

# LESSON 45

ご提示いただいたインタビュー記録を、消費者の購買決定プロセスを説明する「AIDMA（アイドマ）モデル」に沿って対象者ごとに整理しました。

## Aさん（30代女性）のケース

衝動買いの傾向が強く、AttentionからActionまでの時間が極めて短いのが特徴です。

- ・ Attention（認知）：動画SNSで流れてきたインフルエンサーの着用動画を見た。
- ・ Interest（関心）：ワンピースがきれいだと思い、コメント欄でサイト名を確認した。
- ・ Desire（欲求） / Memory（記憶）：知らないサイトであることや偽物への不安は一瞬あったものの、深く考えずインフルエンサーの文脈で信用し、記憶に留めて検討する間もなく欲求が高まった。
- ・ Action（行動）：サイト認知からわずか約10分で、スマホからそのまま購入（衝動買い）した。

## Bさん（20代男性）のケース

購入への障壁（サイズや金額）があり、Memory（検討・記憶）の期間が非常に長い（約3ヶ月）のが特徴です。

- ・ Attention（認知）：友人のSNS投稿でジャケットの着用写真を見た。
- ・ Interest（関心）：友人に「それどこ？」と尋ねてサイトを教えてもらった。
- ・ Desire（欲求）：商品は欲しいが、自身の体型（肩幅がある）に合うかのサイズ不安と、知らないサイトで3万円以上使うことへの怖さを感じた。
- ・ Memory（記憶）：約3ヶ月の間購入を悩み、体型に近い人の具体的なレビューを読んだり、友人に実際の着心地を聞いたりして不安解消に努めた。
- ・ Action（行動）：具体的なレビューによる安心感と友人の実体験が決め手となり、購入に至った。

## Cさん（40代女性）のケース

検索から入り、他社比較やポリシーの確認など、論理的に検討（Memory）を重ねるプロセスが特徴です。

- ・ Attention（認知）：「コットン ロングスカート 大人向け」と検索し、検索結果からサイトを見つけた。
- ・ Interest（関心）：価格や素材の説明に注目し、3〜4つの他社サイトを行き来して関心を深めた。
- ・ Desire（欲求）：商品は良いと思ったものの、知らないサイトに対する不安から「万が一イメージと違ったら」と考え、返品ポリシーを重視した。
- ・ Memory（記憶）：約2週間の比較検討期間中、洗濯後の状態や1年後の様子など「時間軸のある具体的な口コミ」を読み込み、サイトへの信頼を形成した。
- ・ Action（行動）：返品ポリシーの明確さと口コミの信頼性を決め手に、購入を実行した。

---

全体を通した考察（担当者メモより） 3名全員がAttention（認知）からInterest（関心）へ移る初期段階において、「知らないサイトに対する不安」を抱えていたことが共通しています。Aさんは「インフルエンサーへの信用」、Bさんは「友人の実体験と詳細なレビュー」、Cさんは「返品ポリシーと時間軸のある口コミ」と、それぞれ異なる要素がDesire（欲求）からMemory（記憶）のプロセスにおける不安払拭（信頼形成）の鍵となり、Action（購買）へとつながっています。

さらに深掘りして、これらのユーザーごとに適したリピート施策の検討や、ペルソナの詳細化などを行いませんか？