

# 弁護士協同組合 弁護士の つぶやき



三重弁護士協同組合  
青年部会

石川 友裕

1

皆様初めまして。四日市で弁護士をしております石川友裕と申します。今回、本コーナーの執筆依頼を頂きましたが、「つぶやき」ですのであまり堅苦しい法律の話をしては仕方無からうということで、少し趣向を変え、近年注目を集めている「行動経済学的」のお話をさせていただきます。

2

古典的な経済学では、人間は、いわば機械のように「経済的合理性」を求めることが大前提とされてきました。ただ、私も含め人類の殆どはそこまで利口な生き物ではなく（笑）、心理的・感情的な影響に流されて行動を決定する場面が多々あります（根っからの阪神ファンの私は、どんなに安くとも巨人優勝セールで物を買うことはありません）。行動経済学は、そのような感情論的側面の現実 に即して分析を行う経済学のことを指します。

紙面の限りもありますので、以下いくつかの例を挙げて、行動経済学のさわりをご紹介します。

3

### ① サंकコスト

「この新規事業立ち上げには多額の費用を掛けたから、今更止めることはできない。赤字が続いているが、もう少し頑張ってみよう。」

経営者であれば、しばしば直面する場面かと思いますが、ここには行動経済学的なワナが潜んでいます。既に投下してしまった費用は、事業を続けようが中止しようが、どのみち返ってはこないものであり、このような「どうやっても回収できない費用」のことを「サंकコスト（埋没費用）」と呼びます。しばしば人はこのサंकコストを重要視し、経済的に不合理な判断をしてしまいます（日本人特有の「もったいない」精神は、それにさらに拍車をかけます。）。

冒頭の例で言えば、「もう少し出費することで、これまで払った費用を丸々損しなくて済む」と考えて赤字事業を継続することは、「損をして、さらに大損をする」と同義です。今後も業績回復の見込みがないのであれば、その時点ですっぱり止めることが正解なのであり、サंकコストという魔物

に打ち勝つためには、「勇気ある撤退」が求められます。

### ② アンカリング効果

人は全くの手探りの状態から判断をすることは苦手で、最初に何らかの基準が提示されると、それに無意識的にすがってしまう習性があります。よくあるのが、「この炊飯器、メーカー希望価格8万円のところ、何と今日限り3万円!」といった売り文句です。これを見た人は、8万円という金額が「アンカリング」されてしまい、3万円という金額がとてもお値打ちなものと感じてしまいます（が、冷静になって考えてください。3万円の炊飯器はそこそこ高級品ですよ。）。

普段から悪さばかりしている奴が、たまに良いことをすると過剰に褒められる現象も、一種のアンカリング効果ですね。

### ③ ナッジ理論

ナッジ理論とは、「心理学的アプローチにより、人々の行動を、それとなく良い方向へ導く」ことを指します（nudge = 肘で軽く小突いて合図すること）。

この理論は、社会的政策に広く役立てられています。たとえば利用者マナーが悪い男子便所があったとして、「きれいに使いましょう」との張り紙をしてもほぼ効果はゼロです。しかし、小便器の中にも的を描くだけで、利用者は無意識的にそこを狙うようになり、結果的に飛び散りを防ぐことができます。このような手法は、人々に強制を課すものではなく、また、導入に掛かるコストも僅少ですが、得られる利益は決して小さくありません。

ナッジ理論は、ビジネスの場面でも活用されています。日本で良くある松・竹・梅の値付けがその典型です。3種類の価格がある場合、顧客は無意識的に中間の「竹」を選ぶことが多くなります。さらに先ほどのアンカリング効果との合わせ技として、「松」の価格を高額にしておけば、「竹」の価格がすごくお値打ちなものに見えてきます。このようにナッジ理論を活用すれば、最小限のコスト（値付変更のコストはほぼ0円）で、大きな成果（客単価の大幅な向上）を得られる可能性があります。

4

弁護士といえば日々法律論のことだけ考えていると思われがちですが、我々「町弁」の多くは超(?) 零細経営者としての側面もありますので、皆様と同じく日々経営的判断に迫られています。また、尋問手続（関係者を法廷にて質問する手続き）においては、有利な回答を引き出すためのテクニックとして心理学的な理解は必須です。

我々三重弁護士協同組合青年部会は、皆様の「いざという時」のお力になれるよう、多方面への研鑽を怠らず精進して参りますので、何卒ご愛顧の程よろしくお願いたします。