

2011年
11月10日
木曜日

加藤雅俊 助教 (企業経済学)

日常生活における外部性と知識のスピルオーバー

個人の消費行動や企業の生産活動が、市場の取引を経由せずに直接他人に影響することがある。このことは、経済学において、「外部性（あるいは外部効果）」と呼ばれる。経済学の教科書では「市場の失敗」の例として外部性が扱われることが多い。

本稿では、市場の取引における外部性というよりは、広い意味での外部性を考え、人間が日々の生活において受け得る外部性という問題を考える。人間の日々の生活においても外部性という存在は小さくなく、我々は他人から何らかの影響を及ぼされることもあれば他人に何らかの影響を与えることもある。悪い影響もあれば良い影響もある。

経済学では、悪い影響を与える外部性のことを「負の外部性」（「外部不経済」ともいう）と呼び、周囲に

悪い影響を与える例として、大気汚染、騒音、悪臭などの環境汚染や交通渋滞などが代表的である。他方で良い影響を与える外部性のことを「正の外部性」（外部経済ともいう）と呼び、周囲に良い影響を与える例として、植林の大気清浄効果、技術革新の波及効果（スピルオーバー）、教育の社会的効果などが代表的である。

このように、悪い外部性もあれば良い外部性もあるわけだが、我々は日々の生活においてどちらの外部性を受けることが多いだろうか。たとえば、学生生活では多くの友人ができ、彼らと多くの時間を共有して良くも悪くも影響を与え合うことが考えられる。また、授業やゼミなどにおいて多くの教員と接する機会も多いためであろう。できる限り周りの友人・教員などとの交流をもつこと

で、正の外部性を享受する可能性を広げる一方で、負の外部性を享受する可能性も増すだろう。

また、経済学では、外部性の一種として、「知識のスピルオーバー」（knowledge spillovers）という概念がある。これは、他人（他社）から知識が伝播することをいう。たとえば、企業が近接して立地している場合にそれら企業間で何らかの知識（技術など）が伝播したり、同一組織内で他人との交流などから知識（ノウハウなど）が伝播したりすると考えられている。実は、我々研究者の世界でもこのような「知識のスピルオーバー」が極めて重要である。研究室に籠ってひたすら研究に勤しむだけでは新しい発想は生まれないうだろうし、学会やセミナーなどで他の研究者と議論を繰り返すことで研究のアイデアが生まれることや

進行中の研究が好転することも多いにあるはずである。

このように、日常生活において自分以外の多くの人間と交流を持つことが、正の外部性を享受する可能性を高める。学生の皆さんには、知識のスピルオーバーが日々の生活においていかに大きな要素であるかを一度考えてもらいたい。そして、知識のスピルオーバーを得るために、学生時代に留学をしたり、海外旅行をしたり、学内外のイベントに積極的に参加したり多くのことにチャレンジすることや多くの人間と交流することを心がけてほしい。