

アメリカ経済から学ぶ市場の失敗と政府の失敗

What Can We Learn from the U.S. Market and Government Failures?

家政経済学科 植田 敬子

Dept. of Social and Family Economy Keiko Ueda

抄 録 世界の中で市場経済化が最も進んでいるアメリカ経済で生じている市場の失敗4種類について、その実態をみた。それらについての、アメリカの重要な経済学者（サックス、スティグリッツ、クルーグマン、ガルブレイス等）の意見や評論もサーベイし、アメリカ経済では、大企業が思い通りの経済活動ができるような構造を作り上げることに成功していること、それに一部の政治家、官僚、学者が協力している実態も明らかにした。その意味では市場の失敗を修正すべき政府が適切な役割を果たせなかったという政府の失敗も生じていた。そのような構造によってアメリカでは格差が急激に拡大している。日本経済における市場の失敗例も合わせて見つけ、アメリカ経済と同じ過ちを犯さないためにはどのような政策をとるべきかについて考察をおこなった。

キーワード：市場の失敗、政府の失敗、消費者主権、持続可能性

Abstract This study investigates how market failures and government failures have developed in the U.S. economy. As a result of these two kinds of failure, income distribution has become extremely wide. The main cause of this inequality is that the U.S. government could not correct market failure. In order to know how American economists view this phenomenon, this study surveys several books written by Jeffrey Sachs, Joseph E. Stiglitz, Paul Krugman, and John K. Galbraith, all of whom are leading economists. In Japan, there are also many kinds of market failure. This study attempts to determine the best policy for correcting market failure, mainly from the U.S. examples.

Keywords : market failure, government failure, consumer sovereignty, sustainability

社会主義経済の崩壊以後、一つの国の経済運営において市場を利用しないという選択肢は無くなり、ほとんどの国の経済体制は市場と政府のミックスであるところの混合経済体制で運営されている。ベルリンの壁の崩壊後には、市場経済が中央集権経済に勝利したという評価の時期もかつてあったが、市場経済化が最も進んでいるアメリカ経済の最近の混迷ぶりを見ると、今や行き過ぎた市場経済もまた成功していないと評価せざるを得ない。10%前後の失業率、エンロン事件で顕在化した大企業経営者と政治家との癒着や粉飾決算、所得格差の拡大、増大する財政赤字と延々と続く戦争、リーマンショックでの金融危機等々がその証拠である。

市場経済を利用することのメリットは周知の事実

であるが、市場には失敗が必ず付随すること、市場には公平性をもたらす機能はないこともまた経済学の常識である。そしてマイクロ経済学のすべての教科書に明記されているように、市場の失敗の修正と公平性の実現は政府の役割である。アメリカでも日本でも、政府がいずれの役割においても十分に機能していないことを見る限り、政府の失敗も起こっている。

市場の失敗の程度をどのように評価するのかについては、経済学の学派によって大きく異なるし、個々の経済学者によっても異なる。市場の失敗が非常に大きく、むしろ失敗していることが常態でうまく機能していることの方がまれであると考えるスティグリッツのような経済学者から、ほとんどの経

済活動はできる限り市場を通しておこなうべきで政府は小さければ小さいほどよいと考えるシカゴ学派の経済学者までいる。

レーガン大統領以後のアメリカ経済を見る限りではまるでシカゴ学派が勝利を治めたかにみえる。それはシカゴ学派の主張が正しいことが実証されたから採用されたのではなく、シカゴ学派よりの主張をする方が、大企業やお金持ちの味方となって経済的報酬が大きいからだとの批判がある。一例として、サックスは「1990年代末に連邦政府を動かして金融市場の規制を撤廃させたラリー・サマーズ^{*1}のような政策顧問は、その報酬として金融界や学会で有利なポストを与えられ、のちには政府首脳部の地位につくことができた。」と非難している。また、スティグリッツも最近の著書^{*2}の中で「シカゴ学派の影響力を過少評価すべきではない。」と実例をあげて警告を発している。

本論文では、アメリカや日本の市場の失敗の実例を用いて、市場の失敗がいかに作られ、それによってどのような問題が生じたか、修正するためにはどのような政策が必要であるかについて論じる。市場の失敗を引き起こす四つのケースと2種類の格差の拡大を順番にみていこう。日本だけではなくアメリカの事例も考察対象にする第一の理由は、日本の経済の在り方がアメリカの政治的圧力により大きな影響を受けるからである。1990年に始まる日米構造協議以降、アメリカの対日貿易赤字を減らすために日本の税制度、公共投資の額、流通構造等までアメリカの主張に応じて変更してきた。今後も大きな影響力を及ぼしてくるであろうアメリカで生じている社会・経済現象を認識しておくことは日本の将来にとっても重要である。第二の理由は、アメリカは市場経済という点では日本の先を行っており、アメリカから学べることは多い。

1. 不完全競争について

市場が本来の機能を発揮するためには、売り手も買い手も無数に存在して、誰一人として価格に影響を与えうるほどの市場支配力を持たないという完全競争の条件が満たされていなければならない。この条件が厳格に満たされる場合は現実にはあまり存在しない。不完全競争の弊害を防ぐために、アメリカにも日本にも独占禁止法があり、独占をはじめ各種不公正取引を取り締まることになっている。すべて

の法律と同じく独禁法についても、運用の仕方は一定ではない。アメリカでは、昔は民主党政権か共和党政権かで独禁法での取り締まり件数が有意に異なるという実証結果があったが、近年ではどちらの政党下においても、独禁法の適用は緩くなっている。特にシカゴ学派のせいで、略奪的価格設定のような露骨な独禁法違反があっても、当事者が訴追されることが無くなったとスティグリッツは嘆く^{*3}。何故そのようになったかには二つの理由がある。

その第一の理由は、経済がグローバル化したために市場規模が地球全体であり、一つの国の中での市場支配力はあまり意味をもたないような感覚を人々が抱くようになったことがある。自国の大企業が世界市場でのプレゼンスを高めることの方を重要視するようになってきている。しかし、消費者の立場からは冷静に企業の市場支配力のもたらすマイナス面に注目すべきである。

第二の理由は、通信情報分野での規格の標準化である。情報通信分野等で二種類の規格を一つの国で持つことの非効率を避けるために、一つの規格に収れんしていきその結果市場に存在する企業の数が少なくなる。世界的にはウィンドウズがOSとして普及し、マイクロソフトが独占的な地位を占めているのも同じ理由による。パソコンのハードがかなりの速度で値下がりしているにもかかわらず、マイクロソフトが販売しているソフトが値下がりしないことは前者の市場が競争的であるがマイクロソフトはほとんど独占企業^{*4}であることが原因である。

日本では、独占の弊害がいかに大きいかは、東京電力の事例を見れば容易に理解することができる。電力供給には当初自然独占的な性格が伴ったために公共企業での供給となった。自然独占とは、規模の経済が大きいために複数の企業ではなく1社に全供給を任せる方が効率的であるという技術的な性格による独占を指す。自然独占の性格をもつ財・サービスの供給を一つの民間会社に任せると、独占の弊害が大きくなることが予想されるので、公共企業の形態をとって監督官庁が設けられ料金設定は国会の審議を経る決まりになっている。

ところが東京電力の経営者が実際に行ったことは、たくみに独占利潤を蓄積し、監督官庁や政治家、マスコミにもそれを分け与えることによって批判勢力をゼロにし、経営者達が好き放題に私利私欲を満足できる環境をつくることであった。原発事故後の

対応を見ると、そういうことに長けた人たちが会社の中で出世して経営者の地位を手に入れたのであろうことが容易に推測できた。これに類似しているのが日本航空である。やはり監督官庁と癒着し、経営者は私利私欲に走り、最終的には会社を経営破たんさせてしまった。

日本航空の場合も東京電力の場合も、独占であるという意味での市場の失敗と、監督官庁が適切な監督をできなかったという意味での政府の失敗が合体していた。独占の弊害の大きさを見ると、一つの企業が独占力をもたないような政策の実施がいかに重要であるかがわかる。今、公正取引委員会が電力事業を発電・送配電・小売りに分離させて競争促進すべきだという報告書をまとめている。独占の弊害を極力小さくする方向での改革が望まれるところである。

また技術的特性からやむを得ず存在する公的な独占企業には、普通の民間企業以上の透明性を要求することが理にかなっている。何故ならば公的独占企業が供給している財に対して消費者は不買運動をすることもできないし、また経営破たんした場合には税金が投入されるわけであるから、経営者が独占的地位を利用して好き勝手にする権利はないのである。組織の中身が腐らないように常に衆人環視のもとに置かれるべきである。経営者や社員の報酬額は明らかにすべきであろう。

近年の大企業の不祥事の特徴は、市場支配力による価格のつり上げといった単純ものではなく、政治家や官僚、マスメディア、経済学者や政治学者までをうまく抱き込んで企業側に有利になるような情報操作、法律・規則の変更をおこなうことである。日本では少し古い事例ではあるが1988年のリクルート事件が象徴的である。その後もバブル経済の崩壊時には高杉良の経済小説『金融腐蝕列島』に描かれたような金融業界と監督官庁、政治家等との癒着が次から次へと明るみに出た。クルーグマンは当時の日本経済の状況を「お友達資本主義 (crony capitalism)」と名付けてニューヨーク・タイムズの論説で辛辣に批判した。しかし、アメリカでもエンロン事件が起こり、日本と同じかそれ以上のお友達資本主義の現状が暴露されてしまった。

リーマンショックに始まる金優危機に際しても、政府は多額の公的資金で救済措置を施したにもかかわらず、CEOやトレーダー達が巨額の報酬を懐に

入れるのを制限できなかった。これは、アメリカ金融界が政府に対して強大な政治力を持っていることの証拠の一つともいえる。政府の幹部に金融界の大物が就くことが珍しくないこと、ウォール街は常に多額の選挙資金提供者であることをかんがみても、もはや政府がウォール街に対して規制当局としての実力を持ち得ないことは明らかである。

アメリカでは今や国民の大半が政府や大企業に対し強い不信感を抱くようになっていたことを、サククスは世論調査の結果を用いて次のように指摘している*⁵。まず、連邦政府を「自己の利益を第一に考える特殊権益集団」と見なす国民は、そう思わない15%に対して、71%という大多数を占めること。さらに次の機関が現状に悪い影響をおよぼすと思うか良い影響を及ぼすと思うかを尋ねた結果、大企業については悪いが64%、良いが25%、銀行などの金融機関については悪いが69%、良いが22%、連邦議会については悪いが65%、良いが24%、アメリカ国内の報道機関については悪いが57%、良いが31%、娯楽産業については悪いが51%、良いが33%、労働組合については悪いが49%、良いが32%となっている。それに対して中小企業については悪いが19%、良いが71%、テクノロジー企業については悪いが18%、良いが68%、教会などの宗教団体については悪いが22%、良いが63%、カレッジまたは大学については悪いが26%、良いが61%である。要するに国家規模あるいは世界規模の団体については不信感を持つ一方、身近な団体は信用できると感じている人の方が多い。

政府や金融機関に対する不信感の表れの一つが“Occupy Wall Street!”の運動であり、アメリカで全国的な広がりを見せた。この運動を応援していたスティグリッツは、著書の中で「大勢の人々が家と仕事を失う一方で、銀行家たちが巨額のボーナスを手にする、という不公平な現状が彼らの怒りをつららせていった。」こと、また、この運動を支持したのが貧困層と不平勢力だけではなく、アメリカ人の三分の二が抗議者たちを支持すると表明したことを述べている*⁶。

もう一つの表れとしてアメリカでのCSAの広がりをおこなうことができる。CSAとはCommunity Supported Agricultureの略で、農業分野での大企業への反発の表れである。農家の近隣住民が、家族経営農業と環境とフードシステムの持続可能性を守る

ために農家と契約を結び半年とか1年の事前支払いで購入するというシステムである。農作物とともに、自然から受けるリスクも両者で共有しようという試みである。アメリカでは工業的大規模農業が支配的になるにつれて家族経営の農業は衰退の一途をたどった。しかし大規模農業は、農薬、肥料、遺伝子組み換え種子を用い、畜産業ではホルモン剤や抗生物質の注射等によって家畜の成育を加速し、ひたすら効率性を追求しているが、これらの方法の持続可能性に危機感をもつ人は多い。1985年にアメリカで一人の女性が始めたCSA^{*7}という試みが社会運動となって全米にひろがり、1996年には600グループ、2007年には1,700グループと増えた。2007年にアメリカ農業省が集めた資料によると12,549軒の農家がCSAに農作物を供給しているという。

2. 情報の不完全性

情報の不完全性にはさまざまな種類のものがあるが、ほとんどの場合、売り手の持っている情報を買手は持っていないか不十分であるという情報の非対称性をともなう。

情報の非対称性

市場が正しく機能するためには売り手も買手も、市場で取引される財について完全情報を有することが前提である。しかし、ほとんどの場合、買手は売り手ほど、財・サービスについて情報を有していない。特に技術革新のスピードが急速な今日にあって、一般的な消費者がすべての財・サービスの生産技術や方法について売り手と同じ完全情報を有することは不可能に近い。

情報の非対称性が存在する市場の問題に最初に注目したアカロフは中古車市場を例にあげて次のように説明した。中古車の売り手は自分の車の質に関しては良く知っている。しかし、買手にはそれはわからない。質の良し悪しについて買手は一切判断できないのだから、質の良し悪しは中古車の価格には一切反映されずに、同じ価格で売買されることになる。ならば質の良い中古車を持っている人は馬鹿馬鹿しくてそのような中古車市場で自分の車を売ろうとは考えなくなる。友人や知人に譲る方を選択するであろう。その結果、中古車市場には質の悪い車ばかりが供給されることになり、市場が衰退していく。

実際にこれと類似のことが過去に日本酒市場で起きた。高度経済成長時代で日本人がアルコールに渴望感を持っていた時代、お酒はとぶように売れた。需要があまりにも急激に増えたために大手メーカーは、見た目は同じにしつつ商品の質をどんどん落としていった。はじめのうちこそ、消費者は騙されていたが、やがて日本酒は悪酔いする、まずいということになり、急速に日本酒離れが起きた。まさに情報の非対称性を悪用して、質の悪い製品を供給し、やがてはそれがばれて市場が衰退していった実例である。今、各地の良心的な酒蔵によって質の高い日本酒が製造され始めているが、一度失墜した信用を取り戻すのは並大抵のことではない。

もしも商品の質や生産方法についての情報が公開されており、消費者がそれを認識して購入していたら、日本酒すべてを十把一絡げにしてまずいとは考えなかったであろうし、日本酒の市場が衰退することもなかったであろう。このように情報の非対称性による市場の失敗を修正するためには、買い手に正しい情報が行き渡るように生産者に情報開示を義務付ける政策をとればよい。

情報操作

一般国民が科学者と同程度の知識を持っていないことに付け込んで、自社に有利な情報を多額の広告宣伝費を用いて普及させる行為も情報の不完全性の一類型であろう。その例としては、ステイグリッツもサックスもアメリカの石油業界を以下のように取り上げている。

『エクソンモービルとコーク・インダストリーズ(合衆国最大の民間石油会社)、ニューズ・コーポレーションなどの企業は協力して、気候変動に関する非科学的なナンセンスを何年にもわたって広めており、おもにその中心テーマは、人間の活動が気候変動の原因だというのはまだ科学的な合意として定着していないという主張である。幾人かの不屈のジャーナリストや研究者達は、現在行われているこうしたPR活動に資金提供している大企業の資金網をあばいてきた。専門家の目から見れば、このようなPR活動は非科学的で基礎的な事実を誤用していることがすぐにわかるが、混乱した大衆には効力を発揮する可能性が高い。人間の活動はすでに危険なほど気候をかき乱しており、さらにひどいダメージを与えようとしているということは抗しがたい科学

的な意見なのだが、それでも約半数のアメリカ国民は、人間が気候変動を引き起こしているという事実を否定している』*⁸ これを読むと、石油会社の自社に有利になるような広報活動が一般国民の認識を思い通りの方向に誘導できているようで恐ろしい。多くの人が騙されないように、大企業からのお金の流れを透明化するような規制の強化が必要である。

商業広告・・・サプリメントの例

広告全般も、消費者が完全情報をもっていないことに付け込んで自社の製品が実態以上に優れた製品であると思込ませるために多額の費用をかけて行われることが多い。その例としてサプリメントを取り上げるが、その理由は日本でもテレビコマーシャルで際立って多いのがサプリメントであることと、アメリカでもサプリメントの売上が驚異的に伸びており、現代人の生活から切り離すことのできない存在になっていることである。

マリオン・ネスル(2005)はサプリメント業界が取った戦略を詳細に調べており、興味深い事実をいくつも浮き彫りにしている。サプリメント業界のねらいはずっと商品に効能を明記すること、それも厳密な証拠がなくても効能を明記することができるようにすることであった。それを阻止しようと戦ったのはFDA(食品医薬品局)である。業界がとった戦略には、多額のお金を用いたロビー活動で政治家を味方につけること、多額の研究費で研究者にいい加減な科学的証拠を出させること、という常とう手段以外にも「FDAの規制に従えば、消費者はビタミン剤も買えなくなる」という脅しをかけて消費者を業界の味方につけることまでであった。

これらの戦略が功を奏してFDAはサプリメント業界に負けた。今や『FDAでは科学的証拠が不十分、脆弱、または存在しない多種多様な表示を許可せざるをえなくなった』*⁹のである。そしてFDA長官は次のように結論をまとめたという。『市場は根拠のない表示であふれている・・・文字どおり、インチキセールスマンが根拠もないのに効くと言って売りつけていた今世紀初頭への逆戻りだ』*¹⁰と。

金融業界で起きた規制緩和と同じパターンであり、このような規制緩和の犠牲者になるのは正確な情報を持たない消費者である。ここで紹介したマリオン・ネスルはニューヨーク大学の栄養・食品

科学の長を務める栄養学者である。彼は間近で食品業界の行動を見聞するにつれて、それがアメリカ人の食の選択をいかに狂わせるかに気づき、重大な問題であるという認識のもとに本を出版した。その時に遭遇した情報収集における困難さを最初に述べている。まず仲間の栄養学者は全員情報は提供してくれるが自分の名前は出さないことが条件であったこと、食品会社の行動——ロビー活動、マーケティング、栄養専門家への支援——の多くは人々に見えないところで行われており、たとえ目にするチャンスがあっても守秘義務のために利用できないようになってきていること。

著書の中で暴露されていることで衝撃的だったのは、学会自体にも業界から寄付等のお金流れ込んでおり、学会誌に発表された論文でも完全な客観性が確保されているとは限らないことであった。しかし、そのような恥ずべきいきさつを経て今では欧米では、企業と研究者の金銭関係をすべて開示しなければ専門誌に論文も出せず、ガイドライン類への執筆もできないという自主的な決まりが生まれている学会が増えている。日本でも早く見習うべきである。何故ならば、欧米ではその決まりができる前と後では、同じ実験の結果が大きく異なったそうだ。前には効能があった薬の効能が後では無いということになったりしている。

さて日本では今のところサプリメントの効能を謳うことは薬事法で禁じられているが、テレビのコマーシャル等を見ていると、効能を謳っているのと限りなく近い表現がほとんどである。そもそもサプリメントについては効能どころか安全性が疑わしいものも数多くある。特に多種類のサプリメントを摂取した時の複合作用の安全性は全く保証されていない。次に取り上げる食品添加物もサプリメント同様、消費者が慎重にならなければならない物の一つである。

食品添加物の例

消費者運動の歴史を見ると、市場から多くの危険な商品を追放してきたことがわかるが、その中でも食品添加物については消費者運動の果たした役割はきわめて大きい。特にAF2に関しては、草の根消費者運動が総力を出して市場から追放したいきさつが「消費者運動50年」にまとめられている。厚生省が発がん性を認めて使用禁止するまでに、「厚生

省のお役人と大学の先生と製薬会社がゲルになって」行った『産官学の一大汚職事件』が繰り返されたのである。

添加物表示が義務づけられるようになったことも消費者運動の一つの成果である。そのおかげで添加物表示はなされるようになったが、名称を見ただけでその添加物が安全かどうか消費者にはわからないものが多い。それについては専門家の本などを自分で調べて調べる必要がある^{*11}。添加物の安全性に関しては、人によってかなり評価がわかる。人の体質も百人百様であり、同じ添加物の同じ量でも大丈夫な人もいるだろうし、何らかの症状の出る人もいるだろう。また長期的な人体への影響は不明なことが多い。最終的には自己責任で判断するしかない。しかし現状では情報提供が少なすぎる。厚生労働省は食品加工会社に完全な情報公開を義務付けるべきである。

添加物を避けたいと思う消費者は、添加物をなるべく使わない商品を扱っている店で購入すればよい。たとえば、生活クラブ等いくつかの生活協同組合は添加物の削減に熱心である。人類の長い歴史の中で化学合成的に作られた食品添加物を摂取してきた年月はあまりにも短い。また、最初のころは安全であると見なされていた添加物が後になって有害だから禁止されたという例も多いし、海外では禁止されているのに日本では認可されている添加物^{*12}があることからみても、現在日本で認可されている添加物が安全だとは言えない。

技術革新の速さと情報の不完全性

いろいろな分野で多くの技術革新がなされ、十分に安全性が確認される前に使用されているケースが多くある。その筆頭にあげられるのは遺伝子組み換え食物であろう。導入側は数多くの実験を繰り返したから安全であると主張しているが、サプリメントのところで説明したように、お金に左右されていい加減な実験結果を学術論文として掲載できるような学会誌もあるわけだから、その実験結果がどこまで信用できるかは疑わしい。モンサント社が遺伝子組み換え種子の売り上げを増やすためにいかに悪辣非道なことをしてきたかは安田(2009)に詳しい。

種苗店を代々営んでいる野口(2011)も世界の種苗会社が今どんどん遺伝子組み換え産業に乗っ取られている現状に危機感をつのらせる。『タネを支

配することによって農業を支配し、世界の食糧を支配しようとする人たちがいる』ことに大方の日本人は気づいていない。野口氏は遺伝子組み換え種子だけではなく、F1種子に関しても生態系に与える影響に危機感をつのらせており、固定種の種の販売を続けている。おそらく専門家以外はF1種子が日本で使われている種の8割を占めていることやF1種子がどのように作られているかも知らない。でも私達が普通に食べている野菜のほとんどはF1種子から育ったものである。野口氏は不妊の増大とF1種子の関連性を疑っている。

アメリカでは牛を育てる時にホルモン剤の使用が許されている。EUではホルモン剤の使用を認めていないのでアメリカからの牛の輸入を拒んでいる。アメリカの低所得者に過度の肥満が多いことには、ファストフードの食べ過ぎが原因の一つとしてあげられるが、牛肉に入ったホルモン剤が影響しているということは無いのだろうか。アメリカでは金持ちと低所得者では食べ物が全く違う。買い物をする店が全く異なり、金持ちは有機食材だけを置いている店で買い物をしている。

このようにあらゆる分野で技術革新の速度が増しており、一般市民がその内容を理解する前にどんどん生活に入り込んでいる。その意味で情報の不完全性は増大傾向にある。金融商品においても消費者には理解が困難な複雑な金融商品売りつけられ、挙句の果てに損害を被る。情報の不完全性を利用して企業がもうける悪どい手法である。あらゆる領域において、消費者が知らない新しい技術を用いて企業は利潤を増やそうとし、消費者に大きな被害が出て初めて規制が必要だということになる。しかしシカゴ学派は規制には賛成せずに、規制緩和を求める。

シカゴ学派は規制緩和を推進する時の理由として「選択の自由」をあげるが、情報の完全性があってこそ初めて選択の自由が保証されるのに、現状は完全性からは程遠い。むしろ企業にとって都合の良い情報ばかりがマスメディアでの宣伝広告によって大量に流され大部分の消費者はそれに踊らされているのが現状である。その意味では宣伝広告に対する規制も重要である。特に判断能力が十分に備わっていない子供向けの広告は要注意である。最近やっとなアメリカでも子供向けテレビ番組の間にジャンクフードやファストフードの広告を挟むことについて規制をしようという動きが出てきた。アメリカでは学校

内で食品会社が広告を行っていることや、学校でファストフードが給食代わりに提供されていたり、ソフトドリンクが売られていたりして、子供たちは学校にいる間にも食品会社の広告の餌食になっていることがマリオン・ネスル（2005）で告発されている。

広告は正確な情報を広く行き渡らせる場合には有用であるが、消費者の欲望を必要以上に刺激したり、広告費支出によってマスメディアをコントロールすることは社会全体から見れば負の影響が大きい。日本でも広告に対する規制は強化すべきである。たとえば酒やパチンコ、ギャンブル、カードローンなどの中毒傾向のある広告は禁止すべきであろう。

3. 外部不経済

地球環境破壊を示す近年の現象には事欠かない。環境破壊がこれほどまでに進んだということ自体が市場の失敗の大きさと政府がそれを修正できないことを雄弁に語っている。

外部不経済の問題は昔から議論されてきた経済学のテーマの一つである。害を与える者と害を被る者が別の主体で、加害者から被害者へ弁償しなくても許されることから発生する。もしも地球が百人の村からできていて、加害者と被害者、被害額が特定でき、被害額を加害者が支払わなければならないような状況だと環境破壊は起こりにくい。

経済活動のグローバル化は加害者と被害者の距離を遠くし、被害の実態を加害者から見えにくくすることによって、環境破壊を起こり易くする。たとえば、日本人が多くの木材を輸入に頼るために熱帯雨林の伐採が進み生物多様性が損なわれているという話を聞いても、身近に感じる人はあまり多くないだろう。しかし、もしも自分が住んでいる近くの森林で伐採をし過ぎたために洪水が起きたり、生態系が明らかに狂い始めたら、人々は過度の森林伐採をやめるように森林の持ち主に交渉するであろう。もしも森林の持ち主も被害者の一人であれば、自分の身の安全確保のために即刻森林の過剰伐採はやめるであろう。

森と海が生態的につながっていることに注目し始めた人たちがともに協力して森の手入れをして森の活性化することが各地で見られるようになっていく。生態系を持続可能な状態に保つためには人間が

適度に手入れをすることが重要である。そのためには林業、漁業、農業を国内に持ち続けることが重要である。生態系に密接に関係している第一次産業は、単に短期的な経済計算だけで自由貿易を進めると、地球環境破壊の速度を加速することになる。自然を相手に営む第一次産業は、どこの国でも持続可能性を尊重しながら慎重に続けるべき産業だと思う。

地球環境破壊の問題の解決を阻むのは、屁理屈をこねて外部不経済を垂れ流して環境破壊を進める方が、そうでない行動をとるよりも短期的利潤を大きくできることにある。情報の不完全性のところで、政府による環境規制が強くなるように気候変動はCO₂の排出量とは無関係であるという宣伝をした大企業の例を出したが、企業は今でも短期的な利潤の最大化を目指して国民の石油消費量を増やしたいのである。そのように環境破壊に精を出す企業のCEOは多額の報酬を得ており、たとえどんなに環境破壊が進んだ時でもお金の力で自分と家族の身だけは守ることができると考えているのであろう。

アメリカは京都議定書への署名を拒否した時点から環境問題に対する意識の低い国であることを世界中に印象づけてきたが、サックスが紹介している^{*13} 次の世論調査の結果を見ると、国民は環境問題に危機意識を持っていることがわかる。ピュー・リサーチ・センターによれば、アメリカ人の83%が、「環境に関する法律と規制を厳格化して環境を保護すべきだ」と考えている。また他の世論調査では、アメリカ人が71%対26%の差で、連邦政府は「地球温暖化を緩和するために、発電所、自動車、工場などからの温室効果ガスの排出を規制すべきだ」と考えていることがわかる。環境問題でもやはり民意と政策は乖離しているのである。

4. 公共財の場合

公共財は非排他性と非競争性という二つの性格を持つために民間企業ではなく公共部門で供給されるべきであると考えられてきた。しかし最近では公共財の民間企業への外部委託が流行っている。この傾向が一番進んでいるのはアメリカで、すでに警察官の数よりも外部委託で雇われている民間企業の社員の数の方が多いと言われている。公共財の中でも公共財的性質の強い純粋公共財の代表は軍隊であるが、軍隊においても民間企業への委託が進み、アフ

ガニスタンやイラクでは多くの傭兵が戦争に従事していると言われている。

ガルブレイスによると、「ペンタゴンに潜り込んだ企業は、国防予算の決定に対して強い影響力を行使するようになる。しかもそのうえ、外交政策、国防政策、そしてついには米軍の海外派兵に至まで、ひとかたならぬ影響を彼らは及ぼすのである。要するに戦争を起こすのは彼らなのである。」と言い切っている*¹⁴。つまり、兵器産業は外交政策を戦争へと誘導するようにペンタゴン（国防総省）に働きかけるといのである。サックスも同様の指摘をしている*¹⁵。要するに、軍と民間企業が結び付き、強大な政治力をもった軍産複合体ができあがり、それが無益な戦争へと駆り立てるといことである。

日本でも自衛隊に納入する戦闘機の購入をめぐる防衛省幹部と商社との癒着が起きて逮捕される事件があった。軍需産業と軍とは機密保持という正当化があるために、癒着し易く、実態が暴露されにくい。これは政府の失敗であり、高いレベルの透明性を求めていくことによって防ぐしかないであろう。

5. 格差拡大について

アメリカでの所得格差がいかに大きいのか、またいかに急速に進んだかについては多くの指摘がある。ここでは、アメリカの格差拡大を痛烈に批判しているスティグリッツ（2012）から、その箇所を抜き出してみよう。

- 2007年、アメリカの上位0.1%に属する世帯の所得は、下位90%の“平均”を220倍上回っていた。
- 富の分配は所得以上に不平等で、上位1%が所有する国富は、全体の三分の一以上を占めていた。
- CEOと平均的労働者の給与比率は、2008年に少しだけ縮小したものの、ふたたび（金融）危機前の水準まで戻って243対1となった。
- 過去30年間で見ると、賃金の低い人々（下位90%）は、賃金の伸びがおおよそ15%であったのに対し、上位1%の伸びは約150%、上位0.1%の伸びは300%以上に達した。

このような格差拡大の原因についてはすでにいろいろな研究がなされて、複数の原因が指摘されているが経済学者たちは金持ち優遇税制が大きいと言っている*¹⁶。では、アメリカ国民は、このように拡大してしまった格差についてどのように考えている

のであろうか。

サックス（2012）*¹⁷が紹介している2007年の政治学者の調査によると、アメリカ人の72%は「所得格差が大きすぎる」と考えており、68%は所得と富の分配が公平であるという意見を否定していた。また大多数のアメリカ人が、税金で失業者の職業訓練をすること（80%）、医療における皆保険制度の導入（73%）「自分よりも恵まれない人を助ける手立てをつねに模索すべきだ」という一般原則（95%）に賛同していた。ここにも民意と政策の乖離がみられる。

日本でも、アメリカほどではないが所得格差は拡大している。アメリカの例を見ると日本が格差を拡大させてはならないのは自明である。アメリカのように格差を拡大させると子供の教育を十分にできない社会階層が増大し、長期的に国全体の人的資源が貧弱になり、失業率が高止まりする。日本は全教育費支出に占める公的負担の少ない国であるから、親の所得が低下すれば即、子どもの大学進学率は低下するであろう。すでに若年ホームレスの増加が日本でも問題になり始めている。

所得および富の格差拡大の理由の大部分は市場の失敗であるとスティグリッツは言う。要するに大企業のCEOや一部お金持ちが政府に選挙資金を援助することによって、彼らの税率を低くしていると言う。政府が言いなりになってしまう点は政府の失敗でもあるが、いずれにせよ、一度このようなシステムができあがってしまうと、税の累進度を高くすることは至難の業である。日本でも格差がこれ以上拡大しないように留意した税制度の設計が重要である。格差問題についての著書のあるクルーグマン（2008）も格差は政治的に生み出されたものだと言い、特に国民皆保険でないために病気になってしまった低所得者層はそこからさらに低所得になってしまうことが深刻だと言う。しかし、国民皆保険制度の確立を金持ち層は望んでいない。

6. 過剰な都市化と地方の過疎化

格差拡大の一形態として都市と農村の格差も重要である。日本のみならずほとんどの国で都市化が進行している。特に経済のグローバル化が進むことによって、地方の雇用機会は減り、雇用機会を求めて人が都市に集中するようになっている。都市と地方の格差を問題にする時には経済格差の側面で捉える

ことが多いが、ここでは都市の人口過密化が人間におよぼす生態上の問題に焦点を絞りたい。人工的な空間の中で人間の数が増加していくことに40年前に警告を発した動物行動学者のコンラート・ローレンツ*¹⁸の著書『文明化した人間の八つの大罪』をひもといてみよう。

彼は、人が人口稠密な文明国や大都会に住むことによって、普遍的で暖かい人間愛、まごころからの人間愛を失い、隣人を越えるための無慈悲な競争にしか関心がなく、欲求はどんどんたかまる結果になっていると述べている。また文明生活のもとで快を求め、不快を避けることを追求し過ぎる結果人間が虚弱化し文化の衰退の危機が生じるとも言っている。40年前の預言は当たっている。

日本では「無縁社会」という言葉がはやり、うつ病がはやり、ローレンツの預言は残念ながら当たっている。アメリカでも人が孤立する様子がパットナムによって『孤独なボウリング』という書物で明らかにされているし、またフランクは“Luxury Fever”という書物の中で贅沢熱病という伝染性の熱病にかかってしまい、物欲に翻弄されるアメリカ人の姿を描いている。やはりローレンツの予言は当たっている。

これらを食い止め、行き過ぎた都市化を元に戻すためには、農山漁村の第一次産業を衰退させることなく、そこでの雇用機会を増やすことが重要である。また人の欲望が顕示的消費に向かうことを抑止し、むしろ自然とのふれあひに向かうように教育することが必要である。

ローレンツが人類に投げかけている問題は、今のような短期的な効率性の追求というような文明、技術の進め方で人類は生き残れるのだろうか、ということでもある。一部の大企業が短期的な利潤追求のために長期的に生態系に悪影響を及ぼす可能性のある技術開発を進め、国民はその危険性を知らされずに利用してしまっているという現状は危険である。

アダム・スミスが想定していた人間像は現代の人間よりも、いや現代の大企業で責任ある地位にいる人たちよりも、明確にモラルが高い。軍産複合体のトップのように、自分が金持ちになるためには戦争を起こして他国の市民までも殺すことに平気な人間像をスミスは想定していない。スミスはむしろ、他国の大勢の人の命を救うためなら自分の小指を切断することに同意するような人を想定した上で、そ

のような人が私利私欲で経済活動をしなくても神の見えざる手が働いて社会全体がよくなると言ったのである*¹⁹。平均的な現代人の私利私欲は社会全体からみれば危険なことが多く、適切な規制が必要である。

7. 結論

アメリカ経済での市場の失敗を多く見てきたが、大企業が不完全競争や不完全情報を作り出し、それによって超過利潤を得、そのお金をロビイストから政治家へ、選挙資金として党や政治家へ、広告代金としてマスメディアへ、研究費等として学会や学者・研究者へと流すことによって、自分達を守る強固な城壁を築いている。

大部分の国民は大企業と政府に不信感をもち、環境規制は強めて欲しいし、大きくなりすぎた格差は是正して欲しいと思っているが、政策は民意を反映していない。

アメリカ経済の現状は金持ち優遇税制がいかに危険かを教えてくれる。またお金の流れを透明化することが重要であることも教えている。

消費者が買い物をする上での情報開示を今よりも格段に増やすべきである。商品の属性に関する情報だけではなく、製造過程やどのように従業員を雇用しているのか、人材育成に熱心な企業なのか、地球環境の持続可能性にどれほど協力的かについても情報開示が必要である。そこまで情報開示をしてこそ消費者主権ではなからうか。今のような情報不足では消費者主権とは単なる欺瞞である。ガルブレイスも消費者主権は言葉ばかりで実体が伴っていないことを告発している*²⁰。社会的責任投資（SRI）という考え方があるが、それを消費にも応用して社会的責任消費という考え方は有効ではなからうか。消費者が企業の思惑通りに購買行動をする受身の存在にならないように、情報提供をともなう啓蒙活動が重要である。

広告は今よりも厳しく規制をし、人の欲望を刺激し過ぎないようにするべきである。

生態系の持続可能性を確保するためには第一次産業をすべての国で維持すること。生態系に人為的な操作を加えるような技術に関しては利潤目的の企業の行動範囲を狭い範囲に限定するような規制が必要である。

註

- * 1 ラリー・サマーズは二人の祖父がともにノーベル経済学賞の受賞者というサラブレッドの経済学者である。私はMITの大学院に留学していた時にラリー・サマーズのマクロ経済学の授業を受けたがその時の彼は決してシカゴ学派の経済学者ではなかった。後にハーヴァード大学の学長も務め、経済学会においても影響力の大きい経済学者である。金融規制の緩和はシカゴ学派的発想の政策である。
- * 2 スティグリッツ (2012)
- * 3 スティグリッツ (2012)
- * 4 マイクロソフト社は過去に独禁法違反で訴えられたが、それによって独占状態は解消しなかった。
- * 5 ジェフリー・サックス (2012) の19～20ページで引用されているピュー・リサーチ・センター・フォー・ザ・ピープル&ザ・プレス のデータ (2010年4月) から引用する。
- * 6 スティグリッツ (2012) 20ページ
- * 7 これについてはHenderson (2007) で詳しく紹介されている。
- * 8 サックス (2012) 150ページ, 一部要約
- * 9 マリオン・ネスル (2005) 297ページ
- * 10 同上 313ページ
- * 11 安部 (2005) 小藪 (2008) は本人が添加物メーカーでの勤務経験があり興味深い。渡辺雄二 (2008) (2010) は動物実験の結果等も記載されていて分かりやすい。
- * 12 たとえばトランス脂肪酸はアメリカ, カナダ, 韓国等では規制や表示の対象となっており, ニューヨークでは禁止されているが, 日本では表示義務すらない。
- * 13 ジェフリー・サックス (2012) 96ページ
- * 14 ガルブレイス (2004) 74, 110ページ
- * 15 ジェフリー・サックス (2012) 134ページ
- * 16 クルゲマン (2008) は保守派政治家が意図的にたくらんで格差を拡大したと主張している。
- * 17 ジェフリー・サックス (2012) 94ページ
- * 18 動物行動学の創設に対し1973年度のノーベル賞医学生理学賞受賞。『ソロモンの指輪』の著者として有名。

- * 19 Adam Smith (1809) この解説についてはR. H. Coase (1994) 参照のこと。
- * 20 ジョン・K・ガルブレイス (2004)

参考文献

- 1) コンラート・ローレンツ：文明化した人間の八つの大罪, 日高敏隆・大羽更明訳, 新思索社, 東京 (1973)
- 2) ジョン・K・ガルブレイス：悪意なき欺瞞—誰も語らなかった経済の真相, 佐和隆光訳, ダイヤモンド社, 東京 (2004)
- 3) ジェフリー・サックス：世界を救う処方箋—「共感の経済学」が未来を創る, 野中邦子・高橋早苗訳, 早川書房, 東京 (2012)
- 4) ジョセフ・E・スティグリッツ：世界の99%を貧困にする経済, 楡井浩一・峰村利哉訳, 徳間書店, 東京 (2012)
- 5) ポール・クルゲマン：格差はつくられた—保守派がアメリカを支配し続けるための呆れた戦略, 三上義一訳, 早川書房, 東京 (2008)
- 6) マリオン・ネスル：フード・ポリティクス—肥満社会と食品産業, 三宅真季子・鈴木真理子訳, 新曜社, 東京 (2005)
- 7) ロバート・パットナム：孤独なボウリング, 柴内康文訳, 柏書房, 東京 (2006)
- 8) ウィリアム・B・アーヴァイン：欲望について (翻訳), 白揚社, 東京 (2007)
- 9) 阿部 司：食品の裏側—みんな大好きな食品添加物』東洋経済新報社, 東京 (2005)
- 10) 国民生活センター編：消費者運動50年—20人が語る戦後の歩み, ドメス出版, 東京 (1996)
- 11) 小藪浩二郎：検証「食品」の闇—初めて明かされる食品添加物の真実, リオン社, 東京 (2008)
- 12) 野口 勲：タネが危ない, 日本経済新聞出版社, 東京 (2011)
- 13) 安田節子：自殺する種子—アグロバイオ企業が食を支配する, 平凡社, 東京 (2009)
- 14) 渡辺雄二：食べてはいけない添加物 食べてもいい添加物—いまからでも間に合う安全な食べ方, 大和書房, 東京 (2008)
- 15) 渡辺雄二：コンビニの買ってはいけない食品 買っていい食品, 大和書房, 東京 (2010)
- 16) Coase R. H.: Essays on Economics and Economists, The University of Chicago Press,

- Chicago (1994)
- 17) Smith A. The Theory of Moral Sentiments (Glasgow edition 1976), A. Millar, London (1809)
- 18) Frank Robert H.: Luxury Fever—Money and Happiness in an Era of Excess, Princeton University Press, Princeton (1999)
- 19) Elizabeth H.: Sharing the Harvest. A Citizen's Guide to Community Supported Agriculture, Chelsea Green Publishing Company, Vermont (2007)