

慶應義塾大学齋藤リサーチャー御提出資料



Behavioral Sciences Team
for a better choice

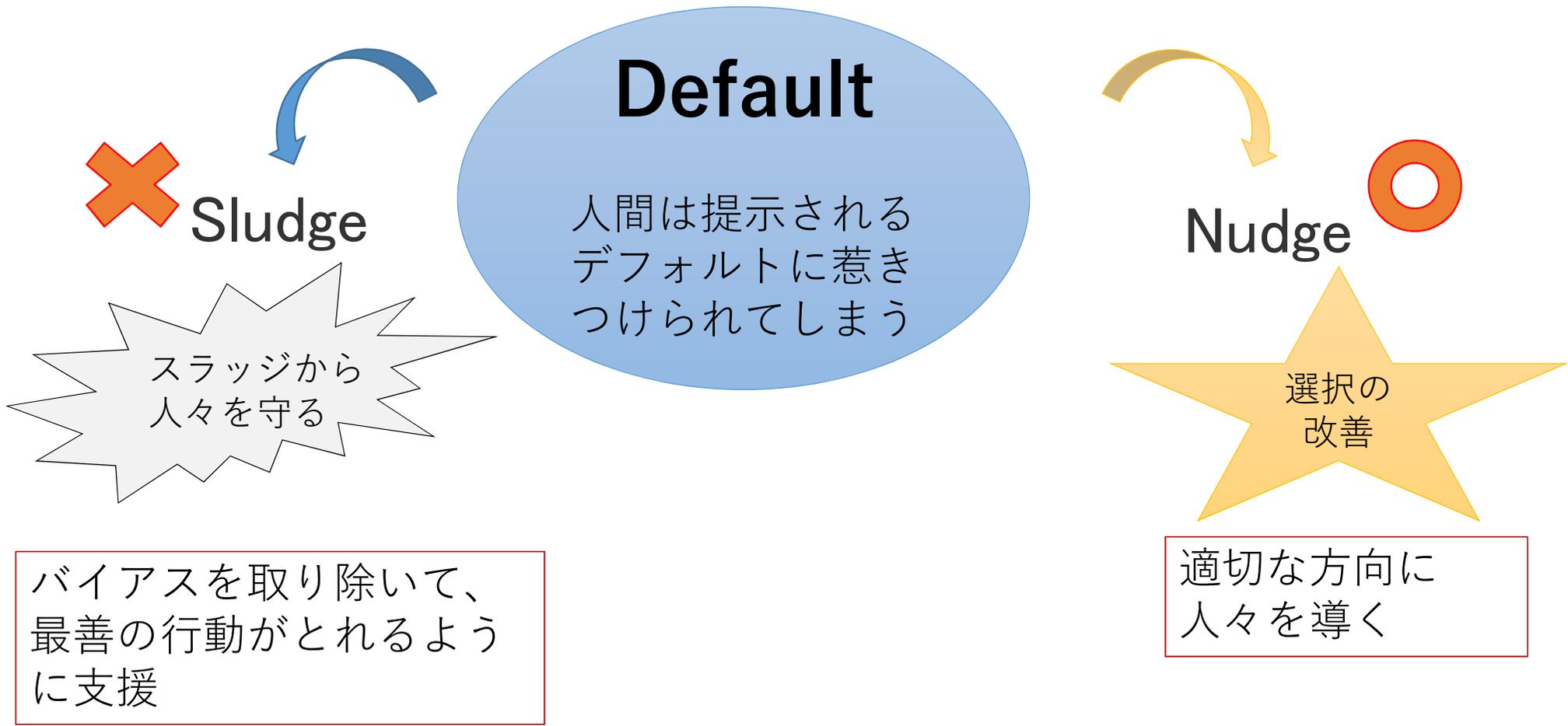
デフォルトの力

海外事例を基にして

慶応義塾大学メディアデザイン研究所

齋藤長行

政策からみたデフォルトの2つの側面



OECD(2017) があげる主な認知バイアスとデフォルトの位置づけ②

- **プライミング効果：**
 - 宣伝など、先行して与えられた情報が、人々の意思決定や嗜好に影響を及ぼすこと。
- **自信過剰：**
 - 例えば、自分の運転は平均よりも安全運転であると思い込んでしまうように、自分を過信してしまう傾向。
- **双曲線割引／近視眼：**
 - 遠い未来の価値を割り引いて評価し、目先の価値を選択してしまう傾向。
- **時間の不一致：**
 - 長期的な視点での意思決定と短期的な衝動との間に矛盾が生じてしまうこと。
- **公平性：**
 - 例えば、省エネ等の対応に関して、他の消費者と公平でありたいと考えてしまう傾向。
- **社会規範：**
 - 行動や意思決定が、所属する特定の社会やグループの価値観、行動、期待に影響されること。

OECD(2017) があげる主な認知バイアスとデフォルトの位置づけ②

- **選択肢／情報過多：**

- 情報や選択肢が多すぎる場合、人は選択肢を無視したり、選択することを止めてしまう傾向。

- **授かり効果：**

- 一度与えられたものや、得たものに対する価値が高まってしまう傾向。

- **アンカーリング：**

- アンカーとしてある一定値が提示されることで、その数値に近い選択をしてしまう傾向。

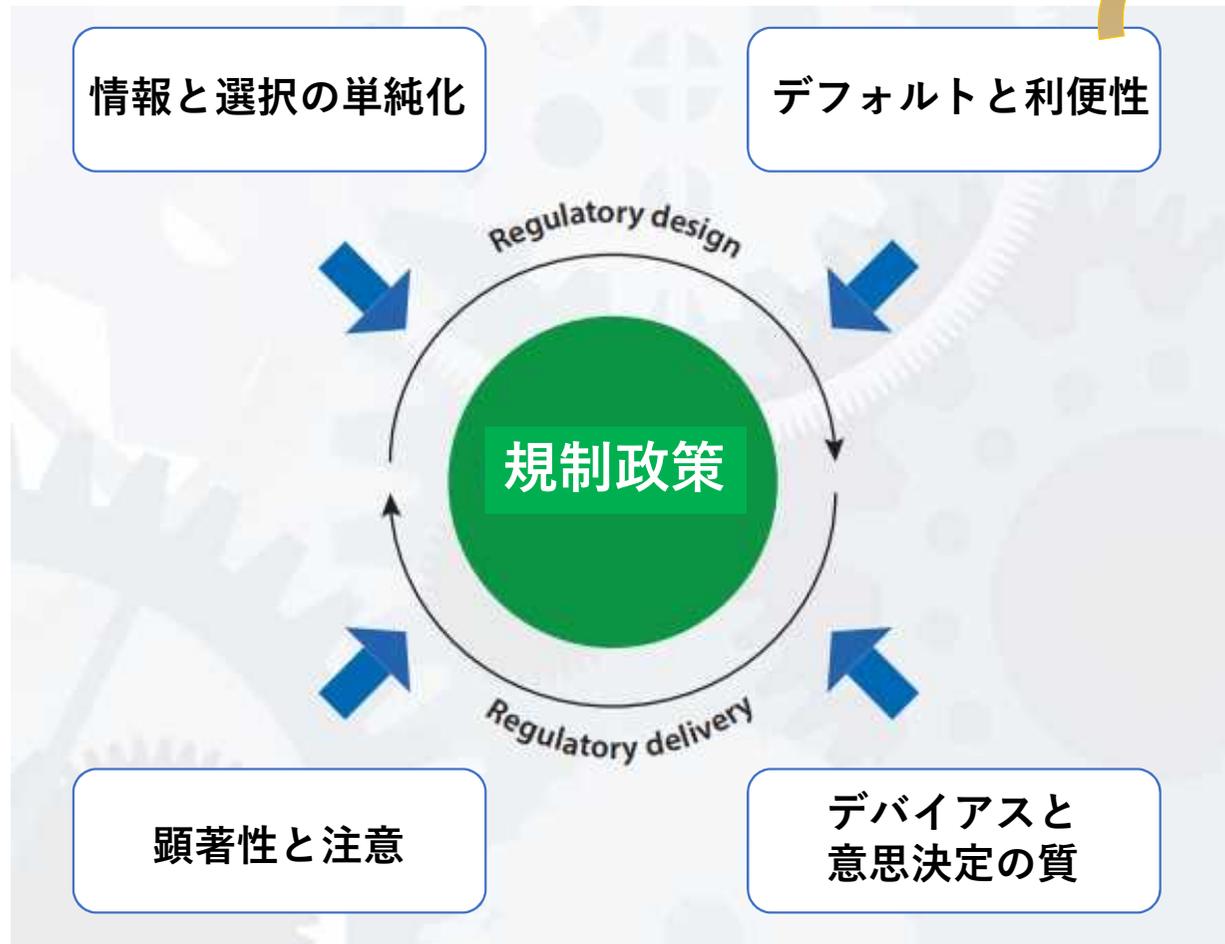
- **フレーミング：**

- 例えば、手術で失敗する確率は10%と提示される場合と、成功する確率は90%と提示される場合等、情報の提示の仕方によって、人々の意思決定が歪められてしまうこと。

- **デフォルトと現状維持効果：**

- 1つの選択肢をデフォルトとして提示されることにより、その選択肢を選択してしまう傾向。
- また、一端選択したものが最適でないことを知りつつも、変更せずに現状維持してしまう傾向。

OECDの行動インサイトを適用した規制政策におけるデフォルトの位置づけ



「人はより簡便な選択、特に**デフォルトオプション**に惹きつけられる」

望ましい選択ができるように支援する。

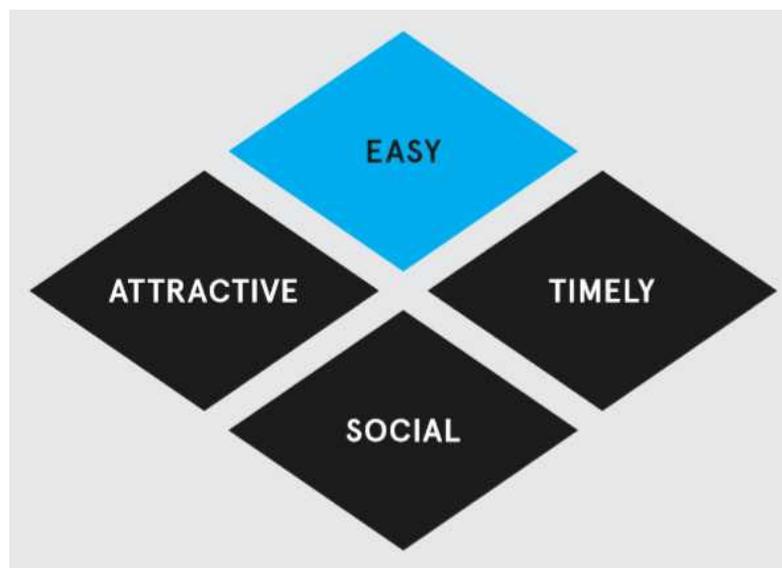
BITのEASTにおけるデフォルトの位置づけ

● Make it ATTRACTIVE

- ・注意を引き付ける
- ・最大限の効果が得られるように報酬と措置を設計する択肢の数に左右される」

● Make it EASY

- ・ **デフォルト** の力を活用する
- ・ サービスを受ける際の「面倒な要因」を減らす
- ・ メッセージを単純化する



● Make it SOCIAL

- ・多くの人々が望むであろう行動を示す
- ・ネットワークの力を使う
- ・他の人々へのコミットメントを奨励する

● Make it Timely

- ・人々が受け入れやすいときに促す
- ・費用と利益を考慮する
- ・事象に対する人々の対処を支援する

 Sludge

スラッジから
人々を守る

オプトアウトのデフォルトによる認知バイアスへの対処①

- EU(2011)消費者権利指令(Consumer Rights Directive)におけるデフォルトが引き起こす恐れのあるバイアスへの対処
- 購入ダイアログのチェックボックス問題
- マイクロソフト社のオペレーティングシステムを購入する際に、チェックボックスにあらかじめチェックが入って表示されていることにより、消費者は自分が意図しない商品をついつい購入してしまうという問題が生じていた。
- 本指令では、オプトアウト方式による表示を規制。
- 消費者が無意識的にデフォルトを選択してしまうということを踏まえ、販売者側が著しく有利になるような取引を制限するものといえる。

オプトアウトのデフォルトによる認知バイアスへの対処①

- Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights
- Article 22 Additional payments
 - Before the consumer is bound by the contract or offer, the trader shall seek **the express consent** of the consumer to any extra payment in addition to the remuneration agreed upon for the trader's main contractual obligation.
 - If the trader has not obtained the consumer's express consent but has **inferred it by using default options** which the consumer is required to reject in order to avoid the additional payment, the consumer shall be entitled to reimbursement of this payment.

オプトアウトのデフォルトによる認知バイアスへの対処②

- 英国におけるオプトアウト方式による電話規約の禁止
- 英国のBT（現：ブリティッシュ・テレコム）は、2008年に2月に電話回線の契約に「自動更新契約」を導入。
- 契約により一定期間電話回線を利用することが義務づけられるものであるが、その恩恵として電話料金の割引を受けることができる。
- しかし、規定された解約期間外に契約を解除する場合は早期解約金が発生する契約となっていた。
- この自動更新契約は、オプトアウト方式によるデフォルトオプションとなっていたことから、消費者の認知バイアスを誘発する恐れがあった。
- 懸念された認知バイアスとして、**現状維持バイアス**、**時間割引**、**自信過剰**などのバイアスの発生があげられた。

出所：Ofcom. (2011) “Automatically Renewable Contracts: Research into their effects and proposals for a General Condition”, The Office of Communications.

出所：Ofcom. (2011) “Automatically Renewable Contracts: Decision on a General Condition to prohibit ARCs”, The Office of Communications.

オプトアウトのデフォルトによる認知バイアスへの対処②

- 英国情報通信庁（Ofcom）は、2008年に、オプトアウト方式による自動更新契約が、消費者利益を損ねるものであるかを検証するための計量経済分析を実施。
- BTの契約者から被験者18万人を無作為抽出し、契約の更新状況を分析した。
- 分析では、自動更新契約を契約している消費者と自動更新されない契約をしている消費者の乗り換え状況を比較。
- その結果、自動更新契約を契約している消費者の乗り換え率は、自動更新されない契約をしている消費者よりも54.8%低いことが明らかとなった。
- Ofcomは、この分析結果を基に、2011年に、オプトアウト方式による電話サービスの自動更新契約を禁止する決断を下した。

出所：Ofcom. (2011) “Automatically Renewable Contracts: Research into their effects and proposals for a General Condition”, The Office of Communications.

出所：Ofcom. (2011) “Automatically Renewable Contracts: Decision on a General Condition to prohibit ARCs”, The Office of Communications.

行動インサイトからみた英国と日本の電話の自動更新契約に対する政策の差異

要素		日本	英国
通信役務形態		携帯電話の契約	固定電話の契約
政策アプローチ		説明義務の充実の観点から、自動更新時期における事前通知の義務付け。（「電気通信事業法等の一部を改正する法律」）	消費者のデフォルトバイアスの発生を防ぐため、オプトアウト形式による自動更新契約の禁止。
消費者像		消費者は契約内容に対して認識が不十分であることから、政策的に認識不足を補う手立てを講じることを目指している。	消費者の意思決定には認知的バイアスが伴うことから、政策的にそのようなバイアスの発生要因を取り除く。
	問題の要因	更新時期の失念	
	契約時の消費者の意識	オプトアウト方式を継続していることから、デフォルトバイアスがかってしまい意図しない契約を締結してしまう恐れは存在する。	自動更新契約を締結する場合はオプトインすることから、契約形式を意図的なものになっている。
	認知的バイアスの要素	明言されていない。	時間割引、自信過剰
	契約更新に対する主体性	受動的契約	主体的契約
消費者の事後的な契約期間の管理		契約更新時期を意識する必要がある。	契約更新時期の管理の必要性はない。

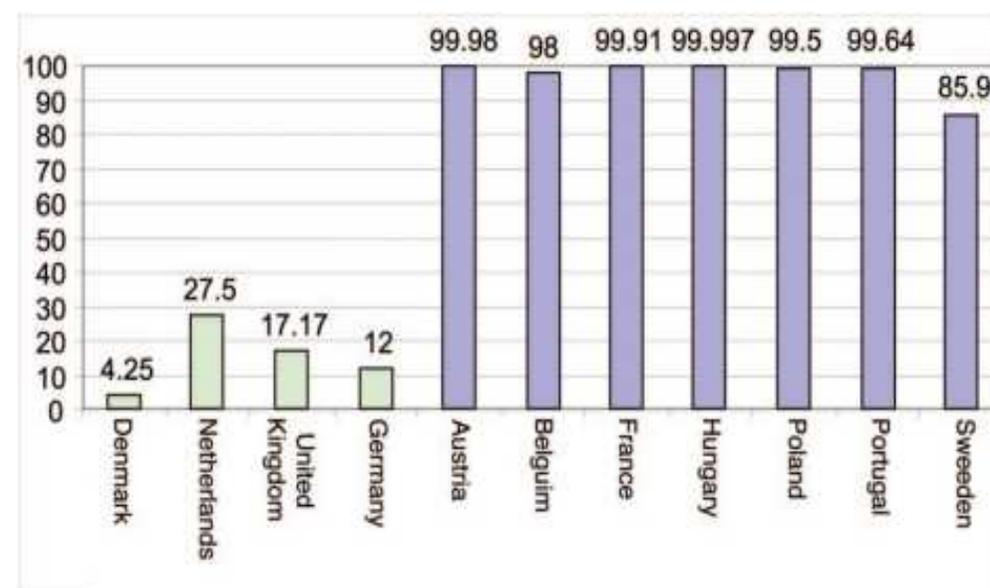
Nudge 



デフォルトオプションを用いた政策事例①

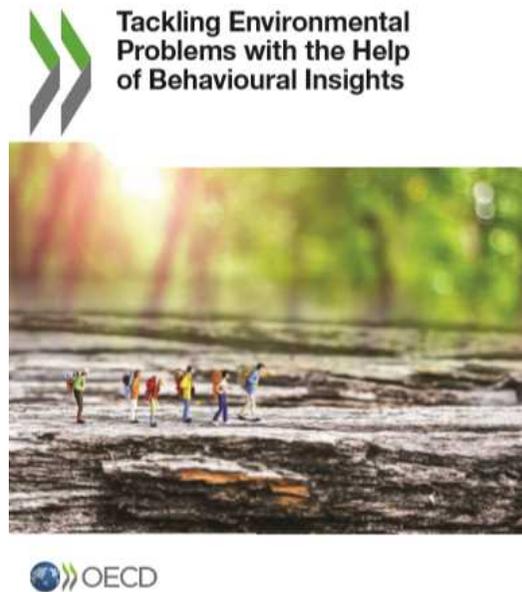
- Jhonson& Goldstein(2003)は、欧州各国における臓器提供への合意割合がオプトイン方式を採用する国（図2の色が濃いグラフの国）に比べ、オプアウト方式を採用する国（図2の色が薄いグラフの国）の方が提供への合意割合が高いことを報告。

- オプトイン方式：
 - 明示的合意(explicit-consent)
- オプアウト方式：
 - 推定合意(presumed-consent)



欧米諸国における臓器提供同意率比較
出所：Johnson, E. J. and D. Goldstein. (2003).

OECD(2017)” Tackling Environmental Problems with the Help of Behavioural Insights”からの一事例



デフォルトオプションを用いた政策事例②

- グリーン電力市場におけるデフォルトオプション 実験（2015年）
- スイス連邦エネルギー庁とスイス連邦工科大学の共同実験
- 環境への問題意識はあるが、現状維持バイアスが発生し、環境に配慮したサービス契約に変更していない消費者の行動を変える方策を検討。
- 学生（n=161）を被験者とした室内実験を実施。
- 被験者に一定の予算を与えて、一定のkWh量を対象に、グリーン電力と従来型電力から自らが好む電源ミックスを選択してもらった。
- 従来型電力：従来価格
- グリーン電力：電力1 kWh当たり 0.01、0.03、0.1、0.15、0.2CHFを付加

デフォルトオプションを用いた政策事例②

- 1) 積極的選択：参加者はグリーン電力と従来型電力の構成に関して、好みのミックスを選択。
 - 2) グリーンデフォルト：参加者はデフォルトの電力供給源としてグリーン電力を提示。
 - 3) グレーデフォルト：参加者はデフォルトの電力供給源として従来型（「グレー」）電力を提示。
-
- 参加者はデフォルトオプションに留まることも、デフォルトオプションをやめて好みのエネルギーミックスを選択することもできた。

デフォルトオプションを用いた政策事例②

- 実験結果
- グリーン電力に付加される価格プレミアムが低い場合（1kWh当たり最大 0.03CHFまで）、グリーンデフォルトは積極的選択とグレーデフォルトの場合よりも、参加者がグリーン電力を多く選択した。
- 例えば、価格プレミアムが1kWh当たり0.01CHFの場合、契約におけるグリーン電力の平均割合は、グリーンデフォルトでは86%、積極的選択では67%、グレーデフォルトでは71%であった（有意差有）。
- 価格プレミアムが高い場合（1kWh当たり0.1、0.15、0.2CHF）は、有意な差がみられなかった。

発表のまとめとして

- 人間は提示されるデフォルトに惹きつけられてしまう。
- デフォルトオプションは、Nudgeとしても、Sludgeとしても用いることができる。
 - 人々の選択の支援するために、Nudgeを講じる。
 - Sludgeされてる場合は、デバイアスの方策を講じる。
- Kahneman (2012)は、デフォルトの選択肢は「標準としてすんなり受け入れられるように設計されている」ものであり、
- 「デフォルトからオプトアウトすることは、自らの強い意思を示す行為であり、熟考を必要とし、より多くの責任を伴い、何かことがあった場合には、デフォルトのままにしておいたときより強く後悔することになる」と述べている。
- したがって、デフォルトオプションは、人々が受け入れやすい値に設定されるべきである。