

顧客(市場や利用者等)の行動心理から捉えた商売繁盛の法則(商法)

新しいビジネスの視点-⑦

「バンドワゴン効果」

1 コロナ状況下で生活行動が変わっている

コロナ状況下で私たち(顧客や利用者)の生活行動や商売(ビジネス)での行動も、大きく変わってきた。特に購買行動や消費行動は大きく変化し、事業活動と密接に結びつくため企業や店舗活動に影響を及ぼしている。コロナ後はコロナ前の状態に戻ることはあり得ない(例えば、家飲み増加や団体・法人宴会減少は継続する)。そうした視点から自社(自店)のビジネス(事業)を見直す必要がある。

2 行動心理学を学び商売に活かす

行動心理学の効果を学ぶ(知ると)、市場・顧客の興味や関心を引くためにどのような戦略(方向性)がとれるのかで、コロナ禍(コロナ後の新しいビジネスヒント)に活かせる。

3 行動心理学とは

行動心理学とは、人間の行動を観察したり研究することで、その行動をとった事に対する心理を分析、研究していく学問。例えば「ある動きをしたら、ある感情を抱いている」というように、行動をもとに人間(顧客)の心理を読み取っていく、という考え方。

4 企業(組織)や店舗の最大の壁は「固定観念」

固定観念とは、「他人の意見や周囲の状況に応じて変化しない、行動を決めているような観念」のこと。弊害として「市場や顧客の変化に対して、従来の主張を変えない頑固な考え方や意識」は顧客との乖離を生み、顧客離散に繋がる。根拠に乏しい思い込みや先入観が要因である。固定観念を打破するために、顧客の「行動心理」を参考にしていきたい。

5 現場は経営者の鏡

社(店)員の対応や現場は経営者の「鏡」であり、経営者の考え方が映し出されている。経営者の理念や方針

7 バンドワゴン効果の内容

バンドワゴンに人が群がるのと同様に、「時流に乗っている側」「政党や主義などで人気のある側」には、どんな人と人が集まる。多くの人は、勝ち馬に乗りたがる。それをバンドワゴン効果と呼ぶ。つまり、バンドワゴン効果とは、多くの人が支持しているものに対して、残りの人々からも支持が高くなりやすい現象のこと。これは、「世の中の流行に乗り遅れたくない」「勝ち馬に乗っておきたい」「自分だけが損をするのは御免だ」という人間の心理から起こるものである。

8 バンドワゴン効果の事例①「マーケティング」

マーケティングで活用しているのが、「○○業界でNo.1」「ご利用者○○万人突破」などのキャッチコピーである。「そんなに売れているのなら買ってみようかな」と思うのが人間の



9 バンドワゴン効果の事例②「行列が行列を生む」

「ある政党が優勢だと報道されたことで、その政党への票がさらに集中する」「人気ナンバーワンと表示されている商品が良く売れる」「似たような店があった場合、すでに行列ができている店のほうに人が集中する」等がある。また「人が持つているから自分も欲しい、流行に乗り遅れたくない」と言う心理が作用し、他者の所有や利用が増えるほど需要が増加する。



10 バンドワゴン効果の対義もある

反対に、人と同じものは消費したくない、他人と違うものがほしいという心理から、入手困難なほど需要が増加する効果のことを「スノップ効果」という。また、事前の予測で劣勢だった方に同情票が集まる効果「アンダードッグ効果」も対義語である。

6 基づいた商売の法則⑦「バンドワゴン効果」



を社員が理解するまで繰り返し浸透させることが大切である。理解とは、現場で行動できるレベルのこと。

バンドワゴン効果とは、多くの人が支持している物事に対して、よりいっそう支持が高くなる現象である。大多数の人が選んでいる選択肢は、それだけで魅力的に感じさせる効果があるというもの。「良いクチコミやレビューの数が多い」「SNSでもフォロワーやいいねが多い」等という。バンドは「楽隊」で、ワゴンは「荷馬車」や「ワゴン車」のことで、バンドワゴンとは「パレードの先頭を進む音楽隊の乗る荷馬車」や「音楽隊の乗る楽隊車(自動車)」のことを意味する。このバンドワゴンは、賑やかで、人目につき、目にした人の心をワクワクさせ楽しい気持ちにさせてくれる。そして、バンドワゴンを見れば、何かが起こる期待感が膨らむ。多くの人が、バンドワゴンにポジティブなイメージを抱く。

おおのじつお
中小企業診断士・
社会保険労務士・販売士
大野 実雄



●プロフィール
メーカー、経営コンサルティング
ファームを経てオオノ経営労務事
務所開設。「変化には変化でしか
対応できない」を企業支援の基本
としている。著書に「売れるよう
に売れば必ず売れる」「働き方・生
き方こころの軸」「勝つ企業」等
がある。

本文とは異なる説もありますのでご了承ください。*参考文献: ビジネス心理学大全(日本経済新聞出版)、今日から使える行動心理学(ナツメ社)、人間行動の心理学(ナカニシヤ出版)、行動心理学(宝島社)、経済は感情で動く(紀伊國屋書店)*イラストはイメージです。