

消費者保護へ向けて ～ヒトのもつ認知の傾向から

南山大学経済学部
小林佳世子

私自身の背景

問題意識

今日のテーマ



小林佳世子(こばやし かよこ)

南山大学経済学部 講師から准教授(現在に至る)

自己紹介

心理学・認知科学との境目:(進化からみた)ヒトの意思決定

経済学: 行動経済学・応用ゲーム理論・
法と経済学・進化心理学

伝統的経済学の前提:

=> **エコノ**(合理的経済人)

=> 「損得で動く」「(合理的)」人間

「エコノ」への疑問



ヒトは実際にはどんな
な行動をとるのか?

数百の実験

ヒトの意思決定の
根底にあるものとは?

ヒトはなぜ、
「予想通りに
不合理か?」

消費者保護政策

前提(原則): 合理的個人(自立した大人)

=> 契約自由の原則

ヒトの「認知バイアス」
から根本的な見直し?



「ダークパターン」「スラッジ」

消費者の「不合理性」(認知バイアスの存在)
を前提とした、消費者保護政策へ

* 認知バイアス≡認知の歪み

=>「歪み」とは何か? 「歪んでいない」状態とは?



「認知バイアス」ではなく、「認知の傾向」という言葉を使うことようにしているが、今回は、それを前提に「認知バイアス」という言葉をざっくりとした意味で使う

今日の話題

1: 認知バイアス ～ 学問側の準備

(1) そもそもダークパターンって.....?

何がOKで、何がOKでない？

(2) OKでないとして、社会的な合意はどこに？

(3) 認知バイアスは、ある？ ない？

再現性との関係

認知バイアスは何故起こる？

(4) 解毒剤

2: 認知バイアスから消費者保護政策へ

3: 政策に向けたデータ整備について

認知バイアス
研究の
(私から見た)
現状

認知バイアス
研究から
考えると.....

教えて
ください.....

1(1)ダークパターンとは

1: Sneaking(こっそり)

ユーザーの同意なしに別の商品が紛れ込ませる、定期契約にしてしまうなどの手法

2: Urgency(緊急)

時間がないと誤認させ、購入の意思決定を焦らせる手法

3: Misdirection(誘導)

文章やデザイン等の工夫で、ユーザーに特定の選択肢を選ばせたり、選ばせないようにしたりする手法

例:「いいえ、私は正規料金で購入することを好みます」などと表記

4: Social proof(社会的証明)

「多くの人を選んでいる」と言った情報を利用し、商品に人気があるように見せかける手法

5: Scarcity(希少性)

商品の希少性を強調し、購入を急がせる手法

6: Obstruction(障害物)

登録解除やキャンセルなどに過度な障害を設けて、事実上できないようにする手法

7: Forced Action(強制)

希望の行動を行うために、関係のない行為をユーザーに強要する手法

ナッジ・スラッジ・ダークパターン

消費者をだま
くらかそう.....

ダークパターン

- 「ユーザーが意図していない、あるいは有害になり得る意思決定をするように強制したり、操作したり、欺いたりすることによって、オンラインサービスの提供者に利益をもたらすユーザーインターフェイスデザインの選択肢のこと」

Marthur et al. 2019 (訳は仲野(2022))

ある種の売り方 => ダークパターン(と呼ばれる)

別の売り方 => 健全なマーケティングの努力(と言われる)

何がOK?
何がOKでない?



人の意思決定の特徴

この「境目(違い)」を、私たちはまだ知らない

「理由」を知らなくても
「結論」は言える

例: ナッジとスラッジ

「ナッジ」は人々の行動変容を促して、世の中を良くしようとする仕組

「スラッジ」は人々の行動変容を促して、個人(企業など)が私利私欲を貪ろうとする仕組み

=> 何がナッジで何がスラッジ(あるいはダークパターン?)

「フェア」についての カーネマンたちの実験1

質問 1

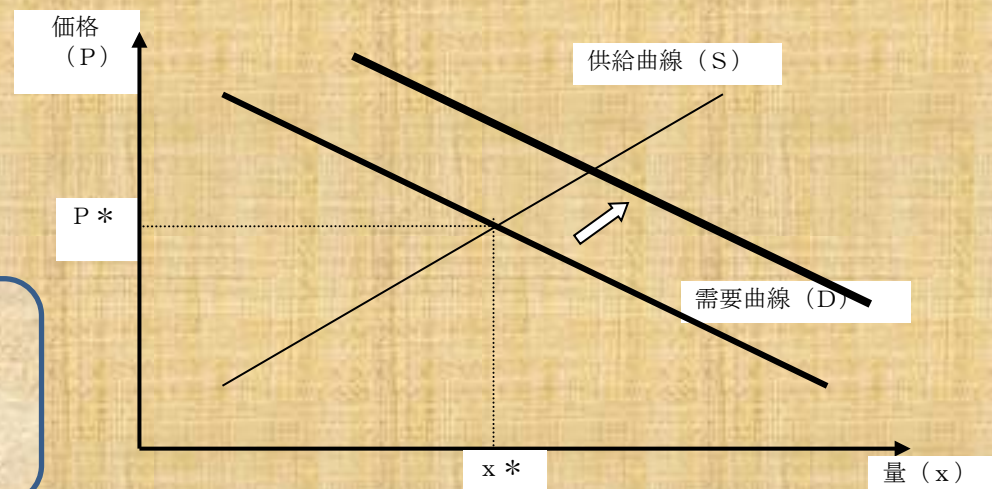
質問1 金物屋は雪かきのシャベルを15ドルで売っていました。大雪の降った翌朝、この店ではシャベルと20ドルに値上げしました。この行為についてあなたは
どう思いますか？

Kahneman et al. 1986,

需要↑ => 価格↑



不公平 82%



フェアの実験(続き)

質問2 ある小さなコピー店では、店員が6か月前から時給9ドルで働いていました。店はなかなか繁盛しています。ところが近隣の工場が閉鎖されたため失業者が増え、周辺の商店では同じような仕事をする店員を時給7ドルで雇うようになりました。そこでこのコピー店の店主は、店員の時給を7ドルに引き下げました。

不公正 83%

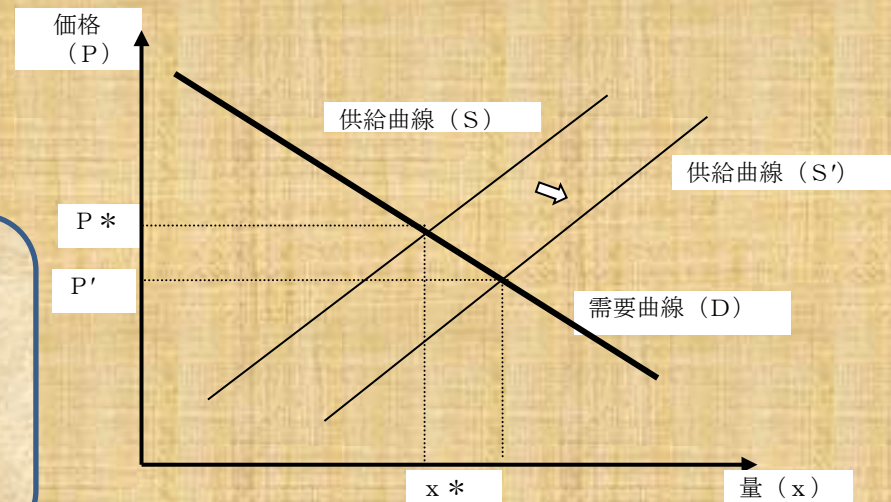
そこでこのコピー店の店主は、今いる店員が辞めた時、新しい店員の時給を7ドルにしました。

容認できる 73%

供給↑ => 価格↓

フェアの背後にあるもの
(の一つ)

=> 「損失回避」 ≡ (失うことへの恐れ)
自分が今「手にしているもの」
を奪うことは許せない



(2) 人々の「フェア」の基準を 知れば十分か？

- 「フェア」 ⇒ 「損失回避」
 - 「困っている人を助ける義務」 ⇒ 「物理的近さ」
 - 近いヒトは助ける義務がある (Marshall et al. 2022)
 - ⇒ 「遠いヒト」は助けなければと感じない
- 例: 災害にあって困窮している人 (Green 2013)

誰を美しいと思うか
→ 「対称性」と「平均」

誰を信頼するか
→ 同じ言語を話す人
(Shutts et al. 2009、Kinzler et al. 2011)

どの命を守るか
→ 画面越しか否か
(Rutchick et al., 2017)

誰に親切にしたいか
→ その人に振られた
実験用の番号を知っている
(Small & Loewenstein 2003)

「公平な観察者
(impartial spectator)」
by Adam Smith
は、本当に公平か？

「法と経済学」の視点が
(基本的には) 有効で
あり必要

「意識」は知らない
⇒ 「理由」をでっちあげる

人々が持つ「フェア(これはOK! こっちはズルい!)」の基準とは「別に」、
社会としては何を「フェア(これはOK! こっちはダメ!)」とするか、
を決める必要

7つの
ダーク・
パターン？

(3) 認知バイアスはある？ ない？

今日、実験の科学における

「再現性」は大きな問題

* 再現性: 同じ実験を繰り返して、
同じ(ような)結果が得られるか？



再現性のない、「でたらめな」認知
バイアスをもとにした政策を考えても、
意味がないかもしれない

心理実験 再現つまずく

2019/12/15 日本経済新聞 朝刊 p 30

揺らぐ信頼、研究刷新促す声

再現できない研究が続出

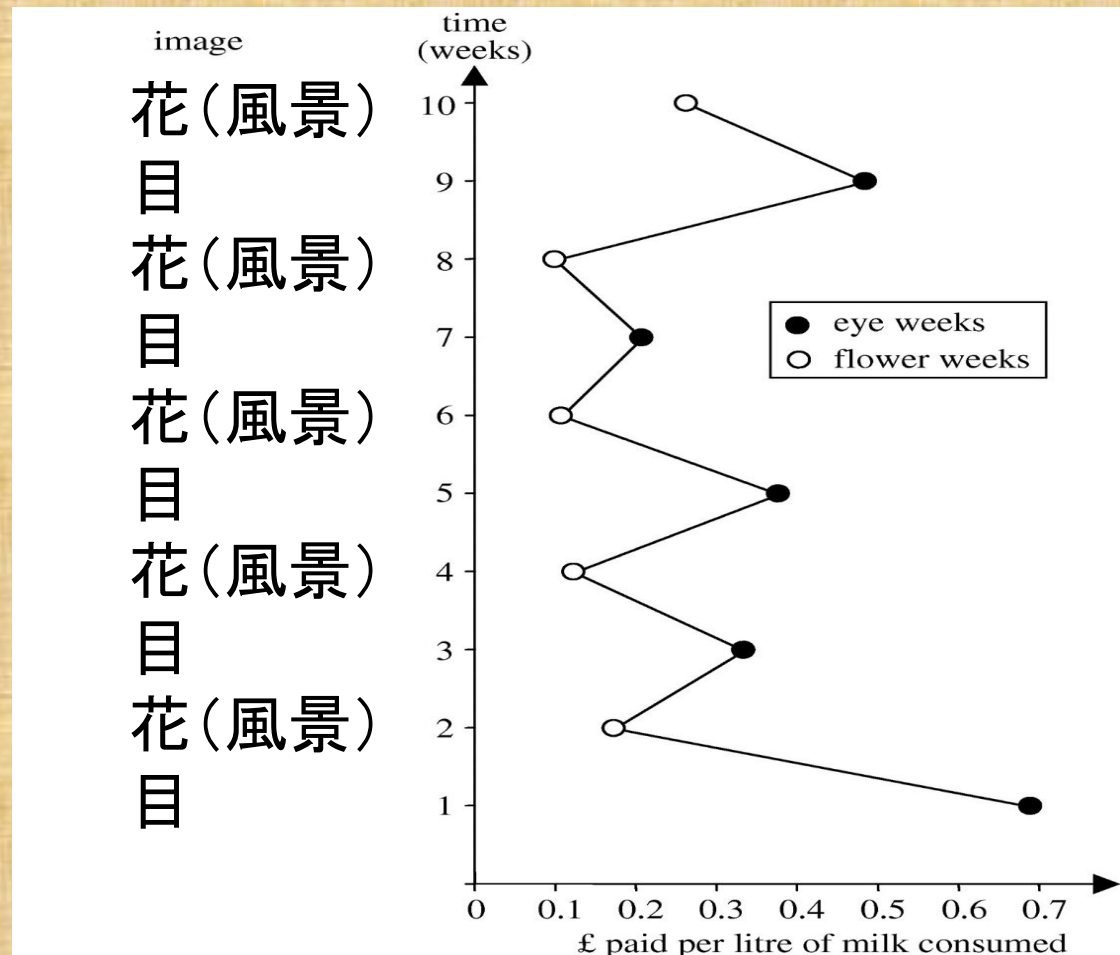
「目で監視する図柄を見た人は誠実に
ふるまう」という実験結果が06年に公表
されたが(中略)、この結果も11年の実
験で再現に失敗した

2019/12/15 日本経済新聞 朝刊 p 30

「ニセモノの目」: フィールド実験

大学の
コーヒールーム
飲み物に、各自で
箱にお金を入れる
目・花の写真
(交互)

↓
●「目」がある時
約3倍正直



Bateson et al. (2006)より

子供や
赤ちゃん

胎児

「ニセモノの目」

動物

脳の
反応

感情

●ごみ捨て

カフェテリアのテーブルにゴミを残さない (Ernest-Jones et al. 2011)、ゴミを散らかさない (Bateson et al. 2015)、ゴミをきちんと分別する (Francey & Bergmüller 2012)

●寄付が増える

(Powell et al. 2012、Caroline et al. 2018、Oda et al. 2016、Krupka & Croson 2016)

●自転車泥棒が減る (Nettle et al. 2012)

●選挙にいく (Panagopoulos 2014)

●うそをつかなくなる (Oda et al. 2015)

●手の清潔 (Beyfus et al. 2016、Pfafftheicher et al. 2018)

●気前が良くなる (Baillon et al., 2013 他多数)

●協力的に行動 (Burnham & Hare 2006)

●規範を破る者に厳しい

(Bourrat et al. 2011, Li, et al. 2021)

フィールド
実験

ラボ
実験

ニセモノの目：効果を否定

● 本物のヒトが多数→効果↓ ⇒ 「本物の多数の目」 Kobayashi, mimeo

- Ernest-Jones et al. (2011): 大学のカフェテリアでのごみ捨て
- Powell et al. (2012) ▪ Ekström (2012): スーパーでの寄付 ▪ Oda and Ichihashi (2016): 居酒屋での寄付

● まっすぐにみている目でないと効果↓ ⇒ 「見られているという感覚」

- Manesi et al. (2016): × 閉じた目やよそを向いた目
- Tane and Takezawa (2011): × 音のしない暗闇
- Kelsey et al. (2018): × 「目」以外の人の存在を感じさせるもの(鼻、口などヒトの体のパーツ)
- Heley and Fessler (2005): × 誰かがいることを示す「音」
- Baillon et al. (2013): × 他の被検者の存在を思い出させる
- Lamba and Mace (2010): × 同じ部屋に他の被検者がいる(意思決定の匿名性は守られている)

● 外集団メンバーには効果↓ ⇒ 相手との関係性

- Mifune et al. (2010): × 外集団成員

● 「ニセモノの目」を見る時間が長い→効果↓ ⇒ 「馴れる」

- Sparks and Barclay (2013): × 「目」の刺激に長時間(数十秒程度)以上さらされる

● 「目」を思わせる刺激では効果↓ ⇒ 刺激の構成

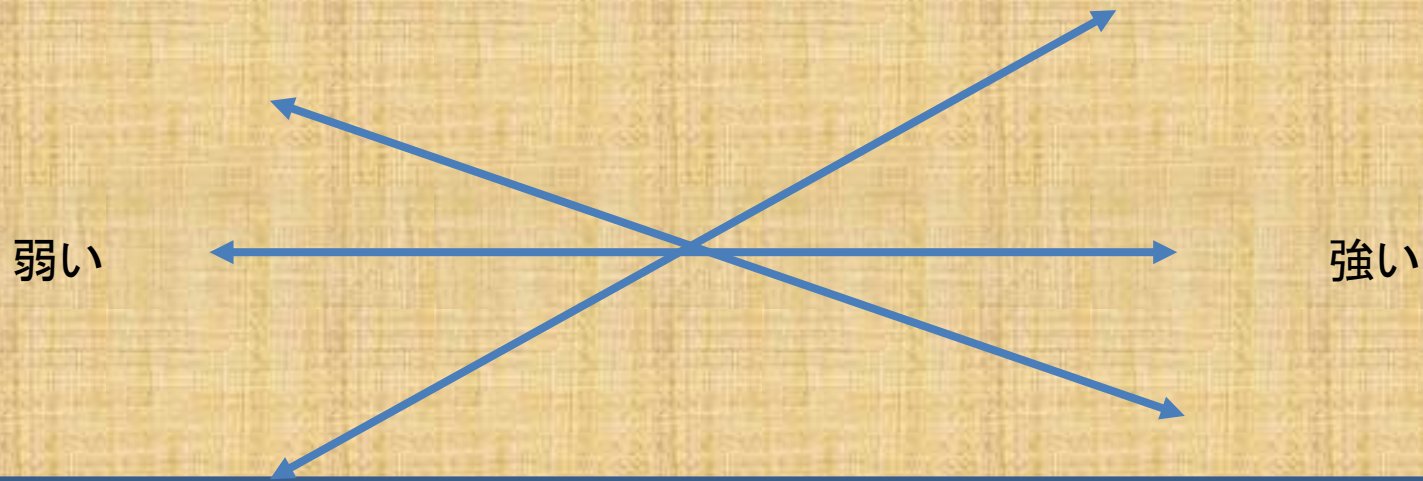
- Carbon and Hesslinger (2011): × 大きな2つの花を「目のように」配置



× 再現に失敗
○ 境界条件が見えてきた = 「再現に失敗」という少なくとも一部は、
「境界条件が見えてきた」というべきでは？

認知バイアスはある？ ない？

認知バイアスは、「ある」とか「ない」とかの二項対立の問題ではない



複数の「要素」が影響

例：ニセモノの目

・リアルな人の人数↑ ・ニセモノの目への暴露時間↑

例：アンカリング

*「境界条件」とは言ったが、必ずしも明確な「境界」があるわけではない

「いつ」強く出て、「いつ」弱く出るのか、「境界条件」の研究がもっと必要

例：消費者が意思決定をする現実の場面が、認知バイアスが「強く出る」場面かどうか
⇒ 認知バイアス自体を、もっとちゃんと知らない！

人間行動

何故起こる？

境界条件は？

「認知バイアス」をもっと理解しないと！

矛盾？

楽観バイアス

ネガティビティ・バイアス

自己利益
が大事

利己的

利他的

誰かの
ために

「自分は大丈夫」
と楽観視

ポジティブな情報より
もネガティブな情報に注意

近づいてくる音は
早く感じる

聴覚ルーミング

現状維持バイアス

今のままでいいや...

後知恵効果
初めからわかってたよ

思い出しやすい情
報で決定が影響

他の人は...？

社会的選考

数百の
バイアス？

ヒューリスティック

互惠性

お返ししないと...

同調効果

みんなやってるし...

お金払っちゃったし...

サンクコストバイアス

ズルい！！

不平等回避

代表性ヒューリスティック

アンカリング

「適応合理性」: 統一的な説明へ.....

(4) 認知バイアスの「解毒剤」は？

●例：二セモノの目

- ・時間をおく (Sparks & Barclay, 2013、Fenzl & Brudermann, 2021)

時間をおく

●例：ある種の詐欺(特殊詐欺)(原田他 2022)

- ・詐欺の手口を知る → 詐欺にあっても見抜いて騙される確率が減る

手口を知る

●平均以上バイアス(自分の能力を過信する)

- ・知識や経験を持つ (Xiang et al., 2021)

経験を積む

●アンカリング

- ・専門家も素人とほぼ同様のバイアス(多少まし) (Gregory et al., 1997、Birte, 2006)

●例：先延ばし(現在バイアス)(目先のことを優先する)

- ・誘惑の対象を見えないようにする (Shoda et al., 1990)
- ・他人にアドバイスする(つもりで考える) (Eskreis-Winkler et al., 2018)

●例：計画錯誤(計画を「楽観的に」見積もり、作業にかかる時間を短く見積る)

- ・「他人がやる作業」だと考える (Buehler et. al., 1994)

●例：フレーミング, 基準比率の無視, サंकコスト

- ・最適な選択肢を探す努力をする (Misuraca et al., 2021)

●例：一貫性バイアス他

- ・内受容感覚に敏感になる (Cialdini)

●例：ある種の詐欺(特殊詐欺)(原田他 2022)

- ・確認の電話を自分からする
- ・社会的ネットワークを持つ

「やり方」を知る

2: 認知バイアス研究から見た 消費者保護政策へ

「認知バイアス」から
根本的な見直し.....

まとめとその先へ

「OKでない」販売手法は？（≡ダークパターン）

まだまだ
研究が
必要

「認知バイアス」(境界条件・統一的理解・多様性等) => その関係
(* 1つの認知バイアスだけという単純なものとは限らない)

「軽減策(「解毒剤」)」 => できること(要: 実験的な検証)

「軽減策」に合わせて、「必要な政策」

社会的
ネットワーク

7つのダークパターン
はどこに？

いたち
ごっこ

OKでない

OK

知ってても
何をして
もダメ？

(法的)
規制？

「障害物」
(退会でき
ない)は、
その典型？

対応策を
知る？

消費者
教育？

「手口」を
知る？

伝える手段
(TV? 回覧板?)

時間が
必要？

クーリング
オフ？

何も
しない

3: 実際を知る～データの整備

(日本の現状は？ 教えてください)

例: 自殺のデータ

フィンランド

- ⇒ 個人情報適切に管理したうえでデータベース化
(研究者は適切な手続きの上、かなり自由にアクセス可)
- ⇒ 自殺防止に向けた様々な政策提言、政策の効果検証など

例: 犯罪統計

デンマーク

例: 金融取引

⇒ 金融教育へ

例: 特殊詐欺の研究

原田・土屋他(2022) 特殊詐欺の被害者と看破者のデータ(愛知県警)

研究例

特殊詐欺の研究（原田他2022）
調査用紙（アンケート）
警察本部に連絡が来た時に、警察
官が調査票に基づき尋ねる



愛知県警察本部
特殊詐欺被害者アンケート
＊被害者だけでなく自己看破者
（詐欺に気づいて被害を
免れた人）のデータも収集

実際の被害者
について知る

＊実験の被験者と
属性が違う可能性

＊「特殊な人」と
いう意味ではない

＊「バイアス」は
みんなある

原田・土屋他 (2022).
〈大会企画ミニ・シンポジウム〉特殊詐欺の理解と予
防に向けて（企画・司会・話題提供者）日本犯罪心
理学会第60回大会
発表資料より 原田HPより

特殊詐欺に遭った人の特徴
（自ら看破した人と比べて）

- 新たな手口を知らない
- 被害に遭わないと思っている
- 人に対する信頼性が高い
- 孤独感が高い
- 回覧板の情報を注意して
見聞きしている

愛知県警察本部生活安全総務課 地域安全
対策ニュース 令和4年2月14日 R4-5号

ご清聴ありがとうございました。