

# 行動経済学でよく見かける単語一覧

## ヒューリスティックとバイアス

- アンカリング効果 — 最初に提示された情報や数値がその後の判断や意思決定に影響
- フレーミング効果 — 同じ情報でも提示の仕方で判断や選択が変わる
- 損失回避性 — 利益を得るよりも損失を避けることに強い動機を感じる
- ヒューリスティック（経験則） — 複雑な問題に直面したとき、簡略化した思考法や経験則で判断する
- 確証バイアス — 既存の信念や仮説を支持する情報を優先的に探し、反対の証拠を無視または軽視する
- 現状維持バイアス — 現状を変えることを避け、現在の状態を維持しようとする
- 社会的証明 — 他人の行動を参考にして自身の行動を決める
- 希少性の原理 — 限定されたものに価値を感じやすい

## 理論と効果

- プロスペクト理論 — 利得と損失に対する評価の非対称性を説明
- デフォルト効果 — あらかじめ設定された選択肢を変更せずに受け入れる傾向
- メンタルアカウンティング — 異なるお金を別の「心の勘定」に分けて管理する
- ハロー効果 — 特定の特徴が全体の評価に影響を与える
- バンドワゴン効果 — 多くの人が持っているものを自分も持ちたがる傾向
- 時間割引 — 将来の利益よりも現在の利益を重視する
- 選択過負荷 — 選択肢が多すぎると逆に選択が難しくなる
- プレミング効果 — 先行する刺激が後続の行動や判断に無意識のうちに影響を与える
- ピーク・エンド・ルール — 経験を最も強い感情（ピーク）と最後の感情（エンド）で評価する
- 認知的不協和 — 自身の信念や行動と矛盾する情報に接すると不快感を覚え、解消しようとする
- ゼロリスクバイアス — 小さなリスクを完全になくすことに価値を感じる

## マーケティングと消費者行動

- エンドウメント効果 — 所有しているものに実際の価値以上の価値を感じる
- ナッジ — 軽い介入で望ましい行動を促す
- フット・イン・ザ・ドア・テクニック — 小さな要求から始めて徐々に大きな要求に応じてもらう
- アクションバイアス — 何もしないよりも行動を起こすことで状況をコントロールしようとする
- 利他主義 — 個人的な報酬を期待せずに他人の利益のために行動する
- 曖昧性回避 — 未知のリスクよりも既知のリスクを好む
- 後知恵バイアス — 新しい情報を得た後に、過去の出来事を予測可能だったと信じる
- 投影バイアス — 自分の現在の感情や状態が将来も続くと思ってしまう
- アフェクト・ヒューリスティック — 特定の刺激に対する良いまたは悪い感情に基づいて判断を下す
- 群集行動 — 他人が行っていることを真似する傾向
- フリー効果 — 「無料」という言葉が消費者の行動に大きく影響
- 割引価格 — 価格を「.99」で終わらせることで価格を低く感じさせる
- 限定時間オファーと希少性 — 限定時間や在庫の少なさを強調して購買意欲を刺激

## 経済学の概念

- ホモ・エコノミクス — 自己利益を最大化する合理的な存在としての人間
- アイデンティティ経済学 — 経済的な意思決定が個人のアイデンティティにも影響される
- コミットメントと一貫性 — 一度決めたことに対して一貫性を保とうとする
- 可用性ヒューリスティック — 思い出しやすい情報や最近の出来事に基づいて判断する
- 双曲割引 — 近い将来の報酬を過大評価し、遠い将来の報酬を過小評価する
- 正直性 — 信頼関係や経済成長に影響を与える重要な要素