

近未来金融システム創造プログラム第8回講義レポート

後期最初の講師は、第2回と同じく大阪大学准教授の安田洋祐氏。今回の講義は、「金融リテラシーって何だろう～ナッジと仕掛けの活用～」という題目で行われた。安田氏が座長を務める金融リテラシー研究会の活動の報告と、人々の行動へどのように「ナッジ」を活用していくのかについて、行動経済学の観点で理解すべき事柄について語っていただいた。

3つの視点と6つのプラン

従来、日本では金融リテラシーが不足しているために貯蓄から投資へと資金が流れていないと考えられていたものの、実際はリテラシーが高いからといって投資を経験しているわけではない。その事実から、先に投資を経験することで、結果的に関心が高まってリテラシーが身につくケースもあるのではないかという仮説が考えられる。つまり、何を伝えるのかではなく、どうやって伝えるかに注目をした。

リテラシーを伝えるために必要な3つの視点として金融について楽しく学ばせるエンターテイメント要素、伝統的な金融教育に工夫を加える方法、行動変容を促すナッジや仕掛けの活用、が挙げられる。

3つの視点を基に、既存の金融教育にありがちなコンテンツ重視でエンターテイメントに欠ける教材をゲームや漫画などを通じて興味を持ってもらう方法、授業参観で金融を扱うことで親世代に危機感を抱かせる方法、金融機関への企業見学、金融版 TOEIC の実施などが考えられている。

アメリカでは確定拠出年金を導入した1980年代から90年代の株式・投資信託の保有比率が上昇したことから、投資の成功体験は人が投資に興味を持つ誘因になると考えることができる。SMarT(Save more Tommorrow)のように昇給に比例して手取りを減らさない範囲で貯蓄を増やすプログラムの加入に誘導させることができる。

ナッジの基本コンセプト

ナッジはOECDの“BASIC”(Behavior, Analysis, Strategy, Intervention, Change)やBITの“EAST”(Easy, Attractive, Social, Timely)といった前提となる基本的なコンセプトが存在し、それを基に活用することが求められる。

人は心理学的に追及していけば、合理的経済人では説明できないような多くの癖が散見されるが、多くの人に共通して監察される癖はそこまで多くない。代表的な癖として3つが挙げられる。1つ目は惰性で、自分の行動をなかなか変えることができない癖である。これは持っている銘柄を過大に評価してしまうために含み損を抱えた銘柄にいつまでも固執

してしまって売ることができないという行動に現れる。2つ目は損失回避で、利益を得ることより、損失を被ることの方を避けようとする癖である。これは逆に利益の減少に対しては鈍感になってしまい、予期せぬ収入が入った場合その金額を容易に消費してしまう行動に現れる。そして3つ目は現在バイアスで、いやなことを先延ばしにしてしまう癖である。これは、今1万円を貰うよりも明日1万100円を貰えるといった条件が提示されたとき、本来では合理的な選択ではない前者を選ぶ傾向にある人が多いといった時間非整合な行動に現れる。

仕掛けを活用する

ナッジと同様に、人に望んだ行動を促す仕掛けである。一番の違いは、ナッジが誘導される本人の気づかないうちに行動を変化させているのに対し、仕掛けの場合は本人が主体的に気付いて行動を変容させることである。例えば漫画の単行本の背表紙を揃えると柄が浮かび上がったり、レジの前に足跡のマークがあると、人が勝手にフォーク並びをすることが挙げられる。

理想の制度設計

ナッジも長く繰り返しているとその効果が薄れてしまう。そこで必要になるのは金銭的インセンティブであり、ナッジで行動変容を促して金銭的な動機付けが存在することで強固な行動変容に結びつく。片方だけを使うのではなく、双方を補完的なものとして利活用することが求められる。