

経済意識・経済的態度・経済的信念研究の系譜(1)

— G. カトーナのマクロ的消費者態度研究 —

前 田 穰*

Main lines of research on economic attitudes, beliefs and consciousness (1):
G. Katona's consumer attitudes studies

Yutaka MAEDA

要 旨

経済に関する意識が、現在の経済先進諸国で、人々の意識で占める位置はおおきなものがある。しかし、この現実に対して、その研究は、ある種のものに局限され、諸研究の関連を生む広い視野を欠いている。そこで、その最も重要な系譜を検討し、経済意識・経済的態度、経済的信念研究の大きな展望を得ることを目標にする。

その第1部として本稿「経済意識・経済的態度・経済的信念研究の系譜(1)」では、マクロ的消費者態度研究の開拓者、確立者であるカトーナを取り上げる。まず、カトーナによつて衆に抜きんでて早くなされたマクロ的消費者態度の主題化を吟味する。経済実勢の変化に対する態度変化の先行性の主張とそれに関連したかれの消費者態度指数に対する批判の検討を次に行い、経済の予測における消費者態度研究の意義に関するカトーナの主張に対する反証は、十分なものではないことを明らかにする。最後にインフレーションを例に取りカトーナの観察と一般化の意義を評価する。

I 序

最近のマス・メディアのニュースは、経済に関するものが、実に多い。「悪いニュース」仮説（よい出来事より、悪い出来事の報道が多いというもの）のいうように、不景気のときに多いということも事実であるが、それだけではない。為替相場と株の平均価格が、一般的なテレビニュースの定番になってから久しいものがある。このような事実は、人々の日常の意識において経済の占める比重が少なくないことを物語る。実際、人々の生活心理が、景気の動向によって大きな影響を受け、またそれによって逆に景気の動向が影響されることは常識になっていると言っても異論は少ないであろう。

さらに、このような関連がまた人々によって意識され、「反省的」、「自己言及的」、などとい

う表現、このところ愛好されている表現が妥当する事態が成立していることも事実である。ここで一步踏み込んで言えば、このような「自己準拠的」事態の認識も、少なからぬ研究者が得々と述べるようにかれらの独占物でも何でもなくて、一般の人々がそのような言葉を使わないだけの話で、そのような事態もまた人々の意識から逃れて去ってはいない。

このように現代の市場経済の社会で、広くまた微妙に人々の日常の意識の大きな部分を占める経済に関する意識を、広く「経済意識」と言えば、経済意識の研究は細大漏らさず行われていいはずであるが、実際はそうではない¹⁾。経済に関する研究を幅広く取っても、経済学以外の分野では近頃は、あまり人気がないようである。例を日本の社会学会大会に求めると、例年実に多くの部会が設けられているが、このところ「経済」の名を冠した部会はない²⁾。現実の事態に比べると余りに均衡を失しているという他はない。

事態は、海外に目を向けると少しはましである。しかし、種々の研究が相互の脈絡無しに行われている傾向がある。それは、一つは経済に関しては経済学の存在が、それ以外の経済に関する研究を経済の一部に関する周辺的なものと暗々裏に意識させ、「経済に対する」意識の研究という統一的な観点を喪失させる傾向を生じていることにもよる。

筆者は、“economic ABC studies”という表現を用いている³⁾。Aは、attitudesのAであると同時に economic attitudes 研究の中心である AmericaのAでもある。Bは、beliefsのBであるとともに economic beliefs を冠した研究が多く見られる BritainのBである。Cは、consciousnessのCであるのと同時に collectivismのCとも言えよう。economic consciousness 研究は、旧共産主義国において顕著であった。“economic ABC studies”という表現は、相互の密接な関係を欠くいくつかの流れを一括して表現するのに便利と考えるわけである。

さらに、ここで逸することはできないのは、消費者行動研究である。多くの消費者研究は、ミクロ的な観点にたち、ここで考える“economic ABC studies”とは、異なる性格を持つが、消費者行動研究にも、“economic ABC studies”に包括することのできるものもある。

本稿は、そのような消費者行動を含めた広い意味における経済意識研究(economic ABC studies)の中から注目すべき研究の系譜をとりあげ、現実と研究のギャップを埋める今後の研究に役立てようとするものである。

本稿では、消費者行動研究の中から(非計量経済学的な)マクロ的消費者行動研究の代表として、ジョージ・カトーナについて検討する。

II カトーナの立論

経済的意識、経済的態度に関しては、消費者に関する調査などはよく行われているのではないか、という議論があろう。なるほど、消費者に関する研究は盛大であるが、その多くは、先に述べたようなミクロ的なものである。マクロ的な問題に関する消費者行動研究ははるかに少なく、そのなかでジョージ・カトーナの理論は関心と呼ぶ例外的な存在である(Didow and Williamson, 1983)。とりわけ、かれのいたミシガン大学サーベイリサーチセンターのICS(The Index of Consumer Sentiment)は、継続的な調査を背景に、世界的によく知られ影響力をもち、たとえば、日本の官庁の消費者調査にも影響を与えている⁴⁾。また、鮎戸弘も、社会心理学的な経済行動研究の系譜として、広告効果研究の系譜と消費者行動研究の系譜をあげるが、カトーナの研究に対しては、この二つの研究系譜の共通項ともいえるべき、経済心理学のより一般的な枠組みの体系化を試みた研究の代表例という高い位置づけを与えている(鮎戸弘, 1994)。したがって、まずかれの議論を検討するのが順序であろう。

現実の経済に心理的なものが影響することは前々から主張されてきたことであったが、マクロ的な経済心理学は、カトーナによると第二次大戦の前後に生まれたという⁵⁾。経済心理学の礎石の一つであるかれの『経済行動の心理学的研究』(Psychological Analysis of Economic Behavior)は、1951年の刊行であった。

まず、心理学者として出発したかれが、心理学的経済行動研究、とりわけ消費者行動研究を推進するために闘わなければならなかったのは、マクロ経済に関する消費者の心理を研究する意義を否定する考え方である。

これには、大きく見て三つの議論がある。一つは、経済学が終局のところまで問題にするのはマクロの結果であり、消費者の態度は、かりに個々には大きく変化しても、結果として無視し得るとするものである(Katona, 1975: 53-55)。これはさらに一般的に動機や態度の相違、さらには個々の個人や企業が他とことなる行動をとる自由さえも、無視し得るという。大量の事象が一つにされると、個々の相違は互いに打ち消し合い[安定した傾向が観察されるという]大数法則が貫徹するからというものである。

これに対してカトーナは、消費者の行動が、互いに独立なランダムなものではないといい、有力な論拠としてマス・メディアによる同一情報の広範な同時的伝達を指摘する。かれのいう「社会的学習 social learning」、多くの人々において(相互作用を必ずしも要しないで)起こる学習が容易に生じる。その結果、互いに打ち消されない同一方向への動きが見られる。従って、マクロ的に無視し得ない個人的変化の総和が生じ得るわけである。ここで、態度のある程度の安定性を考慮すれば、個人的な態度の標本調査によって、マクロ的経済事象の事前の予測への貢献が可能となることがわかる。

マクロ経済に関する消費者の態度を研究する意義を否定する議論の二番目は、消費者の支出は、所得に依存し、その所得は企業あるいは政府から得られるので、消費者の支出を独立した要因として研究する必要はないというものである。

これに対してカトーナは、まず所得が消費支出を決定するものではないことを強調する。特に第二次大戦後、消費者の支出において、所得や慣習や社会規範や生活上の必需支出など消費者の態度如何にかかわらない部分に対して、消費者の自由選択的な部分の割合が、大きくなってきたことを指摘して、ケインズ流の消費関数はますます当てはまらないと言う⁶⁾。マクロな経済への影響を焦点に置くカトーナは、あるときには、アメリカの全世帯のなかで占める「自由選択的所得グループ」の大きさを示そうと試みた(ここで、カトーナは所得分布の変化と言うが、全体的な所得水準の上昇が基本である。富裕層を自由選択的所得グループから除外するのは、中の上の層の拡大、所得分布の平準化を強調する一種のイデオロギー的態度とみえる。)「自由選択的所得グループ」は、1961年には、全体の49%であり、全国民所得の57%を支配しているという(Katona, 1964=カトーナ, 1966: 22)。

このようにして、自由選択的支出が、大きな存在になると、消費者の選択が経済全体にとって、大きな影響をもち、消費者の態度調査が、経済全体の予測にとっても重要になることを示した。

マクロ経済に関する消費者の意識を研究する意義を否定する第三のものは、仮に消費者の態度が重要な要因としても、容易にしかも正確にその大きさを決めることができる所得や資産や負債と違って、確信とか不安などは、科学以外の感じとか意見の問題であり、主観的な正確には捕捉しがたいものであり、よって、研究しても労多くして功少なとする。「不況は、好況と同じく、経済的な変化と心理的な変化の両方にその原因を捜し求めなければならない」といったような考え自体は、新しいものではなく、[忘れられては経済の変動によって浮かびあがっ

てくる] 古い真理なのである。それを機能させる方法がなかったわけである。

しかしと、1960年のカトーナは言う (Katona, 1960=カトーナ, 1964: 4-5)。この10年ないし15年の間に、「動機・態度・期待^{エクスプレクティション}」などの変化が、所得・資産・負債などの変化と同じような信頼性をもつ科学的なデータとして」測定されることが示された。これは、無論かれ自身を中心とするミシガン大学サーベイリサーチセンターの消費者調査を踏まえた発言である。

Ⅲ 消費者態度による予測への批判

カトーナの仕事の中で、先にも触れたように、広く知られたのが、ICS (The Index of Consumer Sentiment) であり、消費者の態度を調査することで自由裁量の消費支出のよりよい予測が、ひいては経済全体の動きのよりよい予測が可能になるという考え方は、ひろく影響力をもったものである。たとえば、日本の経済学関係者は、消費者態度重視とは言えなかったが⁷⁾、先にも触れたように、経済企画庁の著作のなかには、カトーナのICSに類似した「消費者態度指数」が見られ、ICSの紹介が見られる⁸⁾。

カトーナは、消費者の態度が、所得などの経済諸量で決定されず、たとえば、戦争の危険など経済以外の社会の重要な出来事の影響を受けて、経済に対して外生的に左右されることがあることを強調する。こういう観点は、カトーナの孤立した見解ではない⁹⁾。たとえば、ノエル・ノイマン (Noelle-Neumann, 1989) は、ドイツでの30年間の世論調査の結果の分析から「予言者としての世論」という論文を書いている。来年についての人々の期待 (一般的期待で特に経済的なものではない) が高いと翌年は経済成長率が高い、というように、年末における次の年への期待が、翌年の経済成長を予言しているというものである¹⁰⁾。また、カトーナらのICSの予測上の有効性を認める研究も少なくない (たとえば、Adams 1964; Mueller 1963)。

しかし、カトーナのICSには、批判もまた多い。一つは、その実際上の有効性に関するものである。カトーナは、消費者態度研究の実際上の意義の裏付けとして、自由選択的 (自由裁量的) 支出の重みをあげている。その自由選択的な購買姿勢をとらえようというのが、ICSであるから、自由選択的な支出の予測に貢献できるか否かが問われるわけである。他にもたとえば、ICSが前提にしている消費者センチメントの1次元性に対する批判もある (N. M. Didow, Jr. and others (1983)。しかし、ここでは、前者の問題を取り上げることにする。

たしかに、自由裁量の消費者支出の説明と予測におけるICSの有効性に疑問を投げかける研究は少なくない。

たとえば、日本でも、カトーナやノエル・ノイマンの消費者態度ないし世論の経済実態に対する先行性の主張に対して、石井 (1994) が、経済企画庁の消費者態度調査をデータに1977年~1994年のGNPとの関係を検証し、GNPの先行性を見出している。ただし、この研究には、消費者態度として物価の上がり方と暮らし向きを二つを取り上げ、データの制約のためと思われるが、本来とりあげるべき「景気の見通し」をとりあげていないという問題点がある¹¹⁾。この理由ではないが、石井も断定的な結論は控えている。

カトーナは、多くの批判に対して、支出のレベルの予測、量的な予測には、ICSだけでは大して貢献できないといい、むしろ、ICSの本領は、支出の上昇下降の転換、方向の変化を予測するところにあるという (Katona, 1972)。従って多くのICSの予測能力を問う研究は、カトーナの主張に正面から取り組んだものとは言えない。この点で、重要なのは、シャピロ (Shapiro, 1972) である。かれは、正にカトーナが主張した点を周到に検証しようとする。

カトーナの人間行動の基本モデルは、単に自由裁量の支出が経済諸量で決定されず、態度が

媒介変数として介入するというだけではない。さらに、態度が変化することだけが問題ではない。態度の変化は測定できる（これはカトーナが正に主張し実践してきた）が、そこからさかのぼって態度変化のメカニズムを推定することはできない。態度変化のメカニズム自体が変化するというのが、カトーナの基本モデルだとシャピロは考える。それに対して、安定した構造をもつ式で、ICSを長期にわたり再現できれば、態度変化のメカニズムの安定性、態度変化の構造の安定性を示すことになるとして、計量経済学的モデルによって検証する。1956年から1970年を二つの時期に区分して行ったテストの結果、株価とインフレ率とを主力とする容易に得られる経済量を用いて前四半期のICSから当四半期のICSを再現するモデルが——それらは推定された固定したパラメーターをもつモデルであるが——、区分された2期間で区別なく機能した。そこで、シャピロは、態度変化のメカニズムに安定性を仮定することができるとし、カトーナの主張に否定的な実証ができたとする。

また、変化の予測に関しては、パラメーターの推定に使う時期を予測期間（数四半期）を含めないように設定し、次の予測には前の予測期間を含めてパラメーターを推定するという形の「学習」を含め、従来の予測力のテストよりもより純粋な意味での予測力のテストを試みる。自由裁量支出の耐久消費財から自動車を選んで、ICSのみによるモデル、単純な計量経済学的モデル、より複雑な在庫調整モデルを用い、後2者には、ICSを加えない場合と加えた場合を分けてテストした。そして一般に複雑な計量経済学的モデルが優れており、それに対してはICSを加味してもほとんど改善は認められないことを示した。

シャピロの仕事は、ICSの予測能力に関するカトーナの主張に沿ってその妥当性を検証したものであり、管見の限りではカトーナの主張に対するもっとも重大な挑戦と思われる。特に自動車における支出変化の予測のテストの結果は明白なものがある。

そこでもう少しシャピロの結果を吟味する必要がある。まず、自動車購入に関しては、これは、この時期の自動車に関しては確かと思われるが、異なる時期や他の耐久消費財まで保証するものでなく、一般的な消費支出態度はまた別である。次に態度変化のメカニズムの問題を見よう。態度変化の構造の安定性の問題の場合は、固定したパラメーターでおおえる範囲は限られることは長期的に見れば、明らかと思える。シャピロのモデルは、平均株価を組み込むことで、経済外的出来事の心理的影響も間接的に取り込める形に成っている点は巧妙といえるが、たとえば、株価の動きがもつウェイトとインフレ率がもつウェイトの関係が、インフレ期と物価は安定しているバブル期とで同じとは考えにくいことである。

総じて、シャピロ自身が断っているように、かれの結果は、この検証の対象とその期間についてのみある確実性をもって言えることであるが、特に態度変化のメカニズムについては、外面的な安定性を示し得たに過ぎず、問題を残している。

シャピロ(Shapiro, 1972)を受けて、アビール(Abeele, 1983)は、EC諸国について、株価指数、物価指数、失業率や可処分所得というマクロ経済的諸量を用い、(1)ICSの変動の説明と、(2)自動車新規登録数の説明を行っている。(1)においては、シャピロと同様に、株価指数と物価指数が、説明力が大きいことを見出しているが、(1)の主要な結果であるICSの変動の半分が上述の客観的変数による単純な式で説明されるということは、この議論ではあまり重要ではない。(2)において、簡単な計量経済学的モデルでもICSの組み込みによる効果は小さいという結果について言えば、これは単に新規登録数の量的説明における比較であって、シャピロが試みた支出の転換点が標的にされていないだけでなく、単なるデータと式とのフィットの良さが測られてるだけで、真の意味の予測における能力がテストされているわけでもない。これはアビールによれば、データの制約によるが、シャピロの追試には限られ

た意味でしかなくない。

したがって、カトーナの主張について、ICS に関して行ったシャピロの検証が残した問題は、中心的な部分で残されている。

しかもまた、カトーナは、ICS だけで判断するのは、広く言って回答者の回答だけで判断するのは十分でなく、回答者がその見通しの理由として述べたことを考慮する必要があるという。これについても、シャピロは、カトーナらが ICS 以外の資料をも利用してなしている予測の結果を見ることとし、ミシガン大学サーベイリサーチセンターの例年の「経済見通し会議報告集」に残されているカトーナらの予測を周到に検討した。その結果、耐久消費財という不安定な消費支出分野としては、これ以上期待するのは無理という結果を収めていることが示されたという (Shapiro, 1972)。すなわち、シャピロは、この点に関しては、カトーナの主張が妥当性をもつことを認めている。

IV カトーナの観察と一般化

社会心理学者の T. ニューカム (T. Newcomb 1972) は、カトーナを心理学的なミクロの変数を経済的なマクロの変数に適用する上で妙技を発揮したとして、彼は単に心理学者や経済学者ではない。「ミスターマクロミクロ」と呼ぶほかないと言っている。一方、アメリカの経済社会学者 N. J. スメルサーは、T. パーソズ流の「一般理論」重視の影響を受けているが、カトーナを低い一般化をなしているだけであると批判した。それでは、カトーナはどのような知識を与えてくれるかを見よう。

ここでは、彼の数十年の研究の集成ともいべき『経済心理学』(Katona 1975) から、例としてインフレーションについてのカトーナの見解をみよう。インフレーションを取り上げるのは、それがこの間のアメリカ経済において支配的な問題であり、従ってかれの研究の蓄積も多いからである。

インフレーションについて、通常の理論は、物価が上昇すると判断されると、貨幣を持っているよりは、ものに替えた方が得なので、支出が増大するとする。しかし、調査の結果は、超インフレーションは別として、物価上昇の加速に際して、むしろ支出は押さえられる。それは、インフレーションは、大部分の人には、不利な展開と感じられるので、[防衛のために] 支出はむしろ抑制されるためである (Katona 1975 : 133-134)。インフレーションの認知は、ペシミスティックな景気観、ICS の低下と相関している。過去20年間一貫して、インフレーションが加速した時には、ICS は低下し、物価上昇が緩和すると ICS は改善された (Katona 1975 : 139)。

戦後アメリカでは、多くの期間、物価上昇を上回る所得の上昇があり、またアメリカ人のおおくは悪性インフレーションの経験がないにもかかわらず、このような傾向がみられるのはなぜか。それは、人々の多分に気分的なものを整理して言えば、インフレーションによって実質所得が増大するのではなく、自分たちの働きにより自分たちに帰すべき所得の増大の利得を、インフレーションが侵害すると考えるからである。また、そのインフレーションは、平時には、必然性がない許容され得ないものであると考えるからインフレーションに対する怒りが生じる (Katona 1975 : 140-141)。しかし、何か特定のグループにインフレーションの責任を帰すこともしない。たとえば、ある調査をみると、政府、経営者、労働組合、消費者のいずれも回答者の三分の二以上から責任があるとされている。

このように、インフレーションにあたって、通常の経済学的常識によれば、支出を早める

ことが、得策となるにもかかわらず、不況期と同じような支出抑制がみられるのは、インフレーションも不況も共に、好ましくない事態と見られ、不確実性を増大させ、不安を増大させるので、同じような反応、すなわち財布の紐をかたくするという反応をもたらすという。

インフレーションを抑制するために、しばしば政策関係者が提案する軽度の景気後退というような考えは、一般のアメリカ人には、[一つの悪い事態を同種の悪い事態で除去するということを意味し]受け入れがたいものである。1996年から1998年にかけての日本の政策関係者の判断と消費者の反応のギャップも、財政赤字の累積という事態を増税という事態で除去しようとした政策関係者の判断が、一般の消費者の否定的反応の大きさを見誤った点で、この一例とみなせるわけであり、少なくともこれまで生命を維持してきた知見と言える¹³⁾。

しかし、ヨーロッパ諸国などのような破滅的インフレーションを経験しない者が多い戦後のアメリカでも、買いだめなど、先述の軽微なインフレーション時の行動と反するものが見られた二つの時期がある。朝鮮戦争の勃発は、戦時中の物不足を思い出させた。1973年の場合は、やや複雑であり、カトーナはいくつもの条件（とりわけ食肉価格の急騰）を指摘しているが、忍び寄るインフレーションが見通しのつきがたい事態として不安を伴うのに対して、二つの時期には、明白な特定の脅威があったとする¹⁴⁾。

これは明らかに、「不安」とそれと区別された「恐怖」という心理学的概念を適用したものである。また、上に触れた不況時とインフレーション時の行動の共通性も、心理学的な「般化」概念によって少なくとも補強されたとらえ方と言える。

また、長期の繁栄の持続に関して、カトーナは次のように述べる。長期の繁栄が維持されるには、楽観的な経済的態度が広がっていることが必要だとの認識は、しばしばなされているが¹⁵⁾、それ以上の掘り下げた理解はなされていない。調査の結果からの暫定的な結論として、長期にわたって繁栄が支えられるには、次のような条件が必要である。①個人的な経済状況が改善され、またさらに改善されると感じられること。②経済全体の状況が改善されたと感じられ、またさらに改善されるという期待されることとの両方を条件とするという。前者が、新しい欲求 (aspiration) を生み、後者がそれを需要に転化させる (Katona 1975: 163)。状況と行動との媒介変数としての態度はそれ自体、状況の変化を受け「学習する」ものであることも、カトーナのよく説くところであるが、これは、カトーナの強調した態度の非従属性にとってはあまり有利な中間報告ではない。ここは、長期的な観点でも態度が無視できないことを論じている文脈だが、さらに長期的に見れば態度は経済状況の従属的な中間項として消去して大過はないとの議論に道を開くものとも見られる。しかし、カトーナはデータからの結論に留まり、かれの実証主義が偽りでないことを示している。

V 結 び

経済的態度・経済的信念・経済意識研究の重要な系譜としてマクロ的な消費者行動研究をあげることとし、その代表としてカトーナをとりあげた。そして、かれの消費者態度の研究という問題提出を振り返り、ついで彼の議論に対する批判、特に消費者態度調査に基づく予測に関するそれを吟味した。その結果、かれに対する批判はなお多くを問題として残していることが示された。さらに、かれの長年にわたる調査に基づく観察と一般化をインフレーションに関して検討した。

むろん、彼の議論にも、いくつかの問題点がある。たとえば、その一つとして、事態の心理的側面を強調するあまり、人々を理性的存在というよりは、感情的存在として理解しようとする

る傾向が感じられる。カトーナは、消費者意思決定の重要性をいちはやく強調した学者の代表と言っていい。しかしその意思決定が単なる合理的経済計算の産物ではないことを強調するあまり、時にその意思決定の性格の説明には、かってH. A. サイモンが、どこかで述べていたエルトン・メイヨーらの人間関係論に対する批判を思い出させるものがある。その組織成員観が、テイラーの科学的管理論の単能機械としての労働者観から感情的存在としての人間を回復したにとどまり、意思決定能力をもつ組織成員観に至っていないと述べた、その批判である¹⁵⁾。

カトーナの業績としては、いうまでもなく、本稿のⅡ、Ⅲで見たように、自由選択的支出のウエイトの増大に伴い、人々の態度が経済に大きな効果を持つことを主張し、従ってその調査が必要であり、またそれが科学的になされ得ることを示して、世界的に大きな影響を与えたことがあげられる。しかし、また同時に、上のⅣに見たように、多年の調査の蓄積の上に立った(ときに心理学的概念によって補強された)観察と一般化も、われわれにとって依然として有用な知識の源泉であると言えよう¹⁶⁾。

注

- 1) 次も参照。前田穰 (1992, 1994, 1998)。
 - 2) 1997年の経済意識に関するわれわれの報告(前田穰・岡本英雄・元濱涼一郎・木下博道 1997)も、社会意識の1部会で行われた。社会意識の部会で報告がなされたこと自体はそれ独自の意義があったが、経済を冠した部会がないということは問題である。
 - 3) 前田穰・岡本英雄・元濱涼一郎・木下博道 (1997) における使用が最初と記憶する。
 - 4) たとえば、経済企画庁1981(『景気動向四半期概況』昭和56年度第2季報)には、「経済変動と消費者意識の変化」という節の冒頭に、ケインズ型消費関数から諸種の消費関数への展開を枕に、自由選択的支出のウエイト上昇にともなう消費者の自由度増加というカトーナ的な議論がなされ、また、122-131頁には詳しいICSの紹介がある。
 - 5) 次を参照。Katona, 1960=カトーナ, 1964: 357(石川弘蔵「あとがき」)
 - 6) カトーナには、頻繁にケインズ(Keynes 1936ほか)への言及がみられる。
 - 7) たとえば、高橋泰蔵・増田四郎編 1984『体系経済学辞典』第6版(東洋経済新報社)の索引で検すると、「華国峰」や「菅野スガ」はあっても「カトーナ」の名はなく、「消費者態度」やそれに類する語も見えない。
 - 8) 注の4)で触れたほかに、たとえば、経済企画庁調査課の消費者の景気の見通しに関する調査(『消費と貯蓄の動向』『家計消費の動向』)から拾うと、昭和47(1972)年版『消費と貯蓄の動向』からしばらく「消費者の意識」という調査項目があるが、ICSの影響が認められる。1977年6月から(1972年にさかのぼって)ICSに似た「消費者態度指数」を作成している。
 - 9) また、ブラッドとベーター(Blood and Phillips 1995)は、マスメディア報道(ニューヨークタイムズ)、消費者センチメント(ICS)、経済の状況、大統領(プッシュ)の人気という4変数を同時にとりあげる統計的分析を行い、景気後退に関する見出しがICSに先行しかなりの影響を与えているが、その景気後退についての見出しは、経済の実際の状況を映すとは言えないとしている。むしろ大統領の人気に対する敵対的態度を示すという解釈をとっている。かれらは、ICSと経済実態との関連が認められないとして、カトーナ理論を否定しているが、経済の状況によって消費者態度が決定されないと言うカトーナの主張はかれらの分析で裏打ちされていることになる。
- いずれにしても、かれらも認めているように、1989-1993の大統領任期の1期間だけの分析であり、特に湾岸戦争という大統領の人気に決定的な影響を及ぼした出来事があったことを考えれば、この結論

をそのまま一般的に適用するものとみることはできない。

- 10) もっとも、ノエル・ノイマンは、この相関の説明は今後の課題としている。
- 11) 景気との関連については暮らし向きや物価上昇への見通しより、景気見通しの方が関連があると思われる。『家計消費の動向』昭和55年度版には、「国内景気に対する消費者意識と景気動向指数の動きをみると、消費者意識の変化の方がやや先行し、しかも国内景気の変動に対してかなり強い相関を示している」という記述がみられるが、ここにいる消費者意識は、「今後1年間の国内景気」を用いたものである。消費者意識の先行性については、『家計消費の動向』では、さらに、昭和57年度版、昭和58年度版、昭和62年度版などにも同様の記述があるが、「消費者態度指数」を用いた昭和57年版を除きいずれも国内景気の見通しを用いたものである。
- 12) 2か月ごとの電通調査によれば、消費税引き上げを目前にし、消費税引き上げ以降の景気や個人消費への悲観が強まった97年2月からやや上昇した景気観は、97年消費税引き上げ後、半年たち、大手金融機関の破綻の前の97年10月にふたたび落ちて、景気が良くなると考える人の比率は、93年6月の調査開始以来の最低を記録している（電通消費実感調査報告書97年10月度：6）。消費税導入を機とする消費者の経済見通しの悪化の強さを示していると言えよう。
- 13) 2タイプのインフレーションのアメリカ消費者による峻別については、Katona, Strumpel and Zahn (1971) においても指摘している。
- 14) カトーナは、例として、景気循環の実証的研究に関するミッチェルとの共著でよく知られているバーンズ (Burns 1957) をあげている。
- 15) テイラーシステムにおける人間観については、March and Simon (1958) で述べている。
- 16) またシャピロ (Shapiro 1972) は、カトーナが、多くの点で経済学の消費者行動研究を先取りしていることを指摘している。

引用文献

- Adams, F. G. 1964. "Consumer attitudes, buying plans and purchases of durable foods: A principal components time series approach," *Review of Economics and Statistics* 46 : 347-355.
- 鮎戸弘1994「消費者行動の経済心理学的アプローチ」鮎戸弘編『消費行動の社会心理学』福村出版
- Blood, D. F., and Peter C. B. Phillips. 1995. "Recession headline news, consumer sentiment, the state of the economy and presidential popularity: a time series analysis 1989-1993." *International journal of public opinion research*, 7 : 2-22.
- Burns, A.F. 1957. *Prosperity without inflation*. New York: Fordham University Press.
- 電通、1997、『電通消費実感調査報告書（97年10年度）』電通
- Didow, N. M. Jr., W. D. Perreault, Jr., and N. C. Williamson, 1983. "A cross-sectional Analysis of the Index of Consumer Sentiment." *Journal of Consumer Research*, 10.
- 石井健一1994「経済動向と消費意識」（鮎戸弘編『消費行動の社会心理学』鮎戸弘編『消費行動の社会心理学』福村出版
- Katona, G. 1951. *Psychological Analysis of Economic Behavior*, McGraw-Hill.
- 1960. *The Powerful Consumer: Psychological Studies of American Economy*, McGraw-Hill. (カトーナ, 1964, 『消費者行動：その経済心理学的研究』ダイヤモンド社)。
- 1964. *The Mass Consumption Society*. McGraw-Hill. (カトーナ, 1966, 『大衆消費社会』ダイヤモンド社)。

- 1972. "Theory of expectations." In Strumpel, B. et al, (Eds.), *Human behavior in economic affairs*: 549-583. San Francisco: Jossey-Bass.
- 1975. *Psychological economics*. New York: Elsevier.
- Katona, G., Strumpel, B., and Zahn, E., 1971, *Aspirations and Affluence*, McGraw-Hill. (カトナ、ストランペル、ツァーン, 1977, 石川弘義・原田勝弘訳『欲望の心理経済学—その国際比較研究』ダイヤモンド社)
- 経済企画庁調査局 1981『景気動向四半期概況』昭和56年度第2季報(『日経調査資料81-14』日本経済調査協議会)
- 経済企画庁調査局 1981a『家計消費の動向』昭和56年度版、東京:大蔵省印刷局
- 1982『家計消費の動向』昭和57年度版、東京:大蔵省印刷局
- 1983『家計消費の動向』昭和58年度版、東京:大蔵省印刷局
- 1987『家計消費の動向』昭和62年度版、東京:大蔵省印刷局
- 前田穰, 1992, 「経済システムと市民—経済意識と経済の社会的評価—」『経済社会学会年報』XIV 141-148頁
- 前田穰 1994「経済意識と経済の社会的評価—モニターとしての社会の一面—」大石泰教授古稀記念論文集刊行会編『現代経済社会における諸問題—大石泰彦教授古稀記念論文集—』第三巻(東洋経済新報社) 267-287頁
- 前田穰 1998『経済意識と経済の社会的評価に関する理論的実証的研究』(文部省科学研究費補助基盤研究(A)(1)研究成果報告書)
- 前田穰・岡本英雄・元濱涼一郎・木下博道 1997「経済意識(経済的態度)とシステム—メカニズム期待と行為主体期待中心に実証分析—」日本社会学会大会報告
- March, J.G., and H. A. Simon, 1958 *Organizations*. (マーチ=サイモン、1977『オーガニゼーションズ』土屋守章訳)
- Mueller, J. 1963. "Ten years of consumer attitudes surveys: The forecasting record," *Journal of the American Statistical Association* 58 : 899-917.
- Newcomb, T. M. 1972. "Expectations as a Social-Psychological Concept." In Strumpel, B. et al, (Eds.), *Human behavior in economic affairs*. 549-583. San Francisco: Jossey-Bass.
- Noelle-Neumann, E. 1989. "The public as prophet: Findings from continuous survey research and their importance for early diagnosis of economic growth." *International Journal of Public Opinion Research*, 1 (2) : 136-150.
- Shapiro, Harold T. 1972. "The Index of Consumer Sentiment and Economic Forecasting: a Reappraisal." In Strumpel, B. et al, (eds.), *Human behavior in economic affairs*: 373-396. San Francisco: Jossey-Bass.
- 高橋泰蔵・増田四郎編 1984『体系経済学辞典』第6版(東洋経済新報社)
- Vanden Abeele, P. 1983. "The Index of Consumer Sentiment: Predictability and Predictive Power in The EEC." *Journal of Economic Psychology*, 3 : 1-17.

Abstract

In highly industrialized nations the state of economy is a serious concern of most of people. In other word, attitudes toward economy constitute an important part of our daily life.

Studies of the attitudes to economy are, however, not enough for us to know this important aspect of present day society. They are not cumulative and rather scattered except for research on the attitudes toward business cycle and the research in turn lacks connections with other social concerns.

To obtain a broad perspective which connect scattered studies, we review most important lines of "economic ABC studies," that is, economic attitudes, economic beliefs, and economic consciousness studies. Macro consumer attitudes research is also included in economic ABC studies.

As a part of our review, this paper examines the work of Katona and his colleague as most important study of consumer attitudes focused on macro economic conditions. First, we review how Katona established the macro consumer research against dominant economic thought in that time.

Katona and his colleagues have often met with severe criticism. The Index of Consumer Sentiment constructed by Katona and his colleagues in the Survey Research Center has been criticized especially as not to be useful for forecasting. We inquiry into some of the most important criticisms of the Index and show that they are far from complete.

Finally, we examine Katona's observations and empirical generalizations, taking the case of inflation as an example, and show that they are still a source of useful knowledge.

