

- 8 「ウェブレン効果が表れる事例①「ステータスをアピールしたい」**
- ウェブレン効果を発揮するものは商品だけではない。ホテルやゴルフ特権を感じられる。

- 高級外車（フェラーリ、ランボルギーニなど）
- 高級腕時計（ROLEX、OMEGAなど）
- ハイブランド（HERMES、CHANEL、Louis Vuittonなど）



② **希少価値があり価格が特に高いものであること**

希少価値があり価格が特に高いものであればあるほど、ウェブレン効果を発揮する。購入者には周りから羨ましがられたい心理がある。購入するものに希少価値があり、高価であるほど他者は購入しにくいため、自分が購入することで「自分だけの特権」を感じられる。

- 当研究会は、岐阜商工会議所に登録している各専門家25名が研鑽を重ね、企業や事業支援の実践に役立てる目的であります。主な活動は、企業経営に関する法律・税務・財務・販売・事業承継――などの事例を通して各専門分野からの意見や提言を行い、企業最適化を図ることです。

- ① 社会的に広く、もの自体の価値が認められていること**
- ウェブレン効果が起きるためには、ものの自体の価値が社会的に認められている必要がある。誰も知らないものを購入しても、購入者の顯示欲は満たされない。購入者は「見せびらかしたい」という顯示欲を満たすべく購入するため、大多数が賞賛するほどの価値がなければならない。

- ② 希少価値があり価格が特に高いものであること**
- 希少価値があり価格が特に高いものであればあるほど、ウェブレン効果を発揮する。購入者には周りから羨ましがられたい心理がある。購入するものに希少価値があり、高価であるほど他者は購入しにくいため、自分が購入することで「自分だけの特権」を感じられる。

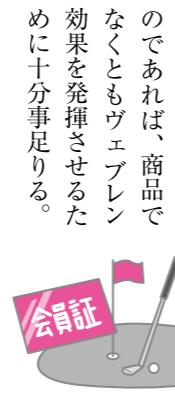
- 7 ウェブレン効果が起こる条件**

心とした消費者による顯示的消費の一つである。また、そのように価格が高くなるほど需要が増加する高級品を「ウェブレン財」という。



- 9 「ウェブレン効果が表れる事例②「ブランド顯示したい」**

ウェブレン効果の代表的な例は、高額なハイブランド商品の購入。商 phẩmの本質的な価値よりも、高額であるかどうかが重要。そのため、商品そのものよりも「ブランドの名前を買っている」という人もいる。ハイブランドが庶民的な価格になってしまふと、消費者が「顯示欲」を満たせなくなり、ウェブレン効果が発揮できなくなる。



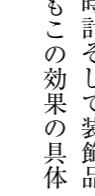
- 11 「ウェブレン効果的視点で商品開発を行う**

① **商品の「ストーリー」が語られているか**

・価格が高い「理由や背景（ストーリー）」を伝える・素材や産地のこだわり・生産に手間がかかる（ハンドメイドなど）・作り手が限定されている（伝統的な作り方など）



- 10 「ウェブレン効果が表れる事例③「高価格に拘る」**
- 経済の一般的な理論ではモノの価格が低くなるほど多く売れるが、ウェブレン効果のもとでは原則とは逆にモノの価格が高くなるほど売れる傾向がある。



変化はコントロールできない。変化の先頭に立つことである。今の時代にあっては、変化は常態である。変化はリスクに満ち脅威である。しかし、変化を脅威ではなくチャンスとして捉えなければならぬ。変化を探し、本物の変化を見分け、その変化を自社（店）にとって意味あるものとして利用しなければならない。変化はコントロールできない。変化は常態である。

- 1 「コロナ状況下では変化は常態」である**

変化はコントロールできない。変化の先頭に立つことである。今の時代にあっては、変化は常態である。変化はリスクに満ち脅威である。しかし、変化を脅威ではなくチャンスとして捉えなければならぬ。変化を探し、本物の変化を見分け、その変化を自社（店）にとって意味あるものとして利用しなければならない。変化はコントロールできない。変化は常態である。

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-⑩ 「ウェブレン効果」

化に対応することは未来を創ることであり、未来を創ることはリスクがともなう。成功するとは限らない。だが、自ら未来を創ろうとせずに成功することはあり得ない。

2 いつの時代にも収益は優先

胃袋があつて道徳がある。収益は胃袋をいっぱいにするものである。

収益なくして企業の社会的責任は果たせない。収益は事業活動により、実現した価値の増加である。収益とは、企業（店舗）が事業を継続・発展させていくための絶対条件である。

中小企業診断士・社会保険労務士・販売士
おおのじつおの 実雄



未来（変化）を予測しても当たらぬ。問題を招くだけである。なすべきことは、すでに起こった未来（変化）を早く見つけ、早く取り組むことである。すでに起こった未来は、企業（店舗）の内部でなく外部にある。「社会、政治、気候、紛争、知識、技術、文化、産業、経済構造」などにある。

3 未来の予測はムダ

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 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。

5 行動心理学を学び商売（ビジネスやマーケティング）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、コロナ後の新しいビジネスヒントに活かせる。また、人が無意識に行っている仕草から本音を読み解くことができるため、ビジネスシーンだけでなく日常生活のさまざまなシーンでも活かせる。

6 行動心理学に基づいた商売の法則⑩「ウェブレン効果」

ウェブレン効果とは、製品の価格が高いほど見せびらかしたい心理が働き、需要が増加する現象のこと。「顯示効果」ともいう。高所得者を中心とした事足りる。

●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「売れるようになれば必ず売れる」「働き方・生き方こころの軸」「勝つ企業」等がある。