

前言 2

序章

上街去看行為經濟學 8

行為經濟學是什麼？ 12

推動經濟運轉的是「人的情感」 14

行為經濟學會在什麼地方派上用場？ 16

Chapter 1

行為經濟學的購物路商室 18

1 人會有這樣不理性的行為

01 人是一種更在乎「損失」而非「得利」的動物 20

02 為什麼會買放在收銀機前的巧克力？ 22

03 喜歡的藝人代言的商品引人垂涎！ 24

04 肚子餓時去超市購物容易買太多 26

05 人為什麼會沉迷於社群網路遊戲？ 28

06 多次見到同一個人或事物，好感度就會增加 30

07 正在減肥卻吃了眼前的蛋糕 32

08 自己動手DIY，價值就會提高 34

09 為什麼相同的金額，感受卻不同？ 36

10 種類多並不意味著容易選擇 38

11 為什麼只要是「我推」的周邊商品就買單？ 40

12 為什麼去吃自助餐總往住會吃過量？ 42

13 人討厭改變 44

14 大家都有的東西我不想要 46

15 「因為免費所以賺到」是真的嗎？ 48

16 人會想藉由損益計算來彌補內心的不滿 50

行為經濟學的購物路商室 52

Chapter 2

2 讓你當個聰明消費者的行為經濟學

01 為什麼會選擇「竹」便當？ 54

02 你真的想要降價的高檔包包嗎？ 56

03 明知中獎機率低，還是掏錢買彩券 58

04 如果「一天只要100元」，要投保嗎？ 60

05 「優惠25%」的宣傳標語讓活動成功 62

06 為什麼進行時購買當地的特產不會手軟？ 64

07 為什麼快樂的音樂會讓人加快步伐？ 66

08 如何選擇是會被誘導的 68

09 為什麼明明免費卻有利可圖？ 70

10 為什麼「詳情請見網站」會讓人在意？ 72

11 當事情有點進展就會讓人產生幹勁！ 74

12 一旦訴諸風險，人就會有所行動 76

13 為什麼有些人喜歡買「保險」？ 78

14 電視廣告是為已購買商品的人存在 80

15 用廣告詞引起注意，讓人覺得自己就是那樣 82

16 想湊齊同一品牌的家電和家具 84

17 網上網路拍賣 86

18 為什麼會覺得點數回饋很划算？ 88

19 忍不住在電視購物頻道下訂 90

行為經濟學的購物路商室 92

Chapter 3 生活中的行為經濟學

- 01 為什麼會產生癮初癮鬱？..... 94
- 02 不承認失敗的態度會導致進一步損失..... 96
- 03 透過判斷的客觀不見得正確..... 98
- 04 把規則也套用在小事上..... 100
- 05 想成為群體的一分子..... 102
- 06 人並非只受金錢驅動..... 104
- 07 超高的數量多過美髮院和牙醫診所？..... 106
- 08 當事情和自己有關就會動起來..... 108
- 09 要接受死亡率10%的手術嗎？..... 110
- 10 第一印象決定後續發展..... 112
- 11 如果「有理由」就能接受它很便宜..... 114

Chapter 4 這種地方也有行為經濟學

- 1.2 為什麼日本會發生養老金2000萬圓問題？..... 114
- 行為經濟學的購物諮詢室..... 118
- 01 為他人而做會感到快樂..... 120
- 02 事後心滿意足更快樂..... 122
- 03 人一多就覺得安心..... 124
- 04 記憶好壞取決於「高峰」和「結束」時的感覺..... 126
- 05 人會試圖回應他人的善意..... 128
- 06 多數人會高估自己..... 130

Chapter 5 「Nudge」被用在這種地方

- 行為經濟學的購物諮詢室..... 142
- 07 以為後悔為自我辯護..... 132
- 08 肯定自己所想的人事物..... 134
- 09 後悔沒有採取行動..... 136
- 10 大獲成功的「Go Milk」廣告..... 138
- 11 讓人容易選擇你期望的選項..... 140
- 01 不知不覺地增進健康..... 144
- 02 推力使城市和公共設施變乾淨..... 146
- 03 公共政策中的推力..... 148
- 04 成為一個能夠做出理想行為的人..... 150

行為經濟學與今後

- ① 用好的「選擇」創造充滿活力的人生..... 152
- ② 珍視人不完美那一面的學問..... 154
- ③ 有優點也有缺點的「權力」..... 156
- 行為經濟學用語集..... 158
- 索引..... 165
- 參考文獻..... 169
- 如果你會怎麼做？..... 170
- 制定「我的購物10原則」..... 174
- 我的購物10原則..... 175

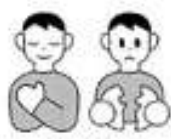
人際關係

人際關係變順暢

你將能夠理解被情緒帶走的不理性行為背後的原因和機制。



對人際關係的理解加深



每個人都覺得自己很重要，每個人都會記賬



每個人心中都有公正行事的意志



認為自己的看法最好、最正確的情況減少

個人

學會自我控制

行為經濟學現在感覺超目標！



動力提升



善用金錢



使用小份量以防飲食過量



了解自己容易犯的錯誤和失誤



了解自己的習慣
• 執著於慣性
• 無法做決定

社會

對社會、政治和企業的改革有幫助



國家 地方政府



促使它們往更好的方向發展



A公司 B公司
能夠為他人的利益採取行動



企業能夠與社會建立和諧的關係

追加購物時容易錯買

以下案例的參考點為0元。一旦購買之後，若再追加購買時，由於損失遠離參考點的0元，因此心裡平衡感提高，很可能做出錯誤的購買決策。



對策 進行大量購物之後再追加購買時，應先把之前的購物金額完全歸零才能冷靜地購物。



不要買大頭

購物時要做出正確而穩定的判斷很困難，因為我們會不自覺地受到自己設定的「參考點」影響。為了避免多花冤枉錢，買了不該買的東西，自問「是否根據參考點做判斷」很重要。假使能察覺自己內心有個參考點，就必須有具體標準進行重設。舉例來說，當你花了300元購物後看到10元的巧克力時，要選擇「要是她沒有先買了300元的東西，是否還會買這個巧克力」。透過這樣有意識的試驗，可以讓我們做出更好的購物決策。

應該如何避免「衝動購買」？

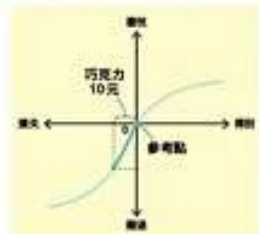
金錢的價值不僅在於金額的大小。有關於金錢方面的情緒，不必然取決於金額的大小。舉例來說，確定明年年收入時的感受，主要取決於和今年年收入比較的結果。假設明年年收入為200萬，如果今年是100萬就會對此感到「喜悅」。然而如果今年是300萬，應該會對此感到「難過」吧。像這裡的判斷基準（今年年收入）就稱為「參考點」。與其有關的心理，具有得失距離參考點愈遠，情緒變化愈小的傾向。一旦購買之後，若再追加購買時，由於受到這種心理的影響，付錢比較不覺得痛，很可能會導致無謂的花費。

潛藏在收銀機前的10元陷阱

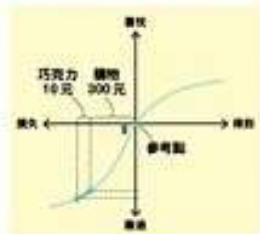
在商店等待結帳的過程中，我們有時會購買放在收銀機前的小零食。這筆花費是外加在已選購好的物品之上，所以付錢時的心理負擔較小。



● 只購買10元巧克力的情況



● 購物時外加的情況



得失從0元起算，心理的難過程度較高，所以單買巧克力的話，比較買不下手。

花300元購物之後，支出10元的花費，心理的難過程度較低，所以會毫不在乎地掏錢購買。

跟給人好印象的業務員購買產品的心理偏誤

一旦「情急捷思」起作用，就會相信給人好印象的業務員推薦的商品功效高，甚至認定買賣交易本身的風險低，很安全。



被利用來犯罪的情急捷思

一般的騙徒會笑容滿面，舉止親密地接近人，使人相信他們的謊言。而我們之所以會被他們良好的外表和舉止所騙，就是因為「情急捷思」的關係。



根據好惡之類的情感進行判斷

我們有時候會以自己喜不喜歡之類的情感來判斷本來應當理性判斷的事情。例如：一件事情的好壞，行為的選擇，發生的頻率和機率等。這種心理偏誤稱之為「情急捷思」，它會在各種場合中影響我們。有一項研究調查了全世界主要股票市場的一股「指數」和「一上午日照時間」的關係。結果發現兩者之間有關係。特別愉快的早晨，投資人的心情也會比較積極正向，即便有風險，仍然會積極投資，使得股價上漲和報酬率變高。連在那麼重要的金錢投資上，情緒也會發揮強烈的影響。

為什麼只要是「我推」的周邊商品就買單？

喜歡上了就想擁有

因為喜歡而想擁有是很自然的事，但無意識地認定自己中意的商品很優秀，應該買，這種情況就受到「情急捷思」的影響。



對策

盡可能根據邏輯思考做決定才能避免受到「情急捷思」影響，例如尋找自己有好感的對象的缺點，去注意自己不太喜歡的對象的優點等。



雜誌附贈附錄的機制

最初是對附錄感興趣才開始買雜誌，沒有太當一回事。雖然沒有非持續下去不可的堅定意志，但因為之前購買數次的附錄白費，所以無法停止。



想了解更多

「沉沒成本效應」的影響及於各種場面。比方說，捨不得丟棄尺寸不合的鞋子也是這種心理所結。另外，如果持續玩社群網路遊戲，就會不覺自白浪費投入許多金錢和時間才得到的道具和裝備、地位、技巧等。結果就是繼續玩遊戲，開關增加，這也是因為「沉沒成本效應」的關係。企業或政府機關辦一項事業時，不但相關人員要在費許多時間和精力，還需要投入資金。即使中途發覺事業所以失敗告終，一旦這種心理發揮作用便無法放棄。這一切的原因就是一執著於過去投入的成本。

受沉沒成本效應影響的時刻

「沉沒成本效應」的影響及於各種場面。比方說，捨不得丟棄尺寸不合的鞋子也是這種心理所結。另外，如果持續玩社群網路遊戲，就會不覺自白浪費投入許多金錢和時間才得到的道具和裝備、地位、技巧等。結果就是繼續玩遊戲，開關增加，這也是因為「沉沒成本效應」的關係。企業或政府機關辦一項事業時，不但相關人員要在費許多時間和精力，還需要投入資金。即使中途發覺事業所以失敗告終，一旦這種心理發揮作用便無法放棄。這一切的原因就是一執著於過去投入的成本。

為什麼去吃到飽餐廳往往會吃過量？

KEYWORD 沉沒成本效應

人會執著於已經付出的錢

在這些已經付出去，再也收不回的錢也無濟於事，原本應該忘了它，思考今後該如何運用金錢，但又會放在心上，不希望它白白浪費掉。這種心理是受到行為經濟學中的一沉沒成本效應（Sunk Cost）的影響。所謂沉沒成本（Sunk Cost）指的是過去已支付而無法回收的成本。這裡的成本不僅是金錢，還包含付出的時間、勞力等各種形式的成本。這種心理一旦發揮作用，即便知道不果也無法停止同樣的行為，應當將沉沒成本切斷開來，思考其價值是否能延續到未來。

吃到飽以吃為重，享受是其次

吃到飽形式的自助餐，一餐地支付的費用就是沉沒成本，不論吃或不吃，錢都回不來。因此我們會傾向採取不消費那筆錢的行動。



當「沉沒成本效應」起作用時，我們會忘記享受，也不在乎喜歡那餐食，只想著能吃多少就吃多少。



如果是別人送的餐券，沉沒成本效應不會起作用，可以輕鬆地享受餐點。

買2件打8折划算嗎？

遇到加購第二件打8折時，我們會當機立決買起加購的商品，卻為了獲得折扣而選擇符合該數額的商品。



不要買大頭

人容易以為「免費」或「打折」是「賺到」

一旦我們知道有可能獲得「免費贈品」或「折扣」時，就會看不見其他東西。原本應當思考要買多少錢，結果會得到什麼。另外，在需要支付額外的費用才能獲得免費贈品折扣的情況下，我們會心想只要金額符合就行了，而不會去管是什麼商品。這不是購物，只是試圖尋找花錢的對象。而理論上，我們應當購買真正想要的東西，如果沒有就不買。

「損失規避」的心理一旦起作用，我們的想法和行為就會偏向「不買就吃虧」的方向，不應該隨著眼前的損失才動。

為了享有「免費」而花錢？

當得與失的程度相同時，因為損失帶來的難過大於獲得的喜悅，所以會下意識地逃避損失。這種心理就是「損失規避」。受到這種心理影響，把損失可以用更便宜的價格購買，可以接受服務的機會視為一種損失。有時反而會造成損失。比方說，「一次買很多」有時確實比較便宜，但需要花時間消耗的物品，更為儲放地點儲藏；食品的話，則可能放到賞味期限過期。另外，為了不浪費免費取得的「折價券」而購買的商品，也可能後來發覺根本不需要，應該買自己需要的商品與需要的量。

為了免繳停車費而購物划算嗎？

應該付停車費，還是加購100元的物品？最好能冷靜比較一下。但我們往往只考慮到免繳停車費。



before 200元 + 停車費 40元 = 240元

after 200元 + 100元 + 免停車費 = 300元

咦？額外多付了。

在「購物滿 300 元可免費停車 1 小時」的店裡消費 200 元後，發覺再消費 100 元就能免繳 40 元的停車費，認為該免費的機會是種「損失」，而額外加購商品，將導致更大的損失。

管理人類行為的方式

超理性的經濟人

人的行為背後
存在各種心理活動

經濟學

研究經濟機制和
經濟活動運行規則的
學問政府的經濟政策·
企業的追求利潤·
以及個人消費

心理學

以科學方式闡明
人類的
心理活動和行為

何謂行為經濟學？

在以往的經濟學中，「人類不理性的行為和判斷」都只是例外。然而，在行為經濟學對人類心理和行為的關照中已經得知，這些行為都是遵循歷史的法則發生的。

管理人類行為的方式

依照感覺行事的普通人



行為經濟學

