

ミクロ経済学入門

—インセンティブと市場経済—

丹野忠晋

2005年4月19日(2)

1 水とダイヤモンド

次の問題を考えてみましょう。

問題 1 次の財のうちどちらの方が値段(100g 当たり)が高いでしょうか？

1. 水
2. ダイヤモンド

もう一度繰り返しますが、経済の諸問題は、利用可能な資源の**希少性**から発生しています。希少とはまれで少ないことを意味します。希少性 (scarcity) を前提とすることを経済学では**フリーランチの不可能性**(タダ飯お断り)と呼ぶことがあります¹。つまり、ある物を食べるには他の何かを犠牲にしなければならない。これが経済学の出発点です。水とダイヤモンドの価格の違いは誰でも指摘することができます。しかし、これから勉強する経済学を学ぶことによってより深くその違いを理解でき事になるでしょう。

2 経済学の考え方

世の中には様々な財やサービスがあります。経済学では商品や物品のことを**財** (good) と総称することがしばしばあります。その各の財の特徴を個別に詳しく経済学では調べることはしません。その代わり取引される様々な財に共通する特徴を引き出して、その特徴を持っている財の集まりを分析します。そのような財が様々な経済主体の間でどのような基準で**交換** (exchange) されるのか、あるいは交換された結果、どのような帰結をもたらすかに経済学

¹テキスト p.8.

の興味があります。それゆえ、抽象的な議論も多いのですが、様々な経済現象に当てはまる一般的な法則を導き出すことが可能となります。

経済学を勉強することは現実に直接役立つ知識を直ぐさま提供してくれません。しかしながら、様々な現象の裏に潜む共通の性質を学ぶことによってより深い経済現象の洞察を深めることができます。そうであってもまだまだ皆さんは現実の経済をそれほど知ってはいないと思いますので、現実の経済の例を交えながら講義を行っていきます。

経済学で用いられる分析手法の中で様々な**モデル** (model) を用いています²。モデルは、ファッションモデルやプラモデルのモデルです。女性のモデルさんは女の美を体現した人と言えなくもありません。そのような美を抽象化した仮想的な状況を考えます。プラモデルも現物の何分の一かのミニチュアです。戦艦大和の現物を大きくて扱いに困りますが、そのプラモデルによって大和の形状をより良く観察する事が可能になります。

3 経済学の基本的な見方

経済学の基本的な見方は以下のように簡潔にまとめることができます。

すべての経済現象は個人の選択とその相互作用から生まれる。個人は自ら期待する利益・便益と費用を良く考えてもっとも望ましい行動を取る。

経済学は経済的な選択に関する学問です。そのような人々の選択が絡み合っ
て経済現象がもたらされるのです。そのような絡み合いを相互作用と言いま
すが、その主な舞台が**市場** (market) です。また、経済学の基盤となる事
実は資源の希少性です。物が自分の望みを叶えるほど多くはないので、人
々は何とかやりくりする。別の言い方をすると節約をします。節約するに
は利益をできるだけ多くして、費用をできるだけ少なくする必要があります。
それゆえ、経済学では**便益** (benefit) と**費用** (cost) はもっとも基礎的な概念です。

4 基本的競争モデル

モデルを用いて経済学は現実をシンプルに捉えます。もっとも重要なモデルである基本的競争モデルを紹介しましょう。

経済学で分析する**市場** (market, しじょう) とは、具体的な財が取引される市場 (いちば) だけではなく様々な経済主体が直接的または間接的に様々な形態で行われる取引の場所全体を表します³。

²テキスト P.7.

³テキスト P.5.

クルマ、DVDプレイヤー、ラジオなど世の中には色々な財があります。けれども、そのどれもが生産物としての特徴を持っています。あなたのお父さんの仕事やあなたのアルバイトなど様々な労働がありますが、これもひとくくりの労働として捉えてみましょう。住宅ローンや自動車ローンなどの借金をして物を買うことを多くの人々が行っています。それと同じように企業は大きな工場や機械設備を設置するためにお金を借ります。お金の借り貸しの市場としての取引も現代の経済では大きな役割を担っています。

基本的競争モデルではこうした大雑把な枠組みである重要な3つの市場⁴である**生産物市場**、**労働市場**、**資本市場**に焦点を絞ります。

経済主体と市場の関係は次の表で表されます。家計とは1つの家族のように所得を得て消費をするような1つのまとまった生活単位を表します。ここで

経済主体	家計	企業
生産物市場	買い手	売り手
労働市場	売り手	買い手
資本市場	貸し手	借り手

表 1: 基本的競争モデルの経済主体

注意しなければならないのは資本 Capital は2つの意味があることです。

1. 投資資金のような多額のお金
2. 機械設備

実際には資本市場で直接取引を行うのではなくて、銀行のような金融仲介者が仲を持つことが多いのが実態です。それでもあたかも1つの市場があると想定します。生産物市場では生産物価格、労働市場では賃金、資本市場では利子率が各々の市場での**価格** (price) になっています。

5 プライステーカーの仮定

例えばお米を作っている農家を想像してください。個々の農家の取引量と日本全体のお米の消費量を比較するとある農家のお米の生産量は高が知れています。またみなさんの一年間のお米の消費量も日本全体から比べるとほんの小さな部分です。けれども、様々な経済主体の選択—米を作るか買うか—が集まってそれが経済全体の動きの基礎になっていることは確かです。

初歩の経済学では価格の役割を主に調べるために次のような大胆な仮定をおきます⁵。市場では

⁴テキスト P.6 図序-1.

⁵p.9.

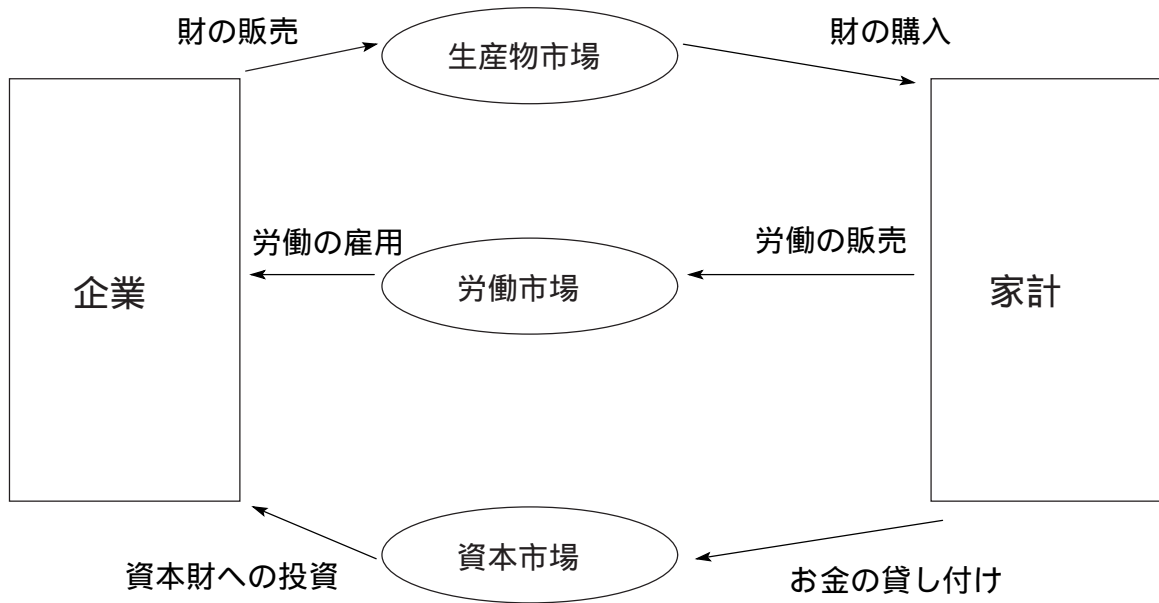


図 1: 基本的競争市場

1. 多数の買い手と売り手が存在する
2. すべての人々が同じ財を売ったり買ったりしている
3. 製品差別化がない

日本の自動車産業は、トヨタ、日産等の少数の自動車メーカーの競争から成り立っています。経済学はそのような状況も分析しますが、最初のステップとして1の数多くの売り手と買い手がいる競争を研究します。

また、現実の財はトヨタが販売するクルマと日産が販売するクルマでは異なっていますが、初歩の経済学ではこのような状況ではなくお米農家は同じお米を作っている2のケースを取り扱います。その結果、企業の作る財のデザインや機能による違いである製品差別化がない3が成り立っている市場を分析します。

このような3つの条件が成り立つ市場においては

すべての経済主体は市場価格に影響を及ぼすことはできない

ことが分かるでしょう。お米農家が増産しても日本のお米の生産量には微々たる影響しか与えません。またあなたがダイエットを止めてお米を一杯食べ始めたとしても市場価格には何の変化も見られないことはすぐ感得できるでしょう。

このような市場を**完全競争市場**と言います。私たちは主にこの完全競争市場を勉強していきます。

価格に影響を与えることの出来ない経済主体を**価格受容者**あるいは**プライス・テイカー**とよびます。現代の主要な産業は完全競争を満たしていません。けれども、完全競争から導き出される多くの教訓は完全競争ではない経済にもあてはまるのが良くあります⁶。

6 インセンティブと情報

複雑な経済が上手く機能する鍵は何でしょうか？人々が真面目に働くためのインセンティブが市場メカニズムに備わっているだろうか？そのための情報は適切に与えられるだろうか？このような問題は経済学にとってとても重要です。

インセンティブ問題は どうやって人々を真面目に働かせるかということに関わっています。**インセンティブ** (incentive) は経済学ではカタカナでそのままインセンティブと言うことが多い⁷。大辞林を引くと

1. 誘因。目標を達成するための刺激。
2. 売り上げ報奨金。

とあります。2番目の売上報奨金とは会社の目標利益をクリアした人に特別の報奨金を与えてセールスマンの努力を引き出すことを意味します。売り上げ増加に貢献するのは個々の労働者や経営者です。政府や社長が個々のセールスマンの努力を測ることができないので、政府や社長が無理矢理目的を押し付けることはできません。しかし、賞品を与えるなど工夫を凝らしてこの目的を達成することができます。その工夫がインセンティブです。

正確な定義では**インセンティブ**とは誘因、動機づけや刺激を意味します⁸。

人々が真面目に働くための正しいインセンティブを提供することはもっとも基本的な経済問題です。我々が分析する市場経済は次のような性質を持ちます：

1. **価格システム**により費用と便益が分かる。
2. **所有権**が付随した私有財産により**利潤**は自分のものになる。

価格という情報を見ることにより自分の費用と便益がはっきりと分かります。その価格情報を用いて経済活動を行った結果の利益 = 利潤は自分のものになります。これで人々は真面目に働いて自分の好きな物やサービスを購入して自分の生活の質を高めようと思うでしょう。

経済が効率性を発揮するための前提条件をもう少し詳しくリストしてみると

⁶そのメリットはもっとたくさん経済学を勉強すると分かります。今はそんなものなんだと納得してください。

⁷p.10.

⁸p.10.

1. 価格システム
2. 所有権が付随した私有財産
3. 職業選択の自由
4. 移動の自由

となります。日本でこうした条件が整えられたのは明治維新からです。
昔の人はこのインセンティブメカニズムを色々な表現で表しています。

「私人の悪徳は公共の利益」(マンデヴィル『蜂の寓話』1714年)
市場経済では企業が私欲に徹すればするほど社会全体が公共の利益に浴する。

経済学の創始者アダムスミスもこう言っています。

「神の見えざる手」(アダム・スミス『国富論』1776年)
我々が自分の食事を取るのは、肉屋や酒屋やパン屋の博愛心によるのではなく、彼ら自身の利害関心に対する彼らの関心によるのである。

問題2 資源の所有権がなければどうなるだろうか？昔北海道ではニシンが捨てるほど良く捕れたが今はほとんど捕れない。これは漁民のインセンティブからどう説明できるだろうか？

7 機会費用

夏休みのある一日にテレビを見ながらボケっと過ごすことと定期テストの前日に一日テレビを見て何もやらないことは同じでしょうか？

経済学では直接的な支出である見かけ上の費用と区別して実質的な費用を中心に考えます。経済学で出てくる費用概念は日常用いられている「費用」とはすこし違います。

あることの**機会費用**(opportunity cost)とは、それを達成するために諦めた物の中で最大の価値を指します⁹。

これは分かりにくいかもしれませんが、例を用いて説明します。

たとえば、映画を見ることの費用は何でしょうか？ある映画の鑑賞券の価格が1千5百円であるとき、その映画を見ることの費用は、厳密には1千5百円を他の用途に用いたときに得られるもののうち最大のものとなります。例

⁹p.14.

えば、本を買うとか今川焼きを15個買うとか。また、この映画の鑑賞に2時間の時間がかかるのであれば、その2時間の機会費用、すなわちその2時間を他の用途に用いたときに得られる最大のものも費用に加えなければなりません。例えば、家でゴロゴロしているとか、コンサートに行くとかを想定できると思います。

もう1つ例を挙げるならば、あるスカートの価格が1万円であるとき、そのスカートを買うことの費用は、厳密には1万円を他の用途に振り向けたときに得られるもののうちもっとも高価なものとなります。さらに、このスカートの購入のためにお店までの道のりが1時間かかるのであれば、その1時間の機会費用、すなわちその1時間を他の用途に用いたときに得られるもっとも高価なものも費用に加えなければなりません。

これから学ぶ費用はすべて機会費用の考え方に基づいていることに注意してください。

8 サンクコスト

経済学における費用の中には、一般の人が費用とは考えていないものも含まれる一方で、逆に一般の人が費用であると考えているものが含まない場合があります。

先の映画の例で一旦お金を払って映画を見たときにとってもつまらなく感じました。これからすべて見ても感動的などんでん返しはありそうもありません。しかし、映画館の入り口で千五百円を支払ってしまいました。これをもったいたないと思いつけて見るべきでしょうか？それとも途中で退出してもチケット代は返却されないのもっと楽しいことに自分の時間を費やすべきでしょうか？

サンクコスト (sunk cost), 埋没費用の概念がそれを解く鍵となります¹⁰。

サンクコストとは、現在どのような選択がなされようとも回収することが不可能である過去における支出です。

合理的な決定者は、すでに支出が行われてしまい、どのような選択をしようかと回収することが不可能なので、選択を行う際にサンクコストを無視します。つまり映画のチケット代はサンクコストです。ですから映画を見続けても止めても返済されないなのでその費用は無視して考えるべきなのです。

問題3 あなたは新座ドリームランドに彼とデートに行きました。しかし、それは期待外れでまったく面白くありませんでした。退屈な事は彼も同意していますが、「せっかく入場料を支払ったのだからもったいない。面白くないけどもっと見よう」と主張します。あなたはどのように彼を説得すればよいのでしょうか。

¹⁰p.15 と p.255.