

### (はじめに)

2017年のノーベル経済学賞は、行動経済学の普及に貢献したことを理由に、シカゴ大学教授リチャード・セイラー教授が受賞した。では、この行動経済学とはどのようなことを明らかにしているのか。行動経済学の各種の入門書によれば、大きくは2つの意味があるようである。第一に、人は経済学の教科書が前提にしている効用極大を目指す合理的経済主体とは言い切れないことから、心理学等の知見から得られた非合理的な判断をする側面を持つ人間を経済モデルに取り込み、これまではアノマリー（例外）（Anomaly）と思われていた現象を経済学的に説明できることを示したこと、第二は行動経済学の理論を「ナッジ（Nudge）」と呼ばれる政策プランに応用し、惑わされやすい個人の癖を逆手にとり、人々の行動に自主的な変容をもたらす意思決定が可能になることを示したことにあるとされている。なお、行動経済学への貢献により、2002年にプリンストン大学教授ダニエル・カーネマン氏がノーベル経済学賞を受賞しており、今回のリチャード・セイラー教授が受賞はその基礎の上に行動経済学研究をさらに発展させたものと評価されている。

### (行動経済学が見る人間行動の非合理性)

行動経済学は人の非合理性は以下のようなところに観察されるという。

第一に、人には、未来の大きな利益よりも目の前の利益を大きく評価しやすい現在志向バイアスがあることである。これは、たとえば低金利の現在のような時代に「今日1万円をもらう」方が「1年後に1.5万円をもらう」より望ましいと考える一方、「2年後に1万円をもらう」のと「3年後に1.5万円をもらう」との選択では3年後の1.5万円の方を好ましいと考える傾向があるという例に見られるように、短期的な時間割引率が長期的な時間割引率よりも大きくなり、短期的には近視眼的な判断をしやすい傾向があることをいう。

第二に、人は利益と損失のうち、損失の回避を重視しやすく、たとえば、①50%の確率で10000円がもらえ、50%の確率で何ももらえないくじと、②50%の確率で15000円がもらえ、50%の確率で5000円を支払わなければいけないくじがあった場合に、期待値はいずれも5000円となり同額であるが、損失がなく、利益が手に入らないリスク回避を優先する選択をする損失回避傾向があることである（このケースでは①のくじを選択）。行動経済学では人のこのような行動を「プロスペクト理論」と称する損失回避性により説明している。そして、逆に仮に損失が生じてしまえば、例えば、10万円の得をした喜びよりも10万円を損した悔しさの方が大きいため、人は、待てば損が戻ると期待してリスク愛好的となり、損切を躊躇し、結果的に損の塩漬けを招く傾向がある。

### (参考) プロスペクト (Prospect) 理論について

以下は冒頭にノーベル経済学賞を受賞したリチャード・セイラー教授の著書「行動経済学の逆襲」（早川書房、2017年）において、損失回避性の根拠となる「プロスペクト理論」に関する説明の引用である（61頁から62頁を抜粋）。参考のためにここに掲げる。

『ひとは利得に対してはリスクを避けようとするが、損失に対してはリスクを取りに行くということだ。2つの被験者グループを対象に行われた次の実験それを例証している。

(問題1) あなたは現在の富に上乗せして300ドルをもらった上で、次のどちらかを選ぶように言われました。あなたはどちらを選びますか。

A : 確実に100ドル貰える (72%)

B : 50%の確率で200ドルを貰えて、50%の確率で何も失わない (28%)。

(問題2) あなたは現在の富に上乗せして500ドルを貰った上で、次のどちらかを選ぶように言われました。あなたはどちらを選びますか。

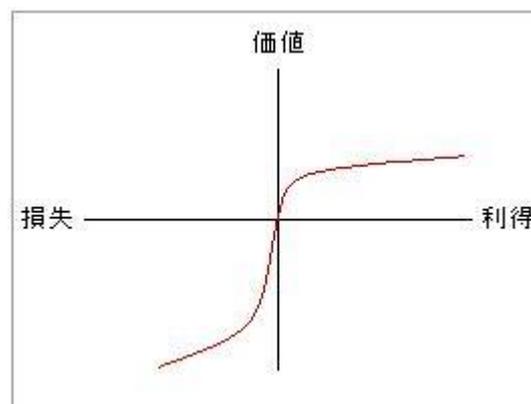
A : 確実に100ドルを失う (36%)

B : 50%の確率で200ドルを失い、50%の確率で何も失わない (64%)。

(注) ( ) の数字は回答者の比率。

損失に対してリスク追求的になるのは、利得に対してリスク回避的になるロジックの裏返しである。(問題1の場合、リスクを避けてAを選ぶが)、問題2の場合、(Bを選んで)100ドルを追加で失う痛みは、(Aを選んで)最初から100ドルを失う痛みよりも小さい。そのため、被験者は損失が膨らむリスクを冒してでも損失をゼロに戻すチャンスに賭けようとする。彼らが何としても損失を取り戻そうとするのは(損失の苦痛は利益を得たときの喜びの2倍強く感じられることに伴う)損失回避性(loss aversion)である。『損失の領域のグラフは利得の領域のグラフよりも急なカーブを描いている。価値関数のこの特徴に(損失が出た場合の)保有効果が描かれているのだ』(図表)

(図表) 価値関数



(注) 保有効果とは 自分が所有しているものに価値を見出し、手放すことに抵抗感を持つことを言い、この心理は損失に伴う価値の減少が、利得を得たときの価値の増加よりも大きい傾向があるため、損失を被ったときにより鮮明になる。

上記のプロスペクト理論を、不動産市場における投資用の不動産の売買に当てはめてみると、ある投資期間内に、地価が下がると、人に保有効果が働き、損失回避傾向を強めるため土地を持ち続け(換言すれば、リスク許容度が高まり、あるいはリスク愛好的になり)、反対に、ある投資期間内に地価が上がり、利得が得られれば、人は、損失がなく、保有効果が維持されるリスク回避的な行動をとり、不動産

を売却して利益を確定させる傾向があるということになる。これは、現実には起こることともある程度符合していると言えよう。また、株式市場での株の売買について、「利食いは早く、損切りは遅い」という現象も同様である。人が確実性を好み、リスク回避的であれば、地価の下落に対しても、土地の売却により損を確定させることが合理的なのであるが、損失が出ると人はリスク回避者からリスク愛好者に代わるという意味で、人の非合理性が現れる。行動経済学はこのような行動をプロスペクト理論から導いている。

第三に、人は最初に示された数字に影響を受けやすく、これを基に次の数値を判断する傾向があることである。アンカリング(Anchoring)理論と呼ばれる。最初に 100 円と言われたものを 200 円と言われると高いと感じ、最初に 300 円と言われたものを 200 円と言われると安いと感じる傾向がある。検察の求刑の数字により裁判官の量刑に影響を受けるという研究なども、もしこの仮説が正しいとすれば、これもアンカリング理論のこの類型の話である。

第四は、埋没費用効果 (sunk cost effect : sunk は sink の完了形で、sunk cost とは沈んでしまい回収が不可能な費用のことを言う) である。ある対象への金銭的、精神的、時間的投資を継続することが損失に繋がることがわかっているにもかかわらず、それまでの投資を惜しみ、引くに引けない心情となり、投資をやめられない状態を言う。たとえば、ギャンブルで 5 万円を使い、負けている状態のときに、こんなにつぎ込んだのに、負けたままで帰るかとはばかりに、撤退を考えずに、追加で 5 万円、10 万円とつぎ込む状態である。

#### (行動経済学の主張と不動産)

以上のような行動を一概に非合理的なものと片づけられるかどうかは議論のあるところであるが、上記のような観察事例は、不動産取引を考えてみても、思い当たる面があることも確かである。

第一の近視眼的な判断例については、マンションの賃料を月々1000円値引きする(将来利益)代わりに、入居すれば5000円の図書券を贈呈する(現在利益)などという手法が現実には営業戦略上良く使われ、現実に通用していることである。

第二の損失回避傾向については、例えば、アパート賃貸人は、空き室の家賃損失を回避しようとする意向が強く、通常の賃貸借の方が高い収益が得られるにもかかわらず、収益の低くなるサブリース契約を選択し損失を回避しようとする傾向が強いことである。これは、合理的な危険回避行動としての側面を持つとともに、損失回避行動としての側面を持っている。

第三のアンカリング理論と呼ばれる最初の数値に影響されやすいことについては、最初に高額な物件リストをみせられ、そこに比較的安価な物件が登場すると購入意欲を刺激される面がある反面、最初に安い物件リストが登場すると、購入価額の判断尺度が低価額化し、おなじ価額の物件を見せられても高いと感じてしまい、購入を躊躇する傾向が生まれる。

第四のサンクコスト効果については、金融機関との住宅ローン融資交渉に時間をかけた結果、融資の了解は得られたが、自分の想定よりもかなり高い金利でしか借りられないことになったという場合、本意ながら融資契約を締結することは、本来融資を断念して撤退すべきところ、サンクコスト(物件の探索や売買交渉、融資交渉などの労力・時間)にとらわれて、合理的な判断を下せなくなってしまう一例である。

但し、これらのよく見られる事例は、不動産に関する情報が不足し、あるいは売主・貸主、仲介業者側と購入者・借主側の持つ情報の非対称性に起因している場合が多く、これが改善されれば行動経済学の理論を持ち出すまでもなく、非合理的な行動は解消されるかもしれない。市場の不完全性に起因する結論と市場が完全であっても、なお生ずる人の非合理的な行動から得られる結論とを峻別して、非合理的な行動が現実にとどのような場面でどのように生じるのかを解明することが重要であろう

### (Nudge 理論について)

行動を規制したり、金銭的な補助を与えて、人々の行動を誘導するのではなく、「肘で軽く相手をつつく (nudge)」ように、人の感性に訴得る誘因を与えて、自発的に人の行動の変化を促そうとするのが「ナッジ」と呼ばれる行動経済学の理論である。米国や英国では公共政策にナッジを活用する取り組みが幅広く実施されている (脚注：オバマ前大統領は 2015 年 9 月 15 日、公共政策に行動経済学の知見を活用すべきとする大統領令を公布している)。

具体例としては、地球温暖化対策としての CO2 削減がある。この問題は世界を通じた社会的に大きなテーマであり、日本においても、家庭部門の建築物の省エネが進まないことが問題視されている。特に家庭における建築物の省エネ化への取組は経済的な負担を伴う問題だけに、規制による誘導は抵抗が多く実現が難しいことに加え、補助金による誘導は多大の税金の投入を必要とし、これも容易に合意が得られないのが実情である。

これに関連して、カリフォルニア州では、省エネを促す為「節約しましょう—エアコンを消し扇風機を一」、「環境にやさしく—エアコンを消し扇風機を一」、「より良い未来のために—エアコンを消し扇風機を一」と書いたメッセージを各家庭に配布したが効果が認められなかったため、これに代えて「ご存知ですか。ご近所さんは既にエアコンから扇風機に変えています」のメッセージを配布したところ、かなりの効果が認められたという。人々はそれぞれ地域コミュニティに属していて、そこからはみ出たくないという思いがあり、このメッセージは、個人のコミュニティへの帰属意識に働きかけて行動経済学のナッジ理論を用いて効果を挙げたと評価されている。

また、英国において、家庭への断熱設備の導入を促す手段を補助金から屋根裏の掃除サービスに切り替えたところ、断熱設備の導入が 5 倍に増加したとの事例が報告されており、人は、面倒な屋根裏掃除に魅力を感じて断熱設備の導入を選択した面があるという。

日本でも、おなじ CO2 削減について、「ナッジ」手法の有効性を検証するため、下記の事業主体が各家庭の電力使用状況に応じて行動経済学に基づいたスローガン年 4 回家庭等に提供する「平成 29 年度低炭素型の行動変容を促す情報発信 (ナッジ) による家庭等の自発的対策推進事業」を環境省が実施している。

この事業には行動経済学の知見が各家庭への情報提供手法の中に織り込まれており、例えば「あなたのご家庭は 2 万円も電気・ガス代を高く払っています」と損失回避を促す用語を使用して行動変化を促す手法、節電対策を網羅的に示すのではなく、「現実性の高い方策は以下の 3 つです」と取り組みやすい選択肢を示したうえで、その中に、難易度の高いもの、中位のもの、低位のものを入れておき、見せ方や表現で印象が変わり、家庭が採用しやすい選択肢に節電対策を誘導するフレーミング理論 (極端回避性) という行動経済学の理論を応用した手法も組み込まれている。このスローガンがどのようなもので

あり、それが家庭の省エネにどのような効果をもたらしたか、今後公表される環境省の調査結果が待たれるところである（図表）。

（図表）「平成 29 年度低炭素型の行動変容を促す情報発信（ナッジ）による家庭等の自発的対策推進事業」に採択された事業名等

代表事業者	共同事業者	課題名	参画エネルギー供給事業者（予定）	事業期間※
デロイトトーマツコンサルティング合同会社	一般財団法人電力中央研究所、東京電力エナジーパートナー株式会社、凸版印刷株式会社	家電・自動車等利用に関するナッジを活用した低炭素型行動変容モデルの構築	東京電力エナジーパートナー（株）	平成 29～33 年度（予定）
日本オラクル株式会社	株式会社住環境計画研究所	生活者・事業者・地域社会の「三方良し」を実現する日本版ナッジモデルの構築	北海道ガス（株）、東北電力（株）、北陸電力（株）、関西電力（株）、沖縄電力（株）、東京ガス（株）	平成 29～33 年度（予定）
みやまスマートエネルギー株式会社	九州スマートコミュニティ株式会社、株式会社チーム AIBOD	地域エネルギー会社を核とした地域主導型低炭素行動変容モデルの開発普及事業	みやまスマートエネルギー（株）（福岡県みやま市）等地域エネルギー会社	平成 29～33 年度（予定）

（注）環境省公表資料（2017.4.14）による。

#### （終わりに）

行動経済学は実践的な理論を含んでおり魅力的な面があるが、市場の不完全性、情報不足による人々の誤解や錯覚を利用し、選択肢を人為的に制限して人を一定方向に誘導しようとする恣意性も否定できないところから、自由で分権的な個人の意思決定を重視する従来の経済学の考え方からは異論も少なくないと思われる。適用する場面と手法については、こうした批判に耐えられるよう、事前に十分検討する必要があるだろう。

（荒井 俊行）