

題目・・・ビジネス応用へ向けた価値割引理論の行動経済学的研究

氏名・・・前田岳斗

指導教員・・・高橋泰城 准教授

価値割引とは、人々が様々な要因によって、報酬の価値を割り引く傾向のことである。時間の遅延による割引行為である遅延割引 (**delay discounting**) や確率の低下による割引行為である確率割引 (**probability discounting**) は、その代表的なものである。そして、報酬が遅延することは、報酬が得られる確率が低下することと同じであり、遅延割引関数を確率割引関数へと変換できることが示されている (Rachlin et al., 1991)。また、ロイヤルティ・プログラムにおけるポイントは実質的に、次回来店時に得られる遅延報酬であり、その価値は次の来店までの間隔が大きくなる (ポイントを失う確率が高くなる) ことによって割り引かれると考えられる。本研究の目的は、ロイヤルティ・プログラムにおけるポイントの知覚価値に関する先行研究をもとに、遅延割引モデル (双曲関数割引モデル、**q**-指数関数割引モデル) と確率割引モデル (双曲関数割引モデル、**q**-指数関数割引モデル、期待効用理論、プロスペクト理論) の予測の違いをモデル分析から示すことである。本研究では、各理論におけるポイントの効用 (価値) 関数を同じとして、割引関数の違いによって比較を行った。その結果、遅延が大きくなると、**q**-指数割引モデルよりも双曲割引モデルの方がポイントの知覚価値を大きな割引を予測した。一方で、確率に置き換えると、低い確率では期待効用理論が、高い確率では **q**-指数割引モデルやプロスペクト理論が大きな割引を予測した。ロイヤルティ・プログラムにおいて、低還元率であれば、値引きよりもポイント付与の方が好まれることが知られている (中川 2015)。しかし、ポイントの価値が遅延によって割り引かれると、その選好関係は逆転することとなる。つまり、来店間隔が大きくなるような店舗では、値引きの方がセールス・プロモーションとして、有効であることになる。これらの予測については、今後、検証のための調査を行う必要がある。