

行動経済学による「消費者力」の涵養（1）

～「生活を守る経済学」講演シナリオを通じて～

神山 和久

地域課題研究

「地域づくり」に関する調査研究

2014年3月

地域づくり研究会
(地域課題研究実行委員会)

北九州市立大学都市政策研究所

研究ノート

行動経済学による「消費者力」の涵養（１）

～「生活を守る経済学」講演シナリオを通じて～

神山 和久

はじめに

われわれ消費者は、ほしいモノが全て手に入るわけではない。経済学が最も重視する価値は「希少性」である。それゆえお金も、時間的ゆとりも、モノやサービスも、限定的な満足しか手に入らない。自分にとって何を選べばどれだけ満足が得られるか、いつも選択に逡巡するのが人間である。このことは社会全体で見ると、限られた資源の中からどれかを選択すると一方で何かをあきらめなければならないという二律背反、トレード・オフが常につきまとうことを意味する。経済学とは、最善の選択と意思決定を考える学問である。トレード・オフの損得を判断する知恵の体系と言ってもいいだろう。情報化、国際化が進む現在、ヒト・モノ・カネ・情報が燎原の火のごとく渦巻くなかで人々の選択と意思決定は困難さを増しており、生活者の立場からも多くの消費者問題を生み出してきた。生産・流通・消費のグローバル化によって、食品危害一つとっても、われわれの日常生活は相互依存・相互信頼の中でしか成立し得ない。けれども、多くの国々、多くの市民、多くの消費者間で相互依存の必然性は首肯するものの、自立した消費者像は姿も見えず未完成のままである。一方で、こうした相互依存の拡大は、自立・自尊・責任を持った消費者の登場に期待せざるを得ない状況を生んでいる。受動的な依存体質を拭えない旧来型の消費者のままで良いのか、主体的に「生活者」としての知恵と行動を備えた消費者に変貌すべきなのか、それは世界の市民社会像を大きく変える選択肢でもある。言うまでもなく、後者への社会的誘導を期待するのは筆者のみならず、大方のコンセンサスであろう。

欧米では消費者市民社会(Consumer Citizenship)という考えが生まれて久しいが、その内容に関して平成 20 年「国民生活白書」では次のように述べている。「個人が消費者・生活者としての役割において、社会問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況などを考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味している。つまり、そこで期待される消費者・生活者像は、自分自身の個人的ニーズと幸福を求めるとしても、消費や社会生活、政策形成過程などを通じて地球、世界、国、地域、そして家族の幸せを実現すべく、社会の主役として活躍する人々である。そこには豊かな消費生活を送る『消費者』だけでなく、ゆとりのある生活を送る市民としての『生活者』の立場も重要になっている。そうした人たちのことは『消費者市民』と呼べよう。一人ひとりがそれぞれの幸せを追求し、その生活を充実したゆとりのあるものにできる社会、そうした社会を目指すためには残念ながら受け身の生活では実現しない」として、消費者市民社会(Consumer Citizenship)への転換の意義を謳っている。

その実現のためには、以下、本稿でみるように「消費者力」(注1)の涵養を目途とした市

民啓発、つまり消費者教育の実践に新たな展望をもつことが求められてくる。後出、新しい経済学の登場とその教訓の認知がこの目的達成に僅かでも寄与する一因となることを信じてみたい。

近年、行動経済学という新しい経済学が注目されている。「絶対にまちがわない合理的なひと」「一度決めたら迷わない自制的なひと」「他人が得することは考えない、自分の利益のみを考える利己的なひと」。この3つを守る経済人を標準的な経済学は想定している。でも人間って、そんなに自説を曲げずに合理的に行動するばかりではない。もっと無意識の直感や感情で判断するもの。だから悪質商法にも騙されてしまう。実は、人間が完全な答えを出すまで待てず即座に判断してしまうのは、有史以来、人が環境に適応するために備わってきた力なのだと進化心理学は説く。こうした進化論的な知見も加味し、行動経済学では、感情や直感など心のはたらきも交えながら、現実的な経済世界に潜む新発見をしようとする。人間は弱い。でも、それは人皆おなじ。3日坊主もある。だから、そんな弱い人間の行動メカニズムを知ればいざという時の意思決定も怖くないし、他者にもやさしくなれる。

筆者は、いわゆる地域貢献活動の一環として、北九州市域を中心とした「年長者大学」や「弁護士会研修会」などを通じ「生活を守る経済学」をテーマとした講演活動に出向している。平成25年度においては「消費者力を身につけよう」を基調テーマとする講演会に出向いた。また同時に、筆者の大学ゼミでは、弱い感情に左右される消費者の意思決定と行動をたくさんの実験の成果を通して学んでおり、実習や日常生活、さらに地域活動に生かせる「消費者力」のパワーアップをめざしている。そこで、聴講された市民の方々やゼミ生が学んだことが、日常生活での「消費者力」の涵養に「役立った」のか、また、「役立つと思う」のかについて体系的な集約を試みるため、本稿ではその手始めとして、ゼミで再講義した講演シナリオを一部抜粋して紹介しながら、若干のコメントを記述してみたい。

消費者市民社会(Consumer Citizenship)への転換の道探しを通奏低音としつつも、そのためのファースト・ステップとして、「消費者力」の向上に資するささやかな試みとして本稿を位置づけておきたい。さっそく、学生のみなさんに再講演した内容を記述してみよう。

1. 人々は、物価変動を無視して名目値で判断する。 【貨幣錯覚】

<講演シナリオ その1>

最初は、物価と円高、「名目」と「実質」を峻別できないわれわれ消費者の話から始めましょう。早速ですが(図1)のスライドをご覧ください。

今、仮装国家としてビールのみを生産する国があるとします。この国ではビールの原料・材料をすべて輸入に依存しています。ビール1本につきその原価は20円です。で、売価が200円だとすると、単純にこの国で生み出した付加価値は180円となります。これが図のAのところ。ところが、1年後に、この国は円高が進み輸入物価が大幅に下がりました。なんとビール1本につき10円の円高進です。企業としてはもうけが大幅に膨らみます。

図1 なぜか貨幣錯覚—名目と実質

例：円高とわたしたちの生活実感（ビール生産国の場合）

1. 原料・材料は@20円—————売価@200円

付加価値は180円・・・A

2. 原料・材料は円高で@10円—————売価@200円

付加価値は190円

3. 原料・材料は円高で@10円—————差益還元@190円

付加価値は180円・・・B

問：1. と3. の場合、A・Bそれぞれ180円の価値は同じか？

◇われわれは、お金の名目値にばかり興味を示しがち。高まる実質値は考慮しない。しかも、われわれはデフレの世界で生きているのに。

200円の売価はそのままでですから、付加価値は190円です。でも、このままでは賢い国民が黙っていません。円高差益の還元を企業や政府に訴えます。そして差益還元が実現しました。100%の差益還元です。したがって、売価は190円となり、この国の物価はすばらしいパフォーマンス（安定）を示したのです。「消費者力」の発揮と言いたいのですが・・・。

このとき、多くの消費者は1. と3. のそれぞれA（180円）とB（180円）の価値の違いに気付いてくれませんでした。問題はここです。何故か・・・？。で、それはこういうことです。金額で示された180円の価値は「名目」では同じ180円です。しかしお金の“使い勝手”、つまり「実質」でみると明らかに円高前と後では価値が異なります。具体的には、1. の円高前のケースでは180円の価値はビールが0.9本買える購買力（ $180/200=0.9$ ）があります。しかし、3. の円高後の場合はどうでしょう。同様に計算すると、180円の価値はビールが0.95本買える購買力（ $180/190=0.95$ ）となります。携帯を出して自分で電卓計算してみてください。分かりますでしょうか。つまり、180円という価値は、円高であろうと次に説明するインフレであろうと「実質」変化しており、このことは、わたしたち消費者が、いかに「名目」の世界中心で暮らしているかということを示す好例です。経済学では、このことを貨幣錯覚と呼んでいるのです。

では、次にインフレ・デフレなど物価変動と貨幣錯覚の代表的な例を取り上げてみましょう。設問AとBの回答結果を比較してみます。（図2）をご覧ください。

A：ある国は現在、深刻な不況にあるがインフレ（物価が持続的に上昇する状態）はない。会社は少しでも利益を上げており、そこで働きたいと望む人は大勢いる。そこで会社は今年、賃金を7%カットすることにした。あなたはどう思いますか？。これに対して、「1. 受け入れられる」とした回答は38%、「2. 受け入れられない」としたのが62%となりました。では、次です。

図2 設問AとBを考えて回答しよう

A：ある国は現在、深刻な不況にあるがインフレ（物価が持続的に上昇する状態）はない。会社は少しだけ利益を上げており、そこで働きたいと望む人は大勢いる。そこで会社は今年、賃金を7%カットすることにした。あなたはどう思いますか？。

1. 受け入れられる 38% 2. 受け入れられない62%

B：ある国は現在、深刻な不況にあり、さらにインフレ（物価が持続的に上昇する状態）率は12%である。会社は少しだけ利益を上げており、そこで働きたいと望む人は大勢いる。そこで会社は今年、昇給は5%しかしないことにした。あなたはどう思いますか？。

1. 受け入れられる 78% 2. 受け入れられない 22%

出所：友野典男(2006)「行動経済学 経済は「感情」で動いている」

B：ある国は現在、深刻な不況にあり、さらにインフレ（物価が持続的に上昇する状態）率は12%である。会社は少しだけ利益を上げており、そこで働きたいと望む人は大勢いる。そこで会社は今年、昇給は5%しかしないことにした。あなたはどう思いますか？。「1. 受け入れられる」とした回答が78%、「2. 受け入れられない」としたのが22%となりました。なぜ、Bの方が受け入れられる回答が8割近くになるのでしょうか。なぜ、Aでは受け入れられないひとが6割になるのでしょうか。すでに皆さんおわかりのように、どちらも「実質」賃金は変わりません。やはり貨幣錯覚が起こっているのです。

われわれは、「名目」賃金を切り下げられると痛い、辛い気持ちになります。「感情的になるな」と言われても不公正感が募り抵抗が大きいわけです。でも「名目」であっても賃金を切り上げてもらうと、先ほどと同様膨らんだお金であっても利得と考え受け入れやすいわけです。昨今の2%インフレ目標の意味がおわかりいただけでしょうか？。長いデフレ時代にも、正社員の賃金は実質切り下げが難しかった、首を切れないわけですから・・・、どうするか？。したがって、そこで雇用の流動化が進み、いつしかフリーターなど非正規雇用が増大し、雇用構造が大きく変わることに繋がったと言えるでしょう。（図3）

図3 正解は→どちらも実質賃金は変わらない

◆やはり貨幣錯覚が起こっている。人間の人間的なあやまち。

それは、感情・・・直感・・・慣習によって決めてしまう
バイアス

ケース A：名目賃金の切り下げ⇒不公正であるとみなし抵抗が大きい

ケース B：名目賃金の切り上げ⇒実質切り下げでも利得とみなし、受け入れやすい

雇用構造の激変の要因になった⇒数字は怖い、大きな教訓である

出所：「行動経済学 経済は感情で動いている」

2 . 損失は、利得の2倍の痛みや不満を生む。 【損失回避性】

< 講演シナリオ その2 >

これまでの標準的な経済学の前提というのはこういうものでした。これは何度も言いましたけれどももう一度言います。

人間（経済人）は合理的である。「一、人間は間違わず、いつも最善の選択をする」「二、人間は一度決めたら変えない、自制的である」「三、人間は自分の利益のみを求め、利己的である」。つまり、合理的・自制的・利己的、経済学ではこの3本の柱を堅持する人間を想定しているわけです。でも行動経済学では、合理的、自制的どころか、とんでもない感情に負けてしまう人間の弱さがあるじゃないか、いつも私たちの頭の中に理性と感情が勢力争いする世界があるのが人間の真の姿じゃないか、という疑問から出発します。心理学の知見や実験を経済学に応用し、より現実的な経済理論の構築をめざす新しい学問、まだ生まれて20数年というような経済学です。従来は一切間違わず超合理的と仮定された人間を、直感や感情に頼る限定合理的な人間として捉え直します。この「限定合理性」の前提というところが重要なところで、いつも合理的ばかりじゃありませんよ、でもいつも不合理的なわけでもありません。ある一定部分、限定的に合理的でほかはアバウトな直感や感情に走っちゃうという人間味のある人（ヒューマン）を前提とします。「当たりもしない宝くじを買ってしまう人」「うーん、ダイエットは成功しないよね」といった人間像です。つまり行動経済学のテーマは、人はどのように行動するのか、何故そうするのだろうか、その行動によって一体何が生じるのだろうか、というようなことを多くの実験や、近年では脳科学の新しい研究手法を援用して解明するというようなことです。要するに行動経済学は、温かみのある人間の心理と行動を標的とします。また、これを分析する方法論・ツールを持っています。トライすることで、ゼミのみなさんにも新しい経済学の知見を提供できるのではないのでしょうか。

さっそく、人間は無意識に殆どの行動を行っている、というところを見ていきましょう。
(中略)さて、次は損失回避性についてのお話です。

「勝ったよろこびより、負けた悔しさの方が大きい？」。柔道を例にしましょう。金メダルは勝ちとったよろこびです、銅メダルも勝てたよろこびです。3位決定戦で勝ちとったメダルが銅メダルですから……。金メダルはもちろんトップですよね、トップの栄冠ということです。しかし銀メダルは柔道の場合どうでしょう。この人は、金メダリスト、名前は上野薫さんです。(以下、講演会で使用したスライド写真は省略)この方、銅メダリストの上野順恵さん、姉妹で活躍されました。これは一昨年(2012年)のロンドンオリンピックの表彰場面です。そしてこの方、銀メダリストの中矢力さん。笑ってらっしゃいますけど、銀メダルっていうのは心中どうなのでしょう。実は、銀メダルは負けてもらうメダルです。ということは「勝ったよろこびより負けた悔しさの方が大きい」という感情が、このオリンピックの柔道で如実に表れているんじゃないでしょうか。これは、私からみなさんへの初質問になります……。どうですか?。なぜか知らないけれどもこういう風に金・銀・銅とあった場合、個人技で相手を打ち負かすいわゆる格闘技の世界では、このように人間の感情が大きく左右します。本音は損失回避性が強いのです。「顔で笑って、心で泣いて……」、悔しさが残ります。

一方、2013年の世界水泳の場合、ここで見た「勝ったよろこびと負けた悔しさ」を比べますと、金メダルはトップのよろこび、これは同じです。銅メダルも入賞した安堵感、3着ですからね。大事なのは、競技が変わったら先ほどの柔道と違って銀メダルも「うれしい、やった!」という勝ったよろこびが金メダルの次に表れてくる、銅メダルよりも銀メダルが上というのがはっきりとわかる世界水泳の結果です。400m個人メドレーの金メダリスト(瀬戸大地)>200m個人メドレーの銀メダリスト(荻野公介)>50m背泳ぎで銅メダリスト(寺川綾)ということになります。これは何故かというと、みなさんおわかりいただけるように、水泳の場合はタイムです。タイムという「客観的な判定基準」が用意されていますから、そのタイムで1着2着3着になる、ここでは人間の裁量や感情が入るってことはあり得ません。したがって純粹に勝ったよろこびが溢れてくるわけです。これを前提に考えると、人間行動と私たちの考え方・感じ方っていうのはTPOでいろんな姿で出て参ります。それをこの方がこういうかたちで世界に発表したら、こういうものをもらいました。

それは何か。それは「得た満足や、得た利得よりも、失った不満、損失の方が大きい」という発見です。柔道の銀メダリストの「痛み」を代弁しているようですね。写真(省略)はダニエル・カーネマンという心理学者です。損失回避性を含む人間の不確実性下の行動をプロスペクト理論(注2)というかたちで発表して、2002年にノーベル経済学賞をもらった人です。その中身につきましては今からお話しましょう。

さっそく問題です。「あなたは、コイン投げのギャンブルに誘われました。A.表が出たら、10,000円支払います。B.裏が出たら、15,000円もらえます。このギャンブルは魅力

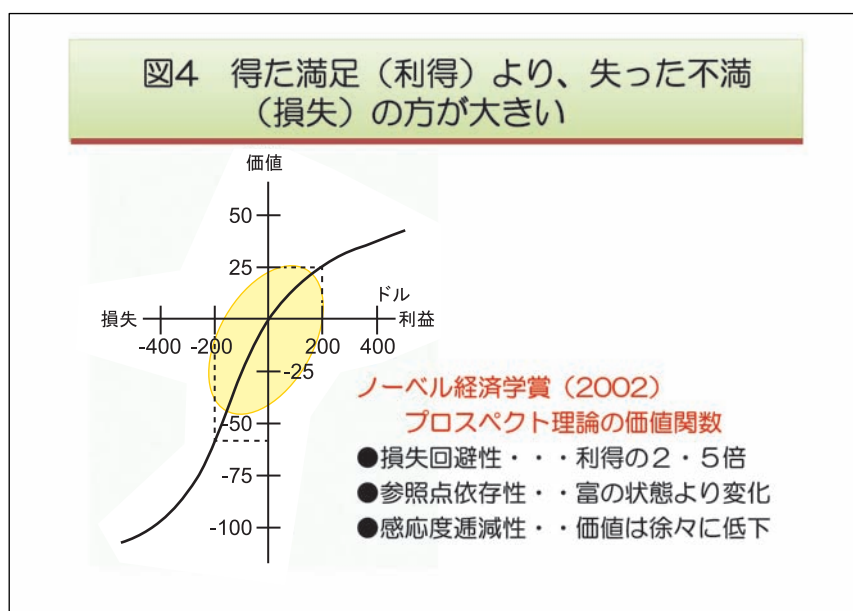
的ですか？あなたは やりますか？ 」

「これやりますか」と言われたらほとんどの人が「嫌だ」と断りますよね。それは何故か。断るのは理性で考えた頭の“熟慮の結果”と思われがちです。しかし決定的要因は、私たちの頭がやらかす速い“直感的な反応”だ、ということなんです。それもほとんど無意識に近い反応です。このギャンブルでは、合理的には2分の1の確率で5,000円儲かるのですが、「損する」という恐怖感は「得する」期待感をかなり勝っています。およそ2倍の20,000円以上でないとギャンブルを断ります。これが損失回避性といわれるプロスペクト理論の中心的な内容です。したがって、昨年流行った“倍返し”というのは、人間の直感的な損失回避を表現しているということです（笑）。

（中略）このプロスペクト理論の内容は大きく2つあります。

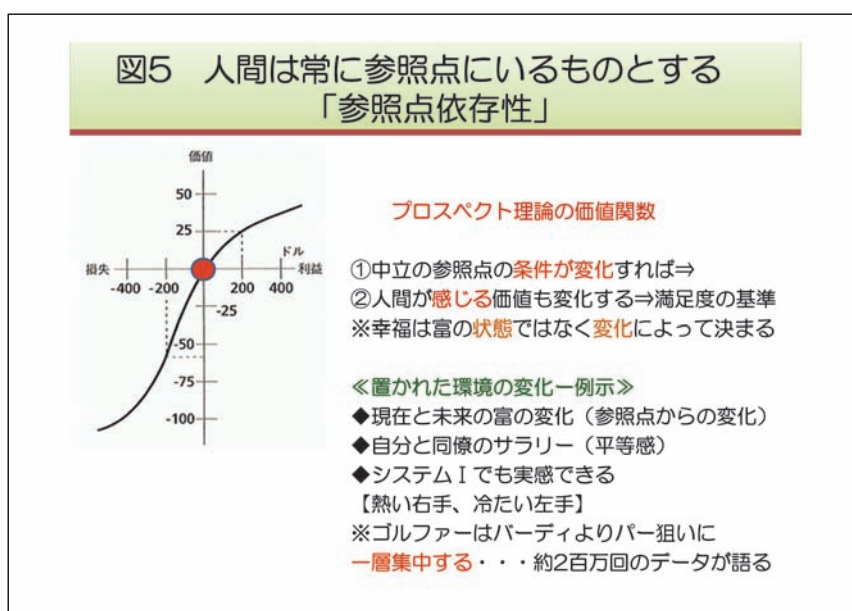
一つは価値関数、あと一つは確率加重関数で説明されますが、ここでは価値関数について3点ほどお話をしておきます。

まず、(図4)に示すグラフ(価値関数)の損失回避性です。上述のコイン投げギャンブル問題を観念化して考えてみましょう。X軸のプラス方向(利得場面)では、200ドルの利益から感受する価値(満足)が+25(Y軸)ほどの価値であることを示しています。一方、X軸のマイナス方向(損失場面)では、同額200ドルの損失から受ける苦痛(不満)は-50以上(Y軸)になることがわかります。結果、第1象限と第3象限の楕円の面積が「非対称」となりました。つまり、満足より不満領域の方が大きな影響力(面積が大きい)を持つことを示しているのです。



二つめは、感応度逓減性とよばれるものです。詳細は省略しますが、要するにグラフの傾きが徐々に緩くなる、カーブがなだらかになることを言います。最初のビールはとてもうまいが、2杯、3杯となると美味しさも落ちてきます。こんな感じでしょうか。

三つめは、参照点依存性です。グラフの原点を見てください。ここは決して (0, 0) の座標を厳密に当てはめているわけではありません。人間が思っている価値の基準点のことです。見てきたように、参照点からの動きによって人はプラスやマイナスの価値を受け入れます。中立であるところの参照点の条件が変化すれば、人間が感じる価値も変化するのは、ならば満足度の基準でありますから、たとえば「幸福感」の場合はどうでしょう。「幸福は富の状態ではなく変化によって決まる」と考えるのがプロスペクト理論の考え方です。このように考えると、人間が置かれた環境といえ、(図5)に示しましたが、現在と未来の富の変化(参照点からの変化)、自分と同僚とのサラリーの多寡・比較(平等感)など、一寸考えただけでもたくさんの例示が思い浮かぶことでしょう。同僚と比べ 100 円でも給料が少ないと・・・イヤなんです。参照する、比べたがるのが人間だというわけです。



ダニエル・カーネマンらは、人間の認知機能を、「システム1」という直感的で素早い判断と、論理的だがスピードが遅い「システム2」による判断に分けています。「システム1」が実感できる認知機能の実験は、「熱いお湯の右手の洗面器、冷たい水の左手の洗面器」による説明がよくわかります。2つの両端の洗面器に別々に浸した手が、上記の状態から真ん中に置いた「ぬるいお湯」の洗面器に両手を同時に浸し替えるとどうなるでしょう。熱い右手は冷たく感じ、冷たい左手は温かく感じることでしょう。右手と左手の触感はもとの参照点異なるからです。ちなみに、プロゴルファーはバーディよりパー狙いに一層集中するそうです・・・米国での実験では、約2百万回のパターのデータが証明しているそうです。基準(参照点)であるパーを逃すという損失回避性、バーディよりもパーの死守に賭けるプロ魂の深層心理が浮かんでくるのではないのでしょうか。

実は、この理論は経済的なお金の損得だけじゃなくて、ここは人間の「地位」とか「名誉」も・・・次の保有効果もそうですが、様々な価値に対する反応にこの理論は適用され

ますから、そこは注意をしていただかなければならないと思います。

3. なぜ、自分の所有物を高く評価したがるのか

【保有効果】

<講演シナリオ その3>

(図6)は、「人はなぜ自分の所有物を高く評価したがるのか」、ということでやった世界的に有名な実験です。マグカップを与えられた学生と、そのマグカップと同じぐらいの値段のチョコレートを与えられた学生で、これはもう300人ずつくらい、実際にアメリカの大学で行われた実験なのですが、300人同数ぐらいの学生に「交換しませんか」と提案してもらった。そうするとどちらも「イヤ」と答えたのが9割以上いたわけです。これは何故なのか。結論を言いますと、どちらの学生も、つまりマグカップを与えられた学生も同額のチョコを与えられた学生も自分が一度手にしたのものには愛着を感じる。したがって手放すことは「イヤ」。相手の持っているものと交換したらどうやら損をするような気がする、ということなのです。よくいわれるように、これが損失回避、「生活を守る経済学」の好例なのです。例えば通信販売で、よく“お試し期間”というのがあります。それは消費者に一度保有させてみることによって、心に芽生える保有効果を期待するトラップ(罠)であると……。少し辛辣な言い方になりますが、はっきり言って売り手のマーケティング手法だと思いますね。「試せば必ず買う」。あるいは別の例で、車のディーラーは、新車を買おうとする消費者の多くが新車の値引きよりも下取り価格の交渉に躍起になるということを知っています。要するに、自分の車はとても手入れが良くて(中古車ですけどね……)その中古車、保有している車の下取り価格を高く見積もってくれた方のディーラーで買おうとするわけです。新車の値引きよりも自分の車、保有していた車の中古車の査定評価を高くしてくれる。そういうところで買ってやろうと判断する。人間のバイアス(偏り)、保有効果の表れでしょう。なお、この保有効果で注意しておかなければならないのは、経済学的な意味での保有効果だけでなく、これは先ほどの損失回避性と同じように「名誉」や「社会的地位」あるいは「権力」などの保有にも当てはまるということです。注意する必要があります。

図6 なぜ、自分の所有物を高く評価したがるのか

- 《例》①マグカップを与えられた学生と同額のチョコレートを与えられた学生での交換実験
②交換しますか？
③どちらもno!が90%。
④損失を回避したい(手放すことはイヤ、愛着)

【生活を守る】通販の「お試し期間」は、一度保有させてみることで、消費者の「保有効果」を期待する罠。
車のディーラーは、新車を買おうとする人の多くが、新車値引きより、下取り価格の交渉に躍起になることを知っている

《参考》経済的な保有効果ではなく、これは名誉、社会的地位、権力などにも当てはまる。注意!!!

4. なぜ、未来より現在を優先させるのだろうか 【現在志向バイアス】
なぜ、将来の計画は先送りされるのだろうか、自信過剰？【コミットメント】

<講演シナリオ その4>

次の行動経済学のテーマは現在志向バイアスとコミットメントです。

なぜ私たちは将来の計画を先送りしちゃうのでしょうか。将来のことと現在のことで、心の中で重み付けはどう違うのでしょうか。それは私たちが自信過剰だから？。そのあたりをみんなで一緒に考えてみたいと思います。これはみなさん復習ですね、3年生ですから。さっそく、将来価値と現在価値のバイアスを考えてみましょう。(図7)

図7 「先に楽しみ、後で憂う」

- ◆お金の限らず、人間はどうしても、より早く手に入る利得を選んでしまう。つまり「先楽後憂」(先に楽しみ、後で憂う)だ。諺の「先憂後楽」は難しい。
- ◆つまり、「将来は不確実だから、実際に手に入るかどうかわからないものよりも、現在確実に手に入るものを重視するクセがある」ということ。
「現在志向バイアス」という。

問1：A 今日100万円もらう、 B 明日101万円もらう

問2：A 1年後100万円もらう B 1年と1日後に101万円もらう

「あなたはAとBでどちらが良いですか?」。問1では、Aが今日100万円もらう。100万円ももらえるなら今日もらっちゃえ。Bは、いや1日待てば明日101万円もらえます、というわけですね。さあどちらでしょう。頭の中でイメージしておいてください。次、問2になるんですが、「あなたはCとDではどちらが良いですか?」。Cは1年後に100万円もらう、Dは1年と1日後に101万円もらう、こういうわけですね。これが将来価値と現在価値の比較実験なんですが、「現在の方が大事」というのが私たちの癖、バイアスなんですね。人間はどうしても早く手に入る利得をつい選んでしまいます。つまり近視眼的な側面がどうしてもあります。それは前出の損失回避性でも説明できますし、保有効果っていうのでも説明できますし、人間の進化論からも説明ができます。つまり、人は、将来は不確実ですから実際に手に入るかどうかわからないものよりも、現在、確実に手に入るものを重視する性質がある、というものでした。これは行動経済学では「現在志向バイアス」と、こういう風に名前がついています。つまり、「先憂後楽」でなく「先楽後憂」ということです。

楽しみは後に置いておくことができず、人間は「今が大事」なんですね。したがって、先ほどみなさんに答えてもらいました問1と問2は、今日100万円もらうと明日の101

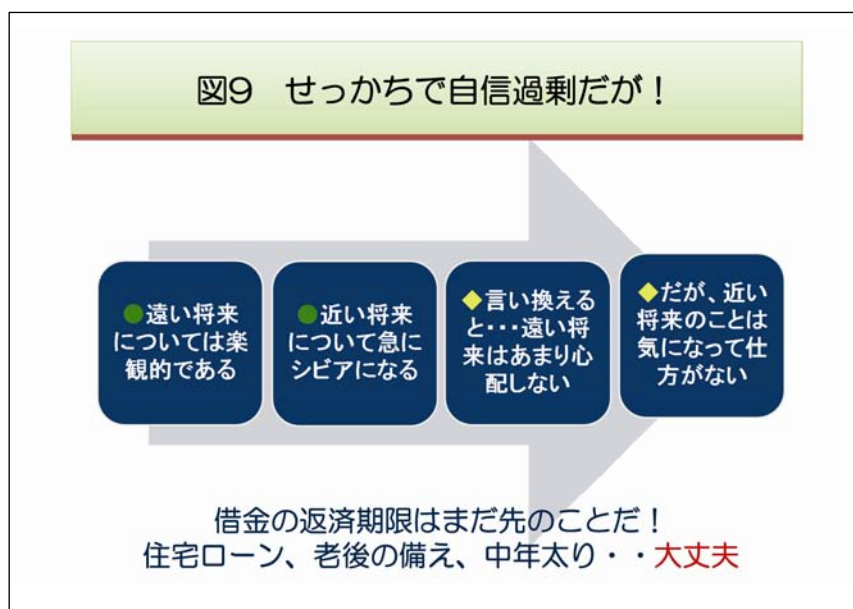
万円もらうでは、現在は大事なのですが、今日と明日では、どちらかという今日、ということにかなり現在に重きを置いちゃいます。で、これを実はグラフにしたのがこういうことなのですね。(図8) 今が大事、将来は価値が次第に下がっていきます。時間効用、つまり時の経過とともに満足度がどのように変化するか。グラフは「又曲型割引(時間割引が近い将来には高く、遠い将来には低くなる)」っていう用語で説明するんですが、言葉の意味はともかくとして、今日もらうものと1年後にもらうものではこんな風にその価値、効用が異なると……。縦軸は価値がどんどん……。漸減する……。どれくらい下がっていくか。これ見ておわかりのように、今日と明日では、ずいぶん、ぐっと下がっていますよね。だから現在に対しては、「せっかち」で早くもらっちゃいたいわけですね。でも支払う将来債務については、先のことだから「まあいいや」とかなり楽観的、ということがおわかりいただけるでしょう!。ですから、債務を抱えた人、とりわけ多重債務者であれば尚更のこと、後先のことを楽観視する傾向があります。返済期限が直前になると慌てるくせに、まだまだ「大丈夫」とタカをくくるわけです。先ほどの問題でいえば、今日と1年後では「選考の逆転」が起こっちゃうわけですね。100万円という金額なのか101万円という金額なのかで逆転が起こっちゃいます。同じ1万円の差でも現在と未来では重みが違うのがおわかりいただけだと思います。このことをみなさん実習等で照らしあわせて考えますと、遠い将来については楽観的、近い将来については急に厳格になる、言い換えますと、遠い将来はあまり心配してない、だが近い将来のことは気になって仕方がない。お正月早々恐縮ですが就活もそう、近い将来のことです。1年後といってもみなさんの人生にとっては非常に近い未来、大事な目標ですから気になるわけです。そう、気になるのは当たり前、必然ですね。まあ就活とは言わずに、論文と言いましょ。皆さんの卒業論文はまだまだ先のことだ、準備はまだまだ大丈夫と思っている。これは当然でしょうね。だから時間の影響を受けやすい私たち、ということで、ここは申し上げている訳でして……。



たとえばこんな例があります。卒論も提出して就職も決まった4年生が、・・・お陰さまでわたしのゼミ生全員そうになりました、社会人も1人今日決まりました、良かったです。社会人で新卒採用を受けた方が今日決まりました、全員OK。でも間近に迫った卒論提出の期限が気になって仕方ないようになってきています。全員NO(笑)。

(閑話休題)

楽しみにしていたゼミ卒業旅行なのに出かける前になるとなんだか億劫になる。こういうのもありますね。たとえば前出の論文や報告書の提出、楽しみにしていたコンパ。コンパなどは、特に楽しみで待ち遠しかった。それなのに直前になると会費や、服装や、髪型まで気になっちゃう。それから皆さんにとっては、まだ将来のことでしょうが、いざ結婚式の前になるとマリッジ・ブルーなんて言葉もあります。時間の影響を受けやすい私たち、人間、消費者行動の非合理的なパターンですね。ですから、そういうことを理解したうえで「自信過剰」には「ぜひ、注意しましょう」というのが行動経済学の教訓ですね。(図9)



たとえば、論文執筆は予定通りにできますか？ということで・・・。社会心理学者のロジャー・ビューエラーらの実験結果があります。多くの学生さんにこういう風に聞きました。「執筆は最も順調で何日ぐらいかかりますか？」。じゃあ逆に、「もっとも論文執筆に手間取った場合、何日で書きますか？あなたは」という質問を事前におきます。そして、実際にかかった日数をみまるとこんな結果になりました。以下、回答結果です。「論文執筆は予定通りか？」。最も順調で27.4日、平均値ですから小数単位がでておりますが約27日くらいです。最も手間取った場合は48.6日となりますから、ほぼ49日。ところが実際にかかったのは55.5日という結果です。なかなか予定通り、予測どおりじゃないですね。順調で27.4日っていうのに、実際にかかったのは55.5日ですから、倍の時間かかっているわけですね。やはり自分の将来の行動にアンカーを入れることが大事である、ということ

が行動経済学の教えなのですね。

アンカー、みなさんご承知のとおり「錨 (いかり)」です。たとえば自分で、ひとりで自分自身に言い聞かせる、新年の初心表明っていうのがよくありますね。今年目標とかです。「今年こそ資格を取る」という目標、一人だけの場合に目標を立てたとします。約束がこれじゃ弱いので、他人に、お友達とか家族みんなに告白します、「今年こそ資格を取ります」。これが強いアンカーになりますね。もっと強いアンカーは、他人に、みんなに告白すること。さらにプラスして、駄目な時にこんな約束をします。たとえば「皆に御馳走します」。なんていうような約束を他人に告白すること。そうです。アンカーにプラス鞭 (むち) のインセンティブ、自分にムチを打つということですね。そういうインセンティブを与えちゃう。この三段階で考えるのがベスト、ということです。これがコミットメントする、という経済学用語の意味になります。すなわちコミットメントするというのは日常良く使う言葉なんです、「将来の自分の行動を固く約束する」。そうすることをコミットするといいます。約束は大事なのですね、いわば前出のアンカーのこと、このアンカーを入れると船が身動きできませんから金縛りにする、アンカーを入れて自分の行動を抑制する、約束する。これが計画達成の原動力となることは十分承知できますし、約束は大事だっていうことの念押しになります。未然の防止策っていう考え方もできます。約束破りは恥ずかしい、「オオカミ少年」と言われかねません。「あー、もう駄目だった」というお手上げ (ホールドアップ) は嫌である。こんなことであります。

でも、このコミットメントっていうのは万能選手ではありません。論文の準備を怠らないためには、繰り返しますがアメだけではないムチの動機づけを持つことが必要です。これは実習やゼミでみんなでも共有していきたいと思っております。一言、説明を付け加えますと「アンダーマイニング効果」というのがあります。これをちょっと説明しましょう。何のことか全くわからないのでたとえ話を紹介いたします。よく聞いてください。

ある町に一人暮らしのお年寄りが住んでいらっしゃいました。自宅の隣の広い空地で子ども達が放課後に毎日ドッジボールをするので騒がしくってたまりません。このお年寄りは困り果てていました。そこで、熟慮のあげく、この老人は実に上手いトラップ (罠) を思いつきました。それはどんなことかというと、ある日子ども達に言ったわけなんです。「君たちのドッジボールを観るのがとても楽しくて、いつも楽しみながら家から観戦しているんだよ。これからも、ここで毎日ドッジボールをやってくれたらお小遣いとして 100 円あげよう」と、巧みに話しかけたのです。遊びにきたのにお金をもらえちゃうということになりましたので、子ども達はみなびっくりしました。でもその後 1 週間、老人は毎日子ども達に 100 円あげました。もちろん一人ずつ 100 円ではありません、まとめて全員で 100 円あげたわけです。その翌週にその老人は「すまんが、お金にだんだん余裕がなくなってきたんだよ、これからは毎日 50 円にするけどそれでいいかね？」とこう言ったわけです。子ども達の一部はしぶしぶでしたが、また翌週も毎日毎日ドッジボールをしにきて 50 円をもらって帰っていきました。その翌週、今度は、老人はこのように計画通り実行します。

その老人の上手い計画とは、「すまんが今日からは 10 円にさせてもらうよ、お金がなくなってきたのだよ！」と言いました。もともとそこで遊ぶのが目的だった子ども達は「まあしょうがないか」と思いその後もドッジボールをしに来ました。とどめはその数日後です。老人は「悪いが今日からもうお金は無いよ、ついにあげるお金がなくなっちゃったんだ」と告げました。すると子ども達は怒って文句を言い始めました。「冗談じゃないよ、僕たちがタダで遊んでやると思っているの？もう来てやらないよ！」それ以降、子ども達は2度と隣の空き地でドッジボールをしなくなりました。老人は千円ちょっとで騒々しい子ども達を追い出すことができたわけであります。これは非常に有名なお話なんです、みなさん、お聞きになっておわかりのように、少年たちは、最初は内からこみあげてくる正真正銘のモチベーションによってドッジボールをやっていたんですが、老人からお金をもらうという外発的な、つまり外から受ける刺激ですね、モチベーションを得たということで、いつの間にか「お金をもらいたい」という外向きの動機付け、モチベーションばかりが強くなって、ドッジボールをやりたいという自発的、内発的なモチベーションはなくなっちゃったわけです。結果、報酬がなくなっちゃえばもうドッジボールをやる理由はなくなってしまう。まあこういったことが身近でいろいろ経験があるんじゃないかと……。たとえば、ボランティアや実習でやっている好きなことを、卒業して仕事にしちゃったら昔のように全然楽しめなくなった。自発的に実習をやろうかな、と思っていたら、先生から強制的に「やりなさい」と言われてやる気がなくなった、とか、そんなことを含めてここではお話をしておきます。コミットメントは以上です。

5 . 社会的ジレンマはだれもが経験するもの 【共有地の悲劇・協力行動】 < 講演シナリオ その5 >

100%確実に物事を達成できるようにするっていうのは、これは自分のことだけを考えていますからきわめて利己的な行動です。要するに利己的とは他者に与える負担やコストを全く考えないで、自分の利益あるいは便益だけを考える行為と、こういうふうに規定していいと思います。だから確実に 100%自分のためになるわけです。ところが行動経済学で最近つとに研究が進んでいますのが利他的行動ですね。利他的とは、自ら時間や労力を払って他者に便益をあたえる行為なのです。ゼミのみなさんは一緒に学習してきたように標準的な経済学では、利己的な行動というのは合理的である、そうすべきだという大前提がありました。それは、つまりこう言うことでした。どんな決まりがあったかという、1つ、人間は合理的である、人間は間違えず選択をする。2つめ、人間は一度決めたら変えない、自制的である、セルフコントロールが完璧というわけですね。それから、人間は自分の利益のみを求め、利己的である、この3つを前提として標準的な経済学の理論は成り立っていましたけれども、その大前提は誤りである、という攻撃、あるいは反証（アノマリーといいます）が次々に登場してきました。行動経済学者のなかでの話ですね。これはおかしいんじゃないか、っていうことです。じゃあ経済学の中で、この誤りってことで

考えると、人間は利己的じゃない利他的です。コストを自分が負担して他者に利益を与えますよ。さらに、この利他的行動の解明ができるとすれば、世界中の人々が現在直面する「社会的ジレンマ」を解くカギとなるんじゃないですか、と。たとえば、「社会的ジレンマ」といえば、この後すぐにお話ししますが、環境問題が典型です。あるいは、交通渋滞を惹き起すのに、公共交通を使わずに自分だけマイカー通勤しちゃう、自分だけが良ければ、独りよがり・・・、自分勝手な行動が環境にやさしくない行動です。

例のイソップ物語の「ネズミの会議」のネズミたちっていうのはどんなお話だったかという、いつもネズミを追いかけてネズミたちを食べちゃう猫がいます。その猫の首に鈴をネズミの誰かが勇気を出して付けてくれば、猫がどこを通るかチリンチリンと音がするから判る、だから猫に鈴をつけに行こう、という会議をネズミたちがするわけです。全員のネズミたちが、「そうだ、そうだ」と言うんですが、じゃあ誰が猫に鈴を付けにいくの？といったら誰もみんなNOというわけですよ。こういう物語がイソップ物語でありました。まさに「社会的ジレンマ」の好例を示していると思います。だから今言いましたように、環境問題を取りあげれば、「社会的ジレンマ」の解説で一番わかりやすい話じゃないでしょうか。

その例として地球温暖化に関して簡単に、掻い摘まんでお話しすると、自分だけは環境にやさしい協力行動をとらないで非協力行動をとります。多くの人は環境にやさしい協力行動をとっています。つまり、自分だけが「ただ乗り」しちゃうっていうのがありますね。フリーライダーとよくいわれます。自分ひとりだけが「ただ乗り」するんだから、多くの人は環境にやさしい行動をとる社会が実現しています。結果、環境は改善されて予定通り地球温暖化などが少しは良くなっていく。ところが問題は、みんなが同じように考えるんですね、すなわち「ただ乗りしちゃおう」「馬鹿バカしい、なんで自分だけが・・・」、となっちゃいまして、誰も協力行動をとらなくなる。ということで、環境の変動は最悪の事態になるわけですね。そういう「社会的ジレンマ」っていうのは、だから、定義としてみれば、ちょっとご覧になってください（スライド省略）。一人ひとりの人間が協力行動か非協力行動のどちらかをとります。そして一人ひとりにとっては協力行動よりも非協力行動をとるほうが楽な行動であり、自分にとって都合の良い結果が得られる。しかし全員がそんな利己的な非協力行動をとると、全員が協力行動をとった場合よりも、誰にとっても好ましくない結果が生まれてしまいます。これがまさにジレンマですね。このことについて、皆さんは、恐らく多くの人が実習や日常生活でお感じになったことがあるんじゃないかと思います。これは、「社会的ジレンマ」の中で典型的な共有地の悲劇といわれるものですが、ここは少しだけ、簡単にお話をしておきます。（図10）

協力すべき地域問題を自分たちでコントロールできない！。共有地っていうのは言い換えますと公共財、みんなのものということですね。みんなものっていう場合には、このような悲劇が起こりますよっていう説明をちょっと今からさせていただきます。話は大きいのですが、産業革命時代のイギリス農業を考えます。イギリスは牧草地のなかで多くの羊

図10 共有地の悲劇

協力すべき地域問題を自分たちでコントロールできない！

- ①産業革命時代のイギリス⇒共有の牧草地（コモンズ）⇒羊の放牧が盛んだった⇒革命後羊毛の需要が急増
- ②さらに競って羊を放牧⇒牧草が不足（根まで食べる羊の増加）⇒自分の私有地なら・・・⇒しかし共有の牧草地であることの悲しさ（利己的>利他的）
- ③結果、牧草地が荒廃⇒共有地の悲劇となる

≪動画：猫に鈴をつけることの必要性をすべてのネズミが理解しても、だれも自ら進んで行動しないために悲劇が起こる≫

や牛、特に羊毛、牧草地で羊の放牧が盛んでした。産業革命が起こった後は、ヨークシャー地方、ランカシャー地方っていうまでもなく、毛織物が大量にできるようになります。そうすると需要が急増します。さらに争って羊を放牧すると牧草が不足しちやいます、根っこまで食べる羊が増加しちゃう。自分だけの私有地ならば自分の羊たちだけに食べさせることができますが、共有している国土、共有の牧草地であることの悲しさゆえ、悲劇が起こる。自分が飼っている牛にだけは餌を食べさせたい、皆同じように考える。結果、牧草地が荒れちやいます。共有地の悲劇が生みだされます。これは様々なたとえがあります。たとえば、私たちの身近な共有地というのは公共財という言葉で表すことができます。公共財問題という「社会的ジレンマ」がいろいろありました。簡単な例はこれです。公園や観光地にゴミが散乱しています、あるいは指定袋に入れて指定場所に出さない家庭ごみ。最近では、自分の家庭ごみをスーパーに持っていったり、コンビニに持っていったりして捨てる人もいます。駅のホームもそうです。あるいは違法駐車による渋滞、信号無視なんてことになると、これは法律違反ですね、とんでもない勝手です。例は替わって学者の世界でいえば、学会発表で自分の発表時間だけ平気で超過してしまう先生がいます、困ります、これはね。私にもだんだん身近な例に近づいてきました・・・(笑)。もっと、ケチな例をあげると、こういう例はどうでしょう。割り勘のジレンマ。これはこういうことなんですね。焼肉パーティーをしました。今日は2千円の割り勘です、となると“我れ先”にと美味しい肉を食べちゃう。少しささやかな例になりましたが、なんとなく分かりますね、みんなで一緒だから先に食べちゃおうかな。豊かに育った皆さんは、そこまでケチ行動はしないかもしれませんが、公共財問題という「社会的ジレンマ」ということでお話ししておきたいと思います。(図11)

図11 公共財問題という社会的ジレンマ

≪例示≫

①公園や観光地のゴミ問題、指定場所にださない
家庭ごみ

②違法駐車による渋滞

③信号無視

④学会発表での時間超過

⑤ささやかな例をあげると・・・割り勘のジレンマ？

(利己的>利他的)

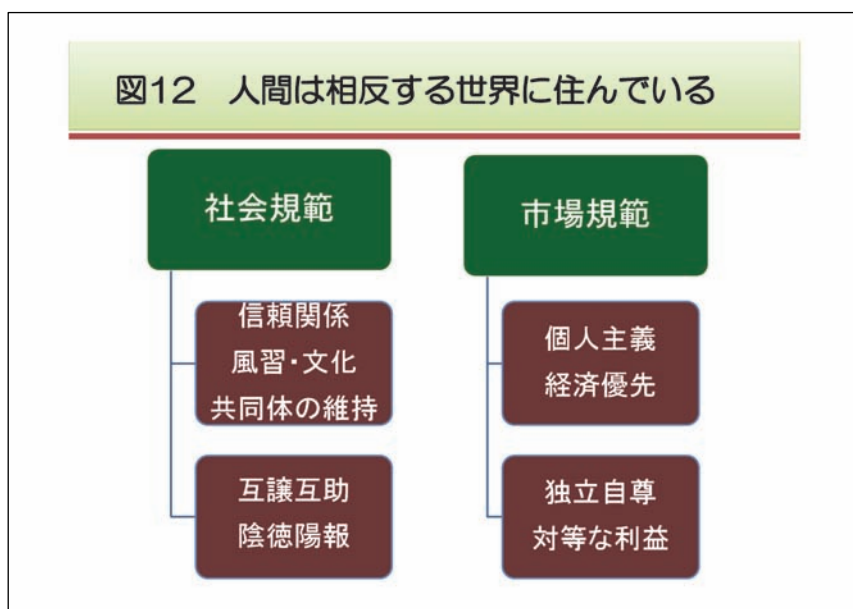
6. 市場原理を導入すると、腐敗する社会規範もある 【市場規範と社会規範】 利他的な人間が、環境に適応しながら進化してきた 【互恵性原理】

<講演シナリオ その4>

市場原理を導入すると、墮落したり腐敗したりする社会規範もある。言葉が難しいのでちょっとわかりにくいと思いますので、実際に詳しくみていきましょう。地域での「消費者力」、例えば、地域でみなさんが実習をする、あるいは実生活を行っていく上で「消費者力」を引き出すアプローチについて考えていきたいと思います。まず、市場規範と社会規範の関係について考えてみましょう。好ましい相互依存と相互信頼の社会実現のために、欠かせない消費者教育の実践課題とわたしは思うからです。

さて、人間は2つの相反する世界に住んでいます。これは私も皆さんも、子どもも大人も全て地球上の人はそうでしょう。そういうジレンマのなかに我々は住んでいますけど、それはどんな世界かというと、少し言葉は難しいけれどもこういう世界です。社会規範と、一方では市場規範、これは相互にぐるぐる、ぐるぐる回っているということを表しています(※スライド省略)。あるときは、世のため人のため社会の決まり、法律までには成らないけれど“決まり”ってあります、つまり社会規範ですよ。一方で市場規範っていうのは、市場の原理で、はっきりいえば経済学の論理。分かりやすく言いますと、例えばボランティアでやる作業なのか、お金もらう有償か。これは学生の場合に置き換えますと、実習かアルバイトかと言ってもいいかもしれません。あるいは世のため、人のため。利他的なのか、自分のため(利己的)なのか。何も利己的が悪いといっているわけじゃありません。人間は皆、利己的です。でも人間は全て、利他的でもあります。皆そうです。それが利己的な行動を行う場合と、利他的な行動が表に出る場合と2つ分かれてくるということ。そこでもう一つ言い換えますと、社会規範と市場規範はひとりの人間が、いつも、あっち

使ったりこっち使ったりするんです。まず社会規範の方をみますと、これはお互いの信頼関係で成り立っています。あるいは日本の風土といいますか風習、あるいは日本の文化、それがキリスト教の世界だとキリスト教の文化、イスラムの世界ならイスラムの風習・文化もあるでしょう。それは共同体の維持という大きな目的のため、これは人類が進化していく過程で共同体を維持するため、集団生活を始めた古い時代から社会規範というのが生まれたわけです。したがって、そこでの社会規範の行動原理は“互譲互助”、すなわち互いに譲り、互いに助け合いましょう。あるいは“陰徳陽報”という古くからの言葉があります。陰（かげ）で徳（とく）を積みましょ、そうするといつか良い報い、いつか良い知らせがあなたに届きます。言い換えますと、「情けは人の為ならず」と同じ意味ですね。一方で、市場規範の場合はどうなのかというと、市場原理の導入という言葉と同じですから、ここでは冷徹な個人主義がまかり通ります。個人主義は悪いといっているのではありません、行き過ぎた個人主義というのは、今、現代社会で言われておりますけれども、まあ、行き過ぎているかどうかは個人の感想もあると思いますが、個人主義の時代であることは否めません。で、ここでは経済の論理が貫徹しますから利益が優先します。その市場規範の世界ではお互いが独立自尊です。だから個人主義に非常に密接にかかわり合ってきますね、独立自尊の精神では……。(図12)の最後に書いた対等な利益というのを説明します。あなたにとっても私にとってもそれぞれが自己を優先させることによって、それは取引として対等に利益を得たり、損失を被ったりしますよね、こういうことを、ここではお話ししているのです。そうすると、実はこんな教訓がありました。これはイスラエルでの実話(注4)なんです。



保育所に、子どもを迎えにくる親。夕方6時っていうのにいつも遅刻して車で迎えに来ちゃうわけです。先生が「遅刻しないでください」。母親が「どうもすみません」。この時

の保育所のルールは、「お互い助け合いだから今度からしないでね」という暗黙の了解、以心伝心です。俗にいう社会規範がベースになっているわけです。このケースで母親は、「遅れて申し訳ない」という気持ちがあるけれど、つつい社会規範に甘えて許していただいていた。それがどういう具合になったかという、この保育所では、10分以上遅刻した場合に3ドルの罰金を徴収するようにルールを変更しちゃったわけです。そうするとどうでしょう。保育士さんは「また遅刻ですか!」。で、母親は「3ドル払うんだからいいじゃない」とこうなっちゃったわけです。これは、今までの社会規範が市場規範に置き換わってしまったという典型的な例なんですね。すなわち、お金で済むようになると、どうも今までのお互いの程良い関係が世知辛くなっちゃった、っていうことなんです。やはりこうなっちゃうと感情、私たちの心は元には戻らないようです。仕方がないから、この保育所では再びルールを変更しました。「仕方がない、もう罰金ルールはやめましょう」、こういう風になったわけでありませぬ。実際に罰金ルールを廃止したんですね。市場規範に置き換わってしまったのです。廃止したのですが、じゃあ、どういう風に変ったかという、むしろ罰金の前後に比べて少しだけ遅刻の回数が増えちゃいました、というのが結果です。

ここでの行動経済学的な教訓は、社会規範、つまり“互譲互助”の精神が市場規範、すなわち罰金ルールと衝突しちゃいますと社会規範はどこかへ消えて行っちゃう、という発見であります。社会的な人間関係はそう簡単に修復できないっていうところが教訓でして、この教訓は全世界でつとに有名です。みなさんもちょっとお考えになって、何か今までで体験があまりじゃないでしょうか。あれば、それはぜひ書き出していきたい。教訓その2。社会規範、“互譲互助”でもいいんですが、行動経済学の考えでは、世界はある意味感情で成り立つ社会です。社会規範は、一度でも市場規範すなわちお金のルールに負けるとまず戻ってきません。すなわち、社会規範とはまさに今書いておりますようにこの言葉で分かり合えると思います(※板書)。これは何かというと答えを後でお出しします。つまり、社会規範とは、「以心伝心」という言葉。市場規範とは、「弱肉強食」と言う言葉がピッタリですね。こう言う風に説明すればよろしいのではないのでしょうか。

(中略)

今日お話ししてきた数々の実験からわかった重要なまとめというのはこういうことです。「自分だけなら」という心理が集団全体に不利益を引き起こすのが「社会的ジレンマ」の問題です。人間は常に「利己的」で「かしこい」行動をとるわけじゃありませんが、多くの場合、「まわりが、皆そうするなら」という理屈で動くことが最近わかってきました。これが先ほどお話ししました「互惠性原理」です、互惠、つまりお互いさまということです。この「皆そうするなら、わたしも」という行動原理こそが、人間が社会環境に適応させるために進化させた真の賢明さではないだろうか、と。これは進化心理学の立場です。人間の利他性を信じましょう、と。あなたの大学生活や人生にもさまざまなヒントを与えてくれるだろう、と。お人好しになれ、と言っているのじゃありません。人を信じることは自分を信じることでもある、というぐらいのゆとりを持って人を思いやれること。そして、

わたしがいつも言っている「知足（足るを知る）」の精神で、これからの人生をぜひ送って頂きたい。

これが私のゼミ生への、ささやかな“贈る言葉”だと思っております。（図13）
（平成26年1月7日 ゼミ教室にて）

**図13 数々の実験からわかったこと
（重要なまとめ）**

- ◆「自分だけなら」という心理が集団全体に不利益を引き起こす社会的ジレンマ問題。
- ◆最近わかったことは、人間は常に「利己的」で「かしこい」行動をとるわけではない。
- ◆多くの場合、「まわりが皆そうするなら」という理屈で動くことがわかってきた。【互惠性原理】
- ◆この「皆そうするなら」という行動規範こそが、人間が社会環境に適応するために進化させた「本当のかしこさ」ではないか。
神山⇒人間の利他性を信じれば、あなたの大学生活やこれからの人生にも、さまざまなヒントを与えてくれると思います。

資料出所：山岸俊男「社会的ジレンマ」1997

7. 「消費者力」が身につく行動経済学の教え

以上、ゼミ生に再講演した「消費者力」にかかわるテーマは、以下の行動経済学のコンテンツから抜粋したものである。

《講演した行動経済学の基礎理論》

- | | |
|--------------------------------|------------------|
| 1. なぜ、未来より現在を優先させるのだろうか | 【現在志向バイアス】 |
| 2. なぜ、振り込め詐欺は成功するのだろうか | 【カクテルパーティ効果】 |
| 3. 人間は利己的ばかりではない。多くが利他性を併せもつ | 【最後通牒ゲーム】 |
| 4. 損失は利得の2倍強の痛み。喜び・悲しみの差も2倍強 | 【損失回避性】 |
| 5. なぜ、自分の所有物を高く評価したがるのか | 【保有効果】 |
| 6. なぜ、新たな挑戦をしようとししないのか | 【現状維持のバイアス】 |
| 7. なぜ、人は過去の選択や行動に引きずられるのか | 【サンクコストの呪縛】 |
| 8. なぜ、人は多すぎると選択できなくなるのか | 【選択麻痺・後悔回避】 |
| 9. 非合理的人には、なぜ初期設定で誘導してあげるのか | 【ナッジ(Nudge)のすすめ】 |
| 10. 名目価値と実質価値の違いを確認しよう | 【貨幣錯覚】 |
| 11. なぜ、将来の計画は先送りされるのだろうか。自信過剰? | 【コミットメント】 |
| 12. 社会的ジレンマはだれもが経験するもの | 【共有地の悲劇・協力行動】 |
| 13. 市場原理を導入すると、腐敗する社会規範もある | 【市場規範と社会規範】 |
| 14. 利他的な人間が、環境に適応しながら進化してきた | 【互惠性原理】 |

本稿で紹介することができたのはわずかな内容に過ぎない。実際、ここでは上記の1, 4, 5, 10, 11, 12, 13, 14 などほぼ半数の項目である。ただ再講義シナリオにより、学生自らの体験や大学の実習と関連づけ「消費者力」を実感したとする行動経済学の教訓は多岐にわたり、内容としても様々な反応があった。

なお、ゼミ生が「実習」と関連づけて感想を記述した教訓は、1位が【共有地の悲劇・協力行動】であり、これは2年生ゼミの半数以上8名に及んでいる。ここで、かれらの反応を紹介してみよう。

共有地の悲劇・協力行動 その1 (S君)

私は、担当実習で3つのチームのうち1つのリーダーをさせていただいていた。その役割上、同じチームのメンバーに活動の役割を振り分けなければならなかった。どのメンバーもお願いした仕事をそつなくこなしてくれ一生懸命に動いてくれた。そんな中、あるイベント時に1つの役割を数人のメンバーにお願いした際に誰もその役割をやっていないという問題が生じた。各メンバーは、それぞれの理由で誰かがやっているという考えを共有したわけである。普段はどのメンバーも仕事をしっかりこなすだけに少し戸惑った。しかし、この事例は、普段ゼミで学んでいる行動経済学の「共有地の悲劇」と少し関係しているのではないかと考えた。この場合、メンバー全員が協力して行動していればその仕事も早く終わり、お互いにメリットがある。しかし、全員が、経済学にいう合理的判断を下し、利己的な非協力行動をとったため、締切間近に焦燥感に追われながら仕事をしなければならなかった。その結果、全員に悲劇が生まれたのである。私はこのような問題にぶつかった後、役割で数人のグループを作った時も、こまめに連絡を取り話し合う機会を持つようにアドバイスした。その結果、近頃このような問題も少なくなったように感じられる。

以上、私の演習での学びが、実習でも役立ったと感じたささやかな事例である。

共有地の悲劇・協力行動 その2 (Tさん)

報告会で発表しなければならなかったときである。「発表者になった」ということは誰もが分かっていた。しかし今どのような状況なのか、誰が先導に立って進めていくのか、形式はどうするのか等、おおまかなことすら誰も気にしておらず他人任せになり、全員が非協力行動をとってしまったことがある。長期の休みもだんだん少なくなっていき、発表資料の提出が迫ってきたためようやく準備にとりかかった。「去年の資料を参考にすればいいだろう」と安易に考えており、手直しをして完成したと思った時、先輩からお叱りを受けた。「私たちの実習を背負ってこれを発表できるの？」その後、一から作りなおすこととなり、結局、発表前日はほぼ徹夜になってしまった。先輩にも迷惑をかけてしまった。もっと早めに行動していれば、誰かひとりでも事の重大さに気づいていれば、誰にとっても好ましくない結果は生まれなかっただろう。また、この事例は、担当メンバーになったばかりの頃でもあり、誰もが遠慮してしまったことも原因だった。

社会的ジレンマは、接触が浅い希薄な人間関係の場合ほど起こりやすいのではないだろうかと思った。

これに次いで、学生が実感したのは【現在志向バイアス】【コミットメント】であり、やはり半数近くが実習に有用な行動経済学の教えだと感受したようである。紹介しよう。

現在志向バイアス・コミットメント その1 (Fさん)

私は、「なぜ、将来の計画は先送りされるのだろう。それも自信過剰のせい?(現在志向・コミットメント)」が最も実習に役立った。

実習で携わっているプロジェクトとお店がコラボレーションして、商品を期間限定で販売するイベントの企画を行なうことがあった。イベントの目的は、プロジェクトをより多くの方に知ってもらうことなので、特に広報活動に力を注いだ。そこでチラシ、ポスター、WEB、新聞の4つを広報の方法として取り入れた。その4つの広報を並行して活動していた。しかし、現在志向のバイアスが働き、実習メンバー全員がイベントはまだ先のことからと遠まわしにしてしまい、思うように進まず、イベントの期間が迫っていた。そこで、すぐにガントチャートを作成して、4つの広報にそれぞれ責任者を設けてスケジュールを組むことにした。その結果、期間に間に合わせることができ、イベントは成功した。

メンバー全員が行動しなければ、イベントは成功しない責任感というアンカーを入れることで、独りで抱え込むのではなく他人を巻き込み、計画達成に導くことができたと考えられる。今後は、それに加えて、できなかったときの場合のムチのインセンティブを取り入れると、物事を先延ばししないで行動できると確信した。

現状維持のバイアス・コミットメント その2 (Kさん)

私が実習で最も役立ったと思う基本理論は現状維持のバイアスと、コミットメントである。実習では、年間予定を立てようとしたり、今手を付けている計画を今後どのように進めていくかといった話になった時に特に実感できる。なぜなら、今運用している計画は、行き詰ってきていると実感していても、できるだけその基本形を変えずに運用しようとするからだ。これは、現状維持のバイアスがかかっているといえる。しかし、計画の状況を全体会で報告し、他グループから指摘や新しい刺激を受け、その場で今後の予定を変更することがある。この時実習全体にこの予定を発表しておくとも実現しやすい。これが全体に向けたコミットメントになっているからではないだろうか。全体に向けてコミットメントした方がしないときよりも実現しやすいのだ。しかし、このコミットメントも万能ではなく、年間計画等の長期計画においてはその力が及びにくい。長期的であると、その長い計画よりも、その時々が発生する問題に目を奪われ、計画通りに事を進められないからだ。私の場合、マップ作成がそれにあたる。今となって思えば、より効率的に実現させようとするなら、長期計画の他に、中期、短期計画を作成し、その時期に合ったアンカーを設定するべきであった。

このように、学生にとれば実習という行動の教訓、市民の方々とれば「生活を守る経済学」の知恵ともいえる行動経済学の知見は、広く応用されて初めてその意義が生まれよう。ここで、「消費者力」に関するコンテンツをまとめれば次のようである。「経済は厳密

に合理的ではなく、無意識な感情で動いている」「だから、仕事や生活にかかわる多くの場面で自分の感情や直感を検証すべき。そうしなければ、同じ過ちを繰り返す」「多く場合、感情や直感を疑うどころか頼ってしまう、自信過剰や楽観バイアスに陥っている」「問題は、自信過剰になると、自覚もないまま過大なリスクを背負いこんでしまうことだ」「例えば、多重債務や有り金をはたいてベンチャー企業に投資するのは弱気で自信喪失した人ではなく、自信満々な人である。」(図15)

図15 「消費者力」が身につく行動経済学の教え

- ◆心理学の知見や実験を経済学に応用して現実的な経済理論の構築をめざすあたらしい経済学
- ◆一切まちがわず超合理的と仮定された人間（ホモ・エコノミカス）を、直感や感情に頼る限定合理的な人間（ヒューマン）として捉えなおす
- ◆テーマは、「消費者はどのように行動するのか」「なぜそうするのか」「その行動により何が生じるのか」などを多くの心理学実験や脳科学を駆使して解明する

※経済学が血の通った人間の感情や心理を分析する学問に変貌している。ゼミの皆さんにもあたらしい発見を提供できるかも・・・

つまり、「消費者力」が身につく行動経済学の教えとは、「心理学の知見や実験を経済学に応用して現実的な経済理論の構築をめざすあたらしい経済学」「一切まちがわず超合理的と仮定された人間（ホモ・エコノミカス）を、直感や感情に頼る限定合理的な人間（ヒューマン）として捉えなおす」「テーマは、「消費者はどのように行動するのか」「なぜそうするのか」「その行動により何が生じるのか」などを多くの心理学実験や脳科学を駆使して解明する」

今すでに、経済学が血の通った人間の感情や心理を分析する学問も採り入れつつある。今後は、ゼミの皆さんにもあたらしい発見を提供できることを、自らにコミットしたい。

おわりに - 「消費者力」研究の意義と今後の展望 -

最後になるが、ここでは、本稿を記述する問題意識の背景となった「消費者問題」と行政対応の簡単な足跡を確認し、「消費者力」を身に付ける消費者教育についても、何故重要なのか、行動経済学でどのような貢献が可能なのか、その展望を示しておく。また、今後の「研究ノート」に関する筆者の思いについて記述しておくこととする。

さて、わが国における消費者行政の萌芽は昭和40年頃とされるが、地方消費者行政が全国に定着したのは43年の「消費者保護基本法」が制定されてからである。20年を経過した

昭和60年、わが国がグローバル化を進める社会経済政策を背景に、当時の経済企画庁が保護される消費者から自立する消費者を初めて提唱した際、期せずして起こったのがあの豊田商事事件であった。「保護」から「自立」への転換を標榜したこのパラダイムシフトの黎明期に、保護対策に戻らざるを得ない、まさに時代の皮肉とも言うべき事件であった。

バブル崩壊後の1990年代に入り、わが国で市場メカニズム重視の経済社会の構築が進められるなか、消費者をめぐる環境の変化はまさに急激であった。われわれは、現在もその潮流の渦の中にある。そこでは、消費者にとって身近に感受すべき変化とは、規制緩和の推進を中心とした構造改革が進められる上で、政策の軸が行政による事前規制から市場ルールにもとづいた事後チェック型への転換が求められるようになったことである。

しかしながら、現在の消費者問題はますます複雑多様化の一途にあり、単純に規制緩和の推進を喜ぶわけにはいかない。それは、これまで規制によって保護されてきた消費者の利益が軽視される可能性の存在であり、一方で、透き間から巧みに参入する新しい悪質商法の恐怖である。現実をみれば、自己破産の拡大、情報通信分野のIT革命による電子商取引の増大とトラブルの発生、多様な金融商品の登場、遺伝子組み換え食品の是非、などに加え地球環境問題や介護保険制度による福祉サービスまでも消費者問題の俎上にのせられて久しい。このように、規制緩和に伴い、商品・サービスの選択の自由が拡大するのは消費者にとって好ましいが、一方で、国民の誰もが、自らの主体的かつ合理的な判断が一層強く求められることとなった。「選択の自由」は、全ての消費者にとって強力な自己責任を伴うものであることを忘れてはならない。

消費者教育の緊要度は高まりをみせるが、その教育効果は不十分である。それゆえ時代は「消費市民社会」の実現に向け、自立して生きる術を持つために「消費者力」の涵養を求めていると言える。消費者被害の事後処理は、行政や法制度の所管であるが、重要なのは被害の予防と市民すべての“互譲互助”のしくみである。消費者は必ずしも合理的に行動するわけではないことはすでに指摘した。その具体的な内容を提供する新しい経済学が「行動経済学」である、行動経済学は、様々な教訓を消費者問題に対しても提供するだろう。今後は、もっと脳科学や心理学の知見も組み入れ、消費者政策を多角的に展開することが肝要である。

なお、この研究ノートは以降も続くことを最後にお伝えしておきたい。

補注

(注 1) ここで言う「消費者力」とは、「情報の非対称性」をはじめとする弱い消費者の立場から社会のさまざまな苦難に際し、自立できる賢い消費者のパワーを身につける行動の総称。現在は、消費者であると同時に生活者として、主体性ある行動で経済社会を変革する国民の姿が望まれている。いわゆる消費市民社会の実現に向け、消費者が自ら生きる力だけでなく、全体の福祉のために貢献する力が求められている。「消費者力」とは、まさにその役割を担う新しい実践能力といえる。

- (注2) 心理学者のダニエル・カーネマンらが1979年に発表した理論。不確実性下において人はいかなる予測を立てて、どのように行動するかという、予測や行動背景にある原理をまとめた。これが従来の経済学のアノマリー（例外）をうまく説明できたことで、その後、行動経済学の基礎理論に位置付けられている。
- (注3)(図4)で示した価値関数の原点で示される。人間が抱く満足度や不満度の基準となる。この参照点からの変化（利得・損失）が大きい程、意思決定に大きな影響を与える。それは、人が置かれた環境、慣習、状況などに応じて変わるので、従来の経済学からみれば不合理と判断される。
- (注4) 詳しくは、マイケル・サンデル著、鬼沢忍訳（2012）「それをお金で買いますか」早川書房に詳しい。アメリカの経済学者ユリ・グニージェがイスラエルの保育所でこの実験を行った。世界的に知られることとなった有名なもの。
- (注5) 人（組織）が将来について約束・宣誓し、行動に制約を加えること。自分で自分にアンカーを降すことである。コミットメントは計画の先送り防止に大きな威力があるが、アメとムチのさじ加減が難しいとされている。
- (注6) 人はどうしても、より早く手にできる現在の利得の方に惹かれ、将来のより有利な選択を捨ててしまう傾向があること。ダイエットや貯蓄が続かないなど、わかりやすい多くの事例がある。

引用・参考文献

- 1) 公益財団法人 日本オリンピック委員会ウェブサイト (<http://www.joc.or.jp/>)
- 2) 朝日新聞デジタルウェブサイト
(<http://www.asahi.com/sports/update/0805/TKY201308040237.html>)
- 3) ダニエル・カーネマン著、村井章子訳（2012）「ファスト&スロー 上・下」早川書房
- 4) シーナ・アイエンガー著、櫻井裕子訳（2012）「選択日記 The Choice Diary」文芸春秋
- 5) マッテオ・モッテルリーニ著、泉典子訳（2008）「経済は感情で動く」紀伊国屋書店
- 6) 山岸俊男（1997）「社会的ジレンマ」PHP 研究所
- 7) 友野典男（2006）「行動経済学 経済は「感情」で動いている」光文社新書