慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	産業クラスターの進化と比較制度分析 : 均衡の要約表現と共有予想の通時的分析に向けて
Sub Title	
Author	許, 伸江(Kyo, Nobue)
Publisher	慶應義塾大学出版会
Publication year	2005
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.48, No.3 (2005. 8) ,p.27- 55
JaLC DOI	
Abstract	産業クラスター研究において，産業クラスターの生成や発展プロセスにたいする研究は主流ではない。しかし，産業クラスターは，固有の歴史を持ち，さまざまな環境変化に対応する中で進化を遂げてきたといえる。そしてそのプロセスにおいては，企業家や組織団体といった経済主体が，進化を促す契機となるなど，重要な役割を担う。しかし既存の産業クラスター研究においては，経済主体への関心は高いものではなかった。そこで，本稿では，歴史と進化を重視する比較制度分析の枠組みを産業クラスター研究のツールとして導入することで，産業クラスターの進化プロセスの分析を試みる。この分析枠組みは，制度を均衡の要約表現と共有予想として概念化する。既存の共有予想に対して，経済主体が認知的危機を感じた時，制度は変化へ向かう。そのような変化の前後の制度比較により，ある特定地域の通時的分析が可能となる。本稿では，韓国の東大門市場を事例として取り上げ，その100年に及ぶ歴史を見ていくことで，IMF 金融危機前後の制度比較を行った。環境変化によりナッシュ均衡の危機に直面し，東大門市場の商人達は，価格重視からデザイン重視へとその行動様式を変化させている。しかし，複数の経済主体が並存する産業クラスターでは，制度変化の道のりは複雑なものとなる。本稿の結論は，制度変化の通時的分析を通じて，産業クラスター研究における経済主体の役割の重要性と制度変化の複雑性を主張するものである。
Notes	
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-20050800-0027

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

三田商学研究
第48巻第３号
2005 年 8 月

2005年 5 月13日掲載承認

産業クラスターの進化と比較制度分析：均衡の要約表現と共有予想の通時的分析に向けて*

許　　伸江

＜要　約＞

産業クラスター研究において，産業クラスターの生成や発展プロセスにたいする研究は主流ではない。しかし，産業クラスターは，固有の歴史を持ち，さまざまな環境変化に対応する中で進化を遂げてきたといえる。そしてそのプロセスにおいては，企業家や組織団体といった経済主体が，進化を促す契機となるなど，重要な役割を担う。しかし既存の産業クラスター研究においては，経済主体への関心は高いものではなかった。そこで，本稿では，歴史と進化を重視する比較制度分析の枠組みを産業クラスター研究のツールとして導入することで，産業クラスターの進化プロセスの分析を試みる。この分析枠組みは，制度を均衡の要約表現と共有予想として概念化する。既存の共有予想に対して，経済主体が認知的危機を感じた時，制度は変化へ向かう。そのような変化の前後の制度比較により，ある特定地域の通時的分析が可能となる。本稿では，韓国の東大門市場を事例として取り上げ，その100年に及ぶ歴史を見ていくことで，IMF 金融危機前後の制度比較を行った。環境変化によりナッシュ均衡の危機に直面し，東大門市場の商人達は，価格重視からデザイン重視へとその行動様式を変化させている。しかし，複数の経済主体が並存する産業クラスターでは，制度変化の道のりは複雑なものとなる。本稿の結論は，制度変化の通時的分析を通じて，産業クラスター研究における経済主体の役割の重要性と制度変化の複雑性を主張するものである。

＜キーワード＞

産業クラスターの進化，制度変化，比較制度分析，ナッシュ均衡，共有予想，均衡の要約表現，経済主体，歴史経路依存症，戦略的相互作用，制度的補完性，制度変化の複雑性，東大門市場

１．はじめに

ある地域における企業が競争優位を確立し，他の地域における企業が競争優位を確立していない

＊　本稿の作成にあたり，指導教授である植竹晃久教授から多くのご指導を頂いた。心より感謝したい。また，有益なご助言を下さった高橋美樹教授，谷口和弘助教授に，この場を借りて謝意をあらわしたい。言うまでもなく，本稿に残された意図せざる過誤は，すべて筆者の責任である。

のはなぜか。企業を取り囲む環境である産業クラスターは，企業の競争優位にたいしていかなる影響を及ぼしているのであろうか。マイケル・ポーター（Michael Porter）が，このような問題を提起し，産業クラスターの役割を示した（1990，1998a，1998b）ことで，企業の地理的な集積である産業クラスターにたいする研究関心は，急速に高まった。彼の場合は，産業クラスターを「特定分野における関連企業，専門性の高い供給業者，サービス提供者，関連業界に属する企業，関連機関（大学，規格団体，業界団体など）が地理的に集中し，競争しつつ同時に協力している状態」と定義した（Porter 1998a p.197）。この視点からすると，従来の産業ごとの分類とは異なり，産業クラスターを構成する企業や機関の関係性に注目することが可能になるであろう[1)]。

元来，産業クラスター[2)]という概念は，経済の空間システムに注目する経済地理学[3)]で扱われてきたテーマであった。しかし，ICT（情報・通信技術）の発達と経済のグローバル化という環境変化によって，国，地域，そして企業の境界が曖昧になりつつある今日，経営学や経済学においても，地理的な要素や空間的な視点の重要性が増している。この点にかんして，古くは Alfred Marshall（1890，1920）による産業の地域化と外部経済の研究にはじまり，Weber（1922）による費用最小化概念の工業立地論，そして Krugman（1991）による産業の地理的な集中現象のモデル化などの研究が続いた。こうした経済的な要因の分析にたいして，産業クラスターをより広い視点で捉えた研究も盛んに行われるようになった。例えば，「フレキシブルな専門化（flexible specialization）」という新しい生産システムをポスト・フォーディズムの下で提示した Piore and Sabel（1984），競争戦略論と立地の概念を結びつけた Porter（1990，1998a，1998b），そして「地域産業システム」としてのシリコンバレーとルート128の比較産業クラスター分析を試みた Saxenian（1994）といった一連の研究成果を挙げることができるであろう。

一方，産業クラスターの生成・発展プロセスへの関心は，それほど高かったとはいえない[4)]。Krugman（1991）は，地域集中化のパターンは歴史上のささいな出来事によるものであると指摘している。また Porter（1998a）の場合，産業クラスターの誕生には，偶然が大きく作用すると述

1） 産業クラスターについて考察する際に直面するのが，企業の競争優位と産業クラスターの競争優位の混乱である。Porter の産業クラスター概念は，厳密には，企業の競争優位構築にたいして産業クラスターが与える影響を述べたものである。しかし，今後も企業の戦略と産業クラスターの競争優位の関係性にかんする注意深い研究が必要とされる。高橋（2003）は，川口市を事例として，企業の競争優位と産業クラスターの関係について考察している。

2） 長い間，企業の集積する地域は，（産業，商業，工業）集積という用語で研究が行われてきたが，近年では，イノベーション促進機能などのより積極的な意味も込めて，クラスターという用語を用いる傾向にある。本稿では，特にファッション産業という特定の産業に関連する企業群が集積した地域を取り扱うため，産業クラスターという用語で統一する。

3） 経済地理学の理論的考察にかんしては，矢田・松原（2000）に詳しい。

4） 稲垣によれば，集積の発生をもたらした要因と集積が展開するプロセスは分けて議論することが必要である。集積の発生の論理は，ケース特殊的な要因が強いため，その検証が必要である（2003 p. 251）。

べている[5]。また，産業クラスターの論理を考察する際のポイントは，その出発点や歴史よりも，集積の継続の論理である，という指摘もある（伊丹・松島・橘川 1998）。このように，産業クラスター研究では，産業クラスターの生成・発展プロセスよりも，企業が集積することの意義や集積の機能などについて，より多くの関心が集められてきた[6]。

こうした中，産業クラスターの生成・発展プロセスに関心を示した研究（稲垣 1997，1998，2000）も存在する。その研究では，ボローニャ地域の包装機械産業のケースがとりあげられ，産業クラスターの生成プロセスとしての母体企業からのスピンオフの連鎖にフォーカスがあてられている。その際に重要な役割を果たしたのは，起業家のネットワークであった。また，先述の Saxenian（1994）も，産業クラスターにおける企業家や人的ネットワークの重要性について指摘している。

産業クラスターの生成・発展プロセスでは，様々な契機やそれを機会とみなす企業家の行動があり，インクリメンタルないしラディカルな変化への対応をつうじて，産業クラスターは進化[7]を遂げる。例えば，シリコンバレーの場合，1950年代から現在に至る発展プロセスにおいて，防衛，半導体，コンピュータ，そしてインターネットとその主要産業の変遷がみられ，浮き沈みを経験した。その中で，活発な企業家活動を基盤にした地域の活力は存続することになり，環境変化に柔軟に適応し続けてきた。

このように，産業クラスター研究において，その歴史プロセスに注目することは，進化プロセスを分析することと同値であり，そうした試みがもつ意義は大きい。こうした進化や歴史に注目する際の分析道具として有効なのが，比較制度分析であろう。制度と制度変化にかんするダグラス・ノース（Douglass North）の代表的研究（1990）では，制度のインクリメンタルな生成発展をたどることなしには，現在の制度を理解することができないとして，経路依存性と歴史の重要性が指摘された。ノースの制度論は，制度をゲームのルールとして概念化し，ルールの実効化主体間の相互作用に目を向けたものである。さらに近年，ノースの制度論を拡張し，産業クラスターをゲームの均衡として捉える比較制度分析（CIA: Comparative Institutional Analysis）の枠組（青木・奥野編 1996; Greif 1998; 谷口 1998; 青木 2001）を用いた研究[8]も登場し，産業クラスターの分析枠組は，ますます多様化しつつある。

5） ただし，成長と発展については偶然だけでは説明が難しく，立地という文脈の中で偶然について考えなくてはならないと指摘している（Porter 1998a, p.239）。

6） 稲垣（2003）によれば，産業集積の既存の研究は，その発生論的な起源が問われてこなかったために，実存する様々なタイプの産業集積を区別することが難しいとする。

7） 本稿では，進化は，人々が制度の存続を確保するために外的な環境変化にたいして自らの行動様式を変化させようとするプロセスを指すことにする。経済主体による環境への適応プロセスを進化と呼ぶ。

8） 例えば，谷口（2003a, 2003b）は，中国における産業クラスターの多様性に注目し，シリコンバレーとの関係性を，産業クラスター間学習という概念を導入して分析した。企業の境界だけでなく，産業クラスターの境界にかんしても議論の可能性があることを示した，興味深い研究といえるであろう。

CIA は，制度の二面性，すなわち，既存制度の安定性・固定性のみならず，その可変性・進化にも関心を払う。その点で，本来，安定的である制度が，いかに進化していくのかを分析するために有効な枠組みだといえる。また，本稿では，ノースのいうゲームのルールとしての制度を超越し，制度をゲームの均衡と捉え，ゲームのプレイヤーがいかにして相互作用を展開しているのか，そして既存の均衡がなぜ変化してきたのか，といった問題を考察する。本稿では，そうした CIA の枠組を用いて産業クラスターの進化プロセスを分析する。本稿の特徴は，産業クラスターを安定的かつ不変的なものとして認識したり，あるいは時間の経過を捨象した静学的な視点というよりは，むしろ，「変化」と「ダイナミクス」を重視した動学的な視点を採用している点に求められる。CIA は，歴史経路を重視しており，共時的問題だけでなく，変化とダイナミクスに深いかかわりをもつ通時的問題をも取り扱うことができる。すなわち，それは，ある時点における異なる均衡（制度）の共存を分析しうるのと同時に，時間を通じたある特定の制度の進化を異時点間で比較することを可能にする。本稿では，後者の視点に立ち，韓国のファッション産業クラスターである東大門市場のケースをとりあげたい。その進化とダイナミクスを考察することによって，産業クラスターの進化プロセスへの理解が深まるであろう。

本稿の構成は，以下のとおりである。すなわち，第2節では，既存の産業クラスター研究の特徴と問題点に言及する。その上で，本稿における分析枠組である比較制度分析の特徴について論じる。第 3 節では，東大門市場の制度的特徴にかんして，比較制度分析の方法論をベースに分析を試みる。その際，主に多数のプレイヤーがどのように関わって均衡を生み出しているのか，均衡変化のプロセスはいかなるものか，を具体的に吟味するつもりである。そして，第 4 節では，ケース・スタディによる考察をふまえ，産業クラスター研究への CIA の導入の意義と課題について触れ，結語に代える。

2．産業クラスターの新たな分析枠組み：比較制度分析

2－1．既存の産業クラスター研究の概観[9)]

本稿の目的は，前節で述べたように，既存の産業クラスター研究ではあまり検討されてこなかった，産業クラスターにおける経済主体である企業や企業家の役割の重要性を再確認すること，及び複数の経済主体が相互に影響しあいながら学習することによる，産業クラスターの発展の複雑性を解明していくことの 2 点である。

第 1 の点については，産業クラスター研究が，関連する企業や機関が地理的に集積している状態を対象とすることから，企業を取り巻く環境である様々な条件や，企業間ネットワークなどが多く

9) 紙幅の都合により，既存の産業クラスター研究の詳細なレビューは許（2005）に譲りたい。

の関心を集めている。すなわち，従来の産業クラスター研究は，システムとしての産業クラスターとその地域性に多くの関心がよせられており，経済主体の存在とその意義についてはほとんど検討されることがなかったといってよい。しかしながら，現実には，企業などの経済主体が産業クラスター内に立地することで何らかのメリットを得るためには，企業家がリーダーシップをとって企業環境における諸条件を自らコーディネートし，巧みに活用することが不可欠である。従って，そうしたリーダーシップを発揮しうる企業や企業家などの経済主体は，産業クラスター研究において重要な要素となりうる。

第2の点は，産業クラスターの変化にかんする問題点である。従来の産業クラスター研究では，産業クラスターの機能に焦点が多くあてられてきた。産業クラスターの機能にかんする議論では，様々な産業クラスターの共通的事項を挙げることが可能であり，多くの研究蓄積が存在する[10)]。これにたいして，本稿では産業クラスターの生成や変化に焦点をあてることにしたい。

産業クラスターの変化にかんして，既存研究では，産業クラスターのプロダクト･ライフ･サイクル理論や，産業クラスターの類型化がその中心であった。それは主に，産業クラスターが属する産業特性や，産業組織の特徴などを軸にした類型化とそれに基づく比較研究であり，ある類型から他の類型へと変容する可能性についても指摘するものである。これらの研究は，産業クラスターをシステムとして全体的にとらえた見方である。本稿では，歴史の中で，リーダーシップを持つ企業や企業家が果たしてきた役割にフォーカスをあてつつ，変化プロセスを考察していきたい。

したがって，本稿では，産業クラスターの変化プロセスと，そこでの経済主体の役割を中心にみていくことにする。様々な歴史経路を持つ複数の経済主体が，事業のつながりや共同体的つながりを持ちながら相互作用を行い，並存している状況が産業クラスターであるが，環境変化に際し，変化の必要性をいち早く感じる経済主体が存在する一方で，変化の必要性を感じても，現状維持を望む者もいれば，そもそも環境変化を察知しえない者もいる。すなわち，産業クラスターを構成する経済主体の多様性により，変化プロセスも多様性を持つ。そこで本稿では，ケースをとりあげ，その多様なプレイヤーとそこから生じる変化プロセスの差異を動学的に解明していく。

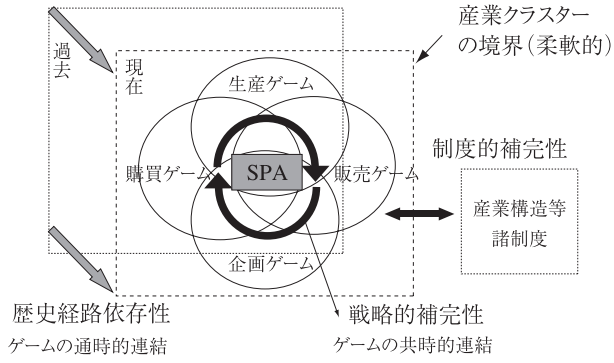
具体的には，韓国のソウル特別市に位置する東大門市場を分析対象にする。この地域は，ファッション産業に属する企業が集積する，ファッション産業クラスターとして捉えることができる。

2－2．比較制度分析の制度概念

比較制度分析の制度概念は，経済主体の選択とそこから導出される均衡を重視したものである。既存のゲーム理論を超越し，客観的事実を経済主体が内面化するというプロセスを勘案したものである。かくして，制度は，シンボルとしての要約表現という客観性に加えて，経済主体の予想とい

10） 古くはマーシャルの研究（1890）に始まり，近年ではポーター（1990，1998a，1998b），伊丹他編（1998）等がある。

図１　産業クラスターの制度的側面（SPA のケース）



注：この図の作成にあたって，谷口（1998），p.38 から着想をえた。ここで，SPA とは，Specialty store retailer of Private label Apparel（製造小売業）を意味する。

う主観性の両面性を示すことになる。

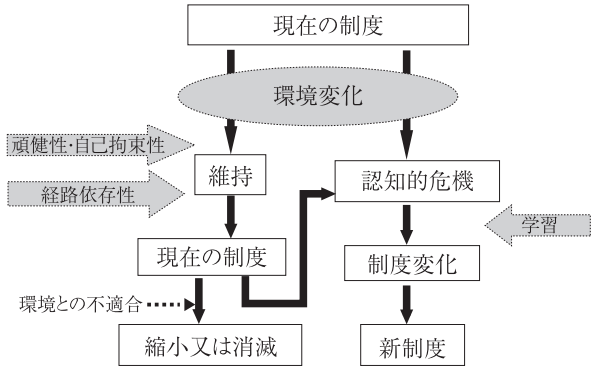
CIA の分析視点の特徴は，経済全体を，その内部の多様な制度が相互に結びついた１つのシステムとして理解しようとする点である。具体的には，制度を均衡として捉えて制度を分析する際，さらにそのサブ・システムを浮き彫りにし，それらの間の制度的補完性をみる必要がある。例えば，産業クラスターを制度として捉える場合，その産業クラスターが属する産業の構造的特徴や，地域の金融制度や雇用制度，及びサプライヤーとの関係といった特徴が，それぞれ制度的補完関係を保ちつつ，そこから導かれた共有予想に基づく戦略の集合体として，均衡が保たれていると考えられる。[11)]

ここで，制度としての産業クラスターの概念を確認しておこう。産業クラスターを制度として捉えると，それは特定の産業の企業や供給業者，関連企業等が地理的に集中している状態で，その経済主体の間に，戦略選択にかんする共有予想が存在する。経済主体が複数のゲームに係わり合い，相互作用を行っている状況である。本稿では，ある地域内に複数のゲームが相互補完的に維持され，経済主体が共有予想を抱いている場を産業クラスターとして捉え，それを分析単位とする（図１）。

産業クラスター内では，経済主体（プレイヤー）が地理的に集積し，フェイス・トゥ・フェイス・コミュニケーションを通じて継続的に戦略的相互作用を続ける中で均衡が生まれ，それが学習により進化していくと考えられる。特に産業クラスターでは，多様な経済主体が存在する。従って，そこには多種多様なゲームが存在する。各々のゲームの均衡戦略は相互に補完的であり，従って，一度安定的となった制度は維持される（ゲームの共時的連結）。

11）　このサブ・システムを青木（2001）は，ドメイン（経済主体の集合，及び実現可能な行動の集合）として定義し，雇用，金融，政治，コーポレート・ガバナンスなどをとりあげ，国や地域により異なる制度の比較分析の際に，比較の軸とした。

図 2　制度の存続と変化



しかし，ナッシュ均衡という概念で表されるように，本来は頑健性を持つ制度も，環境変化により変化する場合もある[12]。それは，例えば，環境変化により，経済主体が既存の共有予想にたいする認知的危機を持つに至り，共有予想や戦略選択に変化が起こり，新たな均衡へと変化を遂げていくプロセスである（図 2）。その変化の際に，どのような経路が選択されるのかは，当該制度の歴史的・文化的価値に依存する（ゲームの通時的連結）。

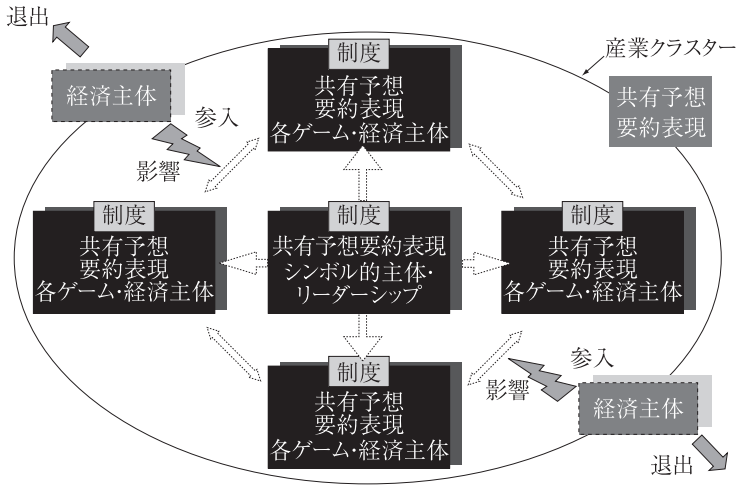
産業クラスターにおける制度変化のプロセスを理解することは，経済主体が，既に共有された予想を修正していくプロセスを理解することである。歴史比較制度分析（Historical and Comparative Institutional Analysis：以下，HCIA と記す[13]）の名付け親であるアヴナー・グライフ（Avner Greif）によれば，現在の制度とその進化は，過去の制度的，経済的，政治的，社会的，文化的特徴の相互作用による歴史的成果物である（1997，1998）。すなわち HCIA は，歴史の重要性を意識し，帰納的，経験的に制度進化の考察をするための分析ツールであるといってよいであろう。

それでは，具体的に産業クラスターにおける制度変化とはいかなるものであろうか。これは以下のような変化を辿ると考えられる。すなわち，まず，内生的または外生的な環境の変化により，既

12）　この点にかんして，植竹（2000）は，ナッシュ均衡の視点は，制度がなかなか変化しにくく，安定的・固定的な性質を有するという側面を説得的に説明するものであっても，長期的には制度が変化するという，制度の有するもう 1 つの側面を説明するものではないことを指摘する。そこで，植竹（2000）によれば，進化ゲーム理論に基づいた説明，すなわち，経済人的なプレイヤーに代わり，限定合理性を有するプレイヤーが，繰り返しゲームのプロセスで学習と経験をつうじて新たな要因を取り込んでいくことで，伝統的な均衡を脱却し，より適合的な行動を選択するようになる。そうした行動を目にして，それを支持する経済主体が優勢をかちえていくことによって，制度の変化が生じてくる，という論脈を説明する。

13）　HCIA は，CIA と同様の意味で用いられていると考えられるが，制度分析における歴史的視点，比較的視点，経験的な分析視点の重要性を特に強調している。青木（2001）によれば，グライフの概念との唯一の微妙な差異は，制度化の過程における認知的メカニズムとその制度進化にたいする含意を CIA が明示的に扱っているという点である。

図3　産業クラスターの複合性とダイナミズム



存のナッシュ均衡が危機に直面し，プレイヤーが変化の必要性を認識する。そこでプレイヤー達は，共有予想の危機を認識し，新たな戦略を選択して行動をとり，相互作用を繰り返す中で次第に新たなナッシュ均衡へと導かれていく。そうしたプロセスを，ここでは制度変化または産業クラスターの進化と呼び，本稿の分析の焦点をなしている。

特に，産業クラスターにおいては，複数の経済主体，複合ゲームが存在するため，様々な情報の発信と受信が行われる。したがって，各経済主体にとっては，産業クラスターは情報発信・受信の「場」となり，環境変化への認知の契機を与えてくれる。ただし，情報は存在するだけでは価値は無く，また，経済主体が情報を認知する能力が低ければ，的確に収集することも困難である。そこで，環境変化を諸経済主体に知らしめ，共有予想の揺らぎを認知させるシンボル的存在が重要となる。それは，例えば，商人会のような経済主体の集まりであったり，リーダー的存在の経済主体でもありうる（図3）。

以下では，東大門市場のケースを用いて具体的に産業クラスターにおける制度変化のプロセスについてみていくことにする。

3．制度変化のダイナミズム：韓国ファッション産業クラスター「東大門市場」のケースを媒介にして

3－1．東大門市場の概要

韓国のソウル特別市に位置する東大門市場（トンデムン・シジャン）[14]は，100年の歴史を持つファッション産業クラスター[15]で，約32の商店街と約2万7千店舗が集積している[16]。衣服を中心に扱

う旧態依然とした卸売市場の集積であったこの地域は，IMF 金融危機直後に誕生した現代的な小売商業ビルの登場や日本における韓国旅行ブームなどにより，韓国のみならず日本においても急速に注目を集めるようになった。その大きな特徴は夜間営業であり，夜中から明け方まで続く喧噪は，観光客を含めた買物客の興味を惹いている。

その特徴は，迅速に変化するファッション産業の課題である，多品種少量生産とクイック・レスポンス体制における競争力にある[17]。東大門市場は，産業クラスターとしてのメリットを生かしてスピードの経済[18]を享受し，ファッション産業の産業クラスターとしての地位を確立している。

東大門市場にかんする先行研究には，政策，地理，都市計画，などの視点からのものが存在するが，経済学・経営学的に分析を試みた研究はほとんど見られない。そこで本節では東大門市場を比較制度分析の枠組みを用いて分析することにしたい。

東大門市場は，100年という時間を通じて，環境変化に柔軟に対応してきたという過去がある。よってその優位性は，柔軟性にあるともいえるであろう[19]。長い時間をかけて内生的に制度を作り変えてきた東大門市場であるが，IMF 金融危機というシステム・ショックにより，それまでのインクリメンタルな変化から，ラディカルな変化に直面した。現在，そのシステム・ショックへの対応として，複数ゲーム間での共有予想が各々，変化を遂げている最中であり，制度変化（すなわち，産業クラスターの進化）の移行プロセスにあるといえる。以下ではその変化のプロセスに注目してい

14） 東大門市場の位置は，鐘路５街の広蔵市場から昌信洞文具通りまでの約1.3km の清渓川路の左右と内側の通りと，興仁門路の左右の一帯である（金・安倍 2002）。ファッション産業の市場としては世界一の規模で，１日の流動人口は30万人（うち外国人は2,000～3,000人），１日の売上総額は400億ウォン，年間では10兆ウォンといわれる（金・申 2000 p.9; 三星経済研究所 1999 p.6）。なお，東大門市場の詳細は，許（2004）を参照のこと。なお，筆者は2003年８月に東大門市場のプレイヤー10人（卸売商人，デザイナー，貿易業者，バイヤー（サイプチャ））を対象にインタビュー調査を行った。その結果は主に注の中に記す。

15） ファッション産業は，アパレル産業とも呼ばれるが，たんに衣服という「物」の供給よりは，その「物」を媒体にして格好よさ，色や柄の流行などの「情報」を提供する（国民金融公庫調査部 1985）ことに鑑みて，本稿ではファッション産業と呼ぶ。

16） そもそも，東大門市場とは，より小さな複数の市場から構成される「市場の集合体」の総称である。東大門市場の研究の際には，東大門市場全体を３つの「商圏」に区分し，伝統的卸売商圏，現代的卸売商圏，及び新興西部商圏と呼ばれている。このうち新興西部商圏だけが小売専門集積であり，他の２つの商圏は小売も商うが，基本的には卸売商の集積である。

17） 1993年に繊維工業審議会・産業構造審議会から答申された「新繊維ビジョン」では，日本の繊維産業の生き残りのための３つの提言が示されており，①「プロダクト・アウトからマーケット・インへの構造改革」②「クリエーションを育む産業構造の構築」，③「グローバル戦略の確立」が挙げられている。そのための，生産と流通が一体となった QR 体制の構築，複雑で無駄の多い流通構造の改革，価格競争から差別化競争への転換などの必要性を唱えたものといえる（中小企業総合研究機構・全国信用金庫連合会総合研究所，2000）

18） スピードの経済とは，情報獲得のスピード，業務のスピード，商品の開発スピード，商品回転スピードをあげることで，効率性を高めるという考え方である。詳しくは，加護野（1999）を参照のこと。

19） 筆者が2003年８月に東大門市場で行ったインタビュー調査において，Ｓ氏は，「人間が考えうるあらゆる方法を次々と取り入れるのが東大門市場の特徴である」と述べている。

くことにしたい。

3－2．東大門市場の形成と確立

東大門市場の約100年に及ぶ歴史[20]は，様々な環境変化とそれにたいする適応の歴史でもある。東大門市場は，環境変化にたいする柔軟な連続適応を通じて，産業クラスターとしての競争力を強化してきた。東大門市場の拡大の歴史は，表１に記した。1905年以降，「○○市場」と呼ばれる商店街が次々に設立され，卸売市場の集合体として拡大を続けてきたが，1998年に小売商業のビルとしてミリオレが設立されたのを契機に，ファッション産業クラスターとしての第一歩を踏み出した。現在は，在来市場の集合体というイメージを一新し，現代的なショッピング名所として進化を遂げているが，制度変化の過渡期における苦境にも直面している。

3－3．東大門市場における諸「プレイヤー」達

東大門市場を構成するプレイヤーには，卸売商人，小売商人，デザイナー，バイヤー，生地・副資材業者，工場労働者，運送業者，直接消費者，金融業者などがいる。

東大門市場の中心的な存在は卸売商人である。製品の企画（デザイン）から販売までをすべて行うオーナーデザイナーが多い[21]。生産は，自家工場または下請工場が行うが，その際，サンプル試作や品質管理にも介入し，かなりの範囲で自身の意思を反映させている。本稿においては卸売商人を中心にゲームや制度変化について考察していく。

小売商人は，新興西部商圏にあるビルで販売をする商人である。IMF 金融危機直後から，大企業から解雇されたデザイナーや，不況により就職先の選択が狭まったデザイン学校出身者などが参入してきたため，若手デザイナー兼小売商人が多いのが特徴である。

流行が非常に迅速に変化するため，卸売商人や小売商人が，自身ではデザイナーを兼ねることができない場合，デザイナーを雇用する。彼らは「市場デザイナー」と呼ばれ，大企業のデザイナーと比べて広範囲な職務を担う。

バイヤーは，サイプチャと呼ばれ，主に大規模な地方の小売商に雇われる。自身のセンスで卸売市場にて購入し，店舗でのディスプレイも提案するため，大きな裁量を持つ。しかし，近年は小売商が自ら買い付けにくることが多くなり，衰退気味の存在である。

伝統的卸売商圏に多数存在する生地・副資材商は，個々の店舗はボタンや生地などに特化しているが，全体としては，衣服を生産するのに必要なすべての生地・副資材を扱っている。店舗に在庫

20）　東大門市場の歴史にかんしては，紙幅の都合上，本稿では詳細には扱わず，表１にまとめた。詳しくは，金・安倍（2002），許（2004）を参照のこと。

21）　中には生産されたものを購入し，販売のみを行う卸売商人も一部存在するが，商人達の間には，卸売商人は本来，生産も行うべきであるとの認識が定着している（2003年８月のＣ氏へのインタビューより）。

表1　東大門市場の拡大プロセス

年度	国内の出来事	東大門市場の変化
1905		国内初の株式会社で東大門市場の母体である広蔵市場設立。
1950	朝鮮戦争勃発	清渓川周辺で米軍服を改造し洋服及び古着を販売する市場が自然発生的に形成。
1958		大火災により清渓川の建物がほぼ全焼。
1959	ナイロン生産開始	清渓川が復旧。朝鮮戦争で戦火した広蔵市場の建物が現在の3階建物に。
1961		近代的な商店街である平和市場の設立。
1966	ポリエステル生産開始	
1969		統一市場，東和市場，城東商街（現新平和市場）設立。
1970		生地・副資材卸の東大門総合市場の開設。東大門は一大産業集積地となる。
1979		第一平和市場，東平和市場の設立。
1980		興仁市場，徳雲市場，南平和市場，光熙市場，運動場平和市場設立。
1983	学校制服自由化	
1984		青平和市場設立。
1988	ソウル五輪開催	五輪開催をきっかけにスポーツウェア，カジュアルブームの発生。
1990		アートプラザ設立。現代的卸売商圏形成。南大門市場の商人の流入開始。
1994		デザイナークラブ設立（現代的卸売商圏）。
1996		ウノコレ（現代的卸売商圏），居平フレヤ（新興西部商圏）設立。
1997	金融危機	ヘヤンエリシウム設立で南大門市場商人の流入の終息。東大門市場が南大門市場にたいして競争優位を確立。
1998	IMF 支援体制突入	ミリオレ設立（新興西部商圏）。東大門市場の流通革命を促す役割。新興西部商圏の時代の開始。居平フレヤはフレヤタウンと改称。
1999		斗山タワー（新興西部商圏），apM（現代的卸売商圏）設立。ソウル，全国で東大門型ファッションショッピングモール建設のブーム。
2000		NUZZON（現代的卸売商圏），ミリオレ明洞（明洞）設立。ファッションショッピングモールの地方進出が加速化。
2002		hello apM 設立（新興西部商圏）。
2003		清渓川復元工事開始。露天商等の再編が始まる。
2005		東大門運動場周辺に3つの商業ビルが建設中。

出所）金・安部（2002）を加筆して筆者が作成。

がない場合も，車で10分ほどの距離に倉庫があり，迅速な運搬が可能なため，東大門市場の生産面でのスピードを支える存在といえるであろう。

さらに重要なプレイヤーは，縫製工場[22]の労働者である。熟練縫製者とアシスタントが１チームとなり，多数の注文に対応する。パターンの裁断から縫製までを１人の熟練縫製者が行い，後処理などをアシスタントが行うという単純な生産工程により，迅速な生産が可能となっている。

各プレイヤーの動きをつなげる役割をしているのが，運送業者である。特に，狭くて入り組んだ市場内を移動する手段として，チゲクンと呼ばれる運送者が存在する[23]。他に，ビルと工場群を結ぶのが，クイック・サービスと呼ばれるバイク便である。交通渋滞の激しいソウルにおいて，クイック・レスポンス体制を支える重要な役割であるといえるであろう。彼らは，ゲーム間のつながりを可能にする流通の担い手である。

IMF 金融危機後に登場した新規参入者として，小売商業ビルに訪れる直接消費者の存在がある。主に10代から30代の女性が多いが，流行のファッションを求め，昼夜問わず東大門市場に訪れる。彼女達は，最新の消費者ニーズを東大門にもたらす貴重な存在である。商人達は，彼女達のニーズに応え，かつ先導するため，イベントの実施や，清潔なショッピング環境の提供など，新たなマーケティング戦略の構築と実践を求められている。

3－4．制度的補完性：金融制度と雇用制度

次に，東大門市場の金融制度と雇用制度についてみていくことにする。東大門市場のプレイヤーとして，商人達に資金を提供する金融業者も存在する。東大門市場の店舗は，ほぼ全てが小零細企業である。そうした小零細企業へ資金を融資する金融機関は，東大門市場に限らず，韓国では発達してこなかった。1960年代以降，政府は小零細企業への金融支援を行ってきてはいるものの，実際には成功しているとは言いがたい。融資先の評価や事後的な監査をする能力の問題がある上，財閥の大企業が経済を牽引してきた韓国では，中小企業にたいする政府の関心は低く抑えられてきた。こうした状況から，東大門市場の小零細企業も支援の対象となることはなく，自生的に発達した金融制度を作り上げてきた。

東大門市場では，商人達は，契（ケ）と呼ばれる金融制度を通して資金調達するのが一般的となっている。契とは，日本の無尽[24]と同様で，参加者が掛け金を出して積み立てを行い，集まりがあるたびに順番に一人の参加者がその一回分の掛け金をすべて受け取るという互助的な金融方法である。こう

22） 工場は，東大門市場の東北部に多く集積している。工場の東大門市場内の立地理由は，近隣に関連事業が多いこと，労働力が豊富なこと，賃貸料が安いこと，生地・副資材確保が容易なことなどがある（金 2001）。

23） チゲと呼ばれる担ぎ道具を用い，生地や衣服を担いで運ぶという原始的な方法である。

24） 日本では，鎌倉時代から存在していた金融制度である。頼母子講と同様の意味で，組合員が一定の掛け金をなし，一定の期日に抽選または入札により所定の金額を順次に組合員に融通する組織である。

した庶民的な制度が現存する一方，急に資金が必要な場合はサチェ（私債）市場と呼ばれる高利貸しに頼るしかない[25]。いずれにせよ，銀行からの借り入れのケースはほとんどなく，自己資金による創業及び経営が一般的である[26]。

このような自生的な金融制度は，必然的に，日常の人間関係の密接さが重要となる。共同体的な東大門市場では，全ての機能が，市場内あるいは近隣に密接し，毎日顔を合わせることができる環境の中で，少しの無理は，飲食をともにすることで説得ができるなどの効果がある。金融業者も，商人達と日々，顔をあわせることで，情報収集をすることが可能である。また，契は，定期的に参加者が集まり，飲食をともにするという慣行からしても，人間関係の濃い制度であるということができる。東大門市場に関わる人間として，共同体的な意識を相互に持ち，慣行的な取引関係を築いてきたことが，長い歴史を持つ東大門市場の特徴である。

次に，雇用制度についてみていくことにする。東大門市場の商人達は，１人から５人程度の小零細企業のオーナーである。そのため，組織構造は単純で，オーナーである卸売商人が社長を務め，市場デザイナーと販売員[27]という構造が典型的である。血縁関係も根強く，両親の後を継いだり，親戚の企業を手伝ったりすることも一般的である。組織構造の単純性は，すなわちオーナーと経営者の一致を意味するため，エージェンシー問題はとくに問題とならない。

労働・雇用制度は，オーナーの権限が強く，家族や親戚などの血縁関係や，知り合いや紹介などにより雇用が決定されることが多い。東大門市場全体としてもいえることは，契約書のような明確な契約の締結は行われず，口頭での約束が多い（キム 2000）。そのため，新規採用や解雇などもオーナーの一存が大きいといえる。

以上の金融制度，雇用制度は，ともに，東大門市場での取引には，人間関係が重要であることを意味する。親戚関係，学友，軍隊時代の友人などの人間関係は，こうした共同体的な取引慣行の存在する場では，取引をスムーズにするための潤滑油であり，また，不可欠な要素である。こうした中で，競争と協調を鍵に，長年商売をしてきたというのが商人達の現実であるということができるであろう。

以上の点を整理すると，東大門市場という産業クラスターの，制度的特徴として，共同体的な取

25） このような不法金融業者は，業種や地域ごとに細分化されており，また長期的な取引関係にある場合が多く，その分野での情報を迅速に入手している。なお，東大門市場の金融制度にかんしては，イ他（2002）による。

26） 東大門市場では，現金決済のため，毎日現金収入が入ることになる。従って資金繰りに困らないためにも，１週間単位で入れ替わる流行に迅速に対応していくことが重要になる。ただし，ミリオレが，直接消費者のクレジットカード決済方法の義務化をしたことで，東大門市場の西部新興商圏ではカード決済も可能になりつつある。しかしながら，現在でも現金決済が好まれていることに違いはない。

27） “販売嬢（パンメアガシ）”と呼ばれる10代から20代の女性で，夜間営業の市場であるため，20時から明け方までの勤務となる。その店舗で販売する服を身につけ，マネキンの役割も果たすことが多いため，容姿が重視される傾向にある。

引慣行があり，その鍵を握るのは，卸売商人の選択する戦略であった。それらが，日々顔を合わせることができる取引関係の中で，他のドメインにも影響を与え，人間関係及び信頼の構築を可能にしてきた。こうした制度的特徴は，金融制度や雇用制度という他の制度とも補完性にあり，その共通点は，共同体的な人間関係の重要性という点に求めることができる。すなわち，知り合いがいることで，取引はスムーズになり，様々な紹介も得ることができるであろうし，多少の無理を聞いてもらえるという人情味のある取引慣行が継続されてきた。

IMF 金融危機以降，新人プレイヤーの流入により，これらの共同体的特徴は若干の変化を見せる傾向にある。たとえば，知り合いがいない新人の場合は，当初は適切な取引先との関係を構築することは困難を伴うであろう。しかし，取引を繰り返すうちに，徐々に様々な工場や取引先の紹介を受けることができるようになる可能性もある。すなわち，共同体的な関係に入っていくことも考えられるし，逆に，共同体的な，インフォーマルな取引慣行にメスを入れ，新たな取引慣行の推進を目指すという行動もありえることである。

3－5．東大門市場の制度変化プロセス：環境変化と認知的危機及び制度変化

3－5－1．1980年代：拡大と維持

1980年代前半までには，伝統的卸売商圏に，多くの在来型市場が建設され，東大門市場は拡大の一途を辿った。それは安価製品を扱う全国的卸売市場としての拡大を意味した。

しかし，1980年代自体は，東大門市場は苦境の時期でもあった。それは，国民所得の向上により，ブランドの名前のついた，いわばブランド衣料が人気を得るようになり，それまで海外市場をターゲットに輸出志向であった大企業が，自社ブランドで国内市場に進出してきたためである。

しかし，新たな在来市場の登場により拡大していた東大門市場は，そうした高級品市場の拡大には対応せず，それまでの安価で多様な品揃えの卸売市場の集積という地位を維持した。すなわち，東大門市場は，国内の各地の小売商をターゲットとし，安価なノンブランド衣料を提供し続けることで，ブランド衣料市場とは棲み分けを行ってきた。デザインや品質を向上させ，付加価値をつけた差別化商品による高価格戦略という方針をとるという選択は行ってこなかった。

他にも，ポセ（保税）商品が，東大門市場の拡大に大きな役割を果たした。ポセ商品とは，海外のファッション関連企業の OEM 製品であり，輸出前に品質検査を通過しなかったもののうち，欠陥が致命的でないものを指す。東大門市場では，それらの商品に修正を加えて販売をした。ポセ商品は，デザインは海外の企業によるものである上に，本来，輸出向けに生産されているため，デザイン及び品質が優れていた。従ってそれらは人気商品となり，販売が好調であったため，ポセ商品のコピー品，あるいは多少の修正を加えた類似品を生産して販売する商人が増加してきた。そうした注文を受ける工場側でも，品質面及び意識面での向上がみられるという効果があった[28)]。

また，この時期は，東大門市場内に存在した工場が，職人の独立により多少離れた地域に分散し

ていったことがあげられる。こうした既存工場からの独立により，工場数が増加し，生産ドメインの規模が拡大していった。

東大門市場の商人は，既に市場に出ている製品のコピー品あるいは多少の変更をした類似品を安価に販売するという戦略を選択した。すなわち，この時期の国内でのブランド衣料需要の高まりという環境変化に直面したものの，既存の戦略への認知的危機を抱かなかったと言える。それは，東大門市場全体が拡大の時期にあり，全国から訪れる小売商人達は，安価な商品を求めていたためであると考えられる。

従って，卸売ドメインでは，高価なブランド衣料と競合し，デザインや品質面での店舗間競争を繰り広げるという状況にはなく，むしろ，庶民が手軽に購入できる安価な製品を，いかに迅速かつ的確に顧客に提供できるかどうかという点で，店舗間の競争が繰り広げられたとみることができる。そこでは，デザインの独創性を競争の中心に置くという状況はなく，相互に類似した製品を販売していたことになる[29]。よって，卸売ゲームのプレイヤーである卸売商人達は，「国内外のブランド商品のコピー商品，他店舗との類似品を販売しても，高い利得が得られるし，競争相手もそうするであろう」という共有予想を抱いていたということができる。そこから，「安価製品の迅速な提供」という戦略をとることになり，プレイヤー達がそうした行動を繰り返すうちに，「安価製品を多様かつ大量に販売する全国的卸売市場」としての地位を東大門市場が築くことになった。それが客観的事実としてのゲームの均衡となり，またそうした均衡を要約表現として，プレイヤー達が主観的に認識することで，その戦略を取ることを繰り返すというフィード・バックが行われてきた。このフィード・バックのメカニズムこそ，プレイヤーの主観的な共有予想と戦略という側面と，客観的事実としての産業クラスターの均衡と要約表現という産業クラスターの制度としての二面性を表すものである。

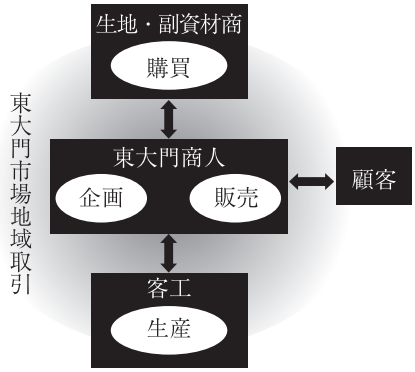
さらに，こうした現象を，ゲームの連結という視点で捉えると次のようになる。卸売商人が，上述のような戦略を選択するため，副資材商人も彼らの需要に合わせた品揃えをし，工場もそれらの注文に従った。よって，卸売商人達の，東大門市場全体の拡大志向の中で，全国から訪れる顧客にたいして，顧客が今現在求めている製品を安価かつ迅速に提供するという戦略行動は，他の副資材販売ゲーム及び生産ゲームにおける戦略選択にも影響を与えるという，制度化された連結という状況を導き出した[30]。

28） 2003年８月に行ったＳ氏へのインタビューによる。Ｓ氏によれば，卸売商人は，自身の経験と勘を頼りに数量を決定し，工場に注文を出すと，１週間で商品が仕上がってくるという。ポセ商品は，品質面でもクイック･レスポンス面でも工場側に向上の機会を与えたということができる。

29） サイプチャ（バイヤー）のＰ氏へのインタビューによると，IMF 金融危機以前の東大門市場では，卸売商人達は，雑誌や相互にコピーした商品を安価に提供することで生き残ることができたという。

30） 青木（2001）によれば，ゲームの連結には，制度化された連結と，制度的補完性の２種類が存在する。

図 4　東大門市場のプレイヤーとその機能



注）各々の四角の中で競争が行われている。

以上のように，この時期は環境変化にたいして認知的危機を共有することなく，現存の制度が頑健性を保ち，存続された。それはまた，あくまで大衆品を扱う地域であるとの認識を変更する必要に迫られなかったとも言えるであろう。こうして歴史経路依存性と頑健性により制度が維持された。しかし現実には，600年の歴史を持つ南大門市場は，先述のように，東大門市場に比べ，デザイン及び品質面でもより優れていた。従って，1980年代は，南大門市場の品質のよさに比べ，東大門市場での商品の品質の低さが目立った。全国的な衣料品関連の卸売市場の中心地は，南大門市場であり，東大門市場はそれに比べ一段階下のレベルの商品や，ポセ商品を扱う市場であった（金・申 2000，pp.32-33）。よって百貨店での商品や南大門市場での商品に比べ，安価商品の多い集積地域として位置づけられるに至った。

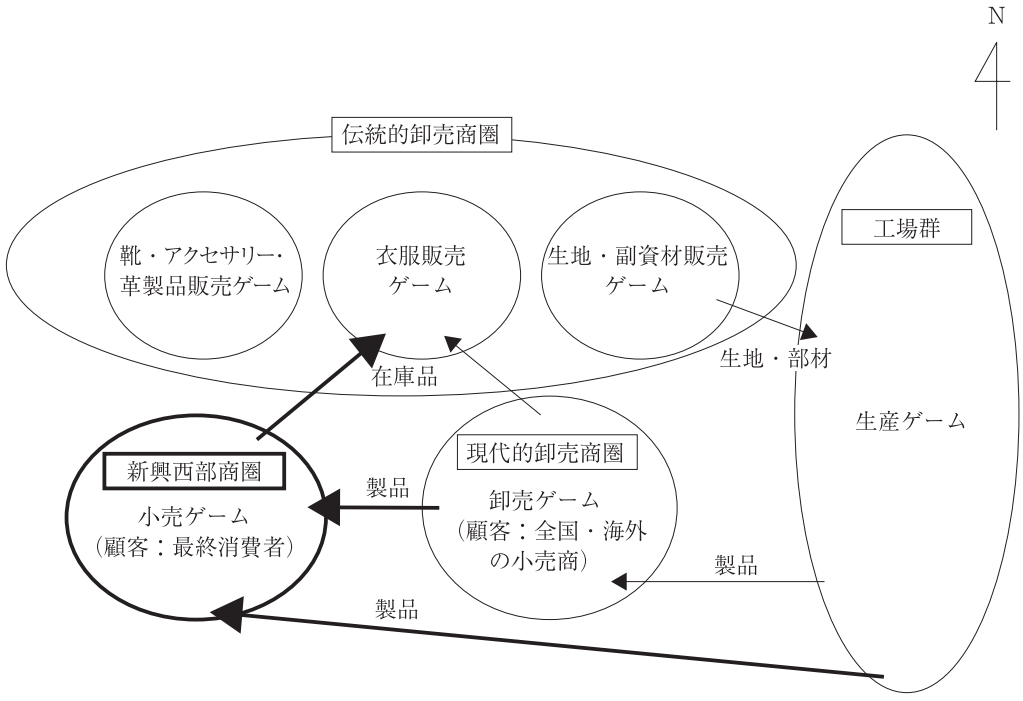
以上のプレイヤー達の機能と相互の関係については，図 4 に示したとおりである。また，図 5 は，複合ゲームの連結を示している。伝統的卸売商圏は，他の商圏（現代的卸売商圏，新興西部商圏）の在庫品や国内の大手企業の在庫品を扱っている。流行品を扱う他商圏では返品が多いため，伝統的卸売商圏はバッファー的存在として重要な役割を果たす（金･安部 2002）。また，小売ゲームでは商品を他の商圏から購買する場合もあり，東大門市場内の複合ゲームは相互補完的な関係であることがわかる。

3－5－2．1990年代：現代的卸売ビルの林立とマーケティング志向の浸透

1988年のソウルオリンピック開催後，韓国国内では，スポーツウェアの人気が高まり，それと同時にファッションのカジュアル化が進んだ。また，国民の自動車保有率の高まりとともに，在来市場であり，駐車施設が整備されていない東大門市場への顧客の足が遠のいた。南大門市場との競争も激化し，東大門市場は厳しい状況に置かれた。

当時，東大門市場の工場での工賃は，南大門市場に提供する商品の 3 分の 1 程度であり，それだ

図 5　IMF 金融危機前後の制度内複合ゲームの連結
ゲーム間の相互補完性



注）太い線・太字は IMF 後に追加されたゲーム

け，南大門市場の商品の縫製は丁寧に施されていた。換言すると，東大門市場は南大門市場にたいして価格競争力を持つ要素を備えていたともいえる（金・申 2000，p.35）。

南大門との競争激化や，カジュアル化志向の高まりという環境変化に認知的危機を感じた東大門商人たちは，南大門市場より品質が劣るというイメージを払拭し，イメージアップを図ろうと考えた。その際，カジュアル化志向の高まりに目をつけた卸売商人たちは，南大門市場との競争を意識して，価格競争力を武器に，若い女性をターゲットに絞り，カジュアル・ファッションを提供した。また，百貨店などの他業態を参考に，それまでの在来市場に欠けていた，顧客志向のマーケティングという概念を取り入れた。たとえば，南大門市場より早い開店時間にすることや，返品をなくす代わりに，より割引率のよい価格で商品を販売したり，地方から仕入れにくる小売商人を誘致する大型バスを運行し，その駐車場を完備したり，商業施設であるビルを改修したりするなどの方法で顧客の誘致に力を入れた。そうした努力の末に，東大門市場はついに南大門市場にたいする競争優位を確立するに至り，国内最大の現代的施設を持つ卸売市場としてその地位を確立した。その後もデザイナーズクラブ（1994年開設），ウノコレ（1996年：現オレオ），チーム２０４（1996年：現ミリオレバレー），コピョンフレヤ（1996年：現フレヤタウン），ヘヤンエリシウム（1997年）などの商業

ビルが続々と新たに建設され，南大門市場の商人達がこぞって東大門市場の新設ビルへの入店を希望した。こうして，東大門市場が，南大門市場にたいして競争優位を確立するに至り，南大門市場の卸売商人の東大門市場への新規参入，いわゆる「脱南入東」は完了した（金・安倍 2002，p.7）。

こうした「脱南入東」により，新設ビルへの新規参入者が増加し，販売ドメインが拡大していった。また，卸売商業ビルが林立したことから，販売競争が激化した。

以下では，この時期の東大門市場プレイヤーの共有予想について考察をしていく。まず，この時期の特徴としては，取扱商品が，女性のヤングカジュアルに注力されたという点を挙げることができる。オリンピックの影響による，カジュアル志向の高まりとそれに伴うカジュアル製品への需要の高まりに対応する形で，新たな卸売ビルの林立とそこに入居する卸売商人が増大していった。このような状況下，卸売商人達は，上述のように，南大門市場に訪れる全国の小売商人を東大門市場に引き込もうとし，マーケティング戦略を展開した。南大門市場からも卸売商人が次々と新規参入してきたが，彼らはもともと在来型市場である南大門市場で，等しくファッション関連の商売をしてきた経験があり，新転地での発展を夢見ていた。

彼らは，今までの商品よりもさらに流行の変化が激しい女性のヤングカジュアル商品を扱うことになったため，「今現在人気のある商品を，いかに迅速かつ的確に，サービスよく提供するか」という点に意識と経営資源を投入することになった。当時はまだ，国内ブランドや海外ブランドのコピー商品及び類似品が中心であった。自分一人がオリジナルで個性的なデザインを生み出す努力をして，高価格な商品を販売したとしても，全国的卸売市場である東大門市場に求められているのは，「安価な商品の迅速な提供」であるため，高価な商品は売れないことになる。ましてや，非常に努力をして個性的な商品を売り出したとしても，２，３坪の店舗がぎっしりと密接する商業ビルの中では，商品を壁に陳列することは，デザイン流出を自らしていることになり，すぐさまコピー商品や類似品が並ぶ結果となり，その努力が収入として見込まれる可能性は少ない。従って，「努力をしてオリジナル商品を高価格で販売することよりも，コピー商品及び類似品の販売をすることのほうが，利得が高い」というのが卸売商人達の共有予想となったということができる。

実際，卸売商が19,000ウォンで販売する綿製のズボンを例にとると，生地の価格が6,500ウォン，副資材が1,300ウォン，加工賃が6,500ウォンで，合計14,300ウォンの原価がかかる。販売価格は19,000ウォンであり，卸売商人のマージンは25％になる[31)]。百貨店で販売されている商品の価格より，平均で25～35％安価であり，デザイン開発のコストはほとんどかからないといってよい。ここで，コピー商品とは，国内外のブランド商品をオリジナルとし，そのうちＴシャツや帽子，トレーナーなどのようにロゴが入っているものにかんしては，ロゴをそのまま使用するか，多少変更してほぼ同じものを生産する。女性服の多くにみられるように，ブランドロゴが入らないものにかんしては，

31） これらの数値については，三星ファッション経済研究所内部資料を参考にした。

同じデザインのものがそのままコピーされる。修正するとしても，イチゴの飾りをリンゴに変更するなどのマイナーチェンジである。

上述のような共有予想を抱く卸売商人達は，それにより，「コピー商品または類似品を的確に販売する」戦略をとることになる。とはいえ，全ての卸売商人がほぼ同じ商品を販売するというわけではなく，女性のヤングカジュアルは，本来，多種多様なデザインやアイテムが存在するため，東大門全体としては多様な商品を提供することになる。その中で，コピーの元となるオリジナル商品が限られているため，どうしても類似品の販売が見受けられるが，卸売商人にインタビューをすると，自身の店舗で販売する商品は，パターンに優れているため，着用した際にデザインのラインが綺麗に出ることを強調したり，生地にこだわりがあり，ストレッチが効いたものを使用し，動きやすく工夫がしてあるなどの，店舗独自の細かな工夫をみることができる。

そうした共有予想と戦略という，卸売商人の主観的な制度的側面は，本節で述べてきたように，東大門市場が，迅速に流行が変化する「女性のヤングカジュアル商品の全国的卸売市場」としての客観的事実として，均衡を保つに至り，それは新たに登場した商業ビル群の活況を呈した現実として，東大門市場の商人達にとって，要約表現として目にすることができるようになる。

3－5－3．1990年代後半以降：ラディカル変化と制度の移行段階

この時期は，1998年以降のIMF支援体制下での動きとなる。韓国経済が直面したIMF金融危機により，国内の消費者は合理的行動へと向かった。ただし，富むものは更に富むという利益分配の構造が生まれ，消費の二極化が進んだ。すなわち，高所得層は，高価な外国製品やブランド商品を好み，高級百貨店などのサービスの良い店舗を利用するようになり，一方で，低所得層は，大型割引店などの低価格中心の店舗を主に利用するなど，消費者層に分化が生じた（関根・オ 2003）。

また，ファッション産業の市場そのものが成熟化し，それに伴ってニーズが多様化した。他には，生産機能の中国への移行という環境変化があった。このような状況下，東大門市場は，高級品では百貨店に遅れをとり，安価商品にかんしては消費者の合理的消費行動により市場の縮小が考えられた。さらには中国生産の拡大という環境変化にも直面し，安価製品を強みにしてきた東大門市場は，その存立基盤を揺るがしかねない状況に直面した。したがって，一部の東大門市場のプレイヤーは，それまでの東大門市場のイメージであった，3流品の取り扱い卸売市場，またはコピー製品の横行というイメージの脱皮が必要であるとの認識を得るに至った。

そこに登場したのが，東大門市場の100年にも及ぶ歴史の中で初めての小売機能を持つ商業ビルのミリオレである。ミリオレは10代から20代の女性のヤングカジュアルファッションをターゲットとした小売商業ビルであり，宣伝広告を利用したイメージアップに余念がなかった。また，ビルの玄関付近に設置した大型ステージを使用し，音楽関連のイベントを行うなどして，若者を惹き付けるイベントも多数行った。こうした動きは，今まで東大門市場に関心の低かった，最終消費者の目

に触れるようになった。また，東大門市場は，他国では珍しい夜間市場であることから，海外からの環境客が立ち寄る，観光名所となった。

この時期は，IMF 金融危機の影響で職を失った，国内大手ファッション関連企業出身のデザイナーや，海外でファッションを学び，留学を経て帰国したものの，経済状況の悪化から，国内での職を得ることが困難になった新人デザイナー，及び新たに加わった小売機能を担う小売商人，及び最終消費者という新たなプレイヤーが，東大門市場に参入してきた。ミリオレは，彼らの活躍の場を提供する小売商業ビルとして，当初は賃貸料を低く設定するなどして，インキュベーションの役割を果たした。韓国国内経済の振動と，東大門市場の小売機能の追加により，それまで共同体的な密接な人間関係を保っていた，東大門市場のプレイヤーの中に，突如として新たなプレイヤーが続々と参入してきたことになる。その受け皿が，小売専門の商業ビルであった。ミリオレに続き，斗山タワーもオープンし，小売ドメインの拡大は続いた。

この時期の大きな変化は，企画ドメインと小売販売ドメインの活性化である。特に，企画ドメインでは，それまでの流行対応商品やコピー製品・類似品の横行からの脱皮を目指し，オリジナル製品を追求し，個性的なデザインを求めて熾烈な競争を繰り広げている。消費者の志向の多様化も進み，また，日本などの海外の衣服を参考に，韓国の市場に見合ったデザイン変更を行うなどして，多種多様な商品がみられるようになった。斗山タワーの地下の売り場には，Dooche という売り場が設けられ，選抜された個性のある新人デザイナーの店舗が立ち並ぶ。明らかに，他の店舗とは異なる商品が，個性的なディスプレイに陳列され，独特の雰囲気を醸し出している。それでも，東大門市場はあくまで市場であり，百貨店での販売価格に比べると，低価格で販売されている。

他には，1980年代以降，深刻な問題となってきた熟練縫製工の減少にたいして，外国からの縫製工を雇い入れる動きが始まった。筆者が訪問した工場では，ベトナム人の縫製工と，中国人の縫製工が，それぞれ韓国人の熟練工の下で，働き，技術を学ぶ様子をみることができた。このことは，生産ドメインへも新たなプレイヤーが参入し始めたことを示す。

また，新人デザイナーが小売商人として店舗を持つ際，既存の東大門市場の近隣にある工場に生産を委託することになる。彼らの注文は，デザインにこだわりがあり，指示が細かい。そして，海外や大企業でデザインを学んできた経歴から，英語での専門用語使用が多い。しかし，工場側では，歴史的背景から，日本語や韓国語の専門用語が入り混じっており，そうした言語面でのコミュニケーションにも変化が起きてきている。熟練工は，今までの経験と勘を頼りに，誇りを持って縫製を行うが，デザイナーの方は，売れるものを迅速に店舗に置くことが目的であり，細かな修正がサンプルの時点で入ることも多く，工場側との関係構築には新たなコンフリクトが生まれているということができる。しかしこの点は，現代的卸売商圏の卸売商人や彼らに雇われている市場デザイナーについても近年は同様である。益々競争が激しくなり，デザイン面でもクイック・レスポンスの面でも厳しい注文を受けるのは，生産工場であるということができるかもしれない。

この時期の，商人達の共有予想についてみていくことにする。まず大きな変化は，新人デザイナーの流入による，デザイン重視志向への変化である。無論これは，ファッション産業市場の成熟化により，最終消費者のニーズが多様化していることにその原因を求めることができる。このことにより，今までのコピー商品や類似品の販売からの脱皮を目指す動きが始まっている。それまでは，オリジナル･デザインを生み出す努力は，販売価格に転嫁することが困難であり，また，すぐにその商品もコピーされる可能性もあり，デザイン開発には注力してこない商人が中心であった。

しかし，こうした制度的特徴が今，変化に直面している。すなわち，オリジナル･デザインの商品を販売し，各店舗のブランドを構築しようという動きがみてとれるからである。それまで，東大門市場の各店舗は，ヒット商品を生むことはあっても，それが店舗の名前として，ブランドとして浸透することはなかった。東大門市場には，ブランドは存在しなかったといっても過言ではない。しかし，新人デザイナー及び小売商人達は，自分の名前あるいは店舗名前がブランドとして認知されるためには，オリジナル・デザインが必要であり，また，ブランドが確立していけば，商品がコピーされる恐れも減るという考えを持つ。そのため，今まで東大門市場の商人たちが抱いていた「オリジナルの商品を販売するよりも，コピー商品を販売する方が，利得が高い」という共有予想は，「オリジナル商品の開発は，長期的には利得が高くなる」という新たな共有予想へと変化を遂げているプロセスであるとみることができる。なぜなら，新たな商業ビルの林立により，既に東大門市場は供給過剰の状況にあり，デザインに個性のない商品は，価格競争に巻き込まれるため，商人側の利益を結果として圧迫しているためである。

そうした共有予想と戦略の変化という，卸売商人の主観的な制度的側面は，東大門市場が，迅速に流行が変化する「ファッションの観光名所」としての客観的事実として，均衡を保つに至り，それは新たに登場した小売商業ビル群の活況や，新人デザイナーの人気という現実として，東大門市場の商人達にとって，要約表現として目にすることができるようになる。

デザインにこだわる新人プレイヤーの参入は，より新しい生地や副資材を求めるという点で，副資材ドメインへの影響も与える可能性がある。また，工場側では，先述のように，既に新人プレイヤーの流入による，取引慣行の変化に直面している。

既存の卸売市場の商人が選択した卸売ドメインでの戦略が，他の副資材ドメインや生産ドメインの戦略に影響を与えるという，戦略的補完性がみてとれたように，小売ドメインにおける小売商人及び新人デザイナーたちも，異なるドメイン間のコーディネーションをつうじて，各ドメインの戦略に影響を与えることも考えられる。

3−5−4. インクリメンタルな変化とラディカルな変化

このように，環境変化とそれにたいする認知的危機の有無やその後の対応は歴史の各時期において異なったが，東大門市場はインクリメンタル及びラディカルな変化に直面し，その都度柔軟に適

応してきているといえる。1980年代及び1990年代は，環境変化には直面したものの，東大門市場自体はその規模を拡大中であり，それはインクリメンタルな変化であったといえる。すなわち，新たなプレイヤーや販売の場所となるビル群は増加し，各ドメインにおけるゲームのプレイヤーは増加したものの，企画・購買・生産・販売ゲームにおける全ての共有予想が変化を迫られたわけではなかった。

これにたいして，IMF 金融危機以後の東大門市場には，ファッション・ベンチャー企業家としての新人プレイヤーの参入が相次ぎ，これまで100年余りの歴史の中で築き上げられてきた慣行的な取引が，一部崩れ始めたのである。最も大きな変化は，差別化に乏しい商品の販売競争による激しい競争が，オリジナル製品創出の競争へと変化していることである。流行のファッションをいかにすばやく店頭に出すかを目標とし，お互いがコピーをするであろうと共有予想を持っているプレイヤー達が，限られた市場で繰り広げる競争は熾烈にならざるを得ない。しかしながら，小売商業ビルとそこを舞台に参入した新人デザイナー，及び10代から20代の流行に敏感な直接消費者達の登場により，企画ドメインでの新たな競争が繰り広げられるようになった。

「デザインは，他のプレイヤーにより容易にコピーされる」という共有予想から，オリジナル・デザインはすぐにコピーされるので，自分自身もコピーすることが有利であるとの認識を得るため，「他社製品のコピーまたは若干の修正をしたデザインを採用する」という戦略がとられることになる。お互いがどうせコピーするし，されるであろうという予想のもと，相互にコピーする戦略をとる。こうして，自分が極めてオリジナルなデザインを開発した場合でも，それは数日後にはコピーされ，同じビルに同じような商品が並ぶことになる。こうした状況は，市場の成立と発展を経て得られた歴史の産物であったが，IMF 金融危機後の新プレイヤーとしてのデザイナー群の流入により，崩れていくことになった。

生産ゲームにおいても，新人デザイナーや小売業者達は，海外留学帰国者や最新のデザイン学校卒業生である場合が多く，彼らの登場により既存の慣行的取引に変化が生じつつある。それは，地方出身者であり長年にわたり東大門市場で縫製工を経験してきた熟練工達の経験と勘による生産プロセスにたいして，新人デザイナーや小売業者は，明確なコンセプトや具体的な言葉での表現を求めるという例に現れているであろう[32]。彼らの登場により，親類，知人同士の長期的取引関係が変化しつつある[33]。

32） 筆者が密着した新人デザイナーと熟練工の会話の中にも，コミュニケーションの問題があることを見て取れた。韓国では，日本による植民地時代の影響が未だに残っており，意外なところで日本語の単語が用いられていることが多い。東大門市場の縫製工場においても，日本語での表現が未だに存在する（たとえば，おもて，うら，わき，いっぱいなど）。熟練職人たちは慣行的にそれを用いているが，新人デザイナーは同じ物を指す言葉を，学校や大企業で英語で学ぶことが多くなっており，言語面でも今までの慣行が崩れ，歴史経路の異なるプレイヤー間での摩擦が生じつつあるといえるであろう。

33） P氏へのインタビューによると，IMF 金融危機までの東大門市場では，「非常に強烈な人間関係が↗

それまでの在来市場的な要素を維持し，経路依存性を持った慣行的取引の場である東大門市場が，IMF 金融危機後に大きな揺らぎに直面し，それにたいする認知的危機を経済主体が抱くことになった。そして企画・購買・生産・販売ゲームのそれぞれにおいて，共有予想が変化する移行期にあるといえるであろう。そこでは，新たな共有予想に基づき，オリジナル製品や各店のブランド確立戦略といった行動が取られることが予想される。

それ以外に，現金取引の慣行を変化させるものとして，ミリオレが主導した，クレジットカード決済の義務化がある。クレジットカード決済が広く普及している韓国において，東大門市場では未だに現金取引が主流である。より近代化した経営へ向けての取り組みであり，新興西部商圏の小売商業ビルではその流れに同調している。これにより，無資料取引による詳細な財務情報の曖昧化という制度的特徴にメスが入りつつある。[34)]

以上のような，変化プロセスでの課題の共通する特徴は，暗黙的な情報の明示化が求められていることである。無資料取引や無登録工場などの，インフォーマル・セクター的な要素が，政府支援や新人の参入により，フォーマル・セクター化の動きに向かいつつある。そのため，IMF 金融危機後の東大門市場は，それまでの共有予想が崩れ，新たな均衡へと変化しつつある段階にあるといえよう。

インフォーマルな調整が効果を持つための条件に，その戦略の結果がプレイヤー間によく理解されていることがあげられる（戸矢 2003）。すなわち，インフォーマルな相互作用には，同じプレイヤーが参加し，同じ結果を伴う繰り返しゲームが行われ，継続への共有予想が存在することが必要となる。IMF 金融危機以前の東大門市場には，そのような条件が整っていたため，インフォーマルな相互作用が継続されてきたと言える。しかし，新たなプレイヤーの参入がきっかけとなり，共有予想が失われてきたことが制度変化の起点となったと考えられる。[35)]

ただし，容易に新たな均衡へと変化するのを拒むのは，歴史的経路依存性や制度的補完性ゆえである。東大門市場での制度的特徴は，暗黙的でインフォーマルなものであったため，その中の１つがフォーマルなものになった場合，制度的補完性の危機に直面する。しかし，新人の流入により，既存の共有予想が行き詰まったことを認識し，プレイヤー自身が学習により自主的に新たな均衡へ

↘あり，親戚の店が市場内のあちこちにあるのが当たり前だったが，今では若くて新しい血が入ることで雰囲気がずいぶん変わった。」

34） しかし，卸売商圏では未だに現金取引が中心であり，経営近代化への取り組みは進んでいない。それは，今まで，無資料取引による財務関係の情報のクローズ化によるメリットを享受してきたことにある。すなわち，脱税の蔓延は，無資料取引により可能となり，そのことが価格競争力の基盤となってきたことは否めない。卸売商人にとって，経営近代化はそのメリットを損失させることになる。

35） この点は，青木（2001）において財取引ガバナンスの制度として扱われている。IMF 以前の東大門市場における複合ゲームの状況は，「取引主体たちの共同規範」の下に，相互にコミュニケーション可能な経済主体たちが取引を行う状況といえる。不正直な取引主体にたいしては共同体による社会的排除を行うというルールの下，顔なじみのプレイヤーによるゲームが繰り返し行われる。それが，新しいメンバーの参入により，新たなガバナンス・メカニズムへと変化しつつあるといえる。

と動きだし，新たな均衡が自己拘束的になっていく方向にあるといえる。それこそが，制度変化のプロセスであり，本稿の言葉でいえば，産業クラスターの進化である。

3－6．東大門市場の進化プロセスと企業家の役割：シンボルとしての存在

以上において東大門市場の歴史を概観してきたが，ここで経済主体の中でも特に進化の契機となった企業家の存在に触れることにしよう。まず，初期における豪商パク・スンジクは，日本人商人が東大門市場一帯で勢力を増す中，韓国初の株式会社と，初の近代的市場を設立するというイノベーションを遂行した。彼の建てた広蔵市場は，後の東大門市場の発展における出発点となった。また，東大門市場で初の小売専門の商業ビルであるミリオレを設立したユ・ジョンファンの存在も大きい[36]。彼は，卸売商人として，ニット製品の製造販売から出発し，現代的卸売商圏でのチーム204（卸売ビル）の設立とその成功を経て，ミリオレの設立に至った。一人の商人から，ビルの所有者となり，東大門市場の商人にビジネスの場を提供するディベロッパーとしての企業家となった成功者といえる[37]。ミリオレが提示した「頭のてっぺんからつま先まで」というスローガンは，ワンストップ・ショッピングの小売専門ビルとしての存在を示すと同時に，その後の東大門市場全体に，トータル・ファッションと若者のニーズを先導することの必要性を示すシンボルとなったといえる[38]。

IMF 金融危機後に東大門市場に多く参入してきたデザイナーの中で，ムングン（本名：ムン・インソク）は，東大門市場の新規参入者として成功し，海外へ進出した企業家のケースである[39]。独自のデザインを持ち，卸売市場で一躍人気となったムングンは，デザインコピーによる過当競争に巻き込まれた。そこで，ブランド確立の必要性を訴え，また自らもデザインの勉強をしなおし，その後，ソウルの南部にあるファッション性の高いカンナム地区での開店を経て，中国に進出した。東大門市場のデザイナーや商人達に，東大門市場から国内や海外へと進出する方向性を明確に示した企業家であるということができるであろう。彼は，独自ブランドを確立することの重要性を示すシンボル的存在となり，自身のビジネスや講演などをつうじて東大門市場の地位向上を導く努力をしている。

産業クラスターとしての長い歴史を持つ東大門市場は，さまざまな環境変化に対応し，進化を遂

36） ユ・ジョンファンの経歴については，デジタル朝鮮日報（http://www.chosun.com）1999年10月26日の記事を参照にした。

37） ミリオレは現在，韓国国内 5 箇所でオープンし，台北にも進出している（http://www.migliore.co.kr）。

38） そのスローガンは，ミリオレのビルに大きな垂れ幕を設置することで人々にアピールされた。また，現代的卸売商圏の代表的存在であるデザイナーズクラブは，「私たちが作れば流行ります」をスローガンにしている。

39） ムングンについては，ムン（2001），ムングンの HP（http://www.moongoon.co.kr），延世大学での講演（2000年 6 月）を参考にした。

げてきた。その進化のプロセスにおいて，以上の例で挙げたような企業家による革新的な活動は，東大門市場のその後の動きを変えうるほどの影響力を持ったといえるかもしれない。彼らは，シンボルとしてリーダーシップを発揮し，諸経済主体に，環境変化とそれにたいする，既存の共有予想の変化の必要性を説く役割を担った。その結果，小売商人のみならず，卸売商人達も，オリジナル・デザインの重要性を認識するようになってきている。

以上のような，シンボリックな経済主体たちは，東大門市場の歴史の中で，変化を促す契機をつくってきた企業家たちである。一方，東大門市場の発展とともに，継続して存在し続けたのは，いわばカーズナー的企業家群である。彼らは，主に，卸売ドメインにおける卸売商人たちであったが，流行を迅速に追いかけることで，利潤機会を発見し，機敏に反応することで利益を得てきた。シュンペーター的なドラスティックなイノベーションを行うわけではないが，利潤機会の発見と，それにたいする機敏な反応により，利潤を獲得する企業家である。そうしたタイプの企業家活動により，東大門市場は，市場適応型のファッション産業クラスターとして発展し続けることが可能になったといっても過言ではない。先ほどのシンボルとしてのリーダー的企業家と，カーズナー的企業家という異なるタイプの経済主体の並存も，産業クラスターとしての東大門市場の一面である。

4．結語――産業クラスターの比較制度分析に向けて

以上において，比較制度分析の分析枠組を用いて，東大門市場のケースを考察してきた。東大門市場は，100年余りの歴史において，様々な環境変化に対応し，現在の状況に至っている。その中でも特に，IMF 金融危機以後の小売機能の追加とそれに伴う新たな経済主体の参入により，かつてのインフォーマル・セクター的な要素とそれに基づく取引関係のあり方（すなわち，ゲームのルール）が，フォーマル・セクター化する方へと向かい，ゲームのルールや戦略の変更を促している。100年余りかけて築き上げられてきた在来市場の諸特徴の変化に躊躇する者が存在する一方で，ファッション産業クラスターへの脱皮のために，変化の必要性を積極的に唱えるリーダー的経済主体・組織も存在する。東大門市場の場合は，長い歴史の中で東大門市場の発展を支えてきた，伝統的卸売商圏，現代的卸売商圏の商人及び工場の熟練職人等が，比較的，現状維持を志向する傾向にある。その中には，変化への対応が遅れ，退出を余儀なくされるものもある[40]。新旧経済主体の入れ替わり，すなわち新陳代謝[41]が行われることで産業クラスターは維持されるが，通時的に観察すると，

40） 実際に，現代的卸売商圏のビルの中には，店舗がまばらな所も存在する。環境変化への対応，戦略変更の失敗（ゲームの失敗）結果とみてよいであろう。そうした店舗の中には，賃貸料を受け取らずに店舗を誘致することに必死なケースもある。ただし，現代的卸売商圏で成功しているビル apM は，商人会のパワーが強く，自生的に発生したルールに基づいた判断により，ビルへの参入・退出を管理している。ビル全体のイメージを崩してはならないという共通認識の下，相互作用のガバナンス・メカニズムが形成されている例ということができるであろう。

41） 実際に，東大門市場では，一年間事業を維持できる店舗が 8 割，成功できる人は 1 割にすぎないと↗

歴史や性質を異にする経済主体の並存こそが産業クラスターの特徴であり，そのことが経路依存性を生むことがわかる。

こうして複数の経済主体が存在することにより，情報の認知度や制度変化への取り組みにばらつきがでる。取引のあり方に重要な変更が必要とならないような環境変化の場合，そうしたばらつきは，むしろ多様性の源泉となりうるが，産業クラスター全体としての制度的特徴の変化の必要性が生まれた場合，認知を促すシンボル的経済主体及び団体組織等が果たす役割は大きいといえるであろう。

しかしながら，現在まで東大門市場が30以上もの商店街を抱えている中で，それらを取りまとめるべき組合等の団体組織やネットワークは不在であった。長い歴史の中で，各商店街において，共同体規範の下に，同様のプレイヤーによる繰り返しゲームが行われてきた。近視眼的な在来市場の共有予想が，環境変化にたいして適応的な進化を遂げて行くことで，前述したように，認知的危機を他の経済主体に知らせるためのリーダーや機関等が必要とされる。小売商業ビルと一部の現代的卸売商圏のビルでの認知的危機と変化のプロセスは，むしろ産業クラスター全体としてのゲームの共時的連結（すなわち，戦略的補完性[42]）の不均衡をもたらしている。小売商業ビルに参入したデザイナー・商人達は，まさに新世代のベンチャー起業家であり，世代交代の必要性をも表しているのかもしれない。

ファッション産業の商品は，販売する場において，そのデザインが展示されることから，新たなデザインにかんする重要な情報は，すぐ他者に明らかになる[43]。また，顧客が全国各地・海外から訪れるために，顧客ニーズの情報量も相当な量が流入する。そうした状況の中にあっても，近視眼的に慣習的取引を行う在来市場の商人のままであり続ける以上，環境変化への対応は容易ではない。

今回のケースの特徴は，IMF 金融危機直後に，韓国経済が混乱し停滞する中，東大門市場は活況を呈したという点にある。実際は，その頃から制度疲労が始まっていたと考えられるが，ウォン安等の影響のためか，輸出が好調で，観光客も多く訪れた。東大門市場は，もはや在来市場の集積地ではなく，ファッション産業クラスターへと生まれ変わったとのイメージを発信したことで，一

↘言われる（朝日新聞2004年 9 月 7 日「アジアの街角」）。

42）「戦略的補完（strategic complements）」は，Bulow, J and P. Klemperer（1985）において，戦略的代替（strategic substitutes）と対の概念として提示されている。この概念を用いて，コミットメントが相手企業の戦術的決定をいかに変えうるかを考察したのが，Bensako et al（2000）である。そこでは，企業の戦術的行動にたいする競争相手の対抗措置を予測する方法を示すものとして扱われている。比較制度分析においても，この考えに基づき，他社が特定の戦略を採用することになった場合に，自分も同じ戦略を採用するインセンティブが高まることを，戦略的補完性としてとらえている。反対に，相手が特定の戦略を採用した場合，自分はその戦略の採用を控えるほうが有利な場合は，戦略的代替の関係にあるとしている（青木・奥野 1996）。

43） これは，マーシャル（1890）が言及した情報のスピルオーバーであるといえる。同業種に従事する人々の近接により，ある人が新しいアイデアを出すと他社がこれをとりあげ，自身のアイデアを加えてさらに新しいアイデアを生み出していく。

躍，成熟産業の再活性化のモデルとなった。しかし，制度の成熟期には，表面的にみたパフォーマンスが好調だったため，制度疲労が露呈されず，認知的危機につながらない傾向にあった[44]。従って，そうした状況下でこそ，イノベーション・ギャップを作り出し，認知的危機と変化の必要性を他者に共有させるリーダー的経済主体が重要となる。

以上において，東大門市場の今後の方向性について述べてきた。最後に，比較制度分析の方法論をベースにした産業クラスター研究の可能性について言及し，結語に代えることにしたい。周知のごとく，比較制度分析は，一国の経済システムなどのマクロ・レベルの研究に多く適用されてきた。本稿では，メソ・レベルの産業クラスター研究に比較制度分析の枠組の導入を試みたが，以下の2点を記しておかなければならない。

すなわち第一に，マクロ・レベルの抽象的な分析枠組のなかでブラック・ボックス化されている認知的危機の主体は，メソ・レベルの分析において，重要な役割として浮上するということである。すなわち，東大門市場のケースにおいては，認知的危機の主体は，東大門市場の各参加者であるが，彼らに制度的危機の認知を促すのは，リーダー的起業家や団体組織である。

第二に，第一の点に関係するが，制度的危機がプレイヤーの間で認知される程度にばらつきが生じる理由は，とくに産業クラスターが，複合的なサブ・システムの連携によって成り立っていることに求められる。そのようなサブ・システム間の相互のバランスと，環境変化との関係を見ることができるのが比較制度分析の枠組なのである。

歴史を通して制度変化を見ることは，現状を理解することにつながり，制度のダイナミクスの解明に有効である。とくに本稿では，歴史において制度変化の契機となったシンボルとしての企業家という経済主体に着目することの重要性を指摘した。また，産業クラスターという複数の経済主体の存在ゆえに生じる，サブ・システム間の連結にフォーカスをあてて，それが時間をつうじてどのように環境変化にたいして適応的な変化を遂げてきたのかを分析した。

そして最後に，今後の研究課題として，指摘できるのは次のことである。すなわち，歴史的事実や現状の考察にとどまることなく，そうした制度に特有の生成・発展・衰退メカニズムを解明しうるような，よりクリアなモデルの構築を進めていかなければならない[45]。産業クラスターでは，複数

44） IMF 金融危機以後も，2000年度までは衣料製品の市場規模は伸び続け，その後2001年以降は低下の一途を辿っている（Samsung Fashion Institute 2001）。また，筆者が2003年 8 月に卸・小売商人へのインタビューを行った際，「IMF の時よりも現在の方が状況が厳しい。買い物客は増えても実際に買っていく客は少ない。」との意見が多く聞かれたが，それらの多くは，停滞の理由を「景気の悪化」と捉えていた。

45） Scott（1995）によれば，特定の制度を説明しようとすると，歴史的出来事の唯一性，偶発性などを強調する歴史主義者になる傾向があり，それは帰納的一般化主義（inductive-generalism）に陥る。そこでは事実の一般化が試みられるが，一般化においても一定の文脈や諸条件との関係の上に成り立っていると指摘した。本稿は，「産業クラスターに特有のメカニズム」を明らかにすることを試みるという課題から始まったが，結果としてこの帰納的一般化主義に陥っているとの感は否めない。今後，それを分析しうるモデルの構築という点にかんしてさらに研究を進めていきたい。

の経済主体が存在することによって，一枚岩とはいかない深刻なコンフリクトが生じ，それが進化の複雑性の要因となりうる。比較制度分析のモデル自体，こうした複雑な現象を含む豊かな現実を直視し，さらなる発展を遂げる余地があることは言うまでもない。

参 考 文 献

1) Aoki, M. (2001), *Toward a Comparative Institutional Analysis*. Cambridge, MA: MIT Press.（瀧澤弘和・谷口和弘訳『比較制度分析に向けて』NTT 出版，2001年）。
2) 青木昌彦・奥野正寛（1996）『経済システムの比較制度分析』東京大学出版会。
3) Bensako, D., D. Dranove, and M. Shanley (2000), *Economics of Strategy*. New York, John Wiley & Sons.（奥村昭博・大林厚臣監訳『戦略の経済学』ダイヤモンド社，2002年）。
4) Bulow, J., J. Geanakopolos. And P. Klemperer. (1985), "Multimarket Oligopoly: Strategic Substitutes and Complements," *Journal of Political Economy*, 93, pp.488-511.
5) 中小企業総合研究機構，全国信用金庫連合会総合研究所（2000）『ニット企業・産地に関する実態調査研究』中小企業総合研究機構。
6) 国民金融公庫調査部（1985）『日本のアパレル産業　上巻』中小企業リサーチセンター。
7) 許伸江（2005）「比較産業クラスター研究序説：東大門市場と原宿のケースを媒介にして」慶應義塾大学博士学位論文。
8) 許伸江（2004）「韓国におけるファッションクラスターの進化－東大門市場の事例を中心に－」『日本中小企業学会論集』第23集，同友館，pp.114-129.
9) 伊丹敬之・松島茂・橘川武郎編（1998）『産業集積の本質』有斐閣。
10) 稲垣京輔（2003）『イタリアの起業家ネットワーク－産業集積プロセスとしてのスピンオフの連鎖－』白桃書房。
11) ――（1998）「ネットワークの発展と創業の連鎖：ボローニャの包装機会メーカーを事例とした集積ダイナミズムの研究」『経済学』Vol.60, No.3, pp.35-50.
12) ――（1997）「スピンオフと地域産業の発展：ボローニャの包装機械産業を事例として」『経済学』Vol.59, No.2, pp.63-79.
13) Greif, A. (1997), "Microtheory and Recent Developments in the Study of Economic Institutions Through Economic History," in D.Kreps and K. Wallis eds., *Advances in Economics and Econometrics: Theory and Applications*, vol.II. Cambridge: Cambridge University Press, pp.79-113.
14) ―― (1998), Historical and Comparative Institutional Analysis, *American Economics Review*, 88, pp.80-84.
15) 加護野忠男（1999）『〈競争優位〉のシステム：事業戦略の静かな革命』PHP 新書。
16) 金良姫（1996）「韓日アパレル産業の成熟への企業の対応様式と競争優位に関する比較考察」東京大学博士学位論文。
17) 金良姫・安倍誠（2002.3）「韓国東大門市場の発展と新たな日韓アパレル産業ネットワークの形成」特別海外共同研究報告書シリーズ No.130，アジア経済研究所。
18) Krugman, P. (1991), *Geography and Trade*. Cambridge, MA: MIT Press.（北村行伸・高橋亘・妹尾美起訳『脱「国境」の経済学』東洋経済新報社，1994年）。
19) Marshall, A. (1890), *Principles of Economics*. London: The Macmillan Press.（馬場啓之助訳『経済学原理』東洋経済新報社，1965年）。
20) ―― (1920), *Industry and Trade*. London: Macmillan and Co.（永澤越郎『産業と商業』全３巻，岩

波ブックセンター，1986年）。
21）North, D（1990）, *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. New York: Cambridge University Press.（竹下公視訳『制度・制度変化・経済成果』，晃洋書房，1994年）。
22）Piore, M. and C. Sabel（1984）, *The Second Industrial Divide*. New York: Basic Books.（山之内靖・永易浩一・石田あつみ訳『第二の産業分水嶺』筑摩書房，1993年）。
23）Porter, M（1998a）, *On Competition*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.（竹内弘高訳『競争戦略論（Ⅰ），（Ⅱ）』ダイヤモンド社，1999年）。
24）――（1998b）, "Clusters and the New Economics of Competition," *Harvard Business Review*, Nov.-Dec., pp.77-90（沢崎冬日訳「クラスターが生むグローバル時代の競争優位－イノベーション創出のメカニズムを学ぶ－」『DHB』Feb.-Mar., 1999年，pp.28-45）。
25）――（1990）, *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.（土岐坤訳『国の競争優位（上）・（下）』ダイヤモンド社，1992年）。
26）Saxenian, A（1994）, *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, MA: Harvard University Press.（大前研一訳『現代の二都物語』講談社，1995年）。
27）Scott, R.（1995）, *Institutions and Organizations*, Oaks, Sage.（河野昭三・板橋慶明訳『制度と組織』税務経理協会，1998年）。
28）関根孝・オ・セジョ編（2003）『日韓小売業の新展開』千倉書房。
29）高橋美樹（2003）「クラスター，中小企業の地域学習とイノベーション」『商工金融』第53巻 8 号，財団法人商工総合研究所，pp.5-20.
30）谷口和弘（2003a）「中国におけるクラスターの制度的多様性と進化（Ⅰ）」『三田商学研究』第46巻 1 号，pp.47-76.
31）――（2003b）「中国におけるクラスターの制度的多様性と進化（Ⅱ）『三田商学研究』第46巻 2 号，pp.15-38.
32）――（1998）「現代企業の比較制度分析：制度共進化論序説」慶應義塾大学博士学位論文。
33）戸矢哲朗（2003）『金融ビッグバンの政治経済学』東洋経済新報社。
34）植竹晃久（2000）「企業観の変容と企業システム再構築の視点（1）－企業環境の変化と企業制度のダイナミズム－」『三田商学研究』第43巻特別号，pp.1-13.
35）Weber, A.（1922）, *Standort Der Industrien*. Verlag von JCB Mohr（篠原泰三訳『工業立地論』大明堂，1986年）。
36）矢田俊文・松原宏編著（2000）『現代経済地理学』ミネルヴァ書房。

〈韓国語文献〉

1）イ・ジョンス（2003）『東大門オデッセイ』C&C コミュニケーション。
2）金良姫・申龍男（2000）『在来市場からファッションネットワークへ』三星経済研究所。
3）キム・クァンソン（2000）「東大門市場地域の学習地域化に関する研究－ファッション衣料産業の集積地を事例として－」ソウル大学環境学部環境計画学科修士学位論文。
4）三星経済研究所（1999年10月）「在来衣料市場の復活と示唆点」CEO Information（第26号）pp.1-15.
5）Samsung Fashion Institute（2001年 6 月）「2001年上半期　東／南大門小売商圏経済力分析〈要約版〉」Samsung Fashion Institute.
6）ムン・インソク（2001年 1 月）「東大門からのブランド形成と東大門の役割－ムングン（MOON-GOON）の事例を中心に－」東大門フォーラム『東大門－危機の在来市場からファッション文化名所へ－』pp.124-127.

［商学研究科研究生］