週刊WEB
企業経営 MAGAZINE
Vol.712 2021. 2. 16

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター　2021年2月5日号

原油価格はコロナ前を回復

～今後の注目点と見通し

経済・金融フラッシュ　2021年2月10日号

企業物価指数（2021年1月）

～前年比マイナス幅の縮小傾向が続く

経営 TOPICS

統計調査資料

景気ウォッチャー調査

（令和3年1月調査結果）

経営情報レポート

先が不透明な内外経済の行方！
2021年の日本経済予測

経営データベース

ジャンル：営業管理　＞　サブジャンル：購買心理

「ツアイガルニック効果」とは
「VAKOGモデル」の事例

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行：税理士法人　森田会計事務所

ネット
ジャーナル

原油価格はコロナ前を回復
～今後の注目点と見通し

ニッセイ基礎研究所

1　WTI先物は11月以降上昇を続け、足元では新型コロナ拡大前の昨年1月下旬以来の高水準にあたる56ドル台にまで回復している。

WTI原油先物と米株価
（2020年～）

（資料）Bloomberg

2　昨年秋以降に欧米などでコロナ感染が再拡大したことで、原油需要回復の足取りは鈍いものの、❶ワクチン普及による先行きの需要回復が織り込まれたうえ、❷OPECプラスによる大規模減産の継続とその順守、米シェールの生産停滞による供給の抑制、❸金融緩和継続等に伴う投資家マインド改善が原油価格回復に複合的に寄与したと考えられる。

3　今後の注目材料として、需要サイドではワクチンの普及ペースと効果、変異種の動向が注目される。一方、供給サイドでは❶米シェールの生産動向とバイデン新政権による石油開発規制の影響、❷OPECプラスによる減産縮小ペースとサウジの出方、❸減産を除外されている3カ国の生産動向（特にイラン制裁の行方）、❹投資家マインドを支える米金融緩和の持続性が注目材料になる。

4　以上を踏まえてWTI先物の年内の見通しを考えると、概ね堅調な展開が予想される。ワクチンの普及が進み、米国などでは経済活動が正常化に向かうと期待されるためだ。財政出動も相まって需要は回復を辿るだろう。

ただし、大幅な上昇は見込めない。まず、これまで期待先行的に需要回復を織り込んできたが、ワクチン普及には時間がかかるほか、米国では不需要期に入る。

当面は上値が重く、一旦調整するリスクが高い。

また、今後は米シェールの緩やかな増産とOPECプラスの減産縮小が見込まれるうえ、年後半には米量的緩和縮小への警戒感が原油価格の重荷になりそうだ。

従って、年末にかけて50ドル弱～60ドル強のレンジで、一旦調整を挟んだ後に徐々に持ち直す展開を予想している。不確実性が高い材料が多いだけに、たびたび市場が不安定化する可能性も高い。

「Ｗｅｅｋｌｙエコノミスト・レター」の全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください

経済・金融フラッシュ要旨　2021年2月10日号

ネット
ジャーナル

企業物価指数（2021年1月）
～前年比マイナス幅の縮小傾向が続く

ニッセイ基礎研究所

1 原油価格の上昇などにより国内企業物価のマイナス幅が縮小

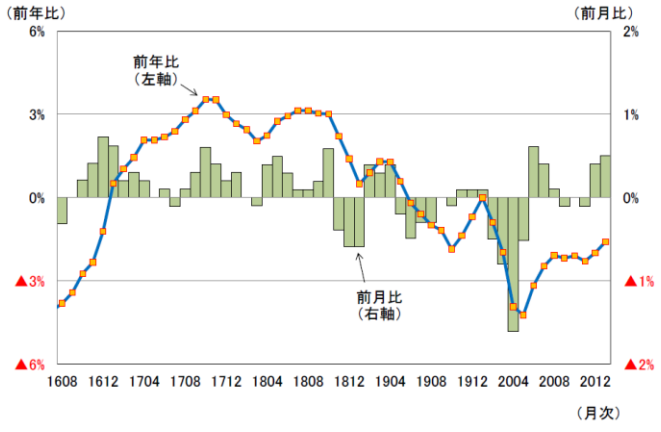
2月10日に日本銀行から発表された企業物価指数によると、21年1月の国内企業物価は前年比▲1.6%（20年12月：同▲2.0%）と11ヵ月連続のマイナスとなったが、マイナス幅は前月から縮小した。

事前の市場予想（QUICK集計：前年比▲1.6%、当社予想は同▲1.7%）通りの結果となった。

また、消費税を除いたベースでは12ヵ月連続のマイナスとなった。

内外の経済活動の持ち直しに伴い、非鉄金属が前年比12.6%（20年12月：前年比10.2%）と前月から伸びを高めたほか、原油価格の上昇を受けて、石油・石炭製品のマイナス幅が縮小（20年12月：前月比▲16.3%→21年1月：前月比▲14.7%）したことなどにより、国内企業物価の下落幅は前月よりも縮小した。

国内企業物価指数（前年比・前月比）の推移



（注）消費税を除くベース。前月比は夏季電力料金調整後
（資料）日本銀行「企業物価指数」

2 輸入物価（前月比）は3ヵ月連続のプラス

21年1月の輸入物価は、契約通貨ベースでは前月比2.3%（20年12月：同2.4%）と3ヵ月連続のプラスとなった。一方、21年1月の円相場は前月比▲0.1%とほぼ横ばいとなったことから、円ベースでは前月比2.3%（20年12月：同2.1%）と契約通貨ベースと同等の伸びとなった。

契約通貨ベースで輸入物価の内訳をみると、原油が前月比13.8%と前月（同7.3%）から伸びを高めたほか、液化天然ガスが前月比2.0%と4ヵ月連続でプラスとなったことなどを受けて、石油・石炭・天然ガスが前月比8.7%（20年12月：同7.1%）と3ヵ月連続で上昇した。

3 国内企業物価のマイナス幅は縮小へ

21年1月の需要段階別指数（国内品＋輸入品）をみると、素原材料が前年比▲12.7%（20年12月：同▲15.5%）、中間財が前年比▲2.5%（20年12月：同▲3.2%）、最終財が前年比▲1.4%（20年12月：同▲1.4%）となった。

最終財の下落幅は前月から変わらなかったが、素原材料、中間財は下落幅が縮小しており、経済活動の持ち直しを受けた素原材料の下落幅縮小が川下の価格にも波及しているとみられる。

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

経営 TOPICS
統計調査資料
抜 粋

景気ウォッチャー調査
（令和3年1月調査結果）

内閣府　2021年2月8日公表

今月の動き（2021年1月）

1月の現状判断DI（季節調整値）は、前月差 3.1 ポイント低下の 31.2 となった。

家計動向関連DIは、小売関連等が低下したことから低下した。企業動向関連DIは、製造業等が低下したことから低下した。雇用関連DIについては、低下した。

1月の先行き判断DI（季節調整値）は、前月差 3.8 ポイント上昇の 39.9 となった。

家計動向関連DI、企業動向関連DI、雇用関連DIが上昇した。

なお、原数値でみると、現状判断DIは前月差 6.4 ポイント低下の 30.1 となり、先行き判断DIは前月差 5.4 ポイント上昇の 41.5 となった。

今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、このところ弱まっている。

先行きについては、感染症の動向に対する懸念がみられる。」とまとめられる。

Ⅰ. 全国の動向

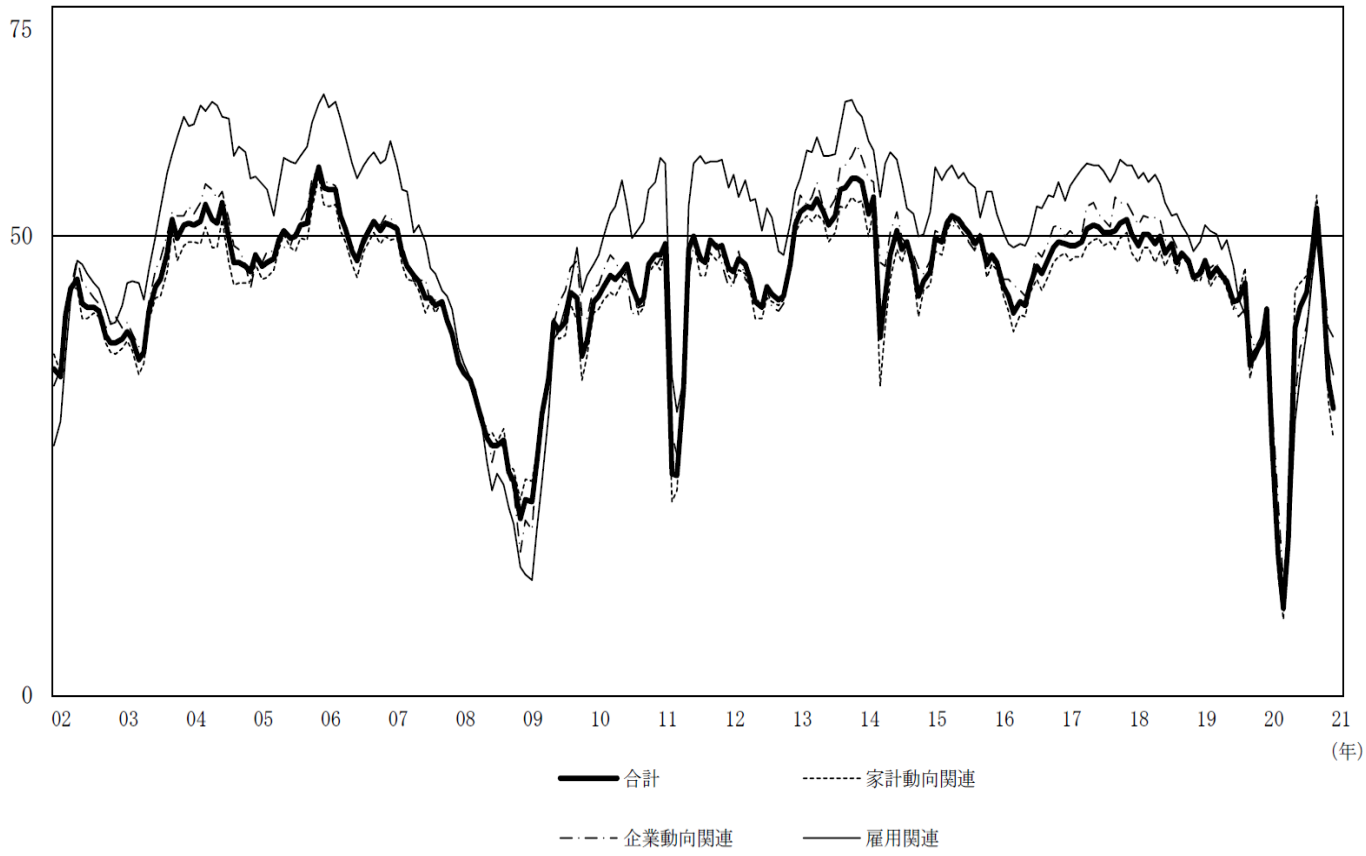
1 景気の現状判断DI（季節調整値）

3か月前と比較しての景気の現状に対する判断DIは、31.2 となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのDIが低下したことから、前月を 3.1 ポイント下回り、3か月連続の低下となった。

景気の現状判断DI（季節調整値）

（DI）	年	2020					2021	
	月	8	9	10	11	12	1	(前月差)
合計		43.7	47.8	53.0	43.8	34.3	31.2	(-3.1)
家計動向関連		45.6	49.0	54.4	43.2	32.1	28.0	(-4.1)
小売関連		47.0	47.0	53.0	43.1	36.0	30.8	(-5.2)
飲食関連		37.5	55.0	59.5	34.6	16.1	15.1	(-1.0)
サービス関連		45.6	51.5	57.7	45.7	27.1	22.8	(-4.3)
住宅関連		41.1	50.5	45.9	43.0	37.4	42.0	(4.6)
企業動向関連		40.2	45.1	50.5	46.0	39.9	39.0	(-0.9)
製造業		40.3	48.0	51.0	47.4	45.3	43.7	(-1.6)
非製造業		39.9	42.3	49.6	44.7	36.0	35.7	(-0.3)
雇用関連		39.6	45.0	49.6	42.6	37.4	34.9	(-2.5)

景気の現状判断DI（季節調整値）



2 景気の先行き判断DI（季節調整値）

２～３か月先の景気の先行きに対する判断ＤＩは、39.9 となった。

家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのＤＩが上昇したことから、前月を 3.8 ポイント上回った。

景気の先行き判断DI（季節調整値）

（ＤＩ）	年	2020					2021	
	月	8	9	10	11	12	1	(前月差)
合計		42.9	47.1	47.7	35.0	36.1	39.9	(3.8)
家計動向関連		43.5	47.5	47.9	33.9	35.3	39.5	(4.2)
小売関連		44.4	46.8	47.7	36.0	36.7	39.7	(3.0)
飲食関連		40.6	49.1	47.2	21.8	29.3	37.5	(8.2)
サービス関連		43.7	50.0	48.7	31.7	33.1	39.0	(5.9)
住宅関連		37.6	40.8	46.3	38.9	38.9	41.5	(2.6)
企業動向関連		42.1	46.1	47.0	38.3	39.0	41.5	(2.5)
製造業		44.4	48.4	47.0	41.1	42.5	43.8	(1.3)
非製造業		40.4	44.1	47.2	35.9	36.5	39.7	(3.2)
雇用関連		40.7	46.9	48.1	34.9	35.2	39.4	(4.2)

Ⅱ. 各地域の動向

1 景気の現状判断DI（季節調整値）

前月と比較しての現状判断ＤＩ（各分野計）は、全国 12 地域中、２地域で上昇、９地域で低下、１地域で横ばいであった。最も上昇幅が大きかったのは四国（3.9 ポイント上昇）で、最も低下幅が大きかったのは沖縄（13.7 ポイント低下）であった。

景気の現状判断DI（各分野計）（季節調整値）

（ＤＩ）	年	2020					2021	
	月	8	9	10	11	12	1	（前月差）
全国		43.7	47.8	53.0	43.8	34.3	31.2	(−3.1)
北海道		45.3	47.4	53.1	28.3	26.7	29.6	(2.9)
東北		41.6	43.3	50.3	48.0	35.2	34.4	(−0.8)
関東		43.7	45.5	48.4	39.7	31.7	29.5	(−2.2)
北関東		41.1	44.5	48.4	39.8	34.2	27.0	(−7.2)
南関東		44.6	45.9	48.4	39.7	30.7	30.5	(−0.2)
東京都		48.1	47.1	51.1	43.8	33.7	29.5	(−4.2)
甲信越		41.5	46.5	52.9	41.4	33.2	31.1	(−2.1)
東海		43.8	48.1	50.4	42.3	34.7	32.3	(−2.4)
北陸		42.2	47.6	55.3	48.5	37.6	32.8	(−4.8)
近畿		43.4	46.7	49.2	39.9	31.7	31.7	(0.0)
中国		45.1	49.3	54.3	48.9	36.0	33.8	(−2.2)
四国		47.3	50.9	54.9	44.7	33.3	37.2	(3.9)
九州		46.0	49.0	56.7	50.9	38.0	31.2	(−6.8)
沖縄		36.6	51.8	60.5	54.0	41.8	28.1	(−13.7)

2 景気の先行き判断DI（季節調整値）

前月と比較しての先行き判断ＤＩ（各分野計）は、全国 12 地域中、11 地域で上昇、１地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは北海道、甲信越（10.4 ポイント上昇）で、最も低下幅が大きかったのは沖縄（2.7 ポイント低下）であった。

景気の先行き判断DI（各分野計）（季節調整値）

（ＤＩ）	年	2020					2021	
	月	8	9	10	11	12	1	（前月差）
全国		42.9	47.1	47.7	35.0	36.1	39.9	(3.8)
北海道		42.9	48.5	45.3	28.3	32.6	43.0	(10.4)
東北		40.5	44.7	45.9	35.5	34.8	40.5	(5.7)
関東		42.6	46.8	45.1	33.2	33.7	36.8	(3.1)
北関東		40.5	44.1	46.1	34.1	35.4	35.4	(0.0)
南関東		43.5	47.9	44.6	32.8	33.1	37.4	(4.3)
東京都		47.0	50.4	46.6	33.7	34.9	42.7	(7.8)
甲信越		44.7	50.3	47.0	31.7	34.7	45.1	(10.4)
東海		42.9	46.9	46.2	34.0	37.3	38.1	(0.8)
北陸		39.3	46.7	51.4	39.8	36.7	42.7	(6.0)
近畿		42.8	44.9	44.4	33.9	37.6	38.4	(0.8)
中国		42.5	47.6	48.7	39.9	36.1	41.9	(5.8)
四国		45.2	51.6	49.1	34.7	35.2	42.2	(7.0)
九州		41.4	46.9	49.9	36.0	40.1	43.6	(3.5)
沖縄		41.6	53.5	55.2	41.7	40.7	38.0	(−2.7)

景気ウォッチャー調査（令和３年１月調査結果）の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。

経営情報レポート
要約版

経 営

先が不透明な内外経済の行方！

2021年の 日本経済予測

1. 2020年　日本経済の総括
2. 2021年　日本経済の見通し
3. 主要業界別の見通し
4. 日本経済を取り巻く海外経済の動向
5. 2021年に注目したい経済キーワード

■参考文献
『世界の潮流2020～2021』プレジデント社　『コロナ後の世界経済』集英社　『これからの日本の論点2021』日本経済新聞社　『2021年徹底予測』日経ビジネス　『経済がわかる論点50』　みずほ総合研究所　『2020・2021年　内外経済見通し』　みずほ総合研究所　『2021年日本はこうなる』　三菱UFJリサーチ＆コンサルティング　『アメリカ経済見通し』日本総合研究所『2021年の米国経済見通し』大和総研グループ　他

※詳細は当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」を参照。

1 企業経営情報レポート

2020年　日本経済の総括

2020 年は、世界的に経済が大きく落ち込む年となりました。原因は、年初から世界を騒がせている新型コロナウイルスの感染拡大です。人やモノが世界を移動することを前提としたグローバル化を一時停止させられるとともに、人々の暮らしや働き方を大きく変えました。

国内においては、東京オリンピックの開催の延期という苦渋の決断を迫られました。

2021 年に開催できるのか、世界の動きは回復するのかは、ワクチンの開発と実用化が大きくかかわることになります。本レポートでは、有事に陥った 2020 年の日本経済を総括し、2021 年の経済予測と今後の景気の見通しについて解説していきます。

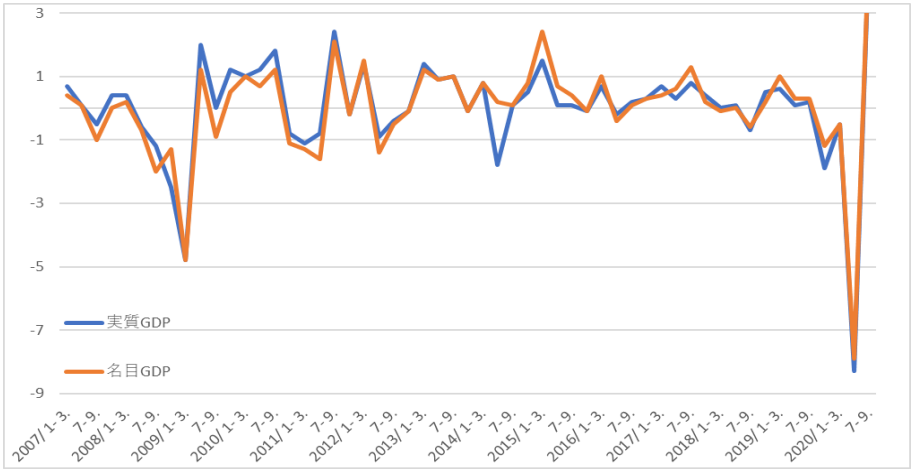
■ 2020年の実質GDP

2020 年の GDP の落ち込みはリーマンショック時をも下回る数値となりました。

リーマンショックの影響が表れた 2009 年には実質 GDP の成長率は大きいときには▲4.8%となりましたが、2020 年ではそれを大きく下回る▲8.3%となりました。

経済にいかに大きな激震が走ったかが見て取れます。

■実質GDPと名目GDPの成長率の推移



出典：内閣府データを元に作成

2020 年７－９月では大幅な落ち込みからの反動もあり、消費や輸出を中心に大きく回復を見せました。しかし、感染拡大の暗影が感じることとなり、自粛の要請が発令されている中では、継続的な回復は見込めない状況です。

■ 日本株の動向

2020 年の日本株は、新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言等により大きく影響を受けています。2019 年末ごろに新型コロナウイルスが発覚し、世間に存在が知れ渡りましたが、2020 年２月頃までは、24,000 円台を堅調に推移しており、２月のダイヤモンド・プリンセス号における感染者発覚の前後から、感染拡大が進み、16,000 円台まで急落しました。

４月の緊急事態宣言後は、特別定額給付金や金融緩和策により、市場への通貨量が多くなっていることから、株価が上がりやすくなり株価の回復を見せています。

11 月からはさらに高値の水準に推移しており、株価バブルのような状態にあります。

2 企業経営情報レポート
2021年　日本経済の見通し

■ 政府発表

2020 年 12 月 22 日内閣府発表の「月例経済報告」より、「わが国経済の基調判断」の要約です。

～景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる。～

- ●個人消費は、一部に足踏みも見られるが、総じてみれば持ち直している。
- ●設備投資はこのところ減少している。
- ●輸出は増加している。
- ●生産は持ち直している。
- ●企業収入は、感染症の影響により大幅な減少が続いているものの、総じてその幅には縮小がみられる。
- ●企業の状況判断に厳しさは残るものの、改善の動きがみられる。
- ●雇用情勢は、感染症の影響により、弱い動きとなっている中で、雇用者数等の動きに底堅さもみられる。

出典：内閣府　月例経済報告（2020 年 12 月 22 日発表）

同報告において、先行きについては感染拡大の防止策を講じるなかで、各種政策の効果や海外経済の改善もあって、持ち直しの動きが続くことが期待されます。ただし、感染症拡大による社会経済活動への影響が内外経済を下振れさせるリスクに十分注意する必要があります。

また、金融資本市場の変動等の影響を注視する必要があると示されています。

■ 政府施策基本態度

同じく 12 月 22 日内閣府発表の「月例経済報告」において、今後の政府経済政策の基本的態度として次の通り記載されています。

■総括

経済財政運営に当たっては、国民の命と暮らしを守るため、感染拡大防止と社会経済活動の両立を図る。

総合経済対策の円滑かつ着実な実施により、公的支出による経済の下支えを図りつつ、設備投資をはじめとする民間需要を呼び込みながら、生産性を高め、賃金の継続的な上昇を促し、民需の自律的な回復も相まって、民需主導の成長軌道に戻していく。

今回の新型コロナウイルス感染症で明らかとなった行政サービス等における様々な課題に対処すべく、行政のデジタル化や規制改革を含め、集中投資・実装とその環境整備により、デジタル社会の実現を目指すとともに、新しい社会を支える「人」・イノベーションへの投資を強化する。

3 企業経営情報レポート
主要業界別の見通し

第１章、２章ではマクロ視点で日本経済を見てきましたが、本章では下記の主要産業別に、2021 年の先行きについて見ていきます。

●自動車・自動車部品	●電機	●スーパー・コンビニエンスストア		●エネルギー
●住宅・不動産	●建設	●外食	●IT	●通信

■ 自動車･自動車部品

2020 年前半は、世界各地での工場や自動車部品工場の稼働停止や輸出入の制限から大きく影響を受け、2020 年後半はロックダウンの緩和や工場の稼働再開が段階的に実施されることで、自動車生産台数は回復の兆しを見せています。新型コロナウイルスの影響を受け、環境やエネルギー問題に関する意識が一段と高まり、自動車の電気化に関する開発が急速に進んでいます。

2021 年以降は厳しい燃費制限敷く欧州と、35 年をめどに新車販売のすべてをハイブリッド車（HV）や電気自動車（EV）にする目標を掲げる中国で、EV の販売競争が激化することになりそうです。また、国内ではトヨタが２月に「ウーブン・シティ」と呼ぶ実験都市を建設し始める予定です。自動車運転技術をはじめ幅広い ICT（情報通信技術）の実験場となります。

人が住む街で検証を繰り返されることで、開発速度が上がり、自動車業界を牽引する形になりそうです。CASE(つながる・自動車運転・シェアリング・電動化)が引き続きテーマとして重視されることになりますが、シェアリングのあり方に見直しがかかるかもしれません。

■ 電機

巣ごもり需要もあり、次世代ゲーム機のプラットフォーム争いが過熱しそうです。

モノだけでなくサービスを提供する基盤を構築し収益力の強化につながっていきます。

また、企業や自治体などのデジタルトランスフォーメーション（DX）を支援するためのプラットフォーム競争も厳しさを増していきます。日立製作所は IOT などで得たデータを活用するための基盤である「ルマーダ」のパートナー制度を発表し、外部の企業のノウハウを生かし、プラットフォーム上で提供するサービスを拡充していきます。

11 月段階で生産ラインの管理や機械の故障予知など 70 種類以上のメニューがあり、24 社が賛同しており、100 程度へ増やしていく計画としています。

また、2021 年にソニーが、2022 年にはパナソニックが社名変更を予定しており、経営の意思決定の迅速化を図った組織再編も進んでいます。自社の強みのある領域で、いかに環境に対応できるかが生き残りのカギとなりそうです。

4 企業経営情報レポート
日本経済を取り巻く海外経済の動向

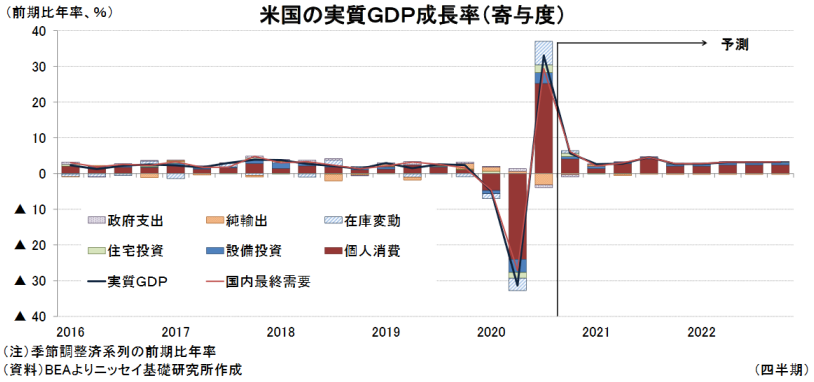
■ 米国経済

（１）GDP成長率

米国経済見通しは、2021 年前半にワクチン接種が普及し、2020 年後半以降、新型コロナ感染者数の減少効果が表れた場合、低迷していた外食・宿泊、旅行などのサービス消費の回復の本格化が期待されます。

このような前提条件でありますが、新型コロナで大きく落ち込んだ経済の正常化が加速し、前年比+４％程度と堅調な伸びを予想しています。

実質 GDP は、2021 年７－９月期に新型コロナ流行前の水準を回復すると見込んでいます。



（注）季節調整済系列の前期比年率
（資料）BEAよりニッセイ基礎研究所作成

米国経済の見通し

		2019年（実）	2020年（予）	2021年（予）	2022年（予）	2020年 1-3（実）	2020年 4-6（実）	2020年 7-9（実）	2020年 10-12（予）	2021年 1-3（予）	2021年 4-6（予）	2021年 7-9（予）	2021年 10-12（予）	2022年 1-3（予）	2022年 4-6（予）	2022年 7-9（予）	2022年 10-12（予）
実質GDP	前期比年率、%	2.2	▲ 3.4	4.1	3.1	▲ 5.0	▲ 31.4	33.1	5.6	2.6	2.8	4.6	2.7	2.7	3.1	3.1	3.2
個人消費	前期比年率、%	2.4	▲ 3.7	5.0	3.6	▲ 6.9	▲ 33.2	40.6	6.0	2.0	4.0	6.0	3.0	3.0	3.5	3.5	3.5
設備投資	前期比年率、%	2.9	▲ 4.6	3.8	4.0	▲ 6.7	▲ 27.2	21.8	5.0	5.0	3.0	3.0	4.0	4.0	4.5	4.5	5.0
住宅投資	前期比年率、%	▲ 1.7	5.6	6.5	1.9	19.0	▲ 35.6	62.3	28.5	▲ 3.0	▲ 5.0	1.0	2.0	2.5	3.0	3.0	3.0
政府支出	前期比年率、%	2.3	1.0	▲ 0.4	1.0	1.3	2.5	▲ 4.9	▲ 3.0	1.2	0.8	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
在庫投資	寄与度	▲ 0.0	▲ 0.7	0.6	0.0	▲ 1.3	▲ 3.5	6.6	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
純輸出	寄与度	▲ 0.2	0.1	▲ 0.7	▲ 0.2	1.1	0.6	▲ 3.2	▲ 0.4	0.4	▲ 0.4	▲ 0.2	▲ 0.2	▲ 0.2	▲ 0.2	▲ 0.2	▲ 0.2
消費者物価（CPI－U）	前期比年率、%	1.8	1.2	1.9	2.0	1.2	▲ 3.5	5.2	2.2	1.8	1.7	1.8	1.8	2.0	2.0	2.4	2.2
失業率	平均、%	3.7	8.0	5.6	4.7	3.8	13.0	8.8	6.5	6.2	5.8	5.4	5.0	4.8	4.7	4.6	4.5
FFレート誘導目標	期末、上限、%	1.75	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
10年国債金利	平均、%	2.1	0.9	1.1	1.2	1.4	0.7	0.6	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.2	1.2
米ドル（ユーロ）	平均、ドル/ユーロ	1.12	1.14	1.19	1.19	1.10	1.10	1.17	1.19	1.20	1.19	1.19	1.19	1.19	1.18	1.18	1.18
米ドル（対円）	平均、円/ドル	109	107	105	106	109	108	106	105	104	105	106	106	107	107	108	108
原油価格（WTI先物）	平均、ドル/バレル	57	39	47	50	46	28	41	42	44	46	48	48	49	49	50	50

（資料）BEA、BLS、ブルームバーグよりニッセイ基礎研究所作成

出典：ニッセイ基礎研究所

（２）バイデン政権誕生による追加支援

2021 年１月にバイデン政権が正式に発足し、さらなる追加支援を公表しました。

これは 1.9 兆ドル規模のもので、2020 年３月に成立した「CARES Act」（新型コロナウイルス支援・救済・経済安全保障法）の約 2.3 兆ドルに近い規模となっています。「CARES Act」によって、2020 年の７－９月期に米国経済が急回復しましたが、追加支援のもと、感染再拡大が落ち着き、規制が緩和・解除された後に景気回復の効果が出ることが期待されます。

（３）金融政策

2021 年は、金融緩和政策が維持されるというのが市場の見方です。長期金利は、米国債の発行増加に伴い、供給増加もあって上昇が見込まれます。しかし、長期金利の上昇幅は、実質ゼロ金利政策や量的緩和政策の継続により緩やかとなると予想されます。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

経営データベース

Question

Answer

ジャンル：営業管理 ＞ サブジャンル：購買心理

「ツアイガルニック効果」とは

「ツアイガルニック効果」とは具体的にどのようなものでしょうか。

「ツアイガルニック（Zeigarnik）効果」とは、未完結なものや途中で中断されたものは記憶に残りやすく、反対に完結しているものは忘れやすいという理論です。

（１）ツアイガルニック効果

テレビで、いよいよ核心に踏み込むという時に「続きはコマーシャルの後で」となってしまい、どうしても続きが気になってしまう。そんな経験のある方も多いことと思います。これは、ツアイガルニック効果を取り入れた代表的な例です。CM中に他の番組に浮気されないように、視聴者の興味を引っ張っているのです。

テレビは、とても分かりやすい例ですが、よく注意してみると他にも応用された形で身の回りでさまざまな事例をみつけることができます。例えば、クイズや診断などもそうです。

クイズの場合は、先に問題を出され、答えを見るまで気になり続けます。

診断の場合は、「あなたはどのタイプ？」などと先に結果があることを示される事もありますが、自分がどのタイプなのかは、実際に内容を見てみないと分からないようになっています。

こうしたクイズや診断を広告などの最初のステップに持ってきて、思わず続きを読んでしまうという仕組みは古典的ですが、いまだに効果のある方法です。

（２）DM等の見出しに応用

「その答えとはなんでしょうか？」という問いかけをして、その答え・情報をわざと与えないままにしておくと、人間はそれを解決したいという欲求に駆られます。これを認知的不協和といいますが、矛盾・疑問によって不快感が与えられるからです。自分の持っている情報の中では解決できない、ゆがんだ状態が発生するわけです。この原理をDM等の見出しに応用するわけです。

相手に矛盾した情報を与えることによって、相手を不快な、落ち着かない状態にすることが大切です。そうすると、読者は不快感を解消しようとして、無意識のうちに努力してしまうわけです。問題解決のために必要な情報を得ようとして、どうしても本文に引き込まれざるを得ないのです。「楽して今すぐできる、たった１日で 800 万円の売上をあげる方法とは？」「DMの半額以下で実施できる、簡単に儲かる秘策とは？」なんて感じで疑問形を並べながら、答えをなかなか言わない文章の組み立て方をします。

そうすると、読み手は何だろうと思って情報を得ようと、本文に引き込まれていくのです。

経営データベース

Question

Answer

ジャンル：営業管理 ＞ サブジャンル：購買心理

「VAKOGモデル」の事例

「VAKOGモデル」についての事例を教えてください。

1970 年代、アメリカの近代心理学セラピストだったバンドラーとグリンダーは、心理療法に訪れたクライアントがカウンセリングの過程で、良くなっていく時に行う思考のプロセスを観察し、このシステムを発見しました。

それは、人は視覚（Visual）、聴覚（Auditory）、触覚（Kinesthetic）、嗅覚（Olfactory）、味覚（Gustatory）の５つの感覚で物事を認知し、想像し、表現しているということです。

そのため、人に何かを伝えるには、この５つの感覚を使う表現が含まれるのが理想ということになります。この感覚を使った表現は、それぞれの英語での頭文字をとって、VAKOG モデルなどと言われたり、触覚、嗅覚、味覚の３つの感覚をすべて身体感覚（Kinesthetic）にまとめて、VAK モデルと言われることもあります。

■VAKOGモデル

●視覚（Visual）　●聴覚（Auditory）　●触覚（Kinesthetic）
●嗅覚（Olfactory）　●味覚（Gustatory）

■バランスよく五感に訴える

ビールの宣伝を例にとってみます。

今にもこぼれ落ちそうなしずくをグラスいっぱいにつけた映像（V）は、とてもよく冷えた（K）ビールだと分かります。そして、プシュッ、シュワーッと泡の出る音、焼肉のジュウッっという音（A）、ゴクッと飲み干す音（A）、そしてビールを飲んだ後には「あーっ」という声（A）と共に、満足そうにしている表情（V）、「うまい！」の一言（K）、こんな具合です。

テレビのコマーシャルだけでなく、紙で印刷された宣伝媒体であっても、限られた表現手段のなかで五感をフルに使って伝えようという工夫が見られます。

ものによってはダイレクトメールにサンプルを同封したりなど、反応を高めるためによりリアリティを高める努力がされているのです。

また、日本人は視覚優位なタイプが多いとか、意思決定を行うプロセスに、この五感の組み合わせ順番、パターンがあるなどと言われてもいます。少なくとも宣伝をする側は五感をバランスよく使って広告表現をするようにすることが重要です。

週刊 WEB 企業経営マガジン　No.712

【著　者】日本ビズアップ株式会社
【発　行】税理士法人 森田会計事務所
〒630-8247　奈良市油阪町456番地　第二森田ビル 4F
TEL 0742-22-3578　　FAX 0742-27-1681

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複写することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。