

## 02. 行動心理

### 行動心理学とは

人間は、ふとした瞬間に起こした行動や、無意識な仕草の中にも心理が働いているといわれています。このような行動をデータ化して研究するのが行動心理学です。行動心理学は別名で「行動主義」「行動主義心理学」といいます。

行動心理学とは、人間の目に見える**行動・仕草**から、人間の目に見えない**感情**を読み取ります。行動心理学は数多くある心理学の中でも、特に「人の行動」に追求した学問といえます。同じ行動を起こしている多数の人の心情を徹底的にデータ化して整理することによって、人が行動を起こす時に感じている最も多い心情を理解します。

### 行動心理学の例

行動心理学の代表例として、「吊り橋効果」などがあります。吊り橋効果とは、吊り橋のような不安や恐怖を感じる場所で男女がコミュニケーションをとると、普段の状況でコミュニケーションをとるよりも恋愛感情を抱きやすく、恋愛関係に発展しやすいというデータがあります。

このような現象から、行動心理学は恋愛や仕事にも活用できるといわれています。

### 行動心理学の歴史

行動心理学は、1912年にアメリカの心理学者であるジョン・ワトソンによって創設されました。ワトソンは、反応や刺激によって人間の行動を形成することができると考え、心理学は目に見える行動だけを取り扱うべきと主張しました。

代表的な実験として、「**アルバート坊やの実験**」があります。

#### アルバート坊やの実験

生後9ヶ月の赤ちゃんであるアルバート坊やに対し、ワトソンはネズミを見せるなどの様々な刺激を与えます。ネズミを見ても特定の好奇心を持つだけで特に無関心だったアルバート坊やに対し、ネズミを見せると同時に雷のような大きな音を出しました。

この実験を行った結果、アルバート坊やはネズミを怖がるようになりました。

これは、大きな音による恐怖がネズミに移ったと考えられます。この実験においてワトソンは、「人間の人格や知性などは経験によって形づけられる」と主張しました。ワトソンはこの実験の後、社会的弱者を利用して研究をおこなったとされ、大きく批難を浴びました。

# 01. 人を動かす行動心理学



## 返報性の原理

返報性の原理とは、人に何かをしてもらった時に、何かを返さなければならないと感じる心理のことです。アメリカの社会心理学者であるロバート・チャルディーニが自身の書籍で紹介して世間に広まりました。

自分が人から何かを貰ったり、手伝ってもらった時に「何かお礼をしなければ」と感じてしまいます。

このように感じるのは、人間がもともと持っている人情が働いているのかもしれませんが、「人に何かをしてもらったからお礼をするのが当たり前」という教育を受けた人が多いため、お礼をしなければマナーに反すると思い、それがプレッシャーに感じる人もいます。このようにプレッシャーとも感じてしまう返報性の原理は強力です。

### 返報性を確かめた実験の一例

原理を検証するために行われたいくつかの実験の中で有名なものに、大学生におこなった実験があります。その実験は、複数の大学生に対し、2年間のボランティアを依頼するというものでした。2年間という長い期間のせい、ほとんどの大学生はその依頼を断ります。チャルディーニは断られた大学生達にもう一度、違う依頼をおこないました。2回目の依頼は、来週の1日だけボランティアをしてほしいという依頼で、その依頼を受けた大学生のほとんどは、その依頼を承諾しました。

これは、最初の依頼に対してチャルディーニが譲歩し、2回目の依頼をしてきたことに対して、自分達も譲歩しなければいけないという心理に陥ったからだと説明しています。

## 4つの種類

返報性の原理には4種類の法則があると述べています。

### ◆好意の返報性

人に好意を示されると、自分も好意で返したくなる心理のことです。

この心理は恋愛でよく使用されます。相手に好意を寄せられた場合、自分も好きになってしまう心理の場合は好意の返報性が働いています。しかし、好意の返報性は必ず成り立つ訳ではありません。そもそも親しくない場合や、相手に気持ちの余裕がない場合にこの法則を試しても効果的ではありません。また、好意を言葉にして伝えてしまうと告白になってしまうため、間接的に好意を示すことが大切です。

### ◆敵意の返報性

敵意を示されると、敵意で返したくなる心理のことです。

好意の返報性と逆で、相手から文句や悪口を言われると腹が立ち、自分も仕返ししたくなる心理です。そのため、自分が相手に向けた敵意も敵意で返されることでしょう。

このように、返報性の原理はポジティブな面だけでなくネガティブな面も持っています。

### ◆譲歩の返報性

相手が譲歩してくれたから、自分も譲歩しようと感じる心理のことです。

譲歩の返報性は、日常生活でもよく起こります。電車で席を譲ってもらったら自分も譲ってあげたくなります。このような法則は仕事の面でも使用できるといわれています。

### ◆自己開示の返報性

相手が自己開示してくれると、自分も自己開示しやすくなる心理のことです。

初対面の人が心を開いて自分の話をしてくれると、自分も心を開きやすくなります。

特に、自分の個人情報を相手に教えると親近感や好意を持ってくれるといった法則です。

このような法則は、相手の人と親密な関係になりたい時に使用することで効果的といわれています。

この返報性の原理は、ビジネスでも役に立つといわれています。営業先に対し、仕事の話だけでなく自分のプライベートな話を話すことで、自分に親近感を持ってもらえるようになり契約が成立したという例もあります。

## カリギュラ効果



カリギュラ効果とは、ある行動を禁止されると逆にその行動を起こしたくなってしまいう現象です。「絶対に〇〇しないでください」「絶対に見ないでください」などと禁止されると、逆にそのことが気になってしまい、禁止された行動を起こしたくなってしまいます。人間は、自分のことは自分で決めたいと感じる本能があるといわれています。そのため、禁止されてしまうと自由が奪われて制限された気持ちになってしまい、制限されたストレスから解放されるために禁止された行動を起こしてしまう傾向にあります。

## 由来

カリギュラ効果は、1980年に公開された「カリギュラ」という映画が語源になったといわれています。

この映画は、アメリカ・イタリアの合作映画で、ローマ皇帝カリギュラを主人公にした映画です。「カリギュラ」には残虐なシーンや過激なシーンが多かったことから、アメリカの都市であるボストンでは上映を禁止しました。しかし、禁止されたことでボストンの市民は映画に興味を持ち、近隣の都市に「カリギュラ」を觀賞しにいきました。結果的に「カリギュラ」は大ヒットし、ボストンでも上映を許可することになりました。

「カリギュラ」という映画がカリギュラ効果の語源になったといわれていますが、「禁止されたことをやりたくなる」といった心理は「心理的リアクタンス理論」と心理学では呼ばれていました。アメリカの心理学者であるジャック・ブレームは「人は自由を制限されると激しく抵抗し、自由を回復しようとする」という理論を主張し、それを「心理的リアクタンス理論」として1966年に提唱しています。

## カリギュラ効果を発揮させる表現

---

カリギュラ効果は、日常生活でもさまざまな所で使用されています。そのため、自分自身も知らないうちにカリギュラ効果を起こしてしまっている可能性があります。

では逆に、自分がカリギュラ効果を他の人に発揮させたい場合は、どうすればよいのでしょうか。

ビジネスとしてカリギュラ効果を発揮させたい時に使用しやすいのが「限定」という言葉です。商品販売をおこなう際に「本日限定の特別特価」や「会員様限定」といった呼びかけをおこなうと、それを見た消費者は明日以降は同じ値段で購入できない、非会員の場合は購入できない、と感じます。このような制限を設けられた場合、「明日以降はこの値段で購入できないから今会員になって購入しよう！」と思うはずで

す。ここには「会員以外は購入できない」「明日以降はこの値段で購入できない」といった禁止が含まれるので、会員になって購入した人にはカリギュラ効果が働いているといえます。

しかし、これを強要してしまうと逆効果になってしまいます。

人は強要されると避けてしまう傾向にあるので、「会員様限定の本日限りの特別特価なので入会したほうが良いですよ！」と個別で度を超えたアピールをおこなってしまうと逆効果になる可能性があります。

ビジネスでカリギュラ効果を発揮させたい場合は、判断は消費者に委ねることが大切です。

## 02. 仕事に活かせる行動心理学



### フット・イン・ザ・ドア

フット・イン・ザ・ドアとはビジネスで使用される手法です。

まずは小さな依頼をおこない、承諾してもらってから徐々に大きな依頼をおこなう方法です。

**段階的要請法**ともいわれます。私たち人間は、一貫性の法則でもある通り「自らの言動に矛盾を生じさせず一貫したものを貫きたい」という心理を持っています。フット・イン・ザ・ドアは、このような**一貫性の法則を利用したビジネス上の交渉テクニックの1つ**です。

例えば、「この商品を置いてほしい」と、ある小売店に営業をおこなうとします。しかし、突然知らない会社の知らない商品を買ってくれと依頼されても信頼や面識がないため、断られるケースがほとんどでしょう。

ここで、フット・イン・ザ・ドアの手法を使用します。この手法は、小さな依頼を承諾してもらってから始まります。そのため、ハードルの低い行動からおこないます。

まず小売店に何度か訪問して自分の顔を覚えてもらいましょう。顔を覚えてもらい次第に顔見知りになったら、商品の話を聞いてもらえる可能性は高くなります。話を聞いてもらうことができれば、最後の目的である「商品を置いてほしい」と依頼します。

このように、徐々に依頼のハードルを上げていくのがフット・イン・ザ・ドアの手法です。段階を踏んで依頼内容を大きくしていくことで成功する確率は高くなります。

## 03. 仕草から分かる行動心理学

### 仕草と心理の関係

私たちが無意識におこなっている仕草は、心理状況に関係しているといわれています。私たちが話をする時、伝えたい内容の8割は仕草や表情などの「言葉以外の情報」から伝わるといわれています。

相手の仕草を見て心理を感じ取ることができるようになると、自分も臨機応変に対応を考えることができます。

また、自分が無意識におこなっていた仕草を理解し、自覚することで良いコミュニケーションを取ることができるようになります。

しかし、仕草によって心理が理解できたからといって、相手の感情がすべて理解できるわけではありません。相手との程よい距離感で、円滑にコミュニケーションを図ることが大切です。

### 鼻を触る

#### ◆嘘をついている

この心理は、男性に当てはまるといわれています。何かやましいことがあると、自己防衛本能が働き、無意識に鼻を触るといわれています。これは「ピノキオ効果」ともいわれており、会話中に男性が鼻を触った場合は、鼻を隠すことによって何かを隠そうとしているかもしれません。気になる場合は直接聞いてみるなり真相を確かめてみましょう。

#### ◆好意を隠している

人間が鼻を触るのは、何かしらの動揺を隠しているからといわれています。上記の「嘘をついている」もその心理の1つです。会話中に鼻を触ってしまう人は、本心を悟られないように好意を隠している可能性があります。断定はできないため、相手は自分に好意があると思いついてしまうのは良くありませんが、照れた様子で鼻を触っている場合は好意を抱いている可能性があるかもしれません。

#### ◆自信がなく緊張している

このような心理も、動揺を隠している心理の1つです。相手が鼻を触りながら、自分の顔を伺ったり大人しい様子であれば、自信がなく緊張しているのかも知れません。鼻に触れることで、無意識に緊張を柔らげて落ち着きを取り戻そうとしています。

#### ◆男女による心理の違い

同じ仕草でも、男女で心理は異なるといわれています。鼻を触る仕草の場合、男性は「嘘をついている」心理があるのに対し、女性は「本心を隠したい」という心理があります。

## 顎を触る

---

### ◆考えている

顎を触りながら考え込む仕草はよく見かけますが、この場合はじっくり考えたい心理が表れています。身近な人がこの仕草をおこなっている場合は、考えに集中したい時であるため、邪魔をせずに見守ってあげましょう。顎を触ることで、不思議と考え事に集中でき、気持ちが整理されるといわれています。

### ◆退屈している

つまらなそうに顎を触る仕草をする場合は、話に飽きてしまい退屈してしまっている可能性があります。興味のない話や関係のない話を聞かされて退屈だと感じた際、気を紛らせるために顎を触るといわれています。もし自分がこのような仕草をおこなっている場合、仕草以外にも表情に出てしまっている可能性があります。相手を良い気にはさせないので、気をつけるようにしましょう。

### ◆観察している

顎を触る仕草は、相手を観察したいという心理があるともいわれています。これは、女性に多い仕草といわれており、女性が男性をどんな人なのか観察する時に顎を触ります。この場合、女性は警戒心を持っているため、警戒心を解いて落ち着かせてあげる必要があります。

### ◆男らしさを表したい

男性が顎を触る場合、男らしさをみせたいという心理が働いている可能性があります。男性が顎を触る仕草が男らしく、落ち着いて見えると言われることから、わざと顎を触って男らしさを表現しています。

### ◆髭を気にしている

男性が顎を触る仕草は、男らしさを表現したいからだけでなく単純に髭が気になっているだけの場合もあります。心理が分からないと感じた場合は、表情も同時にチェックしてみましょう。

# 04. 行動から分かる行動心理学

## 一貫性の法則

一貫性の法則とは、自身の行動や考えについて矛盾を生じさせず一貫したものを貫きたいといった心理です。

私たちは、毎日の生活のなかで多くの選択を迫られます。

例えば、毎日の食事や洋服もそうです。毎日何を食べるか選択し、何を着るか選択します。しかし、このような選択は一貫性の法則によってできています。

例えば、「黒のトップスを選んだ場合、ボトムは白を選ぶ」「毎週水曜日はお肉が安いから肉料理にする」など無意識に一貫した行動を貫いているのです。

### 一貫性の法則の由来

一貫性の法則は、アメリカの社会心理学者であるロバート・チャルディーニによって提唱されました。チャルディーニの法則といわれる「人の行動に影響を及ぼす6つの要因とその法則」の内の1つです。

#### チャルディーニの法則

<b>返報性</b>	何かを頂いたら、お返しをしたくなる心理
<b>一貫性</b>	自分の行動や考えについて一貫性を保つこと
<b>社会的証明</b>	評判の良いものに対して、みんなが良いと言っているからと同じ行動を取ること
<b>好意</b>	好意のある人に進められたものは買ってみよう、やってみようとする心理
<b>権威</b>	自分より権威がある人には従いやすくなること
<b>希少性</b>	「残り〇個」「限定」など希少性のあるものに価値を感じてしまうこと

## 一貫性が生まれる理由

---

私たちが一貫性の法則に沿って行動してしまうのには2つ理由があるといわれています。

### ◆周りの人に「芯のある人だ」と思われたいから

行動や発言に一貫性を持つ人は、行動や発言が二転三転する人に比べると責任感があり、信頼されやすいです。人は誰でも周りに信頼されたいと思っているはずで、信頼されなければ、物事も有利に進めることができないからです。

このような心理が、無意識に働く一貫性の法則に影響していると考えられます。

### ◆選択の機会を減らしたい

先ほど記載したように、毎日の日常には非常に多くの選択を迫られる場面があります。

選択を迫られる度に考え直しては、かなりの時間が制限されてしまいます。

そのため、自分の行動を無意識に一貫させて選択の機会を減らしているのです。

## 大げさなリアクション

---

### ◆緊張を隠したい

大げさなリアクションをする人は、実は緊張を隠すためにやっていることかもしれません。緊張をしている場合はできるだけ平静を装うものですが、平静を装っていると緊張が相手に伝わりやすく逆効果の可能性があります。そのため、自分が堂々としていることを見せるためにわざと大きなリアクションをしてしまいます。もし自分がこのタイプの場合は、もしかしたら驚かれるかもしれないため、周りを見ながらおこないましょう。

### ◆気に入られたい

相手が目上の人や好意のある人の場合、大げさなリアクションをして気に入られようと考えます。目上の人の場合、失礼だと思われぬようにリアクションを大きくすることもあります。

自分が話をする立場になった時に、リアクションがない人と大きなリアクションをしてくれる人だったら大きなリアクションをしてくれる人のほうが話しがいいと感じます。そのため、相手に喜んでもらうために大げさなリアクションをしてしまいます。

# 05. 言葉から分かる行動心理学

## ② 大声で話す

### ◆意思をしっかり伝えたい

意思をしっかり伝えたいと思うと、自然と声が大きくなってしまいう傾向にあります。また、元々の地声が大きいため、話しているだけでも周りからは声が大きく聞こえてしまうこともあります。ただ意思をしっかり伝えたいがために自然と声が大きくなっているパターンがほとんどのため、自覚はありません。そのため、改善の意思はない状態です。声が大ききことは自信があるようにも見えるので悪いわけではありませんが、状況にもよりますので少し気を使ってあげることをおすすめします。

### ◆自慢したい

部屋中に聞こえるような声で自慢話をする人がいます。この場合、みんなに自分の偉業を知らせたいがために大きい声で話している可能性があります。目立ちたがり屋に多いタイプです。

また、承認欲求が強い「かまってちゃん」にも多いタイプのため、優しく見守りましょう。

### ◆嘘をついている

嘘をついている時も声が大きくなってしまいう傾向にあります。嘘がばれたくないという動揺から自然と声が大きくなってしまいます。声大きい人は堂々としているイメージがあるため、そのイメージを自ら作っているのです。普段から声が小さい人がここぞとばかりに声を大きくした場合はすぐにばれてしまう可能性があるため気をつけましょう。

### ! 声大きい人が注意する点

声大きい人は、大きい分、多くの人から注目を集めやすい傾向にあります。そのため、静かな空間でも大きな声で話していると「うるさい」「迷惑だ」と感じる人も少なくありません。

また、声大きいと大事な話や聞かれない話も筒向けになってしまいます。この場合、気使いができない人だと思われてしまい信頼を無くしてしまいます。

元々声大きい人は自覚がないため、誰かに注意されないと分かりません。自分の声の大きさが分からないという場合は、誰かに聞いてもらい判断してもらいましょう。大きい場合は様々な場面で自分の声のボリュームが適切であるか考えましょう。

## 06. 恋愛に活かせる行動心理学



### つり橋効果

吊り橋効果とは恐怖や不安と一緒に経験した人に恋愛感情を抱きやすくなる効果のことです。アクション映画やホラー映画などでも、困難と一緒に乗り越えた2人が結ばれるといったストーリーがあります。

吊り橋効果は、このような状況でないと起こらないと思われがちですが、普段の日常の中でも身近に起こりやすい現象です。

例えば、運動部の部活でも吊り橋効果は起こります。

運動をしてお互いに心拍数が上がっている時に、試合の緊張感や顧問の先生に怒られるという恐怖感を共有しているのです。

このような心拍数が上がるような状況と一緒に経験することで、異性に対するものだと勘違いしてしまいます。

他には、職場のグループで日々難しい仕事をこなして行くうちに、今まで意識していなかった異性のことが気になるパターンもあります。