

Title	食品のネガティブ・オピニオンに関する一考察
Sub Title	
Author	長嶋孝(Nagashima, Takashi) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1983
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1983年度経営学 第291号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001983-0291

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名	長嶋 孝	主査 片岡 一郎
(日本コカ・コーラ株式会社)		副査 滝沢 茂
所属ゼミナール	滝沢 茂研	青井 倫一

食品のネガティブ・オピニオンに関する一考察

本研究は、「普及理論」において、今日まではほとんど焦点があてられてこなかったイノベーションに対するリジェクションの普及プロセスの解明を行なおうとするものである。

主に、100%普及の可能なイノベーションを研究対象としてきた農村社会学における普及研究以来の伝統によって、また新製品導入戦略立案の為には、初期の採用者さえ把握できればよいというマーケティング上の要請等によって今日までの普及研究は、イノベーションのアダプションの普及、しかも初期採用者に焦点をあてた研究を中心に行なわれてきた。

しかしながら、今日、100%に近い普及を達成できる新製品は、ほとんどみられないという事実や、成熟市場において厳しいシェアの争奪戦が繰り広げられる中で、マーケターは、既存の消費者の奪い合いに注意をうばわれ、周辺市場（つまりリジェクター）の掘り起こしや開拓、拡大のための考察が希薄になっているのではないかという観点から、イノベーションのアダプションのサイドばかりでなく、リジェクションのサイドに焦点をあてた普及研究も進められてしかるべきではないかと考えたのである。

カップ入りインスタント・ラーメンを題材にして進められた本研究を通じて、「リジェクションが、革新性やオピニオン・リーダーシップの高いアーリー・リジェクターから、そのパーソナル・インフルエンス等を通じて、アーリー・リジェクターへ普及するというリジェクションの普及プロセス」、そして、「イノベーションに対して初期に関心を示した人々をアーリー・リジェクターとアーリー・アダプターに分ける決定要員」等について解説を行なったが、これは、周辺市場の開拓、拡大をねらうマーケターにとって、その戦略立案の一助となるものと思われるし、また、私が実務上直面してきた問題、それは加工食品においてよくみられるのだが、ある食品が、いわれなき中傷や誤解といったネガティブ・オピニオンのために、かなりの消費者を失っているという問題に対する対策立案にとって、何らかの示唆を与えてくれたものと思うのである。また、理論面において、今後のリジェクションの普及研究にとって、本研究がその礎石となることができたとするならば非常に幸いである。