

完璧なレビューの罠：星評価分布が購買行動に与える心理的影響

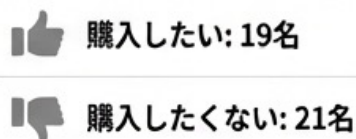
満点の評価は「サクラ」の疑念を生み購買意欲を二極化させる。適度な低評価の混入が最も高い信頼とコンバージョンを生む。


不自然な完璧さ

100件のグローバル評価



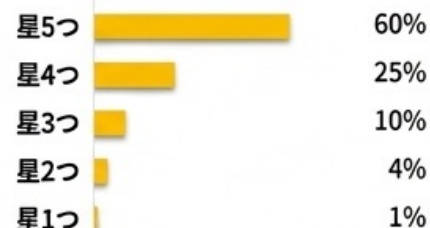
意見の二極化



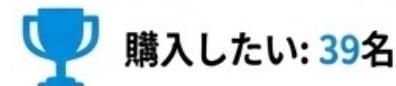
 強い不信感。「良い評価しかないため怪しい」「サクラの可能性があると判断され、極端な分布が逆効果に。」


リアルな高評価

100件のグローバル評価

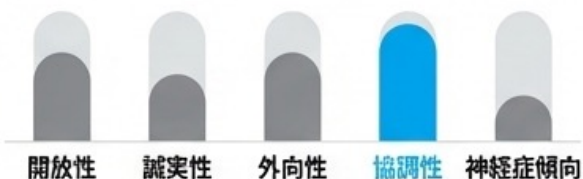


購買意欲の最大化



 +17名の法則：星5のみの評価に「星1~4を各2%」混ぜるだけで、購入希望者が17名増加。わずかな「低評価」の混入がリアルな信頼を...

誰が「完璧なレビュー」を信じるのか？



- BIG 5 性格分析: 満点レビューに不信感を持たず購入する層は、唯一「協調性」の因子と強い相関関係がある。
- 他者の意見に疑問を持たず、周囲（満点という結果）に合わせようとする心理が働く。