**UNIT 7**

１ In standard economics, / consumers’ willingness to pay / is considered an important factor / in deciding market prices. // But research shows / what consumers are willing to pay / can be easily influenced. // Consumers don’t in fact have a good control / of their own preferences. // Here is an illustration of this idea. // Consider your current consumption / of wine and milk. // Now imagine / that two new tax laws will be introduced tomorrow. // One will cut the price of wine by 50 percent, / and the other will increase the price of milk by 100 percent. // What do you think will happen? // These price changes / will surely affect consumption, / and many people will walk around / slightly happier and with less calcium. // But now imagine this. // What if the prices change in the same way, / but you don’t remember / what you paid for these two products in the past? //

標準的な経済学においては 消費者の支払い意欲は 重要な要因であると考えられている

市場価格を決定するのに　　　　　　　　　　　　　しかしながら，研究は示している　　　消費者がいくらお金を支払ってもよいと思うかは　　　　　　　　容易に影響を受けうることを　　　　　　　　　 消費者は実際には，うまく制御できていない

　　　　　　　自分の選好を　　　　　　　　　　　　　　　　　　この考え方について，1つ例を挙げて説明しよう　 　　　　　みなさんの現在の消費量について考えてみてもらいたい　　　 ワインと牛乳の　　　　　　　　さて，想像してほしい　　　明日，新しい2つの税法が導入されるということを　　　　　　　　　　　　　　　　　１つはワインの価格を50パーセント下げ　　　　　　　　　　　　　　　　もう１つは牛乳の価格を100パーセント上げる　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　何が起こると思うだろうか

　　　　　　　　　これらの価格の変化は　　　　　　　間違いなく消費量に影響を及ぼし　　　　　　　　　　多くの人間は歩き回ることになるだろう　　　　　　　　　　 少しだけ幸せな気分で，同時にカルシウム量が減少した状態で　　　　しかしここで次のことを想像してほしい

価格は同じように変化するとしたらどうだろう 　　　　　　　　　　　 　しかしみなさんは覚えていない（としたら） これらの2つの商品に対して過去にいくらお金を払っていたのかを

私は思う　　　　　　この価格の変化は需要に大きな影響を与えるだろうと　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　もし人々が以前の価格を覚えていて　　　　　　　　　　　　　　　　　　　価格の上昇に気づいたのであれば　　　　　　　　　　　　　しかし私はこうも思う　　　 　　 過去の価格の記憶がなければ　　　　　　　　　　　　　　　　　 　　こうした価格の変化は

需要に対して，仮にあるとしても，ささいな影響しか与えないだろうと　　　　　　　もし，人々が過去の価格についての記憶がまったくないのであれば　 　 ワインと牛乳の消費量は　　　　　　　　　 　　　　　 　　実質的に変わることはないだろう

あたかも価格が変化しなかったかのように　　　　　　　　　　言い換えれば　　　　　　　　価格の変化に対して私たちが示す敏感さは

　　　　　　　　 実のところ，大部分は，結果かもしれない　　　　　　　　私たちが過去に支払った金額の記憶の

　　　　　　　　　　　　　　　そして私たちが過去に下した決断との一貫性を求める気持ちの 　　私たちの真の選好を反映したものではまったくない（のかもしれない）　　　　　あるいは，私たちの需要レベルを

これと同じ基本原理はまた，あてはまるだろう　　　　　　　　　　　　　　　政府がある日，税金を課すことを決める場合に

　　　　　　　　　　　　　　　　ガソリンの価格を2倍にする　　　　　　　　　　　　　　　　　　　従来の経済理論では

　　　　　　　　　　　　　　　これは需要の縮小につながるはずだ　　　　　　しかし，そうなるだろうか　　確かに　　　　　　 人々は，最初のうちは，新しい価格と以前のものを比較して 新しい価格にショックを受け　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　その結果，ガソリンの消費を控えるかもしれない

　　　　　　　　　　　　そしてハイブリッド自動車を購入しさえする（かもしれない）　　しかし，長期的には　　　　　　　　　　　そして

２ I suspect / that the price changes would make a huge impact on demand / if people remembered the previous prices / and noticed the price increases; / but I also suspect / that without a memory for past prices, / these price changes / would have a trivial effect, if any, on demand. // If people had no memory of past prices, / the consumption of wine and milk / would remain essentially the same / as if the prices had not changed. // In other words, / the sensitivity we show to price changes / might in fact be largely a result / of our memory of the prices we paid in the past / and our desire for coherence with our past decisions / ―― not at all a reflection of our true preferences / or our level of demand. //

３ The same basic principle would also apply / if the government one day decided to impose a tax / that doubled the price of gasoline. // Under conventional economic theory, / this should cut demand. // But would it? // Certainly, / people would initially compare the new prices with the previous ones, / would be shocked by the new prices, / and so might pull back on their gasoline consumption / and maybe even get a hybrid car. // But over the long run, / and once consumers readjusted to the new price / (just as we adjust to the price / of Nike sneakers, bottled water, and everything else), / our gasoline consumption, / at the new price, / might in fact get close to the pre-tax level. // Moreover, / this process of readjustment / could be accelerated / if the price change / were to be accompanied by other changes, / such as a new grade of gas, / or a new type of fuel / (such as corn-based ethanol fuel). //

４ I am not suggesting / that doubling the price of gasoline / would have no effect / on consumer demand. // But I do believe / that in the long term, / it would have a much smaller influence on demand / than would be assumed / from just observing the short-term market reactions to price increases. //

ひとたび消費者がその新しい価格に再び順応してしまえば　　　　　　　　　　　（ちょうど，私たちが価格に順応するのと同じように　　ナイキのスニーカーやボトル入りの飲料水，その他もろもろの）　　　　　　　　　　　　　　　　私たちのガソリン消費量は

新しい価格での　　　　　　　　　実は，前の税率の（ときの）水準に近くなるかもしれない　　　　　　　　　　さらには　　　　　　この再順応過程が　　　　　　　　　　　　　　　　 加速する可能性もあるだろう　　　　　仮に価格の変化が ほかの変化を伴って起こるのであれば　　　　　　　　　　　　　　　　　　　たとえば新しい品質のガソリンや　　　　　　　　　新種の燃料の

　　　　（トウモロコシ由来のエタノール燃料のような）

私は言っているのではない　　　　　　ガソリンの価格を２倍にすることは　　　　　　　　　　　　　まったく影響がないだろうと

消費者の需要には　　　　　　　　　　　　しかし私は確信している　　　長期的に見れば　　　　　　　　　　　それが需要に与える影響ははるかに小さいと　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　 憶測されるよりも 価格の上昇に対する短期的な市場の反応をただ観察することから