

経営講座

「行動経済学は『企業経営におけるマーケティングの仕方』に

大きな影響を与える」

2017年のノーベル経済学賞を「行動経済学」の理論的發展に貢献した米シカゴ大学のリチャード・セイラー教授が受賞。今話題になっているこの「行動経済学」を簡単に説明する。

従来の経済学では、人間は合理的かつ功利的な判断(得するものを選ぶ)をするとされていたが、

行動経済学では、人間は感情で動く生き物であり、時に非合理的な行動を選択するというものである。

この法則を研究するのが行動経済学である。

この行動経済学は、企業経営における「マーケティングの仕方」に大きな影響を与える。

具体例を挙げて説明する。

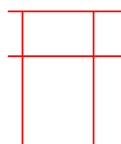
A、スピード違反の看板

いくらスピード違反の看板を立てても違反が減らない。

そこで、看板に人間の目を付けた。←違反が減った。



B、チリの不法投棄が無くならない。



小さな鳥居を建てた←チリの不法投棄が減った。

C、商品価格

1) 二つの商品価格

商品 a : 1000円 ※多くの人は商品 a を選ぶ。 a の売上多し。

商品 b : 1500円

2) 商品 c : 2000円を追加した。

商品 a : 1000円

商品 b : 1500円 ※商品 b が売れる (最も選ばれる)。売上増

商品 c : 2000円 追加

これで売上・利益アップした企業有、これが行動経済学をビジネスに活かした例。

※BSジャパン未来世紀ジパングより 5月6日(日)17時30分~より抜粋

< 龍馬社長大学 学長 奴田原 惇郎 (ぬたはら・あつお) >

