある社会的規範・価値・信念のシステムの中で、その行為が適切であるとか望ましいとされるような、一般的な認知のことであるとされている (Suchman, 1995, p. 574)。組織の正当性の管理について広範な検討を行った Suchman (1995) は、正当性の源泉について、実用的正当性・倫理的正当性・認知的正当性の3類型を提示している。実用的正当性とは、実用性の点から鑑みて有益だとか便利だから望ましいとする認知のことであり、倫理的正当性とは、その行為を行う事が人として正しいことであるとか、人として求められている責務であるから望ましいとする、倫理や規範に基づいた認知のことである。認知的正当性は実用的正当性や倫理的正当性のようには望ましい理由づけを問いたださないような、自明視されていて普段問われることがないような行為、つまり、認知されないような行為の正当性のことである。Suchman (1995) や Stryker (1994) による正当性の議論を参考にした Scott (2008) は、それぞれの正当性を元に維持される社会制度を3類型に分類し示している (表 1)。功利的な判断を基礎に置く規則的の制度、規範や倫理に訴える規範的の制度、当然視される文化的・認知的の制度の3類型を提示している。社会制度には外的なインセンティブに訴えるもの、内心の良識に訴えるもの、訴えずとも正当性を獲得しているものの3種類があると言い換えることもできる。

表 1 社会制度の3類型

	規制的制度	規範的制度	文化的・認知的制度
服従の基盤	功利主義・便宜主義	社会的義務感	自明視, 共通理解
秩序の基盤	規制を含んだ規則	拘束力のある期待	構成されたスキーマ
メカニズム	強制的	規範的	模倣的
論理	役立つかどうか	適切かどうか	典型的かどうか
指針	規則, 法, 刑罰	認証, 認定	共有された信念, 同型化圧力
感情	有罪の恐れと無罪	恥と名誉	確信と当惑
正当性の源泉	法的な刑罰	倫理的支配	了解可能であること 文化的支持

(出所) Scott (2008, p.51, Table3-1)を元に筆者作成。

Scottの分類と類似の分類を行っている研究は他にも存在する。Frost and Egri (1990a)は組織内での政治的行動の手法を自然化・中立化・正当化・社会化の4類型に分類している。正当化とは、物事の価値の優先順位が、他の事柄よりも高いことを主張することで目的を達成する方法である。中立化とは、説得したい事柄が、一部の利益のみを代表するような問題ではなく、価値中立的な事柄であるかのように振る舞うことによって、目的を達成する方法である。社会化とは、組織の構成員の態度や認知をそもそも変えることで目的の遂行を説得する方法である。自然化とは、何らかの説得したい事柄があたかも既定の事柄であるかのように見せることによって、目的を達成する方法である。

国際的な政治秩序について検討した March and Olsen (1998)は、政治行為を期待される結果に基づく論理 (logic of expected consequences) と適切さに基づく論理 (logic of appropriateness) という区分によって、合理的な期待の計算に基づいた行為と、規範や倫理などのルールに従った行為を区分している。分類の数に違いはあるものの、多くの研究が研究分野を超えて類似の分類を行っている。

イノベーションの普及における異なる正当性の対立

このように社会制度を正当性の源泉に従って分類することで、イノベーションと社会制

度の関係を扱ってきた既存研究について一定の整理をすることが可能であるように思われる。ここでは3つの研究群を紹介しておくことにしよう。第1の類型は、企業が規則的制度を自主的に形成する現象を扱った研究、第2の類型は、規範的制度がイノベーションの普及を阻害要因となることを扱った研究、第3の類型は、そもそも社会集団によって新製品にどのような価値を見いだすかが異なることを指摘した研究である。

企業らが自主的にルールを制定することで、技術進歩の方針をさだめ、進歩を加速させようとすることがある。技術の標準を巡る競争では、社会的に受け入れられるであろうという期待を形成することができた技術が支配的な市場地位を占めるロックイン効果が指摘されている (Arthur, 1989)。自主的なルール形成による企業間の協調行動にはこの他多様な方法が検討されており、技術標準の策定においてもデ・ファクト標準やデ・ジュア標準、フォーラム標準、コンセンサス標準など状況に応じた合意形成の仕方についての研究が進んでいる (藤野・江藤, 2009 ; Itohisa and Yasumoto, 2012)。また、リーダーとなる企業とパートナー企業との間でどのような共存関係を築くのか、利益の配分方法についても研究が進んでいる (Gawer and Cusumano, 2002 ; Iansiti and Levien, 2004 ; 根来・足代, 2011)。これらの研究の問題関心は、社会制度をどのように設計することで、競争優位や高い利益水準を達成できるかという点にあるように思われる。

社会制度はイノベーションを阻害する要因にもなる。実用的で役に立つことが明確であるイノベーションであっても、既存の規範や文化との整合性が普及の阻害要因になりうるという現象については、人類学やマーケティングの研究において古くから指摘されている (Katz et al., 1963 ; Rogers, 1962 ; 2003)。例えば Chan (2009) は、中国における生命保険市場の成立に際して、若くしての死について会話することをタブー視する文化が問題となったことを報告している。これらの規範や文化に関する研究は、異なる正当性の対立を扱っていると解釈できるであろう。

そもそも、規範や便益を見いだすのは消費者の認知であり、社会集団が異なれば新製品に見いだす価値は異なると指摘する研究もある。技術の社会的形成を議論した Pinch and Bijker (1984) は、新製品がどのように認知されるかは社会のサブ・グループによって異なると指摘している。自転車が登場した当初には、自転車をスポーツとして考える集団と、自転車を日用品として考える集団が存在し、大きな前輪を男らしいものとしてみるか、洋服が絡まって不便と見るかは社会集団によって異なる。自転車という新製品がどのような進歩を遂げていくかは、社会集団がその新製品をどのように認知したかということに左右

される。

法制度が制度としての効力を発揮するのはどのような正当性によるのか

法制度に違反すればなんらかの処罰がある場合が多く、法制度は一見すると規制的制度に分類されるように思えるかもしれない。しかし、日常生活を振り返れば、我々は、人々が法律に従っているのは常に功利的な計算に基づいているわけではないことに気付くはずである。例えば、歩行者が横断歩道で赤信号に直面したとしよう。横断歩道の向こう側には小学生ぐらいの子どもが居て、こちらを見ている。車が来る気配はまったくない。このように、法律を遵守しなくとも罰則を受けない、また、遵守しない方が自らの便益にかなう場合であっても、人は法律を守ることがある。それは、横断歩道の向こう側で見ている子どもに対する教育効果のような、広範な影響を考慮した功利的な計算に基づくのかもしれないし、大人として正しい行為をするという倫理的な規範に従ってそうするのもかもしれない。無意識に、習慣的に、他者の行動に合わせて法律を守ることもあるだろう。逆に、法律に違反する行為をとるときを想定しても、刑罰への恐れを感じる場合もあれば、倫理的な葛藤を感じる場合もあるように思われる。

また、そのような内心のプロセスにかかわらず法制度は全ての国民に対して効力を発揮する。社会規範や業界内の自主的なルールが、基本的にはその社会制度の構成員の全体に了解されていることと比べると、法制度はより広範な影響力を保持していると考えられ、規範や規則のなかでもなんらかの独特の特徴があると考えられる。正当性の源泉に基づく社会制度の区分はそれ自体有用な分類方法であるけれども、企業家と法制度の関係を分析するためには法制度独特の特徴をより深く理解する必要がある。

第2節 法制度の特徴

一般的な命令や規則、あるいは社会規範や倫理などの社会制度と、法制度がどのような点で異なるのか。実証主義的法哲学の基礎を築いたハーバート・ハートは法律を1次ルールと2次ルールという2つのルールに区分することでその差異を明らかにしている。1次ルールは通常社会規範（構成員になんらかの行動を要請したり禁止したりするルール）であり、2次ルールとは、ルールとは何であるかを定めるメタ・ルールのことである。このようなメタ・ルールは、社会が大規模化するに従って、何がルールであるのかについての合意を形成するために多大な労力を必要となることから誕生する。例えば、業界内での

自主的に制定されるルールの場合、ルールが何であるのか、また、誰かがルール違反を犯したとしても、ルール違反となった行動を特定し、処罰することは容易である。しかし、大規模な社会では、どのルールが正統なルールであるのかを確定するためのルール（承認のルール）、既存のルールを変更するための手続きを定めたルール（変更のルール）、ルール違反を確定するためのルール（裁判のルール）を定めておかなければ、社会秩序の維持が困難となる。例えば、裁判によらずに自力による損害や権利関係の回復をしようとする試みが社会の各所で生じれば、社会は無秩序状態となってしまうだろう。2次ルールを定め、ルールの維持と執行を専門に行う法曹や行政の職業が形成されることで、法制度は自己産出的な論理体系として、通常の倫理や規範から切り離されるのである。

企業家がイノベーションを合法的なものとするためには、具体的な判断を行う専門職に対して、所定の手続きに従って訴えれば良い。倫理的なコンセンサスを得るためには物事が熟成するまで待つ必要があるけれども、裁判官は裁判を拒絶することができない（小野，2006，pp.7-8）。そのため、法制度の専門職は、まさに職務として、未知のイノベーションについて判断することを迫られる。Rogers（1962；2003）の研究などで指摘されてきたように、既存の社会規範に従う人々がイノベーションに対して反対する立場をとったとしても、イノベーションに対して法的制裁を加えるに至るためには、判例や裁判官による裁定によるチェックを受け、時には行政や国会の手を経て法制化されるという手続きが必要なのである（Luhmann，1986（土方訳，p.96））。

また、法システムは多数の専門職から成り立つ社会的なプロセスであり、社会の動きに対して機械のように自動的に、常に同じ反応を返すわけではない。例えば、交通法規に違反したとしても、常になんらかの違反点数が課されるとは限らないことから我々は日常的に法システムの社会性に接している。交通違反の取り締まりは警察や司法の予算や人数などの能力や、課せられている業績評価などのインセンティブによって変わりうる。法制度に関わる各種公的機関は社会組織であり、社会学的な分析が可能な研究対象である⁷。未知のイノベーションに直面した法曹関係者や行政の担当者がどのような反応を示すかはあらかじめ答えを予測できる性質の問題ではなく、些細な事柄が大きく結果を動かさしめる（Bagley，2008）。企業家にはイノベーションを正当化すべく説得する余地が残されているのである。本論では、このような専門職の手続きを経て新事業を認めさせることを持つ

⁷ 法社会学のトピックを概観するにあたっては六本（1986）、村山・濱野（2012）を参考にした。

て、イノベーションの法的正当化という概念を定義する。

第3節 既存のイノベーション研究との対比

広い意味で企業家と法制度の関係を扱った研究はいくつか存在する。本論とは問題関心が異なるものの、どのように異なっているのかを示すことは本論の立ち位置について読者の理解を容易にする上でも有益であろう。本節では、制度企業家論と非公式経済研究という2つの研究群を紹介し、本論との相違点を確認しておきたい。

制度企業家論

社会制度の変革をより直接的に扱った研究群として制度企業家 (institutional entrepreneur) に関する研究群があるものの、本論とはやや問題の焦点が異なっている。ここでは2つの相違点について簡単に言及しておきたい。

第1の違いは、目的の違いである。制度企業家は制度変革そのものを目的とする企業家であるのに対して、本論にとっての法制度とはあくまで事業推進を達成するために満たさなければならない条件の1つとして着目されるにすぎない。新事業の推進のためには法制度を変更することで達成される場合もあれば、法規制の影響を受けないように事業の設計を変更することで対応する場合もある。

第2の相違点は、制度に対して研究者が置く前提の違いである。制度企業家という概念は元々新制度派組織論において考案された概念であった。初期の新制度論の関心は、多数の組織で同じような施策の導入が進められるのは何故か、その同型化圧力に関する仮説提案や分析であった (DiMaggio and Powell, 1983)。これらの問いの派生として、同型化圧力となるような源泉となるような社会制度はそもそもどのように形成されるのかという問いが生じ、この問いに対して提示された概念が制度企業家である (DiMaggio, 1988 ; Zucker, 1988)。根底にあるのは制度が企業家に影響をあたえるという制度観であり、その派生として制度企業家が考えられている。近年では、人々が制度の影響を受けながら、なぜ制度の影響を受けているはずの制度企業家が、制度を変革しようとすることができるのかという問いに多くの制度企業家研究は取り組んでいる⁸。

新制度論が同型化等の現実を生じている現象の記述や説明に重きを置いているのに対し

⁸ 近年の経験的研究では Maguire et al. (2004) や Greenwood and Suddaby (2006) が挙げられる。

て、本論はより規範的で戦略的な問題関心の元に進められている (Oliver, 1991; Oliver and Holzinger, 2008)。制度は企業家の道具であり、どうすればイノベーションを正当化できるかという点に本論の問題関心はある。法制度をイノベーションに対して正当性を付与して考える一種の資源として考えるという点では、組織は組織外部に存在する資源に依存していると考える資源依存論の考え方に近い (Pfeffer and Salancik, 1978)。このような資源依存論の考え方の応用例は第 6 章にて扱われる。

非公式経済を扱った研究

法制度と企業家の関係を念頭に置いた研究の関心は、法制度や法曹専門職とのコミュニケーションの問題よりも、法制度の効力が弱い場合に企業家が直面する問題に向けられている。例えば、発展途上国や非公式経済における企業家の役割を検討した研究が挙げられる (Mair and Marti, 2009 ; Webb et al., 2009)。既存の企業家研究は法制度の影響を所与としている、とこれらの研究は主張する。法制度の効力が働かない状況下では企業家が直面する課題はより困難なものであると推測されよう。法的な制裁が確立されていない状況では、契約が問題なく履行されるかどうか、不確実性は高まると予想される。

本論の問題関心は、先進国においても企業家が法制度を所与とすることが出来ない状況が存在するという点にある。イノベーションの法的位置づけには本来的に未確定な性質があるのだとすれば、先進国のように立法技術が発達し、様々な人権が高度に法制化されている状況の方が企業家にとって問題となりうる。長年にわたる法制度の蓄積がある社会であるからこそ、イノベーションの法的正当性の問題は特に検討する価値があると考えられるのである。

第3章 研究方法

第1節 事例研究を採用する理由

事例研究を元にした仮説構築型の研究を行うことには幾つかの利点がある。本論では特に3つの理由から、本論の問題を解決するためには事例研究が適切であると判断した。

第1の理由は、既存理論や常識と矛盾する事例を選択することによって、新規理論を生み出す可能性が高いことである（Eizenhardt, 1989）。次章で検討する住宅地図という製品は、プライバシーの権利や著作権などの問題を考慮した場合に、事業として成立していることが直観に反する事例であると思われ、また、事実として住宅地図が事業化されているのは日本のみに限られているということが明らかになった。このように一見して明らかでない現象を出発点として探索的に検討を開始することで、事例研究は新規性の高い理論を構築するのに適切な手法であると考えられている。

第2の理由として、事例研究は研究の途中で修正をすることによって、徐々に問題関心や仮説の精緻化を図ることができることが挙げられる。（Grazer and Strauss, 1967 ; Eizenhardt, 1989）。前章で既存研究を検討することで明らかになったのは、新事業の推進時に障害となり得る法制度の問題が必ずしも主たる研究課題としてイノベーション研究や企業家研究において検討されてきていない実情であった。参考となる先行研究がやや本論の問題意識とは異なる理論からの援用となることから、本論は、データの検討を通じて理論の構築を徐々に行っていく手法を採用することにした。本論は厳密な意味でグレイザーやストラウスの提唱するグラウンデッド・セオリーのデータ処理方法を採用しているわけではないけれども、基本的な進め方においてグレイザーらの理論構築法を参考している。

第3の理由は、本論の検討する課題の性質上、分析単位や関連する行為者を研究開始次に確定することが難しいという理由である。新規事業の推進にあたって問題となる法制度と当該法律に関連する行為者は多様である。新事業の推進者と公共機関や法律の専門家、消費者や一般社会の新事業への反応など多様な立場の考え方の違いを検討する必要があり、そのためには厚い記述によってその差異を捉えることが適切であろうと考えられた（Geertz, 1973）。また、前章の既存研究の検討からも明らかになったように、法律という制度の特徴のひとつは、意図的に関与していても影響が及ぶ行為者が存在するとい

うところにある。法律の制定時に想定していた状況とは大きく異なるような業界や用途にも法律は適用される場合がある。このように分析単位が大きく、また不確定な現象を扱うためには、事実上事例分析以外の手法を採用することは困難であると考えられたのである。

第2節 本論の方法論的前提

本論は第4章から第6章にかけて、3つの新規事業をそれぞれの章で検討している。各章の事例記述にはやや差異があり、第4章が詳細な仮説を持たずに、大きな問題設定の元に事例を記述することに重点を置いているのに対して、第5章・第6章は第4章で残された疑問点を解消するための分析となっている。第5章では逸脱行動、第6章では収益モデルという概念を検討し、事例の記述も焦点となる概念や仮説の説得力をもたせることを目的に記述しているために、第4章と第5章・第6章とでは事例記述で扱う範囲や詳細さに違いがある (Astrey, 1985 ; Siggelkow, 2007)。

章によって事例の記述の程度には差があるものの、事例を記述することの基本的な目的は、行為主体が直面する状況や行為の結果として生じる帰結を了解・理解することにある (沼上, 2000 ; 加藤, 2011)。本論は、認識論的・存在論的科学観として、なんらかの不変の法則を探究する「素朴な実証主義」あるいは「法則定立的アプローチ」と呼ばれる立場とは異なる立場をとっている (Burrell and Morgan, 1979 ; Gephart, 2004 ; Guba and Lincoln, 2000 ; 沼上, 1995)。

研究者が背後でどのような科学観を保持しているかという問題と、どのような研究方法を採用するのかという問題は、必ず一致した組み合わせの回答が得られる問題というわけではない。事例研究方法を採用し、また事例研究方法を擁護する研究にも本論よりも客観主義的で法則定立的な立場を取る研究や方法論の教科書も存在している⁹。従って、本論と法則定立的なアプローチをとる研究方法との相違点と共通点を明らかにしておくことにしよう (Morgan, 1983)。法則定立的な立場を採る教科書では、良い社会研究が満たすべき基準として①内的妥当性、②構成概念の妥当性、③信頼性・追試の可能性、④外的妥当性、の4項目が挙げられることが多い (Gibbert et al., 2008 ; Yin, 1984 ; 2009)。以上の4項目のうち、信頼性と外的妥当性については、社会研究を進めていく上で望ましい基準ではないと我々は考えている (沼上, 1995 ; 沼上, 2000)。

⁹ 事例研究方法のもつ一般性について主張した Yin (1984 ; 2009) は、基本的には法則定立的な立場の要求に応えようとする立場であると思われる。

本論の提示する理解が説得的な議論となるためには、法則定立的なアプローチが重視する妥当性基準のうちでも、内的妥当性や構成概念の妥当性は、事例の理解を説得的に伝える上でも重要であると考えている。以下では内的妥当性と構成概念の妥当性の問題を本論でどのように克服する努力を行っているのかに簡単に紹介することにしよう。

内的妥当性とは、論文で提示している因果関係が確かに生じているかどうかに関する基準である。具体的には、第3の真の原因変数によって生じた見せかけの因果関係でないかどうかなど、想定される対抗仮説を除去し、因果関係の確からしさを担保している程度についての基準である。

実験環境下であれば、対抗仮説となりうるような変数を統制することによってそのような可能性の確からしさを主張することができ、事例研究でも比較研究が可能な場合には、第3の変数の違いを念頭に置いて事例の選択を行うことができるかもしれない。社会的に新規性の高い事業を取り扱う本論では、単一事例の事例研究を行うため、調査設計の段階においてそのような統制を行ってはいない。そのため、豊富な事例記述を行うことで、事例記述の中でその都度あり得るであろう対抗仮説について検討する作業を行っている。また、第6章では、類似の状況にある他社が数社存在したので、それらの他社との状況と比較することで、決定実験に近い検討作業を試みている¹⁰。

構成概念の妥当性とは、操作化した尺度が考察したい概念を適切に反映しているかどうかを示す尺度である。事例研究においては、複数の調査方法を利用することで、それらの調査結果が類似の傾向を示していることを指摘する、という手順をとられることが多い。

本論は企業家と法制度との関わりについて検討しているため、経営学が対象とする現象の中では比較的アーカイバル・データに恵まれている。行政機関や国会、裁判所が新規事業に対してどのような対応をとったのかということについては多くの情報が公開されているからである。とりわけ、公共機関の会議録や議事録、その他文書は、当事者達もまたそれらの文書を後に参照している可能性が高く、また、発言者や執筆者もそのことを自覚した上で発言・執筆しているという点で特徴的である。本論は多様な利害関係者に対して多くのインタビューを行っているわけではないけれども、これらの公的文書を元に行う分析は、当事者らで間主観的世界から著しく逸脱した分析になる可能性が少ないと推察される

¹⁰ 慣用に従い決定実験という用語を用いているものの、この手法を用いるのは事例の理解を深め説得力を持たせるためであり、このような手法を通じてなんらかの法則が決定されると筆者が考えているわけではない。

のである。

ただし、会議録の発言には事実誤認が含まれる場合もあるので、後の会議録にて訂正されていないかどうかを確認したり、公共機関以外が作成したアーカイバル・データとの整合性がとれているかどうかを確認している。また、公的機関以外の、より広範な社会的な反応を確認する場合には、複数の新聞社の報道を確認するという手法で記者や新聞社の経営方針に伴う意見の偏りをなるべく除去するように努力している。

第3節 用いたデータとその特徴

本論では企業と法制度の関わりについて調査を行っているため、公的機関が公開している各種アーカイバル・データを多く利用している。本節では3つの事例記述全体を通して利用している資料とその特徴を紹介することにしたい。

① 法令文書

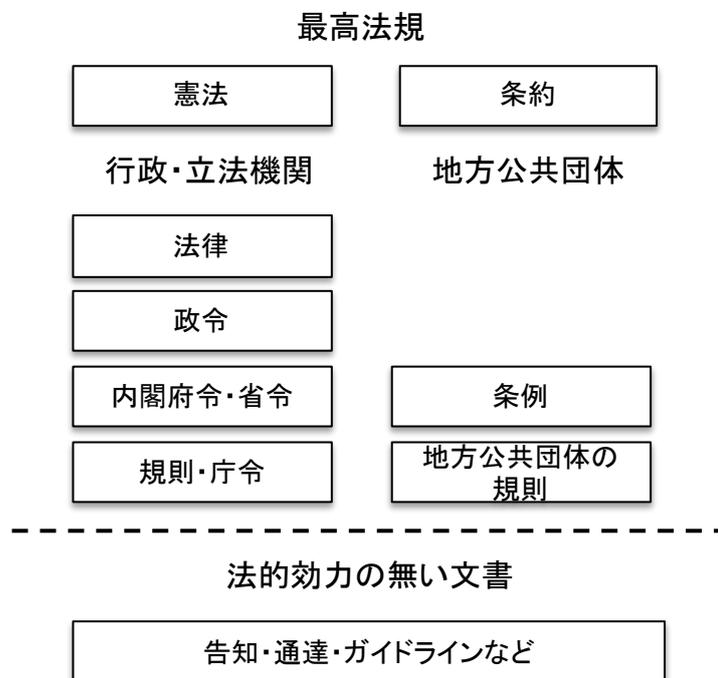
法令の検索にあたっては総務省が提供している法令データ提供システム¹¹、法令の成立経緯については国立国会図書館が提供している日本法令索引¹²、その他の古い法令の文面については『法令全書』を参照した。

法令には幾つかの種類があり、優先順位が定められている（図2）。国の最高法規である憲法、批准した国際条約が最も優先され、以下法的な効力が強い順に①法律、②政令、③内閣府令や各省の省令、④各省庁の規則がある。地方自治体の定める条例は法律や政令の範囲内で定められ、一定の法的な強制力がある。その他、法的な効力を持たないものの、法律の解釈を円滑に進めるために国会決議や閣議決定、告知、通達、ガイドラインなどの文書が行政機関から開示されている。

¹¹ <http://law.e-gov.go.jp/cgi-bin/idxsearch.cgi>（2012年12月1日現在のURL）。

¹² <http://hourei.ndl.go.jp/SearchSys/>（2012年12月1日現在のURL）。

図2 法令の優先順位



(出所) いしかわまりこ・藤井康子・村井のり子(2012), p. 54
を元に一部加筆修正。

② 判例

制定法に明確な定めが無い場合は、判例が実質的な法として機能する。判例の収集にあたっては LEX/DB インターネット¹³と第一法規情報総合データベース¹⁴を用いてキーワードによる検索を行っている。ただし、判決文は個人名や組織名が匿名化されている事例が多く、これらのデータベースを利用して網羅的に判例を収集することは難しい。裁判の焦点となっている法律が明らかな場合には、判例集やコンメンタルなどの書籍・雑誌を参照することで補足している。

③ 国会会議録

国会の各委員会及び本会議における議論の内容は議事録が公開され、全文が検索可能に

¹³ <http://www.tkcllex.ne.jp/> (2013年1月4日現在の URL)。

¹⁴ https://www.d1-law.com/d1w2_portal/index.html (2013年1月4日現在の URL)。

なっている¹⁵。会議には国会議員の他、説明員（各省庁の官僚）や参考人が発言している。発言内容には事実誤認が含まれていたとしても、訂正されないまま記録されている場合もあるので、事実の確認につかうことは適切ではない。しかし、誰が議論の中心になっていたのかを確認したり、議論の焦点がどのような点にあるのかを探索するためには有用な資料となっている。

また、会議録には一般国民から提出された請願が各委員会や本会議で承認されたり、保留されたりした記録の内容も残されている。各請願の内容は公開されていないものの、その件数や、紹介にあたった国会議員の氏名を確認することができる。

④ 研究会資料

行政上の諸問題や、法案の作成にあたって、各省庁で研究会や審議会、検討部会などの名称で、専門家による会議が行われることがある。近年の研究会については原則として討議内容を公開することが閣議決定で定められており、各省庁のウェブサイトでは構成員の一覧、議事録あるいは議事録の要旨、提出された資料などを閲覧することが可能になっている¹⁶。法学者や民間の専門家などにより構成された会議であり、国会での議論よりもより未確定で社会的に認知されていない問題がどのように扱われているのかを把握することができる。研究会の検討結果は報告書にまとめられることが一般的である。

関係者が議論していた当時の意図や、把握していた情報を確認することができ、豊富な情報を得ることができるだけでなく、回顧によるバイアスや研究者の調査に沿った回答をしてしまうバイアスが発生しない特徴がある（Webb et al., 1966 ; 2000 ; Singleton and Straits, 2005）。

研究者の構成員は各種利害関係者から幅広く集められる場合もあれば、法学者や弁護士など法曹関係者が中心となる場合もあるので、本論では研究会の構成員の所属と利害関係を把握するように努めている。

一部の非公開資料については情報公開制度に基づき公的機関に開示を依頼し、写しの交付を受けた。資料の引用の際には当該資料の開示決定通知の文書番号を引用している。また、インターネットで公開されている資料のうち、一部の情報についてはすでに各省庁のウェブサイトから削除されていたので、国立国会図書館の「インターネット資料収集保

¹⁵ <http://kokkai.ndl.go.jp/>（2013年1月3日現在のURL）。

¹⁶ 「審議会等の透明化、見直し等について」（1995年9月29日閣議決定）。

存事業」によって保存されたデータを参照した¹⁷。

各事例記述に際して収集した情報（雑誌記事，新聞記事）

各章の事例記述にあたっては，広くアーカイバル・データを収集している。例えば，法律・行政関連専門雑誌では『ビジネス法務』（中央経済社）や『ジュリスト』（有斐閣），一般ビジネス雑誌では『日経ビジネス』（日経 BP 社），『日経コミュニケーション』（日経 BP 社），その他インターネット専門メディア ITmedia（アイティメディア）¹⁸，ASCII.jp（アスキー・メディアワークス）¹⁹，新聞では『日本経済新聞』『日経産業新聞』『朝日新聞』を主に参照している。事例記述に用いた情報については各章の脚注に記載するようにしているので参照されたい。

¹⁷ <http://warp.da.ndl.go.jp/search/>（2013年1月3日現在の URL）。

¹⁸ <http://www.itmedia.co.jp/>（2012年12月1日現在の URL）。

¹⁹ <http://ascii.jp/>（2012年12月1日現在の URL）。

第4章 法的正当性の確立プロセス

第1節 対象の設定

本章では（株）ゼンリンの住宅地図事業を取り上げ、住宅地図というイノベーションがどのように法的に認められてきたのかを具体的に記述することで、イノベーションの法的正当化のプロセスを示していきたい。本章の事例記述からは、イノベーションが社会に対して提示されてその法的位置づけについて具体的な争点があきらかになること、また、その合法と違法の境界を定めるにあたって、企業家は法制度の専門職とのコミュニケーションを通じて境界を設定していくことが明らかになる。

本章でとりあげる住宅地図とは、家屋の形状が記された白地図に、居住者の氏名が書かれた地図である。（株）ゼンリンが唯一全国展開しており、全国の7割の市場シェアを占めている²⁰。日本では江戸時代や、第二次大戦前にも類似の地図が存在していたけれども、住宅地図という製品を全国に展開し、広く一般に知られる製品としたのはゼンリンの創業者である大迫正富の働きによるところが大きい。現在では不動産業や、宅配便のような小口流通業において必須の製品であるばかりでなく、住宅地図は電話の線路図やガス・水道の配管図など、社会インフラで用いられる特殊用途地図の原図となっている。

日本にとって在住する人々にとって、住宅地図はあまりに日常的な製品として普及しているために、この製品の法的位置づけに疑問を抱くことは少ないかもしれない。しかし、住宅地図を研究対象として選択したのは、以下の2つの点で法的な位置づけの疑問を想起しやすいと考えられるからである。第1に、家屋に誰が住んでいるのかという居住情報は、プライバシーの権利に基づいて考えると取り扱いに注意すべき情報であり、それらを集約した製品は有用であるとともに、悪用される可能性もある情報であり、合法であると考えられるかどうかにおいて疑問が生じる商品であるということである。第2に、地図は情報財であり、需要が存在することが明らかになれば容易に模倣されうる製品であり、このような製品を法的にどのように保護することで事業として成立するのかという問題が想定されうるのである。このように、推論を進めてみると住宅地図は普及しきった製品であり、日本社会にとって重要な産業インフラでありながら、その普及のプロセスでは法的制度と

²⁰ 残りの3割程度を、30社程度が参入しているとされている（『公正取引情報』（2000年4月3日））。具体的には、刊広社や北海道地図、セイコー社などである。

の間での問題や交渉がありえたのではないかと考え、本研究は開始された。

第3章で確認したように、事例研究は観察対象数が少ない分、異なる立場の人間がやりとりを通じて間主観的に互いの主張を理解し共通認識を深めていくような状況を記述することに適している。本章の調査に当たっては、複数の情報源を用い、特にゼンリンの立場と、その対立する立場の情報を双方とも参照し、立場に由来するリアクティブなバイアスをなるべく回避することに特に留意して情報収集を行っている。

ゼンリン側の情報としては主にインタビューと社史、雑誌記事を用いている。インタビューは事前に質問を送付した上での半構造化インタビューを、林秀美ゼンリン・データコム取締役会長に2時間程度行い、事後的に電子メールによる確認作業を行っている。社史は1998年に発行されており、初期の法的問題のうちゼンリンが克服できた問題を参考にすることができた。

法的判断や対立する権利の側に関する情報は多様な二次資料を用いている²¹。判例の収集にあたってはLEX/DBインターネットと第一法規情報総合データベースを用い、「住宅地図」「ゼンリン」などのキーワードで情報を収集した。社史とこれらのデータベースから、ゼンリンが直面してきた法的問題が主に3つの領域に区分できることが明らかになったので、それぞれの法律やその解釈について情報を収集した。3つの領域とは、著作権法と独占禁止法、個人情報保護に関する法律（個人情報保護法）の3つである。ただし、独占禁止法（合併や不当廉売）関連においては、住宅地図の新規性に付随した固有の問題が生じたというよりも、一般的な手続きに則った事件であり、大きく問題にもならなかったため本論では省略している²²。

それぞれの法律について、資料収集を行った。著作権法の権利関係とその解釈については佐藤（2009）を元に、関連する解説を収集した²³。また、住宅地図の判例の検索に際しては内田（1996）を参考にしている²⁴。個人情報保護法は2001年頃より有識者や専門家での議論が開始され、2003年5月に成立した法律であり、住宅地図が普及した後に成立している。個人情報保護検討部会および個人情報保護法制化専門委員会の議事録と会議で提示された中間案、国会審議の会議録を主な資料として用いている。そのほか法律成立後に法律実務雑誌に掲載された解説や成立経緯に関する記事などの二次資料も一部参考資料

²¹ 法律情報の収集にあたっては、いしかわ他（2012）を参考にした。

²² 『公正取引情報』（1999年3月1日）、『公正取引情報』（2000年6月5日）。

²³ 伊藤（1976）、豊田（2002）、中山（2007）、宮脇（2009）を参照した。

²⁴ 筆者の内田文喬氏はゼンリンの訴訟代理人弁護士を務めた経験がある。

として用いている。

第2節 事例の検討

以下では住宅地図が誕生した歴史的な文脈を簡単に紹介し、その後で著作権とプライバシー権という2つの問題にゼンリンがどのように取り組んできたかについて検討していく。

歴史的バックグラウンド 都市計画図と表札

住宅地図の“材料”としては、紙やインクなどの物理的な材料の他に、2つの情報が必要となる。1つは、各家屋の並びが確認できる程度の大縮尺地図、具体的には2500分の1から5000分の1程度の地図が必要である。第2に、各家屋に誰が住んでいるのかという居住者情報を入手する必要がある。

日本において、住宅地図という特殊な地図が民間企業によって発明された理由には、これらの2つの情報が誰にでも容易に手に入る状況にあったという歴史的コンテキストが関係している。第1に、大縮尺地図に関しては、国土地理院の前身である内務省地理調査所が、第二次大戦後、地図の利用目的を平和利用に限定し、その方針を貫いたために、日本では大縮尺の都市計画図を誰でも入手できるような環境が整っていた。また、日本では多くの家屋に表札や郵便受けに居住者の名前が記載されている。これらの情報を1軒1軒歩いて集めることによって、住宅地図を作成することが可能となったのである。このような情報が手に入る状態は世界的に見て稀であり、他国では同様の地図が作成された事例は確認されていない。主にアジア各国では大縮尺地図が軍隊の管理下にあり、一般の企業では入手できない場合があったり、プライバシーの権利が強い欧州各国では、個人情報収集されることに対して強い忌避感があるといわれている（表2）。

表2 諸外国における地図情報と居住者情報の入手可能性

住宅地図を作成することが困難な理由	具体例
特にアジア各国では大縮尺地図が軍の管理下におかれている	台湾
世界的に、表札の掲示がない	中国, 韓国
ヨーロッパ各国ではプライバシーの権利が強く主張される	ドイツ

(出所) インタビュー(2012年4月25日)を元に筆者作成。

ゼンリンが住宅地図を作成できたのは、歴史的偶然に依拠するところが大きい。しかし、

その住宅地図の権利を自社のものとし、全国展開するに至り、また合法的な事業として存続させてきたのは、ゼンリンの努力や工夫による。ゼンリンの初期の段階での問題の一つは、住宅地図が著作物として認められるかどうかという問題にあった。居住者情報を一軒一軒歩いて集めることから、住宅地図の作製プロセスでは多大な人件費が生じている。費用をかけて集めた情報にフリーライドされてしまうと、営利事業として住宅地図事業を成立させることは困難になってしまうのである。以下では判例を元に、著作権をめぐってどのようにゼンリンが自社の権利を確立させたのかについて検討する。

著作物の定義と、著作権で保護される境界

著作権法で保護される“創作性”

著作権とは、創作物を制作した者に対する様々な権利を保護することによって、創作物を創作するインセンティブを確保しようとすることを目的とした法律である。著作権法の第10条第1項第6号に具体的な著作物の一例として地図が著作物であることが明記されている。地図が著作権法上の著作物として法文に例示されるようになったのは著作権法が全面改正された1970年以降のことであるが、旧著作権法においても地図の著作権が認められる判例があり、古くから地図は著作物として認められてきた²⁵。

著作権法（昭和四十五年五月六日法律第四十八号）

最終改正年月日:平成二三年六月二四日法律第七四号

第一章 総則

第一節 通則

（定義）

第二条 この法律において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

一 著作物 思想又は感情を創作的に表現したものであつて、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するものをいう。

第二章 著作者の権利

²⁵ 大阪地裁昭和26年（1951年）10月18日『下級裁判所民事裁判例集』第2巻第10号，p. 1208。

第一節 著作物

(著作物の例示)

第十条

第1項 この法律にいう著作物を例示すると、おおむね次のとおりである。

(略)

六 地図又は学術的な性質を有する図面、図表、模型その他の図形の著作物

(略)

第2項 事実の伝達にすぎない雑報及び時事の報道は、前項第一号に掲げる著作物に該当しない。

地図の著作権が認められるかどうか、また、ある著作物の複製物に、元の著作物の著作権が認められるかどうかについては「創작성」の有無が問題となる。第10条第2項に確認されるように、単なる事実を伝達することは著作物に該当しないと判断され、例えばどこに誰が住んでいるという居住者情報を記述したとしても、その記述単体は事実の伝達にすぎず、著作権を主張することができない。佐藤(2009)は地図が著作物としてみとめられることの困難について「地図の著作物にかかる創작성についても、正確を期せば期すほど同じような結果になるので、著作物性が認められにくい」と表現している²⁶。この問題は住宅地図にとって特に重要であり、住宅地図の製造工程の合理化や標準化を行い、誰が作成しても同じような結果になるように工程改善を進めれば進めるほど、住宅地図の著作物としての権利は限定的になってしまうのである。

実地調査を付け加えた他社製品に対して、自社の著作権が認められなかった事例

社史や判例を元に、著作権侵害が生じた事件を確認していくことにしたい。ゼンリンの住宅地図を複写した海賊版が各地に登場し、ゼンリンはそれらの業者に対して直接交渉ないしは司法へ訴えることで自社の著作権を主張してきた。1978年(昭和53年)に判決が下された富山地裁昭和46年第33号、第71号事件では、ゼンリンの子会社である北陸住宅地図出版社が北陸刊広社に対して著作権侵害の訴えを起し、その請求を棄却されている。この判決理由では、住宅地図の創작성がどのような点に認められるのかについて具体

²⁶ 佐藤(2009), p.22。

的に記されており、後の事件の際にも頻繁に参照されている。判決理由からその記述を引用することにしよう。

地図における著作権侵害の成否を判断するに際しては、地図における著作物性が右のとおり成果であることの結果として、著作物性がある部分を個々に抽出することは困難であり、結局、侵害の成否は全体的に判断せざるを得ないことになる。(中略)

住宅地図においては、その性格上掲載対象物の取捨選択は自ずから定まっており、この点に創作性の認められる余地は極めて少ないといえるし、また、一般に、実用性、機能性が重視される版面として、そこに用いられる略図的技法が限定されてくるといふ特徴がある。従って、住宅地図の著作物性は、地図一般に比し、更に制限されたものであると解される。

この事件に際しては、原告のゼンリンと被告の北陸刊広社の地図は、①外形の区割りが横割りと縦割りで異なっており、②ゼンリンの調査していない地域が北陸刊広社の地図に含まれること、③居住者名、会社名等の表示において異なる部分が多数存在すること、④被告会社版では地番が詳細に表記されていることなどをもって、ゼンリンの著作権が認められるとはいえないという判決が下されている。

仮に、後発企業がゼンリンの地図を元に追加調査をしたとして、ゼンリンの調査負担にフリーライドしたとして地図を発行したとしても、相当の差異が地図に確認される場合には著作権侵害による権利の保護は難しいことがこの判例から読み取ることができる。

完全なデッドコピー（海賊版）に対して著作権侵害が認められた場合

著作権で完全に住宅地図の権利を保護することはできなかったものの、海賊版に対しては十分に不法行為を追求できることが判例を通じて確定していった。1979年には、岐阜県の個人業者がゼンリンの住宅地図を許諾なく複製し、広告を掲載して無償頒布したとして、損害賠償を請求し勝訴している。1983年には佐賀県にて不正に複写し販売していた業者との間で直接交渉を行い、和解（裁判前和解）している²⁷。

また、著作権法では、図書館における適切な範囲内でのコピーが認められている。ゼン

²⁷ ゼンリン（1998）、p.161。

リンは図書館でのコピーに対してもいくつかの制限があることを主張しており、見開き 1 ページを独立した著作物としてみなし、公共図書館に対しては利用者にコピーは見開き半分までにとどめるように要請がだされている（中川，2008）²⁸。

このように、ゼンリンの住宅地図をそのまま複製することに対しては、ゼンリンは自社の著作権を主張することで一定の制限をかけることに成功した。しかし、裁判を重ねるにつれて、競合が創意工夫を重ねた改良品をだした場合には自社の著作権を主張することができなかった。住宅地図事業の経済的権利は部分的にのみ確立されたということができよう。

自社がコストをかけて集めた情報の権益は完全に保護されたわけではなかった。ゼンリンはその後、競合の吸収合併と製造工程の改善によって販売地域を拡大し、市場シェアを獲得していく。販売地域が広がることで、徐々に住宅地図の用途も多様化していった。最初は配達用の地図などの用途が主であったのが、電電公社などのインフラや警察（パトカー、交番に設置）で利用されるようになり、社会の各所で使われる産業財となった。詳細な経緯については本章最後部の補論を参照されたい。

個人情報保護法の成立とゼンリンの対応

もう一つの法的問題として想定されたプライバシーの権利に関する問題は、長年にわたりゼンリンの住宅地図事業の存続にとって大きな影響を及ぼす問題ではなかった。状況が変わったのは、個人情報保護に関連する法律を法制化する議論が起こった 2001 年頃のことであった。住宅地図が日本社会に定着した後に、居住情報の収集方法が問題となったのである。

立法プロセスと関係者の構造

個人情報保護検討部会の座長を務めた堀部（2001）は、個人情報保護法の成立の背景として、高度に情報化が進んだ社会においてプライバシー権の考え方が変化してきたことを理由に挙げている。プライバシー権が初めて提唱されたのは Warren and Brandeis (1890) であり、一般に「ひとりにしておかれる権利」として理解されていた。1960 年代以降には

²⁸ ゼンリンの主張は著作権法に則った内容となっているけれども、実際にこの規定が守られているかどうかは各図書館のコピー手続きルーティンに依存している。著作権侵害は侵害を受けた権利者による告訴がなければ公訴と見なすことができない親告罪であり、ゼンリンの認知しない状況で著作権侵害が発生している可能性は否定できない。

むしろ「自己に関する情報をコントロールする権利」として拡張され、高度情報社会において、自身の個人情報自身が許可なく流通・漏洩することはプライバシー権の権利侵害であると考えられるようになったのである。

このような権利関係の議論の発展と、情報通信技術の発達を背景として法制化された個人情報保護法の結果を示すならば、住宅地図事業は具体的に「個人情報の保護に関する法律」の第二十三条第2項を遵守することで合法的な事業であることが認められ、「個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン」には第二十三条第2項で想定される事業の具体例として登場している²⁹。

個人情報の保護に関する法律（平成一五年五月三十日法律第五十七号）

最終改正：平成二十一年六月五日法律第四十九号

第四章 個人情報取扱事業者の義務等

第一節 個人情報取扱事業者の義務

（第三者提供の制限）

第二十三条

第1項 個人情報取扱事業者は、次に掲げる場合を除くほか、あらかじめ本人の同意を得ないで、個人データを第三者に提供してはならない。（後略）

第2項 個人情報取扱事業者は、第三者に提供される個人データについて、本人の求めに応じて当該本人が識別される個人データの第三者への提供を停止することとしている場合であって、次に掲げる事項について、あらかじめ、本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置いているときは、前項の規定にかかわらず、当該個人データを第三者に提供することができる。

- 一 第三者への提供を利用目的とすること。
- 二 第三者に提供される個人データの項目
- 三 第三者への提供の手段又は方法
- 四 本人の求めに応じて当該本人が識別される個人データの第三者への提供を停止する

²⁹ 経済産業省のガイドラインの作成に関わった鈴木（2004）は個人情報の保護に関するルールが抽象度の高い法律から、具体性の高いガイドライン（主務大臣による告示）に至るまで階層的に構成された構造になっていると解説している。

こと。

第3項 (略)

個人情報保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン

(平成21年10月9日厚生労働省・経済産業省告示第2号)

p. 42 より引用

(2) オプトアウト (法第23条第2項関連)

個人情報取扱事業者は、第三者提供におけるオプトアウトを行っている場合には、前項の規定にかかわらず、本人の同意なく、個人データを第三者に提供することができる。

ただし、法第15条第1項の規定により特定された利用目的に、個人情報の第三者提供に関する事項が含まれていない場合は、第三者提供を行うと目的外利用となるため、オプトアウトによる第三者提供を行うことはできない。

また、オプトアウトの方法によって個人データを第三者に提供する場合、例えば、名簿等の入手元を明らかにしないことを条件に販売するなどのように、提供元の個人情報取扱事業者は、提供先に対して、その個人データの入手元を開示することを妨げるようなことは避けることが望ましい。

【オプトアウトの事例】

事例1) 住宅地図業者 (表札や郵便受けを調べて住宅地図を作成し、販売 (不特定多数への第三者提供))

(以下略)

この法案の立法プロセスにあたっては、ゼンリンが自事業における情報収集の正当性を主張し、その主張が受け入れられるとともに、合法と違法の境界線が明確になるという経緯が明らかになる。そのプロセスを明らかにするために、個人情報保護法の原案となる「個人情報保護の大綱」ができあがるまでの議事録を用いて確認していく。この大綱の作成にいたるまでには主に3つのグループが関わっている (表3)。

第1のグループは、「個人情報保護検討部会」であり、法律の専門家の他に、産業界や消費者団体など多様な立場の有識者から成る検討部会である。第2のグループは「法制化

専門委員会」であり、法学者や法曹関係者から構成されている。第3のグループは「起草グループと専門委員会の事務局」であり、第2グループのうちの一部のメンバーと内閣審議官などの官僚から構成されている。専門委員会でのたたき台となる各中間案を実質的に作成しているのはこの第3のグループである。

検討部会および法制化専門委員会の会議録は録音・公開されており書き起こしの全文と一部の配布資料がダウンロードできる状態となっている³⁰。起草グループの議論は非公開であり、他の公開されている会議録によって一部議論の内容や手順が推測できるにとどまっている。第25回の会議録によると、一度内閣府の官僚によって作成された案を起草グループの法学者が監修し、法制化専門委員会にて提示されるという手順をとっていたものと推測される。

表4は公開資料を元に作成した会議の開催日程である。検討部会が先行して開催され、その中間報告を元に法制化委員会で議論が進められ、再度検討部会の意見も参考にしながら最終的に「大綱」としてまとめられている。

³⁰ <http://www.kantei.go.jp/jp/it/privacy/houseika/hourituan/> (2012年11月1日時点のURL)。

表 3 3つのグループの人員構成

検討部会 (役職は1999年7月当時のもの)		法制化専門委員会 (役職は2000年1月当時のもの)	
<u>堀部 政男</u> (座長)	中央大学 法学部 教授	<u>園部 逸夫</u> (委員長)	立命館大学大学院客員 教授(前最高裁判所判 事)
磯山 隆夫	東京海上火災保険株式 会社 顧問 経済団体連 合会 情報化部会長	<u>小早川光郎</u> (委員長代 理)	東京大学法学部教授
浦川道太郎	早稲田大学 法学部教授 早稲田大学 図書館長	上谷 清	弁護士(前大阪高等裁判 所長官)
大橋 有弘	明星大学 人文学部 心 理・教育学科 教育学専 修 主任教授	<u>高芝 利仁</u>	弁護士
大山 永昭	東京工業大学 教授	高橋 和之	東京大学法学部教授
岡村 正	株式会社 東芝 取締役 上席常務 情報・社会シ ステム社 社長	遠山 敦子	国立西洋美術館長(前駐 トルコ共和国大使)
開原 成允	国立大蔵病院 病院長	<u>新美 育文</u>	明治大学法学部教授
加藤 真代	主婦連合会 副会長	西谷 剛	横浜国立大学大学院国 際社会科学研究科教授
鈴木 文雄	株式会社 東海銀行 専 務取締役	<u>藤原 静雄</u>	国学院大学法学部教授
須藤 修	東京大学 社会情報研究 所 教授	事務局 (役職は2000年2月当時のもの)	
西垣 良三	第一生命保険相互会社 専務取締役	竹島一彦	内閣内政審議室長
原 早苗	消費科学連合会 事務局 次長	藤井昭夫	内閣審議官
三宅 弘	弁護士	<u>小川登美夫</u>	内閣審議官
安富 潔	慶応大学 法学部 教授	松田学	内閣審議官

起草グループ上記のうち人名に下線のあるメンバー

(出所) 総理官邸ウェブサイトより筆者作成。

表4 個人情報保護法の法制化検討会議の開催日と、会議における各種中間案の配布日

開催日	個人情報保護 検討部会	個人情報保護 法制化専門委 員会	大綱案及び配付資料
1999年7月23日	第1回		
1999年8月6日	第2回		
1999年8月27日	第3回		
1999年9月7日	第4回		
1999年9月21日	第5回		
1999年10月6日	第6回		
1999年10月20日	第7回		個人情報の保護について (骨子・座長私案)
1999年11月9日	第8回		個人情報の保護について (中間報告案)
1999年11月19日	第9回		我が国における個人情報保 護システムの在り方につい て(中間報告)
2000年2月4日		第1回	
2000年2月7日		第2回	
.....中略.....			
2000年5月26日		第16回	
2000年6月2日		第17回	個人情報保護基本法制に関 する大綱案(中間整理)
2000年6月9日	第10回		
2000年6月23日		第18回	
2000年6月30日		第19回	
2000年7月7日		第20回	
2000年7月14日		第21回	
2000年7月21日		第22回	
2000年7月28日		第23回	
2000年9月8日		第24回	個人情報保護基本法制に関 する大綱案(素案) 配付資料:適用除外を検討 すべきその他の事項につい て
2000年9月14日		第25回	
2000年9月18日	第11回		
2000年9月22日		第26回	個人情報保護基本法制に関 する大綱案(素案修正版)
2000年9月29日		第27回	個人情報保護基本法制に関 する大綱案
2000年10月10日	第12回		
2000年10月11日		第28回	個人情報保護基本法制に関 する大綱

(出所) 総理官邸ウェブサイトを元に筆者作成。

2000年6月2日にて提示された「中間整理」はまだ具体的な法案にはなっておらず、第24回に配布された「素案」および第24回の議事録では、第三者提供を正当な事業として営んでいる企業がある可能性が検討されている。ただし、住宅地図という製品が具体的に想起されているわけではない³¹。

【藤井審議官】(3)が「第三者提供の制限」でございます。今回のこの規定の特色は、ヨーロッパ型はどちらかというと事前規制から始まって事後規制、それから強力な行政権限による監督というような構成になっているのですが、今回のこちらの案は事前規制は若干やって、間は相当事業者の努力にゆだね、最後のいわば出る側、第三者提供、ここを厳しく押さえるというようなつくり方になってございます。(中略)

そうは言っても最近データベース業者、正当なデータベース業者も中にはいると思うのですが、こういった方々の活動を全面禁止するというにもなりかねないので、なおこういう正当な第三者提供を業とするような方々の取扱いについては引き続き検討するところを注書きさせていただいているところでございます。なかなかうまく整理できていないのは、そもそも本法制というのが現段階では個々の個人情報の秘密性とか、あるいはセンシティブ性といったものを区別せずに一般的に必要最低限な規律というような形で作っているものですから、第三者提供についても何が正当かどうかというのは今の段階ではうまい線引きができないということで、検討中ということで整理させていただいているところでございます³²。

その6日後に開催された第25回の議事録では、具体的な事業として住宅地図事業が具体的に想起され、すでに広く普及した住宅地図事業を規制することの社会的妥当性が議論されている。

³¹ 第10回、第16回、第18回の法制化委員会議事録において、オプト・イン（事前許諾型）とオプト・アウト型（事後的な除去によって対応する型）について一部議論がなされており、欧州はオプト・イン型が主流となっており、アメリカはオプト・アウト型に近い仕組みが採用されている旨が紹介されている。

³² 法制化委員会第24回議事録より引用。下線及び丸括弧内は引用者による。

【小川審議官】これは念頭にございますのはデータベース業だとか、あるいは起草委員会で若干議論が出ましたのは住宅地図等で個人情報を提供しているものでございまして、およそだめだよということにしますと、ほとんど個人情報を含むものは提供できなくなる。すべて本人同意が必要になる。これが社会実態的に見て本当に妥当なのかどうか。(中略) お手元の資料1の案は基本的にはやっていいのだけれども、通知、公表の中身をもっと具体的に義務を課す。そのことを条件としていいよと。それから、事後的に利用停止等の申出にこれを付け加える。基本的には了だけでも、事前の手續を少し重くすると同時に、事後的に利用停止の申出に応じなければいかぬという義務を課すということでバランスさせてはどうかという案でございませう³³。

堀部政男個人情報保護検討部会座長は、ゼンリンの具体的な事業プロセスについて、情報を入手した形跡が確認できる。

【堀部座長】資料1で、上の方の案は例えば地図データベースですね。学生から聞いたところではアルバイトで1軒1軒表札を見て、ここにだれが住んでいるというのを集めて、そういう形で取得をしましてそれをデータベース化して業としているものもあります。その場合にオプトアウトの申出があればその部分は削除しなければならないという発想ですね。それが非常に多くなると地図データベースとしての意味が失われるおそれもあるということにもなりますけれども、その辺も配慮して個人の権利利益を重視すればこういうことでいいだろうという趣旨と読んでいいでしょうか。

【小川審議官】事務局で考えましたのはその裏側でございまして、それをよしとした場合に取扱事業者に第三者提供の制限というのをかけ得るのかどうか。要するに、業として不特定の者に提供しますと書いていただけで大体よくなってしまふわけですね。そうすると、書かない人は制限なのだけれども書いた人は何でもいい。そうすると、本来自分だけで使う人が、そのほか提供することがありますと書けば提供していいということは、事実上制限をかけていないことと等しくなるのではないかと。したがって、第三者提供をそもそも目的とする人をくくり出して、少なくとも届出

³³ 法制化委員会第25回議事録より引用。下線及び丸括弧内は引用者による。

制は無理だとしても条文を起こしてその人については特別の手続を書くということ
でそこを区分しようという発想でございます³⁴。

これらの議事録から明らかになるのは、当初から住宅地図事業の存在が具体的に想起されていただけではなく、ある段階で情報が入手され、事業の正当性を認めた上で、その後立法技術の問題を検討されているのである。具体的には、どのように表現することで法律として曖昧な概念規定を残さないようにするか、例えば何をもって公知の情報とするのかというような個人情報の質に区分を示すかどうかということや、報道機関の適用除外など他の団体の要望と両立させながら法案が作成できるかということが検討されている。

このように具体的に住宅地図事業が立法プロセスにおける検討の対象に入った背後では、ゼンリン側からの働きかけがあった。ゼンリンの元副社長であり、ゼンリンの子会社であるゼンリン・データコム取締役会長である林秀美氏は、法案の考案プロセスの最中に、住宅地図事業の正当性を通商産業省（現在の経済産業省）に対して主張している³⁵。ゼンリンの主張は3点にまとめることができる。第1に住宅地図はすでに社会的なインフラとなっており、多種多様な事業で用いられている産業財としての社会的実態があるということである。第2に、プライバシーの権利のために事業を禁止すると、戸配流通業が混乱するなど、大きな社会的デメリットがあるということである。第3に、ゼンリンが収集しているのは公開情報、あるいは公知となっている個人情報のみであり、ゼンリンの情報収集活動は社会規範から逸脱した行動ではない。このように住宅地図の正当化にあたっては多様な論拠が用いられた。

法案は2001年の第151回国会にて提出され、2003年の第156回国会にて採択された。国会の質疑では全部で5回住宅地図について言及されているものの、その社会的正当性を疑問視するような議論はなかった³⁶。

合法と違法の境界設定

このような交渉を経て、事業活動の合法と違法の境界は明確になったといえる。個人情報

³⁴ 法制化委員会第25回議事録より引用。下線は引用者による。

³⁵ 林秀美氏へのインタビュー（2012年4月25日）。

³⁶ 両院の「個人情報の保護に関する特別委員会」にて質疑がなされた。この法案審議以外における国会会議録での言及においても、主に住宅地図は質疑の資料として言及されており、住宅地図という製品自体の法的位置づけに関する議論は行われていない。

報保護法の成立後にはゼンリンの情報収集プロセスにも一定の譲歩が見られるようになった³⁷。プライバシーの権利が声高に主張されなかった頃には、ゼンリンは交番や隣人などの第三者に対して、居住者の氏名を尋ねることで住宅地図の情報を収集していた時期もあった。個人情報保護法の制定以後は、社内規定を改めて、情報源をポストや表札などの公開情報に限るように改めたのである。正当性に疑義が生じないように自社の情報収集プロセスに自主規制をかけ、合法と違法・不法の境界をゼンリンもまた自ら明確に定めたといえよう。

第3節 議論

事例分析から得られる結論と含意

本章の事例から得られる結論は、イノベーションが合法であるかどうかという問題については、イノベーションが先行し、そのあとで法的な位置づけが確定されるということである。事例分析で確認したとおり、イノベーションが生み出されて初めて合法性の境界について具体的な議論や判断をすることができ、その具体的な議論は制度設計者である法曹関係者との間で行われる。住宅地図という製品が無ければ著作権の創作性の程度の議論は行われなかったであろうし、問題のある情報収集の方法と合法的な情報収集の方法が議論されることも確定されることもなかったと考えられるのである。

法的制度の正当化のためには、企業家の個別具体的な説得が必要となることがあり、法的予見を元に、安易に自主規制してしまうことがイノベーションの阻害要因となりうるといえよう。

残された問題

本章の事例の検討で残された問題は大きく2つある。ひとつは、住宅地図は必ずしも社会的なコンフリクトを引き起こした事例ではなかったということ、もうひとつは、イノベーションが普及し定着する前の段階で、企業家はどのように新事業を正当化すればよいのかという問題である。これらの問題を次章以降で検討する（図3）。

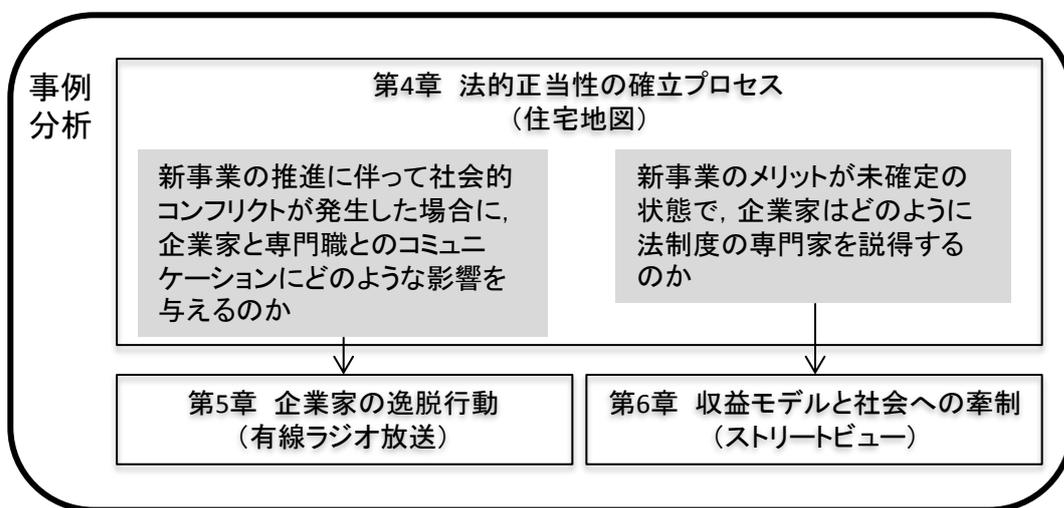
本章で検討した住宅地図は、ゼンリンが時間をかけて、徐々にその有用性を社会に認めさせることで、社会とのコンフリクトが生じずに製品の正当性を高めることができたという特徴がある。残された問題のひとつは、住宅地図の各種メリットとプライバシー権の間

³⁷ 林秀美氏へのインタビュー（2012年4月25日）。

題のような権利の対立関係が社会的に広く周知され、社会的なコンフリクトに進展した場合に企業家と法制度の専門職とのコミュニケーションにどのような影響が起こるのかという問題であろう。次章では新事業の推進に伴って社会的コンフリクトが発生した事例として、大阪有線放送社による有線ラジオ放送のケーブル架線問題を取り上げる。

残された問題のふたつめは、本章で検討したゼンリンのプライバシー権への対応が、必ずしも当初の問題意識である“新事業”の法的正当化に対する答えにはなっていないということである。住宅地図が産業財として普及したあとに、個人情報保護法の法制化の機運が高まったのであり、事例から明らかになったのはいうなれば社会慣習の変化に既存の企業がいかに対応したかということであった。すでに住宅地図が社会に定着していたために、ゼンリンはその正当性について経済産業省の担当者に対して説得する論拠が色々と用意できた、と解釈することもできるだろう。“新事業”の法的正当化においては、企業家は新事業のメリットがより未確定な状態で、法制度の専門家を説得する必要があると推測される。この問題については第6章で取り扱う。

図3 残された問題と次章以降との対応関係



補論 ゼンリンの全国展開

著作権だけでは自社の収集した情報にフリーライドされる可能性が残ることから、ゼンリンは、圧倒的な競争優位を築くことで自社の権益を保護した。以下ではゼンリンが住宅地図の市場シェア7割をしめるに至った3つの要因、すなわち①競合の吸収合併、②製造工程の改善、③用途拡大について、ゼンリンがどのように進めていったのかについて簡単に紹介しておくことにしたい。

競合の吸収合併

大迫正富は、なるべく競合を吸収合併させながら、全国展開を進めていった。当時のゼンリンは規模が小さかったために、独占禁止法によって合併が規制されることはなく、全国展開は順調にすすめられていった³⁸。

佐賀県で個人出版を行っていた高尾裕次（1964年）、岩手県の地元業者（1967年）など資本に差のある中小業者を吸収したり、規模の大きな企業であっても、兵庫県（1964年）、沖縄県（1969年）などでは円滑に合併が進んだ³⁹。その他、自社が中心となって設立した業界団体を通じて三洋堂（1967年）、仙台新報社地誌部（1967年）、日興商事（1979年）などを吸収合併している⁴⁰。

製造工程の改善

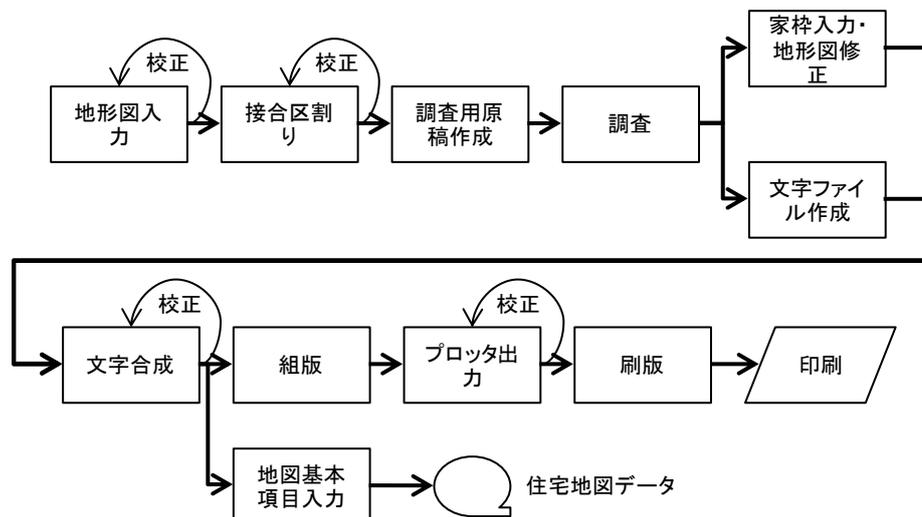
1970年代の末に住宅地図事業の全国展開を完成させたゼンリンは、その後製造工程の改善に取り組んでいる。1980年頃、北九州市にあるゼンリンの印刷工場には毎月200市町村ほどの地図、約90種類についての調査データが送られ、それを印刷・製本し、また全国に送るという作業を行っていた。1980年代初期にはこの印刷工程をいち早くデジタル化している。この後にもゼンリンは情報技術への投資を繰り返していくことになるが、1980年代初頭の投資には3つの目標があったといわれている。①製版工程の工程数削減、②労働者の非熟練化への対応、③ボトルネックとなっていた大都市調査工程への対応の3点である。

³⁸ 『公正取引』（1980年7月）、第357号、p. 4。

³⁹ ゼンリン（1998）、p. 103、p. 117。

⁴⁰ ゼンリン（1998）、pp. 101-102。

図 4 電子化された住宅地図出版の工程



(出所) 林他(1984), p. 902。

① 製版工程の簡素化

従来の工程では、印刷用のデータを一度フィルムに焼き付けてから刷版に出力していた。データをデジタル化することによってプレートセッターから直接刷版に出力することによって、途中の工程を一つ省くことができるようになった。

② 非熟練労働者でも対応可能なシステム

1970年代から新卒採用を始めたゼンリンは、この時期急速に社員数を増やしていた。これまで熟練の技術者が担っていた工程を、若い非熟練労働者でも対応できるようにする必要があった。

③ ボトルネック工程への対応

東京や名古屋などの大都市圏は調査工程に多大な時間を要していた。地方都市が1日で終わる面積を調査するために、1週間程度かかってしまうのである。そのため、調査を待っている間、後工程となる印刷工場に待ち時間が生じてしまっていた。作業フローの複線化を行うことによって、先に地方都市の住宅地図の印刷を行うと同時に大都市の調査を行い、地方都市の印刷を終えた後に大都市の住宅地図を印刷するように作業フローの改善を行っ

た。

このような工程改善により、ゼンリンは全国の住宅地図を効率良く印刷・販売をする体制が整えられたのであった。

用途拡大による社会への定着

競合企業の合併を通じて各県の全体を販売地域に納めることによって、住宅地図は用途を拡大することが可能となった。住宅地図の発明当初は主に配達や割賦金の回収、保険の営業などに使われていた。県全体の地図を提供できるようになったことで、電電公社の電信線の線路図など、地方自治体やインフラ各社における特殊地図としての用途に利用されることとなったのである⁴¹。行政機関でも、例えば東京都のパトカーや交番で採用されることになり、住宅地図は社会的に信頼された製品として徐々に定着していった⁴²。

⁴¹ ゼンリン（1998），p. 138。

⁴² ゼンリン（1998），pp. 144-145。

第5章 企業家の逸脱行動

第4章で残された問題のひとつは、企業家が新事業の推進のために著しく社会規範から逸脱した行動を取った場合にどのように社会的コンフリクトへ進展するのか、また、社会的なコンフリクトとなり、多種多様な行為主体が問題に関係することで、新事業の推進にどのような影響を与えるのかという問題であった。本章では社会的逸脱に関する先行研究を概観した上で、遵法的でない行動をとった企業家の事例として、大阪有線放送社の宇野元忠を取り上げる。再三の行政の指導にもかかわらず、大阪有線放送社は不法なケーブル架線工事を長年にわたり繰り返した。1970年代初頭にはじまったこの問題は、最終的には大阪有線放送社が関係各所に和解金を支払うことで終結をみる。一応の解決に至ったのは2000年3月であり、30年にわたって不法な架線は続けられた。本章ではこの長期にわたる不法状態の原因と、この問題を法制度の専門家はどのような問題であると捉えたのか、その議論の焦点がどのように移り変わっていったのかを検討する。本章の事例中には、企業家と法制度の専門職とのコミュニケーションはほとんど登場しない。むしろ、弁護士と裁判官、国会議員と官僚など、法制度の担い手同士の対話の中で、問題の論点が発見されたり、優先される論点が変わっていく。

まずは企業家と社会規範の関係について、既存研究でどのような論点が提示されているのかについて確認しておくことにしよう。

第1節 既存研究の検討

企業家の特性

企業家は、社会一般の企業家以外の人々と異なった性質の主体であるのかどうか、また、そうあるべきなのかどうかということに関して、既存研究は多様な要因を検討している。

企業家と企業家以外の一般市民との差異に着目した研究としては、企業家のパーソナリティや認識へ着目した研究が挙げられる (McGrath and Macmillan, 1992; Mitchell et al., 2000)。13カ国の企業家に質問紙調査を行った McGrath and Macmillan (1992) は企業家には、ローカス・オブ・コントロールが内向きであり、リスク許容度が高いなどの特徴があり、これらの差異は文化や地域を越えて共通する特徴であったという結果を報告している。企業家は独特のパーソナリティを持ち、企業家が独特のパーソナリティに従って文

化的慣習にとらわれない行動をとる主体であることを示唆する結果を示しているといえよう。

これらの研究結果とは対照的に、企業家もまた、周囲の社会と類似の行動をとることが望ましいと指摘する研究も存在する (Zimmerman and Zeitz, 2002 ; Greve and Salaff, 2003)。企業家が組み込まれた社会的ネットワークに着目した Zimmerman and Zeitz (2002) は、スタートアップ企業が規範に沿った行動をとることによって、自社が資源を獲得する可能性が高まり、企業の存続可能性が高まるという議論を展開している。

企業家のパーソナリティが企業の行動に直接的に影響するかどうかについては様々な可能性が考えられ、また、両研究群の分析単位や研究手法に隔たりがあるために、これらの知見が相互に矛盾しているものなのか、あるいは整合的であるものなのかについて断定的な言明をすることはできない。企業家が事業の推進にあたって特に社会的に逸脱した行動をとった場合、新事業の進展に具体的にどのような影響を与えるのか、以上が本章と次の第6章での検討課題である。

逸脱行動に関する研究

社会は何を社会規範からの逸脱であると見なすのか、また、逸脱行動は何故生じるのかという問題は社会学の領域で古くから検討されてきた (Durkheim, 1897; Merton, 1938)。既存の社会秩序が不安定になることで逸脱行動が生まれるとか、レッテルを貼ることによって逸脱は逸脱として定義されるのだとか、逸脱行動は社会集団の中で学習され強化される性質があるといった説明が生み出されてきた (Becker, 1973 ; Giddens, 2006)。本論ではこれらの研究結果の中でも、特に社会問題への社会構築アプローチを参考にする (Spector and Kitsuse, 1977 ; 2001 ; 中河, 1999)。社会構築アプローチとは、社会問題に関する主張や主張に対する反応がどのようなプロセスで生じたのかを調査し、社会問題が問題として構築される様を分析する手法である。

例えば、中河 (1999) では「有害マンガ」の社会問題プロセスが取り上げられている。過激な性表現等がなされるマンガに対してこの問題を初期にとりあげた人々は「性の商品化」など女性運動のディスコースの延長としてこの問題を捉えた。有害マンガの追放運動が広まると、出版社団体から、過剰な規制は表現の自由を奪う可能性がある、として追放運動に反対する立場が登場する。両者は行政等の第三者に対して説得合戦を行っていく。

本論の研究対象であるイノベーションは既存の社会にとって未知の現象であるので、仮

にその正当性が確立されずに、社会規範や法律に反する現象として終わるとしても、一定の解釈プロセスを経ると考えられる。社会構築アプローチを参考に分析することで、事後的に一見明白な不法行為とみなされるような事例について、社会でどのような解釈がなされてきたのかを検討できると考えられる。

事例記述から明らかになる結論を先取りするならば、企業家の逸脱行動を元に、法制度の専門職は職務遂行プロセスの中で問題を発見していく。その中には、事業の正当性を擁護する理由を考え出す弁護士も居れば、企業家を処罰する対象として定義していく国会議員も居る。事後的には明白な不法行為として考えられる行動を企業家が行ったとしても、実際の処罰に至るまでにはいくつかの社会プロセスを経るということ、そのため、処罰や指導に至るまでには一定の時間的・手続きの猶予があるということ、また、仮に処罰される結果に至った事例であっても、正当化される余地が十分に確認される。

第2節 線路敷設基盤問題の概要

以下では、大阪有線放送社（現、USEN）をとりあげて、同社の無許可によるケーブル架線が発端となった一連の問題を検討していく。この問題を事例選定の理由は 2 つある。第 1 に、有線ラジオ放送にとってケーブルの架線に関する法制度は、事業が成立するかどうかを大きく左右し、また、後に確認するようにケーブル架線手続き民間企業だけでは解決が難しい問題である。新規事業の推進にあたって法制度が重要な役割を果たしている事例であるといえる。第 2 に、大阪有線放送社は電柱の所有者に許可を得ずにケーブル架線を行い、その行動が業界全体に波及し、長年にわたり業界全体で違法状態での操業が続けられた。また、同社の違法操業は広くマスコミや国会でとりあげられ、社会一般の知るところとなった。前節で確認した社会規範からの逸脱が明確に生じている極端事例であると考えられる（Yin, 1984 ; 2009）。

本章は以下 4 節で構成されている。本節では電柱への架線をめぐる権利関係の問題の概要と有線ラジオ放送業の収益構造について概説する。次の第 3 節では、有線ラジオ放送業における違法架線問題を時系列に沿って、社会がどのようにこの問題を認知してきたのかについて検討する。経営者の交代によって大阪有線放送社は 2000 年に関係各社・各省庁との和解と正常化を果たしたものの、問題の発生から約 30 年もの間、線路敷設基盤のルール整備は進展しなかった。第 4 節では敷設ルールが整備された契機である FTTH 事業を分析し、各企業の立場の違いを紹介する。問題の提起者であった大阪有線放送社は、このルー

ル整備に関わらなかったことが明らかになる。第5節では本章の議論を整理し、既存の戦略論研究へのインプリケーションを述べる。

有線ラジオ放送とは、飲食店などの店舗に対してケーブルによって音楽などの音声放送を提供するサービスである。店舗はレコードを変える手間が省け、複数のチャンネルの中から音楽を選ぶことができる。有線音楽放送は1960年代から70年代にかけて市場規模を拡大させた。有線ラジオ業者は、新規の顧客と契約を結ぶと、ケーブルを同社の設備から顧客の店舗まで架線し、店舗内の放送設備に接続するという一連の工事を行う。

一般企業がケーブルを配線する際には、電柱や管路（地中に電線などを這わせるための管）など、自社外のインフラを利用することで初めて達成可能となる。そのため、電柱などのインフラストラクチャーには有線ラジオ放送業者の他にも、ケーブルテレビやインターネットの光回線、移動体通信の無線基地局など様々な企業が同じ電柱を利用している。企業の他にも地方自治体が電柱に信号機や標識、街灯を設置していることもあり、電柱や管路など、ケーブル配線の際に利用するインフラストラクチャーには多様な主体の権利が複雑に関係している。まずは権利関係の概要を確認することにしよう。

権利関係を複雑にする諸要因

架線に関係する権利関係は大きく4通りに区分できる。①電柱の所有者、②電柱に相乗りしている他の事業者、③架線される道路などの土地の所有者、④その他特殊設備の所有者である。

電柱は電力会社が設置したもの（電力柱）と、電話会社が設置したもの（電信柱）に分けられる。電力会社と電話会社が相乗りをしている共架柱も存在する。架線をする電柱がどの会社の所有物なのかによって、利用許可を申請する相手が異なっている。地域によって差はあるものの、電信柱1本に対して電力柱はその2倍から3倍の本数が建てられており、電力柱の方が数は多い。架線を行うためには、所有者に利用申請を行い、所有者が共架可能かどうかを申請のあった電柱について調査・回答し、許可が得られた後に架線工事を行う手順となっている。2012年現在、調査に要する期間は約1ヶ月～2ヶ月が目安とされている⁴³。

⁴³ 電力会社によって期間は異なるものの、原則として1ヶ月ないし2ヶ月の標準期間が明記され、申し込みの数が多いなどの理由により標準期間以上の期間がかかる場合には事前に通知する制度を採用している企業が多い。

電柱に架線をする際には、強度を確保するために吊線（つりせん、メッセンジャーワイヤーとも呼ばれる）をかけ、吊線に自社のケーブルを固定する。一本の電柱に対して架けることのできる吊線の数には電柱が耐えられる物理的強度の上限や空間上の制約があるので、同じ吊線を複数の企業が同意の下で共用することもある。同意は共用する当事者間で行われ、電柱の所有者である電力会社や電話会社が調整を行うわけではない。ただし、同じ吊線を共用することによって電力会社や電話会社に対して支払われる利用料は減額されることが一般的である。表 5 は主な電柱の所有者がウェブサイト上に公表している 2012 年 11 月現在の利用料である。電柱 1 本に 1 社単独で架線する場合には年間約 1200 円、2 社で吊線を共有した場合は年間 730 円程度の利用料を電柱の所有者に対して支払う。

表 5 電柱の利用料⁴⁴

	単位: 円/1本・1年			
	1社	2社1束	3社1束	4社1束
北海道電力	945	473	315	N/A
東北電力	1,134	567	378	N/A
東京電力	1,260	840	735	630
北陸電力	945	525	525	525
中部電力	1,365	840	630	525
関西電力	1,470	1,050	1,050	1,050
中国電力	1,260	N/A	N/A	N/A
四国電力	900	500	300	200
九州電力	1,365	840	840	840
沖縄電力	1,275	N/A	N/A	N/A
10社平均	1,192	704	597	628
NTT東日本	1,200	800	N/A	N/A
NTT西日本	1,200	800	N/A	N/A

(出所) 各社ウェブサイトより筆者作成。いずれも
2012年11月29日閲覧。

架線されたケーブルは、空中であれ地中であれ、公共の土地や他者の私有地の一部をわずかながら物理的・排他的に占有している。この土地に対する利用許可は電柱に対する許可とは別個に申請する必要がある。道路の場合は道路占有許可を道路の管理者に依頼する

⁴⁴ 参照したウェブサイトの URL は巻末に記載している。

ことになる。1mあたり年間4-40円程度の利用料を支払う⁴⁵。道路の管理者は道路の種類によって、建設省（現在の国土交通省）、都道府県、市区町村、道路関係公団（現在は民営化）などに分かれている。

電柱以外にもケーブルを配線するためのインフラにはさまざまなものが存在する。地中の共同溝やとう道（地中の管路のうち、人間が通れる大きさのもの）、マンホール、橋梁、鉄塔、トンネルなど、特殊な設備を利用しなければケーブルを配線できない場所が各所に存在し、それぞれの設備に応じて技術的制約や利用料が異なっている。例えば、橋梁の場合には建設時点で配線できる荷重が決まってしまうために、後から橋梁を申請した企業には配線するための空きがない場合がある。これらのケーブル配線に関わるインフラストラクチャーを本論では線路敷設基盤と総称することにする。

なお、これらの権利関係に関する説明は、すでに線路敷設基盤に関連する問題が社会的に一定の解決をみた後の視点から、回顧的に整理されていることに注意する必要がある。実際に有線ラジオのケーブルの配線を始めた昭和40年代の当事者が、現在のようなインターネットなどの情報通信技術が発達していない状況下で、電柱の所有者を確認し、土地の権利関係を確認し、窓口を調べ、各種線路敷設基盤の利用許可をひとつひとつやりとりをしていくことは多大な取引コストであったと考えられる。

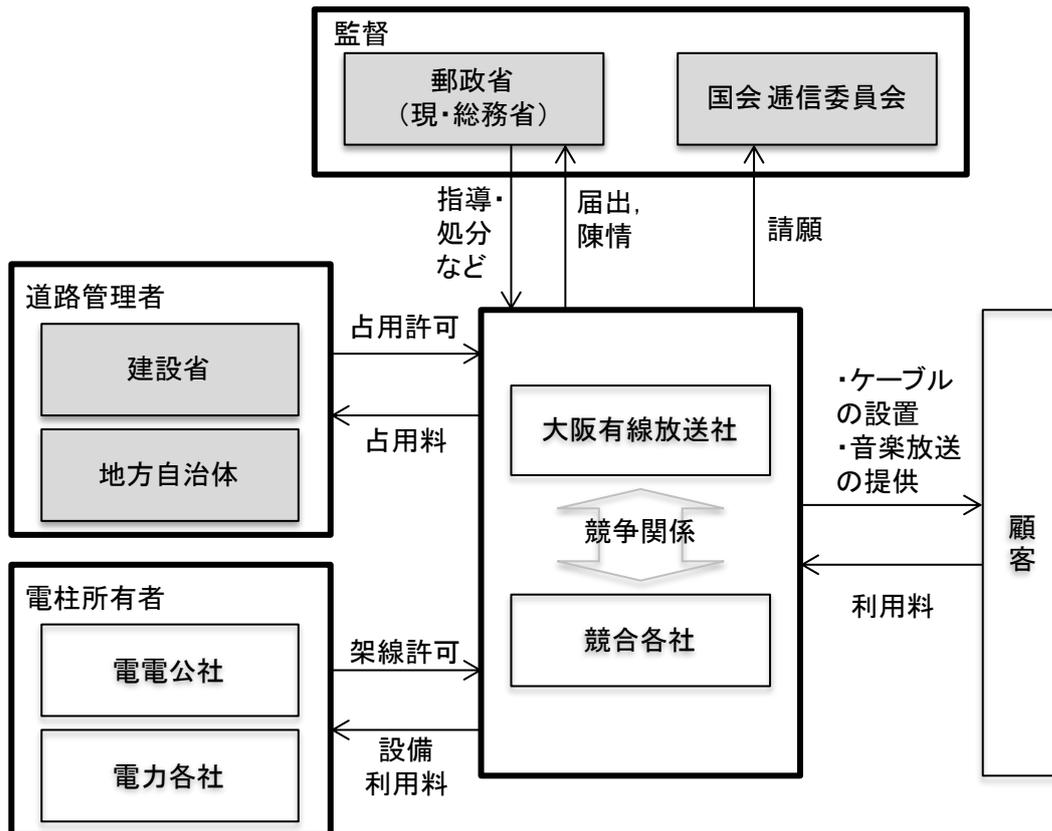
これらの権利関係を整理した図が図5である。ケーブルを敷設するためには道路管理者と施設の所有者にそれぞれ許可をとり、利用料を支払うことでケーブルを敷設することができる。また、有線音楽放送を始めるために監督官庁である郵政省（現・総務省）に届け出を行う必要がある。郵政省は必要に応じて指導や処分を行う。郵政省は線路敷設基盤を所有しているわけではないので、不法架線の苦情や陳情に対しては、建設省に依頼し、建設省が裁判所へ撤去の仮処分申請手続きをとることになる。

線路敷設基盤の利用権が獲得できないことには、有線ラジオ放送事業は成立しない。近年では衛星放送やインターネット回線を介して同様のサービスを提供することが可能であるけれども、戦後から1980年代までの有線ラジオ放送業界にとって、線路敷設基盤の利用権は事業成立のために不可欠の構成要素であり、その利用料は自社の収益構造に大きく影響を与える要素だったのである。逆に、線路敷設基盤の所有者である電力会社やNTTにとって、利用料収入が得られるということ以外に積極的にこれらの設備を解放するインセンティブは存在しない。線路敷設基盤の所有者は、利用者との契約において圧倒的に有

⁴⁵ 東京都道路占用料等徴収条例（昭和27年、条例第100号）。

利な立場にあり、行政が強制的に線路敷設基盤の解放を義務づけるルールを策定しなければ、ケーブルを架線することで成立しているあらゆる事業は大きなリスクを負うことになる。

図 5 有線音楽放送の権利関係の概要



第3節 有線ラジオ放送業界における無許可架線

有線ラジオ放送法の成立と当初の想定

有線ラジオ放送法が施行された1951年（昭和26年）当初の有線ラジオ放送の用途は、店舗に向けた音楽放送ではなかった⁴⁶。元々は電力が不安定な状況で無線ラジオを安定的に受信するための共同受信施設や、農村での農事関係ニュース配信など、地域情報を放送するための設備として想定されていた⁴⁷。表6は、統計記録としては最も古い1973年時点での免許の内訳である。有線ラジオ放送法施行から22年が経過した1973年であっても、地域情報放送や街頭放送の届出数の方が有線音楽放送の届出数よりも多いことがわかる。いずれの用途であっても、有線ラジオは近距離の架線での活用が想定されていたのである。

表6 1973年時点での有線ラジオ放送の免許数内訳

	地域情報放送	街頭放送	有線音楽放送
1973年 (昭和48年)	5,665	1,502	401

(出所)『通信白書』(1974), p. 317を元に筆者作成。

無許可でのケーブル架線とその波及

宇野が無許可でのケーブルの配線を行った理由についてはいくつかの言い分が残されている。架線許可についてまともに手続きをすると3ヶ月かかってしまい、顧客の要望に応えられないこと、道路占有料に関しては、既に電力会社や電電公社が占有料を支払っているのに、追加の架線で占有料がかかるのは二重取りで不当だ、などの理由である⁴⁸。後に大阪有線放送社を継ぐことになる宇野元忠の次男、宇野康秀は「(父の) そういう理屈もそうなのかもしれないけど、普通であれば、行政に働きかけてとか、政治家に相談してとか、何とか解消していくわけじゃないですか。そこは大の政治家嫌いで…」と語っている⁴⁹。宇野元忠自身が無断架線をどのような問題として捉えていたのか、また、この問題を解決する意図があったかについては、資料の制約上不明のままの部分が多い。この問題はむ

⁴⁶ 明治期に電柱が建設された当初から道路行政と通信行政の間では優先順位や費用負担をめぐる問題が生じていた（北原，2008；北原，2010）。

⁴⁷ 『通信白書』(1974), pp. 316-317。

⁴⁸ 和田（2006），p. 163。

⁴⁹ 和田（2006），p. 164。

しろ宇野の手を離れた、法や政治の専門家の議論の中で発展してきた。無断架線に関してどのような論点が登場し、どの論点が趨勢を占めていったのかについて確認することにしたい。

大きくまとめると、論点の違いによってこの問題は3つの時期に分けることが可能である。第1の時期は1973年から1977年頃で、比較的冷静に、問題が生じた背景にある権利関係の煩雑さについての議論が進められた時期である。第2の時期は1980年から1989年頃、通信委員会の委員である国会議員らが大阪有線放送社を追及する時期である。議員らは議員立法により有線ラジオ放送を改正し、改正有線ラジオ法に則り宇野は逮捕されるに至る。第3期は、1998年から2001年頃、2代目の宇野康秀による和解作業が進展し、また同時期に成立したFTTH接続サービス事業によって、線路敷設基盤の問題が行政の課題として認められる時期である。以下では時系列に沿って確認していく。

大阪有線放送社は1961年に宇野元忠が大阪にて個人創業し、1964年に株式会社化された。電柱の所有者に対して線路敷設基盤の解放について何の法的要請もなかった1960年代、電柱の共架料は電電公社と電力会社で大きく異なっていた。電電公社の支局の中には契約に応じるところがいくつかあり、その料金も1973年まで価格を1本あたり540円と比較的安価に据え置かれた。1968年には電電公社が有線音楽放送との契約を原則として認める方針を策定し、全支局で契約が進められた。対照的に電力会社は安全上の理由から他社の共架を原則として認めない傾向があり、価格も高額であった⁵⁰。

1967年から1969年にかけて中国電力と大阪有線放送社の間で争われた裁判では、大阪有線放送社の弁護人によって、電柱は電力会社と電電公社が独占的に供給しているものであり、第三者に対して提供する義務があると主張している⁵¹。この裁判は大阪有線放送社の敗訴に終わるものの、判決の主文でも特定の状況下では共架契約の拒否が権利の濫用になりうる可能性があることが指摘されている⁵²。

⁵⁰ 落合(1969), p.167。1960年代の具体的な価格は不明であるものの幸(1977)は1977年の共架料について、電電公社の900円に対して、関西電力は1100円、東京電力は2280円であったと記している。関西電力と東京電力で2倍以上の価格差があることから、当時は自由な価格設定が可能であったことが推察できる。岡山地裁昭和42年(1967年)(ワ)第287号によると、電力会社によって架線許可に対する対応が異なっており、中国電力は添架を認めない方針であったとされている。

⁵¹ 岡山地裁昭和42年(1967年)(ワ)第287号。

⁵² 主文の原文は以下の通りである。「しかしながら、電力会社の架設線は公社の架設線に比し高圧線があるほか用途も異り公共に対する危険度においても重大な違いがあるから、会社柱に添架を認めるかどうかの判断は、現段階においては、所有者である電力会社が公共

電力会社が架線許可に対して消極的であったため、架線は電電公社の電信柱に為されるのが一般的であった。1968年に電電公社が原則的に共架契約を結ぶ方針を決め、過去の無許可架線に対しても契約を結ぶように対処を始めたことで、初期の無許可架線は穏当に沈静化した。以降電電公社の統計では1976年に至るまで、無許可架線は全体3-5%程度で推移している⁵³。

当初の行政の反応

1973年には黒柳明代議士によって国会の審議で道路占用料の未徴収が初めて疑問にのぼった⁵⁴。電電公社や行政の専門家が問題の構造を理解しはじめた頃であったと言えるだろう。電電公社の施設局に属し、無断添架問題に対応した幸（1977）は、実情に応じた共架手続きの簡素化を検討する必要があることを指摘している。1976年に行われた北側義一代議士の国会での質問は、不法行為を問題としながらも、同時に、手続きに問題があることも指摘している。

やはり不法のやつは何とか早くしてくださいよ。そこでいま一つ考えなければいけないことは、なぜこういう不法が出るのかということを考えなければいかぬと思うのですよ。私、少し調査したのですが、たとえば道路管理者の各都道府県に、占用料単価、これに非常に大きな差があるのです。たとえば国道ですと1メートルにつき年間26円。大阪市道の場合ですと1メートルについて年間30円。京都市は1メートルについて12円。まちまちなんですよ。そこらにやはり道路占用料を払わないという、払にくいというそういう事情もあるんじゃないかと思うんですがね。そこらのやはり統一とか、統一できないとしたら何らかの形の措置を講じなければ、こういう道路の不法占拠はやはり出てくるのではないか。こ

公益上の必要と公共危険防止の見地から決定するのに任せるほかない。（中略）もつとも、電々公社との間に公社柱の添架契約が成立しているのに、その間にある僅かの電力会社の電柱の使用が認められないため事業の開始ができず、しかも会社柱の使用を認めても技術基準に触れ公共の危険を招くおそれのないこと明らかであるのに、電力会社が格別の理由もなく添架を認めないなど特段の事情あるときには、電力会社の電柱添架拒否が権利の濫用として許されない場合が考えられないでもない。これを本件についてみるのに、（中略）特段の事情ある場合にあたらない（後略）。

⁵³ 幸（1977），p. 65。

⁵⁴ 『第71回国会 参議院決算委員会会議録』（1973年6月6日）第10号，pp. 24-29。

ういう心配をしておるのですが、その点どうでしょうか⁵⁵。

この時期は一度無断で架線されたケーブルを遵法的に撤去することにもまた困難が伴うことが当事者たちに理解され始めた時期でもあった。有線音楽放送業者一度設置された通信設備は、それが無許可によって設置されたものであっても電力会社や電電公社は架線を勝手に撤去することを認められていなかった⁵⁶。電柱の所有者は裁判所に対して撤去する前に仮処分の申し立てをする必要があったのである⁵⁷。手続きを遵守して有線音楽事業を営む競合他社も、電柱の所有者と同様に、不法架線を撤去する権利はなかった⁵⁸。競合各社は郵政省に対して強制措置をとるように請願を出すなどの対応をとった。

道路管理者である地方自治体が、道路占有許可の届け出がなされていないことを理由に撤去するためには工事を外注する必要がある、労力を多大に要する作業であったと推測される。撤去工事のための見積もりを書く費用（違法架線を発見し区間を特定する労力）や外注費用、支出や不当利得を有線ラジオ各社から回収できないリスク、撤去したとしても再度違法に架線される可能性など様々な問題が考えられる。1973年の第71回国会参議院決算委員会にて答弁をおこなった建設省道路局長の菊池三男は、行政がこの問題に対処することの難しさについて次のように弁明している。

それで、実はこの問題につきましても不法占有があるということはわかっておりまして、ただたいへん弁解がましくなりますけれども、これはたとえば何か電柱を立てたり、あるいはものを立てるために道路をほじくりますと、これはすぐわかりますので、これはすぐつかまるわけですがけれども、電柱に添架するというようなことだとわりあい識別がしにくかったり、あるいは簡単にかかけられますので、そのかけている現場がわからないというようなことから、たいへん、不法であるのか、あるいは不法じゃない、ちゃんとした占有であるのか、まあそこら辺が非

⁵⁵ 『第77回国会 衆議院予算委員会会議録』（1976年3月3日）第22号，p. 29。

⁵⁶ 民事法は原則として権利の侵害に対して司法手続きを経ずに自力で解決すること（自力救済）を禁じている。権利の判断や執行を裁判所に委ねることで、社会秩序を維持するためである。自力救済の例外が認められるのは緊急性がある場合などに限られるが、本例における電柱の無断添架は、緊急性の要件が認められるような状況ではないと判断される可能性が高い。

⁵⁷ 岡山地裁昭和42年（1967年）（ワ）第287号。

⁵⁸ 大阪高裁昭和46年（1971年）（う）第744号。

常につかまえにくいということが事実ございます。だからといってそれでいいと申し上げているわけではございませんが、まあそういう、弁解がましくすればそういうようなことがありまして、何となくずるずるときたようなことでございます⁵⁹。

線路敷設基盤の手続きは架線したい企業にとって煩雑なものであっただけでなく、行政にとっても、一度違法な架線が相次ぐと強制力のある対処がとりづらいことも当事者たちの間で認識されたのである。

問題の複雑化，強硬化，社会問題化

問題を複雑させたのは、電力会社の中に「一柱一条の原則」として、すでにある有線音楽放送のケーブルの架線許可を与えた電柱に対して、他の有線音楽放送業者の架線を認めない電力会社が現れたことである⁶⁰。この方針が後発企業に対する参入障壁となったことによって、余計に無許可による架線が増加することとなった。大阪有線放送が無許可の地域を拡大し、日本音楽放送（現・キャンシステム）などの競合各社も同様の無許可架線を行い対抗することで、顧客獲得争いを激しく行うようになった。

遵法的な企業は政治家への陳情や請願を相次いで行い、また、郵政省を相手取って、違法行為を取り締まらなかったことによって生じた損害を賠償させるべく訴訟を起こした⁶¹。この訴訟は企業側の敗訴で終わるものの、問題の重要性を郵政省側に認識させる働きはあったように思われる⁶²。

国会議員の中にも継続的にこの問題を検討する議員があらわれた。表7は無断架線問題についてなされた質疑や報告の一覧、表8は国会会議録に記録されている請願の件数の一覧である。表8の請願数を確認すると、1973年に18件の請願が提出され、次に請願が提出されたのは7年後の1980年となっている。国会での質疑においては、1980年頃から鳥

⁵⁹ 『第71回国会 参議院決算委員会会議録』（1973年6月6日）第10号，p.26。

⁶⁰ 『第95回国会 衆議院通信委員会会議録』（1981年11月11日），第2号，p.18。東京地裁昭和57年（ワ）第7577号。

⁶¹ 昭和55年（1980年）3月31日判決，神戸地裁明石支部昭和47年（1972年）（ワ）第71号。

⁶² 建設省や電柱所有者とは異なって、郵政省は不法架線問題の当事者ではなく、郵政省は有線ラジオ放送の発展を目的とした監督業務を行っている。判決では、有線ラジオ放送の発展の観点に鑑みて、処罰により営業を停止させるよりもまずは指導による是正が優先され、処罰しなかったことが職務の怠慢や不作為犯とは位置づけられないと判示された。

井一雄, 鈴木強, 竹内勝彦らが繰り返しこの無断架線について追及するようになっている。

表 7 線路敷設基盤問題についての国会での発言一覧

日付	会議名	発言者(注1, 注2)
1973/6/6	第71回国会 参議院 決算委員会	黒柳明
1974/2/14	第72回国会 衆議院 決算委員会	桜木拳一 会計検査院 事務総局第三局長
1974/5/15	第72回国会 参議院 決算委員会	福田赳夫 大蔵大臣
1976/3/3	第77回国会 衆議院 予算委員会	北側義一
1977/4/21	第80回国会 衆議院 決算委員会	林孝矩
1977/4/27	第80回国会 衆議院 逓信委員会	久保等
1977/10/27	第82回国会 衆議院 逓信委員会	稲村利幸
1977/10/27	第82回国会 参議院 逓信委員会	青島幸男
1977/11/17	第82回国会 衆議院 物価問題等に関する特別委員会	宮地正介
1978/4/11	第84回国会 衆議院 大蔵委員会	宮地正介
1978/5/10	第84回国会 衆議院 逓信委員会	鈴木強
1980/3/19	第91回国会 衆議院 逓信委員会	久保等
1980/4/15	第91回国会 衆議院 内閣委員会	新井彬之
1980/10/15	第93回国会 衆議院 逓信委員会	鳥居一雄
1981/2/25	第94回国会 衆議院 逓信委員会	竹内勝彦
1981/4/22	第94回国会 衆議院 逓信委員会	鈴木強
1981/6/2	第94回国会 参議院 逓信委員会	太田淳夫
1981/11/11	第95回国会 衆議院 逓信委員会	竹内勝彦
1982/2/24	第96回国会 衆議院 逓信委員会	鈴木強
1982/4/8	第96回国会 参議院 内閣委員会	中尾辰義
1984/4/17	第101回国会 参議院 逓信委員会	片山甚市
1984/4/18	第101回国会 衆議院 逓信委員会	竹内勝彦
1984/5/9	第101回国会 衆議院 逓信委員会	竹内勝彦
1984/6/21	第101回国会 参議院 内閣委員会	内藤功
1985/5/24	第102回国会 衆議院 法務委員会	横山利秋
1985/12/3	第103回国会 参議院 逓信委員会	片山甚市
1987/5/18	第108回国会 衆議院 逓信委員会	鳥居一雄
1987/5/27	第108回国会 参議院 本会議	片山甚市
1987/9/16	第109回国会 衆議院 逓信委員会	竹内勝彦
1988/3/23	第112回国会 衆議院 逓信委員会	鳥居一雄
1989/12/5	第116回国会 参議院 逓信委員会	山田健一
1990/4/25	第118回国会 衆議院 決算委員会	中村清 会計検査院長
1990/10/3	第118回国会 参議院 決算委員会	中村清 会計検査院長
1991/2/27	第120回国会 衆議院 交通安全対策特別委員会	竹内勝彦
1991/9/26	第121回国会 衆議院 交通安全対策特別委員会	竹内勝彦
1996/5/7	第136回国会 参議院 逓信委員会	水野誠一
1999/5/18	第145回国会 参議院 交通・情報通信委員会	淵上貞雄
2010/2/16	第174回国会 衆議院 予算委員会	城井崇
2010/2/25	第174回国会 衆議院 予算委員会第二分科会	三宅雪子

(出所) 国会会議録より筆者作成。

(注1) 肩書きを略している発言者は各委員会の理事または委員として質問をした議員。
肩書きが明記されている人物は職務上線路敷設基盤問題について報告した議員。

(注2) 太字の質問者は複数回発言が確認できた議員(5名, 計18回)。

表 8 違法架線に関する請願

国会で採択された請願数	
1972	1
1973	18
1980	6
1981	7
1985	5
1986	1
1987	17

(出所) 国会会議録を元に筆者作成。

逓信委員会でこの問題に積極的に取り組んだ竹内勝彦代議士は、再三にわたり「正直者がばかをみるようなことがあってはならない」という表現を用いて、無断架線が社会規範に反する行為であることを強調し、違法行為によって平等な競争関係が成立していないことをとりわけ問題とした。以下にいくつか発言を引用する。

御承知のとおりこの有線音楽放送に関しては、この実態はこの前からももう何回か論議しておるとおり、まじめにやっておるところが、正直者がばかをみるようなそういう事態になってはなりません。いま不法に、たとえばそういう一つの添架を撤去せよということが出たならば、それがもう今度はその晩のうちにこちら側に張りめぐらしてしまうというような、そういうやり方で違法の行為でやってきておるものがさばっておる、こういった形は、これは解決していかなければなりません⁶³。

本委員会におきまして議員立法で、しかも全党挙げて賛成をしたこの改正案、こういったものを、郵政省の努力にもかかわらずちゃんと実行しないというような業者。私がかねがね申し上げるとおり、正直者がばかを見る世の中をつくってはいけません。正直者は、電柱料、電話柱料、それから道路使用料を今までも現在もちゃんと支払って、そして営業を行っておる。ところが不正の方は、何にも払わぬでただでぶったくりだ。それで営業を行うのですから、競争になるわけがな

⁶³ 『第95回国会衆議院逓信委員会会議録』(1981年11月11日)、第2号、p.17。

いのです。これを守らなければいかぬ。したがって、委員長に提案申し上げますが、これは本委員会で本当に長い間論議を行って、そして議員立法として、正直者がちゃんとやっていけるような世の中にしなければいけないということからつくった改正の法でございます。それがいまだにこういうような実態であるということにかんがみて、ぜひ委員長のもとでお取り計らいをお願いしたいのです。こういった違法な業者の、それもいろいろな団体みたいなものができておりますので、そこの団体の中心者なり代表なり、あるいは正しくやっておる団体の代表者なり、ぜひ参考人なり何かの形で、私ども、やはりじかに聞いてみなければいけない、こう思いますが、委員長、いかがでしょうか⁶⁴。

煩雑な手続きや複雑な権利関係に問題があるという視点は後退し、国会の議論は不法業者の処罰へと傾くことになる。引用文にもあるとおり、1983年には竹内らの主導により議員立法で有線ラジオ放送業務の運用の規正に関する法律（有線ラジオ放送法）が改正された。1984年4月、郵政省によって大阪有線放送社に対して営業停止処分がだされるも、大阪有線放送社は処分に従わずに営業をつづけ、新規架線の設置も行った⁶⁵。1985年4月には衆議院通信委員会は宇野元忠に対して参考人招致をかける。宇野はこの招致に応じなかった。新聞報道で竹内は次のように語る。

同社は法治国家の中で違法行為を続けるのだから、言い分があると思って参考人として呼んだ。それを予断と偏見をもって断るのは、やはりやましいことがあるからだ。証人喚問を含めて必ず宇野社長を国会の場へ呼び出し徹底的に追及したい⁶⁶

参考人招致を無視し、その後も代議士らの追及が続いたことで、宇野元忠と他1名は、1985年8月、有線ラジオ放送法違反の容疑によって、逮捕されるに至る。この事件は新聞や週刊誌にも取り上げられ、大きく社会問題としてとりあげられた。1985年時点では市

⁶⁴ 『第101回国会衆議院通信委員会会議録』（1984年4月18日）、第6号、p.4。

⁶⁵ 『日本経済新聞』（1984年5月12日、朝刊）、p.27。

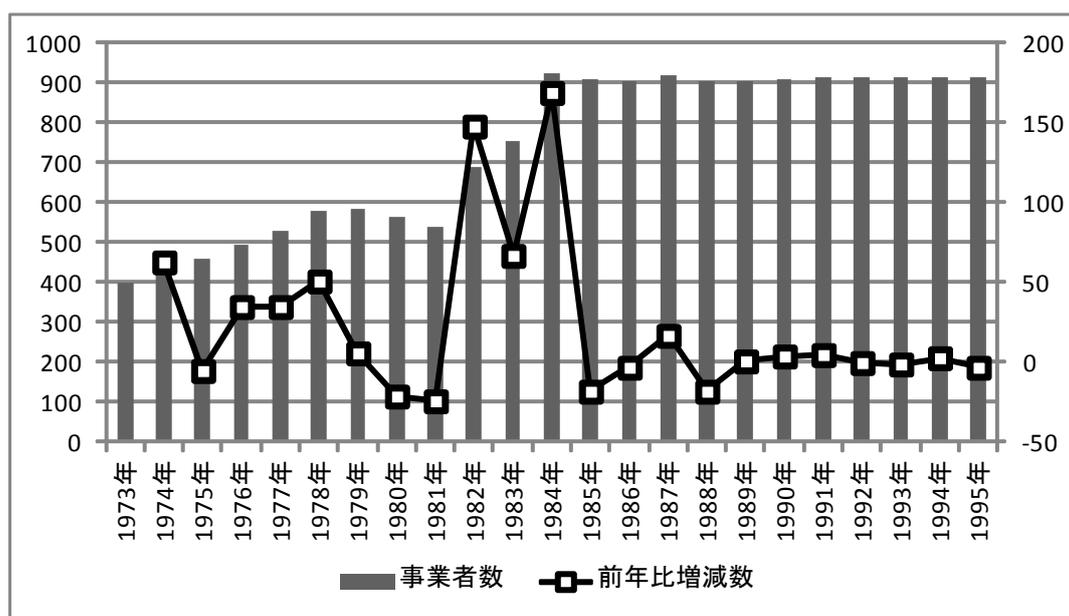
⁶⁶ 『日本経済新聞』（1984年5月17日、朝刊）、p.31。

場シェアの9割が無許可による架線であるとされている⁶⁷。

業界構造の確定と問題の収束へ

逮捕に至った1985年の時点で大阪有線放送社の市場シェアは7割に至っており、逮捕に至った時点では既に中小企業の多くは市場から退出していた⁶⁸。郵政省において許認可を与えられた有線音楽放送事業者の事業者数の推移が図6である。許認可数の推移であるため、市場から退出した事業者がどの程度存在するのかはこの図から読み取ることができないけれども、前年度との増減数を確認することで、新規参入の有無について大まかな傾向を把握することができる。図中の折れ線で示した増減数を確認すると1985年の時点で新規に許認可を与えられた事業者はほとんどなくなっていることがわかる。

図6 有線音楽放送事業の許認可数推移



(出所) 『通信白書』各年版より筆者作成。(1974, p. 317; 1975, p. 305; 1976, p. 259; 1977, p. 301; 1978, p. 241; 1979, p. 291; 1980, p. 281; 1981, p. 318; 1982, p. 285; 1983, p. 279; 1984, p. 254; 1985, p. 271; 1986, p. 423; 1987, p. 469; 1988, p. 401; 1989, p. 297; 1990, p. 383; 1991, p. 449; 1992, p. 486; 1993, p. 454; 1994, p. 522; 1995, p. 394)

⁶⁷ 『日本経済新聞』(1985年4月24日, 大阪夕刊), p. 19。

⁶⁸ 『朝日新聞』(1985年4月24日, 朝刊), p. 22。

宇野元忠は過去の無許可架線について申請と和解をめざす「正常化」の申し入れを行政に対して行い、1989年には関係各省によって有線音楽放送正常化中央連絡協議会が設置された。表 9 は協議会の構成員の一覧である。関係する 4 者に警察庁の担当者が加わり、不法行為の取り締まりを目的とした会議となっている。ただし、正常化の申し入れ以降も無許可による架線は継続しており、正常化が進展したわけではなかった。大阪有線放送社は郵政省に正常化の計画書は提出するものの、積極的にはその作業を進めずにいた。

表 9 有線音楽放送正常化中央連絡協議会の構成員

警察庁保安部生活経済課長
郵政省放送行政局有線放送課長
建設省道路局路政課長
電気事業連合会工務部長
NTT電話事業サポート本部設備推進部長

(出所)『道路行政セミナー』(1991年5月), p. 16を元に筆者作成。

1998年、創業者宇野元忠の死に伴い、当時人材サービスベンチャーであるインテリジェンスを創業し経営していた次男、宇野康秀が後を継ぐことになる。大阪有線放送社の経営にはそれまで携わってこなかった宇野康秀が社長に就任することで、正常化の手続きは進展する。宇野康秀は、利用している720万本について一覧を作成し、電柱の写真を撮り、利用許可の申請を出し、今までの利用料を支払うことにより関係各所との和解を図ったのである⁶⁹。

和解にかかった費用は230億円から300億円程度であるといわれている⁷⁰。この金額の多寡について、いくつかの観点からその妥当性を検討してみることにしよう。和解当時の売上高が1000億円程度であり、大阪有線放送社にとって300億円は事業を継続しながら支払える限度に近い額であった、という解釈がひとつの考え方である⁷¹。宇野康秀は事業継続のために個人名義で70億円の銀行借入れを行っている⁷²。

支払ってこなかった利用料の総額と比較すると、300億円は安い金額であると判断する

⁶⁹ 『日本経済新聞』(2003年10月29日、夕刊), p. 5。

⁷⁰ 『日経産業新聞』(2005年5月19日) p. 24。

⁷¹ 有線ブロードネットワークス『有価証券報告書』, 第37期(2001年8月期), p. 1。

⁷² 和田(2006), p. 181。

こともできる。和解時に利用していた 720 万本の電柱の利用料が年間 72 億円（1 本あたり 1000 円）であると仮定すると、300 億は 4.2 年分程度でしかない。最大で 720 万本の利用であるので、電柱の本数を過大に算定している可能性があるものの、1970 年代から 2000 年にいたるまで無断で利用してきた対価としては格段に安いと考えられる。このような金額に決着した理由のひとつには、いつから線路敷設基盤を利用しているかが特定できない場合があると想定される。道路占用料の場合には道路法の専用料徴収の時効である 5 年が用いられた事例も確認されている⁷³。電柱に関しては電力会社や NTT と大阪有線放送社が民間企業同士の交渉であるため、電柱の所有者が妥協したと思われる。

この正常化作業は業界他社と協調することではなく、業界他社は違法状態のままであった⁷⁴。また、有線音楽放送の正常化をめざす関係省庁の協議会では、線路敷設基盤の問題について何か改善策が検討されたわけではなかった。

「何もしなくても 10 年はもつ」といった父の遺言に反し、宇野康秀が正常化を進めたのは次の事業展開を見据えての考えであった⁷⁵。宇野は和田（2006）のインタビューで次のように語っている⁷⁶。

たとえば、有線放送のチャンネルをもっと増やして細分化した番組にしていくということであったり、衛星を使ってどうのこうのとかが、考えれば考えるほど、何らかの法律の許可を取らなきゃいけないサービスになっていくわけですよ。正常化していない状態の中でいうと、これが何もできない。

郵政省の担当者も、「多くの自治体と交渉しなければならず難しいとは思いますが、ぜひ正常化してほしい。違法状態が全て解消されれば、新たな届け出書類も受理できる」として、正常化の方針を積極的に進めた大阪有線放送社に対して態度を軟化させた⁷⁷。300 億と引

⁷³ 『第 120 回国会交通安全対策特別委員会』第 6 号（1991 年 2 月 27 日）。

⁷⁴ 業界第 2 位の日本音楽放送（キャンシステム）の正常化が完了したのは、2011 年 8 月であった。問題が長期化した理由としては、USEN の正常化によって行政にとっての優先順位がさがったことや、USEN によるキャンシステムの従業員の集団引き抜きなどが理由とされている。この問題については総務省（2010 年 6 月 1 日）『有線音楽放送事業の正常化に関する検討チーム調査報告書』にまとめられている。

⁷⁵ 『日経ビジネス』（2001 年 5 月 28 日）、p. 128。

⁷⁶ 和田（2006）、p. 165。

⁷⁷ 『日経ビジネス』（1999 年 5 月 17 日）、p. 63。柴田雅男・郵政省有線放送課課長補佐の発言とされている。

き替えに宇野が“買った”のは、光ファイバーによるインターネット接続サービスへの参入権であった。正常化が完了した4ヶ月後の2000年7月、大阪有線放送社の子会社は第一種電気通信事業社の免許を取得し、FTTH事業に参入する。

第4節 問題の“教訓化”

正常化以後、この問題の位置づけは事後的にやや変化したように思われる。線路敷設基盤問題がその後どのように捉えられたのかを確認しておこう。線路敷設基盤問題は有線ラジオとは別の業界の誕生によって日本の行政にとって優先的に解決すべき課題として認識された。1997年ごろから、光ファイバーによるインターネット接続サービス（FTTH接続サービス）が商用化され、日本市場に参入しようとする米国企業からの要望が外交課題としてとりあげられたことによる。

光ファイバー網を構築するためには、有線ラジオ放送と同様に電柱・管路などの線路敷設基盤を利用する必要がある。ところが、インターネット接続サービスを起業した新規通信事業者らは線路敷設基盤の契約に阻まれたのである。「冬は道路を掘り起こせない、と光ファイバーの敷設を断られた」「ケーブルを引くために電力会社の管路を使用したいと申し入れたらとんでもなく高い料金を請求された」「自前でやれば一ヶ月もかからずにできる工事を（NTTに任さねばならず）五ヶ月も時間をとられた」などの問題が新聞でも報道されるようになった⁷⁸。線路敷設基盤という用語が行政の文書に登場し、利用手続きの可視化や手続きの妥当性についての情報公開が進められるようになった。

線路敷設権の競争政策化とUSENの評価の変化

結果を先取りするならば、新規参入業者が線路敷設基盤を利用するためのガイドラインが整備され、線路敷設基盤の手続きは一定の改善に至った。2001年4月に総務省（旧・郵政省）が「公益事業者の電柱・管路等使用に関するガイドライン」を策定し、以後数度にわたり改正されたのである。1998年時点では1600円から1700円だった電柱の利用料は、2012年現在で1200円まで下がっている⁷⁹。FTTH接続サービスでの競争を促進させる政策を総務省が検討する中で、大阪有線放送社の過去の不法架線についても評価が変

⁷⁸ 『日本経済新聞』（2000年6月2日、朝刊）、p. 5。

⁷⁹ 1998年の電柱利用料については外務省公報資料（1998年12月25日）「我が国における「線路敷設権」に関する検討結果」による。

わってくる。「ベンチャー企業(USEN)が巨人NTTを動かす時代になった」「現在のUSENの活躍は目を見張るほど。このような企業が違法な手段でしか参入できなかった制度こそおかしい」などの評価が雑誌に掲載されるようになった⁸⁰。

FTTH 事業での敗北と退出

ただし、FTTH 接続サービスの市場シェアは、NTT 東日本と NTT 西日本による寡占化が進展し、USEN を含む新規参入業者は敗退した。図2は2003年から2011年までのFTTH 接続サービスの市場シェア推移を示したグラフである。USEN の接続サービス部門(UCOM)は2003年当初15%程度の保持していたものの、シェアは低下傾向にある。UCOMは2006年にUSENから分離・独立し、宇野の手を離れることとなった。

この結果は2通りの解釈が可能であるように思われる。線路敷設基盤のルール整備が十分に進んだけれども、結果としてFTTH産業の成立にとって重要な要因ではなく、成長に寄与しなかったと解釈するか、あるいは、ルール整備が進んだけれども十分でなかったために寡占化した解釈するかである。

インターネットへのブロードバンド接続サービスはFTTH以外にも多様なサービスが存在しており、寡占化が生じた正確な原因の分析は本論の範囲を大幅に超える問題である⁸¹。本論では、ルールの整備が十分ではなく、より強固に線路敷設基盤の解放することが社会厚生上望ましかったと考えられる可能性を2つ挙げるに留めておきたい。第1に、競争が行われれば確かにFTTHのサービスはより消費者の便益を高める方向に作用していた。FTTHのサービスは、東日本地域よりも西日本地域の方が回線速度や価格の点で優れたサービスを展開している。このような地域差が生じている理由は、西日本においてNTT西日本以外に関西電力系のケイ・オプティコムやUSEN、ケーブルテレビ事業者などの競争が多く、市場競争が激しいからであるといわれている⁸²。行政がより強固な線路敷設基盤の解放ルールをNTTや電力会社に義務づけ、全国的に新規参入企業が増えるような施策を講じていれば、より市場競争が進み、消費者はよりよいサービスの恩恵を受けていた

⁸⁰ 『日経コミュニケーション』(2001年5月21日), pp. 112-113。丸括弧内は筆者による加筆である。

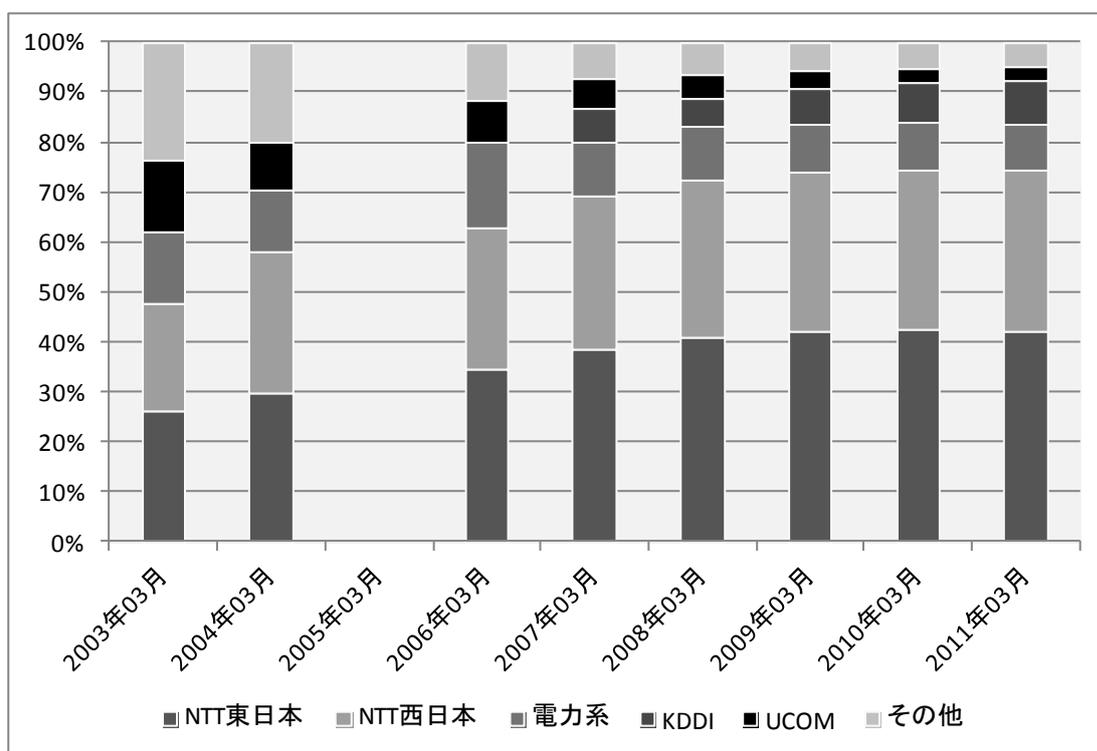
⁸¹ 日本でブロードバンド・ネットワークが高度に発達した理由については、依田(2007)、依田(2011)が参考になる。

⁸² 『日経コミュニケーション』(2007年8月15日), pp. 72-74, 『日経コミュニケーション』(2008年12月1日), p. 34。『日経コミュニケーション』(2011年1月), pp. 26-27。

可能性がある。

第2に、NTT 東日本及びNTT 西日本が市場競争に勝利した要因として、両社が工事の体制で他社より長けていた可能性がある。NTT の FTTH サービスは、同じ地域の競合他社に対して回線速度などのサービス品質が優れているわけでも、提供価格が安いわけでもない。それでもなお2004年から2007年にかけて市場シェアを伸ばしている理由のひとつとして、サービスの開通日や工事の立ち会いが必要な日を店頭での契約時にその場で確約できるように業務フローを改善したことが影響していると考えられる⁸³。FTTH がまだ普及していない時期には、電柱から各家屋やマンションなどの民有地へ光ファイバーを引き込む工事が必要であり、開通までに1ヶ月以上かかっていた。工事の見積もりに関する業務フローが初期の競争において重要な要素であったとすると、NTT と電力会社、新規参入企業の直面した環境はそれぞれ異なっており、平等な条件で競争していたとはいえない可能性が残っていると考えられる。

図 7 FTTH 接続サービスの市場シェア推移



(出所) 総務省広報資料「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表」を元に筆者作成。

⁸³ 『日経コミュニケーション』(2006年10月1日), p. 67。

大阪有線放送社の立場の変化

1990年代末期の線路敷設権の議論の場に、ながらくこの問題の当事者であったはずの大阪有線放送社は全くといっていいほど参加していない。おそらく参加する意図がなかったのだと推測される。

参加したくとも時期が合わなかったという解釈もできるかもしれないが、その可能性は低いと考えられる。初代の宇野元忠が亡くなり、宇野康秀が後を継いだのが1998年であり、インフラの正常化が完了したのが2000年3月、UCOMを設立し第一種電気通信事業者の免許を取得したのが、2000年7月のことである。線路敷設権に関する意見が関係各省庁から広く一般に募集されたのは1999年12月28日から2000年1月26日であった。有線ラジオ事業の正常化・合法化がまだ完了しておらず、第一種電気通信事業者の免許が許可されるかどうか分からない時期に、政治的な陳情や意見表明をすることを避けたという解釈は可能である。

ただし、線路敷設基盤に関連する問題はその後、総務省で定期的に議論されている。次に議論されたのは2002年9月から2003年6月にかけて開催された「IP化等に対応した電気通信分野の競争評価手法に関する研究会」であり、以降「光引込線に係る電柱添架手続きの簡素化等に関する検討会」(2005年4月から7月)、「IP化の進展に対応した競争ルールの在り方に関する懇談会」(2005年10月から2006年9月)、「グローバル時代におけるICT政策に関するタスクフォース」(2009年10月から2011年)と繰り返し議論されている⁸⁴。大阪有線放送社(2000年4月に有線ブロードネットワークス、2005年3月にUSENへと社名変更)が公式にこれらの会合で意見表明したり、オブザーバーとして参加したという記録は残されていない。

むしろ、有線ラジオ事業の正常化に伴って、大阪有線放送社は積極的に線路敷設基盤の解放を求める必要がなくなったと考えられる。2000年3月の時点で有線ラジオ事業の正常化を果たし、電柱720万本の利用許可をすでに得られているということは、光ファイバーのケーブルを配線するための資産を保持しているともいえるからである。表10は電力各社及びNTTが保有している電柱の数を多い順に示した表である。最大数を所有しているNTT西日本でも618万本であり、大阪有線放送社は地域を越えて契約しているために、

⁸⁴ 総務省「終了した研究会等」
http://www.soumu.go.jp/menu_sosiki/kenkyu/kenkyu_back.html (2013年1月5日閲覧)。

各社よりも使用している電柱の数が多くなっているのである。設置密度の面で NTT や電力各社にかなわないまでも、FTTH に新規参入する外資系企業よりは有利な状態にあり、業界内で既存企業と新規参入企業の間隔的な位置づけになっているといえよう。

新規参入企業よりも優位な立場にあるのは、電柱への共架の契約が、架線するケーブルよりもケーブルに張力がかからないようにしている吊線（メッセンジャーワイヤー）が契約の基本単位となっていることに起因している。権利関係の調整が全くないというわけではないけれども、吊線の強度や吊線と他の吊線の距離などの条件を満たせば、すでに配線してある自社の有線放送用のケーブルに光ファイバーケーブルを一束化することは、全く新規に電柱の契約を始める新規参入企業よりは優位に立っていると考えられるのである。

表 10 各社が所有している電柱の数

(単位:基)	
NTT西日本	6,180,000
NTT東日本	5,670,000
東京電力	5,466,902
東北電力	2,884,998
関西電力	2,574,901
九州電力	2,224,963
中国電力	1,547,429
北海道電力	1,423,533
四国電力	800,965
北陸電力	566,928
沖縄電力	194,443
NTT・電力10社計	29,535,062

(出所) 電力事業連合会及び各社ウェブサイトより筆者作成。

(注) 電力各社は電力事業連合会の統計による2001年3月末現在の値。
NTT東日本・NTT西日本は2008年3月の値。

第5節 議論

以上が大阪有線放送社と線路敷設基盤を巡る 40 年近い経緯である。結局の所大阪有線放送社は和解料を支払うことで問題を解決し、架線の権利を社会的に正当化することに失敗し、和解金を支払うことで代わりに得た FTTH 事業も大きな成功を収めたとはいいがたい状況にある。

表 11 は主な出来事をまとめた表になっている。議論の趨勢は、問題の概要が理解され

始めた第1期，繰り返される不法架線に対して国会の議論が処罰を主とするものになった第2期，途中代替わりと正常化の進展，FTTH事業の勃興により，USENの評価が改まった第3期に大きく区分できる。

表 11 大阪有線放送とその無許可架線に対する社会的評価の変化

大阪有線放送		国会・行政		線路敷設基盤	
				電電公社	電力会社
1961年	個人創業			1950年代終盤	支局ごとの個別対応
1964年	株式会社化			から1967年	
		1973年～ 1977年頃	国会質疑・請願が行われ始める 背後の手続きの問題が理解され始める	1968年～	全面的に契約を結ぶ方針を決める 無断架線への対応を始める
		1980年～ 1981年	継続的に問題を質問し、糾弾する代議士の登場		対応は各社によって異なっていた ・原則として認めない ・契約を認めるものの利用料が高価 ・1柱1条のみ契約
		1983年	有線ラジオ法改正		
		1984年4月	営業停止処分		
		1985年4月	2度目の営業停止処分		
		1985年8月	逮捕		
		1989年	正常化中央連絡協議会を設置		
1994年	10年間を期限とする正常化計画書を提出				
1995年	郵政省、大阪有線放送社に前倒し要請、大阪有線放送社は2度目の正常化計画書を提出				
1996年	新規架線については手続きをとるようになる	1997年	日米間での競争政策及び規制緩和に関する対話はじまる		
1998年	次男宇野康秀が社長就任	1998年12月	関係省庁「我が国における「線路敷設権」に関する検討結果」を報告		
1999年	3度目の正常化計画書を提出	1999年	郵政省の担当者、正常化作業を好感	1999年5月	日米間の強化されたイニシアティブ第2回共同現状報告
2000年3月 2000年7月	正常化完了 子会社のUCOMが第一種電気通信事業者免許取得、FTTH接続サービスに参入	2001年	総務省幹部、USENを高評価	2001年4月	総務省が「公益事業者の電柱・管路等使用に関するガイドライン」を策定
2003年 2006年	FTTH市場シェア15% FTTH市場シェア7% UCOM、USENから分離独立				

特徴的なのは、初代の宇野元忠も、2代目の宇野康秀も、この線路敷設基盤をめぐる公的機関に対して陳情を行った記録が残されていないことである。宇野元忠は不法行為を繰り返し行い、息子には「政治嫌い」と評されている。宇野康秀も、正常化作業のために郵政省とやりとりはしているものの、線路敷設基盤問題を扱った研究会には登場していない。線路敷設基盤の議論は、おそらくほとんどの議論がもっとも問題の中核に位置した当

事者ら不在のまま、代理人である弁護士や行政・国会など専門職の法的・政治的ディスコースの中で行われてきたと推測される。

職務として弁護し、職務として国会で質疑や答弁、立法が行われ、その中で問題が発見され、あるいは定義されてきた。それぞれの専門職は役割の違いによって、重視する論点が異なっている。弁護士は問題を法的ディスコースに翻訳する中で、新たに擁護できる論点を探索していた。行政官は管理上の実効性が担保できるかどうかという問題に焦点をあて、国会議員は社会規範や倫理に訴える論法を採った。

法制度の専門職は、皆一律の判断基準に従うわけではなく、法システムは自動機械のように、常に不法行為に対して処罰を与えるわけではない。事例から明らかになったのは有線音楽業者が行った明白な不法行為に対しても、その時々に関係者の組み合わせや状況に応じて、処罰されなかったり、処罰されたり、あるいは事後的に英雄視されることすらあるということであった。本章の事例では大阪有線放送社の経営者らは積極的に働きかけたり、正当化のための戦略を形成したわけではない。しかし、そのような場合であっても、正当化される余地や猶予は残されていたとも考えられるのである。では、企業家は新事業の正当化のために具体的にどのような戦略をとればいいのか。この問題を次章で検討してみたい。

インプリケーション

本章の事例記述から得られる競争戦略論の研究へのインプリケーションを2点言及しておきたい。第1に、法制度から逸脱行動に着目することは、既存の先行者優位・後発者優位の議論に貢献できる可能性がある(Lieberman and Montgomery, 1988; Shankar et al., 1998)。真に先行する企業や企業家の行動は、時に既存の法制度や社会規範からの逸脱として受け止められることがあり、法的問題の正当化に失敗して市場から退出する危険性も高い。先行者優位を獲得したことによって成功したように考えられる企業であっても、実際にはより先んじて発生した逸脱行動によってもたらされた社会認知の変化にフリーライドしている可能性が考えられる。米国の電気通信事業者が日本でFTTH事業を開始すべく参入の交渉を行ったときに、総務省は有線ラジオ放送を巡る長年の問題を念頭において対応している可能性があり、このような経験は新規のFTTH事業者に対して有利に働いた可能性を指摘できる。

第2の含意として、法制度をめぐる企業間の競争と協調のバランスの取り方の問題が今

後の研究として期待される。例えば、既存企業は行政に働きかけて、事実上参入障壁となるような規則や法制度を構築している場合がある (Stigler, 1971 ; Levine and Forrence, 1990)。新規参入を試みる企業が法制度の変更を訴えるためには、社会的に有益であることを主張したり、多くの主体の賛同を得ることが重要となる⁸⁵。しかしそれは同時に参入後の期待利益とトレードオフとなる可能性もある。本章の事例を振り返るならば、サービス提供にとって決定的に重要な“材料”である線路敷設基盤の供給がなされるためには法整備が必須条件であるものの、その法整備は新規参入の脅威を高める。有線音楽放送と FTTH 接続サービスでは USEN の行動が変化したのは、経営者が交代しただけでなく、同社の置かれたインセンティブが異なっていることにも起因していると考えられるのである。規制緩和に成功した企業が、どのような制度設計を主張することによって、自社の期待利益と規制変更の期待を両立させているのかを検討する研究などが今後期待されよう。

⁸⁵ 業界内での標準策定のように企業間関係で構築される自主的なルールであれば、協調に応じない企業を排除したり、協調する企業にコミットメントを求めることが可能である。法制度の場合は制定されればあらゆる企業に適用されるという特徴がある。法規制の変更によって得られる期待利益は非排他的であり競合性があるコモンプール財に近い特性を持っていると表現することもできる。

第6章 収益モデルと社会への牽制

第1節 新事業の正当化と収益モデル

第5章で明らかになったのは、社会的コンフリクトが生じたとしても何らかの判断が下るまでには様々な解釈や問題の発見プロセスがあるということであった。また、第4章では、このように状況が不確定で、新事業のメリットもまた明確になる前の段階で、企業家はいかにして法制度の専門家に対してその正当性を主張するのか、という問題が残されていた。本章では正当性を獲得する際の要素のひとつとして、当該事業の収益モデルが影響を及ぼしているという仮説を提起する。どのような相手から収益を得るのかを、社会に対して明らかにしているかどうかによって、新事業に反対する立場からの論駁を受けやすさが定まると考えられる。そのため、初期の段階では無料でサービスを提供し、なるべく反論を受けないような事業としておくことが正当性確立のために重要であると考えられるのである。

本章では、インターネット・ビジネスにおける無料のサービス提供を交えた収益モデルについて、資源依存論の観点から再検討する。安価になった通信インフラと半導体技術の急速な発達によって、消費者に対してサービスの一部を無料で提供するインターネット関連事業が多数生み出されている。米ワイアード誌の編集長であるクリス・アンダーソンが、同氏の著作である『フリー』にて、無料の製品やサービス提供を交えた様々な事業がどのように収益を獲得しているのかについて多種多様な事例を類型立てて紹介したことで、無料サービスを交えた収益獲得方法は多数の人々に理解されるようになってきている (Anderson, 2009)。

一般に、インターネット関連事業において、無料でサービスを公開することのメリットや、ベータ版のままサービスを公開することのメリットは早期に消費者からのフィードバックを獲得したり、ネットワーク外部性によって消費者の便益を高めたりすることで、類似の事業を営む可能性のある競合よりも有利な立場にたつことが主たる目的であると考えられてきた (Arthur, 1989 ; Shapiro and Varian, 1998 ; O'Reilly, 2007)。このようなメリットに加えて、本章ではサービスの一部を無料で公開・提供することが、当該サービスの法的な正当性を確立していく上で有利に働きうるという仮説を提起する。

インターネット・ビジネスの中には、社会的にその評価が確定していないような、新規

性の高い事業が数多く存在する。新規性の高い事業を運営する際には、外部環境からそのサービスの方針やあり方について様々な要求に応える必要があったりや圧力をかけられることがある。サービスの一部を無料で公開することを資源依存論の観点から解釈するならば、無料でサービスを提供することによって、企業家は、自身の意思に反する要求に対して、一種の牽制をしているとも解釈できるのである。消費者や広告主、出資者、行政など、事業に対して強い要求をすることができるプレイヤーをなるべく減らすことによって、経営者は事業のコントロール権を強く保ち行動できると考えられる。このような観点から本章ではインターネット・ビジネスの収益モデルを再検討する。

資源提供者による要求について、典型的なエピソードをひとつ紹介することにしよう。世界的なソーシャル・ネットワーク・サービスとなったフェイスブックの歴史には、そのようなエピソードが数多く存在する。たとえば、初期の段階での出資者であり、同時に広告主への営業を担当していたサベリンが、創業者であるザッカーバーグとの間で対立を深めた経緯はその一例である。

広告主が特別の待遇を要求してくると、サベリンはザッカーバーグかモスコヴィッツにそれを取りついで。さらに、何の反応も返ってこないことが往々にしてあった。ザ・フェイスブックがきちんと利益を上げる会社にならなければ、サベリンの投資は無駄になってしまう。しかしザッカーバーグはサイトを運営していく資金さえ確保できれば満足らしかった。

サベリンのザ・フェイスブックでの役割は、非常に困難なものだった。広告主は敏速な反応を求めた。彼らは広告料金を払っている以上、何かトラブルがあったり、質問をしたりすれば、即座に反応があるべきだと考えた⁸⁶。

出資者であるサベリンや、広告料金を支払っている広告主は、資源を提供した自分達の申し入れに対応することは、経営者にとって当然の義務であると考えている。このようなエピソードはフェイスブックが規模を拡大するたびに登場する。創業者であるザッカーバーグは、自分の事業についてのアイディアを実現するために、出資を集めることと同時に、ステイクホルダーの要求がなるべく強くないメカニズムを維持することを入念に

⁸⁶ Kirkpatrick (2010) の邦訳である滑川・高橋 (2011) pp. 80-81, 傍点は引用者による強調である。

検討している。取締役の過半数の指名権をもち、自分が企業から追い出されないようにする施策をとることでベンチャーキャピタルの影響力に対抗しようともしていたのである⁸⁷。

本章は、5節から構成されている。第2節では無料サービスに関連する収益モデルの諸類型を整理し、資源依存論の考え方で再解釈を試みる。第3節では、具体例の一つとして、米グーグル社が日本市場にストリートビューというサービスを提供した時に生じた問題とその解決にいたるまでの一連の経緯を紹介する。第4節では他社と比較検討することで収益モデルの影響を議論する。第5節では、サービスの中止を求める立場にたつて、取り得る戦略を例示し、グーグルの収益モデルがどのように牽制していたのかを検討し、まとめとする。

第2節 資源依存論における外部資源

資源依存論の基本的な考え方は、組織が生存するために決定的に重要な資源を外部に依存しているために、組織はその外部への依存度を低めるために様々な施策をとるという考え方である（Pfeffer and Salancik, 1978 ; Casciaro and Piskorski, 2005）。

外部資源の提供者には様々な主体が考えられる。事業にとって不可欠な資源を提供する供給業者や、製品やサービスを購入し、売上を提供する買い手だけではなく、事業の認可を与える政府や企業行動に規制をかける公的機関も企業が外部資源を依存する対象となり得る。

直接経済的資源を提供する主体だけでなく、資源の活用に制約・許諾を与え社会的な正当性を付与する主体にも企業は活動を依存しているといえることができる。社会的に新規性の高いベンチャービジネスを営む際には、収益を獲得するだけでなく、その事業が社会的に認められるように経営者は働きかけることが必要となる場合がある。このような事態を想定した場合、収益モデルにおける資源依存の関係もまた重要な要素となると考えられるのである。

無料を交えた収益モデルの類型

インターネット・ビジネスの一部のサービスを無料で提供する収益モデルについて、まずは整理を試みることにしよう。サービス提供企業は全ての無料でサービスを提供してしまうと事業として成り立たなくなってしまうため、無料でサービスを提供するだけでなく

⁸⁷滑川・高橋（2011）p. 216。

何らかの資源調達市場を別に保持していることが通常である。つまり、無料でのサービス提供を行う収益モデルは、無料市場と外部資源調達市場の2つの市場から成る2市場モデルであると解釈しなおすことができる。

外部資源の調達方法の違いによって、収益モデルを4つに類型化することができる。①ベータ版モデル、②ドネーション・モデル、③フリーミアム・モデル、④広告モデルの4モデルである。ベータ版モデルとその他の3モデルは2市場の時間区分によって大別される。ベータ版モデルは、市場を現在と将来で時間によって区分し将来的に外部資源を調達する方法であるのに対して、その他の3モデルは無料市場と外部資源調達市場の2市場が同時に存在する方法となっている。ドネーション・モデルとフリーミアム・モデル、広告モデルの違いは、資源の提供方法の違いである。ドネーション・モデルは善意の篤志家が寄附として資源を提供するモデルであり、フリーミアム・モデルはユーザーの一部が利用料金として資源を提供する（フリーミアムとは、フリーとプレミアムの造語である）。広告モデルは、広告の出稿料という名目で資源が提供されるモデルである。

以上の4つのモデルについて、まずは既に言及されてきた各モデルのメリットについて整理し、その後に資源依存論の見地から再解釈することにした。

表 12 4つの収益モデル

区分	時間別2市場モデル		同時2市場モデル(資源提供者別)	
収益モデル名	ベータ版モデル	ドネーション・モデル	フリーミアムモデル	広告モデル
無料市場	ベータ版(試用版)のユーザーは、サービスを無料で利用することができる	全てのユーザーは無料でサービスを利用することができる	無料ユーザーは制限付きでサービスを利用することができる	全てのユーザーは広告のついたサービスを無料で利用することができる
資源提供者	将来のユーザー	寄附提供者	プレミアム・ユーザー	広告主
有料市場	正式サービスの際にユーザーは利用料を支払う(正式サービスの課金形態によっては別の一部無料モデルに移行することもある)	ユーザーは任意の寄附を求められ、寄附によってサービスの開発が維持される	プレミアム・ユーザーは利用料を支払うことで、無料ユーザーよりも高機能のサービスを利用することができる。	サービスを利用するユーザーに対して広告主は広告料を支払い、広告を配信することができる
具体例	MMORPG(多人数で遊ぶインターネット・ゲーム)など	Wikipedia(インターネット上で閲覧できる百科事典)	Dropbox(インターネットを介したファイルの同期・共有サービス)など	Google(検索キーワードやウェブページの内容に連動した広告システム)
従来指摘されていたメリット	正式版を公開する前に、想定されるユーザーにサービスの良さを学習させることができる ユーザーが改善すべき点をフィードバックしてくれる	サービスの提供者は名誉や評判を得ることができる	無料ユーザーの数が増大することによって得られる外部性のメリットと、有料ユーザーから得られる収益の両立	
資源提供者への牽制	●今後対応する消費者の要望を企業が主体的に選択することができる	●ユーザーからの利用に関して、品質を保证する必要が無い。ユーザーサポートが義務ではない。 ●寄附提供者はサービスのあり方に関する発言権を公式的には持たない	●プレミアム・ユーザーの要望に応える必要がある ●フリー・ユーザーはサービスに対する苦情の申し立てに対して自制的になる	●広告主の要望に応える必要がある ●ユーザーへのサポートは義務ではない
社会的・法的正当性への影響	十分に社会的正当性を確立させてから正式サービスに移行して未実現の収益を回収することができる	事実上全面的に無料でのサービス提供であり社会的正当性を得やすい		

ベータ版モデル

第1のモデルは、収益を獲得する時期をサービスの公開時期よりも後に設定するベータ版モデルである。オープンソースによるソフトウェア開発の第一人者であるティム・オライリーが、インターネット・サービスの将来展望を Web2.0 というキーワードを用いて表明した際に、その考え方の一つに含まれていたのは、サービスが完成してから公開するの

ではなく、ベータ版の段階で公開するという考え方であった (O'Reilly, 2007)。サービスの価値が十分に確定していないために、消費者からのフィードバックを早期の段階で得ることが決定的に重要になる場合には、ベータ版の段階で一度公開し、消費者に無料で利用してもらうことが重要になると指摘したのである。また、ソーシャル・ネットワーク・サービスのように、ネットワーク外部性が強く働き早期に利用者を数多く獲得することが重要な事業もインターネット・ビジネスの中には存在する。このような場合にも、開発中の段階から利用者を順次獲得していくことが重要となるだろう。収益獲得の観点からこのような手法を整理するならば、先に貨幣以外の資源を獲得し、初期の期間にかかった費用に関しては、先に得た非財務資源を用いて将来的に収益を得ることで事業を成立させているモデルであり、異時点間による費用補填モデルと表現できる。

将来的にどのような収益獲得方法を取るのかについて、ベータ版の公開時点では決定していないこともある。インターネット・ゲームなどでは、ベータ版の時点では無料で顧客にゲームを体験してもらい、正式版がリリースされた際にはユーザーから利用料をとる収益モデルとなっている。後述するフリーミアム・モデルや広告モデルに切り替えて、一部無料の収益モデルを継続することもある。

ドネーション・モデル

ドネーション・モデルは、サービスの利用者や社会一般に対して寄付を募ることで、サービスの提供やその開発にかかる費用を補填するモデルである。社会貢献として完全に無料で提供していたソフトやサービスが、派生的にドネーション・モデルに切り替えることがある。フリーソフトウェアの開発にかかった費用を回収するためにソフト開発者が寄附を求める「ドナー・ウェア」などがその典型的な例である。ボランティアによって編集が進められるインターネット上の百科事典である Wikipedia も、財団への寄付を募り、その寄付をウェブサイトの運用費用に充てている。

フリーミアム・モデル

フリーミアム・モデルのフリーミアムとは、フリーとプレミアムを掛け合わせた造語である。プレミアム・ユーザーとフリー・ユーザーの2種類の利用者が存在し、プレミアム・ユーザーは利用料を支払う代わりに品質の良いサービスを享受する。プレミアム・ユーザーの支払った利用料によりフリー・ユーザーのサービス利用に係る費用は賄われ、フリー・

ユーザーの利用できるサービスには制限がかけられることが一般的である。無料提供を含んだ価格差別を行っていると言い換えることもできるだろう。企業はフリー・ユーザーによってサービスのネットワーク外部性を追求すると同時に、プレミアム・ユーザーによって収益性を安定させることができ、購買意欲の異なる2種類のユーザーから異なるメリットを得ることができる。具体例としては Dropbox や Evernote など、インターネットを介したデータの同期・共有サービスがあげられる。同じサービスを使っている利用者がふえるほど、データを共有できる可能性が高くなり、サービスの価値は高くなる。一律の価格設定をする場合よりも、価格差別を行う方が、ネットワーク外部性と収益性の両方を追求できると考えられる。

広告モデル

広告モデルは、広告主がサービスに対して広告料を支払い、消費者には無料で広告付きのサービスを提供するような収益構造を指す。インターネット・ビジネスに限らず、古くから用いられてきている収益モデルである。

インターネットでの広告が他の媒体での広告と異なる点として、広告を出す場所や時間に物理的な制限がないことによって、既存のメディアでは採算が合わなかったようなニッチだが安価な広告も事業として成立させることができる点であろう (Anderson, 2006; 2008)。代表的な事例としては、検索サービス大手であるグーグル社の広告システムであるアドセンス (AdSense) が知られている。アドセンスは消費者の検索した単語やウェブサイトの内容に応じて関連する広告を表示させる仕組みであり、各単語についてオークション形式で広告の出稿価格が決定される。専門的なキーワードにおける広告需要を多数集めることで、これまでのマス向けの広告よりも多くの広告掲載を可能にしている。

なお、これらの収益モデルは相互に排他的ではなく、組み合わせて生じる可能性もある。例えば、無料のユーザーには広告を表示し、有料のユーザーには広告を表示しない、というようにフリーミアム・モデルと広告モデルの複合型の収益モデルも考えられる。

資源依存論による収益モデルの再解釈

資源の提供者は、ときに企業行動に影響を与えることがある。消費者は、有料のソフトウェアやインターネット・サービスを利用していた場合、サービスの提供者に対して、システムの不具合の修正や、使い方についてのサポート、機能追加依頼、サービスを利用し

て不利益を被った場合の損害賠償など各種の要求を求めると予想される。広告主は、広告表示システムが24時間不具合無く運用されることを要求し、より効果的な広告が出せるような枠や表現を求めるであろう。新しい事業や計画を推進する際にも、経営者は決定的な資源を提供するステイクホルダーに対して事前の許諾を求める必要がある。資源提供者の要求の中には有益な忠告となるものもあれば、経営者が事業を推進する上で障害となる要求もありうる。

前掲の4つの収益モデルについて、それぞれ外部資源への依存と、その依存からの独立という観点で再解釈してみよう。ベータ版モデルは、消費者の要望を収集できるというメリットがあるだけでなく、それらの要望の全てに応える必要はなく、有料でサービスを提供している場合と比較すると、改良方針の決定権が企業側に強く残っている点に特徴があると考えられる。また、社会的正当性や法的正当性が確立されていないような新規性の高いサービスを実施する場合には、まずベータ版として無料でサービスを提供することによって、無料であるということを建前として強い批判を避けながら、サービスの事業化に向けて改善を重ねられる可能性がある。

ドネーション・モデルとフリーミアム・モデル、広告モデルの3つのモデルはそれぞれの資源提供者の要求に対応する必要がある。ドネーション・モデルは寄付提供者や将来の寄付提供者に向けて、その寄付の目的を明確に伝え、また、受け取った寄付はその目的に沿った利用をする必要がある。寄付提供者には公式的には事業に対する発言権があるわけではないが、非公式的な議論や、将来の寄付を行わない可能性を示すことで要求を伝えることがありうる。

寄付提供者への対応と比較すると、無料で利用している利用者に対するサポートや、機能改善を行うかどうかは、提供側のモチベーションに応じて決めればよく、資源的な依存関係がないことが反映されている。ベータ版・モデル同様、サービス提供者は、無料で公共財を提供する代わりに、様々な要求に対して免責される立場にあると解釈することも可能なのである。

フリーミアム・モデルで優先されるのは有料でサービスを利用しているプレミアム・ユーザーへの対応であろう。また、フリーミアム・モデルにおけるフリー・ユーザーは、サービスに対する要望を自制するかもしれない。要望の多くは料金を支払い、プレミアム・ユーザーになることで解決することが多いし、プレミアム・ユーザーの要求が優先されるであろうことを予期するからである。

広告モデルの場合はしばしばサービスの利用者よりも広告主の要望が優先されがちである。特に、広告全体に占める出稿量の比率が大きい広告主が居る場合には、その広告主の発言権は強くなると想定される。

このように無料サービスを交えた収益モデルの採用には、企業が外部資源を利用者とは別の市場で獲得するために、提供するサービス自体については自律的に意思決定を行うことができるというメリットが想定できるのである。次節では、自律的な意思決定の結果、社会的に新規性の高い事業を、自社の意図通りに強く推進し成功した事例としてグーグル社のストリートビュー事業について検討していくことにしたい。

第3節 グーグル・ストリートビュー事業の正当性確立

サービスの概要

米グーグル社によるストリートビューというサービスを事例にとって、同社の収益モデルが、社会的に新規性の高い事業を導入する際に発生するコンフリクトを牽制する作用があったことを示していきたい。

ストリートビューとは、数十のカメラを搭載した乗用車によって道路沿いの風景を撮影しデータを集積することで、インターネットを介してその 360 度パノラマ写真を自由に誰でも閲覧することができるようにしたサービスである。2007 年にアメリカ合衆国の一部の都市でサービスを開始し、2008 年 8 月にはアメリカに続く第 2 の地域として、日本とオーストラリアでもサービスの提供が開始された。

2012 年現在、ストリートビューがどのようにグーグルの収益につながるのか明確にはされていない。場所に連動した広告や、簡易型のカーナビゲーション・ソフトへの応用などが期待されているものの、サービス開始後数年間にわたり、その収益確保の方法については未定のままである。ストリートビューが今後単独の事業としてなんらかの収益化を試みているのだとすれば、ストリートビュー事業は前節の分類ではベータ版モデルにあたるといえるだろう。あるいは、ストリートビューという機能は、同社の検索連動型広告サービスへのアクセスを集めるための付加機能であり、ストリートビュー単独での収益化を試みていると解釈することもできる。この場合、グーグルは無数の広告主から広告料を得ることで様々な無料サービスを展開している広告モデルの収益モデルであるといえることができる。

ストリートビューは、公開された直後からインターネットを利用しない市民の間でも一

躍，“物議を醸す”問題となった。自らの家の軒先が無断でインターネット上にアップロードされ、誰でも閲覧可能な状態になっていることに対して、嫌悪感やプライバシー権の侵害であると感じた国民が多数現れたのである。サービス開始から1年以内に40以上の地方自治体が要望書を国やグーグル社に対して提出し、国会や行政機関でもストリートビューが合法的な事業であるのかどうかについて議論された⁸⁸。

社会の反応とその推移

結果を先取りするならば、グーグル社は事後的にいくつかの修正方針をだすことによって、事業を中断することなく継続するに至っている。主な方針変更と、行政の対応については以下の表2のようになっている。2008年8月上旬にサービスを開始した後、様々な批判が寄せられたために、改善案を2009年5月に発表している。サービス開始前に収集された画像は、カメラの位置が高かったために、私有地の中が覗けてしまっているために、グーグルは40センチ低い位置から撮影を再度やりなおすことを決めた。また、苦情や画像の公開停止を申し立てしたい住民の中には、普段インターネットを使わない人もいたため、電話による受付窓口が設置された。このような改善案は提示したものの、グーグルは一度公開した画像を取り下げるのではなく、改善されるまでは現状の画像を公開し続けた。サービスの提供中止は免れたという点では、グーグルはストリートビューの法的正当性の確立に成功したとあって良いだろう。

サービス継続に目処が立ったのは、総務省内の検討グループがサービスを中止する事態ではないという判断を示した2009年6月の時点であろう。ストリートビューに写り込んだ人の姿や表札などの例外を除けば、一般家屋を撮影した映像は個人情報保護法で保護すべき個人情報には該当しないこと、プライバシーや肖像権の問題の侵害にあたるケースも限定的であることなどが理由として示された。防犯上の懸念について総務省は判断を下さず、警察で別途検討すべきであるとしたものの、個人情報保護の観点からは問題がないという意見を示したのである。

⁸⁸ 『第170回国会 衆議院総務委員会』（2008年11月13日）第4号，pp. 1-2。総務省『利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会 第一次提言（案）』pp. 4-5。

表 13 グーグル社がサービス開始後に行った主な対応

2008年8月	グーグル・ストリートビュー, 日本でのサービス開始
2009年5月13日	グーグル, 第一次の改善案を発表 ・ナンバープレートに自動でぼかし処理を入れる ・公開停止申請をインターネットだけでなく電話でも受け付けるように専用ダイヤルを設置 ・表札のぼかし処理について要望があれば手動で対応する ・日本国内については40センチ低い位置から撮り直す計画を発表
2009年6月22日	総務省, ストリートビューが事業を停止させるほどの問題ではないという意見を表明
2009年9月5日	新たな地域でサービスを開始する場合には事前に告知することを決定 ストリートビューの画像を無断で転載しているサイトに対して削除するように要請をだす

(出所)『朝日新聞』(2009年5月13日, 夕刊)p. 14, 『朝日新聞』(2009年6月22日, 夕刊)p. 14。総務省「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会 第一次提言(案)」(2009年6月)pp. 14-20を元に筆者作成。

現行の法律での問題が無いのだとすると, 新規サービスの社会的評価は, 新規立法をしてまでそのサービスを規制するべきかどうか, そのサービスによってもたらされるメリットとデメリットの比較衡量が主たる問題となると考えられる。以下では, サービスの開始から 2009 年 6 月の総務省提言が行われるまでを分析対象として, サービス公開初期に提示された批判や擁護の各論点を確認する。

サービス開始直後, 強く批判的な反応を示したのは『朝日新聞』紙上での報道であった。表 14 と表 15 はサービス開始から 2008 年 12 月までに『朝日新聞』と日本経済新聞社の 3 紙に掲載されたストリートビューに関連する記事の一覧である。それぞれ 20 件のうち, プライバシーに関連する記事が日経 3 紙では 13 件 (65%), 朝日新聞では 16 件 (80%) に至っている。日経 3 紙ではプライバシーの問題以外に, 利用法に関する記事も確認されたものの, 朝日新聞ではプライバシーの問題がほとんどを占め, 注意喚起に近い文面が特徴的であった。

表 14 『朝日新聞』における論調

	日付	『朝日新聞』	プライバシー	批判	擁護
1	8月7日	グーグルが画像新サービス 街見える、プライバシー大丈夫？ 削除要請が数十件	●	●	
2	8月16日	(声)のぞきの恐れ、街路検索機能	●	●	
3	8月22日	(声)泥棒を助けるビュー中止を	●	●	
4	8月28日	(声)風景一発検索、便利だけれど【大阪】	●		
5	9月2日	無断撮影、公表に波紋 路上から見た画像、ネット上に	●	●	
6	9月4日	インターネット講座by森井教授・第434回 ストリートビュー / 徳島県	●		
7	9月27日	(be report)ストリートビューよく知ろう 路上からの撮影画像をネット公開	●	●	
8	9月27日	青のbe編集部から			
9	10月10日	グーグル「ストリートビュー」、無断撮影・公開は迷惑 町田市議会が国に対策を	●	●	
10	10月17日	地図ベースに宇都宮情報 宇都宮商工会議所などがインターネットサイト開設 / 栃木県	●		
11	11月1日	(be report)「街頭映像」ここが不安 撮影車見た・屋内丸写し・削除に手間	●	●	●
12	11月2日	グーグルマップ「公開」に注意 住所や名前「まる見え」も	●	●	
13	11月7日	(ネットはいま 第1部 さがす:4)自宅が見える	●	●	
14	11月22日	グーグルに削除申し入れ 東京・杉並区、ストリートビューに	●	●	
15	11月27日	インターネット講座by森井教授・第446回 身近な情報漏出 / 徳島県	●		
16	12月12日	路線バス存廃めぐり補償など17議案可決 札幌市議会閉会 / 北海道		●	
17	12月17日	「住宅地は非公開に」茨木市議会が意見書 ストリートビュー【大阪】		●	
18	12月20日	「プライバシー侵害」大学教授ら中止要請 グーグル・ストリートビュー	●	●	
19	12月23日	グーグル・ストリートビューに法整備求める 意見書 狛江市議会可決 / 東京都			
20	12月27日	グーグルストリートビューのサービス中止求め、県弁護士会が声明 / 新潟県	●	●	
			16件 80.0%	14件 70.0%	1件 5.0%

表 15 日経3紙における論調

	日付	『日本経済新聞』『日経産業新聞』 『日経MJ』	プライ バシー	批判	擁護
1	8月5日	グーグル・マップ、検索場所の風景、ぐる～り360度、日本でも新機能。	●		
2	8月6日	グーグル・マップ、検索場所、パノラマ表示、東京など日本でも。	●	●	
3	8月11日	歩行者目線の地図サービス——実写風景360度の臨場感(サイト東西南北)			
4	8月28日	リクルート、住宅サイト、マンションのロコミ情報——ストリートビューも対応。			
5	9月1日	便利な地図サイト——グーグル、使い勝手よく利用増(サイト東西南北)			
6	9月5日	カカコム、マンション検索サイト、ストリートビュー対応。			
7	9月6日	グーグル次の10年へ(下)「究極」へ試行錯誤——王者の挑戦、逆風も強まる。	●	●	
8	9月25日	ウィルコム of PHS基地局、防犯・防災で新事業探る——笠原・研究会事務局長に聞く。	●	●	
9	10月13日	街角の実写映像米グーグル「ストリートビュー」——北大教授町村氏(法務インサイド)	●	●	●
10	10月13日	街角の実写映像米グーグル「ストリートビュー」(法務インサイド)	●	●	
11	10月15日	第1部次代への模索(1)行きたい店、教えます(携帯フューチャー)	●	●	
12	10月26日	プラネット・グーグル、米検索大手の戦略と内幕探る——ランダル・ストロス著(読書)	●		
13	10月30日	地図情報サイト、グーグル、ルート検索機能、日産向けナビと連携も。			
14	11月10日	グーグル「ストリートビュー」活用サイト続々——住宅下調べ人気(ネットナビ)	●	●	●
15	11月11日	ネクスト、ストリートビューに対応。			
16	11月16日	ネットから個人情報を守ろう(社説)	●	●	●
17	11月17日	作家幸田真音氏——個人情報意識はちぐはぐ(インタビュー領空侵犯)			●
18	11月21日	ストリートビュー——5割「プライバシー侵害」(ネット1000人調査)	●	●	●
19	11月26日	杉並区、画像情報「ストリートビュー」、グーグルに配慮要請——個人情報保護に懸念。	●	●	
20	12月19日	「ストリートビュー」、グーグルに対し学者ら中止要請。	●	●	
			13件 65.0%	11件 55.0%	5件 25.0%

また、それぞれの記事にストリートビューに有識者などのコメントで、批判的な意見を掲載している件数、ストリートビューを擁護する意見がどの程度掲載されている件数をそれぞれ数えたところ、朝日新聞ではほとんど擁護する意見は確認できず、批判的な意見が7割を占めた。中でも、8月16日から8月28日にかけて朝日新聞は読者からの投書欄において、ストリートビューのサービス停止を求める意見を継続的に掲載している。

パソコン画面には3方向から撮られた我が家が。車のナンバーも読める。本紙7日長間社会面によるとグーグル側は「人の顔はぼかし、車のナンバーは映らないようにしている」と説明しているが、大うそではないか。「公道から撮影した画像は基本的に公開が可能と判断した」ですって？うちの周りは私道です。(中略)常識外れの住宅地のストリートビューは即刻全削除してほしい⁸⁹。

個人の暮らしの基盤である住居を勝手に撮影し、それをインターネットにのせて世界中にばらまく商売は、プライバシーを根本から揺るがす問題行為だ。さらに問題なのは、これが犯罪者に利用される恐れがあることだ。「空き巣犯などは必ず下見をするので日常の目配りを怠らぬように」との警察署の助言に基づき、町内会では域内パトロールを続けている。しかし、パソコンに向かうだけで完璧な下見ができてしまうのでは、私たちの努力も水の泡である。犯罪者にとってありがたい一般住宅地の「ストリートビュー」は即刻、中止されるべきだ⁹⁰。

このように市民個人の中には強い拒否反応を示した意見が見受けられた。朝日新聞が読者の声を取り上げたのは、おそらく当然社会には同様の意見を抱く市民が一定数居ると想定していたからであろう。

法制度の専門職による検討では、是々非々で両論を併記するケースが多くなる。例えば、国会での質疑はその典型である。国会においてストリートビューの問題は全部で3回言及されており、うちストリートビュー機能の是非について直接言及があったのは2008年11

⁸⁹ 『朝日新聞』(2008年8月16日、朝刊)、p. 10。

⁹⁰ 『朝日新聞』(2008年8月22日、朝刊)、p. 14。

月 13 日の衆議院総務委員会での松本文明代議士による質疑のみである⁹¹。いかにその質問と政府の答弁を引用する。

松本文明：(ストリートビューの概要説明を略) ですから、いながらにして観光地のすばらしい風景を見ることができし、友人は今いかにしていらっしやるだろうかというような風景を見ることができし、楽しいものであります。

これは、例えば税務署が税金をかけるのに、どうなっているかと、これを見ればすぐわかつちゃう、上から下から横から見られる。都市計画をする人がこれを見れば、電柱がいかに邪魔なものであるか、東京がいかにノーマライゼーション社会におくれた都市の構造になっているかというのは、これは実によくわかる。ある意味で、非常に有意義なものであります。

しかし、一方で、これは犯罪者にとっても大変すばらしいツールなんだろうな、こう思うわけでありませう。警察庁の御見識を伺いたいと思うんですが、いらっしやっていますか。

井上政府参考人：お答えをいたします。ストリートビューに対しましては、地図の利便性が向上した等の歓迎する声がある一方、プライバシー保護や防犯の観点から問題提起する声もあると承知をしております。

このような新たなサービスについては、今後どのように利用されていくか、防犯上の問題があるかどうかも含め見てまいりたいと考えておるところでございます⁹²。

このような比較衡量に基づく考え方は、サービスに対して批判的な立場の主張の中にもあらわれている。

議論の底流にあるのは、気付かないうちに自分の家屋の様子が世界中に公開されていることへの不安や違和感。同社も「活用法はユーザーが考える」という基

⁹¹ その他の 2 回は『第 171 回国会 参議院法務委員会』第 3 号 pp. 9-10 及び『第 176 回国会 衆議院経済産業委員会』(2010 年 10 月 27 日) 第 2 号, p. 8 である。

⁹² 『第 170 回国会 衆議院総務委員会』(2008 年 11 月 13 日) 第 4 号, pp. 1-2。

本姿勢だ。監視社会の問題点を指摘してきた作家の斎藤貴男さんらは（ストリートビューの）中止（を）要請した。「公権力による管理・監視機構と融合したり、ウェブ上で参加型サービスとして発展する可能性もある。その恐れに勝る公益的価値があるのか。要請は緊急措置」と話す⁹³。

地方自治体の議会による意見書の決議は比較衡量的な表現が多い。メリットを認めた上で新規の法整備により、住宅地の映像公開に対して規制を求める声が多く、即時のサービスの停止を求める表現が入った地方自治体の意見書は大阪府茨木市のみであった⁹⁴。

メリットとデメリットを比較する状況になると、ベータ版モデルによる無料でのサービス提供には利点が2つある。無料で提供することによってサービスの消費者が得られる便益が高くなる、あるいは多様な便益の可能性が高まるというのが第1のメリットである。

第2に、特定の収益調達方法に限定しないことにより、社会的にあたえるメリットが曖昧になり、比較衡量が難しくなる。収益の獲得方法を最初から明らかにしようとすると、サービスの提供する価値について自社の意見を表明し、限定することになる。むしろ、メリットを曖昧にし、比較衡量できないようにすることによって、サービス中止を求める側の意見表明を難しくしているとも考えられるのである。サービス中止を求めようとすると、未だ価値が確定されていないストリートビューに対して、おそらくこの未確定な技術には社会的なメリットは少ないであろうという表明を、サービス中止要請派の側が強いられることになる。サービス中止を求める人が積極的な断定を下そうとすればするほど、その意見には同意が得られないリスクが高まるとも考えられるのである。

新事業のメリットが明確になる前の段階で事業を存続させるためには、無理にメリットを強調するよりも反対する立場に追及されるような論点や追及方法を与えないことが重要であり、無料のサービス提供には正当性を高める効果と、正当性を低めさせない効果の二通りがあると考えられる。

第4節 類似のサービスとの比較

類似のサービスを展開した他社の収益モデルとリスク・マネジメントの手法はグーグル

⁹³ 『日本経済新聞』（2009年1月26日、朝刊）、p. 34。丸括弧内は引用者による追記である。

⁹⁴ 総務省『利用者視点を踏まえたICTサービスに係わる諸問題に関する研究会 第一次提言』（2009年8月）、pp. 3-4。

社とは対照的であった。本論では比較対象として3社の行動や証言を見ていくことにしたい。ただし、ストリートビューは新規性の高いサービスであるために、同様のサービスを一般に公開した企業はほとんど存在しない。国内で唯一同様の画像サービスを提供していたロケーションビュー社が比較対象の1社目である。第2の比較対象は、グーグルと同様にインターネット検索サービスやインターネット地図サービスを提供しているヤフー・ジャパンである。ヤフーはストリートビューのようなサービスは提供していない。しかし、仮に提供していた場合にグーグルの最も脅威となる競合となっていた可能性が高く、なぜヤフーが参入しなかったのかという観点から比較検討する。第3の比較対象は、ストリートビューと同様の画像収集を行っているゼンリン（株）である。類似の技術を使いながらも、収益モデルが異なる事業を営んでいる場合に、企業行動にどのような差異があらわれるかを検討する。

グーグルよりも先行して風景をパノラマ画像で閲覧することができるサービスを提供したロケーションビュー社の収益モデルと、同社が事業の社会的な評判をどのようにマネジメントしていたのかについて確認することにしよう。

ロケーションビュー社

ロケーションビュー社はグーグルが日本でサービスを公開する10ヶ月前の2007年10月にストリートビューとほぼ同等のサービスを一般に対して無料で公開している。ロケーションビュー社は不動産関連ベンチャー企業である（株）IDU（現ジアース）と測量会社であるアジア航測の合弁会社として設立された。ロケーションビュー社は、このサービスをより高解像度（高画質）の画像で、公共自治体などに対してサービス提供を行い、利用料によって収益を獲得していた。また、ロケーションビュー社はプライバシーの問題に対してグーグル社よりも慎重な対応をとっていた。画像の公開前に車のナンバーと人の顔にはぼかしを入れる処理を行い、その処理プロセスもソフトウェアによる自動処理をおこなった後に、目視確認によって処理できていない部分を手動で処理していたのである⁹⁵。グーグル社のサービス開始後にプライバシーの問題が広く社会で一般に認知されたことで、ロケーションビュー社はメディアに対してもその慎重な対応を強調している。

⁹⁵ ASCII.jp「ロケーションビューの車に乗ってきた」（2008年10月28日）、<http://ascii.jp/elem/000/000/181/181884/>（2012年6月26日閲覧）。

ロケーション社の中山聡・運営企画部長は「カメラが高い方がよく見えるが、議論の結果やめた。プライバシー侵害に当たらないかなど、事前に検討した」と語る。また、各社は画像を社員らが目視で確認、顔や車のナンバーを隠す処理をしたとし、グーグルの自動によるぼかし機能との違いを強調する⁹⁶。

ロケーションビュー社は、グーグルよりも先行してサービスを開始していたため、グーグルによって追従されたことや、グーグルが原則的に無料で公開したこと、あるいは社会的に大きな問題となったこと、これらの事態をどの程度あらかじめ想定できていたのか不明な部分が多い。グーグルによってプライバシーを侵害する可能性が広く社会問題となってしまうために、ロケーションビュー社は一層社会や顧客に対して追加的なコストを支払う必要が生じてしまった可能性もある。

その後ロケーションビュー社および親会社である(株) IDU は、サブプライム問題の影響を受け財務状態が悪化し、アジア航測との資本提携を解消、2009年4月27日にはロケーションビューの一般向け公開を停止し、事業を不動産オークションに特化している。ロケーションビューの一般向けサービスの公開範囲は、2009年4月9日段階で東京23区を含む全国42箇所であった(約4万km)⁹⁷。グーグル社のサービス提供範囲と公開範囲について正確な経緯は不明ではあるものの、2008年8月にグーグル社がサービスを開始した時点で、ロケーションビュー社が先行企業としての十分な優位性を築けていたとは言い難い。また、グーグルは日本だけでなく全世界において画像の収集を開始しており、2010年には他社の追従が難しい状況にまで日本国内のデータの収集を完了している⁹⁸。

ヤフー・ジャパン

その他、同様のサービスを提供したわけではないけれども、関連する企業の反応を2つ紹介したい。第1に、潜在的な競合になり得たであろうヤフー・ジャパンの井上雅博社長(2010年1月当時)は雑誌記事のインタビューに対して、ストリートビューのような高

⁹⁶ 『朝日新聞』(2008年9月2日、朝刊)、p. 29。

⁹⁷ (株) IDU プレスリリース(2009年4月7日)「アジア航測株式会社との資本提携解消に伴う今後の協業関係に関する補足説明」。

⁹⁸ Google Japan Blog(2010年3月11日)「日本の世界遺産が初めて登場。ストリートビューが、さらにエリア拡大しました。」
http://googlejapan.blogspot.jp/2010/03/blog-post_11.html (2013年1月14日閲覧。)

リスクの事業展開手法に対して否定的な見解を述べている。

米グーグルと比べて、最近ヤフーには「すごい」サービスがないと言われる。しかし、グーグルですごいと言われているサービスは、いずれもグレーゾーンのものではないか。法律がなければできることは数多い。例えば、ストリートビューやブックサーチをやろうとしたら、ヤフーなら絶対に、手前で法務からストップがかかる。企業としての考え方の違いだろう。これと比べて、ヤフーが劣っているとと言われるのは心外だ⁹⁹。

ストリートビューが事業停止に追い込まれたのであれば、ヤフーの考え方には一理あると考えることができるかもしれない。しかし、2009年の6月に総務省が合法的な事業であるという判断を待ってからこのような新規性の高いサービスで追随することは難しく、ヤフー・ジャパンの社長の発言は事後的な合理化の弁明として法的な問題に言及していると解釈することもできる。

グーグルは法的リスクの高い手段を採用したけれども、この手段が無闇に行動した結果であるとは考えにくい。その理由は2つある。第1に、ストリートビューは消費者から強い事業停止要求を出すことが難しい無料のサービスであり、グーグル社の売上を支えているのは無数の小さな広告主からの広告収入によって成立している。強い要求をなしうる資源提供者が存在しづらいようにグーグルの事業構成は設計されていると解釈できる。また、第2の理由として、ストリートビューを公開する際にグーグル社は世界中の各国のうちどこからサービスを開始すれば合法化しやすいかを検討しており、プライバシーの権利の主張が強い欧州各国よりも先に、日本とオーストラリアでサービスを開始している。収益モデルによるリスク低減効果と、国際比較による法的リスク評価によって、高リスクになりうる早期のサービス提供を、可能な限りマネジメントしていると考えられるのである。

ゼンリン

第2の事例は、グーグル社に日本の地図データを提供し、グーグル社と業務提携関係にある(株)ゼンリンである。ゼンリンの元副社長である林秀美氏は、ゼンリンとグーグルのリスクの取り方の違いをより明確に、収益モデルとの関連を念頭に置いて指摘している。

⁹⁹ 『日経ビジネス』(2010年1月4日号), p. 52。傍点は引用者による。

インタビューの結果、林氏は、グーグルがストリートビューにおいて事業リスクをとれた背景には、直接画像を閲覧している人から収入を得ていないことや、公開している画像に問題があった場合には事後的に削除するというオプションを用意していることを指摘している¹⁰⁰。同社でもグーグルと類似の手法で撮影を行っているものの、センシティブな映像をそのまま公開するのではなく全部 3D モデルに置き換えることでナビ用のデータを作成している。

ゼンリンの収益モデルは、収集した情報を、カーナビのソフトウェアに編集・加工して、利用者に直接販売するモデルになっている。データの収集プロセスが問題視されることは、自社の製品自体が問題視されることに繋がりがかねない。これは直接顧客に対してソフトウェアを販売しているために、極端な可能性として、他人のセンシティブな情報を無断で利用して利益を上げているという批判や訴訟を受ける可能性がないようにするために細心の注意を払う必要があるからであろう。グーグル社と事業提携している協力関係にあるゼンリンであったとしても、両社の収益モデルは異なるので、外部の資源提供者への対応の仕方も異なると考えられるのである。

第5節 議論

以上の各社の収益モデルをまとめるとの表 16 のようになる。映像サービスによる収益の調達方法を明確化していたロケーションビューはデータ処理に対して自己規制をかけた。グーグルよりも多様な事業提携を行っていて、サービス利用者からの直接収益を得ているヤフー・ジャパンは、そもそも参入しなかった。また、カーナビゲーション用の映像に類似の技術を用いているゼンリンも、直接データを顧客に販売することからデータを絵に加工していた。

¹⁰⁰ 林秀美氏インタビュー（2012年4月25日）による。録音記録を元に筆者が内容を要約し、再度林氏の確認・承諾を得て掲載している。

表 16 各社の収益モデルと、資源提供者への対処

企業名	Google	ロケーションビュー	ヤフー・ジャパン	ゼンリン
事業名	アドワーズ	ストリートビュー	ロケーションビュー	(カーナビゲーション映像)
収益モデル	広告モデル	ベータ版	フリーミアムモデル (広告, 直接販売など)	直接販売
資源提供者	無数の広告主	現時点では存在しない	地方自治体, インフラ企業, 不動産関連企業など	広告主, サービス利用者など多様
ステイクホルダーへの対応		事後対処 自動ぼかし処理 データ削除の電話対応窓口の設置, など	事前対処 目視によるぼかし処理の確認	(事前対処) 3Dモデル化
参入有無 事業の成功失敗		○ ○	○ ×	× 類似の活動 (○)

以下では、サービスの中止を求める市民の立場に立って、どのような手段をとることが可能かを整理してみよう。大きく分けて3つの方法があると考えられる。現行法に基づく解決、新規立法に基づく解決、法的手段によらない解決の3通りである。

第1の方法は、現行法に基づく問題を明らかにし、行政から行政指導や行政処分が行われるように働きかけることであろう。総務省の研究会が検討したとおり、ストリートビューは現行の個人情報保護法や電気通信事業者への個人情報保護ガイドラインから逸脱したものであるとは考えづらく、グーグル社の事後的な修正対応によって合法的なサービスであると判断された。

第2の方法は裁判によって判例法理を徐々に積み重ねたり、新規立法によりサービスを禁止する法律の法制化をめざす方法である。ストリートビューに関してグーグルを対象に行われた日本国内で行われた民事訴訟は、2011年に福岡地裁で1件確認されているものの、原告の訴えは退けられている¹⁰¹。原告の主張は、洗濯物を撮影されインターネットにアップロードされたことがプライバシー権の侵害であり、被った精神的苦痛への損害賠償を求めるといったものであった。この裁判は何らかの新規の論点を原告が提示した裁判ではなかったものの、社会的に未確立の権利やその侵害を申し立てるには訴訟を起こして、裁判官の良識の判断を仰ぐという方法がある。

非成文法である判例の積み重ねだけでなく、より直接的にはストリートビューを禁止する法律を法制化するという手法も存在する。地方自治体による決議の多くは、新規立法による規制を要望していた。今後、法制化によってストリートビュー機能が禁止される可能

¹⁰¹ 福岡地方裁判所平成22年(ワ)第4971号。

性は常に残されている。例えば、警察庁が防犯上の問題を提起するとか、法務省がよりプライバシーの権利を積極的に制定法に取り入れるといった可能性である。

ただし、サービスの開始直後であればこそ成り立った論点というものは、サービスの停止要求を行っていた立場にも存在する。例えば、どのような使い方がなされるか解らない故の緊急避難としての中止要求であるという主張が一部ではなされていた。サービスの公開から年月がたつと共に、当初懸念されていた問題が実際に生じているかどうか、比較衡量に用いられる情報も変わると予想される。これまでにストリートビューが犯罪に利用された事例としては、2010年に長崎県で発生した連続窃盗事件において、犯行計画時にストリートビューが利用されたという報道がなされている¹⁰²。

第3の方法は、消費者運動などの市民運動を行う方法である。具体的には、不買運動や、グーグルとの重要な取引関係にあるなどのステイクホルダーに訴えかけることで、グーグルに自発的修正を促す方法である。ストリートビューが顧客に映像の閲覧権を販売することで成立している事業なのであれば、不買運動をすとか、顧客に対して法的問題を抱えたサービスを利用している問題について公開質問状を送るなどの方法が考えられる。グーグルの収益モデルはこのような社会運動の影響を受けづらい構造になっていると考えることができる。ストリートビュー自体が誰かにデータを販売しているわけではなく、本業である検索サービスも広告モデルであり、利用者から直接収入を得ている収益モデルではないからである。さらに、グーグルの広告がオークション形式によって無数の広告主によって提供されており、個々の広告主がグーグルに及ぼすことのできる交渉力が非常に小さいことも一つの要素として作用していると考えられる。地方自治体などの公的機関へサービスを提供し収益を得ようとしたロケーションビュー社や、カーナビのソフトウェアを消費者に販売するゼンリンよりも、グーグル社は批判に耐えうる収益モデルであると考えられるのである。このような構造が、事前の許諾を得ずに事後的に調整を重ねていくという手段によって新規性の高いサービスをいち早く提供することが可能とした一因であろう。

「(事前に) 許可を求めるよりも、(事後的に) 謝る方がマシだ」グーグルの創業者は好

¹⁰² 『朝日新聞』(2010年12月2日、朝刊) p. 30。多くの犯罪でストリートビューが使われている可能性は否定できないものの、ストリートビューの提供している情報が、ストリートビューでしか手に入らないような独自の情報ではないことから、防犯上の観点からストリートビューが公益を損ねている技術であると主張することには依然として課題が残されている。

んでこの表現を用いるといわれている¹⁰³。事前の許諾無く進められる事業計画は、リスクが高く、このような手法が有効であると考えられる局面は大企業内部の研究開発の初期段階に生じる“闇研究”などに限られると考えられてきた (Frost and Egri, 1990b)。グーグル社がストリートビューのように、社会全般を巻き込んだ高リスクの戦略を採ることが可能であった理由は、単に創業者の企業家精神やシリコンバレーの文化、資源が豊富な大企業であるという理由だけではない。収益モデルの構造が未知のサービスの正当化に役立つ、また、反対意見への牽制作用を保持していることが明らかになった。

¹⁰³ グーグル社の副社長であるケント・ウォーカー氏の講演 (2008年9月29日) に、創業者がこの言い回しを好んでいるという発言記録がある。
http://www.nikkei.co.jp/hensei/comp08/20081010sebaa001_10.html (2012年6月26日閲覧) 原語の表現は”It's easier to ask forgiveness than it is to get permission.”であり、プログラミング言語 COBOL の開発者であるグレース・ホッパーの警句を引用していると推測される。

補論 グーグルと行政のコミュニケーション

本章の事例記述はストリートビューの正当化プロセスの全てを記述することを目的としているわけではない。ただし、ストリートビューの正当化にあたっては、無料の収益モデルという要因以外にも、グーグルは行政と良好なコミュニケーションを行い、総務省の意見表明に関与したことが挙げられる。本章の事例記述を補うためにグーグルと行政とのコミュニケーションについて簡単に言及しておきたい。

グーグル社と総務省とのやりとりはサービス公開後の早い段階から行われており、公式の見解が示される前である2008年11月の時点でも、総務省商務情報政策局情報経済課の発言として「法律に違反しない以上規制すべきでない」との考えが示されている¹⁰⁴。総務省はストリートビュー事業の継続に対して比較的肯定的な考えであったと推測される。

総務省の研究会が発足する前の段階から、東京都の情報公開・個人情報保護審議会が、都民からの問い合わせの多さに応える形でこの問題を審議し、論点整理を試みている。2008年11月に現状の把握を行い、2009年2月にはグーグル社のポリシーカウンスルである藤田一夫が審議会にてプレゼンテーションと質疑応答を行っている。審議会での検討で未解決のまま残った問題については2009年4月から開始された総務省の「利用者視点を踏まえたICTサービスに係わる諸問題に関する研究会」に伝達された¹⁰⁵。総務省の研究会のワーキンググループにはグーグル社の藤田も一員として参加している。表18はインターネット地図情報サービスワーキンググループの委員の一覧である。法曹の専門家や技術と法律の両方に精通した情報通信企業関係者でしめられており、インターネットユーザーの意見を代弁するインターネットユーザー協会のメンバーが入っているものの、主婦連合会のようなインターネットとの関わりが少ないような消費者団体のメンバーは入っていない。意思決定の行われる場に積極的に関与できるように働きかけを続け、ストリートビューについて改善できるポイントを調整したことも、正当性を高める上で貢献したと考えられる。

¹⁰⁴ 『日本経済新聞』（2008年11月16日、朝刊）p. 2。

¹⁰⁵ 東京都生活文化局広報広聴部情報公開課「東京都情報公開・個人情報保護審議会におけるグーグル社のストリートビューに係る審議結果の送付について」（2009年5月25日）21生広情報第75号。非公開資料のため情報公開請求を行った。開示決定通知書の文書番号は24生広情第743号である。

表 17 ストリートビューへの行政の対応

日付	地方自治体	国会・行政	提出・公開された文書など
2008/8/6		ストリートビュー公開開始	
2008/10/9	東京都町田市議会が地方自治体で最も早く意見書を決議		「地域安全に関する意見書」
2008/11/13		衆議院総務委員会で松本文明議員よりストリートビューの防犯上の懸念について質問	
2008/11/25	第38回東京都情報公開・個人情報保護審議会		
2008/12/22		犯罪対策閣僚会議第12回会合	『犯罪に強い社会の実現のための行動計画2008』にてストリートビューについて言及
2009/2/3	第39回東京都情報公開・個人情報保護審議会		審議会においてグーグル社からの説明がなされた
2009/4/9		利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会第1回会合	
2009/4/22	40の自治体が意見書を決議	インターネット地図情報サービスワーキンググループ第1回会合	
2009/5/13		グーグル、第一次改善案を発表	
2009/5/15		インターネット地図情報サービスワーキンググループ第2回会合	
2009/5/25	第41回東京都情報公開・個人情報保護審議会		
2009/5/29		インターネット地図情報サービスワーキンググループ第3回会合	
2009/6/22		利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会第2回会合	「第一次提言(案)」開示
2009/6/30		第一次提言(案)に対してのパブリック・コメント募集開始	
2009/7/28		第一次提言(案)に対してのパブリック・コメント募集締切	
2009/8/25		利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会第3回会合	「第一次提言(案)への意見募集で寄せられたご意見に対する考え方」
2009/8/27			「第一次提言」開示
2009/11/17		利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会第4回会合	フォローアップ(提言内容とGoogleの対応)に関する資料(A4一枚)が提出された。以降の研究会ではストリートビューに関する言及はない

(出所) 国会議事録, 東京都ウェブサイト, 総務省ウェブサイトから筆者作成。

表 18 インターネット地図情報サービスワーキンググループの構成員一覧

主査	森 亮二	英知法律事務所 弁護士
主査代理	上沼 紫野	虎ノ門南法律事務所 弁護士
構成員	石井 夏生利	情報セキュリティ大学院大学准教授
構成員	藤田 一夫	グーグル株式会社 ポリシーカOUNシル
構成員	楠 正憲	マイクロソフト株式会社
構成員	島本 学	NTTレゾナント株式会社 企画部法務考査部門長
構成員	中川 譲	一般社団法人インターネットユーザー協会 理事
(出所)	『利用者視点を踏まえたICTサービスに係わる諸問題に関する研究会 第一次提言』(2009年8月), p. 65。	

第7章 論点の整理

第1節 各章の要約

本章ではこれまでの分析で登場した論点を整理する。まずはこれまでの章の内容を要約しておくことにしよう。

(第1章) 問題設定

第1章では本論の検討する問題について具体例を交えて紹介した。イノベーションは社会的に新規性が高いものであるが故に、登場した当初はそのイノベーションが合法であるかどうか、法的位置づけが未確定であるという性質を備えている。企業家は新事業を推進するにあたって、新事業の社会的・法的正当性を獲得すべく働きかけをする必要に迫られることがある。法制度は立法・行政・司法の様々な専門職によって維持されている社会システムである。企業家は、新事業を社会的に正当化するために、それらの専門職と交渉することで、新事業の合法的境界を明確にしていく。

このような問題が存在することは複数の実務家が指摘しているし、ジョセフ・シュムペーターもまたそのような問題が生じうるであろうことを予言していたものの、これまでにまとまった研究領域としてこれまで検討されてきたわけではない。本論は、既存研究の検討と事例記述を通して、新事業の法的正当性が多くの未知の問題が残されている研究領域であることを明らかにするとともに、法的正当性の確立のために鍵となり得る要素についていくつかの仮説を提示していく。

(第2章) 既存研究の検討

第2章は、既存研究を検討し、本論の研究領域を明らかにするとともに、本論の依拠する法社会学の知見を紹介した。

社会制度は、処罰や利益などの外的なインセンティブによってその正当性が担保される場合や、倫理や規範などの内心に訴えることで維持される社会制度などに分類することができる。正当性の源泉に従って制度を分類することで、既存研究で考えられてきたイノベーションと社会制度の関係について一定の整理をすることが可能であることが示された。業界が自主的なルールを策定することによってイノベーションを加速させるように、社会制

度がイノベーションを加速させることもあれば、既存の社会規範がイノベーションの普及を阻害する要因になることを指摘する研究も見受けられた。

しかし、法制度がなぜ制度としての強制力を保持できているのかという問題について検討してみると、法制度が制度として成立している源泉はひとつに特定しがたいことが明らかになる。人々が法を守る理由は人によって、また状況に応じて様々であるし、一方で法制度は一般に、法律を知ろうと知るまいと、国民個々の事情にかかわらず、国民全体に対して効力を発揮するからである。

法哲学者ハーバート・ハートは法制度を1次ルールと2次ルールの2種類のルールから成ると整理することで、自主的なルールや規範と法制度の違いを明らかにした。ルールをルールとして承認するルール、ルールを変更する手続きを定めた変更のルール、ルール違反を判定する裁判のルールが定められることによって、法制度は道徳や規範、倫理から切り離された自己産出的な論理体系となる。また、2次ルールによって法制度は法的ディスコースを用いる専門職集団によって維持されている社会的プロセスとなる。このような専門職集団の存在こそが企業家と法制度の関係に関する議論を他の社会制度の議論と分かつ要因なのである。

（第3章）研究方法

第3章では、第4章以降の事例分析に先立ち、事例研究法を採用する理由と、取り扱ったデータの特徴について言及した。

事例研究法による検討を進めた理由は3つある。第1に、事例研究法は直観に反する事例を採用することで新たな理論を構築できる可能性が高い方法である。第2に、事例研究では、調査を進める最中に調査設計に修正を加えることが可能であり、既存研究の少ない研究領域の開拓に適している。第3の理由として、本論の分析対象である法制度が多種多様な行為者に影響を及ぼすことから、多様な考え方の違いを厚い記述によって捉えていくことが適切であろうと考えられた。

本論における事例記述の目的は、行為主体が直面する状況や、行為の結果生じる帰結を理解・了解していくことにある。本論が扱う事例がなんらかの典型的なプロセスであることを示すことを目的としておらず、そのような「法則定立的アプローチ」と本論とは、認識論的・科学論的科学観において異なる前提に立っている。ただし、法則定立的なアプローチに立った事例研究法の教科書が要求する事例研究が満たすべき基準のうち、内的妥当性

と構成概念の妥当性については説得的な事例記述を行うために満たすべきであると我々も考えている。

内的妥当性を満たすために、本論では事例記述中で想定される対抗仮説について検討する作業を行っている。構成概念の妥当性を満たすためには、それぞれのデータに生じうる偏りや不正確さを念頭に置き、必要に応じて複数のデータ源を付きあわせることで、一致した結果が出るかどうかを確かめている。

本論は法制度の分析を行うために各種アーカイバル・データを用いているので、資料とその特徴をそれぞれ簡単に説明した。①法令文書、②判例、③国会会議録、④研究会資料の4種類について、それぞれの情報の入手方法について紹介した。

(第4章) 法的正当性の確立プロセス

第4章ではゼンリンの住宅地図事業をとりあげて、ゼンリンがどのように住宅地図の法的正当性を確立していったのかについて検討した。住宅地図は既に日本社会に定着した商品でありながら、2つの点でその法的正当性を確立するプロセスがあったのではないかと考えられた。

第1に、住宅地図は情報財であり、その有用性が明らかになれば、容易に模倣される可能性がある。労力をかけて居住者の氏名を一軒一軒収集したとしても、競合に複製されてしまえば事業が成立しなくなる。自社製品の法的権利をどのように認めさせてきたのか、そのプロセスを探索する必要があると考えられた。

第2に、各住居に住んでいる人の氏名は、プライバシーの権利という観点から考慮すると、取り扱いに注意すべき情報であろう。そのような情報をまとめた製品である住宅地図は、悪用される危険性や、苦情の申し立てが考えられ、その法的位置づけについて検討されたプロセスがあったのではないかと推測されたのである。これらの2つの問題に対してゼンリンがどのように取り組んだのかを検討した。

著作権法の文面を確認すると誰がどこに住んでいるという情報は事実の伝達として見なされることから、どれだけ労力をかけて集めようとも著作権法上の保護対象にはならない。住宅地図の著作権をめぐる積み重ねられてきた判例からは、地図の制作にあたってどのような点に作者の創造性が確認されるかが争点となっていた。その結果、①外形の区割り、②調査地域、③居住者名の表記方法や略記法、④地番表記の詳細さの程度などに創造性が発揮されると判示された。これらの点について全く同一の複製をした海賊版のような

製品に対しては自社の著作権の侵害を認めさせることができるものの、競合が自社の製品に追加調査を加えて出版した場合には、自社の著作権を主張できないことがあった。

プライバシーの問題は、近年個人情報保護に関する議論が高まりを見せるまでは、住宅地図事業の存続に大きく影響を与えていなかった。2000年頃から総務省において議論されるようになった個人情報保護法の法制化にあたって、ゼンリンは経産省を通じて自社事業の正当性を3つの理由によって主張した。第1に、住宅地図は社会的にすでに定着した実態のある製品であること、第2に、住宅地図が禁止されるようであれば流通業やインフラが混乱し、社会的デメリットが大きいこと、第3に、住宅地図の作製にあたって収集している情報はポストや表札などの公開情報であり、社会規範に反するような行為をしているわけではないことである。すでに住宅地図は産業インフラとして社会に定着していたためにゼンリンは多様な説得方法を用いて自社の正当性を主張することができた。個人情報保護法の成立に際して、住宅地図は合法的な事業としてガイドラインに記載されるに至った。

住宅地図の事例の検討から明らかになったのは、企業家によってイノベーションが社会に対して提案されてはじめてその法的な位置づけについて具体的な争点を明らかにすることができるということである。その具体的な争点は、企業家が法制度の専門職との対話を通じて明確にされていく。住宅地図事業では著作権の主張できる範囲や、合法的な居住者情報の集め方が明確になっていった。

住宅地図の事例の検討では2つの問題が残された。第1に、住宅地図の正当性確立にあたっては、社会的なコンフリクトが発生したわけではなかった。住宅地図は徐々に営業地域や用途を拡大することで社会に定着した製品であり、法的な位置づけについて強く社会から合法性について疑義が生じたわけではなかった。新事業の推進に伴って社会的コンフリクトが発生した場合に、企業家と法制度の専門職とのコミュニケーションにどのような影響が及ぶのかという問題が残されているといえよう。

第2に、プライバシーの問題に対応する際の住宅地図事業は、すでに発明から50年が経過しており、元々の問題関心であった“新事業”の法的正当化の事例ではない。新事業のメリットが社会に広く認知されていない状況では、住宅地図のように多様な説得材料がないかもしれない。このような場合に企業家はどのように新事業の正当性を主張するのか。これらの2点について第5章と第6章で検討する。

（第5章）企業家の逸脱行動

第4章で残された問題の1つは、権利の対立構造が社会的に広く知られるところとなった場合に、企業家と法制度の専門職のコミュニケーションにどのような影響が生じるのかという問題であった。この問題を検討すべく、第5章では大阪有線放送社の有線ラジオ放送における無許可でのケーブル架線を取り上げた。

事例の検討をはじめると先だって、線路敷設基盤問題の権利関係の問題を確認した。主な権利関係は4点にまとめられる。①電力会社とNTTが電柱を所有しており、電柱にケーブルを架線するにはまず所有者を確認して許可をとる必要があること、②架線の際には他企業とメッセンジャーワイヤー（吊線）を共有することが望ましく、その交渉は各企業と個別に行う必要があること、③電柱の利用許可とは別に道路の占用許可をとる必要があること、④電柱以外にも管路やマンホール、橋梁などの設備を利用する必要があり、それらについてもそれぞれ許可をとる必要があること。このような煩雑な権利関係が有線ラジオ放送を阻害する要因となっていた。何よりも、線路敷設基盤の所有者には共架契約を結ぶ積極的な誘因は存在せず、契約を拒否されれば有線ラジオ放送などのケーブルを使う事業は成立しなくなる。線路敷設基盤は法制度による解放義務化が求められたと考えられる。

大阪有線放送社の創業者、宇野元忠は、無許可での架線によって有線音楽放送業界でのシェアを高めていった。正規の手続きに従っていると顧客との契約から放送の提供開始までに3ヶ月ほど時間がかかってしまい、顧客の要望に応えられないということが理由の1つであった。

不法な架線は1960年代の初頭から30年以上に渡り継続された。この問題は当事者である企業家の手を離れ、法制度の専門職同士の議論を通じて、問題が発見されたり、問題が作り出されたりしながら、その解釈は移り変わっていった。30年以上にわたる線路敷設基盤の議論は、①当事者らが冷静に問題の背景にある原因を理解した時期、②逓信委員会の委員である国会議員らが大阪有線放送社の不法行為を追及する時期、③2代目の宇野康秀による和解作業が進展し、線路敷設基盤の問題が行政の課題として認められる時期、の3つに区分できる。

法制度の専門職は、それぞれの職務の中で問題を発見していった。大阪有線放送社を弁護した弁護士、電柱の所有者が独占的地位の濫用をしているという論点を提示した。国会議員の中には不当な競争環境に置かれた遵法的企業の立場を強調する議員が多かった。宇野康秀がFTTH事業に参入してからは大阪有線放送社の行動を評価する報道も見受けら

れた。事後的には明白な社会的逸脱と見なされるような行動であっても、その評価が社会的に構築され定着するまでには評価の揺らぎがあり、事業を正当化する余地があることが明らかになった。

（第6章）収益モデルと社会への牽制

新事業のメリットが社会に広く認知されていない状態でどのように企業家は新事業の正当性を獲得するのか。第6章では、正当性獲得の際に、事業の収益モデルの設計方法を工夫することで新事業に反対する立場の人々に対して牽制することができるという仮説を検討した。

本章では、近年のインターネット・ビジネスにおける無料でのサービス提供を行う事業モデルを分類し、資源依存論の考え方にそって再解釈している。無料でのサービス提供を行う場合でも、全てのサービスを無料で提供しては事業として成立しない。そのため、無料でのサービス提供を行う事業は、無料市場とは別に資源調達を行う市場を持つ2市場モデルであると整理することができる。2市場モデルは時間によって2つの市場を分ける①ベータ版モデルと、無料市場と資源調達市場をそれぞれ同時に追求するモデル群からなる。同時2市場モデルは、資源の調達先によって、②寄付を募るドネーション・モデル、③一部を有料サービスとしてユーザーに提供するフリーミアム・モデル、④広告を募り、広告料で運営する広告モデルに区分される。それぞれのモデルは無料ユーザーよりも資源提供者の要求に対して優先して応える必要が生じる。社会的正当性の確立にあたっては、資源の獲得方法を明示していないベータ版モデルが特に有効となる。

以上の理論的考察の例示として、第3節ではグーグルによるストリートビューサービスについて紹介した。道路からの景色を360度パノラマビューで閲覧することのできるストリートビューが2008年8月に日本で公開されると、防犯上の懸念などを訴える声が全国各地で起こり、40もの地方自治体が規制を求める声明を決議した。

ストリートビューを巡る議論の中でも、とりわけ法制度の専門職によって行われる議論に着目すると、比較衡量が行われることが多い。もたらされる社会的メリットとデメリットを比較することでストリートビューの是非が検討されるのである。このような比較衡量の議論において、ベータ版モデルによる無料でのサービス提供は効果的に機能する。無料で提供することによって多様な便益の可能性を広げるというだけでなく、収益の調達方法を明示せず、サービスの価値を曖昧にしておくことによって、反対する立場に「ストリー

トビューにはメリットが少ない」という主張を採らせづらくしている牽制効果があると考えられる。

確認のために、類似のサービスを提供している企業や提供できる可能性のあった企業、合計3社との比較検討を行ったのが第4節である。映像サービスによる収益の調達方法を明確化していたロケーションビューはデータ処理に対してコスト負担の大きい自己規制をかけていた。グーグルよりも多様な事業提携を行っていて、サービス利用者からの直接収益を得ているヤフー・ジャパンは、そもそも参入しなかった。ヤフー・ジャパンの社長は、ストリートビューについて、法的リスクが高すぎると言及している。カーナビゲーション用の映像にストリートビューと類似の技術を用いているゼンリンも、直接データを顧客に販売することから、データを絵に加工し、起こりうるクレームを回避していた。グーグルの本業は無数の広告主から得られる広告収入であり、例え反対する立場の市民が消費者運動を行ったとしても、グーグルの収益モデルはその影響を受けにくい設計となっていると考えられる。

以上が各章の要約である。本論文の主たる論点を暫定的にまとめるならば、以下の5点に要約することができよう。

- ① イノベーションの中にはその法的位置づけが不明確なものが存在する。
- ② 企業家によってイノベーションが社会に対して提案されて初めて、イノベーションの合法性についての具体的な議論が可能となる。
- ③ 企業家は法制度の専門職（法曹関係者や行政の担当者）との対話を通して、新事業の合法と違法の境界を明確にしていく。
- ④ 法制度の専門職は、イノベーションの法的位置づけについて新たな争点や論点を独自に発見し創りだしていくことがある。
- ⑤ 新事業が法的正当性を確立するにあたっては、誰からどのように収益を獲得するのかという収益モデルが鍵となる。とりわけ、一時的に新事業を無料で提供するベータ版モデルは、反対する立場に対する牽制として機能することがある。

次節では、視点を変えて本論の内容の再整理を試みる。

第2節 法制度への働きかけを備えた新事業戦略論の構築に向けて

本論は3つの単一事例研究による分析を行ったため、得られた知見にはいくつかの偏りが生じている。それらの偏りを明らかにし、あり得る今後の研究課題を示すことで本論を終わることにしたい。

5 (+1) フォース・モデルによる本論の整理

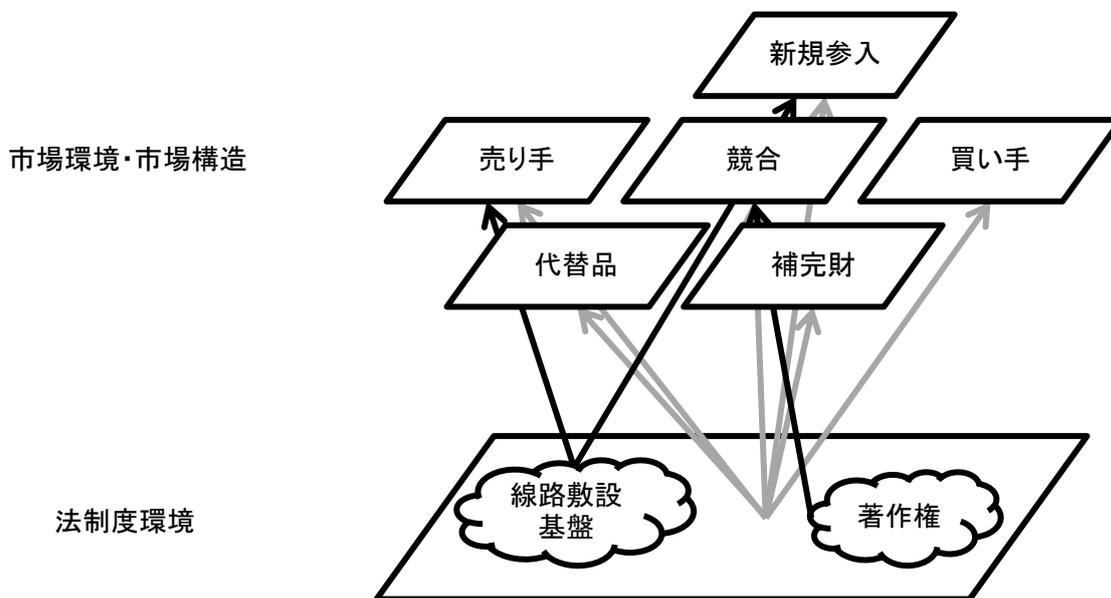
本論の偏りのひとつは、業界構造と法制度の関係のうち、一部のみが事例に登場したということであろう。以下では Porter (1980) の5フォースの分類枠組みを応用して、本論の事例について検討してみたい。Porter (1980) の5フォース・モデルは業界構造の競争要因を5つの諸力に分類した分析枠組みである。①既存企業の対抗度、②売り手の交渉力、③買い手の交渉力、④新規参入の脅威、⑤代替品の脅威の5つの諸力の強弱によって、業界の利益ポテンシャルが決まるとした。これらの要因に加えて、補完財を6番目の要素として加える事もある (Brandenburger and Nalebuff, 1996 ; McAfee, 2002)。

利益ポテンシャルが業界構造の6つの要素によって定まるのは、”法制度を所与とした場合”という条件下の議論である、というのが本論の考え方である (図8)。自社と他社の関係は法制度次第で容易に変わりうる。本章の事例中の記述を6フォース・モデルの枠組みに整理しなおすことにしよう。

第4章では住宅地図の著作権を巡る正当化は、既存企業の対抗度や新規参入の脅威に影響を与えたと考えられる。住宅地図の著作権がより制限されれば、それだけ自社の住宅地図が模倣されやすくなり、新規参入の脅威が高まったり、既存企業間の対抗度が高まる可能性が高くなる。利益ポテンシャルは下がることになるだろう。

同様に、ポストや表札などから居住者の氏名に関する情報を収集することの法的位置づけに関する議論は、自社の製品の材料に関する法制度の問題であり、川上側、供給業者との関係に位置づけられる。第5章における線路敷設基盤の問題や、第6章におけるストリートビューの映像も、新事業を成立させる上で必須となる材料の供給に関する議論であると考えられる。本論の議論は、6フォースの中でも特に売り手の交渉力に関する議論に偏っていたといえる。

図 8 法制度環境の影響を前提とした業界構造の検討



本論では登場しなかった買い手や代替品、補完財との関係についても、法制度次第で業界構造が変わりうると考えられる。以下ではいくつかの具体例を紹介することで、本論の議論を補うことにしたい。

代替品

代替品の脅威について、第4章で取り上げたゼンリンの住宅地図事業における公共機関の位置づけを考えてみよう。ゼンリンは白地図を地方自治体から入手し、表札やドアポストなどの居住者情報と合わせることで、住宅地図を作成し販売している。公共機関は住宅地図の材料の供給業者であるといえるし、また、住宅地図の大口利用者の1つでもある。同時に、行政機関は潜在的には代替品提供業者であるとも考えられる。行政は地図データを保有しているだけでなく、住民基本台帳のネットワークに基づいた住民の居住者情報も保有している。これらを組み合わせれば、ゼンリンよりも低コストで正確、多機能な住宅地図データベースをつくるのが可能であるとも考えられるのである。

あるいは、住宅地図は地名の命名法などの法制度との間に補完関係がある。区画整理が頻繁に行われたり、地方自治体の合併が行われるなど、行政の施策次第で住宅地図の需要は一時的に高まるだろう。逆に、住宅地図の存在しない韓国では住所の表記ルールを大々的に合理化することによって、物流の効率を改善させた。このような場合には住宅地図の

機能の一部を住所表記に関する法制度が代替したということもできる。

買い手

買い手に対してサービスを提供できるかどうかをめぐって、法制度が決定的に重要となることがある。例えば、日本では音楽 CD のレンタルビジネスが存在しているけれども、世界的な著作権の法律や条約の傾向ではこのような貸与が認められている国は例外的である¹⁰⁶。著作物の貸与を認めるかどうかは貸与権として著作権者の権利のひとつであることが国際条約で認められている。日本では貸しレコード業が 1980 年代から発達してきたために、レコード会社とレンタル事業者との間で訴訟が繰り返されてきた。行政の裁定によって原則として発売から 3 週間後にはレンタルを認めるように合意が形成されてきた¹⁰⁷。

製品の品質管理などを目的とした業界法による規制も、買い手への販売が可能であるかどうかを左右する法制度の一例である。2012 年 9 月にパナソニックは電気用品安全法に抵触する可能性があるとして、発売を予定していたスマートフォンによるエアコンの遠隔操作機能を急遽中止した¹⁰⁸。1962 年の省令で定められた安全性基準がデジタル製品の連携機能に対して想定外の制約をかけることになってしまったのである。同様の機能は、電気用品安全法の制定時には存在していなかった HEMS (Home Energy Management System) のようなシステムでは既に実用化され販売されており、古い法制度だけが販売の障壁となった例として社会の注目を集めることとなった。

補完財

製品と製品の関係が補完財の関係になるかどうかを決める法制度も存在する。例えば、自家用車に 6 歳未満の幼児を乗車させる場合には、チャイルドシートを使用することが法律で義務づけられている。この条文と罰則が定められたのは 1999 年の道路交通法の改正によるものであった。1999 年以前のチャイルドシートの設置率は 15%程度であり、2002

¹⁰⁶ 「著作権に関する世界知的所有権機関条約」。日本の CD レンタル事業は第 7 条(3)の規定により制度を維持している。

¹⁰⁷ CD のレンタル事業を通じて消費者は音楽データを安価に複製することができるので、インターネットによる音楽配信ビジネスの成長を阻害する要因のひとつにもなっている。貸しレコードという事業の法的正当性が音楽配信ビジネスという代替品に影響を与えているといえるだろう。

¹⁰⁸ 『日本経済新聞』(2012 年 9 月 16 日、電子版)。

年以降の設置率は5割から6割程度となっている¹⁰⁹。法制度によって自動車とチャイルドシートの補完関係は強くなっているといえることができるだろう。

購買履歴などの情報を用いた広告技術の発展は、今後様々な製品間に補完関係をもたらすことと期待されていると同時に、今後プライバシー権との関連で法規制の議論が進められる技術であると推測される。近年では多企業間で相互に利用可能なポイントカードや電子マネーによって、購買履歴情報や行動記録がデジタル情報として収集・保存することが容易になっている。それらの情報を活用してこれまでには実現できなかった効果的な販売促進活動や広告宣伝を行う事が期待されている。プライバシー権を侵害しないように、購買履歴情報を匿名化・非個人識別化する技術が発達すれば、これまでに関係なかった製品同士の補完関係が誕生するかもしれない¹¹⁰。

第3節 今後の研究の可能性

その他、本論の事例から得られる今後の研究課題や実践的インプリケーションを4点挙げておくことにしたい。

法制度の専門職にとっての目標と成果、評価関数

問題の当事者と法制度の専門職では目標とする成果が異なる場合がある。例えば、第5章では遵法的な企業が国会に、不法な架線を取り締まるように請願を出し、国会議員らがそれに答えて有線ラジオ法の改正を行い、宇野元忠らの逮捕にいたった。この経緯は国会議員らにとっては一定の成果であるかもしれないけれども、請願を出した企業の多くはすでに市場から退出しており、満足行く成果が得られたとはいえない可能性がある。

第6章においても、ストリートビューの公開停止を求めた市民と、東京都の情報公開審議会や総務省の研究会との間では成果が異なる可能性がある。行政の審議会や研究会のメンバーにとっては、グーグルと交渉した上でいくつかの改善案をグーグルから引き出したことで、一応の成果と考える可能性がある。このように法制度専門職が何を成果と考えるかは、イノベーションを正当化しようとする企業家の側とも、そのイノベーションに反対

¹⁰⁹ 日本自動車連盟「チャイルドシート使用状況全国調査」、各年版。

¹¹⁰ プライバシー権の問題を回避した広告技術の成功例としてはアマゾン・ドット・コムなどのECサイトで用いられているレコメンド機能(recommender system)が挙げられるかもしれない。

する側とも異なりうる¹¹¹。このような特徴はイノベーションを正当化する際に不利に働くこともあれば、有利に働くこともあるだろう。

また、法学者と国会議員と官僚ではそれぞれの職務上の目標設定や、イノベーションの評価の仕方が異なると考えられる。例えば、第5章において国会議員は“正直者がばかを見ることのない”法治国家を企図し、大阪有線放送社に対して処罰する姿勢を貫いた。一報で、有線放送の監督官庁であった郵政省・総務省の官僚は、より実務的な管理上の問題に関心を向け、大阪有線放送社に対しては、正常化の交換条件として新たな免許の交付を認める姿勢を示していた。手続きや法体系の解釈、立法技術等を重視する官僚と比較すると、研究会や審議会などの諮問機関のメンバーは、詳細な法解釈よりもやや広い視点に立ち、社会的なメリット・デメリットを評価する傾向にあるといえるかもしれない。

イノベーションを推進する企業家にとって、法制度の専門職の社会集団の中でも、どの専門職とコミュニケーションを図るのが望ましいのか、また、役割の違いによってどのように説得の仕方を変えるべきなのか。このような問題に対して、詳細なインタビュー等を用いて検討する研究がありうるかもしれない。

法律における記述可能性と行政の裁量の問題

法律は文章で書かれるために、意図した通りの規則を過不足無く文章化できるかどうかということが様々な局面で問題となることがある。例えば、ストリートビューの住宅地での撮影を禁止するような法案を検討したとしよう。このような場合に、撮影という行為自体を禁止させようとする、報道機関の撮影とストリートビューのカメラによる撮影は何がどのように違ふと記述できるのかという問題が生じうる。一律に撮影を禁じると報道の自由が奪われる可能性があり、グーグルは報道機関と連携することによって法案に対して反対する可能性が考えられる。法律の文面次第では、市場環境ではそれほど密接な関係がないような企業同士が協調行動をとりうる可能性があるといえよう。

記述の難しさの問題が実際に生じている例としては、風営法におけるダンスホールの条文があげられる。

¹¹¹ Demott (1998) は弁護士がクライアントのエージェントであると共に法律事務所のエージェントであり、法曹という専門職集団の一員でもあり、多様な立場から構成されていると指摘している。

風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律

(昭和二十三年七月十日法律第百二十二号)

最終改正：平成二四年四月六日法律第二七号

(用語の意義)

第二条 この法律において「風俗営業」とは、次の各号のいずれかに該当する営業をいう。

四 ダンスホールその他設備を設けて客にダンスをさせる営業(第一号若しくは前号に該当する営業又は客にダンスを教授するための営業のうちダンスを教授する者(政令で定めるダンスの教授に関する講習を受けその課程を修了した者その他ダンスを正規に教授する能力を有する者として政令で定める者に限る。)が客にダンスを教授する場合にのみ客にダンスをさせる営業を除く。)

引用中の下線部は、社交ダンスの団体の要請により社交ダンス教室を風営法の規制対象外とするために追記された文言である。この文言によって有資格者が指導する社交ダンス教室の営業は風営法の規制対象外となっている。しかし、この規定があることで、同じ社交ダンスであっても有資格者が指導を行わない社交ダンスパーティーなどを有償で開催する場合には依然として風営法の規制対象となり、営業には公安委員会の許可が必要となっている¹¹²。このような立法技術上の問題は、イノベーションの法的正当化に際して、様々な影響を与える可能性がある。あいまいな表現によって行政の裁量が拡大し企業と行政の法解釈に齟齬が生じるとか、記述しようとする難しい概念区分が法制化の際に見送られるといった問題である。これらの問題は副次的な問題でありながらも、具体的な交渉プロセスの中では無視できない要素になると想定される。

新技術による法制度の迂回戦略

法律における記述可能性の問題は、技術進歩と“いたちごっこ”になる可能性がある。本論で扱った事例は3つとも技術的に新規性が高いわけではないので、技術と法制度の関係に関して若干追記しておくことにしよう。

¹¹² 『朝日新聞』(2012年11月27日、朝刊) p. 37。ズンバというラテン音楽に合わせたダンスがフィットネスと称することで、風営法の規制を逃れた事例が紹介されている。

個人情報の保護を巡っては、何をもって個人情報とするのかということが技術の進歩によってますます難しくなっている¹¹³。例えば、日本の個人情報保護法では、2012年現在メールアドレスや携帯電話の端末固有IDなどを保護の対象に含めていない。仮に、個人情報と密接な関わりのあるこれらの情報を法制度に個別に記載したとしても、近年ではそれら以外の情報を組み合わせることで擬似的に個人情報に類する情報を生成することが可能になっている。例えば、インターネット上への書き込みを元に、住所や各種デモグラフィ属性を特定していくということが技術的には可能である。規制を回避するように技術が進展するのだとすると、法制度と技術進歩の間には密接な関係があるといえよう¹¹⁴。

法と国際戦略

法制度の規制を迂回する方法は技術的にもたらされるだけではない。より直接的な手法としては、第6章でグーグルがストリートビューを導入する際に行ったように各国の法律を比較し、まず合法化しやすい国で事業を開始し、それを他の国に紹介することで他の国での交渉を有利に運ぶ戦略が想定されうる。例えば、製薬産業における新薬の承認プロセスにおいて重視されるポイントは国や地域によって異なっている。積極的に新薬を承認する国があれば、相対的に安全性を重視する国もあり、国によって新薬承認のためにとるべきコミュニケーションが異なると考えられるのである。未知のイノベーションと相対する行政の担当者や法曹関係者もまた、法的判断を下すにあたって外国の報道や判例、法律を参照している。これは必ずしも世界各国の法律が似た傾向に収束していくことを意味するわけではない。プライバシーの保護に関してEU圏が市民のプライバシー権を強く保護する姿勢を示しているのに対して、米国は安全保障の観点からプライバシーの権利に一定の制限がかけられている。各国の文化や価値観が、法制度にも反映されることはまた確かなのである。

このような両極に挟まれた状況において、原則無き個別対応をすることは、企業家と法制度の専門職との間のコミュニケーションについて、企業家の予測を難しくしてしまう可

¹¹³ 本段落の記述は八田（2012）を参考に行っている。

¹¹⁴ 同様の関係は法制度と科学の間でも生じうる。例えば、2012年にノーベル医学・生理学賞を受賞した山中伸弥は、ES細胞（胚性幹細胞）の作製には受精卵が必要とされるという倫理的問題と、それにともなった煩雑な手続きの問題があったこと、それらの手続きを回避することがiPS細胞（人工多能性幹細胞）の開発動機の一つであったとしている（八代、2011）。

能性がある。例え企業に対して厳しい規制を課す国であったとしても、そのことが世界的な評判になるほど認知されているのであれば、企業家にとってはコミュニケーションする価値のある相手となることもある。その国の要求水準さえ満たすことができれば、他の国における交渉が楽になる可能性があるからである。法制度の専門職が企業家に対してどの程度明確なシグナルを送るかによって各国の国際的な存在感が変わってくると考えられるのである。ジョセフ・シュムペーターは『経済発展の理論』の中で、企業家機能の担い手は企業経営者に限らないとし、その一例として銀行家の機能に着目した。本論の議論は、法制度の担い手もまた、企業家機能の一端を担いうることを示している。

参考文献

参考文献・参考資料（ABC 順）

Anderson, C. (2006; 2008), *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More Revised Edition*, New York: Hyperion (篠森ゆりこ訳 (2009) 『ロングテール: 「売れない商品」を宝の山に変える新戦略 アップデート版』早川書房。).

Anderson, C. (2009), *Free: The Future of a Radical Price*, London: Random House Business (小林弘人監修・高橋則明訳 (2009) 『フリー: 「無料」からお金を生み出す新戦略』日本放送協会出版) .

Arthur, B. (1989), “Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-in by Historical Events,” *The Economic Journal*, Vol. 99, pp. 116-131.

『朝日新聞』(1985年4月24日, 朝刊)「大阪有線放送など3社, きょう一斉に検索業務停止命令に従わず」, p. 22。

『朝日新聞』(2008年8月16日, 朝刊)「(声) のぞきの恐れ, 街路検索機能」, p. 10。

『朝日新聞』(2008年8月22日, 朝刊)「(声) 泥棒を助けるビュー中止を」, p. 14。

『朝日新聞』(2008年9月2日, 朝刊)「(Media Times) 無断撮影, 公表に波紋 路上から見た画像, ネット上に」, p. 29。

『朝日新聞』(2009年5月13日, 夕刊)「40センチ低い位置から撮り直し グーグル・ストリートビュー」, p.14。

『朝日新聞』(2009年6月22日, 夕刊)「グーグル・ストリートビュー「肖像権侵害せず」
総務省が見解」, p.14。

『朝日新聞』(2010年12月2日, 朝刊)「ストリートビューで狙う店に目星 長崎県警が
逮捕の窃盗罪被告, 供述 【西部】」, p. 30。

『朝日新聞』(2012年11月27日, 朝刊)「(ニュース Q3) サルサも社交ダンスも風営
法規制, なんでなの?」, p. 37。

Astrey, W. G. (1985), "Administrative Science as Socially Constructed Truth,"
Administrative Science Quarterly, Vol. 30, No. 4, pp. 497-513.

Bagley, C. E. (2008), "Winning legally: The value of legal astuteness," *Academy of
Management Review*, Vol. 33, No. 2, pp. 378-390.

Becker, H. S. (1973), *Outsiders: Studies in the sociology of deviance*, New York: Free
Press (村上直之訳 (2011) 『アウトサイダーズ』 現代人文社) .

Brandenburger, A. M. and B. J. Nalebuff (1996), *Co-opetition*, Doubleday Business (嶋
津祐一・東田啓作訳 『コーペティション経営』 日本経済新聞社。) .

Burrell, G. and G. Morgan (1979), *Sociological Paradigms and Organisational Analysis*,
London: Heinemann Educational Books.

Casciaro, T., and M. J. Piskorski (2005), "Power Imbalance, Mutual Dependence, and
Constraint Absorption: A Closer Look at Resource Dependence Theory,"
Administrative Science Quarterly, Vol. 50, No. 2, pp. 167-199.

Chan, C. S. (2009), "Creating a Market in the Presence of Cultural Resistance: The Case of Life Insurance in China," *Theory and Society*, Vol. 38, Issue 3 , pp. 271-305.

DeMott, D. A. (1998), "The Lawyer as Agent," *Fordham Law Review*, Vol. 67, pp. 301-326.

DiMaggio, P. J. and W. W. Powell (1983), "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields." *American sociological review*," *American Sociological Review*, Vol. 48, No. 2, pp. 147-160.

DiMaggio, P. J. (1988), "Interest and Agency in Institutional Theory," in Zucker, L.G., *Institutional Patterns and Organizations: Culture and environment*, Ballinger Pub Co.

『道路行政セミナー』（1991年5月）「有線音楽放送施設に係る正常化の現状」道路広報センター，第2巻第2号，pp. 15-18。

Durkheim, E. (1897), *Le suicide*, Paris: Les Presses universitaires de France（宮島喬訳（1985）『自殺論』中公文庫。）。

Eizenhardt, K. M. (1989), "Building Theories from Case Study Research," *Academy of Management Review*, Vol. 14, No. 4, pp. 532-550.

Frost, P. J. and C. P. Egri (1990a), "Influence of Political Action on Innovation: Part1," *Leadership and Organization Development*, Vol. 11, Issue 1, pp. 17-25.

Frost P. J. and C. P. Egri (1990b), "Influence of Political Action on Innovation: Part 2," *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 11, Issue 2, pp. 4-12.

藤野仁三・江藤学（2009）『標準化ビジネス』白桃書房。

Gawer, A. and M. A. Cusumano (2002), *Platform leadership*, Harvard Business School Press（小林敏男監訳（2005）『プラットフォームリーダーシップ』有斐閣）。

Geertz, C. (1973), *The Interpretation of Cultures*, New York: Basic Books（吉田禎吾・中牧弘允・柳川啓一・板橋作美訳（1987）『文化の解釈学』岩波書店。）。

Gephart, R. (2004), "Qualitative Research and the Academy of Management Journal," *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No. 4, pp. 454-462.

Giddens, A. (2006), *Sociology*, Cambridge: Polity Press（松尾精文・西岡八郎・藤井達也・小幡正敏・立松隆介・内田健訳（2009）『社会学 第五版』而立書房。）。

Glaser, B. G. and A. L. Strauss (1967), *The discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Chicago: Aldine Publishing Company（後藤隆・大出春江・水野節夫訳（1996）『データ対話型理論の発見』新曜社。）。

Greenwood, R. and R. Suddaby (2006), "Institutional Entrepreneurship in Mature Fields: The Big Five Accounting Firms." *Academy of Management Journal*, Vol. 49, No. 1, pp. 27-48.

Greve, A. and J. W. Salaff (2003), "Social Networks and Entrepreneurship," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 28, Issue. 1, pp. 1-22.

Hart, H. L. A. (1961), *The Concept of Law*, Oxford Univ. Press（矢崎光圀監訳（1976）『法の概念』みすず書房）。

八田真行（2012）「経営学におけるプライバシーの考え方」『2012 年度組織学会研究発表大会報告要旨集』2012 年 6 月 17 日，立命館大学びわこ・くさつキャンパス，pp. 185-188。

林秀美・宮崎敦夫・近藤明充（1984）「住宅地図情報利用システムの開発」『日立評論』第 66 巻第 12 号，pp. 901-904。

Iansiti, M. and R. Levien (2004), *The keystone advantage*, Harvard Business Press (杉本幸太郎訳（2007）『キーストーン戦略』翔泳社。）。

依田高典（2007）『ブロードバンド・エコノミクス：情報通信産業の新しい競争政策』日本経済新聞出版社。

依田高典（2011）『次世代インターネットの経済学』岩波書店。

いしかわまりこ・藤井康子・村井のり子（2012）『リーガル・リサーチ 第 4 版』日本評論社。

Itohis, M. and M. Yasumoto (2012), “The Relevance of Firms’ Knowledge Amount to Their Strategic Positioning to a Consensus Standard,” MMRC Discussion Paper Series, No. 406.

伊藤信男（1976）『著作権事件 100 話』著作権資料協会，pp. 281-284。

加藤俊彦（2011）『技術システムの構造と革新』白桃書房。

軽部大・武石彰・青島矢一（2007）「資源動員の正当化プロセスとしてのイノベーション：その予備的考察」『IIR ワーキングペーパー』，WP#07-05，一橋大学イノベーション研究センター。

Katz, E., M. L. Levin, and H. Hamilton (1963), "Traditions of Research on the Diffusion of Innovation," *American Sociological Review*, Vol. 28, No. 2, pp.237-252.

Kirkpatrick, D. (2010), *The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World*, New York: Simon & Schuster (滑川海彦・高橋信夫訳 (2011) 『フェイスブック 若き天才の野望』日経 BP 社。)

北原聡 (2008) 「近代日本の道路と通信・電信電話の道路占用」『関西大学経済論集』第 57 巻第 4 号, pp. 43-63。

北原聡 (2010) 「近代日本における電信電話施設の道路占用」『郵政資料館研究紀要』創刊号, pp. 66-82。

『公正取引情報』(1999 年 3 月 1 日) 「住宅地図大手「ゼンリン」を立ち入り検査—公取委」, pp.10-11。

『公正取引情報』(2000 年 4 月 3 日) 「住宅地図の「ゼンリン」に警告—公取委」, pp. 9-10。

『公正取引情報』(2000 年 6 月 5 日) 「「不当廉売」の注意措置, 11 年度は 672 件」, pp.1-2。

Levine, M. E. and J. L. Forrence. (1990), "Regulatory Capture, Public Interest, and the Public Agenda: Toward a Synthesis," *Journal of Law, Economics, & Organization*, Vol. 6, pp. 167-198.

Lieberman, M. B. and D. B. Montgomery (1988), "First-mover advantages," *Strategic Management Journal*, Vol. 9, Special Issue, pp. 41-58.

- Lincoln, Y. S. and E. G. Guba (2000), "Paradigmatic Controversies, Contradictions and Emerging Confluences," in N. K. Denzin and Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research (Second Edition)*, London: Sage Publications, pp. 163-188.
- Luhmann, N. (1986), *Die Soziologische Beobachtung des Rechts*, Nomos Verlagsgesellschaft (土方透訳 (2000) 『法の社会学的観察』 ミネルヴァ書房。) .
- Maguire, S., C. Hardy, and T.B. Lawrence (2004), "Institutional entrepreneurship in emerging fields: HIV/aids treatment advocacy in Canada," *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No. 5, pp. 657-679.
- Mair, J. and I. Marti (2009), "Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh." *Journal of Business Venturing*, Vol. 24, Issue 5, pp. 419-435.
- March, J. G. and J. P. Olsen (1998), The Institutional Dynamics of International Political Orders, *International Organization*, Vol. 52, Issue 4, pp. 943-969.
- McAfee, R. P. (2002), *Competitive Solutions*, Princeton Univ. Press.
- McGrath, R. G. and I. C. Macmillan (1992), "More Like Each Other Than Anyone Else? A Cross-Cultural Study of Entrepreneurial Perceptions," *Journal of Business Venturing*, Vol. 7, pp. 419-429.
- Merton, R. K. (1938), "Social structure and Anomie," *American Sociological Review*, Vol. 3, No. 5, pp. 672-682.

Mitchell, R. K., B. Smith, K. W. Seawright and E. A. Morse(2000), “Cross-Cultural Cognitions and the Venture Creation Decision,” *Academy of Management Journal*, Vol. 43, No. 5, pp. 974-993.

三宅伸吾 (2011) 『Google の脳みそ』 日本経済新聞出版社。

宮脇正晴 (2009) 「第 10 条 (著作物の例示) 第 1 項第 6 号」 半田政夫・松田政行編『著作権法コンメンタール 第 1 巻』, 剋草書房, pp. 536-551。

村山眞維・濱野亮 (2012) 『法社会学 第 2 版』 有斐閣アルマ。

中河伸俊 (1999) 『社会問題の社会学』 世界思想社。

中川豊 (2008) 「ゼンリン住宅地図のコピーについて」 『図書館雑誌』 Vol.102, No.11, pp. 808-809。

中山信弘 (2007) 『著作権法』 有斐閣, pp. 82-83。

根来龍之・足代訓史 (2011) 「経営学におけるプラットフォーム論の系譜と今後の展望」 『早稲田大学 IT 研究所ワーキングペーパーシリーズ』 第 39 号。

『日本経済新聞』 (1984 年 5 月 12 日, 朝刊) 「営業停止中の大阪有線, 白昼ゲリラ配線」, p. 27。

『日本経済新聞』 (1984 年 5 月 17 日, 朝刊) 「大阪有線宇野社長, 参考人出席を拒否——衆院委は証人喚問検討」, p.31。

『日本経済新聞』 (1985 年 4 月 24 日, 大阪夕刊) 「有線放送業界の 9 割が違法ケーブル」, p. 19。

『日本経済新聞』（2000年6月2日，朝刊），「事業規制（中）使えないインフラ—通信市場に見えない壁（IT革命が迫る制度改革）」，p. 5。

『日本経済新聞』（2003年10月29日，夕刊）「コンテンツ革命の旗手たち（40）インフラを担う（3）（ドキュメント挑戦）」，p. 5。

『日本経済新聞』（2008年10月13日，朝刊）「街角の実写映像米グーグル「ストリートビュー」（法務インサイド）」，p. 14。

『日本経済新聞』（2008年11月16日，朝刊）「ネットから個人情報を守ろう（社説）」，p. 2。

『日本経済新聞』（2009年1月26日，朝刊）「地図検索に街角映像——「権利侵害」広がる議論（論点争点メディアと人権法）」，p. 34。

『日本経済新聞』（2012年9月16日，電子版）「スマホでエアコン操作 パナソニック断念の不可思議 経産省，今年度中に規制緩和へ」，<http://www.nikkei.com/article/DGXBZO46180800V10C12A9000000/>（2013年1月4日閲覧）。

『日経ビジネス』（1999年5月17日）「大阪有線放送社 NTT 並み巨大回線網活用“違法企業”の汚名返上へ」，pp. 61-64。

『日経ビジネス』（2001年5月28日）「徒手空拳で起業，上場を果たす 父に請われ，継いだ会社を業態転換」，pp. 126-129。

『日経ビジネス』（2010年1月4日）「ヤフー（インターネットのサービス事業者） 勝利の方程式を変える」，p. 48-52。

『日経コミュニケーション』(2001年5月21日)「NTTを脅かすのはだれ?“巨人”のサービス計画揺るがす新興勢力」, pp. 112-113。

『日経コミュニケーション』(2006年10月1日)「ヒト・モノ・カネを徹底的に投入東西NTTの恐るべき底力」, pp. 66-72。

『日経コミュニケーション』(2007年8月15日)「西日本でFTTHの競争進む兆し設備／サービスのバランスを注視ー第2回FTTHの地域格差」, pp. 70-75。

『日経コミュニケーション』(2008年12月1日)「フレッツ光は再加速 できるか料金見直しと非PC利用の開拓は待ったなし」, p. 34。

『日経コミュニケーション』(2011年1月)「設備ベースでは歩みは遅い 線路基盤の解放が競争呼ぶ」, pp. 25-30。

『日経産業新聞』(2005年5月19日)「見限って進む経営者(眼光紙背)」, p. 24。

沼上幹(1995)「個別事例研究の妥当性について」『ビジネスレビュー』第42巻第3号, pp. 55-70。

沼上幹(2000)『行為の経営学』白桃書房。

落合啓次郎(1969)「施設人のための事業知識(58)有線音楽放送」『電気通信施設』第21巻第4号, pp. 166-167。

小倉昌男(1999)『小倉昌男 経営学』日経BP社。

Oliver, C. (1991), "Strategic responses to institutional processes." *Academy of Management Review*, Vol. 16, No. 1, pp. 145-179.

Oliver, C. and I. Holzinger (2008), "The effectiveness of strategic political management: A dynamic capabilities framework." *Academy of Management Review*, Vol. 33, pp. 496-520.

小野秀誠 (2006) 『民法における倫理と技術』 信山社出版。

O'Reilly, T. (2007), "What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software," *International Journal of Digital Economics*, No. 65, pp. 17-37.

Pfeffer, J. and G. R. Salancik (1978; 2003). *The External Control of Organizations*, Reprinted by California: Stanford Univ. Press.

Pinch, T. J. and W. E. Bijker (1984), "The social construction of facts and artefacts: or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other," *Social Studies of Science*, Vol. 14, No. 3, pp. 399-441.

Porter, M. (1980), *Competitive Strategy*, New York: Free Press (土岐坤・服部照・中辻万治訳 (1995) 『競争の戦略』ダイヤモンド社) .

六本佳平 (1986) 『法社会学』 有斐閣。

境新一 (2005) 『法と経営学序説』 文眞堂。

佐藤恵太(2009)「地図の著作物性」『著作権判例百選 別冊ジュリスト』第198号, pp. 22-23。

Schumpeter, J. (1926), *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳 (1977) 『経済発展の理論 (上・下)』岩波書店。) .

Scott, W. R. (2008), *Institutions and Organizations (third edition)*, London: Sage Publications.

Shapiro, C. and H. R. Varian (1998), *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*, Boston, Mass: Harvard Business School Press (千本倅生監訳・宮本喜一訳 (1999) 『「ネットワーク経済」の法則』IDG コミュニケーションズ) .

Shankar, V., G. S. Carpenter, and L. Krishnamurthi (1998), "Late mover advantage: How innovative late entrants outsell pioneers." *Journal of Marketing research*, Vol. 35, No. 1, pp. 54-70.

Siggelkow, N. (2007), "Persuasion with Case Studies," *Academy of Management Journal*, Vol. 50, No. 1, pp. 20-24.

Singleton Jr., R. A. and B. C. Straits (2005), *Approaches to Social Research (Fourth Edition)*, New York: Oxford Press.

Spector, M. and J. I. Kitsuse (1977; 2001), *Constructing social problems*, Transaction Pub (村上直之・中河伸俊・鮎川潤・森俊太訳 (1990) 『社会問題の構築：ラベリング理論をこえて』マルジュ社) .

Stigler, G. J. (1971), "The Theory of Economic Regulation," *The Bell Journal of Economics and Management Science*, Vol. 2, No. 1, pp. 3-21.

Stryker, R. (1994), "Rules, Resources, and Legitimacy Processes: Some Implications for Social Conflict, Order, and Change." *American Journal of Sociology*, Vol. 99, No. 4, pp. 847-910.

- Suchman, M. C. (1995), "Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches", *The Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, pp. 571-610.
- 鈴木正朝(2004)「個人情報保護法に対する企業対応の実務」『リスクマネジメント business』第19巻第10号, pp. 8-15。
- 武石彰・青島矢一・軽部大 (2012)『イノベーションの理由：資源動員の創造的正当化』有斐閣。
- 豊田きいち (2002)『編集者の基礎知識 第四版』日本エディタースクール出版部。
- 内田文喬 (1996)「判例に見る住宅地図の著作権について」『知的財産権法・民商法論叢：小坂志磨夫先生松本重敏先生古希記念』発明協会, pp. 169-185。
- 和田勉 (2006)『USEN 宇野康秀の挑戦！ カリスマはいらない。』日経 BP 社。
- Warren, S. D. and L. D. Brandeis (1890), "The Right to Privacy," *Harvard Law Review*, Vol. 4, No. 5, pp. 193-220.
- Webb, E. J., D. T. Campbell, R. D. Schwartz, and L. Sechrest (1966; 2000), *Unobtrusive Measures*, London: Sage Publications.
- Webb, J. W., L. Tihanyi, R. D. Ireland, and D. G. Sirmon (2009), "You say illegal, I say legitimate: Entrepreneurship in the informal economy," *Academy of Management Review*, Vol. 34, No.3, pp. 492-510.
- 八代嘉美 (2011)『増補 iPS 細胞』平凡社新書。

Yin, R. K. (1984; 2009), *Case Study Research (Fourth Edition)*, London: Sage Publications.

幸久司 (1977) 「公社注への線条添加について：有線音楽放送線添架の現状と問題点」『電気通信施設』第 29 巻第 12 号, pp. 62-67。

ゼンリン (1998) 『ゼンリン 50 年史』。

Zimmerman, M. A. and G. J. Zeitz (2002), “Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy,” *Academy of Management Review*, Vol. 27, No. 3, pp. 414-431.

Zucker, L. G. (1988), “Introduction: Institutional Theories of Organization- Conceptual Development and Research Agenda,” in Zucker, L.G., *Institutional patterns and organizations: Culture and environment*: Ballinger Pub Co.

参考ウェブサイト（各章順）

（第3章）

閣議決定（1995年9月29日）「審議会等の透明化，見直し等について」

<http://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/235321/www.soumu.go.jp/gyoukan/kanri/siryou12.htm>

（第4章）

個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン

http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/privacy/kaisei-guideline.pdf

首相官邸ホームページ：個人情報の保護に関する法律

<http://www.kantei.go.jp/jp/it/privacy/houseika/hourituan/>

個人情報保護法制化専門委員会（議事録，配布資料，中間案など）

<http://www.kantei.go.jp/jp/it/privacy/houseika/index.html>

（第5章）

表5「電柱の利用料」を作成するにあたって参照した各ウェブサイトのURL

北海道電力 http://www.hepco.co.jp/corporate/ele_power/utilitypole_use/use01-01.html

東北電力 <http://www.tohoku-epco.co.jp/abstra/annai/kyoka.html>

東京電力 http://www.tepco.co.jp/corporateinfo/provide/pole_duct/pole/pole02-j.html

北陸電力 <http://www.rikuden.co.jp/denchu/index.html>

中部電力 <http://www.chuden.co.jp/bizsupport/solution/denchu/shiyoryo/index.html>

関西電力 <http://www.kepco.co.jp/business/kanro/dentyu.html>

中国電力 <http://www.energia.co.jp/business/pole/pole2.html>

四国電力 http://www.yonden.co.jp/business/dealing/u_pole/u_pole/index.html

九州電力 http://www.kyuden.co.jp/service_pole-tube_denchu_01.html

沖縄電力 http://www.okiden.co.jp/business/pole/pole_01a.html

NTT 東日本 <http://www.ntt-east.co.jp/info-st/conguide/kanro/denchu.pdf>

NTT 西日本 <http://www.ntt-west.co.jp/open/99guidebook/kanro/dentyuu.pdf>

新事業の社会的正当性

(第5章・続き)

総務省『通信白書』(現・情報通信白書)

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/index.html>

総務省(2010年6月1日)『有線音楽放送事業の正常化に関する検討チーム調査報告書』

http://www.soumu.go.jp/main_content/000068535.pdf

外務省広報資料(1998年12月25日)「我が国における「線路敷設権」に関する検討結果」

<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/husetsu/981225.html>

総務省広報資料(2012年6月22日)「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表」

http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban04_02000039.html

電気事業連合会「電気事業のデータベース(INFOBASE)2011」

<http://www.fepc.or.jp/library/data/infobase/pdf/infobase2011.pdf>

総務省「終了した研究会等」

http://www.soumu.go.jp/menu_sosiki/kenkyu/kenkyu_back.html

(第6章)

総務省 利用者視点を踏まえた ICT サービスに係る諸問題に関する研究会

http://www.soumu.go.jp/menu_sosiki/kenkyu/11454.html

『第一次提言(案)』(2009年6月30日)

http://www.soumu.go.jp/main_content/000028990.pdf

『第一次提言』(2009年8月27日)

http://www.soumu.go.jp/main_content/000035957.pdf

東京都 情報公開・個人情報保護審議会

<http://www.metro.tokyo.jp/POLICY/JOHO/JOKO/index.htm>

(第6章・続き)

ASCII.jp (2008年10月28日)「ロケーションビューの車に乗ってきた」,

<http://ascii.jp/elem/000/000/181/181884/>

IDU プレスリリース (2009年4月7日)「アジア航測株式会社との資本提携解消に伴う今後の協業関係に関する補足説明」

<http://corp.the-earth.tv/file/ir/2009/20090408169947.pdf>

NIKKEI NET (掲載日不明)「講演「ルールを創る：企業家精神と法」 Kent Walker 氏 米 Google 社 バイスプレジデント, ゼネラルカウンセル (2008年9月29日(月)日経ホール)」

http://www.nikkei.co.jp/hensei/comp08/20081010sebaa001_10.html

(第7章)

著作権に関する世界知的所有権機関条約

<http://www.cric.or.jp/db/article/wch.html>

日本自動車連盟「チャイルドシート使用状況全国調査」

<http://www.jaf.or.jp/eco-safety/safety/data/index.htm>