

Contents

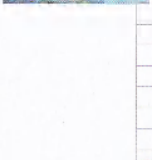
1
週刊
ダイヤモンド

2012
9/15



なぜ消費者はこの価格に反応するのか。なぜ、この人から買ってしまうのか。なぜ株価が下がる可悲しいのか。なぜスポーツ選手は頭子を落とすのか。人間の行為は、すべて「心」に原因がある。人生をより豊かにする心の世界を案内する。

Illustration by
Takashi Kawanaha



健康診断、アレルギー検査



5 週刊ダイヤモンド 2012/09/15

特集

心理入門

26

Prologue 人気メンタリストはなぜ心が操れるのか

Interview DaiGo メンタリスト

28

Part 1 基本編 トップ営業マンはなぜ質問を3回繰り返すのか

心を操る営業力 営業現場で使える心理学

List 心理の基本法則一覧

心を握るサービス力 感動を呼ぶサービスの秘密

Column 人気占い師が明かす最新手口

心を動かす説得力 凝縮された「一言」は人を動かす

大衆の心をつかむ「一言政治」

Column 元外商マン町長のメッセージ術

30

33

34

35

36

38

39



裏Part 1 悪用編 歌手・辺見マリはなぜ5億円を奪われたのか

Interview 辺見マリ 歌手

心を侵すワルの手口 古典的テクニックにたまされる理由

Interview 紀藤正樹 弁護士

40

42

44

Part 2 消費心理編 高級シャンプーはなぜ平日によく売れるのか

行動観察 言葉にできない潜在意識を発見

価格と経済の心理 心理で判断する「人間の不合理」

Column 注目のニューロ・マーケティング

香り・色・音の心理学 本能に訴えかける効果とは

ウェブの心理 客をつかむウェブサイトの秘密

Column フェイスブックにはまる訳

46

48

51

52

54

55

Part 3 対人・育成編 名コーチはなぜ北島康介と離れたのか

Interview 平井伯昌 ロンドン五輪 競泳日本代表ヘッドコーチ

スポーツの心理 脳の「忘れない」「錯覚」を利用

Interview 柴 和人 日本レスリング協会女子監督

Interview 小島武夫 プロ麻雀士(日本プロ麻雀連盟最高顧問)

人間関係の心理学 寅さん、ハマちゃんに学ぶ

男性必読! 心を理解し夫婦円満

Column カウンセラーの理想と現実

56

58

59

59

60

62

65



特集2

原発事故から1年半で見えてきた放射能汚染の“正体”

110

被災地生産物への誤解と過度な安心志向が風評被害拡大

110

Column 今、注意すべき食べ物は何か? 見えてきた食品への汚染の実情

115

きっちり知っておきたい放射能AtoZ

116

福島で生きるといふこととは? 県内外で増える防護・啓蒙活動

120

©ダイヤモンド2012 本誌掲載の記事・写真・イラスト等の無断転載(コピー)・複製(転載)を禁じます

特集 心理入門

1-2 知っておきたい20の法則

心理の基本法則一覧

1 メラビアン法則

米国の心理学者メラビアンは話し手が聞き手に与える印象を分析。最も大きな要素は表情やしぐさで55%、声(話し方)が38%で、顔の内容は7%にすぎなかった。身だしなみや表情の豊かさなどが操縦のポイントになる。(▶34ページ参照)

2 初頭効果

最初の印象がより重要視され、相手の全体的なイメージを決定する。第一印象が大事。(▶54ページ参照)

3 ミラーリング

複製するように相手と同じしぐさをすることで、相手は無意識に親近感を感じる。まったく同じタイミングでまわるとわざとらしいので、相手の数秒後など少し時間をずらして行うほうがよい。



4 ペーシング

話すペースを相手に合わせることで、会話の速度や声の大きさ、トーンなどが合わないと言いが合わない。

5 オウム返し

会話の中で相手の言葉を復唱したり、相手の話の内容を要約することで、相手は自分が理解されていると感じ、不自然にならないよう相づちを打ったり、相手の言葉を言い換える会話術も必要。(▶36ページ参照)

6 自己開示

相手に自分の秘密や失敗談などを打ち明けること。すると相手も心を開きやすくなり、互いの信頼が高まる。(▶37ページ参照)

7 シンプル・イズ・ベスト

英国の物理学者ラザフォードは「いかなる問題も、パーの女性に説明できるようにしなければいけない」とわかりやすさの重要性を説いた。やさしい表現に置き換えたシンプルな話ほど印象に残る。(▶38ページ参照)

8 一貫性

人は自分の言葉や行為などについて、一貫性を守ろうとする。まず相手が引き受けやすい内容で納得すれば、次の要求を受けてもらいやすくなる。

9 イエスセット

「イエス」という肯定的な答えが返ってくるだろう質問を重ねた後に、同意してもらいたい質問を投げかけると、「イエス」と答えてもらいやすい。(▶37ページ参照)

→三つの小さなイエス:大きな決断はなかなかできないが、小さなことへのイエスは言いやすい。難問を解決させる最終段階に答えやすい質問を3~4段階積み重ねることで、相手の心理的抵抗を取り除き、本音のイエスへと導く。

10 フット・イン・ザ・ドア・テクニック

人は一度要求を受け入れると次の要求が断りにくくなる。まず相手が受け入れやすい小さな依頼でイエスを引き出すと、その後大きな要求に対するイエスが引き出しやすい。(▶32ページ参照)



11 返報性

人に何かをしてもらうと、たとえ無償でももらったわけてなくても義務を感じ、そのお返しをしたくなる。例えば店頭で試食品をもらうと商品を購入してしまう。(▶11、43ページ参照)

12 ドア・イン・ザ・フェイス・テクニック

初めに受け入れ難い大きな要求をして、断られたら折れる。人は期待に響くと真意を感じるもの。一度断られた後に小さな要求(本来の要請)をすると受け入れられやすい。(▶43ページ参照)

13 好意

自分が好意を感じる相手に対してはイエスと言う傾向があり、要求は断りにくい。→好意の返報性:自分に好意を見せてくれる人のことを好きになる。

14 社会的証明

人は周囲が何を信じているか、どう行動しているかを見て、自分が信じるものや振る舞いをそれに合わせようとする。より多く人が行っている行動に影響を受けやすい。

15 権威

人は権威に服従しやすい。本来の権威でなくとも、肩書や服装、高価な装飾品など権威があるように見れば、自分が考える以上に、反射的に服従してしまう。(▶49、53ページ参照)

16 希少性

手に入りにくいものや数が少しかないものに対して、人は高い価値を感じ、欲しくなる。テレビショッピングの「30秒限定」やタイムセール「30分限り」など数量や購入機会が限定されていると飛びついてしまう。(▶31、45、47ページ参照)

17 ランチョン・テクニック

食卓を囲って取りながら話をすると、相手や話の内容を受け入れやすい。食事に限らず、心地よさをもたらすものなら同様の効果が得られる。営業先や上司、部下との食事は食事と一緒にして緊張感を和らげたほうが良好な関係を築きやすい。

18 単純接触効果

人は何度も同じものを見たり聞いたりすると、それを好きになりやすい。少しづつ得意先をたったり、現場でも会話を頻繁にすると、好印象を与えることができる。ただし、これは第一印象が悪くないことが前提。(▶35ページ参照)

19 ビグマリオンの効果

必ず実現すると強く信じ続けると、結果的に叶う。また、周囲から期待されると、その通りになるようにする。古代ギリシャの王子ビグマリオンが理想の女性を求めた後に警告を注いだところ、彫刻に生命が宿ったという神話にちなんで名付けられた。

20 期待の法則

人は常日頃の期待以上にはなれない。まずは高い目標や期待を抱けることが大切。成績が上がっている自分を想像すれば、自信が生まれてくる。