

Patience for Savouring

中川雅央

大阪大学社会経済研究所 特任研究員

2012年1月20日

要旨

本稿は将来の消費を想像しそれを楽しみとして現在の効用に組み込むような消費者を想定し、このような将来を楽しみにする行動が消費者の時間割引因子に与える影響を分析した。Loewenstein (1987) の将来の楽しみを組み込んだ静学的なモデルを多期間動学モデルに拡張することにより以下のことが明らかになった。

将来を楽しみにする行動は消費者の割引因子を高め、忍耐強くする。しかし、割引因子の上昇度合いは一般的には時間間隔に依存し、現在偏向やその逆の将来偏向を生み出す。このような消費者は将来の消費を重視するため、よりフラットな消費計画を選好することになる。特に、将来偏向の消費者は右上がりの消費計画を選択する可能性があるということが分かった。

また本稿は賢い (sophisticated) 消費者の最適消費計画から導出される見かけ上の時間割引因子と実際に消費者がもつ時間割引因子が異なった性質を示すことを明らかにした。このことは、消費者が時間選択の設問などに賢く (sophisticate) 答えるか近視眼的 (naive) に答えるかで計測される時間選好が現在偏向か将来偏向かに変化してしまうという実証上の問題を提起する。