

## Q: 赤色の価格をみるとお得感が増す？

A: 赤色で強調された割引価格は、黒色の場合と比べて顧客のお得感を高める場合があります。これは赤色価格効果と呼ばれています。

例えば、バーゲンセールの際札といえば、赤色が用いられる傾向にあります。これは赤色価格効果を狙ったものと考えられます。バーゲンセールといえば、両手にたくさんの買い物袋を持った女性客を思い浮かべるかもしれませんが、これは女性客が赤色価格効果によってお得感を感じた結果なのではないでしょうか。答えは少し違います。

数年前に欧米の研究者が、価格を赤色にしてお得感を感じる（赤色価格効果がある）のは男性だけであって、女性ではないことを明らかにしました。つまり、小売店舗は女性客にお得感を感じてもらうためにわざわざ価格を赤色にしてきたのですが、それはほとんど女性には効果のないことだったということです。また別の見方をすれば、男性目線の販売方法が長きに渡って採用され続けてきた可能性が高いともいえるでしょう。しかし、「このやり方で今までうまくいったじゃないか」という意見もあるでしょうし、「この欧米の研究が日本人にも当てはまるのか」といった疑問は尽きることはありません。謎は深まるばかりです。

経営学部では、赤色価格効果のような最先端の興味深い知識を学んだり、研究して確かめたり、時には新しい知識を創造することもあります。このような知識や学術的常識が、世間一般の常識となるまでには時間がかかりますが、確実に将来の常識となるのです。高校生の皆さん、経営学部で将来の常識を先取りしてみませんか。

