

経済学からみた「情報と交渉力の格差」および消費者保護政策

2024/5/24

大阪大学 社会経済研究所 室岡健志

全体の構成

1. 「情報と交渉力の格差」：前提
2. 「経済学」からみた消費者保護政策とは？
3. 経済学者が消費者法関連で貢献できるかもしれないこと
4. 結語

「情報と交渉力の格差」：前提

- 経済学で「情報の格差 (asymmetric information、情報の非対称性)」という場合、「認知能力の格差」等とは別の意味で用いる。
 - 具体的には「経済主体の間で保有する情報の差」それのみを表す。
- 経済学で「交渉力の格差 (bargaining power)」という場合、経済主体の間での自発的な交渉を前提とし、「強制」はそもそも別の話であるとしている。

「経済学」からみた消費者保護政策とは？（1/2）

- 米国連邦取引委員会（Federal Trade Commission、略称FTC）：
 - Protect consumers from unfair and deceptive practices in the marketplace.
 - **Unfair Practice (不公正慣行)** = ある消費者が損害を被る可能性があり、その損害は消費者の常識的な判断により避けることができず、かつその損害は消費者全体または社会全体への利益に比して正当化されない
 - **Deceptive Practice (欺瞞的慣行)** = 常識的な判断をする消費者を基準としたもとで、消費者の誤認を誘発し、かつ消費者の購買意思または取引された財・サービスの使用に影響を与える
 - Federal Trade Commission Act, Section 5: Unfair or Deceptive Acts or Practice
<https://www.fdic.gov/regulations/compliance/manual/7/vii-1.1.pdf> より、室岡が要約および和訳
- 以下、上記の意味での消費者保護のみに焦点を絞って議論する。もちろん、「消費者保護」全体はより広範な目的および対象をもつ。

「経済学」からみた消費者保護政策とは？（2/2）

- （行動経済学ではない）伝統的な経済学の考え方：
 - 不公正慣行の要件を避けるためには、消費者へ適切な情報を事前に提供した上で契約の自由を徹底すればよい
 - 伝統的な経済学のモデルでは、消費者は適切な情報を持っていれば、自分の期待利得を下げる行為を自発的に選択しない
 - 欺瞞的慣行は分析の対象外
 - 伝統的な経済学（のほとんど）では、各主体は常に合理的な期待形成を行うと考えるため、「誤認」は定義上起き得ない
- 特に欺瞞的慣行の経済分析を行う際には、行動経済学は非常に有用（ほぼ必須？）だと思われる
 - 詳しくは「消費者保護政策の経済分析と行動経済学」（室岡、2020）を参照されたい：<https://doi.org/10.11167/jbef.13.105>

経済学者が消費者法関連で貢献できるかもしれないこと

- 均衡概念（産業規制の理論、インセンティブの理論）
 - 取引後に関する規制が、取引前の事業者の行動を変えてしまう
 - 具体的な懸念の例： つけ込み型勧誘による消費者被害に関し、『親族等の適当な第三者が、契約の締結に同席するなどの一定の関与をした場合には、これを考慮して取消しの可否が決まるような規律』を導入すると、「事業者の契約締結前の行動」にも影響を与えてしまうのでは
 - 判断力が低下した親族を利用、あるいは事業者が親族に裏でリベートを支払うなどして、つけこみ型勧誘がむしろ悪化するケースも起こりうるのでは
 - 規制により、産業全体の構造を変えてしまう
 - 経済理論から来る懸念の例： 消費者教育をやみくもに行うだけでは、その効果次第では、消費者が「極めて脆弱」と「非常に思慮深い」2つのグループに分かれてしまい、結果として市場が分断され副作用が生じる可能性もあるのでは

消費者政策に比し、競争政策では均衡概念がより普及している

- 効果測定・予測・制度設計のために経済学を利用することの便益

結語

- ある規制が「事業者の行動」や「産業全体の構造」を変えてしまふ懸念がある際、全体としての制度設計の議論については、伝統的な経済学は法学に対して比較優位がありそう
- 日本において、行動経済学を消費者法へ応用するのは、伝統的な経済学を応用した後でもよい気がする
 - （私自身は主に行動経済学を専門としていますが...）
- ただし、特に上記における欺瞞的慣行の経済分析を行う際には、行動経済学は非常に有用だと思われる