

外税表示からの消費税額 見積もりの認知過程

島田英昭¹・乙部貴幸²

(^{1, 2}筑波大学, ¹現所属: 産業技術総合研究所,
²現所属: 東京女子医科大学)

問題と目的

問題

内税表示と外税表示による「価格の高さ感覚」の違いはあるか？

- 内税表示が安く感じる？
- 外税表示が安く感じる？

「価格の高さ感覚」の違いの背景にある認知プロセスは？

波及効果

政策の意思決定(参考:消費税総額表示義務化)

マーケティング戦略

消費者保護

参考:価格表示の内税と外税の例

内税...日本の消費税,酒税など

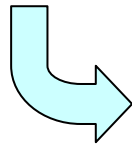
外税...諸外国の消費税,入湯税など

目的

消費税を事例とする

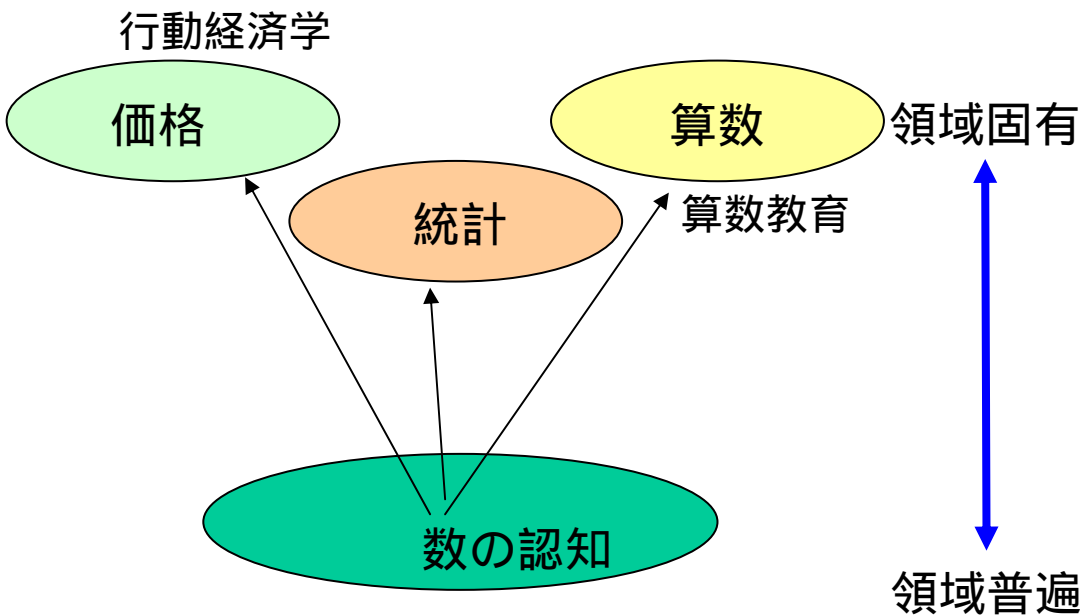
消費税額見積もりの認知過程の検討

- 見積もりの精度
- 数の認知研究との関連



- 数概念による現象か？
- 価格に特有の現象か？

価格の認知に数の認知研究が応用できるか？



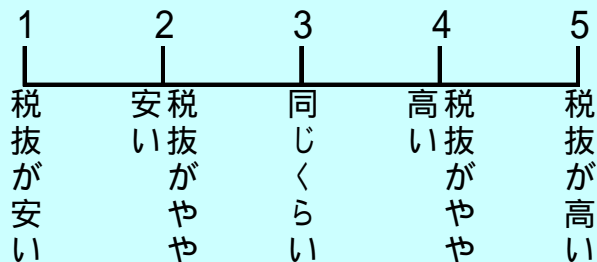
実験 1

方法 価格比較の評定

税抜価格に消費税5%を加えたら、税込価格と比べてどう思うか？

税抜価格: 1235円

税込価格: 1272円



1項目あたり、5秒程度で判断するように強調して教示
直感的な比較のプロセスを見るため

操作変数

- 税抜価格 (基準価格) の範囲: 100円台 ~ 1500円台まで
 - 税込価格の条件: 基準価格の3, 5, 7%の3条件
 - 3%条件 税抜が高い
 - 5%条件 同じくらい
 - 7%条件 税抜が安い
- 評定のずれを検出

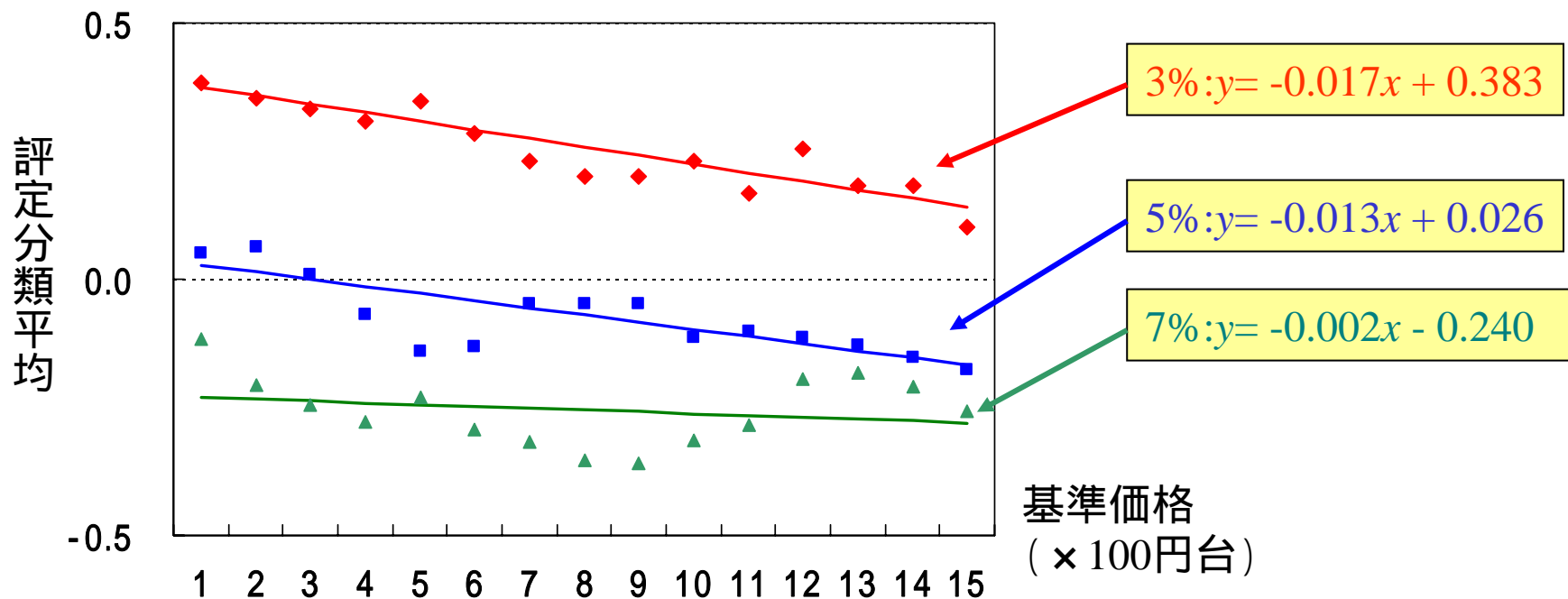
実験参加者: 専門学校生41名

実験参加者1人あたり項目数

3(比較割合: 3, 5, 7%) × 15(基準価格: 100 ~ 1500円台) × 2 = 90項目

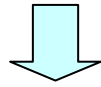
結果 3,5,7%条件の反応平均値を分類して得点化

- 評価1,2 -1点 平均0以下 : 外税消費税を安く評価
- 評価3 0点 平均0 : 正確な評価
- 評価4,5 1点 平均0以上 : 外税消費税を高く評価



- プロットは, 基準価格 $n-100$ 円から $n+100$ 円までの移動平均
- 直線は回帰直線

基準価格が高くなるに従って、評定得点が下がる



「割り増し見積もりバイアス」

...消費税のような割り増しの見積もりに見られる現象

- 基準価格が高くなると、外税表示を安く感じる
- 基準価格が高くなると、内税表示を高く感じる



問題 「割り増し見積もりバイアス」は、

- 数概念による現象か？
- 価格に特有の現象か？

実験2

実験1の平均値のずれは、

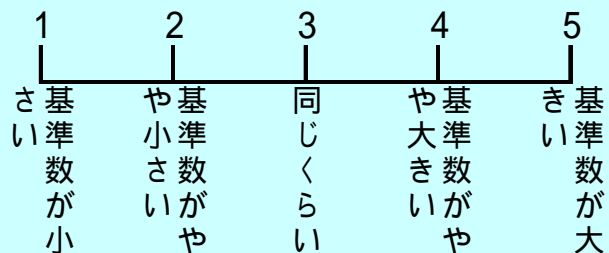
消費税の文脈をはずしても成立するか？

方法 価格比較の文脈を排除，専門学校生41名

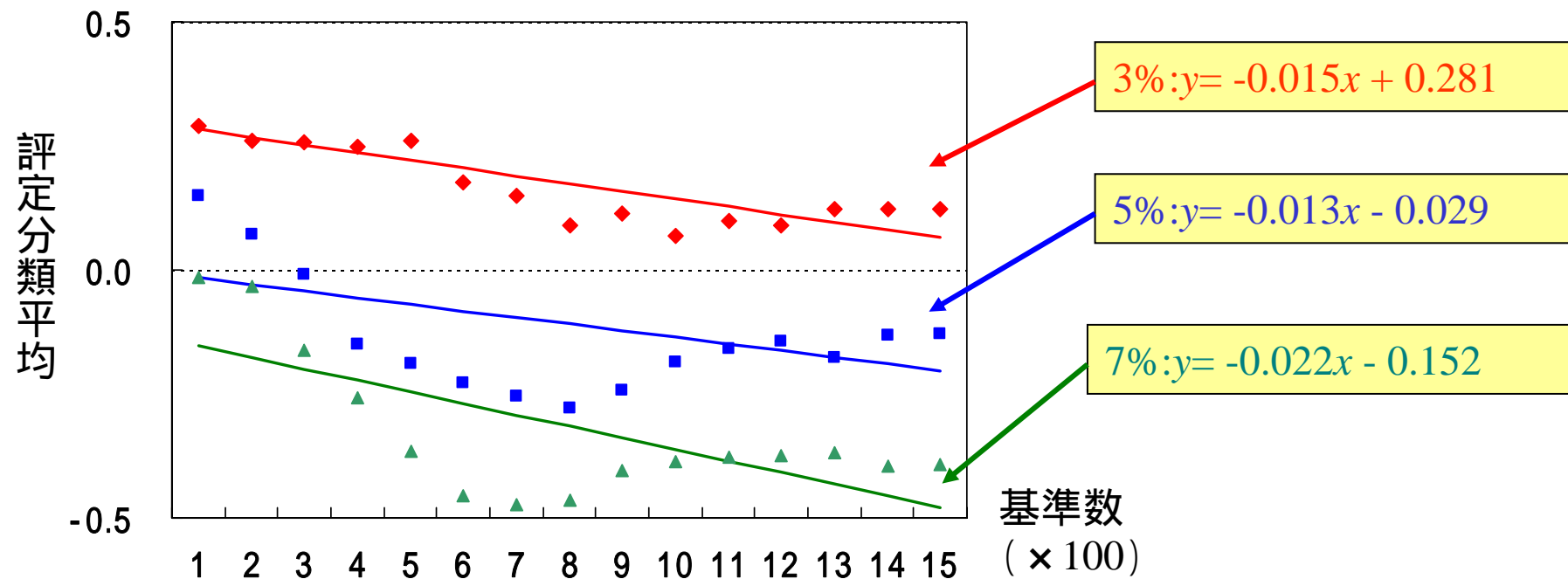
基準数に5%乗じたら，比較数と比べてどう思うか？

基準数：1235

比較数：1272



結果と考察



3,5,7% 条件の反応平均値を分類

- 傾向は実験1と同じ
- ただし, 回帰直線の切片はやや小さい

総合考察

消費税の推定について

「割り増し計算バイアス」... 基準価格が大きいと, 消費税を安く見積もる

- 特に, 1000円を超えたあたりから顕著
- ただし, 300円以下では逆
- 今後の検討課題
 - 1000円を少し越えたあたりで, 評価がやや上昇する傾向
 - 税抜き価格を基準とした評価は妥当か?
 - 線形回帰は妥当か?

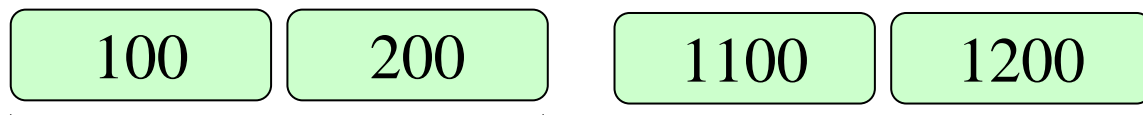
数の認知との関連について

「割り増し見積もりバイアス」は, 数の認知を反映している

- 消費税・価格判断に特有ではない

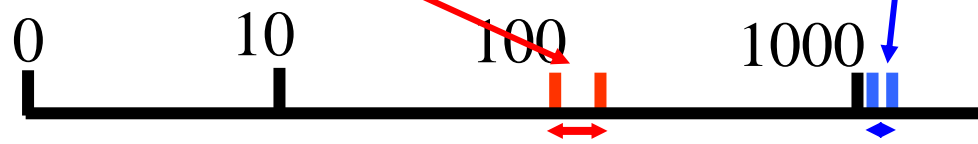
数の認知研究の知見の応用可能性がある

数の認知研究と関連した「割り増し見積もり」の認知プロセスについて



大きな違いを感じる

小さな違いを感じる



心的数直線上の基準の差

心的数直線モデル

(Dehaene, 1997)

数の大きさは、対数関数的目盛りで処理される

「割り増し見積もり」の仮説

- 基準価格が増大
- 割り増しの基準の割引
- 割り増し見積もりの割引

今後
計算モデル化が課題

数学的なスケールでは...

数学的な基準の差

