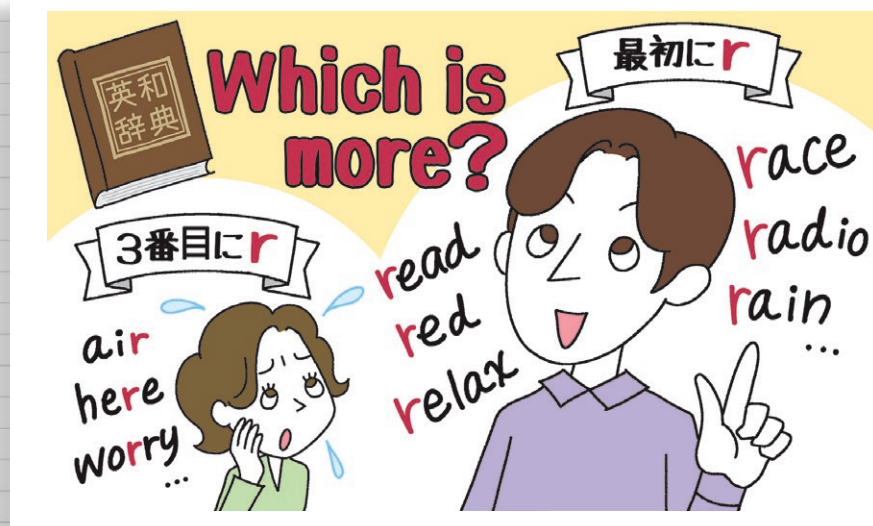


【Keyword】

# ヒューリスティック

経験則や先入観に頼る  
「近道の思考法」



実際には3番目に「r」がくる英単語のほうが数が多いが、「r」から始まる英単語のほうがパッと頭に思い浮かびやすい。人は、記憶から引き出しやすい情報を過大評価し、判断の基準としてしまうことが多いので、注意が必要だ。

## ✔ 思いつきやすさやイメージが判断のきっかけに

行動経済学の入門書でよく目にする「ヒューリスティック」。ギリシャ語の「ユーレカ(見つけた!)」に語源を持つこの用語は、経験や先入観に基づく「直感的な思考プロセス」のことを指す。ノーベル経済学賞を受賞した行動経済学者、ダニエル・カーネマンらは、私たちが日常的に陥る偏った考え方(バイアス)の多くは、このヒューリスティックが根底にあると指摘している。

いくつかのパターンがあるヒューリスティックだが、代表的なものの1つが「利用可能性ヒューリスティック」だ。例えば、「r」から始まる単語と3文字目に「r」がくる単語では、どちらのほうが数が多いと感じるだろうか。1970年代のカーネマンらの調査によると、実際は3文字目に「r」がくる英単語のほうが多いにもかかわらず、152人中105人が前者を選択したという。「r」から始まる英単語のほうが「思いつきやすいから」だ。人間は、判断の拠り所として、身近に起こった事柄や印象の強いニュースなど、簡単に

引き出せて利用しやすい記憶に頼ることが多い。

一方、自身が持つイメージなどで直感的に物事を判断するのが「代表性ヒューリスティック」。例えば、「眼鏡をかけていて真面目そうだ」「白衣だから医療関係者なのでは」「背が高いからスポーツが得意に違いない」——などと想像する人は多いだろう。これらは、全て代表性ヒューリスティックによるものと言える。

過去の経験などを基に、思考のプロセスをショートカットしてくれるヒューリスティックは、日常生活において、効率よく判断したい場面では大いに役立つ。しかし、正確な情報に基づく客観的な判断が求められる投資においては、注意点もある。例えば、「最近メディアで特集されていた」「愛用する商品の企業だから」「地元企業を応援したい」という投資理由や判断は、利用可能性ヒューリスティックによるものかもしれない。同様に、「大企業だから経営が堅実」「〇〇だからリスクが少ないはず」といった思い込みは代表性ヒューリスティックの典型例だ。投資においては直感に頼り過ぎることなく、「判断を裏付けるデータはあるか」「逆の見方はないか」など、情報の精査を心掛けたい。 **M**

× 「メディアで注目企業と紹介されていたので投資してみよう」

○ 「IR資料などを自分でもチェックした上で判断しよう」