

買い占め問題の行動経済学

大阪大学 大竹文雄

- 買い占め問題
 - トイレtpペーパー
 - トレットペーパーの不足の予想→供給が十分にあるのに、店頭での需要が一時的に高まり輸送が追いつかなくなったために、品不足が発生→多めに購入→品不足→予想の自己実現
 - 対策
 - 消費者: 普段から少し多めの在庫を持つておく
 - メディア・政府: 品不足の商品棚の報道やパニック買している人の報道せず、供給が不足していない証拠を報道する
 - マスク
 - 供給より需要が多くなった本当に品不足。価格統制をすると供給が増えないので、品不足が続き、買い占め行動が発生しやすい
 - ネットでの価格は高騰したが、店頭での価格は変わらず、品不足に。
 - 対策
 - 需要と供給に応じた価格変動を促す
 - 問題点: 対面販売の店頭では需要増による価格上昇は消費者から不公正とみなされる
 - » 政府・メディアが価格が上昇していることを広報して不正でないことを認識させる
 - » ダイナミック・プライシングに消費者が慣れる(航空運賃、ホテル以外にも鉄道・レストランなどに普及させる)

ウィズ・コロナ、ポストコロナ社会における消費のあり方

大阪大学 大竹文雄

- 新しい生活様式
 - 3密回避、手洗い、マスクという基本的感染対策→通信販売、デリバリーの利用増加
 - 注意力の低下が感染リスクを高める
 - 店舗やサービスのあり方を工夫することで、そのような場合でも自然と感染対策(業者向けガイドライン)
 - →や足跡マークなど直感的なものの利用、アクリル板などの整備
- 消費者志向経営
 - 企業が消費者志向経営をすれば利益が出るような制度設計が政府に求められる(規制、悪徳業者の公表、優良業者の公表・表彰等)
- エシカル消費
 - 消費者の選好を変えるような教育は重要。しかし、時間がかかる。
 - 有機農業のように生産者が目に見える形にして、消費者に価値を見出してもらう
 - フードロス問題は、介入のタイミングが重要。レストランでは注文のタイミング、スーパーでは購入前のタイミング。しかし、このタイミングでのフードロスに関する介入は売上減少になるので、実効性が低い。
 - 食べ残しを減らすことだけを重視すると、食べすぎをもたらす健康リスクを高める。
 - 食べすぎをへらすために、少なめの食品購入という健康メリットを強調する必要