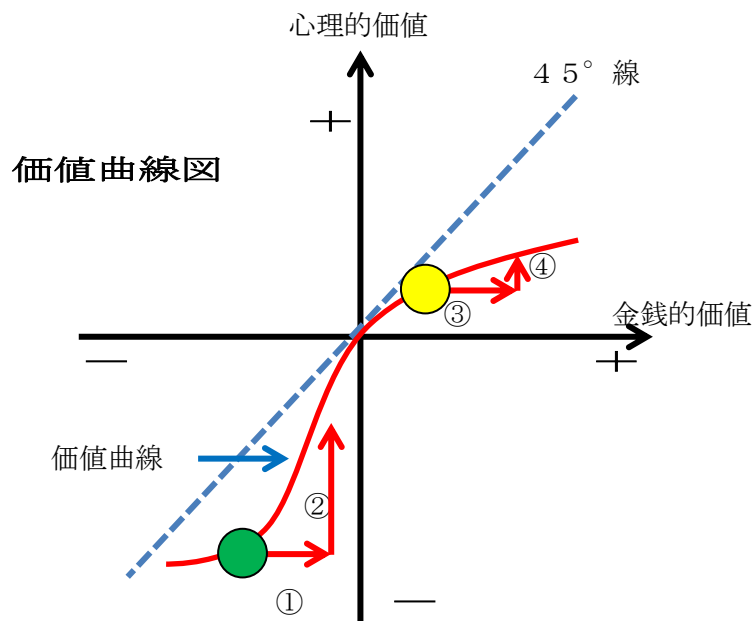


今回のテーマは
プロスペクト理論

5分でマスター「経営課題の解決法」Q & A

Q：プロスペクト理論とは何か？ その活用策は？

A：心理経済学の理論です。営業実践で役立つ考え方です。



上図を見て下さい。縦軸は心理的価値です。上に行けば行くほど+、つまり満足度が高いことを示します。横軸は金銭的価値です。右へ行けば行くほど得る金銭が多いことを示します。右上から左下へ流れる45°線は、心理的価値と金銭的価値が同じ量、増えたり減ったりする位置を示します。つまり45°線は、例えば金銭的価値が10増えれば心理的価値も10増える、5減れば5減ると（人間は通常はそうなる）、いうことを示します。赤のゆるいS型の線は価値曲線です。線の形は45°線とは大きく異なります。この線が示す意味を説明します。

今、緑の丸の位置にいます。マイナスとマイナスの象限です。会社・部門で言えば赤字のような状態と考えて下さい。その時、ある行動を取り、①の矢印の長さが示す金銭的価値を得たとします。その時の心理的価値の増加分は②の矢印の長さです。②は①より長いです。

一方、黄色の丸の位置にいます。プラスとプラスです。会社・部門で言えば業績は

順風満帆です。その時、ある行動を取り、③の矢印の長さが示す金銭的価値を得たとします。その時の心理的価値の増加分は④の矢印の長さです。④は③より短いです。

この価値曲線は次のことを示します。

- 人がマイナスの状態を得た金銭的価値は非常に大きな、金銭的価値の増加分を上回る心理的価値＝満足度を生む
 - 一方、プラスの状態を得た金銭的価値は大した心理的価値につながらない。むしろ金銭的価値の増加分より満足度は少ない
 - とすることは、人は心理的満足度の増加を求めて、マイナスの状態を何とかしようとする行動は、プラスの状態をさらに良くしようとする行動より、強く、顕著に現れる
- この理論をプロスペクト理論といいます。実証研究から導かれた理論です。心理経済学の分野の研究成果です。

今、二つのビジネスを展開しているとします。一つは成功しており今後も投資を続ければ収益はさらに高まる可能性があります。他方は失敗しています。今後の見通しも明るくありません。通常であれば成功しているビジネスに投資をします。しかし何故か「経営者」は失敗しているビジネスに投資をし巻き返しを図ろうとします。その理由をプロスペクト理論は解明しています。

プロスペクト理論は一見、不条理です。しかし人間にそのような心理的行動があるという実証がある限り、不条理でも合理です。企業としては人間のこの心理的行動をうまく活用する必要があります。つまり顧客が現在マイナスの状態にあることを認識させることです。顧客がそれに気づけば、強く、顕著な、行動に出る可能性が高まります。その一例です。

- ファイナンシャルプランナーが・・・『ずいぶん損をしていますね!』
- 税理士が・・・『そんなに多く税金納めているんですか?』
- メーカーに・・・『生産コスト多すぎです!機械が古いタイプでは?』
- マーケッターが・・・『これネーミングが・・・、もっと売れていいはずです!』
- ハイブリッドカーの広告から・・・『お父さん、うちガソリン代多すぎるよ!』

貴社における理論の活用策です。営業マンに「各製品ごとに顧客が現在マイナスの状態にあることを認識させる営業トーク」を創作させてください。キャリアある営業であれば、どんどん出てきます。それを若手も含めて共有化していきます。かなり役立ちます!