

# アイデアの芽吹き ~vol.73

加盟店様の事例、他業界の取組み、商品の使用感等7行7の「種 (SEEDS)」となる情報を毎月中頃に配信！



## 購買意欲がどんどんアップ！ ~消費者心理を意識する~

インターネット上においては、広告やサイトのデザインだけで「買いたい！」と思わせないといけないため消費者心理を特に考慮する必要があるそうですが、対面での販売やお客様に配布するチラシなどにおいても、共通点が多いのではないのでしょうか。今回は購買意欲アップに関する内容についてご紹介させていただきます。



### <購買意欲をくすぐるあれこれ>

#### ◆手に入れるのが難しいものほど欲しくなる！

簡単には手に入らず、周りで持っている人が少ないもの、「品薄」「数量限定」「先着10名様限り」「ラスト1点」「期間限定」のように、**希少性の高さ・限定性を強調されると興味湧いて欲しくなる心理**を「スノブ効果」と言うとのこと。「他人とは違うものを手に入れたい」という心理が背景にあるそうです。



#### ◆「みんなと同じ」という安心感

『スノブ効果』とは逆に、**人には周囲と同じ行動をしていると安心するという性質もある**のだとか。人が持っているから自分も欲しい、流行に乗り遅れたくないという心理が作用して、



持っている人が多いほど需要が高まる効果を『バンドワゴン効果(※)』と言うとのこと。「人気商品」「売上ランキング1位」「50代主婦の3人に1人は買っています」など、「よく買われているもの=失敗

がない」と考えて多数の人と同じものを持ちたくなる心理が背景にあるそうです。(※)バンドワゴン…行列の先頭をいく楽隊車

#### ◆権威がちらつくと信じたくなる

「〇〇賞受賞」「口コミ月間ランキング1位」「皮膚科医推奨」など、太鼓判を押されているように感じて「この商品なら大丈夫だ」と、商品への信用度が上がるそうです。

#### ◆選択肢が多いと決めることが面倒くさくなる

選択肢が多すぎると選ぶのがわずらわしくなり、決めるのを保留にしてしまう『決定回避』という心理状況に陥るのだとか。商品別に「〇〇におすすめ」などターゲットごとに絞り込んでご紹介すると、お客様も迷わず選びやすくなり、結果、購買率を上げられるのかもしれません。



### <色には購買意欲を高める効果あり>

喫茶店などは、木目調やベージュなど人々の心を落ち着かせる色づかいが多く、反対にファストフード店は、顧客の回転率を高めるため「人々を急かす」色である『赤』を基調としていることが多いとのこと。配布するチラシなども、ターゲットや目的に合わせて色使いを変えることで、効果アップが期待出来るかもしれません。

◆**購買意欲を高める色…『赤』**  
購買意欲を高める色も『赤』なのだとか。『赤』は、見ている人の注意を引きつけ、血圧・体温・興奮を高める作用があり、購買意欲を高めると言われているそうです。

2,480円 クーポン利用で 500円OFF!

#### ◆顧客単価を上げる色…『黒』『紫』

顧客単価を上げたい時に効果的と言われているのが『黒』や『紫』とのこと。高級感・重厚感・優雅さなどを表現する色だそうです。

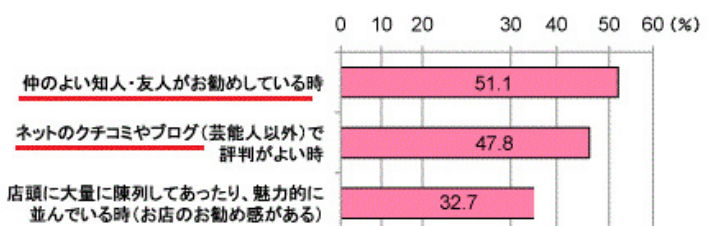
#### ◆特に女性をターゲットにする色…『ピンク』

「女性的・ロマンティック・かわいい」という心理イメージを作る色で、美容・ファッション関係に使われることが多く、若い世代にも受け入れられやすい色だそうです。女性をターゲットにしたい場合に使うと効果的かもしれません。



### <購買意欲が高まる理由を尋ねると…>

約1000人に対して『購買意欲が高まる理由』についてのアンケート調査を行ったところ、『**仲のよい知人・友人がおススメしている時**』『インターネットのクチコミやブログで評判が良い時』と回答した人が半数近くに上ったそうです。『**情報の共有**』が購買意欲に影響を与える大きさがよく分かるアンケート結果だと考えられます。



【参考元: サンケイリビング新聞社: OLマーケットレポート】