

行動経済学にみるゴールベースアプローチ

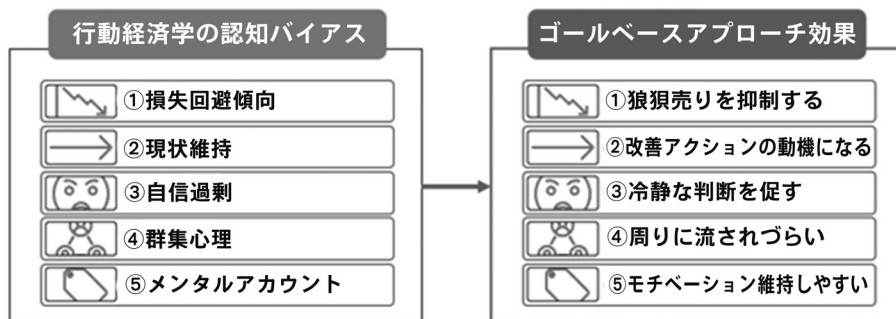
顧客との関係再構築が求められる中、デジタルから対面営業の重要性が再評価されている。LTV（顧客生涯価値）を最大化するためには、顧客と長期的な取引関係を維持することが必要だ。注目されるゴールベースアプローチという営業手法が、行動経済学の側面からLTVの最大化に寄与するのか論考する。

行動経済学は1970年代後半、心理学者ダニエル・カーネマン、エイモス・トヴェルスキーらによって体系化された。行動経済学では、これまでの経済学の「人間は合理的な経済行動を行う（ホモ・エコノミクス）」という前提から、「人間は合理的ではない行動をする」という前提にたち、心理学の実証実験やデータ分析を取り入れ、行動メカニズムを読み解こうとする。代表的な認知バイアスは、①損失回避傾向②現状維持③自信過剰④群集心理⑤メンタルアカウンタだ。「損失回避傾向」とは、同一の利益と損失が生じる場合に、人間は利益よりも損失を被るリスクを避ける傾向にあるということ。「現状維持」とは、合理的と頭ではわかっている、現状維持を優先すること。「自信過剰」とは、みずからの能力や知識を過剰評価し、過剰な取引を行うこと。「群集心理」とは、多数の意見へ同調意識が働き、同質の行動を取ること。「メンタルアカウンタ」とは、お金に心の名札をつけ、その名札に従い使い方が変わる傾向があることを指す。これら認知バイアスが、相場やライフプランの変化などの不確定要素と重ねることで、

人間は非合理的な投資行動を行うことになる。この行動こそがLTVの最大化の阻害要因となる。

ゴールベースアプローチは、顧客やその家族の夢や目標（ゴール）を言語化することから始まる。このゴールが顧客の認知バイアスの緩衝材として機能することで、合理的な判断を継続させることになる。例えば、相場が急落した際、通常であれば「損失回避傾向」により、資産売却というアクションを取りがちだ。しかし、ゴールベースア

プローチでは、ゴール達成という目標が緩衝材となり、運用継続という判断を導く。また、



アドバイザーが資産運用プランに対する改善提案を行うことで、「現状維持」「自信過剰」「群集心理」が緩衝され、継続アクションを促していく。さらに、ゴール設定するため、「メンタルアカウンタ」でいう名札に従った投資行動を行うためのモチベーションを高める効果がある。

このように、ゴールベースアプローチは、LTV最大化の阻害要因である認知バイアスを緩衝させる効果をもつ。情報格差を武器にできない昨今。顧客との関係再構築には、従来の商品販売という付加価値に加え、ゴール達成の伴走者という新しい付加価値を提供し、選ばれる金融機関にならなければならない。