



人々は、必ずしもいつも合理的な選択をしているとはかぎらない

行動経済学

保険業界の革命に主導的な役割を担う

テクノロジーは私たちの生活のあらゆる面を変化させており、私たちの業界が現在経験しているパラダイムシフトの要因であり、その変化はかつてない速度と領域に及んでいます。この技術革命は、- おかげで - “保険は売られているが買われていない”という昔からの格言を思い起こさせてくれます。

もちろん、テクノロジーが保険業界にもたらすこのような変化の一つに、引受査定エンジンの登場に伴うダイレクト販売チャネルの成長があります。この開発により、私たちは世界中で歴史的にも考えられてこなかった市場であるミドルマーケットでのビジネス展開の可能性を広げました。しかしこれまでのところ、このダイレクト販売は従来のチャネルに取って代わることはなく、またそうなることも期待されていません。これはむしろ、シンプルで素早くかつ信頼できる環境（対面での保険販売など）で消費者に接触している保険会社にとっては好都合と言えるでしょう¹。

テクノロジーソリューションの成長と開発に伴い、行動経済学（以下、BE）の分野の急速な出現、意識の高まり、受け入れの拡大が見られました。BEは、個人および組織によって行われた経済的意思決定に対する心理的、社会的、認知的、および感情的な要因の影響と、市場での価格設定、期待される利益、および資源の配分について研究します²。簡単に言えば、それは個人や組織の経済的な意思決定プロセスに関係する心理学です。

BEはさまざまな分野で広く採用されており、今日、多くの学術機関や政府機関およびその諮問機関、公衆衛生組織、専門家の団体³、そして、最後になりましたが、保険会社や再保険会社を含む民間企業にとって不可欠な役割を果たしています。

従来の経済理論では、人々は合理的に行動し、取りうる選択肢のコストとメリットを比較検討することで、商品またはサービスから受ける価値を最大化する決定を下す、と言われてきました⁴。しかし、現実世界の経験では、人々は常に合理的な選択をするわけではありません。事実、BEの科学は、意思決定の10%は合理的だが90%は感情的であることを示唆しています⁵。BEの原則は、この理由を説明しています。

高い評価を受けている心理学者のダニエル・カーネマン（Daniel Kahneman）は、BEの創始者の1人であり、世界的なベストセラーとなった「ファスト&スロー（Thinking, fast and slow）」の著者です。カーネマンは彼の数十年に及ぶ心理学研究で、2002年にノーベル経済科学賞を受賞しました。これは、長年の研究パートナーであるアモス・トヴェルスキー（Amos Tversky）と共有した名誉です。カーネマンは、ヒューリスティックとバイアスから生じる一般的なヒューマンエラーの認知的基礎を確立し、トヴェルスキーとともに「プロスペクト理論」を提唱しました。

¹ PwC. (2012) Insurance 2020: Turning change into opportunityより引用

² See Lin, T.C. W. (2012). A Behavioral Framework for Securities Risk. 34 Seattle University Law Review 325 より引用

³ National Institute on Aging, National Institutes of Health. (2013). Psychological Science and Behavioural Economics in the Service of Public Policy より引用

⁴ Dolan, P., allsworth, M., Halpern, D., King, D. & Vlaev. (2010). Mindspace: Influencing behaviour through public policy. Retrieved from Cabinet Office, Institute for Government website より引用

⁵ Grant, K. (2014). Consumer Emotion – Measuring Trust, Value and Loyalty in the Protection Area. Hannover Re InFocus より引用

ヒューリスティックは一般に、意思決定をしやすくする認知的なショートカットまたは「経験則」として定義され、難しい課題を簡単なものに置き換えるプロセスを表します(Kahneman, 2003)。ヒューリスティックは、認知バイアスにつながる可能性があります。認知バイアスは、判断が受け入れられた規範の観点から望ましいと考えられるもの、あるいは形式的論理の観点から正しいと判断されるものから外れるという意味で、体系的な思考の誤りとされています⁶。

カーネマンとトヴェルスキーの画期的な論文「Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk」(1979年)は、潜在的な損失に直面しているかまたは潜在的な利益に直面しているかなど、人々がどのような状況の下で異なる行動するのかを明らかにすることで、当時受け入れられていた効用理論(人々が満足度を最大にするために合理的な選択をするという理論)の経済概念に挑みました。

カーネマンは、人々は直感的で素早い思考モード(システムⅠ)と論理的で遅い思考モード(システムⅡ)の、2つの思考モードを持っていると提案しました⁷。

私たちは、複雑な決定を下す際には両方のシステムを使用します(システムⅠで編集または簡素化、システムⅡで評価および理由付けします)。しかし実際には、私たちの推論は私たちの直感が提供する答えを受け入れるだけです。

しかし、直観が常に正しいとは限らず、直観が人々を迷わせると意思決定に偏りが生じる可能性があります。プロスペクト理論では、潜在的な損失または潜在的な利益に直面しているかどうかによって人々は異なる行動を取り、確実に得られる結果に対して単にありえそうな結果を軽んじることを提案しています⁸。例えば、なぜ人々は保険金を請求するような事故があるかもしれないということだけで、間違いなくお金がかかる生命保険に加入するのでしょうか？

さらに、プロスペクト理論では、心理的に人々は損失を嫌う、つまり利益よりも損失にはるかに重きを置くと言っています。つまり、なぜ、おそらく何の利益ももたらさないであろう(多くの場合保険金を受け取るようなことにはならない)生命保険の購入に大金を費やすのでしょうか？ということのようになります。

行動のバイアス

BEの分野には、金融商品に関する消費者の意思決定に影響を与えるいくつかの重要な行動バイアスがあります⁹。

このようなバイアスは、保険の購入決定をためらわせたり、間違った種類の保険を購入したり、必要なレベルの保障を購入させなかったり、購入の手続きを滞らせたりする可能性があります。このようなバイアスの例には次のものがあります。

現在志向バイアス: 現在と未来の消費関係に一貫性のない選択、または目先の満足を得ようとする、といった「今楽しんで、後で心配する」という思考は、消費者が将来の不測の事態を軽視する理由を部分的に説明しています。今日の消費者は、不愉快な将来の可能性には目を向けず、現在に注目します。退職や将来病気に罹るといった想像を絶する遠い先の見通しを考える代わりに、「ジャストインタイム」のお金の問題にのみ執着しがちと言えます¹⁰。

限定自制心: これは、合理的な計画を実行することに問題があることを示します。



多くの異なる不確定な要素が提示されると、私たちの合理性は制限されてしまいます。

限定合理性: 複雑な難しい損得計算や多くの異なる不確定な要素が提示されると、私たちは自分の利益にならない決定をすることがよくあります。私たちの思考能力と利用可能な情報と時間には限界があるため、判断の合理性には限界があります。

損失の嫌悪: 心理的に、人々は利益よりも損失を重視します。研究では、損失は同じ大きさの利益のおよそ2倍に感じられることを示しました¹¹。プロスペクト理論に関連する重要なBEのコンセプトである損失回避は、「利益よりも損失が大きい」という言葉で捉えられています¹²。

⁶ Samson, A. (2014) The Behavioural Economics Guide 2014 (with a foreword by George Loewenstein and Rory Sutherland) (1st ed.) より引用

⁷ Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. New York. Farrar, Straus and Giroux より引用

⁸ Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Economica* 47(2), 263-292 より引用

⁹ Erta, K., Hunt, S., Iscenko, Z. & Brambley, W. (2013). Applying behavioural economics at the Financial Conduct Authority, Occasional Paper No.1 より引用

¹⁰ Grant, K. (2013). Navigating a route for protection. Hannover Re InFocus より引用

¹¹ Kahneman D, Knetsch JL, & Thaler RH. (1991) Anomalies: the endowment effect, loss aversion and status quo bias. *J Econ Perspectives*, 5(1), 193-20 より引用

現状維持バイアス: これは、抵抗(変化)がもっとも小さい、または自分が今やっていることを継続する思考として定義できます。過去の意思決定が十分である限り、その時に機能した判断思考に固執することは賢い選択です¹³。このバイアスは、人々が何もせずに物事を維持したいときにははっきりと表れます。

フレーミング: これは、同じ意思決定の結果であっても「判断」がポジティブ思考でのものかまたはネガティブ思考でのものかを示すという点で、プロスペクト理論の一部として表現されます。例えば、5米ドルを支出するという判断について、(警察から)罰金を科されたと感じるか、それとも(警察に)報酬を提供したと考えるか、といったようなことです。目標フレーミングなど、さまざまなフレーミングアプローチが知られています。

自信過剰: これは、自分の能力に対する人々の主観的な信用や信頼が、客観的な(実際の)パフォーマンスよりも大きい場合に見られます¹⁴。

保険金を請求するかもしれないというだけで、なぜ間違いなくお金がかかる生命保険に加入するのでしょうか？

前記の行動バイアスを考えると、なぜ人々が生命保険の加入を躊躇したり、間違った保障や金額を選択したり、またはまったく加入しないという決定をするのかということの理由が簡単に理解できます - そして、おそらく今日までそのような問題、保障ギャップが世界で続いているということも。

20年前は、生命保険は保険代理店(保険募集人)からのみ購入できました。今日では、私たちはどこからでも生命保険に申し込むことができます - スーパーマーケットで、アドバイザーから、インターネットで、そして電話で。しかし、それにもかかわらず、世界的に見ると生命保険の販売は減少しています。保険加入のアクセシビリティが向上しても、保険加入は増加しませんでした。BEとそれに関連する科学は、これに対処するいくつかの識見を私たちに与えてくれます。

行動経済学の業界への適用

私たちは、これらの識見を企業や規制当局および政策関係者が利用して市場と消費者の行動をよりよく理解し、BEの原則を適用させたさまざまな成功例を、世界中で見ることができます。

オーストラリアでは、オーストラリア証券投資委員会(ASIC)の議長であるGreg Medcraftが、現実の世界で人々がどのように考え行動するかについてのデータに基づいた研究が、そして人々がどのように意思決定をしASICがどのようにその結果を改善できるかについて提供する貴重な識見が、より合理的な規制策定にますます重要な役割を果たすだろうと指摘しています¹⁵。同様に、英国では、Financial Conduct Authority(FCA)は、人々は金融商品を選択して購入する際にしばしば間違いを犯し、その結果、かなりの損失を被ると指摘しています。BEの助けを借りることで、これらの状況がどのように発生するのか、なぜこのような状況が繰り返されるのか、問題を改善するために何ができるのかを理解することができると述べています¹⁶。

このようなBEの原則を利用して消費者の保険加入のためのより良い情報提供およびトラブル回避ができるという規制当局の認識は、BEへのすばらしい支持と言えるでしょう。

生命保険業界の調査から、保険ビジネスはしたくないと考える多くの企業、特にミドルマーケットの企業では、生命保険の購入は十分な情報提供に基づく意思決定によって行われるべきと考えていることが明らかになっています。そのような企業を支援するために、保険会社は迅速にかつ異なる販売環境(対面、非対面等)にも対応することができるシステムとビジネス戦略を開発しなければならず、また企業が理解するのに分かりやすい商品も用意しなければなりません。

私たちは、ほとんどの国で前述のような保障ギャップが存在することを知っています。また、その理由が、保障内容の複雑さ、価格(ほとんどの人が価格を過大評価している)、業界に対する信頼の欠如、面倒な加入手続き、そして生命保険の必要性への認識不足であることも。

BEはその原則を利用することで、人々の行動をより良く理解し、バイアスを克服し、より良い選択をするのを助けることにより、これらの問題の多くを解決することができるのです。

ハノーバー・リーは、BEの原則を利用することを含む、個々のクライアントのニーズに合わせたソリューション提供の経験を持っています。BEの基礎を活用してクライアントのビジネス強化をサポートできることは、ハノーバー・リーにとって光栄なことです。

¹² Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An analysis of Decision under Risk. *Econometrica* 47(2), 263-292 より引用

¹³ Simon, H.A. (1956). Rational Choice and the Structure of the Environment. *Psychological Review* 63(2): 129-138. Doi:10.1037/h0042769 より引用

¹⁴ Samson, A. (2014) *The Behavioural Economics Guide 2014* (with a foreword by George Loewenstein and Rory Sutherland) (1st ed.) より引用

¹⁵ ASIC. (2015). Increasing use of behavioural economics across its regulatory business より引用

¹⁶ Erta, K., Hunt, S., Iscenko, Z. & Brambley, W. (2013). Applying behavioural economics at the Financial Conduct Authority, Occasional Paper No.1. Retrieved from Financial Conduct Authority website より引用

本稿に関するお問い合わせは

Tracy Peterson

長寿リスクソリューションマネージャー

(シドニー、オーストラリア)

Tel. +61 2 8 2462 673

tracy.peterson@hlra.com.au

河野秀弥

ハノーバー・リー・サービス株式会社

シニアマネージャー

Tel. 03 5214 1101

hideya.kohno@hannover-re.com

参考文献

ASIC. (2015). Increasing use of behavioural economics across its regulatory business. Retrieved from: <http://asic.gov.au/about-asic/mediacentre/find-a-media-release/2015-releases/15-059mr-asic-increasing-use-of-behavioural-economics-across-its-regulatory-business/>

Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D. & Vlaev. (2010). Mindspace: Influencing behaviour through public policy. Retrieved from Cabinet Office, Institute for Government website: <http://www.instituteforgovernment.org.uk/our-work/better-policy-making/mindspace-behavioural-economics>

Erta, K., Hunt, S., Iscenko, Z. & Brambley, W. (2013). Applying behavioural economics at the Financial Conduct Authority, Occasional Paper No.1. Retrieved from Financial Conduct Authority website: <https://www.fca.org.uk/static/documents/occasional-papers/occasional-paper-1.pdf>

Grant, K. (2014). Consumer Emotion – Measuring Trust, Value and Loyalty in the Protection Area. Retrieved from: <https://www.hannover-re.com/20913/in-focus-consumer-emotion-measuring-trust-value-and-loyalty-in-the-protection-arena-2014.pdf>

Grant, K. (2013). Navigating a route for protection. Hannover Re InFocus Retrieved from: <https://www.hannover-re.com/20883/in-focus-time-and-tide-wait-for-no-man-2013.pdf>

Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. New York. Farrar, Straus and Giroux.

Kahneman D, Knetsch JL, & Thaler RH. (1991) Anomalies: the endowment effect, loss aversion and status quo bias. J Econ Perspectives, 5(1), 193-202

Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica* 47(2), 263-292.

Lin, T.C. W. (2012). A Behavioral Framework for Securities Risk. 34 *Seattle University Law Review* 325. Retrieved from: <http://ssrn.com/abstract=2040946>

National Institute on Aging, National Institutes of Health. (2013). Psychological Science and Behavioural Economics in the Service of Public Policy. Retrieved from:

<https://www.nia.nih.gov/about/events/2013/white-house-workshop-psychological-science-and-behavioral-economics-service-public>

PwC. (2012) Insurance 2020: Turning change into opportunity. Retrieved from: www.pwc.com/insurance

Samson, A. (2014) The Behavioural Economics Guide 2014 (with a foreword by George Loewenstein and Rory Sutherland) (1st ed.). Retrieved from <http://www.behaviouraleconomics.com>.

Simon, H.A. (1956). Rational Choice and the Structure of the Environment. *Psychological Review* 63(2): 129-138. Doi:10.1037/h0042769.

Life & Health ニュースの最新情報は、LinkedIn をご覧ください。



本稿に記載されている情報は、法律、会計、税務またはその他の専門的助言を構成するものではありません。 Hannover Rück SE は、この文書の信頼性が高く完全かつ最新の情報が含まれるように努めていますが、その正確性や完全性または最新状態の維持について明示的または暗示的に表明または保証するものではありません。従いまして、Hannover Rück SE およびその関連会社とその取締役、役員または従業員は、いかなる場合においても、本稿の情報またはこれに関連して取られたいかなる決定または行為、あるいはこれらによって発生したいかなる損害に対しても責任を負うものではありません。

©Hannover Rück SE. All rights reserved. Hannover Re は、Hannover Rück SE の登録サービスマークです