

外税表示からの消費税額見積もりの認知過程

島田英昭

(筑波大学, 現所属: 産業技術総合研究所)

乙部貴幸

(筑波大学, 現所属: 東京女子医科大学)

Key words: 消費税, 見積もり, 割り増し見積もりバイアス

2004年4月から消費税の内税表示が小売店に義務づけられた。本研究は、以下の3つの観点から、外税表示から消費税額を見積もる際の認知過程を検討することで、価格表示の望ましさによる一定の示唆を与えることを目的とする。

第一の目的は、外税表示による消費税額の見積もりの精度である。日常場面を想定した消費税額の見積もりの特徴として、比較的短時間に見積もりを行うことが挙げられるであろう。その見積もりの正確さを検討する。

第二に、消費税額の見積もりの認知過程の検討である。これまでの数の認知過程に関する研究では、数値の比較の際、大きな数値になるに従って、数学的な量が割り引かれて認知されることが明らかになっている(Dehaene, 1997)。たとえば、同じ100円の差であっても、100円と200円の差は顕著に感じられ、1100円と1200円の差は比較的顕著に感じられない。ここから予想されることは、割り増しをする基準となる数が大きくなると、その大きさが割り引いて認知され、見積もりが相対的に小さくなることである。本研究の第二の目的は、この仮説を検討することである。

第三に、第二の目的から明らかになる「割り増し見積もりバイアス」が、消費税のような価値判断の文脈に特有の現象なのか、より抽象的な認知構造である数の認知過程に関連した現象なのかを明らかにする。

方法

【被験者】 専門学校生 41名(消費税群), 48名(数値群)。

【材料】 消費税群に対して、外税表示の基準価格に消費税を加えた総額が、比較価格に対して同じ(3)あるいは高い(4, 5)・安い(1, 2)と思うかを5段階評価により求める材料を作成した。比較価格は、基準価格の3%, 5%, 7%の各条件を設定した。基準価格は、100円台から100円刻みで1500円台まで設定した。1人の被験者に対して、3(比較割合: 3, 5, 7%) × 15(基準価格: 100円, ..., 1500円)の45項目を2回ずつ、合計90項目からなる冊子を作成した。基準価格と刺激の提示順序は被験者ごとにランダム化した。数値群に対しては、消費税・価格などという文脈を排除し、割合・数などの数値計算の文脈とした。

【手続き】 冊子を配布し、評価方法の説明をした。その際、1項目につき5秒以内で回答するよう強調して教示した。これは、本研究が価格・数値の見積もりを検討対象としており、正確な計算を実行することを回避するためである。90項目への回答後、フェイスシートへの記入を求めた。実験時間は、説明の時間を含め、平均して10分程度であった。

結果

不適切な反応の被験者のデータを排除し、消費税群 34名、数値群 37名のデータを分析対象とした。以下、各被験者の個々の反応を1サンプルとみなし、議論を進める。

消費税群の分析 消費税を上乗せした基準価格と比較価格が等しく、正確に推定すれば評価が3になることが期待される5%条件について分析した。まず、全体的な見積もりの精度については、評価に3、つまり正確な見積もりを45%の反応が占めた。

次に、基準価格ごとの分析を行った。反応が1, 2の場合を-1, 3の場合が0, 4, 5の場合が1と得点化した。図1に、基準価格帯ごとの評価得点の変化を示す。グラフの数値は、基準価格帯nに対して、n-100円台からn+100円台の得点の平均値である(一種の

移動平均)。ここから、基準価格が高くなるにしたがって評価得点が下がる傾向がみられた。この傾向を統計的に確認するために、提示した基準価格を独立変数として回帰分析を実行した結果、図1に示す回帰式が得られ、回帰係数=0を帰無仮説としたt検定(両側)の結果、有意であった。以上から、基準価格が大きくなるにしたがって、消費税の見積り額が相対的に小さくなることが明らかになった。この傾向は、3%の条件でも同様であった。ただし、7%の条件では有意ではなかった。

数値群の分析 上記と同様の分析を行った結果(図1)、すべての比較割合の条件で同様の傾向がみられた。

考察

第一の目的に関連して、消費税群が5%の消費税を見積もる精度は45%であることが明らかになった。また、推定価格と実際の消費税の額には、おおむね1000円を超えたあたりからは、ほぼ推定値が3を下回っていると考えられ、推定の正確さが基準価格に依存していることを示唆している。

第二の目的に関連して、基準価格が高くなるにつれて、消費税額の見積もりは相対的に小さくなることが明らかになった。この原因は、大きな数値が割り引かれて認知され、それを基準に消費税額が見積もられるためであると考えられる。

第三の目的に関連して、第二の目的で明らかになった「割り増し見積もりバイアス」は、価値判断の文脈を取り除いてもみられることが明らかになった。これは、このような見積もりが、価値判断のレベルではなく、より抽象的な数値計算の認知過程を反映していることを示唆している。これまでの価格に関する研究では、もっぱらその文脈の中で検討が行われてきた。本研究の結果を考慮すれば、これまでの数の認知に関する研究(e.g., Dehaene, 1997)を応用することができる可能性を示唆している。

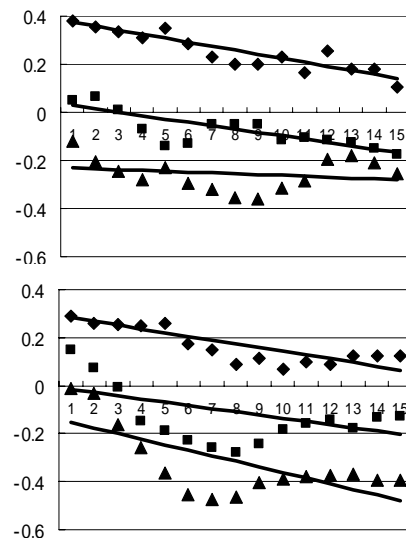


図1: 基準価格(基準数)ごとの評価得点の変化。上が消費税群, 下が数値群。

引用文献

Dehaene, S. 1997 *The number sense*. Oxford University Press.

(SHIMADA Hideaki, OTOBE Takayuki)