

行動経済学の用語の整理

3. 心の会計処理

2019年 ver. 1.0
倉谷 隆博

3-1. 心の会計、心理会計、心理的勘定、メンタル・アカウンティング

【説明】	お金の入手方法や出費方法に応じて、お金本来の金銭的価値とは異なる優先順序を付けてしまうことがある
【事例】	・たとえ安価なものであっても高い売値が付いたからといって、思い出の品を売ることはできない ・贅沢品購入の自己正当化理由には、「自分へのご褒美」、「特別な日のお祝い」、「長い目で見るとお得」などがある ・汗水流して稼いだお金と違い、たまたま賭けで儲けたお金は「使途未定のお金」で、あぶく銭（臨時収入）としてあっという間に使う ・競馬では、最終レースに近くなるとその日の損を挽回して締めくりたいと思い、「大穴」に賭ける人が顕著に増加する（穴馬バイアス） ・その日の売り上げを達成してしまうと、もっと稼げる可能性があっても早々と店じまいをしてしまう ・生活全体を破壊してしまわないように、自分なりの上限額を決めて買い物をする ・ヴィンテージものには特別の価値を感じて出費してしまう ・収入が少なく小さな家しか購入できなかったが、自慢の高級車を持っている ・安いものとの比較で1本100円の胡瓜を高いと感じる一方、高いものとの抱き合わせなら2万のものでも安いと感じてしまう ・買い手に、おまけやクーポンを別々にこまめに出していった方が、大きな効果が期待できる ・選ばなかった選択肢からの利益（機会費用）が、選んだ選択肢による利益より大きいことがある、機会費用を軽視できない

3-2. テンション・リダクション効果

【説明】	緊張状態が解けて、気が緩んでしまう
【事例】	・高額な車の購入の後であれば、少々値の張るカーナビをストレスを感じないで追加で購入してしまう ・コンビニのレジの横においてある商品をつい買ってしまう（クロスセル） ・通販サイトでは、「こちらの商品を買った人は他にもこんな商品を買っています」 ・通販サイトでは、商品をカートに入れた段階、つまり購入を決意した段階で、「あと〇〇円の購入で、送料が無料になります」

3-3. イケア効果

【説明】	自分で製作したものには、値段以上に価値を感じてしまう現象のこと
【事例】	・陶芸教室で作ったマグカップを長年愛用している ・「たまごっち」のような育成ゲームがヒットした ・工場での組み立て作業を、流れ作業から全工程に係る作業、例えばセル生産方式にすることで作業員のモチベーションが上がる

3-4. 希少性の原理、希少性の法則

【説明】	いつでも手に入るものの価値は低く、逆に手に入りにくいものほど貴重なもの、価値のあるものだと考える
【事例】	・手に入りにくくなるとその機会がより貴重なものに思えてくる ・今決断しないと手に入らなくなる、「限定〇〇名様に限り」 ・他にも、「限定〇〇個販売」、「〇〇地域限定商品」、「〇〇日間に限り」、「次回入荷未定」、「あなただけの」

3-5. スノブ効果 (snob)

【説明】	入手困難なほど(希少性があるほど)需要が増えて、大衆化してくるにつれて需要が減る(バンドワゴン効果の逆) (補足) snob は、「俗物」
【事例】	・他人と同じ行動はしたくない(人とかぶらない)、他人と同じものはイヤ、他人と差別化を図りたい

3-6. ヴェブレン効果

【説明】	商品の価格が高価であるほど、価値を感じる (補足) ヴェブレンは米国の経済学者、裕福な階級の人が、目立つため、見せびらかすために高級品を購入している現象に着目した
【事例】	・高級ブランドや宝石など、手に入れること自体に特別な欲求が生じる ・価格の高いものを所有して、自慢したい(自己顕示欲) ・高級感をアピールする商品を紹介する、「最高に贅沢な一品」、「本物が分かるあなた」

3-7. 無料の誘惑、無料による選好の逆転

【説明】	無料という言葉を見てしまうと、無料の選択肢を選ぶことに意識が向いてしまう、結果的に支出が膨らんでしまうこともある
【事例】	・3,000円以上のお買い物で駐車料金無料という案内を見て、当面必要でないものまで購入して合計金額を3,000円以上にする ・ネット通販で、購入金額3,000円以上で送料無料という案内を見て、3,000円以上になるような買い物をする ・ホテルをチェックアウトするとき、無料のアメニティを持ち帰る ・「無料お試し期間」ということでソフトウェアパッケージを使い始めて、その期間が過ぎて有料になってもそのままにしている ・遊園地の「入園料無料」は魅力的であるが、入園していろいろな有料アトラクションを楽しむと、結局、結構な出費になる

3-8. 返報性の原理、お返し之法則

【説明】	他人に何かしてもらったら何かお返ししないと気が済まない、返さないと「恩知らず」、人間関係に影響しないかと心配になる
【事例】	・デパートの食品売り場などで行っている試食であるが、試食すると買わなければならないという気持ちになる ・とりあえず洋服を試着して下さいと言われるものの、何度も試着を繰り返すと買わないのは申し訳ないという気になってくる ・バレンタインデーでいただいたチョコレートに対して、ホワイトデーでお返しをする ・笑顔で話しかけられれば、笑顔で返す ・仕事を手伝ってもらったんで、今度ごちそうしたい ・飲食店でいただいたクーポン券を持っていると、無駄にはできないと思い飲食店に伺う ・「年賀状」、「お中元」、「お歳暮」、「香典返し」などの儀礼

3-9. デノミネーション効果

【説明】	高額商品を分割払いにして価格ショックを抑える
【事例】	・車の購入代金を分割払いする ・スポーツクラブの年会費は高額なので、年会費でなく1か月あたりの会費で提示して値ごろ感を出す

3-10. 端数効果

【説明】 大きい位の数字が小さいと、安く感じる

【事例】

- ・価格が端数で、かつ数字が8とか9で終わる商品が多い(200円と198円、199円、 2, 500円と2, 480円、2, 490円)
- ・端数で終わる価格は、少額であってもおつりがあるため利得を感じる(釣銭効果)
- ・商品価格で499円、500円、501円を比べると、百円の桁の数字の印象が強く、499円をとて安く感じる