

ターゲット ② 先行性と波及効果

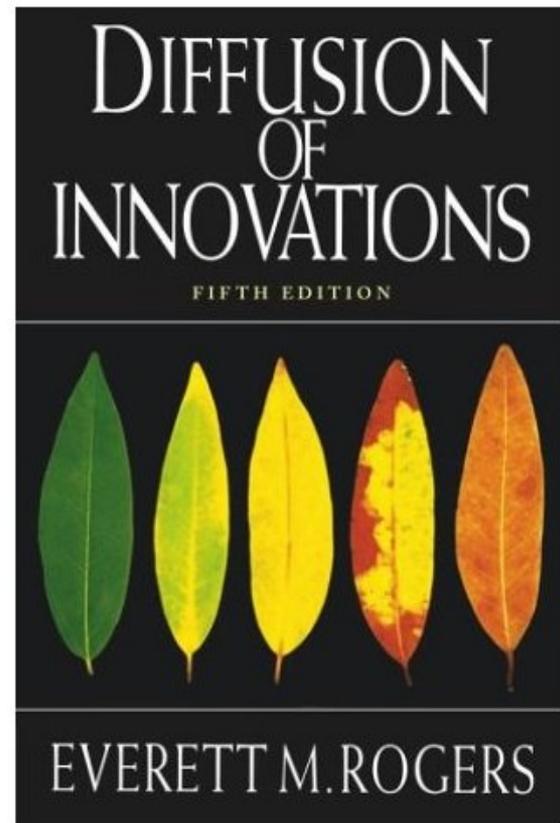
どのセグメントを狙うのか

⇒先行セグメントを狙う

⇒波及効果があるセグメントを狙う

社会学者のロジャーズ
『技術革新の普及過程
Diffusion of Innovations』
の理論から

「アーリー・アダプター
(初期少数採用者)」



(1) アーリー・アダプター

「アーリー・アダプター(初期少数採用者)」を狙え

あたらしモノ好きな「イノベーター(革新的採用者)」は、ほっといても買う。

他への影響力がある「アーリー・アダプター(初期少数採用者)」に採用されると、大きな普及へとテイク・オフする可能性が高くなる。

「アーリー・アダプター(初期少数採用者)」はオピニオン・リーダーである。人から相談されたり、アドバイスを求められたり、動向をまわりから注視されている人である。

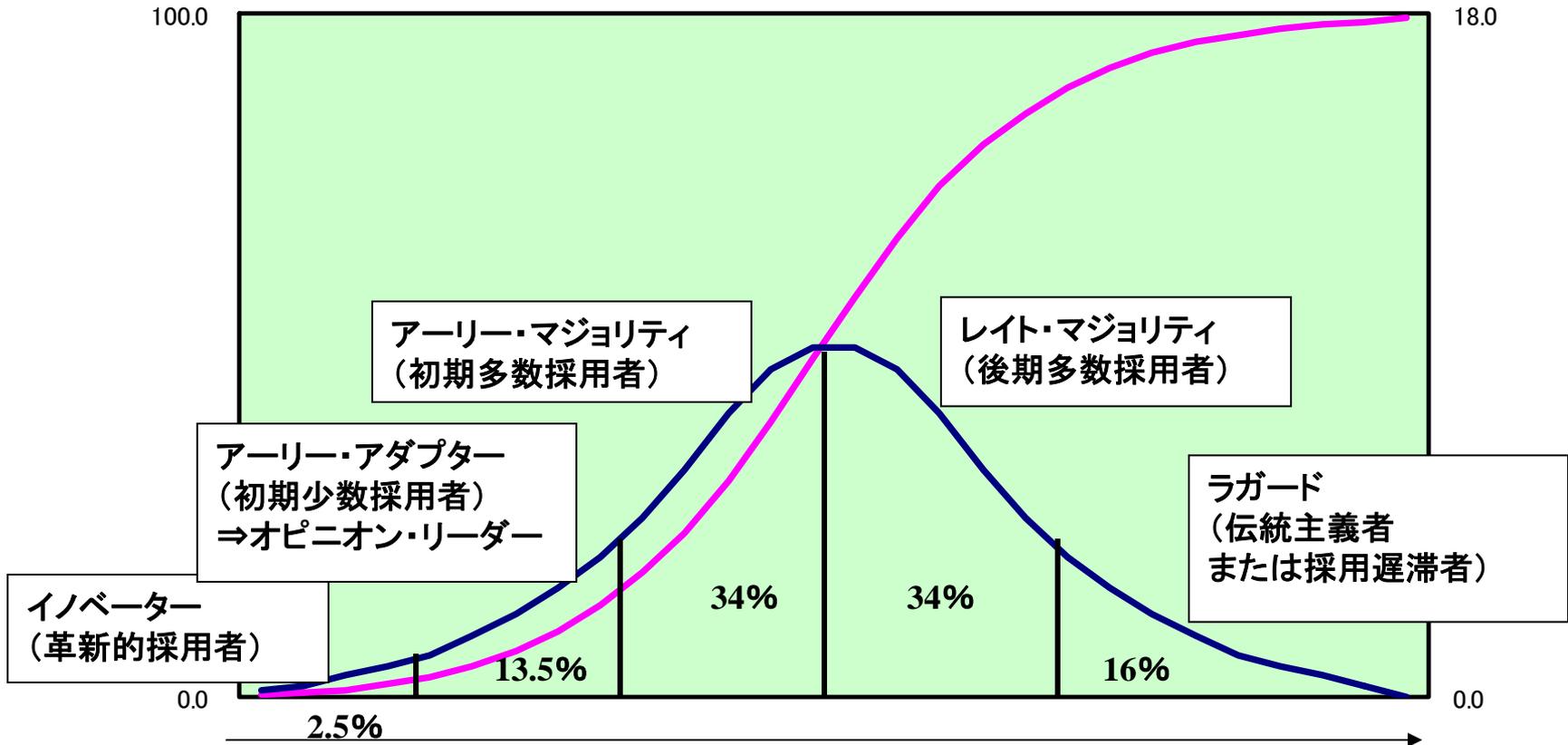
すべてに「アーリー・アダプター(初期少数採用者)」である人はいない。「アーリー・アダプター(初期少数採用者)」は、商品や文化によって異なる。

流行・普及するモノや文化の採用の順序

イノベーションが普及していく過程を時間軸上で表わすと、その採用者の数は釣鐘型の正規分布曲線を描く。

農村社会学者のロジャースは、新しい肥料の普及など多くの実際の普及研究に基づいて、このモデルを提案した。製品だけでなく、アイデアや習慣の普及など応用可能な分野は非常に広い。

E.M.ロジャース 『技術革新の普及過程 Diffusion of Innovations』



● イノベーター(革新的採用者)2.5%—冒険的な人々

- 最も早くイノベーションを採用する人々。
- 興味のある分野に対する“イノベーション”に対しては、熱狂的な関心。
- “おたく”と呼ばれている人々。
- 採用の基準は、“新しいモノ”を誰よりも早く採用すること。
- 十分な財源があり、複雑な技術的知識を理解し、それに適応するだけの能力を備えている。

● アーリー・アダプター(初期少数採用者)13.5%—尊敬される人々

- “イノベーター”とは異なり、大きな影響力を持つ。オピニオン・リーダーシップが高い。
- その主観的な評価を仲間に伝え、新しいアイデアに関する知識を社会に広める。
- 普段から社会システムの中で尊敬されている。
- ロジャーズは「思慮深い成功者の権化」と称している。
- 「あの人が使っているから。」と後発でイノベーションを採用する人々の採用基準。

● アーリー・マジョリティ(初期多数採用者)34%—慎重な人々

- 平均的に人々が採用する直前にイノベーションの採用に踏切る人。
- 「流行を最初に取り入れる冒険心はないが、流行に乗り遅れてはいけない。」という意識。
- 仲間とのコンセンサスを行動の規範としている。

● レイト・マジョリティ(後期多数採用者)34%—疑い深い人々

- イノベーションに対して、懐疑的な人々。
- 社会システムの中の半数以上が採用してからでないと、採用に踏切らない。
- 経済上の必要性と社会的圧力に応じるといった理由から採用するが多い。
- 新しいアイデアについて、冒険することはない。

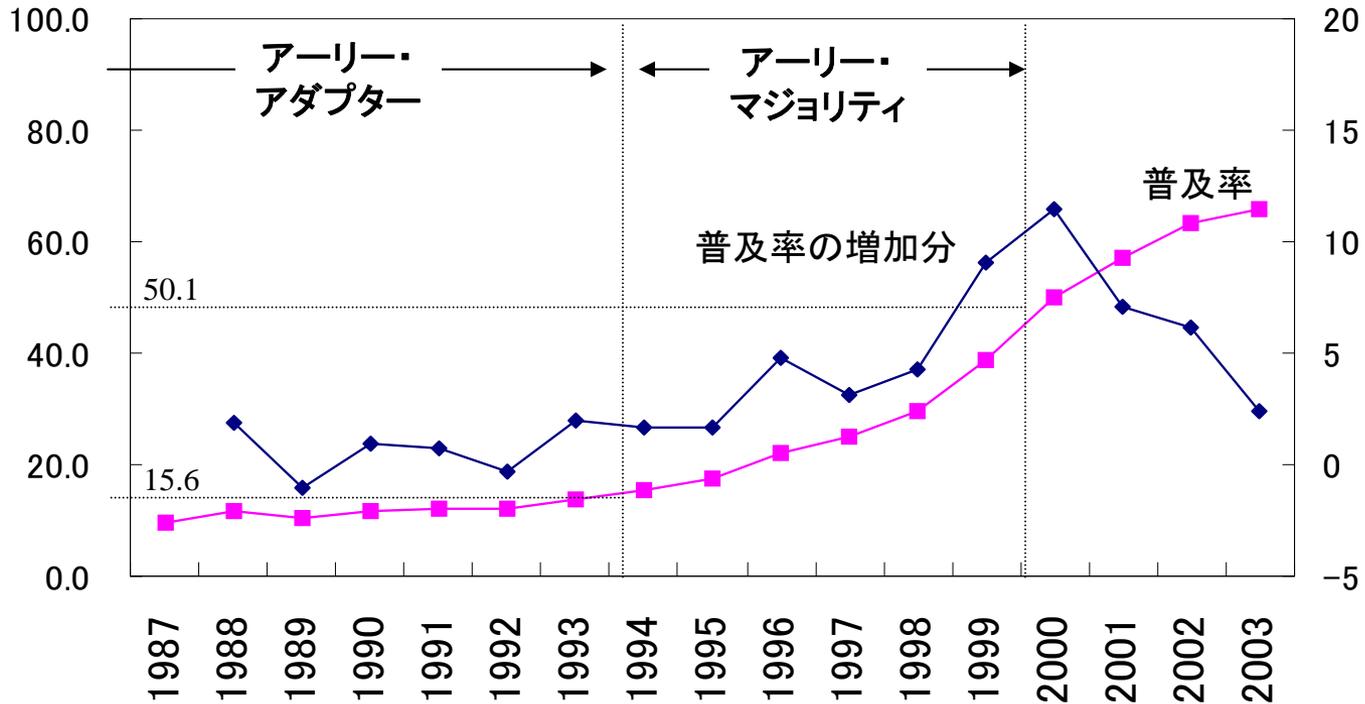
● ラガード(伝統主義者又は採用遅滞者)16%—伝統的な人々

- 伝統的な価値判断に基づいて、行動する人々。孤立している場合が多い。
- 判断の基準は“過去”。伝統志向がイノベーションの採用決定を著しく遅滞させている。

パソコンの普及段階とVAIO/iMac

VAIO/iMacがターゲットとしたのは、
パソコンの「アーリーアダプター」ではなく「アーリー・マジョリティ」である。

パソコンの普及とVAIO/iMacの発売時期



↑ バイオ発売
↑ iMac発売



(2)年齢・所得による普及・採用の過程

年齢による普及・採用

子供はトシウエ志向「早く大人になりたい」。

●小学生3年生は4年生のマネをする。

●小学生3年生は、歳下の2年生が使い始めたら使わなくなる。
ある歳を越えるとトシシタ志向「若く見られたい」。

若者波及(トシシタ志向):若者から高齢者に普及する

年配波及(トシウエ志向):年配から若者へ普及する

所得による普及・採用

高所得層:高所得層から低所得層に普及する

1960年代の家電品の普及は、「高所得」型だった。

誰もが欲求をもつ。買える経済的条件にある人から買う。

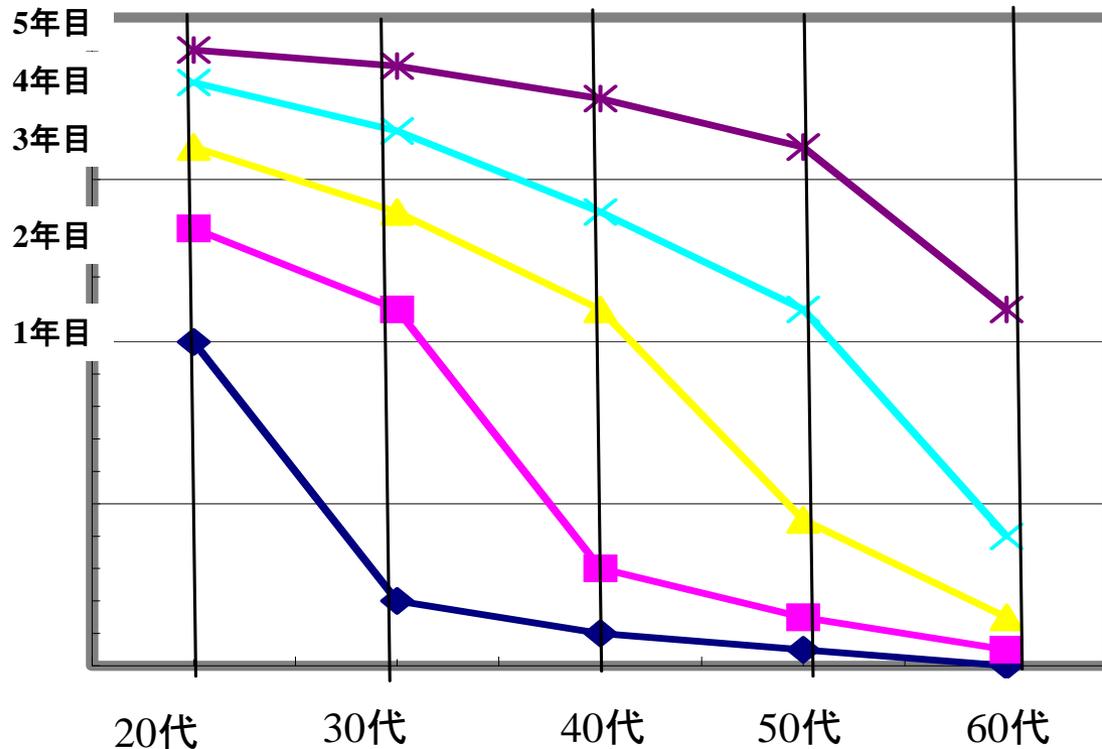
(一年待てば安くなる)

低所得層:低所得層から高所得層へ普及する

年齢による普及・採用の過程

若者から波及：若者から高齢者に普及する
ジーンズ、ウォークマン、ケータイ、チャパツ

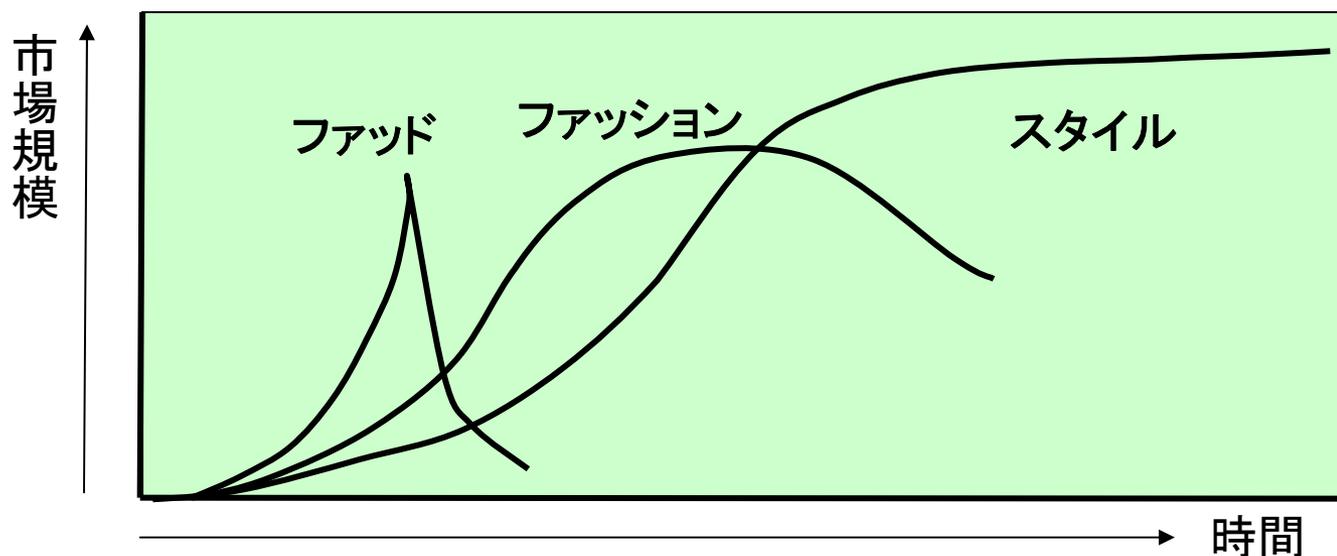
20代からトシウエに普及していく場合



1970年代以降のライフスタイルの変化の多くは若者から始まっている。
電話は高所得層から普及したが、ケータイは若者から普及した。
メールの使用は若い女性から始まった。

(3) 流行:スタイル、ファッション、ファッド

○商品、服装、ヘアースタイル、歌など、多くの人たちに普及・流行していくことは、普及・流行の時間に長さによって、スタイル、ファッション、ファッドに分けられる。



ブーム boom *n.* (鐘・砲・波・遠雷などの)ごーん[どどーん]という音, とどろき; にわか景気, 人気; 急騰; 急発展; ブーム.

boom baby ベビーブームの時に生まれた人.

モード mode *n.* 様式, やり方; 形態; 風(ふう); (普通the ~) 流行; 【楽】旋法, 音階

out of mode 流行遅れで, すたれて.

経済や社会での流行はブームという。服飾関係ではモードという。

スタイル: 様式

style *n.* 文体, 話しぶり; スタイル; 流儀; 様式, 型, 種類; 流行; 上品, 品位; 独特の味, 芸風; 称号;
style・book 【印】つづり・略字・句読点などの解説書; [米] (服の)スタイルブック;

様々な分野での基本的な表現形態

- 時代を超えて様式として確立したもの。
- 建築、美術、ファッション、食

ファッション: 流行

fash・ion *n.* 流行; ファッション; 世間の風潮; (普通the ~) 上流社会(の風習・人々); 方法; 型;
come into fashion 流行してくる.
go out of fashion すたれる.

ある分野で今はやっているスタイル

- 差異性→模倣→マスへの普及→衰退の段階を経て変化
- ゆっくりとはじまりしばらく人気を保ちゆっくり衰退

ファッド: 一時的流行

fad *n.* (気まぐれな)熱, 流行; 物好き
fad item ファッド・アイテム, 一時的な大流行品.

関心の立ち上がり→熱狂的な受容→ピーク→急速に衰退
一時的で小規模な流行、世代を超えた大規模な流行はクレーズ
craze *n.* 狂気, 熱狂; 大流行 ((for)); (陶器の)ひび;