

消費者政策にかかわる関心事項

慶應義塾大学 経済研究所所長／経済学部 教授

(兼) 理化学研究所AIPセンターチームリーダー

(兼) 総務省統計研究研修所 客員教授

(兼) 株式会社エコノミクスデザイン 取締役

星野崇宏

hoshino@econ.keio.ac.jp

関心内容

- ①消費者保護行政におけるEBPM推進
- ②行動経済学の活用
- ③パーソナルAIの活用
- ④消費者保護を積極的に行う企業の表彰制度

消費者保護行政 におけるEBPM

EBPM(エビデンスに基づく政策立案評価)のサイクル⁴

さらに細かく分ける場合もあるがここでは以下の6サイクルとする

過去の”政策評価”は⑥に限定:EBPMは①～④を含む

現状把握

(政府統計・報道・SNS等)

速報性と正確性

①課題
発見
定義

②政策
候補
探索

経済理論and/or
先行事例調査
(システマティック
レビュー・メタ分析)

③政策
選択

事前分析
(今回課題での
施策効果予測・費用
便益分析)

時間制約に依存

④政策
デザ
イン

加速＝
アジャイル

データの
活用

⑤実行

資源制約
現場との調整

⑥評価
レビュー

事後分析

(政府統計・行政デー
タや独自データ収集:
いわゆる政策評価の
諸手法)

正確性が最重要

④でデータ取得の計画が必要
過去の政策評価の問題Ⅱ⑥段
階だけでは正確な評価が困難

他に①②を入れないROAMEFサイクル(英)など

米国EBPM法2018でも

4つの互いに排反しないエビデンスの領域に分類

“業績マネジメント(モニタリング)”と

“基礎となるファクト発見”

⇒課題発見と定義(A)

政府統計・行政記録情報

・民間ビッグデータ利用が対応

“政策分析”

⇒政策候補探索(B)と政策選択(C)

経済理論・先行研究調査(レビュー)

が対応

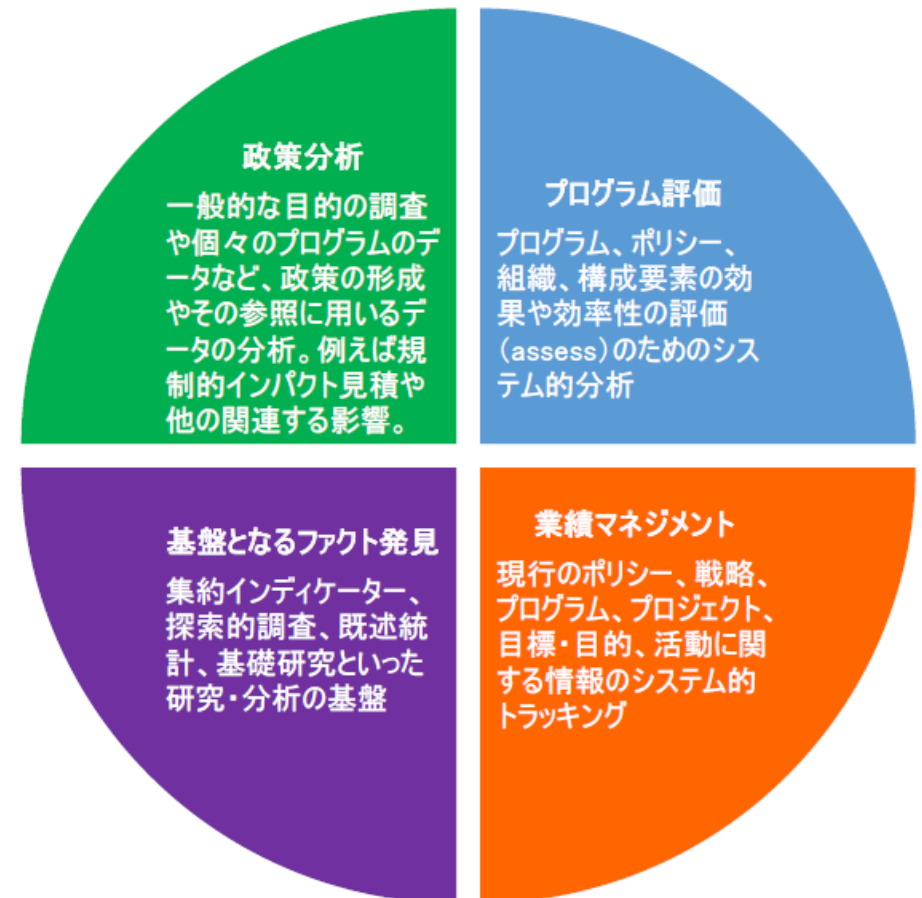
“プログラム評価”

⇒政策デザイン時のデータ取得

計画(D)と評価レビュー(E)

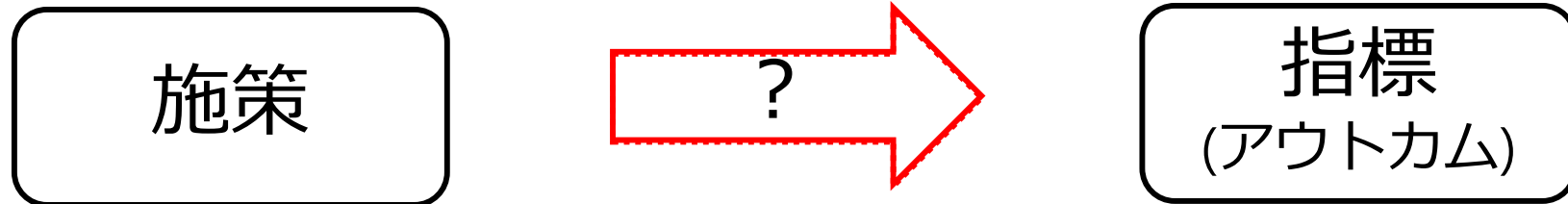
(我が国ではロジックモデル内での)

介入効果の推定が対応



正確性とは？（施策の因果効果の特定）

国の政策はもちろん企業活動など様々な分野で存在



例) 幼児教育・保育の無償化	→ 出生率(少子化対策が目的なら)
無料の特定健康診断	→ 死亡率・医療費
減税	→ 消費性向の向上
企業への補助金	→ 企業の生産性・雇用確保
広告	→ 売上・利益

【データと分析の正確性とは？】

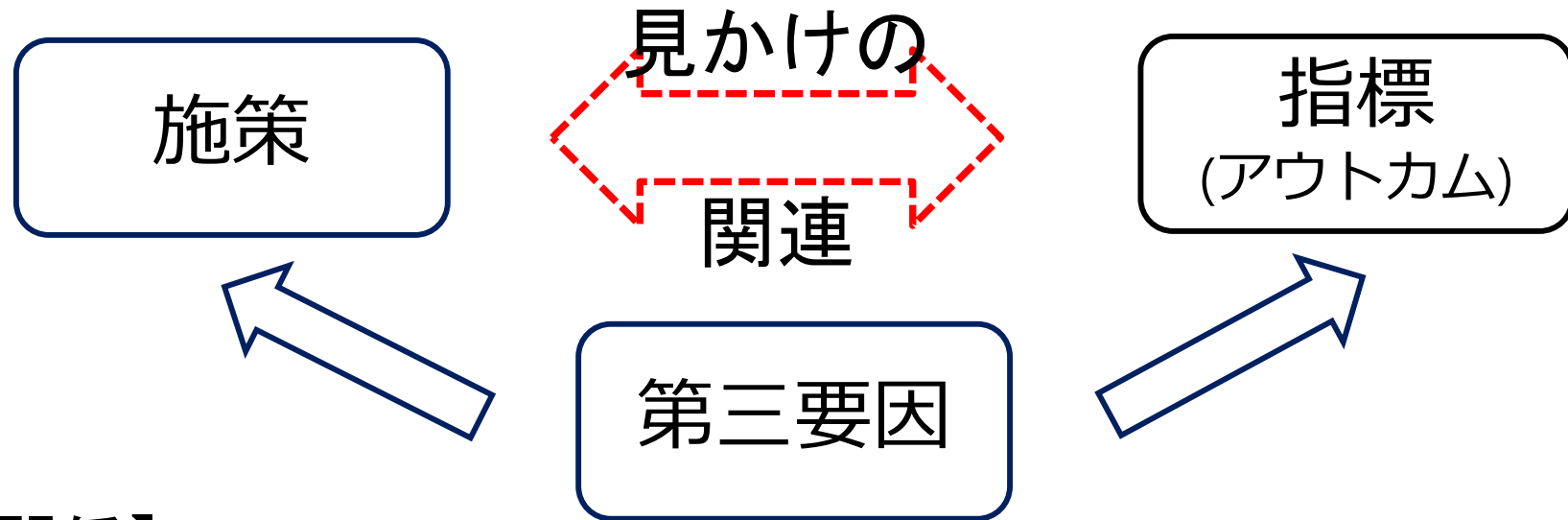
「第三の変数が両者に影響を与えただけ」(相関関係)ではなく

「本当に指標に影響を与えた」(因果関係)ことを言える程度の強さ

= 他の解釈可能性(難癖)を排除できる程度(景気が/コロナが・・・)

相関関係と因果関係の識別が重要

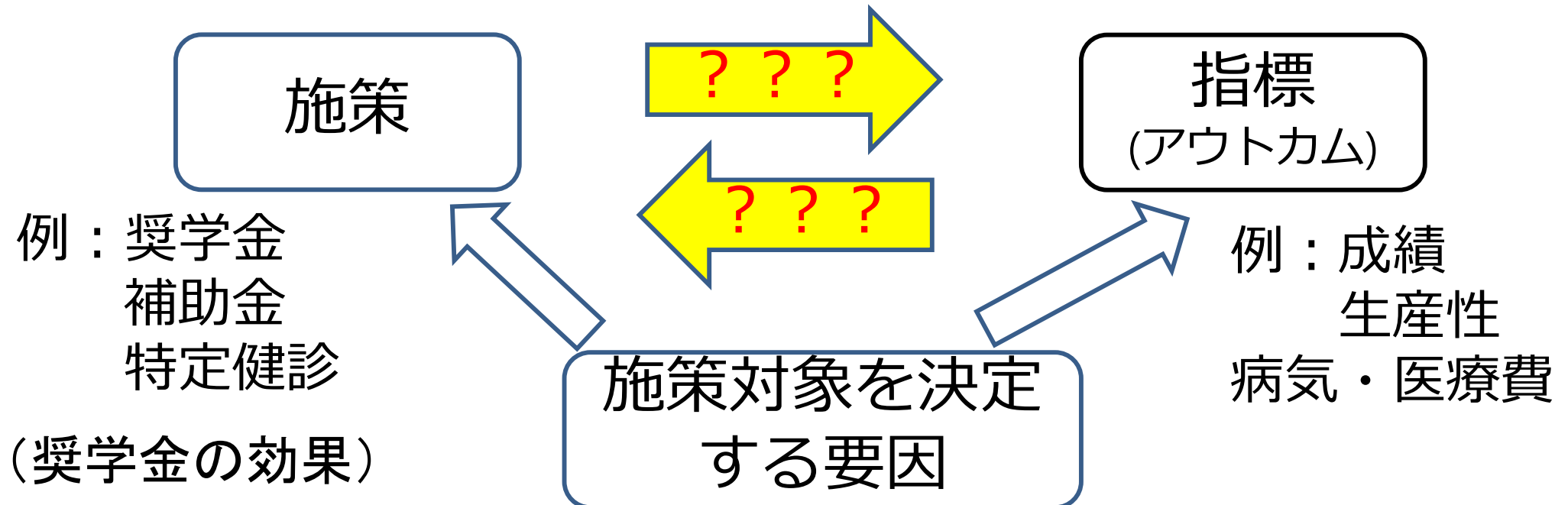
【相関関係】



【因果関係】



逆因果の可能性



元々奨学金を受ける学生が優秀なのでその後の成績も高いだけ？

(企業の補助金)

補助金の対象になるのは体力のない企業

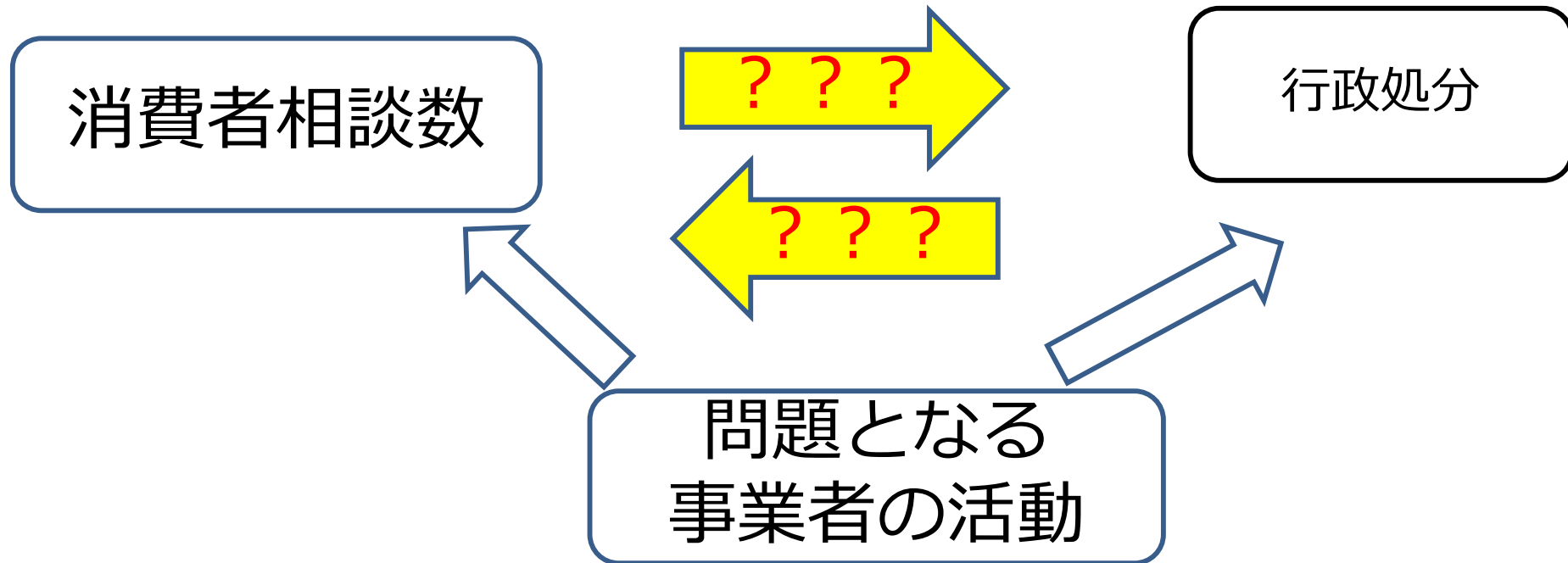
⇒対象にならない企業より生産性が低いのは当たり前？

(特定健康診断)

健康診断を受けるのは健康に不安がある人？

正確性が低いと施策決定要因による指標の高低を効果と誤認(逆因果)

消費者保護施策なら？

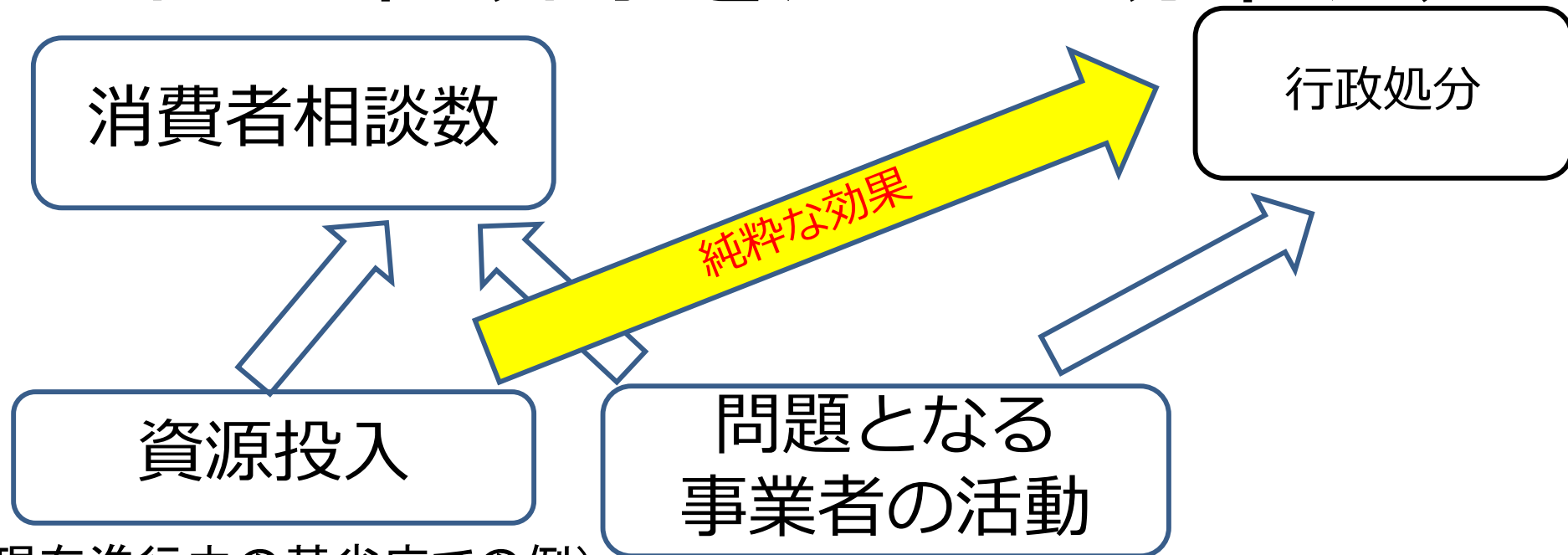


消費者相談件数が増えたから行政処分を行ったのか？

行政処分の結果ネットニュースなどで取り上げられて、類似相談が増えたのか？

しばしばPIO-NETなどの件数を見るだけではわからないと言われるが

計量経済学を用いた効果測定



現在進行中の某省庁での例)

【分析法の改善】

資源投入として作業員の数⇒問題の検出件数⇒問題事象の減少

- * 投入が検出数に比例する段階では投入はまだ過小
- * 季節性等様々な要因を除去

計量経済学での“操作変数法”の一種／他にも時系列分析的手法の利用

【投入のROI】

消費者被害の逸失経済価値の算定

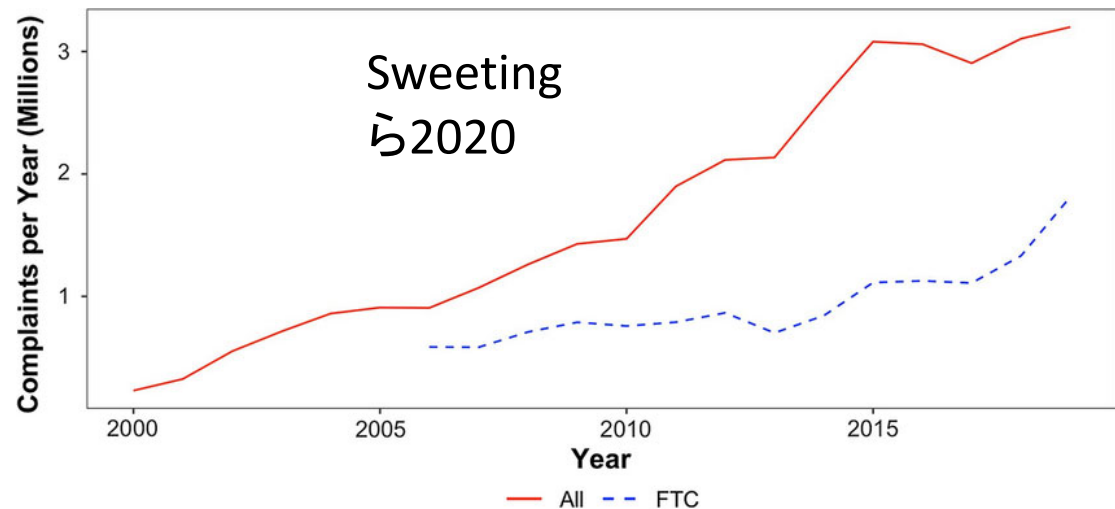
海外では消費者保護行政で多く算定(例: Jonesら2018欺瞞的広告)

例：米国のconsumer sentinel

FTCが中心となって
作ったネットワーク
1997年から稼働

FBIや州政府だけでなく

Indeed, Walmartなど民間セクターからも苦情を収集



実際に様々な行政処分や裁判・法執行に利用

例) Network News: Summer 2022のニュースレターでは・・・

①FTCが住宅ローン詐欺を行った人物の起訴に利用

②Florida Attorney General's OfficeがCOVID19関連の助成金申請
サービスでの不正受給の停止に利用

<https://content.govdelivery.com/accounts/USFTC/bulletins/31f99a0>

今後のEBPM推進にむけて

複数省庁でこの間されていることを実現

①行政の無謬性の打破:アジャイルな政策変更 意識改革

②EBPM実施のための体制整備

有志に積極的に活動してもらう? 表彰する

場合によってはオープンデータとして公開

③消費者被害額の算定

消費者保護にどの程度予算を掛けるべきか? (例:Jonesら2018;Papalardo,2022;高橋2023)

データに基づく計量経済学的な算定の重要性の認識

例)VWの排ガス不正広告112億ドルの賠償金へ

④次期PIONETの要件の定義

実務(行政処分・法執行)への活用ができるシステム要件定義

EBPMに活用できるデータ整備

⑤行政記録情報の活用

特に民事訴訟データや司法情報の活用

消費者相談には”選択バイアス”selection bias

⇒消費者相談でのバイアスの考慮

例:Raval(2020)では法執行事案での被害者の年齢等

の属性情報とsentinelの相談情報を比較し考慮

⑥EC企業等との積極的な連携:データの取得(政府統計等では一部実施)

言い方の問題？

「消費者保護」は消費者の保護だけでなく健全な産業育成を促すツールであることが先進国では理解

搾取的詐欺的な業者の活動を放置

⇒健全な業者にとって機会費用をもたらす

⇒何らかの法規制・対応への資源投入は“経済政策”として意義

我が国では米国FTCと異なり公取機能と消費者保護機能が別機関に分離

経産省・公正取引委員会との共同企画の促進を！

行動経済学・心理学の活用 パーソナルAIの活用

行動経済学って何？

経済学：限られた資源(人物金情報など)をどのように分配するか、
どのように分配されるべきかを探求する学問

(仮定として) 人は合理的で利己的

行動経済学：必ずしも合理的ではない・利己的ではないリアルな
人々を想定した経済学(Tversky & Kahneman 80年代)
心理学・脳科学などの様々な研究を経済経営現象に応用
近年では政府や自治体の政策・企業経営に活用(ナッジ)

右：2002年
ノーベル経済
学賞を受賞し
たカーネマン
と(その少し前
に没した共同
研究者)トバス
キー



右：2017年
ノーベル経済
学賞を受賞し
たセーラー



政策実務への応用（ナッジ）

国や自治体の施策の例（実際に行われている例）

確定拠出年金をデフォルトに

納税督促

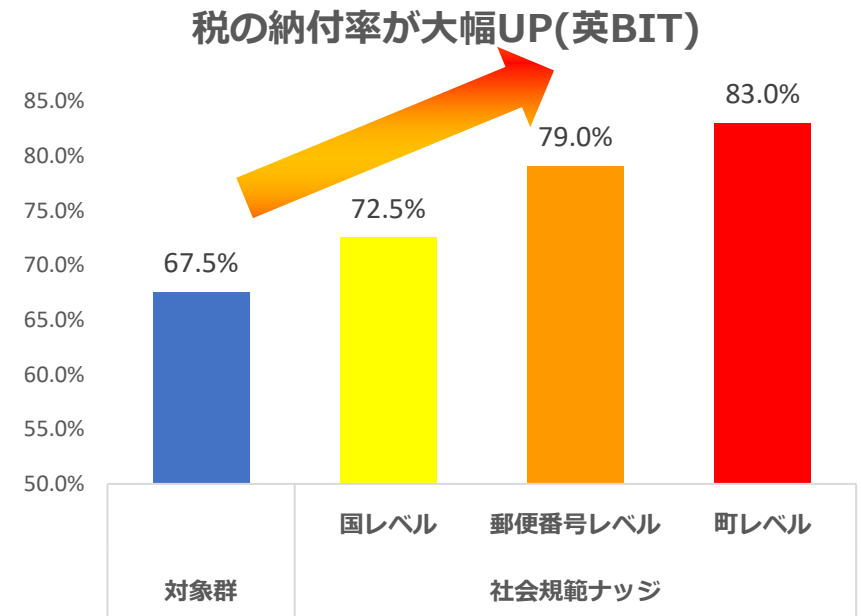
中小企業へのDXの推進

健診受診・運動や健康な食事

（いかに社会保障費を減らすか）

省エネ・ゴミ削減

（最近）コロナ感染防止の行動変容



Behavioural Insights Team (2012) "Applying Behavioural Insights to Reduce Fraud, Error and Debt"から講演者作成

2010年イギリス内閣府にBehavioral Insight Team(BIT)を設置

⇒大成功しEU諸国や米、日本なども開始

環境省・経産省と次々とナッジプロジェクト設立

実購買場面での損失回避のメタ分析

Neumann & Bockenholt (2014)

マーケティングサイエンス分野の研究(実購買のデータ)

商品選択での109研究のメタ分析(複数の“研究の研究”)

⇒実際の購買データを利用したもの

具体的には同じ金額幅の値上げと値下げへの反応を見る

損失回避は一貫して有意に存在 ⇒値下げプロモーションは害悪

但し研究間差が存在

- ・消費者間での違いが大きい

⇒“価格をよく覚えている顧客”“買い回る顧客”では大きい

- ・商材による違い

⇒購買頻度によって異なる(頻繁に購買する商品で大)

- ・スペックではなく価格で強く出やすい

⇒商品のボリュームを少し減らしても影響は少ない

(ステルス値上げ)

消費者保護政策での活用

既に膨大な実施実績

例として電力プランの年間推定請求額の表示義務化

①行動経済学的な知見・先行研究からの課題策定

電力・電話など含め複数のプランがあり複雑／消費者は“熟考”することにコスト／消費者は特に価格そのものではなく価格の変化に反応(参照価格効果)

／企業側は複雑化させ消費者に“最適”なプランを選ばせないと利益

⇒企業は最適でないプランへの値引き・キャンペーン誘導を実施／消費者は最適でないプランを値引き・キャンペーンで選ぶ／企業は短期でコスト回収し利益

②実証実験の実施

実際の消費者の意思決定を模倣する実験の実施

最適なプランを選ぶためにどういう情報提示がよいか？の検討

③実施する施策のインパクト、コストの推計

④施策実施

IrelandのCommission for Regulation of Utilitiesが電力等供給業者に年間推定請求額を表示することを義務化(他国にも普及しつつある)

*他にも英国でのDrip pricing(後で追加価格が提示)への行政指導など

OECDの報告書「Behavioral insights and public policy」など参照

優良事業者の表彰

様々な政策手段

公共政策の手段の分類(例; 秋吉ら2015)

- ①直接供給
- ②直接規制
- ③誘因
- ④その他

なぜイタチごっこが繰り返されるのか？

手段Aを用いる業者の活動

⇒手段Aを規制⇒手段Bを用いる業者の活動⇒...

対策1: 法規制を網羅的にする(電話勧誘などの”手段”限定せず)

デメリット: 恣意性・自由な経済活動の萎縮の可能性

対策2: 法規制以外の手段を積極的に用いる可能性

誘因としての表彰制度

例えば「自主的基準を策定」「消費者庁への統計等情報提供」などの複数観点をクリアした企業に対して表彰又は認定

＊ 但しモニタリングが必要・2年おきに基準クリアなど

類似例) 経産省のホワイト500(健康経営優良法人認定制度)

メリット①

toC企業でのESG投資での”Social”要素への明確な基準は少ない

⇒ “消費者を保護する”ECサイト等への政府からの表彰は経営陣にとっての大きなインセンティブ

メリット②

消費者のプラットフォーム・企業間取引相手選択でのアドバンテージ

c.f. Attention Economy