遊びから見つかったビジネスの種（第4回）

「ヨーヨー」に学べ。商品を魅力的に見せる極意

2016.10.27



「ヨーヨー」といえば、ヒモが付いた小さな円盤を投げて遊ぶおなじみの玩具です。現代社会において、恐らく遊んだことのない人はいないであろうレベルで普及しています。

ヨーヨーが市民権を得た裏には、ある男による優れたビジネス活動があったことはあまり知られていません。ここでは現代ヨーヨーの立役者と、彼が行ったビジネスの手法について述べていきます。

ヨーヨーの可能性に賭けた男

1930年代アメリカ西海岸での出来事です。後に「ヨーヨーの父」と呼ばれるドナルド・ダンカンは、フィリピン移民のヨーヨーパフォーマンスを偶然目にしました。そのパフォーマー、ペドロ・フローレスは、故郷のおもちゃを売り込んでいて、宣伝を兼ねた実演を行っていたのです。歓声を上げる子どもたちに交じり、ダンカンもヨーヨーの面白さに感心します。

しかしダンカンは周りの観衆と違い、ただ購入して遊ぶだけでは済ませませんでした。「これは売れる」と確信し、ペドロから工場から何から一切合切の権利を買い取ったのです。

ヨーヨーの起源は定かではありませんが、紀元前に誕生したとも伝えられる古い遊具です。

ダンカンがペドロから譲り受けたヨーヨーは木製でしたが、ダンカンはヨーヨーを子どもが遊びやすいよう小型のプラスチック製にしたり、金属部分を付け加えたり、笛のように音が鳴るタイプも作ったり、デザインに工夫を凝らしました。

ダンカンはヨーヨーをただ売るだけでなく、商品の背景となるマーケティング戦略も重視しました。当時の宣伝は広告に写真や絵を掲載するのが普通でしたが、ダンカンはあえて実演販売にこだわります。見事に動き躍動するさまがヨーヨーの魅力だと考えたのです。

「ヨーヨーは猛獣をも倒した神秘的な武器」… 続きを読む