

研究種目：基盤研究（C）
研究期間：2007～2008
課題番号：19530222
研究課題名（和文） 消費における心理的外部効果と地域間経済格差に関する理論的及び実証的研究
研究課題名（英文） Theoretical and empirical research on economic disparities between regions and consumption externalities

研究代表者
岑 智偉（GEN ZHIWEI）
京都産業大学・経済学部・准教授
研究者番号：30340433

研究成果の概要：

本研究は、消費外部性の存在が地域間経済格差にどのような影響を与えるかに関して、理論・実証の両側面から明らかにしようとするものである。理論分析では、輸送費などを考慮し、消費外部性の存在が複数均衡をもたらす可能性を示した。これは、地域間経済格差は、消費外部性が資本蓄積を変更することの結果であることを示唆している。一方、SWB（主観的幸福感）データを用いた実証分析では、東京の消費（もしくは所得）水準の上昇が、他地域の幸福感を低め、幸福感の下がっている地域の人々は、将来への貯蓄よりも現在の消費を重視する傾向にあることを明らかにした。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2007年度	1,800,000	540,000	2,340,000
2008年度	1,700,000	510,000	2,210,000
年度			
年度			
年度			
総計	3,500,000	1,050,000	4,550,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経済学部・応用経済学

キーワード：消費の外部性、地域間格差

1. 研究開始当初の背景

近年、日本社会における「格差の拡大」に関する関心が高まっている。マスコミ等では、「シャッター通り」と称されるような停滞した地方の駅前の商店街と、東京のにぎわいの様子が対比して映しだされるなど、様々な地域間格差（例：所得・教育・医療など）についての議論が多くみられる。こうした状況を確かめるために、全国消費実態調査（総務省）を用いて、年次比較を行ったところ、平成11年度から平成16年度にかけて所得の地域間格差が拡大していることが確認された。所得の地域間格差の要因を、労働生産性・修正就業率・修正労働力率に分解し分析をしているものがある（OECD[2003]、H16年次財政報告）が、これは、所得格差の要因として、生産面、特に雇用面から検討されていることを示しているといえよう。確かに、人々は所得の一部を用い、消費を行うことによって、効用を得るのであるから、所得を決定する要因に対する分析は、地域間格差を論じる際の有用な指標であることは間違いない。しかしながら、所得面からだけではなく、実際にどの程度消費ができるか、という観点からも考えることもできるのではないだろうか。地域間格差を消費面からとらえようとすれば、東京での家賃と地方での家賃が異なるなど、物価水準をも考慮に入れることが必要となる。こうした点も含めると、消費面は、人々の生活実態をより反映している指標であるともいえるのであろう。さらに、消費の決定からは、地域の資本蓄積と与える影響を考える可能性がある。このため、労働面からだけではなく、資本蓄積や需要面からも地域間格差を検討できることになる。これらの点は、所得の地域間格差を考えるとときに検討されてこなかった視点であるといえるであろう。

では、実際に消費格差の実態はどうであろうか。上記のデータに関して、消費格差に注目してみると、流行がよく見られる携帯電話や教養娯楽用耐久財（テレビ・オーディオなど）の消費における地域間格差は急速に縮小していることが分かる（一方で、家事用耐久財の消費格差は拡大している）。この変化の違いについて、マスメディアや急速に発達するインターネットでの情報を通じて都市での流行を知った地方の人々が都市と同様の消費を行おうとするため、都市と地方の地域

間格差が縮小してきたと考えることができるのではないだろうか。

こうしたプロセスを考えると、日本の地域間において消費の外部性が存在する可能性を指摘することができる。（ここで言う消費の外部性とは、人々の消費水準がお互いの効用に影響を与え合うという心理的な外部効果（嫉妬や憧れなど）のことである。）

そして、もし、そうした消費外部性が存在するならば、人々の消費行動を最適な水準から歪めてしまう可能性がある。それは、地域の経済成長や地域間経済格差の動向に影響を与え、結果として今日のような所得の地域間格差をもたらした、ということができるのではないだろうか。

こうした観点から地域間格差を説明することにより、地域間格差縮小へ向けたより効率的な政策提言を行いたい、というのが本研究の開始当初の背景と問題意識である。

2. 研究の目的

上述の問題意識のもとで、本研究は、消費外部性が地域の経済成長及び地域間経済格差の動向に与える影響を理論・実証的に解明することを目的とする。

具体的には、本研究の目的は次の二点である。第一は、消費外部性が地域の経済成長および地域間経済格差の動向に与える影響を理論的に分析することである。そして第二に、日本の地域経済データを用いて、消費の外部性の存在を実証分析により確かめることである。そして、それらの結果から、地域間経済格差の変動とその要因について考察することである。

経済成長と地域間格差の文脈においては、日本の地域間経済格差は（近年、拡大傾向がみられるものの）長期的に収束しているというのが一般的な認識である。しかしながら、その要因について検証すると、基本的な内生的成長理論だけでは十分に解釈できない点が幾つも存在していることが分かる。そこで本研究では、消費外部性と経済成長の関係に着目し、地域間経済格差についての発展的な解釈に取り組む。特に本研究は、他地域の消費を羨む、もしくは他地域に消費を誇示するといったような、地域間での消費外部性に焦点を当てて、消費外部性が経済成長に与える影響について検討する。

消費外部性が存在しているとすると、それは以下のような形で地域経済成長やひいては地域経済格差に影響を及ぼすとの仮説を立てた。まず、もっとも単純な理論的予測は、流行の後追いによる地方での過剰な消費が地方での資本蓄積を歪めることで、地方の経済成長を阻害するという帰結である。このことは、上記のデータでかわるよう、短期的には消費の地域間格差などを縮小させるが、長期的には地域間経済格差の拡大要因になると考えられる。一方で、都市の人々が流行発信者であり続けることを切望するならば、それが都市での資本蓄積を歪めるかもしれない。この場合、地域間経済格差は長期的には縮小するのであろう。こうした影響を考え、消費外部性の存在を確かめるのが第二の目的である。

3. 研究の方法

経済成長に影響を及ぼす外部性についての研究は、Romer(1986)などを端緒に生産部門でのスピルオーバーに着目したものが中心であった。これについては、戦略行動の精緻化 (Shibata[2002]) や地域経済成長の実証分析 (Vaya et al. [2004]) など多岐に渡る発展がなされている。その一方で、消費外部性は、Veblen(1899)の誇示的消費やDuesenberry(1948)の相対的所得仮説などにおいて古くから指摘されてはいたものの、経済成長との関連で研究されることはあまりなかった (Rauscher[1997])。しかしながら最近、Alvarez-Cuadrado *et al.* (2004) などによる外部性の定式化が進められ、様々な想定の下での分析がなされ始められている。翻って国内の研究動向に目を向けてみると、消費外部性と経済成長との関係を扱った研究は、大瀧(1997)や村上(2000)などごく僅かであり、実証分析に至っては生産面での外部性も含めて、ほとんどなされていない状況である。

<理論分析の方法>

理論分析においては、最適成長モデルに消費の外部性を導入した研究 (Carroll *et al.* (1990)など) を基礎として、輸送費 (送料等も含む) などを考慮して拡張した。このモデルを用い、消費外部性が資本蓄積や消費量にどのような変化を及ぼすのか、また、定常状態の安定性などを検討する。

<実証分析の方法>

実証研究の動向に目を向けてみると、生産面での外部性の例も含めて、まだほとんどなされていない状況であるといえる。しかしな

がら、近年注目されている行動経済学の分野では、幸福度の測定が行われており、アンケート調査等により、他人の消費水準と自らの消費水準の比較が、個人の幸福感を左右する重要な要因のひとつであることが指摘されている (筒井[2005])。

実証分析においては、Subjective Well-Being (SWB: 主観的幸福感) などのデータを用いて、日本の地域間における消費外部性の存在を検証する。このため、Random utility model を用いて生活の満足度に関して他人の影響を受ける変数 (被説明変数: SWB と自殺率) の効果を推定する。その際、日本の Leading 都市である東京での消費行動が、他地域にどのような影響を与えるのか、ということに注目する。なお、本研究で自殺率を用いるのは、Jealousy の究極的な形、すなわち、不効用が最大になった場合、人々は自殺という選択をするであろうということ考えたためである。

説明変数としては、私的財消費量 (直接効用アプローチ)、所得や価格 (間接効用アプローチ)、政府支出、公的資本ストックを用いる。

(データセット)

SWB に関するデータは、内閣府による the annual survey of public opinion regarding quality of life に示されているものを使用する。自殺率は、県の志望者数のうち、自殺が原因で死亡した割合として表示される。これらのデータは、厚生労働省から発行されている人口動態統計を用いる。

(推定方法)

本研究では、地域のパネルデータを用いる。推定方法として、データの性質により、Beck and Katz (1995) を考慮しつつ、OLS 推定法と、panel-corrected standard errors (PCSEs) を用いる。

4. 研究成果

<理論分析の結果>

先行研究では、代表的家計モデルでは、均衡において経済の平均的消費行動と個々の消費者の行動が乖離しないため、消費の外部性の存在は、量的な変化を及ぼすのみであり、質的な変化 (経済の運動経路や定常状態の変化) を生じさせることは少ないことが示されている。したがって、定常状態の変化を考えるために、労働供給の内生化

(Turnovsky[2005]) や、時間選好率の内生化などを同時に行うことが試みられている。

本研究では、こうした一連の研究を踏まえ、地域間格差を説明する要因の一つとして、消費の外部性が存在する代表的家計モデルを基礎としてモデル構築を試みた。

その際、地方の人々が財を手に入れるためには、送料などを負担していることを考慮に入れることとした。これは、例えば、次のようなことを想定している。地方にいる人が都会で流行っている衣料などを手に入れる場合には、その地へ出向かなければならない。その際には、交通費が都会に住む人々よりも多くかかるのであろう。また、都会へ出向くことが困難な場合、インターネットや通信販売等を利用してそれらの商品を購入すれば、やはり送料がかかる。こうしたことから、地方に住む人が都会で流行している商品を手にしようとすれば、都会の人よりも高価となってしまうのである。

最適成長モデルの枠組みの中で、こうした点を考慮すれば、消費の外部性の存在が、複数均衡をもたらす可能性があることが示された。すなわち、過剰消費になって、資本蓄積が阻害される均衡と、過剰貯蓄となり、消費が過少となる均衡が存在することを明らかにすることができたのである。これは、消費の外部性が量的効果のみならず、質的効果を持つことを示唆している。

人々を過剰消費に向かわせる均衡の場合、地方の資本蓄積が阻害されることを意味している。このメカニズムによって、消費の外部性は、地域間格差を生み出す一つの要因であると指摘することができる。

<実証分析の結果>

本研究では、行動経済学の分野の Subjective Well-Being (SWB: 主観的幸福感) データを用いて、日本の地域間における消費外部性の存在を検証した。分析結果から、特に東京の消費（もしくは所得）水準の上昇が、他地域の幸福感を低めることが明らかにされた。また、そのようにして幸福感の下がっている地域の人々は、将来への貯蓄よりも現在の消費を重視する傾向にあることも確認された。こうした日本の地域間における消費外部性の検証は、既存研究にはあまり見られず、今後は他の都市部からの影響を加味するなど、さらなる拡張が望まれる。

本研究の理論・実証において得られた分析結果に基づいて、日本での地域間再分配政策のあり方についても検討していくことが、残された課題であろう。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計 1件)

- ① Kota Sugahara, Zhiwei Cen and Junko Doi(2008). “Are they keeping up with Tokyo? An empirical analysis of consumption externalities between regions of Japan.” Graduate School of Economics Kyoto Sangyo University, DISCUSSION PAPER SERIES, No. 2008 - 04, 1-26. (査読無)

[学会発表] (計 1件)

- ① Kota Sugahara, Zhiwei Cen and Junko Doi(2008). “Are they keeping up with Tokyo? An empirical analysis of consumption externalities between regions of Japan.” the 37th Australian Conference of Economists, (2008)

6. 研究組織

(1) 研究代表者

岑 智偉 (CEN ZHIWEI)
京都産業大学・経済学部・准教授
研究者番号：30340433

(2) 研究分担者

(3) 連携研究者

菅原 宏太 (SUGAHARA KOTA)
京都産業大学・経済学部・准教授
研究者番号：90367946

土居 潤子 (DOI JUNKO)
関西大学・経済学部・准教授
研究者番号：00367947