



I-OWA マンスリー・セミナー講演より 自分だけは損をしたくない人の心理学

講演：大江 英樹氏
レポーター：赤堀 薫里

大江 英樹氏プロフィール

経済コラムニスト。オフィス・リベルタス代表。大手証券会社に38年間勤め、そのうち25年間は個人の資産運用業務に従事。その後、確定拠出年金の投資教育業務に携わる。2012年、定年退職後にオフィス・リベルタスを設立。年間100回以上の講演やテレビ出演。執筆活動を通じ、経済や資産運用などの知識を分かりやすく伝えている。CFP、日本証券アナリスト協会検定会員

行動経済学という言葉よりも経済心理学という言葉の方が腑に落ちると思います。「損をしたくないと思う心が損を呼び込む！」これが今日の結論です。お金を使う時に誰もが心の錯覚をします。例えば、「お金が貯まる魔法の言葉・習慣」をよく聞きますが、これはなんの意味もありません。

しかし、「お金が貯まらない悪魔の言葉・習慣」はあります。

① 頑張った自分へのご褒美 ②元をとりたい！ ③おトク情報大好き！の3つです。

人間は、買い物などをする時に、無意識のうちに理由付けをしたがります。「安かったから、珍しい商品だから、限定品だから買った」というように。ところが理由付けせずに買い物をする時があります。それが衝動買いです。買うつもりはなかったけどバーゲンで衝動買いしてしまった。

こういう時は、意志の弱い自分に対して自己嫌悪に陥りがちです。物事にはなんでも因果関係があります。ただし衝動買いや衝動食いには因果関係がない。その正当化が「頑張った自分へのご褒美」です。いうならば因果関係のねつ造。自己正当化バイアスと言っていいかもしれません。私は衝動買いを、大いに結構なことだと思います。自分で反省すれば、対策をたてることができます。しかし、頑張った自分へのご褒美は、なんの反省も対策も生じないのでこの言葉を使ってはいけません。ただ、目標達成に向けたインセンティブとして「ご褒美の設定」をするのであればいいでしょう。



長期投資仲間通信「インベストライフ」

「元を取りたい」、よくありがちです。例えば、面白いと評判の映画を観に行っただけで、30分ほど経っても全然面白くなかった。その時に、そのまま席を立って出ていくか。せっかくお金を払ったから最後まで観るか。実は、つまらない映画でも席を立たない人は結構多い。こういう人は大体株をやっても儲からない。なぜか。払ったお金のことを経済学では「サunkコスト」と言いますが、払ってしまったお金は返ってこないのです。考えてもしょうがない。これからどうするかということです。もしつまらない映画を30分を出たとすれば、その人が損するのは映画代1,800円と映画を観て失った30分。最後まで観た場合、映画代1,800円と2時間無駄にします。30分を出ていたら、1時間半で仕事をするか、もっと面白いことをやった方がいいはず。でも人間はサunkコストにこだわり、元を取りたいと思います。意外と映画は最後が面白いので一概に言えませんが。



ランチビュッフェで元は取れません。ファミリーレストランのドリンクバーは300円位ですが、原価は5~10円です。ドリンクバーで元を取ろうとしたら30杯位飲まないといけなから無理ですね。しかも食べ過ぎて一日胸焼けする、次の日体重計に乗ったらショッキングなことが待ち受けているなんてことはあり得ます。食べられる分だけ食べた方がいいわけ。

「お得情報が大好き！」本日ポイント3倍デーと書いてあると、5倍の買い物をしてしまうということ。これは「選考の逆転」といいます。本来はいいと思いきや、ポイントが付くからとつい無駄なものまで買ってしまふこと。バーゲンで全品50%オフと言われると買ってしまふ。

人間は自分の直感でしか判断しない、ヒューリスティックという現象があります。例えば、「社会人になったのだから生命保険に入るのは大人の責任だ」、社会人になったということ、生命保険に入ることにどんな因果関係があるのか。何もありません。生命保険は、もし自分に何かあった時、経済的に困る人のためにお金が残るようにする保険です。社会人になったばかりの人が死んでも、経済的に困る人はほとんどいません。結婚して子どもができたなら入ればいいですけど、社会人になったからといって加入する必要はない。



長期投資仲間通信「インベストラ이프」

この後、講演では、損を避けようとしてもっと大きな損をすることや、選択する時に待ち構える罠について、わかりやすい例を用いて解説くださり、楽しく理解することができました。また最後に対策編として、お金の判断で惑わされないために必要なことを教えていただきました。



I-OWA マンスリー・セミナー講演より 大江 英樹氏とのフリー・ディスカッション

座談会：大江 英樹氏、参加者のみなさま
レポーター：赤堀 薫里

岡本 | 前の会社にいたとき、リチャード・セーラー先生の講義をうけたことがあります。それを受けて前の会社のリサーチのヘッドは行動ファイナンスを投資戦略として取り込むと言っていました。20 年も前になりますが、その時はこんな話でした。いろいろなアナリストがマーケットに参加していますが、あるリーダー的なアナリストが業績予想の修正をするとそれをフォローする人がいるわけです。そのアナリストをまた、フォローする人がいる。そうして業績修正という情報が広まっていくわけです。その伝わり方のパターンが非常に安定的だそうです。Aさんが変えると続いてBさん、Cさん、Dさんも変える。それを見てまた変える人達がいる。この流れのフローが非常に安定している。だからAさんが変えた時に全体がどうなっていくかという予測がかなりできるのではないのか。それをアクティブの戦略の中に取り込んでいけないかということも 20 年ほど前に彼らは考えていました。その面での使い方は日本の行動経済学の話の中であまり出てこない印象があります。

大江 | 出てこないですね。そもそも資産運用の世界にいる人達の中で行動経済学を活用しようとする話はあまり聞いたことはないです。行動経済学会は、大学の先生だけでなくいろいろな分野の人達が来いますが、学会に行くと、むしろ医療分野の人が非常に多いのです。例えば、糖尿病の患者には 1 型、2 型があります。1 型はもともと遺伝子的にインシュリンの分泌が少ない。2 型は生活習慣によって糖尿病になってしまった。生活習慣で糖尿病になる理由を行動経済学の観点から研究していくと、遠い先のことの価値を低く見積もってしまう双曲割引。実際に 2 型の糖尿病の患者の人達に、「夏休みの宿題を最初の 1 週間でやるタイプですか、最後の 1 週間でやるタイプですか」とアンケートを取ってみると、8 割の人が最後の 1 週間でやるタイプでした。嫌なことを先延ばしにする傾向がある。そ





長期投資仲間通信「インベストライフ」

のような傾向があるとすれば、生活習慣病にならないための指導に役立てようということはありません。しかし、投資の世界でもっと活用するという事はないですね。ただ、10年ほど前に、ある投資信託の会社が、「行動経済学のメンタルアカウティングを活用して、分配金を預金の利息と勘違いさせることで、毎月分配型を売る」とはつきり言っていた運用会社がありました。マーケティングの手法の一つですよ。

岡本 | なるほど。そういう活用もあるんですね(笑)。

大江 | アメリカで2006年の労働法改正の時に、DC加入をオプトイン方式からオプトアウト方式に変えましたね。オプトイン方式というのは、何も言わなかったら入らない。言わない限り自動的に入るのがオプトアウトです。これは、臓器提供でも同じ傾向があります。日本の臓器提供率は9%位なのに、オランダは98%になります。オランダは、運転免許証の「あなたは臓器提供を拒否しますか？」という項目にチェックした人は臓器提供をしない。日本の場合、「臓器提供をしますか？」という項目にチェックする質問になります。この違いが臓器提供率の違いに表われています。それと同じことで、アメリカもDCの加入を、加入が嫌な人だけ嫌だと言ってくださいと、最初に自動加入化してしまう。デフォルトの商品をバランス型のもやターゲットイヤー型にしてしまうということがアメリカではその時決まりました。

岡本 | アメリカではIRAのオプトアウト方式を一生懸命やろうとしています。州によっては実現しつつあるようです。日本でいうとイデコもオプトアウト方式をしてもいいですね。オプトアウト方式にすると、最初から9割の人が当然加入します。面白いのがその後も、さらに増えることです。オプトイン方式の場合、6割位が入ってもその後それほど増えない。沢山の人が最初に入ると、俺もやろうかと入ってくる人が結構多い。

大江 | その傾向は日本の人の方が多いと思いますよ。日本の場合、皆がやると自分もやるという同調伝達の傾向が、アメリカよりも強いと思います。

岡本 | その辺を積極的に使い、皆が入りやすくするように仕向けていくというのは、まさにナッジですよ。

大江 | リバタリアン・パターナリズムとって、もちろん選択の自由を与えますが、強制的にするわけではないけれど、選択できない人を自動的にそちらの方に誘導していくようにするというのがナッジです。そういうのはあっていいと思いますけどね。

岡本 | 基本的に誰もよくNow vs. Laterの選択肢で、Nowの方を選択する。美味しいお菓子を食べると今はいいけど、将来困ることになるかもしれない。エクササイズをすると今は苦しいけど、将来よくなるかもしれない。でも、どちらかという今、お菓子を食べて将来苦しむ方をつ



長期投資仲間通信「インベストライフ」

い選んでしまう。そういう傾向というのは誰もあるわけで、それを指摘してどうやって解決するのかという方法としてナッジみたいなものがあるわけです。

大江 | 日本でいうと、大阪大学の池田新介さんという教授が「自滅する選択」という本を出しました。ほとんどの人は、時間割引率が高い。将来の価値を見積もって嫌なことを先延ばしにして自滅してしまうという事例がいろいろあり、それをどうしていくべきか、ということが書かれています。研究は進んでいるようですが、実用的に適応するとなると難しいですね。私からすると、確定拠出型年金にふさわしいものだと思います。元本確保型を推進したい人達も沢山いるので難しいところですね。

岡本 | それは、国民全体の将来の生活が大きくなっている問題なので、目先の業界の利益とかそういう話で決めてしまうとね。

参加者 | ポイントで投資信託が買えるサービスについてどのようにお考えでしょうか？

大江 | 可もなく不可もなくじゃないでしょうか。ポイントはあくまでもおまけであり、自分の資産運用の中心になる金額でもないでしょう。間口を広げるという意味では悪くないと思いますが、逆に言うとあまり甘く見てもらいたくないなという意味で良し悪しかなと思います。ポイントはしょせんおまけですから大した金額で買えるわけではない。面白いのはメンタルアカウンティングで言うと、お金だと心の痛みを感じますが、ポイントは心の痛みを感じないわけです。現金を出すと心の痛みがあります。電子マネーは心の痛みを感じません。ポイントで投資信託を買うことは悪い事ではないと思いますが、投資のスキル向上には何の役も立たないと思います。

参加者 | 現金以外に電子マネー等がいっぱいできていますが、子ども達にお金のことを教える時に、現金と電子マネーやポイントを使う時の違いをどう伝えたらいいのかと思っています。

大江 | 心の痛みを感じながらお金の価値を伝えるということであれば、現金でやった方がいいと思います。だからといって電子マネーやクレジットカードが悪いとは思いません。それも現金も記号であることは一緒です。ただ長年の人間の習性で、現金には価値があると誤解しています。だから本当はどちらでもいい。

やらない方が悪い事は、クレジットカードの借金と、電子マネーのオートチャージ。便利だけと避けた方がいいでしょう。例えば、交通機関だけというように使う範囲をあらかじめ決めたいというのであればいいと思います。買い物を全部オートチャージでやってしまうと、心の痛みがないままにどんどん予算が膨れ上がってしまうということが起こりうると思います。



長期投資仲間通信「インベストライフ」

岡本 | どのような形態で使うかという以前の問題に、借金ほしないことですね。ただ知らない間に借金になっているケースがありますよね。そこに気をつけなくてはならない。

大江 | 金利というのは人生 2 大無駄の一つですから。

参加者 | もう一つの無駄はなんですか。

大江 | 不要な保険だと思います。無駄な保険。火災保険や自動車保険は必要だと思いますけど、入る必要のない保険に入っている人が世の中多いですね。

岡本 | 我々の普段の生活の中にも知らず知らずのうちに無駄が発生しているケースが多いものですね。大江さんの今日のお話を心にとめて注意したいものです。今日はありがとうございました。