

報告論文のタイトル：「消費者政策と資源管理問題」

報告者・共著者（大学院生は所属機関の後に（院生）と記入してください。）

報告者氏名：行本 雅

所属：京都大学経済研究所
先端政策分析研究センター

共著者1氏名：村上佳世

所属：東京都市大学総合研究所

共著者2氏名：丸山達也

所属：消費者庁

論文要旨（800字から1200字，英文の場合は300から450語）

本論文では、水産エコラベルを取り上げ、消費者を対象とした政策が資源管理問題上有用であるかどうかについてコンジョイント分析を用いて検証する。

一部の水産資源では、個々の漁業者が自らの短期的な利益を追求して乱獲を行うために資源が枯渇してしまうという負の外部性の問題、いわゆる「コモンズの悲劇」が起きてしまっている。水産資源管理においては、漁業権が設定されているため、沿岸部で特定の漁協が海域を独占的に管理しているような場合には資源管理は上手くいく可能性がある。しかし、沖合などで漁協間の競合が生じている場合には、乱獲がなされやすいのである。

このため漁業においては漁獲量規制がなされている。しかし、わが国の制度はどの漁業者が獲るかについては取り決めがなく、総量が規定に達した時点で漁が打ち切られるというものである。このような制度のもとでは、漁業者にはライバルを出し抜くことに対する非常に強いインセンティブがあるため、資源管理上は望ましくない。

さらに、広域的な外部性が存在するもとの、需要の価格弾力性が十分に小さいような場合には、市場メカニズムを通じた調整も上手くいかない。こうした場合には、市場メカニズムを通じて外部性の問題はエスカレートし、資源の枯渇を加速させる結果をもたらす。

このように、共有資源の管理において生産者による協調が失敗しており、さらに政府による生産者に対する規制も機能していない場合に、消費者が資源管理に対して一定の役割を果たすことができないだろうか、というのが水産エコラベルである。

これまで、資源管理問題においては生産者に対する規制が主たる政策手段として用いられてきたが、結局のところ資源を消費しているのは消費者である。したがって、消費者自身が一定の役割を果たすことには意味があろう。さらにいうならば、この問題はすぐれて世代間の衡平性の問題でもある。現在、資源を消費することで利益を享受している消費者自身が役割を果たすことは、将来世代に対して負うべき責務であるとさえいえよう。

本研究では、こうした消費者に対して働きかける政策の有効性について、認知心理学のスキーマ理論を踏まえた実験的なweb調査を行い検証した。主要な結論は、消費者に情報を伝えるときに、論理的な構造を理解できるようにすることで、ある程度長期的に消費者の選択行動に影響を与えることが可能である。そして、資源問題において消費者に理解できるように情報を伝えると、単に自己の利得のみを追求するのではなく、ある程度将来世代などの他者に対して配慮した行動をするようになるとの結果が得られた。こうした人たちが十分に多ければ、資源に配慮した生産者に対する認証制度によって、生産者に対して資源管理に配慮して協調するインセンティブを与えることが可能である。