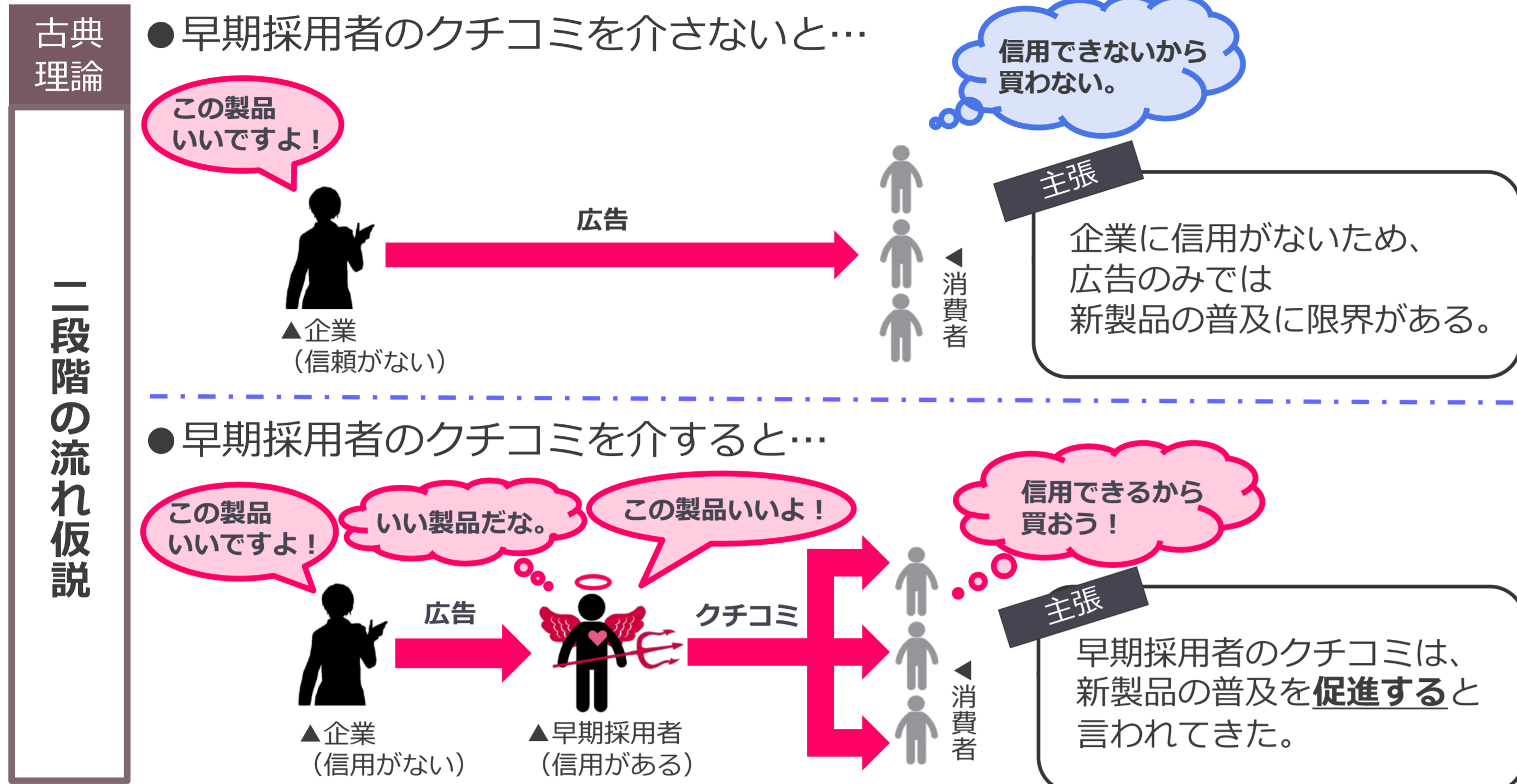


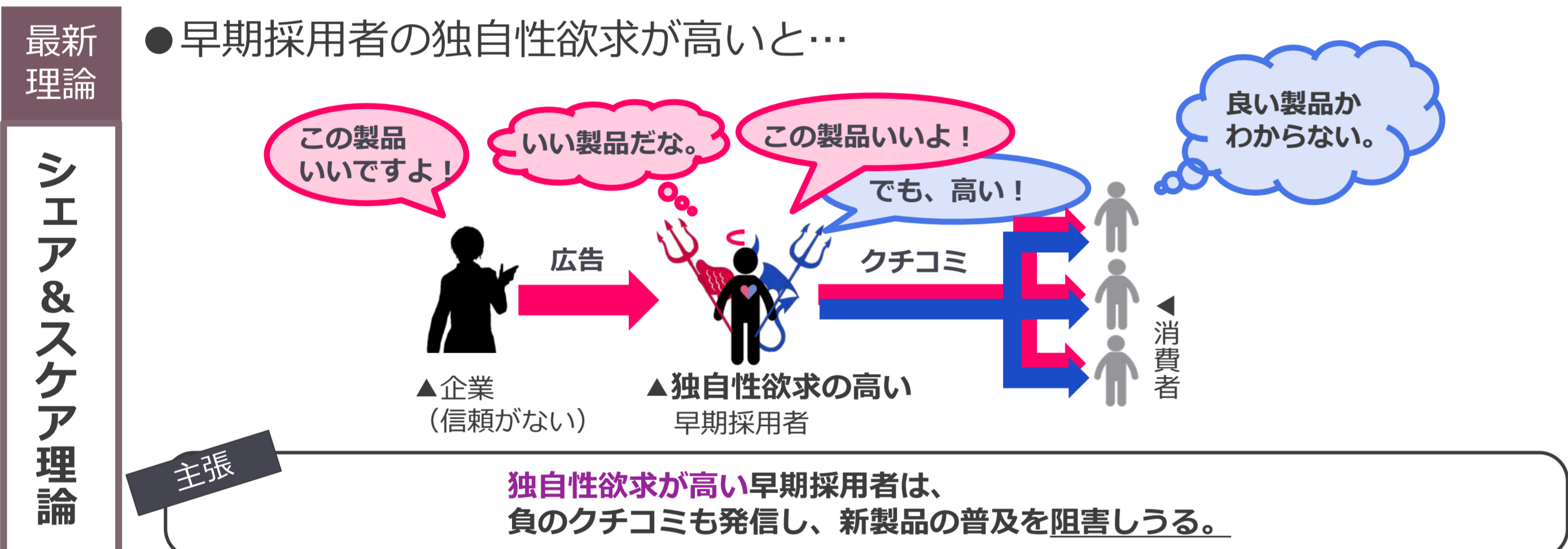
# はじめに

## 早期採用者が新製品の普及に与える影響

**早期採用者とは**  
新製品を早期に採用し、後期採用者に推奨する個人のこと。



**独自性欲求とは**  
消費者が他者と異なる状態を求める度合い。



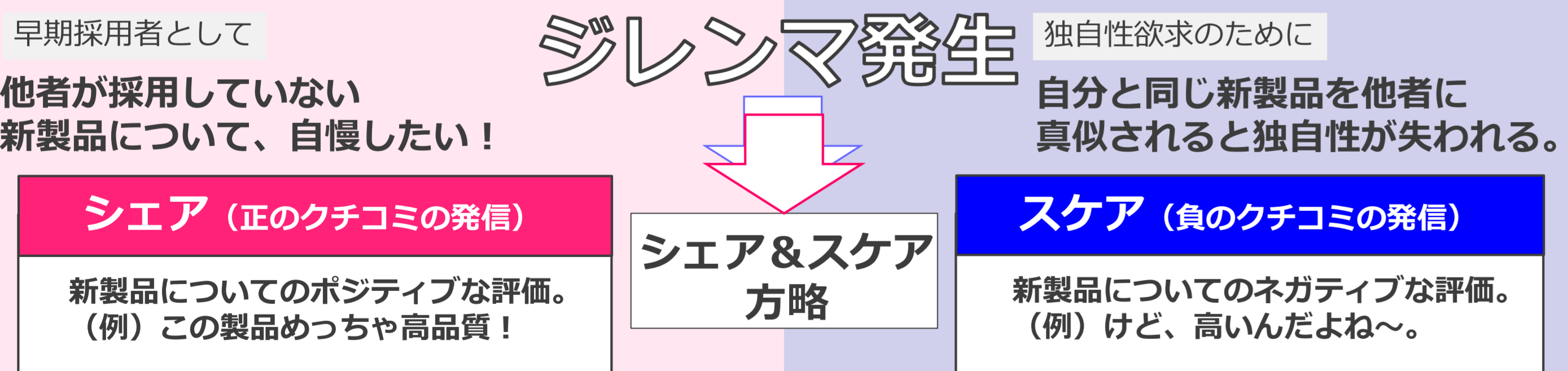
### 研究目的

シェア&スケア理論では考慮されてなかった早期採用者の行動の動機と能力に着目し、どのような消費者が正や負のクチコミを発信するのかについて、再検討する！

# 既存研究レビュー

## 最新理論 (シェア&スケア理論)

●シェア&スケア理論によると、独自性欲求の高い早期採用者は…



**早期採用度とは**  
消費者が新製品を早期に採用している度合い。

独自性欲求	早期採用度		早期採用度
	高い	低い	
高い	早期採用者 シェアをする	後期採用者 クチコミしない	早期採用者 スケアをする
	早期採用者 シェアをする	後期採用者 クチコミしない	早期採用者 スケアしない
低い	早期採用者 シェアをする	後期採用者 クチコミしない	早期採用者 スケアしない
	早期採用者 シェアをする	後期採用者 クチコミしない	早期採用者 スケアしない

●早期採用度が高い消費者は、シェアをする！

●早期採用度が低い消費者は、クチコミしない！

●独自性欲求と早期採用度がともに高い消費者は、スケアをする！

●独自性欲求が低い消費者は、スケアをしない！

●早期採用度が低い消費者は、クチコミしない！

# 仮説提唱

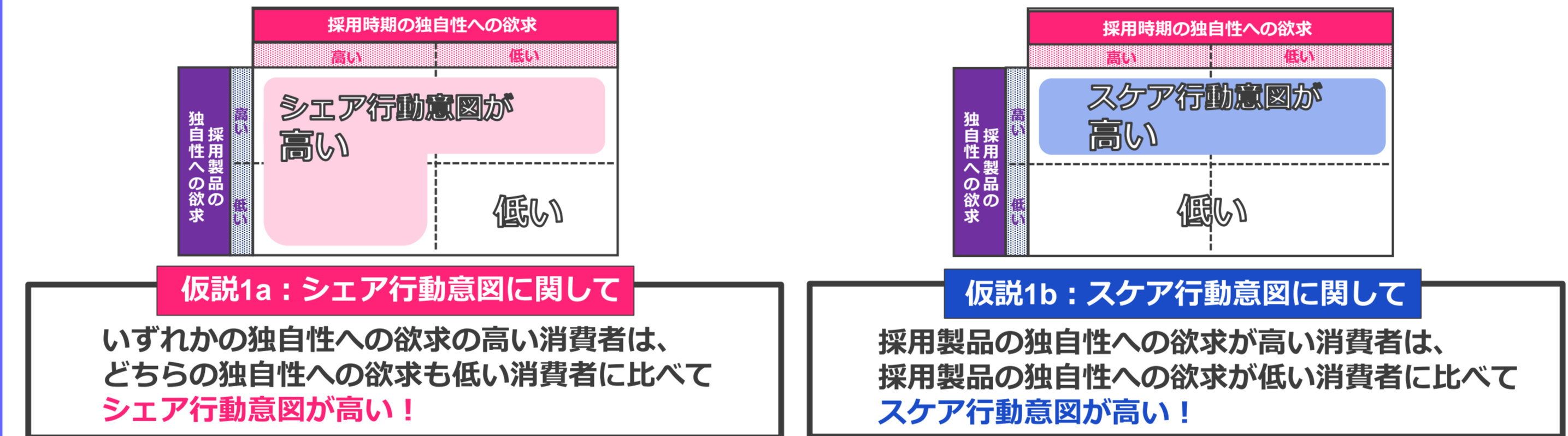
## 既存研究の問題点

**問題点①**  
似たような概念である「早期採用度」と「独自性欲求」を、異なる概念として扱って、消費者を分類してしまっていた！

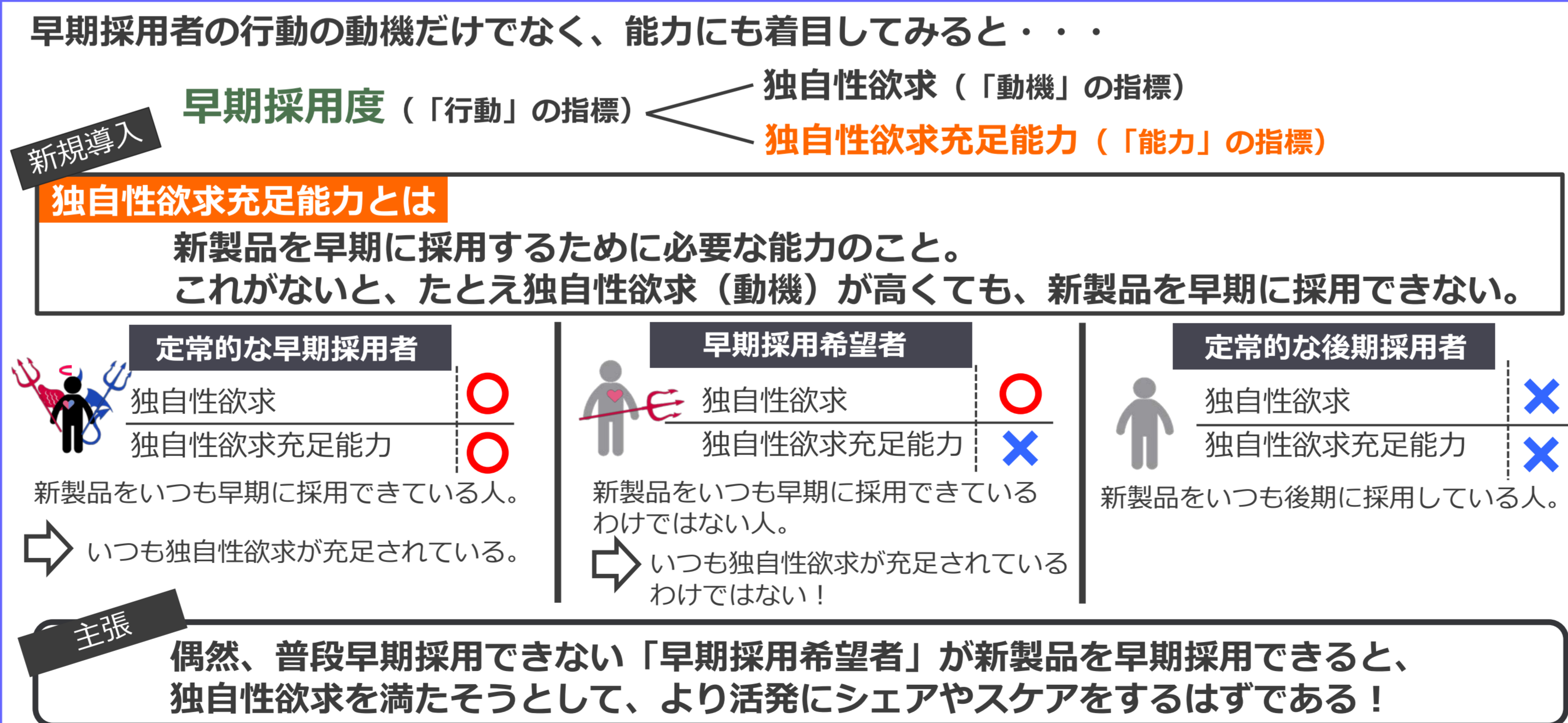
**解決策！**  
早期採用行動の動機は「独自性欲求」であるため、「早期採用度」という概念を廃止する！



## 2種類の独自性欲求に関する仮説の提唱



## 新規概念: 独自性欲求充足能力



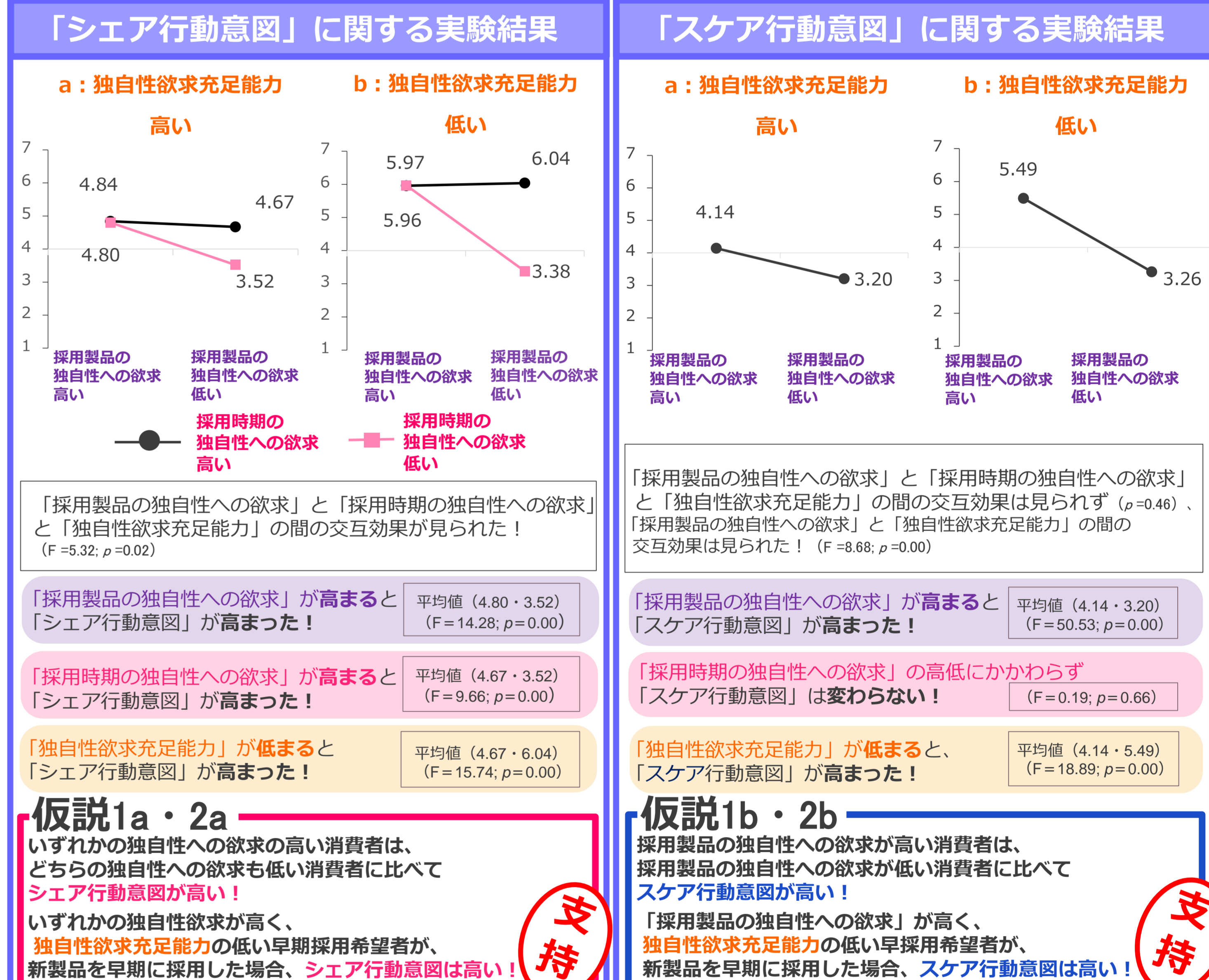
## 独自性欲求充足能力に関する仮説の提唱



# 実験概要



# 分析結果



# おわりに

