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－⑫「リフレーミング効果」

中小企業診断士・社会保険労務士・販売士 大野（おおの） 実雄（じつお）

●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。

新年とは…

「新年」とは辞書では「新しい年」であるが、商売人は「自己の定義」を持つべきである。例えば、「昨年と○○を変える年」「静から動の年」「不可能を捨てる年」「行動から考働の年」等…。

1 マネジメント（経営管理、組織運営）は時間管理

時間の特徴は、(イ)時間は在庫できない（時間は貯蓄できない）(ロ)時間は生産できないから、人には寿命がある。また、人が主体の組織、企業にも寿命があり得る(ハ)組織、企業は人が交替できるから、永遠に存続できる可能性もある(ニ)永遠に存続できる組織、企業は、時間を大切に使う人が集まった集団である。

2 最大の付加価値は時間（Time is Money）

(イ)製品在庫や商品在庫は金にならない。在庫は販売時間と生産（加工、仕入、購買等）時間との差である(ロ)最大の付加価値は時間であり、最大のロスは時間である(ハ)最高の情報とは、新鮮さ（スピード）である(ニ)時間を真にコントロールできるのは自分だけである(ホ)時間管理とは、今日そして明日（未来）に最優先に行うことを具現化すること。その積み重ねが結果（付加価値、成果）を生み出す。

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 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。

5 行動心理学を通して効率的な時間管理を行う

行動心理学を実践し、効果を得ることで事業活動の「費用（時間消費）対効果（売上・利益）」の向上に繋がる。当社（当店）にとって適正な行動心理学を融合・組み合わせて「最適化」することをお勧めする。

6 行動心理学に基づいた商売の法則－⑫「リフレーミング効果」

リフレーミングとは、モノゴトを認識する枠組み（フレーム）、あるいは光の当て方や視点を変えて、現状を見直すというもの。つまり「モノは言いよう」で、トラブルをチャンスと認識できたり、短所を長所に変えることができる。水が半分入ったコップを見て、「半分なくなった」と思うか、「まだ半分もある」と思うか。同じ状況にあっても、考え方ひとつでまったく違う解釈が成り立つ。例えば、「残された時間」もう4時間しかない→まだ、4時間もある。「手術の説明」失敗の確立は10％です→成功率は90％です。

7 リフレーミング効果のある広告

①価格を分割して伝える：健康食品で、「1日当たりわずか100円」というフレーズ。「月々3,000円」と伝えるよりも、「1日当たりわずか100円」と伝えた方がお得感が伝わる。「100円程度なら使ってみようかな」という心理的なハードルを下げることができる。

②フレームを変える：家電製品で「1日当たり電気代節約10円」というのを「年間3,650円の節約」という表記。少しの金額でも、年単位でまとめることで、より節約できる印象を与える。6万円の食洗機：1年で21,900円（1日あたり60円）の節水効果！

③逆転の発想：住宅販売で徒歩圏内に駅が無かった場合、「閑静な住宅街」と表現することで、ネガティブなことも、逆から見ればポジティブに変換することができる。

④キャンペーンは得よりも損失を強調：「いま申し込むと1,000円おトク！今月お買い上げいただいたお客様には5,000円キャッシュバック！」という得を、「この機会を逃したら、以降の申し込み料金は1,000円値上げします！今月購入しないと、5,000円キャッシュバックの権利が失効します」顧客の損したくない感情を刺激し、より買いたい気持ちにさせることができる。

8 価格よりも商品力を提案

「品質は良いのに価格が高くて売上が伸びない」という商品があった場合、「価格の高さ」というネガティブな要素ではなく、「品質の良さ」という商品が持っている魅力に焦点を当てる。「価格を下げるのでなく、あえて高品質への理解促進のためプロモーションを行う」

9 京都の花街文化（希少価値）

舞妓や芸妓の行き交う京都の花街のお茶屋は、いまだに「一見さんお断り」の慣行を守っている。お座敷の需要が十分にある時代ならともかく、需要が減少傾向にある場合には、この慣行は花街の制約である。しかし、視点を変えると、一見さんお断りの慣行を守り続けている花街は、誰もが目にすることのできるわけではない、特殊な世界であるわけである。そして、この希少性があるからこそ、チケットさえ買えば誰でも入場できる劇場での踊りの「都をどり」「鴨川をどり」「京をどり」などに、内外の大勢の観光客が押し寄せるのである。

一見さんお断わり
当店は紹介制です

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）、P.F.ドラッカーのマネジメント（ダイヤモンド社）、マーケティング・リフレーミング（有斐閣）＊イラストはイメージです。

ぎふ専研 「岐阜商工会議所専門家研究会」
当研究会は岐阜商工会議所に登録している各専門家8名が研鑽を重ね、企業や事業支援の実践に役立てることを目的としています。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、IT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。