

第四回目は、徳田賢二著『おまけより割引して欲しい』ちくま新書です。

著者の徳田さんは、団塊世代、元長銀マンで現在は専修大学の先生をなさっている方のように。専攻は地域経済論。とにかくよく世の中を観察していて、新書のこの本でもたくさん事例が上げられて、目の付け所が違うなという印象を受けます。前書きのところにでてくる、制約のなかで満足を求める若者たちという最初から、現代の大学生の行動を「いまどきの若者…」という観点でなく、厳しい制約（お金、時間など）のなかでバランス感覚を持って生きていることが紹介されます。その点で、実務家出身の研究者であり、かつ大学で教えているという著者の経歴がうまく生きている本です。

この本の目玉は、二つあると思います。

一つは、値ごろ感の公式（値ごろ感＝価値／費用）という公式を縦横に使い、日常の私たちの消費行動の原理を説明しているところです。その切れ味は、おぬしやるなというくらいなかなかのものです。

もう一つは、先にも書きましたが事例の多さです。例えば、ベストセラー、iPod、駅弁、コンビニでの買い物、カードの誘惑、すし屋の時価、アウトレット、グリコのおまけ、フリーペーパーなどなど私たちが日頃行っている消費活動が分析の対象としてあがってきています。それだけでなく、突然タクシーを使う大学生や電車のなかで化粧する女性なども対象になっています。

サブタイトルが経済心理学となっていますが、経済学の原理をきちんと踏まえていますから、消費行動だけでなく経済全般、さらには人生の行動原理の分析まで拡張できる可能性を持っています。経済学の原理などちょっと大げさに言いましたが、値ごろ感を支える二つのファクター、価値と費用がまさにそれです。

価値は、効用です。限界効用逓減の法則がミクロ経済学の最初に出てきますが、ここでは効用をいかに高めるかが値ごろ感の上昇に影響します。価値＝効用に関しては本書ではその1「おまけより割引して欲しい」で説明されます。

もう一方の費用は、目に見える費用だけではなく、目に見えない費用、機会費用と埋没費用です。本書ではその2「棚ぼたの好もしさ」で説明されます。機会費用や埋没費用などの費用をきちんと理解させるべきであるというのは、評者ら（新井）の年来の主張であり、その点ではこの部分はとてもわが意を得たりの部分でした。

その3「うまい、安い、はやい」では、価値と費用の相互関係で値ごろ感が上昇することが説明されます。

このような原理的説明を踏まえて、以降のその4「ベストセラーの秘密」、その5「どうして衝動買いをするのか?」、その6「ついでに買わせるコツ」と消費をめぐる具体例が分析されます。

授業では、本書にでてきた事例をもとに生徒になぜそうなるかを考えさせたり、経済的なものの見方や方法をもっているとこんなに世の中の見通しがよくなるという話の素材に利用することができるはずです。

さて、おまけと割引、どちらを私たちは望むのか?その答えは本書のタイトルに現れていますが、皆さんはどっちを希望しますか?