

## 行動経済学でヒット商品戦略を仕掛ける

マーケティング&ブランディング・ディレクター  
橋本 之克



### 目 次

はじめに .....	1
1. 行動経済学とは .....	1
2. 行動経済学の基本的な法則 .....	3
3. ヒットした「商品・サービス」を行動経済学で読む .....	9
4. ヒット事例分析 その他の商品やサービス .....	12
5. 行動経済学の活用 ～調査の場合～ .....	15
6. 行動経済学で人を動かす「ナッジ」 .....	19
7. ヒットに向けた行動経済学の活用 .....	24
最後に .....	25

はじめに

私は、行動経済学の学者ではない。長くマーケティングとブランディングの仕事をしており、直近はアサツーディ・ケイで金融業務に従事していた。そのクライアントの中には行動経済学に興味を持つ方も多かったため、その影響もあり学び始め現在に至る。行動経済学を研究するというよりも、実務家の方々に行動経済学をわかりやすく解釈してお伝えする役割を担いたいと思っている。

今回もその一環として、行動経済学とは何かということと、その主な法則・活用の方法をお話させていただきたい。

## 1. 行動経済学とは

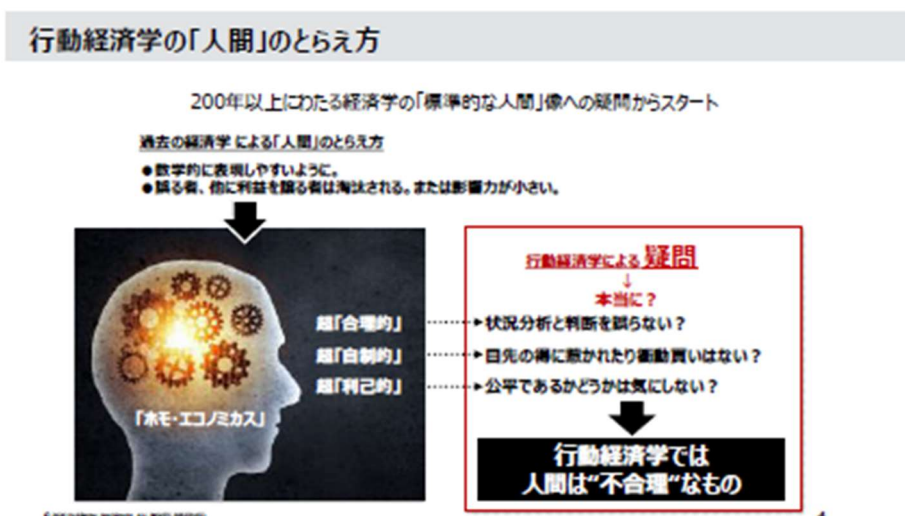
経済学と行動経済学の違いは何か。長く経済学の中では常識であった「標準的な人間像」と違い、行動経済学では「人間は不合理である」ということが大前提になっている。ここ20年ほどの間に、ダニエル・カーデマン氏、ロバート・シラー氏、リチャード・セイラー氏がノーベル経済学賞を受賞するなど、非常に注目をされている学問である。

### (1) それまでの「標準的な人間像」ホモ・エコノミカス

今までの経済学では「人間は非常に合理的で自制的で利己的だ」と捉えられていた。実際はそのようなことはないだろう。人間は必ずしも合理的ではない判断をし、目の前に食べたいものがあれば食べてしまう。必ずしも利己的ではなく、ボランティアのような利他的な行動もしている。

人間は実は不合理なものなのだということを前提にしているのが行動経済学である。

図-1



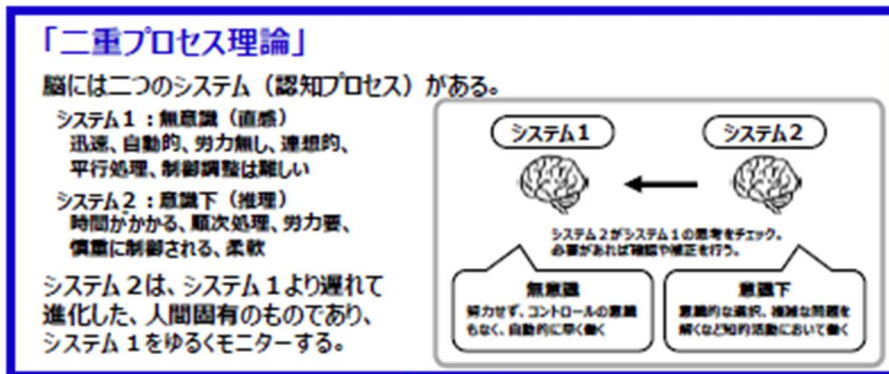
## (2) 二重プロセス理論という人間の思考システム

脳には2つのシステムがあると言われている。「システム1」は無意識に判断する脳である。反射的に何も考えずに「何か食べたい」→「食べよう」という判断をする。しかし、この「システム1」は時々間違えるため、これをチェックして補正するのが「システム2」である。

つまり「システム2」が「システム1」を助け、正しい判断、正しい行動に導くという仕組みになっている。この「システム1」があまりにも簡単に判断をしすぎたり、「システム2」がチェックしきれなかったりという場合に、不合理な選択や行動が生まれると言われている。

図-2

### 二重プロセス理論という人間の思考システム



システム1による検討不足、システム2によるモニター不足が不合理な選択や行動に。

© 2017 KADOKAWA, INC. ALL RIGHTS RESERVED.

7