

執筆 消費行動者@ミレットヴィレッジ (爆)

**注意！ ここに書かれている内容の正確さは保証いたしかねます。**

## —経済学的アプローチ—

### ・正常財と劣等財

- 正常財 → 所得が増えると需要量が増える財 (上級財とも言う)  
(所得が減ると需要量が減る財)
- 劣等財 → 所得が増えると需要量が減る財 (下級財とも言う)  
(所得が減ると需要量が増える財)

なお、所得の増減に関わらず、需要が変わらない財を、中級財と言う。

### ・財の価格変化と需要量の変化

#### 『代替効果と所得効果』

代替効果 → ある財の価格が下がった時、その財の需要が増えること。  
逆に、相対的に、価格が高くなった財の需要は減る。

所得効果 → ある財の価格が下がった時、実質所得が増えること。  
なお、実質所得が増えると、正常財の場合は需要が増える  
劣等財の場合は需要が減る

#### 『ギッフェン財』

普通、価格が下がると、その財は需要量が増える。  
しかし、逆に、価格が下がると需要量が減少する財が存在する。それがギッフェン財である。  
つまり、ギッフェン財とは、所得効果が代替効果を上回っている財ということである。

例えば、**A 財**と**B 財**の2種類の財があったとする。

ケース1 **A 財**、**B 財**が共に正常財の場合。

**A** の価格が下がると代替効果では → **A** の需要は増える (+) **B** の需要は減る (-)  
所得効果では → **A** の需要は増える (+) **B** の需要は増える (+)  
二つの効果による結果を合成すると **A** の需要は増える (+) **B** の需要は不確定

ケース2 **A** が正常財、**B** が劣等財の場合。

**A** の価格が下がると代替効果では → **A** の需要は増える (+) **B** の需要は減る (-)  
所得効果では → **A** の需要は増える (+) **B** の需要は減る (-)  
二つの効果による結果を合成すると **A** の需要は増える (+) **B** の需要は減る (-)

ケース3 **A** が劣等財、**B** が正常財の場合。

**A** の価格が下がると代替効果では → **A** の需要は増える (+) **B** の需要は減る (-)  
所得効果では → **A** の需要は減る (-) **B** の需要は増える (+)  
二つの効果による結果を合成すると **A** の需要は不確定 **B** の需要は不確定

ケース3の時、所得効果が代替効果を上回った場合、**A** の価格が下がっているのに、**A** の需要量が減る  
→**A**はギッフェン財である

※ケース3において、所得効果が代替効果を下回った場合、**A**はギッフェン財でない。

## ・需要の価格弾力性

需要の価格弾力性は 需要量の変化率÷ 価格の変化率× - 1

$E_p =$  需要の価格弾力性

$$E_p = \frac{\text{需要量の変化率}}{\text{価格の変化率}} \times (-1)$$

で、算出される。そして、

需要の価格弾力性が1より小さい場合、価格を引き上げると、利益が増加する。

需要の価格弾力性が1より大きい場合、価格を引き下げると、利益が増加する。

例：

		当初	価格変化後	変化分	変化率
商品A	価格	100円	120円	20円	20%
	需要量	10万個	9万個	-1万個	-10%
商品B	価格	200円	220円	20円	10%
	需要量	2万個	1万個	-1万個	-50%

$$E_{A} = \frac{-10\%}{20\%} \times (-1) = 0.5$$

$$E_{B} = \frac{-50\%}{10\%} \times (-1) = 5$$

※注 なお、変化率に-（マイナス）をつける必要はない。その時、弾力性の計算で、最後に-1を掛ける必要はない。

商品Aの価格弾力性=0.5

1>Aの弾力性 なので、Aの価格を引き上げると利益は増加する。

商品Bの価格弾力性=5

1<Bの弾力性 なので、Bの価格を引き下げると利益が増加する。

## —心理学的アプローチ—

### ・消費者の購買行動プロセス

ニーズの発生（問題認識）⇒ 情報探索 ⇒ 代議案評価 ⇒ 購買 ⇒ 購買後の感情の発生

### ・マズローの欲求五段階説

- ⑤自己実現への欲求
- ④自尊心への欲求
- ③愛情への欲求
- ②安全への欲求
- ①生理的欲求

下に行けば行くほど原始的な欲求になり、上に行けば行くほど、高度、文明的な欲求になる。

これらは、その時の経済状況によって求められるものが異なり、経済発展段階と照応している。

日本では、敗戦直後では①②の欲求を満たすことが求められた。

高度成長期（1955～73）では、③が求められた。人並みになることが人々の目標となり、似たような商品が大量生産された。オイルショックの73年以降、低成長期では④⑤が（略）。自分を個性化することが目標となり、多品種が少量生産される。

### ・バンドワゴン効果とスノップ効果

バンドワゴン効果 → 他人が皆持っているから自分も欲しいと思う現象

スノップ効果 → 他人が皆持っているから自分は欲しくないと思う現象

どちらも、モノを通じて、人に対する欲求を満たすものである。

• 認知的不協和と低減行動

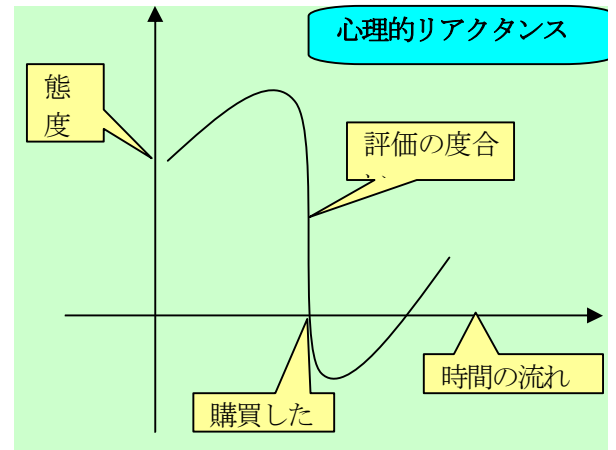
消費者の購買行動プロセスにおける、「購買後の感情」段階において、満足、あるいは不満足の原因が発生する。

それらはしばしば、**事前の期待 > 事後の知覚** つまり、期待はずれ、思っていたようなものとは違うという、不満足感が発生する。購買前後の消費者の態度、心理的リアクタンスを図示すると、グラフのようになる。

ただ、購買後すぐは、事前の期待と事後の知覚、認知の不協和、による不満足も、時間の経過につれて、事後の主観的評価は事前の期待に引き寄せられて、不協和が低減してゆく。

これが、認知的不協和と低減行動の一種である。

問題解決行動の失敗を認めることを回避する行動であるとも言える。つまり、買い物に失敗したことを合理化しようとするとも言える。



• 心理的リアクタンス

ある状況下や条件下におかれた場合、それらに対して反発、反抗しがちになる心理反応のこと。無意識的要素が強い。

例えば、

- 禁止された選択肢に対して魅力を感じてしまう
- ある行動、選択の自由に脅威を受けていると、これに抵抗してしまう。
- 数量限定、期間限定 などの歌い文句に弱くなってしまふ

など

• バランス理論

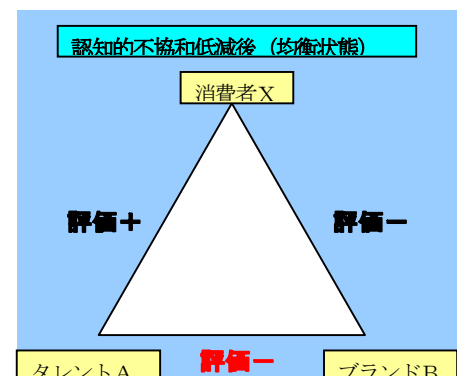
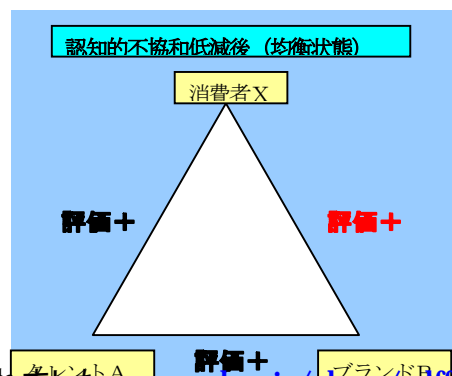
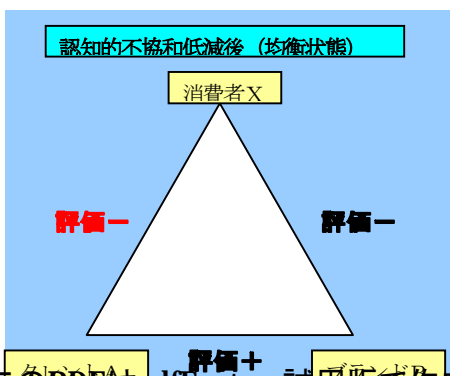
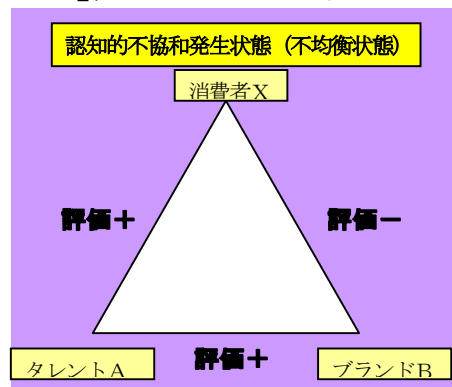
バランス理論とは、認知的不協和と低減行動を説明する、一つの理論である。

例

ある消費者Xは、「Aというタレントはファッションセンスが良い」と認識しており、タレントAに好感を持っていた。そして、消費者XはBというブランドが嫌いだった。

しかし、タレントAは、ブランドBを好んでいたことが発覚した。

結果、消費者Xの中で、タレントA、ブランドBに対する認知的不協和が発生。A、B、X間のバランスが不均衡になった。その認知的不協和を低減し、A、B、X間のバランスを均衡させる為には、『タレントAを嫌いになる』、『ブランドBを好きになる』、『タレントAがブランドBを嫌いになる』、の3パターンのいずれかになればよい。



## ・リスクの元での消費者行動

ある行動において、一定の確率。または確率不明のリスクが存在していると分かっている状況下において、消費者の選択する行動のこと。ギャンブル、株取引、選挙の投票など。

リスクを伴う行動、選択を取るか、伴わない選択を取るか、ハイリスク・ハイリターン **or** ローリスク・ローリターンを取るかは、往々にして、その期待値に左右される。ただし、それが一回限りしか選べないか、また、何度も続けられるのかによっても、また変化することがある。

## ・フレイミング

利得状況ではリスクを回避し、損失状況ではリスクライク。リスクを省みない。

つまり、自分が今現在、得をしている状況下では、リスクを伴う行動、選択は回避する。

今現在、損をしている状況下では、リスクを伴う行動、選択を選びがちになる傾向のこと。

このように、同一の選択でも、条件や条件。環境の設定によって（フレームの掛け方によって）行動が変化してくることをフレイミング（フレーミング）効果と言う。

## ・期待値

ある確率に支配されている選択肢、行動をとった場合に期待される値のこと。

事象が起こった時の利得×事象の起こる確率 で算出される。

例 くじAとくじBがある。どちらか一方を一回だけ引くことができる。

くじA	一等（100万円）×1本	くじB	当り（50万円）×5本
	二等（10万円）×9本		外れ（賞金なし）×5本

くじAの期待値  $100万 \times 1/10 + 10万 \times 9/10 = \underline{19万円}$

くじBの期待値  $50万 \times 5/10 + 0 \times 5/10 = \underline{25万円}$

単純に考えて、くじBの方が期待値が高い為、くじBの方が選ばれる傾向にあるはずである。

ただし、くじBには0円になるリスクがある。しかしくじAは確実に10万は手に入る。

どちらが選好されるかは、心理的リアクタンスによって、必ずしも期待値通りにはならないことがある。

また、一回だけでなく、どちらかのみを複数回引けるとなると、また選好は変わってくる。

その時、自分が多額の負債を抱えている、などの背景がある場合も変わってくる。

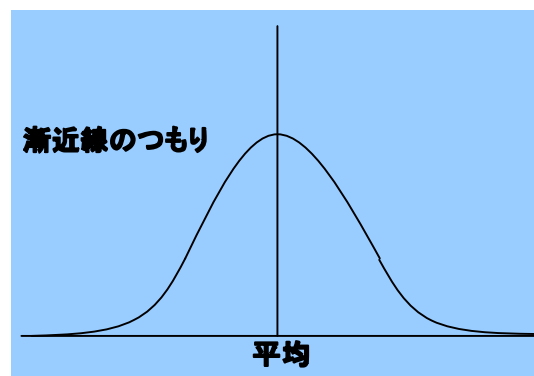
## ・正規分布する場合の確率の予測（この辺は特に当てにしないこと）

正規分布とは、ある事象が特定の確率や法則に支配されているわけではなく、人間の身長分布など、あくまで偶然によるものである場合の分布である。それは、図のような分布になる。

なお、このグラフは、

$$\phi(x) = \int_z^{\infty} \frac{1}{\sqrt{2p}} e^{-x^2/2} dx$$

らしい……知るかつ！



## ・平均と標準偏差

平均とは、平均値。標準偏差とは、ちらばり具合のこと。

正規分布における平均と標準偏差は

平均  $\mu$ （ミュー）

標準偏差  $\delta$ （すまん！忘れたからデルタで許してくれ）で表す。

平均と標準偏差が分かれば、特定の数値がどの程度の割合存在するか分かる。

例1 身長180センチ以上の割合（日本人成人男子の 平均身長  $\mu = 165$  標準偏差  $\delta = 6$ ）

$$180 - 165 = 15 \quad 15 = 6 \times 2.5$$

正規分布表上で確認すると、**2.50** は **0.00621** よって、**0.621** パーセント。

ついでに、任意の二人を取り出して身長を足した場合は  $\mu$  は2倍。  $\delta$  はルート2倍になる。

例2 ある物流拠点の商品の欠品を10%以下にしたい。（与えられた条件は  $\mu = 100$   $\delta = 20$ ）

**10%**、即ち **0.1** に最も近くてそれより小さい値を正規分布表上で探すと **0.0985**。これは、**1.29** である。

$20 \times 1.29 = 25.8$  よって、 $100 + 25 = 125$  よって125個用意すれば欠品10%以下になる。（126かも）

なお、4つの流通拠点の統合では、 $\mu$  は4倍  $\delta$  はルート4（つまり2）倍になる。

こういう、欠品を見越しておくのを不確実性のプールと言うらしい。