

燃費不正が消費者厚生と環境外部性に与える影響

— 発覚前市場における影響の実証分析 —

要旨

本研究は、日本の自動車市場における三菱自動車の燃費不正を対象に、品質不正が消費者行動、需要配分、消費者厚生、環境外部性に与えた影響を定量的に分析する。発覚後ではなく検出前期間に着目し、誤った性能情報に基づく選択の経済的帰結を評価する。2005～2016年の月次データを用い、集計ロジット需要モデルを推定し、BLP型およびLewbelの操作変数で価格内生性に対処した。結果は、不正車の需要が有意に高く、需要は市場拡大ではなく非不正車からの再配分によって歪められていたことを示す。反実仮想分析から、消費者厚生は全体として低下し、さらに販売増加と燃費乖離により約56万トンのCO₂排出増が生じ、数十億円規模の社会的費用が発生した。これらは、性能情報の信頼性が消費者厚生と環境政策の有効性にとって重要であることを示唆する。