

時間軸を考慮した消費者の選択行動

慶應義塾大学大学院 経営管理研究科 後期博士課程 3年

飯野 純彦 (学術研究／個人研究)

我々が行う経済的な意思決定は、ほぼ全て異時点間の選択である。異時点間の選択とは、決定の時点と利得や損失を得る時点が時間的に離れているような意思決定をいう。時間軸を考慮した消費者の選好研究は、異時点間選択として、『時の流れの中で生じる「コスト」と「ベネフィット」のトレード・オフを含む意思決定を、人々がどのように行うのか』に焦点をあてて行われてきた。特に、「時間の経過に伴う財の価値の低下」という現象をテーマとし、経済学者は「時間選好研究」として、心理学者は「遅延による報酬の価値割引研究」として、異なる学問的立場から異なる方法論を用いて行われてきた。

経済学的視点では、時間選好研究として、Samuelson (1937) が指数関数モデル (割引効用) を提案して以来、このモデルに基づいた公理的アプローチがなされた。しかし、後にこのような規範的な指数関数モデルから導出される時間選好が、現実のヒトの行動にあわないことを指摘する現象が数多く見つかった。一方、心理学的視点では、遅延による報酬の価値割引研究として、「双曲型割引」が提案された。割引効用理論では時間選好率を一定と仮定するが、実際には計測された時間選好率は遅滞時間に伴って遞減する傾向がある。双曲型割引効用理論は、時間選好率が遅滞時間に伴い遞減するという性質を表現するモデルの1つとして提唱された。近年では、現実のヒトの行動を説明すべく、現在志向バイアス、時間のフレーミングなどの視点から研究が進められている。特に、現在志向バイアスは、異時点間選択の既存研究の中でも最も注目され、多くの研究が行われてきたが、背後にある正確な心理的メカニズムについては、いまだ不明確なままである。また、時間のフレーミング (先延ばし vs. 前倒し) における既存研究では、Loewenstein (1988) が、『将来の成果を早めるより、現在の成果を先延ばしするほうが、人は高い割引率を示す』と指摘したが、2つのフレームにおける参照点の違いが、異なる期間における消費者の割引率に、いかに影響を与えるのか、どのように現在志向バイアスの程度を異ならせるかについては明らかにされていない。

本研究では、既存研究と一貫して、仮説1として、「前倒しするときの意思決定フレーム時より、先延ばしするときの意思決定フレーム時のほうが消費者の割引率が高く、また、現在志向バイアスを強く示す」ことを検証した。次に、解釈レベル理論を援用すると、先延ばしするときの意思決定フレームの下では、消費者は現状を重視し、具体的もしくは実現可能な消費エピソードを想うことで現在志向バイアスに強く導かれ、一方、前倒しするときの意思決定フレームの下では、消費者は将来を重視し、抽象的もしくは願望的な消費エピソードを想うことで、現在志向バイアスは減少することが考えられる。つまり、対象を“具体的”に考えるかどうか、“実現可能”と考えるかどうか、現在志向バイアスを説明する背後にある心理的メカニズムではないかと考えられる。そこで、仮説2として、「先延ばしするときの意思決定フレーム時、前倒しするときの意思決定フレーム時のもとで、消費体験を具体的に、もしくは実現可能と思い描いてもらうと、両フレーミング間の異時点間における割引率の差は減少し、かつ、現在志向バイアスの差は減少する」ことを検証した。