

現代消費者の深層心理： 機能的欲求の先に目指す「感情的価値」とは

現代の消費者理解において、肌荒れを治したい(機能的欲求)の根底に人前で自信を持ちたい(感情的欲求)がある、という点は非常に重要です。この関係性を踏まえると、**消費者の購買行動の「入口」は一時的な機能的欲求であることが多いものの、真に満たすべきは、その先の根本的な感情的欲求である**、と言えます。

●機能的欲求:即効性と根本性

消費者が最初に意識するのは、目の前の具体的な問題、つまり**即効的な機能的欲求**です。例えば、「今ある肌荒れをすぐに治したい」というようなニーズがこれに当たります。しかし、一時的な解決では、問題が再発する不安が残り、真の満足には繋がりません。

そこで重要になるのが、**根本的な機能的欲求**です。「肌荒れを繰り返さないようにしたい」というように、問題の根源を断ち、長期的な解決を目指す欲求こそが、その先の感情的欲求を真に満たす鍵となります。

●感情的欲求:真のモチベーション

「人前で自信を持ちたい」という感情的欲求は、一時的な肌荒れ改善では完全に満たされません。肌荒れが再発するかもしれないという不安がある限り、完全な自信を得ることは難しいでしょう。**肌荒れが根本的に解決され、再発の心配がなくなる安心感こそが、感情的欲求を真に実現する土台となります。**

●実践的なアプローチの核心

このことから、現代の消費者に対する実践的なアプローチは、以下のようになります。

消費者が自覚する即効的な機能的欲求を「対話の入り口」としながらも、その根底にあるお客様固有の核心的な「感情的欲求」を特定し、その感情的欲求を真に満たすための「根本的な機能的解決」を起点に、コミュニケーションや提案を組み立てるべきである。

このアプローチによって、企業は顧客との深い共感を築き、単なる製品・サービスの提供者ではなく、顧客の人生をより豊かにするパートナーとしての価値を提供できるでしょう。

The Modern Consumer's Deep Psychology: Beyond Functional Needs to "Emotional Value"

This insight was developed in collaboration with an AI assistant based on the latest scientific evidence, upholding high ethical standards and public interest. (Created on July 10, 2025)

In understanding today's consumers, it's crucial that the desire to clear up a skin rash (a functional need) often stems from a deeper wish to feel confident in public (an emotional need). Given this relationship, while the "entry point" for consumer purchasing behavior is often an immediate functional need, what truly needs to be satisfied is the underlying, fundamental emotional need.

Functional Needs: Immediate vs. Fundamental

Consumers first become aware of specific, immediate problems—their **immediate functional needs**. For example, this could be the need to "clear up this skin rash right now." However, temporary solutions often lead to anxiety about recurrence, preventing true satisfaction.

This is where **fundamental functional needs** become vital. Desires like wanting to "prevent skin rashes from recurring," or addressing the root cause of a problem for a long-term solution, are key to genuinely fulfilling those deeper emotional needs.

Emotional Needs: The True Motivation

The emotional need to "feel confident in public" cannot be fully met by merely a temporary improvement in a skin rash. As long as there's fear of recurrence, complete confidence remains elusive. The **peace of mind that comes from a skin rash being fundamentally resolved and no longer a concern** is the true foundation for realizing that emotional need.

The Core of a Practical Approach

Given these points, the practical approach for engaging with today's consumers is as follows:

While using the immediate functional needs that consumers recognize as the "entry point for dialogue," it is essential to identify the customer's unique, core "emotional needs" that lie beneath. Based on this, communication and proposals should be structured by focusing on the "fundamental functional solution" that genuinely satisfies these emotional needs.

Through this approach, businesses can build deeper empathy with customers, positioning themselves not just as providers of products or services, but as partners who enrich the customer's life.