

即効性を求める消費者心理

～なぜヒトは即効性のある製品を選択するのか～

●将来的により良い結果が期待できる製品が選ばれにくい理由

1. **現在バイアス (Present Bias)**
 - ヒトは「今すぐの利益」を過大評価し、「将来の利益」を軽視する傾向があります。そのため、「数カ月後に効果が出る」製品よりも「すぐに変化を感じられる」製品を選びがちです。
2. **確実性の重視**
 - 長期的な結果が期待できる製品は、「本当に効果があるのか？」という不安を抱かれることがあります。一方、短期間で変化が見える製品は「確実な結果が得られる」と感じやすいため、選ばれやすくなります。
3. **社会的影響 (SNS・口コミなど)**
 - SNS では「〇日に変化を実感」といった即効性のある製品が話題になりやすく、消費者の購買意欲を刺激します。長期的な結果よりも「今すぐ効果を感じた！」という口コミの方が拡散されやすいため、即効性のある製品がより注目される傾向があります。
4. **忙しいライフスタイル**
 - 現代の消費者は時間に追われているため、「長期的なスキンケア」「数カ月かけて改善する」よりも、「短期間で結果が見える」製品を選びやすい傾向があります。

解決策

長期的なメリットを理解しやすくするためには、視覚的な証拠を示すことが有効です。

1. 店頭で販売員が、個人の感想として、使用後の肌の状態には個人差がありますが、現在の販売員自身の肌と過去の自身の肌を比較し、肌の様子を顧客が確認できるようにする。
2. 肌診断機を使って「今の状態」と「理想の状態」を比較し、長期間の使用による変化を段階的に示すことで、消費者の意識を変えやすくする。
3. 即効性による満足感と持続性による肌の健康を両立する製品であることを強調する。
 - テスターを活用し、リノール酸を含む本製品の高い浸透力によりすぐに潤いを実感できることを伝えるとともに、継続使用による肌の根本的な改善（現在の自身の肌コンディション）を強調することで、短期的な満足感と長期的な肌の健康を支える。

購買決定を左右する：短期的な満足感と長期的な肌健康を両立させる

消費者は「すぐに効果を実感できること」を求めるが、同時に「長期的な肌の健康や本質的な改善」にも価値を見出します。そのため、単なる短期的な満足ではなく、視覚的な証拠や肌診断機などのデータを活用して、確かなエビデンスを提供することが重要になります。要するに、即効性と持続性のバランスが、購買決定を左右するということです。

Consumer Psychology Seeking Instant Results

-Why Do People Choose Products with Immediate Effects?-

Reasons Why Products with Long-Term Benefits Are Less Likely to Be Chosen

1. Present Bias

- People tend to overvalue immediate benefits and underestimate future gains. As a result, they are more likely to choose products that provide visible changes quickly rather than those that show results over several months.

2. Preference for Certainty

- Products promising long-term benefits may raise doubts about their effectiveness. In contrast, products that show quick results create a sense of certainty, making them more appealing to consumers.

3. Social Influence (SNS & Word-of-Mouth)

- Social media often amplifies the appeal of products that deliver instant results. Consumers are more likely to be influenced by testimonials that highlight immediate effects rather than long-term improvements.

4. Busy Lifestyles

- Modern consumers often have limited time, making them more inclined to choose products that provide quick results rather than those requiring months of consistent use.

Solutions

To help consumers recognize the value of long-term benefits, visual proof is highly effective.

1. In-store, a salesperson, based on personal experience, compares their current skin condition with their past skin condition—while acknowledging that post-use skin conditions vary from person to person—allowing customers to observe the changes.
2. Using skin diagnostic devices to compare "current condition" with "ideal condition" and demonstrating gradual improvements over time can shift consumer perception.
3. Emphasizing products that balance instant satisfaction with long-term skin health.
 - By utilizing testers, consumers can immediately experience the high permeability of linoleic acid in the product, while also understanding its long-term benefits in improving skin condition. This approach supports both short-term satisfaction and long-term skin health.

Key Factor in Purchase Decisions: Balancing Short-Term Satisfaction and Long-Term Skin Health

Consumers seek instant results, but they also value long-term skin health and fundamental improvements. Therefore, it is crucial to provide visual proof and scientific data, such as skin diagnostics, to ensure credibility. In essence, the balance between instant effects and lasting benefits is what drives purchase decisions.