NO.

072

経済・ビジネス　消費者の選択とマーケティング

The Hidden Design of Shopping

買い物に隠された仕掛け

英文の音声

レベル ★☆☆ 標準　279語　熟語13個　目標3分　読んだ日　かかった時間　分　秒

1 Have you ever gone into a store to buy one thing and ❶**ended up** leaving with five? You are not alone. Stores are carefully designed to ❷**make a profit** from our small decisions, and once you know their tricks, you will start to notice them everywhere.

2 Supermarkets often put milk and bread at the back of the store. To reach them, shoppers must walk past many other products, and as they ❸**look around**, they pick up things they had not planned to buy. Sweets are placed near the checkout at children's eye level, while some cheaper brands sit on the top shelf, almost ❹**out of reach**.

3 Prices are designed, too. A price of 980 yen feels much cheaper than 1,000 yen, even though the difference is tiny. Free samples invite us to ❺**try out** a product, and after tasting it, many people feel they ought to buy it. ❻**In addition**, advertisements often ❼**leave out** information that might make us think twice.

4 Online shopping uses similar tricks. When you ❽**take a look at** one pair of shoes, ads for similar shoes follow you from site to site. Some websites display messages such as "Only two left!" to create ❾**such a strong sense of urgency that** we buy without thinking.

5 Marketing is not always bad; it helps us discover products we truly like. But smart consumers ❿**take note of** how stores try to influence them. Make a list before you ⓫**drop by** the supermarket, and stick to it. If a salesperson ⓬**calls you up** with a "special offer," ask for time to think. If enough of us shop this way, marketing plans that depend on impulse buying may simply ⓭**fall through**.

語注　**checkout** レジ　**brand** 銘柄・ブランド　**urgency** 切迫感・焦り　**consumer** 消費者　**impulse buying** 衝動買い

この英文の熟語 IDIOMS 13個｜番号は英文の中の番号と同じ。覚えたら □ に印

1 end up 結局～になる □□□

end up ~ing（結局～することになる）、end up in / as（結局～に・～として終わる）の形が多い。予定外の結果を表す 例 *We got lost and ended up walking for hours.* 道に迷って、結局何時間も歩くことになった。

2 make a profit 利益を上げる □□□

profit は「利益」。make a big profit のように形容詞を入れられる。反対は make a loss（損をする） 例 *The company made a profit for the first time last year.* その会社は昨年初めて利益を上げた。

3 look around (~) （～を）見て回る □□□

あちこちを見る。店で I'm just looking around.（見ているだけです）は会話の定番 例 *We looked around the old town before lunch.* 昼食前に旧市街を見て回った。

4 out of reach 手の届かない所に □□□

reach（手の届く範囲）の外。Keep medicine out of reach of children.（薬は子どもの手の届かない所に）が定番。within reach が反対 例 *Keep this bottle out of reach of children.* この瓶は子どもの手の届かない所に保管してください。

5 try out ~ ～を試してみる □□□

実際に使ってみて具合を確かめる。try on（服を試着する）と区別 例 *You can try out the new game at the store.* その店で新しいゲームを試してみることができる。

6 in addition その上 □□□

情報を付け加える。besides / moreover / furthermore と同じ。in addition to ～（～に加えて）の形も多い 例 *The hotel is cheap. In addition, it is close to the station.* そのホテルは安い。その上、駅に近い。

7 leave out ~ ～を省く □□□

外に残しておく→入れない。omit と同じ意味。「仲間外れにする」の意味もある（feel left out） 例 *Don't leave out any important details.* 大切な詳細を省かないでください。

8 take a look at ~ ～をちょっと見る □□□

look を名詞にした形。have a look at とも言う。closer を入れて take a closer look at（もっとよく見る）も多い 例 *Let me take a look at your homework.* 宿題をちょっと見せて。

9 such ~ that ... とても～なので... □□□

such の後には（a）＋形容詞＋名詞が来る。so の後は形容詞・副詞だけなので、so と such の使い分けが頻出 例 *It was such a hot day that we stayed inside.* とても暑い日だったので、私たちは家の中にいた。

10 take note of ~ ～に注意を払う □□□

心に書き留める→注意する。take notice of / pay attention to と近い 例 *Take note of the safety instructions.* 安全上の注意をよく聞いておいてください。

11 drop by (~) ちょっと立ち寄る □□□

予定せずに気軽に寄る。drop in（on 人 / at 場所）、stop by とも言う 例 *Drop by my office if you have time.* 時間があったら私の事務所に寄ってね。

12 call up ~ ～に電話をかける □□□

call / phone / give A a call と同じ。「（記憶）を呼び起こす」の意味もある 例 *I'll call you up tomorrow morning.* 明日の朝電話するね。

13 fall through （計画などが）失敗に終わる □□□

落ちて通り抜ける→実現しない。計画・取引・話し合いが主語になることが多い 例 *Our plans for the trip fell through.* 私たちの旅行の計画は実現しなかった。

内容一致問題 QUESTIONS

英文を読んで、それぞれの問いに対して最も適切なものを 1〜4 から 1 つ選びなさい。

問1 第2段落によると、スーパーが牛乳とパンを店の奥に置くのはなぜか。

① 牛乳とパンを冷たく保つため
② 子どもが手に取りやすくするため
③ 客にほかの多くの商品の前を通らせ、予定外の物を買わせるため
④ 安い商品を目立たせるため

問2 第3段落で述べられている仕掛けとして、本文にないものはどれか。

① 1000円より980円のほうがずっと安く感じられる値段にすること
② 試食品で商品を試させ、買わなければならないような気にさせること
③ 広告で考え直させるような情報を省くこと
④ 商品を買った客に次回使える割引券を渡すこと

問3 筆者が賢い消費者に勧めていることとして正しいものはどれか。

① Buy everything that is on a "limited-time" offer.
② Make a shopping list and stick to it.
③ Never buy anything you see in an advertisement.
④ Accept special offers on the phone right away.

熟語チェック CHECK 意味に合う英語の熟語を書こう（答えは「熟語」のページ）

1 結局〜になる
2 利益を上げる
3 （〜を）見て回る
4 手の届かない所に
5 〜を試してみる
6 その上
7 〜を省く
8 〜をちょっと見る
9 とても〜なので…
10 〜に注意を払う
11 ちょっと立ち寄る
12 〜に電話をかける
13 （計画などが）失敗に終わる

背景知識 店や広告は、消費者が無意識のうちに買いたくなるように工夫されている。よく買う物を店の奥に置いて店内を歩かせる配置、1000円ではなく980円にする「端数価格」、期間限定や「残りわずか」の表示、試食などがその例。こうした人間の心理のくせを経済に生かす研究は「行動経済学」と呼ばれる。入試では「賢い消費者になるには」という結論の文章がよく出る。

全訳 TRANSLATION 色の太字は熟語の部分

1 一つの物を買うために店に入ったのに、**結局**五つ持って出てくる**ことになった**経験はないだろうか。それはあなただけではない。店は私たちの小さな決定から**利益を上げる**よう注意深く設計されている。一度その仕掛けを知れば、どこでもそれに気づくようになるだろう。

2 スーパーはよく牛乳とパンを店の奥に置く。そこにたどり着くために、買い物客はたくさんの商品の前を通らなければならず、**見て回る**うちに、買う予定のなかった物を手に取ってしまう。お菓子はレジの近くの子どもの目の高さに置かれる一方、安い銘柄の中には、ほとんど**手の届かない所**である一番上の棚に置かれるものもある。

3 値段も設計されている。980円という値段は、差はごくわずかなのに、1000円よりずっと安く感じられる。試食品は私たちに商品**を試してみる**よう誘い、食べてみた後では、多くの人が買わなければならないような気になる。**その上**、広告は、私たちを考え直させるかもしれない情報**を省く**ことが多い。

4 ネットでの買い物も同じような仕掛けを使う。1足の靴**をちょっと見る**と、似た靴の広告がサイトからサイトへと追いかけてくる。「残りあと二つ！」といった表示を出して、私たちが考えずに買ってしまう**ほどの強い焦りを**生み出すサイトもある。

5 マーケティングはいつも悪いわけではなく、本当に好きな商品を見つける助けにもなる。しかし賢い消費者は、店が自分にどう影響を与えようとしているか**に注意を払う**。スーパーに**立ち寄る**前にリストを作り、それを守ろう。販売員が「特別なご提案」で**電話をかけて**きたら、考える時間をもらおう。十分な数の人がこうして買い物をすれば、衝動買いに頼るマーケティングの計画は、あっさり**失敗に終わる**かもしれない。

要旨 店の配置や値段、広告、ネットの表示には、消費者に予定外の物を買わせる仕掛けがある。その仕組みに気づき、計画的に買い物をすることが賢い消費者への第一歩である。

解答・解説 ANSWERS

問1 3 **問2 4** **問3 2**

問1 正解 3 根拠は第2段落の To reach them, shoppers must walk past many other products, and as they look around, they pick up things they had not planned to buy.（そこへ行くには多くの商品の前を通らねばならず、見て回るうちに予定外の物を手に取る）。よって 3 が正解。1 の温度の話は本文にない。2 はレジ近くのお菓子の話と混同させる選択肢。4 は安い銘柄はむしろ手の届きにくい棚にあるとされており逆。

問2 正解 4 第3段落は、A price of 980 yen feels much cheaper than 1,000 yen（1）、Free samples invite us to try out a product（2）、advertisements often leave out information that might make us think twice（3）を挙げている。割引券についてはどこにも書かれていないので、本文にないものは 4。

問3 正解 2 根拠は第5段落の Make a list before you drop by the supermarket, and stick to it.（スーパーに立ち寄る前にリストを作り、それを守ろう）。よって 2 が正解。1 は本文の仕掛けにはまる行動で筆者の勧めと逆。3 は Marketing is not always bad とあり、広告の商品を一切買うなとは言っていない。4 は ask for time to think（考える時間をもらおう）と反する。