

## Layered Communication が学生の期待形成に与える効果の検証 —イングランド銀行のコミュニケーション戦略を参考として—

桃山学院大学 北野友士

非伝統的な金融政策にはいくつかの波及経路があるが、一つの有力な波及経路がフォワードガイダンスによる時間軸効果と、それに伴うインフレ期待の形成である。インフレ期待を形成することができれば、合理的な経済主体は予想される物価上昇率に基づき、現在から将来にわたって適切な資源配分を行うはずであり、自己実現的に目標とする物価上昇率を達成可能となる。しかしながら、家計や企業には現状維持バイアスの存在することが知られている。また金融リテラシー調査の結果からもインフレを理解できていない家計や企業は多数存在する。つまり中央銀行が金融政策をアナウンスすることを通じて、インフレ期待を形成し、望ましい物価上昇率を達成するには、国民の金融リテラシーを考慮する必要があると考えられる。

そこで本報告では、イングランド銀行（BOE）によるコミュニケーション戦略を参考にして、学生へのアンケート調査を通じて Layered communication（金融の非専門家を意識した簡易版なインフレーションレポートの公表）の有効性を検証した。BOE によるフォワードガイダンスは一定の成果を得ていると考えられる。そして近年の BOE はコミュニケーション戦略として、communication（情報伝達）、conversation（会話）、education（教育）に取り組んでいる。本報告では、特に BOE が 2017 年 11 月の「インフレーションレポート」から公表している Visual Summary を参考にして、日本銀行による「経済・物価の展望」（以下、展望レポート）の簡易版を作成した。そして展望レポートの概要そのままの通常版と簡易版のランダムに混ぜたアンケート用紙を作成し、FP 科目を受講している学生（以下、FP 受講者）と、受講していない学生（非 FP 受講者）とに回答してもらい、通常版と簡易版に対する反応の違いを調査した。調査の結果、展望レポートにおける簡易版の作成は、非 FP 受講者による「わからない」との回答を減少させ、また資産選択や労働市場に関する適切な予想を引き出すなど、一定の期待形成の効果がみられた。しかしながら、簡易版の作成がむしろ FP 受講者から適切な反応を引き出している項目もあり、コミュニケーション戦略にとって、より重要なのは金融リテラシー教育であることも指摘できる。国民の金融リテラシーを考慮した情報発信と、国民の金融リテラシーを高める取り組みは、民間の経済主体による期待形成が重要な要素となっている現代の中央銀行として必然的に求められるプログラムであろう。