

近年、社会的視点を考慮して行われる経済的意思決定について、人々の関心が高まっている。たとえば社会的責任投資（SRI）の問題もその例であり、また直近の話題としては、東日本大震災後の電力節約についての人々の協力的行動もその1つの例である。本稿ではこれらの例を具体的に説明するというよりも、むしろ分析の方向性を私たち自身に向けて、そもそもこのような社会的視点を考慮した意思決定ができる人間の潜在的可能性について、最近のニューエコノミックスの視点から論じてみようと思う。

社会的な意味や文脈を読んで行動する人間の潜在的可能性はどこから生じるのか。こうした問題は従来の経済学がもつとも苦手とするところである。その理由は周知のように、これまでの経済学では、もっぱら人間の個人主義的な合理性を、自らの理論的前提として、経済社会の動きを説明する論理を組み立ててきたからである。市場の中で得られる価格情報や財の数量・品質に関する基本的情報があれば、それで個人主義的な合理的意思決定は可能であり、さらに周りの人々の心やその人々の作り出す「空気（雰囲気）」などを、なぜ追加的に読まなければならないのだろうか、と考えてしまうのである。こうして、もし従来

倫理的
消費
社会へのアクション
持続可能な

社会的視点からの意思決定の可能性

—ニューエコノミックスによる—考察

中込 正樹 *Written by Masaki Nakagome* 青山学院大学経済学部教授

の経済学の理論的世界観に身を置くならば、人が社会的意味や文脈を読んで意思決定することの必要性・重要性を見いだすことは不可能になる。

しかし、人間の「賢さ」とは何だろうか。1998年にノーベル経済学賞を受賞したアマールティア・センが「合理的な愚か者」という言葉で強烈に批判したように（※5）、従来の経済学が前提とする合理的経済人は、確かに「合理的」かもしれないが、しかしもしこうした人が現実世界に生きていたら、その人は決して「賢い人」とは言われないであろう。このことは、従来の合理性という概念では、人間が社会の中で生きていくためにもつとも必要なもの・重要なものを把握できないということの意味しているのである。では改めて、人間の「賢さ」の本質をどのように理解したらよいのだろうか。また人間の「賢さ」と、社会的な意味や文脈を考えて行動するということの関係を、どのように考えたらよいのであろうか。

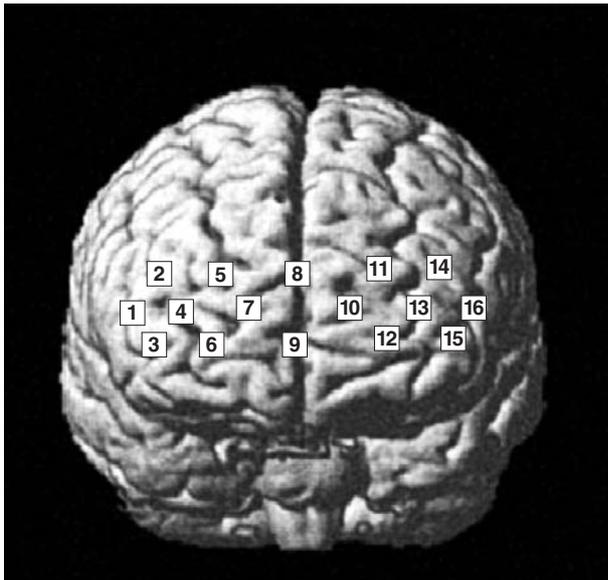
近年の脳科学の進展は、こうした一群の問いに答えるための大きなヒントを与えてくれる。RizzolattiやGalleseなどのイタリア・パロマ大学の研究チームにより発見されたいわゆる「ミラーニューロン」（人間については「ミ

ラーニューロン・システム」と表現される) に関する話題がこれである。この脳細胞は、他者の行動を見ただけで、自分が実際に行動する時と同じように自動的に活性化するのであり、サルについてはF5という脳の部位、人間についてはブロードマン44野周辺に存在していることが指摘されている。44野と言えば、言語中枢と言われるブローカ野と重なっており、ミラーニューロンが人間の言語的能力と強いつながりを持っている点も推測されている。またこうした運動系のニューロンだけでなく、運動を必ずしも伴わなくても人間の高度な心理状況を自動的に模倣することができる、つまり他者の心理をあたかも自分の中で生じた心理と同じように感じることができるメンタライジング機能(共感の機能)に関連した、いわゆる「ミラーメカニズム」の脳神経細胞が、前頭葉部分を中心としてかなり広範囲に分布していることもわかってきている。これら自動的に他者の運動や心理を模倣する脳神経の一群に対しては、それを制御するための、より高次の脳神経細胞(Lacoboni「2011」)が言うところの「スーパー・ミラーニューロン」の存在も、重要なものとして研究されている。以上の人間の脳神経的な基盤の存在は、社会の中で他の人々の心理や「空気」を読むための強力な武器となる。これにより

人は他者の行動の意図やさらに高度な心理の動きを、あたかも自分の中で生じているかのごとく生き生きと臨場感を持って感じ取ることができるといえる。人は長い適者生存の進化のプロセスで、こうした脳神経的メカニズムを獲得してきたのであり、これこそ人間が有する「賢さ」の源泉ではないかと考えられる。しかしそれにもかかわらず従来の経済学は、このような人間の可能性に注目することなく、ただ単に個人主義的な合理性を中心とした「仮想的な」経済理論の構築に時間を費やしてきた。今こそ、われわれは人間と人間社会をより深く理解するための新しい経済学をめざして、再出発しなければならない。

さて人間が有する共感能力の脳神経的な基盤について述べてきたが、実はまだこうした研究だけでは不十分である。さらに現実の社会環境の中で、人間の潜在的な可能性が、「賢さ」の源泉として、どの程度実際に発揮されるのか、あるいはうまく発揮されないこともあるのかを考えていかなければならない。このような問題こそ、新しい社会科学の課題であると考えられる。実は行動経済学者として有名なThalerと法学者のSunsteinによる共著で『Nudge』(訳書名『実践行動経済学』)という本がある。そのなかで、カリフォルニア州サンマルコスで行われた社会実験研究

の興味深い事例が紹介されている(※4,6)。サンマルコスでは電力の節約を各家庭にお願いしていたが、いわゆる「ブーメラン効果」が発生して、思ったほど大きな効果を上げることができないでいた。ブーメラン効果とは、いったんは電力節約に積極的に協力してくれた家庭でも、自分たちの節約効果が確認できると安心して、また元の電力消費水準あるいはそれ以上の水準に戻ってしまうという反動的な行動を意味している。そこでこのサンマルコスの実験チームは、積極的に電力節約に協力してくれたと判断できる各家庭への電気代の請求書(または領収書)に、簡単なHappy face(日本で言うところの「ニコちゃんマーク」)を書き入れることにした。すると驚くことに、この小さなマークの書き込みが、きわめて大きな効果を生み出したのである。これにより例の「ブーメラン効果」が消滅してしまっただけでなく、なんと電力消費量も全体で大幅に減少した。なぜこのささやかなHappy faceが、これほど大きな経済的効果を生み出したのだろうか。従来の経済学的議論では、電力の節約を実現するためには、値上げをするか、または課税をするか、どちらにしても消費者が支払う金銭的負担を増大させて、その経済効果によって目的を達成するという手段だけを考えただであらう。しかしサ



光トポグラフィ (OEG-16、Spectratech製) による前頭葉の計測地点
NIRS-SPM標準脳上のOEG-16の測定位置。写真提供、B・R・システムズより

脳波計と光トポグラフィの機器を用いて、こうしたナッジを見た時の人間の脳活動の変化(事象関連電位および酸素化ヘモグロビンの濃度変化)を調べる簡単な実験を行った(※2, 3)。具体的には、happy faceやその反対にsad faceがモニターに現れる・現れないの種々の実験タスクを作り、それらのタスクがもたらす影響の相違を調べてみたのである。先に述べたように、こうしたhappy faceおよびsad faceは、被験者にとっては新しい情報を与えてくれるものではない。

ではなぜ人の脳は、小さなhappy faceおよびsad faceに、これほど鋭敏に反応するのだろうか。その理由としては、それらのマークが人々に、社会的な意味や文脈を強く認識させたからであると解釈できる。サンマルコス の例で言えば、自分が実行している電力節約行為は、社会的に強い支持を受けているという感覚である。もちろんそうしたことは、当然すでに頭ではわかっている。しかし改めてそうした社会的な文脈を感じ取ることは、単なる表面的な情報的価値の有無の問題を超えた「何か」をわれわれに与えてくれるのである。人はそうした形式的な情報的価値の問題を超えた次元で、社会的文脈を読み取って鋭敏に反応するのである。こうした人間の心理と行動は、先に述べたミラーニューロン・シ

ンマルコスの社会実験は、何らの価格変更も行わずに、単に小さなマークを請求書に書き込むことだけで、きわめて大きな経済的効果を上げること成功したのである。そもそも「ナッジ(Nudge)」の意味は、人の肩などを軽くたたいて、ある行為の実行を促す、または示唆するということである。このhappy faceの書き込みも、電力消費節約へのさらなる努力をしようよ、と人々に促すものであった。しかしわれわれが考えなければならぬ重要な点は、人々はすでにこうした

電力節約が、今自分たちの社会にとって必要だということを、当然知っていたということである。つまり、すでに知っていることを促す小さなマークは、人々にとって、何ら新しい情報を与えるものではないのである。もし従来の経済学が想定する合理的な個人ならば、そのような既知の情報には何らの価値はないという理由で、これを全く無視したであろうし、また当然のこととして自分の行動を変更するという気持ちは持たなかったと思われる。しかしサンマルコスの現実には、その仮想的予想とは大きく異なっていた。

い。しかし被験者のCNV脳波(contingent negative variation)は大きく崩れ、またヘモグロビン濃度の有意な増加は、前頭葉部分で言えば、happy face提示時では14チャンネル、sad face提示時では、2・3・4・10・11・12チャンネルと広い範囲で観察されたのである(光トポグラフィの計測チャンネルの位置については図を参照)。これは被験者の脳が、これら小さなナッジのマークにいかにも鋭敏に反応して活性化したのかを意味するものであった。

システムやメンタライゼーションなどの脳神経的機能に支えられて可能となる。そしてこの潜在的な脳神経的機能に対して、適切な形、適切なタイミングで、ナッジを示すと、人々はその社会的文脈に改めて鋭敏に反応して、自分たちの意思決定や行動を大きく変更する可能性がある。この自分の社会的存在性を認識できる人間の知性は、新しい可能性を生み出す。従来の経済学が示すように、金銭的な政策手段をとらなくても、または大きな予算を用いて大規模な経済政策等を実施しなくとも、実はこうした新しい方法を活用すれば、われわれの経済社会を望ましい方向に導いていくことができるのではないだろうか。そのような夢を与えてくれる話の内容となっている。

今、われわれに必要なことは、もう一度人間の可能性を深い視点から見つめ直すことである。人間の「賢さ」の源泉を、改めて考えていくべきだと思う。またこのような基礎理論の上に、具体的にどのような基礎理論の上に、具体的にどのような基礎理論の上に、社会的視点から「賢い」経済的意思決定を広

く行えるようになるのか、こうした問題へのアプローチの方法を工夫していく必要がある。従来の経済政策的手段のようにコストをかけなくても、人々の相互作用の力を利用した新しい社会的改善への手段が、見いだせる可能性がある。夢は広がっていくが、問題の核心はこういうことである。つまり真に豊かな人間社会への道を見いだすためには、まずわれわれが自分たち自身に関する深い豊かな自己認識（＝人間観）を練り直す必要があるという点である（※7）。遠回りのようでも、この点が決定的に重要である。貧しい人間観しか持たない人々が、どうして深く豊かな自分たちの人間社会を、デザインしていくことができるだろうか。今こそ新しい方法論を見つけるための旅を始める時だと考える。

CEL

■参考文献

- (※1) Jacoboni, M. (2009). *Mirroring People: The Science of Empathy and How We Connect With Others*. Picador. (塩原通緒訳「ミラー・ヒューマンの発見」早川書房(2011年))
- (※2) Masaki Nakagome et al. (2011a), "A Neuroeconomic Study on Nudge and Social Cognition Using an Electroencephalography," Working Paper Series, Institute of Economic Research at Aoyama-Gakuin

University, no.3, pp.1-13.

(※3) Masaki Nakagome et al. (2011b), "Understanding Meanings in Social Context: An Investigation of the Effect of Nudge on Neural Activation in the Brain Using the Functional Near-Infrared Spectroscopy," Working Paper Series, Institute of Economic Research at Aoyama-Gakuin University, no.4, pp.1-19.

(※4) Schultz, J.M., Nolan, R.B., Cialdini, N.J., Goldstein, and V. Griskevicius (2007), "The Constructive, Destructive, and Reconstructive Power of Social Norms," *Psychological Science*, vol.18, pp.429-434.

(※5) Sen, A. (1982), *Choice, Welfare and Measurement*, Oxford: Basil Blackwell. (大庭健「川本隆史訳「合理的な悪が善」勁草書房(1999年)」)

(※6) Thaler, R. and C. Sunstein (2009), *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness*, Penguin. (遠藤真美訳「実践行動経済学」日経BP社(2009年))

(※7) 中込正樹「経済学の新しい認知科学的基礎」創文社(2009)

中込正樹 (なかごめ まさき)



青山学院大学経済学部教授。1970年甲府市生まれ。73年東京大学経済学部卒業。その後同大学大学院経済学研究科博士課程を経て現職。主な著書は『事業再生のマクロ経済学』(石波書店)、『経済学の新しい認知科学的基礎』(創文社)、『意味世界のマクロ経済学』(創文社)など。