



お正月も勉強尽く  
だったので、少しゆっ  
り寝ようかな～

どうぶつのくすりやさん改め【くすりやさんの心理学】。

またもや3年次後期の期末試験を終えたところで、皆さんにお役立てできそうな「心理学」理論をご紹介します。

よろしければ日常の接客にご活用ください。



## 心理的財布理論 (1986)



今日は心理学の中でも、購買行動における1つの理論をご紹介します。  
下記の状況を少し想像してみてください。

- パターン1 **2万円**のスーツを買おうと思ったけど、好きな色は**2万5千円**だった
- パターン2 **210円**のバスで行こうとしたが、時間が無くタクシーで**800円**かった

パターン1は5000円の差、パターン2は590円の差。でもパターン2の方が、もったいない・・・と思いませんか？

実は、**実質的なお財布は1つでも、使用目的、商品ごとに異なった心の財布 (=心理的財布) を持っているものなのです。**

### ■心理的財布のセグメントと例

【個人内】 (使う人が同じ)	■商品が違うが人が同じ  「私は洋服にはお金をかけるが、交通費にはお金をかけない」	【商品間】 (異なる商品) ■商品も使う人も違う  「夫はゴルフにはお金を使うが、ワインには一切使わない。妻はワインにはお金を使うが、ゴルフには一切使わない」	【個人間】 (使う人が異なる人)
	■商品も人も同じ  「10万円のカーペット。普段なら買えないが、新築の一軒家を建てた時ならなんてことない」	【商品内】 (商品が同じ) ■商品は同じで人は違う  「飲み代に1万円。夫は平気で使うが、専業主婦の妻にとっては、外食で1万円なんてとんでもない！」	

### 【心理的財布から言えること】

- 人によって持っている財布の大きさや種類が違う
- 物は同じでも違う財布から支出されることもある
- 特定の財布が拡大したりする  
(例：旅行の時はいつもは買わないものを買ったりする)

皆さんも思いあたる節はありませんか？ 心理的財布は個人によってその時によって違うので、うまく状況を理解すると、日頃のO T Cの購買促進、ご夫婦のけんか？！にも役立つかもしれません。

### 薬局で応用するとしたら・・・

少し高価なサプリメントをおすすめするとき、商品も人も同じなので、「別の種類の価値観や期待を促す」と良いでしょう。例えば「総合栄養補給」のサプリメントの場合、健康維持が目的です。しかし、「この中にはお肌の代謝をよくするビタミンB群や抗酸化作用のあるビタミンCも配合されているので、美容にも良いですよ」と美容目的の期待をアドバイス。

または、異なる人の財布を使うために「ご自身だけではなくお子様も服用いただけますよ」と、アドバイスをします。

患者さん対応の正解は一つではありませんが、ご参考までに♪