



Title	戦後における消費理論の展開
Author(s)	京野, 禎一; KYONO, Teiichi
Citation	北海道大学農経論叢, 25, 138-156
Issue Date	1969-03
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/10858
Type	departmental bulletin paper
File Information	25_p138-156.pdf



戦後における消費理論の展開

京野 禎一

目 次

I ま え が き	138
II 戦前における消費理論の概要とその問題点	140
(1) 価格—消費の理論	140
(2) 所得—消費の理論	142
(3) 消費理論の問題点	143
III 戦後における消費理論の展開	146
(1) 効用関数に関する諸展開	146
(2) 消費者の相互依存関係	148
(3) アグリゲーションの問題	149
(4) 意志決定の過程	150
(5) 消費理論の動態化	152
(i) 効用の時間的最適化	152
(ii) 恒常所得仮説	152
(iii) 過程分析	154
(iv) 社会経済組織の微視的分析モデル	155
(v) 消費支出に関するHouthakker-Taylorのモデル	156
IV あ と が き	156

I ま え が き

消費経済理論は次のような諸領域における専門的な研究から展開されてきた。即ち、

1. 価格や所得に関する消費者行動の微視的理論
2. 価格に対する反応を抜かう市場需要の巨視的理論及び所得に対する反

応を扱かう消費関数の巨視的理論

3. 実証的な経済的諸研究
4. 家政学の応用領域やマーケティング分野での諸研究
5. 社会学や社会心理学等行動諸科学に関連した領域における諸研究

等である。

一般に、経済理論の巨視的領域と微視的領域への分化は、第二次大戦後広汎に推進されてきた。1940年代以前では、多数の人々の、例えば国民経済全体での消費問題を解明する経済理論は、個別消費者行動の理論から直接一般化することにより展開されていた。即ち、個別消費者の種々の価格や所得の変化に対する反応は、市場とか国民経済全体での消費者反応に対しても真であると仮定されていた。市場においては種々の価格が成立するのであるが、それぞれの成立した価格によって変化する市場から、全消費者によりいかなる量の商品がいかにして獲得されるかについて述べている市場需要の理論はかかる一般化の方法をとっており、そこでは市場需要のスケジュールは、その市場における個人のスケジュールの合計であると考えられている。しかしながら、その市場を構成している個人間の差が無視されており、又多くの人々や多くの異なった商品を通じて合計あるいは総合する場合に発生する種々の複雑な問題を無視していることが、次第に認められるようになってきた。かかる全体への総合過程での諸問題点が存在するとしても、個々の消費者の個別的行動は或グループに合計され、さらに全国的市場領域に合計されるものであり、或時点あるいは或期間でのこれらの集計量と他の諸々の社会経済的現象との間の関係を主題とするのが巨視的消費理論の問題である。ここでは、主として消費の微視的理論に問題をしばって考察をすすめることとする。

統計的な需要分析や価格分析は、農産物に対する需要法則の確立に努力した H. L. Moore に始まり、それから H. Schultz, W. Waite, J. D. Black, M. Ezekiel, W. Cochrane, L. Klein, H. wold 等によってひきつがれた。かかる統計的な需要分析や価格分析は、消費データの展開、消費トレンドや消費分析の研究に有効な統計分析技術を展開し、それなりに消費経済学に利益を与えてきたと言えよう。しかし、かかる統計的分析を行った諸経済学者

は、嗜好や選好をすでに与えられているものとして取扱っており、又暫々価格や所得の変化によって説明し得ない消費者需要の変動部分を嗜好や選好の変化に起因する残差変動として説明している。次に消費者調査研究については、租税研究の一部として消費の研究をした G. King にはじまり、貧困に興味をもっていたトリオ即ち、ベルギー家計のデーターを分析した E. Dupetianx, ヨーロッパ労働者の生活条件の研究した F. L. Play, 前二者のデーターの分析から食料消費に関する有名な法則を展開した E. Engel の研究とつづいている。さらに、C. D. Wright, Oglurn and Zimmerman, British Board of Trade, U. S. Department of Commerce and Labor 等の調査研究があげられよう。また、所得—消費分析については、消費者購買調査研究 (C. P. S.) を筆頭に、政府・大学・民間等の手で数多くの大規模・小規模の調査研究が行われてきた。しかし、本稿ではこれらの経験的諸研究に関しては、直接論及されないであろう。

その他、マーケティングの研究者やマーケティングにたずさわっている人々によって行なわれた消費経済学に対する諸貢献、消費者行動に関係する心理学的研究や社会学的研究等に関しては、本稿の範囲外であると考える。

かくて、微視的水準での消費理論に焦点をあわせつつ戦前における標準的な消費理論を概説し、それらの諸理論のもつ制約条件を抽出し、さらにそれらの諸問題点が戦後いかように解明されあるいは解明されつつあるかを述べんとするのが小論の目的である。

II 戦前における消費理論の概要とその問題点

(1) 価格—消費の理論

戦前の消費理論は、まず第一に価格の変動に対応する消費者行動の問題を取扱っている。価格と市場から購買される商品量との間の関係は、需要理論として展開されており、まず効用の概念に基づく古典的消費者選択の理論によって説明され、のちに選好理論によって説明されている。

古典的消費者選択の理論では、消費者の効用あるいは満足は消費された商品あるいは商品群の量の関数であると考えられている。この場合、商品は消

費活動へのインプットであり、効用はその消費活動から引き出されるアウトプットであると考えられている。そして、消費者は彼の支出から得られうる効用あるいは満足を最大にするように商品の選択を行わなければならないと考えられている。したがって、この考え方の基礎には次のような仮定が存することになろう。1) 各消費者は、自ら消費する商品から得られる効用を、基数的効用として測定することができる。2) 彼はあらゆる可能な商品の組合せに気づいている。3) どの商品も過度に供給されることはない。4) 彼の所得や、彼の嗜好・選好等に変化は生じない。5) 彼が購入しようとしている商品やサービスの質を変化せしめるような何事も起らない。

しかし、効用をある方法で直接測定することができるとする仮定については、経済学者の間での種々なる議論をまきおこした。その中の主導的な議論としては、無差別曲線を利用する議論である。それは基数的効用の代りに序数的効用を用いたものである。即ち、商品やサービスの種々なる組合せに対し、各消費者に彼の選択の順位をつけることだけを要求しているものである。無差別分析は、序数的効用の概念に基づいており、効用の絶対的な大きさを測定することを必要としないけれども、依然として効用概念は利用しているわけである。今、無差別分析のもつ仮定を示すならば、およそ次のようなものであろう。1) 嗜好や選好に変化を生じないし、商品やサービスの質に変化を生じない。2) 標準的な消費者は、自分の選好を識別することができる、又最大の満足を得るべく合理的である。3) いかなる項目に関しても充足点に達することはない。4) 消費者は、彼の選択において無矛盾でなければならない。即ち、もしも彼がBよりAを好みCよりもBを好むならば、彼はCよりもAを好まなければならない。5) 一般に限界代替率がてい減的である。その意味は、商品が稀少であるとき、その商品の他の商品との交換率は高く、逆の場合は逆であるということである。

1938年、P. A. Samuelsonは、需要理論への接近方法として、一つの選好理論を提示した。それは、完全に効用概念の使用を回避したものである。即ち、もしも消費者の嗜好や選好が変わらず、ある他の条件あるいは公準が満たされるならば、価格と消費者の購買行動によって示される選好に関する情報から、無差別図を構成することができるとしている。おそらく、実験的条件の下では、商品と価格の種々の組合せを示すことができ、無差別図を構成す

るのに必要な情報を得るために、それらの反応が観察されうるであろう。しかし、現実の市場ではこのように単純でないだろう。最近、多くの経済理論家が、この選好理論を用いての消費者動行に関するより前進した理論の考え方を示してきている。

(2) 所得—消費の理論

戦前の消費理論では、次に所得変化の消費に与える効果に関する理論が取扱われている。所得と消費量あるいは消費支出との関係は、1930年代以前においてはあまり強調されなかったが、しかし一連の生活水準に関する調査が追求されていた。事実、所得と支出に関する初期の研究は、社会学者や社会的厚生に関心をもっている人々によって行われていた。

所得—消費関係に関する初期の研究者で最もよく知られているのは E. Engel である。彼の食料消費に関する法則は、支出と食料消費との間の関係を単純にそして計数的に一般化したものである。エンゲルは購買力の測度として所得よりもむしろ総支出を用いた。これは所得データが把えられ難いためであろう。一般に、総支出に対する食料支出の比率は、所得に対する食料支出の比率よりもやや低いようである。それは、所得の変動は貯蓄の変動をも含んでいるからである。しかしながら、エンゲルの法則は、総支出のかわりに所得を用いることによって、より一般的な形で述べられうるものである。エンゲルの法則を利用する場合の問題点は、およそ次のような点であろう。1) 所得（あるいは支出）や食料支出を計測しようとする場合、それらの定義は注意深く述べられなければならない。2) クロスセクション・データを用いる場合、そこに存在する家計の間での同質性の欠乏が問題であり、むしろ全国平均での所得や食料支出がこの法則に適合しているようである。3) 分析が、クロスセクション・データに記述されてる動態的状態から経済発展の動態的問題に移行するとき、他の変数が関係してくる。それらの追加される変数は、a) 法則の単純化のために一定に保たれるべき変数として、或は b) 多変数関係における附加的独立数として扱われる。彼の法則よりもより直接に有用であるのはエンゲル曲線である。これが両対数スケールで描かれるとき、この曲線の傾斜は、食料消費量あるいは食料支出における変動と、家計間の所得における変動との間の関係を反映したものであり、食料支出の所得弾力性を測定していることになる。

次に、所得—消費関係の無差別分析について簡単にふれよう。消費者のある所得水準あるいは予算水準に対応する所得線あるいは予算線と無差別曲線との接点の軌跡は、所得—消費曲線或は予算—消費曲線と呼ばれ、それは種々の所得水準あるいは予算水準での最大満足を与えてくれる経路を示している。無差別分析は、所得変化の消費者行動に及ぼす効果の分析に対して、より一層進んだ研究を準備しているように考えられる。

さらに、所得—消費関係の他の観点から行われた分析にすすもう。1930年の中頃、J. M. Keynes は、国民経済水準での所得と消費との間の関係を分析する消費関数の理論を提供した。この理論は、消費者が所得変化に対していかに反応しなければならぬかという問題についての彼の内省的見地にもとづいたものである。この理論は、消費の変動が絶対的単位で測定されている現在所得の変動のみに依存し、他の所得に関連していない故に、絶対所得仮説と呼ばれており、その基礎には 1) 消費者の側における合理性、2) 嗜好と選好は変化しないということが仮定されていると言えよう。又この理論は、次の二つを直接前提にしている。1) 限界消費性向は正で1より小さい。2) 実質消費支出は、実質所得に対して安定的な関係をもっている。しかしながら、彼のかかる微視的水準での仮説は、国民的消費が所得を変数とする安定した関数であるとする彼の巨視的経済理論への一つのステップとして定式化されたにすぎなかったのである。そしてその巨視的消費函数論は、彼の一般理論の重要な部分を構成しているのである。最近の30年間で、所得—消費関係についてのいくつかの仮説が提示され議論されてきている。それらのものうち、相対所得仮説・恒常所得仮説と呼ばれるものが主たるものであろう。

(3) 消費理論の問題点

ところで、消費者行動に関する以上の理論は、しばしばその抽象性と単純性の故に驚歎されているのであるが、同時にそれが現実の生活をめぐる消費問題を解こうとしている人々にとっての最大の困難性を提供しているのである。それらの困難性の大部分は、各理論が基づいている諸仮定を考察することにより得られると考えるのであるが、ここでは次のように五つの制約条件を指摘しておこう。

1. 商品の概念

消費理論では、分析の単純化のために、次のような標準的商品を与えている。即ち、品質に差はなく、その属性は分離して考えられず、又商品の分割性の問題を捨象した商品である。異なった種類の効用をもたらす異ったタイプの商品やサービスは考えられていない。そこで考えられている唯一の商品間の差異は、所得弾力性に基づく上級財・下級財の区別と、代替財・補完財の区別である。

かくて、商品の経済的概念は、マーケティング等で考える場合の商品の概念と異なっている。マーケティングにたずさわっている人々は、商品を区別するのに必要であり且現在あるいは将来の消費者欲望にかなうような商品の属性に関心がある。又戦前の経済理論家は、耐久財・非耐久財との間の差異や、商品とサービスとの間の差異に殆んど注意を払っていなかった。しかし若干の実証的研究家はこれらの差異を考慮に入れていた。

2. 時間的側面

消費者選択の経済理論は、しばしばその理論が作用する時点とか期間を指定していない。これは、その理論の抽象の故である。時間の識別なしには、経済理論は消費者需要における変化の過程や所得—消費関係での変化の過程についての分析方法を準備することは出来ないであろう。時間の経過と共に、消費者の嗜好や選好は常に変化している。戦前の消費理論では、総効用曲線の上昇・下降のごとき変化、あるいは限界効用曲線の水準や位置の変化等についてはふれているのであるが、そのような変化を分析することについては考えられていなかった。

耐久財に関する戦後の研究は、消費者行動の動態理論に対する必要性をはっきりさせた。また一般の経済学者は、嗜好や選好の変化に関する分析を控えてきたが、マーケティングの研究にたずさわっている経済学者は、消費者に提供される商品やサービスの供給の変化を通じて、かかる変化を研究しつづけてきている。

3. 選択の過程

消費理論では、最初の時点での選択についてあまり強調しすぎている。多くのマーケティングの研究者は、繰返し行われる購買行動に対して、商品を利用している過程で得られる消費者の経験の意義に気づいていた。それに対して、消費者選択の理論では、各選択の過程に対し、嗜好と選好は与えられたものあるいは予め決定されているものと考え、それら諸々の選択の間での

内部関係に対して、何等考慮するところがなかった。

さらに、消費者は全体としてのみ商品について選好をもつとか、総合的な商品が効用を生み出すとかの仮定は、あまりにも単純すぎるようである。

おそらく、最初の選択においては、商品からひきだされる便宜・サービス・効用等に対する期待は、ある一定範囲のものにしかすぎぬように思われる

4. 消費者の孤立的性格

消費者行動の理論は、静態的な状態として一組の不変の嗜好と選好が与えられていると仮定している。それゆえにこれらの仮定は、多くの経済学者に対し、消費者間の交互作用を解くのにふさわしい他の社会科学領域で積みあげられた最近の知識に対し、殆んど無智であることを強制してきたと言えよう。さらに、可能な種々の財の組合せ方や特定の商品の性質等に関する消費者の知識の欠乏から発生している広い範囲での諸問題が、これまでの消費理論をして、かかる問題を分析するための案内役たらしめ得なかった。

5. 標準的消費者

消費者はすべて同一なのではなく、又消費者間の差異が、価格や所得が変化するときの消費者の反応に有効に影響することは現在一般に認められていることである。標準的消費者概念の利用は、一人の消費者の効用を同一商品の同量の消費から与えられる他の消費者の効用と比較する問題を回避してきた。これは、一般に非経済的な問題にみえるけれども、経済学者は数年間これらの問題についてなやんできているのである。かくて、交互作用とか人間相互間の依存関係を考慮した経済研究が推進されなければならないだろう。

ところで、これらの問題点あるいは制約をもつ戦前の消費理論に対し、当時もこれらに対抗する若干の考え方が存在していた。ここで、それらについて概説してみよう。

基数的効用を利用するにしても、序数的効用を利用するにしても、消費者行動の理論の基礎に効用概念を利用することに対する経済学者の固執にもかかわらず、他の多くの経済学者が種々の対立する考え方を示した。すぐれたイギリスの経済統計家である R. G. D. Allen と A. L. Bowley は、消費理論の基礎として商品間の限界代替率を用いている。

1930年代の独占的競争と不完全競争とに関する議論を経て、R. T. Norris¹⁾

1) Norris, Ruby Turner. "The Theory of Consumer's Demand.," New Haven, Connecticut; Yale University Press, 1941.

は、特に商品間の差異に注目し、消費者の意志決定を注意ぶかく行わねばならぬ商品とそうでない商品とに区別し、これら二種類に対する需要表が非常に異なることを示した。

需要の統計的研究は、1930年代から1940年代にかけて一般的となり、当初は需要の巨視的な経済関係に関係したのである。しかし、E. Working や G. J. Stigler のような分析家はこれらの関係に疑問をもち、需要関係を供給関係に対立するものとして区別すべきことを指摘した。

しかし、これらの諸問題に関連して、消費理論が本格的に展開されたのは戦後である。

Ⅲ 戦後における消費理論の展開

最近の20年間において、前節で述べたようなこれまでの消費理論における諸制約を解明するための努力がなされてきた。即ち、数多くの論文が消費者選択の問題に接近するための仮定や原理等について書かれてきた。あるものは効用関数に関する諸問題について再検討しており、あるものは消費者選択の構造解明の基礎を提供するため消費者選択の理論を再び取上げて拡大しようとしており、あるものは短期・長期の両方に関しての消費理論の動態化の方法を研究しており、又あるものは最近における心理学の知識を、消費者需要の短期的変化の分析のためにとり入れている。又計量経済学者は、消費者間の交互作用の問題、消費者行動の変動の問題、そしてかかる消費者行動の時系列的変化に関係する諸要因の変動の問題等を説明するために、モデルや連立方程式を用いての数学的或は統計的接近を試みてきた。

(1) 効用関数に関する諸展開

消費者行動の問題への接近のためのいくつかの原理や仮定を純化するための努力の過程で、効用関数を種々の観点から再検討しようとする試みが行われてきた。

需要函数についての無差別分析や選好分析等の背景にある諸原理の複雑性や有用性についての困難の多い研究に、多くの経済学者が従事してきたのであるが、もしも選好分析が消費者行動理論のすべての主要な考え方の展開に用いられていたならば、しばしば疑問視されてきた効用概念の利用はすでに

やめられていただろう。H. S. Houthakker²⁾によれば、数理経済学者 Uzawa³⁾は、より高度な数学と記号論理を用いて、或程度かかる調和に成功していると述べている。

1930年代における消費理論の中で、若干の経済学者は商品群の存在を認めそれらの差異を考慮して取扱かうことを試みているが、食料とか衣料とかのかたちでの商品グループを区別して効用理論を展開するようなことはなかった。1950年代の後半、R. H. Strotz³⁾とW. M. Gorman⁴⁾は、消費者が予算をたてる実際にもとづいて、主要な商品グループを枝にもつような効用トリリーの考え方を提供した。即ち、消費者の食料に対する予算が、衣料に対する予算から分離して考えるならば、経済理論家は、二つの効用関数を分離しうることを仮定することが出来るとした。換言せば、食料の範囲内での消費者の選択は、衣料の範囲内での選択に影響を与えないということである。この種の問題やそれに関連した問題について、多くの経済学者はより一層の研究をすすめてあるが、かかる形での効用理論の拡大は、より詳細な需要分析のための基礎を提供するために必要であろう。

次に、効用関数の再定義についてふれてみよう。前にものべたごとく、効用理論に関しての主要な単純化は、効用を消費された商品の関数と考える点にあった。かかる見方は、種々の商品のもつそれぞれの性質に多くの注意を払っているマーケティングを研究している人々の商品の見方とはかなり異っていると見えよう。1966年のK. J. Lancaster⁵⁾の論文は、効用関数への新たな接近を試みたものと言えよう。彼は次の二つの仮定から出発する。1) 商品は消費活動へのインプットであり、そのアウトプットは属性である。2) 効用は一群の商品の属性の関数である。このランスカスターの仮説は明らか

2) Houthakker, H.S. "The Present State of Consumption Theory,," *Econometrica*, October 1961.

3) Strotz, R.H. "The Empirical Implications of a Utility Tree,," *Econometrica*, April 1957.

Strotz, R.H. "The Utility Tree-A Correction and Further Appraisal,," *Econometrica*, July 1959.

4) Gorman, W.M. "Separable Utility and Aggregation,," *Econometrica*, July 1959.

Gorman, W.M. "The Empirical Implications of a Utility Tree: A Further Comment,," *Econometrica*, July 1959.

5) Lancaster, K.J. "A New Approach to Consumer Theory,," *J. Pol. Econ.*, April 1966.

に、次のような点で、生産における考え方との類似性を有している。即ち、
a) 消費活動と生産活動、**b) インプットとしての商品と生産要素**、**c) アウトプットとしての属性と生産物**である。ランカスターの考え方は、消費者は彼の総予算の範囲内で、各商品のもつ一連の属性の中から或属性を選択することによって、その商品を選択していると考えられている。そして、かかる選択は、消費者の総予算から導かれうる効用を最大に行われると仮定されているのである。ランカスターの論文では、さらにその理論的展開を深め、適用の可能性等についても言及しているのであるが、彼の理論が一般に容認され実際面に有効に適用される前に、なお克服されなければならぬ多くの困難な問題が存するようである。それらのうち主たるものは、1) 消費者の活動あるいは利用と、選択過程との間に存在する問題の取扱方の不適性 2) アグリゲーションの問題 3) 時間要素の取扱方等である。しかし彼は、1) 選択の過程と利用の過程とは全く同一のものでないこと、2) 消費者は商品を、その属性に基づいて選択するとの経済的認識をもった等の点において革新的であったと言えよう。

(2) 消費者の相互依存関係

消費者の相互関係が意義をもつ経済理論の重要な領域の一つは、所得—消費関係の領域である。絶対所得仮説の妥当性は、所得に対する消費や貯蓄の比率に関する横断面データと時系列データとの間の不斉合性の故に疑はしくなってきた。総貯蓄は1870年以降、所得に対して相対的に安定した比率を維持してきた。かかる実証的データによって、次のような相対所得仮説が提示された。まず1935年～36年の C. P. S. のデータや1941年～42年の戦時中における支出や貯蓄に関するデータに基づいて、D. Brady と R. Friedman⁶⁾が相対所得仮説を提唱した。彼等の結論は、消費は或消費者の所得の彼のグループにおける他の家族の所得や消費に対する関係によって影響されるということである。

相対所得仮説に関する J. S. Duesenberry⁷⁾の考え方は、消費者による現

6) Brady, D. S. and Friedman, R. D. "Savings and Income Distribution," Studies of Income and Wealth, Vol. 10.

7) Duesenberry, J. S. "Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior," Cambridge, Harvard University Press, 1949.

在の支出水準が現在の所得に関連すると同様、彼自身の過去における最高の所得水準と消費水準にも関係するということである。デューゼンベリーの相対所得仮説を理解するために本質的なことは、嗜好や選好が与えられているとする仮定は、各個人の選好が他の人々の実際の購買から独立であることを意味しており、消費者行動の問題の真の理解は、消費パターンの社会的性格を十分に認識することから始められなければならないと述べていることである。彼はさらに、限界効用理論や選好理論は、ある特定の財に対する欲望が何故生ずるか、あるいは何故欲望が変化するか等については何も言っていないとし、選択が相互依存적である場合には、この問題は本質的な問題になると述べている。彼は更に次のように述べつづけている。上級財との接触の頻度は、最初は近隣の人々の消費支出が増加するにつれて増加するものであり、その接触の増加は支出増加への衝撃を はげしくし、支出増加に対する抵抗力を小さくする。その結果、貯蓄から支出したり、信用を用いて支出を増加したりするものである。彼はかかる現象をデモンストレーション効果と呼んだ。

(3) アグリゲーションの問題

経済学者の間では、価格変動や所得変動に対する消費者反応における変動の大きさやからみ合いの存在についての自覚が次第にたかまってきた。即ち同じ現在所得水準をもっていながら、異った家族数・年令構成・住所・雇用形態等の家族の間で、消費された量や支出に差があることである。

L. R. Klein⁸⁾ や H. Theil⁹⁾ は、消費者反応におけるこれらの差異は、所得の大きさによる人口分布における変動と同様、重要な問題をひきおこしていることを指摘した。彼等は、それらの複雑性は、それが対応しているようが対応してはいまいが、巨視的パラメーターはすべての微視的パラメーターに依存しているとの事実から発生するものと考えた。例えば、個別家計の支出が所得と家族数との関数であると考えられている時、所得に対する巨視的パラメーターは、微視的水準での所得と家族数パラメーターの両方に依存すると

8) Klein, L. R. (Editor). "Contributions of Survey Methods to Economics,," New York: Columbia University Press, 1954

9) Theil, H. "Linear Aggregation of Economic Relations,," Amsterdam: North Holland Publishing Company, 1954.

いうことである。時間の変化とともに、微視的パラメーターの相対的重要性は変化するかも知れないし、又巨視的なパラメーターに影響するかも知れないのに、実際は微視的パラメーターが相対的に変らないままであるとされている。又線形性の仮定は、アグリゲーションの過程を単純化するけれども、消費に対する社会経済的諸要因の関係は線型関係でないように思われる。

I. Friend と R. Jones¹⁰⁾ は、個々の家族の行動を合計する過程で発生する複雑な問題を分析するためには、すすんだ計量経済学的方法が必要であるとして、広汎な変数群に対して、消費者の支出や貯蓄の関係を記述するために、種々な定式化を試みている。

(4) 意志決定の過程

経済学者は、しばしば家計を企業活動のような活動をする意志決定組織であるとみている。戦後、多くの研究者は、家計における意志決定過程を研究することに大いに興味をもった。

J. Von Neumann と O. Morgenstern¹¹⁾ は、ゲムの理論を提唱した。それは不確実性を含む決定状態に対し、合理的行動の概念を拡大するための方法を追求する理論である。不幸にも、この理論は二人ゲームの状態（二人で、その和が零かあるいは一定である）には広く適用可能であるが、プレーヤーの間には何等の連絡もないという非常な非現実性と共に、合理性や効用最大に関しての非常に厳密な仮定に基づいている。そして、この理論が、消費者の意志決定に関しての実証的研究に対し有用であることは、まだ証明されなかった。

しかしながら、自然とのゲームに対する理論的接近方法の拡大は、行動の種々の戦略やコースをしらべるために大いに有用性をもたらした。W. J. Baumol¹²⁾ は、適当な決定ルールは、人により又状況によって変らなければ

10) Friend, I and Jones, R. (Editors), "Consumption and Saving. Proceedings of the Conference on Study of Consumer Expenditures, Incomes, and Savings", Vols I and II. Philadelphia: University of Pennsylvania, 1960.

11) Von Neumann, J. and Morgenstern, O. "Theory of Games and Economic Behavior.", Second Edition, London: Oxford University Press, 1947.

12) Baumol, W. J. "Economic Theory and Operations Analysis.", Second Edition, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1965,

ならないとし第一の決定ルールは、決定者は、いくつかの異なる選択のもとで起りうる所の最悪のものを決定し、それら最悪のものの中からさらにその程度の最小のものを選ぶような最大基準ルールである。他の決定ルールはベイズ基準と呼ばれるところのものである。もしも我々が、ある未知の可能性について、その相対的確率に関する情報を全然もたないならば、我々はそれらに対して等確率をわりあてるべきであろう。このような未知の確率を識別する問題である故に、ベイズの操作の一つの変形が、意志決定者の行動あるいは戦略のおよぼす可能な結果であると考えられるところの一組の成果に対し、各客観的な確率を割あてることになる。かくて、各戦略は次のように評価されるだろう。即ち各戦略の可能な成果と、それらの成果をもたらす確率との積和として表わされるだろう。第三の決定ルールは、ミニマックス・リグレット基準と呼ばれるものである。人々はその効用を最大化するよりも、その決定の不利な結果からもたらされるリグレットを最小にすることに、より関心があるかも知れないということである。ここでリグレットとは、その選択から実際に引出される満足と、後で回顧して得られるかも知れない最大可能な満足との間の差を意味している。かくて、ミニマックス・リグレット基準とは、実際の満足と最大可能な満足との間の差異を最小化する行動を選ぶ戦略を称している。

人々がかかると決定ルールを利用する限度は、心理学者により実験的環境の下で既に研究されている。しかし、実際の消費者の意志決定において、消費者により用いられる戦略については殆んど分っていない。その理論的展開は市場政策の決定にとって意義深いところの興味ありかつ創造的な研究の機会を提供していると言えよう。

不確実性を処理するための決定ルールは、固定されかつ既知であるとされている諸組合せと、それらの組合せのもと結果も既知であるとしている古典的消費者行動の理論と比較してみても、全く複雑であるように見える。しかし、我々が、実際の消費者にとっての種々の選択が必要とされており、かつ、それらの結果は一般に確めることが困難であるとの事実を考慮しているところの理論を必要としていることは明らかである。管理科学にたずさわっている研究者は、指定された制限の中で、指定されたインプットとアウトプットの関係を用いて、ある結果を最大化するべく工夫されたいくつかのプ

ロゲラミングを用いた。そのプログラミングの例としては、コストに関する制限・選ばれた消費パターン・種々の栄養素の最小供給量・そして主要食料の指定された栄養内容等の条件の下で、種々の食事等に関して行なった V. E. Smith¹³⁾の研究がある。

最後に、R. H. Strotz¹⁴⁾と G. P. E. Clarkson¹⁵⁾によって提示された消費者行動についての若干の考え方にふれよう。彼等は次のように考えた。まず第一に、各消費者はある与えられた期間に対して、各商品に費されるべき所得の割合を決定しなければならないとしている。次の決定は、商品あるいはサービスを手に入れるために、現金を使うか月払によるかを定めることである。そして第三には、これらの範囲内で、支出からの効用をいかにして最大にするかを決定することである。さらに、クラークソンは、すべての行動からの効用を最大化するという要求は、それらの行動に対する研究が終了した時、指定された基準をより操作的に利用するよう努めるべきであることを示している。第四には、価格や他の重要な変数の将来の行動に関する期待を取扱うことである。最後に、一組の決定過程が、もつれあっている状態を解決するために準備されねばならぬだろう。

(5) 消費理論の動態化

経済学者は、これまでに消費理論の動態化のために種々のアプローチを行ってきた。ここでは、その主要な理論的展開と計量経済学的な努力について述べてみよう。

(i) 効用の時間的最適化

時間を通じての効用最適化の経済理論は、数期間にわたる、購買力を欲望に調整するための信用市場の利用に基づいている。J. M. Henderson と R. E. Quandt¹⁶⁾は、この問題を T 期間（多分生涯）にわたって、n 財に対する彼の消費支出を計画するような契約市場における消費者の貸借のかたち

13) Smith, V. E. "Linear Programming Models for the Determination of Palatable Human Diets.," J. F. E., May 1959.

14) Strotz, R. H. "The Empirical Implications of a Utility Tree", op. cit.

15) Clarkson, G. P. E. "The Theory of Consumer Demand: A Critical Appraisal.," Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1963.

16) Henderson, J. M. and Quandt, R. E. "Micro-economic Theory.," New York: McGraw-Hill Book Company, Inc., 1958.

で包括的に記述している。最初計画する時は、各消費者は彼があたかも自分の嗜好選好がどのように変化してゆくかを知っているかのごとく計画する。もしも彼の嗜好や選好が以前の期待から変化するならば、彼はその計画を変更することができるとしている。彼等は又、消費者が、彼の生涯を通じて各年に得られる収入に関して、ある期待をもっていることを仮定している。契約を維持することに関しての変化は財産を蓄積したり減価したりすることを許し、消費支出を特定の年における欲求に対し調整することを許している。所得の期待額に最初の財産を合計することは、商品やサービスの購入における予算に制限をおいたことになる。彼等は、効用の最大化は各期間において各組の商品間の代替率が、それら商品の割引価格の比に等しくなることを要求しているとの仮定を微分計算を用いて表現している。そして、この問題の最適解は、その全期間での各時期々での総消費支出に対する最適値の選択と、各期間に対して計画された消費支出に対応する最適の商品組合せの選択を決定することとなる。

(ii) 恒常所得仮説

戦後若干の経済学者は、所得—消費関係についての仮説を展開してきたのであるが、より精緻な仮説が M. Friedman¹⁷⁾の恒常所得及び F. Modigliani と A. Ando¹⁸⁾の恒常財産というかたちで提示された。

フリードマンの恒常所得仮説は、次の三組の仮定に基づいている。1) 或期間での消費者の現在の所得も消費支出も、一時的要素と恒常的要素とをもっている。そして、その期間での恒常所得とは、消費者の生涯を通じて期待される財産の生産物であり、期待される収入が割引される割合であると考えられている。2) 第二の仮定は、恒常消費が恒常所得に対して固定比 k をもっているということである。この場合、 k は恒常所得の水準とは独立である。そして消費は、その時期に用いられた商品及びサービスの量で規定される。3) 第三の仮定は、一時的所得と恒常所得は相互に関係がないということである。

17) Friedman, M. "A Theory of the Consumption Function," Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1957.

18) Modigliani, F. and Ando, A. "The 'Permanent Income' and the 'Life Cycle' Hypothesis of Saving Behavior: Comparison and Tests," Vol. II in Friend and Jones (Editors), op. cit.

次にモディリアニイとアンドーの仮説は、恒常所得仮説というよりはむしろ恒常財産仮説といえよう。彼等は、まず次の四つの基本的性質について述べている。1) 家計の生活規模（フリートマンのいう消費の恒常的水準）は、彼等の現在の資源や将来に期待される資源についての、その家族メンバーの認識の仕方によって決定される。2) ある時期での家計による実際の支出は、彼等の生活規模をめぐる任意の風習によって変化するかも知れない。

3) 家計の所得はまた、生活基準とか生活規模が依存しているところの資源の全体の水準に関係している。従って、所得と生活水準とは相互に関連しあっているようである。4) 生活水準の資源水準に対する比率は、資源のすべての水準にわたって同一であると期待されている。ここで資源水準とは、消費者が自己の全生涯を通じて消費のために用いられるべく家族によって期待された資源の総価値である。それは次のように規定される。その期首における家計の純価値の和に、その家計の非財産所得の現価を加え、さらに計画されている遺産の現価を控除したものである。彼等の仮説は、1) 生涯における資源の価値に対する生活規模の比率 2) かかる資源の価値における変化をも考慮して準備された数学式を用いての緻密な公式を含んでいる故に、フリートマンと異った特徴をもっているといえよう。

この二つの恒常所得仮説は、広汎な理論的研究並びに経験的研究に挑戦したものと見えよう。R. Ferber¹⁹⁾は、これらの仮説に対して賛否両様に言及している多くの論文や研究を要約している。

(iii) 過程分析

経済変化の過程や経済動態についての分析は、過程分析・継続分析 (Sequence Analysis) あるいは期間分析 (Period Analysis) とよばれてきた。経済学者は、経済変化の過程における継続的な事項を次のように処理している。即ち或期における事項を、その期の前期とか後期における事項と関連させて分析しており、その問題の大部分は、数学的に表現され処理されるものである。以下の議論は主として W. J. Baumol²⁰⁾に従っている。多くの経済量は連続的に変化しているが故に、その全過程を包括的に研究するための精確な

19) Ferber, R. "Research on Household Behavior," Am. Econ. Rev., March, 1962.

20) Baumol, W. J. "Economic Dynamics," Second Edition, New York: Macmillan Company, 1959.

経済学的取扱としては、すべての時点での各瞬間々におけるフロー量の変化率を利用することが必要である。過程分析では、かかる連続的取扱の複雑性をさげ経済分析をより操作的にするために、そのフロー量を指定された各期間に分割し、次々の時間的変化をあとずける方法をとる。即ち、或一時期における事項を、前の時期における事項と外生変数としての外部条件の変化によって説明しているのである。この問題に対するポーモルの陳述は次のような内容を含んでいる。1) 最初の条件の将来に対しての効果の測定を許し、又独立変数と従属変数との間の特定の関係の測定を許すような定差方程式の形で示された或単純な動態モデルについての議論 2) 微分計算を用いて、変化率一定の仮定に基づく経済変化を研究するための微分方程式体系。ポーモルはさらに線形モデルを巨視的な経済問題（その大部分は消費経済の領域外であるが）に適用する場合に遭遇する困難性を指摘している。

(iv) 社会経済組織の微視的分析モデル

G. H. Orcutt²¹⁾は、他の社会経済学者と共に、国民経済の主要な部門に対する動態的な微視的分析モデルを展開した。微視的關係を合計する場合の未解決の問題を処理するため、彼等のモデルは、個人・家計・企業のような微視的成分からつくられている。これらの単位の活動は、インプット変数・状態変数・アウトプット変数の形で区別されている。そして、これらの諸変数はストック量でもフロー量でもありうるのである。そのモデルの複雑性は、各成分の変数に対して日付を附して区別され、又オペレーティング・キャラクターリスティクスと呼ばれるところの各変数自身の行動関係をもっているという事によって知られるであろう。彼等のモデルの第二のタイプの成分は、一つの決定単位からのアウトプットが、他の決定単位へのインプットとして配分される場合に、それが流通するマーケットである。若干の経済学者が回帰分析によってオペレーティング・キャラクターリスティクスの近似的計測を展開しているが、しかし多くの統計的問題に遭遇し、又そこで得られた結果もとくに満足すべきものではなかったと言われている。

21) Orcutt, G. H. and others. "Microanalysis of Socioeconomic Systems: A Simulation Study." New York: Harper and Brothers, 1961.

Orcutt, G. H. "Microanalytic Models of the United States Economy: Need and Development." Am. Econ. Rev., May 1962.

(V) 消費支出に関する Houthakker-Taylor のモデル

H. S. Houthakker と L. D. Taylor²²⁾ は個人的消費支出に関する計量経済学的な需要分析を行った。彼等は、現在の消費支出が、現在の所得と価格に依存し、又分析されつつある商品の先在する財産に依存するという考え方を、動態モデルに結合して公式化した。即ち、次のような変数を用いて、彼等の操作的な動態モデルを展開している。1) ストック・ハビット係数 (β) 2) 購買力を示すための総支出係数 (r) 3) ストック量の減価率 (δ)。そしてこれらの変数に対して、1) 前年におけるその商品に対する一人当り支出 2) 一人当り総消費支出における前年からの変化 3) 前年における一人当りの総支出額が用いられている。彼等は、当初、耐久財に対して適用していたのであるが、次のような仮定をおいて、さらに非耐久財に拡張していった。その仮定とは、1) 非耐久財にとっては、長期の効果が短期の効果より大である。2) 非耐久財の消費は、耐久財の購入消費の場合よりも、所得変化に依存すること少ないということである。なお、彼等は、この論文の中で84の個人消費支出に関する需要方程式とその計測を行っている。

IV あとがき

以上、戦前における標準的な消費理論の概説と、戦後それらの理論がどのように展開されてきたかを、主として微視的観点に焦点をあわせつつあつてきた。戦後における巨視的な消費理論の展開の問題に関しては他の機会にゆづりたい。紙数の関係もあり、各理論については、いわばそのキイ・アイデアにふれたのみで、それらの理論構造にまで立ち入ることは出来なかった。それらをより深くきわめることは、私の今後の課題でもありと考えている。

この小論は、論文というよりもむしろ、私の今後の消費経済学の研究に関連した一つの覚書である。即ち、実際の消費問題を解明するための諸理論がどのように形成され、又それらの諸理論がどのような問題点を持ち、それらの問題点がどのように解明されてきたかあるいは解明されつつあるか等に関して、私なりの整理を試みたものである。

22) Houthakker, H. S. and Taylor, L. D. "Consumer Demand in the United States, 1929—1970: Analysis and Projections." Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1966.

THE POSTWAR DEVELOPEMENT OF CONSUMPTION ECONOMICS

By
Teichi Kyono

Consumption economics has been evolving from professional works along the following lines; (1) microeconomic theory relating consumer behavior to price, income, and in recent years to other socio-economic factors; (2) macroeconomic theory of market demand in response to price, and of the consumption function in response to income; (3) empirical economic studies; (4) developments in the applied areas of home economics and in marketing; and (5) some sub-areas of the behavioral sciences, especially social psychology and sociology.

In this paper, the standard theories of consumption in the pre-war period and some of their limitations are summarized mainly from the view point of the microeconomic theories, and then the developments of the theories during the last 20 years are reviewed.

As to the standard theories of consumption, first, the theories regarding to price-consumption relationships are treated in: (1) classical theory of consumer choice; (2) the indifference explanation of consumer response to price; and (3) preference approach to consumer behavior. Next, the income-consumption relationships are treated in: (1) Engel's law; (2) indifference analysis of income consumption relationships; and (3) Keynes' consumption function. Third, some problems and limitations of standard theory are briefly discussed on: (1) the concept of a goods; (2) temporal dimension; (3) the process of choice; (4) the isolated characteristics attributed to the consumer; and (5) the standard consumer.

For the pastwar developments of consumption economics, the theoretical and empirical approaches and the axioms developed are discussed as follows: (1) developments related to the utility functions; (2) inter-personal relationships; (3) problems of aggregation; (4) process of decision-making; and (5) economic dynamics. The last subject is treated in: (i) optimization of utility over time; (ii) permanent income hypothesis; (iii) process analysis; (iv) micro-analytic models of socio-economic systems; and (v) the Houthakker-Taylor model of consumption expenditures.