

顕示選好の歪みと指数理論

岡 部 純 一

目次

1. 序論
2. 顕示選好の歪みの統計的現象形態
3. 顕示選好の歪みとは何か
4. 結論

1. 序 論

これまで近代経済学の実証分析で最も注目を集めた価値尺度は不変効用指数であったといえよう。消費者の効用水準を不変に保つ貨幣所得を尺度に、経済世界のさまざまな事物の価値を計測しようという構想は近代経済学の価値論における中心問題の一つであり、おびただしい数の研究者の関心を惹きつけてきた。そのため、20世紀の指数理論史を振り返ると、不変効用指数は消費者の「物価指数」に近い指数であるかのように展開されてきた。だが、このことは、よく考えてみると非常に奇妙なことであり、驚くべきことであったといわなければならない。なぜなら A. センも主張しているように、効用水準という概念は、実証分析では非常に複雑な問題をかかえており、このような一面的な取り扱いには許されないはずだからである¹⁾。

両大戦間期に、A. A. コーニユス、G. ハーバラー、R. フリッシュ、P. A. サミュエルソンらをはじめとする同時代の多くの理論家は、当時、統計指標としてまだ不十分であった消費者の物価指数を消費者選択理論によって基礎づけようと情熱を傾けた。彼らの努力が、当時の近代経済学の価格・効用理論の要請を背景にしていたという経緯は指数理論史の多くの研究がすでに明らかにしているところである。その後、彼らが基礎付けた指数理論の枠組みはそのまま権威を保ち、今日でも細部に及ぶ研究が続いているほどである。

ところが消費者選択理論による消費者物価指数の理論化は事実上すでにほとんど破綻しているといわなければならない。なぜなら不変の効用水準を維持するためのマーケット・バスケットの費用は、価格変動だけでなく、消費構造の変容に伴う様々な要因によって変動する。それを消費者選択理論によって評価することは容易なことではないからである。固定マーケット・バスケット法で構成された現存の消費者物価指数はあくまで物価指数であり、生計費変動の一面しか計測していない。それをあえて不変効用指数を近似する指数として説明するのはあまりにも生活実感から遊離した企てといえる。そのため、今日の統計実務家は消費者物価指数に注釈を加え、この指数が世帯の消費構造を一定にしてこれに要する費用が物価の変動によってど

1) A. Sen, *The Standard of Living*, 1985.

う変化するかを表す指数であって、消費構造の変化に伴う世帯の生計費の変化を測定する指数ではないと宣言して誤解を避けようとしているのである²⁾。このような注釈は消費者選択理論が指数論議に持ち込んだ混乱がいかに大きなものであったかを物語っているといえよう。そのため、R. ストーンのように、「実践的見地からすると、効用といった共通の特性との関連で商品総計を測定することも順序づけることさえも、実際には不可能であろう」と主張する論者まで現れているのである³⁾。

消費者選択理論が実際の指数論議において不変効用指数と物価指数との区別を曖昧にして事実上破綻してしまった根本的な理由は何だろうか。その理由を単純に定式化するのが本稿の目的である。以下に見るように、消費者選択理論が実証分析の場面で何が論証可能で何が論証不可能かについて最も洗練した形で表現できるのは、顕示選好理論の論理である。そこで本稿では、顕示選好理論の論理を援用し、消費者選択理論による指数理論の限界を単純に定式化する。消費者選択理論による指数理論の破綻を本稿で単純に論証しておくことによって、この理論をのりこえる方向性もまた見えてくると思われる。

2. 顕示選好の歪みの統計的現象形態

2-1)

両大戦間期に登場した A. A. コーニユス, G. ハーバラー, R. フリッシュ, P. A. サミュエルソンの指数理論研究は、消費者選択理論に依拠した、それまでにない新しい研究動向（以下では「消費者選択指数理論」と呼ぶ）のはじまりであった。彼ら是不変効用指数 C の近似として消費者物価指数 P を定式化した。消費者物価指数 P は各世帯類型ごとに次のように定式化された。

$$C = \frac{E_1}{E_0} \div P \quad (\text{ただし } E_1 \text{ は } E_0 \text{ と等価})$$

ここで「等価」(equivalent) とは両方の貨幣所得 E が、当該消費者にとって同一の効用水準を保証するという意味である⁴⁾。貯蓄は消費構造に重大な影響をもたらすが、問題を単純化するために便宜上、貨幣所得はすべて消費し尽くされると仮定される⁵⁾。消費選択は世帯別に異なるか

2) 総務庁統計局『消費者物価指数年報』2001年。現在、総務省統計局は「消費者物価指数は、世帯の消費構造(バスケット)を定め、これに要する費用が物価の変動によってどう変化するかを指数で表すことにより、全国の消費者が購入する各種の財及びサービスの価格の平均的な変動を時系列で測定するものである。したがって、世帯が購入する財とサービスの種類、品質又は購入数量の変化に伴う世帯の生計費の変化を測定するものではない」と説明している。前掲書、447頁。ただし総務庁統計局はマーケット・バスケットのことを「消費構造」と呼んでいるが、本稿でこれから「消費構造」と呼ぶ場合、消費様式を規定する消費者の欲求と消費者の諸状況のことをさす。

3) R. Stone, *Quality and Price Indexes in National Accounts*, 1956, p14. ストーンはそのかわりに「種々の経済部門あるいは経済全体にとっての中心的傾向の尺度を提供するため、現実の価格と数量の運動とその組み合わせの測定というより控えめな仕事に集中する必要がある」(R. Stone, *op. cit.*, p14) と主張している。

4) 消費者選択理論を主観価値説の理論としてその「主観性」を主要な問題点として取り上げ批判する議論もある。そのような図式による消費者選択理論批判として、内海庫一郎、「物価指数論における客観価値説と主観価値説」、『国民経済』、5巻5号、1950年がある。だが、一般に生活の福祉水準を比較するために、主観的な価値評価を完全に排除することは不可能である。消費者選択理論の基本問題はむしろ主観的な価値評価の仕方それ自体にある。そのことを示すのが本稿の課題である。

5) 例えば G. Haberler, *Der Sinn der Indexzahlen*, 1927, S. 77-78.

ら、指数は原則として個々の消費者世帯毎に全く別々に規定されるが、同一類型世帯については平均世帯も想定しうる⁶⁾。

R. フリッシュは、消費者選択指数理論を無差別曲線論によって定式化し、完成させたといわれている⁷⁾。彼は異なる価格体系の下で等価な貨幣所得を、同一無差別曲線上に2方向から接する2つの予算制約線によって、「関数論的」といえる精緻な体系で表現したからである。

物価指数論の見地からすれば、物価指数を消費者の選択行為から理論化する彼らの研究は、たとえ多くの問題を孕んでいたとはいえ、消費者の消費生活に密着した物価指数の必要性和意義を新しくうったえた理論活動であり、その限りで一定の歴史的意義を認めなければならない⁸⁾。それまで物価指数といえば卸売物価指数が中心であり、消費者物価指数は当時未完成であった⁹⁾。理論界でも S. ジェボンス¹⁰⁾や I. フィッシャー¹¹⁾の物価指数論のように一般物価指数の追求が中心問題であり、消費者の物価指数という生活に密着した特殊な物価指数の独自性を重視する考え方は物価指数論の主流ではなかったのである。消費者の物価指数あるいは勤労者の物価指数をどのように構成するかという問題は、その後、今日までに様々な議論があるが、物価指数を論じることは本稿の課題ではない。

本稿でこれから問題にするのは、彼らが不変効用指数と消費者物価指数という全く異質の指数を、当時、混同させたまま議論していたという点である。両大戦間期には、消費者の物価指数はしばしば生計費指数 (cost of living index) と呼ばれていた。ところが、不変効用指数概念は生計費指数概念ときわめて近い概念であった。実際、コーニウスは不変効用指数を「真の生計費指数」(истинный индекс стоимости жизни) と呼んでいたのである¹²⁾。E. エンゲル以来、生計費には人間生活の「包括的で困難な課題」が表現されていると考えられている¹³⁾。しか

6) したがって、本稿の考察は、徹底した方法論的個人主義による、個人指数 (Individual Index) を起点にミクロな指数論を展開した G. ハーバラーと、さしあたり同じ地平に立つ G. Haberler, a. a. O., S. 70-77. 参照。それゆえ本稿で展開する消費データの解釈法は、今日の文脈では、個々の消費者世帯毎のパネル形式のマイクロデータをどう解釈するかという問題と密接に関わってくる。なお、A. C. ピグーは経済的厚生を考察するとき、典型人 (representative man) を想定している。「この典型人の状況は、集団の状況を象徴することができる。ちょうど、あるシステムの重心が、そのシステム全体を象徴できるのと同様である。」(A. C. Pigou, *Wealth and Welfare*, 1921, p. 41) だが、本稿の考察はそのような典型人を想定していない。

7) R. Frisch, "Annual Survey of General Economic Theory: The Problem of Index Numbers," *Econometrica*, vol. 4, 1936.

8) 岡部純一「物価指数論から物価指標体系論へ」『統計学』第56号, 経済統計学会, 1989年。

9) 岡部純一「消費者物価指数の両義性——生計費指数と物価指数」*Discussion Paper Series B No. 2*, Faculty of Economics, Hokkaido University, 1990.

10) S. Jevons, *Investigations in Currency and Finance*, 1884.

11) I. Fisher, *The Purchasing Power of Money*, 1911.

12) A. A. Конюс, Проблема истинного индекса стоимости жизни, *Экономический Бюллетень Конъюнктурного Института*, 1924, No. 9-10, translated by J. Bronfenbrenner: Konüs, "The Problem of the True Index of the Cost of Living", *Econometrica*, vol. 7, no. 1, 1938. 近年では, K. S. パナジーが消費者物価指数を "cost of living index number" と呼んでいる。K. S. Banerjee, *Cost of Living Index Numbers Practice, Precision, and Theory*, 1975, New York.

13) 「人間の生活費 (Lebenskosten des Menschen) という数語をもって異常に包括的で困難な課題がいろいろ表されているのである。まことに人間の肉体的及び精神的資質においてのみならず、彼の生活する社会的ならびに政治的雰囲気によってもまた甚しく異なるものであり、そうして、この差異は必然的に生活費の上にも転嫁される」E. Engel, *Die Lebenskosten belgischer Arbeiter-familien fruher und jetzt. Ermittelt aus Familien-Haushaltrechnungen und vergleichend zusammengestellt von Dr. Ernst Engel*, 1895, S. 1. 森戸辰男訳, E. エンゲル, 『ベルギー労働者家族の生活費』(大原社会問題研究所編, 統計学古典選集第5巻), 1968年, 15頁。

も当時、生計費指数はしばしば賃金調整のために利用されていたので一層注目を集めていた。したがって不変効用指数と消費者物価指数との概念上の区別は、単に理論界内部の論争に止まらず、指数利用者や統計家を巻き込んだ広範な論争と関わりを持っていた。

当時、生計費指数は、消費者一般ではなく労働者階級という特定の人口階層を対象とする指数であると考えられていた¹⁴⁾。だが消費者物価指数と生計費指数の相違は対象とする人口階層の違いだけではなく、当時、生計費指数は生活水準を一定に維持するために必要な生計費の変動を計測する指数であり、物価指数とは異質の指数であるという通念が非常に根強くはたらいっていたのである。第二次世界大戦の戦時体制下アメリカで労働統計局と労働団体の間で空前のスケールで巻き起こった生計費指数論争は生計費指数が物価指数であるか否かをめぐる大論争であった¹⁵⁾。当時、労働統計局の要請で生計費指数を批評したアメリカ統計協会特別委員会（通称ミルズ委員会）の論点整理によると、生計費は i) 価格変動、ii) (戦時下の諸条件のもとでの) 生活様式の強制された変化、iii) 生活水準の上昇をもたらす所得増大、という3つの異なる要因によって変動するが、この論争の最大の焦点は、要因 i) を計測すべき物価指数と、要因 i)・ii) を計測すべき生計費指数との概念的違いであったという¹⁶⁾。

両大戦間期の論争は、第二次世界大戦後も尾を引くことになる。アメリカ生計費指数論争の結果、労働統計局は、最終的に生計費指数を消費者物価指数 (consumer's price index) と名称変更し、その基本性格を、生計費変動における価格変動のみを測定する物価指数（「生計物価指数」〔cost-of-living price index〕）と規定して批判回避した。この性格規定はILO 第6回国際労働統計家会議(1947年)を通して国際的にも普及していった¹⁷⁾。ところが消費者選択指数理論が、戦時アメリカ生計費指数論争の後にも、再び不変効用指数と消費者物価指数を混同させて議論したというのは驚くべきことであるといわねばならない。というのは、1950年代末に、シカゴ大学のG. J. ステイグラーを委員長とするアメリカ物価統計検討委員会が消費者選択指数理論に基づいて、アメリカ労働統計局の消費者物価指数が固定マーケット・バスケット法で構成されていることを批判し、「不変効用指数 (constant-utility index)」として消費者物価指数を再構築するよう勧告しているからである¹⁸⁾。すなわち議論は別の形で復活したのである。た

14) J. M. Keynes, *A Treatise on Money, The Pure Theory of Money*, 1930, p. 57. 小泉明・長澤惟恭訳『貨幣論I』（ケインズ全集第5巻）、1979年、65頁。

15) Special Committee of the American Statistical Association, An appraisal of the U. S. Bureau of Labor Statistics cost of living index, *Journal of the American Statistical Association*, vol. 38, no. 224, Dec. 1943. 松村一隆、「戦時アメリカにおける指数論争」『研究所報』法政大学日本統計研究所No. 2, 1977年。

16) Special Committee of the American Statistical Association, op. cit., p. 389.

17) 労働大臣官房労働統計調査部, [I.L.O. 国際労働統計家会議, 決議集, 第1-10回] 1964, 41頁。I.L.O. 国際労働統計家会議が生計費指数をはじめ取り上げたのは第2回会議(1925)においてである。同会議で生計費指数は「労働者の生活標準 (standard of living) を不変に維持する費用の変動を測定する原理」(I.L.O., The Second International Conference of Labour Statisticians, *Studies and Reports, Series N* [Statistics], No. 8, 1925, p. 8) に基くと規定されていた。ただし「生活標準」については、生活水準を意味するものではないという注釈がわざわざ付加されており、現実の家計実態に基づく固定マーケット・バスケットがイメージされていたようである。岩井浩は、第6回会議で登場する「生計物価指数」概念が、実は第2回会議で「生計費指数」という呼称で議論されていた指数の実際の内容を「相対的にリアルに表現したもの」とであると指摘している。岩井浩「消費者物価指数の対象反映性—労働力の価値形態と消費者物価指数—」『関西大学経済論集』第25巻第2・3・4号, 1975年, 229頁。

18) U. S. Government Price Statistics, *Hearings before the Subcommittee on Economic Statistics of the Joint Economic Committee, Congress of the United States*, 1961. このレポートへの論評は、岩井、前掲書、参照。

だし、戦時下アメリカの生計費指数論争では戦時下の生活様式の強制された変化が問題にされ、消費者物価指数による必要生計費の過小評価が批判されたのに対して、スティグララーのアメリカ物価統計検討委員会は、消費者の消費対象に生じる品質変化を中心とする福祉水準の向上が強調され、消費者物価指数による必要生計費の過大評価が批判されたのである。だが、労働統計局の物価統計検討委員会に対する反批判において指摘されていたように、消費者選択理論に基づく膨大な著作があるなかで、消費者に等しい効用を与えるマーケット・バスケットを構成する「現実に実行可能な計画」¹⁹⁾が未だかつて存在したことがなかったのである。

不変効用指数と消費者物価指数の違いが決定的に表れてくる生計費の変動要因は、ミルズ委員会の指摘を待つまでもなく、消費構造の変動という要因である。すなわち消費構造の変動によって効用水準を不変に保つために必要とされる生計費が変動した場合、その変動要因は価格変動とは別の要因であり、また、効用水準をシフトさせる所得変動とも別の変動要因である。ここで消費構造の変動とは、消費者の欲求や消費者の状況が変化することによって消費様式が変化することである。消費者選択指数理論の問題点はまさにこの消費構造の変動という要因を、直接対象にする論理構成になっていないことである。

以下では、まず顕示選好理論の論理を援用して、消費者選択理論の有効性とその限界を確認する。消費構造の変動という要因を考えると、歪んだ顕示選好というべき現象に注目しなければならなくなる。このことをまず論証しよう。

2-2)

R. G. D. アレンは、消費者選択指数理論のサーベイ論文のなかで、フリッシュが「この問題に関して論ずべきことをほとんど論じ尽くしたため、その上さらに重要なことが論じられるということはそれ以後ほとんどなかった」と主張している。「議論の重点は価格調査の実際的側面や実務上の統計的問題に移った」というわけである²⁰⁾。

しかし、伝統的に消費者選択指数理論は、不変の効用水準を市場購入データのみ依存して解釈するという点に第一の特徴がある²¹⁾。無差別図表上の諸変数のなかで直接実証可能な変数は予算制約以外は価格と数量だけである。無差別曲線そのものの形状を直接計測するための情報は実際には得られない。以下で見るように、消費構造に変化が起こった場合、無差別曲線は、市場購入データに対して仮説的に無数の解釈を与える。だが、どの解釈が妥当かどうかをチェックあるいは反証するのは価格と数量データだけであるというのが消費者選択指数理論の実際である。

ところが、フリッシュが無差別図によって指数論を定義した直後、P. A. サミュエルソンは、無差別図なしに消費者選択理論の多くの定理（例えば需要曲線の性質等）を証明するアプローチを提唱した²²⁾。このアプローチはフリッシュらの無差別曲線アプローチをさらに一步洗練させ、消費者選択指数理論が事実上立脚している情報的基礎に正確に対応した最小限の命題体系で指数理論を要約し直した。諸定理は顕示選好に関する、最小限の反証可能な公理、すなわち、顕示選好の弱公理から演繹された。その公理とは、Aがある予算制約下でBよりも顕示的に選好されるならば、Bが、A、Bともに購入可能な別の予算制約下でAよりも顕示的に選好される

19) 岩井、前掲書、238頁。

20) R. G. D. Allen, "Price Index Numbers", *Review of International Statistical Institute*, vol.31, no.3, 1963.

21) A. Sen, *Commodities and Capabilities*, 1987, p.26. 鈴木興太郎訳、A. セン『福祉の経済学』1988年、59頁。

22) P. A. Samuelson, "A Note on the Pure Theory of Consumer's Behaviour" *Economica*, Aug. 1938.

ことはありえないという公理である。この公理は、Aの消費（例えば、医療費目に重点的に支出された特定の消費）が、Bの消費（例えば、教育サービス費目に重点的に支出された特定の消費）よりも、高価なものにもし選好されたとすれば、Bの消費がAの消費よりも高価なものに選好されるということはあり得ないという判断を一般的に定式化したものである。以下で考察するように、価格と数量データのみを使って顕示選好の弱公理は反証できる。それに対して無差別曲線の形状のほとんどは、価格と数量データのみでは反証できない。フリッシュ以前の先駆的な理論家、例えばA. A. コーニユスやG. ハーバラー²³⁾らは、無差別図を使わずにサミュエルソンと類似の公理を立てて初期の消費者選択指数理論を導出している。ただし、彼らの公理はまだ最小限のものではなかった。Samuelsonによる顕示選好説アプローチは、消費者選択指数理論が実証分析の場面で、価格と数量データの範囲で、何が論証できて何が論証できないのかを単純明確に語っている点で優れている。われわれは顕示選好理論の公理とその限界さえ追求すれば、消費者選択指数理論の実証場面での限界を単純に定式化できるのである。

2-3)

我々はさしあたり顕示選好説と同一の土俵の上に立って、消費者選択指数理論が事実上、財とサービスに関する価格と数量データ以外のいかなるデータも利用できないという統計的限界に立脚しているという現実から出発することにしよう。それは、観察を受ける消費者の外部に立ち、市場購入データを介してのみ交流する、政策策定者や統計官僚、その他研究者等の専門的観察者についてしばしばいえることである。こうしたデータは消費者選択行動の事後的属性だけを、しかもその限られた属性だけを代表している。だから、我々は、消費者選択の事前の動機や諸状況を十分問題にできないという前提から論証を始めなければならないことになる。

このように限られた情報的基礎に制約されているため、消費者選択指数理論は、消費者選択についてさらに次のような仮定を暫定的に設けている。第一に、価格変動以外の消費構造の変化を不変と仮定する。消費者は、一貫した選好基準に従って選択すると仮定される。これが、消費者選択指数理論の第一の仮定である。したがって消費者選択指数理論は、この仮定によって、消費構造の変化への直接的な考慮をいったん避け、消費構造の変化を彼らが主題と考えている考察範囲の外部におく。それゆえ、消費者選択指数理論は消費構造の変動という要因を、直接対象にする論理構成になっていない。

また、観察者はなんらかの基準がない限り、消費者選択の主観的価値を解釈することも、評価することもできない。観察の基準を立てるために、観察者は価値判断を排除できない。ところが、ハーバラーが強調しているように、「自己の内的経験から他人の態度を類推することが常に許されるわけではない。」そこで、観察者は、彼らの価値判断を最小限に押さえなければならない。そのため観察者は次の前提を受け入れなければならないとされる。すなわち、「経済人が選好するものを理論はより高度な実質所得と称するのである。」²⁴⁾これは、観察者が消費者選択を消費者自身にとって最適なものと想定せざるを得ないということを含意している。ここで最適な選択とは所与の条件下で同一の支出で最も高度な効用水準を達成する選択を含意している。これが、消費者選択指数理論の第二の仮定である。かくして、観察者は観察を受ける消費者の側で為された主観的価値付けを選択結果から間接的に推定し、観察を受ける消費者は、彼の選択を観察者に向けて最適なものとして提示すると仮定される。それゆえ、消費者選択がや

23) G. Haberler, *Der Sinn der Indexzahlen*, 1927, S. 92-96.

24) a. a. O., S. 83.

むをえざるものであるのか、それとも自由な選択意志によるものかという区別については、いったん彼らが主題と考えている考察範囲の外部におかれ、全て自由な選択意志によるものかのように単純化される。

このように、消費者が常に一貫した選好基準で最適な選択を顕示するという仮定が消費者選択指数理論の共通の基本前提なのである。サミュエルソン自身は、この基本前提を明示的には示していないが、顕示選好の弱公理はこの基本前提の上に立ってはじめて説得力を持つのである。

2-4)

次に、時点0と時点1の価格表をそれぞれ価格ベクトル $P_0 = (p_0', p_0'', \dots, p_0^n)$, $P_1 = (p_1', p_1'', \dots, p_1^n)$ とし、ある消費者が両時点で選択した数量をそれぞれ数量ベクトル $Q_0 = (q_0', q_0'', \dots, q_0^n)$, $Q_1 = (q_1', q_1'', \dots, q_1^n)$ とすると(一方の時点にしか存在しない商品は、価格と数量をそれぞれ便宜上、0と表示することとする)、この消費者の両時点での支出額は、それぞれ $P_0 \cdot Q_0$ 及び $P_1 \cdot Q_1$ となる。この消費者の時点1における選択 Q_1 が、もし仮に $P_1 \cdot Q_1 \geq P_1 \cdot Q_0$ を満たすとするれば、この消費者が Q_1 を選択したのは、 Q_0 を選択できないからではなく、 Q_0 より Q_1 を選好したからといえる。なぜなら、この消費者は費用 $P_1 \cdot Q_1$ を以ってすれば Q_0 を選択できたのにもかかわらず、 Q_1 を選択したことになるからである。そこで、この消費者が、商品に対する絶えず一貫した、しかも最適な選択を顕示しているという先の基本前提(消費者選択指数理論の第一・第二仮定)を受け入れるならば、価格データと数量データのみから、 Q_1 は Q_0 より選好されていると評価することができる。かくして、時点1において費用 $P_1 \cdot Q_1$ で得られる効用水準は、時点1において支出額 $P_1 \cdot Q_0$ で得られる効用水準より高水準である。それはまた、時点0に費用 $P_0 \cdot Q_0$ で得られる効用水準より大きいことになる。逆に、もし仮に $P_1 \cdot Q_1 < P_1 \cdot Q_0$ であっても、 Q_0 が Q_1 より常に選好されるとは限らない。なぜなら、 Q_0 は時点1に現実に選択されたわけではないから、時点1で Q_0 が最適な選択とは仮定できないからである。騰貴した財の消費量を減少させ、下落した財の消費量を増加させるなどの支出構成の合理化によって、時点1において安価で最適な選択 Q_1 が、高価または同額だが最適でない Q_0 よりも選好されるかもしれないからである。ただし、 Q_0 と等価でかつ最適な Q_1 は、 $P_1 \cdot Q_1 \geq P_1 \cdot Q_0$ を満たさず、それゆえ $P_1 \cdot Q_1 < P_1 \cdot Q_0$ を満たすということとはできる。両辺を $P_0 \cdot Q_0$ で割ると、 $\frac{P_1 \cdot Q_1}{P_0 \cdot Q_0} < \frac{P_1 \cdot Q_0}{P_0 \cdot Q_0}$ が導ける。右辺はラスパイレズ型物価指数(以下、 λ と表示)である。同様にして、以上の記号0, 1を入れ換えると、この消費者の時点0の選択 Q_0 は、 $P_0 \cdot Q_0 \geq P_0 \cdot Q_1$ を満たせば、 Q_1 より選好されていると判断できること、及び Q_1 と等価で最適な Q_0 が $P_0 \cdot Q_0 < P_0 \cdot Q_1$ 、あるいは(両辺で $P_1 \cdot Q_1 = P_1 \cdot Q_1$ を割ると) $\frac{P_1 \cdot Q_1}{P_0 \cdot Q_0} > \frac{P_1 \cdot Q_1}{P_0 \cdot Q_1}$ を満たすことが論証できる。右辺はパーシェ型物価指数(以下、 π と表示)である。

上の結論を交差させると、両時点での消費者の現実の選択は次のいずれかのケースに必ずあてはまることになる；

- (i) $P_1 \cdot Q_1 \geq P_1 \cdot Q_0$ かつ $P_0 \cdot Q_0 < P_0 \cdot Q_1$
- (ii) $P_1 \cdot Q_1 < P_1 \cdot Q_0$ かつ $P_0 \cdot Q_0 \geq P_0 \cdot Q_1$
- (iii) $P_1 \cdot Q_1 < P_1 \cdot Q_0$ かつ $P_0 \cdot Q_0 < P_0 \cdot Q_1$
- (iv) $P_1 \cdot Q_1 \geq P_1 \cdot Q_0$ かつ $P_0 \cdot Q_0 \geq P_0 \cdot Q_1$

ケース(i)と(ii)では、消費者が一貫した選好基準で最適な選択をしていると仮定すると、

少なくとも両時点に関する限り、 Q_0 と Q_1 は互いに不等価であると解釈することができる。すなわち、ケース(i)の場合は Q_1 が Q_0 より選好され高度な効用水準を実現し、ケース(ii)の場合は Q_0 が Q_1 より選好され高度な効用水準を実現していると解釈することができる。

ケース(iii)では、消費者が一貫した選好基準で最適な選択をしていると仮定すると、少なくとも Q_0 は Q_1 より選好されていないし、また、少なくとも Q_1 は Q_0 より選好されていないと解釈することができる。したがって、もし、 Q_0 と Q_1 が共に最適で、かつ互いに等価な選択であるとすれば、消費者選択はこのケースに属するということになる。

最後にケース(iv)は、時点0に Q_0 より安価なのに選好されなかったはずの Q_1 が、時点1に Q_0 より高価なのに選択され、時点1で Q_1 より安価なのに選好された Q_0 が、時点0で Q_1 より高価なのに選択されていたというケースである。この場合、消費者は価格以外の要因つまり消費構造の変化に反応した可能性が高い。このケースでは、価格と数量データのみから顕示選好の矛盾が証明される。なぜなら、このケースでは、 Q_1 が Q_0 より選好され、かつ Q_0 が Q_1 より選好されたという論理矛盾が顕在化したことになるからである。ケース(iv)は、例えば、医療費目を重点的に支出した支出構成が、教育サービス費目に重点的に支出された時点0の実際の支出構成よりも時点0では安価であるのに選好されなかったのに、時点1になると、前者の支出構成が後者の支出構成よりも高価になったにもかかわらず選好されるなどの矛盾した関係を指している。ハーバラーはケース(iv)を、ドイツ人労働者のイギリスでの消費とイギリス人労働者のドイツでの消費にたとえて考察し、このようなケースが生ずるのは「彼らが等しい欲求を持っていないか、あるいは他の事情が異なっているのか、そのいずれかである」と説明している²⁵⁾。

両時点の消費者が同一人物である限り、彼の選択は価格変動以外のその他の要因によって変更されたか、あるいはかれが最適な選択をしなくなったか、そのいずれか一方でなければならない。すなわち、先の例で、消費者が時点1であえて医療品目に多く消費するのは、消費者が消費構造の変容、例えば医療システムや彼の健康状態の変化などに能動的あるいは受動的に反応したと考えなければならない。消費者選択指数理論の多くの論者のうち、このケース(iv)に注目したのはこの指数理論の創設期の論者ハーバラーだけである。ハーバラーはこのケースについて「実際にはほとんど現実のものとなる可能性は少ないが、それにもかかわらずそれについて論じておかなければならない。なぜなら、このケースがもたらす興味深い錯綜を説明することによって、問題の全貌についての理解が一層促されるからである」(傍点阿部)²⁶⁾と強調している。しかし、その後、ケース(iv)を注目し、それを理論的に検討した指数理論家はほとんど見あたらない。

消費者選択が、このケース(iv)に相当するよう統計的形態を露呈させたとき、それを顕示選好の歪みと呼ぶことにしよう。顕示選好に歪みが表れた場合、前述した消費者選択指数理論の2つの仮定、つまり基本前提が成り立たなくなる。すなわち、情報の不完全性や単なる選択ミスがないとするならば、消費構造が変化したと考えなければならなくなる。

(i)~(iv)の不等式は、それぞれ次のように書き換えられる。

$$(i) \quad \frac{P_1 Q_1}{P_0 Q_0} \geq \lambda \quad \text{かつ} \quad \frac{P_1 Q_1}{P_0 Q_0} > \pi$$

$$(ii) \quad \frac{P_1 Q_1}{P_0 Q_0} < \lambda \quad \text{かつ} \quad \frac{P_1 Q_1}{P_0 Q_0} \leq \pi$$

25) G. Haberler, *Der Sinn der Indexzahlen*, 1927, a. a. O., S. 94-96.

26) a. a. O., S. 94.

$$(iii) \quad \pi < \frac{P_1 Q_1}{P_0 Q_0} < \lambda$$

$$(iv) \quad \lambda \leq \frac{P_1 Q_1}{P_0 Q_0} \leq \pi$$

ケース(i)と(ii)の不等式によって、われわれは、所得効果の影響下にある消費者選択を識別することができる²⁷⁾。これらのケースでは、 $P_0 Q_0$ と $P_1 Q_1$ が等価でないということが論証される。

消費構造の変化がないとき、 $P_0 Q_0$ と $P_1 Q_1$ がもし等価である場合には、そのような消費者選択はケース(iii)に属すると判断することができる。したがって不変効用指数 $C [C = \frac{E_1}{E_0} (E_1 \text{は } E_0 \text{と等価})]$ は、パーシェ型物価指数を下限とし、ラスパイレス型物価指数を上限とする範囲に挟まれたどこの値をとると判断することができる。すなわち $\pi < C < \lambda$ という関係にあると判断することができる。我々は、各人口階層から $\pi < \frac{P_1 Q_1}{P_0 Q_0} < \lambda$ を満たす家計を抽出することができる。

消費者選択指数論が導出した統計的に反証可能な命題は、まさにこの命題に尽きるといっても過言ではない。消費者物価指数が不変効用指数を近似し、また不変効用指数が消費者物価指数を近似すると考えられているのはまさにこの $\pi < C < \lambda$ という命題のためである。

ところが、ケース(iv)は $\pi < C < \lambda$ という命題が決定的に否定されるケースである。顕示選好の弱公理とは、まさにこのケース(iv)が起こりえないという公理であると言い換えてよい。実際、消費者選択指数理論の基本前提(さきの2つの仮定)が成り立ち、かつ、情報の不完全性や単なる選択ミスがないとするならば、このような論理矛盾したケースはありえない。だが、消費構造が変化すれば、このようなケースが現実化してくることは全く否定できない。そこで、ケース(iv)は、顕示選好の矛盾が、顕在化したケースということが出来る。すなわち、顕示選好の矛盾は $\lambda \leq \frac{P_1 Q_1}{P_0 Q_0} \leq \pi$ によって発見される。このような統計的チェックを、ラスパイレス

パーシェチェックと呼ぶとしよう。我々はこのケースにおいて顕示選好の歪みの統計的現象形態を見いだすことになる。もしこのチェックが選好の矛盾を顕在化させるならば、基本前提は明白に反証され、その顕示選好理論の公理的判断は疑わしくなる。少なくとも、消費者選択の歪みが、このような形で顕在化する場合、不変効用指数 C は、価格変動とは別の消費構造の変化に反応して変動しなければならないから、消費者物価指数 P とは異質の指数となる。

以上の結論は、例えば食料品指数や教育サービス指数等々の費目別指数にも部分的に当てはまる。ただし、その場合は、それ以外の財・サービスとの特定の代替関係を考慮しなければならない。

3. 顕示選好の歪みとは何か——スイングする無差別曲線

3-1)

それでは、前述のケース(iv)は何を含意しているのだろうか？ すなわち顕示選好の歪みとは何だろうか？

まず、我々は、以上の諸ケースを n 次元の数量空間で示すことができる。図-Aは $n=2$ 、つまり2次元空間で2商品について図示したものである。図-Aは、定点 Q_0 に対する Q_1 の存在領域の位置関係を通して上の諸命題の関係を図示したものである。ここで、 P_0, P_1, Q_0 を定数ベク

27) Конюс, указ. соч. стр. 68. Kontis *op. cit.*, p. 20.

トル、 Q_1 を変数ベクトルとする。先の4つのケース(i)~(iv)は、 $P_1Q_1 = P_1Q_0$ と $P_0Q_0 = P_0Q_1$ という2本の直線で分割される4つの領域で表される。価格データと数量データのみで依拠する限り、 $P_1Q_1 \geq P_1Q_0$ かつ $P_0Q_0 \geq P_0Q_1$ で画される領域(ケース(iv))以外の、残りの領域に属する Q_1 は、「異常」な顕示選好と見なされることはない。 Q_0 を通る無差別曲線を I_0, I_0' とすると、 Q_0 が最適な選択であることは、 I_0, I_0' が $P_0Q_0 = P_0Q_1$ と接することを以て表現される。同様に、図-Aの記号0, 1を入れ換えると、定点 Q_1 に対する Q_0 位置関係を通して上の4ケースの関係が図示できる。

ケース(iv)は、 Q_1 が、 $P_1Q_1 \geq P_1Q_0$ かつ $P_0Q_0 \geq P_0Q_1$ で画される領域にあるケース、例えば $Q_1 \star$ (定数とする)のような位置にあるケースである。無差別曲線を原点に向かって凸で、互いに交わらない曲線群と仮定すると、同一無差別図で、 $Q_1 \star$ を通り、 $P_1Q_1 = P_1Q_1 \star$ と接する無差別曲線を I_0, I_0' と交わらずに引くのは不可能である。もちろん $Q_1 \star$ において直線 $P_1Q_1 = P_1Q_1 \star$ に原点側から接する、凹型の無差別曲線等を想定することもできるが、それでは数理的意味以外に実質の意味がなくなってしまう。これは、まさに無差別曲線の限界に他ならない。前節で無差別曲線を使わずに導出したケース(iv)は、そもそも無差別図からは導出がむずかしい問題領域といえる。

3-2)

消費者選択指数理論はケース(iv)のような顕示選好の歪みに直面した場合、情報の不完全性や単なる選択ミスがない限り、みずから立脚する基本前提(2つの仮定)の崩壊を察知することになる。ところが消費者選択指数理論の理解もそこまでである。この理論は顕示選好の歪みによって、みずから立脚する基本前提が何らかの理由で成り立たなくなったということを理解するだけで、その状況がいかなる内容かそれ以上解釈を深めることができない。これがこの理論の限界である。なぜなら、消費者選択指数理論は前述の2つの仮定のうち、いずれの仮定がなぜ無効になったのか、そのことを統計的に実証することはおろか理論的に推論することすらできないからである。

例えば、顕示選好の歪みを、あえて無差別曲線によって説明しようとする、両立困難な2通りの状況解釈が成り立ってしまう。すなわち、

《状況I》両時点間で、価格以外に消費構造もシフトしたとことに伴い、消費者の選好基準も変わり、無差別図が変形し、2財の代替関係が変わったため、 $Q_1 \star$ が最適な点となったと解釈される。それゆえ、 $Q_1 \star$ を通る無差別曲線 I_1, I_1' は I_0, I_0' と交わりと想定される(図A参照)。

《状況II》両時点間で、価格以外に消費構造もシフトしたが、消費者の選好基準は変わらず予算制約線 $P_1Q_1 = P_1Q_1 \star$ 上で、最適な点が、実は $Q_1 \star \star$ であるのに最適でない $Q_1 \star$ が選択されたと解釈される。それゆえ、 $Q_1 \star$ を通る無差別曲線 I_2, I_2' は、 $P_1Q_1 = P_1Q_1 \star$ と接しないで交わりと想定される(図-A参照)。

《状況I》のように、消費者が選択を Q_0 から $Q_1 \star$ にシフトさせると同時に自己の選好基準を変更させたという事態は、その消費者が自由な選択意志によってみずから進んで新しい消費構造を選択したという状況を意味している。これを能動的自由選択と呼ぶことにしよう。それに対して、《状況II》のように、消費者が自己の選択基準を変更していないのに、最適ではない $Q_1 \star$ を選択しているという事態は、その消費者が新しい消費構造に対してやむをえざる対応として受動的に対応しているという状況を意味している。これを受動的選択と呼ぶことにしよう。

《状況II》はケインズが早くから「不可避的状況(unavoidable circumstances)」と呼んで注

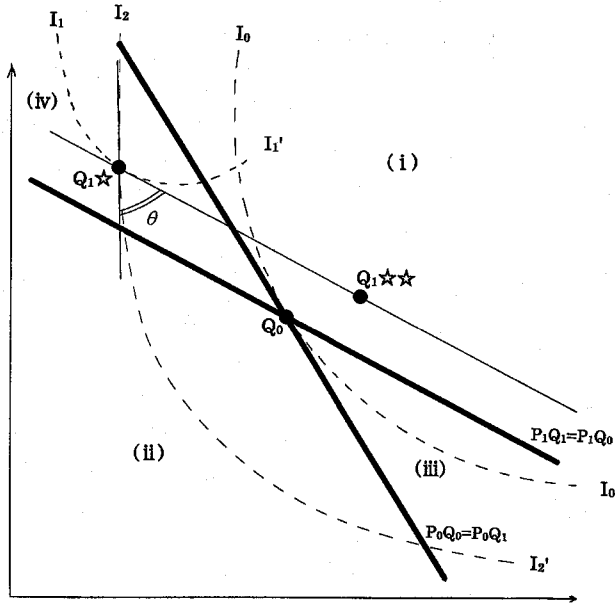


図-A

目していた状況のことである²⁸⁾。このような状況下にある消費者の選択を自由選択と拡大解釈してしまうと、そもそも消費者選択理論の自由概念が何たるかが疑わしくなるであろう。

また、《状況Ⅰ》と《状況Ⅱ》の間には、A. センが問題にしているように、消費者が「往々にして厳しい現実への妥協を含んで」²⁹⁾、自己の選択を事後的に合理化するという事態が問題になる。

ケース(iv)で顕在化する歪みはこの2つの状況のいずれか一方に属する。この2つの状況は消費者選択指数理論の基本前提をなす2つの仮定、つまり、消費者選択が一貫し(第一の仮定)かつ最適である(第二の仮定)という両仮定にそれぞれ対応している。ここで消費者は、非最適な選択をせずして一貫した選好基準を保てないし、一貫性を欠く選択をせずして最適な選択ができない。したがって、この二つの仮定は両立困難である。消費者選択指数理論はケース(iv)で顕示される歪みが、前述の2つの状況、すなわち《状況Ⅰ》と《状況Ⅱ》のいずれの状況に相当するのか、統計的にも理論的にも一義的に解釈できないのである。

そのため、消費者選択指数理論にとって顕示選好の歪みの意味するところはどっちつかずのアンビバレントなものとなる。この理論は、例えば、時点0に安価であったのに選好されなかった医療費目に重点を置いた支出構成が、時点1に高価になったにもかかわらず選好され、顕示選好の歪みが生じた場合、それが最適か非最適かについて判定できない。彼は、それを何らかの事情で受動的に選択した(《状況Ⅱ》)かもしれないのにこのような状況を判断する情報も理論もないのである。もし彼が何らかの困難を避けるために受動的に選択したとすると、医療費に重点を置いた消費支出はいわば不変の効用水準を維持するための不可避的支出として解釈しなければならなくなる。このように新しい消費選択が《状況Ⅰ》と《状況Ⅱ》のいずれに相

28) J. M. Keynes, "Note and Memoranda," *Economic Journal*, 1908, p. 473.

29) A. Sen, *op. cit.*, p. 15. 訳書, 35頁。

当するかを判断することは、不変の効用水準を維持する費用を評定するために重要なことである。だが、消費者選択理論のアプローチでは、それを一義的に判断することができないのである。

このような場合、消費者選択理論から見れば、 $Q_1\star$ を通る無差別曲線の接線は、図-Aのように $P_1Q_1 = P_1Q_1\star$ と角度 θ の振幅でスイング (swing) して——ぶらぶら揺れて——解釈が定まらない。もし選択をした当の消費者も自分が《状況 I》にあるのか《状況 II》にあるのか、自己了解が定まらずアンビバレントに揺れているとするならば、スイングは現に経験されていることになる。このように消費者が無差別曲線のスイングを想定できるような選択行為を経験しているとき、その消費者は疎外 (alienation) 状態³⁰⁾にあるということができよう。このようなアンビバレントな状況がもし実在するならば、そのことはその消費者の生活にとって重大な関心事となるはずである。なぜなら自己の選択を評価できずにアンビバレントな状況にいる人は、彼の生活で解決すべき課題に直面している人に他ならないからである。

ところで、消費者選択の歪みは、たとえケース (iv) のように統計的に顕在化しなくても、ケース (i), (ii), (iii) の統計形態にも潜在的に隠されている可能性がある。これを選好の潜在的な歪みと呼ぶことにしよう。例えば、統計的形態からいって図-Aの点 $Q_1\star$ が Q_0 より顕示的に選好されているように現象していても、その実、点 $Q_1\star$ を通る無差別曲線のうち、 I_0, I_0' または $P_1Q_1 = P_1Q_1\star$ (定数変数) と交わる曲線は無数に想定することができるからである。同様なことは、ケース (ii), (iii) についてもいえる。かくして消費者選択は、ケース (iv) のみでなく他のケースにおいても潜在的に歪んでいる可能性がある。このような選好の潜在的な歪みが意味するところもまた、《状況 I》であるか《状況 II》であるかアンビバレントである。いうまでもなくラスパイレース-パーシェ-チェックによる統計的チェックでは選好の隠された歪みをチェックできない。それゆえ、統計的現象形態からは、原理的にいって選好の部分的歪みしかチェックできないことになる。

このように消費者選択指数理論は自ら立脚する基本前提から逸脱した、選好の歪み現象に関して、統計的に顕在化した特殊なケース (ケース (iv)) についてただ部分的に察知することができるだけである。しかも選好の歪み現象の意味に踏み込んでゆく、理論的枠組みも情報的基礎も持ち合わせていない。そのため、歪んだ選好が、能動的自由選択か、受動的選択か、そのいずれに相当するかについて理解を得ることができない。

とくに受動的な消費選択は、不変効用指数を構成しようとするときある「微妙な問題」を引き起こす。というのは受動的な消費選択がもし存在すれば、ケインズが、不可避的状況下の「慣行的支出 (conventional expenditure)」と呼んで問題にした支出をどのように評価し、それを不変効用指数にどのように算入できるのかという、非常に難しい問題が浮上してくるからである³¹⁾。すなわち「それらの支出は、効用をもたらすことはほとんどなく、ただ非効用を避けようとする場合」にのみ必要とされる支出である。

3-3)

消費者の選好の歪みを解釈するためには、第一に、消費構造の変化を総合的に検討しなければならない。そのためには市場購入データ (とくに価格と数量データ) だけではなく消費構造

30) 別の文脈で K. マルクスは、自己に属していない「疎遠な活動」を「自己疎外」(Selbstfremdung) と概念規定して非常に重視した。消費者の能動的自由選択が実は受動的選択であるという事態は、選択行為の自己疎外の一形態と拡大解釈することができる。K. Marx, *Ökonomisch-philosophische Manuskripte, MEGA II-2*, S. 239. 城塚登, 田中吉六訳, K. マルクス『経済学・哲学草稿』1964年, 93頁。

についてのデータが必要である。その意味で、消費者選択指数理論の情動的基礎は不変効用指数を論議するにはあまりにも狭すぎる。価格と数量以外の変数を用いて消費対象の品質変化を計量する技術として、いわゆるヘドニック・アプローチ (hedonic approach) の開発も試みられているが、このアプローチは技術的限界があるばかりでなく、原理的な困難を抱えている。というのは、消費者生活の品質評価においては、究極的には消費者の主観的評価に依存せざるをえない部分が残る。ところが、このアプローチもまた、この主観的評価を規定する品質以外の消費様式や欲求等の変動要因を直接問題にできない。そのため、こうした変動要因が品質に対する消費者の最適な選択にどのような歪みをもたらすと解釈するべきかという新たな課題が再生産されることになる。それゆえ、Z. グリリカスは、「新しい品質変化が、人々の好みをうまく変更させる広告宣伝を伴って導入される場合、さらにやっかいな問題が生じることになる」と認めている³²⁾。したがって消費構造を問題にするためには、消費対象の品質変化に対する情報だけでなく、消費者の欲求や状況など消費構造の全容に関する総合的な情報が必要になってくる。A. センが福祉の評価に際して使用するデータとして「市場における購入データ」以外に「アンケートへの回答」、「個人の状況に関する非市場的な観察」へと情動的基礎を拡張しようとしたのはもっともなことといわなければならない³³⁾。

第二に、歪んだ選好が、能動的自由選択によるものか、それとも受動的選択によるものかを理解するという難問は、究極的には観察者と観察を受ける消費者という関係だけでは解決できない。消費選択の評価は、消費者の選択結果に関するデータによってだけでなく、彼自身に直接語ってもらうことによって評価する以外ない。このアプローチは、観察を受ける消費者達の、観察・評価制度への参加という問題を提起する。観察者が被観察者の選択動機に価値判断を下すべきではないとして、被観察者が選択したものを常に最適であると仮定する消費者選択指数理論の態度は、一見謙虚な態度にみえるが、実は受動的選択を能動的自由選択と取り違えるというとんでもない誤解に向かう危険をはらんでいるのである。

3-4)

統計史を振り返ると、我々は、受動的な消費選択をめぐる幾つかの論争があったことがわかる。すでに述べた第二次世界大戦の戦時体制下のアメリカで起こった生計費指数論争では³⁴⁾、「生活様式の強制的シフト」の扱いをめぐる公衆の前で交わされたはじめての大論争であっ

31) J. M. Keynes, *A Treatise on Money, The Pure Theory of Money*, 1930, p. 91. 訳書, 103頁。"Note and Memoranda," *Economic Journal*, 1908, p. 473. ケインズは『貨幣論』(1930)の段階で「時間的あるいは場所的に相互にあまり隔たっていない社会の間では、…(中略)…消費の構成や、嗜好および環境の変化から生ずる問題が決定的に重大でない」(Keynes, *A Treatise on Money*, p. 107)として不変効用指数による購買力比較の有効性のある程度認めていたが、『一般理論』(1936)の段階になると「一般物価水準という概念には周知の、しかし除くことのできない曖昧な要素がきららかにつきまとっている…(中略)…これらの諸困難はまさしく『解き難い難問』とみなさるべきものである。」「したがって、これら諸概念が単に正確さを欠くばかりではなく不必要なものであると結論することは当然である。」と主張するまでに至っている。ケインズは、『一般理論』において価値尺度として不変効用指数を採用せずに、「賃金単位」(wage-unit)という尺度、すなわち、1労働時間当たりの貨幣賃金を基準とした価値尺度を採用するようになるのである。J. M. Keynes, *The General Theory of Employment, Interest and Money*, 1936, pp. 39-41. 塩野谷祐一訳, ケインズ『雇用・利子および貨幣の一般理論』(ケインズ全集第7巻)1938年, 38-42頁。

32) Z. Griliches, *Price Indexes and Quality Changes*, 1971, p. 548.

33) A. Sen, *op. cit.*, p. 26. 訳書, 59頁。

34) Special Committee of the American Statistical Association, *op. cit.*, pp. 398.

た。生活様式の強制的シフトとは、戦時体制下のアメリカで、第一に、物不足や、物価統制へのリアクションから、消費財やサービス、住宅の品質が低下したこと、第二に、たとえば家族が別居し妻や子供や退職者がしばしば働いたため、環境が変化したこと、そして第三に、戦争による大衆心理的インパクトが発生したこと等、であった。これら生活様式のシフトは、消費者にとって不可避的であった。彼らの選択は状況IIに当てはまる。それゆえ労働者代表はそうしたシフトを生計費指数に反映するよう要求したのである。そして、以上の非難を避けるためにアメリカ労働統計局は、「生計費指数」を断念して「消費者物価指数 (CPI)」と改名し、この指数が不変効用指数ではなく物価指数にすぎないと宣言するに至ったのである。

アメリカ生計費指数論争は戦時体制下という非常に特殊な状況下での論争であったが、平時にも受動的な消費選択が問題になったことがある。例えば、東京都生計費指数問題研究会（会長、三瀧信邦、当時筑波大学教授）が、1970年代後半に、「必要生計費指数」(index number of necessary cost of living) と称する指数の開発を準備したことがある。この指数は「具体的には例えば、通勤距離の増大による交通費増、進行する環境悪化に対する換気、防塵、防音装置等の必要費用、新種の健康破壊、疾病に対する医療、薬品費用の増大、…(中略)…また成長期の子供をもつ特定世帯グループについていえば、子供の成長に伴う食費、教育費などの増大」等の反映を目指していた³⁵⁾。この研究グループは、事実上、受動的な消費選択を生活水準を維持するために必要な選択と解釈していたことになる。だが、研究は1980年に中止させられ、未完成に終わっている。

こうした不可避的支出は、戦時体制や都市化の波の中で個人の選択を超えたパブリックな生活諸条件に強制されている。一方、大衆消費社会では広告宣伝やデモンストレーション効果によって消費者の新しい選択が最適化するよう選考基準が変化させられることがあるが、そのような場合、この消費選択は能動的自由選択と解釈されることになるから問題は一層複雑なものとなる。

4. 結 論

消費者選択指数理論は価格変動以外に消費構造の変容を直接対象にする論理構成になっていない。ところが、もし消費者選択が価格変動以外に消費構造の変動に反応した場合、消費者選択の理論から見れば、消費選択にある歪みが発生することになる。消費選択のこの歪みは、パーシェ型指数とラスパイレズ型指数の逆転という特殊な統計形態をとって部分的には顕在化する。だが、消費選択の歪みは一般に潜在化して検証がむずかしい。しかも、消費者選択理論は、歪んだ消費者選択が、消費者の自由選択によるか、不自由な受動的選択によるかを一義的に解釈することが不可能な理論である。その上、消費者選択指数理論の情報的基礎は市場購入データに依存しているため、消費構造について踏み込んで考察しようとしても限界がある。

消費者選択が価格変動以外に消費構造の変容に反応する場合、不変効用指数は消費者物価指数と決定的に異質な指数になる。消費構造の変容と消費者選択の歪みの取り扱いこそが、不変

35) 東京都都民生活局、『東京都生計費指数問題に関する研究報告——「東京都勤労者生計指標」の作成についての中間報告——』、1977年、64-65頁。Tokyo Metropolitan Government, *Report on the Preparation of Worker's Cost of Living Indicators for Tokyo Metropolis*, 1979, p. 26-28. 同研究会が1980年3月に中止に至るまでの経緯については、三瀧信邦、『「東京都世帯階層別生計調査と生計費指数」の中止について』『統計学』第39号、1980年参照。

効用指数と消費者物価指数を決定的に区別する分岐点である。消費者選択の歪みは、物価指数を構成するために捨象できたとしても³⁶⁾、不変効用指数を構成するためにははけして捨象できない生活の重大関心事だからである。ところがこの決定的な分岐点こそがこれまで消費者選択理論の手の届かない限界点だったのである。

そのため消費者選択指数理論は、消費選択の歪みをもたらす消費構造の内容に直接向き合うことを避け、価格作用にのみ一面的に反応する、いわばフェティシズム(物神崇拜)³⁷⁾に陥った消費者の選択理論とでもいべき指数論を通用させてきた。不変効用指数論と消費者物価指数論が癒着して展開を遂げた20世紀の指数論史を振り返ると、そのことははけして誇張とはいえない。これまで多くの理論家の関心を惹きつけてきた不変効用指数という価値尺度は、かくも危うい基盤の上に構築されてきたのである。

むしろ、本稿で「消費選択の歪み」として取り上げた現象は、消費者選択理論の純粹理論から見れば、その限界をこえた異常現象と映るかもしれないが、現実の消費生活者から見ればごく日常的な経験の一部に過ぎないといえる。それゆえこれまで何度か生計費指数論争の形で問題にされてきたのである。現実の消費生活者から見れば、歪んでいるのはむしろ消費者選択理論の純粹理論の方であるといえなくもないのである。

福祉の評価において、A. センは、近代経済学の効用アプローチを批判し、市場購入データに依存したこれまでの情動的基礎を拡張して、機能(functionings)に関する詳しい記述と評価を重視するアプローチを提唱している³⁸⁾。機能とは、ひとが行うこと、なりうることであり、ひとの状況の一部を反映した概念である。センのこのパラダイム転換は、不変効用指数の批判から消費構造の評価の問題を提起した本稿の到達点をさらにこえて、人間の存在状況一般について問題提起しようとしている。その上、センの潜在能力(capability)アプローチは、本稿が直面した能動的自由選択と受動的選択の識別という難問に対して、一つの理論的示唆を与えている。というのは、潜在能力とはひとが行うことができる様々な機能の組合せ、選択の幅のことであるが、消費者選択が受動的・不可避的であるという状況は、他に代替的な選択が乏しく潜在能力が低い状況と重なり合うからである。しかしながら、センの機能・潜在能力アプローチは近代経済学の伝統的な効用アプローチをこえた新しい地平を意味するため、その詳しい検討はあらためて別稿に委ねなければならない。

* 本論文のベースとなったセン研究は岩手大学2000年度教育推進費インド在外研究による研究成果の一部である。

(2002年9月19日受理)

36) 本稿の目的は、不変効用指数と消費者物価指数の違いを際立たせ、不変効用指数論独自の基本問題を取り上げ検討することであったため、物価指数を構成するために消費構造の変化をどのように価格変化から区別し捨象したらよいかという物価指数論の理論的・技術的問題は省略した。

37) K. Marx, *Das Kapital*, Bd. 1, *MEW.*, Bd. 23, S. 95-96.

38) A. Sen, *op. cit.*, p. 26 ff. 訳書, 59頁以下。